



《タッチパネル業界》 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：2020年1月



目次

- 株式会社ディ・エム・シー P.3
- フューチャーコネクト株式会社 P.4
- ノリタケ伊勢電子株式会社 P.5
- 株式会社シーズウェア P.6
- 株式会社サンテクノロジー 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/>

株式会社ディ・エム・シー

診断URL : <https://www.dmccoltd.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。

昨年の秋にリニューアルしたサイトです。以前のサイトもよく手入れがされており好感の持てるサイトでしたが、今回のリニューアルで製品情報だけでなく企業情報も厚くなりさらに充実したものになっています。前のサイトは少し情報過多になっていると思ったのですが、今のサイトはグローバルメニューをはじめヘッダーフッターで情報をうまく整理できており、本当にレベルの高い仕上がりです。ストレスなく閲覧できました。同業者の手本になるサイトです。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

フューチャーコネクト株式会社

診断URL : <http://www.f-connect.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。

TOPページのメインビジュアルのキャッチコピーがなぜ英語なのか？不思議で仕方ありません。日本語のサイトならキャッチコピーは日本語で表現するのが自然です。英語のキャッチは英語サイトで行ないましょう。サイト自体はよくできているだけにもったいないと感じました。日本国内で製造しているものと日本国内で最終品質検査を行なっている海外製品を扱っており、納品後のアフターサービスも万全の体制を整えているということがウリなら、選ばれる理由としてそのことをより詳しく説得力を持って表現することをお勧めします。品質管理に関する情報もっと厚くしたほうが良いでしょう。デザインはコンテンツをよりよく正確に伝えるための手段です。まずは「誰に」「何を」伝えたいのか？そこに立ち返りコンテンツを作り上げた上で、デザインやキャッチコピーを見直す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

ノリタケ伊勢電子株式会社

診断URL : <https://www.noritake-itron.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。

サイト自体は悪くありませんが、更新を重ねたことで情報の蓄積が進んだ分、必要な情報を探しにくくなっているように感じました。増えすぎた機能やコンテンツの整理整頓が不可欠です。最新の状態を維持するだけでなく、快適にサイト内を巡回できるような交通整理がこのサイトの課題です。ヘッダー部分だけでも改善点が多くあります。グローバルメニューの数が多すぎです。もっとうまくまとめることができるでしょう。また、“ノリタケカンパニーリミテド | Global | USA | UK | Germany | China” という表記は正確ではありません。正しくは多言語サイトへのリンクのはず。さらにグローバルメニューでも【日本語】【English】【中文】と分かれていることでより誤解されやすくなっています。Googleカスタム検索の機能も不要です。競合企業の広告が表示されることがあり、せっかくサイト内検索した人をサイト外に出してしまう恐れがあります。見せたい情報が多すぎてかえって情報が埋もれてしまう悪循環が起こっているように思います。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社シーズウェア

診断URL : <https://www.seedsware.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。

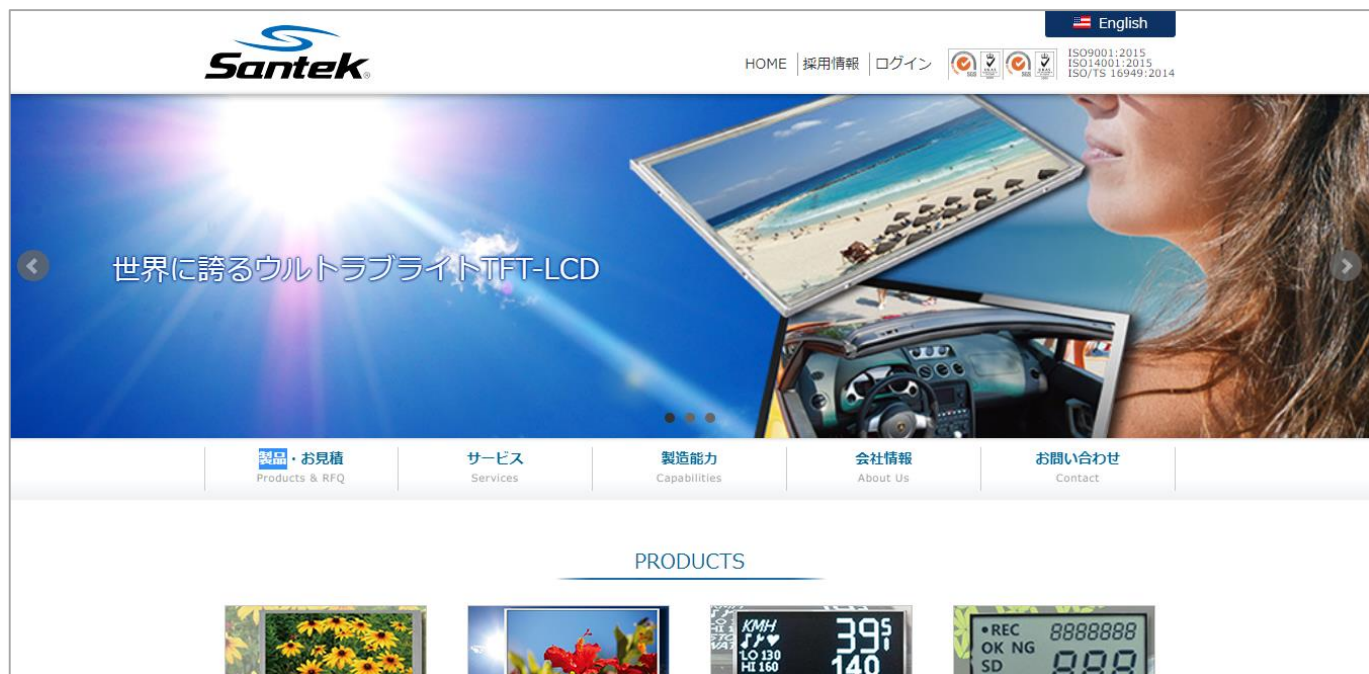
情報設計がよくできておりストレスなく閲覧できました。Model Gの動画（特にアプリケーション事例）が良かったので、ほかの製品も動画の活用を検討しても良いかもしれません。強化して欲しいコンテンツは自社製品の強み（選ばれる理由）や用途例です。今のままでも悪くはありませんが、他社との差別化をもっと打ち出しても良いのではないのでしょうか。製品で差別化するのか？サポートで差別化するのか？それともアプリケーションや業界の絞り込みで差別化するのか？そういった方向性が見えるWebサイトにすることをお勧めします。また、「生産終了/推奨代替品」ページ

(<https://www.seedsware.co.jp/support/discon/>) の読み込み速度が非常に遅いことが気になったので改善をお勧めします（直接このページに行くリンクが見つけれなかったもので、もしかしたら制作途中もしくは削除忘れなのかもしれません）。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社サンテクノロジー

診断URL : <http://www.santechnology.com/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。

きれいなWebサイトですが、肝心の製品情報が少なすぎます。自由に閲覧できるのは最低限のスペックのみ。カタログ情報を見るには会員登録が必要です。製品によっては製品カタログすらなく、最低限のスペックのみで「お問い合わせ・お見積のご依頼」に誘導している状態です。サイト更新はまめにできているし、展示会出展も積極的に行なっていて熱心に営業活動していることがうかがえるだけに、もっと良いWebサイトの活用方法があるように思います。BtoBユーザーの多くは商品・サービスの検討に企業のWebサイトを活用しています。カタログ情報くらいは自由に閲覧できる環境を整備しても良いのではないのでしょうか？ Webサイト運営の秘訣はユーザー視点でコンテンツを用意することです。最優先すべきは商品・サービス情報の充実。Webサイトで成果を上げるには、ほとんどの同業者がオープンにカタログ情報を閲覧させていることを忘れずにサイト運営する必要があります。

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。



株式会社コスモブレインズ

〒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1月現在)

