

# BREAK THROUGH

# ARTS

ART DIRECTORS RETURN TO SCHOOL

# ARTS

日本で唯一の、アートディレクションを教える学校、それが宣伝会議アートディレクター養成講座です。今年で第27期を迎え、これまで2700名以上の方が本講座で学び、アートディレクターとして活躍をしています。デザインの技術だけを学ぶのではなく、広告・コミュニケーションの舞台で活躍するためのアートディレクションの基礎から応用までを一流の講師陣が指導。原石は磨かれてこそ宝石へ。広告会社の方も、制作会社・プロダクションの方も、事業会社の方も、フリーの方も。グラフィックデザイナーも、Webのデザイナーも、SPのデザイナーも。ARTSという名の他流試合で、自らを見つめ直し、掘り下げる。そして今よりもう一段階、自分を引き上げる。今、この時代に求められるアートディレクターになるために必要なことが、ARTSで学べます。

## こんな課題をお持ちの皆さまへ

Problem

1

経験はあるが、これまで独学で自社の業務だけをやってきたため、スキルに不安を感じる。もう一段階レベルアップするために、一度しっかりとアートディレクションの基本、考え方、アイデアを学びたい。

Problem

2

単なるデザイナーやオペレーターではなく、アートディレクターとしてクライアントの課題の本質をつかんだ提案ができるようになりたい。核心を突いたデザインと提案で、少しでも上流部分から関わっていききたい。

Problem

3

クライアントのニーズを的確にくみ取り、コンセプトを定め企画に落とし込むまでのスピードと効率を上げたい。また、プレゼンのスキルやスタッフのディレクション能力など、本では学べない一流のスキルを身に付けたい。

Problem

4

自分のデザインに確固たる必然性や背骨がなく、良くも悪くも感性に頼ったデザインであると感じる。強いロジックを持つアートディレクターから、論理的にデザインを組み立て、提案できる考え方を学びたい。

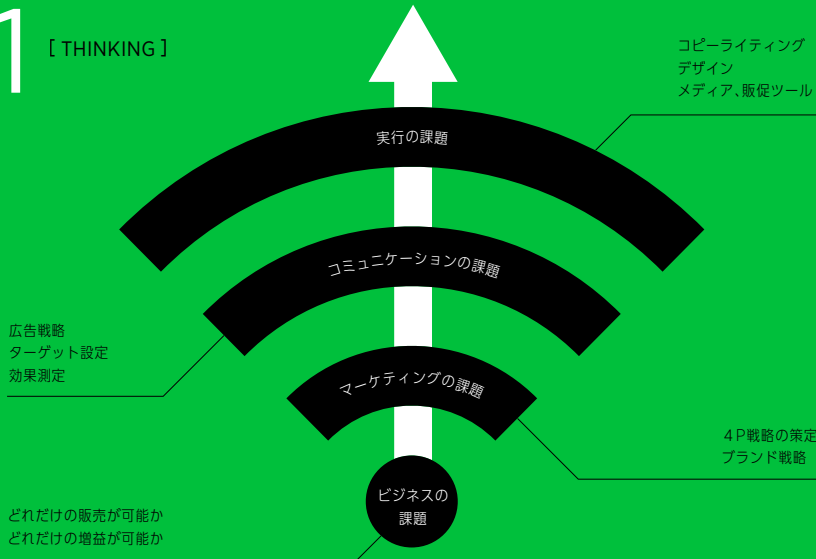
Problem

5

AIの登場と進化によって、アートディレクターに求められるものの変化を痛烈に感じている。人間だからこそできることと価値の出し方を、一流のアートディレクターに学び、激変の時代を生き抜くヒントを得たい。

# AI全盛の時代に、アートディレクターに求められる「講座で身に付く3つの力」

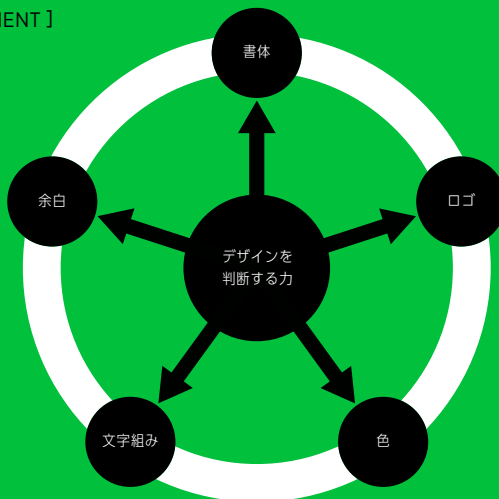
## Skill 1 [ THINKING ]



### 1・考える力

1つ目は考える力です。今や、アートディレクターはビジネスパートナーとしてみられています。ある講師は「アートディレクターは経営者の右脳たれ」と言います。また、ある講師は「クライアントのトップとの信頼関係があってこそ仕事が成り立つ」と言います。ただ、綺麗なデザインを組むオペレーターは求められていません。企業や商品が抱える課題、ターゲットのインサイト、市場や社会の状況などを掘り下げて考えられるアートディレクターが求められています。そういったマーケティング的情報を整理し、世界観やトーン&マナーを統一してブランドを創り上げることができるアートディレクターの価値が高まっています。

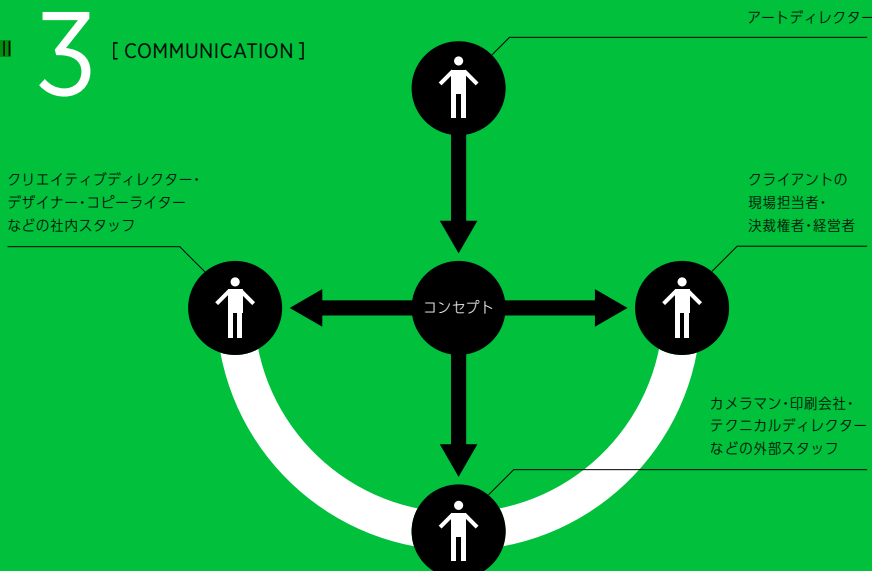
## Skill 2 [ JUDGEMENT ]



### 2・判断する力

2つ目は判断する力です。デジタル化に伴い仕事の量とスピードは増すばかり。そんな中、一介のデザイナーと一流のアートディレクターの差はどこに表れるのでしょうか。それは明確な判断基準を持ち、日々の仕事の中で精度の高い判断をし続けられるかどうか表れます。一流のアートディレクターたちは思考の段階のアップダウンを数限りなく繰り返し、細部にこだわり抜くことで独自の判断基準を築いてきました。講座では、それぞれのアートディレクターによって異なる判断基準を盗み、自分の判断基準を磨いていくことができます。講師陣の仕事紹介に留まらず、思考のステップを解説していくことで、精度の高い判断力を身につけていきます。

## Skill 3 [ COMMUNICATION ]



### 3・伝える力

3つ目は伝える力です。せっかく、良いアイデアやデザインができて、それを伝えることができなければ意味がありません。よく、トップクリエイターはプレゼンがうまい、といわれますが、それは、この伝える力が備わっているからです。これは同時に仕事とれるアートディレクターだということもできます。自分の意図を明確にクライアントに伝えること、コピーライターや外部スタッフと共有することなどは、作業屋さんから抜け出すために必須のコミュニケーションスキルです。この講座では、課題制作をするだけでなく、短時間でのプレゼンも行います。コンセプトと企画意図を簡潔に伝える練習をすることで、講座の中で伝える力を養っていきます。

## 【 基礎講義 】

開講式	ARTSを受講するにあたっての心構えと、卒業制作に取り組む意義を講義。
アートディレクションとデザイン	アートディレクションとデザインの違いを学び、デザイナーからいかにステップアップを図るかを知る。
アートディレクターとして成長するための心構え	デザイナーではなく、アートディレクターとしてこれから成長していくために必要な考え方を学ぶ。
アートディレクションとタイポグラフィー	フォント、文字間、余白など、文字による表現全般のアートディレクションを学ぶ。
デザインと企業ブランド	企業の姿勢を伝えるためのブランディングと、そのためにいかにアートディレクションが必要かを踏まえ、経営者視点を学ぶ。
CIにおけるアートディレクション	企業のブランドや経営戦略をくみ取った CI、VI、シンボルマークなどの策定方法を事例を通して学ぶ。
映像のアートディレクション	テレビCM やWebのムービーなど、映像関連全てに通ずるアートディレクションの考え方を身に付ける。
Web デザインとアートディレクション	紙とWebの違い、グラフィックデザインとWebデザインの違いなど、Webサイトのアートディレクションを学ぶ。
デジタルクリエイティブとアートディレクション	デジタルの領域で求められるクリエイティブの発想、スタッフィング、技術的な知識とノウハウを学ぶ。
グラフィックツールのアートディレクション	フライヤー・リーフレット・ノベルティ・ツール・小冊子などのアートディレクションを学ぶ。
写真のアートディレクション	写真集・雑誌・カタログなど、写真を多用するメディアのアートディレクションを学ぶ。
商品開発から関わるアートディレクション	新たな商品やブランドを立ち上げる際の商品コンセプト策定からパッケージデザインまでの考え方を学ぶ。
アートディレクターに必要な印刷の知識	印刷方法と紙質の掛け合わせによって、どんな色合いに仕上がるのかを実際の印刷物を見ながら学ぶ。
AD視点の企画書のつくり方	企画提案やプレゼンを任されたときに、アートディレクターにも求められる企画書のつくり方を学ぶ。
エディトリアルデザインとアートディレクション	紙メディアの特性を踏まえ、レイアウト、文字の大きさや色など、エディトリアルデザインの基礎を学ぶ。
グローバル視点でのアートディレクション	国内だけでなく、ワールドワイドで活躍しているアートディレクターより、グローバル基準の思考を学ぶ。
デザインと企業ブランド	商品ブランドのみならず、企業のブランディングにアートディレクションの力がどう貢献できるのかを学ぶ。
空間起点のアートディレクション	イベントや建築物など空間を用いた体験価値とブランドづくりの方法を学ぶ。
デザインワークとアートワーク	クライアント案件とは異なるクリエイターとしてのアートワークで仕事を広げる考え方を学ぶ。
世の中との距離感を測るアートディレクション	時代の空気感を捉え、世の中に受け入れられるクリエイティブを生み出す考え方を学ぶ。

## 【 課題演習 】

課題1 / ポスターデザイン	ポスターデザインとその商品のロゴを作成する。ポスターというメディアの特徴を生かしたアートディレクションを学ぶ。
課題2 / パッケージデザイン	商品のパッケージを作成。ただ美しいデザインだけでなく、店頭でどう機能するかを踏まえたアートディレクションを学ぶ。
課題3 / 交通広告	交通・OOHのメディア特性を考えてグラフィックを制作。アワードにも応募できるように講評を行う。
課題4 / IP活用	IP・キャラクターを活用した企画立案に取り組み、アワード応募につなげる。

## 【 特別講義 】

アートディレクターの発想	トップアートディレクターが語るアートディレクション術。今の時代にアートディレクターが果たすべき役割と考え方を学ぶ。
コミュニケーションデザイン	アートディレクターが中心となるコミュニケーションデザインの方法と、他のスタッフの動かし方を学ぶ。
人格から紐解くアートディレクション	企業や商品の人格を考えて、広告コミュニケーションやブランディングに活かす考え方を学ぶ。
受け手が感じる手触りをつくる	デジタルが伸長しても普遍的な人の手触り感を感じさせ、琴線に触れるコミュニケーションの方法を学ぶ。

## 【 卒業制作 】

卒業制作課題 1	課題テーマの企画案とラフを作成し、それを基にコンセプトをプレゼン。その場で丁寧な講評を受け、2回目に生かす。
卒業制作課題 2	初回の評価を踏まえカンパを持参し、卒業制作課題のプレゼンを行う。

※ 前期実績カリキュラムの内容や課題内容は変更になることがあります。予めご了承ください。

## 1・基礎講義

実際の企画と制作物をベースに一流講師が指導する基礎講義では、実務に生かせるアートディレクションの基礎を教えます。「考える力」「判断する力」「伝える力」の3つの要素を、講師が手がけた企画書やグラフィックなどの制作物と経験を基にして、理論的に学ぶことができます。受講生が日常業務で抱く疑問や迷いに対する回答と気付きを得て、自分の指針を確立しアートディレクターとして活躍していくための基礎力をつけるプログラムです。



## 2・特別講義

現代のアートディレクターに求められる考え方を、トップクリエイターから学びます。特別講義ではデザイナー出身のクリエイティブディレクター、コピーライター、プランナーなどを招き、アートディレクターとの共同作業で、どのように成果を上げるか、その秘訣を講義します。アートディレクター以外の考え方を知ること、自らの考え方に幅を持たすことができ、他のスタッフとの、効果的な連携の取り方を学ぶことができます。



## 3・課題演習

新聞、ポスター、パッケージ、交通広告など、各メディアごとの特徴や、インサイトを捉えた課題に取り組み、プレゼンをします。実務で経験のないテーマの場合でも、自分の力をぶつけ、講師からフィードバックを受けることは他では得られない経験になり、本講座で最も力がつくポイントです。課題演習の場を最大のチャンスと考え、普段の仕事以上に心血を注ぎ作品を仕上げるのが、自分の可能性を広げていくことにつながります。



### カリキュラムの概念図





2025 GOLD PRIZE

企画意図

近年、全国の水道インフラの老朽化が進んでいる一方で、水道料金収入が落ち、水道事業の採算が悪化しています。日本の水は、世界的に見ても安全でかつ、軟水であることが特徴です。そこで、浄水器の定期交換を利用し、水道水がおいしいと感じられる流域のブランディングを行いました。認知拡大のために検針票広告にブランドを

掲載。浄水器の購入者には、居住流域のパッケージの浄水カートリッジと、流域の情報誌が定期的に届きます。水道水に付加価値を与え、水を飲む、使うことを促進し、水道事業の増益と品質イメージ向上を目指しています。

ARTSを終えて

講師の方々それぞれが、異なるやり方でアートディレクションを行っているため、毎回が面白く、半年間の受講があつという間に感じました。

参考になった話が多くあつた一方で、少し実践が難しい話もありました。自分なりのクリエイションの軸をつくっていくことが大切であると感じました。課題制作もさまざまな背景を持つ受講生のアウトプットを聞いて、自社では得られない刺激を受けました。学んだことを日々の業務や活動に活かしていきたいです。

(笹谷啓太)

※卒業制作 課題内容/任意のクライアントを設定し、ブランディングデザインをしてください。制作するアイテムは自分で考えてください。

講座の集大成として取り組む卒業制作。ARTSの中でも最大の腕試し。2クラスに分かれ、全2回の講義を行います。第1回の講義では企画書とコンセプトを、第2回はカンパを作成します。全員の制作物を展示し、プレゼンを行ったうえで、講師が優秀作を選びます。ここで優秀作に選ばれると、その実績を貰え月刊「ブレン」に掲載されます。講師は企画とデザインの双方の観点から評価をし、全ての講義で直接フィードバック。講師からの丁寧なディレクションを繰り返し受けることで、自分一人では辿りつけないレベルまで達することができます。※2024年度、2025年度は柿木原政広氏(10)、河合雄流氏(電通)が講師を務めました。



## ARTSとは、一流に触れ、 一流の理由が分かる場所。

### 受講を決めた理由

入社後は、親鳥からエサを与えられるヒナののように、上司からやり方を学んでいました。それを経験していくうちに、他のアートディレクターの方々はどのようにもの考えて表現していくかを知りたくなってきたんです。本を読むだけでは分からない「息遣い」みたいなものが感じられるのではないかと思います。当時、それまでは自分で一からやっていく仕事がありませんでした。だから早く一回、自分のスキルを試したかったし、一人でやってみたらどうなんだろうって思っていました。ARTSはいろいろな会社から猛者たちが集まってくる場所ですよ。実力が上か下かって話じゃなく、自分のレベル

の確認をしたかったんです。当時上司からのディレクションがあったのでアウトプットのクオリティは高いものを作れていたと思うんですが、自分一人でやった時にどうかというのを少し不安に感じていたデザイナー時代でした。

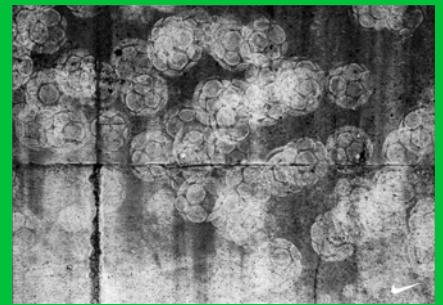
### 課題に取り組んで

実は卒業制作の時に怒られたんです(笑)。でも、その時のアドバイスを生かして金賞を頂くことができました。さらにそれをブラッシュアップした作品で、ADC賞を頂くこともできました。こういった課題は、生の自分が出てくるんですよ。たとえば自分のロゴを作るという課題があったんですけど、そんなの日常で考えないですよ。クライアントに向き合うのが普通の仕事なら、ARTSの課題は自分に向き合うものだと思うんです。もちろん日々の仕事は忙しいですが、課題を出すのは当たり前。忙しいからといって、課題を出さないのは甘えだと思います。本当に、仕事と同じですよ。自分の作りたいものを作るなんて普通の仕事では滅多にないですから。講義ももちろんですが、同世代のデザイナーが集まっているので、課題を出す回は最高のトレーニング場ですよ。

### ARTS をこれから受講する方へ

一流に触れることに意味があると思います。一流には理由があるんですよ。おいしいものを食べに行くと、そのレストランには理由があるこ

とが分かるんですよ。それと同じです。普段は、最終的なクリエイティブのアウトプットしか見られないですよ。でも、ARTSで講義を聞くと、なんでこの人が一流なのか分かるんです。デザインの場合は、思考回路だったり、経験だったり、プレゼンテーションだったり、ディテールに宿っているこだわりだったり。一流のものを作りたいと思ったら、一流のやり方を感じる必要があると思うんです。それを生身で感じてほしいですね。



### 小杉幸一氏 (one happy)

博報堂を経て、「onehappy」を設立。「コミュニケーション人格」デザインでその企業や商品やサービスのキャラクターを明快にし、クリエイティブディレクション、アートディレクションを行う。主な仕事：SUNTORY「特茶」「JIMBEAM」、雪印メグミルク「C1デザイン」、PARCO「パルコアラ」キャラクターデザイン、「Nature Lab」CIデザイン、「東京グレートベアーズ」、中部薬品「VDRUG 都市部店舗ディレクション/ PB開発・デザイン」、STARFLYER「輝く人の」、SUZUKI「HUSTLER」、ベルメゾン「リブランディング」、Yellow Magic Orchestra「YMO40」、日本テレビ「ガキの使いやあらへんで」などがある。

## 講座概要

### 開講日

# 2026.7.14 Tuesday

講義日時 火曜(毎週)19:00~21:00 土曜(月に1回程度・課題演習クラス)13:30~16:30もしくは18:30~21:30

講義回数 全30回(約7ヶ月)

受講対象 広告会社、制作会社、Web制作会社、印刷会社、Webメディア、アプリやゲーム制作会社、インハウス、フリーランスの若手アートディレクターやデザイナー。

事業会社で、自らデザイン制作はしないがアートディレクションやデザインの知見を必要としている方。

開催形式 オンライン・オフライン併用、自由選択制。※一部、オンライン開催のみの回があります。

受講定員 90名

受講料金 180,000円(税込198,000円)※申込金20,000円(税込22,000円)含む

お問い合わせ先 宣伝会議 アートディレクター養成講座事務局

東京都港区南青山3-11-13 9F Mail : arts@sendenkaigi.com

講座のお申込み・  
無料説明会への  
予約はこちらから



※過去2期登壇実績。変更になる場合がございますのでご了承ください。

浅井雅也

Droga5 Tokyo

榮 良太

SAKAE BLUE

中嶋貴久

ntD

居山浩二

イヤマデザイン

佐々木 拓

コクヨ

徳野佑樹

toku

上西祐理

北極

佐藤夏生

EVERY DAY IS THE DAY

西谷 崇

サイバーエージェント

えぐちりか

電通

佐藤ねじ

ブルーバドル

萩原幸也

リクルート

柿木原政広

10

清水恵介

TBWA\HAKUHODO

長谷川羊介

ジェイアール東日本企画

加藤建吾

TUGBOAT2・TUGBOAT DESIGN

信藤洋二

資生堂クリエイティブ

藤田佳子

サン・アド

金井あき

コクヨ

関本明子

ヒダマリ

水野 学

good design company

河井雄流

電通

高木裕次

ダイナマイト・プラザーズ・シンジケート ADKマーケティング・ソリューションズ

村上絵美

川腰和徳

電通

高谷 廉

AD&amp;D

室井淳司

アーキセプトシティ

木住野彰悟

6D

田中 元

電通

八木 彩

ARENCE

木村浩康

ライソマティクス

丹野英之

POOL DESIGN

八木秀人

Hand

小杉幸一

one happy

徳田祐司

カナリア

八木義博

電通