



CONNECT!

～電気と情報をつなぐ～



2019年度
卒業研究 愛知ブランド企業
日東工業株式会社様 「スケジュール帳」

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
D16014 遠藤 康裕

【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)



【日東工業株式会社とは】

【創業 72年目】 設立1948年(昭和23年)

- カットアウトスイッチという配線の安全器などの電気器具製造を始める。
- 創業以来「優良な製品を以って社会に貢献し、生産性向上により従業員の発展繁栄を期する。」を社是とし、電機設備や機器の開発・電気や情報のインフラを支え社会へ貢献している。
- 電気、電子機器の収納保護を目的としたキャビネットという製品が様々な施設で活躍している。
- 国内 東京/さいたま/仙台/名古屋/大阪/福岡など全国45営業所
名古屋工場(本社)/菊川工場/磐田工場/掛川工場/中津川工場/唐津工場/栃木野木工場 7生産拠点
- 従業員数 自社1842名 グループ会社3700名(2019年3月31日現在)



キャビネット

参考：日東工業株式会社webサイト、パンフレット等

【研究過程】

《初回訪問》

10月18日(金) ご要望の相談・会社の理解を深める

《資料》

入社1～2年目の若手社員さん24名へのヒアリング

《第二回訪問》

11月26日(火) 企画提案

《第三回訪問》

12月10日(火) リクルートツールで使用する素材の撮影

《編集・入稿》

撮影したデータの編集、印刷会社への入稿

《評価》

担当企業様からの評価

【初回訪問】

1.使用場所について

↳ 合同企業説明会、社内説明会、学内説明会等

2.既存ツールについて

↳ 公式HP、リクナビ、リーフレット

3.内容について

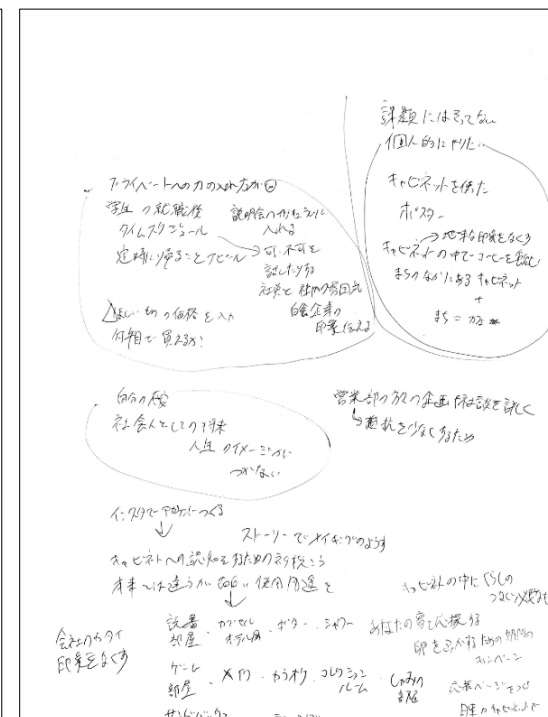
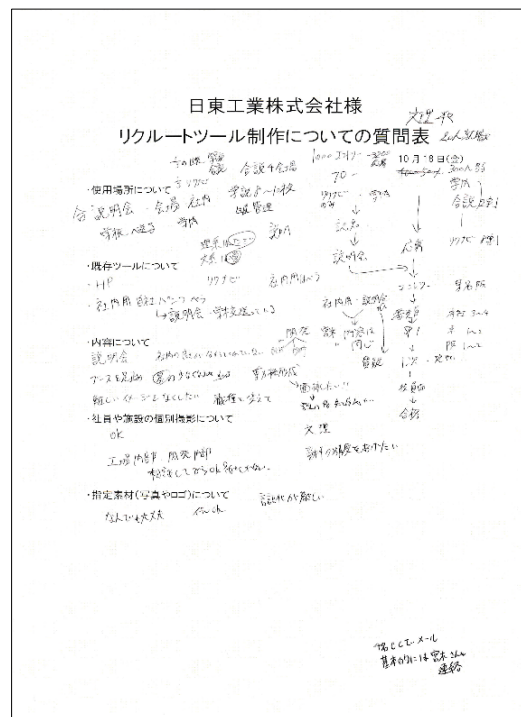
↳ 新たな配布物、硬派な印象を払拭、
ブースで興味を引くインパクトのあるもの

4.社員や施設の個別撮影について

↳ 撮影禁止場所や個人撮影の許可

5.指定素材について

↳ ロゴマークの譲渡



※実際の調査用紙

【初回訪問/日東工業様の印象】

- 物腰の柔らかい社員さんが多く、自社愛を持って務めている。
- 全国規模であるが製品が目立ちにくいいため、知名度が低い
- 定時退社で年間休日128日のホワイト企業。
- 福利厚生が手厚く、フリーバカンス休暇という制度で長期休暇を積極的に確保できる。
(有給休暇3日間を会社休日につなげた連続休暇/有給取得日数:平均12.2日)



【初回訪問/その他資料】

本社勤務の入社1～2年目の若手社員さん24名への調査

《就職活動時に重視していたこと》

年間休日…63% (15名) 事業内容…21% (5名) 勤務地…8% (2名) 給与…8% (2名)

《日東工業への入社決め手》

福利厚生…46% (11名) 社内の雰囲気…25% (6名) 会社の規模…17% (4名)
事業内容…8% (2名) 地元でなじみがあるため…4% (1名)

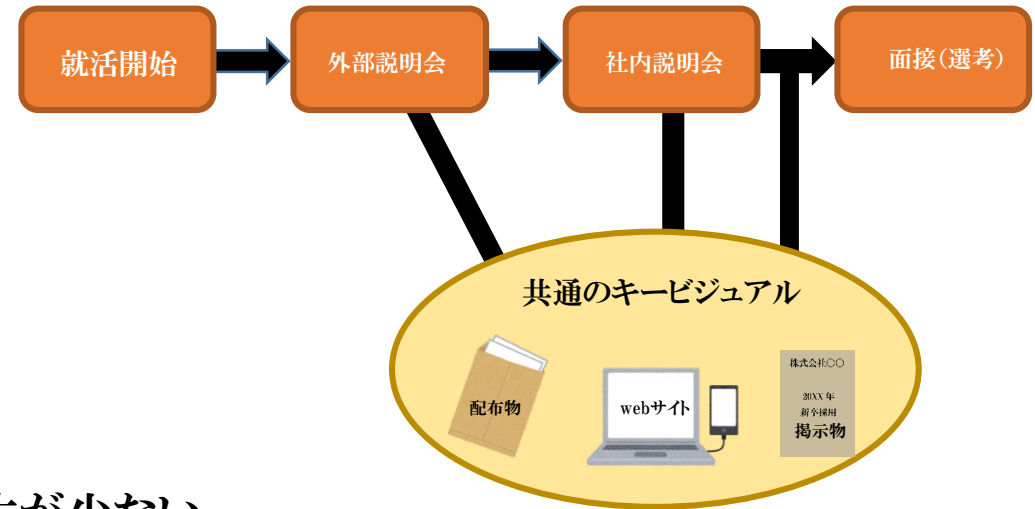
《日東工業の印象について》

地味…54% (13名) 製品が目立たない…21% (5名) 大きい企業…13% (3名)
給与がいい…13% (3名)

- 休みが確保できプライベートが充実
- 安心感のある企業
- 製品が地味で認知度が低い
- エントリー数は多いが、面接を受ける学生が少ない

【基本戦略】

- 新卒採用で利用したい
- 企業説明会で配布できるリクルートツール
- 既存の配布物とは別の雰囲気
- 説明会参加者は多いが、面接へ進む就活生が少ない

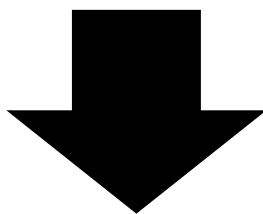


- 面接までの各プロセスでのアプローチ
- 就活生が常に日東工業を意識できる環境
- 様々な媒体で利用することを想定

「記憶にとどめ、面接に進む人数を増やす」

【コンセプト】

- 様々なシーンで使用されているキャビネット = 日東工業のアイコンとしたデザイン。
(住宅・マンション/学校/工場/オフィス/テーマパーク/商業施設等)
- 仕事(ON)からプライベート(OFF)へ → スーツで趣味の場へ。
- キャビネットを通じて社会のインフラを支え繋げる日東工業は、社員の充実した生活を
支え繋げる。



社員さんがキャビネットから飛び出すという
デザインで目を引き、興味を持ってもらう

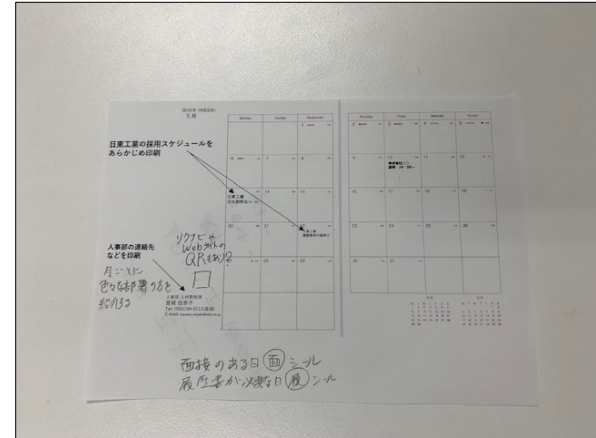
【キービジュアル】



【第二回訪問】



+



キービジュアル

スケジュール帳

- ・身に着けられる、利用できる配布物としてスケジュール帳に決定。
- ・スケジュール帳の表紙にキービジュアルを利用。
- ・日東工業の採用スケジュールや人事部の連絡先を記載し、常に意識してもらう。

【第三回訪問】

- 表紙に使用する素材を撮影するために製品と社員さんにご協力していただきました。
- 2パターンの表紙を提案するため、開発部の川井様、営業部の鈴木様のお二方がモデルになっていただきました。
- 広報担当の大島様を筆頭に今回の活動にご協力いただいた社員の皆さんは、気さくな方が多く撮影時も賑やかでした。



開発部 川井様



営業部 鈴木様

【完成したデザイン】



Aパターン



Bパターン

撮影にご協力していただいた、川井様・鈴木様の実際の趣味である野球、トレーニングの2パターンの表紙。

【スケジュール帳の内容】

人事部の連絡先や
webサイトなどの
アクセスコードを記載

5 May 2020						
	月 MON	火 TUE	水 WED	木 THU	金 FRI	土 SAT
					1	2
						3 憲法記念日
	4 みどりの日	5 こどもの日	6 振替休日	7	8	9
	先負	仏滅	大安	赤口	先勝	友引
11 日東工業 社内説明会(中部)	12	13	14	15	16	17
仏滅	大安	赤口	先勝	友引	先負	仏滅
18	19	20	21 日東工業 会社説明会(西部)	22	23	24
大安	赤口	先勝	友引	先負	仏滅	大安
25 日東工業 社内説明会(関東)	26	27	28	29	30	31
赤口	先勝	友引	先負	仏滅	大安	赤口
日東工業株式会社 人事部 TEL: (0561) 64-0113 (直) mail: saiyo@nito.co.jp 6月 火 水 木 金 土 日 7月 火 水 木 金 土 日 1 2 3 4 5 6 7 1 2 3 4 5 8 9 10 11 12 13 14 6 7 8 9 10 11 12 15 16 17 18 19 20 21 13 14 15 16 17 18 19 22 23 24 25 26 27 28 20 21 22 23 24 25 26 29 30 27 28 29 30 31						

土日・祝日を着色

説明会等の
採用スケジュールを記載

毎年ご利用していただけるように既存のリフィルデータを提案

※今回は採用スケジュールが未決定であったため、頂いた企業カレンダーを元に沿革等を記載

【企業様の評価】

【人事部 宮木様】

我々では出てこない斬新なアイデアを生かした写真でインパクトがあり良かったです。就活学生が必ず使うスケジュール帳という選択も良かったと思います。当社製品を素材としたデザインで考えていただき、ありがとうございます。

【広報室 大島様】

ものすごくクリエイティブでセンスも良くスケジュール帳以外にもポスターなど様々な場面でも活躍しそうです。ご提案ありがとうございました。

ご担当の方々からは好評で、
今後の新卒採用の配布物として利用予定

【まとめ・感想】

企画・提案・撮影・編集など、こなす作業が想像よりも遥かに多かったです。繁忙期である企業様とのスケジューリング、善し悪しの判断力、デザインの技術、計画的に物事をすすめる遂行力等、自身に足りないものに気づかされる毎日でした。特に難しかったのはリスクマネジメントです。規模の大きな企業様ということもあり、たくさんの人の目に触れる可能性を配慮しなければなりませんでした。また、抑制された現代社会だからこそ表現方法の不自由さには悩まされました。自身の物差しでは測れないことは上岡教授をはじめ、担当の宮木様、大島様、印刷会社の活英社様に相談し、納得できるまでご協力して頂きました。

完成した実物を手にしたときは、自身の考えが形になっていることの高揚感を味わいました。春からは広告代理店に勤めることもあり、誰よりも自身の成長のために奮起できた自信があります。

この卒業研究活動の一年間は自身にとって、必要な経験でした。
今回ご協力して頂いた日東工業株式会社様及び、関係者の皆様、感謝申し上げます。

ご清聴ありがとうございました。

上岡研究室

D16014 遠藤 康裕