2019年度
情報デザインメディアデザイン専攻
卒業研究

三州野安株式会社

三州野安株式会社様
リクルートパンフレット

大同大学 上岡研究室
D16018 押川 光貴

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）

Aichi Quality

三州野安(株)について

会社沿革

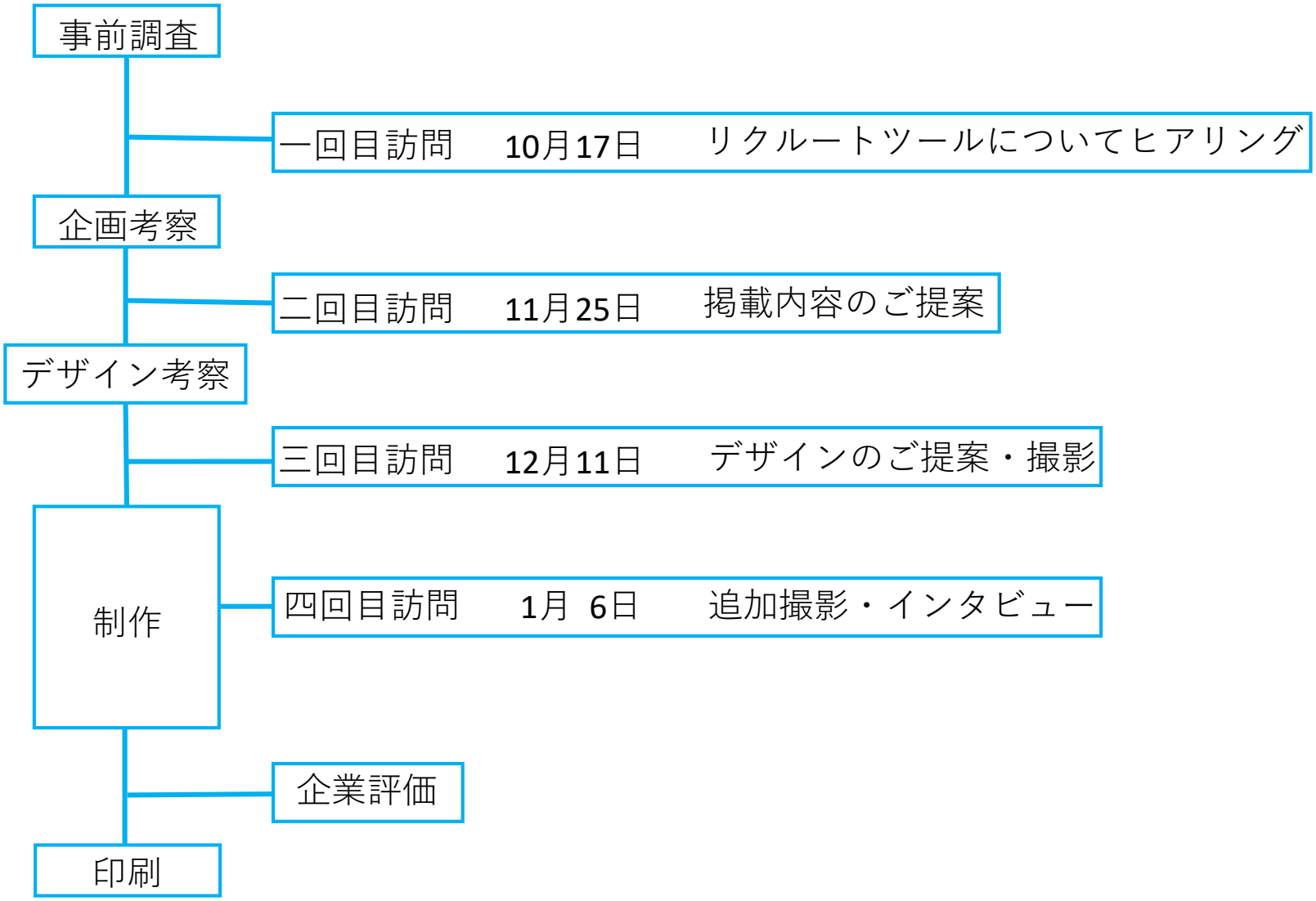
- 1964年2月 創業
- 2010年5月 (株)三州石川・木村製瓦(株)・野安製瓦(株)三社合併新社名「三州野安株式会社」

業務内容

- 愛知県高浜市にある老舗瓦メーカー
- 日本三大瓦のひとつである、三州瓦を取り扱う

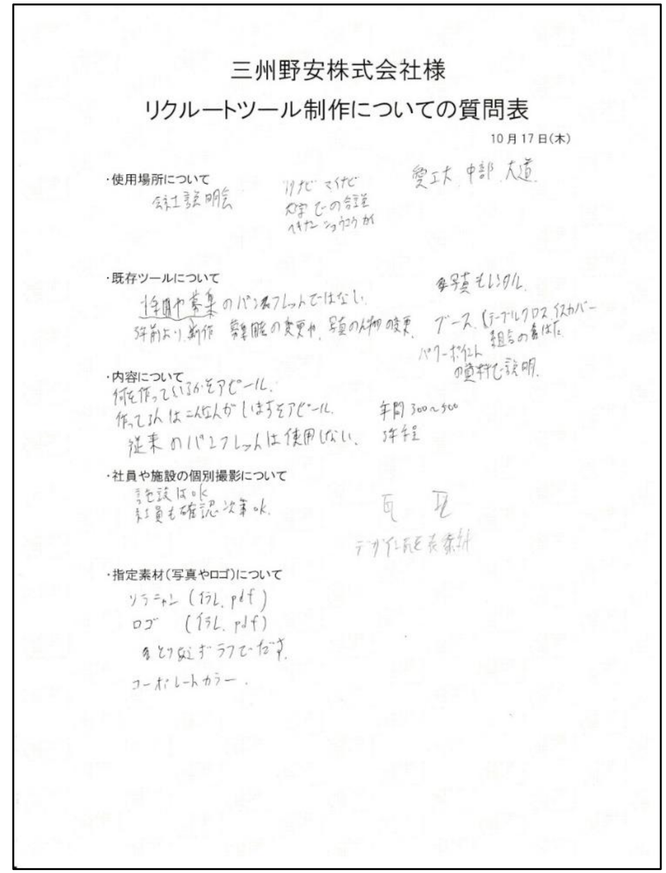
この研究では、三州野安(株)と就活生を繋ぐツールにふさわしいものは何かを考える

研究制作過程


事前調査
一回目訪問　10月17日　リクルートツールについてヒアリング
企画考察
二回目訪問　11月25日　掲載内容のご提案
デザイン考察
三回目訪問　12月11日　デザインのご提案・撮影
制作
四回目訪問　1月 6日　追加撮影・インタビュー
企業評価
印刷

三州野安(株)からのご要望(一回目訪問)

- 会社説明会やリクナビ・マイナビ・大学で開かれる合同企業説明会で使用する
- 採用や募集の既存ツールは3年前に制作されたパンフレットのみ
- 従来のパンフレットは使用せず、新しいパンフレットを制作してほしい
- 3年間は使用できるようなパンフレットにしたい
- 自社が何をしている会社なのかをアピールしたい
- 社員紹介を入れてほしい
- 特に社交性のある学生を募集したい


三州野安株式会社様

リクルートツール制作についての質問表

10月17日(木)

・使用場所について

会社説明会　リクナビ　マイナビ　愛工大　中部　大道

・既存ツールについて

採用や募集のパンフレットではなし。

・内容について

何を作っているかをアピール。

従来のパンフレットは使用しない。

・社員や施設の個別撮影について

社員も確認次第ok.

・指定素材（写真やロゴ）について

ロゴ　(イラレ, pdf)

コーポレートカラー

掲載内容について(二回目訪問)

会社概要や部署紹介に加えて「マイナスイメージからの逆説(払拭)」をコンセプトにしたページを提案

「マイナスイメージからの逆説(払拭)」とは？

初回訪問を通じて自分が感じた、三州野安(株)のマイナスイメージになり得る要素をプラスに解釈できるような内容にし、学生に興味・関心を持ってもらう

自分が感じた10のマイナスイメージ

1. 若い社員が少ない
2. 遠くへ営業に行く
3. 業界全体で廃業が多い
4. 本社が都市部にない
5. 大手メーカーではない
6. 瓦の製造は素人には難しそう
7. 男性が多い
8. 大学での経験が活かせない
9. 安定した業績があるか不安
10. 会社の知名度が低い

就活生がどの項目が気になるかアンケート調査を行い、
TOP 3 を掲載する

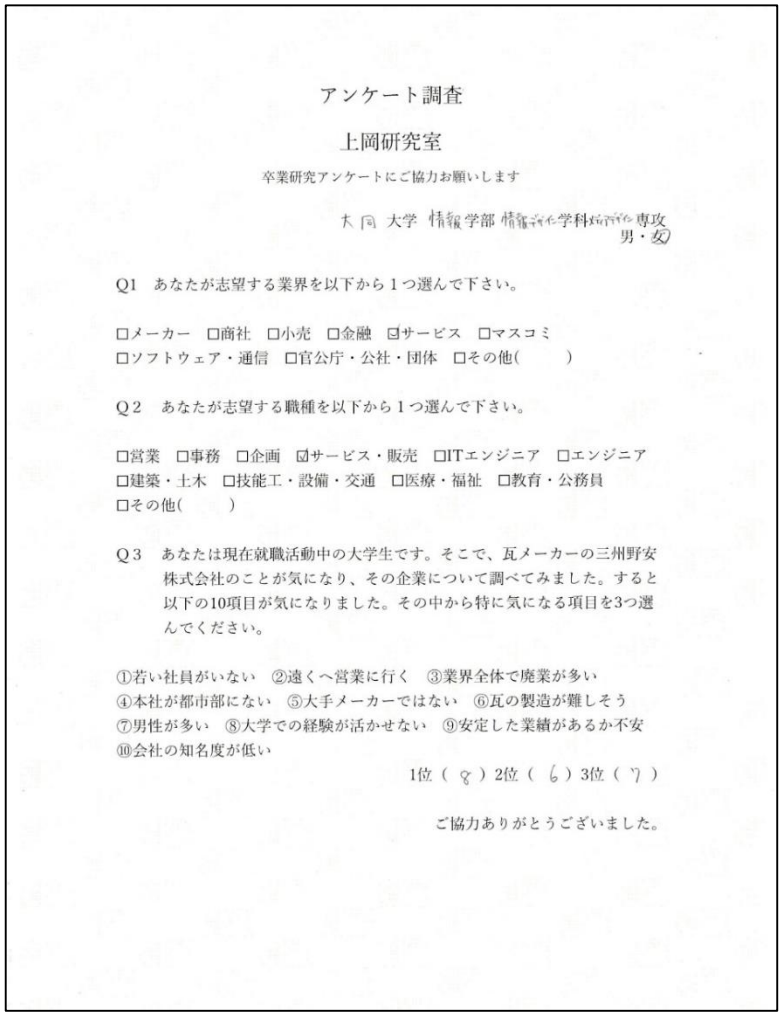
アンケート用紙

1. 10のマイナスイメージの内、気になる項目を1位から3位までアンケートする

2. 1位の回答には3ポイント、2位には2ポイント、3位には1ポイントを割り振る

3. 全回答を通してポイントの多い上位3項目を出す

回答率を上げるため、「志望業種」や「志望職種」といった関連性の高く答えやすい質問をしてから本題に入るようにした



アンケート調査

上岡研究室

卒業研究アンケートにご協力お願いします

大阪 大学 情報 学部 情報[illegible]学科[illegible]専攻
男・女

Q1 あなたが志望する業界を以下から１つ選んで下さい。

□メーカー □商社 □小売 □金融 ☑サービス □マスコミ
□ソフトウェア・通信 □官公庁・公社・団体 □その他(　　)

Q2 あなたが志望する職種を以下から１つ選んで下さい。

□営業 □事務 □企画 ☑サービス・販売 □ITエンジニア □エンジニア
□建築・土木 □技能工・設備・交通 □医療・福祉 □教育・公務員
□その他(　　)

Q3 あなたは現在就職活動中の大学生です。そこで、瓦メーカーの三州野安株式会社のことが気になり、その企業について調べてみました。すると以下の10項目が気になりました。その中から特に気になる項目を3つ選んでください。

①若い社員がいない ②遠くへ営業に行く ③業界全体で廃業が多い
④本社が都市部にない ⑤大手メーカーではない ⑥瓦の製造が難しそう
⑦男性が多い ⑧大学での経験が活かせない ⑨安定した業績があるか不安
⑩会社の知名度が低い

1位（ 9 ）2位（ 6 ）3位（ 7 ）

ご協力ありがとうございました。

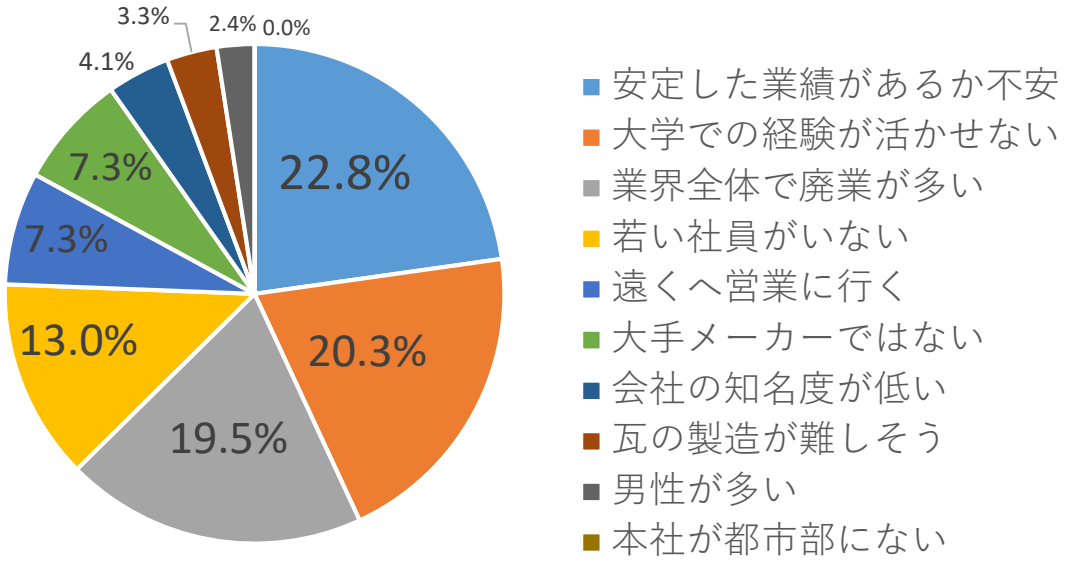
調査結果

大同大学と中部大学の学生計21名にアンケート

1位.　安定した業績があるか不安

2位.　大学での経験が活かせない

3位.　業界全体で廃業が多い



この上位3つを「就活生が気になるマイナスイメージ」
としてパンフレットに掲載

デザインのコンセプト(三回目訪問)

3案のうち、1つ選んでいただく

A：ノートブック

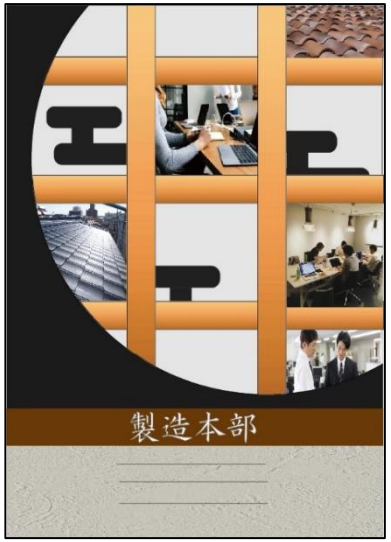
学生により親しみやすくなるデザイン

B：フォトブック風

写真を多く使用し、風通しの良さをアピールする

C：和モダン

瓦の持つイメージの内、和に着目したデザイン



「ノートブック」をコンセプトにしたデザインが採用

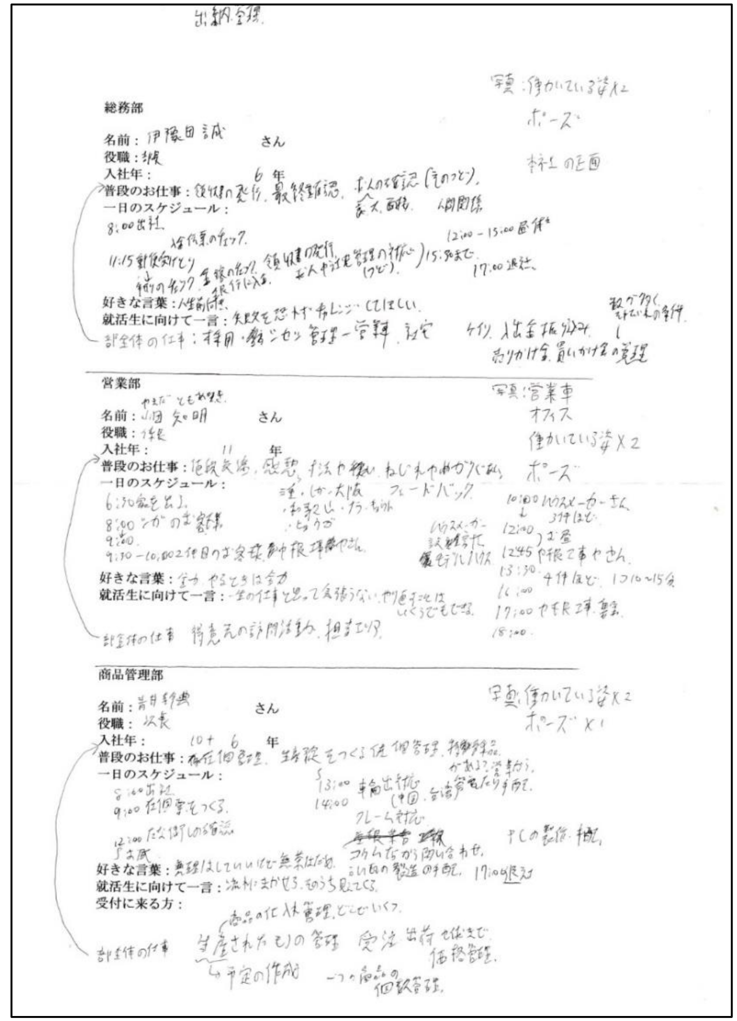
取材(四回目訪問)

総務部、営業部、製造本部、商品管理部の各部署から1名ずつ代表の方に取材を行う

取材内容

- 名前
- 役職
- 入社年
- 部署全体の仕事内容
- 個人の仕事内容
- 一日のスケジュール
- 好きな言葉
- 就活生にむけて一言

デザインを決めてから取材を行ったので、質問内容は最低限にした


総務部
名前：　さん
役職：
入社年：6 年
普段のお仕事：
一日のスケジュール：
好きな言葉：
就活生に向けて一言：
営業部
名前：　さん
役職：
入社年：11 年
普段のお仕事：
一日のスケジュール：
好きな言葉：
就活生に向けて一言：
商品管理部
名前：　さん
役職：
入社年：6 年
普段のお仕事：
一日のスケジュール：
好きな言葉：
就活生に向けて一言：
受付に来る方：

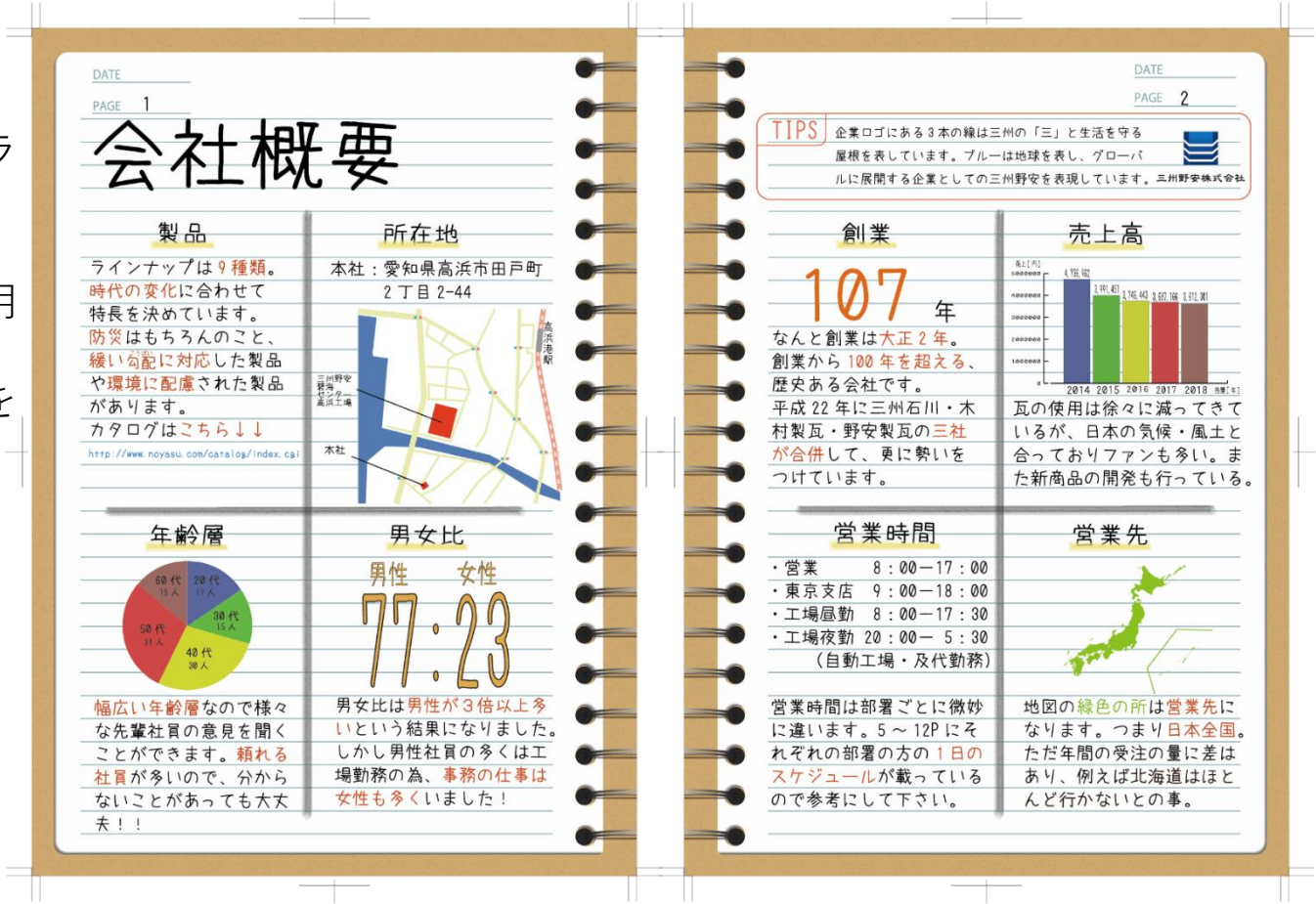
制作物
ノートブックパンフレット

表紙・裏表紙

- 再生紙ノートをイメージし、表面をざらついた見た目に
- 就活用に配布されたノートに学生が三州野安(株)の情報を書き込んだようなデザイン

会社概要(P1～P2)

- 一目でわかる数字や図、グラフを使い、興味を引く
- 右上の空いたスペースも活用
- 全ページに手書きフォントを適用
- 重要部分を赤字にする
- 学生のノートらしさを演出



部署紹介(P3～P10)

- 部署紹介は同じデザイン
- 左ページで部署全体の説明をし、右ページで一人の社員さんにスポットを当てて説明
- 付箋や写真の下の台紙のような学生ノートらしさを演出
- ページ上部の一言でページ毎の個性を出す

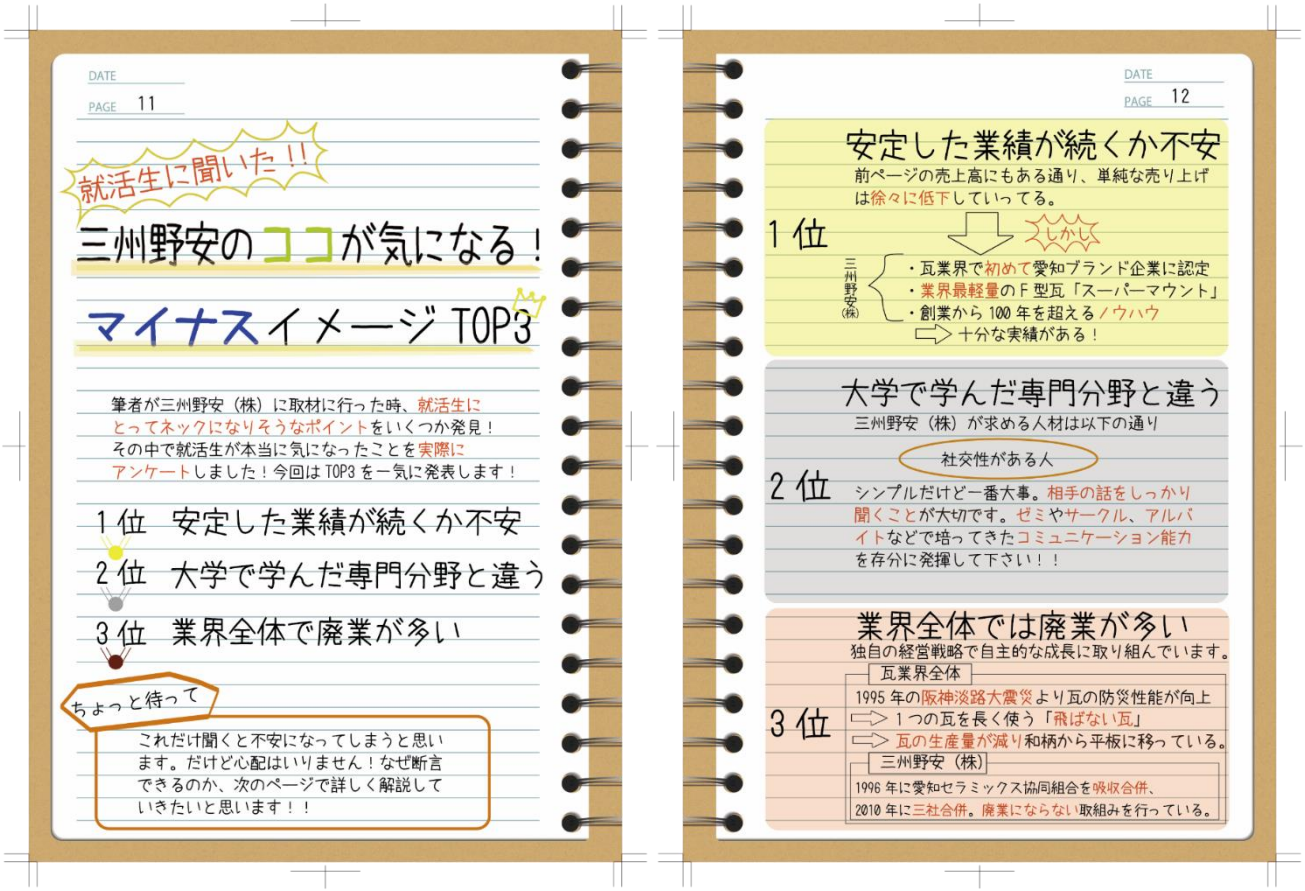
マイナスイメージからの逆説(払拭)(P11～P12)

- マイナスイメージのインパクトが強すぎたため、実際のアンケートと意味合いが変わらないように文を変更
- 背景色で色分けすることで区切りをつける

安定した業績が続くか不安
→実績があり、今後も安定する

大学で学んだ専門分野と違う
→求めるのは社交性なので、大学生活の経験は活きる

業界全体では廃業が多い
→独自の経営戦略で自主的な成長に取り組んでいる



沿革(P13～P14)

- 沿革の書かれた紙をクリップでとめたデザイン
- 私から就活生に向けたメッセージ

差し込みの栞

- 募集要項をノートに挟む栞をイメージしてデザイン
- 和紙のようなざらつきのある見た目になっている

まとめ・企業評価・感想

- 9月後半から動き出したプロジェクトで、締め切りのぎりぎりまで修正を行っていた
  満足のいく結果になったが、焦りもあった
  →計画性を持って行動できるよう成長したい

- 「ノートブック」というデザインコンセプトと実物の完成度には自信あ
  り三州野安(株)様から、「内容はよく出来ていると思います。表紙も就活
  生が書いた感じが出ていていいと思います。」と評価される

- また、今回はパンフレットの制作をしましたが、三州野安(株)にとってパンフレット以
  外のリクルートツールがあれば企業の持つ魅力を更に就活生に届けられると思います
  機会があれば提案していきたいと考えています