



# 《塗床材業界》 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：2018年2月



# 目次

- 株式会社キューケン P.3
- AGCポリマー建材株式会社 P.4
- 富士丸化学工業株式会社 P.5
- ペトロケミカルス株式会社 P.6
- 住ゴム産業株式会社 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/>

# 株式会社キューケン

診断URL : <http://www.kyuken.com/>

kyuken ピュアクリート

業種別から塗床材を探す  
Industry

商品を探す  
Search Products

ピュアクリートの特徴  
What is PURE-CRETE

導入事例  
Case

施工の流れ  
Work Flow

会社概要 TOPICS WEB  
カタログ

ピュアクリート工業会  
専用ページ

> お問い合わせ

あらゆる条件下で最適な塗床面を提案

材料開発から販売・施工までを手がけ、  
高品質な床材と施工技術で強く美しい仕上がりを実現します。

ピュアクリートの強み  
PURE-CRETE Quality

特徴はこちら

## ● 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。バランスのとれたコンテンツで目的に合った商品が探しやすかったです。

製品知識がない人でも【業種別から塗床材を探す】から無理なく自分に合った商品を見つけることができます。また【商品を探す】では、型番だけでなくそれぞれの製品の特長を一言で表現できておりユーザーの製品選択に役立っています。ほんの少しの気配りでWebサイトの使い勝手が大きく変わる好例です。ピュアクリートの特長が簡潔にまとめられていることも良い点です。そして【導入事例】から【施工の流れ】とスムーズに情報を得ることもできます。満足度の高いWebサイトですが、ユーザーが行動を起こすための後押しを考えてもよいかもしれません。導入前のテスト施工も行っているようですが、あと少しで見逃すところでした。よく見ないと見つけることが出来ないのではないのでしょうか。もっとアピールして多くの人に知ってもらってもよいと思います。このほかにも多様な営業フックを考えることをお勧めします。床の困りごとの解決策をまとめたホワイトペーパーや現地調査の募集、見積依頼、無料床診断、事例見学会などを導入することでさらにビジネスに効くWebサイトになると思います。

株式会社コスモブレインズ  
宮本 栄治

# AGCポリマー建材株式会社

診断URL : <http://milcrete.jp/>

卓越した耐久性  
**ミルクリート®**  
堅牢無比の塗り床仕上げ材

お問い合わせ・資料請求はこちら

概要と特長	工法を選ぶ	施工の例	よくあるQ&A	お問い合わせ
				

**床の傷みに悩まされていませんか？**

## ● 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。ユーザーの悩みに寄り添ったコンテンツを用意しており個人的に好きなサイトです。

自社製品のアピールからではなくユーザーが何に困っているのか？を起点にコンテンツを組み立てています。製品アピール=メーカー目線、困りごとへの対応=ユーザー目線です。塗床材は製品PR主体のサイトが多いので異彩を放っています。トップページのメインビジュアルのキャッチコピーも“床の傷みに悩まされていませんか？”⇒“重要な建物の床を守る。ミルクリート®がサポートします。”とユーザーの困りごとを受け止め解決策として自社製品を紹介できています。ユーザー目線でコンテンツを組み立てているのでユーザーもストレスなく解決策を検討できます。これは簡単なようでなかなか出来ないこと。気になったことを強いて言うなら、モバイル対応していないことです。床のトラブルに困った人の中には現場からWebサイトにアクセスする人もいるのではないのでしょうか？アクセス解析をして、モバイル経由で閲覧している人の比率を見ておく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

# 富士丸化学工業株式会社

診断URL : <http://www.fujimaru.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。2014年12月にWebサイトリニューアルをしてから更新ができていません。

3年間更新されず作りかけのまま公開されていることで印象を悪くしています。それ以外はコンテンツもしっかり作りこまれており、きれいなデザインで欲しい情報がすぐ見つかるだけに、余計にもったいない印象を受けます。また、技術力があり「現地調査」⇒「施工」⇒「メンテナンスとソリューション提案」を行うというウリをさらに生かすためのコンテンツである【施工事例】がComing soonのままになっています。企画はよいのですが、やや企画倒れかもしれません。Webサイトリニューアルは実現性や継続性も加味して行う必要があります。【塗り床材を探す】もわかりやすく目的や特長から製品を探ることができ、【FUJIMARUの工法】もわかりやすいだけに、本当にもったいないことをしています。Webサイトの公開やリニューアルはゴールではなくスタート。公開後の運営が最も重要です。もしかしたらWeb担当がいなくてもいいかもしれません。Webサイトを健全に運営できる体制づくりが先決ではないでしょうか。

株式会社コスモブレインズ  
宮本 栄治



# ペトロケミカルズ株式会社

診断URL : <http://www.petro-c.co.jp>

レジンならではの充実なラインナップで、床に求められる広範ニーズにお答え致します。

HOME

**ペトロケミカルズ株式会社** 品 サイトマップ プライバシーポリシー

HOME ホーム COMPANY INFORMATION 会社情報 PRODUCT INFORMATION 製品情報 RECRUIT 採用情報 CONTACT お問い合わせ



「ありがとう!」が  
わたしたちのチカラです。

新着情報 一覧 ▶

▶ 2016.07.21 【お盆期間の休業日のお知らせ】  
下記期間を休業日とさせていただきます。  
(本社・東京営業所・島崎事業所) 8月13日(土)～8月16日(火)  
(福井工場) 8月11日(木)～8月17日(水)  
※上記、福井工場休業日が製造、出荷停止日となります。

## ● 診断内容

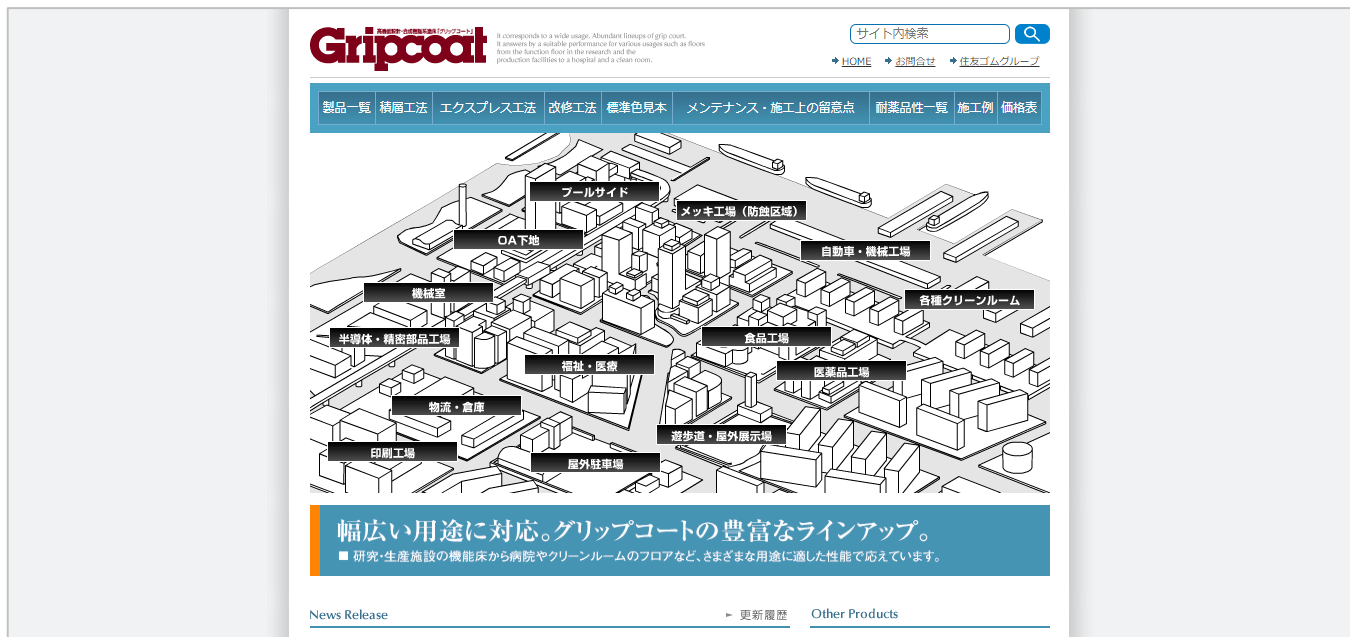
この診断ではWebサイトを見た第一印象から特に気になった点に絞り述べさせていただきます。すっきりとコンテンツの整理整頓ができており比較的ストレスなく閲覧できました。

その中で一番気になったのが【製品情報】です。製品を選びにくかったのです。確かにすべての文章を丁寧に読み、各製品ページを読み比べれば自分に合ったものが選べるかもしれませんが、しかし、Webユーザーはページを閉じるかどうかの判断を瞬時にを行っています。そして3分以内にはWebサイトを出ていくことが多いのです。そう考えると、型番でしか判断がつかない製品一覧は一部の人にしか使いこなせないでしょう。その反面、分かりやすかったのはTOPページのバナー。「ふくれでお困りの方」「油下地でお困りの方」というキャッチコピーのバナーはとても分かりやすく評価できます。Webサイトのターゲットが工事業者など床のプロならば、製品情報に加え施工方法や施工性の良さをアピールするコンテンツが必要になってきます。そしてエンドユーザーもターゲットにするなら、製品知識が全くなくても自分に合った塗床材が選べるよう配慮した困りごと起点のコンテンツが必要です。

株式会社コスモブレインズ  
宮本 栄治

# 株式会社住ゴム産業

診断URL : <http://www.gripcoat.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。第一印象だと紙ベースの資料をそのままWebサイトに移植したように感じました。

個別に見ると良いこともあるのですが、Web上ではとても読みづらく感じました。私と同じように感じる人も多いと思います。典型的なのは【耐薬品性一覧】【施工例】【価格表】の3つ。PDFでも見られるようにはなっているのですが、PDFでも読みにくかったのです。ディスプレイで見せるには工夫が必要です。Webサイトの制作コストや工数ではカタログPDFを置いておくのが正解でも、読んでもらえなければ意味がありません。Web上でストレスなく見られる形にデザインし直すことをお勧めします。またグローバルメニューが9つと多すぎることもユーザビリティを下げています。カタログや会社案内をWebサイトに利用するときは、Webに合わせて最適化したデザイン・レイアウトを新たに組む必要があります。言い古された表現ですが、紙とWebは違います。紙のものをそのまま使うのは危険です。更新も2016年以降されておらず、もしかしたらWebサイトはビジネス上重要な位置を占めていないのかもしれない。

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。



〒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](mailto:webinfo@cosmogroup.co.jp)**

**URL : <http://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	18名
代表者	石井 邦道
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・ Webマーケティング支援</li><li>・ リスティング広告運用代行</li><li>・ Webサイトの企画・デザイン・制作</li></ul>

(2018年2月現在)