担当者紹介



株式会社カンリー

グロースマーケットユニット・ CSマネージャー

井須 健介（いす けんすけ）

実家が銭湯を営んでいたこともあり、昔から地域や店舗ビジネスを
身近に感じながら育ちました。

キャリアとしては、店舗スタッフを経て12店舗の運営を経験し、その後、法人営業を経てカンリーに参画。

店舗現場で見てきた、「大切だと分かっていても手が回らない」
そんなリアルな現状に向き合い、「現場目線×データ」のハイブリッド戦略で、今は店舗事業者の課題解決に伴走している。

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

会社概要

Canly

受賞歴

東急アクセラレート
プログラム2020 受賞

Mizuho Innovation Award
2021.3Q 受賞

IVS2021
決勝進出

ICCサミット KYOTO 2021
SaaS RISING STAR CATAPULT
3位入賞

2021 Forbes JAPAN 100
選出

名称	株式会社カンリー
代表者	代表取締役Co-CEO 辰巳 衛 / 秋山 祐太朗
設立	2018年8月15日
従業員	正社員 151名（2025年4月時点）
資本金	100,000,000円
株主	JAFCO / Carbide Ventures / JIC VENTURE GROWTH INVESTMENTS / DEEPCORE / UB VENTURES SAIL BEYOND / sojitz / vector / TOSHIBA 東芝テック株式会社 / MIZUHO みずほキャピタル / MUFG 三菱UFJキャピタル

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

Vision

ヒトとAIの力で、店舗の集客力を上げる

AIが膨大なデータから兆しを見つけ、ヒトがその洞察に創意を加える。

その協働の循環が、日々の店舗運営に新しいリズムと手応えをもたらします。
クチコミ・検索・広告・SNS、さらには福利厚生を通じた新たな来店促進まで——

どんな接点からでも、AIが顧客の動きを学び、ヒトが次の一歩を導く。
私たちは、そのAIドリブンな仕組みを、すべての店舗に届けていきます。

テクノロジーの力だけではなく、ヒトの情熱をもって。

お客様の店舗が、さらに選ばれる場所になるために。
カンリーは、ヒトとAIが共に挑む、店舗集客の新時代をつくります。

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

これまでのご支援実績

累計35億円の資金調達を実施

業種業態を問わず 130,000店舗以上の取引実績あり

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

セミナーの流れ

1. はじめに
2. AI時代のGoogleマップ運用とクチコミ対策の役割とは
3. クチコミ獲得の注意点：ポリシー違反リスク
4. AIに選ばれるクチコミを獲得するには
5. 特典のご案内

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

あなたのお店は、
何で評価されていますか？

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

選ばれる理由

同じ「★4.5 / 口コミ120件」

同じ4.5でも、“選ばれる理由”は違う。

A店

「初心者への説明が丁寧」

「子連れでも安心」

B店

「駅から近い」

「価格が安い」

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

高評価→高相性の選択

“星が高い店”から、
“自分に合う店”へ。

~~渋谷 美容室~~

↓

初めてでも安心して相談できる美容室

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

AI検索でも、口コミは“重要な証拠”になる。

GBPの常時最新化 × 第三者のリアルな声

口コミは、人だけでなくAIにも読まれる“信頼の証拠”。

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

カンリー 丸投げ集客

人より先にAIが選ぶ時代

2025年5月より正式導入
従来の「リンク一覧型検索」ではなく、
AIによる要約回答が表示される仕組みに進化

2025年9月より、検索における新機能を提供開始
AIが複数のWebサイトを要約して
回答する新しい検索体験を提供

AIの要約（AI Overviews）



AIが複数サイトを読み取り
要約を回答してくれる仕組み

AIモード



質問をすると提案してくれる仕組み
チャットでやり取りができる

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

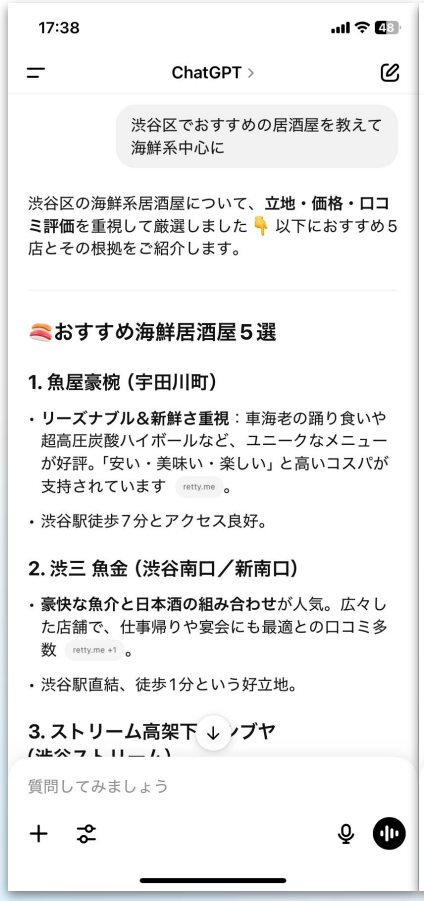
カンリー 丸投げ集客

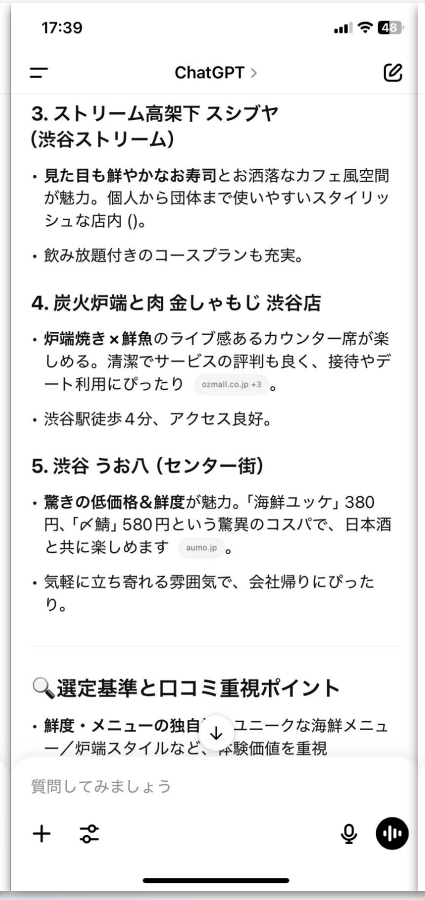
参考：https://www.atara.co.jp/unyoojp/2025/05/google-marketing-live-2025_report/

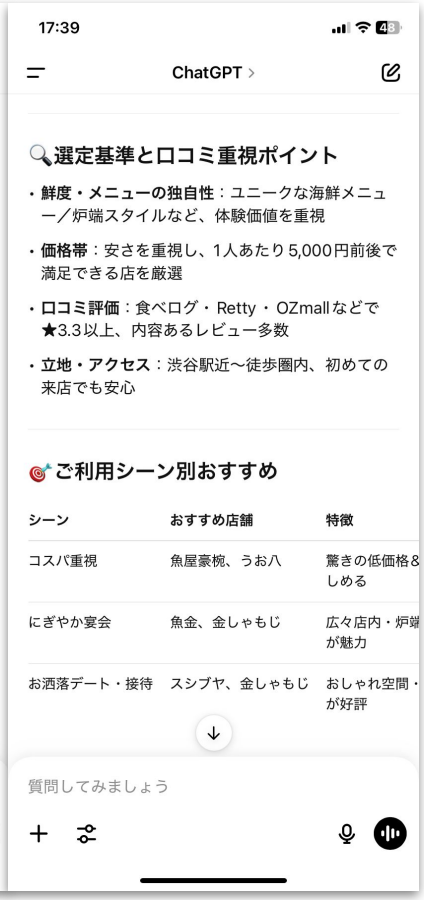
参考）AI検索の店舗選定基準について

おすすめの居酒屋をChatGPTに問いかけ、情報ソースを確認したところ**GBPのクチコミも参考にしていると回答あり**。

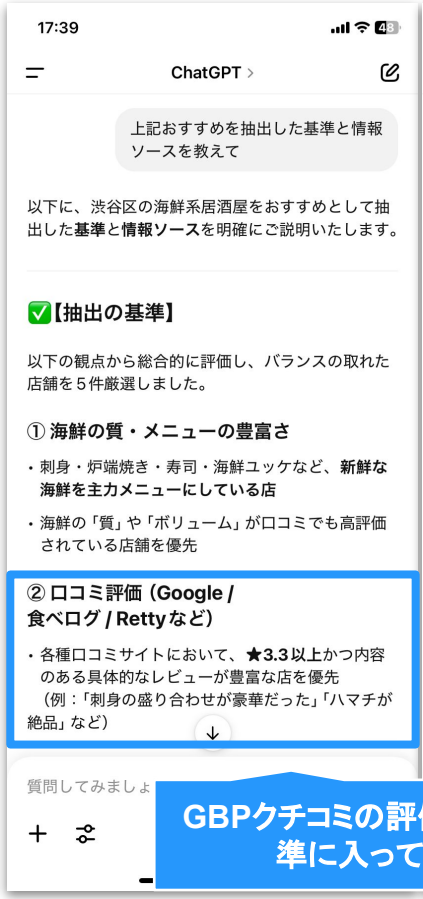
おすすめの居酒屋を問いかけ

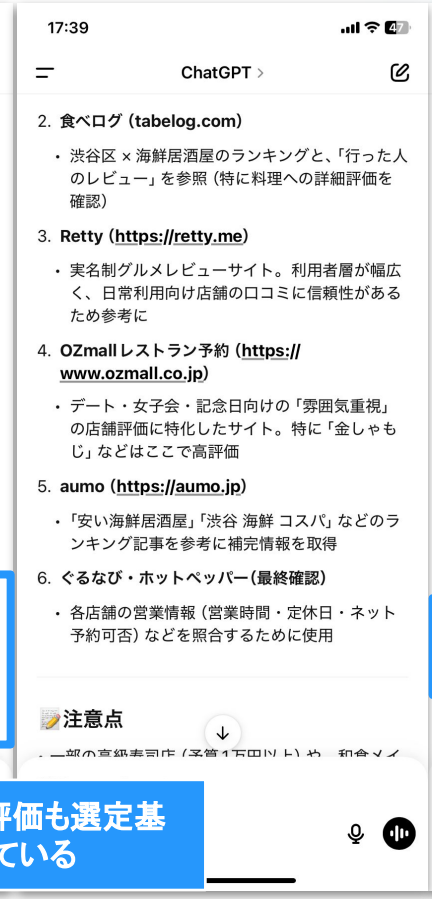


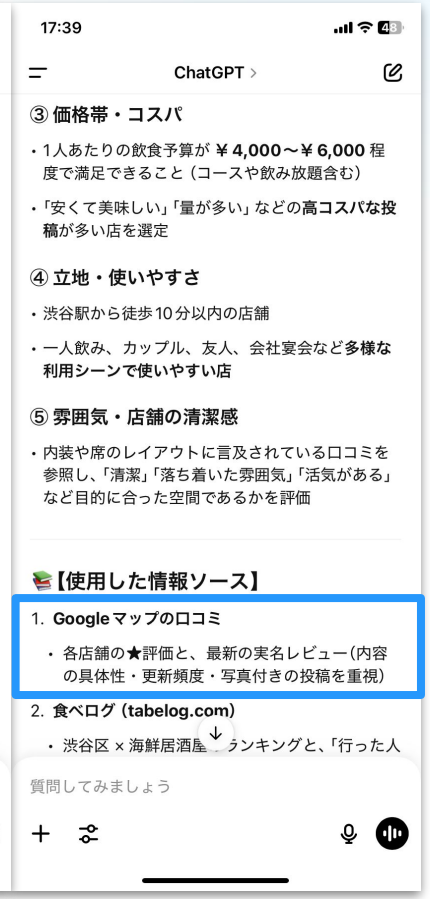




選定基準を問いかけ







GBPクチコミの評価も選定基準に入っている

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

カンリー

セミナーの流れ

1. はじめに

2. AI時代のGoogleマップ運用とクチコミ対策の役割と理想の運用方法

3. クチコミ獲得の注意点：ポリシー違反リスク

4. AIに選ばれるクチコミを獲得するには

5. 特典のご案内

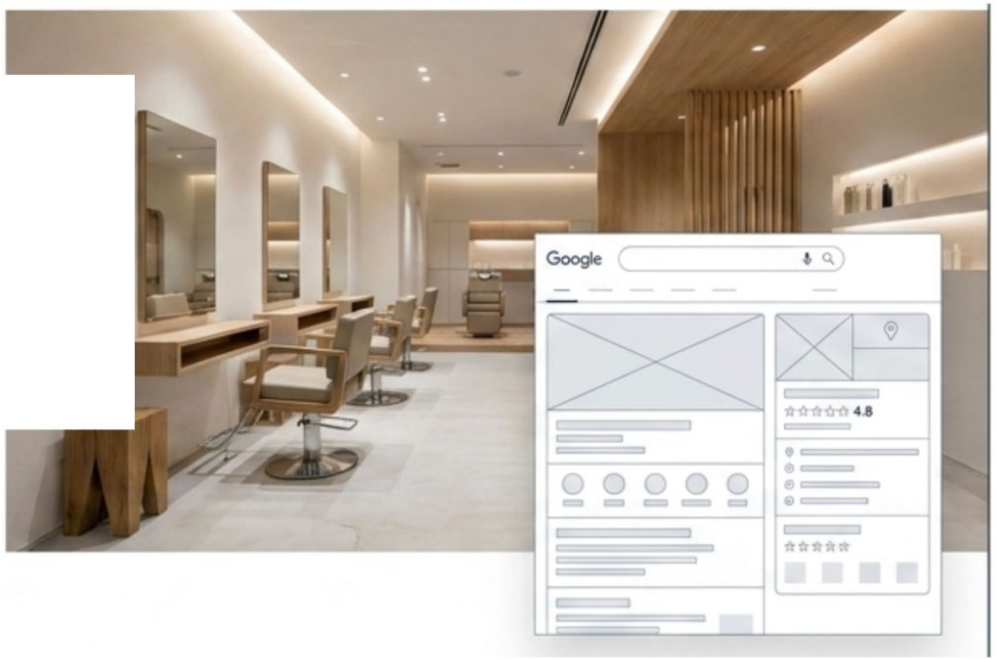
Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

MEOは『運用』の役割

MEOは、来店前の“期待値”を整える。

「この店なら、こういう体験ができそう」

良く見せるのではなく、
実際の店舗体験を正しく伝える。



Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

カンリー 丸投げ集客

クチコミ『対策』の役割

クチコミ対策は、来店後の“体験”を整える。

「また来たい」「誰かに話したい」が
生まれる体験をつくる。
お願いを増やすのではなく、
良いクチコミが自然に生まれる
店舗体験を整える。



Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

カンリー 丸投げ集客

カンリー 丸投げ集客

MEO対策の理想

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

MEO対策の評価基準について

MEO対策については主に以下 3つの観点で評価が決まる

また各影響度は定期的に変更になるため最新に沿った運用が重要

情報の充実度

- 写真の枚数
- クチコミ数
  - クチコミ返信率
- 質問と回答数
  - 質問への返信率
- 投稿発信数
- 説明文記載
- 基本情報記載

更新頻度

- 写真の更新頻度
- 投稿の更新頻度

HPとの整合性

- 店舗の基本情報の整備
  - 住所が正しいか
  - 店名が正しいか
  - 電話が正しいか
  - 他媒体と同じか

※検索位置から同じ距離に店舗がある場合は上記の運用度合いで優先表示が変わる

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

Googleからの評価を高めて露出を増やし、顧客に刺さる情報発信で選んでもらう

STEP1 露出させる



「**エリア×業態**」等の検索をされた際に
“候補のひとつ”として**認知**されることを目指す

STEP2 選んでもらう



「魅力的な投稿」と「口コミの返信等」を通じて、
競合ではなく、貴社に**興味**を持ってもらい
選んでもらうことを目指す

Copyright © Canly, Inc. All rights res

来店するお客様と”約束する”場

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

カンリー 丸投げ集客

クチコミ対策の理想

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

評点・件数最優先の時代の終焉

評点も件数も、今でも重要。

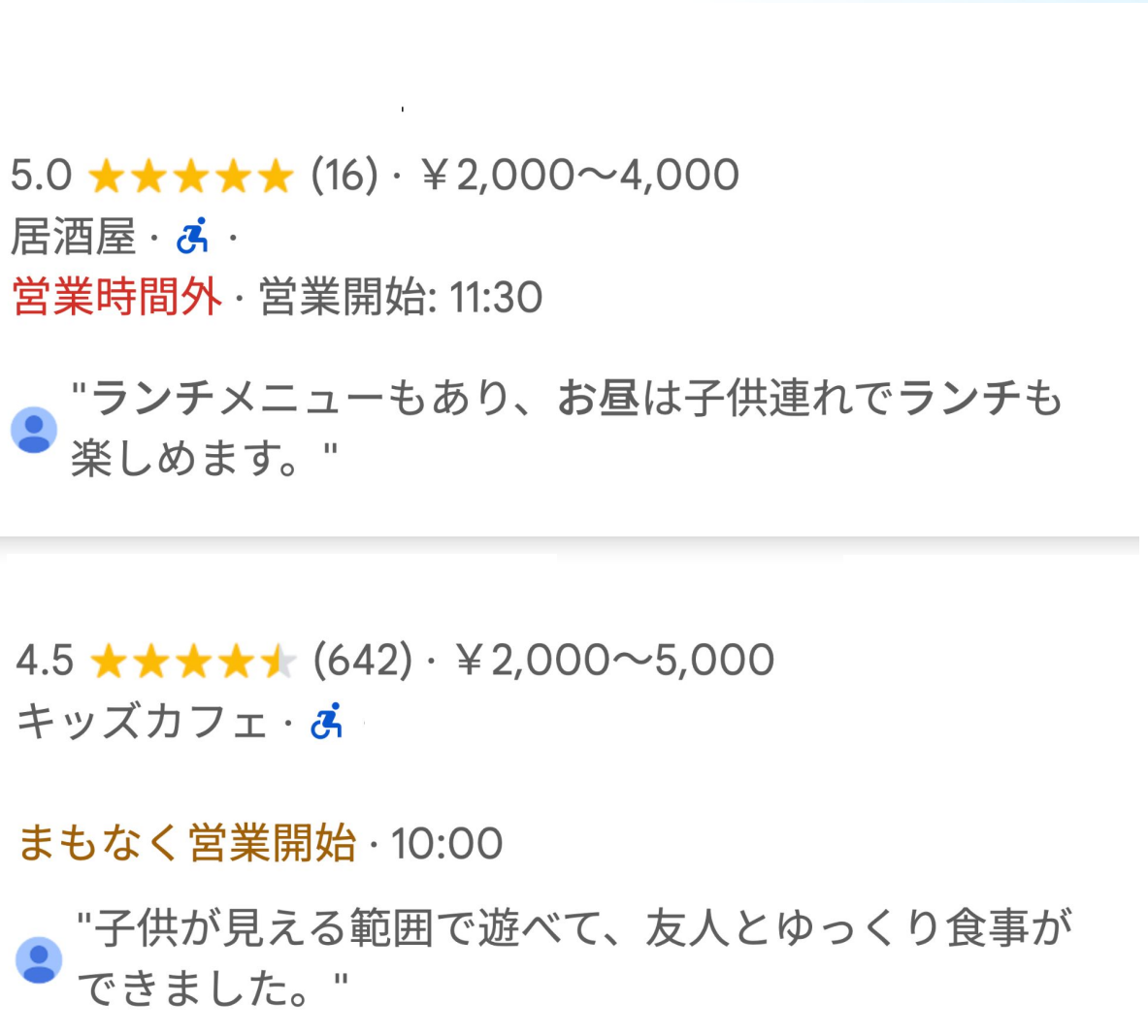
評点 × 件数 × 内容

ただし、それだけを追う時代ではない。

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

口コミの“中身”が、店舗を説明する。

Googleは、口コミ本文から店の特徴を読み取っています。
「星をつける場所」から、
「どんな店なのかを伝える情報源」へ。



Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

カンリー 丸投げ集客

Google上の“約束”と、
実際の体験は一致していますか？

Google上の情報	実際の店舗体験
「初心者にも丁寧に対応」	「混雑時は説明不足」

↓

期待と体験のズレが、ネガティブな口コミを生む。

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

クチコミ発生のメカニズム

口コミは、
“期待と体験の差”から
生まれる。

期待 → 体験 → 感情が動く → 口コミ

期待 → 感情が動く

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

約束を守ったことを”証明”する場

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

セミナーの流れ

1. はじめに
2. AI時代のGoogleマップ運用とクチコミ対策の役割と理想の運用方法
3. クチコミ獲得の注意点：ポリシー違反リスク
4. AIに選ばれるクチコミを獲得するには
5. 特典のご案内

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

クチコミの取締りを強化

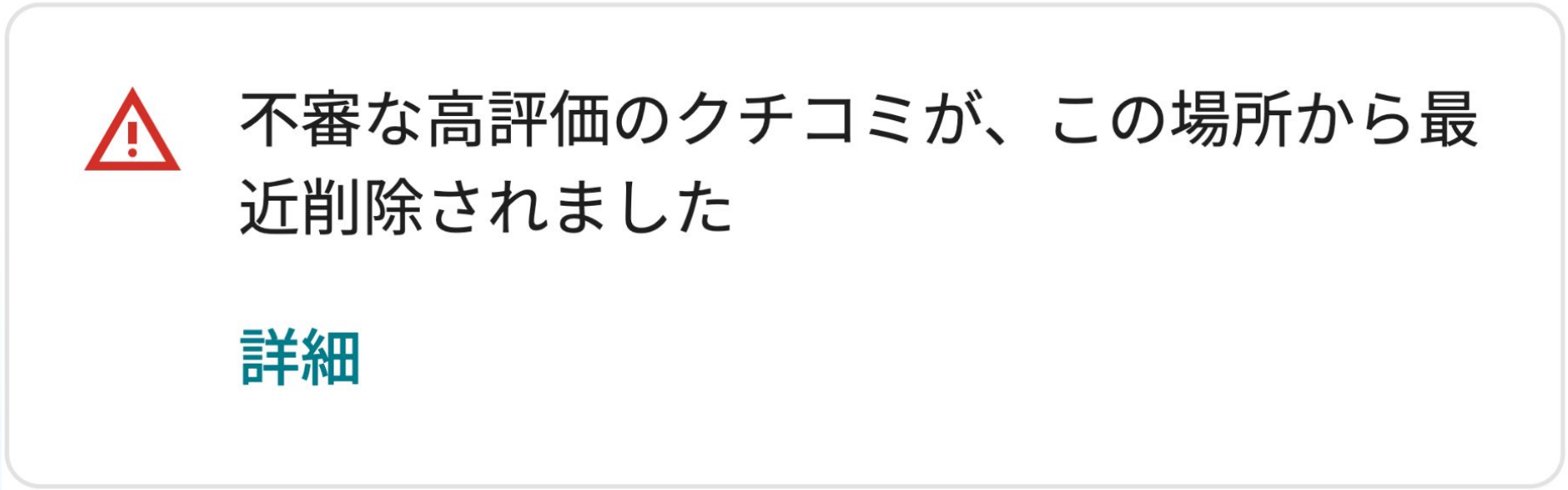


“バレなければいい”“知らなかった”は通用しない

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

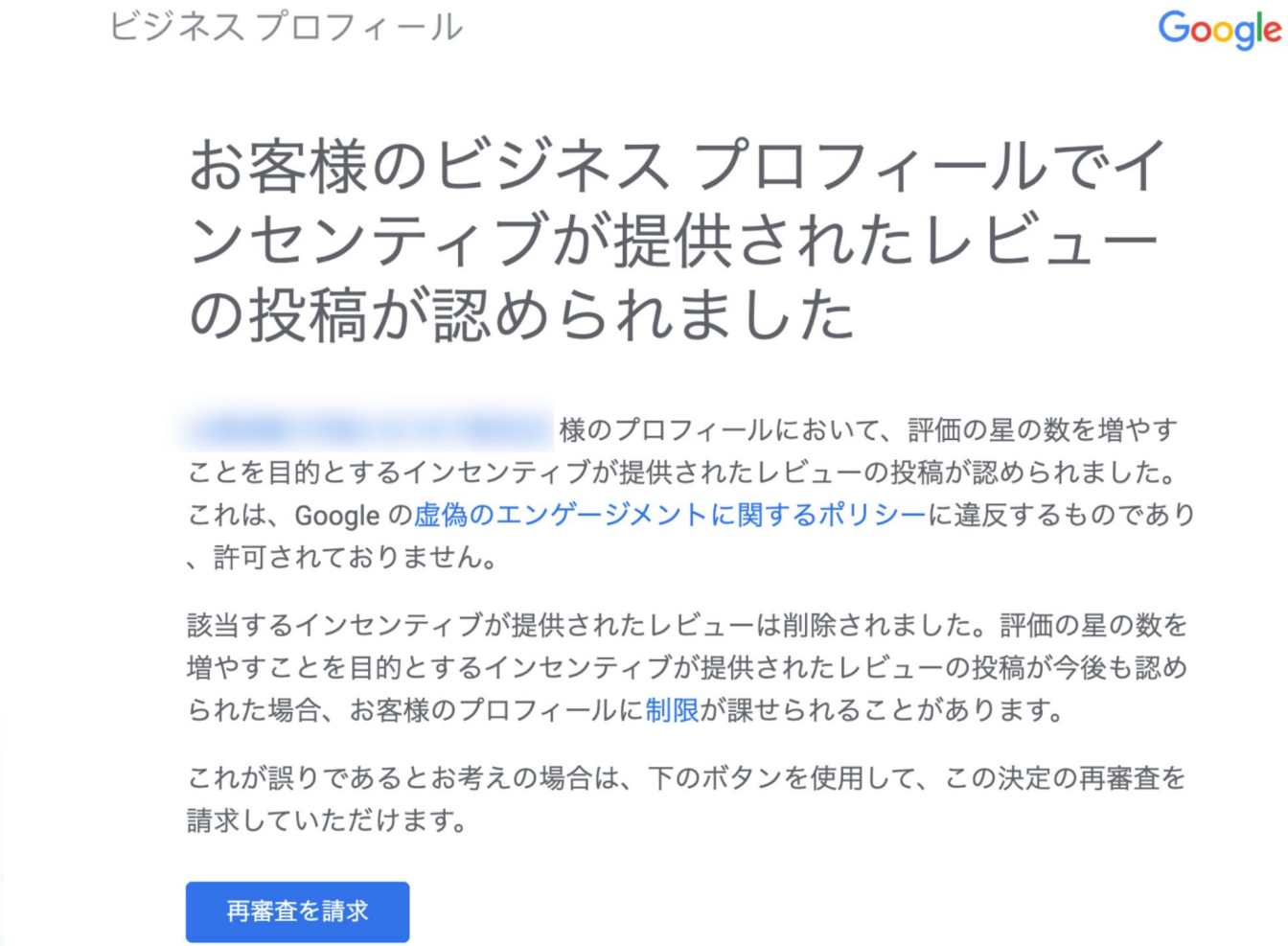
警告は“お客様”にも表示される

ポリシー違反＝ブランド毀損になる時代



Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

Googleからの警告



ビジネス プロフィール

Google

お客様のビジネス プロフィールでインセンティブが提供されたレビューの投稿が認められました

[redacted] 様のプロフィールにおいて、評価の星の数を増やすことを目的とするインセンティブが提供されたレビューの投稿が認められました。これは、Google の虚偽のエンゲージメントに関するポリシーに違反するものであり、許可されておりません。

該当するインセンティブが提供されたレビューは削除されました。評価の星の数を増やすことを目的とするインセンティブが提供されたレビューの投稿が今後も認められた場合、お客様のプロフィールに制限が課せられることがあります。

これが誤りであるとお考えの場合は、下のボタンを使用して、この決定の再審査を請求していただけます。

再審査を請求

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

制限執行



Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

カンリー 丸投げ集客

クチコミは、店舗体験の通信簿。

「御社が強みだと思っていること」と

「お客様が口コミで褒めていること」は一致していますか？

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

カンリー 丸投げ集客

セミナーの流れ

1. はじめに
2. AI時代のGoogleマップ運用とクチコミ対策の役割と理想の運用方法
3. クチコミ獲得の注意点：ポリシー違反リスク
4. AIに選ばれるクチコミを獲得するには
5. 特典のご案内

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

“お願い不足”が
原因とは限らない。

~~QRコード~~

~~POP~~

~~声掛け~~

「書きたくなる体験」
がなければ継続的な口コミ
は生まれにくい。

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

まず設計すべきは「どんなクチコミを書かれたいか」

理想のクチコミが決まらなければ、改善すべき体験も、現場の行動も決まりません

自店舗に問いかける 5つの質問

1. **お客様に、どんな言葉で店舗を紹介されたいか？**
   「〇〇でおすすめのお店」という言葉を考える
2. **何を理由に「また来たい」と思ってほしいか？**
   リピートの理由・再来店の動機を明確にする
3. **競合ではなく、自店を選ぶ理由は何か？**
   差別化要因・独自の価値を特定する
4. **名指しで褒められる接客は何か？**
   スタッフの名前が出る具体的な行動を特定
5. **低評価で書かれたくないことは何か？**
   回避すべきネガティブ要素をリストアップ

理想のクチコミ記入例

来店者Aさん ★★★★★

「スタッフさんが親身で、初めてでも安心できた。説明が丁寧で納得して購入できた。」

#接客 #丁寧 #安心

来店者Bさん ★★★★★

「子連れでも気遣いがあり、また利用したいと思った。待ち時間への配慮も良かった。」

#子連れ #配慮 #リピート

来店者Cさん ★★★★★

「商品の品質が良く、価格も納得。スタッフの対応が素晴らしかった。」

#品質 #価格 #対応

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

カンリー

本質的クチコミ対策 4ステップ

良い口コミが生まれる店をつくる。

1 ストレスをなくす

2 小さな一手間を
つくる

3 店舗らしい強みを
体験にする

4 自然な依頼
導線をつくる

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

【事例共有①】KICKS LAB.キックスラボピノ原宿店

クチコミ改善による集客・採用・組織変化

BEFORE

2025年2月時点 **3,769件**

- 広告費に依存した集客
- 口コミ活用が十分ではない状態
- 採用流入に課題
- 接客価値の言語化が属人的
- スタッフ数：7名



KICKS LAB. キックスラボ ピノ原宿店

所在地	東京都渋谷区神宮前4-30-3 東急プラザ原宿「ハラカド」2F
業種	スニーカー・シューズ販売
営業時間	11:00〜21:00
スタッフ数	18名（2025年2月時点）

AFTER

平均評価：**5.0**

口コミ件数
2025年2月時点 **3,769件** → 2026年06月時点 **10,000件**

- 広告費を年間100万円削減し、広告費ゼロで安定集客を実現
- 口コミ経由の来店が大幅増加
- スタッフ数：7名 → 18名に拡大
- 離職率：ほぼゼロを達成（研修後のスタッフ）
- 口コミを見て応募する求職者が増加

- 共通言語の確立：「ストレスフリー」「感動体験」
- スタッフの意識変革：「対応するだけ」から「付加価値提案」へ
- 月1回のロールプレイング定着で接客スキル向上

口コミを起点に、広告に頼らない
安定成長と組織力の向上を実現

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

【事例共有②】たこちゃん小倉店

クチコミ改善による認知・来店・安心感の向上

BEFORE

2026年2月時点 **277件**

- 口コミ件数がまだ少なく、情報接点が限定的
- 来店前の安心感づくりに伸びしろがある状態
- 写真・口コミの蓄積余地が大きい
- 店舗の魅力訴求が十分に伝わりきっていない



- 店舗名：たこちゃん小倉店
- 業種：居酒屋
- 平均評価：4.9
- 口コミ件数：277件（2026年2月時点）

AFTER

平均評価：4.9

口コミ件数
2026年2月時点 277件 → 2026年06月時点 426件

- 口コミ件数が277件から426件へ増加
- 平均評価4.9を維持しながら運用を継続
- Google上での店舗認知が強化
- 来店前の安心感・期待感の醸成につながる状態へ
- 写真・口コミの蓄積により店舗の魅力が伝わりやすく向上

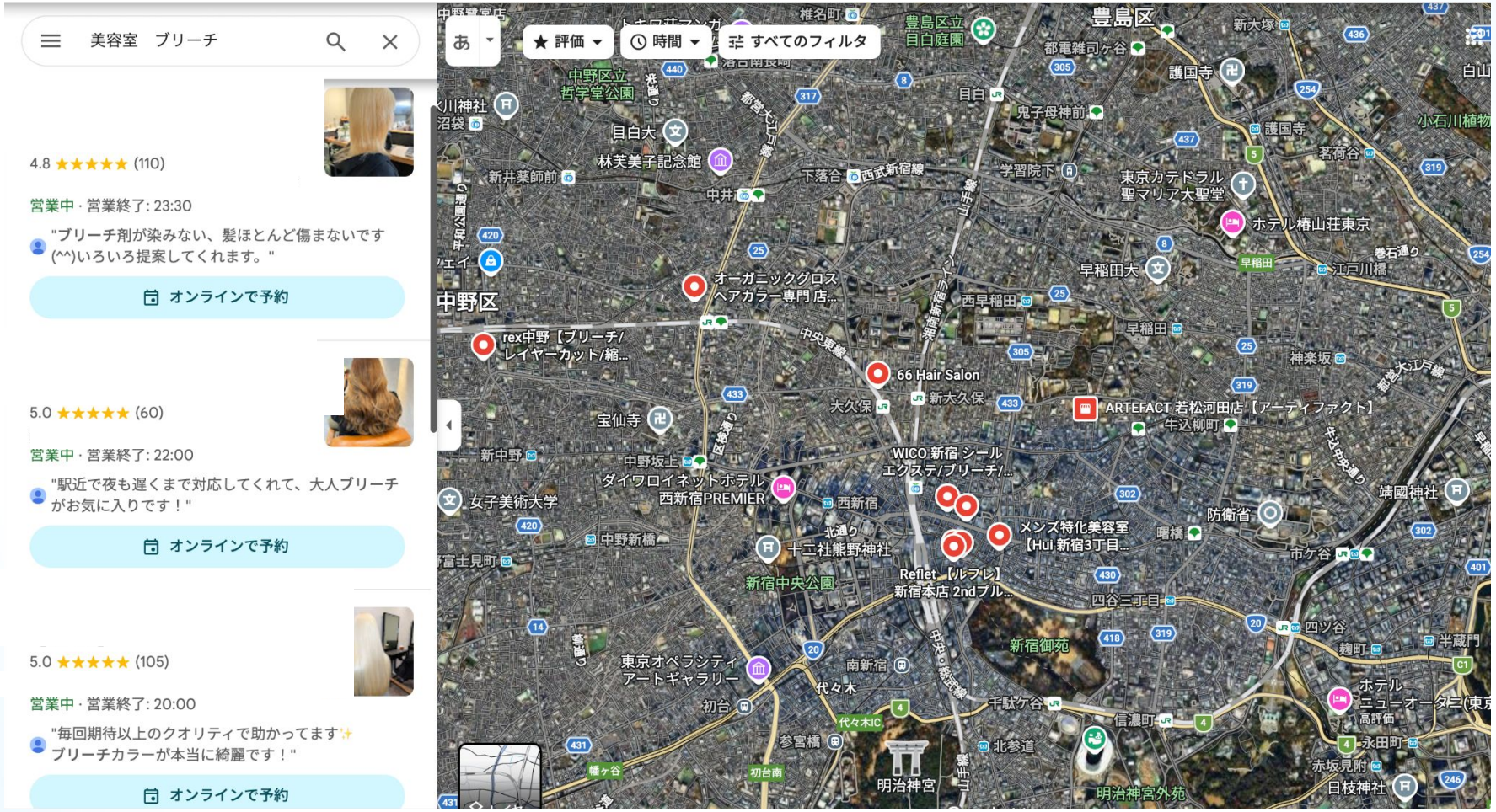
得られた変化

- 口コミの蓄積により、来店前の判断材料が増加
- 店舗の見え方が整い、魅力訴求がしやすくなった
- 継続的な口コミ運用の土台づくりが前進

口コミを起点に、来店前の安心感と店舗認知の向上を実現

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

マップでの表示回数増



Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

カンリー 丸投げ集客

参考: https://www.atara.co.jp/unyoojp/2025/05/google-marketing-live-2025_report/

AIが紹介したくなる

2025年5月より正式導入
従来の「リンク一覧型検索」ではなく、
AIによる要約回答が表示される仕組みに進化

2025年9月より、検索における新機能を提供開始
AIが複数のWebサイトを要約して
回答する新しい検索体験を提供

AIの要約（AI Overviews）



AIが複数サイトを読み取り
要約を回答してくれる仕組み

AIモード



質問をすると提案してくれる仕組み
チャットでやり取りができる

参考：https://www.atara.co.jp/unyoojp/2025/05/google-marketing-live-2025_report/

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

カンリー 丸投げ集客

本日のまとめ

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

まとめ

「MEO対策とクチコミ対策は、役割が違う。」

来店前

“期待”を整える

- 正しい情報を届ける
- 店舗の魅力を誤解なく伝える
- 「この店なら良さそう」をつくる

＝ 情報設計

来店後

“体験”を整える

- 不満の種を減らす
- 語りたくなる体験をつくる
- 良い評判が自然に生まれる状態をつくる

＝ 店舗体験設計

「“伝え方”と“体験”が一致して、強い評判になる。」

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

カンリー 丸投げ集客

セミナーの流れ

1. はじめに

2. AI時代のGoogleマップ運用とクチコミ対策の役割と理想の運用方法

3. クチコミ獲得の注意点：ポリシー違反リスク

4. AIに選ばれるクチコミを獲得するには

5. 特典のご案内

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

【特典①】クチコミ獲得相談

✔️なぜクチコミが獲得できていないのか

✔️なぜ良い内容のクチコミに繋がらないのか

✔️店舗体験・依頼方法・導線のどこを変えるべきか

クチコミに関わる相談はなんでも OKです。

支援事例を踏まえて一緒に整理していきましょう。

※ぜひスタッフの皆様とご参加ください。

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

【特典②】Googleマップ無料診断



Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

さらに！！【本ウェビナー参加者限定】
MEO完全代行サービス (MEOエージェント)初月無料※キャンペーン実施

初期費用
10,000 円 / 店舗

月額払い
月額 0円 /店舗

初期設定

設定最適化
・カテゴリ設定最適化
・ビジネス紹介文最適化

設定代行
・写真設定、商品、
　サービス・メニュー設定
・過去クチコミ返信
　※件数により追加料金発生

＋

自動運用

定期運用
・クチコミ自動返信
・投稿実施（月8回）
・Instagram連携

レポート対応
・毎月の数値レポート
・対策システム提供

※初期費用や月額コストなど金額詳細は営業担当よりご案内いたします

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.

Canly

本資料についてのご不明点や、
お困りごとがございましたらお気軽にお問い合わせください

canly.contact@can-ly.com

Copyright © Canly, Inc. All rights reserved.