

学生による地域活性化プログラム

企業の情報発信と ホームページの役割 (平成24年度)



村山光博ゼミナール

4年生 王 逸飛 小林拓斗
高橋 健 高橋新二
陳 夢洋 長津貴幸
西山大輝 彭 晶晶
堀 賢人

3年生 袁 苗 小田 優
胡 礼橋 関 匠
深澤修三 山口真代
山本心美 叶 静

はじめに

—学生による企業ホームページの改善支援活動について—

長岡大学教授／ゼミ担当教員 村山光博



村山ゼミでは、平成 22 年度から長岡大学の特徴的な教育プログラムのひとつである「学生による地域活性化プログラム」に参加し、これまでの 3 年間、「企業の情報発信とホームページの役割」をテーマに活動を行ってきました。この取組みは NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE（以降、NAZE）の「企業ホームページ改善支援事業」との連携事業であり、NAZE 会員企業のホームページを改善することで各企業の強みや魅力をより効果的に発信し、各企業の活性化を推進するとともに、地域の活性化を目指すものであります。

取組みを始めた平成 22 年度は、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 社を対象企業として活動を行いました。両社ともに高度な技術力とノウハウを持つ老舗企業ですが、以前から公開してきた自社のホームページをこの機会に全面的に見直して、さらなる受注の拡大や優れた人材の採用につなげようと、この取組みに積極的にご協力をいただきました。具体的な活動としては、ゼミに所属する学生らが各企業の工場見学や経営幹部へのヒアリングを通して企業の特徴やホームページ開設の目的などを確認した上で、各企業のホームページ閲覧とチェックシートによる採点を行いました。さらにこれらの採点データの集計・分析と改善に向けた各学生の意見を整理して改善提案をまとめ、各社へ提出しました。これらの提案内容は 2 月開催の「学生による地域活性化プログラム成果発表会」で発表し、さらに年度末の 3 月には 100 名近くの企業幹部が集まる NAZE の事業成果発表会の中でも学生らの発表を行いました。

このような活動から、他の NAZE 会員企業からも徐々にこの取組みに関心を持つ企業が増え、2 年目の平成 23 年度には、新たに株式会社オオイ、株式会社サカタ製作所、有限会社毛利製作所の 3 社から自社ホームページの診断と改善提案の対象企業として手を挙げていただきました。各社に対しては前年度の活動に準じて、ホームページ診断と改善提案の策定を行い、各社に提出いたしました。

3 年目の平成 24 年度は、本ブックレットで報告する通り、まずは 8 月に NAZE 会員企業 74 社に対するアンケート調査を実施し、そのうち 8 社の企業から「本取組みによるホームページ診断と改善提案を希望する」との回答をいただきました。しかし、限られた時間の中では 8 社すべてを対象とすることが叶わず、当年度は、株式会社大菱計器製作所、株式会社七里商店、株式会社ソリマチ技研のホームページ診断と改善案の策定、平成 22 年度の対象企業であった株式会社小西鍍金に対しては、さらに一歩踏み込んだホームページデザインを作成し、それぞれ各社へ提出いたしました。

これらの活動を通じて、ゼミ生らが企業の特徴や強みを明らかにしようとする意識が高まる傾向にあるようですし、学生自身の就職試験の面接などにおいても取組みに対する各自の貢献をある程度は PR 出来ているようです（社会人基礎力の向上）。ホームページ診断やページデザインに関しては、学生だけでなく担当教員である私を含めて、とても実務レベルにあるとは言えませんが、学生の視点で検討を行った一つの提案例として、多少なりとも企業のお役に立てるようであれば幸いです。

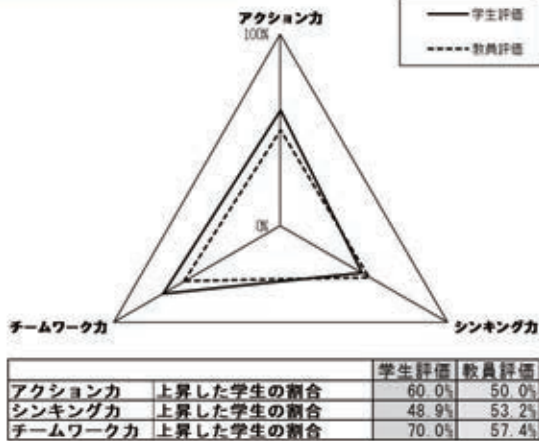
なお、各企業との打ち合わせや訪問などの日程調整については、NAZE の情報化コーディネーターである杉浦聡氏より多大なるご協力をいただいております。この紙面を借りて深く感謝申し上げます。

平成 25 年 7 月

平成24年度 学生による地域活性化プログラム 社会人基礎力の上昇度

地域活性化プログラムにおける学生教育の目標は、社会人基礎力の向上、ビジネス展開能力の向上、専門的スキルの向上が目的である。平成24年度学生による地域活性化プログラムに参加した7ゼミ学生の「社会人基礎力」の伸び具合について、学生とゼミ担当教員にアンケートを実施した。アンケートは取組に参加した学生一人一人を対象に、社会人基礎力の変化を評価する形で実施した。学生は自己評価（有効回収90）であり、教員は各ゼミ生についての評価である。

<社会人基礎力>の上昇度



社会人基礎力について

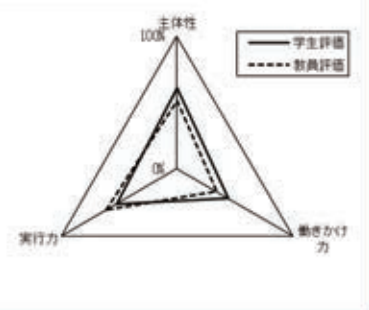
【社会人基礎力の構成要素】は、「アクション力」「シンキング力」「チームワーク力」の3つである。

3つの社会人基礎力の上昇度（取組前と取組後の比較）は、学生の自己評価と教員評価の間に多少のずれはあるが、概ね相関している。

総合評価でもシンキング力の上昇度合いが低く、今後の課題として検討していく必要がある。この数値が高いか低いかは評価が分かれるところであろうが、1つの講義で学生の社会人基礎力がこれだけ伸びるということはあまり考えられず、プログラムとしては一応の成功がみられるのではなかろうか。

<社会人基礎力の上昇度>とは、取組前と比較して取組後に社会人基礎力が「上昇した」と回答した人数の割合である。

<アクション力>の評価



	学生評価	教員評価	
主体性	進んで取り組んだ学生の割合	61.1%	51.1%
働きかけ力	積極的に働きかけた学生の割合	44.4%	34.0%
実行力	確実に実行できた学生の割合	52.2%	61.7%

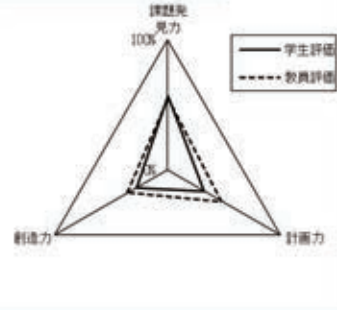
アクション力に関する指標は、「主体性」、「働きかけ力」、「実行力」である。

アクション力では、例年通り、働きかけ力の評価が、学生、教員ともに低くなっている。

アクション力の3つの指標を比較すると、今年度の学生の場合、主体的には取り組めたと感じている学生が多いが、実行できたかどうかについては、学生自身は厳しい見方をしている。

昨年度の場合、主体的に取り組めたと評価している学生は44.2%であり、実行できたとしている学生は46.2%であった。

<シンキング力>の評価



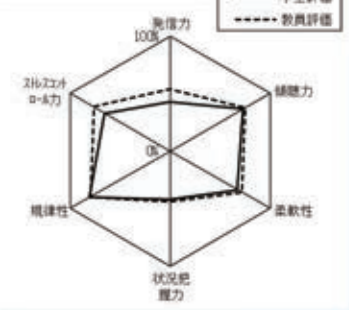
	学生評価	教員評価	
課題発見力	明らかにできた学生の割合	56.7%	55.3%
計画力	準備できた学生の割合	32.2%	47.9%
創造力	十分出せた学生の割合	27.8%	35.1%

シンキング力に関する指標は、「課題発見力」、「計画力」、「創造力」である。

学生の自己評価の場合、課題は見つられたが、自分で計画して課題に立ち向かい、課題解決ができた学生は残念ながら少ないということになる。とりわけ、学生の自己評価では創造力が著しく低くなっている。これに対して、教員評価では高いわけではないが約3分の1の学生が創造力を発揮できたと評価している。学生の場合、自己評価では絶対評価に近い可能性があるが、教員の場合、この取組にまだ参加していない1、2年生や取組に参加していないゼミの3、4年生も見ているわけで、総合的(相対的)に判断すれば、評価が高いことになっていると思われる。

学生が自己評価で厳しい評価をしていることは、その学生にとって成長への原動力になるものと思われる。

<チームワーク力>の評価



	学生評価	教員評価	
発信力	十分伝えられた学生の割合	42.2%	54.3%
傾聴力	十分聞けた学生の割合	73.3%	75.5%
柔軟性	十分理解した学生の割合	67.8%	72.3%
状況把握力	十分理解した学生の割合	42.2%	44.7%
規律性	守った学生の割合	81.1%	79.8%
ストレスコントロール力	うまく解消できた学生の割合	65.6%	76.6%

チームワーク力に関する指標は、「発信力」、「傾聴力」、「柔軟性」、「状況把握力」、「規律性」、「ストレスコントロール力」である。

チームワーク力は、「アクション力」や「シンキング力」よりも総合的に高い評価となっている。個別にみると、傾聴力、柔軟性、規律性、ストレスコントロール力で、教員評価が高くなっている。

学生の自己評価も同様であるが、教員の評価が発信力と状況把握力が低い点は、今後指導を強めていく必要があるだろう。

企業の情報発信と ホームページの役割 (平成24年度)

村山光博ゼミナール

4年生	王逸飛	小林拓斗	3年生	袁苗	小田優
	高橋健	高橋新二		胡礼橋	関匠
	陳夢洋	長津貴幸		深澤修三	山口真代
	西山大輝	彭晶晶		山本心美	叶静
	堀賢人				

目次

1. 本取組の背景とこれまでの経緯……………〔彭晶晶〕 1
2. 企業ホームページ構築のポイント……………〔王逸飛〕 5
3. NAZE 会員企業へのアンケート調査の実施……………〔長津貴幸〕 7
4. ホームページ診断の三種の神器（じんぎ）について……………〔高橋新二〕 13
5. HP改善提案1 株式会社大菱計器製作所……………〔高橋健〕 21
6. HP改善提案2 株式会社七里商店……………〔堀賢人〕 27
7. HP改善提案3 株式会社ソリマチ技研……………〔西山大輝〕 32
8. HP改善提案4 株式会社小西鍍金のページデザイン案……………〔小林拓斗〕 38
9. まとめ……………〔長津貴幸〕 49

謝辞

※氏名は各項目の執筆者

1. 本取組の背景とこれまでの経緯

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、企業の情報発信の一つの手段としてホームページの重要性が高まっており、単なる広報的な役割だけでなく、情報公開やマーケティングのツールとしてもその役割を期待されている。

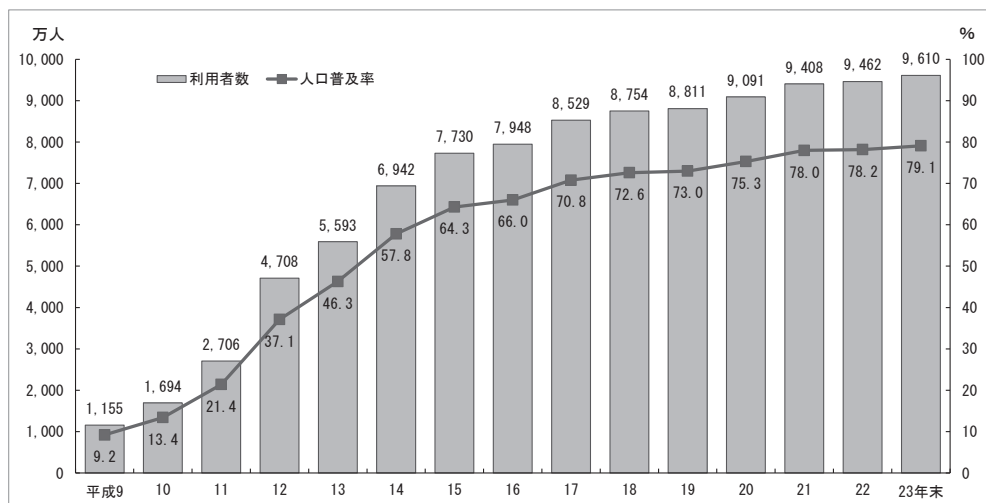
長岡大学 村山光博ゼミナールでは、「企業の情報発信とホームページの役割」をテーマとして企業ホームページを調査・研究し、独自に設定した評価項目に沿った診断結果から改善案の策定に取り組んでいる。これまでの取り組みにおいて、平成 22 年度は特定非営利活動法人長岡産業活性化協会 NAZE（以降、NAZE）の会員企業である株式会社大原鉄工所と株式会社小西鍍金の 2 社、平成 23 年度は同会員企業である有限会社毛利製作所、株式会社サカタ製作所、株式会社オオイの 3 社にご協力をいただき、改善案の策定を行ってきた。

今年度（平成 24 年度）は、NAZE 会員企業に対して行ったアンケート調査の結果から、株式会社大菱計器製作所、株式会社七里商店、株式会社ソリマチ技研、株式会社小西鍍金の 4 社にご協力をいただき、各社のホームページ診断と改善案の取りまとめを試みた。このうち、平成 22 年度に改善案を策定した株式会社小西鍍金に対しては、さらに具体的なホームページデザイン案の作成を行った。

1.1 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

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。（出典）総務省「平成 23 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 23 年まで毎年、安定して増え続けている。

平成 23 年末では、人口普及率 79.1%であり、約 8 割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。

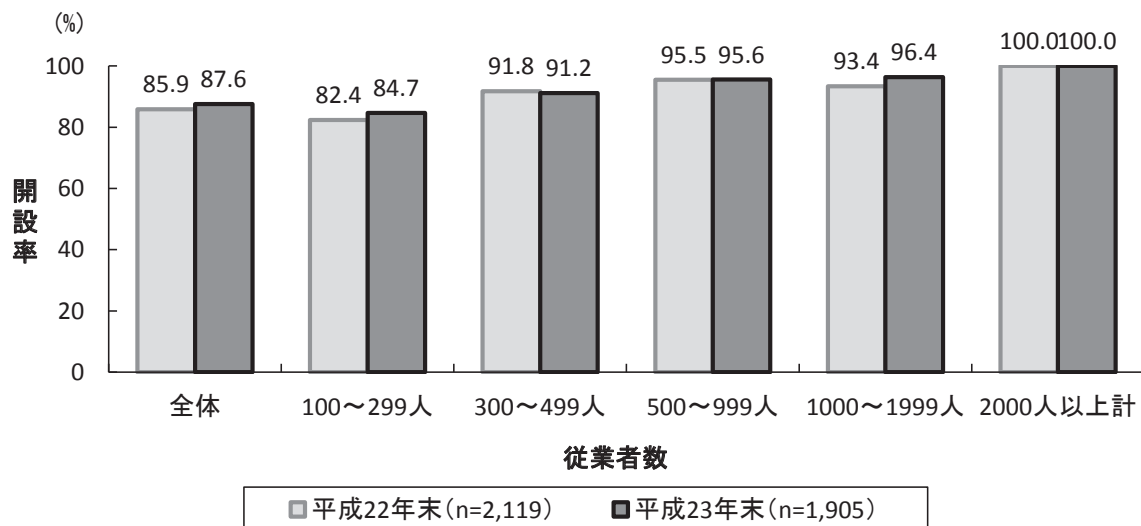
1.2 企業ホームページ開設の現状

図表 1-2 は企業の従業員数規模別にホームページの開設率を表しており、平成 22 年末と平成 23 年末の調査結果が示されている。すべての企業に対し、自社のホームページ開設の有無を尋ねたところ、

ホームページを開設している企業は前年より 1.7 ポイント増加して 87.6% となった。また、従業員規模別にみると、300 人以上の企業の開設率は 9 割を超えており、総じて大企業ほど開設率が高い。また、平成 22 年～平成 23 年の間に従業員数 300～499 人と 500～999 人と 2000 人以上の区分は開設率がほとんど変わっていない、100～299 人と 1000 人～1999 人の区分は開設率が上昇している。

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。

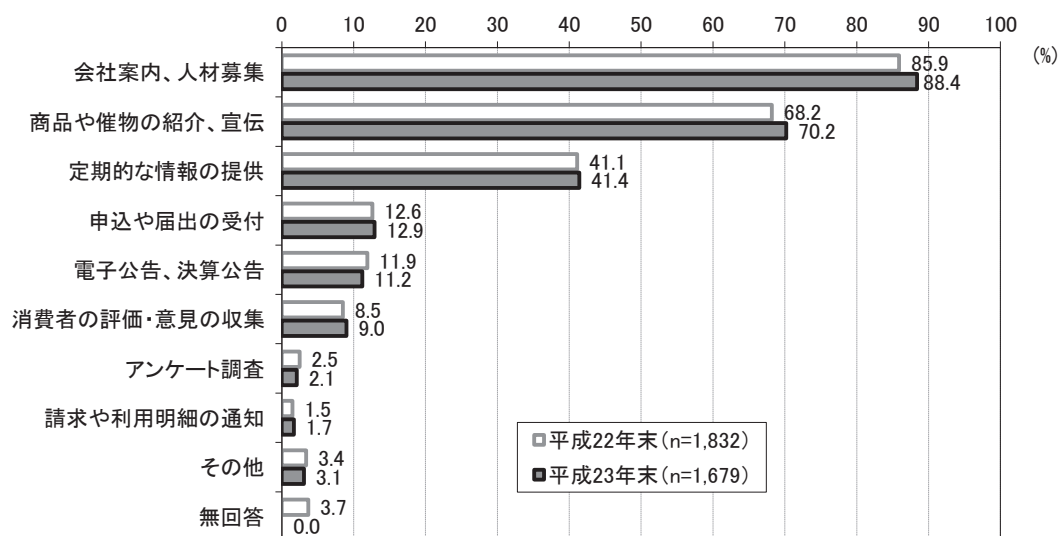
図表 1-2 企業のホームページ開設率



(出典) 総務省「平成 23 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 23 年の結果では、自社のホームページを開設している企業に対し、その目的や用途を尋ねたところ、最も多い目的・用途は「会社案内、人材募集」(88.4%) であった。次いで、「商品や催物の紹介、宣伝」(70.2%)、「定期的な情報の提供」(41.4%) の順となっている。全体としては、自社からの情報発信が主たる目的・用途となっている様子がうかがえる。

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 23 年通信利用動向調査」

1.3 本研究の取り組みの流れ

◆ 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、平成 22 年度は図表 1-4 に示す流れで取り組みを行った。

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。

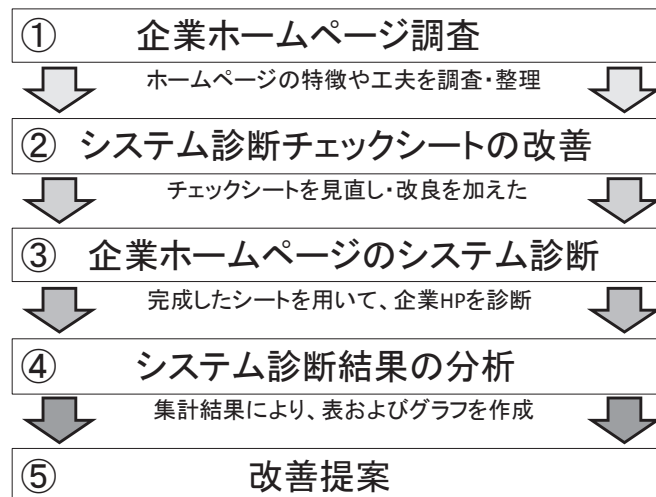
④システム診断結果の分析

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、各社に提出した。

図表 1-4 平成 22 年度 取り組みの流れ



◆ 平成 23 年度

平成 23 年度は前年度に引き続き、図表 1-5 に示す流れで取り組みを行った。

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

平成 23 年度のホームページ診断対象企業である NAZE 会員企業の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 社をそれぞれ訪問し、工場見学やヒアリングを通して各社の業務内容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

平成 22 年度の取り組みで作成したシステム診断チェックシートを利用して、(有)毛利製作所、(株)サカタ製作所、(株)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。

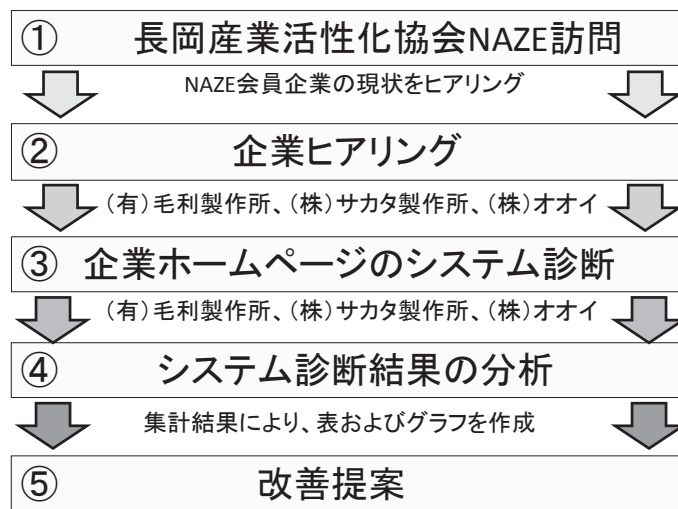
⑤改善提案

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、各社に提出した。

これらの改善案は、「平成 23 年度 学生による地域活性化プログラム成果発表会」および「NAZE 事業成果発表会」において報告を行った。

なお、当年度の取り組みでは平成 22 年度に改善案を提出した(株)小西鍍金に対する同社ホームページのデザイン案の検討を試みたが、完成に至らなかったことから、次年度以降も引き続き検討を続けていくことにした。

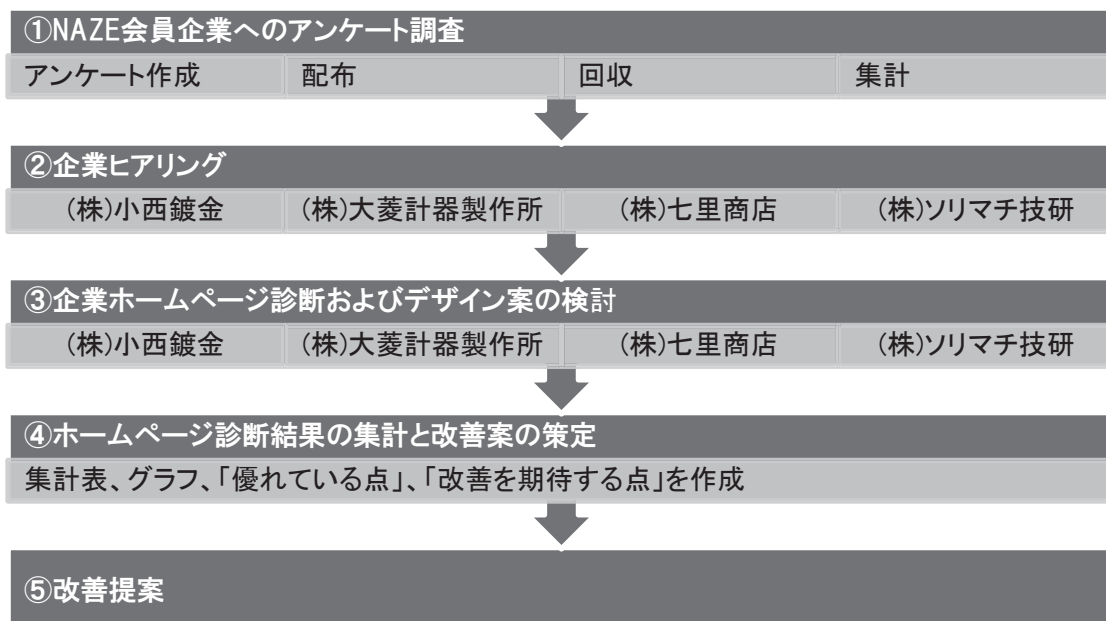
図表 1-5 平成 23 年度 取り組みの流れ



◆平成 24 年度

今年度（平成 24 年度）は、概ね図表 1-6 に示す流れで取り組みを行った。

図表 1-6 平成 24 年度 取り組みの流れ



①NAZE 会員企業へのアンケート調査

NAZE の会員企業 74 社に対するアンケート調査を行い、28 社からの回答を得た。

アンケート質問項目の検討から、質問用紙の作成、アンケート回収時の企業への再連絡、回収データの入力、集計を分担して行った。

②企業ヒアリング

アンケートで自社ホームページの改善提案を希望した 8 社の企業のうち、今年度の対象企業としてご協力いただくことになった株式会社大菱計器製作所、株式会社七里商店、株式会社ソリマチ技研、株式会社小西鍍金の 4 社の各企業を訪問し、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企業ホームページ診断およびデザイン案の検討

今年度さらに改良を加えた「システム診断シート」及び「コンテンツ診断シート」を利用して、(株)大菱計器製作所、(株)七里商店、(株)ソリマチ技研 3 社のホームページ診断を実施し、試みた。

また、(株)小西鍍金ホームページのデザイン案の検討を進めた。

④ホームページ診断結果の集計と改善案の策定

診断結果を集計表に整理し、グラフを作成した。またゼミ学生の意見を収集・整理することで「優れている点」と「改善を期待する点」をまとめた。

⑤改善提案

診断結果と改善案を各社に提出した。

2. 企業ホームページ構築のポイント

2.1 専門家による授業の実施

村山ゼミの取組テーマ「企業の情報発信とホームページの役割」は今年度で 3 年目となり、これまでの企業ホームページの診断と改善提案に加え、さらに一步踏み込んだページデザイン案の策定を検討している。そのため、企業ホームページの構築に関する知識を深める目的で、実際に多くの中小企業のホームページ構築を手掛けている株式会社アイサポートの代表取締役社長 木村譲氏を招いてホームページ構築のポイントをご講義いただいた。

題 目：「効果的な企業ホームページ構築のポイント」

講 師： 株式会社アイサポート代表取締役社長 木村譲 氏

日 時： 2012 年 5 月 15 日（火）14:40～16:20

場 所： 長岡大学 第 5 会議室



2.2 一般的な作り方（失敗する作り方）

講義の中では、企業ホームページを構築する上で一般的に良くある、失敗する作り方として次の事が挙げられた。

①情報提供側（会社側）の視点で作られている

会社側の視点から掲げている情報が多く、実際に顧客が求めている情報が不足している。

②情報が少ない

単に商品の情報だけを並べているだけで、それ以外の情報がほとんど掲載されていない。顧客の求めているものは単に商品情報だけでなく、その商品とその企業から買おうと思うような動機づけを促す他の情報も必要である。

③専門用語が多い

専門用語が多く、説明されている情報を理解しにくい。

④質問しづらい

何か質問したいことがあった場合に、どのような方法で質問をすれば良いのか、また顧客からの質問や問い合わせにはどのような手順で対応しているのかが明記されていない。

⑤敷居が高い

上記④に関連して、問い合わせ先の電話番号やFAX番号しか記載されていないため問い合わせの敷居が高い。問い合わせ先のメールアドレスを記載したり、問い合わせ用のフォーム画面（図表2-1を参照）を用意したりしたほうが良い。できれば、問い合わせ先の担当者名を記載したほうが良い。

図表 2-1 問い合わせページの例

The image shows a contact form with the following fields and options:

- 氏名 (Name): (必須)
- 役職 (Position):
- 会社名 (Company Name): (必須)
- 業種 (Industry): Radio button options: 製造業, 商社, 小売業, 旅館・ホテル, 広告業, 不動産業, 農林・水産・鉱業, 交通・運輸, 飲食業, 放送業, 建設業, 流通業, 公官庁, 金融業, その他
- 郵便番号 (Postal Code):
- 住所 (Address):
- 電話番号 (Phone Number): (必須)
- FAX番号 (Fax Number):
- メールアドレス (Email Address): (必須)
- メールアドレス (確認) (Email Address (Confirmation)): (確認のため再入力)
- ホームページアドレス(URL) (Homepage Address (URL)): (ホームページをお持ちでない方は不要)
- 問い合わせ内容 (Inquiry Content): (必須)

送信 (Send) button at the bottom.

出所:株式会社アイサポートホームページ (<http://www.is1.co.jp/contact.html>)

2.3 効果の上がるホームページの作り方

上記の失敗する作り方の反対を考えると、効果の上がるホームページの作り方が見えてくる。

①情報を探している側（顧客側）の視点で作られている

②情報が多い

③専門用語が少ない、わかりやすい

④質問しやすい

⑤敷居が低い

2.4 顧客の動き

ホームページを利用して情報を求める顧客は概ねどのように動くことが考えられるか。

①訪問者の大半は中小企業を名指しで探してくることはほとんどない

訪問者が中小企業の会社名を知っていることはほとんど期待できない。新規顧客を求めているのであれば、会社名やURL以外のキーワードによって顧客を誘導する仕組みを考える必要がある。

②検索エンジンを利用する

顧客は自分が得たい情報に関する何らかのキーワードに基づいて検索エンジンを利用する。そのため、多くの顧客を誘導するためには検索エンジンを意識したホームページ作りをする必要がある。

SEO (Search Engine Optimization: 検索エンジン最適化) 対策もある程度必要であるが、費用を予算化してその効果を検証するためには検索エンジンのキーワード広告をう

まく利用したほうが良い。SEO 対策にあまりお金をかけても検索エンジン側の設定が突然変わることによって表示順位が著しく下がることもある。

③依頼したい仕事や困っていることで探している

検索エンジンを利用する人の多くは、何か解決したい問題を抱えているため、それを解決するのに効果的な情報を提供できることでサイトへの訪問者を増やすことができる。

④他社と比較する

特定の商品を購入しようと考えている顧客は、同じ商品を扱う複数の会社のホームページの内容を比較して最終的な購入先を選定する。その場合は価格だけでなく、その顧客の求めている価値によって購入判断に用いる要素は異なる。

3. NAZE 会員企業へのアンケート調査の実施

3.1 アンケート内容と方法について

企業ホームページの活用事例に分析と整理のためにNAZEの事務局と共同でNAZE会員74社に対して「自社のホームページの活用ニーズアンケート」の実施と集計を行った。

アンケートの質問項目の検討では、平成22年にNAZE事務局が行った同アンケートを参考にして、連携アドバイザーの杉浦聡氏からアドバイスをいただいた。作成したアンケート用紙は参考資料 3-1を参照のこと。

平成24年 7月27日 アンケート用紙をFAX・電子メールで送信（74社）
8月7日 アンケート回答に対する各社への確認と送信のお願い
8月9日 アンケート回収締切日回収したアンケートの集計作業（回収数28）

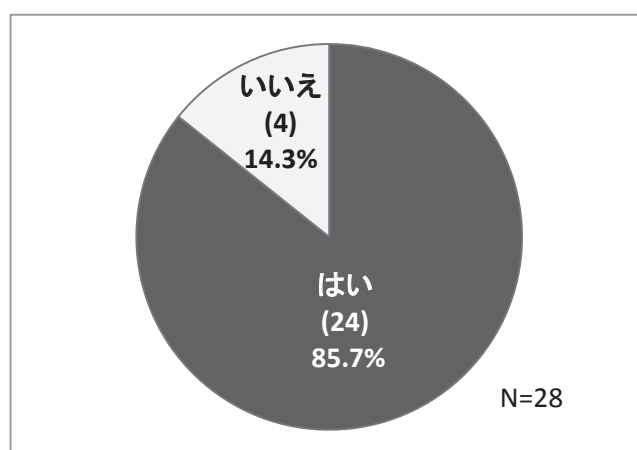


3.2 ホームページの開設状況と開設の目的

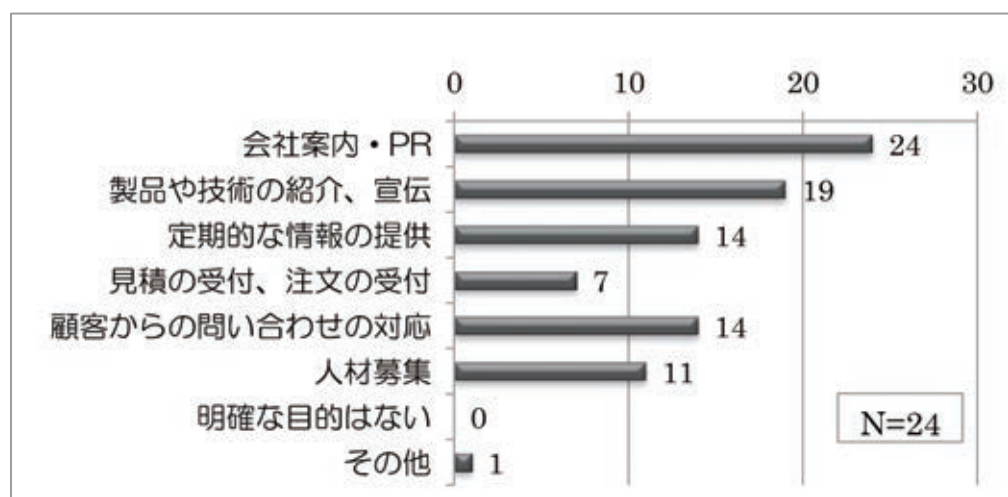
今回アンケートに回答していただいた28社のうち、24社がホームページを開設しており、約85.7%の開設率であった（図表3-1）。図表1-2に示した平成23年末の全国の企業の開設率は87.6%であることから、概ね全国平均並みであると言える。

ホームページを開設している企業24社に対し、ホームページを開設した目的を尋ねたところ（図表3-2）、最も多い回答が「会社案内、PR」（24件）ですべての企業が選択していた。ついで、「製品や技術の紹介、宣伝」（19件）、「定期的な情報の提供」（14件）、「顧客からの問い合わせの対応」（14件）の順となっている。

図表 3 - 1 「御社は、自社ホームページを開設していますか」の回答



図表 3 - 2 「自社 HP を開設した目的は何ですか」の回答



3.3 自社ホームページの年間維持費用

ホームページを開設している企業 24 件に、自社ホームページの年間の維持費用について聞いたところ（図表 3-3）、「50 万円未満」（20 件）が最も多く、「50～99 万円」が 2 件、「150 万円以上」が 2 件であった。

ホームページは他の情報発信手段に比べて低コストで運用できることから比較的維持費用がかからないことが考えられるが、一方でホームページにはあまり費用をかけたくないという企業の意向もあるのではないかと考えられる。

なお、ホームページの維持費としては、たとえば以下の 3 点が考えられる。

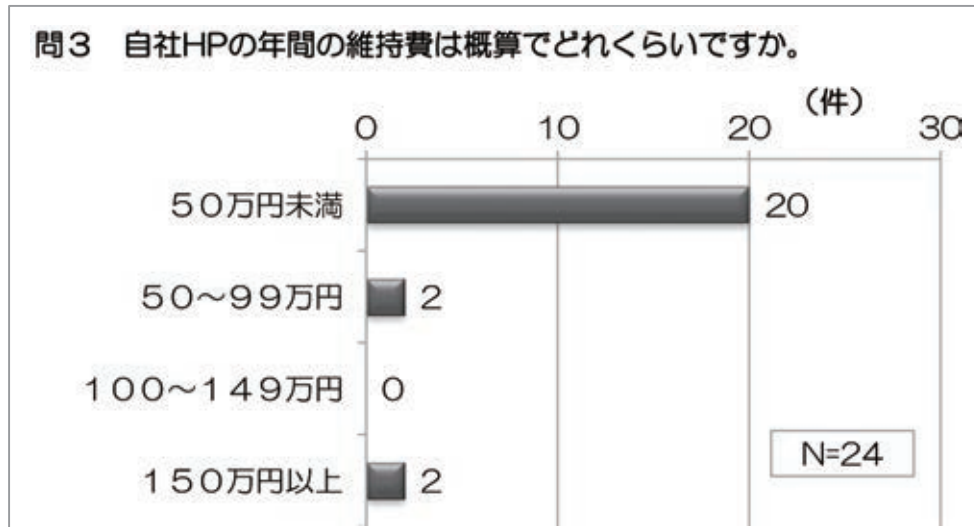
①ドメイン費用

維持費の支払い代行やドメインに関するサポートなどにかかる管理代金であり年間数千円程度かかる。

②サーバー費用

ホームページを公開するためには、インターネットに接続された「サーバー」という場所にホームページを置いておく必要がある。「サーバー」とは、ユーザーからの要求に対して何らかのサービスを提供するシステムのことである。企業はホームページを開設するにあたり、プロバイダーと呼ばれる業者にサーバー費用を支払う必要がある。サーバー費用は専用の高額なサーバーで月額 10 万円以上、安価なサーバーで月額 2～3 千円程度と機能・性能や保証内容によって幅広く設定がある。

図表 3 - 3 「自社 HP の年間の維持費は概算でどれくらいですか」の回答



③更新料

ホームページの内容を更新する作業を社外に委託して行う場合には、更新の難易度やデザインの有無によって変化はあるものの、何らかの更新作業費用が発生することになる。当然のことながら更新機会の多いホームページは年間の更新料も高額になる。

一方で更新作業を社内の担当者が行う場合は、外部に支払う金額はある程度削減できるものの、担当者の社員に支払われる給与も更新費用であると考えた時に果たして社内で行うことが妥当かどうかを検討しておく必要はある。

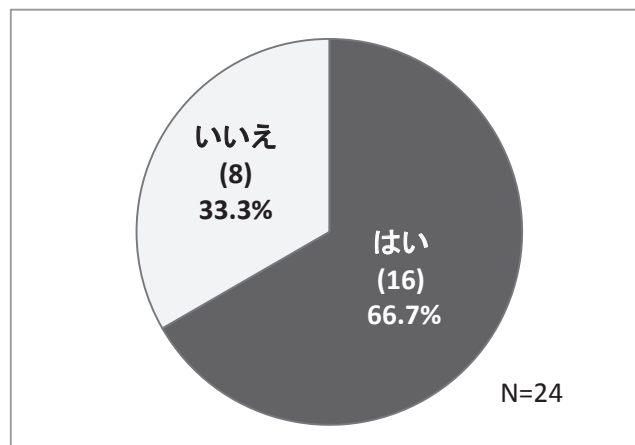
3.4 ホームページの再構築と今後強化したい点

ホームページを開業している企業に自社ホームページの再構築の意向を聞いたところ（図表 3-4）、全体の3分の2に相当する16社で再構築を考えているという回答を得た。

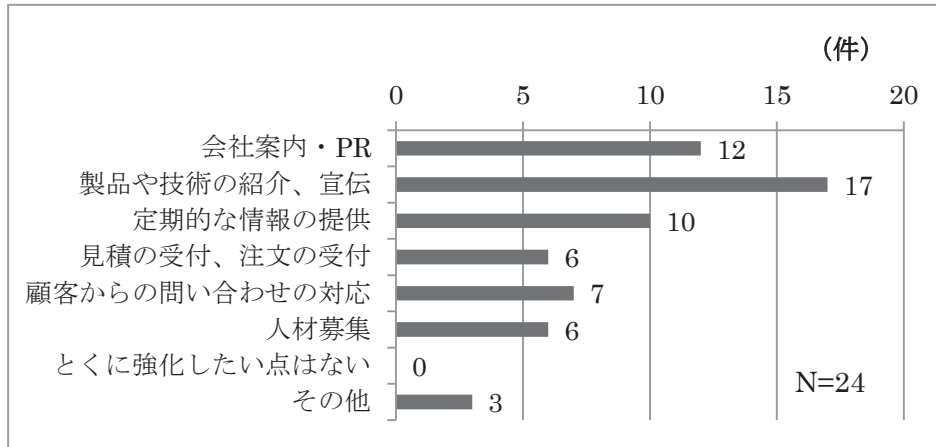
ホームページで今後強化した点（図表 3-5）では、「製品技術の紹介、宣伝」が最も多く17件であり、次に「会社案内・PR」が多く12件であった。なお、「とくに強化したい点はない」と答えた企業は1社も無かった。

ホームページに関して、現状に満足することなく常に改善を図っていこうというNAZE会員企業の意識の高さが感じられる。

図表 3 - 4 「HP の再構築を考えていますか」の回答



図表 3 - 5 「自社 HP で今後強化したい点は何ですか」の回答



それでは、実際にホームページを強化するためにはどのようなことに配慮が必要であろうか。

ホームページを強化するためには、社外の身近な人にホームページを見てもらい、意見を聞く方法が良いと考える。自社スタッフは、自分たちの会社のことや事業については専門知識が豊富である。そのため、ホームページに書いてある内容が自分たち目線になり、

- ・ 専門用語を多用していた
- ・ 当たり前のことだと思って詳しく書かなかった
- ・ 同業を意識して詳しい情報を載せなかった

となることがある。ホームページを見る方の大多数は、「専門知識のない方」であるということ意識しなくてはならない。特に、そのホームページを初めて見た人の感想は貴重である。初めてそのホームページを見た人でないと気づけないことは、実はたくさんあるはずで、

- ・ どこをクリックすればいいか迷った
- ・ 文章が分かりにくかった
- ・ この色が感覚的に嫌い（目障り）
- ・ 自分が一番知りたかった情報にたどりつけなかった、探しにくい

などの意見は貴重である。仮に、制作時に万全を期したものであっても、思わぬ視点からのアドバイスがいただけることもある。身近で、遠慮なく意見を言ってくれる方は、セミナー講師やコンサルタント以上の、良い助言者であり実際のお客様（ユーザー）に近い存在である。その人にわかりやすく伝わるホームページにすること = 良いホームページに近づくことであるとも考えられる。

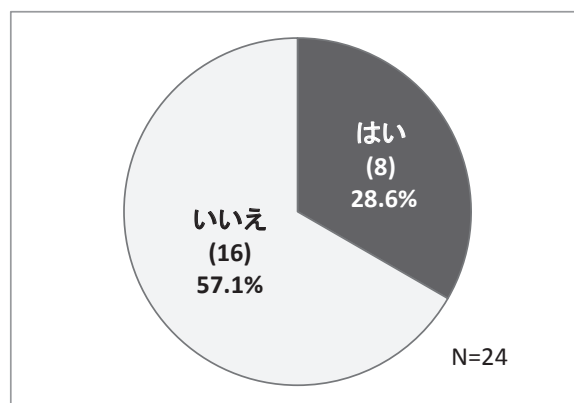
3.5 ホームページ改善支援対象の決定

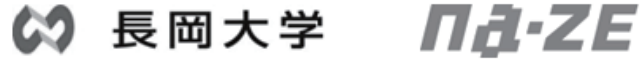
自社ホームページに対する第三者的な評価・改善提案を希望するかどうかについて、8社の企業から「希望する」という回答をいただいた（図表 3-6）。

このうち、株式会社小西鍍金に対しては平成 22 年度の本取組で行った改善提案をさらに発展させて、より具体的なホームページデザイン案を検討することとし、株式会社大菱計器製作所、株式会社七里商店、株式会社ソリマチ技研の 3 社に対しては、ホームページ診断と改善提案に取り組むことになった。

その他の 4 社に対しては、来年度の取り組みで改めてご協力をお願いすることにした。

図表 3 - 6 「長岡大学では、本年度も NAZE と共同で企業 HP の支援事業を行う予定であります。御社では、自社 HP に対する第三者的な評価・改善提案を希望しますか。」の回答





平成 24 年 7 月 27 日

NAZE 会員の皆様へ

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

NAZE では、今年度も長岡大学村山ゼミナールと共同で「企業ホームページ支援事業」の実施を予定しています。こうした中、事業実施に向け会員の皆様にホームページの活用ニーズをお聞きするためアンケートを実施させていただきます。

本アンケートの結果は、ホームページ活用事例の分析・整理やホームページ診断・改善提案の策定など支援活動の参考にさせていただきますので何卒ご協力のほどお願い申し上げます。

なお、本アンケートの回収・集計の際に長岡大学村山ゼミナールの学生から会員の皆様へ直接問い合わせをさせていただくことがありますのでご了承ください。

◇締 切： 8月9日（木）

◇返信先： 長岡大学地域活性化プログラム事務室
（担当：山田 Tel:0258-39-1600(代)）
FAX 0258-39-9566
E-Mail yamada@nagaokauniv.ac.jp

◇本件に関するお問合せ：

NAZE 事務局：杉浦・深尾（Tel:0258-42-8700 E-Mail: info@naze.biz）

長岡大学：村山・山田（Tel:0258-39-1600 E-Mail: yamada@nagaokauniv.ac.jp）

問1 御社は、自社HPを開設していますか。

1. はい 2. いいえ

問1で「はい」と回答された方にお聞きします。

問2 自社HPを開設した目的は何ですか。該当する番号すべてに○印を付けてください。

1. 会社案内・PR
2. 製品や技術の紹介、宣伝
3. 定期的な情報の提供
4. 見積の受付、注文の受付
5. 顧客からの問い合わせの対応
6. 人材募集
7. 明確な目的はない
8. その他 ()

問3 自社HPの年間の維持費は概算でどれくらいですか。

1. 50万円未満
2. 50～99万円
3. 100～149万円
4. 150万円以上

問4 今後、自社HPの再構築を考えていますか。

1. はい 2. いいえ

問5 自社HPで今後強化したい点は何ですか。該当する番号すべてに○印を付けてください。

1. 会社案内・PR
2. 製品や技術の紹介、宣伝
3. 定期的な情報の提供
4. 見積の受付、注文の受付
5. 顧客からの問い合わせの対応
6. 人材募集
7. とくに強化したい点はない
8. その他 ()

問6 長岡大学では、本年度もNAZEと共同で企業HPの支援事業を行う予定でおります。御社では、自社HPに対する第三者的な評価・改善提案を希望しますか。

1. はい 2. いいえ

問1で「いいえ」と回答された方にお聞きします。

問7 今後、自社HPを開設しようと考えていますか。

1. はい 2. いいえ

問7で「はい」と回答された方にお聞きします。

問8 自社HPの開設により強化したい点は何ですか。該当する番号すべてに○印を付けてください。

1. 会社案内・PR
2. 製品や技術の紹介、宣伝
3. 定期的な情報の提供
4. 見積の受付、注文の受付
5. 顧客からの問い合わせの対応
6. 人材募集
7. とくに強化したい点はない
8. その他 ()

問7で「いいえ」と回答された方にお聞きします。

問9 自社HPを開設しない理由を教えてください。該当する番号すべてに○印を付けてください。

1. 費用対効果が不明確
2. HPの必要性を感じない
3. 社内にHPの運営を担当できる人材がいらない
4. とくに理由はない
5. その他 ()

問10 御社のお気に入り企業のホームページがありましたら、ぜひお聞かせ下さい。

- ・企業名 ()
・気に入っている点 ()

☆表内の項目にご記入をお願いいたします。
(ご記入いただいた情報は、本アンケートの集計のみに使用させていただきます。)

◆企業名	
◆この調査票を記入していただいた方の所属部署	
◆この調査票を記入していただいた方のお名前	
◆ご連絡先の電話番号	

以上、ご協力ありがとうございました。

4. ホームページ診断の三種の神器（じんぎ）について

本取組ではこれまで、NAZE 会員企業 5 社のホームページ診断と改善案の策定を行ってきたが、その際に用いてきた「企業研究シート」、「コンテンツ診断シート」、「システム診断シート」の 3 種類のシートを本取組では「ホームページ診断の三種の神器」と呼ぶことにしたい。

これまで利用してきたこれら三種の神器は、各シートに挙げられたチェック項目に沿って記入していくことで、初心者でもある程度機械的に整理していくことが可能となる。しかし、各シートはまだ完全なものではなく改善の余地があるため、今年度の取組みでも改良を行った。

4.1 企業研究シート

企業研究シート（参考資料 4-1）は、企業ホームページ、『新潟県会社要覧』、『東商信用録新潟県版』などに書かれている企業の基礎的な情報を調べて整理することを目的とした書式である。従来から長岡大学のキャリア教育科目の教材として利用されていたものであるが、本取組においては、企業ホームページのコンテンツ（内容）として、ここに記載されている項目が網羅されているかをチェックするためにも利用している。

記入にあたっては、参考資料 4-2 に示す企業研究シート作成のポイントを参考にしている。

4.2 コンテンツ診断シート

コンテンツ診断シート（参考資料 4-3）については、今年度の取組で改良を加えた。これまでのシートでは各項目における配点が 5 点で、チェックする人の知識レベルや好み・感覚によって 1～5 点の幅があるために、サンプル数の少ない中では集計値の扱いが困難であった。そのため、今年度はコンテンツ診断シートの配点を 1 点かまたは 2 点とし、評価項目として挙げた特定のコンテンツがあるか否かで 1 か 0 点を与えるものと、内容が適切かどうかをある程度加えて 0～2 点で評価するものへと変更を行った。

これによって、これまでよりも感覚的な要素の入る余地を減らすことができ、評価する側としても評価点数の判断にあまり迷うことがなくなった。

またカテゴリをこれまでの 5 つから「会社案内」、「事業・商品」、「企業イメージ」の 3 つに変更し、それぞれ 10 点満点で評価を行うものとした。

4.3 システム診断シート

システム診断シート（参考資料 4-4）については、コンテンツ診断シート同様に評価項目ごとの配点が 5 点で幅広く、チェックする人の好みによって点数が大きくばらつくことが指摘されていたので、各項目の配点を 1 点かまたは 2 点とした。

また、昨年度の取組で作成したシステム診断シート評価項目の補足資料（参考資料 4-5）も今年度は内容に若干の修正を加えてシステム診断の際に活用した。

参考資料 4-1 企業研究シート

(調査日：平成 年 月 日)

会社名			
設立年月	創業： 年 月	設立： 年 月	
代表者名			
創業者名		資本金	万円
所在地	本社：〒 -		
	TEL (- -) FAX (- -) URL (http://) e-mail ()		
	営業所・工場・店舗等：		
従業者数	総数： 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			
2 経営理念・ビジョン			
3 経営目標・戦略			
4 主な事業・商品	*売上高、前年比増減もわかれば記入する		
5 主な顧客・市場	*主な事業・商品ごとの主な顧客・市場(輸出含む)を記入する		
6 主な事業・商品の提供方法	*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		
7 経営の特徴・強み・課題	*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		
8 人材育成等人事政策	*社内教育、人事、賃金等労務関係を記入する		
9 採用情報等	*新規学卒採用情報を記入する		
10 その他			

参考資料 4-2 企業研究シート作成のポイント

会社名	フルネームで記入しておく。略称もあれば記入する。
設立年月	創業年と設立年（法人化等）が別の場合は、両方とも記入する。
代表者と創業者	代表者は代表取締役、社長。創業者もわかれば記入する。
資本金	必ず記入する。
所在地	本社だけでなく、営業所、工場、店舗、海外支店等主な施設を記入しておく。
従業者数	分かるところまで記入する。
売上高	調査直近の決算年度の売上高を記入するが、過去5年間くらいがわかれば記入しておく。また、製品別・事業別売上高も分かれば記入する。売上高では、事業規模（総額ベースと従業者1人当たり売上高）と成長性を把握したい。
利益	損益計算書がわかれば記入。貸借対照表もわかれば。ここから、最低限、売上高利益率は把握したい（自己資本比率等もわかれば）。
1 沿革	どのような歴史を持つ企業かを把握する。
2 経営理念・ビジョン	経営理念、ビジョン、社是等はその企業の将来像、社風を表すので、きちんと記入しておく。
3 目標・戦略	経営の目標（例えば、シェア〇〇%達成等）やそれに向けた戦略（新製品開発、海外展開等）がわかれば、記入する。
4 主な事業・商品	売上高上位の事業・商品を記入する。売上高、価格等も分かれば。
5 主な顧客・市場	上記事業・商品を購入する顧客・市場は誰か、どこかを記入する。事業・商品ごとにわかればさらに良い。
6 主な事業・商品の提供方法	事業・商品をどのように製造、販売しているか、を記入する。 ※<主な事業・商品－主な顧客・市場－主な提供方法>がその企業のビジネスモデル（利益をあげる事業の仕組み）である。これを明確にする必要がある。
7 経営の特徴・強み・課題	ここでは、以上を総括して、企業の特徴（急成長企業だとか安定企業とか）、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。
8 人材育成等人事政策	人材をどう扱っているか、つまり、新入社員教育、社員教育、人事の考え方、賃金等についてきちんと把握して、記入する。
9 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）を記入する。

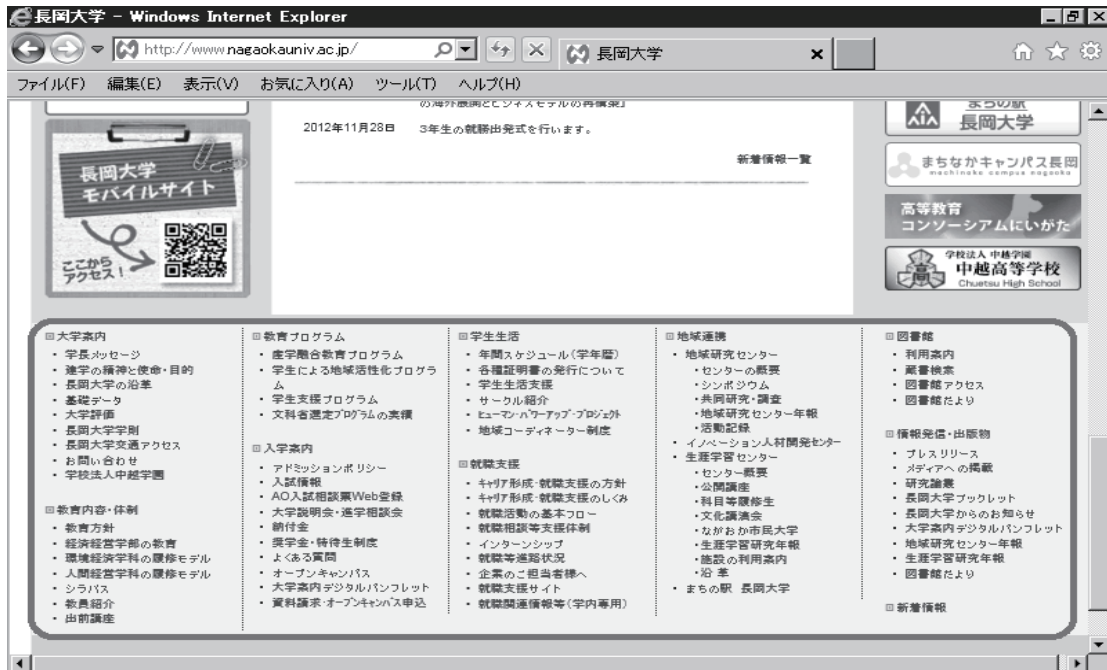
参考資料 4-3 コンテンツ診断シート

氏名			
企業名			
診断日	年	月	日

		チェック項目	配点	採点
会社案内	01	社名・代表者名・代表者メッセージが記載されている。	1	
	02	会社所在地・連絡先が記載されている。	1	
	03	従業者数(総人数)が記載されている。	1	
	04	資本金・資産状況(資産割り振り)が記載されている。	1	
	05	売上高・利益が記載されている。	1	
	06	会社の沿革・経緯が記載されている。	1	
	07	経営理念が記載されている。	1	
	08	当面の経営の目標が記載されている。	1	
	09	目標を達成するための経営戦略が記載されている。	1	
	10	地域・社会貢献の考え方や具体的な活動状況などが記載されている。	1	
小計			10	
事業・商品	11	主な事業・商品がわかりやすく記載されている。 [配点] 0: 見つからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	
	12	主な市場・顧客がわかりやすく記載されている。 [配点] 0: 見つからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	
	13	主な事業・商品の開発体制、生産工程、販売方法などがわかりやすく記載されている。 [配点] 0: 見つからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	
	14	自社の特徴や強みがわかりやすく記載されている。 [配点] 0: 見つからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	
	15	顧客や取引先からの問い合わせに対する連絡先や対応方法がわかりやすく記載されている。 [配点] 0: 見つからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	
小計			10	
企業イメージ	16	人事・教育制度が記載されている。	1	
	17	仕事の種類(主な職種)が記載されている。	1	
	18	社員の仕事の様子や簡単な内容が記載されている。	1	
	19	社員の自己紹介やコメントが掲載されている。	1	
	20	社風・会社のカラー(社員の特徴、共通意識など)が記載されている。	1	
	21	求める人材像(採用基準)が記載されている。	1	
	22	募集職種(スキル・資格等)が記載されている。	1	
	23	賃金・勤務地等労働条件が記載されている。	1	
	24	採用選考のプロセス(流れ)が記載されている。	1	
	25	応募・エントリーの仕方が記載されている。	1	
小計			10	

参考資料 4-5 システム診断シート評価項目の補足資料

① 「構成-06」 サイトマップの例 (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 (パンくずリスト)



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

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。

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。



・「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。

・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る (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る)。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る (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>

5. HP改善提案1 株式会社大菱計器製作所

5.1 株式会社大菱計器製作所の概要

今年度のホームページ診断および改善案策定の対象企業として、NAZEの会員企業である株式会社大菱計器製作所にご協力いただいた。図表5-1は同社の会社概要を示す。

図表5-1 株式会社大菱計器製作所の会社概要

会 社 名	株式会社大菱計器製作所 (カブシカイシャ オビシキケイケンゴ)		
設 立 年 月	創業：昭和24年(1949年) 設立：昭和26年10月		
代 表 者 名	代表取締役社長 北村 潔		
創 業 者 名	資本金	5,060万円	
所 在 地	本社：〒940-1164 新潟県長岡市南陽1丁目1216-1 TEL(0258-22-1100) FAX(0258-22-0014) URL(http://www.obishi.co.jp) e-mail(ok@obishi.co.jp)		
	営業所・工場・店舗等： 東京営業所 東京都千代田区神田駿河台3丁目5番地 TEL:03-3293-8881 名古屋営業所 名古屋市中区上前津2-8-7 TEL:052-322-4031		
従 業 者 数	総数：70人		
沿 革	<p>昭和24年(1949年) 個人企業として創業、各種測定工具の製造を始める。</p> <p>昭和26年(1951年) 株式会社 大菱計器製作所に改組</p> <p>昭和28年(1953年) 東京営業所を開設</p> <p>昭和30年(1955年) 名古屋営業所を開設</p> <p>昭和39年(1964年) (株)大菱計器製作所より営業部門を分離し販売会社(株)大菱を設立。販売、サービスの強化につとめる。</p> <p>昭和48年(1973年) 大阪営業所を開設</p> <p>昭和56年(1981年) 石材(班れい石)を使用した精密石定盤、各種精密機器の製造、販売を開始。</p> <p>昭和58年(1983年) 技術設計部門を強化し各種自動計測機的设计製作を開始。</p> <p>昭和61年(1986年) 日本工業規格(JIS)表示許可工場となる。</p> <p>平成元年(1989年) 現住所、長岡市南陽1丁目(長岡市南部工業団地)に本社工場新築移転、(5月より操業開始) 土地面積 8,295㎡、建築面積 2,930㎡</p> <p>平成2年(1990年) 石製品の加工・仕上工場増設</p> <p>平成16年(2004年) ISO9001:2000認証取得</p> <p>平成16年(2004年) 第2機械工場、第2恒温室増設</p> <p>平成18年(2006年) 現在の建築面積 3,389.6㎡(建物総延面積 4,023.2㎡)</p> <p>平成20年(2008年) 新JISマーク表示制度認証取得</p> <p>平成22年(2010年) ISO9001:2008認証取得</p> <p>平成22年(2010年) 販売部門の株式会社大菱と合併</p>		
経 営 理 念 ・ ビ ジ ョ ン	お客様に信頼と満足が得られるように品質最優先で、社業と社会の発展に努めます。 (NAZEホームページ「技術データベース」より)		
主 な 事 業 ・ 商 品	自動計測装置、専用計測装置、超精密基準器、水準器、定盤、真直度測定器、直定規(ストレートエッジ)、直角定規(スコヤ)、直角定盤、直角度検査器、Vブロック、平行ブロック、ダイヤルゲージスタンド、角度測定器、ケガキ器、イケール/テーブル、偏心検査器、(NAZEホームページ「技術データベース」より)		

主な顧客・市場	トヨタ自動車株式会社、日産自動車株式会社、本田技研工業株式会社、アイシン精機株式会社、アイシン・エイ・ダブリュ株式会社、日本精工株式会社、防衛省、大学、公的研究機関
経営の特徴 強み・課題	<ul style="list-style-type: none"> ・測定に関する課題（インライン測定も含め）への提案をいたします。 ・平面度、平行度、真直度、直角度、偏心、角度計、及び設計製作による自動計測機器や測定治具など幅広く手がけております。 ・時代のニーズを取り入れ超精密の世界へも取り組みを進めております。 ・ISO9001 JISマーク表示認証 (NAZE ホームページ「技術データベース」より)

5.2 ヒアリングおよび工場見学

同社のホームページを診断するに先立って、ヒアリングを実施した（図表 5-2）。当日は同社の常務取締役である島津様に業務の概要をご説明いただき、さらに学生からの質問にも快くお答えをいただいた。同社のホームページは海外の取引先からもよく見られていて、時々取引先からホームページの改善要望をいただくこともあるとのことであった。

<p><ヒアリング実施概要></p> <p>日 時：平成 24 年 9 月 24 日（月）16:10～18:10</p> <p>訪問先：株式会社大菱計器製作所 本社 （長岡市南陽 1 丁目 1216-1）</p> <p>対応者：常務取締役 島津克吉 氏</p> <p>参加者：村山ゼミナール 学生 4 名 NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 杉浦聡 氏 担当教員 村山光博</p>

図表 5-2 ヒアリングの様子



<ヒアリング時の質問項目の抜粋>

- ①いつ頃からホームページを開設されていますか。
 - ・2007年くらいからです。
- ②社内でホームページを更新する担当者は決まっていますか。
 - ・社内で担当者を決めています。
 - ・更新作業は基本的に社内で行いますが、外部委託する場合があります。
- ③経営理念や経営目標などをお聞かせいただけますか。
 - ・当社では経営方針と品質方針を掲げております。
 - [経営方針]
お客様に信頼と満足が得られるように品質優先で、社業と社会の発展に努めます。
 - [品質方針]
1. お客様のニーズの変化に対応し、製品の品質、コスト、納期の向上に努めます。

- 2. 常に顧客の信頼と社業の発展に努めます。
- 3. 品質マネジメントシステムを継続的に改善します。
- ④御社にとっての顧客とはどのような方々でしょうか。
 - ・モノづくりをしている企業すべてですが、現状では自動車製造関係の企業との取引が多いです。
- ⑤御社が考える自社の特徴や強みは何でしょうか。
 - ・お客様第一で、どんな仕事も最後まで投げ出さないことです。

また別の日には、同社に対する工場見学を実施した（図表 5-3）。当日は、同社の食堂で島津様から業務内容のご説明をいただき、その後2グループに分かれて工場内をご案内いただいた。同社の工場内では製品の高い品質を維持するための設備やきめ細やかな作業が行われており、一つ一つ手作業で仕上げていくことの大変さを実感することができた。

<工場見学 実施概要>

日 時：平成 24 年 10 月 16 日（火） 15:20～16:40

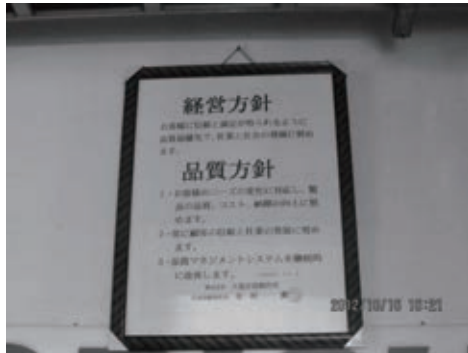
訪問先：株式会社大菱計器製作所 本社
 （長岡市南陽 1 丁目 1216-1）

対応者：常務取締役 島津克吉 氏

参加者：村山ゼミナール 学生 15 名
 NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 杉浦聡 氏
 担当教員 村山光博

図表 5-3 工場見学の様子





5.3 ホームページ診断結果

図表 5-4 は大菱計器製作所ホームページのトップページである。ゼミ学生全員で閲覧し、ホームページ診断の三種の神器にしたがって評価を行った。

図表 5-4 (株)大菱計器製作所HPトップページ



5.3.1 コンテンツ診断結果

参考資料 5-1 は、ゼミ学生 17 名が同社のホームページを閲覧し、コンテンツ診断シートの評価項目に沿って採点した結果である。

〔会社案内〕のカテゴリでは、「経営理念」、「経営目標」、「経営戦略」に相当する内容が明記されていないことが評価を下げている。

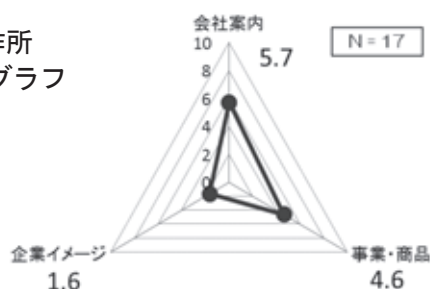
〔事業・商品〕のカテゴリでは、「主な市場・顧客」や「主な事業・商品の開発体制、生産工程、販売方法など」に関する項目で評価が低い。

〔企業イメージ〕のカテゴリでは、全体的に得点が低く、人に関する情報が不足していることがわかる。

図表 5-5 はコンテンツ診断結果のカテゴリごとの平均値をグラフ化したものである。

〔会社案内〕の平均は 5.7 点、〔事業・商品〕の平均が 4.6 点、〔企業イメージ〕の平均が 1.6 点という結果になり、〔企業イメージ〕の項目が低くなっていることがわかる。

図表 5-5 (株) 大菱計器製作所
コンテンツ診断結果 平均値グラフ



参考資料 5-1 (株) 大菱計器製作所HP コンテンツ診断集計表

チェック項目		配点	平均
会社案内	01 社名・代表者名・代表者メッセージが記載されている。	1	0.9
	02 会社所在地・連絡先が記載されている。	1	1.0
	03 従業者数(総人数)が記載されている。	1	0.9
	04 資本金・資産状況(資産割振り)が記載されている	1	0.9
	05 売上高・利益が記載されている。	1	0.1
	06 会社の沿革・経緯が記載されている。	1	0.9
	07 経営理念が記載されている。	1	0.2
	08 当面の経営の目標が記載されている。	1	0.2
	09 目標を達成するための経営戦略が記載されている。	1	0.2
	10 地域・社会貢献の考え方や具体的な活動状況などが記載されている。	1	0.2
小 計		10	5.7
事業・商品	11 主な事業・商品がわかりやすく記載されている。 [配点] 0: 見つかからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	1.6
	12 主な市場・顧客がわかりやすく記載されている。 [配点] 0: 見つかからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	0.5
	13 主な事業・商品の開発体制、生産工程、販売方法などがわかりやすく記載されている。 [配点] 0: 見つかからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	0.4
	14 自社の特徴や強みがわかりやすく記載されている。 [配点] 0: 見つかからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	0.9
	15 顧客や取引先からの問い合わせに対する連絡先や対応方法がわかりやすく記載されている。 [配点] 0: 見つかからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	1.1
小 計		10	4.6
企業イメージ	16 人事・教育制度が記載されている。	1	0.1
	17 仕事の種類(主な職種)が記載されている。	1	0.6
	18 社員の仕事の様子や簡単な内容が記載されている。	1	0.0
	19 社員の自己紹介やコメントが掲載されている。	1	0.2
	20 社風・会社のカラー(社員の特徴、共通意識など)が記載されている。	1	0.2
	21 求める人材像(採用基準)が記載されている。	1	0.2
	22 募集職種(スキル・資格等)が記載されている。	1	0.1
	23 賃金・勤務地等労働条件が記載されている。	1	0.0
	24 採用選考のプロセス(流れ)が記載されている	1	0.1
25 応募・エントリーの仕方が記載されている。	1	0.1	
小 計		10	1.6

5.3.2 システム診断結果

参考資料 5-2 はゼミ学生 17 名が同社のホームページを閲覧し、システム診断シートの評価項目に沿って採点した結果である。

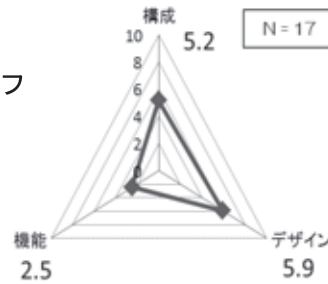
〔構成〕のカテゴリでは、「サイトマップが存在する」と「問い合わせの多い項目をまとめページが存在する」の項目が低い評価となった。

〔デザイン〕のカテゴリでは、「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」が低く、そのほかの項目は平均的な評価となった。

〔機能〕のカテゴリでは「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」以外は評価が低いという結果となった。

図表 5-6 は参考資料 5-2 の集計結果をグラフに表したものである。〔構成〕の平均が 5.2 点、〔デザイン〕の平均が 5.9 点、〔機能〕の平均が 2.5 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 5-6 (株) 大菱計器製作所
システム診断結果 平均値グラフ



参考資料 5-2 (株) 大菱計器製作所HP システム診断集計表

	チェック項目	配点	平均
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	0.9
	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	1.2
	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	0.8
	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	0.5
	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	0.6
	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リストしてあることが多い	1	0.2
	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	0.2
	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	0.7
	小 計	10	5.2
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	0.6
	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	0.9
	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	1.2
	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	0.8
	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	0.4
	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	0.6
	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 "???" などの単位	1	0.8
	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	0.6
	小 計	10	5.9
機能	17 文字サイズを変えるボタンが用意されている	1	0.2
	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	0.6
	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	0.7
	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	0.1
	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	0.4
	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	0.2
	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	0.2
	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	0.2
	小 計	10	2.5

5.4 診断結果の分析

(株)大菱計器製作所の診断結果を集計した後にメンバーで話し合い、「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。

<優れている点>

- ・商品の情報が詳細に掲載されている。
- ・商品の検索機能があり、商品を探しやすい。
- ・写真が豊富に使われていてわかりやすい。
- ・英語のページが用意されている。

<改善を期待する点>

- ・経営理念を明記したほうが良い。
- ・新着情報が「商品紹介」のページの下にあってわかりにくいので、トップページに掲載したほうが良い。
- ・問い合わせ先の担当者名や問い合わせ方法を明記したほうが良い。
- ・作業風景や当社の優れた技術を伝えるページを設置したほうが良い。
- ・社員の紹介やコメントなどを掲載したほうが良い。
- ・当面の採用の予定がなくとも、できれば採用方針などの情報を掲載してほしい。
- ・社内の教育制度についてある程度紹介したほうが良い。
- ・メニュー構成がわかりにくく、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わからなくなるので、パンくずリストなどを利用して明示したほうが良い。
- ・文字サイズがバラバラなので、要素ごとに統一するように配慮したほうが良い。
- ・文字が小さくて読みづらいところがあるので、文字サイズ変更ボタンを設置してほしい。
- ・文字がゴチャゴチャした感じがあるので、段落わけや見出しを工夫したほうが良い。
- ・商品以外の情報もキーワード検索できるようにしたほうが良い。
- ・日本語のページでも左側に英語の文章が表示されているが、日本語のページは日本語のみで表記したほうが良い。
- ・どのページからでも英語と日本語を切り替えられるようにしたほうが良い。

株式会社大菱計器製作所のホームページ診断および改善案の報告は以上である。

6. HP改善提案2 株式会社七里商店

6.1 株式会社七里商店の概要

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七里商店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 株式会社七里商店の会社概要

会 社 名	株式会社 七里商店		
設 立 年 月	創業 明治30年 (1897年) 設立昭和48年10月1日 (1973年)		
代 表 者 名	代表取締役会長 七里 貞雄 代表取締役社長 七里 俊雄		
創 業 者 名	七里 藤平	資本金	2,000万円
所 在 地	本社 〒940-0029 新潟県長岡市東蔵王 2-5-43 TEL : 0258-24-7777 FAX : 0258-24-3557		
	新潟支店 〒950-0892 新潟県新潟市東区寺山 3-6-28 TEL : 025-275-4151 FAX : 025-275-4665		
従 業 者 数	総数 : 42人 内訳・男女別 (男 28人、女 14人)		
沿 革	明治30年(1897年)7月 長岡町本町に於いて、七里藤平が七里善太郎商店長岡支店を開設、創業 明治35年(1902年)5月 長岡町表町に店舗を移転 明治42年(1909年)9月 七里長岡支店を設立 大正7年(1918年)8月 七里藤平商店に改組 昭和18年(1943年)12月 就業禁止令のため七里藤平商店を休業する 昭和20年(1945年)8月 長岡空襲により社屋を焼失 昭和21年(1946年)7月 新店舗を建築、七里商店開設		

	<p>昭和48年(1973年)10月 株式会社 七里商店を設立、七里貞次が代表取締役社長に就任</p> <p>昭和51年(1976年)12月 新潟支店を設立</p> <p>昭和53年(1978年)8月 長岡市東蔵王に社屋を新築し移転する</p> <p>昭和58年(1983年)9月 創業85周年、設立10周年を記念して、講演会、ディナーショーを開催</p> <p>昭和62年(1987年)4月 創業90周年を記念して長岡市中央図書館へ寄贈</p> <p>平成4年(1992年)11月 新潟支店 改築</p> <p>平成6年(1994年)7月 七里貞次の会長就任に伴い、七里貞雄が代表取締役社長に就任</p> <p>平成9年(1997年)10月 創業満100周年記念式典開催</p> <p>平成19年(2007年)7月 創業満110周年を迎える</p> <p>平成24年(2012年)1月 七里貞雄の会長就任に伴い、七里俊雄が代表取締役社長に就任</p>
経営理念・ビジョン	信頼できる機械、製品を、迅速なサービスで確実に供給させて頂く事をイメージして、昭和48年にその経営理念を、Sから始まる7つの単語に集約し経営理念と致しました。スマートでシンプルな活動と、活気に満ちた笑顔をめざしています。
主な事業・商品	株式会社七里商店は、機械・器具・工具 関連商品の専門商社です。県内外の各種製造業の方々がお客様になります。商品の販売は勿論の事、新技術の提供、技術相談なども大切な仕事です、従って営業職は当然ですが、事務職でも工業系と技術系、それと販売商社としての商業系の知識も必要になりますが、最新の技術を身近に体験でき、色んな商品と係わりあえ、興味が持てれば大変おもしろい仕事です。
経営の特徴 強み・課題	5万点もの豊富な取り扱い製品があります。迅速に商品を提供し、産業界で活躍する地元メーカーの成長をバックアップしています。 (NAZE ホームページ 「技術データベースより」)
人材育成等 人事政策	当社の業務を遂行するには豊富な知識と経験が必要です。 その為色々な職種の仕事を地道にコツコツと学ぶ姿勢が大切なのです。 当社の経営理念SEVEN-SのSmile(微笑み)を忘れず、大きく明るい声で挨拶が出来る人を求めています。 そういう人は、周りの人に元気を与え、全体を明るくしてくれます。
その他	バナナ・ペーパー・プロジェクト

6.2 ヒアリングの実施

同社のホームページを診断するにあたり、会社を訪問してヒアリングを行った。当日は取締役企画室長の七里大樹氏と営業係長の結城龍裕氏よりご対応いただいた。最初に、結城氏より同社の会社概要についてご説明をいただき、その後学生からの質問にお答えをいただいた。

<実施概要>

日時：平成24年11月20日(火) 14:20~16:30
 訪問先：株式会社七里商店 本社
 対応者：取締役企画室長 七里大樹氏、営業係長 結城龍裕氏
 参加者：村山ゼミナール 15名、
 NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 杉浦聡氏
 担当教員 村山光博

図表 6-2 ヒアリングの様子



6.3 ホームページ診断結果

図表 6-3 は株式会社七里商店の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、ホームページは主に同社の就職希望者に対して有効な情報を発信することを意識して作成されていることがわかった。

同社のホームページをゼミ学生全員で閲覧し、ホームページ診断の三種の神器にしたがって評価を行った。

図表 6-3 (株) 七里商店HPトップページ



6.3.1 コンテンツ診断結果

参考資料 6-1 は、ゼミ学生 17 名が同社のホームページを閲覧し、コンテンツ診断シートの評価項目に沿って採点を行った結果である。

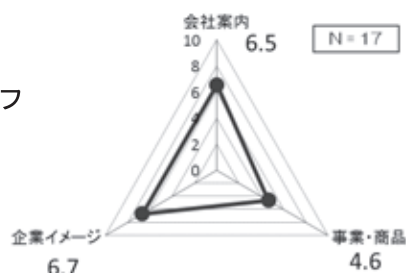
〔会社案内〕のカテゴリでは、「会社所在地・連絡先が記載されている」、「経営理念が記載されている」が好評価の一方で、「当面の経営の目標が記載されている」、「目標を達成するための経営戦略が記載されている」が平均 0.2 点と評価が低い。

〔事業・商品〕のカテゴリでは、「主な事業・商品がわかりやすく記載されている」、「顧客や取引先からの問い合わせに対する連絡先や対応方法がわかりやすく記載されている」が比較的评价が高い一方、「主な事業・商品の開発体制、生産工程、販売方法などがわかりやすく記載されている」、「自社の特徴や強みがわかりやすく記載されている」が平均 0.5 点と評価が低い。

〔企業イメージ〕のカテゴリでは「求める人材像（採用基準）が記載されている」、「応募・エントリーの仕方が記載されている」が平均 0.9 点と人材採用関係の情報が高評価になっている一方で、「社員の自己紹介やコメントが掲載されている」が 0 点の評価となっている。

図表 6-4 は、参考資料 6-1 のカテゴリごとの平均値をグラフに表したものである。〔会社案内〕が 6.5 点、〔事業・商品〕が 4.6 点、〔企業イメージ〕が 6.7 点となっており、〔事業・商品〕の評価が低くなっていることがわかる。

図表 6-4 (株) 七里商店
コンテンツ診断結果 平均値グラフ



参考資料 6-1 (株) 七里商店 HP コンテンツ診断集計表

チェック項目		配点	平均
会社案内	01 社名・代表者名・代表者メッセージが記載されている。	1	0.6
	02 会社所在地・連絡先が記載されている。	1	1.0
	03 従業者数(総人数)が記載されている。	1	0.9
	04 資本金・資産状況(資産割振り)が記載されている	1	0.8
	05 売上高・利益が記載されている。	1	0.5
	06 会社の沿革・経緯が記載されている。	1	0.9
	07 経営理念が記載されている。	1	1.0
	08 当面の経営の目標が記載されている。	1	0.2
	09 目標を達成するための経営戦略が記載されている。	1	0.2
	10 地域・社会貢献の考え方や具体的な活動状況などが記載されている。	1	0.4
小 計		10	6.5
事業・商品	11 主な事業・商品がわかりやすく記載されている。 〔配点〕 0: 見つからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	1.2
	12 主な市場・顧客がわかりやすく記載されている。 〔配点〕 0: 見つからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	1.1
	13 主な事業・商品の開発体制、生産工程、販売方法などがわかりやすく記載されている。 〔配点〕 0: 見つからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	0.5
	14 自社の特徴や強みがわかりやすく記載されている。 〔配点〕 0: 見つからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	0.5
	15 顧客や取引先からの問い合わせに対する連絡先や対応方法がわかりやすく記載されている。 〔配点〕 0: 見つからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	1.3
小 計		10	4.6
企業イメージ	16 人事・教育制度が記載されている。	1	0.5
	17 仕事の種類(主な職種)が記載されている。	1	0.8
	18 社員の仕事の様子や簡単な内容が記載されている。	1	0.5
	19 社員の自己紹介やコメントが掲載されている。	1	0.0
	20 社風・会社のカラー(社員の特徴、共通意識など)が記載されている。	1	0.7
	21 求める人材像(採用基準)が記載されている。	1	0.9
	22 募集職種(スキル・資格等)が記載されている。	1	0.8
	23 賃金・勤務地等労働条件が記載されている。	1	0.8
	24 採用選考のプロセス(流れ)が記載されている	1	0.8
	25 応募・エントリーの仕方が記載されている。	1	0.9
小 計		10	6.7

6.4 診断結果の分析

同社の診断結果を集計した後にゼミ学生で話し合いを行い、「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。

<優れている点>

- ・経営理念が図解を利用して明確に記述されている。
- ・取扱商品のページでは、取引先へのリンクが豊富でどのような商品を扱っているかがわかりやすい。
- ・会社の社風なども明記されていてイメージをつかみやすい。
- ・職場風景や社員旅行の写真などが豊富に掲載されていて親しみを感じさせる。
- ・「ちょっと一息」というメニュー名も親しみやすい感じがして良い。
- ・メニューがわかりやすく構成されていて情報を探しやすい。
- ・全ページから免責事項等と個人情報保護（プライバシーポリシー）へのリンクが設置されている。
- ・図や写真が適度に使われていてわかりやすい。
- ・文字配置のバランスが良く、文字サイズも適切で読みやすい。
- ・背景色と文字色の差がはっきりしていて読みやすい。

<改善を期待する点>

- ・トップページで自社の業務がわかるように表現を工夫したほうが良い。
- ・会社案内では代表者の顔写真とメッセージを掲載したほうが良い。
- ・自社の業務内容をもう少しわかりやすく説明したほうが良い。
- ・自社の強みをより具体的に表現したほうが良い。
- ・取扱商品のページでは商品分類について少し説明を加えたほうが良い。
- ・トップページにある花火関連のバナーを「ちょっと一息」に移動し、空いたスペースに業務に関連した情報を掲載したほうが良い。
- ・社員の紹介やコメントを少し出したほうが、さらに親しみが感じられる。
- ・「アルバム」のページに掲載されている写真を一つのページにまとめず少し分散させて配置したほうが良い。
- ・問い合わせの多い項目をFAQなどでまとめてはどうか。
- ・サイトマップを設置したほうが良い。
- ・取扱商品のページではハイパーリンクが多いので、閲覧済みのハイパーリンクの色が変わるようにしてほしい。
- ・文字サイズを変えるボタンを設置したほうが良い。
- ・サイト内検索窓を配置したほうが良い。

6.5 まとめ

株式会社七里商店のホームページ診断にあたっては、同社を訪問してヒアリングを行った上でゼミ生全員が診断と改善案の策定を行った。診断結果から、同社のホームページ開設の主な目的とされている会社の認知度アップと就職希望者に対する情報発信に対しては、すでにある程度有効なホームページになっていると考えることができる。しかし、改善を期待する点として「トップページから企業の業務内容がイメージできない」という意見も少なくなかった。

これに関して、トップページから企業の業務内容がイメージできるように画像を変更したり、取扱商品を誰でもわかるようにより具体的なわかりやすい説明を入れることによって、さらにホームページが充実すると考えられる。

7. HP改善提案3 株式会社ソリマチ技研

7.1 株式会社ソリマチ技研の会社概要

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ソリマチ技研にご協力をいただいた。

図表 7-1 株式会社ソリマチ技研の会社概要

会 社 名	株式会社ソリマチ技研		
設 立 年 月	設立 1983年4月		
代 表 者 名	代表取締役社長 高野 齊		
創 業 者 名	反町 秀司	資本金	4,000万円
所 在 地	本社 〒940-0094 新潟県長岡市中島6-2-21 TEL: (0258) 37-1177(代) / FAX: (0258) 37-1237		
	新潟支社 〒950-0084 新潟県新潟市中央区明石1-7-17 TEL: (025) 244-1177 / FAX: (025) 244-1277		
経営理念・ビジョン	<p>ソリマチ技研の企業理念は、ソリマチ知識サービスグループの理念をベースにした「ヒューマン部門」を目指す指針です。これは企業理念でもあり、社員の信念でもあります。</p> <p>ソリマチ知識サービスグループ 経営理念・経営方針</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 我々の幸せ目標を達成させる為に企業を発展させよう 2 国際的視点に立って仕事を考えよう 3 総合情報サービス提案企業をめざしグローバルオンリーワンになろう 4 人のできない事をやろう 人のやらない事をやろう 世の中の為になる事をやろう 5 知的集約型中堅企業をめざそう 一枚岩経営をめざそう 無借金経営に徹しよう <p>ヒューマン部門 運営理念・成長方針</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 世の中に感謝し、お返しのできる技研になろう 2 21世紀に花開く知的価値提供企業になろう 3 人とかかわり合いを大切に自由なる社風を築こう 4 存在価値、魅力個性ある人財になろう 5 自分の夢を実現するため技研を発展させよう 		
主な事業・商品	システム構築サービス・コンサルティングサービス・パッケージソリューションサービス		
主な顧客・市場	流通・サービス業・専門店・アパレル・量販店・専門店・ドラッグ・DPE・生協・化粧品・ショッピングセンター・外食他		
経営の特徴強み・課題	創業以来、弊社は常にお客様の未来を見つめ、最適なソリューションを提供してまいりました。そのソリューションの数々は、最新テクノロジーと豊富な業務ノウハウをベースに構築されており、お客様の最適かつ最先端な情報システム構築を支援しています。国際統一仕様に準拠したパッケージ「UNITE」シリーズをベースとし、お客様独自の仕様、運用を総合的にサポート。流通サービスのお客様の多様化するニーズに柔軟に対応する拡張性に優れたシステム構築を提供しています。		
採用情報等	<p>募集職種 ソリューション/システムエンジニア/ユーザーサポート/技術研究・開発</p> <p>採用学科 全学部全学科</p> <p>募集人数 7名程度(男女不問/学部学科不問)</p> <p>勤務地 本社/新潟県長岡市中島 6-2-21 新潟支社/新潟県新潟市中央区明石 1-7-17</p> <p>勤務時間 8:30~17:30</p> <p>募集職種 ソリューション/システムエンジニア/ユーザーサポート/技術研究・開発</p> <p>採用学科 全学部全学科</p> <p>募集人数 7名程度(男女不問/学部学科不問)</p> <p>勤務地 本社/新潟県長岡市中島 6-2-21 新潟支社/新潟県新潟市中央区明石 1-7-17</p>		

勤務時間	8:30～17:30
給 与	大学院卒／¥220,000 学部卒／¥205,000
福利厚生	社会保険(健康・厚生年金・雇用・労災)、退職金、定期健康診断、教育研修、新入社員研修、技術研修、幹部研修、社員旅行
諸手当	住宅手当／最高¥25,000 通勤手当／最高¥25,000
昇給賞与	昇給：年1回(4月)/賞与：年2回(決算月・12月)
休日休暇	週休2日制(他、当社規定による) 年末年始、年次有給休暇、産休・育児・介護休暇、慶弔休暇 等
その他	社宅・寮なし

(調査日：平成24年10月2日)

7.2 ヒアリングの実施

同社のホームページを診断するに先立って、ヒアリングを実施した。当日は部長の磨田勝美様に同社の概要をご説明いただいた。同社のホームページは流通業を中心としてその関連企業も含めた同社の顧客対象企業に向けた内容を意識して構成しているとのことであった。また、人材採用に関する情報については、就職情報サイトを利用して発信しているとのこと説明をいただいた。

<実施概要>

日 時：平成24年11月27日(火) 15:00～16:40

訪問先：株式会社ソリマチ技研 本社

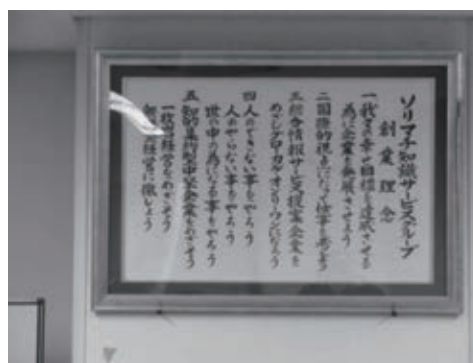
新潟県長岡市中島 6-2-21

参加者：村山ゼミナール 学生 12名

NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 杉浦聡 氏

担当教員 村山光博

図表 7-2 ヒアリングの様子と創業理念



7.3 ホームページ診断結果

図表 7-3 は (株) ソリマチ技研ホームページのトップページである。同社のホームページをゼミ学生全員で閲覧し、ホームページ診断の三種の神器にしたがって評価を行った。

図表 7-3 (株) ソリマチ技研HPトップページ



7.3.1 コンテンツ診断結果

参考資料 7-1 は、ゼミ学生 17 名が同社のホームページを閲覧し、コンテンツ診断シートの評価項目に沿って採点した結果である。

〔会社案内〕のカテゴリでは、「従業員数(総人数)が記載されている」、「売上高・利益が記載されている」、「会社の沿革・経緯が記載されている」、「当面の経営の目標が記載されている」、「目標を達成するための経営戦略が記載されている」などの項目で評価が低くなっているが、このうち、従業員数や会社の沿革については比較的容易に掲載できる情報であると思われるので検討をお願いしたい。

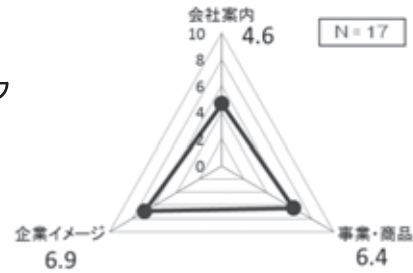
〔事業・商品〕のカテゴリでは、「主な市場・顧客がわかりやすく記載されている」、「主な事業・商品の開発体制、生産工程、販売方法などがわかりやすく記載されている」、「自社の特徴や強みがわかりやすく記載されている」の項目で若干低い評価となっているが、ソフトウェアはもともと目に見える表現は難しい面があるので、ある意味仕方がないとも思われるが、逆にそれをうまく表現して自社の強みをPRできることで顧客対象企業への訴求効果も期待できるのではないだろうか。

〔企業イメージ〕のカテゴリでは、概ね高い評価が得られているが、「人事・教育制度が記載されている」、「社員の仕事の様子や簡単な内容が記載されている」、「社員の自己紹介やコメントが掲載されている」などで評価が低い。就職情報サイトではこれらの情報も掲載されているとのことであるので、できれば自社ホームページでの掲載もご検討いただきたい。

図表 7-4 はコンテンツ診断結果のカテゴリごとの平均値をグラフ化したものである。

〔会社案内〕の平均は 4.6 点、〔事業・商品〕の平均が 6.4 点、〔企業イメージ〕の平均が 6.9 点という結果になり、〔会社案内〕の評価が低くなっていることがわかる。

図表 7-4 (株) ソリマチ技研
コンテンツ診断結果 平均値グラフ



参考資料 7-1 (株) ソリマチ技研HP コンテンツ診断集計表

		チェック項目	配点	平均
会社案内	01	社名・代表者名・代表者メッセージが記載されている。	1	0.6
	02	会社所在地・連絡先が記載されている。	1	0.9
	03	従業員数(総人数)が記載されている。	1	0.2
	04	資本金・資産状況(資産割振り)が記載されている	1	0.8
	05	売上高・利益が記載されている。	1	0.1
	06	会社の沿革・経緯が記載されている。	1	0.2
	07	経営理念が記載されている。	1	0.9
	08	当面の経営の目標が記載されている。	1	0.2
	09	目標を達成するための経営戦略が記載されている。	1	0.2
	10	地域・社会貢献の考え方や具体的な活動状況などが記載されている。	1	0.5
		小 計	10	4.6
事業・商品	11	主な事業・商品がわかりやすく記載されている。 【配点】 0: 見つかからない、1: 記載されているがわかりにくい、2: わかりやすく記載されている	2	1.8
	12	主な市場・顧客がわかりやすく記載されている。 【配点】 0: 見つかからない、1: 記載されているがわかりにくい、2: わかりやすく記載されている	2	1.2
	13	主な事業・商品の開発体制、生産工程、販売方法などがわかりやすく記載されている。 【配点】 0: 見つかからない、1: 記載されているがわかりにくい、2: わかりやすく記載されている	2	0.9
	14	自社の特徴や強みがわかりやすく記載されている。 【配点】 0: 見つかからない、1: 記載されているがわかりにくい、2: わかりやすく記載されている	2	1.1
	15	顧客や取引先からの問い合わせに対する連絡先や対応方法がわかりやすく記載されている。 【配点】 0: 見つかからない、1: 記載されているがわかりにくい、2: わかりやすく記載されている	2	1.5
		小 計	10	6.4
企業イメージ	16	人事・教育制度が記載されている。	1	0.2
	17	仕事の種類(主な職種)が記載されている。	1	0.8
	18	社員の仕事の様子や簡単な内容が記載されている。	1	0.5
	19	社員の自己紹介やコメントが掲載されている。	1	0.1
	20	社風・会社のカラー(社員の特徴、共通意識など)が記載されている。	1	0.6
	21	求める人材像(採用基準)が記載されている。	1	1.0
	22	募集職種(スキル・資格等)が記載されている。	1	0.9
	23	賃金・勤務地等労働条件が記載されている。	1	0.9
	24	採用選考のプロセス(流れ)が記載されている	1	0.9
	25	応募・エントリーの仕方が記載されている。	1	0.9
		小 計	10	6.9

7.3.2 システム診断結果

参考資料 7-2 は、ゼミ学生 17 名が同社のホームページを閲覧し、システム診断シートの評価項目に沿って採点した結果である。

〔構成〕のカテゴリでは、全体的に評価が高いが、「問い合わせの多い項目をまとめたページが存在する」の評価が低くなっている。

〔デザイン〕のカテゴリでは、「文字の大きさが適切で、読みづらい文字はない」、「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」などで若干低い評価になっている。画像内に書かれている文字の色や大きさに見えづらいものがあるためではないかと考えられる。

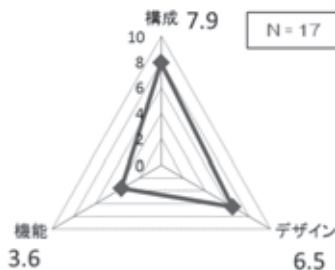
〔機能〕のカテゴリでは、「文字サイズを変えるボタンが用意されている」、「RSSのフィードを提供している」、「フォーム等で送信する情報はSSL等の暗号化技術によって保護されている」などの評価が低い。ただし、RSSに関してはTwitterやFacebookによっても同様の効果が期待できることから、評価項目自体も再検討する必要がある。また、フォームにおけるSSLの利用については、

もともとフォームを利用していないホームページに対しての採点の配慮も必要であると考えられる。

図表 7-5 はシステム診断結果のカテゴリごとの平均値をグラフ化したものである。

〔構成〕の平均は7.9点、〔デザイン〕の平均が6.5点、〔機能〕の平均が3.6点という結果になり、〔構成〕の評価が非常に高いことがわかる。

図表 7-5 (株) ソリマチ技研
システム診断結果 平均値グラフ



参考資料 7-2 (株) ソリマチ技研HP システム診断集計表

	チェック項目	配点	平均
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	1.5
	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	1.3
	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がボタンが用意されている	1	0.9
	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	0.9
	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	0.8
	06 サイトマップが存在する ・サイトマップとは、Webサイト内のページ構成を一覧できるようにした案内ページ ・サイト内にあらずべてのページへのリンクをセクションごとにリストしてあることが多い	1	1.0
	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	0.6
	08 現在アクセスしているページがサイト内で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	0.8
小 計		10	7.9
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	0.6
	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	1.5
	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	1.5
	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	0.7
	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	0.4
	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	0.6
	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) "色" "金" などの省略文字や"???"などの単位	1	0.8
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	0.7	
小 計		10	6.5
機能	17 文字サイズを変えるボタンが用意されている	1	0.1
	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	0.4
	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	0.9
	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	0.2
	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	0.7
	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	0.2
	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	0.5
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	0.5	
小 計		10	3.6

7.4 診断結果の分析

(株)ソリマチ技研の診断結果を集計した後にメンバーで話し合い、「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。

<優れている点>

- ・製品の導入事例が掲載されていて印象が良い。
- ・製品情報がPDFファイルを利用して詳細に説明されている。
- ・採用FAQ（よくある質問）が充実している。文章もやわらかく、印象が良い。
- ・採用情報の中で仕事の種類と内容が詳しく記載されていてわかりやすい。
- ・サイト全体のページ構成がよく整理されていて見やすい。
- ・メニュータイトルがわかりやすい。
- ・新着情報がトップページで明示されている。
- ・サイト全体の配色が統一されている。
- ・全ページにサイトマップへのリンクが配置されており、欲しい情報にアクセスしやすい。
- ・日本語だけでなく英語のページも用意されている。

<改善を期待する点>

- ・トップページを見ただけでは会社の業務内容がわからないので、何をする企業であるかを中心に表現したほうが良い。
- ・会社情報では沿革、売上高、従業員数などもできれば記載したほうが良い。
- ・会社情報として代表者の顔写真を掲載したほうが良い。
- ・営業担当者などの社員の顔写真を掲載したほうが良い。
- ・製品情報ではPDFファイルのダウンロードだけでなく、ページ上でも簡単な説明を加えたほうが良い。
- ・製品の導入事例の掲載を増やしてさらに信頼度を高めてはどうか。
- ・専門用語が多いので、一般の人でも多少理解できるように少し用語の説明も加えてはどうか。
- ・社内の教育制度などがあれば記載されたほうが良い。
- ・社員の仕事の様子などを記載されたほうが良い。
- ・トップページに表示されている新着情報の数が多すぎるように感じるので、過去のものは別のページに整理したほうが良い。
- ・ページ内が文字だけになりがちなので、適度に画像を入れたほうが良い。
- ・お問い合わせのページで問い合わせ用のフォームを設置したほうが良い。
- ・サイト内の検索窓を配置してほしい。
- ・文字が小さく見づらいところがあるので、文字サイズ変更ボタンなどを設置してほしい。

株式会社ソリマチ技研のホームページ診断および改善案の報告は以上である。

8. HP改善提案4 株式会社小西鍍金のページデザイン案

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の提案を行うことを試みた。具体的には、一昨年度の取り組みでご協力いただいた株式会社小西鍍金のホームページに対して、さらに一歩踏み込んだホームページデザイン案の作成を行うことにした。

8.1 工場見学とヒアリングの実施

現在在籍しているゼミ学生は、一昨年前の活動にはまだ本ゼミに所属しておらず、同社について知

っている学生がいなかったため、同社を知るための工場見学とヒアリングを実施した。当日は、同社のめっき工場を見学し、小西統雄社長よりめっきの種類や装置のご説明をいただいた。また会議室において小西社長から会社の経緯、業務内容、特徴などの説明をいただき、それらに対する質疑応答が行われた。

<実施概要>

日 時：平成 24 年 8 月 28 日（火）14:40～17:30

訪問先：株式会社小西鍍金

対応者：代表取締役社長 小西統雄 氏

参加者：村山ゼミナール 学生 10 名

NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 杉浦聡 氏

担当教員 村山光博

図表 8-1 工場見学とヒアリングの様子



8.2 平成 22 年度に行われたホームページ診断の結果について

図表 8-2 は本取組で平成 22 年度に行われた株式会社小西鍍金のホームページに対するコンテンツ診断の集計結果である。A～Fは評価した学生を表している。

図表 8-2 (株) 小西鍍金ホームページ コンテンツ診断結果 集計表

カテゴリー	項目	A	B	C	D	E	F	合計	平均
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 労働条件(仕事環境)	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

また、図表 8-3 は同じく平成 22 年度に行われたシステム診断の集計結果である。A～Fは評価した学生を表している。

図表 8-3 (株) 小西鍍金ホームページ システム診断 集計表

カテゴリ	項目	A	B	C	D	E	F	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～F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。

「平成 22 年度学生による地域活性化プログラム活動報告書」より再掲

8.3 「優れている点」と「改善を期待する点」について

平成 22 年度の取り組みにおいて、同社ホームページのシステム面について挙げられたゼミ学生の意見を「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 年度学生による地域活性化プログラム活動報告書」より再掲）。

8.3.1 システム診断の「構成」について

【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な。
- ・[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な。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な。
- ・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ようなので、メニューの整理を行ったほうが良いのではないかな。
- ・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な。
- ・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な。

8.3.2 システム診断の「デザイン」について

【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な。
- ・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。

8.3.3 システム診断の「機能」について

【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]ー[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な。
- ・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。

8.3.4 システム診断のその他

【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。

8.4 ページレイアウトおよびメニュー構成について

図表 8-4 は平成 24 年現在の同社のトップページである。

図表 8-4 (株)小西鍍金HP 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 8-5 は平成 24 年 12 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 8-5 (株)小西鍍金ホームページのメニュー構成

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

8.5 新しいページデザイン案とメニュー構成案

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 8-6 はトップページデザイン案を示す。

また、図表 8-7 は会社概要のメニューをクリックした後の表示を示す。

図表 8-6 トップページデザイン案



図表 8-7 「会社概要」のページ

株式会社小西鍍金 - Mozilla Firefox

ファイル(E) 編集(E) 表示(V) 履歴(S) ブックマーク(B) ツール(I) ヘルプ(H)

株式会社小西鍍金

株式会社 小西鍍金
KONISHI MEKKI

サイトマップ

Google

文字の大きさ 小 中 大

ホーム 会社案内 事業内容 設備紹介 お問い合わせ

会社案内

- 会社概要
- ご挨拶
- 沿革
- 企業の特徴

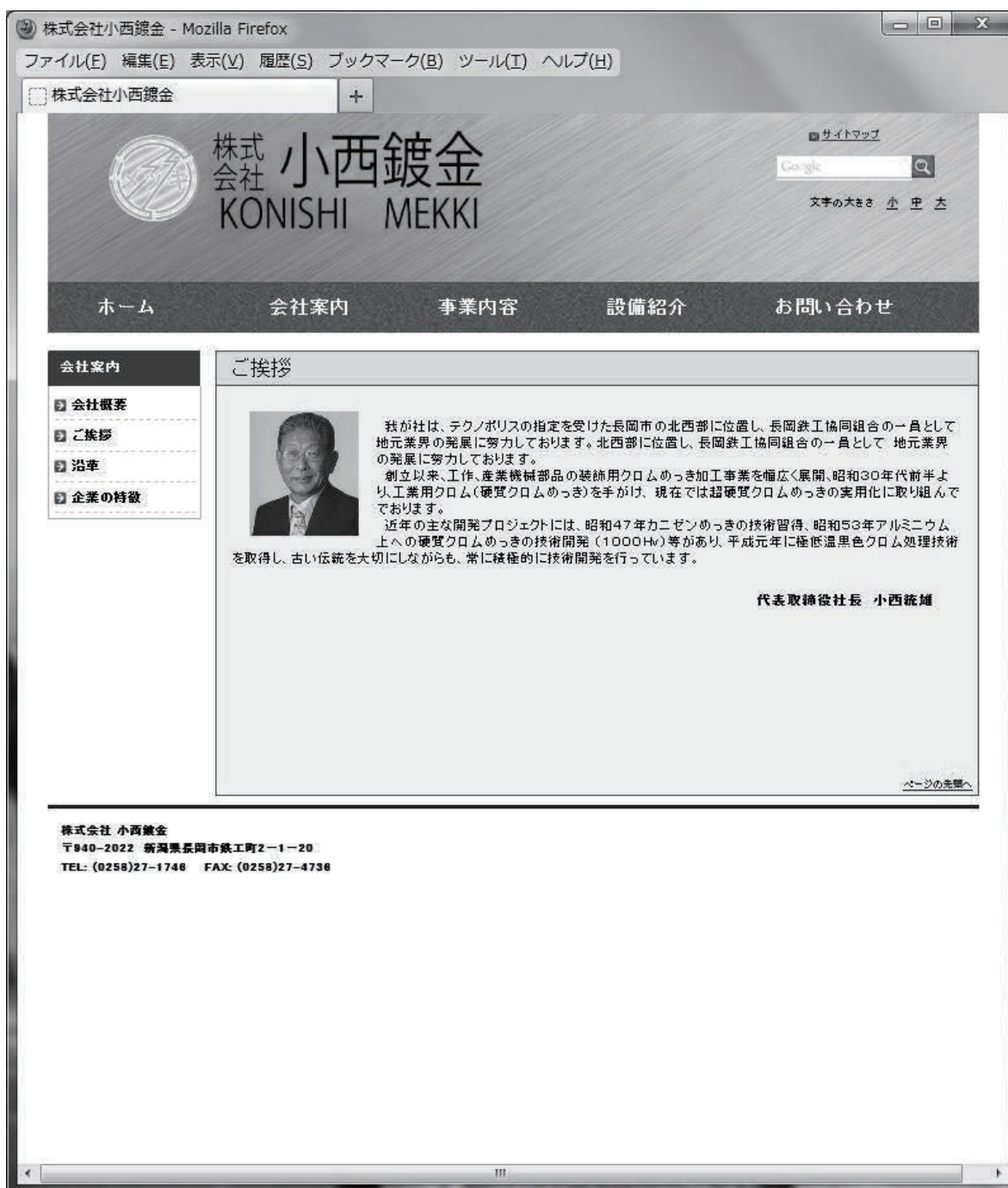
会社概要

創立	昭和 5年10月
会社設立	平成13年 9月
社名	株式会社 小西鍍金
資本金	10,000,000円
代表取締役社長	小西統雄(昭和22年8月10日)三代目
従業員数	18名(現業員16名研究技術員2名)
工場敷地面積	1,342㎡
工場建物延面積	726㎡
工場所在地	新潟県長岡市鉄工町2丁目1番20号
電話番号	0258-27-1746
FAX番号	0258-27-4736

ページの先頭へ

株式会社 小西鍍金
〒940-2022 新潟県長岡市鉄工町2-1-20
TEL: (0258)27-1746 FAX: (0258)27-4736

図表 8-8 「ご挨拶」のページ



8.5.1 トップページデザイン案の特徴

同社のページデザイン案ではとくに次のような点に配慮を加えている。

- ・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ページの右上に配置した。
- ・関連企業のホームページへのバナーリンクを表示し社会とのつながりを示した。
- ・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ぬため時間がかかる。一目で確認できるように変更した）

8.5.2 メニュー構成案について

図表 8-9 は、新しいメニュー構成案を示す。メニュー構成においては以下の点に配慮した。

- ・メニュー項目が重複しているところが多かったので整理した。
（工業用クロム、電気めっき・装飾めっきなど）
- ・用語の表記を統一した。
（めっき、メッキ、鍍金 → めっき）
- ・専門的な用語が多いので、用語集のメニューを一つにまとめた。
（アニオン、カチオン、陰極、工業用クロムめっき、合金めっき、多層めっき、電気めっき、ハルセン、pH、複合めっき など）

図表 8-9 メニュー構成案

ホーム	会社案内	挨拶
		経営理念 会社概要 沿革
	設備紹介	
	事業内容	工業用クロム 電気めっき・装飾用めっき 無電解めっき 超低温黒色クロム処理 めっき工程 用語集
	採用情報	採用情報
		会社紹介 新卒採用 中途採用
	お問い合わせ	

9. まとめ

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

- (1) NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE の事務局と共同で NAZE 会員企業 74 社に対して「自社ホームページの活用ニーズアンケート」の実施と集計を行ったところ、28 社からのご回答をいただいた。
- (2) これまで利用してきたコンテンツ診断シートとシステム診断シートの評価項目をより信頼性の高い診断ができるように見直しを行い、新たな診断チェックを作成した。また、評価項目の理解度の差による点数の開きを縮めるため、補足資料を作成した。
- (3) NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE の会員企業である株式会社大菱計器製作所、株式会社七里商店、株式会社ソリマチ技研の 3 社にご協力をいただき、ホームページ診断の三種の神器とも言える「企業研究シート」、「コンテンツ診断シート」および「システム診断シート」を用いたホームページの診断と改善案の策定を行った。
- (4) 一昨年度の活動でシステム診断を行った企業のうち、株式会社小西鍍金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行った。

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の向上ができたと考えている。

今後の取り組み方針としては、本年度実施した企業アンケートの結果からホームページの改善や開設を予定している企業と協力しながら、より具体的なホームページ構築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株式会社大菱計器製作所、株式会社七里商店、株式会社ソリマチ技研、株式会社小西鍍金の関係者の皆様、アンケートにご協力いただいた NAZE 会員企業の皆様に厚くお礼を申し上げます。

本当にありがとうございました。

ブックレット既刊号のご案内

〈長岡大学ホームページ <http://www.nagaokauniv.ac.jp> でもご覧いただけます〉

- ① アタマは鍛えれば強くなる 原 陽一郎
- ② 授業評価の実態 -学生満足度の高い授業とは- 平野 順子
- ③ ニートとフリーター -揺れる若者の選択- 玄田 有史 児嶋 俊郎
- ④ 2005長岡大学「起業家塾」 原 陽一郎 原田 誠司
- ⑦ 現代GPシリーズ1 情報力を鍛える -長岡大学における情報リテラシー・資格教育- 村山 光博
- ⑧ 現代GPシリーズ2 長岡大学教育プログラム
- ⑨ 現代GPシリーズ3 長岡大学教育プログラムⅡ
- ⑩ 現代GPシリーズ4 第3回 長岡大学文化講演会特集 第Ⅰ部 若者の社会人基礎力を鍛える -若者自立の教育を考える-
- ⑪ 現代GPシリーズ5 2006長岡大学「起業家塾」 原 陽一郎 原田 誠司
- ⑫ 夢をかなえる長岡大学の教育プログラム -平成19年度、環境経済学科・人間経営学科がスタート-
- ⑭ 長岡大学教育プログラムⅣ 学生公募型人間力育成プログラム -プロジェクト型自主活動とリーダー育成-
- ⑮ 長岡大学教育プログラムⅤ 長岡地域産業活性化のためのMOT教育 -イノベーション人材養成プログラム-
- ⑯ 現代GPシリーズ6 長岡大学教育プログラムⅥ 学生による地域活性化提案プログラム -政策対応型専門人材の育成-
- ⑰ 現代GPシリーズ7 いま、なぜ大学改革か…21世紀の新しい大学像は 原 陽一郎
- ⑱ 現代GPシリーズ8 第4回 長岡大学文化講演会特集 第Ⅰ部 脳科学と教育-21世紀の新しい教育を考える-
- ⑲ 現代GPシリーズ9 2007長岡大学「起業家塾」 原田 誠司
- ⑳ 現代GPシリーズ10 学生による地域活性化提案プログラム -政策対応型専門人材の育成- 平成19年度成果報告
- ㉑ 現代GPシリーズ11 情報力を鍛える -長岡大学における情報リテラシー・資格教育- 村山 光博
- ㉒ 現代GPシリーズ12 第5回 長岡大学文化講演会特集 若者の自立支援とキャリア教育 宮本みち子
- ㉓ 現代GPシリーズ13 学生による地域活性化提案プログラム -政策対応型専門人材の育成- 平成20年度成果報告(概要)
- ㉔ 「米百俵の精神」と長岡大学 原 陽一郎
- ㉕ 資格検定ガイドブック
- ㉖ 学生の3つの就職力一体形成支援プログラム
- ㉗ 現代GPシリーズ14 平成21年度地域活性化GPプログラム 学生による成果発表会(概要)
- ㉘ 現代GPシリーズ15 社会人基礎力育成グランプリ出場報告
- ㉙ 現代GPシリーズ16 学生による地域活性化提案プログラム 平成19年度～21年度活動報告(概要)
- ㉚ 長岡大学イノベーション人材養成講座 平成19～21年度成果報告書
- ㉛ 長岡大学のグローバルスタディ -21世紀の基盤精神「グローバルマインド」を身につける学習プログラム-
- ㉜ 大学とはどういうところか? -高校生の進路選択のために-プログラム-〈2010年版〉
- ㉝ 楽しもう!越後長岡「まちの駅」 ~長岡大学鯉江ゼミナール 地域活性化への取り組み~
- ㉞ 長岡大学のキャリア教育 平成21～23年度「学生の3つの就職力一体形成支援プログラム」
- ㉟ 旧神谷信用組合を活用したコミュニティ活性化(平成22年度) 高橋治道ゼミナール

長岡大学ブックレット ③⑥

【発行日】平成25年7月30日
【編集】長岡大学ブックレット編集委員会
【発行】長岡大学
〒940-0828 新潟県長岡市御山町80-8
TEL.0258(39)1600(代) FAX.0258(33)8792



長岡大学ブックレット