



# Google ビジネスプロフィール 登録・活用マニュアル

奈良県観光局

令和7年11月作成

# 目次

## 1 Googleビジネスプロフィールとは？

- Googleビジネスプロフィールとは

## 2 オーナー権限の取得

1. Google上に既存店舗がある場合の申請手順
2. Google上に店舗が無い場合の新規登録と申請手順

## 3 登録情報の編集

- 登録情報の編集について
- ビジネス名・ビジネスカテゴリ・住所
- 営業時間・電話番号・リンク・公式サイト
- 属性・ビジネス情報
- 商品機能・写真

## 4 活用方法

- 投稿機能の使い方と注意点
- クチコミ管理と返信について
- 「パフォーマンス」機能と集客活用
- 「パフォーマンス」機能の活用イメージ

# Googleビジネスプロフィールとは

Googleビジネスプロフィールは、Google検索やGoogleマップに店舗情報を無料で掲載できるツールです。適切に管理することで、店舗の魅力を効果的に発信し、集客につなげることができます。

## Googleビジネスプロフィールが重要な3つの理由

- 1 高い信頼性**：オーナー側による点数操作ができないため、ユーザーから信頼される情報源となっています。
- 2 検索結果への影響**：評価スコアやレビュー件数が、Google検索やGoogleマップでの表示順位を左右します。
- 3 来店判断の決め手**：多くのユーザーが店舗選びの際に、Googleでの情報を重要な判断材料としています。

本書は、Googleビジネスプロフィールを活用して集客を強化したい方向けのマニュアルです。

オーナー権限の取得から基本情報の登録・編集、投稿機能やクチコミ管理、パフォーマンス分析まで、効果的な運用に必要な内容をわかりやすくまとめていますので、ぜひご活用ください。

# オーナー権限の取得 【1. Google上に既存店舗がある場合の申請手順】

## 店舗用Googleアカウントでログイン

- Googleへログインします。  
Googleアカウントが無い場合は新規アカウント作成してください。

個人用と同じ方法でGoogleアカウントを取得して作成・管理できます。  
複数店舗がある場合でも、1つのアカウントで各店舗のプロフィールを追加・管理できます。

## オーナー権限を確認

- Googleマップで登録したい店舗を検索
  - 「このビジネスのオーナーですか？」をクリック
- オーナー権限を持っていない場合、新たにオーナー権限を取得します

### 誰かがすでにオーナー権限を取っている場合の権限リクエスト手順

リクエストフォームに必要事項を入力して申請をすると、現在のオーナーにメール通知が送られ、通常3日以内に承認・拒否・応答なしのいずれかの対応が行われます。リクエストが拒否された場合やオーナーと連絡が取れない場合は、所有証明資料を揃え、Google サポートに異議を申し立てることができます。



# オーナー権限の取得 【1. Google上に既存店舗がある場合の申請手順】

## 「管理を開始」をクリック

- 店舗情報（店舗名や住所など）に間違いがなければ「管理を開始」をクリックします。もし内容に間違いがあれば、オーナー確認完了後に編集できます。



このビジネスを管理して、クチコミへの返信や連絡先情報の更新を行いましょう

店舗用のアカウントであることを確認してください

続行すると、[利用規約](#)および[プライバシー ポリシー](#)に同意したことになります

Google がローカル リスティングの情報を入手、使用する方法の詳細は、[こちら](#)をご覧ください。

管理を開始

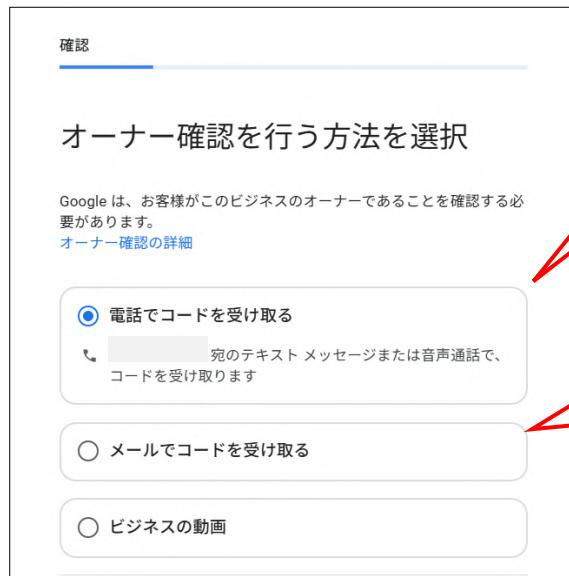


他のビジネスを所有または管理しています

## オーナーの確認方法を選択

- 「電話」「メール」等より選択してください。
- 画面に従って進み、**登録完了**

確認は即時完了することが多いですが、Google側の審査に最大5営業日ほどかかる場合があります。審査完了後に「確認済み」となり、「確認済み」となり次第、店舗情報等の編集が可能です。



数秒で自動音声着信します。  
5行のPINコードをメモしてください。

注意：フリーダイヤル不可

数分以内にメール送信します。  
メール内の5行のコードを確認してください。

注意：フリーメールは届かない場合あり

# オーナー権限の取得 【2. Google上に店舗が無い場合の新規登録と申請手順】

## Google検索で「Googleビジネスプロフィール」と検索

- 「Googleビジネスプロフィール」をクリック
- 「今すぐ開始」をクリックし、店舗用Googleアカウントでログインします。Googleアカウントが無い場合は新規アカウント作成してください。



# オーナー権限の取得 【2. Google上に店舗が無い場合の新規登録と申請手順】

## 「ビジネス名(店舗名)」と「ビジネスカテゴリ」を入力

- Google検索やGoogleマップ上でユーザーに店舗を見つけてもらえるようになります。

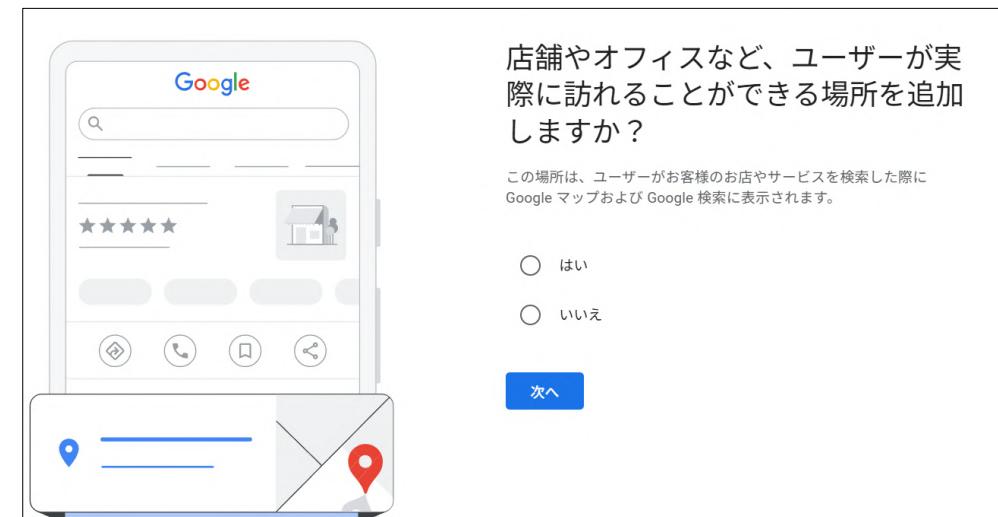
ビジネスカテゴリは選択式(プルダウン)です。Googleが用意した候補リストから選択します。独自カテゴリの新規作成はできません。



## 物理的な店舗がある場合は「はい」を選択

- 「はい」を選択することで、ユーザーが店舗やサービスを検索した際にGoogleマップ上に表示されます。

物理的な店舗を持たず、お客様の場所へ訪問して提供する事業は、サービス提供エリア型として扱われます。「サービス提供地域」として、市区町村名や郵便番号等を指定して複数エリアを設定できます。



# オーナー権限の取得 【2. Google上に店舗が無い場合の新規登録と申請手順】

## ※「はい」を選択した場合、住所等を入力

- Googleマップ上に掲載され、ユーザーが店舗を訪れる際に参考しますので、建物名・階数・部屋番号まで詳細に入力してください。

会社の住所の入力

ユーザーが実際に来店できる店舗の情報を追加しましょう

国または地域  
日本

郵便番号  
都道府県

住所

次へ

商品配達や出張型サービスを提供していますか？

たとえば、商品配達や出張型のサービスを行っている場合は、対象となる地域を表示できます

はい  
 いいえ

次へ

## ユーザーに表示する連絡先を入力

- ユーザーが店舗やサービスを検索した際に Google マップおよび Google 検索に表示されます。

ユーザーに表示する連絡先の詳細を入力してください

お客様のリストティングにこの情報を含めることで、ユーザーがお客様に連絡を取れるようになります

電話番号

ウェブサイト（省略可）

スキップ 次へ

# オーナー権限の取得 【2. Google上に店舗が無い場合の新規登録と申請手順】

## オーナー確認を行う方法を選択

- ・「電話」「メール」等より選択してください。
- ・画面に従って進み、**登録完了**



# 登録情報の編集

## 登録情報の編集方法について

店舗用のGoogleアカウントにログインした状態で、登録した店舗名をGoogle検索しましょう。

右のような管理画面から、プロフィール等の各項目を編集することができます。

- 1 ビジネス名
- 2 ビジネスカテゴリ
- 3 住所
- 4 営業時間
- 5 電話番号
- 6 リンク
- 7 公式サイト
- 8 属性
- 9 ビジネス情報



10 商品機能

11 写真

# 登録情報の編集

## 1 ビジネス名

奈良県庁  
ならけんちょう  
3.8 ★★★★☆ (201) 奈良市の県庁舎



1,537 枚以上の写真

概要 クチコミ

奈良県庁とは、地方公共団体である奈良県の行政機関である。Wikidata  
所在地：〒630-8501 奈良県奈良市登大路町30  
営業時間：営業中・営業終了: 17:15  
電話番号：0742-22-1101  
情報の修正を提案・このビジネスのオーナーですか？

## 2 ビジネスカテゴリ

## 11 写真

## 7 公式サイト

## 9 ビジネス情報

## 3 住所

## 4 営業時間

## 5 電話番号

## 6 リンク

### 入場料

この場所の入場チケットを入手する

奈良県立美術館  公式サイト

¥400 >

追加料金が発生する場合があります

## 8 属性

### バリアフリー

車椅子対応の駐車場

### サービス オプション

実店舗の営業

イートイン

宅配

## 10 商品機能

### 商品

すべて表示



【単品】Sセット ¥3,240

【定期】Sセット... ¥3,240

【定期】Sセット... ¥3,240

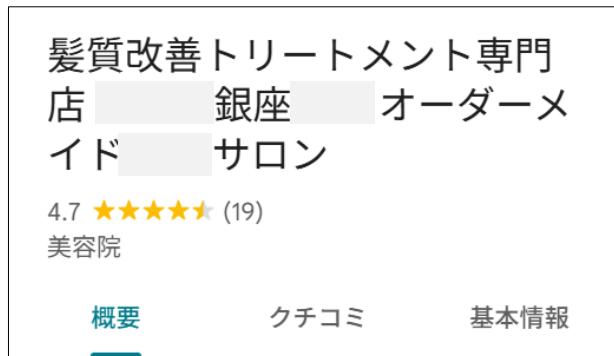
サツ ¥4,9

# 登録情報の編集

## 1 ビジネス名

- 店舗看板と同じ名称で登録してください。
- 読み方・宣伝文句・住所の追加は禁止です。違反するとアカウント停止の恐れがあります。

NG例



## 2 ビジネスカテゴリ

- 適切なカテゴリ設定により、ユーザーから多く発見してもらえます。
- メインカテゴリ：  
事業の中核となるカテゴリを1つ選択します（例：カフェ、日本料理店、食料品店、旅館、ホテルなど）。
- サブカテゴリ：  
該当するものを選択して設定します。  
サブカテゴリは9個まで登録可能ですが、関連性の高いもの3~4個に絞ることを推奨します。

## 3 住所

- 建物名・階数・部屋番号まで詳細に住所を入力してください。
- Web上の情報と表記を統一し、半角・全角や「○丁目」「○階」などの記載方法も揃えましょう。
- 出張サービス、デリバリーを行う店舗は、サービスの提供地域を登録しましょう。

# 登録情報の編集

## 4 営業時間

- **基本営業時間 :**

通常の営業時間を必ず登録してください。

- **営業時間の詳細 :**

宅配やテイクアウトなど、特別サービスの提供時間が基本営業時間と異なる場合に設定します。

- **特別営業時間 :**

祝日営業、隔週休業、臨時休業などイレギュラーな営業日に使用します。

※ 長期休業時は「休業マークをつける」機能をご利用ください。

## 5 電話番号

- 店舗の直通電話番号を登録してください。

※予約専用番号（050番号など）は通話料金が発生する場合があるため注意しましょう。

## 6 リンク

- **予約 :** 予約サイトがあれば登録

- **メニュー :** メニュー掲載サイトのURLを登録

- **事前注文 :** テイクアウト等の注文サイトがあれば登録

## 7 公式サイト

- 店舗の公式サイトURLを登録してください。

- 公式サイトがない場合は、グルメサイトやSNSアカウントのURLでも代用可能です。

# 登録情報の編集

## 8 属性

- Google検索・Googleマップに表示され、店舗の詳細情報を一目で伝える機能です。各項目は個別に編集できます。

設定可能な主な項目

- 支払方法（クレジットカード、電子マネー等）
- 食事対応（ハラール、ヴィーガン、アルコール提供等）
- サービス形態（テイクアウト、ドライブスルー等）
- 設備・駐車場の有無

## 9 ビジネス情報

店舗の強み、特徴、サービス内容、実績、沿革、SNS情報など、店舗の簡単な説明をしましょう。

### 文字数・文の長さ

- 全体：300～400文字
- 1文：50文字以内を目安

### 禁止事項

- キャンペーン・特典・価格情報
- 期間限定情報
- 誤解を招く内容
- 他サイトのコピー

### 読みやすさの工夫

- 記号活用：「」『』【】
- 文字種の使い分け：数字・漢字・ひらがな・カタカナ
- 改行は反映されない点に注意

# 登録情報の編集

## 10 商品機能

- 商品機能とは、Googleビジネスプロフィール上に商品ページへのリンクを表示させる機能です。
- 「商品」欄は露出も多く、ネットショップ等にリンクを張ることもできるので欠かさず活用しましょう。
- 体験コンテンツ・ツアー・ワークショップなどの体験型サービスやオンライン講座等は、別途「サービス」という入力箇所に記載可能です。

### 掲載できないもの

- チケット・金融商品・電子書籍・通貨／ギフトカード・不動産など

## 11 写真

- 写真を掲載しているGoogleビジネスプロフィールは、Googleマップでルートが検索される回数が増加し、ウェブサイトへのリンクがクリックされる回数が増加する傾向にあります。
- 「ユーザーが知りたいこと」を掲載しましょう。  
(禁煙・電子決済の有無・入口に段差はあるか・掘りごたつか・駐車場はあるかなど)

# 活用方法：投稿機能の使い方と注意点

- GoogleマップやGoogleを観覧しているユーザーに向けて、キャンペーンや最新情報、商品やサービスなどユーザーにとって魅力的な最新情報やお得情報を提供できるSNSのような機能です。写真・動画を積極的に添付しましょう。
- 利用エピソードを描写し、店舗でできることをPRしましょう。
- 投稿後に編集・削除をすることも可能です。



## ■ 投稿のポイント

- **タイトル**

記号や【】などを活用して、タイトルや見出しを工夫しましょう。

- **投稿文**

季節感やタイムリーな話題を取り入れる  
定休日、臨時休業などの情報  
根拠があり、信頼性がある内容

同一内容の繰り返し、価格や日程のない抽象的な宣伝、画像のない投稿などは効果が低く、信頼性を損なう恐れがありますので注意しましょう。

- **以下のコンテンツは投稿不可**

引用など独自性のない内容

すでに公開されている内容と重複する内容

広告誘導目的、個人情報

# 活用方法：クチコミ管理と返信について

- クチコミはユーザーが店舗を選ぶ際の重要な決定要素となり、レビューの件数や評価スコアは検索結果での表示順位を左右する重要な指標です。
- 他のグルメサイトなどと異なり、Googleビジネスプロフィールの評価はオーナー側で点数操作ができないため、非常に信頼性の高い情報源となっています。
- ユーザーはクチコミ評価を来店判断の決め手として重視する傾向があります。



## ■ クチコミのポイント

### 評価スコアについて ★★★★★

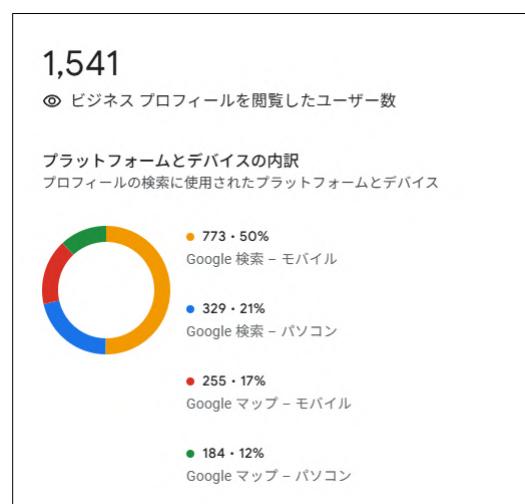
- 一般的に3.5以上の評価があると、お客様に選ばれやすくなる傾向があります。できるだけ高い評価をキープできるよう心がけてみましょう。

### クチコミへの返信

- ユーザーからいただいたレビューに返信することが大切です。
- クチコミを放置すると信頼度が下がり、間違った情報の場合はそれが広まるリスクもあるため注意しましょう。
- 写真付きのレビューは来店の決め手になりやすいので、特に丁寧に感謝の返信をしましょう。

# 活用方法：「パフォーマンス」機能と集客活用

- 自社の店舗情報がGoogle検索やGoogleマップ上でどのように見られ、ユーザーがどのような行動をとったのかを分析できるツールです。
- 概要では、「プロフィールでのインタラクション」「閲覧したユーザー数」「検索ワード」を観覧できます。
- そのほか、「通話数」「予約数」「ルート」「ウェブサイトのクリック数」などを確認し、今後の集客戦略に活かすことが可能です。



# 活用方法：「パフォーマンス」機能の活用イメージ

- **プロフィールの表示回数**

自店舗のビジネスプロフィールが検索結果や地図上で何回表示されたかを把握できます。検索での表示が多い場合は説明文等の見直し、地図での表示が多い場合は写真や位置情報の整備など、情報の改善に活用できます。

- **検索キーワード（ユーザーが入力した語句）**

どのようなキーワードで見つけられているかを確認できます。よく使われている語句を説明文や商品名、投稿タイトルに取り入れることで、同じキーワードでの表示回数を増やすことができます。

- **通話数（電話ボタンのクリック回数）**

プロフィール上の「電話をかける」ボタンが何回押されたかを把握できます。問い合わせが集中する曜日や時間帯を確認し、スタッフの配置や電話対応体制の調整に役立てることができます。

- **商品表示回数**

登録した商品や体験コンテンツがどれだけ閲覧されているかを確認できます。人気の高いものを前面に出したり、写真や説明を見直すヒントとして活用できます。

- **インタラクション総数**

通話、クリック、経路案内、予約、メッセージなど、プロフィール全体でどれだけユーザーの行動があったかを総合的に把握できます。反応が弱い項目に対して重点的に改善策を講じることができます。