

ハイヨ屋 無料レビュー返信診断

楽天市場の公開ページから見た 「レビュー返信」と「商品ページ」の診断

対象: 架空店A(食品ギフト/干物・焼き菓子の詰め合わせ)【見本・ダミー】

見た日: 2026年〇月〇日 / 見たページ: ショップレビュー(直近30件)・売れ筋の商品ページ3つ・会社概要

3行でまとめると

- 直近30件のレビューのうち、店の返信があるのは **4件(約13%)**。★4～5の23件には**1件も返信がありません**。
- 厳しい評価(★1～3)の理由は「**届く日**」と「**箱・梱包**」で**7件中5件**。商品の味そのものへの不満は1件だけでした。
- 商品ページは、スマホで **賞味期限**と「**ギフト対応**」が**見つけにくい**つくりです。ここを直すと、同じ質問・同じ低評価が減る見込みです【推測】。

このレポートの前提

- 誰でも見られる楽天市場の公開ページだけを見て作りました。ログイン・RMS・お客様の個人情報は使っていません。
- レビューの投稿・「参考になった」を押すこと・レビューの願いは、一切していません。
- 数字は「目安」です。正確な件数や売上は、お店のRMSでしか分かりません(6ページ目)。

1. 数字で見るレビュー【見本・ダミー】

ショップレビュー総数

1,236件

レビューページの「〇件の口コミ」

直近30件の平均

★4.13

30件の星を足して30で割った値

直近30件の返信率(目安)

13%

30件中4件に店の返信あり

最後に★4～5へ返信した月

4月

それ以降の高評価は未返信

星の数ごとの件数と、店の返信(直近30件)

星	件数	うち店の返信あり	返信の割合	見え方
★5	17	0	0%	<div></div>
★4	6	0	0%	<div></div>
★3	3	1	33%	<div></div>
★2	2	1	50%	<div></div>
★1	2	2	100%	<div></div>
計	30	4	13%	

見え方のバーは件数の割合。対象期間は2026年9月1日～10月27日のレビュー【見本・ダミー】。

未返信の傾向

- 高評価ほど返信がない。★1・★2には返信しているので、「困ったときだけ返す」運用になっていると見られます【推測】。
- ★3が手薄。★3の3件は「量が思ったより少ない」「塩加減が強め」など具体的な声ですが、返信は1件。次に買う人がいちばん参考にする層です【推測】。
- 返信が止まった時期がある。5月以降の高評価に返信がなく、繁忙期の後から手が回っていない様子です【推測】。

ここがポイント — 高評価への短いお礼は、読んだ次のお客様に「この店はちゃんと見ている」と伝わります。返信は1件120～200字ほど、店のルールを決めれば下書きは毎日そろえられます。

2. 厳しい評価の主な論点【見本・ダミー】

★1～3の7件を、内容で分けました。お客様の文はそのまま載せず、要点だけを短くまとめています。

論点	件数	よくある書かれ方(要約)	店でできること(案)
届く日・配送	3	指定日に届かなかった/お歳暮の時期に遅れた	商品ページと注文確認メールに「繁忙期の発送の目安」を1行。問い合わせ返信の型をそろえる
箱・梱包	2	箱の角がつぶれていた/贈り物として渡しにくかった	梱包を見直したら、返信と商品ページに事実として1行書く
のし・名入れ	1	のしの名前の書き方が違った	注文時の備考欄の書き方の例を、商品ページの上の方へ
量・味の期待差	1	思っていたより小さい	「何枚入り・1枚の大きさ・何人分」をスマホの最初の画面に



- 届く日・配送 3件(43%)
- 箱・梱包 2件(29%)
- のし・名入れ 1件(14%)
- 量・味の期待差 1件(14%)

読み取れること

- 7件中5件は **商品の中身ではなく「届け方」** の話です。味や品質への不満は少なく、ここは強みと言えます【推測】。
- 届く日の不満は、事前の案内で減らせる種類です。「**いつ届くか**」を**先に書く**のが、いちばん効く直しになりそうです【推測】。

このレポートは、お客様のニックネーム・年代・性別などは載せません。特定のお客様を探したり、レビューの書き換えをお願いしたりする目的では使いません。

3. 商品ページの改善点3つ【見本・ダミー】

売れ筋の商品ページ3つ(干物の詰め合わせ、焼き菓子の箱、冬のギフトセット)を、**スマホ表示**で見ました。

1 賞味期限・保存方法が、画像の中の文字だけ

- **今:** 賞味期限(冷凍で○日)と解凍方法が、商品画像の6枚目の中に書かれている。文字の説明欄にはない。
- **直し方(案):** 商品説明の最初の5行に「賞味期限・保存方法・解凍のしかた」を文字で書く。画像は残してよい。
- **ねらい:** 「いつまで持つか」の問い合わせと、贈り先での困りごとを減らす【推測】。

2 「のし・名入れ・手提げ袋」の案内が、ページのいちばん下

- **今:** ギフト対応の説明が、スマホで10回ほど下へ動かした先にある。
- **直し方(案):** 価格のすぐ下に「ギフト対応: のし(無料)/名入れ(無料)/手提げ袋(1枚○円)/備考欄の書き方の例」を表で入れる。
- **ねらい:** 「のしは付けられますか」の問い合わせと、名入れ違いのレビューを減らす【推測】。

3 「何人分・何枚入り」が分かりにくい

- **今:** 「詰め合わせ」とだけあり、枚数と1枚の大きさは原材料欄の近くに小さく書かれている。
- **直し方(案):** 商品名の下に「8枚入り(2~3人で2回分の目安)」のように書く。目安の根拠は店の実際の量にそろえる。
- **ねらい:** 「思ったより小さい」という★3を減らす【推測】。

※「体にいい」「日本一」など、根拠のない言葉や効能の言葉は、提案文にも使いません(景品表示法・健康増進法などの確認が要するため)。

4. 返信文の見本(下書き)【見本・ダミー】

架空のレビュー3件に、店のルールに沿って下書きしました。送るかどうかは、毎回お店が決めます。ハイヨ屋が投稿することはありません。

★5のレビュー(要約・架空) 祖母の誕生日に送ったら、とても喜んでた。また頼みたい。

下書き 136字 この度は架空店Aをご利用いただき、ありがとうございます。おばあさまのお誕生日にお選びいただき、喜んでいただけたとのこと、店一同とてもうれしく拝見しました。寒い時期は焼いてすぐが一番おいしいので、ぜひ温かいうちにお召上がりください。またのお越しを心よりお待ちしております。

ルール: お客様の言葉を1つ拾う/URL・他の商品の宣伝・レビューのお願いは書かない

★3のレビュー(要約・架空) 味はよいが、思っていたより1枚が小さかった。

下書き 137字 この度はご利用いただき、ありがとうございます。お味を気に入っていただけたこと、うれしく思います。一方で、大きさが思っていたものと違ったとのこと、分かりにくいご案内で申し訳ございません。商品ページに1枚の大きさと何人分の目安を書き足します【店主さんに確認: 実際に書き足す場合のみ残す】。率直なお声をありがとうございました。

ルール: 謝る点を具体的に/やっていない改善は書かない(店主さんが確かめた事実だけ)

★1のレビュー(要約・架空) お歳暮で日付を指定したのに、2日遅れて届いた。先方に申し訳なかった。

下書き 143字 この度は大切なお歳暮のお届けが、ご指定の日より遅れてしまい、誠に申し訳ございません。先様へのお気持ちを思うと、心苦しいかぎりです。遅れた理由を確認し、年末の発送の目安を商品ページに分かりやすく載せるよう見直します【店主さんに確認: 原因と対応】。ご不明な点は、購入履歴の「ショップへの問い合わせ」からお知らせください。

ルール: 配送会社のせいにしない/返金・交換の約束は書かない(判断は店主さん)/まず店主さんに知らせる

5. このレポートの作り方と、分からないこと

見たもの(公開ページだけ)

- 楽天市場のショップレビューのページ: 星・投稿日・本文・店の返信の有無(直近30件)
- 売れ筋の商品ページ3つ(スマホ表示)
- 会社概要・ご利用ガイド(配送・のし・返品の手書き方)

やっていないこと

- ログイン、RMSを見ること、お客様の個人情報を扱うこと
- レビューの投稿・「参考になった」を押すこと・レビューのお願い
- お店の評判を外に出すこと(このレポートはご依頼のお店にだけお渡しします)

公開ページでは分からないこと

- 問い合わせの件数と中身(R-Messeは外から見えません)
- 返信までにかかった日数(正確には分かりません)
- アクセス数・売上・転換率・広告の成果
- 削除されたレビュー、非公開のやり取り
- 遅れや破損の本当の原因(お店の事情)

数字の読み方

- 返信率は「直近30件のうち店の返信がついた件数」の目安です。全期間の値ではありません。
- 【推測】と書いたところは、公開情報からの読み取りで、確かめていません。

次の一歩(ご希望の方だけ)

同じ診断を、**あなたのお店の公開ページ**で無料でお作りします。返信の下書き3件つきです。お店のURLだけで始められ、ログインは要りません。

ハイヨ屋 / 楽天市場は楽天グループ株式会社の登録商標です。ハイヨ屋は楽天グループ株式会社とは関係ありません。本レポートは法律・規約の助言ではありません。