



《ミストコレクター業界》 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1月



目次

- 株式会社赤松電機製作所 P.3
- 昭和電機株式会社 P.4
- ミドリ安全エア・クオリティ株式会社 P.5
- 日本メッシュ工業株式会社 P.6
- サンワーカー株式会社 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/>

株式会社赤松電機製作所

診断URL : <https://www.akamatsudenki.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。

バランス良いメニュー構成でわかりやすかったです。ただ、レベルの高いサイトなのになぜ？と不思議に感じたことがあります。それは【商品情報】のメインビジュアル。画質が粗すぎます。他のページとかけ離れたクオリティーなのが残念です。「しっかりしたメーカーだな」と安心してもらうためには不適切なビジュアルでした。【メンテナンス】や【ダウンロード】など親切なコンテンツを用意しているだけにもったいないです。YouTubeチャンネルも持っているし、更新もできているし、常時SSLにも対応しているのに・・・本当に不思議です。それから「マンガで見るミストコレクター導入効果 (<https://www.akamatsudenki.co.jp/dounyuukouka.html>)」のページも作りが雑です。Webサイト全体のクオリティーを同じレベルに維持管理することをお勧めします。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

昭和電機株式会社

診断URL : <http://www.showadenki.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。

3つのオフィシャルブログを平日ほぼ毎日更新していることに驚きました。また、お知らせもマメに更新できています。さらにオンラインショップ、特設サイト、グローバルサイト、動画サイト、Facebookまで運営しているのです。すごいと思う反面、相当な負担がかかっているだろうなと感じました。労力に見合った効果が出ていれば何も問題ありませんが、一度、振り返ってスリム化を検討しても良いかもしれません。この他に気になったことは【お問い合わせ】です。SSLを導入していますが、フォーム限定での使用はもったいないです。常時SSLにすることをお勧めします。そして、お問い合わせページが煩雑で面倒に感じる人もいるでしょう。【お問い合わせ】TOPにメニューが7つあり、さらに、製品・技術についての問い合わせ、資料請求、見積り依頼、故障・修理についての問い合わせは所在地も選ばなければならないのです。管理側には便利でも、ユーザーにとっては面倒です。もっとシンプルにすることをお勧めします。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

ミドリ安全エア・クオリティ株式会社

診断URL : <https://www.midori-maq.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。

更新もできており、考えて作られているWebサイトだと思います。好感の持てるサイトですが、情報の整理整頓がもう一歩だと感じました。典型的なのが【製品案内】。製品カテゴリ別、対策別、シーン/業界別で探す切り口は悪くありません。しかし、文字が多すぎ、ページも長すぎます。コンテンツエリアでサイドメニューのようにすっきりまとめた方が良いでしょう。その上でサイドメニューを外すとスペースを有効活用できます。また、TOPページはメインビジュアルのスライドショーとその下のバナーの内容が重複しており、かつそれぞれが目立っているのでごちゃごちゃした印象になってしまっています。そのせいでせっかくマメに更新しているお知らせがページ下部に追いやられています。個人的にはTOPページの新着情報をファーストビュー内に納めた上で、グローバルメニューから新着情報を外した方がすっきりすると思います。わかりやすくするためにメニューやバナーを足すばかりでは、かえってわかりにくくなります。時には優先順位の低いものや重複するものを削除することをお勧めします。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

日本メッシュ工業株式会社

診断URL : <http://www.nihon-mesh.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。

2018年9月にリニューアルしたばかりのサイトです。せっかくならリニューアルにあわせモバイル対応だけでなく常時SSL化すれば良かったのに・・・と思いました。きれいに体裁は整ったので定期更新することをお勧めします。その上で、今後はカスタム対応やメンテナンスなどサポート情報を公開すると良いでしょう。他にも改善点があります。それは【製品案内】。プルダウンメニュー・サイドメニューと、製品案内TOPのコンテンツエリアのメニューが統一されていないのです。また、パンチングメタルは情報がありません。それから【環境プラント】のページも情報が少ないように思います。サイト全体を通して感じたのは情報が通り一遍だということ。製品カタログ+会社案内のWebサイトから抜け出し、ユーザーの知りたい情報がそろっているサイトにすることがこのサイトの課題です

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

サンワーカー株式会社

診断URL : <https://www.sanetsugroup.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。

2017年3月にリニューアルしてからお知らせの更新がなく、情報も少ない割にわかりにくいことが気になりました。最初に気になったのがグローバルメニューです。上部にメニューが畳まれるハンバーガーメニューをPCでも採用していますが、気が付かない人もいるかもしれません。そのためメニューが【会社概要】【アクセス】【お問い合わせ】しかないと勘違いされるかもしれません。また、製品ページの導線も悪くなっています。特に気になったのが【ミストピュア】のページです。まず、メニューボタン（| 特徴 | 仕様 | 構造と機能 | 機種 | オプション部品構成 | 導入事例 | 資料・カタログ |）が動きません。そして各機種の詳細ページの情報が少ないこと、機種一覧が見つかりにくいことも気になります。メーカーならば、本来製品情報はサイトの主役になっても良いはず。初めての人でも自分に合った製品が簡単に見つけられるよう気を配る必要があります。さらに、定期的に情報発信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

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1月現在)