

ほんまのほんまのさか

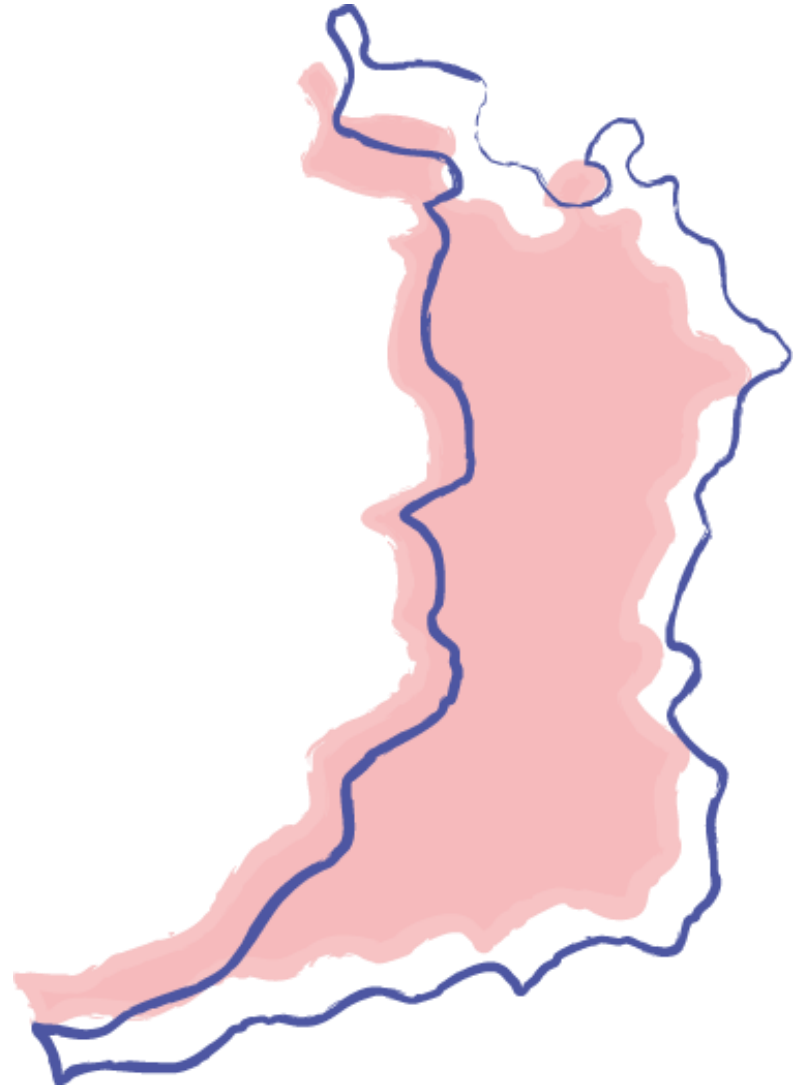
Not Just Osaka. The Real Osaka.



吉廣宇情

企

画



企画の発想

私の周りの友人が大阪へ旅行に来る際、訪れる場所は心齋橋や大阪城、USJに集中していて、それ以外の観光地にはあまり足を運んでいませんでした。

また、大阪は交通の利便性が高いため、京都や奈良などを観光する際の宿泊拠点として利用されることも多くあります。

大阪にはまだ広く知られていない魅力が数多くあるため、それらを紹介するサイトを制作したいと考えました。

目的

「大阪の穴場」「粉もの以外のお大阪グルメ」「大阪ゆかりの有名
人」「大阪の豆知識」の4つのカテゴリーを通して、大阪の魅力
をより幅広く伝えることを目的としています。

ターゲット

メインターゲット

- ✓20代～30代の女性
- ✓大阪旅行や大阪での暮らしに興味を持っている、他府県在住の女性。

サブターゲット

- ✓20代～30代の大阪府在住・出身者
- ✓大阪で生まれ育ったものの、地元の穴場スポットや歴史、有名人などについて詳しく知らない若者。
- ✓大阪の新たな魅力を発見したい人。

サイト構造

メインページ



子ページ

旅

Travel

映えより、おもしろい。

人

People

挑戦者を育てる街。

食

Food

粉もんだけやない。

知

Know

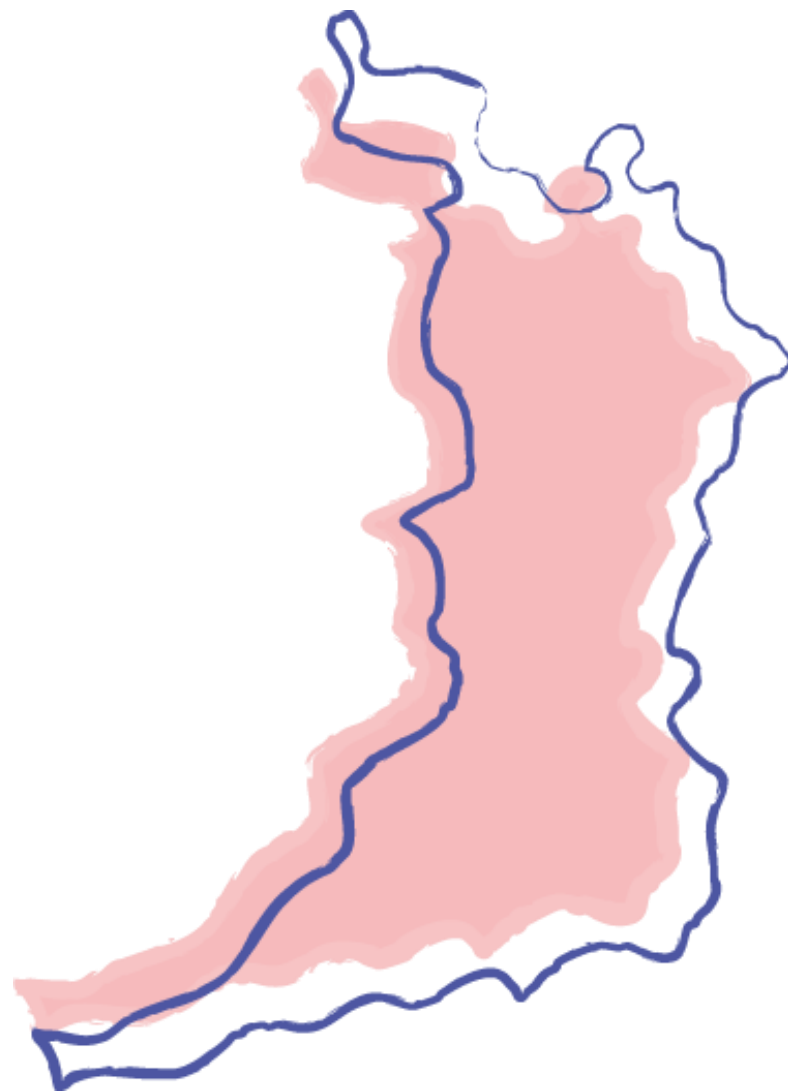
街を知るなら、まずネタから。

流入経路

SNS

- X
- Instagram
- Threads

デザイン



デザイン全体

- 色： #f6babc 大阪府の花—梅の色
#333e95 大阪府の府章の色
- フォント： しっぽり明朝
- スタイル： 柔らかい、シンプル

LOGO



階段を下りていくようなデザインにすることで、観光ガイドにはあまり載っていない、よりディープな大阪の魅力を発見してほしいという思いを表現しました。

Top-page button



通天閣の名称に込められた「天に通じる」という意味をモチーフにデザインしました。

また、中央の「TOP」の文字には阪神タイガースをイメージした黄色を採用しています。視認性を高めるとともに、大阪らしさを表現しています。

バナー



大阪は古くから商業の街として発展してきたことから、「のれん」をモチーフに採用しました。

また、のれんには、サイト内の4つのカテゴリー名を記載しています。

使用ツール

- ✓ **Illustrator** : デザインキャンプ、大阪地図、ロゴマーク、トップページボタン、サイト用の装飾（タイトル、背景など）
- ✓ **Photoshop** : 使用写真、バナー
- ✓ **Figma** : ワイヤースタイル
- ✓ **Vs code** : コーディング