ホームページ特集

HP製作者 インタビュー

個性光る企業サイト

好感持ってもらう工夫を

メジャー・アプライアンス **藤原久司氏**

欧米メーカーのビルトインタイプのキッチン製品の輸入・販売を手がけるメジャー・アプライアンス（愛知県豊明市、藤原誠社長）は、7月にホームページを大幅にリニューアルした。見る側の興味に沿った画面構成と斬新なデザインを取り入れ、アクセス数も順調に伸びているという。新ホームページを作成したのは、藤原社長の息子で今春同社に入社した藤原久司さん(27)。昨年までホームページ製作会社に勤めていた久司さんに、〝見せる〟サイトのポイントを聞いた。

——ずばり、いいホームページの条件とは。

「製品デザインにも共通することだが、シンプルで使いやすく、見る人を迷わせないこと。いくら〝かっこいい〟サイトが作れても、見る側に情報を発信できなければ意味がない。シンプル、スタイリッシュ、システマチックという3つの『S』を押さえるのがいいサイトの条件だ」

「情報量の多さも重要。最近よく耳にするSEO対策とは、検索エンジン最適化とも呼ばれ、ホームページのプログラム内にできるだけ多くのキーワードを盛り込んで、グーグルなどの検索サイトで検索結果が上位に表示されやすいようにすること。当社は注力製品のIHクッキングヒーター関連の単語を多く盛り込んでいる」

——7月にホームページが変わった。

「デザインと〝わかりやすさ〟を両立した、インパクトのあるホームページを心がけた。当社がメーンで扱っている欧州テカ社や独ガゲナウ社の製品は、日本で知名度が低くほとんど知られていない」

「そこで両ブランドの特色を伝えるため、ホームページ内にテカとガゲナウの専用ページを設けた。テカはスタイリッシュな赤と白、ガゲナウは重厚な黒を基調に据えて高級感を出すなど、それぞれのブランドイメージに沿った色調・デザインを打ち出し、見る側にわかりやすく訴求した」

〝遊び心を〟

——閲覧者の興味をひく工夫が随所にちりばめられている。

「以前は決められた枠内にきっちり納まるデザインが主流だったが、新ホームページではより視覚的に訴えられるよう、枠からはみ出す大胆なデザインを取り入れた」

「また、トップページ画像のキッチンシンク部分にカーソルを当てると水が流れるなど、直接製品には関係ない部分にも〝遊び心〟を盛り込み、サイト全体に対して好感を持っていただけるよう工夫した」

通販事業も

——今後、導入予定のコンテンツなどは。

「9月末からブログとメールマガジンの配信を始める。テカ製IHを使用した調理実演をブログで公開し、使い勝手の良さをアピールするほか、新製品情報などをメルマガで随時発信していく」

「このほか8月下旬には、ガゲナウのビルトイン機器用アクセサリーや仏ミーレの掃除機などを販売するウェブショッピングサイトを開設する。サイトを通じ、欧州製品の良さを伝えていきたい」

http://www.gaggenau.jp/

http://www.major.co.jp/teka/index.htm