



《シャワーブース業界》 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2月



目次

□デザインマネジメントシステム株式会社 P.3

□トレロジャパン有限会社 P.4

□株式会社インクコーポレーション P.5

□シャワープランニング株式会社 P.6

□株式会社ビーキューブ 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）

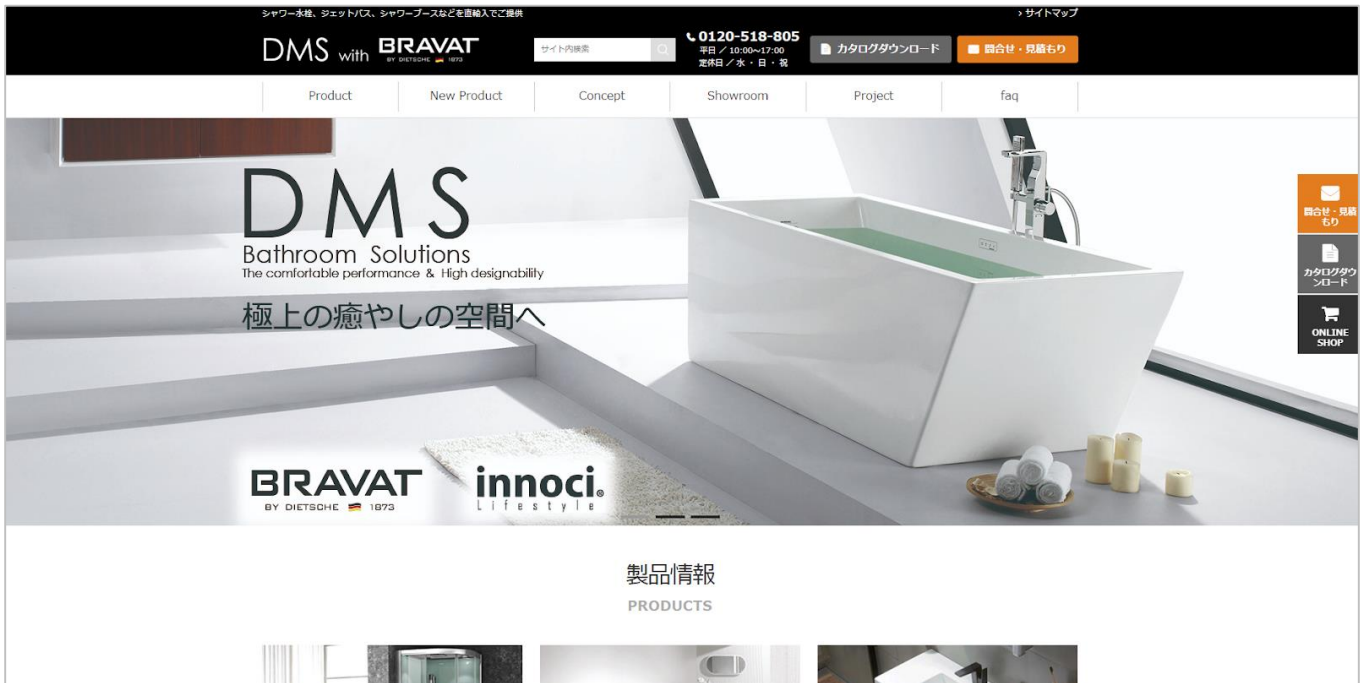
「これまでの経験を活かし第一印象からWebサイトを診断しました。個人の主観による診断ではありますが、成果を上げるサイト、失敗するサイトには共通点があるものです。対象企業すべてのサイトを比較したうえで、各サイト問題点を1点取り上げさせていただきます。」

《個人ブログ》

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

デザインマネジメントシステム株式会社

診断URL : <http://www.bravat.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。

2019年4月にリニューアルされています。常時SSL化やモバイルにもしっかり対応されており、すっきりと整理されているレベルの高いサイトです。他社サイトと比べて、商品単体の写真だけでなく、その商品を使用した室内全体のイメージ写真があったり、「問合せ・見積もり」「カタログダウンロード」などユーザーに最終的に行きついて欲しいページへのナビゲーションも工夫されていてわかりやすいです。しかし、いくつか気になった点があります。貴社のコンセプトとして“あくまでも自分たちが採用したい建材を取り揃えており、販売が主目的の会社ではありません。”とあり、イメージやブランドを重視されていると推測できますが、グローバルメニューにある【New Product】の内容が新商品のラインアップ写真しかないというのが少し寂しいかな、と思いました。期待感を持ってクリックしましたが、ユーザー視点で見ると商品提案の背景や価格などもう少し情報がほしいところです。また、ONLINE SHOPに遷移すると、旧式の見た目のサイトになってしまうのも残念なところです。文字が小さくごちゃごちゃして見づらいところもあるので、こちらも早めのリニューアルが必要かもしれません。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

トレロジャパン有限会社

診断URL : <http://www.amct.jp>

システムバス・スペインタイル・大理石・クォーツなど輸入建材は、安価の「A&Mセラミカ」へ

HOME COMPANY Q&A SITEMAP

A&M Ceramica

0297-63-3737
営業時間 平日10:00-18:00
定休日 土・日・祝日

資料請求はこちら

システムバス
- Prefabricated bath -
快適なバスルーム空間で
心も体もリフレッシュ

Products 取扱商品

- シャワールーム
- システムバス
- バススクリーン
- 洗面・バスルーム
- スペインタイル
- 大理石・クォーツ

Pick Up Items おすすめの商品

A&Mセラミカが提案するシャワールーム（シャワーブース）は、リーズナブルなタイプからラグジュアリーなタイプまで様々な空間にマッチし、機能性とコストパフォーマンスを十分満たしてくれる製品です。しかもヨーロッパでの販売実績を持つプロダクションカンパニーのシャワールームを専門知識と経験のある技術者が施工まで責任をもって提供いたします。

弊社は、スペインのタイル・プロダクション・カンパニー数社より様々な環境にマッチするような異質なアコレーション・タイルを輸入販売しています。店舗、ホテル、マンション、ショッピングモール、結婚式場、公共施設などのプロジェクトでスペインタイルをご検討いただけたら幸いです。

北沢・高断熱窓の動画公開中！
下の動画を是非ご覧ください。

バイキング・ワイン...

● 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。

残念ながら製品カタログを焼き直しただけのサイトになってしまっている印象でした。シャワーブース業界は全体にその傾向が強いのですが、アフターサービスに関するコンテンツが少ないのもっと充実させたほうが良いでしょう。修理については「シャワールーム」ページ上部に小さく記載があるようですが、すべてのユーザーの目に留まるとは考えにくくもったいないです。専用のページを用意しわかりやすく伝えることで、ユーザーの安心感に繋がります。また、肝心の製品紹介にも問題があります。豊富な製品バリエーションや他社と比べて大きな写真が見られる点は魅力的ですが、製品一覧ページに写真と型番しかないので自分に合った製品を選びにくくなっています。“ホテル向けシャワーブースから住宅用シャワーブースまで用途に適したシャワールームをご提案いたします。”と言っているのにこれでは不親切です。それから、TOPのメインビジュアルでは「高断熱窓」をアピールしているのに、取扱商品のサイドメニューは「シャワールーム」をメインに構成されていることも気になりました。何を強みとしてWebサイトを構築するのか、改めて考えてみてはいかがでしょうか。以前はまめだった更新も2018年10月を最後にぱったりと途絶えています。Webサイトをうまくビジネスに役立てることができなかったのかもしれませんが。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社インクコーポレーション

診断URL : <https://www.inkc.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。

“洗面ボウル業界NO.1の品揃え”とわかりやすいアピールポイントがこのサイトの良いところ。その特徴をもっと生かしたサイトにするをお勧めします。サイト運営に力を入れて工夫を積み重ねているのですが、それにより情報が増えすぎているので、商品構成をはじめそろそろサイト内情報の整理整頓が必要です。良いページが埋もれユーザビリティが損なわれないように注意する必要があります。そのために、とても小さなことにも気を配ることをお勧めします。例えば、「アウトレットセール」の商品では訳ありの理由が書かれていない商品が見られました。何が訳ありなのか？説明しないと不安が解消できず不親切です。訳ありの理由はもれなくわかりやすい場所で説明することをお勧めします。とはいえよくできたサイトです。モバイル対応もできているし、常時SSLにも対応できています。このサイトはビジネスに役立っていると思います。その分、サイト運営の負担は相当なものでしょう。運営体制を整えることがこのサイトの課題かもしれません。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

シャワープランニング株式会社

診断URL : <http://shower-planning.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てさせていただきます。

トップページのメインビジュアルがFlashのままです。Flashは2020年末でサポートを終了することを2017年に発表しています。すでにWebブラウザを提供するGoogle・Apple・Microsoft・Mozillaも、Flashからの移行を進めています。このサイトは2年以上も未対応が続いていることとなります。早急に対応することをお勧めします。

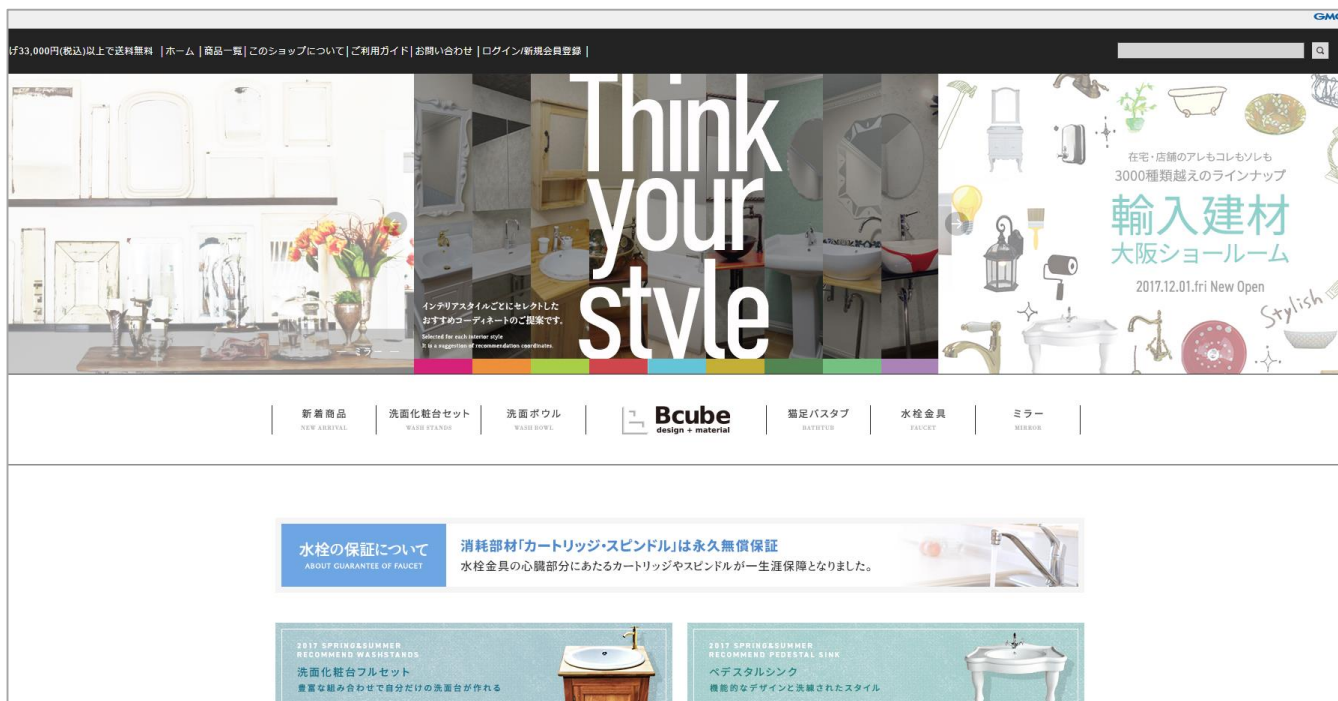
サイトの中身についてですが、“シャワーユニットの業界最安値に挑戦！ ¥29,800より”というキャッチコピーにまず目が行きました。貴社のセールスポイントが一目でわかりインパクトもあるので思わずクリックしてみようかなという気持ちになります。ただ実際にクリックしたところ ¥59,800の商品が掲載されていました。以前は ¥29,800の商品が掲載されていたのかもしれませんが、情報の更新がされていないようです。¥59,800でも安いはずなのになぜか残念な気持ちになりました。Webサイトは最新の情報を維持することが基本です。しっかり情報を更新していきましょう。最後に通販サイトであれば、Webサイトの常時SSL化はもはや対応必須となっています。すぐに対応されることをお勧めいたします。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

 Cosmo Brains Corporation

株式会社ビーキューブ

診断URL : <https://basin-world.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。

商品についての情報量が多く、コンテンツの整理がされていない煩雑なサイトという印象です。取り扱い製品の種類や製品点数が多いからだとは思いますが、商品一覧ページの写真や説明文の文字が小さく長々と書かれているのでイマイチ内容がわかりにくいと感じました。

目立つ位置にあるRECOMMEND商品のバナーが2017年時点のものであることや「REAL TIME ORDER（“お買い物に悩んだらまずはチェック”）」という文言の下に来るはずの製品アイコンがサイト下部にある事も気になりました。お知らせも休暇など最低限の情報しか更新されていないようなので、定期的にサイトの更新を行なうことをおすすめします。また、「洗面ボウルの選び方をわかりやすくご紹介（<https://basin-world.com/html/page2.html>）」など商品選定に役立つ良いコンテンツはもう少し目立たせた方がユーザーが商品を選びやすくなるのではないのでしょうか。

一応モバイル対応もしているようですが、形だけの対応にとどまっているという印象です。また、カテゴリも細分化されすぎていて目的ページにも辿り着きにくいので整理することをおすすめします。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

 Cosmo Brains Corporation

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

(2020年2月現在)