

講座名	デザインアプローチY 「三光丸 ショッパーデザイン」		対象学年 専攻	1・2年 全専攻
必要出席日数	5/6	利用区分	実習 演習	
指導コマ数	2コマ×6回	自主制作時間	6時間	担当講師名 岡野隆次 先生

※自主制作時間：フィールドワーク・自習・工房制作等の授業時間数以外にこの科目に必要な自主制作時間数

教員の実務経験 (当該科目に関する現在の仕事内容)	地域ブランド開発・VI開発/ブランド開発及び活性化、広告クリエイティブ&企画制作
---------------------------	--

科目設定主旨 (到達目標)	使用画材
◆科目の指導ビジョン、目標とする習得内容及び伸ばしたいポイントを具体的に記載してください。 創業700年の世界レベルでも長く続くブランド、和漢胃腸薬 三光丸 江戸～現代まで広告・販促・ノベルティなど貴重で斬新なツールを制作 現ショッパーの切り変えをキッカケに新規ショッパーデザインの開発	◆課題制作にて表現手法や技法を習得する 為に使用させる画材、素材をお書きください。

課題設定意図と指導上の工夫及び仕事への繋がり	指導スケジュール	
◆指導で意図した事に対する設定課題の効果予測と学生に気付かせたい点、仕事や以降の学習にどう繋げるかを記載してください。 【効果予測】 ブランド(三光丸)の好感度やイメージの向上を目指し、「らしさ」のデザイン構築。 文化価値のブランドロゴマークの存在。 【仕事への繋がり】 ブランドデザインを基準とする展開力、クリエイティブ力。ツール特性を活かす。	回数 ◆課題の流れと習得内容や留意点を簡潔に 1 タイトル オリエン(情報の量) 三光丸漢方や歴史の説明 課題を理解、目標の設定 オリエンの整理・資料収集 調査の整理・製品の理解 習得内容/留意点 三光丸の理念や特性 デザイン・キャラ素材収集 ブランドマーク・カラー 健康・暮らし・幸せ・繋がり ツールサイズ・構造の確認 2 与件のまとめ～コンセプト 目的と目標の設定 資料・画像等の整理 目標～デザインコンセプト 企業・シンボルマークの理念 企画書を想定したまとめ 読むより(文)見せる(画像) 三光丸/クスリの魅力・意味 ユーザーに印象残るデザイン すぐ魅せる、伝わるデザイン 3 デザイン制作① コンセプトからイメージ化へ 図案・動き・上下・奥行・立体 ユーザーへの分かりやすさ ブランドの特長を活かす メッセージ力・清潔観・健康 表現トーン(健やか・幸福 安心安全・今昔・癒し) 4 デザイン制作② デザインパーツ・レイアウト 機能性・保存性・ファッション性 デザインワーク・色計画・付属 三光丸ロゴマークとの関連性 アイデアの絞り込み 紙袋は媒体(持ち歩き・拡散) 広告性・装飾性・機能性 三光丸のPR・サービス・役割 時代・文化・思い出・物語 5 デザイン制作③フィニッシュ シンボル(立体化・パターン化) ロゴ(縮小・拡大・重ね・連続) カラー計画(イメージ確立) 組合せ(マーク・ロゴ・キャラ) デザイン・試作品仕上 企画書レイアウト・ノンブル 表紙デザイン(印象に残る) リハーサル準備・企画書流れ 再チェック、コンセプト整合 6 プレゼンテーション デザイン開発ポイント 企画書・試作品 提出 提出物データ確認 企画書によるプレゼン 企画書PDF・デザインai ※デザインai トンボ付き 持ち時間内 事前リハーサル 企画書データの最適化/圧縮 データの保存	
科目修了時点での仕上がり像 ◆何をどこまで身につけているのか。 考え方の構成とアイデアの論理性やユーザー接点、伝わるデザイン効果。		
試験課題内容 ◆タイトル、与件、提出様態についてお書きください。 <タイトル> 三光丸 ショッパーデザイン <与件> ブランドデザインのコミュニケーション 企画書(企画・表現案) A4判 <提出様態> 企画書PDF&デザインai データ		
評価項目	評価ポイント	配点
□知識・認識力	1 歴史・製品情報・薬の役割	30
■調査・分析力	2 目的と目標の明快な設定	30
■企画・構想力	3 イメージ力・伝える力(独自)	40
□材料・用具使用力		
□構成・表現力		
■提案・説得力	計	100

予習事項

◆予習のポイントを明確に記入してください。

和漢薬 三光丸、商品は漢方胃腸薬。奈良県御所市 本店

周辺の知人や家族、健康に不安な人に漢方等についてヒアリング調査。

※企業や漢方について知名度や好感度、好き・嫌い(どんなところ)、認識など。※企画書与件に反映

健康志向の社会課題・コロナ禍などの中、現状社会の情報収集。

三光丸HPの閲覧&ポイントチェック

設定課題例

- ◆設定課題の完成イメージを例としてご提示ください。  
※全設定課題の内、特徴的なものを一つご提示ください。
- ◆できるだけ何を作らせるのが見てわかるようにスケッチ等でお示しください。
- ◆できるだけ作品制作で学生に定着させたいポイントも合わせてご記載ください。



講座名	デザインアプローチY 「三光丸 ショッパーデザイン」	対象学年 専攻	1・2年 (全専攻)
必要出席日数	5/6	利用区分	実習・演習
指導コマ数	2コマ×6回	自主制作時間	6時間
担当講師名	岡野隆次 先生		

※自主制作時間: フィールドワーク・自習・工房制作等の授業時間数以外にこの科目に必要な自主制作時間数

教員の実務経験 (当該科目に関する現在の仕事内容)	地域ブランド開発・VI開発/ブランド開発及び活性化、広告クリエイティブ&企画制作
---------------------------	--

何故この課題を設定したかの設定意図を記載してください	◆何に気づかせたいか、何に繋がるのかなど課題の設定意図を簡潔に記載してください。 和漢製薬会社の歴史的な存在感と新しい時代へのアプローチと価値観。 ツール媒体の目的を明確にしユーザーにロゴマークとイメージ拡大図る。
----------------------------	---

回	月	課題名/指導内容と進め方	指導達成目標 / 時間内完成目標	使用教材
	記 学 載 欄 生	◆課題名、指導プロセスを具体的に記載してください。サイズ、スケールの詳細記載。 また、フィールドワーク等は、見学場所まで明記してください。全体の評価軸の統一のための工夫などもお書きください。	◆どこまでできるようにするか、 また、時間内での完成目安などを記載してください	◆授業進行で使用する教材なども記載してください。
1	1	オリエンテーション 三光丸の概要説明～現状展開ツールの説明と配布 和漢胃腸薬の三光丸(奈良御所)の歴史との実績 ツール(ショッパー)その役割と特性・素材について 現状のユーザー変化と販売方法。サンプル配布	三光丸の理念・特性を理解しその考えや想いを理解。配布資料確認。 求められている課題は何か理解。質疑応答。	
2	2	与件(オリエンテーションの整理)～コンセプト オリエン時メモや与えられた資料・自前調査の整理 三光丸と薬の社会への役割・ショッパーの役割 シンボルの意図・企業理念の把握・理解から概念へ デザイン開発テーマの発見～アイデアスケッチ	化学薬品と薬草の違い 区別・現状デザイン確認 媒体特性(機能・印象) 紙袋の役割を認識し 明確なアプローチ計画	
3	3	コンセプト～デザイン開発へ 三光丸はブランド視点で何が売りののか。 キャッチフレーズとターゲットへの訴求メッセージ認識 世界観(薬文化・歴史様式・奈良御所・健康・真面目・誠実) イメージ&トーン(健康・歴史/暮らし/大人・子供/色調)	三光丸の魅力・コンセプトの言葉化(魅力・説明) 簡潔で分かり易い言葉 キーワード～イメージへ 興味が湧く印象残る視点	

回	月	課題名/指導内容と進め方	指導達成目標 / 時間内完成目標	使用教材
4	4	デザイン開発&制作 薬は敷居が高い?健康から不健康へ連想?安心・幸福へ 発信デザインのポイント、持ち歩く・保存・再利用・広告・拡散 持ちやすい・服と袋・耐久性(2つ折り)・ブランドとユーザー 表現キー(イメージ・ビジュアル/アイコン/キャラクター/色) デザイン=カラーイメージとシンボルマーク、キャラ、図柄	クリエイティブ戦略 三光丸や和漢薬のファン 対象者(男女・家族の接点) 発想からイメージの定着へ シンボル・ロゴの役目 パッと見た瞬間の印象度	
5	5	デザイン制作・フィニッシュ 必要事項;シンボル(マークやキャラ)、ロゴ、ブランド色の扱い 紙袋のサイズ再確認、立体的思考(表裏・両側面・手元・開口部) 課題の解決への再確認、ブランドイメージ・ロゴ・カラー、健全性 提案;紙質・サイズ・デザインでの伝えなければならない案件 企画書構成・デザインの精査(理解度・視認性・仕様サイズ)	全体を通して企画書での イメージの確立 提案デザインのポイント 特性が活かされているか 説明文の情報が正確か 企画書表紙の表記再確認	
		試験課題名	プレゼンテーション	◆提出日 2/27
		タイトル	◆学習のまとめとしてふさわしい課題を設定してください。	
		タイトル	三光丸 ショッパーデザイン	
		与件	ブランドデザインのコミュニケーション	
		制作内容	企画書 与件まとめ・コンセプト・デザイン案 その他:モックアップ資料	
		提出様態	企画書(企画&表現案)=A4判(横位置仕様) プレゼン=プロジェクター使用 企画書データ:PDF&デザインaiデータ(トンボ)	
		評価項目	チェックポイント	配点
		<input type="checkbox"/> 知識・認識力	1 与件・まとめ(調査・歴史・企業/製品特性内容)	30
		<input checked="" type="checkbox"/> 調査・分析力	2 ショッパーの役割・コンセプトワード	30
		<input checked="" type="checkbox"/> 企画・構想力	3 メディア/伝わるイメージ力・魅力・発信力	40
		<input type="checkbox"/> 材料・用具使用力	計	100
		<input type="checkbox"/> 構成・表現力		
		<input checked="" type="checkbox"/> 提案・説得力		