

# 大 杖 裕 喜

/ Yukio Otsue

ポートフォリオ / Portfolio

# 大 杖 裕 喜

Yuki Otsue

2001年8月27日生まれ

大阪府大阪市出身

研究分野

デザイン学 / 感性科学

所属学協会

日本感性工学会

学歴

2017年4月 - 2020年3月

大阪府立八尾高等学校

普通科

2020年4月 - 2024年3月

和歌山大学

システム工学部システム工学科

メディアデザインメジャー

2024年4月 - 在学中

筑波大学大学院

人間総合科学学術院人間総合科学研究群

デザイン学学位プログラム（博士前期課程）

職歴

2020年4月 - 2024年5月

ナビ個別指導学院 アルバイト（講師/スーパーリーダー）

2021年7月 - 2022年3月

大阪市教育委員会事務局 会計年度任用職員

2024年5月 - 在職中

株式会社リクルート 業務請負（スタディサプリ）

2024年10月 - 在職中

筑波大学 ティーチング・アシstant

2024年10月 - 在職中

筑波大学 技術補佐員

保有資格

- ・高等学校教諭一種免許状（工業）
- ・普通自動車第一種運転免許
- ・実用英語技能検定 2級
- ・情報処理技能検定 表計算 2級
- ・TOEIC L&R TEST 650点
- ・和歌山大学 データサイエンス・AI教育プログラム 修了



# もくじ

## 01 デジタルアートは空間のイメージを変えるか? ARインсталレーションが空間の印象に与える影響

査読中 #卒業研究（学部4年）#AR（拡張現実）



## 02 “梅田ビジョン”を実現する共創拠点の顔をつくる NORIBA10 umeda ロゴデザイン

#クライアントワーク #グラフィックデザイン



## 03 世界を目指すチームのアイデンティティを形にする ソーラーカープロジェクト ブランドデザイン

#ブランドデザイン #コピーライティング



## 04 忙しい現代人に新書を届けるリユースパッケージ ふろしきパッケージ ICHIMAI

#演習課題（博士前期1年）#プランニング



## 05 保険につながるメタバース空間のネットスーパー ほけん広場の健康朝市 Metaverse!

#演習課題（博士前期1年）#プランニング



## 06 おまけ 自分、こんなところもあります

## ARインсталレーションが 空間の印象に与える影響

査読中

卒業研究では、AR（拡張現実）技術を活用したインсталレーションアートが空間イメージにどのような影響を与えるかを検証した。和歌山大学栄谷キャンパスを対象に認知マップ調査とキャプション評価法によるキャンパスのゾーニングを行ない、空間イメージにもとづいたARインсталレーションを提案した。その後、印象評価とアンケート調査の分析結果から鑑賞体験が空間イメージを向上させることが明らかになった。本研究によりデジタルアートが公共空間の印象形成に有効であることが示され、ARによる地域アイデンティティの形成や、対象空間の経済的価値、社会的価値の向上に役立てられることが期待される。



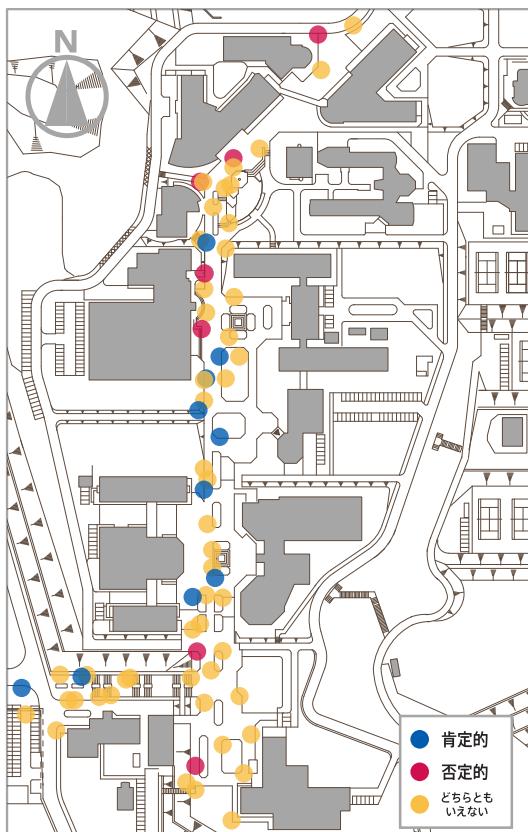
# 空間イメージの抽出とゾーニング

認知マップ調査を用いて、和歌山大学栄谷キャンパスを対象に、学生がキャンパスの空間要素に対して抱いている印象や認知状況を調査した。また、キャプション評価法により“和歌山大学らしさ”を感じる景観を写真とコメントで収集し、キャンパスに対する意識と空間イメージを抽出した。これらの調査にもとづき、キャンパスを3つのエリアにゾーニングした。

# ARインсталレーションの提案

ゾーニングした3つのエリアに対して、空間イメージ「SYMBOL ZONE」「MAIN STREET」「SYS-KO AREA」を策定した。これらの空間イメージからそれぞれのエリアにコアグラフィックスを制作し、スマートフォンで鑑賞するARインсталレーションの提案を行なった。また、AR表示にはARCoreを活用し、事前にGoogle Map上で作品をシミュレーションした。

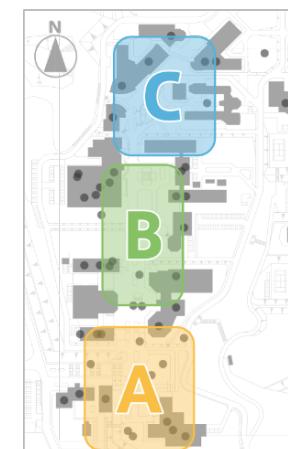
キャプション評価法



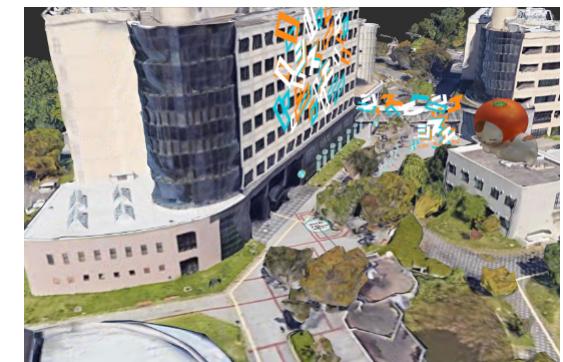
認知マップ調査



ゾーニング



ARインсталレーションの  
シミュレーション



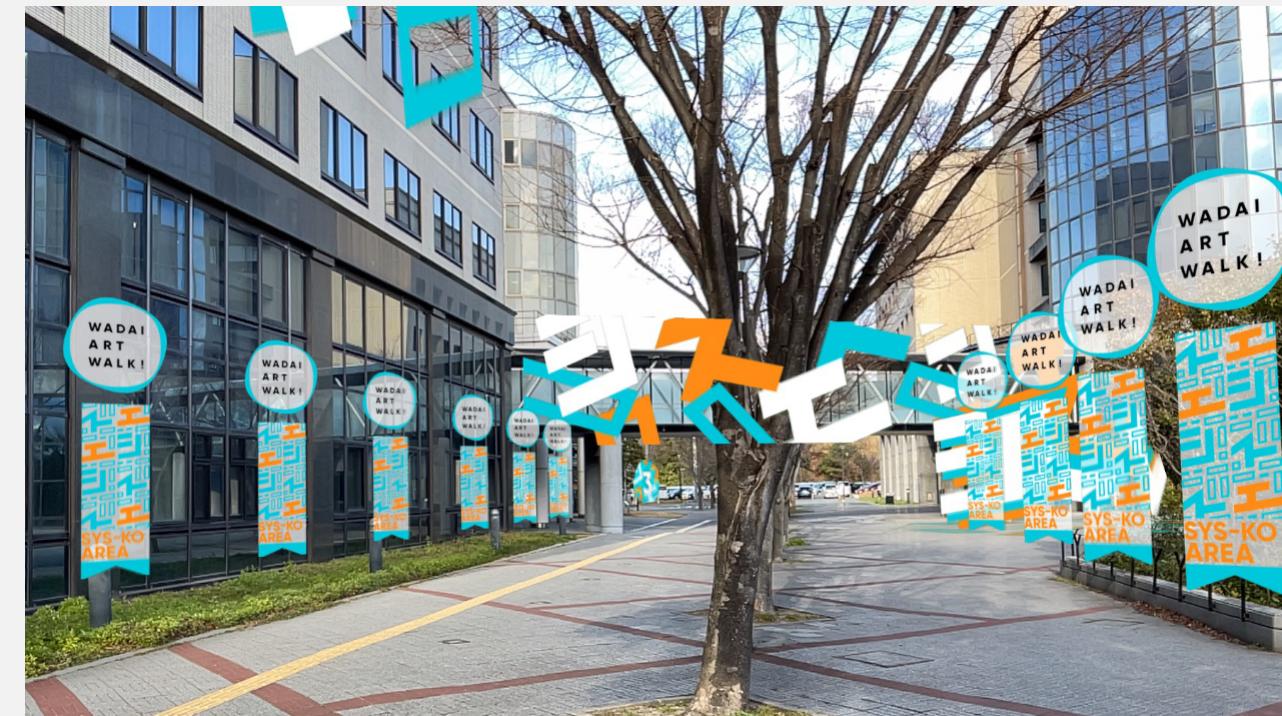
COLOR — **SYS-KO AREA**



COLOR — **MAIN STREET**



COLOR — **SYMBOL ZONE**



## NORIBA10 umeda ロゴデザイン

クライアント



**NORIBA10**  
u m e d a



2024年、阪急大阪梅田駅2階中央改札口すぐの「阪急阪神MEETS」内に、招待会員制のイベントスペース「NORIBA10 umeda（ノリバテンウメダ）」が阪急電鉄株式会社と阪急阪神不動産株式会社により開設された。阪急阪神ホールディングスグループが掲げる大阪梅田エリアの価値向上に向けた構想「梅田ビジョン」の共創拠点に「ふさわしいロゴデザインを」と依頼をいただいた。

シンボルマークは駅舎に線路が伸びる「10番線」をシンボルにしたデザインとした。ロゴタイプは駅らしい可読性の高いタイポグラフィでありながら、やわらかでエレガントな表情をもち、大阪・梅田らしいニュートラルさを表現している。





**NORIBA10**  
u m e d a

シンボルマーク

ロゴタイプ



**NORIBA10**  
u m e d a

## ロゴデザインのねらい

### シンボルマーク

駅舎に「10番線」の線路が向かうデザイン。駅構内のインキュベーション施設を洗練されたデザインで表現している。分かりやすく、施設を発着口として見立てたシンボルである。また、SNSのアイコンやWebサイトでも利用しやすく、表示の大きさに関わらず視認性の高いデザインにした。テキストはシンボルマークのベースカラーと調和のとり、配色は標識や印刷物への利用を考慮したオリジナルブラックである。

### ボツになった案



#141E2D



#5AB8C2



#5AB8C2



#230F1E



#E97847

#E97847

### ロゴタイプ

“NORIBA”的フォントは機能的で美しい TT Norm をベースに、よりアイコニックな印象を持たせるための組み直しを行なった。“10”は伝統的な DIN をもとに構成。駅らしい可読性の高いタイポグラフィでありながら、やわらかでエレガントな表情をもつ。

“umeda”は Lotus Eden をベースにしている。“NORIBA 10”的タイポグラフィの風合いを生かしつつ、大阪・梅田らしいニュートラルな印象を与える。



駅構内で利用することから、ユーザビリティやユニバーサルデザインを重視したレイアウト・配色を目指した。そのため、線が細く、可読性が低いタイポグラフィはボツとなった。

また、鉄道会社としての取り組みを強調するため、駅舎のシンボルマークを最終案とした。

#230F1E

#E97847

# 03

#ブランドデザイン  
#コピーライティング

## ソーラーカープロジェクト ブランドデザイン

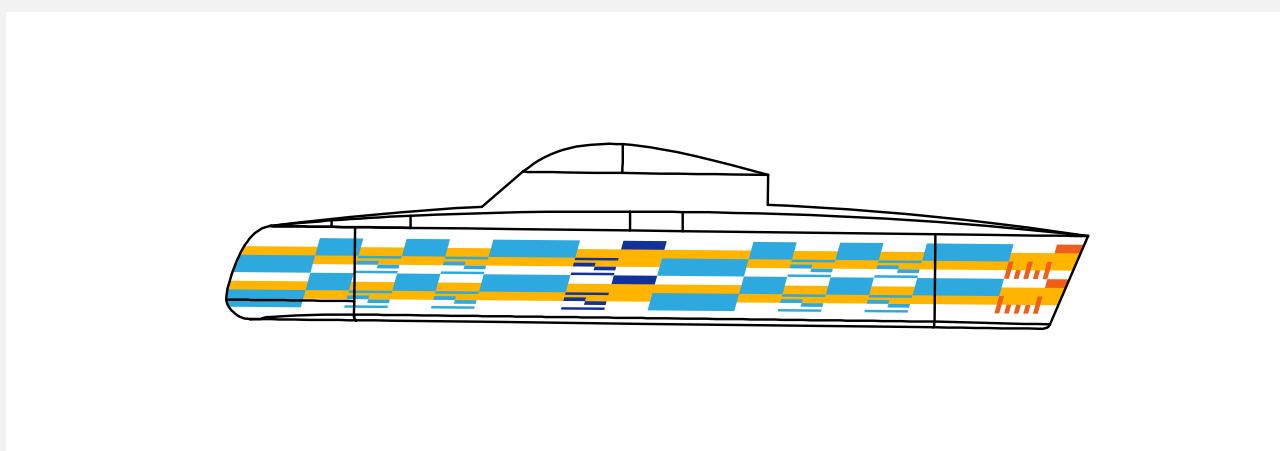
ロゴデザイン/カラーリングデザイン/  
ブランド・アイデンティティ「越境」

クライアント



和歌山大学ソーラーカープロジェクトは学生主体でレーシング用ソーラーカーを製作し、世界大会での完走・優勝を目指すプロジェクトである。たくさんの協賛企業からの支援を受け、メディアに取り上げられることも多い一方で、ロゴデザインなどのブランド・アイデンティティの設計、継承を広報上の課題としていた。

そこで、2022度からのブランドデザイン刷新を担当し、ロゴデザイン、車体のカラーリング、スローガンを制作した。アンケートやデプスインタビューを実施し、チームが愛着をもって展開できるデザインを目指した。



# リーフレットや作業着でのデザイン展開

ブランド・アイデンティティ「越境」

クライアント



WAKAYAMA UNIV. SOLAR CAR TEAM

## プロジェクト案内 PROJECT PROFILE

Wakayama Univ.  
SOLAR CAR TEAM



スローガンとなるブランド・アイデンティティ「越境」をもとにしたリーフレットを制作した。A4サイズで3つ折りのコンパクトな仕様で、チームの活動拠点や協賛企業の店舗など、さまざまな場所に設置された。「越境」は「学びの域を越え、世界大会での国境を越えた活躍を目指す」という理念を表している。ロゴデザインはステッカーや作業着にも展開され、メディアやイベントなどの広報活動で積極的に活用されている。

Asahi-Seiki Manufacturing Co.,Ltd.

太洋工業株式会社  
TAIYO

INPEX Marubeni

フジ住宅 ネットトヨタ和歌山

デュプロ精工 丸良木材産業

SOLIDWORKS TIPcomposite AVERY DENNISON

TAIYO YUDEN CHOYA OTSUNO

和歌山自然エネルギー発電㈱ Altair Cradle

CYBER LINKS メイワ K&G HANWA

ライオンケミカル Pizza Hut OMEGA オメガ電子 アットシグナル株式会社

comfort Kingaku エースレンジャー SEKISU ADNet

2022 Official Partners

ご支援のお願い

和歌山大学ソーラーカープロジェクトは、みなさまからご支援をいただき、活動を行なっています。資金面でのご支援、技術や物品などに関するご支援をいただけますと、幸いです。みなさまと共に製作した車で、世界大会に出場します！

OFFICIAL SNS ACCOUNT  
Twitter / Instagram / Facebook  
@wadaisolar



WEB SITE

和歌山大学ソーラーカープロジェクト

〒640-8510 和歌山県和歌山市栄谷 930 協働教育センター

MAIL : wakayama.univ.solar.car@gmail.com



# ふろしきパッケージ ICHIMAI

イチマイ

「集客」がテーマとなったプロジェクト演習の課題で、私は減少する書店への集客アイデアを提案した。ふろしきパッケージ「ISHIMAI（イチマイ）」は、新書のための“使い回す”パッケージである。駅のコンビニや売店でパッケージに包まれた新書を購入する。購入してから中身が分かり、ひらいたパッケージはそのままふろしきとして利用できる。次に、ふろしきを書店に持ち込むことで、新しい新書を包んでもらう。ふろしきにはNFCが内蔵されており、スマートフォンをかざしてこれまでの本の記録することができ、パッケージとして、ふろしきとして、“使い回す”ことで書店への動線を生み出す。



駅ナカから書店までの動線を ICHIMAI が生み出す



ふろしきに包まれたパッケージ



ふろしきを開封した様子



## デザインのねらい

### 表紙を伏せることで、より手に取りやすく

忙しい社会人や学生が駅などで気軽に買えて、紙媒体だからこそできる演出、それが“何が入っているか分からない”本のパッケージの発端である。

本の表紙はパッケージそのものであり、商品の説明まで果たす重要な役割を持っている。また、本の購入者との最初のタッチポイントでもある。しかし、この表紙やタイトルによって、購入者が本を手に取る前にふるいに掛けられていると感じた。そこで、ワンテーマに絞られ、1冊で完結する新書であれば、ふろしきで包んで表紙を伏せても、購入者に読み切れる本が提供できると考えた。

### リピーターを生み出す“リユース”的アイデア

ふろしきを選んだのは、単に“包む行為”が実現できるだけではなく、繰り返し使える“布”としての機能が活かせるからである。このふろしきの性質は、利用者に違和感を与えることなく包む動作を反復させる。こうした性質が、パッケージとして繰り返し利用させ、書店に出向いて次の本を包んでもらうという一連の流れを生み出している。また、ふろしきにはNFCが搭載されており、スマートフォンを介して本の記録が閲覧できる。これはふろしきをプロダクトとして成立させるほか、書店での購入を後押しする仕組みとして、サービスの位置付ける役割を果たしている。

# メタバース ほけん広場の健康朝市 Metaverse!

課題提供

三井住友海上  
MS&AD INSURANCE GROUP

「メタバースをつかった無形商材のビジネスにつながるコンテンツを起案する」という本テーマに、ネットスーパー型のオンラインコンテンツを提案した。近年、過疎化を背景とした流通機能や交通網の弱体化によって、買い物の機会が十分に得られない「買い物難民」が問題となっている。ネットスーパーの需要があるユーザ層と、保険商品の相談窓口を求めるユーザ層には、高齢者が多く含まれることから、このコンテンツはメタバースの入門にふさわしい、分かりやすい買い物フローと容易な操作感を実現している。



## 決定稿



### ボツになった案



## デザインのねらい

### メタバース空間が生活に溶け込むために

今まで多くのメタバース空間は、サイバーパンクで大都市を模したデザインになっており、現実空間とは異なった体験ができることが誇張して表現されていた。しかし、それは初めてメタバースや仮想空間を利用するユーザーにとって抵抗になっていると感じていた。また、可読性や視認性の点でユーザビリティに長けているとはいえない。本コンテンツでは、日常で利用するメタバースを想定し、近未来的な表現や装飾は排した。誰にでも開かれた空間であることを示し、フラットな印象を与えるため、よりヘルシーさを強調できる“朝市”をモチーフにした。“朝市”をテーマに据えることで、ユーザーの行動は朝の時間帯に限定され、よりアクティブなユーザーが集中することを想定している。ほかのユーザーの行動に刺激を受けながら行動を選択できるメタバースのよさを生かした設定の工夫である。

### 健康な生活と保険を結びつける

保険を意識するきっかけを、本コンテンツでは日々の買い物の中に取り入れた。もしもが訪れたときに利用する保険のほか、健康な暮らしを支える場面を強調する工夫として、朝市のピークタイムを過ぎると出店が保険の相談窓口に変わっていくという仕様が決まった。コンテンツによって朝市での買い物体験を促すと同時に、保険商品や相談窓口の存在を日々の暮らしの中に提案する。

# 06 #おまけ

## 自分、こんなところもあります

面白そうなことに挑戦すること、新しい環境に飛び込んでみることも素晴らしいですが、私は「いま居る場所の面白さに気づける」ということを、もっとも大切にしています。挑戦する大胆さと、落ち着いて考える慎重さの両方をたずさえておきたいです。



### 寄付や募金は わりとする人

髪質を褒められたので  
ヘアドネーションに  
挑戦した学部時代



### とにかく 書体が好き

装丁は書体の宝庫  
見るとだいたい分かる



### 圧倒的推しは 椎名林檎

音楽はもちろん  
ライブの演出に感動!  
それがきっかけで  
高校では放送部に所属  
音響照明を勉強した



### 空間デザインの 知識を活かす

空間や居場所づくりの  
研究論文も面白い!  
活用されていなかった  
大学図書館で  
写真展を開催してみた



### 印刷物は 平面デザインの トライアスロン

挿絵、組版、校正…  
面倒だからこそ  
この達成感がすごい!  
学部時代には  
フリーペーパーや  
ポスター、チラシを制作



### 年々増える 人前で話す機会

高校生徒会や塾講師、  
トークゲストなどで  
経験を積んだが、  
人前で話す時は  
いまだに慎重になる

# 大 杖 裕 喜

/ Yuki Otsue

## Q1. なぜ和歌山大学から筑波大学の大学院に進学したのか？

もともとコンピュータの仕組みや情報通信に興味があるので、工学部に進学することを高校1年生の時には決めていました。学部で人間工学やデータサイエンスを勉強しているうちに、もうしばらく研究を続けたいと思うようになり、「進学するなら、以前から興味があったデザインも組み合わせた学際的な研究できる大学院がいい」と考え、筑波大学の大学院に進学しました。

## Q2. 大学ではどのようなことを学んだのか？

線形代数や確率統計、物理、電磁気学のような必須科目が多く、それと並行してプログラミングやCG、感性評価を勉強しました。チームで進める演習科目が多く、UI/UXデザイン、データ分析を担当することが多くありました。たまたま興味があった人工知能と機械学習の科目は、けっきょく3年間受講し続け、日本国憲法や教育学が得意だったのでそのまま教員免許を取得しました。凝り性というか、始めたら最後までやってみようとする性格なのだと思います。

## Q3. 大学院ではどのような研究をするのか？

視覚デザイン分野の中で、グラフィックデザインのレイアウトの効果に興味があり、特に「余白」が与える印象への影響をテーマにしています。ポスターデザインにおいては「注意を引くデザインには余白が存在する」とされていますが、そもそも「余白」とは何か？「余白」の効果とは？を明らかにしたいと考えています。