公開ページ1枚を、次の作業がわかる一枚に。

ページ改善レポート

架空サンプル

架空の喫茶店 こもれび

確認対象 トップページ1枚 / スマホ表示

納品イメージ 改善案5つ・優先順位・文言例・次の作業

まずは、予約と営業時間から。

来店前に必要な情報と予約の入口を先に整えます。見た目の全面改修より、小さく直せる箇所から着手する提案です。

P1 / 01

予約ボタンを、最初の画面へ。

確認する場所	ページ上部・店名と紹介文の直下
気になる点	予約の案内がページ下部にあり、初めての方が入口を探す必要があります。
変更例	文言を「席を予約する」にそろえ、紹介文の直下にボタンを置きます。
次の作業	既存の予約先へリンクし、スマホでボタンを押して確認します。

P1 / 02

営業時間と定休日を、同じ表記に。

確認する場所	トップの案内・フッター
気になる点	「夕方まで営業」と「18時閉店」が混在し、来店前の確認に迷いが生じます。
変更例	「営業時間 11:00-18:00 / 定休日 火曜」に統一します。数値は架空です。
次の作業	実際の営業情報を確認してから、ページ内の全表記を置き換えます。

優先度の読み方：P1 = 最初に直す / P2 = 次に整える / P3 = 仕上げに調整する

公開画面から確認できる案内・読みやすさ・予約導線の見本です。アクセス解析、SEO順位、売上の増加を測定・保証するレポートではありません。

PRIORITIES 03-05

伝え方を整える、3つの改善。

大きくつくり直す前に、迷いやすい情報から整えます。

P2 / 03

メニュー価格を、テキストでも。

確認する場所	メニュー紹介の画像直下
気になる点	価格が画像内だけにあると、スマホで小さく見える場合があります。
変更例	「季節のランチ 1,200円」と総額をテキストで併記。価格は架空です。
次の作業	実価格を確認し、画像の説明と一致する表示を追加します。

P2 / 04

アクセスを、来店する人の言葉に。

確認する場所	アクセス案内・地図リンクの直前
気になる点	住所だけでは、最寄駅からどう向かうかを判断しにくくなります。
変更例	最寄駅・出口・徒歩の目安を記載し、「地図を開く」リンクを添えます。
次の作業	実際の経路を確認し、スマホで地図が開くことを確かめます。

P3 / 05

写真下の説明文を、読みやすく。

確認する場所	写真キャプション・薄いグレーの文字
気になる点	薄い文字と小さなサイズが重なり、明るい場所で読みにくい表示です。
変更例	文字を濃い色にし、本文と同程度の大きさ・行間にそろえます。
次の作業	実機で読み、写真との間隔や折り返しも確認します。

最初の1時間で、ここまで。

① 営業情報を確認 → ② 予約ボタンと営業時間を修正 → ③ スマホで予約先まで確認。残る3項目は、同じページ内で順に整えます。

※ 表示例・店名・価格はすべて架空です。数値による改善効果を示すものではありません。