



《捕虫器業界》 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11月



目次

□株式会社SHIMADA P.3

□ベンハー芙蓉株式会社 P.4

□株式会社ピオニーコーポレーション P.5

□株式会社西當照明 P.6

□お問い合わせについて P.7

※本資料では、執筆者宮本が特に気になった4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SHIMADA

診断URL : <https://www.probuster.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。

【一般用製品】【業務用製品】とターゲット別にコンテンツを用意されていますが、内容が中途半端な印象に感じました。【一般用製品】で動画コンテンツを紹介しているのは良い点ですが、ワンクッション置かないと動画ページに行けないのはもったいないように思いました。このページ上にyoutube動画が埋め込まれている方が、再生される確率が高いように思います。また取り扱い店舗もお問い合わせしないと分からないのではなく、サイトから検索できるようになっている方が一般ユーザーには便利です。【業務用製品】では製品情報がただ羅列されているだけなのが気になりました。「店舗向け対策講座」のようなコンテンツが最初に入っているとよりユーザーの注目を集めることができると思います。ターゲット向けにページを用意するのであれば、コンテンツの中身もしっかり工夫されると良いでしょう。

最後にトップバナーですが、luicsページへのリンクがついていませんでした。せっかくサイトで一番目立つ位置に紹介しているにもかかわらずリンクがないのはもったいないと思います。ぜひluicsの製品ページにリンクすることをおすすめします。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

ベンハー芙蓉株式会社

診断URL : <https://www.benhar.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。

全体的にグリーン基調の、デザイン性にこだわったWebサイトです。

“捕虫器の国内シェアNo.1”とのことですが、それを裏付ける根拠が見当たりません。例えば、「納入先の実績一覧」や「実際に導入されたお客様の声」など、No.1と謳うからには根拠をしっかりと示す必要があります。ムシボンの特長02の「2倍の捕獲力」についても同じです。一般的な虫取り紙と比較した実証データが欲しいところです。ユーザーに第一印象で不信感を持たれないためにも、しっかりと信頼感を出していく工夫をしましょう。【商品紹介】で工場や店舗、厨房、バックヤードなど「用途」から選べるようになっているのは好印象だったのですが、実際にクリックしてみると同じような商品写真と型番が並んでいるだけで、どれを選んで良いのかわかりません。商品のどのような点が優れていてこの場所に適しているのかなどの説明があると親切です。【カタログ】や【CADデータ】が簡単にダウンロードできるようになっているのは良いと思うのですが、全体的にユーザー目線が足りないように感じます。「施工例」「Q&A」「サポート情報」などもう少しユーザーに寄り添ったコンテンツを取り入れ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

株式会社ピオニーコーポレーション

診断URL : <http://www.peony-corp.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。

一目見て防虫・衛生・包装・駆除消臭関連の製品を扱っている企業であることが伝わるサイトです。さらに捕虫器は設置箇所（工場・バックヤード or 店舗）から製品を選ぶことができ好感を持ったのですが、各製品情報を見てみると仕様中心でそれぞれの特色や強みが伝わってこず、残念に感じました。それから「施工例」も画像が並んでいるだけで情報が乏しく、さらっと眺めて終わってしまいます。お客様にどのようなニーズがあり、数ある捕虫器の中でなぜその製品を設置するに至ったのか？ストーリーが見えてくると、もっとユーザーの興味を惹くコンテンツになると思います。また、施工例上部の「異物混入対策商品 施工一覧図」は製品ページにあった方がユーザーが製品を選ぶ手助けになるでしょう。

サイト全体を通して貴社独自の強みをイマイチ伝えられていないように思います。つくりが古く細かい問題も多数出てきているようなので、そろそろリニューアルの時期かもしれません。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社西當照明

診断URL : <https://www.toletela.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。

トップページで直感的にBtoB専用の捕虫器なんだろうと感じ、わかりやすいデザインに好感を持ちました。しかし、【導入事例】を見てみると屋外の犬ケージや一般家庭での導入例が紹介されており、製品ページを見るとYahooショッピングで購入ができるようになっていてなど、トップページのデザインと中身にギャップがありました。このサイトの課題はサイトコンセプトを明確にすること、その上でターゲットとメッセージをもっと鮮明にすることです。捕虫器（業務用）とそれ以外（家庭向け捕虫器、その他除菌関連商品）の情報を別サイトにするか、一緒に掲載するならトップページのデザインを中身に合ったものにする必要があります。その上でサイト内の情報を整理整頓することも必要です。製品ページもだらだら長く感じてしまいました。ユーザーに伝えたい製品特徴に優先順位をつけ、簡潔に製品の持ち味を伝えましょう。

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)