



《介護浴槽業界》 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

- 株式会社アマノ P.3
- 株式会社メトス P.4
- 住宅環境設備株式会社 P.5
- 木戸商会株式会社 P.6
- 株式会社ヤエス 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/>

株式会社アmano

診断URL : <http://www.amano-grp.co.jp/>



● 診断内容

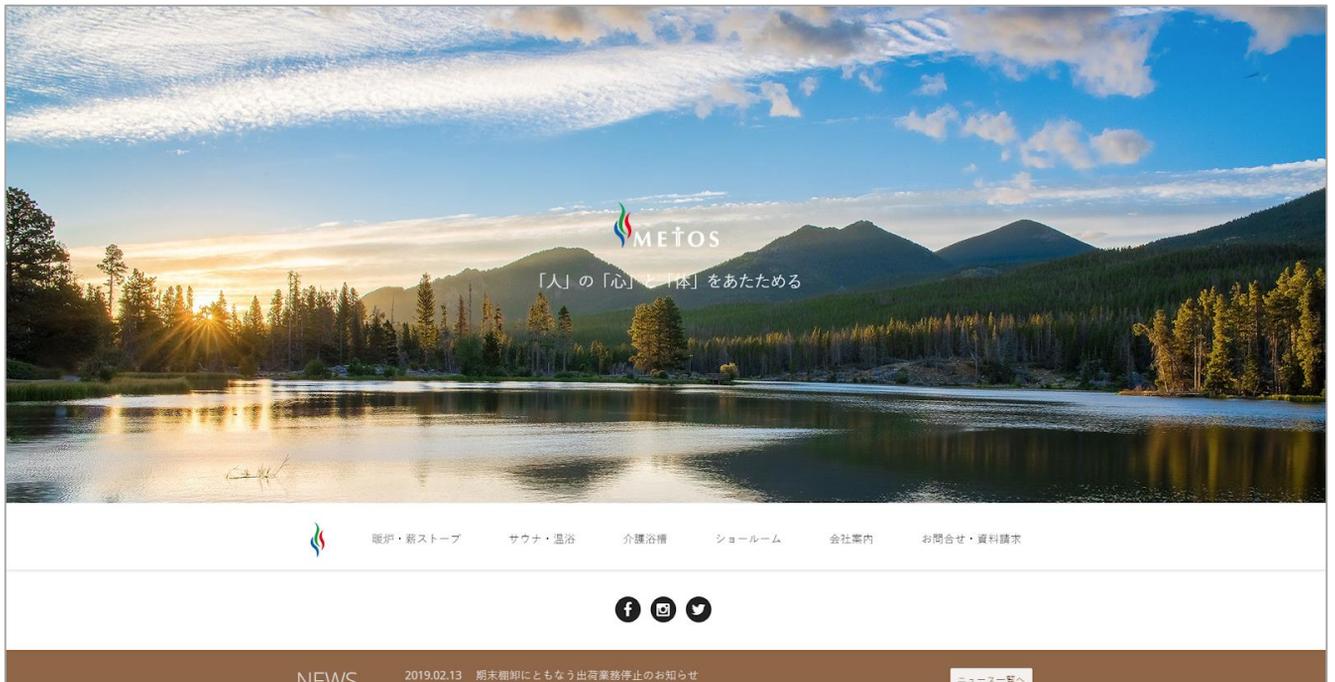
この診断ではWebサイトを見た第一印象から特に気になった点に絞り述べさせていただきます。

管理の行き届いた良いサイトです。不思議なものでこういうサイトの方が改善点にすぐに気づきます。一番気になったのは【製品紹介】です。製品が選びにくかったです。典型的だったのが【製品紹介】のTOPページ。「入浴者の身体状態から製品を探す」以外はブランド名だけで説明がなく、自分に合ったものを選べません。また「入浴者の身体状態から製品を探す」のページは表の中の文字が小さく読みづらいのが気になります。そして、評価のマーク★☆☆も、わかりにくく不親切です。「(★…最適 ☆…推奨)」と説明文を入れていますが、それよりも◎○など直感的に判断できるマークを使った方が親切だと思います。介護施設の管理者、介護スタッフ、介護サービス利用者へのメリットをバランス良く分かりやすく説明するために、画像を大きく使うと良いと思います。現状ではせつかくの画像も小さく、有効に生かし切れていません。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社メトス

診断URL : <http://metos.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。

センスの良い上品なWebサイトです。【暖炉・薪ストーブ】【サウナ・温浴】【介護浴槽】とユーザーの違う商品を”「人」の「心」と「体」をあたためる”というキャッチコピーでうまくまとめることができています。更新もマメで、SNSでセンスの良い情報発信もできています。しかし、これだけキチンとサイトを運営されているのに・・・なぜ？と不思議なことが2つあります。それはサイト内検索とSSLです。サイト内検索では、キーワードによっては競合企業の宣伝が表示されています。せっかく自社サイトを見てくれてサイト内検索までしてくれるユーザーに、ライバルの広告を見せるのはもったいないです。また、このレベルのサイトならばユーザーに安心してサイトを閲覧してもらえよう、常時SSLを導入することをお勧めします。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

 Cosmo Brains Corporation

住宅環境設備株式会社

診断URL : <http://www.jks.ne.jp/index.html>



● 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。

「JKSのコンセプト」を読んだことでビジネスモデルが理解できました。良いことが書かれていますが、もう少し詳しく具体的なエピソードが欲しいところ。その上で“高齢者の方の要望に対しすべて対応できるという会社”というコンセプトをもっと前面に打ち出して欲しいと思います。そこに「地域密着」を加えればさらに説得力が増すと思います。3つの事業【住宅設備機器】【介護浴槽】【盗聴器調査撤去】をワンストップで提供できるという価値で勝負することをお勧めします。【住宅設備機器】【盗聴器調査撤去】は営業対象エリアを絞り込むことでより強みが明確になります。介護浴槽事業の販売戦略と他の事業との位置づけがこのサイトのカギだと思えます。サイトコンセプトを研ぎ澄ませることが先決です。この他に気になったことは、介護浴槽の階層 (<http://www.jks.ne.jp/gainsborough.html>) でサイドのバナーにリンク切れがあることです (ゲインズバラの特設サイト : <http://www.jks-gb.co.jp/>) 。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

木戸商会株式会社

診断URL : <http://kidosyokai.jp/>

肩付介護浴槽の販売・設置のエキスパートの木戸商会です

木戸商会 株式会社
KIDO SYOKAI

☎ 0120-45-9615 受付時間：平日9:00～17:00 / 休日 土・日・祝

介護浴槽一覧 / 優々バスについて / 設置について / 会社案内 / お問い合わせ /

入浴者も介助者も「安全に」「快適に」をテーマに
一般の方から事業所の方までご使用いただける介護浴槽

国内製造及び海外製品輸入販売を行う
介護浴槽の木戸商会

優々バス
木戸商会完全プロデュース製品

特許取得
特許第4710147号

Walk-in BATHS

● 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。

分かりやすいWebサイトですが・・・2016年4月を最後にお知らせが更新されていません。スタッフブログも2014年6月で止まっています。良い商品だとしても、これではきちんと対応してもらえるか心配になる人もいるでしょう。扉付き介護浴槽にこだわり、そのメリットを啓蒙していくのは当然として、製品価格などの基本情報は公開したほうが良いでしょう。実際、扉付き介護浴槽をGoogle検索すると他社商品の価格はすぐに分かります。そのような中で価格表示のない商品を検討するのは難しいと思います。また設置やアフターフォローについても詳しく情報発信していくことを強くお勧めします。動画での説明が有効な商品なので、もっと積極的に活用することをお勧めします。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

 Cosmo Brains Corporation

株式会社ヤエス

診断URL : <http://www.yaesu.org/>



● 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。

更新もしているしキレイなWebサイトで期待が高まりましたが、気になる点が多かったです。最初に気になったのは【導入事例】です。事例の数が少なく、内容も薄いのです。らくらの事例はひとつだけでした。それも、小さな画像と少しの説明文のみです（説明文全文：介護付高齢者住宅 おおとよ荘（香川県観音寺市））。事例は実績の多さをアピールするか、もしくはストーリー性を持たせた説得力のある事例を厳選して紹介するのが基本です。せっかくの事例がこれではマイナスになりかねません。そして、【お客様サポート】に期待したのですが・・・単なるお問い合わせフォームでした。アフターフォローなど有益な情報があることを期待したので少し残念でした。メニュー名と中身がズレないように注意しましょう。あとは細かなことですが、TOPページと【製品紹介】の差異が小さくもったいないと感じました。Webサイトを「誰」に見てもらい「何」を伝えたいのか？基本に立ち返りサイト運営することをお勧めします。

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。



〒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	<ul style="list-style-type: none">・ 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1月現在)