



《装飾用建築金網業界》 Webサイト診断

Webサイトの評価には、アクセス数などの客観的な指標だけでなく「実際にWebサイトを訪れたユーザーがどのように感じるのか」という主観的な評価も重要です。この資料では、製造業専門Webマーケティングコンサルタントの視点から、各企業のWebサイトを主観的に評価しコメントしています。業界内では得ることが難しい第三者の意見として、Webサイトの改善にお役立ていただければ幸いです。

診断日：2019年3月



目次

□MK Design Mesh株式会社 P.3

□上村金網工業株式会社 P.4

□株式会社網専 P.5

□朝日金網株式会社 P.6

□東邦ラス工業株式会社 P.7

□お問い合わせについて P.8

※本資料では、執筆者宮本が特に気になった5社のWebサイトを対象に診断を行っています。
※Webサイト調査時の検索順位を元に上位順に紹介しています。

◇執筆者紹介

宮本 栄治（株式会社コスモブレインズ取締役）

「これまでの経験を活かし第一印象からWebサイトを診断しました。個人の主観による診断ではありますが、成果を上げるサイト、失敗するサイトには共通点があるものです。対象企業すべてのサイトを比較したうえで、各サイト問題点を1点取り上げさせていただきます。」

《個人ブログ》

「製造業のWebマーケティング」URL : <https://ejimiyamoto01.blogspot.jp/>

MK Design Mesh株式会社

診断URL : <http://www.design-mesh.co.jp/>



● 診断内容

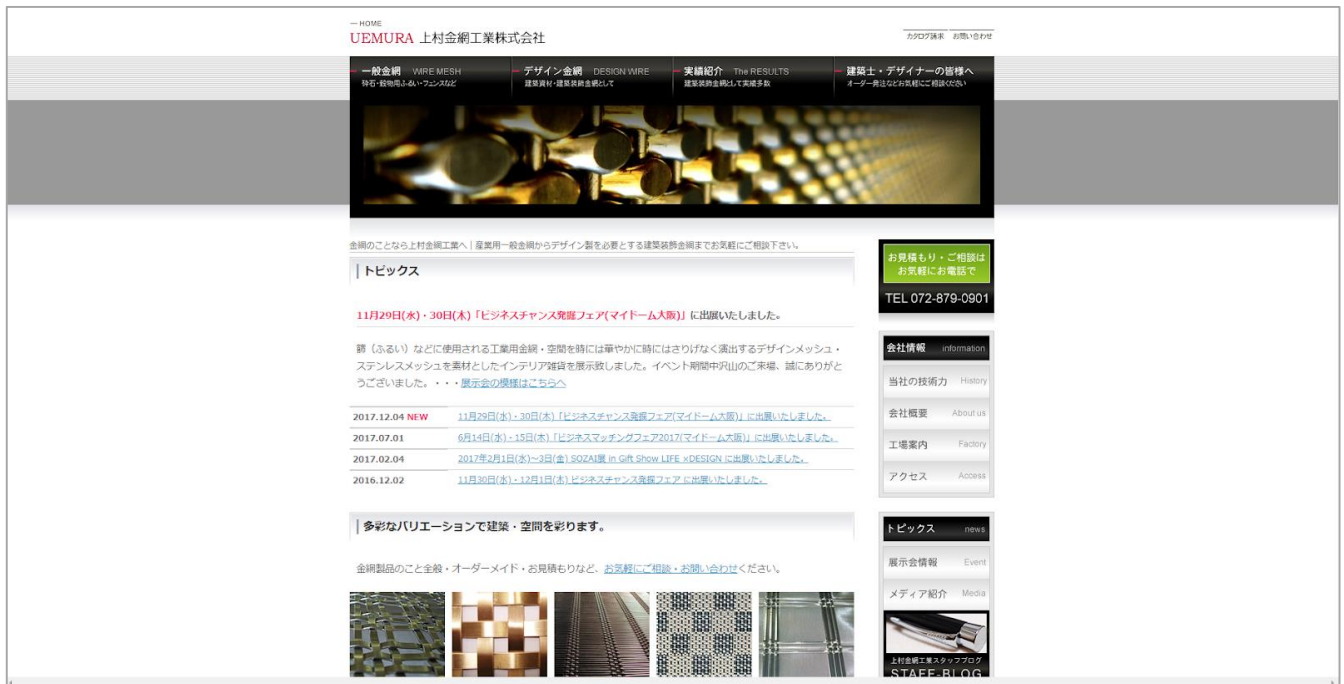
この診断ではWebサイトを見た第一印象から特に気になった点に絞り述べさせていただきます。

写真が小さいのが本当にもったいないと感じました。クリックすれば大きくなるものもありますが、全体に小さいので魅力が伝わりにくいかもしれません。このサイトのキラーコンテンツとも言える【施工事例】も気になることがあります。電子カタログが先にきており、本来メインのはずの事例が下に掲載されていて中身と看板のズレが気になります。そして、「施工事例ブログ」のバナーを見逃していることにも後から気づきました。「電子カタログ」「施工事例」「施工事例ブログ」と要素が多く、ポイントが分散していて良くありません。きちんと情報を整理することをお勧めします。その上で【施工事例】の検索性を向上させましょう。デザイン性を重視したメッシュをウリにしているはず。ならばその魅力を最大限に活かすWebデザインにこだわるほうが良いはずです。それから、トピックスの更新が2010年を最後に途絶えていることがすごく気になります。Webサイトは会社の顔とも言えるもの。ブログの更新だけでなく、オフィシャルサイトでも定期的な情報発信をすることを強くお勧めします。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

上村金網工業株式会社

診断URL : <http://www.uemura-kanaami.co.jp/>



● 診断内容

この診断ではWebサイトを見た第一印象から特に気になった点に絞り述べさせていただきます。

シンプルでわかりやすいサイトです。【建築士・デザイナーの皆様へ】の中で、デザイン及びカラーバリエーションの多さと豊富な実績がアピールされていることも良い点です。もう少し詳しい情報があるとさらによくなります。例えば、カラーバリエーションは写真が3枚しかないのが残念でした。公開できるものはすべて掲載したほうが良いでしょう。カラー×網目×素線のサイズによって広がるバリエーションで、建築士やデザイナーのイメージーションを刺激できると良いなあと感じました。シミュレーションシステムなどがあっても良いかもしれません。それから【実績紹介】の写真にはもっとこだわってほしいと感じました。もう少し大きく画像を使うこと、そして、物件タイプや場所、カラーバリエーションなどで施工例が検索できると便利だと思います。最後に、1年以上トピックスの更新がないのが気になります。社内の人がほとんど自社サイトを見ていないのかもしれないですね。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社網専

診断URL : <https://amisen.jp/>



● 診断内容

この診断ではWebサイトを見た第一印象から特に気になった点に絞り述べさせていただきます。

「モアレゾ」と「シルクステン」に驚きました。ユニークな商品なのでもっと詳しく見せて欲しいと感じました。「シルクステン」はバッグとしての印象が強すぎるかもしれません。素材として見せた上で応用商品としてバッグを見せても良いように思います。「モアレゾ」は動画をメインにアピールしたほうがインパクトがあるように感じました。商品に魅せられたからこそその意見です。サイトとしては魅力も伝わり更新もできていて好きなサイトです。ただ、小さなことですが「金属布 (<https://amisen.jp/kinzokufu.html>)」のページに画像が2か所入っていないのが気になります。修正することをお勧めします。そして最後に、金網など素材として売るものと、「モアレゾ」「シルクステン」など完成品として販売する商品はWebサイトを分けることも検討して欲しいと感じました。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

朝日金網株式会社

診断URL : <http://awn.co.jp/>



●診断内容

この診断ではWebサイトを見た第一印象から特に気になった点に絞り述べさせていただきます。

網目の表情がよくわかる画像を使っているところがこのサイトの良い点です。しかし、後が続きません。あまりにも情報が少なすぎます。「規格表と会社情報を見て、興味を持ったなら問い合わせしてね。」という作りになっています。施工例や自社の強みなどをしっかり表現している同業者と比較できないのが問題です。規格表を出し標準品として売るならば、在庫の有無や価格、納期など、検討に必要な情報を公開した上で見積もり依頼を促すようにするのも一つの手です。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

東邦ラス工業株式会社

診断URL : <http://www.toholath.com/>



● 診断内容

この診断ではWebサイトを見た第一印象から特に気になった点に絞り述べさせていただきます。

う〜ん。なんだかしっくりきません。全体を通してターゲットがはっきりしていないように感じます。「誰」に見て欲しいWebサイトなのか？そして「何」を伝えたいのか？という視点で内容を見直すことをお勧めします。典型的な例は【製造方法】と【エキスパンドメタルの特徴】。2つともエキスパンドメタルを知らない人向けの内容になっています。本当にこの2つのコンテンツはグローバルメニューに置くほど重要なのだろうか？と疑問に感じました。【製造方法】はアニメーション、映像、イラストでわかりやすく、私のような素人にも理解できる内容です。そして、【エキスパンドメタルの特徴】は内容が薄く通り一遍になっているように感じました。それなら「製品重量計算」の方がユーザーの役に立つコンテンツのはず。設計時に必要な情報なのでもっと目立つ場所に導線を作ったほうが良いでしょう。良いコンテンツですが、型番を覚えていないと使いづらく、計算のページから他のページへの導線もないので不便な作りになっています。結果として「誰」に見てもらうためのサイトかよくわからなかったです。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

お問い合わせについて

コスモブレインズは
製造業専門でWebマーケティングの支援をしている会社です。
お問い合わせなどございましたら、下記までお願いいたします。



株式会社コスモブレインズ

〒169-0075

東京都新宿区高田馬場1-30-14 コルティーレ高田馬場6F

TEL:03-5843-3321

E-mail: webinfo@cosmogroup.co.jp

URL : <https://www.webplus-listing.com>

担当 : 宮本

社 名 株式会社コスモブレインズ

資本金 1,000万円

従業員 16名

代表者 石井 邦道

事業内容

- ・ Webマーケティング支援
- ・ リスティング広告運用代行
- ・ Webサイトの企画・デザイン・制作

(2019年3月現在)

