

NAKANISHI TATSUMI

CONTENTS

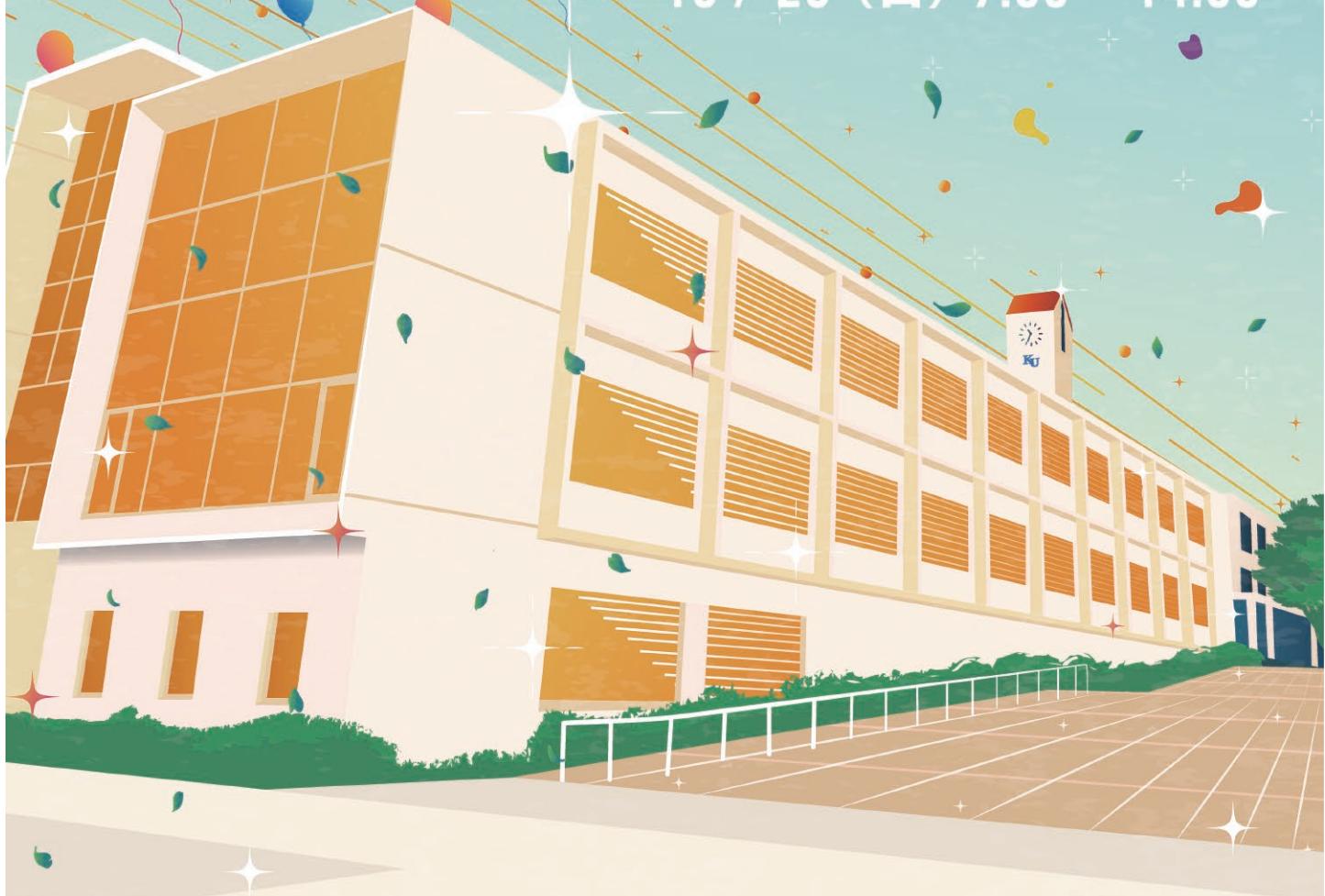
- 01 . KUSUNOKI FESTIVAL 2024
- 02 . TRACKROCK BRANDING
- 03 . LOGO DESIGN / BRANDING
- 04 . FONT / TYPOGRAPHY
- 05 . OFFICIAL CONTEST / COMPETITION

KUSUNOKI FESTIVAL

2024

40th

10 / 19 (土) 9:30 ~ 15:30
10 / 20 (日) 9:00 ~ 14:00



Graphic design / Produce

01

KUSUNOKI

FESTIVAL

2024

文化祭のポスターをデザイン。

2024年は40周年という節目でもあったため、

タイポグラフィからデザイン。明るく楽しい雰囲気に仕上げた。

KUSUNOKI FESTIVAL

印象の刷新

2024年度以前の文化祭では、「くすのき祭」

というひらがなによる表記だった。

40周年となる今年は、ポスターにも大きな変化が

必要だと思い、タイトルをアルファベットにした。

フォントは、強い印象を与えるよう文字の隙間を

減らし、大きさを揃えた。

A B C D E F G H I J K L M N

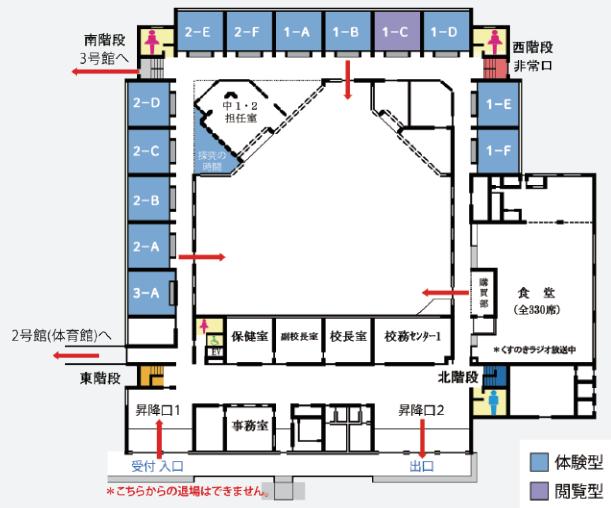
O P Q R S T U V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ! ?

新たに作成したマップ



従来のマップ



情報の整理

文化祭パンフレットの従来のマップには

ドアや窓の書き込みまであり、分かりづらいという

意見が多かった。そこで必要最低限の情報に絞り、

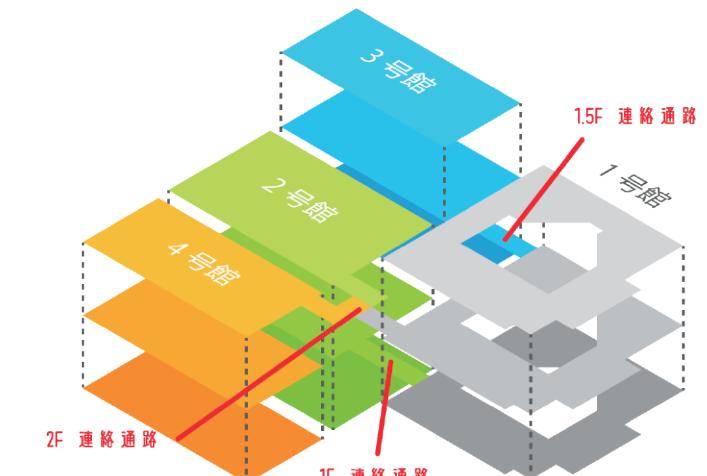
彩度の高い色で作り直した。一方、トイレや

階段など、例年迷う人が多かった箇所は

目立つ色で色分けした。

また、学校全体の構造がわかるよう、例年はない

立体の全体図も作成した。この図も同様に



新たに作成した校内の全体図

通路などの最小限の情報を簡潔にまとめている。



THURSTON

Branding / Produce

02

TRACK

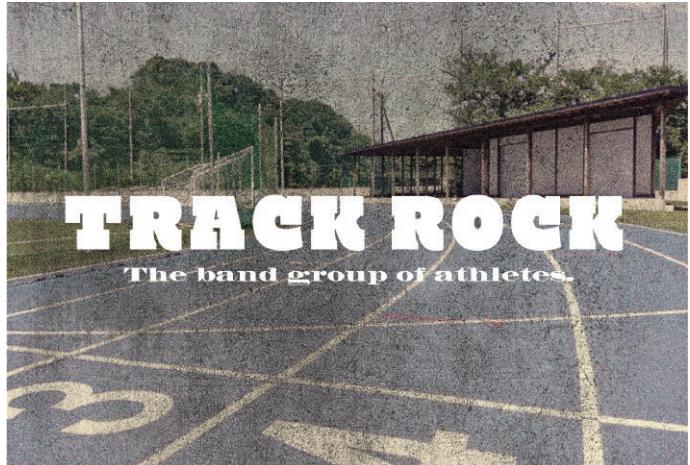
ROCK

BRANDING

自分のバンドのブランディング。

ロゴから作成し、実際に T シャツを作り、

メンバーに配って演奏をした。





バンドのTシャツをデザイン

文化祭で発表することを目的に、2023年に陸上部のメンバーでバンドグループ“TRACK ROCK”を結成した。

文化祭での演奏に加えて後夜祭でもパフォーマンスを行うことが決まり、知名度を上げようと思った。

バンドのTシャツを作ることでさらに認知されるのではないかと考え、当日は全員同じTシャツで演奏することにした。またTシャツの作成にあたり陸上部というアイデンティティも活かし、陸上グラウンドのデザインを取り入れた。結果として多くの人に知ってもらえるようになった。

Planet



Pabco



Z
CK



FedEx



LAITIER



du

SII
OUK

R



Branding / Logo design

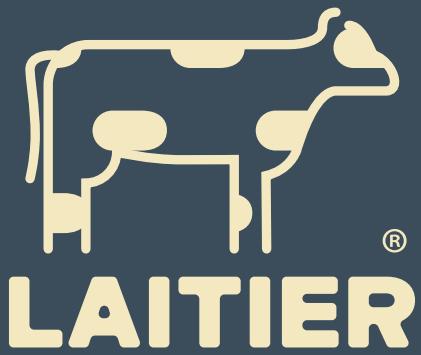
03

LOGO DESIGN / BRANDING

様々な分野のロゴ。

過去4年間で作ったロゴは総数80個以上。

一つ一つ細部までこだわり制作した。



架空の企業を ブランディング

製菓会社、アウトドアブランド、航空会社

など様々な業界の架空企業を設定し、企業名や

コンセプトからロゴまでを制作することで、

発想力や構想力を養ってきた。

例えば、架空の製菓会社 “Laitier”。

素材にこだわりのある主婦層をターゲットに、

牧場直送の新鮮な生乳を使用した焼き菓子を

販売することを想定している。落ち着きのある

配色で構成し、広々とした牧場を想起させる

ブランドイメージを作成した。

Concept

Type

Mock up

THE OUTDOOR BRAND



CAMPING



A screenshot of a mobile application interface. At the top, there's a navigation bar with icons for heart, cart, notifications, and menu. The main area shows a grid of three images: a campsite by a lake, a close-up of a lantern with the brand logo, and a person walking in a snowy forest. Below the grid is a large orange button with the text 'VIEW ALL' in white.

一方これは架空のアウトドアブランドの「Camping」。

ランタンをシンボルに、温かさと豊かな自然を感じるような

配色にした。また、ウェブストアのUIもデザインした。



エコシステムを 考える

持続可能な経済システムの一部として、

架空の次世代リサイクルシステム “AREA” を

開発。ロゴだけでなく、システムも考えた。

“AREA” は Sustainable Transaction を

スローガンに顧客同士の取引と環境への

配慮を両立する。利用者に分かりやすいように

アプリの仕組みをピクトグラムで表現した。



ROAD
AREA

REUSE
AREA

No.1

出品者はアプリの特殊なカメラを使用して
出品する商品の360°データを撮り、詳細を記載します。



No.2

出品された商品に問題が無いか、24時間体制のAIがチェックします。
認証が完了すると、出品者に近い地域の人々のコミュニティが形成されオークションが開催されます。



No.3

落札後は充電型配送トラックにより購入者の元へ送られます。配送コースは交通状況、各配送先と所要時間をAIが計算し、最適なルートで配送します。



No.4

配達後は一連の取引、ユーザーの評価をAIが学習し、データを蓄積します。



浮世絵

WAVE

Typegraphy

A B C D E F G H I J K L M N

O P Q R S T U V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , : ; ! ? * & # ~ % ^ :

A B C D E F G
H I J K L M N
O P Q R S T U
V W X Y Z

A B C D E F G 0 1 2 3 4
H I J K L M N 5 6 7 8 9
O P Q R S T U
V W X Y Z
! ? * & # ~ % ^ :

A B C D E F G
H I J K L M N
O P Q R S T U
V W X Y Z

A B C D E F G
H I J K L M N
O P Q R S T U
V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6
7 8 9 . , : ; !

ROCKET

一
二
三
四
葉
の
テ
ザ
イ
ン

Font / Typography

04

FONT / TYPO GRAPHY

その文字だと認識できなければならぬ

という制約の中で、美しさと実用性を兼ね備えた
タイプグラフィを模索している。



洗練された タイポグラフィ

ロゴデザインをしていく中で、次第に文字の

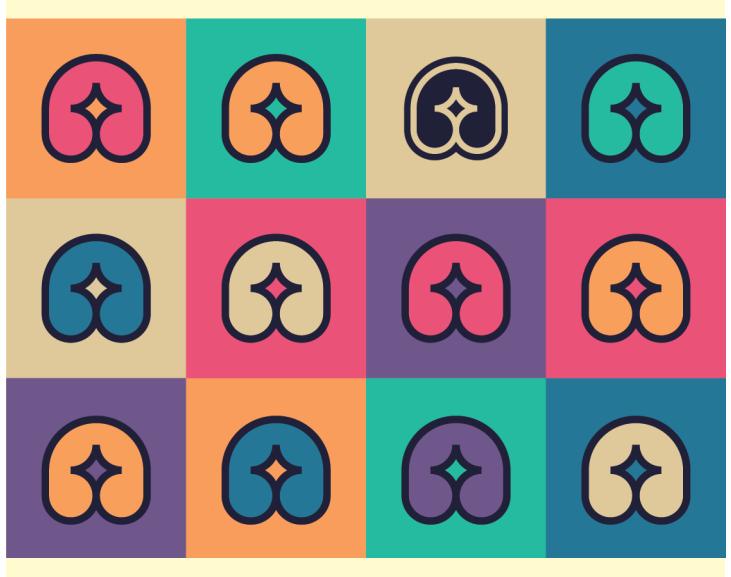
構造、文字同士のつながりの美しさに魅了

されていった。ある一定の規則や特徴を

文字の形状に残しつつ、それぞれが個性的な

文字となるようデザインした。

この“Marupop”はすべての文字が 2×2 マスで構成されている。ポップでレトロなスタイルは、80年代から90年代の文化に影響を受けている。



A B C D E F G
H I J K L M R
O P Q R S T U
ঠ ঘ ঙ খ ষ স
ঔ ই ব ঢ প জ
ঁ ঘু ঙু মু ন

この“Shade”はPenが主催する、「部屋に
飾りたくなるポスター部門」に参加した作品だ。
自ら制約を設け、決められた範囲に、
決められた形状だけで構成している。
情報を少なくすればするほど、その文字を
認識しづらくなることを逆手に取り、少ない
表現の幅の中でいかに影と文字の融合を
表現できるかを考えた。

A B C D E F G
H I J K L M R
O P Q R S T U
ঠ ঘ ঙ খ ষ স
ঔ ই ব ঢ প জ
ঁ ঘু ঙু মু ন

THIS SUMMER WAS PARTICULARLY HOT, AND THE LONG HILL SEEMED EVEN LONGER THAN USUAL.
AS I WALKED TO SCHOOL, I DESPERATELY TRIED TO STAY IN THE SHADE TO ESCAPE THE HEAT. WATCHING THE SHADOWS OF THE TREES SWAYING IRREGULARLY, I WONDERED WHETHER THE SUNLIGHT MADE THE SHADE STAND OUT, OR IF THE SHADE HIGHLIGHTED THE SUNLIGHT.



きのこの山
たけのこの里
mei

拳 土門拳写真美術館
Ken Domon Museum of Photography

Don't Attack Hospitals

Don't Attack Hospitals

Don't Attack Hospitals



ること、広めることができます。人道危機の状況を変える一歩になります。

「病院だから安全」というわけではありません。

医療現場も攻撃を受けているのが現状です。



Graphic design / Logo design

05

OFFICIAL CONTEST / COMPETITION

過去に参加した公式のコンテストの作品。

数々のコンテストに参加することでテーマに沿ったデザインの
発想力、構想力をトレーニングした。



“感性を刺激する強いノック”

2024年、9月19日株式会社JDN（デザインノトビラ運営）主催

「KNOCK vol.1 -『KNOCK』メイングラフィック募集」に最優秀賞として選ばれた。

この作品は私たちは五感で何か強い刺激を感じ取った時、その刺激が

今までの常識や固定概念を打ち碎き、自分自身へ「ノック」する様子を表現した。



“記憶が生み出す新しい形”

これは「ART MEETS ARCHITECTURE COMPETITION (AAC) 2024」に参加した作品だ。

この作品では記憶をテーマに、新しい造形物が創造されていく様子を抽象的に表現した。

文字の配置も印象に残るよう、縦と横に配置したり、立体に見せたりした。