



《はんだ付け装置業界》 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4月



目次

- アポロ精工株式会社 P.3
- 株式会社コスミック P.4
- 白光株式会社 P.5
- 株式会社ジャパンユニックス P.6
- 株式会社津々巳電機 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/>

アポロ精工株式会社

診断URL : <https://www.apolloseiko.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。

2019年1月にサイトリニューアルされていますね。情報がすっきりとまとまっており、見やすく好感のもてるサイトです。トップページのキャッチコピーに“自動はんだ付けのベストパートナー”とありますが、せっかくなら【会社案内】に記載されている“アポロ精工は世界で初めて「自動はんだ付け装置」を発明したメーカーです。”まで記載したほうが、より貴社の老舗感を打ち出せるのではないのでしょうか。“Your Automated Aolderring Partner”という英語表記も初見でわかりにくいので、なくてもよいかもかもしれません。製品も「工法」や「装置」から探せたり、工夫されていて良いのですが競合サイトにある「導入事例」や「サポート情報」「Q&A」など、もっとユーザーに寄り添ったコンテンツがほしいな、と思いました。また、「製品外形図」「カタログ請求」「会員ログイン」すべてにおいて個人情報の登録が必要となる点も気になりました。ハードルが高いとその時点でサイトを離れてしまうユーザーも少なくありません。個人情報を入力してまで本当にユーザーがほしい情報なのか？改めて精査したほうが良いかもしれません。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社コスミック

診断URL : <http://www.cosmic-corp.co.jp>

はんだ付け装置、ハンダ付け (半田付け) 装置、ロボットの専業メーカー 船ブリー 後付け部品はおまかせ下さい。Soldering Equipment

株式会社 コスミック お問い合わせ TEL: 03-3805-1378 English

● ハンダ付け例 (動画一覧) ● 技術概要一覧 ● 製品紹介 ● よくあるご質問

当サイトのページをご覧いただくためには最新版のAdobe Flash Playerのプラグインが必要です。
プラグインをお持ちでない方は[こちら](#)からダウンロードしてください。
また、当サイトでは、JavaScriptを使用しています。ご覧になる際には、ブラウザ設定でJavaScriptを有効にしてください。

ユニークかつ合理的なはんだ付け装置!

コスミック ポイントソルダリングユニット PSU500は、はんだ付け (半田・ハンタ) の点付け・後付け部品のハンダ付け・異形部品のはんだ付けを高精度に行うために開発された装置です。

はんだ付けを精度良く安定させるためには、熱量の安定化が必要と考えました。そのためにまずははんだをカットし供給すること、ハンダが付着しない材質のセラミックをコダ先に使用することで、はんだ付けの定量化を実現。そして熱を安定供給するためにセラミックヒーター (使用温度約500~600℃) を直接コダ先とすることで高温時にハンダ付けを行う、独自の方式をとっております。

※ただしハンダが600℃に達することはありません。

高温のヒーターに樹脂フラックスが接触するとフラックスが一瞬で気化します。
露状に気化する事で対象物に効率よくフラックスの塗布が行われた後に溶解したハンダが濡れていきます。右側のハンダ写真をクリックすると動画を見る事が出来ます。

ほぼすべてのはんだ付けデータを数値化 (デジタル化) することで日々、連単位、月単位の調整を最小限にすることができまし

↑クリックで再生

● 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。

かなり古い作りのWebサイトです。それだけなら良いのですが、TOPページ冒頭にFlashの利用を前提としている旨が記載されていたり (Flashは2020年末でサポートを終了します)、最も目立つ場所に配置されている「PSU500」のバナーがリンク切れしていることから、このサイトが長らくメンテナンスされていないことが推測できてしまいました。他にも「当装置の最新情報」が一番新しいものでも10年近く前なのに写真が準備中になっているなど問題は山積みです。よく読めば【技術情報概要】には良いことが書いてあるし、ユーザーの悩みを基軸にしたコンテンツがあることも好感が持てたのですが、すべての人が隅々までサイトを見てくれる訳ではありません。まずは最低限のメンテナンスを行ない、「見てほしいコンテンツ」までユーザーを誘導してあげる工夫が必要です。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

 Cosmo Brains Corporation

白光株式会社

診断URL : <http://www.hakko.com/japan/>



● 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。

好感の持てるサイトです。実際の企業活動（製品、サポート、営業、技術）あつてのWebサイトということを理解している方がサイト運営されているように感じました。充実した【サポート・メンテナンス】【カタログ・マニュアル】、そして【ソルダーリングスクール】。ユーザーにとって役立つ情報とサポート体制の充実が光ります。典型的な例は「3年保証制度」「校正時期お知らせサービス」です。売って終わりにしない企業姿勢が伝わります。ひとつ残念だったのはSSL対応していないことです。アクセスしたユーザーの個人情報をしっかり守ることは最低限のエチケットです。それから、「HAKKO 包装サイト (<http://wrap.hakko.com/>)」が気になりました。オフィシャルサイトとクオリティーに開きがあるので、なるべくレベル感を揃えることをお勧めします。あとは数多くあるページの中で「本当にユーザーに評価されているページ」「メーカーとして伝えなくてはならない情報」の見落としを減らすため、サイト内の情報を整理整頓すると良いと思います。そうすれば役立つだけでなく、使い勝手の良いサイトになるのではないのでしょうか。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社ジャパンユニックス

診断URL : <https://www.japanunix.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。

ページ数が多いサイトにもかかわらず、すっきりとまとめられています。内容も独自のコンテンツが多く好感の持てるサイトです。特に【導入事例】のコンテンツは競合他社と比べても珍しく興味をもったのですが、詳細情報がダウンロードしないと見られない作りになっていました。個人的な感想としては、個人情報を提供してまで欲しいと思える資料なのか？判断がつかせませんでした。資料の詳細（資料のページ数、資料の目次など）がもう少し分かるような工夫をされるとユーザーもダウンロードの判断が出来るようになると思います。

最後にグローバルメニューの使いづらさが気になりました。マウスオーバーするとメニューが表示されるのは良いのですが、詳細ページを見ている時に不意に表示されるメニューが邪魔だなと思うことが何度かありました。とても良いサイトなのですが、ユーザーの気持ちになってWebサイトを使ってみるとまだまだ改善できるポイントがあるかもしれません。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社津々巳電機

診断URL : <http://www.tsutsumi-elec.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てさせていただきます。

率直な感想としてはサイトの作りも古く、色を使いすぎて情報がスッと入ってこないサイトだと感じました。具体的には、各ボタンの色や背景色のインパクトが強いため肝心の文字情報が見づらいです。【はんだ付け3大特徴】のページは貴社の強みが伝わる重要なコンテンツだと思います。しかし上部のグローバルメニューからだと「特殊工法」ページにしか飛べないので、左メニュー同様に3つの特徴すべてのメニューを用意するか他の特徴にも飛べるような導線にした方が良いでしょう。新製品情報や生産終了品情報の更新をしていたり、特許を獲得した製品をサイトの1番目立つ位置に置いていたりするとサイト活用に向けての行動をしていることは素晴らしいことだと思います。ただ同じ内容のグローバルメニューが左と上にあたりと全体的にごちゃごちゃしている印象が強いため、改めて一度貴社サイトの方向性や情報の取捨選択を考え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

 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	<ul style="list-style-type: none">・ 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4月現在)