

事例紹介

株式会社アサノ不燃

代表取締役社長 浅野 成昭

日本の防火対策に強い危機感と使命感を持ち、火災から命と財産を守る不燃木材の研究開発に尽力してきたアサノ不燃。「江東区の優良企業として展示会に出展するほか、区内の小学校で防火や不燃木材に関する出張授業も実施しています」と話す浅野社長。

強みを起点にWebサイトを再設計 個別支援で合理的に業務効率・発信力を底上げ

不燃材料のメーカーとして日本屈指の技術を持つアサノ不燃。問い合わせ対応の負荷とWordPressの仕様変更に伴うWebサイト運用の負荷増大に課題を抱え、ハンズオン支援（アドバイザーが専属で継続的に支援）を申請。アドバイザーのサポートにより、FABE分析で強みを再整理した後、WordPressのテーマ変更とサイト構造の再設計を実施し、Webサイトの根本的な改善を進めている。

本事業に申し込んだ背景

受注確度の低い問い合わせ対応が営業活動を圧迫

建築基準法で使用が義務付けられている「不燃材料」のうち、当社は主に不燃木材や和紙の開発・販売を行っています。木材や和紙を不燃化する独自技術を強みに、ゼネコンや設計事務所、内装会社などからの信頼を構築してきました。プレスリリースや自社Webサイト、YouTubeでの燃焼実験動画公開などの情報発信により、安定的に月40～50件のお問い合わせがあります。一方で世界唯一の不燃技術であるために法整備も必要なことから、資料請求や相見積もり依頼が多く、対応工数に対して商談につながる件数が少ないことが課題でした。

独力での解決に限界、課題に即した支援を求めて

Webサイトは古いWordPressテーマを使い続けており、編集

仕様の変化に対応できず、自社内で調べても解決できない問題が増えていました。また、建築士やデザイナーに訴求できる、時流に合ったデザインに改修したいという思いもありましたが、大きなコストをかけるのは難しい状況で、さらにGoogleアナリティクス（GA4）も活用できていませんでした。そうした中、会社のデジタルマーケティング・リアル相談会に参加し、主にGA4の基本操作を教えていただきました。相談会で伴走型のハンズオン支援があることを知って、実践的サポートを行っていただけることに価値を感じ、すぐに申請しました。

アドバイザーによるハンズオン支援の内容

FABE分析とアクセス解析による強みの棚卸し

支援が始まり、まずはFABE分析を通じて製品の特徴・競合優

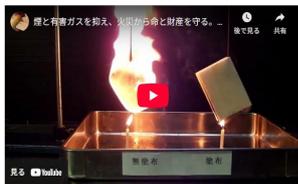
位性・顧客価値・根拠を整理しました。それまで各要素を当社の視点により混同して捉えていたので、改めて自社製品を客観視する良い機会になりました。次に、GA4のより詳しい操作や活用方法を教わりながらアクセス解析を行うと、不燃和紙のページや発泡ウレタンの燃焼比較動画がよく閲覧されていることが分かりました。検索ワード<発泡ウレタン 燃えない>で1位表示されていることもデータが示しており、これらの関連記事を追加することによって流入数の向上が図れるとのアドバイスをいただきました。

WordPressのテーマ変更とサイト構造の再構築

現状把握を進めるなかで、サイト構造の問題も発見されました。商品の強みを整理したうえで、改めてWebサイトを見直すと、現在のツリー構成が適切でないことが自然と見えてきたのです。そこで、WordPressのテーマ変更に加え、サイト全体を改修することにしました。更新しやすく、ユーザーも使いやすく、かつSEOにも評価されやすい階層構造を目指し、運用面・技術面の両方から助言を受けながら新たなサイトマップを作成。全体構成を固めたうえで移設作業に入りました。

▼発泡ウレタン燃焼比較実験動画

新たに開発した発泡ウレタンに炎を近づけると、可燃性が低い発泡ウレタンが実現しました。断熱材などに活用できます



アサノ不燃は高層ビルや住宅などの断熱材として需要が高まる「発泡ウレタン」の不燃性能を確保することに成功した。燃焼を比較した実験動画も公開中。動画やプレスリリース、ブログ記事などの情報発信には積極的に取り組んでいる。

具体的な販路開拓への取り組み

UI改善とブログのカテゴリ分けによる導線最適化

現在は新しいテーマをテストサイトに構築し、既存のブログ記事を移行しています。これまでブログは、施工事例、動画、メディア掲載などの記事をすべて「ニュース」として一括公開していましたが、改修にあたりカテゴリごとに切り分け、特に施工事例へアクセスしやすい構造に再編しました。併せてトップページの導線設計についても、スマホでの閲覧にも対応した時代に合ったUI（ユーザーインターフェース）に変更しています。さらに、お問い合わせの質を上げるために資料ダウンロードやFAQのページを拡充し、資料請求や相見積もり依頼といった問い合わせ対応をWeb上で完結できるよう、基盤整備を進めています。

支援の感想と今後の展望

限られたリソースで生きる専門的知見



デジタル施策の担当者は「アドバイザーからの助言は必ず実行してみる」と決めて、ミーティングではアドバイザーと共に検証・改善を繰り返しながらスピーディにPDCAを回したという。

これまでWebサイト運用では、疑問が生じるたびに膨大なネット情報から答えを探すだけで時間を要し、いざ試しても解決に至らないこともありました。アドバイザーには当社と時流に合ったテーマを提案いただき、根本的な改修を行ったことで、こうした労力を大きく軽減できました。また、操作面の疑問もミーティング時に解消できたことで、実装スピードも大幅に向上しました。

個社理解に基づく長期伴走支援の力

今回、専任アドバイザーに伴走していただきデジタル施策に取り組んできましたが、社内では見失いがちな強みを第三者視点で整理でき、さらに「当社をどう見せるか」の方向性が定まり、発信内容とサイト構造を見直したことで発信力の底上げにつながりました。リソースに限りがある中小企業にとって、個社に寄り添った支援は大きな後押しになると感じています。

※本記事は、2025年12月時点の情報です。

■事業内容：不燃化技術（セルフネン技術）による新技術・新製品の研究開発、製造 ■設立：2001年10月 ■資本金：2,000万円 ■住所：東京都江東区東陽5-28-6 TSビル5階

HP：<https://funen.jp/>



Web最新情報のキャッチアップを支援 発信力を次の段階へ

アサノ不燃さんはプレスリリース配信、メディア対応など基本的な広報活動を網羅されており、情報発信力の高い企業です。一方で、Webサイト周りは技術のアップデートが早いため、WordPressの仕様変化へのキャッチアップにズレが生じ、更新作業の負担が大きくなっていました。そこで、テーマ変更とともにサイト改修も行うことで、作業面と効果面の両方の改善を狙いました。初年度でサイト改修を行い公開まで到達する実行力はさすがです。今後も情報発信を強化し、確度の高い問い合わせ獲得につなげていただきたいと思います。

デジタルマーケティング・営業のDXサポートプログラム
アドバイザー **藤原 哲史**

