



Instagram×Google 月次診断レポート

対象店舗 喫茶 波音(サンプル)

対象期間 2026年7月1日～7月31日

発行日 2026年8月3日

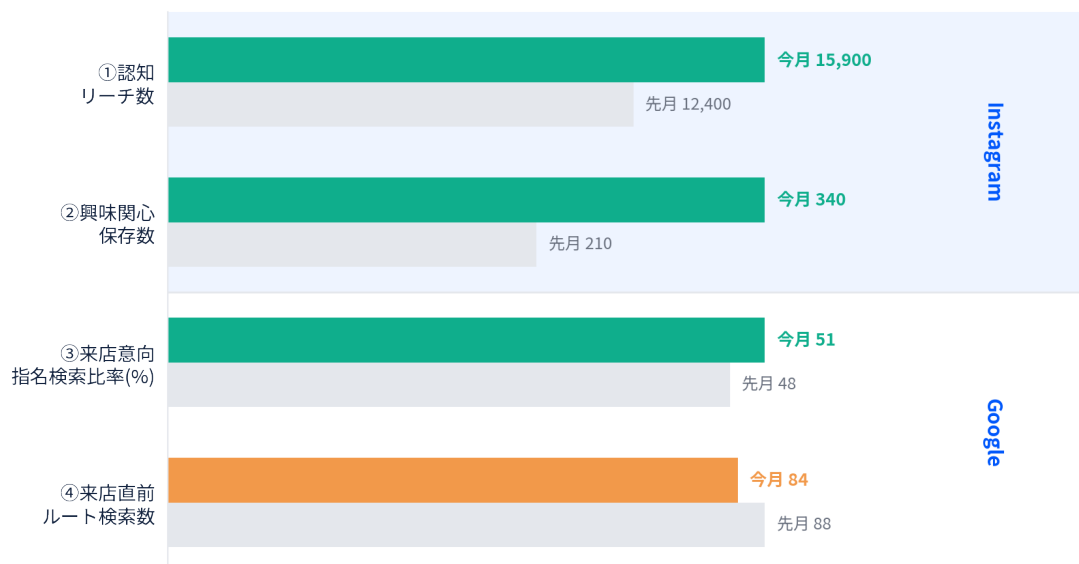
目次

- 1 **今月のサマリー** ファネル診断(IG: ①②/Google: ③④)と重点アクション
- 2 **Instagram 運用状況** アカウント基礎・投稿パフォーマンス・月間投稿一覧
- 3 **Google 集客状況と地域特性** 検索指標・近隣同業比較・地域季節クロス・口コミチェック
- 4 **ギャップ分析** IG/Google の機会と優先順位マトリクス、クロス分析
- 5 **AEO チェック** 見つけやすさの棚卸し。LLMO/GEO 診断はスタンダード以上
- 6 **要因分析と来月のアクション** スパイク要因・キャプション例・To Do・レビュー施策
- 7 **さらに踏み込みたい方へ** 見つかった課題と対応する上位プラン
- 8 **プラン詳細** ライト/スタンダード/プレミアムの内容・価格・ご用意物
- 9 **付録** ウィークリー簡易診断フォーマット例

今月のサマリー

今月はリーチと保存数が伸びた一方、来店直前の行動(ルート検索・通話)が先月から横ばいでした。認知～興味関心までは順調に育っており、来店直前の一押しが今の課題と考えられます。

ファネル診断



※ エンゲージメント数=いいね+コメント+保存+シェア。エンゲージメント率=エンゲージメント数÷リーチ数×100(Meta Business Suite の定義に準拠)。

※ リーチ=投稿を見たユニークアカウント数。指名検索=店名で直接検索されること。発見検索=カテゴリ・地域名等で検索され表示されること(詳細は「Google 集客状況と地域特性」参照)。

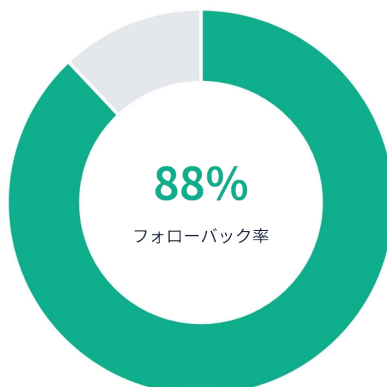
次の一手 ▶ プロフィール導線とストーリーズのリンクスタンプを見直す

指名検索・保存は増えているのに来店直前の行動(ルート検索・通話)が伸びていません。興味は持たれているが、行動に移す一押しが弱い状態と考えられます。プロフィールリンクを予約ページへ直結させる、「本日空席あり」ストーリーズにルートリンクスタンプを追加する、の2点を来月の重点アクションとします。

Instagram 運用状況

アカウント基礎ステータス(Instagram データより)

フォロワー 2,140 人 / フォロー 480 人



※ フォローバック率=フォロー中のアカウントのうち、相互にフォローされている割合。低いほど一方的なフォローが多いことを示します。

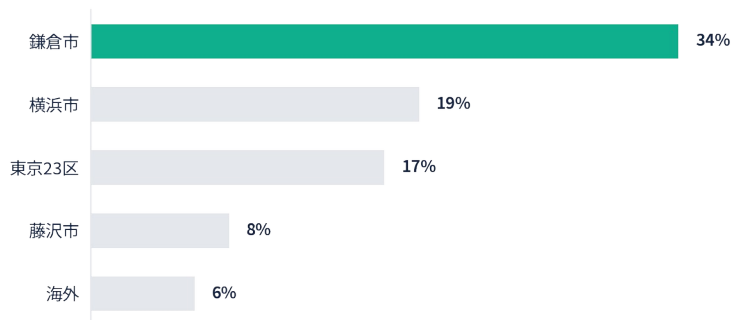
投稿頻度: 週 3.2 件(フィード 2・ストーリー中心 7~10 件/週) / キャプション平均文字数: 148 文字

フォロー関係・投稿頻度は Instagram 公式データエクスポート(JSON)に基づく集計です。

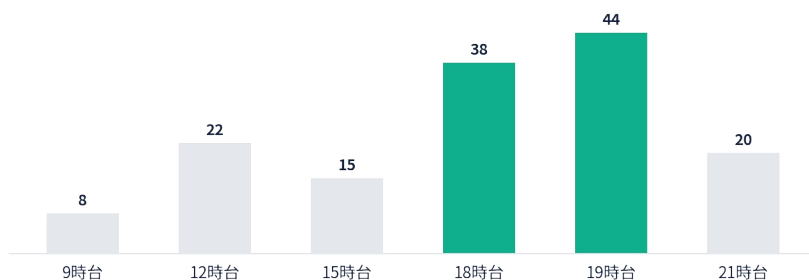
投稿パフォーマンス(Business Suite より)

上位投稿は紫陽花シーズンの店内カット(保存数 82 件)。下位投稿は告知のみのテキスト画像(保存数 3 件)。

フォロワーのトップ都市

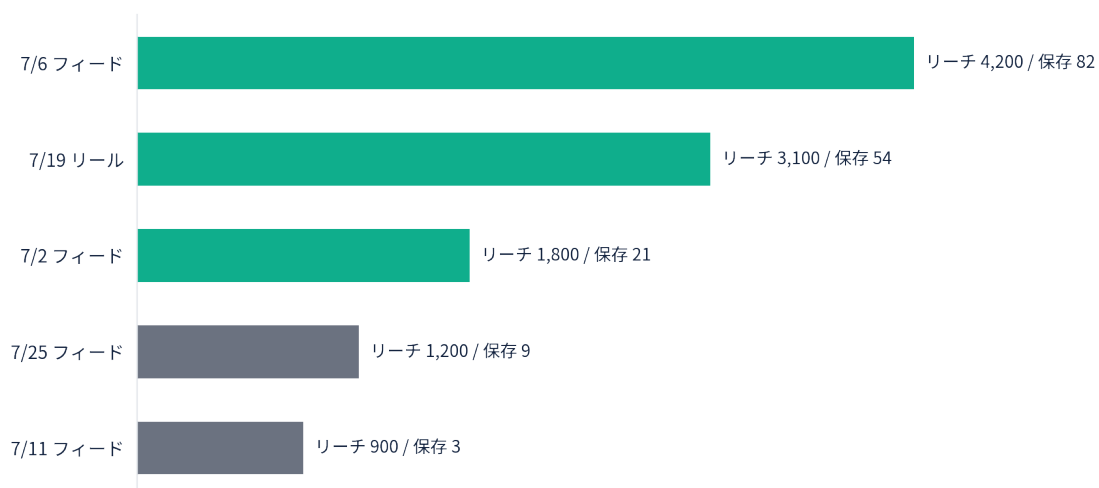


投稿のアクティブな時間帯(反応が集まりやすい時間)



月間投稿パフォーマンス一覧(粒度細分化)

今月投稿した全件のパフォーマンスです。リーチ順に並べています。



詳細データ(時間帯・コメント数・エンゲージメント率)

投稿日/時間帯	種別	リーチ	保存数	コメント	Eng 率
7/6 19時	フィード	4,200	82	14	4.6%
7/19 12時	リール	3,100	54	9	3.9%
7/2 18時	フィード	1,800	21	3	2.4%
7/25 9時	フィード	1,200	9	1	1.5%
7/11 21時	フィード	900	3	0	1.1%

全投稿の一覧は Business Suite エクスポートに基づきます。件数が多い月は上位・下位各5件に絞って掲載します。

Google 集客状況と地域特性

Google ビジネスプロフィール指標

検索種別: 指名検索 51% / 発見検索 49%。地図表示回数は前月比+18%。

※ 指名検索=「喫茶 波音」のように店名で直接検索されること。発見検索=「鎌倉 カフェ」のようなカテゴリ・地域名で検索され、その結果として表示されること。

地域・季節クロス分析(推定値)

観光客比率(推定): 55~65%。IG フォロワーのトップ都市データ、Google 発見検索比率、レビュー言語比率の3指標を重ねた推定レンジです。

この数値は複数の間接指標から算出した推定値であり、実測値ではありません。

紫陽花シーズン(6月)に合わせてリーチが前月比+40%。季節連動性が高いアカウントと考えられます。

近隣同業比較(公開情報ベース)

鎌倉エリアの近隣同業3店と、公開されている範囲の数値で比較しました。

店舗	フォロワー数	週間投稿数	直近投稿の保存傾向
喫茶 波音(自店)	2,140	3.2 件	紫陽花・器の写真が強い
近隣店 A	3,050	4.0 件	メニュー紹介中心
近隣店 B	1,680	1.5 件	スタッフ紹介が強い

近隣店の数値はプロフィール上で公開されている情報の目視集計です。エンゲージメント率など非公開指標は含みません。

口コミの信頼性チェック

以下は「不正確・悪意ある可能性のある口コミ」を断定するものではなく、兆候の洗い出しです。該当項目があれば、Google へのスパム報告をご検討ください。

- ☐ 短期間に星1評価が集中していないか
- ☐ 投稿者アカウントがその1件しか投稿履歴を持たないか
- ☐ 具体的な来店内容の記述がなく、テンプレート的な文面かどうか
- ☐ 低評価の直後に営業電話・DM等が来ていないか(いわゆる「口コミ消します営業」)

今月は該当する兆候は確認されませんでした。

断定はできません。心当たりのある場合は Google ビジネスプロフィールの 口コミ 右上「⋮」から「不適切な口コミを報告」の手順をご案内します。

ギャップ分析

Instagram のギャップ

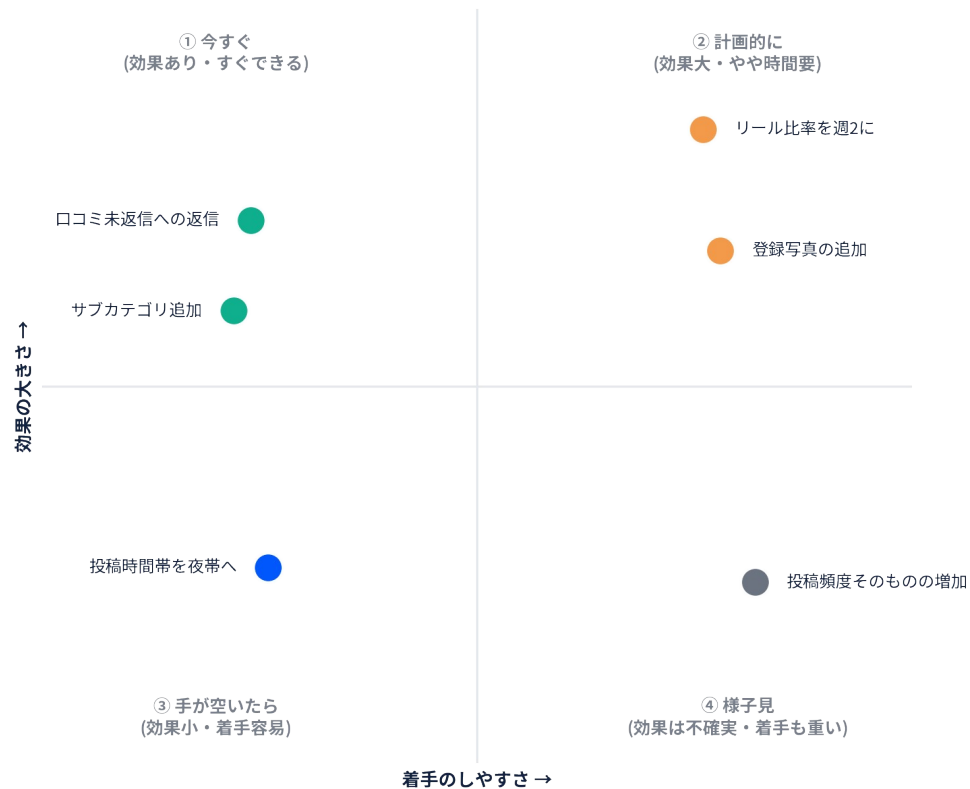
切り口	現状	ギャップ
フォーマット別 Eng 率	リール 3.9% / フィード 2.4%	リール比率を週 1→週 2 に増やす余地
投稿時間帯別リーチ	19 時台が最も高い / 9 時台は最も低い	朝投稿を減らし夜帯へ寄せる余地
近隣店との比較	自店週 3.2 件 / 近隣店 A 週 4.0 件	投稿頻度そのものにまだ余地

Google のギャップ

切り口	現状	ギャップ
登録写真枚数	自店 24 枚 / 近隣店 A 推定 50 枚以上	写真追加でプロフィール充実度のギャップを埋められる
口コミ返信率	直近 20 件中 9 件返信(45%)	未返信 11 件への返信で信頼度向上の余地
サブカテゴリ設定	「カフェ」のみ登録	「喫茶店」「軽食」等の追加で検索接点を増やせる余地

優先順位マトリクス(効果の大きさ×着手のしやすさ)

上記6つの機会を、どれから着手すべきか整理しました。効果の大きさは数値保証ではなく、自店データ・近隣比較から見た仮説です。



①→②→③の順に着手することを推奨します。④は効果が不確実な割に着手負荷も高いため、他が一巡してから検討すると無理がありません。

クロス分析による具体的アクション

IG と Google を掛け合わせると、単独では見えない打ち手が出てきます。

観察: IG のリーチが週+30%以上伸びた週は、Google の指名検索も同時期に増える傾向が見られました(7/12週で確認)。IG での露出増加が、Google 側の指名検索を後押ししている可能性があります。

次の一手 ▶ IG 投稿を増やす週に合わせて Google 写真も同時追加する

IG の投稿を増やすと Google 指名検索も連動する傾向があるため、リール投稿を増やす週に Google 写真の追加も合わせて行くと、認知から来店意向までを同時に底上げできる可能性があります。来月はリール週 2 本+Google 写真月 4 枚追加をセットで実行することを提案します。

AEO チェック ※本プランは四半期に一度

Gemini「Ask Maps」など、AI による会話型検索での見つけやすさへの対応です。月次の数値には表れにくいいため、四半期ごとの棚卸し項目として別立てにしています。

チェック項目

- ☐ 店名・住所・電話番号(NAP)が Google・自社サイト・SNS で一致しているか
- ☐ ウェブサイトに LocalBusiness の構造化データが実装されているか
- ☐ Google ビジネスプロフィールの「Q&A」欄によくある質問と回答が用意されているか
- ☐ 口コミへの返信が継続的に行われているか(AI の回答に引用される傾向があるため)

今回は初回のため簡易チェックのみ。次回四半期レポートで詳細棚卸しを行います。

LLMO/GEO(生成 AI 検索での言及・認識チェック)について

ChatGPT・Perplexity・Gemini などに「鎌倉 カフェ おすすめ」のような質問を投げたとき、この店が実際に言及されるかは、上記の AEO チェックとは別の観点です。加えて「(店名)ってどんな店?」のように社名を直接聞いたときに AI が何と答えるか、近隣の競合と並べたときにどう区別されるかという「ブランドの認識のされ方」もあわせて確認します。この診断はスタンダードプラン以上でご案内しています。

※ AEO・GEO・LLMO の違い: AEO(Answer Engine Optimization)は Google 検索や Google マップの強調スニペット・ローカルパック等、検索エンジン側の「表示のされ方」を最適化する取り組みで、NAP 整合性や構造化データなど「設定」が中心です。GEO(Generative Engine Optimization)は ChatGPT 等の生成 AI との対話の中で「自店がどう説明・推薦されるか」を最適化する取り組みで、Web 上の言及内容や口コミの文脈といった「コンテンツ」が中心です。LLMO(LLM Optimization)は GEO とほぼ同じ対象を狙いつつ、「社名を聞いたときに AI が何と答えるか」「競合と並べたときにどう区別されるか」というブランドの認識のされ方に焦点を当てます。3 つは重なりが大きいいため、ミチシルベでは診断上まとめて「LLMO/GEO 診断」としてご案内しています。

要因分析と来月のアクション

スパイク要因分析

7/12 週のリーチ急増は、ご提供いただいたメモにある「地元フリーペーパー掲載」の時期と一致。外部要因由来と判断しました。

投稿キャプション例(次の一手に対応)

「本日空席あり」ストーリーズ用の一言例:

① 本日 15 時まで空席あります。紫陽花を眺めながらどうぞ。プロフィールのリンクからルート案内できます。

② 雨の日の鎌倉、あたたかい一杯はいかがですか。道に迷ったらタップでナビ開けます。

今月の To Do(根拠つき)

□ プロフィールのリンクを予約ページへ直結させる

根拠: 指名検索 51%・保存数 340 と興味関心層は厚いのに、ルート検索・通話が横ばい。導線の欠落が疑われます。 期待効果: 中

□ 「本日空席あり」ストーリーズにルートリンクスタンプを追加する(上記例文を使用可)

根拠: ストーリーズのアクティブ時間帯(18~20 時)と来店直前行動のタイミングが一致。このお店では即時性の高い投稿が反応しやすい傾向があります。 期待効果: 中

□ 紫陽花シーズンのような保存されやすい構図の投稿を月 2 回以上入れる

根拠: このお店では紫陽花・器の写真が他投稿の平均保存数の約 3 倍。自店内の実績データに基づく傾向です。 期待効果: 大

期待効果(大/中/小)は数値の保証ではなく、自店の過去データまたは近隣比較から見た影響の大きさ感を示す仮説です。

本所見は Claude による下書きに、現場ヒアリング内容を踏まえて加筆したものです。

Google レビュー 評点向上の施策

検索表示やルート検索とは別軸として、星の評点そのものを伸ばす施策を提案します。

□ 会計時にレビュー依頼 QR コードを提示する(満足度の高い会話が合った直後のタイミングが有効とされています)

□ 星 3 以下のレビューには 48 時間以内に返信し、改善姿勢を示す(未返信のレビューは新規客の閲覧時の印象を下げやすい傾向があります)

これらは一般的なレビュー運用のセオリーに基づく提案であり、この店舗での効果を保証するものではありません。

次の一手 → この内容は月次コンサル MTG(30 分)でも一緒に振り返ります

本レポートは対話の叩き台です。To Do の優先順位や、キャプション例の言い回しの調整は、MTG で店舗の状況に合わせてすり合わせます。

さらに踏み込みたい方へ

今回のギャップ分析で見つかった課題のうち、以下はライトプランの範囲を超える対応が有効です。ご希望の場合はスタンダード/プレミアムプランでの対応をご案内できます。

見つかった課題	対応する上位プラン内容
ChatGPT 等の AI 検索で自店が紹介されているか気になる	スタンダード以上: LLMO/GEO 診断(生成 AI 検索での言及・認識チェック)を月次で実施
近隣比較を自店含め 3 店までしか見られていない	スタンダード以上: 近隣比較を 5 店以上に拡張
生成 AI 検索でどう説明されるかまで改善したい	プレミアム: LLMO/GEO 改善施策(FAQ 文言生成+言及率トラッキング)を追加

MTG はプランに関わらず月 1 回 30 分(オンライン)です。プラン詳細は次ページの通りです。

プラン詳細

内容	ライト 15,000円/月 (税別)	スタンダード 30,000円/月 (税別)	プレミアム 50,000円/月 (税別)
SEO(指名/発見検索)	月次	月次	月次
AEO実施頻度	四半期に1度	隔月	毎月
LLMO/GEO診断(生成AI検索)	なし	月次で新設	月次+改善施策
近隣同業比較	3店	5店	5店
キャプション案	2案/月	5案/月	5案/月
週次診断	週1回	週1回	週1回
MTG	月1回30分	月1回30分	月1回30分
追加のご用意物	JSON月次+ 権限付与(初回)	追加なし	追加なし

週次・AEO・LLMO/GEO のデータはいずれも契約開始時に付与いただく権限経由でミチシルベ側が取得するため、上位プランに切り替えても追加でご用意いただくものはほぼ発生しません。

付録 ウィークリー簡易診断フォーマット例

週次はチャット1通〜1ページ程度。深掘り分析は行わず、詰まっている段階と打ち手1つだけを伝えます。

2026年7月第3週

段階	指標	先月	今月	診断
① 認知	リーチ数	3,600	4,100	順調
② 興味関心	保存数	58	71	順調
③ 来店意向	指名検索比率	49%	50%	順調
④ 来店直前	ルート検索数	20	18	詰まり気味

次の一手 ▶ ストーリーズにルートリンクを1本追加してみましょう

今週もルート検索がやや弱含みです。プロフィール導線の見直しは月次で一緒に整えるとして、今週はストーリーズにルートリンクを1本追加するだけで様子を見てみましょう。

ミチシルベ

発行 グッドネイバーカマクラ合同会社