

WEBサイト SEO/GEO/LLMO 無料診断レポート

SEO / GEO / LLMO サイト診断レポート

検索エンジン × 生成AI（ChatGPT・Google AIモード / AI Overview 等）の両面から現状と伸びしろを可視化します。

簡易診断（無料）

診断対象：Lucky Field 様 <https://lucky-field.pages.dev/>

業種：経営コンサルティング（中小企業診断士） / 愛知県東海市

診断日：2026-08-06

Lucky Field

中小企業診断士が伴走する、成果に直結するWEB支援



SEO 検索エンジン最適化

82/100

GEO 生成AI検索最適化

92/100

LLMO LLM最適化

83/100

総合所見

技術的な土台とコンテンツの中身が、いずれも高い水準で揃っているサイトです。JSON-LDは Organization / ProfessionalService / Person / Service / FAQPage の5種類が@idで相互参照されており、llms.txtも代表者の経歴から主要ページ・提供サービスまで網羅した完成度で、生成AIが「Lucky Fieldとは何者か」を誤りなく読み取れる状態にあります。実績も守秘に配慮しつつ業種・規模・Before/Afterまで具体的に、AIに引用されやすい素材が揃っています。一方で、アクセス解析タグ（GA4等）が入っていないため、これだけ整った施策の効果を数字で確認できません。ここが最も費用対効果の高い着手点です。次いで、会社概要の記載が最小限（所在地が市まで、電話・メール・開業年の記載なし）である点を補うと、AIが運営者情報を確定的に扱えるようになります。なお本サイトはcanonicalとOGPが <https://lucky-field.jp/> を指しており、pages.dev は本番ドメインの配信・検証用と判断しました。評価は本番ドメインでの運用を前提としています。

✓ 良い点・できている点

- ・JSON-LDを5種類（Organization／ProfessionalService／Person／Service／FAQPage）実装し、@idで相互参照している
- ・llms.txtを設置済み。代表者の資格・経歴・実績から主要ページ・提供サービスまで記載され、生成AIが要約しやすい
- ・実績が具体的（リピート客約50%増／Instagram外国人アクセス2倍／大手30社以上／解析コンサル300件以上）で、業種・地域・規模まで明示されている
- ・冒頭に「Lucky Fieldは、～です」という自社定義文を置き、AIが引用しやすい構造になっている
- ・FAQを可視テキストとFAQPage構造化データの両方で用意し、内容も一致している
- ・画像7点すべてに、内容を説明したalt属性が付いている

◆ 改善すべき点

- ・アクセス解析タグ（GA4・GTM・gtag）が1つも設置されておらず、施策の効果を数値で確認できない
- ・会社概要の情報が最小限。所在地が「愛知県東海市」まで、電話・メールアドレス・開業年の記載がない
- ・トップページに更新日や記事の公開日が表示されておらず、情報がいつ時点のものか機械側で判断しにくい
- ・可視テキストとJSON-LDで「吉田直樹」「吉田 直樹」の表記ゆれがある

評価：◎良好／○一部対応／△要改善／×要改善／－未確認・対象外 ※「－」は採点に含めていない項目（減点していません）。「未確認」＝簡易診断（対象ページ中心の調査）では確認できず、全ページ対象の詳細診断で評価する項目。「対象外」＝効果が確認されていない任意項目（llms.txt等）で、方針として減点しない項目です。

SEO 検索エンジン最適化

確認 11/11 項目で採点 82 / 100点

診断項目	評価	所見
常時SSL (HTTPS)	◎ 良好	HTTPSで正常応答 (200)。http:// を参照する画像・スクリプトはゼロで、混在コンテンツはありません。X-Content-Type-Options・X-Frame-Options・Referrer-Policy も設定済みです。
モバイル対応 (レスポンス)	◎ 良好	viewport が width=device-width, initial-scale=1.0 で正しく指定されています。拡大を禁じる user-scalable=no も使われておらず、アクセシビリティ面でも問題ありません。
タイトルタグ	◎ 良好	「Lucky Field 東海市の中小企業診断士・吉田直樹 マーケティング×AIで売上・利益アップ」。ブランド名＋地域＋資格＋便益が揃った良い構成です。全角45文字前後と長めのため、検索結果では末尾が省略される場合があります。
meta description	◎ 良好	約120文字で設定済み。対象（従業員30名以下）・提供内容・実績（リピート客約50%増）・初回無料まで含み、クリックの判断材料として十分な内容です。
見出し構造 (H1/H2)	◎ 良好	H1は1つだけ、H2が11・H3が21で階層は正しく組まれています。H1は「小さな会社の利益を、戦略とAIで伸ばす。」というキャッチコピー型で、地域名や「中小企業診断士」といった検索語は直前のリード文側にあります。
画像のalt属性	◎ 良好	img要素7点すべてにalt属性があり、空altや alt="alt" のような誤り也没有。 「Lucky Field 代表 吉田直樹（中小企業診断士）」のように内容を説明した記述になっています。
構造化データ (schema.org)	◎ 良好	JSON-LDを5種類（Organization／ProfessionalService／Person／Service／FAQPage）実装。@idで相互参照され、料金やFAQの内容も可視テキストと一致しています。簡易診断で見た範囲では最上位の実装水準です。
canonical／言語設定	◎ 良好	<html lang="ja"> と canonicalの両方を指定済み。canonicalは https://lucky-field.jp/ を指しており、本番ドメインへ正規化する設計として妥当です。検索での評価は本番ドメイン側に集約されます。
OGP／SNSシェア	◎ 良好	og:title / description / type / url / image / site_name / locale が property 属性で正しく記述されています。twitter:card も summary_large_image を指定済みで、SNSシェア時の見え方が担保されています。
アクセス解析 (GA)	× 要改善	GA4・Googleタグマネージャー・gtag・その他の計測タグが1つも見つかりませんでした。構造化データやllms.txtまで整えられている一方で、その効果を測る土台だけが未設置の状態です。
robots.txt／sitemap	◎ 良好	robots.txt は設置済みで「User-agent: * / Allow: /」とクロール全面許可、Sitemap宣言もあります。宣言先は https://lucky-field.jp/sitemap-index.xml（本番ドメイン）で、当該URLは正常に応答します。

診断項目	評価	所見
ブランド信頼性（E-E-A-T）	◎ 良好	経済産業大臣登録の中小企業診断士、機械状態監視診断技術者カテゴリIII、設備診断20年、JEAG4222の制定協力と、資格・経験・専門性の裏付けが実名・顔写真つきで示されています。東海商工会議所の会員ページやFacebookへの外部リンク（sameAs）もあり、第三者側からの確認が可能です。
一次情報・独自データ・実績	◎ 良好	導入事例3件が業種・地域・従業員数とBefore→Afterつきで掲載され、リピート客約50%増、Instagram外国人アクセス2倍、解析コンサル300件以上など固有の数値が並びます。実際にいただいた言葉の引用も2件あり、生成AIが引用しやすい一次情報です。
機械可読性（結論ファースト・構造）	◎ 良好	冒頭に「Lucky Fieldは、愛知県東海市の中小企業診断士・吉田直樹が運営する経営コンサルティング事務所です」という定義文を置き、以降も数字の帯・4ステップ・箇条書きで要点が抽出しやすい構成です。AIが引用する形式を意識した設計になっています。
FAQ／Q&A型コンテンツ	◎ 良好	料金・成果・期間・対象・エリアの5問が可視テキスト（details要素）とFAQPage構造化データの両方で用意され、内容も一致しています。独立した /faq/ ページもあり、想定質問への回答が揃っています。
情報の正確性・鮮度	◎ 良好	ブログ106記事をカテゴリ別の件数まで明記し、資格取得年（2023年11月）も記載されています。一方でトップページには更新日や記事の公開日が表示されておらず、情報がいつ時点のものかを機械側で判断する手がかりが不足しています。
AIクローラー方針（robots.txt）	◎ 良好	robots.txt が「User-agent: * / Allow: /」で全クローラーを許可しており、AIクローラーもブロックされていません。GPTBot等を名指した明示的な記述はありませんが、未記載は既定で許可の扱いとなるため実害はありません。

診断項目	評価	所見
構造化データ（JSON-LD / Organization等）	◎ 良好	Organization・ProfessionalService・Person・Service・FAQPage を@idで相互参照し、hasCredential（保有資格）、knowsAbout（専門領域）、areaServed（対応6エリア）、営業時間、価格帯まで記述されています。運営者・事業・FAQの網羅性は高い水準です。
会社・運営者情報の明示	○ 一部対応	会社概要ページに会社名・代表者・所在地があり、構造化データのPostalAddressとも整合しています。ただし所在地が「愛知県東海市」まで、電話番号・メールアドレス・開業年の記載がなく、連絡手段はフォームのみです。AIが運営実体を確定的に扱うには情報量がやや不足しています。
エンティティの一貫性	◎ 良好	社名「Lucky Field」、肩書「中小企業診断士・経営コンサルタント」、所在地の表記は全体で統一されています。人名のみ「吉田直樹」と「吉田 直樹」がページ内と構造化データで混在しています。alternateNameで読み仮名を補っている点は良い実装です。
明確で事実ベースの記述	◎ 良好	資格名・企業名（東京電力・三菱重工・ホンダ）・指針名（JEAG4222）・期間・金額が固有名と数値で書かれ、曖昧な言い回しに頼っていません。「発見力」「逆張り」などの独自の言葉も、直後に具体的な説明が添えられています。
実績・固有の数値情報	◎ 良好	技術コンサル20年、大手30社以上、解析コンサル300件以上、リピート客約50%増、月額20万円〜、対象規模（従業員30名以下・年商3億円未満）と、固有の数値が豊富です。創業（独立）年だけが記載されておらず、事業の継続年数をAIが判断できません。
llms.txt / AI向け要約	◎ 良好	設置済みで、代表者の資格・経歴・技術実績・経営支援実績、主要8ページ、ブログ6カテゴリの記事数、提供サービス、対応エリアまで構造的に記述されています。任意項目ですが、AI向けの自己紹介として完成度の高い内容です。

高

アクセス解析（GA4）を設置し、施策の効果を数字で確認できるようにする

SEO

現在、計測タグが1つも入っていないため、どの流入経路からどのページが読まれ、無料相談フォームまで到達しているかが分かりません。GA4を設置し、無料相談・お問い合わせへの到達をコンバージョンとして計測すると、これまで整えてきた構造化データやコンテンツの効果を検証できるようになります。作業量は小さく、効果の見える化という点で最も費用対効果の高い施策です。あわせてSearch Consoleを連携すると、どの検索語で表示されているかも把握できます。

高

会社概要の情報量を増やし、運営者情報をAIが確定できる状態にする

LLMO

会社概要は会社名・代表者・所在地（市まで）のみで、電話番号・メールアドレス・開業年がありません。生成AIは運営実体を確認できる情報が揃っているほど安心して引用します。番地までの所在地、連絡手段、開業年（または独立年）、対応業種を追記し、あわせて構造化データのPostalAddressにstreetAddressとpostalCode、Organizationにfoundingdateを加えると、AIが事業の継続年数と所在を確定的に扱えるようになります。可視テキストと構造化データを同時に更新するのがポイントです。

中

更新日を表示し、情報の鮮度を機械が判断できるようにする

GEO

ブログ記事数やカテゴリ件数は明示されている一方、トップページや記事一覧に公開日・更新日が出ていません。生成AIも検索エンジンも「いつ時点の情報か」を評価に使うため、記事カードに公開日を表示し、構造化データにdatePublished／dateModifiedを追加すると鮮度のシグナルが伝わります。あわせて人名の「吉田直樹」「吉田 直樹」の表記をどちらかに統一しておく、エンティティ認識のプレも解消できます。

総合スコア（当方基準）

86 → **さらなる上積み**

施策実施での改善目安

検索での見つけやすさ

改善見込み

基礎項目の最適化効果

生成AIでの露出

獲得を目指す

構造化・コンテンツの積み上げ

※ スコア・目安は当方独自の診断基準に基づく参考値であり、検索順位・AI表示・成果を保証するものではありません。期待効果はレンジ（目安）で示し、流入・売上等の具体的な数値予測は行いません。

さらに詳しく：本レポートは、対象ページを中心とした簡易診断です。競合比較・対策キーワード候補・被リンク（サイテーション）調査・具体的な書き換え例まで含む「詳細診断レポート」もご用意しています。狙うキーワードでの受け皿設計や、既存コンテンツを得点に変える内部リンク設計など、実行に直結する分析が必要な際はお問い合わせください。

この診断は無料でご提供しています。ご相談はお気軽に

「どこから手を付けると効果が高いか」を優先度順にご提案します。改善のご相談・実行支援もお気軽にどうぞ。効果が確認された施策から、根拠を添えてご提案します。

無料相談・お問い合わせはこちら

<https://lucky-field.jp/contact/>

Lucky Field 吉田 直樹（中小企業診断士）
愛知県東海市／オンライン対応



スマホで読み取り

※ 本レポートは、貴社サイトの公開情報をもとにLucky Fieldが作成した無料の簡易診断です。

業界・競合 Web調査レポート

業界の外部環境と 競合比較レポート

Web上の公開情報だけを使い、御社を取り巻く環境と、商圏内の競合の姿を整理します。

Web診断（無料）

調査対象：Lucky Field 様 <https://lucky-field.jp/>

業種：経営コンサルティング（中小企業診断士） / 愛知県東海市

調査日：2026-08-16

Lucky Field

中小企業診断士が伴走する、成果に直結するWEB支援

この調査でやったこと。御社サイトと、商圏内の同業他社の公開情報（自社サイト・Googleビジネスプロフィール・口コミサイト・一括見積ポータル）を読み、あわせて業界の市場規模・地域の人口動態・法制度の変更を公的資料から調べました。商圏は東海市を中心に半径10km圏（大府市・知多市・名古屋市南部）を主商圏とし、オンライン併用で全国を対象として設定しています。

やっていないこと。御社への訪問・ヒアリング・決算書の確認は行っていません。したがって、財務・原価構造・社内体制・人材については触れていません。事実には出典を付け、こちらの解釈は【推測】と明示して分けています。

観点	主要事項（Web上で確認できた事実）	御社への影響	機会/脅威	影響度
市場規模	国内のコンサルティング市場は2024年度で2兆3,422億円、前年度比17.0%増。拡大が続いている。 出典：コダワリ・ビジネス・コンサルティング「コンサル市場規模調査（2025年版）」	市場そのものは伸びている。受注が取れていないとすれば、市場ではなく供給側の混雑と、選ばれ方に原因がある。	機会	中
成長の中身	診断士業務の日常相場は、民間から直接受ける業務が1日9～10万円、公的機関経由の業務が約3万円で、およそ3倍の開きがある。 出典：中小企業診断士shinblog「中小企業診断士業界の課題と今後の対応策」（2026年）	市場が伸びている中身は、件数ではなく単価である。【推測】民間直請けの比率が、そのまま年収の差になる。公的案件は仕事が途切れにくい代わりに、日当は上がらない。	機会	大
法制度	2025年6月改正の行政書士法が2026年1月1日から施行され、行政書士でない者が報酬を得て、業として官公署に提出する書類（補助金申請書等）を作成・提出することができなくなった。会費やコンサルティング料の名目でも「報酬」に該当する。違反は1年以下の拘禁刑または100万円以下の罰金。一方、産業廃棄物処理業の許可更新に必要な経営診断書は、作成できる者が中小企業診断士または公認会計士に限られており、行政書士は作成者として認められていない。 出典：行政書士法の一部を改正する法律（2026年1月1日施行）／愛知県 産業廃棄物処理業 許可の審査基準	補助金の申請書作成は行政書士側へ整理された。【推測】一方で、産廃の経営診断書には行政書士が入れない。同じ「法制度」の中に、向かい風と追い風が同時に立っている。補助金を柱にしていた事務所ほど打撃が大きく、計画づくりと実行支援を本体にしている事務所は相対的に有利になる。	両面	大
競争環境	中小企業診断士の登録者数は2024年4月時点で約27,000名。2026年には3万人を超える見込みで、資格取得後に独立した人の割合は48.3%。一方、愛知県中小企業診断士協会には一般に公開された会員名簿がなく、地域名で検索しても近隣の診断士事務所を横並びで比較できる一覧は見つからなかった。 出典：中小企業庁 中小企業診断士登録情報／資格Times・診断士hacks 各集計／愛知県中小企業診断士協会サイト	同じ肩書きを名乗る人が増え続けており、「中小企業診断士です」だけでは選ばれる理由にならない。【推測】ただし比較サイトのある業界と違い、価格を並べて比べられることはまず起きない。つまり価格競争では負けないが、思い出してもらえなければ検討の場にすら上がらない。競争の焦点は「比較で勝つ」ではなく「必要になった瞬間に名前が出る」ことにある。	脅威	中
顧客の行動	経営者・自営業者が最も多く挙げる相談相手は顧問税理士・会計士で14.9%。従業員規模が小さいほど「税理士・公認会計士」「同業の経営者仲間」に偏る。一方で、相談相手が「いない」経営者・自営業者が約3分の1いる。 出典：2020年版 小規模企業白書／KUROCO「経営者・自営業者の相談相手」調査	【推測】中小企業診断士は、最初の相談先として想起されていない。ただし「相談相手がいない」層が3分の1いるということは、税理士と奪い合う必要がないということでもある。空いている席のほう大きい。	機会	大
技術変化	調査・資料作成・基礎的な財務分析・補助金公募要領の整理といった定型的な作業は、AIによって相当程度代替可能とされている。一方、経営者との対話を通じた課題抽出や、現場の人間関係を踏まえた組織改革は代替が難しいとされる。 出典：中小企業診断士shinblog（同上）	【推測】「調べてまとめる」ことに料金を払ってもらう形は成り立たなくなる。自分でAIツールを作れることは、代替される側ではなく代替する側に立るという意味で、同業との差になる。	機会	中

観点	主要事項（Web上で確認できた事実）	御社への影響	機会/脅威	影響度
地域特性	東海市の人口は約11.3万人、一般世帯数は約4.9万世帯（令和2年国勢調査）。65歳以上は21.9%で、愛知県平均23.8%より2.4ポイント低い。 出典：令和2年国勢調査／ホームメイト 東海市の市場調査データ	【推測】市内だけでは対象企業の母数が限られる。商圏10km圏（大府・知多・名古屋市南部）とオンラインを前提にしないと、数が足りない。	脅威	中
供給・コスト	一人事務所のため仕入・在庫・外注のコストリスクはない。提供できる量の上限は、代表1人の稼働時間だけで決まる。 出典：自社サイト（提供体制の記載）	【推測】固定費が軽いのは強みだが、売上の上限が稼働時間で決まる。単価を上げるか、時間のかからない商品を持つかしないと、頭打ちになる。	脅威	大

※ 影響度は 大／中／小 の3段階。当方の判断による参考値です。

比較項目	競合A（補助金特化型）	競合B（税理士事務所併設型）	競合C（公的機関経由型）
距離・位置	商圏内～全国。オンライン完結のため立地は関係しない	商圏内。既存の顧問先を母集団に持つ	商工会議所・よろず支援拠点・専門家派遣を通じて商圏内に入る
価格帯	着手金＋成功報酬（採択額の10～15%程度）を掲げる例が多い	顧問料に含める、または月数万円の上乗せ	事業者の負担は無料または低額（謝金は公的単価。日当3万円前後）
商品構成	ものづくり補助金・事業再構築・小規模事業者持続化などの申請支援に集中	記帳・申告を土台に、資金繰り・事業計画・事業承継まで	経営全般の相談。回数の上限が決まっていることが多い
サービス内容	公募要領の解説・申請書作成・採択実績の公開	毎月の訪問。決算の流れで自然に相談が発生する	窓口相談・専門家派遣・セミナー
訴求内容	「採択率〇%」「採択実績〇件」という数字を前面に出す	「決算からそのまま相談できる」という継続性	「公的機関の紹介だから安心」「無料で相談できる」
口コミ評価	【推測】採択という明確な成果があるため、実績が数値で積み上がりWeb上で比較されやすい	【推測】口コミは蓄積しにくいが、経営者の相談相手として最も多く挙がるのが税理士・会計士（14.9%）である	【推測】評価はWeb上ににくい。事業者側の判断材料は、機関の信用そのもの
HPの分かりやすさ	分かりやすい（対象補助金・報酬体系・実績が1画面で読める）	普通（税務が主で、コンサルは付帯サービスの位置づけ）	—（個人ではなく機関のサイトを経由するため、専門家個人のページは表に出にくい）
SNS活用状況	活発（公募開始のたびに発信する動機がある）	低い（紹介と既存顧問先で成り立つため発信の必要が薄い）	低い
強み	・成果が数字で示せる ・公募のたびに需要が発生する	・毎月接触があり、相談の入口を押さえている ・数字を最初から持っている	・費用のハードルがない ・公的機関の信用がそのまま乗る
弱み	・2026年1月の行政書士法改正で、申請書の作成代行が行えなくなった ・補助金がない期間は収益が途切れる	・売上を増やす設計や販促は本業ではない ・顧問先以外には届かない	・回数と時間に制限があり、実行段階まで伴走できない ・専門家を指名できないことが多い
差別化ポイント	採択実績という比較可能な数字	接触頻度そのもの	無料であること
真似すべき点	成果を数字で示していること。判断材料が明快で、検討の初期に選ばれる	毎月の接点を仕組みとして持っていること。頻度が信頼を生んでいる	無料の相談枠が、経営者にとっての「最初の一步」になっている事実
真似しない方がいい点	同じ土俵に後から乗ること。実績件数で先行されており、しかも制度が変わった直後で不確実性が高い	税務・記帳の領域に踏み込むこと。勝ち目がなく、紹介元にもなり得る相手を敵に回す	無料相談で張り合うこと。公的機関の無料には価格では勝てない。勝てるのは、その先の実行段階である

※ 社名は伏せています。公開情報から確認できた範囲での比較です。

軸は先に決めず、競合全社から同じ尺度で公開情報が取れるかを確認してから採用しています。取れない軸は、配置を始める前に却下しました。

軸の候補	競合から取れる情報	自社から取れる情報	採用	理由
顧客との接点の 続き方（単発／ 継続）	各社サイトの支援形態から確認できる（顧問契約・ 単発案件・回数制限つき相談）	月1～2回の伴走支援を 明示	採用	3社とも同じ尺度で公開情報から確認できる
関与の深さ（助 言まで／実行ま で）	サービス内容の記載から確認できる（助言・書類作 成・実装のどこまでか）	設計から実装まで自社 で行うと明示	採用	同上。連続した尺度として読める
口コミ評価	公的機関経由型は口コミがWeb上に蓄積されていな い	—	却下	3社から同じ尺度で取れない。配置 を始める前に却下した
価格	税理士事務所併設型は顧問料に含まれ、単独の価格 が不明	4段の価格を公開	却下	比較可能な数値にならない

関与の深さ



※ 位置は公開情報からの相対評価であり、優劣を示すものではありません。

1 記事106本の次の一步が「無料相談」しかなく、まだ相談段階でない読者の受け皿がない

ブログは6カテゴリ・106本あり、検索からの流入を受け止める資産になっています。一方、記事から先に進む導線は無料相談フォーム1本です。メールアドレスを受け取る導線はサイト上に見当たりません。

【推測】記事を読んだ人の大半は「今すぐ相談したい」段階にいません。課題は感じているが相談はまだ、という層が抜け落ちます。相談相手が「いない」経営者が約3分の1いるという調査を踏まえると、この層は小さくありません。

着手するなら：資料を1つ作り、メールと引き換えに渡す導線を記事末に置く。全106本に付ける必要はなく、まずアクセス上位の記事とカテゴリ単位で足る。

2 経営支援領域の第三者評価が、Web上に見当たらない

サイトに掲載されている推薦の言葉は、農水省関係者・電力関係者からの2件で、いずれも技術コンサル領域のものです。導入事例3件は匿名で、経営支援を受けた側の声は掲載されていません。

【推測】技術領域の実績は十分に証明されている一方、経営支援の領域は「本人の説明」だけで裏づけがない状態です。判断材料の量が、領域によって偏っています。

着手するなら：経営支援を受けた方の声を、匿名可・業種と規模だけ明記の形で集める。3件あれば偏りは解消される。

3 他社が単発か助言止まりの中で、「継続 × 実行まで」の位置に他社がない

ポジショニングで見たとおり、補助金特化型は単発、税理士併設型は継続だが助言まで、公的機関経由型は単発かつ回数制限つきです。継続して関わり、かつ実装まで行う位置は空いています。

【推測】この位置が空いているのは、実装まで自分でできる人が少ないからです。ただしサイト上では、この違いが「AIツールを自作できる」という技術の話として書かれており、顧客から見た価値（他所では実行段階で放り出される）としては書かれていません。

着手するなら：「助言で終わらず、実装まで一緒にやる」ことを、他社との違いとして1か所で明示する。技術の自慢ではなく、顧客が困る場面に置き換えて書く。

ここで分かることの限界。Web上に出ていないことは、この調査では見えません。そのため本レポートの所見は「Web上でどう見えているか」に限った内容です。御社の実態と食い違う点があれば、そこがそのまま「伝わっていない強み」です。そして伝わっていないということは、**サイトの側に直すところがある**ということでもあります。本レポート前半の「HP改善簡易診断」で、23項目のどこが足を引っ張っているかをご確認ください。

ここまでが無料です。次は「なぜそうなっているか」を一緒に見ます

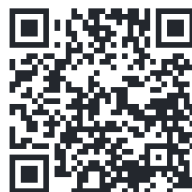
この調査は、Web上で確認できることだけをまとめたものです。御社の中で何が起きているかは、お話を伺わないと分かりません。簡易診断（5万円・税別）では、ヒアリング1回を加えて、強み・弱み・問題点と着手する順番までお出しします。決算書は不要です。

無料相談・お問い合わせはこちら

<https://lucky-field.jp/contact/>

Lucky Field 吉田 直樹（中小企業診断士）

愛知県東海市／オンライン対応



スマホで読み取り

※ 本レポートは公開情報をもとにLucky Fieldが作成した無料の調査資料です。掲載した数値・見解は調査時点のものであり、成果を保証するものではありません。