

東京フォレスト様

改善アドバイス（サンプル・抜粋版）

- ★★★ : 改善すべきもの
- ★★ : 改善を推奨するもの
- ★ : 改善を検討するもの

ホーム (1/1)



★★★★ 画像と文字の明るさ、コントラストに問題があります。中央の文字が読みづらいので画像をもう少し暗くして、視認性を高めるべきです。

★★ フォントがすこしのっぺりして印象が薄いです。老舗を意識してもう少し古風なフォントが見栄えがすると思います。

★★ リード文がありきたりな文章です。お店の大きな特徴である歴史、老舗をPRしたほうが良いです。(A)

★★★★ アンダーラインはリンクを表すことが多いので、使わないほうが良いです。ここでの赤字、マーカーはややデザイン性に欠けるので、ややサイズを大きくする、太字を用いる程度で強調するのはどうでしょうか。

修正案
A) 地元、葛飾に根ざして創業100年
を先頭に追加

ホーム (2/2)

お店へ、食堂へ、食卓へ
 今日も「新鮮で美味しいお米」をお届けします

業務案内 商品案内 直営店「フォレストライス」

関東地方のお米を中心に全国の「おいしいお米」を販売しています。企業やスーパーへの卸売りの他、JR新葛飾駅前では家庭用のお米も販売しています。

主に千葉県・茨木県産「こしひかり」をお取り扱いしています。「無洗米」も大変おいしいと評判です。

JR新葛飾駅北口から徒歩1分。いつでもおいしいお米ご購入できます。

株式会社 東京フォレスト
 〒125-0001
 東京都葛飾区高砂南123-456
 TEL : 03-5699-12XX
 E-mail: info02@forest.jp

★★★★

「業務案内」とありますが、上部メニューには「業務概要」とあり、どちらかに統一すべきです。

★★

上部メニューからも各ページに遷移できますが、ここからもリンクしていると導線が確保でき、利用者も使いやすくなります。

文章量に差があり過ぎです。ぴったり合わせる必要はありませんが、ほぼ同量のほうがデザイン性に優れます。

★★

文章にメリハリがありません。強調したい部分は太字にするのはどうでしょうか。ただし、デザイン的に今ひとつになるようであれば、このままでも構いません。

商品案内は少し余白があるので「無洗米」はただ単に好評とするのではなく、特長を添えたらいかがでしょうか。(B)

余白があるのでお店についての情報を記載したほうが良いでしょう。(C)

★

メールでの注文は受けているのでしょうか？
 メールアドレスを表記するとスパムメールが届く可能性があり、問い合わせフォームもあるのなら、表記しないことも検討してください。

★★★★

プライバシーポリシーの表記がありません。問い合わせフォームよりお客さまの情報を入手する可能性があるのなら、明記が必要です。

修正案

B) お米を洗わず炊ける「無洗米」は手間がかからず、おいしいと評判です。

C) 新葛飾駅北口から徒歩1分。東京フォレストの新鮮なお米を店頭で販売しています。年中無休で夜は19時まで営業しています。

[詳細はこちら](#)・・・店舗案内のページにリンク

業務概要（業務案内）

業務概要





千葉県や栃木県にある契約農家様から新鮮な玄米を仕入れています。中間にマージン業者を入れない独自のルートにより、新鮮でおいしいお米をリーズナブルにお届けすることが可能です。

出荷、店頭に出るお米はその都度精米します。

配送は業者に委託せず自社の便でお届けします。10Kg以上は葛飾区、江戸川区、足立区、墨田区、松戸市は配送料無料です。

株式会社 東京フォレスト
〒125-0001
東京都葛飾区高砂南123-456
TEL: 03-5600-1000

このページは「業務案内」でも「業務概要」でもなく、東京フォレストの特長を表したページで、ページタイトルを再考するか、業務概要をざっと記載してから、つなぐと良いと思います。

スペース（余白）が必要です。

小見出しが欲しいです。
例えば「独自の仕入れルート」「こだわりの精米」「無料の配送体制」とか。

「中間マージン業者」は表現が直接的過ぎます。(D)
精米の部分、もう少し詳しい説明とPRを入れたいところです (E)

背景とのコントラストがなく、文字が見づらいです。

文章は端的で良いのですが、やや淡泊な印象があるので、適宜、改行を入れ、また文字サイズをもう一回り大きくしてもよいでしょう。

10Kg以上は... : 文章が拙く説明も不足しています。(F)

一番上と下2つの画像で縦横比が違うので揃えたほうが良いでしょう。

★
精米の説明なのに、精米の機器が後方で小さ過ぎです。
精米のシーンが望ましいですが、何らかの事情で大きく出したい場合はこのままでもOKです。

一般に向きのある写真は内向き（ここは右向き）のほうが収まりが良いです。ただし、出荷は外に出るという意味なので、外向きでもいいかもしれません。

修正案
D) 東京フォレストは、中間に仲介の業者が入らない独自のルートで仕入れを行っています。
これにより、新鮮で「おいしいお米」をリーズナブルにお届けすることが可能です。

E) 「おいしいお米」のご提供には鮮度が最も重要です。東京フォレストで店頭にお出しする「おいしいお米」は当日に精米しています。

F) 10Kg以上は → 店頭で10Kg以上のお米をお買い上げのお客さまには

まとめ
全体の構成・レイアウト
全体の構成はごく一般的なもので大きな問題は感じませんでした。定番であるため、ややオリジナル性やインパクトに欠ける部分はありますが、「老舗」「米」「下町」がテーマであれば今の構成は無難であるメンテナンスもしやすいと思います。
ターゲット（対象者）
明確にはなっていませんが、本Webサイトは男女・購買層を意識するWebサイトではないので問題はないと判断します。ただし、もう少し地域性を出すことは検討したほうが良いかもしれません。
トーン&マナー（色調・フォント）
色調についてはほぼ統一されておりますが、フォントの種類、大きさに統一がありません。強調する部分に下線が用いられているところがありますが、これはリンクを表すことが多く、太字・赤字・ラインマーカなどで対応すべきです。また文字色が見づらいところが多々あり、背景とのコントラストとのバランスは考慮してください。
文章・文言・テキスト
改善すべきところは多々あり、指摘および修正案を提示させていただきました。同じ項目内で文章量の差があるところが多く、ほぼ同量にすることが望ましいです。
画像・グラフィック
指摘した通り、画像のイメージと内容が合っていないものがあり、これはコンテンツの質の低下の要因になりかねません。どうしても適切な画像がない場合は、図示や絵で代用することも検討してください。素材集を用いた画像と撮影した画像に大きな差を感じます。致し方ない部分はありますが、明るさやコントラストを近づけることである程度は統一性が保たれます。
導線・アプローチ
実際の店舗に誘導を考えた場合は、その店舗の所在（営業時間・マップ等）を明記したほうが良いでしょう。
レスポンス（スマホ対応）
スマホで見た場合、縦に連続して情報が表示される場合があり、その境目がわかりにくいです。改行や余白を入れて調整してください。
その他
プライバシーポリシーの記載がありません。お問い合わせフォームを設置する場合は、記載すべきです。クレジットカードの番号取得や代金決済を行う機能はないので、ごく一般的な内容でよろしいかと思えます。ただし、テンプレートを利用する場合は自社の内容として適切かを必ず確認してください。