



《業務用サウナ業界》 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：2022年10月



目次

□株式会社日本サウナ P.3

□株式会社サウナシステム P.4

□お問い合わせについて P.5

※本資料では、執筆者宮本が特に気になった2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）

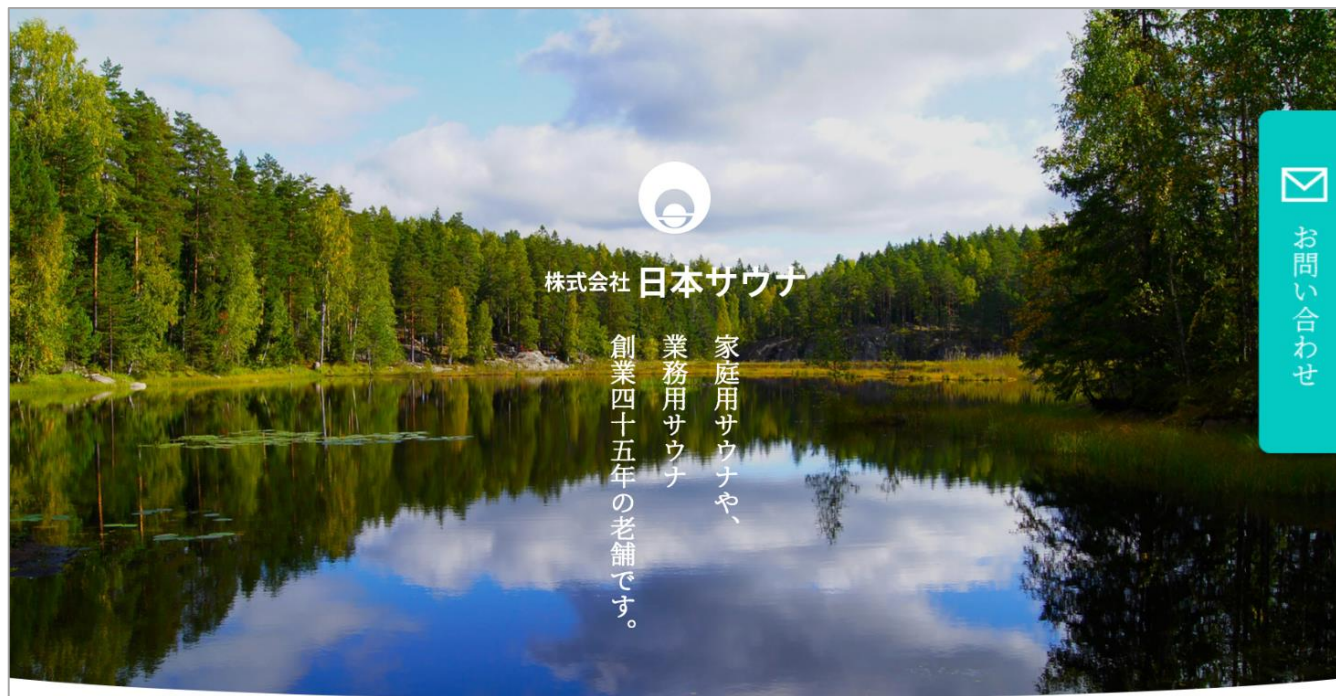
「これまでの経験を活かし第一印象からWebサイトを診断しました。個人の主観による診断ではありますが、成果を上げるサイト、失敗するサイトには共通点があるものです。対象企業すべてのサイトを比較したうえで、各サイト問題点を1点取り上げさせていただきます。」

《個人ブログ》

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

株式会社日本サウナ

診断URL : <https://www.japansauna.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。

【家庭用サウナ】 【業務用サウナ】と項目立てたコンテンツや【よくあるご質問】 【施工実績】などわかりやすいメニュー構成で好感を持ちました。家庭用サウナの価格一覧表が掲載されている点も親切ですし、このサイトだけを見る分には決して悪くないのですが、競合と比較すると貴社ならではの強みをうまく打ち出せていないようにも感じます。例えば【施工実績】にビフォーアフターの写真が掲載されているのは良いのですが、改装したことで具体的にどんな点が以前より良くなったのかなどが解説されていると、貴社の魅力も伝わり、事例ごとの違いも出てくると思います。また、家庭用サウナの設営事例が一つでもあると検討ユーザーの安心感に繋がるでしょう。それから、2018年12月のリニューアル以降一度も更新がないようですが、メインビジュアルやフッターの“創業四十五年”と、TOPページ下部の“創業53年”という表記にズレがあることも気になります。まずはきちんとサイト内のメンテナンスを行い、【施工実績】を追加するなど定期的に運用していただきたいと思います。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社サウナシステム

診断URL : <https://www.sauna-system.com/>

株式会社 サウナシステム



●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。

わかりやすく好感の持てるサイトでした。サウナ製造・販売のオンリーワン企業というキャッチコピーのあとにオリジナルブランド「KLEPION（クレピオン）」が目に残り、家庭用サウナ、業務用サウナ、リノベーション、メンテナンスとサービス内容で理解が進み、創立1965年の会社で安心感を、事例で説得力を持たせる流れもよかったです。サウナ製造・販売のオンリーワン企業というキャッチコピーを活かすために惜しい点が二つあります。一つ目は「KLEPION（クレピオン）」の説明がほとんどないことです。そしてもう一つはメンテナンスの情報に具体的なサービス概要や料金（無償／有償）、保証に対する記載がなかったことです。これら2つを徹底的にブラッシュアップすることをオススメします。

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2-14-2 新陽ビル2階

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

(2022年11月現在)