

# リフォーム業界では「安心材料」としてGoogleマップが見られる？ ～調査結果から導き出すGoogleビジネスプロフィールの運用方法～



ITreview Grid Award 2021 Fall,2022 Winter,Spring,Summerの「MEOツール」部門において、認知度とユーザー満足度が優れたサービスに贈られる「Leader」を受賞！

店舗責任者が選ぶ、安心価格で利用しやすいと思えるMEOツール



多機能で導入後も使いやすいと思える MEO ツール



チェーン店責任者が導入したい今注目のMEOツール



リフォーム業界に取り巻くデジタルシフトが市場に変化をもたらしていく中、様々なマーケティング方法を駆使していく必要が出てきているかと思えます。

特に近年、**Googleビジネスプロフィールの運用が活発になる中、汎用的な対策では効果が感じられない**というリフォーム会社様がいらっしゃるのも事実です。

弊社では、Googleビジネスプロフィールの運用は、**業種業界毎に有効となる対策は異なる**と考えております。その根拠を実際に今回の調査を通して紹介していきます。

今回のダウンロード資料をご覧頂くことで、**リフォーム業界のターゲットとなる消費者がどのような考えでリフォーム会社を選んでいるのか**、そしてその調査結果から**リフォーム業界に対して効果的なGoogleビジネスプロフィール運用とは何か**、という部分の理解を深めることが可能です。

## 1. リフォーム業界が抱える課題

- ・課題①：コロナ禍から続く不景気による集客数減少
- ・課題②：課題①からくる資金面の投資体力
- ・課題③：ローカルビジネスに  
特化したWEBマーケティングノウハウ

## 2. 調査項目結果

- ・調査結果①：複数媒体を確認し検討する傾向あり
- ・調査結果②：GBPは比較検討の際に利用される
- ・調査結果③：GBP表示順位と情報収集ポイントは？

## 3. 調査結果から導き出す運用方針

- ・方針①：クチコミの獲得とリフォーム会社改善の徹底
- ・方針②：最新情報の投稿、写真、イベントの掲載を徹底

## 4. トライハッチ紹介

- ・トライハッチが提供するMEOチェキで、  
高度な分析と効率的な自社運用を。

### 【課題①】

コロナ禍から続く  
不景気による集客数の減少

### 【課題②】

課題①からくる  
資金面の投資体力

### 【課題③】

Googleビジネス  
プロフィール運用ノウハウ

### 【課題④】

課題③に限らず、最適な全  
般的なWEBマーケティング  
ノウハウ



### 調査概要

アンケート調査サービス「fastask」を活用し、  
リフォーム業者を探されている方への検討される背景や実態を調査しました

### 調査対象

国内在住の30～70代の男女6,000名

### 調査期間

2022年11月

### 調査方法

6,000名を対象にばらまき調査を行い、  
その後特定の対象に絞り込み再度アンケート調査を実施しております。

下記調査結果のまとめより、リフォームリフォーム会社のGoogleビジネスプロフィール運用は、**検索順位だけではなく、クチコミの数や質を上げることと施工事例の投稿が集客においては重要**だということが分かった。

① **リフォーム会社を選ぶユーザーは、複数媒体を確認した後に利用検討する確率が高い。**

Googleビジネスプロフィールは近年利用率が有料媒体の利用率を抜かしているため、リフォームリフォーム会社のローカルマーケティングには必須な対策媒体になっている。

② **リフォーム会社に足を運ぶユーザーはGoogleビジネスプロフィールを、比較検討の場面で使う場合が多い。**

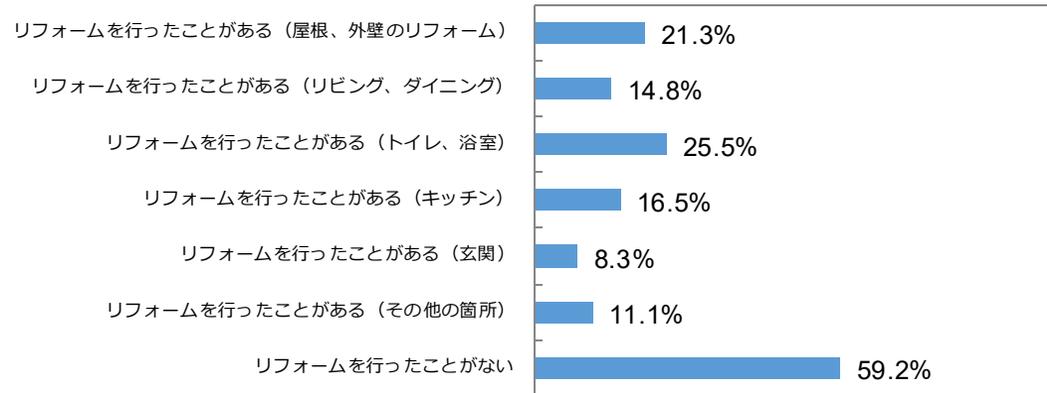
③ **Googleビジネスプロフィールの表示順位を気にする傾向が強く、決定ポイントは、クチコミ、施工事例の情報の更新。**

Googleビジネスプロフィールの表示順位を気にする傾向は高い傾向となる。

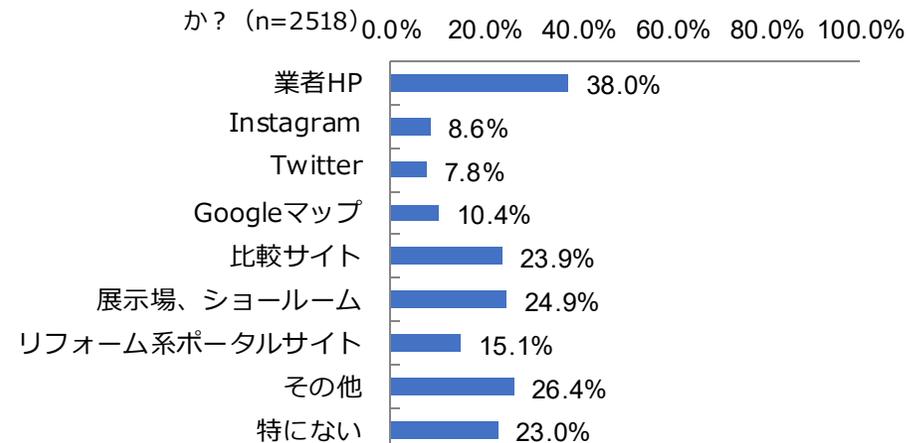
順位状況とあわせてクチコミ、施工事例を確認し、リフォーム会社を検討している。順位が低いと発見されにくくなり機会損失となる傾向もある。

Q1 今までにリフォームを行ったことはありますか？ある場合のリフォーム箇所はどこで

すか？ (n=6171) 0.0% 20.0% 40.0% 60.0% 80.0% 100.0%



Q2 リフォーム会社を選定する際に確認する情報媒体はどちらを確認されましたか？ (n=2518) 0.0% 20.0% 40.0% 60.0% 80.0% 100.0%



### 【Q1調査】※複数回答可能

調査対象6,000名の中で4割の方が、いままでに何かしらのリフォームを行われたことがあり、回答が最も多いのが「トイレ、浴室」、その次に「屋根、外壁」のリフォームという結果になりました。反対にリフォームを行われたことがない方は6割と過半数以上を占めている状態です。

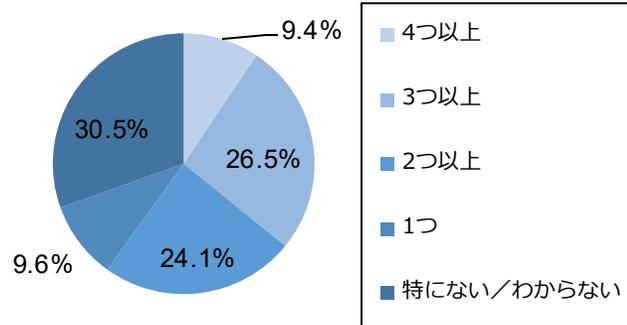
### 【Q2調査】※複数回答可能

リフォーム業者を選定する際の最も確認される情報媒体TOP3は1位「業者HP」、2位「展示場、ショールーム」、3位「比較サイト」ということがわかりました。

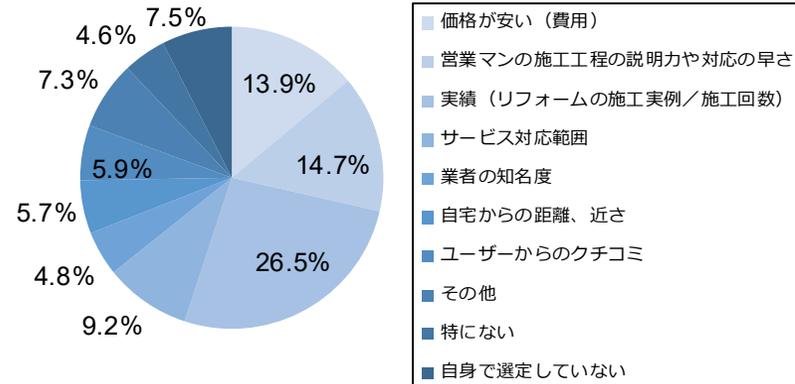
SEO対策や展示場への誘致が施策において優先順位が高く、成約数に影響があると予想ができます。

ただ複数回答の調査となるため、その他の媒体に対しても見込客が確認されるため優先度が低い場合も対策をすることを推奨します。

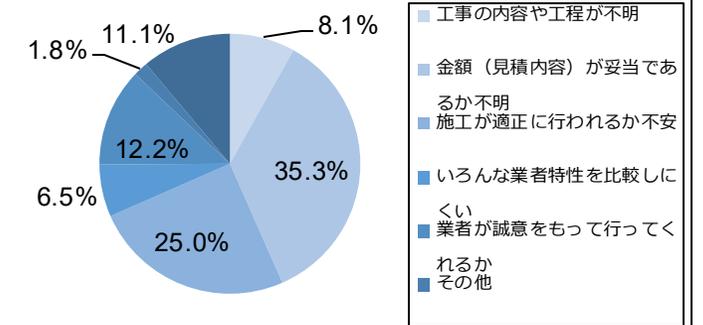
Q2 リフォーム業者選びはどれくらいの媒体や情報を確認すると安心できますか？ (n=2518)



Q4 リフォーム会社を選定する際に気にしていること（選ぶ判断基準）で最も当てはまるものは何ですか？ (n=2518)



Q5 リフォーム業者を決める際に最も不安に思ったことは何ですか？ (n=2214)



### 【Q3調査】

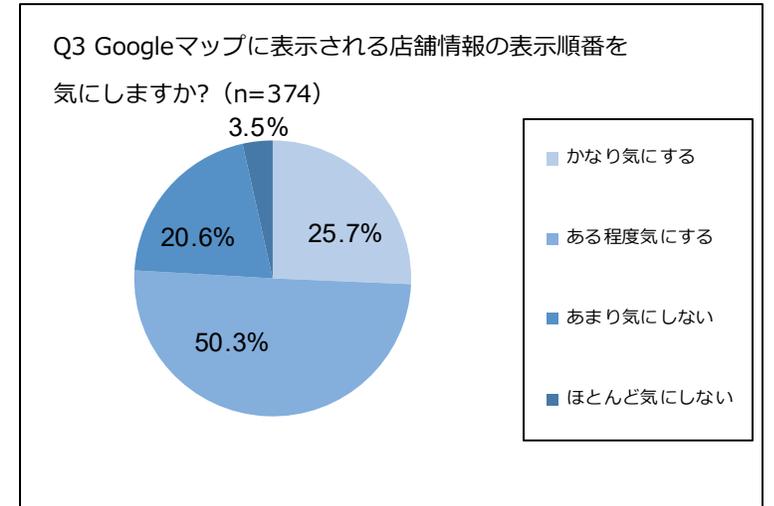
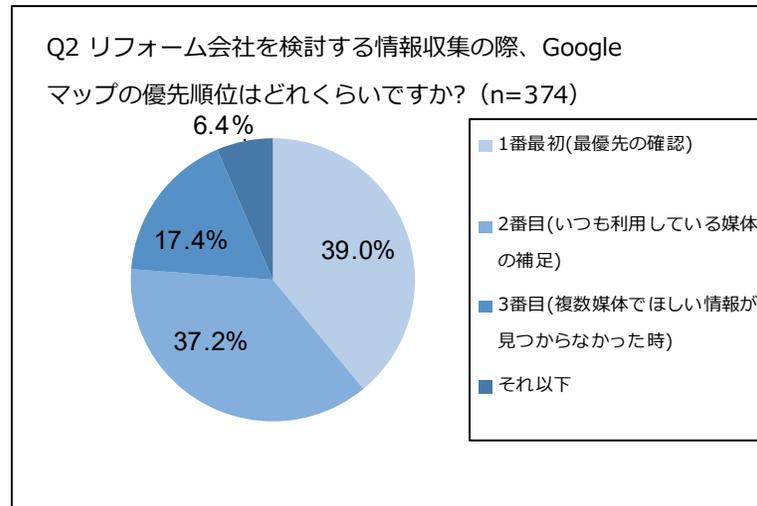
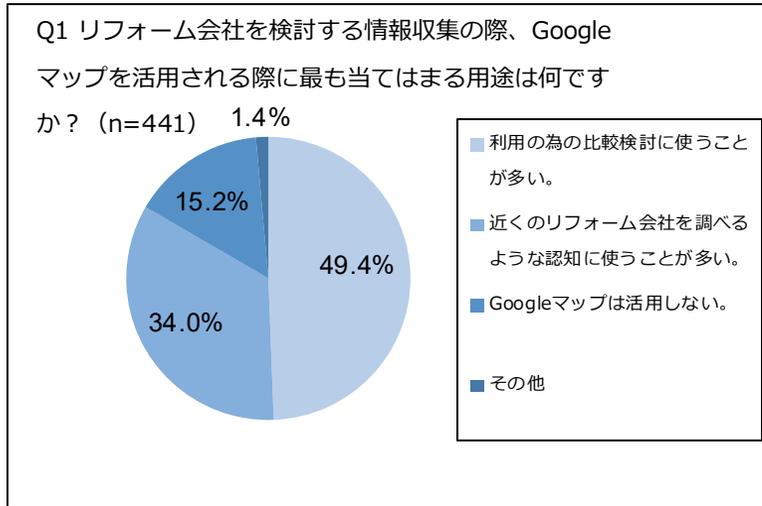
リフォーム業者を選定する際の確認される媒体の数が多かったのが「3つ以上」（特になしの回答は除いた場合）、その次に「2つ以上」という回答が多い結果となります。Q2調査から合わせて確認した場合「自社WEBサイト」、「展示場、ショールーム」は確実に整備や情報の充実化は必須と言えるでしょう。

### 【Q4調査】

見込客がリフォーム会社を検討する際の基準として「実績」が最も多く、次に「営業マンの対応や施工工程の説明」の結果となりました。見込客はより、**施工イメージがつく会社を選んでいる可能性**があり、競合他社と比べ展示場やショールームで事例を見ていることで選定から決定されるケースも多いでしょう。

### 【Q5調査】

リフォーム会社を決める際に不安視されるポイントは「金額の妥当性」であります。会社によっては見積内訳の説明にムラがあるケースもあります。信用信頼といった見込客との関係地にも影響するため十分に注意するポイントとも言えます。



## 【Q1調査】

絞り込み調査は、ばらまき調査Q2で「Googleマップ」と回答している方への調査となります。

Googleマップは、「**利用のための比較検討に使うことが多い**」という回答が**ほぼ50%を占めており**、比較検討時に競合他社と比べる際に活用されている傾向が高いことがわかりました。34%にも認知層の方もGoogleマップからリフォーム会社を確認されることもあるため、発見するためのツールとして使用されているとも言えます。

## 【Q2調査】

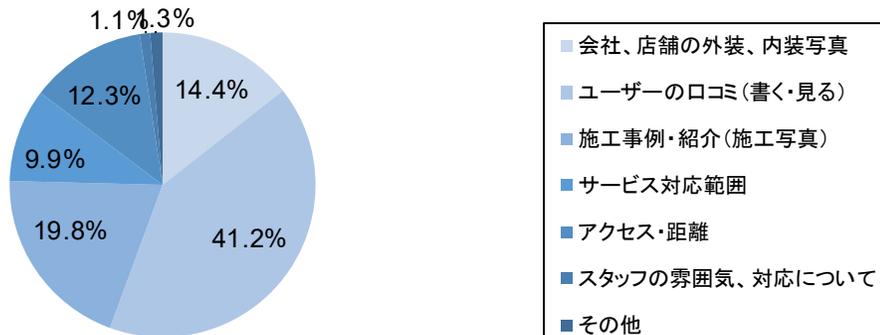
「1番最初に確認」される方が39%と最も多い点から、「**エリア名×リフォーム会社**」で検索し**リフォーム会社をリストアップしたうえで競合他社含め、WEBサイトの情報を確認している流れになるかとも予想ができます**。ですが37.2%は「ほかの媒体の次に確認されていることから比較検討時の媒体としても活用されていることもわかります。

## 【Q3調査】

「リフォームの情報が上位表示されていることは気になるか」という調査となります。「ある程度気にする」以上を回答したユーザーは、**合計で約7割と大きな割合で表示順位を気にする傾向にありました**。そのため、**上位表示していればしている程、有利な状況になることがわかりました**。

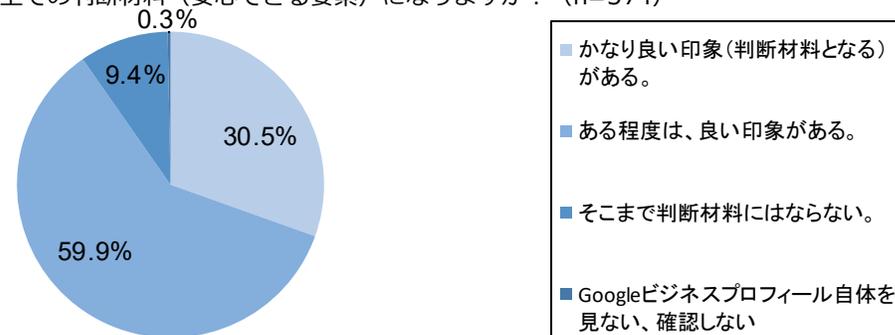
Q4 Googleマップに表示される情報で何を一番気にしますか（確認しますか）？（

n=374）



Q5 Googleマップ上に表示される情報で、実績の記載や口コミの評価や点数が高い

場合は、選定の上での判断材料（安心できる要素）になりますか？（n=374）



#### 【Q4調査】

「Googleマップ上の情報で一番気にしているか」の調査となります。最も割合が高い項目は「**ユーザーの口コミ**」で**41.2%**の結果となりました。その次に「**施工事例**」で**19.8%**の数字となり、3番目に「**会社店舗の外装、内装**」の**14.4%**の結果となりました。

#### 【Q5調査】

Q5は「Googleビジネスプロフィール情報が充実、評価が高い場合は、リフォーム会社検討の判断材料となりうるか」の調査となり、「**ある程度は良い印象がある**」が**59.9%**を占め、「**かなり良い印象がある**」が**30.5%**の結果となりました。

Q4の調査と絡めると上位に表示されているビジネスでかつ「**クチコミ**」、「**施工事例の実績**」の**最新情報**が充実したリフォーム会社を検討される傾向があります。以上の結果からGoogleビジネスプロフィールの意識をした動きとしては上記の対策箇所において重点的に対策する必要があります。

スタッフの積極的な協力が必須な対策項目：**良いクチコミの獲得・返信も重要。**

**クチコミの放置や管理ができていないと、ユーザーの検討意欲を低下させ悪影響となる。**

★★★★★ 4か月前

中古マンションの物件探し～リノベーションまでお願いしました。私たちの物件探しのペースや住まいへの思いを汲んでくれ、かつ予算に合わせたコントロールなどプロ視点のアドバイスをしてくださいました。他のリノベ業者さんとも比較したうえで、私たちにはリノママさんにご相談してよかったと思っています。



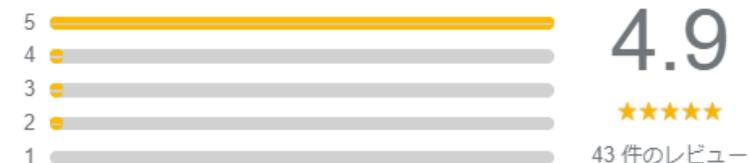
オーナーからの返信 4か月前

ありがたいお言葉誠にありがとうございます！  
私たちは皆さまそれぞれの思いに寄り添いながら、ご予算、エリアなどのご希望を最大限生かせるようにリノベーションを進めているので、このように言っていただけは大変光栄です。お住まいの素敵な写真ももうすぐ出来上がるので私たちもワクワクしています。今後ともよろしくお願いします。

### Google に寄せられたクチコミを見る



### Google でのクチコミの概要 ①



#### ▶要確認

検索順位には以下が影響します。

- ・ 口コミ点数
- ・ 口コミ数
- ・ 口コミ内に検索キーワード含有率
- ・ 返信有無

※記載頻度が高いキーワードも確認が可能となります。

如何にクチコミの獲得を増やす導線を確立し、記載のコメントへの評価にも真摯に向き合い対応できるかが勝負です。

即効性のあるものではないため、スタッフへの浸透がより必須な対策内容となります。評価が低い点はより改善が求められます。

Googleビジネスプロフィールの順位を上げるための

**「最新情報の投稿」「写真の追加」**も必須。

※見込ユーザーは**「検索順位」「写真からの施工後の雰囲気」**も重視する傾向にあるため。



Googleビジネスプロフィールの運用で**重要なポイントは3つ。**



### 基本情報の充実



### クチコミ獲得と返信の徹底



### 投稿・写真の掲載を徹底

今までお伝えしてきた調査結果から運用方針を解決するためには、リフォーム業界の課題を含めて解消していく必要があります。もちろん、その内容を自社で解決していくことを推奨していますが、より効率的に、そしてより深いノウハウの蓄積をご希望の方へは、次のページに記載に紹介させて頂いているトライハッチで解決ができますのでご相談ください。

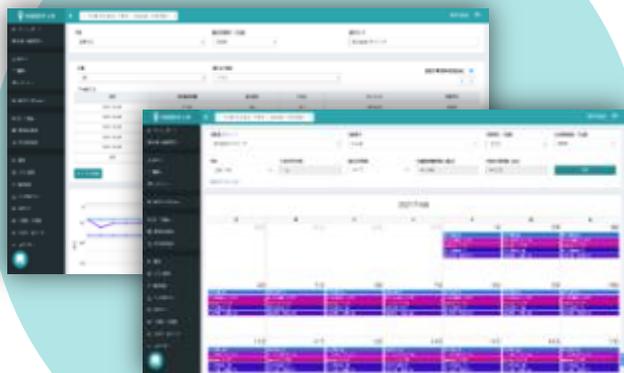
## ローカルSEO（MEO）の「分析」に特徴のあるツールです。

60,000店舗のデータを蓄積したノウハウから、現状のアクションプランを自動算出することが可能。

「順位計測、インサイト計測、一括編集・投稿、クチコミ分析・返信、改ざん防止、**競合分析機能**」等、

リフォーム会社に必要な全ての機能を搭載しております。

### 日次順位計測



### 競合比較分析



### 横断比較



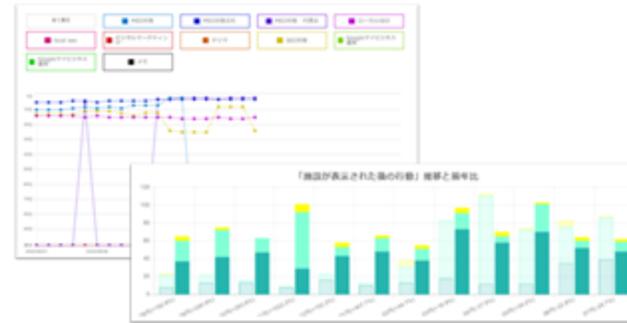
MEOチェキ（トライハッチ）が持つ運用ノウハウを MEOチェキにインポートすることで、  
 Googleビジネスプロフィール運用に必要な分析を自動化させ、**トライハッチが介入せずにMEOチェキだけで自社運用を実現！**



そろそろキャンペーン  
 の時期だな。  
 全リフォーム会社の  
 GBPに投だ！



A店 B店 C店



順位が上がって  
 ないな…



競合と比較して、  
 投稿が〇件  
 足りない！



創業時よりGoogleビジネスプロフィール運用支援、独自MEOツールの開発・提供を行ってきた実績を活かし、検索エンジンアルゴリズムの分析・Goクエリ検索の集客支援に関して

**国内有数のデータ量とナレッジを保有**しています。

# 導入店舗 60,000 店舗

東証一部上場企業様からWeb制作会社様まで、  
様々な規模・業種のお客様にMEOチェキを  
導入して頂いています。

Web制作・コンサルティング会社

多iform会社展開の企業様

個人店様

ポータルサイト会社様

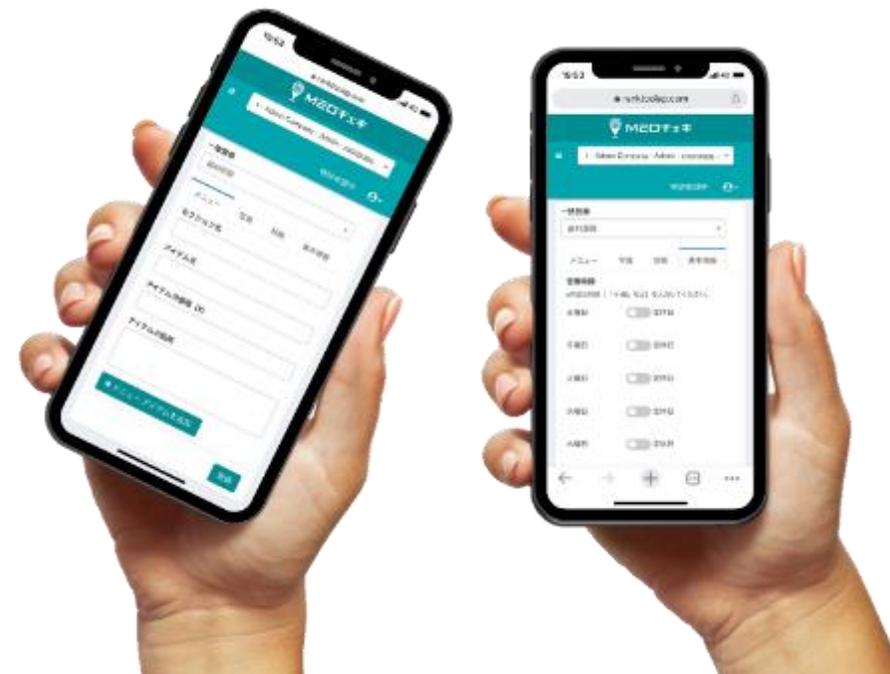


Confidential

対応フェーズに分けた低価格提供

60,000店舗に導入される確かな実績

ローカルSEO支援会社が開発した確かな分析機能



創業当初からローカルSEO（MEO）市場において、ガイドラインに準拠した運用でローカルビジネスオーナー様の集客増加に貢献してまいりました。当社自身が運用をする中で出てきた課題やお客様から寄せられるお声を参考に、ローカルSEO（MEO）運用における効率化・効果測定・ノウハウ提供が可能な 独自開発ツールです。

商号	株式会社トライハッチ	
本社	東京都新宿区新宿1-8-4 近鉄新宿御苑ビル7F	
サテライトオフィス	東京都杉並区高円寺南4-26-16 ビクトリアプラザ8F	
電話番号	03-5327-8871	
役員	代表取締役社長 (Founder)	武藤 堯行
	取締役COO	藤井 智
	監査役	青柳 雅彦
顧問先	マイスター会計事務所	
	弁護士法人 渋谷法律事務所 浴田 泰充	
	司法書士あおい事務所	
設立	2018年1月5日	
資本金	50,000,000円	
事業内容	SaaS事業 デジタルマーケティング事業 SNS運用支援事業	
関係会社	合同会社UMU	

### 主要取引先 (敬称略)

株式会社カーブスジャパン  
株式会社ココカラファインヘルスケア  
株式会社サンマルクホールディングス  
株式会社ダイヤモンドダイニング  
株式会社麺食  
株式会社ゼンショーホールディングス  
株式会社スリーエムメガネ本舗  
株式会社ビューティースリー  
株式会社イーストン  
(一部、敬称略、順不同)

### 取引先金融機関

りそな銀行 高円寺支店  
きらぼし銀行 高円寺支店  
日本政策金融公庫 新宿支店

### 経営理念

今ここにない、未来を創る

### ミッション

リフォーム会社の価値を創造する  
データソリューションカンパニー