

評価を分けたのは“ネタ”ではなく〇〇!?

高級回転寿司5ブランド・約6.7万件の口コミを調査

にぎり長次郎 / 金沢まいもん寿司 / 回転寿司トリトン / 回転寿司 根室はなまる / 回し寿司活

高級回転寿司5ブランドの口コミ分析レポート最新版

株式会社mov / 口コミコム / 週刊MEOLレポート / 商売繁盛レポート

2023年3月

1. レポートのサマリー
2. 今回の調査対象
3. 高級回転寿司5ブランドの年別ロコミ推移
4. 「キーワード」から顧客満足度を分析
5. 「キーワード」を競合店舗と比較
6. 昨今のMEO市場について
7. ロコミコムとは
8. ロコミコムを導入すると何ができるのか？

本レポートで分かる3つのポイント

1. 2021年以降は右肩上がりにロコミ数が増加。2023年も同じ傾向が予想される。
→ **ロコミ分析によるマーケティング施策にたるロコミが集まっている**
2. 「寿司」「新鮮」「価格」等のワードで全ブランドのポジティブ率が高い。
→ **高級回転寿司として価値提供が十分にできていることが、ロコミ分析から明らかになった**
3. ブランド間で差が出たキーワードは「シャリ」「店内」「接客」
→ **シャリ、店内で金沢まいもん寿司に競争優位性あり？**

ロコミコムなら、ロコミ分析からブランドの強みや課題を発見し、
効果的な施策に繋げる『MEO2.0』のご提案が可能です！

調査レポートのご相談、 承ります。

過去に作成したレポートのご案内、
業界レポート作成のご相談等は
以下のメールアドレスまで
お問い合わせください。

ご相談事例

- チェーン店向けロコミ調査
- 業界ロコミ傾向調査
- 業界紙面向け調査

ご相談はこちらから



kcom_report_request@mov.am



高級回転寿司に集まる口コミを調査

本レポートでは、高級回転寿司(にぎり長次郎 / 金沢まいもん寿司 / 回転寿しトリトン / 回転寿司 根室はなまる / 回し寿司活)の全国の店舗から計120店を抽出、各店舗に寄せられた口コミ(総数66,564件)を分析しました。

※調査対象の店舗については開示しておりません

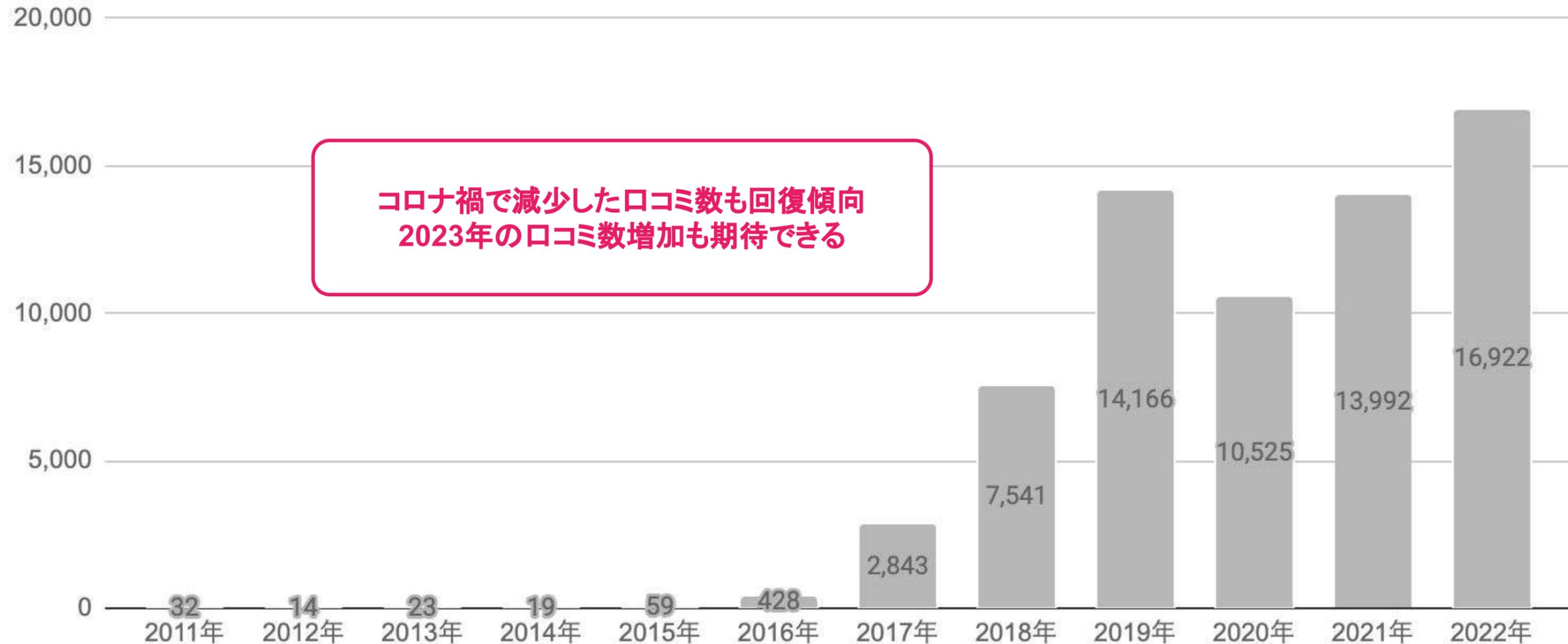
基本方針	高級回転寿司5ブランドの口コミを分析・口コミ傾向を調査				
調査対象	にぎり長次郎	金沢まいもん寿司	回転寿しトリトン	回転寿司 根室はなまる	回し寿司活
対象店舗数	全国67店舗	全国18店舗	全国15店舗	全国12店舗	全国8店舗
口コミ 調査期間	2011年1月1日 ~ 2023年2月28日				
調査リソース	1. Google マップ 2. Yahoo! MAP の2サイトから公開されている口コミを抽出し独自に分析 <small>※1店舗あたりの口コミが1,000件を超える場合は、最新の1,000件を抽出</small>				
調査方法	「<u>口コミサイトを“もっと”売上に変える</u>」口コミコムを利用して、 調査リソース上のデータを独自に分析・解析				

高級回転寿司5ブランドの年別ロコミ推移

高級回転寿司の口コミ数の年別推移

高級回転寿司5ブランド全体の新規口コミ投稿件数は、2017年から2019年にかけて右肩上がりに口コミ数が増加していました。2020年はコロナ禍の影響もあり、口コミ数は一旦減少しましたが、2021年以降はまた右肩上がりに口コミ数が増加しました。2022年には、口コミ数が過去最多の16,922件となりました。2023年でも引き続き右肩上がりになるのか注目です。

口コミ投稿件数（2011年～2022年）



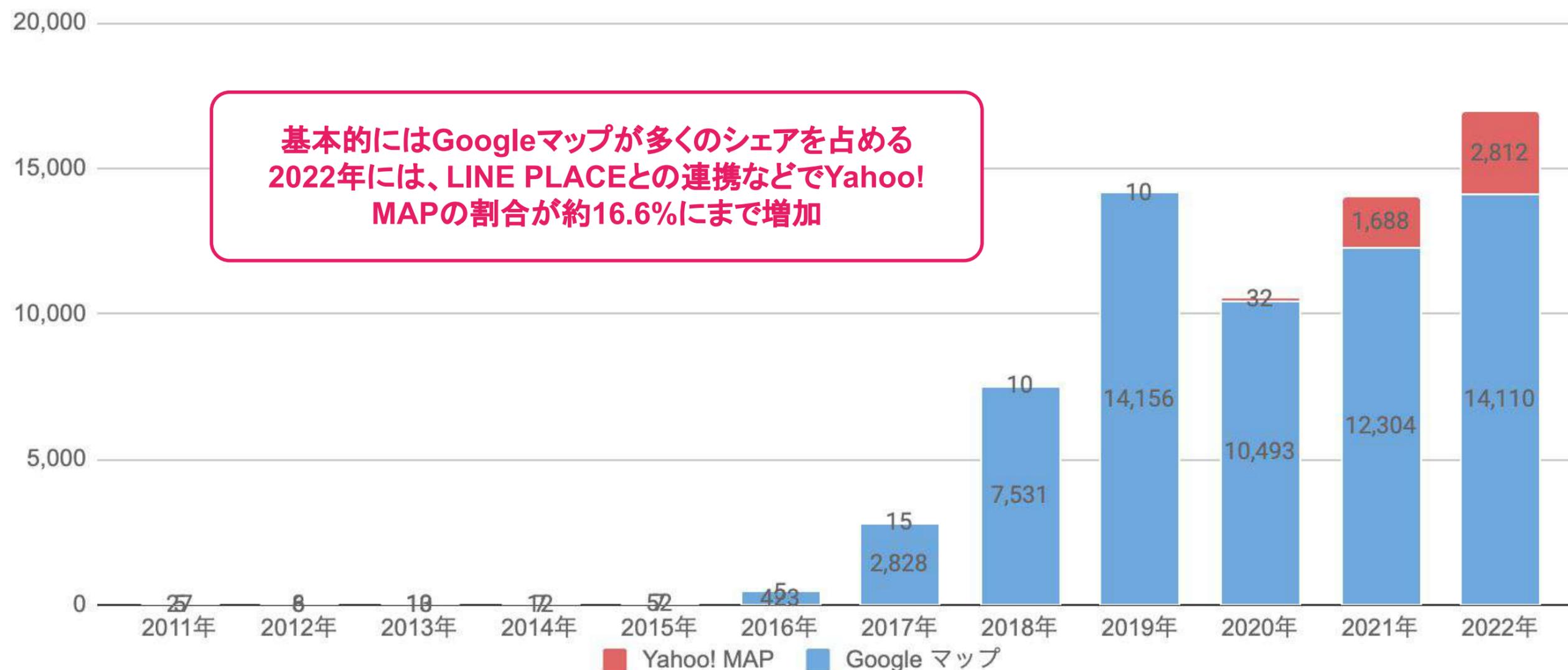
コロナ禍で減少した口コミ数も回復傾向
2023年の口コミ数増加も期待できる

※Google マップの仕様上、口コミの投稿日集計が「X年前」単位となるため、年次表記は便宜上「直近 1年」を2022年、「1年前」を2021年と表現しております。

口コミ投稿先(口コミサイト)別の内訳は...

サイト別の新規口コミ投稿件数の推移です。2021年まではほとんどをGoogle マップが占めています。2022年はYahoo! MAPの割合が約16.6%にまで増加しましたが、この要因には ①LINE PLACEとの連携、②Yahoo! MAP独自の口コミ投稿キャンペーンの影響が考えられます。

サイト別口コミ投稿件数 (2011年～2022年)

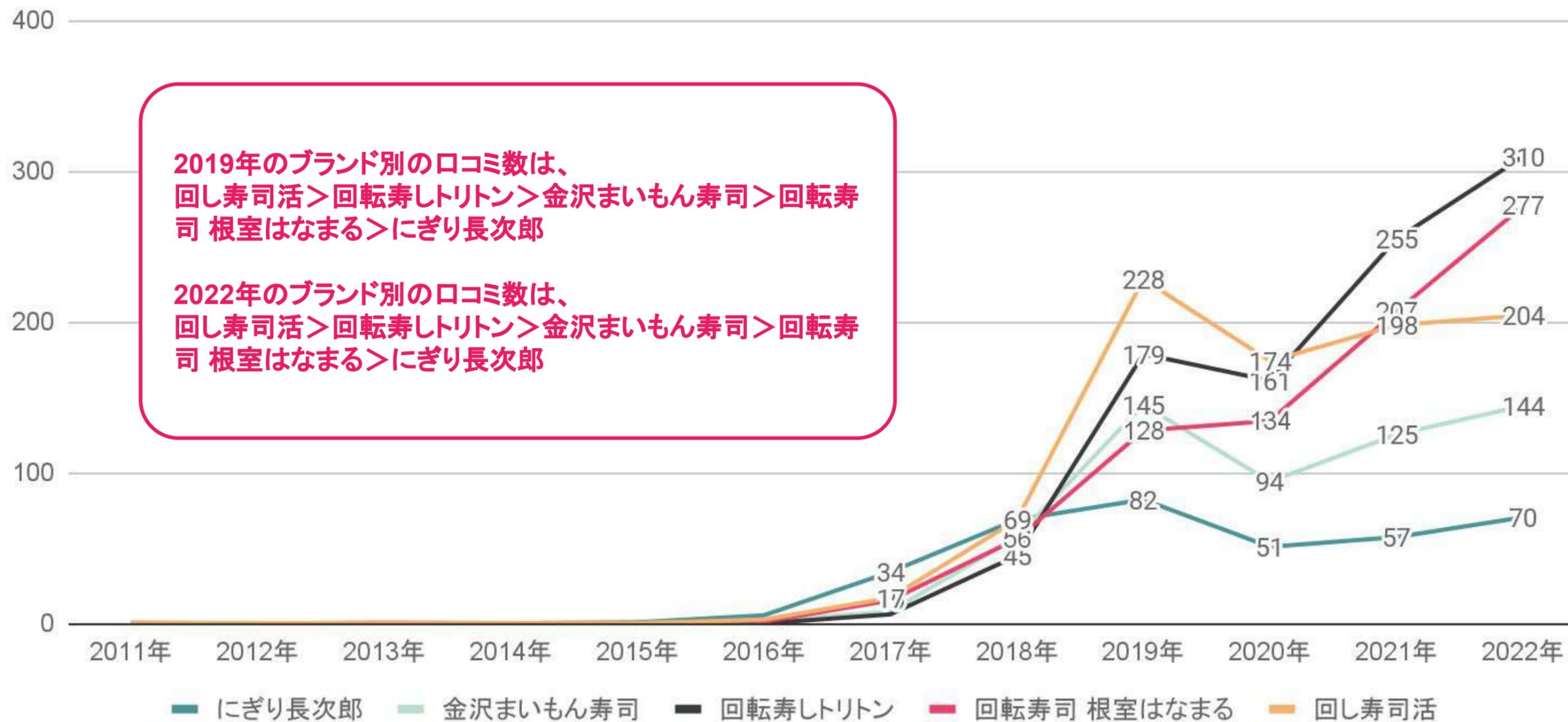


※Google マップの仕様上、口コミの投稿日集計が「X年前」単位となるため、年次表記は便宜上「直近 1年」を2022年、「1年前」を2021年と表現しております。

ブランド別の内訳は...

1店舗あたりの口コミ投稿数の内訳をブランド別に示しました。2020年以降、にぎり長次郎と回し寿司活の口コミ増加のペースが緩やかになっています。一方で、回転寿司 トリトン、回転寿司 根室はなまるの口コミ数は右肩上がりとなっています。

ブランド別口コミ投稿件数(2011年～2022年)



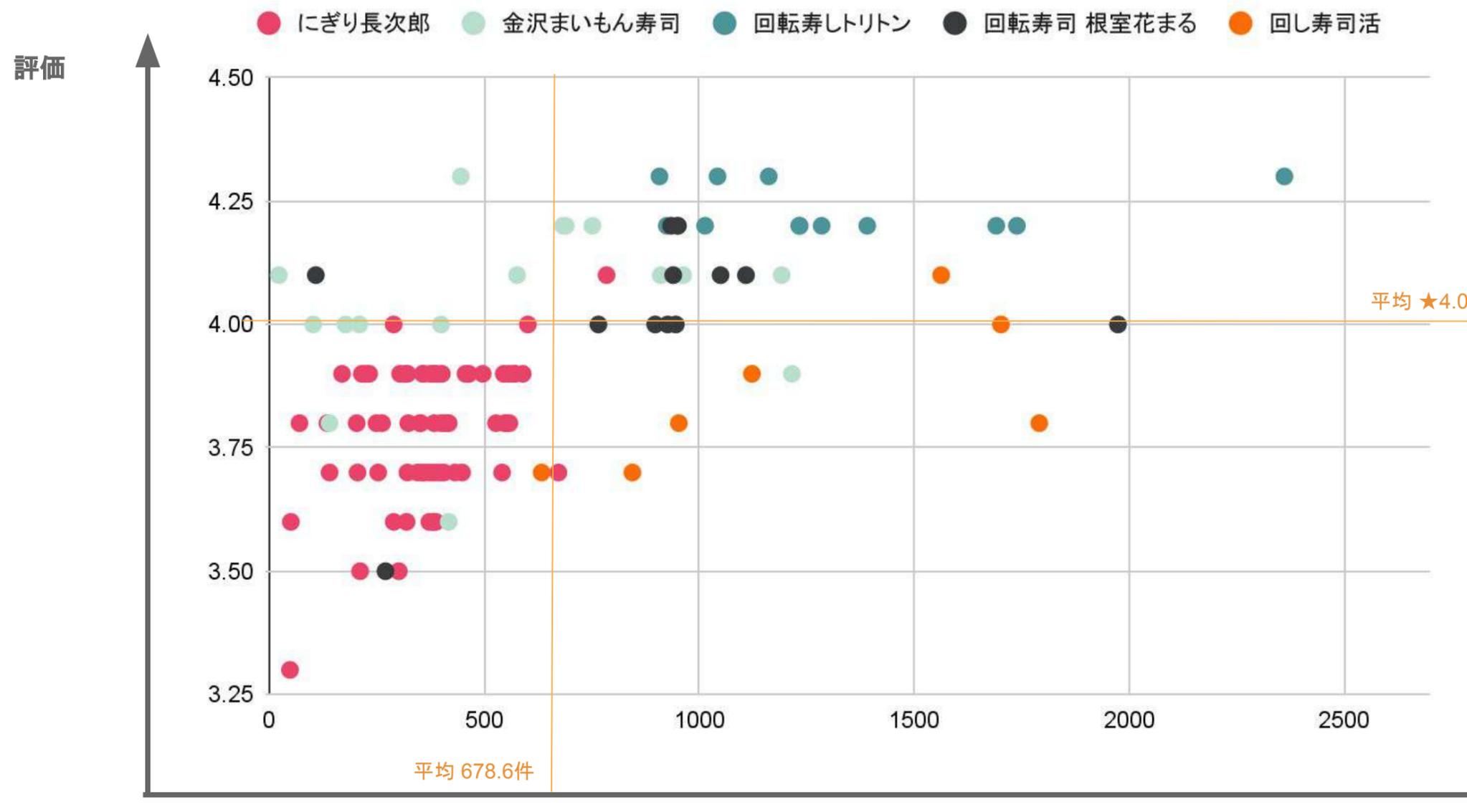
2019年のブランド別の口コミ数は、
回し寿司活>回転寿司 トリトン>金沢まいもん寿司>回転寿司 根室はなまる>にぎり長次郎

2022年のブランド別の口コミ数は、
回し寿司活>回転寿司 トリトン>金沢まいもん寿司>回転寿司 根室はなまる>にぎり長次郎

※Google マップの仕様上、口コミの投稿日集計が「X年前」単位となるため、年次表記は便宜上「直近 1年」を2022年、「1年前」を2021年と表現しております。

1店舗あたりの口コミ投稿件数と評価平均の散布図

各店舗の”口コミ投稿件数”と”評価の平均”を散布図で表しました。全体の評価の平均が約4.0、1店舗あたりの累計口コミ数の平均は約680件とわかりました。評価と件数の分布にブランドごとの特徴が表れました。金沢まいもん寿司に関しては、評価が高いため、口コミ数を集める施策が有効でありそうです。詳細な口コミ対策に関しては、お問合せください。



にごり長次郎:
投稿件数・評価とも平均以下の店舗が多く、評価の幅は3.3~4.1

金沢まいもん寿司:
投稿件数は幅があり評価は平均以上の店舗が多い、評価の幅は3.6~4.4

回転寿司 トリトン:
投稿件数・評価ともに平均以上となっており、評価の幅は4.2~4.3

回転寿司 根室はなまる:
評価、口コミ数ともに平均以上の店舗が多く、評価の幅は3.5~4.2

回し寿司活:
口コミ数は平均以上の店舗が多く、評価の幅は3.7~4.1

「キーワード」から顧客満足度を分析 (ロコミコムを利用したQSCA評価・ポジティブ / ネガティブワード)

ロコミコムの顧客満足度(QSCAスコア)とは

ロコミコムの独自AIでは、ロコミ内の特定の「キーワード」が利用された文脈(ポジティブ / ネガティブ)を判定します。さらに、ロコミから顧客満足度(QSCAスコア)を算出します。これらによりロコミを可視化することで、自店舗の強み / 弱みや競合との差別化ポイントの把握に繋がります。

分析ポイント

QSCAスコアであり、「コロナ」禍での感染症対策に関してネガティブなロコミが寄せられました。「説明」時間の長さにも、改善の余地がうかがえます。一方、「安心」「子ども」にはポジティブなロコミが寄せられており、子供の記念日撮影を任せられる安心感がロコミにも反映される結果となりました。

1

QSCAスコア

- 品質(Quality)
 - 接客(Service)
 - 清潔感(Cleanliness)
 - 雰囲気(Atmosphere)
- の4指標で算出



ポジティブ率の高いキーワードTOP15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初
1	安心	20	100		0
2	丁寧	37	98		
3	たくさん	34	94		6
4	素敵	30	94		6
5	親切	32	91		9
6	スムーズ	19	91		9
7	子ども	31	90		10
8	扱い	19	88		12
9	プロ	19	85		15
10	満足	41	84		16
11	お世話	32	84		16
12	駐車	27	84		16
13	笑顔	82	83		16
14	上手	26	83		17
15	スタジオアリス	53	82		18

子供の扱いが上手く、必ず笑わせてくれる。こちらの想像以上の出来栄の写真になるので記念写真は安心して任せて良いと思う。

特にカメラのお姉さんが本当に魅力的で、子供の最高の笑顔を引き出すためにこれでもか〜と惜しげなくやって下さったのが素晴らしい!!

ネガティブ率の高いキーワードWORST15

No.	キーワード	使用回数	ネジ	評価	初
1	残念	31	0		100
2	態度	18	10		90
3	説明	25	25		
4	予約	46	30		70
5	選び	25	36		64
6	接客	28	37		63
7	家族	25	43		57
8	コロナ	20	44		55
9	時間	51	45		55
10	セット	28	46		54
11	カメラマン	26	50		50
12	一生	17	50		50
13	利用	103	58		42
14	商品	22	59		41
15	待ち時間	21	59		41

セット料金の説明や洋装選びなどの説明が、時間がかかりすぎ

コロナ禍なのに、スタジオ内いっばいに家族連れがいる状況。コロナ禍なのに予約を入れすぎだと思えます。

撮影以外の時間(待ち時間/説明時間)の長さは、子連れ家族にネガティブな印象を持たれやすい

2

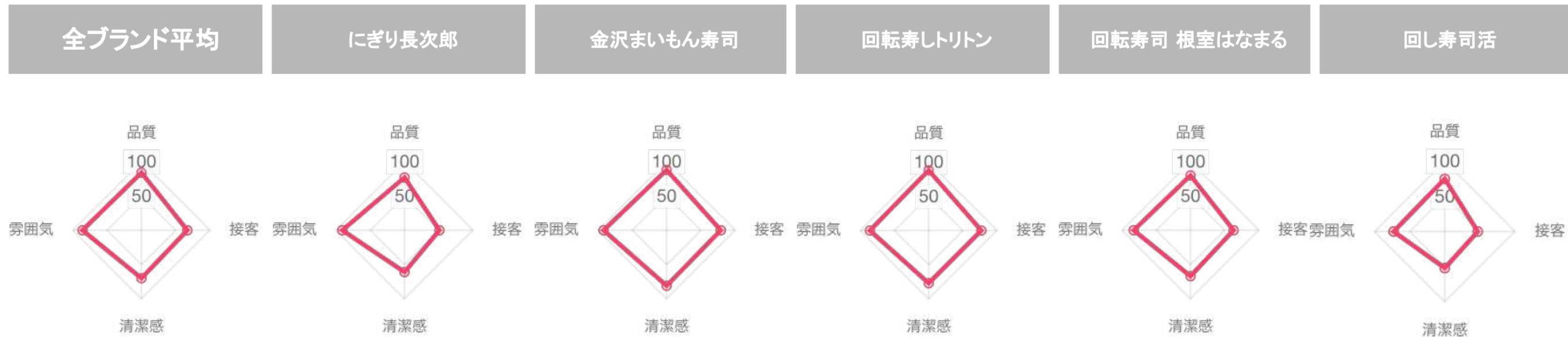
特徴ワード

- ポジティブ率が高いワードは、ブランドの”強み”となりえる
- ネガティブ率が高いワードは、店舗運営改善のヒントに

高級回転寿司ブランドの顧客満足度を「キーワード」から分析

直近1年間(2022年3月～2023年2月)で高級回転寿司ブランドに寄せられた口コミ合計66,564件をすべて解析し、ロコミコの独自AIを用いてQSCA(品質(Quality)、接客(Service)、清潔感(Cleanliness)、雰囲気(Atmosphere))の4指標でブランド別にスコアリングしました。“品質”と“雰囲気”のスコアが特に高くなっていました。

※集計期間:2022年3月～2023年2月
 ※スコアが高いほど、QSCAに関するロコミの評価が高い傾向がある



指標	全ブランド平均	にぎり長次郎	金沢まいもん寿司	回転寿しトリトン	回転寿司 根室はなまる	回し寿司活
品質	87	83	89	91	86	60
接客	71	63	83	82	70	42
清潔感	72	66	82	87	70	35
雰囲気	91	93	97	84	90	86

【にぎり長次郎】満足度(QSCA)とポジティブ / ネガティブワード

QSCAは“品質”“雰囲気”で高スコアとなりました。「新鮮」「季節」「ランチ」など、“商品”に関連するロコミにはポジティブな傾向が見られました。ネタが大きく新鮮、デザートも含め季節ものが楽しめ、ランチは様々なサイドメニューがついておりおトクといった点が評価されていました。料理の「提供」時間、「タッチパネル」での注文で、オーダー通りのものがこない、といった点が改善されれば“接客”のスコアも高まりそうです。

にぎり長次郎



品質	83
接客	63
清潔感	66
雰囲気	93

ポジティブ率の高いキーワードTOP15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初
1	最高	116	100		0
2	新鮮	494	98		2
3	満足	292	97		3
4	贅沢	119	97		3
5	丁寧	109	97		3
6	季節	112	94		7
7	家族	193	93		7
8	雰囲気	192	93		7
9	高級	194	92		8
10	おすすめ	120	92		8
11	好き	109	92		8
12	茶碗蒸し	108	92		8
13	ランチ	505	91		9
14	セット	213	90		10
15	駐車	267	88		12

ロコミ要約
ネタが大きくて、新鮮。とても美味しい。

ロコミ要約
デザートやネタで、季節限定ものがあるのが良い。

ロコミ要約
お昼のランチセットは、お寿司、茶碗蒸し、デザートや赤出汁がついていて、お得。

ネガティブ率の高いキーワードWORST15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初
1	残念	213	15		85
2	提供	131	59		41
3	時間	186	64		36
4	普通	162	64		36
5	店員	310	65		35
6	店舗	123	66		34
7	注文	531	67		33
8	カウンタ	184	67		33
9	テーブル	175	68		32
10	タッチパネル	127	68		32
11	コロナ	140	69		31
12	スタッフ	140	69		31
13	シャリ	194	70		30
14	予約	112	71		29
15	対応	155	73		27

ロコミ要約
お寿司は非常に美味しいが、商品が提供されるまでが長い。

ロコミ要約
タッチパネルで注文したが、商品がこなかったり、別の商品が来たりする。
タッチパネルの充電が切れていた。

【金沢まいもん寿司】満足度(QSCA)とポジティブ / ネガティブワード

QSCAは全ての項目が高スコアとなりました。「新鮮」「北陸」「ノド」など、“商品”に関連する口コミでポジティブな口コミが集まっていました。北陸ならではのメニューを、新鮮な状態で楽しめ、特にノドグロが人気であることがわかりました。「タッチパネル」でオーダーした場合、「注文」が通っていない点が解消されると、さらにサービス満足度が高まりそうです。

金沢まいもん寿司



ポジティブ率の高いキーワードTOP15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初*
1	最高	170	100		0
2	新鮮	335	98		2
3	満足	247	98		2
4	高級	146	98		2
5	北陸	132	98		2
6	おすすめ	121	97		3
7	ノド	114	96		4
8	海老	97	96		4
9	オススメ	86	96		4
10	グロ	112	95		5
11	丁寧	86	95		5
12	店内	128	94		6
13	雰囲気	100	94		6
14	エビ	145	93		7
15	チェーン	89	92		8

口コミ要約
お寿司は**新鮮**で全てが高いクオリティ！

口コミ要約
北陸の美味しいお寿司が堪能できる。さすが、金沢から仕入れて来ているだけある。

口コミ要約
ノドグロの炙り握りが絶品。

ネガティブ率の高いキーワードWORST15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初*
1	残念	128	20		80
2	感じ	136	69		31
3	普通	120	72		28
4	タッチパネル	105	73		27
5	注文	312	75		25
6	店員	163	77		23
7	カウンタ	145	77		23
8	テーブル	76	78		22
9	店舗	74	78		22
10	時間	143	79		21
11	軍艦	77	79		21
12	マグロ	75	80		20
13	対応	88	81		19
14	接客	156	82		18
15	本店	77	82		18

口コミ要約
タッチパネルなのに、**注文**が通っていないことがある。

品質	89
接客	83
清潔感	82
雰囲気	97

【回転寿司トリトン】満足度(QSCA)とポジティブ / ネガティブワード

QSCAは“品質”“接客”“清潔感”で高スコアでした。「新鮮」「北海道」「サーモン」にポジティブな口コミが集まっていました。新鮮な北海道のご当地メニュー、特にサーモン寿司の種類の高さと品質の高さが人気なようです。「シャリ」がより適切な硬さ、状態になると、“品質”のスコアが高まりそうです。

回転寿司トリトン



品質	91
接客	82
清潔感	87
雰囲気	84

ポジティブ率の高いキーワードTOP15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初*
1	最高	310	100		0
2	新鮮	703	99		1
3	満足	372	99		1
4	丁寧	118	99		1
5	対策	134	96		4
6	一番	132	96		4
7	好き	140	95		5
8	札幌	282	94		6
9	おすすめ	181	94		6
10	価格	177	94		6
11	地元	136	94		6
12	北海道	684	93		7
13	人気	349	92		8
14	サーモン	193	91		9
15	利用	153	91		9

口コミ要約
ネタが大きく、新鮮でうまい。

口コミ要約
北海道が誇る高級回転寿司。ネタはご当地ならではのものが多し

口コミ要約
炙りロサーモン、サーモンアボカドなど種類が豊富で、異次元の美味しさ。

ネガティブ率の高いキーワードWORST15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初*
1	残念	225	31		69
2	普通	119	68		32
3	シャリ	283	72		28
4	カウンタ	121	75		25
5	訪問	119	75		25
6	感じ	149	76		24
7	クオリティ	137	78		22
8	種類	125	78		22
9	時間	294	80		20
10	待ち時間	270	81		19
11	レベル	132	81		19
12	注文	413	82		18
13	店舗	151	82		18
14	店員	285	83		17
15	タッチパネル	195	83		17

口コミ要約
箸で持つと、シャリが崩れる。

【回転寿司 根室はなまる】満足度(QSCA)とポジティブ / ネガティブワード

QSCAは概ね平均的となりました。「リーズナブル」「鮮度」などでポジティブ率が高くなっていました。新鮮で品質が高く、価格も割安に感じられる点が評価されていました。「ホタテ」は名物メニューとしても人気なようです。一方、「オーダー」形式を紙からタッチパネルにすると、「注文」から提供までの時間の短縮になるかもしれません。

回転寿司 根室はなまる



品質	86
接客	70
清潔感	70
雰囲気	90

ポジティブ率の高いキーワードTOP15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初*
1	最高	208	100		0
2	リーズナブル	106	100		0
3	満足	236	97		5
4	コス	101	97		3
5	新鮮	502	95		5
6	おすすめ	157	91		9
7	ホタテ	185	90		7
8	活気	120	90		10
9	北海道	325	89		11
10	オススメ	113	89		11
11	鮮度	112	89		11
12	東京	160	87		13
13	函館	124	87		13
14	行列	166	86		14
15	ネタ	1,075	85		15

口コミ要約
どれを食べてもはずれがなく、**リーズナブル**に感じられた。

口コミ要約
ホタテの二階建ては最高。はなまるに来たら絶対食べてみて欲しい。

口コミ要約
ネタの種類が多く、**鮮度**が段違い。

ネガティブ率の高いキーワードWORST15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初*
1	残念	216	19		81
2	期待	123	33		67
3	オーダー	107	34		66
4	注文	393	54		46
5	カウンタ	122	55		45
6	シャリ	179	56		44
7	感じ	170	57		43
8	普通	124	57		43
9	時間	282	64		36
10	対応	115	66		34
11	握り	128	68		32
12	店員	288	69		31
13	店舗	174	70		30
14	スタッフ	139	70		30
15	予約	120	72		28

口コミ要約
紙での**オーダー**がちょっと不便。
注文から提供までが、やや時間かかる印象。

【回し寿司活】満足度(QSCA)とポジティブ / ネガティブワード

「手頃」「豊富」などでポジティブ率が高くなっていました。ネタの大きさ、種類の豊富さ、鮮度の割に、価格が安い点が高評価であることがわかりました。一方、「以前」「対応」「残念」のネガティブ率が高くなりました。“商品”に関してはポジティブな口コミが多いため、このあたりが改善されれば、満足度が高くなりそうです。

回し寿司活



ポジティブ率の高いキーワードTOP15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初*
1	最高	77	100		0
2	手頃	48	100		0
3	リーズナブル	76	99		1
4	豊富	50	96		4
5	コス	113	93		7
6	新鮮	159	91		9
7	満足	96	89		11
8	おすすめ	64	88		12
9	好き	58	87		13
10	価格	109	86		14
11	待ち時間	52	85		15
12	メニュー	76	84		16
13	人気	110	80		20
14	回転	386	79		21
15	行列	168	79		21

口コミ要約
手頃な価格で、新鮮で美味しい寿司が食べれる。

口コミ要約
ネタが大きく、種類も豊富！

ネガティブ率の高いキーワードWORST15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初*
1	以前	63	10		90
2	残念	101	12		88
3	対応	56	22		78
4	案内	49	31		69
5	接客	71	34		66
6	店員	109	40		60
7	提供	63	40		60
8	普通	61	40		60
9	注文	249	47		53
10	カウンタ	110	47		53
11	スタッフ	71	47		53
12	職人	52	49		51
13	シャリ	100	53		47
14	コロナ	75	53		47
15	食事	54	54		46

口コミ要約
店員の対応の質が、以前より落ちていて、ちょっと残念だった。

品質	60
接客	42
清潔感	35
雰囲気	86

※言及数TOP50のキーワードの中でポジ率 / ネガ率TOP15を表示

高級回転寿司と通常回転寿司の全体平均を比較してみました。高級回転寿司業界は、“品質”、“接客”、“清潔感”、“雰囲気”全ての項目で、通常回転寿司と比べて、高い結果となりました。業界全体として、高い顧客満足度を提供できていることがうかがえます。

高級回転寿司 全体平均



品質	87
接客	71
清潔感	72
雰囲気	91

回転寿司 全体平均



品質	68
接客	58
清潔感	61
雰囲気	77

※22年の[大手回転寿司チェーンのレポート](#)より引用

「キーワード」を競合店舗と比較 (ロコミコムを利用したキーワード分析)

口コミコムを利用すると、自店舗や競合店舗に寄せられた口コミを「キーワード」で横断的に分析できます。口コミから自店舗の強み / 弱みを知ることで、競合との差別化ポイントや店舗運営の改善点のヒントが見えてきます。

【戦略キーワード】

業態に応じて設定する、お店の差別化要素になりうるキーワードを縦方向に整理しています。

口コミコムを利用した口コミ分析例

キーワードでエリア別に比較を実施。今回は大都市圏にエリアを絞って分析を行いました。エリア別に関する口コミを分析すると、「限定」「新作」については関西で特に高評価ということがわかりました。一方で「コーヒー」ではエリア間でほとんど差はなく高評価でした。

キーワード	全国				首都圏28店舗 (東京・神奈川・埼玉・千葉)				東海 28店舗 (愛知・岐阜・三重・静岡)				関西 42店舗 (大阪・京都・滋賀・奈良・和歌山・兵庫)			
	使用回数	割合	評価	初	使用回数	割合	評価	初	使用回数	割合	評価	初	使用回数	割合	評価	初
食事																
コーヒー	2,661	90	10	291	88	12	179	86	14	490	90	10				
フラペチーノ	1,528	88	12	119	90	10	141	85	15	235	88	12				
ラテ	528	89	11	68	90	10	39	81	19	99	91	9				
限定	684	90	10	58	87	13	70	79	21	100	93	7				
新作	26	96	4	31	79	21	30	96	4	35	86	14				
スターバックス	18	75	25	29	72	28	35	86	14							
限定	6	100	0	4	67	33	10	100	0							
新作	20	81	19	39	71	29	102	91	9							
限定	32	48	59	41	52	49	51	49	59	41						

【対象ブランド】

調査対象のブランドを横並びで比較しています。

ネガティブ

ポジティブ

【使用回数】

ブランディングキーワードが指定期間の中で、口コミとして何回投稿されたかを表しています。

【ポジティブ / ネガティブ】

ブランディングキーワードが、ポジティブ/ネガティブどちらの文脈で利用されたか？を横棒グラフで表示しています。

2 スターバックスの名物でもある「限定」「新作」は関西で特に高評価。

3 「フード」に関する口コミは全国と比べて、首都圏・東海ではネガティブが多い。

【コメント】

ブランド間で比較して、差異が認められた部分や、逆に共通している部分に対して、口コミ分析の専門家がコメントを入れています。

断転載・二次利用を固く禁止します。

”商品・価格”に関するキーワードを分析すると

「寿司」「ネタ」「新鮮」は全ブランドで高い評価を受けています。新鮮で、豊富な種類があり、品質の高いお寿司が好評であることがわかります。また、業界全体として「価格」に見合う十分な価値提供ができていますが、量と温度が適切な職人ならではの技が光る「シャリ」で、金沢まいもん寿司が競争優位性を持っていることがうかがえます。

※キーワード集計期間:2022年3月～2023年2月

ジャンル	キーワード	にぎり長次郎 n = 8,107					金沢まいもん寿司 n = 4,637					回転寿司トリトン n = 8,170					回転寿司 根室はなまる n = 5,572					回し寿司活 n = 3,101				
		使用回数	言及率	ポジ	評価	初*	使用回数	言及率	ポジ	評価	初*	使用回数	言及率	ポジ	評価	初*	使用回数	言及率	ポジ	評価	初*	使用回数	言及率	ポジ	評価	初*
商品	1 寿司	2,090	25.8%	86		14	1,342	28.9%	90		10	1,908	23.4%	90		10	1,380	24.8%	81		19	734	23.7%	76		24
	回転	1,019	12.6%	87		13	652	14.1%	90		10	1,205	14.7%	90		10	790	14.2%	82		18	386	12.4%	79		21
	ネタ	955	11.8%	87		13	765	16.5%	88		12	1,675	20.5%	89		11	1,078	19.3%	85		15	446	14.4%	74		26
	2 新鮮	494	6.1%	98		2	338	7.3%	98		2	704	8.6%	99		1	503	9.0%	95		5	159	5.1%	91		9
	シャリ	194	2.4%	70		30	127	2.7%	83		17	295	3.6%	73		27	182	3.3%	55		45	103	3.3%	51		49
価格	3 値段	773	9.5%	81		19	504	10.9%	84		16	438	5.4%	87		13	338	6.1%	85		15	197	6.4%	74		26
	価格	215	2.7%	87		13	152	3.3%	84		16	177	2.2%	94		6	140	2.5%	84		16	109	3.5%	86		14

1 「寿司」「ネタ」「新鮮」については全ブランドでポジティブ率が高い。

ロコミ要約

高級回転寿司のチェーン。本当に美味しい。(にぎり長次郎)

鮮度が非常に高く、ネタが豊富で、ハズレがない。(金沢まいもん寿司)

ロコミ要約

新鮮でうまい北海道産の寿司が堪能でき最高。(回転寿司トリトン)

2 「シャリ」は、金沢まいもんのポジティブ率が高い。

ロコミ要約

ネタもシャリもレベルが高い。量と温度もちょうど良い。職人さんが握るとこんなにも違うのかと驚き。(金沢まいもん寿司)

3 「価格」は、全ブランドのポジティブ率が高い。

ロコミ要約

寿司ネタ、味、価格のバランスがよい。満足度が非常に高い。(回し寿司活)

”接客”に関するキーワードを分析すると

「接客」「対応」「カウンター」「スタッフ」などのキーワードで、2ブランドのポジティブ率が高くなりました。寿司を握ってくれる職人さん、スタッフの方々の対応が丁寧で、キャッシュレスにも対応していることが高く評価されていました。

※キーワード集計期間:2022年3月 ~ 2023年2月

		にぎり長次郎 n = 8,107					金沢まいもん寿司 n = 4,637					回転寿司トリトン n = 8,170					回転寿司 根室はなまる n = 5,572					回し寿司活 n = 3,101				
ジャンル	キーワード	使用回数	言及率	ポジ	評価	枚	使用回数	言及率	ポジ	評価	枚	使用回数	言及率	ポジ	評価	枚	使用回数	言及率	ポジ	評価	枚	使用回数	言及率	ポジ	評価	枚
接客	注文	531	6.5%	67		33	313	6.8%	75		25	415	5.1%	82		18	400	7.2%	54		46	250	8.1%	47		53
	店員	10	3.8%	65		35	163	3.5%	77		23	285	3.5%	83		17	288	5.2%	69		31	109	3.5%	40		60
	接客	200	2.5%	76		24	156	3.4%	82		18	259	3.2%	89		11	160	2.9%	77		23	71	2.3%	34		66
	カウンタ	184	2.3%	67		33	145	3.1%	77		23	121	1.5%	75		25	122	2.2%	55		45	110	3.5%	47		53
	対応	155	1.9%	73		27	88	1.9%	81		19	168	2.1%	88		12	115	2.1%	66		34	56	1.8%	22		78
	スタッフ	140	1.7%	69		31	85	1.8%	85		15	136	1.7%	85		15	139	2.5%	70		30	71	2.3%	47		53

1 「接客」というキーワードで、金沢まいもん寿司と回転寿司トリトンでポジティブ率が高い結果となった。

ロコミ要約
接客も非常によく、会社としての意識の高さを感じる。(金沢まいもん寿司)

ロコミ要約
スタッフさんの対応が丁寧で、店内も綺麗。キャッシュレスにも対応しているため助かる。(回転寿司トリトン)

ロコミ要約
寿司カウンターの職人さんが、ご挨拶をしてくださったり、丁寧にお寿司と渡してくださるのがよかった。(金沢まいもん寿司)

”顧客体験”に関するキーワードを分析すると

「店内」で金沢まいもん寿司のポジティブ率が高くなりました。高級感を演出する朱塗りの内装、綺麗で広々とした空間が高く評価されており、高級回転寿司としてのブランディングが成功していることがうかがえます。また、「予約」システムに対応しており、店頭での待ち時間のストレスが少なくスムーズに入店できる点も、顧客満足度を高めていることがわかります。

※キーワード集計期間:2022年3月 ~ 2023年2月

にぎり長次郎 n = 8,107	金沢まいもん寿司 n = 4,637	回転寿司トリトン n = 8,170	回転寿司 根室はなまる n = 5,572	回し寿司活 n = 3,101
---------------------	-----------------------	-----------------------	--------------------------	--------------------

ジャンル	キーワード	使用回数	言及率	ポジ	評価	初*	使用回数	言及率	ポジ	評価	初*	使用回数	言及率	ポジ	評価	初*	使用回数	言及率	ポジ	評価	初*	使用回数	言及率	ポジ	評価	初*
顧客体験	満足	32	3.6%	97		3	247	5.3%	98		2	372	4.6%	99		1	236	4.2%	97		3	96	3.1%	89		11
	店内	276	3.4%	83		17	128	2.8%	94		6	183	2.2%	84		16	131	2.4%	77		23	95	3.1%	58		42
	感じ	221	2.7%	75		25	263	5.7%	71		29	307	3.8%	74		26	303	5.4%	61		39	150	4.8%	45		55
	時間	36	2.3%	64		36	241	5.2%	81		19	811	9.9%	79		21	662	11.9%	71		29	232	7.5%	68		32
	予約	112	1.4%	71		29	97	2.1%	84		16	155	1.9%	86		14	120	2.2%	72		28	50	1.6%	70		30

1 「店内」は金沢まいもん寿司のポジティブ率が高く、ブランド間で差が出た。

ロコミ要約

朱塗りの**店内**は、高級感漂う装いになっている。綺麗で広く、ゆっくり食事ができる。(金沢まいもん寿司)

2 「予約」に関するワードは、2ブランドでポジティブ率が高くなった。

ロコミ要約

EPARKの入店**予約**システムに対応しており、店頭での待ち時間が少なく助かる。(金沢まいもん寿司)

調査レポートのご相談、 承ります。

過去に作成したレポートのご案内、
業界レポート作成のご相談等は
以下のメールアドレスまで
お問い合わせください。

ご相談事例

- チェーン店向けロコミ調査
- 業界ロコミ傾向調査
- 業界紙面向け調査

ご相談はこちらから



kcom_report_request@mov.am



昨今のMEO市場について

Googleマップの表示回数は、完璧なWebサイトのおよそ3倍

弊社が支援する企業の公式Webサイトの表示回数は年間3億回です。一方、Googleマップ上での年間表示回数は9億回です。現代では、独自のWebサイトを充実させるSEOよりも、Googleマップ上の表示を充実させるMEOの方が、多くのユーザーに情報を届けることができます。

SEO < MEO



Googleマップは「テキスト検索」から「意味検索」に進化

さらに、直近の大きなアップデートによりGoogleは「テキスト検索」から「意味検索」に進化しました。これはGoogleの検索対象が、事業者が用意したコンテンツだけでなくユーザー・ジェネレート・コンテンツ(UGC)までを検索対象に含めるようになったためです。



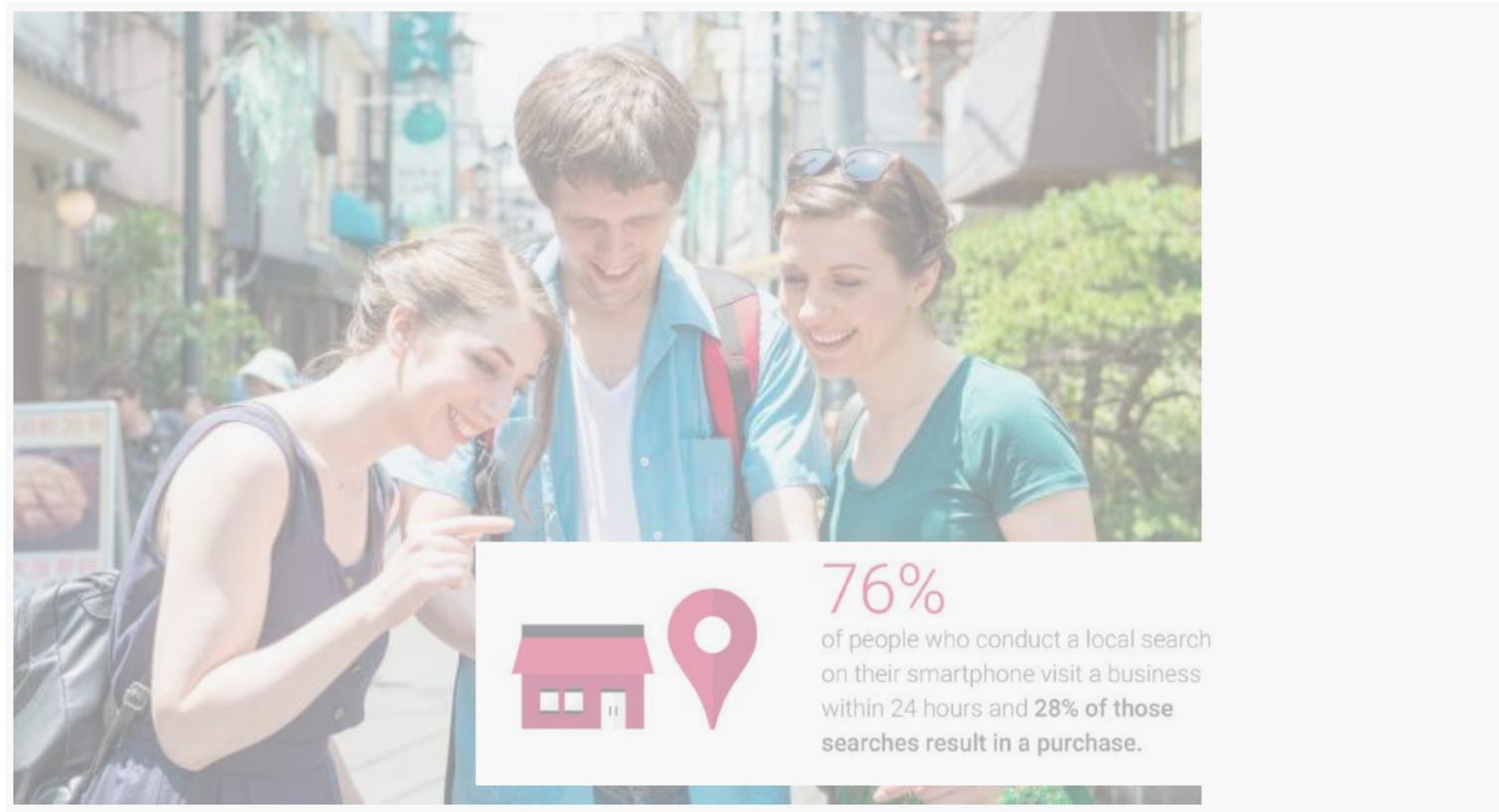
- "ゆっくりママ友と子連れでおしゃべりしたいときに行きたいお店です。"
- "幼児を遊ばせるサークルがあり、子ども連れで安心して食事ができます"
- "女性同士でも年配の家族連れでも1人でも安心して行けます。"

Googleの存在意義のひとつが、「ユーザーに有益な情報を返す」こと。このユーザー体験(口コミ)の充実は今後の検索行動に影響していくと考えるべき

より良質なユーザー体験の口コミこそが、ビジネスを差別化する

Googleマップからの来店率は76%

これは、Googleが大規模調査を行った上で公式に発表している数字です。場所を検索し反応（ルート検索・電話・Webサイトアクセス）した人の76%が24時間以内に来訪しています。
また、弊社の調査でもGoogleマップで反応した回数と実店舗の来店者数は明確に相関しています。



76%

Googleビジネスプロフィールでいずれかの反応（ルート・電話・webアクセス）をした人の76%が24時間以内に来店するという統計データがあります。

※来店からの購入率は28%とされています

参照:Google調査“Think with Google”

Googleマップで表示され、反応してもらうことが来店への第一歩

Googleはマップ上の優先項目に「クチコミ」を明言しています

Googleマップが重要視する検索優先順位は「関連性」「位置情報」「視認性の高さ」と定義されています。その中でも減点評価ではなく、加点評価で表示順位に作用できる「視認性の高さ」を構成する重要な要素がユーザーからの「評価（点数）」であり「クチコミ」です。

Google ビジネス プロフィール ヘルプ

ローカル検索結果のランキングが決定される仕組み

ローカル検索結果では、主に関連性、距離、知名度などの要素を組み合わせる最適な検索結果が表示されます。たとえば、遠い場所にあるビジネスでも、Google のアルゴリズムに基づいて、近くのビジネスより検索内容に合致していると判断された場合は、上位に表示される場合があります。

関連性

関連性とは、検索語句とローカル ビジネス プロフィールが合致する度合いを指します。充実したビジネス情報を掲載すると、ビジネスについてのよりの確な情報が提供されるため、プロフィールと検索語句との関連性を高めることができます。

距離

距離とは、検索語句で指定された場所から検索結果のビジネス所在地までの距離を指します。検索語句で場所が指定されていない場合は、検索しているユーザーの現在地情報に基づいて距離が計算されます。

視認性の高さ

視認性の高さとは、ビジネスがどれだけ広く知られているかを指します。ビジネスによっては、オフラインでの知名度の方が高いことがあります。ローカル検索結果のランキングにはこうした情報が加味されます。たとえば、有名な博物館、ランドマークとなるホテル、有名なブランド名を持つお店などは、ローカル検索結果で上位に表示されやすくなります。

ビジネスについてのウェブ上の情報（リンク、記事、店舗一覧など）も視認性の高さに影響します。Google でのクチコミ数とスコアも、ローカル検索結果のランキングに影響します。クチコミ数が多く評価の高いビジネスは、ランキングが高くなります。ウェブ検索結果での掲載順位も考慮に入れられるため、検索エンジン最適化（SEO）の手法も適用できます。

ヒント: Google では、ランキングを上げるためのリクエストや金銭の受け取りには一切応じておりません。検索アルゴリズムの詳細は、すべてのユーザーにとって可能な限り公平なランキングシステムを構築するために機密情報となっています。

公式のGoogleビジネスプロフィールヘルプでは
「関連性」「距離」「視認性の高さ」
が重要と定義されています。

そして、視認性の高さの中の項目として、
「口コミ数が多いこと」
「顧客からの評価が高いこと」
が表示順位に影響すると明言されています。

【公式】 Googleビジネスプロフィールヘルプ : <https://support.google.com/business/answer/7091/>

MEO対策は、この4年間で土台整備（Googleビジネスプロフィール（GBP）の情報整備など）がされてきました。この「MEO1.0」が飽和状態にある現在、単純な情報整備・発信・返信だけでは価値創出が難しいと言えます。今後は**ロコミの大量獲得**や**他サイトの連動**など、より価値の高い情報提供「**MEO2.0**」が求められます。

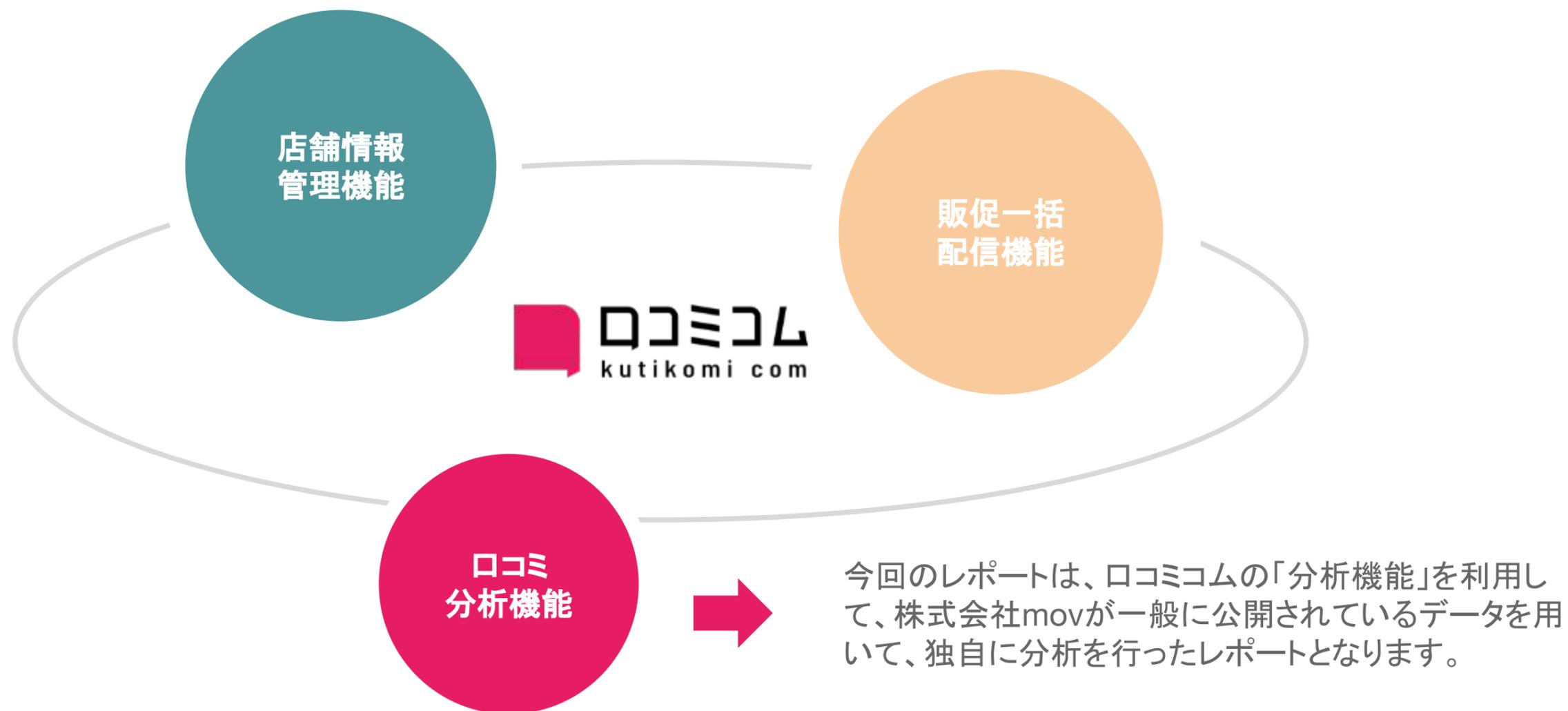
Googleマップ(GBP)でできること



現在、弊社へのお問い合わせのほとんどはMEO2.0領域のものです

ロコミコムとは

株式会社mov (東京都渋谷区)が提供する、店舗支援のALL IN ONEツールです。Googleマップをはじめとする多くのロコミサイトの情報を収集して分析するだけでなく、店舗運営に必須のデータ更新機能のほか、ロコミサイトを”もっと”売上に変える機能で好評を頂いております。

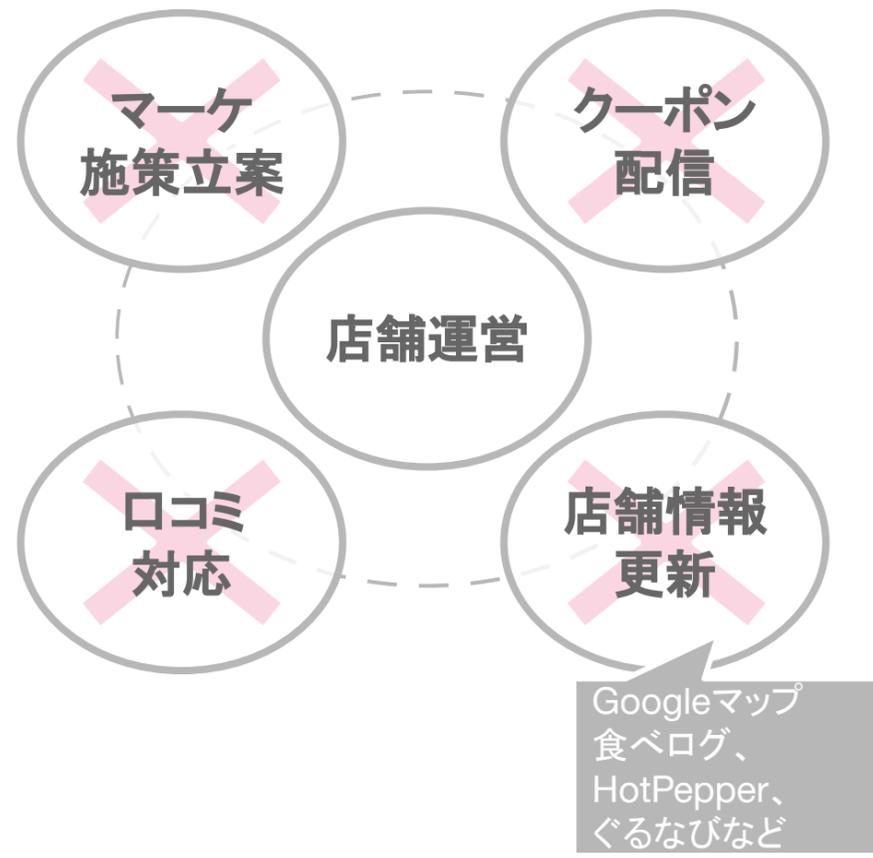


ロコミコムを利用することで

ロコミコムを利用することで、現場・本部それぞれで業務を効率化させるだけでなく、売上げアップの施策が提案可能となります。現場の業務負担を軽減するだけでなく、良い口コミを積極的に集めることで、店舗全体の売上を向上させるMEO対策ツールがロコミコムです。

これまで

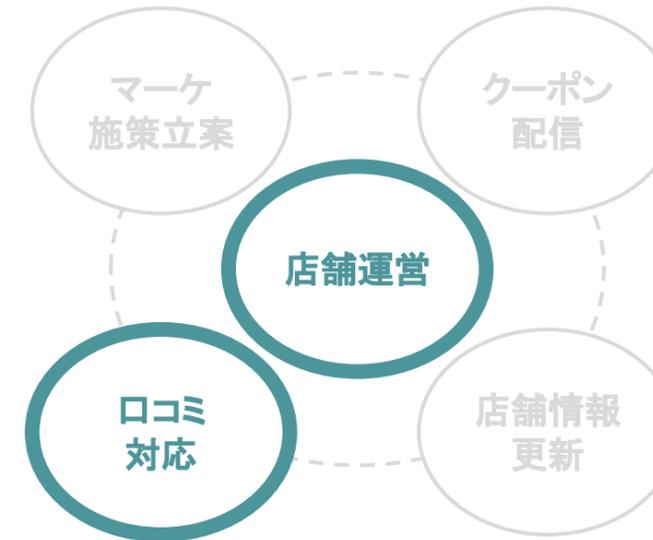
店舗運営を中心に、Webまわりの施策をツールなしに対応することで、現場も本部も疲弊してきました。



現場(エリアマネジャー)は、



を利用することで、店舗の運営と口コミによる弱点把握・改善行動に集中できるようになります。



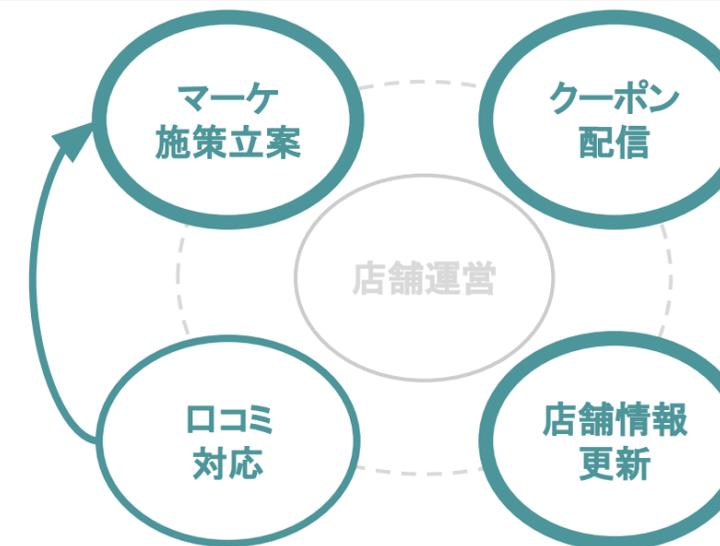
店舗運営では、行動評価が可視化されることで緊張感のある清々しい店舗運営を実現。

口コミ対応では、1件1件の評価に一喜一憂することなく、店舗としての総合的な評価をもとに、現場業務の改善を実現。

本部では、



を利用することで、口コミによる店舗評価に基づいた、解像度の高いマーケティング施策の立案や、積極的なクーポン配信、タイムリーな店舗情報の更新で機会損失を減少！



マーケティング施策立案では、消費者動向を鑑みて、トレンドを反映した施策を立てられます。

クーポン配信では、Googleマップ以外にも各種Webサイトに無償かつ一括で集客用クーポンを配信できます。(一部、開発中)

店舗情報更新では、本社のマスターデータと同期することで、情報の更新漏れが起りません。

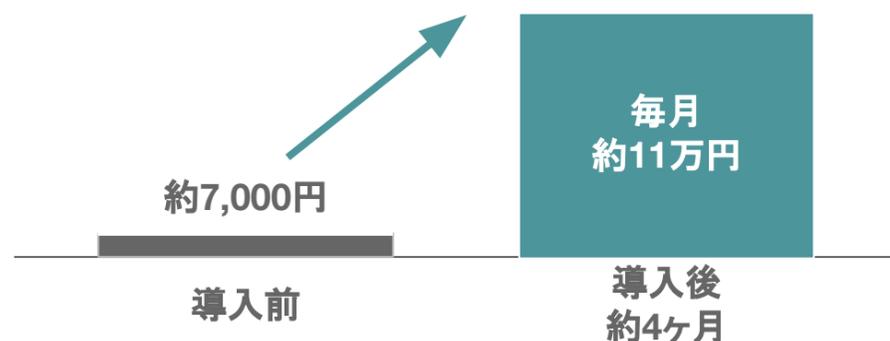
実際に、ロコミコムをご利用いただいたことで...

大手の宅配ピザチェーン店様では、ロコミコムを導入して積極的に活用頂いたことで、1店舗あたりのGoogleマップ経由での売上が月間11万円程度向上しました。それだけでなく、投稿機能を利用して集客することで、売上の底上げにも貢献しています。



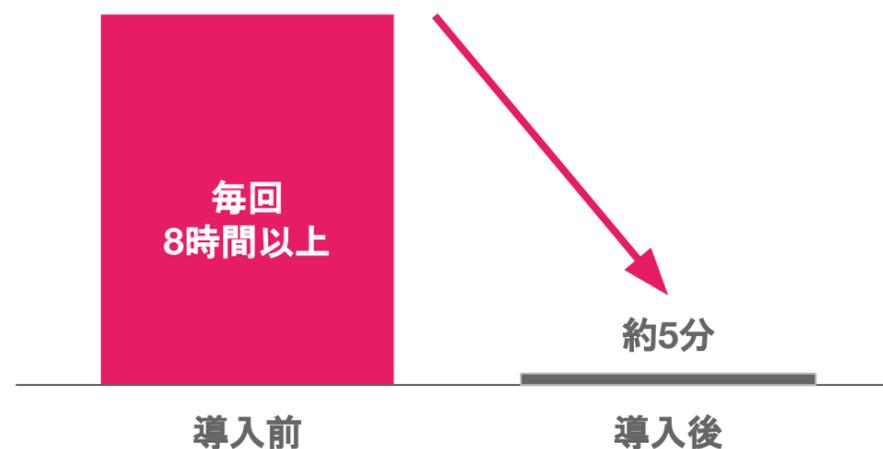
をご利用頂いたことで

1店舗あたりの Googleマップ経由の売上の変化



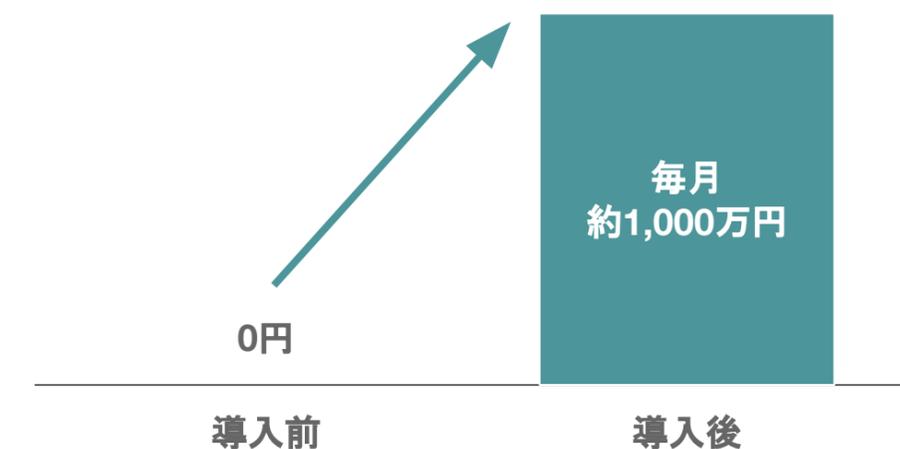
ロコミコム導入後4ヶ月で、Googleマップ経由の1店舗あたりの売上11万円増を達成しました。そして、その後もMEO対策としてロコミコムを利用して業務を継続いただいております。現在も導入後の売上増を同じ水準で維持できております。

投稿作業にかかった 全体の時間



ロコミコムを導入いただいたことで、全国約500店舗あるすべての店舗への、クーポンなどの配信作業が5分で完了するようになりました。これまでは、入稿作業が煩雑で対応してこなかったものが、ロコミコム導入を機に積極的に投稿されるようになりました。

Googleマップの投稿機能からの 新規売上



ロコミコムを導入頂いたことで、これまではリーチできていなかった新たな層に、お得情報やイベントを認知させることに成功しました。現在は、投稿からの売上も毎月1,000万円を超えており、ロコミコムを積極的にご利用いただいております。

ロコミコムを導入すると何ができるのか？

管理・監視

複数店舗のデータを一括更新

Google以外の口コミサイトの変更も一括で管理できる。店舗選定も多彩な軸を誇る。



店舗情報改ざん防止機能

Googleビジネスプロフィールの情報改ざんを防止できる。



役割(ワークフロー)設定

店舗情報の更新など社内の役割に合わせて対応権限を設定することが可能。承認フローの設定も可能です。



販促

GBP一括投稿機能

GoogleMAP投稿機能を一括ですることが可能。ワークフローの設定や予約投稿が可能。



SNS一括投稿機能

InstagramやFacebookといったSNSに口コミコムから投稿できるようになります。



口コミ増加

口コミコム納品物には口コミ増加施策が組めるQRカードと店舗ページをご用意



分析

多くの連携サイトの口コミAI分析

GoogleMAPの口コミはもちろん多くの連携サイトを合わせた口コミ分析が可能(AI分析)



競合店舗の口コミ分析

競合店舗の分析も可能。
※GBP以外の口コミサイト含む



アンケート分析

カスタマイズ可能なアンケート作成が可能。分析もクイックに。



Googleビジネスプロフィールを中心に各口コミサイトの一元管理や分析ができ、**店舗集客**に欠かせないツールとしてご利用いただいております。

口コミサイトを“もっと”売上に変える。

