

Google ビジネスプロフィール マニュアル

目次

第 1 章 【登録編】 Google ビジネスプロフィールを登録しよう

- 1. Google アカウントを作成する 5
- 2. Google ビジネスプロフィールのオーナー登録をする 9
- 3. ビジネスプロフィールマネージャからビジネス情報を追加する 24
- 4. Google ビジネスプロフィールの管理画面を確認する 25

第 2 章 【運用・活用編】 ビジネス情報を設定・編集しよう

- 5. プロフィールを設定・編集する 28
- 6. 写真・動画を管理する 40
- 7. 商品を登録する 46
- 8. サービスを登録する 48
- 9. 飲食店のメニューを登録する 50
- 10. 予約 URL / 順番待ちリストを登録する 57
- 11. テイクアウト・宅配リンクを登録する 61
- 12. アクティビティメニューや入場料を登録する 63
- 13. ホテルの詳細を登録する 67
- 14. 宿泊価格と予約リンクを表示する 69
- 15. インバウンド対策・店舗名の他言語登録を行う 72
- 16. クチコミを読み、返信する 76
- 17. クチコミの削除を Google に申請する 78
- 18. 最新情報、特典、イベント情報を投稿する 82
- 19. Q&A への返答方法 87
- 20. 臨時休業／閉業の設定を行う 89
- 21. プロフィールのオーナー・管理者を追加、削除する 91
- 22. Google アカウントやパスワードを忘れてしまったら？ 96
- 23. プロフィールの停止・無効化に対する再審査請求を行う 101
- 24. サポートチームへ問い合わせる 106

第3章 【分析編】ビジネスプロフィールの パフォーマンスを分析しよう

25. パフォーマンスデータを見る	110
26. パフォーマンスデータをダウンロードする	113
27. 【応用】店舗情報のランキング順位が決定される仕組みとは	115
28. 【応用】データ集計や検索語句の分析を行う	117

◆ご利用の前に◆

本書に記載されている情報は、特に記載が無い限り、2024年12月時点での情報に基づいています。ご利用時には変更されている場合がありますので、ご注意ください。

本文中に記載されている会社名、製品名などは、すべて関係会社の商標または登録商標、商品名です。本文中ではTM、(R)マーク等は明記しておりません。

第 1 章 【登録編】

Google ビジネスプロフィールを登録しよう

1. Google アカウントを作成する 5
2. Google ビジネスプロフィールのオーナー登録をする 9
3. ビジネスプロフィールマネージャからビジネス情報を追加する 24
4. Google ビジネスプロフィールの管理画面を確認する 25

1

Google アカウントを作成する

Google ビジネスプロフィールの利用には、Google アカウントが必須となります。すでにお持ちの Google アカウントとは別にビジネス用のアカウントとして管理したい場合、あるいは、まだ Google アカウントをお持ちでない場合は、Google アカウントを作成してください。

手順



1. Google Chrome を起動し、以下の URL にアクセス

<https://www.google.com/account/about/>

画面右上の「アカウントを作成する」をクリックします。

Gmail を既に取得している場合、そのメールアドレスは Google アカウントとして使用可能です。



2. 名前を登録します。法人 / 店舗の場合、姓は空欄、名に「●●株式会社」などの会社名を入力します。

入力後「次へ」をクリックします。



3. 生年月日と性別を入力します。「店舗の開業日」ではなく、登録者の実際の生年月日を入力します。(13歳以上が必須)。性別は「指定しない」を選択し、入力後「次へ」をクリックします。

4. 次にメールアドレスを選択します。新規 Gmail アドレスを作成、または会社や店舗のメールアドレスを登録することも可能です。

入力後「次へ」をクリックします。

5. 次にパスワードを設定します。カスタムパスワードの設定が可能です。メールアドレスとパスワードは必ずメモを保管しましょう。

入力後「次へ」をクリックします。

6. 携帯電話番号を入力します。確認用コードがショートメールで送信されます。

入力後「次へ」をクリックします。

Google

コードを入力

6桁の確認コードを入力して、テキストメッセージを受け取ったことをご確認ください

コードを入力

G- [masked code]

新しいコードを取得 (2 秒)

次へ

7. 受信したコードを入力し、「次へ」をクリックします。

Google

再設定用のメールアドレスの追加

アカウントで通常とは異なるアクティビティが検出された場合やアカウントにアクセスできなくなった場合に Google からの通知を受け取るメールアドレスです。

再設定用のメールアドレス

|

次へ スキップ

8. 再設定用メールアドレスを登録します。Google アカウント復旧時に必要です。

入力後「次へ」をクリックします。

Google

電話番号を追加

電話番号

Google ではこの電話番号をアカウントのセキュリティ保護のためにのみ使用します。電話番号が他のユーザーに公開されることはありません。この情報を他の目的で使用してよいか、後で選択できます。

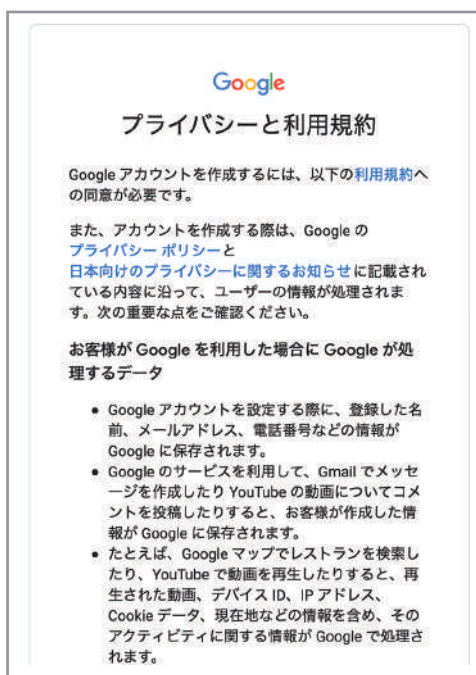
次へ スキップ

9. 再設定用の電話番号を入力します。任意で設定します(スキップ可)。主番号と同じでも可能です。

入力後「次へ」または「スキップ」をクリックします。



10. アカウント情報を最終確認します。確認後「次へ」をクリックします。



11. プライバシーポリシーと利用規約を読み、一番下の「同意する」をクリックします。



12. Google アカウントが作成できました。以降、このアカウントとパスワードで、Google ビジネスプロフィールにログイン可能です。

【重要な注意事項】

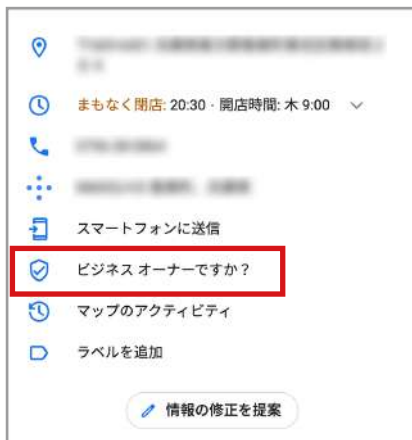
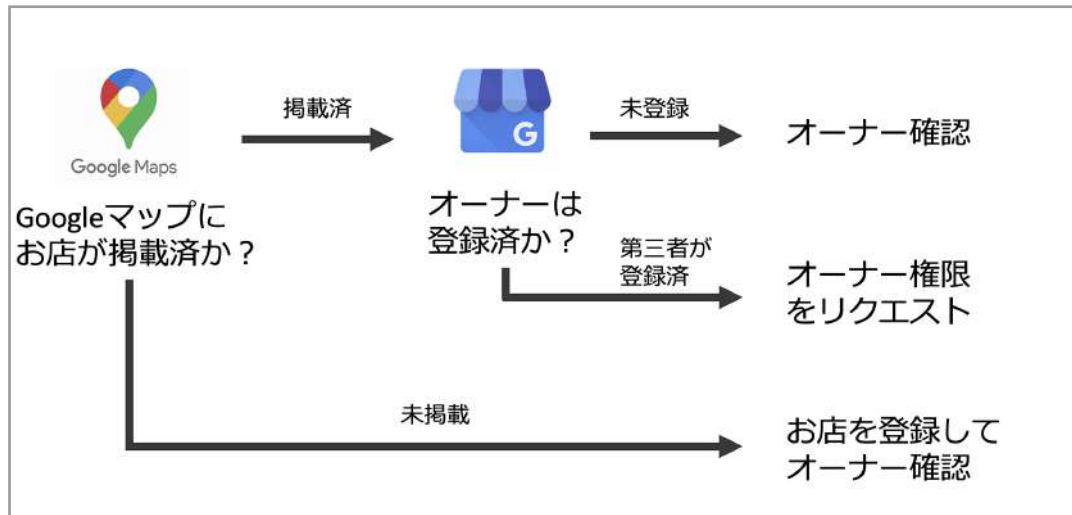
Google アカウントは 2 年間未使用の場合、自動的に削除されます。定期的なログインや Gmail の確認を推奨します。

2

第1章 【登録編】 Google ビジネスプロフィールを登録しよう

Google ビジネスプロフィールのオーナー登録をする

Google ビジネスプロフィールのオーナー登録を行うには、状況により 3 つのケースがあります。



オーナー登録ができているかを確認するには、

- Google マップに掲載済みか
 - Google マップに掲載済みで、且つオーナーが登録されているか
- を確認します。

Google マップを開き、所在地や店舗名で検索しても表示されない、あるいは新規オープン等で Google マップに無い場合は、Google マップにお店を登録した後にオーナー確認を行います。新規開業の場合、オーナー確認作業に注意が必要です。

Google マップに掲載されている店舗情報を見て、上図のように「ビジネスオーナーですか？」の表示があれば「Google マップに載っているがオーナー確認が済んでいない」状態を表すことが多いです。この場合は「ビジネスオーナーですか？」をクリックして、オーナー確認を行ってください。

次ページから、次の 4 つのケースに分けて説明します。

- ▶ケース 1) Google マップに掲載済みだが、オーナー確認が済んでいない場合
- ▶ケース 2) 不明な人がオーナーになっている場合
- ▶ケース 3) Google マップに掲載されていない場合（開業済）
- ▶ケース 4) Google マップに掲載されていない場合（開業前）

ケース 1) Google マップに掲載済みだが、オーナー確認が済んでいない場合

手順



1. Google マップにログインし、所在地や店舗名で検索して店舗情報を表示します。

「ビジネスオーナーですか？」の文字をクリックすると確認画面に移りますので、「管理を開始」ボタンをクリックします。

2. オーナー確認を行う方法を選択します。「ビジネスの動画」「郵送」「メール」など確認方法が示されますので、その指示に従います。一番多いのは「電話で確認コードを受け取る場合」と「ビジネスの動画をアップロード」の2つです。特に新規店舗や非店舗型ビジネスの場合は「動画」が増えています。表示されていない選択肢や、選択後に表示される電話番号やメールアドレスを変更することはできません。

(1) 電話で確認コードを受け取る場合



① 一番早くオーナー確認が完了するのは、電話でコードを受け取る方法です。選択したら、「次へ」ボタンをクリックします。



② メモとペンの準備をしてから「次へ」ボタンをクリックします。(すぐに Google から自動音声電話がかかってきます)



- ③ 自動音声通話で通知された確認コードを「コードを入力」欄に入力し「確認」をクリックします。そして承認されると「コードが承認されました」と表示されますので「次へ」ボタンをクリックします。

(2) 動画を撮影する場合



- ① 動画を撮影してオーナー確認をする場合は、こちらを選択し、「次へ」ボタンをクリックします。



- ② 動画はこの後スマートフォンやタブレットで撮影を行います。動画でオーナー確認をするには、画面に表示された3つの要件（所在地を示す周辺の様子、ビジネス名と業種が登録内容と一致していること、ビジネスの所有者であること）を1つの動画にまとめて収録します。確認したら「次へ」ボタンをクリックします。

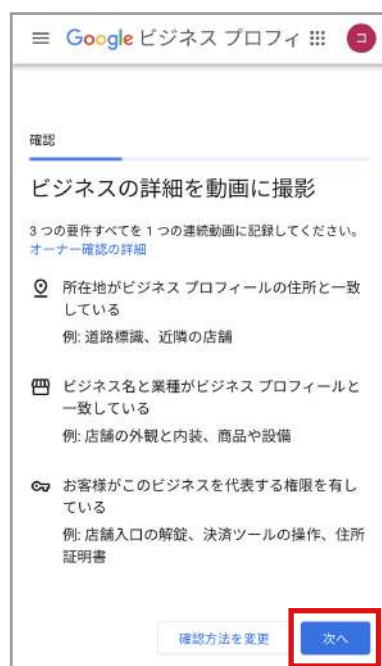


③ 次の画面では動画撮影のヒントが記載されています。

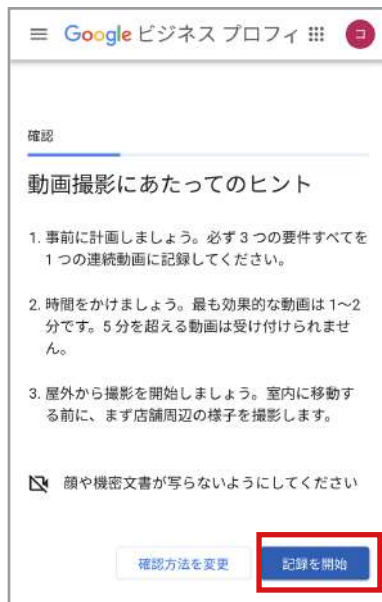
準備が整ったら、「記録を開始」ボタンをクリックします。



④ パソコンからオーナー確認の作業を行っている場合、QR コードが表示されます。QR コードをスマートフォンやタブレットで読み取り、オーナー登録に使っている Google アカウントでログインします。



⑤ QR コードをスマートフォンやタブレットで読み取ると、収録に必要な要件が表示されます。特に、住所や店舗名を証明するための公共料金の領収証や確定申告書、登記簿謄本、開業届の写し、飲食業などの営業許可証などを手元に準備し、「次へ」ボタンをクリックします。



- ⑥ 再度ヒントを読み、録画せずに何度か撮影のリハーサルを行いましょ。準備が整ったら、「録画を開始」ボタンをクリックします。



- ⑦ カメラとマイクへのアクセスを許可します。「次へ」ボタンをクリックします。(もしここで、カメラやマイクのアクセスを許可できていない場合は、スマートフォンなどのマイクの設定を行います)



- ⑧ 中央の録画ボタンを押し、撮影します。最初に店舗周辺の様子を撮影し、看板を映します。そして店舗の入口の鍵を開け、店内、商品、バックヤード(飲食店なら厨房)を映し、最後に、レジを開けたり、営業を証明する書類、許可証、公共料金の請求書などを撮影します。

- ⑨ 撮影を終了すると、次の画面が表示されます。OK であれば「動画をアップロード」ボタンをクリックします。

次の画面で「動画をアップロードしました」という画面が表示されますので、「次へ」をクリックします。

動画によるオーナー確認が完了するまで最大5日かかります。

(3) メールによる確認

ビジネスに独自ドメインのウェブサイトがある場合、関連するメールアドレスが表示されることがあります。表示されたメールアドレスが実際に使用中であれば、そのアドレスに確認用コードが送信されます。このコードを入力画面に入力することで、オーナー登録を完了することができます。一方、表示されたメールアドレスが未使用の場合は、メールでの確認を行うことができません。その場合は、他の確認方法を使用してオーナー確認を進めます。

(4) ハガキによる確認

オーナー確認の方法としてハガキによる認証を選択すると、指定した所在地へ確認コードが記載されたハガキが郵送されます。ハガキの送付を申請してから確認コードの入力が完了するまでの間は、ビジネスプロフィールの基本情報(ビジネス名、所在地またはサービスエリア、電話番号など)を変更しないようご注意ください。この期間中に基本情報を編集してしまうと、ハガキ請求が無効となり、確認コードが届かなくなってしまいます。万が一、ハガキの申請から14日以上経過しても届かない場合は、ビジネスプロフィールの管理画面から「オーナー確認を行う」を選択し、住所を確認の上、再送の手続きを行ってください。



3. オーナー確認が完了したら、営業時間を入力し「次へ」をクリックします。



4. ビジネスの概要説明を記入します。半角 750 文字まで書くことができますので、入力して「次へ」ボタンをクリックします。後で記入・編集もできますし、「スキップ」もできますが、できるだけ入力してください。



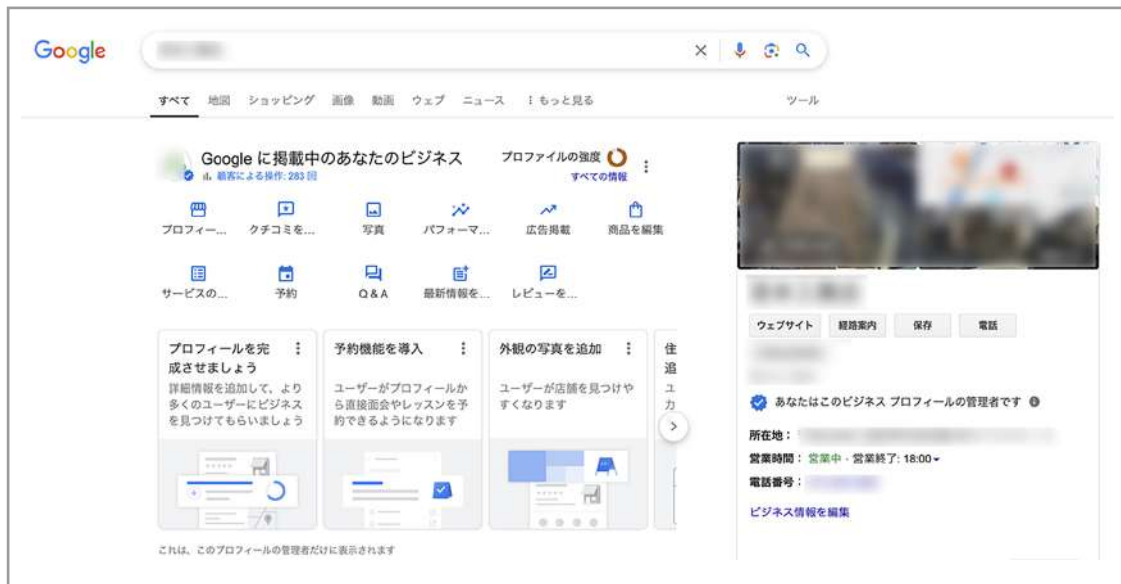
5. ビジネスの写真を追加します。店舗外観、店内、仕事道具など、ビジネスが分かるような写真を追加してください。追加したら「次へ」ボタンをクリックします。もし手元に写真が無ければ「スキップ」ボタンをクリックします。

6. 有料の Google 広告の案内が表示された場合は、「スキップ」ボタンをクリックします。



7. 「編集内容は確認手続きが完了すると表示されます」と案内されます。「続行」ボタンをクリックします。

8. ビジネスプロフィールの管理者が Google 検索でビジネスを検索した時の表示画面が表示されます。これで基本的にはオーナー確認が完了し、この Google ビジネスプロフィールの管理画面を使って、ビジネス情報の加筆・編集ができるようになります。



ケース 2) 不明な人がオーナーになっている場合

Google マップで自社の情報を見つけたものの、「ビジネスオーナーですか?」というボタンが表示されない場合や、クリックすると「既に xx がオーナーになっています」というメッセージが表示される場合があります。これは既に第三者がオーナー権限を保有している可能性を示しています。多くの場合、ご家族や自社スタッフ、店舗スタッフの他、ホームページ制作会社、広告代理店などが以前にオーナー登録を行っているケースが考えられます。

これらの関係者に確認しても心当たりがない場合は、オーナー権限のリクエストを行うことができます。リクエストが承認されれば、改めてオーナー確認の手続きを実施し、正式なオーナー権限を取得することが可能です。

手順



1. パソコンで Google Chrome にログインし、ビジネス名で検索してビジネス情報を表示します。画面右の情報欄に「このビジネスのオーナーですか?」が表示されますので、その文字をクリックします。

もし、「ビジネスオーナーですか?」が表示されない場合は、新規登録の項を参考にビジネス名を入力するところまで進んでください。既に掲載されているビジネス名を入力すると、ほとんどの場合、候補が表示され、そこから本項の手順 2 になります。



2. 既にオーナーが登録されていることと、その人の Google アカウント（メールアドレス）の前 2 文字が表示されています。心当たりが無ければ「アクセス権限をリクエスト」ボタンをクリックします。

アクセス権をリクエストしてこのビジネスを管理

「[redacted]」のオーナーは sa...@gmail.com です

必要なアクセス権限レベルを選択してください ②

アクセスレベルを選択*

ビジネスとの関係を選択してください

関係*

担当者名*

電話番号*

☐ このビジネス プロファイルのオーナーに、自分の公開情報とメールアドレス（[redacted]）を表示する。

アクセス権をリクエストすると、Google ビジネス プロファイル 追加利用規約とプライバシー ポリシーに同意したことになります。

キャンセル 送信

3. アクセスレベルは「オーナー権限」、ビジネスとの関係、担当者名、電話番号を入力します。担当者名は Google アカун トの名前が入っていますので適宜修正します。（氏名や電話番号などの記載情報は全てリクエスト先に表示されます。）すべて記載し「送信」ボタンをクリックします。

リクエストが送信されました

「[redacted]」のオーナーになるリクエストを送信しました。

このビジネス プロファイルのオーナーから 2023/12/31 までにリクエストへの返信がなかった場合は、アクセス権を取得することが可能です。

このビジネス プロファイルに対して復讐を提案することはできます。

別の Google アカун トをお持ちですか？以前 Google でこのビジネス プロファイルを管理していた場合は、他のアカун トをチェックして、このプロフィールにアクセスできるかどうかを確認してください。

完了

4. 送信後、完了画面が表示されます。現在のオーナーには 3 日間の判断期間が与えられます。権限の移譲が承認された場合は、Google からその旨を通知するメールが届き、ビジネスプロフィールの管理が可能となります。一方、リクエストが拒否された場合も Google から通知メールが届きます。拒否された場合でも、異議申し立ての手続きを行うことができます。

ビジネスプロフィール Google

お客様のオーナー権限リクエストが送信されました

[redacted] のビジネス プロファイルの管理に向けたお客様のリクエストが送信されました。

このビジネス プロファイルのオーナーから 3 日以内にリクエストへの返信がなかった場合は、オーナー確認を実施してアクセス権を取得することが可能です。

確認手続きを始めるにあたっては、お客様がこのビジネスを代表する権限を有していることを事前にご確認ください。

リクエストを表示

5. 期限までに何も連絡が無い場合は、Google からリクエスト後に届いたメールを開き、「リクエストを表示」ボタンをクリックします。そして、表示された指示に従い、オーナー確認作業を行います。オーナー確認が完了すると、ビジネスプロフィールを管理が可能になります。

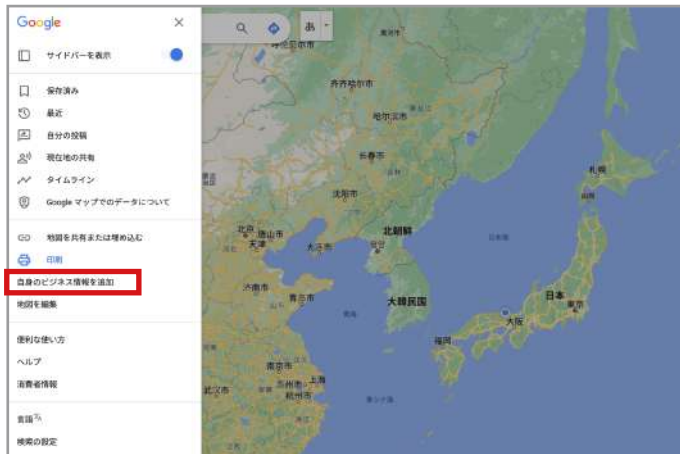
【オーナー権限のリクエストに関する注意事項】

既に管理者やオーナーとして登録されている Google アカун トからは、オーナー権限のリクエストを行うことができません。メインのオーナーと連絡が取れないなどの理由でオーナー権限の取得が必要な場合は、管理者やオーナーとして登録されていない別の Google アカун トを使用してリクエストを行う必要があります。なお、オーナー権限が移譲されてから 7 日経過後、管理者やオーナーとして登録した Google アカун トを「メインのオーナー」にして設定し直すことが可能です。

ケース 3) Google マップに掲載されていない場合 (開業済)

新規店舗を登録する場合はこのケースになります。Google マップからオーナー登録を行います。

手順



1. Google マップにログインして、左上のメニュー「≡」をクリックし、「自身のビジネス情報を追加」をクリックします。



2. 「ビジネスプロフィールの作成を開始する」画面に移ります。ここでビジネス名とビジネスカテゴリを登録します。ビジネスカテゴリとは業種のことです。業種名を入力すると選択肢が表示され、その中から選びます。選択肢に無い言葉を入力することはできません。入力したら「次へ」ボタンをクリックします。



3. ユーザーが実際に訪れる店舗があるかを確認します。店舗がある場合は「はい」、無い場合は「いいえ」を選択し「次へ」ボタンをクリックします。

実店舗の所在地を Google に掲載する場合、その住所に、ビジネスの名称が記載された看板を常設する必要があります。

●実店舗がある場合

- ① 3. で「はい」を選択した場合、店舗の住所を入力し「次へ」ボタンをクリックします。入力後、近くに類似業種があれば「ビジネスを既に登録されていませんか？」という画面が表示されることがあります。もし自分の店が一覧にあればそれを選択してください。もし一覧に自分の店舗が無ければ「いずれも私のビジネスではありません」を選択してください。

- ② デリバリー、商品配達や出張エステのような出張型のサービスなど、店舗外でのサービスを提供している場合は「はい」、していない場合は「いいえ」を選択して「次へ」ボタンをクリックします。

●実店舗が無い場合

- ① 3. で「いいえ」を選択した場合、出張サービスを行う範囲（サービス提供地域）を選択します。出張エリアは拠点とする場所（多くは自宅）から車で2時間の範囲の市区町村を一つずつ登録します。登録するときは市区町村名を入れると候補が表示されますので、そこから選んでください。20箇所まで登録できます。選んだら「次へ」ボタンをクリックします。



- ② ビジネス拠点の地域 (国名) を入力する画面に遷移しますので、「日本」を選んで「次へ」ボタンをクリックします。



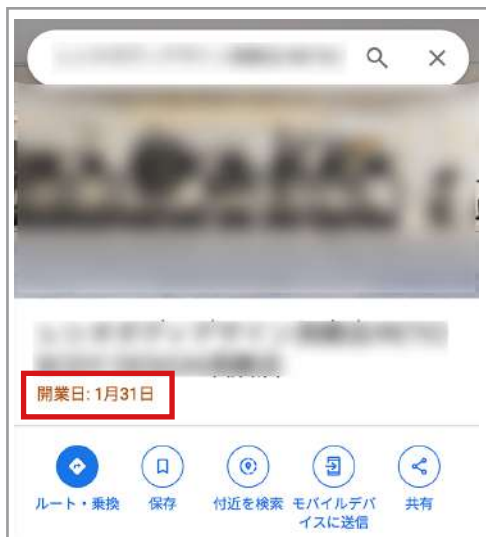
4. ビジネス情報に表示させる電話番号とウェブサイトを入力して「次へ」ボタンをクリックします。無い場合は「スキップ」ボタンをクリックします。

電話番号をここで登録すると、一定期間は変更することができません。そのため、早くオーナー登録したいからと個人の携帯電話番号を登録すると、その情報が Google マップに表示され続けますのでご注意ください。また、0120 や 050 で始まる電話番号を登録した場合、電話によるオーナー登録ができません。極力、固定電話かビジネス専用の携帯番号を登録することをお勧めします。



5. オーナー確認の方法が表示されます。ここからはケース 1) の手順 3 以降を行ってください。

ケース 4) Google マップに掲載されていない場合 (開業前)



開業を予定している店舗は、開業 1 年前から Google ビジネスプロフィールに登録することができます。開業日の 90 日前になると、開業予定日とともに店舗情報が Google マップなどに掲載されるようになります。ただし、開業前の店舗の場合、オーナー確認の方法は「動画」での認証が求められることが一般的です。オーナー確認を完了するためには、店舗の外観、内装が完成していることに加えて、公共料金の領収証や開業届けなどの必要書類が揃っている必要があります。そのため、これらの条件が整ってから、オーナー確認の手続きを進めることをお勧めします。

手順



1. ケース 3) 手順 1 から進めて、手順 8 の画面まで来たらオーナー確認を行わず、「後で確認」をクリックします。



2. Google ビジネスプロフィールの管理画面が表示されますので、一番左端上段にある「プロフィールの編集」アイコンをクリックします。

← 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
この住所で開業した日付または開業する日付を入力します。 [詳細](#)

年* 月* 日

必須 必須

保存 キャンセル

3. ビジネスプロフィールの「開業日」項目にマウスカーソルを合わせると鉛筆マークが表示されます。このマークをクリックして開業予定日を設定してください。なお、開業日の入力の際は年月日を全て指定することが重要です。年月のみを入力した場合、その月末まで「開業準備中」の状態が継続し、月初に開業していたとしても、クチコミなどの一部機能が利用できなくなってしまう。開業予定日の入力が完了したら、必ず「保存」ボタンをクリックして設定を確定してください。

Google に掲載中のあなたのビジネス
山 パフォーマンスを確認

プロフィール... クチコミを... 写真 パフォーマンス... 広告掲載 商品を編集

サービスの... 予約 Q & A 最新情報を...

⚠️ 確認が完了していません。編集内容の一部がユーザーに表示されない可能性があります。 [詳細](#)

オーナー確認を行う

4. 再度、ビジネスプロフィールの管理画面に戻り、「オーナー確認を行う」ボタンを押し、オーナー確認をケース 1) の手順 3 から行います。

3

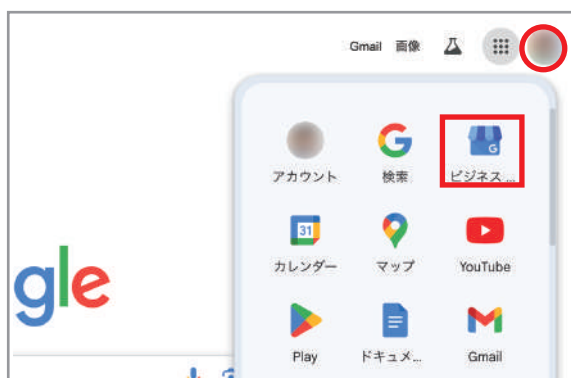
第1章 【登録編】 Google ビジネスプロフィールを登録しよう

Google ビジネスプロフィールマネージャからビジネス情報を追加する

2店舗以上、Google ビジネスプロフィールが登録されている場合に使えます。(オーナー登録作業中のビジネスも含む)

注：2店舗以上登録されていない場合には、自動的に通常の管理画面になるため使用できません。

手順



1. パソコンで Google Chrome にログインし、Google ビジネスプロフィール マネージャ (<https://business.google.com/locations>) を検索します。又は、Google Chrome の画面右端にあるメニューボタンから Google ビジネスプロフィールを選択し、表示させます。(メニュー一覧に無ければ「その他のソリューション」文字をクリックして探してください)

2. 右上の「ビジネス情報を追加」を押して「ビジネス情報を1件追加」の文字をクリックします。



3. 追加するビジネスのビジネス名を記入し、ビジネスのオーナー確認を行います。『2. Google ビジネスプロフィールのオーナー確認』を参照しオーナー確認作業を行ってください。

4

第1章 【登録編】 Google ビジネスプロフィールを登録しよう

Google ビジネスプロフィールの管理画面を確認する

Google ビジネスプロフィールのオーナー確認完了後は、管理画面にアクセスして設定内容を確認しましょう。管理画面は Google Chrome ブラウザで表示され、パソコン、スマートフォン、タブレットのいずれの端末でも同じ画面レイアウトで利用することができます。

[1] 管理店舗が少ない時の確認方法

手順



1. オーナー確認で用いた Google アカウントで Google Chrome にログインし、検索窓に「マイビジネス」と入力し、検索します。



2. 「あなたはこれらのビジネスプロフィールの管理者です」と表示された枠の中で、該当するビジネスの「プロフィールを表示」ボタンをクリックします。

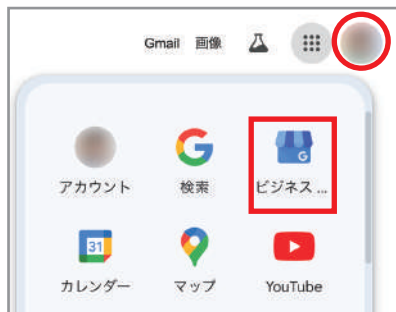


3. 「Google に掲載中のあなたのビジネス」という欄に管理画面が表示されます。この画面が表示されていれば利用できます。

(この画面はビジネスプロフィールのオ

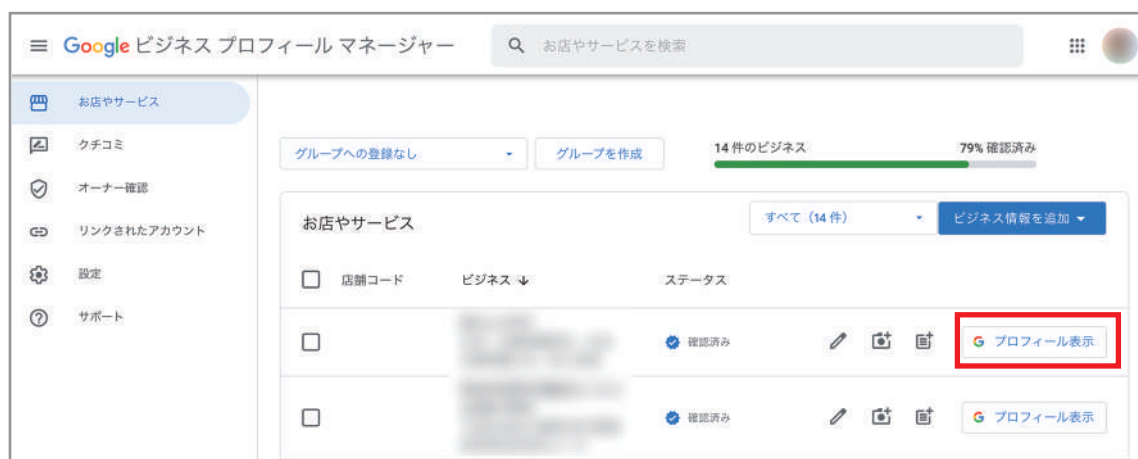
[2] ビジネスプロフィールマネージャからの確認方法

手順



1. Google Chrome 画面の右上、Google アカウントのアイコンの隣にあるボタンをクリックし、「Google ビジネスプロフィール」アイコンを探し、クリックします。

2. Google アカウントで管理しているビジネスの一覧表「Google ビジネスプロフィールマネージャ」が開きます。当該ビジネスの「プロフィールを表示」ボタンを押すと、管理画面が表示されます。



▶管理画面に警告が表示される場合



「確認が完了していません」と警告が表示された場合は「オーナー確認を行う」ボタンをクリックして、オーナー確認を行きましょう。

▶管理画面やビジネスプロフィールマネージャが表示されない場合

Google Chrome でログインしたオーナー・管理者の Google アカウントが正しいか確認しましょう。ログインしているアカウントが違う場合や複数ある場合は、右上のログインから切り替える必要があります。

第 2 章【運用・活用編】

ビジネス情報を設定・編集しよう

5. プロフィールを設定・編集する	28
6. 写真・動画を管理する	40
7. 商品を登録する	46
8. サービスを登録する	48
9. 飲食店のメニューを登録する	50
10. 予約 URL / 順番待ちリストを登録する	57
11. テイクアウト・宅配リンクを登録する	61
12. アクティビティメニューや入場料を登録する	63
13. ホテルの詳細を登録する	67
14. 宿泊価格と予約リンクを表示する	69
15. インバウンド対策・店舗名の他言語登録を行う	72
16. クチコミを読み、返信する	76
17. クチコミの削除を Google に申請する	78
18. 最新情報、特典、イベント情報を投稿する	82
19. Q&A への返答方法	87
20. 臨時休業／閉業の設定を行う	89
21. プロフィールのオーナー・管理者を追加、削除する	91
22. Google アカウントやパスワードを忘れてしまったら？	96
23. プロフィールの停止・無効化に対する再審査請求を行う	101
24. サポートチームへ問い合わせる	106

5

プロフィールを設定・編集する

[1] ビジネス名

ビジネス名がすでに Google ビジネスプロフィールに登録されている場合でも、誤った情報が登録されているケースや、ガイドライン（※）に準拠していない表記がある場合は、オーナー確認の際に修正する必要があります。正確な情報提供とガイドラインへの準拠は、プロフィールを適切に運用する上で重要な要素となります。

手順



Google ビジネスプロフィール管理画面の「プロフィールを編集」アイコンをクリックすると、ビジネス情報の編集画面に移動します。ビジネス名を編集する際は、ビジネス名の項にカーソルを移動し、鉛筆マークをクリックしてビジネス名を編集し、「保存」ボタンをクリックします。



【ビジネス名についての注意事項】

Google ビジネスプロフィールに登録するビジネス名は、実際の店舗看板や販促物に表示されている正式な表記と完全に一致させる必要があります。ビジネス名にはキャッチコピー、電話番号、検索用キーワード、最寄り駅名など、不要な情報を含めることはできません。これらの情報をビジネス名に含めると、ガイドライン違反となり、ビジネスプロフィールが停止されるリスクがあります。

良い例) 居酒屋さくら

悪い例) 全席個室 広島名物とカキ食べ放題 海鮮 寿司 居酒屋さくら 東広島市

店名に含まれないキャッチコピー、検索用キーワードは含めることが出来ません

店名に無い所在地情報は含めることが出来ません

詳しくはヘルプページ「(※) Google に掲載するローカル ビジネス情報のガイドライン (<https://support.google.com/business/answer/3038177?hl=jp>)」を参照ください。

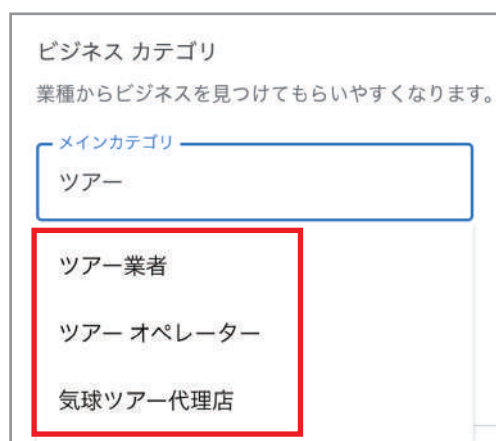
[2] ビジネスカテゴリ

Google ビジネスプロフィールでは、オーナー登録時にビジネスカテゴリ（業種）を1つ設定しています。最初に選択したカテゴリが事業内容を適切に表現していない場合や、より詳細な業種の指定が必要な場合は、追加のカテゴリを設定することができます。1つのビジネスプロフィールに対して、最大9つまでのカテゴリを登録できるため、より正確に事業内容を表現することが可能です。

手順



「ビジネスカテゴリ」の鉛筆マークをクリックします。カテゴリを入力しはじめるとプルダウンで候補が表示されるので、その中からカテゴリを選択します。追加したい場合には「+別のカテゴリを追加」をクリックして選択し、最後に「保存」ボタンをクリックします。（カテゴリは9つまで追加可能）



▶カテゴリの選択について

- メインカテゴリには、ビジネス全体を表す具体的なものを選択します。希望のカテゴリがない場合は、ビジネスの内容に近いカテゴリを選択し、追加してください。独自のカテゴリを作成することはできません。
- カテゴリによって特殊な機能やボタンが利用できる（例えば、ホテルの場合は空室検索のボタンが付く、小売店の場合は商品登録が出来るなど）場合があります。
- カテゴリは Google のローカル検索結果のランキングに影響する要因の1つです。

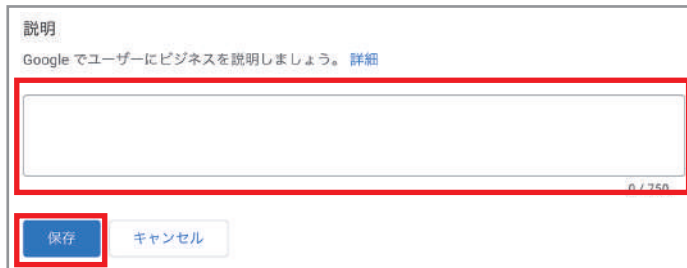
【カテゴリを変更する際の注意事項】

カテゴリを追加または編集した場合、ビジネスのオーナー確認を再度行うよう求められることがあります。そのため、カテゴリの編集は慎重に行ってください。関係ないカテゴリを設定した場合は公開停止される可能性もあります。ご注意ください。

[3] ビジネスの説明文

Google 検索や Google マップで表示されるビジネスの説明文は、750 文字以内で作成することができます。初めてあなたのビジネスを知るユーザーに向けて、主な事業内容や特徴、駐車場の有無、定休日、利用可能な支払い方法、予約方法や受付時間など、具体的な情報を記載することをお勧めします。これらの情報を分かりやすく記載することで、潜在的な顧客に対して事業の概要を効果的に伝えることができます。

手順



「説明」の横の鉛筆マークをクリックして説明文を記入し、「保存」ボタンをクリックします。

【ビジネスの説明文に関する注意事項】

- 説明文は最初の 200 文字で自動的に折りたたまれ、『もっと見る』ボタンをクリックすることで全文が表示される仕様となっています。そのため、特に重要な情報は文章の冒頭に配置することをお勧めします。
- 説明文を入力する際に改行や行間を設定しても、閲覧するデバイスの種類や、Google マップと Google 検索の違いにより、これらの書式設定が正しく反映されない場合があることにご注意ください。
- 説明文には以下のような内容を含めることはできません：特別キャンペーンや料金の過度な強調、誤字や奇抜な文字の使用、意味不明な表現など、質の低い、あるいは閲覧の妨げとなるコンテンツです。また、URL リンクや電話番号も記載することはできません。
- 重要な点として、この説明文は Google のローカル検索結果のランキングには影響を与えません。また、システムによる自動翻訳機能は提供されていないため、インバウンド対応が必要な店舗の場合は、英語など必要な言語での説明文も併せて記載することをお勧めします。

[4] 開業日

Google ビジネスプロフィールには、店舗やビジネスの『開業日』を登録することができます。特に士業（弁護士、税理士など）や建築業などの特定のカテゴリでは、検索結果一覧に『事業年数：●年』という形で営業期間が表示されることがあります。事業継続期間が信頼性の指標として重視される業種の場合は、この開業日情報を正確に登録することをお勧めします。

手順



「開業日」の横の鉛筆マークをクリックして開業日(西暦年、月は必須)に記入し、「保存」ボタンをクリックします。

▶開業前のビジネスを登録する場合

開業前のビジネスを Google ビジネスプロフィールに登録する際は、以下の手順で正しく設定を行うことが重要です。

まず、ビジネスが誤って営業中と表示されることを防ぐため、オーナー確認の前に開業予定日の設定が必要です。プロフィール作成時にオーナー確認を求められた場合は、『後で確認する』を選択します。その後、プロフィールの編集画面から開業予定日を入力し、『保存』を行います。

開業予定日は最大 1 年先まで設定可能です。設定後にオーナー確認を完了すると、開業日の 90 日前から Google にプロフィールが表示されるようになります。なお、年月のみを登録すると、その月の最終日までユーザーからのクチコミ投稿ができなくなるため、開業日が確定次第、具体的な日付まで設定することをお勧めします。

[5] 電話番号（編集・非表示の設定）

Google ビジネスプロフィールでは、メインの電話番号に加えて、最大 2 つの追加電話番号を登録することができます。ただし、これらの追加電話番号はプロフィール上には表示されません。また、必要に応じてメインの電話番号も非表示に設定することが可能です。なお、FAX 番号は登録できませんのでご注意ください。

● 電話番号を編集する

手順



「電話番号」にカーソルを移動し、鉛筆マークをクリックします。電話番号は最初のゼロからハイフンを入れずに入力します（ハイフンは自動で付きます。）電話番号を追加の場合は「+ 電話番号を追加」をクリックし登録します。最後に「保存」ボタンをクリックします。

▶ 電話番号の編集に関する制限と対処方法

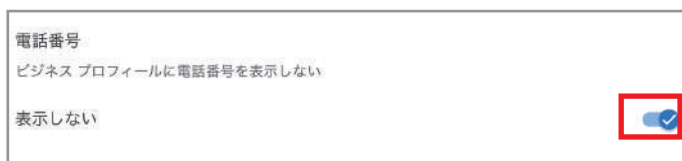
Google ビジネスプロフィールのオーナー確認を電話で実施した場合、セキュリティ上の理由から、一定期間は電話番号の編集ができなくなります。この期間中に変更が必要な場合は、Google のサポートチームに連絡して修正を依頼してください。なお、この際に別の方法での再度のオーナー確認が求められる場合があります。

また、Google は独自に様々なウェブサイトやポータルサイトから事業者の電話番号情報を収集しています。そのため、ビジネスプロフィールに登録する電話番号が、これらのウェブサイト上の情報と異なる場合、Google はウェブ上の情報を優先して表示することがあります。電話番号を正しく更新するためには、まず各ウェブサイト上の情報を修正し、その後でビジネスプロフィールの編集画面から電話番号の更新を行うことをお勧めします。

● 電話番号を非表示にする

手順

1. ビジネスプロフィール管理画面の一番右上にある縦三点リーダー [⋮] をクリックし、「ビジネスプロフィールの設定」、次いで「詳細設定」をクリックします。



2. 詳細設定画面の中段「電話番号」欄で、バーを右に動かしオンにすると、非表示設定になります。ただし、設定後すぐには反映されず、表示されなくなるまで数時間かかります。

[6] ウェブサイト

自社のホームページ URL を「ウェブサイト」に設定すると、プロフィール上にウェブサイトへのリンクボタンが表示され、ユーザーは簡単にビジネスの公式サイトにアクセスすることができます。

手順

ウェブサイトを追加する際は、「ウェブサイト」にカーソルを移動し、鉛筆マークをクリックして、ウェブサイトの URL を https:// から入力し、最後に「保存」ボタンをクリックします。

▶ウェブサイトの要件

ウェブサイトの URL を入力するには、次の要件を満たすことが必要です。

- サイトで Googlebot がブロックされていない。
- サイトが適切に運営されているか Search Console で確認済みである。

また、独自ドメイン以外のウェブサイト（食べログなどのポータルサイト、情報サイト、SNS）、リダイレクトするウェブサイト（LINE お友達登録 URL など）は登録登録しないでください。ビジネスが公開停止される可能性があります。

▶ウェブサイトの登録や更新に問題が発生する主な原因

登録したウェブサイトが非公開になっている場合や、技術的な問題でページが正常に表示されない場合は、URL の登録や更新ができないことがあります。また、ポータルサイトなどに古い URL が掲載されたままになっている場合、Google がその情報を優先して採用し、プロフィール上の URL が自動的に書き換えられることがあります。特に公式サイトをリニューアルして URL が変更になった場合は、各種外部サイトでの掲載情報も併せて更新することをお勧めします。

[7] SNS（ソーシャルプロフィール）

Google ビジネスプロフィールでは、ビジネスの詳細情報を効果的に共有するために、各種ソーシャルメディアのリンクを追加することができます。各プラットフォームにつき 1 つのリンクを追加でき、例えば Facebook と YouTube のアカウントを同時に登録することが可能です。これらのリンクはプロフィールから直接管理することができ、ユーザーの簡単なアクセスを実現します。

手順

ソーシャルプロフィール選択欄をクリックして、登録したいソーシャルメディアを選択し、そのプロフィールページの URL を「Web アドレス」欄に https:// から入力し、最後に「保存」ボタンをクリックします。

対応しているソーシャルメディアは、Facebook、Instagram、LinkedIn、Pinterest、TikTok、X(旧 Twitter)、YouTube です。

[8] 所在地・サービス提供地域

Google ビジネスプロフィールに登録済みの場合、所在地やサービス提供地域の基本情報は既に設定されています。これらの情報は必要に応じて編集が可能で、具体的には住所の修正、Google マップ上のピン位置の調整、さらにサービス提供地域の追加など、より正確な地域情報の設定を行うことができます。

● 所在地を編集する

手順

所在地とエリア

ビジネス所在地

ユーザーが来店する形態のビジネスの場合は、住所を追加して地図上のピンを店舗の位置に移動してください。 [詳細](#)

☒ ユーザーにビジネスの住所を表示する

国または地域
日本

郵便番号 都道府県

住所

+ 所在地を追加 (省略可)

保存 キャンセル

所在地とエリア

ビジネス所在地

ユーザーが来店する形態のビジネスの場合は、住所を追加して地図上のピンを店舗の位置に移動してください。 [詳細](#)

☐ ユーザーにビジネスの住所を表示する

保存 キャンセル

1. 所在地は 1 カ所だけ登録できます。日本の場合、住所は市町村名以下 1 行で入力します。階数を入力する場合、例えば「2F」ではなく「2 階」と記載します。編集後、「保存」ボタンをクリックします。
2. ピンの位置を修正する時は地図右上の「調整」ボタンを押し、地図を拡大してピンの位置を建物の中央から入口に近い場所へ移動させてください。
3. 実店舗が無い訪問型のビジネス(出張マッサージなど)、や、固定看板を設置していないビジネス、観光地は、ビジネスプロフィールに所在地を表示することができません。そのため、「所在地とエリア欄」では、住所を空欄にして「ユーザーにビジネスの住所を表示する」をオフ(左側)に設定し、次項で示す「サービス提供地域」を選択します。

【所在地の編集に関する注意事項】

住所表示が認められるのは、営業時間内に顧客が実店舗を直接訪問して対面サービスを受けられるビジネスのみです。店舗住所は実際の所在地を詳細かつ正確に記載する必要があり、URL やキーワードなどの付加情報を含めることはできません。

また、遠隔地にある私書箱、バーチャルオフィスは店舗住所として登録することができません。コワーキングスペースは分かりやすい看板が常設され、営業時間中に顧客対応可能なスタッフが常駐している場合のみ登録できます。

さらに、Google に所在地を表示する場合は、店舗にビジネス名を記載した固定看板を常設することが必須となっています。

● サービス提供地域を編集する

サービス提供地域の設定が可能なビジネスは、以下の2つのタイプに分類されます：

- ・出張マッサージなどの非店舗型ビジネス（実店舗なし）
- ・和食店の仕出し配達など、店舗営業と訪問・配達サービスを組み合わせたハイブリッド型ビジネス

これらのビジネスは、ビジネス拠点から車で約2時間以内の範囲で、最大20の市町村をサービス提供地域として登録できます。



所在地を非表示に設定してサービス提供地域を登録すると、Google マップと Google 検索の店舗ナレッジパネルには、サービス提供可能な範囲が赤枠で表示されます。

手順

エリアを1つ記入して候補の中から選択して追加し「保存」ボタンをクリックします。複数の市町村を登録したいときは一つずつ登録します。（枠内に「東京、お台場」と薄字で例が表示されますが、無視して入力します）

【サービス提供地域の設定に関する注意事項】

ハイブリッド型のビジネスは、実店舗の住所を表示し、従業員がその住所に常駐している時間を設定したうえで、サービス提供地域を指定することができます。

[9] 営業時間・特別営業時間

Google ビジネスプロフィールでは、営業時間に関する様々な情報を設定することができます。通常の営業時間と営業日はもちろん、祝祭日の特別営業時間、臨時休業や短縮営業などの一時的な変更も登録可能です。また、長期の臨時休業や不定休の設定、さらにはビジネスを閉業する場合の情報更新もここから行うことができます。

これらの営業時間情報を管理することはビジネスの成功に大きく影響します。正確な営業時間が表示されることで、ユーザーは安心して来店を計画でき、『閉まっていた』という不満を防ぐことができます。特に祝日や年末年始などの特別期間の情報更新は、顧客満足度の維持に極めて重要な役割を果たします。

● 営業時間を編集する

手順



← ビジネス情報

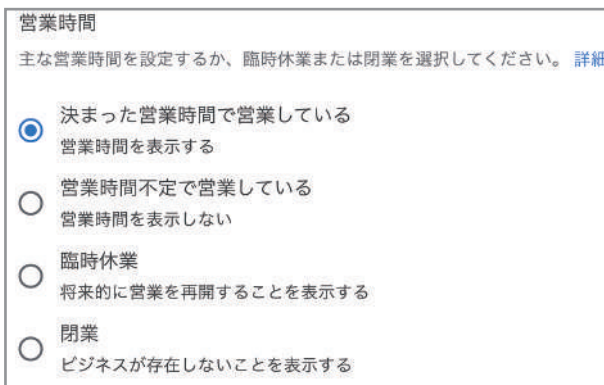
概要 連絡先 所在地 **営業時間** その他

営業時間 

決まった営業時間で営業している

日曜日	定休日
月曜日	9:30-18:00
火曜日	9:30-18:00
水曜日	9:30-18:00
木曜日	9:30-18:00
金曜日	9:30-18:00
土曜日	9:30-18:00

1. 通常の営業時間の変更や、長期の臨時休業、不定休の設定、そして閉業を設定する際は、[営業時間]の横の鉛筆マークをクリックします。



営業時間

主な営業時間を設定するか、臨時休業または閉業を選択してください。 [詳細](#)

☒ 決まった営業時間で営業している
営業時間を表示する

☐ 営業時間不定で営業している
営業時間を表示しない

☐ 臨時休業
将来的に営業を再開することを表示する

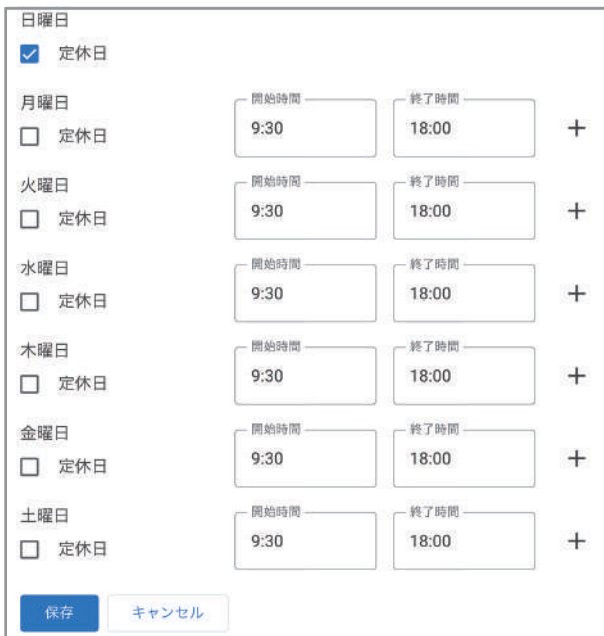
☐ 閉業
ビジネスが存在しないことを表示する

2. 決まった時間で営業している場合は営業時間と定休日を設定します。

不定休の場合は「営業時間不定で営業している」を選択します。

7 日以上の長期の臨時休業の場合は「臨時休業」を選択します。

閉業した場合は「閉業」を選択します。



日曜日

☒ 定休日

月曜日

☐ 定休日

火曜日

☐ 定休日

水曜日

☐ 定休日

木曜日

☐ 定休日

金曜日

☐ 定休日

土曜日

☐ 定休日

開始時間 終了時間

9:30 18:00 +

9:30 18:00 +

9:30 18:00 +

9:30 18:00 +

9:30 18:00 +

9:30 18:00 +

9:30 18:00 +

保存 キャンセル

3. 営業時間を 24 時間表示で入力します。深夜 0 時を超える営業の場合は、そのまま翌日の深夜時間を入力します。(例：18:00 - 2:00 まで営業の場合は開始時間 18:00、終了時間 2:00 を入力)

臨時に 1 日休む場合は次項の『特別営業時間』で設定します。



開始時間 終了時間

11:00 13:30 +

開始時間 終了時間

18:00 22:00 -

4. 昼営業と夜営業の間に中休みがある場合は、「+」マークを押して営業時間枠を追加し、右図のように設定します。

(例：昼営業 11:00-13:30、夜営業 18:00-22:00)

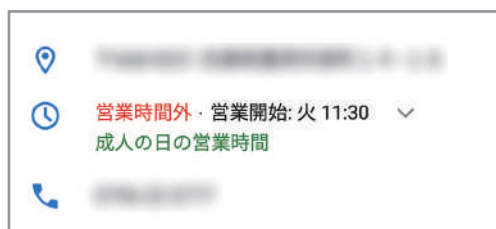
5. 隔週に定休日がある場合、例えば定休日が毎週火曜日と第一、三水曜日の場合は

- ①毎週火曜日のみ「定休日」に設定して、第一、三水曜日を特別営業時間の項で「休業」と設定
- ②毎週火・水曜日を「定休日」に設定し、第二、四水曜日を特別営業時間の項で営業時間を登録のどちらか設定しやすい方で設定します。

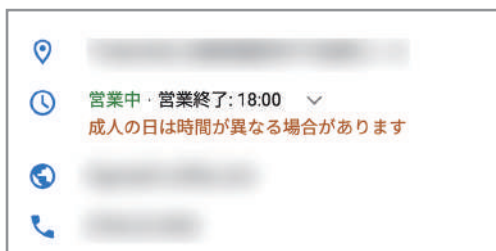
【営業時間の設定に関する注意事項】

- 上演やレッスンなど、日によって活動スケジュールが異なるビジネスや、完全予約制のビジネスの場合は、具体的な営業時間の登録は避け、『不定休』を選択してください。
- 以下のような業種では、営業時間を設定しても正しく反映されないことがあります：宿泊業（チェックイン・チェックアウト時間は『ホテルの詳細』項目で設定）、学校、大学、映画館、イベント会場、景勝地など。
- 季節営業のビジネス（スキーレンタルなど）については、営業期間中は通常の営業時間を登録し、オフシーズンは臨時休業として設定してください。
- 営業時間が設定通りに反映されない場合、自社ホームページやポータルサイトに異なる営業時間が掲載されている可能性があります。その場合は、まずそれらの外部サイトの情報を修正してください。さらに、実際の営業時間を記載した掲示物などを撮影し、その写真をビジネスプロフィールに登録することで、正確な情報の反映を促すことができます。

● 祝祭日や臨時の休業日などの特別営業時間を編集する



＜祝祭日の設定を行った場合＞



＜祝祭日の設定を行っていない場合＞

特別な営業時間の設定は、祝祭日の営業時間変更、通常の定休日以外の休業日追加、臨時休業、短縮営業など、様々な状況で必要となります。

特に重要なのは祝祭日の設定です。通常通りの営業時間であっても、必ず設定を行う必要があります。この設定が未完了の場合、Google マップ上の営業時間欄に『●●の日は営業時間が異なる場合があります』という注意書きが表示されてしまいます。特に年末年始やゴールデンウィークなどの長期休暇期間については、この設定が営業状況を明確に示すために極めて重要です。設定を怠ると、ユーザーが営業状況に不安を感じて来店を控える可能性があり、結果として集客に影響を与える恐れがあります。

手順

特別営業時間
祝休日の営業時間を追加して、お店のオープン時間をユー

元日
2025/01/01

確認

1. 祝祭日は2ヶ月先まで表示されています。「確認」をクリックすると、元々設定している各曜日の営業時間が表示されます。休業する場合は「休業」にチェックを入れます。もし「休業」にチェックが入っている日に営業する場合は、「休業」のチェックを外すと時間が表示されますので、営業時間を設定します。

元日
2025/01/01

☒ 休業

< 祝祭日に休む場合 >

元日
2025/01/01

☐ 休業

開始時間
9:00

終了時間
17:00

確認

成人の日
2025/01/13

+ 営業時間を追加

日付を削除

< 営業する場合 >

+ 日付を追加

保存 キャンセル

2. 臨時に店を1日休む、あるいは棚卸しで短縮営業するなど、営業時間を変更する場合は、この項の最下部にある「+ 日付を追加」をクリックします。

次にカレンダーマークをクリックして日付を選び、「OK」をクリックすると日付が入ります。そして祝祭日の設定と同じく、休業にチェックを入れるか営業時間を入力します。年末年始のように連続して休む場合も1日ずつ設定します。設定後は必ず「保存」ボタンをクリックします。

日付*
2024/12/14

開始時間
9:30

YYYY/MM/DD

< 2024年 > < 12月 >

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4

消去 キャンセル OK

● 他の営業時間を編集する

他の営業時間を追加

+ オンラインサービスの提供時間 + テイクアウト + ディナー

+ ドライブスルー + ハッピーアワー + ブランチ + ランチ

+ 入店可能時間 + 受け取り + 宅配 + 朝食 + 注文可能時間

+ 高齢者限定時間帯

この項目では、テイクアウト可能時間、注文可能時間（ラストオーダー）、朝食（モーニング提供時間）など、予め表示させたい場合に設定が可能です（複数の項目が設定可能）。対応するサービスを選択し、通常の営業時間の設定と同様に、曜日、時間を設定します。

【10】 属性

ここでは店舗の設備、利用可能な支払い方法（各種クレジットカードの対応状況など）、バリアフリー対策などを『はい』『いいえ』で設定することができます。これらの設定情報は、ビジネスプロフィールでの表示に反映されるだけでなく、ユーザーの検索条件に応じた検索結果表示にも影響を与える可能性があります。特に、利用可能なクレジットカードの種類などの情報は、顧客の店舗選択に重要な役割を果たすことがあります。なお、設定可能な項目は不定期に追加されるため、定期的な確認と更新をお勧めします。

手順



回答できる情報に「はい」「いいえ」で選択し、各項目の最後に「保存」ボタンをクリックします。一度回答してしまうと「はい」「いいえ」以外には選択できないため、どちらとも言えない、わからない、答えたくない項目は回答しないほうがよいでしょう。

【属性の設定に関する注意事項】

設定できる項目は登録するカテゴリ（業種）で異なります。支払い情報について設定画面に表示が無い場合は、ビジネスの説明欄や最新情報の投稿等で補完してください。

6

写真・動画を管理する

Google マップや検索結果に表示される店舗写真は、複数の情報源から集められています。ビジネスオーナーによる投稿はもちろん、来店したお客様も自由に写真を投稿することができます。さらに、Google は独自に特殊なカメラを搭載した車両を公道で走らせ、店舗外観のストリートビュー写真を撮影・表示しています。これらの写真が組み合わさることで、店舗の様子をより多角的に伝えることが可能になっています。

[1] 写真や動画の追加

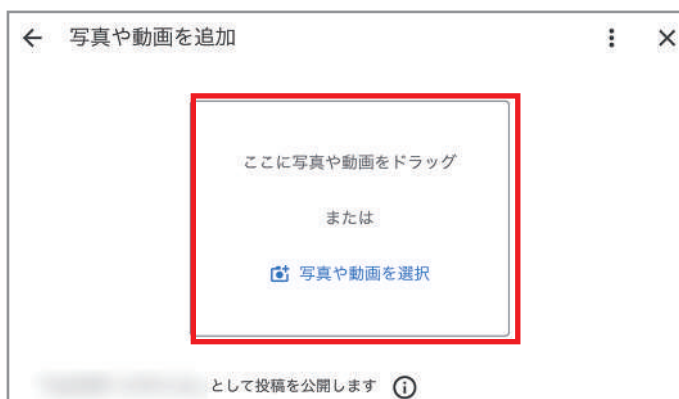
手順



1. ビジネスプロフィール管理画面の「写真」アイコンをクリックします。



2. ビジネスオーナーがアップロードした写真の一覧が表示されます。左上の「写真を追加」ボタンをクリックします。



3. 赤枠の中に写真や動画をドラッグするか、「写真や動画を選択」をクリックして、パソコンに保存している写真や動画を選びます。(複数枚をまとめて選択可)

4. オーナーが撮影した写真は、管理画面にある写真機能の一覧ページに投稿順に表示されますので、写真がアップロードできたかを確認します。(動画はアップロードに時間がかかるため、すぐに確認はできません。) 写真左上に「拒否されました」と表示された場合は、ポリシーに抵触していますので、Google マップや Google 検索では表示されません。

現在、オーナー確認後すぐに登録した写真はすべて「拒否されました」というラベルが付く仕様になっています。ポリシーに違反していない場合、24 時間～48 時間後にはラベルが外れて Google マップ等に表示されるようになります。

【写真・動画のサイズ／形式】

●写真

- 形式：JPG,PNG (Apple 社の写真形式 HEIC はアップロードできません)
- 写真サイズ：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
- 品質：ピントが合っていて十分な明るさのある写真を使用します。大幅な加工や過度のフィルタ使用は避けてください。雰囲気ありのままに伝える画像をお選びください。

●動画

- 時間：最大 30 秒
- ファイルサイズ：最大 75 MB
- 解像度：720p 以上

(ヘルプページ『ビジネス プロフィールの写真や動画を管理する』

(<https://support.google.com/business/answer/6103862>) より抜粋)

【写真・動画のコンテンツポリシー】

写真と動画はコンテンツポリシーを遵守しましょう。主な注意事項を明記します。

- 自分で撮影した動画、写真を使用します。スクリーンショット、ストックフォト、GIF、コラージュなど過度に編集または加工された写真、他者が作成した画像は使用しないでください。
- 枠線、テキスト、コラージュ画像などの要素は追加しないでください。
- 不鮮明な画像やピンぼけの画像は使用できません。
- ユーザーの目障りとなる不適切なテキスト又は画像コンテンツを重ね合わせることはできません。
- アルコール、たばこなど、規制されている商品やサービスを映したコンテンツは投稿できません。
- 同じ写真を投稿記事に使うことなど、同じコンテンツを複数回投稿できません。

【参考ヘルプページ】

『マップにメディアを投稿する際のヒント』

(<https://support.google.com/contributionpolicy/answer/7411351>)

『禁止および制限されているコンテンツ』

(<https://support.google.com/contributionpolicy/answer/7400114>)

【ビジネスプロフィールに登録が必要な写真】

実店舗の場合は店舗外観、ビジネス名が表記された固定看板は最低限必要です。その他、入口、店内、主な商品、駐車場などです。非店舗型ビジネスの場合は、例えばビジネスで使っている道具や仕事風景、営業車などを登録ください。ヘルプページ『ビジネス用写真』にはどのような写真を追加すればよいか指針が示されていますので、参考にしてください。

『ビジネス用写真』(<https://support.google.com/business/answer/6123536>)

[2] カバー写真やロゴの追加

Google ビジネスプロフィールには、店舗情報の最上部に『カバー写真』が大きく表示されます。これは、ビジネスの第一印象を決める重要な要素となるため、店舗の価値や特徴を効果的に伝えられる 1 枚を慎重に選んで登録することをお勧めします。一方、ビジネスのロゴは、Google マップや Google 検索画面で店舗アイコンとして表示され、特にクチコミへの返信時など、店舗からの発信時に使用されます。



カバー写真



ロゴ

手順



ビジネスプロフィール管理画面の「写真」アイコンをクリックします。オーナー登録写真の一覧で「ロゴを変更」「カバー写真を変更」をクリックします。この後の登録手順は前項『写真・動画の追加』の 3 以降と同じです。

【カバー写真、ロゴについての注意事項】

●カバー写真

カバー写真として登録した写真が必ずしも採用されるとは限りません。選択したカバー写真の画質が低い場合や、ビジネスのカバー写真としてあまりふさわしくないと判断される場合は、Google は別の写真やお客様が投稿した写真を代わりに選択することがあります。

●ロゴ写真

ロゴ写真が表示されない場合、ビジネスプロフィールで必要な情報（名前、所在地、カテゴリ、電話番号、営業時間など）が入力されているか確認してください。

[3] オーナーが投稿した写真・動画の削除

手順



ビジネスプロフィール管理画面の「写真」アイコンをクリックします。オーナー登録写真の一覧から削除する写真を選び、右上のゴミ箱アイコンをクリックして削除します。

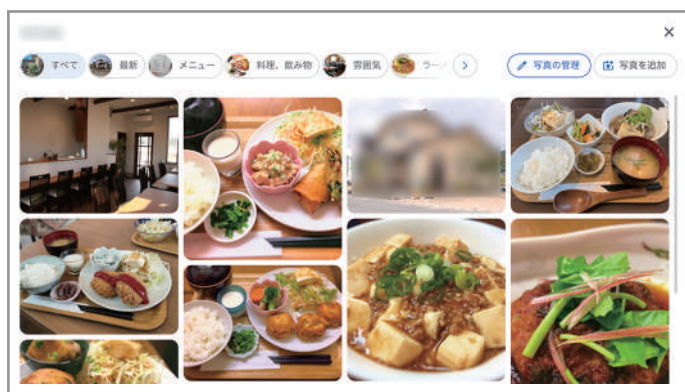
[4] ユーザーが投稿した写真・動画の削除リクエスト

Google ビジネスプロフィールに掲載されているユーザー投稿の写真や動画は、ビジネスオーナーが直接削除することはできません。ただし、これらの投稿が Google マップの写真に関するポリシーに違反している場合は、Google に削除リクエストを提出することが可能です。リクエストされた写真や動画は、Google によって審査され、違反が認められた場合にはビジネスプロフィールから削除される可能性があります。

手順



1. ビジネスオーナーがアップロードした写真の一覧を表示します。左上の「写真を全て確認」ボタンをクリックします。



2. ユーザーが投稿した写真などを含め、全て表示されます。この中から削除したい写真を探してクリックします。その写真が拡大されますので、写真の下の方の旗マークをクリックします。

この写真についてご報告いただいた理由をお知らせください。(必須)

☐ 侮辱的、差別的、露骨な性的コンテンツ
☐ 法的問題
☐ プライバシーに関する懸念
☐ 品質が低い
☐ 写真や動画の場所が異なる
☐ その他

理由をご記入ください(例: 説明が不適切、分類が不適切)。

残りの文字数: 1500

メールアドレス:
(省略可)

reCAPTCHA による確認
(必須)

☐ 私はロボットではありません

reCAPTCHA
プライバシー・利用規約

送信

3. 「ユーザーの投稿コンテンツに関するポリシーへの違反が疑われるコンテンツについて、Google にご報告いただきありがとうございます。」という画面が表示されます。理由を選択するか、「その他」を選んだ場合は理由を入力します。メールアドレスには、ビジネスプロフィールを管理している Google アカウント（メールアドレス）を入力し、右下の「送信」を押し、送信します。

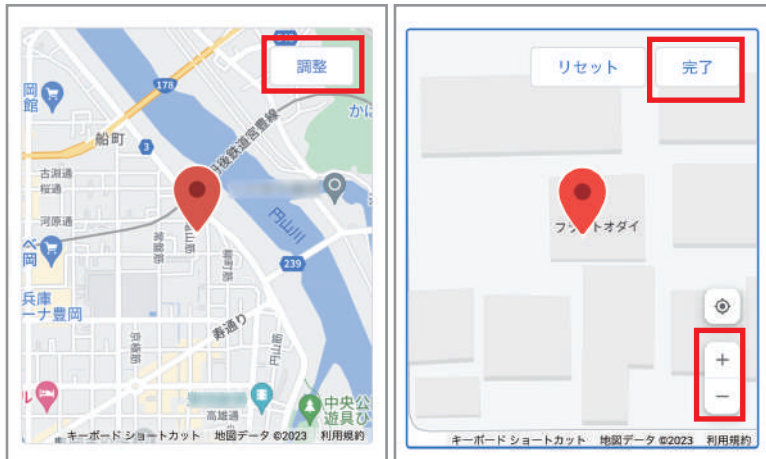
[5] 間違ったストリートビュー画像の修正提案

Google ビジネスプロフィールに実店舗の住所を表示している場合、Google が公道から撮影したストリートビュー写真が、登録された住所のピン位置に最も近い画像として自動的に表示されます。ただし、建物の裏側や隣接する建物が表示されるなど、不適切な画像が表示される場合があります。このような場合、地図上のマーカーピンの位置を調整することで、より正確な場所のストリートビュー写真に更新できる可能性があります。

手順



1. ビジネスプロフィールの管理画面を表示し、「プロフィールを編集」アイコンをクリックして、「ビジネス所在地」の鉛筆アイコンをクリックします。



2. 地図の上の「調整」ボタンを押して地図を拡大した後、ピンではなく地図を動かし、ピンの位置を調整します。建物内のできるだけ入口に近いところにピンを置くのがコツです。ピンをセットしたら「完了」ボタンを押し、「ビジネス所在地」編集画面左下の「保存」ボタンをクリックします。

修正後、外観ストリートビュー写真が変更されるまで数ヶ月かかります。

【ストリートビュー画像が修正されない場合】

Google のストリートビュー写真が適切に表示されない状況は主に二つのケースで発生します。一つは新規店舗で、Google の撮影時にまだ店舗が存在していなかった場合、もう一つは私道内にある店舗など、Google が撮影できない場所に位置する場合です。このような状況では、マーカーピンの位置調整だけでは問題を解決できません。

この場合の対応方法として、以下のような選択肢があります。周辺の道路や隣接店舗を含めた外観写真を複数枚撮影してプロフィールに登録する方法、360 度カメラを使用して自身で撮影し『ストリートビュースタジオ』などのソフトウェアを通じて登録する方法、あるいは専門の撮影業者やストリートビュー認定フォトグラファーに撮影を依頼する方法です。これらの方法により、より適切な写真表示が可能となる場合があります。詳しくは以下のページを参照ください。

【参考ヘルプページ】

『Google マップ ストリートビュー』 (<https://www.google.com/streetview/>)

7

第2章 【運用・活用編】ビジネス情報を設定・整備しよう

商品を登録する

Google ビジネスプロフィールの管理画面に『商品を編集』アイコンが表示されるビジネスでは、取り扱い商品の登録が可能です。小売店などは、商品を写真付きで掲載してPRを行うことができ、さらに自社のECサイトの商品ページへ直接リンクを設定することもできます。これにより、オンラインでの商品展示と販売促進を効果的に行うことが可能です。

[1] ユーザー側での商品の表示

パソコン、モバイル デバイスの Google 検索、Google マップ アプリを使ってビジネス プロフィールを検索しているユーザーには、次のように商品情報が表示されます。

モバイル画面



Google マップでは評価の下に「商品」が表示される。



Google 検索アプリでは「商品」タブの中に商品が表示される



パソコン画面（GoogleChrome）



商品の写真をタップすると、商品名、価格、説明、EC サイトへのリンクボタンなどが表示される

パソコンの場合は所在地や営業時間等の基本情報のすぐ下に商品が表示される

[2] 商品の登録方法

手順



1. ビジネスプロフィール管理画面の「商品を編集」アイコンをクリックします。初めて商品を登録する場合は次の画面で「使ってみる」ボタンをクリックします。また、商品を追加する場合は「商品を追加」ボタンをクリックします。

2. 商品名、カテゴリなどを入力します。

- 写真
必ず1枚登録します。
- カテゴリ
商品分類のことで、自分で決めます。
- 商品価格
税込で記入。省略可。
- 商品の説明
特徴などを記載します。省略可。
- 商品のランディングページ URL
商品を紹介しているページのリンクを貼りたい場合は記載します。

3. 商品の情報入力が完了したら『公開』ボタンをクリックして登録します。商品は1点ずつ個別に登録する必要があります。商品リストの表示順序については、最後に編集した商品とその関連カテゴリが自動的にリストの先頭に配置され、この順序を手動で変更することはできません。なお、新しく追加した商品や編集内容が反映されるまでには数分程度の時間がかかります。変更後は少し時間を置いてからページを更新し、正しく反映されているか確認することをお勧めします。

▶商品に登録できないもの

Google ビジネスプロフィールに登録できる商品は物販に限られ、サービスは登録できません。その他、ショッピング広告のポリシーで規定・制限されています。以下に一例を記載します。

- ・金券、チケット、ギフトカードや金融商品
- ・電子書籍など、電子コンテンツ
- ・不動産、賃貸物件
- ・一部の野生生物（生きたカニ、生きたウナギなど）

【参考ヘルプページ】

『ショッピング広告のポリシー』（<https://support.google.com/merchants/answer/6149970>）



サービス内容を登録する

Google ビジネスプロフィールの管理画面に『サービスを編集』アイコンが表示されるビジネスでは、提供している無形のサービスを登録することができます。このサービス登録機能では物販商品は登録できませんが、ビジネスが提供する各種サービスの内容を顧客に分かりやすく伝えることができます。

[1] ユーザー側でのサービス内容の表示



モバイル デバイスの Google 検索アプリ、Google マップ アプリを使ってビジネス プロフィールを検索しているユーザーには、「サービス」タブが表示され、その中にサービス内容が掲載されます。

また、GoogleChrome で一部の業種名で検索した時に、サービス内容が表示されることがあります。

[2] サービス内容の登録方法

手順



1. ビジネスプロフィール管理画面の「サービスの編集」アイコンをクリックすると、「サービスを追加する」画面が表示されます。サービスメニューは「プロフィールの編集」で設定したカテゴリ（業種）に紐付いて表示されます。メインカテゴリによってはサービス候補が「+ ●●●●」と表示されることもあります。もし、その候補にあれば選択肢をクリックして追加します（まとめて選択可）。もし無ければ、「+ カスタムのサービスを追加」をクリックします。

2. サービス名を入力し、1つのみであれば「保存」ボタンをクリックします。2つ以上、登録したいときは、「+ カスタムのサービスを追加」をクリックして追加していき、最後に「保存」ボタンをクリックします。

3. 「サービス」ページに 2. で登録したサービス名が記載されます。サービス名をクリックすると、「サービスの詳細を編集」画面に遷移します。

4. 価格情報（税込価格）とサービスの内容説明を「配送サービスの説明」欄に入力します。（説明欄に URL を記載することはできません。）

入力したら「保存」ボタンをクリックします。

●価格

- ・ 価格情報はありませ
： 価格表示をしない
- ・ フリー：無料
- ・ 固定：金額を記入
- ・ From：最低価格を記入

【サービスの登録に関する注意事項】

サービス内容の表示順序は入力順に固定され、後から順番を変更することはできません。ただし、サービス内容の表示順序を変更したい場合は、ビジネスプロフィール管理画面の『プロフィールの編集』から、カテゴリの登録順を調整することが可能です。

注意点として、『プロフィールの編集』でカテゴリを修正または削除すると、そのカテゴリに紐付けられていたサービス内容も全て削除されてしまいます。そのため、カテゴリの変更は慎重に行う必要があります。ウェブサイトに関係がなかったり、関連性に乏しいサービスを登録したりすると、ビジネスの公開が停止されることがあります。こちらにもご注意ください。

9

飲食店のメニューを登録する

飲食業として登録されているビジネスは、Google ビジネスプロフィールの管理画面に『メニューを編集』アイコンからメニュー情報を登録することができます。登録したメニューは、スマートフォンで Google マップや Google 検索を利用するユーザーに表示されます。メニュー情報は潜在的な顧客の来店を促す重要な要素となるため、商品名や価格、説明文など、できるだけ詳細な情報を登録することをお勧めします。

[1] ユーザー側でのサービス内容の表示

Google 検索アプリ



目立つ位置に写真付きのメニューバーを表示



「注目のメニュー（人気の料理）」の下にメニューブックの写真を表示



料理写真付きでメニューの内容、価格が表示可能

Google マップアプリ



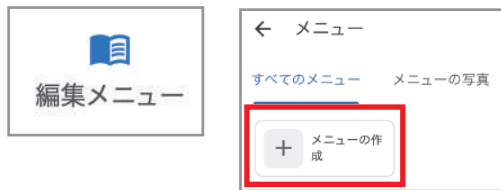
「ハイライト（人気の料理）」の下にメニューブックの写真と、公式サイトメニュー紹介ページのリンクを表示

なお、Google マップアプリではメニュー内容の欄には料理写真が表示されない

[2] メニューの追加、編集、削除方法

メニュー情報を登録する方法には2つの選択肢があります。従来の手動入力による方法と、AIを活用した方法です。AI活用の場合、メニューブックの写真やPDFファイルをアップロードすると、システムが自動的にメニュー情報を生成します。この自動生成機能により、メニューの作成や更新作業が大幅に効率化されます。どちらの方法でメニューを登録した場合でも、公開後は商品内容や価格の編集、写真の追加など、自由に更新することができます。このため、常に最新のメニュー情報をお客様に提供し続けることが可能です。

①手動で追加する手順



1. ビジネスプロフィール管理画面の「編集メニュー」アイコンをクリックし、「+メニューの作成」ボタンをクリックします。

A screenshot of the 'New Menu Creation' form. The form is titled '新しいメニューを作成' (Create New Menu) and includes fields for 'メニューセクションを追加' (Add Menu Section), 'メニューアイテムを追加' (Add Menu Item), and '食事制限対応' (Dietary Restrictions). The 'メニューセクションを追加' field has a label 'セクション名*' and a character count '0 / 140'. The 'メニューアイテムを追加' section has fields for 'アイテム名*' (0 / 140), 'アイテム価格 (JPY)' (0 / 140), and 'アイテムの説明' (0 / 1000). There is also a 'ここに写真をドラッグ' (Drag photo here) area with a '写真を選択' (Select photo) button. The '食事制限対応' section has a label '該当するものをすべて選択してください' (Select all that apply) and buttons for 'ベジタリアン' and 'ビーガン'. At the bottom are 'キャンセル' (Cancel) and '保存' (Save) buttons.

2. 各項目を入力し、最後に「保存」ボタンをクリックします。

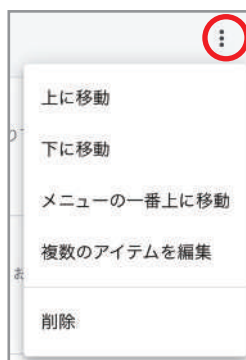
- セクション名(必須)
モーニング、ランチ、ディナーなどの分類。
自分で決めます。
- アイテム名(必須)
料理名を入力。
- アイテム価格
料理の価格(税込)は半角数字で入力。
- アイテムの説明
料理の説明やオプションの内容を入力。
- 写真
料理やコースの写真1枚のみ登録。
- 食事制限対応
選択するとメニューに各アイコンが追加されます。



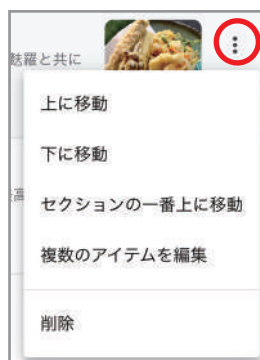
3. メニューを追加する時は「+メニューアイテムの追加」ボタンをクリックします。メニューセクションを追加するときは「+メニューセクションの追加」ボタンをクリックします。



4. セクション名、アイテム名や内容を編集したいときは、名称近くへカーソルを移動し、鉛筆マークをクリックすると、編集画面に戻ることができます。



セクションの移動



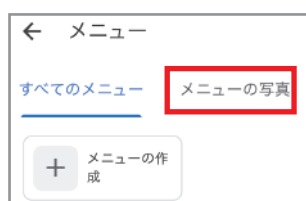
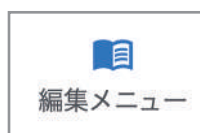
メニューアイテムの移動

5. セクションやアイテムの順番を変更、あるいは削除したい場合は、それぞれの項目の右上にある縦三点リーダー [:] をクリックして選択します。



6. 価格のみを変更したい場合は、手順 5 の「複数のアイテムを編集」を選択します。セクション毎で価格を変更することができます。変更後は、一番下の「保存」ボタンをクリックします。

②AI を使ってメニューを追加する手順



1. ビジネスプロフィール管理画面の「編集メニュー」アイコンをクリックし、「メニューの写真」をクリックします。



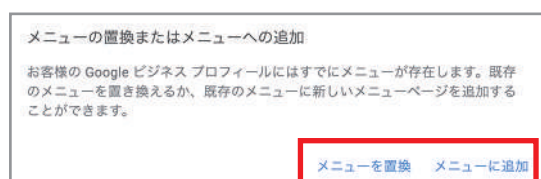
2. 最新のメニューブックやメニュー表の写真や PDF ファイルを登録します。PDF ファイルは何ページでもまとめて登録できます。



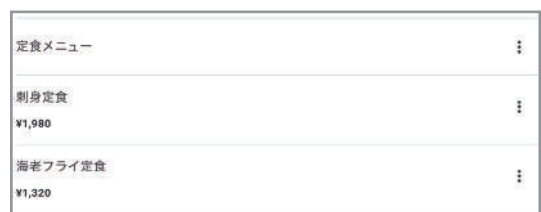
3. 「メニュー写真を文字起こしする」ボタンをクリックします。



4. 文字起こししたメニューが表示されます。修正する場合は一番下の「公開して編集」ボタンをクリックします。



5. 既存のメニューがある場合には、メニューをそのまま置換する場合は「メニューを置換」、あるいは今登録しているメニューの下に追加する「メニューに追加」のどちらかを選択します。



6. メニューに追加した場合は、既存のメニューの一番下に追加されます。それぞれのメニューを編集する場合は、アイテム名の横の鉛筆マークをクリックし、①手動で追加する方法の 4、を行います。

【メニューの登録についての注意事項】

登録したメニューは審査があり、審査が通ればビジネスプロフィールに反映されます。反映までに時間や日数がかかる場合があります。

[3] メニュー表の写真の追加、削除方法



メニューブックやメニュー表の写真は、ビジネスオーナーだけでなく一般ユーザーも登録することができます。ビジネスオーナーは実際に使用しているメニューの写真を掲載して、来店前のお客様に正確な情報を提供することができます。なお、古いメニューブックの写真が掲載されている場合は、Google に削除をリクエストすることで、最新の情報のみが表示されるよう管理することが可能です。

メニュー表写真の追加手順



1. メニュー表の写真を追加する場合、前項②AI を使ってメニューを追加する手順の 2. までを行います。「メニュー写真を詳細メニューに文字起こしします」の画面で「スキップ」を押します。



2. 追加された写真が表示されます。
もし気に入らない場合は右上のゴミ箱マークをクリックして、再度アップロードします。

メニュー表写真の削除手順



1. 管理画面の「写真」アイコンをクリックし、「写真を全て確認」ボタンをクリックします。



2. 「メニュー」ボタンをクリックして、削除したい写真を探し、右下の旗マークをクリックします。

この写真についてご報告いただいた理由をお知らせください。(必須)

☐ 侮辱的、差別的、露骨な性的コンテンツ
☐ 法的問題
☐ プライバシーに関する懸念
☐ 品質が低い
☐ 写真や動画の場所が異なる
☐ その他

理由をご記入ください(例: 説明が不適切、分類が不適切)。

残りの文字数: 1500

メールアドレス: (省略可)

reCAPTCHA による確認 (必須)

☐ 私はロボットではありません

送信

3. 通常の写真の削除と同様に、削除の申請理由を記載します。

写真の削除理由で「その他」を選択し、「メニューブックの写真が古く、今の価格と異なります」と記入して「送信」ボタンを押します。

Google がポリシー等を審査し、問題が無ければ削除されます。削除されやすくするため、最新のメニューブックを必ず先に登録してください。

[4] 「人気のメニュー」の編集方法



ユーザーが人気メニューを確認できる機能は、Google 検索アプリでは『注目のメニュー』、Google マップアプリでは『人気のメニュー』として表示されます。『人気のメニュー』は Google マップの機能のため、Google ビジネスプロフィールからの修正はフィードバック（報告提案）扱いになります。内容を完全にコントロールすることはできないのでご注意ください。現在は提供していない料理が掲載されている場合や、料理名が不適切な場合は、編集を提案することで情報を修正することができます。

手順



1. メニューの管理画面を開いて、「注目のメニュー」タブをクリックします。

一覧の中から、料理名を変更したい写真を1枚選び、クリックします。



2. 今は提供していない料理の場合は、「この料理は提供されていない」を選択して「送信」ボタンをクリックします。

料理名を変更したい場合は「料理の詳細を更新する」を選択すると、料理名を編集することができます。料理名を編集後、「送信」ボタンをクリックします。

Google への修正提案は審査に一週間程度かかり、審査に通れば修正されます。

予約 URL・順番待ちリストを登録する

Google ビジネスプロフィールの管理画面に『予約』ボタンが表示されるビジネスでは、オンライン予約機能を設定することができます。予約機能には2つの方式があります。

- ①『Reserve with Google (Google で予約)』という予約管理システムを利用する方法
- ②自社の予約ページへ直接リンクを設定する方法

特に『Reserve with Google』を利用する場合、ユーザーは Google マップや Google 検索画面から離れることなく予約手続きを完了できます。さらに、カレンダー予約や事前決済など、予約管理システムが提供する様々な機能と連携することができるため、より便利な予約体験を提供することが可能です。

この機能は Google 外部の予約サービスと連携する機能で、対応している予約システムの殆どが有料サービスです。ほとんどはその有料サービスを使っている場合に自動紐付けされます。

いずれの方式を選択した場合も、ビジネスプロフィールに予約ボタンや予約リンクが表示され、顧客は簡単に予約手続きを開始することができます。

[1] ユーザー側での予約ボタン・予約リンクの表示

モバイル画面



Google マップアプリの表示
(サービス業の場合)



Google マップアプリの表示 (飲食店)
「席を予約」「予約」ボタンが付く



Google 検索アプリの表示 (美容院)
「オンラインで予約」ボタンが付く

パソコン画面 (GoogleChrome)



「席を予約」というボタンと、下段に予約プロバイダの一覧が表示される

[2] オンライン予約の登録方法

手順



1. ビジネスプロフィールの管理画面で「予約」アイコンをクリックします。Reserve with Google (Google で予約) の有無により異なる予約設定画面が表示されます。

前段の項目①の Reserve with Google (Google で予約) を使って予約を受け付ける場合は、『おすすめの予約ボタン』欄が表示されます。「使ってみる」ボタンを押し、表示される連携可能な予約管理システムから選択して登録します。予約管理システムの登録を行ってから数日程度で「席を予約」ボタンが自動で設置されます。なお、利用する予約管理システム プロバイダによって、利用料が発生します。

Reserve with Google (Google で予約) を使わない場合は、『オンライン予約ツールへのリンク』欄のみ表示されます。公式サイトの予約受付ページや上記の Reserve with Google と提携していない予約サイトなど、予約機能が備わっているウェブページを持っていれば、予約リンクを設定することが可能です。

2. 「オンライン予約ツールへのリンク」欄にある「予約 URL を追加」ボタンをクリックし、予約ページの URL を入力します。URL は複数登録することも可能です。入力すると Google 側で審査が行われ、問題がなければ、ビジネスプロフィールにリンク機能を備えたテキストが表示されます。

3. 複数のリンク先がある場合は、上部に表示する優先リンクを指定できます。「★優先リンクを編集」ボタンをクリックし、次の画面で優先表示させたい URL を一つ選び、「保存」ボタンをクリックします。

【予約ボタン、予約リンクの設定に関する注意事項】

- 予約ボタンの削除や調整は管理画面からは出来ず、基本的に連携する予約サービス側で自動的に連携する仕組みです（ほとんどの場合、有料契約する事で連携します）。変更したい場合には各サービスへご連絡ください。
- 自動で設定されている予約管理システム会社を変更したい場合は、その会社に連絡して連携を解除してもらってください。
- リダイレクトされる予約 URL（例えば「LINE で予約」など）、Google フォームは予約リンクとして設定できません。

[3] 「順番待ちリスト」の登録方法

順番待ちリスト機能を使用するには、順番待ちリスト機能が使える Reserve with Google (Google で予約) の予約管理システムに登録する必要があります。

手順



ビジネスプロフィールの管理画面で「順番待ちリスト」アイコンをクリックします。予約設定画面で「使ってみる」ボタンを押し、次の画面で表示された予約管理システムを選択します。画面の説明に従って、条件を満たす第三者プロバイダで順番待ちリストを設定します。

11

テイクアウト・宅配のリンクを登録する

飲食業カテゴリで、Google ビジネスプロフィールの管理画面に『料理の注文』ボタンが表示される場合、テイクアウトやデリバリーの予約機能を設定することができます。この機能には2つの方式があります

- ①『Order with Google』と提携しているテイクアウト・デリバリー予約サイトを利用する方式。
- ②自社のテイクアウト注文ページへ直接リンクを設定する方式

なお、①については、サービスと契約している場合、自動的にリンクが設定されます。これらの機能により、ユーザーは Google マップや Google 検索結果から、簡単に店舗のウェブサイトや出前サービスのページにアクセスすることができ、スムーズな注文手続きが可能となります。

[1] ユーザー側での注文ボタンの表示

モバイル画面



Google マップアプリの表示「オンラインで注文」ボタンが設置される



Google 検索アプリでは「テイクアウトで注文」「宅配で注文」ボタンが設置される



店舗が提携しているテイクアウト・デリバリー予約サイトが表示されている例

パソコン画面 (GoogleChrome)



GoogleChrome では「テイクアウトで注文」「宅配で注文」ボタンが設置される

[2] 注文リンクの設定方法

手順



1. ビジネスプロフィールの管理画面で「料理を注文」アイコンをクリックし、設定画面を表示します。

「オンライン注文」ボタンを表示させたい場合は、「プロフィールで注文を受ける」設定を ON にします。

店舗のウェブサイトを表示させたい場合は「リンクを追加」ボタンを押し、URL を入力して「保存」します。

2. URL をクリックし、リンクの詳細な設定を行います。「サービスオプション」、「優先に設定」それぞれの項目をクリックし、表示された鉛筆マークをクリックして設定します。

「サービスオプション」の項目では「受け取り」がテイクアウト、「宅配」が出前を指し、両方 ON に設定することも可能です。また、「優先に設定」の項目では、どの注文サイトを優先的に表示させるかを設定することができます。

自動で設置された注文サイトを変更したい場合は、その会社に連絡して掲載を停止するように依頼します。

アクティビティメニューや入場料を登録する

Google ビジネスプロフィールの管理画面に『アクティビティ』『チケット』ボタンが表示される場合、アクティビティメニューや料金、入場料情報を設定することができます。この機能を活用すると、写真付きのアクティビティ情報がパソコンでは Google Chrome のナレッジパネルに、スマートフォンでは Google マップアプリのビジネス情報欄に表示されます。さらに、オンライン予約ページへのリンクも自動的に設置されるため、ユーザーは表示された情報から直接ツアーの予約を行うことができます。

[1] ユーザー側でのアクティビティメニューの表示

パソコン画面 (GoogleChrome)



パソコンの Google Chrome ナレッジパネル表示。「予約」の他に「予約オプション」が表示される。

モバイル画面 (Google マップ)



Google マップアプリでは「概要」の一番上に「予約オプション」が表示される。



Google マップアプリ「予約」ボタンをタップすると、「料金」タブにアクティビティが表示される。

[2] アクティビティメニューの登録方法

手順



1. ビジネスプロフィールの管理画面で「アクティビティ」アイコンをクリックします。

2. 次の画面で「使ってみる」ボタンをクリックし、設定画面を表示します。アクティビティ名、税込価格、ユーザーの種類、アクティビティを予約できるウェブサイトの URL を記載し、「保存して続行」ボタンをクリックします。予約 URL は必須項目です。

ウェブサイト URL について、リダイレクトするサイト (LINE 公式のお友達登録など)、Google フォームは使用できません。

3. アクティビティに関する写真 1 枚をドラッグして貼り付け、アクティビティの時間、アクティビティで使う言語をそれぞれ選択肢から選び、「保存」ボタンをクリックします。

4. アクティビティを追加するときは、「アクティビティを追加」ボタンを押して、2 の操作から繰り返します。

← アクティビティ

アクティビティを編集

基本情報

アクティビティ名*
ガイド

アムステルダムの日転車ツアーなど 6 / 150

価格 (JPY)
5000

ユーザーの種類
大人

税、サービス料込み

このアクティビティを予約できるオンライン サイト

予約 URL*

このアクティビティに含まれるオプション

すぐに予約可能 モバイル チケット キャンセル料無料 音声ガイド

*必須項目

削除 キャンセル 保存して続行

5. 編集、削除したい場合は、4. のアクティビティ一覧画面を開き、各メニューの右端にある鉛筆マークをクリックし、編集や削除をします。

[3] 入場料の登録方法

東京スカイツリー

4.4 ★★★★★ (92,818)

展望台・📍 11時間 44分

営業中・営業終了: 22:00

📍 経路 ▲ ナビ開始 📄 チケット 📞 通話

Immersive View

概要 チケット 店舗一覧 クチコミ 写真

チケット この結果について ⓘ

事前予約推奨
8769 人がおすすめ

東京スカイツリー	公式サイト	¥2,100	>
Thrillophilia		¥1,773	>
TOURVIS		¥1,784	>

観光スポット向けに、Google ビジネスプロフィールの管理画面に『チケット』ボタンが表示される場合、入場料情報を設定することができます。この機能を利用すると、入場料金がパソコンでは Google Chrome のナレッジパネルに、スマートフォンでは Google マップアプリや Google 検索アプリのビジネス情報欄に表示されます。さらに、オンライン予約ページへのリンクも自動的に設置され、ユーザーは直接チケットの予約が可能となります。

Google と提携しているツアー予約会社のチケット価格も併せて表示されますが、ビジネスプロフィールで設定した公式サイトの入場料が最上部に優先表示されます。ただし、この『チケット』機能ではアクティビティ情報は登録できない点にご注意ください。

手順



ビジネスプロフィールの管理画面で「チケット」アイコンをクリックします。初めて設定する場合は、その後の画面で「使ってみる」ボタンをクリックすると、設定画面が表示されます。

チケット名、税込価格、チケットを購入できるオンラインサイトの URL を記載し、「保存」ボタンをクリックします。

← チケット

⋮ ×

チケットを追加

ⓘ

入場チケットのみを追加してください。ガイドツアー チケットは現在サポートされていません。

チケット情報

チケット名*

チケット名

一般入場料など

0 / 150

価格 (JPY)

ユーザーの種類

大人

税、サービス料込み

このチケットを購入できるオンライン サイト

予約 URL*

このチケットに含まれるオプション

すぐに予約可能

モバイル チケット

キャンセル料無料

音声ガイド

*必須項目

キャンセル

保存

13

第2章 【運用・活用編】ビジネス情報を設定・整備しよう

ホテルの詳細を登録する

宿泊施設のカテゴリーでは、『ホテルの詳細』設定ページで施設に関する幅広い情報を登録することができます。チェックイン・アウトの時間や施設の基本設備をはじめ、宴会場やレストランの有無、バリアフリー対応状況、環境への配慮、客室の設備など、多岐にわたる項目について『はい』『いいえ』で設定できます。これらの設定内容は、ビジネス情報欄での表示に反映されるだけでなく、ユーザーが特定の条件で宿泊施設を検索する際の検索結果にも影響を与えます。なお、設定可能な属性項目は不定期に追加されるため、定期的にページを確認して最新の情報に更新することをお勧めします。



宿泊施設のナレッジパネルでは料金の下に「ホテルの詳細」抜粋を表示。



ユーザーは必要な設備を選び、絞り込み検索を行う。



「ホテルの詳細」で設定した項目の抜粋が Google トラベルのホテルページに表示される。

手順



1. ビジネスプロフィール管理画面の「ホテルの詳細」アイコンをクリックすると、「ホテルの詳細」編集画面が表示されます。左枠のカテゴリから設定する項目を選び、右枠に表示されたカテゴリ名の右の「すべて編集」ボタンをクリックします。

2. 各項目に「はい」「いいえ」で選択し、各カテゴリの一番下にある「保存」ボタンをクリックします。全てのカテゴリについてできる限り回答します。

もし項目の内容が分からない場合、各項目の横にある「？」マークをクリックすると、説明が表示されます。一度回答してしまうと「はい」「いいえ」以外では選択できないため、どちらとも言えない、わからない、答えたくない項目は回答しないほうがよいでしょう。

【ホテルの詳細設定に関する注意事項】

- ホテルの説明文は Google が公式サイトやオンライン旅行会社（OTA）などの情報から作成します。
もし内容が誤っている場合は、宿の公式サイト、OTA、ポータルサイトに誤りがないかを確認し、誤っている場合は修正した上で、サポートチームに相違点を連絡します。
- ホテルの星評価（〇つ星ホテル）は Google がオンライン旅行会社（OTA）などの情報から独自に評価しています。もし評価が誤っている場合や表示が無い場合はサポートチームに連絡します。

サポート受付フォーム <https://support.google.com/business/gethelp>

14

宿泊価格と予約リンクを表示する

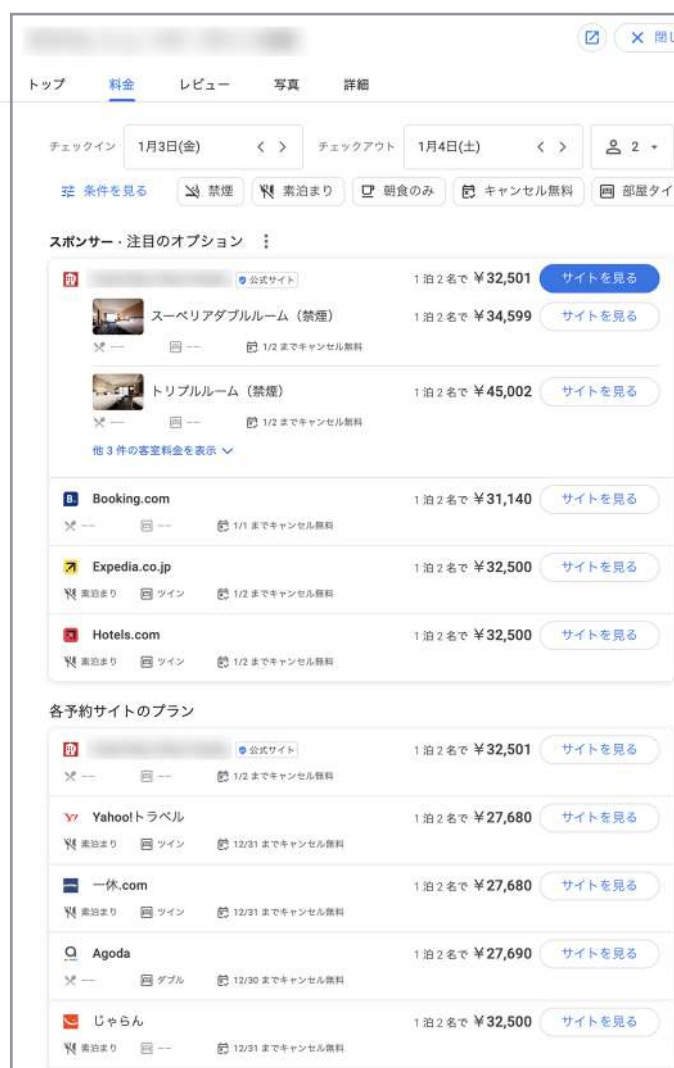
Google マップや Google 検索に表示される宿泊情報には、宿泊施設と提携オンライン旅行会社（OTA）から提供される宿泊価格と予約リンクが表示されます。通常は1泊2日2名での最低料金が基本表示となり、この価格表示の有無が予約獲得の重要な要素となります。特に、直接予約の増加はOTAへの送客手数料の削減にもつながります。

宿泊価格の表示枠は2種類あります。1つ目は『スポンサー（注目のオプション）』で、Google への広告費支払いと入札で選ばれたOTAや自社予約システムが最大4社まで掲載されます。2つ目は『すべてのオプション（各予約サイトのプラン）』で、入札に参加していないOTAや広告費を支払っていないOTAが無料で掲載される枠となります。

Google と提携している自社予約システムを利用する場合、または Google ビジネスプロフィールから直接宿泊価格と在庫を登録している場合、『全てのオプション』枠の最上部に『公式サイト』というラベル付きで優先表示されます。また、自社予約へのクリック数はパフォーマンスデータで確認することができます。



パソコンの Google 検索画面、宿泊施設のナレッジパネルに表示された宿泊価格



パソコンの Google トラベルのホテルページに表示された宿泊価格。料理の有無、部屋、キャンセルに関する情報も合わせて表示される

[1] オンライン旅行会社（OTA）で販売している場合

Google と提携関係にあるオンライン旅行会社（OTA）での販売を行っている場合、各 OTA が Google に直接提供する情報が表示されます。このため、ビジネスオーナーが特定の OTA の表示を選択的にコントロールすることはできません。また、Google との提携関係がない OTA（AirBnB など）の情報は表示されないことにご注意ください。

一方で、宿泊施設と直接契約を結んでいない OTA の販売価格やリンクが表示されることがあります。これは主に海外 OTA の商習慣によるもので、他の OTA から仕入れた在庫を転売するケースがあるためです。このような転売による表示を止めたい場合は、在庫を提供している元となる OTA での販売を停止する必要があります。

[2] 宿泊施設の直接販売価格を表示させたい場合

自社の直接販売価格と予約リンクを表示させるには 2 通りの方法があります。

1. Google と提携する自社予約システムを利用する

このシステムは多くの場合有料となりますが、サイトコントローラーを通じて在庫や料金を柔軟に調整することができます。お使いの自社予約システムが Google と提携しているかどうかについては、各システム会社へ直接お問い合わせください。

2. Google ビジネスプロフィール管理画面の「料金を編集する」機能を利用する

第二の方法は、Google ビジネスプロフィールの管理画面にある『料金を編集する』機能を使用する方法です。この機能を利用するには、Google でビジネスのオーナー確認が完了しており、オンラインで予約可能な宿泊施設であることが条件となります。また、自社の予約確定ページを持っている必要があり、SNS、Google フォーム、OTA リンクは使用できません。

この方法では、サイトコントローラーとの連携はできず、在庫や価格の調整は全て手作業での入力となります。また、入力できる情報にも制限があり、複数の客室タイプや食事付きプランの設定はできません。入力できるのは 2 名 1 室の最低料金のみで、在庫管理も『あり・なし』の二択となり、空室数の詳細な入力はできません。

設定を開始するには、ビジネスプロフィール管理画面の『料金を編集』アイコン、または Google Chrome の宿泊施設ナレッジパネル内の『料金を管理する』ボタンをクリックし、『使ってみる』を選択して表示される入力画面の指示に従って進めてください。具体的な設定方法の詳細については、ヘルプページをご参照ください。

【参考ヘルプページ】

『Google ビジネス プロフィールに料金と空室情報を追加する』

<https://support.google.com/hotelprices/answer/10684696?hl=ja>



自社予約システムを使っていない宿泊施設の場合は「料金を編集」「料金を管理する」ボタンが表示される



宿泊料金と在庫があるか無いかだけを記入するシンプルな設定画面。まとめて入力する「一括編集」も利用可能。

インバウンド対策・店舗名の他言語登録を行う

Google 検索や Google マップの店舗情報は、ユーザーの設定言語に応じて自動翻訳されて表示されます。例えば、訪日外国人旅行者が日本の飲食店を探す場合、自国の言語で情報を閲覧することができます。ただし、全ての情報が自動翻訳されるわけではないため、言語環境による表示の違いを理解することが、インバウンド対策として重要となります。

【1】自動翻訳される項目とされない項目

項目	翻訳	備考
ビジネス名	×	ユーザー提案やウェブサイト情報を採用する可能性あり
所在地	△	住所 2 に記載したビル名は翻訳されない
経路案内	○	
カテゴリ（業種）	○	
営業時間	○	
クチコミ	○	設定言語のクチコミを上位に表示
ビジネスの説明	×	宿泊施設は Google が各言語で自動作成
属性、設備情報	○	
質問と回答	○	
最新情報、イベント、特典の投稿	×	
メニュー、サービス、商品	×	

クチコミについては、ユーザーの設定言語が優先して表示されます。例えば英語設定の場合、英語で投稿されたクチコミが優先的に表示され、他言語のクチコミは英語に翻訳されて表示されます。

店舗名については、Google マップ上で一般ユーザーも修正提案ができるため、既に外国人旅行者によって翻訳名が登録されている場合があります。ビジネスオーナーは表記の正確性を確認し、必要に応じて修正を行うことが重要です。（後述『店舗名の多言語登録』を参照）

【2】自動翻訳されない項目はオーナー側が翻訳

自動翻訳されない部分はビジネスオーナー側が翻訳して情報を発信しましょう。

1. ビジネスの説明

最初の 200 文字が優先的に表示され、それ以降は『もっと見る』ボタンで展開する仕組みとなっています。そのため、冒頭 200 文字には日本語と英語で重要な情報を簡潔にまとめ、詳細情報は後半部分に記載することをお勧めします。

2. 最新情報・イベント・特典

日本語と外国語で別々に作成することが望ましいです。同じ内容を一つの投稿内で併記するのではなく、それぞれの言語で独立した投稿を作成します。写真を使用する場合は、重複コンテンツとならないよう、異なる写真を使用する必要があります。

3. メニュー・サービス・商品

訪日観光客の来店が多い場合、該当する言語での登録が効果的です。メニューの場合、セクション名や商品名の後に英語表記を追記する方法も有効です。

オーナーより

「創業1725年、地元の食材である松葉ガニや魚介類、但馬牛等に合う旨い酒を目指して、全量を全国的にも稀な「生酛（きもと）造り」「山廃仕込」で日本酒を醸造しています。地元、兵庫県の良質な酒米を使い、独自の造りで醸す酒は旨み香り喉ごしの良さと三拍子揃った味わいです。直売店「i」では、蔵元限定酒も販売しています。営業日時は、直売店「i」の情報です。
Founded in 1725, we aim to create delicious sake that goes well with local ingredients such as Matsuba crab, seafood, and Tajima beef. We produce sake using "Kimoto" and "Yamahai" methods, which are rare in Japan. More than 10 types of limited-time sake are released each year, and the direct sales store "i" also sells limited-time sake. 成立於 1725 年，我們的目標是釀造與松葉蟹、海鮮和但馬牛肉等當地食材完美搭配的美味清酒。日本罕見，釀造。使用兵庫縣當地的優質清酒米，以獨特的方式釀造的清酒具有和諧的風味、香氣和順滑感。每年都會推出10種以上的限期清酒，現場直營店「i」也販售限期清酒。營業日和時間是直營店「i」的訊息。」

へ 折りたたむ

ビジネスの説明例。日本語の後ろに英語、中国語と続く。ビジネスの説明はデバイスにより、改行も反映する。

最新情報

ベティスミスに オートミールを 提供します。
ベティスミスは 国産 小麦の 産地「コジマ」で 50 年以上 歴史を 築いて いる 小麦 産地 企業です。
「オートミール 小麦」を ベースに 様々な 食品、デザート、お菓子 などを 提供 します。 もっと見る

[歡迎來到貝蒂·史密斯]
這是一家牛仔褲製造商，在國產牛仔褲的發源地兒島已有 50 多年的縫紉經驗。
我們銷售各種產品，包括定制牛仔褲、牛仔產品、T 恤和配飾。
貝蒂·史密斯的設施內有一個博物館【牛仔褲博物館】... もっと見る

Welcome to
is a jeans manufacturer that has been sewing jeans for over 50 years in Kojima, the birthplace of domestic jeans.
We sell a wide range of products including "order-made jeans," denim products, T-shirts, and accessories.
Inside the facility is the Jeans Museum, a museum that is open to visitors free of charge.
Visitors can learn about the history and historical background of jeans through fun panels and exhibits.
Visitors can also experience jeans making, which can only be done at Betty Smith, by choosing

最新情報の投稿例。店舗説明を日本語で書いている他、英語、中国語、韓国語などに翻訳したものを別々に投稿。

vided in

～宮城の珍味～ | ~Delicacies of

～野菜～

～宮城の珍味～ | ~Delicacies of Miyagi

東北 宮城の漁港から仕入れた魚介を 肴に最適な一品に仕上げました。 | Seafood from the fishing ports

カキ塩辛クリームチーズ | Oyster Salted Cream Cheese
¥ 825

カキ燻製 | smoked oyster
¥ 660

カキ佃煮 | oyster boiled down in soy sauce
¥ 660

メニューの記載例。セクション名とメニューアイテム名の両方に英語を追記。

[3] 店舗名の多言語登録方法

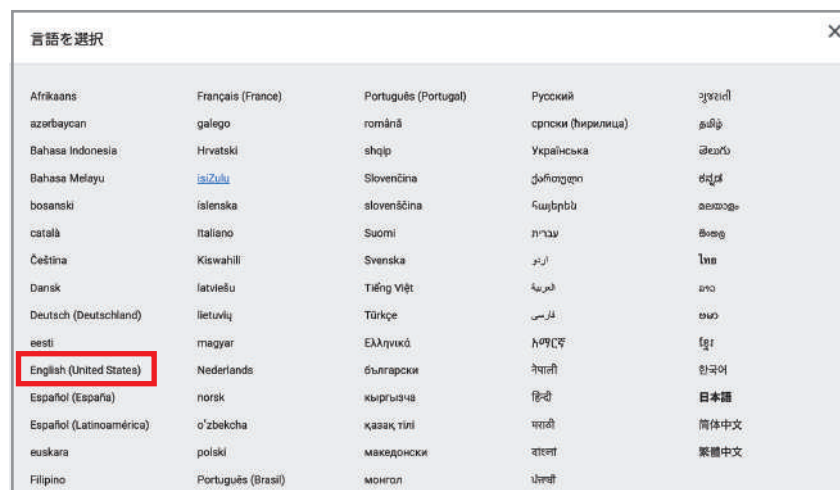
店舗名の多言語対応については、Google 検索や Google マップでは自動翻訳されないため、ビジネスオーナーが手動で外国語表記を追加する必要があります。これにより、ユーザーの言語設定に応じた店舗名が表示されるようになります。

注：ユーザー提案やウェブサイト情報を採用する可能性があります。

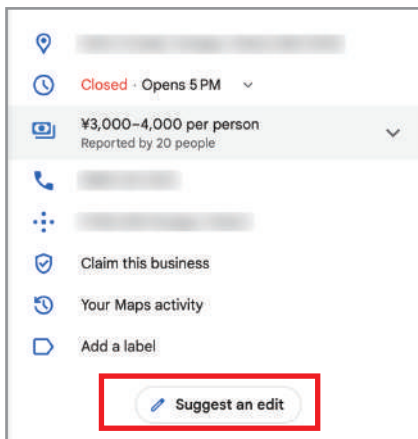
手順



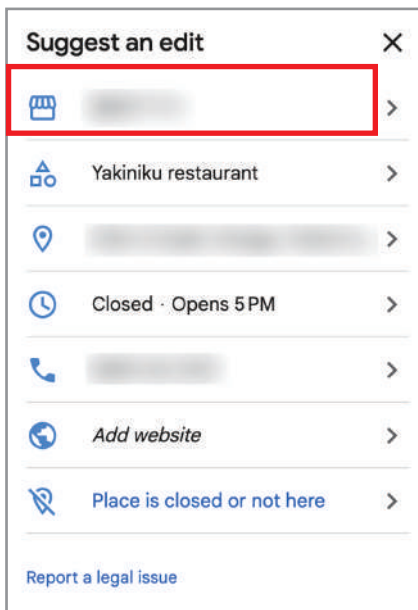
1. Google マップを開き、左上のメニュー [≡] をクリックし、メニューから「言語」をクリックします。



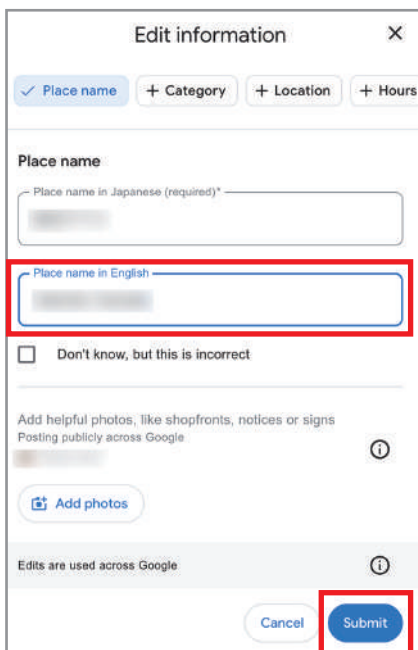
2. 目的の言語を選びます。例えば英語の場合は「English (United States)」をクリックします。そうすると、Google マップが英語表示になります。



3. 編集したいビジネス情報を検索して表示し、中段にある「Suggest an edit」(情報の修正を提案)ボタンを押します。



4. 一番上の店名をクリックします。



5. 「Place name in English(required)」の欄に英語名のビジネス名を入力し、画面下の「Submit」(送信)ボタンを押します。

英語以外の言語名を登録したい場合、先に英語を登録し、承認されてから、目的の言語名を申請する方が、申請が通りやすくなります。

6. もし複数言語を追加したい場合は、手順 2 から繰り返します。他の言語でも、基本的にクリックするボタンや言葉の場所は同じです。

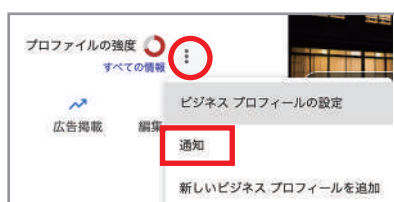
7. 終了したら、手順 2 で言語一覧から「日本語」をクリックし、Google マップを日本語表示に戻します。

16

クチコミを読み、返信する

Google ビジネスプロフィールに新しいクチコミが投稿されると、ビジネスオーナーと管理者に通知メールが送信されます。これらのクチコミは、プロフィールの管理画面から確認することができます。丁寧な返信対応は、顧客との良好な関係構築や、ビジネスの評判向上につながります。

手順



1. クチコミが届いた時にビジネスオーナーや管理者にメールが届くよう、通知を設定します。ビジネスプロフィール管理画面の右上の縦三点リーダー [:] をクリックしてメニューから「通知」を選択し、通知設定の「顧客のクチコミ投稿」を ON にしておきます。



2. ユーザーからクチコミが投稿されると、ビジネスオーナーや管理者に Google からメールが届きます。クチコミを読み、返信したいときは「クチコミを読む」ボタンをクリックします。

メールにはクチコミ本文が英語で表示されていますが、管理画面では日本語で表示されます。



3. 新規のクチコミが入ると、ビジネスプロフィール管理画面の「クチコミを読む」アイコン右上に赤点が点灯します。



4. クチコミの並べ替えで「新規順」を選択すると、最新のクチコミから表示されます。返信する時は、各クチコミの下の「返信」をクリックすると、返信画面が表示されます。返信文を枠内に記載して、「返信」ボタンをクリックします。返信すると投稿者に Google からメールが届き、投稿者がクチコミの返信を読むことができるようになります。同時にビジネスのクチコミ欄にも返信が表示されます。



5. 返信文を編集したい場合は、返信文面の下「編集」をクリックすると編集画面が表示されます。文章を修正したら「返信」をクリックします。(なお、返信を編集しても、投稿者には編集した旨の連絡は届きません。)

【クチコミの返信に関する注意事項】

- 投稿者の本名などの個人情報や機密情報、電話番号、URL は記載しないでください。
- ポリシー『禁止および制限されているコンテンツ』に抵触しないようにしてください。
<https://support.google.com/contributionpolicy/answer/7400114>

クチコミの削除を Google に申請する

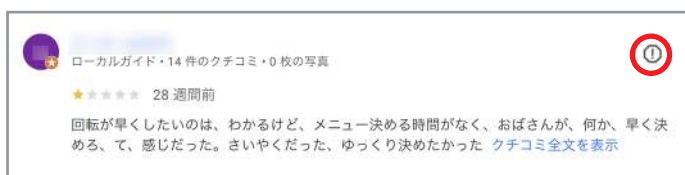
ビジネスプロフィールに低評価のクチコミが投稿された場合でも、ビジネスオーナーには削除する権限がありません。ただし、投稿内容が Google のポリシーに違反している場合は例外です。例えば、誤って別の店舗に関する内容が投稿された場合など、明らかな誤りがある場合には、Google への削除申請が可能です。申請後、Google の審査で違反が認められれば、該当のクチコミは削除されることがあります。

クチコミに関するポリシー『禁止および制限されているコンテンツ』

<https://support.google.com/contributionpolicy/answer/7400114>

[1] ビジネスプロフィール編集画面からの削除申請

手順



1. ビジネスプロフィール管理画面の「クチコミを読む」アイコンをクリックして、削除したいクチコミを選び、右上の[!]をクリックします。

2. 報告する理由を 1 つ選び、○にチェックを入れます。左下の「報告を送信」を押して送信すると、完了します。

ポリシー違反があると判断され、削除された場合、削除した旨のメールが Google から届きます。

クチコミの審査は最低 3 日かかりますが、それ以上かかる場合もあります。また、一旦削除 (又は非表示) になったとしても、再度表示されることもあります。

[2] クチコミ管理ページでの削除申請結果の確認方法

Google ビジネスプロフィールのクチコミ管理ページでは、クチコミ削除申請の審査結果を確認することができます。もし審査結果に不服がある場合は、同じ画面から1度だけ再審査を請求することが可能です。再審査の機会は1回限りですので、申請の際は十分な根拠を添えて行うことをお勧めします。

クチコミ管理ページ <https://support.google.com/business/workflow/9945796>

手順

1. ビジネスプロフィールの管理に使用している Google アカウントでクチコミ管理ページへログインし、メールアドレスを確認します。確認できたら、一番下の「確認」をクリックします。

2. クチコミを確認したいビジネスを選択し、「次へ進む」をクリックします。

3. 「報告したクチコミのステータスと再審査請求の方法を確認したい」にチェックを入れて、「次へ進む」をクリックします。

4. 報告済のクチコミのステータスを確認します。表示されるステータスは以下の通りです。

●判定待ち

クチコミが報告されていますが、まだ確認されていません。

●審査完了 - ポリシー違反なし

クチコミが審査され、ポリシー違反が見つかりませんでした。ただし、この決定に対して1度だけ再審査を請求可能です。

●エスカレーション済み - メールで最新情報をご確認ください

再審査請求がエスカレーションされました。最終決定はメールで知らされます。

報告済みのクチコミのステータスを確認

クチコミは投稿日時順に表示されています。削除済みのクチコミは表示されません。

クチコミ	評価	クチコミへのリンク	決定	クチコミ投稿者名
No review text.	1/5 つ星	マップで表示	エスカレーション済み - メールで最新情報をご確認ください	
	3/5 つ星	マップで表示	判定待ち	

希望するクチコミへのアクションを選択してください。

☒ 条件を満たしているクチコミに対して再審査を請求

☐ 再審査請求の対象にならないクチコミを確認

[戻る](#) [次へ進む](#)

[3] クチコミの削除の再審査請求

手順

再審査請求の条件を満たしているクチコミを選択

再審査請求が可能なクチコミの一覧です。再審査請求の対象にするクチコミは、最大10件まで選択できます。クチコミは投稿日時順に表示されています。削除済みのクチコミは表示されません。

クチコミ	評価	クチコミへのリンク	決定	クチコミ投稿者名
☒	3/5 つ星	マップで表示	判定待ち	

[次へ進む](#)

1. 再審査を請求する場合は、前項4の画面で「条件を満たしているクチコミに対して再審査を請求」をチェックし、「次へ進む」ボタンをクリックします。

その後、審査請求するクチコミにチェックを入れて「次へ進む」ボタンをクリックします。(1回につき10個まで申請可能)

クチコミ	評価	クチコミへのリンク	決定
	3/5 つ星	マップで表示	判定待ち

[再審査請求を送信](#)

2. 再審査を請求するクチコミを確認し、画面下の「再審査請求を送信」をクリックします。

不適切なクチコミの削除をリクエストする

* 必須項目

現在、[@gmail.com](#) としてログインしています。
問題が発生しているアカウントのメールアドレスでない場合は、[アカウントを切り替えてください](#)。

このフォームで処理できるのは、前の手順で選択したクチコミのみです。クチコミの確認はそれぞれ1回のみ行われ、結果はメールで通知されます。

クチコミが削除されるのは [Google のポリシー](#) に違反している場合のみです。続行する前にポリシーをご確認ください。

クチコミがポリシーに違反していると思われる場合は、該当する [ポリシー](#) の名前を入力してください。*

全角3文字（半角5文字）以上

問題のクチコミがポリシーに違反していると思われる理由 *

情報の確認 *

☐ 私は、提供した情報が正確であることを確認しました。また、再審査を請求したクチコミについて下された決定は最終的なものであり、これ以上再審査を請求できないことを理解しています。

重要: このフォームは法的手段への付託を行うためのものではありません。適用される法律に基づいて法的手段への付託を申請する場合は、[法的事項に関するヘルプ](#)をご確認ください。

アカウントとシステムに関する情報の一部が Google に送信されます。サポートチームとの通話やチャットは記録される場合があります。この情報は、Google の [プライバシー ポリシー](#) と [利用規約](#) に基づき、サポートの質やトレーニングの向上、技術的な問題への対応、および製品やサービスの改善のために使用されます。チャットやメールでは、翻訳サービスが使用される場合があります。

3. 再審査請求フォームが表示されます。該当するポリシー違反の項目名を記入し（フォーム内のリンク先を参照）、理由を記載します。Google は英語に翻訳して判断するため、翻訳しやすいように、一文の長さは短めにしてください。入力できたら、「送信」ボタンをクリックします。

4. 再度、クチコミの審査が行われ、判定が記載されたメールが届きます。ポリシー違反と判断された場合、当該クチコミは削除されます。違反でないと判断された場合は、クチコミは公開されたままとなり、クチコミ管理ページのステータスも「エスカレーション済み - メールで最新情報をご確認ください」と表示されます。

最新情報、特典、イベント情報を投稿する

Google ビジネスプロフィールを通じて、店舗やビジネスからのお知らせを直接ユーザーに届けることができます。投稿の種類は、最新情報、イベント情報、特典（クーポン）の3種類があり、これらは Google 検索と Google マップの両方に表示されます。投稿内容には、テキストだけでなく、写真や動画も含めることが可能です。投稿は時系列順に表示され、最新の投稿が常に最上部に配置されます。

[1] ユーザー側での投稿記事の表示

モバイル画面



Google アプリ画面



Google マップ画面

パソコン、モバイル デバイスの Google 検索、Google マップ アプリを使ってビジネスを検索しているユーザーには、左図のように最新情報などの投稿内容が表示されます。

パソコン画面 (GoogleChrome)



パソコンの場合はビジネスの説明のすぐ下に最新情報が表示される

[2] 最新情報の投稿方法

最新情報の投稿は、様々な情報発信が可能です。新商品の販売開始や店舗からのお知らせ、営業カレンダーなどの実用的な情報から、既存商品の紹介、スタッフの紹介、会社の得意分野のアピールまで、幅広い内容を投稿することができます。

投稿の基本要素はテキストと写真です。また、詳細情報を掲載したウェブページがある場合は、その URL もリンクとして追加できます。写真は必須ではありませんが、視覚的な情報があることで投稿の注目度が高まり、より多くのユーザーに読まれる傾向があります。

手順



1. 管理画面の「最新情報を追加」アイコンをクリックし、次の画面で「最新情報を追加」をクリックします。



2. 記事の投稿には、テキストと写真や動画を含めることができます。写真は最大 10 枚まで添付可能で、30 秒以内の動画も投稿できます。写真の画角は横長の 4 : 3 を推奨します。本文は最大 1500 文字まで入力できますが、多くのユーザーがスマートフォンで閲覧することを考慮し、より簡潔な文章にまとめることをお勧めします。

3. 投稿記事に『ボタンの追加』機能を活用することで、ユーザーの次のアクションを効果的に促すことができます。ボタンには複数の種類があり、『予約』『オンライン注文』『購入』『詳細』『登録』のいずれかを選択した場合は、関連する URL を入力することで、記事の最後にリンク付きのボタンが表示されます。



予約から登録までのリンクボタンの設置を選択した場合は URL を入力する



「今すぐ電話」を選択すると、プロフィールに登録済みの電話番号が薄く表示される

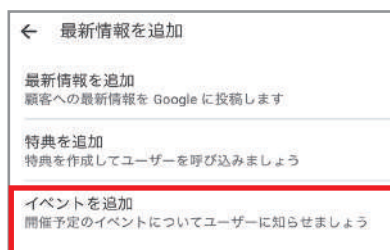
また、『今すぐ電話』というボタンを選択すると、ビジネスプロフィールに登録された電話番号に直接発信できるボタンが記事に追加されます。これにより、ユーザーは簡単なタップ操作で店舗への連絡が可能となります。

4. 全て記入したら「投稿」ボタンをクリックします。投稿後、Google の審査が入り、問題が無ければ数分程度で公開されます。

[3] イベント情報の投稿方法

イベント投稿は、セールや期間限定商品の告知、催事情報など、期間が限定された情報を発信するのに適しています。投稿には、通常の最新情報と同様にテキスト、写真、リンク先 URL に加えて、イベントに特有の情報としてタイトル、開催開始日時、終了日時の入力が必要です。イベント投稿の特徴は、タイトルが本文よりも大きく表示される点にあり、そのため通常の投稿よりも視認性が高く、ユーザーの注目を集めやすい形式となっています。

手順



1. 管理画面の「最新情報を追加」アイコンをクリックし、次の画面で「イベントを追加」をクリックします。

A screenshot of the 'イベントを追加' (Add Event) form. At the top, there is a placeholder for an image or video with the text 'ここに写真や動画をドラッグ' and a button '写真や動画を選択'. Below this are input fields for 'イベントのタイトル*' (Event Title*), '開始日*' (Start Date*) with a calendar icon, '開始時間 (省略可)' (Start Time (Optional)), '終了日*' (End Date*) with a calendar icon, '終了時間 (省略可)' (End Time (Optional)), and a large text area for 'イベントの詳細' (Event Details) with a character count '0/1,500'. At the bottom, there is a dropdown menu for 'ボタンの追加 (省略可)' (Add Button (Optional)) with 'なし' (None) selected. There are 'プレビュー' (Preview) and '投稿' (Post) buttons at the bottom right.

2. 各項目を入力し、写真を登録します。最新情報の投稿と写真や動画は同様です。イベント記事の投稿では、タイトル、開始日、終了日が必須です。本文は最大1500文字まで投稿できますが多くのユーザーがスマートフォンで閲覧することを考慮し、より簡潔な文章にまとめることをお勧めします。

この手順以降は、前項「最新情報の投稿」の手順3以降と同じです。

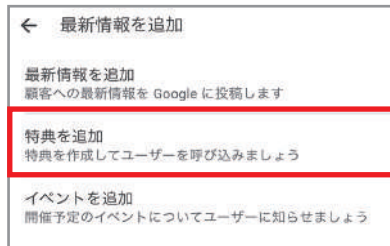
【イベント投稿時の注意事項】

イベント投稿では開始日と終了日を設定しますが、投稿記事の公開は設定した開始日ではなく、投稿した時点です。将来の日時を指定しての予約投稿機能は利用できません。また、イベント終了後も投稿内容は自動的に削除されず、そのまま表示され続けます。そのため、終了後の表示が不適切な場合(価格が変更になる場合や、在庫が無くなる場合など)は、手動で投稿を削除する必要があります。

[4] 特典情報（クーポン）の投稿方法

特典投稿では、顧客向けの特別オファー（初回利用のお客様限定！〇〇クーポン）や割引情報、プレゼントキャンペーンなどを効果的に告知することができます。投稿には説明文やキャンペーン画像に加えて、実施期間や利用条件などの詳細情報を設定することが可能です。この機能を活用することで、ユーザーの関心を引き、来店や購入への行動を促すことができます。

手順



1. 管理画面の「最新情報を追加」アイコンをクリックし、次の画面で「特典を追加」をクリックします。

A screenshot of the '特典を追加' (Add Special) form. At the top, there is a placeholder for an image or video with the text 'ここに写真や動画をドラッグ' (Drag photo or video here) and a button '写真や動画を選択' (Select photo or video). Below this are several input fields: '特典のタイトル*' (Special Title*), '開始日*' (Start Date*), '終了日*' (End Date*), '詳細を追加（省略可）' (Add details (optional)), 'クーポンコード（省略可）' (Coupon code (optional)), '特典利用へのリンク（省略可）' (Link to special use (optional)), and '利用規約（省略可）' (Terms of use (optional)). At the bottom right, there are two buttons: 'プレビュー' (Preview) and '投稿' (Post).

2. 次の画面で「詳細を追加（省略可）」を開き、右図の画面を表示します。

特典のタイトル、開始日、終了日、そして特典の詳細を記載します。クーポンコードは自由に設定できます。特典利用のリンクは、公式サイトや他のウェブサイト、ブログのリンクを張ることができます。利用規約があれば入力します。

写真や動画は、最新情報の投稿と同様です。
入力後は「投稿」ボタンをクリックします。

【宿泊施設の投稿に関する注意事項】

宿泊施設は特典に関する投稿欄がありません。最新投稿、イベントのみ使用でき、宿泊割引や旅行クーポンなど「割引」について述べたり、リンクを含む投稿を作成することはできません。

現在、宿泊施設の投稿記事は、パソコンでは Google Chrome の宿泊施設の名レジットパネルと Google マップ、モバイルでは Google マップアプリのみ表示されます。

[5] 投稿が不承認になるケースと対処方法



投稿内容がポリシーに違反すると、写真、文章、あるいはその両方が原因となって『不承認』となり、警告文が表示されます。また、管理者やオーナーに「お客様の投稿が Google から削除されました」と Google からメールも届きます。この場合、投稿は店舗情報に反映されず、管理者やオーナーには削除通知のメールが届きます。不承認となった投稿は修正ができないため、削除して新たに投稿し直す必要があります。

不承認の原因を特定するためには、以下の手順で確認すると効果的です。

まず『こんにちは、●●です』といった最小限の挨拶文と写真で投稿をテストします。この投稿が『不承認』となれば写真に問題があり、承認された場合は文章に問題があると判断できます。文章が原因の場合は、徐々に文章を追加しながら、どの部分が不承認の原因となっているかを特定します。原因となる表現が判明したら、適切な言い回しに変更して再投稿を行います。

▶ 写真が不承認になるケース

- ・ 同じ写真を使い回している。(複数回使うことは禁止)
- ・ 肌色、白色の多い写真
- ・ 患部、体の一部などの拡大写真
- ・ ぼかしをいれた写真
- ・ 写真サイトで購入、ダウンロードした写真の利用など、オリジナルでない写真を使った場合
- ・ その他、「禁止及び制限されたコンテンツ」に該当するもの

▶ 本文が不承認になるケース

- ・ 本文中に電話番号を掲載
- ・ 菜の花 (Rape Flower と誤訳)、イエロー (エロと誤認) など、Google の誤訳や誤認
- ・ 性的な部位に関する用語の使用
- ・ Google が意味を理解できず翻訳できない言葉
- ・ 規制対象の商品やサービス。商品自体に関連するコンテンツを投稿することはできません。
規制対象の業界には通常、成人向けサービス、アルコール、タバコ、医薬品、ドラッグ、健康および医療向け機器、ギャンブル関連サービス、花火、武器、金融サービスが含まれます。

【参考ヘルプページ】

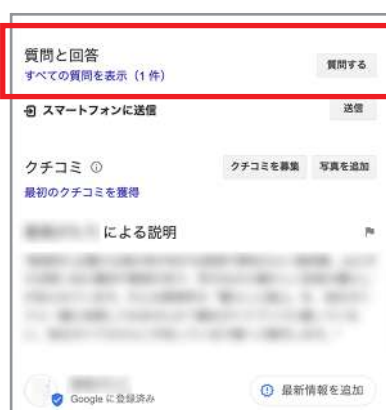
『ビジネス プロフィールの写真と動画に関するポリシーと投稿コンテンツ ポリシー』

<https://support.google.com/business/answer/7213077>

19

ユーザーからの質問に回答する

Google 検索やマップに表示される店舗情報には、質問と回答の機能が搭載されています。一般ユーザーはパソコンやスマートフォンからビジネスに関する質問を投稿したり、他のユーザーからの質問に回答したりすることができます。ビジネスオーナーは、ビジネスプロフィールの管理画面や Google から届くメールから質問を確認し、正確な情報に基づいた回答を提供することができます。顧客とのコミュニケーションを円滑にするため、質問には内容をよく確認した上で適切な回答を行うことをお勧めします。



パソコンの GoogleChrome ナレッジパネルに表示されている「質問と回答」



Google マップアプリの店舗情報欄に表示された「質問と回答」

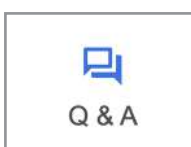


「質問を見る (1 件)」をタップすると、質問内容が表示される

手順



1. 質問が投稿された時にビジネスオーナーや管理者にメールが届くよう、通知設定をしておきます。ビジネスプロフィール管理画面の右上の縦三点リーダー〔:〕をクリックして「通知」を押し、通知設定の「質問と回答」を ON にしておきます。



2. 今までの質問と回答は、ビジネスプロフィール管理画面の「Q&A」アイコンをクリックすると確認できます。また、新規に質問が入るとアイコン右上に赤点が点灯します。



3. ユーザーから質問が投稿されると、ビジネスオーナーや管理者に Google からメールが届きます。回答する場合は「今すぐ回答」ボタンをクリックします。

なお、質問が投稿された旨のメールは、過去にこのビジネスにクチコミを投稿したユーザーにも同時に送られます。



4. 質問の下に付いている「回答」をクリックすると、回答画面が立ち上がります。回答を枠内に記載して、「投稿」ボタンをクリックします。回答すると質問者に Google からメールが届き、回答を読むことができます。同時にビジネスプロフィールの回答欄にも返信が表示されます。

ビジネスオーナーからの回答には特別なアイコンが付き、オーナーからの回答と分かるようになります。もし、他のユーザーからの回答が正しくても、オーナーからも改めて回答するようにしましょう。



【質問と回答に関する注意事項】

- 質問と回答の機能は、一般ユーザーからの質問に対して他の一般ユーザーやビジネスオーナーが回答することができます。ビジネスオーナーによる自問自答は技術的には可能ですが、質問者と回答者のアイコンが表示されるため、自作自演と見なされる可能性があります。
- この機能は宣伝目的で使用できません。
- 不適切な質問や回答が入った場合は、質問又は回答の横にある縦三点リーダー [...] をクリックし、「不適切な質問を報告」又は「不適切な回答を報告」をクリックして、Google へ報告します。

臨時休業／閉業の設定を行う

[1] 臨時休業の設定

7日以上連続休業が予定されている場合や、期間未定の休業となる場合は、『臨時休業』の設定を行う必要があります。この設定は、季節営業で閉めている時や店舗改装などの際に適用します。設定を行うと、Google マップおよび Google 検索の店舗ナレッジパネルに『臨時休業』のマークが表示され、来店を検討している方々に休業中であることが明確に伝わります。

手順



1. ビジネスプロフィール管理画面で「プロフィールの編集」アイコンをクリックし、「営業時間」の鉛筆マークをクリックします。

← ビジネス情報

概要 連絡先 所在地 営業時間 その他

営業時間

営業時間

主な営業時間を設定するか、臨時休業または閉業を選択してください。 [詳細](#)

☐ 決まった営業時間で営業している
営業時間を表示する

☐ 営業時間不定で営業している
営業時間を表示しない

☒ 臨時休業
将来的に営業を再開することを表示する

☐ 閉業
ビジネスが存在しないことを表示する

2. 「臨時休業」を選択し「保存」ボタンをクリックします。

【臨時休業の設定に関する注意事項】

『臨時休業』のマークが表示されると、店舗名での直接検索以外の場合、検索結果に表示されづらくなるという影響があります。そのため、年末年始休業やゴールデンウィークなど、1週間程度の短期の休業の場合は、『臨時休業』の設定は推奨されません。代わりに、特別営業時間の機能を使用して、休業日を1日ずつ個別に設定することをお勧めします。これにより、検索結果での表示機会を維持しながら、休業情報を正確に伝えることができます。

[2] 閉業の設定

ビジネスを廃業・閉店する場合、または商圈が大きく異なる遠方への移転を行う場合は、『閉業』の処理を行う必要があります。これは、その場所での営業活動が完全に終了することを意味します。

閉業処理を実施すると、Google マップと Google 検索のナレッジパネルに『閉業』という表示が追加されます。また、店舗名による直接検索を除き、一般的な検索結果には表示されにくくなります。その後、数週間から数ヶ月程度で検索頻度が低下し、最終的には Google マップから店舗情報が完全に非表示となります。

手順



1. ビジネスプロフィール管理画面で「プロフィールの編集」アイコンをクリックし、「営業時間」の鉛筆マークをクリックします。

← ビジネス情報

概要 連絡先 所在地 **営業時間** その他

営業時間

営業時間

主な営業時間を設定するか、臨時休業または閉業を選択してください。 [詳細](#)

☐ 決まった営業時間で営業している
営業時間を表示する

☐ 営業時間不定で営業している
営業時間を表示しない

☒ 臨時休業
将来的に営業を再開することを表示する

☐ 閉業
ビジネスが存在しないことを表示する

保存 キャンセル

2. 「閉業」を選択し、「保存」ボタンをクリックします。

【閉業の設定に関する注意事項】

閉業の設定を行った後でも、営業再開の際には『営業中』の状態に戻すことが可能です。ただし、第三者のユーザーが誤って店舗情報を『営業中』に変更してしまうことを防ぐため、閉業後もオーナー権限は継続して保持しておくことをお勧めします。

21

ビジネスプロフィールのオーナー・管理者を追加、削除する

Google ビジネスプロフィールは、複数の関係者による共同管理が可能です。店長や経営者はもちろん、従業員や家族も管理に参加できます。さらに、コンサルタント、Web 制作会社、広告代理店、管理代行業者などの外部パートナーとも管理を共有することができます。

Google のポリシーでは、1 つの Google アカウントを複数人で使用することは禁止されています。ただし、同一の端末を社内で共有して使用する場合は、この限りではありません。しかし、複数の担当者や端末で管理を行う場合は、人事異動などの変更に備えて、それぞれの従業員が仕事用または個人の Google アカウントを使用することを推奨します。

管理権限を持つ担当者は「(管理) ユーザー」と呼ばれ、その権限は機能の範囲により「オーナー」と「管理者」の2種類に分類されます。最初にオーナー確認を完了したユーザーは「メインのオーナー」となり、他の「オーナー」や「管理者」を追加する権限を持ちます。「メインのオーナー」は1名のみですが、「オーナー」と「管理者」は必要な数だけ登録が可能です。

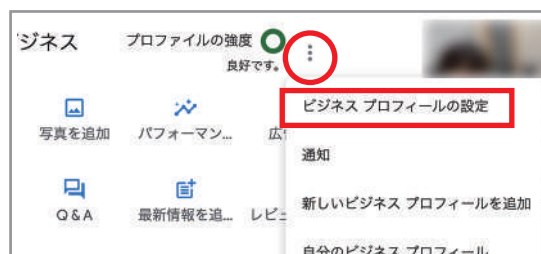
従業員、Web 制作会社など外部の第三者に管理を委託する場合は、妨害やいたづらを防ぐため「管理者」権限を付与してください。

各ユーザーの具体的な権限については、以下をご参照ください。

種類	メインのオーナー	オーナー	管理者
メインのオーナー権限を譲渡	○	×	×
管理者・オーナーの追加、削除	○	○	×
ビジネスプロフィールを削除	○	○	×
ビジネスの情報編集	○	○	○
投稿機能や写真の追加	○	○	○
クチコミやメッセージの返信	○	○	○

[1] 管理ユーザーの追加方法

手順



1. ビジネスプロフィール管理画面に表示された「Google に掲載中のあなたのビジネス」の右にある縦三点リーダー [⋮] をクリックし、「ビジネスプロフィールの設定」をクリックします。



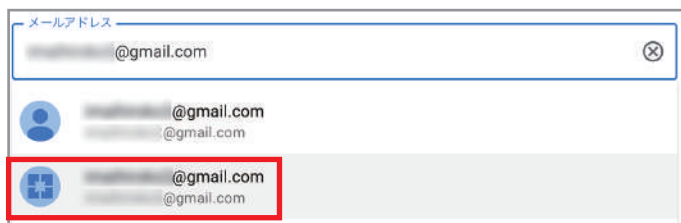
2. 「ユーザーとアクセス権」をクリックします。



3. 管理者・オーナーの一覧が表示されるので「追加」をクリックします。



4. ユーザー権限を付与したい人の Google アカウント (メールアドレス) を入力し「アクセス」から、オーナー、あるいは管理者の役割を選択します。



5. メールアドレスを入力した際、同じメールアドレスが 2 つ表示されます。必ず下のメールアドレスを選択し、「招待する」ボタンをクリックします。

6. 管理者として招待された人には、Google から招待メールが即座に送信されます。招待された人は、そのメールを開き、「承諾」をクリックした後、続いて表示される「承認」ボタンをクリックしてください。これらの手順を完了すると、その人のデバイスでビジネスプロフィールの管理画面にアクセスできるようになります。

[2] ユーザー権限の変更方法

オーナー権限を持つ人は、管理ユーザーの管理権限を管理者からオーナー、あるいはメインのオーナーに変更することが可能です。

手順



1. 前項『管理ユーザーの追加方法』の手順 3 の画面で、変更するユーザーをクリックし、次の画面の「アクセス」の横の鉛筆マークをクリックします。



2. 権限を選択して、「保存」ボタンをクリックします

【ユーザー権限の変更方法に関する注意事項】

管理ユーザーが『メインのオーナー』1 名の場合の権限移行について説明します。

ビジネスプロフィールでは『メインのオーナー』が必ず 1 名必要なため、単純な管理者への変更や削除はできません。権限を他の方に移行する場合は、以下の手順で行います。

まず、新しい管理ユーザーを追加し、その後でオーナー権限を移譲します。この移行により、それまでのビジネスオーナーが登録した写真、投稿した最新情報、クチコミへの返信などの全ての情報は、新しい管理ユーザーに引き継がれます。

ただし、重要な注意点として、新しく追加した管理ユーザー（オーナーまたは管理者）を『メインのオーナー』に設定する場合、追加してから 7 日間の待機期間が必要です。この期間中は権限の変更はできませんので、ご計画の際はこの待機期間を考慮に入れてください。

[3] オーナー、管理者の削除方法

手順



ユーザーを削除する場合は、手順 3 の画面で、削除するユーザーをクリックし、次の画面の一番下「ユーザーを削除」をクリックします。

ユーザー本人がビジネスプロフィールの管理画面から削除することもできます。

[4] メインのオーナー権限を破棄する方法

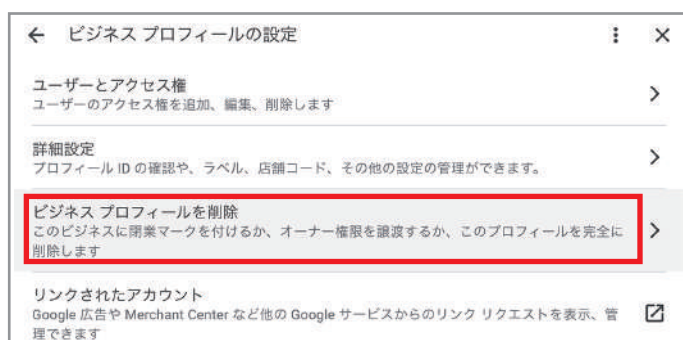
『メインのオーナー』として登録されていたスタッフが退職し、すぐに引き継ぐ担当者が決まっていない場合の対応について説明します。この場合、二つの選択肢があります。一つ目は、新しい担当者からオーナー権限の譲渡リクエストが来るまで待つ方法です。リクエストを受け取った時点で権限を引き渡すことができます。

二つ目は、ビジネスとの関係が終了している場合に選択できる、メインのオーナー権限の破棄です。この操作によりオーナー不在の状態となります。そのため、それまでにビジネスオーナーが登録した写真、投稿した最新情報、クチコミへの返信は全て消去されます。ただし、Google マップ上のビジネス基本情報(店舗名、住所、電話番号など)は引き続き表示され続けます。

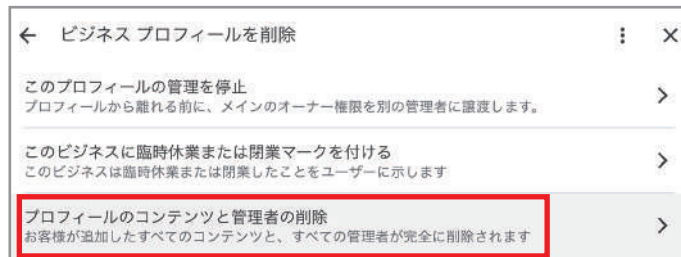
手順



1. ビジネスプロフィール管理画面の「Google に掲載中のあなたのビジネス」の横の縦三点リーダー [:] をクリックし、[ビジネスプロフィールの設定] をクリックします。



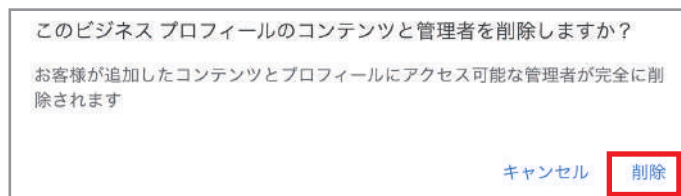
2. 「ビジネスプロフィールの削除」をクリックします。



3. 「プロフィールのコンテンツと管理者の削除」をクリックします。



4. ビジネスが閉業する場合は「閉業マークを付ける」を ON にします。まだ営業している場合は「閉業マークを付ける」を OFF にします。そのあと「続行」ボタンをクリックします。



5. 最終確認の画面が表示されますので、「削除」をクリックします。

そうすると、削除された旨の画面が表示されます。

22

Google アカウントやパスワードを忘れてしまったら？

Google ビジネスプロフィールの管理には、Google アカウントとそのパスワードが必須です。これらの情報を紛失すると、ビジネスプロフィールの管理ができなくなってしまいます。特に、メインのオーナーが1名の場合に Google アカウント情報を忘れてしまうと、管理が全くできなくなる状況に陥ります。しかし、その場合でも対処方法があります。新しく Google アカウントを作成し、そのアカウントからオーナー権限のリクエストを行い、オーナー確認を完了することで、再び管理権限を取得することが可能です。

[1] パスワードの再設定方法

手順

1. Google のアカウント復元ページ
(<https://accounts.google.com/signin/recovery>) から、ビジネスプロフィールの管理に使っているメールアドレスを入力します。

2. 覚えているパスワード (間違えても OK) を入力して「次へ」ボタンをクリックします。

Google

アカウント復元

アカウントを安全に保つため、ログインするには本人確認を行う必要があります

確認コードを@gmail.com にメールで送信しました

コードを入力

別の方法を試す

次へ

3. Google アカウントの設定時に登録した緊急用メールアドレス宛てにコードが届きます。コード番号を入力して、「次へ」ボタンをクリックします。

Google

ご利用を再開いただきありがとうございます

パスワードを忘れた場合は、今すぐ更新できます。

パスワードを変更

続行

4. 「パスワードを変更」をクリックします。

Google

パスワードを変更

安全なパスワードの作成

他のウェブサイトで使用していない安全なパスワードを新たに作成してください

パスワードの作成

確認

8文字以上で指定してください

☐ パスワードを表示する

スキップ

パスワードを保存

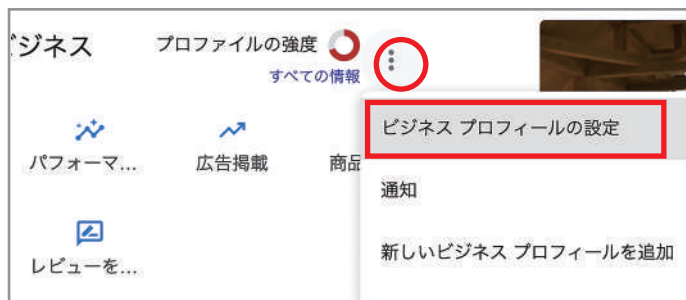
5. 再設定するパスワードを2回入力し(必ずメモを取りましょう！)「パスワードを保存」ボタンを押すと、パスワードの再設定が終了します。

[2] Google アカウントを忘れた場合

1. 管理者やオーナーなど、メインのオーナー以外

どの Google アカウント（メールアドレス）を使っていたかを忘れてしまった場合、他のユーザーの Google ビジネスプロフィール管理画面から、使用する Google アカウントを見ることができます。

手順（Google アカウントの確認方法）



1. Google ビジネスプロフィール管理画面右端の縦三点リーダー[:]をクリックして、メニューから「ビジネスプロフィールの設定」をクリックします。



2. 「ユーザーとアクセス権」をクリックします。



3. メインのオーナー、オーナー、管理者の登録アカウント(メールアドレス)を確認することができます。

2. メインのオーナー



メインのオーナーとして登録した Google アカウントを忘れた場合、まずオーナー権限のリクエスト画面を確認してください。この画面には、登録済みメールアドレスの最初の 2 文字が表示されており、これがアカウントを思い出すヒントとなります。それでも思い出せない場合は、Google アカウントの復元ページにアクセスし、登録したメールアドレスを探すことができます。

手順 (Google アカウントの復元)



1. 次の URL へログインします。(https://accounts.google.com/signin/username recovery)

アカウントの電話番号または再設定用のメールアドレスを入力して「次へ」ボタンをクリックします。



2. 次の画面で「送信」ボタンを押すと、携帯電話のショートメールでコード番号が送信されます。

3. コード番号を入力し「次へ」ボタンをクリックします。



4. 再設定用のメールアドレスや電話番号で登録している Google アカウントが一覧で表示されます。その中に該当する Google アカウントがあればクリックしてログインします。もしパスワードを忘れていたら、パスワードも再設定します。

5. Google アカウントの一覧に、該当するアカウントが見つからない場合は、新しい Google アカウントを作成し、ビジネスプロフィールのアクセス権限をリクエストする必要があります。このリクエストは、以前登録していた Google アカウントに対して行われる形となります。

リクエスト送信から 4 日経過後、新しく作成した Google アカウントでオーナー確認を実施することで、ビジネスプロフィールの管理を再開することができます。ただし、この方法には重要な注意点があります。以前のアカウントで登録した、投稿した最新情報、登録した写真、クチコミへの返信は全て消去されてしまいます。そのため、可能な限り元のアカウントの復元を試みることをお勧めします。

停止・無効化に対する再審査請求を行う

Google ビジネスプロフィールの各機能を利用するためには、Google が定めるガイドラインやポリシーの遵守が必須条件となります。これらに違反すると、アカウントが利用停止となり、最悪のケースでは Google マップや Google 検索での店舗情報の表示が全て停止されてしまいます。

この状態は集客に大きな影響を与え、深刻な機会損失につながる可能性があります。そのため、プロフィールが停止された場合は、速やかな回復措置を講じることが重要です。

[1] 主な停止原因



停止されたら、Google から停止された旨のメールがビジネスオーナーと管理者に届きます。このメールには「違反の種類」として停止理由が記載され、詳細が記載された URL ページのリンクも添付されます。しかし、停止になる原因は1つとは限らないことや、違反の指摘内容が曖昧であることが殆どであるため、自分でガイドラインやポリシーを読み、修正します。

■Google ビジネスプロフィールのガイドライン違反事例

- ・ビジネス プロフィールを掲載できないビジネスを登録した
- ・登録ビジネス名や住所に、看板に記載されていないキーワードを追記している
- ・サービスや割引と引き換えに、高評価クチコミをもらっている
- ・競合店舗へ低評価のクチコミを入れている
- ・投稿されたコンテンツが禁止及び制限されたコンテンツに抵触（健康食品、医薬品、医療器具など）
- ・オンラインのみで営業するビジネスを登録した
- ・非店舗型ビジネスなのに実店舗として所在地を公開設定にしている
- ・同じ場所に同じビジネスを名前を変えて複数登録した
- ・開業前のビジネスで開業予定日をオーナー確認後に登録した

■Google アカウントに起因する停止原因

- ・一つの Google アカウントを同時に多くのスタッフで使い回している
- ・他の Google プロダクトで違反を繰り返している
- ・2 年間、その Google アカウントでログインしていなかったためにアカウントが削除された

■主なガイドラインやポリシー

- ・『ビジネスの適格性とオーナー権限に関するガイドライン』
<https://support.google.com/business/answer/13763036?hl=ja>
- ・『Google に掲載するローカル ビジネス情報のガイドライン』
<https://support.google.com/business/answer/3038177?hl=ja>
- ・『Google で非店舗型ビジネスとハイブリッド型ビジネスのサービス提供地域を登録する方法』
<https://support.google.com/business/answer/9157481?hl=ja>
- ・『Google ビジネス プロフィールのポリシーの概要』
<https://support.google.com/business/answer/13762416?hl=ja>
- ・『禁止および制限されているコンテンツ』
<https://support.google.com/contributionpolicy/answer/740011>

[2] 再審査請求方法

手順



1. Google から届いた停止・無効化に関するメール内容を確認します。メール後半の「詳しくは…」に記載された青文字部分をクリックすると、違反内容に関する情報が記載されたページに遷移します。違反理由をよく読んだ上で、ビジネスプロフィールの管理画面にログインし、ビジネス名や所在地などをできる限り修正します。

2. 正当なビジネスであることを証明するための証拠書類（※次項 [3] 再審査請求に必要な証拠書類）を予め準備してください。

3. メールが一番下の「再審査請求」ボタンをクリックします。

4. 管理する Google アカウントやビジネス名などを確認する画面が表示されます。内容を確認し、指示に従って「次へ進む」をクリックします。



5. 再審査を申請するビジネスプロフィールの停止理由と詳細欄にステータスが表示されます。

- ・送信済み
- ・承認済み
- ・不承認
- ・再審査を請求できません
- ・再審査請求可能

このうち「送信済み」となっていて、下の「再審査請求を送信」のボタンがグレーアウトしている場合には、審査中のため、再審査請求は送信できません。

再審査請求を行う場合は、「再審査請求を送信」ボタンをクリックします。

6. 「送信」ボタンをクリックします。

7. すぐに肌色の枠内にある「証拠を送付」をクリックします。(以降の作業は 60 分以内に行ってください)

8. 証拠書類の添付画面が表示されます。アカウント名やビジネス名称、所在地、プロフィール ID は既に入力されています。

Google チームが復元リクエストを審査できるように、以下の書類のいずれかをアップロードしてください。ただし、機密事項を含むビジネス文書は送信しないでください。

- 提出可能な書類には、正式な事業登録証、営業許可証、納税証明書、公共料金の請求書が含まれます。
- 事業登録証と営業許可証には、再審査請求対象のプロフィールと一致するビジネス名と住所が記載されている必要があります。
- 公共料金の請求書には、事業登録証、営業許可証、または納税証明書と同じビジネス名と住所が記載されている必要があります。
- 公共料金の請求書には、電気、電話、ガス、上下水道、ゴミ処理、リサイクル、テレビ、インターネットの請求書が含まれます。

書類をアップロード*

ファイルを選択していません

+ ファイルを選択してください

書類をアップロード

ファイルを選択していません

+ ファイルを選択してください

プロフィールの復元が必要であると思われる理由と、プロフィールについてなんらかの対応をとった場合はその内容について追加情報をご記入ください。

復元をリクエストするビジネスプロフィールの数は 10 件以上ですが、

☐ はい

☒ いいえ

送信

9. 証拠書類の写真かスキャンしたデータを添付し、プロフィールの復元が必要である理由、ビジネスプロフィールのどこをどう修正したのか、について必要事項をできるだけ詳しく記載します。書けたら「送信」をクリックします。

この操作は 60 分以内、1 回しか利用できず、証拠を追加せず終了した場合、あるいは添付に失敗した場合、再度「再審査請求フォーム」は使えません。ご注意ください。

審査結果は 1 週間～最大 1 ヶ月程度でメールで届きます。

10. 1 回目の審査で「不承認」と否決された場合、あと 1 回だけ追加審査を申請できます。まずは、ガイドラインを再度確認し、プロフィールを修正します。プロフィールを修正した場合は、Google がガイドラインに準拠したかどうか更新内容を把握する期間も必要なため、追加審査の申請まで 5-7 日間お待ちください。また、証拠書類も 1 回目の申請時から追加することをお勧めします。

11. 準備ができたなら「再審査請求の追加審査リクエストフォーム」から追加審査を申請します。この操作は 1 回しか利用できず、添付忘れや失敗した場合、再度「追加審査のリクエストフォーム」は使えません。また、こちらも 1 回目同様、書類添付のページを開くと、60 分以内に登録し送信しなければなりません。

【再審査請求 & 管理フォーム 及び 追加審査のリクエストフォーム】

▶再審査請求 管理フォーム

<https://support.google.com/business/workflow/13569690>

▶追加審査リクエストフォーム

https://support.google.com/business/contact/local_appeals

【3】 再審査請求に必要な証拠書類

回復リクエストを出す際、ビジネス名やその所在地でビジネスが行われていることを証明するため、以下の 2 種類の書類がそれぞれ必要です。

1. 事業登録証または営業許可証

例：国や自治体が発行した正式な事業登録証、営業許可証、納税証明書、インボイス登録証明書など

2. 直近 3 ヶ月前までの公共料金(電気、電話、ガス、上下水道、インターネットのいずれか)の請求書

それぞれの書類は、ビジネスプロフィールに登録したビジネス名と所在地と一致することが必要です。合計 3 種類以上は提出するようにしてください。また、1 つの Zip ファイル、Google ドキュメントにまとめたものを添付してもよいでしょう。

その他、店舗外観と看板の写真や、非店舗型の場合は仕事道具の写真、名刺、チラシ、パンフレットなどの写真も合わせて添付することで、事業を行っていることの証明の補完ができます。

【再審査請求に関する注意事項】

再審査請求は、1 回目の再審査請求、2 回目の再審査請求の追加審査の 2 回までしか認められていません。この 2 回の審査で承認されなければ、停止された Google ビジネスプロフィールは管理運用することができません。また、停止されたとして、再度作成し直すことはガイドライン違反となります。

停止 / 無効化に関する次のヘルプページもよく読んで、再審査請求を行ってください。

- ・『停止または無効化されたプロフィールを修正する』

<https://support.google.com/business/answer/4569145?hl=ja>

- ・『ビジネス プロフィールのコンテンツとプロフィールの制限に対する再審査請求』

<https://support.google.com/business/answer/13597551?hl=ja>

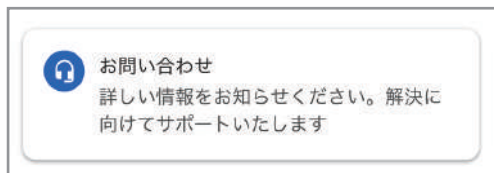
サポートチームへ問い合わせる

Google ビジネスプロフィールの運用中に、プロフィールの編集や更新ができない、編集機能がロックされているなどの問題が発生した場合は、Google ビジネスプロフィールのサポートチームに相談することができます。技術的な問題や操作方法に関する疑問点について、専門的なサポートを受けることが可能です。

手順



1. Google ビジネスプロフィールの管理画面を開き、右上の縦三点リーダー [⋮] をクリックし、メニューから「ヘルプとサポート」をクリックします。



2. ページの一番下「さらにサポートが必要な場合」の欄にある「お問い合わせ」をクリックします。

3. お問い合わせページが開きます。

「ステップ1」で、問題になっているビジネスを1つ選び、お問い合わせ内容の概要を簡単に入力します。次に、質問内容に合ったボタン(無ければ「その他」)を一つクリックします。

ステップ2
リソース

同様の問題が発生している他のユーザーには、以下のリソースが参考になりました。

- 重複しているビジネス プロフィールを統合する
- 重複しているビジネス
- 重複としてマークされているプロフィール
- アカウント内で重複したビジネス情報を削除する
- ビジネス プロフィールを閉鎖または削除する

次のステップ

4. ステップ2では、問い合わせ内容に関連したヘルプページが表示されます。サポートチームに相談したい場合は「次のステップ」ボタンをクリックします。

ステップ3
お問い合わせ方法

使用言語: 日本語

メール

5. お問い合わせ方法が示されます。通常は「メール」が表示されますが、内容と時間帯によっては「電話」の選択肢也表示されます。希望する問い合わせ方法のボタンをクリックします。(一つしか選択肢が無ければ表示されている方法をクリックします)

* 必須項目

現在、@gmail.com としてログインしています。
問題が発生しているアカウントのメールアドレスでない場合は、アカウントを切り替え

どのようなことでお困りですか、*

その他の問題に関するサポートを受けたい

特定のカテゴリを選択すると、必要なサポートをすばやく受けられます

お名前*

ビジネスとの関係を選択してください。

1つ選択してください

ご提供いただいた情報をとくに、適切な回答を判断させていただきます。

メールアドレス*

Google ビジネス プロフィールでビジネスの管理に使用している正式なメールアドレスを入力してください。

6. 続いて、問い合わせフォームが表示されるので、必要事項を記入します。相談内容によっては、ビジネス名や所在地が記載された公的な書類(公共料金の領収証、営業許可証、開業届など)の写しを求められる場合や、実店舗の場合はビジネス名の確認のため、固定看板の写真を求められる場合もあります。

7. Google から問い合わせに関するメールが届きます。「ご提供いただいた情報からは具体的な問題を特定できませんでした。」として、下記のようなメールが届いた場合は、最後まで目を通し、そのメールが返信可能と記載されていた場合、詳細をサポートチームへ返信してください。

ビジネス プロフィールのサポートに関するお問い合わせについて

googlebusinessprofile-support@google.com

To: 自分

Google

お世話になっております、

Google ビジネス プロフィールについてお問い合わせいただき、ありがとうございます。恐れ入りますが、ご提供いただいた情報からは具体的な問題を特定できませんでした。そこで、よくある問題の解決方法を以下にご紹介させていただきます。

- **オーナー権限のステータスを確認する**
 - ビジネスのオーナー権限が誰にあるか、またはオーナー権限がどの範囲まで与えられているかを確認するには、[こちらのツール](#)をご利用ください。
 - 権限ハダシが済まないまま 14 日が経過した場合は、代わりにハダシをリクエストできます。詳しくは、[ハダシをリクエストする方法](#)をご覧ください。
- **停止中のビジネス プロフィールを修正するガイドラインに違反しているビジネス プロフィールは、停止させていただきます。**
 - [Google 上掲載するローカル ビジネス情報のガイドラインに関する詳細](#)
 - [停止中のビジネス プロフィールを修正する方法](#)
- **プロフィールの作成、管理、オーナー権限のリクエスト**
 - 新しいビジネス プロフィールが必要な場合は、ぜひお申し込みください。[お申し込み方法の詳細](#)
 - [Google にビジネス プロフィールを承認管理する方法の詳細](#)
 - 管理している複数のプロフィールがある場合は、[複数のプロフィール、オーナーにオーナー権限をリクエストできます](#)。
- **プロフィールを閉鎖または削除する**
 - オーナーによる権限、承認と確認が完了したら、営業時間や電話番号などの [ビジネス情報を編集](#) できます。
 - ユーザーによる権限: 右側が承認または管理しているプロフィールに問題がある場合は、[編集を請求](#) できます。
 - 保留中の権限: 2 営業日が経過してもお客様の電話番号の情報が保留になっている場合は、お手数ですがこのメールに返信する形でご連絡ください。
 - ビジネス プロフィールを削除する: 詳しくは、[アカウントから 1 年または複数のビジネス プロフィールを削除する方法](#)をご覧ください。
- **プロフィールのクチコミを管理する**
 - クチコミに返信する: [クチコミを返信してユーザーと交流](#) できます。
 - クチコミを削除する: [Google のポリシーに違反しているクチコミの削除をリクエスト](#) できます。
 - クチコミが報告されない: [ポリシー違反により、クチコミを削除させていただきます](#) ことが少なくありません。また、ビジネス プロフィールの回復後、クチコミが削除される場合もあります。詳しくは、[クチコミが削除されない理由やクチコミの表示が隠れる理由についての詳細](#)をご覧ください。

ビジネス プロフィールについて詳しくは、[ヘルプセンター](#)、[ヘルプコミュニティ](#)、[YouTube チャンネル](#) をご覧ください。

上記の方法をお試しいただいた後も問題が解決しない場合は、大変お手数ですが、このメールに返信する形で詳細をお知らせください。ご連絡を継続し、サポートさせていただきます。

何卒よろしくお願い申し上げます。

Google ビジネス プロフィール サポートチーム

【サポートチームへの問い合わせに関する注意事項】

- サポートチームへ問い合わせる前に、Google のガイドラインとポリシーを必ず確認してください。もしビジネスプロフィールの内容がこれらに抵触している場合、その問題箇所を修正しない限り、サポートチームからの支援を受けることができません。まずは自社の設定内容が規定に準拠しているかどうかを見直すことをお勧めします。

【参考ヘルプページ】

『Google ビジネス プロフィールのポリシーの概要』

<https://support.google.com/business/answer/13762416>

- サポートチームからの返信は数日かかります。
- Google マップに関する相談（所在地が Google マップに登録されていない、外観の 360 度写真 <Google ストリートビュー写真> が間違っている、建物名が誤っている）はサポートチームでは対応できません。

第 3 章 【分析編】

Google ビジネスプロフィールの データを分析しよう

25. パフォーマンスデータを見る	110
26. パフォーマンスデータをダウンロードする	113
27. 【応用】店舗情報のランキング順位が決定される仕組みとは	115
28. 【応用】データ集計や検索語句の分析を行う	117

25

第3章 【分析編】ビジネスプロフィールのデータを分析しよう

パフォーマンスデータを見る

Google ビジネスプロフィールのパフォーマンスレポートは、ユーザーの検索行動や店舗情報との関わり方を詳細に把握できる機能です。このレポートでは、店舗のナレッジパネルでの経路案内や予約ボタンのクリック数、プロフィール表示につながった検索キーワード、利用されたデバイスの種類など、多様なデータを確認することができます。

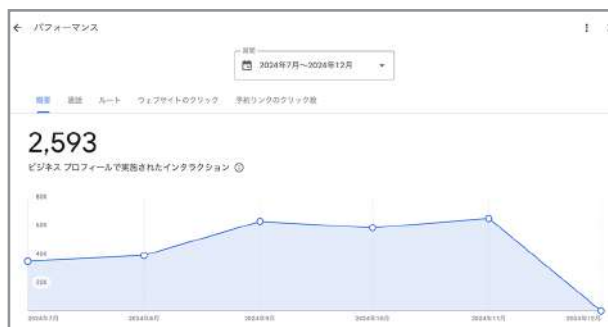
直近 6 ヶ月間のデータはグラフ形式で視覚的に確認でき、パソコンからアクセスした場合は過去 18 ヶ月分のデータをダウンロードすることも可能です。これらの数値を分析することで、プロフィールの改善点を特定し、より効果的なビジネス戦略の立案や調整に活用することができます。

[1] データの期間を決める

手順



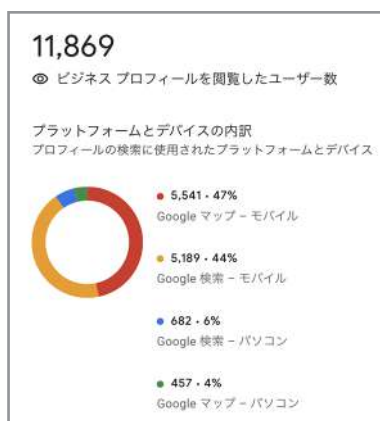
1. Google ビジネスプロフィールの管理画面の「パフォーマンス」アイコンをクリックすると、グラフが表示されます。画面を下にスクロールすると「ユーザーがビジネスを見つけた経路」などのデータも表示されます。



2. 1 ヶ月毎のデータを見る場合は、[期間] をクリックし、調べたい月を 2 回クリックして「適用」ボタンをクリックすると、1 日毎のグラフに変わり、昨年同月比も表示されます。細かい数値を知りたい場合は、カーソルを移動します。



[2] どれくらい閲覧されているか（閲覧数）



パソコンとモバイルなどのデバイス別、または検索やマップなどのプラットフォーム別の内訳を確認できます。

一人のユーザーが複数のデバイスやプラットフォーム（パソコンまたはモバイル、Google マップまたは Google 検索など）でビジネスプロフィールにアクセスした場合、カウントされる回数には上限があります。デバイスごとおよびプラットフォームごとの集計では、ユーザーは 1 日 1 回のみカウントされ、同じ日の複数の訪問はカウントされません。

例えば、飲食店は Google マップのモバイルが多い傾向があり、公式サイトを制作するときは、モバイルで見やすくボタンが押しやすいサイト構成が求められます。

[3] どれくらい行動に移されているか（インタラクション）



ビジネスプロフィールに表示されたボタンやリンクのクリック数などが表示されます。これらのボタンを押すユーザーは、店舗やブランドに興味を持ち、顧客になる可能性が高いと考えられます。

それぞれの数値を分析する際には、ビジネスの特性、顧客層に起因する要因が無いかを確認します。その上で、インタラクションの各数値が増減するパターン（季節、観光地などの地理的要因）や、特定のプロモーション、イベントが影響していないか、関連性を検証します。

項目	内容
通話	ビジネスプロフィールに表示された通話ボタンのクリック数
ルート	ビジネスまでのルートを検索したユニークユーザー数 (即キャンセルしたルート検索は含まれない)
ウェブサイトのクリック	ビジネスプロフィールに表示された、ウェブサイトへのリンクのクリック数
メニュー (飲食系のみ)	メニューコンテンツのクリック回数 (1 人のユーザーの 1 日あたり。メニュー写真、メニューの URL、構造化されたメニューデータを含む)
予約数	顧客が予約プロバイダ経由で予約を完了した回数

項目	内容
料理の注文 (飲食系のみ)	ビジネスプロフィールで直接受け付けた Order with Google プロバイダ経由のテイクアウトまたは宅配の注文の回数
予約リンクのクリック数 (ホテル系のみ)	ホテルの無料の(自社) 予約リンクのクリック数

[4] どれくらいどんな言葉で検索に引っかかっているか (検索語句)

5,752	
Q. ビジネス プロフィールの表示につながった検索数	
検索内容 ビジネス プロフィールの表示につながった検索語句	
1. 道の駅	1,337
2. レストラン	740
3. ランチ	598
4. お土産	333
5.	312
もっと見る	

ビジネスの検索に使用された検索語句で、毎月月初めに更新され、反映されるまで 5 日ほどかかることがあります。検索語句は、特定の語句でビジネスプロフィール(店舗のナレッジパネル)が表示された場合に計測されます。「もっと見る」ボタンを押すと、100 位まで表示され、さらに多くの検索語句を見ることができます。

検索数が 15 回以下は「<15」と表示されます。合計検索数は 16 回以上表示された検索語句の検索数の合計です。

この一覧に推したい商品・サービスが無い場合は、それに関する最新情報の投稿や写真を増やして、ビジネスとそれらが関連付けられて検索表示されるように情報発信しましょう。

【パフォーマンスレポートに関する注意情報】

パフォーマンスレポートはパソコンで Google ビジネスプロフィールマネージャを使うと 18 ヶ月前まで情報をダウンロードできます(次項参照)。ただし、ダウンロードできる情報は限られており、ビジネスプロフィールの表示につながった検索語句はダウンロードできません。

26

パフォーマンスデータをダウンロードする

Google ビジネスプロフィールの管理画面では、直近 6 ヶ月間のパフォーマンスレポートを閲覧することができます。より長期的なデータ分析が必要な場合は、Google ビジネスプロフィールマネージャを利用することで、一部のパフォーマンスデータを最大 18 ヶ月前まで遡ってダウンロードすることが可能です。

これらの長期的なデータを分析することで、季節変動やトレンドの把握が可能となります。特に検索語句の傾向を理解することで、顧客のニーズや行動パターンを深く理解し、より効果的なコンテンツ作成や販促活動につなげることができます。

Google ビジネスプロフィールマネージャからダウンロードできるデータは以下の情報です。

▶ユーザーがビジネスを見つけた経路

Google 検索—モバイル、パソコン Google マップ—モバイル、パソコン

▶インタラクション

通話、予約、ルート、ウェブサイトのクリック数、料理の注文、フードメニューのクリック数
ホテルの無料の予約リンクのクリック数

データ取得期間は 7 日、30 日、90 日、カスタムと選択でき、長期間のデータ分析や過去のデータと比較することができるようになります。

検索された語句については Google ビジネスプロフィールマネージャからはダウンロードできません。そのため、管理画面のパフォーマンスデータにある「ビジネスプロフィールの表示につながった検索数」の「もっと見る」の先にあるデータを直接コピー & ペーストで Excel などに保存しましょう。

手順



1. Google Chrome を立ち上げ、ビジネスプロフィールを管理する Google アカウントでログインし、Google ビジネスプロフィールマネージャを開きます。
(<https://business.google.com/locations>)



2. データをダウンロードしたい店舗にチェックを入れ、右上の「操作」から、「ダウンロード：インサイト」をクリックします。

ローカル レポート

期間
カスタム期間 ▼

開始日
2024/11/01

終了日
2024/11/30

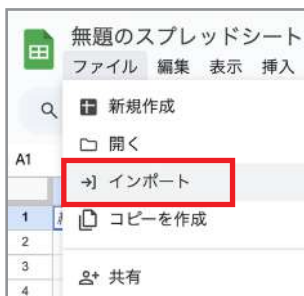
レポートの情報は、この範囲内でのみ使用できます。お客様は、ユーザーの個人情報を追跡または収集する目的でインサイトを使用しないことに同意するものとします。値は概算値で、有意な値のみ表示される場合があります。

キャンセル レポートをダウンロード

3. ローカルレポートの積算期間を7日間、30日、90日、カスタム期間から選びます。カスタム期間の場合はカレンダーで開始日、終了日を選択します。その後「レポートをダウンロード」ボタンを押します。

ダウンロードの準備が整いました ダウンロード

4. 「ダウンロードの準備が整いました」と左下に表示されたら、「ダウンロード」をクリックします。



5. ファイルは csv 形式でダウンロードされます。そのまま Microsoft Excel で開くと文字化けを起こすので、Google スプレッドシートで読み込みます。Google スプレッドシートを立ち上げ、空白のシートを開いて「ファイル」メニューから「インポート」をクリックします。



6. 「アップロード」タブをクリックしたら、csv ファイルをドラッグするか「参照」ボタンを押し、ファイルを選択して「開く」ボタンを押します。

ファイルをインポート

ファイル
GMB insights (Performance Report) - 2024-11-1 - 2024-11-30 - .csv

インポート場所
スプレッドシートを置換する ▼

区切り文字の種類
自動的に検出する ▼

☒ テキストを数値、日付、数式に変換する

データをインポート キャンセル

7. この後、「ファイルをインポート」画面が立ち上がったら「データをインポート」ボタンを押します。

無題のスプレッドシート

ファイル 編集 表示 挿入 表示形式 データ ツール 拡張機能 ヘルプ

100% 123 デフォルト 10

A1	A	B	C	D	E	F	G
1	店舗コード	ビジネス名	住所	ラベル	Google 検索 - モ	Google 検索 - パ	Google マップ
2					モバイルを使用 パソコンを使用 モバイルを		
3					16	3	
4							

8. インポートしたデータが表示されます。

【応用】店舗情報のランキング順位が決定される仕組みとは

【1】Google の地域検索とは

Google の地域検索（ローカル検索ともいいます）は、ユーザーの現在地や特定の地名などの『場所』の情報を含む検索に対して、最適な店舗情報を表示する Google の検索機能です。例えば、スマートフォンで『ラーメン』と検索すると、ユーザーの現在位置に基づいて、近隣でラーメンを提供している飲食店が検索結果として表示されます。この仕組みにより、Google マップや Google 検索アプリのユーザーは、自分の周辺にある適切な店舗を簡単に見つけることができます。



Google 検索アプリでは、地図と候補の3店舗が表示され、「さらに表示」をクリックすると、店舗情報が無限スクロールで表示される



Google マップアプリでは、地図上にクチコミ評価と合わせて、店舗情報が無限スクロールで表示される

【2】検索結果の情報源となる「プロフィール」

プロフィールとは、地図上の特定の位置（緯度・経度）に紐付けられた情報の集合体です。店舗名や地点名、写真、電話番号、クチコミなどが含まれ、店舗の場合はこれらがビジネス情報として扱われます。このプロフィールは、店舗オーナー、一般ユーザー、Google の三者によって構築されています。店舗オーナーは『Google ビジネスプロフィール』を通じて情報の追加や編集を行うことができます。

一般ユーザーはクチコミや写真の投稿、新しい地点情報の追加、閉店情報の登録などが可能です。そして Google は、企業の公式ウェブサイトなど、ネット上に公開されている情報を収集し、店舗オーナーとユーザー

から提供された情報と組み合わせて、検索結果にプロフィールとして表示しています。



プロフィールの情報を充実させることは、検索結果での表示機会を増やすための重要な要素となります。特にローカル検索での露出を最大限に高めるためには、ビジネスプロフィールの基本情報を正確に保ち、営業時間の更新を欠かさず行い、写真や投稿を通じて店舗の魅力を効果的に伝えることが必要です。このように情報を常に最新かつ充実した状態に保つことで、より多くの潜在的な顧客にビジネス情報を届けることが可能になります。

【3】 地域検索結果のランキングを構成する 3 要素

Google の地域検索のランキングはたくさんの要素から決定されていますが、主に「関連性」「距離」「視認性の高さ」の 3 要素で構成されています。

関連性

『関連性』は、ユーザーの検索語句とビジネスプロフィールの情報がどれだけ一致しているかを示す指標です。例えば、『寿司』というキーワードで検索された場合、『初めて来ましたが、お寿司が美味しくて感動しました』といったクチコミが投稿されているビジネスは、『寿司』というキーワードと関連付けられた情報を持っているため、Google からの評価が高まります。このように、ビジネスプロフィールに詳細な情報を掲載することで、様々な検索キーワードとの関連性が強化され、より多くの検索結果に表示される可能性が高まります。それは同時に、潜在的な顧客に対してより的確な情報を提供することにもつながります。

距離

『距離』は検索語句で指定された場所から自店の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』は、そのビジネスの知名度を表す指標です。有名な博物館や、ランドマークとして知られるホテル、著名なブランド店舗などは、一般的に高い視認性を持つため、ローカル検索結果で上位に表示される傾向があります。また、視認性はクチコミの数と評価の高さにも影響され、さらにウェブ上での露出度（外部サイトからのリンク、メディア記事での紹介、各種店舗一覧での掲載順位など）も重要な要素となります。

【応用】データ集計や検索語句の分析を行う

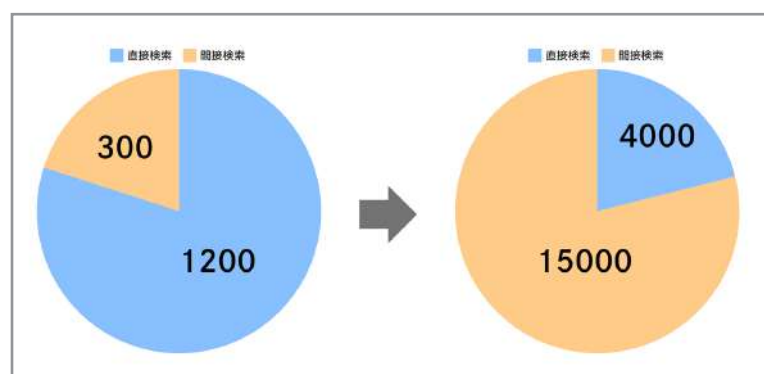
【1】直接検索 / 間接検索の比率

検索方法は『直接検索』と『間接検索』の2つに大別されます。『直接検索』は、ユーザーが店舗名などお店の固有の名前や情報を検索しているもので、お店を知っている方が検索するものです。一方、『間接検索』は、業種、サービス名、ジャンルなどの語句で検索するものです。これは主にまだお店を決定していない検索語句です。

この2つの検索方法の比率は、ビジネスの認知度を測る重要な指標となります。間接検索の割合が少ない場合、新規ユーザーからの認知度が低い可能性を示唆しており、マーケティング戦略の見直しが必要かもしれません。

手順

1. パフォーマンスデータの「ビジネスプロフィールの表示につながった検索語句」からコピー＆ペーストした(*)、検索数が16以上の検索語句について、お店の名前や住所で検索している検索語句とそれ以外の語句をそれぞれ分け、合算します。
(*)このデータは一括ダウンロードできないため、管理画面からコピー＆ペーストする形となります。
2. パフォーマンスデータの「ビジネスプロフィールの表示につながった検索数」から、お店の名前や住所で検索している検索語句の合計数(=直接検索数)を引くと、お店の名前や住所以外で検索している検索語句の合計数(=間接検索数)が算出できます。
3. これらを表計算ソフトにいれ、直接検索数と間接検索数の比率を円グラフで表示させます。ローカル検索施策を行っていくことで、それらの割合が変化することがあります。



[2] 検索キーワードの分析

1. リストアップ

「ビジネスプロフィールの表示につながった検索語句」の上位 20 位(施設の大きさによっては更に多く)を 3 つの視点でリストアップします。

A. 店舗名、オリジナル商品の固有名詞

ビジネスや商品の認知度を測る重要な指標です。これらのキーワードをリストアップし、検索数を分析することで、市場での認知度を具体的に把握することができます。もし検索数が期待より少ない場合は、チラシなどの紙媒体や看板による従来型の宣伝活動、プレスリリースを通じたメディアへの情報発信、さらに公式サイトや SNS を活用したウェブ上での情報発信を組み合わせることで、より幅広い層への認知度向上が期待できます。

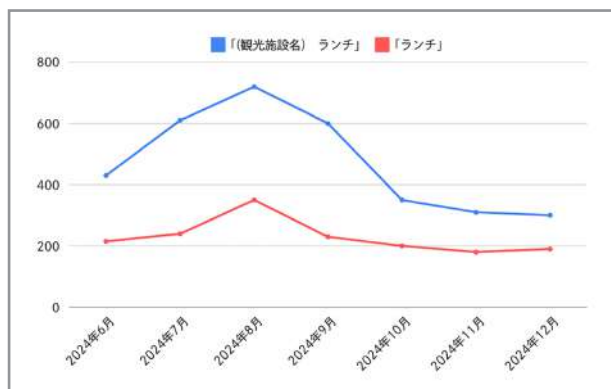
B. 想定している検索語句

『〇〇市 ■■(業種名)』『■■(業種名)』『地名』など、ビジネスに関連する可能性の高い検索語句をリストアップし、それらの検索状況を確認します。もし主力サービスや商品に関連する検索が少ない場合、それは情報発信が十分でない可能性を示しています。この場合、Google ビジネスプロフィールでの商品やサービスの詳細な登録、説明文の充実化、魅力的な写真の掲載などの対策が必要です。さらに、公式サイトや SNS など複数の媒体を活用した総合的な情報発信を行うことで、より効果的な認知度向上を図ることができます。

C. 想定していない検索語句

予想外の検索語句が表示される場合、店舗側が見過ぎていた主力商品の潜在的な価値や、気づいていなかった顧客ニーズを示している可能性があります。このような発見はビジネス展開の重要なヒントとなります。これらの検索語句に関連する商品やサービスの情報、写真などを Google ビジネスプロフィールに積極的に掲載することで、新たな集客機会の創出につながります。さらに、これらの情報を商品開発やサービス改善にも活用しましょう。

2. データ化



飲食店の 2024 年 6 月から 2024 年 12 月までの「(観光施設名)ランチ」と「ランチ」の月別の推移

収集した検索語句のデータを表計算ソフトでグラフ化し、1 年以上の期間で分析することで、季節的な変動やトレンドを把握することができます。この分析結果に基づき、ユーザーのニーズに合わせた情報を Google ビジネスプロフィールで適切なタイミングに発信することで、効果的な来店促進につなげることが可能です。ただし、検索対策は即効性のある施策ではなく、効果が表れるまでには一定の時間を要します。そのため、データ分析で得られた知見を活用し、計画的かつ早期に情報発信を開始することが重要です。

[3] データの集計まとめ

まとめると、Google ビジネスプロフィールから取得できるデータは以下のようなものです。これらのデータを月単位で取得し、保存していくことをおすすめします。管理画面で取得できるデータは過去半年間となるため、最低でも1シーズン1回は先述したやり方でデータ取得を行うといいでしょう。(一括ダウンロードだと過去18ヶ月可能ですが、この場合は検索語句が取得できないため、1シーズンに1回の集計を推奨します)

- 閲覧ユーザー数 ・ ・ ・ どれくらい見られているか
- インタラクション ・ ・ ・ どれくらい行動に移されているか
(ウェブサイトアクセス、電話コール数、ルート検索数など)
- 表示につながった検索語句 ・ ・ ・ どんな言葉でどのくらい検索に引っかかっているか

これらのデータを表計算ソフトに月単位で入力、またはコピーしていきます。

1. 業種や店舗規模によるデータの取り扱いの違い

お店の業種や規模によっては指標となるデータが異なることがあります。例えば予約前提の店舗の場合はウェブサイトアクセスが「どれくらい行動に移されているか」で優先して確認したいデータになりますが、予約不要の店舗であればルート検索数が優先して確認したいデータになるでしょう。そのため「どれくらい行動に移されているか」はお店によってどの情報を指標にするかは違うのでご注意ください。

他にも検索語句の増減で、お店の名前を検索する「指名検索」の数値はビジネスプロフィールの成果ではなく、リピーターの増加や知名度の増加を確認するために使います。TVや雑誌掲載、SNS活動等の効果を分析することができるため、そういったデータを確認したい場合にはチェックするといいいでしょう。

2. 見るべきポイント

まずは何より「検索語句」です。どのような言葉でどの位引っかかっているかを月単位で取得することで、ビジネスプロフィールなどで情報発信した内容がどう扱われ、引っかかっているのかがわかれば、引っかかって欲しいものが引っかかっているのかを把握でき、その内容について情報発信を行い、どう変化していくかを把握することができます。それを踏まえ、次に「数字の増減」を確認します。多ければ単純に多くの人に見られていたり行動に移されていたりという判断ができます。比較対象を前月にするのか前年にするのかで「月の変化」「昨年対比」を行うことができ、季節変化や年変化、そして施策効果を確認することができます。

