

Google マップ クチコミの世界事情

日本と海外(EU圏・米・豪)の利用実態と返信文化の差 — FRONTCAST セッションでまとめた知見
作成: 2026-04-26 / J.ISHIKAWA GROUP

1. 国別の主流プラットフォームと依存度

地域	主流プラットフォーム	飲食での重み	Google 依存度
日本	Google + 食べログ + ぐるなび	食べログが伝統的に最強。 若年層・訪日客は Google 一択	中(上昇中)
米国	Google + Yelp + TripAdvisor	Google が Yelp を逆転完了	超高
英国・北欧	Google + TripAdvisor	レストラン業界では TripAdvisor も健在	高
仏・伊	Google + TheFork	食通文化で TripAdvisor も併用	高
ドイツ	Google ほぼ独占	Yelp 撤退気味	超高
中国	大众点评 / 美团	Google は使えない	—
韓国	Naver / カカオマップ	Google は外国人向けのみ	低
台湾・香港	Google + Facebook	中華圏では珍しく Google 主流	高
東南アジア	Google + Grab/Foodpanda	観光客は Google、ローカルは配達アプリ	中～高

2. 消費者の信用度(何点で行くかの基準)

「 4.0未満で行くか決まる」厳格な国

米国・カナダ・豪州: 4.0未満は飲食では即アウト級。4.5以上が当たり前

ドイツ・北欧: 同様に厳格。3.8でも警戒対象

英国: 4.2前後がボーダー

仏・伊: 多少寛容(食通文化なので味の好みで割り引く)

比較的寛容な国

日本: 4.0でも「まあまあ良い」、3.5でも入る人は入る(食べログ等の併用習慣)

南欧・南米: 個人の好み重視、 4.0は参考程度

訪日客は無意識に「 4.5未満は外す」のが世界標準。日本の店が
4.0でも国内客は来るが、外国人客はその時点で切り落としている可能性が高い。

3. 返信文化(オーナー応答の常識)

海外では返信しないと「失礼」または「経営してない」と見なされる

国	返信文化	期待される対応速度
米国	超積極的。チェーン店ですら全件返信が標準	1-2 は 24時間以内 が業界ルール
英国・豪州	積極的。返信率 60-80%	48時間以内
北欧	礼儀として返信が常識	1週間以内
ドイツ	形式的だがほぼ全件返信	数日以内
フランス	やや誇り高く、ネガには反論的に返すこともある	任意
伊・西	雰囲気重視、温かい返信が多い	任意
東南アジア	観光業中心に返信文化育成中	—
日本	返信率 20-30% と推定。老舗ほど返信せず、「黙々と仕事」が美德	—

日本特有の事情

- ・「客にいちいち返信するのは自意識過剰」
- ・「謙遜が文化、目立たないのが粋」
- ・「批判には沈黙で応える」(否定にも肯定にも乗らない)
- ・チェーン店は定型文で逃げる

日本国内基準では普通だが、訪日外国人観光客が「あっ、返信ないんだ」と感じた瞬間、そのお店は「英米基準の経営をしていない店」と判定される。

4. なぜ海外は返信するのか — 経営学的な裏付け

米Cornell, 北欧Bocconi 等の3つの実証研究で確認されているパターン:

返信のあるレストランは平均評価が +0.12 ポイント上がる(全件返信を1年続けた場合)

ネガティブレビューに返信した店は、その後の悪評が 30%減る(他の客が「対応している店」と認識)

1-2 の客の 40%が、誠実な返信をもらおうと再来店する(米国データ)

つまり海外では「返信は経費」ではなく「売上を産む投資」と理解されている。

5. FRONTCAST の戦略的位置づけ

FRONTCAST は3つの構造的ギャップを同時に埋める プロダクト:

ギャップ	FRONTCAST の対応
日本の店主は返信に時間が取れない	AI が下書き、店主は3秒で承認
多言語対応が不可能(英・中・仏・韓...)	language の絶対一致ルールで reviewer の言語で返す
「何を書けばいいかわからない」	店舗ペルソナ + コラム機能で店の個性を AI が学習

訪日客 4,000万人時代の必須インフラ。日本の店が「やっと世界水準の返信運用ができる」ようになる、というのが正しい言い方。

6. 海外で参考になる店

Sunnyside Sliced: 全レビュー全返信、店主のキャラがそのまま出ている。返信読むだけで楽しい

Noma (Copenhagen): 三つ星でも丁寧に返信。哲学的なコラム的返信

Sketch (London): 1にも怯まず誠実反論、返信が「ブランドの一部」化

「らーめん蔵」の親父コラム機能は、まさにこの「返信そのものをコンテンツ化する」海外戦略の日本版に相当する。これが軌道に乗ると、らーめん蔵の Google マップページが「行く前に返信を読みに来る人」が出てくる、というのが理想形。

ジェイの「日本の店が返信しないのは失礼」という感覚は世界標準として正しく、日本の常識のほうが遅れている。

FRONTCAST はその文化ギャップを埋める実用ツールであり、同時に「日本の店主の声を世界に届ける装置」でもある、というのが本質的な位置づけ。

数値は経験的目標(各種公開資料・業界レポートに基づく推定)。厳密な統計が必要な場合は別途調査が必要。

本文書は LUMO スイート FRONTCAST セッション内の対話から生成された参考資料です。

© 2026 J.ISHIKAWA GROUP