

2023年度卒業研究発表



名古屋電機工業株式会社を題材としたリクルート課題研究
パンフレット&カード

[COLLECTION]

大同大学 上岡研究室
野田葉月
渡邊そら

目次

P.2	目次
P.3	愛知ブランド企業とは
P.4	研究意義
P.5	選定企業(名古屋電機工業)
P.6~P.7	選定理由
P.8	スケジュール
P.9	事前調査
P.10	初回訪問
P.11~P.18	プレゼン
P.19~P.32	決定後の制作
P.33~P.38	検証(アンケート)
P.39~P.45	検証(企業からのフィードバック)
P.46~P.48	まとめ

愛知ブランド企業とは



「愛知ブランド」とは県内製造業の実力を広く国内外にアピールし、世界的ブランドへと知名度の向上を図るため、県内の優れたものづくり企業を「愛知ブランド企業」として認定したものである。

[愛知ブランド \(aichi-brand.jp\)](http://aichi-brand.jp)

研究意義



DAIDO UNIVERSITY
UEOKA Lab.
Aichi Quality PR Project

優れたものづくり企業である、愛知ブランド企業
の持つ課題をデザインの力を用いて解決
認定企業の知名度を向上

→ 愛知県のものづくりを盛り上げる。

愛知ブランド企業、愛知県産業振興課にご協力いただき、
大同大学上岡研究室がAQPRとして活動を行っている。

選定企業(名古屋電機工業株式会社)



日本初、遠隔操作による電光掲示板を開発。
道路情報板の国内トップシェアを誇るリーディングカンパニー
企画から設計、保守に至るまで一貫対応し、自社ブランド製品
を提供できる完成品メーカー。
国内外の市場に挑戦し、インドにも支社を置いている。
ニーズを先取りした新システムで、社会に貢献することを目指し
ている。



選定理由①

主要製品である交通管理保安装置が、身近に存在することを知り興味を持ったため



選定理由②

事前のアンケートでリクルート向けのパンフレットを希望されており、自分たちの特技が活かせそうだと感じたため。

研究課程

- 2023年 3月28日 企業選定
- 4月 4日 事前調査
- 4月11日 質問票作成
- 4月18日 ご挨拶兼アポイントメール送信
- 5月12日 初回訪問
- 5月16日 企画考案
- 7月27日 プレゼン
- 8月18日 打合せ
- 10月 3日 デザイン確認
- 10月27日 取材
- 10月30日 制作
- 2024年 1月23日 入稿
- 1月29日 検証

事前調査

対象企業が決定、初回訪問をするにあたって事前調査を行った。



信号機だけでなく、トンネル内の設備や気象観測設備、洪水時の浸水を計測する設備など私たちの身近な安全を守るためのものを多く製造していることがわかった。

初回訪問 5/12

- ・事前にメールでお送りした質問票にそって、名古屋電機工業について教えていただく
- ・質疑応答
- ・会社内を見学させていただく

求める人材とのマッチング率の低さ、選考辞退の多さが課題としてある。



説明会などで配布するようなツールがあまりなく、
就活生に事業内容や企業の魅力が十分に伝わっていないのではないか

プレゼン 7/27

A: 興味深耕ツール
(合同説明会で配付)

A-1案

コレクションカード形式

or

A-2案

図鑑形式

B: 興味喚起パンフレット
(採用情報orインターンシップ)

B-1案

雑誌風

or

B-2案

業界新聞風

+

A.興味深耕ツール

製品が身近で何を作っているのか想像しやすいという強みを活かす
→製品を気さくな形で紹介し、面白いと思ってもらおう



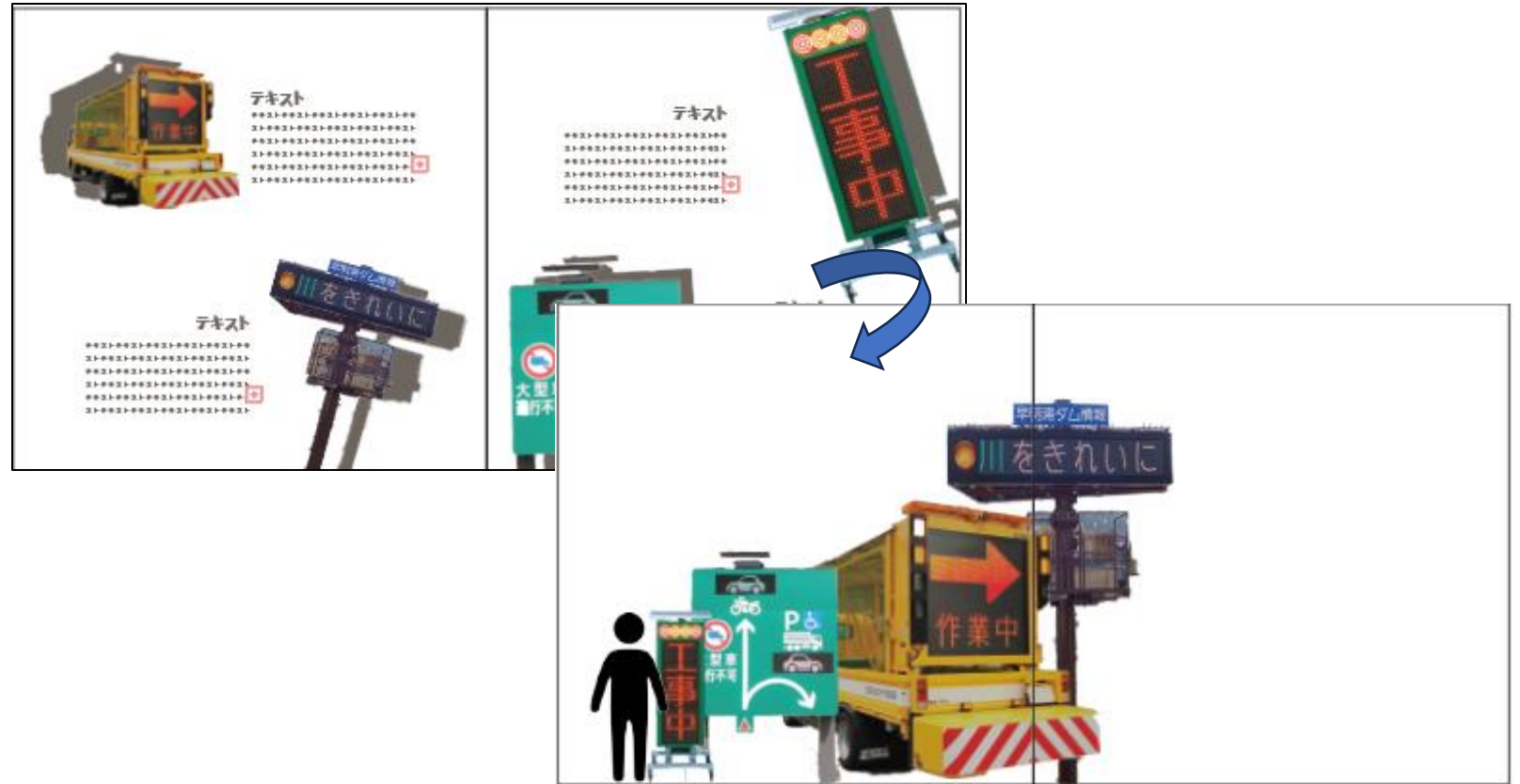
- ・この製品を是非作ってみたいと思ってもらうことで、貴社でなければならない理由を作る
→内定辞退や就職後のギャップによる早期退職を防ぐ。
- ・詳細な情報が多いパンフレットより気軽に見られるものを用意することで、企業について知ってもらうきっかけを増やす。

A.興味深耕ツール(コレクションカード)



ダムカードを参考にして制作を行う。

A.興味深耕ツール(図鑑)



実際のスケールを感じてもらえるづくり

B.興味喚起パンフレット(雑誌風)

B-1雑誌風



雑誌や新聞という身近な読み物をパロディし、気軽さを出す。

B.興味喚起パンフレット(雑誌風)

B-1-2



B-1-3



B-1-4



B-1-5



B-1-6



興味喚起パンフレット(新聞風)

B-2:新聞風

表紙



中身



プレゼン後の相談によって、以下の方策に決定

コレクションカード＋雑誌風パンフレットを作成することに決定



コレクションカードを合同説明会毎に配布するのはコストが高い



合同説明会ではカード全種を掲載したパンフレットを配布
カード本体はコンプリートボックスを制作し内定者に渡す

決定案の制作

7/27プレゼンによって、ツールアイテム数と役割を変更



①コレカカタログ

情報提供システムコレクションカードLINE UP

けっこうわかる！
名古屋電機工業
情報提供システム
コレクションカード
大解剖

Q. 情報提供システムコレクションカードって？
名古屋電機工業の製品をまとめた
コレクションカードです。

COMMON RARE SUPER RARE ULTRA RAREとカードを
それぞれ4つのレアリティで分類。
希少価値の高い・性能が少し変わっている製品がより高いレアリティです。

COMMON RARE SUPER RARE ULTRA RARE

当社に内定された方には、コンプリートボックスをプレゼント！

産学官連携広報活動
Nagoya

45 3M111ー45515161718192021222324252627282930313233343536373839404142434445

(ブース集客用リーフレット「コレカカタログ」入稿データ)

②雑誌風企業情報パンフレット「NEW VOICE」



- ・どのような人が働いているのかを伝える
- ・折りたたんだ際A4になるサイズ
- ・アニメやゲームの雑誌をイメージ

②「NEW VOICE」(最終デザイン)

いきなりリコンプリート!?
情報提供システムコレクションカード徹底調査!!

スクープ1
コレは何?

名古屋電機工業株式会社から出る製品をコレクションカードにもよる。製造終了製品や定額製品でも、普段はじっくり見ることができない部分や、マニアックな部分まで掲載されています!

スクープ2
どうしたら手に入る?

名古屋電機工業株式会社の内定者の方に限定配布。54枚ずつがセットされたコンプリートボックスがプレゼント!

スクープ3
レアカードはある?

C (コモン) R (レア) SR (スーパーレア) UR (ウルトラレア) の4種類があり、定額製品から限定製造された限定カードまであります! URカードはなんと社長も...!?

レアカード
C (コモン) R (レア) SR (スーパーレア) UR (ウルトラレア) の4種類に分けられています

製品名
製品の名前が記載されています

製品
製品の性能、機能が記載されている
製品によって項目は様々

価格
製品の互換性が記載されている
HP などでは知らなかった情報も...?

設置場所
製品が設置されている場所が一目でわかる
中にはすでに製造終了になっているものも...?

コレクションボックス
当社に内定された方には、コンプリートボックスをプレゼント!

コレクションカード
レアリテイ
C R SR UR
COMMON RARE SUPER RARE ULTRA RARE

名古屋電機工業株式会社
NAGOYA ELECTRIC WORKS CO., LTD.
https://www.nagoya-denki.co.jp/

産学官連携活動
Nagoya
www.nagoya-denki.co.jp

防災・減災ソリューション × 道路安全ソリューション

NEW VOICE

ものづくり王国愛知県の象徴
愛知ブランド企業 認定番号 616

就活生向けマガジン

大特集!! 社員が語る現場の声

つながる環になる名二環

成田JIC→富田JIC工事車線規制
成田JIC→大栄JIC工事車線規制

スクープ! 内定者特典コレカ

・正しい人材は?
・どんな仕事をするの?
・どんな人が働いているの?
・職場の好きなどころは?

社員が語る現場の声 "NEW VOICE" 特集!!

私たち名古屋電機工業株式会社は、すべての人が道路や河川をはじめとしたさまざまな社会インフラを安全・安心・快適に利用することができるよう、防災・減災につながるシステムを提供しています。そんな私たち現場の声を「NEW VOICE」として集めてみました。

愛知ブランドとは?
「愛知ブランド企業」は「優れた理念、トップのリーダーシップのもと、人の活性化及び業務プロセスの革新を基盤、ドッグホールドの強みを見出し、現場に最適かつ、顧客起点のブランド価値を形成し、イノベーションに取り組み製造業の企業」に対する認定です。

電機設計 N.R.さん

Q あなたの仕事は?
電機設計の現場で、お客様のご要望に基づいて設計を行います。

Q 正しい人材は?
お客様のご要望を正確に理解し、設計に反映させることが重要です。

Q 職場で好きな時間・場所は?
現場での作業は、お客様の設備を安全に維持・改善するために重要な役割を果たしています。

Q 休日の過ごし方は?
休日は家族と過ごすことが多く、たまには旅行も行きます。

施工管理 K.Y.さん

Q あなたの仕事は?
現場での施工管理を行い、お客様の設備が安全に稼働するように努めます。

Q 正しい人材は?
現場での作業に慣れ、お客様の設備の構造や仕様を正確に把握する必要があります。

Q 職場で好きな時間・場所は?
現場での作業は、お客様の設備を安全に維持・改善するために重要な役割を果たしています。

Q 休日の過ごし方は?
休日は家族と過ごすことが多く、たまには旅行も行きます。

財務 O.Y.さん

Q あなたの仕事は?
お客様の設備の運用状況を把握し、適切なコスト管理を行います。

Q 正しい人材は?
お客様の設備の運用状況を正確に把握し、適切なコスト管理を行う必要があります。

Q 職場で好きな時間・場所は?
現場での作業は、お客様の設備を安全に維持・改善するために重要な役割を果たしています。

Q 休日の過ごし方は?
休日は家族と過ごすことが多く、たまには旅行も行きます。

製造技術 I.S.さん

Q あなたの仕事は?
お客様の設備の製造・組立を行い、お客様の設備が安全に稼働するように努めます。

Q 正しい人材は?
お客様の設備の構造や仕様を正確に把握し、製造・組立を行う必要があります。

Q 職場で好きな時間・場所は?
現場での作業は、お客様の設備を安全に維持・改善するために重要な役割を果たしています。

Q 休日の過ごし方は?
休日は家族と過ごすことが多く、たまには旅行も行きます。

事業開発 T.Y.さん

Q あなたの仕事は?
お客様の設備の運用状況を把握し、適切なコスト管理を行います。

Q 正しい人材は?
お客様の設備の運用状況を正確に把握し、適切なコスト管理を行う必要があります。

Q 職場で好きな時間・場所は?
現場での作業は、お客様の設備を安全に維持・改善するために重要な役割を果たしています。

Q 休日の過ごし方は?
休日は家族と過ごすことが多く、たまには旅行も行きます。

営業 T.K.さん

Q あなたの仕事は?
お客様の設備の運用状況を把握し、適切なコスト管理を行います。

Q 正しい人材は?
お客様の設備の運用状況を正確に把握し、適切なコスト管理を行う必要があります。

Q 職場で好きな時間・場所は?
現場での作業は、お客様の設備を安全に維持・改善するために重要な役割を果たしています。

Q 休日の過ごし方は?
休日は家族と過ごすことが多く、たまには旅行も行きます。

構造設計 N.M.H.さん

Q あなたの仕事は?
お客様の設備の構造や仕様を正確に把握し、構造設計を行います。

Q 正しい人材は?
お客様の設備の構造や仕様を正確に把握し、構造設計を行う必要があります。

Q 職場で好きな時間・場所は?
現場での作業は、お客様の設備を安全に維持・改善するために重要な役割を果たしています。

Q 休日の過ごし方は?
休日は家族と過ごすことが多く、たまには旅行も行きます。

ソフト設計 K.T.さん

Q あなたの仕事は?
お客様の設備の運用状況を把握し、適切なコスト管理を行います。

Q 正しい人材は?
お客様の設備の運用状況を正確に把握し、適切なコスト管理を行う必要があります。

Q 職場で好きな時間・場所は?
現場での作業は、お客様の設備を安全に維持・改善するために重要な役割を果たしています。

Q 休日の過ごし方は?
休日は家族と過ごすことが多く、たまには旅行も行きます。

(リクルート向けパンフレット「NEW VOICE」入稿データ)

社員インタビュー

- ①あなたの業務内容について
- ②あなたの部署でほしい人材とは
- ③あなたの部署一日のスケジュールについて
- ④あなたの職場で好きな物・こと(場所・仕事・時間など)とは
- ⑤あなたの休日の過ごし方とは

社員撮影



財務代表の方



ソフト設計代表の方



製造技術代表の方



製造設計代表の方

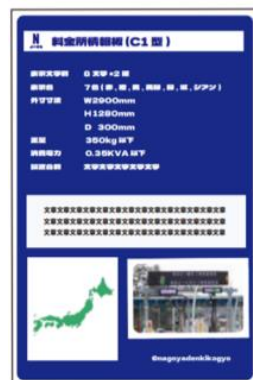


電機設計代表の方



施工管理代表の方

③コレクションカード



- カードの枚数を54枚として提案
- 裏面に製品の詳細情報を書くことを提案
- 表面横書き,裏面縦書き→両方横書きに変更

③コレクションカード(レアリティ)



COMMON

43枚

* Normalから名称変更

RARE

6枚

SUPER RARE

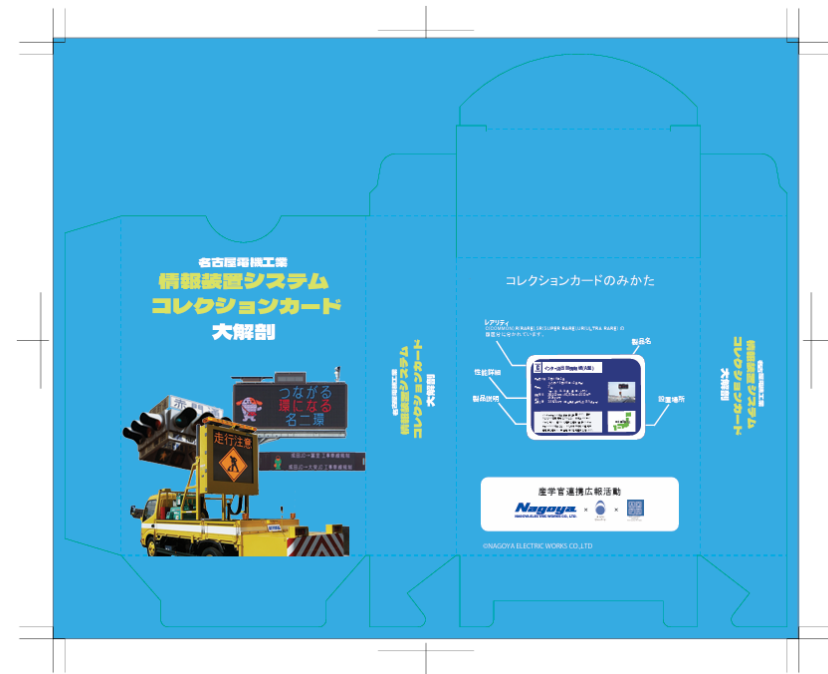
6枚

ULTRA RARE

6枚

全54枚

③コレクションカード コンプリートBOX（ケース）



(コレクションカードコンプリートBOXケース入稿データ)







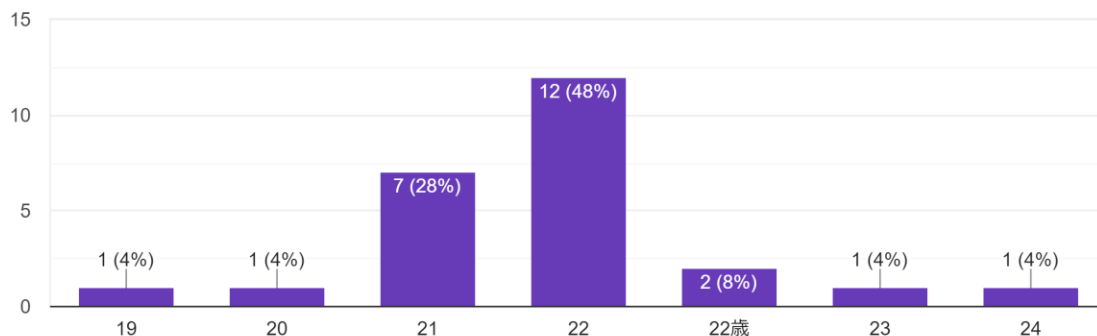


検証 (アンケート)

検証(アンケート)

問1 年齢を教えてください

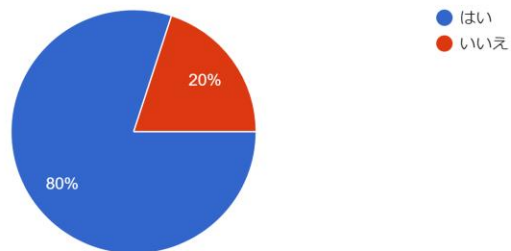
25件の回答



問3

あなたは就職活動を経験していますか

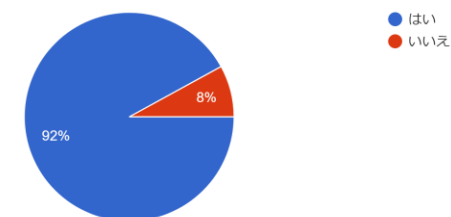
25件の回答



問2

あなたは学生ですか

25件の回答



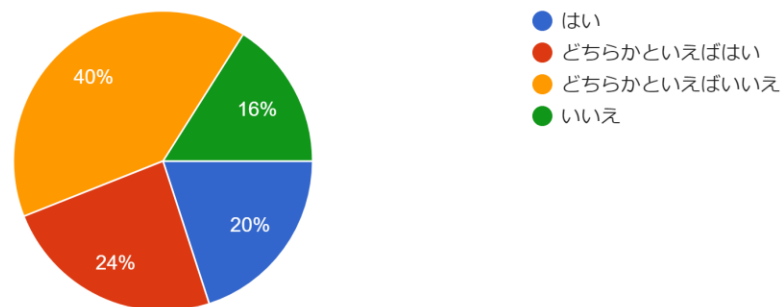
19歳～24歳の就職活動を経験した、あるいは目前に控えている学生または社会人を対象にアンケートを実施

* 設問数: 12問

※このアンケートはGoogleフォームを活用作成

検証(アンケート)

問4 パンフレット①、②を見て興味を持ちましたか。
25件の回答



問5 「はい」もしくは「どちらかといえばはい」を選んだ方はどこに興味を持ちましたか。簡単にお答えください。

デザインが良い

カード×パンフレットは斬新だなと感じた。

レア度で希少価値と性能がわかるのが面白いと思った。

コレクションカードという文字列

コレクションカードが欲しいなと思ったし実物が見て見たいと思ったから。

見たことのある看板だったり、機械が表示されているから

コレクションカードというワードに惹かれました。

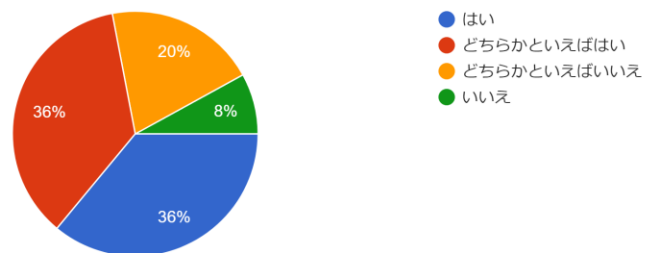
標識が沢山あったところ

視認性の良いデザイン

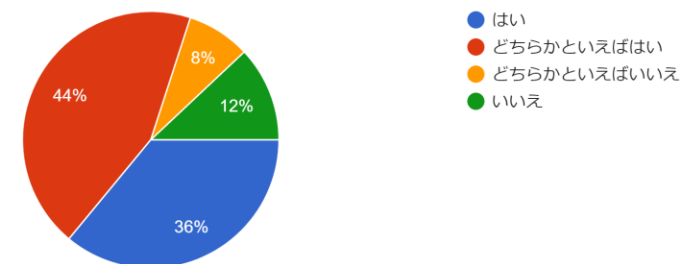
レアな製品を探してみたくなった。コンプリートボックスが気になる

検証(アンケート)

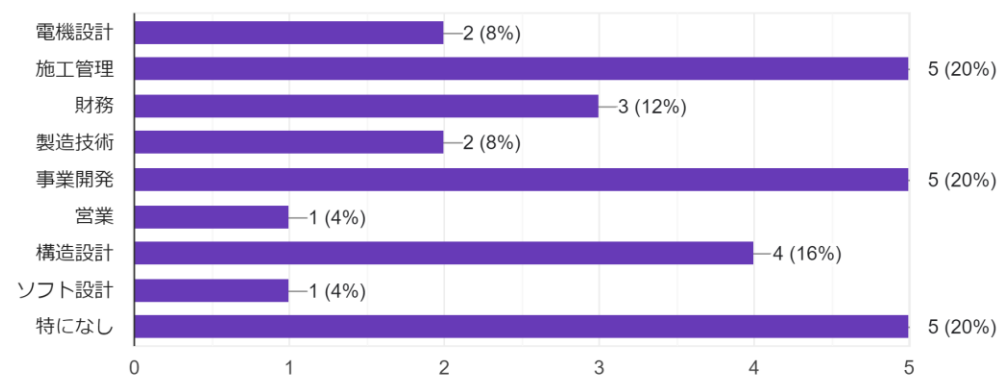
問6 職種紹介パンフレット①、②を見てお答えください。表紙(①右)を見て興味を持ちましたか。
25件の回答



問7 職業紹介パンフレット②を見てお答えください。職種ごとの雰囲気は伝わりましたか
25件の回答

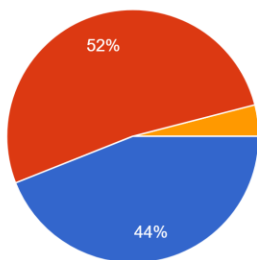


問8 職種紹介パンフレット②を見てお答えください。どの職種に興味を持ちましたか。(複数回答可)
25件の回答



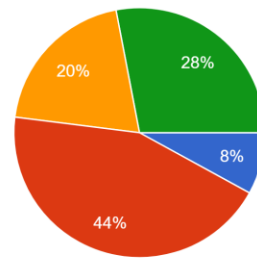
検証(アンケート)

問9 紹介パンフレット②を見てお答えください。どんな人が働いているのか伝わりましたか
25件の回答



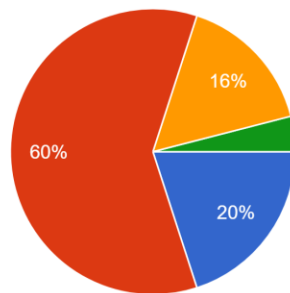
- はい
- どちらかといえばはい
- どちらかといえばいいえ
- いいえ

問10 コレクションカード①②③④を見てお答えくださ...ードを内定後にもらってうれしいと思いますか。
25件の回答



- はい
- どちらかといえばはい
- どちらかといえばいいえ
- いいえ

問11 以上のコンテンツを見て企業に興味を持ちましたか
25件の回答



- はい
- どちらかといえばはい
- どちらかといえばいいえ
- いいえ

検証(アンケート)

問12その他気になる点や感想がありましたらご記入ください。

- ・電気関係の設備に興味がないが、電気設備等をカードとして渡すのは興味がある人にとっては興味をひかれると思う。
- ・高速道路のSA等にお菓子のおまけとして販売されていたらコレクションしてみたい。
- ・字がちょっと小さかった汗
- ・特にありません。
- ・画像が大きくて見にくかった。
- ・車に乗ってて見るようなものが多いと感じた

検証

(企業からのフィードバック)

企業の方からのフィードバック(コレカカatalog)

3. ブース集客用リーフレット 「コレカカatalog」について評価をお願いいたします。

(1)目新しいと感じますか

- ①とても目新しいと思う
- ②目新しいと思う
- ③どちらともいえない
- ④あまり目新しいと思わない
- ⑤全く目新しいと思わない

(2)目的にあったものが出来ていると思いますか

- ①とてもそう思う
- ②そう思う
- ③どちらともいえない
- ④あまりそう思わない
- ⑤全くそう思わない

企業の方からのフィードバック(コレカカタログ)

(3)言いたいことが伝わると思いますか

①とてもそう思う

②そう思う

③どちらともいえない

④あまりそう思わない

⑤全くそう思わない

(4)その他ご意見ご感想お願いいたします。

コレカカタログは、内定した際に何か面白いものがもらえるかもという期待感を演出できており、集客用ツールとして、おもしろい試みだと思えます。コレカカタログ自体をコレクションの一つにしたいという方もいらっしゃるかもしれませんね。他方、NEW VOICEと同様ですが、就活イベントでの配布となると、募集要項といった実際に参考にしたい情報を掲載することによって、就活生の皆さんが、より手元に残しておきたいと思えるカタログになるかもしれません。尤も、実際の配布シーンでは会社案内パンフレットと合わせて別紙の募集要項チラシを同梱することもできますので、制作の方向性に問題はありません (NEW VOICEも同様です)。仕上がりがよくとりまとめいただきました。

- ・名古屋電機工業の方からのフィードバックでは概ね高評価をいただけた
- ・コレカのみではなく、募集要項等の参考になる情報を掲載したほうがより手元に残したいと思ってもらえるという意見をいただけた。

企業の方からのフィードバック(NEWVOICE)

2. リクルート向けパンフレット「NEWVOICE」について5段階で評価をお願いいたします。|

(1) 目新しいと感じますか

- ① とても目新しいと思う
- ② 目新しいと思う
- ③ どちらともいえない
- ④ あまり目新しいと思わない
- ⑤ 全く目新しいと思わない

(2) 目的にあったものが出来ていると思いますか

- ① とてもそう思う
- ② そう思う
- ③ どちらともいえない
- ④ あまりそう思わない
- ⑤ 全くそう思わない

企業の方からのフィードバック(NEWVOICE)

(3)言いたいことが伝わるといいますか

①とてもそう思う

②そう思う

③どちらともいえない

④あまりそう思わない

(4)その他ご意見ご感想お願いいたします。

NEW VOICEは、斬新でおしゃれな雑誌風のフォーマットを活用し、先輩社員の声をとてもうまく、わかりやすくまとまってくださったと思います。裏面のコレクションカードの紹介も面白く、受け取った就活生の皆さんがワクワクする様子が目に浮かびました。他方、情報量が多いので難しいかもしれませんが、当初案のように先輩社員の声そのものが、コレクションカードのフォーマットになっていて、伏線を張っている見せ方ができれば、ワクワクさが増幅したかもしれませんね。また、就活イベントでの配布となると、募集要項といった実際に参考にした情報ほしいという声もあるかもしれません。コレカカタログとのセットでそのような情報が補完できるようであれば、より活用シーンが広がるものになったかと思います。しかしながら、良い仕上がりであることに変わりはありません。

- ・名古屋電機工業の方からのフィードバックでは概ね高評価をいただいた
- ・雑誌風の表紙及び裏表紙に対してよい意見をいただいた

企業の方からのフィードバック(コレクションカード コンプリートBOX)

4. 内定者プレゼント「コレクションカード コンプリートBOX」について評価をお願いいたします。

(1)目新しいと感じますか

- ①とても目新しいと思う
- ②目新しいと思う
- ③どちらともいえない
- ④あまり目新しいと思わない
- ⑤全く目新しいと思わない

(2)目的にあったものが出来ていると思いますか

- ①とてもそう思う
- ②そう思う
- ③どちらともいえない
- ④あまりそう思わない
- ⑤全くそう思わない

企業の方からのフィードバック(コレクションカード コンプリートBOX)

(3)言いたいことが伝わると思いませんか

- ①とてもそう思う
- ②そう思う
- ③どちらともいえない
- ④あまりそう思わない
- ⑤全くそう思わない

(4)その他ご意見感想お願いいたします。

コレクションカードは、私たちでは発想できなかった斬新なアイデアであり、非常によかったと思います。営業部門にも図案を見せてみたところ、とても興味津々な眼差しで、展示会などでもぜひ使ってみたいとのコメントをもらっています。新入社員(≒内定した皆さん)に配布することで、社員教育にも有効活用できる可能性があるなど、いろいろな利用方法が浮かんできました。インターネットで情報が入手できる時代だからこそ、このようなフォーマットが心に刺さるのだろうと感じた次第です。

- ・すべての項目で一番良い評価をいただくことが出来た。
- ・コレクションカードという形式自体を非常に気に入っていただけたように感じる。

まとめ

コレカカタログ

前述のアンケートでは他のツールより伸び悩んだ



コレカを紹介するという目的は果たしているが、見た目のインパクトやその他の情報等のプラスアルファのフックの部分が欠けていたのではないかと感じた。

NEWVOICE

就活生や就活を終えた人に向けたアンケートでは「NEWVOICE」が一番興味を持ってもらっていた



大きなタイトルの雑誌風デザインが目を引いたのではないかと

コレクションカード コンプリートBOX

企業の方のフィードバックでは「コレクションカードコンプリートボックス」が一番好評だった



企業の方には身近である製品をキャッチーに取り上げられたためではないかと

振り返り

【渡邊】

一年間の活動の中で一番印象に残ったことはスケジュール管理としっかりと連絡を取り合うことの重要性です。情報共有がうまくできず企業の方や先生に迷惑をかける場面があり、また、計画通りに制作が進まずデザインをもっとよくできたのではという反省点もあります。学生としてまた何かを制作することはもうないですがこれから社会人として働く中で、ゼミ活動の経験を活かしていきたいと感じました。

【野田】

私は卒業研究を通して、人と足並みをそろえて相談しながら進めることの難しさを感じました。自分の思うように物事が伝わっていなかったり、自分が伝えるべきことを伝えきらないまま進めてしまったりと思うようにいかないことが多々あり、連絡を適切に行うことの難しさと重要性を感じました。

もっとこうしていればという悔いがありますが、できていない点を自覚できたという面で有意義な卒業研究になったと感じています。また何より一年かけたデザインが実際に印刷物として自分の手に渡るとは得難い喜びがありました。

ご清聴ありがとうございました。