



Google ビジネスプロフィール

SNS・GBP

活用ガイドブック

集客・売上
UP!!

操作が
苦手でも
安心!!



お店の
強みを
発信!!

発行 東大阪市都市魅力産業スポーツ部商業課 関西 **ぽど** (受託事業者)

©令和5年度東大阪市商業振興コーディネート事業

INDEX

I. SNSについて知ろう編

SNSとは	P03
-------------	-----

II. Instagram編

① プロアカウントを開設する	P06
② ビジネスアカウントを設定する	P10
③ 投稿をする	P11
①フィード投稿 ②ストーリーズ投稿 ③リール投稿	
④ 本格運用に入り、投稿分析をする	P20

III. Googleビジネスプロフィール編

① Googleビジネスプロフィールを設定してみよう	P22
② Googleビジネスプロフィールを応用しよう	P25
③ 「パフォーマンス」を使って分析する	P29

IV. LINE編

① LINE公式アカウント【開設について】	P32
② LINE公式アカウント【初期設定】	P34
③ LINE公式アカウント【初期設定・お友だち追加】	P36
④ LINE公式アカウント【ショップカードの作成】	P37
⑤ LINE公式アカウント【リッチメニューの設置】	P39
⑥ LINE公式アカウント【分析画面について】	P41

V. 写真撮影の基本編

写真撮影の基本(レンズの使い方／カメラの高さ／構図／光の使い方)	P42
--	-----

I . SNSについて知ろう編

SNSとは

SNSは「Social Networking Service(ソーシャルネットワーキングサービス)」の略です。日本語に訳すと「社会的なネットワークを築くためのサービス」です。インターネット上で、友人同士や同じ趣味を持つ人同士が集まったり、最近では会社や組織の広報としての利用も増えてきました。SNSといっても種類は様々、用途によっても変わってきます。

主に使われているSNSは

- Instagram
- Facebook
- TikTok
- LINE
- X(旧Twitter)
- YouTube

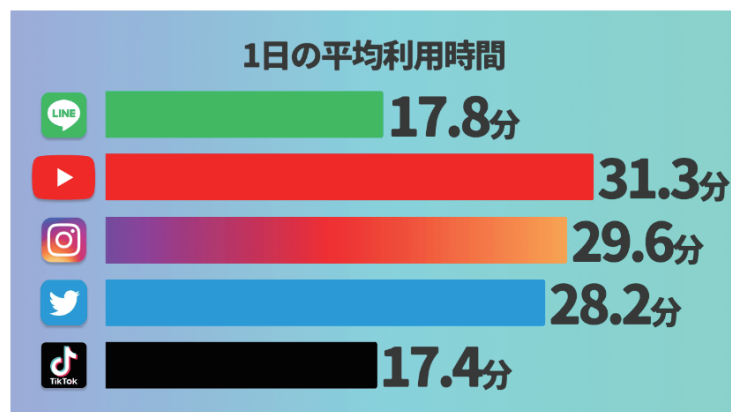
などがあげられます。



1990年代はチラシやCM、2000年代に入りホームページの時代になりました。そして現在は、SNSの時代に変化しています。

SNS市場調査




いまは、SNSを利用し、情報を集める時代へ。ユーザーは1日平均30分程度、SNSをみています！



出展：Glossom株式会社が行う「スマートフォンでの情報収集に関する定点調査」

SNS別ユーザー特性

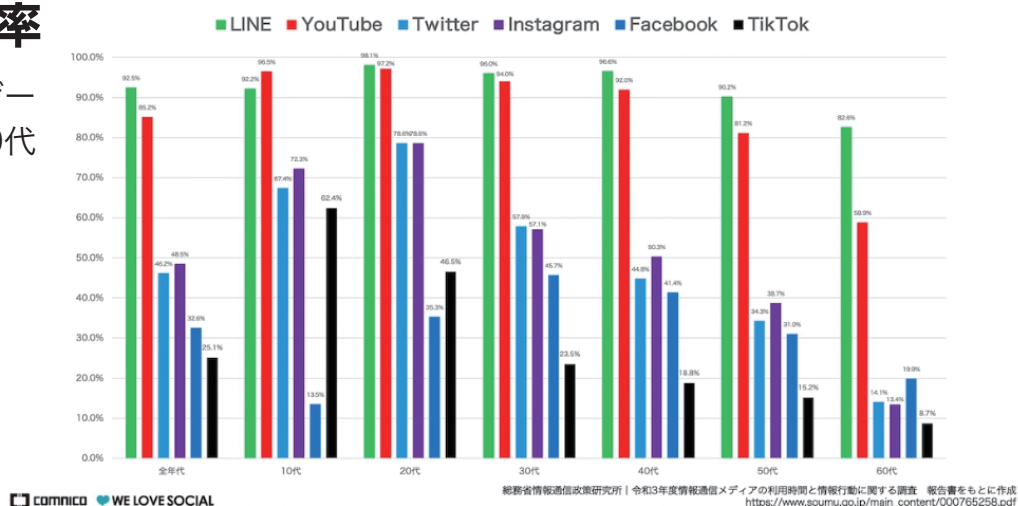
連絡系SNSは、LINEがダントツで9,500万人！情報収集系は、Instagramがユーザー数3,300万人を突破！

	国内月間アクティブユーザー	ユーザー層	特徴
	9,500万	全世代が利用 幅広い	・インフラ化したメッセージツール ・プッシュ通知を使った情報発信 ・LINE APIを使った自社サービス連携
	6,900万	年齢性別問わず幅広い	・動画中心のため、長尺動画も伸びやすい ・コロナ禍で40代以上の利用増 ・SEO（検索エンジン最適化）に強い
	4,500万	20代が多い 平均年齢は36歳	・リアルタイム性と情報拡散力 ・興味関心でつながる ・短文のコミュニケーション
	3,300万	10代と20代で半数以上を占める	・雑誌感覚・ビジュアル訴求 ・フィードとストーリーの使い分け ・日本はハッシュタグからの流入が多い
	2,600万	登録者数は20代と30代が多い	・実名性が高くリアルなつながりを反映 ・ビジネスシーンでの活用 ・コンテンツの自由度が高い
	950万	10代と20代で半数以上を占める	・さくっと見られる短尺動画中心 ・豊富な動画編集機能

<https://www.comico.jp/we-love-social> ※2023年6月時点

SNS年代別利用率

Instagramのメインユーザーは10代～20代。30代～40代も半数が利用



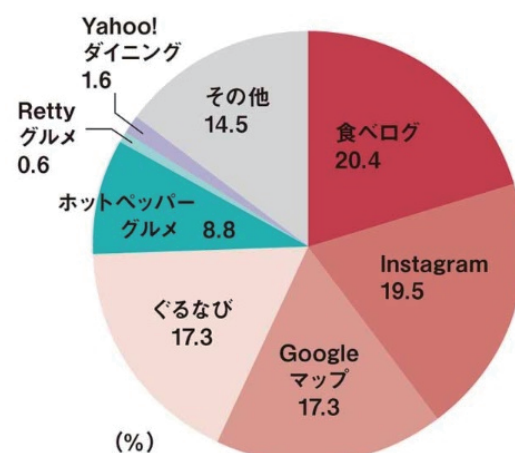
(※1) 令和2年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書 | 総務省情報通信政策研究所

情報収集手段の変化

若者を中心に飲食店探しのサービスとしてInstagram・Googleマップが急浮上しています。

Instagram	ウェブ検索
画像が大きく見やすい	文字ばかりで見にくい
最新の情報が手に入る	情報が古い場合がある
口コミが信頼できる	口コミが信頼できない

半年間で飲食店を探すときに10代が最も利用しているサービス(n=318)
 調査期間: 2018年6月20～23日
 出典: 日経クロストrend(調査会社のテスト調べ)



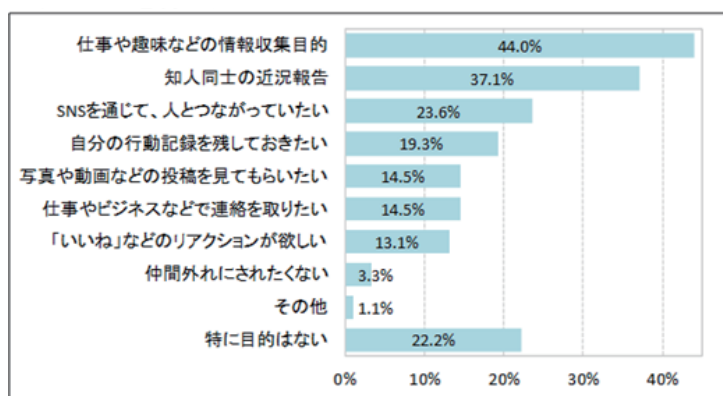
● 変化している消費行動と集客方法

SNSの利用者は40代以上にも拡大！登録者数・利用者数ともに増加傾向！
世代を問わず、SNS はわからない、苦手だからできないとは言えない時代に！

昔は、口コミで評判が広がっていましたがインターネットとスマホの登場で集客スタイルはどんどん変化しています。特徴的なのは、SNS時代の消費行動は「共感」からスタートすること。

SNSの普及により消費者は、お店に足を運ぶ前に多数の情報に触れ、SNSでの情報、口コミにより共感をすることによって商品をどこで買うか意思決定をしているといえます。

Googleが提唱するZMOT ～店に足を運ぶ前の下調べにおいて起きる『意思決定の決定的瞬間』～

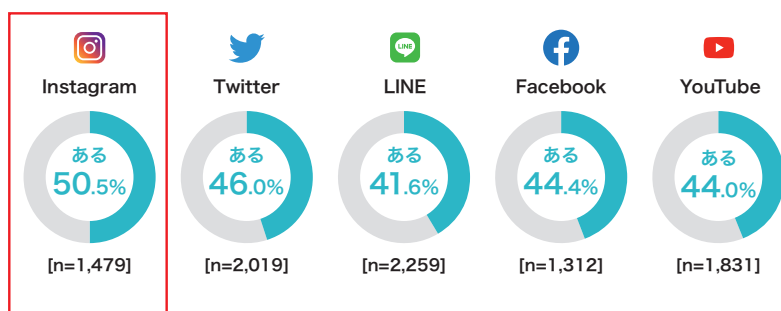


SNSを利用する理由についてのアンケート結果では、「仕事や趣味などの情報収集」という目的が最も多く44%でした。

出典: <https://ictr.co.jp/report/20220517-2.html/> ICT総研

● SNSメディア別ユーザーの行動

SNSの情報をきっかけや参考に、初めて利用するお店(小売店や飲食店)に実際に足を運んだことがありますか？



アライドアーキテクツ調べ

出典: <https://smmlab.jp/article/research-data-about-instagram-users/>

数あるSNSの中でも、Instagramは幅広い年代の方が利用しています。また、画像や動画を簡単に作成・発信することが出来るため、ビジネスに活用しやすいといえます。

Ⅱ. Instagram編

(インスタグラム)

① プロアカウントを開設する



プロアカウントとは？

Instagramには、個人アカウントとプロアカウントの2種類があります。

プロアカウントにすると

- お店の場所やwebサイトなど「ビジネスプロフィール」が掲載できる。
 - 分析ができる。
 - 広告が掲載できる。
- の主に3つのメリットがあります。

お店の集客、売上UPを目指すには、ぜひ「プロアカウント」を開設しましょう！

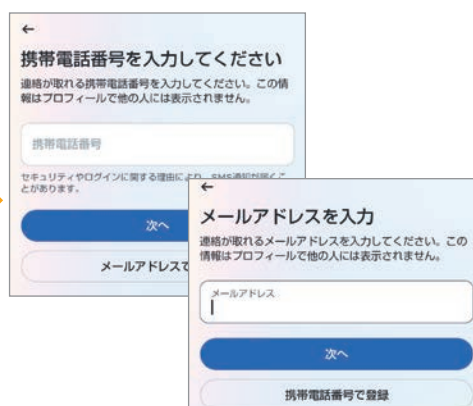
① アカウントを登録

まずは、個人アカウントと同じように登録します。

STEP1 : GooglePlayストア、App Storeで「インスタグラム」をインストール。



STEP2 : 指示に従い、登録していきます。



認証コードをご確認ください。
電話番号の場合はSMSへ、
メールアドレスの場合は
そのアドレスへ認証コードが
届きます。

携帯電話番号か、メールアドレス、facebookアカウントの
いずれかを登録します。

※電話番号は、固定電話、050～は不可。**携帯番号を登録**してください。

←

認証コードを入力してください

アカウントを認証するには、hayashi@kansaipedo.co.jp に送信された6桁のコードを入力してください。

認証コード

次へ

コードが届かなかった



←

名前を入力してください

氏名

次へ



←

パスワードを作成

パスワードは6文字以上の文字または数字で作成し、他の人が推測できないものにしてください。

パスワード

次へ



←

生年月日を入力してください

ビジネスやペットなどに関するアカウントでも、ご自分の誕生日を入力してください。シェアすることを選択しない限り、他の人には表示されません。誕生日の入力が必要な理由

誕生日(0歳)

2023年1月1日

次へ

認証コード入力後、アカウントの名前とログインパスワード、誕生日を登録します。アカウントの名前は、分かりやすく店の名前、サービスの名前などにしましょう。facebookと同じでOKです。

② プロアカウントに変更

STEP1 : プロフィールを編集 ➡ プロアカウントに切り替える

business.mihon

0 投稿 21 フォロワー 21 フォロー中

ミホン

プロフィールを編集

プロフィールをシェア

おすすめ

すべて見る

連絡先をリンク 知り合いを見つけよう

さらにフォローする人を見つけよう

リンクする

すべて見る

友達との瞬間をキャプチャしよう

最初の投稿を作成しよう



× プロフィールを編集 ✓

写真やアバターを編集

名前

ミホン

ユーザーネーム

business.mihon

代名詞の性別

自己紹介

リンクを追加

性別

答えたくない

プロアカウントに切り替える

個人の情報の設定

STEP2 : 質問に従い設定していきます。

●カテゴリ

当てはまるカテゴリを選択してください。

カテゴリを設定すると、利用者があなたと同じようなアカウントを見つけやすくなります。これはいつでも変更できます。

カテゴリを検索

コミュニティ

デジタルクリエイター

教育

起業家

健康・美容

音楽者

検索して、業種を選びます。

当てはまるカテゴリを選択してください。

カテゴリを設定すると、利用者があなたと同じようなアカウントを見つけやすくなります。これはいつでも変更できます。

プロフィールに表示

ジャンル

アーティスト

ミュージシャンバンド

BLOGGER

衣料品(ブランド)

「プロフィールを表示」をONにして、プロフィール欄に表示しましょう。

●プロアカウントの種類

Instagramには法人や有名人の利用向けに2種類の「プロアカウント」があります。「ビジネスアカウント」と「クリエイターアカウント」の2種類がありますが、企業やお店で利用する場合は基本的に「ビジネスアカウント」でOKです。

事業主ですか？

選択されたカテゴリから判断して、ビジネスアカウントが合っていると思われます。これはいつでも変更できます。

ビジネス

小売店、ローカルビジネス、ブランド、組織、サービスプロバイダーに最適です。

クリエイター

公人・著名人、コンテンツプロデューサー、アーティスト、インフルエンサーに最適です。

●連絡先

連絡先情報を確認してください

これらの連絡先オプションは他の人があなたに連絡できるようプロフィールに表示され、いつでも編集または削除できます。

ビジネスの公開情報

ビジネスのメールアドレス

JP +81 電話番号

ビジネスの住所

連絡先情報を表示

企業、お店のメールアドレスや電話番号、住所を入力します。プロフィールの「問い合わせ」ボタンから連絡できるようになりますので、表示をONにしましょう(後から変更もできます)。

●Facebookとリンク

Facebookとリンク

Facebookページへのリンクは任意ですが、リンクすることで、Instagram投稿のFacebookへのシェアや、広告やショッピングツールなどの機能を利用できるようになります。

Facebookにログイン

リンクしたいページを選んで、設定しておきましょう。

●アカウント作成後にFacebookとInstagramをリンクさせる方法

STEP1 :三マークー
設定とプライバシー



STEP2 :
アカウントセンター



STEP3 :
プロフィール



STEP4 :
アカウントを追加



STEP5 :
Facebookアカウントを追加



STEP6 :
それぞれ入力ログイン



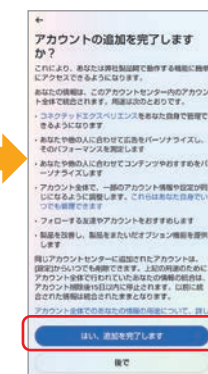
STEP7 : ログイン



STEP8 : 次へ



STEP9 :
はい、追加を完了します



●Facebookにも必ず住所登録をしておきましょう

STEP1 :
Facebookの連絡先情報の
編集 → 所在地を追加



STEP2 :
住所、市区町村、郵便番号、
追加していきます



STEP3 :
保存をタップ



② ビジネスアカウントを設定する

① プロフィールの設定



写真やアバターを編集

名前
うちのおうち【公式】注文住宅/リノベ/大阪/兵庫

ユーザーネーム
uchino_ouchi

代名詞の性別

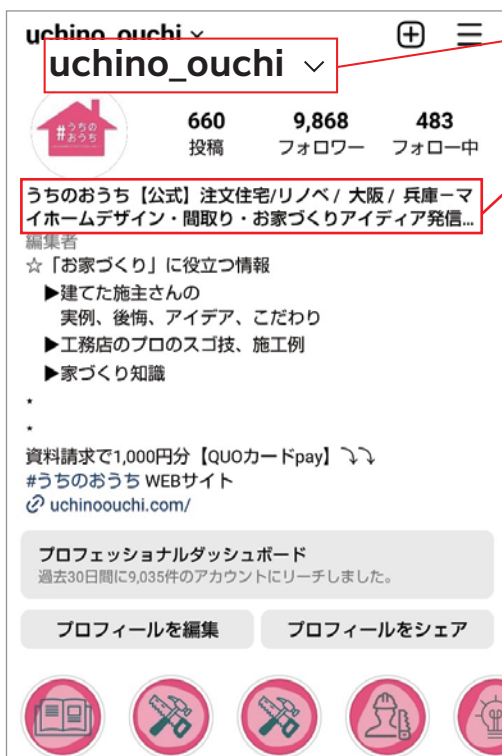
自己紹介
▶建てた施主さんの 実例、後悔、アイデア、こ

リンク 1

性別
答えたくない



プロフィールページ



uchino_ouchi

660 投稿 9,868 フォロワー 483 フォロー中

うちのおうち【公式】注文住宅/リノベ/大阪/兵庫-マ
イホームデザイン・間取り・お家づくりアイデア発信...

編集者

☆「お家づくり」に役立つ情報

▶建てた施主さんの 実例、後悔、アイデア、こだわり

▶工務店のプロの施工技、施工例

▶家づくり知識

資料請求で1,000円分【QUOカードpay】👉👉
#うちのおうち WEBサイト
uchinoouchi.com/

プロフェッショナルダッシュボード
過去30日間に9,035件のアカウントにリーチしました。

プロフィールを編集 プロフィールをシェア

●プロフィール写真

最後に、「プロフィールを編集」からプロフィール写真や自己紹介、ウェブサイトURLなどを登録します。

ロゴや外観など、一目でアカウントのことがよく分かるものにしましょう。

※色などイメージで判別するユーザーもいます。

●名前

instagramではどんな名前にするかが**検索対策として重要**になります。

ユーザーが検索した際にできる限りヒットしやすいキーワードを選択し、名前に組み込む必要があります。

※2回変更後、3回目は14日後にしか変更できませんので、ご注意ください。

【名前とユーザーネームの違い】

この部分が「ユーザーネーム」(30文字まで可能)

この部分が「名前」(64文字まで可能)

- ・ユーザーネーム:@から始まる文字列のこと。ログインするときやアカウントの検索、メンションやタグ付けする時に使用します。
- ・名前:お店の名前など誰がこのアカウントの持ち主なのかを表すものです。

●ポイント

- ・自己紹介文: **150文字の制限**があります。企業名や地域、ビジネスの特徴をわかりやすく書きましょう!

※自己紹介文にキーワードを入れても検索では認識されません。

- ・ウェブサイトURL: 必ず設定しましょう。

③ 投稿をする

① フィード投稿



+マークから「投稿」もしくは「投稿する」を選択。
自分のスマホに保存されている写真や動画が画面一覧で表示されるので、
投稿したい写真・動画を選択して「次へ」をタップしましょう。



● **キャプション(テキスト)を入力**
ここに、ハッシュタグ「#〇〇〇〇」や
メンション「@ユーザー名」の追加も可能

「メンション」とは？

キャプションの中で紹介したいアカウント
を掲載することです。

● **人物をタグ付け**

写真に「@ユーザー名」の追加可能

● **場所を追加** オススメ

投稿に関する位置情報を追加。
位置情報を付けることにより、
位置情報で検索したユーザーに投稿を
閲覧してもらったり、お店などの位置を
参考にしてもらったりすることができます。

● **他のアカウントに投稿**

連携されている他のSNSや、
Instagramの他のアカウントに
同時投稿が可能。

投稿完了

[ハッシュタグを活用しよう]

Instagramにどんなに魅力的な投稿をしても、見てもらえないと意味がありません。
投稿を多くの人に見てもらうために**ハッシュタグをつけてみましょう**。

ハッシュタグとは、自分の投稿がどのようなものを説明するラベルのことで「#〇〇〇〇」で表されます。
1つの投稿に**最大30個**までハッシュタグをつけることができます。

Instagramではハッシュタグで検索してお気に入りの投稿を見つける人も多く、
ハッシュタグをつけることでハッシュタグ検索経由で自分の投稿を見てもらう可能性が広がります。



★多すぎず少なすぎないハッシュタグ使いがオススメ!

ハッシュタグにはそれぞれ使っている投稿の数があります。

そのハッシュタグを利用している投稿が多くなればなるほど、
自分の投稿が数多くある他ユーザーの投稿の中のひとつに埋もれてしまう可能性が高くなります。
(例：#パン屋 235万件、#パン屋巡り 73.3万件)

逆にボリュームが少なすぎるとそのタグを検索する人も少なくなるため、
閲覧してもらえる回数が少なくなります。
(例：#パン部 27.7万件)

ハッシュタグを利用してより多くの人に自分の投稿を見てもらうためには、
適切な量のハッシュタグを使うことが重要です。

[URLの貼り方]

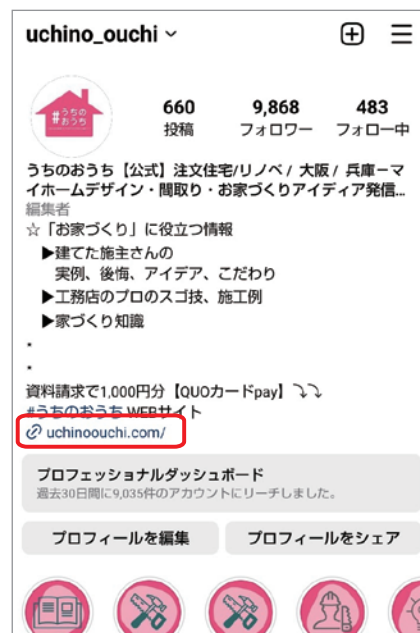
Instagramでは、facebookやX(旧Twitter)と違い、**投稿文キャプションやコメントにURLを記載してもリンク先に飛ぶことはできません。**

サイトへの直接リンクが貼れるのは“**プロフィール欄**”と“**ストーリーズのみ**”です。
この点を知らずに、タップしてもWEBサイトにリンクされていない長いURLを投稿文に記載しているアカウントも少なくなく、これらは機会損失となっています。

★**WEBサイトへ誘導したい場合**は、下記3つのいずれかの方法を試してみてください。

■InstagramからWEBサイトへ誘導する方法

- ① プロフィール欄に記載のURLをタップするように促す。
- ② 「**〇〇で検索**」と検索を促す。
- ③ **Instagram広告**を出稿する。
(広告の場合は、サイトへの誘導ボタンを設置可能です)



！ ストーリーズ、ハイライトからWEBサイトへ誘導する方法は16・17ページをご覧ください。

② ストーリーズ投稿



「ストーリーズ」とはInstagramでの投稿方法のひとつで、ホーム画面の上部から確認することができます。

最大の特徴は「**24時間**」で投稿が消えることです。そのため“**インスタ映え**”や“**アカウントの統一感**”などを気にせず、気軽に投稿できる点が魅力で、若者を中心にインスタの主役にもなっているのでぜひ抑えておきましょう。

★「**今**」の相互コミュニケーションを意識する!

[Instagramストーリーズの特徴]

- ① (基本的に) 投稿から24時間で消える。
- ② スマホに『**フルスクリーン表示(全画面)**』できる。
- ③ 複数の写真や動画を『**スライドショー形式**』で表示できる。
- ④ 写真や動画にかんたんに『**スタンプや文字**』を入れることができる。
- ⑤ プロフィール欄に常時表示できる『**ハイライト機能**』がある。
- ⑥ 親しい友達リストで『**限定公開**』できる。

ストーリーズは、投稿の種類が多岐にわたります。
ココでは、一般的な「**撮影モード投稿**」のみをご紹介します。

撮影モード投稿

STEP1 : ①～③いずれかの+から、新規作成画面へ



STEP2 : 撮影 or 画像・動画選択



過去撮影した写真や動画はココから選ぶ

Instagram

STEP3 : 編集

テキストフォント、エフェクト、色も編集可能。
大きさは画面左のバーで調節可能。

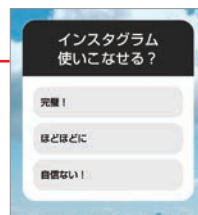
フィルター機能でアニメーション加工



位置情報・@メンション・投票機能・質問機能などを追加できます。

Instagramは一方的な発信よりも他のユーザーと交流して「つながり」を持つことを評価しています。この辺りを活用できるとユーザーとの「**つながり**」を増やすことができます。

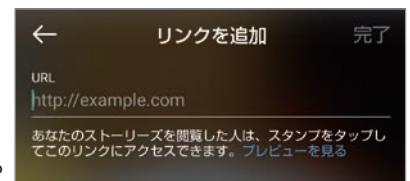
閲覧したユーザーに簡単なアンケートが取れ、返信はオープンではなく、DMで届くので、密なやりとりが可能になります。



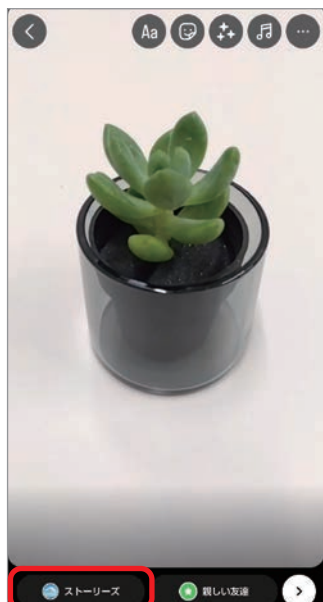
こういったアンケートの集計結果を次のストーリーズで配信するなど、相互コミュニケーションを意識してみてもいいかもしれません。



上記スタンプを使えばWEBサイトへ誘導できます。



STEP4 : 送信(投稿)



ストーリーズ
投稿完了

[その他投稿]

■フィード投稿のシェア

フィード投稿を、よりたくさんのフォロワーに読んでもらうために、ストーリーズにシェアします。



シェアしたい、投稿の
このマークをタップ

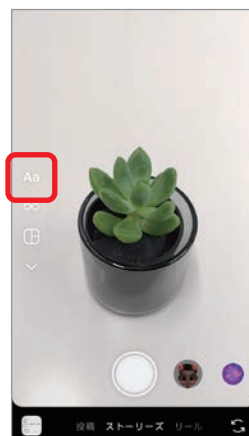


編集して
投稿(シェア)

facebookやその他snsにもシェアできます

■文字投稿(作成モード)

お知らせなどメッセージを
きちんと伝えたいときは、
写真を使わない文字のみ
投稿(作成モード)を使います。



左→にスワイプで
色々メニューが出てきます。

《 ハイライト機能 》

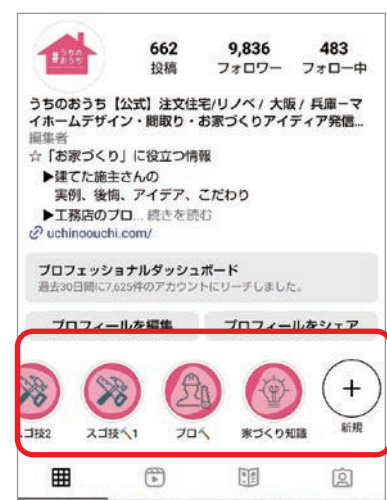
「**ハイライト機能**」は、過去に投稿したストーリーズをプロフィール欄に固定表示させる機能です。通常のストーリーズと違い、24時間たっても消えないので、多くのユーザーに見てもらえる可能性があります。

プロフィールの下に配置されるので、初めてアカウントを見たユーザーに「**こんな情報を配信していく**」というアピールにもなります。分かりやすい名前を付けましょう。

流れてしまうストーリーズを名前を付けてまとめる「**雑誌**」のような扱いで好きにまとめられます。



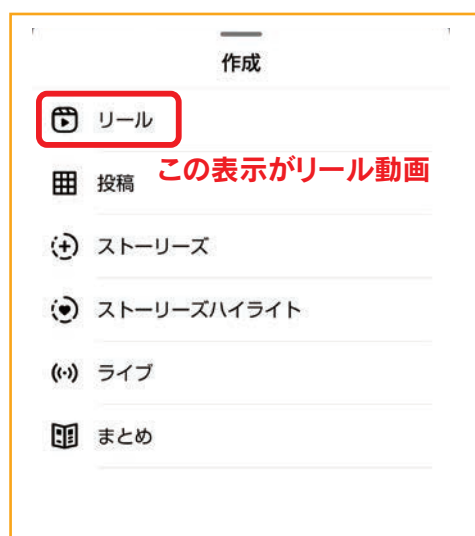
ハイライトに「**リンクスタンプ**」を使った
ストーリーズを残しておく
と24時間で消えないのでハイライトに
URLを残しておくことができます。



③ リール投稿

Instagramのリール機能とは、
15秒・30秒・60秒・90秒モードを選択して短尺動画を簡単に
制作・投稿・発見できる機能のことです。

STEP1 : +から「リール」を選び、新規作成画面へ



STEP2 : 撮影

編集ツール

■動画時間の選択

15と書いてあるアイコンをタップすると、
15秒・30秒・60秒・90秒の動画を選択できます。

■音源

Instagramミュージックライブラリで曲を検索し、
リール動画のBGMとして流すことが可能です。

■再生速度

再生速度のアイコンをタップすると、2、3、4倍速から
.5Xスロー、.3Xスーパースローまで動画の速度を変えられます。
速度を変えることで、ユーザーの目を引いたり、
インパクトを与えたりするのがメリットです。

■タイマー

最長15秒までタイマーを設定できます。
3秒、または10秒からのカウントダウンの設定が可能で、録画ボタンを押すと、
カウントダウンをしてくれるので、ハンズフリーで録画可能です。



STEP3 : 編集



ストーリーズのSTEP③(16ページ)のように撮影後、クイズ、アンケート、絵文字スライダー等のスタンプやペンなどで装飾ができます。
装飾後(しない場合も)、「次へ」をタップ。



STEP4 : キャプションを書いて、シェア



カバーとは、サムネイルで一覧になった時の表紙画像です。動画の中の一場面でもOKですし、新たな画像を追加することも出来ます。
タイトルをつけるなど統一感を持たせる(〇〇レシピ等)などの変更が可能です。

トピックとはハッシュタグに似たものです。投稿する内容にあったジャンルを3個まで選択し、より興味を持たれてるユーザーとマッチすることが出来ます。



リール投稿完了

4 本格運用に入り、投稿分析をする

Meta社公式のMeta Business Suiteは効率的にInstagramやFacebookを管理できるツールです。(https://business.facebook.com/latest/home)からも投稿が可能です。



運用例

KGI(ゴール)を設定する

Instagramを運用することで達成したいゴールを設定し、そのゴールを数値化したKGIを決めます。

例)「子育て世代ファミリーでの売上を前年度から20%向上させる」

「自社商品の認知度を第二商圈〇〇エリアで前年度比で20%向上させる」

▼ KGIが設定出来たら ▼

KGIが達成できるKPI(目標値)を設定する

KPIとは、KGIを要素分解した指標なので、KPIがすべて達成できればKGIも達成できることになります。

例)フォロワー数、自社サイトへの遷移数、エンゲージメント率、保存数、インプレッション数など

運用業務において日々追いかけるのはKPIに設定した数値になるので、目的を元に正確に数値に落とし込んでいく必要があります。KPIは複数設定するものですが、あまりに多すぎると見る数字が多くなりすぎるため、優先度をつけましょう。

分析ツール

Instagramの公式分析ツールのことを「インサイト」と呼びます。

投稿やアカウントの統計情報を見ることが出来ます。
PCからも閲覧可能です。



集計期間を選ぶ

期間を選択

過去7日間 ☒

過去14日間 ☐

過去30日間 ☐

前月 ☐



リーチは、投稿を見た人の数です。どんな人にどれだけ、どんな投稿が届いたのか定期的に確認しましょう。



インタラクションは、投稿に対して「いいね」「コメント」など反応があった数です。どんな投稿が反応が良いのか確認しましょう。



合計フォロワーで、フォロワーの数、増減、属性などが確認できます。

狙った場所や属性と大きく外れている状況が続く場合は、投稿内容を見直したり、広告などを検討してもいいかもしれません。



★投稿〇回ごとなどタイミングを決め、定期的にインサイトを確認して振り返り・対策を打ちましょう。

Ⅲ. Googleビジネスプロフィール編 (グーグル)

① Googleビジネスプロフィール(GBP)を設定してみよう

Googleビジネスプロフィールでは、無料で店舗の基本情報を掲載でき、ユーザーがとった行動の分析もできます。

※Googleアカウントの取り方は31ページに記載しています。

STEP1 :

下記URLのGoogleビジネスプロフィールのトップページにアクセスし、画面右上の「ご利用を開始」をクリック。
<https://www.google.co.jp/intl/ja/business/>



STEP2 :

Googleアカウントのメールアドレスまたは電話番号を入力し「次へ」ボタンをクリック



STEP3 :

Googleアカウントのパスワードを入力し「次」ボタンをクリック



！ スマホアプリの場合

スマホアプリは2022年7月で終了しました。今後は、インターネットのGoogle検索画面より更新・編集ができるようになっています。自社のビジネスを検索すると、検索結果上部に管理画面のようなボタンが表示されます。



● 参照サイト

https://support.google.com/business/answer/11402083?hl=ja&co=GENIE.Platform=Android&visit_id=637973666608616323-3747642177&rd=1



STEP4 :

Googleビジネスプロフィールはインターネット上に公開されている店舗情報を自動的にキャッチして、店舗情報として公開しています。

すでにお店の情報が紹介されている場合は、新たに作成しなくてもページ編集が出来るため、まずはお店の情報がすでに掲載されていないか確認^①します。

未掲載の場合は、Googleにビジネス情報を追加から入力を進めます。

ビジネス名

ビジネスの種類を選択してください
に該当するものをすべて選択してください

ビジネスを Google 検索や Google マップなどで見つけてもらいましょう
まず、ビジネスに関するいくつかの情報を入力します ①

ビジネス名*

続ける

オンライン小売店
ユーザーはウェブサイトから商品を購入できる

店舗
ユーザーは実店舗に来店できる

非店舗型ビジネス
ユーザーにサービス提供または商品の宅配をできる対象地域がある

ビジネスのカテゴリを入力
順番を指定することで、ユーザーが検索で見た際のビジネスを並び替えることができます

ビジネスカテゴリ

サービス提供地域を指定（省略可）
配送範囲、またはサービス提供地域を指定してください。この情報はビジネスプロフィールに反映されます。

地域を指定して選択します

ビジネス拠点の地域を入力
日本

ユーザーに表示する連絡先の詳細を入力してください
お電話のリスティングはこの情報も表示することで、ユーザーがお電話に連絡しやすくなります

電話番号

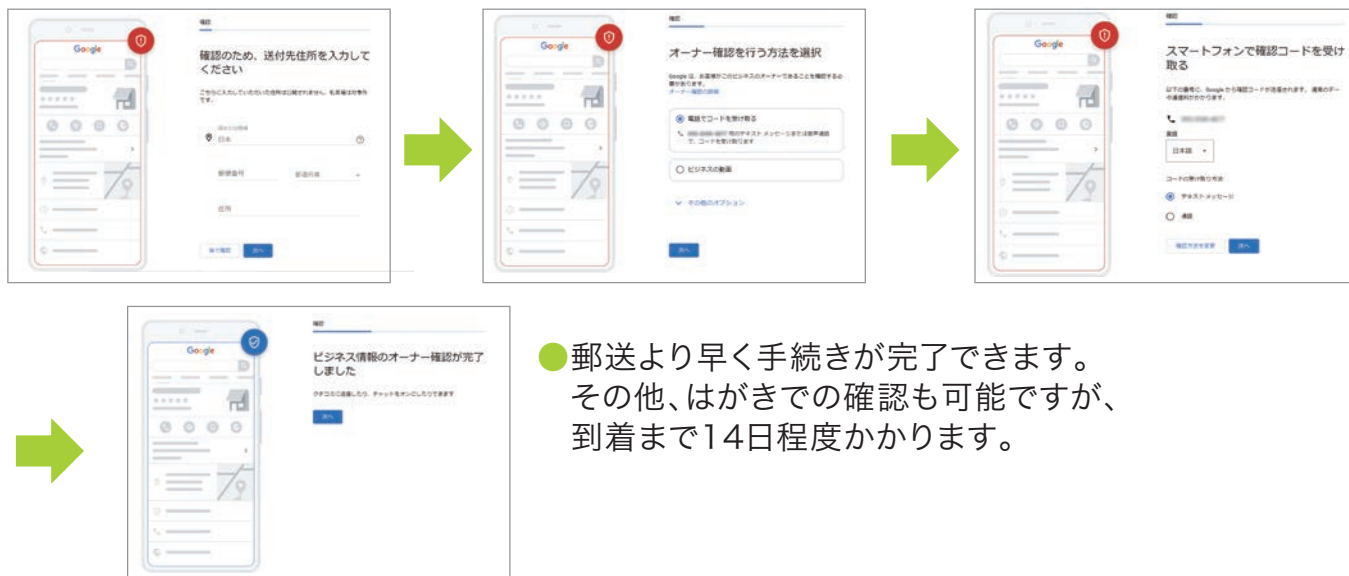
ウェブサイト（省略可）

地図にビジネスを掲載しましょう
1. 店舗の住所、営業時間、Google マップのレビューなどを入力してください
2. 地域のユーザーに気づけてもらいましょう
3. ビジネスのタグを追加して掲載しましょう
4. Google で検索されるビジネス情報を管理する

店舗の固定電話番号を入力します。
携帯電話でも大丈夫ですが、GBP上で公開されます。
ここで電話番号を入力していると後述の
オーナー登録確認時に
電話での確認も選択できます。

STEP5 :

Googleより発行される確認コードを受け取ります。
スマートフォンで確認の場合、テキストメッセージか、通話を選択するとGoogleから着信があります。



STEP6 :

プロフィールをカスタマイズします。
スキップして、後で設定することもできます。



STEP7 :

認証完了後、Googleの
検索結果に表示開始されます。

東大阪市役所

ウェブサイト 経路案内 保存

電話

3.7 ★★★★★ Google のクチコミ (587)

東大阪市の市役所・区役所

所在地：〒577-8521 大阪府東大阪市荒本北1丁目1-1

営業時間：まもなく閉店: 17:30・開店時間: 金 9:00 ▼

電話：06-4309-3000

情報の修正を提案・このビジネスのオーナーですか？

② Googleビジネスプロフィールを応用しよう

①「情報」を編集する

ログイン後、ビジネス名、カテゴリ、住所、営業時間、特別営業時間、電話番号等が編集できます



① **プロフィールを編集** ※1 いますぐアピールしたい魅力的な情報をナレッジパネルへ表示させる機能



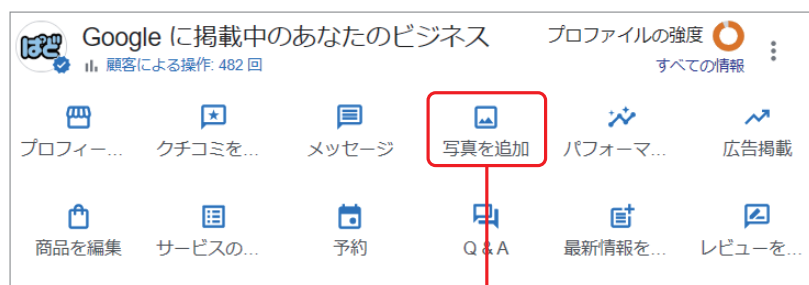
- ② **クチコミを読む** ユーザーが投稿してきたクチコミに対して返信コメントを書く
- ③ **メッセージ** ビジネスプロフィールに、ユーザーがメッセージを送信できるようにする
- ④ **写真を追加** 写真を追加する
- ⑤ **パフォーマンス** Googleビジネスプロフィールへのアクション・ユーザーからの反応を確認する
- ⑥ **広告掲載** Google広告を出稿する
- ⑦ **商品を編集** 商品の編集・追加
- ⑧ **サービスの編集** 提供しているサービスの編集・追加
- ⑨ **予約** Googleビジネスプロフィールへオンライン予約ページのリンク追加
- ⑩ **Q&A** ユーザーからの質問への回答
- ⑪ **最新情報を追加** Googleビジネスプロフィールへ「投稿」をする
- ⑫ **レビューを依頼** ユーザーにクチコミを投稿してもらうために、リンクを作成して共有



②「写真」を登録(追加)する。

写真は、店舗の魅力・店舗の雰囲気伝えるために、必ず活用すべきメニューです。
ナレッジパネルの写真部分をクリックされると、
Googleビジネスプロフィールに登録している写真や、
一般ユーザーが投稿してきた写真などが一覧で表示されます。

写真の追加は、管理画面の「写真を追加」をクリックし、追加したい写真の種類をクリック。
追加したい画像を選択して行います。



③「投稿」を使って、アピールポイントを発信する

投稿した内容は、ナレッジパネルの中
でも大きく表示されて目立ちます。

この目立つ場所に、
魅力的な情報(写真・テキスト)を
掲載することで、ユーザーに
強くアピールでき、非常に効果的です。

投稿できるカテゴリには、
「最新情報」「特典」「イベント」があります。

投稿は、管理画面の「最新情報を追加」※1
をクリックし、投稿したいカテゴリの種類を選択。※2
画像追加や説明文を入力し、公開をクリックすると
投稿されます。



■投稿のヒント

例えば、このような投稿を
してみましょう！

- 毎朝、本日のおすすめメニューを投稿する
- 新着商品を入荷したことを投稿する
- キャンペーン開始日にキャンペーン情報を投稿する
- クーポンを投稿する
- セミナーの開催告知を投稿する



④「クチコミ」の返信をする

Googleビジネスプロフィールには、ユーザーが
クチコミを書き込む機能が設定されています。
ユーザーのクチコミを使って、有益な情報を提供
したり、ビジネスをアピールしたりしましょう。

■クチコミ返信のヒント

GBPへのクチコミ情報は、顧客との信頼関係を
築くための好感度をUPするチャンスです。
良いクチコミも悪いクチコミもありますが、
出来る限り返信することをおすすめします。
誠実な対応をすることで、ポジティブな印象を
与えることが出来ます。

株式会社関西ぱど 本社

4.8 ★★★★★ (16)

大阪市の広告代理店・受付中

あなたはこのビジネス プロフィ
ールの管理者です

商品

サービス

クチコミ

写真



電話



経路案内



共有

〒550-0004 大阪府大阪市西区靱本町



管理画面の「クチコミを読む」をクリック、返信ボタンから
クチコミに対する返信メッセージが送れます。



Google に掲載中のあなたのビジネス

顧客による操作: 482 回

プロフィールの強度

すべての情報

プロフィール...

クチコミを...

メッセージ

写真を追加

パフォーマンス...

広告掲載

ここを
クリック

商品を編集

サービスの...

予約

Q & A

最新情報を...

レビューを...

③ 「パフォーマンス」を使って分析する



パフォーマンスではユーザーがあなたのお店や会社を検索した方法やアクションを起こした数など自身のGoogleビジネスプロフィールでのユーザーの行動を分析することができます。

全ての項目が1か月～6か月単位で選択して見るすることができます。

① ユーザーがあなたのビジネスを検索した方法

ビジネスを見つけた方法と見つけたユーザーの数が分かります。

■ ビジネスプロフィールの検索に使用されたプラットフォームとデバイス

■ ビジネスプロフィールの表示につながった検索語句



②ユーザーの反応

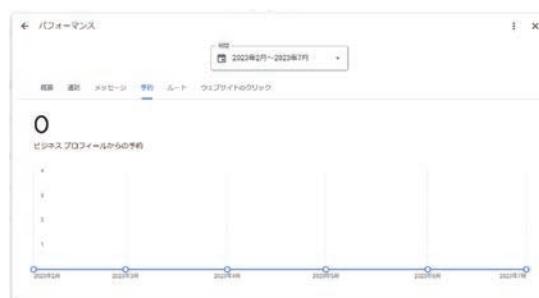
ユーザーがあなたのビジネスを発見してからどのような行動をとったかを見ることができます。

■ビジネスプロフィールで実施されたインタラクション数

※インタラクションとは・・・
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際に発生します。



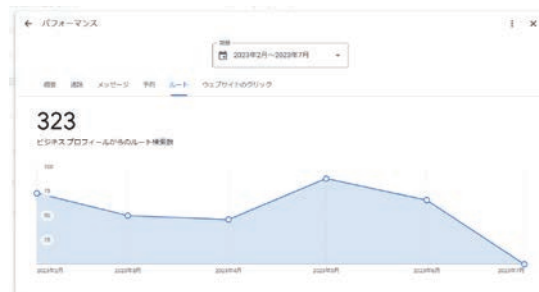
■ビジネスプロフィールからの予約数



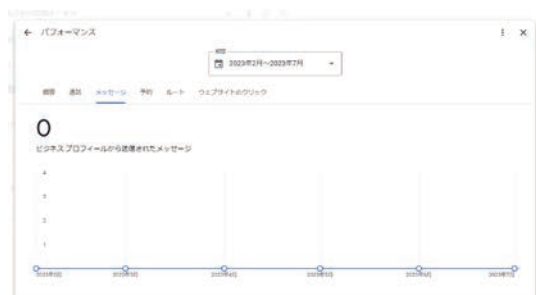
■ビジネスプロフィールからの通話数



■ビジネスプロフィールからのルート検索数



■ビジネスプロフィールから送信されたメッセージ数

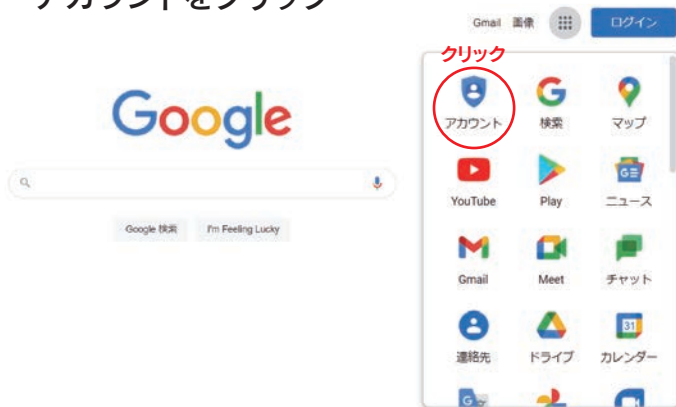


■ビジネスプロフィールからのウェブサイトへのクリック数



Googleアカウントの開設方法

①Googleの右上の9つの点のボタンから、アカウントをクリック



④必要箇所を入力してください。

②アカウントを作成するをクリック。



⑤これでGoogleアカウントは作成できました！



③必要箇所を入力してください。

IV. LINE編

① LINE公式アカウント【開設について】

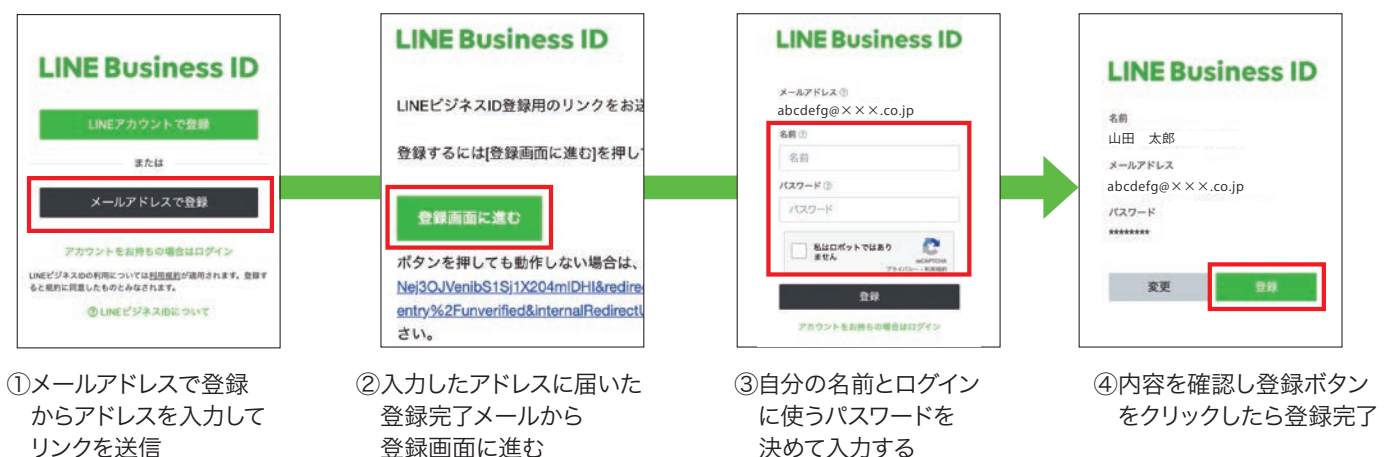
● PCでのビジネスIDの登録方法 ※リッチメニュー作成シート参照



A 自分のLINEアカウントで登録する方法



B メールアドレスで登録する方法



● LINE公式アカウントの開設（PCでの操作方法）

1 2 3
 会社・店舗情報を登録 入力内容の確認 申し込み完了

LINE公式アカウントの作成

必須

ログイン情報

ユーザー名

山田 太郎 ログアウト

サービス対象国・地域

日本 日本の対応ブランドが適用されます。

アカウント情報

アカウント名 *

1

例: Brownカフェ

8/20

LINEの友達をリストやワーク空間に展示される名称です。

メールアドレス *

2

humangrouptmng@gmail.com

24/240

会社・事業者の所在国・地域 *

3

日本

▼

ここで指定した国・地域は、ユーザーが閲覧できるページ（アカウントのプロフィールなど）に表示されます。

会社・事業者名

4

8/100

業種 *

5

大業種を選択

▼

小業種を選択

▼

運用目的（複数選択可） *

6

お店を知ってもらいたい、興味を持ってもらいたい

来店してもらいたい、リピーターになってもらいたい

潜在顧客・見込み顧客を集めたい

お問い合わせに対応したい、お客さんとチャットしたい

ホームページ・SNSの代替として使いたい

サイトに人を集めたい、登録してもらいたい

その他

主な使い方 *

7

メッセージ配信用

主にメッセージ配信を利用して、友達に情報を提供する。

チャット・LINEコール用

主にチャットやLINEコールを利用して、友達からの問い合わせに対応する。

上記以外の使い方

未定

この選択によって利用できる機能が制限されることはありません。

LINE公式アカウント 利用規約

上記の利用規約にご同意の上、[確認]をクリックしてください。

7

確認



入力内容の確認

アカウント情報

アカウント名	居酒屋A
メールアドレス	abcde@gmail.com
会社・事業者の所在国・地域	日本
会社・事業者名	株式会社A
業種	飲食店・レストラン・居酒屋
運用目的（複数選択可）	<div>お店を知ってもらいたい、興味を持ってもらいたい 来店してもらいたい、リピーターになってもらいたい お問い合わせに対応したい、お客さんとチャットしたい</div>
主な使い方	メッセージ配信用

キャンセル

完了

*作成したアカウントは自動的にLINEの友だちに追加されます。

【開設手順】

- ① LINE公式アカウントの名前を入力
(店舗名や会社名等)
- ② 自分のメールアドレスを入力
※ビジネスIDをメールアドレスで登録した場合は入力済
- ③ 会社・事業者名を入力
- ④ 大業種・小業種を選択
※LINE公式アカウント業種一覧参照
- ⑤ 運用目的で当てはまるものを選択
※複数選択可
- ⑥ 主な使い方で当てはまるものを選択
※いずれか1つ
- ⑦ 利用規約を確認後、「確認」ボタンをクリック
- ⑧ 入力内容を確認し、間違いがなければ
「完了」をクリック
※認証済みアカウントへの申請はスキップします。
- ⑨ 個別規約・情報利用に関する2件の文面に
「同意」してアカウントの開設完了!

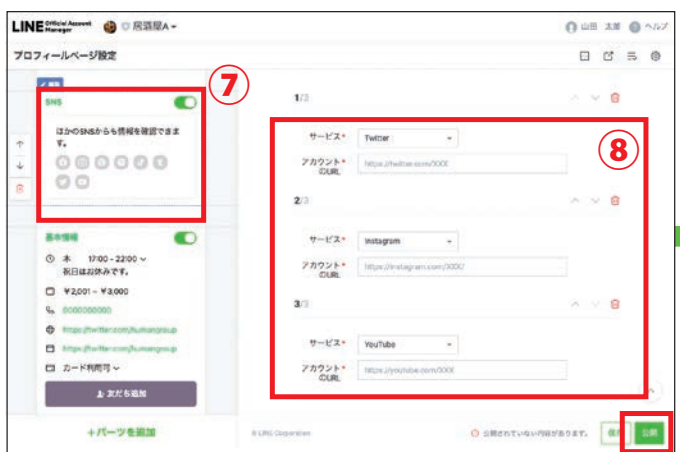
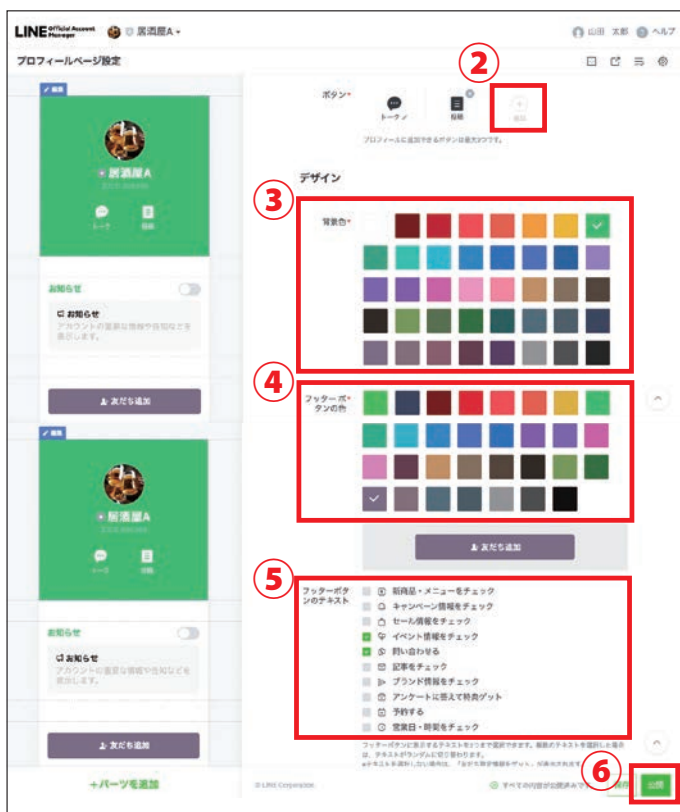
[illegible]

② LINE公式アカウント【初期設定】

● プロフィールの設定

【操作手順】

- ①管理画面TOP「プロフィール」をクリック
- ②プロフィール欄に追加するボタンを選択・設定
- ③背景色を選択
- ④フッターボタンの色を選択
- ⑤フッターボタンのテキストを選択
※3つまで選択可
- ⑥公開ボタンをクリックして保存
- ⑦画面左部分をスクロールして、SNSの欄をクリック
- ⑧掲載したい店舗・自社のSNSリンクを貼り付け「公開」
※SNS欄右にある灰色のボタンを必ずON(緑色)にする
- ⑨基本情報欄をクリックし、情報を入力し「公開」
※SNS欄と同様に、灰色のボタンを必ずON(緑色)にする



アカウントのプロフィールは、いつでも何度でも変更可能です！最新情報を掲載するようにしましょう。
掲載・変更した際には一度自分のLINE アカウントから表示内容の確認を行ってください！

● アイコンの設定



① 管理画面右上の「設定」をクリック



② アカウント設定のプロフィール画像の「編集」をクリック



③ 赤枠の部分に画像をアップロードする



④ 画像が表示されるサイズを調整し、「保存」で完了！

● あいさつメッセージの設定

あいさつメッセージとは、お友だち追加時に自動的に送信されるメッセージのことです。
どんなアカウントなのか、どんな情報を受け取れるのかなどを書いておくようにしましょう。



【操作手順】

① 管理画面TOP 左側のツールバー内にある「あいさつメッセージ」をクリック

② メッセージ入力欄に友だち追加時に送る文章を入力

③ 「変更を保存」ボタンをクリックして編集完了！

③ LINE公式アカウント【お友だち追加】

● チャットの応答設定

チャットの応答設定とは、LINEユーザーとコミュニケーションを取る際に、自動応答やメッセージのカスタマイズなどを設定する機能です。これにより、お友だち以外のユーザーも含めたメッセージに対して返信することができます。



【操作手順】

- ①管理画面右上にある「設定」をクリック
- ②画面左側「応答設定」をクリック
- ③チャットをONにする(緑色になればOK)
- ④応答時間をONにする(緑色になればOK)
※24時間チャットを受けつける場合はOFFのまま
- ⑤「応答時間の設定画面を開くをクリック
- ⑥応答するしないや時間を、それぞれの曜日のバーをクリックして設定する
※応答する時間帯が緑、応答時間外はグレーで表示

● お友だち追加用 QR コード・リンクの取得方法

お店の公式アカウント専用QRコード、リンク(HTMLタグ)を作成することで、LINEユーザーが簡単にお友だち追加できる機能です。ID検索や入力する手間を省くことができるので、お店のお友だちを増やす手段として有効です。



TOP画面左側のツールバーから「友だち追加ガイド」をクリック



お友だち追加用リンクは「コピー」をクリック



ダウンロードするQRの色を選択

お友だち追加用QRは「ダウンロード」をクリック

4 LINE公式アカウント【ショップカードの作成】

● ショップカードの設定方法

ショップカードとは、来店時や商品を購入した際の特典としてポイントを付与、管理できる機能です。従来使われている紙製ポイントカードと比べてコストが削減できるほか、来店を促すキャンペーンと連動させることで集客・販促ツールとして活用できます。



【操作手順】

①管理画面TOP左側「ショップカード」を開く
ショップカードを作成ボタンをクリック

②デザイン、ゴールまでのポイント数を設定

③ゴール特典を設定
※特典チケット作成方法参照

④ポイント特典を設定
※設定する場合のみ

⑤カードの有効期限、有効期限の通知を設定

⑥カード取得時ボーナス、ポイント取得制限を設定

⑦利用ガイドに追記する注意事項があれば入力

⑧カードの内容を確認し問題なければ、「保存してカードを公開」をクリックする





ショップカード作成後は、カード設定画面からカード付与・ポイント付与用のQRコードを取得できます。

特典チケットの作成方法

特典チケットとは、ポイントを一定数貯めたユーザーに対して割引クーポンなどの特典を設定できます。1回の来店で何ポイント付与するのか、何ポイントでどのような特典をプレゼントするかなど、特典内容は自由に設定できます。また、ポイントの有効期限をユーザーに通知する機能もあり、期限間近になったユーザーの来店動機にもつながられます。

①「特典チケットを作成」をクリック



②デザイン・チケット名・有効期限を設定し「保存」



③特典チケット一覧に表示されれば完了



⑤ LINE公式アカウント【リッチメニューの設置】

● リッチメニューの設定方法

リッチメニューとは、LINEのトーク画面下部に固定で表示するためのメニュー機能です。

ショップカードなどのLINE公式アカウントの機能のほか、お店のホームページやほかのSNSなど、外部サイトへのリンクも設定できるので、運用目的に合わせた項目を設定すれば、高い誘導効果が期待できます。



【操作手順】

- ① 管理画面TOP左側「リッチメニュー」を開く
リッチメニューを作成ボタンをクリック
- ② 管理画面用のタイトルを入力し、表示期間を設定
※表示終了期間が未定の場合は1年以上先を指定する
- ③ テンプレートを選択
(設置するボタンの数に合わせる)
- ④ メニューとして表示する画像をアップロードする
- ⑤ 各ボタンのエリアに合わせて、アクションを設定
- ⑥ メニューバーのテキストを変更する場合は入力する
※基本は「メニュー」と表示されています
- ⑦ 内容を確認し、問題がなければ「保存」をクリック



① リッチメニューのテンプレート

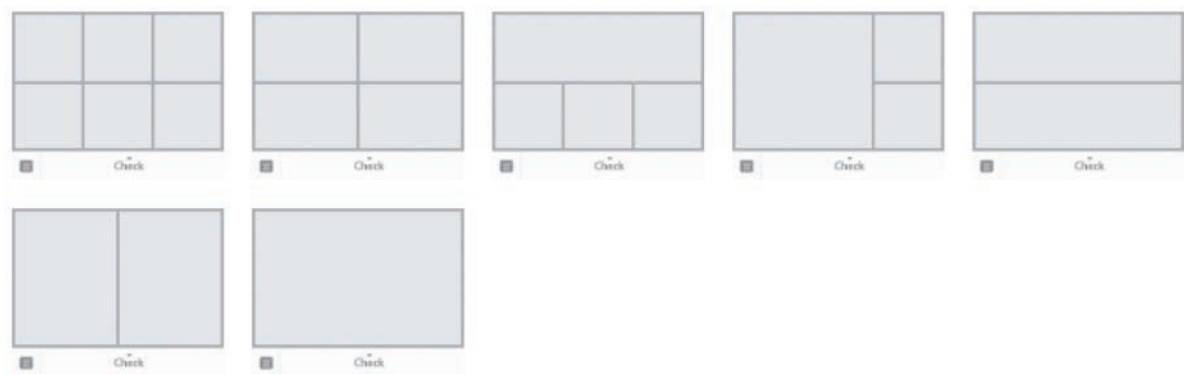
リッチメニューとして表示できる画像のサイズには規定があります。

少しでも規定のサイズと異なる場合、画像のアップロードができませんのでご注意ください！

サイズ 大

リッチメニューのコンテンツを多く表示する場合におすすめです。

- 規定サイズ
 - ・2,500px × 1,686px
 - ・1,200px × 810px
 - ・800px × 540px



サイズ 小

トークルームにバランスよくリッチメニューを表示する場合におすすめです。

- 規定サイズ
 - ・2,500px × 843px
 - ・1,200px × 405px
 - ・800px × 270px



⑥ LINE公式アカウント【分析画面について】

● 分析画面の表示方法



管理画面上部「分析」から各データを確認できます。



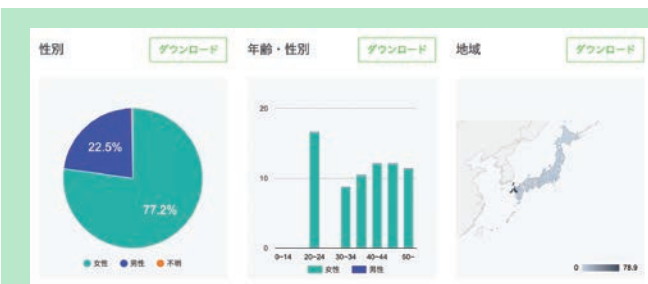
「友だち」では、お友だち追加数やブロック数を確認できます。



「メッセージ配信」では、配信数や開封率を確認できます。



「ショッピングカード」では、カードの利用状況を確認できます。



お友だち登録者数が20名以上になると、性別や年齢・お友だちが住んでいる地域などもデータを見ることができます。
店舗の利用者層とLINEの登録者層を照らし合わせることで、より具体的なペルソナを作ることができ効果的な運用を行うことができます。

① メッセージ配信・運用の注意点

LINE公式アカウントには、1ヶ月の配信通数の上限が異なる3つのプランがあります。アカウントを開設した時点では、月額0円のコミュニケーションプランとなっています。最新のお友だち数と配信できる通数を確認しながらアカウントの規模に合わせたプランで運用しましょう！

コミュニケーション	ライト	スタンダード
¥0/月	¥5,000/月	¥15,000/月
✓ 無料メッセージ数: 200/月 × 追加メッセージの配信	✓ 無料メッセージ数: 5,000/月 × 追加メッセージの配信	✓ 無料メッセージ数: 30,000/月 ✓ 追加メッセージの配信 ✓ 追加メッセージの料金: ~¥3/通
アップグレード	アップグレード	アップグレード

V. 写真撮影の基本編

● レンズの使い方

レンズは広角レンズは使わずに
少し望遠側で撮影しましょう。
広角レンズで撮影すると被写体が
歪んで見えます。



望遠レンズ



広角レンズ

● カメラの高さ

写真撮影時におけるカメラの高さは、被写体の状況に応じて適切な
高さを選ぶことが大切です。



真上から

俯瞰からの撮影は、被写体の状況や配置が
よく分かるポジションです。



斜め上から

被写体の斜めから見る事で、全体の状況が
わかりやすく見えるポジションです。



真横から

真横や少し下から見ることによって、被写体の
立体感やボリューム感が分かり易いポジションです。

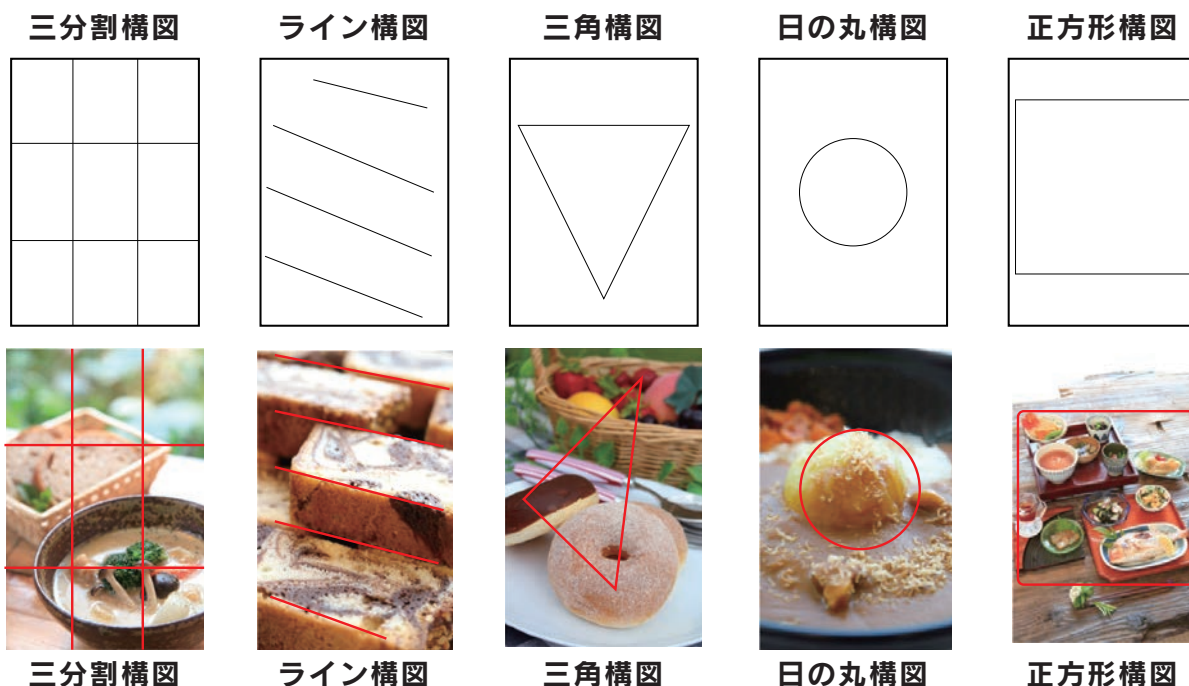


アイレベル

人物やペットなど、目線に合わせることで表情など
見易くなるポジションです。

● 構図：SNSの写真は目を引く写真が大切です。

写真全体のバランスや統一感を考えて、主題となる被写体をどこに配置するかが重要です。単調に見えてしまう日の丸構図にならないように、三分割構図、ライン構図、パターン構図の交点やラインを意識して撮影しましょう。Instagramのプロフィールページでは正方形に表示されるため、統一感のある見やすい構図、日の丸構図や正方形構図を意識する事が大切です。構図の基本は1:1の為、上下をトリミングする事をお勧めします。



三分割構図、上下左右を三等分してその交点に主題を配置する。
 ライン構図、縦横斜めにリズムよくラインが並ぶように配置する。
 三角構図、被写体を三角形に配置する。日の丸構図・正方形構図、主題を中央に配置する。

● 光の使い方：明るい窓際の光を使いましょう。

窓を正面や左右に見るように撮影すると光に変化がつけられます。
 窓の反対側にレフ板(白い板)を使用して光を反射させると更に綺麗に撮影できます。
 但し、直射日光は避けるようにしましょう。



撮影後の編集

iPhoneの場合、写真セレクト後編集へ

写真アプリを開いて「編集」をタップ、写真のサイズやアングル、明るさなどを調整し、フィルターを使用するなど加工します。

ポイントはトリミングや傾きを調整して、露出（明るさ） ハイライト（明るい部分） シャドー（暗い部分） 彩度（色の濃さ） 暖かみ（ホワイトバランス）の5項目をしっかりと調整する。調整がうまくいかなかった場合は初めからやり直す。フィルターや写真アプリなども有効な手段です。

文字を載せるにはCanvaやInshot、写真加工にはLINECameraなどアプリケーションを使用するのもいいでしょう。

Androidの場合も同様です。



写真をセレクトして、
右上の「編集」をタップ



露出、ハイライト、
シャドーなどスライダを
使って細かく調整



フィルタを使用して、
ビビッド、ドラマチック
など適用してみる



トリミングと傾きを
画像の四隅をドラッグして、
範囲や角度を調整

SNS・GBP活用 ガイドブック

©令和5年度東大阪市商業振興コーディネート事業

※当ガイドブックの掲載内容は令和5年7月時点のものです。
また、無断転載・引用は固くお断りいたします。