



A Love Designs to You

FUJIWARA AYU Design Portfolio





デザインが私なりの人助け

手紙を開封していただき、ありがとうございます。

この中には、様々なジャンルの制作物が入っていますが、どれも根底には「誰かの、何かの支えになって欲しい」といった思いがあります。

言葉足らずで伝わりきれないかもしれませんが、そんな愛のこもったデザイン達であることを頭の片隅に置いて読み進めてくださると嬉しいです。

藤原 彩有 (ふじさん)



差出人



FUJIWARA AYU

藤原 彩有

(ふじさん)

専門学校 大阪デザイナー・アカデミー

(旧大阪デザイナー専門学校)

グラフィックデザイン学科/グラフィックデザインコース

大学時代、広報誌作成チームの活動がきっかけで、「誰かのためにデザインで応える人になりたい」と思い、卒業後に再進学しました。デザイン、イラスト、動画などを活かして、誰かのために、一番最適な形で応えることを目指します。

経歴

2000

6月20日生まれ

『生まれは大阪、育ちは神戸』な生粋の関西人で神戸っ子。

2016

高校入学

1年生は軽音部と文芸部を掛け持ちする青春を送る。
2年生からは、文芸部一筋で部誌の作成や文化祭でのグッズ制作に励む。

2019

神戸学院大学 心理学部 入学

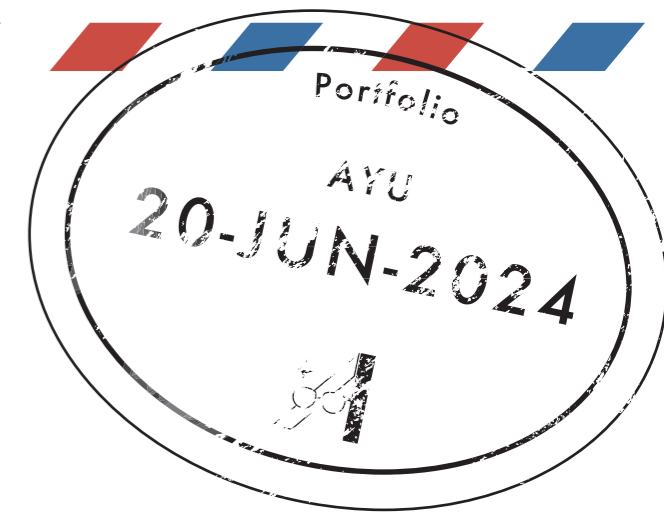
公認心理師を目指すも、2年生の時にコロナ禍が始まる。
これまでの活動が何もできなくなる中、広報誌作成チームに入る。
そこで知ったデザイナーの力に感銘を受け、自身もデザイナーになることを志し、再進学を決める。
卒業論文では、音楽と映像の印象について調査し、優秀論文賞を受賞した。

2023

大阪デザイナー専門学校

グラフィックデザイン学科 入学

広報誌作成チームの経験から、1年生は選択授業で雑誌編集・ブックデザインについて学ぶ。
しかし、様々なデザインをもっと学びたいと考え、グラフィックデザインコースに変更。
現在、選択授業ではモーショングラフィックスに挑戦している。



ブランディング・ロゴデザイン



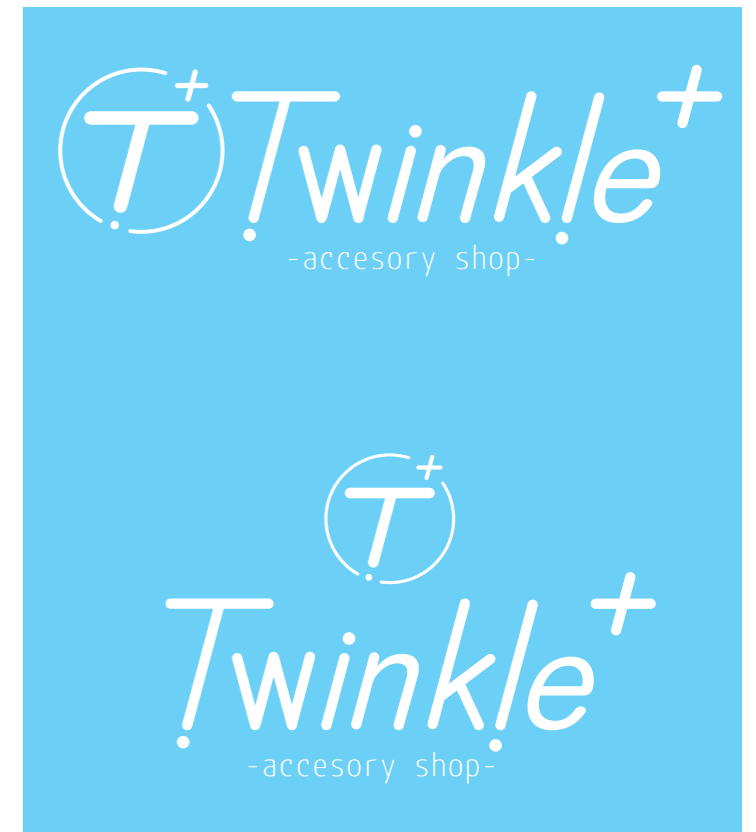
アクセサリショップ「Twinkle+」^{AI}

時期 / 専門1年後期

#学校課題 #ブランディング #ロゴデザイン #アクセサリショップ

課題詳細

自己の新しいショップをオープンすることを想定し、その際に必要な
ロゴ、アプリケーションツールを提案しプレゼンしてください。



ショップネームコンセプト

「アクセサリをつけることで、普段の自分より輝きを増して欲しい。」という想いから、輝きや煌めきといった意味の"Twinkle"に、加えるの意味の"+"(プラス)を付け加えました。

ロゴマークコンセプト



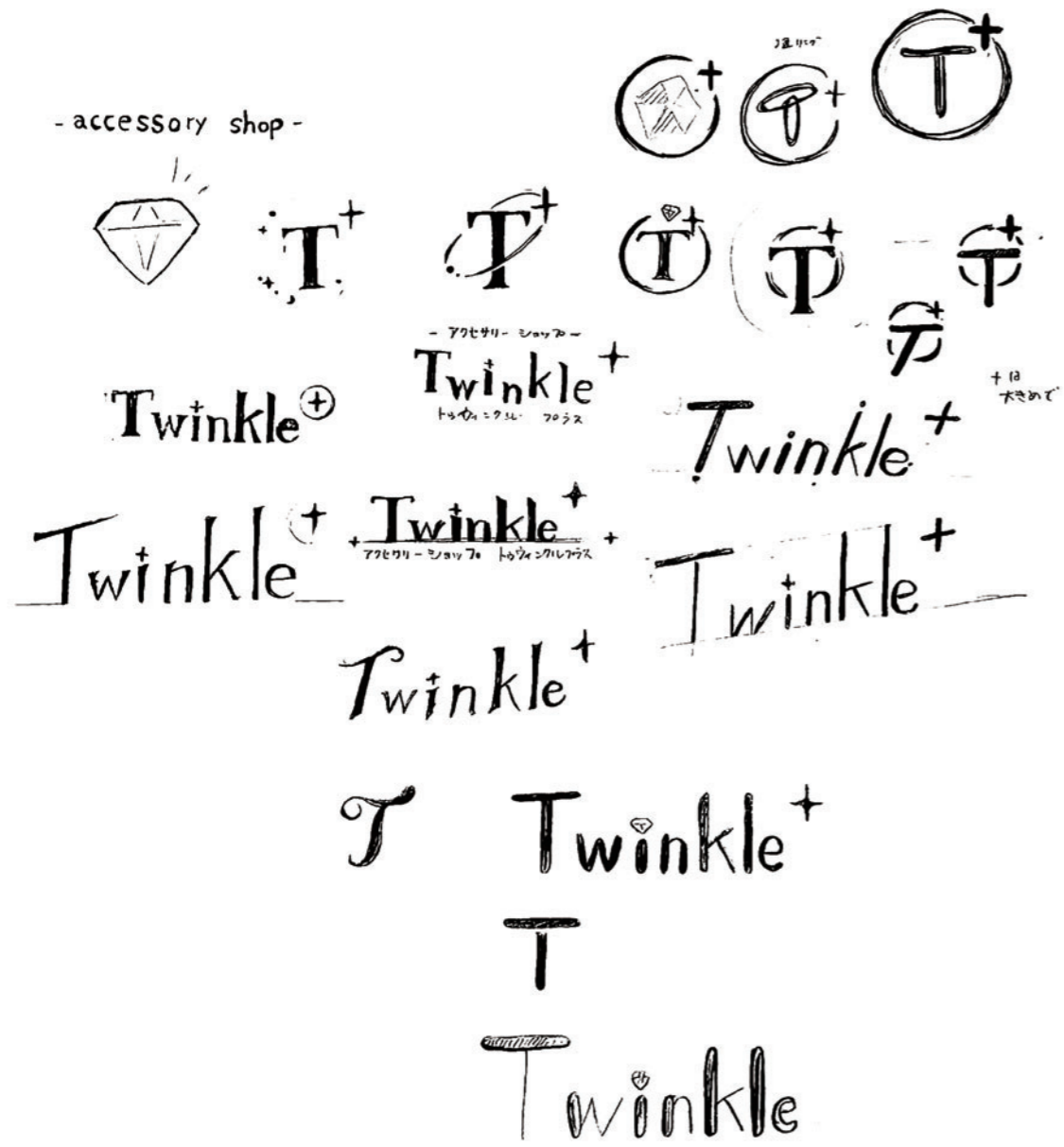
ロゴタイプと同じ" T "のマークに、リングが輝いている様子を丸と+で表しました。丸と+は、リングの輝きや装飾を表現するために、円上にくるように位置を調整しました。

ロゴタイプコンセプト



学生など若い世代をターゲットにしたショップなので、丸い字体を使い、カジュアルさが伝わるような、軽やかなイメージのロゴタイプにしました。ロゴのドットは、普段の字に加えることから、アクセサリを身につけることも表しています。

ラフスケッチ



アイテムデザイン

プレゼント用ボックス / 紙袋



アクセサリ台紙



ショップカード兼ポイントカード





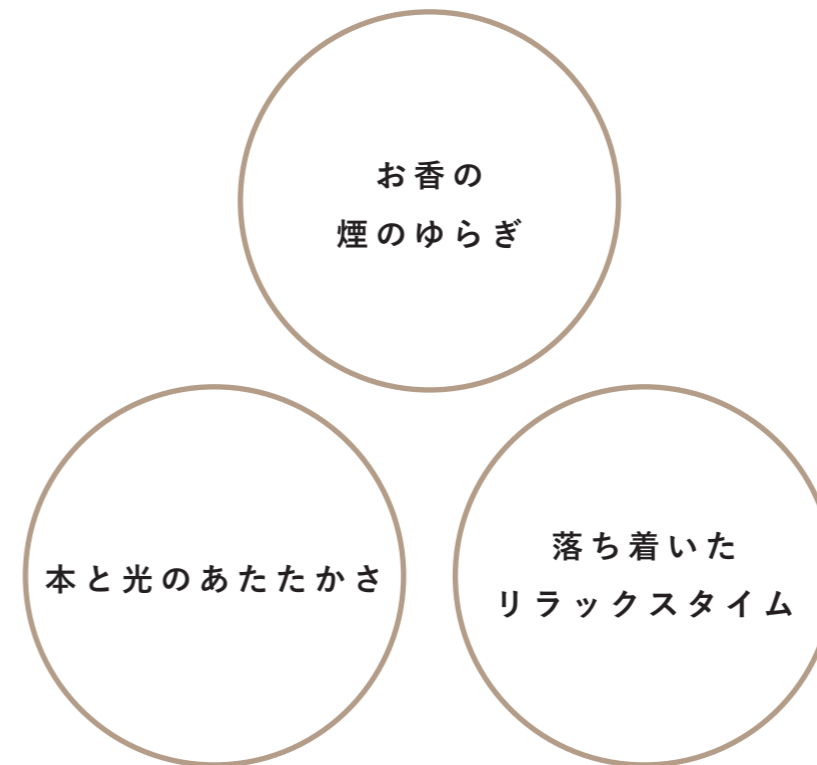
商品情報

- Client: カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社
- Target: 読書をする習慣がない20代の男女(コアターゲット「自立した社会人」:25歳~30歳あたり)
- Touch Point: 蔦屋書店の店内/雑誌広告(Ginza, POPEYE, BLUTAS)/SNS広告(Instagram)
- Price: 3,300円 / 1箱 20本入り

課題詳細

読書時間を素敵にするお香「Moonlight」のロゴデザインをお願いします。なかなか本を読むことがない若者に、眠る前のリラックスタイムとして提案をしたいです。

デザインコンセプト



コンセプト

紙と光のあたたかさを表現

お香からゆらゆらとのぼる煙の様子を、英単語の「I」と組み合わせ、セリフ体で表現。お香に火を灯した際にほんのり現れる光のあたたかさと、紙の本がもつ温かみを表しました。メインカラーはベージュを使用し、本の紙の質感や、お香の手触りが感じられるようにしました。

デザイン

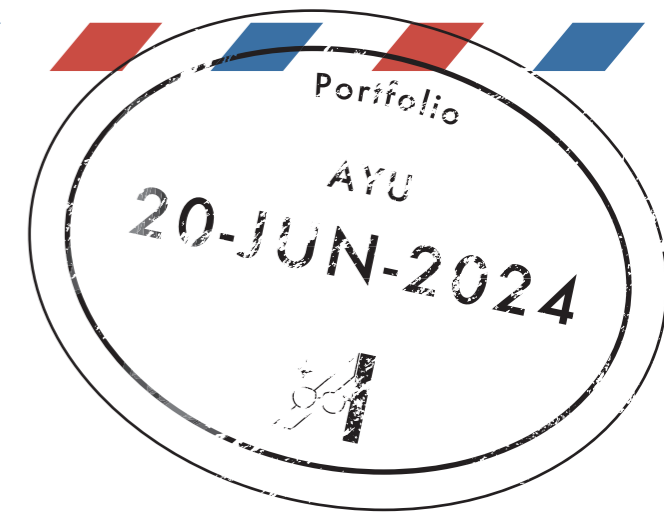
Moonlight

Moonlight

C...20%、M...35%、Y...50%、K...25%



使用イメージ



ポストカード・DM





ポイント
赤色にゴールドを重ねる

ゴールドとシルバーをそのまま使うだけでなく、一番大きい「迎春」の赤色と組み合わせることで、ゴールドを帯びた赤色にし、目立たせました。

ポイント
タツノオトシゴ × 音符

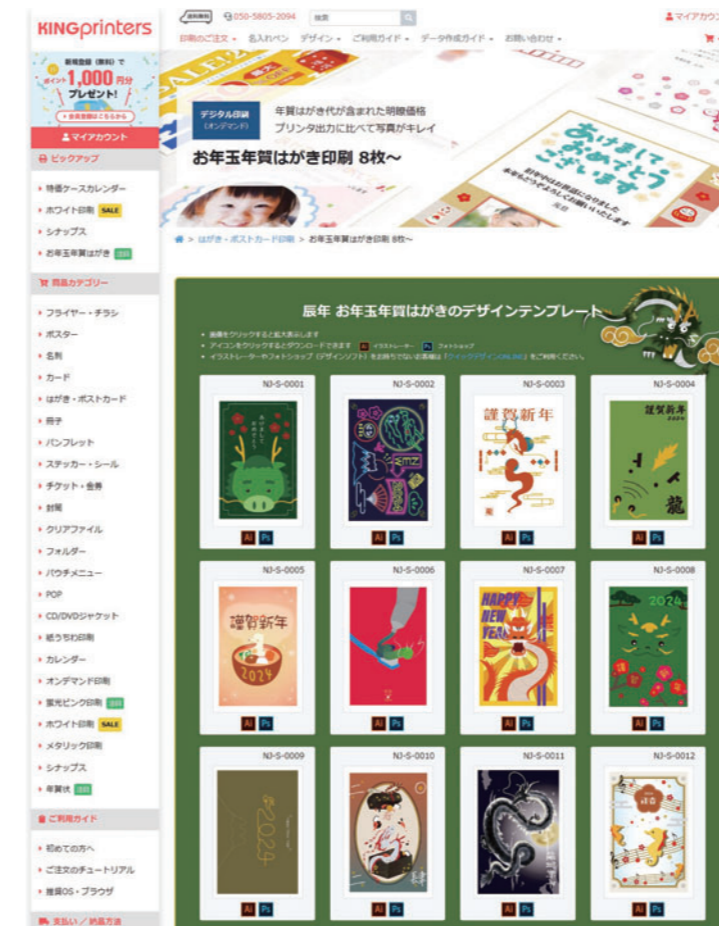
タツノオトシゴが音符のように見えたことから、タツノオトシゴが新年の音楽と共に新年の訪れを伝える様子にしました。

課題詳細

特殊色印刷のゴールドとシルバーを片方、もしくは両方用いて、2024年の年賀状をデザインしてください。

制作後 ... その1

株式会社キングプリンターズの、年賀状テンプレートとして採用されました。



制作後 ... その2

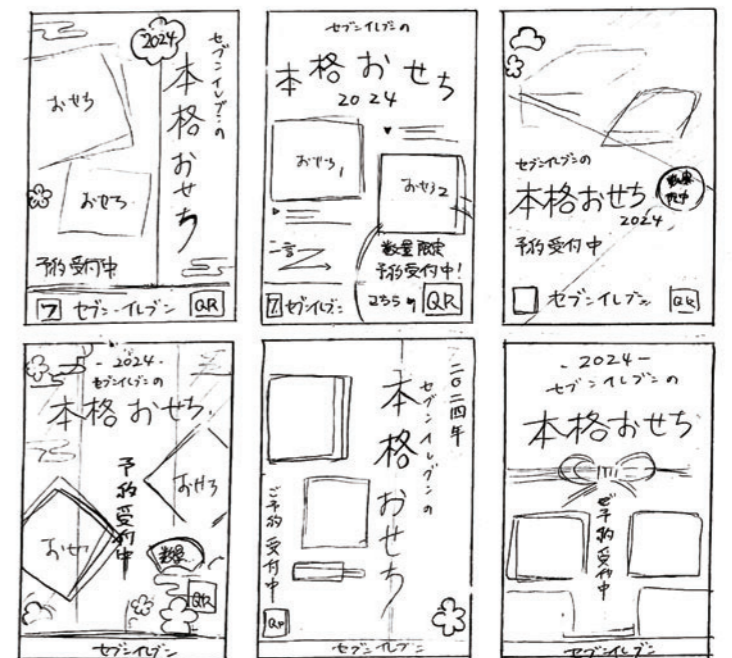
母が、私の考えた年賀状を使って、親戚や友人に実際に送ってくれました。



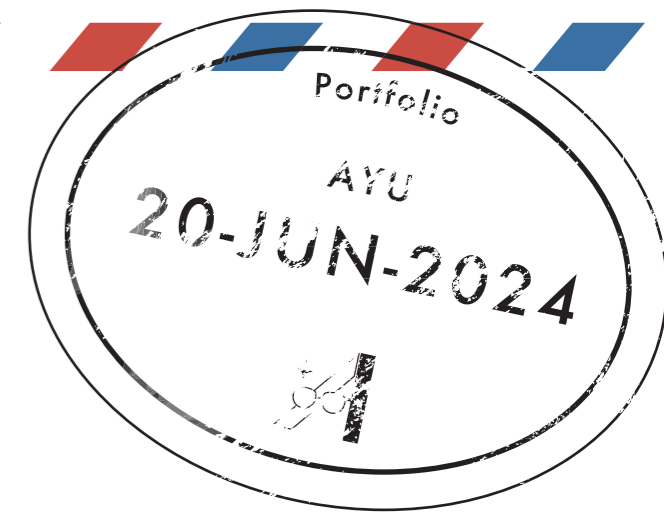
ポイント
強みである「本格的さ」を出す

明るく正月を迎えてほしいという想いを込めて、赤や山吹色などのお正月の色を使いつつも、見てすぐにセブンイレブンと分かるように緑も加えました。

他にも、繊維が見える和紙のテクスチャを使って、セブンイレブンの強みである本格的さを表現し、見る人に今年はプチ贅沢で本格おせちを楽しんで欲しいというメッセージを込めました。



ラフスケッチ



広告・ポスター



既存のお菓子、またはカプセルトイ商品を選定し、その商品の展開広告案を考え、制作してください。



【デザイン担当】窓上広告 (180×1060mm)



ポイント

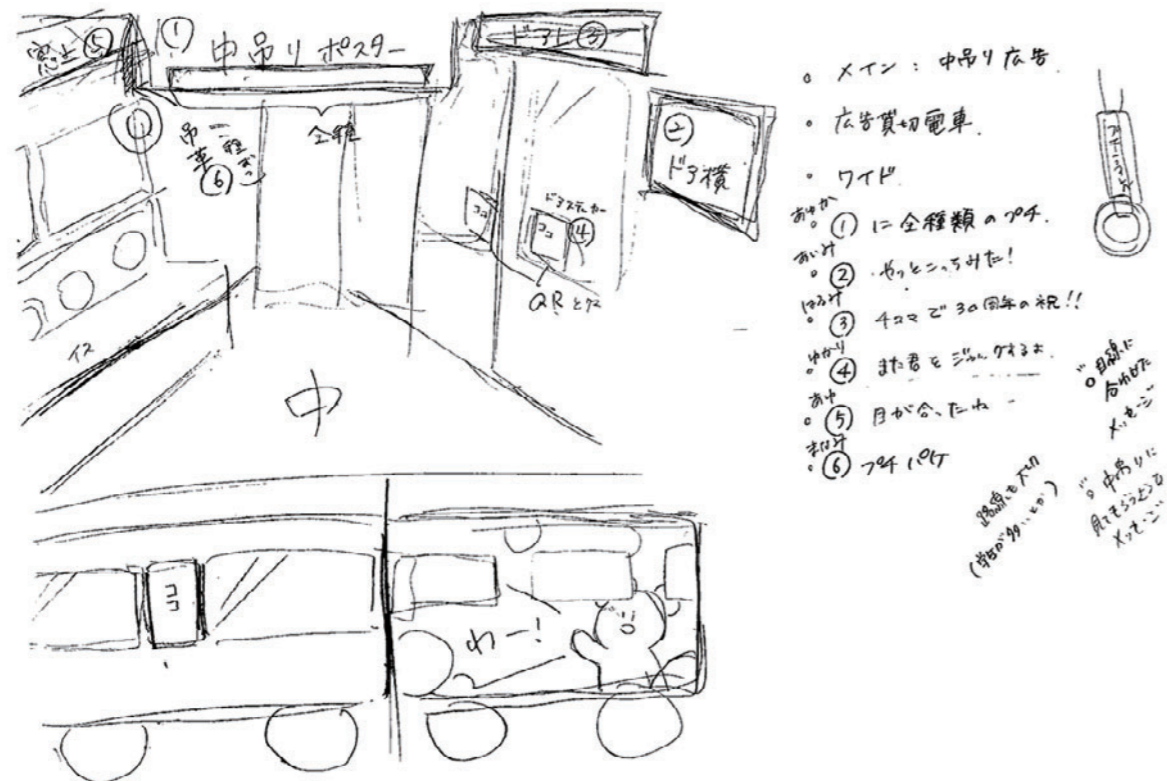
30周年の感謝を表現

「30周年記念」なので、お祝いで贈られた花がプチと共に空に舞う様子を表現しました。また、広告の位置関係で窓上に設置されるため、背景を空にし、見た人に空の開放感を感じてもらおうと同時に、プチの中身を散らばせ、見るとプチが食べたくなくて欲しいと考えました。

制作スケジュール

- 2023年11月 **企画プレゼンテーション**
様々な種類があり、バリエーションが生める点から、ブルボン
プチを取り上げることに決定。
- 2023年12月 上旬 **リサーチ**
実際にスーパーに行き、どのように販売されているかをリサー
チ。また同時進行で、クラスメイトにプチの好きな味は何か、ア
ンケート調査を行う。
- 2023年12月 下旬 **商品撮影・企画決定**
写真撮影と企画の2チームに別れて進行。リサーチから、種類
がたくさんある一方で、店によって販売商品が違い、いつも食
べる味以外よく知らないことがわかった。そこで、多くの味を
知ってもらうため、30周年企画を想定して、トレインジャック
を実施する企画を提案。新たな味を知り、企画に参加してもら
う展開に。
- 冬休み期間 **校正、デザイン考案**
撮影した写真の切り抜き・レタッチ作業と、ラフデザインを冬
休み期間を使いそれぞれで作業を進めた。
- 2024年1月 **デザイン・完成**
ラフを確認後、カラーやフォントなど共通させる部分を決め、
デザインを完成させる。

企画スケッチ



メンバーデザイン



ロゴデザイン

コンセプト クッキーをモチーフに使用

プチの特徴であるクッキーをモチーフにしました。また、30の0
の字をクマの形に見立てました。0の上に王冠をつけることで、
プチクマたちの1位を取る熱い思いと、30周年のお祝いの意味を
込めています。



中吊り広告 (1030×364mm)

ポイント

一目で分かる種類の多さ

車内の他の広告に比べて、中吊り広告は比較的大きく、静止接触時間が長いので情報を多く載せても読んでもらえる可能性が高いと思ったので、24種類のパッケージをずらりと横に並べて、一目でたくさんの種類があることを知ってもらえるような配置にしました。

また、両サイドのプチくまは四角の枠からはみ出させて、目立つようなデザインにしたかったため、B3ワイドを变形させて作成しました。



メンバーデザイン

ドア横広告 (515×364mm)



ポイント

壁からプチクマが覗き込む

プチクマを看板の横に立たせて、「自分に投票して欲しいな！」と期待している様子を表現しました。また、まだポスターに気付いていない乗客に対し「気付いて欲しいな」と思いながらプチクマが見ている様子を表現しました。ロゴの色が茶色ベースなので、統一感を出すため、壁の色と掲示板の色も茶色ベースにしました。

メンバーデザイン



ドア上広告 (1280×720mm)

ポイント
ユーモアに競争を表現

デジタル広告なので、5コマで総選挙をレースで表現しました。1枚目からプチ山に登りきるレースをしている様子です。総選挙という、堅苦しさを無くしレース型で決めると言うユーモアのある表現をしました。また、ドア上広告なので1コマ目~5コマ目で、場面を地面から空にいく様にし、他の広告と合う様にしました。



吊り革広告 (105×126mm) (のしりろなし)



WEB ページ

ポイント

1本ずつ投票のURLへホームページを開ける

電車の位置関係で、空の上の設定でつり革広告のデザインを制作しました。紙媒体自体が小さいので、情報を沢山載せすぎないようにしました。1番目に入る部分に、共通のロゴと24種類のうち1種類のパッケージとプチクマを載せて、見た時にすぐブルボンのプチとわかるようにしました。

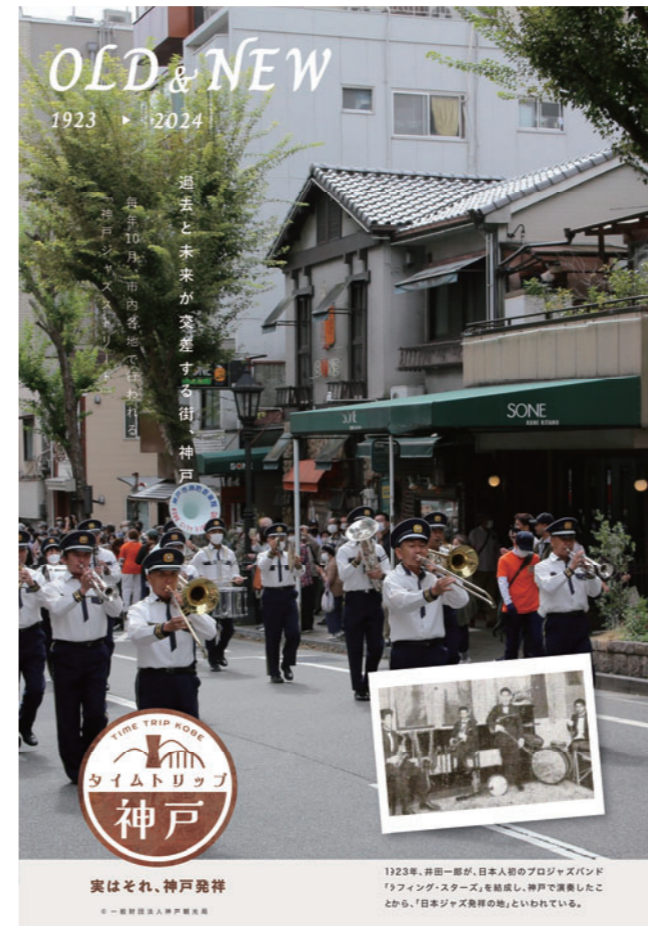
また、電車でどのくらいの時間見られるか人によって違うため、まず簡潔にわかるようなデザインを目指して制作しました。



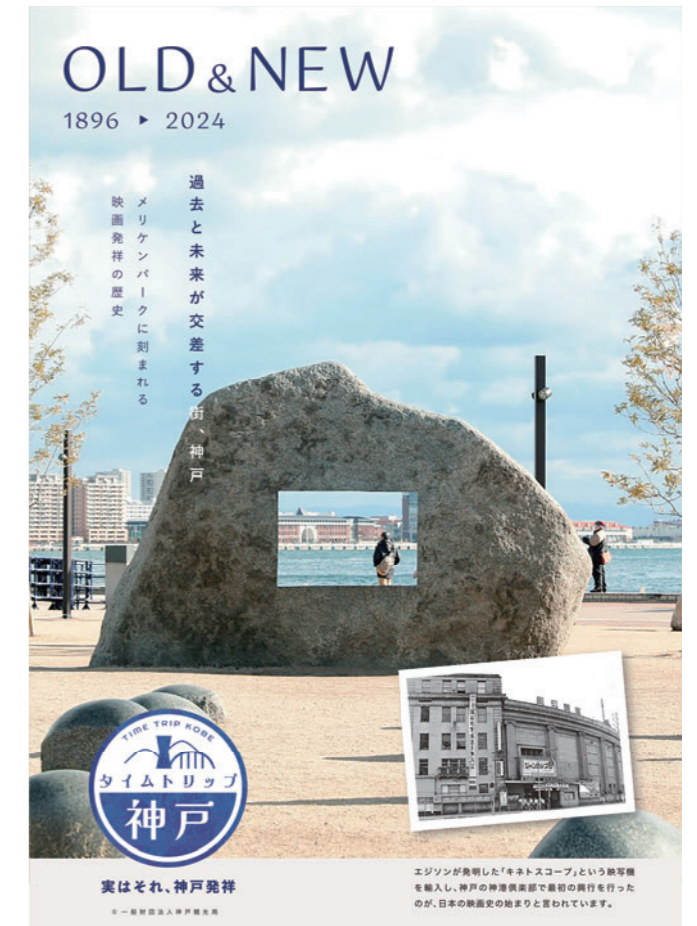
ポートタワー編

コンセプト
古き良き、神戸のレトロさを発信

神戸について調べていくと、神戸異人館のように「今も残る古き良き街並み」は魅力ではないかと考えました。また、神戸発祥のものも多くあることを知りました。そこで、「旅行しながら、タイムスリップした気持ちになる」をテーマとしました。



ジャズ編



映画編





写真詳細



ロサンゼルス・サミット

ロサンゼルス・サミットについて

21世紀アカデミア18校の全学生から代表「チャレンジャー」を選抜。1ヶ月間ロサンゼルスに滞在し、選抜された「Cool Japan」の作品を、現地から世界に向けて発信する。現地へ向かう学生の他に、作品応募で参加する「クリエイター」、企画アイデアの応募で参加する「コンセプター」、日本から活動をサポートし共にプロジェクトを具現化する「プロデューサー」の参加枠がある。

コンセプト

日本の四季の美しさを伝えたい

四季があるのは日本ならではの魅力と思い、大学時代から現在までに撮った写真を使い、日本の四季の美しさを伝えるポスターを作成しました。



LIVE EVENT >>>>
LIMIT
BREAK

ロゴデザイン

幾何学模様「三角形」



Peaky P-key について

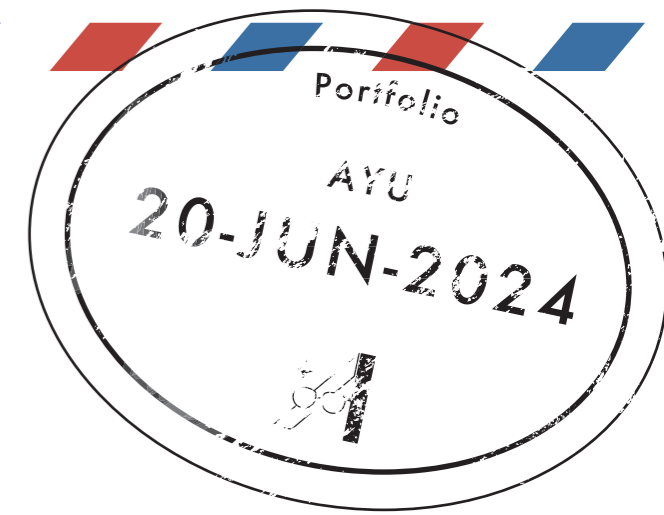
ブシロードが展開するDJをテーマにしたメディアミックス展開プロジェクト内の、ユニットの1つ。オーディエンスに最高の音楽と時間を届けることが信条で、DJライブに対するストイックな姿勢は他の追随を許さない。

彼女たちの魂のぶつかり合いが、誰もたどり着いたことのない場所への扉を開く。

コンセプト

高みを目指す、限界を超える

「最高の音楽と時間を届ける」という信条のもと、常に高みを目指す彼女らを表すため、タイトルを限界突破「LIMIT BREAK」に設定。三角形を中心に使い、上を目指す様子や、尖った音楽性を表現しました。



その他





企画詳細

”ビリケンをアートに、オーサカを元気に”をテーマに、ビリケンさんのアート作品を制作する。

コンセプト

ビリケンさんの船旅

『夜空でほとんど位置が変わらない北極星は、航海の際に北の目印とされてきた。』

1909年(明治42年)頃、アメリカから海を渡り、日本にやってきたビリケンさん。その航海は、上手くいったのか、困難の連続だったのかは私には分からない。でも、幸福をもたらすビリケンさんが周りを幸せにしたからこそ、無事日本にやって来ることができたのだと思う。

「どんなに苦しくても、迷うことがあっても、自分だけの北極星を頼りに、ビリケンさんと共に真っ直ぐ歩んで欲しい」。そんな想いを込めて、一部暗闇でも光るよう描きました。

航海の道標『北極星』

航海で北の目印とされた北極星。見る人にとっての進む道を示し、ビリケンさんと共に歩んで欲しいというメッセージを込めました。

蓄光シールで暗闇でも光る

星座の部分に蓄光シールを使い、夜や暗い場所では星座が浮かび上がるようにしました。



ポイント

暗い場所でも楽しめるアートを

電気をつけた明るい場所だけでなく、暗い場所でも楽しめるよう作成。星座の部分に蓄光シールを使い、夜や暗い場所でも光る仕掛けをつくり、昼と夜で変化を楽しめるようにしました。



**BILLIKEN
CREATORS
OSAKA**

BILLIKEN CREATORS OSAKA について

アメリカで生まれ、大阪で育った、不思議でユニークな神様、ビリケンさん。

ビリケンさんに魅せられたクリエイターたちが、

“ビリケンさんをアートに、オーサカを元気に”

をテーマに作品を発表する、大阪発の POP CULTURE イベント。

BILLIKEN CREATORS OSAKA 2024 詳細

2024年3月14日～16日で開催されたBILLIKEN CREATORS OSAKA 2024 に出展しました。展示と同時に、作品は即売会が行われました。



公式サイト

- 会場 ▶ 田村駒大阪本社
- 参加クリエイター ▶ 全101名
(内プロ64名、学生37名)
- 来場者数 ▶ 1086名
- 販売点数 ▶ 36点

展示の様子



有難いことに、展示期間中に作品が購入されました。
購入してくださった方の元で、愛されていたら幸いです。

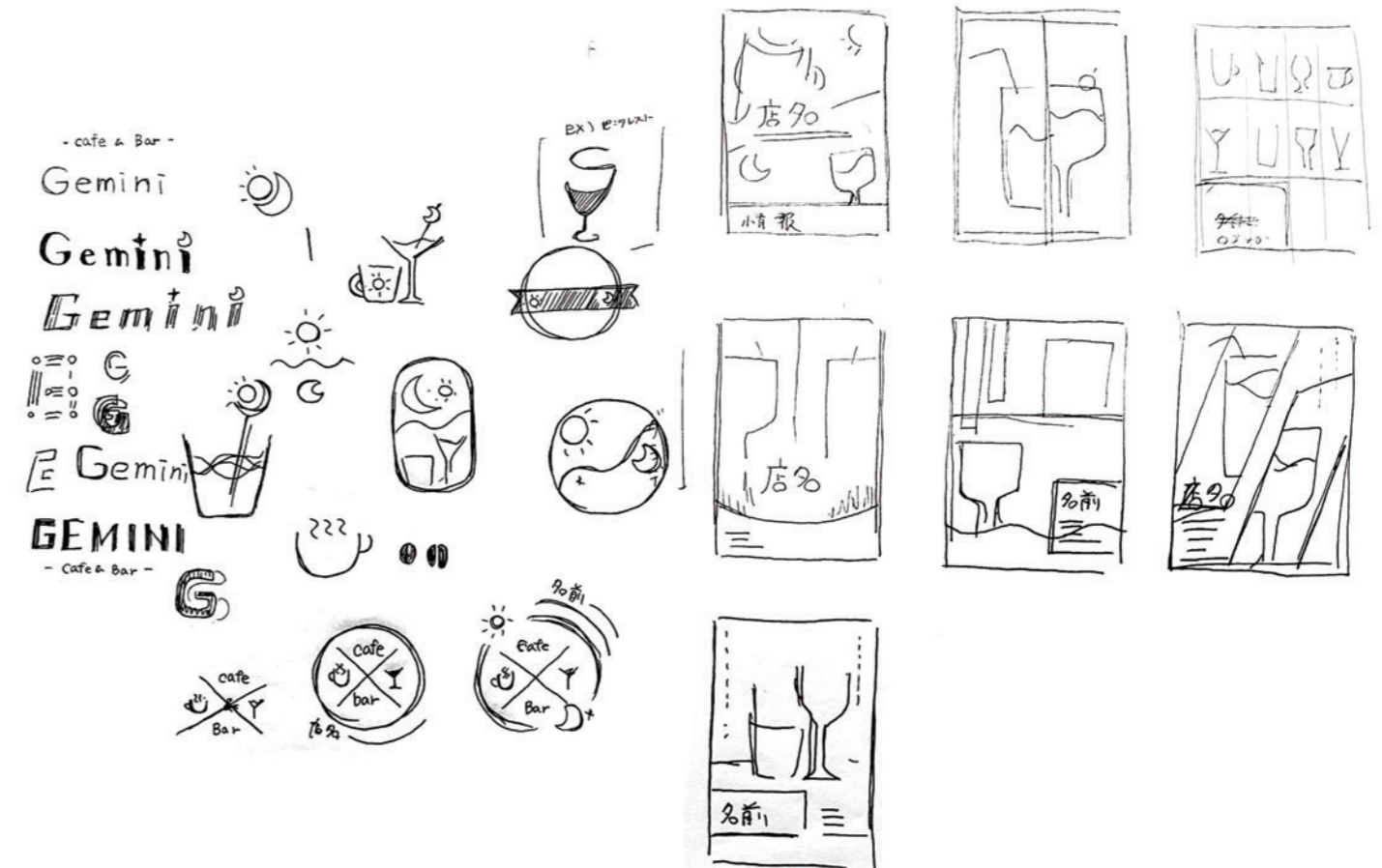
『自分』をテーマに自由にポスターを表現をしてください。ただし必ず、『グラフィックな表現』『タイポグラフィ(ロゴデザイン表現)』を入れること。



『カフェポスター』
昼、明るい、前向きな自分

『バーポスター』
夜、静かな、後ろ向きな自分

ラフスケッチ



コンセプト
自分の二面性や混ざる感情を表現

自分から思いつくキーワードを書き出し、表現する要素を探しました。その結果、心理学を学んだことや、「二面性」という共通点がある「双子座」「AB型」をピックアップし、自分の中で混ざる感情をドリンクとして表現しました。

ショップアイテム

ショップカード



名刺



コースター

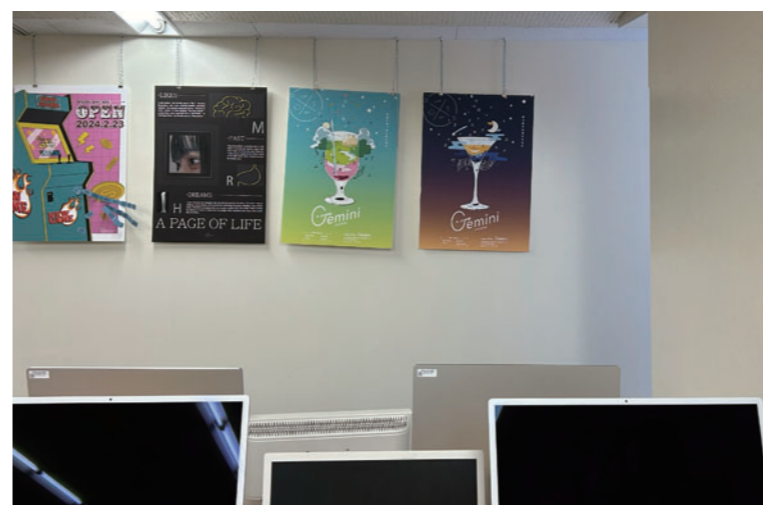


ポイント 自分自身を店として見たてる

自分の感情がドリンクになることから、自身を「昼と夜で提供サービスが変わるカフェバー」に見立てることに。メインビジュアルとなるポスターの他に、店のロゴマークとロゴタイプの作成、ショップカード等のアイテムの作成しました。



▲ 展示の様子



◀ 展示後の校内の様子

左半分をカフェ、右半分をバーに分けて、それぞれの制作物を展示しました。また、今後の制作に活かすために、中央には感想ノート置き、自由に記述できるようにした他、来校者に向けたウェルカムドリンクとしてステッカーを無料配布しました。

『カフェ』ドリンクイラスト



喜び×信頼
愛



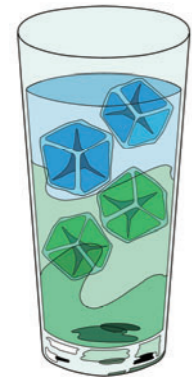
期待×喜び
楽観



恐れ×驚き
畏怖



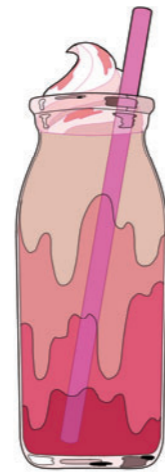
信頼×恐れ
服従



驚き×悲しみ
拒絶



悲しみ×嫌悪
後悔



怒り×期待
攻撃



嫌悪×怒り
軽蔑

『バー』ドリンクイラスト



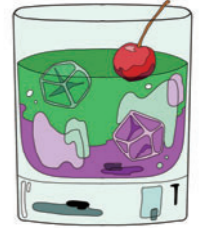
期待×嫌悪
皮肉



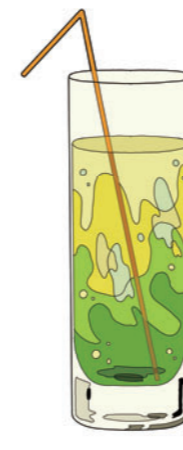
期待×信頼
運命



怒り×悲しみ
悲憤



驚き×嫌悪
憤慨



喜び×恐れ
罪悪感



恐れ×悲しみ
絶望



信頼×驚き
好奇心



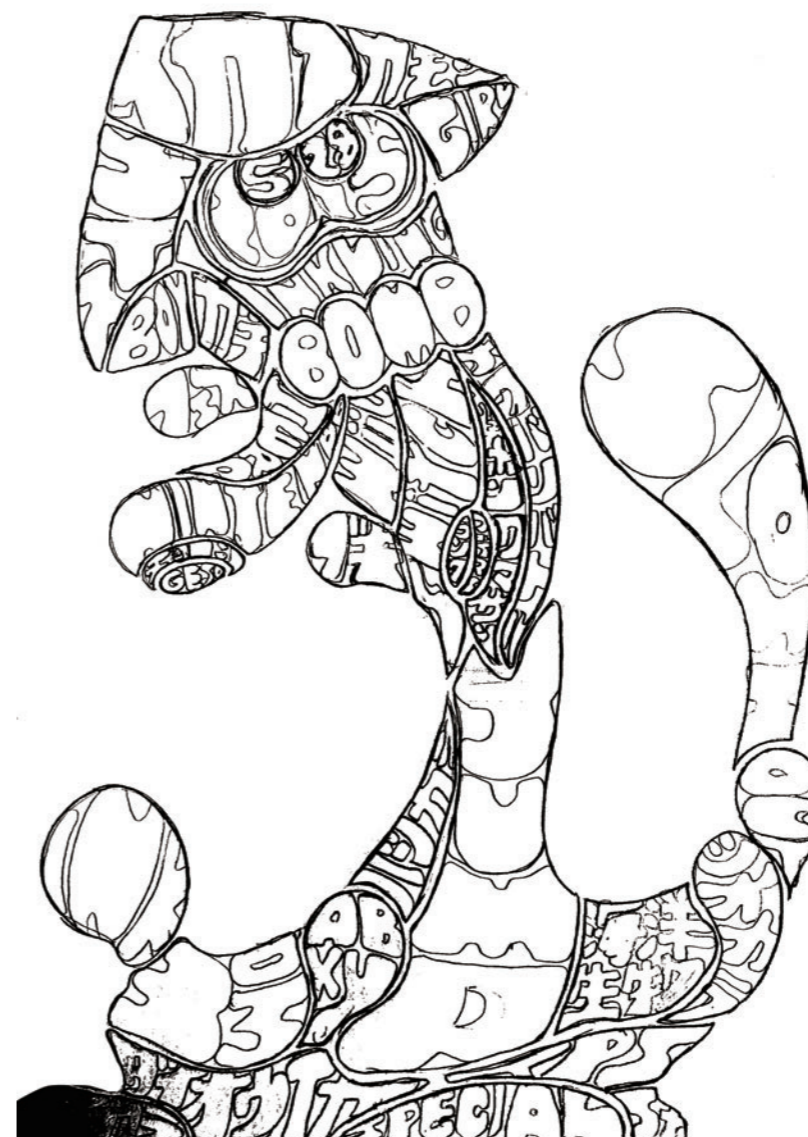
喜び×怒り
自尊心

ポイント

ウェルカムドリンクとして来校者にサービス

混ざるから連想して、「子供がドリンクバーでドリンクを混ぜる様子」や、「バーテンダーがカクテルを混ぜて作る様子」が思い浮かび、相反する感情が混ざる様子を、ドリンクで表現。
イラストに起こしてステッカーにし、展示に来る方へのウェルカムドリンクとして配布しました。

1つのキーワードから複数のキーワードを連想しイメージを膨らませる練習として、テーマを考え、連想するキーワードでモチーフをデザインしてください。



ラフスケッチ



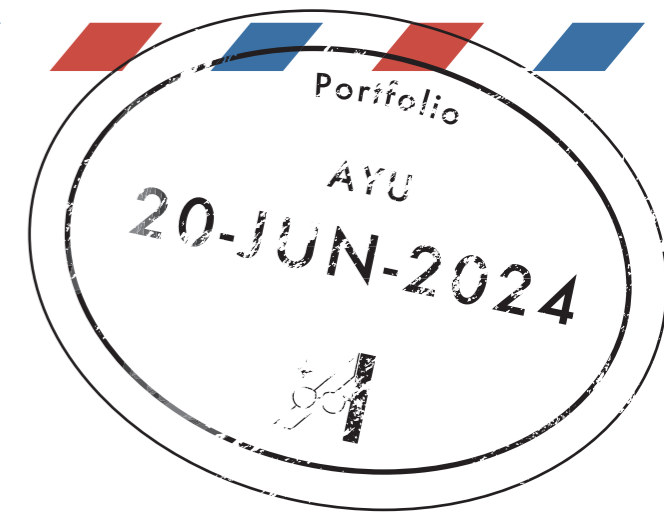
参考

ポイント

キーワードの連想する練習に

イカのイラストをスケッチブックに描き起こした後、大まかに文字を入れる枠を作成。その後、連想される言葉をメモした後、実際にゲームを起動し、ゲーム内の印象的な言葉や曲、キャラクター名をリストアップし、デザイン内に組み合わせていきました。

ゲームをプレイしたことのない人には、ゲームキャラクターのイラストであることが分かるようにしつつ、ゲームをプレイしたことがある人や、ゲーム自体が好きな人だとより書かれている単語に気づけるよう、単語のリストアップを行いました。



課外活動



A

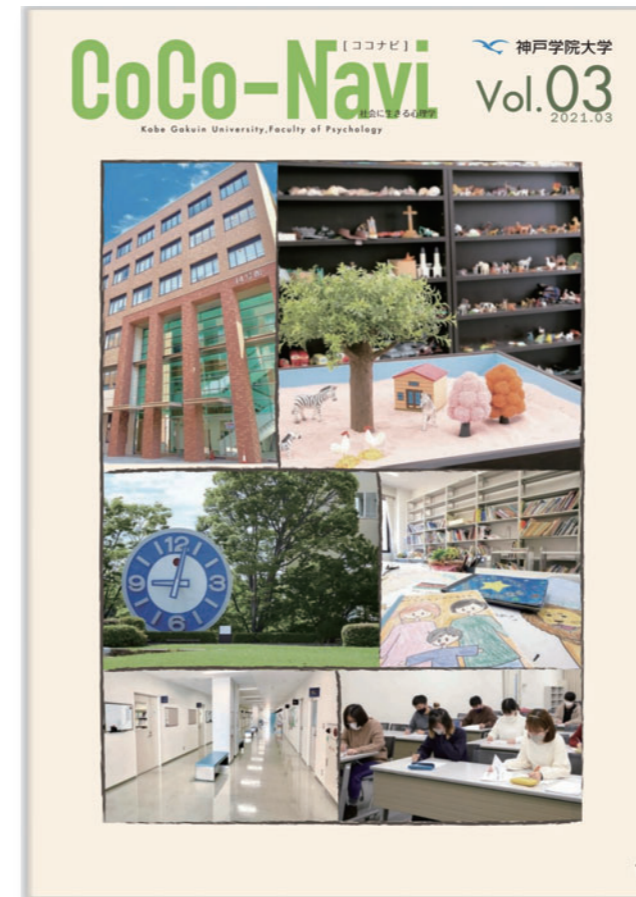
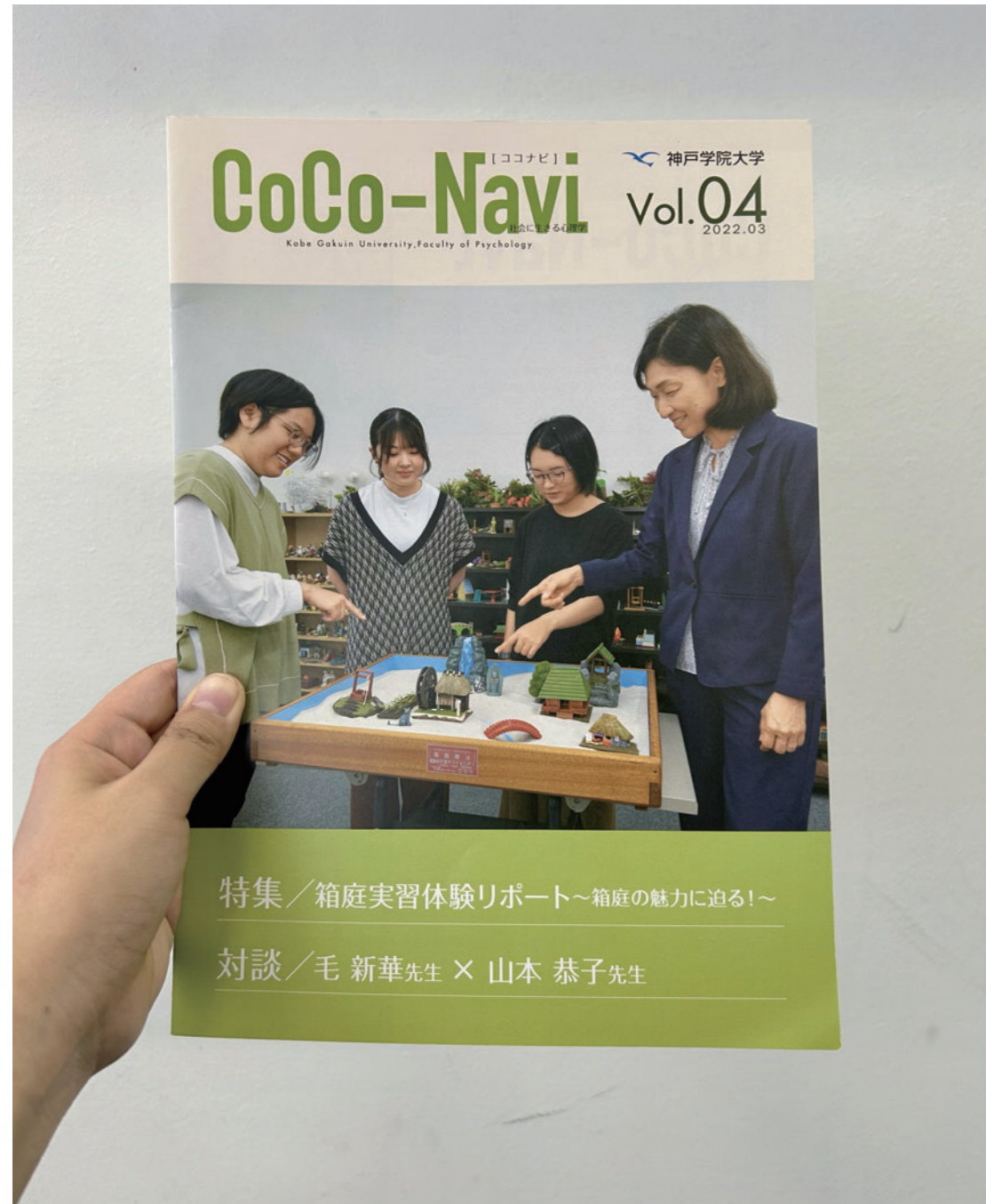
神戸学院大学 心理学部 広報誌『Coco-Navi.』

時期 / 大学2年、3年

#広報誌活動チーム #心理学 #広報誌 #企画 #取材 #執筆

企画詳細

心理学部に所属する学生の保護者に向けて、心理学部の学生の様々な活動や情報をまとめた広報誌を発行する。



心理学部 広報誌『Coco-Navi.』について

神戸学院大学心理学部の新設を機に創刊された、保護者のみなさまに学生の生活をよりよく理解してもらうための学部広報誌。

企画・執筆・構成、全てを有志の学生の手で行い、年1回3月の発行を目指して活動している。

ポイント 企画、編集、全てを学生の手で行う

企画、取材、編集の全てを学生で担当し、一年半の活動で2回広報誌を作成しました。チームでひとつのものを作る面白さと、デザイナーの力に感銘を受け、デザインの道に進むきっかけになりました。





ポイント

保護者が本当に知りたい情報を伝える

母親にどういった広報誌が読みたいかを話したところ、「実習授業で何をやっているかわからない」という意見をもらいました。そこで、実際に行っている実習授業から、「箱庭療法」を選択し、メンバーと実際に体験した他、専門の教員にインタビューを行いました。

箱庭実習体験レポート

～箱庭の魅力に迫る！～



難波 愛先生

今回、本記事を書くにあたって、箱庭実習をお引き受けくださったのは、本心理学部の准教授・難波愛先生です。ご専門は臨床心理学で、遊戯療法やミニドラマの研究をなさっています。また、箱庭についても詳しいため、監修をお願いしました。

今回の特集企画は、実際に授業で取り扱う箱庭実習をピックアップ、難波愛先生にその内容や魅力をうかがい、実際に体験してきました！

箱庭実習とは？

本心理学部の1年生前期の心理学入門実習で行われるグループ実習の1つです。「箱庭」とは、砂の入った箱の中に、人形や木などのミニチュアのアイテムを置き、1つの小さな世界を作るというもので、心理臨床では「箱庭療法」として知られています。学部では「箱庭療法」を学ぶ前の準備として、グループで「箱庭」に触れ、非言語によるイメージを人と共有することを体験します。昨年度と今年度は新型コロナウイルスの感染予防のため実習が中止されました。

箱庭の面白さ

箱庭を作成することで、自分の心の中のイメージが目に見える形で表現され、自分の別の一面を知り、心の中のいろんな世界を探求するところが面白いです。また、私は過去の自分が作った箱庭をアルバムに残していますので、見返すとその頃の気持ちや思い出がよみがえります。

類似する実習

箱庭療法の他にも似たようなものとして、コラージュ療法の体験実習があります。簡単に言うと、二次元版の箱庭療法です。箱庭を持ち運ぶことはとても大変であり、場所をとることからも難しいということから、開発された方法になります。風景構成法は、決められたアイテムを決められた順序で画用紙に描いていくというものです。実習ではいずれもグループで1つの課題に取り組み、人とイメージを共有することを体験的に学びます。



実習レポート

使ったもの

・箱庭 (57×72×7cmの、内側が青い木箱の中に砂が入っているもの) … 1つ
・アイテム (動物、木、花、乗り物、建物、橋、柵、石など) … お好みの大きさ・量



やり方

1. 順番を決めます。また、体験が終わるまでは無言です。
2. 1人ひとつずつからアイテムを取り出し、箱庭の好きなところに置きます。場所が決まった後は、誰もそのアイテムを動かしてはいけません。この時、自分の気持ちや感情がどうであったかを、後で共有するため覚えておきます。
3. アイテムの置いた後はシートに何を置いたか記録します。
4. 1人4回アイテムを置きます。

今回設置したもの

| | |
|-------|--------|
| ①猫 | ⑦地蔵 |
| ②水車小屋 | ⑧寺(本殿) |
| ③寺の鐘 | ⑨だんご屋 |
| ④畑 | ⑩井戸 |
| ⑤滝 | ⑪木 |
| ⑥川 | ⑫橋 |



いよいよ箱庭実習体験開始です。今回はコロナビメンバー3名が挑戦しました。箱庭のはじまりは、1匹の黒猫からでした。3人の箱庭へのイメージが同一の方向へ向かうきっかけとなったものが、2番目に設置された水車小屋でした。そして、水車小屋を中心として、生活感あふれる部分が出来上がっていったのです。一方で、水車小屋とは反対側に置かれた寺の鐘の周りには神社にありそうなものが置かれていきました。

そうして12個のアイテムが置かれた後、3人と難波先生で、置かれたアイテムについて、どういったイメージで理解したのかを共有しました。途中で地蔵が河童かどちらを置こうか悩んだ、という話や、箱庭に抱いたイメージを崩さないような「人間」のアイテムがみつからなくて置けなかった、という話も出てきて、そういう考えもあるのか、と驚いたり、共感したりすることができました。

私たちは、限られた手数や制約の中で、置かれたアイテムを見て感じ取ったイメージから、1つの世界を作り出すことができたのです。

感想

箱庭実習を実際に体験してみて、とても楽しかったです。また、自分だけでなく、他人の意図を汲んで一緒に箱庭を作るということは、私たちの実生活での人間関係に近いものであると感じました。(菅野・藤原)

vol.4 スケジュール

2021年7月から本格的に始動。夏休み期間を有効活用し、取材や本文の執筆を行いました。

- 2021年7月 企画プレゼンテーション
チームごとに企画のプレゼンテーションを行い、誌面の内容を決める。
- 2021年9月 取材
8月中に日程調整と取材内容を決め、9月に実施。その後、取材内容の文字起こしをする。
- 2021年10月 本文執筆
文字起こしの内容を元に、本文を執筆する。
- 2021年11月 校正、デザイン考案
校正と同時進行で、誌面のデザイン案を考える。デザイン案はデザイナーの方に形にいただきました。
- 2022年3月 完成・発行

ポジション

先輩として後輩を支え導く

特集チームは、後輩との2人のチームでした。後輩達はコロナ禍のため実習授業ができなかったため、経験していた私がどうだったかを伝えたり当時の授業資料を持ってきて、共にアイデアを出し合いました。

裏表紙のチームでは、リーダーとしてメンバーへ分かりやすく情報を伝えることを意識して活動しました。



【イラスト・質問企画担当】vol.4 裏表紙

About CoCo-Navi

CoCo-Navi.メンバー紹介

メンバーに質問!

Q オンライン授業あるあるといえは?

3年 木田 晋介 (きたしん)

パソコンに触れることが1年次生の時よりも増えたので、タイピングが早くなった。

3年 田中 聖奈 (りつちゃん)

お母さんが電話で話している声が入ってしまい聞き取れなかった。

3年 平尾 咲菜 (さな)

気づいたら家族と一緒に授業を聞いている。

3年 藤原 彩有 (あやちゃん)

Wi-Fiの接続が不安定になると焦る。

3年 山本 直加 (やまもも)

ミュートに忘れて音が漏れていることがある。

2年 浅野 真介 (あつ)

zoomの授業で鼻歌を歌っていたらコメントにするのを忘れていて、その声が授業にのってしまった。

2年 岡田 紗也佳 (おかちゃん)

カメラに映らないところは映らなかつた。

2年 菅野 真愛 (まにや)

課題提出期限やフォームを間違えている。

2年 小谷 梨乃海 (なつさん)

スマホのzoomで音出しすると聞こえない。

2年 前田 孝彦 (まえちゃん)

zoomだからといって少し油断していたら、先生に当てられて焦る。

2年 米原 聖実 (なつき)

映るところだけ綺麗にしがち。

イラスト:あゆちゃん

2021年度の主な行事

- 4月 7日 (水) 入学式
- 9月10日 (金) 学長主催懇談会
- 9月12日 (日) 高校生対象Zoomによるオープンキャンパス
- 10月31日 (日) 大学祭
- 11月 3日 (水) ミニオープンキャンパス
- 11月12日 (金) 2年次生の3年次前期から4年次後期までの所属ゼミについて、配属が決定
- 3月22日 (火) 学位授与式 (有瀬キャンパス)

編集後記

コロナの影響もたくさん受けましたが、楽しんで活動することができました。記事の企画や取材、執筆など初めて経験することばかりでしたが、CoCo-Naviのメンバーと協力し、良い広報誌を作ることができたと思います。多くの人に読んでいただくと嬉しいです!

えな

初めての広報チームとしての活動は、とても貴重な体験であったと共に、まだまだ力不足であったと感じました。先輩方に任せってしまう部分も多々あり、来年への課題が沢山見つかりました。ですが、広報誌はとてもいい出来栄だと思います!多くの人の目に留まることを祈っています。

まえちゃん

発行元 神戸学院大学 心理学部 発行人 秋山 学
 発行日 2022年3月15日 制作・印刷 株式会社興正社
 心理学部学生会 Mail: shirn@kobe.ac.jp Tel: 078-974-6246

ポイント

メンバーの頑張りを伝える

中の記事の内容はもちろん、「共に協力して作り上げたメンバーのことを、少しでも知ってもらいたい」と考え、質問やイラストでそれぞれの個性が出るようにしました。イラストは、メンバーの好きなものを取り上げました。

クロスオーバー・フライデー 学校PV制作企画

時期 / 専門1年後期

#大阪姉妹校企画 #YouTubeで配信 #PV制作

企画詳細

各校で目指せる仕事と『手に職をつける』をテーマに、21世紀アカデミアの学校プロモーション・ビデオを制作します。



スケジュール

2024年の1月から約1ヶ月半で21世アカデミアの紹介PVを作成。企画リサーチから撮影、ナレーションまでを学生で行いました。

- 2024年1月中旬 顔合わせ、ディスカッション
 テーマ『手に職をつける』から、『どんな手が魅力的か』を話し合い、各校の撮影内容を決定。
- 2024年1月下旬 各校ロケハン
 各姉妹校へ行き、撮影に適した場所を探し、撮影イメージを共有する。
- 2024年2月中 撮影
 それぞれの目指す業界の『働く手』を撮影。教員のサポートの元、手の演出や撮影の内容も学生で相談して進行。
- 2024年3月上旬 ナレーション収録、完成
 声優学科の学生を中心に、参加学生全員でナレーションを収録。収録後は細かい音響調節を教員が行い完成。



活動の様子と完成PV



【出演】イラストシーン

【撮影担当】カクテル提供シーン



クロスオーバー・フライデー

クロスオーバー・フライデーについて

自身が学ぶ専門分野のエキスパートになるだけでなく、他の専門分野のエキスパートと協働できる力を身につける、21世紀アカデミア独自のカリキュラム。毎週金曜日の放課後に、デザイン、エンタメ、ビジネス、観光といった姉妹校の専門分野に関する講座が開講され、希望者が参加することができる。



山梨県産学連携企画 第二回富士五湖サミット

時期 / 専門1年春休み、専門2年

#産学協同企画 #学長賞受賞 #プレゼンテーション #グループワーク



山梨県の強みを活かしたプラン

学校代表として参加。山梨県知事らの前で、山梨県が力を入れている水素の取り組みを活かし『水素アート』を用いたプランをプレゼン。学長賞を受賞しました。

課題詳細

富士五湖地域を新たな自然首都圏に進化させていくための、『斬新なソーシャル・プラン』を考え、10分間のプレゼンテーションを行ってください。

スケジュール

2024年3月から約1ヶ月、オンラインでの活動中心にプランを考案。放課後や夜に集まって活動を行いました。

- 2024年3月26日 顔合わせ**
 メンバーと初めての顔合わせ。今後の流れや課題について連絡される。
- 2024年4月11日 中間報告発表会**
 オンライン上でのプレゼンテーションを実施。学長からもう一度初めから考え直すよう言われ、プランは振り出しに戻る。
- 2024年4月21日 富士五湖に向けて出発**
 大阪、東京、名古屋、福岡から代表の36人が集合。初めて対面でメンバーと出会う。
- 2024年4月22日 富士五湖でのフィールドワーク**
 グループごとに富士五湖地域を自由に散策。翌日の本番に向けて、最終調整を行う。
- 2024年4月23日 プレゼンテーション当日**
 学長や山梨県知事、山梨県議員の前でプレゼン。『水素アート』を用いたプランをプレゼンし、学長賞を受賞！
- 2024年4月24日 リフレクション・ラボ(振り返り)**
 1ヶ月間のチーム、個人での活動についてを振り返り、次はどう活かすかをそれぞれ発表していく。
- 2024年4月25日 修了式**
 現地で過ごす最後の日、グループを越えて多くの学生との交流を楽しんだ。



ポジション チーム内のサポーター的存在

サブリーダーとして、1歩引いて周りを見渡すことを意識。特定のことをするのではなく、手が足りないところに入り、支える形で活動に取り組んだ。



富士五湖サミット

富士五湖サミットについて

21世紀アカデミア全18校から選抜全された学生チームが、豊かな自然に囲まれた富士五湖アカデミアに集結。山梨県や「富士五湖自然首都圏フォーラム」と連携し、日本の未来ビジョンを描き、社会変革のプランを提案する「ソーシャル・プラン・コンテスト」に挑戦する独自のカリキュラム。




ニュース記事

山梨県ホームページに掲載(4月23日公開。)



ダイジェスト動画

21世紀アカデミア公式YouTubeにて公開された動画。



最後までご覧いただきありがとうございました。
貴社とのご縁を、心から楽しみにしています。



藤原 彩有 (ふじさん)

