

**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 / SHOP VI / 2023

## SHOP VI

架空のショップのオープンを想定し、コンセプトやネーミングを考案、ショップカードを含むビジュアルをデザインする課題。

私は音楽鑑賞が趣味で、レコードショップに立ち寄ることも多いため、私が想像する理想のレコードショップを想定しました。

### Step1

#### 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「気軽に入り辛い」と感じました。原因として、店舗が古いことや、店内があまり整理されていないことがあるのではないかと考えました。他店ではあまり見かけない面白いラインナップが揃っているにも関わらず、入りにくい雰囲気では勿体無いと考え、個人店にある個性的なラインナップの良さと、気軽に入れる雰囲気を兼ね備えたレコードショップを作ることで、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ました。

## Step 2

### コンセプト決定

#### 店舗業種

レコード・CD ショップ

#### 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

#### 場所

大阪市・難波

・レコードショップが多く、他店からの流れで立ち寄ってもらうことを想定

#### 営業時間

12:00 - 20:00

#### 価格帯

¥500 - ¥10000

・他店と同じく、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

#### 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力注いでいく。

## 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

マニアックな品揃え

+

anima

ラテン語で「魂」

## 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 3

### ツール制作

#### 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で、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。デザイン性と情報のバランスを取り、裏面にはロゴが持つ「生命力」のイメージを広げたデザインを表しました。

#### 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

## LOGO DESIGN

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予定。

## Step 1

### 市場リサーチ / ポジションマップの作成

## クライアント

蔦屋書店

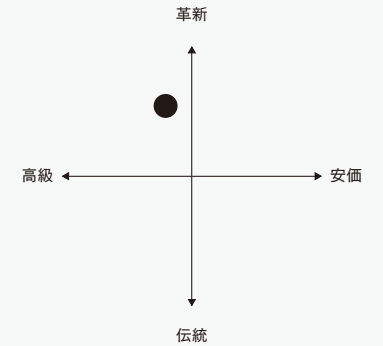
## ターゲット

読書をする習慣がない 20 代の男女 / 自立した社会人

## 値段

3300 円 (税込) / 1 箱 20 本入り

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し、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することで、スムーズにデザインを進められるようにしました。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りました。



## Step 2

### 商品イメージの確立

商品を擬人化して考えブランドの人格を想像し、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します。

#### 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

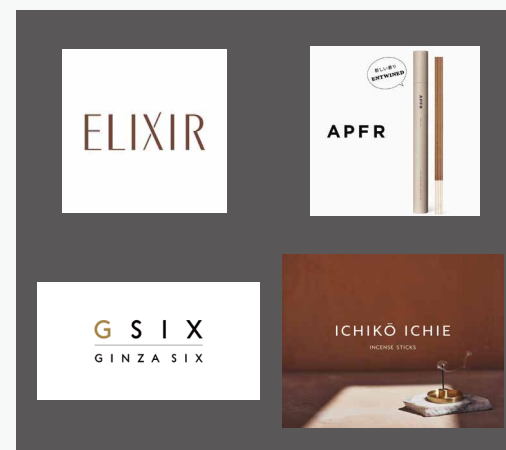
#### 擬人化

- ・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て、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、デザインの方向性をより明確にします。

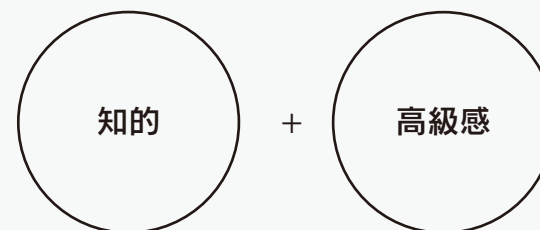


▲同業他社の企業ロゴなどから、商品イメージに近いものを選びました。

## Step 4 制作

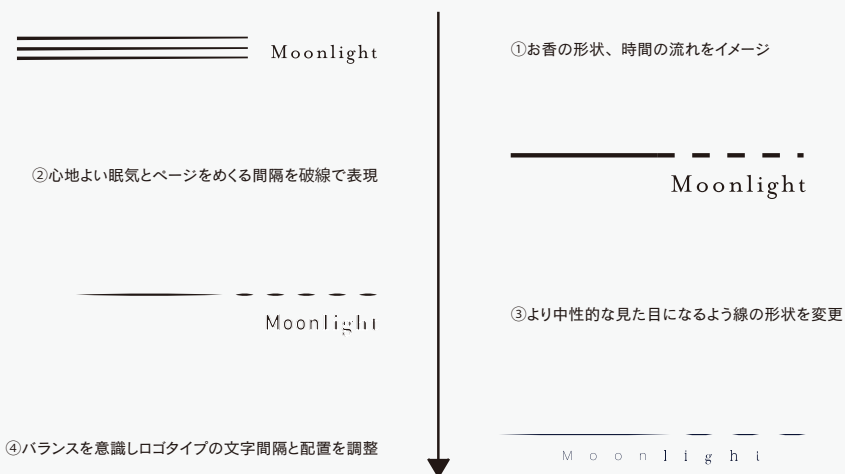
商品イメージ、キーワード、イメージボードをもとにロゴの制作を進めます。

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ました。

## Step 5 ロゴのブラッシュアップ



## Step 6

### プレゼンシート制作

完成後にプレゼンシートを制作をする際は、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。



▲実際に授業で提出したプレゼンシートです。



# 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。

### Step 1

#### キャンペーン目的の決定

## 目的

若者の社会課題意識の向上 / コカ・コーラブランドの向上

## ターゲット

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

## タッチポイント

電車 / 大阪駅構内、新聞 / 雑誌広告、万博公園お祭り広場など

## 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れるよう、責任ある行動をとろう” この目標をもとに、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であるとともに、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を考案しました。



## Step 2

### キャンペーン内容の決定

チャリティー音楽フェス「CLOUDLESS」の開催

CLOUD  
LESS  
'24

日時 2024/06/08 - 2024/06/09

場所 泉南ロングパーク（泉南りんくう公園）

入場料 無料

イベント名である「CLOUDLESS」は、野外イベントであることから、雲一つなく晴れ渡った空のイメージ、イベントを通じた社会活動によって明るい未来が訪れること、ボトルの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を考え、決定しました。

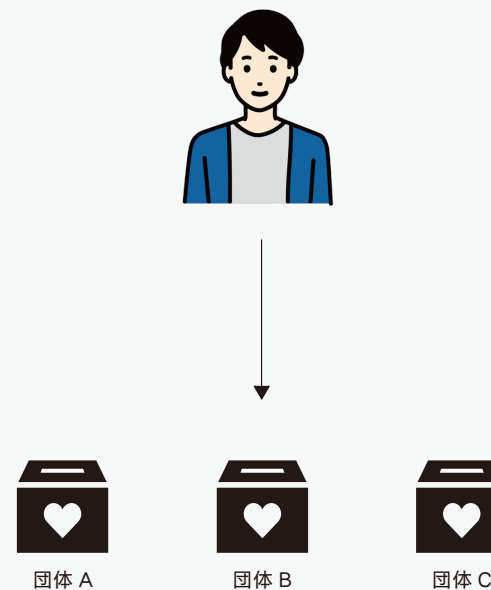


## Step 2

### キャンペーン内容の決定

#### 例：寄付までの流れ

- ① 入場時、フェス来場者にコカ・コーラ (500mlPET) を 1 本配布。
- ② フェス中に飲んでもらい、ラベルを剥がしてもらおう。
- ③ ボトルはゴミ箱に入れてもらい、ラベルは寄付したい団体を選んで専用の回収 BOX に入れてもらう。
- ④ 回収 BOX に入った枚数に応じて、コカ・コーラから寄付を行う



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、ペットボトルの正しい分別方法を改めて学ぶきっかけになるほか、様々な活動を知ることができるため、より社会課題に目を向けるきっかけにもなると考えました。

## Step 3

### キャッチコピーの決定

# 地球もアゲよう。

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 4

### 告知ポスターの制作

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  
しました。

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  
しました。



地球もアゲよう。

# CLOUD VESS '24

6.8[SAT] 6.9[SUN]  
SENNAN LONG PARK

くるり  
さよならポエジー  
トリプルファイヤー  
ミツメ  
播らぎ  
ACIDMAN  
THE BACK HORN  
BBHF  
cero  
Cornellus  
GRAPEVINE  
Homecomings  
KIRINJI  
kurayamisaka  
LOSTAGE  
No Buses  
THE NOVEMBERS  
palonia  
the pillows  
...and more



297×420mm



# CLOUD VESS '24

くるり  
さよならポエジー  
トリプルファイヤー  
ミツメ  
播らぎ  
ACIDMAN  
ANORAKI  
THE BACK HORN  
BBHF  
cero  
Cornellus  
downt  
GRAPEVINE  
Homecomings  
KIRINJI  
kurayamisaka  
LOSTAGE  
No Buses  
THE NOVEMBERS  
palonia  
the pillows

サニーデイ・サービス  
ストレイテナー  
颯  
家主  
リーガルリリー  
Analogfish  
ART-SCHOOL  
Base Ball Bear  
betcover!!  
cinema staff  
Dos Monos  
eastern youth  
Gateballers  
group\_inou  
Khaki  
KOTORI  
Laura day romance  
MONOEYES  
NOT WONK  
OGRE YOU ASSHOLE  
People In The Box

2024 6.8[SAT] - 6.9[SUN]  
SENNAN LONG PARK  
2-201 RINKU-MINAMIHAMA SENNAN CITY OSAKA



地球もアゲよう。

297×420mm



## PLUS P

ASSIGNMENT / PLANNING / 2024

## PLANNING

学科を超えた学生間の交流を生むために、学生ホールにカフェを作る。  
カフェ内には多種多様な紙を置き、学生が自由に購入できるようにする。

### Step 1

#### コンセプトの決定

## クライアント

大阪デザイナー・アカデミー

## ターゲット

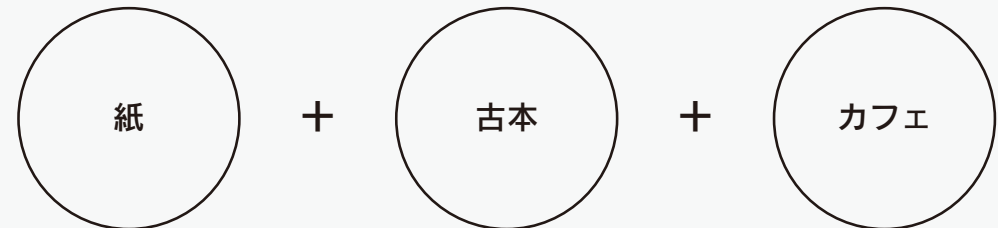
18歳 ~20歳の学生

## 場所

大阪デザイナー・アカデミー 1階 学生ホール

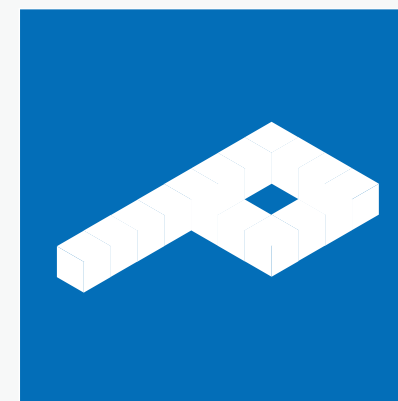
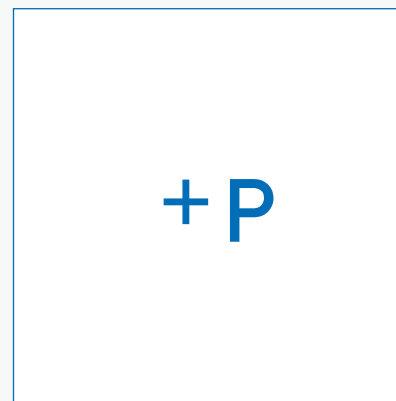
## 「日常に紙をプラスするカフェ」

紙に加え、古本の販売も行うことでより「紙と触れ合う」ことを意識してもらえるようなカフェにしようと考えました。購入した本をカフェ内で読むことも可能であるため、放課後に残って作業をする生徒のリフレッシュの場としても使ってもらえるようにしました。



## Step 2

### ロゴ制作



CMYK (85,50,0,0)

#### ロゴ1(左)

ショップカード等に使用する文字ロゴ。落ち着いた印象を感じる青色と、知的さを感じる字体を選ぶことで、目立つものではなく、生活に馴染むロゴを目指しました。

#### ロゴ2(右)

コーヒーカップ等に使用するロゴ。立体的にの形を作ることで、ロゴ1でも表現したような知的さをより目立つ形で現しました。

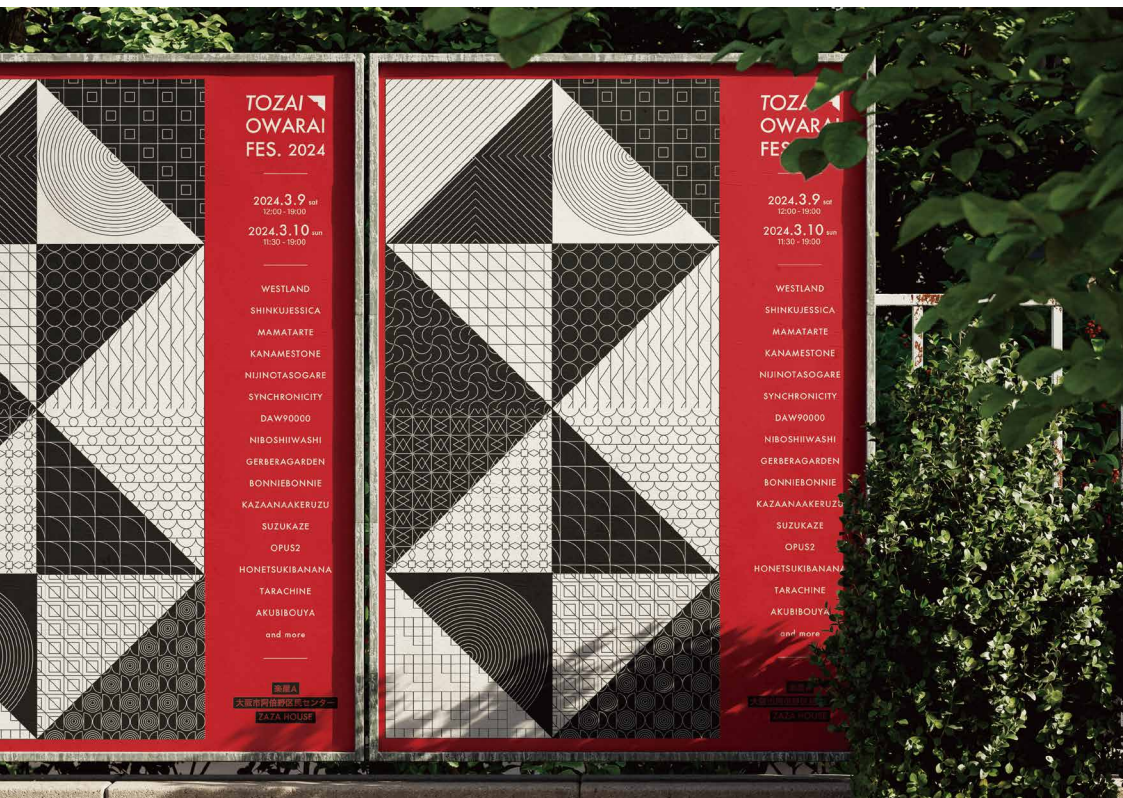
### Step 3

### ツール制作



ショップカード / カップ / スタッフカード

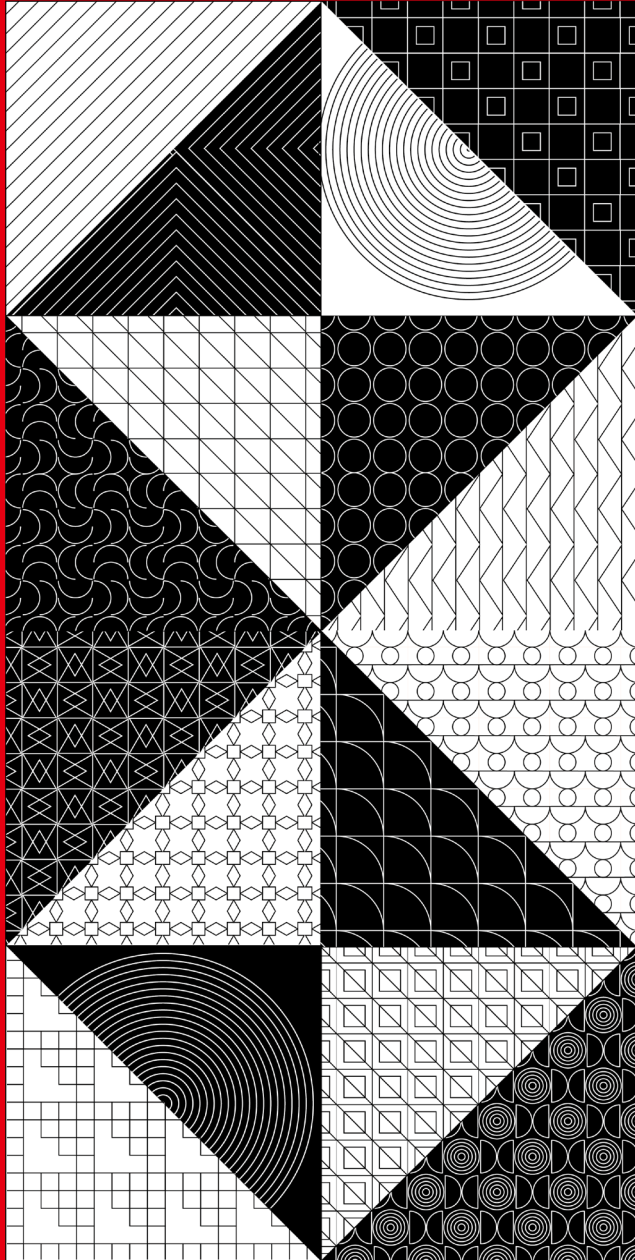




# TOZAI OWARAI FES

ASSIGNMENT / POSTER DESIGN / 2024





## 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  
NIBOSHIWASHI  
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

## 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。

## ターゲット

普段お笑いライブに来ないような人

## デザイン

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。

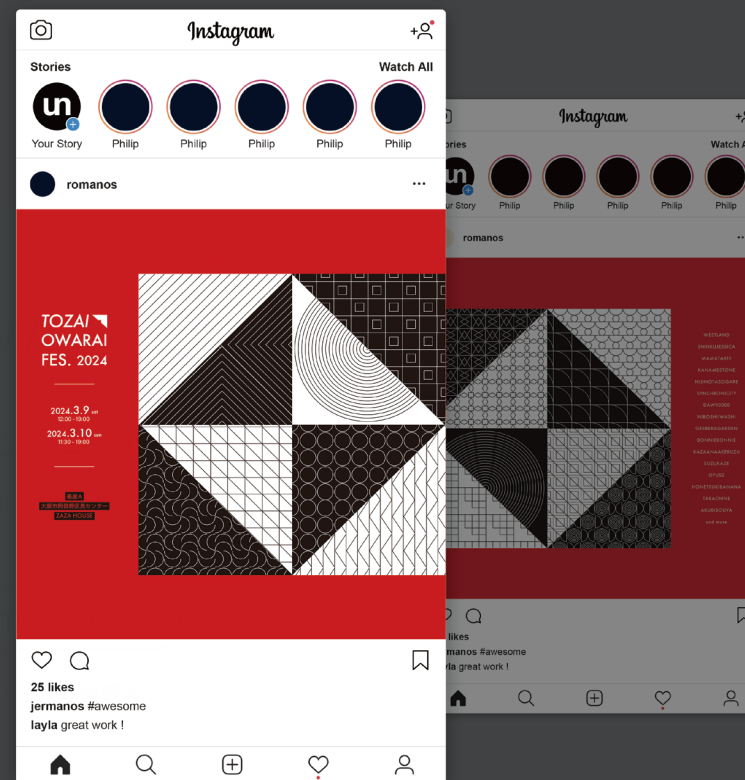
## ツール制作

## SNS 用画像

ポスターの雰囲気は変えず、Instagram 用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 シャツ

+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ここと、  
ポスターとの雰囲気を統一させました。





# LIVE POSTER

ASSIGNMENT / POSTER DESIGN / 2024



## 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。

## コンセプト

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ました。

## デザイン

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。



# PRESENT PAGE

ASSIGNMENT / POSTER DESIGN / 2023

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アグッズの中から、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!

### 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フェクトな作品です。(¥60,000)

1名様

### 03. Panthella Table/ テーブルライト

Vermer Pantan 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く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

チェークの中でも本チェークと称され、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、ご応募ください。  
<https://www.elle.com/jp/decors>  
QRコードでもご応募いただけます。



締め切り 3月9日(火)  
23:59まで

発表 プレゼント商品の発表をもって代させていただきます。

## 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。

## デザイン

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。

ご覧いただきありがとうございました

Thank you for watching.