



《石英ガラス業界》 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：2020年7月



目次

□株式会社旭製作所 P.3

□高井電機株式会社 P.4

□株式会社トップ精工 P.5

□株式会社横浜石英 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/>

株式会社旭製作所

診断URL : <https://www.theglassplant.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。

シンプルかつわかりやすいメニュー構成に期待感が高まりました。しかし、こちらのサイトはリニューアル途中で公開しているのでしょうか？それともTOPのデザインだけを変更してこれで完成なののでしょうか？メニューをクリックするとTOPページとは異なるデザインのページに移動してしまい困惑しました。

メインビジュアルのキャッチコピー “世界のオンリーワンを目指して” “難しいから面白い。私達にしかできない製品がある。” “新・真・進の精神で世界に誇れる製品を作り続けます” も曖昧でイマイチ貴社の強みが伝わらないように思います。【選ばれる理由】や【導入事例】は非常にレベルが高く魅力的なだけに、第一印象で損をしてもったいないと感じました。どんなに良いことが書いてあっても、読んでもらえなければ意味がありません。第一印象で貴社の強みを効果的にアピールするにはどんな表現が最適か、改めて検討され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

高井電機株式会社

診断URL : <http://www.takaidenki.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。

「ガラスのチカラでひろがる未来。」というキャッチコピー、ガラスの可能性についてはしっかり伝わってくるのですが、あまりに漠然としているので貴社の強みや良さを伝えるには物足りなさを感じました。トップページはWebサイトの顔なので、貴社の強みや良さが伝わるキャッチコピーにされるとよりユーザーに興味を持ってもらえると思います。

【技術・研究開発】【事例・ケーススタディ】といったコンテンツはとても良いと思います。ただ、現状では紹介されている事例の数が少ないのでがっかりしてしまいました。Webサイトで事例を公開するのは色々な面でハードルもあると思いますが、地道に増やしていかれると良いでしょう。

最後に【お問い合わせ】ですが、競合企業は図面ファイルを添付できるようにされている企業が多かったです。問い合わせ内容の質にも関連する部分かと思いますので、貴社でも一度ご検討されてみてはいかがでしょうか。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社トップ精工

診断URL : <https://www.top-seiko.co.jp/>

株式会社トップ精工
TOP SEIKO CO.,LTD.

Japanese English Deutsch

TEL.0749-51-9021
FAX.0749-51-9022
MAIL.info@top-seiko.co.jp

お問い合わせ

HOME 加工技術紹介 素材選定提案 お客様の新製品開発への協力 素材別加工事例 加工材質ガイド 会社案内

高機能セラミックスと石英ガラス
高融点金属の精密加工で目指す世界の頂き。
Aiming to be a world expert for machining the ultra-hard materials

素材選定のご提案
新製品開発への協力

加工技術紹介 Processing Technology

● 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。

TOPページのキャッチコピー“高機能セラミックスと石英ガラス 高融点金属の精密加工で目指す世界の頂き。”から、素材の精密加工技術を強みとした会社なのかな、というイメージを抱きます。【加工技術紹介】や【素材選定提案】、【素材別加工事例】などユーザーに有益でわかりやすいコンテンツが満載で好感がもてます。「材質変更の成功例」を期待感をもってクリックしたのですが、事例の一覧が淡々と記載されているだけで少し残念な印象を受けました。もう少し写真を使うなど、一社一社膨らませて面白いかもしれません。2017年2月にWebサイトリニューアルをされていますが、2019年11月で新着情報が止まってしまっているのが残念です。Webサイトは会社の顔と言われているので、きちんと更新しましょう。Webサイト右上のメールアドレスをクリックすると、メーラーが立ち上がる仕様も気になります。図面も添付できるお問い合わせフォームを用意されているので、そちらに統一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

株式会社横浜石英

診断URL : <https://yokohamasekiei.jp/>

株式会社横浜石英 2m越えの大型ガラス部品から、微細形状まで加工可能です。				フォトギャラリー	メディア/展示会 情報	アクセスマップ	
 株式会社 横浜石英		ガラス部品 ガラス精密部品	ガラス加工	お気軽にご相談・お問合せください。 045-952-5439		045-952-5429 info@yokohamasekiei.jp	
TOP	会社概要	大型加工	特殊加工	微細加工	その他加工	お問合せ	求人案内
							
熟練の技 で、割れやすく繊細なガラス素材を扱っています。							

● 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。

グローバルメニューの【大型加工】【特殊加工】【微細加工】で強みを具体的に表現できており、コンセプトの光るよく作りこまれたWebサイトです。しかし、公開した後の運営はあまりできておらずもったいないことをしています。「メディア/展示会情報」は2015年で、「新着情報」も2017年で更新が止まっています。「技術ブログ」もリンクが切れています。「フォトギャラリー」は加工例が見たかったのですが、建物や近隣の風景など仕事と直接関係ないものが多く期待外れでした。それから小さなことですが、【大型加工】【特殊加工】【微細加工】の各ページ上部に入れている「●●加工とは」はページ下部で使ったほうが活きると思いました。まずは具体的に何ができるのか？というユーザーの疑問に答えるのが先。その上でモノづくりに関するこだわりを伝えたほうが良いでしょう。ユーザーが見たいものは何か？想像力を働かせ少し気を利かせるともっと良いサイトになると思います。

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 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

(2020年5月現在)