



AQPR2024（愛知ブランド企業PR研究制作）
「工場見学パンフレット／ショップカード／SNS動画」
研究対象企業：株式会社Askalカバン工房



上岡研究室
D21114 山神結愛

愛知ブランド企業とは

愛知県の製造業は製造品出荷額等で52兆円を超え(*1)、46年連続日本一の座を誇り、日本の製造業を牽引する重要な役割を担っている。この記録の背景には、当地域の製造業の進撃で地道な「ものづくり」の力がある。

愛知県では、県製造業の実力を広くアピールし、愛知のものづくりを世界のブランドに認定し、多くの機械をとらえ国内外への情報発信をしている。

この研究活動は、県・企業双方のご協力のもと、学生が学生ならではの視点で課題解決案を出し、制作、提供することによって、実際の企業広報活動に貢献することを意義とする。

(引用)

*1 2023年経済構造実態調査二次集計結果＜製造業事業調査＞[seizo_gaikyo2023.pdf](https://www.pref.aichi.jp/uploaded/attachment/502472.pdf)

*2 愛知県産業労働コラム <https://www.pref.aichi.jp/uploaded/attachment/502472.pdf>

AQPRについて

このプロジェクトは、「クリエイティブで地域の課題と向き合う」を研究テーマに掲げている上岡研究室が、愛知県産業振興課よりAQPR対象希望として照会された、「愛知ブランド」の企業の中から学生自身が選定して、企業の様々な広報活動を研究し、解決策を制作するものであり、又成果物については実際の企業活動に提供している。今年度、愛知県から依頼された対象企業者候補は15社あった。この中からすべての企業の事前アンケートやホームページを確認し、選定した。

研究対象企業：Askalかばん工房について

株式会社Askalカバン工房は、「お客様に寄り添い、共感し、感動を！」を理念とし、全従業員が顧客第一主義を貫き、「ランドセルリメイクを文化にする」ことを目指している。ランドセルに詰まった6年間の思い出を、カタチを変えることで、これからもずっと使い続けることが出来るアップサイクルな活動。昨今、多種多様なランドセルがあるが、株式会社Askalカバン工房では、革職人の匠の技を継承した女性たちが、お客様へ寄り添い「世界にひとつだけのランドセルリメイク」を叶え、喜びと感動をお届けしている。また、大切なお客様のランドセルの保管には、最新ITシステムのRFID認識システムにて管理し、「IT管理×匠の技」により多くの信頼と実績を得ている。

また、従業員は女性のみで、女性にとっての「働きやすさ」と「やりがい」が領地できる会社として、働き方や役職にとらわれない、女性の可能性を広げる会社として、仕事も家庭もプライベートも諦めない、女性のエネルギーあふれる会社として、中小企業のローモデルとなるよう、女性の活躍を実現している。

研究日程

4/16
企業選定

4/19
事前調査

4/30
アポイントメール

5/16
初回訪問

8/5
第1回プレゼン

10/21
第2回プレゼン

10/22
制作

1/26
動画撮影

1/21
最終訪問

初回訪問

5月16日に訪問した。訪問先は同社の倉庫であり、そこで社長である大橋様と社員の森様を含む3名にお会いした。この訪問では、同工房の事業内容について大まかな説明を受けるとともに、事前に用意した質問票に基づいて具体的な回答をいただいた。

<質問票の内容と回答>

1. Askal カバン工房の事業に関する質問

Q1) リメイクしたものを誰が使うパターンが多いですか？

A1) リメイク品を最も利用しているのは、小学校を卒業した子供たち自身である。6年間使用したランドセルを新しい形にリメイクし、引き続き思い出とともに使い続けているケースが多いとのこと。また、近年では祖父母へのプレゼントとしてリメイクする事例も増えてきているという。さらに、成人後の利用者も多く、特にカードケースや長財布などの日常的に使える製品にリメイクすることで、思い出を残しながら実用性を高める需要があるとの回答をいただいた。

Q2) 何にリメイクすることが多いか

A2) リメイク品として最も多いのは財布である。財布の中でも特に長財布が人気であり、その理由としては、大人になっても使いやすいデザインや機能性を兼ね備えていることが挙げられる。また、ランドセルの素材が丈夫であることから、長財布のような耐久性が求められるアイテムに適している点も一因であると考えられる。

Q3) どういう経緯でこの事業を始めたか

A3) 事業開始のきっかけは、元々カバンや小物のリメイク事業を行っていたことにある。その延長線上で、「ランドセルを素材としてリメイクすることで、新たな価値を生み出せるのではないか」というアイデアが生まれたとのこと。大橋社長の発案によるもので、従来のリメイク業務の経験がこの新しい挑戦に繋がった。ランドセルという特別なアイテムを対象としたことで、他のリメイク業者にはない独自性を確立することができたと語られた。

Q4) リメイク品のデザインはどのように決めていますか？

A4) デザインは基本的に顧客の要望を重視して決定しているとのことである。例えば、「ランドセルの面影を残してほしい」といったリクエストが多いそうだ。具体的には、ランドセル特有のステッチや金具を活かすなど、思い出の一部を新たな製品に取り入れる工夫がなされている。また、職人たちのセンスによる提案が製品の仕上がりを大きく左右する点も特徴であり、工房としての強みでもある。

Q5) 一番解決したい課題は何ですか？

A5) 同社が現在直面している課題として、「ランドセルリメイク＝ランドセルの形を活かしたまま残す」といった固定観念があることを挙げられた。特に、ランドセルリメイクが「ランドセルのまま使う」ことだと誤解されることが多く、財布やカードケースといった多様な製品にリメイクできるという認識が浸透していない現状が課題である。今後は、こうしたリメイク製品のバリエーションをより広く周知し、「思い出を新たな形で生かす」工房としての魅力を訴求したいとのことであった。

第1回プレゼン

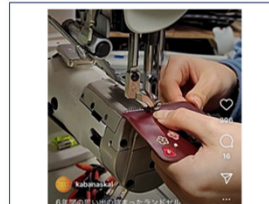
3つの企画案について、コンセプトや内容を詳細に検討し、複数回にわたり改善を重ねた後、第1回目の企画案プレゼンを実施した



①卒業式の日、家を出る子供を見送る母親



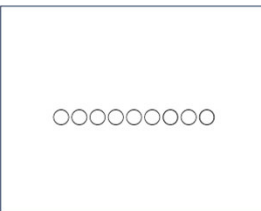
②6年間の回想シーン



③リメイクシーン



④リメイクしたものが届くシーン

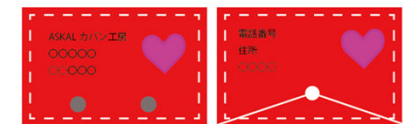


⑤キャッチコピー

キャッチコピー案

- 思い出を手のひらに
- ランドセルの新しい章。小物に変わる思い出たち。
- ランドセルが奏でる、新しい小物の物語。
- ランドセルの温もりを、小物に込めて。

デザイン案 ショップカード



B5サイズ シンプルパンフレット商品説明



第2回プレゼン

(①ショップカード・②SNS動画・③工房見学用パンフレット)

①ショップカード

①ショップカード案（イラスト案）

ランドセル風デザイン
手元に残したい可愛いショップカードをイメージして作りました



①ショップカード案（写真案）



②動画

②SNS動画

NO. 1

C カット	画面	内容&セリフ	時間	SE
1	 高学年と下学年が一緒に歩く	高学年で文字と一緒に 出していく	0:01	オルゴール音楽
2	 泣いたり		0:02	
3	 笑ったり		0:03	
4	 帰ったり		0:04	
5			0:06	

NO. 2

C カット	画面	セリフ	時間	SE
6	 高学年の思い出を振り返る		0:07	
7	 大切な6年間の思い出を 新しく生まれ変わらせませんか？		0:10	
8	 リメイクしたものがよく		0:12	
9	 思い出のひらに	キーホルダーを飾ってから 中学の思い出をまた振り返るのよ！ 行ってきます！	0:15	
10	 高学年の思い出を振り返る	高学年と一緒にキャッチコピーを出す	0:15	

③工房見学用パンフレット

②Aska! カバン工房が取り組んでいること

形を変えてみなさんの大切な思い出を手元に残すお手伝いをしています

アップサイクルとは？

要らなくなったものを原料や材料に戻して再利用するリサイクルとは違い、アップサイクルは捨てられるはずの物を資源に戻す、サン・アイデア等を取り込み、新しいものにアップグレードして生まれ変わらせることを言います。私たちの会社では色や形・素材など一つ一つ違うランドセルの特徴を活かしながら、様々な製品に生まれ変わらせています。他にも野菜の皮などを原料にしたレヨン、古くなく学校の椅子を使ったハンガ―等もあります。製品を原料に戻すときに必要となるエネルギーも少ない、地球にやさしいです。

イラストで分かりやすく



1. アスカルカバン工房ってどんな会社??



アスカルカバン工房がどう SDGS に貢献しているか、
この会社への思い等のメッセージを頂きたいです

⑤リメイク図鑑



③ランドセルリメイクのながれ

リメイクの流れなどを深堀



メ毛

3. 金具取りつけ



4. 検査・出荷



The image displays a variety of Askal Cardbox products. At the top, there are four rows of name tags, each featuring a black silhouette of a person, the text "〇〇 さん", and a three-line barcode. Below these is a central white label with the Askal logo in a cursive font, followed by "カバン工房" (Kaban Kourou) and "Randoseru Remake store" in a sans-serif font. Underneath the label is the Japanese text "思い出をてのひらに" (Memories on the palm of your hand). To the right of the central label is another name tag. At the bottom, there are four more rows of name tags, each with a black silhouette, the text "〇〇 さん", and a three-line barcode. The entire collection is framed by a large, stylized pink cherry blossom graphic.

撮影

Askalカバン工房にて動画の撮影を実施した。当日は、Askalカバン工房の大橋社長、制作担当の森さん、そして社員の方2名にご協力いただいた。また、シナリオの演出上必要な中学生になったシーンを表現するため、社員の方のお子様である中学生の男女2名にも出演していただいた。



完成した制作物

(①ショップカード・②SNS動画・③工房見学用パンフレット)

①SNS用動画



①ショップカード



③工房見学用パンフレット



企業評価

担当森さん

ショップカードについての感想

現在、ショップカードはあるが、簡易的なものしかなかったので、デザイン性を取り入れたカードになり、お客様の満足度が上がる仕上がりとなり、良かったです。

パンフレットについての感想

小中学生の会社見学を年に数回行っているのですが、小学生でもSDG sについて学ぶ機会があることを知り、工場見学の際に何か役立つパンフレットがあればと思います。クイズを交えた分かりやすいパンフレットに仕上がり、今後活用していきたいと思います。

動画についての感想

流行の音楽を取り入れ、既存のものと違った感性の動画が出来たと思います。

インスタグラムやTik Tok等のSNSで発信していきたいと思います。

全体を通しての感想

そのまま営業活動で利用できる素材が多く、大変うれしく思います。

当社としても愛知ブランド企業として今後の活動に努めていきたいと思います。

社長 大橋さん

ショップカードについての感想

白黒の無機質なショップカードからランドセルデザインの色鮮やかなカードになり、お客様も喜ばれると思います。
修理依頼のQRコードも載せていただき、メンテナンスサービスもPRできるようになりました。

パンフレットについての感想

職場体験やSDGsの学習で当社を訪問される学校が近年増えています。
小中学生向けの会社案内等の資料が今までありませんでした。
当社のイメージカラー（オレンジ）を取り入れていただき、会社の明るい雰囲気が伝わる内容となっています。

動画についての感想

学ラン、セーラー服の中学生在が家から出ていく様子が、親世代の心に刺さる懐かしい内容になっていると思います。
紙媒体、動画とすぐ会社で使えるような実践的なツールを制作いただきました。
愛知ブランド企業であることを誇りにお客様の思い出に寄り添ったものづくりにこれからも励みたいと思います。

総括

今回のプロジェクトを通じて、実社会における課題解決型の活動に取り組む機会を得ることができた。Askalカバン工房のランドセルリメイク事業に携わり、その魅力を広く発信するための具体的なツール制作を行ったことで、社会に出るうえで必要な貴重な経験を得ることができた。また、プロジェクトを進める中で課題や改善すべき点も多く見つかり、次に活かしたい学びが得られた。

まず、今回のプロジェクトで最も印象に残ったのは、実社会で活動している企業の方々と直接連携しながら課題解決に向けて取り組んだ点だ。Askalカバン工房は「思い出を形にして未来へつなぐ」という理念を持ち、SDGsの12番目の目標「つくる責任、つかう責任」にも積極的に貢献している企業だ。このような企業の理念や活動を理解し、それをパンフレットや動画などの形に落とし込む過程で、「伝えることの難しさ」を実感した。

特にパンフレット制作では、ターゲット層である小中学生が親しみやすいデザインや表現を心がける必要があった。目次を双六風にアレンジしたり、表紙にクイズを設ける工夫は、何度も試行錯誤をして打ち合わせをして出てきた発想だった。このように、現場の意見を取り入れながら実用性の高いツールを制作する経験ができたことは、今後の学びや活動においてとても役立つと思った。

また、動画制作では、絵コンテの段階から企業の方々と細かく打ち合わせを行い、感動的で視覚的に訴える内容を作り上げることができた。SNSでの拡散を見据えた動画の企画は、現代の情報発信の重要性を再認識させられるものであった。

また、プロジェクトを進める中で多くの課題も浮かび上がった。

プロジェクトの進行中、パンフレットやショップカードの修正作業が想定以上に多くなり、当初予定していたスケジュールが大幅に遅れることがあった。企業からのフィードバックを受けて何度も内容を見直すことは重要であるが、調整作業に時間を割きすぎたことで、他のタスクにしわ寄せが出てしまった部分は反省点であると感じている。今後は優先順位を明確にし、タスクを効率的に進めるスキルを身につけたいと思った。

今回の成果物は、小中学生やその保護者を主なターゲットとして制作しましたが、ランドセルリメイクに関心を持つ可能性のある成人層や高齢者へのアプローチが不足していたと感じている。ランドセルリメイクの魅力をさらに多くの人に伝えるためには、ターゲット層を拡大し、それぞれに合わせた表現方法を考える必要がある為、一番の反省点だ。

今回のAQPRを通じて、実社会における課題解決の難しさと面白さを同時に体験することができた。企業と連携して具体的な成果物を作り上げる過程は、大学の学びを応用するだけでなく、社会で求められるスキルを直接体感する場となった。

今後、社会に出るうえでこの経験を踏まえ、プロジェクトの進行管理能力や多角的な視点を養うことを目指したいと思う。