

2021年度

情報デザイン学科 メディアデザイン専攻

卒業研究

SATOH 株式会社 佐藤鉄工所
卒業研究

ゲーム&PRムービー

『佐藤鉄工所ボードゲーム』

大同大学 上岡研究室

D18053 : 所 河雅斗

D18071 : 福島 健斗

産学官連携広報活動



目次

P2 ……AQPR活動について

P3 ……研究意義

P4 ……佐藤鉄工所とは

P5 ……研究過程

P6 ……初回訪問

P7 ……課題点

P8 ……企画提案

P9 ……活用方法について

P11 ……プロトタイプ制作

P12 ……第二回訪問

P13 ……テストプレイ

P14 ……外箱デザイン

P15 ……説明書デザイン

P19 ……企画コンテ

P20 ……第二回訪問

P21 ……デモ動画・ロケハン

P22 ……撮影

P26~27 ……効果検証

P28 ……企業様からの評価

P29 ……研究を通しての感想

産学官連携広報活動



AQPR活動について (AQPR…Aichi Quality PR Project)

- このプロジェクトは、「**地域の魅力発信**」**広報**を研究テーマに掲げている大同大学上岡研究室が、愛知県が優れたモノづくり企業として認定している「**愛知ブランド企業**」と、愛知県産業振興課のご協力を得て進めているものです。

(上岡研究室HPより抜粋：https://www.aichi-brand.jp/AQPR_UeokaLab/)



研究意義

- 「広告が効かない」時代と言われているが、企業活動を継続する上で欠かせない要素の一つに「広義のプロモーション*」が挙げられている。

「プロモーション」とは、広告広報目標達成に向けて推進する事であるが、**この推進方法を今の時代やターゲットに適した手法に変換することで、効かない広告からの脱却が可能になるのでは無いかと考えた。**

特に、愛知県内のものづくり企業においてはその傾向が高く、本研究制作によって、**社内意識の向上やリクルート活動の向上につなげる事を、本研究制作の意義**とする。

* 広義のプロモーション:4P(<https://www.synergy-marketing.co.jp/glossary/4p/>)

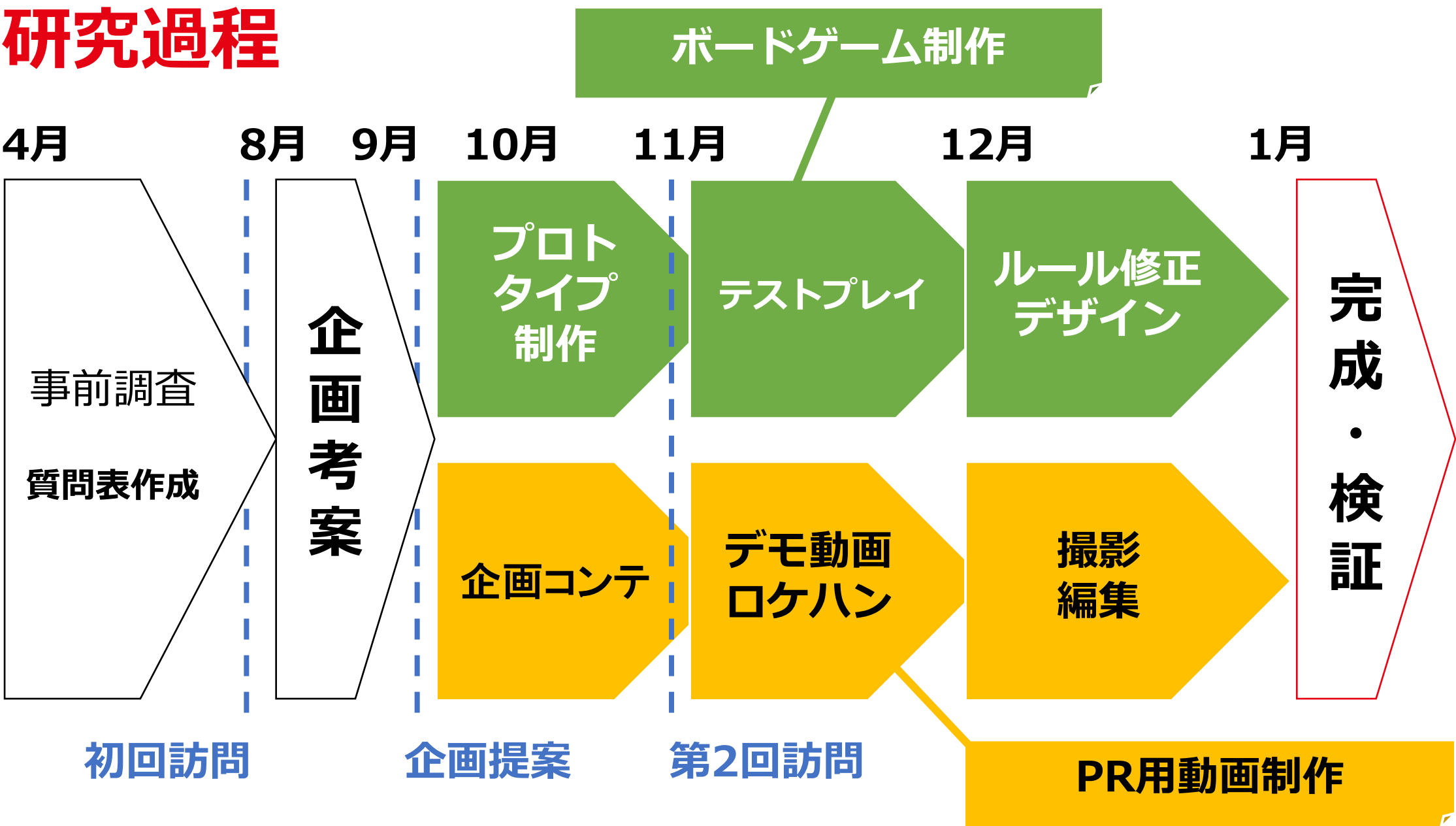
研究対象企業：『株式会社 佐藤鉄工所』

- ・ 大型～小型の「**堅型樹脂製系機**」の開発・製造・オーバーホール
- ・ 「**大型機械加工**」による自動車産業機器の製造・オーバーホール
を行なっている企業である。

(株式会社 佐藤鉄工所 公式HPより抜粋：<http://www.satoh-gr.co.jp/company/st/>)



研究過程



初回訪問(2021年7月29日)

企業様の現状、ご要望等を確認しました。

- ・ 現在のリクルート手段

→ HP、マイナビ、ハローワーク

- ・ 強みと弱み

→ 強みは技術力、弱みはマンパワー

- ・ 制作物の形式

→ 動画、パンフレットのどちらでも可

- ・ 完成イメージ

→ 「これぞエンジニアだ!」となるものが理想

株式会社佐藤鉄工所様

3年 7月 29日

質問表

大同大学上岡研究室
所河雅斗 / 稲島健斗

◆貴社の現状について (全図 (青: 空・青: 海))

・ 既存のツール、現在行っている広報活動について教えてください。

・ 貴社の強みと弱みについて教えてください。

◆ご要望等について

・ 動画とパンフレットのどちらを希望されていますか。

・ どの程度まで、詳しく見たいかを教えてください。

・ 動画・パンフレットの制作費、そのほかの費用を教えてください。

・ 確定しているご要望はありますか。

1) 内容や演出など

2) PR動画を制作した場合の使用用途
(HPに掲載・Youtubeにアップロード・説明会)

使用した質問表

(事前調査に基づいて作成)

課題点

- 業務内容がわかりにくい
- リクルートツールが不十分
- 人手不足（マンパワー）

【解決策】

- **業務内容理解に特化したツールの制作**
 - リクルートで活用し、就活生の企業志望度の向上に
 - PR活動に利用し、企業の認知度向上に



A.言葉遊びCMシリーズ

30秒でわかる、佐藤鉄工所

B.会社紹介映像～巨大な相棒～

仕事道具には愛着が湧く。どれだけ大きくても。

C.佐藤鉄工所ボードゲーム

ボードゲームで遊べば、業務内容が理解できる



◎ 決定案

◆C案(ボードゲーム)の活用方法



- ・ 会社説明会での説明資料 / 配布物に
- ・ 展示会でディスプレイとして活用可能
- ・ 営業時に会社概要の説明用に

【ボードゲーム×企業の事例】

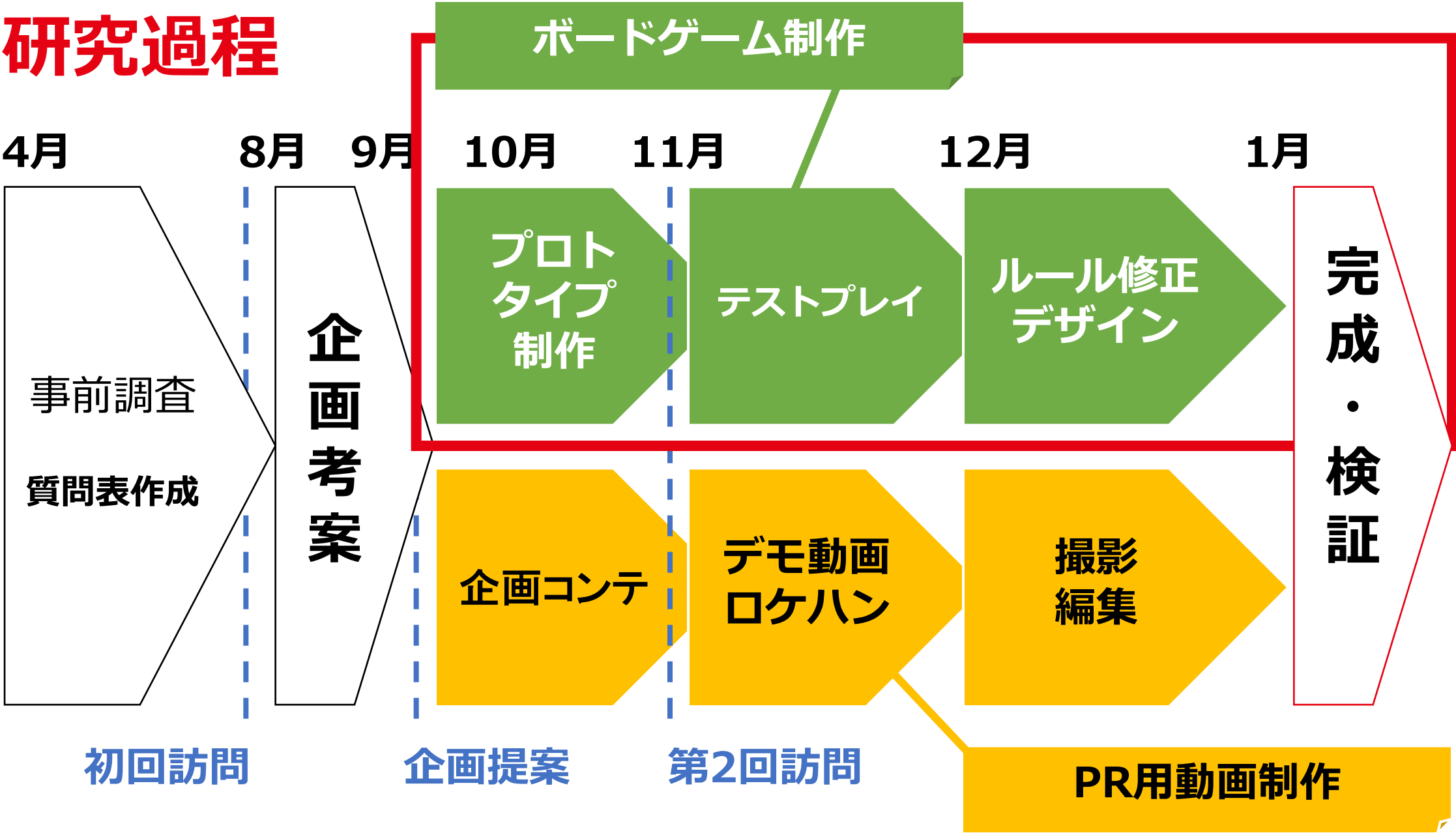


「HOPPIN'GARAGE」

2020年にサッポロビール(株)と大手ボードゲームカフェのコラボで作られた。
ボードゲームで楽しく遊びながら
ビール作りの工程が学べるとして
ネットで話題に。



研究過程



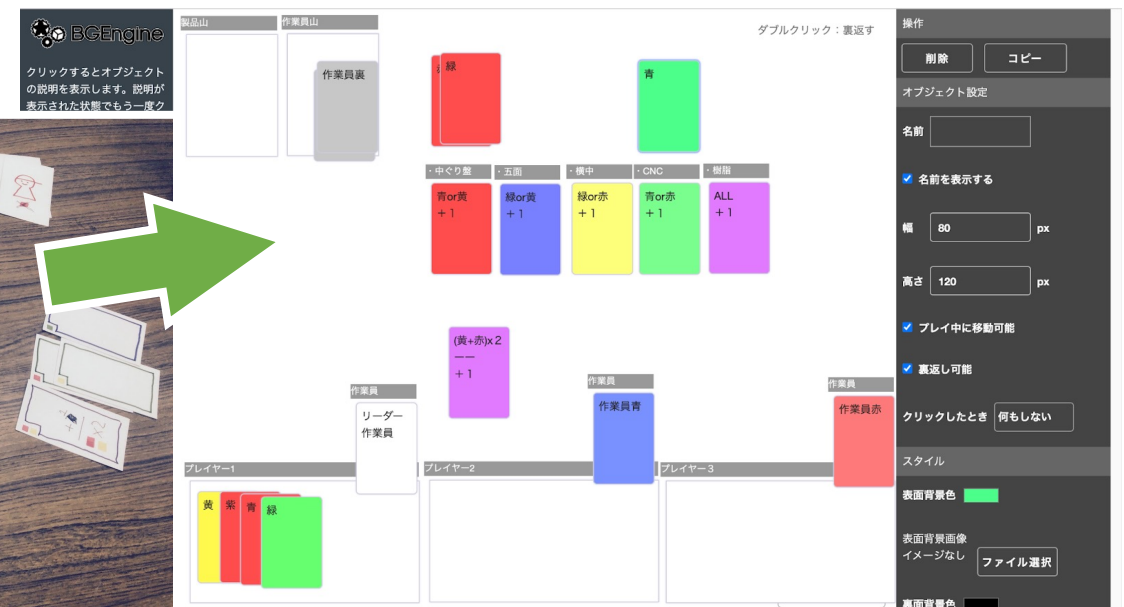
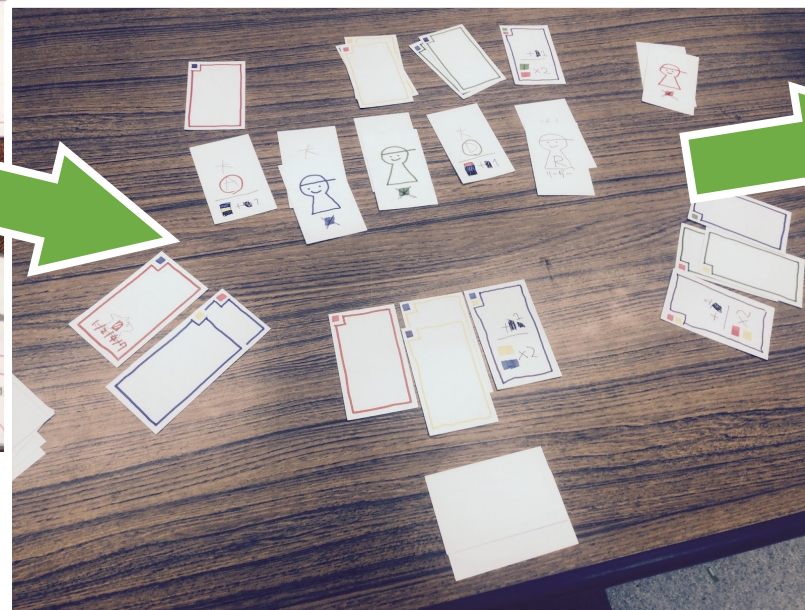
プロトタイプ制作

- 「作業員を機械に効率よく配置して、成果を競う」ゲーム

→「大型機械加工・樹脂成型機開発・組立」「工場における効率化」を理解できる内容に



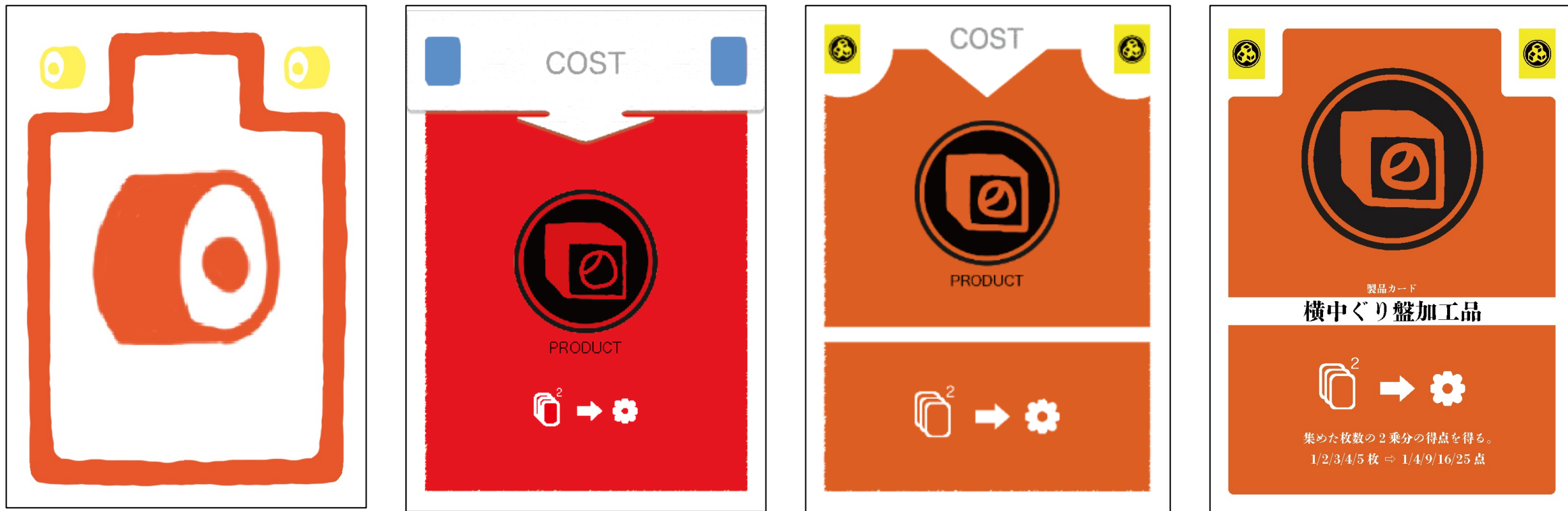
イメージからモックアップへ



オンラインツールでのテストプレイ

第二回訪問(2021/11/04)

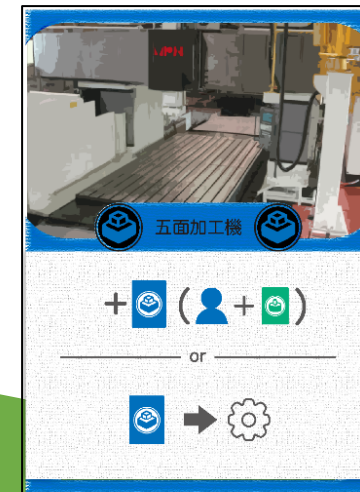
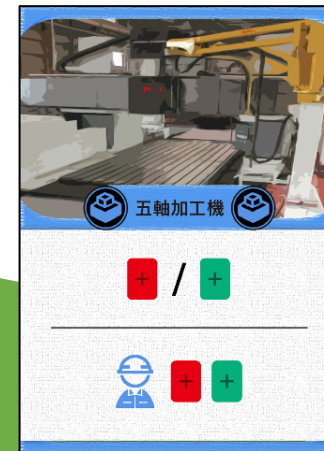
- ・ 修正点の確認（色覚異常の方への配慮、製品アイコンの精度向上）



「製品カード」の変遷

テストプレイ

- ・遊んでいて分かりにくい点の修正、
ルールの問題点などの**ブラッシュアップ**を行う



外箱(パッケージ)デザイン

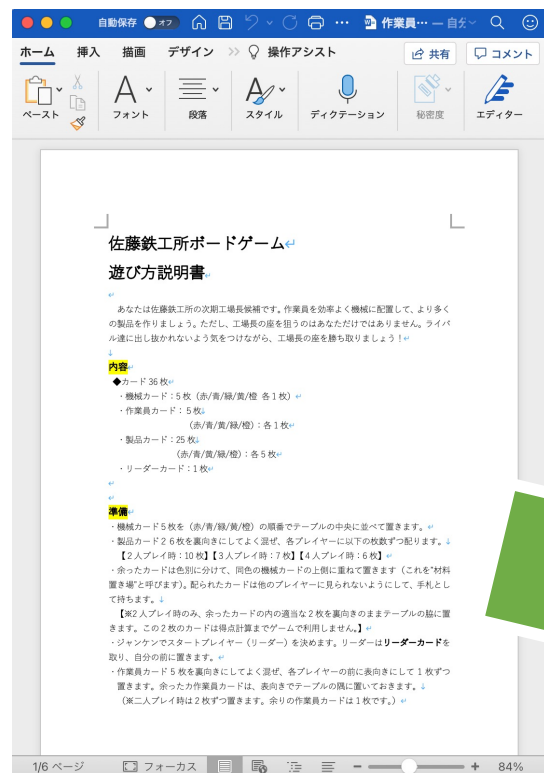


試作版で寸法を確認

実際のデザイン



説明書(ルールブック)デザイン



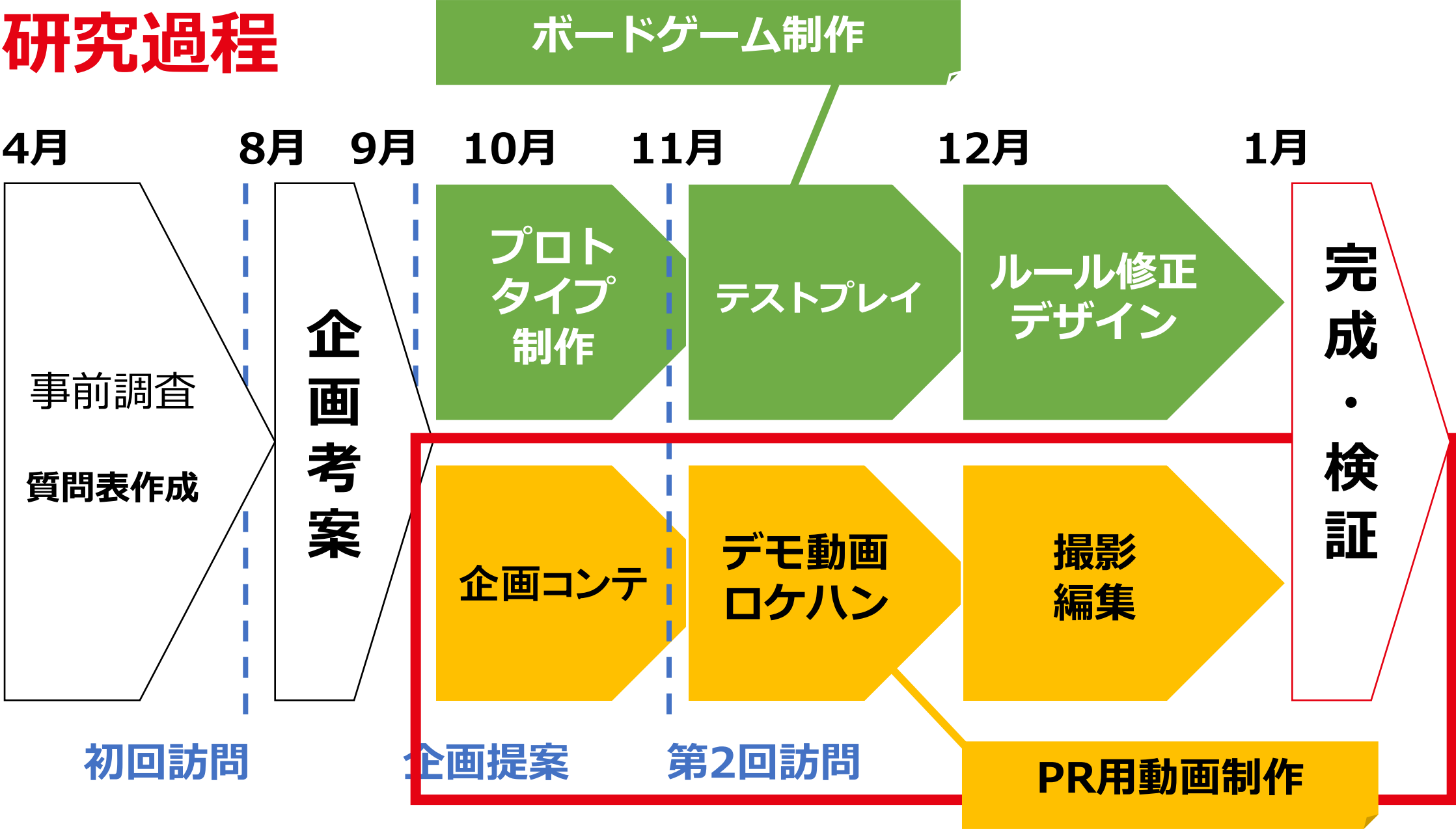
Wordで試作し、文章を精査

実際のデザイン



制作物の内容

研究過程



佐藤鉄工所

ボードゲーム



1-4人



30分

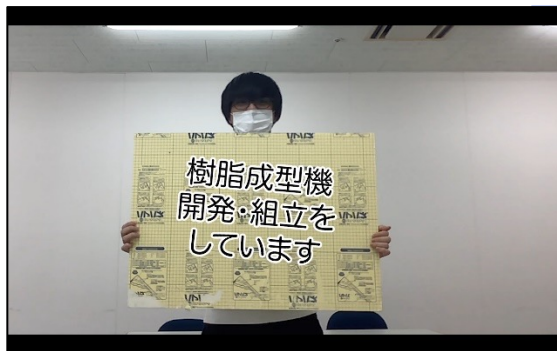
第二回訪問 (2021/11/04)

- ・企画コンテについての意見を頂き、内容を修正

【意見・相談内容】

- ・作業員の人数を2人→5人に(紹介する機械が5つあるので)
- ・作業服だけでは分かりにくいので、5色のビブを着用
- ・ラストシーンでは作業員も登場し、学生を祝福する演出に変更
- ・その他、ロケハンの日時や出演者の名簿も確認

デモ動画作成 ロケーションハンティング

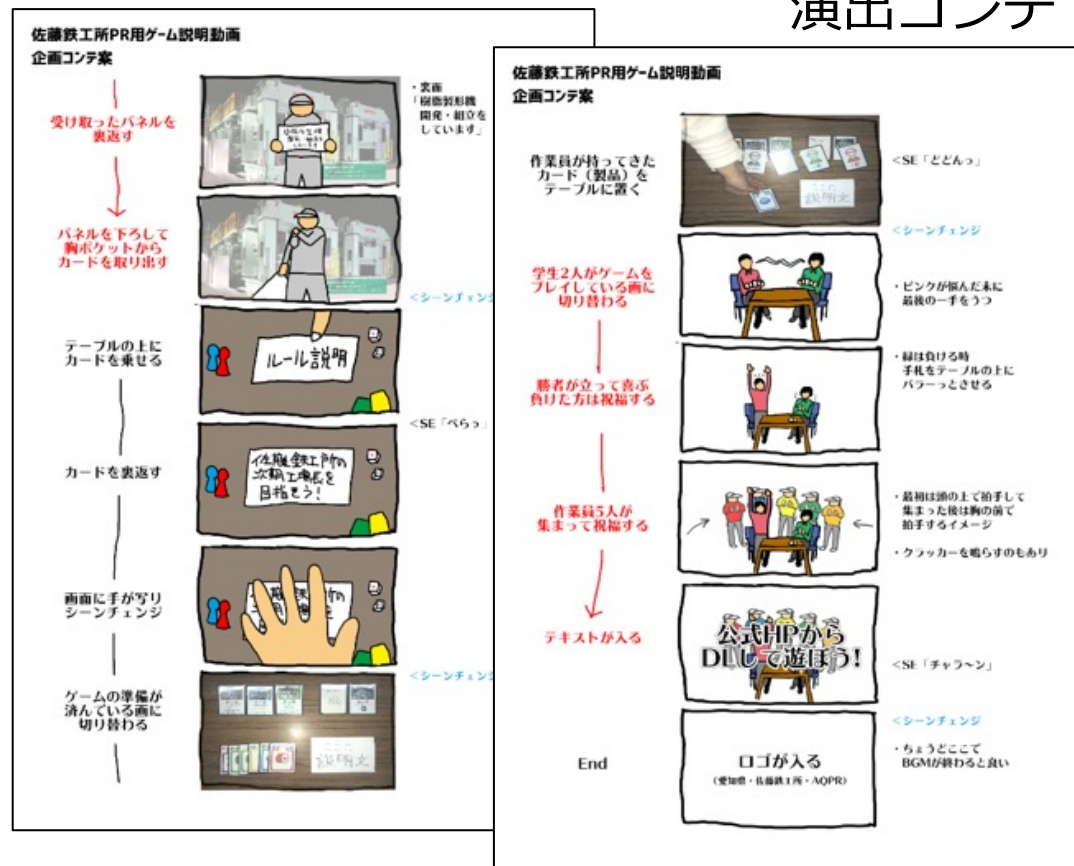


学内でデモ動画を作成

ロケーションハンティングを実施

演出コンテ・香盤表を作成

演出コンテ



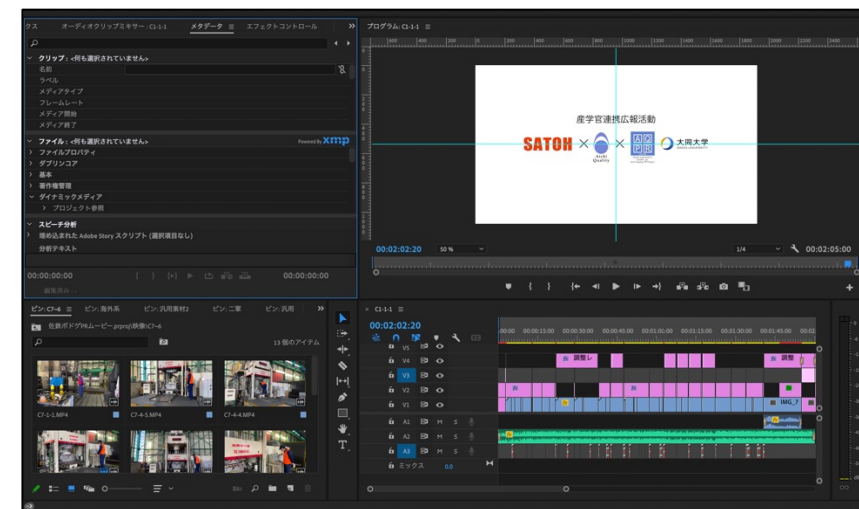
撮影 (2021/12/09)



工場シーン撮影

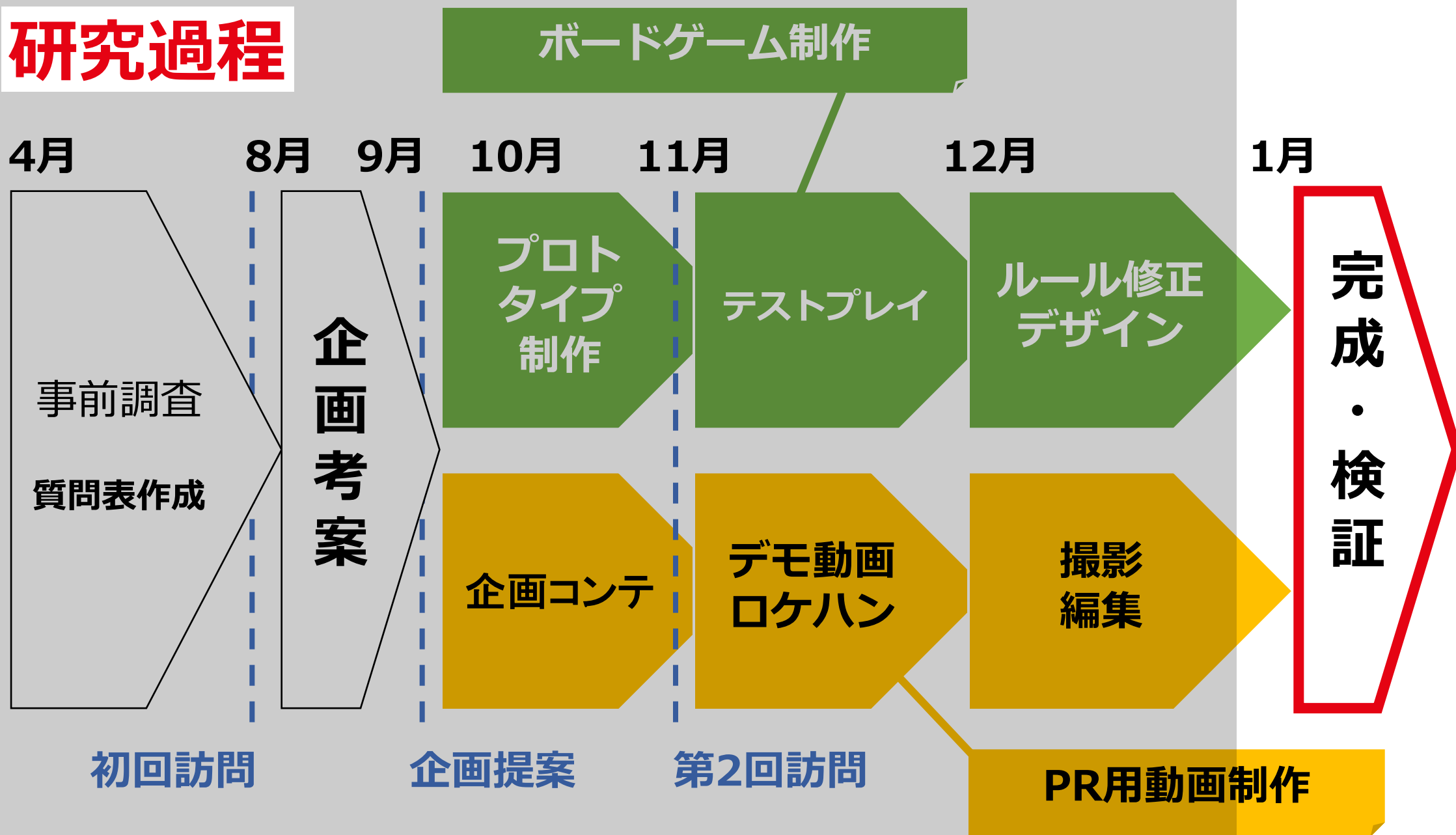


テーブルシーン撮影(別日)



素材はシーン1~8で97カット分
その後、編集作業へ

研究過程



佐藤鉄工所

ボードゲーム



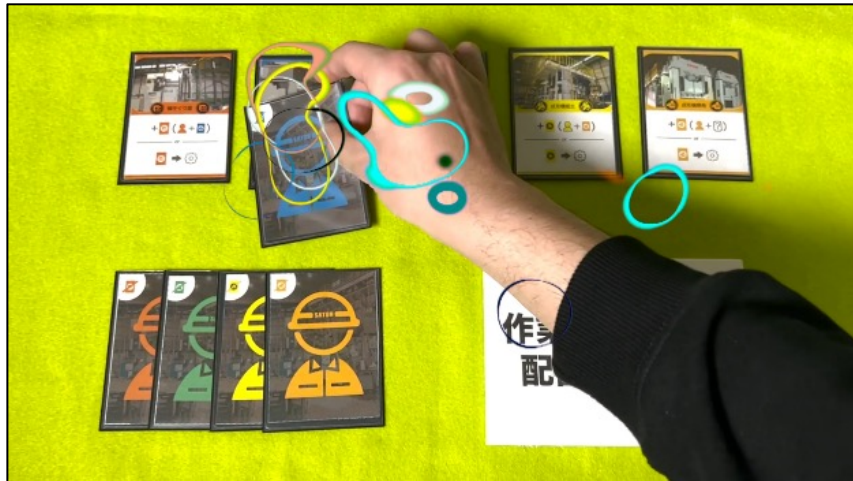
1-4人



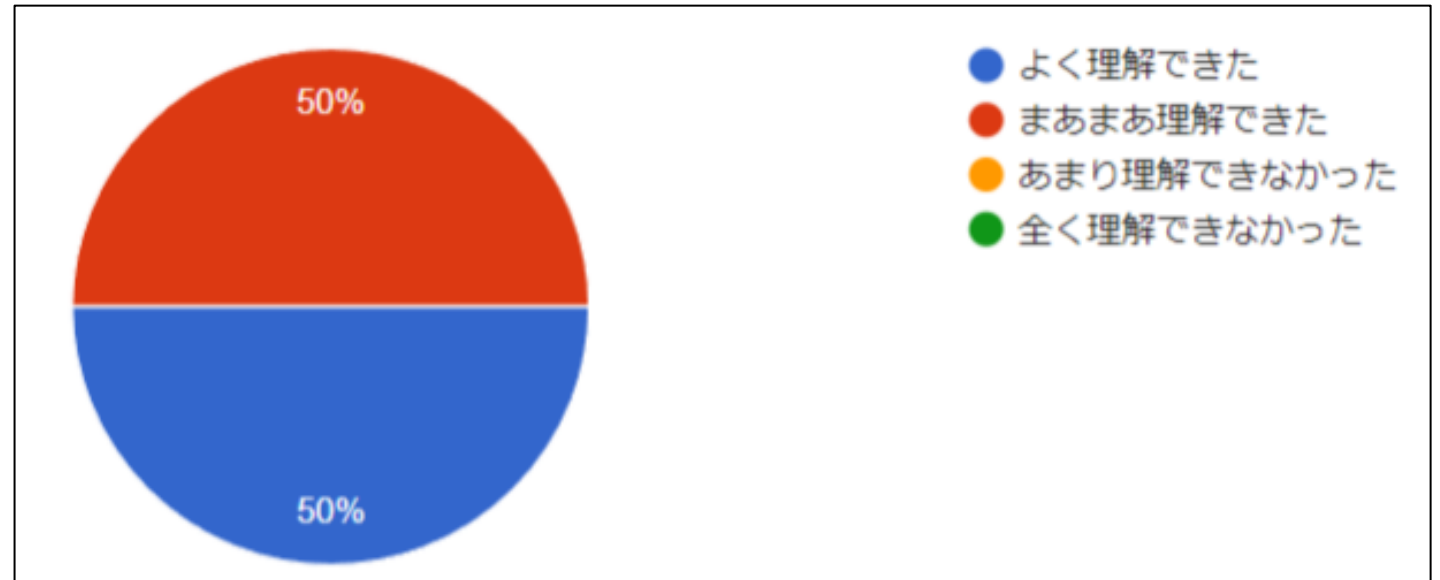
30分

効果検証

対象：大同大学 情報学部 8名(3、4年)



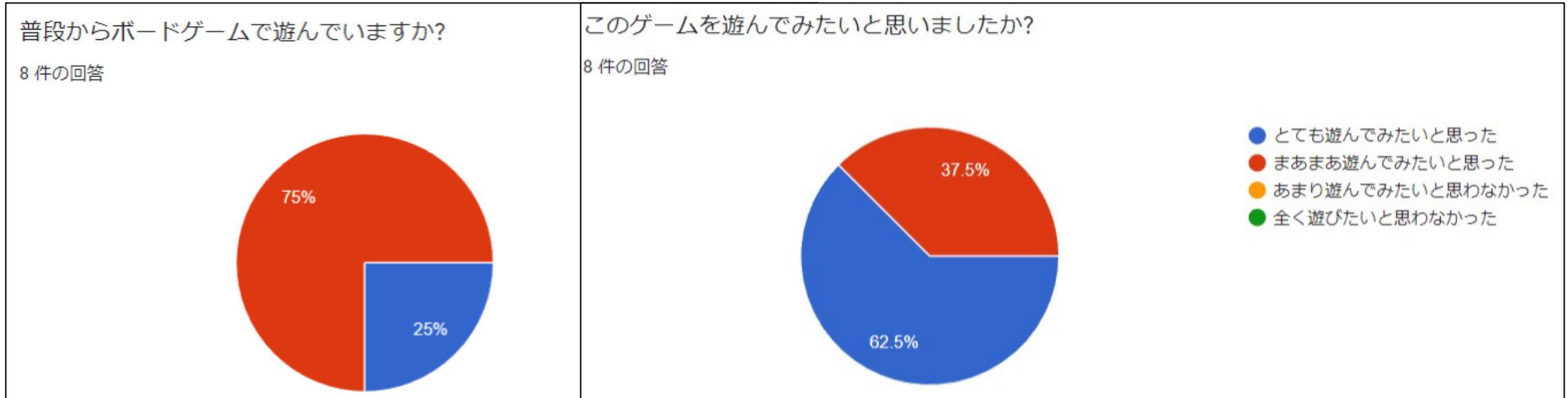
「Q.ゲームの概要（どんなゲームか？）は理解できましたか？」



- 「よく理解できた」 :4名
- 「まあまあ理解できた」 :4名

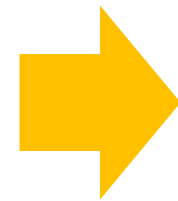
効果検証

対象：大同大学 情報学部 8名(3、4年)



「Q. 普段からボードゲームで遊んでいますか?」
→ 「●遊んでいない」が75% 「●遊んでいる」が25%

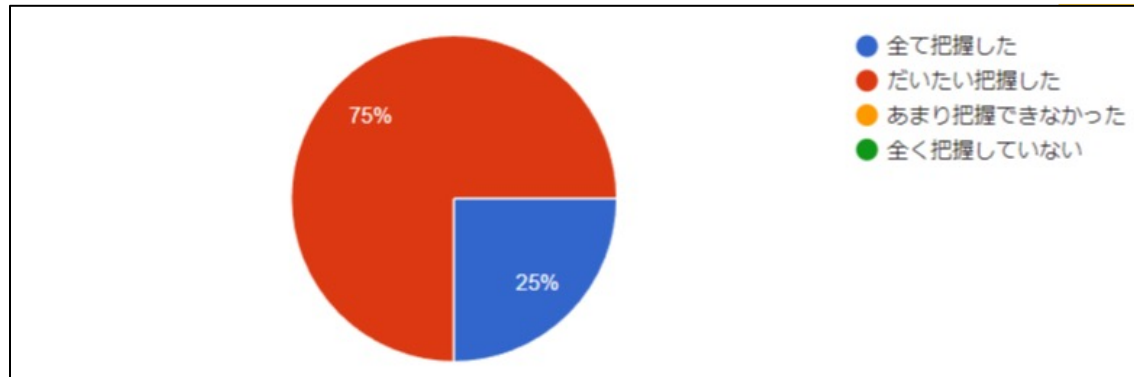
「Q.このゲームを遊んでみたいと思いましたか?」
→ 「●とても遊んでみたいと思った」が62.5%
→ 「●まあまあ遊んでみたいと思った」が37.5%



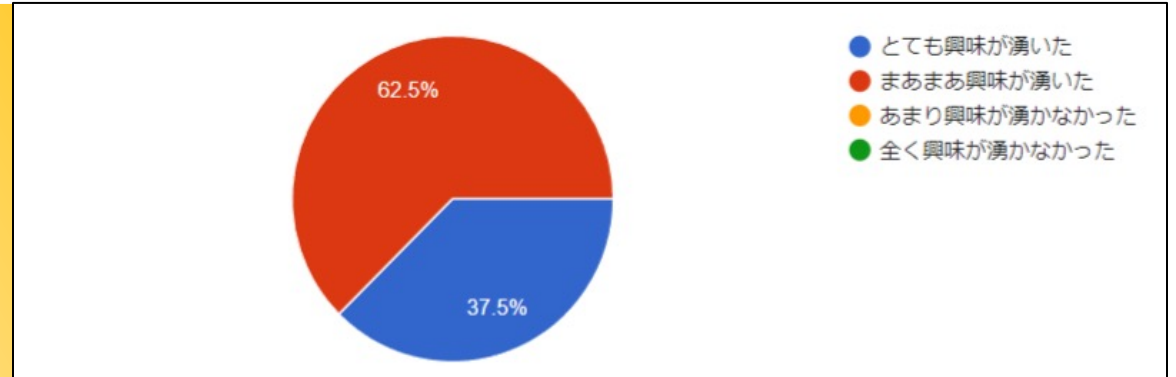
PR動画から
「佐藤鉄工所ボードゲーム」
に興味を持ってもらえている
事が分かる

効果検証

対象：大同大学 情報学部 8名(3、4年)



「Q. 機械の名前(5種類)は把握できましたか?」
→ 「●だいたい把握した」が75%
「●全て把握した」が25%



「Q. この企業に興味が湧きましたか?」
→ 「●とても興味湧いた」が62.5%
→ 「●まあまあ興味湧いた」が37.5%

以上の結果から「佐藤鉄工所ボードゲーム」と、そのPR動画によって
佐藤鉄工所社が抱えている課題点を解決できる事が分かる

企業様からの評価

佐藤鉄工所社 担当社員様からの感想

『この度は上岡教授をはじめ研究生、所様、福島様の卒業研究として弊社のPR、求人などの研究活動（愛知ブランド企業広報研究活動（AQPR））として長きにわたりご一緒させて頂けたことに感謝をいたしております。

昨年7月より活動を開始し、学生らしい、自由な発想で企業広報研究に取り組むことを第一に弊社の要求テーマとさせて頂きました。そのかいあって想像もつかない「ボードゲームで企業紹介」をするという研究活動成果を達成されました。

学生の立場で企業を見るという視点の違った、広告代理店などでは得られない成果物となったと思います。弊社ではこの成果物（ボードゲーム、紹介動画）を有効に活用し、求人活動は勿論、社内でのゲーム利用、新人の教育にも利用できたらと考えております。』

産学官連携広報活動



研究を通しての感想

今回の研究では、企業が抱えている課題を私たち学生がどう解決することが出来るかに焦点を当てて望みました。

研究を通して、モノづくりに対する心構えを学びました。多くの人力を借りて、一つのものを作る体験をさせて頂き、人の助けを借りて何かを作ることの尊さを理解することが出来ました。

ただし研究途中では、私たちが出来ているつもりでも、報・連・相が徹底されておらず、失敗を重ねてしまうことがありました。今後の教訓としていきたいです。

ご静聴ありがとうございました。

産学官連携広報活動

