

【2024年版】

複数店舗向け

MEO対策の教科書



TRYHATCH

目次

1. MEO対策が必要な背景
2. MEO対策とは
3. MEO対策で最初にやること
4. MEO対策で継続して行うこと
5. 複数店舗運営のポイント
6. MEO対策に役立つツール
7. 最新情報収集
8. サービスの紹介
9. おわりに



1

MEO対策が必要が背景

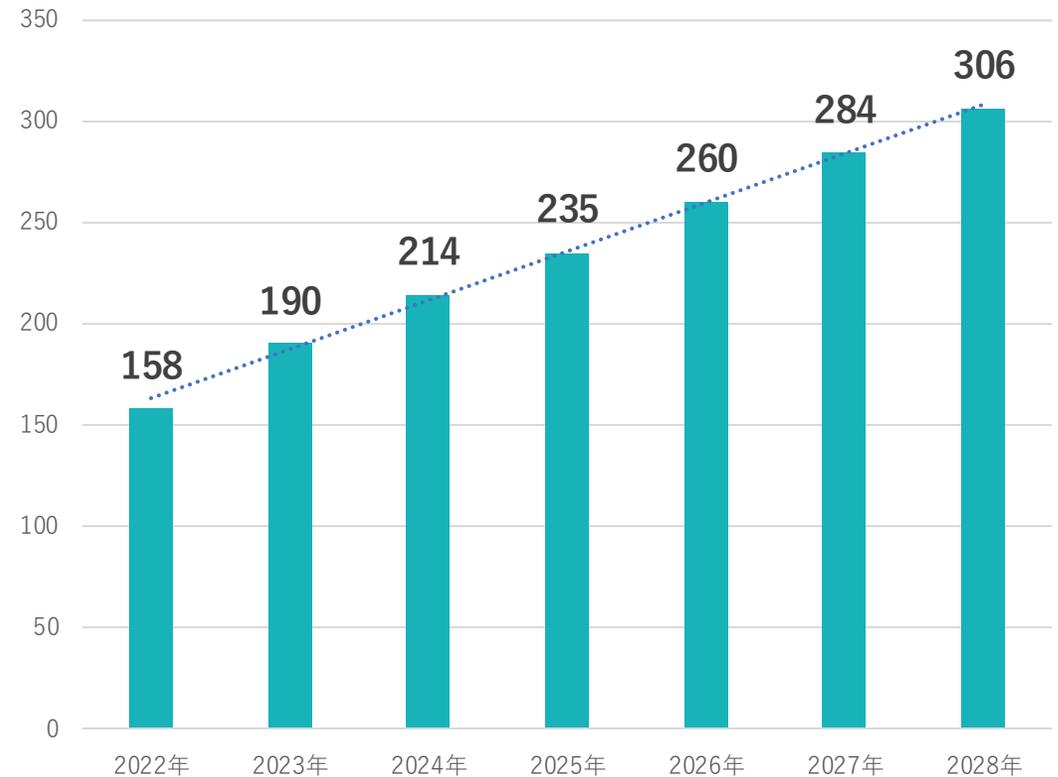


MEO対策市場は、 2028年に306億円の市場に 成長と予測

デジタルインファクトが2021年に調査したデータによると、2028年にMEO市場は306億円の市場へと成長することが予測されています。

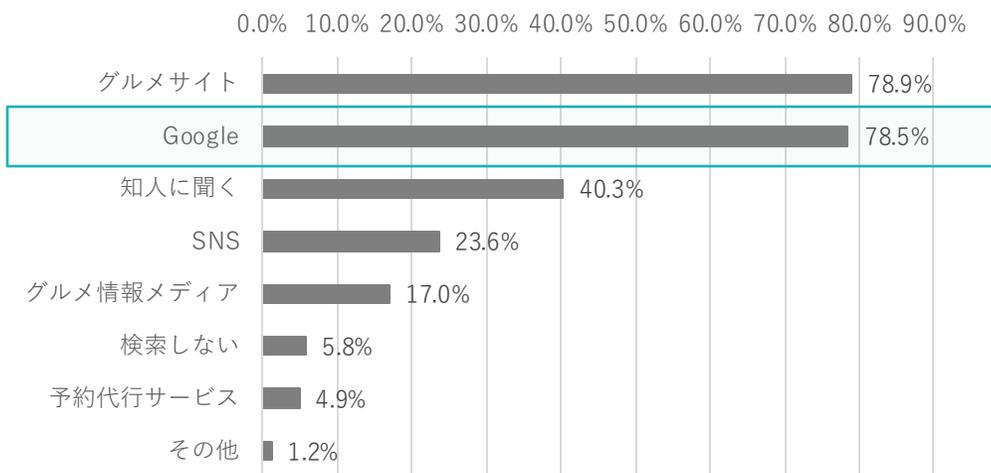
今後、Googleマップユーザーの増加やGoogleマップを活用した集客増加が必要不可欠となっていくことが想定されます。

MEO市場規模予測 2022-2028年

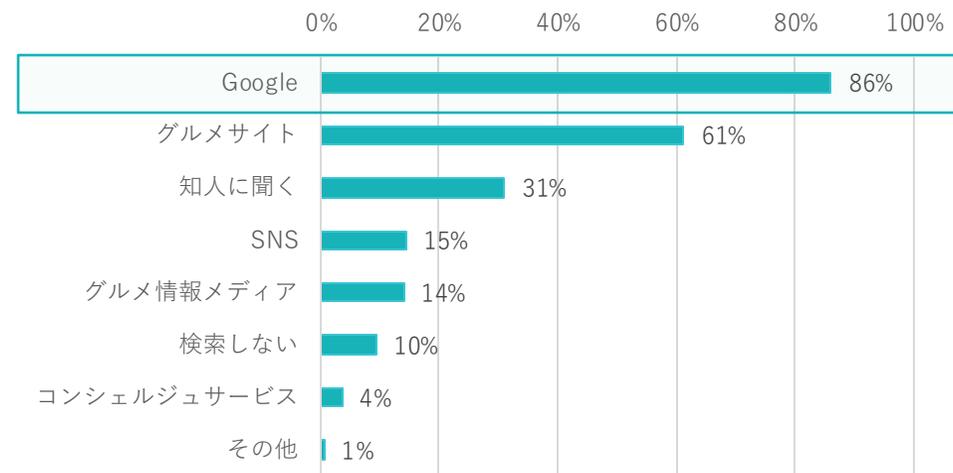


飲食店検索する際に利用する手段を訪ねた結果、 「Google」が2022年時点で「グルメサイト」を逆転しています。

飲食店を検索する際、よく利用する手段を全てお選びください (n=1,100)

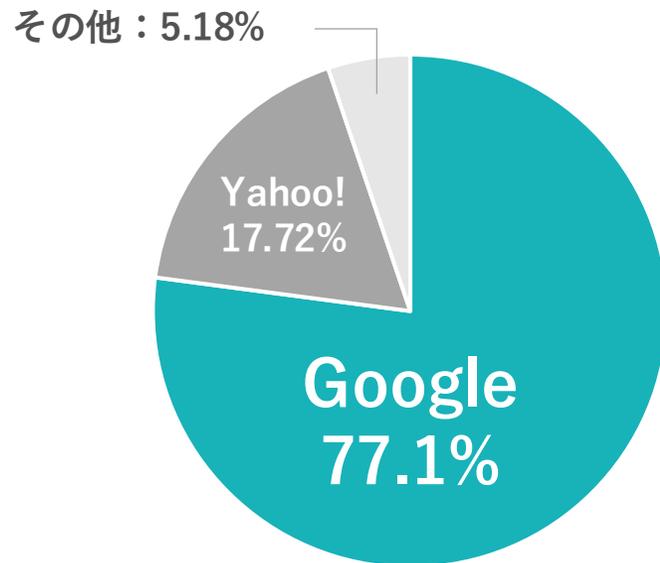


飲食店を検索する際、よく利用する手段を全てお選びください (n=1,100)

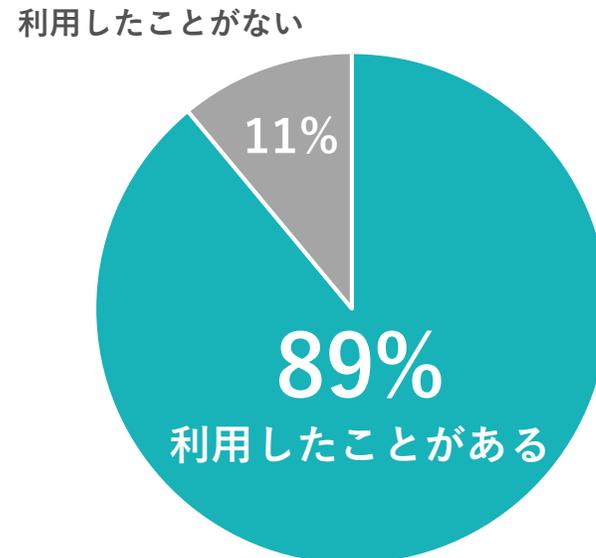


Google検索は検索エンジンでシェアNo.1

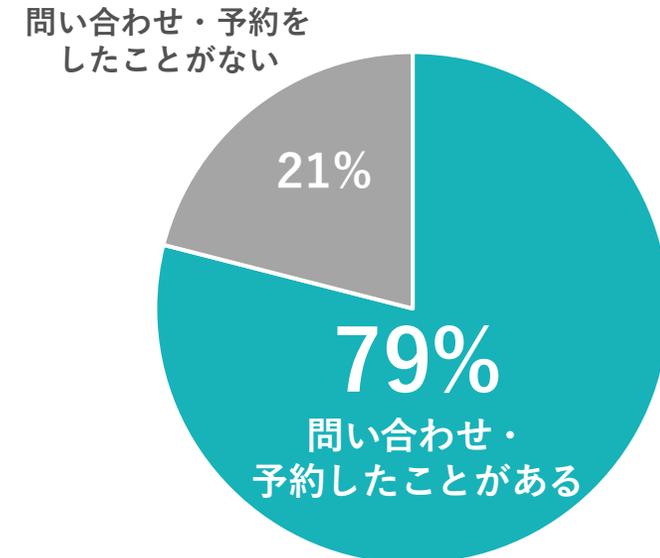
検索エンジンシェア率



Googleマップ利用率



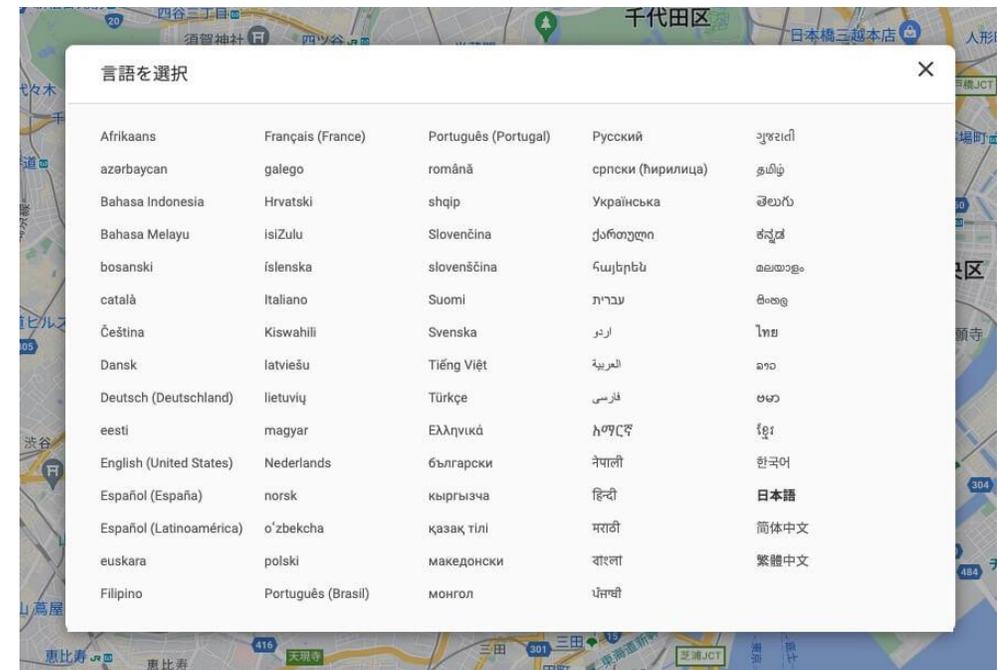
利用後の行動



旅行系アプリで最も利用されているのはGoogle Maps

Googleマップは、
旅行系アプリで最もダウンロードされています

Googleマップは多くの国で利用可能で、
インバウンド集客も可能

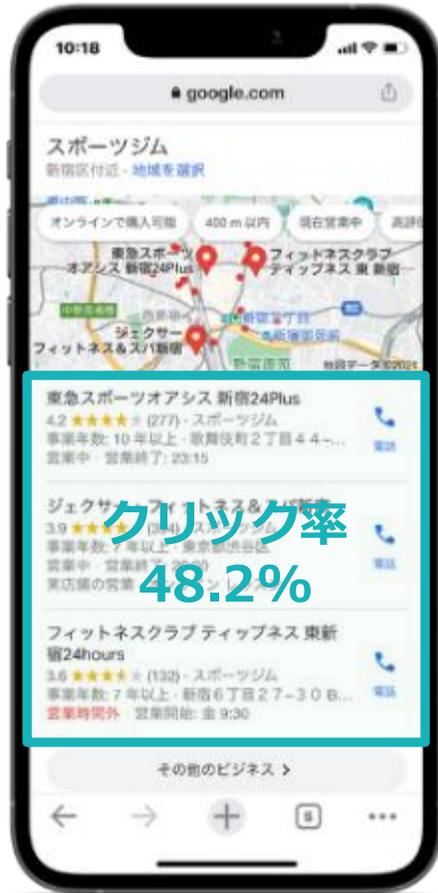


参照元：[10 Most Downloaded Travel Apps in 2021](#)

2

MEO対策とは





MEO対策を行うことのメリット

①SEOよりも上部に表示

MEOが表示されるのはSEOやリスティング広告より上部に表示されるため視認性が高く、検索ユーザーにアプローチできます。

②ユーザーは直ぐに行動できる

電話・経路案内・Webサイトへの誘導、クチコミの確認を簡単に行えるため、ユーザーは店舗比較を行った後、直ぐに行動を起こすことが可能です。

③TOPに表示されるのは3つまで

ローカルパックは3枠のため、3位以内に表示できるかが来店数に大きく影響を与えます。

- **リスティング広告**

広告のためお金を払えばすぐに掲載可能（即効性）

しかし、来店に繋がるキーワードはクリック単価が高く、お金を払い続ける必要がある

- **SEO**

施策から上位表示化まで時間がかかる。

継続的に対策していく必要があるが、上位表示後に安定した上位表示ができ、行った施策は資産として残る

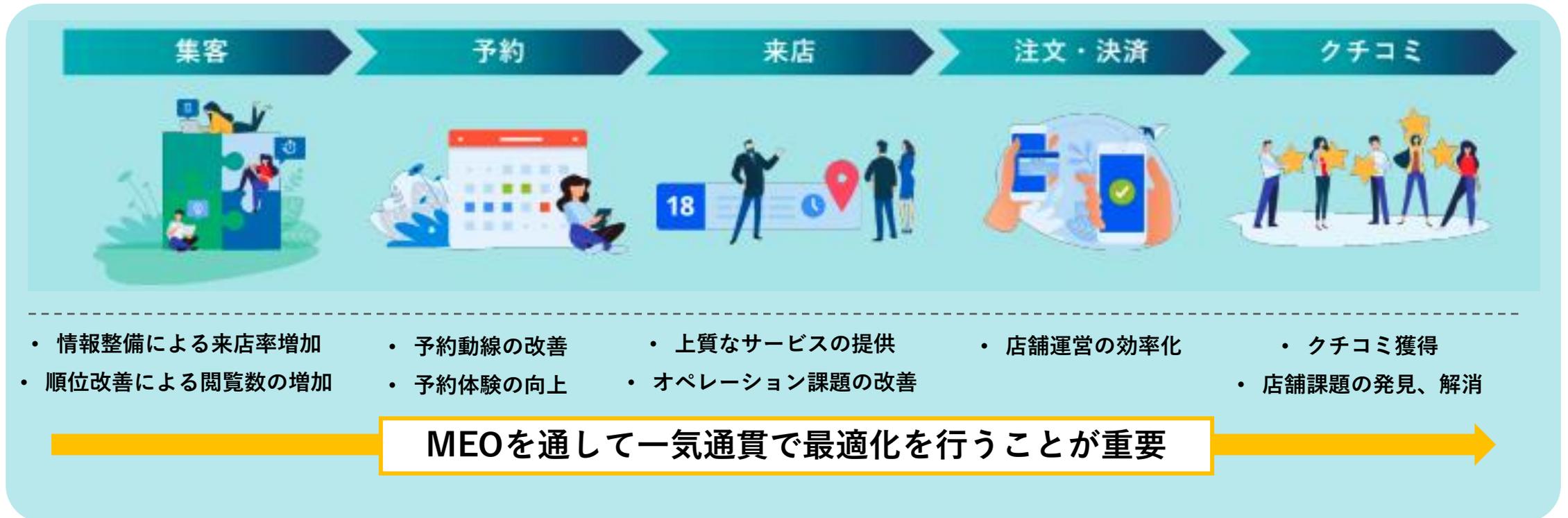
- **MEO対策**

施策から上位表示化までのスピードが早い。

費用が安く、上位表示の安定もし、行った施策は資産として残る

項目	リスティング	SEO	MEO
即効性	◎	△ (3ヶ月～)	◎ (2週間～)
投資対効果	×	○	◎ (2週間～)
蓄積効果	×	◎	○
育成効果	×	○	○

集客から来店/店舗改善の起点となる デジタルマーケティング手法



3

MEO対策で 最初にやること





MEO対策で最初にやることは以下の通りです！それぞれ解説します！

MEO対策で最初にやること

1. 対策するキーワードを決める
2. グループを作成する
3. 一括編集・計測ツールを準備する
4. GBPの運用・整備を行う

対策キーワードの選定ステップ

1. 自社が適しているキーワードを探す
2. ローカルパックが表示されるか確認をする
3. 来店行動に近いキーワードを選ぶ
4. 競合との状況を確認する

MEO対策の価値を高めるため、予約や来店につながるキーワードを選定することが重要です。

ステップ①自社が適しているキーワードを探す

自社に適したキーワードを探す際に重要なポイントは、**キーワードが検索される回数を確認する**ことです。

多くのユーザーに検索されるキーワードで対策することで、**Googleビジネスプロフィールの閲覧数が増加しやすくなります。**

[Googleのキーワードプランナー](#)や[Ubersuggest](#)などのツールを用いて調べていきましょう。

例えば、新宿に位置する和食居酒屋の店舗であれば、以下のようなキーワードが候補となるでしょう。

- 新宿 居酒屋：月間14,800回
- 新宿 和食：月間1,300回
- 新宿 ランチ：月間18,100回
- 新宿 和食 居酒屋：月間170回

検索数はキーワードによって変わるため、店舗の集客に影響するキーワードを一覧で把握しておくことも重要です。

<input type="checkbox"/> キーワード（関連性の高い順）	月間平均検索ボリューム
指定されたキーワード	
<input type="checkbox"/> 新宿 居酒屋	14,800
<input type="checkbox"/> 新宿 和食	1,300
<input type="checkbox"/> 新宿 ランチ	18,100
<input type="checkbox"/> 新宿 和食 居酒屋	170

参考：[Googleのキーワードプランナー](#)にて確認

MEO対策で最初にやること | 対策するキーワードを決める

ステップ②ローカルパックが表示されるか確認をする

まず、店舗に関心があるユーザーがGoogleで検索した際に、ローカルパックが表示されるかを確認します。

ローカルパックの表示は、ユーザーが店舗について具体的な情報を求めているとGoogleが判断している可能性が高いです。

逆に、ローカルパックが表示されなければ、ユーザーがその店舗への訪問を考えていないか、来店とは違う、検索行動をしたと考えている可能性があります。

これは、ローカルパックの表示有無が、ユーザーの店舗訪問意思に関わっていることを示している可能性が高いです。



ステップ③来店行動に近いキーワード選ぶ

来店行動に近いキーワードを選ぶことは、**MEO対策が店舗の利益に実際に寄与するかどうかを理解するために重要**です。

来店行動に近いキーワードを選ぶ際には、**客単価だけでなく客数も考慮し、最も狙うべきキーワードを選びましょう。**

例えば、「新宿 ランチ」という検索ボリュームが大きく、来店数が増えるキーワードが考えられます。

しかし、ランチタイムの平均単価はディナータイムのよりも低い傾向にあります。一方で、ディナータイムの客単価は高い傾向にあります。

ディナータイムの客数はランチタイムよりも少ないかもしれませんが、客単価が高い傾向にあるため、これらを掛け合わせてキーワードを選びましょう。

▼例：キーワード毎のボリュームと平均単価

キーワード	検索ボリューム	平均単価(1名)
新宿 居酒屋	14,800	¥4,000
新宿 和食	1,300	¥2,500
新宿 ランチ	18,100	¥1,000
新宿 和食 居酒屋	170	¥6,000

ステップ④競合との状況を確認する

Googleマップの順位は、**商圈内の相対的な評価に基づいて決定されるため、競合店舗の確認と分析が重要**です。

新宿エリアでの和食居酒屋として「新宿+居酒屋」のキーワードでの上位表示を狙う場合、焼き鳥店や洋風居酒屋など多くの競合店舗が存在するため、難易度が高くなります。

「新宿 和食」や「新宿 和食 居酒屋」などの**利用用途がより具体的なキーワードを狙うことで、Googleマップ上の競合店舗の数を絞り込むことができ、上位表示が比較的容易**になります。

また、自店舗の順位と競合店舗の順位を把握できるとより良いでしょう。

ただし、利用用途がより具体的なキーワードは検索回数も比較的少ないため、多くの来店にはつながらないケースもあります。

そのため、**平均単価と月間の検索回数の値を確認し選定**をしていくと良いでしょう。



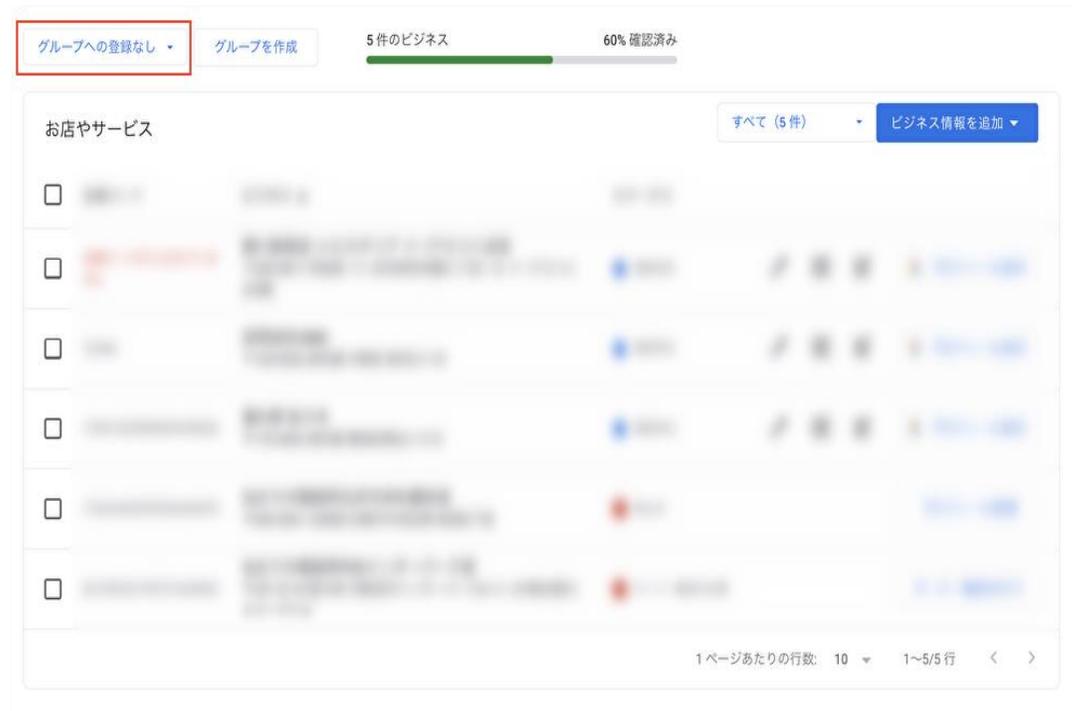
GBPのグループを作成することで、CSVの一括編集ができるように！

Googleビジネスプロフィールを活用して複数店舗を管理している場合、効率的な管理方法としてグループの作成が推奨されます。

グループを作成することで、**CSVファイルを使用した一括編集が可能**となり、店舗の**基本情報の登録、削除、変更が容易に行える**ようになります。

特に多くの店舗を運営している場合、一つ一つ手作業で編集するのは膨大な時間と労力を要する作業です。

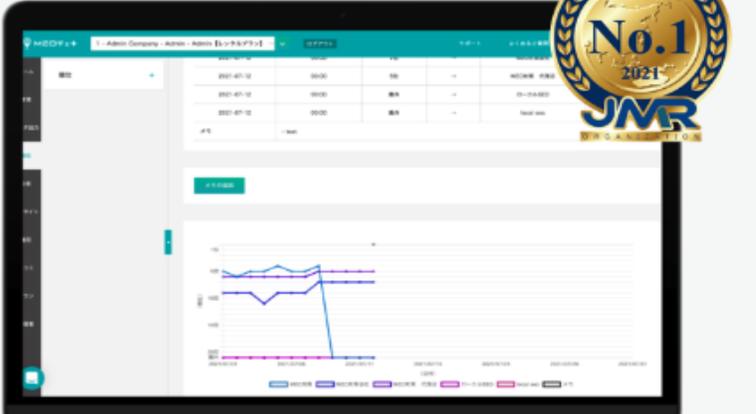
グループ機能を利用することで、このような工数を大幅に削減し、効率的な管理が可能になります。



※Google公式ヘルプ：[ビジネスグループを作る](#)

サードパーティー製ツールでしかできないこともあるので、使い分けることが重要です！

満足度 **95.8%**
国内 **58,000** 店舗に導入される
MEO対策ツールの **"決定版"**



AWARD
No.1
2021
JMR

LEADER
2021 Fall

LEADER
2021 Winter

LEADER
2021 Spring

LEADER
2021 Summer

LEADER
2022 Fall

LEADER
2022 Winter

ツールを活用で実施できる主な内容

- 全店舗の一元管理（インサイト確認・クチコミ確認）
- クチコミデータのダウンロード
- インサイトデータのダウンロード
- 画像の一括アップロード
- メニューの一括登録
- 全店舗での一括投稿
 - 予約投稿
 - 最新情報・イベント・特典
 - 店舗毎での異なる投稿（CSV利用）
 - SNSとの同時投稿

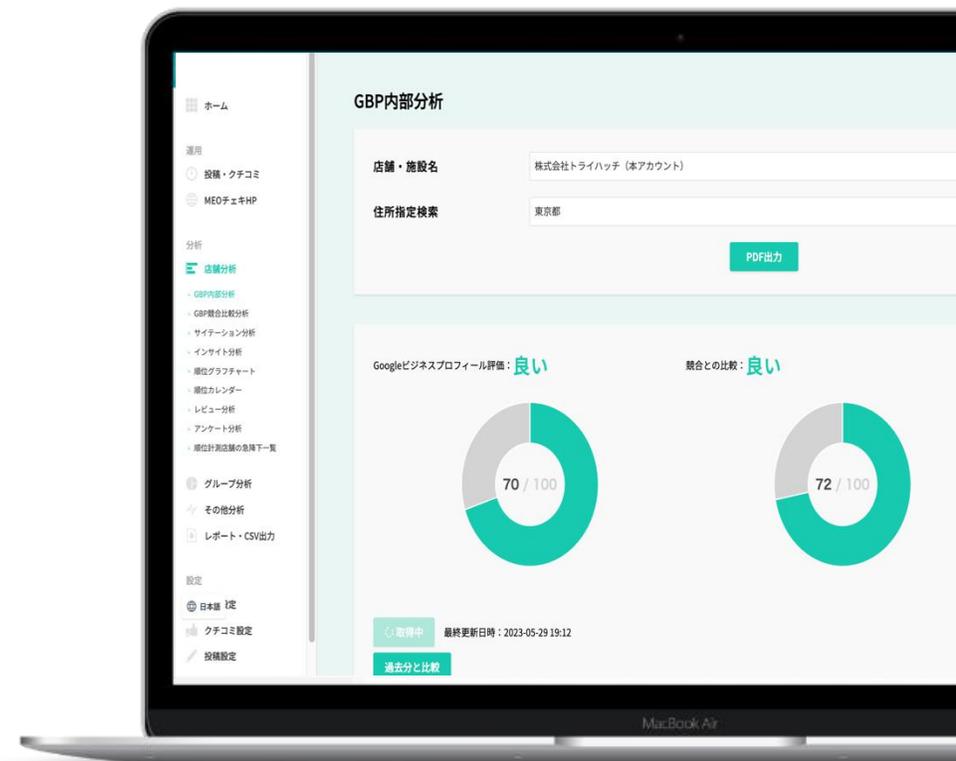
MEO対策を始めるためには計測ツールを準備しましょう。

MEO対策の順位は、SEO対策とは異なり、**Googleは公式に順位を確認するツールの提供は行なっていません。**

そのため、MEO対策の効果を正しく計測していくには、ツールの導入が必要となります。

ツールは1店舗数千円程度が相場となっており、2024年現在では、1,000店舗への一括投稿のできる機能や分析のできる機能がついたツールなどさまざまなものが存在しています。

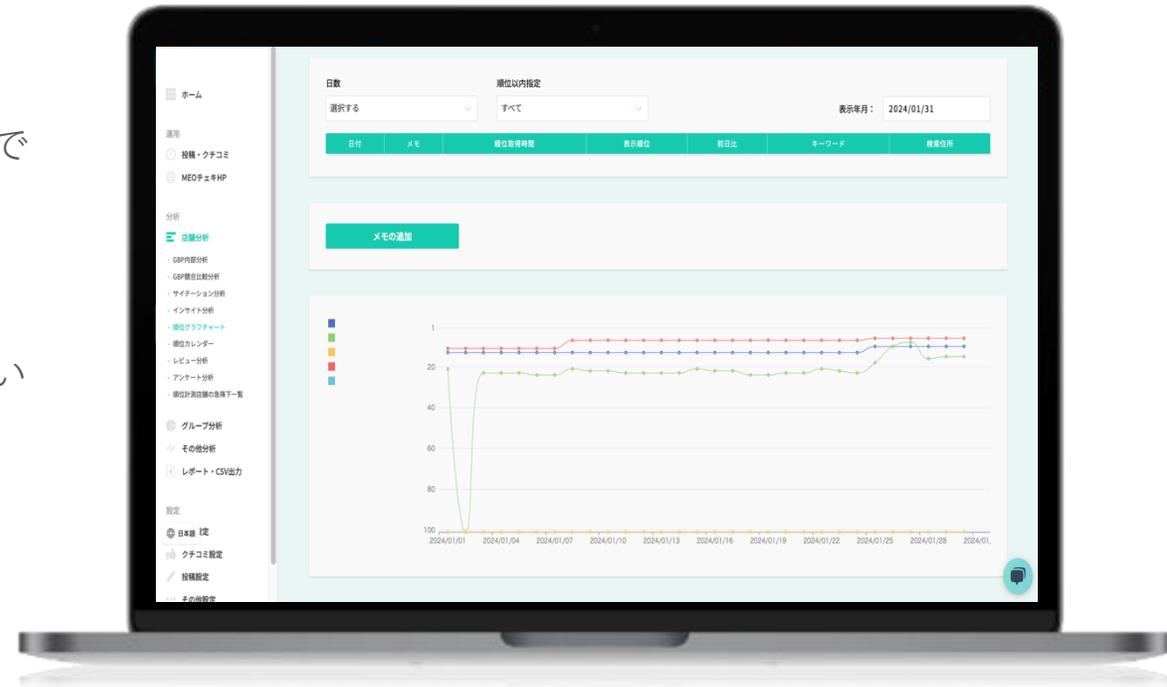
自社にとって必要なツールや機能を選んでいきましょう。



株式会社トライハッチのMEOチェキは、 国内特許を取得済みの技術を用いた分析が可能。

58,000店舗のMEO対策支援実績データを定量的に分析することで導き出す最適解に沿ったMEO対策を提供。

MEO対策で重要な指標となるクチコミの改善もサクラに頼らないスキームを構築し提供しています。



GBPの運用・整備を行うステップ

1. 未登録の項目や足りていない項目を追加する
2. 競合店舗との差分を比較する
3. 最新情報の収集を行い、トレンドに合わせた施策を実施する

MEO対策では基本の設定が重要です。

始める際にはしっかりと確認し、設定を行っていきましょう！

ステップ①未登録項目や足りていない項目を追加する

まずは、**Googleビジネスプロフィール**で設定できていない情報を設定しましょう。

Googleビジネスプロフィールの登録時には、確認や設定が不要な項目があります。

初期の登録では、設定できていない項目があるかもしれませんので、それらの項目の追加をしましょう。

▼確認する項目の一例

- NAP情報
- ピンの位置
- カテゴリ・サブカテゴリ
- 予約URL
- 商品・メニュー・サービスの登録

また、説明文やカバー写真なども、自店舗を気になっている人に選ばれるような魅力的な内容になっているか。しっかりと確認しましょう。



チェキくん

MEOチェキをご利用の方は、
GBP内部分析機能も確認しよう！

ステップ②競合となる店舗との差分比較する

Googleビジネスプロフィールのランキングは、「関連性」「距離」「視認性の高さ」が重要な要素として[公式のヘルプ](#)に記載されています。

ただし、Google ビジネスプロフィールは、同じキーワードで表示されている他の店舗との、**相対的な評価に基づいてユーザーが行動を行うため、高評価を得ている店舗や同じ商圏内店舗数が多い場合は、来店に繋げていくことが難しい**ことがあります。

そのため、**競合が評価されている要因や競合と自店舗との差分を確認**することで、順位を向上させることができます。

弊社独自開発のMEOチェキでは、競合分析機能を搭載しており、自店舗と競合3店舗をさまざまな項目で比較することができます。

自店舗との差分を定量的に把握することで、効率的に順位改善のヒントを得ることができます。

基本情報比較							
項目	判断基準	自店舗・施設	競合1	競合2	競合3	競合平均	競合との比較
案件名	①名称の後ろに不自然なキーワードを入れていないか ②【、（、などの不自然な記号がついていないか ③名称の最初に地域名やスペースが入っていないか	3 ①✓ ②✓ ③✓	3 ①✓ ②✓ ③✓	3 ①✓ ②✓ ③✓	3 ①✓ ②✓ ③✓	3	GOOD
カテゴリ	カテゴリは適切か	広告代理店	広告代理店	IT コンサルタント	広告代理店	広告代理店,IT コンサルタント	BAD
写真枚数	写真が競合よりも多いか ※案件の「すべて」タブの画像がカウントされる	45	57	29	0	28.7	GOOD

近接性							
項目	判断基準	自店舗・施設	競合1	競合2	競合3	競合平均	競合との比較
地点からの距離	近接性は競合に勝るか劣るか	4 km	10 km	4 km	33 km	15 km	GOOD

クチコミの評価							
項目	判断基準	自店舗・施設	競合1	競合2	競合3	競合平均	競合との比較
総点数	クチコミの総点数は競合に勝るか劣るか	4.3	4.6	3.9	5	4.5	BAD
レビュー数	クチコミ数は競合に勝るか劣るか	88	25	13	2	13.3333	GOOD

ステップ③最新情報の収集を行いトレンドに合わせた施策を実施する

MEO対策は、**トレンドを把握し対策の内容を日々更新していくことが重要**です。

Google ビジネスプロフィールやGoogleマップは、新機能が頻繁に拡張されるため、それに伴いアルゴリズムが変更されるケースもあります。

また、Googleはユーザーにより良い情報を提供するために、検索面でコアアルゴリズムアップデートと呼ばれる改善を定期的に行っています。

MEO対策はクチコミなどが資産として半永久的に、残っていく部分もありますが、**一度実施して終了ではなく、日々の最新情報を入手し、情報の追加や改善を行う必要がある**でしょう。

最新情報は、**毎月配信されるトレンドレポートやウェビナーなどに参加して収集することをおすすめ**します。



4

MEO対策で 継続して行うこと





MEO対策で継続してやることは以下の通りです！それぞれ解説します！

MEO対策で継続してやること

1. プロフィールの定期的な更新をする
2. イベントや特典の投稿を行う
3. 定期的なクチコミの獲得
4. 効果測定・費用対効果の算出

▼情報が充実されているGoogleビジネスプロフィール



▼情報が不足しているGoogleビジネスプロフィール



写真も外観のみで
何のお店かわからない

電話番号・商品情報・サービス情報の掲載がないため来店に繋がりにくい

予約リンクがないため、
来店に繋がりにくい

商品の訴求ができない

定期的に更新する項目

プロフィールの定期的な更新では、下記の項目に注力していきましょう。

■写真や動画

ユーザーが店舗を確認する際、お店のイメージや雰囲気を把握するために写真が有効です。店内の写真やメニュー、商品の写真を追加しましょう。さらに、動画を使用して、アピールしたい点を適切に伝えることも可能です。

■メニュー

飲食店では、メニューの更新を定期的に行いましょう。季節ごとに変わるメニューを更新することで、ユーザーのニーズに対応できるお店かどうかを判断することができます。

■サービス・商品

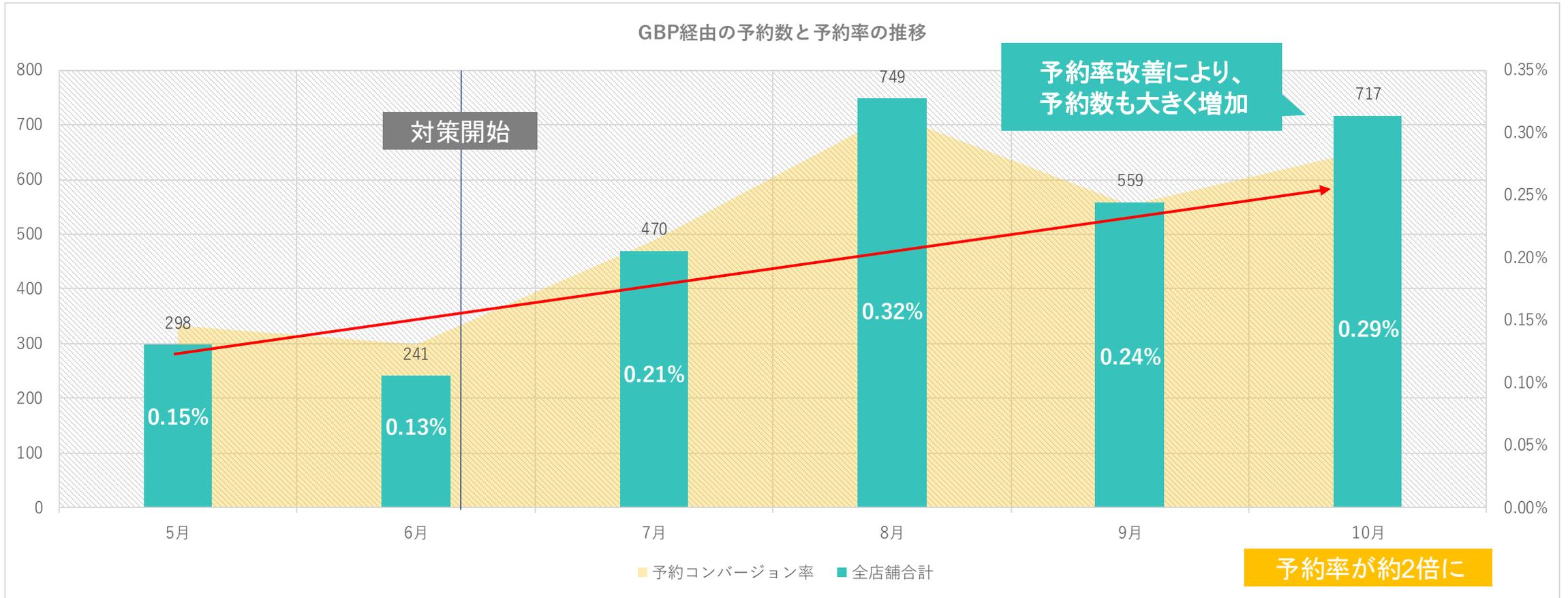
マッサージ店ではサービスの内容、小売店では販売商品など、ユーザーが求めるサービスや商品が提供されているかを明記し、新サービスの提供や新商品の発売などがあれば、定期的に更新を行いましょう。商品は写真と共に掲載ができるので一定の閲覧数が見込むことができます。

■説明文

説明文には、自店舗の特徴や強調すべきポイントを明記し、定期的に更新しましょう。和食店の場合、季節ごとにオススメするメニューも変わるはずです。例えば、夏は肉料理をオススメし、冬は鍋料理をオススメするなど、状況に応じて内容を更新することが重要です。

実際の対策事例（対策開始前後の来店行動率の変化）

Googleビジネスプロフィールの情報の充実前後で、来店につながる行動数に大きな変化が発生しています。



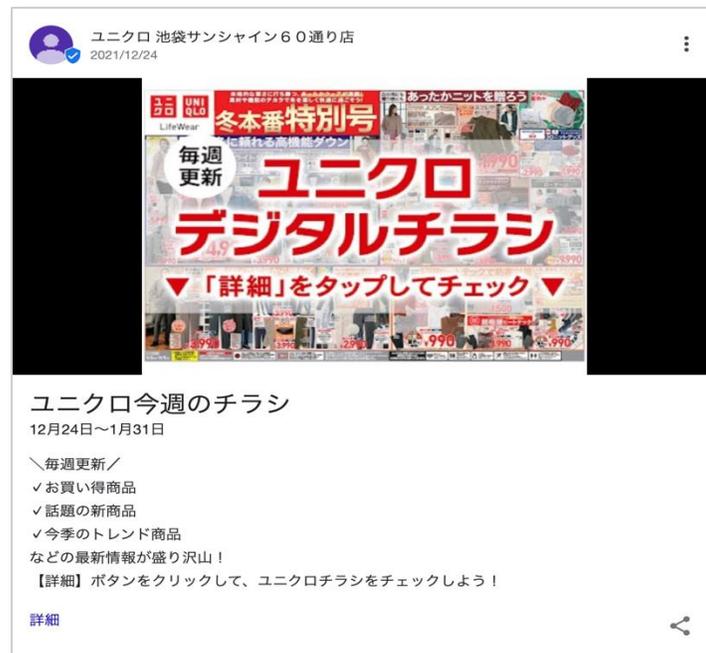
イベント投稿や特典は通常の投稿よりも更にアピールが可能です！

特典投稿やイベント投稿は通常の最新情報の投稿とは変わり、期間の設定や表示「クーポンを見る」の表示させることができます。

▼最新情報投稿



▼イベント投稿



▼特典投稿



そもそもクチコミ獲得の目標値は？

クチコミ獲得の目標

1. **クチコミの平均点4.0以上を目指す**
2. **各店舗、合計50件以上のクチコミ数を目指す**
3. **週に1件以上の獲得を目指す**

この2つがあると更に良いです！



1. 写真付きのクチコミ
2. 長文のクチコミ（200文字以上）

オフラインのクチコミ獲得方法

まずは、**現場でどのような口コミの獲得方法が実施できているか**を確認しましょう。

各業界・各業種・各店舗によって効果的な獲得方法が異なるため、各店舗で様々な方法を試してみるが良いでしょう。

また、店頭での声かけを行っているが、口コミがなかなか集まらないという店舗は、ただ声かけをするだけではなく、通常の接客と同じように、**どのような方に、どのようなタイミングで、どのように声をかけるかなどを工夫**することで、口コミを書いてもらえる確率が上がっていきます。

例えば、声かけの方法でも、特定の商品やサービスに満足しているお客様に対して、感謝の意を伝えると同時に、口コミを書いてもらえるようお願いするとお客様も応じてくれるようになるでしょう。

オフラインのクチコミ獲得方法

1. 店頭での声かけ
2. お席へのQRコード等の設置
3. 名刺へのQRコード記載
4. クチコミ用オリジナル名刺の作成
5. レシートへのQRコード記載
6. クチコミ依頼ポスターなどの掲示
7. 買い物袋へQRコードのチラシを入れる
8. アンケートシート等への記載
9. NFCタグカードの設置

オフラインのクチコミ獲得方法の具体例

弊社での支援をさせていただいている、お客様ではありませんが、**各スタッフがクチコミ依頼を行うカードを作成し、月に150件のクチコミを獲得**している素晴らしい店舗さんもあります。現在では1000件以上のクチコミを獲得されています。

声かけを行っているが、クチコミがなかなか集まらないという方は、こういった工夫を行い改善を行っていくと良いでしょう。

▼クチコミ獲得数推移



引用元①: https://twitter.com/junji_ishikawa/status/1678302115700305920

引用元②: https://twitter.com/junji_ishikawa/status/1673235051516166145

オフラインのクチコミ獲得方法の具体例

まずは、**オンラインでどのような口コミの獲得方法が実施できているかを確認**しましょう。

オンラインの口コミ獲得方法には、以下の3つの利点があります。

1. 一斉送信などが可能であり、人件費や工数がかかりにくい。
2. 属人性が低く、全店舗で平均獲得数を増やしやすくなる。
3. 自動化の設定により、効率的な獲得が可能。

マーケティング担当者は、会員や以前来店したお客様に対して、メールや公式アプリを通じて一斉送信を行うことで、人件費や工数を削減できます。

また、店舗ごとに生じる個人の特性に依存せず、月ごとの獲得数の平均値を上げることもつながっていきます。

加えて、自動化を導入することで、より効率的に口コミを獲得することができます。

オンラインのクチコミ獲得方法

1. SMS・メール送付
2. 自社アプリでの配信
3. 公式LINEでのLステップやリッチメニューへの設定
4. SNSでの呼びかけ
5. SNSのUGC投稿への投稿依頼

自動化されたクチコミ獲得の一例

クチコミ獲得では公式LINEを活用したステップ配信にて、多くのクチコミの獲得を行うことに成功しています。

業界・業種によりクチコミを依頼するタイミングが異なるため、テストを実施し公式LINE登録後、〇日後に自動送信できるような体制がおすすめです。



オンラインクチコミ依頼

公式LINEを介した
クチコミ依頼

公式LINEでのクチコミの獲得



Phase1：クチコミの活用に向けてデータの取得と分析を実施

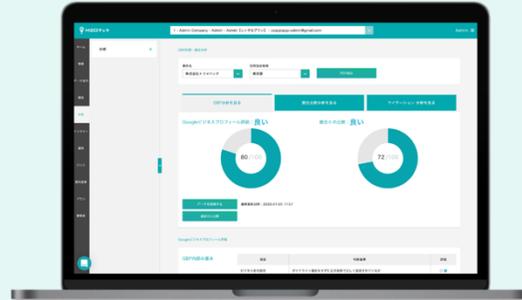
企業様の課題



定量的なクチコミ
分析ができない。
競合にクチコミ数
で負けている

Googleビジネスプロフィールのクチコミに対して、ビジネス課題を解決する情報が詰まっているが活用できていない状況。
競合に負けているクチコミ数に対しても改善が必要

ツールを活用したクチコミデータの取得と分析



ビジネスプロフィールの
クチコミデータを一括管理

ユーザー感情インサイト



膨大なクチコミデータを分
析

MEOチェキを活用しGoogleビジネスプロフィールの
クチコミデータを一括で管理・取得を行う。

Phase2：クチコミ分析結果の共有と改善、新規クチコミの獲得

■ クチコミ分析/クチコミ改善



実際に成果が出ているかしっかりと確認しましょう。

MEO対策を用いて複数の店舗を管理する際、**全店舗での費用対効果が明確できていない**企業も多くあります。

そのため、**MEO対策を通じてどれだけの売り上げがあるのか、集客ができているのか明確にする**ことが重要です。

業界や業種による違いはありますが、Googleアナリティクスを使用したコンバージョン数の測定や、Googleビジネスプロフィール上で予約ボタンなどを設定して、売り上げの算出体制を構築しましょう。

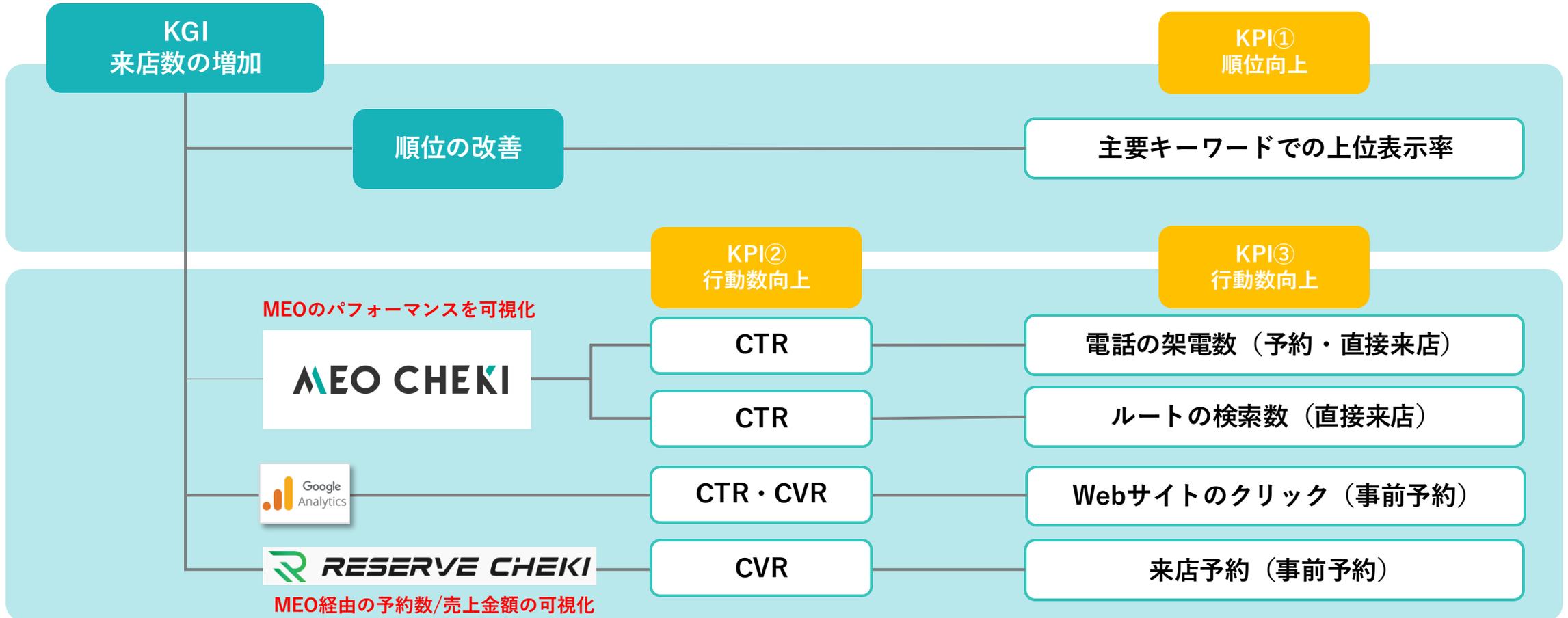
売り上げの算出体制が整ったら、**毎月のツールの利用料や運用にかかる工数を差し引いて、どれだけの金額が残るのかを詳細に確認**します。

次のページからは、KPIとなる指標や、売り上げのシミュレーション例を示していますので、参考にいただければと思います。



MEO対策で継続して行うこと | 効果測定・費用対効果の算出

各行動指標がどのように結びついているか。Google analyticsや、MEOチェキなどのMEOツールを通してパフォーマンスを可視化した上で、**MEO経由の来店予約数まで算出することで、MEO経由の売上可視化が可能**となる。



店舗の予約を効率化する予約管理システム



1

複数の流入経路に対応

Googleで予約/Instagramで予約/LINEで予約/直接予約等に対応予定。
流入経路に限定されずに予約を受付・管理することが可能

2

事前決済でドタキャン・No Showを防止

事前決済機能でドタキャンやNo Showによる店舗の売上被害を軽減することが可能な機能を実装予定。

3

使いやすいUI/UX

直接的に操作できるこだわり抜かれたUI/UX。
学習コストを少なく予約システムを利用することが可能。

4

各種サービスとの連携

MEOチェキやモバイルオーダーシステム（開発中）と連携して一気通貫で店舗DXを行うことが可能。

売上のシミュレーション

レストランを例に計算

MEO経由の予約数 × 平均来店人数 × 平均客単価 = MEO経由の売上

500組 × 2人 × 4,000円 = 4,000,000円

月額費用

50,000円

ツール利用料や人件費など

<

MEO 経由の売上

4,000,000円

平均来店人数や平均単価を向上させると更に効果が拡大!

売上のシミュレーション

ホワイトニングサロンを例に計算 (サブスクリプションモデル)



5

複数店舗運営のポイント



GBPを元にしたデータ活用や口コミ獲得の改善ステップ

Googleビジネスプロフィールの運用を通して得られるパフォーマンスデータや、口コミデータはMEOの改善のみならず、店舗改善/サービス改善にも大きく役立てることができます。現場を最もよく知る顧客から得られるデータを最大限に活用する社内フローを構築しましょう。

01



クチコミデータ/パフォーマンス
データから店舗改善ポイントの発見

02



本部から現場へGBP運用ノウハウ
やオペレーション改善案の共有

03



現場のオペレーション改善や
クチコミ獲得の実現

現場と連携するために共有しておくべき内容

1

口コミの重要性と、改善すべき理由について相互理解する

口コミ獲得を強化すると現場で行う行動は増加します。また、悪い意見も入ることも、現場の動きが鈍化する要因となります。まずは、なぜ口コミ獲得や口コミから現場の改善が必要なのかを相互認識を取るようにしましょう。

その上で、現在の評価点数と目標評価点数の差を計算し、月に何点の評価を何件得るべきかを確認し目標設定を行えると良いでしょう。

2

現場スタッフが行動を起こしたくなる情報やデータの共有

「〇〇店では、初回の声掛けの方法を工夫することにより、口コミの投稿確率が上がっています。」「〇〇店は接客の改善により、毎月の口コミ平均点が上昇し、売上にも影響が出ている」などの、スタッフが自発的に行動を起こしたくなるような情報を共有していきましょう。

3

現場スタッフの障壁となっている部分の確認

店舗の改善や口コミの獲得の障害を定期的に確認しましょう。

現場の声を聞きつつ、本部ではオペレーションの最適化を図ることが重要です。店舗ビジネスは現場で多くの課題が発生しており、店舗の協力なくしては、良いサービス提供が行えません。本部は、顧客の意見と店舗をつなぐ架け橋となることを意識しましょう。

6

MEO対策で 役立つツール



MEO対策で役に立つツール

基本のMEO対策以外に役に立つツールを紹介します！

どのツールも無料からの利用が可能ですので、まずは一步踏み出してみましょう。

GMB everywhere



通常では確認することのできない、他社の店舗のサブカテゴリの確認が可能。また、有料版の機能で、クチコミの獲得頻度や毎月の平均点数などの算出が可能で使い勝手の良いツールです。

※<https://www.gmbeverywhere.com/>

Chat GPT



最新情報の作成、クチコミの返信、商品内容の作成など、さまざまなシーンで利用が可能です、無料で利用できる範囲でも十分に力となってくれるツールです。

※<https://chat.openai.com/>

Ubersuggest



Webサイトに設定しているサイトの分析などを行ない改善点を提示してくれます。1日の回数制限はあるものの、数店舗を運営する企業様であれば、無料機能でも十分なツールです。

※<https://neilpatel.com/jp/ubersuggest/>

7

最新情報収集



➤ おすすめのセミナー/ダウンロード資料

株式会社トライハッチでは、他にもGoogleビジネスプロフィールやMEO対策について情報を提供しています。ぜひご活用ください。



最新のマーケティング情報やMEO対策の勉強に最適

[セミナー/勉強会はここから](#)



Googleマップの最新情報やMEO対策について知るなら

[お役立ち資料はここから](#)

8

サービスの紹介



サービス一覧

MEOチェキ

MEO CHEKI

Googleビジネスプロフィールの順位計測、効果測定、運用効率化を行えるツール。特許取得済の手法で任意地点、任意の時間で日次自動順位計測が可能。

MEOチェキ for 複数店舗

MEO CHEKI for 複数店舗

多店舗向けのGoogleビジネスプロフィール管理・分析ツール。多店舗の情報一元管理・配信、情報の改ざん防止、データの横断比較までが可能。

MEOチェキ for レビュー

MEO CHEKI REVIEW

Googleビジネスプロフィールのクチコミ管理・獲得ツール。SMS/Emailを活用したクチコミ・アンケート依頼、クチコミの自動返信までが可能。

MEOチェキHP

MEO CHEKI HP

店舗ページに特化したCMS。サブドメインの用意だけで簡単に店舗ページを既存HP内に構築可能。MEOチェキを介してGoogleビジネスプロフィールと連動して情報の更新・配信が可能。

MEOチェキ for コンサルティング

MEOチェキ for コンサルティング

多店舗向けのMEOコンサルティングサービス。Googleビジネスプロフィールに精通した専任のコンサルタントが店舗来店最大化に伴走いたします。

MEO HATCH

MEO HATCH

個店向けのMEO運用代行サービス。Googleビジネスプロフィールの開設から最適化、運用業務までを丸っと当社にお任せいただけます。

サービス一覧

meo expert (リリース前)



予約成功報酬型MEOサービス。業種×地域に応じた料金体系で導入コスト0円でMEOを開始・運用することが可能です。

Reserve Cheki



店舗予約に特化した予約管理システム。予約の受付・管理から各予約媒体の一元管理、座席指定予約などをオールインワンで行うことが可能。

Instaチェキ



Instagramの分析ツール。Instagramインサイトでは確認できないハッシュタグの傾向やインサイトの曜日別分析など細かな分析が可能。

Web広告

Web広告

リスティング広告、P-Max広告、SNS広告など、店舗に特化したWeb広告の運用代行サービス。

店内ストリートビュー撮影

店内ストリートビュー撮影

日本全国に提携する店内ストリートビューカメラマンが店内のストリートビューを撮影します。よりリッチなGoogleビジネスプロフィールの充実に繋がります。

グループサービス



グループ50社のアセットを活用し、PR領域からクリエイティブ制作、インフルエンサーマーケティングまで豊富なソリューションをお繋ぎいたします。

9

おわりに



お客様のビジネスが躍進するため、トライハッチでは日々改善を続け、より良いサービス提供に注力しています。

私たちの使命は、日本のローカルビジネスに最適な集客方法を確立し、店舗集客が簡単に効果的に行える環境作りをすることです。

そのためにツールの機能改良、アルゴリズム調査だけでなく、店舗集客の課題に向き合っています。

店舗集客のパートナーとして、最高のパフォーマンスで集客し続けることができるよう努めてまいります。

今後ともMEOチェキを宜しくお願い申し上げます。

The image shows a promotional banner for MEO CHEKI. The top part features the text '国内22,000店舗に導入されるMEOツール' and 'MEO順位計測・分析・管理をこれ1つで'. Below this is the title 'MEOチェキ' and three 'No.1' award seals. The bottom part of the banner is titled 'MEO対策には勝ちパターンがある' and mentions '国内30,000店舗のMEOビッグデータを活用したGoogleビジネスプロフィール専門チームによる定量的なMEO対策'. A smartphone app interface is shown on the right side of the banner.

会社名 株式会社トライハッチ
所在地 [本社]
東京都新宿区新宿1-8-4 近鉄新宿御苑ビル7F
[支店]
香川県高松市古新町10番地3 砂屋ビル403
[支店]
大阪府大阪市北区中之島6-2-40 中之島インテス10F

設立 2018年1月5日
資本金 5,000万円
株主 株式会社ベクトル（TYO：6058）、役員
役員 代表取締役社長（Founder） 武藤 堯行
常務取締役 兼 営業本部 本部長 藤井 智
取締役 早 豪史
取締役 後藤 洋介
監査役 種倉 雅晃
事業内容 デジタルマーケティング事業
SaaS事業
SNS運用支援事業

Purpose
Store First

Vision
アジアNo.1の店舗DX企業になる

Mission
店舗集客・予約の新しいスタンダードを
創り世の中の店舗集客を最適化する。