

Web文章実践講座(全6回)

第6回:お問い合わせをブラッシュアップ

執筆:益子 貴寛(株式会社まぼろし)

「Web文章実践講座」では、主に文章の観点からウェブサイトのコンテンツをよりよくするコツを解説します。最終回である第6回は、会社や店舗への「お問い合わせ」のブラッシュアップ方法です。大切な3つのポイントを理解し、お問い合わせページの改善に活かしましょう。

お問い合わせは利用者と店舗をつなぐ大切な窓口

ほとんどのウェブサイトには「お問い合わせ」というページと入力フォームが用意されています。お問い合わせフォームは、ウェブサイトを通じて、利用者からの質問、意見、要望などを会社や店舗に直接送ってもらう窓口として、とても大切です。

設置方法などはみんなズ運用講座:お問い合わせや集客を増やすためのコツ「第1回:お問い合わせフォームの活用法」を参考にさせていただくとして、ここでは改善にあたって特に大切な、

1. ラベルをわかりやすく
2. 入力項目や必須項目は最小限に
3. 代替手段の提供を検討

の3つを解説します。

1. ラベルをわかりやすく

お問い合わせフォームでは、入力項目それぞれにわかりやすいラベルをつけましょう。ラベルがわかりにくいと、利用者はなにを入力したらよいのか戸惑うこととなります。ひいては、問い合わせを送ろうという気持ちを損ねてしまいかねません。

お問い合わせ

業務に関するお問い合わせ、ご質問、ご意見など、お気軽にお送りください。

氏名

所属

アドレス *

電話

コメント *



送信

⚠ メモ: * は必須項目です

ラベルがわかりにくい例

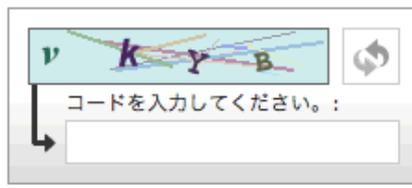
氏名、所属、アドレス、電話、コメントというラベルを順に見てみると、「氏名」は表現が固く、「所属」は意味が伝わりにくい。「アドレス」はメールアドレスなのか住所なのか迷う人もいると考えられる。「電話」はそのままでも意味は伝わるが、電話番号のほうが適切。「コメント」は意見という意味合いが強く、やや不適切。

したがって、次のように変更するとよいでしょう。

お問い合わせ

業務に関するお問い合わせ、ご質問、ご意見など、お気軽にお送りください。

お名前	<input type="text"/>
会社名	<input type="text"/>
メールアドレス *	<input type="text"/>
電話番号	<input type="text"/>
お問い合わせ内容 *	<input type="text"/>



コードを入力してください。:

送信

⚠ メモ: * は必須項目です

ラベルをわかりやすくした例

氏名を「お名前」、所属を「会社名」、アドレスを「メールアドレス」、電話を「電話番号」、コメントを「お問い合わせ内容」に変更し、わかりやすくした。「会社名」は「法人名」としてもよいだろう。

2. 入力項目や必須項目は最小限に

利用者の立場で考えると、入力項目の多いフォームは心理的な負担が大きいものです。また、必須項目が多いと、個人情報であれこれと要求されている気分になり、あまりよい印象を持ちません。

個人情報をできるかぎり取得しておきたい、というニーズがあるかもしれませんが、特に小規模な会社や店舗では、きちんと情報をまとめて適切に管理するのは手間がかかること、個人情報保護の観点からは漏えいや流出のリスクとなりうることから、利用者に入力してもらう情報は最小限にするほうが、むしろ望ましいといえるでしょう。

お問い合わせ

業務に関するお問い合わせ、ご質問、ご意見など、お気軽にお送りください。

お名前

会社名

メールアドレス *

電話番号

お問い合わせ内容 *



コードを入力してください。:

送信

⚠ メモ: * は必須項目です

入力項目や必須項目を最小限にした例

入力項目を、お名前、会社名（法人の利用者を考えて）、メールアドレス、電話番号、お問い合わせ内容の5つとし、必須項目はメールアドレスと内容のみとしている（赤枠の項目）。このふたつだけ明らかであれば、返信が可能だからである。

業務や商品が多い場合、一日当たりの問い合わせ数が多い場合などは、ラジオボタンやドロップダウンリストの「お問い合わせ種別」を設けて、利用者を選択してもらうのもよいでしょう。問い合わせ内容が漠然としているケースや、書いている対象がわからないケースを防ぐ効果もあります。

お問い合わせ

業務に関するお問い合わせ、ご質問、ご意見など、お気軽にお送りください。

↑	お名前	<input type="text"/>
↓	会社名	<input type="text"/>
📧	メールアドレス*	<input type="text"/>
+	電話番号	<input type="text"/>

お問い合わせ種別*

インテリアリペア
 ホイールリペア
 マニキュアコート
 ヘッドライトコーティング
 その他

項目名	お問い合わせ種別
項目の種類	<input type="button" value="ABC"/> <input type="button" value="📧"/> <input type="button" value="📅 17"/> <input type="button" value="ABCD EFG."/> <input type="button" value="123"/> <input type="button" value="ABC"/> <input checked="" type="button" value="AB"/> <input checked="" type="button" value="AB"/> <input type="button" value="☐"/>
必須項目	<input checked="" type="checkbox"/>
画像の位置	<input type="radio"/> 左右位置 <input checked="" type="radio"/> 上下位置
選択肢	<input type="text" value="インテリアリペア"/> <input type="text" value="ホイールリペア"/> <input type="text" value="マニキュアコート"/> <input type="text" value="ヘッドライトコーティング"/> <input type="text" value="その他"/>

[閉じる](#)

お問い合わせ種別を設けた例

業務内容と、念のため「その他」という選択肢を用意している。

もちろん、不要な混乱や見た目の複雑さを避けるため、必要がなければ「お問い合わせ種別」を設けずに、シンプルな状態を保ったほうがよいでしょう。

大切なのは、単にお問い合わせフォームを設置するだけでなく、利用者の使いやすさと、運営上の必要性をきちんと考えて、入力項目を決めることです。

3. 代替手段の提供を検討

パソコンの操作やキー入力に慣れていない人は、お問い合わせフォームの利用を倦厭しがちです。また、スマートフォンやタブレットのユーザーが急増しているなか、たくさんの文字を入力することを望まない利用シーンがありえます。

会社や店舗の体制として可能であれば、電話番号を併記するなど、代替手段を提供するのが望ましいでしょう。ページ

内のヘッダーやサイドに住所や電話番号を掲載している場合でも、お問い合わせフォームの近くにその旨を書きおくのが親切です。

電話でもお問い合わせいただけます

営業時間中（9:30～18:30、日曜日・祝日を除く）であれば、電話でのお問い合わせにも対応いたします。000-1234-5678までお電話ください。

電話での問い合わせをうながす例

お問い合わせフォームのあとに、電話での問い合わせにも対応している旨を明記している。

まとめ

お問い合わせフォームを、

1. ラベルをわかりやすく
2. 入力項目や必須項目は最小限に
3. 代替手段の提供を検討

の3点からブラッシュアップすると、いっそう利用しやすくなるとともに、問い合わせの数そのものの増加が期待できます。

あわせて、ていねいで迅速な回答を心がけると、その先の成果（来客、購入、契約など）につながる可能性が高くなります。このような運営上のポイントは、bizYouチャンネル「みんビズでホームページを作ったらやるべき10のこと」を参考にしてみてください。



益子 貴寛(ましこ・たかひろ)

株式会社まぼろし 取締役CMO

<https://maboroshi.biz/>

1975年、栃木県宇都宮市生まれ。早稲田大学大学院商学研究科修了。

Webサイトのコンサルティング、企画・設計、制作業務、教育、執筆活動に従事。社団法人全日本能率連盟登録資格「Web検定」プロジェクトメンバー。元・金沢工業大学大学院工学研究科（東京・虎ノ門大学院）知的創造システム専攻 客員教授。

主な著書に『Web標準の教科書』（秀和システム）、『伝わるWeb文章デザイン100の鉄則』（同）、『現場のプロから学ぶXHTML+CSS』（共著、マイナビ）など。

2017年5月、企画・構成から監修、執筆まで総合的に関わった書籍『ウェブの仕事力が上がる標準ガイドブック 3 Webディレクション 第3版』（ワークスコーポレーション）が発売。