愛知ブランド企業

ユキ技研株式会社

2019年度　卒業研究(企業PR動画)

「レコフレーム対決」

情報学部　情報デザイン学科
メディアデザイン専攻
上岡研究室
D16021　加藤 颯太
D16027　川地 伸幸

愛知ブランド企業とは

Aichi Quality

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広く

国内外にアピールし、愛知のもの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）

ユキ技研株式会社とは

ユキ技研株式会社は1984年9月設立です。

大きく分けて「検査装置事業部」と「レコフレーム事業部」の２つの事業部があります。

検査装置事業部…主に自動車部品や半導体部品を検査する装置を
設計・製作しています。

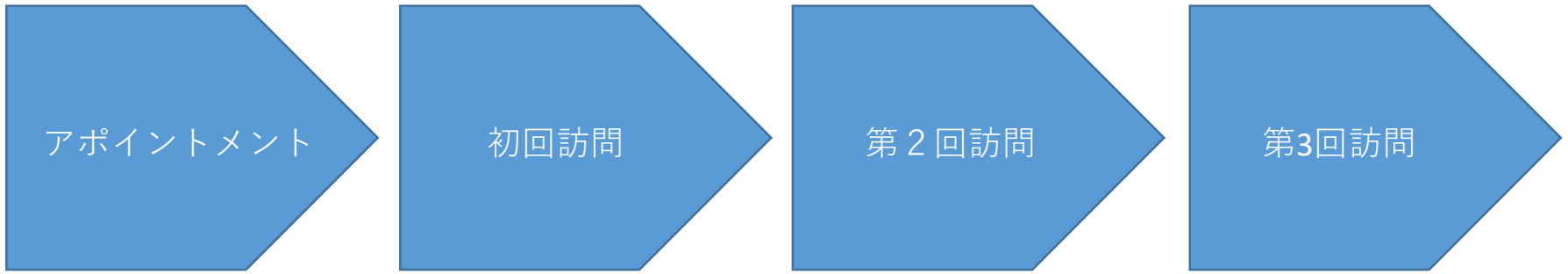
レコフレーム事業部…検査装置メーカーとしての技術力が
詰まった製品です。
最大の特徴である独自のTロック結合方式は、
低い組立工数、高精度、高剛性、
高品質、美しい外観を実現しています。

守山ライフバレー工場

レコフレームとはＴロック結合を採用するアルミ製のフレームで
従来のブラケット結合を採用するアルミフレームよりも組立てスピード、接合部分の強度、
スッキリしている分見た目が優れています。

YUKI LABORATORY

研究課程

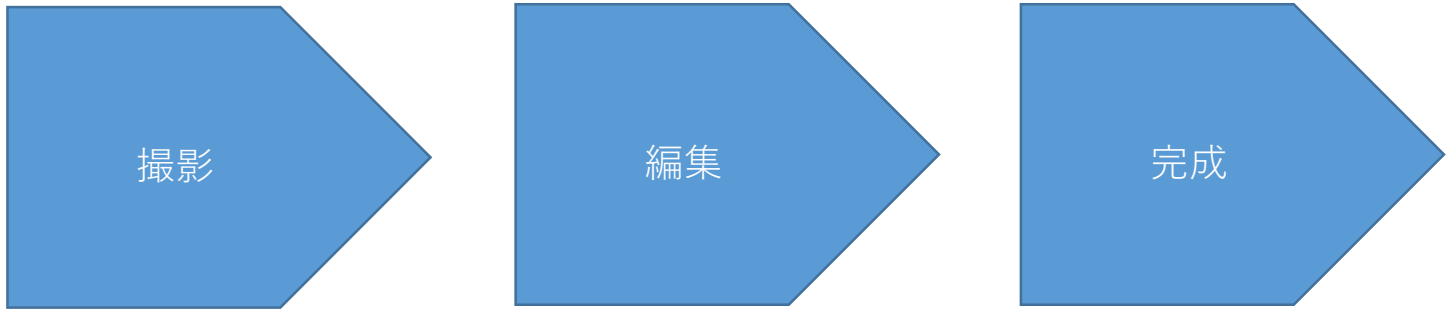


４月１６日
日程の打ち合わせ
企業研究

5月9日
インタビュー
社内見学

7月18日
コンセプト提案

8月30日
ロケハン
企画説明



9月2日
撮影

9月3日～
編集

1月15日
完成

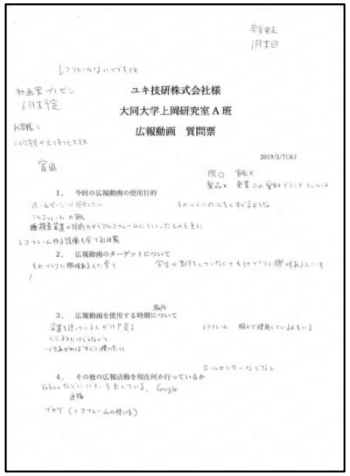
YUKI LABORATORY

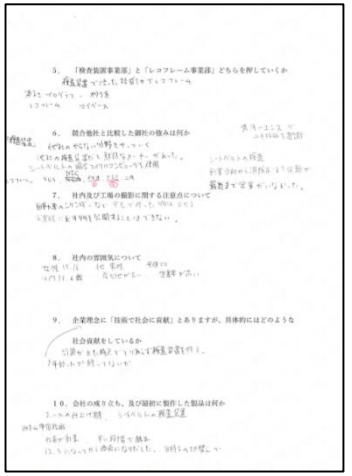
初回訪問１

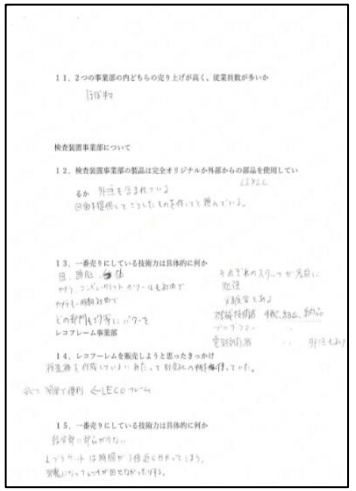
１．今回の広報動画の使用目的
　　⇒ホームページで使用したい

２．広報動画のターゲットについて
　　⇒ものづくりに興味がある人

３．　現在何か他に広報活動を行っているか
　　⇒Yahooなどにバナー
　　　ブログ


ユキ技研株式会社様
大同大学上岡研究室Ａ班
広報動画　質問票





YUKI LABORATORY

初回訪問２

４．２つの事業部ではどちらが売り上げが高く、
　従業員が多いか
　　⇒ほぼ半々
５．動画ではどちらの事業部を押していくか
　　⇒レコフレーム事業部
６．撮影に関する注意点
　　⇒自動車のシリンダーなどデモで使ったものは可
　　お客様に納品するものは公開禁止
８．社内の雰囲気
　　⇒アットホーム

YUKI LABORATORY

ユキ技研様からのご要望

- ターゲットはものづくりに興味がある人に見てもらいたい
- ものづくりの心をくすぐるような作り
- ホームページで使用したい

コンセプト

- **<u>A案 フレーム対決</u>**

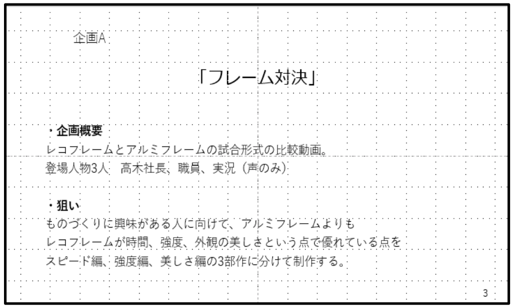
  レコフレームとアルミフレームの
  試合形式の比較動画。

- **<u>Ｂ案 新入社員の会社説明(モノづくりに夢中)</u>**

  一人称視点（新入社員視点）で、
  企画会議や製作を熱中している姿を撮影

- **<u>C案 秘密結社ユキ</u>**

  何か怪しいものを作っているが
  実は社会貢献をするものと判明する



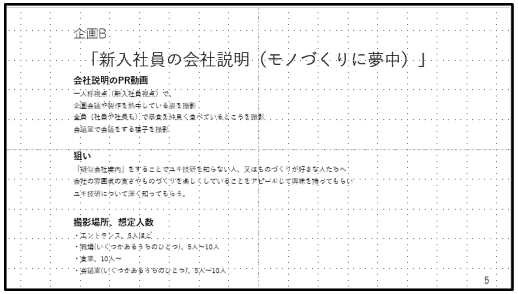
企画A

「フレーム対決」

・**企画概要**
レコフレームとアルミフレームの試合形式の比較動画。
登場人物3人　高木社長、職員、実況（声のみ）

・**狙い**
ものづくりに興味がある人に向けて、アルミフレームよりも
レコフレームが時間、強度、外観の美しさという点で優れている点を
スピード編、強度編、美しさ編の3部作に分けて制作する。

3



企画B

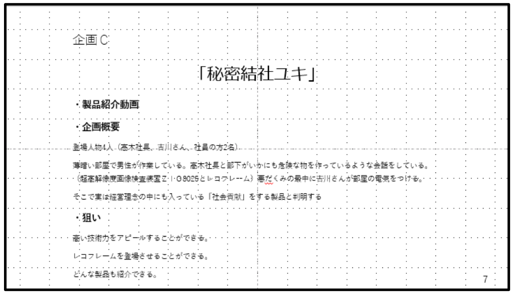
「新入社員の会社説明（モノづくりに夢中）」

会社説明のPR動画
一人称視点（新入社員視点）で、
企画会議や製作を熱中している姿を撮影
全員（社員や社長も）で昼食を仲良く食べているところを撮影
会議室で会議をする様子を撮影

狙い
「疑似会社案内」をすることでユキ技研を知らない人、又はものづくりが好きな人たちへ
会社の雰囲気の良さやものづくりを楽しくしていることをアピールして興味を持ってもらい
ユキ技研について深く知ってもらう。

撮影場所、想定人数
・エントランス、5人ほど
・職場(いくつかあるうちのひとつ)、5人～10人
・食堂、10人～
・会議室(いくつかあるうちのひとつ)、5人～10人

5



企画Ｃ

「秘密結社ユキ」

・**製品紹介動画**

・**企画概要**

登場人物4人（高木社長、古川さん、社員の方2名）

薄暗い部屋で男性が作業している。高木社長と部下がいかにも危険な物を作っているような会話をしている。
（超高解像度画像検査装置ZIO8025とレコフレーム）悪だくみの最中に古川さんが部屋の電気をつける。

そこで実は経営理念の中にも入っている「社会貢献」をする製品と判明する

・**狙い**

高い技術力をアピールすることができる。

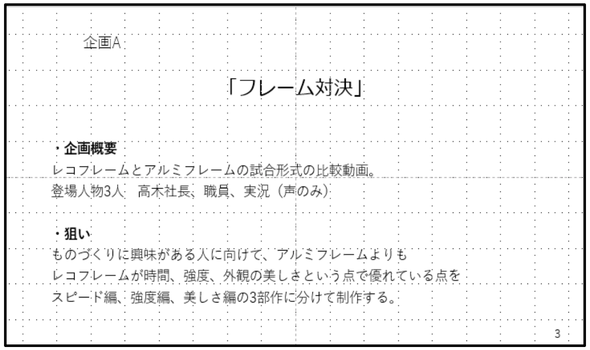
レコフレームを登場させることができる。

どんな製品も紹介できる。

7

２回目の訪問

３つのコンセプトから１つお選びいただく


企画A

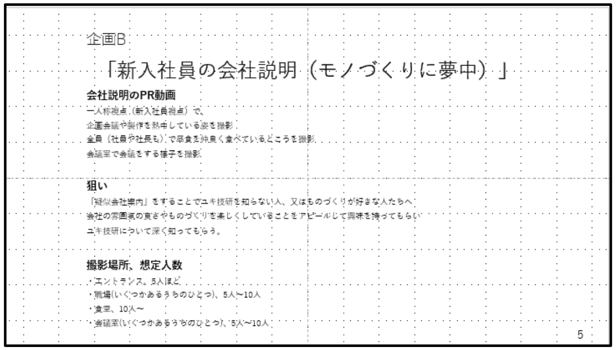
「フレーム対決」

・企画概要
レコフレームとアルミフレームの試合形式の比較動画。
登場人物3人　高木社長、職員、実況（声のみ）

・狙い
ものづくりに興味がある人に向けて、アルミフレームよりも
レコフレームが時間、強度、外観の美しさという点で優れている点を
スピード編、強度編、美しさ編の3部作に分けて制作する。

3

Ａ案「**フレーム対決**」


企画B

「新入社員の会社説明（モノづくりに夢中）」

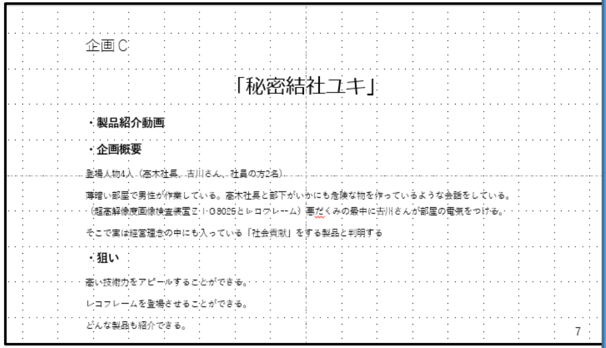
会社説明のPR動画
一人称視点（新入社員視点）で、
企画会議や製作を熱中している姿を撮影
全員（社員や社長も）で昼食を仲良く食べているところを撮影
会議室で会議をする様子を撮影

狙い
「疑似会社案内」をすることでユキ技研を知らない人、又はものづくりが好きな人たちへ
会社の雰囲気の良さやものづくりを楽しくしていることをアピールして興味を持ってもらい
ユキ技研について深く知ってもらう。

撮影場所、想定人数
・エントランス、5人ほど
・職場(いくつかあるうちのひとつ)、5人～10人
・食堂、10人～
・会議室(いくつかあるうちのひとつ)、5人～10人

5

Ｂ案「**新入社員の会社説明**」


企画 C

「秘密結社ユキ」

・製品紹介動画

・企画概要

登場人物4人（高木社長、古川さん、社員の方2名）

薄暗い部屋で男性が作業している。高木社長と部下がいかにも危険な物を作っているような会話をしている。
（超高解像度画像検査装置Z I O8025とレコフレーム）悪だくみの最中に古川さんが部屋の電気をつける。

そこで実は経営理念の中にも入っている「社会貢献」をする製品と判明する

・狙い

高い技術力をアピールすることができる。

レコフレームを登場させることができる。

どんな製品も紹介できる。

7

Ｃ案「**秘密結社ユキ**」

Ａ案が選ばれました！

レコフレームメインで
一番ホームページに載せやすい為

YUKI LABORATORY

３回目の訪問

３回目の訪問では選んでいただいた企画の詳しい説明と
撮影場所を決めるロケーションハンティングをさせて頂きました。
Ａ案のフレーム対決は三本立てのためロケハンも３カ所行いました。

組立てスピード編

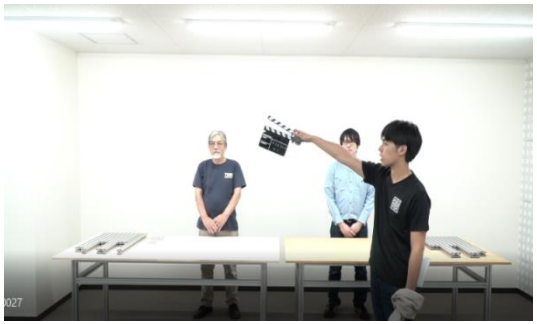
接合部強度編

構造物美しさ編

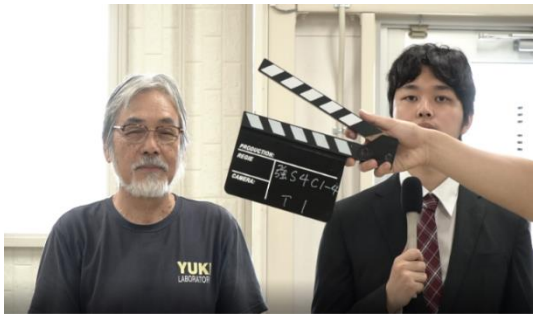
４回目の訪問

４回目の訪問では本撮影を行いました。

ユキ技研株式会社レコフレーム事業部
（守山ライフバレー工場）にて撮影しました。



組立てスピード編



接合部強度編

構造物美しさ編

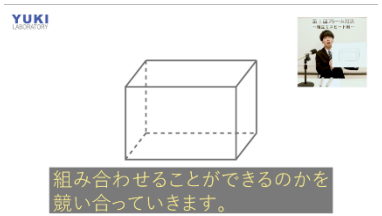
YUKI LABORATORY

動画①『組立てスピード編』

- 第1回組立てスピード編
- 動画時間(**02:48**)
- レコフレームとアルミフレームどちらがより早く組立てることができるかを対決していく

動画①『組立てスピード編』

- 挨拶



- ルール説明

- 対決

- 勝者インタビュー

- 締めの挨拶

- クレジットタイトル

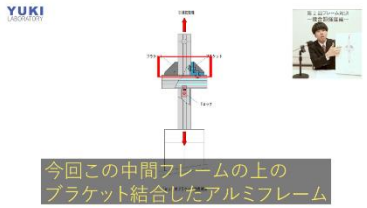
YUKI LABORATORY

動画②『接合部強度編』

- 第2回接合部強度編
- 動画時間**(02:48)**
- レコフレームとアルミフレームどちらの強度がより高いのかを対決していく

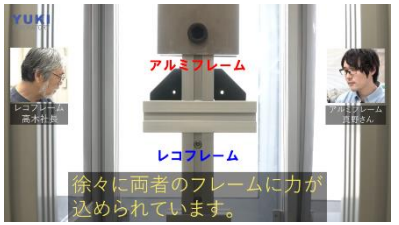
動画②『接合部強度編』

- 挨拶



- ルール説明

- 意気込み



- 対決

- 勝者インタビュー

- 締めの挨拶

- クレジットタイトル

YUKI LABORATORY

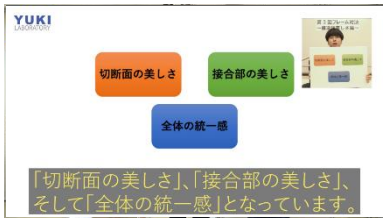
動画③『構造物美しさ編』

- 第3回構造物美しさ編
- 動画時間**(04:14)**
- 「切断面の美しさ」、「接合部の美しさ」、
  「全体の統一感」の3点からどちらがより美しいかを対決していく

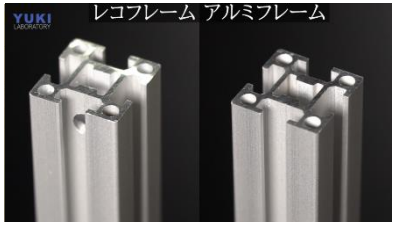
動画③－１『構造物美しさ編』

- 挨拶

- ルール説明



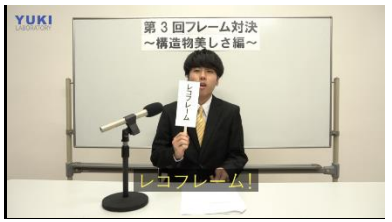
- 意気込み



- 切断面対決

- 判定

- 接合部対決



- 判定

- 全体の統一感対決

動画③－２『構造物美しさ編』

- 全体の統一感対決

- 判定

- 勝者インタビュー

- 全対決結果

- 全体振り返り

- 締めの挨拶

- クレジットタイトル

YUKI LABORATORY

企業様からの評価

【高木社長】
動画は大変よくできていると思います。
出演者としての私のセリフが聞き取りにくいのが残念です。
公開が楽しみです。

【原田様】
とても素晴らしい弊社製品のPR動画を制作していただき誠にありがとうございます。
また、皆さんの撮影作業を見学させていただき、動画撮影の段取りや手法等、大変勉強になりました。
このことを、今後の製品動画の制作の参考とさせていただきます。

YUKI LABORATORY

感想

今回ユキ技研株式会社様のPR動画を制作するにあたって、ロケハンを行ってから3日後に本撮影をするという急遽なスケジュールにも関わらず対応をしていただきました。自分達だけが忙しいなら問題はないのですが、企業の方の手を止めてしまったり、工場での撮影のときにお借りしているスペースでの作業を何度も止めてしまったのでもっと余裕を持ってスケジュールを立てるべきだと反省しました。社長自ら何度も発表の場や撮影にお付き合いいただいたり、他の社員の方も撮影用の機材などの準備にお時間を作っていただき誠に感謝しています。ありがとうございました。

以上、ご清聴ありがとうございました。

D16021 加藤 颯太
D16027 川地 伸幸