

平成29年度 学生による地域活性化プログラム

企業ホームページの 改善提案とデモサイトの制作



村山光博ゼミナール
活動報告書

04

平成29年度

ご あ い さ つ



長岡大学 学長 村山 光博

長岡大学の「学生による地域活性化プログラム」は、平成 19 年度に文部科学省の現代的教育ニーズ取組支援プログラム(現代G P)に採択された「学生による地域活性化提案プログラム—政策対応型専門人材の育成—」に始まり、平成 25 年度からは文部科学省「地(知)の拠点整備事業」(大学C O C事業)に採択された「長岡地域＜創造人材＞養成プログラム」の一環として、発展・継続して取り組んで参りました。現在では、本学の特徴的な教育プログラムとして周辺地域における認知度も高まってきていると実感しております。これまで 11 年の長きにわたりこの取り組みを続けて来られたのは、地域の皆様の暖かいご支援とご指導の賜物と、心より御礼申し上げます。この取り組みが十分に地域の活性化に貢献しているとは言えませんが、これまで本プログラムの運営に多大なご協力をいただいていた地域連携アドバイザーの方々だけでなく、たくさんの地域の方々から個々の取り組みテーマに対するお問い合わせや称賛の声をいただいております。また、最近では取り組みの中心となる学生の活動に関して、新聞やテレビなどのマスメディアでも大きく取り上げていただくことが多くなりました。

長岡大学の建学の精神は、

- ・ 幅広い職業人としての人づくりと実学実践教育の推進
- ・ 地域社会に貢献し得る人材の育成

です。本プログラムは、まさにこの精神を実現するための本学の中核となる教育プログラムであると言えます。

「地域活性化とは何か」という問いに対する明確な答えは無いと思いますが、本プログラムでは、答えの無い課題に対して、どのように考え、どのように行動して行くのかを学生が自ら試行錯誤する中で体得していくことができます。大学を卒業して地域社会の一員となる学生たちが、将来、地域が抱える課題に日々取り組んでいくことになる考えると、彼らにとってこれらの体験は大変貴重なものとなることでしょう。

本プログラムでは、各ゼミナールでテーマを設定し、ゼミに所属する学生のグループが活動を進めて行くことになりますが、時には一緒に活動する地域の大人たちとの意見の食い違いや、学生同士のちょっとしたすれ違い等が起きることもあります。このような体験も学生がさらに一步成長するきっかけとなります。ゼミで決めたテーマをまとめ上げるために、どのように他者とかかわりながら取り組みを進めて行くべきなのか、この取り組みの中で自分の役割は何であるのか、などを考えながら活動を行っていくことで、チームで活動することの難しさだけでなく、チームで何かをやり遂げたことの充実感や達成感を味わうことができます。

長岡大学の「学生による地域活性化プログラム」では、学生が地域の皆様と一緒に汗をかき、考え、そして楽しむことで、目先の地域貢献活動だけでなく、将来にわたって地域の活性化を担っていける人材の育成を目指しております。

地域の皆様には、日頃より本プログラムへの多大なるご支援とご協力をいただき、誠にありがとうございます。

平成 30 年 3 月

はじめに

— 学生によるホームページ改善支援活動について —



長岡大学教授／ゼミ担当教員 村山 光博

村山ゼミでは、長岡大学の特徴的な教育プログラムのひとつである「学生による地域活性化プログラム」に参加し、「企業の自社ホームページ診断と改善提案」をテーマに活動を行ってきました。この取り組みはNPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE (以降、NAZE) の「企業ホームページ改善支援事業」との連携事業であり、会員企業の自社ホームページを改善することで各企業の強みや魅力をより効果的に発信し、問い合わせ、引き合い、受注の増加と、その波及効果による地域企業全体の活性化を目指して参りました。

この取り組みを始めた平成 22 年度は、NAZE 会員企業の 2 社を対象としてホームページ改善支援活動を行いました。両社ともに高度な技術力とノウハウを持つ老舗企業ですが、以前から公開してきた自社ホームページをこの機会に全面的に見直して、さらなる受注の拡大や優れた人材の採用につなげようと、本取り組みへの多大なるご協力をいただきました。具体的な活動としては、ゼミに所属する学生のグループが各企業の工場見学や経営幹部へのヒアリング調査を通して企業の特徴や強み、ホームページ開設の目的などを確認した上で、各社のホームページ閲覧とチェックシートによる診断を行いました。さらにこれらの診断結果の集計・分析と改善に向けた各学生の意見を整理して改善提案をまとめ、各社へ提出しました。

それ以降、徐々にこの取り組みに関心を持ち、ホームページ改善支援の対象企業として積極的に手を挙げていただける企業が増えてきました。その結果として、昨年度（平成 28 年度）までの 7 年間で延べ 13 件の自社ホームページに対する改善提案、3 件のホームページデザイン案の策定、5 件のホームページ活用事例調査を行うことが出来ました。

昨年度（平成 28 年度）は、NAZE の会員企業 3 社のホームページ改善案の策定を行い、各社に対して改善案の提出をさせていただきましたが、今年度（平成 29 年度）は、この内の 1 社である有限会社シンエー木型工業様のホームページに対する改善案を反映させたデモサイトの制作に取り組んで参りました。

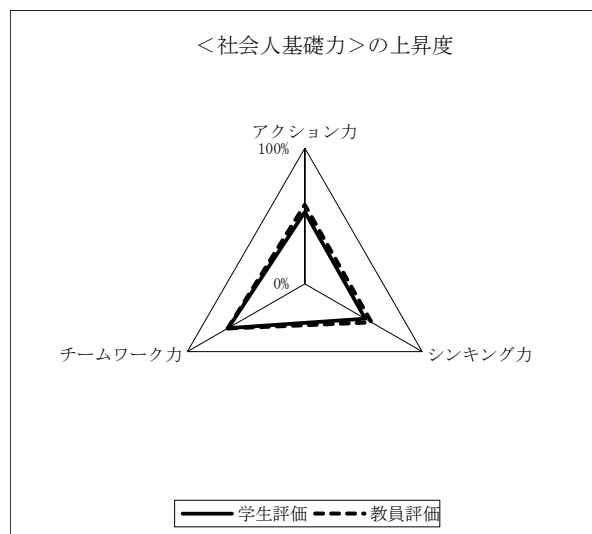
活動の中では、ご協力いただいた有限会社シンエー木型工業様を数回訪問して打ち合わせを行い、学生の提案と企業側の要望などを確認しながら話し合う中でデモサイトの制作を進めてきました。ヒアリングでは、経営者から直接、同社の技術の特徴や仕事に対する思い等についてもお話をいただきました。また、実際に学生自らがホームページの作成を行うことで、ページ内の表現や操作性などについてより具体的な提案を行うことができました。これらは学生にとって貴重な体験となったに違いありません。お忙しい中、快くご協力をいただきました有限会社シンエー木型工業様には厚く御礼申し上げます。

最後になりますが、村山ゼミでこれまで 8 年間取り組んで参りました学生によるホームページ改善支援活動のテーマにつきましては、今年度を持ちましてひとまず終了とさせていただきます。これまで長きにわたりこのような活動を続けて来られたのは、ひとえに NAZE の会員企業の皆様を始め地域の皆様の暖かいご支援があったからに他なりません。この場を借りて深く感謝申し上げます。

平成 30 年 3 月

平成 29 年度 学生による地域活性化プログラム 社会人基礎力の上昇度

地域活性化プログラムにおける学生教育の目標は、社会人基礎力の向上、ビジネス展開能力の向上、専門的スキルの向上が目的である。平成 29 年度学生による地域活性化プログラムに参加した 8 取組の学生の「社会人基礎力」の伸び具合について、学生とゼミ担当教員にアンケートを実施した。アンケートは取組に参加した学生一人一人を対象に、社会人基礎力の変化を評価する形で実施した。学生は自己評価（有効回収 66）であり、教員は各ゼミ生についての評価である。



★「社会人基礎力」

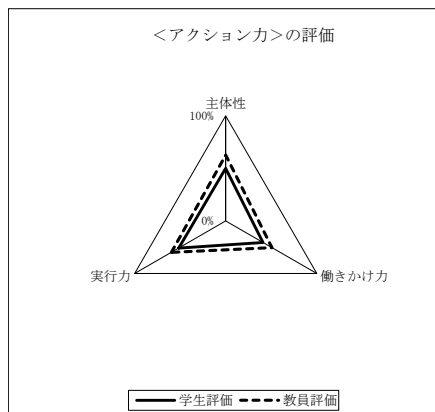
＝「アクション力」「シンキング力」「チームワーク力」が上昇

3 つの社会人基礎力の上昇度（取組前と取組後の比較）は、これまで学生の自己評価と教員評価の間に乖離があったが、今年度はその差が縮まり、チームワーク力は、ほぼ一致した。長年、活動が続けてきた成果ではないか。

今後の取組においては、全体的な上昇度を高めていくことが重要である。

＜社会人基礎力＞の上昇度

	学生評価	教員評価
アクション力	53.0%	58.2%
シンキング力	51.5%	56.7%
チームワーク	65.2%	65.7%

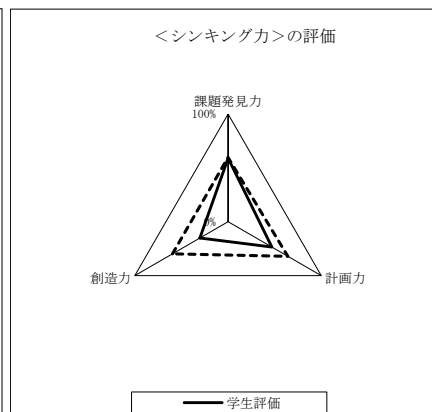


	学生評価	教員評価
主体性	50.0%	62.7%
働きかけ力	40.9%	50.7%
実行力	51.5%	59.7%

＜アクション力＞

アクション力の 3 つの指標を比較すると、すべての指標において教員評価が学生評価を 10 ポイント前後上回った。昨年度は全体的に学生評価の方が上回っていたが、今年度は逆の結果となった。

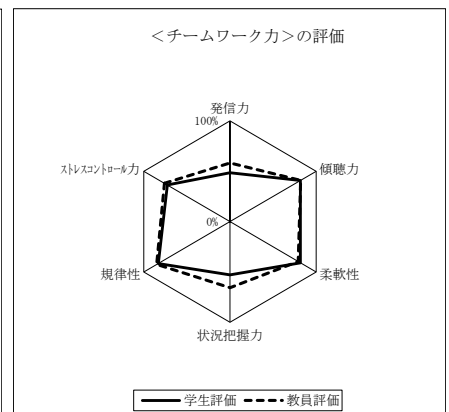
学生は活発に活動すればするほど自己評価が厳しくなり、このような結果になったのではないかと。今後は学生が成長をいかに実感できるというところまで追及した指導が必要となるのではないかと。



	学生評価	教員評価
課題発見力	59.1%	59.7%
計画力	47.0%	64.2%
創造力	30.3%	59.7%

＜シンキング力＞

学生の自己評価では、課題は見つけられたが、日々の活動の中で計画力や創造力という面で力不足を実感したのではないかと。しかし、それは学生にとってとてもよい経験になったはずである。教員評価は昨年度と比較すると 3 つの指標すべてで 20 ポイント前後上昇している。アクション力同様、日々の活動において、どのような点がよかったか、または悪かったなど、学生と教員とのコミュニケーションをさらに深めていく必要がある。



	学生評価	教員評価
発信力	48.5%	58.2%
傾聴力	81.8%	82.1%
柔軟性	81.8%	79.1%
状況把握力	53.0%	65.7%
規律性	83.3%	85.1%
ストレスコントロール力	72.7%	76.1%

＜チームワーク力＞

チームワーク力は、「アクション力」や「シンキング力」よりも学生評価と教員評価の類似性が高い。

学生の自己評価も同様であるが、教員の評価が発信力と状況把握力が低い点は、今後指導を強めていく必要がある。昨年に引き続き課題となった。

平成29年度 学生による地域活性化プログラム

村山光博
ゼミナール

企業ホームページの改善提案と デモサイトの制作



【参加学生】

4 年生 中沢裕太 尾木和磨 菊地紘基 宋超

【アドバイザー】

NPO法人長岡産業活性化協会NAZE 事務局長 山田哲也 氏
株式会社アルモ 代表取締役社長 柴木樹 氏

【担当教員】

村山光博

目 的

企業の自社ホームページに対して、各社のターゲット（対象者）に合わせた情報を効果的に発信できるように改善を図ることで、ホームページへのアクセス数の増加から問い合わせ、引き合い、受注の増加へとつなげ、地域のモノづくり企業の活性化を目指す。

取組みの意義

- ・ 自社ホームページの改善に向けて企業の業務内容、得意な技術、製品の特徴等を整理することにより、他社との違いや強みを明らかにすることができる。
- ・ 企業のホームページを複数の学生が第三者の立場で診断・評価し、改善案を策定することで、いろいろな視点や立場からもわかりやすいホームページの在り方を検討することができる。
- ・ ヒアリング調査やホームページ情報の調査等を通して企業研究を行うことで、学生の調査能力や社会人基礎力の向上を図る。

活動の枠組みと方法

- ・ 本取組みは、NPO法人長岡産業活性化協会NAZEの「企業ホームページ改善事業」との連携事業である。
- ・ NAZE会員企業の中から、実際に自社ホームページを改善したいという意向がある企業を募集し、毎年2～3社を対象に各社のホームページ診断と改善案の策定に取り組んできた。
- ・ 今年度は、有限会社シンエー木型工業のホームページ改善案を反映した同社のデモサイトの制作を行った。

活動概要

- ・ 昨年度（平成28年度）の活動において有限会社シンエー木型工業に提出したホームページ改善案について、同社との打ち合わせの中で再度内容の確認を行った。
- ・ ホームページ編集用のオープンソースCMS（コンテンツ管理システム）の一つであるWordPressをゼミで管理するサーバーにインストールし、そのシステム上で同社のデモサイトの制作を行った。
- ・ デモサイトの制作過程で同社との打ち合わせを行い、要望に従って修正を加えながらデモサイトの完成を目指した。

成 果

- ・ 改善提案だけではなく、実際にデモサイトを制作に携わることで企業の業務内容や経営者の思いなどをさらに深く知ることが出来た。
- ・ ゼミ学生にはこれまでホームページの作成経験はほとんどなかったが、書籍やインターネット上の情報を参考に、サイト構築の流れやページの作成方法等について学ぶことができた。



企業ホームページの改善提案とデモサイトの制作

村山光博ゼミナール

13E019 中沢裕太

14K025 菊地紘基

14K018 尾木和磨

14K050 宋超

目 次

1. はじめに	1
1.1 本取り組みの背景と活動の概要	1
1.2 NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE の概要	2
1.2.1 NAZE とは	2
1.2.2 NPO 設立趣旨・目的	2
1.2.3 事業活動	3
1.2.4 会員企業	4
1.2.5 魅力発信	5
1.3 今年度の活動について	6
2. (有)シンエー木型工業ホームページ改善案について	8
2.1 (有)シンエー木型工業の会社概要	8
2.1.1 会社概要	8
2.1.2 鋳造用型製作について	9
2.2 現在のホームページ運用状況	10
2.3 昨年度の活動で提案した改善案について	18
3. デモサイトの制作	21
3.1 デモサイト制作の目的	21
3.2 (有)シンエー木型工業との打ち合わせ	21
3.3 WORDPRESS とは	22
3.3.1 WordPress の概要	22
3.3.2 WordPress の操作方法	24
3.3.3 メインナビゲーションメニューの概要	24
3.3.4 お問い合わせの作成	25
3.4 (有)シンエー木型工業デモサイトの概要	26
3.4.1 トップページ	26
3.4.2 会社案内のページ	28
3.4.3 「事業紹介」のページ	30
3.4.4 「設備紹介」のページ	33
3.4.5 「お問い合わせ」のページ	33
3.4.6 「採用情報」のページ	35
3.4.7 タブレット・スマホへの対応	35
3.5 デモサイトの制作状況の確認と内容についての打ち合わせ	36
3.6 今後の進め方についての打ち合わせ	36
4. まとめ	37

1. はじめに

1.1 本取り組みの背景と活動の概要

情報通信技術の発展に伴い、インターネットを中心としたネットワーク環境もめまぐるしく変化し続けている。ホームページをはじめ、ブログ（Blog）、SNS(Social network service)、ツイッター（Twitter）、フェイスブック（Facebook）など多様な手段により、新聞、チラシ、テレビ、ラジオなど従来の媒体に比べ、低コストで即時性の高い情報発信を容易に実現できる環境が整ってきている。このような状況下において、企業の情報発信の一つの手段としてホームページの重要性が高まっており、単なる広報的な役割だけでなく、情報公開やマーケティングのツールとしてもその役割を期待されている。

長岡大学村山ゼミナールでは、これまで「企業ホームページの改善による効果の確認」をテーマとして活動してきた。昨年度までは、NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE の企業ホームページ改善事業と連携して、企業ホームページを調査・研究し、独自に設定した評価項目に沿った診断結果から改善案の策定に取り組んできた（表 1-1）。このうち、昨年度に改善提案を行った株式会社タカハシでは、その後も専門業者との検討を進め、平成 29 年 6 月に自社ホームページのリニューアルが実現した。このリニューアル後のホームページには、昨年度に提案した改善案も反映していただいている。

平成 29 年 3 月に行われた NAZE 事業成果発表会で活動報告を行った際に、会員企業の方から「実際に企業のホームページを作ってみてはどうか」という意見をいただいております、ホームページを作成する過程でさらに企業研究が深まり、より効果的な改善提案ができるのではないかと考えるから、今年度の活動では、有限会社シンエー木型工業のホームページに対し、昨年度提案を行った改善案を具体化したデモサイトを作ることにした。

表 1-1 ホームページ改善対象企業（平成 22～28 年度）年度

年度	企業名	年度	企業名
22	(株)大原鉄工所	26	越後工業(株)
	(株)小西鍍金		(株)サカタ製作所 [事例調査]
23	(株)サカタ製作所		(株)片山抜型製作所 [事例調査]
	(株)オオイ		(株)大原鉄工所 [事例調査]
	(有)毛利製作所	27	NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE
24	(株)大菱計器製作所	28	(株)小川コンベヤ
	(株)七里商店		(有)シンエー木型工業
	(株)ソリマチ技研		(株)タカハシ
	(株)小西鍍金		
25	長岡電子(株)		
	(株)システムスクエア [事例調査]		
	マコー(株) [事例調査]		

1.2 NPO法人長岡産業活性化協会NAZEの概要

1.2.1 NAZE とは

ここでは、NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE についての説明をする。NAZE はどのような役割を担っているのか、どのようなことを目的に行動している団体なのか、また、どのような企業が参加しているのかを紹介したい。

NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE（以降、NAZE という）とは、正式名称を特定非営利活動法人 長岡産業活性化協会 NAZE といい、平成 17 年 4 月に長岡地域のモノづくり産業の活性化を目的に産業界が主体となって設立された組織である。平成 21 年 4 月から NPO 法人として新たなスタートを切り、長岡地域のさらなる発展に寄与するため積極的な活動を展開している。

自発的な意志をもった企業の主導で推進しており、地域内製造業を中心に、大学などの高等教育機関、また、金融機関等も会員として参画しており、現在の会員企業は 75 機関にも及ぶ。現在では行政等の支援機関からも様々な場面でアシストを受け、企業の意向が反映されやすい環境がつけられている。

企業にはない、内部及び外部資源を NAZE がつなぎ、それを会員企業が活用することにより、企業・地域が成長していく仕組みを提供している。

NAZE のホームページには活動の流儀として、以下の 4 つがあげられている。


- 個々の企業、学、行政が単独でできないことをやる！
- 会員が新たなるきっかけに気づくことをやる！
- 「見える化」をキーとした活動をやる！
- 長岡に、情報や技術を求めて、次々に人が集まることをやる！

1.2.2 NPO 設立趣旨・目的

NAZE は企業、大学等教育機関、産業支援機関、地域金融機関、商工団体、行政等が有機的かつ濃密に連携して従来型の組織とは異なる「産業界」主体の組織として、新技術の開発や新事業を次々と生み出す「ものづくり拠点地域」を形成することを目的としている。

この目的を達成するために、NAZE のホームページには、『NAZE の行動を通じて、「もっと長岡を良くしていこう」「何か行動していきたい」「意欲的な仲間と出会いたい」という方は是非参加いただき一緒に活動していきましょう。』と書いており、現在でも会員を募集していて、実際に会員企業数は昨年度より増えている。

NAZE の設立趣旨や目的は NAZE のロゴにも反映されており、ホームページでは以下のようにロゴの紹介がされている。

名称	特定非営利活動法人 長岡産業活性化協会 NAZE	
通称	NAZE（ナゼ）	
英文名	Nagaoka Activation Zone of Energy	

NAZE のロゴの中には「A」と「Z」の文字が隠れています。ものづくりの「AtoZ」

つまり、ものづくりの「初めから終わり」までが NAZE の中に存在し、それを活用することで新たなアクションを生み出すことができます。

初めの「A」は、正確なカタチではないけれど、終わりの「Z」では、高度な技術、情報、さまざまな連携を育んで、きちんとしたカタチ（モノ）に仕上げていくそのプロセスもこのデザインに表現されています。

カラーのレッドは「a-z」を強調する、熱意と団結力、そしてメイドインジャパンの高度な技術もイメージしています。

NAZE = 「なぜ？」

という未知の技術に取り組む姿勢を意味しています。

出典：NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 「NPO 設立趣旨・目的」,

<http://www.naze.biz/about/purpose/> (平成 30 年 1 月 6 日閲覧)

1.2.3 事業活動

NAZE では年度ごとに活動方針を決めており、平成 29 年度の活動方針は、ホームページに『長岡地域のモノづくり企業のさらなる発展とイノベーション促進に向けて、NAZE の強みである「高等教育機関との連携」をより推進するとともに、「企業間の連携」、「支援機関との連携」を結集し、一層の技術力・生産性の向上、技術開発に取り組むことにより、長岡地域のモノづくり技術のブランド認知度向上と会員企業の知名度の向上をめざします』と書かれている。

また、事業活動として、「ネットワーク構築事業」、「技術力向上事業」、「情報発信事業」、「人材育成事業」を行っており、ホームページではそれぞれ以下のように紹介されている。

ネットワーク構築事業

- (1) 産学連携事業：
 - ① 3 大学 1 高専との連携事業
 - ② 産学懇談会(事業評価委員会)など
- (2) 産産交流事業：
 - ① 企業視察(会員・先進企業など)など
- (3) 目的を達成するために必要な事業：
 - ① 部会活動支援
 - ② 関係機関との連携など

技術力向上事業

- (1) 技術力活用事業：
 - ① ドリームプロジェクト (モノづくり事業)
 - ② 技術力挑戦事業(製造・加工技術を競う)など
- (2) 技術基盤向上事業：
 - ① 大学等との共同研究 (チャレンジ事業)

- ②技術講演会(大学シーズ、会員技術、先端技術、IOT など)
- ③ナノテク技術の強化など

情報発信事業

- (1)ブランド認知度向上と販路拡大事業：
 - ①機械要素技術展(M-Tech)への出展
 - ②優れた技術・製品の発信(豪技など)
 - ③展示会出展のためのセミナーなど
- (2)会員企業 PR 事業：
 - ①学生対象の会員企業見学会
 - ②小学生工場見学会など
- (3)多様なツールを活用した情報発信事業：
 - (広報紙、メルマガ、ホームページ、フェイスブック、会員ガイドブックなど)

人材育成事業

- (1)現場改善支援事業：
 - ①現場改善インストラクター養成スクール
 - ②インストラクター派遣
 - ③5S推進
- (2)人材育成講座等開催事業：
 - ①NEXT 道場など

出典：NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE「事業活動」，
<http://www.naze.biz/business-activity-top/business-activity/>
 (平成 30 年 1 月 6 日閲覧)

1.2.4 会員企業

表 1-2 は現在の NAZE 法人会員の一覧である。平成 30 年 1 月現在の法人会員は計 75 機関あり、主に製造業が中心である。これら会員企業の情報は、NAZE が毎年発行する資料や、NAZE のホームページに詳細が書かれており、NAZE のホームページから各企業のホームページに行くことができるようになっている。

表 1-2 NAZE 法人会員一覧（平成 30 年 1 月現在）

株式会社 アサヒプレシジョン	株式会社 タカキ
飛鳥運輸 株式会社	株式会社 タカハシ
株式会社 アドテックエンジニアリング	中越鋳物工業協同組合
株式会社 アルモ	テラノ精工 株式会社
株式会社 アンドウ	株式会社 トーエイ
株式会社 イートラスト	株式会社 東洋冶金
株式会社 池田機工	ナウエス精工 株式会社

イトーキマルイ工業 株式会社	株式会社 長岡金型
エヌ・エス・エス 株式会社	長岡技術科学大学
株式会社 NDC	長岡工業高等専門学校
株式会社 エム・エスオフィス	長岡信用金庫
株式会社 オオイ	長岡造形大学
株式会社 大善	長岡大学
株式会社 オータニツール	長岡電子 株式会社
株式会社 大原鉄工所	株式会社 永島工機
株式会社 大菱計器製作所	株式会社 中條製作所
小川コンベヤ 株式会社	株式会社 中津山熱処理
株式会社 片山抜型製作所	株式会社 ナノテム
株式会社 カバサワ	株式会社 難波製作所
久保誠電気興業 株式会社	株式会社 ネオス
有限会社 倉品鐵工	株式会社 波多製作所
クリーン・テクノロジー 株式会社	株式会社 パートナーズプロジェクト
クリエイトエンジニアリング 株式会社	株式会社 林メッキ工業所
株式会社 クワバラ	株式会社 BSN アイネット長岡支社
株式会社 小西鍍金	株式会社 淵本鋼機
有限会社 小林超硬研磨	古川機工 株式会社
株式会社 サカタ製作所	株式会社 プレテック・エヌ
株式会社 佐藤板金	株式会社 北越銀行
株式会社 サンシン	株式会社 ホクギン経済研究所
JRC 株式会社	北陽精工 株式会社
株式会社 システムスクエア	マイテック 株式会社
株式会社 七里商店	マコー 株式会社
株式会社 シナダ	株式会社 丸栄機械製作所
有限会社 シンユー木型工業	有限会社 毛利製作所
株式会社 鈴民精密工業所	ユニオンツール株式会社 長岡工場
株式会社 大光銀行	吉井国際特許事務所
株式会社 第四銀行	有限会社 若月鉄工所
第四電設 株式会社	

出典：NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE「NPO 会員企業」, <http://www.naze.biz/database/>
(平成 30 年 1 月 6 日閲覧)

1.2.5 魅力発信

NAZE には多くの企業が集まっているが、その個々の企業がどんな企業で、どんな技術が有るのか、また、NAZE がどんな活動をしているのかなど、NAZE の魅力を全国に知ってもらうため、ホームページだけでなく、さまざまなコンテンツで紹介している。

NAZE が主に行っている魅力発信のためのコンテンツには、「豪技」、「NAZE スタイル」、「会

員企業ガイド」がある。

「豪技」とは、会員及び市内企業の技術・製品等で全国的にひいでたものや優位性のあるものを、発掘、認定、発信していく活動のことで、長岡地域の産業の発展に寄与することを目的とする「豪技」の認定は、自薦他薦によるエントリーされた技術・製品・モノ等を対象とし、新潟県内の技術に詳しい方々で構成する「豪技審査委員会」の審査・推薦を経て、NAZE として認定する。「豪技」に認定されることで、NAZE の活動に置いて、様々な特典が優先的に受けられるなどのメリットがある。

「NAZE スタイル」とは、NAZE が数ヶ月に 1 度発行するフリーペーパーで、会員の情報や NAZE の活動について、全国に知ってもらうために発信している。「NAZE スタイル」には、新たな会員企業の情報や、イベントの情報、「豪技」の開発秘話、学生のコラムなどが載せられている。

「会員企業ガイド」は、NAZE 会員企業の基本情報と NAZE の年間活動報告など、毎年発行しているガイドブックで、NAZE の概要なども詳しく載せられている。

1.3 今年度の活動について

今年度の主な活動は表 1-3 のような流れで行った。今年度の主な活動内容は、昨年提案した(有)シンエー木型工業のホームページの改善案をもとに、同社ホームページのデモサイトの制作を行った。

表 1-3 今年度(平成 29 年度)の主な活動

4 月～5 月	・テーマ決定、活動計画作成
6 月	・NAZE style「学生のモノづくり企業訪問記」の取材をイトーキマ ルイ工業株式会社にて行う(6 月 5 日) ・企業ホームページの改善提案とデモサイトの制作について、 (有)シンエー木型工業の高橋社長と打ち合わせ(6 月 26 日)
7 月～8 月	・デモサイトの制作
9 月	・企業ホームページの改善提案とデモサイトの制作について、 (有)シンエー木型工業の高橋社長と打ち合わせ(9 月 15 日)
10 月	・中間レビューの実施(10 月 23 日) ・学園祭でゼミ活動紹介パネルの展示(10 月 28～29 日)
11 月	・企業ホームページの改善提案とデモサイトの制作について、 (有)シンエー木型工業の高橋社長と打ち合わせ(11 月 24 日)
12 月	・学生による地域活性化プログラム成果発表会での発表(12 月 2 日)

今年度の主な活動はデモサイトの制作であり、可能な限り企業側の希望通りのものが作れるように(有)シンエー木型工業へと 3 度の訪問を行い、デモサイトの制作について打ち合わせを行った。

6月の打ち合わせでは、昨年提案したホームページの改善案をもとに、デモサイトをどのような形で作るのかを話し合い、大まかなホームページのイメージを決定した。

9月の打ち合わせでは、デモサイトを作っていた7月～8月の間に新しく出た意見や、デモサイトに載せる資料などについて打ち合わせを行った。この打ち合わせでは、実際に製作途中のデモサイトを見てもらい、企業側からの新たな希望などを聞き、デモサイトを作るうえで足りないと思った資料をもらうなどをした。

また、10月にはゼミのアドバイザーの株式会社アルモ 代表取締役 柴木樹 氏と NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 事務局長 山田哲也 氏を長岡大学にお招きし、中間レビュー（中間報告会）を行った。その際にアドバイザーのお二人からは次のような御意見をいただいた。

1. 株式会社アルモ 代表取締役 柴木樹 氏より

- ・顧客の仕様にしたがって鋳物や型を作る企業では、加工した物の写真をホームページに掲載することは難しい。顧客の許可を得る場合でも手続きは簡単ではないことが多い。
- ・製造工程の画像は見やすく掲載できると良い。
- ・最近の学生目線でのレイアウトなど、大変シンプルで良い。
- ・「会社概要」の設備一覧表は、機械の能力のもしくはサイズを記載できると良い。
- ・お問い合わせフォームで、職種と担当(購買、設計など)が記載できるとなお良い。
- ・新着情報などで facebook や Twitter などの SNS とのリンクもできると良い。

2. NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 事務局長 山田哲也 氏より

- ・「採用情報」では、見た人が入りたくするような内容を工夫してはどうか。
- ・例えば AI や IoT などの先端技術を活用しているような PR はできないか。
- ・社長の人柄がうかがえるようなコンテンツを掲載しても良い。
- ・経営理念のところに社長の写真を加えてはどうか。
- ・昨年提案を行った「(株)タカハシ」がホームページのリニューアルをされた際、提案のどの辺が参考に活かされているかをもう少し説明を加えてはどうか。
- ・新規顧客に向けたページと、採用情報のページでは閲覧される方の層が異なるので、閲覧者が何を求めてホームページを見ているのかを考えて、内容や表現を工夫すると良い。
 - …この機械では、このサイズまで製作できます。
 - …わが社の社風は、〇〇です。など
- ・「デモサイト制作状況の確認と打ち合わせ」の結果について概要でまとめられているが、具体的に高橋社長から出た、具体的な要望や意見、感想などがもう少しあると良い。

11月の打ち合わせでは、作成したデモサイトの最終確認をしてもらい、6月と9月の打ち合わせで出た意見や中間レビューでもらった意見が反映されているかを確認していただいた。この打ち合わせで一応デモサイトの制作を完了とした。

2. (有)シンエー木型工業ホームページ改善案について

2.1 (有)シンエー木型工業の会社概要

2.1.1 会社概要

ホームページのデモサイト制作の対象企業である有限会社シンエー木型工業の企業概要は表 2-1 の通りである。同社は鋳造用金型、木型、発泡型の設計製作を行っている会社である。

表 2-1 有限会社シンエー木型工業 会社概要

会 社 名	有限会社シンエー木型工業		
設 立 年 月	創業：昭和 62(1987)年 7 月 設立：平成元(1989)年 5 月		
代 表 者 名	高橋大輔		
創 業 者 名	高橋 栄	資本金	1,000 万円
所 在 地	〒940-0871 新潟県長岡市北陽 1-53-46 TEL (0258-22-7640) FAX (0258-22-7641) URL (http://www.shin-eh.jp/) e-mail (shin-eh@cup.ocn.ne.jp)		
従 業 者 数	総数： 15 人		
沿 革	昭和62(1987)年 7 月 創業 平成元(1989)年 5 月 有限会社シンエー木型工業を設立 平成17(2005)年 4 月 北陽工業団地に移転 平成17(2005)年 8 月 金型機械 VM7Ⅲ導入 金型製作開始 平成19(2007)年 6 月 CAD/CAM導入 (CIMATRON) 平成20(2008)年 3 月 金型部門の新工場を建てる 平成20(2008)年 3 月 VM5Ⅲ導入 平成23(2011)年 4 月 VM900導入 平成25(2013)年12月 APEXS7106 三次元測定機導入 平成26(2014)年11月 OKK製マシニングセンター VM76R導入 平成27(2015)年12月 シンクス(株)製 NCルーター導入 平成28(2016)年 8 月 シンクス(株)製 パネルソー導入 平成29(2017)年 7 月 VM76R導入		
経 営 理 念	グローバルな時代や多様化するニーズに対応し、常に IDEA (提案) を意識し、SPEED (効率) と POWER (誠意) を持って地域社会への信頼、貢献を行う。 ものづくりを通じて楽しさや笑顔を日々感じ家族、お客様、地域を幸せに出来るようチャレンジします。		
主 な 事 業	・鋳造用金型における金型、木型、発泡型の設計製作 ・各種自動造形機用 (水平・垂直) AL型、FC型、シェル中子型、スタック型、GDC型、自硬性用発泡型、木型、設計製作 ・プラスチック金型部品加工 ・モデリング ・難削材、高硬度材加工		
経 営 の 特 徴	鋳造型製作事業を行い、「品質」「価格」「納期」を最重要課題とし、高度な技術力と情報を駆使した質の高い製品を低価格で提供する。		

(調査日：平成 29 年 10 月 16 日)

2.1.2 鑄造用型製作について

ここでは、(有)シンエー木型工業で製作されている鑄造用型や、その型を使って行われる鑄造とは何かを説明する。

鑄造とは、作りたい形と同じ形の空洞部を持つ型に、溶けた金属を流し込み、それを冷やして固める加工方法で、型の種類によって、砂を固めて作った砂型、金属を削って作った金型、樹脂型や石膏型、発砲型などがある。そして、この型のことを鑄型と呼び、鑄造で作ったものを鑄物という。鑄物の材料には、鑄鉄、鋼のほか、アルミニウム合金、ニッケル合金、チタン合金、などが使用されている。鑄造法は、古くからおこなわれていて、日本では古いものでは大仏、最近では、金属製の日用品、機械の部品など多くのものが鑄造法によって作られている。このように、鑄物が多く利用される理由は、鑄型の形状に応じて、その形状に制約を受けることがほとんどなく、鑄型さえ作ることができれば、複雑な形の部品も安く作ることができるからである。

鑄造を行うには鑄型が必要となるが、その鑄型を作るために完成した製品と同じような形状を持つ模型を作る必要がある。模型の材料には、木型、金型、発砲スチロール型があり、(有)シンエー木型工業では、このすべての模型を作成している。模型の材料にはそれぞれに長所と短所があり、作りたい製品に応じて、模型の材料も使い分けている。

木型の長所は、軽量であり、加工が容易で、組み合わせや接合が簡単にすることができる。また、加工しやすいので、改造も容易にすることができ、材料が木なので、費用もあまりかからず、安価に作ることができる点である。短所は、耐久性に欠けるため、変形が生じやすく、破損も生じやすい点である。材料には一般的に、檜、姫子松、杉、朴など是用いられるが、近年では、3Dプリンタ（3Dプロッタ）の発達でCADデータをそのまま立体として成形できるようになったため、呼称はそのままでも、木材を用いず、FRPや合成樹脂で代用されることが多くなっている

金型の長所は、寸法精度が良く、金属製なので、耐久力があり、変形、摩耗、破損が少ない点である。このため大量生産によく使用されるが、短所として、木型よりも加工が難しく、木型に比べ、製作費が高い点がある。材料には一般的に、アルミニウム合金、銅合金、鑄鉄、が用いられる。

木型、金型、を使って鑄型を作る場合、溶けた金属が固まると収縮するので、その分、鑄型を大きく作る。鑄物の場合は、10/1000程度大きくする。また、木型を用いる製造法では、模型を鑄型から取り出すために、模型に勾配をつけておくが、この勾配を抜き勾配と呼び、一般的には1/10～1/50程度の勾配をつける。

発砲スチロール型は、木型や金型のように繰り返し何度も使うのではなく、製品と同じ形状の発砲スチロール型を作った後、鑄物砂の中に埋めたまま溶融金属を鑄込んで、模型を燃焼気化させて鑄物を作る際に使用される。この鑄造法は、鑄型の中にある発砲スチロール型が溶融金属で瞬時に燃焼気化し、消失することで金属と模型が置き換わることで鑄物を製造する方法であるため、消失模型製法といわれている。また、一般的な鑄造法では金属が固まる際に収縮するため、鑄型（モールド）に空洞を作るが、この方法では空洞はなく、発砲スチロール型で満たされていることから、「フルモールド鑄造法」とも呼ばれている。

発砲スチロール型は、模型が気化してなくなるため、木型のように抜け勾配を計算する

必要がなく、製品の形そのままに発泡スチロール型を設計できる。また、模型は安価で加工しやすく、模型を引き抜く必要がないことから形状に制約がないなどの長所がある。短所には、ひとつの型でひとつの鋳物しか作れないので、少量生産の鋳物ではよく用いられるが、大量生産には不向きな点がある。

2.2 現在のホームページ運用状況

ここでは現在のホームページの運用状況とその特徴について説明する。

現在のホームページは数年前から更新がされておらず、情報が古いままになっている。また、お知らせの部分も 2015 年から更新されておらず、新たな新着情報が載っていない。

図 2-1 は現在のホームページのメニュー構成である。

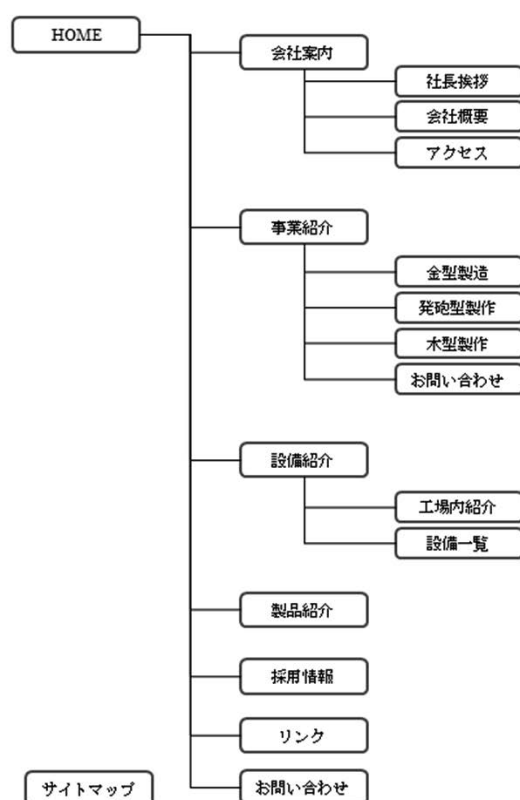


図 2-1 現在のホームページのメニュー構成

「会社案内」、「事業紹介」、「設備紹介」、「製品紹介」、「採用情報」、「リンク」、「お問い合わせ」のメニューが配置されている。図のようにそれぞれのメニューの中に情報が載せられているが、トップページではすべての情報が一つのページにまとまっている。しかし、そのせいで、1 ページごとの情報が多くなり、見づらくなっている。なので、情報を整理してそれぞれの情報を別ページに分け、ページ全体を使って大きく、見やすくするのがよいと考える。また、会社の仕事だけでなく、地域活動の様子を伝えるなどのページを新しく増やすとよいと考える。ここからはそれぞれのページの特徴や改善点の紹介をしていく。

図 2-2 は現在のホームページのトップページである。



図 2-2 現在のトップページ

写真や動画が多く使用されており、会社のイメージがしやすいという印象があり、さらに写真は一定の時間が経つと自動で切り替わるシステムになっており、閲覧者の目を引き付けやすくなっている。他にも会社についての動画がトップページに組み込まれていることで他のページを見なくても会社についておおよそ知ることができる点や、配色が白や薄いみどりで目にやさしく、見やすいという利点がある。

しかし、改善するべき点もいくつかある。1 つ目は先に書いたように、新着情報（お知らせ）がほとんど更新されていない点である。現在、新着情報は平成 27 年 3 月を最後に更新されていない。次にパッと見ただけでは企業の売りが分かりにくい点や、トップページに設備紹介や製品紹介など情報が詰め込まれすぎていることがあげられる。また、メニューの「お問い合わせ」の下にある情報は、ホームページには必要だが記載場所があまり良くないため別のページに移動させてもう少し詳しく記載すると改善されるのではないかと考えられる。

「会社案内」のページ（図 2-3）では、社長挨拶や会社概要が記載されている。



図 2-3 現在の「会社案内」ページ

会社の外観が写真で載っており、さらに「会社概要」が記載されている下にはアクセスマップが載っている。そのため会社に訪問する際にとっても分かりやすいページとなっている。このページで記載されている社長あいさつの内容はとても大切でこだわりを感じられてよいと思うが、会社の沿革が載っていないので、この会社が今までどのようなことを行ってきたのかがわかりにくい。会社のホームページを見る人は、このような情報もみたいという人も多いと思われるので、沿革などの新しい情報も載せるべきだと考えられる。

「事業紹介」のページ（図 2-4）では、要点がまとまっていて、どのようなことをしている会社なのかは伝わる。しかし、金型・木型・発泡型とさまざまな事業を行っているというアピールポイントがあるため、それぞれページを分けてひとつずつどのような型ができてどのような用途で使えるのかなどの情報を盛り込んでも良いと考える。そしてトップページと同様に、一目でどのような商品・技術なのか、ポイントはどこなのかがわかるように強調すべきところを自体や色を使い分けてアピールすると見やすくなり、分かりやすいと思われる。発泡型製作の紹介では熟練した職人たちが加工を行うと記載されているが、この技術を習得するには5年ほどかかるという。このような具体的な情報も載せ

たほうが技術力の高さが伝わりやすくてよいと考える。



図 2-4 現在の「事業紹介」ページ

「設備紹介」のページ（図 2-5）は同社の技術力を発信するページであるが、他のページと比べて紹介文の量が少ない。設備の写真は載っているが、写真に機械の名前や性能の説明が記載されていないので、設備や機械について詳しい情報を知ることができない。また、表によって、どのような設備があるのかを知ることができるが、こちらも情報が更新されていないため、新しく導入した設備の情報が載せられていない。写真が多く、作業の様子などもわかるようになっているので、これらの写真を説明する文書を付けたすべきだと考える。そのほかに、このページには動画で設備を紹介する方法を取り入れてもよいと考える。機械は写真よりも実際に動いているところを見ることで、どのように制作されているかがわかり、依頼者側もイメージが付きやすく安心して頼めると思われる。その上、技術力を広報することができて一石二鳥だと考える。



図 2-5 現在の「設備紹介」ページ

「製品紹介」のページ（図 2-6）には、作った製品の写真は載っているが、守秘義務があるため、製品の全景や詳しい説明を記載できないと書かれている。

同社は、自社のオリジナル商品等を持たず、技術を売りとする企業のため、情報をどこまで公開してよいのかという難しい部分がある。しかし、閲覧者が情報を得るためには製品の写真や紹介文が必要となる。そのため、改善が一番難しいページだと思われる。仕事の依頼者には、ホームページ掲載の許可を得て紹介させてもらうことが一番良いが、許可がもらえる保証もないためほかの手段も考える必要がある。

案としては受注契約の際に軽いアンケートの感覚で「貴社の商品の型をホームページに掲載しても構いませんか」等の質問を設けるのはどうか。もちろん許可が下りなければ写真や動画は使用できないが、交渉してみないことには始まらないため一つの案として提案する。

他には鍋など依頼の多い商品の型をサンプルとして複数個あらかじめ試作してホームページに載せることは可能なため、そのような取り組みをしてもよいと考える。まためったにこないような型を試作してもよいと考える。そうすることによってどんなものでも作

ってもらえるのではないかと閲覧者、依頼者に印象を与えることができると考えられる。

また、どうしても写真を載せるのが難しい場合は、簡略化した絵や、主にどのような型を作っているのかをまとめた表などがあってもよいと考えられる。

会社に興味を持っている人や、これから仕事を依頼したいと思っている人たちは、製品の完成した製品の写真や情報を見たいということも多いと思われるので、何らかの形で紹介できればと考える。



図 2-6 現在の「製品紹介」ページ

「採用情報」のページ（図 2-7）では詳細がほとんど記載されていないためホームページをただでしか採用に関する情報をあまり得ることができない。職種が製造業のため、専門の資格の有無や必要なスキルなど、このページを見る人が知りたいと思われる情報を載せるべきだと思われる。就職活動をする場合は、ほとんどの人が企業のホームページを閲覧し情報を得るため、募集要項のほかにも「自分が働いたらどのような様子になるか」が想像できるような写真や従業員のメッセージ等を記載するべきだと考える。

技術や特殊なスキルを必要とする企業のため、新卒に求められることと中途採用に求められることを分けてそれぞれ明確に記載することで、企業側と就職活動をする側の間に情報のずれが生じにくく、採用活動をするにあたって円滑に進みやすくなると考えられる。

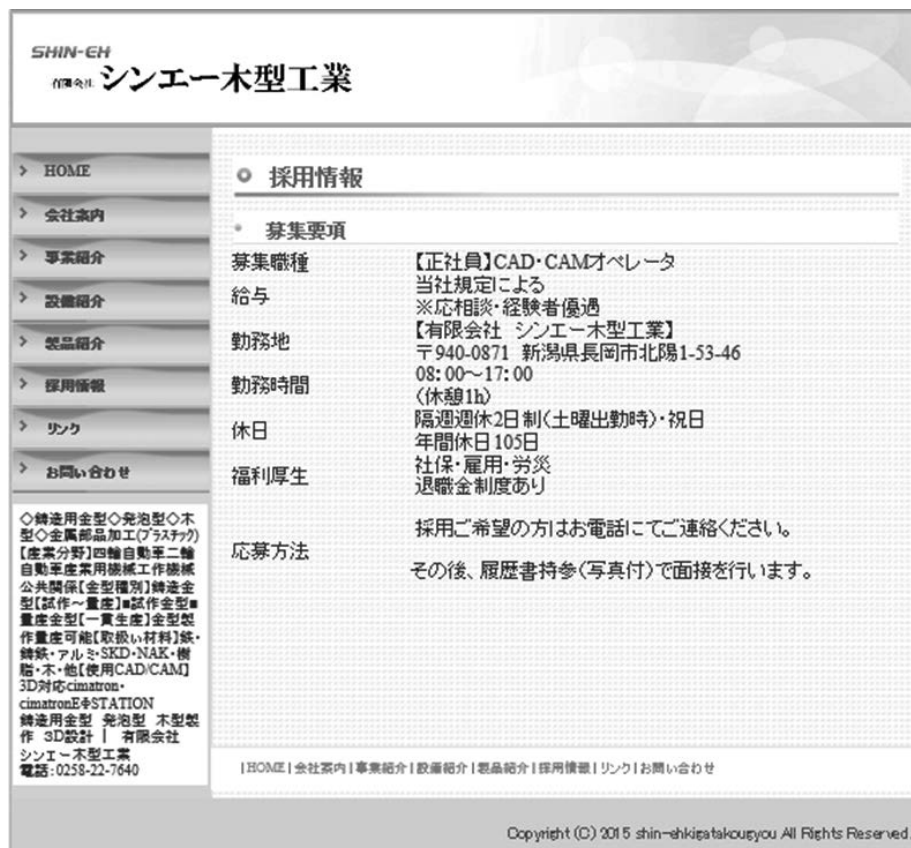


図 2-7 現在の「採用情報」ページ

「リンク」のページ（図 2-8）が設けられていることは非常に良いと思われる。しかし、ただ企業や動画にリンクするだけのページではライバル社に顧客を取られてしまう可能性がある。そのため一工夫を加えて同社の強みである地域連携スタイルをうまく活用したページにしたいと考える。

同社は NAZE をはじめとして、長岡市北陽団地にある製造業と多くのつながりを持っている。それをうまく活用してホームページの閲覧者を増やしたいと思う。例えば、(有)シンエー木型工業のホームページには製造業 A のバナーをホームページに、製造業 A のホームページには(有)シンエー木型工業のバナーを貼り付けるなど、お互いのホームページを行き来しやすくする。こうすることで、(有)シンエー木型工業だけでなく、製造業 A ホームページもより多くの閲覧者に見てもらえるようにすることができる。このように、協力してバナーを貼る企業を増やせば、より多くの人に見てもらえる可能性が増える。さらに依頼者の都合が合えば、(有)シンエー木型工業で作った型に製造業 A の材料を流し込み、製造業 B のネジで組み立てるといように一貫して商品を作ることも可能であり、うまくいけば、長岡地域の活性化にもつながるのではないかと考えられる。



図 2-8 現在の「リンク」のページ

「お問い合わせ」のページ（図 2-9）は、入力フォームを修正する必要がある。下の 2 つの質問、「今まで(有)シンエー木型工業にいらしたことはありますか?」、「(有)シンエー木型工業より、お知らせのメールを送信してもかまいませんか?」は必要性が低く、この項目があることによって質問しづらさが生じてしまうことあるのではないかと考えられる。そのため、トップページの次に改善に力を入れるべきだと考える。一方、個人情報保護のための文章が記載されていることは大切で高く評価することができるポイントである。この文章がなければ、質問する側も安易に自分の情報を載せてしまっているのかと思い、質問がしにくくなってしまおうと思われる。

不要な項目を削除するだけでも大きく変わると思えるが、「よくある質問」や「なんでもお気軽に質問してください」等を入れるとより質問しやすくなると思う。

SHIN-CH
有限会社
シンエー木型工業

HOME
全社案内
事業紹介
設備紹介
製品紹介
採用情報
リンク
お問い合わせ

◇精密用金型◇発泡型◇木型◇金属部品加工(プラスチック)
【産業分野】自動車・航空機・二輪自動車・産業用機械・工作機械
公共関係【金型種別】精密金型【試作～量産】■試作金型■量産金型【一貫生産】金型製作量産可能【取扱い材料】鉄・鋼・アルミ・SKD・NAK・樹脂・木・他【使用CAD/CAM】3D対応Cimatron・CimatronE・STATION
精密用金型 発泡型 木型製作 3D設計 | 有限会社シンエー木型工業
電話:0258-22-7640

お問い合わせ

以下のフォームに入力のうえ、[送信]ボタンをクリックしてください。

※必須項目

ご質問内容等をお書きください。※

お名前※

メールアドレス※
半角英数字

郵便番号
半角数字とハイフン

ご住所

電話番号
半角数字とハイフン

FAX番号
半角数字とハイフン

今まで(有)シンエー木型工業にいらしたことはありますか？
☐ 有 ☒ 無

(有)シンエー木型工業より、お知らせのメールを送信してもかまいませんか？
☐ はい ☒ いいえ

入力された個人情報は、(有)シンエー木型工業からの連絡を目的で収集するものであり、原則として、ご本人の承諾なく第三者に開示・提供いたしません。

[送信]

[HOME](#) | [全社案内](#) | [事業紹介](#) | [設備紹介](#) | [製品紹介](#) | [採用情報](#) | [リンク](#) | [お問い合わせ](#)

Copyright (C) 2015 shin-shikigatakougyou All Rights Reserved.

図 2-9 現在の「お問い合わせ」のページ

2.3 昨年度の活動で提案した改善案について

昨年度の活動は企業調査やヒアリング活動などを行い、その結果をもとに改善提案を行った。ここでは昨年度提案した(有)シンエー木型工業のホームページの改善案について、説明をする。

(1) トップページについて

- ・ターゲット（対象顧客）を“新規顧客”とするため、初めてホームページを見た人でも、どのような企業で、どのようなことができるのかをわかりやすいようにする。
- ・トップページに「設備紹介」、「製品紹介」、「会社概要」が掲載されているが、これらはそれぞれページを分けて記載するほうがよい。
- ・「依頼を受けてから完成するまでのスピード感が売り」ということなので、トップページにスピード感が伝わる言葉や写真を載せたい。

- ・トップページにある「お知らせ」（新着情報）は定期的に更新したほうが良い。
- ・ユーザーが必要な情報に速やかにたどり着くために、サイトマップを用意したほうが良い。
- ・メニュー（ナビゲーション）は「HOME」、「会社案内」、「事業紹介」、「製作事例」、「設備紹介」、「お問い合わせ」、「採用情報」、「地域活動」等を配置する。

（２）「会社案内」について

- ・会社の沿革・経緯を記載したほうが信頼感を得るためには良い。
- ・トップページの下の方に配置されている下記の文章は、もう少し強調し、「会社案内」のページに移動させてもよいのではないかと。

『高品質、短納期、低コスト』がモットーです

お客様満足度 100%に努めております

試作から量産まで、満足のいく製品をお届けいたします。お気軽にご相談ください。

（３）「事業紹介」・「製作事例」・「設備紹介」について

- ・「事業紹介」のページに注文から製品受け渡しまでの流れを図で表すことで、顧客がイメージしやすくする。
- ・「製品紹介」というタイトルを「製作事例」等に変更し、必要なものについては、顧客の製品の写真についてホームページ掲載の許可をとった上で掲載する。
- ・「製作事例」、「設備紹介」では写真だけでなく紹介文も入れるとよい。

（４）「リンク」について

- ・可能ならば、つながりのある製造業と協力して、それぞれのホームページと相互リンクできるようにしてもらう。

（５）「お問い合わせ」について

- ・「お問い合わせ」の入力フォームの下二つ「今まで(有) (有) シンエー木型工業にいらしたことはありますか?」、「(有) シンエー木型工業より、お知らせのメールを送信してもかまいませんか?」は必要性が薄いため、削除してはどうか。

（６）その他

- ・できれば、地域貢献活動等について掲載したほうが親しみを感ずける。
- ・今日では PC だけでなくスマートフォンやタブレットで閲覧される傾向が強いため、ホームページをスマホ・タブレット対応にしたほうが良い。
- ・全体的にページを広く使うようにした方がよい。

図 2-10 は上記で述べてきた改善点をまとめて策定したメニュー構成案である。新着情報とリンクは HOME 等のメニューバーとは別に場所を設けることにした。特に、閲覧者が多く見られる「会社案内」「事業紹介」「製作事例」を充実させ、今までは 1 ページの中にまとめて入れていた情報を、それぞれのページごとに分けることで、ページの中に余裕ができ、見やすくなると思われる。また、今までにはなかった項目を新たに増やしたことで、より詳しく会社のことを知ることができると思われる。

これら昨年度の活動で提案された改善案や、今年の活動で行った会社訪問を通して新たに提案された改善案をもとに、(有) シンエー木型工業の新しいホームページのデモサイトを作ることになった。

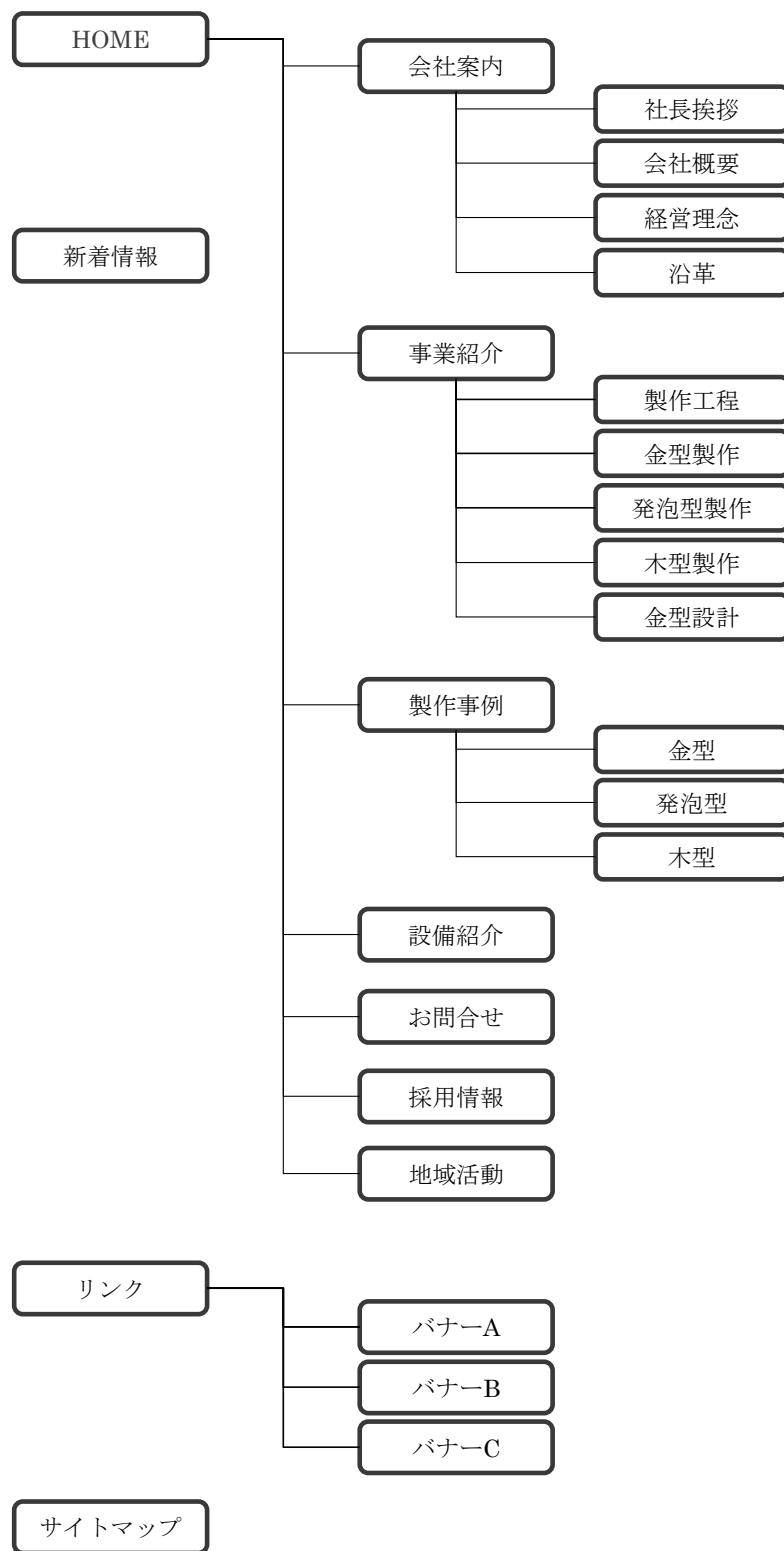


図 2-10 メニュー構成 改善案（昨年度の活動で提案済）

3. デモサイトの制作

3.1 デモサイト制作の目的

現代の企業にとってホームページには欠かせないものであり、お客様がインターネットを通して企業の情報を受け取る基本的な手段となっている。

今回のデモサイトの制作では、WordPress（ワードプレス）というシステムを利用している。ゼミナールで管理する共有ホスティングサーバに WordPress をインストールして、その中にデモサイトを作りこむことにした。

ホームページでは、企業が顧客に向かって重要な自社紹介と特徴的な技術や設備などを発信することができる。ホームページは直感的に企業の優位性を表現して、自社のサイトでお客様の目的に対して十分にアピールさえすれば、お客様の注目を受けることができる。

ホームページを開設することで、以下の活用が期待できる。

- ・ 売上げアップにつながる
- ・ 集客につながる
- ・ 問い合わせを増やせる
- ・ お客様からの信頼を得られる
- ・ 自社で情報を発信できる
- ・ 求人募集に活用できる

ゼミナールでは、ゼミ生の問題発見力と解決力をアップさせるように、デモサイトの制作を始めた。ゼミ学生全員は、「石川栄和・大串肇・星野邦敏『いちばんやさしい WordPress の教本』（インプレス、2014 年）」という書籍とインターネット上の情報を参考に、ゼロからデモサイトの制作を学んだ。その中で、学生自分自身のホームページ制作に対する弱みと強みも認識出来た。

3.2 (有)シンエー木型工業との打ち合わせ

企業ホームページの改善提案とデモサイトの制作については、6 月 26 日に(有)シンエー木型工業の高橋社長との打ち合わせを行った。

<実施概要>

日 時：平成 29 年 6 月 26 日(月) 15 時 00 分～16 時 10 分
訪問先：有限会社シンエー木型工業
対応者：代表取締役社長 高橋大輔 氏
参加者：中沢裕太、尾木和磨、菊地紘基、宋超



同社ホームページの改善案をより具体的に提案するデモサイトの制作について代表取締役の高橋大輔氏との打ち合わせおよび意見交換を行った。

打ち合わせの概要は次の通りである。

- ・同社は、他社の仕様にもとづいて型を作る請負会社である。
- ・トップページのターゲットは新規顧客である。
- ・当社の売りとして、“アイデア”、“スピード”、“パワー”を表現したい。
 - ＜アイデア＞：客への提供、社員一人がアイデアをもつ。
 - ＜スピード＞：作業の速さ、依頼を受けてから完成までのスピードが売り。
 - ＜パワー＞：従業員の体力と実力。
- ・沿革を載せる案について少しずつ進めている。
- ・製作事例では、守秘義務があるので、特定の製品の写真掲載は難しい。イラストなどを利用できないか。
- ・もし他社との協力があれば、強みや売りになる。
- ・信頼感を得るために、社長の顔写真を載せたい。
- ・受注から納品までの流れ図を掲載する。
- ・鋳造会社が分かるように、説明と画像を載せたい。
- ・お問合せのページには、質問の種類を選択するチェックボックスを追加することで、質問しやすくする。
- ・デモサイトの制作を進めて、9月頃を目安に見られるようにする。

3.3 WordPressとは

3.3.1 WordPress の概要

WordPress(ワードプレス)は、もとはブログを作成するためのシステムとして公開された。その後徐々に発展し、個人ブログ、企業サイト、公共機関のサイトなど、多方面にわたるウェブサイトで利用されている。WordPress は一体何のソフトウェアであるのか、ここから、WordPress の主な特徴について説明する。

WordPress は、2003 年にオープンソースのブログ作成するためのシステムとして公開された。オープンソースとはソースコード（ソフトウェアの設計図のようなもの、プログラム）を無料で公開して、誰でも自由に制作・修正できるソフトウェアである。

WordPress がオープンソースであるおかげで、世界中の技術者たちが開発に加わることができ、利用者のニーズに合わせてバージョンアップが繰り返されている。こうして WordPress は、単なるブログソフトとしてだけでなく、CMS（コンテンツ管理システム）として利用されるようになった。

CMS とはコンテンツ管理システムで、ホームページのコンテンツを管理するためのツールとなることである。WordPress は圧倒的なシェアを誇る CMS である。W3Techs という調査サービスが発表した統計によると、世界中のウェブサイトのうち 26.5%は WordPress で作成されているというデータがある。また、CMS で作られたサイトに限定すると、59.6%と圧倒的なシェアを占めている。国内でも、大手企業がコーポレー

トサイトの制作に WordPress を利用している。

すごく人気が高い WordPress で、利用するうえで、どんなメリットがあるか、ここから説明する。オープンソースである WordPress は無料で使うことができる。個人での利用など、費用はかからないことである。専門知識がなくてもサイトを作成できる。コンテンツの追加・編集・削除などの作業は、専用の管理画面で行う。以前は、ホームページを開設するには HTML、PHP などの専門知識が必要である。しかし、WordPress 管理画面での基本操作には専門知識やスキルが要らないなので、簡単にサイトを作成できる。管理画面は、Internet Explorer や Google Chrome などのインターネットブラウザで開くことができる。

出典：WordPress 超初心者講座「WordPress 基礎知識・WordPress とは？」

<https://wp-exp.com/blog/WordPress/>（閲覧日：平成 29 年 12 月 25 日）

WordPress の利用者の人数は非常に多いから、WordPress の教科書はたくさんある。初心者がわからなかったりトラブルになったりしても、解決しやすい。書店に行けば WordPress に関する本がたくさん並んでいるし、ウェブで検索すれば解説する文章もたくさんある。ゼミナールでは、『WordPress の教本』という本を利用して、問題を解決することが利便性を高めることを感じた。

WordPress は、サイトのデザインだけを簡単に切り替えられるようになっている。WordPress ではその仕組みのことがテーマと言い、WordPress の利用をはじめる段階で、標準のテーマが何枚か用意されている。その他、無料と有料のテーマを利用することができる。また、自分だけのオリジナルテーマを作ることも可能である。

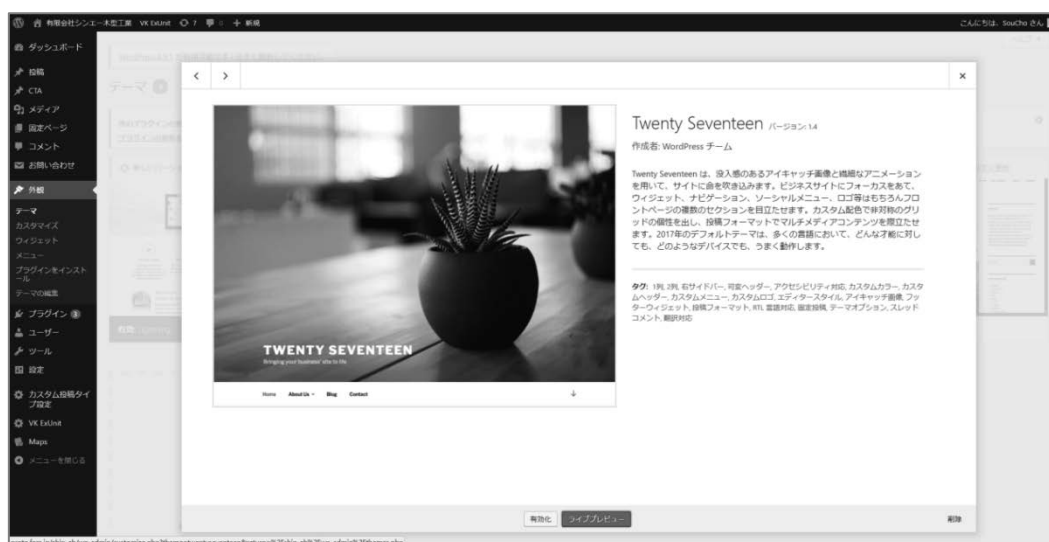


図 3-1 標準テーマ「Twenty Seventeen」

プラグインで必要な拡張機能を追加できる。プラグインは、WordPress の機能を拡張するプログラムである。必要に応じて、サイトにさまざまな機能を追加することができる。たとえば、サイト内のページを一覧表示するサイトマップを自動生成するプラグインや、簡単にお問い合わせフォームを作成できるプラグインなど、多種多様である。プラグイン

は、そのほとんどを無料で利用することができる。

このように、若干の手間とコストがかかるものの、WordPress はとても利用価値が高いソフトウェアである。「テーマ」でデザインを簡単に着せ替えられ、「プラグイン」で必要な機能を簡単に追加することができる。そして、何と言っても「無料」である。はじめは少々取っ付きにくいかもしれない。しかし、使い方をマスターすれば直感的な操作でウェブサイトを構築していくことができる。

3.3.2 WordPress の操作方法

WordPress にログインして最初に表示される図 3-2 のようなページのことを「ダッシュボード」と言う。ダッシュボードとは管理画面で、ブログのデザインを編集したり、ブログ記事を投稿したりするのも全てはこのダッシュボードから作業することになる。



図 3-2 WordPress 管理画面(ダッシュボード)

WordPress 管理画面(ダッシュボード)は3つの項目を分けている。

- ・ヘッダーメニュー：図 3-2 の上部はヘッダーメニューである。自分のアカウントやサイトを確認できる。
- ・メインナビゲーションメニュー：メインナビゲーションメニューは全ての作成機能が含まれている。またブログの投稿や編集など、ここから作成していくことになる。
- ・作業領域：メインナビゲーションメニューで選択した機能が表示される場所である。ここで作業することになる。

3.3.3 メインナビゲーションメニューの概要

ここからメインナビゲーションメニューを説明する。「投稿」はブログの新着情報の機能で、その中に「投稿一覧」、「新規追加」、「カテゴリー」、「タグ」という4つの機能がある。「メディア」では、ユーザーのサイトで使う画像を保存することができ、その中に「ライブラリ」、「新規追加」という2つの機能がある。「固定ページ」では、ユーザーがページの追加・編集・削除できる機能があり、その中に「固定ページ一覧」、「新規追加」という

3.3.4 お問い合わせの作成

プラグインをインストールすると WordPress の管理画面の左メニューに「お問い合わせ」が追加されるのでクリックして、「コンタクトフォーム 1」をクリックすると、問い合わせの編集画面にアクセスする。次は問い合わせフォームの設定をする。図 3-3 はゼミで設定されているフォームの内容である。

図 3-3 コンタクトフォームの編集

– 25 –

クできるメールアドレスを設定する。「送信元」には差出人のメールアドレスが設定できる。「件名」はデフォルトのままでも良いが、受信メールを見落とさないために分かりやすい件名にする方法もある。設定が完了したら編集画面ページの上に戻って、図 3-3 の通り「保存」をクリックする。この後にコードを使用するのでコピーして用意する。

管理画面の左メニューから「固定ページ → 新規追加」の順にクリックして、タイトルを入力し、先ほどコピーしたコードを貼り付ける。ここまでお問い合わせの設定が終わり、届くかのチェックを行って、問題なく確認できたら設定は完了である。

3.4 (有)シンエー木型工業デモサイトの概要

3.4.1 トップページ

これから、デモサイトの各ページの概要を説明する。

図 3-4 は(有)シンエー木型工業デモサイトのサイト構成案であり、図 3-5 はトップページである。

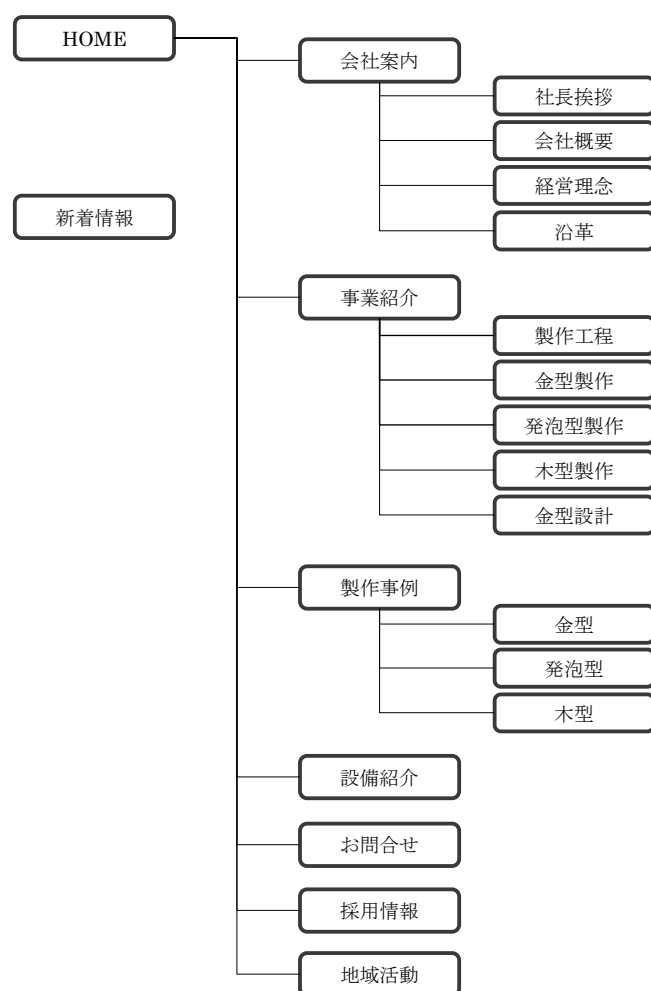


図 3-4 (有)シンエー木型工業デモサイトのサイト構成案



図 3-5 デモサイトのトップページ

トップページでは、一番上の左側は同社のロゴと社名である。クリックするとトップページに戻ることができる。右側は各ページにリンクしているナビゲーションである。ナビゲーションには、「ホーム」、「会社案内」、「事業紹介」、「製作事例」、「設備紹介」、「お問合せ」、「採用情報」、「地域活動」の8つの項目を分けた。次の部分はスライド画像である。同社の特徴的な技術と設備を表すような3つの画像が切り替わって表示される。その下には新着情報である。会社の重要な活動やイベントを掲載できる。日付とタイトルが記載されている。タイトルをクリックすると、それぞれの詳しい内容がページに表示される。日付の右側に新着情報のボタンが付いている。クリックすると新着情報のページが表示される。その下にある、3つの画像はPRブロックで、事業紹介、製作事例、設備紹介の情報にリンクされている。

フッターには自作のフェイスブックページのボタンと NAZE のバナーがある。なお、現時点では(有)シンエー木型工業のフェイスブックページは開設されてはいない。

3.4.2 会社案内のページ

「会社案内」の下に、4つのページを追加した。これから各ページについて説明する。

「社長挨拶」のページには、社長の言葉を図 3-6 のように掲載している。また、「経営理念」のページには、経営理念を図 3-7 のように掲載している。この経営理念はデモサイトで新しく追加したものである。



図 3-6 「社長挨拶」のページ



図 3-7 デモサイト「経営理念」のページ

図 3-8 は「会社概要」のページである。

「会社概要」のページでは、同社の売りである「『高品質、短納期、低コスト』がモットーです」を強調して表現した。その下には「お客様満足度 100%に努めております試作から量産まで、満足のいく製品をお届けいたします。お気軽にご相談ください。」を記載されている。次の部分は社名、代表者名、所在地、電話番号、メールアドレス、資本金、会社設立、従業員、事業内容など会社の基本情報を記載している。その下にある、アクセスでは Google マップを利用して利便性を高めている。

「沿革」のページは、図 3-9 の通りである。この沿革はデモサイトで新しく追加したものである。

SHIN-EH
有限会社 シンエー木型工業

ホーム会社案内事業紹介製作事例設備紹介お問合せ採用情報地域活動

会社概要

HOME > 会社案内 > 会社概要

『高品質、短納期、低コスト』がモットーです

お客様満足度100%に努めております
試作から量産まで、満足のいく製品をお届けいたします。お気軽にご相談ください。

会社案内

社長挨拶

会社概要

経営理念

沿革

社名

有限会社 シンエー木型工業

代表

高橋 大輔

所在地

〒940-0871
新潟県長岡市北陽1-53-46

TEL

0258-22-7640

FAX

0258-22-7641

URL

http://www.shin-eh.jp

E-mail

shin-eh@cup.ocn.ne.jp

資本金

1,000万円

会社設立

平成元年 5月1日

従業員

15名

事業内容

◇鋳造における金型、木型、発泡型の設計製作
◇各種自動製造型機用（水平、垂直）AL型、FC型、シエル中子型、スタック型、GDC型、自硬性用発泡型、木型、設計製作
◇プラスチック金型部品加工
◇モデリング
◇難削在、高硬度材加工

・アクセス

（有）シンエー木型工業
1 Chome-53-46 Hokuyō, Nagaoka-shi,
Niigata-ken 940-0871

Directions

Save

View larger map

八幡宮
長岡市北陽店
長教寺弘法殿
Shinbukui
買場亭
Suwa Shrine
諏訪神社
Ogaki
Hokuryū

©2017 Google - Map data ©2017 Google, ZENRIN Terms of Use

図 3-8 デモサイト「会社概要」のページ



図 3-9 デモサイト「沿革」のページ

3.4.3 「事業紹介」のページ

「事業紹介」の下に、5つのページを追加した。これから各ページについて説明する。

「製作工程」のページでは、新しく製作工程を図で表しており、受注から納品までの流れがわかりやすく表示されている。鋳造に関する金型、発泡型、木型、樹脂型を生産している。お客様からご依頼頂いた2D、3Dデータ及び図面からモデリング、設計を行い、鋳造型製作までを一貫生産する。発注から納品までの主な流れ、金型の製作工程は図 3-10 の通りであり、また、発泡型の製作工程は図 3-11 の通りである。

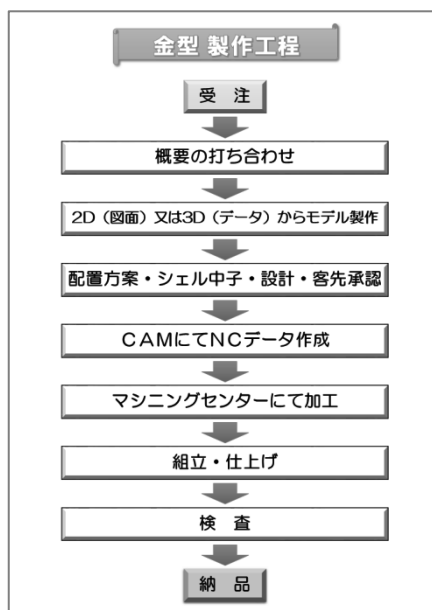


図 3-10 金型の製造工程



図 3-11 発泡型の製造工程

「金型製作」、「発泡型製作」、「木型製作」、「金型設計」4つのページでは、それぞれのお客様にわかりやすくなるように、詳しい説明と製作に関して図 3-12～図 3-15 のように掲載している。



図 3-12 デモサイト「金型製作」のページ



図 3-13 デモサイト「発泡型製作」のページ



図 3-14 デモサイト「木型製作」のページ



図 3-15 デモサイト「金型設計」のページ

3.4.4 「設備紹介」のページ

「設備紹介」のページでは、同社のすべての設備が表のように掲載されている。「設備紹介」のページは図 3-16 の通りである。



	設備名	加工範囲	台数
金型設備	3D CAD・CAM CimatronE/ΦSTATION		4台
	三次元測定機 CRYSTA-APEX-s 7106 (ミツトヨ)		1台
	汎用旋盤(4尺)		1台
	ラジアルボール盤		1台
	ホイスト 2t (日立)		1基
マシニングセンター	VM-5 (OKK)	1020mm×510mm	1台
	VM-7 (OKK)	1530mm×740mm	1台
	VM-76R (OKK)	1540mm×760mm	2台
	VM-9 (OKK)	2060mm×940mm	1台
	NCルーター 2126BBTG (SHINX)	2600mm×2100mm	1台
発泡型設備	パネルソー HP3N-1800I (SHINX)		1台
	横切り昇降機		3台
	糸ミシン		2台
	バンドソー		3台
	その他木工用機械		

図 3-16 デモサイト「設備紹介」のページ

3.4.5 「お問合せ」のページ

「お問合せ」のページは、図 3-17 の通りである。ユーザーが質問したい内容を会社のメールに送信できる。最初にユーザーが質問の種類を選択してもらう 5 個のチェックボックスがある。項目は、「試作の依頼」、「見積りの依頼」、「営業マンと話がしたい」、「採用情報について詳しく知りたい」、「その他、困り事や相談したいことがある」である。その下には、質問の詳しい内容を書けるテキストボックスがあり、以下は、会社名、名前、郵便番号、住所、電話番号とメールアドレスの入力欄が必須項目として置かれている。一番下には、電話番号と受付時間を記載した。ユーザーから送信したお問合せの内容はあらかじめ指定したメールアドレスにメールで送信されるように設定されている。送信されたメールの例は図 3-18 の通りである。

SHIN-EH
有限会社

[ホーム](#)
[会社案内](#)
[事業紹介](#)
[製作事例](#)
[設備紹介](#)
[お問合せ](#)
[採用情報](#)
[地域活動](#)

お問合せ

[HOME](#) > [お問合せ](#)

該当する項目にチェックをお入れください。(複数選択可)

☐ 試作の依頼
 ☐ 見積りの依頼
 ☐ 営業マンと話がしたい
 ☐ 採用情報について詳しく知りたい
 ☐ その他、困り事や相談したいことがある

お問い合わせの詳しい内容をお知らせください。(必須)

会社名 (必須)

所属部署

お名前 (必須)

郵便番号 (必須)

住所 (必須)

TEL (必須)

FAX

E-mail (必須)

入力された個人情報は、(有)シンエー木型工業からの連絡を目的で収集するものであり、原則として、ご本人の承諾なく第三者に開示・提供いたしません。

お気軽にお問い合わせください。

0258-22-7640

受付時間 9:00-18:00 [土・日・祝日除く]

図 3-17 デモサイト「お問合せ」のページ

有限会社シンエー木型工業 "株式会社○○工業"

受信箱 X

佐藤 wordpress@proto.fem.jp 通过 users511.phy.lolipop.jp*

发送至 我

日本語

>

中文

翻译邮件

差出人: 佐藤 <abc123@gmail.com>

会社名: 株式会社○○工業

所属部署:

チェックをお入れた項目は

試作の依頼, 営業マンと話したい

郵便番号: 940-1234

住所: 新潟県長岡市

T E L: 090-1234-5678

F A X:

メッセージ本文

○○について貴社と検討したいです。

--

このメールは 有限会社シンエー木型工業 (http://proto.fem.jp/shin-eh) のお問い合わせフォームから送信されました

図 3-18 お問い合わせメールの例

3.4.6 「採用情報」のページ

「採用情報」のページでは、募集要項を表のように記載している。募集要項は図 3-19 の通りである。なお、「採用情報」のページの上部には求める人材を掲載するスペースを設けている。

SHIN-EH 株式会社 シンエー木型工業	
募集職種	【正社員】CAD・CAMオペレータ
給与	当社規定による ※応相談・経験者優遇
勤務地	【株式会社 シンエー木型工業】 〒940-0871 新潟県長岡市北堀1-53-46
勤務時間	08:00～17:00 (休憩1h)
休日	隔週週休2日制 (土曜出勤時)・祝日 年間休日105日
福利厚生	社保・雇用・労災 退職金制度あり
応募方法	採用ご希望の方はお電話にてご連絡ください。 その後、履歴書持参(写真付き)で面接を行います。

図 3-19 デモサイト「採用情報」のページ

3.4.7 タブレット・スマホへの対応

デモサイトでは、タブレット端末やスマホにも対応している。これは WordPress で、タブレット端末に対応したテーマを選択するだけで自動的に設定される。タブレット端末やスマホで表示されるのは図 3-20 の通りである。



図 3-20 タブレット・スマホへの対応

3.5 デモサイトの制作状況の確認と内容についての打ち合わせ

9月15日に、(有)シンエー木型工業を訪問し、デモサイトの制作状況の確認と内容について高橋社長と打ち合わせを行った。これまでに作りこんだ新たなデモサイトを高橋社長に見てもらって、内容の確認とリニューアルについて意見交換を行った。また、同社のホームページ担当の方に新着情報を追加とお問合わせの設定についての操作を説明した。

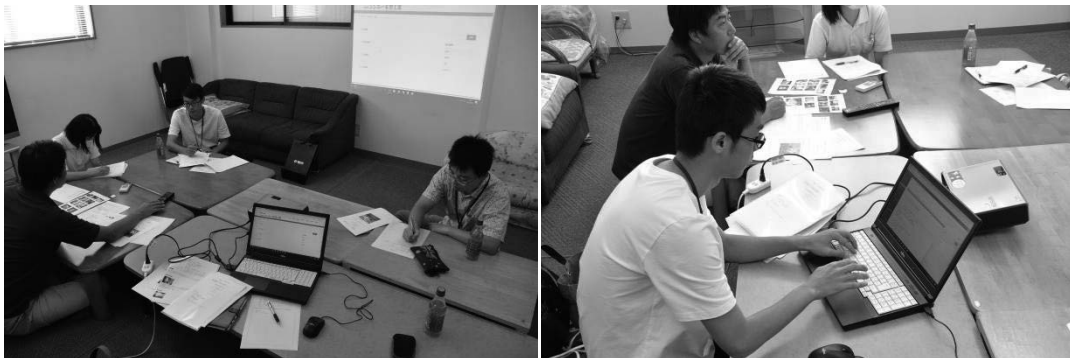
打ち合わせの中では、

- ・新しいサーバーを契約して、デモサイトの内容を組み込みたい。
- ・ホームページの運用段階では社員が随時更新できるようにしたい。
- ・トップページ上部の画像に臨場感のある動画を掲載できないかを検討する。
- ・写真や記事のデータを後日提供していただく。

といった項目が挙げられた。

<打ち合わせ実施概要>

日 時：平成 29 年 9 月 15 日(月) 13 時 25 分～15 時 05 分 訪問先：有限会社シンエー木型工業 対応者：代表取締役社長 高橋 大輔 氏 参加者：中沢裕太、宋超



3.6 今後の進め方についての打ち合わせ

11月24日に、(有)シンエー木型工業を訪問し、ゼミで制作をすすめてきたデモサイトについての報告と今後の進め方について高橋社長およびホームページ担当の方との打ち合わせを行った。とくに大きな修正はなく、雑談も交えて今後の方向について話し合った。

- ・デモサイトのコンテンツにさらに修正を加えて会社の特徴を効果的に発信できるデモサイトを仕上げる
- ・社員の方が更新できるように WordPress の操作についてアドバイスをを行う

などを確認し、今後は、同社で新たにレンタルサーバーを契約してから、デモサイトの内容に移設することになった。

<打ち合わせ実施概要>

日 時：平成 29 年 11 月 24 日(金) 15 時 00 分～16 時 05 分 訪問先：有限会社シンエー木型工業 対応者：代表取締役社長 高橋 大輔 氏 参加者：中沢裕太、宋超、尾木和磨

4. まとめ

企業の情報発信の手段としてその重要性が高まっているホームページの役割を検討し、コンテンツ面とシステム面の両面からの改善を施すことで、企業の情報発信における効果を高めようという観点から、本年度の活動では次のことを行った。

- (1) 昨年度のホームページ診断および改善案策定の対象企業であった有限会社シンエー木型工業のデモサイトの制作を行った。デモサイトの制作にあたって同社を訪問し、昨年度の提案内容の確認とデモサイトに組み込むべき内容について高橋社長と打ち合わせを行った。
- (2) デモサイトの制作に関して、ゼミナールで管理する共有ホスティングサーバに WordPress をインストールして、その中にデモサイトを作りこむことにした。ゼミ学生全員は書籍やインターネット上の情報を参考に、ゼロからデモサイトの制作を学んだ。その中で、学生自身のホームページ制作に対する弱みと強みも認識出来た。
- (3) 9月と11月に同社を訪問し、ゼミで制作をすすめてきたデモサイトの途中経過の報告と今後の進め方について高橋社長との打ち合わせを行った。11月の打ち合わせでは、デモサイトのコンテンツにさらに修正を加えて会社の特徴を効果的に発信できるデモサイトを仕上げることや社員の方が更新できるように WordPress の操作についてアドバイスを行うこと等を確認し、今後は、同社で新たにレンタルサーバーを契約してから、デモサイトの内容に移設することになった。

謝辞

本活動において、お忙しい中、アドバイザーとしてご指導をいただいた NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 事務局長 山田哲也 様、株式会社アルモ代表取締役社長 柴木樹 様にお礼を申し上げます。また、今年度の対象企業としてご協力いただいた有限会社シンエー木型工業の高橋大輔社長をはじめ関係者の皆様にも厚くお礼を申し上げます。

本当にありがとうございました。

長岡大学 学生による地域活性化プログラム 各プロジェクト報告書

1. 十分杯で長岡を盛り上げよう！
権 五景ゼミナール（1）
2. 長岡の隠れた地域資源を若人に広めよう！
栗井英大ゼミナール
3. 「まちの駅」の魅力発信と地域活性化への貢献
鯉江康正ゼミナール（1）
4. 企業ホームページの改善提案とデモサイトの作成
村山光博ゼミナール
5. グラスルーツグローバリゼーション ～草の根・地域からの人類統合の推進～
広田秀樹ゼミナール
6. 酒粕で長岡を盛り上げよう！
権 五景ゼミナール（2）
7. 地元企業の働き方を知る
鈴木章浩ゼミナール
8. 「まちの駅」から越路地域の魅力を発信
鯉江康正 ゼミナール（2）

平成29年度 学生による地域活性化プログラム 村山光博ゼミナール活動報告書

【発行日】 平成30年3月10日
【発行人】 村山 光博
【発 行】 長岡大学 地域活性化プログラム推進室
〒940-0828 新潟県長岡市御山町80-8
T E L 0258-39-1600（代）
F A X 0258-39-9566
<http://www.nagaokauniv.ac.jp/>