LAWPRO REPORT 2026

選ばれる士業事務所の情報発信2026レポート

士業サイト2,219件の実測と、
事務所サイト47件の内容分析から

- 相談する人が確かめていること
- AI 検索で起きている変化
- サイトの点検表12項目

LawPro

2026年10月版

選ばれる士業事務所の情報発信 2026レポート

士業サイト 2,219件の実測と、事務所サイト47件の内容分析から

LawPro Report／2026年10月版
対象：行政書士・司法書士・弁護士の事務所（独自の実測は、行政書士・司法書士のサイトが対象です）
発行：LawPro（運営 Spluc合同会社）

LawPro の独自調査で分かった3つのこと

1. 更新日の情報を取得できた行政書士サイトの45.3%は、その日付が1年以上前
行政書士サイト897件のうち、ページの表示または HTTP ヘッダーから更新日の情報を取得できた170件を対象にした結果です。更新日の情報は、実際の情報の更新を必ずしも表していません。司法書士サイトでは、更新日の情報を取得できた506件のうち58.1%でした。

2. 費用を「報酬」と「別にかかる費用」に分けて書いていたのは、47事務所中12事務所
行政書士事務所のサイト47件の主なページを読んだ結果です。弁護士を探した人の調査では、6割以上がネットで費用を確かめていました（第1章）。

3. 主なページを調べた47事務所のうち、典型的な疑問に十分に答えていると判定できた事務所は0件
46件は一部の疑問にだけ答えていました。各サイト最大5ページを対象にした調査で、ほかのページに答えが載っている可能性があります（調査の方法と限界は第3章）。

はじめに

相談する人が事務所を探す方法は、この数年で大きく変わりました。検索結果の上に AI の要約が出て、リンクを押さずに答えを読み終える人が増えています。そのなかで、事務所のサイトに何が書いてあるかが、以前より相談の行方を左右するようになっています。

このレポートは、LawPro が2026年9月から10月に行った士業サイトの実測と、国内外の公開調査をもとに、選ばれるために整えたい情報を整理したものです。最後に、ご自身の事務所サイトで確かめられる点検表を付けています。

---

1. 相談する人は、どう事務所を選んでいるか

Web で探し、分野と費用と人柄を確かめる

弁護士を探した経験のある人に聞いた調査では、探した方法の上位は、事務所のサイト（42.2%）、ポータルサイト（31.9%）、ブログや SNS（25.0%）でした。ネットで確かめた情報は、取扱分野（71.6%）、費用（62.7%）、プロフィール（61.2%）の順です。選ぶときの基準は、専門・実績（49.1%）、費用（46.6%）、人柄（41.4%）でした。（弁護士ドットコム、2019年12月調査・2020年公表）

まだ専門家を探したことがない人に、今後どう探すかを聞くと、Web が65.6%で、友人・知人の38.0%を大きく上回りました。（同）

調査から年数はたっていますが、その後、Web で情報を探す方法に生成 AI という新しい選択肢も加わりました。日本で生成 AI を使ったことがある人は26.7%で、前の年の9.1%から3倍近くに増えています。（総務省『令和7年版 情報通信白書』）

決め手は「相性」でも、その前に「載っていること」

税理士を選んだ人に聞いた調査では、92.4%が「相性・人柄」を重視したと答え、59.0%は1人と面談しただけで決めていました。（ビスカス、2025〜2026年）

人柄で選ばれる仕事ほど、面談の前に「この先生なら話を聞いてもらえそうだ」と感じてもらうことが大切です。そのきっかけは、多くの場合サイトに書かれた言葉です。

---

2. AI 検索で何が変わったか

見つかっても、クリックされるとは限らない

Google 検索で AI の要約が出たとき、検索結果のリンクが押された割合は8%でした。要約が出ないときは15%です。要約の中のリンクが押されたのは1%でした。（Pew Research Center、2025年、米国の利用者の検索行動）

AI の要約がある検索では、1位のページのクリック率が平均で58%低いという分析があります。同じ調査の2025年版では34.5%でした。（Ahrefs、2026年2月、30万キーワード。相関の分析で、因果を示したものではありません）

同じ種類の調べものの検索を時系列で比べると、AI の要約が出たときのクリック率は1.76%から0.61%に下がりました。また、AI の要約に引用されたページは、引用されなかったページよりクリック率が高めでした（0.70%と0.52%）。引用されたことでクリック率が上がったという因果までは示されていません。（Seer Interactive、2025年）

いずれも海外の調査で、日本の士業の検索にそのまま当てはまるものではありません。ただ、方向ははっきりしています。

検索で見つかることに加え、答えとして信頼されること

検索順位が変わらなくても、サイトに来る人は減りえます。検索で見つかることは今も大切で、そのうえで、読んだ人に答えとして信頼される内容があるかが問われるようになっています。

具体的な疑問に1ページで答え、いつ時点の情報か、何を根拠にしているかを書いておくと、相談する人にもAI にも内容が伝わりやすくなります。引用されることを保証するものではありませんが、相談する人が読みたいページとほぼ同じ形です。

Google は2026年6月に、Search Console で AI の要約や AI モードの中での表示回数を見られるレポートを発表し、8月31日に全世界で使えるようにしました。この専用レポートで分かるのは主に AI の中での表示回数で、それだけで問い合わせへの効果が分かるわけではありません。アクセス数が減ったときは、表示回数、順位、クリック率、AI の中での表示、実際の相談の件数を分けて見ると、原因を取り違えずにすみます。

---

3. 士業サイト 2,219件の実測と、47件の内容分析

行政書士サイト 897件（2026年9月22日〜25日）

行政書士事務所の紹介サイトに載っていた独自ドメイン1,201件のうち、計測時に正常に開けた897件を調べました。

項目	結果
更新日の情報を取得できたサイト	897件中170件（19.0%）
そのうち、取得した更新日の情報が1年以上前	170件中77件（45.3%）
そのうち、取得した更新日の情報が3年以上前	170件中30件（17.6%）
構造化データ（schema.org の形式で情報を機械に伝える設定。種類は問わない）	897件中442件（49.3%）
sitemap.xml	897件中578件（64.4%）
トップからたどれるページ数	中央値27ページ

更新日の情報は、ページ内の更新日の表示と、サーバーが返す HTTP ヘッダー（Last-Modified）から取得しました。HTTP ヘッダーの日付は、ファイルが置き直された日などを表すこともあり、記事の本文が最後に更新された日とは限りません。更新日の情報が取れないことも、更新していないことを意味しません。

そのうえで、ページに更新日の表示がない場合、訪れた人にはその情報がいつ時点のものか伝わりにくくなります。HTTP ヘッダーだけから日付が取れたサイトも、訪れた人が画面で更新日を確かめられるとは限りません。次の調査からは、画面で確かめられる更新日と、HTTP ヘッダーだけの日付を分けて集計します。

ページ数だけでは、情報が充実しているかは判断できません。大切なのは、相談する人の個別の困りごとに答える情報がどれだけあるかです。

司法書士サイト 1,322件（2026年9月26日）

司法書士事務所の掲載サイトから特定した独自ドメインのうち、正常に開けた1,322件を同じ方法で調べました。

項目	結果
更新日の情報を取得できたサイト	1,322件中506件（38.3%）
そのうち、取得した更新日の情報が1年以上前	506件中294件（58.1%）
構造化データ	43.1%

行政書士事務所のサイト47件の内容分析（2026年10月5日）

行政書士事務所のサイト50件を選び、取得できた47件について、相談する人が知りたい6つの観点が載っているかを確かめました。

観点	具体的に載っている	一部だけ	見つからない
相談の入口（相談の案内と、電話・メール・フォームなどの窓口）	39件	7件	1件
サイト内での探しやすさ	20件	7件	20件
専門分野	14件	31件	2件
費用（報酬と、別にかかる費用）	12件	29件	6件
相談する人の声	2件	17件	28件
よくある疑問への答え	0件	46件	1件

相談の入口は、ほとんどの事務所が用意しています。一方で、費用を「報酬」と「別にかかる費用」に分けて書いている事務所は4分の1ほどでした。よくある疑問については、調べた範囲で多くのサイトが一部には答えていましたが、十分に答えていると判定できたサイトはありませんでした。

費用とよくある疑問への答えを丁寧に整えることは、相談する人に安心して選んでもらうための、身近な改善の一歩です。

調査の方法と限界

- 実測（2,219件）：サイトが外に示している情報（更新日、sitemap.xml、構造化データなど）を直接取得しました。検索 API や有料サービスは使っていません。紹介サイトに載っている事務所が対象で、登録者全体を代表するものではありません。都市部の事務所が多めに含まれます。
- 内容分析（47件）：各サイトのトップと主なページ（最大5ページ）を取得し、決まったルールで記載を機械的に確かめました。疑問は10問です（相談から完了までの流れ、期間の目安、対応地域、対応する手続きの範囲、対象となる方、要件・条件、必要書類、依頼する方と事務所の準備の分担、基本の報酬額、別にかかる費用）。1問ずつ「具体的な記載」「関連する記載」「記載なし」を判定しました。
  - 「よくある疑問への答え」は、費用の2問を除く8問について、8問すべてに具体的な記載があれば「具体的に載っている」、1問でも関連する記載があれば「一部だけ」、どれにも記載がなければ「見つからない」としました。FAQ を1ページにまとめている場合も対象に含めています。
  - 「費用」は、基本の報酬額と、別にかかる費用の2問がどちらも具体的に書かれている場合を「具体的に載っている」としました。
  - 取得したページの外にある情報は数えていないため、実際より少なく出ている可能性があります。

- 内容分析は行政書士の事務所だけを対象にしたもので、司法書士・弁護士の事務所の実態を表すものではありません。
- サイトに何が載っているかを調べたもので、事務所の実力や、受任の件数との関係を測ったものではありません。個別の事務所の評価や順位付けを目的としていません。

---

4. 相談する人に伝えたい4つの情報

1. 何の相談を受けるか

「行政書士事務所」だけでは、相談する人は自分の困りごとを受けてもらえるか分かりません。トップの最初の画面に、分野と対象を1行で書きます。

例：「東京23区で、飲食店の営業許可と開業の手続きのご相談を受けています。」

2. いくらかかるか

費用は、問い合わせの前に多くの人が確かめる情報です（第1章の弁護士を探した人の調査で62.7%）。金額そのものより、何が含まれるかが伝わることが大切です。

- 手続きごとに、報酬の目安を書く。幅があるときは、幅が出る理由も添える
- 報酬に含まれるものと、別にかかるもの（役所への手数料、証明書の取得費など）を分けて書く
- 見積もりの出し方を書く。例：「内容を伺い、事前にお見積もりをお出しします」

報酬の表示は、所属する会の規則や指針もあわせてご確認ください。

3. どんな人が、どう進めるか

人柄で選ばれる仕事だからこそ、代表の考え方や、相談から完了までの流れを具体的に書きます。

相談する人の声や事例は、必ず載せるものではありません。載せる場合は、資格ごとに広告や守秘義務の決まりが異なるため、ご本人の同意に加えて、所属する会の規程や指針で載せ方を確かめてください。

4. よくある疑問への答え

実際の相談で何度も聞かれることを、1つの疑問に1ページで答えます。いつ時点の情報か、根拠となる法令や公的な情報はどこかも書き添えます。相談する人にも AI にも、内容が伝わりやすい形です。

---

5. 問い合わせを、受任につながる相談に変える

受けられる相談かを、早く判断する

情報発信が相談につながるようになると、問い合わせへの対応も大切になります。件数だけでなく、事務所が受任できる相談かどうかを早く判断できることが大切です。たとえば、次のような問い合わせです。

- 事務所で受けていない業務の問い合わせ
- 期限が迫っていて、間に合わない相談
- 費用の感覚が合わない相談
- 状況の説明が足りず、何度も聞き直す必要がある問い合わせ

こうした問い合わせが増えると、確認のやり取りに時間がとられます。

相談する人に、先に状況を整理してもらう

問い合わせの前に、相談する人が自分の状況を整理できると、事務所は受けられるかどうかを早く判断できます。最初にそろえたいのは次の4つです。

- 分野：どの手続きの相談か
- 時期：いつまでに必要か
- 不安：何が分からず困っているか
- 希望：費用や進め方で気になっていること

氏名や連絡先は最後に聞きます。相談の中身を先に話せるほうが、相談する人は進めやすくなります。

最初の返信で状況を伝える

問い合わせた人は、返信が届くまで、受け付けられたかどうか分からずに待っています。最初の返信は「受け取りました」「次にすること」「いつまでに」の3行で足ります。詳しい回答はそのあとで構いません。

相談の内容を、次の発信に生かす

届いた相談を「分野」「時期」「不安」で書き出すと、次の記事の題材が見えてきます。個人が特定される内容は使わず、よくある形に置き換えて書きます。

---

6. 無理なく情報発信を続ける

発信を無理なく続けるには、書く前に題材と型と時間を決めておく方法があります。

- 題材：実際の相談で聞かれたことを、週に3つ控えておく

- 型：「結論、よくある場面、今日できる一歩」の3段にする。短くてよい
- 時間：書く時間を、週に30分だけ決めておく

毎日書く必要はありません。月に2〜4本でも、1年続ければ数十ページの「疑問への答え」が積み上がります。大切なのは頻度の高さより、止まらないことです。

---

7. 点検表：あなたの事務所サイトで確かめたい12項目

当てはまらない項目が、どの領域に多いかを見てください。数の多さより、どこが足りないかが改善の手がかりになります。

見つけてもらう（検索と基本情報）

- ☐ 「地域名＋分野」で検索したとき、自分の事務所のどのページが出るかを知っている
- ☐ 事務所名・所在地・電話番号が、サイトと地図の情報で一致している
- ☐ 記事やページに、更新日が書いてある

分かってもらう（分野と記事）

- ☐ トップの最初の画面で、分野と対象が1行で分かる
- ☐ 重点の分野ごとに、ページが分かれている
- ☐ よくある疑問に、1つずつ答えるページがある

信頼してもらう（費用・人柄・進め方）

- ☐ 手続きごとに、報酬の目安が書いてある
- ☐ 報酬と、別にかかる費用が分けて書いてある
- ☐ 代表の考え方と、相談から完了までの流れが書いてある

相談してもらう（入口と受け方）

- ☐ スマートフォンで、どのページからも相談の入口に進める
- ☐ 相談する人が、分野・時期・不安を先に伝えられる
- ☐ 相談のあと、いつごろ返信が届くかが書いてある

どの領域が足りなかったでしょうか。自分のサイトは、自分では気づきにくいものです。LawPro では、事務所のサイトを第3章と同じ観点で確かめ、改善の方向をご提案しています。

読者限定のご案内

あなたの事務所には、まだ伝わっていない強みがあるかもしれません。

LawPro では、本レポートの調査と同じ観点で、事務所サイトの無料診断を行っています。

無料サイト診断でお届けすること

- **伝わっている強み**：重点の分野や事務所の特徴が、相談する人にどう見えているか
- **まだ載っていない情報**：費用、相談の流れ、よくある疑問など、補いたい情報
- **手をつける順番**：どこから始めるとよいかの具体的なご提案

必要なのは、事務所名とサイトの URL だけです。診断は無料で、今のサイトを作り直す必要もありません。

お申し込み：lawpro.jp/contact/

LawPro のご紹介

LawPro は、士業事務所の発信サイトと相談の窓口をつくるサービスです。

- **発信用サイト**：今の事務所サイトはそのままに、強みと記事、相談ナビを備えた発信サイトを別にお作りします。事務所サイトの作り直しではありません。
- **相談ナビ**：相談する人が選びながら、分野・時期・不安を整理し、その内容がフォームにそろった状態で相談が届きます。
- **記事の AI 下書き支援**：よくある疑問への答えを AI が下書きし、先生が確かめて仕上げます。

相談ナビと記事の AI 下書き支援は、2026年11月からご利用いただけます。そのほかのメニューと料金は、lawpro.jp でご覧いただけます。

LawPro は、士業サイトの実測を続け、年ごとの比較や士業別のレポートをお届けしていきます。

出典

1. 弁護士ドットコム「弁護士の探し方に関する調査」2019年12月調査（マクロミル、1,236人）、2020年公表 https://www.bengo4.com/times/articles/108/
2. 株式会社ビスカス「税理士選びに関する調査」2025年8月〜2026年1月、105件 https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000019.000028862.html
3. 総務省『令和7年版 情報通信白書』 https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r07/html/nd112210.html

4. Pew Research Center, "Google users are less likely to click on links when an AI summary appears in the results", 2025年7月 https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/07/22/google-users-are-less-likely-to-click-on-links-when-an-ai-summary-appears-in-the-results/
5. Ahrefs, "AI Overviews Reduce Clicks"（2026年2月更新）https://ahrefs.com/blog/ai-overviews-reduce-clicks-update
6. Seer Interactive, "AIO Impact on Google CTR: September 2025 Update", 2025年11月 https://www.seerinteractive.com/insights/aio-impact-on-google-ctr-september-2025-update
7. Google Search Central「生成 AI のパフォーマンス レポート」2026年6月発表、8月31日に全世界で提供 https://developers.google.com/search/blog/2026/06/gen-ai-performance-reports?hl=ja
8. LawPro 独自計測「行政書士サイト実態 2026」2026年9月22日〜25日、897件
9. LawPro 独自計測「司法書士サイト実態 2026」2026年9月26日、1,322件
10. LawPro 独自調査「事務所サイトの6つの観点」2026年10月5日、行政書士事務所47件

数値は各調査の時点のものです。