



S I T E D I A G N O S I S

サイト診断レポート [見本]

公開中のページを214項目で拝見し、
とくに効く20項目を、優先度をつけて整理したものです。

診断対象 おかたづけ みつば(トップページ 1枚)

診断日 2026年9月1日

プラン ベーシック(1ページ診断+解説30分)

★本書は商品の見本です。診断対象は、この見本のために用意した架空のサイトであり、実在の事業者・実在のサイトとは関係がありません。
実際の納品では、お客様のページをスマートフォンの実機で表示して撮影したものを掲載します。

この診断で、お渡しするもの

いまお持ちのページを214項目で拝見し、改善点を洗い出したものです。そのうち189項目を判定でき、93件の改善点が見つかりました。公的な基準に照らして必ず直したいものが18件あります。本書には、とくに効く20項目を選んで載せています。制作はいたしません。判断のための資料と、その読み方をお渡しする商品です。

この資料の並び

3ページ目にまず直す3つをまとめています。お忙しければ、そこだけお読みください。

4ページ目に画面、5～6ページ目に20項目の結果、7ページ目に **ご自身で直せる項目と、制作の依頼が要る項目の仕分け**を置いています。

このプランが見るもの

ベーシックは、1ページを拝見します。LP（1枚のページ）をお持ちの方向けです。

ページが複数あるサイトは、**ページをまたいで見ないと分からないこと**（すべてのページに案内があるか、英語版と対応しているか、どこからもリンクされていないページがないか）がありますので、**スタンダード**で拝見します。

診断の物差し

「良し悪し」ではなく、**そのページの目的に対して働いているか**で見えています。本診断では目的を「お問い合わせ・お見積りのご依頼」と置きました。目的が違えば、優先度も変わります。

判定の見方

要改善 目的の達成を妨げている ／ **惜しい** 支障はないが、直すと効く
優先度は**高・中・低**の3段階です。高が6件、中が9件、低が5件でした。

直す順番の考え方

件数の多さではなく、**直したときに他の項目まで効きが変わるもの**を先に置いています。たとえば表示の土台が崩れていると、文章をいくら足しても読まれません。

この診断で見えていないこと

アクセス解析の数値、検索順位、他社様との比較、広告や法令の表現審査は**含みません**。見ているのは**ページの作り**——訪れた方が迷わないか、読み進められるか、お問い合わせにたどり着けるか、です。

診断の前提

診断日時点で**公開されている状態**を拝見しています。ベーシックのため対象は**1ページ**です。ページの目的は、ご依頼時にお知らせいただいた内容から置いています。

この診断でお約束しないこと。お問い合わせや売上が増えることはお約束できません。お渡しするのは「どこに問題があり、何から直すとよいか」の整理です。判断の材料としてお使いください。
また、他社様の制作物についての優劣の判定や評価は行いません。改善点の整理としてお伝えします。

まず直す3つ

20項目のうち、はじめに手を付けていただきたいものを3つ選びました。この順番でご説明します。

1 スマートフォンでの表示を直す

この1つで、他の19項目の効きが変わります。いまは何を書き足しても、スマートフォンでは読めない大きさで表示されます。

4ページ目の画面をご覧ください。パソコンでは整って見えるページが、スマートフォンでは全体が縮んで表示されています。これは表示指定が1行入っていないためで、書き足したうえで文字の大きさを組み直す作業になります。

2 最初の画面に「何をする店か」を1行で書く

訪れた方が最初に確かめるのは「ここは自分の困りごとを解決してくれるか」です。現状はその答えが画面上にありません。

「心をこめて、ていねいに。」の位置に、たとえば「押入れ・クローゼットの片づけを、半日でお手伝いします」のような、仕事の中身が分かる一文を置きます。写真も、風景ではなく作業の様子に替えます。

3 料金の目安を書く

金額の見当がつかないと、問い合わせそのものが起きません。「作業内容により異なります」は、書いていないのと同じに読まれます。

正確な金額でなくて構いません。「押入れ1か所 半日 ○○円～」のような幅のある目安と、「何によって金額が上下するか」を2～3行添えると、連絡の前の不安が外れます。

この3つは、いずれも大きく作り替えなくても手が付けられるものです。2番目と3番目は、文章を書き足すだけで済みます。

[illegible][illegible]

20項目の結果(①～⑩)

項目ごとに、判定・所見・優先度を記しています。所見は「何が起きているか」を書いたものです。直し方は7ページ目にまとめています。

項目	判定	所見	優先度
① ファーストビューで何のページが分かるか	要改善	最初の画面に「心をこめて、ていねいに。」という言葉と屋号しかなく、何をしてくれるお店なのかが書かれていません。写真も風景のため、手がかりになりません。	高
② スマートフォンでの表示崩れ	要改善	スマートフォン向けの表示指定 (viewport) が入っておらず、パソコン用の幅のまま縮めて表示されます。文字は実質7ポイント相当まで縮み、拡大しないと読めません。	高
③ 読み込みの速さ	惜しい	上部の写真が原寸のまま置かれています。表示に支障が出るほどではありませんが、書き出し直すと、電波の弱い場所での表示が軽くなります。	低
④ 文字の大きさと行間	要改善	本文が12ピクセル・行間1.35で組まれています。本文は16ピクセル前後・行間1.7～1.8が読みやすい目安です。現状は本文が2段階小さい状態です。	中
⑤ 配色のコントラスト	要改善	屋号の文字 (薄いグレー) と背景の明るさの差が小さく、明るい屋外では読み取りにくくなります。本文のグレーも、黒に一段寄せる余地があります。	中
⑥ お問い合わせボタンの位置と数	要改善	問い合わせ先がページ最下部の1か所だけです。読み進める途中で「頼みたい」と思った方が、そのまま離れてしまいます。	高
⑦ ボタンの文言	要改善	「送信」とだけ書かれています。何が起きるのが読み取れません。「無料でお見積りを依頼する」のように、押した先を言葉にすると迷いが減ります。	中
⑧ 価格の記載	要改善	料金がまったく書かれておらず、「お気軽にお問い合わせください」で終わっています。訪れた方は、金額の見当がつかないまま連絡することになります。	高
⑨ 実績や証拠の見せ方	要改善	「多くのお客様にご利用いただき」「経験豊富なスタッフ」とありますが、件数・年数・写真・お客様の言葉など、確かめられるものが1つ也没有せん。	中
⑩ よくある質問の有無	要改善	よくある質問がありません。「立ち会いは必要か」「見られたくないものはどうなるか」など、連絡の前に解いておきたい不安が残ったままになります。	中

20項目の結果(⑪～⑳)

項目	判定	所見	優先度
⑪ 写真の質と枚数	惜しい	写真が風景1枚のみで、仕事の中身が写ったものがありません。作業前後の様子が1組あるだけで、伝わり方が大きく変わります。	低
⑫ セクションの並び順	要改善	「ごあいさつ → 更新履歴 → 私たちについて → サービス内容」の順です。訪れた方が最初に知りたいのは「何を・いくらで・どこまで」であり、その3つが後ろに置かれています。	高
⑬ 見出しの言葉	惜しい	「ごあいさつ」「私たちについて」は、中身を表していません。見出しだけを拾い読みしたときに、内容が分かる言葉に替えられます。	低
⑭ 本文の読みやすさ	要改善	冒頭の文章が、改行のない1段落で645字あります。画面では文字の塊に見え、読み飛ばされます。3～4行ごとに切るのが目安です。	中
⑮ 不要な情報	惜しい	アクセスカウンターと更新履歴が、サービスの説明より上にあります。更新履歴の最終が2024年11月であることも、いま営業しているかの不安につながります。	低
⑯ 足りない情報	要改善	対応できる地域・作業にかかる時間・当日の流れ・立ち会いの要否が、どこにも書かれていません。訪問して行う仕事では、この4つが分からないと申し込みの判断ができません。	高
⑰ 会社・事業者情報	要改善	屋号と電話番号だけです。責任者のお名前・所在地・受付時間がありません。住まいに上がる仕事であるほど、ここが薄いと不安が残ります。	中
⑱ リンク切れ	要改善	「スタッフブログ」「お客様の声」の2本が、どちらも開けない先を指しています。しかも後者は、いちばん読まれるはずのリンクです。	中
⑲ タイトルと説明文	要改善	ページのタイトルが「トップページ」で、説明文 (description) がありません。検索結果や、誰かがこのページを共有したときに、何のページか伝わりません。	中
⑳ 画像の代替テキスト	惜しい	写真の代替テキストが空です。読み上げ環境で使う方に内容が伝わらず、写真が表示できなかったときにも何も残りません。	低

ご自身で直せるもの／制作の依頼が要るもの

20項目を、**文章や情報を足せば済むもの**と、**ページの作りに手を入れる必要があるもの**に分けました。括弧の中は、5～6ページ目の項目番号です。

ご自身で直せる(11項目)

書き足す・並べ替える・削るだけで済みます。費用はかかりません。

- 料金の目安を書く(⑧)
- 対応地域・所要時間・当日の流れ・立ち合いの可否を書く(⑩)
- 最初の画面に、仕事の中身が分かる一文を置く(①)
- 冒頭の文章を3～4行ごとに切り、小見出しを付ける(⑭)
- ボタンの文言を「送信」から、押した先が分かる言葉に替える(⑦)
- 件数・年数など、確かめられる数字を1つ入れる(⑨)
- よくある質問を5つほど足す(⑩)
- 見出しを、中身が分かる言葉に替える(⑬)
- アクセスカウンターを外し、更新履歴を下へ移す(⑮)
- 責任者のお名前・受付時間を足す(⑰)
- 作業の様子の写真を1～2枚足す(⑪)

制作の依頼が要る(9項目)

HTMLやCSSに手を入れます。ご自身で触れる方なら対応できますが、通常は制作者へのご依頼をおすすめします。

- スマートフォン向けの表示指定を入れ、文字の大きさと行間を組み直す(②④)
- 屋号と本文の文字色を、背景との差が出る濃さに替える(⑤)
- 問い合わせ先を、ページの途中にもう1～2か所置く(⑥)
- セクションの並びを「何を・いくらで・どこまで」が先に来る順に替える(⑫)
- 開けないリンク2本を、外すか差し替える(⑱)
- ページのタイトルと説明文を書き換える(⑲)
- 写真の代替テキストを入れる(⑳)
- 上部の写真を書き出し直す(③)

診断だけで終えていただいて構いません。右側について制作をご希望の場合は、別途お見積りします。他社様へご依頼される際の資料としてお使いいただいても差し支えありません。そのために、このレポートは特定の制作方法に寄らない書き方にしてあります。

このあと

通話30分で、お話しすること

レポートは、お読みいただいて初めて役に立ちます。専門用語が並ぶだけの資料でお終いにならないよう、画面をお見せしながらご説明します。日時はご相談のうえ決めさせていただきます。

0～5分	全体の講評	本書の20項目のうち、どこが効いていて、どこが足を引っ張っているかを1枚でご説明します。
5～15分	優先度の高い3つ	画面をお見せしながら、なぜその順番なのかをご説明します。
15～25分	ご自身で直せる項目	11項目について、具体的な直し方をお伝えします。
25～30分	ご質問	レポートの用語、他の箇所についてなど、その場でお答えします。

通話のあとも

レポートの内容についてのご質問は、**7日間いつでも承ります**。読み返して分からない箇所が出てきたときに、お気軽にお申し付けください。

できていない点を、並べ立てません

この診断の目的は、**直す順番が分かること**です。優先度の高いものから手を付けていただければ、残りは急ぎません。

本書は商品の見本です。診断対象は、この見本のために用意した架空のサイトであり、実在の事業者・実在のサイトとは関係がありません。実際の納品では、お客様のページをスマートフォンの実機で表示して撮影したものを掲載します。