

即実践可能！

LPのCVRを上げる EFOテクニック19選

株式会社ラヴィゴット

INDEX

1. 入力項目は必要最低限にする
2. 一画面で全入力項目を見せる
3. 入力リセットを防ぐ
4. 入力必須項目は「必須」と明記する
5. 入力内容に合わせてtype属性を指定する
6. 入力ミスにはリアルタイムでエラー表示を出す
7. フォーム内では入力完了ボタン以外のリンクを設置しないようにする
8. 郵便番号の入力で住所を自動入力できるようにする
9. 住所入力欄は住所（番地まで）と建物名で項目を分ける
10. 選択肢が少ない場合はラジオボタンを採用する
11. 入力フォームは縦一列に配置する
12. ラジオボタンやチェックボックスは縦に並べてクリックしやすくする
13. 全角半角などの入力指定を設けない
14. 入力完了までのステップを表示する
15. ラベルや例文、補足文章は入力欄外に記載する
16. 関連する情報ごとに入力項目をまとめる
17. 「送信するボタン」と「修正するボタン」のデザインや配置に気をつける
18. プライバシーポリシーはフォームと同じページに記載する
19. 電話などフォーム以外のお問い合わせ選択肢を用意する

LPのエントリーフォームは、ユーザーにとってストレスのない適切なフォームになっていますか？

モチベーションの高いユーザーが、エントリーフォームにまで到達したにもかかわらず、途中で**離脱してしまう割合は70%**にもものぼるといわれています。

ユーザーがコンバージョンに至る過程で必ず通るページだからこそ、**エントリーフォームの最適化（EFO）はコンバージョン率（CVR）の改善において最も即効性が高い重要な施策**といえます。

本資料では、**LPのCVRを最大化するために効果的なEFOテクニック**をご紹介します。即実践できる内容ですので、是非お試しください。

- ・ランディングページのCVRがなかなか上がらない
- ・フォームの離脱率が高い

といった課題をお持ちの方は必見です。

1.入力項目は必要最低限にする

入力項目の多いフォームでは入力を面倒に感じてしまい、離脱率が高くなります。 unnecessaryなものがないか確認し、自社が取得する必要のある最低限の項目だけを残しましょう。無駄な項目を減らすことで、フォームで収集したデータの管理もしやすくなります。



名前	
フリガナ	
会社名	
電話番号	
メールアドレス	
郵便番号	
都道府県	
市区町村	
ビル名等	
部署名	
役職	

送信



名前	
会社名	
電話番号	
メールアドレス	

送信

2.一画面で全入力項目を見せる

スクロールしなければ全ての項目を入力することができないフォームや、無駄なクリックが多いフォームはユーザーのモチベーションを下げます。入力のゴールまでを一画面で見せることで、途中離脱を防ぎましょう。



LOGO

トップ > お問い合わせ

お問い合わせ

お問い合わせをご希望の方は、
以下の項目を入力してください。

お問い合わせフォーム

名前

会社名



LOGO

お問い合わせフォーム

お問い合わせをご希望の方は、
以下の項目を入力してください。

名前

会社名

電話番号

メールアドレス

送信

3.入力リセットを防ぐ

誤ってリセットボタンを押してしまった場合や、戻るボタンを押した場合、せっかく入力した内容が消えてしまうと、ユーザーにとって大きなストレスとなり離脱につながります。リセットボタンは設置しない、フォームページを複数にしない等の工夫をしましょう。



名前

会社名

電話番号

メールアドレス

リセット **送信**



名前

会社名

電話番号

メールアドレス

送信

4.必須項目は「必須」と明記する

必須・任意の表示がないと全てが必須項目と捉えられかねず、項目の多さにストレスを感じて離脱してしまう可能性があります。またシステム内部で必須と任意に分けているにもかかわらず、フォームに明記されていなければ、必須項目の未入力エラーが出てもユーザーにはエラーの意味が分かりません。入力項目が全て必須項目であったとしても「必須」と明記しましょう。





名前

会社名

電話番号

メールアドレス

部署名

役職

住所

送信

名前 必須

会社名 必須

電話番号 必須

メールアドレス 必須

部署名 任意

役職 任意

住所 任意

送信

5.入力内容に合わせてtype属性を指定する

type属性を入力内容に合わせて記述することで、表示されるテキストフィールドやキーボードを最適化することができるため忘れずに指定しましょう。

A diagram illustrating the use of the `type` attribute for different input fields. It features a light gray rounded rectangle containing four labels and their corresponding input fields: '名前' (Name), 'メールアドレス' (Email Address), 'URL', and '郵便番号' (Postal Code). Each input field is a white rounded rectangle. Four blue callout boxes point to each input field, providing the appropriate `type` attribute value:

- 1行のテキスト入力 is `type="text"` (points to the Name field)
- メールアドレス入力 is `type="email"` (points to the Email Address field)
- サイトURL入力 is `type="url"` (points to the URL field)
- 半角数字のみ入力 is `type="number"` (points to the Postal Code field)

6.入力ミスにはリアルタイムでエラー表示を出す

入力ミスや不備があった場合、どこの何を修正すればよいのか分からなければ、ユーザーの離脱につながりかねません。エラーの場所に加えて理由まで表示するのが理想です。内容確認画面に遷移した後ではなく、入力画面にリアルタイムでエラーを表示することでユーザーの操作数が減るため、入力完了率を高めることができます。





名前 必須

会社名 必須

電話番号 必須

メールアドレス 必須

部署名 任意

役職 任意

住所 任意

入力に誤りがあります

送信

名前 必須

会社名 必須

電話番号 必須

メールアドレス 必須

! メールアドレスは必須項目です

部署名 任意

役職 任意

住所 任意

送信

7.フォーム内では入力完了ボタン以外のリンクを設置しないようにする

入力完了率を高めるためには、ユーザーの気が散る要素を排除することが重要です。ユーザーがリンク先に興味を持ってしまうと、入力フォームからの離脱につながるため、別ページやキャンペーン情報へのリンクは設置しないようにしましょう。



LOGO

お問合せフォーム

お問合せをご希望の方は、
以下の項目を入力してください。

名前	
会社名	
電話番号	
メールアドレス	

送信



お問合せフォーム

お問合せをご希望の方は、
以下の項目を入力してください。

名前	
会社名	
電話番号	
メールアドレス	

送信

8.郵便番号の入力で住所を自動入力できるようにする

自動入力によってユーザーの手間を少しでも省くことは、コンバージョン率を高めるのに非常に効果的です。特にスマートフォンやタブレット端末で入力を行うユーザーの面倒な作業を省くことで、操作ミスやモチベーション低下を防ぐことが期待できます。



住所を手動入力

郵便番号	1600023
都道府県	東京都
市区町村	新宿区
番地	西新宿
マンション名	



郵便番号から住所を自動入力

郵便番号	1600023	住所表示
都道府県	東京都	
市区町村	新宿区	
番地	西新宿	
マンション名		

9.住所入力欄は住所（番地まで）と建物名で項目を分ける

スマートフォンやタブレット端末で入力する場合、住所入力欄が一つだと修正しにくいため、住所（番地まで）と建物名で分けるようにしましょう。



住所



住所

マンション名

10. 選択肢が少ない場合はラジオボタンを採用する

プルダウンは多くの選択肢をコンパクトに収納できるというメリットがある一方で、全ての選択肢をひと目で確認できないというデメリットがあります。ラジオボタンは1回のクリックで選択できるため、選択肢が少ない場合はラジオボタンを採用するほうがユーザーにとって親切です。



性別

性別を選択 ▼

選択してください

男性

女性



性別

☐ 男性

☐ 女性

11.入力フォームは縦一列に配置する

入力は通常、垂直方向が自然です。入力欄が横に複数列配置されていたり、入力欄の開始位置が揃っていなかったりすると、ユーザは入力しづらく感じます。ユーザーの視線の流れに沿った自然なレイアウトを心がけましょう。



姓		名	
電話番号			
メールアドレス			
住所			



姓	
名	
電話番号	
メールアドレス	
住所	

12.ラジオボタンやチェックボックスは縦に並べてクリックしやすくする

ラジオボタンやチェックボックスは縦に配列することで視認性が高まり、チェックしたかどうかをひと目で確認できるため、ユーザーにとって親切です。



性別

☐ 男性 ☐ 女性



性別

☐ 男性

☐ 女性

13.全角半角などの入力指定を設けない

ひらがなや漢字、大文字や小文字、全角や半角、ハイフンの有無等の入力形式は指定しないようにしましょう。入力規則が厳しいと、ユーザーにストレスを与えるだけでなく、エラーも起こりやすくなります。複数の入力形式が考えられる項目では、いずれの形式でも受け入れられる仕様にしましょう。



電話番号	
	※半角数字で入力してください
郵便番号	
	※ハイフン無しで入力してください
住所	
	※全角で入力してください



電話番号	
郵便番号	
住所	

14.入力完了までのステップを表示する

終わりが見えないことは、ユーザーのストレスを高める原因になります。入力完了までのステップを示すことで、最後まで入力を進めてもらいやすくなります。また、送信まで完了していないことを知らせるのにも効果的です。



お問合せフォーム

お問合せをご希望の方は、
以下の項目を入力してください。

名前	
会社名	
電話番号	
メールアドレス	

送信



お問合せフォーム

お問合せをご希望の方は、以下の項目を入力してください。

1 — 2 — 3

ご入力 ご確認 完了

名前	
会社名	
電話番号	
メールアドレス	

送信

15. ラベルや例文、補足文章は入力欄外に記載する

入力例があるとユーザーは迷わずに情報を入力できますが、フォーム内に記載されていると、何の情報を書き込むべきだったか入力中に確認することができません。入力内容をチェックしたり、エラーが出たときに書き直したりしやすいよう、入力例をはじめ、ラベルや補足文章は入力欄外に記載するようにしましょう。



名前	例) 田中 太郎
会社名	例) 株式会社サンプル
電話番号	例) 0312345678



名前	 例) 田中 太郎
会社名	 例) 株式会社サンプル
電話番号	 例) 0312345678

16.関連する情報ごとに入力項目をまとめる

多くの項目を一気に見せられると、ユーザはフォームの長さに圧倒されてモチベーションを失ってしまいます。関連する項目ごとにグループ化することで、ユーザはフォームの内容をより早く理解することができ、入力を最後まで進めやすくなります。



名前	
お問合せ種別	
住所	
お問合せ内容	
メールアドレス	
住所	
電話番号	



名前	
会社名	
電話番号	
メールアドレス	
住所	
お問合せ種別	
お問合せ内容	

17. 「送信するボタン」と「修正するボタン」のデザインや配置に気をつける

修正ボタンはないほうがよいですが、どうしても必要な場合はデザインや配置を工夫しましょう。人間が心理的に「押しやすい」と感じる右側に配置することを避けたり、「送信する」ボタンとは別の表示にしたりすることで、思わぬ離脱を防ぐことができます。

The image shows two form layouts side-by-side, illustrating the importance of button placement. Both forms have four input fields: 名前 (Name), 会社名 (Company Name), 電話番号 (Phone Number), and メールアドレス (Email Address).

Left Form (Marked with a red X): This layout is considered incorrect. The buttons are placed at the bottom right. The '送信する' (Send) button is on the left, and the '修正する' (Edit) button is on the right. This placement is less intuitive for users.

Right Form (Marked with a blue circle): This layout is considered correct. The buttons are placed at the bottom right. The '修正する' (Edit) button is on the left, and the '送信する' (Send) button is on the right. This placement is more intuitive, as the 'Send' button is the primary action and is placed on the right.

18. プライバシーポリシーはフォームと同じページに記載する

余計なページ遷移は離脱につながる可能性があります。プライバシーポリシーはフォームと同じページに記載して遷移を防ぎましょう。



名前

会社名

電話番号

メールアドレス

以下、プライバシーポリシーを同意の上、ご送信ください。
[プライバシーポリシー](#)

送信する



名前

会社名

電話番号

メールアドレス

以下、プライバシーポリシーを同意の上、ご送信ください。

本プライバシーポリシーには以下の事項が記載されています。

- (1) 弊社が収集する情報
- (2) 収集した情報の弊社の使用方法
- (3) 弊社の情報の共有方法
- (4) 情報保護のために弊社がとっている措置

送信する

19.電話などフォーム以外のお問い合わせ選択肢を用意する

エントリーフォームは便利ですが、中には電話で手早く済ませたいという人も多くいます。モチベーションの高いユーザーを取りこぼさないよう、フォームの他に電話番号・ファックス・住所等を表示し、営業日や電話受付時間も記載するとよいでしょう。



お問い合わせフォーム

お問い合わせをご希望の方は、
以下の項目を入力してください。

名前	
会社名	
電話番号	
メールアドレス	

送信



お問い合わせフォーム

お問い合わせをご希望の方は、以下の項目を入力してください。
お電話でのお問い合わせをご希望の方は以下にご連絡ください。

TEL:03-1234-5623

名前	
会社名	
電話番号	
メールアドレス	

送信

ABOUT US

株式会社ラヴィゴットについて

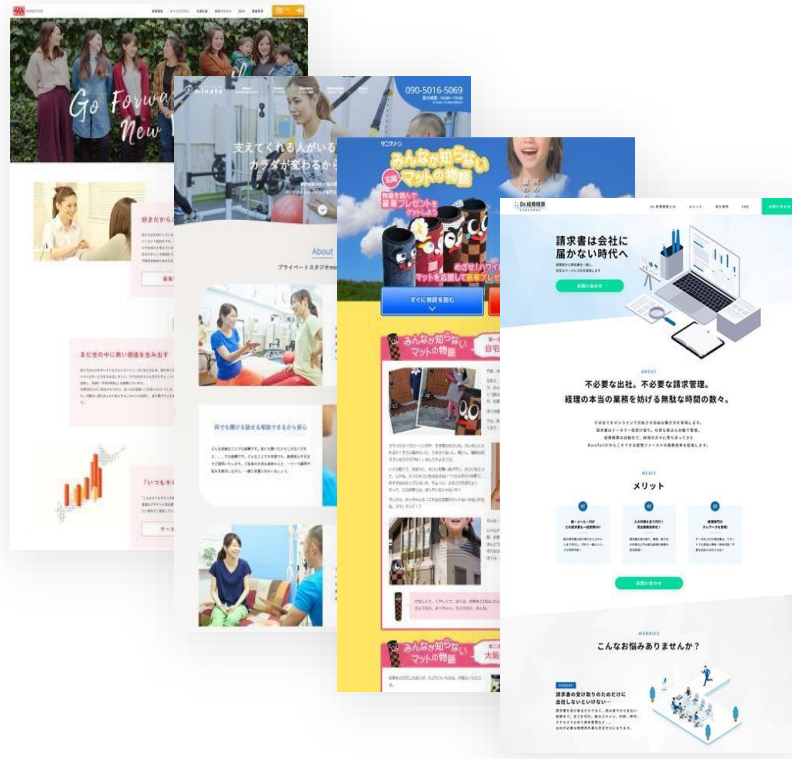
**株式会社ラヴィゴットは
成果の出る戦略的なランディングページ制作を提供する
Webインテグレーションカンパニーです。**



3つの特徴

01. Web分析診断累計4,000社以上の豊富な実績
02. 徹底した調査と分析による戦略的な企画立案が得意
03. 制作から広告運用、LPOコンサルティングまで一貫サポート

Web分析診断累計4,000社以上の豊富な実績



過去4,000社以上の支援実績で培った豊富なWebマーケティングのノウハウを活かし、成果の出る戦略型のランディングページを制作しています。

一部の業界や業種に特化することなく、幅広い分野での制作実績がございます。

目標達成や課題解決に対しての参考事例やノウハウが多数蓄積されているため、どのような業界・業種であっても最適なソリューションを提供することが可能です。

02 企画立案が得意



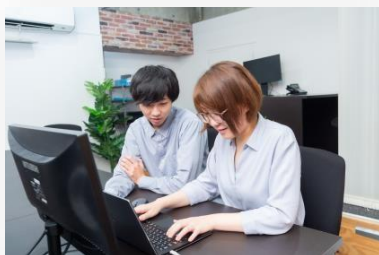
02 企画立案が得意

02 企画立案が得意

02 企画立案が得意

制作から広告運用、LPOコンサルティングまで 一貫サポート

03



株式会社ラヴィゴットでは、ランディングページの制作はもちろん、制作後の広告運用やLPOコンサルティングまで一貫してサポートしています。

ランディングページ制作では、ヒアリングから調査、分析、企画構成、デザイン、ライティング、写真撮影、ツールの導入までワンストップでの提供が可能です。

また広告運用を想定したランディングページ制作や、A/Bテスト・ヒューリスティック分析・マウスレコーディングなどによるLPO施策で中長期的な企業支援を行っています。

THANK YOU

ランディングページ制作をご検討の方は
弊社ランディングページをご覧の上、
お問合せください。

戦略型ランディングページ制作について見る →

THANK YOU