

MAP

PORTFOLIO 2023 - 2024



松尾 悠正 Matsuo Yuusei

大阪デザイナー・アカデミー
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

2002年、三重県津市生まれ。映画、音楽、レコードショップ巡りが趣味です。
一番好きな映画は「シャイニング」、一番好きなバンドは「ASIAN KUNG-FU GENERATION」です。

中学

卓球部に入部。
小学生の頃からTVコマーシャルに興味があり、よく動画を見ていた。

高校

ソフトテニス部に入部。
高校で基礎的なプログラミングを学び、よりIT関連への興味が強くなる。

大学

本格的にプログラミングを学ぶ。
その中で本来やりたい事とのズレを感じ、中退し新たな進路を探す。

専門

昔から興味があった広告に関わってみたいと考え、専門学校に再進学する。

VISION

自分にしかない視点で デザインをつくる。

デザインをする上で、情報を正確に伝えることや、見た目を整えることに加えて、

自分なりの視点を持ち、常に新しいデザインを生み出していきたいです。

そのために、インプットを絶やさないこと、アンテナを高く張ることで、感覚を磨き続けていきます。



ANIMA / ASSIGNMENT / LOGO DESIGN / 2023

Shop VI

自分でショップのコンセプトやネーミングを考案し、ショップカードを含むビジュアルをデザインする課題。

自分は音楽を聴くのが好きで、レコードショップに立ち寄ることも多いため、自分が想像する理想のレコードショップを提案した。

Step 1

店舗イメージの決定

「気軽に入れる、発見がある」

以前、個人店のレコードショップを巡った際に「気軽に入りづらいな」と感じた。原因は、店舗が古いことや、店内があまり整理されていないことなのではないかと考えた。チェーン店ではあまり見られない面白いラインナップが揃っているのに、入りにくい雰囲気なのは勿体無いと考え、個人店にある個性的なラインナップの良さと、チェーン店にある気軽に入れる雰囲気を組み合わせたレコードショップを作ること、多くの人に新しい音楽との出会いがあるのではないかと考えた。

Step 2 コンセプト決定

店舗業種

レコード・CD ショップ

営業時間

12:00 - 20:00

昼休み・退勤後に立ち寄れる時間帯

ターゲット

20代 / 男女

普段サブスクで音楽を聴くことが多い人

価格帯

¥100 - ¥10000

競合と同じく、掘り出し物からレアなものまで扱うが極端なプレミア品は扱わない。

場所

大阪・なんば

レコードショップが多く、近隣の人だけでなく遠くからきた人にも、

レコードショップ巡りの流れで来てもらいやすい位置

企業理念

中古品のみを扱うショップが多い中で、積極的に新品の商品も入荷する。

過去の作品を守るとともに、新しく作り手と聴き手の繋がりを作るサポートすることで、音楽産業そのものも守ることに繋がる。

Step 2

コンセプト決定

店舗名

ANIMA (アニマ)

ネーミングコンセプト

音楽を生き甲斐にする人たちに、個性的な品揃えで楽しい時間を過ごしてもらう

maniac

個性的・マニアックな
品揃え

+

anima

ラテン語で
「魂」、「生命」

Step 3

ロゴ制作



- ・ ANIMA の A
- ・ レコード盤の形状
- ・ 音の波形
- ・ 生命力を表す赤

ロゴコンセプト

上記の要素を組み合わせ、スタイリッシュかつ勢いや動きをロゴから感じてもらえるようにしました。



Step 4

アプリケーション制作

ショップカード

来店者に自由に手に取ってもらうショップカード。アパレルショップのショップカードを参考に、裏面に所在地と連絡先のみを記載しました。必要最低限の情報しか記載しないことで、デザイン性と情報のバランスが取れるようにしました。

裏面のデザインは、ロゴが持つ「生命力」のイメージを拡大して考えたものです。

51mm × 99mm



ステッカー

スマートフォンの裏面に貼ることを想定した、小さめのステッカーです。サブスクをよく使う層を店舗のターゲットにしているため、身近なスマホに貼ってもらうことでより多くの人に店舗のことを知ってもらうきっかけになるのではないかと考え、制作しました。



M o o n l i g h t

Moonlight / ASSIGNMENT / LOGO DESIGN / 2024

Product

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を使ってベッドの上での読書時間を提供するお香ブランド。

燃やすと夜の眠りを促進する金木犀の香りがするお香をはじめとし、今後商品ラインナップを増やしていく。

Client 蔦屋書店

Target 読書をする習慣がない 20 代の男女 / 自立した社会人

Tatch Point 蔦屋書店の店内 / SNS 広告 (Instagram)
雑誌広告 (GINZA、POPEYE、BLUTAS)

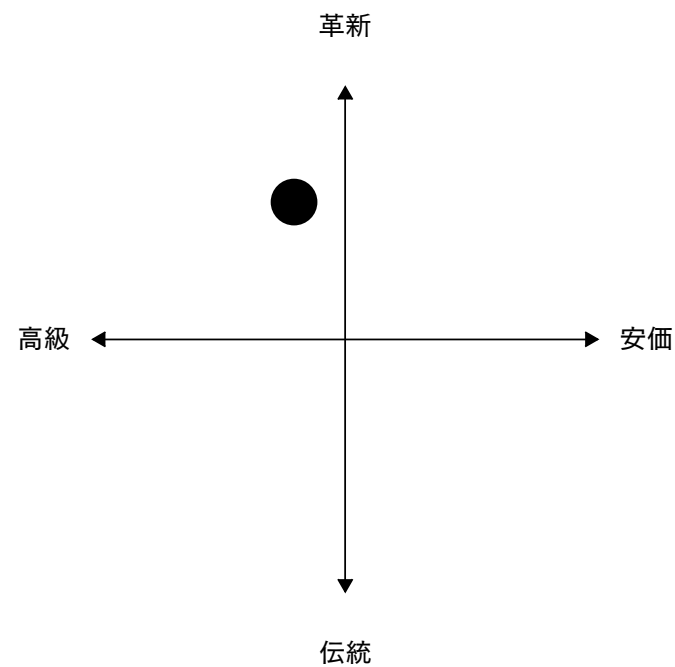
Price 3300 円 (税込) / 1 箱 20 本入り

Step 1

市場リサーチ / ポジションマップの作成

競合他社のデザインや市場のリサーチ結果をもとにポジションマップを作成。ブランドの立ち位置や商品の差別化できるポイントを発見し、デザインに繋げる。

リサーチの結果、Moonlight は「革新的かつやや高級」な商品であることが分かる。



Step 2

商品イメージの確立

商品を擬人化して考えるなど、ブランドの人格を想像する。イメージの共有がしやすくなるように、商品の個性をしっかりと把握する。

商品イメージ

- ・スタイリッシュ
- ・知的
- ・高級感
- ・落ち着いた雰囲気

擬人化

- ・身長が高い
- ・中性的
- ・28歳
- ・こだわりが強い

Step 3

イメージボードの作成

デザインをする上でのキーワードを決める。既存のデザインからイメージに近いデザインを集めてイメージボードを作成することで、デザインの方向性がより明確になる。



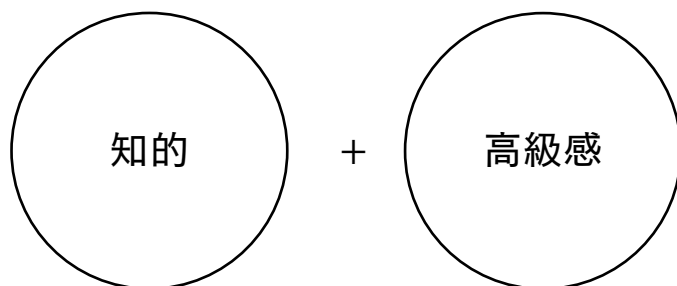
▲同業他社の商品や企業ロゴなどから、商品イメージに近いものを選んだ。

Step 4

制作

商品イメージ、キーワード、イメージボードをもとにロゴの制作をする。

キーワード



「読書時間に使用する」という Moonlight の個性と、やや高級に分類される価格から、「知的さと高級感の両立」を軸に制作を進めることにした。

ブラッシュアップの流れ



お香の形状、時間の流れをイメージ



線の本数を減らす。心地よい眠気とページをめくる間隔を破線で表現



より中性的な見た目になるよう線の形状を変え、2種類のフォントを使い「知的さと高級感の両立」を強調



フォントの違いがより分かるよう変更。バランスと高級感を意識しロゴタイプの文字間隔と配置を調整。

Step 5

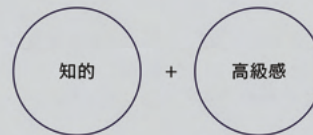
完成 / プレゼンシート制作

完成後、プレゼンシートを制作をする。
デザインの雰囲気損なわないこと、
情報や思いを見やすく分かりやすく伝える
ことを意識しました。

PRODUCT

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を使ってベッドの上での読書時間を提供するお香ブランド。

KEYWORD



MARK

お香の形状のモチーフをもとに、線が途切れている部分で本のページをめくる間隔を表現し、就寝前の心地よい時間をロゴ全体で表しました。

TYPE

他ブランドのお香の価格帯と革新さをリサーチした結果、Moonlightは革新的かつやや高級な部類に分けられることから、Moonの部分で先進的かつ知的なイメージを、lightの部分で高級感や大人の落ち着いたイメージを持っていたできるよう制作しました。

Client カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社
Target 読書をする習慣のない20代の男女
(コアターゲット「自立した社会人」:25歳-30歳)
Touch Point 高級書店の店内 / SNS 広告 (Instagram)
掲載広告 (GINZA, POPEYE, BLUTASI)
Price 3,300円(税込) / 1箱20本入り

CMYK (100,100,60,45)

DESIGN



IMAGE





CLOUDLESS / ASSIGNMENT / PLANNING / 2024

PLANNING

「コカ・コーラ ×SDGs 企画」

国連が定める 17 の国際目標「SDGs」と飲料水「コカ・コーラ」を絡めた企画を考える課題。パッケージの改良や味の改変などはせずに、イベント企画や広告キャンペーン等で SDGs の取り組みにアプローチする。

Goal ① 若者への社会課題意識の向上
② コカ・コーラブランドの向上

Target 日頃からコカ・コーラに親しむ 10 代 ~30 代の若者
コア層 :13 歳 ~22 歳の学生

Tatch Point 電車 / 大阪駅構内、紀伊國屋書店 (阪急梅田駅) 前広場
新聞 / 雑誌広告、万博公園お祭り広場など

Step 1

キャンペーン目的の決定



SDGs 目標 12「つくる責任 つかう責任」

“生産者も消費者も、地球の環境と人々の健康を守るよう、責任ある行動をとろう”



生産者と消費者が手を取り合い、社会問題に向き合うキャンペーンの開催



コカ・コーラならではの体験で、
若者の社会貢献活動の第1歩をサポートするキャンペーン

Step 2

キャンペーン内容の決定

CLOUD
LESS
'24

チャリティー音楽フェス「CLOUDLESS」の開催

ネーミングコンセプト

野外イベントであること、雲一つない空

×

社会活動によって、明るい未来が訪れること

×

ラベルを剥がすことが寄付につながるイベントであること

Step 2

キャンペーン内容の決定

フェス来場者に、コカ・コーラ (500mlPET) を 1 本配布

例



飲んだ後、ラベルを剥がしてもらう



ボトルはゴミ箱に

ラベルは専用の回収 BOX に入れてもらう



入った枚数に応じて

コカ・コーラから寄付を行う



団体 A



団体 B



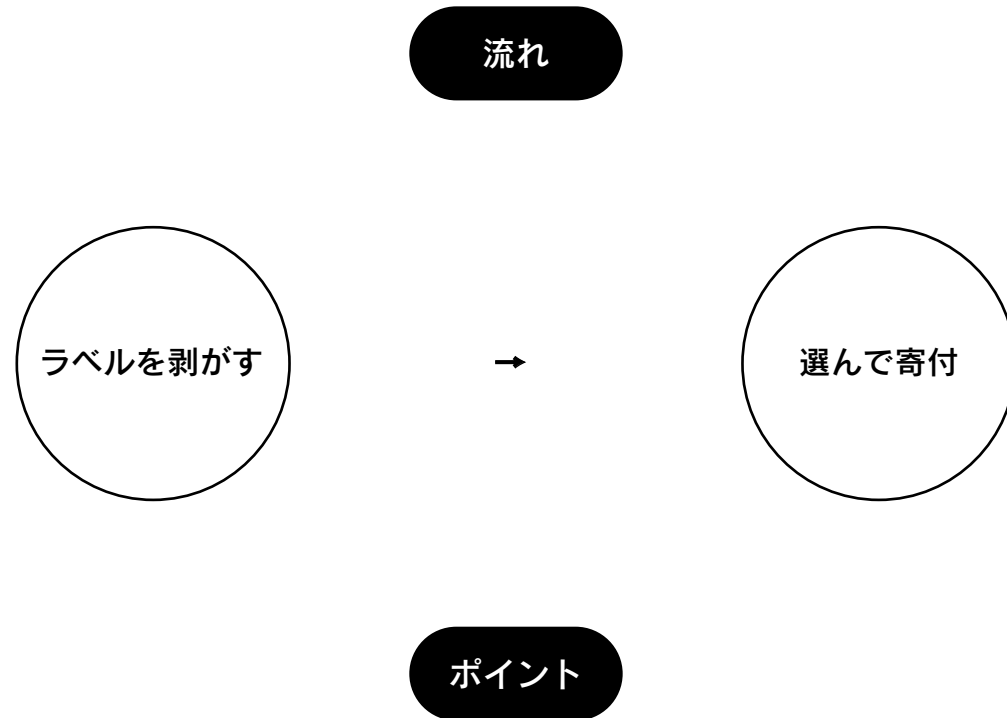
団体 C

応援したい団体、活動が選べる

Step 2

キャンペーン内容の決定

キャンペーンの狙い・メリット



- イベントの流れに沿って、正しい分別を知る機会にもなる
- 様々な活動を知ることによって、社会課題に目を向けるきっかけになる

Step 3

キャッチコピー考案

地球もアゲよう。

コンセプト

音楽フェスでテンションを上げることと、社会問題や環境問題に目を向けて支援することで地球の未来をよりよくしようというメッセージを込めました。

Step 3

告知ポスター制作



297×420mm

Step 3

告知ポスター制作

デザインコンセプト

- 青をメインカラーにすることで、普段のコカ・コーラのイベントとは異なる雰囲気表現
- メインビジュアルにボトルのシルエット + 青空を使用することでイベントのコンセプトを具現化





TOZAI OWARAI FES / ASSIGNMENT / LOGO DESIGN / 2023

POSTER DESIGN

お笑い劇場「楽屋 A」で実際に開催されるイベントである「東西お笑い FES」の共通ロゴ、フライヤーを制作する。

TARGET

普段お笑いライブに来ないような人

DESIGN

コンパスをイメージした図形の中に、出演する各芸人をイメージした幾何学模様を入れることで、従来のお笑いポスターの雰囲気とは異なるものにしました。
普段お笑いライブに来ないような人に、デザインで印象に残ってもらうことを意識して制作しました。



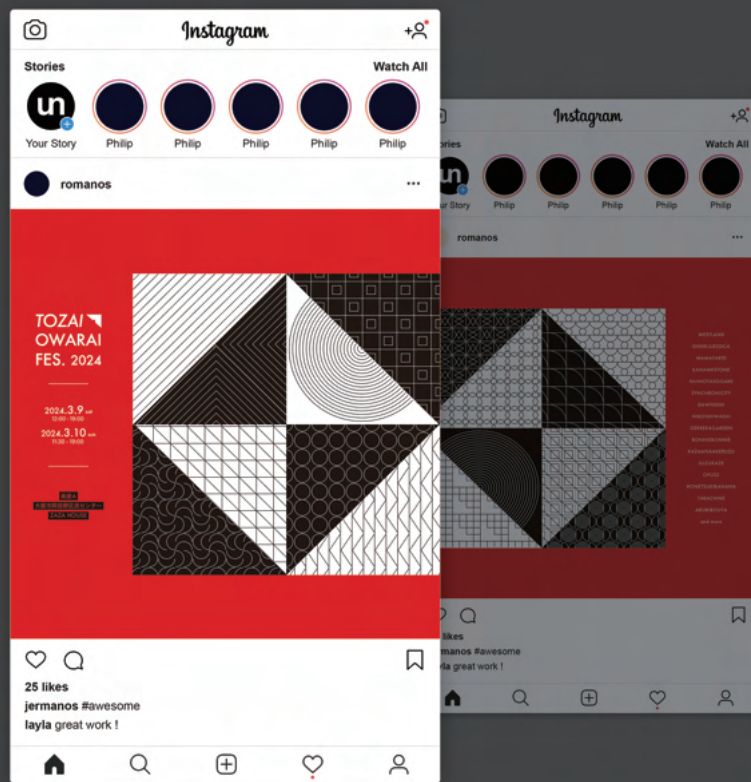
**TOZAI
OWARAI
FES. 2024**

2024.3.9 sat
12:00 - 19:00

2024.3.10 sun
11:30 - 19:00

WESTLAND
SHINKUJESSICA
MAMATARTE
KANAMESTONE
NIJINOTASOGARE
SYNCHRONICITY
DAW90000
NIBOSHIIWASHI
GERBERAGARDEN
BONNIEBONNIE
KAZAANAAKERUZU
SUZUKAZE
OPUS2
HONETSUKIBANANA
TARACHINE
AKUBIBOUYA
and more

楽屋A
大阪市阿倍野区民センター
ZAZA HOUSE



Instagram 用画像

ポスターの雰囲気は変えず、Instagram ようにリサイズしました。スワイプで複数の画像が見られる Instagram の特性を活かし、見やすいように2枚に情報を分けました。



T-SHIRT

+α の制作物として、グッズの T シャツを制作しました。表面はロゴを使用した幾何学模様にする事で、ポスターとの雰囲気を統一させました。

HORIGOME Takahiro Vocals/Guitar
 CHIGASAKI Manabu Bass
 SHINRI ZUMU Drums
 IBERKI Fumihiko Drums
 MIYAKAWA Jun Keyboard
 DDA Tomoya Synthesizer/Vocals

KIRINJI TOUR 2024
 "Steppin' Out"

2.14 Wed Namba Hatch
 Open 18:00 / Start 19:00
 S席 : 9,900円 A席 : 8,800円

2.21 Wed Zepp DiverCity
 Open 18:00 / Start 19:00
 S席 : 9,900円 A席 : 8,800円

2.22 Thu Zepp DiverCity
 Open 18:00 / Start 19:00
 S席 : 9,900円 A席 : 8,800円

kirinji-official.com

FMBDZ J-WAVE 81.3FM HORIPRO

LIVE POSTER / ASSIGNMENT / POSTER DESIGN / 2023

POSTER DESIGN

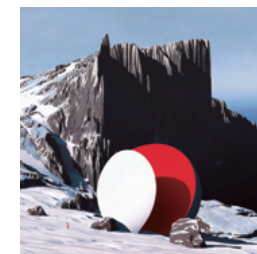
”GEOMETRIC MOVEMENT”をテーマに、幾何学図形と写真を使用したライブポスターを制作する。

CONCEPT

バンド「キリンジ」のライブポスターを制作する。アルバムのリリースツアーという想定であるため、アルバムジャケットの要素をポスター内に取り入れる。

DESIGN

バンドの持つ落ち着いた雰囲気に沿うように色使いを考え、アルバムジャケットをモチーフにした幾何学模様を左右に配置しました。情報の分かりやすさと見た目の美しさを両立できるよう意識しました。



- ① ポスターのモチーフに使用した CD ジャケット Steppin' Out / KIRINJI (2024)



ADC POSTER / ASSIGNMENT / POSTER DESIGN / 2023

FLYER DESIGN

メインタイトル・サブタイトルの文字がデザインの中心要素となる告知チラシを制作する。また、図形とテクスチャーを使用して制作する

DESIGN

メインタイトルである「ADC」が目に入るように図形で表しました。それぞれの図形の中には、空、火、草のテクスチャーを使い、生命力や壮大なイメージを出しています。

TOKYO
ART DIRECTORS CLUB
EXHIBITION
2023

12.16 FRI - 12.22 THU
ddd gallery
地下鉄四つ橋線なんば駅徒歩約5分
〒550-8508大阪市西区南堀江1-17-28なんばSSビル
TEL 06-6110-4635
<http://www.dhp.co.jp/foundation>

11:00 - 19:00 入場無料
OPENING PARTY 12/16 FRI 17:30 - 19:00

協力 株式会社美術出版社
構成 東京アートディレクターズクラブ

10th ELLE DECOR 10周年記念

特別10周年記念 スペシャル企画
春の新作をプレゼント!

100%エコロジカルな植物由来、スクウェアで手取りされた上質なアロマキャンドル・ノイキャンドルは、香り豊かな選んだの秋の産物の香品を厳選して7名様にプレゼント!

01. Torphyktan/ アロマキャンドル
100%エコロジカルな植物由来、スクウェアで手取りされた上質なアロマキャンドル・ノイキャンドルは、香り豊かな選んだの秋の産物の香品を厳選して7名様にプレゼント!

02. KOSTA BODA/ ガラスオブジェ
温かなフイスト状に入れられたブルーのガラスに光るエッセンスのオブジェ。実用性の中に芸術的な世界観が込められたハーティイからしい作品です。(¥60,000)

03. Panthella Table/ テーブルライト
Verner Panton がデザインした最上級調光パネルライトです。スイッチを入れると、やわらかな乳白色の光が交差するにも眩しなく、照度調整ができています。(¥68,000)

04. SWA/ ブックカバー
最新の調光機能とLEDに、そして丈夫でタフに加工された、長く愛用できるアイテム。やわらかな質感と、調光機能とLEDの両方を楽しめるブックカバーが、あなたの読書生活を豊かにします。(¥12,000)

05. BALMUDA/ LED ランタン
キャンドルのように見えてLEDランタン。暖色の光が、部屋全体を優しく照らす。調光機能も搭載し、お好みの明るさを調整できます。(¥15,100)

06. Finn Juhl Clock T80/ 壁掛け時計
テーブルでも吊るテーブルでも、上質なことで有名なFinn Juhlのデザインを再現。木目はそれぞれ異なる。世界中で愛用されている時計。(¥120,000)

009

応募要項
1. 応募期間はスマートフォンから
2. 応募は3月9日(火)まで
3. 応募は3月9日(火)23:59まで
4. 応募は3月9日(火)23:59まで
5. 応募は3月9日(火)23:59まで
6. 応募は3月9日(火)23:59まで
7. 応募は3月9日(火)23:59まで

締め切り 3月9日(火) 23:59まで

発表 フォロワー数上位10名様にプレゼントいたします。

EDITORIAL DESIGN

雑誌「エルデコ」の10周年記念キャンペーンを想定して、プレゼントページのデザインを行う。

背景にパターンまたはテクスチャを用いて制作する。

DESIGN

春をイメージした淡いピンクをメインカラーに使い、プレゼントの画像を和柄の「菱文様」をモチーフにした図形の中に配置し、春の穏やかさを表現しました

10th
ELLE DECOR

**創刊10周年記念 スペシャル企画
春の新作をプレゼント!**

日頃エル・デコをご愛読して下さっている皆様へ、感謝の気持ちを込めて、今月号でご紹介したインテリグッズの中から、編集長が選んだこの秋話題の商品を抽選で合計7名様にプレゼント!

締め切り 3月9日(火) 23:59まで

発表 プレゼント商品の発送をもって代えさせていただきます。

01. Torplyktan/ アロマキャンドル
100%エコロジカルな植物由来、スウェーデンで手作りされた上質なアロマキャンドル。ソイキャンドルは、燃えるほどに空気の洗浄効果があります。(¥4,950) **1名様**

02. KOSTA BODA/ ガラスオブジェ
細かなツイスト状に入れられたブルーの濃淡に大胆なエッジの赤が効いた、実用性の中に幻想的な世界感が込められたパーティルらしい作品です。(¥60,000) **1名様**

03. Panthella Table/ テーブルライト
Verner Panton がデザインした卓上照明バンテラテーブルです。スイッチを入れると、やわらかな乳白色の光が支柱部分にも反射し、照明全体が光っているかのよう。(¥88,000) **1名様**

04. SIWA/ ブックカバー
和紙の風合いを大切に、そして丈夫でタフに加工された長く愛用できるアイテム。やわらかくしなやかで、時間とともに元の色よりも白さが増しシワが増え、変化が美しい。(¥2,090) **2名様**

05. BALMUDA/LED ランタン
キャンドルのように揺らぐLEDランタン。暖色の灯りから、読書灯にも使える温白色の灯りまで。日常の何気ない時間を、少しだけ特別に彩ります。(¥15,180) **1名様**

06. Finn Juhl Clock 780/ 壁掛け時計
チークの中でも本チークと称され、上質なことで有名なミャンマー産チークを使用。木目はそれぞれ異なる為、世界で一つだけの風合いがお楽しみいただけます。(¥120,000) **1名様**

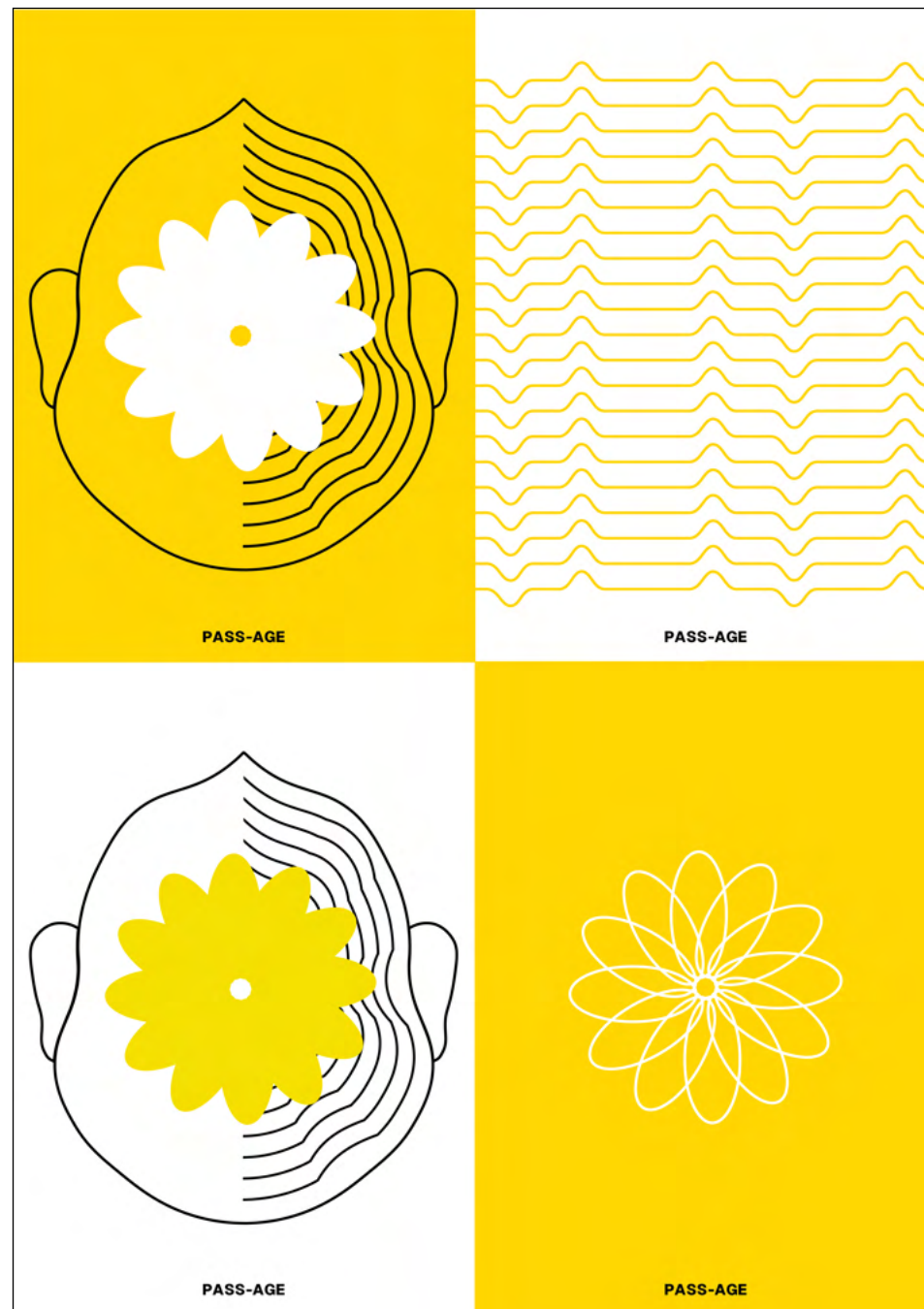
応募要項
パソコンまたはスマートフォンより下記WEBサイトにアクセスし、必要事項にもれなくご回答のうえ応募ください。
<https://www.elle.com/jp/decop/p>
QRコードでも応募いただけます。

PASS-AGE

INDEPENDENT WORK / BC04 / 2024

大阪のシンボル「ビリケンさん」をテーマにアート作品を制作し展示するイベント「ビリケンクリエイターズオオサカ」で展示した作品です。

人々はビリケンさんという存在を通して自分の幸せに気づくのではないかと考え、ビリケンさんが眺めてきた時の流れを年輪や花といったモチーフで表現しました。



ご覧いただきありがとうございました

Thank you for watching.