



《焼結金属フィルタ業界》 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7月



目次

□マイクロフィルター株式会社 P.3

□技研パーツ株式会社 P.4

□株式会社モスフィル P.5

□お問い合わせについて P.6

※本資料では、執筆者宮本が特に気になった3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/>

マイクロフィルター株式会社

診断URL : <https://www.mic-f.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。

すっきりとしていて悪くはないのですが、もう一押し貴社ならではの強みがアピールできると良いと感じました。特にこのサイトのメインである【製品紹介】は、サイト内のコンテンツというよりもランディングページのような印象を受けます。情報を簡潔にまとめるのは大切ですが、今のままではあまり印象に残らないかもしれません。例えばTOPのキャッチコピーで“お客様のほしいを形にします。”と謳っているので、問題解決やカスタム対応、実用例といったところをもう少し掘り下げてみてはいかがでしょうか。この辺りは内容を充実させ【製品紹介】とは別のメニューとして扱っても良いと思います。また、「焼結金属とは？」など知識の浅いユーザーをターゲットにした内容が目立つにも関わらず各製品の紹介が数行で終わってしまっていることにも違和感を覚えました。きちんとターゲットを定めた上でサイトの方向性を決めることをお勧めします。最後になりますが、2021年1月に追加した【公式動画】があまり閲覧されていないようです。動画単体で考えるのではなく、サイト内でどのコンテンツを見ている人に見てもらいたい動画なのか？など相乗効果を意識し展開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

技研パーツ株式会社

診断URL : <http://www.giken-parts.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。

詳しく見れば独自の強みを持った会社だと分かるのですが…第一印象はよくある製造業のサイトという印象でした。サイトを隈なく見てくれるユーザーは残念ながらほとんどいません。貴社の良さがパッと見て伝わるよう工夫されるのがサイト改善の第一歩です。例えば一番目立つメインビジュアルを、競合と差別化ができるようなキャッチコピーや画像にするだけでも大きく印象は変わります。トップページの「当社の強み」に焼結金属フィルタは“最短3日で1個から製作いたします”とあったので、こういった具体的なコピーに変更されるとユーザーの目に留まりやすくなると思います。スライドも貴社の「技術力の高さ」や「規格品の取り揃えが豊富」といった内容が分かる画像に変更されると良いでしょう。またオーダーメイドもされているので、詳細な事例ページがあるとユーザーはイメージしやすくなると思います。最後ですが、httpとhttpsページが混在しており常時SSLに問題があるようです。お問い合わせフォームもSSL化されていない場合があるので早急に修正しましょう。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社モスフィル

診断URL : <https://www.mossfil.co.jp/>



お問い合わせフォーム

TEL : 048(736)7655

日本語 ☒ ENGLISH ☐

製品案内

会社案内

お問合せ

お知らせ

水・油・薬品等**広い用途に使用**でき、
しかも**洗浄して再使用**できる、
地球環境に配慮した**ステンレスフィルター**を
高品質・短納期・低価格でお届けします。



●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。

製造業らしいシンプルさは好印象なのですが、新規ユーザーを狙っていくことを考えているのであれば圧倒的にコンテンツが足りません。まず“高品質・短納期・低価格でお届けします”とキャッチコピーで謳うのであれば、その裏付けとなるコンテンツが必要です。金属フィルターメーカーの貴社だからこそ提供できる付加価値や品質について、価格情報、納期までのフロー、サポート情報などが欲しいところです。グローバルメニューの【製品案内】をクリックするとページトップに総合カタログのダウンロードがあります。初めて訪れたユーザーはこちらのカタログを開いてサイトを離脱してしまう可能性があります。ページ下部に置くか、別途カタログダウンロードページを設けたほうが良いでしょう。製品写真のクオリティは比較的高いのですが、他社では製品の紹介動画やデモ動画などを用意されているところもあります。一目で製品の特長をユーザーにわかりやすく伝える工夫も必要です。2019年1月にリニューアルして2年半、Webサイトはリニューアルして終わりではありません。改めて全体を見直し、常にサイトをブラッシュアップしていく姿勢が大切です。

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。



株式会社コスモブレインズ

〒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5月現在)