



《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：2019年8月



目次

□AGCポリマー建材株式会社 P.3

□富士丸化学工業株式会社 P.4

□株式会社キューケン P.5

□ペトロケミカルス株式会社 P.6

□株式会社住ゴム産業 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/>

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・
資料請求はこちらから

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？

●ミルクリート®の概要・特長

問題の種類から選ぶ

施設の種類から選ぶ

工法を見る

ミルクリート MM-R工法の施工事例動画を公開中

MM-R工法 施工事例

ミルクリートの優れた信頼性

●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

Copyright © COSMO BRAINS CORPORATION ALL RIGHTS RESERVED

 Cosmo Brains Corporation

3

富士丸化学工業株式会社

診断URL : <http://www.fujimaru.com/>

塗り床材なら強く美しい仕上がりを実現するFUJIMARU塗り床材シリーズ。

FUJIMARU
富士丸化学工業株式会社

既設、新設を問わず、あらゆる床面に対応。
強く美しい仕上がりを実現する、

FUJIMARUの塗り床材

ホーム | **FUJIMARUの工法** | 塗り床材を探す | 施工事例 | 会社概要 | 問い合わせ

新しい付加価値を創造する
FUJIMARU「リフロアリングシステム」

調査・診断

塗り床材の接着性強化
平滑性向上のために
欠かせない基本作業です

施工

フジマル塗り床材の
シリーズラインアップ

メンテナンス

床面をいつまでも美しく
最高の状態に保ちます

美しさと強さが調和したフロアが創ります。環境は、プラスチックの作業効率をひきだします。私たちFUJIMARUは樹脂塗り床材のバイオニアとして、豊富な経験を活かした製品を開発し、あらゆるニーズに対応する施工システムを完成させてきました。塗り床材の生命は、その美観な材質だけでなく、絶えず、確実に施工を行うことも重要な要素。FUJIMARUでは、こうしたソフトウェア技術の向上はもちろん、施工前の処理の重要性にいち早く着目し、強く、美しい塗り床を実現します。暮らしや産業のあらゆる塗り床ニーズを豊富なソリューションでお応えするのが、FUJIMARUです。

FUJIMARUの工法
あらゆる床に対応した、FUJIMARUの先進工法

あらゆる条件下で高い信頼性を発揮する
多彩な工法をご用意しています。

40時間以内に施工完了する「地工法」をはじめ、設備対策が必要な場所に有効な「車輪防止工法」、食品を扱う工程・設備に最適な「低臭工法」など、シチュエーションに合わせた様々な工法をご用意しているのもFUJIMARUの特徴です。いずれの工法も、研磨や薬液調整などの下地処理をしっかりと行うことで、コストパフォーマンスの高い塗り床施工を実現します。おがれにくい、長寿命な塗り床をおきがいならば、FUJIMARUの高性能な塗り床材と工法をご利用ください。

富士丸化学工業の工法はこちら

● 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。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。

5年近く更新されずComing soonのままの部分があるのに公開されており・・・とても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です。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」を行なう、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のままなのです。完全に企画倒れだと思います。Webサイトリニューアルは実現性や継続性も加味して行なう必要があります。【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すことができ、【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

株式会社キューケン

診断URL : <http://www.kyuken.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。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良いかもしれません。導入前のテスト施工も行な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良いと思います。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

ペトロケミカルス株式会社

診断URL : <http://www.petro-c.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。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。

しかし、2016年7月から更新が止まったままです。良くない印象を持つ人もいますので更新はしっかりと行ないましょう。【製品情報】も少し気になりました。自分に合った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行なっています。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、わかりやすかったのがTOPページのバナーです。「『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はとてもわ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。

個別に見ると良いところもあるのですが、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も読みにくかったです。Web上に配置す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。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に合わせた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は違うのです。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。



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

(2019年1月現在)

