



グラフィックの食卓

Gastronomy & Graphic Art

F.T. Marinetti & Futurist Cookbook Les Mason & Epicurean
Mitsuo Katsumi & Okusama Techo Gianni Sassi & La Gola
Herman Miller Picnic Posters IKEA & Homemade is Best
Food Culture Magazines Karl Gerstner's Avant Garde Kitchen
Days of Trarroria : Sociality of Eating



デザイン雑誌アイデア 表紙デザイン 使用ツール：Adobe Photoshop

REBORN BOTTLE

生まれ変わるびん

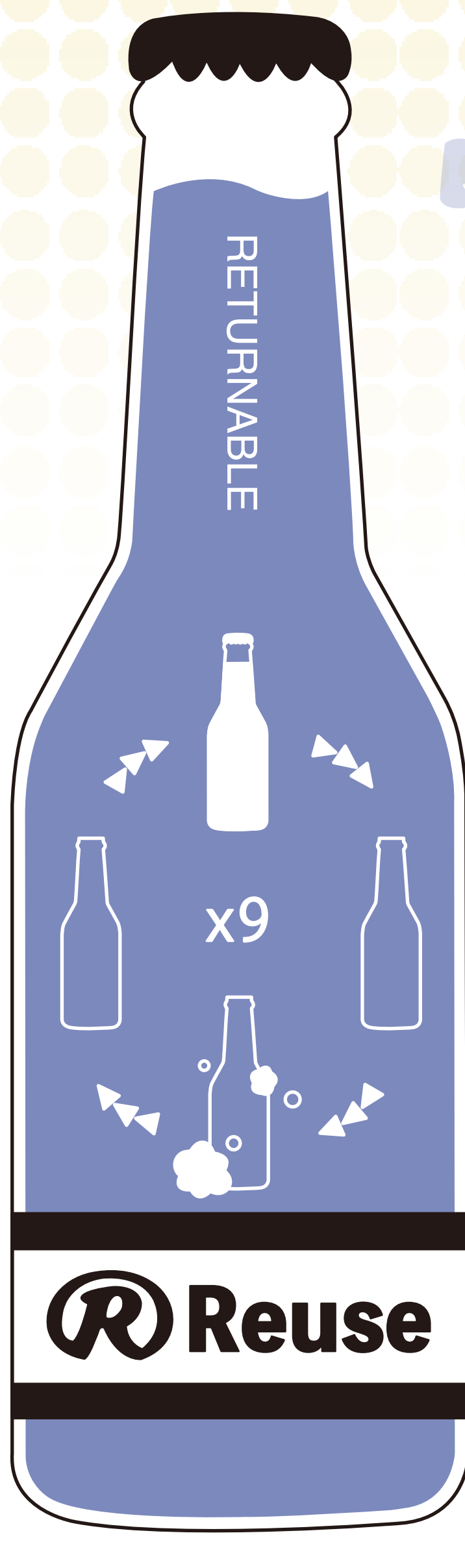
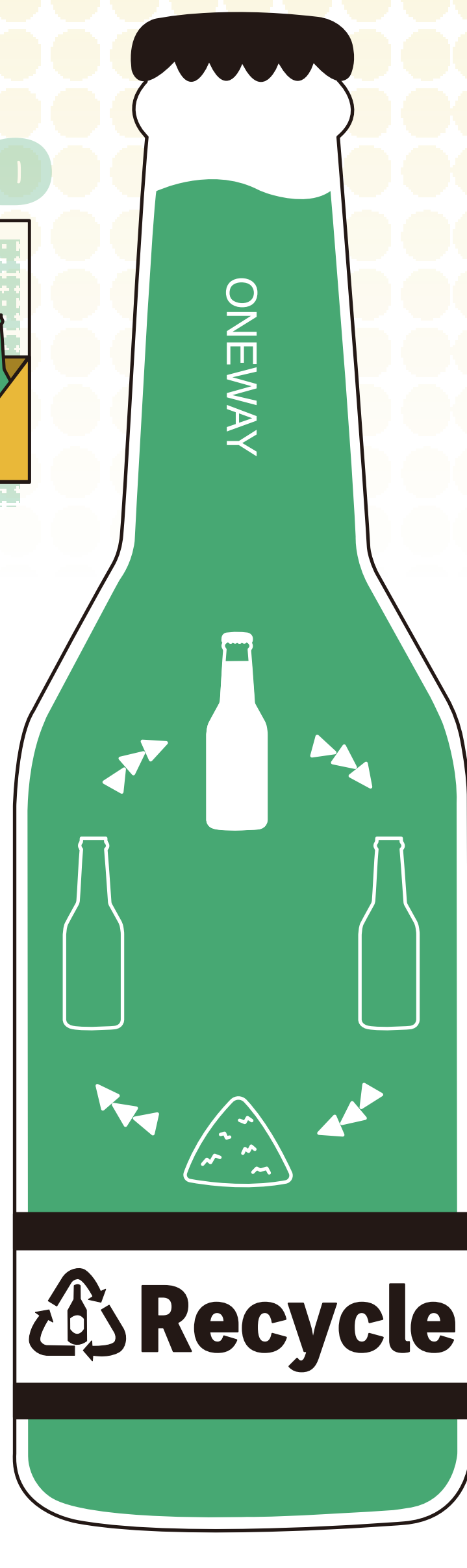
方法1



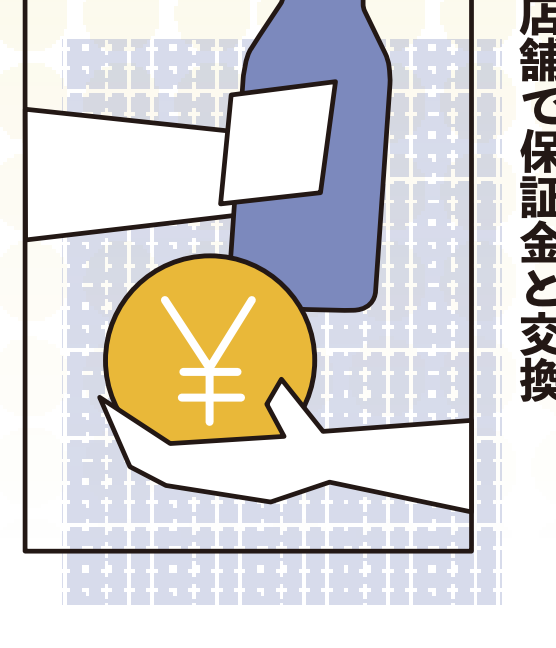
回収ボックスに入れる



アスファルトや
家の断熱材など
にも生まれ変わる

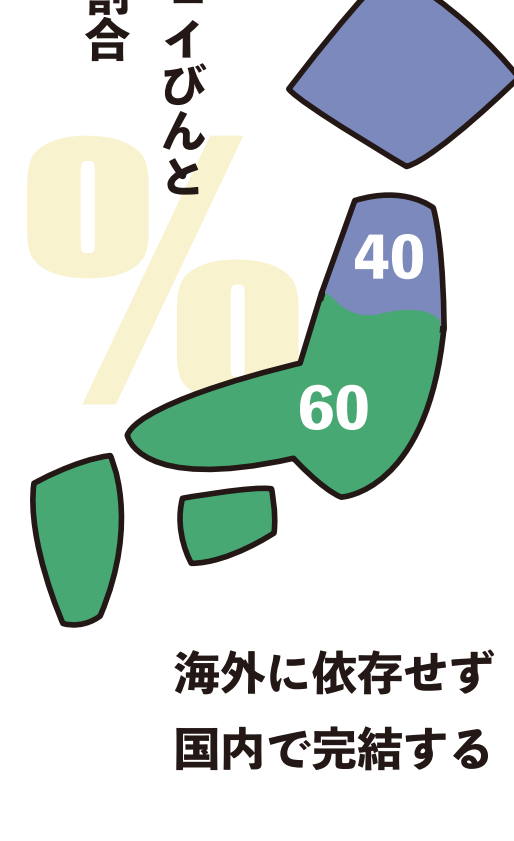


方法2

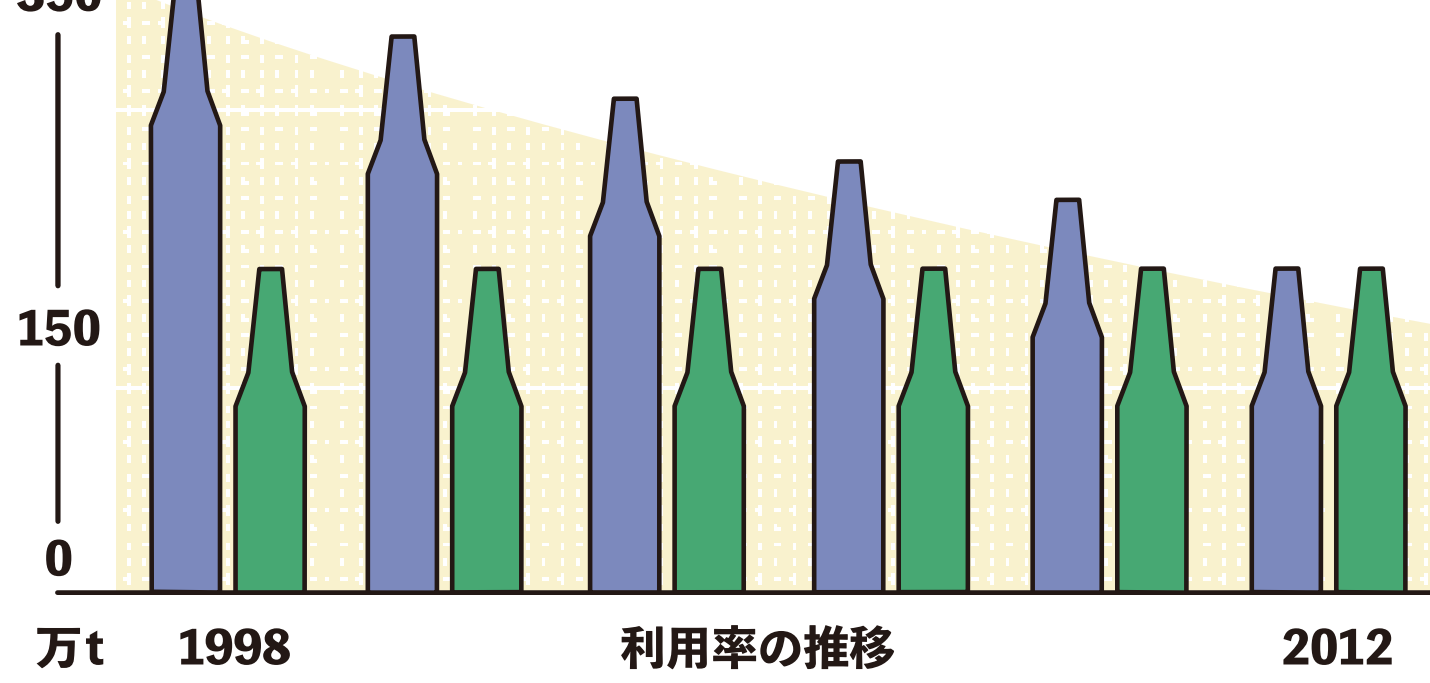


店舗で保証金と交換

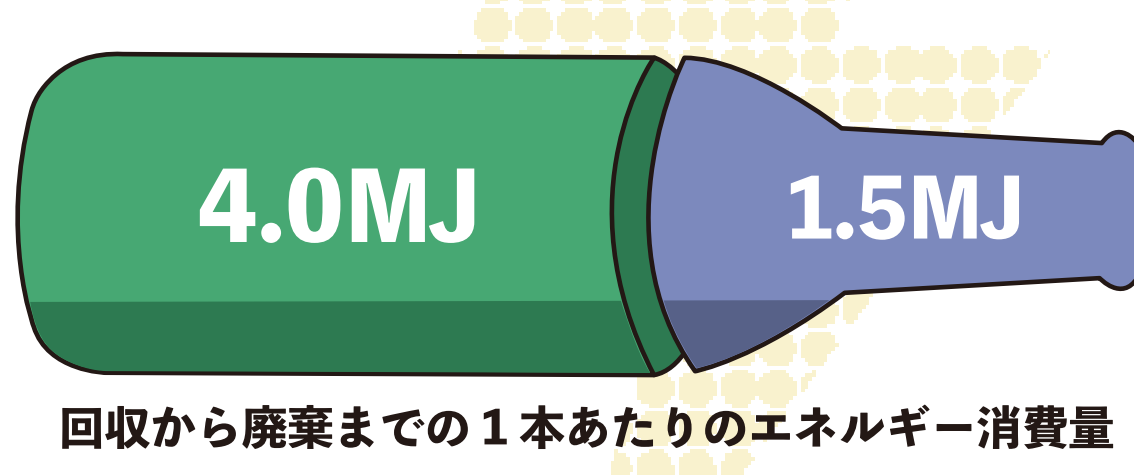
使われているワンウェイびんと
リターナブルびんの割合



海外に依存せず
国内で完結する



回収から廃棄までの1本あたりのエネルギー消費量
ワンウェイびん1本あたりの回収から廃棄までのエネルギー消費量はリターナブルびんの2倍以上である



大川硝子共同授業 インフォグラフィックス 使用ツール：Adobe Illustrator

オリジナルショップブランディング・定食屋

melth

Designer
青木 みかん

ロゴマーク



melth

色彩設計

メインカラー

C = 0%, M = 0%
Y = 0%, K = 90%

サブカラー

C = 0%, M = 70%
Y = 5%, K = 0%

クライアントイメージ

メイドが好きな女性。メイドカフェの楽しさを知り、頻りに通うようになつてしまふ。交通費やカフェでの出費が大きいため頻りに通うのが難しくなると、そんな生活を続けているうちに病にかかってしまった。好きなものに夢中になることは素晴らしいことだが、それが原因で不健康になってはいけないということに気づく。自分と同じ人を増やさないために食べ物を、メイドの力を使って人々を健康にするための定食屋を経営しようとする。

店舗の特徴・立地イメージ

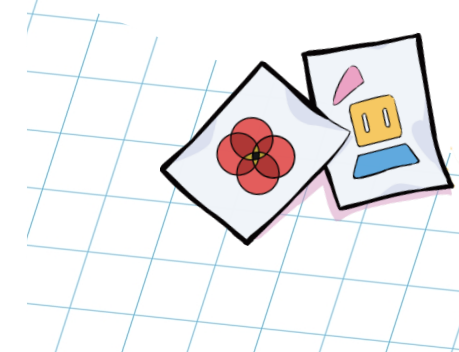
店舗の外見や店内はメイドカフェそのものである。もちろん店員はメイド服を着ている。だがメニューは普通のメイドカフェとは違い健康的な定食がメインとなっている。全て健康志向なメニューであるため、この店舗に通うということはメイドに会いたいという気持ちだけではなく、健康な体を目指しているという気持ちの表れとも考えられる。通えば通うほど努力していると考えられるため、そんな人には特別な特典が渡される。

デザインコンセプト

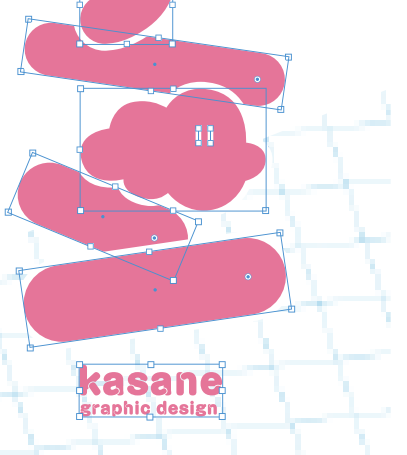
シンボルマークは一目で和食を連想させられるよう、おにぎりがメインとなっている。一般的なメイドカフェといえばメイドがオムライスにケチャップで絵を描いて愛を込めるが、この店舗ではおにぎりを握って愛を込めるといふ意味も込められている。海苔はハート型で、メイドの定番であるヘッドレスもついている。ロゴタイプは定食屋だとは思えないような可愛さの強いものとなっている。「melth」は「メルス」と読み、メイドの「made」と健康の「health」を合体させた言葉である。

ターゲット・ペルソナ設定

年齢や性別は問わずメイドが好きで、メイドカフェに通い、カフェ外での食事が疎かになってしまっている人。またメイドカフェに通ってはいないが食生活に気をつけていない人、仕事などで疲れていて癒しを求めている人。メイドカフェに興味はあるが入店する勇気が出ない人も。あくまで定食を食べるためという理由が作れるため入店しやすく、初めてのメイド体験に最適である。



D-Market 2023
graphic design



D-Market オリジナルショップブランディング 企画書



D-Market オリジナルショップブランディング アプリケーション