

平成30年度  
産学連携による  
デザイン重視の  
新商品開発・  
ブランディング事業

中部経済産業局

目次

---

<b>事業概要</b> .....	<b>2</b>
事業趣旨	
<b>1.キックオフセミナー</b> .....	<b>3</b>
概要	
プログラム	
アンケート集計	
<b>2.ワークショップ</b> .....	<b>6</b>
第1回 現地調査／ヒアリング	
第2回「アイデア出し～コンセプト策定」	
第3回「ラフデザイン等制作」	
第4回「デザイン等案検討(ネーミング含む)」	
第5回「最終デザイン提案～決定」	
成果作品	
<b>3.成果展示・報告会</b> .....	<b>20</b>
成果展示	
成果報告会	
アンケート集計	
<b>4.総括</b> .....	<b>23</b>

---

### 事業趣旨

世の中にはたくさんの商品が溢れています。地域産品を製造・販売する多くの中小企業は、絶えず地域特性を活かした商品づくりを心がけていますが、その魅力は消費者にうまく伝わっていないことが多く、ヒット商品に結びついていないのが現状です。

本事業では、デザイン開発・商品ブランディングに課題を抱える管内東海三県の中小企業と、将来デザイナーとして現場に立つ大学等デザイン教育機関に所属する学生に指導デザイ

ナーを配し、産学連携の実践型ワークショップによるデザイン開発に取り組みました。参加者が意匠・商標等の知的財産権の重要性を学び、本質的なニーズを見つけて課題解決に取り組み、デザイン思考活用のプロセスを体験することで、学生に対しては、教育機関のカリキュラムだけでは学びがたい社会で活かせるデザイナーのスキルの習得を支援するとともに、中小企業に対しては、デザイン重視の新商品開発・ブランディングに向けた取り組みを支援することを目指しました。

### 実施概要

本事業では、管内東海三県の中小企業と学生に指導デザイナーを配したグループが1つのチームとなり、統括プロデューサーのもと、参加企業の商材・開発テーマ別に3チームを編成。課題の確認、現地調査ヒアリング(メーカー企業、販売先)に始まり、分析、発想と続くデザイン思考プロセスを体験する5回の実践型デザインワークショップを実施。サービスエリアで販売する商品のパッケージデザインの提案に取り組み、開発成果は展示会と報告会で発表。優秀作品は企業による商品化を目指します。

**キックオフセミナー** :平成30年9月3日(月) /参加者:41名

セミナー1「地域・個性が引き立つ商品ブランディングについて、デザインの役割とデザイン思考」  
講師:杉野実・M1\_Project デザインプロデューサー

セミナー2「知的財産権(意匠権・商標権)の役割と活用法」  
講師:水野祐啓・名古屋市新事業支援センター マネージャー・弁理士

参加企業プレゼンテーション～チーム編成～チームミーティング

### ワークショップ

第1回:平成30年9月24日(月・祝) /参加者:23名、平成30年10月20日(土) /参加者:11名  
現地調査・ヒアリング=EXPASA御在所上り・下り、NEOPASA岡崎

第2回:平成30年10月4日(木) 18:00～21:00 /参加者:31名  
テーマ・問題点等の整理、アイデア出し～コンセプト策定

第3回:平成30年10月30日(火) 18:00～21:00 /参加者:31名  
ラフデザイン等制作

第4回:平成30年11月26日(月) 18:00～21:00 /参加者:29名  
商標チェック等レクチャー、デザイン等案検討(ネーミング含む)

第5回:平成30年12月20日(木) 18:00～21:00 /参加者:32名  
最終デザイン提案～決定

### 成果展示・報告会

成果展示:平成31年2月20日(水)～3月4日(月) /来場者:597名

成果報告会:平成31年3月4日(月) /参加者:57名

会場:クリエイティブビジネススペース コード(現地調査除く)  
(〒460-0008 名古屋市中区栄3-18-1 ナディアパーク・デザインセンタービル4F)

主催:中部経済産業局

企画運営:株式会社国際デザインセンター

連携協力:中日本高速道路株式会社 名古屋支社、中日本エクス株式会社 名古屋支店

協力:公益財団法人名古屋産業振興公社 名古屋市新事業支援センター

# 1 キックオフセミナー

## 実施概要

デザインを商品開発に活かすためのデザイン活用セミナー、意匠・商標等の知的財産権の重要性について学ぶ講義と、参加企業のプレゼンテーション、チーム編成を行い、今後の進め方についてチームミーティングを行いました。

### ① セミナー

ワークショップの開催に先立ち、デザインを商品開発に活かすための視点やプロセスについての解説を交えたデザイン活用セミナーと、意匠・商標等の知的財産権の基本的な知識、考え方等、知的財産権の重要性や実践方法を学ぶセミナーを行いました。

「地域・個性が引き立つ商品ブランディングについて、デザインの役割とデザイン思考」

講師：杉野 実／M1\_Project デザインプロデューサー

「知的財産権（意匠権・商標権）の役割と活用法」

講師：水野 祐啓／名古屋市新事業支援センター マネージャー・弁理士

### ② 参加企業プレゼンテーション

参加企業（製造メーカー）と販売企業（S.A.店舗運営事業者）が、企業概要、開発対象商品、販売場所や客層などについて説明を行いました。

- ・株式会社はなのき堂／三岐鉄道株式会社（EXPASA御在所下り）
- ・寿製菓株式会社（株式会社三重寿庵）／株式会社安全（EXPASA御在所上り）
- ・有限会社東御河屋製菓／株式会社名鉄レストラン（NEOPASA岡崎）

### ③ チームミーティング

統括プロデューサーによるプログラムの説明の後、個々のチームに分かれ、指導デザイナーがファシリテーションを行いながら、具体的に企業や商品、課題等についてヒアリングを行いました。

- ・事業全体概要説明、デザイナー紹介、チーム編成発表
- ・各チーム自己紹介、ミーティング



## チーム編成

チーム名	チーム A	チーム B	チーム C
開発テーマ	ミニサイズケーキの プチギフト開発	チーズケーキパッケージのリ・デザイン	奥三河特産品を活かした甘味噌餅の 商品ブランディング、パッケージ開発
想定売り場	EXPASA御在所下り	EXPASA御在所上り	NEOPASA岡崎
製造メーカー 販売企業	株式会社はなのき堂 三岐鉄道株式会社	寿製菓株式会社(株式会社三重寿庵) 株式会社安全	有限会社東御河屋製菓 株式会社名鉄レストラン
学生	足立 琴美 (名古屋学芸大学) 大久保友恵 (名古屋学芸大学) 大和 優花 (名古屋学芸大学) 小川ひかる (名古屋学芸大学) 奥富 祐介 (名古屋学芸大学) 田頭 郁 (名古屋学芸大学)	西田 伊槻 (トライデントデザイン専門学校) 西山 花音 (トライデントデザイン専門学校) 松村 龍馬 (トライデントデザイン専門学校) 真鍋 城士 (トライデントデザイン専門学校) 森 雪華 (トライデントデザイン専門学校) 渡瀬 結奈 (トライデントデザイン専門学校)	伊藤 里咲 (広告デザイン専門学校) 奥田 帆南 (名古屋造形大学) 久保田 稔 (名古屋芸術大学) 駒崎 朱音 (名古屋芸術大学) 高田 颯平 (愛知県立芸術大学) 牧野美有子 (愛知教育大学) 箭野 ふみ (広告デザイン専門学校)
指導デザイナー	丹羽 哲男	渡邊 勝則	柳 智賢
統括プロデューサー/ 統括コーディネーター	杉野 実		



## セミナー講師



**杉野 実**  
M1\_Project デザインプロデューサー

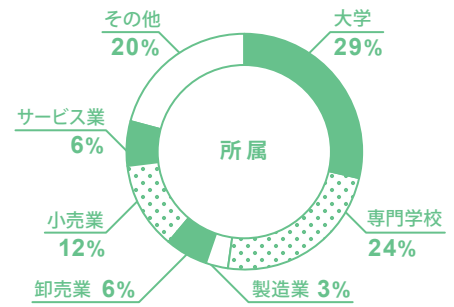
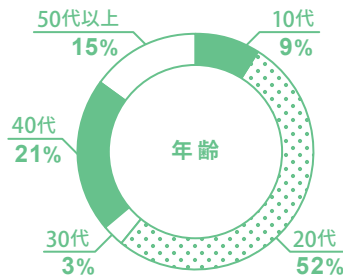
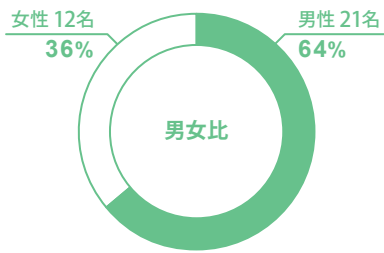
大学卒業後、広告代理店を経て平成5年株式会社国際デザインセンターに入社。研修・イベントの企画・運営など中小企業やデザイナー、学生に向けたデザインプロモーション活動を行う一方、企業・団体等の広告宣伝や商品開発のための企画・デザイン制作を行う。平成19年フリーとなり、中小企業などの新商品開発からプロモーションに至るデザインプロデュース活動を行っている。平成28年～平成30年度 名古屋市のデザイン・ものづくり交流施設「クリエイティブビジネススペース コード」の事業企画・運営。名古屋市、岐阜県など主催のデザイン研修講師、商品開発アドバイザー。岐阜県産業経済振興センター・名古屋市新事業支援センター・ミラサボ専門家。大同大学非常勤講師、協同組合愛知デザインユニオン理事、中部クリエイターズクラブ会員など。  
<https://m1project.com>



**水野 祐啓**  
名古屋市新事業支援センター マネージャー(知財・契約担当)  
コーテック国際特許事務所 所長・弁理士

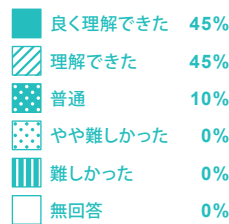
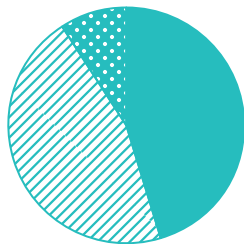
中央大学法学部卒業後、平成11年株式会社コーテック・インターナショナル入社、平成16年弁理士登録(第13663号)、平成17年コーテック国際特許事務所所属、平成17年米国特許法律事務所Lahive & Cockfield, LLPにて研修。コーテック国際特許事務所所長として活動しながら平成29年より公益財団法人名古屋産業振興公社 名古屋市新事業支援センターにて知財・契約担当のマネージャーとしても活動している。  
日本弁理士会、日本商標協会、国際知的財産保護協会(AIPPI)、国際商標協会(INTA)、アジア弁理士協会(APAA) 会員。  
<http://www.cotech.co.jp>

参加者の内訳



講義の理解度

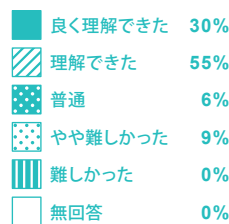
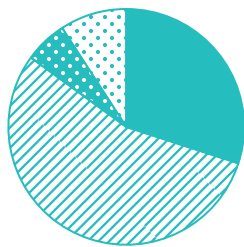
セミナー 1 「地域・個性が引き立つ商品ブランディングについて、デザインの役割とデザイン思考」



選択の理由・感想など

- ・この先、デザインを経験していく上で役立つと感じた。
- ・デザインやデザイン思考の重要性を理解することができた。
- ・デザイン化へのプロセスがよくわかりました。
- ・デザインの仕方をここまでしっかり教えてくださる機会はずくなかったので、とてもためになりました。
- ・商品開発デザインのステップを理解することができました。
- ・ビジネスに必要なデザインの話を聞けてタメになりました。
- ・企画からデザインの流れについて詳しく説明して頂けて大変理解が深まりました。
- ・デザインだからと言ってキレイに美しくつくるものではなく、時と場合に合わせデザインしていくということが大切だと思えた。
- ・手順を改めて確認できる良いセミナーだったと思います。この内容を意識してデザインしたいです。

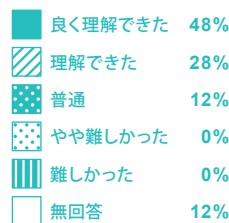
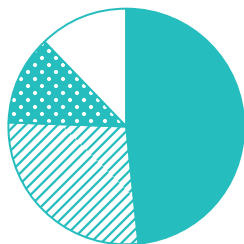
セミナー 2 「知的財産権(意匠権・商標権)の役割と活用」



選択の理由・感想など

- ・わかりやすく、今まで知らなかった知識がたくさんあった。
- ・クイズのように写真で見せてくれたので理解できた。
- ・名前は知っていても詳しくは知らないことが多くて、理解できたのでよかったです。
- ・今までなんとなくで理解したつもりになっていた所が良く分かった。
- ・業務上問題になることもあり、非常に助かった。
- ・商品を作るにはちゃんと権利を意識しないとイケないなと分かった。
- ・意匠類否判断の例などはまったく分からないぐらいのこまかな部分が多くあって難しいと感じた。
- ・法律に対してあまり学んでこなかったので、知ることができて良かったです。新しい発見もありました。
- ・実際に問題がおきたときどう対応すればよいか難しかった。
- ・何かを創ろうとするときには常に考えなければならないこと、相談させていただく機会があればと思います。

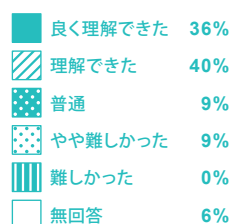
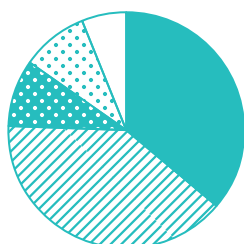
企業プレゼンテーション



選択の理由・感想など

- ・実際の企業のプレゼンテーションを聞くのは初めてで、おもしろかった。
- ・どんな商品をお売のか分かりやすかったです。
- ・お店の方の話を聞けてとても分かりやすかったです。
- ・ていねいにおしえてくれたので分かりやすくてよかったです。
- ・わかりやすく説明していただいて、具体的に考えることができました。
- ・企業の方の思いが伝わるプレゼンテーションだった。企業さんの思いをカタチにできたらいいなと思った。
- ・もう少し時間をかけて、商品に対する思いを伝えてほしかった。

チームミーティング



選択の理由・感想など

- ・難しい課題も多いが和やかに進めていけそうだと感じた。
- ・ファンリテーターが先頭になってまとめてくださったので、理解できました。
- ・意見を出し合って話の内容を深めていけたのでよかったです。
- ・チーム打合せでより理解が深まったと思います。
- ・皆様のお話を聞くことができました。
- ・多くの質問に答えていただいで、わかりやすいものになりました。
- ・学生がもっと意見を言えると良いと思いました。

## 2 ワークショップ

### 実施概要

中小企業・指導デザイナー・学生が1つのチームとなり、デザイン思考フローを活用した5回のワークショップを通じて商品パッケージ等のデザイン開発に取り組み、学生1人1人がアイデアを出し合い、共同で最終デザイン案をまとめ上げました。



### ワークショップ「デザイン思考フロー」



### 統括プロデューサー／統括コーディネーター



杉野 実

M1\_Project デザインプロデューサー

広告代理店を経て、平成5年株式会社国際デザインセンターに入社。研修・イベントの企画・運営など中小企業やデザイナー、学生に向けたデザインプロモーション活動を行う一方、企業・団体等のデザイン企画制作、名古屋市新商品開発デザイン支援コーディネーターを務め、平成19年フリーとなる。

※講師欄(P.4)参照

### 指導デザイナー



丹羽 哲男

株式会社丹羽デザイン事務所 代表取締役

昭和56年パッケージデザインプロダクションに入社。昭和61年日本パッケージデザイン協会入会、昭和63年丹羽デザイン事務所設立。平成5年法人化、株式会社丹羽デザイン事務所設立。各種メーカーの商品企画及びブランディングや記念事業、テーマパーク、各種イベントなどの売のための商品デザインを展開。

公益社団法人日本パッケージデザイン協会会員、名古屋学芸大学・名古屋造形大学・名古屋デザイン&テクノロジー専門学校 非常勤講師  
<https://niwa-design.com>

## 第1回 現地調査／ヒアリング

9月24日(月・祝) EXPASA御在所(上り・下り) 参加者:23名

10月20日(土) NEOPASA岡崎(※悪天候のため日程再調整後、実施) 参加者:11名

想定販売先サービスエリアにて商品の陳列・ディスプレイや顧客動向等の調査と販売企業ヒアリングを実施。キックオフセミナーのミーティングで得た企業情報から、実際の現地調査=「体験」を通じて分析し、課題を整理しました。



## 第2回 アイデア出し～コンセプト策定

10月4日(木) 参加者:31名

現地調査／ヒアリングによって得た情報や感じたことから、商品本体の味や形を含め、対象商品の魅力を引き出すための方策等、自由にアイデアを展開し、コンセプトを導き出しました。



## 第3回 ラフデザイン等制作

10月30日(火) 参加者:31名

コンセプト策定を受けて、具体的な開発に向けてネーミングを含め、デザインを検討。ラフスケッチや文字化によって活発なアイデア出しを行いました。



## 第4回 デザイン等案検討(ネーミング含む)

11月26日(月) 参加者:29名

学生たちが制作したパッケージデザイン案を持ち寄り、色、形だけでなく、紙質や印刷工程などを含め、チーム内で意見交換。中部経済産業局地域経済部 産業技術課 知的財産室員から商標の確認方法についても指導を受け、修正点の確認を行いました。



## 第5回 最終デザイン提案～決定

12月20日(木) 参加者:32名

練り上げたパッケージデザインをチーム内で評価し、デザイナーの指導の下、ブラッシュアップを行い、完成に向け修正点を確認。展示方法や販売時のPR方法についても意見交換を行いました。



渡邊 勝則

株式会社バウハウス 代表取締役

平成5年株式会社バウハウス設立。平成18年株式会社渡邊勝則デザイン研究所設立。グラフィックデザインを中心に、ブランディング、Webデザイン・CMSデザイン。日本酒のプロデュース活動を行なっている。国立黒龍江大学芸術学院 客員教授、名古屋学芸大学 非常勤講師、トライデントデザイン専門学校 非常勤講師、日本グラフィックデザイナー協会、中部クリエイターズクラブ、NEW YORK ADC、NEW YORK TDC 会員、ACDA(アジアコミュニケーションデザインアライアンス)理事  
<http://www.bauhaus-dessau.co.jp>



柳 智賢

RYU DESIGN 代表

グラフィックデザイナー・ディレクター。金沢美術工芸大学大学院美術工芸研究科産業デザイン専攻・視覚デザインコース修了。専門学校教員、株式会社キュー・プランニングを経て平成14年RYU DESIGN設立。現在、岐阜県商工会連合会エキスパートとして岐阜県を中心に中部企業のブランディング、パッケージデザイン開発に携わっている。名古屋造形大学・椋山女学園大学 非常勤講師 中部クリエイターズクラブ(CCC)・日本グラフィックデザイナー協会(JAGDA)会員、中部インテリアプランナー協会(CIP)準会員  
<http://www.ryudesign.net>



## 2 ワークショップ (成果)

### チームA

#### チーム編成と課題

##### ① 開発テーマ

ミニサイズのケーキをプチギフトととして  
買ってもらえるような商品にしたい。

20代女性に向けて、パケ買いしてもらえる  
ような「可愛い」「楽しい」「ワクワク感」な  
どがあるパッケージデザイン。

##### ② 課題

売り場の想定

EXPASA御在所下り お土産コーナー「さんぎ」

愛知県から三重県に入る最初のサービスエ  
リアであり、愛知県・三重県の観光土産品  
を中心に販売。午前中は伊勢志摩・関西方  
面に向かう方が、午後からは名古屋方面か  
ら戻る方が多く、滞在時間が比較的短い。

商品の特徴

ミニサイズケーキ。味は3種類を想定(後の  
ワークショップでの提案により、4種類へ変  
更)。個包装し、一口サイズの食べやすした  
形状。

要望

客の流れが早い売り場であるため、商品  
パッケージや展示仕方で商品の世界観を直  
感的に伝えたい。自分や友人へのプチギフ  
トとして販売していきたい。

商材 (テーマ) について

- ▶ 商品概要
  - ▶ 商品名: 未定 ※商品写真
  - ▶ 販売価格: 400円~500円/2個入 (税込)
  - ▶ 特徴: 「チョコレート、抹茶、チーズ」3種類のミニサイズケーキ
    - ・しっとりして濃厚な味わい
    - ・パッケージデザインに特徴を持たせた「パケ買い」商品
  - ▶ 想定購入者 (ターゲット): 20代女性
  - ▶ 販売箇所: EXPASA御在所下り線  
お土産コーナー「さんぎ」



販売店舗



##### ③ メンバー

製造メーカー: 株式会社はなのき堂

販売企業: 三岐鉄道株式会社

学生: 足立 琴美 (名古屋学芸大学)

大久保友恵 (名古屋学芸大学)

大和 優花 (名古屋学芸大学)

小川ひかる (名古屋学芸大学)

奥富 祐介 (名古屋学芸大学)

田頭 郁 (名古屋学芸大学)

指導デザイナー: 丹羽 哲男

(株式会社丹羽デザイン事務所)



## ワークショップのチーム内プロセス

### 第1回 現地調査／ヒアリング

EXPASA御在所下り 9月24日(月・祝)

想定販売先の企業の説明を受けながら、店内、バックヤード等を見学。どんな場所で、どういう風に売られているのか?現状をしっかりと把握し、買い物客の動向などを観察。商品や売り場、来店者の観察(調査)による情報収集・整理を行いました。



### 第2回 アイデア出し～コンセプト策定

10月4日(木)

視察した想定売り場で来店者を引きつけるデザインについて、今後のトレンドも踏まえ、アイデアを展開。パッケージのデザインだけでなく、ネーミングや、お菓子の味やボリュームについても意見交換を行い、デザインの方向性を探りました。



### 第3回 ラフデザイン等制作

10月30日(火)

カラーラフイメージを検討。デザインのストーリー性や意味について客観的に評価、方向性を明確化するための意見交換を行いました。また、商品自体の見た目、味やボリュームについても再度、意見交換を行い、商品の味は、当初の3種類から4種類に変更しました。



### 第4回 デザイン等案検討(ネーミング含む)

11月26日(月)

絞り込んだデザイン案のモックアップを制作し、意見交換を行いました。商品の楽しさや買いたくなる工夫が購買者である20代女性に伝わるよう、細部まで意見を交換しました。また、バリエーションのある商品としての優位性についても検討しました。



### 第5回 最終デザイン提案～決定

12月20日(木)

パッケージ見本を試作し、チーム内にて評価を行いました。より魅力的な商品にするため、試作品だけでなく、更にアイデアを出し合いました。また、手提げ袋やディスプレイについても提案し、売り場での魅力づくりについても検討を重ねました。



### 指導デザイナーからのコメント

メーカーや、販売先企業との連携により、絶えず情報共有ができ、積極的な姿勢で取り組んでいけたことが進めやすかったです。

コストや作業性についても確認しながら取り組めたことで完成度を高めることができました。学生とは頻りに連絡を取り合い、ブラッシュアップさせる指導を行いました。

学生には、自由な発想でアイデアを出し合う中でも、商品デザインとは何か。を学んでもらえたのではないかと思います。

成果作品

デザイン案1



デザイン案2



デザイン案3



### デザイン案1 (足立琴美・大久保友恵)

#### 商品名

ポシェケーキ (チーズ・チョコ・抹茶・いちご味)

#### 販売展示提案

北欧の町並みをイメージした展示

#### コンセプト

ケーキの作り方が湯煎焼きであることから、名前はケーキの本場であるフランスの言葉で「湯煎」の意味である「pocher (ポシェ)」から名付けました。そこから、全体的なイメージを若い女性にも人気のある北欧をテーマに展開しました。外箱は北欧の街並みをイメージして、箱を並べたり積むことで街が繋がって広がっていくようにしました。また、外箱は食べた後にも小物入れとして使えるように引き出し型の少し頑丈な作り仕上げました。



### デザイン案2 (大和優花・小川ひかる)

#### 商品名

La richesse 濃厚やわらか ラ・リシエス (チーズ・チョコ・抹茶・いちご)

#### 販売展示提案

- ・商品を、形がつながるように並べることで、合わせて買いたくなるようにレイアウトしました。
- ・柄のモビールを設置することで、オシャレな空間を作り、売り場の下に行きがちな視線を、上から誘導します。
- ・『濃厚』という中身の特徴を、とろけるイメージの展示マットで表しています。

#### コンセプト

若い世代の『パケ買い』という課題から、売り場に少なかった洋風でオシャレなイメージと、ビビットカラーをベースに、ただオシャレにするだけでなく、味を連想させるような色や柄、仕組みをデザインしました。開けた時のサプライズ感を出すために、外は白を使いシンプルに、中は鮮やかな色をベタで入れ、ワクワク感を演出しました。商品を不織布で包むことで、個別であけても喜ばれるようにしました。ロゴは、ケーキの濃厚な味わいから濃厚という意味のフランス語を名付け、丸い形から三角に切り出されるケーキの形やスティックケーキの長方形をモチーフに制作し、中の商品特徴を生かしたパッケージにしました。



### デザイン案3 (奥富祐介・田頭郁)

#### 商品名

- ・咲耶 (サクヤ) いちごケーキ ・夢鳥 (ユメトリ) まっちゃんケーキ
- ・月詠 (ツクヨミ) ちーずケーキ ・天迦 (アメノカ) ちょこケーキ

#### 販売展示提案

展示にも風呂敷の形状とキャラクターのデザインを用いることで、全体のイメージを明確に示すことができ、初めてこの商品を知っていただいた方にも、大きなインパクトを残すことができるようにと考えました。

#### コンセプト

私たちは『パケ買い』というキーワードから、しっかりとしたキャラクター性と、見た目の華やかさを重視したパッケージが良いのではないかと考えました。そこで少しでも馴染みやすいように日本に伝わる神様の名前や祭り・四季をイメージしてネーミングや色のパターンを考え、そこから生み出したキャラクターをパッケージ全体に柄として用いることで、他商品との差別化を明確にしました。また、箱の形状は和風で温かみがあり、開ける楽しみがあるものが良いと考え、風呂敷状のものを選びました。新しいけど、どこか懐かしい。そんな大人から子供まで、より多くの人に手に取っていただけるようなパッケージに仕上げました。



# チームB

## チーム編成と課題

### ① 開発テーマ

現行販売されている「デス・デュ・フロ  
マージュ-女神のチーズ-」のパッケージの  
リ・デザイン

### ② 課題

売り場の想定  
EXPASA御在所上り「おみやげ館」

三重県、関西圏を中心に品揃えを行う。平日  
はビジネス関係、休日は観光客が多く、エリ  
ア限定商品や伊勢商材が多い。  
午後から客が増加し、滞在時間が長いのが  
特徴。

商品の特徴

地元の牛乳を使用した2層仕立てのチーズ  
ケーキ。

要望

地域(三重や伊勢など)のイメージや、乳製  
品、洋菓子を直感的に伝えたい。また、売り  
場内では高価格帯商品になることから、他  
商品より高級感を演出したい。



### ③ メンバー

製造メーカー：寿製菓株式会社(株式会社三重寿庵)

販売企業：株式会社安全

学生：西田 伊槻(トライデントデザイン専門学校)

西山 花音(トライデントデザイン専門学校)

松村 龍馬(トライデントデザイン専門学校)

真鍋 城士(トライデントデザイン専門学校)

森 雪華(トライデントデザイン専門学校)

渡瀬 結奈(トライデントデザイン専門学校)

指導デザイナー：渡邊 勝則

(株式会社パウハウス)



## ワークショップのチーム内プロセス

### 第1回 現地調査／ヒアリング

EXPASA御在所上り 9月24日(月・祝)

想定販売先にて現地調査を行いました。

現行商品の陳列状況や、来店者の動きや客層を実際に確認。他商品の動向など、売り場での人気商品についても調査を行いました。得た内容について打ち合わせと情報整理を行いました。



### 第2回 アイデア出し～コンセプト策定

10月4日(木)

百貨店やお土産店など、個別にリサーチした内容を持ち寄り、前回の現地調査と合わせ、今回の企画内容にまとめる作業を行いました。

製造メーカーや販売企業とも検討を行い、方針を確認。ラフデザインに取りかかりました。



### 第3回 ラフデザイン等制作

10月30日(火)

各自が考えてきたアイデアについて意見交換を行いました。

コンセプトや商品イメージに沿っているかを確認し、修正内容を明確化。商品のキャッチフレーズを決定し、チーム全体で大きな方向性を見出しました。



### 第4回 デザイン等案検討(ネーミング含む)

11月26日(月)

修正した内容に製造メーカーや販売企業とのすり合わせを行いました。

ロゴからカラーに至る細かな点まで、修正のポイントを重点的に意見交換し、モデル制作する案を決定しました。また、POPやお土産用の袋についても検討しました。



### 第5回 最終デザイン提案～決定

12月20日(木)

手作業によるパッケージのモデルを提案し、意見交換を行いました。

実際に触ったり、手に取ったりしながらサイズや形状について検討。デザイン見本まで作成しました。

この後の期間で、印刷、加工の過程を加味したブラッシュアップを行うこととし、売り場全体のディスプレイについても検討しました。



### 指導デザイナーからのコメント

学生全員が、対象商品と人気店の商品についての違いを考えるとこから始め、企画書の作成を行った事で、「問題を定義する」力が育ったように思います。また、単にデザイン案を考えるだけでなく、印刷技術やその工程にも目線を向けたことで、仕上がりを意識した提案が行える様になったと感じました。

成果作品

デザイン案1



デザイン案2



デザイン案3



## デザイン案1

キャッチフレーズ 優しい口どけ、四酪にありました。

### 01 A Goddess's Gift

#### コンセプト

女神からの贈り物のように優しい美味しさ、ふんわりとした食感をナチュラルに花々を使って表現しました。実際に商品名の由来でもある天照大神の数々の物語に登場する植物をピックアップしデザインしています。



### 02 Simple Joys

#### コンセプト

幸せそうにチーズケーキを食べる家族。手描き風のイラストで商品の優しい美味しさから生まれる日々の小さな幸せを表現しました。紙の質感を残してモノトーンに仕上げミルク感を連想させるパッケージにしました。



キャッチフレーズ 二つの幸せ、お届けします。

### 03 A Gift from the Ancient

#### コンセプト

三重県の伊勢神宮に祀られる天照大神をイメージし生まれた女神のチーズ。その天照大神が授けたと言われる三種の神器とチーズケーキの形状を組み合わせたロゴデザインと共に青銅器を思わせる配色を施しました。



### 04 Sweet Flavor

#### コンセプト

流行色であるピンクとブルーを使用し、「二つの幸せ」をイメージしました。手描きで温かみのある草花のイラストを組み込み、やわらかく繊細な明朝体を使用することでチーズケーキの口当たりの良さを表現しました。



## デザイン案2

キャッチフレーズ 優しい口どけ、四酪にありました。

### 01 Box of Elegance

#### コンセプト

キャッチコピーをメインにしたパッケージ。乳製品で多く見られるロイヤルブルーと白の2色を使い、上品にデザインしました。デザインの特徴となるドットはケーキに降りかかるスポンジクリームをイメージしています。



### 02 Box of Happy

#### コンセプト

ハートーンで優しい口どけの広がりイメージ。幸福感のある黄色を使用し、ドットのパターンを展開した全体的に丸みのあるパッケージに仕上げました。内箱の上部には穴を開け中が見える工夫を施しています。



キャッチフレーズ 二つの幸せ、お届けします。

### 03 Two Icon

#### コンセプト

ケーキと牛、二種類のアイコンを使うことで新鮮な牛乳を使用したケーキであることを表現しました。また層を重ねていくレイアウトで、商品の特徴であるムースとバイクドチーズケーキの二層構造を表しています。



### 04 Piece of Cake

#### コンセプト

一目でケーキのパッケージだということが認識できることを前提に、商品の優しい印象を柔らかいタッチで表現しました。また二色の配色を使用することで、「二つの幸せ」を感じるのことができる暖かさを大切にしました。



## デザイン案3

キャッチフレーズ 優しい口どけ、四酪にありました。

### 01 The Melting

#### コンセプト

イエローをベースにミルククラウンをモチーフとすることで、ミルク感のあるチーズケーキを表現。基調としたイエローは優しさを感じさせ、全体に丸みを持たせることでとろけるような口どけをイメージしています。



### 02 Feel of Milk

#### コンセプト

ミルクを連想する白とまろやかなピンクを組み合わせ、スリーブに透明のグロスで牛柄を表現することで牛乳にこだわる優しいチーズケーキをイメージ。目だけでなく手で触れて楽しめるパッケージに仕上げています。



キャッチフレーズ 二つの幸せ、お届けします。

### 03 Milk and Milk

#### コンセプト

二つの層からなるという商品の特徴に着想を得て、濃淡の違う二色の黄色で表現したパッケージ。ランダムに絵柄を配置した透明なスリーブを重ねることで、思わず手に取りたくなるようなパッケージを目指しました。



### 04 Kindness from Nature

#### コンセプト

手描き感のある線と赤みのグレーで無駄のないチーズケーキをイメージ。スリーブの白と合わせ最小限の色で表現し、高級感を演出しています。女神のチーズの魅力を知ったあなたに捧げる優しさに満ちたパッケージです。





# チームC

## チーム編成と課題

### ① 開発テーマ

奥三河特産品、八名丸さといもを使った甘味噌餅「はなまるもち」の商品ブランディング～パッケージ、ロゴマーク、リーフレット開発

### ② 課題

売り場の想定

NEOPASA岡崎「お土産処三州岡崎宿」

東海三県で最大規模のサービスエリアで上下線集約型。上下線それぞれにイメージを持ち、異なるコンセプトを共存させている。ご当地ならではの商品を中心に取りそろえている。

商品の特徴

地元固有の里芋を利用し、地産地消をコンセプトにしたここでしか買えない和菓子。

要望

観光客を中心に購入頂ける、この地域ならではの手土産やお茶菓子になるようなテーマ性のある世界観を表現して欲しい。



### ③ メンバー

製造メーカー: 有限会社東御河屋製菓

販売企業: 株式会社名鉄レストラン

学生: 伊藤 里咲 (広告デザイン専門学校)

奥田 帆南 (名古屋造形大学)

久保田 稔 (名古屋芸術大学)

駒崎 朱音 (名古屋芸術大学)

高田 颯平 (愛知県立芸術大学)

牧野美有子 (愛知教育大学)

箭野 ふみ (広告デザイン専門学校)

指導デザイナー: 柳 智賢  
(RYU DESIGN)



## ワークショップのチーム内プロセス

### 第1回 現地調査／ヒアリング

NEOPASA岡崎 10月20日(土)

商品の想定売り場を観察。

他商品、展示ディスプレイを参考にしながら、イメージを膨らませることとし、現地バイヤーから、人気商品についてヒアリングを行いました。来店者の購入するポイントにはデザイン面だけでなく、価格も重要であることを共通認識としました。



### 第2回 アイデア出し～コンセプト策定

10月4日(木)

商品ヒアリングを中心に情報収集。商品の色、形、大きさや味など、特徴について確認しました。また、商品のネーミングについてもアイデア出しを行い、絞り込みを行いました。

パッケージについては、仕様を決定。個包装と、外箱の2種を行う方向性で意見交換。



### 第3回 ラフデザイン等制作

10月30日(火)

ロゴマークから配送時の外箱まで様々な視点からデザイン提案を行い、デザインの方向性を検討しました。

個包装についても素材や、印刷方法などについて意見交換を行いました。無難すぎる部分も多く、新規性のあるデザインにするため、再度アイデア検討を行いました。



### 第4回 デザイン等案検討(ネーミング含む)

11月26日(月)

パッケージのモックアップや原寸大の図柄等によるデザイン検討を行い、ブラッシュアップするアイデアを絞り込みました。また、これまでに絞り込んできたネーミングについて、商標チェックを行い、侵害しない形に改める対応を検討しました。



### 第5回 最終デザイン提案～決定

12月20日(木)

パッケージやリーフレットについて細部まで検討しました。

産地のストーリーを織り交ぜるなど、具体的な修正点を確認したほか、印刷、パッケージ製造におけるコストについても検討し、実現性を高める方法についても意見交換を行いました。



### 指導デザイナーからのコメント

アイデアの面白さと実現性の間でかなり揺れ動いたワークショップだったと思います。

また、生菓子特有の包装の問題や、開発途上であったことから商品の仕様が変わるなど、臨機応変な対応を求められる中、メンバー同士、コミュニケーションを取り合い助け合いながら制作を進め、バランスの取れたプロダクトになったと思います。

成果作品

デザイン案1



デザイン案2



デザイン案3



## デザイン案1

### デザインコンセプト

地元・ふるさとを離れて暮らし「地元の味が恋しい」「ふるさとの味」「はなまるもちが恋しい」「贈り物」と感じていただけるよう「仕送り」をテーマにしました。



**ネーミング**…『奥三河・はなまるもち』

ねっとりやわらかく、もちもちしている八名丸(やなまる)さといもと、400年の伝統がある四谷千枚田(日本の棚田百選)育ちのもちもちとしたもち米。奥三河の特産品と味噌がひとつになったもちもちなおもち菓子が生まれました。その名も、『奥三河 はなまるもち』。  
一口食べたら、はなまる=満足なおいしさです。

**ロゴマーク**… 贈る気持ちをリボンで表現しました。

**パッケージ**… ダンボール箱をイメージし、紙で素朴感を演出。奥三河の特産品をイラストにし、説明文はクラフト感を感じられるようラベルにしました。

**個包装**… 商品に使用されている八名丸さといもがモチーフです。お客様に驚いてほしい、笑顔になってほしいと考えました。

**リーフレット**… パッケージに使用しているイラストをモチーフに、温かみのあるデザインにしました。

## デザイン案2

### デザインコンセプト

商品名から、花と丸をモチーフにデザイン。「和菓子」だけど、モダンなイメージで多くの年代に親しまれることを意識しました。SAに訪れる客層のうちの多くを占める40以上の女性をターゲットとし、上品な華やかさと、目を惹き(引き?)手に取ってみたいくなる新しさをデザインで両立させました。商品そのものはもちろん、このパッケージ自体も欲しいと思ってもらえることを目指しました。



**ネーミング**…『奥三河・はなまるもち』

『奥三河・はなまるもち』は、愛知県新城市特産の里芋・八名丸(やなまる)と四谷の千枚田で獲れたもち米を使用した東御河屋製菓の新しい商品です。一番の特徴である材料の「八名丸」の名前や言葉のイメージから、「はなまるもち」と名づけました。

**ロゴマーク**… まるっこく優しい文字を使い、ところどころに花びらの形をイメージした形をあしらいました。

**パッケージ**… SAに置いたときに映えるよう、外箱は白を基調とし、パールホワイト紙で輝きを表現。また、あえてロゴすらも印刷しないことにこだわりました。抜きで上品に仕上げ、中に入れるリーフレットで魅せる工夫をしています。中の個包装は、グラデーションを印象的に使用し、ロゴマークやリボンでアクセントをつけています。デザインの過程で何度か形が変化しましたが、使う素材や展開図を考え、見た目だけではなく実現性も考慮しながら制作を進めました。

**リーフレット**… 箱のサイズに合わせ、フタの穴からロゴがのぞくようにデザインしました。八名丸や四谷の千枚田の紹介も載っています。

## デザイン案3

### デザインコンセプト

「私」と言うかわいい女の子を主人公に、家族のキャラクターをイラストで表現。全ての広報ツールで展開していきます。カラフルなイラストは筆タッチで誰でも親しみやすく、はなまるもちのターゲットに合わせて制作しました。



**ネーミング**… 家族だんらん『奥三河・はなまるもち』

昔から特産品として親しまれている、里芋「八名丸(やなまる)」と味噌を使ったちよっと変わったお餅。  
食べておいしさ「はなまる」、笑顔・ほっぺが「はなまる」、形もまるまるで「はなまる」、みんなで仲良く「はなまる」をイメージし、家族だんらん・分け合って「いただきます!はなまるもち」にしました。

**ロゴマーク**… 筆タッチのインパクトあってかわいいキャラクターに合わせて、ロゴはあえて大人しくシンプルに筆文字風デザインしました。

**パッケージ**… SAの他の商品がカラフルで色鮮やかなため、あえてシンプルに「白」を基調に。紙は和紙のようなファンシーペーパーで、柔らかくふわふわな高級感を演出しています。細長い形で、持ちやすく綺麗なフォルムを意識しました。真上にイラストを配置し、目立つようにすることで好奇心を煽られれば…と考えました。

**個包装**… 家族のイラストを1個ずつ別々に、上から見えるようにデザインし、楽しいおやつ時間を演出しています。

### 3 成果展示・報告会

#### 成果展示概要

ワークショップにて制作したパッケージを一堂に展示。  
各チーム3案(3つの方向性にアイデア展開したパッケージ見本)を  
展示しました。

会期:平成31年2月20日(水)~3月4日(月)  
10:00~18:00(休館日:土日)

会場:クリエイティブビジネススペース コード・ギャラリーコーナー  
(名古屋市中区栄3-18-1 ナディアパーク・デザインセンタービル4F)

入場無料

来場者:597名



#### チームA



#### チームB



#### チームC



## 成果報告会概要

ワークショップ参加者(参加企業・学生・指導デザイナー)が一堂に会し、ワークショップの成果報告を行いました。学生たちが成果作品(各チーム3案)について発表を行い、その提案内容について、販売企業や統括プロデューサーが講評を行いました。また、チームに分かれ、商品化について意見交換を行いました。

日時:平成31年3月4日(月)  
14:00 ~17:00

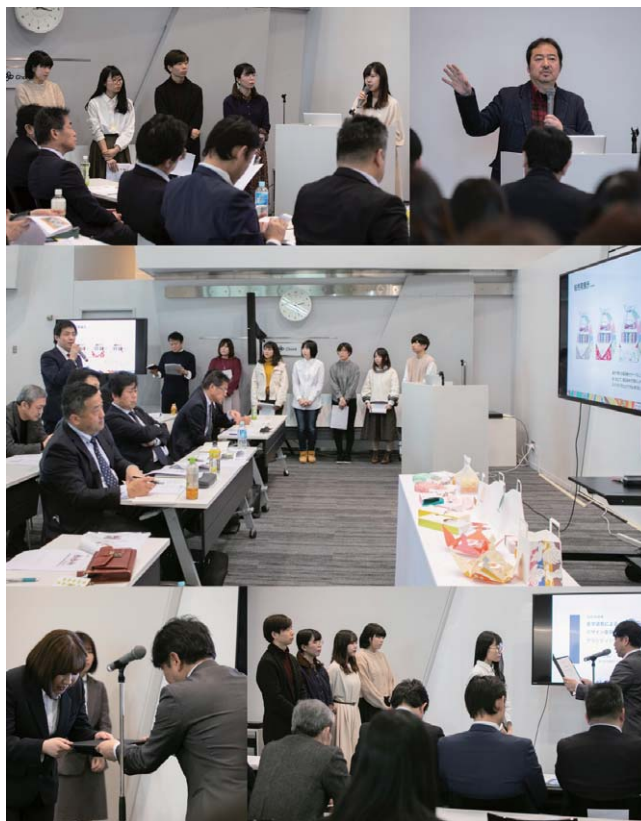
会場:クリエイティブビジネススペース コード  
(名古屋市中区栄3-18-1 ナディアパーク・デザインセンタービル4F)

参加無料(一般参加可)

参加者:57名

### プログラム

- ・統括プロデューサーによる概要説明
- ・3チームからの成果報告プレゼンテーション
- ・参加学生への修了証書授与式
- ・各チームと販売企業とのミーティング



### チームA



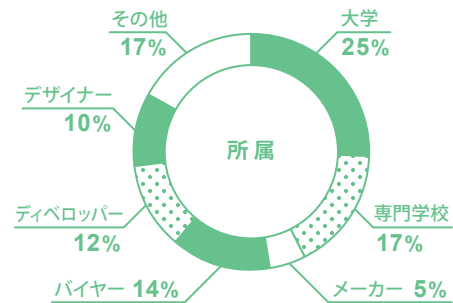
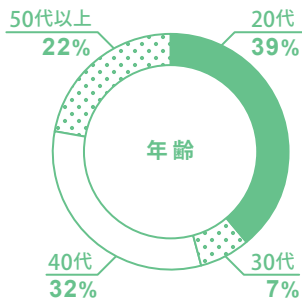
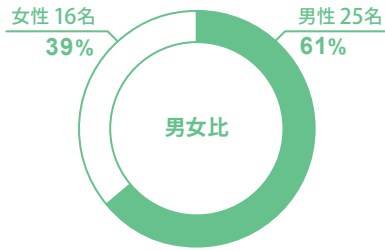
### チームB



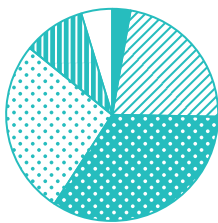
### チームC



参加者の内訳



成果展示・報告会について  
印象的だったプログラムは？

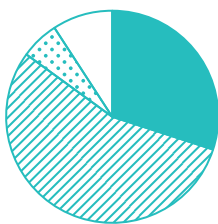


- 概要説明 1%
  - チーム報告・発表(A) 24%
  - チーム報告・発表(B) 36%
  - チーム報告・発表(C) 28%
  - バイヤーやディベロッパーからの講評 8%
  - 統括コーディネーターによる講評 3%
- ※複数回答含む

選択の理由・感想など

- ・どのチームも、どのパッケージも細部まで考えられているなと感じた。
- ・制作内容はもとより、提案、プレゼンまでしっかりと考え作り込まれていた。
- ・商標登録されていた事を確認するなど、事業目的の一つである、知財の活用をしっかりとしていると感じた。
- ・日頃御在所で勤務しています。今後商品化された場合の売り方等をテナントと共に考えていきたいです。
- ・皆様が一生懸命取り組んでいる姿勢がとても素晴らしい。学生さんにとってはとても貴重な機会だったと思う。企業の力、デザイナーの協力が将来のデザイナーを育てると思った。
- ・学生たちがデザインに込めた想いを自らの言葉で紹介してくれ、大変感動しました。
- ・デザイナーを中心として学生達のアイデアの豊富さを感じました。商品の持つクオリティーは大切ですが、コストやデザインを合わせバランスの良い物ができるとを心より希望します。
- ・どのチームも、どのパッケージも細部まで考えられているなと感じました。学生さんの堂々としたプレゼンも内容も、素晴らしいと思います。

産学連携によるワークショップは  
自社(学校)でも取り組みたいと思いませんか？



- とてもそう思う 38%
  - そう思う 43%
  - そうは思わない 0%
  - 既に取り組んでいるので必要ない 5%
  - 無回答 14%
- ※複数回答含む

選択の理由・感想など

- ・学校内の課題だけではわからないことを経験できた。
- ・学校では経験できないことなので取り組んだ方が良い。
- ・学内ではなかなか実際に相手のいるデザインをしていないので、良い経験になると思った。
- ・実際のデザインフローをたどることのできる機会はなるべく多い方が良いと考えたからです。
- ・特に会社の若手に知ってもらいたいプロジェクトだと感じた。
- ・高校、大学と取り組んでいるが、それを進化させたい。
- ・学校の課題だけでは学べないことが多いから。
- ・いままでと違った目線で商品開発ができそうと感じた。
- ・モノをつくるだけでなく、どうPRするかも改めて大事なことだと感じました。

【バイヤー・メーカーの皆様】

本事業の成果物に対し、  
今後、継続して開発したい商材はありましたか？



- たくさんあった 56%
- 多少あった 44%
- 無かった 0%

【学生の皆様】

参加しての感想などお聞かせください。

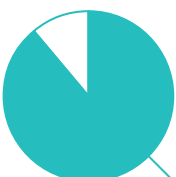


- とても良かった 81%
- 良かった 19%
- 普通 0%
- あまり良くなかった 0%
- 良くなかった 0%

選択の理由・感想など

- ・初めてのことも多く、苦労しましたが、学校生活だけでは味わうことができないデザインの楽しさを感じることができました。
- ・かかわる事のない人と同じチームになってやる事が1番の魅力でした。学校では絶対にかかわらない人や本格的な産学連携でプロのデザイナーさんと深くかかわる事が新鮮でした。
- ・たくさんの人と関わることができて良かった。特に先生には大変お世話になりました。
- ・実際に相手のいるデザインの提案をするという体験が出来て、とても良い経験になった。
- ・企業の方と実際に話し合うことで、商品ができるまでの道のりが分かった。
- ・デザイン案をだすにあたっての考え方、デザイン、プレゼンの仕方、実際の仕事の流れなど、勉強になることがたくさんあって、とても良い機会でした。
- ・他のチームの作品内容やプレゼンの仕方などを見ることができて自分の勉強になったので良かったです。
- ・参加を終えて、企業の方々やチームメンバーと制作する上でのコミュニケーションの難しさ、パッケージデザインの奥深さなどたくさんのお話を学ぶことができました。
- ・普段平面で制作している物を立体におこす事がないので、難しさを感じました。自分のデザインの反省点も山ほど見つかりましたので、今後に活かしたいと思います。

商品化の予定はありますか？



商品化の予定は？

- ・2019年4月～10月頃を予定 4件
- ・2019年以降で検討中 4件

今回の産学連携事業は、参加された企業の方々には、デザインのプロセスを体験し学生たちのアイデアや制作過程に触れ、制作する大変さとその意義に気づくことでデザインの重要性和活用性を再認識する機会となり、学生たちにおいては、将来に活かすことのできる実践的なプログラムによるワークショップを通じて、社会とデザインの結びつきの大切さを体験する時間となったことと思います。いずれにおいてもデザイン重視の商品開発を行う上で重要なキーワード、デザインを「真似させない」「真似しない」ために知的財産権を活用していくことの必要性を認識して頂けたのではないのでしょうか。

学生たちは、キックオフセミナーでのチームミーティング“課題の整理”や第1回ワークショップ“現地調査”で企業の方々の言葉に耳を傾け、想定販売先では買い手や売り場のことを考えながら状況を確認し、質問を投げかけ、熱心に写真やメモを取る姿が印象的でした。また、企業や学校の終業時間を意識した平日

夜の第2回～5回のワークショップでは企業・学生ともに参加率が高く、ここでも熱心なディスカッションが行われました。

しかし、5回という限られたワークショップの時間内では、グループとしてのアイデア出しや意見交換はできても、デザインの実制作を行うことはできません。学生たちは自らSNSで連絡を取り合い、自宅や授業の空き時間を使い校内でデザイン作業を行い、時には指導デザイナーの事務所に集まるなど、積極的に指導を受けながら意見交換やデザイン作業を進めました。

学生たちの自助努力とデザイナーの熱き指導は、企業の課題に対し、ネーミングやパッケージのデザイン、そして売り方に至るまでの、当初の想定をはるかに超えた数多くのアイデアを生み出し、提案、成果に結集しました。

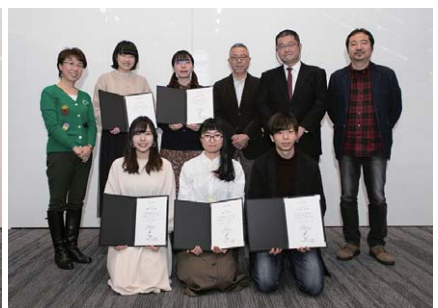
今後、この産学連携により生み出されたアイデアが商品化につながり、市場に出回ることを期待しています。



チーム A



チーム B



チーム C



発行：  
中部経済産業局  
平成31年3月

事務局・企画運営：  
株式会社国際デザインセンター・事業部  
tel:052-265-2104 / fax:052-265-2107 / voice@idcn.jp  
〒460-0008 名古屋市中区栄3-18-1デザインセンタービル  
<http://www.idcn.jp>

ワークショップ資料提供・監修：杉野 実 / M1\_Project デザインプロデューサー  
編集：林 英史 / 株式会社国際デザインセンター 事業部 企業支援担当主査

