

2021年度 卒業研究
株式会社ジェイ・エス・ピー様
「音を閉じ込め人を守る」



産学官連携広報活動



上岡研究室

D18012 大隅真奈 D18042 城原加奈

目次

P2.	愛知ブランド企業とは	P9・P10.	パンフレット制作
P3.	研究対象企業	P11~P23.	動画内容
P4.	研究制作過程	P24.	検証
P5.	初回訪問にて企業様からのご要望	P25~P28.	検証結果
P6.	課題研究	P29.	企業様からの評価
P7・P8.	企画案	P30.	総括

愛知ブランドとは



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)

産学官連携広報活動

研究対象企業

(株)ジェイ・エス・ピー

設立 1991年5月

会社概要

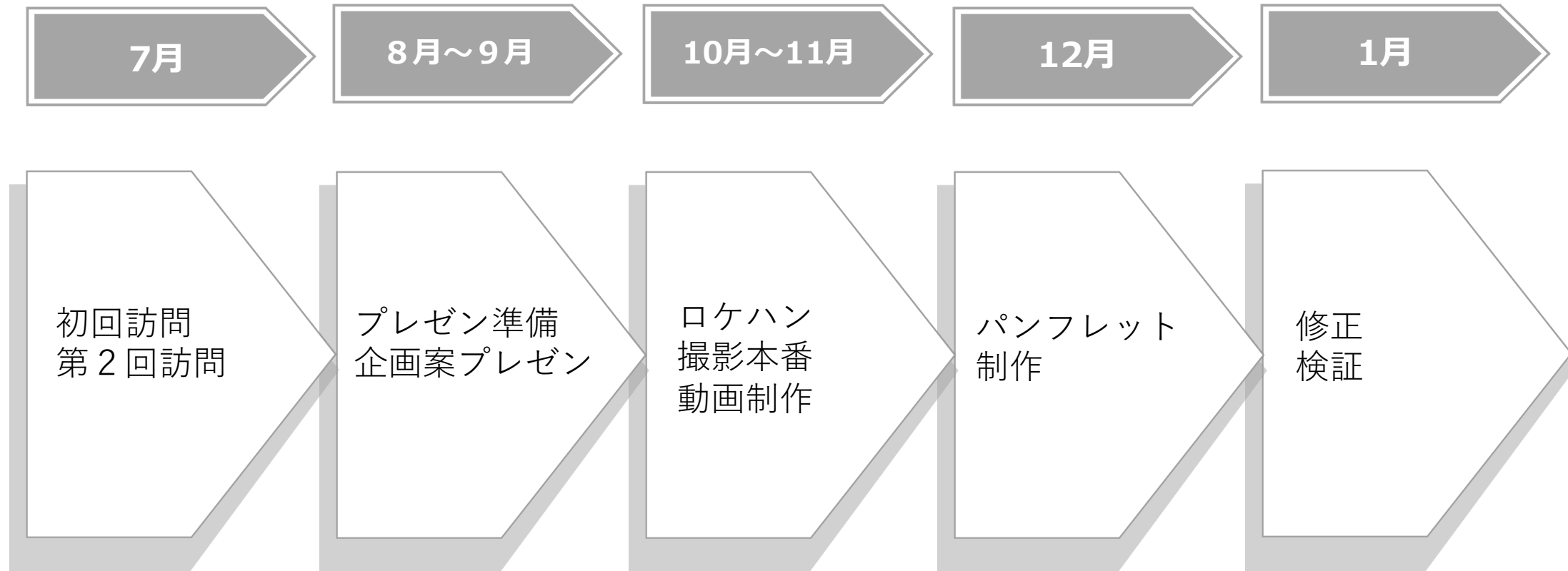
株式会社ジェイ・エス・ピーは、全国に数社しかない防音対策専門メーカーで、自動車・航空機・造船など様々な産業分野における最先端の技術開発が可能な音の測定環境を提供している。

(株)ジェイ・エス・ピーWebサイトより抜粋)



産学官連携広報活動

研究制作過程



産学官連携広報活動

初回訪問にて企業様からのご要望

珍しい業界でありBtoB企業のため、認知度を上げたい!!
中途採用を主に行ってきたが、今後は新卒・第二新卒採用を
積極的行っていききたい。



産学官連携広報活動

課題研究



新卒・第二新卒採用を行っていきたいが、学生との接点がない
学生向けのリクルートツールがない



企業からもらったパンフレットを見返す機会がない



従来のリクルートパンフレットではなく、
楽しめる “新感覚” なパンフレット

企画案

A 音を“閉じ込める” 1枚の紙の中に情報を閉じ込める



B “音を守る”ヒーロー 防音設備を違う表現でアプローチ



C 防音設備を“疑似体験” 立体的なツールで、防音室の理解を深める



引用：<https://www.behance.net/gallery/14866955/Origami-folder>
<http://jp.ouwn.jp/work/notebook-2>
<https://www.box-katou.co.jp/production/>



音を“閉じ込める”

1枚の紙の中に情報を閉じ込める

制作物：30cm × 30cm
QRコード4つ
1分30秒ほどの動画4本

折り方：スクエアツイスト

出演：井上社長と社員の方3名

- ・包み込むような折り方で、音を“閉じ込めている”ことを表現
- ・情報を多く掲載できないため、社員の方々のメッセージ動画（Youtube）をQRコードから飛べるような仕組み

産学官連携広報活動

パンフレット制作

音を

音を聞くことは娯楽でもあるが、時に騒音となり、人々に不快感を与えてしまいます。営業として、お客様の声という音に耳を傾け、快適な生活を送ってもらえるよう最適なプランを提案しています。



製造
秋田 善康

リクルートムービー
動画編はQRから！
撮影感得しました！

閉め込

閉じ込める技術を磨くことは、人を職場環境から守ることにつながります。防音専門会社は全国で数社しかいないため、音に関する知識とたしかな技術で、お客様の悩みを解決できることにやりがいを感じています。



営業技術部
後藤 祐司

リクルートムービー
動画編はQRから！
見るしかないっ！






株式会社 ジェイ・エス・ビー
TEL 0868-25-0080

快適な環境を作り出すことは、良質なコミュニケーションをつくり作業効率をあげることができます。直接製品づくりに関わることはできないが、各部署の方々がスムーズに業務に取り組めるよう支えていきたいです。



代表取締役社長
井上 将志

リクルートムービー
動画編はQRから！
最速まで見たい！

守る

音という見えないものを扱うため、計画通りに行った時の達成感と独自の技術を知っていただける喜びと使命感に誇りをもちています。また従業員が心身ともに安心して業務に取り組める環境づくりに取り組んでいます。防音技術・騒音の双方の環境づくりを通して人を守ります。






営業技術部 アシスタント
野口 晶代

リクルートムービー
動画編はQRから！
見てね！

人を

(中面)



(外面)





音を閉じ込め
人を守る



音を閉じ込め
人を守る



音を閉じ込め
人を守る



音を閉じ込め
人を守る

動画制作



井上社長と社員の方々の大きさや明るさをなるべく揃えること、4つの動画の並びにこだわった。今までの活動を振り返り、社員の方同士の仲が良く温かな雰囲気を感じたため、4人が向き合っているようなまとまり感のある並びにした。

動画内容 ～社長編～



ポイント

デスクのシーンでは、井上社長の顔が見え、作業している様子がわかるような動きを何度も撮影を行って確認した。井上社長の親しみやすさも感じられるような演出にもこだわった。



動画内容 ～製造編～



ポイント

動画を見ている学生に働く雰囲気을できるだけ伝えたかったため、背景に映り込む工場内の様子(工場内全体が見え、作業している人も数人映っている)や工場内に入り込む光にもにもこだわりの撮影を行った。



動画内容 ～営業編～



ポイント

明るく爽やかな印象を与えたかったため、後藤さんの表情と映り込む背景にも注目しながら、撮影することができた。デスクでの作業シーンでは、リアル感をだすため、後藤さんが実際に電話をかけている様子を撮影した。



Q.入社したきっかけは？

動画内容 ～事務編～



ポイント

ロケハンの際に、細かな画角の確認ができていなかったため、何度かテスト撮影をしながらの撮影となった。パソコン作業だけでなく、他部署の方と交流しているシーンも取り入れた。

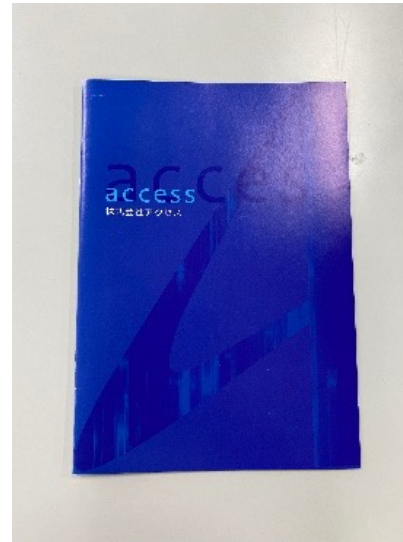


検証

対面で学生20人（理系10人、文系10人）を対象に3つのパンフレットを見てアンケートに答えてもらい、QRコードを通じたコンテンツから、学生の行動を促せるかという点を検証した。
そのため、電話番号（株式会社アクセス）とURL（株式会社鶴弥）が掲載されたパンフレットと私たち研究チームが作成したパンフレット（株式会社ジェイ・エス・ピー）の3つで比較を行った。



QRコード記載タイプ



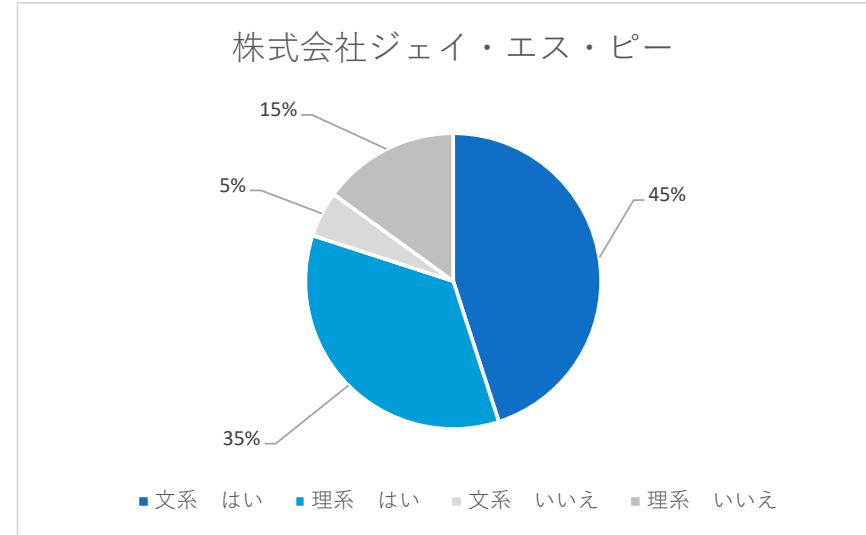
電話番号記載タイプ



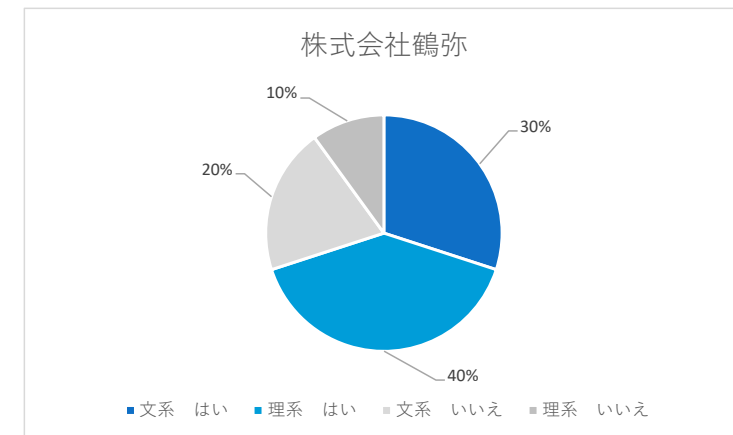
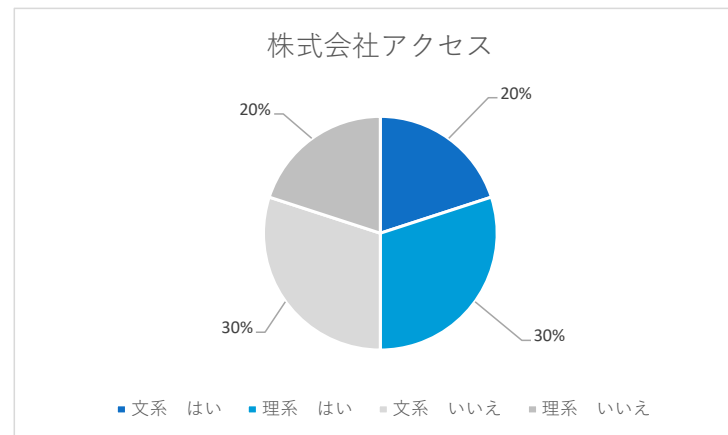
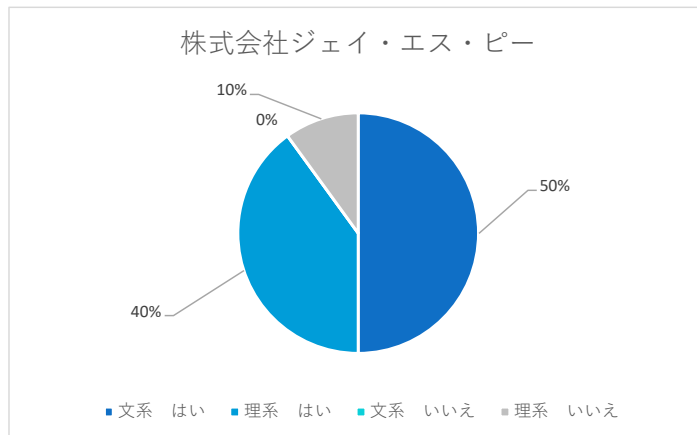
URL記載タイプ

検証結果

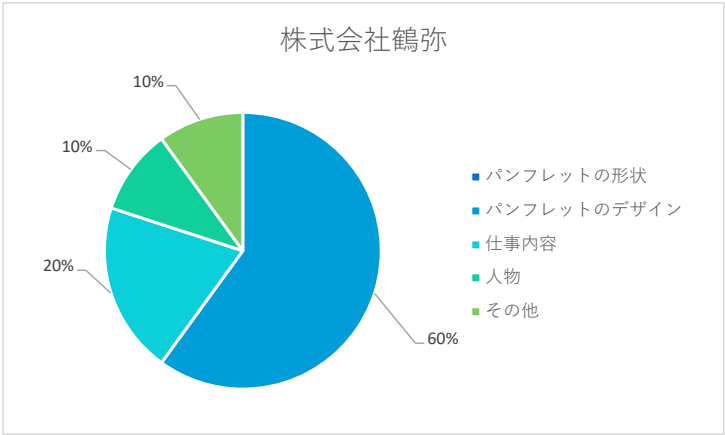
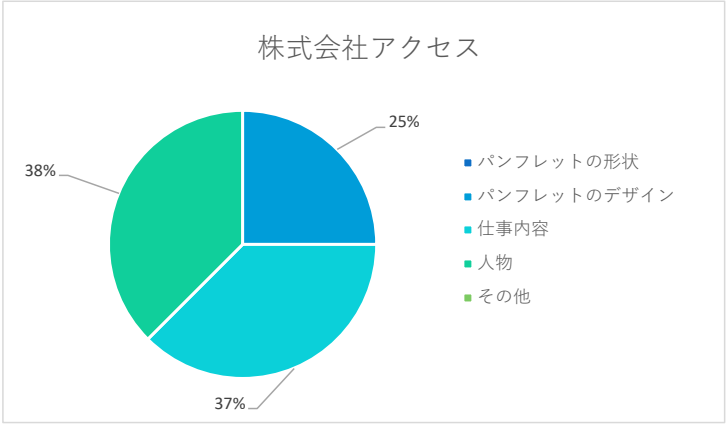
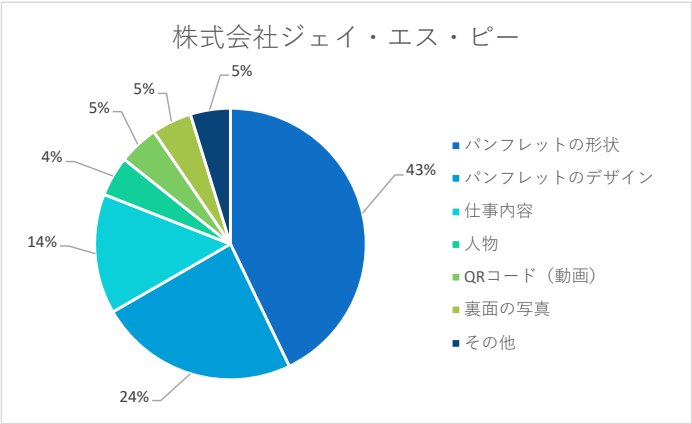
問1：どんなことをやっている企業か分かりましたか？



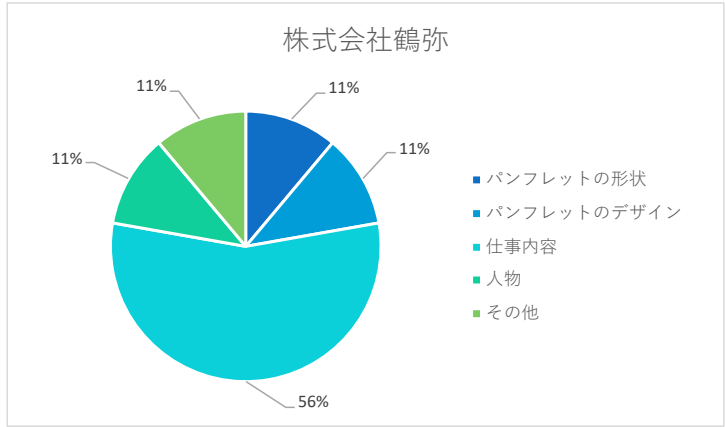
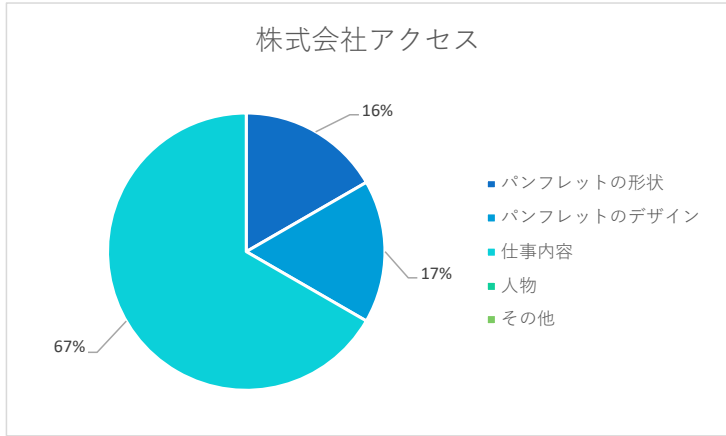
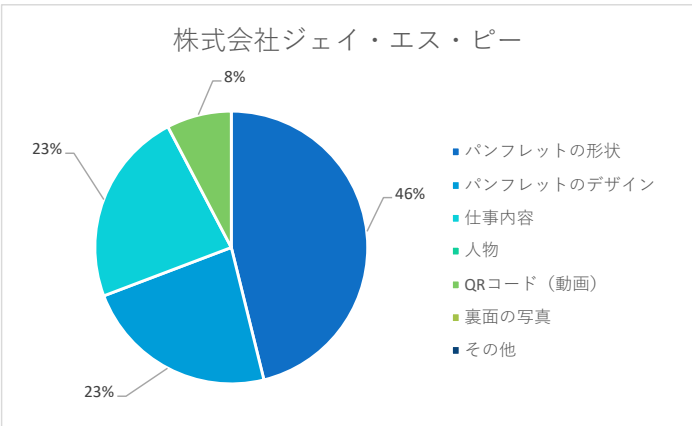
問2：このパンフレットを見て、興味を持ちましたか？



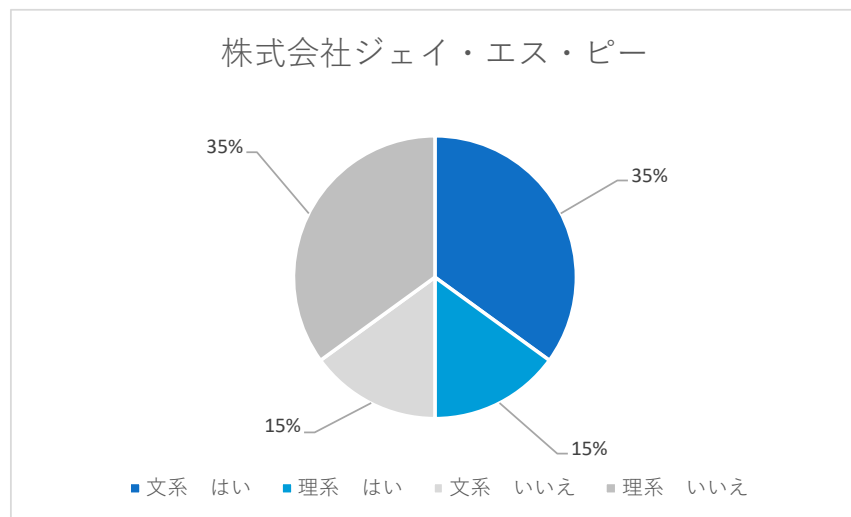
問3：「はい」と答えた方にお聞きします。どのような部分に興味を持ちましたか？（文系）



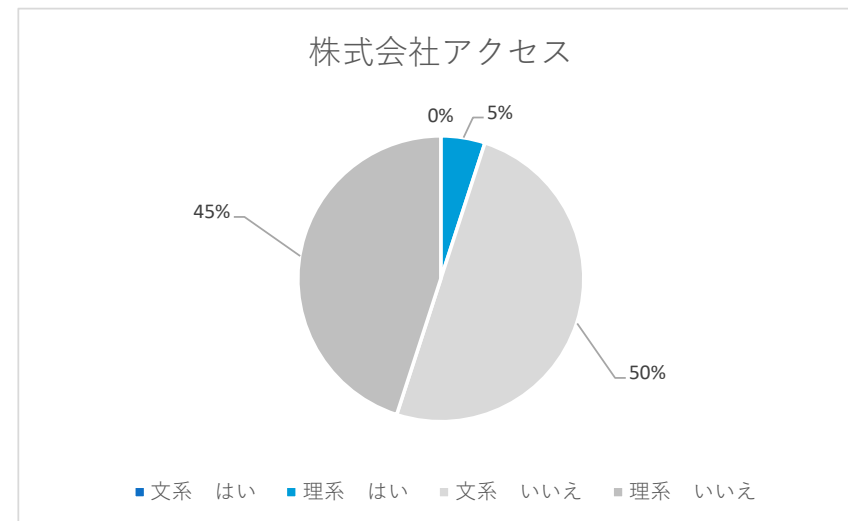
問3：「はい」と答えた方にお聞きします。どのような部分に興味を持ちましたか？（理系）



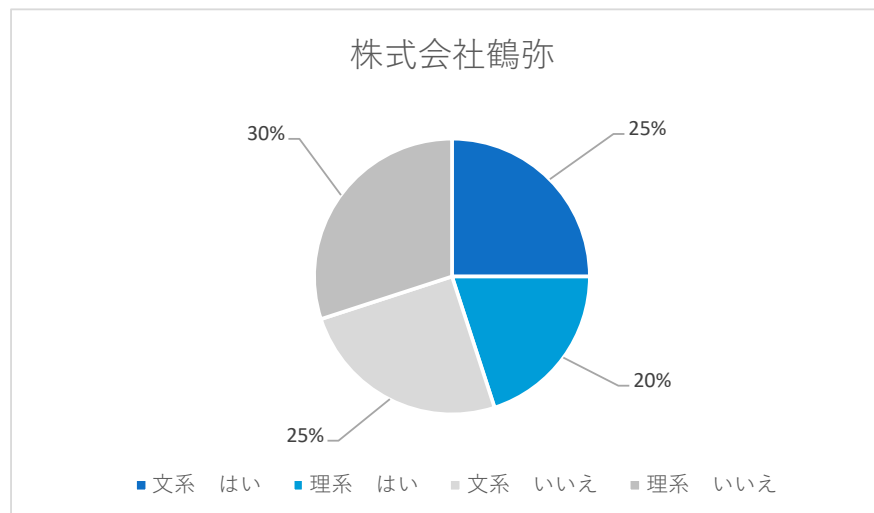
問5-1：実際にQRコードを読み込みたいと思いましたか？



問5-2：実際に電話してみたいと思いましたか？



問5-3：実際にサイトに飛んでみたいと思いましたか？



考察

このアンケート結果から、パンフレットの形やデザインに工夫を持たせたことにより、他のパンフレットと差別化を図ることができたと考える。また、電話番号やサイトよりもQRコードの方が、比較的に学生が行動に移しやすいということが分かった。

企業様からの評価



総務部 Iさん

折り方に独創性があって面白い！考えた方凄い！
QRコードが付いていて映像に飛べるのも、今時の感じがして面白い。
ただ、戻すときにすぐに戻せない…ちょっとしまいにくいかな…



設計 Tさん

紙を折る技術が進化したのか、今こういう形状のフライヤーが
流行っていますね。この折り方は面白いと思います。
JSPには珍しく流行りに乗った感じがしますね。
一見、会社のパンフレットかどうか分からないところも良いと思います。

産学官連携広報活動

総括

大隅真奈：今回の卒業研究を通して、実際に企業の方の課題発見から解決に向けてコンテンツを制作することの難しさを実感した。多くの人に刺さるデザインは、人々の立場や価値観も異なるため大変難しいが、優れたものを制作するためには見た目とデザインに込めた意味の双方のバランスをとることが重要であると学んだ。

城原加奈：初めて企業様とやり取りをし、パンフレットと動画を制作した。一から企画を考え、制作することの難しさを痛感した。企業様からの評価を聞き、1人1人目のつけ所が違うと感じた。このことから、自分が良いと思ったアイデアやデザインでも、人によって捉え方は違うということを学び、ターゲットの立場に立って考えることで、万人受けするデザインに近づくことができると感じた。