

07

名古屋学芸大学×DENSO 産学協同プロジェクト「わくわくの種 展」 産学協同の取組み ～ グッドデザイン賞の受賞まで

The exhibition of " Amazing Seeds for the Future " by the industry- academia collaboration project

The outcome of the collaboration between industry and academia to cultivate the winners of Good-design Award

デザイン学科・教授
Department of Design・Professor

梶田 渉 Wataru KAJITA

デザイン学科・准教授
Department of Design・Associate Professor

尹 成済 SungJe YUN

デザイン学科・講師
Department of Design・Lecturer

柴田 知司 Satoshi SHIBATA

デザイン学科・助手
Department of Design・Research Associate

皆川 優介 Yusuke MINAGAWA



1 産学協同プロジェクトの概要

1.1 なぜ産学協同なのか？

(1) 産学協同が大学教育に必要とされる背景

かつて「デザイン」という言葉は、『モノ』をアイディアと造形や色彩や構成などの美術表現力で作りだすものとして語られて来ましたが、時代とともに『モノ』の周辺にある、マーケティング・企画・情報・メディア・仕組みなどの『コト』を含めて『モノとコトをデザインで可視化する 提案』が求められるようになりました。これは、競合するメーカー同士の技術力や営業力が同質化して、商品を『モノ』だけで差別化することが難しくなり、後者の『コト』の部分で差別化や個性化を図るようになったからです。さらに今日では、環境問題・社会貢献・持続的社会などへの解答も「デザイン」に課せられるようになって来ました。

こうした社会状況の中、『コト』を中心としたデザイン教育プログラムの必要性が大学側に求められています。その答えとなるプログラムこそ、「実在の企業からの具体的な課題」をベースに実践的で参画型の演習を行ない、学生の課題解決能力を養う、「産学協同プロジェクト」だと考えています。

(2) 産学協同が企業に必要とされる背景

一方、中小企業側では、日々の経済活動に追われ、なんらかの改革やあらたな取組みの必要性を感じながらも、時間と人的資源の不足が原因で、この先の戦略が曖昧であったり、戦略が立てられていても、その中身は業界の常識や社内の慣習にとられ、現状を打破できるようなものではなかったりで、成果は出ていません。このような悪循環から脱するために、誰かの助けを借りたいというニーズは至るところにあります。だからと言って、外部のマーケティングやコンサルティングの会社に頼るほどの余裕はないのです。

こうした現状から「産学協同プロジェクト」への関心が高まり、かつては、理系や工学系や医学系の研究機関として、大学に委託する「産学共同」から、2000年以降、社員と学生が一緒になって小規模のプロジェクトを組み、様々な経済活動の課題に取り組む文系の「産学協同」が、盛んに行なわれるようになりました。そんな中で、デザイン系の産学協同は課題解決策が具体的に可視化されるため、地域創生・地場産業活性化の流れも追い風となって、参画する中小企業が増えているのです。

大学教授の知恵と、学生ならではの視点や柔らかな発想力により、経営者や社員に、企業価値やブランド価値に対する新たな気づきがもたらされ、新商品発売や販売施策の新戦略につながられたという成功事例が全国的にいくつも見られるようになって来しました。

1.2 名古屋学芸大学のデザイン学科が推進する 産学協同プロジェクトの概要

(1) 実施の目的

本プロジェクトは、以下の目的達成をめざして遂行しています。

- ① 実社会のデザインの仕事を学生達に体験してもらいながら、企業活動を理解し、実践的な専門スキルを身につける。
- ② 実践的な演習で学外の人達と交わり、協同作業を通じて学生達のコミュニケーション能力を鍛え、社会力のある人材を育成する。
- ③ 本当の課題を発見し、その解決策を可視化できる(見えるカタチにして提案できる)能力を育成する。
- ④ 就職活動の支援として。
- ⑤ 産学協同の成果と過程を記録、公表し、デザイン学科の教育内容を広めることで、大学のプレゼンス向上を図る。
- ⑥ 教員の研究テーマ、若手教員スキルアップの一環として。

(2) 実施内容

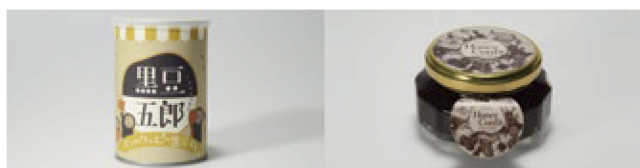
デザイン学科VCDコースが推進する産学協同プロジェクトの具体的な実施内容は、以下の通り。(2016年1月30日現在)

- (A) 商品開発～ネーミング～パッケージデザイン～販促宣伝ツールのデザイン。
- (B) 企業のC.I(コーポレート・アイデンティティ)を整えるために、ロゴマーク、ロゴタイプ、企業活動ツール(名刺・封筒・手提げ袋 etc.)をトータルデザインする。
- (C) 企業の伝統的な価値を掘り起こして、お客様に広報するツール(WEBサイト・リーフレット etc.)をデザインする。

(3) 実施体制と実施スケジュール

現在、デザイン学科で推進している産学協同プロジェクトの実施体制は原則として、1企業に対して1名の担当教員と数名の学生を1チームとして対応しています。(ただし、案件により、担当教授から講師・助教・助手に参画要請を行ない、チームを強化して対応。)依頼された案件に関する企業や現場の取材とマーケティング調査を行い、長所短所・差別化や特徴化の分析を行なった上で企画制作に向かいます。

実施スケジュールは、前期4月～9月末の6ヶ月間、または後期10月～3月末の6ヶ月間で完成させることを基本として、契約企業の方々がデザイン提案の可否を判断できる、ほぼ完成に近い状態を成果物として目標に置き、推進しています。



(エコバンク株式会社との産学協同 黒豆五郎の黒豆オレ / ハニーコンフィ)

2 DENSO産学協同プロジェクトの概要

2.1 DENSOの課題

(1) コミュニケーションデザインの課題

「DENSOの製品・技術・デザインを一般の人々にもっとわかりやすく、身近なものにできないか。」

株式会社デンソー(以下、DENSOと表記)は、自動車部品のグローバルメーカーの大手として知られています。しかし、理系の堅くてまじめなイメージが強く、会社としての信頼感はあるものの、ここで働く人の情熱的で遊び心もある社内風土は知られていません。また、医療ロボット開発・バイオ燃料開発などの自動車以外のたくさんの新分野に挑戦する姿も、ほとんど知られてはおらず、もっと一般の人々にDENSOのことを知ってもらいたいと、デザイン部の人達は常々願っていました。同時に女性社員の割合を増やしていきたいという会社の将来構想の下、積極的に女子学生を対象にした会社説明会も実施していました。

そこで、女子学生達がDENSOに興味を持つきっかけとなるような「コミュニケーションデザインをお題にした産学協同プロジェクト」をやりませんかと私から話を持ちかけ、程なくして、一緒にやりましょうという返事をいただきました。

こうして後日、DENSOデザイン部からの正式なオリエンテーションがあり、与えられたコミュニケーションデザインの課題は、「DENSOの製品・技術・デザインを一般の人々にもっとわかりやすく、身近なものにできないか。」ということになり、8月中旬～2月中旬までの6ヶ月間で実施することになりました。

(2) デザイン学科12名のスタッフと

DENSOデザイン部との産学協同プロジェクト

大学側でデザイン学科VCDコース3年次の女子学生8名と教員4名の計12名のスタッフを組み、DENSOデザイン部の6名のスタッフとのコラボでプロジェクトを進めることになりました。

<名古屋学芸大学スタッフ>

梶田 渉 尹成済 柴田 知司 皆川 優介

学生スタッフ(VCDコース3年):

石川 理穂 伊藤 愛 今雪 葵 木村 詩織
林 玲奈 松浦 舞 森 千尋 山本 愛佳

<DENSOデザイン部スタッフ>

吉田 佳史 杉山 真二 武政 智之
森下 奈緒子 杉原 礼子 安井 拓皓

(3) キックオフミーティング

2014年8月18日、キックオフミーティングと企業取材のため、刈谷にあるDENSO本社へ訪問。本社内にある企業展示ギャラリーとエコライフハウスを見学した後、デザイン部の業務説明と各メンバーの作品紹介を受け、大学スタッフの自己紹介をし、私の方からは、『難しい技術を一般の人々にわかりやすくするコミュニケーションデザイン』の例として、サントリーの企業WEBサイトの「Water Book」や、資生堂の企業WEBサイトの「PICK UP TECHNOLOGY」などを紹介しながら、プロジェクトのゴールイメージとスケジュールについての話し合いを行ないました。

(写真1)

(4) 取材～何を伝えるか

9月～11月、開発研究や生産技術部門や企画部門など、いろいろな部門の方から話を伺い、取材をしました。自動車関連分野からは、幅広い「自動車部品」のこと、「カーナビゲーション」「Navicon」「ダントツ工場」、自動車以外の生活関連分野から「HEMS」、産業機器分野から「産業用ロボット」「QRコード」、新事業分野から「農業支援」「藻のバイオ燃料研究」。加えて、企業広報の方から企業全体の話を聞きました。(写真2)(写真3)

取材を繰り返して、学生8人が感じたDENSOの「良い点」と「足りない点」を抽出、分析し、企画立案につなげました。

<学生が感じたDENSOの良い点>

- ・黒子的存在でわたしたちの生活を支えてくれている
- ・さまざまな事業に取り組むなど、多様性がある
- ・真面目で誠実なイメージがあり、信頼できる
- ・社員さんが情熱的で、こだわりも強い
- ・意外と遊び心がある

<学生が感じたDENSOの足りない点>

- ・DENSOという会社のアピール不足
- ・部品以外の製品・事業の認知度がまだ低い
- ・一般の人にとって難しいことが多く、伝達表現も固くなりがち
- ・WEBサイトなど、一般の人から見るととっつきにくい
- ・女性向けの技術開発、商品開発が見えない

2.2 企画と提案と制作

(1) 課題解決の方向性

今回のプロジェクトで一般の人々に何を伝えるかを明確にするために、DENSO本社とデンソーウェブに何度も通い、取材を続け、大学スタッフミーティングやDENSOデザイン部との打ち合わせを重ねて行きました。(写真4)

打ち合わせの中で、DENSOデザイン部の杉山さんからの「棚にある、ぼた餅は自分で取りに行け！」や、武政さんから

「発言しないなら、打ち合わせに参加する資格はない」という自らの経験をもとにした貴重なメッセージもいただきました。

学生達はDENSOの魅力を表すキーワードを出し合って、整理し、自分達が伝えたい方向性をまとめていきました。

「品質」「きっちり」「真面目」「こだわり」「創造性」「チームワーク」「信頼」「人間性」「黒子」「意外性」「二面性」「多様性」「新鮮」「発見」「未来」「夢」「トキメキ」「わくわく」というワード群の中から、下の3つを選択し、「**具体化**」して見せることとつなげました。

わたしたちが伝えたいことは？

なくてはならない黒子的存在
目には見えないあたたかみ

人間性

遊び心があり知っていくと
親しみやすい面もある

意外性

自動車部品以外にも
様々な事業に取り組む

未来感

事業の魅力を具体的に伝える

具体化

課題解決の方向性

DENSOを学生の目線でやわらかく表現する 一般の人々に向けた体験型の展示会

こうして、「DENSOの製品・技術・デザインを一般の人々にもっとわかりやすく、身近なものにできないか。」という課題に対し、「人間性」「意外性」「未来感」「具体化」の4つのキーワードをもとに、一般の人々にわかりやすく、やわらかい表現による、体験型の展示会を開催しようと企画の骨子が決まりました。

そして、その展示会は多くの人が集まりやすい場所、名古屋の中心地で開き、展示会のメッセージタイトルを『わくわくの種』として、DENSO社内に提案して行くことになりました。

DENSO
わくわくの種

そしてさらに、DENSOで働く社員の「あたたかみのある黒子的存在」をイメージキャラクター化してコミュニケーションして行けば、一般の人々にもっと身近にできるのではと考え、キャラクターデザインを提案することになりました。

(2) 企画の具現化と試作

やわらかい表現による、体験型の展示会開催という方向性は決まりましたが、DENSOのたくさんの事業の中から、具体的に何の事業をとりあげ、どんな表現で伝えるかを決めるためのアイディア出しと打ち合わせが行なわれました。(写真5)(写真6)

12月になって、展示会場を名古屋市中区栄にあるセントラルパーク地下街パークスクエアで翌年の2月に開催することと、その空間に合わせて、展示項目を以下の5つにすることが決まり、ひとつひとつの作品のデザインを決め、展示プランを練り、試作から実制作に入りました。そして、イメージキャラクターの「こびと」さんの扱い方を決めて行きました。(写真8)

★自動車部品:「DENSO 部品どうぶつ園」

普段は見る機会のない部品の機能や性質から、動物の特徴に合わせてキャラクター化し、本物の部品と並べて展示。(写真9)

★医療用ロボット:「ぺいんとロボット」

堅く見えがちなロボットが人間の「描く」という動きをリアルに再現。カラフルな色を描くことで親しみやすさを魅せる。

(写真10)(写真12)

★QRコード:「QRの小道」

いつもの平面的なQRコードではなく、立体物になって質感のあるQRコードに驚きながら読み取ってもらい、読み込んだ先のQRコードのアニメーション映像も楽しめる。(写真7)(写真11)

★藻のバイオ燃料開発:

「みつけてみよう、藻の未来」

研究してきた「藻」はバイオ燃料だけでなく、身近な使い道がたくさんあった。顕微鏡を覗くと、藻の未来の姿が見える。(写真22)

「はいってみよう、藻の世界」

透明感のある緑色をした「藻」はストレスを与えることで、丸い形の“ぽにょん”としたオイルを生成。そんな可愛いオイルの動きを、藻のドームに入って体感してもらう。(写真13)

★社員の人間性:「16人のDENSO」

真面目でこだわりが強いだけでなく、個性豊かで遊び心もある社員同士が繋がり合いながらDENSOは動いている。いろいろな部門から16人の社員が登場して、繋がる演技と未来へのメッセージをマルチスクリーン映像で見せる。(写真14)(写真15)

☆DENSO社員のイメージキャラクター:「こびと」

社員の化身「こびと」くんは黒子的な存在で、DENSOのホームページや展示会のいたるところで案内役を務めていく。

(写真17)(写真18)

(3) 作品制作と展示計画

ひとつひとつの作品をより具体的なカタチに作りながら、確認と検討と改良が繰り返されました。(写真16)

12月後半から1月に入り、5つのブースをどのような展示にするか、会場のデザインはどうするのか。細部から全体に渡り、DENSOデザイン部との議論も毎週のように行なわれ、いつも熱くなりました。そして、デザイン部から展示ブースの照明のプランや、実際のパークスクエア会場のパース画が示され、展示計画が具体化していき、着地しました。(写真19)(写真20)

(4) 最終プレゼンテーション

1月21日、DENSO本社にて、最終プレゼンテーションを行いました。今回の産学協同プロジェクトの課題に対する回答となる、企画提案～実施内容～展示計画に至る全体像を、学生8人全員によるリレー方式でプレゼンテーションしました。

後戻りできない段階でのプレゼンテーションでしたが、学生たちの熱い想いとわかりやすい提案内容に、よくぞここまでまとまった、展示会が楽しみでわくわくと高評価をもらい、正式なGOをいただきました。

2.3 体験型展示会 DENSO「わくわくの種 展」

(1) 会場設営～わくわくの種展オープン

名古屋市中区栄にあるセントラルパーク地下街パークスクエアを会場にして、2月3日(火)から2月8日(日)まで開催することになり、DMやポスターも制作し、搬入から設営へと最後の力を降り注いで、ようやく展示が完成し、オープンしました。

(写真21)(写真22)(写真23)(写真24)

(写真25)(写真26)(写真27)(写真28)

<来場者の声>

*QRを開発したことを知りませんでした。びっくり！(10代)

*クルマの部品以外だけでなく、他にもいろいろ作っているんだなあと思った。(10代)

*藻にこんなにパワーがあるなんて！知らなかった！(20代)

*映像の展示では「絆」「つながり」を感じた。(20代)

*ロボットのなめらかな動きに感動しました！(20代)

*動物の特徴と車の部品の働きで、似ているところを見つけて紹介していて、おもしろくて楽しかった。(30代)

*一般の人に分かりやすく技術を伝えようという工夫の仕方に感動した。(30代)

*「わくわくの種」を観ているだけでわくわくしました。(40代)

*産業技術の展開をよくわかりやすく説明されている。(50代)

*堅いイメージが変わった。(60代)

*すごい技術力のある会社だと思った。(60代)

(写真29)(写真30)(写真31)(写真32)(写真33)(写真34)

<新聞記事>

2月5日の中日新聞 朝刊に、わくわくの種展の記事が「堅い部品をやわらかく」というタイトルで掲載されました。

(写真35)

(2) 展示会を終えて

栄地下街のパークスクエアを会場にしたことで、狙い通りに一般の人々(10代 10.4%、20代 36.8%、30代 18.9%、40代 16.5%、50代 15.6%、60代 6%)がたくさん、6日間の開催で、3,176名の来場者数を記録しました。中には子供連れの方も多く見られました。

<学生の声:産学協同を体験して、何が変わったか>

- *情報をインターネットなどで集めるのではなく、自らの足で現場に行き、調査するようになった。
- *しっかりと自分の意見を、人(企業の人や先生方)に話せるようになったこと。
- *積極性、コミュニケーション力が大切だと感じた。
- *自分の意見に説得力があるか、ちゃんと根拠があるものか、考えるようになった。
- *アイデアやその経緯をひとつひとつ説明する必要がある、「考えて、自分の言葉で発言する」ことが、できるようになった。
- *何かを考える力(デザイン力・コミュニケーション力)がやる前とやった後では格段に成長した。
- *人と関わることにについて、成長した部分が大きいのかも。
- *社会に出る自信がなかったが、今は何とかなる気がする。

(写真36)

(3) 冊子作り

今回の産学協同プロジェクトの成果と過程を記録した、小冊子を制作しました。教員の監修の下、学生8人が全体構成を考え、すべての文章を書き、レイアウトデザインをし、データを作り、入稿してできあがりました。

(写真37)(写真38)(写真39)(写真40)

3 「わくわくの種 展」グッドデザイン賞受賞

3.1 グッドデザイン賞とは?

グッドデザイン賞は、様々に展開される事象の中から「よいデザイン」を選び、顕彰することを通じ、私たちの暮らしを、産業を、そして社会全体を、より豊かなものへと導くことを目的とした公益財団法人日本デザイン振興会が主催する「総合的なデザインの推奨制度」です。その母体となったのは、1957年に通商産業省(現経済産業省)によって創設された「グッドデザイン商品選定制度(通称Gマーク制度)」であり、以来約60年にわたって実施されています。その対象はデザインのあらゆる領域にわたり、受賞数は毎年約1,200件、58年間で約42,000件に及んでいます。また、グッドデザイン賞を受賞したデザインには「Gマーク」をつけることが認められます。

「Gマーク」は創設以来半世紀以上にわたり、「よいデザイン」の指標として、その役割を果たし続けています。

3.2 「わくわくの種 展」

グッドデザイン賞 受賞対象の詳細



GOOD DESIGN AWARD 2015

受賞対象名:産学協同プロジェクト

[見えない技術を伝える新しいコミュニケーションの模索]

事業主体名:株式会社デンソー 名古屋学芸大学

分類:宣伝・広告・メディア・コンテンツ

受賞企業:株式会社デンソー(愛知県)

名古屋学芸大学(愛知県)

受賞番号:15G111107

(1) 背景

自動車は約30,000点の部品から構成されており、近年注目されている自動停止などの安全技術や、CO2削減の環境に関わる開発をサプライヤーメーカーが多く担っている。しかしそのことはあまり一般の方に知られていない。そこで、クルマに興味のない人にも新技術のもたらすうれしさやベネフィットを、製品を通して紹介する機会を作りたいと企画した。

(2) デザインコンセプト

安全で環境に配慮したデンソーの新技術がもたらす未来を、「わくわくの種」と題して身近な表現で伝える。

(3) 企画・開発の意義

デンソーの環境や安心・安全分野への貢献に対し、より多くの方に認知と共感を得ることを目指した。社会に評価されることで、社員のモチベーションにもつながると考えた。一般の人々に身近に伝えるため、学生の発想を取り入れながら企画をまとめた。そして、一般の人々が多く集う名古屋の地下街にて、体験型展示会を開催。このような企画を通して、デンソーの姿を知ってもらい、地域社会と一体となって発展することを願った。

(4) 創意工夫

体験型展示会「わくわくの種 展」5つのブースの特徴・・・

- ① 自動車部品を動物になぞらえ、技術によるうれしさを子供でも分かるように表現した。
- ② 7軸ロボットが筆を持ち、絵を描く姿を、しなやかな動きとプロジェクターの映像を同期させて見せるパフォーマンス。
- ③ 藻からオイルを創る技術を、小型のプラネタリ

ウムのようにして、映像で紹介するインスタレーション。④ ケーキや角砂糖などでQRコードを作成し、スマホをかざすとアニメーションが流れ、楽しめる。⑤ 社員を使った映像を、16台のモニターに連携して映し出し、パフォーマンスを見せるアットホームな動画。

(5) デザイナーの想い

若い感性の学生と、我々の伝えたい内容に大きなギャップのあることに気が付いた。そこで、キャラクターを使ったユーモラスな展示や、体感型の映像などを用いて、老若男女問わず幅広い顧客へのアピールを目指した。

(6) 展示会の概要

名古屋学芸大学メディア造形学部デザイン学科とDENSOデザイン部により、2014年8月から6ヶ月間、「DENSOの技術・製品を一般の方々へ伝える」ことをテーマに行った産学協同プロジェクトです。若い感性を持った学生と共に、名古屋の地下街にて、① 部品・技術 ② ロボット ③ バイオテクノロジー ④ QRコード ⑤ 社員 の5つをテーマに、「わくわくの種 展」という体験型の展示会を開催。

3.3 「わくわくの種 展」グッドデザイン賞 審査委員の評価

企業の研究開発は通常、展示会などではあまり学生にも届かない存在にある。それを学生と共有し、新たな表現の探究をしている活動が素晴らしい。今後、このような産学連携が活発になることを期待している。

(WEBサイト:グッドデザイン賞 受賞対象一覧より)

<http://www.g-mark.org/award/describe/43103?token=KZHlyhmq2q>

3.4 新聞記事

10月24日の中日新聞 朝刊に、「わくわくの種 展」がグッドデザイン賞を受賞したことが掲載されました。

(写真4 1)

3.5 2015年度 グッドデザイン賞 受賞展

10月30日(金)から11月4日(水)まで、東京都六本木にある東京ミッドタウンにて開催されました。最新のグッドデザイン賞の全受賞デザイン作品1,336件が展示され、会期中の総来場者数は、のべ274,730人となりました。

(写真4 2)(写真4 3)(写真4 4)

4 おわりに

これからのデザイン教育は、大学内で自分の好きなことや専門知識と能力を追求するだけでなく、実社会の課題をベースにした実践型・参画型の演習の中で、学外の多くの人と交わり、協同作業を通じて揉まれながら、コミュニケーション能力を鍛えて、『モノとコトをデザイン提案で可視化できる人材』を育てたいという思いから、「産学協同プロジェクト」を2014年度から本格的に推進してきました。

そういう中で「DENSOの製品・技術・デザインを一般の人々にもっとわかりやすく、身近なものにする」という、非常に難しくもやりがいのある課題と半年間向き合うことになりました。七転八倒の末にカタチになった体験型の展覧会に3千人を超えるお客さんが来られたこと、さらにはグッドデザイン賞もいただけたことは想定以上の大成果でしたが、それらよりも私には、参加した学生達が驚くほど成長したことが一番うれしいことでした。

5 これから

今後の産学協同プロジェクトは、産業の「産」に、行政機関の「官」も加え、デザイン学科だけの取組みに留まらず、近いうちに学部全体、さらに大学全体へと活動を広げ、その先には名古屋外国語大学や他大学とも連携していくという大きな目標を掲げ、『産官学協同研究センター』として運営していく予定です。

6 謝辞

今回のDENSOとの産学協同プロジェクトは、デザイン部の担当部長 吉田 佳史さん、室長 杉山 真二さんをはじめ、デザイナーの武政 智之さん、森下 奈緒子さん、杉原 礼子さん、安井 拓皓さんの皆様には、このような産学協同の機会を与えてくださっただけでなく、6ヶ月間に渡って、いろいろと本当にお世話になりました。そして、取材させていただいたDENSO社員の皆様にも深く感謝し、厚く御礼を申し上げます。

そして、本学デザイン学科の、尹 成済 准教授、柴田 知司 講師、皆川 優介 助手と、石川 理穂、伊藤 愛、今雪 葵、木村 詩織、林 玲奈、松浦 舞、森 千尋、山本 愛佳の学生8名の、多大なる協力と努力のもと、展示会の成功と、グッドデザイン賞を受賞することができました。深く感謝します。

参考文献

- [1] サントリー「Water Book」[<http://www.suntory.co.jp/water/waterbook/>]
- [2] 資生堂「PICK UP TECHNOLOGY」[<http://www.shiseidogroup.jp/technology/>]

写真掲載許諾

- [1] 2015年2月5日 中日新聞／朝刊
- [2] 2015年10月24日 中日新聞／朝刊
- [3] 公益財団法人日本デザイン振興会 グッドデザイン賞事務局



(写真1) DENSO本社



(写真2) DENSOでの取材「ダントツ工場」



(写真3) DENSOでの取材「Navicon」



(写真4) DENSO WAVEでの取材「産業用ロボット」



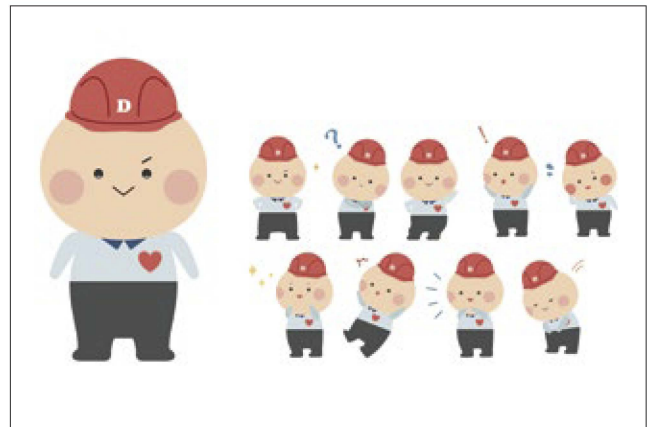
(写真5) アイデア出し



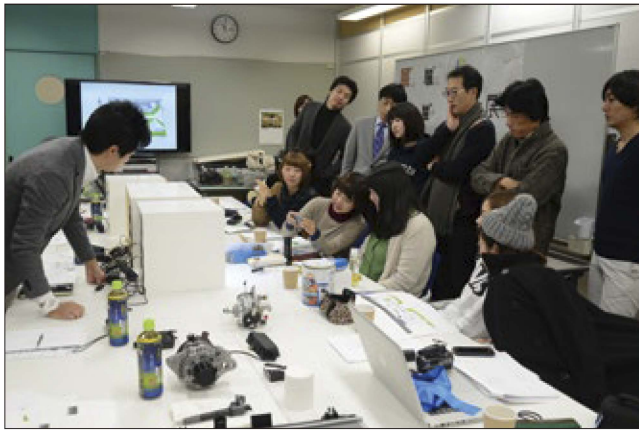
(写真6) アイデア出しミーティング



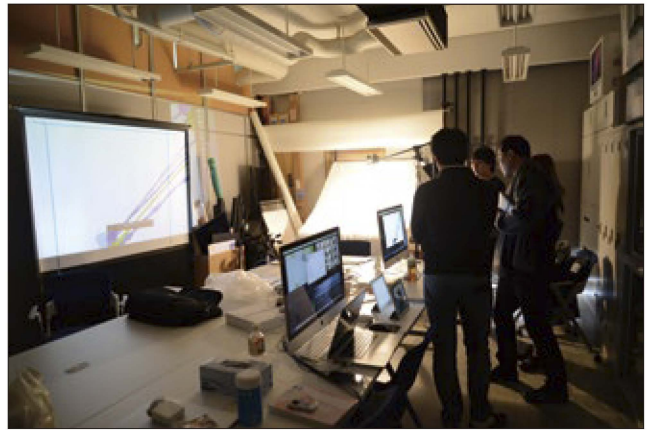
(写真7) QRコード制作ミーティング



(写真8) イメージキャラクターの「こびとくん」



(写真9) 制作風景「DENSO 部品どうぶつ園」



(写真10) 制作風景「べいんとロボット」



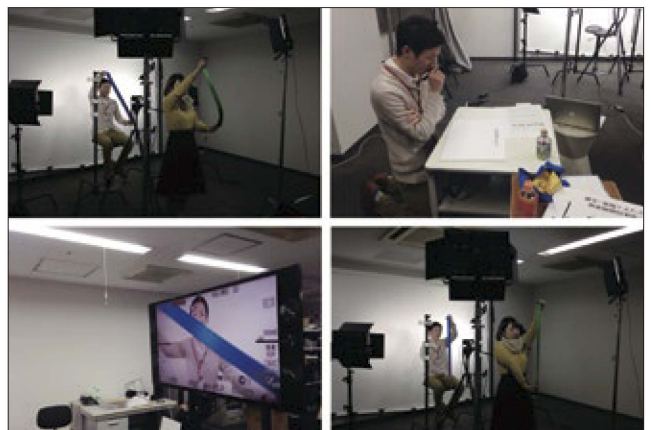
(写真11) 制作風景「QRの小道」



(写真12) 制作風景「べいんとロボット」



(写真13) 制作風景「はいてみよう、薬の未来」



(写真14) 制作風景「16人のDENSO」



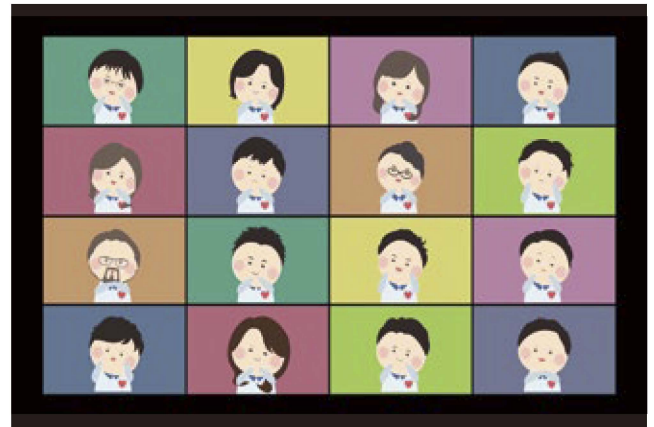
(写真15) 制作風景「16人のDENSO」



(写真16) 制作風景「わくわくの種」ロゴマーク開発



(写真17) イメージキャラクター「こびと」くの展開



(写真18) イメージキャラクター「こびと」くの展開



(写真19) 展示会場プラン



(写真20) 展示会場プラン



(写真21) 展示設営「べいんとロボット」



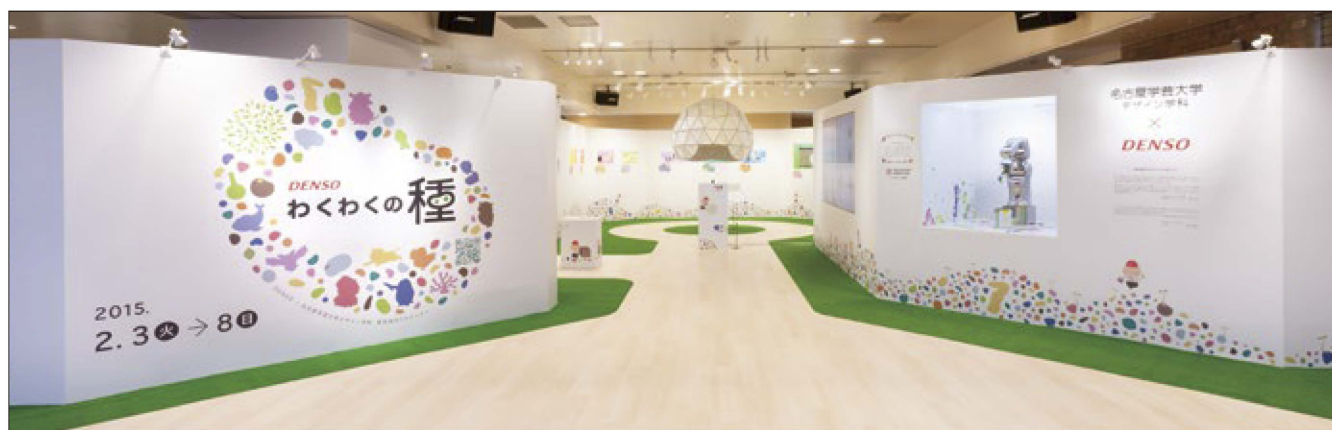
(写真22) 制作風景「みつけてみよう、藻の未来」



(写真23) 展示設営「16人のDENSO」



(写真24) 展示設営「QRの小道」



(写真25) 展示会場「わくわくの種」展」全景



(写真26) 展示会場「わくわくの種」展」全景



(写真27) 展示会場「わくわくの種」展」全景



(写真28) 展示会場「わくわくの種」展」全景



(写真29) 会場の様子「16人のDENSO」「QRの小道」



(写真30) 会場の様子「べいんとロボット」



(写真31) 会場の様子「みつけてみよう、薬の未来」



(写真32) 会場の様子「はいってみよう、薬の未来」



(写真33) 会場の様子「DENSO 部品どうぶつ園」



(写真34) 会場の様子「DENSO 部品どうぶつ園」



(写真35) 「わくわくの種 展」中日新聞の記事



(写真36) 「わくわくの種 展」学生スタッフの8人



(写真37) 「わくわくの種 展」冊子



(写真38) 「わくわくの種 展」冊子



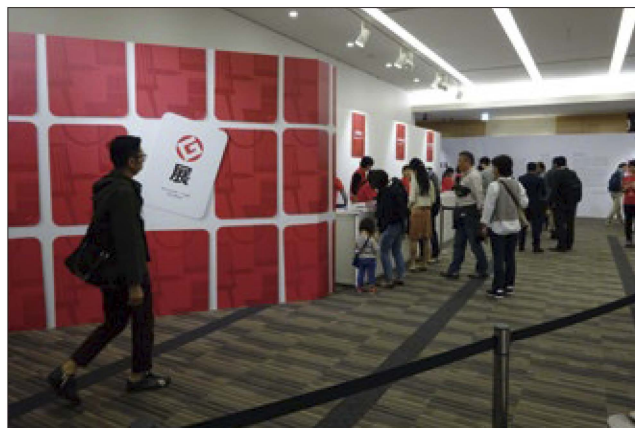
(写真39) 「わくわくの種 展」冊子



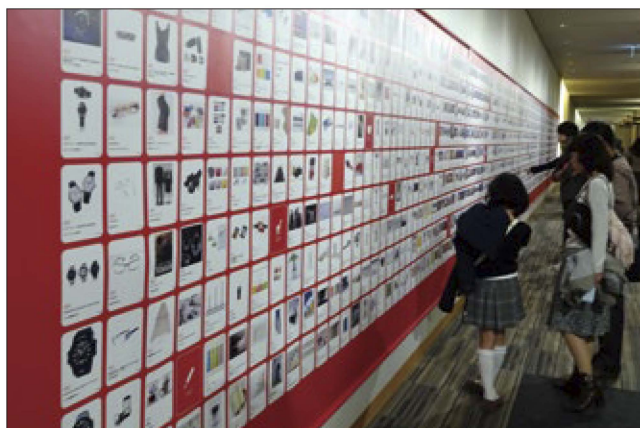
(写真40) 「わくわくの種 展」冊子



(写真41) グッドデザイン賞 受賞 中日新聞の記事



(写真42) グッドデザイン賞 受賞作品展



(写真43) グッドデザイン賞 受賞作品展



(写真44) グッドデザイン賞 受賞作品展