

企業の情報発信とホームページの役割

— システム診断 —

村山光博ゼミナール

07M004 池田敬一郎	08M014 菊池拓也
08M028 竹田隼人	08M043 笛木香央里
08M055 山田亮	08M060 吉田陽平
09M012 王逸飛	09M025 小林拓斗
09M036 高橋新二	09M044 陳夢洋
09M050 長津貴幸	09M052 西山大輝
09M055 彭晶晶	09M056 堀賢人

目 次

はじめに

1. インターネット利用者数の推移と企業ホームページの開設状況〔竹田隼人〕
2. 本研究の取り組みの流れ〔竹田隼人〕
3. NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 訪問〔菊池拓也〕
4. システム診断事例 1 ー有限会社毛利製作所ー〔山田亮〕
5. システム診断事例 2 ー株式会社サカタ製作所ー〔笛木香央里〕
6. システム診断事例 3 ー株式会社オオイー〔池田敬一朗〕
7. システム診断チェックシート評価項目の見直し〔竹田隼人〕
8. ホームページデザイン案〔池田敬一朗、菊池拓也〕
9. スーパーマーケットのホームページのシステム診断と提案〔吉田陽平〕

まとめ

はじめに

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、情報発信のための多様な手段により、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。

村山ゼミナールでは、「企業の情報発信とホームページの役割」を主題として企業のホームページのあり方を調査・研究し、ホームページのシステムを中心とした診断を通して改善案の策定に取り組んでいる。昨年度（平成 22 年度）は特定非営利活動法人長岡産業活性化協会 NAZE（以降、NAZE）の会員企業である株式会社大原鉄工所と株式会社小西鍍金の 2 社、今年度（平成 23 年度）は同じく NAZE の会員企業である有限会社毛利製作所、株式会社サカタ製作所、株式会社オオイの 3 社にご協力をいただき、各社のホームページのシステム診断と分析から改善案の取りまとめを試みた。また今年度は、さらに具体的なホームページのデザイン案の作成と、これまでの活動で使用していたシステム診断チェックシートの評価項目の見直しに着手した。

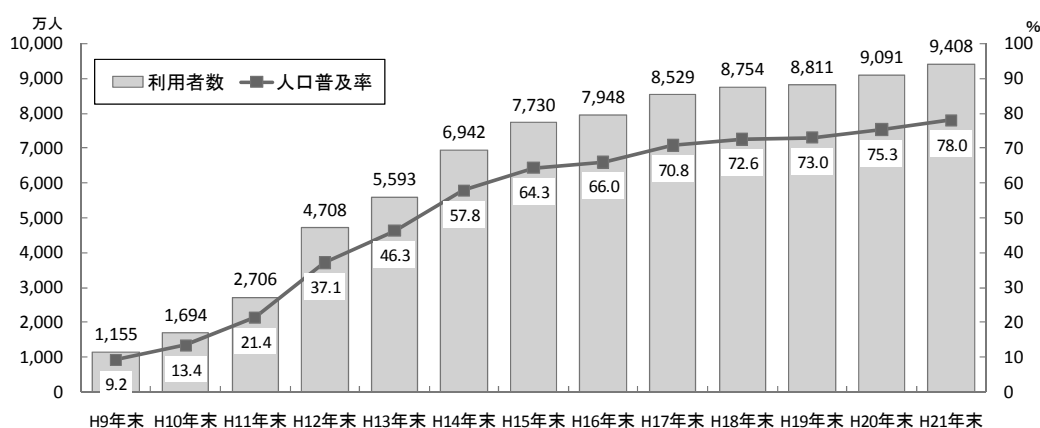
なお、本取組の「企業の情報発信とホームページの役割」は長岡大学 原田誠司ゼミナールとの共同テーマであり、原田ゼミナールでは企業ホームページのコンテンツを中心とした分析と改善案の策定に取り組んでいる。

1. インターネット利用者数の推移と企業ホームページの開設状況〔竹田隼人〕

1.1 インターネット利用者数の推移

図表 1-1 は日本におけるインターネット利用者数と人口普及率の推移を表している。

図表 1-1 インターネット利用者数と人口普及率の推移



(注)

①平成13年末以降のインターネット利用者数は、各年における6歳以上の推計人口（国政調査結果及び生命表を用いて推計）に本調査で得られた6歳以上のインターネット利用者数を乗じて算出。

②平成13年末以降の人口普及率（推計）は、①により推計したインターネット利用者人口を国政調査結果及び生命表を用いて推計した各年の6歳以上人口で除したものの。

(出典) 総務省「平成 21 年通信利用動向調査」

ここでのインターネット利用者数は、6歳以上で過去1年間にインターネットを利用したことがある者を対象としている。また、インターネット接続機器については、パソコン、携帯電話・PHS、携帯情報端末、ゲーム機等あらゆるものを含み、利用目的についても、個人的な利用、仕事上の利用、学校での利用等を含んでいる。

平成9年では1,155万人であったインターネット利用者数は、平成15年では7,730万人と、この7年で急激に伸び、その後も平成21年まで毎年、安定して増え続けている。

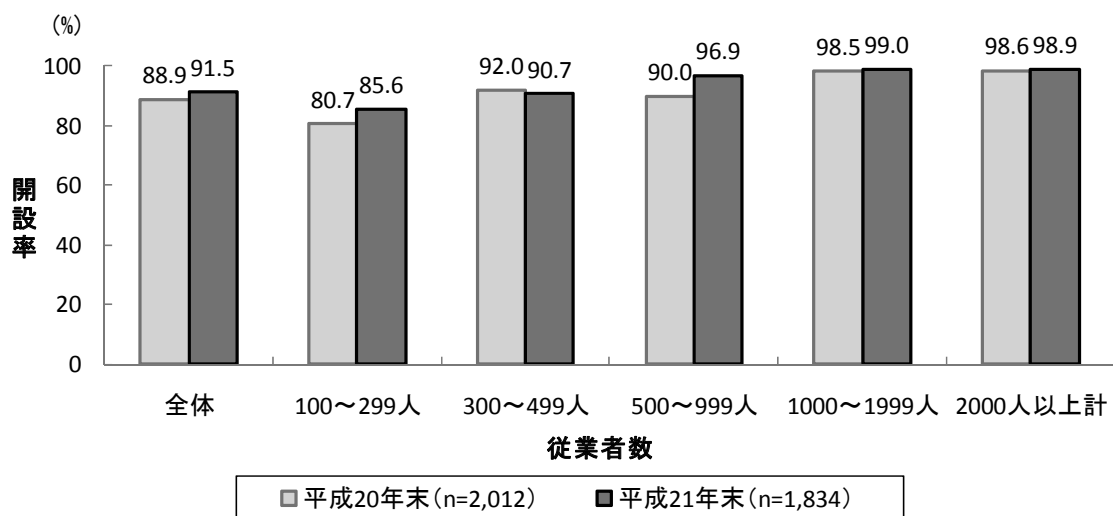
平成21年では、人口普及率78.0%であり、ほとんどの人が何らかの方法でインターネットを利用していることがわかる。

1.2 企業ホームページ開設の現状

図表1-2は企業の従業者数規模別にホームページの開設率を表しており、平成20年と平成21年の調査結果が示されている。平成21年の全体では開設率91.5%と従業者数の規模に関わらずほとんどの企業がホームページを開設していることがわかる。また、従業者数300～499人の区分を除くほとんどの区分においてこの間の開設率は上昇している。

この調査は全国の従業員数100人以上の企業を対象に行ったものであるため、長岡地域の企業にそのまま当てはまるとは言えないが、企業のホームページのあり方をより広い視点から検討するためには参考となるデータであると考えられる。

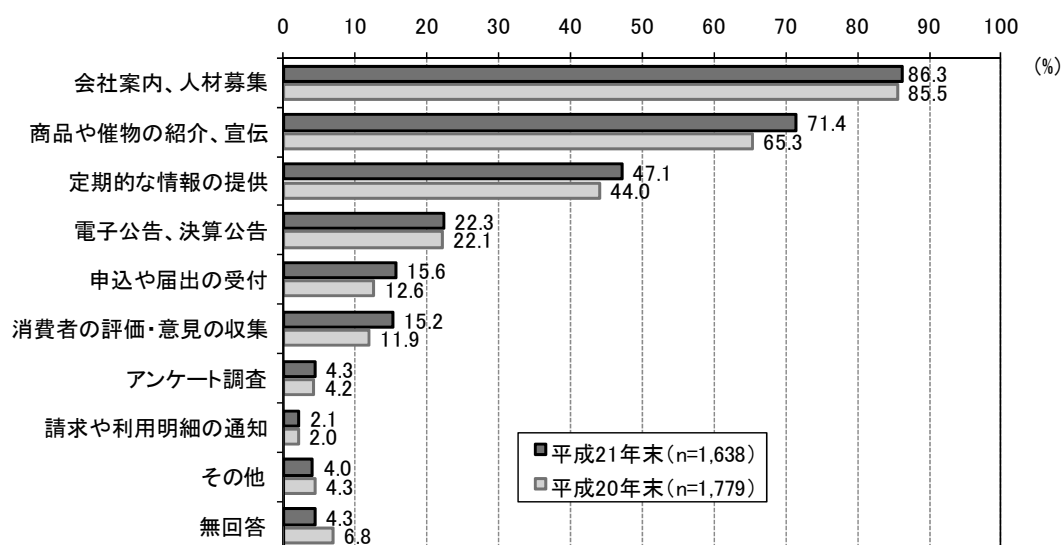
図表 1-2 企業のホームページ開設率



(出典) 総務省「平成21年通信利用動向調査」

図表1-3は企業がホームページやブログをどのような目的で開設しているのかについてのアンケート調査の結果を示している。平成21年の結果では、「会社案内、人材募集」86.3%、「商品や催物の紹介、宣伝」71.4%と企業側からの一方向の情報発信が高い割合を示している。前述したように、インターネット利用の人口普及率が約8割となっている現在においては、企業対企業、企業対個人の双方向で効率的な情報交換やマーケティングの一つの手段としてホームページの利用が重要視されてきており、「申込や届出の受付」15.6%、「消費者の評価・意見の収集」15.2%についても、今後割合が高まる可能性がある。

図表 1-3 企業のホームページ開設の目的・用途



(出典) 総務省「平成 21 年通信利用動向調査」

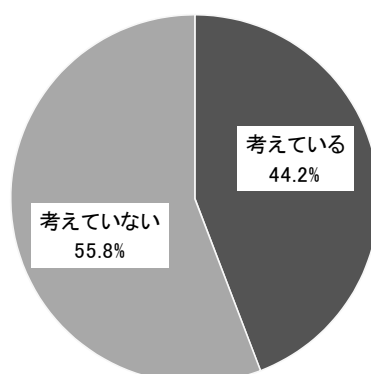
1.3 NAZE 企業へのアンケート結果から

平成 22 年 9 月に NAZE 事務局が行った会員企業への「自社ホームページの活用ニーズアンケート」(回収数 43 社/74 社) では次のような結果が得られている。

図表 1-4 は、「ホームページの再構築または新規構築を考えていますか。」との問いに対して、「考えている」44.2%、「考えていない」55.8%との回答が得られており、ほぼ半数近くの企業がホームページの再構築または新規構築に前向きであることがわかる。

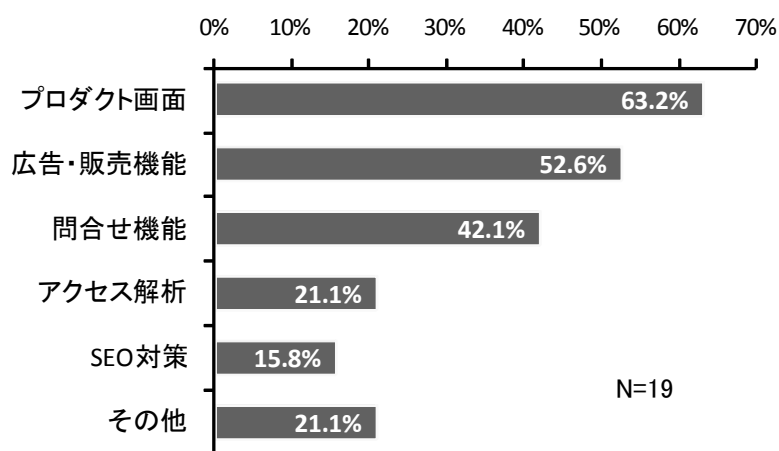
図表 1-5 は、「ホームページの再構築または新規構築を考えている」と答えた企業に対して「再構築または新規構築で重要視している点は何ですか。」と聞いた結果で、「プロダクト画面」(商品紹介) 63.2%、「広告・販売機能」52.6%が過半数を超えて多く、「問合せ機能」42.1%がそれに続いている。

図表 1-4 「ホームページの再構築または新規構築を考えていますか」への回答
(N=43 単一回答)



(資料) NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE「自社ホームページの活用ニーズアンケート」
(平成 22 年 9 月実施)

図表 1-5 「再構築または新規構築で重要視している点は何ですか」の回答結果
(N=19 複数回答)



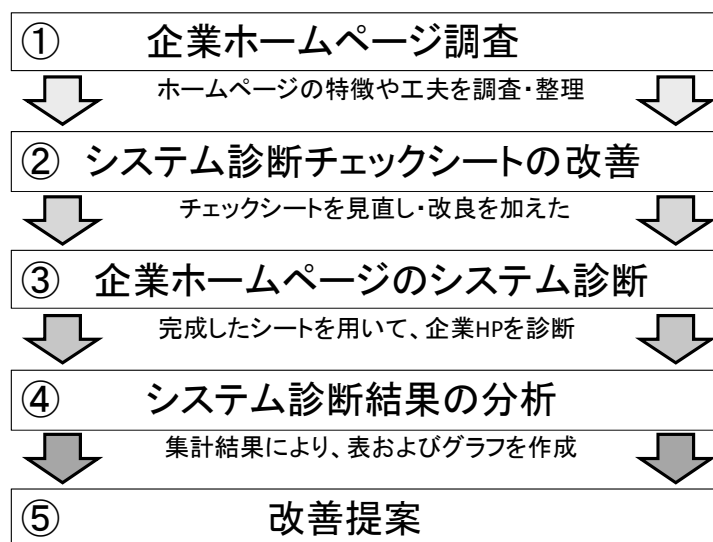
(資料) NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 「自社ホームページの活用ニーズアンケート」
(平成 22 年 9 月実施)

2. 本研究の取り組みの流れ〔竹田隼人〕

2.1 平成 22 年度

地域企業のホームページをシステム面で改善し、地域企業の活性化に貢献することを目的として、昨年度（平成 22 年度）は図表 2-1 に示す流れで取り組みを行った。

図表 2-1 平成 22 年度 取り組みの流れ



①企業ホームページ調査

最初に行った企業ホームページ調査では、さまざまな企業のホームページに対し採用ホームページのシステム診断チェックシート（改善前）の項目に沿って、ホームページの調査および診断を試みた。その際、各ホームページに関してゼミのメンバーが感じた疑問や意見などを挙げる作業も並行して行った。

②システム診断チェックシートの改善

長岡大学『長岡地域若者キャリア育成事業に関する指針』（平成19年3月）で提示された「採用ホームページのシステム診断チェックシート」の評価項目を見直し改良を加えることで、企業ホームページのシステム診断チェックシートを作成した。前段階で個々に挙げていた疑問や意見をまとめ、システム診断チェックシートに反映させる作業を行うこととした。メンバー全員でそれまで使用していたチェックシートの項目を見直し、改善を行った。

③企業ホームページのシステム診断

チェックシートの改善により、人材採用の目的に限らない調査項目を用いての比較的広い視点からのシステム診断が行えるようになった。作成したシステム診断チェックシートを利用して、NAZEの会員企業である株式会社大原鉄工所と株式会社小西鍍金の2社のホームページのシステム診断を試みた。

④システム診断結果の分析

診断結果を集計することにより、集計表およびグラフを作成した。

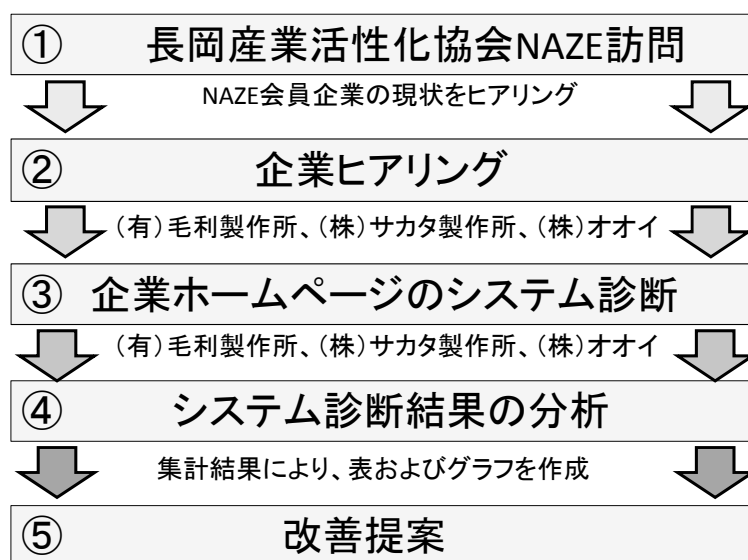
⑤改善提案

システム診断を行った各学生の意見を改善案としてまとめ、各社に提出を行った。

2.2 平成23年度

今年度（平成23年度）は昨年度に引き続き、図表2-2に示す流れで取り組みを行った。

図表 2-2 平成23年度 取り組みの流れ



①NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 訪問

NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE を訪問し、NAZE の事業概要と会員企業の現状についてヒアリングを実施した。

②企業ヒアリング

診断を行う各企業を訪問し、工場見学やヒアリングを通して各社の事業やホームページの運用状況についての理解を深めた。

③企業ホームページのシステム診断

昨年度作成したシステム診断チェックシートを利用して、NAZEの会員企業である有限会社毛利製作所、株式会社サカタ製作所、株式会社オオイの3社のホームページのシステム診断を試みた。

④システム診断結果の分析

診断結果を集計することにより、集計表およびグラフを作成した。

⑤改善提案

システム診断を行った各学生の意見を改善案としてまとめ、各社に提出を行った。

3. NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 訪問〔菊池拓也〕

3.1 NAZE の概要

(1)名称

正式名称：特定非営利活動法人 長岡産業活性化協会 NAZE

通称：NAZE (ナゼ・Nagaoka Activation Zone of Energy)

ロゴマーク⇒ 

- ・NAZE＝「なぜ？」という未知の技術に取り組む姿勢を意味している。
- ・ロゴの中にある「A」と「Z」はものづくりの「A to Z」をあらわす。
→ものづくりの「始めから終わり」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るという意味。
- ・初めは正確なカタチではないけれど、終わりには高度な技術、情報、さまざまな連携を育て、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る。
- ・カラーのレッドは「a-z」を強調する、熱意と団結力、メイドインジャパンの高度な技術もイメージしている。
- ・NAZE＝「なぜ？」という未知の技術に取り組む姿勢を意味している。

(2)設立時期

平成17年4月

(3)所在地

〒940-2127 新潟県長岡市新産4丁目1番地9 NICO テクノプラザ内 NAZE 事務局

TEL:0258-42-8700

FAX:0258-42-8701

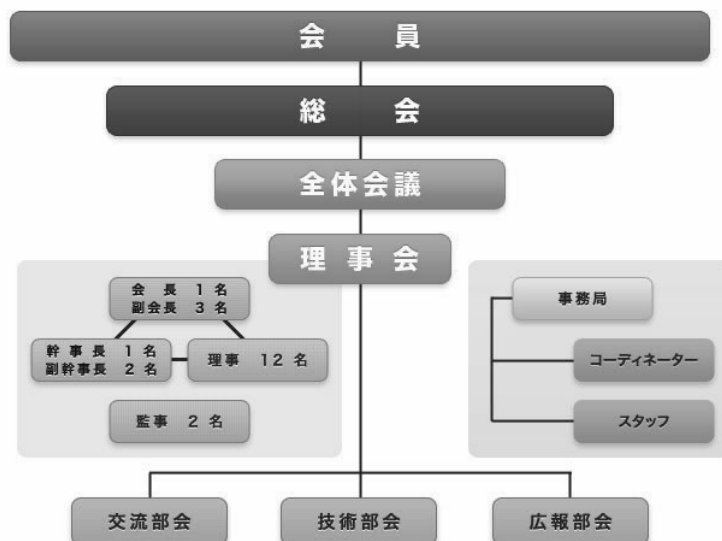
(4) 設立趣旨・設立経過

- ・新潟県内一のモノづくり基地として発展してきた長岡市は、企業の存立基盤の確立と地域経済全体の発展に大きな期待が持てる地域である。
→さらなる発展のために中核的組織が必要
→連携による新たな価値の創造、地域内製造業への就業機会の拡充と雇用の拡大、エリアブランドの確立を目指し、長岡地域経済界全体の底上げと活性化をさらに加速させていくことを目的としている。
- ・平成 16 年に策定された「長岡地域地場産業振興アクションプラン」の実施主体として、平成 17 年 4 月に「長岡産業活性化協議会（通称 NAZE）」が設立された。
- ・以後、NAZE は 3 年半に亘り、会員自らが主役となり長岡地域の製造業の振興を目的として様々な活動を展開してきた。地域経済界全体からより安定的かつ継続的な事業運営の必要性がもとめられるなか、各企業にはない、内部及び外部資源を NAZE が惹きつけ、それを地域企業が活用することにより、企業だけでなく地域も成長していく仕組みを継続的に提供していくことを目的に、NPO 法人の設立に至った。

(5) 目的・目標

- ・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。

(6) 組織・会員



(7) 会費

- ・正会員→年額120,000円
- ・個人会員→年額36,000円

(出典) 長岡産業活性化協会 NAZE ホームページ「NAZE の紹介」
<http://www.naze.biz/about/> (2012 年 1 月閲覧)

3.2 NAZE ヒアリング

今年度の取り組みを始めるにあたり、6月に NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE の事務局を訪問し、事務局長 渡邊聡 氏、特命係長 金子元昭 氏、情報化コーディネーター 杉浦聡 氏から NAZE の事業概要と会員企業の現状についてご説明をいただいた。

NAZE では長岡地域の企業のさらなる活性化を目指していろいろな事業を行っていることや、会員企業の中では高度な技術を持った中小企業が活躍していることなどが分かった。

日 時：平成 23 年 6 月 28 日（火）15:00～17:00
訪問先：NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE（長岡市新産）
対応者：事務局長 渡邊聡 氏、特命係長 金子元昭 氏、 情報化コーディネーター 杉浦聡 氏
参加者：原田ゼミナール 7 名、村山ゼミナール 15 名



4. システム診断事例1 ー有限会社毛利製作所ー〔山田亮〕

4.1 有限会社毛利製作所の概要

今年度のホームページ診断の対象企業として、NAZEの会員企業である有限会社毛利製作所にご協力をいただいた。同社の会社概要を図表4-1に示す。

図表4-1 有限会社毛利製作所の会社概要

会 社 名	有限会社毛利製作所
設 立 年 月	創立：昭和35年11月28日 毛利鉄工所 設立：昭和48年11月28日 有限会社毛利製作所
代 表 者 名	代表取締役社長 毛利 豊
資 本 金	500万円
従 業 員 数	15(男性12,女性3)
所 在 地	〒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
取 引 銀 行	第四銀行 神田支店 中小企業金融公庫 新潟支店 大光銀行 神田支店 国民生活金融公庫 商工中金 長岡支店
所 属 団 体	長岡鉄工業協同組合 長岡鉄工業青年研究会 にいがたナノテク研究会 長岡産業デザイン研究会 長岡産業活性化協議会 [NA-ZE]
主 な 事 業	NC旋盤・マシニングセンタ・円筒研削・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 CADデータからの三次元加工（レリーフ制作）
沿 革	昭和35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 昭和45年 袋町1丁目にて工場拡張 昭和48年 有限会社毛利製作所設立 昭和49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 昭和55年 新組町1904番地にて工場拡張 昭和61年 北部工業導入団地内(東高見1-1-7)に工場移転 平成16年 同敷地内に新工場増築

4.2 工場見学およびヒアリング

同社のホームページをシステム診断するにあたり、会社を訪問して工場見学とヒアリングを行った。当日は代表取締役 毛利豊氏をはじめ Web 担当の加藤氏、大橋氏よりご対応いただいた。現地では、NAZE の情報コーディネーターの杉浦聡氏と、同じく NAZE の ID コーディネーター松丸武氏と合流した。最初に、毛利社長より同社の会社概要についてご説明をいただき、その後工場見学を行った。一通り見学をさせていただいた後に毛利社長を囲んでのヒアリングを行った。

<実施概要>

日 時：平成23年7月19日（火） 14：40～17：15

訪問先：有限会社毛利製作所

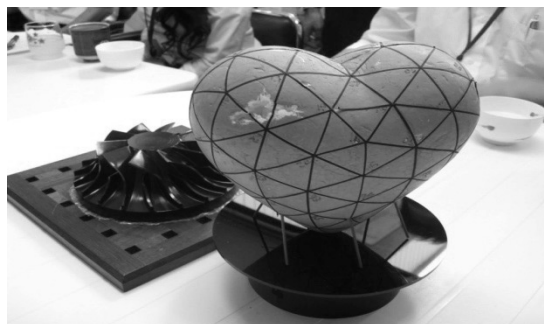
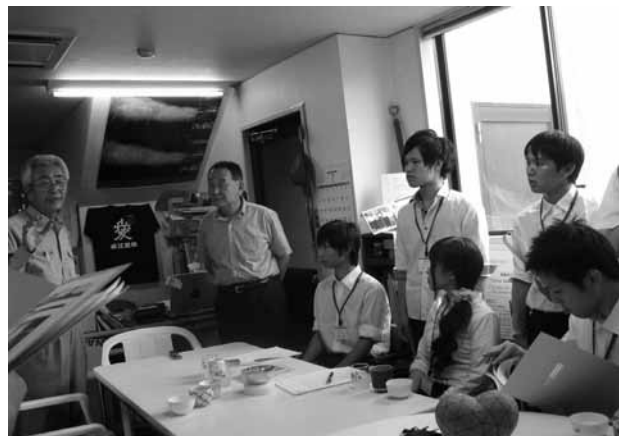
対応者：代表取締役 毛利豊氏、Web 担当 加藤氏、大橋氏

参加者：村山ゼミナール 14名、原田ゼミナール 4名

NAZE 情報化コーディネーター 杉浦聡氏

NAZE ID コーディネーター 松丸武氏

図表 4-2 工場見学およびヒアリングの様子と制作物



図表 4-3 は(有)毛利製作所ホームページのトップページである。同社へのヒアリングから、ホームページの利用により「レリーフ制作」を効果的にPRしたいという意向があることがわかった。同社のホームページをメンバー全員で閲覧し、システム診断チェックシートにしたがって評価を行った。

図表 4-3 (有)毛利製作所ホームページ



4.3 システム診断結果

図表 4-4 は、ゼミメンバー14名が同社のホームページを閲覧し、システム診断チェックシートの評価項目に沿って採点を行った結果である。ここでA~Nの記号は14名の評価学生を表しており、各項目について、非常によい=20点、よい=16点、普通=12点、あまりよくない=8点、劣る=4点で採点を行っている。

「構成」のカテゴリでは、「2 サイト内のどのページからでもトップページに移動できる」と「6 関連のあるホームページがリンクされている」が平均17点以上と高い評価を得ている一方で、「3 サイト内のどのページからもエントリーページに移動できる」と「4 新卒採用と中途採用のページを区別している」が平均5点以下と評価が低い。

「デザイン」のカテゴリでは、「10 写真や図等が適切な量で使われている」と「12 クリックしたリンクの色が変わる」が平均17点と評価が高い一方で、「7 サイト全体のデザインが統一され、好ましい雰囲気を与える」、「8 文字の大きさが適切で、読みづらい文字はない」、「9 段落分けや見出しで見（読み）やすくなっている」が平均15点と比較的评价が低い。

「機能」のカテゴリでは、6項目中4項目が平均5点と評価が低い。

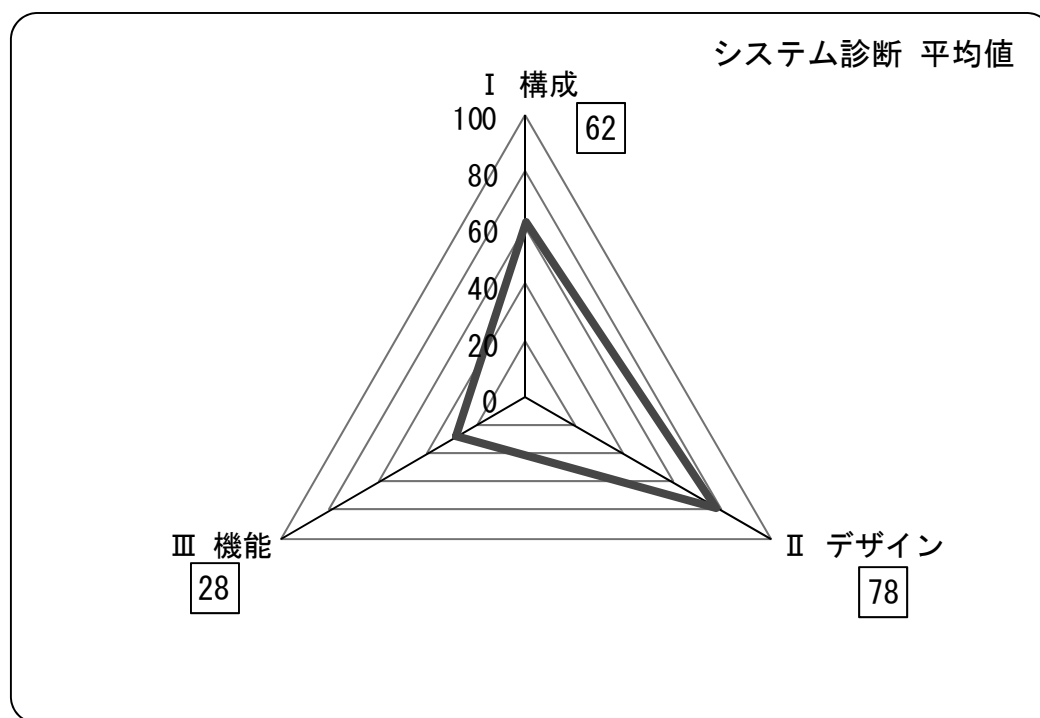
図表 4-4 (有)毛利製作所ホームページ システム診断集計表

カテゴリ	項目	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	合計	平均	
I 構成	1 メニューが分かりやすく、欲しい情報にすぐアクセスできる	12	8	20	16	16	8	12	8	20	12	20	20	12	20	204	15	
	2 サイト内のどのページからでもトップページに移動できる	20	20	20	20	16	20	4	12	20	16	20	20	12	20	240	17	
	3 サイト内のどのページからでもエン트리ページに移動できる	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	0	0	16	0	76	5
	4 新卒採用と中途採用のページを区別している	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8	0	0	12	0	56	4
	5 誰が見ても理解できる語句が使われている	12	4	12	8	8	16	16	12	12	20	20	20	20	20	20	208	15
	6 関連のあるホームページがリンクされている	20	20	20	20	16	16	4	4	20	20	20	20	20	16	20	252	18
	計 ÷ 1.2	67	50	67	60	53	57	37	50	73	77	67	67	73	67	863	62	
II デザイン	7 サイト全体のデザインが統一され、好ましい雰囲気を与える	12	8	16	12	12	20	4	12	20	20	16	16	20	16	204	15	
	8 文字の大きさが適切で、読みづらい文字はない	12	8	16	12	12	16	12	8	20	20	20	20	16	20	212	15	
	9 段落分けや見出しで見(読み)やすくなっている	12	8	16	12	16	16	12	12	8	20	20	20	16	20	208	15	
	10 写真や図等が適切な量で使われている	12	16	16	20	16	16	16	16	8	20	20	20	20	20	240	17	
	11 様々な色が適切に使われている	12	12	8	12	12	12	16	12	4	16	20	16	16	20	16	192	14
	12 クリックしたリンクの色が変わる	20	16	20	8	16	20	12	20	20	16	20	20	20	16	20	244	17
	計 ÷ 1.2	67	57	77	63	70	87	57	53	83	100	93	93	90	93	1083	78	
III 機能	13 セキュリティで保護されたエン트리フォームを設置している	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	0	0	16	0	64	5	
	14 個人情報保護に関する記述がある	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	4	4	8	4	68	5	
	15 問い合わせ等に対する自動返信機能がある	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	16 キーワードによる検索機能がある	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	16	16	12	16	108	8	
	17 日本語だけでなく、英語に変換できる	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	4	4	8	4	72	5	
	18 文字の大きさを換えられる	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	4	4	8	4	72	5	
	計	20	20	20	20	20	20	20	20	68	28	28	28	52	28	384	28	

(注) 1 2014年7月時点の評価
 2 記号A～Nは評価者を示す。
 3 上記III機能-15は、外部から機能の確認が難しいため、今回の評価項目から除外した。
 4 I 構成とII デザインの計は、100点満点に換算するため、1.2で除している。

図表 4-5 は、図表 4-4 の集計結果をグラフに表したものである。「構成」の平均が 62 点、「デザイン」の平均が 78 点、「機能」の平均が 28 点となっており、「機能」のカテゴリの評価が圧倒的に低くなっていることがわかる。

図表 4-5 (有)毛利製作所ホームページ システム診断結果グラフ



4.4 診断結果の分析

同社の診断結果を集計した後にメンバーで話し合いを行い、「優れている点」と「改善を期待する点」という分類で特徴を整理した。

4.4.1 構成

<優れている点>

- ・機械加工部門ごとに細かく分類されており、関連業者にとっては見やすい構成になっている。
- ・関連のあるホームページへのリンクが充実している。

<改善を期待する点>

- ・トップページを見て事業内容や会社の強みがすぐわかるようにしたほうがよい。
- ・メニューの構成がわかりにくいところがあるので、整理し直したほうがよい。
- ・ホームページのターゲットを明確に区別するため、工業工芸部門については独立したサイトを開設してほうが良いのではないかと。

4.4.2 デザイン

<優れている点>

- ・製品や加工事例などの写真が豊富でわかりやすい。
- ・配色に統一感がある。

<改善を期待する点>

該当なし

4.4.3 機能

<優れている点>

該当なし

<改善を期待する点>

- ・文字が小さくて読みづらいところがあるので文字の大きさを変えられるボタンを設置してはどうか。

4.4.4 その他

<優れている点>

- ・レリーフなど代表的な分野を特に表現できている。

<改善を期待する点>

- ・採用方針を示すために、採用情報のページを設置したほうが良いのではないか。
- ・それぞれの部門の説明をもう少し詳しくしたほうがよい。
- ・レリーフ制作のページでは参考価格を加えてはどうか。

有限会社毛利製作所の診断結果および改善案の報告は以上である。

5. システム診断事例2 ー株式会社サカタ製作所ー〔笛木香央里〕

5.1 株式会社サカタ製作所の概要

今年度のホームページ診断の対象企業として、NAZEの会員企業である株式会社サカタ製作所にご協力をいただいた。同社の会社概要を図表5-1に示す。

図表5-1 (株)サカタ製作所の会社概要

会 社 名	株式会社サカタ製作所
設 立 年 月	創業：昭和26年（1951年）9月1日 設立：昭和48年（1973年）1月24日
代 表 者 名	代表取締役社長：坂田 匠
従 業 員 数	127名（2010年4月）
所 在 地	<p>【本社】</p> <p>〒940-2403 新潟県長岡市与板町本与板45番地</p> <p>営業部 TEL：0258-72-0072 FAX：0258-72-0051 総務部 TEL：0258-41-5266 FAX：0258-72-0062 製造部 TEL：0258-72-3200 FAX：0258-72-3350 URL：http://www.sakata-s.co.jp/</p> <p>【東京営業所】</p> <p>〒101-0041 東京都千代田区神田須田町1丁目28番地 アクア神田ビル4階 TEL：03-5296-8686 FAX：03-5297-8055</p> <p>【大阪営業所】</p> <p>〒532-0011 大阪府大阪市淀川区西中島5丁目11番10号 第三中島ビル4階 TEL：06-6307-0050 FAX：06-6307-0110</p>
経 営 理 念	<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。
主 な 事 業 ・ 商 品	<ul style="list-style-type: none"> ・金属製折板屋根構成部品の設計・製造・販売 ・住宅用建築金物の設計・製造・販売および金型の設計・製造 <p>（（社）日本金属屋根協会の賛助会員）</p>
沿 革	<p>昭和26年 新潟県三条市島田で創業。鉋(カナ)を製造。</p> <p>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。</p> <p>昭和40年 火打ち金具の製造を始める。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>

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）
平成5年	大阪営業所開設。
平成10年	東京営業所開設。
平成15年3月	本社にて、国際標準規格 ISO9001-2000 を取得。
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し、さらなる合理化を目指す。
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。
平成20年	太陽光関連事業への取組みを強化。
平成21年	太陽光関連事業拡大のため、東京営業所を移転。
平成22年	国際標準規格 ISO-9001:2008 に移行。

5.2 工場見学およびヒアリング

同社のホームページをシステム診断するにあたり、会社を訪問して工場見学とヒアリングを行った。当日は総務部長 小林準一氏とITシステム課課長 樋山智明氏から、同社の業務内容とホームページの運用状況などについての説明をお聞きした。

その後、工場内の見学では、ソーラーパネルを屋根に取り付ける金具の実物なども見せていただき、商品に対する理解が深まった（図表 5-2 参照）。

<実施概要>

日 時：平成23年7月26日（火） 15：30～17：00
 訪問先：株式会社サカタ製作所 本社（長岡市与板町）
 対応者：総務部長 小林準一 氏、ITシステム課課長 樋山智明 氏
 参加者：村山ゼミナール 8名、原田ゼミナール 5名
 NAZE 情報化コーディネーター 杉浦聡 氏
 NAZE IDコーディネーター 松丸武 氏

図表 5-3 は同社のトップページである。同社の直接の顧客は全国の工務店やハウスメーカーであるが、ヒアリングによりホームページへの訪問客を増やしてさらに認知度を高めたいとの意向があることがわかった。

同社のホームページをメンバー全員で閲覧し、システム診断チェックシートにしたがって評価を行った。

図表 5-2 (株)サカタ製作所 工場見学およびヒアリングの様子



図表 5-3 (株)サカタ製作所ホームページ



5.3 システム診断結果

図表 5-4 は、ゼミメンバー14 名が同社のホームページを閲覧し、システム診断チェックシートの評価項目に沿って採点を行った集計結果である。ここで A~N の記号は 14 名の評価学生を表しており、各項目について、非常によい=20 点、よい=16 点、普通=12 点、あまりよくない=8 点、劣る=4 点で採点を行った。

図表 5-4 (株)サカタ製作所ホームページ システム診断集計表

カテゴリ	項目	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	合計	平均
I 構成	1 メニューが分かりやすく、欲しい情報にすぐアクセスできる	20	16	20	20	16	16	20	20	20	12	16	16	16	16	244	17
	2 サイト内のどのページからでもトップページに移動できる	20	20	20	4	16	20	20	20	20	20	16	16	16	16	244	17
	3 サイト内のどのページからでもエントリページに移動できる	20	4	20	4	12	20	16	4	8	20	8	8	12	8	164	12
	4 新卒採用と中途採用のページを区別している	20	20	20	12	16	12	12	20	20	12	20	8	8	12	200	14
II デザイン	5 誰が見ても理解できる語句が使われている	20	16	16	16	12	16	20	20	20	16	20	20	12	20	244	17
	6 関連のあるホームページがリンクされている	4	8	4	16	8	16	12	20	8	20	16	16	12	16	176	13
	計 ÷ 1.2	87	70	83	60	67	83	83	87	73	90	70	70	67	70	1060	75
	7 サイト全体のデザインが統一され、好ましい雰囲気を与える	20	16	20	16	12	16	16	16	16	12	20	20	16	20	236	17
III 機能	8 文字の大きさが適切で、読みづらい文字はない	16	12	12	12	12	20	16	12	12	20	16	16	20	16	212	15
	9 段落分けや見出しで見(読み) やすくなっている	16	20	16	16	12	16	12	16	16	20	16	16	16	16	224	16
	10 写真や図等が適切の量で使われている	20	16	20	16	16	20	16	20	20	20	16	16	12	16	244	17
	11 様々な色が適切に使われている	20	16	20	12	16	16	12	16	12	20	16	16	8	16	216	15
III 機能	12 クリックしたリンクの色が変わる	16	20	20	20	16	20	12	16	16	12	20	20	8	20	236	17
	計 ÷ 1.2	90	83	90	77	70	90	70	80	77	87	87	87	67	87	1140	81
	13 セキュリティで保護されたエントリーフォームを設置している	20	20	4	4	16	12	8	20	20	20	20	20	16	20	220	16
	14 個人情報保護に関する記述がある	4	20	16	4	16	8	16	20	12	16	20	20	16	20	208	15
III 機能	15 問い合わせ等に対する自動返信機能がある	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	16 キーワードによる検索機能がある	4	4	4	12	4	4	4	4	4	12	20	20	12	20	128	9
	17 日本語だけでなく、英語に変換できる	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	4	8	4	68	5
	18 文字の大きさを変えられる	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	20	8	20	116	8
	計	36	52	32	28	44	32	36	52	44	72	84	84	60	84	740	53

(注) 1 2011年7月時点の評価
 2 記号A～Nは評価者を示す。
 3 上記III機能-15は、外部から機能の確認が難しいため、今回の評価項目から除外した。
 4 I構成とIIデザインの計は、100点満点に換算するため、1.2で除している。

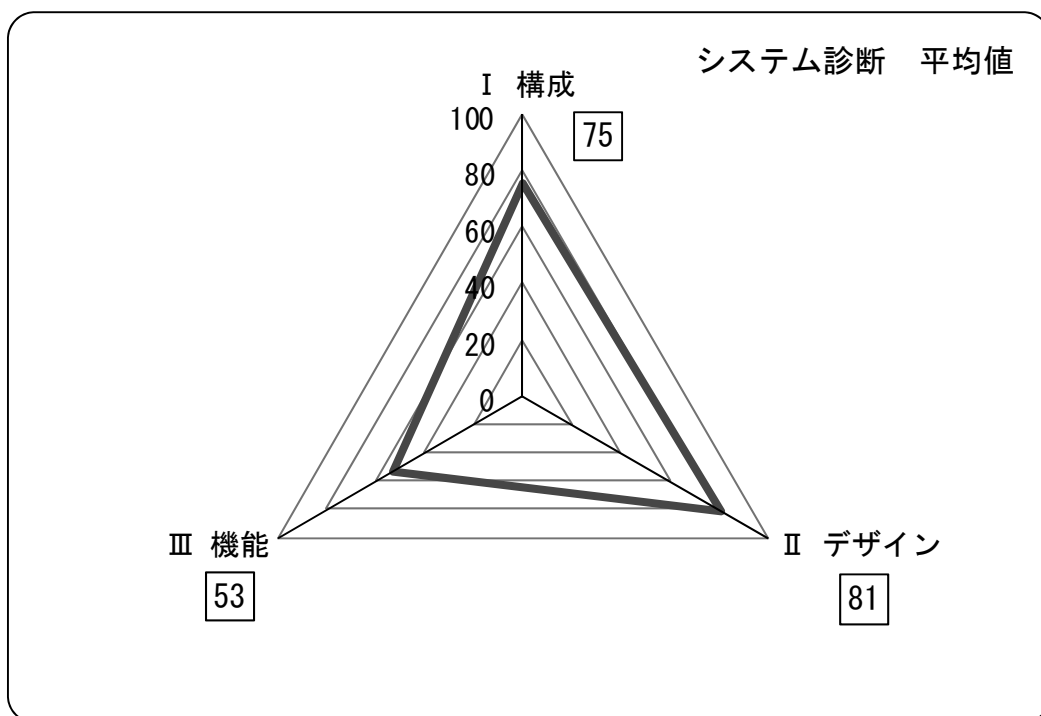
「構成」のカテゴリでは、「1 メニューが分かりやすく、欲しい情報にすぐアクセスできる」、「2 サイト内のどのページからでもトップページに移動できる」、「5 誰が見ても理解できる語句が使われている」が平均 17 点と評価が高い一方で、「3 サイト内のどのページからもエントリーページに移動できる」が平均 12 点と比較的評価が低い。

「デザイン」のカテゴリでは、「7 サイト全体のデザインが統一され、好ましい雰囲気を与える」、「10 写真や図等が適切な量で使われている」、「12 クリックしたリンクの色が変わる」が平均 17 点と評価が高い一方で、「8 文字の大きさが適切で、読みづらい文字はない」と「11 様々な色が適切に使われている」が平均 15 点と比較的評価が低い。

「機能」のカテゴリでは、「13 セキュリティで保護されたエントリーフォームを設置している」が平均 16 点、「14 個人情報保護に関する記述がある」が平均 15 点と比較的評価が高い一方で、「17 日本語だけでなく、英語に変換できる」が平均 5 点で著しく評価が低い。

図表 5-5 は、図表 5-4 のカテゴリごと集計結果をグラフに表したものである。平均値が「構成」で 75 点、「デザイン」で 81 点、「機能」で 53 点となっており、「機能」のカテゴリの評価が最も低いことがわかる。

図表 5-5 (株)サカタ製作所ホームページ システム診断結果グラフ



5.4 診断結果の分析

同社の診断結果を集計した後にメンバーで話し合いを行い、「優れている点」と「改善を期待する点」という分類で特徴を整理した。

5.4.1 構成

〈優れている点〉

- ・製品を見やすく掲載しているため、製品の種類が多い割に探しやすい。
- ・用語などの説明がしっかりとあるため、分からない人でも理解しやすい。
- ・トップページの新着情報が積極的に更新されている。
- ・現場の悩みに対する提案のページがあって親切である。

〈改善を期待する点〉

- ・リンク集などを掲載して、社会的なつながりを示す。
- ・トップページに住所や電話番号などの連絡先を表示する。
- ・連絡先としてeメールアドレスを明記する。

5.4.2 デザイン

〈優れている点〉

- ・長い文章も、重要な部分の文字色を変えるなど見やすくするように工夫している。
- ・写真が豊富に使われていてわかりやすい。
- ・配色に統一感がある。

〈改善を期待する点〉

- ・トップページのフラッシュ画像の動きが重い印象を受けるので、画像の切り替えなどを工夫する。

5.4.3 機能

〈優れている点〉

- ・カタログ請求、デジタルカタログなどによる資料提供機能が充実している。

〈改善を期待する点〉

- ・文字が小さく見えづらく感じる部分があるので、文字サイズを変えるボタンを配置する。
- ・英語ページの設置を検討する。

6. システム診断事例3 一株式会社オオイー〔池田敬一郎〕

6.1 株式会社オオイの概要

今年度のホームページ診断の対象企業として、NAZEの会員企業である株式会社オオイにご協力をいただいた。同社の会社概要を図表6-1に示す。

図表6-1 (株)オオイの会社概要

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)		
沿革	昭和60年3月	大井ツールを長岡市蓮潟で創業。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。	
経営理念・ビジョン	<ul style="list-style-type: none"> ・社是 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 		
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、ユーザーの皆様にも認められ、厚い信頼を賜っております。 		

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。
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)、キヤノンマシンナリー(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)
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。

6.2 工場見学およびヒアリング

同社のホームページをシステム診断するにあたり、会社を訪問して工場見学とヒアリングを行った。同社の社員食堂に集まり、社長である大井尚敏氏から企業活動に関するお話、自社のホームページに関しての考えを直接聞くことができた。

その後、同社の機械工場を見学し、機械と社員に対する配慮「清潔・清掃・セーフティ(安全)」を知ることによって、企業に対する関心はより深いものとなった(図表 6-2 参照)。

<実施概要>

日時:平成23年12月13日(火) 14:40~17:00

訪問先:株式会社オオイ 本社(長岡市鉄工町)

対応者:代表取締役社長 大井尚敏 氏

参加者:村山ゼミナール 6名、原田ゼミナール 13名

図表 6-3 は、同社ホームページのトップページである。ヒアリングの際に同社の社長である大井尚敏氏から、ホームページの改善をぜひ行いたいという言葉が直接頂くことができた。現在のトップページは非常にシンプルであり、初めて利用する方でも、知りたい情報を探しやすいところが利点と言える。このように、今ある優位性を活かし、より閲覧者の視点を考慮したホームページ作りをしなければならない。それらを踏まえ、メンバー全員でホームページのシステム面における診断を行い、チェックシートに評価を記した。

図表 6-2 工場見学およびヒアリングの様子



図表 6-3 (株)オオイ トップページ



6.3 システム診断結果

図表 6-4 は、ゼミメンバー14名が同社のホームページを閲覧し、システム診断チェックシートの評価項目に沿って採点を行った集計結果である。ここでA~Nの記号は14名の評価学生を表しており、各項目について、非常によい=20点、よい=16点、普通=12点、あまりよくない=8点、劣る=4点で採点を行った。

図表 6-4 (株)オオイ ホームページ システム診断集計表

カテゴリ	項目	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	合計	平均
I 構成	1 メニューが分かりやすく、欲しい情報にすぐアクセスできる	20	12	16	12	16	4	12	12	20	16	12	16	4	20	192	14
	2 サイト内のどのページからでもトップページに移動できる	20	16	20	20	20	12	20	20	20	20	20	16	8	20	252	18
	3 サイト内のどのページからでもエントリページに移動できる	20	4	20	4	4	4	4	12	4	20	20	8	16	8	164	12
	4 新卒採用と中途採用のページを区別している	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8	16	8	80	6
	5 誰が見ても理解できる語句が使われている	12	8	16	8	8	4	4	8	20	16	12	16	16	8	168	12
	6 関連のあるホームページがリンクされている	4	8	20	20	12	4	4	4	4	4	4	12	16	12	136	10
	計 ÷ 1.2	67	43	80	57	53	27	50	53	70	63	63	80	40	80	827	60
II デザイン	7 サイト全体のデザインが統一され、好ましい雰囲気を与える	16	12	16	8	16	4	4	20	12	12	20	12	12	20	184	13
	8 文字の大きさが適切で、読みづらい文字はない	12	16	16	16	16	12	4	20	20	20	16	12	12	20	212	15
	9 段落分けや見出しで見(読み)やすくなっている	16	12	20	8	8	8	4	4	20	20	12	16	12	20	188	13
	10 写真や図等が適切な量で使われている	16	16	16	8	16	4	4	12	20	20	20	16	12	8	204	15
	11 様々な色が適切に使われている	8	12	8	4	4	8	4	4	20	8	8	8	12	12	128	9
	12 クリックしたリンクの色が変わる	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	12	4	76	5
	計 ÷ 1.2	60	60	67	40	57	30	27	87	70	63	73	60	50	83	827	58
III 機能	13 セキュリティで保護されたエントリフォームを設置している	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	12	12	4	84	6
	14 個人情報保護に関する記述がある	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	12	12	4	84	6
	15 問い合わせ等に対する自動返信機能がある	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	16 キーワードによる検索機能がある	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8	4	8	64	5
	17 日本語だけでなく、英語に変換できる	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	68	5
	18 文字の大きさを変えられる	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	12	8	4	4	84	6
	計	20	20	20	20	20	20	20	36	52	40	36	40	20	20	384	28

(注) 1 2011年12月時点の評価
 2 記号A～Nは評価者を示す。
 3 上記機能-15は、外部から機能の確認が難しいため、今回の評価項目から除外した。
 4 I構成とIIデザインの計は、100点満点に換算するため、1.2で除いている。

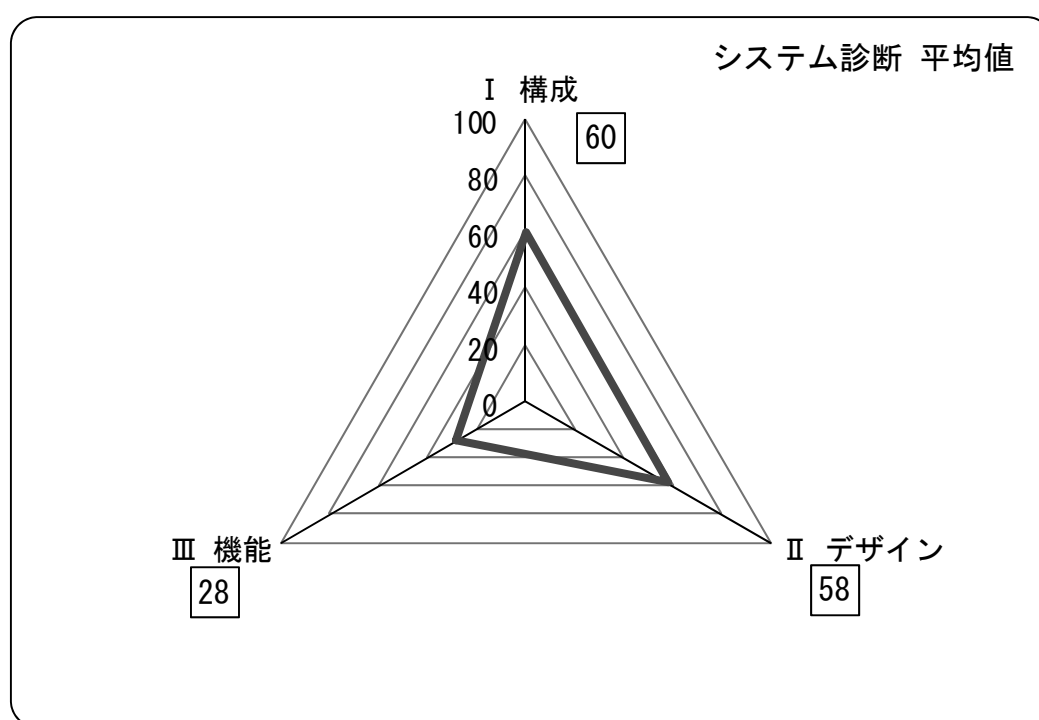
「構成」のカテゴリでは、「サイト内のどのページからでもトップページに移動できる」が平均 18 点と評価が高い一方、「新卒採用と中途採用のページを区別している」の項目が平均 6 点で他の項目よりも評価が低い。

「デザイン」のカテゴリでは、「さまざまな色が適切に使われている」が平均 9 点、「クリックしたリンクの色が変わる」が平均 5 点、と評価が低い。

「機能」のカテゴリではほとんどの項目が平均 6 点以下で評価が低い。

図表 6-5 は、図表 6-4 のカテゴリごと集計結果をグラフに表したものである。平均値が「構成」で 60 点、「デザイン」で 58 点と中程度の評価であるが、「機能」は 28 点で評価が低いことがわかる。

図表 6-5 (株)オオイホームページ システム診断結果グラフ



6.4 診断結果の分析

同社の診断結果を集計した後にメンバーで話し合いを行い、「優れている点」と「改善を期待する点」という分類で特徴を整理した。

6.4.1 構成

<優れている点>

- ・サイト内のどのページからでもトップページに移動できる。
- ・メニューが簡潔で、欲しい情報を容易に取得できる。

<改善を期待する点>

- ・ページの上部に日本語の社名をロゴ表示したほうが良い。
- ・フレーム機能は不具合が多いので、使わないほうが良い。

- ・メニューは上部に横で配置したほうが使いやすい。
- ・掲載している写真にもう少し説明を加えたほうが良い。
- ・取引先企業へのリンク表示は、テキスト(文字)のハイパーリンクを利用したほうが良い。

6.4.2 デザイン

<優れている点>

- ・機械の写真が豊富で現場をイメージしやすい。
- ・文字サイズが大きくて読みやすい。

<改善を期待する点>

- ・ボタンやテキスト(文字)にハイパーリンクが設定されている部分の区別がつきにくいので、全体的に設定を見直したほうが良い。
- ・段落と文字の配置が適切ではないため、読みづらい。
- ・表は、項目欄に色をつけて見やすくしたほうが良い。
- ・「工事中」の表示は避けたほうが良い。

6.4.3 機能

<優れている点>

該当なし

<改善を期待する点>

- ・お問い合わせのページを用意するか、問い合わせ先を明記してはどうか。
- ・英語への対応を検討してはどうか。

6.4.4 その他

<優れている点>

該当なし

<改善を期待する点>

- ・トップページで当社の特徴や強みを表現する工夫をしたほうがよい。
- ・求人情報では採用方針を明記してはどうか。

7. システム診断チェックシート評価項目の見直し〔竹田隼人〕

昨年度作成し、これまで診断に使用してきたチェックシートではいくつかの問題点も指摘されていたため、その対策として評価項目および採点基準の見直しを行い、新たな診断チェックシートの案を作成した。図表 7-1 はシステム診断シートの改善案を示す。

図表 7-1 システム診断シート改善案

	チェック項目	配点	採点	
構成	01	メニューがわかりやすく、欲しい情報に容易にアクセスできる [配点] 0: わかりにくい、1: 一部でわかりにくい、2: わかりやすい	2	
	02	リンク等に誰が見ても理解できる用語が使われている [配点] 0: 理解できない用語が多い、1: 一部で理解できない、2: ほとんど理解できる	2	
	03	サイト内のどのページからでもトップページに移動できる どのページにもトップページへのリンクかボタンが用意されている	1	
	04	提供コンテンツやサービスをまとめたページを設けている 企業が提供している商品や技術、サービスを分かりやすくまとめたページが設けられている	1	
	05	更新された内容が明示されている トップページの「新着情報」や「更新情報」などで更新日、内容、ページへのリンクが表示されている	1	
	06	サイトマップが存在する ・サイトマップとは、Webサイトないのページ構成を一覧できるようにした案内ページ ・サイト内にあるすべてのページへのリンクをセクションごとにもリストしてあることが多い	1	
	07	問い合わせの多い項目をまとめたページが存在する よくある問い合わせや質問などの例がまとめられたページが設けられている	1	
	08	現在アクセスしているページがサイト内でどの位置にあるか明示されている 現在アクセスしているページが、サイト内でどの位置にあるかがページ上に表示されている 例) 長岡大学HPの場合 ホーム>大学案内>学長のメッセージ	1	
	小計	10		
デザイン	09	文字の大きさが適切で、読みづらい文字はない	1	
	10	段落わけや見出しが適切に配置されていて読みやすい [配点] 0: 適切ではない、1: 一部で適切ではない、2: 適切である	2	
	11	無駄な空きスペースがなく、文字や画像の配置が適切である [配点] 0: 適切ではない、1: 一部で適切ではない、2: 適切である	2	
	12	背景色と文字色との差がはっきりしていて読みやすい	1	
	13	ハイパーリンクはクリックの前後で異なる文字色が使われている 閲覧済みのリンクが区別しやすい	1	
	14	リンク以外の文字に下線が使われていないため、リンクと他の文章を区別しやすい リンク以外の文字を間違えてクリックすることなどが無い	1	
	15	機種依存文字を利用していない 機種依存文字＝電子的に扱う文字データのうち、処理系(ソフトウェアおよびハードウェア)によって違う文字に示されたり、全く表示・印刷できなかったりするものの慣用的な総称である 例. "™" "®" などの省略文字や "フック" "フック" などの単位	1	
	16	コンテンツ(掲載内容)に合ったタイトルが全ページに付けられている	1	
	小計	10		
機能	17	文字サイズを変えるボタンが用意されている	1	
	18	全ページにサイト内検索の入力窓がある [配点] 0: ない、1: トップページなど一部のページのみにある、2: 全ページにある	2	
	19	日本語だけでなく外国語(英語、中国語、韓国語など)への対応がある	1	
	20	RSSのフィードを提供している(サイトの更新内容を訪問者は機械的に受け取れる) RSSマークが更新履歴の周辺に配置されているかどうか	1	
	21	意見や感想を伝える方法が明示されている 問い合わせ方法が明示されているかどうか	1	
	22	フォーム等で送信する情報はSSL等の暗号化技術によって保護されている [配点] 0: SSLを利用していない、1: SSLは利用しているがページに明記されていない、 2: SSLを利用しページにも明記されている	2	
	23	個人情報保護(プライバシーポリシー)に関する記述がある	1	
	24	全ページに免責事項等へのリンクが設置されている 免責事項＝例. 「本サイトは、あなたに対して何も保証しません」 「本サイトの関係者は、あなたに対して一切責任を負いません」 「あなたが本サイトを利用する場合は、自己責任で行う必要があります」 などの記述がある	1	
	小計	10		

また、これまで使用してきたチェックシートによる診断結果では、評価者（ゼミ学生）の間で評価点の差が大きいことが指摘されていた。評価点の差が大きいことの原因の一つとして、チェックシートの評価項目そのものに対する理解度に個人差があるためではないかという可能性から、図表 7-1 の診断チェックシートにおける評価項目の意味を説明する補足資料を作成した。

図表 7-2①～⑥は補足資料の一部である。

図表 7-2 システム診断チェックシート評価項目案の補足資料

①「構成－06」サイトマップ例（長岡大学 HP）



②「構成－08」現在アクセスしているページがサイト内でどの位置にあるかの表示例



④ 「機能－18」 サイト内検索の例（長岡大学 HP）



⑤ 「機能－20」 RSS について

RSS は、ニュースやブログなど各種のウェブサイトの更新情報を簡単にまとめ、配信するための幾つかの文書フォーマットの総称である。このシステムを用いることで、登録した閲覧者に更新情報をリアルタイムで配信することができる。



⑥ 「機能－22」 SSL について

SSL とは、ウェブサイトで入力する個人情報やクレジットカード情報などを暗号化し、安全に送受信する技術である。

< SSL の確認方法 >

重要な情報をやり取りする場合には、そのサイトが SSL に対応しているかを確認することが大切である。個人情報などを入力する前に、以下の方法で確認するとよい。



(1) URL が「https://」で始まっているか

SSL を使用しているウェブサイトの URL は、http://～ではなく、https://～と表示される。

(2) ブラウザに錠前のマークが現れているか

SSL を使用しているウェブサイトにアクセスすると、ウェブブラウザには錠前のマークが表示されます(Internet Explorer では、ウィンドウの右下もしくは URL 表示欄の右に表示されます)。錠前のマークをダブルクリックすると、SSL サーバ証明書の内容を確認できます (SSL サーバ証明書とは情報を暗号化する SSL の機能に加え、ウェブサイトを運営する会社の身元を確認できる機能を備えるもの)

(出典) 日本ベリサイン <https://www.verisign.co.jp/ssl/first/basic.html?sid=ssl>

8. ホームページデザイン案〔池田敬一郎、菊池拓也〕

8.1 株式会社小西鍍金ホームページのシステム診断について

本取組の今後の活動の中では、これまでの改善提案に留まらずより具体的なホームページデザインの提案を行うことを検討している。しかし、メンバーにはホームページデザインの経験者がいないため、実際にどのような成果物を出せるのか明確ではない。

そこで今年度は、この準備段階としてメンバーのうち2名の4年生が、昨年度ご協力いただいた株式会社小西鍍金のホームページについて、昨年度の改善案を踏まえてより具体的なデザイン案の作成を試みた。

図表 8-1 は、昨年度報告済みの同社ホームページのシステム診断結果である。

図表 8-1 (株)小西鍍金ホームページ システム診断集計表

カテゴリー	項目	A	B	C	D	E	F	平均
I 構成	1 メニューが分かりやすく、欲しい情報にすぐアクセスできる	8	16	16	16	16	12	14
	2 サイト内のどのページからでもトップページに移動できる	20	20	20	4	20	20	17
	3 サイト内のどのページからでもエントリーページに移動できる	20	4	4	4	4	20	9
	4 新卒採用と中途採用のページを区別している	4	8	4	4	4	4	5
	5 誰が見ても理解できる語句が使われている	8	16	4	16	8	8	10
	6 関連のあるホームページがリンクされている	20	16	16	16	12	20	17
	計 ÷ 1.2	67	67	53	50	53	70	60
II デザイン	7 サイト全体のデザインが統一され、好ましい雰囲気を与える	12	8	8	12	8	12	10
	8 文字の大きさが適切で、読みづらい文字はない	8	8	8	16	12	8	10
	9 段落分けや見出しで見（読み）やすくなっている	8	12	12	12	12	8	11
	10 写真や図等が適切な量で使われている	8	12	12	8	16	4	10
	11 様々な色が適切に使われている	12	8	4	8	12	12	9
	12 クリックしたリンクの色が変わる	4	4	4	8	8	4	5
	計 ÷ 1.2	43	43	40	53	57	40	46
III 機能	13 セキュリティで保護されたエントリーフォームを設置している	8	4	4	4	4	4	5
	14 個人情報保護に関する記述がある	4	4	4	4	4	4	4
	15 問い合わせ等に対する自動返信機能がある	—	—	—	—	—	—	—
	16 キーワードによる検索機能がある	4	4	4	4	4	4	4
	17 日本語だけでなく、英語に変換できる	4	4	4	4	4	4	4
	18 文字の大きさを変えられる	4	4	4	4	4	4	4
	計	24	20	20	20	20	20	21

- (注) 1 平成23年1月時点での評価。
 2 A～ は評価学生6名で、非常によい=20点、良い=16点、普通=12点、あまりよくない=8点、劣る=4点の評価点数を記入している。
 3 III機能-15は、外部から機能の確認が難しいため、評価項目から除外した。
 4 I構成とIIデザインの計は100点満点に換算するため、1.2で除している。

8.2 診断結果の分析

同社ホームページについて挙げられたメンバーの意見を「優れている点」と「改善を期待する点」という分類で整理した結果を以下に示す（平成22年度活動報告書より再掲）。

8.2.1 構成

【優れている点】

- ・[トップ]ー[リンク]にリンク先が豊富に記載されている。
- ・主要なメニューがどのページにも常に表示されている。

【改善を期待する点】

- ・トップページに掲載されている「天気情報」、「カレンダー」、「時刻表示」は、一般の閲覧者にとってはあまり必要のない情報なので、他の内容に置き換えることを検討したほうが良いのではないかと。
- ・[トップ]ー[会社案内]ー[最新記録]の中に掲載されているホームページの更新記録は、更新した日付の羅列であり、一般の閲覧者にとっては不十分な情報であると考えられる。過去1年間程度の更新日および簡単な更新内容をトップページの一部にリスト表示し、トップページを見ただけで何が更新されたのかが閲覧者にすぐわかるようにしたほうが良いのではないかと。また履歴が増えた段階で、古いものから別のページに移動し、トップページから「これ以前の更新履歴はこちら」のようなリンクを設定してはどうか。
- ・[トップ]ー[リンク]で掲載されているリンク集には、業務に直接関係のないリンクも多いように見受けられる。ある程度業務に関連の深いリンクだけに絞ったほうが良いのではないかと。
- ・メニュー項目が他と重複していたりしてメニュー構成がわかりにくいところもあるので、メニューの整理を行ったほうが良いのではないかと。
- ・例えば[トップ]ー[リンク]のメニューなどのように画面上部に並んだメニューの下にさらにメニューが追加されて2段表示になると見づらくなる。表示方法を工夫したほうが良いのではないかと。
- ・メッキの工程のアニメーション表示では、各工程を説明する文章が記載されていたほうが良いのではないかと。

8.2.2 デザイン

【優れている点】

- ・イラストやアニメーションなどが活用されている。
- ・設備紹介において、アニメーションを用いてインパクトのあるページに仕上げている。

【改善を期待する点】

- ・トップページが質素で第一印象があまり良くないので、トップでの表示情報をある程度増やしてはどうか。
- ・各ページの余白部分が多いので、もう少し余白を減らし、ページの表示領域を有効的に活用したほうが良いのではないかと。
- ・全体の色が暗い、重い、地味、堅苦しい、古い、という印象を受けるようなので、（文字や背景に色を使う、写真を載せるなどにより）色合いを変えてはどうか。

- ・フォントの種類や大きさなどが統一されていないような印象を受けるようなので、サイト全体の文字フォントの設定を見直して統一感を出すようにしてはどうか。

8.2.3 機能

【優れている点】

- ・とくになし。

【改善を期待する点】

- ・トップページのアクセスカウンターは一般の閲覧者にとってはあまり必要のない機能であると考えられるので、削除してはどうか。
- ・[トップ]－[アクセス]で掲載される地図は、例えば Google マップなどを利用することで利便性が高まるのではないか。
- ・問い合わせのページにアドレスを載せるだけでなく、フォーム機能などを利用してページ上からそのまま送信できる機能も検討されてはどうか。

8.2.4 その他

【優れている点】

- ・メッキの種類、用語が大変詳しく明記されており、辞書的に利用できる。

【改善を期待する点】

- ・Web ブラウザの種類に依存しているようなので改善が必要ではないか。インターネットエクスプローラでの表示は問題ないが、例えば Firefox ではページのレイアウトが崩れて非常に見にくくなることもある。

8.3 ページレイアウトおよびメニュー構成

図表 8-2 は平成 23 年現在の同社のトップページである。

図表 8-2 (株)小西鍍金ホームページのトップページ



同社ホームページのメニュー構成を見直すために、サイト内のメニュー構成を調査し整理を行った。図表 8-3 は平成 23 年 10 月時点における同社ホームページのメニュー構成である。

図表 8-3 (株)小西鍍金ホームページ サイトマップ

ホーム	ホーム画面へ	
会社案内	<input type="checkbox"/> 概要 <input type="checkbox"/> 紹介 <input type="checkbox"/> 沿革 <input type="checkbox"/> 推薦の言葉 <input type="checkbox"/> 企業の特徴 <input type="checkbox"/> 機械設備 <input type="checkbox"/> 所在地地図 <input type="checkbox"/> 最新記録 (更新履歴)	
事業内容	工業用硬質クロム部	<input type="checkbox"/> 工業用硬質クロム <input type="checkbox"/> 多品種 <input type="checkbox"/> 性能について <input type="checkbox"/> 得意技術 <input type="checkbox"/> めっきガイド <input type="checkbox"/> 種類及び特長 <input type="checkbox"/> 特長について <input type="checkbox"/> 応用について <input type="checkbox"/> 工業用クロム <input type="checkbox"/> 硬度について
	電気メッキ・装飾用メッキ部	<input type="checkbox"/> 電気メッキ・装飾用メッキ <input type="checkbox"/> メッキの代表的な特性 <input type="checkbox"/> 電気メッキと JIS 記号 <input type="checkbox"/> メッキとは <input type="checkbox"/> 電気めっき用語 (1)～(5) <input type="checkbox"/> 電気めっきの原理 <input type="checkbox"/> 黒色表面処理
	無電解メッキ部	<input type="checkbox"/> 無電解ニッケルメッキ <input type="checkbox"/> 鉛フリー無電解ニッケル <input type="checkbox"/> 鉛フリー対応 <input type="checkbox"/> 技術資料 (1)～(2)
	低温黒色クロム処理部	<input type="checkbox"/> 黒色表面処理 <input type="checkbox"/> 各種表面処理の概要と利点・欠点 <input type="checkbox"/> 分析証明 <input type="checkbox"/> SEM 写真 10,000 倍 <input type="checkbox"/> VBC 工業加盟各社 <input type="checkbox"/> VBC 処理及び CBC ご提供会社
	めっき工程	<input type="checkbox"/> 搬入から搬出までのアニメーション
設備紹介	機械設備	<input type="checkbox"/> 機械設備名・台数・メーカー等の表
アクセス	住所・地図	
採用情報	待遇・休日・福利厚生・連絡先	
リンク	事業所編 技術編 官庁編 組合編 福祉編 長岡まつり編 新着情報 その他	
問い合わせ	住所・電話番号・メールアドレス	
新着情報	お知らせ	

ご挨拶	ムービー (flv)	
鍍金工程入門編	工業用硬質クロム部	<input type="checkbox"/> 硬質クロム <input type="checkbox"/> フラッシュクロム
	電気メッキ・装飾用メッキ部	<input type="checkbox"/> 装飾めっき <input type="checkbox"/> 機能めっき <input type="checkbox"/> 金めっき <input type="checkbox"/> 銀めっき <input type="checkbox"/> 銅めっき <input type="checkbox"/> 光沢ニッケルめっき <input type="checkbox"/> 無光沢ニッケルめっき <input type="checkbox"/> 亜鉛めっき (三価クロメート) <input type="checkbox"/> 亜鉛めっき (黒色クロメート) <input type="checkbox"/> 亜鉛めっき (有色クロメート) <input type="checkbox"/> 亜鉛めっき (光沢クロメート) <input type="checkbox"/> クロム 1 号 <input type="checkbox"/> クロム 3 号 <input type="checkbox"/> 梨地クロム <input type="checkbox"/> 黒染 <input type="checkbox"/> パーカー処理
	無電解メッキ部	<input type="checkbox"/> 無電解ニッケル <input type="checkbox"/> 鉛フリー・無電解ニッケル
	低温黒色クロム処理部	<input type="checkbox"/> 極低温黒色クロム <input type="checkbox"/> テフロンコーティング

8.4 ページデザインとメニュー構成案 (1)

上記のような同社ホームページの診断結果を踏まえ、より効果的なホームページの構築に向けた準備の意味でホームページのデザイン案を検討した。図表 8-4 はトップページデザイン案の一つを示す。

図表 8-4 トップページデザイン案(1)



株式会社小西鍍金

[採用情報](#) [アクセス](#) [サイトマップ](#) [プライバシーポリシー](#)

検索
大
中
小

ホーム

会社案内

事業内容

設備紹介

リンク

問い合わせ



1200Hvの超高硬度の
メッキ処理を実現

企業情報

- ・会社概要
- ・企業理念
- ・沿革
- ・採用情報
- ・etc.....

新着情報

200x/xx/xx -----

200x/xx/xx -----

200x/xx/xx -----

⋮

製品一覧

鍍金工程

社内情報紹介



株式会社小西鍍金
〒940-2022 新潟県長岡市鏡工町2-1-20
TEL0250-27-1746 FAX0258-27-4736

8.4.1 トップページデザイン案の特徴

- ・同社の業務内容を印象づけるような画像と PR 文をトップページに配置した。
- ・文字サイズを大中小で変更するボタンを設置した。
- ・サイト内検索のための検索窓を配置した。
- ・「プライバシーポリシー」へのリンクを配置し、個人情報保護に関する記述を追加した。
- ・会社概要や沿革、製品一覧やメッキの工程等のよく閲覧される項目はトップページからでもワンクリックで閲覧可能なように配置した。
- ・新着情報（更新情報・お知らせ）の一覧を配置した。

現在のトップページでは更新情報と思われる文章がテロップのように流れて目にはつきやすいが、全部の文字が出てくるまで待たなければならないため時間がかかる。一目で確認できるように変更したい。

8.4.2 その他のページについての配慮

- ・自社でメッキ加工した製品の加工前と加工後を写真画像とともに説明するなど、作業の詳細や技術・品質の高さを閲覧者に伝えたい。
- ・採用情報は（必要であれば）新卒既卒とでページを分けて、どのような人材を求めているのかなどの採用方針を明記したい。
- ・現在、「アクセス」のメニューをクリックすると図表 8-5 のような地図画像が表示され、この画像をクリックすると Google マップが表示されるようになっている。これを変更し Google マップをあらかじめ前面に表示したほうがわかりやすいと考える（図表 8-6 参照）。
- ・図表 8-7 はメニュー構成の改善案を示す。

図表 8-5 現在のアクセスマップ



図表 8-6 Google マップ



図表 8-7 メニュー構成案(1)

ホーム	ホーム画面へ	
会社案内	<input type="checkbox"/> 企業概要 <input type="checkbox"/> 企業理念 <input type="checkbox"/> 紹介 <input type="checkbox"/> 沿革 <input type="checkbox"/> 推薦の言葉 <input type="checkbox"/> 企業の特徴	
事業内容	工業用硬質クロム部	<input type="checkbox"/> 工業用硬質クロム <input type="checkbox"/> 多品種 <input type="checkbox"/> 性能について <input type="checkbox"/> 得意技術 <input type="checkbox"/> めっきガイド <input type="checkbox"/> 種類及び特長 <input type="checkbox"/> 特長について <input type="checkbox"/> 応用について <input type="checkbox"/> 工業用クロム <input type="checkbox"/> 硬度について
	電気メッキ・装飾用メッキ部	<input type="checkbox"/> 電気メッキ・装飾用メッキ <input type="checkbox"/> メッキの代表的な特性 <input type="checkbox"/> 電気メッキと JIS 記号 <input type="checkbox"/> メッキとは <input type="checkbox"/> 電気めっき用語(1)～(5) <input type="checkbox"/> 電気めっきの原理 <input type="checkbox"/> 黒色表面処理
	無電解メッキ部	<input type="checkbox"/> 無電解ニッケルメッキ <input type="checkbox"/> 鉛フリー無電解ニッケル <input type="checkbox"/> 鉛フリー対応 <input type="checkbox"/> 技術資料(1)～(2)
	低温黒色クロム処理部	<input type="checkbox"/> 黒色表面処理 <input type="checkbox"/> 各種表面処理の概要と利点・欠点

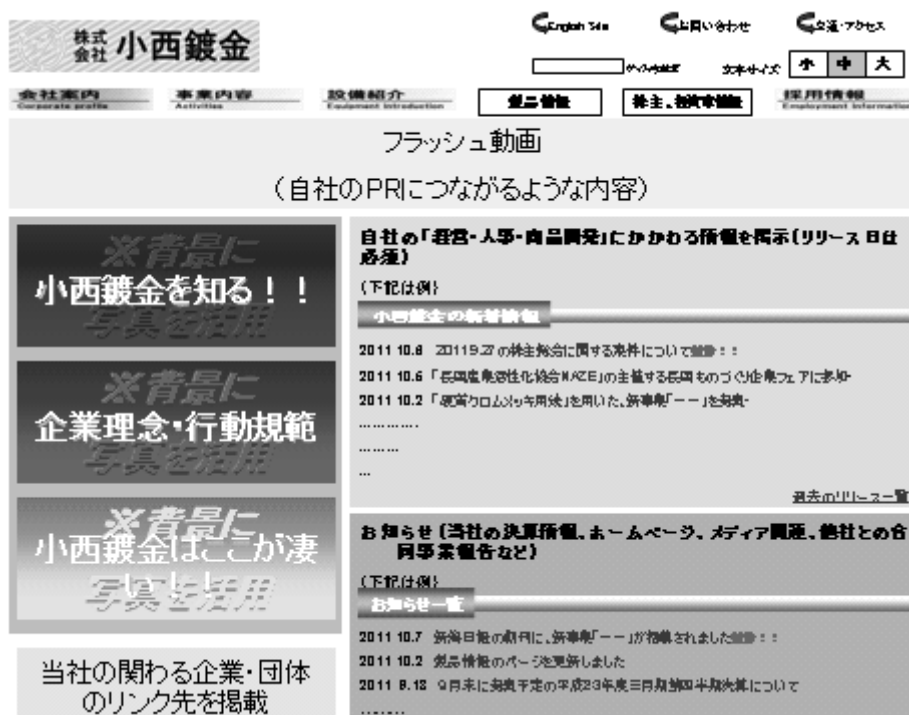
		<input type="checkbox"/> 分析証明 <input type="checkbox"/> SEM 写真 10,000 倍 <input type="checkbox"/> VBC 工業加盟各社 <input type="checkbox"/> VBC 処理及び CBC ご提供会社
	<input type="checkbox"/> めっき工程	搬入～搬出までのアニメーション
設備紹介	<input type="checkbox"/> 機械設備	機械設備名・台数・メーカー等の表
アクセス	<input type="checkbox"/> goole マップ	
採用情報	<input type="checkbox"/> 待遇・休日・福利厚生	
リンク	事業所編 技術編 官庁編 組合編 福祉編 長岡まつり編 新着情報 その他	
問い合わせ	住所・電話番号・メールアドレス	
新着情報	更新情報、お知らせ等	
鍍金工程	工業用硬質クロム部	<input type="checkbox"/> 硬質クロム <input type="checkbox"/> フラッシュクロム
	電気メッキ・装飾用メッキ部	<input type="checkbox"/> 装飾めっき <input type="checkbox"/> 機能めっき <input type="checkbox"/> 金めっき <input type="checkbox"/> 銀めっき <input type="checkbox"/> 銅めっき <input type="checkbox"/> 光沢ニッケルめっき <input type="checkbox"/> 無光沢ニッケルめっき <input type="checkbox"/> 亜鉛めっき(三価クロメート) <input type="checkbox"/> 亜鉛めっき(黒色クロメート) <input type="checkbox"/> 亜鉛めっき(有色クロメート) <input type="checkbox"/> 亜鉛めっき(光沢クロメート) <input type="checkbox"/> クロム 1 号 <input type="checkbox"/> クロム 3 号 <input type="checkbox"/> 梨地クロム <input type="checkbox"/> 黒染 <input type="checkbox"/> パーカー処理
	無電解メッキ部	<input type="checkbox"/> 無電解ニッケル <input type="checkbox"/> 鉛フリー・無電解ニッケル
	低温黒色クロム処理部	<input type="checkbox"/> 極低温黒色クロム <input type="checkbox"/> テフロンコーティング
企業情報	<input type="checkbox"/> 企業理念 <input type="checkbox"/> 企業概要 <input type="checkbox"/> 沿革 <input type="checkbox"/> 採用情報	
製品一覧	製品画像、説明	
社内情報紹介	活動成果 カタログ	

8.5 ページデザインとメニュー構成案（2）

8.5.1 トップページデザイン案の特徴

「ページデザインとメニュー構成案(1)」と同様に、同社ホームページの診断結果を踏まえて検討したもう一つ別のページデザイン案を図表 8-8 に示す。

図表 8-8 トップページデザイン案 (2)



- ・鍍金を意識したカラーリング（銀色）はそのまま採用することで、企業イメージをそのまま残すことができると考えた。デザイン案ではバナーなどに使用している。（金色は派手なので見送ることにした）。
- ・閲覧者の多くの方は、企業の事業内容や製品情報を目的としているため業務に直接かわりのある事柄だけを上部のメニューバーに配置する。知ってほしい情報が目に留まりやすいように、メニューを整理した（会社案内・事業内容・設備投資など）。
- ・新しい情報を積極的に発信するために、トップページでは常に閲覧者の目に留まるように新着情報の欄を設けて更新する（小西鍍金の新着情報・お知らせの枠を参照）。
- ・できるだけ多くの人に快適な閲覧をしてもらえるよう、文字サイズの変更と英語表示ができるタブを追加する。
- ・お問い合わせ・交通アクセスなど利用が限られる項目はメインメニューから外し、他の重要な情報と区別する。
- ・現在掲載されているトキやツリーといった業務との関連がわかりにくい動画ではなく、当社の強みとなる作業の様子などを映した動画などをメインメニュー下に表示することで、より当社の強みを印象づけることができる。
- ・当社の特徴（「小西鍍金を知る!!」、「企業理念・行動規範」、「小西鍍金はここが凄!!」など）を写真に一言そえる形にして乗せることで、閲覧者にわかりやすく自社の強みを訴えることができるように工夫した。

8.5.2 メニュー構成案

図表 8-9 はメニュー構成の改善案を示す。

図表 8-9 メニュー構成案(2)

ホーム	ホーム画面へ	
会社案内	<input type="checkbox"/> 企業概要 <input type="checkbox"/> 企業理念 <input type="checkbox"/> 沿革 <input type="checkbox"/> 特徴	
事業内容	工業用硬質クロム部	<input type="checkbox"/> 工業用硬質クロム Top (工業用硬質クロム部の改名) <input type="checkbox"/> 多品種 <input type="checkbox"/> 性能について <input type="checkbox"/> 得意技術 <input type="checkbox"/> メッキガイド <input type="checkbox"/> 種類および特徴 <input type="checkbox"/> 応用について <input type="checkbox"/> 工業用クロム <input type="checkbox"/> 硬度について
	電気メッキ・装飾メッキ部	<input type="checkbox"/> 電気メッキ・装飾メッキ Top (電気メッキ・装飾メッキ部の改名) <input type="checkbox"/> メッキとは <input type="checkbox"/> メッキの代表的な特性 <input type="checkbox"/> 電気メッキの原理 <input type="checkbox"/> 電気メッキと JIS 記号 <input type="checkbox"/> 黒色表面処理について (低温黒色クロムはカット) <input type="checkbox"/> 電気メッキ用語(1)～(5)
	無電解ニッケル部	<input type="checkbox"/> 無電解ニッケル Top (無電解ニッケル部の改名) <input type="checkbox"/> 鉛フリー無電解ニッケル <input type="checkbox"/> 鉛フリー対応 <input type="checkbox"/> 技術資料(1)～(2)
	低温黒色クロム処理部	<input type="checkbox"/> 低温黒色クロム処理 Top (低温黒色クロム処理の改名) <input type="checkbox"/> メッキの最先端について <input type="checkbox"/> VBC 処理・特性について <input type="checkbox"/> 各種表面処理の概要と利・欠点 <input type="checkbox"/> 分析証明 <input type="checkbox"/> SEM 写真 10,000 倍 <input type="checkbox"/> VBC 工業会加盟各社 <input type="checkbox"/> VBC 処理及び CBC ご提供会社
	メッキ工程	<input type="checkbox"/> 搬入～搬出のアニメーション
設備紹介	機械設備名・台数・メーカー等の表	
製品情報	小西鍍金の加工請負一覧など	
採用情報	待遇・休日・福利厚生・連絡先など	
当社の関わる企業のリンク先を掲載	小西鍍金のリンク一覧	事業所編 技術編 官庁編 組合編 福祉編 長岡まつり編
お問い合わせ	<input type="checkbox"/> 住所・電話・e-mail・担当者名	
小西鍍金の新着情報	新着情報 (スクロール)	それぞれのリリース情報詳細
お知らせ	お知らせ (スクロール)	それぞれのお知らせ詳細
小西鍍金を知る	<input type="checkbox"/> 小西鍍金の歴史	(沿革を簡易的にまとめたもの)
企業理念・行動規範	<input type="checkbox"/> 企業理念、ビジョンなど	
小西鍍金のここが凄い!!	<input type="checkbox"/> 強み・特色をまとめる	

9. スーパーマーケットのホームページのシステム診断と提案〔吉田陽平〕

9.1 スーパーマーケットのホームページ診断

本取組においてはこれまで、製造業を中心にホームページのシステム診断と改善案の策定に取り組んできたが、この章ではサービス業の中でも新潟県内のスーパーマーケットのホームページを中心にシステム診断と分析を試みる。

スーパーマーケットは私たちの日常生活に密着した商品を扱う企業でもあり、パソコンやインターネットが普及している現代の状況において、必要な情報をいかに利用者に見やすく発信できているのかを調べ、整理しておきたい。

9.2 システム診断チェックシートによる評価結果

図表 9-1 は新潟県内に本社を置く3社のスーパーマーケットのホームページを閲覧し、システム診断チェックシートの評価項目に沿って分析した結果を示している。ここでは、スーパーマーケット3社を記号A、B、Cで表し、システム診断チェックシートの項目ごとに非常に良いものには5点、劣っているものには1点の点数範囲の中で採点を行った。また、図表 9-2 は各企業の項目ごとの総合点をグラフに示したものである。

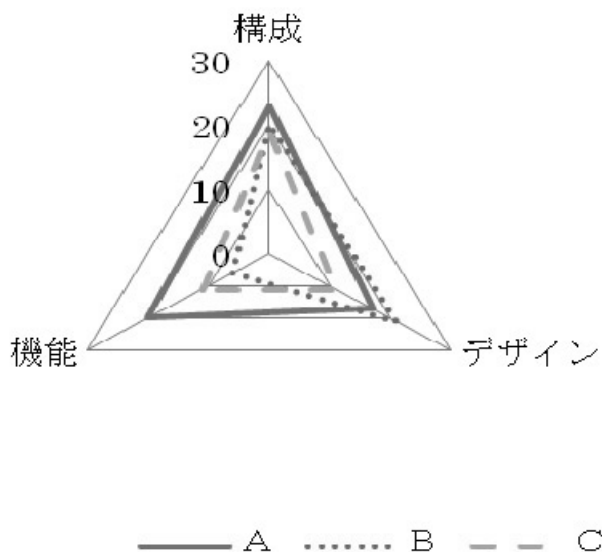
図表 9-1 スーパーマーケットのホームページシステム診断の結果

カテゴリ	項目	A	B	C
I 構成	1 メニューが分かりやすく、欲しい情報にすぐアクセスできる	5	4	2
	2 サイト内のどのページからでもトップページに移動できる	4	4	4
	3 サイト内のどのページからでもエントリーページに移動できる	4	3	4
	4 新卒採用と中途採用のページを区別している	1	2	5
	5 誰が見ても理解できる語句が使われている	5	4	2
	6 関連のあるホームページがリンクされている	4	4	2
	計	23	20	19
II デザイン	7 サイト全体のデザインが統一され、好ましい雰囲気を与える	2	5	2
	8 文字の大きさが適切で、読みづらい文字はない	3	2	1
	9 段落分けや見出しで見(読み)やすくなっている	4	4	1
	10 写真や図等が適切な量で使われている	2	1	2
	11 様々な色が適切に使われている	2	4	2
	12 クリックしたリンクの色が変わる	4	5	3
	計	17	21	11
III 機能	13 セキュリティで保護されたエントリーフォームを設置している	3	1	1
	14 個人情報保護に関する記述がある	4	1	5
	15 問い合わせ等に対する自動返信機能がある	3	1	2
	16 キーワードによる検索機能がある	5	1	1
	17 日本語だけでなく、英語に変換できる	1	1	1
	18 文字の大きさを変えられる	4	1	1
	計	20	6	11

* A、B、Cは新潟県に本社を置くスーパーマーケット3社を示す。

* 評価は、5:非常によい、4:よい、3:普通、2:あまりよくない、1:劣る で点数を記入する。

図表 9-2 ホームページシステム診断のカテゴリごとの得点比較



9.3 システム診断結果からの各ホームページの印象

次に、各スーパーマーケットのホームページのシステム診断から、評価項目ごとの特徴を述べる。評価項目の内容は、図表 9-1 のシステム診断チェックシートを参照のこと。

9.3.1 Aスーパーマーケット

- I-1 メニュー項目が大きいために見やすい
- I-2 企業名をクリックすることでトップページに戻ることが出来る
- I-3 全てのページの右下に採用ページがあり、移動することができる
- I-4 採用区分は特にない
- I-5 お客様に分かりやすいように簡単な語句を使っている
- I-6 店舗情報や、商品情報などがリンクされている
- II-7 赤を基調として、統一されているが、すこし見づらい
- II-8 文字サイズの変更もできるので読みやすい
- II-9 単語での表現や、段落分けされていて見やすい
- II-10 写真の量が少し多く感じられる
- II-11 赤が主となっているので、赤以外が少ないと感じる（赤が多すぎる）
- II-12 黒から赤に変わるようになっている
- III-13 セキュリティ保護されているページは少ない
- III-14 ページ最後に個人情報保護に関する記述がある
- III-15 自動返信機能がきちんとついている
- III-16 サイト内キーワード検索が分かりやすいところに設置されている
- III-17 英語変換はできる場所がない
- III-18 トップから文字サイズの変更ができる

Aスーパーマーケットのホームページ全体を通してしてみると、三つのスーパーマーケットの中で最も見やすいホームページだったと考える。その理由として、各リンクを上大きく置くことによってどのページに行っても分かりやすく求めている情報にすぐアクセスすることができるようになっているからだ。

各項目の文字の大きさを変えられることもこのホームページの特徴になっている。そのために子供からお年寄りまで全ての年齢の方に見やすいホームページになっていると考えられる。

改善を期待する点としては、Aスーパーマーケットのテーマカラーは赤なので、ホームページでも赤が主体として使われている。しかし、赤は発色が強いために逆に見づらい画面になる場合がある。もう少し赤を抑えたページ作りも検討した方が良いと考える。

9.3.2 Bスーパーマーケット

- I-1 お客様が知りたい情報がメニューになっているのでアクセスしやすい
- I-2 ページ下にある企業名をクリックすることによってトップページに戻れる
- I-3 トップページの左側に採用情報として掲載されている
- I-4 採用区別をしておりホームページでは新卒採用を行っている
- I-5 お客様に見やすいような言葉を使っている
- I-6 レシピ紹介などがリンクとして掲載してある
- II-7 緑を主としていることから、全体も緑で統一されてとても見やすい
- II-8 文字サイズは適切であるが、ページの無駄が多いと感じられる
- II-9 文章は短く区切られていて、必要な情報だけが記載されているので見やすい
- II-10 文章が多く、写真などが少ないと感じる
- II-11 主は緑だが、所どころ違う色が使われていて見やすい
- II-12 クリックした場所は紫に変化するのでみたかどうかわかる
- III-13 見当たる場所がない
- III-14 個人情報に関わる記述が見当たらない
- III-15 特になし
- III-16 検索機能が見当たらない
- III-17 言語変換はできない
- III-18 文字サイズも変えられない

Bスーパーマーケットの特徴は自社独自の逸品として商品の紹介をしていることである。自社が得意としている商品を紹介することによって、ホームページを見たお客様に「この商品を買ってみたいと思わせる事が出来るようになっている。また自社の商品を利用した料理をリンクで表示することで、主婦層が今晚の料理に迷った時に「Bスーパーマーケットのホームページなら今晚のメニューにできるレシピがある」と思わせる事で、常にホームページを見てもらえる工夫がされている。主婦層を狙ったホームページを作られていると読み取ることができる。

9.3.3 Cスーパーマーケット

- I-1 メニュー項目が多く分かりづらい
- I-2 サイト内の右上にTOPへのリンクがあるので戻りやすい
- I-3 メニュー項目の中に採用情報が入っているのでどこからでも移動できる
- I-4 中途採用者用にページが用意されている
- I-5 基本的には分かりやすい文章で作られているが、所々分かりづらい部分がある
- I-6 細かくリンクがされているが、細かすぎて分かりづらい
- II-7 デザインが統一されているが、あまり見やすくない
- II-8 文字サイズが小さくとても見づらい
- II-9 段落分けされておらず、見出しも小さく出ている程度なので見づらい
- II-10 見やすい程度の写真を使っている、配置は改善の余地あり
- II-11 メニューによって色を変えていて良い
- II-12 リンクは選択しても変わらないが、リンク内の文字なら色が変わる
- III-13 特に見当たらない
- III-14 個人情報取り扱いに関する記述がリンクにある
- III-15 自動解答特になし
- III-16 検索機能はない
- III-17 変換機能はない
- III-18 サイズ変更が出来ないので、文字が小さく見づらい

Cスーパーマーケットは、以前から問題となっているアメリカンビーフの問題や牛肉の生産情報の公開、放射能汚染検査の詳細などお客様が心配している項目について掲載している。これはお客様全員が食べても安全な食材であり、安心して食べられることに自信を持って提案できている証なのだと感じる事が出来る。また、子育てをしているお母さんに役立つ情報として、各市町村が行っている子育て支援の情報にリンクされている。

Cスーパーマーケットは三つの企業の中で最も低い評価結果となった。その理由として、リンク項目が多いため見づらくなっていることや、トップ画面にお知らせや更新情報などしか載っていないために閲覧者に何を伝えたいのかわかりにくいためである。リンク項目はもう少し大きな枠で囲んだ方がすっきりして見やすくなると考えられる。トップ画面はお客様が欲しい情報をすぐに引き出せるように、トップ画面の見やすい場所に持ってくるとうまい。

9.4 各企業の共通点

ここで各スーパーマーケットのホームページを閲覧する過程で得られた各サイトの特徴に関する共通点を整理してみたい。

各サイトとも直接情報にアクセスできるように多くのハイパーリンクを掲載しており、利用者に必要な情報をすぐに閲覧してもらえようとしている。逆にトップページへもすぐに戻れるようにリンク先のページには必ず「TOP」へのリンクが張られている。

また、各サイトとも採用情報がリンク内に掲載されており、就職活動している学生やその保護者などが必要な企業情報を容易に探せるようになっている。このように「リンク」

を利用して情報を探しやすいホームページを作っている。

一方でリンクを多用しているホームページでは、リンクをクリックしながらいくつかのページを閲覧していると、自分でもどのページを閲覧したのか分からなくなってしまうことがある。一度開いたページとまだ開いていないページを容易に区別できるように、クリックしたハイパーリンクは文字の色が変わるようになっている。こうすれば2度、3度と同じページを開かなくても済むと同時に、前に開いたページに戻りたい時の目印としても利用できる。

これらが三つのサイトで共通している特徴であった。

9.5 改善提案

ここでは各ホームページのシステム診断結果を踏まえて改善案を提案する。

まずAスーパーマーケットについてである。Aスーパーマーケットは全体的にバランスが良く見やすいホームページである。しかし、テーマカラーともいえる赤が多く使われており、若干赤が強く出すぎていて見づらい印象を受ける。赤の発色が強いために、赤色の背景にしている項目は大きな枠にしなくても目立たせることができる。

また、写真の利用量についても改善した検討した方が良いと考える。利用者に分かりやすく伝えるために、ほとんどの内容に写真と説明文を一緒にのせているが、逆に写真が色々なところに貼り付けられているために、写真にばかりに気が散ってしまう。リンクを通して別ページを開き写真と内容を読み飛ばす方が、写真の内容を説明しやすくなるのではないだろうか。またトップページがすっきりすることによって、どのような内容が掲載されていて、どれに着目してほしいのか分かりやすいホームページになると考えられる。

次に、Bスーパーマーケットについては、ホームページ左右の余白を大きめに空けて作られているために、空いた余白がもったいなく感じる。空いた余白を利用するために全ての項目を大きく表示し、幅広い世代の方に見やすいものにすることができる。またご意見・お問い合わせ欄がとても見づらい位置にあり、よく見ないと気づくことが出来ないのでスペースを広げた時にリンクを作るとよいのではないか。その他にもページのサイズを広げた際に、リンクとして使われているこだわりの品を使ったメニュー欄をリンクで載せるよりも、トップページにリンクなしの枠で作り、毎週（毎日）更新することによって、このホームページを見ればすぐご飯のメニューの参考になると、認知していただけるようなホームページになると考えられる。

最後に、Cスーパーマーケットについては、Bスーパーマーケットと同様に、左右の余白が大きい。そのために全体がコンパクトになりすぎていて見づらくなってしまっている。またリンクの数も多いのがこのホームページの特徴であるが、多すぎて見づらくなってしまっている。余白を有効に使ってページの幅を拡げ、リンクを大きく設置することで見やすくすることができる。また、リンクを大きくするだけでなく、同じ内容ごとにリンクをまとめた方が、画面もすっきりして分かりやすくなる。

以上のような各ホームページの改善点に加えて、三つのサイトともに共通で改善した方が良い点がある。三つのスーパーマーケットは新潟県内を中心に店舗しているが、日本語のホームページだけではなくて、中国語や英語などの言語の選択ができるようにした方が良いと感じる。これは身近な例だが、中国人の方が実際に勤務している会社がある。中国

人の社員の方は、日本語はあまりしゃべることができずに、日本語が話せる中国人の方に通訳してもらって話せている方もいる。こういった実例があるので、ホームページの中に言語変換という機能は必要ではないかと考える。

9.6 より良いホームページへ

今回、製造業以外の企業ホームページのシステム診断を行う目的で、新潟県のスーパーマーケットのホームページのシステム診断と分析を試みた。調べる前はスーパーマーケットのホームページはあまり更新されず、利用者にとっても見づらいものではないかと想像していたが、実際にホームページを分析してみるとそのような事はなく、各社独自のホームページを様々な機能を利用して展開していることが分かった。

今後のスーパーマーケット業界のホームページも進化を続けていく必要があると考えるが、その中でも特に今後のホームページ作りで考慮していく必要があると考えられることを次に示す。

- ・高齢者向けに配慮したホームページ作り
- ・さまざまな国の言語への対応
- ・スマートフォンへの対応

少子高齢化社会と言われている現代においては、高齢者にも分かりやすく簡単に操作できるようなホームページを展開していく必要がある。高齢者に配慮してバナー広告をトップ画面に大きく表示することや、文字サイズの変更などを簡単におこなえるような機能が必要となっていく。

また、日本の企業活動を活性化させるためには、海外からの旅行客や日本の企業で働く外国人が必要不可欠になっていくと考えられる。海外から来る人がいれば、当然その国の言語がなければ読みづらいと考える。そのために言語変換できる機能が必要となる。

インターネットの利用手段として、これまでのパソコンや携帯電話に加え、最近ではスマートフォンやゲーム端末の普及率が高まってきている。これに伴って、スマートフォンに対応していくことが今後のホームページの運営において必要になっていくと考えられる。しかし、今後さらにスマートフォンが普及していくうえで、どのような年齢にも分かりやすくホームページなどを見てもらうために、アプリとして発信していくと良いのではないだろうか。分かりやすいだけでなく、すぐに必要な情報にアクセスすることができる。お買い得商品を知ってもらうために、本日のお買い得商品をクイズ形式で伝えたり、通常料金よりどの程度お買い得なのかを載せたりなど、様々な形で楽しく伝える事も可能である。

このように時代のニーズに合わせたホームページを作っていくことが、今後のスーパーマーケットのホームページ運営では重要な課題となっていくと考えられる。

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、とくにシステム面の改善を施すことでその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) NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE の会員企業である有限会社毛利製作所、株式会社サカタ製作所、株式会社オオイの3社にご協力をいただき、昨年度作成した「システム診断チェックシート」を用いたホームページのシステム診断と改善案の策定を行った。
- (2) 昨年度の活動でシステム診断を行った企業のうち、1つの企業のホームページについてさらに具体的なページデザインとメニュー構成案の作成を試みた。
- (3) これまで利用してきたシステム診断チェックシートの評価項目をより正確な診断ができるよう見直しを行い、新たな診断チェックシートを作成した。また、評価項目の理解度の差による点数の開き縮めるため、補足資料を作成した。
- (4) サービス業のホームページシステム診断の事例として、スーパーマーケットを取り上げ、診断の実施と分析を試みた。

これらの活動は、現在の企業ホームページ開設などの現状を調査・理解し、メンバー一人ひとりが自分の意見を持ち、改善案として協議することで、社会人基礎力としての考える力や積極性が向上できたと考えている。また、企業に対して改善案を提案したことで実際にホームページをリニューアルする、改めて自社のホームページを見直し、より良いものにしていきたいという動きが生まれたことは、地域活性に貢献できたのではないかと考える。

今後の取り組み方針としては、本年度新たに作成した診断チェックシートを用いて分析し、改善提案を行っていくとともに、企業のホームページ管理者と協議しながら実際にリニューアルに携わっていきたいと考えている。

謝辞

本活動において、お忙しい中、連携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 情報化コーディネーター 杉浦聡様にお礼を申し上げます。また、今年度のホームページ診断対象企業としてご協力いただいた有限会社毛利製作所、株式会社サカタ製作所、株式会社オオイの皆様にお礼を申し上げます。本当にありがとうございました。

