

年代をご選択ください	「良い」と感じたデザインや見せ方、当社ホームページに取り入れたいと思う工夫などがあつた会社のホームページの会社名やURLをご記入ください。	そのホームページのどの点が良いと感じましたか？（複数選択可）	具体的に「取り入れると良い」と思うポイントがあれば教えてください。（自由記述）	現在の当社ホームページを見て「改善が必要」と感じる点があれば教えてください。（自由記述）	ホームページリニューアルに関して自由にご意見・ご要望をお書きください。（自由記述）
50歳~59歳	無し	情報が見やすい／探しやすい	無し	専門家の意見を聞いた方が良いのでは	特になし
30歳~39歳	特になし		ホームページをどういう意義で取り入れるかによりますが、ホームページから「施工のきっかけ」をつくりたいのであれば、カタヤマのストロングポイントをより打ち出したり、「弊社で施工している居住者」に向けてであれば、施工過程の様子などがあると目を引くかと思います。	インフォメーション＆ニュースの更新頻度	一
40歳~49歳	他社に似せるより他社と違う方がいいとおもいます		同業他社をあまり参考にしまぎない方がいいと思います	どう見せたいか、軸を決めればいいと思います	会社の方針が伝わるHPがいいと思います
22歳~29歳	東急コミュニティー	写真やビジュアルが魅力的	実績を写真やイラストで見やすくした方が良い	文字ばかりで目を引かれない	頗張ってください
30歳~39歳	https://shintoakogyo.co.jp/	デザインが洗練されている、情報が見やすい／探しやすい	イメージ画像が豊富な上、それぞれの項目の説明が簡素なので直感的にわかりやすいと思います。	字が小さいため読みにくいです。	社員インタビューの名前はフルネームではなくイニシャルが良いと思います。 ページリンクが多い為、スクロールで一括で読めるようにしても良いと思います。
50歳~59歳	株式会社大和	情報が見やすい／探しやすい	トップページ左側にメニューリストや問い合わせ先などがまとめてあり、必要な情報にアクセスしやすいました。	内容は充実しているので、改善するとすれば、レイアウトでしょうか。	ホームページに限らず、白とブルーを基調とし、カタヤマのイメージで統一感を出すのは清潔感がつよいのですが、もう少し色彩を増やしてもよいのかなと思います。
22歳~29歳	ヨコソーやYKKAPラクシー https://www.yokosoh.co.jp/ https://www.ruxy.co.jp/	情報が見やすい／探しやすい、写真やビジュアルが魅力的	写真が多いのと誰へ向けた情報なのかが分かりやすいところ。	今のホームページは知りたい情報を探すのが大変だと思います。 会社の住所を調べるにしても、会社紹介を押して出てきたページを一番下の方までいかないと出てこないので分かりにくい。 一個のメニューボタンに1つの情報という形にした方が分かりやすいです。	ホームページ用に写真撮っていないのがバレバレなので、写真是撮らなければいいと思います。 今のホームページは工事のやり方や内容の説明ばかりが前面に押し出されているので、会社としてやっていることだけアピールポイントをもっと全面的に押し出した方がいいと思います。
30歳~39歳	新東亜工業 https://shintoakogyo.co.jp/lp/repair/?gad_source=1&gad_campaignid=12040126717&gbraids=0AA-AAACY8Vise2RyWegfmsch5HAFyWZnDh&clid=Cj0KCQjw267GBhCSARlsAOjVJ4HtNCtCvC38N4pHeXo4Rs-t9BRHbK4FwEcEsJVfGZdYgRmKlfqdBEaApT3EALw_wCB	情報が見やすい／探しやすい、文章やキャッチコピーがわかりやすい	お客様の満足度を分かりやすく円グラフになっている。 対応エリアを分かりやすく表示されている。 LINEで見積の相談ができる	施工実績を文字だけではなく、実績の多い市町村を分かりやすく表示 (棒グラフ・円グラフの様に) 協力会社様への募集ページが少し分かりにくいです。	LINEWORKSで見積の相談ができるようになれば、年齢に関わらず、より多くの方にご相談いただけるかなと思います。
22歳~29歳	(株)ハウゼ、(株)日本物産	情報が見やすい／探しやすい、写真やビジュアルが魅力的	マンション改修工事がメインなので、施工実績のマンションの写真を多く取り入れてもいいと思います。 お客様でのマンション知ってるかと思ってもらえたなら会社名が頭の中に残りやすいのかなと思います。	事業内容のところが改善してもいいかなと思います。官公庁を加えて、カタヤマのサービスも加えてもいいと思います。	更新されてホームページの方が信頼されるのかなと思います。なのでホームページリニューアルは賛成です。 年月が経って増えてくることなども多くなってくるので。
40歳~49歳	https://www.n-aqua.jp/	デザインが洗練されている、情報が見やすい／探しやすい、写真やビジュアルが魅力的、文章やキャッチコピーがわかりやすい	①インパクトのある写真をつかう②フォントなどの工夫③コピーはしっかりと、文章は最小限④Xやインスタなどお金を掛けずに「情報発信」できるコンテンツの充実→HPへの誘導	①いらすとやダサイ②見た人に何を伝えたいか狙いが定まっていない（商品の雰囲気や独自性など）だからありふれた見た目と内容に収まっている印象に残らない③採用ページの強化（ムービーや写真、マンガでアピール。学生は文字は読まないと思った方が良い）④全体的に平坦な長文が多くすぎる。興味本位でHP見に来た人は絶対最後まで読まない。結果、伝わらない響かない。だから文字以外の伝え方をするべき。	①40周年の式典用に撮ったムービーを採用ページに使って欲しい（TOPIC:5秒ぐらいのムービー、クリックしたらチョイ長めムービーを見るまで）若者をパンくず前に出して、見てくれた学生が自分と置き換えるようなビジュアルを出して行きたい。 ②お客様は業者選定の際に絶対HP見ます。HPの印象ってとても重要な役割果たすと思います「この会社、なんか良いかも」って思わせる魅力的で信頼感のあるHPは「優秀な営業マン」として機能します。 お客様が選択するときの判断を大きく左右するもののは非良いものを作ってください。応援しています！
40歳~49歳	特になし		特になし	特になし	特になし
22歳~29歳	大和市「修都」のYAMATOのページ：地域貢献のアピールが良い、ラクシー：自社キャラクターがキャッチャーで良い	写真やビジュアルが魅力的、文章やキャッチコピーがわかりやすい	安全衛生用語のように、「約束・感謝・夢」以外にもキャッチフレーズの用な文言があつても良いかと思います。	ページ構成の見直し、リンク先のバナー、古い写真の入れ替え	-
50歳~59歳	・サンウォール㈱：施工実績のみ https://www.sunwall.co.jp/mansion_lp/?gad_campaignid=21079047581 ・東京住宅サービス㈱：築年数別修繕工事 https://www.toujuu.co.jp/repair/age/ ・七浦建設㈱ https://www.7ura.jp/	以下に記載	サンウォール㈱：施工経歴表と写真付きでの施工実績とが分けられている →施工経歴表はデータとして確認でき、工事実績では写真でビフォーアフターが見られる お客様の声のページのサムネの並びは、その先を押したいという気持ちにならない 工事についてのページの説明内容が薄い、特に防水工事の説明が足りてない 会社紹介ページの情報が多い、「ISO～情報セキュリティ宣言まで」と「社是」はそれぞれ分けてもいい 写真が古い、写真質が揃っていない フォントがなんかイヤ 更新が遅い&しづらい	サイト導線がうまくない お問合せのボタンを選ぶのにひと手間必要 サイト内を見していくのに分かりにくく早々に離脱されると思う 工事実績ページが見づらい お客様の声のページのサムネの並びは、その先を押したいという気持ちにならない 工事についてのページの説明内容が薄い、特に防水工事の説明が足りてない 会社紹介ページの情報が多い、「ISO～情報セキュリティ宣言まで」と「社是」はそれぞれ分けてもいい 写真が古い、写真質が揃っていない フォントがなんかイヤ 更新が遅い&しづらい	カタヤマの強みを分かりやすい言葉で表ひと目で目に入るように 全体的な文章の見直し→過去のサイトやパンフレットの文章のコピーでなく新たに作成費用をかけて取材や写真撮影をする 代表取締役、取締役の写真(写真館かプロによる撮影)付きの挨拶 大規模修繕工事の計画からのフローを目で見て分かるように 工事部情報は独立したコンテンツにしてブログまたはコラム風にして更新頻度を上げる 居住者専用のページきちんと作ればアプリでなくともいいのでは 数年ごとに見直し→フルリニューアルとまでいかなくて必要かと SNSを活用、Instagramの更新を事務員以外に任せている 可能であればYouTubeに作成した動画を載せてリンクを張る UDフォントを使ってみる 求人に応募してくれる人は確かに見に来るので印象よく親しみやすくなるか、
50歳~59歳	特に無し			特に無し	特にリニューアルする必要はないと思います
22歳~29歳	デaignが洗練されている、写真やビジュアルが魅力的				
50歳~59歳	https://www.kenso.co.jp/recruit-career/position/	情報が見やすい／探しやすい、文章やキャッチコピーがわかりやすい	売上高の変遷の記載かと思います。	求人の箇所になりますが、明確な給与の金額が出ていないのは、入れた方が良いかと感じております。	画像でフリー素材の使用は見ていると人にとってすぐ分かるところだと思うので、全て自社の素材を使った方が印象がよい気がします。
50歳~59歳	https://www.honda.co.jp/auto/ ホンダ車やバイクのメーカーは比較検討がし易く見栄えの良いものが多いが、大規模修繕工事でどう活用するか...?	情報が見やすい／探しやすい、写真やビジュアルが魅力的	よくある質問のページがあると良い。	施工実績に階数や世帯数があると自分のマンションと同規模の工事が出来る会社として、初めての管理組合からの問い合わせが増えるかもしれません。	今のHPは都度修正をしながら良いものに変わってきたので、大きくなりリニューアルする必要はないと思う。
40歳~49歳	デaignが洗練されている				
40歳~49歳	建築企業株式会社、日塗株式会社	写真やビジュアルが魅力的	施工実績に写真、ビフォーアフターがあると尚よいと思います。	会社紹介ページのデザイン性	
30歳~39歳	株式会社玉川鉱業 株式会社野村建設 株式会社共和モータース 株式会社牛久工務店	デaignが洗練されている、写真やビジュアルが魅力的、文章やキャッチコピーがわかりやすい	改修業のホームページがないデaign性		
50歳~59歳					
60歳~69歳				閲覧時の動作が遅く感じる。情報過多。	
30歳~39歳	リンナイ https://www.rinnai-dishwasher-weblimited.jp/stainless-door/ おしゃれな感じした。 デaign性・機能性といったコンセプトが伝わってきて開きたくなる	デaignが洗練されている、写真やビジュアルが魅力的	シックな初期画面。あえて白黒が良い	どこにでもありそうな見た目がする。 なんの会社かは初期画面ではわからないようにして閑心をもってもらった方が良いと思う。 まずは、興味を引くインパクトがあると良いと思います。	同上
30歳~39歳	https://www.l-f-wind.com/	情報が見やすい／探しやすい、写真やビジュアルが魅力的、文章やキャッチコピーがわかりやすい	地域に根差しているとアピールしている点、文章・写真が簡潔で見やすい点	トップページで「管理会社様向け」「オーナー様向け」「個人様向け」とぱっと見て選びやすい窓口が分かれてると良いかも。	
40歳~49歳		情報が見やすい／探しやすい		学生さん等若い方はインスタをよく見られるので更新頻度を上げて頂けると助かります。	
40歳~49歳	株式会社ヨコソーニューアーキテクチャーズ	情報が見やすい／探しやすい、写真やビジュアルが魅力的、ヨコソーニューアーキテクチャーズは工事説明会資料に掲載するような大規模修繕工事の注意点など豆知識的に掲載されている。日本ハウズイングは一般の人が情報を探しやすそう。	目立つ写真の被写体がおそらく本物の社員の方っぽい？（買った写真ではなさそう） 情報量が多い。 居住者の方にとって見やすい構成になっている。	見栄えの良い写真やイラストを掲載してほしい。採用サイトで同じ写真が複数回使用されているので少し違和感がある。 実際施工した現場の写真や説明が掲載できると良いなと思う。 最近のホームページは動画を使っているところが多いので、動画が使えるといいなと思う。	お客様の声　いただけるとありがたいですね...
30歳~39歳	マリオン株式会社	情報が見やすい／探しやすい、写真やビジュアルが魅力的、文章やキャッチコピーがわかりやすい	伝えたいことが自然と目に入ってくるような表現（大きさ・色など）が出来たらいいと思います。	インパクト 写真の明るさがパラパラで統一感がない	
30歳~39歳			工事実績や工事の内容（before after）	求人応募の方向けのページ、協力業者募集のページ、工事依頼を考えている方向けのページ、その他会社の概要、など必要な人が必要な情報にたどり着きやすくなると良いと思います	
40歳~49歳	大成建設 https://www.taisei.co.jp/	情報が見やすい／探しやすい	カラフル+写真のおかげで、必要な情報を探しやすい所。	同系統の配色で統一感がありますが、文字の小ささも相まって必要な情報を探しにくい気がします。	第一の目的が集客であれば、工事関連の情報や写真が沢山載せられると良い気がします。