めざせデジタルインフラの構築（第13回）

店舗の誘導を加速させるMEO対策

2021.11.02



ちょっと一息つこうと喫茶店を探したが見当たらない。そんな利用者の手助けとなるのが地域限定のローカル情報検索だ。スマホアプリのGoogle検索やGoogleマップで、今いる「駅名や地名 喫茶店」といったキーワードで検索すると、あらかじめGoogleのサービスに登録された喫茶店がマップ上に表示される。こうしたローカル情報の検索上位に店舗情報を表示し、利用者の来店を促すマーケティング手法がMEO（Map Engine Optimization）対策だ。

上位表示で店舗への集客率アップ

MEOでは、店舗はGoogleマイビジネスという管理ツールに自店舗の情報を登録する。ただ登録しただけでは上位表示されない。店舗の情報を登録するGoogleマイビジネスについても、単に住所や電話番号、Webサイトなどの項目を埋めるのではなく、Googleに評価されるような内容で項目を埋めるのがポイントとなる。

Googleのローカル検索で上位に表示されるのは、「距離（位置情報）」「関連性（利用者のニーズを考慮し、関連性の高い情報を表示）」「知名度」の3つがポイントだといわれている。

上位に表示されるためには、「どのキーワードで検索されやすいか」「どのキーワードで検索すれば店舗が表示されるか」などを総合的に分析し、集客力アップのためのキーワードを決めなければならない。

ローカル情報検索の上位表示をめざすMEO対策サービスもある。集客対策、コンサルティングサービスを提供するGleaner（グリーナー）のMEO対策サービス「G-MEO」を例に、MEO対策サービスのポイントを見ていこう。

スリーパックと呼ばれる上位3店舗に表示させ、店舗情報にたどり着かせる



約1000店舗が利用するMEO対策サービスG-MEO… 続きを読む