

美術科学習指導案

日時 平成27年6月5日（金）第2校時

対象 3年4組（男子20名 女子20名 計40名）

指導者 教諭 濱川達一

1 題材 3年デザイン

2 題材名 「デザインのチカラ～ヒット商品を生み出そう～」

3 題材設定の理由

(1) 題材観

世の中には、数え切れないほどの様々な商品が存在する。そして、それらの商品は、テレビやインターネットを通じてCMやバナーと呼ばれる広告によって、日常的に私たち消費者の目や耳に届けられている。そうした、数え切れないほどの商品の中から、ヒット商品と呼ばれるものが生まれる。ヒット商品は、ただ単に企業にとっての売上高の話ではなく、その商品自体のもつ特徴はもちろんのこと、キャッチコピーやパッケージ、CMソングまでが記憶の中に残るものである。つまり、ヒット商品を生み出すためには、よい商品を作ることと同じくらい、商品の魅力を十分にアピールすることが大切であるということである。また、商品の魅力を消費者へとアピールすることは、デザインという美術の力を使ったコミュニケーションであるとも言える。

本題材「デザインのチカラ～ヒット商品を生み出そう～」は、課題として提示された「お菓子」をヒット商品にすることを課題とし、商品のネーミングやコピー、パッケージ、サウンドロゴなどをデザインする総合表現題材である。ヒット商品にするためには、他の競合する商品より印象に残り、商品のよさが理解でき、欲しいと思わせるような商品デザインをする必要がある。そのため、本題材は、企業の開発チームでの制作過程を参考にチームでの学習活動とし、コンセプトの決定からアイデアの発想・構想、プレゼンテーションまで協働で取り組ませる。そうすることで、互いの意図を伝え合いながら作品を作り上げていく協働的な制作活動を進めることができる。また、本題材での制作は、身近な人を対象にしたものではなく、地域や社会の中の多くの人々を対象としたデザインをすることが求められる。このことは、学習指導要領でも、「伝えたい内容を多くの人々に伝えるために、形や色彩などの効果を生かして分かりやすさや美しさを考え、表現の構想を練ること。」としてデザインや工芸の内容の中で掲げられている。

以上のような理由から、本題材は、商品のイメージを効果的に伝えるために、これまで学習してきた内容を活用しながら、より多くの人々を対象にした視点からの構想を練らせることができる題材である。また、互いのアイデアを出し合いながら、他者とのコミュニケーションを通して、楽しさや遊び心をもった発想を拡げていくことができる題材であると考え、本題材を設定した。

(2) 指導観

本題材の学習課題は、デザイン企画会社が、「商品のよさが伝わらずにヒットしなかったお菓子を商品名やパッケージを見直すことでヒット商品にしてほしい。」という内容の依頼を受けたとい

う設定である。そして、依頼を受けた企画チーム（4人グループ）に、「ネーミング」「キャッチコピー」「パッケージのデザイン」「サウンドロゴ」の4つの視点をもたせ、課題に取り組ませる。この学習課題を通して、デザインの学習をより日常生活や社会と結びつけて考えさせ、これまで学習してきたことを基に、社会的な視野の広がりに合わせて、より多くの人々を対象とした発想や構想を膨らませることができるよう指導したいと考えている。

題材の導入では、生徒たちが、よく知っているお菓子のパッケージやCMを見せ、思ったことを自由に意見させる。そして、その商品についてもっているイメージや食べた感想を教師や生徒同士の対話の中で自由に発言させ、お菓子のネーミング、キャッチコピー、パッケージのデザインやCMなどが、商品のイメージや購買意欲に大きく影響していることに気づかせるようにする。

題材の展開においては、チームでコンセプトを決定させる。コンセプトの内容は、ターゲットとする対象（男性、女性、年齢層など）、味の特徴（とても甘い、すっきりとした甘さ、全く甘くないなど）である。このコンセプトの決定には十分に時間をかけ決定させる。

展開における発想・構想を拓げる場面では、思考ツールを活用し、コンセプトや味の特徴をどのようにデザインに生かすか、その理由と根拠についてできるだけ多くアイデアや意見を出させ、チーム全員のデザインの方向性が同じになるようになるようにする。このように十分な共通意識をもたせた上で、作品のアイデアを発想させ表現方法の工夫を構想させるようにする。その際、ホワイトボードを使わせることで、発想や構想したことを絵に描いたり図にしたりしながら視覚的に話し合いを進めさせるようにする。

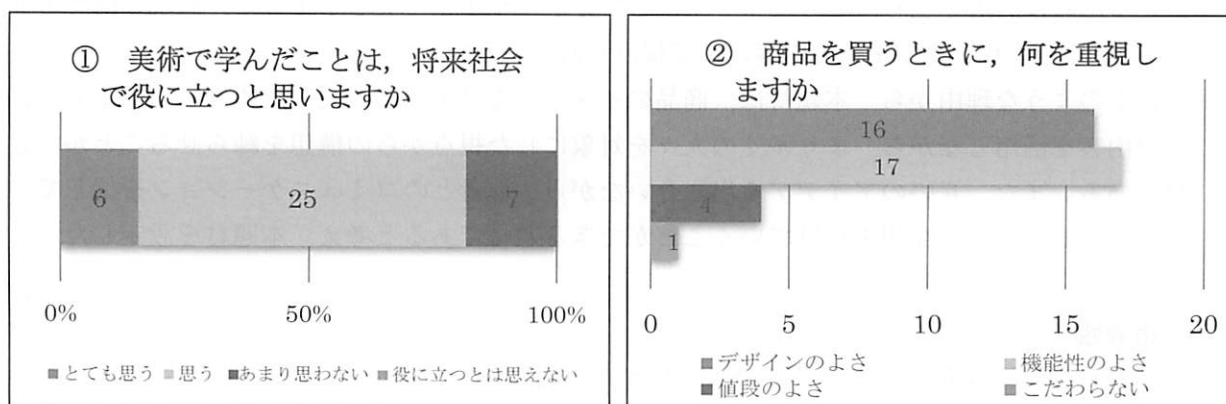
展開における発想・構想をまとめる場面では、デザインの素案を基に、担当ごとに最終的なデザインの仕上げをさせる。こうすることで、チーム内のコミュニケーションがより活性化され、互いを高め合う場を作ることに繋がる。

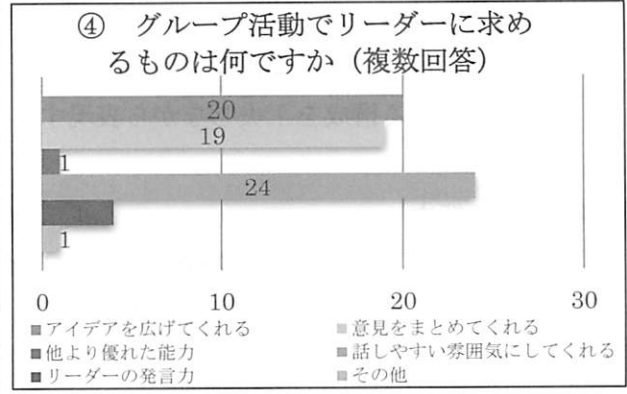
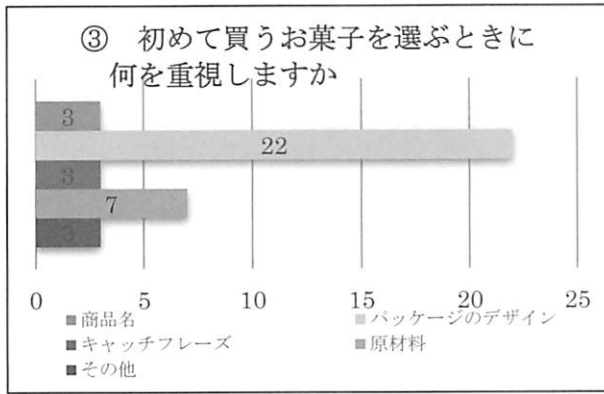
展開における収束の場面においては、各担当によるエキスパート会議を開かせ、担当ごとに意見交換をさせ、新しい情報をチームに持ち帰らせる。そして、その新しい情報を基に各チームで最終的なデザイン決定につなげさせる。

本題材では、自由に意見ができるような雰囲気と浮かんだイメージを即座に表現できる環境が必要である。そしてまた、お菓子という楽しいイメージをもった商品のデザインであるので、実際に購入してくれる人のことを想像しながら、楽しく試行錯誤させるような指導でありたい。

(3) 生徒の実態

本時の指導に先立ちアンケート調査を行った結果を示す。（対象は附属中学校3年4組40名平成27年4月23日実施）





本学級の生徒たちは、互いの意見を認め合いながら協力的に活動を進めることができるクラスである。また、互いが感じたことや思ったことを素直な気持ちで伝え合うことができる雰囲気をもっている。美術の学習にも意欲的に取り組んでおり、約83%の生徒が美術の学習に対して「とても好き」「好き」と回答している。アンケート①の「美術の学習は将来社会で役に立つと思いますか」との質問には約82%が「とても思う・思う」と回答している。その具体的な答えとしては、自分の部屋のレイアウトや配色に関すること、アイデアを発想する方法について、プレゼンなど相手にわかりやすく伝える技術などが主であった。この結果から、これまで学習してきた美術の学習内容が身近なところで意識されていることが分かった。逆に、あまり役に立たないと答えている生徒は、将来就きたい仕事と関連性がない、役だった実感がないからと答えている。

実際に商品を購入する動機に関する質問アンケート②、③では、商品を選ぶ時、商品としての本質である機能性と同じ割合で商品のデザイン性を重視していることが分かった。また、初めて買うお菓子を選ぶときの動機に関しても、お菓子の味に関わる原材料を選んだ生徒の約3倍の生徒が、味とは関係のないパッケージのデザインで購入するお菓子を決めると答えている。これらの結果から、商品自体のデザインやパッケージデザインは、商品を選ぶ際の大きな決定要素になっているということが分かる。これらの結果に関しては、生徒とも情報を共有し、デザインする際の大きな意欲付けとしたい。また、グループ学習に関するアンケート④では、多くの生徒が、話しやすい雰囲気を作ってくれるリーダーを求めていると答えており、この結果に関してもグループ活動への指導の中で意識して指導したい。

これらの生徒の実態を意識しながら、自由に意見を交換する雰囲気の中で、より質の高いアイデアに練り上げていきながら制作させ、創造する喜びを味わわせるように指導したい。

4 題材の指導目標

(1) 美術への関心・意欲・態度

図柄や配色、言葉などの効果を生かしてデザインされた商品のデザインに関心をもち、主体的に創意工夫し、協力しながら表現方法を工夫し制作しようとしている。

(2) 発想や構想の能力

商品のイメージを効果的に伝えるために、図柄や配色、言葉を工夫して、その特徴が際立つような構想を練ることができるようにする。

(3) 創造的な技能

図柄や配色，文字の配置などの美的秩序がもたらす効果を考え，商品のイメージを効果的に伝えることができる構成を工夫しながら表現することができるようにする。

(4) 鑑賞の能力

商品のイメージや特徴を際立たせるデザインの工夫を感じ取り，自分の価値意識をもって味わい，楽しむことができるようにする。

5 指導計画及び題材の評価規準

	ア関心・意欲・態度	イ発想や構想の能力	ウ創造的な技能	エ鑑賞の能力
題材の評価規準	図柄や配色，言葉などの効果を生かしてデザインされた商品のデザインに関心をもち，主体的に創意工夫をし，協力しながら表現方法を工夫し制作しようとしている。	商品のイメージを効果的に伝えるために，図柄や配色，言葉を工夫して，その特徴が際立つような構想を練ろうとしている。	図柄や配色，文字の配置などの美的秩序がもたらす効果を考え，商品のイメージを効果的に伝えることができる構成を工夫しながら表現しようとしている。	商品のイメージや特徴を際立たせるデザインの工夫を感じ取り，自分の価値意識をもって味わい，そのよさを楽しもうとしている。
時	学習に即した評価規準及び生徒への手だて			
1	① お菓子のデザインを通して，図柄や配色，言葉の効果に関心をもちようとしている。(生徒の反応・発表) [C: 対話によって関心をもたせる。]			① 図柄や配色，言葉の工夫を感じ取り，商品を印象づけるデザインの面白さを味わおうとしている。(生徒の反応・発表) [C: 具体例や身近な商品を提示する。]
2 3	② 他とコミュニケーションを図りながら，主体的にアイデアを発想しようとしている。(活動) [C: 視点を与える。]	① コンセプトを基に，思考ツールを活用してアイデアを練っている。[ワークシート，活動] [C: 机間指導で視点を与える。]	① 企画会議の中で出た意見をホワイトボードを使って，イラストや図で表現している。(活動の様子) [C: 机間指導で指示する]	
4 (本時)	③ 他とコミュのケーションを図りながら，よりよい構想を練ろうとしている。(活動) [C: 机間指導で手がかりを与える。]	② 新しい情報や意見を基に，さらに工夫し，構想を改善している。(ワークシート，活動) [C: 机間指導で視点を与える。]	② エキスパート会議で得た情報をチームに分かりやすく，絵や図を使って表現している。(ホワイトボード，ワークシート) [C: 机間指導で指示する。]	
5 6 7		③ 決定したアイデアを基に制作する中で，よりよく改善しようとしている。(作品，制作の様子) [C: 机間指導で助言する]	③ 決定したアイデアを基に，材料や道具を工夫して使い，美的秩序を意図的に効果的に活用し制作をしている。(活動，作品) [C: 机間指導で助言する。]	
8	④ チームで協力して，自分たちの作品のよさを分かりやすく伝えようとしている。(発表の様子) [C: 教師が補足の質問をする。]			② 自他の作品のよさを感じ取り，自分なりの価値観で表現しようとしている。(発表，ワークシート) [C: 見る視点を与える。]

※ 単位時間の評価規準については「おおむね満足できる：B」とする場合の規準とする。()は，評価の対象，[C:]はBに到達しない生徒への手だてとする。

6 題材の指導計画

(1) 本校の研究内容との関連から（教科論文、本時の手だてとの関連）

研究の視点Ⅰ 教科論3-（1）

教科論 知的コミュニケーションの活性化を目指した授業形態の工夫

チームに一つの学習課題を与えることで、知的コミュニケーションをより多く図らせることができる。また、コンセプトを基に、完成のイメージを常に共有化する必要が生まれるため、それぞれに担当に分かれるエキスパート会議においても、各々の目的や役割を明確にすることができる。

研究の視点Ⅱ 教科論3-（3）

教科論 感じ取る力の高まりを目指した指導方法の工夫

エキスパート会議では、それぞれのチームの完成イメージを説明し合い、視点ごとに意見交換を行う。チームのアイデアに生かせるものがないかを比較しながら、目と耳を傾ける姿勢が生まれる。また、それを付箋紙に書かせチームに持ち返らせワークシートを使ってアイデアを練り上げるため、自分の役割と責任を明確にもたせることができる。

研究の視点Ⅲ 教科論3-（2）

教科論 知的コミュニケーションを活発にするリーダー育成の工夫

リーダーには、常に情報の共有化を図らせるようにする。そのために、ホワイトボードやワークシートを使って、アイデアの視覚化や完成イメージの共有化を図らせる。そうすることによって、言語だけでなく図やイラストを使った、活性化した状態の知的コミュニケーションを図ることができる。

(2) 指導計画（全体8時間：本時 4／8）

時	主な学習活動	時	主な学習の活動
1	1 身近なお菓子のデザインやCMを鑑賞する。	5 6 7	9 デザイン案の最終決定をする。 10 チームで、分担して制作を進める。 11 作品を完成させ、プレゼンの準備をする。
	2 学習課題を理解する。 3 商品のコンセプトを話し合う。		
2 3	4 商品のデザインの4つの視点について学習する。	8	12 チームごとに、デザインの説明を分かりやすくプレゼンテーションする。 13 相互評価を行い、デザインのよさや面白さを味わう。
	5 4つの視点に基づき、デザインの企画会議を行う。 6 デザインの素案を完成させる。		
4 (本時)	7 4つの視点に分かれてエキスパート会議を行い、意見交換をする。 8 新しく得た情報を基に、チーム会議を行う。		

7 本時の実際（4／8）

(1) 指導目標

- ア 積極的にコミュニケーションを図り、意欲的に新しい情報を得ようとする。【関心・意欲・態度】
イ 他の作品や意見からよさを感じ取り、新しく得た情報を基に、さらに工夫し構想を練り上げることができるようにする。【発想や構想の能力】

(2) 準備するもの

- 教師：教科書、美術資料、参考作品、ホワイトボード、マーカー、モニター、書画カメラ
生徒：教科書、美術資料、ArtWorks、ワークシート、試作品、筆記用具

(3) 本時の展開

過程	時	学習の内容	形態	指導上の留意点
導入	7	<p>はじまり</p> <p>学習課題の確認 1</p> <p>1 前時までの学習と学習課題を確認する。</p> <p>学習課題：商品のよさや特徴を効果的に伝えるデザインを考え、ヒット商品を生み出そう。</p>	一斉	○ 学習課題について再確認させる。
		<p>今日の目標の理解 2</p> <p>2 今日の目標を理解する。</p> <p>他のチームとの情報交換を通して、商品のデザインを改良しよう。</p>	一斉	○ 他のチームとの情報交換を通して、具体的な改良点を見つける時間であることを理解させる。 ○ 今日の学習の流れを理解させる。 【研究の視点Ⅰ】授業形態の工夫
展開	15	<p>エキスパート会議 3</p> <p>3 担当ごとに集まりエキスパート会議を行う。</p> <p>・ ネーミングのレイアウトをもう少し工夫した方がいいかも。 ・ もう少し具体的な味が伝わるキャッチフレーズがいいのでは。 ・ メロディーは、もっと明るい方がイメージと合うんじゃない</p>	エキスパートグループ	○ エキスパート会議のポイントを理解させる。 ○ 各担当に、コンセプトの説明と商品のデザインについて説明させる。 ○ エキスパートのリーダーは、視点に基づいて意見交換をさせる。 【研究の視点Ⅲ】リーダー育成の工夫
		<p>ホーム会議 4</p> <p>4 付箋紙をシートに貼り、情報を整理し、意見交換を行う。</p> <p>・ 商品名のデザインをもっと、やさしいイメージのほうがいいと言われたよ。 ・ 和風な感じをもっと伝わるようにするといいと言われた。 ・ これは、どういう意味なの？</p>	ホームグループ	○ 作品ごとに意見交換させ、よいと思った意見を付箋紙に書き取らせる。 【研究の視点Ⅱ】感じ取る力の高まり
	20	<p>デザインの改良 5</p> <p>5 付箋紙の意見を基に、デザインを改良する。</p> <p>・ ここのデザインは、このように変更したらいいんじゃない。 ・ この意見を絵に描くとこんな感じだね。 ・ デザインがよくなったね。</p>	ホームグループ	○ ホーム会議のポイントを理解させる。 ○ 各担当に付箋紙をブラッシュアップボードに貼らせる。 ○ 各担当に具体的な改良点をホワイトボードや試作品を活用しながら説明をさせる。 ○ ホームリーダーを中心に協議させ、採用する改良案を決定させる。
		<p>発表 6</p> <p>6 改良したデザインを発表する。</p> <p>・ ○○という意見を採用してネーミングのデザインをこのように変更しました。 ・ 私たちの班も参考にしよう。</p>	ホームグループ	○ 採用した付箋紙を基に、新しいデザインをホワイトボードに描かせ、まとめさせる。 【研究の視点Ⅲ】リーダー育成の工夫
終末	3	<p>まとめ 7</p> <p>7 本時の学習を振り返りまとめをする。</p> <p>おわり</p>	一斉	○ 数班に、ホワイトボードを紹介させる。 ○ 採用した意見を受けて、どのように改良したか具体的に説明させる。 ○ 次時の活動の見通しをもたせる。 ○ 授業終了後、ホワイトボードを写真で撮影させ保存させておく。