



《粒径・粒度測定器業界》 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：2017年11月



目次

- 株式会社島津製作所 P.3
- 大塚電子株式会社 P.4
- マイクロトラック・ベル株式会社 P.5
- ベックマン・コールター株式会社 P.6
- スペクトリス株式会社 マルバーン事業部 P.7
- ヴァーダー・サイエンティフィック株式会社 P.8
- 株式会社日本レーザー P.9
- 昭光サイエンス株式会社 P.10
- タイタンテクノロジーズ株式会社 P.11
- ヤマト科学株式会社 P.12
- 協和界面科学株式会社 P.13
- 株式会社マイクロテック・ニチオン P.14
- お問い合わせについて P.15

※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）

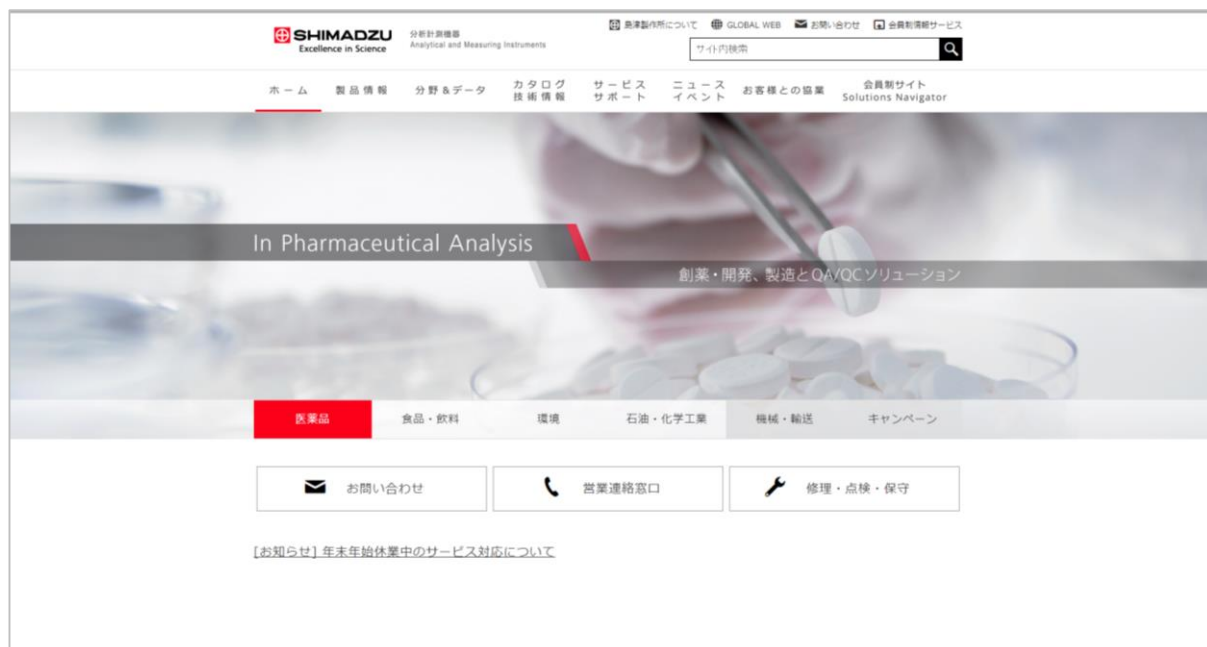
「これまでの経験を活かし第一印象からWebサイトを診断しました。個人の主観による診断ではありますが、成果を上げるサイト、失敗するサイトには共通点があるものです。対象企業すべてのサイトを比較したうえで、各サイト問題点を1点取り上げさせていただきました。」

《個人ブログ》

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

株式会社島津製作所

診断URL : <https://www.an.shimadzu.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を1点に絞り述べてさせていただきます。理想のWebサイトです。何も言うことはありません。

指摘することがないので特に良いと思う点を述べさせていただきます。それは不要な情報がないこと、各コンテンツに正しくナビゲーションできる適切なメニュー名をつけていること、ユーザーが欲しい情報がわかりやすく分類整理されていることです。そして文量も過不足なくちょうどいい読みやすさにサイト全体で計算されています。既存顧客にとっても新規顧客にとっても親切な情報が分かりやすく整理されています。TOPページのイメージ画像も分析機器ではなくターゲット業界にちなんだものがローテーションされ、一目で分析機器のWebサイトと分かるとはいいますが、島津製作所のWebサイトと分かるので全く問題ありません。これは抜群の知名度だからできること。中小企業や知名度の低い企業が真似するとうまくいかなない手法です。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

大塚電子株式会社

診断URL : <https://www.otsukael.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を1点に絞り述べさせていただきます。とてもよく考えられ運営されているWebサイトです。

専門性の高い製品を親しみやすいデザインとコンテンツで身近に感じさせていることに好感が持てます。あえて問題点を挙げるとしたら、重箱の隅をつつくようで嫌ですが、サイト内検索にGoogleカスタム検索を入れていることです。例えばサイト内検索で「粒径粒度」と入力し検索すると同業者のアドワーズ広告が表示されてしまうのです。自社サイトを閲覧している大切なユーザーにわざわざライバルの広告を見せているのが本当にもったいない。ナビゲーションも良く情報を見つけるのに困ることはあまりないので、この機能は取ってしまったほうがよいでしょう。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

マイクロトラック・ベル株式会社

診断URL : <http://www.microtrac-bel.com/>



● 診断内容

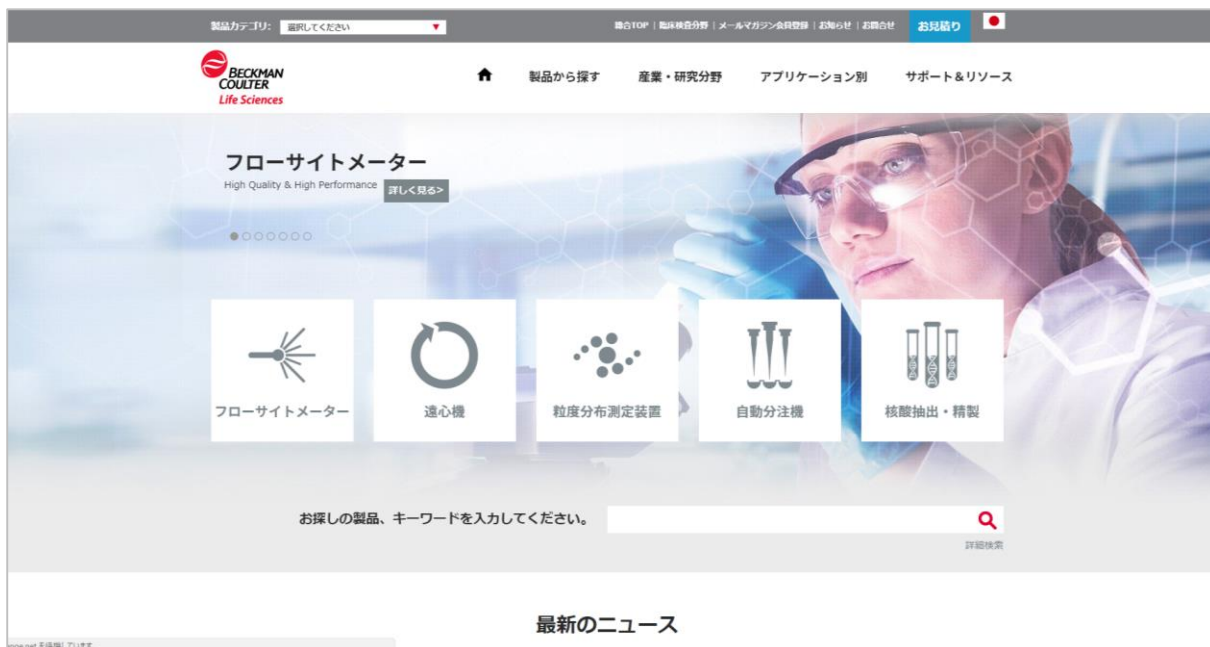
この診断ではWebサイトを見た第一印象から特に気になった点を1点に絞り述べさせていただきます。一目で粉粒体分析装置の会社だとわかり好感が持てるWebサイトです。TOPページにも魅力的なコンテンツが溢れ期待が膨らみます。しかし・・・

残念だったのはメニューとコンテンツのギャップが大きかったことです。魅力を感じ期待したコンテンツと違ったのです。典型的な例はサポートのページでした。私は修理や保守サービス、消耗品の交換、MSDSなどの資料サポートを期待していたのですが、サンプル分析・デモンストレーションやFBIA指定マイクロバブル試験ラボなど営業品目の紹介が中心だったのです。それはそれで悪くないのですが、期待したものと少し違いました。このほかにも期待していたコンテンツとは違うコンテンツのページが何か所かあったのです。期待した分情報が薄く感じられました。私と同じように感じるユーザーもいるかもしれません。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

ベックマン・コールター株式会社

診断URL : <https://ls.beckmancoulter.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を1点に絞り述べさせていただきます。一目でライフサイエンス分野の分析装置のWebサイトだとわかり、かつコンテンツの充実したWebサイトです。

レベルの高いWebサイトでなかなか問題点を見つけられませんでした。目的の情報が探しやすくかつ充実しています。製品情報に過不足はなくサポート&リソース内の情報も充実しています。気になったことをしいて挙げるとすれば、グローバルメニューの【アプリケーション別】【産業分野】は製品を探す切り口ではなく、その業界やアプリケーションに求められる分析手法とそれに必要な機能の解説などなら理想的。また製品紹介ページの本文エリアに入るバナーが多いこと、そしてクリックしたときに別ウィンドウで立ち上がることも少し気になります。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

スペクトリス株式会社 マルバーン事業部

診断URL : <https://www.malvern.com/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を1点に絞り述べさせていただきます。コンテンツも充実し分かりやすく情報が整理されています。しかし、とてももったいないと感じることがあります。

それは画像と動画の扱いです。最も典型的な例はTOPページ。見た瞬間に何の会社かよくわからないことです。文字を読めばわかるのでは不十分なのです。Webサイトを見るユーザーは一瞬のうちに自分の探しているものがあるかを判断しています。だから予備知識のないユーザーにも直感的に伝えられる画像は非常に重要なWebサイトの要素です。スクロールせずに見えるページ上部で、一瞬で何の会社かわかるビジュアルがないことが残念でした。それからページ内にある動画コンテンツが画像のように見えてしまうことも問題です。コンテンツ自体良いものが多いのももったいない。Webサイトは画像・動画とテキストで成り立つもの。だから扱いには十分に気を配る必要があります。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

ヴァーダー・サイエンティフィック株式会社

診断URL : <https://www.retsched-technology.jp/>

画像解析式粒度分布測定装置のレッチェ・テクノロジー

レッチェテクノロジーは最先端の画像解析式粒子径測定装置を開発し、販売しています。世界一のふるい振とうメーカーが開発した、ふるいの測定結果と高い互換性のある最高精度の測定装置です。特許を取得している2台のカメラを使用した、画像解析で、レーザーと違い形状も正確に測定できます。

- ワイドな測定範囲 0.8 μm ~ 30 mm
- 粒子径と形状の分析: コロイド物質, エマルジョン, 懸濁液, 分散, 微粒子, 粒

カムサイザー® P4 粒子径と形状の測定 測定範囲 20 μm ~ 30 mm

カムサイザー® X2 粒子径と形状の測定 測定範囲 0.8 μm ~ 8 mm

● 診断内容

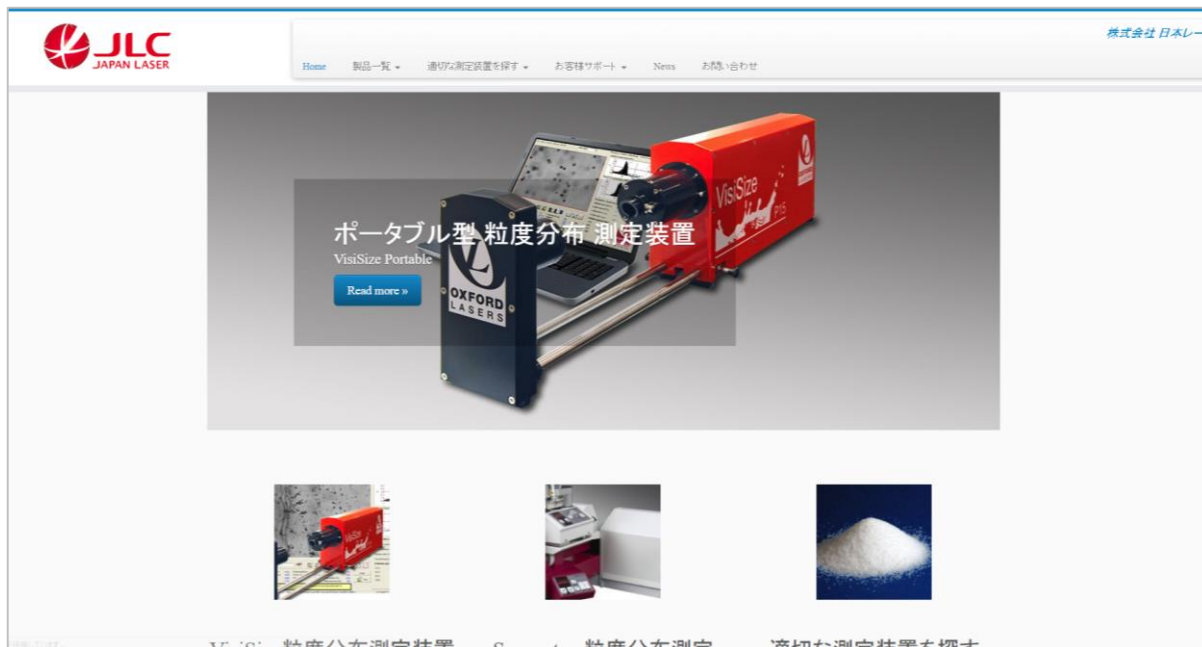
この診断ではWebサイトを見た第一印象から特に気になった点を1点に絞り述べさせていただきます。ヴァーダーサイエンティフィックというよりもレッチェのほうがなじみ深く感じます。この業界にいて長いからかもしれません（笑）。

ヴァーダーってどんな会社だろう・・・と思ってWebサイトを見たら「なんだレッチェか。レッチェなら知ってる」という感じ。ブランド力があるのでこれからもレッチェのブランドを大切にしたいなあと思います。Webサイトも洗練されていていい感じ。ただもったいないのは英語のままのコンテンツが多いこと。例えば個人的にすごくいいコンテンツだった画像式粒度分布測定装置のサンプルテスト集やテクニカルレポートも、日本語じゃないのがすごくもったいない。コンテンツは秀逸なだけにもったいなさが倍増する感じです。テクニカルレポートの日本語化あたりから取り組まれることを希望します。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社日本レーザー

診断URL : <http://particle.japanlaser.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を1点に絞り述べさせていただきます。粒度分布の特設サイトで期待度が上がりましたが、やや企画倒れのように感じます。

【対象物で機材を探す】【目的で探す】【測定方式で探す】と業界でオーソドックスな製品選びの切り口でわかりやすいなと思ったのですが、豊富な選定方法に比べ製品が少なくせっきくのナビゲーションを有効に活かしているとはいえません。製品アイテムが豊富な時に有効な手法なので、自社にあった選定方法を検討すべきだったように思います。製品点数で勝負できないのであれば1点当たりの情報を濃くするというのが定石。そこにこだわると特設サイトが生きてく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

昭光サイエンス株式会社

診断URL : <http://shoko-sc.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を1点に絞り述べさせていただきます。印象としては手堅く堅実なWebサイトで大きな問題点は見当たりません。

ただし、Webサイトの作りがやや古くなっているのが気がかりです。個人情報保護の意識が高いユーザーも増えてきているし、企業規模からいっても常時SSLを検討してもよいでしょう。このサイトの「生産終了のお知らせ」をきちんと掲載しているところは特に評価すべき点です。生産終了品に対しても修理やサポートの対応について説明を行っている企業姿勢のすばらしさが垣間見られます。ただ、その素晴らしい姿勢がサイト全体に浸透していないのがもったいない。同業者と同様かそれ以上にサポート情報を厚くすればもっと差別化ができるのではないかと、国内企業という安心感が生きるのではないかと思います。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

タイタンテクノロジー株式会社

診断URL : <https://titan.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を1点に絞り述べさせていただきます。第一印象として文字が小さいこと、メニューが多すぎるのが気になりました。

年齢的にも小さな字がきつくなってきたので・・・これは厳しい。それでなくとも専門性が高く難しい内容なので、それだけで逃げ出してしまうユーザーがいるかもしれません。一般的に人間が一度に認識できる数は7と言われています。だからWebサイトのグローバルメニューも7以下にするのがセオリーです。せっかくのアイコンも効果的に使えていないように思います。アイコンを入れることによって文字がさらに小さくなるデメリットのほうが大きいのではないのでしょうか。サイト内のコンテンツを精査して整理分類し、すっきりと見やすいデザインにすることを望みます。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

ヤマト科学株式会社

診断URL : <http://www.yamato-net.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を1点に絞り述べていただきます。コンテンツと更新の多さが光るWebサイトです。

しかし、Webサイトの作りが古くなり少し窮屈になっているのが気になります。特にWebサイトの横幅が狭くもったいない。そしてモバイル対応していないのも気になります。販売店向けの電子商取引支援システムや会員向けメールニュース、新古品や中古品、レンタル、受託試験など価値の高い情報が満載なだけにもったいなく感じました。サイト構成やコンテンツの質も高く、更新も頻繁にしておりレベルの高いWebサイトであることに変わりはありません。業界では名の通った会社なので、セキュリティに配慮し常時SSLへの対応も検討をお勧めします。コンテンツを活かすためにそろそろ箱を変える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

協和界面科学株式会社

診断URL : <http://www.face-kyowa.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を1点に絞り述べさせていただきます。Webサイトを営業にうまく活用していることが伝わります。

イベントやセミナー、営業キャンペーンとWebサイトを連動させていることが伝わり会社の勢いを感じました。積極的なリアルな活動がWebサイトの鮮度を保つ好例です。情報も製品情報のみならずサポート情報や技術情報がバランスよくそろえられていますが、積極的に更新を重ねるうちにコンテンツが整理しきれなくなったのかもしれませんが。技術情報、製品情報、サポート情報をうまく分類し類似コンテンツや古くなった情報は整理することをお勧めします。特に【界面科学の世界】【ソリューション】は良いコンテンツが多いだけに、すっきり分類することで埋もれた良いコンテンツの閲覧が増えユーザーの満足度が向上するように思います。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社マイクロテック・ニチオン

診断URL : <http://nition.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を1点に絞り述べていただきます。Webサイトの作りが古くなっているのが気になります。

せっかく定期的に更新しコンテンツも多いのにそのメリットが活かしきれていないように感じました。テキストの大きさや行間のバランスも良くなく損をしています。製品一覧ページも商品名と型番で選ばなければならず型番による違いが判らない人には使いづらいことも気になる点です。新規顧客にはハードルが高いかもしれません。

Webサイトをだれに見て欲しいのか？その人はどの程度の業界知識があり製品情報に精通しているのか？そして、どのような行動をして欲しいのか？ターゲットを決めてコンテンツを見直す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

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 : <http://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1月現在)