

企業の情報発信とホームページの役割

— コンテンツ診断 —

原田誠司ゼミナール

- 09M023 侯 偉
- 09M024 幸田 直樹
- 09M034 孫 囡
- 09M041 張 航
- 09M062 李 灿
- 09M401 张 许鑫

企業の情報発信とホームページの役割ーコンテンツ診断ー

目 次

はじめにー本プロジェクトの位置づけについてー

第1部 毛利製作所のホームページの情報内容（コンテンツ）診断と改善提案

1 趣旨

2 調査チーム等

3 とりまとめ資料について

資料1 毛利製作所ホームページ・コンテンツ診断結果と改善提案

資料2 毛利製作所「企業研究シート」（コンテンツ）についてのコメント

資料3 毛利製作所・企業研究シート

資料4 毛利製作所ホームページ・コンテンツ診断シート

資料5 毛利製作所ホームページ・コンテンツ診断チャート

第2部 サカタ製作所のホームページの情報内容（コンテンツ）診断と改善提案

1 趣旨

2 調査チーム等

3 とりまとめ資料について

資料1 サカタ製作所ホームページ・コンテンツ診断結果と改善提案

資料2 サカタ製作所「企業研究シート」（コンテンツ）についてのコメント

資料3 サカタ製作所・企業研究シート

資料4 サカタ製作所ホームページ・コンテンツ診断シート

資料5 サカタ製作所ホームページ・コンテンツ診断チャート

第3部 オオイのホームページの情報内容（コンテンツ）診断と改善提案

1 趣旨

2 調査チーム等

3 とりまとめ資料について

資料1 オオイホームページ・コンテンツ診断結果と改善提案

資料2 オオイ「企業研究シート」（コンテンツ）についてのコメント

資料3 オオイ・企業研究シート

資料4 オオイホームページ・コンテンツ診断シート

資料5 オオイホームページ・コンテンツ診断チャート

企業の情報発信とホームページの役割
ーサカタ製作所／毛利製作所／オオイ各社ホームページの情報内容
(コンテンツ) 診断と改善提案ー

ゼミナール担当教員 原田 誠司

平成 23 年度の原田ゼミナールの<企業の情報発信とホームページの役割ーサカタ製作所／毛利製作所／オオイ各社ホームページの情報内容 (コンテンツ) 診断と改善提案ー>プロジェクトの実施計画・状況は次の通りである。

1 取組のテーマ選び・・・第 1 段階 (平成 23 年 5 ～ 6 月段階)

まず、学生が取り組むテーマ選びを行った。

(1) 方針の説明

ゼミ担当教員・原田の方から、4 月のゼミで、次の方針を学生に提示した。

- ・位置づけ・・・前年度 (平成 22 年度) の長岡産業活性化協会 N A Z E の会員企業を対象にして、情報発信力の充実の観点から、地域活性化プログラムとして、取り組む。
- ・目的・・・前年度と同様、実際のテーマを対象にして、提案することにより、調査研究の方法を学び、社会人基礎力の向上を図ることを目指す。
- ・取組テーマ・・・長岡市の地域活性化課題・テーマを検討してほしい。具体的には、長岡市総合計画「第 5 章第 3 節高品質・高付加価値を生み出す産業のまち」の課題解決、つまり、産業活性化への取組みとしたい。

(2) テーマの検討・決定

- ・全体テーマ・・・前年度に引き続き、「企業の情報発信とホームページの役割ー 2 ～ 3 社のホームページ改善提案ー」に取り組むこととした。
- ・具体的テーマ・・・ホームページ診断を情報内容＝コンテンツ、仕組み＝システムの 2 面から調査研究することとした。
- ・取組みチーム・・・原田ゼミナールは前年度に引き続き、コンテンツ診断を担当することとした。なお、システム診断は、村山ゼミナールが担当した。コンテンツ診断チームは次の通り。

★コンテンツ・チーム・・・原田ゼミナール 3 年生 ◎印＝責任者

◎侯イ、張コウ、李サン、張ユウシン、ソン・ナン、幸田直樹

- ・連携アドバイザー・・・前年度に引き続き、N A Z E 情報化コーディネーター：杉浦聡氏に、本取組のアドバイザーをお願いした。N A Z E では、会員企業の情報発信力強化のための課題解決事業として位置づけた。

2 調査研究計画・・・第 2 段階 (平成 22 年 7 月段階)

第 2 段階として、調査研究計画を具体化した。

- ・調査対象企業・・・前期にサカタ製作所、毛利製作所、後期にオオイの 3 社とした。
- ・取組の趣旨・目的・・・次の 2 点にある。企業が若者 (新規学卒) を採用するために

好ましい情報発信＝ホームページのあり方、具体的には、掲載情報内容（コンテンツ）と使い勝手（システム）について、現状の評価・問題点をまとめ、改善課題を提案する。また、この調査研究を通して、学生の調査能力・社会人基礎力の向上を図る。

・調査研究スケジュール・・・大きくは、次の3段階で進めた。

①**企業研究シートの作成**・・・3社のホームページ等を調査し、「企業研究シート」に記入し、情報内容＝コンテンツを整理する。

*企業研究シートは原田誠司が授業等で活用するために作成した様式であり、企業活動の基本情報を記入するシートである。このシートは、若者の人材確保という観点から既存調査で作成・提案した<ホームページ・コンテンツ診断チェックシート>（経済産業省からの長岡大学受託調査『長岡地域若者キャリア育成事業報告書』平成19年3月長岡大学）の諸情報項目を改善したのものである。項目や様式は本文報告書を参照されたい。

②**企業診断シート・企業診断チャートの作成**・・・次の手順で、「企業診断シート」および「企業診断チャート」を作成する。

a 学生6名が作成した企業研究シートにもとづき各人が「企業診断シート」に評価（5、4、3、2、1の5段階評価）を記入する。

b 同診断シートの各人評価点を100点満点に換算し、各項目の平均値（6人の）を算出する。

c 同診断シートの各項目平均値をレーダーチャートに図示する。

③**問題点等の整理とヒアリング**・・・以上の「企業研究シート」、「企業診断シート」および「企業診断チャート」を踏まえて、ホームページ内容の問題点等を整理し、調査対象企業にヒアリングを行う。

④**改善提案**・・・ヒアリング結果を踏まえて、改善提案を行う。

3 調査の実施・・・第3段階（平成23年7月～平成24年1月）

以上の調査研究計画を踏まえて、次のように調査を実施した。

・企業研究シートの作成・・・7～12月

・企業診断シート／企業診断チャートの作成／問題点整理・・・9～1月

・企業見学・ヒアリング→毛利製作所・・・7月19日、サカタ製作所・・・7月26日、オオイ・・・12月13日、にそれぞれ実施。

4 改善提案・・・第4段階（平成23年10月、平成24年2月）

有限会社毛利製作所代表取締役社長・毛利 豊氏、株式会社サカタ製作所取締役総務部長・小林準一氏、株式会社オオイ専務取締役・大井敏栄氏、同営業部係長・原 俊英氏に、原田、村山、杉浦3名でお会いし、改善提案を行った。

5 ホームページ改善・・・第5段階（平成23年11月～）

サカタ製作所のホームページの改善は平成23年10月～11月に行われた。毛利製作所とオオイの改善は社内で検討されている（平成24年2月段階）。

6 報告

以上の3社のコンテンツ診断内容は、次のように、発表・報告を行った。

- ・長岡大学大学祭<悠久祭>・・・平成23年10月29～30日（土～日）。サカタ製作所と毛利製作所のコンテンツ診断パネルを展示。 於：長岡大学教室
- ・学生による地域活性化プログラム平成23年度中間発表会・・・平成23年11月26日（土）。 サカタ製作所と毛利製作所のコンテンツ診断のみ。 於：長岡大学教室
- ・学生による地域活性化プログラム平成23年度成果発表会・・・平成23年11月26日（土）。3社のコンテンツ診断。 於：ホテルニューオータニ長岡
- ・NAZE総会・・・平成24年3月7日（水）。3社のコンテンツ診断を発表。 於：長岡グランドホテル

はじめにー本プロジェクトの位置づけについてー

1 テーマ

本プロジェクトのテーマは、次の通りである。

企業の情報発信とホームページの役割

2 本プロジェクトの位置づけと枠組み

(1) 位置づけ

本プロジェクトは、NPO法人長岡産業活性化協会NAZEの会員企業のホームページの診断・改善を通して、企業の情報発信力の充実・強化を図ろうとの課題を、長岡大学の2つのゼミナール（原田誠司および村山光博ゼミナール）が受けとめて実施したものである。

(2) プロジェクトの枠組み

- ・ホームページ診断は、大きく、情報内容（コンテンツ）とシステム（機能）の2つに分けて評価した。
- ・この診断基準は、「企業の魅力発信と若者人材確保に関する指針」（平成18年度の経済産業省からの長岡大学受託調査『長岡地域若者キャリア育成事業』）のコンテンツ・システム診断指標を原点にして、作成した。内容は、後掲の診断シートを参照されたい。
- ・診断チームは、コンテンツを原田ゼミナール、システムを村山ゼミナールで担うこととした。NAZEとのコーディネーター、学生のアドバイザーには、NAZE情報化コーディネーターの杉浦 聡氏にお願いした。
- ・診断対象企業は、NAZEの会員企業のなかから、手を上げていただいた、有限会社毛利製作所（社長：毛利 豊氏）、株式会社サカタ製作所（社長：坂田 匠氏）、株式会社オオイ（社長：大井 尚敏氏）の3社とした。

3 本プロジェクトの進行

- ・進め方としては、まず、2つのゼミで、対象企業のホームページを分担して調査し、診断項目に現状を書き込む。
- ・次いで、参加学生メンバーが各項目ごとに、評価点（各項目＝100点満点）をつけて、合計と平均を解散する。
- ・現状評価と診断評価点を見比べて、どんな点を改善すべきかを整理する。
- ・改善点等を調査企業の社長に報告する。
- ・会社側の改善点等への回答および改善結果を把握する。
- ・調査結果は、NAZE会員にも情報提供を行う。

第1部 毛利製作所のホームページの情報内容（コンテンツ）診断と改善提案

有限会社毛利製作所のホームページの情報内容＝コンテンツ診断を次のように行いました。報告します。

1 趣旨

- ・有限会社毛利製作所のホームページを見て、企業の業務等諸情報が応募希望者や取引先に正しく伝えられるように作成されているか、を診断する。
- ・また、その結果、改善点が見つければ、改善提案を行う。
- ・学生がこのホームページ情報の調査を通して、企業研究を行うことにより、学生の調査能力や社会人基礎力の向上を図る。

2 調査チーム等

- ・科目：原田ゼミナールⅢ（3年生）
- ・担当教員：原田誠司
- ・ホームページ診断チーム：以下の6名。 ◎印＝責任者
◎侯偉、李サン、張ユウシン、孫ナン、張コウ、幸田直樹（3年生）
- ・取組期間：平成23年6月～平成23年10月

3 とりまとめ資料について

この作業は、次のようにとりまとめを行いました。

- ・資料1 毛利製作所ホームページ・コンテンツ診断結果と改善提案
*資料2以下を総括して、まとめたものです。
- ・資料2 有限会社毛利製作所「企業研究シート」（コンテンツ）についてのコメント
*次の資料3のシートをみて気がついたコメント（解説）です。
*「★コンテンツ診断」の部分は、資料3、4、5による評価であり、資料1に続きます。
- ・資料3 毛利製作所・企業研究シート
*主として、会社とNAZEのホームページを見て、事業内容等（コンテンツ）記入しました。
- ・資料4 毛利製作所ホームページ・コンテンツ診断シート
*これは、大きく5つの指標（Ⅰ会社概要、Ⅱ沿革・理念・戦略、Ⅲ事業概要、Ⅳ仕事環境、Ⅴ採用情報）で、資料3の企業研究シートの内容＝コンテンツを評価したデータです。
*A～Fは評価学生6名、Gは合計、Hは6名の平均（100点満点で評価）です。
- ・資料5 毛利製作所ホームページ・コンテンツ診断チャート
*これは、資料4の学生6名（A～F）と平均（H）の評価点をレーダーチャートに図示したものです。
*5つの指標（Ⅰ～Ⅴ）の評価はこのチャートで、さら各指標（Ⅰ～Ⅴ）ごとに評価内容は資料4の診断シートを見てください。

資料 1

コンテンツ診断結果と改善提案

1 コンテンツ診断結果について

株式会社毛利製作所ホームページ・コンテンツの診断結果は、次の通りです。

* <資料 2～資料 5>を参照してください。

- ・ <Ⅰ 会社概要>について
 - * 従業者数の内訳と売上高・利益が未掲載の点で、やや評価点が低くなっていますが、全体としては、良好な評価です（平均 70 点台）。
- ・ <Ⅱ 沿革・理念・戦略>について
 - * 沿革は十分ですが、経営理念・社是・基本方針等はあまり明示的ではなく、また、戦略も明示的ではない点で、評価点（平均 50 点台）が低くなっています。
- ・ <Ⅲ 事業概要>について
 - * 事業内容は記載されていますが、顧客、提供方法などは明確ではなく、とくに強みについてはあまり整理されていまいので、評価が低くなっています（50 点台）。
- ・ <Ⅳ 仕事環境>について
 - * ここは、人材育成・仕事環境などの情報が掲載されていないので、評価点（平均 30 点台）が低くなっています。
- ・ <Ⅴ 採用情報>について
 - * 一般求人・新規学卒採用情報が掲載されていないので、評価点（平均 30 点台）が低くなっています。

2 改善提案について

次のような改善が望ましいと思います。

* <資料 2 (有) 毛利製作所「企業研究シート」(コンテンツ) についてのコメント>を参照してください。

①会社概要について

- ・ 従業者数の内訳は多くの会社が未掲載ですので、気にしなくてよいと思います。
- ・ 問題は売上高・利益ですが、中小企業の場合は多くの企業がこの情報を掲載していません。応募者や取引先にとっては望ましい情報ですので、売上高だけでも掲載していただきたいと思います。もちろん、これは、経営者の判断によります。

②沿革・理念・戦略について

- ・ 経営理念・社是・基本方針は会社経営にとって重要な役割をはたします。ヒアリングで確認しましたように、経営理念・社是・基本方針は明確になっているのですから、ホームページにもきちんと掲載すべきです。その際、やや詳しい説明を加えるとわかりやすくなります。
- ・ 戦略についても、機械加工とレリーフ製作を柱に、記載できると思います。

③事業概要について

- ・ 事業紹介について、次の諸点に注意して、整理するのがよいのではないかと思います。
 - ア 機械加工部門と工業工芸部門（レリーフ）に分けて、事業分野を明確にする。
 - イ 次に、機械加工部門の高精度加工、一貫加工、加工ノウハウを記載する。

ウ これら加工部門の取引先、機械設備、技術者などを記載する。

エ レリーフ製作・販売の概要、とくに依頼から完成までの流れ、価格を明確に記載する
・経営の特徴・強み・課題について、品質、納期、コスト、体制の観点から整理して、記載する必要があると思います。

④仕事環境について

・人材募集の有無とは関係なく、機械加工の職種・仕事のすばらしさ／楽しさ、さらには能力アップ・資格取得などについて掲載した方がよいと思います。会社のイメージアップにつながると思います。

⑤採用情報について

・人材募集の有無をはっきり掲載したほうが良いと思います。

⑥総括として

各分野の改善点等は上記の通りですが、この診断の問題点も記しておきます。

「⑤採用情報」の評価点が低くなっていますが、これの評価指標は人材募集の観点があったので、加えた指標ですので、人材募集をしていない会社には不適な項目です。したがって、この評価は低いのは気になさらないでいただきたい。ただし、「④仕事環境」は会社のイメージアップにも役立ちますので、「⑤採用情報」とは別にご検討ください。

資料2 有限会社毛利製作所「企業研究シート」(コンテンツ)についてのコメント

.....
*NAZE・毛利製作所ホームページ等(『新潟県会社要覧』、『東商信用録新潟県版』など含む)を利用して、原田ゼミナール学生の活動により、有限会社毛利製作所の「企業研究シート」を作成した。

*以下は、<資料3 有限会社毛利製作所・企業研究シート>についてのコメント(解説)です。
.....

I 会社概要

01 フェイスシート①-会社名等-

・会社名、創業・設立年月、代表者・・・ホームページ(以下、Webと略)・会社等概要ページでわかります。

*創業者については、7月19日の会社見学の際、お聞きしました。

・資本金、所在地(本社、営業所、工場等主な施設)、従業員数・・・Web・会社等概要ページで分かりました。

*従業員の内訳(男女別等)、Web・会社概要ページに未掲載でした

02 フェイスシート②-売上高・利益-

・売上高、利益・・・Web・会社案内・概要ページ、および『要覧』、『信用録』にも未掲載でした。

*7/19会社見学・ヒアリングの際、平成21年度の売上高約1.5億円、経常黒字と伺いました。

★コンテンツ診断→<資料4(有)毛利製作所ホームページコンテンツ診断シート>および<資料5(有)毛利製作所ホームページコンテンツ診断チャート>→従業員数の内訳と売上高・利益が未掲載の点で、やや評価点が低くなっています。平均75%ですから、よい方です。

II 沿革・理念・戦略

1~3 沿革・理念・戦略

・沿革・・・Web・会社案内・沿革ページで、確認できました。

・経営理念・・・Web・会社案内ページには<経営理念>のページはありませんが、毛利社長の<ごあいさつ>(会社Web)とNAZEのWebの<特色>に、経営理念に該当する部分が掲載されています。シートに記入した部分が、理念にあたると思います。ヒアリングの際、経営理念、社是、大切な方針について、お聞きしました。

*これらの諸点は非常に重要なので、経営理念・社是・基本方針を明示し(解説含めて)、Web・会社案内ページに掲載する必要があります。

・目標・戦略・・・目標・戦略ともに、掲載されていません。機械加工という業種の特性(受注タイプ)はありますが、経営の中期目標(売上高や成長率等)はともかく、戦略は明確にできるのではないのでしょうか。

*会社の特徴から、機械加工(高精度加工、納期短縮、コスト削減)とレリーフ製作・販売がポイントでしょうか。

★コンテンツ診断→<資料4(有)毛利製作所ホームページコンテンツ診断シート>および<資料5(有)毛利製作所ホームページコンテンツ診断チャート>→沿革は十分ですが、経営理念

等はあまり明示的ではなく、また、目標・戦略も明示されていないので、評価点が低くなっています。経営理念・社是・基本方針と戦略は明示すべきと考えます。

Ⅲ 事業概要

4～6 商品・顧客・提供方法

☆ここは、＜主な事業・商品－主な顧客・市場－主な提供方法＞の仕組み＝ビジネスモデル（利益をあげる事業の仕組み）の観点から明確にする欄です。

- ・ **主な事業・商品**・・・Web・事業内容ページで、全体的に紹介されていますが、素人にはややわかりにくい。機械加工部門と工業工芸部門（レリーフ製作）に分けて、わかりやすく紹介した方がよい。とくに、会社のWeb・事業内容ページには、NAZEのWeb・事業内容ページを取り込んで、説明した方がわかりやすい、と思います。
- ・ **主な顧客・市場**・・・これは、Webページには掲載されていないので、ヒアリングの結果をシートに記入しました。
- ・ **主な事業・商品の提供方法**・・・これは、事業が機械加工が中心なので、加工機械設備とノウハウ＝技能・技術者等人材がポイントになると思います。

＊加工機械設備は、Web・設備紹介ページに記載されていますので、その概要をシートに記入しました。

＊技能・技術者は、Webには記載されていないので、NAZEのWebページから記入しました。会社のWebにも掲載する必要があります。

＊業務の受注方式については、ホームページでは不明でした。ヒアリングの結果を記入しました。

7 経営の特徴・強み・課題

- ・ **経営の特徴・強み・課題**・・・ここは、以上を総括して、企業の特徴、経営の仕方の特徴・強み、ビジネスモデルの特徴・強み、さらに、技術、製品、営業、販売方法等について、整理する欄として位置づけました。

＊機械設備と技術については、Web・会社案内ページ、NAZEのWebページの記載されていますが、事業・経営上の効果・メリット・強みは明確には記載されていません。

ヒアリングの際いただいた資料（機械要素展示会資料）にあるように、加工の特徴（高精度加工、一貫製作）および短納期、コスト削減の3つをもっと強調して、明確に記載すべきです。

★**コンテンツ診断**→＜資料4（有）毛利製作所ホームページコンテンツ診断シート＞および＜資料5（有）毛利製作所ホームページコンテンツ診断チャート＞→事業（機械加工やレリーフ製作）はわかりますが、顧客、提供方法、強み等はあまり明確ではないため、評価が低くなっています。上記のように整理してわかりやすく記載すべきです。

Ⅳ 仕事環境

8 人材育成・仕事環境

- ・ **職種・仕事**・・・Webには仕事に関する情報は掲載されていません。NAZEのWebページの技術・技能者の欄から推測する外ありません。

＊人材育成・仕事環境（どんな仕事を行うか、社員教育、人事の考え方、賃金等）につい

てもう少し、丁寧に記載する必要があります。とくに、仕事の楽しさと能力アップ（資格取得）支援について掲載すべきです。

★コンテンツ診断→<資料4（有）毛利製作所ホームページコンテンツ診断シート>および<資料5（有）毛利製作所ホームページコンテンツ診断チャート>→ここは、人材育成・仕事環境などの情報がほとんど掲載されていないので、評価点が低くなっています。上記のように、必要な情報は掲載した方がよいと思います。

V 採用情報

9 採用情報

・採用情報等・・・現在、新卒採用は行っていないので、この情報は掲載されていない。今後採用の際は、諸採用情報（求める人材像、説明会、応募方法、応募期間、採用試験等）は掲載したほうがよいと思います。

★コンテンツ診断→<資料4（有）毛利製作所ホームページコンテンツ診断シート>および<資料5（有）毛利製作所ホームページコンテンツ診断チャート>→ここは、一般求人・新規学卒の採用情報は記載されていないので、評価点が低くなっています。募集の有無は明確にした方がよいと思います。

資料 3

毛利製作所「企業研究シート」

*調査日：2011年10月11日

*調査資料：NAZE・毛利製作所ホームページ等

*調査者：原田ゼミ・ホームページ診断チーム

会社名	有限会社 毛利製作所		
設立年月	1973年11月28日有限会社毛利製作所設立 *創業1960年		
代表者名	毛利 豊		
創業者名	毛利留作(祖父)、教男(父)	資本金	5,000,000円
所在地	本社工場：〒940-0006 新潟県長岡市東高見1-1-7(北部工業導入団地内) TEL(0258-24-1054) FAX(0258-24-0429) URL(http://www.mohri-mhr.com/company.htm) e-mail(mohri.m@sage.ocn.ne.jp)		
	営業所・工場・店舗等：本社工場		
従業者数	総数：15人 内訳・男女別(男13人、女2人) 年齢別(20代、30代、40代、50代以上) 職種別(総務系、技術系、営業系、現場系)		
売上高	()期(平成 年 月~平成 年 月) ()百万円		
利益	営業利益(約)百万円、売上高営業利益率()% 経常利益(約)百万円、当期利益(約)百万円		
1 沿革	1960年 毛利鉄工所を長岡市袋町1丁目にて創業。工作機械、自動車部品製作 1970年 袋町1丁目にて工場拡張 1973年 有限会社毛利製作所設立 1974年 長岡市新組町1904番地に工場移転。業務拡張により自動車部品の増産達成 1980年 新組町1904番地にて工場拡張 1986年 北部長岡工業導入団地(東高見1-1-7)に工場移転 2004年 同敷地内に新工場増築		
2 経営理念・ビジョン	・「機械加工技術 深化継承」(理念) ・「時流に先んじた研究と新たな創造」(社是) ・「人間力の更なる向上」、「時間的付加価値生産能力を強くする」(大切な方針)		
3 経営の目標・戦略	・複合的・高精度加工、短納期対応およびコスト削減		

4 主な事業・商品	<p>*売上高、前年比増減もわかれば記入する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・機械加工部門・・・NC旋盤・マシニングセンタ・円筒，平面研削盤・ワイヤー放電加工機等の工作機械による複合的加工程フレキシャーブレード、スピンドル、ノズルなど ・工業工芸部門・・・レリーフ製作（CADデータからの三次元加工）
5 主な顧客・市場	<p>*主な事業・商品ごとの主な顧客・市場（輸出含む）を記入する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・機械加工部門の顧客・・・長岡地域の工作機械メーカー等（ツガミ、ユキワ精工等）。BtoBの分野。 ・工業工芸部門・・・レリーフの顧客・・・個人、会社等。BtoCの分野。
6 主な事業・商品の提供方法	<p>*主な事業・商品ごとの提供方法（製造・流通・販売方法）を記入する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・技能者の確保（円筒研削盤作業、マシニングセンタ作業、数値制御旋盤作業、平面研削盤作業、ワイヤ放電加工作業） ・各種加工機械の保有（5軸制御マシニングセンタ、横型マシニングセンタ、ワイヤカット放電加工機、NC旋盤、平面研削盤、円筒研削盤等） ・機械加工分野・・・受注生産。 ・レリーフ分野・・・インターネット等による販売。
7 経営の特徴・強み・課題	<p>*経営の仕方、ビジネスモデル、新技術、新製品開発、営業力等特徴・課題を記入する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・3DCAD/CAM、五軸加工機による高精度3次元加工が可能 ・旋盤、マシニング、研削、ワイヤーカットの一貫製作が可能 ・上記の結果、納期短縮とコスト削減が可能 ・また、工作機械メーカー部品の豊富な加工ノウハウ、工作物の制度・形状（幾何精度$\pm 2\mu\text{m}/2\mu\text{m}\circ 1\mu\text{m}/\circ/2\mu\text{m}$）を保有 ・レリーフ加工の技術を保有（写實的レリーフ製作）
8 人材育成等仕事環境	<p>*社内教育、人事、賃金等労務関係を記入する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・円筒研削作業等諸技能・資格取得を支援
9 採用情報等	<p>*新規学卒採用情報を記入する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・工業高校卒生は採用したが、今は新卒採用より、即戦力採用が中心。
10 総合評価等	<p>*以上を総括して、総合的評価、質問点などを整理する</p>

資料4 毛利製作所ホームページ・コンテンツ診断シート

(社名：毛利製作所) (評価者：侯偉、李サン、張ユウシン、孫ナン、張コウ、幸田直樹)

*自己評価欄は、採点者の感想等を記入する。*採点欄は、5(非常によい)、4(よい)、3(普通)、2(あまりよくない)、1(劣る)の評価で、点数を記入する。

カテゴリ	項目	A	B	C	D	E	F	G	H
I 会社概要	1 会社名・代表社名・代表者メッセージが明確である	20	20	20	20	20	20	120	20
	2 会社所在地(本・支店等)・連絡先(電話・ホームページ)が明確である	20	20	20	20	20	20	120	20
	3 従業者数(総数、性別、正規・非正規別、年齢別、職種別)が明確である	16	12	20	8	12	12	80	13
	4 資本金・資産状況が明確である	4	20	16	16	12	16	84	14
	5 売上高・利益(前期)が明確である	4	4	12	8	4	12	44	7
	計	64	76	88	72	68	80	448	75
II 沿革・理念・戦略	6 会社の沿革・経緯がきちんと紹介されている	8	20	20	8	20	20	96	16
	7 経営理念(ビジョン、社是、社訓等)が明確である	20	4	20	16	8	12	80	13
	8 当面の経営の目標(中期の売上高、市場シェア等)が明確である	4	4	12	8	4	8	40	7
	9 目標を達成するための経営の戦略(柱となる方策)が明確である	4	4	12	12	4	8	44	7
	10 社会貢献の考え方・活動が明確になっている	4	16	16	8	4	8	56	9
	計	40	48	80	52	40	56	316	53
III 事業概要 (ビジネスモデル)	11 主な事業・商品が明確である	16	16	20	8	20	16	96	16
	12 主な市場・顧客が明確になっている	4	4	12	8	8	8	44	7
	13 主な事業・商品の提供方法(開発、生産、販売まで)が明確である	4	4	12	8	12	12	52	9
	14 自社の特徴・強みが明確である	12	8	20	8	12	8	68	11
	15 取引先との情報交換の仕組みが明確である	4	4	16	8	16	8	56	9
	計	40	36	80	40	68	52	316	53
IV 仕事環境 (仕事・労働条件)	16 人事・教育制度が明確である	4	12	12	8	4	4	44	7
	17 仕事の種類(スキル)がわかる	4	8	16	8	4	4	44	7
	18 社員の仕事の仕方(1日、1週間)がわかる	4	16	16	4	4	4	48	8
	19 社員の自己紹介(生の声)が掲載されている	4	4	12	8	4	4	40	7
	20 社風・会社のカラーがわかる	4	4	20	8	4	4	44	7
	計	20	44	76	36	20	20	216	36
V 採用情報	21 求める人材像(採用基準)が明確である	4	12	10	8	4	8	48	8
	22 募集職種(スキル・資格等)が明確である	4	8	12	8	4	8	44	7
	23 賃金・勤務地等労働条件が明確である	4	8	12	8	4	8	44	7
	24 選考のプロセス(試験、スケジュール等)が明確である	4	12	8	8	4	8	44	7
	25 応募・エントリーの仕方が明確である	4	4	8	8	4	4	32	5
	計	20	44	52	40	20	36	212	35

(注) A~Fは評価学生6名、Gは合計、Hは6名の平均。

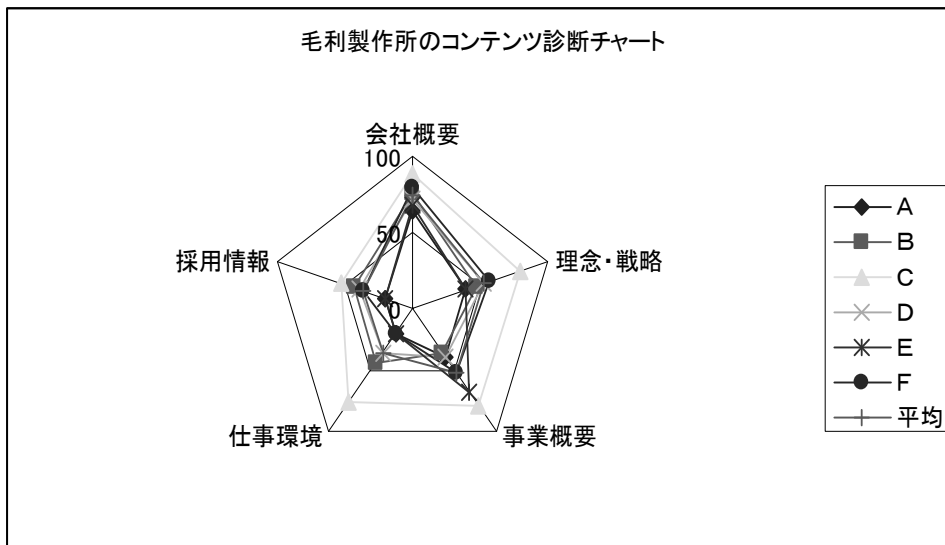
資料5 毛利製作所ホームページ・コンテンツ診断チャート

*資料4をベースに次の診断チャートを作成した

毛利製作所ホームページ・コンテンツ診断データ一覧

	会社概要	理念・戦略	事業概要	仕事環境	採用情報
A	64	40	40	20	20
B	76	48	36	44	44
C	88	80	80	76	52
D	72	52	40	36	40
E	68	40	68	20	20
F	80	56	52	20	36
平均	75	53	53	36	35

(注) A～Fは学生



第2部 サカタ製作所のホームページの情報内容（コンテンツ）診断と改善提案

株式会社サカタ製作所のホームページの情報内容＝コンテンツ診断を次のように行いました。報告します。

1 趣旨

- ・株式会社サカタ製作所のホームページを見て、企業の業務等諸情報が応募希望者や取引先に正しく伝えられるように作成されているか、を診断する。
- ・また、その結果、改善点が見つければ、改善提案を行う。
- ・学生がこのホームページ情報の調査を通して、企業研究を行うことにより、学生の調査能力や社会人基礎力の向上を図る。

2 調査チーム等

- ・科目：原田ゼミナールⅢ（3年生）
- ・担当教員：原田誠司
- ・ホームページ診断チーム：以下の6名。 ◎印＝責任者
◎侯偉、李サン、張ユウシン、孫ナン、張コウ、幸田直樹（3年生）
- ・取組期間：平成23年6月～平成23年9月

3 とりまとめ資料について

この作業は、次のようにとりまとめを行いました。

- ・資料1 サカタ製作所ホームページ・コンテンツ診断結果と改善提案
*資料2以下を総括して、まとめたものです。
- ・資料2 サカタ製作所「企業研究シート」（コンテンツ）についてのコメント
*次の資料3のシートをみて気がついたコメント（解説）です。
*「★コンテンツ診断」の部分は、資料3、4、5による評価であり、資料1に続きます。
- ・資料3 サカタ製作所・企業研究シート
*主として、会社とNAZEのホームページを見て、事業内容等（コンテンツ）記入しました。
- ・資料4 サカタ製作所ホームページ・コンテンツ診断シート
*これは、大きく5つの指標（Ⅰ会社概要、Ⅱ沿革・理念・戦略、Ⅲ事業概要、Ⅳ仕事環境、Ⅴ採用情報）で、資料3の企業研究シートの内容＝コンテンツを評価したデータです。
*A～Fは評価学生6名、Gは合計、Hは6名の平均（100点満点で評価）です。
- ・資料5 サカタ製作所ホームページ・コンテンツ診断チャート
*これは、資料4の学生6名（A～F）と平均（H）の評価点をレーダーチャートに図示したものです。
*5つの指標（Ⅰ～Ⅴ）の評価はこのチャートで、さら各指標（Ⅰ～Ⅴ）ごとに評価内容は資料4の診断シートを見てください。

資料1 コンテンツ診断結果と改善提案

1 コンテンツ診断結果について

株式会社サカタ製作所ホームページ・コンテンツの診断結果は、次の通りです。

* <資料2～資料5>を参照してください。

- ・ <Ⅰ 会社概要>について
 - * 従業者数の内訳と売上高・利益が未掲載の点で、やや評価点が低くなっていますが、全体としては、良好な評価です（平均70点台）。
- ・ <Ⅱ 沿革・理念・戦略>について
 - * 沿革は十分ですが、経営理念・社是はわかりやすく、戦略はもっと明示する必要があります。社会貢献はもっと強調されるべきです。評価点はまあまあ良好（平均70点弱）です。
- ・ <Ⅲ 事業概要>について
 - * 主な事業・商品は非常にわかりやすく紹介され、また、特徴・強みも概ね理解できます。ただし、取引先や情報交換などは明示的ではない。全体の評価は、まあまあ良好（平均70点程度）です。
- ・ <Ⅳ 仕事環境>について
 - * ここは、人材育成・仕事環境などの情報が掲載されていないので、評価点はやや低くなっています（平均60点弱）。
- ・ <Ⅴ 採用情報>について
 - * 一般求人・新規学卒採用情報が掲載されていないので、評価点が低くなっています（平均40点台）。

2 改善提案について

次のような改善が望ましいと思います。

* <資料2および資料3>を参照してください。

①会社概要について

- ・ 従業者数の内訳は多くの会社が未掲載ですので、気にしなくてよいと思います。
- ・ 問題は売上高・利益ですが、中小企業の場合は多くの企業がこの情報を掲載していません。貴社は立派な業績をあげているのですから、ホームページにも堂々と掲載すべきです。応募者や取引先にとっては大変望ましい情報です。その際、売上高の点で、シェア日本一も明確に記載した方がよいと思います。

②沿革・理念・戦略について

- ・ 沿革は60年史という形で、整理・掲載されており、大変すばらしい。
- ・ 経営理念・社是ともにわかりやすくするため、解説が必要だと思います。社是はホームページにも掲載すべきです。また、戦略は、日本一をめざし、日本一を実現しているのですから、その点を坂田社長の講演通り、より明確に記載すべき、と考えます。また、新分野（環境分野）への進出の戦略的位置も記載すべきでしょう。

③事業概要について

- ・ 多様・各種金属折板屋根構成品製造・販売など、主な事業等よくわかります。
- ・ また、多様・各種金属折板屋根構成品（取付金具等）メーカーとしての特徴・強みが顧

客のニーズを徹底的に反映した製品開発（徹底したマーケティング重視）にあることがわかります。ソーラーパネル等環境分野への進出で、今後の方向も理解できます。

- ・顧客との情報交換（受発注情報）をさらにやりやすくすることが販売・販路拡大につながります。各種商品、通販および注文等を一括してネットで貴社に発信できるサイト（総合注文サイト）を追加したらどうかと思います。ご検討ください。

④仕事環境について

- ・人材募集の有無とは関係なく、＜人＞を柱にした仕事、社員教育、賃金等情報を充実させて会社の魅力向上を図るべきです。とくに、各職種・仕事のすばらしさ／楽しさ、さらには能力アップ・資格取得などについて掲載した方がよいと思います。

⑤採用情報について

- ・新卒採用情報については、＜求める人物像＞を明確にしてください。

⑥総括として

各分野の改善点等は上記の通りですが、この診断の問題点についても記しておきます。

「⑤採用情報」は人材募集の観点から加えた指標ですので、人材募集をしていない会社には不適な項目です。しかし、有能な人材確保には重要な評価指標ですので、十分念頭において情報発信する必要があると考えます。また、新規採用情報はない場合でも、「④仕事環境」は会社のイメージアップにも役立ちますので、「⑤採用情報」とは別に充実させておく必要があります。

資料2 サカタ製作所「企業研究シート」(コンテンツ)についてのコメント

.....
*NAZE・サカタ製作所ホームページ等(『新潟県会社要覧』、『東商信用録新潟県版』など含む)を利用して、原田ゼミナール学生の活動により、株式会社サカタ製作所の「企業研究シート」を作成しました。

*以下は、<資料3 サカタ製作所・企業研究シート>についてのコメント(解説)です。

I 会社概要

01 フェイスシート①-会社名等-

・会社名、創業・設立年月、代表者・・・ホームページ(以下、Webと略)・「会社案内」ページでわかります。

*創業者については、「60年の歩み」ページから記入しました。

・資本金、所在地(本社、営業所、工場等主な施設)、従業員数・・・Web・「会社案内」ページで分かりました。

*従業員の内訳(男女別等)、Web・「会社案内」ページには、未掲載でした

02 フェイスシート②-売上高・利益-

・売上高、利益・・・Web・「会社案内」ページには未掲載でした。『要覧』、『信用録』からシートに記入しました。

★**コンテンツ診断**→<資料4 サカタ製作所ホームページ・コンテンツ診断シート>および<資料5 サカタ製作所ホームページ・コンテンツ診断チャート>→従業員数の内訳と売上高・利益が未掲載の点で、やや評価点が低くなっています。売上高・利益は、立派な業績を上げているのですから、堂々と、掲載すべきです。それでも、平均74%ですから、良好です。

II 沿革・理念・戦略

1~3 沿革・理念・戦略

・沿革・・・Web・会社案内ページで確認できました。また、「60年の歩み」ページで、非常に詳しく貴社の歴史を確認できました。このページは非常によい。

・経営理念・・・Web・会社案内ページに掲載されている<経営理念>と、同ページの坂田社長<ごあいさつ>と<坂田語録>をシートに記入しました。会社訪問で、立派な社是があることがわかりました。

*経営理念・社是ともに非常に重要なので、ともにわかりやすい解説をつけてホームページに掲載する必要があると思います。とくに会社のアイデンティティを形成するためには、わかりやすくする必要があります。

・目標・戦略・・・目標・戦略ともに、明示的に掲載されてはおりません。Web・会社案内ページの坂田社長<ごあいさつ>と、10月5日の坂田社長講演ポイントを記入しました。これは正しいでしょうか。また、経営の中期目標はおそらく、環境分野への進出と売上高目標にある(「ソーラー金具」のページが非常に詳しくよい)と思いますが、その辺の目標設定は明示的ではありません。

・社会貢献・・・「60年の歩み」ページおよび「がんばれ。東日本!」ページに記載されていますが、もったきちん(<CSR>のページをつくる)と紹介しても良いのではないでしょ

うか。

★コンテンツ診断→<資料4 サカタ製作所ホームページコンテンツ診断シート>および<資料

5 サカタ製作所ホームページコンテンツ診断チャート>→沿革は十分で高い評価ですが、経営理念や戦略はわかりやすいとはいいにくく、やや低くなっています。また、目標は明示されていないので、評価点は低い。社会貢献はページをもうけて強調すべきです。全体では、70%弱ですから、まあまあですね。

III 事業概要

4～6 商品・顧客・提供方法

☆ここは、<主な事業・商品－主な顧客・市場－主な提供方法>の仕組み＝ビジネスモデル（利益をあげる事業の仕組み）の観点から明確にする欄です。

- ・ **主な事業・商品**・・・Web・「会社案内」ページ、「製品カタログ」ページおよび「サカタのソーラー金具」ページで、詳細に紹介されています。「金属屋根部品とは」ページがあるので、素人のわれわれ学生でも、大体わかります。さらに、「屋根・屋外施工に関わるサビ専門サイト」ページは顧客の課題解決製品を提案している。非常によい。
- ・ **主な顧客・市場**・・・これは、Webページには掲載されていないので、『要覧』、『信用録』からシートに記入しました。
- ・ **主な事業・商品の提供方法**・・・市場・顧客にニーズに応えた製品開発・サービス提供に徹している点（得意技日本一）が大きな特長である。マーケティングの強化、ニーズの開発部門へのフィードバックがポイント。また、「Best Select Shop」ページでは通販（サビ取りブラシソケット等）も行っている。ただし、商品の販売・販路拡大のためには、ホームページ上に、顧客が注文・依頼しやすい総合注文サイトをもうけることも検討してはいかがでしょうか。

7 経営の特徴・強み・課題

- ・ 当社の強みは、戦略の欄で記したように<金属折板屋根金具日本一>をめざして<得意技日本一>という戦略のもとで、それを実現する仕組み＝ビジネスモデルを構築したこと、と言えよう。つまり、多様・各種な金属折板屋根（業者）に対応した取付金具を、顧客ニーズ（現場の施工ニーズ）に対応した製品開発を行うシステム（マーケティング対応開発に徹底）を確立した。その結果、他社の追随を許さず、金属折板屋根部品（建築金具）の全国シェア日本一（約70%）を達成した。
- ・ 今後は、ソーラー金具の分野でどこまで、成長・発展するかが課題であろう。

★コンテンツ診断→<資料4 サカタ製作所ホームページコンテンツ診断シート>および<資料

5 サカタ製作所ホームページコンテンツ診断チャート>→主な顧客（取引先）や取引先との情報交換の仕組みがあまり明示的ではない（問い合わせ先や通販などは明示されているが）ので、その点で評価が低くなった。顧客の総合注文サイトの設置を検討されたい。全体的には、70%程度なので、よい。

IV 仕事環境

8 人材育成・仕事環境

- ・ 組織の機能だけでなく、もっと<人材>を柱にした紹介（どんな仕事を行うか、社員教育、人事の考え方、賃金等）を丁寧に記載する必要があります（「会社案内」ページで）。とくに、

仕事の楽しさと能力アップ（資格取得）支援については掲載すべきではないでしょうか。

★コンテンツ診断→<資料4 サカタ製作所ホームページコンテンツ診断シート>および<資料5 サカタ製作所ホームページコンテンツ診断チャート>→ここは、人材育成・仕事環境などの情報が掲載されていないので、評価点が低くなっています。人材確保の観点から、仕事の魅力の掲載を検討していただきたいと思います（「会社案内」ページの充実）。

V 採用情報

9 採用情報

・採用情報等・・・現在、新卒採用は行っていないので、この情報は掲載されていません。「採用情報」ページには、<若手社員図鑑>ページ等があり好印象を持つのですが、今後採用の際は、<求める人材像>などの情報を明確に示していただければ、と思います。

★コンテンツ診断→<資料4 サカタ製作所ホームページコンテンツ診断シート>および<資料5 サカタ製作所ホームページコンテンツ診断チャート>→ここは、一般・新規学卒求人の採用情報は記載されていないので、評価点が低くなっていますが、これはいたしかたないと思います。

資料3

サカタ製作所・企業研究シート

*調査日：2011年10月17日

*調査者：原田ゼミ・ホームページ診断チーム

会社名	株式会社サカタ製作所		
設立年月	1973（昭和48）年1月24日 *創業1951（昭和26）年9月1日		
代表者名	代表取締役社長 坂田 匠		
創業者名	坂田 省司	資本金	1,320 万円
所在地	本社：〒940-2403 新潟県長岡市与板町本与板45番地 総務部 TEL：0258-41-5266 FAX：0258-72-0062 URL（http://www.sakata-s.co.jp） e-mail（eigyous@sakata-s.co.jp）		
	営業所・工場・店舗等： 【東京営業所】〒101-0041 東京都千代田区神田須田町1-28番地アクア神田ビル4階 TEL 03-5296-8686 FAX 03-5297-8055 【大阪営業所】〒532-0011 大阪府大阪市淀川区西中島5-11-10 第三中島ビル4階 TEL 06-6307-0050 FAX 06-6307-0110		
従業者数	総数：127人（2010年4月） 内訳・男女別（男 人、女 人） 年齢別（20代 、30代 、40代 、50代以上 ） 職種別（総務系 、技術系 、営業系 、現場系 ）		
売上高	（ ）期（2008年11月～2009年12月）（約2,525）百万円 *07年12月は3,695百万円、08年12月は3,617百万円で、リーマンショックの影響で09年12月期は減少。		
利益	2009年12月期経常利益（△約365）百万円 *07年12月111百万円、08年12月△35百万円、リーマンショックで赤字拡大。		
1 沿革	<ul style="list-style-type: none"> ・1951（昭和26）年 新潟県三条市島田で創業。鉋(か)を製造。 ・1963（昭和38）年 雨樋受金具に代表される建築金具の製造を始める。 ・1965（昭和40）年 火打ち金具の製造を始める。 ・1973（昭和48）年 法人設立。社名を有限会社サカタ製作所とする。資本金250万円。金属製折板屋根構成部品の製造を始める。 ・1989（平成元）年12月 新潟県三島郡与板町（現・長岡市）に工場を設立。 ・1990（平成2）年1月 株式会社サカタ製作所に改組。その後、増床工事を実施。（1996年6期工事まで） ・1993（平成5）年 大阪営業所開設。 ・1998（平成10）年 東京営業所開設。 ・2003（平成15）年3月 本社にて、国際標準規格ISO9001-2000を取得。 ・2004（平成16）年 本社工場の製造機能をすべて与板事業所に統合、合理化を目指す。 ・2005（平成17）年 本社機能を長岡市与板に移し、全機能を一ヶ所に集約する。 ・2008（平成20）年 太陽光関連事業への取組みを強化。 ・2009（平成21）年 太陽光関連事業拡大のため、東京営業所を移転。 ・2010（平成22）年 国際標準規格ISO-9001:2008に移行。 		

<p>2 経営理念・ビジョン</p>	<p><経営理念></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「会社はその所属する社会の正当性を信じる。」 ・「発展は社会からの評価の増大であり、また利潤は、社会からの更なる発展を期待されてのご褒美である。」 <p><社是></p> <p>社会性に優る方針はなし 教育に優る業務はなし</p> <p>当社は開発・製造・販売を行うサービス企業である</p> <p>会社は公器である</p> <p>*坂田語録・・・(坂田省司) →「プレス機屋はプレス買って大間違いはない。」(坂田匠) →「ある者の強み・ない者の強み」 / 「軸足経営」・「ランチェスター戦略ー強者の戦略・弱者の戦略ー」 / 「2：8の法則」 / 「2：6：2の法則」 / 「数字のマジック」 / 「稼働率（かどうりつ）と可動率（べきどうりつ）」 / 「工数低減→原価低減→さらなる改善活動」 / 「できる人間は知恵が出る。できない人間は愚痴が出る。いい加減な人間は言い訳が出る。」</p>
<p>3 経営の目標・戦略</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・金属（折板）屋根用部品に特化し、技術革新による挑戦と創造を繰り返す ・日本一を目指し、アイデンティティを知る→得意技を知る→得意技を絞る→得意技を極める→得意技日本一→得意技を広げる（2011/10/5 坂田社長講演）
<p>4 主な事業・商品</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・業種：機械加工、板金・製缶、表面処理・熱処理、塗装 ・主な事業：金属製折板屋根構成部材の設計・製造・販売（売上高の90%）、一般住宅用建築金具の設計・製造・販売（同10%）及び金型の設計・製造。 ・断熱金具（建物の冷暖房エネルギー損失軽減）、葺替金具（老朽屋根の改修用）、取付金具・架台（太陽光ソーラーパネル設置用）が売りの製品。今年度は東日本大震災後の復旧用仮設住宅用金具の受注大。
<p>5 主な顧客・市場</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・主要仕入先：(株)野水鋼鐵店、(株)山喜産業、(株)協和、(株)藤田金属、(株)阪和興業 ・主要販売先：(株)月星商事、(株)淀川製鋼所、(株)セキノ工場、(株)三晃金属工業、(株)メトーカケフ。商社と代理店を経緯して、建築業者へ。
<p>6 主な事業・商品の提供方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・基本は<B to B>のビジネスなので、材料商社から仕入れ、商社・代理店・建設業者に販売する。 ・その際の特徴は、営業ー開発ー製造ー品質保証ー販売の一貫システムを確立したこと。マーケティング機能の強化により、金属屋根製造・組立の施工現場の要望＝ニーズを開発部門にフィードバックし、多様・各種金属折板屋根に対応したニーズ対応型取付金具等製品を提供する点にある。
<p>7 経営の特徴・強み・課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・金属折板屋根部品（建築金具）の全国シェアは約70%で、日本一。 ・多様・各種金属折板屋根（業者）に対応した取付金具を開発して、他社の追随を許さない。そのため、技術開発に注力。100超の特許取得。 ・製品開発システムの確立・・・技術室（製品開発部門）が製品開発を総合的にマネジメント。営業体制を充実させ、施工現場の要望＝市場のニーズを開発部門にフィードバックする。製造は最先端のFA工場。コンピュータ化に生産ライン（自動化

	<p>ラインと単品対応マシンが効率よく稼働)で、多品種少量生産も可能。</p> <ul style="list-style-type: none"> 顧客からの注文・依頼のホームページ上での便利な受け方の方法(総合注文サイト等)を検討することが今後の課題の1つと思われる。
8 人材育成等仕事環境	<ul style="list-style-type: none"> 組織図、組織機能(営業・販売、製品開発、製造、品質保証、購買・管理)とその機能は記載されていますが、仕事の種類や仕事の仕方、労働時間、賃金、社内教育・人材育成制度等は掲載されていません。
9 採用情報等	<ul style="list-style-type: none"> 採用欄はあるが、採用情報は掲載されていない。 ただし、若手社員図鑑で若手社員の声は掲載されている。長岡大学卒業の先輩も登場している。
10 総合評価等	<p>*以上を総括して、総合的評価、質問点などを整理する</p> <ul style="list-style-type: none"> 売上高・利益等情報はホームページには未掲載であり、掲載した方がよいと思います。シェア日本一(70%)などもきちんと掲載した方がよいと思います(2011/10/5坂田社長講演でわかりました)。 沿革は非常によいのですが、経営理念と戦略はよりわかりやすく説明する(解説をつける)必要があります。社員のアイデンティティ形成のために。 多様・各種金属折板屋根構成品製造・販売など、主な事業とよくわかります。さらに、代表的な特許や仕入先・販売先が具体的に掲載されるとよりわかりやすくなります。 多様・各種金属折板屋根構成品(取付金具等)メーカーとしての特徴・強みが顧客のニーズを徹底的に反映した製品開発(徹底したマーケティング重視)にあることがわかりました。また、ソーラーパネル等環境分野への進出で、今後の方向も理解できます。 顧客からの注文・依頼のホームページ上での便利な受け方の方法(総合注文サイト等)を検討し、販売・販路拡大に資する必要がある。 組織機能だけでなく、<人>を柱にした仕事、社員教育、賃金等情報や新卒採用情報(求める人物像)を充実する必要があると思います。

資料4

サカタ製作所ホームページ・コンテンツ診断シート

(社名：サカタ製作所) (評価者：侯偉、李サン、張ユウシン、孫ナン、張コウ、幸田直樹)

*採点欄は、5 (非常によい)、4 (よい)、3 (普通)、2 (あまりよくない)、1 (劣る) の評価で、点数を記入する。

カテゴリー	項目	A	B	C	D	E	F	G	H
I 会社概要	1 会社名・代表社名・代表者メッセージが明確である	16	20	20	20	20	20	116	19
	2 会社所在地(本・支店等)・連絡先(電話・ホームページ)が明確である	20	20	20	20	20	20	120	20
	3 従業者数(総数、性別、正規・非正規別、年齢別、職種別)が明確である	8	12	16	8	20	20	84	14
	4 資本金・資産状況が明確である	8	16	20	16	8	8	76	13
	5 売上高・利益(前期)が明確である	4	8	16	8	4	8	48	8
	計	56	76	92	72	72	76	444	74
II 沿革・理念・戦略	6 会社の沿革・経緯がきちんと紹介されている	20	20	20	8	20	20	108	18
	7 経営理念(ビジョン、社是、社訓等)が明確である	12	12	20	16	12	12	84	14
	8 当面の経営の目標(中期の売上高、市場シェア等)が明確である	12	4	16	8	4	4	48	8
	9 目標を達成するための経営の戦略(柱となる方策)が明確である	8	8	20	12	20	16	84	14
	10 社会貢献の考え方・活動が明確になっている	4	12	20	8	16	16	76	13
	計	56	56	96	52	72	68	400	67
III 事業概要 (ビジネスモデル)	11 主な事業・商品が明確である	12	12	20	8	20	20	92	15
	12 主な市場・顧客が明確になっている	12	8	20	8	16	12	76	13
	13 主な事業・商品の提供方法(開発、生産、販売まで)が明確である	16	8	20	8	20	20	92	15
	14 自社の特徴・強みが明確である	20	16	20	8	16	16	96	16
	15 取引先との情報交換の仕組みが明確である	8	4	16	8	12	8	56	9
	計	68	48	96	40	84	76	412	69
IV 仕事環境 (仕事・労働条件)	16 人事・教育制度が明確である	12	8	20	8	4	8	60	10
	17 仕事の種類(スキル)がわかる	20	8	16	8	8	8	68	11
	18 社員の仕事の仕方(1日、1週間)がわかる	4	16	16	8	4	8	56	9
	19 社員の自己紹介(生の声)が掲載されている	16	8	20	8	20	12	84	14
	20 社風・会社のカラーがわかる	4	20	20	8	12	16	80	13
	計	56	60	92	40	48	52	348	58
V 採用情報	21 求める人材像(採用基準)が明確である	12	4	20	8	4	4	52	9
	22 募集職種(スキル・資格等)が明確である	16	16	16	8	4	4	64	11
	23 賃金・勤務地等労働条件が明確である	4	12	16	4	4	4	44	7
	24 選考のプロセス(試験、スケジュール等)が明確である	8	8	20	4	4	8	52	9
	25 応募・エントリーの仕方が明確である	8	12	20	4	4	8	56	9
	計	48	52	92	28	20	28	268	45

(注) A～Fは評価学生6名、Gは合計、Hは6名の平均。

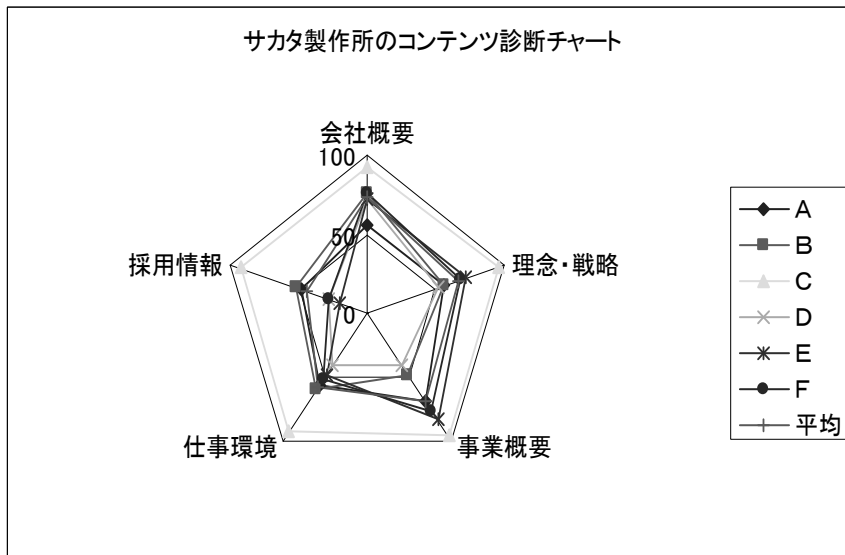
資料5 サカタ製作所ホームページ・コンテンツ診断チャート

*資料4をベースに次の診断チャートを作成した

サカタ製作所ホームページ・コンテンツ診断データ一覧

	会社概要	理念・戦略	事業概要	仕事環境	採用情報
A	56	56	68	56	48
B	76	56	48	60	52
C	92	96	96	92	92
D	72	52	40	40	28
E	72	72	84	48	20
F	76	68	76	52	28
平均	74	67	69	58	45

(注) A～Fは学生



第3部 オオイのホームページの情報内容（コンテンツ）診断と改善提案

株式会社オオイのホームページの情報内容＝コンテンツ診断を次のように行いました。報告します。

1 趣旨

- ・株式会社オオイのホームページを見て、企業の業務等諸情報が応募希望者や取引先に正しく伝えられるように作成されているか、を診断する。なお、評価診断項目は、新規学卒の観点（就職）から構成している。
- ・また、その結果、改善点が見つければ、改善提案を行う。
- ・学生がこのホームページ情報の調査を通して、企業研究を行うことにより、学生の調査能力や社会人基礎力の向上を図る。

2 調査チーム等

- ・科目：原田ゼミナールⅢ（3年生）
- ・担当教員：原田誠司
- ・ホームページ診断チーム：以下の6名。 ◎印＝責任者
◎侯偉、李サン、張ユウシン、孫ナン、張コウ、幸田直樹（3年生）
- ・取組期間：平成23年11月～平成24年2月

3 とりまとめ資料について

この作業は、次のようにとりまとめを行いました。

- ・資料1 オオイホームページ・コンテンツ診断結果と改善提案
*資料2以下を総括して、まとめたものです。
- ・資料2 オオイ「企業研究シート」（コンテンツ）についてのコメント
*次の資料3のシートをみて気がついたコメント（解説）です。
*「★コンテンツ診断」の部分は、資料3、4、5による評価であり、資料1に続きます。
- ・資料3 オオイ・企業研究シート
*主として、会社とNAZEのホームページを見て、事業内容等（コンテンツ）記入しました。
- ・資料4 オオイホームページ・コンテンツ診断シート
*大きく5つの指標（Ⅰ会社概要、Ⅱ沿革・理念・戦略、Ⅲ事業概要、Ⅳ仕事環境、Ⅴ採用情報）で、資料3の企業研究シートの内容＝コンテンツを評価したデータです。
*Ⅳ、Ⅴは、学生の就職の観点からもうけた項目です。
*A～Fは評価学生6名、Gは合計、Hは6名の平均（100点満点で評価）です。
- ・資料5 オオイホームページ・コンテンツ診断チャート
*これは、資料4の学生6名（A～F）と平均（H）の評価点をレーダーチャートに図示したものです。
*5つの指標（Ⅰ～Ⅴ）の評価はこのチャートで、さら各指標（Ⅰ～Ⅴ）ごとに評価内容は資料4の診断シートを見てください。

1 コンテンツ診断結果について

株式会社オオイホームページ・コンテンツの診断結果は、次の通りです。

* <資料 2～資料 5>を参照してください。

- ・ <Ⅰ 会社概要>について・・・従業員数の内訳と売上高・利益が未掲載の点で、やや評価点が低くなっています（平均 60 点台）。
- ・ <Ⅱ 沿革・理念・戦略>について・・・沿革は書かれていますが、経営理念・社是は一部掲載にとどまります。目標・戦略・社会貢献は未掲載です。そのため、評価点はやや低くなっています（平均 57 点）。
- ・ <Ⅲ 事業概要>について・・・主な事業・商品、顧客、特徴は概ね理解できます（提供方法と取引先との情報交換はあまりよくわかりません）。全体的には、それなりに評価できます（平均 65 点）。しかし、十分高い（70 点台以上）というわけではありません。
- ・ <Ⅳ 仕事環境>について・・・人材育成・仕事環境などの情報が掲載されていないので、評価は低くなっています（平均 25 点）。
- ・ <Ⅴ 採用情報>について・・・この項目も、求人・新規学卒採用情報が掲載されていないので、評価は低くなっています（平均 23 点）。

2 改善提案について

(1) 会社概要について

- ・売上高・利益ですが、中小企業の場合は多くの企業がこの情報を掲載しておりません。応募者や取引先にとっては望ましい情報ですので、掲載が望ましいと思います。

(2) 沿革・理念・戦略について

- ・経営理念・社是は、社内にはきちんと掲示してありますので、ホームページにも掲載すべきです。ただし、理解を深めるため、適切な解説をつけることが望ましいと思います。
- ・経営目標、戦略、社会貢献は記載されていませんが、定性的な表現での掲載を検討していたらと思います。

(3) 事業概要について

- ・産業機械等の部品加工から組立てまでの幅広い一貫製造の事例をあげた説明があると分かりやすいと思います。
- ・受発注の仕組み、強み（技術、品質、納期、コスト、体制等）はぜひ掲載していただきたいと思います。

(4) 仕事環境について

- ・人材募集の有無とは関係なく、<人>を柱にした仕事、社員教育、賃金等情報を充実させて会社の魅力向上を図る必要があると思います（各職種・仕事の楽しさ、能力アップ・資格取得など）。

(5) 採用情報について

- ・採用情報を掲載する場合は、ぜひ、<求める人物像>を明確にして、掲載してください。

(6) 総括として

最後に、この診断の限界・制約についても記しておきます。

「IV仕事環境」は新規採用情報はない場合でも、会社のイメージアップにも役立ちますので、充実させておく必要があると思います。「V採用情報」は、人材募集がない場合は不要な項目ですが、有能な人材確保には重要な項目ですので、注意する必要があります。

なお、この診断は、学生の観点（就職活動と素人の観点）で行ったという限界（企業間取引やプロの観点ではない）があることにご留意いただきたいと思います。

資料2 オオイ「企業研究シート」(コンテンツ)についてのコメント

.....
* N A Z E・オオイホームページ等(『新潟県会社要覧』、『東商信用録新潟県版』など含む)を利用して、原田ゼミナール学生の活動により、株式会社オオイの「企業研究シート」を作成しました。

* 以下は、<資料3 株式会社オオイ・企業研究シート>についてのコメント(解説)です。

I 会社概要

01 フェイスシート①-会社名等-

・会社名、創業・設立年月、代表者・・・ホームページ(以下、Webと略)・会社等概要ページでわかります。

* 創業者については、12月13日の会社見学の際、お聞きしました。

・資本金、所在地(本社、営業所、工場等主な施設)、従業員数・・・Web・会社等概要ページで分かりました。

* 従業員の内訳(男女別等)、Web・会社概要ページに未掲載でした

02 フェイスシート②-売上高・利益-

・売上高、利益・・・Web・会社案内・概要ページ、および『要覧』、『信用録』にも未掲載でした。

★コンテンツ診断→<資料4 オオイホームページ・コンテンツ診断シート>および<資料5 オオイホームページ・コンテンツ診断チャート>→従業員数の内訳と売上高・利益が未掲載の点で、やや評価点が低くなっています。

II 沿革・理念・戦略

1~3 沿革・理念・戦略

・沿革・・・Web・会社案内・沿革ページで、確認できました。

・経営理念・・・Web・会社案内ページには<経営理念>のページはありませんが、大井社長の<ごあいさつ>(会社Web)で特徴が述べられています。NAZEのWebの<特色>に、経営理念が掲載されています。ヒアリングの際、経営理念、社是が社内に掲示されていることがわかりました。

* これらの諸点は非常に重要なので、経営理念・社是を明示し(解説含めて)、Web・会社案内ページに掲載する必要があります。

・目標・戦略・・・目標・戦略ともに、掲載されていません。加工・組立という業種の特性(受注タイプ)はありますが、経営の中期目標(売上高や成長率等)はともかく、戦略は明確にできるのではないのでしょうか。

* 会社の特徴から、機械加工から一貫組み立てまでの基本戦略(品質、納期、コスト削減、製造請負などの点で)を検討すべきです。

★コンテンツ診断→<資料4 オオイホームページ・コンテンツ診断シート>および<資料5 オオイホームページコンテンツ診断チャート>→沿革は掲載されていますが、経営理念・社是は明示的ではなく、目標・戦略・社会貢献も明示されていないので、評価点が低くなっています。経営理念・社是は解説をつけて、明示すべきと思います。また、戦略、社会貢献等についても

定性的な表現で掲載してはどうでしょうか。

Ⅲ 事業概要

4～6 商品・顧客・提供方法

- ・主な事業・商品・・・Web・事業内容ページで、全体的に紹介されていますが、素人にはややわかりにくい。もう少し親切に、加工や組立ての事例をあげて、説明していただければと思います。
- ・主な顧客・市場・・・これは、取引先会社名が記載されていて、産業・工作機械メーカーが顧客であることがわかります。ただ、これも、製品名をあげて解説していただくと素人にはわかりやすくなります。
- ・主な事業・商品の提供方法・・・ここは、主として機械設備が記載されています。高度な機械設備が多く、高精度の仕事が可能なのがわかります。これに加えて、取引方法（受発注の仕組み、インターネットの活用等）を解説していただくと、B to Bの取引方法の特徴がわかります。この点はやや評価が低くなっています。

＊加工機械設備は、Web・設備紹介ページに記載されていますので、その概要をシートに記入しました。

7 経営の特徴・強み・課題

- ・経営の特徴・強み・課題・・・機械設備は、Web・会社案内ページ、NAZEのWebページの記載されていますが、経営や会社の強みは明確には記載されていません。多様・高度機械設備から類推するだけです。

★**コンテンツ診断**→〈資料4 オオイホームページ・コンテンツ診断シート〉および〈資料5 オオイホームページ・コンテンツ診断チャート〉→事業（部品加工や一貫組立て）、顧客、提供方法とも一定にわかりませんが、もう少し説明がほしいところです。強み等は明確ではありませんので、ぜひ明確にして掲載していただきたい。全体的に、それなりに評価されていますが、もう少し説明が加えられれば、高い評価にあると思います。

Ⅳ 仕事環境

8 人材育成・仕事環境

- ・職種・仕事・・・会社、NAZE双方のWebに、仕事・業務に関する情報は掲載されていません。機械設備の欄から推測する外ありません。

★**コンテンツ診断**→〈資料4 オオイホームページ・コンテンツ診断シート〉および〈資料5 オオイホームページ・コンテンツ診断チャート〉→ここは、人材育成・仕事環境などの情報がほとんど掲載されていないので、評価されておられません。採用とは別に位置づけて、〈人〉を柱にした仕事環境（仕事種類、社員教育、人事の考え方、賃金等）を丁寧に記載して、魅力の向上（職種・仕事の楽しさ、能力アップ・資格取得など）を図る必要があります。

Ⅴ 採用情報

9 採用情報

- ・採用情報等・・・現在、新卒採用は行っていないので、この情報は掲載されていません。今後採用の際は、採用情報、とくに、「求める人材像」はぜひ、掲載されたい。

★コンテンツ診断→<資料4 オオイホームページ・コンテンツ診断シート>および<資料5 オオイホームページ・コンテンツ診断チャート>→ここは、一般求人・新規学卒の採用情報は記載されていないので、評価されておりません。募集の際は、「求める人材像」を明示していただきたいと思います。

資料3

オオイ・企業研究シート

*調査日：2011年11月29日

*調査者：原田ゼミ・ホームページ診断チーム

会社名	株式会社オオイ		
設立年月	昭和60(1985)年3月		
代表者名	大井 尚敏		
創業者名	大井 尚敏	資本金	1,000万円
所在地	本社：〒940-2022 新潟県長岡市鉄工町1丁目1番44号 TEL (0258-29-2923) FAX (0258-29-2984) URL (http://oi-kk.co.jp/) e-mail (ooi001@helen.ocn.ne.jp)		
	営業所・工場・店舗等： ・本社工場、第二工場、第三工場、第五工場、第六工場 ・柏崎工場：(有)カシワ 柏崎市大字田中2864番地11 TEL (0258-29-2923)		
従業者数	総数：60人(本社工場52人、柏崎工場8人) 内訳・男女別(男 人、女 人) 年齢別(20代 、30代 、40代 、50代以上) 職種別(総務系 、技術系 、営業系 、現場系)		
売上高	()期(年 月～ 年 月) (約)百万円		
利益	営業利益(約)百万円、売上高営業利益率()% 経常利益(約)百万円、当期利益(約)百万円		
1 沿革	昭和60年3月 大井ツールを長岡市蓮湯で創業。工作機械、産業機械部品の製作を開始。 昭和62年 同地にて工場を増設、拡張。 昭和63年10月 株式会社オオイを設立。 平成元年8月 拡張のため、長岡市鉄工町に新工場を設立、移転。 平成4年8月 組立工場建設。 平成4年10月 (有)カシワ(柏崎工場)設立。 平成7年6月 組立工場増設。 平成8年7月 工場、事務所等増設。 平成8年7月 (有)カシワ(柏崎工場)業務拡大のため建設移転。 平成9年7月 第二工場、第三工場建設。 平成17年5月 第三工場隣に第五工場建設。 平成20年6月 本社工場隣に第六工場建設。 現況・・・各お客様及び時代ニーズに即応すべく誠意努力をし、業務拡大中です。		
2 経営 理念・ ビジョ ン	・社は 三鼎立の原則 ・私達は仕事を通じて社会に貢献する事を目的にします *以上はNAZEホームページデータに掲載 ・当社がモットーとしていることは「技術が人を育て人が技術を創る」これが活動の源であると考え、スペシャリストの育成に努めております。 *社長「ごあいさつ」		

3 経営の目標・戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・時代のトレンドや年々多様化するニーズに高度な技術でフレキシブルに即応し、加工分野の開拓・拡大をはかって、さらに大きな飛躍をめざし邁進しております。 ・精密機械部品製造にあつては社員ひとり一人が協力しあい、確かな製品をお届けする義務があると言えるでしょう。おかげさまでこうした姿勢は、ユーザーの皆様に認められ、厚い信頼を賜っております。 *社長「ごあいさつ」
4 主な事業・商品	<ul style="list-style-type: none"> ・産業機械及び半導体検査関係の機械の部品加工から組立までの幅広い製品の一貫製造を行う。 ・主要製品・加工品・・・IC製造工程における試験装置関連機器、ICハンドラー、各種洗浄機など。
5 主な顧客・市場	<ul style="list-style-type: none"> ・主要取引先:主な受注先(産業機械・工作機械等メーカー)は次の通り。 (株)アドテックエンジニアリング、積進工業(株)、ニューロング精密工業(株)、THK(株)甲府工場、ユニオン光学(株)、クリーンテクノロジー(株)、キャノンマシナリー(株)、システム精工(株)、津根精機(株)、(株)日平トヤマ、ツガミグループ、(株)太陽工機、ナノテックス(株)、ミクロン精密(株)
6 主な事業・商品の提供方法	<ul style="list-style-type: none"> ・事業・製品の提供方法(製造・流通・販売方法)は、次のような機械設備による加工・組み立てを行う。 主な設備:五面加工機、マシニングセンター、横型マシニングセンター、NC横中ぐりフライス盤、横中ぐりフライス盤、平面研削盤、NCターニングセンター、NCフライス、NCワイヤー加工機、フライス盤、正面旋盤、自動コンタ、精密メタル切断機、タップ盤、ボール盤、直立ボール盤、ラジアルボール盤、簡易横型フライス盤など。
7 経営の特徴・強み・課題	<ul style="list-style-type: none"> ・企業の特徴-幅広い加工や機械の一貫組立てが可能な、設備と技術を備えている。そのための設計、切削、研削加工及び組立までの一貫生産技術を有している。 ・課題-医療機器、理科機器、OA機器、農業機器等や工業生産、生活に密接した機器製造を行う企業との取引を拡大したい。
8 仕事環境	*社内教育、人事、賃金等労務関係を記入する・・・情報なし。
9 採用情報等	*新規学卒採用情報を記入する・・・求人情報なし
10 総合評価等	<ul style="list-style-type: none"> *以上を総括して、総合的評価、質問点などを整理する ・売上高・利益は未掲載であるが、取引企業や応募希望者への情報提供として重要。 ・経営理念・社是は丁寧な説明を加えて、ホームページに掲載すべきである(社内にきちんと掲示してある)。 ・経営目標、戦略、社会貢献は不明であるが、定性的表現で記載すべきではないか(<製造請負EMS>(Electronics Manufacturing Service)との関連なども)。 ・事業概要については、加工から組み立ての事業の分かりやすい説明、受発注の仕組みや強み(品質、短納期、技術・ノウハウ等)などを明示する必要あり。 ・仕事環境は人材確保面で重要なので、社内研修、仕事の楽しさ、資格等の紹介など、広く人材活用・育成策を記載する必要がある。 ・採用時の採用情報には、<求める人材像>を掲載すべきである。

資料4 オオイホームページ・コンテンツ診断シート

(社名：オオイ) (評価者：侯偉、李サン、張ユウシン、孫ナン、張コウ、幸田直樹)

*採点欄は、5 (非常によい)、4 (よい)、3 (普通)、2 (あまりよくない)、1 (劣る) の評価を行い、各評価点×4倍して (I～Vの各計=100点)、点数を記入した。

カテゴリー	項目	A	B	C	D	E	F	G	H
I 会社概要	1 会社名・代表社名・代表者メッセージが明確である	12	20	16	20	20	16	104	17
	2 会社所在地 (本・支店等)・連絡先 (電話・ホームページ) が明確である	16	20	16	20	20	16	108	18
	3 従業者数 (総数、性別、正規・非正規別、年齢別、職種別) が明確である	12	12	12	12	12	12	72	12
	4 資本金・資産状況が明確である	4	8	16	12	12	4	56	9
	5 売上高・利益 (前期) が明確である	4	4	8	4	4	4	28	5
	計	48	64	68	68	68	52	368	61
II 沿革・理念・戦略	6 会社の沿革・経緯がきちんと紹介されている	16	20	20	20	20	20	116	19
	7 経営理念 (ビジョン、社是、社訓等) が明確である	4	12	16	20	20	12	84	14
	8 当面の経営の目標 (中期の売上高、市場シェア等) が明確である	4	4	12	20	12	8	60	10
	9 目標を達成するための経営の戦略 (柱となる方策) が明確である	4	4	16	20	4	4	52	9
	10 社会貢献の考え方・活動が明確になっている	4	4	8	8	4	4	32	5
	計	32	44	72	88	60	48	344	57
III 事業概要 (ビジネスモデル)	11 主な事業・商品が明確である	12	8	16	20	20	12	88	15
	12 主な市場・顧客が明確になっている	12	20	20	20	20	4	96	16
	13 主な事業・商品の提供方法 (開発、生産、販売まで) が明確である	4	4	20	12	16	4	60	10
	14 自社の特徴・強みが明確である	12	8	16	20	12	16	84	14
	15 取引先との情報交換の仕組みが明確である	8	12	16	8	8	12	64	11
	計	48	52	88	80	76	48	392	65
IV 仕事環境 (仕事・労働条件)	16 人事・教育制度が明確である	4	4	8	4	4	4	28	5
	17 仕事の種類 (スキル) がわかる	4	4	8	4	4	4	28	5
	18 社員の仕事の仕方 (1日、1週間) がわかる	4	4	8	4	4	4	28	5
	19 社員の自己紹介 (生の声) が掲載されている	4	4	8	4	4	4	28	5
	20 社風・会社のカラーがわかる	4	4	8	8	8	4	36	6
	計	20	20	40	24	24	20	148	25
V 採用情報	21 求める人材像 (採用基準) が明確である	4	4	8	4	4	4	28	5
	22 募集職種 (スキル・資格等) が明確である	4	4	8	4	4	4	28	5
	23 賃金・勤務地等労働条件が明確である	4	4	8	4	4	4	28	5
	24 選考のプロセス (試験、スケジュール等) が明確である	4	4	8	4	4	4	28	5
	25 応募・エントリーの仕方が明確である	4	4	4	4	4	4	24	4
	計	20	20	36	20	20	20	136	23

(注) A～Fは評価学生6名、Gは合計、Hは6名の平均。

資料5 オオイ ホームページ・コンテンツ診断チャート

*資料4をベースに次の診断チャートを作成した

オオイ ホームページ・コンテンツ診断データ一覧

	会社概要	沿革・理念	事業概要	仕事環境	採用情報
A	48	32	48	20	20
B	64	44	52	20	20
C	68	72	88	40	36
D	68	88	80	24	20
E	68	60	76	24	20
F	52	48	48	20	20
平均	61	57	65	25	23

(注) 平均は、学生6名(A~F)の平均値。

