

【回答者】 印刷会社 / 営業部 / 町山 麻里子様

2014年11月20日  
公益社団法人日本印刷技術協会

「ブランド価値をつくり表現するデザイン習得講座」  
受講者アンケート

Q.1 理解できたことは何でしょうか。

（ 広告物にブランド価値を取り入れていくことで、仕事の幅が広がること  
お客さんへの説得の仕方 ）

Q.2 理解しにくかったことは何でしょうか？

（ 非常にわかり易かったです。 ）

Q.3 実務で活用できそうなポイントは何でしょうか？

（ 現在制作中のロゴのプレゼン時に企画書として提案したい、  
その仕事をデザイナーとしての実績にして、他の仕事につなげたい。 ）

Q.4 本実践塾で学んだことを生かして、実務に活用できそうでしょうか？

活用できそう  やや活用できそう  まだ活用するには難しそう

【回答者】 印刷会社 / 制作部 / 柳澤 弘之様

2014年11月20日  
公益社団法人日本印刷技術協会

「ブランド価値をつくり表現するデザイン習得講座」  
受講者アンケート

Q.1 理解できたことは何でしょうか。

ブランディングとは、「こう思う」「こう思われたい」をむすびつけた  
理論とテクニックであるということ。テクニックは方法と反復が必要  
取得には  
である。

Q.2 理解しにくかったことは何でしょうか？

ひとつの事象が複数の項目にまたがる場合の振り分け。

Q.3 実務で活用できそうなポイントは何でしょうか？

制作を美的なデザインから考えず、客の悩みから  
考えられるようになった。  
を解決すること

Q.4 本実践塾で学んだことを生かして、実務に活用できそうですか？

活用できそう  やや活用できそう  まだ活用するには難しそう

【回答者】 大手給湯器メーカー / 研究開発本部 / 平山 紀恵様

2014年11月20日  
公益社団法人日本印刷技術協会

「ブランド価値をつくり表現するデザイン習得講座」  
受講者アンケート

Q.1 理解できたことは何でしょうか。

ブランドに基づいた販促物の作り方。  
「ブランド」色が入りやすい過程。

Q.2 理解しにくかったことは何でしょうか？

Q.3 実務で活用できそうなポイントは何でしょうか？

販促物を作成するにあたって、お客さまにひびくような  
表現を取後に取り入れることができそう。

Q.4 本実践塾で学んだことを生かして、実務に活用できそうでしょうか？

活用できそう  やや活用できそう  まだ活用するには難しそう

2014年11月20日  
公益社団法人日本印刷技術協会

「ブランド価値をつくり表現するデザイン習得講座」  
受講者アンケート

Q.1 理解できたことは何でしょうか。

「ブランド」が「ブランド」化する瞬間が  
（「差別化」が「差別化」） “ 自社ではなく、お客様の視点に立つもの”と。 ”

Q.2 理解しにくかったことは何でしょうか？

資料に番号がつけられたこと

Q.3 実務で活用できそうなポイントは何でしょうか？

ブランディング、戦略の過程、イェン!!  
→ 感覚的に視覚化した音階があったため  
日々の実務において

Q.4 本実践塾で学んだことを生かして、実務に活用できそうですか？

活用できそう  やや活用できそう  まだ活用するには難しそう

2014年11月20日  
公益社団法人日本印刷技術協会

「ブランド価値をつくり表現するデザイン習得講座」  
受講者アンケート

Q.1 理解できたことは何でしょうか。

ブランド力を学ぶために何か必要なものがよくわかりました。  
また、何故○○をいけるかというものの理由が、実例ととらえよくわかりました。

Q.2 理解しにくかったことは何でしょうか？

ポジショニングマップの作りこ。  
ポイントから、情報も得られると考えていくのがむずかかった。

Q.3 実務で活用できそうなポイントは何でしょうか？

(ターゲット) (ターゲット) をイメージする上で何か広告等に必要か、この文章か  
あるいは引玉でいけるかの手かかりになった。  
(デザインしやすい)

Q.4 本実践塾で学んだことを生かして、実務に活用できそうでしょうか？

活用できそう  やや活用できそう  まだ活用するには難しそう

【回答者】 制作会社 / アートディレクター / 男性

2014年11月20日  
公益社団法人日本印刷技術協会

「ブランド価値をつくり表現するデザイン習得講座」  
受講者アンケート

Q.1 理解できたことは何でしょうか。

（ 構築からグラフィック層の型を詳しく知ることができた。 ）

Q.2 理解しにくかったことは何でしょうか？

（ 架空の商品・サービスをもとに構築するの2次元グラフィックに欠ける。実務に活かすには、もっと奥行きが必要か  
134

Q.3 実務で活用できそうなポイントは何でしょうか？

（ ブランドバックを意図したFは重要。  
（ブランドバックが自由でいい）

Q.4 本実践塾で学んだことを生かして、実務に活用できそうでしょうか？

活用できそう  やや活用できそう  まだ活用するには難しそう

「ブランド価値をつくり表現するデザイン習得講座」  
受講者アンケート

Q.1 理解できたことは何でしょうか。

「ブランドを構築するまで」  
表現可能な内容。

Q.2 理解しにくかったことは何でしょうか？

具体的な表現方法。(フォント・色のサンプル等) もっと詳しくあったです。  
一度ブランド作った後、リニューアルするとき。

Q.3 実務で活用できそうなポイントは何でしょうか？

新ラインナップリリースに向けて、PR企画。

Q.4 本実践塾で学んだことを生かして、実務に活用できそうですか？

活用できそう  やや活用できそう  まだ活用するには難しそう

「ブランド価値をつくり表現するデザイン習得講座」  
受講者アンケート

Q.1 理解できたことは何でしょうか。

（ ブランドデザインとは、  
ブランド戦略を立てるまでのやり方。 ）

Q.2 理解しにくかったことは何でしょうか？

（ ブランドミオリオのつくり方。 ）

Q.3 実務で活用できそうなポイントは何でしょうか？

（ 営業を通じ、デザイン依頼を受けるところが多いので、  
4P4Cをもとに、セアリングしてもらうと、内容を把握しやすい。 ）

Q.4 本実践塾で学んだことを生かして、実務に活用できそうでしょうか？

活用できそう  やや活用できそう  まだ活用するには難しそう

【回答者】 制作会社 / デザイン / 男性

2014年11月20日  
公益社団法人日本印刷技術協会

「ブランド価値をつくり表現するデザイン習得講座」  
受講者アンケート

Q.1 理解できたことは何でしょうか。

（ ブランドの基本、作り方。 ）

Q.2 理解しにくかったことは何でしょうか？

（ コミュニケーションの軸の設定が難しかったです。 ）

Q.3 実務で活用できそうなポイントは何でしょうか？

（ ブランド・デザインの規定書作成はぜひ取り入れてほしいです。 ）

Q.4 本実践塾で学んだことを生かして、実務に活用できそうでしょうか？

活用できそう  やや活用できそう  まだ活用するには難しそう

「ブランド価値をつくり表現するデザイン習得講座」  
受講者アンケート

Q.1 理解できたことは何でしょうか。

とても良く理解できました。

Q.2 理解しにくかったことは何でしょうか？

とくにありませんでした。

Q.3 実務で活用できそうなポイントは何でしょうか？

「ネリソナ」の存在がとても有用だと感じました。

Q.4 本実践塾で学んだことを生かして、実務に活用できそうでしょうか？

活用できそう    やや活用できそう    まだ活用するには難しそう

「ブランド価値をつくり表現するデザイン習得講座」  
受講者アンケート

Q.1 理解できたことは何でしょうか。

（ 頭ごもやごもやと思っ、わかるわけではなく、シートを使い、目的と目標を互いに共有する  
大切さを理解できた。 ）

Q.2 理解しにくかったことは何でしょうか？

（ ）

Q.3 実務で活用できそうなポイントは何でしょうか？

（ 全2（マーケティング）ブランディングというものを形にする必要性と、  
自社ブランディングをまよとしていきたい。 ）

Q.4 本実践塾で学んだことを生かして、実務に活用できそうでしょうか？

活用できそう  やや活用できそう  まだ活用するには難しそう

「ブランド価値をつくり表現するデザイン習得講座」  
受講者アンケート

Q.1 理解できたことは何でしょうか。

（ブランド価値が重要であること、今まで考えていなかったように多面的、多角的な視点の重要性が  
必要であること。）

Q.2 理解しにくかったことは何でしょうか？

（特にない）

Q.3 実務で活用できそうなポイントは何でしょうか？

（自社の活用とあり、経営者への伝達から始めるのがいいかと感じた。  
ただし、深く伝達するためには具体的に活用できると感じている。）

Q.4 本実践塾で学んだことを生かして、実務に活用できそうでしょうか？

活用できそう  やや活用できそう  まだ活用するには難しそう

「ブランド価値をつくり表現するデザイン習得講座」  
受講者アンケート

Q.1 理解できたことは何でしょうか。

（ ブランディングは 経営戦略<sup>と</sup>に基づいて行われるものという  
結びつき。 ）

Q.2 理解しにくかったことは何でしょうか？

（ ホロジミョーニングマップの設定の仕方。しかし繰り返し行って  
身につけるものだと思いきえた。 ）

Q.3 実務で活用できそうなポイントは何でしょうか？

（ 先生があらわしていた、提案時に補足で説明をつける（心理の話、  
「規定書に基づいて考えてます」という話<sup>など</sup>）ことによる、クライアントの理解を  
得やすくなる。 ）

Q.4 本実践塾で学んだことを生かして、実務に活用できそうでしょうか？

活用できそう  やや活用できそう  まだ活用するには難しそう

【回答者】 印刷会社 / 製造部 / 松田 ふじほ様

2014年11月20日  
公益社団法人日本印刷技術協会

「ブランド価値をつくり表現するデザイン習得講座」  
受講者アンケート

Q.1 理解できたことは何でしょうか。

ブランディングとは経営戦略であること。

Q.2 理解しにくかったことは何でしょうか？

ポジショニングの設定

Q.3 実務で活用できそうなポイントは何でしょうか？

キーカラー、キービジュアルの考え方。

Q.4 本実践塾で学んだことを生かして、実務に活用できそうでしょうか？

活用できそう  やや活用できそう  まだ活用するには難しそう

【回答者】 印刷会社 / デザイナー / 安木 克己様

2014年11月20日  
公益社団法人日本印刷技術協会

「ブランド価値をつくり表現するデザイン習得講座」  
受講者アンケート

Q.1 理解できたことは何でしょうか。

（ ブランドのXのYの重要性がわかりました。 ）

Q.2 理解しにくかったことは何でしょうか？

（ キーフォントのこぼについて。 ）

Q.3 実務で活用できそうなポイントは何でしょうか？

（ ブランド・デザイン相違書 の作成 ）

Q.4 本実践塾で学んだことを生かして、実務に活用できそうでしょうか？

活用できそう  やや活用できそう  まだ活用するには難しそう

「ブランド価値をつくり表現するデザイン習得講座」  
受講者アンケート

Q.1 理解できたことは何でしょうか。

（ ブランドデザインの重要性、メリット ）

Q.2 理解しにくかったことは何でしょうか？

（ 独自性の確立が必ず難しく感じました。  
（理解は出来ましたか） ）

Q.3 実務で活用できそうなポイントは何でしょうか？

（ ブランド、デザイン 規定書の作成方法 ）

Q.4 本実践塾で学んだことを生かして、実務に活用できそうですか？

活用できそう  やや活用できそう  まだ活用するには難しそう