



**PORT
FOLIO**

PROFILE



Short Hair

大学入学を機にロングからバツサリとイメージチェンジ。

名古屋デザイナー学院
ビジュアルデザイン学科
グラフィックデザイン専攻
広告デザインコース

青木 優芽

AokiYume

「優しい子に育つように」という意味の名前。
よく「夢ちゃん」と呼ばれています。

主なソフト



Illustrator



Photoshop



Procreate

Premiere ProとAfter Effectsは
授業で基本操作を学びました。

専門学校に入学するまではMacさえ触ったことがなく、
スクロールやキーボードのことすら分からないところから
のスタートでした…



宝塚への愛

中学生の頃から熱心な宝塚歌劇のファンで、今年
でファン歴10年目になります。非現実を味わえ
る華やかさと夢夢しさが大好きです。それとは対
局的に、お芝居を通して感じられる人間の業など
はぞくぞくとするほどリアルで、生の舞台の凄み
を感じます。最近はお芝居の考察をメモに書き連ね
るのが観劇後のルーティーンになっています。

Q なぜ大学卒業後にデザインを学んでいるの？

高校生の頃に「まちづくりに携わりたい」と思い、大学時代はまちづくりサークルに所属していました。そこでまちづくりに携わる職種の多様さを知り、逆に自分はどうすべきかわからなくなりました。その時のサークル顧問に勧められた本で、まちづくりにデザイン関係の人々が参加する事例を知り、「関わるのであれば昔から興味のあるデザイン領域でやってみよう」と思ったのが、進学を希望するきっかけになりました。

Q デザインのルーツは何？

原点は、自由帳で延々と遊べた小学生の頃。親にゲームを買ってもらえなかったので、自由帳に絵を描いたり、架空のお話の設定やキャラクター名を書いたりして楽しんでいました。中学の頃は、友達のリクエストをもらって絵を描いたり、詩を書いて国語の先生にコメントをもらったり。ビジュアルを作るだけではなく、文章や設定を考えることが好きなのは、子供の頃からでした。また、自分の作ったものに対してコメントがあることが喜びだったようです。

ソースのようなデザインでありたい。

味付けとして材料と材料を調和させたり、
主役の料理に彩りを添え注目を集めたり、
メインの装飾となることで料理のイメージ
を作ったり…。

そんなふうに、人と人や人ともものを繋いだり、
イメージを形作るようなデザインを目指しています

Client Work

保育の理念が ロゴ化された 職員Tシャツ

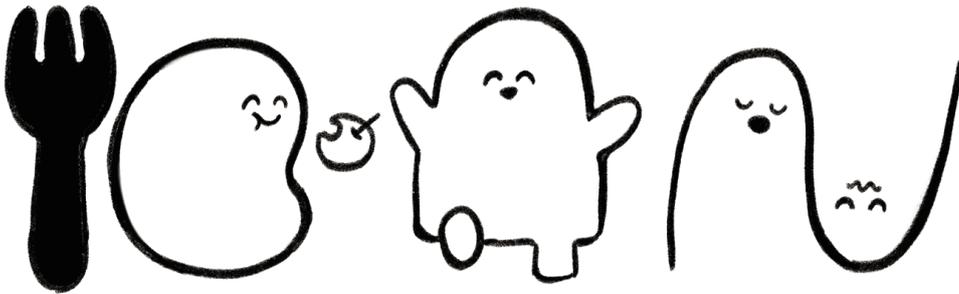
保育の本質ってなんだろう。

その答えは、「食べること、遊ぶこと、寝ること」
という、シンプルなものなのかもしれない。





Let's adjust 3 rhythm!



「柔らかさの中に、理念を込めて」

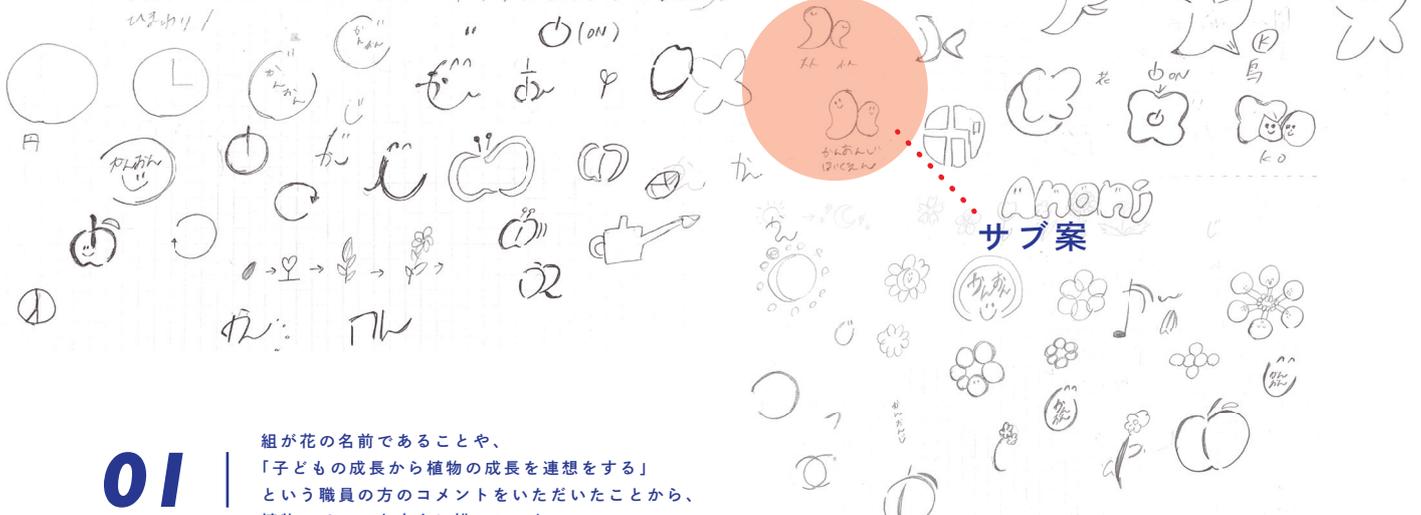
保育園という場所からイメージされる柔らかさやかわいらしさをベースにしつつ、理念の象徴のようなデザインを目指しました。「観音寺保育園」の頭文字「KAN」を「くう・あそぶ・ねる」という単語の略に見立てることで、「お子様の健やかな成長にはこれが大切で、それを体現できる場所が観音寺保育園である」というメッセージを込めさせていただきました。

Process

<観音寺Tシャツ>

作業 8:30-19:15 / 7:30-12:00

キーワード 朝の晩の / 赤いお花に似てるね / 1月/円 / 時計 / 笑顔 かんかんじ
 花 / 赤い花 / 種のお花 / 可能性の種 / かんかんじのじいさん
 果実(りんご、可能性の成長) 果ては / 林 / ちいちゃん / おんちゃん / ひまわり /



01

組が花の名前であることや、「子どもの成長から植物の成長を連想をする」という職員の方のコメントをいただいたことから、植物モチーフを中心に描いていた。

保育園に

- ・ 家や場所
- ・ 成長する場所
- ・ 育てる



K O J → かんかんじ
 O かんかん
 J かんかん

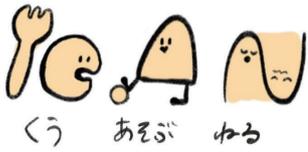


かんかんじ



02

うまく考えがまとまらなかったため、モチーフから入るのではなく、理念をビジュアル化する方向で検討し始める。「保育で大切なのは、食べる・寝る・遊ぶ」という職員の方の言葉を聞き、観音寺保育園の頭文字の K・A・N に当てはめられると気づいた。



くう あそぶ ねる

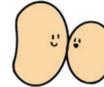
かん → KAN → くう あそぶ ねる

↳ K Δ N → IBAN

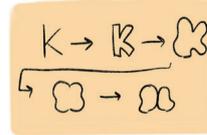
↳ IBAN



大人と子どもが
よびあっている



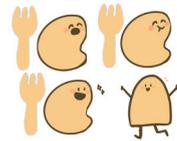
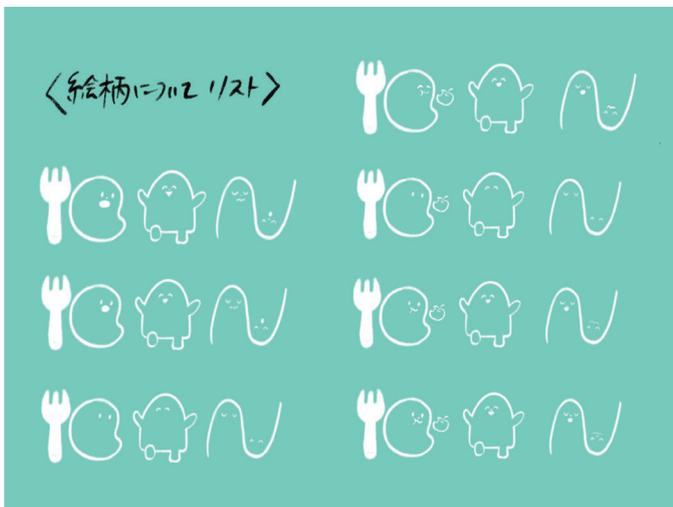
かんたんじ
ほいくえん



基本案 2 種ご提案

03

保育園の理念をビジュアル化したもので大まかなデザインを2案作り、ご提案しました。「くう・あそぶ・ねる」が採用されました。



絵柄のご提案

04

採用された絵柄を元に、ヒアリングを重ね、表情や絵のタッチを変えて複数案作成しました。



ノーマル文字



文字なし



アーチ文字



生地色と文字のご提案

05

他にもさまざまな生地色でデザインを展開し、職員の方の投票によって生地色を決定しました。また、文字のありなしもご提案しました。





Comment

観音寺保育園様より感想をいただきました！

Tシャツのデザインをしていただき
ありがとうございました。ステキに仕
上げていただき職員一同大喜びです。

チーム観音寺のキラリを際立たせて
くれるTシャツですね。



学校の課題以外で、依頼を受けてデザインをさせてい
ただく初めての経験でした。いただいたご意見を具現
化する難しさと、実現した際の喜んでいただける嬉し
さを学ばせていただきました。

「檸檬堂」デザイン

三十代から四十代の女性向けの架空ライフスタイルストア

檸檬堂

暮らしを彩る音がする。

2022
4.4 Mon
OPEN!

檸檬堂

Mon-Wed 10:00-18:30

Fri-Sun 10:00-19:30

000-2525-3333



2021.1.11-1.24

おすすめ商品



れもまよ

レモンマヨネーズ風味のふりかけ



アロママスクシール

レモンアロマでマスクに貼るとリフレッシュできる

檸檬堂とは

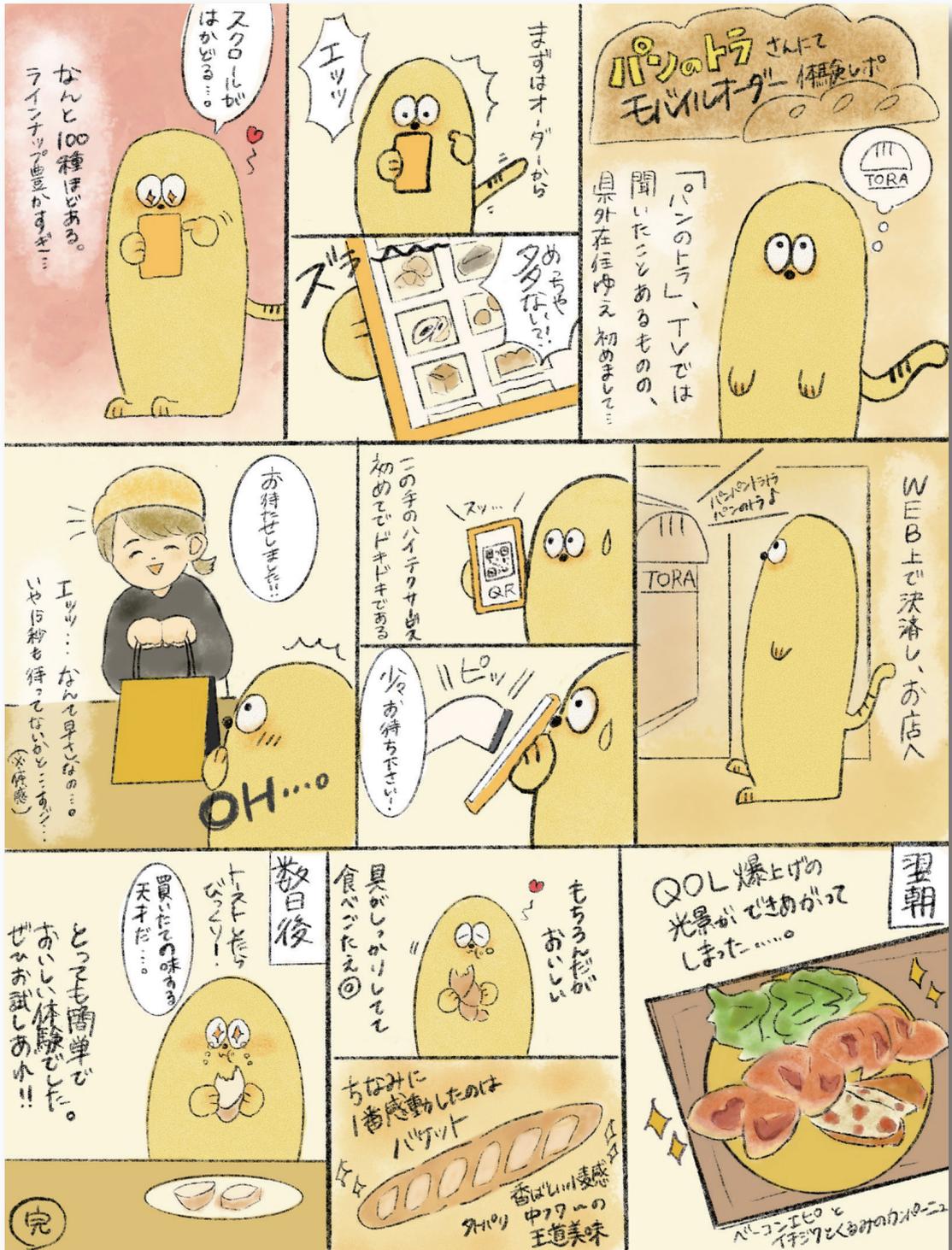
素朴さと上質さが売りの、架空のライフスタイルストア。

全ての商品がレモンを主役に行っていることが特徴。

契約農家から仕入れたレモンを使用するなど、

体に優しく地産地消な商品が多数揃う。

「パンのトラ」新サービス
「モバイルオーダー」コマ漫画

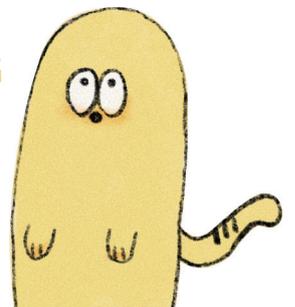


愛知県のパン屋「パンのトラ」さん。スムーズにパンを決済、引き取りできる「モバイルオーダー」を開始するにあたり、コマ漫画を描かせていただいた。



2021.11.10-12.3

学内コンペで
最優秀賞に
選ばれました!



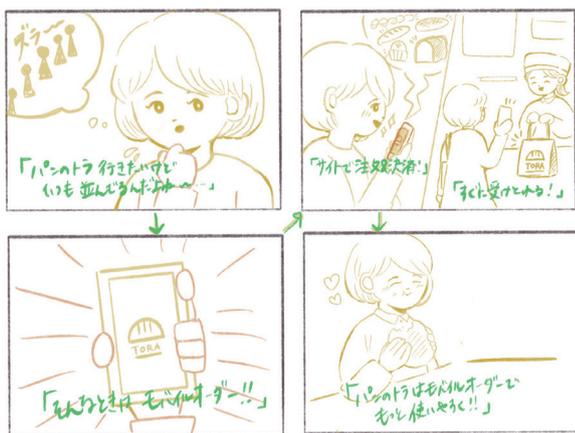
ターゲット

- ・「パンのトラ」の既存ユーザー
- ・愛知県の Twitter ユーザー

ねらい

- ・ Twitter 映えるように、ユーモアを重視
- ・細かいツボなど「ユーザー目線」で親近感

メイキング



※4枚の画像です

サービス内容を伝えるだけで
インパクトに欠ける…再考。



@pannotora_PR

パンのトラさんの公式ツイッターにて
ご紹介いただきました！

さつまいもスイーツの
イベントポスター

さつまいもで、おうちの時間。



10/15 Fri - 1/31 Mon

対象店舗

三河屋製菓/御津三河屋製菓/米の専門店の
だや八幡店/さんぼ遠/ティファミス専門店ブティ
ラ/ショコラガーデン/ガトーラヴィ
/aconabakery/パティスリーラ・ネージュ/こと
こと/PATISSERIE LA MAISON

応募方法

- 1 豊川市観光協会事務局・豊川市観光業
内所、参加店などで母子を入力
- OR
お記2次先コードを読み込んで、
空メールを送信し期間登録
- 2 イベントページを集めたら、名前・住所等
を記入
- 3 WEB上or豊川市観光協会事務局or豊川
市観光業内所にて応募完了!

とよかわ
千両さつまいも
スタンプラリー

主催：豊川市観光協会 (TEL 0593-89-2209)



2021.11.19-11.29



ターゲット

豊川市周辺在住のファミリー層

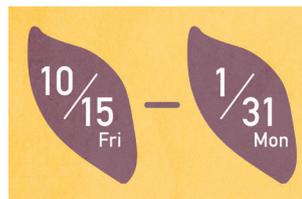
(映えスイーツ<素朴スイーツだから)

- ・スイーツが主役になるようにする
- ・期間が長く、キャンペーン要素が強いので、イベント中の様子はあえて描かない
=参加後のポジティブな未来を見せる
- ・さつまいもスイーツの素朴感を伝える

デザインのポイント



「イベントに参加すると、
こんなふうに食卓が彩られて、
家族団樂が楽しくなる」
というイメージ。



メインビジュアルが
さつまいもいもそのものでない分
他の要素で補う。
日付の部分をさつまいも型にしたり、
テーマカラーを温かい黄色にしたり。

百貨店で 繋ぎたい 想い。

Client

松坂屋名古屋店様

なんか、今しか言えない気がする。

退勤。そして、駅のホームへ。
笑い声と共に走り去るブレザーたち。
自分も、数年前はあの中にいた。
離れてみて初めて、思うこと。
学生服姿だったあの頃、尖っていた言葉。
ふと目を奪われたショーケースの海には、
カーネーションが身を寄せ合っていた。
その花が象徴する、今日という日だから。
…ということにしておきたい。
ホームに向かいかけた足を返す。
昔から、選ぶセンスは持ち合わせていない。
「…ももし、母さん。」



Matsuzakaya

松坂屋・名古屋店

電話(052)251-1111

Award

AdachiDesignAward2021 最終選考通過

松坂屋名古屋店様が選ぶ30人選抜入賞



!!

松坂屋名古屋店南館にて
展示していただきました

Point

「情景を想像して追体験できるような広告に」

「百貨店の見えていない魅力を掘り起こす」というコンペの趣旨を、「普段あまり百貨店を利用しないであろう20代前半層が、来たいと思う方法を考える」と解釈しました。そこで、見た時に「自分ではなく親のためのギフトを買いに百貨店に来る」という選択肢を持ってもらえるよう、情感たっぷりの広告を作りました。「百貨店は想いを繋ぐ場所と思ってもらえるように」というクライアント様の声にもマッチするのではないかと思います。

ハロウィンの
イベントポスター



こんなおかし
つくれるよ!

ハロウィンの
魔女の
お菓子屋さん

10/31日

時間 14:00-16:00
会場 ABC クッキングスタジオ
(名鉄百貨店メンズ館6階)
料金 500円

お問い合わせ TEL 201-221-9296 MAIL 201-221-J296
主催 /ABC クッキングスタジオ



2021.10.18-11.7

ターゲット

小学校低学年の子どもとその保護者

どんなイベント？

おばけに扮した子どもたちがハロウィンスイーツを作り、
保護者にプレゼントするという「逆ハロウィン」イベント。

1



情報をとりあえず下にまとめているだけ

2



柄で楽しさを演出

情報をイラストの中にまとめることで、
違和感なく馴染ませた



革命後のロシア。詐欺師のデミトリは、相棒のヴラドとある計画を思いつく。それは、行方知れずの「皇女アナスタシア」をでっちあげてパリに行き、皇太后から報奨金をもらうというものだった。そんな2人の元に現れたのは、アナスタシアに瓜二つの少女、アーニャ。彼女は記憶喪失で、「誰かがパリで待っている」というおぼろな予感を頼りに生きていた。最初はアーニャを「女優」として利用するはずだったデミトリだが、段々と彼女に特別な感情を抱き始める…。

アナスタシアとアーニャは同一人物か?デミトリが最後に選択した答えは?「ホーム、ラブ、ファミリー」のかけがえなさを温かく描くミュージカル。

『アナスタシア』の サントラCDデザイン

ターゲット

『アナスタシア』を見たことがある人

シンプルな他のサントラ CD と
どのように差別化するのか？

- ・キーアイテム・場面を散りばめ、観劇時のワクワク感を思い出してもらう
- ・装飾を複雑にする

デザインのポイント



冒頭のシーン
アナスタシアと
皇太后マリア

アーニヤの記憶に
強く影響する
オルゴール

アーニヤが2幕で
過ごすパリの名所
エッフェル塔

同一人物？
アーニヤとアナスタシア





We'll start
Delivery Service!

おうち時間が多い今だからこそ、私たちにできること。
あなたの健康を、安心・安全にサポートします。

サカエ商店

宅配サービス告知ポスター
オーガニックスーパーの



2021.8.5-8.10

ターゲット

スーパーの既存客

サービスの良さを伝えるには
どうしたら良いか？

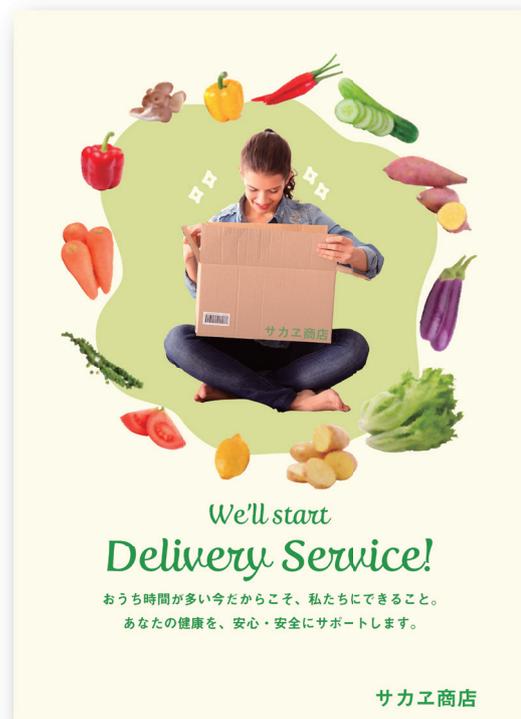
サービスを利用した際の「便利で嬉しい」という
表情をしたユーザーをメインビジュアルにする

Before



野菜が届くことのみを表現していた

After



- ・嬉しそうなユーザーの表情をメインに
- ・野菜は小さく、その分テーマカラーの緑で表現

架空の映画ポスター



Ps

2022.1.24-1.31

ねらい

- ・世界が歪んでいく様子を渦巻きや薄暗さで表現
- ・作品の不気味な雰囲気や、違和感のある組み合わせで醸す

かつて死傷者を出した「ブルーツリー病院事件」、その原因である薬品「オプナリウム」。背後にあった政府関係者のスキャンダルが次々明るみになるなど、多くの衝撃を世間に与えた。しかし事件から10年の年月が過ぎ、人々の関心は薄れていた。当時の担当記者が、突如行方不明になるまでは…。

「私は、海の使者。あなた方が葬った過去よ」

怪しく微笑む謎の女性の正体とは。

真実を知るとき、あなたはきっと戦慄する。

オプナリウムの 残照

知覧茶ロボポスター



Ai

2021.9.20-9.30



知覧茶

鹿児島県南九州市で生産されているブランド緑茶。

さまざまな茶葉の品種があることが特徴で、
ブレンドによって味わいが変わるのが特徴。

ねらい

- ・知覧茶を親しみを持って知ってもらう
- ・良さである「茶葉の多さ」をキャラクターで表す

ラフ

茶葉の特徴をもとに、
優しい顔、渋い顔など
顔立ちを考えた。

やぶきた



アスタロッド



ゆふぽろ



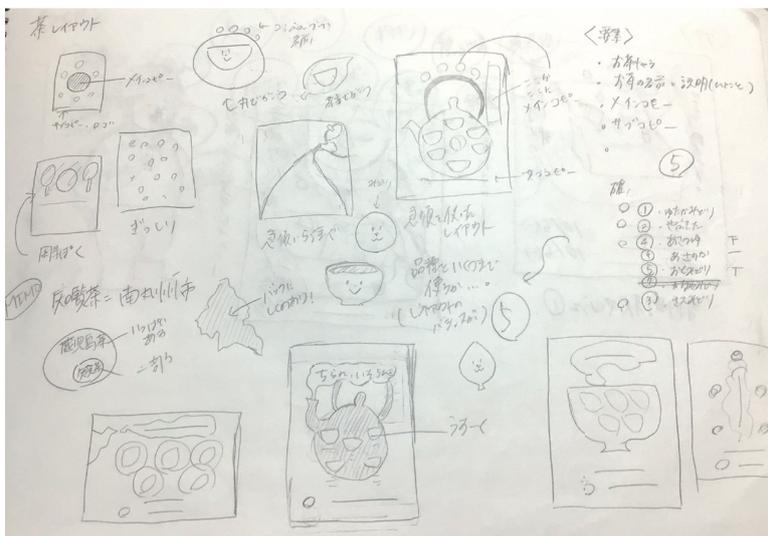
あさくゆ



あまの



あまの



キャラクターがうまく収まる配置を
試行錯誤した結果、キャラクター数を
5つに絞って見ることにした。

ドリンクカレンダー

7
14
21
28
29
30
31

1
2
3
4
5
6

7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27



3

Honey Latte

2
9
16
23
30
31

3
10
17
24
25
26
27
28
29

4
11
18
25
26
27
28
29

5
12
19
26
27
28
29

6
13
20
27
28
29

7
14
21
28
29

8
15
22
29

1
8
15
22
29

Melion Soda

5



6
13
20
27

7
14
21
28

8
15
22
29

9
16
23
30

1
2
3
4
5

6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26

Ice Coffee

6



Tapioka

7



1
8
15
22
29
30
31

2
9
16
23
30

3
10
17
24
31

Pumpkin Caramel

10



3
10
17
24
31

4
11
18
25

5
12
19
26
27

6
13
20
27
28

7
14
21
28
29

8
15
22
29

9
16
23
30

1
8
15
22
29

2
9
16
23
30

Grape Shake

9



5
12
19
26
27

6
13
20
27
28

7
14
21
28
29

8
15
22
29

1
8
15
22
29

2
9
16
23
30

3
10
17
24
31

4
11
18
25



 スゴル食品



これからもずっと、変わらないおいしさ。



ビッグカツの雑誌広告



2021.1.14-1.28

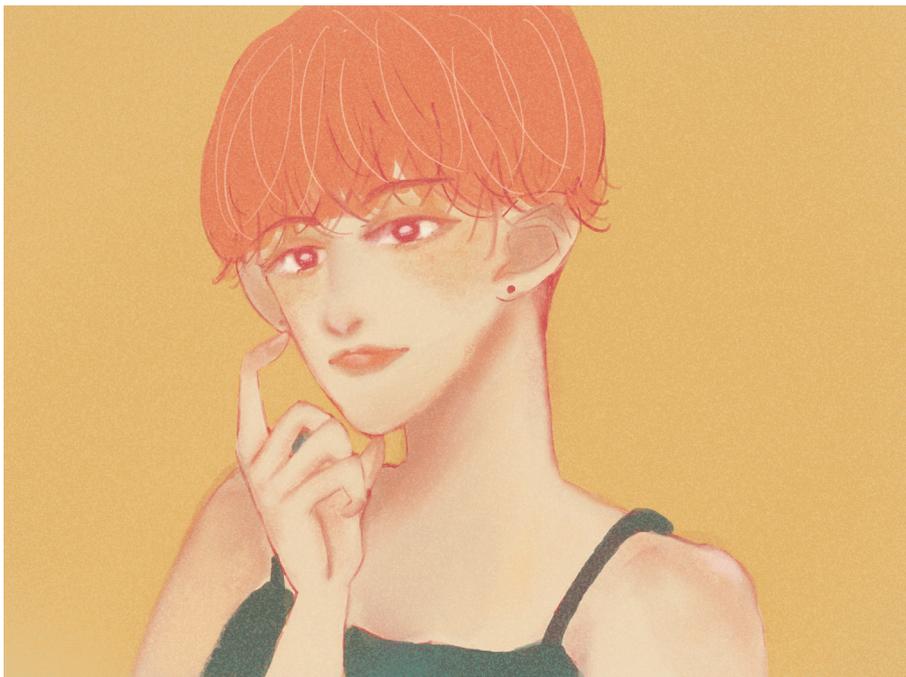


趣味のイラスト



2021年







***Thank you
for
tasting!!***