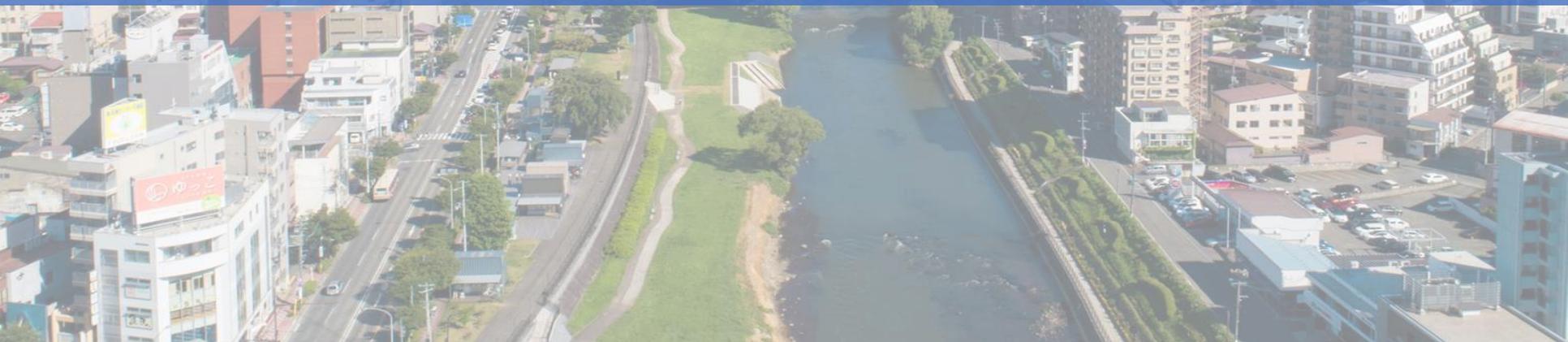




# Googleビジネスプロフィール登録・活用マニュアル

- ・オーナー登録
- ・効果的なページ作成（管理画面運用）



※グーグルのサービスはGoogle LLCの商標であり、本資料はGoogleによって承認されたものでもGoogleと提携しているものでもありません。



Google Maps

# 1、Googleビジネスプロフィールオーナー登録

## Googleビジネスプロフィールオーナー登録

### 1.ログイン(アカウント作成)

**Googleアカウントで  
(Gmail利用済の方)**  
そのままログインします。

**アカウントを持っていない場合、**  
アカウントの作成が必要です。  
P4-5

<https://support.google.com/accounts/answer/27441?hl=ja>

現  
状  
確  
認

P6-8

### 2. Googleにビジネス情報を追加

情報が出てこない場合  
→**新規登録**  
P13-17

### 3. Googleビジネスプロフィールオーナー登録

→**Googleビジネスプロフィールオーナー登録**

### 2. Googleビジネスプロフィールオーナー登録

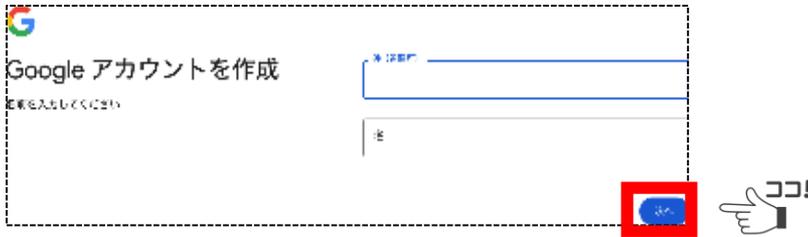
情報は出てくるが、オーナー登録されていない場合  
→**Googleビジネスプロフィールオーナー登録**  
P9-12

# Googleビジネスプロフィールオーナー登録

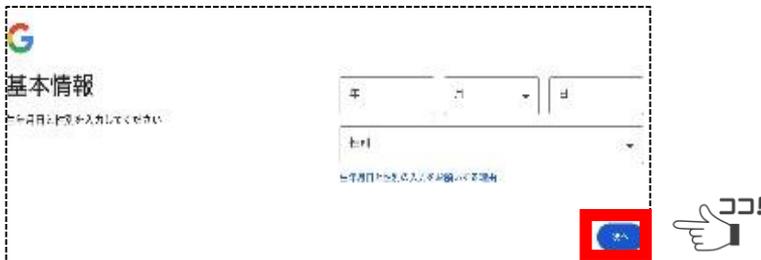
1、「Googleアカウントの作成」と検索しアカウントの作成をクリック。



2、姓、名を記入して「次へ」をクリック。



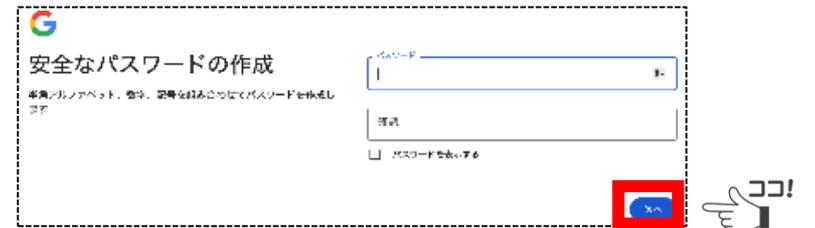
3、生年月日と性別を記入して「次へ」をクリック。



4、Gmailアドレスを選択するか、独自のアドレスを作成して「次へ」をクリック。



5、パスワードを作成、確認用に同じものを入れて「次へ」をクリック。



6、再設定用のメールアドレスがあれば入力して「次へ」をクリック。なければ「スキップ」をクリック。

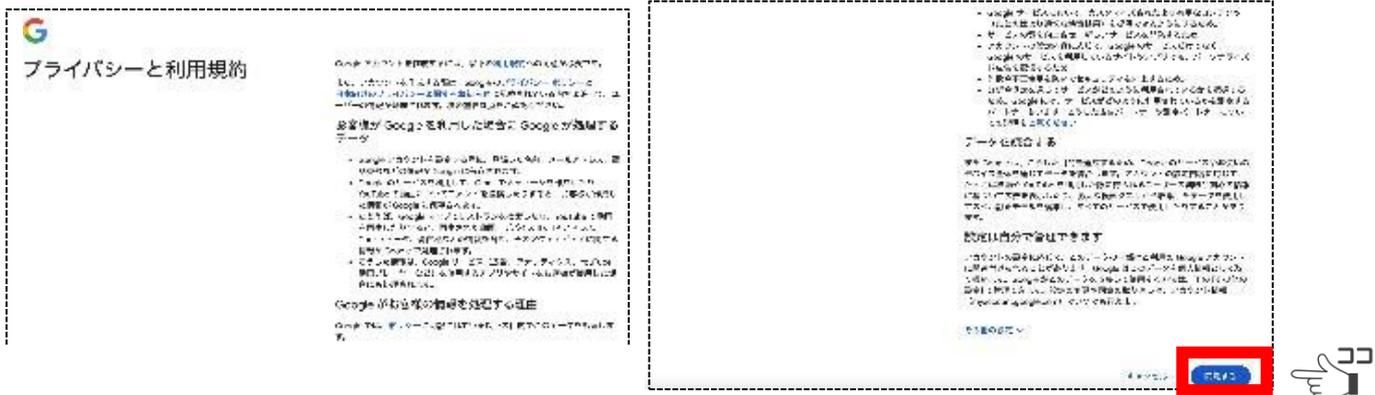


Googleビジネスプロフィールオーナー登録

7、アカウントの確認で設定したメールアドレスを確認して「次へ」をクリック。



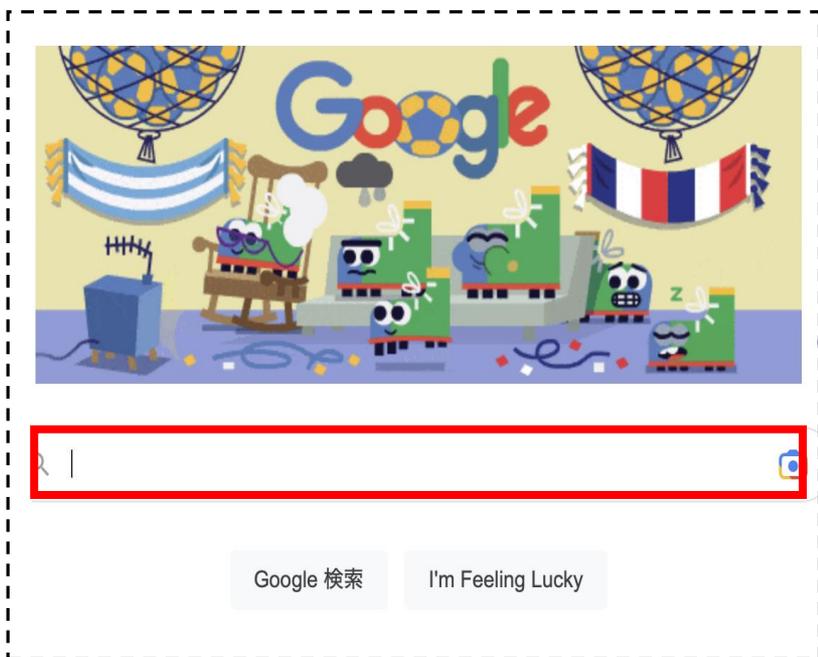
8、「同意する」をクリックしてGoogleアカウント作成完了。



9、ログインをした状態でGoogleビジネスプロフィールオーナー登録に進んでください。

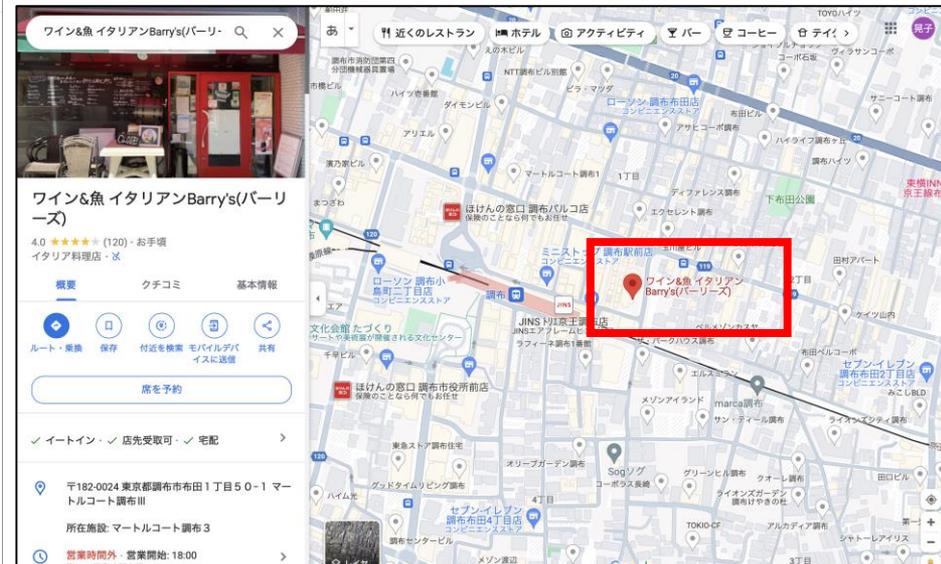
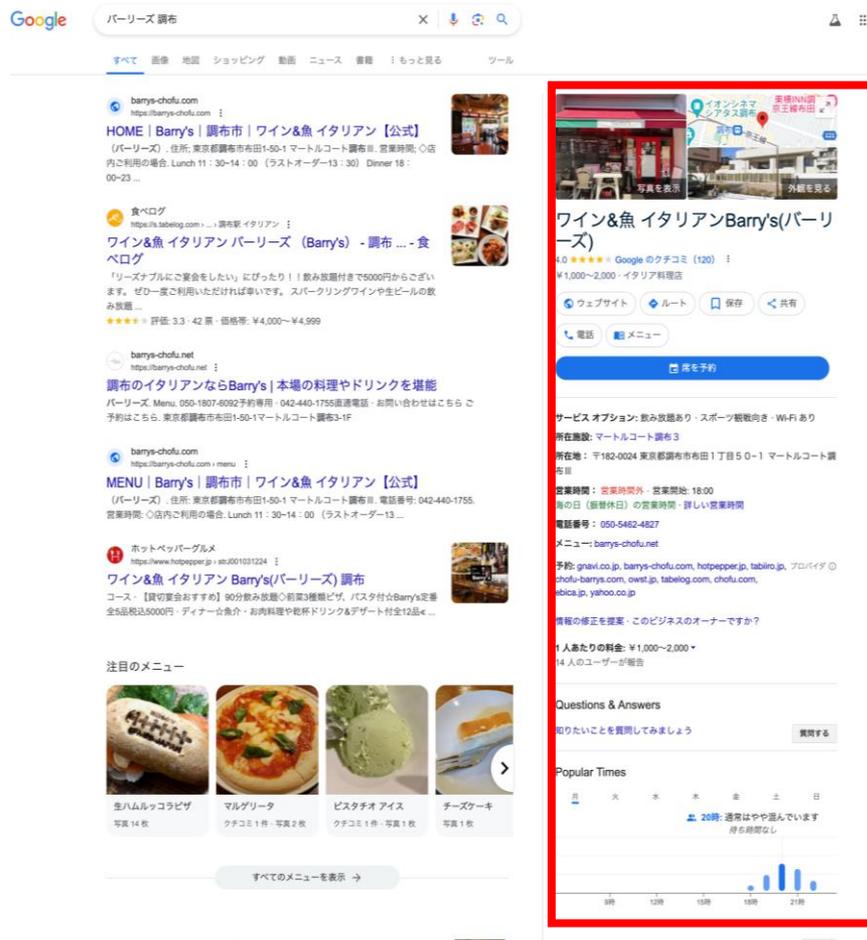
## Googleビジネスプロフィール登録方法

- 初めにGoogle検索やGoogle mapなどでビジネス名、地点などを検索。



# Googleビジネスプロフィール登録方法

■ 下記のように検索結果に出てくる、赤いピンが立つ場合は登録されています。



## Googleビジネスプロフィール登録方法（情報が出てきてオーナー登録もされている）

■「このビジネスのオーナーですか？」をクリックし、「他のユーザーが管理している可能性があります」と表示されたら、会社の中で登録されている可能性があります。ご確認をお願いします。



※万が一、会社にオーナー登録をした方がいない場合は「アクセス権限をリクエスト」をクリックし送信する必要があります。

Googleビジネスプロフィール登録方法 (情報がでてくるがオーナー登録されていない)

- 「このビジネスのオーナーですか？」をクリック。「管理を開始」をクリックしオーナー登録にすすむ。

The diagram illustrates the steps to become a business owner on Google Business Profile. It is divided into two main sections:

- Left Section (Search Results):** Shows a search result for a business. A red box highlights the text "情報の修正を提案・このビジネスのオーナーですか？" (Suggesting information correction: Are you the owner of this business?). A hand icon with the text "ココ!" (Here!) points to this text.
- Right Section (Management Interface):** Shows the business management page. A red box highlights the "管理を開始" (Start management) button. A hand icon with the text "ココ!" (Here!) points to this button.

A red arrow indicates the flow from the search results to the management interface.

## Googleビジネスプロフィール登録方法 (情報がでてくるがオーナー登録されていない)

- Googleから最新情報を受け取るかを選択。受け取る場合は「はい」にチェックを入れて継続をクリックし進みます。



## ・「オーナー確認方法」を選択

オーナー確認方法は業種や店舗によって選択可能な方法が変わります。表示されている中からお選びください。

## ・電話

「通話」ボタンを押すと表示されている電話番号に確認コードを知らせる自動通話が掛かってきます。すぐに掛かってくるので電話を取る準備をしてから通話ボタンを押しましょう。

## ・メール

アドレスを入力し、「メール」ボタンを押すと確認コードが送られてきます。

## ・動画

必要な詳細情報を撮影した動画をアップロードし、審査を待ちます。

## ・ライブビデオ通話

担当の指示に従って店舗の様子などを撮影し、審査を待ちます。

## ・郵送

ハガキで認証コードが送られてきます。

## ・「認証コード」を入力

電話、メール、郵送のいずれかの方法で届いた認証コードを入力。

≡ ビジネスプロフィール 🔍 ☰

コードを入力

●●●に届いた認証コードを入力。

- オーナー登録が完了していれば、このような管理画面が表示されます。



## Googleビジネスプロフィール登録方法 (情報がでてこない→新規登録)

■ 検索に店舗情報がでてこない場合→**新規登録を行う**

検索しても管理したいお店のGoogleビジネスプロフィールが出てこなかった場合、新規で登録する必要がある。

- ① Googleアカウントでログインした状態で  
Googleビジネスプロフィールにアクセス。

<https://business.google.com/create>

「Googleにビジネス情報を追加」をクリックします。

- ② 「ビジネス名」には登録したい店舗名を入力。  
「ビジネスカテゴリ」には業種を入力。  
選択肢が出てくるので、その選択肢から選ぶ。  
(例) カフェ、居酒屋



## Googleビジネスプロフィール登録方法 (情報がでてこない→新規登録)

③Googleマップに場所を表示するかどうかを選択。

「はい」を選択して、「次へ」をクリック。

※ビジネスプロフィールをGoogleマップに表示させてください。

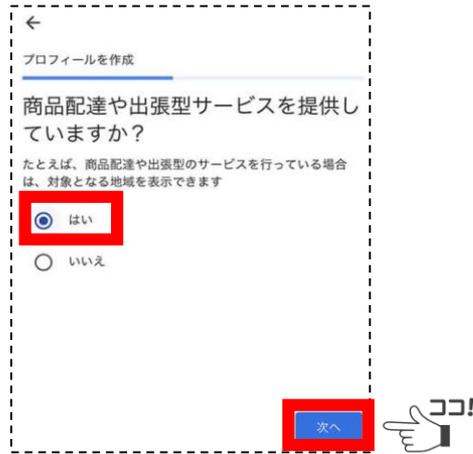


④会社の住所の入力、「次へ」をクリック。



Googleビジネスプロフィール登録方法 (情報がでてこない→新規登録)

⑤商品配達、出張型サービスの有無を選択し、「次へ」をクリック。



⑥電話番号、HPのURLを入力し、「次へ」をクリック。



⑦オーナー登録を行う。  
オーナー確認方法を選択し、「次へ」をクリック。



## ・「オーナー確認方法」を選択

オーナー確認方法は業種や店舗によって選択可能な方法が変わります。表示されている中からお選びください。

## ・電話

「通話」ボタンを押すと表示されている電話番号に確認コードを知らせる自動通話が掛かってきます。すぐに掛かってくるので電話を取る準備をしてから通話ボタンを押しましょう。

## ・メール

アドレスを入力し、「メール」ボタンを押すと確認コードが送られてきます。

## ・動画

必要な詳細情報を撮影した動画をアップロードし、審査を待ちます。

## ・ライブビデオ通話

担当の指示に従って店舗の様子などを撮影し、審査を待ちます。

## ・郵送

ハガキで認証コードが送られてきます。

## ・「認証コード」を入力

電話、メール、郵送のいずれかの方法で届いた認証コードを入力。

≡ ビジネスプロフィール 🔍 ☰

コードを入力

●●●に届いた認証コードを入力。

- オーナー登録が完了していれば、このような管理画面が表示されます。



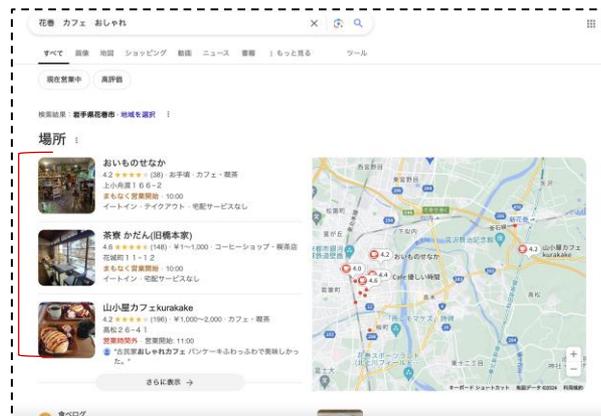


## 2、Googleビジネスプロフィールマネージャー (管理画面) 効果的なページの作り方

## Googleビジネスプロフィール 効果的なページを作るために

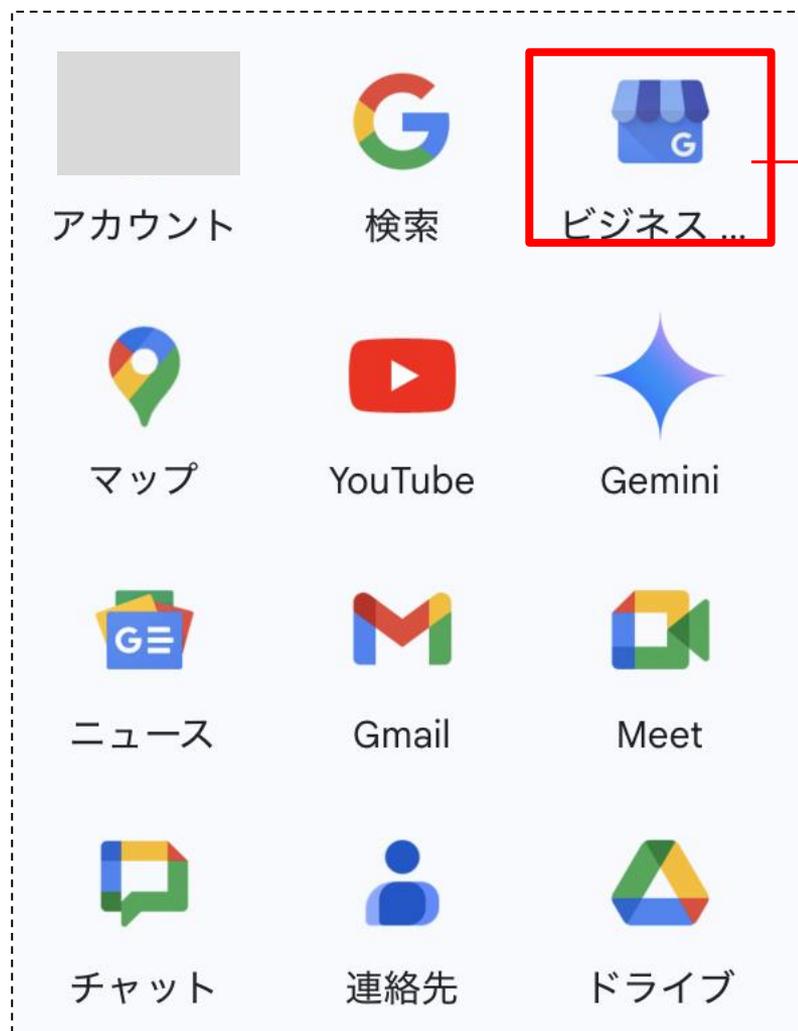
Googleビジネスプロフィールへ登録し、効果的な内容を入力することで“知ってもらう”ことができるようになります。

より多くの方に選んでいただくためには、「地名+業種名」または「地名+業種+雰囲気」等で検索をした際に、“下記3つの枠に入る”、“上位に表示させる”ことを目標にページの運用をしてみましょう。



## Googleビジネスプロフィールマネージャー 効果的なページの作り方

Googleアカウントにログインした状態でメニューバーからビジネスプロフィールマネージャーを開きます。



※業種によって表示される項目が異なります。

# Googleビジネスプロフィールマネージャー 効果的なページの作り方

ここから編集していきます



※飲食業の場合



※宿泊業の場合

※業種によって管理画面が異なります。

# Googleビジネスプロフィールマネージャー 効果的なページの作り方

## プロフィール



### ■ 概要

← ビジネス情報

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

ビジネスの概要

ビジネス名

ビジネス カテゴリ

説明  
追加

開業日  
追加

連絡先情報

電話番号

ビジネス名、ビジネスカテゴリ（選択）説明（事業のPR）、開業日を入力。

### ■ 連絡先

←

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

連絡先情報

電話番号

ウェブサイト

ソーシャルプロフィール **新規**

追加

メニューリンク

<https://instagram.com/rihahomemokorigendomenohmetsu-qing>

所在地とエリア

電話番号、WEBサイトのURL、SNS、メニューリンクを入力。

### ■ 所在地

所在地とエリア

サービス提供地域  
追加

住所を入力し、地図のピンを確認。

# Googleビジネスプロフィールマネージャー 効果的なページの作り方

## プロフィール

### ■ 営業時間

日曜日	開始時間	終了時間	
<input type="checkbox"/> 定休日	17:30	0:00	+
月曜日	開始時間	終了時間	
<input type="checkbox"/> 定休日	17:30	1:00	+
火曜日	開始時間	終了時間	
<input type="checkbox"/> 定休日	17:30	1:00	+
水曜日	開始時間	終了時間	
<input type="checkbox"/> 定休日	17:30	1:00	+
木曜日	開始時間	終了時間	
<input type="checkbox"/> 定休日	17:30	1:00	+
金曜日	開始時間	終了時間	
<input type="checkbox"/> 定休日	17:30	1:00	+
土曜日	開始時間	終了時間	
<input type="checkbox"/> 定休日	17:30	1:00	+

### ■ その他

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

現在  
小皿料理を提供するお店  
個室あり  
ダンス可  
バーでの食事注文可  
カクテルあり  
深夜の食事可  
コーヒーあり  
アルコール飲料あり  
サラダバーあり  
ビールあり  
ハンズフリーあり  
料理あり  
ワインあり  
ベジタリアンメニューのない料理  
ビーガンメニュー提供なし  
ハラール食あり

非-  
小皿料理を提供するお店  
個室あり  
ダンス可  
バーでの食事注文可  
カクテルあり  
深夜の食事可

営業日や、時間を選択。

該当する項目があれば選択。



POINT

- ビジネス名は正しく入力しましょう。（ビジネス名を間違っていると違反になる可能性があります）
- ビジネスカテゴリーは一番近いものを選んでください。
- 営業時間や電話番号、住所は正しいか確認してください。
- webサイトなどの情報と一致するように記載してください。
- （その他）お店に該当するものは全て選択しましょう。

### ✓ 説明欄のポイント

- ・検索してほしいキーワードを入れた説明にする。
- ・何の店なのか、どんな人に来てほしいお店なのかわかりやすく記載。



## Googleビジネスプロフィールマネージャー 効果的なページの作り方

### クチコミ



レビューへの返信をクリックして丁寧な返信を行う。



#### ■ 悪いクチコミほど丁寧に返信をしましょう。

→ 一般のユーザーから見て、誠意のある対応を心がけましょう。

#### ■ お客様と積極的にコミュニケーションを取りましょう。

→ ファンを増やす機会ですので、お礼のメッセージや返信を行うようにすることが重要です。

#### ■ クチコミの返信の内容も検索でのヒットに繋がる可能性があります。返信内容にも工夫を入れて活用しましょう。

## Googleビジネスプロフィール 効果的なページの作り方と運用

### 写真



写真をクリックし、スマホやPCから写真をアップロードします。



写真は、お客様がお店を選択する上で大事な要素となるのでしっかりと準備しましょう。

#### ■ 写真の内容

- ・外観・内観・スタッフや代表の雰囲気が出る写真
- ・商品やメニューの写真
- ・看板の写真（外から発見できるように）、座席の写真など

#### ■ 形式：JPGまたはPNG サイズ：10KB～5MB

#### ■ 推奨解像度：縦 720 ピクセル、横 720 ピクセル

最小解像度：縦 250 ピクセル、横 250 ピクセル

#### ■ その他：

- ・ピントが合っていて十分な明るさの写真を選びましょう。
- ・大幅な加工や過度なフィルターは避け、雰囲気がありのままに伝わる写真を選びましょう。



#### 事前質問

Q 写真の順番を変えることはできるか、一番初めにくる写真の選択方法

A 順番はGoogleが決めているのでコントロールはできないが、オーナーの写真が優先されることが多いです。

またカバー写真が最初にくることが多いのでカバー写真を入れてください。

Q 開いた時の写真が間違っている。変える方法

A オーナーが登録した写真は削除可能。ユーザーの写真は削除をリクエストすることができる。

## Googleビジネスプロフィールマネージャー 効果的なページの作り方

### 編集メニュー

新しいメニューを作成  
このメニューはプロフィールで一般公開されます

メニュー セクションを追加

セクション名\*

0 / 140

メニュー アイテムを追加  
各セクションにアイテムを少なくとも1つ入力してください。後から追加することもできます。

アイテム名\*

0 / 140

ここに写真をドラッグ  
または  
写真を選択

アイテム価格 (JPY)

アイテムの説明

キャンセル 保存

食事制限対応  
該当するものをすべて選択してください

ベジタリアン ビーガン

お店のメニューや商品のメニューを入れてください。  
「写真を選択」から写真をアップロード。



POINT

- わかりやすく、最新の情報を掲載しましょう。
- メニューを見てお店を選ぶユーザーも多い。『何が食べられるか』、『何を売っているか』、『何が体験できるか』をしっかりと伝えることが重要です。
- メニューを記載することで、検索でヒットするようになります。  
→ 例えば、ピザをメニューに登録することで、“盛岡 ピザ”などで調べているお客様にヒットするようになります。

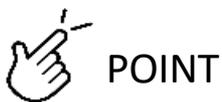


## Googleビジネスプロフィールマネージャー 効果的なページの作り方

### 最新情報を追加



最新情報を追加、特典を追加、イベントを追加のいずれかをクリック。  
写真をパソコンやスマホからダウンロードし、説明を追加する。  
「投稿」をクリックで投稿完了。



POINT

- お客様に興味をもってもらえるよう、最新の情報を掲載しましょう。
- **お客様がよく検索するキーワード**を含むキャンペーンなどを実施することで、検索される確率が上がります。
- 文章は1500文字まで入力可能です。
- ボタンは予約、注文、購入、登録電話などのアクションが可能。用途に合わせて利用しましょう。

### 投稿メニュー（ヒント）

- 季節的な検索需要の増減を把握し、その時期にあったキーワードで投稿する。  
顧客が探しているものと自店がマッチしやすくなる。

例) 夏の季節の場合

冷やし中華始めました テラスでビアガーデンできるようになりました

夏でも涼しい森中散策体験 今年も美味しい桃できてます 桃狩り体験できるようになりました など

- ネタが思いつかない時は世の中の人の興味を知ることでヒントになることも・・・

SANKEI EYEの販促カレンダー（<https://www.sankei-eye.co.jp/calendar/>）  
googleトレンド（<https://trends.google.co.jp/trends/>）



POINT

- 検索エンジン最適化に従って、キーワードは最初の方に意図的に配置しましょう。
- たくさんのお店の中で、『なぜあなたのお店を選ばないといけないのか』という問いに答えるような内容を意図的に投稿してみましょう。

# Googleビジネスプロフィールマネージャー 効果的なページの作り方

## 予約方法

- ①Googleで予約（予約システムの連携）
- ②オンライン予約ツール（予約リンク）

### ①Googleで予約（予約システムの連携）

おすすめの予約ボタン  
プロフィールの上部に目立つようにボタンを表示し、ユーザーが優先プロバイダを使用して予約できるようにします。 [詳細](#)

- ✓ 目を引くボタン
- ✓ Google サービスとの統合

使ってみる

プロバイダに登録する  
プロバイダと連携することにより、ユーザーが Google 検索や Google マップから予約できるようになります

仕組み  
プロバイダを選択して開始してください

ResDiary	<input checked="" type="checkbox"/>
Ikyu	<input checked="" type="checkbox"/>
GATE	<input checked="" type="checkbox"/>
ebisol	<input checked="" type="checkbox"/>
TableCheck	<input checked="" type="checkbox"/>
Machida Clip	<input checked="" type="checkbox"/>

完了

連携可能なプロバイダを選択し完了クリック。



POINT

■「予約ボタン」をGoogleビジネスプロフィール上部に表示をさせて、ユーザーが優先的にプロバイダを使って予約ができるためのボタン。目立つ位置に設置できるので、連携できるものがあれば有効活用しましょう。



Google に掲載中のあなたのビジネス プロファイルの強度 [すべての情報](#)  
山 顧客による操作: 3,405 回

プロフィール... クチコミを... メッセージ 写真 パフォーマ... 広告掲載

編集メニュー 料理の注文 順番待ちリ... **予約** Q & A

その他の写真 外観を見る

## ワイン&魚 イタリアンBarry's(バーリーズ)

4.0 ★★★★★ Google のクチコミ (120)   
¥1,000~2,000・イタリア料理店

ウェブサイト ルート 保存 共有

電話 メニュー

**席を予約**

サービス オプション: 飲み放題あり・スポーツ観戦向き・Wi-Fi あり  
所在施設: マートルコート調布 3  
所在地: 〒182-0024 東京都調布市布田1丁目50-1 マートルコート調布III  
営業時間: 営業時間外・営業開始: 11:30・詳しい営業時間  
電話番号: 050-5462-4827  
メニュー: [barrys-chofu.net](#)

予約: [barrys-chofu.com](#), [owst.jp](#), [chofu.com](#), [tabelog.com](#), [プロバイダ](#)   
[yahoo.co.jp](#), [tabihiro.jp](#), [gnavi.co.jp](#), [ebica.jp](#), [chofu-barrys.com](#), [hotpepper.jp](#)

情報の修正を提案・このビジネスのオーナーですか？

1人あたりの料金: ¥1,000~2,000  
14人のユーザーが報告

# Googleビジネスプロフィールマネージャー 効果的なページの作り方

## 予約

### ②オンライン予約ツール（予約リンク）

オンライン予約ツールへのリンク  
オンライン予約ページへのカスタムリンクを追加して、ユーザーが直接予約できるようにしましょう。 [詳細](#)

- ✓ 簡単に設定できる
- ✓ カスタムリンクを表示できる

リンクを追加

簡単に設定できる  
カスタムリンクを表示できる

予約 URL  
<http://jannysalon.com/bookings>

保存 キャンセル

ココ!

リンクを追加に連携しているサイトなどの予約URLを入れて「保存」をクリック。

■ 予約URLを入れてユーザーが直接予約ページへアクセスするためのボタン。自社HPなども含めて連携できるので活用しましょう。



# Googleビジネスプロフィールマネージャー 効果的なページの作り方

## パフォーマンスの見方

### ■ 概要



Google ビジネス プロフィールからユーザーが電話問い合わせ、メッセージ送信、予約、ルート検索などを行った数字を見ることができる。



### 👉 POINT

■ 何のキーワードで検索されてヒットしているかを知ることが大切です。行っている事業との差異はないかを確認して、差異がある場合には、概要ページやメニューページのブラッシュアップが必要です。

## パフォーマンスの見方



- よく検索されているキーワードとPRすべき内容が同じ場合、このキーワードを有効活用してください。
  - ・プロフィールの説明文に加える。
  - ・投稿記事や写真の掲載。
  - ・口コミの返信の際に意識的に入れ込む等。

### Googleマップの検索順位の決まり方の傾向

#### ①「関連性」消費者が検索したキーワードとお店の関連性の度合い

- 関連性の高いキーワードを入れてプロフィールを充実させる。
- 関連性の高いキーワードを入れて情報発信を行う。
- 一番近いカテゴリーを選ぶ。

#### ②「距離」消費者が検索した場所のお店の距離

- 検索から距離が近ければ近いほど順位は上がる。

#### ③「知名度」

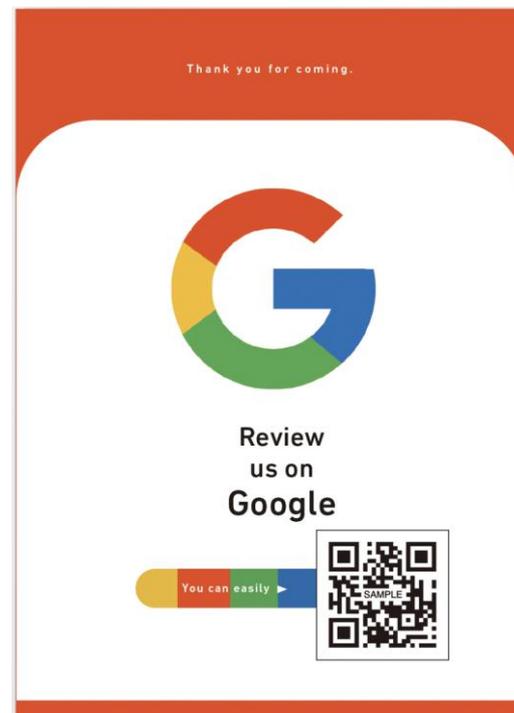
- お店の名前が検索されている数。
- ブログなどでお店が紹介されている数。
- SNSや予約サイトのクチコミ。
- クチコミを増やす努力をする。

#### ④情報を統一させる

- ホームページや、トリップアドバイザーなど他社のサービスに入れている情報と統一してさまざまなところで発信されている。

## クチコミを増やすポイント

- ▶ □感動を与えるサービスを行う。
- ▶ □QRコード付きのPOPなどをお店に設置する。
- ▶ □設置するだけではなく積極的にお客様にお願いをする。
- ▶ □DMなどを送る際にも□コミのお願いもする。



## 効果的な運用のまとめ

■ 正確な情報を伝える。

■ 常に新しい情報を発信続ける。

■ 口コミへの返信を行い安心を与え、評価を上げる。

■ 顧客目線で自社のサービスを伝える努力をする。

■ 口コミを増やす努力をする。