



《マイクロスコープ^o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：2018年4月



目次

- 株式会社松電舎 P.3
- ハイパーツールズ株式会社 P.4
- 株式会社セルミック P.5
- マイクロ・スクエア株式会社 P.6
- 精密ウェーブ株式会社 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/>

株式会社松電舎

診断URL : <http://www.shodensha-inc.co.jp/>

The screenshot shows the homepage of Shodensha Inc. The header includes the company name 'SHODENSHA オプトワールド' and contact information: 'お問い合わせ 0120-629-250' and 'デジカールサポート 0120-072-250'. The navigation menu includes 'ホーム', '新着情報', '製品一覧', '会社情報', 'ご注文までの流れ', and 'お問い合わせ'. The main banner features a large image of a microscope box with the text '短納期 対応可能' and 'MICROSCOPE'. Below this, there is a grid of product categories such as 'USB マイクロスコープ', 'ハイビジョン マイクロスコープ', 'モニタ直結 マイクロスコープ', 'マイクロスコープ アクセサリー/ソフトウェア', '内視鏡 / 内アイトスコープ', '顕微鏡 アクセサリー', 'USBカメラ / ソフトウェア', 'ハイビジョン カメラ', '工業用カメラ', 'ハイスピードカメラ マイクロスコープ', 'レンズ カメラアクセサリ', '照明', 'UV (紫外線) LED 照射装置', and 'セミカスタム'. The footer includes 'ISO9001 認証取得' and 'Support & Service' information.

● 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。

製品ラインナップのまとめ方に課題があるサイトです。製品カテゴリーが20個と多すぎて視認性が悪くなっています。例えば、【製品情報】の中で「マイクロスコープ」「顕微鏡」「内視鏡」「カメラ」「検査・照明」「UV-LED照射装置」「セミカスタム」とカテゴリーにまとめ直し、さらに「マイクロスコープ」ならばその中に4つのタイプ（「USB」「ハイビジョン」「モニタ直結」「アクセサリ/ソフトウェア」）がある、と整理したほうがすっきりして目的の製品を探しやすくなります。顕微鏡やカメラなども同様の方法で整理整頓することをお勧めします。20個ものカテゴリーがあるために製品一覧ページでも自分に合った製品が選べません。USBマイクロスコープを例にすると24製品もあり、一覧ページに掲載されている情報では少なすぎてそれぞれの製品の違いが分かりませんでした。また、ヘッダーに掲載しているオプトワールドという屋号（ブランド）が会社名のように見えてしまうことも気になります。ブランドを浸透させたいのか？会社名を浸透させたいのか？はっきりと優先順位を決め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

ハイパーツールズ株式会社

診断URL : <http://www.vitiny-microscope.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。

しっかりとしたWebサイトでデザインはきれいです。しかし、熱心にサイト運営しているようには見えません。というのもお知らせがほとんど休業のお知らせだからです。2017年7月に販売終了した製品の扱いが大きいことからこのサイトが最新の状態をキープできていないことがうかがえます。VT300はサイトマップ上では販売終了になっていますが、製品ページではそのことがアナウンスされていないことも問題です。

【撮影スタイル比較】や【導入事例】も販売終了した製品のものが多く、そろそろ見直しが必要ではないでしょうか。また、通販サイト (<https://shop.hypertools.jp/>) に掲載しておけばよい「ご注文について」なども見受けられ、このサイトに掲載すべき情報の精査と整理整頓にも課題があります。コンテンツを最新状態にすること、必要な情報を必要な場所に置いておくことがサイト運営の基本。メニューも多すぎるので分類してすっきりとさせることも必要です。もしかしたら本サイトを始め通販サイト、オフィシャルサイト、kirikaeki.netの4サイトという運営体制に無理があるのかもしれない。Webサイトは公開後の運営が最も工数がかかるもの。無理のない運営体制の確立が先決だと思います。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社セルミック

診断URL : <http://www.selmic.co.jp/>

最新情報 WHAT'S NEW

- 2017.11 大阪府用保証協会主催の「OSAKAビジネスフェア ものづくり展2017」に携業起業として参加いたしました。
- 2017.12 選評選より経営革新計画の承認を受けました。
- 2017.09 「京都市ベンチャー企業材料委員会」でファイナリストに選出されました。
- 2017.03 6/16開催の「しがきんエコビジネスマッチングフェア2017in京都」に出展いたします。
- 2017.01 選評選用保証協会発行の「百進館」に当社取材記事掲載いただきました。
- 2016.11 近畿経済産業局より、「経営力向上計画」の認定をいただきました。
- 2016.08 8月1日より、大阪支店を開設いたしました。

● 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。

トップページのメインビジュアルで「ブルーオーシャンの製品開発を行い、それまでになかった製品を提供する」という方針がシンプルに表現されています。素晴らしい考えですが、トップページのメインビジュアルに持ってくるのはお勧めできません。

【会社概要】のなかで見てもらったほうが効果的な内容です。その理由は、会社の方針を見たくてWebサイトに来る人はほぼいないから。これでは社是をトップページでアピールするようなもの。素晴らしい方針は製品やサービスを通して伝えるものではないでしょうか。製品・サービスに興味を持っていただき、使用することで気に入っていただき、どんな会社だろうと思ってもらった時にポリシーを確認してもらえばよいのです。ポリシーが具現化した製品を見てもらうことが先決です。Webサイトはユーザーが主導権を握るもの。まずは相手のニーズに寄り添う情報から見てもらうほうがメッセージは伝わります。日々の活動を等身大で伝えれば、おのずとポリシーは伝わるのではないのでしょうか。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

マイクロ・スクエア株式会社

診断URL : <http://www.microsq.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。

更新もされており好感の持てるサイトです。全体的には使い勝手も良いのですが、気になることが二つあります。一つ目はカタログダウンロードに個人情報が必要なこと。おそらく製品情報ページとカタログに大差はないはず。ならばカタログデータなどは誰でもダウンロードできるようにすることが基本です。わざわざ個人情報を提供したのに同じ情報では期待外れになってしまいます。Web担当者が考える以上に個人情報の入力には面倒に感じるものです。仮にWebページにはない特別な情報があるのならば、そのことを伝えたくて個人情報を入力してもらおうよう促したほうが効果的です。もう一つはマイクロスコープの製品情報。販売終了品の扱いが気になります。サイドメニューのリンクの型番をなくして「販売終了」表記にしてしまい、リンクを切っているのです。リンクを切らずに、販売終了した製品ページにリンクしたうえで後継機種のご案内やサポートについての情報を提供したほうが、顧客満足度も上がり再購入の機会も増えるように思います。大切なのはユーザーの立場で考えることです。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

精密ウェーブ株式会社

診断URL : <http://www.seimitu.jp/>

デジタルマイクログラフのメーカー 精密ウェーブ株式会社のホームページ

SEIMITU WAVE
精密ウェーブ株式会社

お電話でのお問い合わせは下記まで
075-778-5023
受付時間 9:00~17:00 (土日祝日除く)

> 資料請求
お問い合わせ

導入事例 CASE STUDY 製品情報 PRODUCT 撮影画像 SAMPLE IMAGE お問い合わせ CONTACT

デジタルマイクログラフを、より導入しやすくする工夫があります

導入事例 CASE STUDY
実際のお客様へ納品した事例を元に、拡大観察・分析手法・活用方法についてご紹介いたします。

製品情報 PRODUCT
精密ウェーブのデジタルマイクログラフ・ソフトウェア・周辺機器をご紹介します。

失敗しないデジタルマイクログラフ選び 5つのポイント

最新のお知らせ

01 コストを下げず顕微鏡をデジタルマイクログラフ化する

02 長尺(40cm)のシャフトの先端を観察するには？

03 意外と面倒なファイルの名称付けを自動化する

デジタルマイクログラフ AR1260 (高精細)

デジタルマイクログラフ VM200 (コンパクト)

3D・深層合成ソフト WavePlus

09月06日 チャンバー内の試料を経過観察したい(チャンバー内観察装置)

09月16日 社内でファイル名のつけ方がバラバラ。簡単に統一化したい。

07月23日 高さ(長尺)のある試料を観察するには？

07月23日 顕微鏡をデジタルマイクログラフ化する

● 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。

本当にわかりやすいサイトでした。必要な情報が過不足なく用意されストレスがほとんどありません。【導入事例】【製品情報】【撮影画像】【お問い合わせ】4つのシンプルなメニュー。それぞれのメニューもちょうどよい量の情報に管理されています。そして少し読んでみたくなる「失敗しないデジタルマイクログラフ選び 5つのポイント」もついつい引き込まれて読んでしまいました。導入事例も「顕微鏡をデジタルマイクログラフ化する」「高さ(長尺)のある試料を観察するには?」「社内でファイル名のつけ方がバラバラ。簡単に統一化したい。」「チャンバー内の試料を経過観察したい(チャンバー内観察装置)」と参考になる情報が用意できています。これらの導入事例を追加・更新していくことをお勧めします。サクッと読めてシンプルだけど決して情報は薄くない良いサイトだと思います。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

 Cosmo Brains Corporation

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。



〒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 18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

(2018年4月現在)