



Life field of Creation

## ◎概念デザイナー養成のための！

- ※ 概念デザイン・セミナー初級・中級・上級テーマ概要
  - ※ 概念デザイン論女子美短大専攻科テーマ概要
- 
- 

☆本セミナーはメインがデザイナー対象ですが、経営者、企画担当  
プロデューサー志向の方々にも十分に適用可能です。

- |                   |           |     |
|-------------------|-----------|-----|
| (1) 概念デザイン・セミナー初級 | 2020年通年   | 全8回 |
| (2) 概念デザイン・セミナー中級 | 2020年通年   | 全8回 |
| (3) 概念デザイン・セミナー上級 | 2020年通年   | 全5回 |
| (4) 女子美短大専攻科デザイン論 | 2020年11月～ | 全7回 |

2020年度版 セミナー紹介 概念デザイン研究所 山口泰幸  
Email [taizan@gainendesign.com](mailto:taizan@gainendesign.com) HP <http://www.gainendesign.com/>

Copyright © 2020by Yamaguchi Taikoh 許可なく複製を禁じます。

- ・対象者；入社1～3年生の新人社員（中級者以上のオブザービングは可）
- ・新入初年度に概念デザインの基礎理論をしっかりと教授・指導し概念デザイナーの卵を育成します。
- ・途中、必要に応じてテストやアンケートを実施し、デザイナー適性を判定します。
- ・以下の項目につき、実際に体感できるように、覚えやすいキーワードを集中的に教えます。

T1 デザイン論

雑感デザインNow!；デザインの現在地点とその可能性  
デザインという仕事；チーム活動における動き方とチーム目標設定  
概念デザイン・メソドロジーのすすめ；概要把握、牽引力、今後の目標

T2 創造場とプレゼンテーション

プレゼンテーションの本質  
創造場って、何？  
プレゼンテーションを成功させるコツ

T3 三現主義とコア・コンセプト

三現主義の実演；プレゼンテーション実戦実習  
三現主義とは何か  
コア・コンセプトを見つける

T4 概念とコンセプト・メイキング

アイディア創出法  
コンセプトの定義  
コンセプト・メイキングの基本

T4特 特別実習；各人コンセプトチュアル・シンボルの制作とチェック

T5 コンセプトチュアル・ギャップ

コンセプトチュアル・ギャップとは何か  
コンセプトチュアル・ギャップの実例とBADデザイン  
コンセプトチュアル・ギャップの防止策；○○○な□□□：宿題

T6 デザイン表現

コンセプトチュアル・ユニティ-発表と講評  
デザイン翻訳；難解ワードの分解  
コンセプトチュアル・ユニティ；事例研究

T7 デザイン・マーケティング

デザイン・マーケティング基礎  
商品概論  
ブランディング

T8 デザイン・ビジネス論

モチベーション  
ビジネスのルール  
デザイン部門の働き方改革；ブランディング



- ・対象者；入社4年生以上、メインターゲットは5年生クラスの中堅デザイナー
- ・独り立ちしつつある中堅デザイナーを概念デザインに長けたリーダーとして人財開発します。
- ・第1回の対象者は原則チーム・リーダーのみとします。
  - ◎以下の項目につき、実際に身に付くように、分かりやすくLightかつ濃密Denseに実施します。

- T1 リーダー論；チーム・リーダー対象
  - チームプレイの必要性和部下の指導法
  - 若い人の考え方
  - デザイン進化論と働き方改革
- T2 創造場形成法の実際
  - 創造場形成の理論と実際の手順
  - 創造場形成の具体的事例
  - 創造場形成をどのように行い、何を見いだしたか；実戦実習
- T3 コア・コンセプト法の実際
  - コア・コンセプト法の理論と実際の手順
  - 優れた商品のコア・コンセプトおよび概念構造分析
  - 概念モデルとは何か
- T4 コンセプト・メイキング・メソドロジー応用編
  - 優れたコンセプト事例
  - コンセプト・パッケージ法の実戦演習
  - コンセプト・メイキングの応用；高度なハンドリング
- T4特 夏期特別実習初級中級連続；各人CSの制作とチェック
- T5 商品論と付加価値論
  - 付加価値とは何か
  - 売れた商品がよい商品、売れたデザインが良いデザインの実例
  - 付加価値を上げるためのデザイン戦略
- T6 デザイン言語
  - デザイン言語とは
  - デザイン言語を増殖させるコツ
  - 社内評価とクライアント評価の差を埋めるには
- T7 デザイン品質
  - 品質概論
  - デザイン品質
  - 高デザイン品質事例
- T8 デザインの生産性向上策
  - デザインの課題の現在地点
  - デザイン部門における働き方改革とチーム活動
  - デザイン部門の生産性向上とは；序論



- \* 社内において組織内教育がシステム化されるために、準概念デザイナーを育成し、社内初級概念デザイン・セミナーを自主的に開催・運営できるようにします。なお、リクルートにおけるインターンシップも含まれます。
- \* そのために、社内で中級概念デザイン・セミナーを修了し、かつ、中級セミナー修了試験に合格した者、あるいは、それに準じる能力・実績があると概念デザイン研究所が認めた者を対象にして、上級概念デザイン・セミナーを概念デザイン研究所が実施します。
- \* 本セミナー修了者には、概念デザイン研究所から正式に、準概念デザイナーの資格と共に、応分の知財権に関する使用权を付与し、名実ともに準概念デザイナーとして活躍の場を拡大します。

# 1回 ; 講義

- ① 知財権に関する取り扱い
- ② 概念デザインの根本教義

# 2回 ; 講義

- ① 最新教育法・指導法
- ② 商品・戦略の最先端コンセプト・パッケージ

# 3回 ; 講師実習1 ; プレゼンテーション (対部門新人相当)

# 4回 ; 講師実習2 ; 概念デザイン・メソドロジー基礎 (対部門新人相当)

# 5回 ; 講師実習3 ; 概念デザイン・メソドロジー基礎 (社内他部門他)

◎ 総合試験 ; 選択問題、筆記問題、面接、アンケート結果反映

◎ 判定 ; 75点以上で合格 認定証授与

※ 通常の上級セミナーについては、[コチラ](#)をご覧ください。上記は『指導者 ; 講師レベル』用の特別プログラムです。



講座の目的；特に概念デザイン論の中で、コンセプトとコンセプト・メイキングにおいてハイレベルな専門性を修得し、結果、実戦的（actual）なデザイン能力向上を図ります。

講座の特徴；

- ・ビジュアル・データを多用し、理解度を高めます
- ・理論（講義）と実践（practical）（実習）を織り交ぜて、修得度を上げます
- ・ディスカッションを重視し、新しい知識の創造と共有とをめざします

第1回 概念デザイン論講座1 講座概要・プロフィールとデザインWhat's New？  
コンセプト・メイキングとコンセプト・デザインの基礎と実例

第2回 概念デザイン論講座2 プレゼンテーション実習  
実践的コンセプト・デザイン演習と個別講評

第3回 概念デザイン論講座3 コンセプト・メイキングの基礎  
優れたコンセプトとデザイン表現を生み出すノウハウ

第4回 概念デザイン論講座4 コンセプト・メイキングの応用  
作品のコンセプト分析とRCM法およびディスカッション

第5回 概念デザイン論講座5 デザイン力向上その1  
デザイン表現とデザイン言語に関する実習  
→「○○○ な □□□」をデザイン表現する。事例；「わび・さびの世界観」のデザイン翻訳

第6回 概念デザイン論講座6 デザイン力向上その2  
良いデザインと悪いデザイン、商品論とデザインの関係  
→デザイン力とは、デザイン品質とは、デザインによって売れなければならない。

第7回 概念デザイン論講座7 全体まとめとデザインに求められる役目  
まとめ；これからのデザイナーの生きざま  
→デザイン・マネジメント&プロデュース、デザイン・エンジニアリングをめざすためにやるべきこと



## 概念デザイン研究所登録商標に関するご注意！

\* 以下は概念デザイン研究所の登録商標です。本セミナー受講者のご使用は自由です。ただし、外部に商用利用される場合には事前に弊所まで連絡し許諾を受けてください。

登録商標： 『概念デザイン』 『概念デザイン研究所』 『創造場』 『コンセプト・パッケージ』 『コンセプチュアル・シンボル』  
『コンセプチュアル・クラウド』 『コンセプチュアル・アスペクト』 『コンセプチュアル・ユニティー』  
『コンセプチュアル・ギャップ』 『リバーズ・コンセプト・メイキング』

出願中： 『123CP法』 『123コンセプト・パッケージ法』



お気軽にご相談下さい。

メール ; [taizan@gainendesign.com](mailto:taizan@gainendesign.com)

弊所電話・Fax ; 0466-43-4713

