



《自然塗料業界》 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3月



目次

□オスモ&エーデル株式会社 P.3

□株式会社シオン P.4

□アウロジャパン株式会社 P.5

□株式会社Planet Japan P.6

□日本キヌカ株式会社 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/>

オスモ&エーデル株式会社

診断URL : <http://osmo-edel.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。

“暮らしの理想をドイツから”というコンセプトが光るWebサイトです。よく企画されたサイトで好きです。グローバルメニューのドロップダウンメニューも気が利いていて使いやすい。サイト全体を通して情報整理がよくできておりストレスを感じませんでした。Webサイト運営の大切さを理解されていることがよく伝わるのが「コラム」のコーナー。きちんと取材をして丁寧に編集されており、手間暇のみでなくコストもかけて更新されていることがわかります。そういうところのきめ細やかさに説得力を感じるWebサイトです。でも、もしかしたら苦労して作ったコラムはあまり見られていないかもしれません。コラムに設置されているソーシャルボタンにいいねがほとんどついていないからです。せっかく良いことをしていても見てもらえなければ意味がない。このサイトの課題は集客かもしれません。WebサイトやSNSの活動とショールームが相乗効果を生むようなマーケティングプランを考えられるとよいかもしれません。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社シオン

診断URL : <https://u-oil.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。

「自然素材でできた塗料なのにカラフル」それがU-OILの特長のひとつだと感じました。そして屋外でも屋内でも使え、気軽にDIYに使えるU-OIL。それに比べキャッチコピーが少し弱いかもしれません。“あなたの「ウッドライフ」をU-OILで表現してみませんか”というのが一番伝えたいメッセージなのか？伝わるメッセージなのか？疑問です。Webサイトすべてに目を通すと良いことがいっぱい書いてある。なのに一番ユーザーの目に触れるトップページのメインビジュアルのキャッチコピーがそのことを表現できていない。ムキになってうるさいことをいうのもサイト全体を通してすごく良い商品・会社だなあと感じたからです。作り手のストーリーや木育イベント情報、そして製品情報に良いことがいっぱい書いてある。それがWebサイトの顔であるTOPページで表現しきれていないと感じたのです。「あなたにピッタリなU-OILの選び方」もすごくよいコンテンツ。でもコンテンツの良さを引き出すWebサイトとは言えません。このWebサイトは悪いサイトではなくむしろ良いサイトの部類かもしれません。しかし、商品や会社の良さを引き出しているかという観点で見ると伸びしろがいっぱいあります。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

アウロジャパン株式会社

診断URL : <http://www.auro.co.jp/>



0120-044-790
お気軽にお問い合わせ下さい。(平日8:30~17:30)

メールで問い合わせ
AURO商品購入

AUROについて | 特集ページ | 製品ラインナップ | AUROカタログ | サンプル請求

創業 35 年 !
アウロ
自然塗料のパイオニア「AURO」

「本物の自然塗料」とは何か。

その上、本物の自然塗料は健康した人と土壌の微生物に
伝わりながら自然の循環サイクルを促してきます。

AUROとは
「ヘルマンフィッシャー博士
の信念」

製品を使う前にまず知ってもらいたい
AUROの不变のテーマ

AUROワックス
の「基本」

実は驚くほどワックス掛け
簡単 7 ステップ!

AURO レビュー
ダイジェスト

佐賀県唐津市 M 様 AURO129
リフォームで新しいフローリングに塗り替えたので無垢材に使用する
塗料を迷ったことになりました。塗料は色も匂いも気に入ったので
思いやすく塗料は購入しましたが、どういった特徴が
無垢材に合うのかと悩んでいました。インターネットで

AURO 床ワックスシリーズ

*AUROワックスは「お掃除ワックス」でメンテナンスしていくのが基本的な使い方です。

125 ワンオフオイルワックス	129 ツインワンオイルワックス	690 ジャパンオイルワックス	431 天然床ワックス ウォールフロア	680 天然床ワックスシート
--------------------	---------------------	--------------------	---------------------------	-------------------

● 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てさせていただきます。

ゴール設定がよくできているWebサイトです。ターゲットやニーズごとにゴールを用意できているので成果も上がっているのではないのでしょうか。お施主様のニーズはざっくりいうと「調べたい」「比べたい」「申し込みたい」「買いたい」「行きたい」です。それぞれのフェーズに応じカタログ閲覧やサンプル請求（有料と無料）、商品購入（直販、楽天、Yahooショッピング）とゴールを用意していること、そしてプロユーザー向けには「ビジネスについてのお問い合わせ」と明確にゴールを分けることができている。少しもったいないのはグローバルメニューにある【特集ページ】。内容がわかりにくいのでメニューを選びづらいのです。メニューにカーソルを合わせるとドロップダウンメニューが表示されますが、ユーザーは興味のある所にカーソルを合わせるものです。「床ワックスの塗り方」「ウォールペイント講座」「お客様レビュー」「カラーシミュレーション」と魅力的なコンテンツがあるのに、特集ページという看板からは中身が想像できません。サイト全体の情報設計（情報の整理整頓）を徹底すれば、さらにレベルの高いサイトになるのではないのでしょうか。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

株式会社Planet Japan

診断URL : <http://www.planetjapan.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。

【Focus】に共感しました。会社創業に至るまでの物語はすごく大事。そこまで彫り下げることで経営理念の説得力が増すのだと思います。でも、Webサイトの作りとしては少し不親切。典型的なのがメニュー。やはり日本語のほうがわかりやすいです。現在のメニューは

【HOME】【Focus】【Planet Color】【Planet Wall】【Works】【Company】【Blog&News】。これを日本語にするだけでユーザビリティが向上します。【HOME】【私たちのこだわり】【自然塗料】【ドイツ本漆喰】【施工例】【会社情報】【ブログとお知らせ】にしたほうが良いと思います。また、サイト全体を通して情報整理が足りないように感じます。特にプラネットカラーとプラネットウォールのラインナップの分類をしっかりと行い、自分に合ったものが一瞬で選べるようすっきりと整理する必要があります。例えば「内装」「外装」などの使用箇所やカラーバリエーションで選ぶなど、ユーザーが商品を探す切り口からすっきりとした分類を検討することをお勧めします。また、他メーカーとの違い・良さを分かりやすく伝えることが不十分。ユーザー視点で見ると選ぶ理由が見つけづらいのです。どうしたら「この商品にしたい」と思ってもらえるのか？自分たちの良さを一言で表現したら・・・それを突き詰め表現するのが理想だと思います。

株式会社コスモブレインズ
宮本 栄治

日本キヌカ株式会社

診断URL : <http://www.kinuka.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てさせていただきます。

赤ちゃんがなめても大丈夫な自然塗料ということが伝わるよいビジュアルです。そして多くのデータを用意していることも好感が持てます。その反面2011年から更新がされておらず、トップページの「資料請求&お問い合わせ」や「リンク」のボタンが機能していません。また外部サイトへのバナーもメンテナンスができていません。「チームマイナス6%」、映画「不都合な真実」、「エコプロダクツ大賞推進協議会会長賞」、すべてリンクが間違っています。ある時期からWebサイト運営を止めてしまっているのが本当にもったいない状況です。どんなに良い商品・サービスを持っていてもWebサイトが足を引っ張ってしまっています。今のままだと知らない人に「過去の商品」という間違ったメッセージを伝えることになります。まずは最新の情報を正しく掲載することが最低限必要です。すぐに不具合を修正し、最新情報にアップデートすることを強くお勧めします。

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 : <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

- ・ 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

(2018年1月現在)

