

0450 | デザインマネージメント

4単位（通信授業4単位）

田中克明教授、竹末俊昭講師、佐藤典司講師、渡辺衆講師

授業の概要と目標

デザインは単なる造形行為ではなく、人文科学、社会科学、自然科学にまたがる知識を人間性、社会性、芸術性の基に統合して問題を発見し、課題を構築し、総合的に解決する活動である。デザインマネジメントはその目標の実現に向けて、デザインの機能、能力、組織を有効に発揮させるための経営管理である。急激に進展する情報社会の中で、デザインマネジメントに対する要求はより高度化、複合化しており、他分野とのコラボレーションはますます重要になって来ている。デザインマネジメントを学ぶには、デザインを理解していることが前提であると考え、デザインの歴史的考察からはじめ、豊かで持続可能な生活環境の形成に向けて、今後のデザイン／デザインマネジメントはどのように活動して行くべきかを考察する。

課題の概要

○通信授業課題 1

道具は人々の生活にとって欠かす事ができない。使用場面における問題や要求項目を明示し、それを大胆に解決する新しい道具（機器、装置）のデザインを提案すること。企画意図、使用シナリオやシーンをスケッチや図面と併せて1600字程度のレポートとして市販のA4サイズ用紙4～6枚に美的にまとめる。

○通信授業課題 2

「コンビニエンスストアのデザイン提案」

次の1)から6)の項目からひとつ選び、現地調査の上、ビジネスとしての将来性、文化性、社会性などの視点からの論評と大胆で具体的なデザインを提案すること。「求められるデザインマネジメントの活動姿勢」から適切と思われる姿勢を反映した提案とする。必ず現地・実態調査を実施・報告すること。調査と提案は、写真、スケッチ、図面、概念図などの視覚的な説明資料を使って2000字程度のレポートとしてA4サイズ用紙4～6枚に美的にまとめる。

- 1) コーポレートアイデンティティ：シンボルやロゴマーク・コーポレートカラーなどの企業姿勢を可視化する表現、イメージキャラクタ・包装紙・サイン・店舗イメージカラー・従業員のユニホームなどのデザイン展開
- 2) 宣伝戦略：宣伝ポリシー、宣伝メディア（ちらし・CM・カタログ）、イベント企画など
- 3) 商品戦略：商品品揃え、商品特性、デザイン傾向、新サービスの導入など
- 4) 流通：価格政策、受注や支払い方法、流通方法など
- 5) 売り場、店舗デザイン：展示特性、売り場レイアウト、商品の取り扱いなど
- 6) 顧客特性：性別、年代、職業、ライフスタイル、ニーズ特性など

○通信授業課題 3

高度情報化時代を迎え、これからもますます人間疎外の進行が予測される。そこで、デザイナーの視点から、ICTを活用したサービスビジネスの提案をすること。とくにバーチャルとリアルの両視点の特徴を活かした提案を期待する。

PCや携帯電話あるいはWeb上での商品販売、サービス展開などの内容に精通していない学生でも、自分の周辺にいる専門家やうまく使っている人の意見を謙虚に聴き、客観的な調査を図ること。専門知識の豊富な人々からの意見を柔軟に吸収するテクニクもデザインマネジメント演習に役立つはずである。そして学生らしく夢のある楽しい提案を期待している。

〈着眼点〉

①商品やコンテンツの販売、②新しいサービスの提案、③ビジネスモデルの仕組み、の三つの視点のうちから一つに焦点を当てて提案のこと。

〈条件〉

- ・実現時期は2～3年後を想定。
- ・市販のA4サイズ用紙4～6枚に「現状把握」「提案内容」「予想される効果」「問題点」などを簡潔にまとめること（表現シナリオの流れもデザインの対象とする）。

- ・表現方法は自由であるが、できるだけ図表を用いて上記趣旨を簡潔に説明すること。
- ・Web 上での課題提出の場合には PDF 化し、データを軽くしておくこと。

○通信授業課題 4

あなたは、ある大手老舗酒造メーカーの社員であり、これから発売が予定されている、ある新しい日本酒の販売企画の総責任者でもある。この新製品は、これまであまり日本酒に親しみのなかった若い女性をターゲットとしている。

教科書の 5 章 1 節 5 項の「情報の価値を付加してゆくデザイン」を参考にしながら、あなたであれば、商品ネーミングや容器デザイン、広告、宣伝、流通ディスプレイ、営業の販促ツール作成など、どのようにしてこの新製品を売り出してゆくか、市販の A4 サイズ用紙 4～6 枚（視覚的説明資料含む）で具体的に論じなさい（ただし、日本酒の味、容量などは、ターゲットを想定して、自由に考えてよいものとする）。なお、容器デザインやその他について、言葉だけでは説明しにくいと思われるものに関しては、ラフデザインなど、視覚的な説明資料を添付すること。

* 課題については学習指導書『造形文化科目・教職に関する科目 平成 29 年度』を必ず参照すること。

授業計画

[通信授業]

(教科書から)

1. 人間とデザイン。
2. 近代デザインの展開、企業とデザインの関わり。
3. 企業経営とデザインマネジメント。
4. 企業におけるデザイン実務とそのデザインマネジメント。
5. 情報化社会とデザインマネジメント。

成績評価の方法

提出課題の評価による。

履修条件及び履修年次

[履修年次] 1～4 年次

[履修条件] なし

[備考] 履修年次は問わない。

教材等

教科書：坂下清、鶴田剛司、竹末俊昭、佐藤典司『デザインマネジメント』
(武蔵野美術大学出版局 2002 年)

学習指導書：『造形文化科目・教職に関する科目 平成 29 年度』
(武蔵野美術大学造形学部通信教育課程 2017 年)