



《粉体計量器業界》 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：2021年3月



目次

- アルファ株式会社 P.3
- 株式会社西村機械製作所 P.4
- 株式会社粉研パウテックス P.5
- フルード工業株式会社 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/>

アルファ株式会社

診断URL : <https://alpha-kabu.com/>


粉体機器装置の設計・製造・提案

アルファ株式会社

▶ログイン
☎0568-53-5611 ✉alpha@alpha-kabu.com
▶お問い合わせ

ホーム 疑問解決 ▾ 事例集 ▾ 製品案内 ▾ サービス ▾ 会社情報 ▾ サポート ▾ お客様ページ ▾ お問い合わせ

ホーム

粉体機器製造・販売・テスト・提案・問題解決 プラントエンジニアリング 愛知県春日井市

粉体計量・粉体供給・粉体焼成・粉体造粒・粉体プラズマ処理・設備施工



ホームサイト



ホームサイト



製品事例サイト



WFRT 場見学



ユーザー専用

● 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。

情報量が多く煩雑で、せつかくのコンテンツの持ち味が表現しきれていないのが残念です。まずグローバルメニューが9個と多く、どこから見ればよいのか迷ってしまいました。モバイルデザインを意識しているためか、トップの画像もファーストビュー内に入っていません。ユーザーはWebサイトにアクセスしてから3秒で、欲しい情報があるかないかを判断すると言われてます。貴社の強みを盛り込んだユーザーを惹きつけるキャッチコピー、画像を配置し、「選ばれる理由」が一目でわかるトップページにすること・・・それがまず必須だと思います。時間をかけてサイトをじっくり見ると、かなり力を入れてコンテンツ作成されていることがわかります。専用の製品事例サイト (<https://alpha-kabu.com/jp/>) など良いコンテンツもあるのですが、サイトの情報設計がない状態でコンテンツを増築しているため、全体的な統一感がなくバラバラな印象を受けます。まずはトップページの改善、そして情報設計とユーザーにとってわかりやすいデザインにすることが貴社サイトの課題です。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社西村機械製作所

診断URL : <https://www.econmw.co.jp/>

粉体製造機械・プラントエンジニアリング



大阪本社 ☎ 072-991-2461 東京支店 ☎ 03-3808-1091

[トップページ](#) [サイトマップ](#)

[製品情報](#)

[プラントエンジニアリング](#)

[導入事例](#)

[カタログ一覧](#)

[企業情報](#)

[お問い合わせ](#)

[採用情報](#)



●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てさせていただきます。

開いてすぐ“食品製造業用 粉体関連機器に特化”という明確に強みを表現したコピーが目に入り期待感が高まりました。「西村機械製作所が選ばれる理由」もわかりやすい言葉でまとめられていますし、「粉体製品の選び方」も親切です。しかし、グローバルメニューのコンテンツはまだまだ改善の余地があると感じました。まず、【プラントエンジニアリング】というメニュー名がわかりづらいです。図面から製品情報へ飛べるのは便利ですが、【製品情報】と分ける必要もないので、ひとつにまとめメニュー内で「目的から選ぶ」「設置個所から選ぶ」などと分けた方がスマートです。また、【導入事例】は説明不足だと思います。各業界にどう最適化したのかをきちんと言語化し解説することをお勧めします。その中でお客様のどんな要望に応えたのかもアピールできると更に響くコンテンツになるでしょう。いくつかの図にある「●●工程」という表記も気になりました。きちんと表記するか、もし工程を明かせないなら「工程①」などと表記した方が引っ掛かりが少ないように思います。情報は豊富ですし、少し改善するだけで飛躍的に良くなりそうなサイトなだけに、2020年5月のリニューアル以降一度も更新されていないことが非常に残念です。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社粉研パウテックス

診断URL : <https://www.funken.co.jp/>



株式会社 粉研パウテックス

メール

カタログ

JP EN CN

☎ 03-3494-4511

製品

導入事例

導入フロー

会社概要

事業所

求人

お問合せ



ニュース

2020年12月21日(月)
年末年始休業及び業務のお知らせ

導入事例

石油



● 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。

必要なコンテンツが用意され定期的に更新もされている好感の持てるサイトなのですが、いくつか気になる点がありました。まずメインビジュアルのキャッチコピーですが、個人的には2枚目の“粉研がカスタムメイドの「最適解」を提案します”が良いと思います。【導入フロー】にある「オンリーワンのご提案」や「カスタマイズ設計」からカスタムメイドが貴社の強みだと思いました。一番目立つトップページでその内容が伝わるよう改善されることをお勧めします。「お知らせ」が多いのも気になったので、すっきりさせカスタムメイドの内容を増やすとトップの印象がガラッと変わると思います。次に【導入事例】ですが、具体性がほとんどなく最後は製品紹介という作りが残念な印象です。事例ごとに内容を掘り下げて紹介できればユーザーに響くコンテンツになると思います。最後に【製品】ページですが、製品ごとの違いや特長が分かりづらかったです。一覧表形式で製品を比較するなど視覚的な工夫をすると良いでしょう。また製品の選択方法は「製品別」の切り口だけではなく「ユーザーの悩み別」や「用途別」があると、より使い勝手が良くなると思いました。この機会にユーザー目線でサイトを再確認されると色々気付きがあるかもしれません。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

フルード工業株式会社

診断URL : <http://www.fluideng.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。

設立50年で数多くの納入実績を公開されており、期待感が高まりました。Webサイトも使い勝手が良くシンプルにまとめられています。しかし、自社の強みを説明する【フルードテクノロジー】が淡白でもったいないです。【フルードテクノロジー】というタイトルが少しわかりにくいので【選ばれる理由】とし、自社の強みをユーザーに選ばれる理由に変換して表現することでより説得力が増すでしょう。また、【納入事例・実績】も淡白だと感じました。非常に多くの納入事例を公開されているのでそれだけでも説得力はあるのですが、せっかく事例を紹介するならユーザーの悩みをどのような提案で解決し、どのくらい改善できたのか? なるべく詳細に解説してほしいと思いました。また、技術力の高さをアピールするために専門誌や学会などで発表された技術論文などをWebサイトで公開すると貴社の良さが今以上に伝わると思います。製品情報中心の情報公開から一歩抜け出し、技術力や提案力をアピールする情報を厚くしていく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。



〒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3月現在)