

P●R T F●L I●

谷 明吹香

たにあすか



自己紹介

2000年 1月5日名古屋市で生まれる。

2018年 2月金城学院高等学校

2018年 4月金城学院大学生活環境学部環境デザイン学科

2022年 3月金城学院大学生活環境学部環境デザイン学科

2022年 4月に名古屋デザイナー学院グラフィック学科

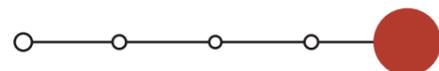
卒業

卒業

卒業

入学

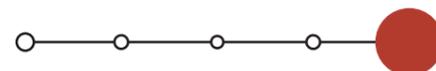
Ai



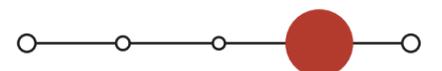
Ae



Ps



Xd



自己PR



ビールの売り子のアルバイト

大学4年間バンテリンドームでビールの売り子のアルバイトをしており、飲食の売上に貢献しました。仲間と切磋琢磨し合い、物を売ることの楽しさを知りました。

趣味・特技



ピアノ

幼少期からピアノを弾くことが大好きで、約20年間習っていました。写真の発表会では、ドビュッシーの「愛の夢」を演奏をしています。

受賞歴



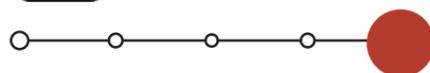
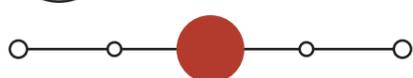
文部科学大臣賞受賞

公益法人色彩検定協会主催
カラーコーディネートコンクールより



岡崎たくみの会賞受賞

プロジェクションマッピングコンペ
「Gomangoku of light 2022」より



MY HISTORY

私の3つの強み

有償での実装経験あり

金をいただいて作るから、
クライアント対面することで
こそその責任感を強く感じました。
また一緒に効果を作り上げる喜びを実感しました。

「建築の視野」と 「アパレルの視野」

大学4年間で学んだ「住居、建築の導線、
インテリア設計、アパレルデザイン」を活かし、
デザインで人を動かす「建築の視野」と
テクスチャ1つで表情を変え、トレンドの移り変わりが
デザインで人を楽しませる「アパレルの視野」
を持っています。

吸盤のような集中力

まるで吸盤のように吸い付いたら
なかなか離れない集中力があります。
例えば、夕飯を食べ終えてから朝5時まで
油絵を描いていたこともあります。

contents

01

Web デザイン依頼



02

パンフレットデザイン依頼



03

消費生活センターチラシ



04

夏の音



05

ビジュアルデザイン



06

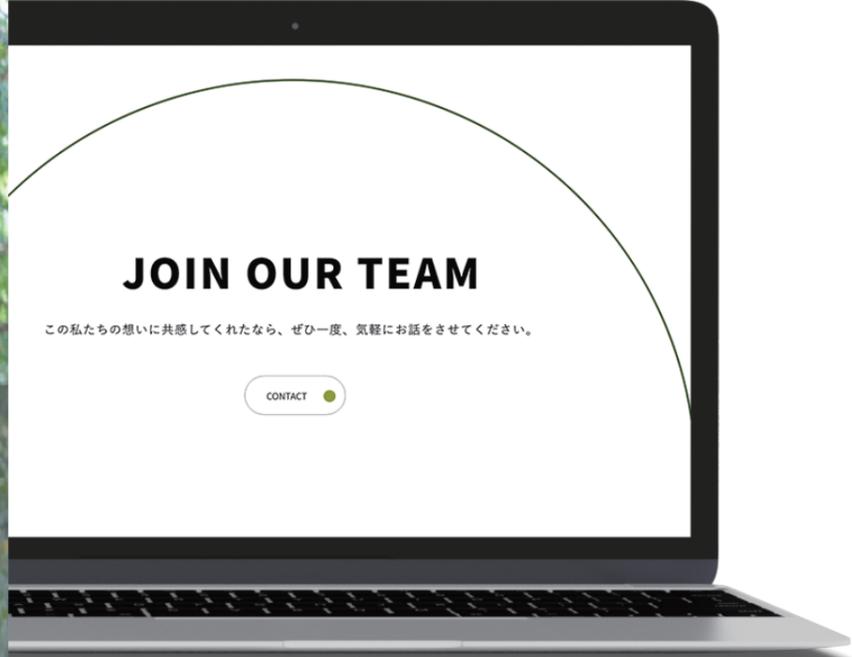
インターンシップ課題



07

イラストレーション





01

Web デザイン依頼



介護のケアマネージャー採用の
ホームページデザイン制作・
ロゴ制作を担当しました。



クライアント様の 4 つの要望

01
今までにない新しい
介護業界にしたい。



情報の多い介護の
サイトで、アパレル的な
アプローチを
することで
新鮮な印象を与えた。

02
鹿を使ったロゴに
して欲しい。



鹿に込められる
意味を調べ上げ
企業色に合わせた。

03
親しみやすく、
高級感もあり、
ポップさも
ほしい。



丸を基調とし、
固くなりすぎない
ように心がけた。

04
色は緑がいい。



緑の中でもメリハリの
つきやすい色を選び、
ポップ調に仕上げた。

Web デザイン



MESSAGE

高齢者から若年者への好循環を生み出し、大切な人を大切にできる社会を目指す

介護業界のイメージ変化と進化によって
社会へ貢献し、笑顔の中で過ごせる世界を作る

be yourself

NEWS

2022.00.00 | ああああああああああ

2022.00.00 | ああああああああああ
2022.00.00 | ああああああああああ
2022.00.00 | ああああああああ



SUITABLE

01 inexperienced
未経験の人

02 Welcome Senior
シニアの方も歓迎

03 human relations
人間関係を重視したい人



VIEW MORE



RECRUIT

事業拡大を積極的に進めています。
未経験からスタートする人が多く、人間関係を何より
重視しています。

VIEW MORE

NEXT

FACILITY >>>



Welbeck株式会社



TOP FACILITY CONTENTS RECRUIT CONTACT

登録介護 訪問実習 シニアケアサービス
467-0806 名古屋市瑞穂区瑞穂通2丁目2-2 セイブール202

FACILITY

MISSION

介護業界のイメージ変化と進化によって社会へ貢献し、笑顔の中で過ごせる世界を作る。

VISION

社会にとって必要不可欠な社会インフラとなる。

TAKE CARE OF YOUR LOVED ONE



今井一希
CEO

私は会社を創設する前、一般の老親で勤務している一人の従業員でした。介護のやりがいを感じながらも、同時に介護業界や家族介護の課題・社会の課題や問題を目の当たりにし、「この現状を変えることはできないのか?」

と強く感じました。Welfeckは介護業界を取り巻く課題を解決するための、新しい取り組みを行っています。

今までの介護の仕事とは違い、家族利用者のよき御人として、新しいことを広げていく、そして感謝される。それが結果として私たちの誇り、やりがいにつながります。この価値観を創造していきたいのです。

もちろん、難しい社会課題に立ち向かうので失敗することもあると思いますが、その失敗で得られた経験が私達の成長に繋がると考えています。

社会を支え、利用者の方き御人として素晴らしいサービスをもっと広げていく。

それが私たちの使命です。

介護業界を変える。

この私たちの思いに共感してくれればなら、ぜひ一度、気軽にお話をさせてください。

社名: _____
所在地: _____
代表者: _____
設立年月日: _____
資本金: _____
従業員: _____
主要取引先: _____
取引金融機関: _____

NEXT
CONTENTS >>>

CONTENTS

OUR BUSINESS

高齢者から若年層への好循環を生み出し、大切な人を大切にできる社会を目指す。



HOME CARE

訪問介護

介護業界の課題とは異なる、新しい取り組みを積極的に取り進めています。スタッフを大切にしているため、実質的なスタッフの確保ができています。

定額給付金特約店提携の強み / 強み



VISIT BEAUTY

訪問美容

自宅で、年中無休高品質の「美容」を提供しているのはおなじみのサービスです。また、ヘアケア（カット・カラー）も行います。

美容で美容師を確保し、美容業界のよき御人になります。美容サービス、健康サービス、定額給付金サービスを行っています。



SENIOR CARE SERVICE

シニアケアサービス

生活を補助・「認知」「食費」「身の世直し」を支えるサービスです。

消費者への理解や、身近な相談などのサポート、集約の場づくりのサポートを行います。

若い従業員が多く、訪問介護に慣れない実務スタッフが多いのが特徴です。



NEXT
RECRUIT >>>

RECRUIT

BUSINESS EXPANSION

事業拡大を積極的に進めています。

社会問題に挑戦するのは素晴らしいことではありません。失敗することは当たり前。

しかし、その失敗を次につなげる。

そこで得られた経験が成長に繋がります。社会を支え、利用者の方き御人として素晴らしいサービスをもっと広げていく。

「そんな体験をあなたに経験してほしい」

介護業界を支えたい、私たちのビジョンに共感してくれるならぜひお話しをしましょう。

JOIN OUR TEAM

この私たちの思いに共感してくれればなら、ぜひ一度、気軽にお話をさせてください。

CONTACT >

BEST PRACTICE

行動指針

- 1. 誠実
- 2. 責任
- 3. 謙虚
- 4. 感謝
- 5. 笑顔
- 6. 丁寧
- 7. 清潔
- 8. 元気
- 9. 元気
- 10. 元気
- 11. 元気
- 12. 元気
- 13. 元気
- 14. 元気
- 15. 元気

NEXT
CONTACT >>>

CONTACT

お問い合わせは必ずお名前と電話番号を明記してご連絡ください。



お名前: _____
お電話番号: _____
おメールアドレス: _____
お問い合わせ内容: _____

個人情報の取り扱いについて、同意の意思を明記してください。

個人情報の取り扱いに同意する

個人情報の取り扱いに同意しない

送信





welfeck

幸福を呼ぶ、鹿

鹿の角は1年で入れ替えわる。

日本の稲作も一年ごとに収穫をすることから

鹿の角は聖なるもの、幸福を呼ぶものとされていた。

良い兆しが毎年現れてほしいという願いを込めて鹿が現れている様子を表現した。



welfeck



welfeck



welfeck



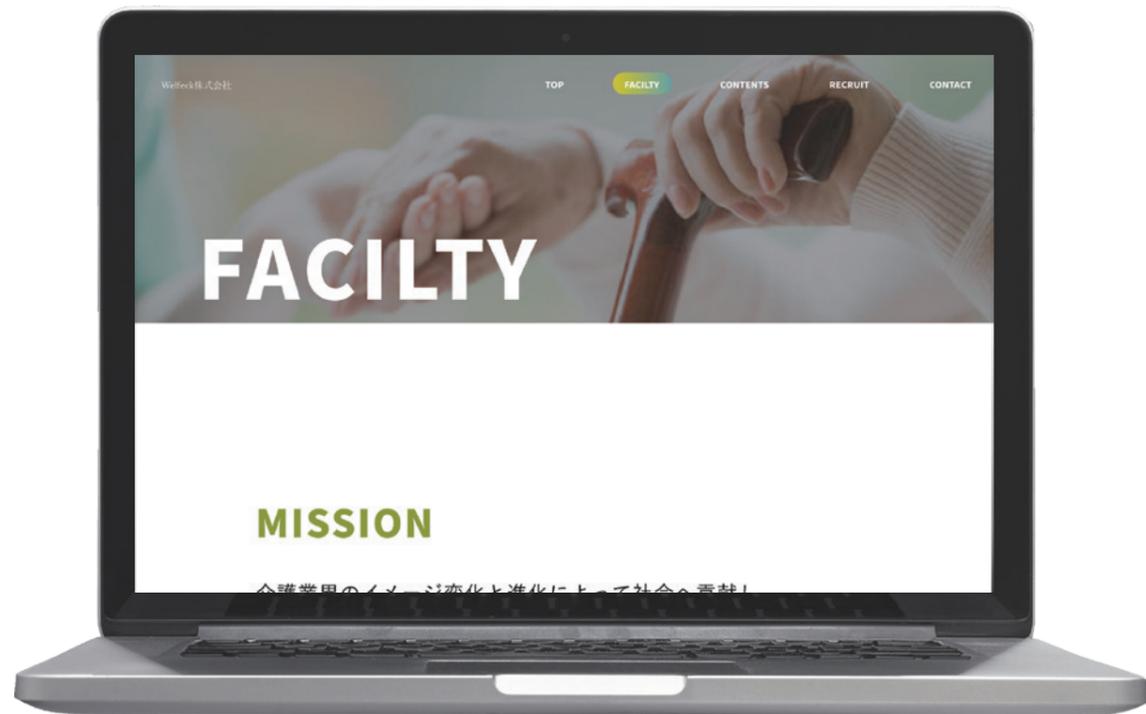
DBDF96 ●

C 18% M 6% Y 50% K 0%

馴染み深く、気品のあるデザインを希望されていたため、この色を選んだ。

使用フォント：Avenir

丸みを帯びたゴシックフォント。
美しい形だけでなく、柔らかさも演出。



全画面で終わらない

下にまだ続きがあると理解してもらうようにわざと全画面で見れないようにしてある。



ざぶとん（背景色）を敷く

ニュース→広告と入っていくためデザインを変えている。



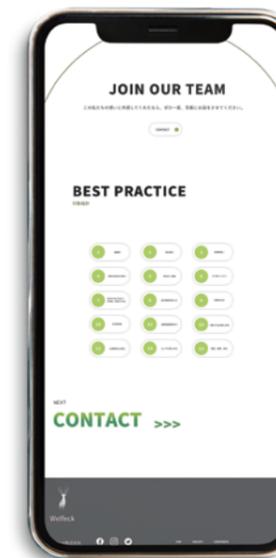
ピクトグラムを使う

一眼見ただけでわかりやすい表現にした。



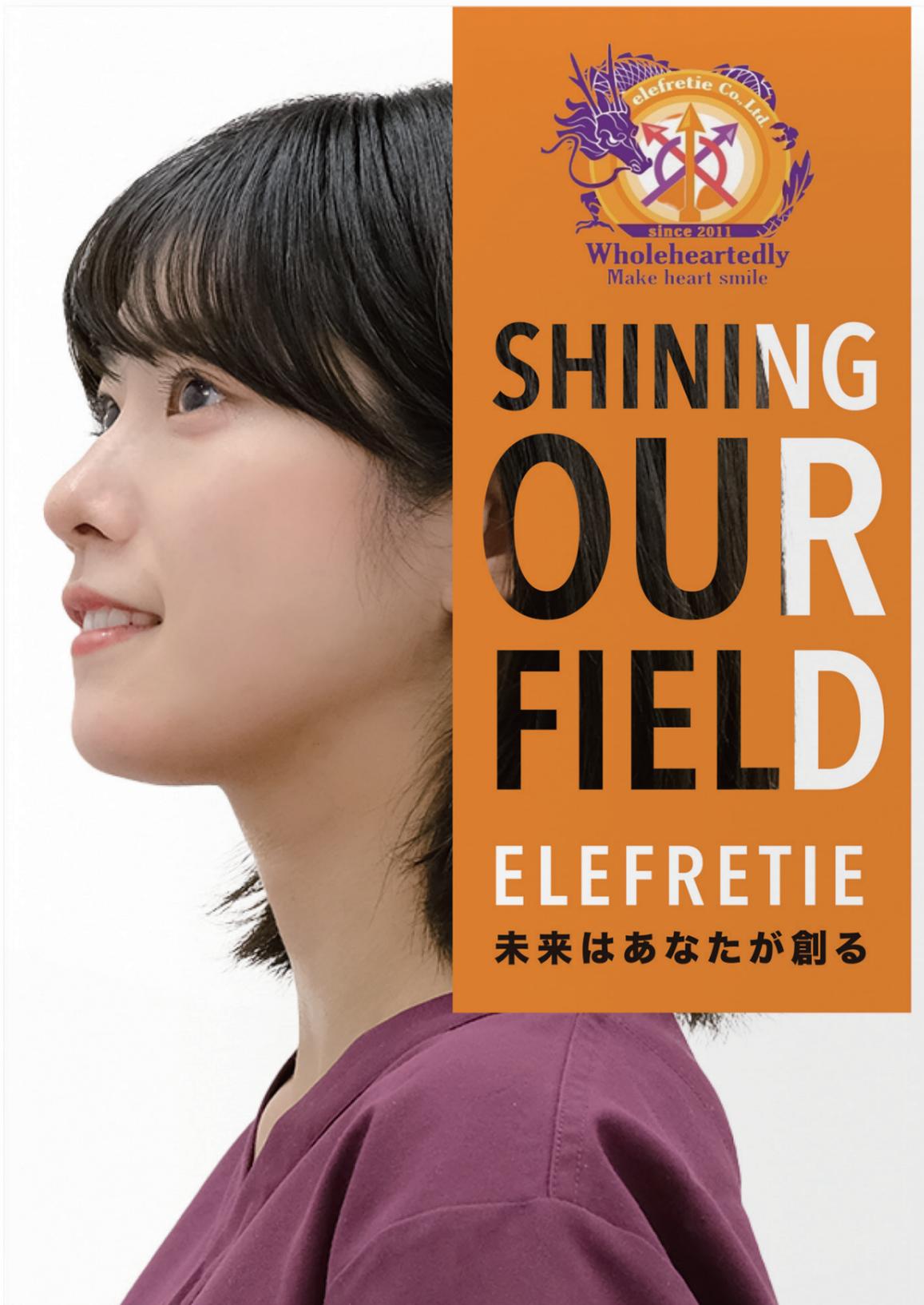
見出しは全て英語にする

スタイリッシュさを追加し、新しい介護業界を意識した。



多い項目は箇条書き

求める人材を箇条書きにしわかりやすく。



SHINING
OUR
FIELD

ELEFRETIE
未来はあなたが創る

02

パンフレットデザイン依頼 1



整体師の新卒求人パンフレットデザインのお仕事を
いただきました。会社の明るい雰囲気を
目立たせるよう意識し、ポップに作成しました。



クライアント様の3つの要望

01
ワクワク感が
伝わるような
デザインにしたい。



動きのあるデザインを
心がけた。枠は丸みを
帯びさせ、フォントは
ゴシック調を使用した。

02
代表出世コースは
登っていくような
デザインがいい。



矢印を階段にして、
進んでいることを
わかりやすく工夫した。

03
会社のカラーなので
できるだけ
使用して欲しい。



オレンジ色と、
紫色を使用し、
ハロウィン調に
ならないように
心がけた。



パンフレットデザイン依頼 2



こちらも整体師の新卒求人
パンフレットデザインのお仕事を
いただきました。



03

消費生活センターチラシ



自身のイラストを使ってターゲットとする学生にも興味を持たせつつ印象に残る表現を心がけました。

誰もが知っている童話から現代にも通じる詐欺の手口を抜き出し注意喚起しています。



学科内コンペ 詐欺防止啓発ポスター

最優秀賞

名古屋市消費者センターにて、カレンダー表紙に使用していただきました！



- レストランがあるぞ。
〔本当にレストランなのかを確認しましょう。〕
 - 「どうぞ、ご遠慮はいりません。」
だつてさ入ろう。(入る前にワンクッション置いて考えましょう。)
 - 01 髪をきちんとして、靴を脱いでください。
 - 02 服を脱いでから、クリームを塗ってください。
 - 03 塩をたくさん揉み込んでください。
- (本当にレストランで言われるのですか?)

服を脱がない方法



悪徳業者は「注文の多い料理店」のようにじわじわと時間をかけて、嘘を信じ込ませます。不安がありましたら、お気軽にご相談ください。情報を解析し、アドバイザーがサポートをいたします。

利用のご案内

消費生活相談
☎052-222-9671
●月～土曜日(祝休日、年末年始を除く)
●9:00～16:15
※架空請求、多重債務、若者特別相談等も受付しています

消費者ホットライン
☎局番なしの188
●年末年始を除く毎日
お近くの消費生活相談窓口につながります

くらしの情報プラザ
くらしに役立つ幅広い情報を提供しています。
開館時間 ●月～土曜日 9:00～17:00
祝休日、年末年始を除く
☎052-222-9677

名古屋市消費生活センター
〒460-0008 名古屋市中区栄一丁目23番13号 伏見ライブプラザ11階
TEL(052)222-9679 FAX(052)222-9678
URL <https://www.seikatsu.city.nagoya.jp/> 名古屋市消費生活センター 検索

SNSでも情報発信中!
Twitter Facebook

地下鉄伏見線
伏見駅 6番出口 南へ350m
大須駅 4番出口 北へ450m
※公共交通機関をご利用ください。
チラシの内容の無断転載をお断りします。 2023年2月発行

04

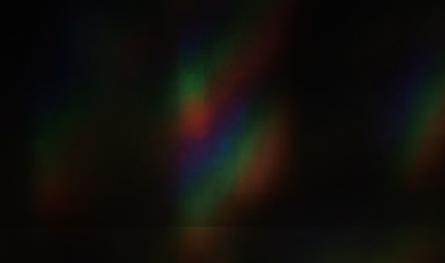
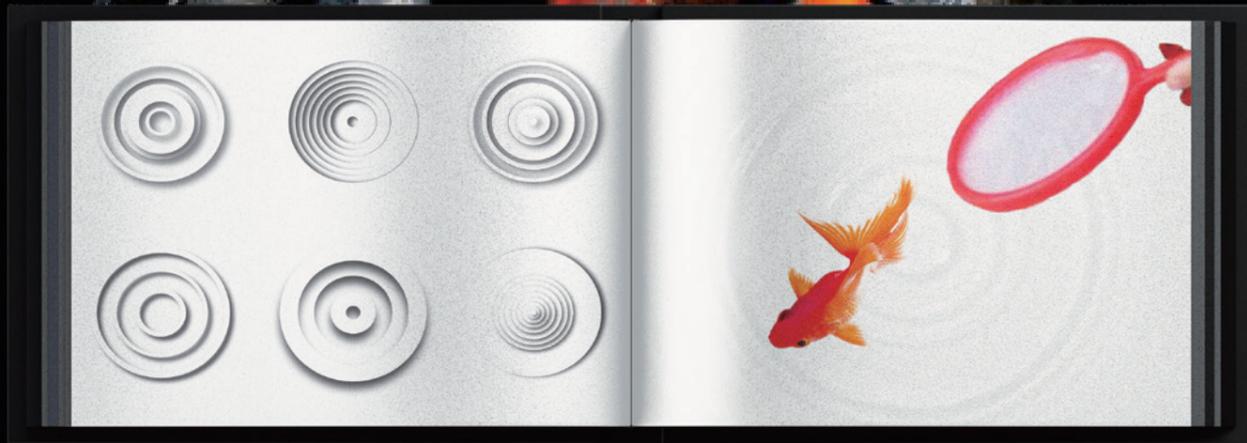
夏の音

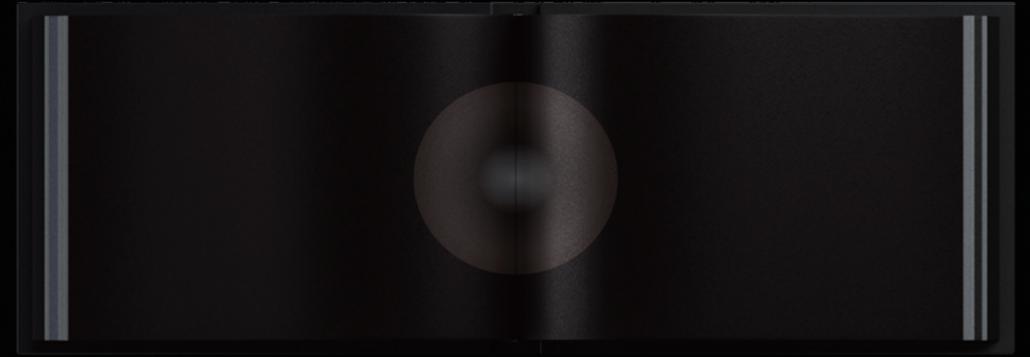


外出しづらい時代にも
夏の風景を印象深く伝えたい。
フォントと写真から音が聞こえて来るような
絵本を作成した。

Ai

Ps







05

ビジュアルデザイン



祖母の年賀状を作成しました。





謹賀新年
旧年中は大変お世話になりました。
来年もよろしくお願い致します。



謹賀新年
旧年中は大変お世話
ありがとうございました。

ポスターデザイン



愛されて 50 年

皆様から愛し愛され、おかげさまで発売から 50 周年を迎えることができました。 **papico**



1974th



1977th



1980th



1983th



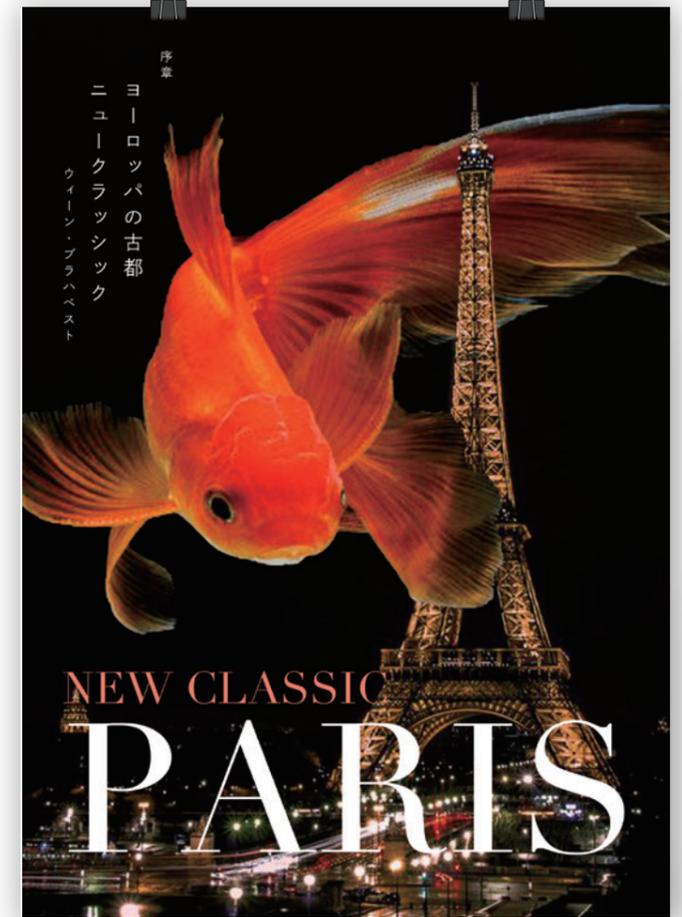
1998th



2008th



2013th



06

インターンシップ課題



これまでにない「花」を
買いたくなるような
アイデアとは





C L O R I

2色の結婚式



世間でも深刻なゴミの問題。花も例外ではない。



01

ロスフラワー

ロスフラワーの年間総額は1500億円にものぼるとも言われている。現状、小売店が仕入れた良い状態の花の量のおよそ30~40%は廃棄されている。これはSDGsの12番目の目標「作る責任 使う責任」にあたる。

02

ロスフラワーを減らすために 新しい結婚式場を作る

花を一度に多く使用する機会は、冠婚葬祭だと私は考える。今回は「婚」に焦点を当てた。コロナが落ち着きつつあるこの時代、結婚式を改めて行いたい新郎新婦が少なくないだろう。

03

廃棄量削減

廃棄量が減ることはさながら、花の可能性を世間一般に周知してもらえ。式を終えた新郎新婦には、年に1度の結婚記念日に、結婚式で使用した花を用いて作られたブーケが毎年届けられる。これは花にとっても友好的であり、夫婦の仲を風化させない。



風化 [not weathering]
枯れない [not wither]

この2つの頭文字である
Wを用い、花のような
モチーフに仕上げました。

W →  → 

シンプルに花の色がコンセプトだということを伝えたいため
色をフランス語に訳した CLORI というブランド名にしました。

C L O R I

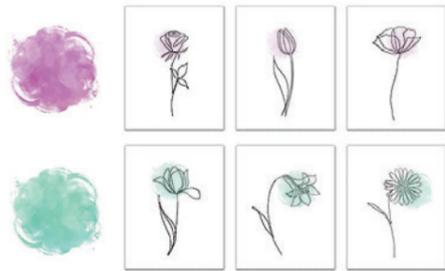
色選び

01



自分の色を選ぶ

02



色に沿った花を選ぶ

03



01 02 で決めた色を基調に
式の準備を進めていく

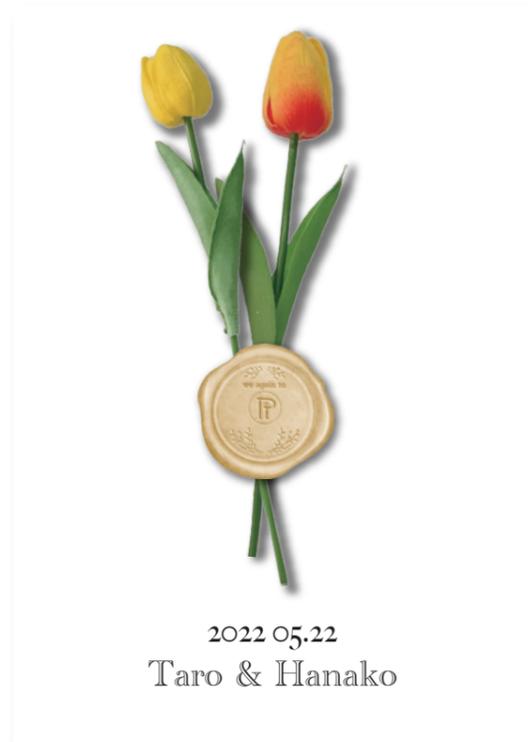
2色展開例

01 02 03 の工程を終えた後
展開例を新郎新婦さんに見せ
当日の想像をしてもらう。



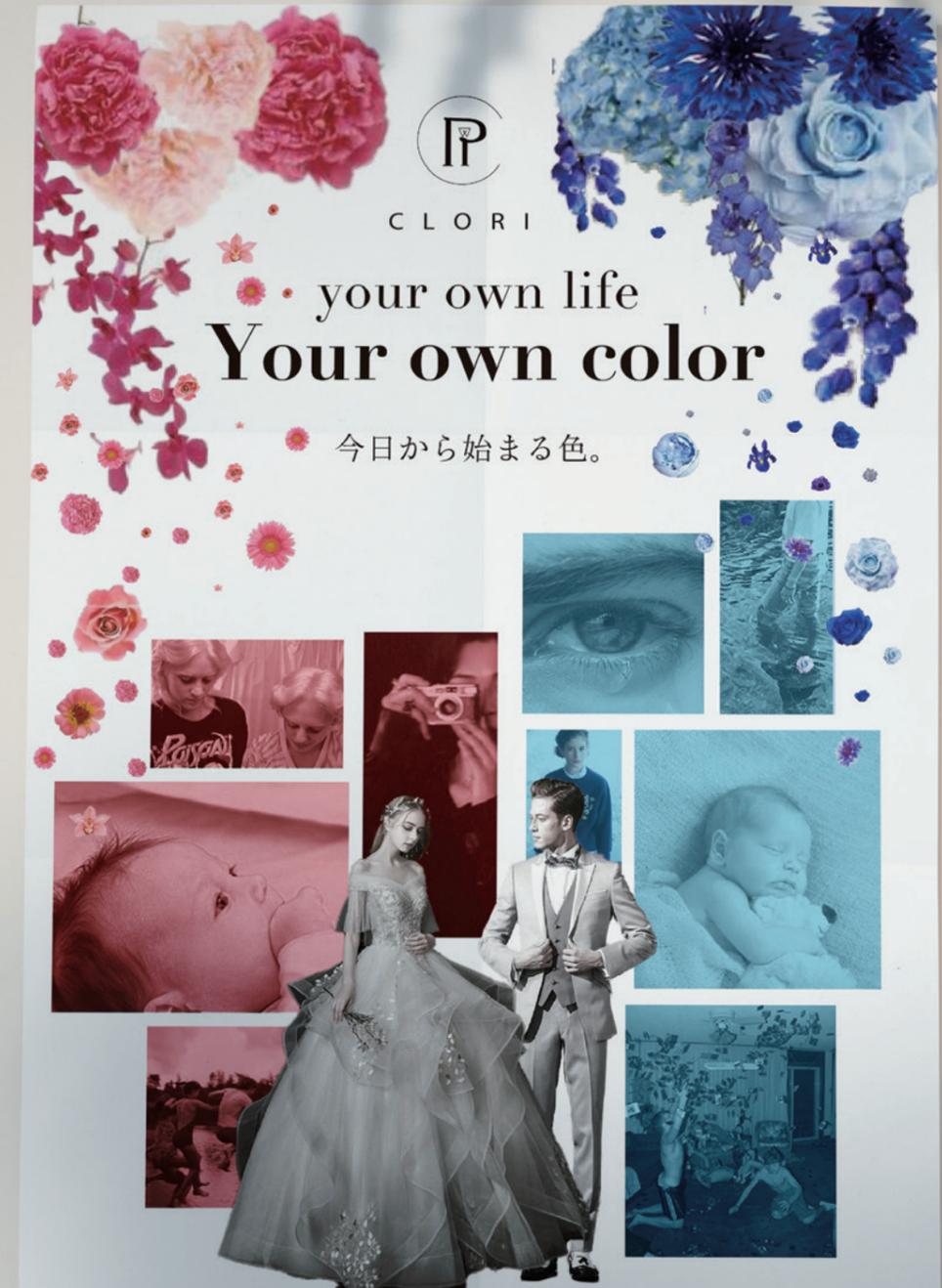
招待状

二人を花で表現するため、花を生かすために
シンプルに仕上げました。



広告ポスター展開

わかりやすいように二色展開のポスターに仕上げました。



07

イラストレーション



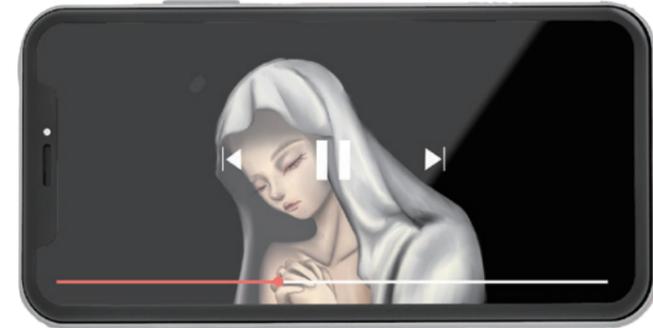
特殊な世界観が海外で評価され
絵の依頼をいただいています。

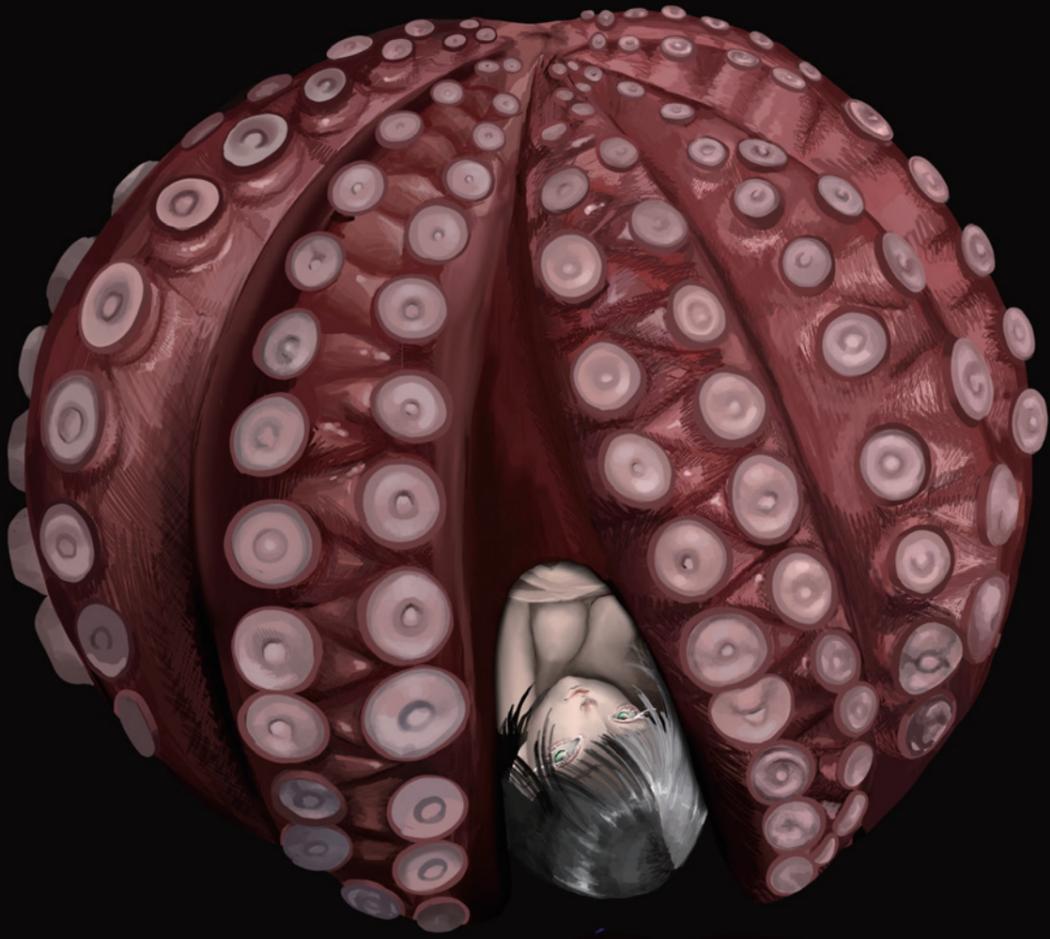


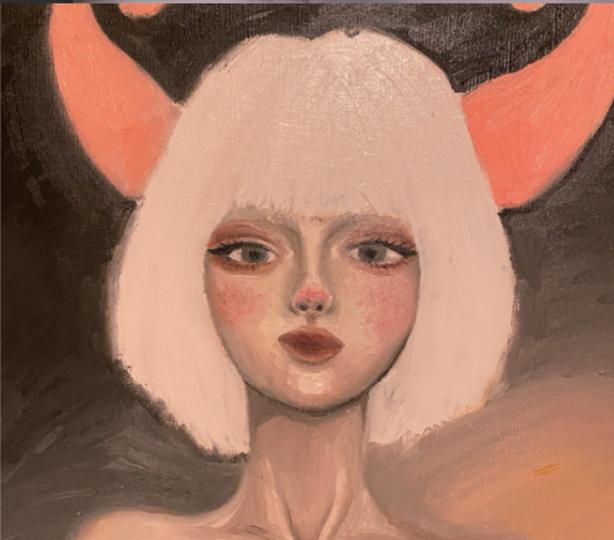
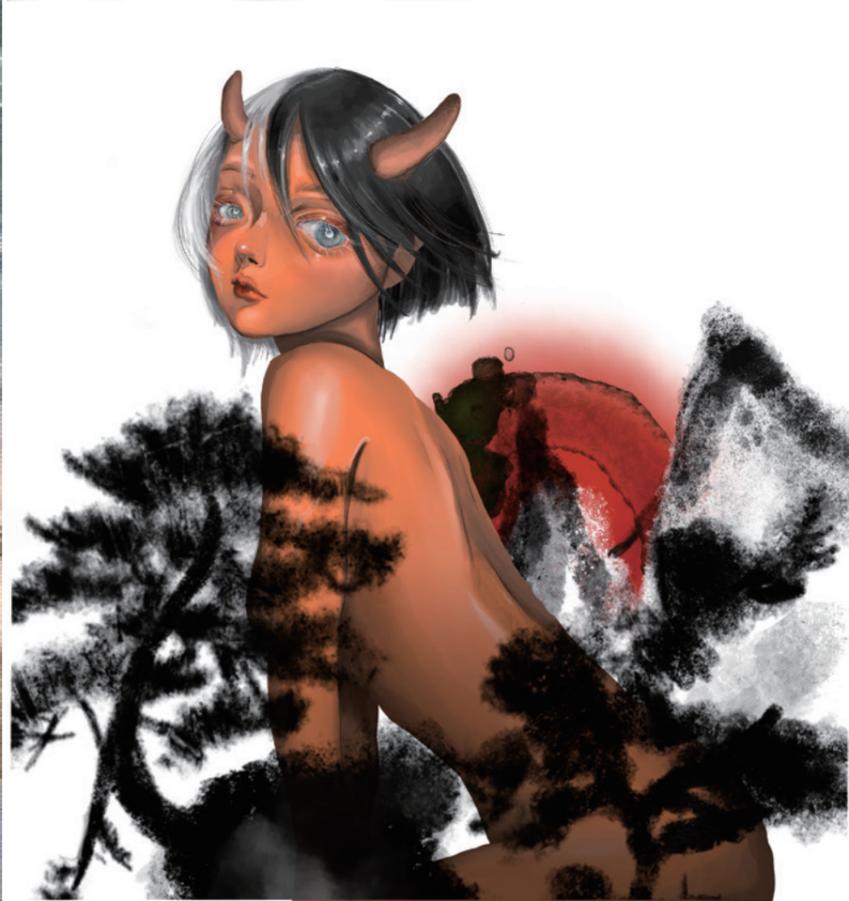


HIS GREED

依賴作品







最後まで御覧いただき、
ありがとうございました。

私は、これからも挑戦する心を忘れず、
デザインに携わっていきたいです。

Thank you