



《床排水金物業界》 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5月



目次

- 伊藤鉄工株式会社 P.3
- 福西鋳物株式会社 P.4
- 株式会社長谷川鋳工所 P.5
- 第一機材株式会社 P.6
- 丸一株式会社 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/>

伊藤鉄工株式会社

診断URL : <http://www.i-g-s.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。熱心にサイト運営していることが伝わりました。【納入事例】の更新もできていますし、自社ブランドである鋳鉄製キッチン用品特設サイトの更新もできています。好感の持てるサイトですが、情報の整理が悪く少し残念です。ショッピング機能や動画活用、図面検索機能など、積極的に新しいことを取り入れている点は評価できますが、多少ごちゃごちゃした煩雑な印象を受けました。コンテンツを精査し整理整頓することをお勧めします。たとえばグローバルメニューの【伊藤鉄工のお仕事】。プルダウンメニューが多すぎて視認性が悪くなっています。プルダウンメニューの中にある「製品案内」「納入事例」「会社情報」はグローバルメニューにあるので不要です。また、「伊藤鉄工の芸術性」「伊藤鉄工のキッチン用品」「IGSの未来」は独立したページかと思ったのですが、「伊藤鉄工の特徴」の中の項目に過ぎず、情報が少ないため少し期待外れでした。またTOPページの「施工動画」バナーのリンク先は「施工図例・施工動画・施工手順」ページで不正確です（バナーのデザインも動画をイメージさせます）。素直に「施工マニュアル」にページ名を変更し、バナーも「施工マニュアル」としたほうがわかりやすいでしょう。この2点と同様のわかりにくさが他の場所にも散見されます。情報の整理整頓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

福西鋳物株式会社

診断URL : <http://www.fukunishiimono.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。

少しサイトが古くなっているのが気になります。サイトの幅が狭く窮屈に感じました。システムは、サイト内検索をはじめよく考えて作られています。また、採用にも力を入れていることがうかがえます。もしそうならモバイル対応は必須です。その他気になったのは、[製品カタログ](#)を電子BOOKにしてSSL対応にしているのに、オフィシャルサイトは常時SSLに対応していないことです。オフィシャルサイトもSSLにすることをお勧めします。それから、細かなことですがサイトで使用するテキストのフォントや色を必要最小限にしルール化すると、ユーザビリティも向上します。更新もできておりコンテンツにも工夫が見られるので、それに合わせデザインを強化して欲しいと思います。ユーザーは一瞬（第一印象）でサイトを判断しています。そういった意味でもデザインは重要です。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社長谷川鋳工所

診断URL : <http://www.hasechuw.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。

作りが古いとは感じましたが、シンプルなサイトでわかりやすかったです。商品をきちんと見せることができています。3Dサンプルギャラリーなど工夫も見られます。

価格表も開示しており親切です。気になったのが【[資料請求・お問い合わせ](#)】。セキュリティ大丈夫かな？と不安になりました。個人情報に敏感な人だと躊躇すると思います。あまりにもデザインに無頓着なためシステムへの信頼感を下げているようです。あともう1点気になったのがサイト内検索の機能。キーワードによっては同業者の広告が入ってしまうので見直す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

第一機材株式会社

診断URL : <https://www.dkc.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。

更新もできており、情報量も多いサイトです。サイト全般で言えることですが、文字が小さく文量も多いため読みにくかったです。[新製品案内](#)や[カタログから検索](#)のページでは一覧に使用する画像も小さく効果的とは言えません。また、新規ユーザーを軽視されているのかな？と勘ぐってしまいました。それはサイトに掲載されている情報が既存ユーザー向けのものが多かったからです。新規ユーザーが知りたい情報が少ないように感じました。その典型が会員登録ページ。会員登録するメリットを知りたかったのですが、そうしたことを説明するページがないのです。製品情報を頻繁に使う人ならばCADデータのダウンロードに会員登録が必要なことがわかるかもしれませんが、新規ユーザーからすると不親切です。会員登録のメリットはわかりやすい場所で説明することをお勧めします。また、「カタログから検索」のページもINDEXから次に進むと新規ユーザーにとっては使いにくいと感じました（例：

<https://www.dkc.jp/product/detail?html=01/1-00.html>）。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

丸一株式会社

診断URL : <https://www.marutrap-maruichi.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。

よくできたオフィシャルサイトだと思いました。ブランディングに注力しているのでしょう。動画を効果的に使っているのが印象的でした。“水廻りをイノベーションする会社”ということがよく伝わりました。「[企業イメージ【Dr.Maruichiの会社案内MOVIE】](#)」、[親水生活](#)、[CM情報](#)など効果的に動画活用できています。素直に良い会社だなと思いました。すごく細かなことですが、「企業イメージ」ページの動画は最後まで再生するとYouTubeの他の動画が紹介されてしまうので修正することをお勧めします。また採用ページだけでなく、サイト全体をモバイル対応にしたほうが良いでしょう。ブランディングに取り組むなら社名検索にも気を配ることを強くお勧めします。「丸一」と社名検索した際、とんかつのお店などほかの企業が上位表示されています。良いサイトですが、まだまだ改善できることは多くあります。

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1月現在)

