

平成28年度 大同大学卒業研究  
愛知ブランド企業（株式会社生方製作所）広報課題②

# リクルート用パンフレット制作



株式会社 **生方製作所**  
UBUKATA INDUSTRIES CO.,LTD.

大同大学 上岡研究室  
D13007 井上 彩香

## ◇ 株式会社生方製作所とは

独自の製品とサービスを通じて「安全」を社会に供給している会社です。主な製品は、地震の揺れを感知する「感震器」、エアコンの温度と電流を感知する「インターナルモータープロテクター」などの安全装置です。これらの装置は、エアコンやガスメーターなどに取り付けられており、私たちの生活に身近なものの内部で静かに安全を維持し続けています。



## ◇ 課題の目的・コンセプト

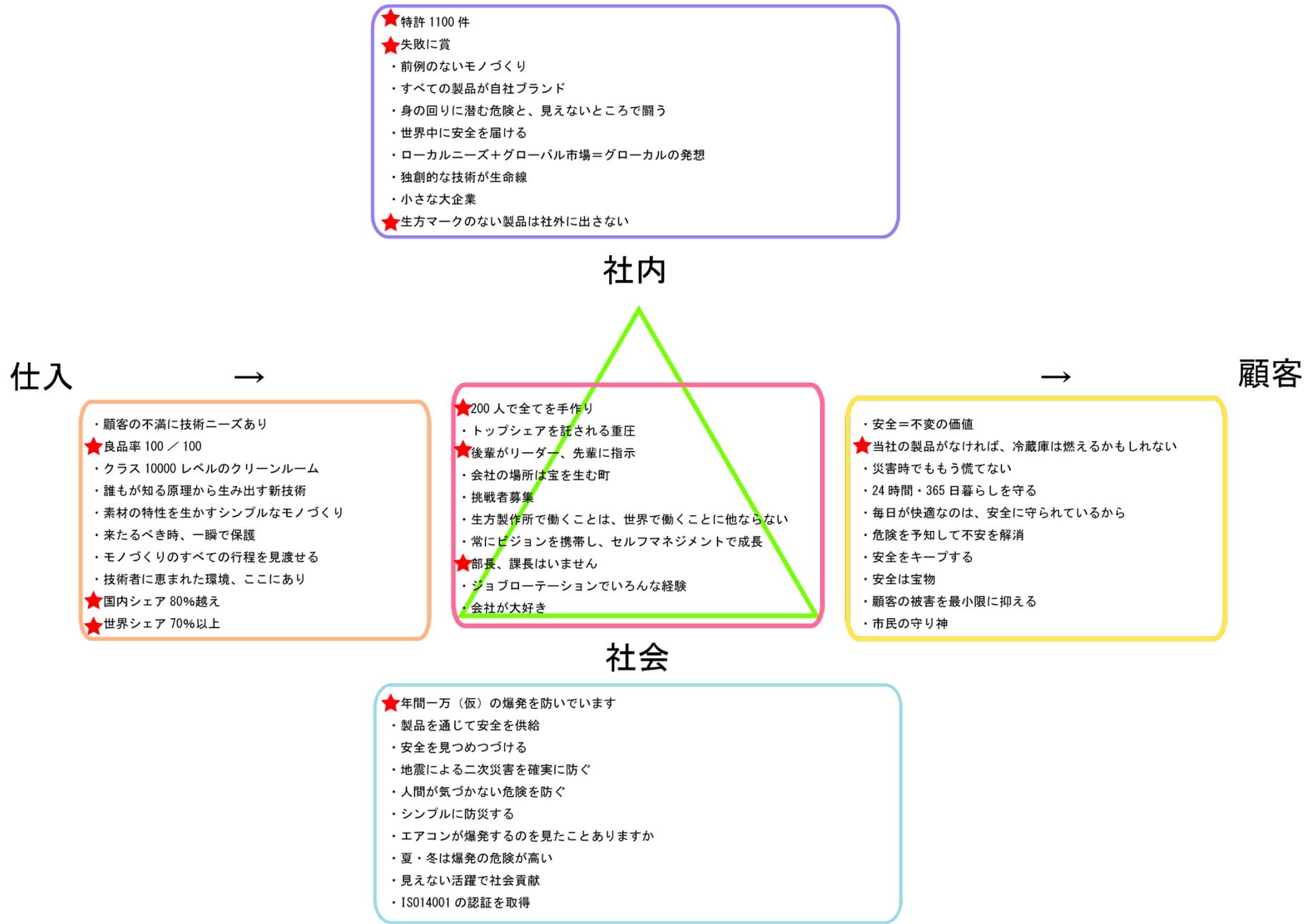
- ・ 課題の目的

リクルートPRツールの制作（就職活動中の学生向け）

- ・ コンセプト

就活生の目に止まりやすいような、インパクトのあるデザインをテーマに制作しました。また、内容に興味を持ってもらい、説明会にそのまま誘導できるような「つかみ」の役割ができるものになるよう心がけました。

# 就活生にとっての、『生方製作所のつかみ』の考察



## ◇ アイディア

- ・ フォントや色にこだわり、パンフレットを開く前の段階で就活生の目を惹けるよう工夫しました。
- ・ 中身は、もっと知りたい！と就活生に思わせるよう、簡単な説明で留めて説明会などで内容を補完できるようにしました。
- ・ 既存のパンフレットがかっちり真面目なデザインだったので、差別化をすることと、「つかみ」として軽い気持ちで就活生に手に取ってもらえるよう、あえてポップなデザインにしました。

『生方製作所のつかみ』

解説（さらに注意関心を惹く内容）

特許 1 1 0 0 件

1 1 0 0 件とは、「特許を出願している」技術の数です。実は、「出願していない」技術もたくさん隠し持っています！  
私たちは、特許として「出すべき技術」「出さない技術」というものを分けて考えることで二つの軸から独自の技術を守っています。

どこでもリーダー

先輩・後輩関係なく、任された仕事のリーダーはあなた。遠慮して後ろに控えるのではなく、生方製作所であなたの力をどんどん発揮してください！

『続きは、山崎へ』

説明会場にて、  
現場担当者との会話の誘発

『生方製作所のつかみ』

解説（さらに注意関心を惹く内容）

部長、課長はいません

肩書きがあると、なんとなく偉い人のイメージがありますよね（笑）。でも、同じグループで仕事をしている以上みんな同じ立場。肩書きではなく「さん」づけで呼び合うことで「フラット制」を実現しています。

失敗に賞

大きな変化を起こすためには、失敗はつきものです。そこで、「挑戦した人」を認めたいという思いから、その年で一番大きな失敗をした人に社長から賞が贈られます。ただし、うっかりミスはダメですよ！

『続きは、山崎へ』

説明会場にて、  
現場担当者との会話の誘発

『生方製作所のつかみ』

解説（さらに注意関心を惹く内容）

国内シェア85%超え

主力製品のひとつ「感震器」。震度5強以上の地震が起きた時、揺れを感知してガスを止める安全装置です。国内シェアが高い理由は、「確実性」「誤作動が起きない」の両方を実現しているから。東海圏では、ほぼ100%のシェアを誇っています！

世界シェアは70%以上

主力製品のもう一つ「インターナルモータープロテクター」。エアコンのコンプレッサ内部に取り付けられ、温度・電流の両方を感知する保護スイッチです。「高品質」で「低価格」という、普通は両立しないことが実現できているから、これだけのシェアを持っています！

『続きは、山崎へ』

説明会場にて、  
現場担当者との会話の誘発

『生方製作所のつかみ』

エアコンは燃えるかもしれない

サイレントヒーロー

解説（さらに注意関心を惹く内容）

これを防いでいるのが、私たちが作っている安全装置です。でも、安全装置はもしもの時の保険のようなもの。保険に、あまり高いお金はかけたくないですね（笑）。そこで、低コストで高品質なモノづくりを目指しています。

私たちが活躍するのは危険を察知した時だけ。普段は存在すら意識されません。でも、ずっとそばで見守っていて、いざというときには必ず皆さんの命を守ります！  
……それってちょっとカッコイイと思いませんか？

『続きは、山崎へ』

説明会場にて、  
現場担当者との会話の誘発

デザイン

## ◇デザイン（表紙・裏表紙）

- 一面を会社に関するキーワードで埋めることで、人の目に止まりやすいものにしました。
- キーワード自体も、「エアコンは燃えるかもしれない」など、えっ！？と思うような、興味を惹きやすいものを選びました。

生方マークのない  
製品は会社から  
一歩たりとも  
出さない!?!?  
良品率100/100  
失敗に賞  
どこでもリーダー  
!?!?部長  
、課長はい  
!?!?ません  
なんと!!特許  
出願数1100件  
サイレントヒーロー  
!?!?国内シェア  
85%超え!?!?  
世界シェアは  
70%以上!?!?  
200人で全てを実行  
エアコンは  
燃えるかも  
しれない!?!?

株式会社 生方製作所  
UBUKATA INDUSTRIES CO.,LTD.

Aichi Quality × 愛知大学

裏

表

# ◇デザイン（中面）

- 中身の説明文は簡潔にまとめ、説明会などで内容の補完ができるようにしました。
- 背景色の濃さを変えることでメリハリをつけ、人物を目立たせました。
- 視認性を高めるため、フォントの微調整をしました。

特許出願数1100件	→ 1100件とは、「特許を出願している」技術の数です。実は、「出願していない」技術もたくさん隠し持っています。私たちは、特許として「出すべき技術」「出さない技術」というものを分けて考えることで、二つの軸から独自の技術を守っています。	
どこでもリーダー	→ 先輩・後輩関係なく、任された仕事のリーダーはあなた。遠慮して後ろに控えるのではなく、生方製作所であなただけの力をどんどん発揮してください。	
失敗に賞	→ 大きな変化を起こすためには、失敗はつきものです。そこで、「挑戦した人」を認めたいという思いから、その年で一番大きな失敗をした人に社長から賞が贈られます。ただし、うっかりミスはダメですよ。	
部長、課長はいません	→ 真実さがあると、なんとなく偉い人のイメージがありますよね（笑）。でも、同じグループで仕事をしている以上みんな同じ立場。真実さではなく「ざん」づけで呼び合うことで「フラット制」を実現しています。	
国内シェア85%超え	→ 主力製品のひとつ「感震器」。震度5強以上の地震が起きた時、揺れを感じてガスを止める安全装置です。国内シェアが高い理由は、「確実性」「誤作動が起きない」の両方を実現しているから。東海圏では、ほぼ100%のシェアを誇っています。	
世界シェアは70%以上	→ 主力製品のもうひとつ「インターナルモータープロテクター」。エアコンのコンプレッサー内部に取り付けられ、温度・電流の両方を感知する保護スイッチです。「高品質」で「低価格」という、普通は両立しないことが実現できているから、これだけのシェアを持っています。	
エアコンは燃えるかもしれない	→ これを防いでいるのが、私たちが作っている安全装置です。でも、安全装置はもしもの時の保険のようなもの。保険に、あまり高いお金はかけたくないですよ（笑）。そこで、低コストで高品質なモノづくりを目指しています。	
サイレントヒーロー	→ 私たちが活躍するのは危険を察知した時だけ。普段は存在すら意識されません。でも、ずっとそばで見守っていて、いざというときには必ず皆さんの命を守ります。・・・それってちょっとカッコイイと思いませんか？	

株式会社生方製作所  
人事グループ 山崎沙織

## ◇感想

今回の制作で一番大変だと感じたのは、相手も自分自身も納得のいくデザインをすることです。授業での作品制作との大きな違いは、自由度だと感じました。相手にも気に入ってもらうには、どうしてそのデザインにしたのかをきちんと説明できる必要があり、自分の考えを言葉にして伝えることの大切さと難しさを学びました。デザインに限らず、「なんとなく」で行動するのではなく、目的を意識した行動ができるように今後も努力していきたいです。

# Special Thanks



副センター長            野村 拓喜 様

人事グループ            山崎 沙織 様