

A社の口コミ分析レポート

2,648 件のレビューを全件読み直し、実体験の記述として採用できた 958 件で評価を組み直しました。あわせて、同じ物差しで数えた同ジャンル 117 店・同エリアの競合 4 店と比べています。**店名は伏せていますが、数値はすべて実測です**(この見本は匿名化した実データで作っています)。

対象	比較する店	観測期間
A社(ラーメン・プロンポン)	同エリアの同ジャンル 4 店(B社・C社・D社・E社)	2013-08 ~ 2026-08 (144 ヶ月)
データ取得日	構成	
2026-08-17	4 部・16 章・図 17 枚	

第1部 現状

いま、どこにいるか

- 01 ハイライト
- 02 評価点と、その誤差
- 03 何を数えたか
- 04 ★1の実態
- 05 評価は、いつ動いたか

第2部 口コミの中身

何が、どう語られているか

- 06 何が語られているか
- 07 それは、どう受け止められているか
- 08 Google 自身が集計した数字
- 09 何が評価され、何が引っかかっているか
- 10 層による差があるか

第3部 競合との差

競合と、どこが違うか

- 11 返信の運用が競合とどれだけ違うか
- 12 直近12ヶ月に増えた件数
- 13 同じ人がどこへ書いているか
- 14 どんな人が書いているか

第4部 整理と打ち手

次に、何をするか

- 15 SWOT
- 16 前提が確かな順に

読み方。各章の見出しの下に、その章で言えることを1文で置いています。数字は**すべて件数と区間つき**で出しています——**点だけを見て比べないでください**。判断できないことは「出せません」と書き、件数を添えています。

現状

いま、どこにいるか

点・母集団・★1・推移。比べる前に、何をどう数えたかを先に置きます。ここまでは事実の確認で、良し悪しの判断はしていません。

章	この部に入っている章
01	ハイライト
02	評価点と、その誤差
03	何を数えたか
04	★1の実態
05	評価は、いつ動いたか

ハイライト

同ジャンル 117 店の中では上位ですが、清潔さ・接客の良さの 2 つが、同ジャンルの真ん中の店より低く受け止められています。

評価は 2023 年に上がった水準を 4 年保っています (05 章)。一方で評価に採用できたレビューの割合は中位を下回ります (03 章)。多く語られている話題と、受け止めの悪い話題は別です——駐車・本格さ・待ち時間・騒がしさは同業より多く語られていますが、★4 以上の割合は中位並みか上でした (07 章)。

ザイロ評価点 4.00 ▲ +0.45 同ジャンル中央値との差	評価に採用した割合 36.2 % ▼ -6.9pt 同ジャンル中央値との差	★1 の割合 (採用した分) 1.98 % ▲ 同ジャンルより少ない 区間が重ならない
レビューへの返信率 5.4 % ▼ 競合4店中2店は9割超		

この4つの読み方

評価点は同ジャンル 117 店の中央値 3.55 を上回っています。一方で、採用できた割合は中位より 6.9pt 低い——本文の無いレビューが 1,116 件 (取得の 42.1%) あるためです。★1 が少ないことは統計的に言えますが、返信の運用は競合と大きく違います。以降で1つずつ根拠を示します。

評価点と、その誤差

評価点は 4.00、95%区間は 3.89～4.10 で、同ジャンル 117 店の中では 18 位です。

項目	A社	同ジャンルの中央値	読み方
ザイロ評価点	4.00	3.55	採用したレビューの単純平均ではありません(★の重み・月ごとの上限・件数と期間による引き戻しを含みます)
95%区間	3.89-4.10	—	幅を他店と比べないでください。情報が少ない店ほど狭く出ます
同ジャンル内の順位	18 / 117	—	順位が近い店どうしの差は、測った誤差の範囲に収まることもあり、違いがあるとは限りません
評価に採用したレビュー	958 件	—	取得 2,648 件のうち 36.2%
観測期間	144 ヶ月	—	2013-08 ～ 2026-08

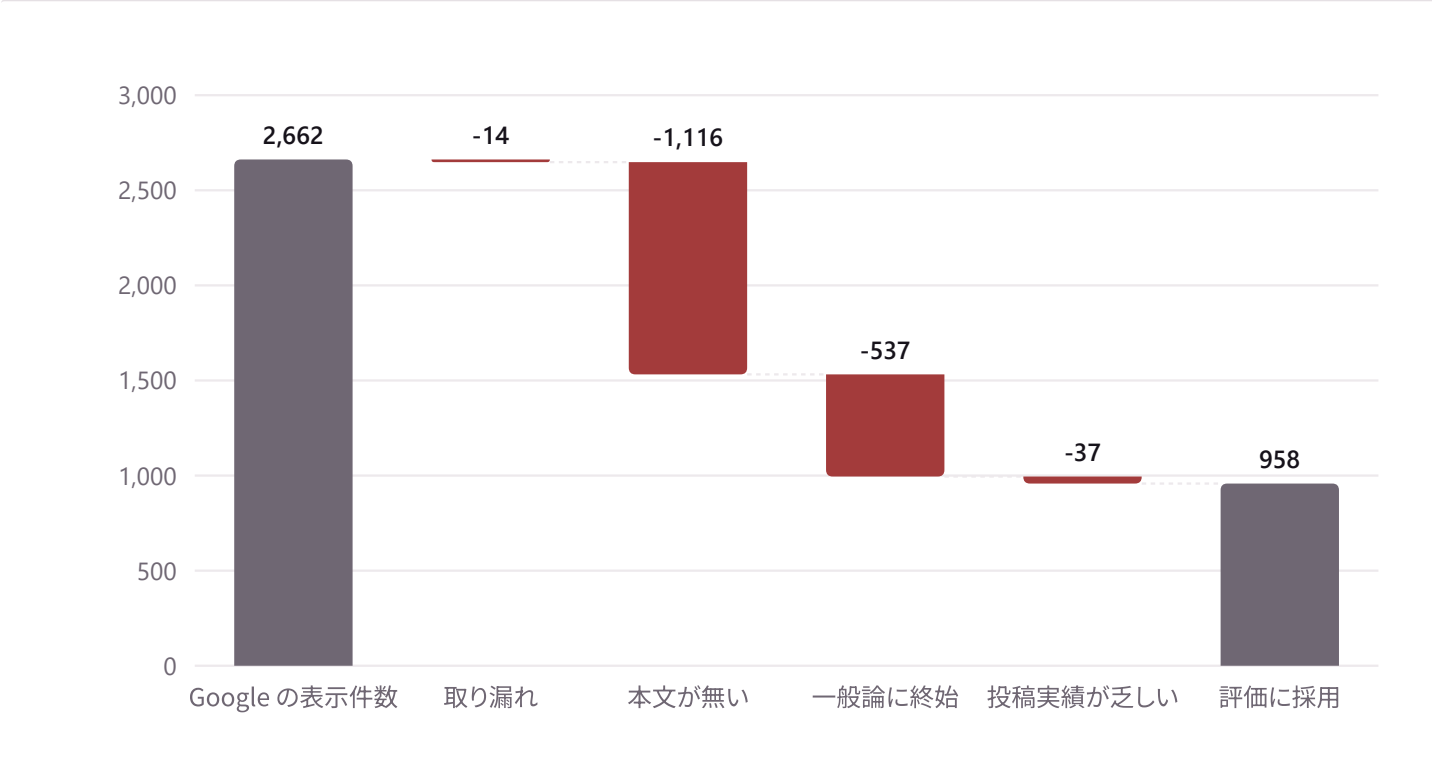
注: ザイロ評価点は当サイトの計算による点で、Google の表示平均とは別の量です。実際に利用したかどうか、レビューの真偽も確認していません。そこから推定した参考値です。

何を数えたか

Google に出ている 2,662 件のうち 2,648 件を取得し、実体験の記述として 958 件を採用しました。

図 3-1

Google の表示件数から、評価に採用するまで



■ 増加 ■ 減少 ■ 合計

Google の表示件数から、評価に採用するまで (単位: 件)

項目	値
Google の表示件数	2,662
取り漏れ	-14
本文が無い	-1,116
一般論に終始	-537

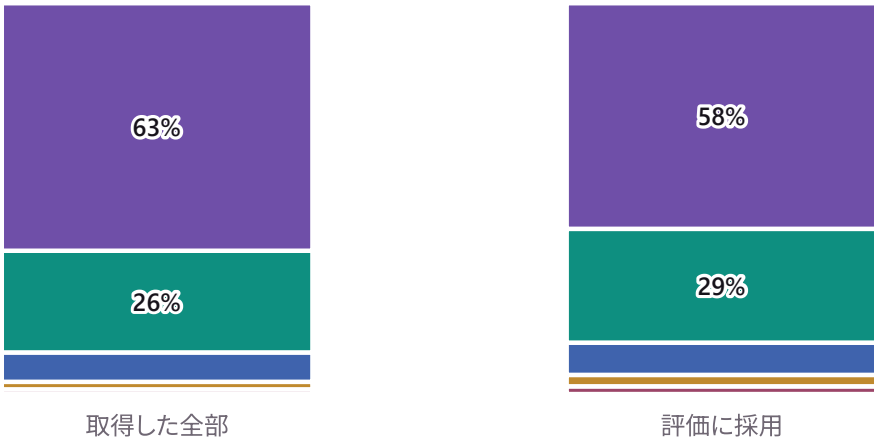
項目	値
投稿実績が乏しい	-37
評価に採用	958

出典: Google マップのレビュー (2026-08-17 取得) / 単位: 件

注: 落とした理由は本文の量と投稿者の履歴だけを見たもので、そのレビューが偽だと判定したものではありません。網羅率 99.5%。

図 3-2

★の分布 (取得した全部 / 評価に採用した分)



★1 ★2 ★3 ★4 ★5

★の分布 (取得した全部 / 評価に採用した分) (単位: %)

区分	★1	★2	★3	★4	★5
取得した全部	32	51	199	689	1,677
評価に採用	19	28	79	279	553

単位: % (各行を100%として按分)

注: ★1だけ投稿履歴の足切りを緩めています (★1は3件以上、それ以外は6件以上)。その分★1の割合は上がります。

★1の実態

★1の割合は同ジャンルの真ん中の店より少ないと言えます（区間が重なりません）。

分母	★1の件数	母数	割合	95%区間
取得した全部	32	2,648	1.21%	—
評価に採用した分	19	958	1.98%	1.27%–3.08%
同ジャンルの真ん中の店	—	—	5.07%	3.91%–6.22%

この判定の位置づけ

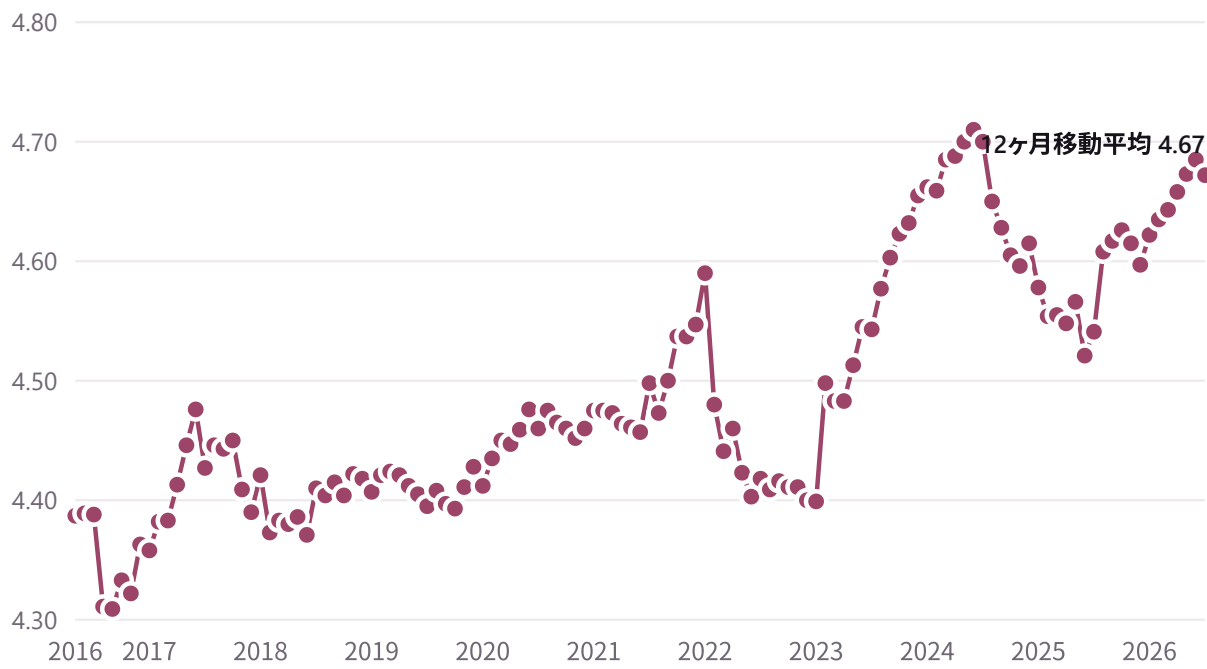
同ジャンル 117 店のうち、★1が「多い」と言えるのは 14 店、「少ない」と言えるのは 8 店で、残る 95 店は**区間が重なるため決められません**。A社はその「少ない」8 店の1つです。なお★1だけ履歴の足切りが緩いので、その救済分 4 件を引いても向きは変わりません。**1店舗の判定だけを根拠に店を選ばないでください**（多数の店を同時に判定しているので、偶然に外れる店も出ます）。

評価は、いつ動いたか

年ごとの平均★は 2022年の 4.41 から 2023年の 4.63 へ
上がり、以降 4 年は 4.60～4.67 に収まっています。

図 5-1

★の12ヶ月移動平均(その月までの1年間)



★の12ヶ月移動平均(その月までの1年間)

区分	12ヶ月移動平均
2016	4.39
	4.39
	4.39
	4.31
	4.31

区分	12ヶ月移動平均
	4.33
	4.32
	4.36
2017	4.36
	4.38
	4.38
	4.41
	4.45
	4.48
	4.43
	4.45
	4.44
	4.45
	4.41
	4.39
2018	4.42
	4.37
	4.38
	4.38
	4.39
	4.37
	4.41
	4.40

区分	12ヶ月移動平均
	4.42
	4.40
	4.42
	4.42
2019	4.41
	4.42
	4.42
	4.42
	4.41
	4.41
	4.40
	4.41
	4.40
	4.39
	4.41
	4.43
2020	4.41
	4.44
	4.45
	4.45
	4.46
	4.48
	4.46

区分	12ヶ月移動平均
	4.48
	4.47
	4.46
	4.45
	4.46
2021	4.48
	4.48
	4.47
	4.46
	4.46
	4.46
	4.50
	4.47
	4.50
	4.54
	4.54
	4.55
2022	4.59
	4.48
	4.44
	4.46
	4.42
	4.40

区分	12ヶ月移動平均
	4.42
	4.41
	4.42
	4.41
	4.41
	4.40
2023	4.40
	4.50
	4.48
	4.48
	4.51
	4.55
	4.54
	4.58
	4.60
	4.62
	4.63
	4.66
2024	4.66
	4.66
	4.69
	4.69
	4.70

区分	12ヶ月移動平均
	4.71
	4.70
	4.65
	4.63
	4.61
	4.60
	4.62
2025	4.58
	4.55
	4.56
	4.55
	4.57
	4.52
	4.54
	4.61
	4.62
	4.63
	4.62
	4.60
2026	4.62
	4.64
	4.64
	4.66

区分	12ヶ月移動平均
	4.67
	4.69
	4.67

出典: 取得した 2,495 件 (★と投稿月のあるもの) / 144 ヶ月分 / 単位: ★

注: 月ごとの線は引いていません。1ヶ月あたりの件数は中央 17 件で、★のばらつきを0.9とすると平均の標準誤差はおよそ 0.22 になります。月ごとの上下はほぼその範囲に収まるので、線にすると雑音を変化として読ませることになります。編集済みのレビュー 153 件は除きました——編集すると投稿日時が編集時刻に置き換わるため、書かれた月が分からなくなります。

注: これは取得した★をそのまま平均した値で、ザイロ評価点 (4.00) とは別の量です。評価点は採用の絞り込み・月ごとの上限・件数による引き戻しを通しています。

年	件数	平均★	95%区間	★1～2
2015	16	4.63	±0.30	0.0%
2016	102	4.36	±0.15	2.0%
2017	231	4.39	±0.12	3.9%
2018	395	4.42	±0.08	2.3%
2019	376	4.43	±0.08	2.7%
2020	276	4.45	±0.10	3.6%
2021	201	4.54	±0.10	1.5%
2022	224	4.41	±0.13	5.8%
2023	239	4.63	±0.09	2.5%
2024	178	4.60	±0.12	3.9%
2025	156	4.62	±0.12	2.6%
2026	91	4.67	±0.15	3.3%

この表の読み方

2022年と2023年の差 0.22 に対し、両年の95%区間は ±0.13 と ±0.09 です。区間が重ならない年の組だけを「動いた」と読んでください。件数の少ない年は表に出していません。なおこの図は「何が起きたか」を答えません——上がった年に何を変えたかは、店内の記録と突き合わせないと分かりません。

2023年に上がった理由が、こちらのデータでは分からない

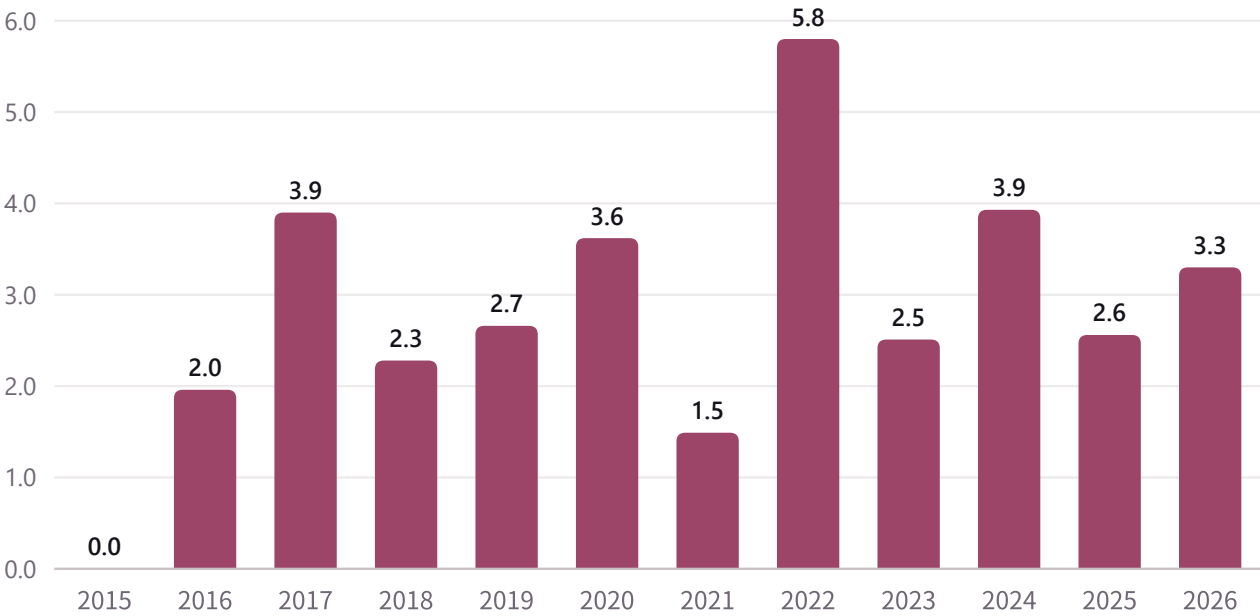
年ごとの平均は 2022年 4.41 → 2023年 4.63 と動いています。レビューからは「いつ動いたか」までしか分かりません。**次にやること:** 2023年前後の運用の変更(人の入れ替え・内装・メニュー・価格)を社内の記録から並べ、この時期と重なるものを1つずつ確かめる。

⚠

WARNING

図 5-2

★1～2の割合(年ごと)



★1～2の割合(年ごと) (単位: %)

区分	★1～2の割合
2015	0.0
2016	2.0
2017	3.9
2018	2.3
2019	2.7

区分	★1～2の割合
2020	3.6
2021	1.5
2022	5.8
2023	2.5
2024	3.9
2025	2.6
2026	3.3

出典: 上と同じ 2,495 件／単位: %
注: 割合なので、件数の少ない年ほど上下に振れます。件数は上の表を見てください。

口コミの中身

何が、どう語られているか

量(どれだけ語られるか)と向き(どう受け止められているか)を分けて出します。多く語られていることは、不満が多いことではありません——実測では逆のことが起きます。ここがこの資料でいちばん厚い部です。

章 この部に入っている章

06 何が語られているか

07 それは、どう受け止められているか

08 Google 自身が集計した数字

09 何が評価され、何が引っかかっているか

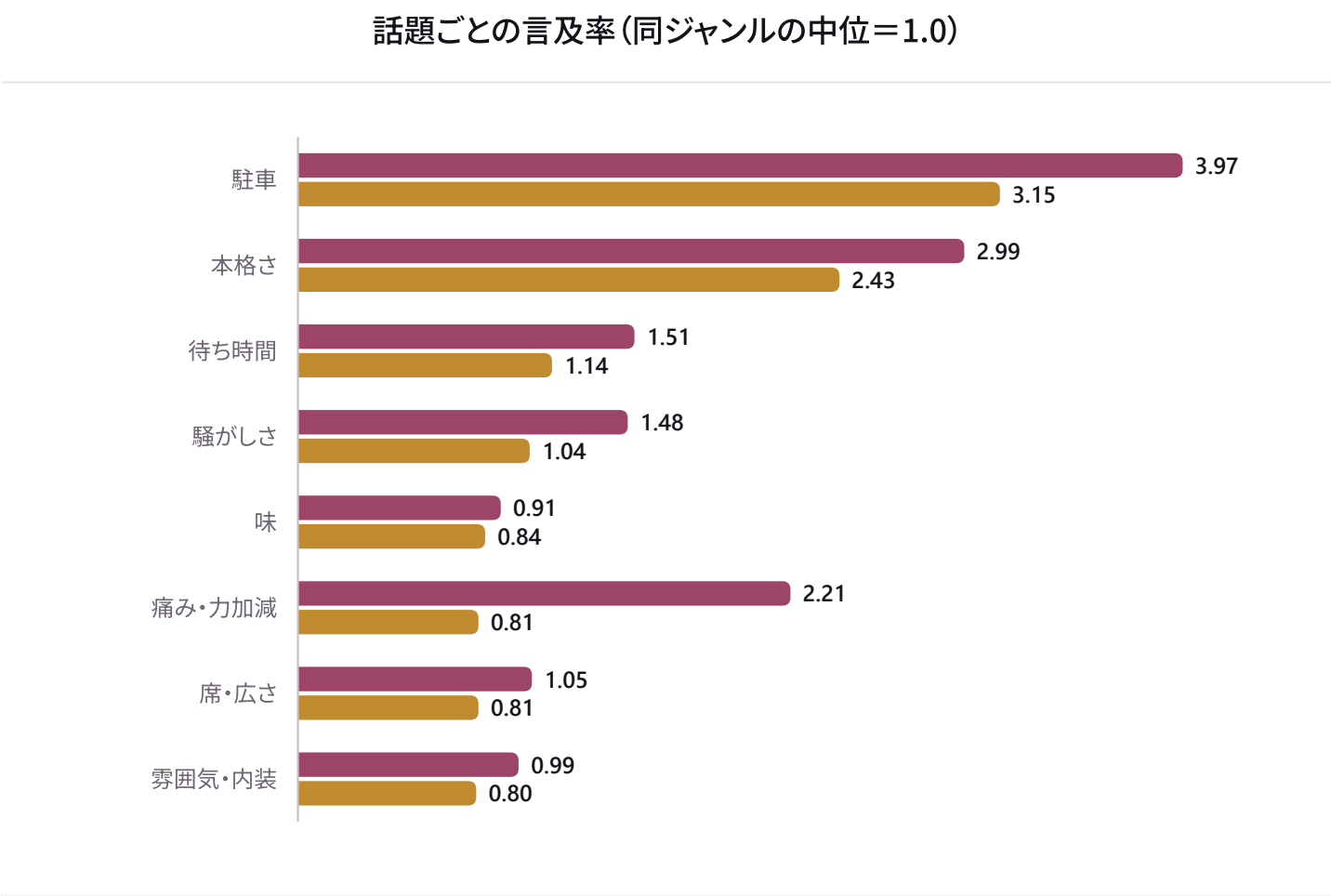
10 層による差があるか

何が語られているか

駐車・本格さ・待ち時間・騒がしさの4つが、同ジャンルの真ん中の店より多く語られています(20 話題のうち)。

ここで言えるのは「量」だけです。多く語られていることは、不満が多いことではありません——実測では、この店で旗の立った話題ほど★4以上の割合が高く出ています。向きは次の章(07)で測ります。

図 6-1



■ 倍率(点推定) ■ 95%区間の下限

話題ごとの言及率(同ジャンルの中位=1.0) (単位: 倍)

区分	倍率(点推定)	95%区間の下限
駐車	3.97	3.15

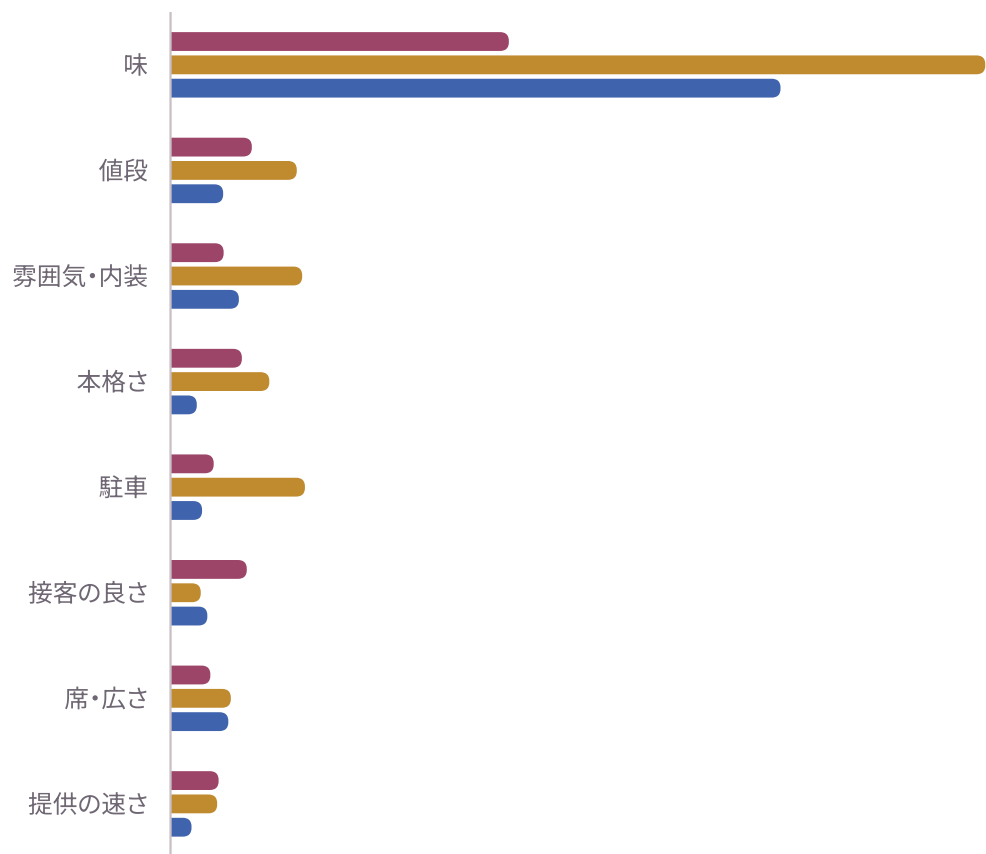
区分	倍率 (点推定)	95%区間の下限
本格さ	2.99	2.43
待ち時間	1.51	1.14
騒がしさ	1.48	1.04
味	0.91	0.84
痛み・力加減	2.21	0.81
席・広さ	1.05	0.81
雰囲気・内装	0.99	0.80

出典: 本文のあるレビュー 1,532 件に、20 語彙の正規表現を当てた結果／単位: 倍

注: 「多い」と言えるのは、95%区間の下限が 1.0 を超える組だけです (実測で 4 / 20)。言及は不満ではありません——20 語彙のうちはっきり否定寄りなのは「接客態度」1 語だけで、「清潔さ」「味」は一致したレビューの9割以上が★4以上でした。語彙に無い話題は数えられないので、言及が無いことは問題が無いことの証明にはなりません。

図 6-2

話題ごとの言及率(書かれた言語別)



■ 英語 (723件) ■ タイ語 (437件) ■ 日本語 (228件)

話題ごとの言及率(書かれた言語別) (単位: %)

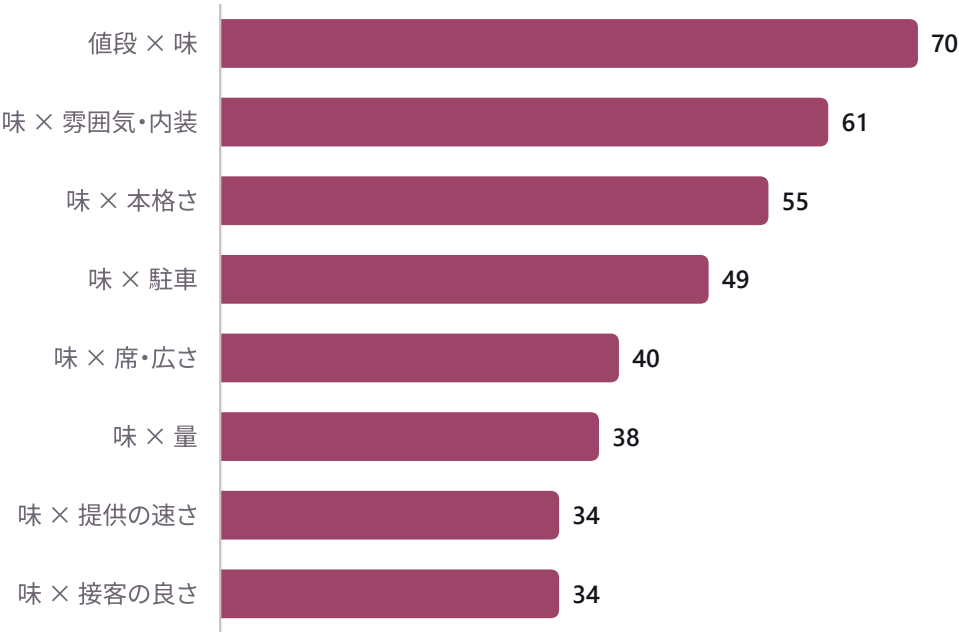
区分	英語 (723件)	タイ語 (437件)	日本語 (228件)
味	28.2	68.0	50.9
値段	6.8	10.5	4.4
雰囲気・内装	4.4	11.0	5.7
本格さ	5.9	8.2	2.2
駐車	3.6	11.2	2.6
接客の良さ	6.4	2.5	3.1
席・広さ	3.3	5.0	4.8
提供の速さ	4.0	3.9	1.8

出典: 本文のあるレビューを、書かれた言語で分けたもの(英語 723件／タイ語 437件／日本語 228件)／単位: %

注: 30件以上ある言語だけを出しています(多い順に最大3言語)。**3系列あるため図の中に数値を書き込めません**——数は下の数値表にあります(PDFでは開いた状態で入っています)。**言語は国籍ではありません**——Google が判定した投稿本文の言語です。合計3言語で 20 件に満たない話題は出していません。

図 6-3

同じレビューと一緒に出了話題



同じレビューと一緒に出了話題 (単位: 件)

区分	件数
値段 × 味	70
味 × 雰囲気・内装	61
味 × 本格さ	55
味 × 駐車	49
味 × 席・広さ	40
味 × 量	38
味 × 提供の速さ	34
味 × 接客の良さ	34

注: 一緒に出ることは、関係があることの証明ではありません。よく出る話題どうしは、偶然でも一緒に出ます。読みどころは「片方の言及のうち何割が、もう片方と一緒に」で、これは下の表に出しています。

T-01

駐車の言及が同業の 3.97 倍

本文のある 1,532 件のうち 81 件 (5.3%) が言及。同ジャンルの真ん中の店は 1.3% で、95%区間の下限で見ても 3.15 倍あります。

 **WARNING**

T-02

本格さの言及が同業の 2.99 倍

本文のある 1,532 件のうち 99 件 (6.5%) が言及。同ジャンルの真ん中の店は 2.2% で、95%区間の下限で見ても 2.43 倍あります。

 **WARNING**

T-03

待ち時間の言及が同業の 1.51 倍

本文のある 1,532 件のうち 58 件 (3.8%) が言及。同ジャンルの真ん中の店は 2.5% で、95%区間の下限で見ても 1.14 倍あります。

 **WARNING**

T-04

騒がしさの言及が同業の 1.48 倍

本文のある 1,532 件のうち 38 件 (2.5%) が言及。同ジャンルの真ん中の店は 1.7% で、95%区間の下限で見ても 1.04 倍あります。

 **WARNING**

話題	件数	言及率	同ジャンル中位	倍率	下限
駐車	81	5.3%	1.3%	3.97	3.15
本格さ	99	6.5%	2.2%	2.99	2.43

話題	件数	言及率	同ジャンル中位	倍率	下限
待ち時間	58	3.8%	2.5%	1.51	1.14
騒がしさ	38	2.5%	1.7%	1.48	1.04
味	688	44.9%	49.6%	0.91	0.84
痛み・力加減	6	0.4%	0.2%	2.21	0.81
席・広さ	64	4.2%	4.0%	1.05	0.81
雰囲気・内装	99	6.5%	6.6%	0.99	0.80
量	52	3.4%	4.0%	0.85	0.63
追加料金	9	0.6%	0.5%	1.25	0.57
提供の速さ	51	3.3%	4.5%	0.75	0.55
接客の良さ	70	4.6%	6.6%	0.69	0.54
立地・行き方	45	2.9%	4.1%	0.72	0.52
値段	125	8.2%	13.1%	0.62	0.52
再訪の意思	28	1.8%	2.7%	0.69	0.46
言葉が通じない	5	0.3%	0.2%	1.39	0.45
清潔さ	30	2.0%	4.2%	0.47	0.32
接客態度	4	0.3%	0.5%	0.55	0.15
予約	0	0.0%	0.0%	—	—
チップ	4	0.3%	0.0%	—	—
組み合わせ	件数	左の話題のうち		右の話題のうち	
値段 × 味	70	56.0%		10.2%	
味 × 雰囲気・内装	61	8.9%		61.6%	
味 × 本格さ	55	8.0%		55.6%	
味 × 駐車	49	7.1%		60.5%	

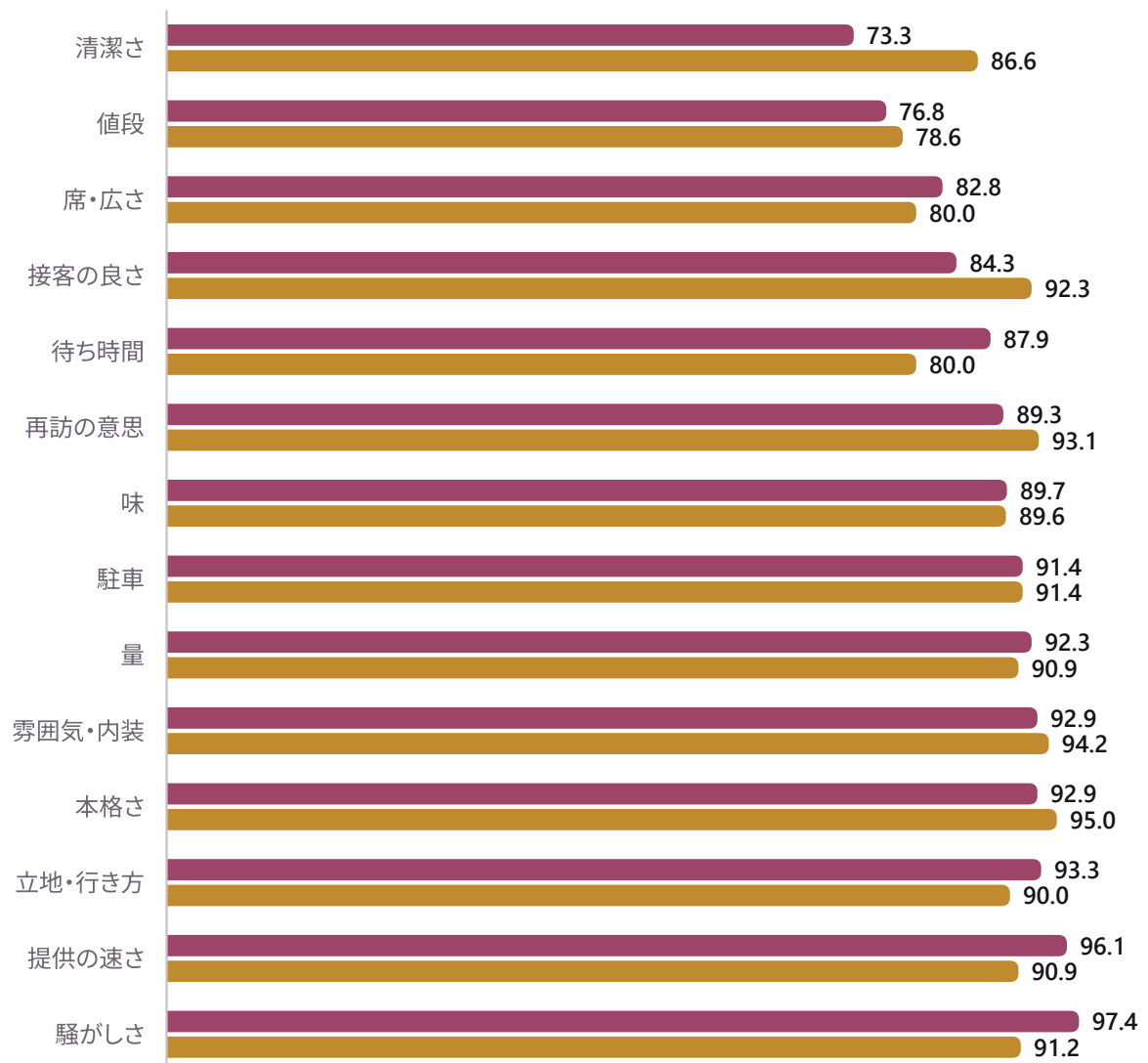
組み合わせ	件数	左の話題のうち	右の話題のうち
味 × 席・広さ	40	5.8%	62.5%
味 × 量	38	5.5%	73.1%
味 × 提供の速さ	34	4.9%	66.7%
味 × 接客の良さ	34	4.9%	48.6%

それは、どう受け止められているか

清潔さ・接客の良さの2つだけが、同ジャンルの真ん中の店より低く受け止められています。

図 7-1

話題ごとの★4以上の割合(自店 / 同ジャンルの中位)



■ A社 ■ 同ジャンルの中位

話題ごとの★4以上の割合(自店 / 同ジャンルの中位) (単位: %)

区分	A社	同ジャンルの中位
清潔さ	73.3	86.6
値段	76.8	78.6
席・広さ	82.8	80.0
接客の良さ	84.3	92.3
待ち時間	87.9	80.0
再訪の意思	89.3	93.1
味	89.7	89.6
駐車	91.4	91.4
量	92.3	90.9
雰囲気・内装	92.9	94.2
本格さ	92.9	95.0
立地・行き方	93.3	90.0
提供の速さ	96.1	90.9
騒がしさ	97.4	91.2

出典: その話題に一致したレビューの★(本文があり★のあるもの)／単位: %／低い順

注: 1話題 10 件以上あるものだけを出しています(★の向きを出せる話題 14/20 (1話題 10 件以上))。点ではなく区間で読んでください——下の表の95% 区間が中位をまたぐ話題は、差があるとは言えません。実測でまたがないのは低い側 2 話題・高い側 0 話題です。

注: 「同ジャンルの中位」は、同じ条件(その話題が 10 件以上)を満たす店だけの中央値です。話題ごとに母数が違うので、表に店数を出しています。

話題	件数	★4以上	95%区間	同ジャンル中位	店数	次にやること
清潔さ	30	73.3%	55.5%–85.8%	86.6%	56	該当する 30 件が書かれた月を並べ、時期に偏りがないかを確認する。偏っていれば、その時期の清掃の頻度と担当と照合する。
値段	125	76.8%	68.7%–83.3%	78.6%	96	区間が中位と重なるので、いま差があるとは言えない。価格を変えた時期を動かすなら、動かした前後で件数を分けて数える。

話題	件数	★4以上	95%区間	同ジャンル中位	店数	次にやること
席・広さ	64	82.8%	71.8%–90.1%	80.0%	56	区間が中位と重なるので、いま差があるとは言えない。席数と、待つ人の導線を動かすなら、動かした前後で件数を分けて数える。
接客の良さ	70	84.3%	74.0%–91.0%	92.3%	76	該当する 70 件が書かれた月を並べ、時期に偏りがなければ、その時期の時間帯ごとの人の配置と照合する。
待ち時間	58	87.9%	77.1%–94.0%	80.0%	29	区間が中位と重なるので、いま差があるとは言えない。混む時間帯の席の回転を動かすなら、動かした前後で件数を分けて数える。
再訪の意思	28	89.3%	72.8%–96.3%	93.1%	38	区間が中位と重なるので、いま差があるとは言えない。再訪した人が何を挙げているかを動かすなら、動かした前後で件数を分けて数える。
味	688	89.7%	87.2%–91.7%	89.6%	115	区間が中位と重なるので、いま差があるとは言えない。レシピと仕入れの変更履歴を動かすなら、動かした前後で件数を分けて数える。
駐車	81	91.4%	83.2%–95.8%	91.4%	21	区間が中位と重なるので、いま差があるとは言えない。駐車場の案内を動かすなら、動かした前後で件数を分けて数える。
量	52	92.3%	81.8%–97.0%	90.9%	50	区間が中位と重なるので、いま差があるとは言えない。盛り付けの基準を動かすなら、動かした前後で件数を分けて数える。
雰囲気・内装	99	92.9%	86.1%–96.5%	94.2%	68	区間が中位と重なるので、いま差があるとは言えない。内装と、出している写真を動かすなら、動かした前後で件数を分けて数える。
本格さ	99	92.9%	86.1%–96.5%	95.0%	37	区間が中位と重なるので、いま差があるとは言えない。何ををもって本格とするかの説明を動かすなら、動かした前後で件数を分けて数える。

話題	件数	★4以上	95%区間	同ジャンル中位	店数	次にやること
立地・行き方	45	93.3%	82.1%–97.7%	90.0%	55	区間が中位と重なるので、いま差があるとは言えない。地図と行き方の案内を動かすなら、動かした前後で件数を分けて数える。
提供の速さ	51	96.1%	86.8%–98.9%	90.9%	58	区間が中位と重なるので、いま差があるとは言えない。厨房の人の配置を動かすなら、動かした前後で件数を分けて数える。
騒がしさ	38	97.4%	86.5%–99.5%	91.2%	22	区間が中位と重なるので、いま差があるとは言えない。席の配置と、音の出る設備を動かすなら、動かした前後で件数を分けて数える。
接客態度	4		件数が 10 件に届かないため出せません			次の 10 件が貯まるまで判断を保留する。
予約	0		件数が 10 件に届かないため出せません			次の 10 件が貯まるまで判断を保留する。
言葉が通じない	5		件数が 10 件に届かないため出せません			次の 10 件が貯まるまで判断を保留する。
痛み・力加減	6		件数が 10 件に届かないため出せません			次の 10 件が貯まるまで判断を保留する。
追加料金	9		件数が 10 件に届かないため出せません			次の 10 件が貯まるまで判断を保留する。
チップ	4		件数が 10 件に届かないため出せません			次の 10 件が貯まるまで判断を保留する。

S-01

清潔さの受け止めが、同ジャンルの中位を下回る

その話題に触れた 30 件のうち★4以上は 73.3% (95%区間 55.5%～85.8%) で、同じ条件を満たす同ジャンル 56 店の中位 86.6% を区間の上端でも下回ります。**次にやること:** 該当する 30 件が書かれた月を並べ、時期に偏りがなければ、その時期の清掃の頻度と担当と照合する。

▲ **SERIOUS**

接客の良さの受け止めが、同ジャンルの中位を下回る

その話題に触れた 70 件のうち★4以上は 84.3% (95%区間 74.0%～91.0%) で、同じ条件を満たす同ジャンル 76 店の中位 92.3% を区間の上端でも下回ります。**次にやること:** 該当する 70 件が書かれた月を並べ、時期に偏りがないかを確認する。偏っていれば、その時期の時間帯ごとの人の配置と照合する。

▲ SERIOUS

前の章と読み合わせる

06 で「多く語られている」と出た 駐車・本格さ・待ち時間・騒がしさ は、この章ではいずれも中位を下回っていません。**量が多いことと、受け止めが悪いことは別です。**逆に、量では旗の立たなかった話題が、この章で下回ることがあります——清潔さ・接客の良さがそれにあたります。

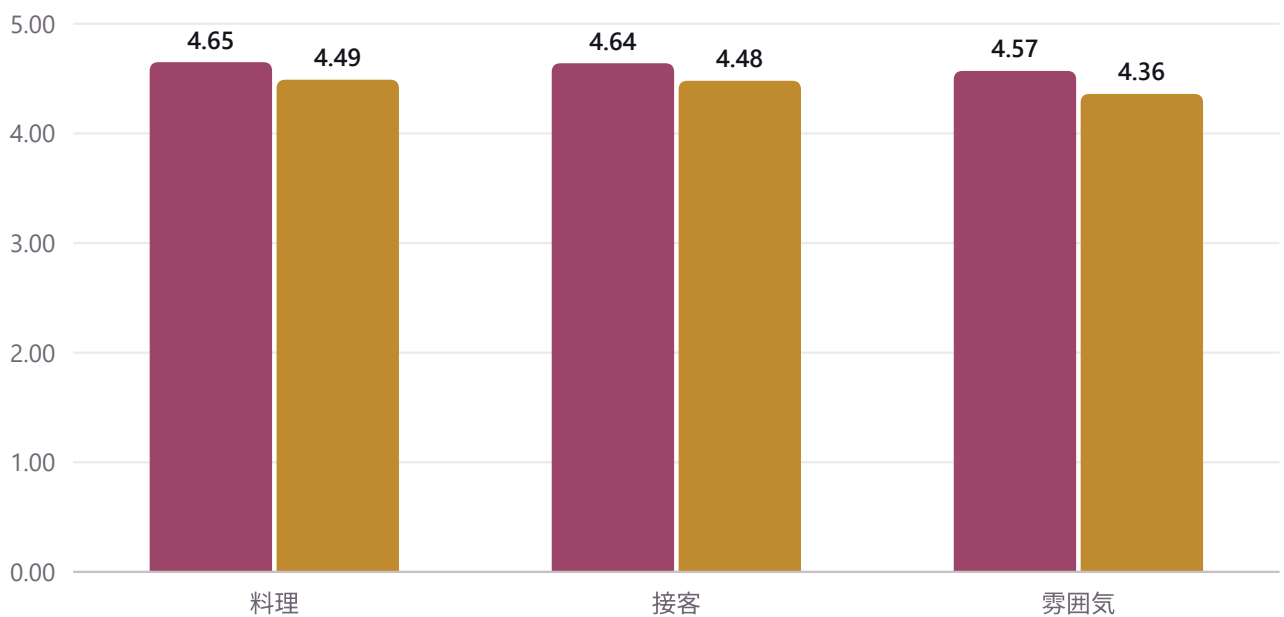
Google 自身が集計した数字

Google の項目別評価は 料理 4.65・接客 4.64・雰囲気 4.57 で、いずれも同ジャンルの中位を上回ります。

ここまでの章は、すべて我々が本文から数えた値です。この章だけは Google が投稿者に直接聞いて集計した値で、語彙照合とは独立しています。別の方法で同じ向きが出れば確からしさが上がり、食い違えばどちらかの読み方が間違っています。

図 8-1

Google の項目別評価(自店 / 同ジャンルの中位)



■ A社 ■ 同ジャンルの中位

Google の項目別評価(自店 / 同ジャンルの中位)

区分	A社	同ジャンルの中位
料理	4.65	4.49
接客	4.64	4.48

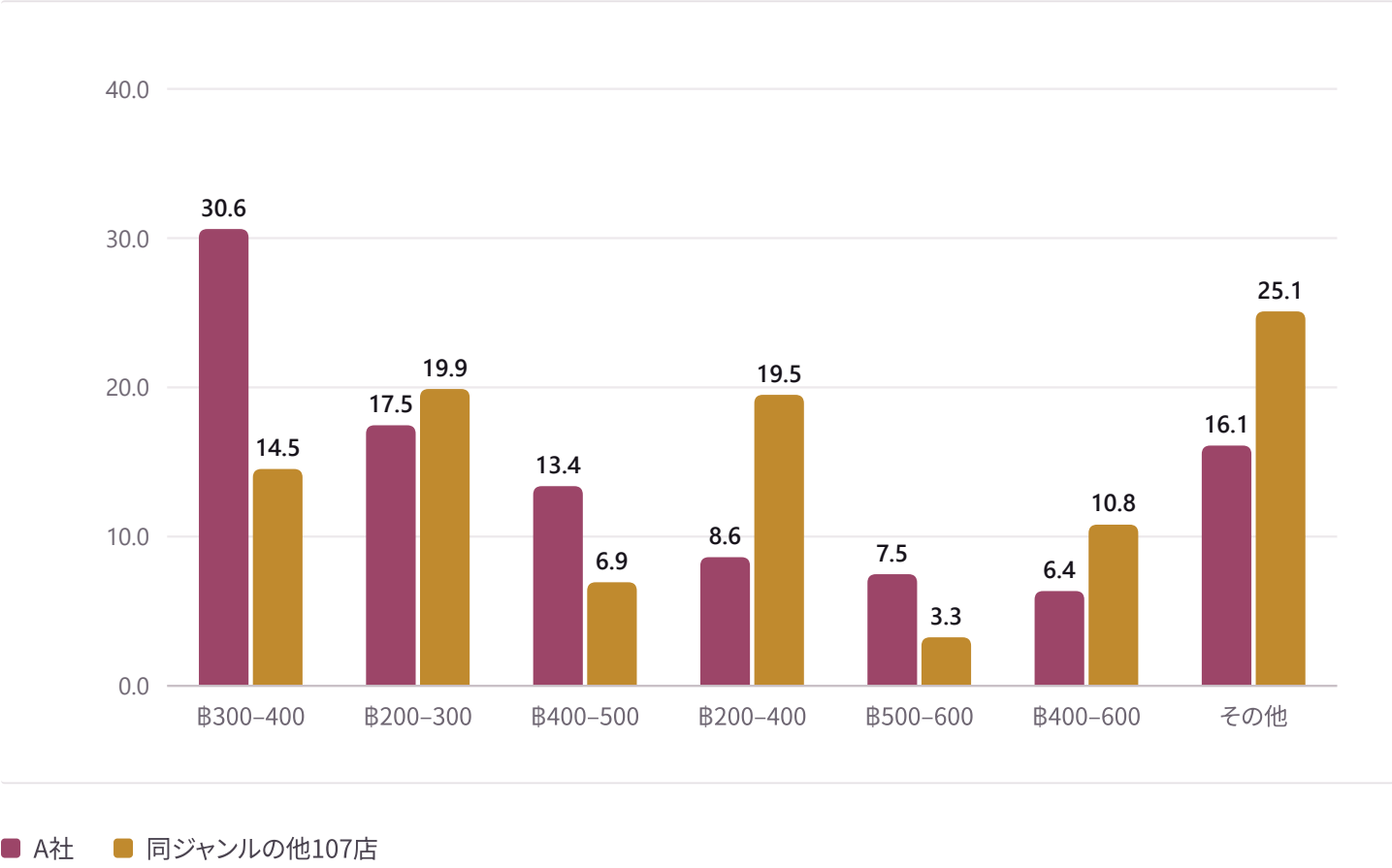
区分	A社	同ジャンルの中位
雰囲気	4.57	4.36

出典: Google の review_highlights (投稿者が1〜5で答えた項目)／単位: 点

注: 料理 582件・39位/111店／接客 580件・34位/111店／雰囲気 579件・35位/111店。順位は同じ条件(各項目 20 件以上)を満たす店の中での順位です。近い順位の差は、測った誤差の範囲に収まることがあります。

図 8-2

1人あたりの支払い(Google が投稿者に聞いた回答)



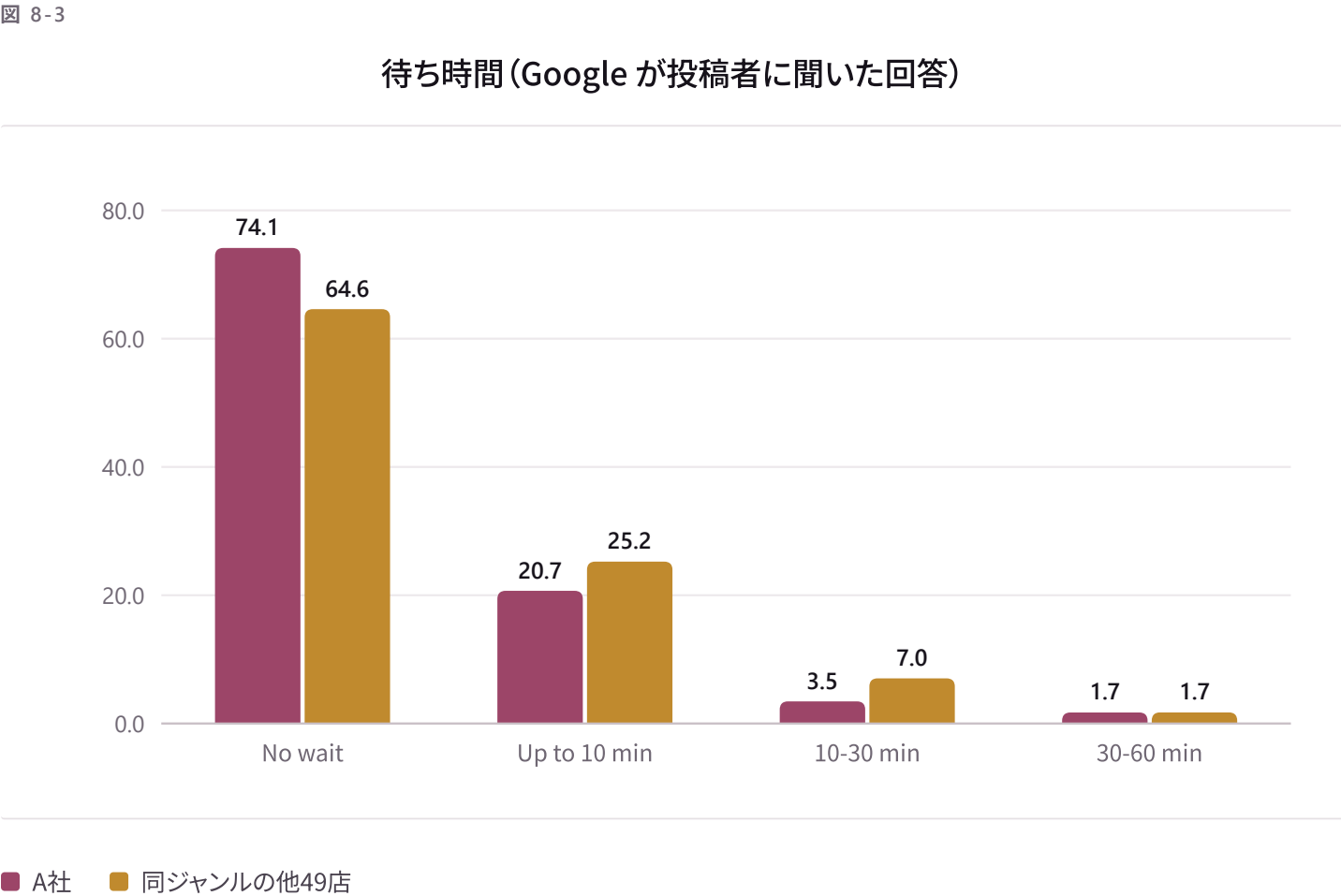
1人あたりの支払い(Google が投稿者に聞いた回答) (単位: %)

区分	A社	同ジャンルの他107店
¥300-400	30.6	14.5
¥200-300	17.5	19.9
¥400-500	13.4	6.9
¥200-400	8.6	19.5
¥500-600	7.5	3.3

区分	A社	同ジャンルの他107店
¥400-600	6.4	10.8
その他	16.1	25.1

出典: 自店 441 件／同ジャンルの他 107 店 18,755 件／単位: %

注: 最も多い区分は ¥300-400 (30.6%) で、同ジャンルの他店では 14.5% です。区分の刻みは Google 側の版によって100Bと200Bが混ざりますので、隣り合う区分の大小を細かく読まないでください。上位6区分以外は「その他」に畳んでいます。



待ち時間 (Google が投稿者に聞いた回答) (単位: %)

区分	A社	同ジャンルの他49店
No wait	74.1	64.6
Up to 10 min	20.7	25.2
10-30 min	3.5	7.0
30-60 min	1.7	1.7

出典: 自店 58 件／同ジャンルの他 49 店 4,517 件／単位: %

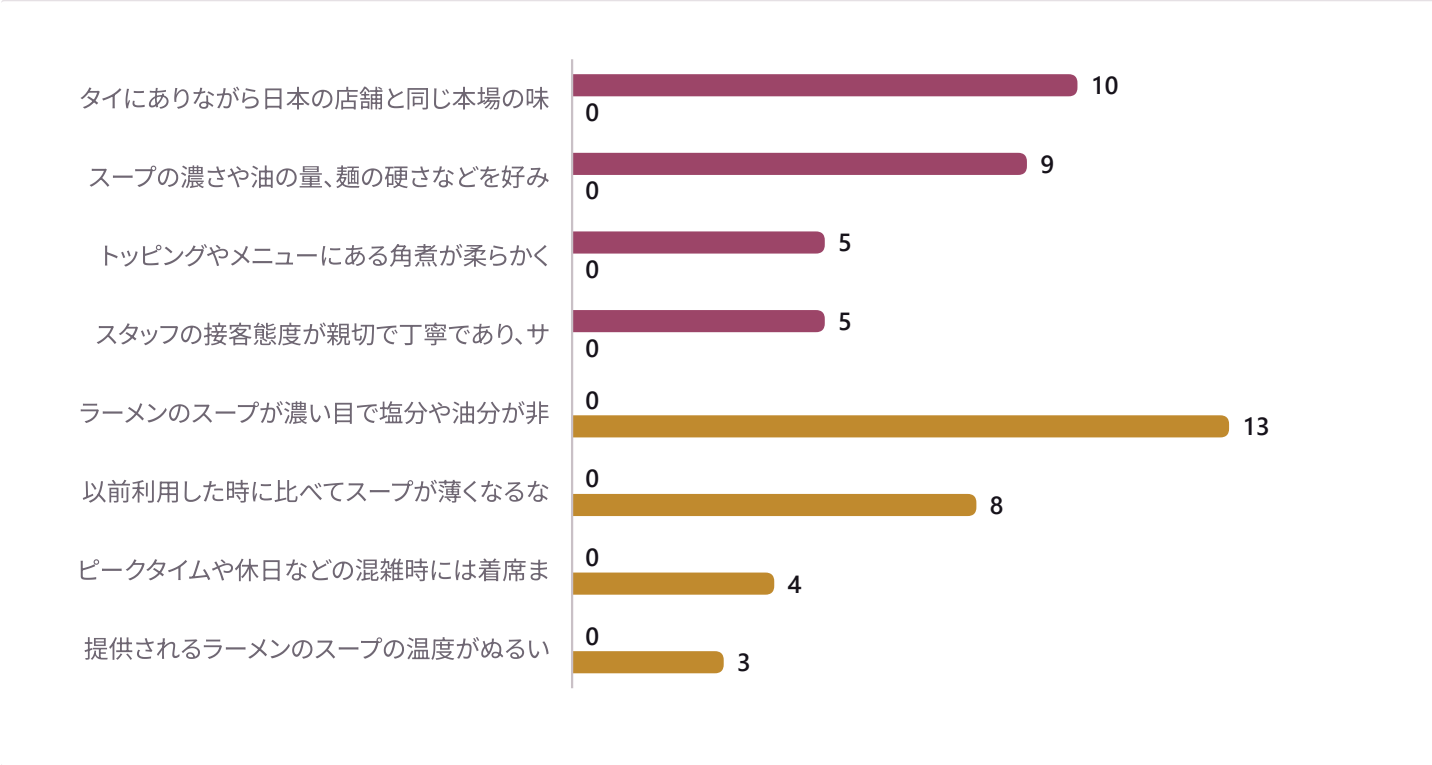
注: **No wait が 74.1%** (同ジャンル 64.6%)。06 で「待ち時間の言及が多い」と出たことと、この分布は**食い違っていません**——待ち時間に触れる人は多いが、待っていないと答えている、と読めます。ただし答えているのは 58 件だけなので、混む時間帯を代表しているとは限りません。

何が評価され、何が引っかかっているか

評価されているのは味の再現と好みへの調整、
引っかかっているのは味の濃さと待ち時間です。

図 9-1

要約の観点と、その裏づけ件数



■ 評価されている点 ■ 引っかかっている点

何が言及されているか (要約の観点と、その裏づけ件数) (単位: 件)

区分	評価されている点	引っかかっている点
タイにありながら日本の店舗と同じ本場の味	10	0
スープの濃さや油の量、麺の硬さなどを好み	9	0
トッピングやメニューにある角煮が柔らかく	5	0
スタッフの接客態度が親切で丁寧であり、サ	5	0

区分	評価されている点	引っかかっている点
ラーメンのスープが濃い目で塩分や油分が非	0	13
以前利用した時に比べてスープが薄くなるな	0	8
ピークタイムや休日などの混雑時には着席ま	0	4
提供されるラーメンのスープの温度がぬるい	0	3

出典: 採用したレビューの要約 (生成文)。原文は載せていません／単位: 件
注: 件数は「その観点到言及したレビューの数」です。要約の入力は最大60件で、上の「採用 958 件」とは分母が違います。

区分	件	観 点
評価	10	タイにありながら日本の店舗と同じ本場の味わいを楽しめると評価されている。
評価	9	スープの濃さや油の量、麺の硬さなどを好みに応じて調整できる点が高評価である。
評価	5	トッピングやメニューにある角煮が柔らかく甘みがあって非常に美味しいと評判である。
評価	5	スタッフの接客態度が親切で丁寧であり、サービスの質が高いと評価されている。
注意	13	ラーメンのスープが濃い目で塩分や油分が非常に強く感じられることがある。
注意	8	以前利用した時に比べてスープが薄くなるなど味が落ちたと感じられる意見がある。
注意	4	ピークタイムや休日などの混雑時には着席までに並んで待つ必要がある。
注意	3	提供されるラーメンのスープの温度がぬるいと感じられることがある。

図 6-1 との重なり

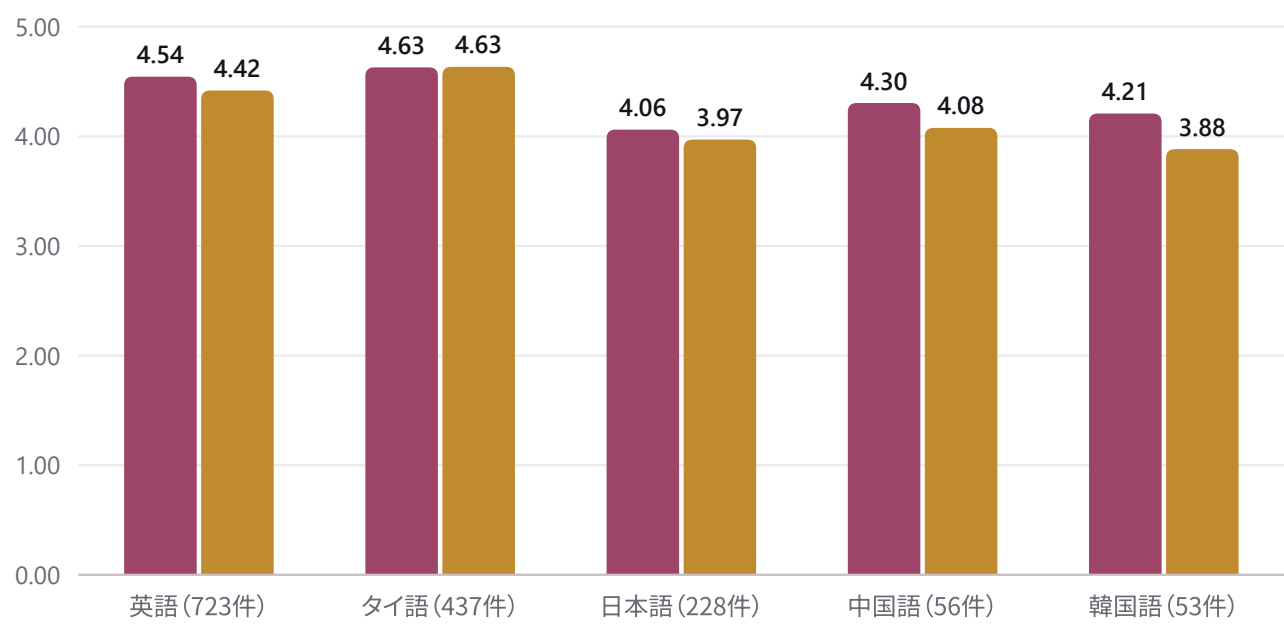
要約が挙げた「混雑時には並んで待つ必要がある」(4 件)は、語彙照合でも**待ち時間の言及が同業の 1.51 倍**として、別々の方法で独立に出ています。別々の方法で同じ方向が出た項目は、確からしさが上がります。

層による差があるか

店全体の水準が同ジャンルより 0.09 高く、それを差し引くと言語による差はほとんど残りません。

図 10-1

書かれた言語ごとの平均★



■ A社の平均★ ■ 同ジャンル同言語の平均★

書かれた言語ごとの平均★と、同ジャンル同言語との差

区分	A社の平均★	同ジャンル同言語の平均★
英語 (723件)	4.54	4.42
タイ語 (437件)	4.63	4.63
日本語 (228件)	4.06	3.97
中国語 (56件)	4.30	4.08
韓国語 (53件)	4.21	3.88

出典: レビューの原語 (1,497 件・15件以上ある 5 言語)／単位: ★
注: レビューの言語は客層の構成そのものではありません。書いた人の国籍でもありません。

言語	件数	平均★	同ジャンル同言語	乖離	店全体を引いた残差
英語	723	4.54	4.42	+0.13	+0.03
タイ語	437	4.63	4.63	-0.01	-0.10
日本語	228	4.06	3.97	+0.09	-0.00
中国語	56	4.30	4.08	+0.23	+0.13
韓国語	53	4.21	3.88	+0.32	+0.23
店全体の水準	—	—	—	+0.09	—

差し引いている2つ

1つは「その言語の書き手が元から厳しい」分 (同ジャンル同言語の平均で吸収)、もう1つは「この店が全ての層に対して高い／低い」分 (店全体の水準 0.09) です。2つを引いた後に残る差だけを層による差として読んでください。この店では残差が最大でも 0.23 で、層による差は検出できませんでした——差が無いという意味ではありません。

競合との差

競合と、どこが違うか

返信・獲得ペース・客の重なり・書き手の質。**競合の弱みは出しません**——出せるのは「うちとどう違うか」までです。

章 この部に入っている章

11 返信の運用が競合とどれだけ違うか

12 直近12ヶ月に増えた件数

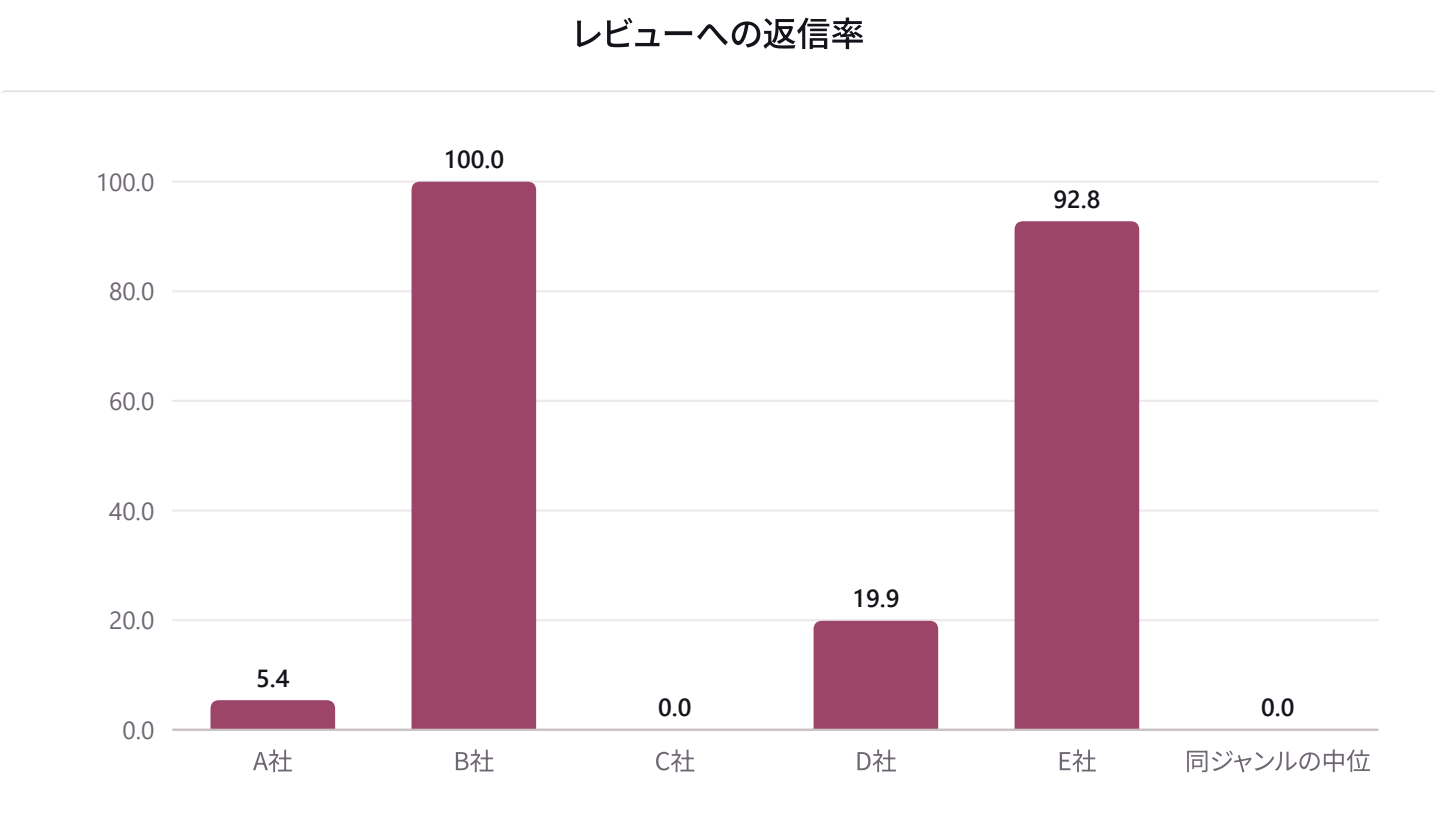
13 同じ人がどこへ書いているか

14 どんな人が書いているか

返信の運用が競合とどれだけ違うか

返信率は 5.4% で、競合 4 店のうち2店は9割を超えています。

図 11-1



レビューへの返信率 (単位: %)

区分	返信率
A社	5.4
B社	100.0
C社	0.0
D社	19.9
E社	92.8
同ジャンルの中位	0.0

出典: レビューへのオーナー返信 (Google が公開している返信欄) / 単位: %
注: 返信の有無と評価の因果は測っていません。「返信すれば評価が上がる」とは書きません。運用の差として出しています。

店	レビュー	返信率	★1への返信率	返信までの日数(中央)
A社	2,648	5.4%	3.1%	24.2 日
B社	900	100.0%	100.0%	1,550.1 日
C社	244	0.0%	0.0%	—
D社	805	19.9%	0.0%	51 日
E社	360	92.8%	100.0%	15.6 日
同ジャンルの中位	—	0.0%	—	—

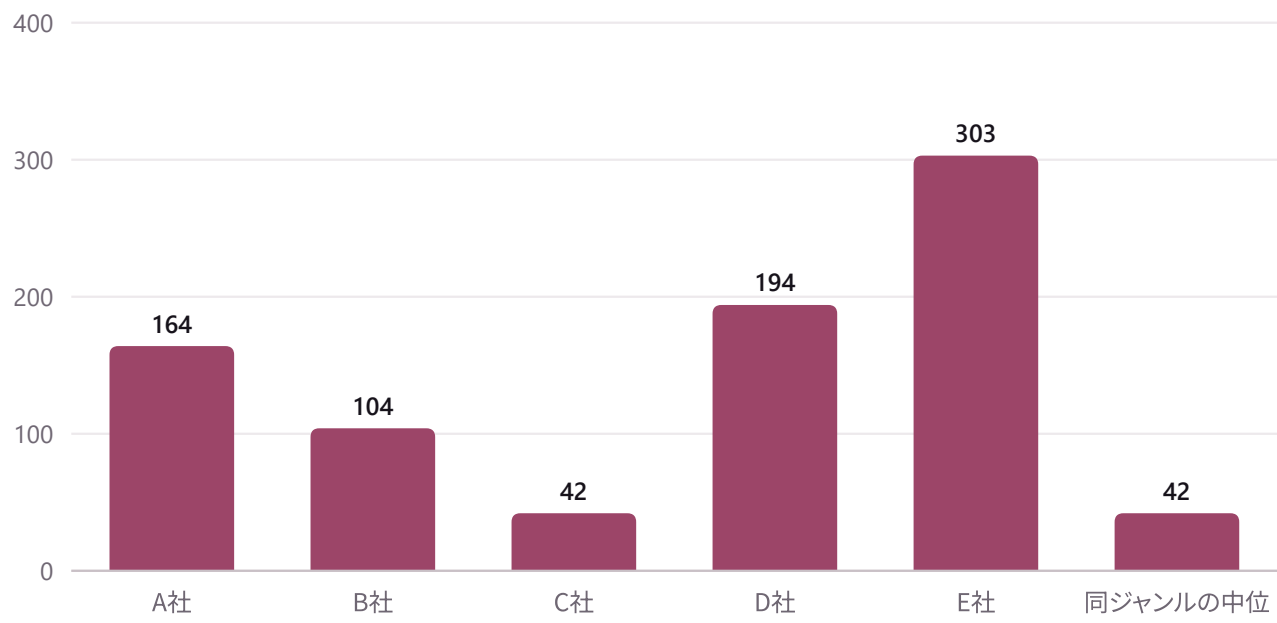
編集されたレビューは投稿日時が編集時刻に変わるため、返信までの日数から外しています。

直近12ヶ月に増えた件数

直近12ヶ月に増えたのは 164 件で、同ジャンルの中位 42 件を上回りますが、競合E社の 303 件には届いていません。

図 12-1

直近12ヶ月に増えたレビュー件数



直近12ヶ月に増えたレビュー件数 (単位: 件)

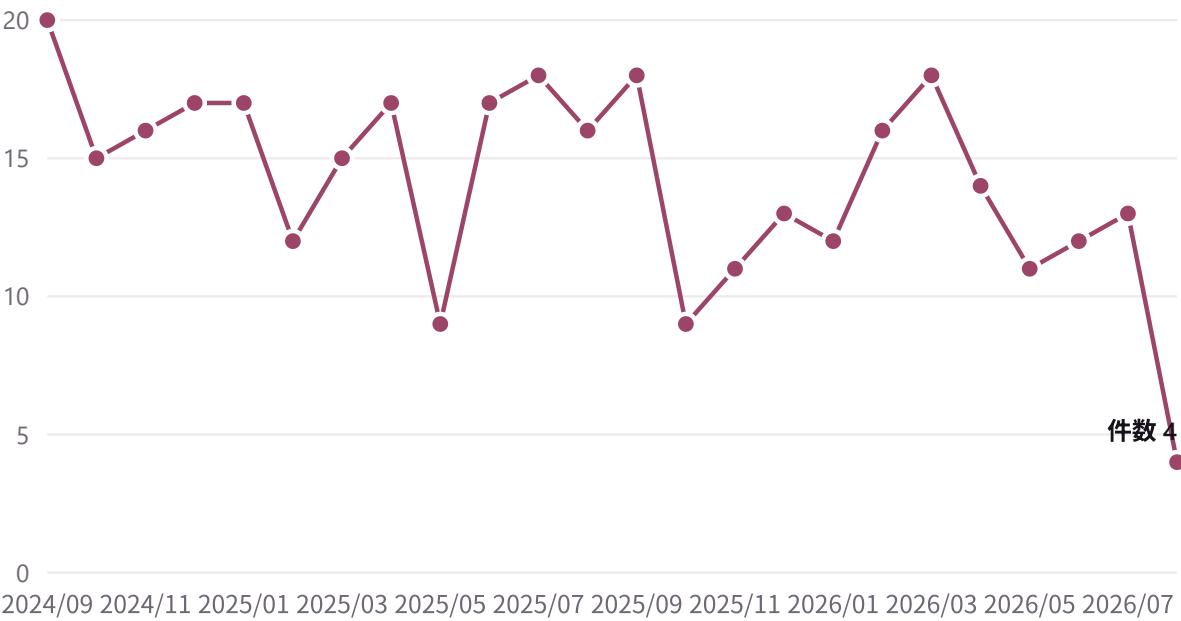
区分	直近12ヶ月
A社	164
B社	104
C社	42
D社	194
E社	303
同ジャンルの中位	42

出典: レビューの投稿日時(取得日から12ヶ月)／単位: 件

注: 件数の少なさが「見られていない」ことを意味するとは書きません。件数は、見られた回数と来店した割合と書いた割合の積で決まるもので、当方はそのどれも測っていません。

図 12-2

月別のレビュー件数(直近24ヶ月)



月別のレビュー件数(直近24ヶ月・取得ベース)(単位: 件)

区分	件数
2024/09	20
2024/10	15
2024/11	16
2024/12	17
2025/01	17
2025/02	12
2025/03	15
2025/04	17
2025/05	9
2025/06	17

区分	件数
2025/07	18
2025/08	16
2025/09	18
2025/10	9
2025/11	11
2025/12	13
2026/01	12
2026/02	16
2026/03	18
2026/04	14
2026/05	11
2026/06	12
2026/07	13
2026/08	4

単位: 件 (取得したレビュー。採用ベースではありません)

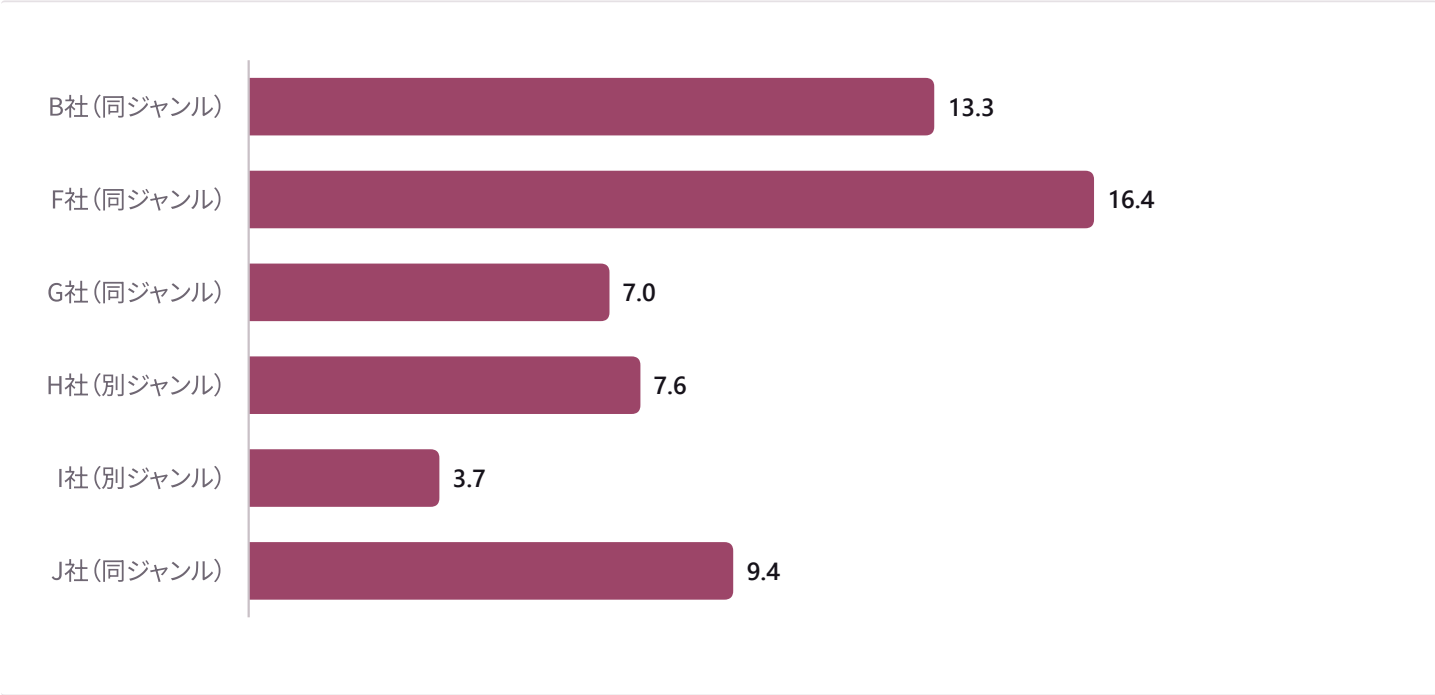
注: これは**件数の推移であって、評価点の推移ではありません**。直近3ヶ月は平常期 (141 ヶ月・月あたり中央 18 件) の 0.537 倍で、**急増の条件 (3倍以上かつ20件以上) には当たりません**。

同じ人がどこへ書いているか

A社に書いた人のうち 120 人がB社にも書いており、偶然の 13.30 倍です。

図 13-1

同じ人が両方に書いている度合い(偶然＝1.0)



同じ人が両方に書いている度合い(偶然＝1.0) (単位: 倍)

区分	偶然との比
B社 (同ジャンル)	13.3
F社 (同ジャンル)	16.4
G社 (同ジャンル)	7.0
H社 (別ジャンル)	7.6
I社 (別ジャンル)	3.7
J社 (同ジャンル)	9.4

出典: 投稿者の店舗間の重なり (IDは数えるためだけに使い、保存していません) / 単位: 倍

注: この並びは競合の確定ではありません。相手の店が大きいほど重なりは増えるので、件数から計算した「偶然ならこれくらい」と比べた倍率で並べています。業態・価格帯・席数と突き合わせて、候補として使ってください。

店	共有した人数	偶然ならこれくらい	偶然との比	重なり率	同ジャンルか
B社	120	9.03	13.30	13.3%	同じ
F社	110	6.72	16.40	16.4%	同じ
G社	104	14.85	7.00	7.0%	同じ
H社	98	12.84	7.60	7.7%	違う
I社	97	26.50	3.70	3.7%	違う
J社	94	10.04	9.40	9.4%	同じ

どんな人が書いているか

本文の無いレビューが 42.1%、Local Guide が 85.3% を占めます。

項目	A社	サイト全体	読み方
本文が無い割合	42.1%	24.0%	★だけ付けて本文が無いもの。評価には採用しません
Local Guide の割合	85.3%	41.6%	Google の投稿者プログラムの参加者
Google の項目別評価: Food	4.65 (582件)	—	Google が飲食店に出す項目です。マッサージ・美容では付きません
Google の項目別評価: Service	4.64 (580件)	—	Google が飲食店に出す項目です。マッサージ・美容では付きません
Google の項目別評価: Atmosphere	4.57 (579件)	—	Google が飲食店に出す項目です。マッサージ・美容では付きません
区分: Price per person	¥300–400 (30.6%)	—	最頻の区分とその占有率。441 件
区分: Wait time	No wait (74.1%)	—	最頻の区分とその占有率。58 件
区分: Noise level	Quiet, easy to talk (50.0%)	—	最頻の区分とその占有率。20 件

整理と打ち手

次に、何をするか

ここまでの事実だけで整理し、**前提の確かさで並べ替えます**。効果は約束しません——因果を測っていないからです。

章	この部に入っている章
---	------------

15	SWOT
----	------

16	前提が確かな順に
----	----------

SWOT

強みは味の再現と★1の少なさ、弱みは採用率の低さと3つの話題、機会は返信運用の空白、脅威は競合の獲得ペースです。

区分	中身	この資料のどこに根拠があるか
S 強み	評価点 4.00 は同ジャンル中央値 3.55 を上回る (18位/117店)。★1の割合は同ジャンルの真ん中より 少ないと言える (117店中8店だけ)。味の再現 (10件) と好みへの調整 (9件) が繰り返し挙がる	02・04・06
W 弱み	採用率 36.2% は中位より 6.9pt 低い (本文の無いレビューが 1,116 件)。駐車・本格さ・待ち時間・騒がしさの言及が同業より多い。返信率 5.4%	03・05・08
O 機会	同ジャンルの返信率の中位は 0.0% で、 大半の店が返信していない 。★1への返信は 3.1%。日本語のレビューが 228 件あり、層としては最大級	07・08
T 脅威	直近12ヶ月で E社 は 303 件、D社 は 194 件を積み増した (自店 164 件)。競合B社とは 120 人の客を共有している (偶然の 13.30 倍)	09・10

注: 競合について出しているのは集計値だけです (返信率・★1への返信率・返信までの日数・直近12ヶ月の件数・投稿者の重なり)。競合が何を言われているか、どの層に弱いかは出していません——他店の弱点を名指しで渡すと、それを突く材料になるためです。

前提が確かな順に

手間の大きい順ではなく、前提が確かな順に並べています。効果はお約束しません。

優先度 1 / 前提がいちばん確か

★1への返信を運用に載せる

- **前提:** 返信率 5.4%・★1への返信率 3.1% (実測)。競合 4 店中2 店が9割超
- **やること:** ★1～2に対する返信の型を決め、投稿から何日以内に返すかを定める
- **確かめ方:** 貴店の手元で測れます——Google ビジネスプロフィールの管理画面で返信率と返信日を数える
- **言えないこと:** 返信で評価点や順位が上がるかは測っていません

優先度 2

駐車と本格さの実態を自店で測る

- **前提:** 駐車 3.97 倍 (下限 3.15)・本格さ 2.99 倍 (下限 2.43)。要約でも「混雑時には並んで待つ必要がある」が挙がっている
- **やること:** ピーク時間帯の待ち時間を実測し、案内の出し方を決める。駐車可否と場所を店頭とプロフィールに明記する
- **確かめ方:** 貴店の手元で測れます (待ち時間の実測)。言及率の変化は当方がデータを取り直さないと測れません

優先度 3 / 前提はいちばん弱い

本文の無いレビューの割合を下げる

- **前提:** 本文の無いレビューが 1,116 件 (取得の 42.1%)。採用率が中位より 6.9pt 低いことの主因
- **やること:** 来店時の声かけで「どこがよかったか一言」を促す
- **確かめ方:** 新しく付いたレビューの本文有無は貴店の手元で数えられます
- **言えないこと:** 本文が増えれば採用率が上がりますが、評価点が上がるとは限りません (採用される母集団が変わるため)

注記・免責

1. **データ出典と取得日:** Google マップのレビュー (2026-08-17 取得)。取得 2,648 件・網羅率 99.5%。取得は新しい順で、上限に達したため打ち切られています。
2. **この見本は匿名化した実データです。**店名・住所・店舗IDは伏せていますが、**数値はすべて実測**で、架空の値は1つ也没有せん。競合も同じく匿名です。
3. **ザイロ評価点は当サイトの計算による点**で、Google の表示平均とは別の量です。見ているのは「本文に具体的な情報が含まれる」「投稿者に一定の投稿実績がある」の2点だけで、実際に利用したかどうか、レビューの真偽も確認していません。そこから推定した参考値です。
4. **順位が近い店どうしの差は読めません。**同じ画面の95%区間が重なっている2店は、どちらが上か決められません。区間の幅は店どうして比べないでください。
5. **話題の言及率は、語彙に載っている 20 話題しか数えません。**英訳を経た本文に当てているので、原語の言い回しは落ちます。言及が無いことは問題が無いことの証明にはなりません。
6. **レビューを書かなかった人の声は、どこにも入りません。**満足した人が書かないのか、不満な人が書かないのかも分かりません。
7. **多数の店を同時に判定しているので、偶然に外れる組も出ます。**判定だけでなく件数と幅を必ず添えています。
8. **お約束できないこと:** 順位・評価点・売上の改善。「返信すれば評価が上がる」「レビューを増やせば検索順位が上がる」とは書きません。いずれも因果を測っていません。
9. **掲載内容の訂正・削除のご連絡も承ります。**