マーケティング手法を用いた企画力及びアイデアスケッチによる表現力の向上を図る指導技法の研究［2］

産業デザイン科　冨ケ原　美和　安次嶺　瑛子

1　はじめに

本研究では，平成 28 年度に実施した企業ニーズ調査において，就職先で求められる能力のうち産業デザイン科の卒業生の企画力・アイデア発想力が弱く向上させる必要があるとわかったことをふまえ，その能力を向上させるため指導技法について検討を行うこととした．

2　研究経過

前述の企業ニーズ調査を産業デザイン科内で分析し，「学生がマーケティング手法を用いた企画力及びアイデアスケッチによる表現力を本校在学中にしっかりと身に付け入社することが望ましいのではないか」との結果に至ったことが本研究の始点となっている．そこで，より実践に即した内容での授業展開をするための指導技法研究として，昨年度実施した方法を引き続き，産業デザイン科 1，2 年生希望者に対し，各専門分野（グラフィック；GD，プロダクト；PD，スペース；SD，WEB）のフリーランスデザイナー（以下，講師）による講座を実施した．内容ごとに対象学生を変えて受講させ，その効果を分析し，今後の指導技法の確立に繋げる．

3　研究成果

今年度は，昨年の取り組みを受けて次の 2 項目について改善を加え，講座を計画し実施した．

①２年生について，講師によるアドバイスを卒業制作・研究のテーマを決定するタイミングに変更し，目的を意識した制作・研究に繋げる．

②１年生について，基本的スケッチ力は従来通り前期授業内に習得させるとともに，アイデアを的確に表現できる応用的スケッチ力を育成する．

それぞれの実施内容と結果及び考察は次のとおり．

3.1　「マーケティング手法を用いた企画力」の向上

［対象］産業デザイン科２年生 28 名

［教科］卒業制作・研究※1

※1：前記①の改善として，専門分野を４つ（GD・PD・SD・WEB）に細分化し，各々講師に依頼

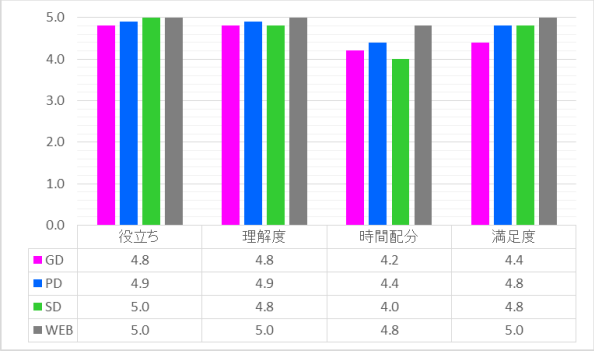
［期間］10 月下旬～11 月下旬　各 2～4 回※2

※2：前記①の改善として，市場調査に基づき，ラフアイディアがまとまったタイミングに変更

［方法］マンツーマン指導

［内容］一昨年まで，卒研チューターがひとりで指導してきた内容に対し，専門分野ごとにアドバイザーとして講師を依頼した．卒業制作・研究のテーマに取り組むにあたりどのようなマーケティング活動による情報収集や分析をしたか，どのように意思決定に至ったか，その結果をどう制作・研究に活かしているか，講師にプレゼンし，企画の反映された制作・研究になるよう実務レベルのアドバイスをいただいた．

［結果及び考察］5 段階評価による学生アンケート結果は，次のとおり．

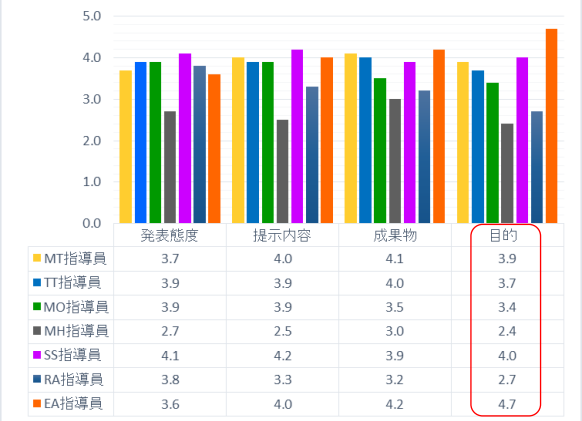


	役立ち	理解度	時間配分	満足度
GD	4.8	4.8	4.2	4.4
PD	4.9	4.9	4.4	4.8
SD	5.0	4.8	4.0	4.8
WEB	5.0	5.0	4.8	5.0

図１　２年生によるアンケート結果

前年度の平均値と比較すると，役立ち度 H29_4.4 ⇒ 4.9，理解度 H29_4.5 ⇒ 4.9，時間配分 H29_3.8 ⇒ 4.3，満足度 H29_4.3 ⇒ 4.8 との結果が得られ，いずれも 0.5 ポイント程度上昇した．各専門分野に細分化して講師を依頼したことで，客観性に加えて実践的立場からのアドバイスが学生の理解や満足度を深めたようである．また，制作過程の具体化にも役立ったようである．

次に，産業デザイン科職員による卒業制作・研究発表会の採点の総合点は，25 点満点に対し H29_19.1，H30_19.0 となり，この取り組みを始める H28_18.8 と比較すると 0.2～0.3 ポイント上昇した．さらに，今年度の採点項目ごとの内訳は次のとおり．



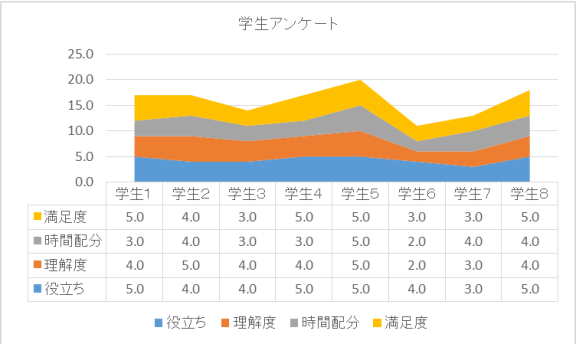
	発表態度	提示内容	成果物	目的
MT指導員	3.7	4.0	4.1	3.9
TT指導員	3.9	3.9	4.0	3.7
MO指導員	3.9	3.9	3.5	3.4
MH指導員	2.7	2.5	3.0	2.4
SS指導員	4.1	4.2	3.9	4.0
RA指導員	3.8	3.3	3.2	2.7
EA指導員	3.6	4.0	4.2	4.7

図２　指導員別の卒研発表評価

発表品質を評価する５項目のうち時間制限を除く４項目では「目的に沿った結果が適切に述べられているか」について７人の採点者のうち５人が最も低く評価している（平均 3.5）．大部分の学生にとって目的と成果を論理的に関連づけることは苦手であるため，この２年間の取り組みだけでは急激な底上げが難しい．一方で，今年は筋道のたった発表態度が多くみられたのも事実である（平均 3.7）．専門分野ごとの講師にアドバイスいただく時期を本制作がスタートする前の導入時期に早めたことで，企画のためのマーケティング手法の選択や分析に着目する意識が高まり，制作・研究にフィードバックできた学生が増えたと考えられる．マーケティング手法に基づいた考え方が説得力あるプレゼンにも役立った結果であり，今後さらに工夫を加えながら指導技法を整理していきたい．

3.2　「アイデアスケッチによる表現力」の向上

［対象］産業デザイン科１年生８名
［教科］マイチャレンジセミナー
［期間］８月　90 分×2 コマ×4 回
［方法］エンカウンター方式※3
※3：前記②の改善として，講師からの伝達方式から学生同士の考えやアイディアを交流する形へ変更
［内容］テーマ「水栓（蛇口部分）のデザイン」を設定．初回までにアイディアスケッチを数点準備※4
※4：昨年は，講師が準備した課題を模写しながらの描画演習
<手順>
Ⅰ_ディスカッション⇒サムネイルスケッチ
Ⅱ_ラフスケッチ⇒エスキススケッチ
Ⅲ_レンダリング
Ⅳ_プレゼンテーション
以上の流れで実施．着彩ツールは、前期授業で学んだ色鉛筆・マーカー・パステルに限定した．
［結果及び考察］５段階評価による学生アンケートの結果は，次のとおり．



	学生1	学生2	学生3	学生4	学生5	学生6	学生7	学生8
満足度	5.0	4.0	3.0	5.0	5.0	3.0	3.0	5.0
時間配分	3.0	4.0	3.0	3.0	5.0	2.0	4.0	4.0
理解度	4.0	5.0	4.0	4.0	5.0	2.0	3.0	4.0
役立ち	5.0	4.0	4.0	5.0	5.0	4.0	3.0	5.0

図３　１年生による学生アンケート

今後に役立つ（平均 4.3）や満足度（平均 4.0）は，いずれも高い数値であったが，授業の進む速さが速い（平均 3.4）と感じた学生は理解度（平均 3.8）も連動して低い結果となった．昨年度の数値（速い_4.4，理解度_4.0.）と比較しても，更に低くなっている．昨年の模写演習を主とした内容に対し，今年はテーマを定めアイディア出しの時間を多く設けたことが学生の力量に応じた理解度やスピード感に差が広がった要因のひとつかと考える．しかし，自由意見では，「少人数制だったので多く会話やアドバイスが聞け，学べることも多かった」「とても集中でき，自分の課題点も多く見つけたので大変有意義だった」「普段の授業では聞けない話もたくさんあったのでよかった」「すごく楽しかった」等の前向きな感想ばかりで，課題に対する視点や向き合い方，アイディアを表現するときのポイントなど，技術面のみならず将来に向けての積極的姿勢を持つことに役立ったようだ．
図４は，最終プレゼンレンダリング作品の１例である．

図４　「水栓デザイン」レンダリング

4　今後の指導技法に向けて

今回の研究を通じて，日々クライアントとのコミュニケーションツールを精査しプレゼンに全身全霊を傾けるフリーランスのデザイナーと教育訓練が主軸になる我々職業訓練指導員では，マーケットに対する敏感さに差異があることを痛感した．今後の産業デザイン科の指導技法を模索していくにあたり，ステークホルダーを意識した提案に学生が少しでも近づけるよう指導技法の研究を継続したい．

以上を産業デザイン科内で検討し，今後の企業ニーズに則した人材育成に繋げたい．

5　参考文献

⑴　山本洋一編，スケッチパース着彩技法，オーム社．
⑵　村山隆司著，プレゼンスケッチ，エクスナレッジ．
⑶　コラムデザインセンター著，スケッチパースプレゼン編，秀和システム．
⑷　コラムデザインセンター著，スケッチパースインテリア編，秀和システム．