



《輸入外壁タイル業界》 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：2019年02月



目次

□丸鹿セラミックス株式会社 P.3

□株式会社オオムラ P.4

□株式会社アドヴァン P.5

□株式会社丸喜 P.6

□リビエラ株式会社 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/>

丸鹿セラミックス株式会社

診断URL : <http://www.marushika.com>



● 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。

前回のリニューアルがいつ頃だったのかわかりませんが、そろそろリニューアルの時期かもしれません。決して悪いわけではなくよくまとまったサイトですが、全体に画像が小さく、せっかくの商品の魅力を伝えきれていないことが気になりました。特に【施工例】の一覧ページや【商品紹介】の一覧ページで画像が小さく、ユーザーを引き込むにはやや力不足かもしれません。画像を少しでも鮮明に大きく見せるための工夫が必要です。ユーザーはネット上でいろいろと比較検討していると考えるべき。一度、同業者のサイトをチェックすることをお勧めします。その上で他社よりも魅力的に商品画像を見せることに力を入れて欲しいです。そして、ユーザーが安心してアクセスできるよう常時SSLにすること、モバイルユーザーにも使いやすいレスポンスデザインにすることも併せてお勧めします。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社オオムラ

診断URL : <https://www.ohmura-trading.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。

トップページで大きく「WEBサイトをリニューアルしました!!」とアピールされていますが、あまりお勧めできません。初めて見る人には関係ない情報ですし、リピーターやファンなら言われなくてもわかることだからです。そして、画像をクリックすると「サンプル請求の仕方」のページに移動してしまいます。画像内容と関係のないページへのリンクは不親切です。インターネットはユーザーが主導権を握る世界。見せたいものを無理に押し出しても成果は上がりません。最も多くの人目に触れるTOPページのメインビジュアルは本当に大切です。一度見直しされることを強くお勧めします。他はうまく作ってあるだけに本当に不思議ですし、もったいないです。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

 Cosmo Brains Corporation

株式会社アドヴァン

診断URL : <https://www.advan.co.jp/>



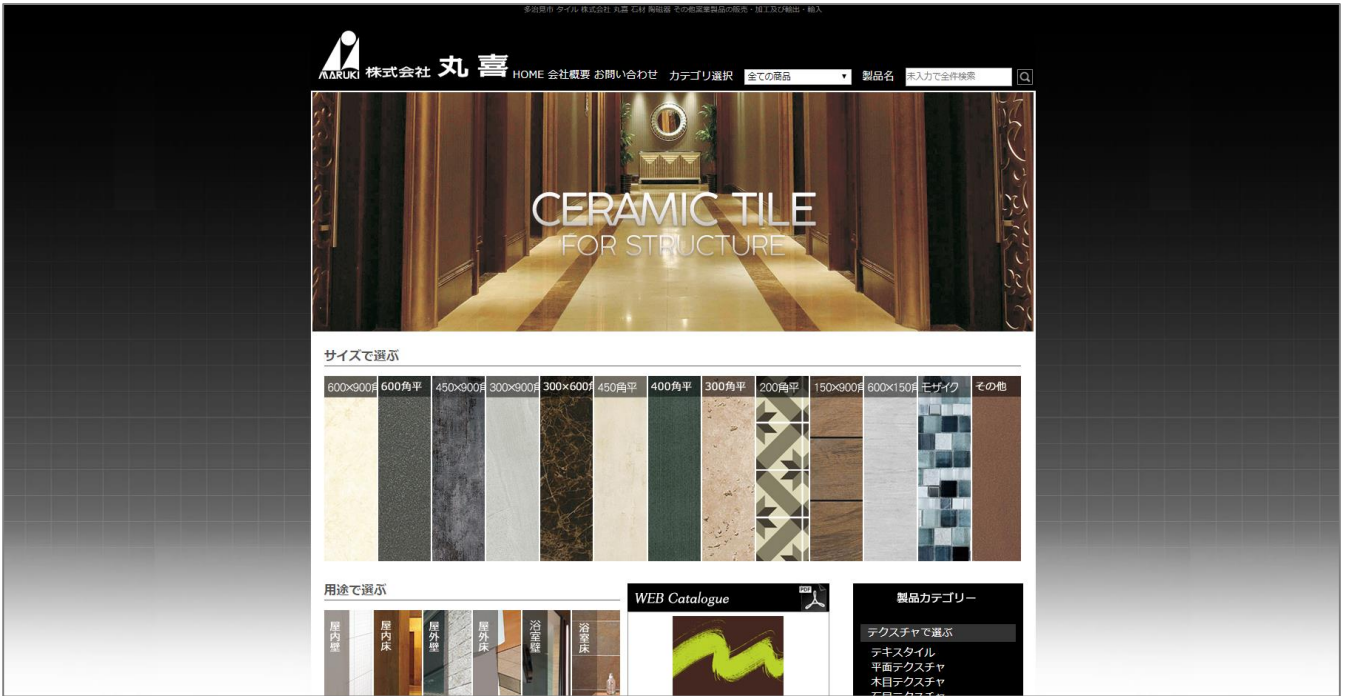
● 診断内容

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。

オフィシャルサイトなのか？通販サイトなのか？サイトの役割が不鮮明になっていることが気になります。そのせいでグローバルメニューも数が多くなり、すっきりしません。カタログ請求やサンプル請求をして欲しいのか？購入して欲しいのか？それとも加工見積もりや図面・取説などをダウンロードして欲しいのか？あるいは採用にエントリーして欲しいのか？目的やニーズの違うユーザーにどう情報を見せるのかがうまく整理できていないように思います。誰にWebサイトを見てもらいたいのか？ターゲットユーザーを整理し、優先順位をつけることをお勧めします。その上でコンテンツの整理と、場合によってはサイトの分割を検討しても良いかもしれません。Webデザインやつくりのレベルは高くきれいにまとめているようですが、企画が不十分だった（もしくは追加が重なりコンセプトが崩れた）のではないのでしょうか。

株式会社丸喜

診断URL : <http://www.maruki-tile.co.jp/>



● 診断内容

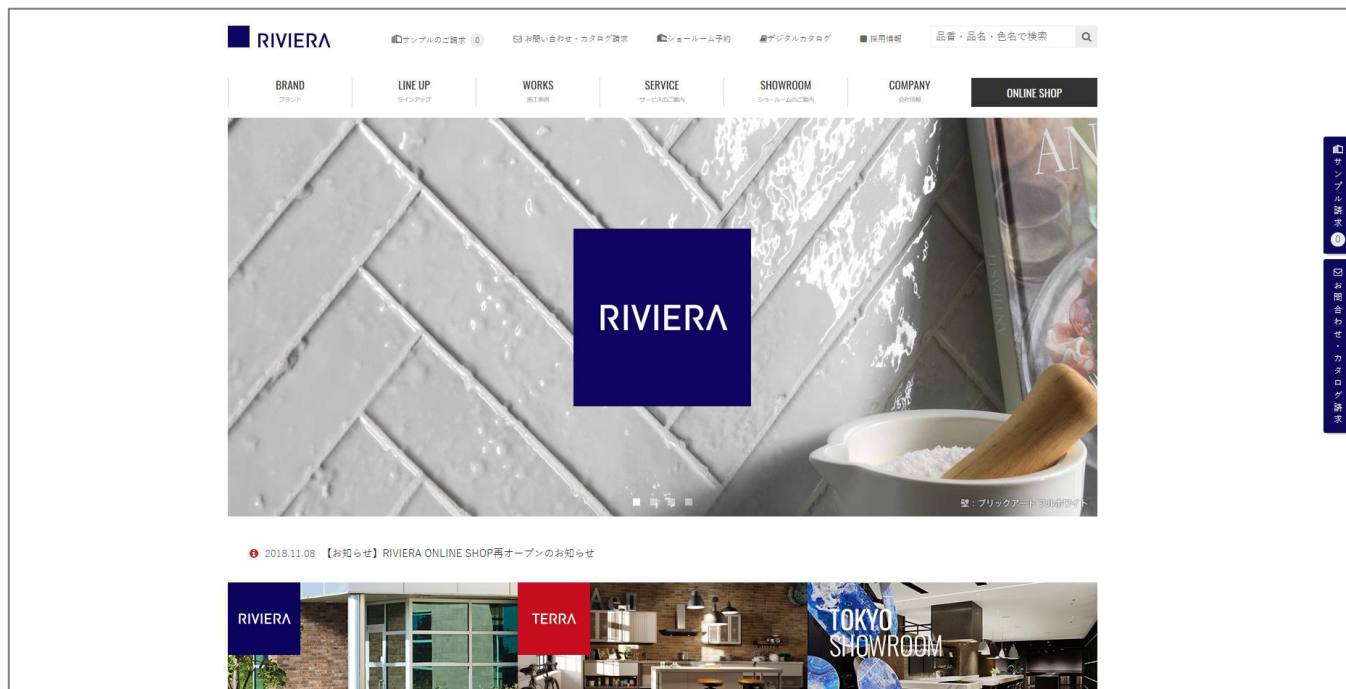
この診断ではWebサイトを見た第一印象から特に気になった点に絞り述べさせていただきます。

「タイルを探すためのWebサイト」と割り切りの良いところに好感が持てます。でも、不思議に感じたことが2つあります。好みのタイルを探し、詳細ページを閲覧したら、次にできることがないのです。カタログ請求や見積もり依頼、サンプル請求注文ができるようになっているのが自然な流れなのに……。悪くないのにツメができていません。詳細ページを最後まで読んで人が何らかのアクションを起こせるようにすることをお勧めします。そしてもう1つ。それはタイルを選ぶ切り口が「サイズで選ぶ」「用途で選ぶ」の2つになっていることです。「柄やデザインで選ぶ」人は少なくないはずです。ユーザーにとって選びやすい切り口に抜け・漏れがあるように思います。最後に、お知らせの更新が2016年2月で止まっているのも残念です。せっかくWebサイトを公開しているなら最新情報をユーザーに伝えましょう。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

リビエラ株式会社

診断URL : <https://riviera.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。

きれいな画像とシンプルなわかりやすい文章でストレスなく閲覧できました。特に画像がきれいで引き込まれます。なかでも良いと感じたのはショールームのページとブランドのページです。画像の力を活かしたレイアウトと360°VIEW IMAGEは素晴らしいと思います。ブランドページも世界観が伝わり差別化できています。レベルの高いサイトであまり気になることはありません。あえて言うなら、【施工事例】のページをメインコンテンツとし一番見栄えよく仕上げて欲しいと思いました。検索性が良いとは言えず、施工一覧ページの画像がやや小さいことも気になります。そして、「用途」「カテゴリ」「施工場所」などの説明がページ全体のデザイン性の足を引っ張っているように思います。ユーザーが思わず引き込まれるような施工例一覧ページにブラッシュアップして欲しいと思います（このままでも十分ですが、もっと良くできると思います。）

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 17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2月現在)

