

2013

デザイン学科卒業制作展のプロモーション制作

A Promotion of Salesio Department of Art and Design : A Final Project Exhibit

AD21 久保 佑貴
指導教員 井上 謙・菅原 由佳

1. 研究目的

実際に自分で就職活動を行ってみて、デザイン関連会社が欲しい人材とは四年制の美大生が圧倒的であると感じた。

しかし、美大で四年間デザインを学んできた人たちと高専にて足掛け五年間デザインを学んでいる我々とは年齢の差こそあれ、その実力に大きな違いがあるのだろうか？我々の実力やサレジオ高専の知名度が一般に認知されていない一つの要因として卒研展があると考えた。

現在の卒研展のプロモーションを検討し変えることで、サレジオデザイン学科の知名度を上げ、更に我々は企業に求められるクオリティの作品を制作していると知らしめることができるのではないだろうかと考えた。

2. 調査と分析

まず昨年まで我が校のデザイン学科卒研展のプロモーションはどのような方法で行っていたのかを調べた。昨年までは関連施設や学校へのダイレクトメールの送付、宣伝ポスターの掲示などが主でプロモーションとしてはやや貧弱で、またそれらのデザインが非常に大人しく、まとまりすぎているように感じた。

そこでダイレクトメールとポスターを新たなコンセプトによりデザインし直し、またプロモーションの強化としてweb上での告知を行い集客力の向上を試みた。

3. コンセプトの立案

私たちとは何だ？と考えたところキーワードとして「若い、フレッシュである、未来がある」といった要素が上げられた。

そこで決定したテーマが「あざらけし」（新鮮、イキイキしている、といった意味の古語）という言葉。新鮮な感性とイキイキしたアイデア…この言葉がもっとも自分たちを端的に表していると感じた。

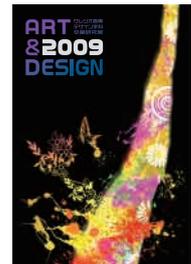
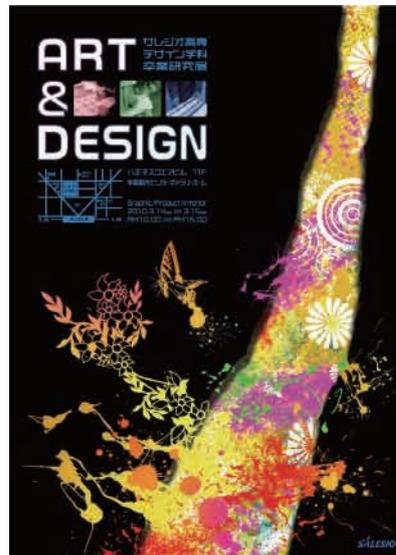
4. デザイン展開

我々の卒研展は五年間一貫教育の高専という他に無い珍しい環境に居る、他の学校と比べて若い学生達の展示会のため今まで行ってきた様な大人しいデザインではなく、イキイキとしたビジュアルにす

るべきかと考えた。

ラフスケッチ十数案の中から本案候補として五案を実際に制作した。これらを掲示しアンケートを取り、最も好評だった一案を本案として採用した。

5. 完成図



最も支持された案をベースに、次いで好評だった案や寄せられたアイデアを取り入れ、A1サイズでポスター、またそのデザインを共通したダイレクトメールを制作した。

さらに、プロモーションの強化としてwebにて告知を行い、卒研展の知名度の向上を計った。

URL:<http://school.japandesign.ne.jp/sotsuten/10/schedule/outside.html>

6. 結論

綺麗、誘目性が高いなど多くの好評を得た。また、集客率の向上に繋がりそうなどと評価されたことはプロモーションとしては成功したものとする。

ただ、一見して卒研展”らしさ”が見えないとの意見も頂いており、より深く調査と分析を行いその結果に気を配ってデザインできたならなお良かったかと思った。

7. 参考文献

卒研展情報サイト「School@JDN」

<http://school.japandesign.ne.jp/>