



KTX株式会社「じゃない方事業部」を 題材とした、事業部PRムービー 『KTX株式会社 謝罪会見』

上岡研究室

D20004 石田明里 D20006 伊藤梨花

目次

P3	・ AQPRについて	P15	・ 演出コンテ・ 台本
P4	・ 愛知ブランド企業について	P16	・ 香盤表
P5	・ KTX株式会社について	P17	・ 本撮影
P6	・ じゃない方事業部について	P18	・ 編集
P7	・ 研究制作過程	P19~P20	・ 動画概要
P8	・ 初回打ち合わせ	P21~P23	・ 効果検証
P9	・ 企業からの要望	P24~P25	・ 総括
P10~P11	・ 企画案		
P12~P13	・ 事前調査		
P14	・ 絵コンテ		

AQPRについて

このプロジェクトは、
「クリエイティブで地域の課題と向き合う」
を研究テーマに掲げている上岡研究室が、
企業と愛知県産業振興課のご協力を得て進めているものである
「愛知ブランド企業」の中から選定し、企業の様々な課題を
研究し、解決策を考え、制作するものである。
成果物については実際の企業活動に提供している。

今年度、愛知県から依頼された対象企業候補は12社で
あった。この中からすべての企業の事前アンケートやHP
などを確認し、選定した。

※上岡研究室HPより一部抜粋：
https://www.aichi-brand.jp/AQPR_UeokaLab/



愛知ブランド企業とは

愛知ブランド企業

ものづくり王国と言われる愛知県では、県内製造業の実力を幅広くアピールし、愛知のものをづくりを世界的ブランドへと展開するため、県内の優れたものづくり企業を「愛知ブランド企業」として認定しております。

※愛知ブランドwebサイトより抜粋

<https://www.aichi-brand.jp/>



**Aichi
Quality**

KTX株式会社について

- ・ 1965年創業
- ・ 2021年じゃない方事業部設立
- ・ 世界の大手自動車メーカー向け内装材(インパネ・ドア等)のプラスチック成形用金型を製造している
- ・ 世界初となる「ポーラス電鋳®」技術を開発
- ・ 自動車の内装品に使用する金型において、世界トップクラスのシェアを誇る
- ・ 超精密電鋳で、ナノ加工部品分野にも進出している。



じゃない方事業部について

- ・本業である金型電鋳事業“じゃなく新たな柱となる事業を確立すべく立ち上げられた。
- ・”社会にいま必要なモノを、必要としている場所と人に、すぐに届けよう”というスローガンのもと、商品制作を行なっている。
- ・多種多様な商品を取り扱っており、現在の取り扱い商品数は15種類

選定理由

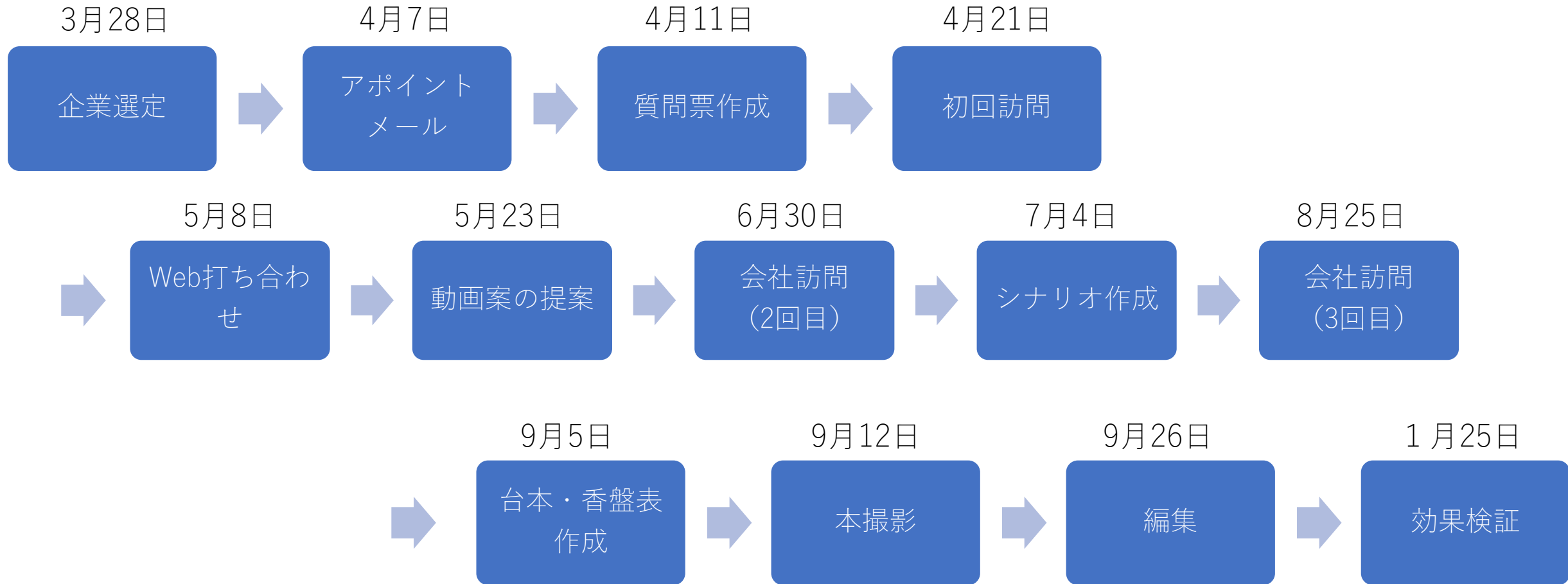
- ・電鋳金型事業で世界NO.1のシェアを誇っているにも関わらず、さらなる発展のために新しい事業部を作り、多くの事業に挑戦しているところに感銘を受けた。
- ・多種多様な商品を取り扱っており、ホームページにユニークな商品が掲載されていたのを見てこの事業部に興味を持った。

取扱商品

- ・全天候型燐光式シリコーン 10年光 TEN-NEN-KO
- ・スーパー止水版
- ・スーパー止水版2
- ・スーパー防潮板H3000
- ・核シェルター
- ・耐震シェルター
- ・ノアの箱舟2（津波シェルター）
- ・AED
- ・純金仏像
- ・デジタルサイネージ（新規事業）

…その他

研究制作過程



初回打ち合わせ

日時：4月21日（金）

場所：K T X株式会社テクニカルセンター 会議室

内容：・顔合わせ

- ・ K T X株式会社じゃない方事業部についての紹介
- ・ 質問票への回答

KTX株式会社様	2023年 4月 21日	◆取材・撮影について
	質問票	・時期
		・場所
		・設備、機械、製品など
		・社員さん
		・その他
		◆ その他
◆ 貴社の現状について		
<じゃない方事業部の事業内容について>		
・製品、組織など特徴や他者との違いなど		
<今後のじゃない方事業部について>		
・新規事業		
・目標などあれば		
<その他>		
◆ AQPR 活動のテーマについて		
<PR目的>		
・営業支援、社内向け、リクルートなど		
<現在のPR活動について>		
・現在使用している、素材、ツール、媒体など		
・希望するPRツール（例：動画、パンフレット、WEB広告、社内報など）		

企業からの要望

- ・ リクルート動画→ブランドPR動画
- ・ ターゲット: 新卒、中途（じゃない方事業部に対して興味を持ってくれた人）
- ・ メインである電鋳事業について触れたうえで、**じゃない方事業部**について
- ・ 顧客に寄り添いしっかり**ヒアリング**した上で**オーダーメイド**で作る
→そういったことが**好きな人、共感できる人**に来て欲しい

企画案

1. テレビショッピング風動画

1. テレビショッピング風

概要

- ◎内容時間：3-5分
- ◎人数：2人(社員さん1人)
- ◎撮影場所：スタジオ(大同大学)
- ◎内容：じゃない方事業部、商品についてテレビショッピング風にかげあいしながら紹介する。



特徴・ポイント

- ・テロップや喋り方が大げさなのでわかりやすい
- ・頭に入ってきやすい

3

3. ニュース番組風動画

3. ニュース番組風

概要

- ◎内容時間：3分程度
- ◎人数：2人
- ◎撮影場所：スタジオ(大同大学)+工場
- ◎概要：ニュース番組風にスタジオと現場を繋ぎながらじゃない方事業部について紹介する



特徴・ポイント

- ・現場の雰囲気が伝わりやすい

7

2. 謝罪会見風紹介動画

2. 謝罪会見風事業紹介

概要

- ◎内容時間：3分程度
- ◎人数：2人(会見側)+多数(記者側)
- ◎撮影場所：スタジオ(大同大学)
- ◎概要：商品数が多いこと、こだわりを持って作っていることをじゃない方視点で自虐風に伝える。



特徴・ポイント

- ・質疑応答形式があるのでわかりやすい
- ・ユーモアある雰囲気伝えることができる
- ・会社のアットホームな雰囲気が伝わる

5

4.1 日密着動画

4.1 日密着動画

概要

- ◎時間：1~2分
- ◎人数：1動画につき1人
- ◎撮影場所：①テクニカルセンター ②営業所(名古屋駅)
- ◎内容：社員さんに1日密着して仕事内容を知ってもらうことで、じゃない方事業部身近に感じてもらう。日常生活を大事にしたいため、何名かの社員さんとの会話などを盛り込む。何パターンか作る。(例 営業職・技術職ver.)



特徴・ポイント

- ・短い動画で見てもらいやすい
- ・会社の雰囲気・裏側を知れる
- ・仕事内容を理解して動くイメージが付きやすくなる

9

企画案

1. テレビショッピング風動画


1.テレビショッピング風

概要

- ◎内容時間：3-5分
- ◎人数：2人(社員さん1人)
- ◎撮影場所：スタジオ(大同大学)
- ◎内容：じゃない方事業部、商品についてテレビショッピング風にかげあいしながら紹介する。

特徴・ポイント

- ・テロップや喋り方が大げさなので伝わりやすい
- ・頭に入ってきやすい



3

3. ニュース番組風動画


3.ニュース番組風

概要

- ◎内容時間：3分程度
- ◎人数：2人
- ◎撮影場所：スタジオ(大同大学)+工場
- ◎概要：ニュース番組風にスタジオと現場を繋ぎながらじゃない方事業部について紹介する

特徴・ポイント

- ・現場の雰囲気が伝わりやすい



7

2. 謝罪会見風紹介動画

2.謝罪会見風事業紹介



概要

- ◎内容時間：3分程度
- ◎人数：2人(会見側)+多数(記者側)
- ◎撮影場所：スタジオ(大同大学)
- ◎概要：商品数が多いこと、こだわりを持って作っていることをじゃない方視点で自虐風に伝える。

特徴・ポイント

- ・質疑応答形式があるのでわかりやすい
- ・ユーモアある雰囲気伝えることができる
- ・会社のアットホームな雰囲気が伝わる



5

4.1 日密着動画


4.1 日密着動画

概要

- ◎時間：1~2分
- ◎人数：1動画につき1人
- ◎撮影場所：①テクニカルセンター ②営業所(名古屋駅)
- ◎内容：社員さんに1日密着して仕事内容を知ってもらうことで、じゃない方事業部身近に感じてもらう。日常感を大事にしたいので、何名かの社員さんとの会話などを盛り込む。何パターンか作る。(例 営業職・技術職ver.)

特徴・ポイント

- ・短い動画で見てもらいやすい
- ・会社の雰囲気・裏側を知れる
- ・仕事内容を理解して動くイメージがつきやすくなる



9

事前調査(謝罪会見について)

【謝罪会見とは】

- ・企業の経営者や役員らがメディアの記者などを集め、自社の不祥事やトラブルについて謝罪する会見のこと。
- ・誠意ある行動態度により早期の信頼回復につなげるために行う
- ・何を伝えるための会見なのか・企業側の弁明だけが述べられていないかなどを見られている。

【謝罪会見の流れ】



参考資料：謝罪の記者会見を開く目的は？開催の流れや注意すべき10のポイントを解説

<https://prtimes.jp/magazine/apology-press-conference/>

謝罪会見で二次炎上を起こさない。企業に必要な意識と備えとは

<https://eltes-solution.jp/column/digitalrisk-54#>

参考動画：【会見全部見せ】ビックモータ社長が辞任表明も組織的関与否定 新社長は涙

<https://www.youtube.com/live/mlz7FihCKhI?si=Bf1pisqtLpBCTJWz>

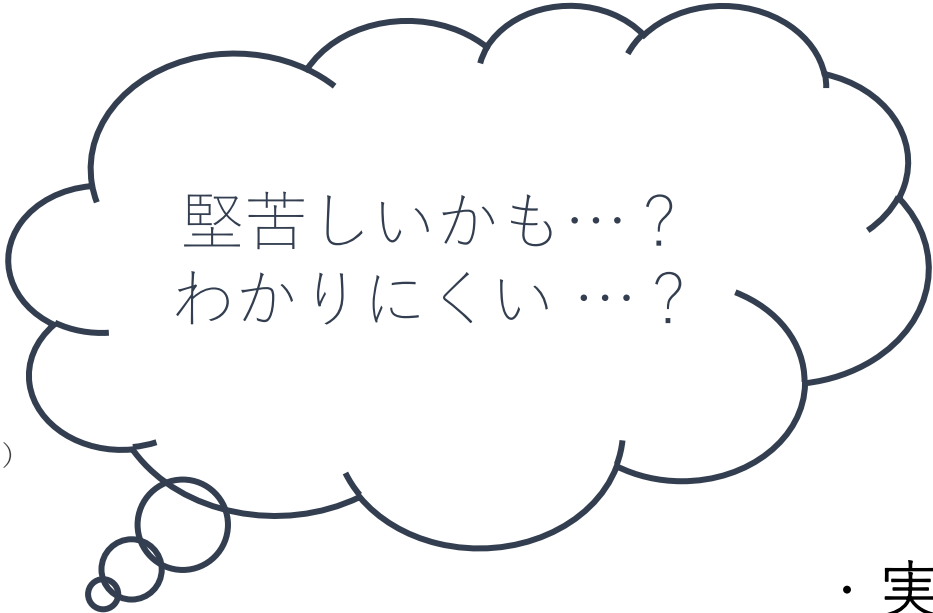
【ノーカット】ジャニーズ事務所が会見 新社長の東山紀之氏、ジュリー氏、井ノ原快彦氏らが出席（2023年9月7日）

<https://www.youtube.com/live/uXQMe58ne04?si=ORJ687wNONo0AJ4r>

〈事前調査を基に内容を考案〉

◎KTX「じゃない方事業部」

- 【誰に対して謝るのか】
→顧客
- 【何に対して謝るのか】
・商品数が豊富、幅広い
→わかりづらい ・困惑させてしまっている（売上げが良い）
- 【経緯】
・「じゃない方事業部」がどうしてできたのか
・「じゃない方事業部」について
- 【質疑応答】
・Q1.社長のアイデアで展開されている商品が多いとのことですが、「じゃない方事業部」の一社員としてどのように感じていますか
・Q2.「じゃない方事業部」としての具体的な目標はありますか
・Q3.経緯説明の中で新たな柱と仰っていましたが、新たな柱の基準は何ですか
・Q4.どの商品に力を入れたいと考えていますか
・Q5.売上げはどうなのですか
・Q6.「じゃない方事業部」のこだわりを教えてください
・Q7.新たな柱と仰っていましたがじゃない方を名乗っているうちは新たな柱にはなれないのではないですか
・Q8.もし本業である電鍍事業を上回る売上げや知名度を獲得した場合事業部の名前はどのようにするのですか



堅苦しいかも…？
わかりにくい…？



- 実況・解説を追加
→わかりやすく
- 新製品発表会を追加
→堅苦しい雰囲気を崩す

絵コンテ

事前調査を基に絵コンテを作った。

The storyboard consists of 11 numbered pages. Page 1 is a title slide for the 'KTX Apology Video Project' (KTX 謝罪会見動画企画案) from Keio University, dated August 25, 2023. Pages 2 through 11 are storyboard pages, each starting with a 'Storyboard' (絵コンテ) header and a list of scenes to be filmed. The scenes are numbered and include descriptions of the visual elements and the audio content (voiceover or dialogue) for each shot. The storyboard depicts a formal press conference setting with a speaker at a podium, a panel of officials seated at a long table, and a large audience of reporters in the foreground. The scenes are arranged in a sequence that follows the flow of the press conference, from the opening remarks to the Q&A session and the closing remarks.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11

演出コンテ・台本

絵コンテを確認していただいた後、それに基づいて演出コンテと台本を作成した。

シーン	時間	場所	登場人物	台本	演出	備考
0-6	0:00	スタジオ	司会者(影)			
0-6	0:00	スタジオ	司会者(影)	「この度はKTX株式会社の謝罪会見をお集まり頂き、お手数をお掛けして大変申し訳ありません。開始までもうしばらくお待ちください。」		
0-6	0:00	スタジオ	司会者(影)	「さあ、それでは放送部のご紹介です。解説は商品開発の専門家樋口さんにお話しさせていただきます。樋口さん今日はよろしくお話しします。」		
0-6	0:00	スタジオ	司会者(影)	「よろしくお話しします。」		
0-6	0:00	スタジオ	司会者(影)	「実況は私、丹羽テレビの石田です。」		
0-6	0:00	スタジオ	司会者(影)	「樋口さんは、今回の謝罪会見どのように感じておられますか。」		
0-6	0:00	スタジオ	司会者(影)	「そうですね。実は関係者の間で話題になっていたのですが、まあ、いつかこういう日が来るのかなと感じていました。」		
0-6	0:00	スタジオ	司会者(影)	「なるほど。あ、そろそろ参りますね。」		
0-6	0:00	スタジオ	司会者(影)	「この度はKTX株式会社の謝罪会見にお集まり頂き、お手数をお掛けして大変申し訳ありません。開始までもうしばらくお待ちください。」		
0-6	0:00	スタジオ	司会者(影)	「キ、アナウンスが入りましたね。」		
0-6	0:00	スタジオ	司会者(影)	「お、アナウンスが入ったのもうそろそろ参りますかといったところですね。」		
0-6	0:00	スタジオ	司会者(影)	「あ、入ってきましたね。」		
0-6	0:00	スタジオ	司会者(影)	「はい、司会者が入ってきましたのでいよいよ、謝罪会見が始まります。」		

●シーン 0-6	●スタジオ ・会場 ざわついている
司会者(影)	「この度は KTX 株式会社の謝罪会見にお集まり頂き、お手数をお掛けして大変申し訳ありません。開始までもうしばらくお待ちください。」 ・会見者、影ナレから 10 秒後、ゆっくり入場 ・司会者、会見者の後に続き、最後に入場 ・記者、会見者が入場しはじめたらフラッシュ ・会見者揃ったら一同礼
●シーン 7-12	・司会者、一礼してから話し始める
司会者	「時間となりましたので始めさせていただきます。まず本日の出席者の紹介をさせていただきます。皆様から向かって左側じゃない方事業部営業 Gr 主任の梅田でございます。続いて右側同じくじゃない方事業部〇〇の〇〇でございます。それではまず梅田より一言お詫びとご説明を申し上げます。」 ・会見者、紹介されたら礼をする ・会見者①、少し間を空けて一礼してから話し始める。
会見者①	「この度は、KTX 株式会社じゃない方事業部で取り扱っている商品が多岐に渡り、皆様を混乱させてしまっていることにつきまして、深くお詫び申し上げます。誠に申し訳ございませんでした。」 ・会見者一同、礼(20 秒ほど) ・記者、大量フラッシュ ・会見者①、少し間(5~6 秒)を空けて話し始める ・会見者①、途中で涙ぐみながら話す
会見者①	「2021年に発足した当事業部ですが、この度商品数が15種類を超えることとなり、皆様を混乱させてしまっておりますこと、誠に申し訳ありません。今後さらに商品を増やしていく予定ですが、今回のようなことが2度と起こらないように鋭意努力に努めます。改めてこの度は誠に申し訳ございませんでした。」

香盤表

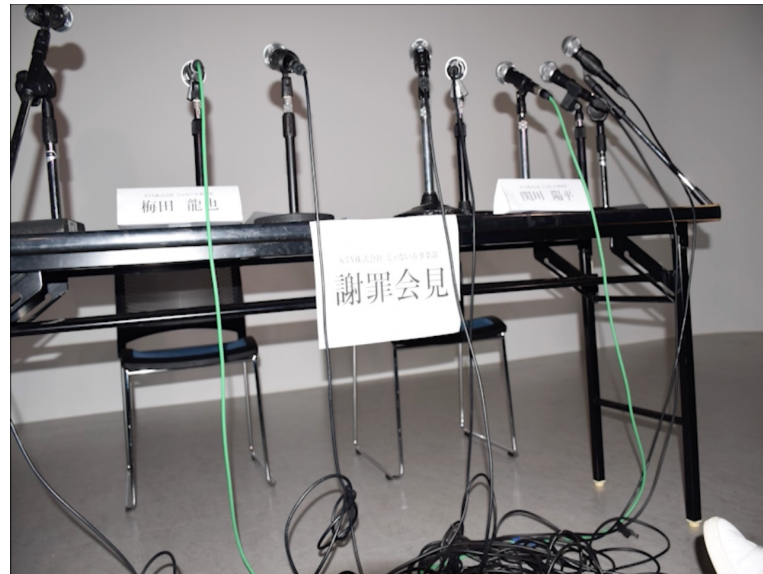
1日で撮影を完了できるようにスケジュールを考え、香盤表を作成した。

香盤表						制作		出演者									
タイトル：「KTX株式会社謝罪会見」						監督	上岡先生										
撮影場所 大同大学スタジオ						監督・制作・カメラ	石田明里・伊藤梨花										
2023/9/12(金)：集合						アシスタント	村上真之										
開始	終了	所要時間	場所	シーンNo.	詳細	内容	司会者(菅原)	会見者1(梅田さん)	会見者2(さん)	記者1(栗田さん)	記者2(土屋さん)	記者3(〇)	解説者(樋口さん)	実況者(石田)	KTX防災ヒーロー		
8:30			ゼミ室			集合											
8:30	10:00	1時間30分	ゼミ室・スタジオ			準備											
9:30			スタジオ			学生集合											
10:00						社員さん合流											
10:00	10:30	30分				打ち合わせ	●	●	●	●	●	●	●	●	●		
10:30	10:45	15分		0-6	撮影	会見者入場まで撮影	●	●	●								
10:45	11:00	15分				準備	●	●	●								
11:00	11:15	15分		7-12	撮影	謝罪シーン撮影	●	●	●								
11:15	11:30	15分				準備	●	●	●	●							
11:30	11:45	15分		13-17	撮影	記者1シーン	●	●	●	●							
11:45	11:55	10分				準備	●	●	●								
11:55	12:10	15分		18-22	撮影	事業部説明シーン	●	●	●								
12:10	13:10	1時間				休憩											
13:10	13:20	10分				準備	●	●	●		●						
13:20	13:35	15分		23-26	撮影	記者2シーン	●	●	●		●						
13:35	13:40	5分				準備	●	●	●		●						
13:40	13:50	10分		27-30	撮影	答えになっていないシーン	●	●	●		●						
13:50	14:00	10分				準備	●	●	●		●						
14:00	14:15	15分		31-35	撮影	災害対策商品シーン	●	●	●		●						
14:15	14:25	10分				準備	●	●	●			●					
14:25	14:40	15分		36-43	撮影	記者3シーン	●	●	●			●					
14:40	15:10	30分				準備	●	●	●						●		
15:10	15:30	20分		44-48	撮影	新製品発表会シーン	●	●	●						●		
15:30	15:40	10分				準備							●	●			
15:40	15:55	15分		0-6(解説)	撮影								●	●			
15:55	16:10	15分				準備							●	●			
16:10	16:25	15分		7-12(解説)	撮影								●	●			
16:25	16:55	30分				準備							●	●			
16:55	17:05	15分		13-17(解説)	撮影								●	●			
17:05	17:10	5分				準備							●	●			
17:10	17:25	15分		18-22(解説)	撮影								●	●			
17:25	17:30	5分				準備							●	●			
17:30	17:45	15分		23-26(解説)	撮影								●	●			
17:45	17:55	10分				準備							●	●			
17:55	18:15	20分		27-43(解説)	撮影								●	●			
18:15	18:25	10分				準備							●	●			
18:25	18:40	15分		44-48(解説)	撮影								●	●			
18:50		5分				撮影終了・解散							●	●			
18:45	19:45	1時間				撤収作業											

本撮影

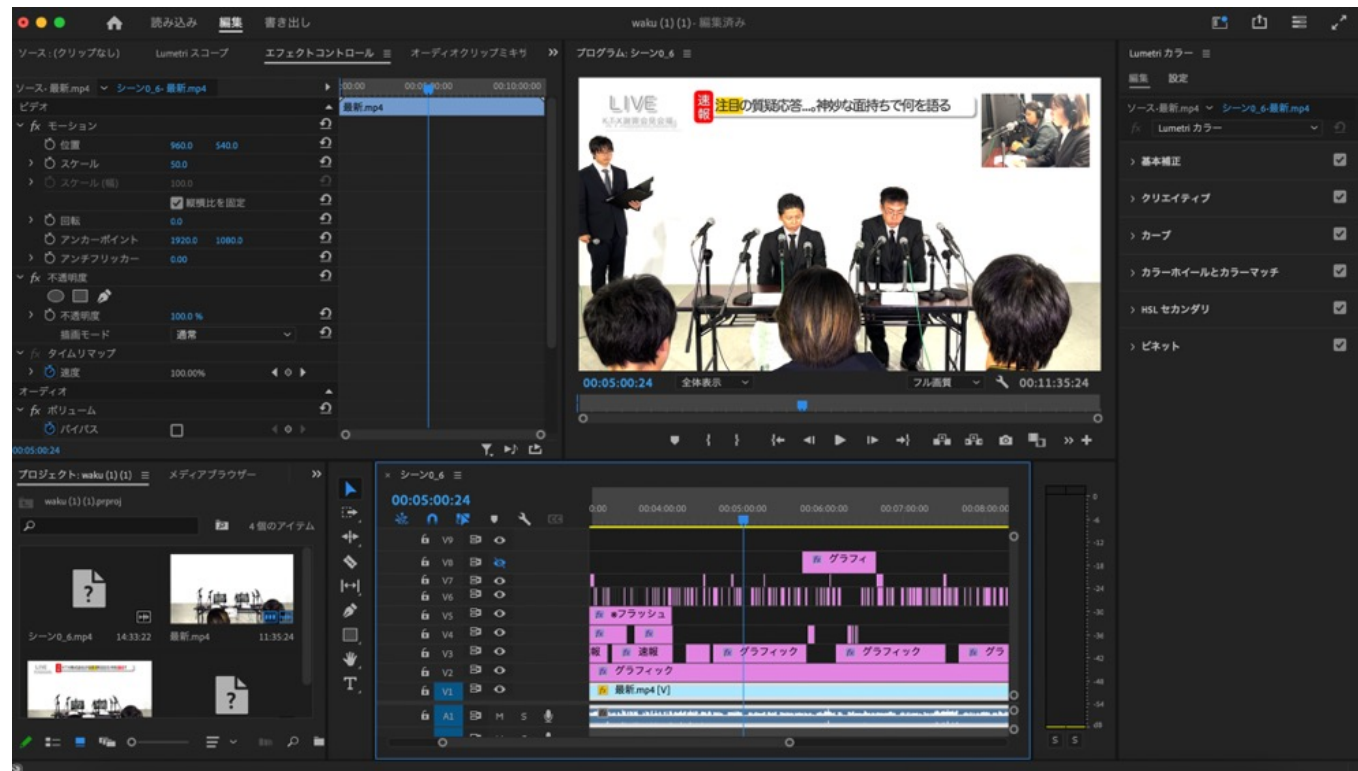
日時：9月12日（火）

場所：大同大学 スタジオ



編集

9月26日から1月23日まで編集を行なった。
音声と動画を合わせる作業とカット作業・テロップや効果音を入れる作業を行い、生中継風の動画になるように編集した。
謝罪会見の雰囲気を出すため、ニュース形式を考慮し字幕を入れた。



動画概要



タイトル



会場



実況解説



入場



出席者紹介



代表から一言



質疑応答



<https://youtu.be/x-hWu9OUE5M>

動画概要



実況解説



会見終了



会場



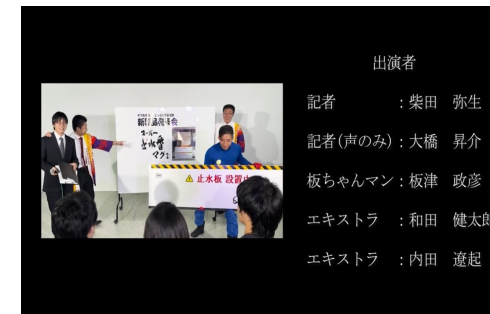
新製品発表



オチ



CM



エンドロール

<https://youtu.be/x-hWu9OUE5M>

効果検証

まず、担当の方2人に見ていただき、その後じゃない方事業部の方々にも動画を見ていただいた。



効果検証

まず担当の方2人に、その後じゃない方事業部の方々にも動画を見ていただき、講評していただいた。

当初定めた目的に合致しているか？

- ・くすっと笑えるところもありながら**事業部の内容がよく伝わる動画**になっていた。
- ・この動画をみて面白いと思ってくれる人には是非働きに来て欲しいと思った。

シナリオについて

- ・最後のまとめ方が**最高だった**
- ・会社として部を凄く理解してくれていると感じた。ネタとしても面白かった。
- ・うまくまとめられている。

舞台装置について

- ・謝罪会見の雰囲気がとても良かった。
- ・会場側の音だけもったいなかったが、本格的で楽しかった。映像でも伝わると思う。

編集について

- ・一気に会見の生放送感を出せていると思う。
- ・緊急生放送などの場面を変えるきっかけが良かった。
- ・テロップのテンポがあわさるとより良いと感じた。

効果検証

総評

- ・自分たちでは絶対に出来ない表現方法で部を紹介して貰えた。
- ・形に囚われない事業部をうまくまとめていただいた
- ・部の雰囲気を手く伝えている。
- ・捉えどころのない事業部を最後までしっかりと取り組んでもらえて良かった。
- ・全体的に楽しく動画を見ることができた。
- ・12分という長い尺だが、あまり長く感じなかった。しかしとても濃い12分だった。
- ・エンドロールのNG集が良かった。

改善点

- ・KTXの文字を全角にしてほしい（改善済）
- ・面白い動画なので効果音がもう少しあるとテンポがあがるかも？と感じた
- ・放送席と現場の音もう少し近づけるといいかも

総括

・石田明里 (D20004)

今回企業側が抱える課題として、「じゃない方事業部」が本業の金型事業に対し、取り扱っている商品やどんなことをしているのかが伝わりにくいという課題があった。そして、企業の方から本業、事業部の説明を混ぜながらも雰囲気の伝わる動画にしたいという要望があった。それを形にするためにはまず自分たちが企業について知り、「じゃない方事業部」についての理解を深めることが必要だと感じた。自分たちの力で知る事のできる情報量は限られており、実際に現場に足を運んだり、直接話を聞いたりすることでしか得られないものがたくさんあることを知った。今回の研究制作において計画を立てたにも関わらずスケジュール通りにいかず、ギリギリになってしまうことが何度もあった。初めてのことでばかりで予想以上に時間がかかってしまったり、自分たちの想定していなかったスケジュールが組み込んできたりすることもあった。また自分たちのモチベーションの関係で作業スピードが落ち、スケジュールに影響することもあった。そのため、スケジュールを組む際はあまり欲張らず、自分たちが考える半分程度にしておくべきだということを学んだ。また定期的に教授に相談し、軌道修正していただく大切さも実感した。こういった経験を今後の社会人生活でも活かしていきたい。

総括

・伊藤梨花 (D20006)

今回の研究制作では、スケジュールに余裕を持って行動していたつもりだったがいつもギリギリになってしまふことが多かった。進めていく内にやらないといけないことが見えてくることや、今回は時間の関係で行わなかったが事前にやっておいた方が良かったと思うことがいくつかあった。その為、本撮影や編集で予期せぬハプニングもあったが、他のところで挽回したり、改善策を考えたりとその後の行動でうまくカバーできたと思う。

また、今回「じゃない方事業部」が抱える本業に比べて認知度が低いことや商品数が多くわかりづらいという課題があり、その課題を「じゃない方事業部」に興味を持ってくれた方に向けてどのような事業部なのかを事業部の雰囲気も伝えながら紹介する動画を作ることが目的であった。実際に打ち合わせなどをして話を聞くことで事業部のことや事業部の方々の雰囲気を深く知ることができた。ホームページ等からでは分からないことも多く、直接会ってお話を聞くことで分かる魅力もある為、直接お話を聞くことの大切さも学んだ。

今回のこの研究では、まずは自分が想定しているよりももっと時間に余裕を持って行動することとギリギリになってしまってもその後の行動次第で解決や改善することができるということ、そして直接お話を聞きに行くことの大切さを学んだ。

ご清聴ありがとうございました