

企業の情報発信とホームページの役割

－大原鉄工所／小西鍍金ホームページの情報内容(コンテンツ)診断と改善提案－

原田誠司ゼミナール

07M005 石丸 祐貴
07M009 榎本 啓樹
07M012 緒形 康幸
07M030 鈴木 茂樹
07M041 野村 聡史
07M042 野村 祐彰

企業の情報発信とホームページの役割・目次

(頁)

はじめにー本プロジェクトの位置づけについてー II-380

第1部 大原鉄工所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	II-381
2 調査チーム等	II-381
3 とりまとめ資料について	II-381
資料1 診断結果と改善提案	II-382
資料2 大原鉄工所「企業研究シート」についてのコメント	II-384
資料3 大原鉄工所「企業研究シート」	II-386
資料4 (株)大原鉄工所ホームページコンテンツ診断シート	II-390
資料5 (株)大原鉄工所ホームページコンテンツ診断チャート	II-391
資料6 大原鉄工所の経営理念	II-392

第2部 小西鍍金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	II-394
2 調査チーム等	II-394
3 とりまとめ資料について	II-394
資料1 診断結果と改善提案	II-395
資料2 小西鍍金「企業研究シート」についてのコメント	II-397
資料3 小西鍍金「企業研究シート」	II-400
資料4 (株)小西鍍金ホームページコンテンツ診断シート	II-402
資料5 (株)小西鍍金ホームページコンテンツ診断チャート	II-403

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とのコーディネート、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、株式会社大原鉄工所（社長：大原興人氏。平成22年度前半実施）と株式会社小西鍍金（社長：小西統雄氏。同年度後半実施）の2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 大原鉄工所ホームページの情報内容（コンテンツ）診断と改善提案

株式会社大原鉄工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。

1 趣旨

- ・本プロジェクトは、株式会社大原鉄工所（社長：大原興人氏）のホームページを見て、企業の業務等諸情報が取引先や応募希望者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。
- ・参加学生は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Ⅳ
- ・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
 - ◎野村祐彰、緒形康幸、野村聡史、鈴木茂樹、石丸祐貴、榎本啓樹（4年生）
- ・取組期間：平成22年5月～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った。

- ・資料1 診断結果と改善提案
 - *資料2以下を総括して、まとめたものである。
- ・資料2 大原鉄工所「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）である。
- ・資料3 大原鉄工所「企業研究シート」
 - *主として、会社ホームページを見て、事業内容等（コンテンツ）を記入した。
- ・資料4 （株）大原鉄工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ある。
 - *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）である。
- ・資料5 （株）大原鉄工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ある。
 - *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いただきたい。
- ・資料6 大原鉄工所の経営理念
 - *これは、ヒアリングの際お聞きした経営理念等の資料である。

資料 1

診断結果と改善提案

1 コンテンツ診断結果について

株式会社大原鉄工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 株式会社大原鉄工所「企業研究シート」(コンテンツ) についてのコメント >、<資料 4 (株) 大原鉄工所ホームページコンテンツ診断シート > および <資料 5 (株) 大原鉄工所ホームページコンテンツ診断チャート > を参照されたい。
- ・ < I 会社概要 > について
 - * 資産状況等と売上高・利益が未掲載の点で、やや評価点 (平均 63 点) が低くなっている。
- ・ < II 沿革・理念・戦略 > について
 - * 沿革は十分ですが、経営理念は未掲載であり、戦略も明示的ではありません。その点で、評価点 (平均 54 点) が低くなっている。
- ・ < III 事業概要 > について
 - * 事業・商品は雪上車・環境機器等と強みは詳しく書かれているが、顧客・市場や提供方法は明示されていない。このシートの記載は会社要覧等による。それでも、事業・商品や強みなどに引っ張られて、得点は高くなっている (平均 74 点)。
- ・ < IV 仕事環境 > について
 - * 技術、営業等大くくりで仕事は紹介されているが、より詳しい仕事のやり方はわからない。また、人材育成制度などの情報が掲載されていない。そのため、評価点 (平均 44 点) が低くなっている。
- ・ < V 採用情報 > について
 - * 一般求人・新規学卒採用情報とも詳しく掲載されており、評価点 (平均 76 点) は高くなっている。

2 改善提案について

次のような改善が望ましい。

- * <資料 2 株式会社大原鉄工所「企業研究シート」(コンテンツ) についてのコメント > を参照されたい。

①会社概要について

- ・ 好業績が続いており、売上高・利益も Web 上で、公表すべきと考えます。取引の面でも、人材確保の面でも、望ましい効果を及ぼすと考えます。

②沿革・理念・戦略について

- ・ ヒアリングの際明らかになりましたが、大原鉄工所は立派な経営理念 (社是、社訓、価値観) を有しています (資料 6 参照)。理念のページをもうけて、堂々この理念を掲載すべきであります。取引先も、求職者にも好ましい影響を与える。
- ・ 戦略についてももう少し、整理したほうがよいと思うが・・・

③事業概要について

- ・ 主な事業・商品は詳しく紹介されていますが、主な顧客・市場については、会社要覧等に掲載されている程度には、掲載してよいのではないかと。

- ・会社の強み等は、掲載するかどうかは判断を要しますが、整理してまとめ、積極的に打ち出した方がよいと、思う。

④仕事環境について

- ・どんな仕事をしているのか、どんな能力を伸ばせるのかなど仕事環境は具体的に紹介した方が人材確保にとってはよいと思う。

⑤採用情報について

- ・採用の基本情報は掲載されています。プラスするとすれば、新卒採用には、先輩のコメント、従業員の1日の仕事ぶりなどとの紹介がほしい。さらに、入社後の社内教育制度などもわかるとよいと思う。

資料2 大原鉄工所「企業研究シート」についてのコメント

.....

* ホームページ、会社案内及び『新潟県会社要覧』（以下、『要覧』と略）、『東商信用録新潟県版』（以下、『信用録』と略）を利用して、原田ゼミの活動の一環として、株式会社大原鉄工所の「企業研究シート」を作成した。

* 以下、いくつか気がついた点についてコメントする。

.....

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）・会社概要ページ、会社案内でわかります。

* 創業者については、Web・会社概要、会社沿革ページ、会社案内にも未掲載でした

・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、会社案内に未掲載でした

02 フェイスシート②－売上高・利益－

・売上高、利益・・・『要覧』、『信用録』で記入できました。

* ただし、利益は税引前利益が掲載されているので、税引前利益＝経常利益として、売上高経常利益率を計算しました。リーマンショックの影響はなく好業績が続いています。

* 売上高、利益については、Web・会社概要ページ、会社案内に未掲載でした

1～3 沿革・理念・戦略

・沿革・・・Web・会社沿革ページで確認できました。

* ただし、Web・会社概要ページに掲載した方がよいのではないのでしょうか

・経営理念・・・Web・新規学卒採用情報ページ・社長メッセージでシートのように表現されていると思われますので記入しました。

* しかし、大原鉄工所は立派な経営理念（社是、社訓、価値観）を、別紙「資料・大原鉄工所の経営理念」（平成21年度会社訪問時に大原社長様からご提供いただいた資料の一部）のように定めているので、これを、Web・会社概要ページに掲載した方がよいのではないのでしょうか

* また、社長メッセージも、Web・新規学卒採用情報ページ（新卒者用のこのメッセージは掲載する）ではなく、Web・会社概要ページに掲載した方がよいのではないのでしょうか

・目標・・・経営の中期目標数値（売上高〇〇億円、〇〇%の成長等）は掲載されていません（Web・会社概要ページ）。

・戦略・・・戦略（ビジネスモデル、新製品開発・生産・販売等）は、Web・新規学卒採用情報ページ・社長メッセージからシートのように記入してみましたが、これは正しいのでしょうか。

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）の観点から明確にしたい。

- ・主な事業・商品・・・Web・環境事業ページとWeb・車両事業ページで、詳しく事業・商品がわかります。

*ただし、事業別売上高割合（『要覧』、『信用録』に掲載）をみると、掘削機や水門などの売上高もかなりあるが、Web・ページには紹介されていません。

- ・主な顧客・市場・・・『要覧』、『信用録』からの推測をシートに記入しました。これでよいでしょうか。

*Web・ページには掲載されていません。

- ・主な事業・商品の提供方法・・・明確にはわかりませんでした。会社案内、『要覧』、『信用録』およびWeb・環境事業ページ、Web・車両事業ページから、シートのように記入しました。これでよいでしょうか。

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、シート記入のように、整理してみました（会社案内、『要覧』、『信用録』およびWeb・環境事業ページ、Web・車両事業ページから）。これでよいでしょうか。

8 人材育成等人事政策

- ・職種・業務・・・Web・仕事ページから、シートのように整理しました。

*人材育成等人事関連政策（新入社員教育、社員教育、人事の考え方、賃金等）はWeb・ページには掲載されていません。

9 採用情報

- ・採用情報等・・・新規学卒採用情報（採用人材像、説明会、エントリー方法、採用試験等）はWeb・採用情報ページに掲載されており、わかりやすい。

*ただし、「求める人材像」がWeb・採用情報ページのなかの社長メッセージと採用基本情報ページで異なった表現になっておきます。誤解を与えないように修正した方がよいと思えますが。

*また、先輩のコメント、従業員の1日の仕事ぶりなどの紹介がほしい。

10 総合評価等－コンテンツ診断チャート－

- ・総合評価等・・・以上を総括して、コンテンツ診断チャートを作成しました。

資料 3

大原鉄工所「企業研究シート」

(調査日：平成 22 年 7 月 13 日)

(氏名：原田ゼミ・ホームページ診断チーム)

会社名	株式会社 大原鉄工所		
設立年月	創業：1907（明治 40）年 10 月、設立：1940（昭和 15）年 3 月		
代表者名	代表取締役社長 大原 興人		
創業者名		資本金	4,500 万円
所在地	本社：〒940-8605 新潟県長岡市城岡 2-8-1 TEL 0258-24-2350（代） FAX 0258-24-8201 URL (http://www.oharacorp.co.jp) e-mail (info@oharacorp.co.jp)		
	工場：本社工場、製缶工場（長岡市下下条 4-1640） 支店等：東京支店（文京区）、北海道営業所、仙台営業所、横浜営業所、名古屋営業所、大阪営業所 関連会社：大原電業（株）（長岡市、60 人、発変電工事等）、新潟高周波工業（株）（長岡市、30 人、機械部品等の高周波焼入加工）		
従業者数	総数：175 人 2009 年 5 月現在 内訳・男女別（男、女） 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 4 月～2009 年 5 月）（約 5,507 ）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 131 ）百万円、売上高経常利益率（ 2.4 ）% 当期利益（約 ）百万円		
1 沿革	<ul style="list-style-type: none"> ・ 1907 年（明治 40）10 月 削井関係機械部品の鋳造メーカーとして創業 ・ 1932 年 各種掘削機メーカーとしての基礎を確立 ・ 1940 年 有限会社大原鉄工所を設立（1945 年に株式会社化） ・ 1951 年 国内初の量産雪上車「吹雪号」試作 1 号機が完成 ・ 1959 年 フランス企業と提携し、水門分野に本格参入 ・ 1965 年 電業部門分離し、大原電業（株）設立、高周波工業（株）も。 ・ 1967 年 SM10、SM15 型雪上車が南極観測隊に採用される ・ 1970 年 米国企業との提携で、世界最大級馬力石油掘削用ポンプ国産化 ・ 1973 年 汚泥処理脱水機の製品化により、水処理分野の基礎確立 ・ 1976 年 南極観測越冬隊員に初の社員派遣 ・ 1979 年 防衛庁制式の 78 式雪上車の納入開始 ・ 1994 年 DL270 型ゲレンデ整備車グッドデザイン商品、中小企業庁長官賞 ・ 1995 年 廃棄物処理機械等開発し、環境分野に参入 ・ 1998 年 ISO9001 認証取得 ・ 2002 年 ロールスクリーン等を開発し、環境分野を強化 ・ 2004 年 ISO14001 認証取得 		

<p>2 経営 理念・ ビジョ ン</p>	<p><理念></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「人間として、また会社として正しい行為を誠実に遂行し、人に役立つ仕事、社会に役立つ仕事をしていくこと」 *出典－ホームページ・採用情報ページ・社長メッセージ <p><ビジョン（目的）></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「社会的ニーズの高い製品を時代の変化に合わせて開発、提供し、成長してきました」 *出典－ホームページ・採用情報ページ・社長メッセージ
<p>3 経営 の目 標・戦 略</p>	<p><目標></p> <ul style="list-style-type: none"> *数値目標は掲載されていない。 <p><戦略></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスモデル・・・スピーディーな製品開発と顧客・市場に密着した営業展開を行う。 ・マーケティング戦略・・・市場細分化によるニッチ創出し、そこに適合した製品を投入し、ニッチ市場でのリーダーシップを確立する（差別化戦略）。 ・組織戦略・・・そのため、情報収集能力の強化、技術専門性の高度化、個別受注対応型生産体制構築を行う。 <p>*出典－ホームページ・採用情報ページ・社長メッセージ</p>
<p>4 主な 事業・ 商品</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・当社事業は、環境事業と車両事業に大別される。 <p>[環境事業]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・環境事業・・・水処理設備、水門・除塵機設備、掘削設備（石油・ガス）および廃棄物リサイクル設備などの設計・製造・工事 *出典－会社案内／会社要覧等 ・リサイクル機器・設備・・・①破碎機シリーズ（油圧式二軸粗破碎機ブリマックス等）、②破袋機・解砕機シリーズ（二軸回転型破袋機等）、③選別機シリーズ（ロールスクリーン等） *出典－ホームページ <p>[車両事業]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・車両事業・・・南極観測、物質輸送からレジャー用車両の設計・製造・工事 ・各種雪上車・・・自衛隊用、南極観測隊用、スキー場ゲレンデ整備用雪上車、多目的装軌雪上車→国産雪上車のトップメーカー ・室内用人工降雪機・・・New snow star magic *出典－ホームページ <p>[売上高]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・売上高－雪上車 30%、石油・地熱・温泉・水井戸掘削機 5%、水門・除じん機 20%、汚泥脱水機・水処理機械・ごみ廃棄物処理機械 45% <p>*出典－会社案内／会社要覧等</p>
<p>5 主な 顧客・ 市場</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・仕入先－ダイキン工業（東京）、コマツディーゼル（東京）、藤田金属（新潟）、新潟いすゞ自動車（新潟）、旭精機、佐藤商事、正栄産業、藤栄商会 ・販売先－防衛庁、国立極地研究所、東京電力、前澤工業、新潟県、諸官公庁、日立造船、東京都下水道局、各地スキー場、丸紅 <p>*出典－会社案内／会社要覧等</p>

<p>6 主な事業・商品の提供方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・設計・製造・販売・アフターサービスまで、一貫メーカーである。 ・販売方法・・・卸および直接販売、サービス（営業） ・ホームページ・・・製品カタログ送付、機器等諸元情報提供、問い合わせあり。 <p style="text-align: right;">* 出典－会社案内／会社要覧等、ホームページ</p>
<p>7 経営の特徴・強み・課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・メーカー組織・・・開発から設計・生産・販売・サービスに至る一貫した会社組織を持っていること。 ・先端技術開発・・・新技術・製品開発へのチャレンジ、各分野で世界的な実力を持つ外国企業と技術提携して新製品・新分野を開発していること。 ・国際経営システム・・・ISO9001、ISO14001を認証取得している。 ・市場・顧客密着型ビジネスモデル・・・顧客に密着した製品開発・営業・サービスを展開している。 <p style="text-align: center;">☆カタログ製品の特殊仕様対応、製品のデモやサンプルテスト対応、個別受注製品は仕様打合せから納品まで自社で一括管理、顧客ニーズ対応の設計製作、製缶・溶接・塗装・FRP加工・機械加工・組立の一貫施工管理など。</p> <p style="text-align: right;">* 出典－ホームページ、会社案内／会社要覧等</p>
<p>8 人材育成等人事政策</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・職種・業務・・・①技術者→技術のエキスパート集団、②営業→顧客のニーズを把握し、製品設計に反映させ、高いレベルでの提案を行う。テクニカルコーディネーター。③開発設計→ユーザーニーズを具体化し、信頼性の高い製品を創る。メカニカルクリエイター。④製造→設計図面から製品を創出する。グローバルマニュファクチャラー。⑤生産管理→生産計画の立案・配分。プロダクションコントローラー。⑥品質保証→品質管理。クオリティマネージャー。⑦事務管理→総務、経理等事務管理部門。モチベーションコンダクター。 <p style="text-align: right;">* 出典－ホームページ</p>
<p>9 採用情報等</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・採用情報・・・経験者、新卒者それぞれ応募要項をホームページに掲載 ・新卒者採用情報・・・メッセージ、基本採用情報、会社沿革、会社説明会、エントリー、質問箱などで明示。 ・当社の理念・ビジョン・・・社長は次のように述べている。 <p style="text-align: center;">☆「人間として、また会社として正しい行為を誠実に遂行し、人に役立つ仕事、社会に役立つ仕事をしていくことです」</p> <p style="text-align: center;">☆「社会的ニーズの高い製品を時代の変化に合わせて開発、提供し、成長してきました」</p> <p style="text-align: right;">* 出典－ホームページ・社長メッセージ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新卒採用の基本方針・・・マネジメントスタッフの後継者育成 ・求める人材像－①人間として基本的なことを備えていること（礼儀、誠実、思いやり、責任）、②やる気、向上心、競争心を持っていること（お客様に喜んでもらう、少しでもうまく早くできるようにしよう、仲間に

負けたくない、将来は社長になりたいという大きな意欲)、③国際感覚を持っていること(英語力、国際感覚、パソコン自由使用)、④<人柄+能力>が必要、<何かキラッと光るものを感じられる人>を採用したい。

* 出典－ホームページ・社長メッセージ

・ 求める人材像②・・・次の4点が明示されている。

- ①自分の考えを持ち積極的に行動できる人
- ②常に向上心を持ち自己革新に意欲的な人
- ③新しいことへのチャレンジ精神を持った人
- ④当社の価値観を理解し組織行動のできる人

* 出典－ホームページ・基本採用情報

・ 勤務条件等・・・初任給 19 万 5000 円以上、完全週休 2 日制(土・日・祝) 年間休日 122 日(GW・夏季・年末年始連休あり)、年次有給休暇(初年度 10 日、最高 20 日)・リフレッシュ休暇・慶弔等の特別休暇、有給休暇積立制度、育児・介護休暇制度等

・ エントリー方法・・・エントリーフォームで申し込むこと明示

* 出典－ホームページ・基本採用情報

資料4 (株)大原鉄工所ホームページコンテンツ診断シート

(社名：大原鉄工所)

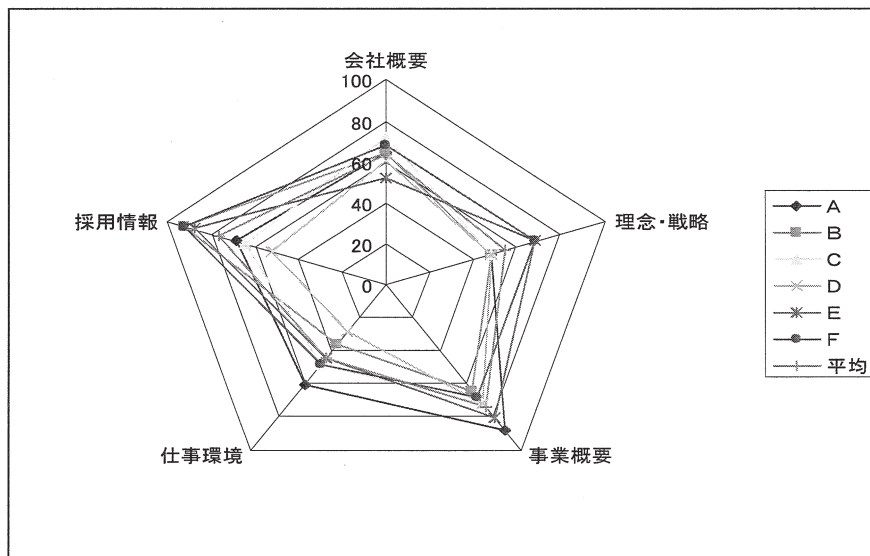
(評価者：原田ゼミ・ホームページ診断チーム)

*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	20	20	12	16	16	20	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	20	20	12	20	20	20	112	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	16	12	16	8	8	12	72	12
	4 資本金・資産状況が明確である	4	8	16	12	4	12	56	9
	5 売上高・利益(前期)が明確である	4	4	16	4	4	4	36	6
	計	64	64	72	60	52	68	380	63
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	4	16	12	16	20	20	88	14
	7 経営理念(ビジョン、社是、社訓等)が明確である	8	8	12	4	16	12	60	10
	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	8	8	8	8	12	12	56	9
	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	12	4	8	8	4	4	40	6
	10 社会貢献の考え方・活動が明確になっている	16	12	8	12	16	20	84	14
	計	48	48	48	48	68	68	328	54
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	20	20	16	16	20	20	112	18
	12 主な市場・顧客が明確になっている	16	12	16	16	16	12	88	14
	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	20	8	12	12	20	12	84	14
	14 自社の特徴・強みが明確である	20	20	16	12	20	20	108	18
	15 取引先との情報交換の仕組みが明確である	12	4	12	16	4	4	52	8
	計	88	64	72	72	80	68	444	74
IV 仕事環境 (仕事・労働条件)	16 人事・教育制度が明確である	16	8	8	4	4	4	44	7
	17 仕事の種類(スキル)がわかる	16	12	8	12	12	12	72	12
	18 社員の仕事の仕方(1日、1週間)がわかる	8	4	12	4	12	12	52	8
	19 社員の自己紹介(生の声)が掲載されている	4	4	12	4	4	4	32	5
	20 社風・会社のカラーがわかる	16	8	8	4	12	16	64	10
	計	60	36	48	28	44	48	264	44
V 採用情報	21 求める人材像(採用基準)が明確である	16	20	12	12	20	20	100	16
	22 募集職種(スキル・資格等)が明確である	16	20	12	12	12	12	84	14
	23 賃金・勤務地等労働条件が明確である	20	20	12	12	16	20	100	16
	24 選考のプロセス(試験、スケジュール等)が明確である	12	12	12	4	20	20	80	13
	25 応募・エントリーの仕方が明確である	4	20	16	12	20	20	92	15
	計	68	92	64	52	88	92	456	76

(注) A~Fは評価学生6名、Gは合計、Hは6名の平均。

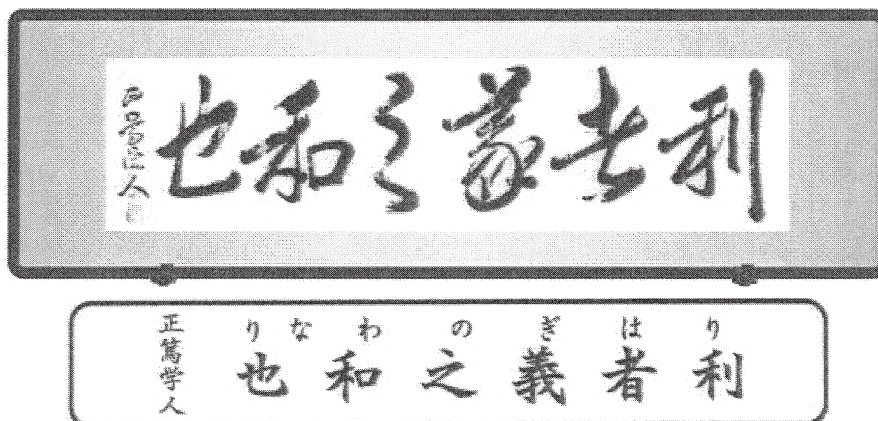
資料5 (株)大原鉄工所ホームページコンテンツ診断チャート



	会社概要	理念・戦略	事業概要	仕事環境	採用情報
A	64	48	88	60	68
B	64	48	64	36	92
C	72	48	72	48	64
D	60	48	72	28	52
E	52	68	80	44	88
F	68	68	68	48	92
平均	63	54	74	44	76

(注) 1 数字は資料4の各項目計の数字。平均=H
 2 数字の満点=100点である

1 社是



*意味・・・利益（「利」というものは、人道・公共のためにつくすこと（「義」）の総和（積み重ね＝「和」）によって得られるものである。

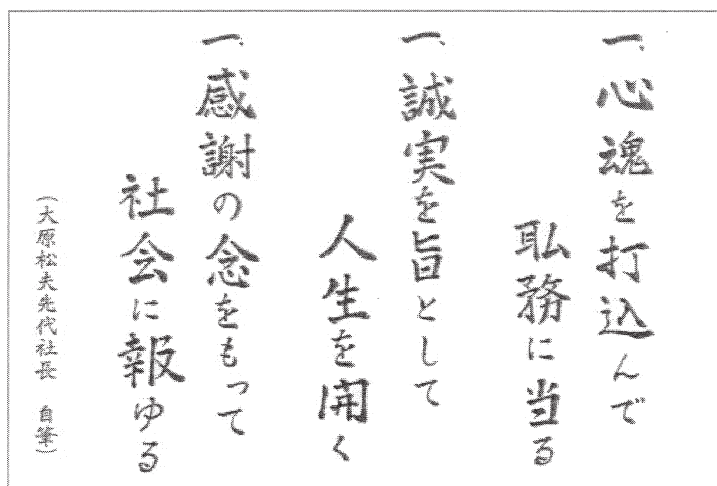
*理念の意味する行動

- 1) 目先の利益のみにとらわれずに、長期的・永続的な利益を求めよ。
- 2) 儲け過ぎることなく、適正な範囲で長く利益を生むことを考えよ。
- 3) 利益は先取を考える前に、まず相手に何かを与えることを考えよ。
- 4) 自分だけ設けようと考えずに、顧客と社会と共に利益を分かち合うことを考えよ。
- 5) ごまかししたり、うそをついたりすることなく正直に利益を得ることを考えよ。

*この社是は、陽明学者の安岡正篤（やすおか まさひろ）先生が、1960（昭和 35）年 5 月 24 日に講演のため当社に来社された際、揮毫（きごう）いただいたものである。

*安岡正篤先生の略歴・・・明治 31 年大阪市生まれ。東京帝大（現東京大学）卒。陽明学者。終戦の詔勅（玉音放送）の草案起草者。吉田茂から中曾根康弘までの戦後歴代首相の指南役。現在の元号「平成」の考案者。昭和 58 年 12 月、85 歳で逝去。

2 社訓



- 一、心魂を打ち込んで職務に当る
- 一、誠実を旨として人生を開く
- 一、感謝の念を持って社会に報ゆる

*社訓の意味

①心魂を打込んで職務に当る

会社における社員としての、仕事に取り組む態度を示したものである。精魂を傾けて仕事に取り組む中から創意も生まれ、付加価値も増す。全員が常に積極的な意欲で仕事に対し、その努力を集結し、一致協力して進むことが企業を健全ならしめるだけでなく、大きく繁栄させる原動力となり、ひいては自らの家庭の経済基盤を築くことになることを示している。

②誠実を旨として人生を開く

人間はいかにその天分、能力が優れていても、その人柄が不誠実であっては結果的にその人生は開かれない。常日頃から全て誠心誠意をもって事に当り、人格を磨き、自己を成長させることによって、自らの人生を切り開いて行かなければならないことを示している。また、そうすることによって自分の人生が豊かになって行くことを知らねばならない。

③感謝の念をもって社会に報ゆる

自分が現在あるのは、社会や周囲の人々があつてのことであることを自覚しなければならぬことを教えている。自分ひとりでは何もできないことを知り、感謝の気持ちをもって各人の職分に全力を尽くし、社会に恩返しをして子孫へと引き継いで行かなければならない。

*この社訓は、当社の大原松夫先代社長が定めたものである。

3 価値観・ビジョン

社是、社訓にもとづく当社の価値観・ビジョンはつぎのとおりである。

1 コストより品質を重視する(品質貢献)

a)コスト低減が大事なことはもちろんだが、品質を維持・向上できないコスト低減対策はとらない。

b)共通の品質基準を個々の頭の中に持ち、それを満足していないものは次工程にまわさない。あわせて、決められた品質基準を守る。

2 従順より積極性を重視する(積極行動)

a)黙って命令に従うだけでなく、自分の考えを持ち、積極的に行動する人間を評価する。

b)これまでのやり方にとらわれず、新しいことや新しい考え方を創造し、取り入れていく人間を評価する。

3 経験より技術能力を重視する(技術革新)

a)経験則にこだわり、一つのことや一つの方法に固執することなく、一つをマスターしたら次のことにチャレンジする人間を評価する。

b)自分の有益な経験・技術は標準化を進め、積極的に後輩に教えていく人間を評価する。

4 個人より組織優先を重視する(組織協力)

a)自分の都合の価値判断ではなく、組織の正しい価値判断で言動する人間を評価する。

b)自分の置かれた立場・組織・役割を認識し、顧客満足を目指す組織行動をとる人間を評価する。

第2部 小西鍍金ホームページの情報内容（コンテンツ）診断と

改善提案

株式会社小西鍍金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った。

1 趣旨

- ・株式会社小西鍍金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、改善点が見つかれば、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Ⅳ
- ・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
 - ◎野村祐彰、緒形康幸、野村聡史、鈴木茂樹、石丸祐貴、榎本啓樹（4年生）
- ・取組期間：平成22年11月～平成23年1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った。

- ・資料1 診断結果と改善提案
 - *資料2以下を総括して、まとめたものである。
- ・資料2 株式会社小西鍍金「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）である。
 - *「★コンテンツ診断」の部分は、資料4、5の診断シート・チャートによる評価であり、資料1に続く。
- ・資料3 株式会社小西鍍金・企業研究シート
 - *主として、会社ホームページを見て、事業内容等（コンテンツ）記入した。
- ・資料4 （株）小西鍍金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ある。
 - *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）である。
- ・資料5 （株）小西鍍金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ある。
 - *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いただきたい。

資料 1

診断結果と改善提案

1 コンテンツ診断結果について

株式会社小西鍍金ホームページコンテンツの診断結果は、次の通りである。

- * <資料 2 株式会社小西鍍金「企業研究シート」(コンテンツ)についてのコメント>、
<資料 4 (株)小西鍍金ホームページコンテンツ診断シート>および<資料 5 (株)小西鍍金ホームページコンテンツ診断チャート>を参照いただきたい。
- ・ <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 (平均 60 点) が低くなっている。
- ・ <Ⅱ 沿革・理念・戦略>について
 - * 沿革は十分ですが、経営理念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) が低くなっている。
- ・ <Ⅲ 事業概要>について
 - * 取引先との情報交換の方法などの評価が不明なので低くなっていますが、めっきの業務の説明・紹介は極めて詳しくすばらしく、めっき事業・製品の理解がしやすくなっており、評価点 (平均 63 点) は比較的高くなっている。
- ・ <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ほとんど掲載されていないので、評価点 (平均 35 点) が低くなっている。
- ・ <Ⅴ 採用情報>について
 - * 一般求人・新規学卒採用情報はほとんど掲載されていないので、評価点 (平均 37 点) は低くなっている。

2 改善提案について

次のような改善が望ましいと考える。

- * <資料 2 株式会社小西鍍金「企業研究シート」(コンテンツ)についてのコメント>を参照されたい。

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う。
- ・ 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ない。応募者や取引先にとっては望ましい情報であり、売上高だけでも掲載していただきたい。

②沿革・理念・戦略について

- ・ 経営理念は重要な役割を果たしますので、コメントで述べたように、経営理念に相当する部分=<地元機械業界の発展>と<伝統を大切にしながら技術開発を行う>の 2 点を検討され、経営理念のページにきちんと明示すべきである、と考える。
- ・ 戦略についても、<高度なめっき技術開発>と<多品種・小ロット加工による幅広いニーズ対応>の 2 つを柱に、戦略を明確にできるのではないのでしょうか。

③事業概要について

- ・事業紹介について、次の順序で再構成することがよいのではないかと思う。
 - ア NAZEのWebにあるように、まず、装飾用クロムメッキなど4種類のメッキがメインの事業であることを記載する。
 - イ 次に、4つのメッキがどのような用途（製品等）に活用されているかを記載します。これは、具体的製品を例示して、説明する。
 - ウ その上で、4つの事業の内容（ここはすばらしい）を紹介するのがよいと思います。ただし、現行の「事業部」の「部」はいらぬのではないか。
- ・主な顧客・市場についても、NAZEのWeb記載の販売先と同じ内容を掲載すべきである。
- ・主な事業・商品の提供方法については、高度技術は人の要素＝技能者・技術者によっているので、NAZEのWebページに掲載している情報は掲載すべきだと思う。
- ・経営の特徴・強み・課題については、高度表面処理技術だけでなく、納期、品質、加工の多様性など多面的に整理して、掲載すべきと考える。

④仕事環境について

- ・人材募集をするかどうかは関係なく、めっきの職種・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、会社のイメージアップにも資すると思う。ぜひ、ご検討いただきたい。

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。

⑥総括として

各分野の改善点等は上記の通りであるが、この診断の問題点も記しておきたい。

「⑤採用情報」の評価点が低くなっているが、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しなくて結構です。ただし、「④仕事環境」は会社のイメージアップにも役立つので、「⑤採用情報」とは別にご検討いただきたい。

資料2 小西鍍金「企業研究シート」についてのコメント

.....
* 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）を利用して、原田ゼミナール学生の活動により、株式会社小西鍍金の「企業研究シート」を作成した。

* 以下は、<資料3 株式会社小西鍍金・企業研究シート>についてのコメント（解説）である。

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・概要ページでわかります。

* 創業者については、未掲載で、12/7 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・会社案内・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、会社案内に未掲載でした

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。

* 12/7 会社見学・ヒアリングの際、平成21年度の売上高約2.2億円（前年まで約3億円）、経常黒字数千万円と伺いました。

★コンテンツ診断→<資料4（株）小西鍍金ホームページコンテンツ診断シート>および<資料5（株）小西鍍金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・沿革ページで十分、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、小西統雄社長の<会社紹介>のなかに、経営理念に該当する部分が掲載されています。シートに記入した次の部分が、理念にあたると思います。よろしいでしょうか。

* 経営理念に相当する部分・・・<地元機械業界の発展>と<伝統を大切にしながら技術開発を行う>の2点。

* ただし、長い社歴・伝統を有しているのですから、経営理念を明示し、Web・会社案内ページに掲載することが望ましいと思います。

・目標・戦略・・・目標・戦略ともに、掲載されていません。めっきという業種の特徴（受注タイプ）もあるので、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。

* 沿革から見ますと、めっきの技術開発に注力し、発展してきましたので、<高度

なめつき技術開発>、Web・事業内容ページに掲げられている<多品種・小ロット加工による幅広いニーズ対応>の2つが、戦略の柱として明確にできるのではないのでしょうか。

★コンテンツ診断→<資料4 (株)小西鍍金ホームページコンテンツ診断シート>および<資料5 (株)小西鍍金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、評価点が低くなっています。

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・事業内容ページで詳しく紹介されていますが、素人にはややわかりにくい。このページには、事業内容をクリックすると、ICr、電気メッキ、無電解ニッケル、VBCの4つの事業部ごとに詳細なメッキ加工・技術の紹介が掲載されています。これはすばらしい。しかし、Webを見る方からすると、次の順番の方がわかりやすいと思います。

*NAZEのWebにあるように、まず、装飾用クロムメッキなど4種類のメッキがメインの事業であることを記載します。企業シートにもこれを記入しました。会社のWebページには掲載されておられません。

*次に、4つのメッキがどのような用途（製品等）に活用されているかを記載します。これは、具体的製品を例示して、説明します。この点は、記載されていません。

*その上で、4つの事業の内容を紹介するのがよいと思います。ただし、現行の「事業部」の「部」はいらぬのではないのでしょうか。

・主な顧客・市場・・・これは、NAZEのWeb記載の販売先をシートに記入しました。

*Webページには掲載されていません。

・主な事業・商品の提供方法・・・これは、事業がメッキ＝表面処理なので、メッキ設備とノウハウ＝技能・技術者等人材がポイントになると思います。

*メッキ設備は、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には記載されていませんので、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。めっき企業は受注産業ですが、その上で、どういう工夫をしているかがポイントです（これはホームページに掲載するかどうかは経営上の判断ですが）。

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。

*シートには、Web・会社案内ページの「企業の特徴」を記入しました。

*確かに、高度表面処理技術は強みですが、さらに、加工スピード、品質、加工の多様性など多面的に整理して、情報発信が可能と思います。いかがでしょうか。

★コンテンツ診断→<資料4(株)小西鍍金ホームページコンテンツ診断シート>および<資料5(株)小西鍍金ホームページコンテンツ診断チャート>→ここは、取引先との情報交換の方法などの評価が不明なので低くなっていますが、他の事業・製品に関しては比較的理解しやすくなっており、評価点は比較的高くなっています。しかし、上記のように、全体として、整理して、記載する必要があると思います。

IV 仕事環境

8 人材育成・仕事環境

・職種・仕事・・・Webには仕事に関する情報は掲載されていません。メッキに業務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、新入社員教育、社員教育、人事の考え方、賃金等)はWeb・ページには掲載されていません。メッキの仕事や諸資格取得の支援などを書く必要があると思います。

★コンテンツ診断→<資料4(株)小西鍍金ホームページコンテンツ診断シート>および<資料5(株)小西鍍金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・・・入社後の待遇(労働条件等)は掲載されていますが、一般求人・新規学卒採用情報(求める人材像、説明会、応募方法、応募期間、採用試験等)はWeb・採用情報ページに掲載されておりません。

★コンテンツ診断→<資料4(株)小西鍍金ホームページコンテンツ診断シート>および<資料5(株)小西鍍金ホームページコンテンツ診断チャート>→上記のように、一般求人・新規学卒の採用情報はほとんど記載されていないので、評価点が低くなっています。募集の有無を明確にした方がよいと思います。

資料 3

小西鍍金「企業研究シート」

(調査日：2011年1月18日) (氏名：石丸・野村聡・野村祐・榎本・緒形・鈴木)

会社名	株式会社 小西鍍金		
設立年月	創立：1930（昭和5）年10月、設立：2001（平成13）年9月		
代表者名	代表取締役社長 小西統雄		
創業者名	小西駒蔵（25歳創業）	資本金	1000万円
所在地	本社：〒940-2022 新潟県長岡市鉄工町2-1-20 TEL（0258-27-1746） FAX（0258-27-4736） URL（http://konishi-mekki.jp/） e-mail（imkjr@mug.p-navi.ne.jp 小西統雄、eikoh@oregano.ocn.ne.jp 小西幸夫）		
	支店等：なし		
従業員数	総数：18人 内訳・現業員16名 研究技術員2名 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、売上高経常利益率（ ）% 当期利益（約 ）百万円		
1 沿革	1930年10月 長岡市玉蔵院にて小西鍍金工場を創立 1955年～ 昭和30年代前半より工業用クロム（硬質クロムメッキ）開始 1957年9月 合資会社小西鍍金工場（資本金100万円）を設立 1972年11月 現在地（長岡市鉄工町2-1-20）に本社工場建設、移転。同年、カニゼンメッキの技術習得 1978年 アルミニウム上への硬質クロムメッキの技術開発（1000Hv） 1985年 硬質クロムメッキの技術開発（1200Hv） 1988年10月 極低温黒色クロム処理技術導入（極低温黒色クロム鍍金工業会とライセンス契約締結）。 1994年3月 第三工場建設（1972年7月第二工場） 2000年12月 工場用地1900m ² （長岡市鉄工町）取得 2001年9月 株式会社小西鍍金に社名変更。資本金1000万円に増資。 2007年7月 無電解ニッケルメッキ導入（重金属フリー中リンタイプ無電解ニッケルめっき液）		
2 経営理念・ビジョン	・我が社は、テクノポリスの指定を受けた長岡市の北西部に位置し、長岡鉄工協同組合の一員として、地元業界（金属機械）の発展に努力しております。 ・古い伝統を大切にしながらも、常に積極的に技術開発を行っている。		

3 経営 目標・ 戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・高度な技術開発（メッキ表面硬度1200Hv）に取り組み、かつ、多品種・小ロットの加工を行い広範なニーズに対応すること。
4 主な 事業・ 商品	<ul style="list-style-type: none"> ・工作・産業機械部品の装飾用クロムメッキによるメッキ処理 ・超高硬度の工業用クロムメッキによるメッキ処理 ・極低温黒色クロムメッキによるメッキ処理 ・カニゼンメッキによるメッキ処理
5 主な 顧客・ 市場	<p>（株）オーエム製作所長岡工場、日本ベアリング（株）、ニューロング精密工業、（株）、ユニオンツール（株）。取引先約600社。</p>
6 主な 事業・ 商品の 提供方 法	<p>*機械設備・・・バフレース2台、円筒バフレース、サンドブラスト（自社）、黒染（自）、パーカー（自）、銅メッキ設備、ニッケル設備、ニッケル（光沢）設備、カニゼンメッキ設備（自）、無電解メッキ設備（自）、亜鉛設備、装飾用クロム設備、工業用クロム設備、冷温電気めっき設備、公害防止設備</p> <p>*技術等・・・めっき技能士補、局所排気装置等定期自主検査者、低電圧作業主任者、有機溶剤作業責任者、特定化学物質等作業責任者、分析士等</p>
7 経営 の特 徴・強 み・課 題	<p>*企業の特徴ページから以下のように引用</p> <p>我が社が、硬質クロムメッキの実用化に取り組んだのは1959年。当時実現した700Hv台の硬度は、今日のJ S I規格で『硬質』と規定される「850Hv以上」には程遠いものでしたが、その後の研究により、1983年に1000Hv、1985年には1200Hvの超高硬度工業用クロムメッキの実用化に成功しました。メッキ処理後、熱処理を施し硬度を高める一般の方法では、高熱が災いし、素材が変形してしまうことがありました。そこで、我が社は、熱処理せず、メッキだけで表面硬度を上げられる技術を開発し、ついに1200Hvに到達することができたのです。</p> <p>この技術水準の高さが注目され、青函トンネル試掘用ボーリング機会部品のメッキ処理を受注するなど、着々と実績を積み重ねています。最大1200Hvの技術が大きな武器となり、どんな注文にも余裕をもってお応えできるようになりました。現在は、他に国内でも数社にしか加工されていない、極低温黒色クロム処理も行っております。</p>
8 人材育 成等	
9 採用 情報	<p>目指せ！日本一の表面処理集団／来たれ！新しい時代を創り上げる企業人！！ 求人情報</p> <p>*入社後の待遇・・・通勤、皆勤手当あり。昇給一年1回（4月）。賞与一年2回（7、12月）。勤務地一本社工場。就業時間－8：10～17：00（休憩65分）、休日・休暇一日祭、土曜（月2回交代制）、夏季、慶弔、年末年始、誕生日休暇、有給休暇。福利厚生－労働保険、社会保険、厚生年金基金。</p>

資料 4

(株) 小西鍍金ホームページコンテンツ診断シート

(評価者：原田ゼミ・ホームページ診断チーム)

*採点欄は、個人診断表より、5 (非常によい)、4 (よい)、3 (普通)、2 (あまりよくない)、

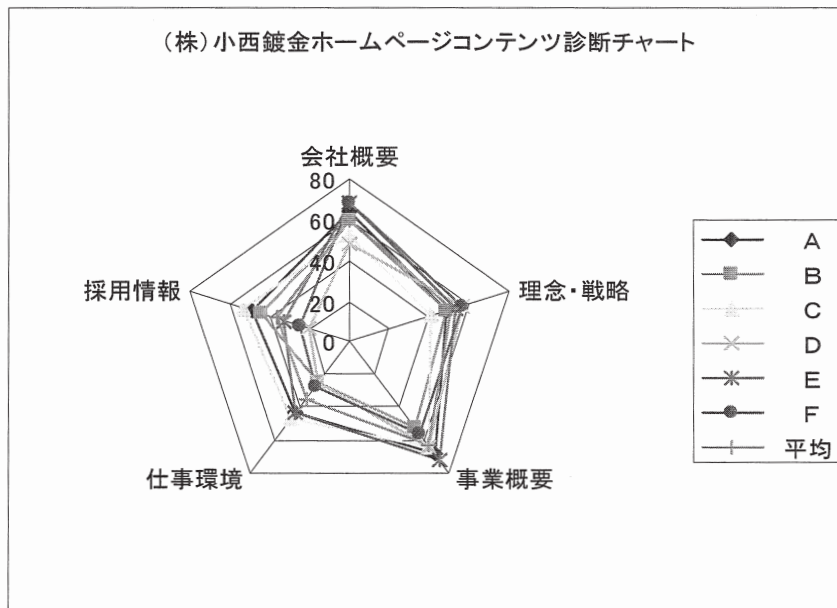
1 (劣る) の各評価点×4 (I～V欄の各合計=100点) で、点数を記入する。

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	16	12	8	20	20	92	15
	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	16	20	20	20	116	19
	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	8	8	8	8	12	56	9
	4 資本金・資産状況が明確である	12	12	8	8	16	12	68	11
	5 売上高・利益(前期)が明確である	4	4	8	4	4	4	28	5
	計	64	60	52	48	68	68	360	60
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	8	12	20	12	88	15
	7 経営理念(ビジョン、社是、社訓等)が明確である	8	8	8	8	12	16	60	10
	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	8	4	8	12	4	8	44	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	8	8	8	16	4	8	52	9
	10 社会貢献の考え方・活動が明確になっている	8	8	8	8	12	12	56	9
	計	48	48	40	56	52	56	300	50
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	20	20	16	20	20	20	116	19
	12 主な市場・顧客が明確になっている	12	4	16	12	20	4	68	11
	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	12	16	12	12	16	16	84	14
	14 自社の特徴・強みが明確である	16	8	12	16	4	12	68	11
	15 取引先との情報交換の仕組みが明確である	8	4	8	4	12	4	40	7
	計	68	52	64	64	72	56	376	63
IV 仕事環境 (仕事・労働条件)	16 人事・教育制度が明確である	8	4	8	4	4	4	32	5
	17 仕事の種類(スキル)がわかる	12	4	12	8	20	4	60	10
	18 社員の仕事の仕方(1日、1週間)がわかる	8	4	8	4	12	4	40	7
	19 社員の自己紹介(生の声)が掲載されている	8	4	8	4	4	4	32	5
	20 社風・会社のカラーがわかる	8	8	12	4	4	12	48	8
	計	44	24	48	24	44	28	212	35
V 採用情報	21 求める人材像(採用基準)が明確である	8	12	12	4	4	8	48	8
	22 募集職種(スキル・資格等)が明確である	8	4	12	4	4	4	36	6
	23 賃金・勤務地等労働条件が明確である	16	16	12	4	16	4	68	11
	24 選考のプロセス(試験、スケジュール等)が明確である	8	4	8	4	4	4	32	5
	25 応募・エントリーの仕方が明確である	8	8	8	4	4	4	36	6
	計	48	44	52	20	32	24	220	37

(注) A～Fは評価学生6名、Gは合計、Hは6名の平均。

資料 5

(株) 小西鍍金ホームページコンテンツ診断チャート



	会社概要	理念・戦略	事業概要	仕事環境	採用情報
A	64	48	68	44	48
B	60	48	52	24	44
C	52	40	64	48	52
D	48	56	64	24	20
E	68	52	72	44	32
F	68	56	56	28	24
平均	60	50	63	35	37

(注) 1 数字は資料 4 の各項目計の数字。平均 = H
 2 数字の満点 = 100 点である

