

どの準力カタログ品へと対象を広げる考え。

同社は2025年3月期までの3カ年中期経営計画で、重点施策の一つに「新規・既存事業の拡大」を掲げ、受注サービスを強化するためにECサイトの改良を進めてきた。ECサイトの一新によって、ウェブ受注率が39%（22年3月期）から48%まで引き上げることが目指す。

パンチ工業 ECサイトを一新

検索機能強化、利便性を向上

パンチ工業（東京都品川区、03・6893・8007）はこのほど、金型部品の電子商取引（EC）サイトを一新し、検索機能を強化し、商品などを追加し、使いやすさを向上させた。一新したECサイト「PunchCoco

（パンチココ）は同社カタログに掲載する金型部品の見積もり、注文が可能。商品名や商品コードのキーワードを入力することで簡単に商品を検索できるようになった。

また、便利機能を集約した「マイメニュー」や、利用者が操作方法などについて簡単に確認ができる「チャットボット機能」なども備えた。

検索機能についてはプラスチック金型部品の約3500品番を対象。今後、プレス金型部品や、昨年販売契約を締結したトラスコ中山（東京都港区）の商品なども追加していく予定。また、将来的には径や長さ、公差な

