

「いいHPですね」で終わっていませんか。

問い合わせが来ないのは、「導線」を見直していないだけかもしれません。
電話・フォーム・CTA・スマホ表示、今日から見直せる12のポイント。

Arclare

「デザインもいいし、情報も載っている。なのに電話が鳴らない。」——そんな声を、塾のHPに関わるたびに聞きます。原因の多くは、デザインの良し悪しではなく「保護者を迷わせているかどうか」です。この資料では、電話・フォーム・CTA・スマホ表示の4つの接点に絞り、今すぐ確認できる導線のチェックポイントをまとめました。制作会社に頼らなくても、今日から見直せる内容です。

1

「いいHP」なのに問い合わせが来ない、本当の理由

保護者は「情報を探しに来ている」のではなく、「申し込んでいいか判断しに来ている」

保護者がHPを訪れるとき、目的は情報収集そのものではありません。「この塾に問い合わせで大丈夫か」を判断するために来ています。判断に必要な情報（費用・実績・雰囲気）が揃っていても、「じゃあ、どうすればいいか」への案内が弱いHPでは、迷った末にページを閉じられてしまいます。よくある機会損失パターンは、次の4つです。

- 電話番号は載っているが、ページの下の方まで探さないと見つからない
- 問い合わせフォームの入力項目が多く、途中で挫折される
- 「お問い合わせはこちら」しかCTAがなく、そこに至るまでに何度もスクロールが必要
- スマホで見たとき、ボタンが小さすぎて押しづらい

2

電話・LINEの見せ方で反応率は変わる

「探さないと電話番号が見つからない」だけで、問い合わせは半分になる

塾への問い合わせは、いまだに電話が主流です。特に「今すぐ聞きたい」保護者ほど、フォームより電話を選びます。にもかかわらず、電話番号がフッターにしか載っていないHPは少なくありません。

- 電話番号は全ページ共通のヘッダーに固定表示する
- スマホでは番号をタップするだけで発信できるようにする（tel:リンク化）
- 「受付時間 9:00～19:00」など営業時間を番号のすぐ横に明記する
- LINE公式アカウントがある場合は、電話と並べて導線を用意する

Before / After

Before：フッターの一番下に小さく「TEL: 06-XXXX-XXXX」とだけ記載

After：ヘッダー右上に「TEL 06-XXXX-XXXX（受付 9:00～19:00）」を全ページ固定表示

この固定表示や tel: リンク化は、実装まで含めてArclareにご相談いただけます。

3 フォームで離脱されないための入力項目設計

入力項目が1つ増えるごとに、離脱する保護者が増える

「せっかく問い合わせる気になったのに、フォームが長すぎて途中でやめた」——これは、多くの塾HPで実際に起きています。

- 初回フォームの必須項目は「お名前」「連絡先」「希望内容」の3つ程度に絞る
- 学年・住所などの詳細情報は、初回問い合わせ後の電話・面談で確認すればよい
- 送信ボタンの文言は「送信する」ではなく「無料体験授業に申し込む」にする
- スマホでの入力時、電話番号欄は数字キーボードが自動で立ち上がるようにする
- 入力エラーは赤字でその場に表示し、何を直せばいいか具体的に示す

入力項目が多いことリスク：一般的に、入力項目が増えるほど途中で離脱する人は多くなる傾向があります。「まずは情報を全部もらっておきたい」という気持ちはわかりますが、それは問い合わせをもらってから確認すれば十分です。

フォームの項目設計・入力体験の見直しも、Arclareでご相談いただけます。

4 CTAの配置・頻度が甘いと、機会をまるごと逃す

スクロール3回してもCTAに一度も出会わないHPが多い

保護者は、HPを上から下まで律儀に読んでから問い合わせるとは限りません。「講師紹介を見て気になった」など、心が動いたその瞬間にCTAがなければ、その場で離脱します。

- CTAはトップ・コース紹介後・講師紹介後・料金表後・フッターなど、区切りごとに配置する
- 文言は「お問い合わせはこちら」ではなく「無料体験授業に申し込む」など具体的に
- スマホでは、画面下部に電話・LINE・フォームの3ボタンを固定表示する

Before / After

Before：CTAはページ最下部の「お問い合わせはこちら」1箇所のみ

After：料金表の直後に「まずは無料体験授業へ」を配置＋スマホは下部固定3ボタン

CTAの配置設計は、Arclareが特に力を入れている領域です。気になる方はお声がけください。

5 「まず何をすればいいか」を伝える、次の一步設計

選択肢が多すぎると、保護者は選べずに離脱する

「体験授業」「資料請求」「個別相談」「説明会予約」——選択肢を並べるだけでは、保護者はどれを選べばいいか迷います。迷う＝離脱です。

- 一番ハードルの低い行動（体験授業や資料請求）を1つに絞り、最も目立つCTAにする
- 「今すぐ入塾」ではなく「まずは話を聞いてみる」という心理的ハードルの低い言葉を前面に出す
- CTAボタンの近くに、生徒・保護者の声や合格実績を添えると行動への後押しになる

「どの行動を一番目立たせるべきか」の整理も、ご相談いただければ一緒に考えます。

6

スマホでの導線、実際に自分でタップしてみていますか

パソコンで作ったHPを、パソコンでしか確認していないケースが大半

保護者の大半はスマホからHPにアクセスします。にもかかわらず、確認はパソコンの画面でしか行っていない塾がほとんどです。今すぐできるセルフチェックは、次の4つです。

- 自分のスマホから、実際に問い合わせフォームを最後まで入力してみる
- 電話番号のタップ領域が小さすぎて、隣の文字を押してしまわないか確認する
- 固定ヘッダー・フッターがコンテンツの文字に被っていないか確認する
- ページが表示されるまで3秒以上かかっていないか確認する

スマホでの表示・動作確認は、Arclareでも承っています。

まとめ 導線セルフチェックリスト

★は特に機会損失が大きい項目です。まずはここから見直してください。

- | | | |
|----|--------------------------|------------------------------------|
| ★ | ☐ | 電話番号が全ページ共通ヘッダーに固定表示されている |
| 2 | ☐ | スマホから電話番号をタップして発信できる |
| 3 | ☐ | 受付時間が電話番号のそばに明記されている |
| ★ | ☐ | フォームの必須項目が3〜4個程度に絞られている |
| 5 | ☐ | 送信ボタンの文言が具体的な行動を示している |
| ★ | ☐ | CTAがセクションごと（複数箇所）に配置されている |
| 7 | ☐ | CTAの文言が「お問い合わせはこちら」以外の具体的な言葉になっている |
| ★ | ☐ | スマホで画面下部に電話・LINE・フォームの固定ボタンがある |
| 9 | ☐ | 一番勧めたい行動（体験授業など）が1つに絞られ目立っている |
| 10 | ☐ | CTA近くに生徒・保護者の声や実績が添えられている |
| 11 | ☐ | 自分のスマホで実際にフォーム送信まで試したことがある |
| 12 | ☐ | ページの表示速度が3秒以内である |

この資料をご覧いただいた方へ

制作費5%OFFでご提案します。まずは無料でご相談ください。

Arclareは、塾・教育事業者のHP制作に特化したWeb制作会社です。
この資料をご覧いただいた方には、制作費を5%OFFでご提案しています。
まずは相談だけでも大歓迎です。お気軽にご連絡ください。

▶ 無料相談・お問い合わせ arclarejp.com/contact/