



《ロボットケーブル業界》 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：2019年3月



目次

□太陽ケーブルテック株式会社 P.3

□倉茂電工株式会社 P.4

□エイム電子株式会社 P.5

□JMACS株式会社 P.6

□行田電線株式会社 P.7

□お問い合わせについて P.8

※本資料では、執筆者宮本が特に気になった5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/>

太陽ケーブルテック株式会社

診断URL : <http://www.taiyocable.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。

サイトのレベルが高く、“ロボットケーブルなら太陽ケーブルテック株式会社”というサイトタイトルも分かりやすく好感が持てます。何の会社か明確なことはとても大切なことです。ロボットケーブルは特設サイトも用意しています

(<https://robotcable.taiyocable.com/>)。しかし、オフィシャルサイトに集約したほうが良かったように思います。性格の異なるビジネスを複数展開している場合は特設サイトは良い手法ですが、このケースでは力の分散のデメリットの方が気になります。サイト内検索もキーワードによっては競合企業の広告が表示されています。せっかく使い勝手の良い製品検索 (<https://www.taiyocable.com/product/search/>) を用意しているだけにもったいないと感じました。このレベルのサイトなのになぜか？モバイル対応していないことも不思議です。生産財業界でもモバイル経由のアクセスは30%近くになっているのです。モバイルユーザーに配慮しないのはリスクです。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

倉茂電気株式会社

診断URL : <http://www.kuramo.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。

最後にWebサイトをリニューアルした2006年からずいぶん時間も経っているので、そろそろもう一度リニューアルしたほうが良いでしょう。更新はできていますが、コンテンツを整理する必要があります。グローバルナビゲーションが8つと多すぎるのがその典型です。【ホーム】【会社案内】【製品案内】【サポート】【採用情報】の5つで良いでしょう。その上で、グローバルナビに残すコンテンツは徹底的にブラッシュアップすべきです。特に【採用情報】が同業他社に比べ淡白なのが気になります。また、【お知らせ】【展示会】の内容は1つにまとめたほうがスッキリします。最後に、今後リニューアルするにはモバイル対応、常時SSLは最低限対応すべきでしょう。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

エイム電子株式会社

診断URL : <http://www.aim-ele.co.jp/>



● 診断内容

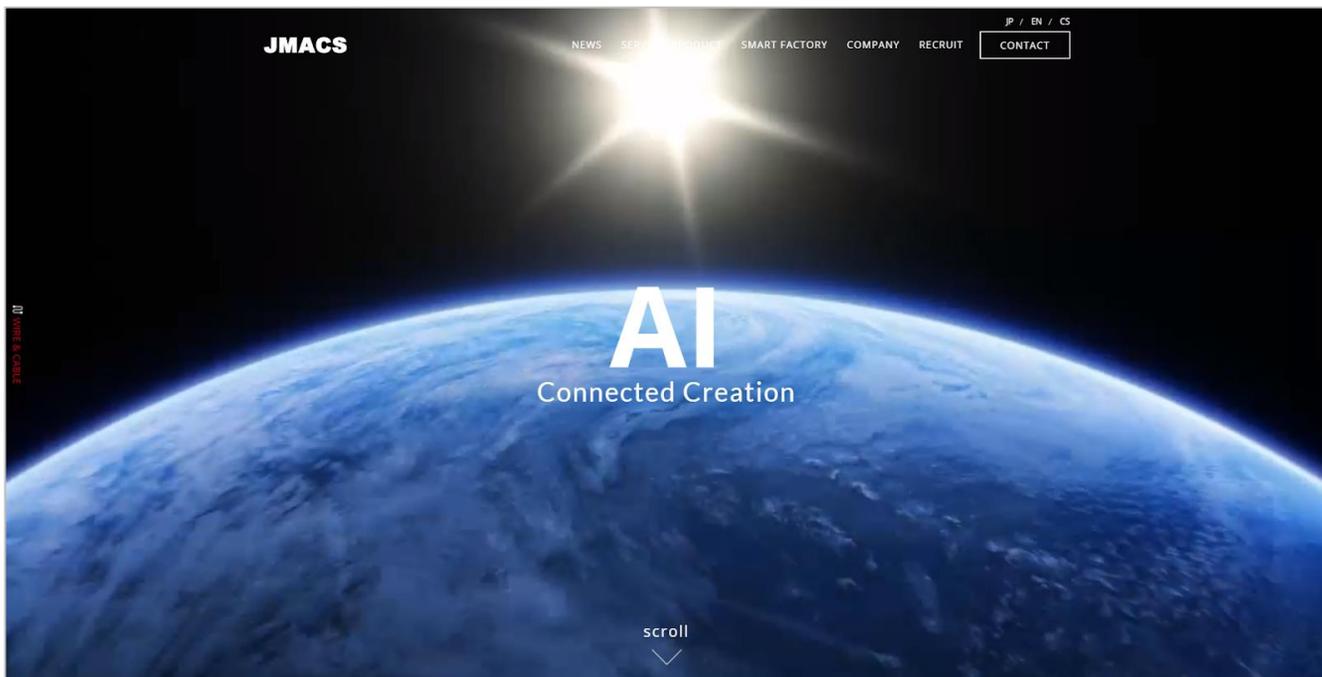
この診断ではWebサイトを見た第一印象から特に気になった点に絞り述べさせていただきます。

更新もできており好感が持てますが、そろそろサイトリニューアルの時期かもしれません。モバイルと常時SSLに対応し、コンテンツも整理整頓をする必要がありそうです。例えば、「産業用ケーブル」と「オーディオ&ビジュアル用ケーブル」で完全にサイトを分けても良いでしょう。そうすることでメニュー構成もスッキリし、今よりも情報が見つかりやすくなるはずです。「産業用ケーブル」であれば、グローバルナビゲーションを【製品情報】【技術情報】【ダウンロード】【会社情報】【お問い合わせ】に分けるのも良いかもしれません。特に製品情報の分類が肝になりそうです。現状のままではわかりやすいとは言えません。サイト内検索に頼りがちで、キーワードによっては他社の広告が入ってしまうことも気になりました。また、小さなことですが、「Webからのお問い合わせ」の最後に「弊社のホームページは参照しやすかった（お探しの製品は確認しやすかった）ですか？」と聞いている項目で、回答欄が「はい」「どちらでもない」の2択なのが気になります。本来ならサイト改善のヒントを見つけるために「いいえ」を加え、その理由を自由回答してもらう方が建設的だと思います。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

JMACS株式会社

診断URL : <http://www.jmacs-j.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。

東証二部上場らしくモバイル対応できており、製品情報、IR情報、採用情報も無難にまとめていると思います。しかし、ユーザーに安心してアクセスしてもらえるよう常時SSLにすべきです。現状では個人情報の入力が必要なページにもSSLが導入されていないので、早急に対応することを強くお勧めします。また、個人情報の収集に熱心なのは悪いことではありませんが、製品カタログ（PDF）のダウンロードに個人情報入力を要求するのはあまりお勧めできません。それから、サイト全体を通じてメリハリが欠けているように感じました。注力する市場や製品を決め、徹底的に情報発信すると良いでしょう。注力製品や市場に関しては技術情報や事例紹介を充実させ、キラーコンテンツに育てるとさらに良いサイトになります。それと採用情報のページは人の顔が見えるページになると良いと思います。先輩社員の声や日ごろの仕事ぶり、期待する人物像など詳しく説明したほうが親切です。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

行田電線株式会社

診断URL : <http://www.yukita.co.jp/main/>



● 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。

パッと見てレベルの高さがわかるサイトです。特に採用ページが魅力的です。更新もできています。しかし、課題はあります。2018年3月1日の採用ページリニューアルに併せ、すべてのページをモバイル対応し、欲を言えば常時SSLにして欲しかったです。生産財関連のWebサイトであっても約30%のユーザーはモバイルからアクセスしています。それらのユーザーのことも考えて欲しいのです。製品の詳細情報はPDFだけというのも少し使い勝手が悪いように思います。PDFだとサイト内を自由に閲覧できないからです。グローバルナビゲーションの【環境活動】【品質】の情報が少なすぎることも気になります。この情報量ならば【会社情報】の下部ページでも良かったのではないのでしょうか。今ある情報に加えて、「技術情報」や「サポート情報」を厚くすると今以上に信頼感のあるWeb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 16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

(2019年3月現在)