

メディア診断レポート（サンプル）

発行：株式会社アン
大阪府池田市城南1-8-23 池田共栄ビル3F
TEL：050-8880-0315

ご依頼者：スマイルホーム株式会社様
メディア：WEBサイト・インスタグラム・動画
業種：地域密着型の注文住宅メーカー
診断日：2026年1月20日～31日

0. 総評：貴社のメディアが持つ「伸びしろ」について

スマイルホーム様は、インスタグラムでの発信や素敵な施工事例動画など、「家づくりの魅力」を伝える素材が非常に豊富です。現在の課題は、その魅力がWEBサイトの「出口（見学希望）」へスムーズに繋がっていない点にあります。

今回の診断では、その「ボタンの掛け違い」を解消し、SNSで貴社を見つけたファンが、安心して見学予約をしあくなる動線設計を中心にご提案します。

1. 診断カテゴリー別評価

① アクセス解析（ユーザーの動きを知る）

| | | |
|---|-----|--|
| 1 | 現状 | インスタグラムからの流入が全体の40%を占めており、集客力は抜群です |
| 2 | 課題 | しかし、サイト流入後の「直帰率」が75%と高めです。特に施工事例ページからトップページへ戻らずに離脱しています。 |
| 3 | 可能性 | 施工事例を見た後に「この会社なら安心だ」と思わせる会社紹介への誘導を作るだけで、回遊率は劇的に改善します。 |

② SEO診断（見つけてもらう力）

| | | |
|---|-----|--|
| 1 | 現状 | 「社名」での検索は取れています。 |
| 2 | 課題 | 「地域名 × 注文住宅」「地域名 × リノベーション」での露出がまだ弱く、潜在顧客にリーチできていません。 |
| 3 | 可能性 | 既存のブログ記事のタイトルに「地名」を適切に配置し、構造化データ（施工事例を画像検索に出しやすくする設定）を施すことで、検索からの「はじめまして」を増やせます。 |

③ ユーザビリティ診断（使いやすさ）

| | | |
|---|-----|---|
| 1 | 現状 | 現状: デザインが美しく、ブランドイメージは確立されています。 |
| 2 | 課題 | 「モデルハウス見学予約」のボタンがページの下部にしかなく、スマホで見ているユーザーが迷子になっています。 |
| 3 | 可能性 | 画面下部に「常駐（追従）型の予約ボタン」を設置しましょう。これだけでCV（成果）が1.2倍～1.5倍になる事例が多いです。 |

④ コンテンツ品質評価（伝える力・説得力）

| | | |
|---|-----|---|
| 1 | 現状 | 現状: YouTubeのルームツアー動画の質が非常に高いです。 |
| 2 | 課題 | サイト内では「動画はこちら」とリンクがあるだけで、中身が伝わっていません。 |
| 3 | 可能性 | サイト内に動画を埋め込み、その横に「担当者のこだわり解説」をテキストで添えることで、動画と記事の両方で信頼を獲得する「メディアミックス」な構成に進化させましょう。 |

⑤ モバイルフレンドリー診断（スマホへの最適化）

| | | |
|---|-----|---|
| 1 | 現状 | 現状: スマホ表示に対応済みです。 |
| 2 | 課題 | 写真が高画質なため、スマホでの読み込みに3秒以上かかっています。 |
| 3 | 可能性 | 画像形式の最適化（WebP化）を行うことで、サクサク動く「ストレスゼロ」なサイトになり、ユーザーの離脱を防げます。 |

⑥ セキュリティ診断（安心を守る）

| | | |
|---|-----|--|
| 1 | 現状 | 現状: SSL化（サイトの暗号化）は対応済みで、安心感があります。 |
| 2 | 課題 | WordPressのプラグインが一部古いままでおり、脆弱性のリスクが僅かにあります。 |
| 3 | 可能性 | 軽微なアップデートで解消可能です。「建てた後も安心」を謳う住宅メーカー様だからこそ、サイトの安全管理も「万全」の状態に整えましょう。 |

2. 【最短ルート】今後の改善ロードマップ

診断結果に基づき、限られたリソースで最大の成果を出すための優先順位です。

優先する理由も記載しています。

| | | |
|---|------|---|
| 1 | 【即効】 | スマホ用「追従予約ボタン」の設置（ユーザビリティー改善） 理由： インスタグラムから流入した検討意欲の高いユーザーが、「予約したい」と思った瞬間に窓口が見つからないことによる機会損失が最も大きな課題だからです。サイト改修の中で最も工数が少なく、かつ確実にお問い合わせ率（CVR）の向上に直結するため、最優先で実施すべき「取りこぼし防止」策となります。 |
| 2 | 【信頼】 | 動画コンテンツのサイト内埋め込みと解説追加（コンテンツ品質改善） 理由： 注文住宅という高額な商材において、ユーザーは「センスの良さ」だけでなく「住宅会社としての信頼性」をシビアに見てています。既に社内にある高品質な動画資産をサイト内で「プロの解説」と共に正しく提示することで、滞在時間を延ばし、営業担当者に会う前の「教育（ファン化）」を自動化できるため、成約率の高いリード獲得に貢献します。 |
| 3 | 【集客】 | 施工事例ページへの地域名キーワード埋め込み（SEO改善） 理由： SNS広告や投稿は「流れて消える」性質がありますが、SEO（検索エンジン対策）は積み上げ型の資産になります。特に注文住宅は「地域名」で検索する層が最も成約に近いため、現在アクセスがある施工事例ページに地名を紐付けるだけで、広告費に頼らない安定的な集客の柱を作ることができるからです。 |

3. アンからのメッセージ

スマイルホーム様の家づくりへの情熱は、今のサイトでも十分に伝わるポテンシャルを持っています。あとは、ユーザーが迷わないための「道しるべ」を少し整えるだけで成果は向上すると思います。

「どこから手をつければいいか分からない」という場合は、まずNO.1のボタン設置から始めてみませんか？

以上