

J-GoodTech (ジェグテック) 企業情報登録

～検索・問合せされやすい登録の秘訣～

この手順書は、ジェグテックの企業登録を進めるにあたり、
どこに何を記載すると効果的なのか？ にお応えするため作成しました。

自社の技術やサービスを求めている人



見つけてもらう



クリックされる



企業ページを見てもらう

コンタクトを取りたいと思ってもらえる

ことを目的に、文章の書き方、写真の選び方、サイト内タグの決め方などの
実例をあげながら説明しています。

ガイドを利用していただいで、貴社にとって有意義なファーストコンタクトが
生まれるよう願っております。

目次	スライドNo
「リード文」を充実させましょう（リード文の登録） -----	3
検索一覧で表示されるリード文 -----	4
リード文は企業ページで一番目立ちます -----	5
リード文に含める内容 -----	6
リード文の書き方 -----	7
アピールポイントの考え方 -----	8
アピールポイントのまとめ方 -----	9
リード文修正例 1 -----	10
リード文修正例 2 -----	11
リード文修正例 3 -----	12
写真が表示される場所を確認しましょう -----	13
効果的な写真を選びましょう -----	14
写真登録手順 -----	15
効果的な「タグ登録」 1 -----	16
効果的な「タグ登録」 2 -----	17

Q1 どうして「リード文」が重要なのですか？

A1 J-Goodtech内での検索一覧に表示されるのはリード文の冒頭約100文字になります。
（GoogleやYahooでの検索時の表示も、「リード文」が基本となります）

「リード文」の登録を進めていきましょう。

ログイン→ マイページ→ **1** 法人情報を編集する→ **2** アピール情報→ **3** リード文→ **4** 編集

組織情報・利用者関連情報

編集対象言語 日本語 公開中 利用者一覧 公開設定・海外関連設定
現在は日本語の内容を編集中です。日本語は現在公開されています。

1

法人情報を編集する

他の企業へアピールする情報などを登録することができます。常に情報を最新化し、検索・問合せされやすい内容にしましょう！

プロフィール充実度 23%

2

アピール情報

3

リード文

4

編集

法人情報編集

- ご担当者様情報
- 法人情報1
- 法人情報2
- 取引先・拠点情報
- 外部リンク情報
- 検索用キーワード
- 画像・ファイル管理

製品・技術・サービス選択

- 製品技術情報編集
- 製品・技術・サービスの表示順設定

公開中のページを確認

アピール情報

あなたの企業の紹介文です。サイト利用者がまず目にする文章となります。

あなたの企業を一言でご紹介ください

キャッチ文

あなたの企業の特長について一言でご紹介ください

リード文

目田記載

アピールポイント1

強調したい製品・技術・サービスをご入力ください

見出し

1. 強調したい製品、技術やサービスについて、特長を3つまでご入力ください

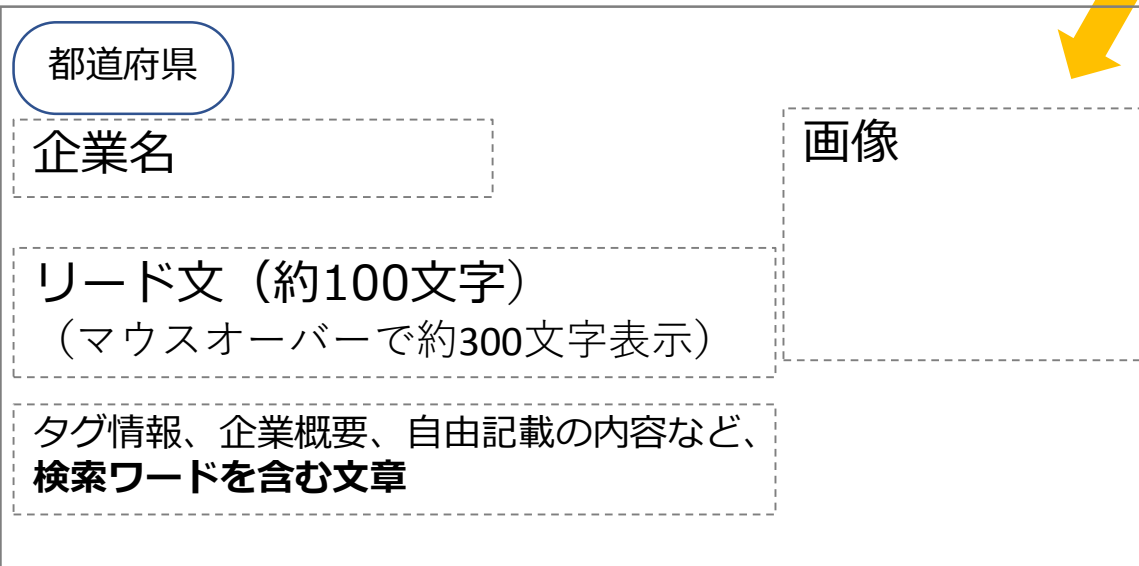
- ・サービスの特長は何ですか
- ・製品・技術の特長は何ですか
- ・どういうニーズに対応できますか

（この部分はログインしていない方にも公開されます）

J-Goodtechのサイトに訪問して企業検索をした時、
検索条件にあう企業が一覧表示されます。

各企業の説明文として（製品・技術のリード文）の
文頭約100文字が表示されます。

この表示された文章や写真を見て、どこの企業を
クリックするかが決まります。
**リード文だけで、コンタクトをとってみたいと
思わせる文章にしましょう。**



※業種や地域などで検索した場合はリード文（約100文字）まで
キーワードの「単語」を入力して検索した場合は単語の含まれる文章を最下部に表示します。

リード文は企業ページで一番目立ちます

企業名		
リード文		
アピール 画像		
(企業の) アピールポイント		
写真1	写真2	写真3
自由記載		

検索一覧から表示された企業ページの上部に「リード文」が表示されます。

多くの訪問者はこの文章で、もっと詳しいことを知りたいと思うか、検索ページに戻って別の会社の情報をクリックしようか判断をします。

また、ジェグテック内の検索だけでなく、GoogleやYahoo検索に表示されるのもリード文が基本になります。

法人概要

製品・技術・サービス

入力に応じてタブ表示が増えていきます。

ジェグテック活用実績

自社が言いたいこと・伝えたいことではなく、情報を探す人の気持ちになること
会社名を知らない人に、自社を知ってもらうためにはどう説明しますか？

1. 貴社の業務を一言でいうと…
2. 同業他社と比較して顧客に選ばれているポイントはどいういうところですか？
顧客が貴社のことを他社の人に紹介する場合、どのように伝えると思いますか？

現在の顧客がどうして自社の商品やサービスを選んでくれたのでしょうか？

自社の「商品やサービス」を探している人は…

- ・用途で探しているのでしょうか？
- ・特別の機能を探しているのでしょうか？
- ・どんな材料で、できているものを探しているのでしょうか？

例) 自社の特長ある技術「精密板金」

用途は？ 医療用、食品用、電源用、半導体用、ロボット、航空宇宙、
何にでも使えるというよりも**実績、得意分野に特化**してリード文には記載します。

特別の機能？ 薄板、バリ無し、

材料は？ ステンレス、アルミ、真鍮、銅、鉄、メッキ銅板、塗装銅板
一番実績が多くて、得意な材質、主力にしたい材質を記載します。

その他の特長？ 短納期、少量、サンプル

検索結果の企業一覧では**文頭100文字**しか検索一覧に表示されないなので文章の**前半**に重要な単語を入れた文章を作ります。

(Google検索時も文頭が表示されます。Googleでは一般的に130文字程度表示されることが多いようです)

【リード文 文頭】

自社は何を作っている、販売しているのかがわかる内容を記述します。

【リード文 中間】

社名を知らない人、今までコンタクトを取ったことない企業が、貴社の顧客となる場合、検索すると予測される「単語」を組み合わせて文章を作ります。

主力商品の特長や、貴社の技術特長を盛り込みます。

主力商品が複数ある場合は、それぞれの簡単な紹介を記述します。

詳細な商品情報は、商品情報ページに登録するので、一言で特長がわかる単語を使い構成します。

同業他社と比較してどのような優位点があるのか、現在の顧客に喜ばれていることなど競争力のある内容を強調する文章にします。

※（注意）単語の羅列ではいけません。簡潔な文章にしてください。

【リード文 後半】

興味を持った企業に「お問合せ」してみようと思わせる「信用」につながる情報を記述します。創業〇〇年、〇〇賞受賞、表彰などの情報を記述します。

何ができます。こんな機械があります。という直接的な書き方が多く見受けられるのですがその機械や部品や技術は何のために役に立つのでしょうか？
本来の目的は何か？ 何をしたいからその製品が欲しいのか？と要望の本質を考えるようにします。

貴社の商品やサービスが特定の目的を満たすもの「ウォンツ（具体的に欲しいもの）」
貴社の商品やサービスの利用シーンを想定されているもの「ニーズ（必要性のあるもの）」
貴社の商品やサービスが今後の可能性を秘めているもの新しい価値の提案「シーズ（種になるもの）」

ニーズ(Needs)

家事の時間を節約したい

ウォンツ (Wants)

食器洗浄機が必要

家事手伝いサービスが必要

使い捨て紙皿が必要

「シーズ (Seeds) 提案」

新しい分野に挑戦しようとしている企業は、企業のアピールポイントに、どんな企業とどんなことをしたいと思っているのか、この会社とつながりたいと思わせるような内容を心がけて書いてください。

1. 現在のお客様に喜んでいただいている点はどのようなことでしょうか？
貴社を選んでいただいた理由を考えてみてください。
自社からの目線でなく、お客様の目線で考えること。
2. 競合企業、同業他社と比較して優位な点はどのようなことでしょうか？
同じ業界や、同じ地域の会社で、ここは自社の競合先と意識している企業があると思います。
これだけは、あそこに負けない！と思われることを社内会議で出し合ってみましょう。
3. 今までに会社として表彰されたなどの、受賞歴があれば記載してください。

検索表示 例) 業種や企業名で検索すると企業名とリード文が表示されます

佐賀県 ★ お気に入りに登録

株式会社 XXXXXXX

原料の仕入れから、企画、パッケージデザイン、製造までを一貫して行う商品開発力で、OEM商品も多数製造しています。商品に「カルシウム」、...

この企業は、支援機関から推薦されています

大阪府 ★ お気に入りに登録

XXXXXXXX 株式会社

私たちは、紙という商材を通じて海外のお客様との関係もち、需要にお応えする提案をしております

【1】の元文章 リード文】
原料の仕入れから、企画、パッケージデザイン、製造までを一貫して行う商品開発力で、OEM商品も多数製造しています。商品に「カルシウム」「コラーゲン」などの機能性素材をブレンドする技術を有しており、雑穀商品だけではなく、青汁やゼリーなどトレンド商品の開発も行っています。
また、国内の米の卸会社・雑穀加工食品メーカーで初のハラル認証を取得し、海外輸出事業も好調です。
高品質のプロトン凍結機を完備し、冷凍米飯の製造販売も行っています。

赤字部分が
検索一覧で
表示されます

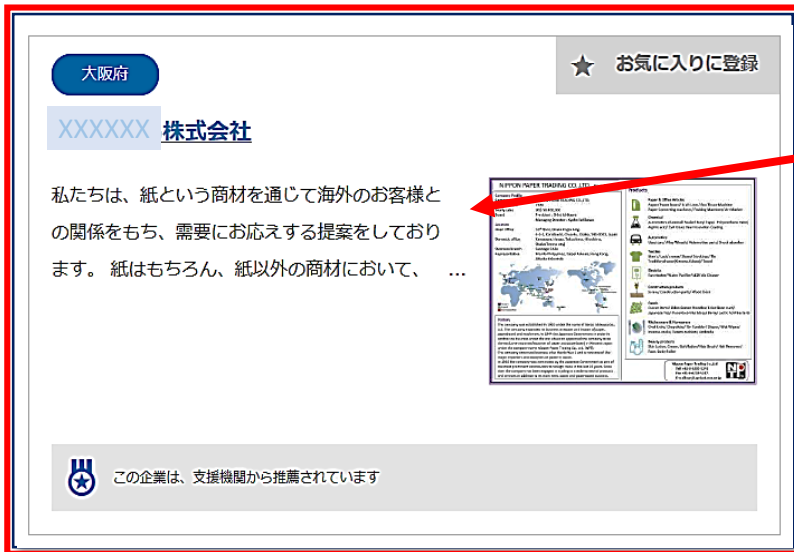
【キャッチコピー】 *個々の企業ページにアクセスしないと表示されません。
【創業70余年】生産農家との深いつながりをもつ、取扱品種日本一の雑穀専門メーカーです。

【修正例】

国内米を原料に雑穀や機能性素材ブレンド米などオリジナル米穀商品のメーカーです。

新商品開発力が高く、原料調達、企画、製造までを自社で一貫しており、OEM商品も多数製造しています。「カルシウム」、「コラーゲン」などの機能性素材をブレンドする技術を有しており、米穀・雑穀商品だけではなく、青汁やゼリーなど健康意識の高い、トレンド商品の開発も行っています。また、国内の米の卸会社・**雑穀加工食品**メーカーで初の**ハラル認証**を取得し、海外輸出事業も好調です。高品質のプロトン凍結機を完備し、**冷凍米飯の製造**販売も行っており、取扱品種は日本一です。

検索表示 例) 業種や企業名で検索すると企業名とリード文が表示されます



2

【2元の文章 リード文】

私たちは、紙という商材を通じて海外のお客様との関係を持ち、需要にお応えする提案をしております。紙はもちろん、紙以外の商材において、お客様のニーズにお応えできるよう、輸出、輸入を中心とした貿易事業を手掛けております。商材は、電気部品、機械類、アパレル、車載部品、食品など、多岐にわたり展開しております。海外の需要に合わせた仕入開拓を積極的に行い、海外での売上拡大を目指します。また、OEM対応の出来る仕入先とタイアップし、お客様に独自性の高い商材の提案を増やしてまいります。

赤字部分が
検索一覧で
表示されます

【修正例】

多様な紙製品の輸出入業務をメインに幅広い製品の輸出入業務を行っています。海外での販路開拓、国内需要に対応できるOEM生産、輸入、輸出どちらも幅広い提案力でお客様に喜ばれています。
取扱品目：紙製品、電気部品、機械類、車載部品、アパレル、食品など多岐にわたる商品を扱っています。

* 輸出入業務を行っている企業はたくさんあります。幅広い製品の輸出入を扱っているでは同業他社との優位点がありません。「紙」という製品に特化することで、紙の輸出入は、「弊社」におまかせください。というメッセージが伝わるような内容の文章にします。湿気も禁物ですし 製品としては「弱い」のに重量物である「紙」の輸送には経験と技術が不可欠なのです。というように、他社との差別化になる経験豊富を強調した文章にします。紙だけでなく湿気に弱い製品の輸出入も可能だというニーズ提案の意味も出てきます。こちらの企業のサイトを拝見すると、希望の海外用紙の輸入代行や、日本製の紙を海外に販売先の斡旋も行っているようですので、「紙」で検索してくる人にとって有意義な情報提供をしましょう。
付加業務として、紙だけでなく他の商品も扱っているの、一緒に輸出入業務が行えます。という文章にした方が良いでしょう。
検索時に「紙 輸出」「紙 輸入」と別々に検索されることを予測し、「輸出入」だけではなく「輸入」「輸出」も入れています。

検索表示 例) 業種や企業名で検索すると企業名とリード文が表示されます



3

【3元の文章 リード文】

元の文章では、「**精度と美観が何より重要!!**」というお客様に!!の一文しか記載されていません。これでは何の会社なのかわかりませんね。

キャッチコピーとして登録されているのは

「**おまかせください 精密板金!!**」こちらの方が何の会社かわかりませんが、たくさんある「精密板金」の会社の中で、他社と比較してどう違うのかが、文章を読んだ人には全く伝わりません。

ジェグテック内で「精密板金」を検索すると170社以上表示されます。その中で何を書いたらクリックして企業ページを見てもらえるかを考えましょう。

【修正例】

精度と美観を兼ね備えた精密板金、匠集団と最新機器で実現。少量から量産まで他社より短納期に対応できる体制を整えています。ステンレス、鋼板、アルミの板金を得意とし、自社で出来ない、研磨、塗装、彫刻、曲げ加工、絞り加工、ユニット組立などは地元の企業との協業により、弊社を窓口ワンストップでの提供が可能のため、発注担当者様の負担を軽減いたします。省エネや再資源化といった地域社会の一員としての活動にも積極的に取り組んでおります。

この企業の自社サイトを見ると自社の強みや考え方が良くわかる文章が記載されていたので、サイト内の記述を参考にリード文を作成してみました。

匠集団だけでは少量生産しかできませんが、最新機器を入れることで、匠の技術を量産できるというのが大きな特長とのこと。協力工場をまとめて、ワンストップで注文を受けられるので手間なく発注できるとのこと。

発注者にとってメリットであることは、記載しましょう。〇〇ができる！と書くのであれば、〇〇だから〇〇ができるという根拠を示すことで、注文する人に安心感を与えることができます。

1. 画像（写真）はどこに表示されますか？

画像には企業ページ用の「メイン画像」「詳細画像」
各製品・技術ページ用の「製品技術のメイン画像」「製品技術の関連画像」
があります。

「**メイン画像**」は、**企業ページの冒頭**と、**検索一覧のサムネイル**、**類似企業のサムネイル**にも表示されます。

一覧表示で写真が表示されないと、選択されにくく、類似企業として企業ページの下部に表示されても気づきにくいいため「メイン画像」は**必ず登録**してください。

サムネイルとして縮小された写真が自動作成されることを考えて写真を選択します。
企業ページのTOPに表示される画像は、大きすぎると表示に時間がかかるのでデータの大きさに注意しましょう。

【画像の推奨サイズ】

- ・メイン画像のサイズ 幅1000pixel ×高さ500pixel（横長画像）
- ・データサイズ 500kb 以下を目安にしてください。
（見た目のサイズとデータの大きさは比例するとは限りません。
小さすぎると荒れてぼやけた表示になってしまいます。）
- ・製品技術の関連画像 幅400pixel ×高さ300pixel（縦長でも可）
- ・データサイズ 300kb 以下を目安にしてください。

2. TOPページ用にはどんな写真を選べばよいですか？

検索一覧にサムネイル（小さなサイズの写真）として表示されることを想定して写真を選択しましょう。

- 自社の製品・商品が一目でわかりやすい写真
- 文字を載せていない写真
- データ量が大きすぎない写真

3. 企業登録TOPページへの掲載に向かない写真

- × 社屋の写真（検索画面で表示されても製品やサービスの訴求にならない）
- × 文字が多い写真（サムネイルでは見えない）
- × ごちゃごちゃしたレイアウトの写真
- × サイズが大きすぎる写真
- × データ量が大きすぎる写真
（デジカメやスマホで撮影した写真をそのまま登録しないでください）

ログイン → マイページ → 法人情報を編集する → **1** 画像・ファイル管理 → **2** 編集

編集対象言語 日本語 公開中

現在は日本語の内容を編集中です。日本語は現在公開されています。



画像・ファイル管理

法人情報編集

- ジェグテック運営事務局管理 >
- ご担当者様情報 >
- 法人情報1 >
- 法人情報2 >
- 取引先・拠点情報 >
- アピール情報 >
- 外部リンク情報 >
- 検索用キーワード >
- 1** 画像・ファイル管理 >
- 製品・技術・サービス選択
- 製品技術情報編集 >
- 製品・技術・サービスの表示順設定 >
- 公開中のページを確認 >

2 **編集** >

どちらも同じ

- トップ画像
- 補足画像
- カタログ・パンフレット・提案資料
- 編集** >

画像・ファイル管理

「保存」をクリックするまで内容は反映されません。
トップ画像が検索一覧画面に反映するまで時間がかかる場合があります

トップ画像

※ アップロード可能なファイル形式は jpg, jpeg, png です。
※ 画像の推奨サイズは 620px×512px です

ファイルを添付する

補足画像

※ アップロード可能なファイル形式は jpg, jpeg, png です。
※ 画像の推奨サイズは 620px×512px です

ファイルを添付する

詳細画像のコメント

+ 追加

カタログ・パンフレット・提案資料

ファイルを添付する

キャンセル **下書き** **保存**

PAGETOP

写真を添付したら「下書き」「保存」を選択します

ジエグテックの検索時に有効な「**検索される単語**」を「**タグ情報**」に登録します。

※全文が検索対象ですので、企業や製品紹介の文章内に記述されている単語は、
登録の必要がありません。

タグとして登録しなくても、企業検索や製品検索時に表示されます。

【登録した方がよい単語…その1】

文章の中では、離れて記述しているが、検索時に「一つの単語」として検索されることが想定される単語。

例1) 登録文では「耐食性を要求されるポンプとして、特殊仕様など柔軟な…」

・ジエグテック検索時

And検索（二つ以上の単語を指定して検索） 「耐食性 ポンプ」では、
タグを登録しなくても表示されますが

「耐食ポンプ」1単語として検索された場合表示されません。

タグに「耐食ポンプ」を登録しましょう。

例2) 登録文では「XXの輸出入」

探す人を想定した時に、輸入、輸出両方という企業より、輸出がしたい、
輸入がしたいなど、どちらかを指定することも多いと考えられます。

文章内では「XX輸出入」と記載していても、タグ情報では
「XX輸入」「XX輸出」と、別々に登録しておきましょう。

【登録した方がよい単語…その2】

自社内で普通に利用している単語をお客様も同じように使っているとは限りません。お客様が検索時に使用されると思われる「類義語」「関連用語」をタグに登録しましょう。

例1) 登録文では「精密鍛造」という単語を使用

精密鍛造技術を持つ企業を探しているお客様は、「ネットシェイプ」「ニアネットシェイプ」「しごき加工」といった関連用語で検索する可能性があります。

専門用語を知らないかもしれないということを前提に検索単語を想像しながら「関連用語」を登録しましょう。

例2) 登録文では「バイオマス」という単語を使用

「バイオマス」に関心のあるお客様は「再生エネルギー」「生物由来」「温室効果ガス削減」「カーボンニュートラル」といった環境に関する流行用語で検索する可能性があります。お客様は、社会的なニーズに応じた用語を使用する傾向がある。という前提で「関連用語」を登録しましょう。