

SAMPLE

Web現状確認調査 (判断整理用) PDF

- ※ 本資料はサービス説明用のサンプルです
- ※ 記載内容は 架空の企業・Webサイトを想定しています
- ※ 実在の企業・サービスとは関係ありません

企業名	〇〇株式会社（架空）
業種	BtoB向け業務支援サービス
Webサイト種別	コーポレートサイト サービス紹介ページ
想定目的	問い合わせ獲得

本資料は、

Webサイトの制作・改修を検討する前に

「今、どこまで対応すべきか？」

を整理するためのWeb現状確認調査（判断整理用）です。

制作提案や見積を目的としたものではなく、

進める？／進めない？

を含めた判断材料の整理を目的としています。

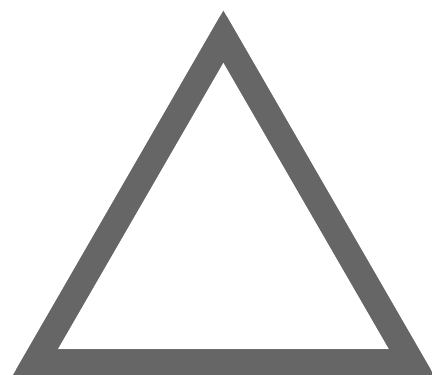


※ 以下は本サンプル用の仮定条件です

月間流入数	1,500～2,000
主な流入経路	検索広告・自然検索
月間お問い合わせ目標	15～20件
Web担当者	兼任（更新頻度は低め）

現状のまま

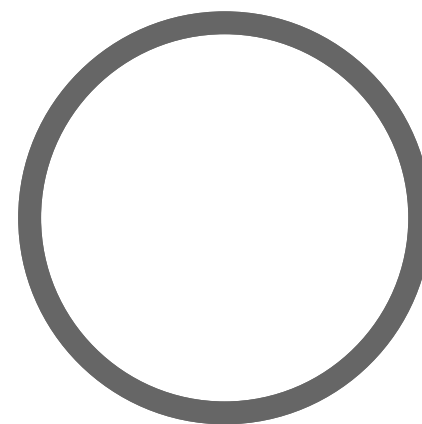
(HPをリニューアルしない)



特段の理由がない場合は見送る

部分的な改善

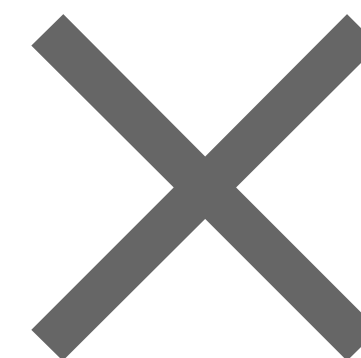
(部分的にHPをリニューアル)



おすすめ

全面的な作り替え

(HPをリニューアル)



今回は必要なし

判断理由：

現状サイトには改善余地が見られるものの、現時点で全面的な作り替えが必須となる致命的な問題は確認されませんでした。

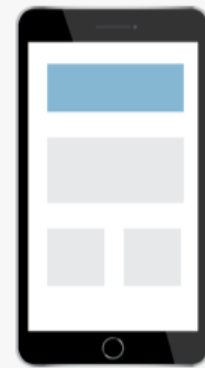
費用対効果を踏まえると、まずは部分的な改善を検討するのが妥当と判断します。

01



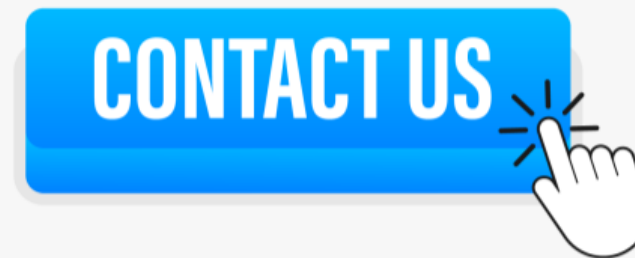
初回接触時の
情報整理
(ファーストビュー)

02



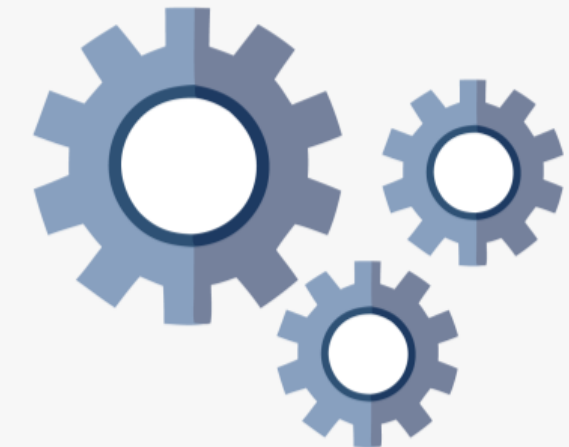
スマートフォン
表示時の導線

03



問い合わせまでの
行動導線

04



更新・運用の
しやすさ

01

ファーストビュー の情報量

- 情報量が多く、初見ユーザーにとって「何のサービスか」が瞬時に把握しづらい構成となっています。
- 広告流入がある場合、離脱要因になる可能性があります。

02

スマートフォン 表示時のCTA位置

- 主要な行動導線（問い合わせ）がファーストビュー外に配置されており、ユーザー行動までにワンクッション発生しています。
- スマホ比率が高い場合、CV効率に影響する可能性があります。

03

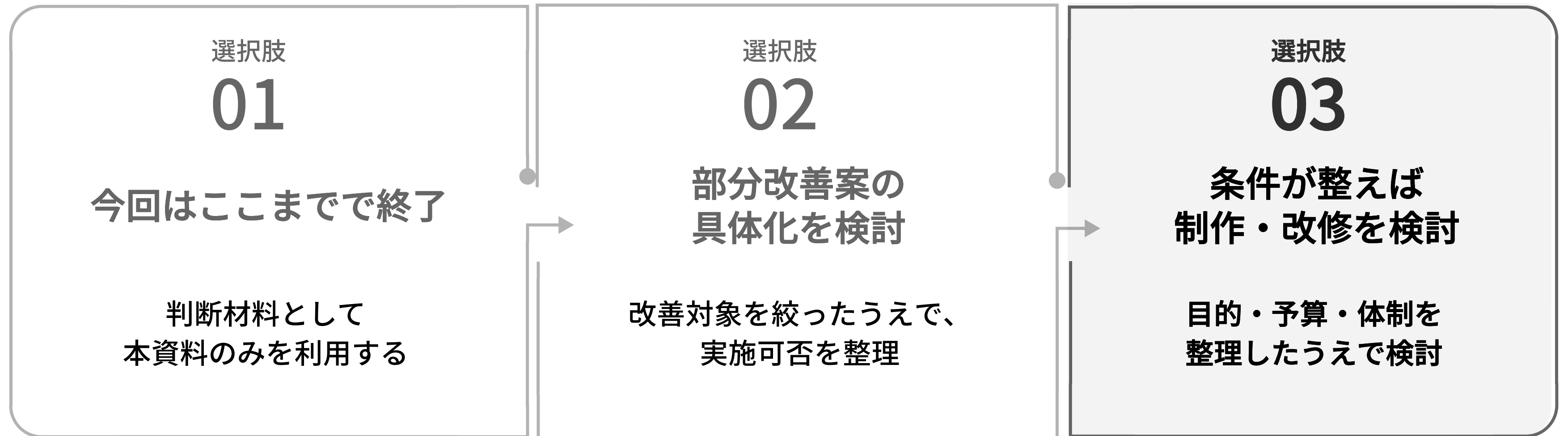
問い合わせフォーム の構成

- 入力項目数が多く、途中離脱のリスクが考えられます。
- 特に「必須項目」の多さが、初回問い合わせの心理的ハードルになっている可能性があります。

CV（コンバージョン）・・・サイトを訪れた人が、商品購入や問い合わせなどの「最終的な成果」に至ること。

本資料は、制作や改修を前提とした提案ではありません。

現状を踏まえたうえで、次に進むか／今回は進まないかを判断するための選択肢を整理しています。



本資料は、いずれの選択肢を取ることも前提としています。

本Web現状確認調査（判断整理用）は、制作を前提とした提案資料ではありません。
制作や改修を行わないという判断も、状況によっては適切な結論の一つと考えています。

Thank you.

ありがとうございました。

TEL
070-9036-3590

E-MAIL
proposal@aun-designworks.com

HOME PAGE
<https://www.aun-designworks.com>