

・ぶっちょやけ！アジアクリエイティブ！
若手の将来やりたい事と会社を選んだ理由

・アシークリエイティブの魅力とは？
会社の良い所5選！

大学連携広報活動



Always One Step Ahead!
 アジアクリエイティブ株式会社

卒業研究：リクルートツール
「マンガから知るアジアクリエイティブ」

上岡研究室
D17044 鈴木成弥

2020年度 情報学部 情報デザイン学科メディアデザイン専攻/卒業研究

目次

制作に関する資料

- ・ P 1 : 愛知ブランドとは
- ・ P 2 : アジアクリエイイト(株)とは
- ・ P 3 : 訪問から感じたこと
- ・ P 4 : 研究の目的
- ・ P 5 : 制作物について
- ・ P 6 : 制作スケジュール
- ・ P 7 : 初回訪問では
- ・ P 8 ~ 1 2 : 制作過程
- ・ P 1 3 ~ 1 8 : 冊子について

- ・ P 4 4 ~ 4 5 : 冊子のさらなる改善案
- ・ P 4 6 : 企業からのコメント
- ・ P 4 7 : さいごに

調査資料

- ・ P 1 9 ~ 3 0 : マンガアンケート結果
- ・ P 3 1 ~ 3 8 : 冊子のアンケート結果
- ・ P 3 9 ~ 4 2 : アンケートから考察
- ・ P 4 3 : アンケートの上での + α

愛知ブランドとは



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。

アジアクリエイト(株)とは

「安全体感装置」という労働災害に対して注意を行う装置を開発、販売している企業。

自社ブランド（ACSEL）のもと開発
愛知ブランド企業にも認定されている。

取引先から

「この危険に対する予防学習装置が欲しい」
との要望のもと独自で考案、開発をすることも多いオリジナリティに溢れた企業である。



大学連携広報活動

訪問から感じたこと

一言でいうと「変わった会社だな」と感じた。

ただし、自社製品の開発に積極的であり
独自で企画、研究、開発まで行っている所が
おもしろい所でした。

また、製品開発以外にもキャラクターを使用した
漫画や映像も手掛けている所も印象的。

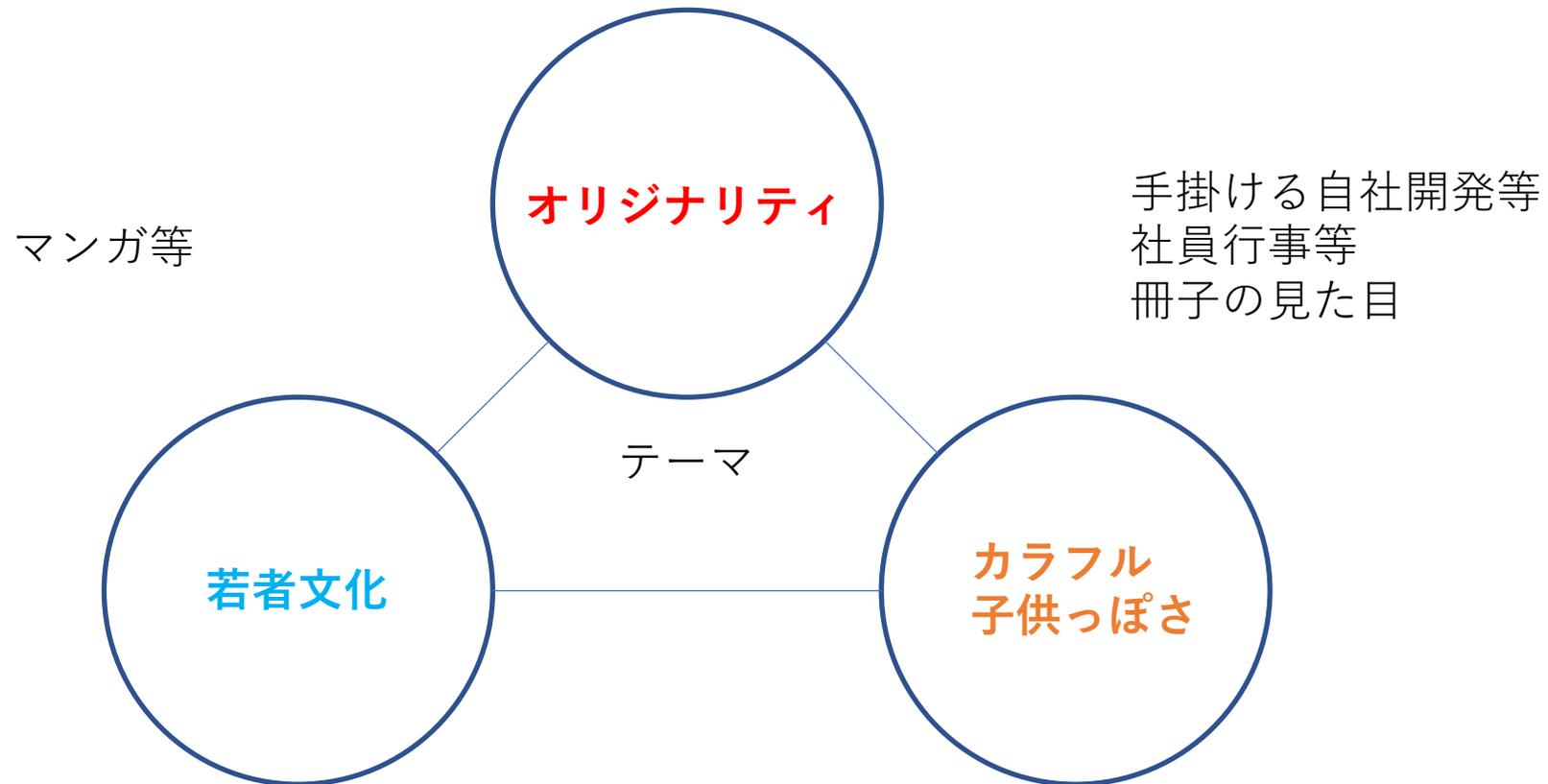


大学連携広報活動

研究の目的

会社の面白さをアピールしたい

独創性のある社風 次々と生み出されるオリジナル製品



制作物について

マンガから知る アジアクリエイト

絵で見る労災シリーズから似せたパンフレット

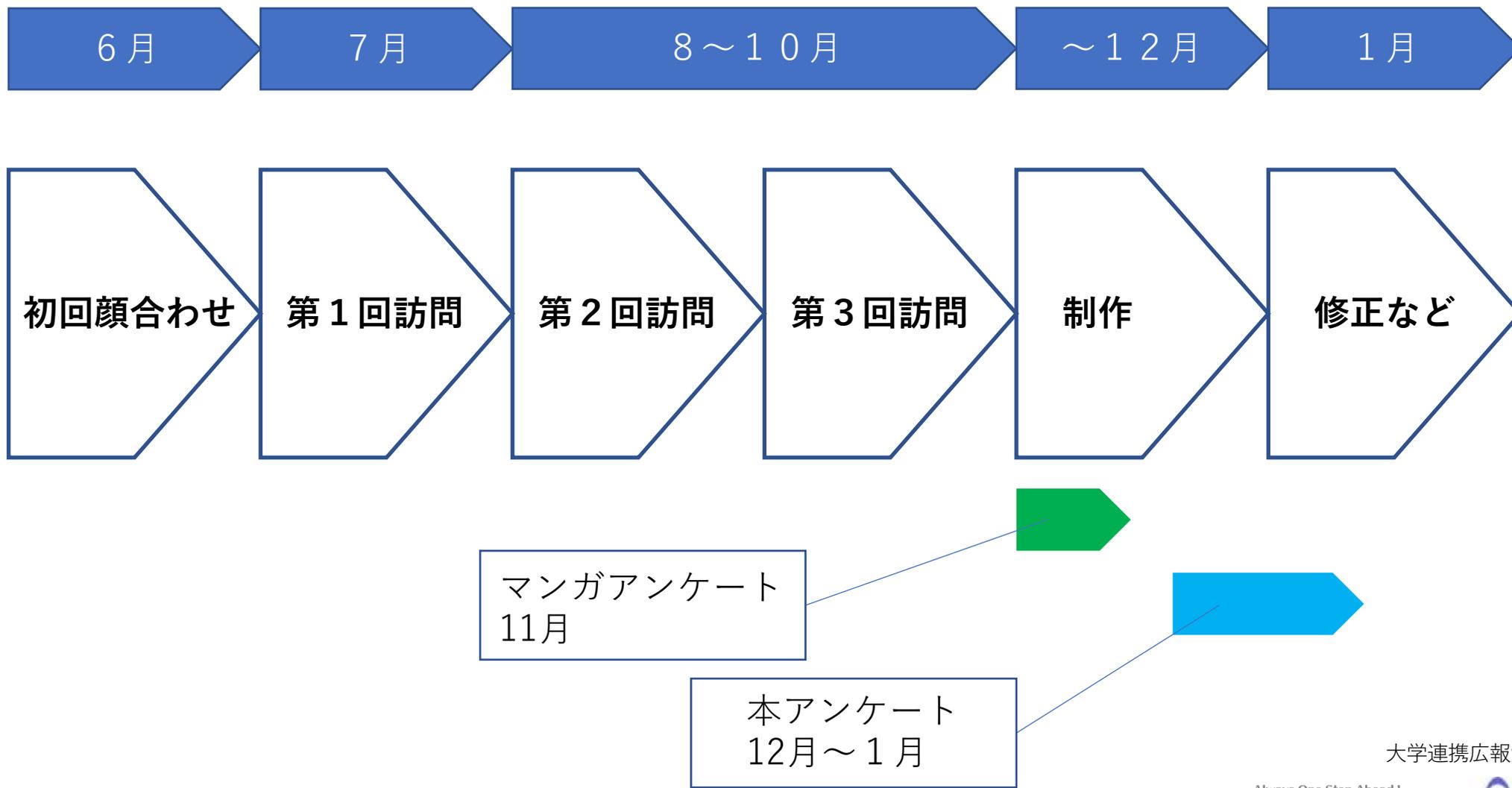
- ・ 怖い労災をあえて漫画で伝えやすくするスタイルから会社のことを他に知ってもらう際にもこのキャラクターを活用したい。
- ・ 一見説明用のパンフレットには見えないがマンガのエピソードから共通の危険性をもつ装置が紹介される就活生やその他の方にも楽しんで見てもらえるものにした



原作

大学連携広報活動

制作スケジュール

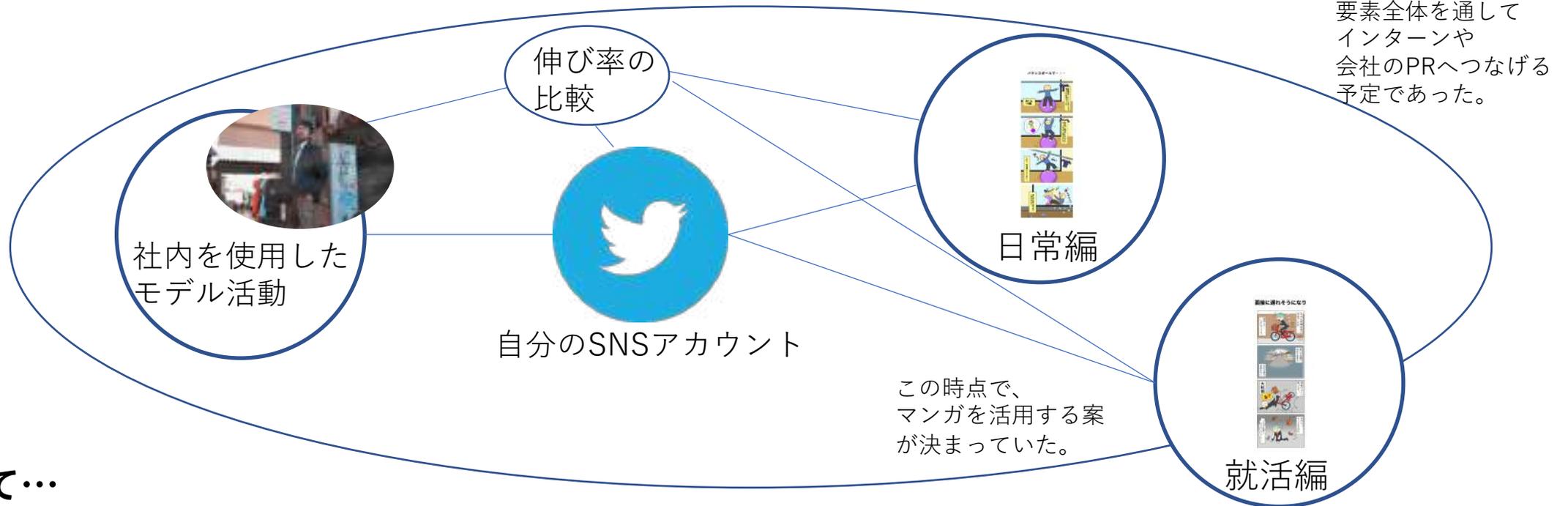


大学連携広報活動

初回訪問では

6月ー7月 顔合わせ、初回訪問

発表内容：SNSを活用した2種類のコンテンツ比較と今年のインターンへのPR



課題として…

- ・企業秘密の為、社内を遊び場のように公開できない
- ・インターンを今年中に行う予定はない（現在も未定）
- ・炎上の危険性（製造業全体へのイメージダウンにもつながる）

大学連携広報活動

制作過程 1

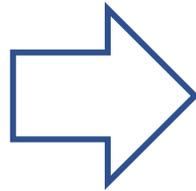
8月 2回目訪問

打ち合わせ内容：先方の持つ漫画キャラクターを活用したパンフレットを制作する点の相談

労働災害についてのマンガ



原作



日常編



就活編

事故は事故でも家庭内で起きた事や就活中に置きたことへ変換

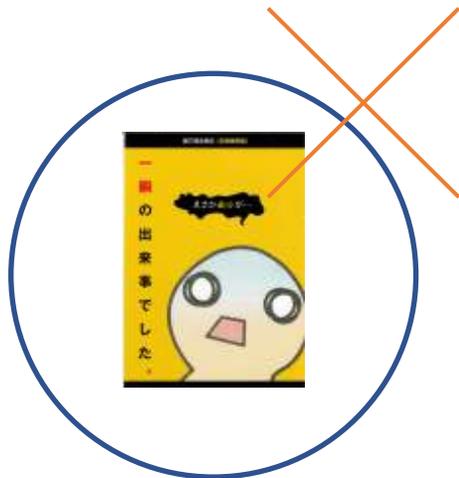
課題として...

- ・ 2種類のコンテンツ比較（伸び率）はできなくなった。代替案を必要とする

大学連携広報活動

制作過程 1.5

この話に決まった理由



労災は一般の人には
わかりにくい



日常編

就活編

完全オリジナル
自分の身の回りであった
実際の出来事



ありきたりすぎる
話になる

- 一般統計的にはありえないことでも世の中で実は体験している人を知ることができる
- 体験していない人にとっても新たな発見や体験などにもつながる

大学連携広報活動

制作過程 2

10月 3回目訪問

打ち合わせ内容：パンフレットの構成とデザイン案の共有（ラフ）
代替案の漫画アンケートの施策
会社説明ページに乗せる内容について相談
（会社の良い所、若手社員など）

マンガの評判を伺うためのアンケート

集計期間11月初旬 30票目標



課題として…

・漫画しか検証できない点。パンフレットの効果検証ができない。

大学連携広報活動

制作過程 3

12月下旬までに冊子を9割完成させる
同時期にラフの段階で本アンケートを開始



全12ページ構成

～7ページ：マンガ

～12：会社紹介

(どんな会社か、強み、募集要項等)

- ・ブランド
- ・自社製品について
- ・有給取得率など

新人さんの紹介

- ・これからやりたいこと

研修無償招待券

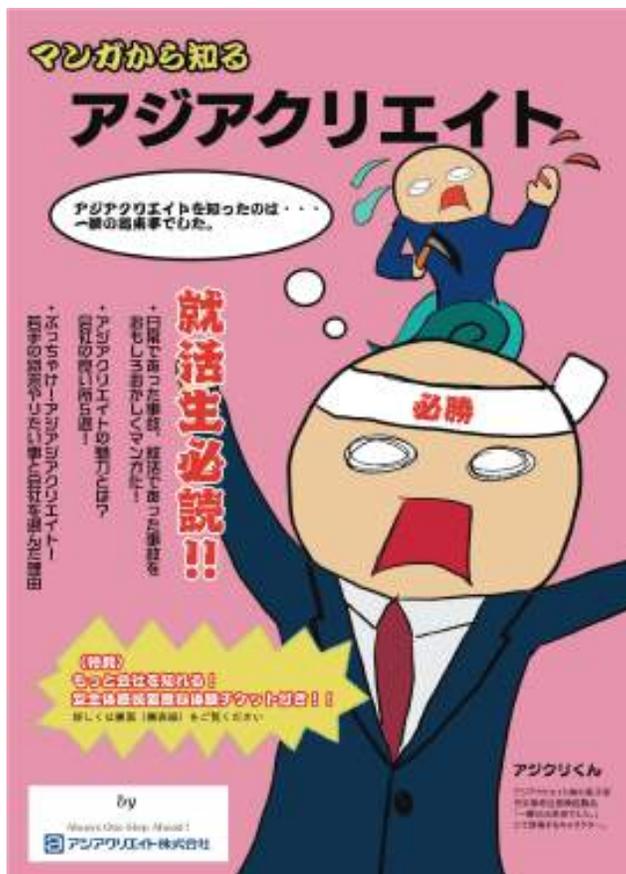
冊子の評判を伺うためのアンケート
どのページに興味を持たれているのか
調べる



大学連携広報活動

制作過程 4

冊子の最終調整（12月下旬～1月）



- ・ご要望に上がった【原作との差別化】から

表紙の色を春らしい桜色へ変更する

- ・【訴求力の強化】から

「就活生必読」や大きな吹き出しなどを設ける

←キャラクター名を追加

旧



新



- ・吹き出しを雲の形へ変える
- ・チケットを目に付きやすい色で囲う

などの細かい修正や追加を中心に進めました。

大学連携広報活動

冊子について

表紙



「就活生必読！」
や目立つ吹き出しを
使い訴求力を高める



裏表紙



チケットも同様に
目立つ見た目に



大学連携広報活動

冊子について

1ページ



2ページ



事故に関連する要素を持つ装置の紹介

この場合は刃物

大学連携広報活動

冊子について

3 ページ



4 ページ



大学連携広報活動

冊子について

5ページ

6ページ



就活であったきけんな話は、
現在、原作のマンガを作られている竹之下様が作画。

原作のマンガ「一瞬の出来事でした。」もあることを紹介

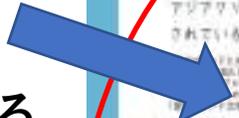
大学連携広報活動

冊子について

7 ページ

会社の説明部分は
硬いイメージを避ける
ために口語調に

かつ、統一感のある
デザインに起こし
読みやすく。



ぶっちゃけ！！アジアクリエイト！！

会社の**イ**所 5 選！！

① 認知ブランドに認定されてる事！

アジアクリエイトは認知ブランド企業に認定されているんだ！

② 自社開発に優れている事！

アジアクリエイトでは自社製品開発が得意！設計から組立まで一貫で完結しているんだ。安全体感装置も、海外先企業から「こんな危険を助益する装置が欲しい！！」という声から独自で研究開発するんさって！

さらに、安全体感装置以外にも製造現場の困りごとを解決するために、自動機械の技術・サービスによって様々な製造現場を助けているよ！

まさに、ものつくりが好きな人にもってこいな会社だね！

この「一輪の出発点でした。」シリーズも自社製造のパーツ！

給や映像を使用した自社製品もある！！

Alchi Quality

送達タンクペコ安全体感装置

VR 安全体感装置

7

8 ページ

グラフなどを活用し
より見やすくする。

③ 企業収益が好調！

企業収益（売上）も業績の好調のアジアクリエイトの魅力！21期から22期までに大きく収益を上げており、22期と比較すると55%増（5億1000万円）も上げており、会社の成長が見られる。

期	収益 (万円)
21期	25000
22期	81000

④ 取引先が豊富！

多くの取引先をもっているのもアジアクリエイトの魅力！

海外の企業とも取引をしている！

⑤ 社内イベントがあり、活気がある！

社内では、季節ごとに行事も行っているんだ。新年には門松、福笑い、夏にはバーベキュー、ある年は社員旅行にも行くみたい。

他にも・・・

- 50% 年間有休取得率 (全社員平均)
- フレックス 制度あり
- 健康経営優良法人認定あり

8

大学連携広報活動

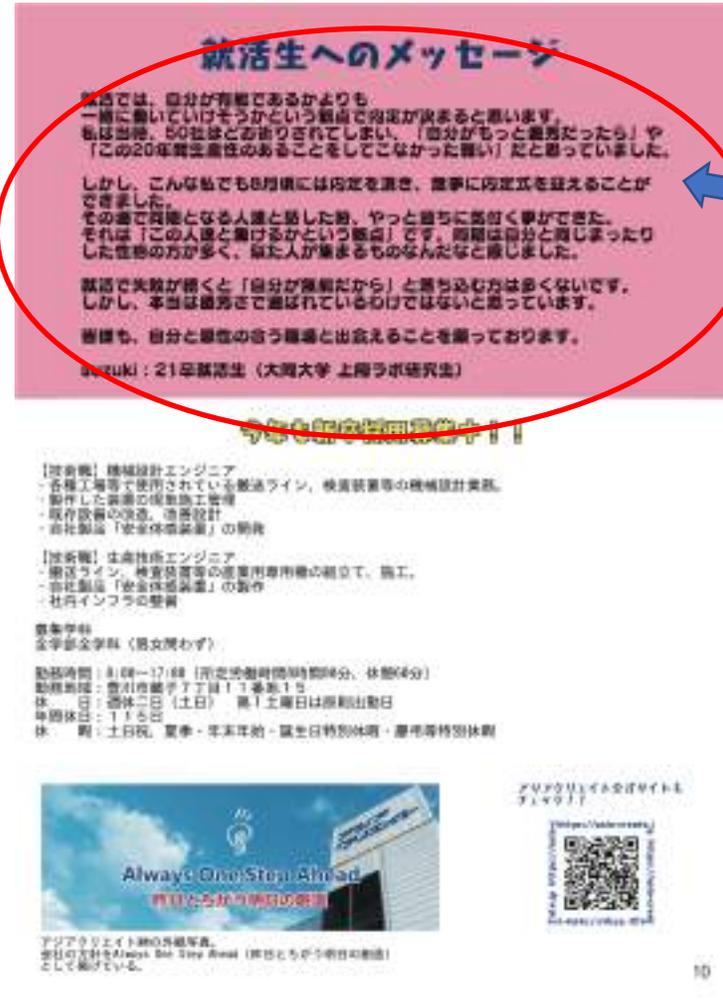
冊子について

9 ページ



こちらにも硬いイメージ
にならず口語調に

10 ページ



実際に就活を経験
した上での感想を
踏まえメッセージ
にしました。

次の就活生たちへ
の励みになれば
と掲載。

大学連携広報活動

調査資料（アンケート結果）

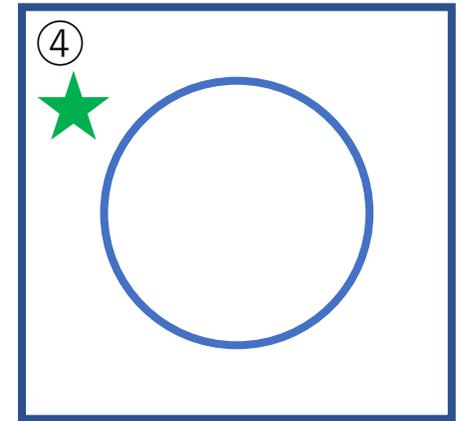
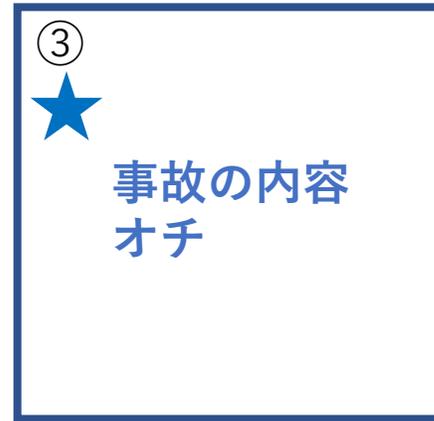
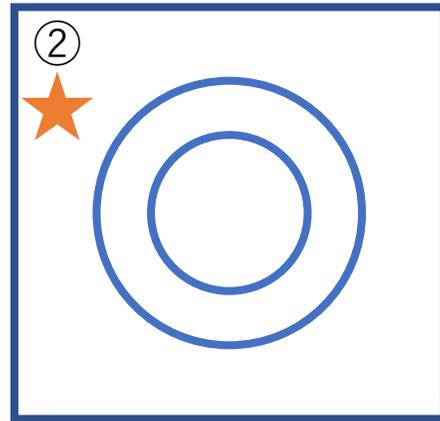
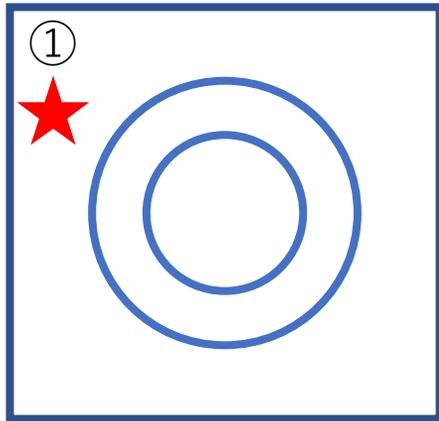
1：マンガのみのアンケート結果

2：冊子を通じたアンケート結果

漫画のアンケート結果

漫画のアンケート結果です
目標30票 全33票

「①楽しめる要素であるか」 「②危ないことであると理解できているか」
「③どの要素に注目されているか」 「④極端に現実からずれていないか」



集計方法

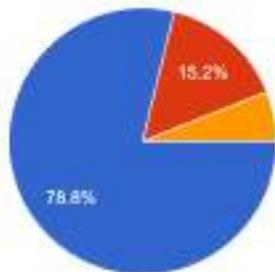
- ・ 学内の友人や知人から
- ・ twitterなどのSNS上で回答の呼びかけ

大学連携広報活動

回答者の要素

性別について教えてください

33件の回答



- 男性
- 女性
- 答えたくない

- 教育・学習支援業
- 医療・福祉
- 公務員
- 農業・林業
- 漁業
- 自営業・経営者
- 学生
- パート・アルバイト

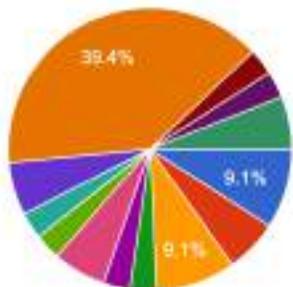
- 無職
- その他

▲ 2/3 ▼

▲ 3/3 ▼

職業について教えてください

33件の回答



- 製造業
- 建築業
- 情報通信業 (IT、インフラ含む)
- 運輸業・郵便業
- 卸売業・小売業
- 金融業・保険
- 不動産業
- 飲食・サービス業

▲ 1/3 ▼

回答者の要素

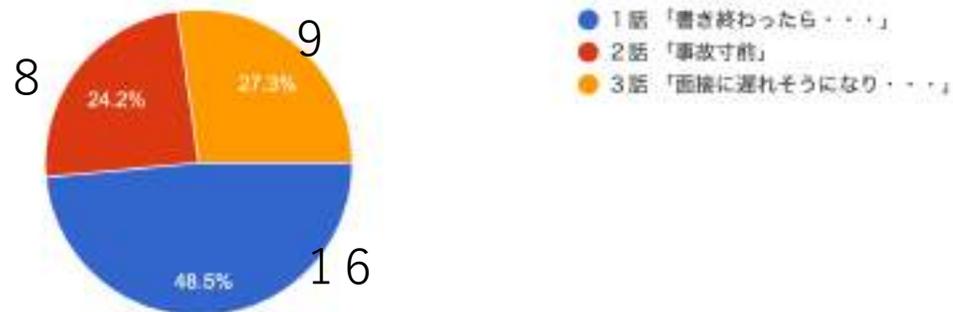
- ・ 男性が中心
- ・ 職業は学生、情報、製造が多い
- その他経営者から無職まで広く取得できた

大学連携広報活動

就活編のアンケート結果

(1) 一番印象に残った話を教えてください（就活...回答でお願いします。全話の中ではありません）

33件の回答



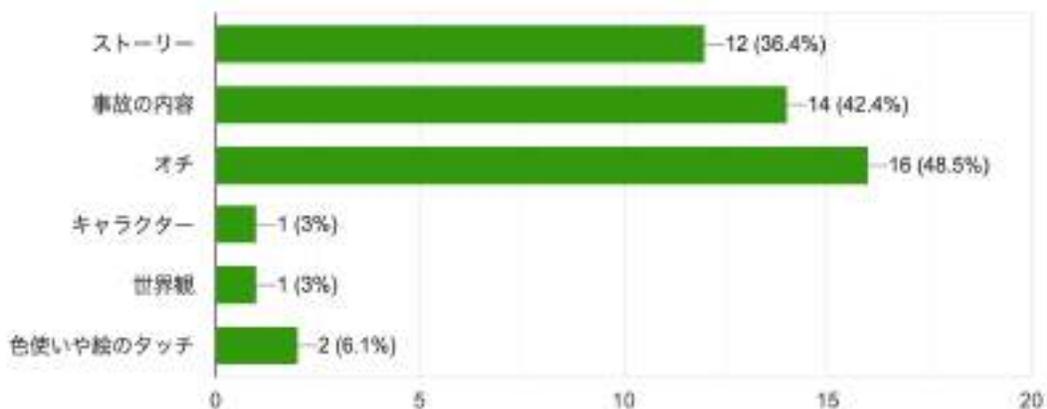
質問事項4番（次ページ）

と照らし合わせると、より「あるある」と思われる内容は、印象にも残りやすいようだ。



(2) どのような点で印象に残ったか教えてください（複数選択可）

33件の回答



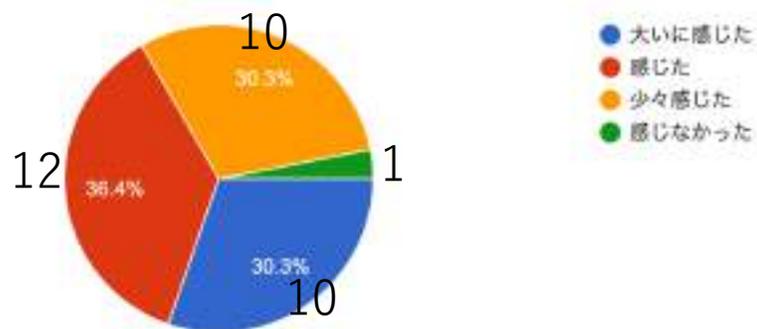
大学連携広報活動

就活編のアンケート結果

あるあると感

(3) この内容について、回答者自身の経験から「...じたか教えてください（近い経験談でも可です）」

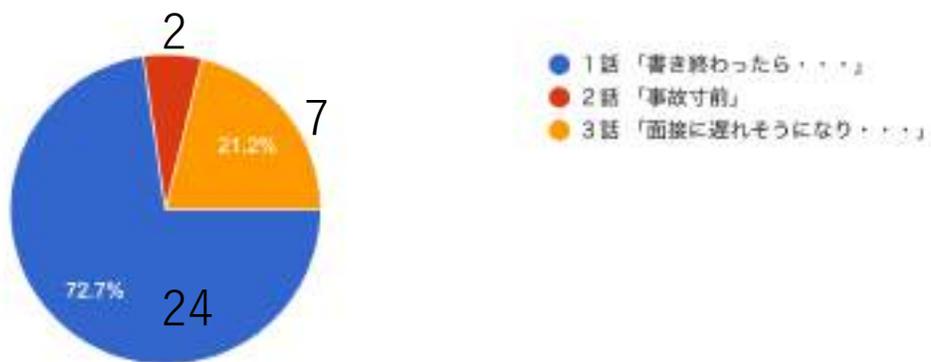
33件の回答



1名「あるあると感じなかった」を選択。100%を獲得することができなかったが、9割は「あるある」と感じている為、現実から乖離しすぎているということはないようだ。

(4) 一番「あるある！」と感じた話を教えてください

33件の回答



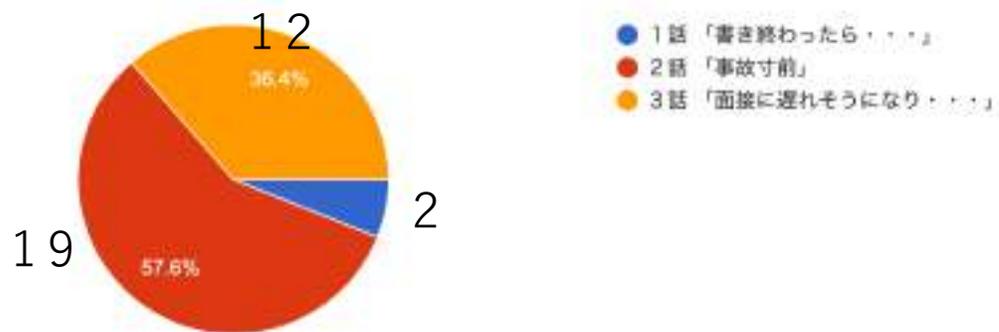
ただ、その殆どが「書き終わったら」、つまり「履歴書の失敗」をテーマにした漫画に選択している為、これが一番体験談としては多いと言える。2人「事故寸前」に投票している点が私はおもしろい結果だと感じている。少なからず、全国どこかに同じような経験をしている人が居るかもしれないという点だ。

大学連携広報活動

就活編のアンケート結果

(5) 一番遭遇したくないストーリーを教えてください

33件の回答

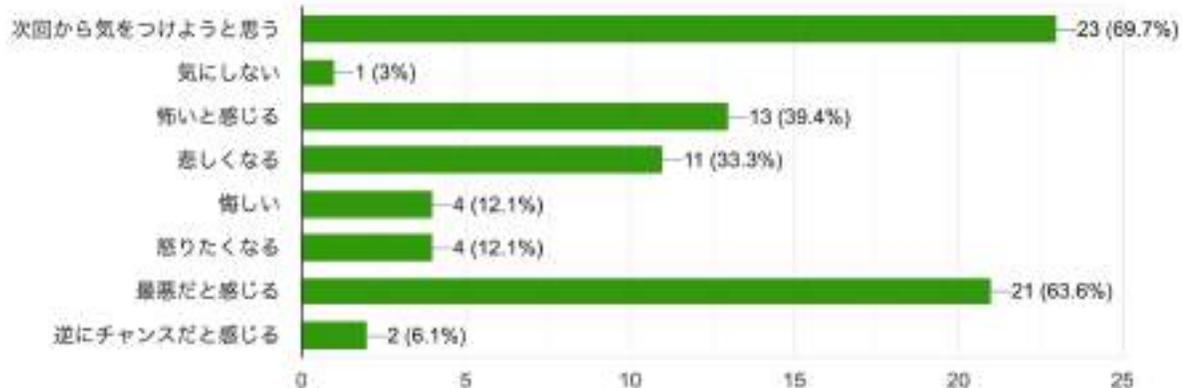


読者へのインパクトとしては「面接に・・・」と「事故寸前」が大きいと考えられる。

もし自分が同じ状況に陥った

★ (6) 実際に経験した方も経験していない方も、「...た」場合、感じることを最大3つ教えてください

33件の回答



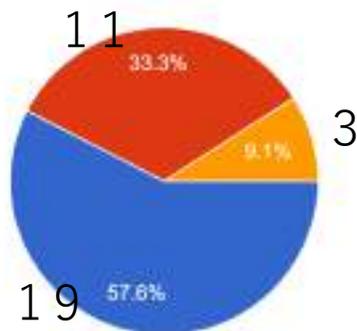
次回から気をつけようという票数がしっかり入っているため「危ないことだと理解されている」と考えられる。

大学連携広報活動

就活編のアンケート結果

(7) 実際に経験した方も経験していない方も、このように気をつけようと思ったか教えてください

33件の回答



- 大いに思った
- 思った
- 少し思った
- 思わなかった
- 自分はミスしないからどうでもいい

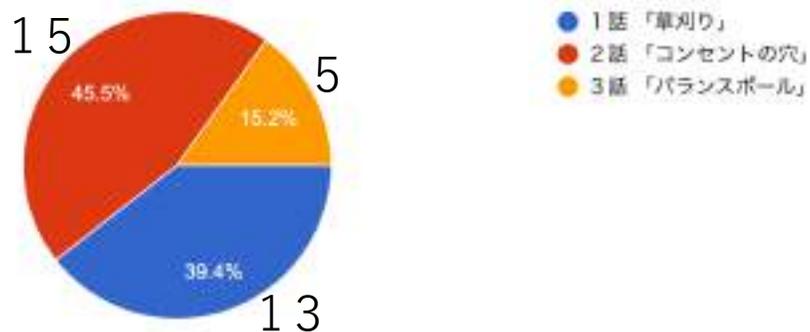
ほとんどが「気をつけようと思った」に回答しており、注意喚起用としての漫画として使用することができる。
ただし（〇〇な場面に注意しよう）などの解説は必須。

大学連携広報活動

日常編のアンケート結果

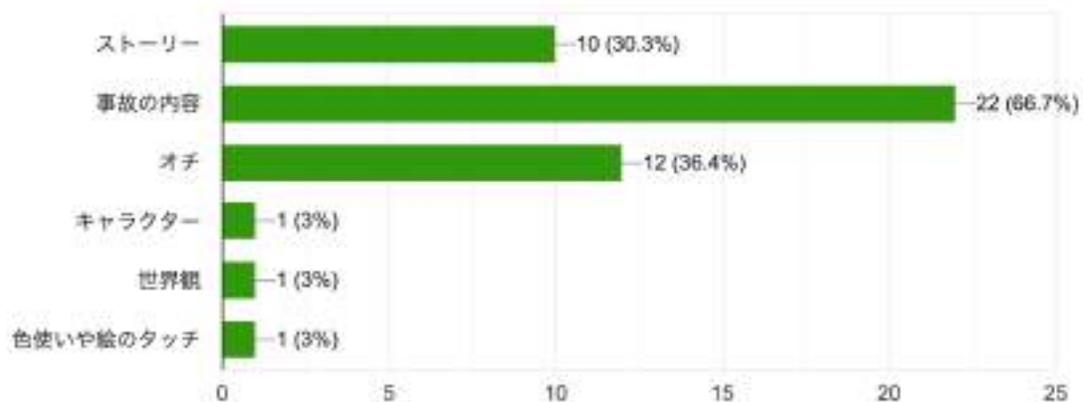
(1) 一番印象に残った話を教えてください (日常...回答をお願いします。全話の中ではありません)

33件の回答



(2) どのような点で印象に残ったか教えてください (複数選択可)

33件の回答



就活編に比べて、「事故の内容」への票が多くなった。

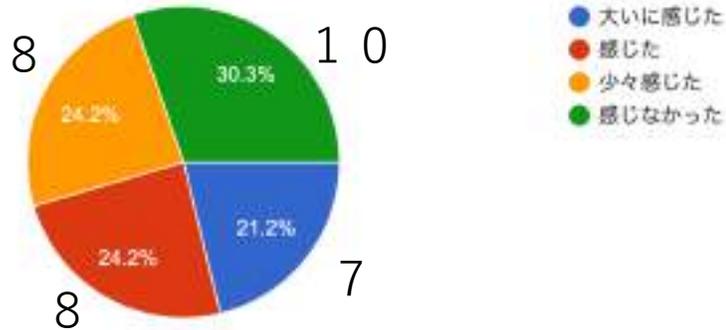
大学連携広報活動

日常編のアンケート結果

あるあると感

(3) この内容について、回答者自身の経験から「...じたか教えてください（近い経験談でも可です）」

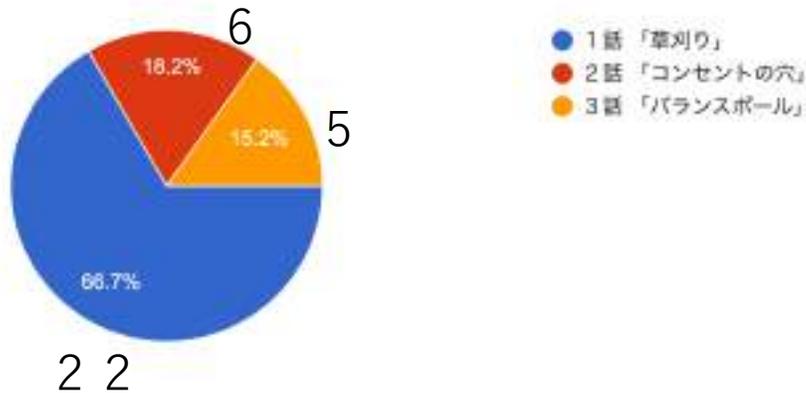
33件の回答



「あるあると感じなかった」に10票入っている。全体的に見れば少しでも感じる方が多いが、就活編より現実とのズレが生じている。

(4) 一番「あるある！」と感じた話を教えてください

33件の回答



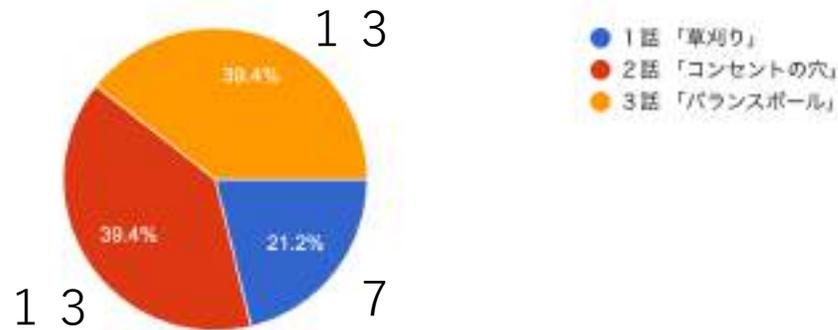
が、質問事項⑤であるあると感じにくかった「コンセント」と「バランスボール」に「遭遇したくない」の票が多く、コメントを含めると読者へのインパクトや新体験は大きいのではないかと考えた。

大学連携広報活動

日常編のアンケート結果

(5) 一番遭遇したくないストーリーを教えてください

33件の回答

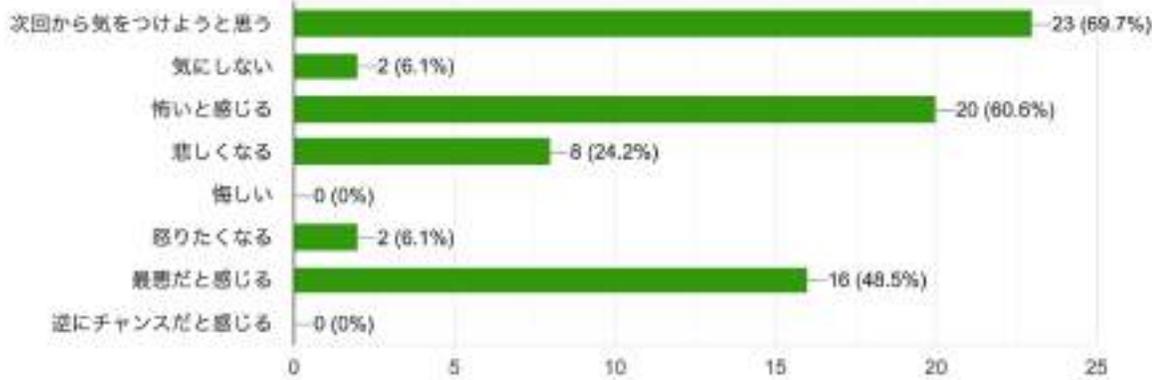


読者へのインパクトとしては「コンセント」と「バランスボール」が大きいと考えられる。

もし自分が同じ状況に陥った

(6) 実際に経験した方も経験していない方も、「...た」場合、感じることを最大3つ教えてください

33件の回答



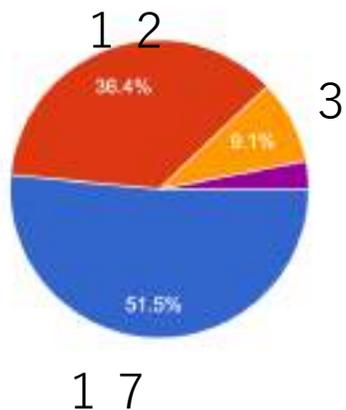
次回から気をつけようという票数がしっかり入っているため「危ないことだと理解されている」と考えられる。

大学連携広報活動

日常編のアンケート結果

(7) 実際に経験した方も経験していない方も、このように気をつけようと思ったか教えてください

33件の回答



- 大いに思った
- 思った
- 少し思った
- 思わなかった
- 自分はミスしないからどうでもいい

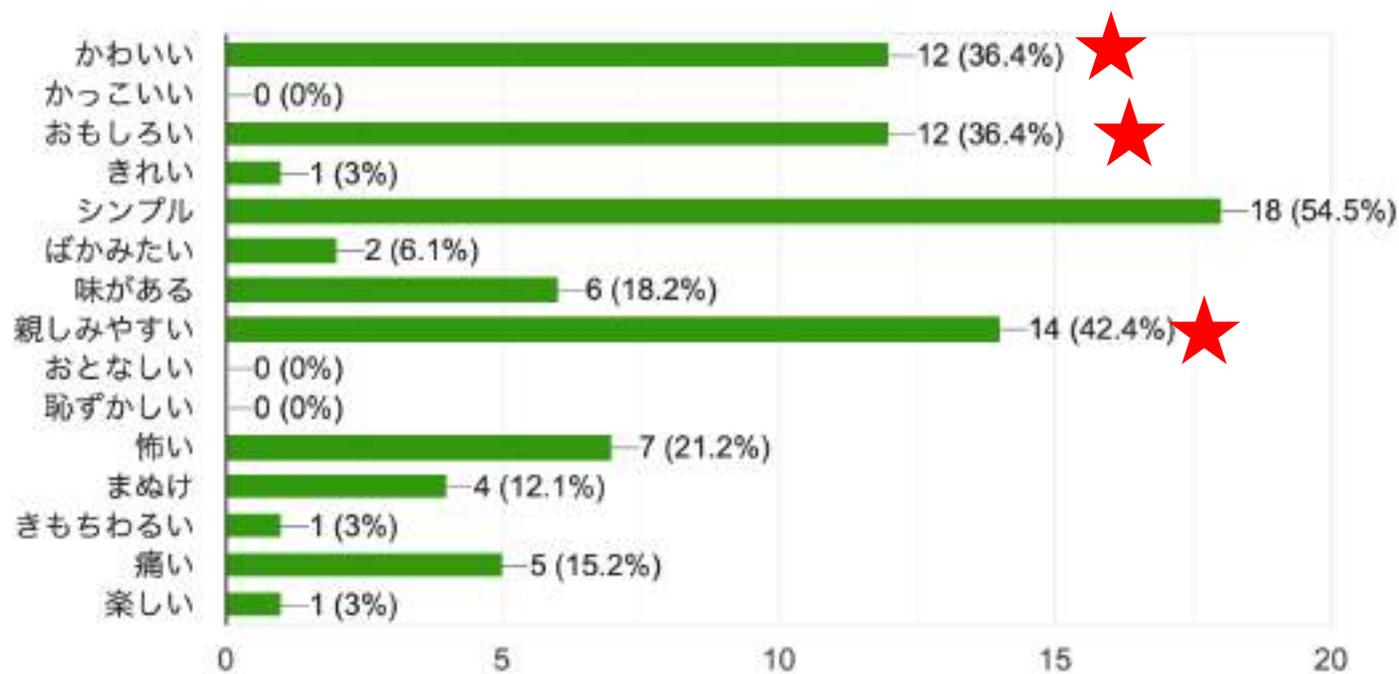
ほとんどが「気をつけようと思った」に回答しており、注意喚起用としての漫画として使用することができる。
ただし（〇〇な場面に注意しよう）などの解説は必須。

大学連携広報活動

全編を通しての印象アンケート結果

このマンガに対しての第一印象を3つ教えてください (一番考えに近いものを選択お願いします)

33件の回答



全体の印象を通すと
シンプルをトップに、「親しみやすい」
「かわいい」「おもしろい」に票が
多く、楽しめるコンテンツとしては
好印象であったと言いたい。

大学連携広報活動

全編を通しての印象アンケート結果

その他コメント等ございましたらご記入お願いします。（必須ではない）

7件の回答

ストーリー自体はシンプルながらも共感できる点や衝撃的なネタがインパクトを与えてくる漫画であると感じました。



こういう漫画があるということは確率的には起こり得ることだから、これらを読んだときにこれからは自分に起こらないようにより注意する情報としてよいかな。



漫画の内容は例外もあるが好奇心や感情の揺れによって起こっていて、気をつけていたりしても起こりうるという点に少し怖さを感じた



楽しいアンケートでした！



コメントぎりぎりやりました...w・w

卒業制作頑張ってください。応援してます。

見やすい漫画でよかったです！内容もよかったです！



大学連携広報活動

調査資料（アンケート結果）

1：マンガのみのアンケート結果

2：**冊子を通じたアンケート結果**

冊子のアンケート結果

冊子のアンケート結果です
目標30票 全30票

冊子に実際に目を通してもらい「どのページに興味を持たれるか」を調べます。

一位

就活であった
きけんな話



二位

日常であった
きけんな話



三位

表紙



集計方法

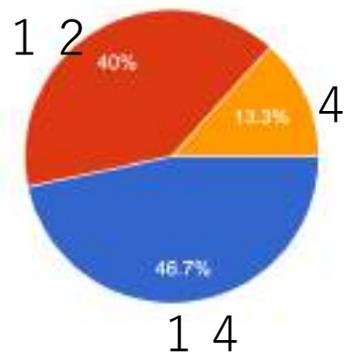
- ・ 学内の友人や知人から
- ・ twitterなどのSNS上で回答の呼びかけ

大学連携広報活動

回答者の要素

性別についてお伺いします。

30件の回答

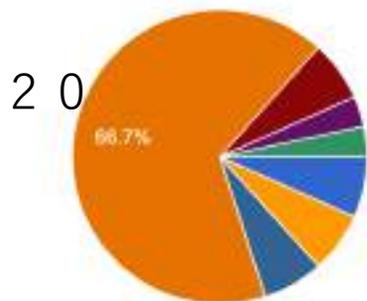


- 男
- 女
- 答えたくない

第二回目のアンケートは男女ともに半数近くとなり前回に比べ学生中心に票を取得できた。

職業について教えてください

30件の回答



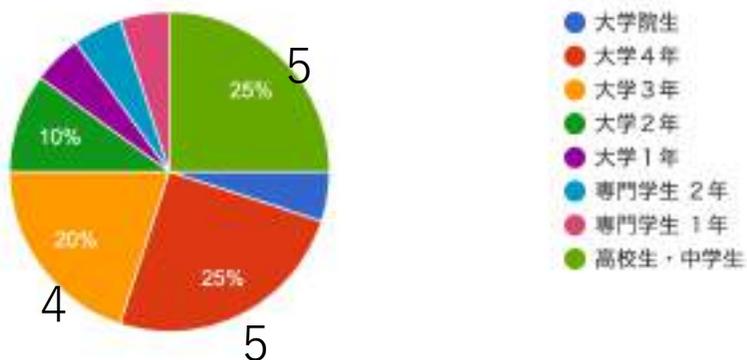
- 製造業
 - 建築業
 - 情報通信業 (IT、インフラ含む)
 - 運輸業・郵便業
 - 卸売業・小売業
 - 金融業・保険
 - 不動産業
 - 飲食・サービス業
 - 教育・学習支援業
 - 医療・福祉
 - 公務員
 - 農業・林業
 - 漁業
 - 自営業・経営者
 - 学生
 - パート・アルバイト
 - 無職
 - その他
- ▲ 1/3 ▼ ▲ 2/3 ▼ ▲ 3/3 ▼

大学連携広報活動

回答者の要素

学年についてお伺いします。(学生を選択した方のみ)

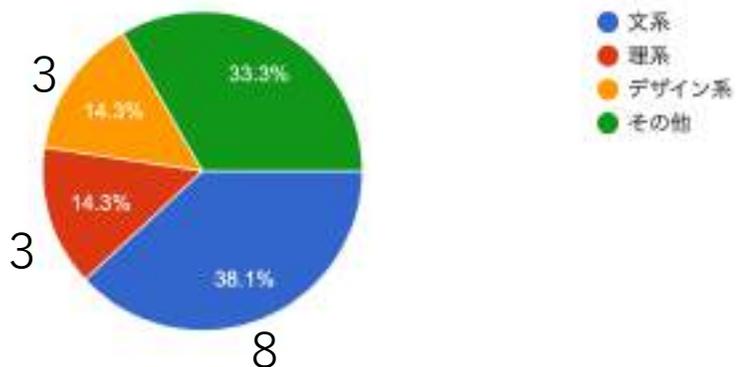
20件の回答



うち学生の内訳は
高校生・中学生が5票
大学4年が5票
大学3年が4票
の順に続いた。

学部、学科についてお伺いします。(学生を選択した方のみ)

21件の回答



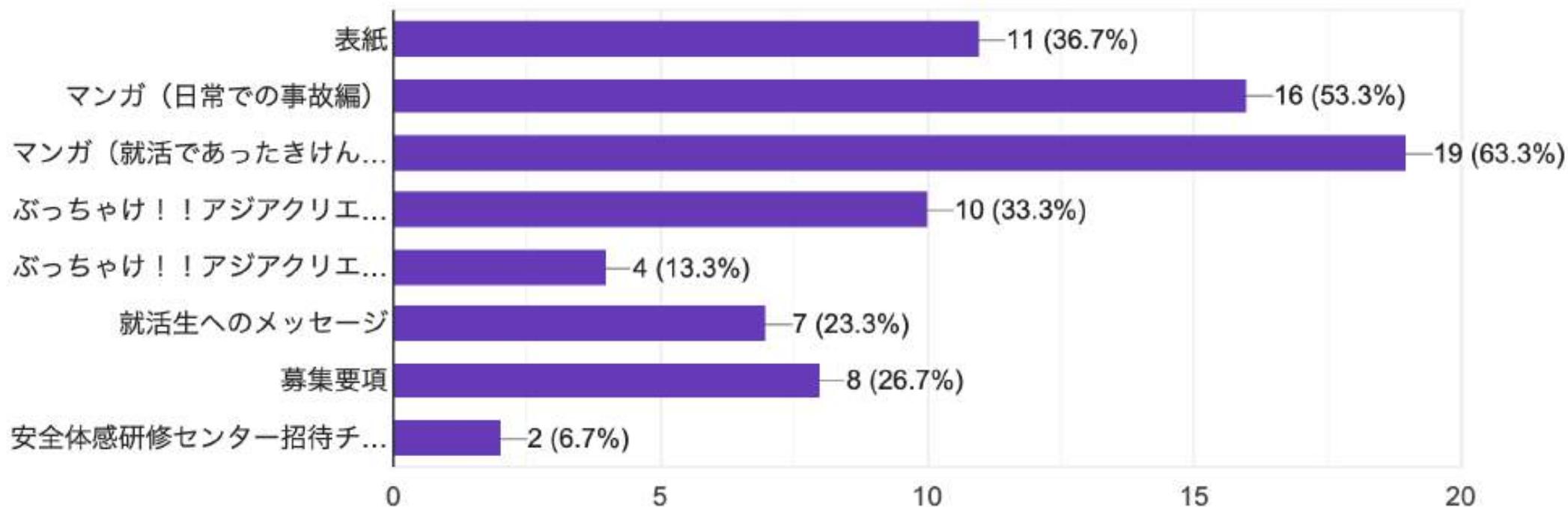
学部の内訳は
文系が8票
理系が3票
デザイン系が3票

大学連携広報活動

冊子のアンケート結果

(質問1) この冊子を読み、興味を持ったページを3つご回答お願いします。

30件の回答



大学連携広報活動

冊子のアンケート結果

(質問2) 付随して、なぜ(質問1)の回答を選んだのかコメントをお願いします。

30件の回答

無難に選びました

四コマが面白い。グラフでわかりやすかった。

- ・会社のいいところでは、大きく5つの魅力に分けてタイトルを付けてそれぞれ紹介しており、大まかに会社について知ることが出来ると感じたため。また、漫画で使用している絵は自社製品でも使用されているという点でキャラクターをきっかけに製品を知ることにも繋がるのではないかと思った。
- ・就活であった危険な話は、就活生が予め気を付けるべきことがさわりだけでも分かるため、便利に感じた。
- ・特に日常での事故では、前もって大まかに調べた事業内容に補正を掛けるように日常で気を付けるべきことが紹介されるため、より理解の促進につながると思った。※ブースで配布する場合を想定してのコメント。

面白いイラストがあって、内容もわかりやすいから

活字より見ていて楽しい

表紙は目につく。漫画は、絵と文章で視覚情報も入ってきて分かりやすい。

一番目についたから

大学連携広報活動

冊子のアンケート結果

一通り読んだ時に印象に残った為

やはりマンガは読みやすい。それと同じく、図とグラフは目を引く。

表紙:大きく乗せられたイラストが印象的だった。

マンガ:イラストがかわいくてついつい読んでしまった。文字で書かれるよりもマンガで描かれていた方が内容が頭に入ってきやすいと感じた。

イラストがあるとそちらに目が行きやすいのと、自分と年齢が近い人の意見等は興味があるため。

マンガだとイメージしやすく、見やすかったので。

冊子を見て安全体感について興味を持ったため

- 1.仕事上で何を気を付けるべきなのかを知る事は大事
- 2.若い人がやりたい事を受け入れる側が知る事も大事

いい点が分かりやすくまとめられていた

大学連携広報活動

冊子のアンケート結果

就活あるあるや危険な話で共感を覚えたのと、こう言った情報があると企業が選びやすいと感じたので

会社の就活に必要な情報が分かるから

就活の内容に親近感が湧いた

イラストが良かったです。

注意喚起になった為

面白かった

漫画が目をついたから

個人的に一番知りたいこと(会社の制度、社員の雰囲気)が書いてあったため

大学連携広報活動

冊子のアンケート結果

まずは表紙ですが、絵に惹かれました、読んで興味を持ったというより、この表紙なら手に取ってみると思ったからです。私は表紙が合わない本は内容を見ようとは思わないから。

次に漫画部分ですが、ごちゃごちゃしてない簡潔なイラストがあると内容理解がしやすいし、私は見て面白かったです。

最後に記事の部分ですが、若手が...の方よりも、グラフなどのおかげで見やすかったです。

いい所を紹介してくれるのが最もわかりやすい

工場で働いてると危険な事が多いので、こうやって危険防止を追求してる会社は魅力的で素晴らしいと思ったからです。

実体験を踏まえたメッセージが良かった。全く同じ所で悩んでいたので一番心に響いた。

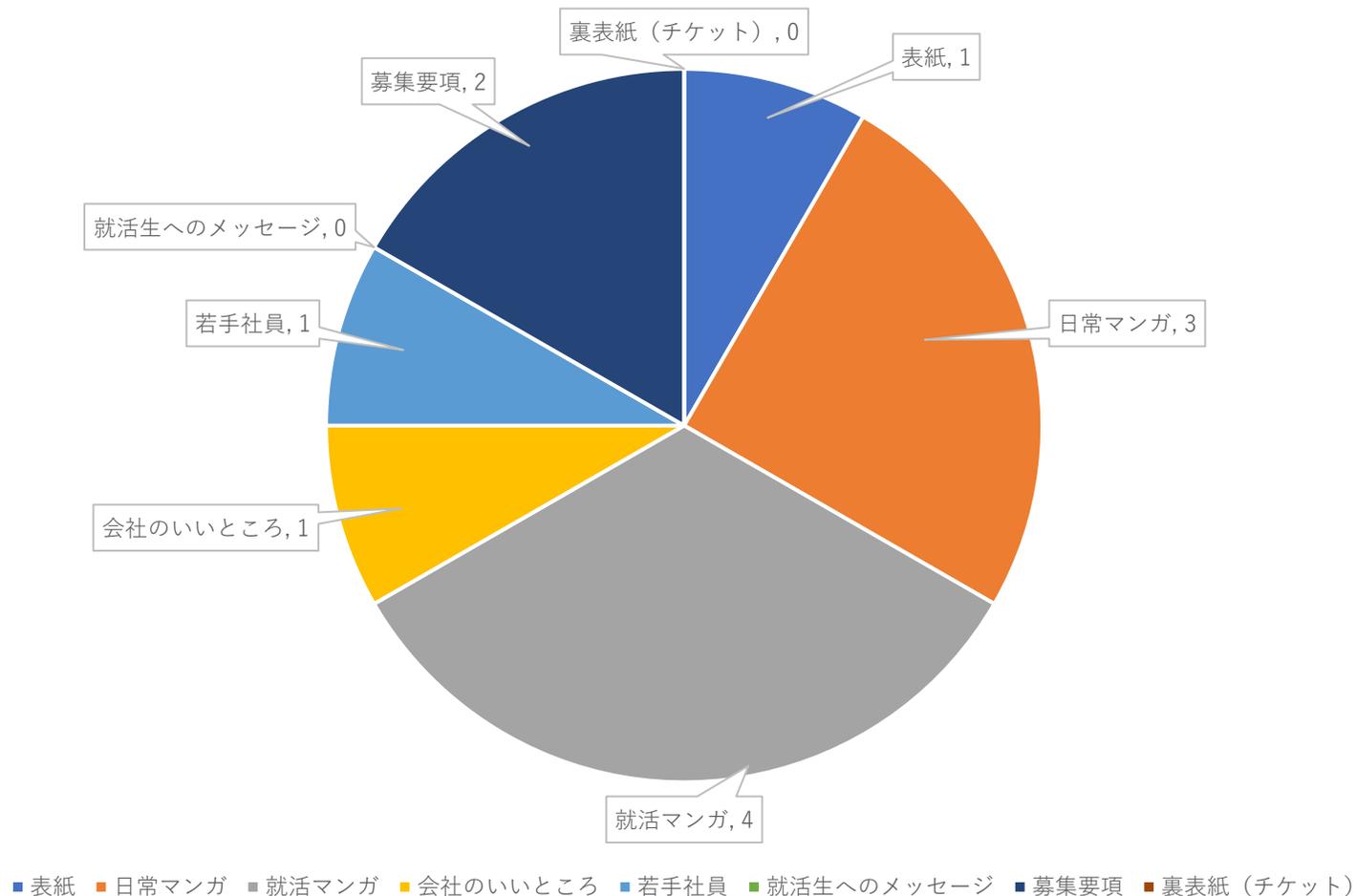
わかりやすい

漫画はわかりやすかったから

大学連携広報活動

冊子のアンケート結果

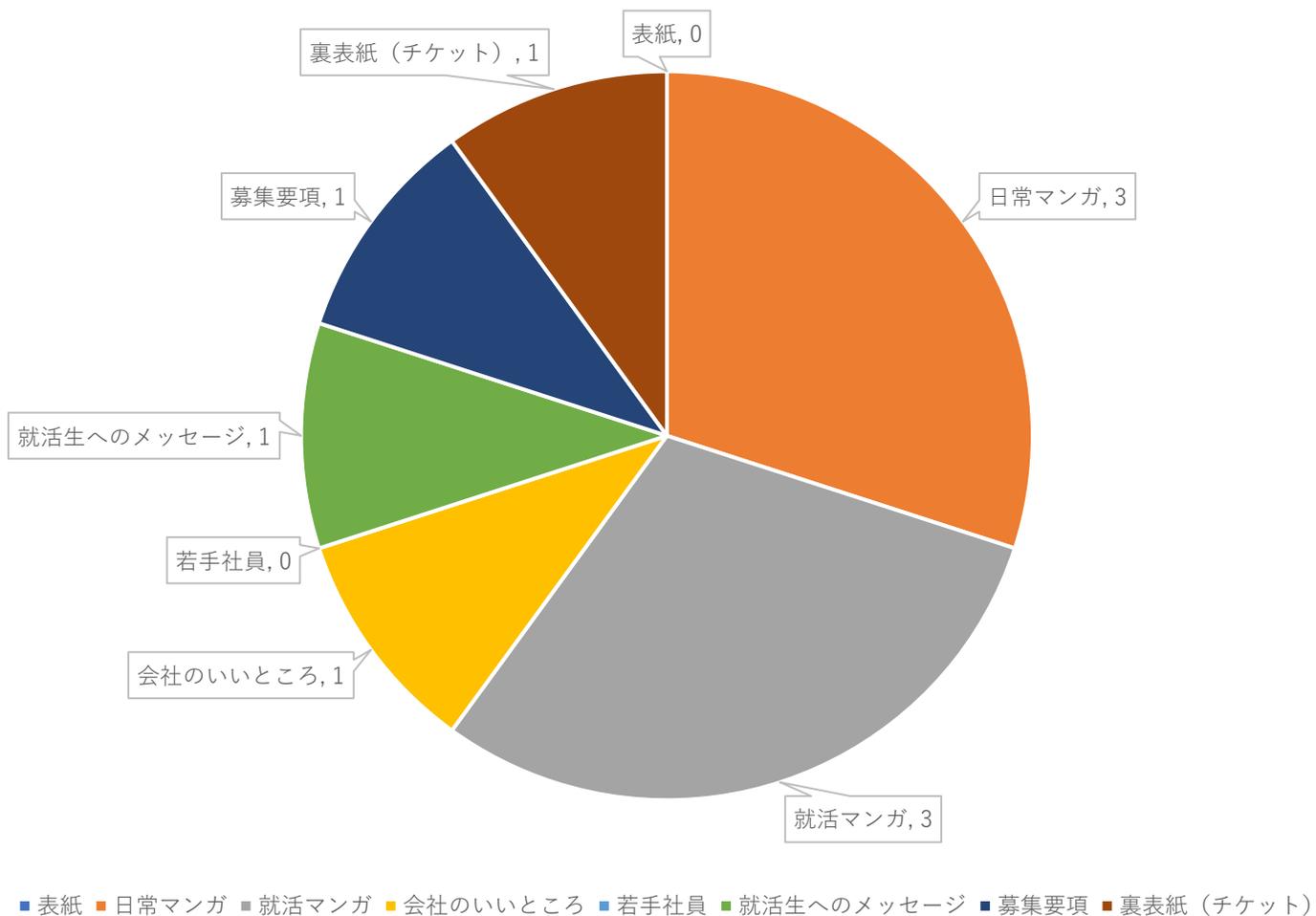
大学4年生が興味を持ったページ（全5人：一人3票まで）



大学連携広報活動

冊子のアンケート結果

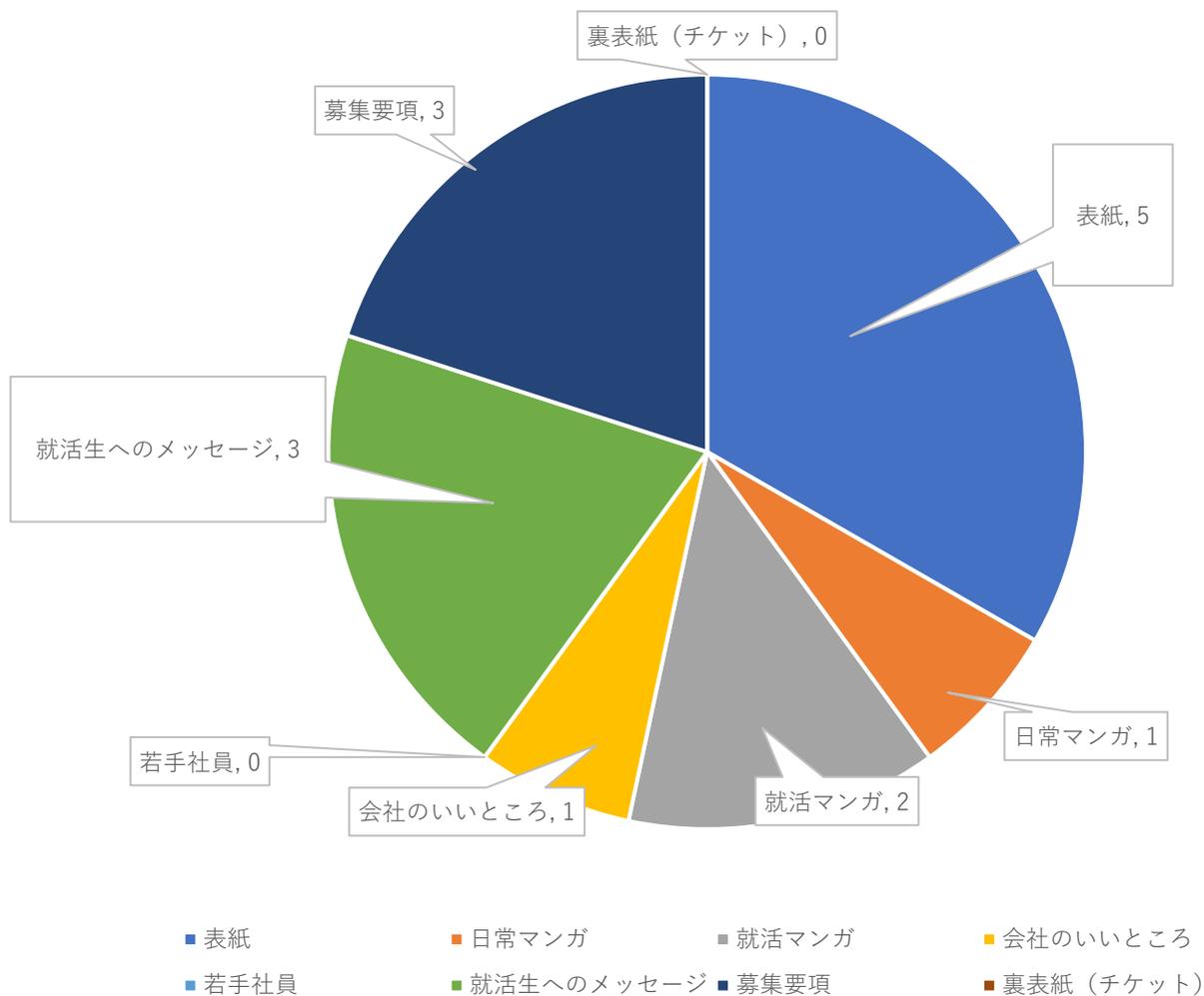
大学3年生の興味を持ったページ（全4人：一人3票まで）



大学連携広報活動

冊子のアンケート結果

高校生・中学生の興味を持ったページ（全5人：一人3票まで）



サンプルの多い大学4年、3年、高校生（中学生含む）のみでページ分析をした所やはり2種類のマンガは大きな影響を及ぼしている。

が、高校生（中学生含む）のデータのみ大学生と逆転した結果となった。

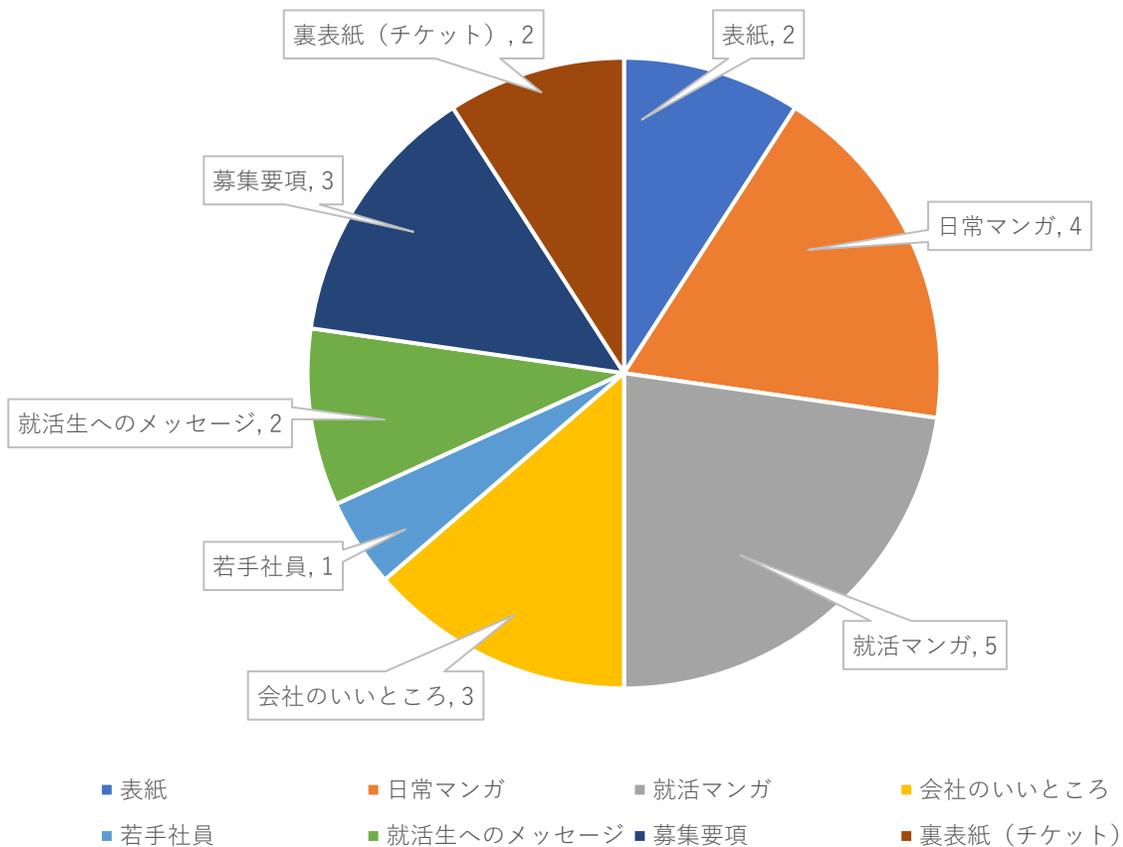
これは、まだ就活に本格的になっていない年代である事から、マンガよりも就活に役立つ情報のが興味を示すのか

高校生ぐらいの年代だと、その他有名なマンガに慣れ親しむ時間の多い年代とも言えるためあまり興味を持たれなかった結果とも考えました。

大学連携広報活動

冊子のアンケート結果

文系学生が興味を持ったページ（全8人：一人3票まで）



技術系企業であるアジアクリエイト(株)とは無縁に近い文系学生でも票を見てみた。

こちらでもマンガの票数の多いがコメントを踏まえて見ると、以外にも興味を持って頂けているように思える。

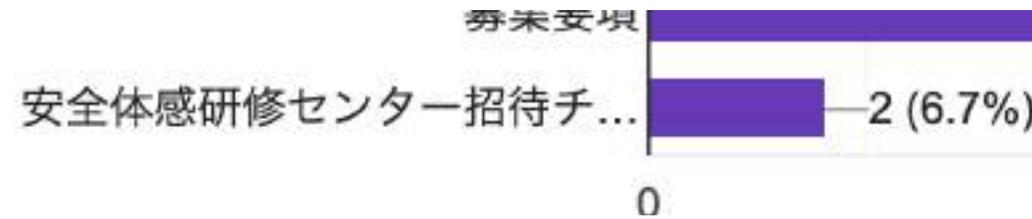
【文系学生からのコメント】

会社の就活に必要な情報が分かるから

マンガだとイメージしやすく、見やすかったので。冊子を見て安全体感について興味を持ったため"

大学連携広報活動

アンケートの上での + α



安全体感研修センターに興味を持った人が非常に低い
→ 冊子を手にとり読んでみるだけでは興味を持たれにくい
→ もしくは、見にくく気づきにくい

その為、使用を想定している企業説明会にて
「～なことやってます!!」と口頭でのアピールが必要

体験内容はアジアクリエイト(株)様が今後作成するため
どのように使われるか楽しみである。

大学連携広報活動

冊子のさらなる改善案



権利上の観点を考慮し、今回は掲載しなかった。

可能であれば取引先のロゴなども載るとより、ひと目でどこと取引しているかがわかりやすくなると考えています。

冊子のさらなる改善案



昨今のコロナウイルスの状況もあり、マスクを外しての撮影が不可であった点。

状況が落ち着いた後にマスクを外したバージョンの写真に切り替えることも表情がよりわかるようになって良いと考えています。

大学連携広報活動

企業からのコメント

アジアクリエイイト(株) 佐藤様

全体としてマンガだと「わかりやすい」「見やすい」といった感想が多いと感じます。
文字の羅列よりもいかに絵で表現したほうが良いかという事が明確になったと思います

(逆をみれば、その是非は別にしても文字を読まなくなっているという時代の表れでしょうか)

”絵で見る労災”シリーズも我々の想像以上に販売冊数を伸ばしている事からみても、これからのプレゼンテーションの在り方の一つは「絵（マンガ）」がキーワードである事、更に言えば絵にするにしてもあまり凝ったものではなくシンプル性が今の時代に合っているのかなと推察しています。

本誌を使っの採用活動は今からですが、どのような結果が出るのか楽しみです。

大学連携広報活動

さいごに

佐藤様からのコメントの通り

票数などをみてもマンガの票が多く、絵で表現することの重要性を学びました。

それ故、文字に触れる人が少なくなっていく場合に備えて、今後社会に出て資料などを作成する時にはイラストなども使ってみてより伝えやすい工夫をしていきたいと思いました。

この一年を通して初の印刷物の作成を行い、様々なことを経験できたと思っています。

私は、ある分野で自分で作成した印刷物を出版する夢を持っています。そのため

この一年は、そのときに活かされたと考えています。

最後に、作成した「マンガから知る、アジアクリエイト」によって

アジアクリエイト(株)に少しでも興味を持って頂ける学生が増えることを願っています。

大学連携広報活動