

〇〇〇〇株式会社 御中

日本サイト現状調査 報告書

20YY年MM月DD日

日本サイトのリニューアルを控え、Web活用方針を再検討したい。
そのためにまずサイト現状調査を行い、リニューアル計画立案へのヒントを得る

サイト現状調査の背景

今年中に日本サイトのリニューアルを予定している

背景

そのため、日本サイトの課題と改善点の洗い出しを行いたい

また、Web活用における業界内ポジションを把握したい

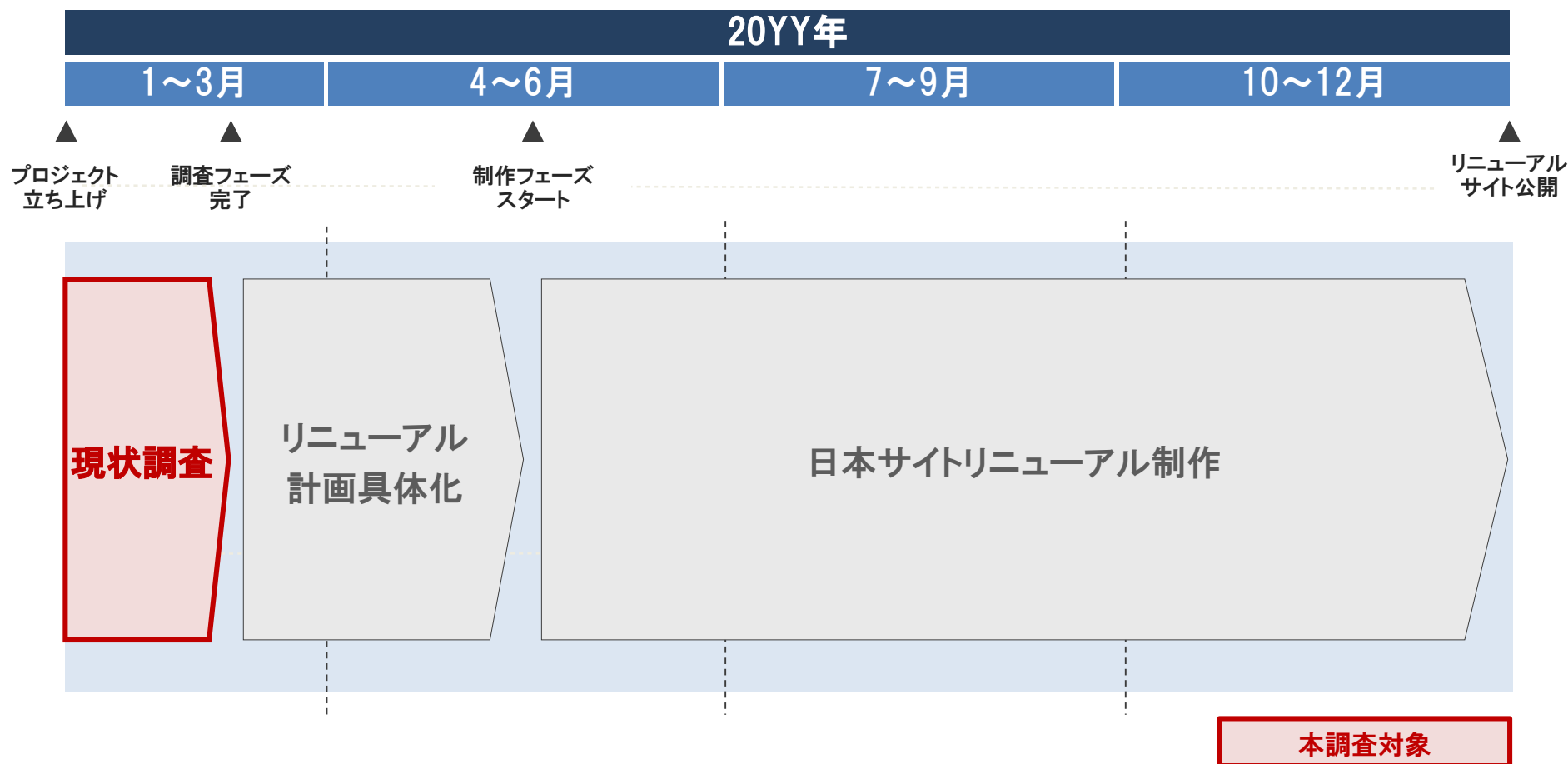


目的

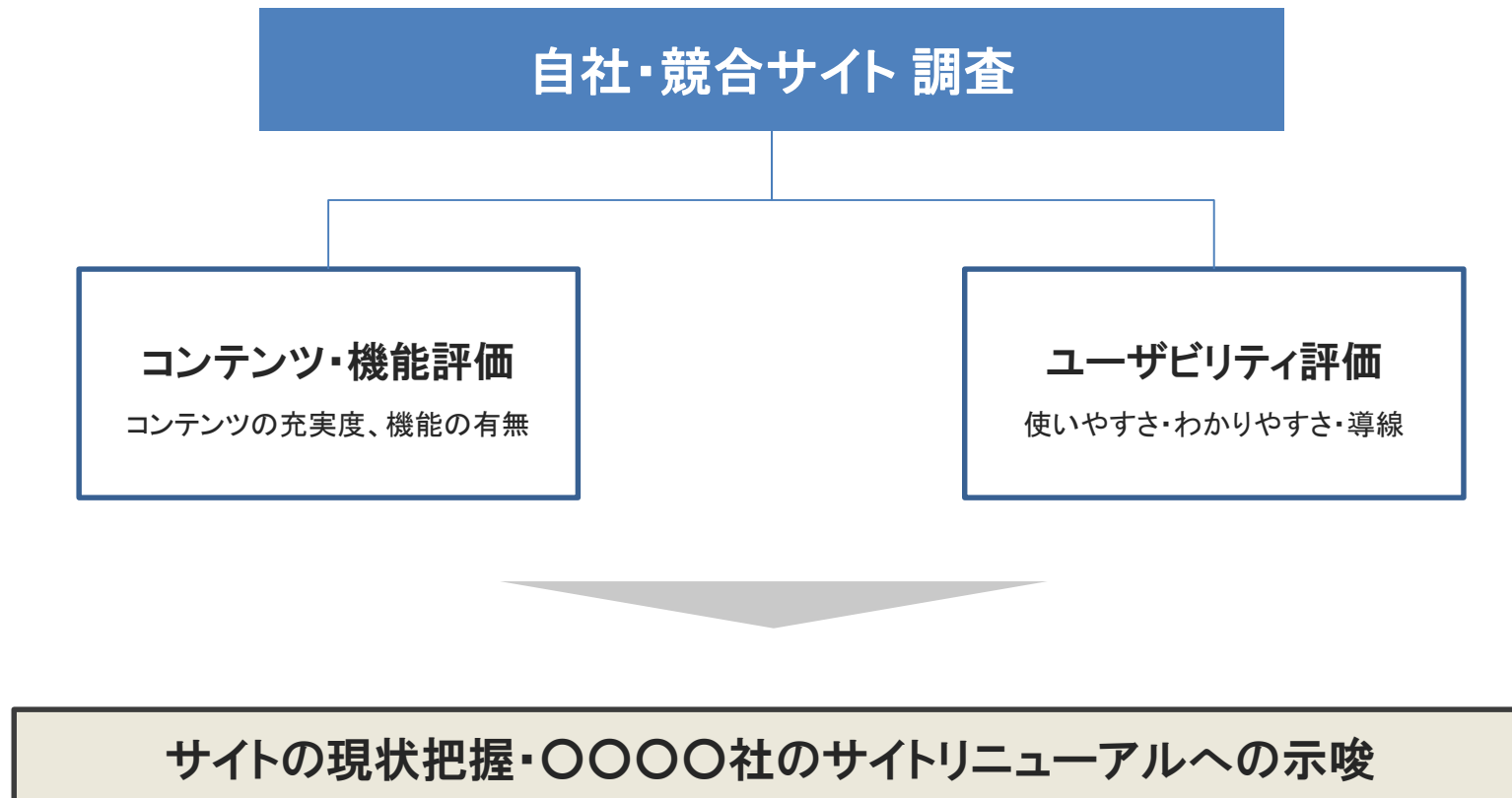
リニューアル計画立案に向けたヒントを得る

20YY年3月までに現状調査を実施し、得られた課題やヒントを元にリニューアル計画を具体化。
5月からは制作に着手し、年内のリニューアル公開を目標とする

日本サイトリニューアルの進行(案)



コンテンツ・機能、ユーザビリティの2つの視点で調査を実施し、現状把握と傾向から
〇〇〇〇社のサイトリニューアルへの示唆を提示する



Webサイトのユーザビリティとは使いやすさのことを指し、サイトを訪れたユーザがどれだけ快適に操作できるかを以下の項目から評価した

評価項目		評価の視点
情報構造	サイト構造	XX
	分類(グローバルナビ)	XX
	ラベリング	XX
ナビゲーション	ナビゲーションシステム	XX
	関連リンク	XX
	現在地表示	XX
	ネクストステップへの誘導	XX
	検索システム	XX
ページ構成・表現	レイアウト	XX
	文書構造	XX
	テキスト表現	XX
	視覚表現	XX
	一貫性	XX
インタラクション	リンク	XX
	ダウンロード	XX
	エラー	XX
ユーザ環境への対応	マルチデバイス対応	XX

ユーザビリティが良いと...

ページ間を効率よく移動できる

文章が読みやすい。
ボタン・画像などがわかりやすい

操作がわかりやすい

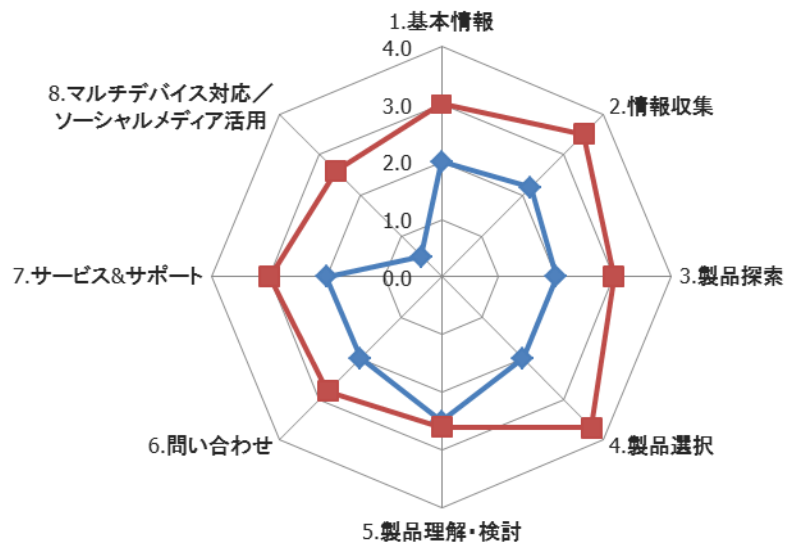
評価はBtoB企業のWeb活用という視点で各社の取り組み・充実度を相対的に判断し、点数づけを行った

点数	採点基準
0	そもそもコンテンツやユーザビリティが提供されていない
1	最低限のコンテンツやユーザビリティが提供されている
2	必要とされる情報、サービスが提供されているが、改善の余地が多分にある
3	すでに優れたコンテンツやユーザビリティが提供されているが、改善の余地が残っている。 ※同種の内容に関して、他サイトでより優れたコンテンツやユーザビリティが提供されている場合がある
4	考えられる最高レベルのコンテンツやユーザビリティが提供されている

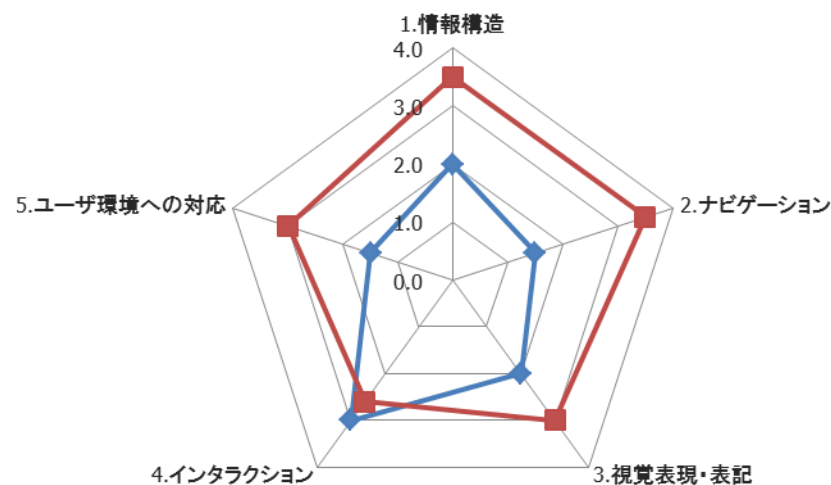
総評: コンテンツ・機能の底上げ、ユーザビリティの全面的な見直しが必要

- ブランディング、サポート情報など、重要コンテンツの充実度が低い
- ユーザーの混乱を招くナビゲーション、ラベリング

コンテンツ・機能



ユーザビリティ



○○○○社 | △△△△社

本調査で判明したコンテンツ・機能及びユーザビリティ上の課題を解決するためには、
まず課題の背景を整理し、課題解決に向けてテーマごとに検討を行うことが必要

日本サイトリニューアルにあたって

