

# ヒューリスティック調査報告書

飛鳥未来高等学校自社サイトと競合3社（N高等学校・第一学院高等学校・クラーク記念国際高等学校）のPCサイトを5つの評価軸で比較・分析した結果をまとめた。

2026年度 調査報告

通信制高校サイト比較

# 調査概要

## 調査目的

ユーザーにとって使いやすく、入学検討の意思決定を支援できる設計になっているか評価すること。

## 調査方法

自身によるヒューリスティック調査（PC閲覧前提）

## 調査対象ページ

各社サイトのトップページ・コース紹介ページ

## 調査期間

2026年5月22日

## サイトの目的

入学検討者に学校の特徴を伝え、資料請求や説明会申し込みへ誘導

## 調査対象サイト

### 自社

飛鳥未来高等学校

[sanko.ac.jp/asuka/asukamirai/](https://sanko.ac.jp/asuka/asukamirai/)

### 競合A

N高等学校

[nnn.ed.jp](https://nnn.ed.jp)

### 競合B

第一学院高等学校

[daiichigakuin.ed.jp](https://daiichigakuin.ed.jp)

### 競合C

クラーク記念国際高等学校

[clark.ed.jp](https://clark.ed.jp)

## 想定ターゲットユーザー

通信制高校を検討中の中学生・高校生およびその保護者

# 評価軸の定義

以下の5つの大項目、それぞれ5つの小項目（合計25項目）を用いて評価する。

評価基準：○ = 1点 / △ = 0.5点 / × = 0点

## ① 第一印象

1. PC画面で見たときに全体が見やすいか
2. 高校としての信頼感があるデザインか
3. その学校の特徴がファーストビューで伝わるか
4. 余白やレイアウトに整った印象があるか
5. 写真やバナーがPC画面で効果的に見えるか

## ② 情報の探しやすさ

1. ヘッダーメニューが分かりやすいか
2. 欲しい情報にすぐたどり着けるか
3. コース・学費・出願情報を探しやすいか
4. ページ階層が整理されていて迷いにくいのか
5. PC画面で複数の情報を比較しやすいか

## ③ 内容の分かりやすさ

1. その学校の学び方が理解しやすいか
2. 通信制高校の仕組みが説明されているか
3. コースの違いが明確に示されているか
4. スクーリングや通学に関する説明が分かりやすいか
5. 進路実績や卒業後のイメージが持ち易いか

## ④ 訴求力

1. その学校ならではの強みが伝わるか
2. 他校との差別化ができているか
3. 学校生活の魅力が具体的に想像できるか
4. 中学生や保護者にとって魅力的な内容か
5. 入学したいと思わせる構成になっているか

## ⑤ 操作性・行動のしやすさ

1. PCでのスクロールや操作がしやすいか
2. ボタンやリンクが押しやすく分かりやすいか
3. 資料請求や説明会申込ページへ行きやすいか
4. 各ページの読み込み後もストレスなく閲覧できるか
5. 次に取る行動が明確に示されているか

## 評価：トップページ

飛鳥未来高等学校

[sanko.ac.jp/asuka/asukamirai/](http://sanko.ac.jp/asuka/asukamirai/)



### 第一印象

PC画面で全体が見やすいか	○	セクションごとに整理され見やすい
高校としての信頼感があるか	△	規模感は伝わるが、デザインの独自性は平均的
特徴がファーストビューで伝わるか	△	通信制・単位制・通学スタイル等の具体的特徴はスクロール後にしか出ず
余白やレイアウトに整った印象か	○	整理されたレイアウトで、見やすい
写真やバナーがPC画面で効果的か	○	写真量は十分

### 情報の探しやすさ

ヘッダーメニューが分かりやすいか	△	コース・学費への動線がヘッダーになく、入り口として不十分
欲しい情報にすぐたどり着けるか	△	グループサイトと学校個別サイトが混在し、初見では迷いやすい
コース・学費・出願情報を探しやすいか	△	募集要項はヘッダー、学費やコースはトップから直接アクセスしにくい位置に
ページ階層が整理され迷いにくい	○	現在地の把握はしやすい
PC画面で複数の情報を比較しやすいか	×	コース・キャンパスを横断比較できるページがなく、PC画面の広さを活かしていない

## 内容の分かりやすさ

学校の学び方が理解しやすいか	△	通学スタイル概要はあるが、具体的な学び方はキャンパスページまで進まないと分からない
通信制高校の仕組みが説明されているか	△	リンクバナーはあるが、トップページでの説明は最小限
コースの違いが明確に示されているか	×	コース名の列挙のみで、違いや比較が一切示されていない
スクーリングや通学の説明が明確か	△	バナー設置はあるが、スクーリング説明はもっと下の階層にしかない
進路実績や卒業後のイメージが持てるか	×	進路実績・卒業生インタビューへのリンクがトップに存在しない

14.5 / 25 点

5大項目・25小項目の評価合計

達成率

58%

競合と比較して改善余地あり

## 訴求力

学校ならではの強みが伝わるか	△	全国展開・グループ規模は伝わるが、この学校ならではの強みが言語化されていない
他校との差別化ができていないか	×	比較コンテンツがほぼなく、他校との違いを読み取れない
学校生活の魅力が具体的に想像できるか	△	雰囲気は伝わるが、体験談等がトップでは不足
中学生や保護者にとって魅力的か	△	保護者向けに機能しているが、中学生向けのコンテンツは薄い
入学したいと思わせる構成か	△	感情的な決め手となるコンテンツ不足

## 操作性・行動のしやすさ

PCでのスクロールや操作がしやすいか	○	快適に操作できる
ボタンやリンクが押しやすく明確か	○	視認性が高い
資料請求や説明会申込ページへ行きやすいか	○	固定ヘッダーのCTAが明確で、どこからでもアクセスしやすい
読み込み後もストレスなく閲覧できるか	○	ストレスを感じる点はない
次取る行動が明確に示されているか	△	CTAはあるが、検討ステップに沿った文脈的な誘導がなく、ボタンが置かれているだけ

## 評価：コース紹介ページ

飛鳥未来高等学校

<https://www.sanko.ac.jp/asuka/>

飛鳥未来高校グループ 飛鳥未来高校グループについて 各学校の紹介 キャンパス一覧 通学スタイル

を大切にする飛鳥未来ならではの。

詳細はこちら

- ベーシックスタイル
- スタンダードスタイル
- ネットスタイル
- 3DAYスタイル
- 5DAYスタイル
- 美容師免許取得コース
- 自由を選べるコース

→ 学校説明会

## 第一印象

PC画面で全体が見やすいか	○	カード形式の一覧で見やすい。
高校としての信頼感があるか	△	シンプルにまとまっているが、やや軽い印象。
特徴がファーストビューで伝わるか	○	5つのスタイルという特徴がページを開いた瞬間に伝わる。
余白やレイアウトに整った印象か	○	余白の取り方や並びが整っている。
写真やバナーがPC画面で効果的か	△	写真サイズが小さく画面の広さに対してインパクトが弱い。

## 情報の探しやすさ

ヘッダーメニューが分かりやすいか	○	メニュー豊富で、トップページより分かりやすい。
欲しい情報にすぐたどり着けるか	○	リンクが一覧化されており、詳細へスムーズに進める。
コース・学費・出願情報を探しやすいか	△	通学スタイル情報は充実しているが、学費・出願情報はない。
ページ階層が整理され迷いにくい	○	パンくずリストがあり現在地が把握しやすい。
PC画面で複数の情報を比較しやすいか	△	一覧はあるが、横断比較できる機能はない。

## 内容の分かりやすさ

学校の学び方が理解しやすいか	△	簡単な説明はあるが、詳細は個別ページ。
通信制高校の仕組みが説明されているか	×	このページにはない。
コースの違いが明確に示されているか	△	通学頻度の違いの未記載、選択の判断材料が不足。
スクーリングや通学の説明が明確か	△	通学日数には触れているが、スクーリングの説明はない。
進路実績や卒業後のイメージが持てるか	×	このページにはない。

## 訴求力

学校ならではの強みが伝わるか	△	多様性とコースの組み合わせは独自性だが、言語化が弱い。
他校との差別化ができているか	△	選択の自由度は強みだが、優位性として打ち出せていない。
学校生活の魅力が具体的に想像できるか	△	生徒の1Day Reportは良いが、一覧ページ上では生活イメージが膨らまない。
中学生や保護者にとって魅力的か	△	選択肢の豊富さは伝わるが、保護者のための情報が薄い。
入学したいと思わせる構成か	△	スタイル説明で完結、入学意欲につながる後押しが弱い。

16.5 / 25 点

5大項目・25小項目の評価合計

達成率

66%

トップページより高いが、内容・訴求力に改善の余地あり

## 操作性・行動のしやすさ

PCでのスクロールや操作がしやすいか	○	快適に操作できる
ボタンやリンクが押しやすく明確か	○	各スタイルのナビゲーションボタンが導線として機能。
資料請求や説明会申込ページへ行きやすいか	○	固定CTAが常時表示されており、アクセスは良好。
読み込み後もストレスなく閲覧できるか	○	読み込み後のストレスは感じない。
次取る行動が明確に示されているか	△	詳細ページへの誘導はあるが、次のステップへの促しが弱い。

# 自社サイトの課題

## 1 コース・学費情報の導線が不十分

ヘッダーにコース・学費への直リンクがなく、ユーザーが求める情報に即座にたどり着けない。また、総合トップとグループサイトの混在により、URLやデザインが不意に切り替わるため、ユーザーに混乱を与える構造となっている。

## 2 コースの違いが比較できない

コース名の列挙のみで、違いや比較が一切示されていない。通信制高校は選択肢が多いことが強みである反面、比較情報がないことは迷いを生む。PC画面の広さを活かし、横断比較できるページの設置が急務。

## 3 差別化・訴求メッセージが弱い

全国展開・グループ規模は伝わるが、「ほかの学校と何が違うのか」が言語化されていない。他校にない強みがあるのに、深い階層のページに埋まっており、トップページの段階では伝わっていない。

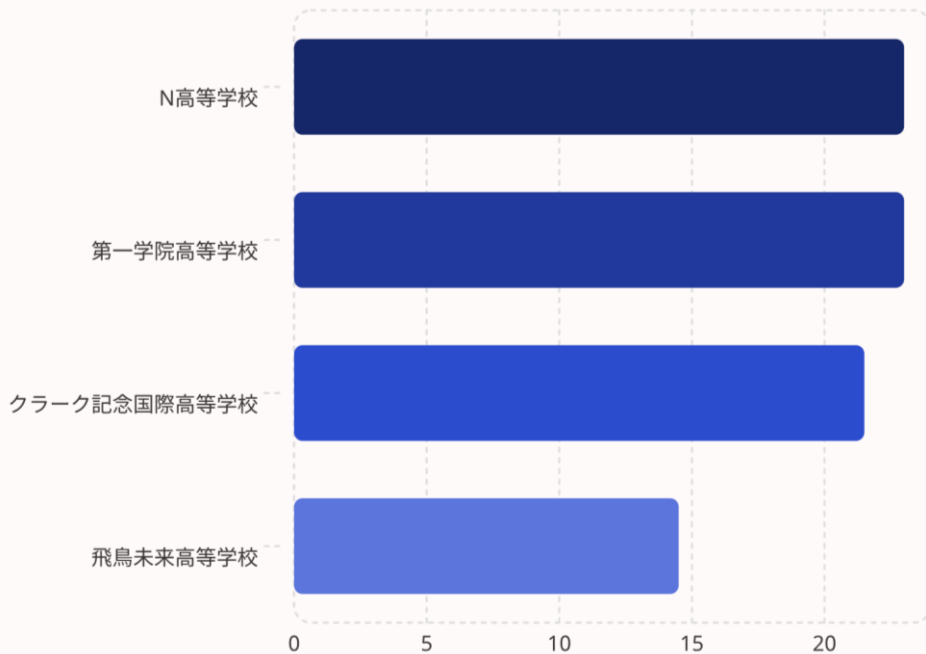
## 4 進路実績・卒業生コンテンツの欠如

進路実績や卒業生インタビューへのリンクがトップに存在しない。  
保護者の最大の関心事である進路実績や卒業生インタビューへのリンクがトップページに欠如しており、将来のイメージが持てない。

## 5 中学生が共感できるコンテンツが薄い

CTAは保護者向けに機能しているが、意思決定ターゲットである中学生本人が共感できるような体験談や日常写真がトップでは不足している。  
検討ステップに沿った文脈的な誘導もない。

# 競合比較：トップページ 総合得点



飛鳥未来高等学校（14.5点）は競合3社（21.5～23点）と比較して大きな差がある。

特に、**内容の分かりやすさ**と**訴求力**でのスコア低下が顕著である。

**N高**：「ネットの高校」という明確な独自性と高い訴求で23点を獲得

**第一学院**：情緒訴求「居場所」「自分らしさ」が明確で23点

**クラーク**：週5日通学の魅力が伝わり21.5点

**飛鳥未来**：差別化メッセージ・比較機能の欠如が課題

# 競合サイト：詳細評価



N高等学校  
総合：4.5点 / 5点

「ネットの高校」という明確な独自性が高い訴求力が強み。ICT活用・オンライン学習の訴求が一貫しており、導線も分かりやすい。課題はN高・S高・R高の違いが初見では分かりにくい点。



第一学院高等学校  
総合：4.5点 / 5点

「居場所」「自分らしさ」という情緒訴求が強いブランド軸。生徒ストーリーや写真が豊富で不安軽減型のメッセージ設計が優れている。操作性・行動のしやすさも高評価。



クラーク記念国際高等学校  
総合：4.3点 / 5点

週5日通学・制服・年間行事など全日制に近い学校生活の訴求力が高い。多彩なコースとPBL・教員サポートが安心材料に。課題はページが長く情報量が多い点。

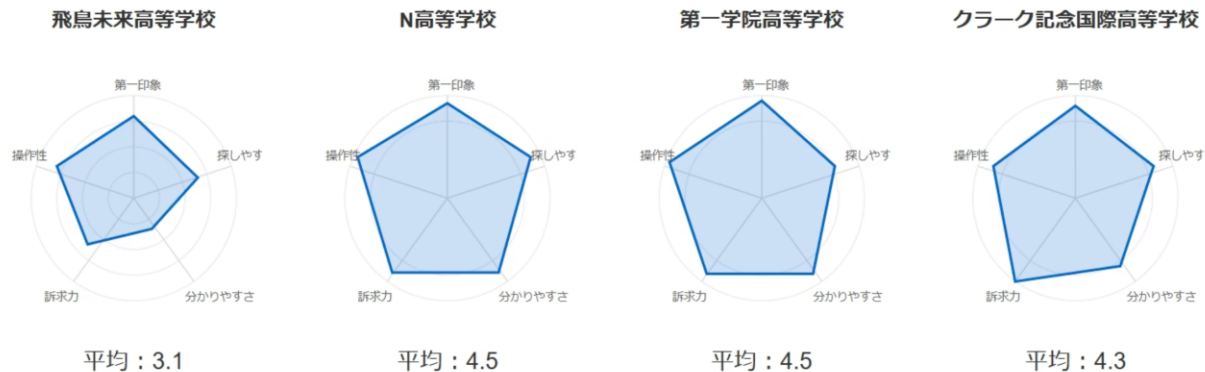
評価軸	飛鳥未来	N高	第一学院	クラーク
第一印象	4.0/5	4.6/5	4.75/5	4.5/5
情報の探しやすさ	3.25/5	4.2/5	3.75/5	4.0/5
内容の分かりやすさ	1.5/5	4.4/5	4.5/5	4.0/5
訴求力	2.25/5	4.8/5	4.75/5	5.0/5
操作性・行動のしやすさ	4.5/5	4.4/5	4.5/5	4.0/5
総合	3.1/5	4.5/5	4.5/5	4.3/5

# 競合比較：レーダーチャート

トップページ・コース紹介ページ 平均値5項目比較

## 各競合サイトレーダーチャート比較

総合評価



### 評価項目詳細

第一印象	全体の見やすさ	デザインの信頼感	FVでの特徴把握	レイアウト・余白	写真・バナー効果
情報の探しやすい	ヘッダーメニュー	情報への到達速度	学費・出願情報	ページ階層の整理	PC画面での比較
内容の分かりやすさ	学び方の理解	通信制の仕組み	コースの違い	スクーリング説明	進路卒業イメージ
訴求力	独自の強み	他校との差別化	学校生活の魅力	ターゲットへの魅力	入学意欲の構成
操作性・行動のしやすさ	操作のしやすさ	ボタン・リンク	資料・申込導線	読み込みの軽さ	次行動の明示

※N高校は100点満点評価（合計112点/25点満点項目）であったため、他校と揃えるために5点満点に換算して算出しました。

自社サイトは**操作性**と**第一印象**では競合と遜色ないが、**内容の分かりやすさ**と**訴求力**で著しく劣っている。特に、差別化メッセージの強化が最優先課題である。

# 改善提案

## 1 サイト構造の統合とヘッダーの整理

グループサイトとの混在を解消し、校内サイトで情報を完結させる。  
ヘッダーに「通学スタイル」「学費」への直リンクを追加し、最優先で情報動線を最短化する。

## 2 ファーストビューへの具体的特徴の追加

キャッチコピーに「週1日から通える」等の具体的サブコピーを加え、事実と感情の両面から訴求する。  
ファーストビューでの情報密度を高め、スクロール前の離脱を抑制する。

## 3 コース比較コンテンツの整備

通学頻度・費用・対象者を軸とした「横断比較表」を導入する。  
PCの画面幅を活かした横並びレイアウトにより、ユーザーの自己選択と意思決定を迅速化させる。

## 4 進路実績・卒業生コンテンツのトップ配置

実績数値と在校生・卒業生の声をトップページへ引き上げる。  
客観的な安心感と主観的な共感を同時に提供し、保護者の不安払拭と入学意欲の向上を図

## 5 中学生向けコンテンツと行動導線の最適化

体験談や日常写真など、中学生が自分事化できる要素を強化する。  
CTAを検討ステップ（詳細確認→拠点検索→申込）に沿った文脈的な配置に見直し、自然な行動を促す。

① 自社サイトは操作性・第一印象で競合に劣らない強みを持つ。**内容の分かりやすさ**と**訴求力**の改善が、リニューアル成功の最重要課題である。

# まとめ

今回の評価を通じて、飛鳥未来高等学校のサイトは、CTAの設計と操作性において一定の水準を満たしていることが分かった。

一方、情報の構造・内容の深さ・差別化の言語化において、競合3校と大きな差があることが明らかになった。

これらの総合平均3.1点に対し、競合3校は4.3～4.5点であり、全項目にわたって差がついている。

重要な点は、飛鳥未来高等学校自体の魅力が弱い訳ではないという点である。

美容師免許取得・専門学校との連携・多彩な通学スタイル等、独自の強みはすでに存在している。課題はそれらがサイト上で正しく伝わっていないことにある。

改善すべきはデザインではなく、情報の構造と伝え方である。

サイト構造の統合・ファーストビューの改善・比較コンテンツの整備という3つの優先課題に取り組むことで、競合との差を縮め、資料請求・説明会申込というゴールへの転換率を高めることができると考える。