



《除鉄装置業界》 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9月



目次

□株式会社ショウエイ P.3

□株式会社レスコ P.4

□九州化工株式会社 P.5

□壽環境機材株式会社 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した。」

《個人ブログ》

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

株式会社ショウエイ

診断URL : <https://www.shoei-roka.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。

製造業らしいシンプルなWebサイトです。しかし、メインコンテンツである【製品情報】の検索性が低く、初めてサイトを訪れたユーザーには不便だと感じました。例えばグローバルメニューの【製品情報】をクリックするとシリーズ名一覧が表示されますが、「ろ過装置SPFシリーズ」と「ろ過装置SPKNシリーズ」の違いを知らないユーザーは最初からつまずいてしまいます。それぞれのページを開いて説明を見比べてもSPKNの方がラインナップが豊富なことしか伝わりませんでした。更に、そこから具体的に検討しようと思うと今度は型番からしか選べないのでやはり新規ユーザーには不便です。個別の製品情報も仕様など最低限の情報のみで、強みや魅力が伝わってきません。ラインナップ自体は豊富ですし、【メンテナンス】や「よくある質問」、【お役立ち情報】などのサポート情報も充実しているのに、個々の製品を上手くアピールできておらず非常にもったいないです。例えばSPKNシリーズなら「浴槽向け」と「プール向け」があるようなので、そういった切り口で製品を探せるだけでもぐっと利便性が上がると思います。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社レスコ

診断URL : <https://www.resco-japan.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。

水をイメージしたメイン画像とキャッチコピーで何の会社かすぐ分かる点は好印象です。サイト構成もシンプルで分かりやすく、情報も過不足なく丁度良くまとまっています。ただ細かな部分では気になる点もありました。まず「デモ機無料貸出サービス」のフォームですが、「選定用フォーマット」と「デモ機貸出サービス申込フォーマット」に分かれている点が不親切に感じました。ユーザーの中には両方必要ということに気づかず送り忘れてしまっている方もいるのではないのでしょうか。デモ機貸出は貴社にとっても重要なサービスだと思いますので、早めに専用フォームを用意し改善されることをオススメします。次に「導入されたお客様の声」ですが、お客様本人の画像ではなくイメージ画像を使用されているのでは？と感じるものがいくつかありました。お客様の声のページでイメージ画像を使用されるのはあまり良い印象ではありません。せっかくのお客様の声が怪しまれないためにも、画像が入手できない場合は潔く載せないという決断をされる方が良いでしょう。細かな部分までユーザー目線で改善を進めていって欲しいと思います。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

九州化工株式会社

診断URL : <http://kyuka-filter.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。

製造業らしいシンプルなWebサイトです。“ニーズに合った濾過装置で安全・安心な水を”というキャッチコピーから濾過装置を取り扱う会社なのかなと推測できますが、残念ながら他社でも使えてしまいそうなフレーズで貴社の強みが表現できていません。

【事業案内】の「取扱い商品」の内容を見てみても、今一つ他社製品との違いが伝わってきません。他社と比べてどのような点が優れているのか、また貴社だからこそできることを「ウリ」として盛り込みましょう。Webサイトのコンテンツ幅が狭いわりに文字が多いため、煩雑に見えがちです。スマホなどあらゆるデバイスに対応したレスポンスデザインに変更されることをオススメします。グローバルメニューの

【工事部門】もよくわからないので【工事実績】に変更されたほうがわかりやすいと思います。「サポート情報」や「導入フロー」「Q&A」「お知らせ」など全体的にもう少しユーザー目線に立ったコンテンツが欲しいなと思います。最後にお問い合わせフォーム含め、常時SSL化未対応です。そろそろサイト全体の見直しが必要かもしれません。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

壽環境機材株式会社

診断URL : <https://www.kotobukikk.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。

トップページのキャッチコピー “水と共に45年 5,000件以上のソリューションを提供” で「歴史のあるしっかりした会社」という印象を持ち好感が持てました。しかし、2枚目以降のスライドではキャッチコピーが抽象的で気になりました。例えば、“水資源によりアジアをひとつにします” はどのようにして実現しようとしているのか？ [壽環境機材の特徴](#)のページに説明があると良いと思います。それから【製品紹介】が空白で物足りなく感じました。検討するために必要な情報がほとんどないのが気になります。ソリューションビジネスを展開しているならウェビナーなどを企画しソリューションを具体的に伝えていくこともオススメです。そして、製品紹介にプラスして設備の据え付けからサポート、消耗品の販売など、ユーザーにどのようなソリューションを提供できるのか具体的に事例で説明すると今以上の説得力が出てくると思います。

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

(2021年5月現在)