



《グラフィック壁紙業界》 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：2021年4月



目次

□株式会社TABATA P.3

□トキワ工業株式会社 P.4

□ルノン株式会社 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TABATA

診断URL : <https://graphicwall.jp/>



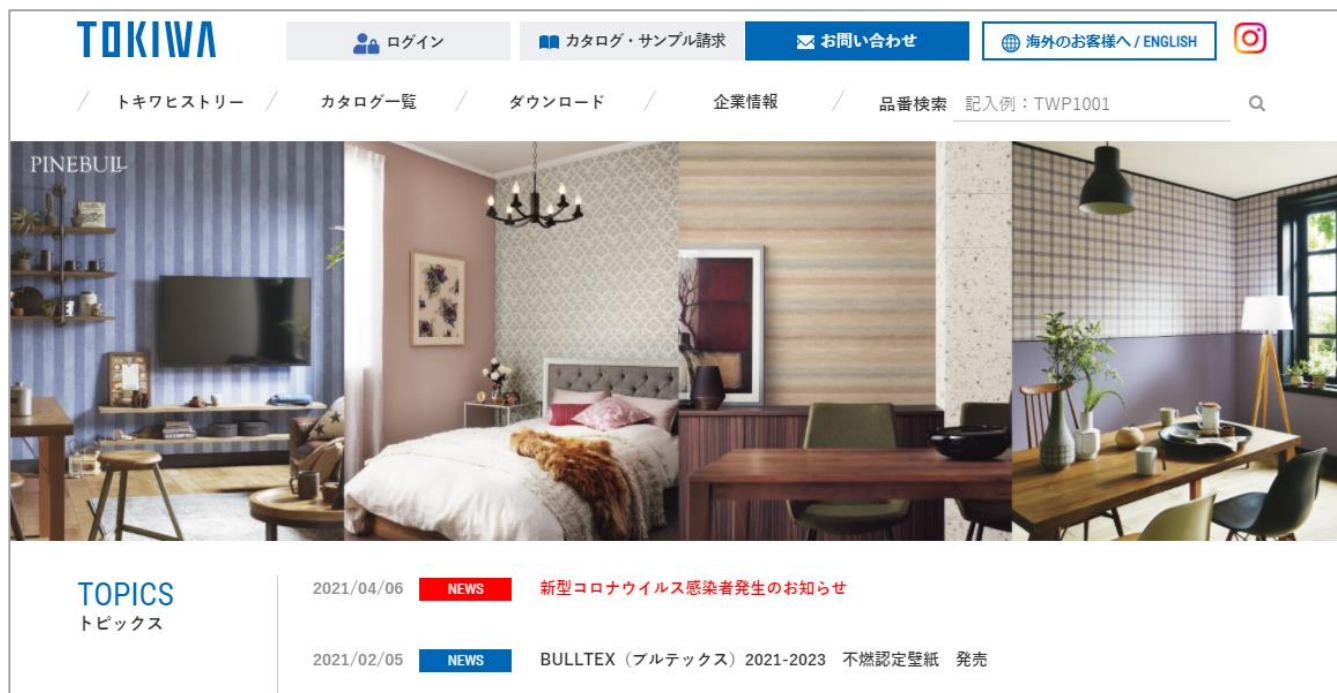
●診断内容

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。端的に魅力を伝える“貴方だけのオリジナル壁紙が作れます！”というコピーに期待感が高まったのですが・・・改善の余地も多そうです。例えば、グラフィックウォールはTOPから「イージーセレクト」「フルオーダー」それぞれに入口を用意してありますが、どちらも同じページにリンクされています。「フルオーダー」をクリックしたのにスクロールすると「イージーセレクト」の説明が出てきたので初めはリンクミスかと思ってしまいました。サイトタイトルにするほどの主要製品なのですから、きちんとページを分けてそれぞれの情報を充実させましょう。「ご利用のご案内」ページにある「フルオーダー[壁紙]」などは「フルオーダー」の説明として欲しい情報です。また、「施工例」は「WALL」しかコンテンツがありませんし、「施工の方法」に至っては準備中のままです。更新が途絶えていたブログは2020年に再開されたようですが、今年に入ってまた更新されなくなっていました（2021年4月現在）。Web活用を意識し始めたものの、うまくいかず諦めてしまったのかもしれません。貴社の場合は最低限のサイト整備を行うことが先決です。ポテンシャルは十分なので、きちんと管理しユーザーにメッセージの届くサイトにすること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

トキワ工業株式会社

診断URL : <https://www.tokiwa.net/>



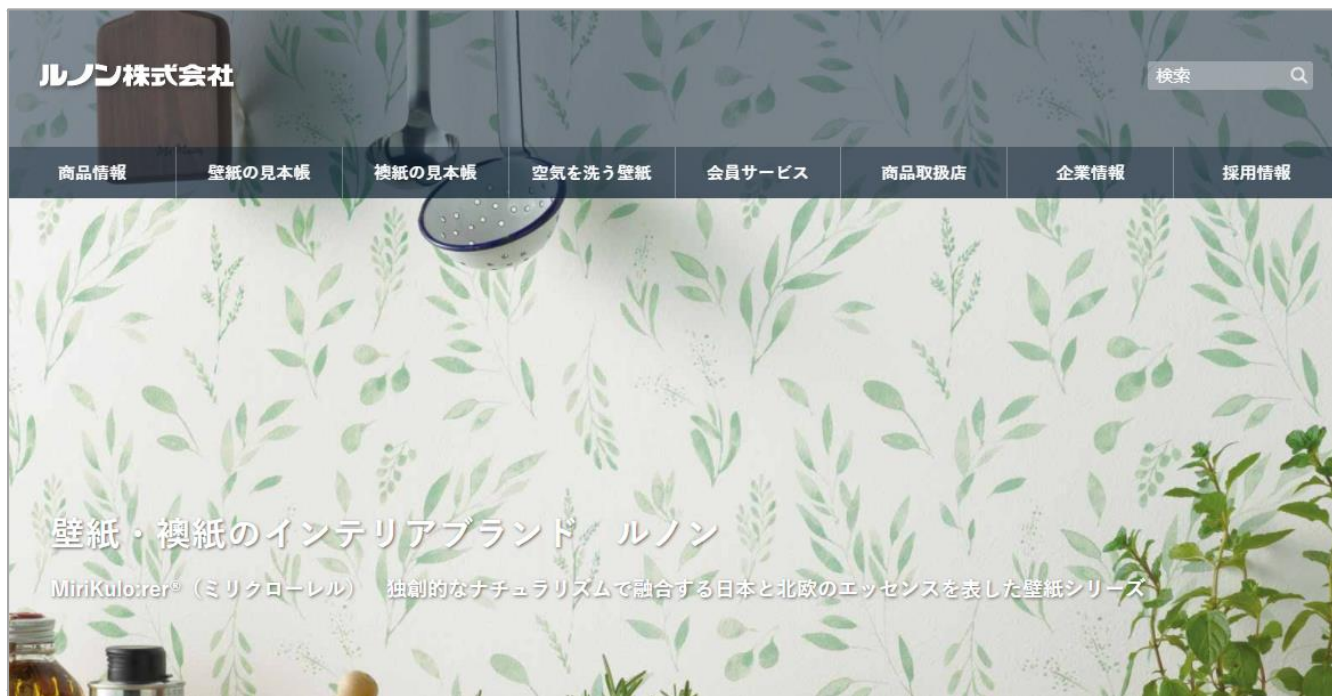
●診断内容

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。すっきりと見やすいデザインが好印象です。ただメインビジュアルに関しては、残念ながらあまり印象に残りませんでした。現状では、壁紙にフォーカスした写真を使用していない&キャッチコピーが入っていないため、何メーカーなのか分からずもったいないです。一番目立つスペースなので、貴社の強みが分かるよう写真やキャッチコピーにもっとこだわって欲しいと思いました。コンテンツで気になったのは、デジタルカタログの占める割合が大きい点です。トップページの「壁紙を探す」からデジタルカタログ（もしくは製品ページ）への誘導は分かりやすいと思いました。ただ、訪れたユーザーはカタログ以外の情報も必要としています。例えば「ブランドから探す」に分類されている商品などは、特長を示した紹介ページを別途用意の方が効果的です。インクジェット壁紙は専用コンテンツがありますが、他商品も同様にページを作るのがおすすめです。カタログではできないWebサイトならではのコンテンツを増やしていくとよりユーザー満足度の高いサイトになると思います。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

ルノン株式会社

診断URL : <https://ssl.runon.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。壁紙や襖紙などの内装材を扱う会社らしく、写真もきれいでサイトのデザインも洗練されているレベルの高いサイトです。特に写真のクオリティーが素晴らしく、壁紙の質感がよくわかり好印象です。個々の商品情報の内容もとても充実しているのですが、取り扱いブランドが多く見せ方の統一感があまりない点が気になりました。例えば【商品情報】のプルダウンの中に「カラー・柄・テイスト・目的別で製品を探す」という検索メニューがあり、それに続き「ディズニープレミアムコレクション」「空気を洗う壁紙」とブランドの順で並んでいるのですが実際に【商品情報】のページに飛ぶと検索メニューは見当たらず、「空気を洗う壁紙」「機能性壁紙」「壁紙ブランド・その他壁紙」と壁紙の種類分けの項目が並び、ブランドの並び順もプルダウンとは違うので少し違和感を感じました。全体のブランドの見せ方や動線に整合性を持たせたほうが初めてサイトを訪れたユーザーには親切だと思います。また、「お知らせ」の一番上のニュースが2020年4月と誤表記になっていますので、2021年4月に修正されたほうが良いでしょう。とは言え、レベルの高いサイトには間違いないので引き続きサイトの運用を続けていってほしいと思います。

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	15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10月現在)