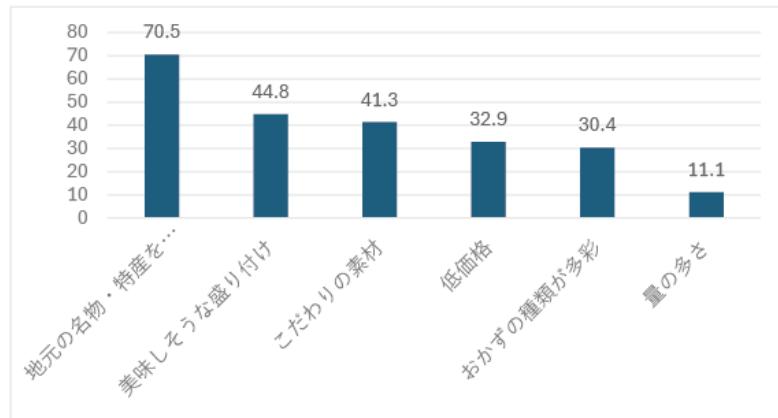


2025 INTERNSHIP

大型タッチパネル端末の画面デザイン

東北芸術工科大学
デザイン工学部 プロダクトデザイン学科 3年
期間：2025年9月11日～9月19日

駅弁を買う時に何を重視しますか？



- 地元の食材や特産を材料に使っている

70.5%

読売新聞社とNTTレゾナントが共同で実施した
「g o o リサーチ」の消費者モニター調査（2005年1093人を対象）
<https://research.nttcoms.com/database/data/000214/> より

仮説

食べるものとしてだけではなく、地域の食材を楽しむことができる駅弁は、

旅への期待や観光としての役割を担っているのではないか

ひと箱で まちを味わう

駅弁は短時間でご当地を味わえる魔法の箱。
味だけでなく視覚でも楽しみ、時間の少ない出
張中でも、土地を知るひとつの観光手段となる。



地域の味

その町の特産品や歴史を簡単に知る

びっくり箱

歴史や楽しいが詰まっている

旅情

旅を楽しむ



ターゲット

ユーザー



- ・30～40代
 - ・会社員
-
- ・よく出張に行く
 - ・出張に行っても
あまり観光はできない
 - ・駅構内で新幹線を待つ間に
昼食を探すことが多い

シーン



出張終わり。疲労も溜まりつつ、駅へ向かう。
街を見てまわりたかったけれど、あまり見れ
なかっただから駅弁でも食べながら帰ろう
と考える。しかし「駅弁屋混んでるな…」
そんなところに自販機を見つける。



カラーについて

紺色

選択できるボタンに利用

赤色

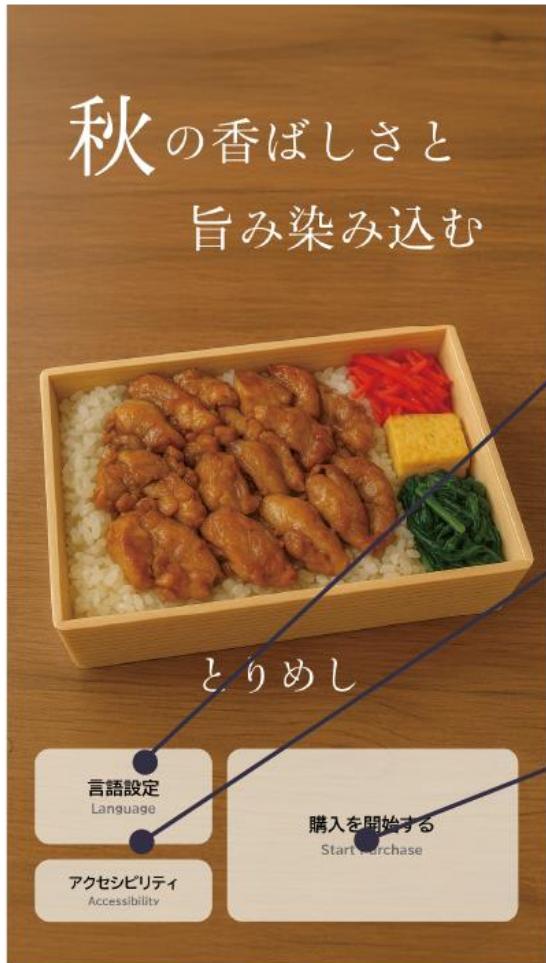
コンセプトに直結する要素
最も重要なボタン

グレー

利用できないボタン

枠線

ボタンとなる部分とデザインの地、どちらにも同色の白を利用した。枠線と影を利用してボタンとして区別した。



TOP 画面

遠くから見て食欲をそそるような広告を
切り替わりで表示

言語設定

日本語以外の言語設定に変更可能

アクセシビリティ

車椅子などを利用している方に向けた
画面を下げる機能

購入を開始する

メニュー画面へ移動



詳細画面

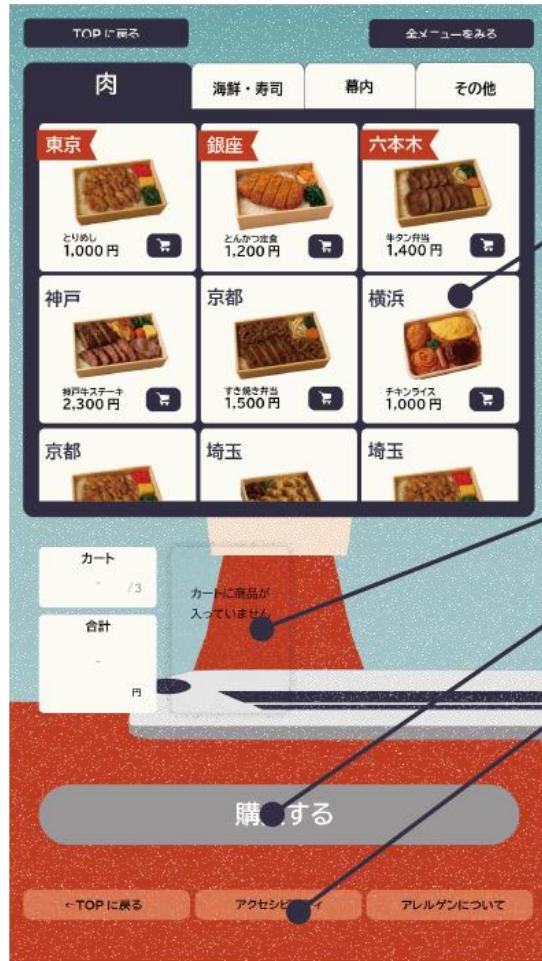
メニュー詳細

- ・商品画像
複数枚を時間差で表示
クリックで動かすことも可
 - ・詳細説明
 - ・カートに入れる

歴史をのぞくボタン

カート・購入ボタン

時間の制約がある新幹線で素早く購入ができる良に動線を用意



メニュー画面

メニュー選択

- ・カテゴリー
- ・カートに入れる
- ・詳細表示
- ・地域の表示

カート

購入ボタン

その他

- ・TOPに戻る
- ・アクセシビリティ
車椅子ユーザーなどに向けた設定
- ・アレルゲンについて
自販機内の商品についてのアレルギー表示



← 歴史をのぞく

歴史は古くなくてもいい。そのものやその土地が持っているものを知ることで、より楽しく、より美味しく感じるのだ。



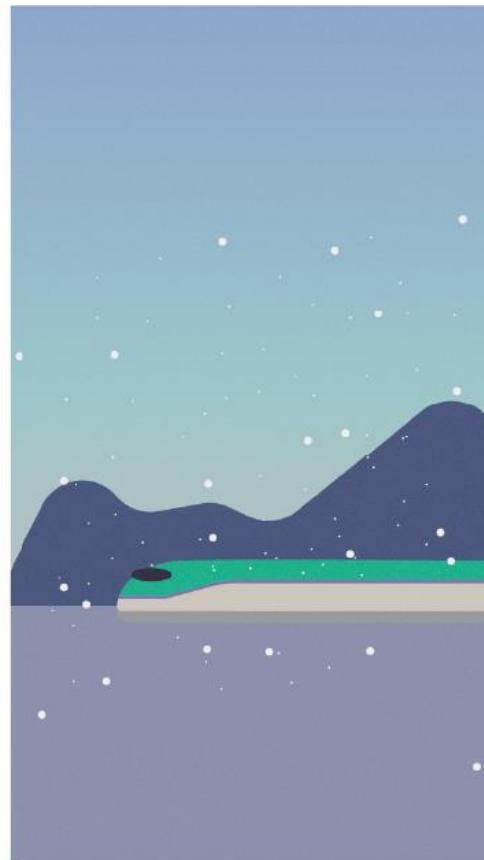
購入完了 ↓



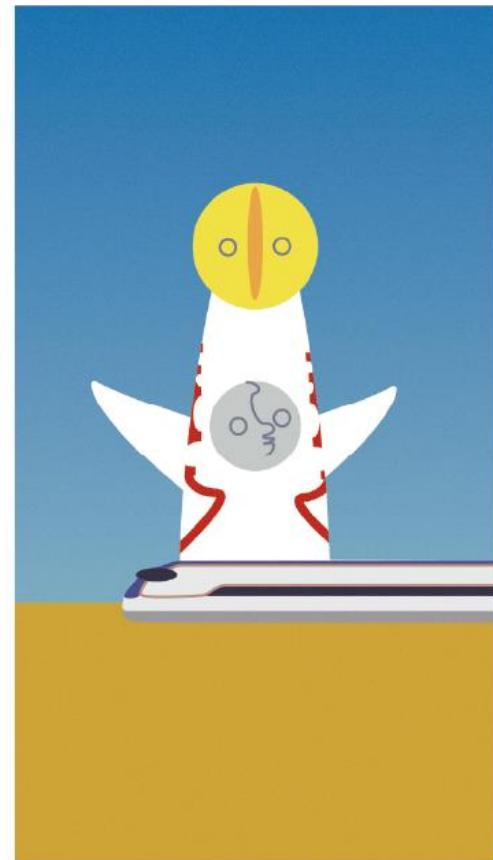
各地の画面



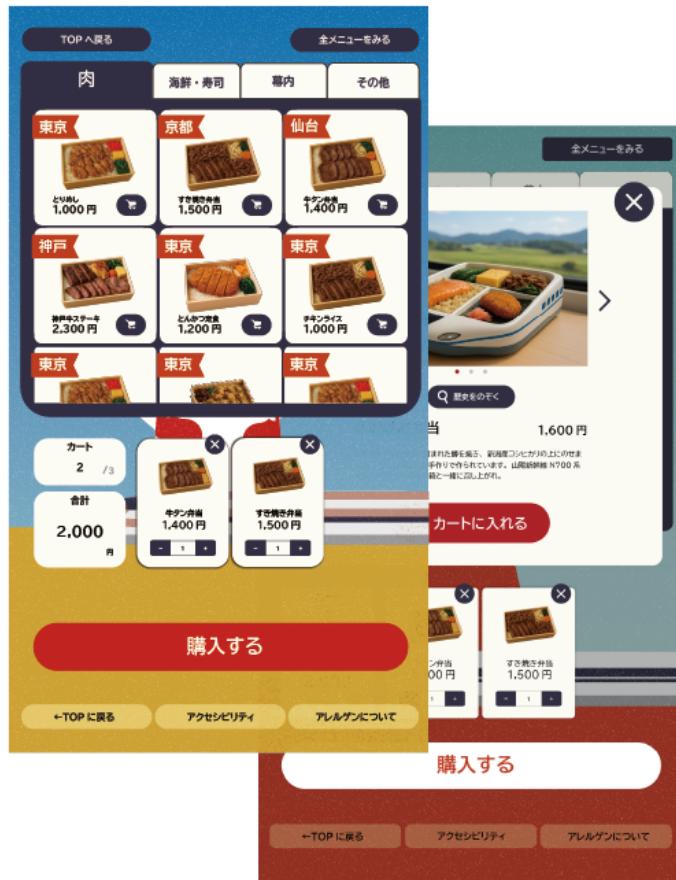
東京（ドクターイエローver）



北海道（北海道新幹線）



大阪（北陸新幹線）



他にも
旅の一つとして楽しんでもらう

観光客

- ・「旅の思い出にご当地駅弁を食べたい」という需要。
- ・新幹線に乗らなくても、気軽に旅気分を味わえる。
- ・1人旅やカップルの観光客

家族連れ

- ・子どもにとって「自販機で選ぶ体験」自体が楽しい。
- ・手軽に選んで購入することができる
- ・比較的周りを気にせず選べる