



《デジタルパネルメーカー業界》 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11月



目次

□ 渡辺電機工業株式会社 P.3

□ 東洋計器株式会社 P.4

□ 鶴賀電機株式会社 P.5

□ ヘニックス株式会社 P.6

□ 吾妻電機株式会社 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した。」

《個人ブログ》

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

渡辺電機工業株式会社

診断URL : <https://www.watanabe-electric.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。

規模の大きな内容をうまくまとめたレベルの高いサイトです。製品数が多いメーカーのお手本になるサイトです。ほとんど言うことはありませんが、グローバルメニューを少し見直しても良いかもしれません。例えば、【HOME】【製品情報】【ダウンロード】【サポート】【会社情報】【電力監視サイト】とし、現在【製品検索】に偏っているコンテンツを平準化するとよりユーザビリティが向上します。【watanabe製品の特長】はグローバルメニューに置くにはやや力不足です。ユーザー視点で見るとダウンロードのほうが価値ある情報です。またTOPページの情報が多すぎるかもしれません。デザイン要素が多すぎるのでそれぞれの主張が強くなり、少し気になってしまいました。とは言え非常によくできたサイトであることに変わりはありません。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

東洋計器株式会社

診断URL : <http://www.toyokeiki.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。

少し製品PRに偏りすぎかもしれません。【新製品ニュース】【製品情報】【製品のお問い合わせ】とグローバルメニューを見ただけでもバランスの悪さが気になります。修理やメンテナンスなどサポート情報を徹底的に強化することをお勧めします。【製品情報】の中にある「各種提案書」「カタログ一覧」「外形図一覧」をもっと前面に出したほうが良いでしょう。その上で実際にユーザーに対し提供しているサポート情報を抜け・洩れなく紹介できれば、新規ユーザーも安心して検討できます。また、細かなことですがGoogleカスタム検索を削除することをお勧めします。使用するとGoogleにジャンプして同業者の広告が表示され、せっかく自社サイトを訪れたユーザーが競合サイトに移動してしまうリスクがあります。製品PRに偏りがちに見えるわりにチグハグな対応になっているようです。Webサイトに使用するコンテンツや機能はすべて意味のあるものだけにすべきです。内容を吟味し必要最小限で気持ちよく閲覧できるサイト運営が理想です。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

鶴賀電機株式会社

診断URL : <http://www.tsuruga.co.jp/>



● 診断内容

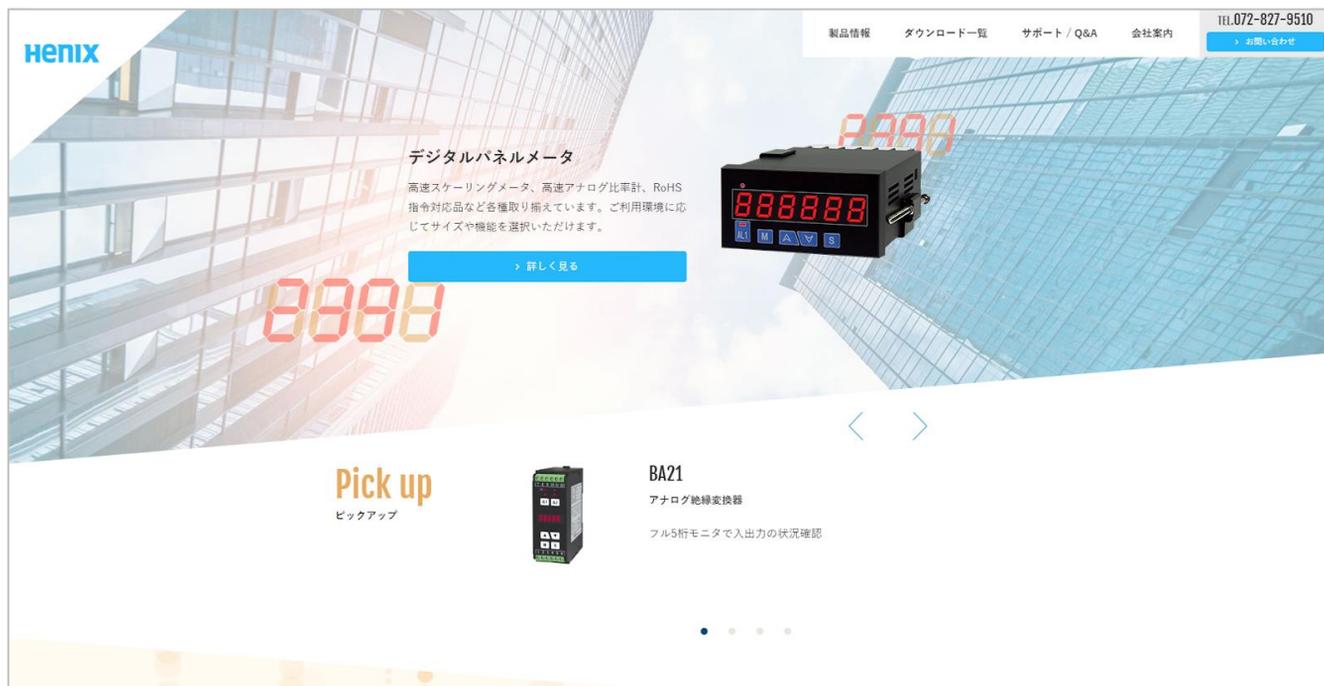
この診断ではWebサイトを見た第一印象から特に気になった点に絞り述べさせていただきます。

よく運営しておりしっかり更新もしていますが、情報が整理されていないためごちゃごちゃした印象を与えています。また、似たようなページも散見されます。これを機にコンテンツを精査し情報設計をし直すことをお勧めします。その典型は【企業情報】の中にある「営業品目」のページ。【製品情報】のTOPとほぼ同じ内容です。また【製品情報】のカテゴリーはプルダウンメニューだけで十分です。情報のダブリを整理するだけでもスッキリし、必要な情報を見つけやすくなります。情報が多くごちゃごちゃしているので、実際にユーザーがどのページをよく見ているのか？データで確認し、見られていないページは見直し・改善をしたほうが良さそうです（たとえば製品を探す切り口の「見ただ目で探す」というメニューはあまり使われていないのではないのでしょうか？）。また【サポート情報】にある「型番から選ぶ」は製品情報に入れたほうが良いでしょう。【環境・品質方針】はよくまとまっていると思います。「RoHS指令対応」「CEマーキング、EMCテストサイト」「ISO認証取得」について説明があることで安心して検討できます。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

ヘニックス株式会社

診断URL : <https://www.henix.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。

よくできたサイトだと思うのですが、正直あまり印象に残りませんでした。キラーコンテンツを作り上げることが課題です。他社にない良さ、選ばれる理由をもっとわかりやすくアピールすることをお勧めします。QCDのどこで勝負するのか？それとも実績で勝負するのか？サポートで勝負するのか？もっとも強化するポイントを決めたらその部分については競合サイトよりも徹底した情報提供をすべきです。それから細かいことですが、製品を探す切り口がイマイチです。

「製品カテゴリから見る」「用途から見る」「使用場所・業種から見る」「型番・キーワードから見る」と用意しているのですが、カテゴリと型番で十分ではないでしょうか。用途や業種で探さなくともカテゴリで判断できる製品だと思います。製品を探す切り口を増やすよりは事例や技術論文などを厚くするほうがユーザーのためになると思います。それからChromeでウェブアドレスの左側にあるアイコンをクリックすると“このサイトへの接続は完全には保護されておりません”と表示されています。SSLの各種設定を再度確認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

吾妻電機株式会社

診断URL : <https://dis-azuma.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。

サイトリニューアルしたことにより使い勝手が良くなりました。ストレスなく閲覧でき情報鮮度も維持できているようです。小さなことですが、少し気になったのは製品一覧ページです。型番を知らなければ選べないのが少しもったいないように思います。既存ユーザー中心に考えられたサイトだとは思いますが、新規ユーザーにとって少し選びづらいです。新規ユーザーにとってわかりづらいページは他にもあります。それは「ご注文方法 (<https://dis-azuma.co.jp/order>)」のページ。トベ電機株式会社への連絡先が記載されていますが、少し唐突な感じがします。トベ電機と我妻電機との関係などを簡潔に説明し、新規ユーザーが不安にならないよう配慮したほうが良いでしょう。

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
・ 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12月現在)