



マツダデザイン室

## マツダ・ショウコ

direction, design

1982年延岡生まれ、門川育ち

2000年沖縄の大学で伝統工芸・染織（テキスタイルデザイン）専攻、卒業後京都西陣の会社に就職

2009年宮崎にUターン、WEBとDTPを学び、印刷工場で印刷オペレーターとして4年在籍

2014年延岡市のデザイン会社に入社、デザイナーとして8年在籍

ロゴ・グラフィック・店舗・パッケージ・WEBデザイン、WEBコーディングなどを担当

2015年ニシタチフラッグコンペティション奨励賞

2017年ニシタチフラッグコンペティション優秀賞

2023年日向市にて独立開業・主に宮崎県北部で活動中

## デザインの役割 / ROOT×ROUTE

「ROOT（根っこ）」にある大切なものを再確認して、視覚化すること。

お客さまや商品の根っこにある大切なものを知るため、会話を重視したものづくりをしています。「まじめな話も、雑談も。」お気軽にご相談ください。

目標達成への最善の「ROUTE（道筋）」を探すお手伝い。

目標達成への道筋（ルート）は1本だけではありません。たくさんの中から、最善のルートを探していく。デザインの力でそのお手伝いができればと思っています。

主な事業 / ロゴデザイン、ブランディング、  
パッケージデザイン、イラスト制作、  
アニメーション制作、写真、  
ポスター・チラシ・パンフレットデザイン  
WEBサイトデザイン・コーディング  
SNS スタートアップ、テキスタイル

連絡先 / マツダデザイン室 マツダ・ショウコ

info@matsuda-designloom.jp

公式LINE <https://lin.ee/zFcXS0I>

883-0011宮崎県日向市曾根町1-5

HYUGA BASE（ヒュウガベース）内

※お問い合わせはメールまたは公式LINEから

## ロゴデザイン



NATURE &amp; FUTURE



## パッケージデザイン



ネーミング：「HYUGA SHIITAKE DELI」  
キャッチコピー：しいたけ好きのためのちょこっとデリ。

**干し椎茸をもっとキャッチーに。**

「しいたけ炭火焼」はリニューアル。「しいたけアヒージョ」は新商品です。干し椎茸というと、私の年齢的には「煮しめ」や「ちらし寿司」に使うイメージしかなかったのですが、さすがしいたけのプロ。若い人たちにも干し椎茸の魅力を知ってもらうため、親しみやすい「炭火焼」と「アヒージョ」に。目からウロコ。今後の展開もしやすいようにベースカラーを変更。自分でも作ってみたいという人向けに、パッケージ中面にはレシピも掲載しています。現在は、日向市の町の駅と道の駅で販売中。常温商品で軽いので、手土産にもちょうどいいサイズです！

ネーミング：白いきくらげシリーズ「白翠-はくすい-」

キャッチコピー：からだ、朗らか。森のたからもの。

**白いきくらげで、からだの中から美しく。**

ネーミングで苦戦しましたが、「白翠（はくすい）」に決定。きれいなきれいな、白いきくらげに合う名前になったと思います。おさしみで食べられる、半生タイプ。お鍋にポンと入れるだけの、ドライタイプ。お米を炊く時や、お味噌汁や飲み物に混ぜるだけの、粉末タイプ。の3種類で展開。きくらげは、キノコ界の中でもマイナーなイメージですが、その栄養素の豊富さは群を抜いています。食物繊維とビタミンDが豊富で、お通じに良いとされています。ほとんど味も匂いもないので、きのこが苦手な人にも食べやすい食材です。



ネーミング：HIMUKA TOMOSHIBI CYCLE PROJECT「日向備長炭」

キャッチコピー：日々をそっと照らす。

**備長炭を手頃なお土産に。**

日本三大備長炭のひとつ、日向備長炭をお手頃な土産物に。炭は、燃料としてではない別の使い方として、浄水や炊飯に使うという方法があります。製炭師の方のお話から、その機能性の高さに着目して、パッケージも機能性の高いものにしたいと考えました。既製の箱を使うのではなく、巻紙で巻いて自立するような形に仕上げています。カラーリングは、備長炭特有の漆黒と銀色の輝きをイメージしたモノトーンを使用。巻き姿や色の違いで、浄水用と炊飯用2種の展開になっています。窯出しの様子を取材した際は、手間暇かけて精錬される備長炭の輝きに感動でした。

