

アクセス&集客UP！

食べログの営業は絶対教えない！

誰でもできる7つの運用方法

Michiaki Kawasaki

RELIGHT Web Consulting

1 プレゼンター紹介

飲食店専門コンサルティング RELIGHT

代表 川崎 理明

1. プレゼンター紹介

- 20代はフレンチを中心に現場を経験。店長、マネージャー職を経験後、大手居酒屋チェーン店の下請け会社に入社。
- Webマーケターとして約30店舗以上のグルメサイト(食べログ、ぐるなび、ホットペッパー等)の運用代行を務める。
- その後Web制作会社に入社し、HPやECサイトの制作を学び、自社メディアの開発、運用に携わる。
- 2016年、飲食店の「足りないリソースを補う」というコンセプトを元に起業する。

2 食べログに関して

私が食べログに関して思うところ。

食べログの運用代行をやっていますが…

食べログは嫌いです。

2-1. 食べログに関して

口コミ投稿によって店舗側が被るデメリット。
高い評価ならいいけれど、低い評価はこんな悪影響を及ぼします。

①アクセスが上がりづらい

②イメージダウン

③売上に影響する

2-2. 食べログに関して

下記の表は、お客様の期待値を点数にあらわしたものです。

	感動	4.0以上
期待以上…	満足	3.5～3.9
期待通り…	普通	3.0～3.4
期待以下…	不満	2.9以下

感動を与えられるお店にならないと
評価は上がらない！

2-3. 食べログに関して

口コミが趣味で件数を稼ぐレビュアーも中にはいます。しかし、お客様が口コミを入れる動機は、たった3つのシンプルなこと。

①本当に感動した。

②何か特化した部分があった。

③不快な思いをした。

3 点数のつけ方、評価の方法

高得点の口コミが多数あるのに3.0のままなのはなぜ？

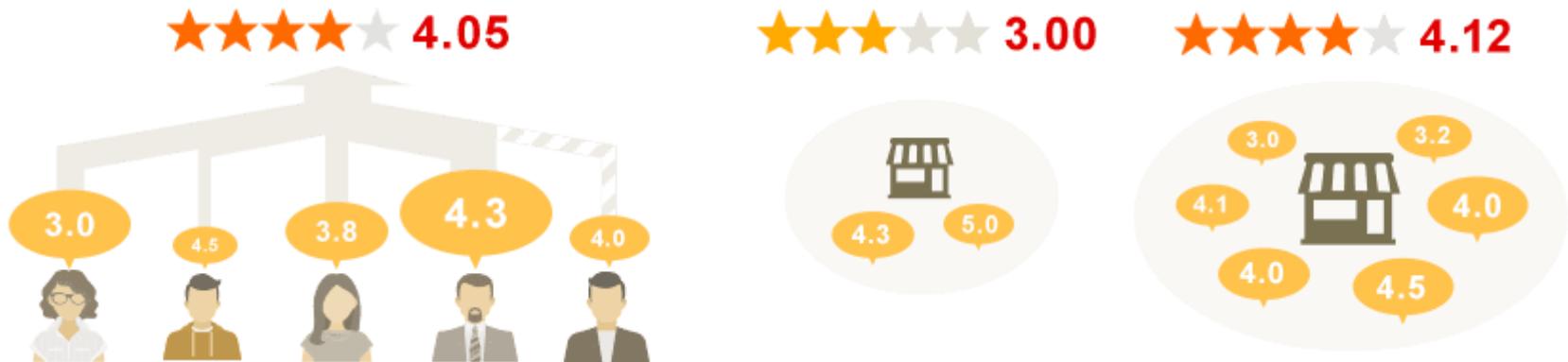
3-2. 点数のつけ方、評価方法

食べログの点数の仕組み…ご存じない方も多いので評価の仕組みを解説します。

- ①単なる平均点換算ではない。
- ②口コミ数が少ないと点数は変わらない。
- ③影響力のあるユーザーの評価が重要。

3-3. 点数のつけ方、評価方法

影響力のあるユーザーの投稿が多くなると
点数は上がらない！

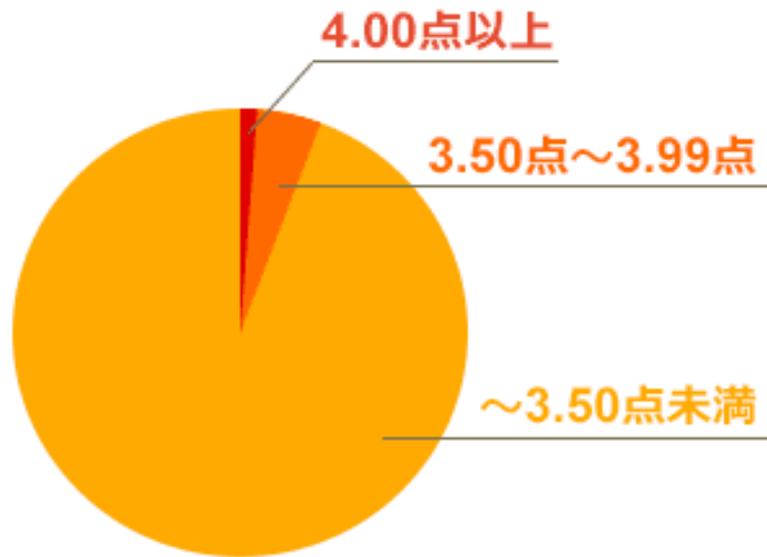


影響力のあるユーザーの高評価と口コミの件数が点数を決めます。

3-4. 点数のつけ方、評価方法

実はほとんどのお店が**3.5**以下

お店の点数分布



4.00点以上
(全体のTOP500前後)

3.50点以上、4.00点未満
(全体のTOP約4%)

3.50点未満
(全体の約96%)

食べログの点数を上げたい！でも…

これをやったらNG！

食べログガイドラインより

12. 対価を目的とした口コミの投稿を禁止します。

食べログでは、金品またはそれに相当するサービスを受けることを目的とした口コミの投稿は禁止しております。発覚した場合には、該当の口コミを即刻削除し、しかるべき処置を行う場合がございます。

14. 店舗関係者が関係店舗へ口コミを投稿することを禁止します。

食べログは、ユーザーが実際にお店で食事をした際の主観的な感想・意見を投稿する口コミサイトです。そのため、店舗関係者の方が関係店舗に口コミを投稿することを禁止しています。

該当の口コミを発見した場合には削除します。また、食べログ側で店舗関係者からの口コミと判断した場合にも、削除する場合がございます。

3-5. 点数のつけ方、評価方法

ガイドラインに違反すると最悪ペナルティを受け、店舗側も点数に制限がかかってしまう…とか。下記は絶対にやらないでください。

- ① **対価**を目的とした口コミ。
- ② **店舗スタッフ**が口コミ投稿する。

食べログの運営側には対策班が設けられており、**不正な口コミ**を行っている**レビュアーや店舗**に目を光らせています。

「でも…なんとか点数を上げたい！」

食べログの営業に相談したら…
こう言われます。

「プレミアムクーポン」を掲載して
割引率をあげてください！

食べログで影響力のあるユーザーは「プレミアム会員」の場合が多く、プレミアムクーポンの割引率をあげれば口コミするユーザーが来店しやすいという理由です。

ほとんど口コミ入りません

3-6. 点数のつけ方、評価方法

一見納得できそうな話です。ですが、そもそも口コミが点数に反映されるようなレビュアーは、食べログのヘビーユーザーです。

①彼らの来店動機はほぼ点数か知名度。
(クーポンはあれば使う程度)

②プレミアムクーポンの負担はお店側。
(意図と違う使い方をされる)

プレミアム会員は初月無料。賢いユーザーは入退会を繰り返しプレミアムクーポンだけを使います (これは僕が現場に立ってる時にお客様から得た情報です。)

4 サイト規模とプラン別集客効果

毎月のプランが高額なほど集客に効果があるのか？

4-1. サイト規模とプラン別集客効果

食べログは一体どれぐらいの規模のサイトなのか？

総ページビュー数

19億2,006万PV/月

月間利用者数

約1億5,418万人/月

登録店舗数

約87万店

登録会員数

約200万人

4-2. サイト規模とプラン別集客効果

食べログの収益モデルは2パターンあります。

①サブスクリプションモデル

「食べログプレミアム会員」という枠を設け、割引率の高いクーポンが使えるようになります。このプレミアム会員の課金が月額400円。

②広告収入+従量課金

広告モデルは毎月払っている食べログへの掲載料（10000円～100,000円）

従量課金：ランチ予約100円/1人、ディナー予約200円/1人

4-3. サイト規模とプラン別集客効果

食べログには無料プランと4つの有料プランがあります。

食べログ サービスプラン別料金表	基本機能				プレミアム機能	
	① アクセス アップ	② 表現力 アップ	③ 来店促進 (インターネット 予約)	④ 来店促進 (ポイント付 与)	⑤ ゴールデ ンタイム 強化	⑥ サポート サービス
プレミアム10プランS 月額固定費100,000円 + 従量料金 (月締め) ※1	● +トップページ バナー	●	●	●	● ゴールデンタイム から14枠/週	●
プレミアム5プランS 月額固定費50,000円 + 従量料金 (月締め) ※1	● +トップページ バナー	●	●	●	● ゴールデンタイム から7枠/週	●
ベーシックプランS 月額固定費25,000円 + 従量料金 (月締め) ※1	●	●	●	●	-	-
NEW ライトプランS 月額固定費10,000円 + 従量料金 (月締め) ※1	-	●	●	●	-	-

※ 各プランの料金は税抜き表示です。消費税（サービスを提供する対象月の消費税率を適用）が別途発生いたします。

食べログの口コミおよび点数（評価）に、集客サービスおよびサービス内ネット予約機能のご利用状況は一切影響しません。食べログの点数（評価）及びランキングは、ユーザーの評価を基礎に算出、表示しております。

引用元：食べログ

「なんとかアクセスを上げたい…」

食べログの営業に相談したら…

こう言われます。

「今よりもいいプランにしましょう！」

プレミアム以上のプランだと、**ゴールデンタイム集客サポート**という最もアクセスが集まりやすい時間帯に**上位表示させるサービス**があります。

たいして効果はありません

4-5. サイト規模とプラン別集客効果

このデータは新宿西口で展開している居酒屋のものです(2018年11月)

【エリア×ジャンル別 掲載店舗数ランキング】

順位	ジャンル	店舗数
1	居酒屋	1,574
2	バー	551
3	ダイニングバー	525
4	カフェ	421
5	イタリアン	330
6	その他	318
7	魚介料理・海鮮料理	306
8	焼鳥	299
9	焼肉	235
10	バル・パール	215
11	ラーメン	199
12	中華料理	197
13	和食(その他)	195
14	韓国料理	158
15	しゃぶしゃぶ	142
16	寿司	137
17	ケーキ	135
18	バー・お酒(その他)	133
19	ワインバー	125
20	喫茶店	121
21	ステーキ	121
22	割烹・小料理	121
23	定食・食堂	118
24	鳥料理	117
25	弁当	114
26	鍋(その他)	112
27	ホルモン	106
28	日本酒バー	100
29	和菓子	97
30	もつ鍋	95
31	カレーライス	93
32	パスタ	91
33	そば	90

【エリア×ジャンル別 集客サービス導入店舗数ランキング】

順位	ジャンル	店舗数
1	居酒屋	705
2	ダイニングバー	267
3	イタリアン	201
4	魚介料理・海鮮料理	163
5	バル・パール	155
6	焼肉	154
7	焼鳥	111
8	しゃぶしゃぶ	88
9	和食(その他)	71
10	ホルモン	70
11	ワインバー	69
12	韓国料理	69
13	ステーキ	69
14	カフェ	67
15	もつ鍋	65
16	鳥料理	61
17	鍋(その他)	60
18	日本酒バー	54
19	中華料理	53
20	バー	52
21	ピストロ	41
22	バイキング	40
23	寿司	40
24	懐石・会席料理	33
25	ラーメン	32
26	割烹・小料理	32
27	餃子	29
28	鉄板焼き	29
29	創作料理	28
30	ピザ	27
31	パスタ	27
32	郷土料理(その他)	27
33	タイ料理	26

【エリア×ジャンル別 プレミアムプラン導入店舗数ランキング】

順位	ジャンル	店舗数
1	居酒屋	340
2	ダイニングバー	147
3	イタリアン	110
4	バル・パール	92
5	魚介料理・海鮮料理	72
6	焼肉	68
7	焼鳥	53
8	和食(その他)	42
9	しゃぶしゃぶ	41
10	もつ鍋	34
11	ステーキ	30
12	鳥料理	30
13	韓国料理	27
14	ホルモン	26
15	ワインバー	22
16	ピストロ	19
17	カフェ	18
18	日本酒バー	18
19	鍋(その他)	16
20	餃子	14
21	郷土料理(その他)	14
22	懐石・会席料理	14
23	バー	11
24	水炊き	11
25	寿司	11
26	創作料理	10
27	中華料理	10
28	割烹・小料理	10
29	鉄板焼き	9
30	ビアバー	8
31	バイキング	8
32	タイ料理	8
33	洋食	7

この業態数字を見れば…高いプランに入っても上位表示が難しい事がわかります。

4-6. サイト規模とプラン別集客効果

もし仮に貴店の近隣にプレミアムプランに加入しているお店が少ない地域、業態ならば効果は期待できます。
プランアップ前に必ず食べログ側に確認してください。

25,000円以上のプランであれば…

アクセスを上げられます！

5 アクセリアップ7つのポイント

食べログに聞いても教えてくれない運用マニュアル