



《天然石粒ガルバリウム鋼板業界》 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8月



目次

□新東株式会社 P.3

□株式会社メタル建材 P.4

□株式会社ナカタケ P.5

□お問い合わせについて P.6

※本資料では、執筆者宮本が特に気になった3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://eijimiyamoto01.blogspot.jp/>

新東株式会社

診断URL : <http://www.shintokawara.co.jp/>



品 サイトマップ 0 プライバシーポリシー お問い合わせ

Japanese English

「CERAM-F FLAT システム瓦」が2013年度グッドデザイン賞受賞



GOOD DESIGN AWARD 2013



製品案内
PRODUCTS

製造工程
FLOW

会社情報
COMPANY

リンク
LINK

お問い合わせ
CONTACT



✦ システム工法

材料コスト・製造コスト・施工コ



✦ 防災瓦

新東の防災瓦が、暮らしの安心を



✦ 高反射瓦

赤外線反射率を高めて、一体型太



✦ 超軽量屋根材

リフォームに最適、

● 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。

トップバナーに“グッドデザイン賞受賞”の文言がありインパクトがあって良いのですが、肝心の製品ページにリンクしていないのは勿体ないなと思いました。トップバナーからのリンクも活用されたほうが良いでしょう。【製品案内】の瓦や屋根材の写真が全体的に小さく、すこしぼやけているのが残念です。貴社の製品シリーズを知るための重要な鍵となりますので、写真にはこだわられたほうが良いでしょう。各製品ページの「製品案内」とは別タブで「施工事例」が見られるのは工夫されていて良いと思います。もう少し導入背景や詳しい説明を加え、貴社独自のコンテンツとしてグローバルメニューに置いても良いかもしれません。瓦を3Dでシミュレーションできる3Dカタログも他社にはなく面白いコンテンツだと思います。しかし全体を通してイマイチ貴社の良さや強みが伝わってきません。「鬼瓦家守」のWebサイト (<http://www.onigawara-iemori.jp/index.html>) は写真もきれいで、鬼師さんたちのこだわりが伝わってきます。“不燃材料”であることがウリなのであれば、そこをもう少し強調するなど熱意を伝えるサイトにするともっとよくなると思います。最後に常時SSL化やモバイル対応もまだされていません。早急に対応さ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

株式会社メタル建材

診断URL : <https://www.metalkenzai.co.jp/>

NIPPON STEEL | 株式会社メタル建材 日鉄鋼板グループ

会社案内 製品案内 施工事例 施工資料 お問い合わせ



● 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。

2020年4月にリニューアルしたばかりのサイトです。写真も大きくきれいで業界内では比較的良好なサイトですが、ターゲットが幅広いため、それぞれに伝えるべき情報をうまく整理できていないように感じました。グローバルメニュー【施工資料】内にプロユーザー向けコンテンツである「施工資料」とエンドユーザー向けの「リフォーム」があり、いずれのユーザーにもアピールしたいことは伺えるのですが、これがかえってサイト全体をぼやけた印象にできてしまっています。ターゲットが変われば伝えるべき情報や伝え方も変わるもの。例えば【製品案内】がブランド名からしか選べないのも、リピーターなら良いですが新規ユーザーには不便です。Webサイトで重要なのは「誰」に「何」を伝えるか？ターゲットを絞り込めるならそうすべきですし、プロユーザーもエンドユーザーも同じくらい重要ならグローバルメニュー等目立つところで【工務店の方へ】【リフォームをお考えの方へ】と住み分けたり、思い切ってサイトの入口から分けてしまうのも手だと思います。それぞれの知りたいことをうまく整理し伝えてあげることでぐっと訴求力があがるはずです。最後に、リニューアルから1年以上経っているにも関わらず「協力施工店」が工事中のままです。今のままではかえってマイナスなので、早急に対応するか、難しいようであれば一旦削除してしまった方が良いでしょう。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社ナカタケ

診断URL : <http://www.nakatake-wp.com/>

瓦・屋根 | 太陽光・風力発電 | エイト∞ストーン | 新着トピックス

フリーダイヤル みな つよい
☎ 0120-037-241

大切な建物を守り美しく造形する日本瓦。

風力と太陽光発電が実現！環境に応じた発電が24時間できます。

塗るでもなく、替えるでもなく、かぶせるという選択肢。

・2021.08.19 8/18 (水) ナカタケ発電所
・2021.08.18 8/17 (火) ナカタケ発電所

株式会社 ナカタケ
〒920-0207 石川県金沢市須崎町口266番地 TEL:076-238-2121 (一般建設業石川県知事許可般 17第6632号)

● 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。

瓦の写真と“ナカタケカ”というキャッチコピーが印象的なサイトです。ただ“ナカタケカ”というコピーは抽象的すぎて具体的な特長が伝わらずもったいないなと思いました。【瓦・屋根】【太陽光・風力発電】のページには、「創業45年の実績と信頼。職人数、実績、技術共に北陸でトップクラス」「太陽光発電システム施工実績、北陸3県トップクラス」といった貴社の強みが紹介されています。せっかくなので、一番目立つトップページにも上記のような具体的なコピーを使用したほうが良いでしょう。次にグローバルメニューの【エイト∞ストーン】ですが、商品名しかなく何の商品が分かりませんでした。「屋根のリフォーム」の方がパッと見たときにイメージがつかみやすいです。【新着トピックス】はここ数年発電量についてしか更新されておらず残念な印象です。当初は他の情報もアップしていたようなのでこの機会に運用体制の見直しを検討されることをおすすめいたします。お問い合わせフォームもSSL未対応ですし、そろそろサイトリニューアルのタイミングかもしれません。

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。



〒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8月現在)