

モバイルサイト設計_適合調査

クラス番号	R3A1 12	氏名	鈴木翔哉
対象企業名	スバル		
対象URL(Top)	https://sp.subaru.jp/		

チェック

△	1 CALL TO ACTION（行動を促す表記）を何よりも目立たせる
○	2 短く簡潔なメニューを心がける
○	3 トップページへ簡単に戻れるようにする
○	4 広告は控えめにする
×	5 すぐに目につく場所にサイト内検索を表示する
×	6 サイト内検索の結果を最適化する
×	7 フィルタを設定してサイト内検索の利便性を高める
×	8 ユーザーを最適な検索結果へ導く
○	9 まずはサイトをゆっくり閲覧してもらう
×	10 ユーザーがゲストとして購入できるようにする
×	11 既存の情報を活用して利便性を高める
○	12 複雑な操作には CLICK-TO-CALL ボタンを用意する
○	13 他のデバイスでも簡単にコンバージョンを完了できるようにする
△	14 自動機能で入力を簡単にする
○	15 入力項目ごとに最もシンプルな入力方法を選択する
×	16 日付を選択させるときはカレンダーを表示する
○	17 記入例の表記や自動チェック機能で入力ミスを減らす
○	18 効果的なフォームを設計する
○	19 サイト全体をモバイル向けに最適化する
○	20 拡大、縮小操作を不要にする
○	21 商品画像を拡大できるようにする
×	22 最適な画面の向きをユーザーに知らせる
×	23 ユーザーを別のウィンドウへ移動させない
○	24 「完全版サイト」という表現を避ける
×	25 ユーザーの位置情報が必要な場合、理由を明示する
	その他

項目1～4,19,20

モバイル版に対応している

メニューは細かすぎず適度に分かれている



項目5～8

PCサイトでは検索エンジンがあったがモバイル版になると検索エンジンがなくなっていた。

上の画像がモバイル版のHOME、下の画像がPC版のHOME

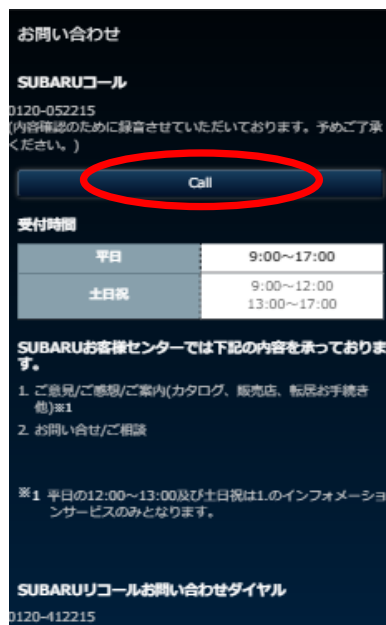


項目9～11

ゲストとして閲覧することができるが、買い物は金額が大きいためかゲストでの購入は不可能だった。

項目 1 2

Callを押せば電話をかけられるようになっている

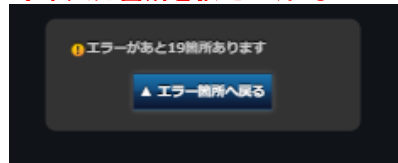


項目13

マイスパルに登録することで情報を共有することができる。

項目14～18

↓未入力箇所を教えてくれる



項目21

画像を拡大できるようになっている。



項目22

主に画面を横にする必要がないので向きを知らせるといった通知はなかった。

項目23

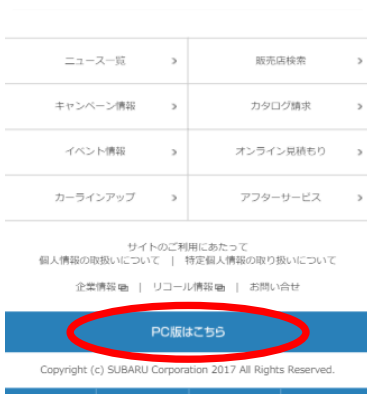
問い合わせページなど新たなウィンドウが開かれる傾向があった。

項目25

ページの題名はあるがどこをどう進んできているのかわかる表記はなかった。

項目24

PC版に変更可能



まとめ

買い物の金額が大きくなるためか、ゲストでの購入はできないようになっていた。

デザインとしてはスパルのカラー青で統一している感じがあり落ち着いてみる事ができた。

検索機能が目的のものが探しにくかったのが、検索機能がすぐ探せたらもっと良いのではないかと感じた。