



《ドアハンドル業界》 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：2020年6月



目次

□株式会社ユニオン P.3

□コンフォート株式会社 P.4

□株式会社長沢製作所 P.5

□お問い合わせについて P.6

※本資料では、執筆者宮本が特に気になった3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）

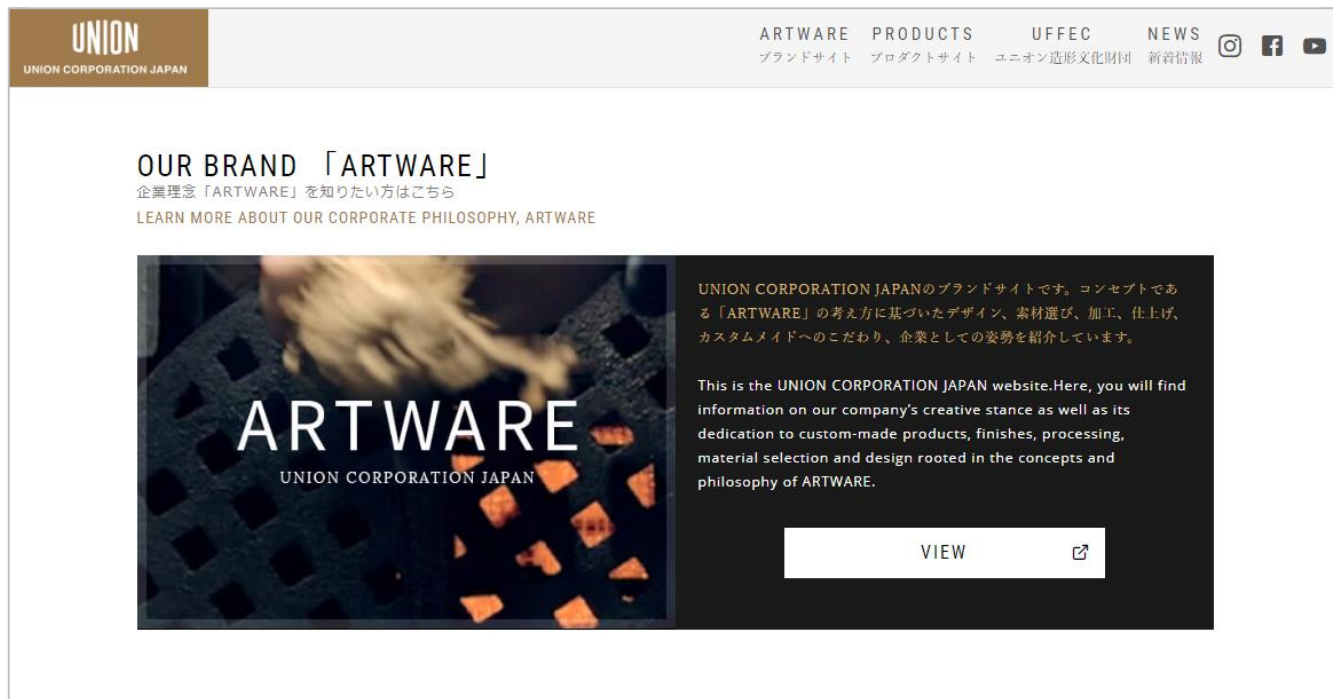
「これまでの経験を活かし第一印象からWebサイトを診断しました。個人の主観による診断ではありますが、成果を上げるサイト、失敗するサイトには共通点があるものです。対象企業すべてのサイトを比較したうえで、各サイト問題点を1点取り上げさせていただきます。」

《個人ブログ》

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

株式会社ユニオン

診断URL : <https://www.artunion.co.jp/>



●診断内容

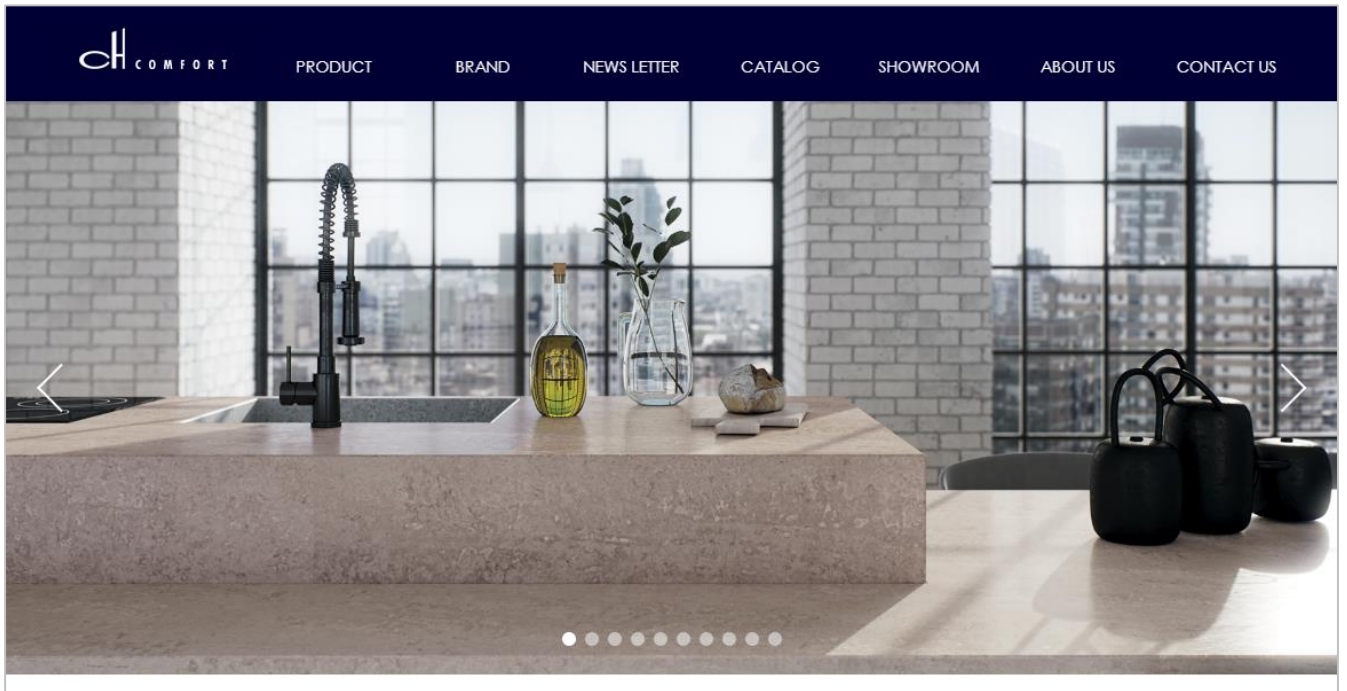
この診断ではWebサイトを見た第一印象から特に気になった点に絞り述べさせていただきます。

まず最初にトップ画像と「ARTWARE」の文字が目飛び込んでくるのですが、何を表しているのか分かりませんでした。VIEWをクリックして内容を読めば貴社の思いは伝わりますし、サイトに訪問してくれたユーザーに貴社の企業理念を伝えたいという気持ちは分かるのですが・・・ユーザーは様々な目的をもって貴社サイトを訪れます。たとえば特定の製品を見たいユーザーはその製品ページに早くたどり着きたいと思っているのではないのでしょうか。しかしトップページの【プロダクトサイト】をクリックしても製品ページに遷移しませんでした。スクロールすると「UNION 製品&施工実績」がありそこから確認できたのですが・・・ひと手間かかっています。まずはサイトを使うユーザーの気持ちになってページ構成の見直しをおすすめします。グローバルメニューもすべてのページで統一したほうが良いでしょう。最後に製品ページですが、文字がとても小さく視認性がよくありません。トップページとARTWAREのページはスマートフォンに対応したページの作りですが、製品ページは未対応なので全ページでモバイル対応されることをおすすめいたします。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

コンフォート株式会社

診断URL : <http://www.comforthousing.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。

おそらくブランディングを強く意識したWebサイトなのだと思います。意匠性が重視される製品を取り扱うサイトとして、デザイン性が高く写真も綺麗で好感が持てました。ブランディングという意図を踏まえれば申し分のないサイトではありますが、製品の情報を求めてWebサイトを訪れるユーザーもいるので気になったところを少しだけ指摘させていただきます。

まず、【PRODUCT】のドアハンドルの情報が見た目以外ほとんどありません。製品をクリックしてもカタログの一部を切り取った画像がなんの説明もなく表示されるだけですし、詳しい情報を求めてカタログをダウンロードしてみてもハンドルを扱う「COLOMBO」「FORMAE」のカタログは英語版しかありませんでした。あえて掲載する情報を制限しているのだとは思いますが、とはいえ日本語サイトでダウンロードできる資料は日本語のPDFを用意した方が良いでしょう。

また、サイトのゴールも特に設定していないようですが、訪れたユーザーが貴社の製品を気に入った際に行動に迷わないような配慮はしてあげたほうが親切だと思います。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社長沢製作所

診断URL : <https://www.nagasawa-mfg.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。

2016年3月にサイトリニューアル以来、お知らせやSNSなどマメに更新されていて好感が持てます。【製品一覧】の各製品ページから商品購入・取付工事・修理できる取扱店が都道府県別で探せるようになっていたり、【サポート】では「廃盤品・取替商品情報」が載っていたりと、ユーザーの利便性をよく考えられています。

気になった点が2つほどあります。1つはトップのキャッチコピーです。「継続」「創造」「誠意」「未来」と貴社の経営理念が謳われており、歴史のある会社なんだな・・・というのは伝わるのですが初見ユーザーには何の会社なのか少しわかりにくいかもしれません。「創造」

「誠意」「継続」の順番にするなど、並び順を変えるだけでも見え方が変わってきます。ユーザー目線で考えてみてはいかがでしょうか。2つ目は【導入事例】の写真です。製品の写りが小さかったり、ぼやけてしまっているものもあり少し残念です。重要なコンテンツの1つですので、写真は精査したほうがよいでしょう。

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。



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

(2020年6月現在)

