



《輻射冷暖房業界》 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10月



目次

- 株式会社三葉製作所 P.3
- 株式会社トヨックスファシリティソリューションズ P.4
- ピーエス株式会社 P.5
- 協立エアテック株式会社 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/>

株式会社三葉製作所

診断URL : <http://www.panel-shade.jp/>

PANEL-Shade

[パネルシェードとは？](#) [エアコンとの違い](#) [デザイン](#) [ショールーム](#) [お客様の声](#) [施工例](#) [施工業者様へ](#) [会社概要](#)

[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。

輻射冷暖房システム“パネルシェード”のブランドサイトです。シンプルで写真も見やすく、コンテンツも充実していてレベルの高いWebサイトです。トップのキャッチコピーがお客様の感想になっていて、そこから【お客様の声】にリンクされているのが斬新で面白いです。写真の上の白文字が埋もれてしまって、見えづらいのがもったいないなと思いました。また、個人的な意見ですが【お客様の声】の一覧に関しては、生の声をタイトルに持ってきた方が良いのではないのでしょうか。「地域」「名前」「種別」「台数」よりもまず、ユーザーがどのような点を気に入ったかをシンプルにまとめたほうが、興味・関心を引くと思います。コンテンツの充実には好感がもてるのですが、グローバルメニューの数が少し多いかな、という気もします。例えば、【エアコンとの違い】は【パネルシェードとは？】の中にまとめても良いかもしれません。ユーザーが戸惑わず、確実に求めている情報にたどり着けるよう、再度精査したほうがよいでしょう。最後に、レベルの高いサイトですがお問合せフォーム含め常時SSL化未対応です。ユーザーの安全性のためにも早急に対応しましょう。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

 Cosmo Brains Corporation

株式会社トヨックスファシリティソリューションズ

診断URL : <https://www.toyox-fs.co.jp/>

輻射式冷暖房は健康・快適・安心・省エネ・メンテナンスフリーのテーマから生まれた、人と地球に最もやさしい次世代冷暖房です。輻射式冷暖房はトヨックスファシリティソリューションズが販売しています。

心地いい 豊かな空間

TOYOX FS

TOYOXオーロラ輻射・放射冷暖房・省施工配管
システムについてはお気軽にお電話ください

03-6658-5758

受付時間 10時-12時 13時-17時 (土日・祝日除く)

会社概要

サイトマップ

お問い合わせ

各種カタログ
ダウンロード

Web会員登録

登録無料 詳しくはこちら

Web会員様 ログイン

会員登録がお済みの方はこちら



ホーム



システムのご紹介



ご採用事例



よくある質問



製品・技術情報



体感のご案内



性能確認書類



インパクトムービー2020

後で見る

共有

1/2

水がめぐる

● 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。

ターゲットをビルユーザーに絞ることで経済メリットをメインに訴求できており、きちんと読んでもらえれば説得力のあるサイトだと思います。しかし、デザインやレイアウトで損をしているように感じました。真っ先に気になったのはTOPの自動再生動画です。音声付き動画が勝手に再生されるだけでも抵抗がありますが、停止ボタンやミュートすら見つからず戸惑いました。会社など音を出しづらい環境で閲覧していた場合、すぐにページから移動することを優先されて【ホーム】はほとんど見てもらえないかもしれません。動画下の「オーロラ輻射がビルオーナー様、施主様へオススメな理由」が明快で訴求力もあるだけにもったいないと思いました。また、カタログダウンロードには個人情報の入力が必須のようですが、個人情報の入力は思っている以上に高いハードルです。フリーで公開している競合もあることを踏まえ、提供するコンテンツが個人情報を頂くに見合う内容なのかよく検討されることをお勧めします。最後に、長く使っていく製品なのでユーザーが不安に感じないように、メンテナンスやアフターフォローについてもしっかりと記載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

ピーエス株式会社

診断URL : <https://ps-group.co.jp/>

温度と湿度の専門企業 ピーエスグループ

ログイン/アカウント登録



製品情報

ソリューション

温度・湿度とは

お客様サポート

ピーエスの室内気候

企業情報

お問合せ

新型コロナウイルス感染拡大抑制の為、通常とは異なる体制で営業しております。問い合わせ等への返答が遅れる場合もございます。



日本の湿度を知っていますか。

● 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。

お知らせもきちんと更新されており、サイト運用をしっかりと行われていることが感じられるサイトです。気になったのはトップのキャッチコピー。少し漠然としているような印象を受けました。2枚目以降のスライドでももう少し具体的なコピーが入っていればまた違った印象になったかもしれません。残念ながら1枚目のスライドにしか入っていませんでした。貴社の強みがわかるようなコピーをスライドごとに入れてみるとより貴社の魅力が伝わると思います。コンテンツは充実しており、特に【お客様サポート】では、メンテナンスやトラブルシューティングについて細かく紹介されていてユーザーに役立つ内容です。ただサイト全体を通して文字の大きさにメリハリがなく読みづらさを感じました。協調したい部分を意識してデザインされるとより読みやすくなると思います。最後にグローバルメニューの【ピーエスの室内気候】ですが、名前では何のコンテンツなのか全く分かりませんでした。グローバルメニューはどんなコンテンツなのか誰でも分かるネーミングにするべきです。この場合シンプルに「情報センター」や「ショールーム」とされたほうがユーザーにとって親切だと思いました。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

協立エアテック株式会社

診断URL : <https://cooldan.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。

TOPページに輻射冷暖房の心地よさが伝わる良い写真を使っています。輻射冷暖房の良さを理解したユーザーをターゲットにしたサイトだとお見受けしました。エアコンとの違いを訴求するという選択肢もあったと思いますが、ターゲットとメッセージを絞ることでわかりやすいサイトにしようという意図を感じます。グローバルナビも【クール暖とは】で選ばれる理由や特徴、費用面を説明できていますし、【導入をお考えの方へ】で検討中のユーザー向け情報を発信し、【体感案内】でユーザーの背中を押すこともできています。コンセプトの良いサイトで好きなサイトです。そんなレベルの高いサイトですが、【クール暖とは】の中にある「設置事例」と【設置レポート】との違いがわかりにくく、1つにまとめたほうがすっきりすると思いました。とても小さな指摘をしましたが、同業者の手本になる良いサイトです。

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

(2020年10月現在)