

# 生活情報コース [コミュニケーションデザイン] タイムテーブル

[デザイン課題]

いばら祭を楽しくする“ブランド”をデザインしよう  
いばら祭で販売する「焼きそば」のパッケージ・ラベルのデザイン



課題説明・パッケージの テーマとスケッチ	9月19日(火) Day1	パッケージ・ラベルの デザインと制作	10月3日(火) Day2	パッケージ・ラベルの 仕上げと展示-発表	10月10日(火) Day3
<ul style="list-style-type: none"><li>● 課題説明(20m) : 「いばら祭を楽しくする“ブランド”をデザインしよう」</li><li>● オリエン(10m) : 「パッケージのテーマを決めよう」</li><li>● 制作(60m) : 個人制作(テーマ決め・スケッチ)</li></ul> <p>→ 次回までにパッケージのテーマ決め・スケッチを進めておこう(2w)</p>		<ul style="list-style-type: none"><li>● 中間発表(30m) : パッケージのテーマ・スケッチを発表・共有(14名×2m)</li><li>● 制作(60m) : 個人制作(パッケージのデザイン)</li></ul> <p>→ 次週までにパッケージの制作を進めておこう</p>		<ul style="list-style-type: none"><li>● 制作(45m) : 個人制作(プリントアウト・展示設営)</li><li>● 個人発表(30m) : 14名×2m</li><li>● 総評・まとめ(15m) : 先生方からのコメント</li></ul>	

# 生活情報コース デザイン課題

## [デザイン課題]

## いばら祭を楽しくする“ブランド”をデザインしよう いばら祭で販売する「焼きそば」のパッケージ・ラベルのデザイン

### “ブランドコミュニケーション”とは？

この授業では、コミュニケーションデザインのなかでも、パッケージやロゴなどのグラフィックデザインを中心とした“ブランドコミュニケーション”の課題に取り組んでみましょう。

- ブランドコミュニケーション・ブランドデザイン＝“らしさ”のデザイン
- ネーミング・ロゴ・VI/CI・パッケージ・空間デザイン・ユニフォーム・メニューのラインナップ・サービス・顧客体験・ライフスタイル提案・付加価値……などを“アイデンティティ＝らしさ”として組み立てること。

### 課題制作のポイント

「第74回 いばら祭」の“ブランドコミュニケーション”として、会場で販売する「焼きそば」のパッケージ・ラベルをデザインしてみよう。

- パッケージは“コミュニケーションメディア”です。  
“ブランドコミュニケーション”という視点で、パッケージのデザインを考えてみよう。
- どんな“雰囲気”の「いばら祭」にしたいのか？ どんな“顧客層”に来てほしいのか？  
どんな“顧客体験”を提供したいのか？ どんな“価値やメッセージ”を発信したいのか？
- みなさんが制作したパッケージ・ラベルは、「第74回 いばら祭」で販売する焼きそばのラベルとして実際に活用する予定です。
- イベントを盛り上げる・楽しくするパッケージ・ラベルを目指して、デザインを進めていきましょう！



# 生活情報コース デザイン課題

## 課題制作のルール・条件

- ラベルのサイズ・仕様
  - ・ 仕上サイズはA4の半分=297×105mm
  - ・ デザインするさいのタテ／ヨコは自由
  - ・ フルカラー・コピー用紙に印刷(予定)
- デザインの要素・画材
  - ・ ロゴマーク・ロゴタイプ・イラスト・キャラクター・図柄・パターン・写真など、さまざまなグラフィック要素を盛り込みながら、パッケージ・ラベルをデザインしましょう。
  - ・ 手描き・パワーポイント・ペイントアプリ(メディバンペイント・アイビスペイント)など、みなさんが使い慣れている“画材”を使ってデザインを仕上げてください。
- ラベルに必ず入れる要素
  - ・ 「豊野高等専修学校」(主催)
  - ・ 「第74回 いばら祭」(イベント名)
  - ・ 「ストーリー ～エピソード 1.2.3～」(イベントテーマ)この3つを文字(あるいはロゴ)で入れてください。

※これらの文言に類する文言、たとえば、「74th TOYONO IBARA-FES - STORY ~ episode 1.2.3」などでもOKです。

※メインの要素としてどーんと大きく入れても、サブの要素としてちょこっと小さく入れてもかまいません。



297mm





