

Kitai Sakura portfolio



あれも、これも、それも

あのお店の看板、面白そうと手に取った本の表紙、
テレビに出るテロップ、大好きなアーティストの CD やグッズ、
少しうざったいなと思いながらも YouTube に流れてくる広告。
それらは普段自分が何気なく目にしているもの。
その全てがデザインだと知った時、とてもワクワクして
この秘密を誰かに教えたくなったのを今でも覚えている。
デザインが異なるだけで、可愛かったり、かっこよかったりする。
その商品が売れたり、売れなかったりもする。
表情が違えば、伝わるものも違うのだと知った。
そんなデザインの可能性に惹かれて、私はこの世界にやってきた。



デザインを通して 初めて感じたもの

わたしの地元にある商店街。
かつては活気あふれた場所であったが
時代の流れとともにお店や人は減って行き、
いくつかのお店が残るだけとなってしまった。

そんな状況を変えようと組合の方達は立ち上がり
当時高校生だった私たちにこう言った。。

「本当はこの商店街を活性化させて、
もっと若い人達にも訪れてほしいんだ。
あなたたちの意見を聞かせてくれないか。」

私たちが掲げた商店街の目指すゴールは
「親しみがあり、お年寄りだけでなく若者も集まり賑わう商店街」

達成のためにはどんなことが必要なのか
班ごとに考えをまとめ、発表していく。

更新されていないパンフレットを一新 NEW パンフレットを提案

私たちが目をつけたのは、情報が古くなっていたパンフレット。
実際に現地を訪れ、取材や調査・撮影を行い一からデザインを行った。
デザインに関する知識はないに等しく、パソコンも使用できなかったため
スマホのアプリひとつで制作をした。

現状

マップが更新されていない / 若者に届いていない
/HP のマップが機能していない

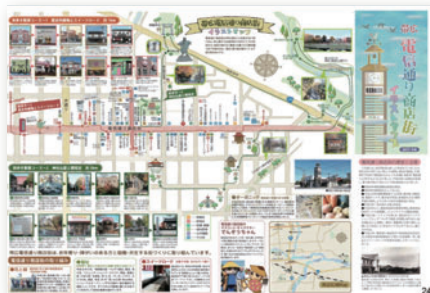
目標

若者の目に留まり、興味を持ってもらえるような
マップを作成し、今後も更新していけるようにする

解決策

- ①新デザインで若者の求める情報を PICK UP
- ②未来に続くマップにする

目標



既存のパンフレット

情報が多く読みにくいと感じる。本当に訪れようとしている人にしか届かず、特に若者には響きにくいと感じた。そこでターゲットを若者に絞りデザインや情報を整理し直した。同時に SNS を活用した取り組みの提案も行った。



About me

わたしについて



北井 さくら

KITAI SAKURA

2003年12月17日生まれ
北海道出身

大阪デザイナー専門学校
グラフィックデザイン学科

Adobe Illustrator / Adobe Photoshop



@kitai_design

資格／検定

色彩検定 2級 3級

珠算検定 準4段

暗算検定 7段

性格

真面目

探求心がつよい

笑いのツボが人とずれる

マイブーム

洋楽の歌詞を覚える
デザインの書籍に手を出す

趣味

洋画鑑賞

一番好きな映画はなに?という質問には答えられないタイプ。ただ、その人に合いそうな作品やそれぞれの状況に合った作品を教えることはできる。出会えていなかったらきっと今の自分は無いというほど、映画は私に大きな影響を与えた。

2022

北海道立帯広三条高等学校 卒業

コロナ禍の1年間、加工や編集を趣味で取り組んでいた。そのスキルを活かし、三年次はチラシやレポートなど多くの人の手に届くようなデザインにも挑戦。



LINE スタンプ



学校説明会チラシ



卒業レポート

大阪デザイナー専門学校 入学

1年生時は授業時間外の活用を重要視。コンペには計7個応募し、秋頃に参加した大阪府警察の啓発ポスター募集では優秀賞を受賞。他にも友人からサークル勧誘ポスターや学校資料の表紙などの依頼も受ける。普段から雑誌の装飾やフォントを見たり、街中にあるロゴなど日常にあるデザインを意識的に眺めるように。この辺りで、なんとなく自分の雰囲気やテイストが確立されてくる。

2023

LIVE DESIGN SCHOOL への参加

地域を拠点に活躍するデザイナー達が立ち上げたデザインの学校。まさに自分が将来やりたいことで、最前線で活躍する方々のお話を聞かせていただいたり、デザインに限らず様々な人と繋がることのできるこんな素敵な機会は滅多に無いと参加を決意。たまたま自分がフォローしていた方の繋がりで知った。これも何かの縁かもしれない。

最近気になる

デザインとデザイナーさんとイラストレーターさん

○ 新村 則人 Norito Shinmura

無印良品 キャンプ場「板目」「年輪」「段ボール」

表現方法やテイストが全く違うのに、どれを見ても無印良品というブランドのイメージが絶対にあるというのが不思議。

○ ネクタイ Necktie

北海道を拠点に活動する、イラストレーターユニット

地元にあるドーナツ屋さんのイラストを担当していた。このタッチと暖かさはネクタイさんにしか出せない。

○ ビート・マジヤリッチ Pete Majorich

2017年の1年間毎日、計366枚の映画ポスターをデザイン

映画好きにとって、彼の作品は見ているだけで楽しめる。彼特有の視点で捉えた映画のビジュアルが興味深い。

○ BAUM 資生堂

「樹木との共生」をテーマに掲げるスキンケアブランド

森という言葉がぴったり合うような。特に化粧水とボディコロンのパッケージが素敵で印象的。

2022年のこぼなし

パソコンが無くて、なんとかなる



学校説明会チラシ



卒業レポート

美術部に所属していたが、油絵のみでデザインについての知識はゼロ。もともと加工や編集することが好きだったため、友人の誕生日にアルバムや提出するレポートもこだわって作っていた。そんな様子を見ていたある先生から学校説明会のチラシの制作やパンフレット制作の依頼をうけ、自分のデザインしたものが多くの人の手に渡るという大切な機会をいただいた。

2018年のこぼなし

気がついてよかったこと

中学校の卒業式。しばらく会えなくなるであろうクラスメイト全32人全員に感謝の手紙を書いて渡したことがある。多く人で便箋5枚くらい、びっしりと。高校の卒業式には黒板アートと、ムービーをクラスにサプライズでプレゼントした。気がつけば、発案から企画・取材・編集のほとんどをこなしていた。

もともと幼稚園教諭を目指していた。中学生の時に職業体験があり、丸二日間先生になってみたら想像を遥かに超えるハードさに直面。子供は好きだけどお手上げでした。

2018年のこぼなし

うまく言えない感謝は形で伝えるのがモットー



2022年のこぼなし

やって損はなさそうなことはやっておく精神



1年時は授業時間外の活用を重要視していた。コンペには計7個応募し、大阪府警察の啓発ポスターでは優秀賞を受賞。他にも友人からサークル勧誘ポスターや学校資料の表紙などの依頼も並行して受ける。この辺りで、なんとなく自分の雰囲気やテイストが確立されてくる。

2023年のこぼなし

広がる輪、縮まる距離

全員が初対面で二泊三日に望むという、私にとって前代未聞の挑戦。年齢も住む場所も職業も考えていることも。全部違うはずなのに、同じ「地域」という土台にいるだけでも物事もどンドン繋がってゆく…。凄まじい量のインプットをお土産に、これから何かおもしろいことが始まりそうでワクワクしていた帰り道。

2023年のこぼなし

フットワークは軽く

最近の自分はフットワークが軽い(と思う)。何かおもしろそうだとか、見てみたいと思ったものには躊躇せず踏み込む。もちろん「ものを買う」ために行くこともあるが、「人に会いに行く」ことが目的でも良いのでは無いと思う。そこでしか出会えない人やもの、景色…「あの元気がな」「会いたいな」そんな気持ちで訪れる場所は、きっと自分にとって大切な場所になっているのだと思う。

LIVE DESIGN SCHOOL 一期生



2023年から始まった、地域×デザインの学校。狭義のデザイン(意匠、見た目)よりも、これからの地域や広義のデザイン(計画、仕組み)に関心のある人たちが集まり、地域で活躍するトップデザイナーらによる講義やイベント、フィールドワーク等を通して生きるデザインとは何なのかを考えていく。

具体的な取り組み

リードデザイナーによるレクチャー/現地フィールドワーク/プロジェクトの提案・参加/アクションシェア/インターン など



学芸出版社

おもしろい地域には、おもしろいデザイナーがいる

【編著】新山直広・坂本大祐

【著】小林 新也 / 迫 一成 / 古庄 悠泰 / 稲波 伸行 / 福田 まや / 吉田 勝信 / 佐藤 哲也 / 長谷川 和俊 / 羽田 純 / 吉野 敏充 他



自分を案内する

01 わたしガイド



出会いをコンセプトにした、 あなたに伝えるわたしのガイドブック

人間が一生のうちに会おう人の数を知っているだろうか？一説には約 3 万人だと言われている。この数字を聞いて多いと感じるのか、それとも少ないと感じるのか…私は後者であった。もっと一つひとつの出会いを大切にすべきで、この事実を知った多くの人には出会いに対する意識が変わるきっかけになるのではないかと思った。そんな出会いを大切にしようと思った私は自分についての案内をする (= ガイドブック) を制作した。

ガイドブック制作にあたって

ゴール

私について知る / 興味や親しみを持ってもらえる
/ SNS を交換するなど繋がりができる

ターゲット

同年代 (10~20 代) / 女性 / 本や雑誌を好む
/ 新たなつながりや出会いを探している

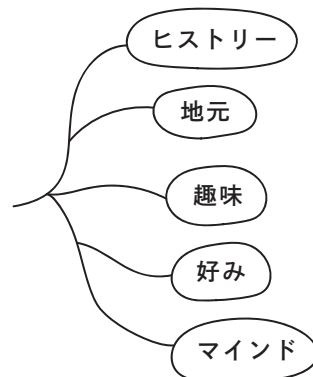
コンセプト

限られた出会いに対して消極的にならず一つひとつの出会いを大切にしてほしい。
なぜなら、出会いで生まれた「つながり」こそが人生を豊かにしていくから。
相手のことを知りたいと思うなら、まずは自分を知ってもらう必要があるのでは？
また自己紹介の場で渡したり話の話題になるような分かりやすく、
読んでいて飽きないもの。気軽な (= 固くない)。

各項目について

今回制作するにあたって、改めて自分を知り見つけ直す必要があった
自分が思う私と他人から見た私の違いにも注目したい

わたし



2003~自分の身に起こった出来事
自分の人生を変えたもの

生まれ育った町を改めて知る
今の自分を形成した環境

映画鑑賞・音楽・一人行動・旅行

時間・ことば・季節・お店

どんな性格? 価値観やこだわりは?

「19 年間のヒストリー」

「地元の紹介」

「映画のこと」「音楽のこと」「一人の時間」

「私についての 10 のこと」

「死ぬまでにやりたいことリスト」



項目
自己紹介 / 19年間の歴史 / 私についての10のこと / 地元の紹介 / 映画のこと / 音楽のこと / 一人の時間 / 死ぬまでにやりたいことリスト
全 22 ページ



知
っ
て
ほ
し
い
、
わ
た
し
の
こ
と
。

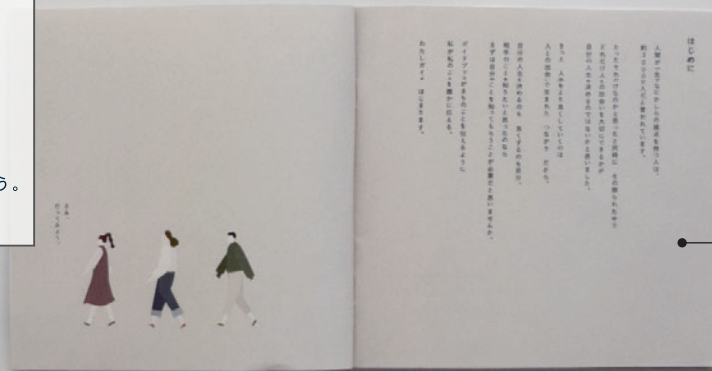


名前の通り、桜と本の組み合わせ
開いた本を横から見た状態になっている
ビジュアル全体で一輪の花が咲いている様に見せている

わたしについてのご案内。

あなたは私をどんな人間か知っているのだろうか
反対に、私はあなたのことをどれくらい知っているだろう。
相手のことを知ると同時に、自分を知ってもらうことは同じくらい大切なこと
お互いを知ることによって少し勇気があるけれど、今日は自分から話しかけてみよう。
その出会いで生まれる"つながり"こそが人生をより良くすると思うから…

語りかける上で読みやすいよう分量やフォントを調節
句読点や文字詰めに時間をかけ文章の細部までこだわった



実際に撮影したものを使用
固くならず、親近感を大切にしたいかったので
柔らかい印象を心がけた色味に

わたしについてのご案内。

あなたは私をどんな人間か知っているのだろうか
反対に、私はあなたのことをどれくらい知っているだろう。
相手のことを知ると同時に、自分を知ってもらうことは同じくらい大切なこと
お互いを知ることによって少し勇気があるけれど、今日は自分から話しかけてみよう。
その出会いで生まれる"つながり"こそが人生をより良くすると思うから…

わたしガイド

発行 桜出版
定価 ¥1,500(税別)
\ vol.01 /
積極的に配布中



B2 サイズ (515 × 725)

自分のことを伝えるガイドブック 2023

わたしガイド

発行 桜出版
オールカラー / 15ページ

\ vol.01 /

積極的に配布中

人は会うことで成長します。
 影響を受けてなにか新しいことをはじめてみたり、
 趣味ができたりいろいろな体験ができた。その反面、災難に見舞われたり
 嫌な思いをする人に会ってしまうことだってあります。
 ですがどんな困難にも、乗り越えられた先には必ず成長した自分が待っています。
 出会いがなければ成長できないと言っても過言ではありません。
 こうして一つひとつクリアしていくその過程も全て、出会いから生まれています。
 出会いに消極的な人とそうでない人とは人生の豊かさに違いが出てくるでしょう。

だから出会いは大切にすべきなのです。
 今日あなたはここへ来るまでに誰かと出会いましたか？
 それがあなたが会おう3万人のうちの1人だとすればどうでしょう。
 この出会いが自分の人生を変えるかもしれないなら
 そんな機会をもっと大切にしたいと思いませんか。
 会うことを恐れず楽しみ、限りある出会いのチャンスを無駄にはしないでほしい
 これが私の一番伝えたい想いです。

世界には70億人がいる中で、自分が一生に出会うであろう人はたったの3万人。
 その確率で私があなたと出会えていること、自分にとって大切な人と出会えていること
 これらは全て奇跡なのです。
 だから今日家に帰ったら家族や友人に教えてあげてほしい
 この出会いは奇跡だということを...

「出会いを大切に」



一生に出会う人の数

people you meet in life

人生で何かしらの接点を持つ人



× 30000

people you meet in life

学校や仕事で近い関係となる人



× 3000

people you meet in work and class

親しい会話ができる人



× 300

people you close relationship

友達と呼べる人



× 30

people you can call a friend

親友と呼べる人



people you can call a best friend

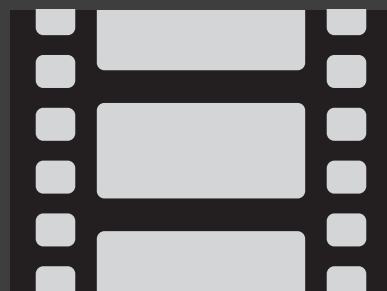
出会いというコンセプトを設定した理由について。これを読んだ人がこれからの生活
 の中で出会いに対して意識的になってもらえればという思いで文章を構成 (2)。

人が一生に出会うとされる人の数において有名な通説があり、自分に当てはめて考
 えてもらいたくパネルとして展示。イラストに落とし込むことでわかりやすく親し
 みやすい工夫をしている。



- ① ポスター
- ② コンセプトパネル
- ③ わたしガイド
- ④ ポートフォリオ
- ⑤ ご感想ノート
- ⑥ 名刺

2023年2月に大阪デザイナー専門学校で開かれた進級展における展示のようす。各自ブースの装飾は自由で、作品を際立たせる雰囲気を作り上げた。優秀作品に選ばれ現在も校内で展示されている。



それぞれの自分時間に寄り添う

02 ひとり映画専門店



コロナ禍によって 生まれた映画館。

2019年に日本で初めて感染者が出てから今も世界的に流行している新型コロナウイルス。コロナ禍と呼ばれた期間では大人数よりも少人数での行動が推奨され、単独で行動することに抵抗がなくなったという人が増加した。そもそも一人行動＝自分ひとりの時間であり、好きなことに時間を使えるというメリットがある。しかしその反面、周りの目を気にして一人では行きづらいと思う人や、イベントや学校の休校で会話や交流する機会も減ってしまった。そんな状況を逆手にとった新しいカタチの映画館が誕生する。

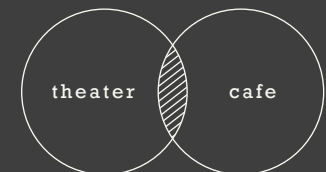
館内に設置する三つ折りパンフレット



meTime
CINEMA CAFE

それぞれの かたちに合わせて

一人映画は気楽に非日常感を味わえ、充実感や特別感に包まれる。しかし一人であるが故に上映後に映画の感想を誰にも話せないもどかしさがあった。そんな私自身の経験から映画を観た後に語り合え、コロナ禍で失われた会話や交流ができる場となるようなカフェを併設した。



店舗概要

ゴール

一人の時間を満足してもらう / 人と人を繋ぐ

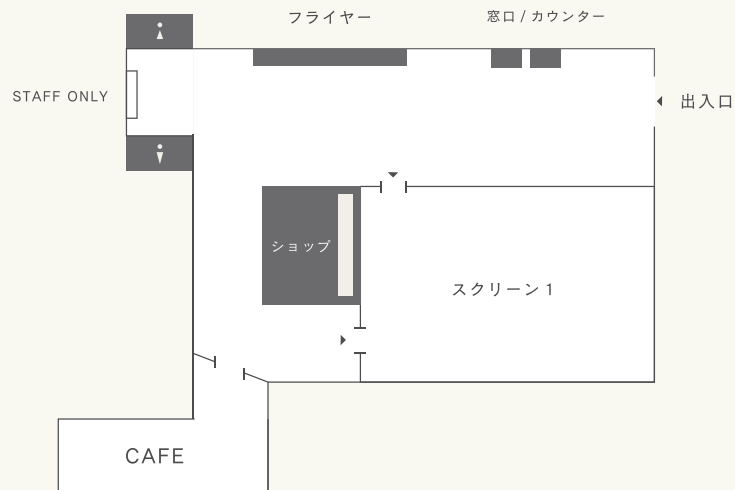
ターゲット

18歳以上の成人 / 女性 / 映画を好む
/ 一人行動に抵抗感 / いつもの日常に変化を求めている

コンセプト

コロナ禍になって「おうち時間」という言葉が流行ったように
一人で過ごす時間が増え、なかなか外に出る機会が減ってしまった。
感染リスクを抑えながらも、自分時間を特別なものにする手助けができるこの映画館。
会話する機会が減ってしまった今だからこそ、映画という共通の好きなもので人を繋ぐ場となる。

館内図



アクセス



大阪メトロ谷町線 東梅田駅 から約7分
JR大阪駅御堂筋口 から徒歩約15分

me time = 自分時間

限りある時間を砂時計を用いて表現。

時計に砂が落ち時間が

加算されていくようなデザインにし、

少しでも長く自分に時間を

使って行ってほしいという想いをこめている。



55×91mm

Shop Card

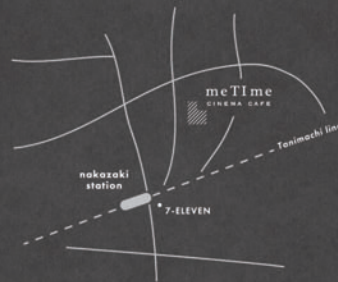
映画好きな人が手にとってしまうであろうフィルムをモチーフにしたショップカード。二つ折りして完成する面白さと色褪せたフィルムが透ける様子は大人心をくすぐる。誰かに渡したくなるようなちょっと特別なカード。



コロナ禍によって 生まれた、 新しいカタチの 映画館。

新型コロナウイルスによって行動が制限されたり
人と会う機会が減少したことで、一人になる時間は増えました。
ついに映画館も休館せざるを得ない状況となり
私たちは今必要とされている映画館像を考えました。
それは、大きくなくていい。一人でも多くの人が
安心して有意義な時間を過ごしてもらえる場だ、と。
meTime はそんなありそうでなかったものを実現し、
新しいカタチの映画館として誕生しました。

ACCESS



大阪メトロ谷町線 東梅田駅 から約7分
JR 大阪駅御堂筋口 から徒歩約15分

meTime
CINEMA CAFE

〒012-3456
大阪府北区中崎3丁目1-5
TEL. 000 0000 0000 FAX. 000 0000 0000

- 営業 9:00 から最終上演まで
一日3回の限定上映 (9:00~/14:00~/20:00~)
- 休業 不定休

HP:http://www.cinema_cafemeTime.jp

●18歳以上のお客様限定のご利用となっております(身分証明のご提示を求める場合がございます)●当館はお一人様専用の映画館です。お連れ様とのお茶場は別途ご確認ください

TAKE
FREE



meTime
CINEMA CAFE

料金のご案内

大人 (18歳以上)	1600円
シニア (65歳以上)	1500円

*年齢の確認できるものをお持ちください

その他サービス

	対象	料金
毎月1日 (ファーストデイ)	全てのお客様	1200円
毎週水曜 (シネマデイ)	全てのお客様	1400円
レイトショー	大人	1500円
	シニア	1400円

QRコード決済も使えます



●チケットのご購入について

上映日の三日前より劇場窓口で購入が可能になります。お支払いは劇場窓口のみとなります。
上映開始から15分が経過すると販売を終了させていただきます。
時間に余裕をもって、ご購入・ご来場くださいませ

鑑賞マナーのお願い



NO SOUNDS

携帯電話の電源を切るまたは
マナーモードへの設定をお願いいたします



NO SMOKING

劇場内は禁煙となっております



NO BRING

当館で販売している以外の
飲食物の持ち込みはご遠慮ください



NO PHOTOGRAPH

上映中の写真撮影および動画撮影は禁止です

全てのお客様が安心して過ごせるようマナーへの配慮をお願いいたします

フードメニューのご案内

ポップコーンドリンクセット M

¥710

ポップコーンドリンクセット S

¥590

選べるサイドメニューードリンクセット

¥600

チュリトス



¥300

ソフトドリンク

- コカ・コーラ
- ファンタグレープ
- スプライト
- Qoo オレンジ
- Qoo 白ぶどう
- ジンジャーエール
- アイスティー ストロー/ミルク/レモン
- 烏龍茶

¥300 ¥330 ¥360

サイドメニュー

- ホットドック ¥360
- フライドポテト ¥280
- チキンボックス ¥320



カフェドリンク

- コーヒー
- カフェラテ
- ココア

¥350 ¥450

メニューは予告なく変更する場合がございます。ご了承くださいませ。

新型コロナウイルスに対する取り組み

「映画館における新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドライン」に基づき、劇場内での新型コロナウイルス感染拡大予防対策をしております。ご理解・ご協力をお願いいたします。

- 1 咳エチケットにご協力をお願いいたします
- 2 発熱や咳などの症状がある場合にはご来場をお控えください
- 3 館内は定期的な換気・消毒を実施しております
消毒用アルコールも各所に設置しておりますのでご利用ください

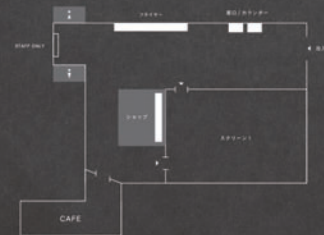
併設しているカフェについて

一人映画は、映画に集中できるし、自分の好きな時間や空いている時間に
見に行くことができ気楽に楽しめるのが魅力。

その反面、見た映画の感想を語りあう人がいなくて
モヤモヤしたり悲しい思いをしたことはありませんか？
私たちはそんなニーズに応えるべく、
一人の時間と共有する時間を設けています。

そこで出会った人と語り合ってもよし
コーヒーを飲みながら一人で余韻に浸るもよし
過ごし方は人それぞれ。

あなたの自分時間を特別にするお手伝いをさせていただきます。



OPEN

Monday - Saturday

9:00 - 24:00

Sunday

10:30 - 24:00

03 地産地消

Poster Design

Illustrator / Photoshop

地元の食材を、 地元で食べる。

食材を安全で美味しく食べることができるのは
誰のおかげなのだろう。

食に対して疑問を持つことや、
道産食材を買って食べることも

それは全て地産地消なのです。

顔は見えなくても
私たち消費者と農業者は常に繋がっています。

道産食材を食べて、笑顔をつないでいきませんか。



地産地消ってなに？

地域生産・地域消費の略語で、
地域で生産された様々な生産物や資源をその地域で消費すること

例 | 直売所やマルシェでの販売、
地場レストラン・学校・高齢者施設・病院などの給食への提供

メリット

商品を生み出すための企画力や発想力、宣伝力が必要
直売所に農産物を搬入するのが農家自身である
生産者と消費者のお互いの顔が見える
その町・地域の取り組みのアピールになる

デメリット

大量生産ができない
売上げが安定しない

ターゲット

女性 / 主婦 / 道内在住 / オーガニック
/ 地域とのつながりを大切にしている
/ 子供に安全で美味しいご飯を作りたい

コンセプト

安全で美味しい食材を求める消費者と、地元で育った食材は地元の人という生産者の相互関係が生まれる。生産者と消費者のつながりを改めて知ること地産地消への意識が高め、どちらもなければ成り立たないこの関係がさらに深まれば、町がより良くなっていくのではないかな。



駅構内や観光地でよく目にする
記念ハンコをイメージして制作。
ハンコの雰囲気が出るようザラ
ザラとした質感にしている。



北海道の食料自給率は 200% を超
えている。その色の豊かさや豊富
な色座員を表すために様々な料理
の乗ったワンプレートを描いた。



生産者と消費者をイラストにすることでより親しみを持ってもらう。

04 110番の日

🏆 優秀賞受賞

Poster Design

Illustrator / Photoshop

知っておこう、110番の日



自分のためにも、誰かのためにも

1月10日は 一年に一度しかやらない

でも 110番が必要になる時が
いつやってくるかはわからない

一人ひとりが安全に 身を守ることができて
安心して生活できる まちづくりへ



大阪府警察

1月10日は110番の日

あなたは110番の日を知っていますか？110番通報の適切な利用を呼びかけるための昭和61年に警視庁が定めた日です。
本来緊急通報であるはずの110番ですが、要望や相談、苦情に加えいたずら電話等の割合はなんと全体の約37%を占めているのです。

ターゲット

20~30代 / 駅で待ち合わせをしている

コンセプト

110番の適切な利用を単純に呼びかけても現状は変わらない。
インパクトがあって目に飛び込んでくるようなビジュアルが必要。
駅に掲示されることを想定し、駅で人を待っている時間に端的に伝えることを目標とした。

メインビジュアル



- ・ カレンダーを用いることで視覚的に捉えやすく工夫
- ・ 卓上カレンダーや年カレンダーよりも瞬時に理解しやすい日めくりカレンダーを採用

ピクトグラムでの表現



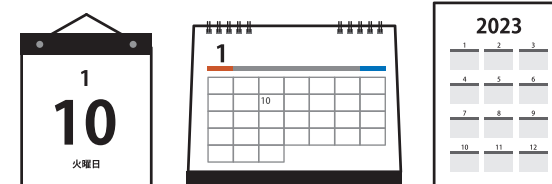
いたずら・間違い
電話の防止



#9110

警察相談専用電話
#9110ダイヤル

他案



平和や誠実を表すカラー

C 68 % M 20 % Y 5 % K 0 %

08 新ブランドロゴ



あたら - もの

新ライフスタイルブランド 「あたら - もの」ロゴマーク募集

●ブランドコンセプト

そのままむなしくすたらせてしまうには惜しい、価値ある「もの」、「こと」、「人」。「日本」や「世界」のものづくりや習慣から学び、現代に取り入れていく。そして「使うものが生活にしっかりとフィットする」ような今の生活に寄り添ってくれるもの。伝統や習慣に「学び」「尊重」しながらも、新たな価値の商品を提供する新ブランド。

フィット

寄り添う

型にはまる
隣り合う

→ パズル



文字自体をデフォルメし、正方形に収まるよう組み合わせ
てデザイン。生活にフィットという言葉をもとにピース(図
形)が当てはまるパズルのようなイメージで制作している。





商品の魅力を引き出す

08 ポップデザイン



全体を黒でまとめ、高級感と統一感をプラスした商品それぞれに合う落ち着いたカラーを入れている。 全4種類

A4 (210×297)

魅力がより、伝わるように

以前アルホワイトをしていた店の、店前ショーケース内にあるポップデザインを担当。既存のポップデザインからは商品の美しさや品質の高さがあまり感じられず、魅力を伝え切れていない。実際に働いている身としてわかることを反映させながら、どんなデザインがお客様に受け取ってもらえるかを考えた。

before



分析

- ・写真がうまく利用されていない
- ・配色が店の雰囲気に適していない
- ・チープさが出てしまっている

リサーチ

他甘味処のメニュー表や商品の紹介がどのようになされているかを調査する。その上でつる家の雰囲気を残し、お客様に伝えたい情報を明確にしてからデザインに落とし込んでいく

制作

- ・高級感のあるフォントと配色に
- ・黒を基調にして落ち着いた印象
- ・商品ごとにカラーを設定する



必要とされている要素を考える

11 学院見学会のパンフレット表紙



ときどきの見学会をわくわくに

受験生をはじめとした高校生らに配る、学院見学会のパンフレット表紙の依頼を受けました。これを手取る人たちの状況は様々。絶対に入学すると強い意志を持つ子、興味はあるけれどまだ踏み切れず不安を感じている子、全く興味がないけどとりあえず来てみた子…きっとときどきしながらこのパンフレットを開くだろう。少しでもハードルを下げ、緊張を和らげてあげられるような優しいパンフレットデザインを心がけました。

2023

来校型

学院見学会

私が知りたい、看護のこと。

実際に講義をみて体験したり、先輩や先生方とお話できる機会です。迷っている方も気になっている方も、どなたでも大歓迎。まずはどんな学校なのか見に来てみませんか？

受験生の方

1・2年生の方

※1 7月22日 土
※2 7月29日 土

※3 10月28日 土

午前の部 10:00-11:30 / 午後の部 13:00-14:30



上野学園高等学校
市立高等看護学院

リサーチ

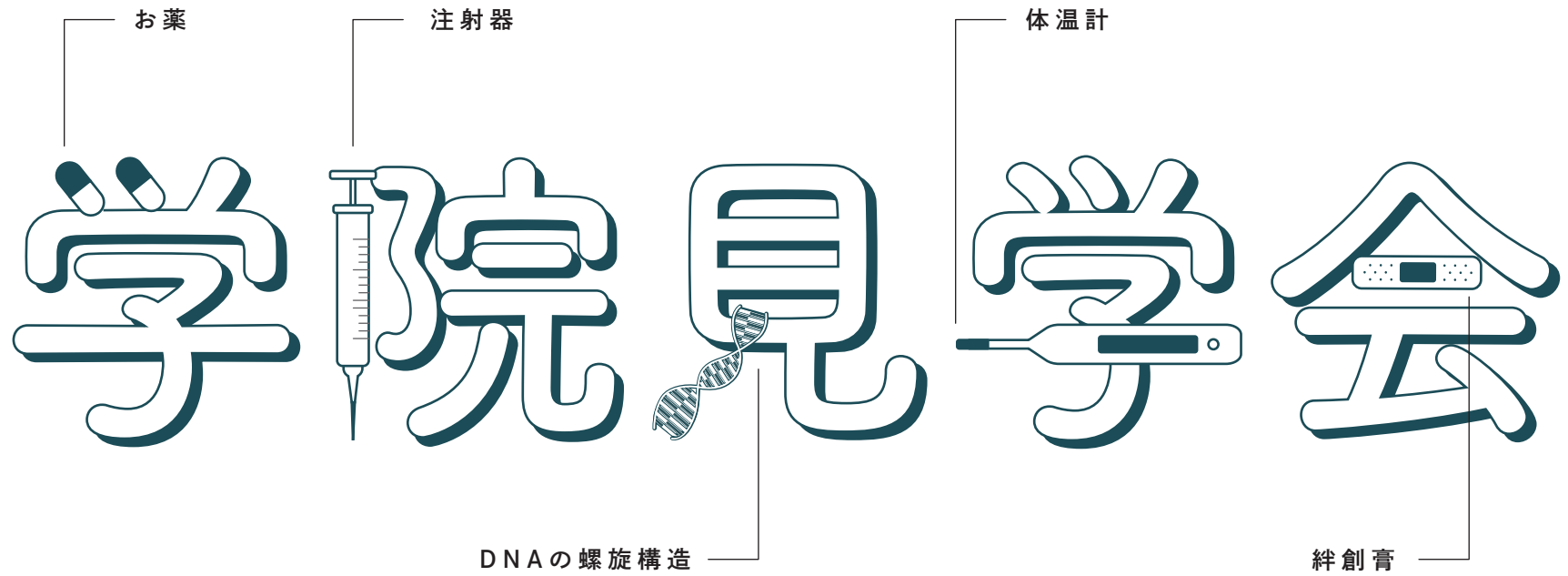
3年制 / 柔らかい / 優しい / 明るい / カラーはピンク / 他の看護学校と比べてサポートや環境が充実 / 市内の看護学校といえば一番初めて出てくる

ターゲット

高校生 / 女子 / 進路選択に不安を感じている / 他の看護学校と迷っている / 校内の雰囲気を知りたい

コンセプト

学院見学会というとなんだか堅苦しい。一番最初に目にするこのパンフレットが校風を決めると言っても過言ではない。第一印象が付く一番重要な部分を同アプローチすれば不安が軽減されるか？全体的に丸みを持たせ、文字に遊び心も入れつつ、しっかりとした色を入れることで全体をまとめる。いい印象を持ってもらえるように。



	C 5 %	M 30 %	Y 20 %	K 0 %
	C 80 %	M 40 %	Y 37 %	K 0 %
	C 90 %	M 65 %	Y 60 %	K 20 %

デザインで考えていること

これまで生きてきた中で、一番”考えること”をした一年だと感じる。

テスト勉強や受験勉強とはまた異なり、自分自身と向き合う時間。

自分はどんな思いを持って、どんなことに挑戦したいのか

普段どんなことを感じているのか。

疑問は尽きないし、答えが出るわけでもない。

だから、まずは文章におこしてみる。

様々な人に出会い、実際に目で見て、感じたことを言葉にしてみる。

それをみんなで共有して、また考える。

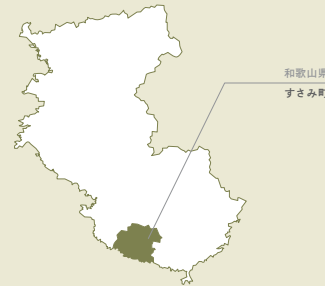
これをするだけで、ものの捉え方や見える幅が格段に変化した。

学校では学ぶことのできない部分を、多くの人と関わりを持ちながら

意欲的に活動をすることで得ているような気がする。



職人さんのお話を伺っている様子



1 すさみ町で備長炭の職人さんにお話を伺う

町内にこれからの働き手がないという状況の備長炭産業。話を伺う中で、目をキラキラさせて自分の作った備長炭について話す職人さんがとても印象的だった。「技術より思いの伝承」と。貴重な技術と産業は後世に受け継いでいく必要があると感じる。

2 空き家を見学 活用方法を探る

最近では古民家を改修して飲食店やカフェに再利用しているケースも多いが、土地によってその形は変化させなければならぬと感じた。空き家になってしまう要因も相続問題だけではなくことを知った。

3 ミーティングに同行

同席させていただき、自分も発言の機会をいただいた。商品に対して、現在どのようなニーズが存在していて、どんな形であればターゲットに一番思いが伝わるのかを考える。画像をすり合わせ、イメージの共有を細かく行っていたのが印象的。

インターンシップ

地域に触れる

和歌山県南部に位置し、海と山に囲まれ豊かな自然に恵まれるすさみ町。そんな中、職人さんの後継者不足や空き家問題など様々な課題に直面している。今回は京都からお二人を連れ、廃棄される魚の再利用について考えるべく町内を散策。実際に現場を見て感じることで、見えていなかった背景に気が付く。人と人の繋がりや制作においてプロセスの大切さを身をもって感じた、初めて地域というものに触れた瞬間。



すみかづきさん
合同会社シェアローカル



安居昭博さん
サーキュラーエコノミー



よしだ あすかさん
カモンカ食堂（京都）

目の前にしてみても

人が人をつなげて何かを生み出す、化学反応のようなものが見えた気がする。また、私たち消費者からは見えていない背景がこんなにも広がっているのだと痛感した。そしてその思いを知ってから見るものは全く価値が違って見える。また長い道のりは、後になって大切なプロセスだったと気づく。対話の中で逸れた話の中にヒントがあることもしばしば。プロセスをうまくデザインする力が必要だと感じた。



サポーター

KIITO:300 パーティー

子ども達はパーティプランナーで、パーティー本番にやってくるお客さんに対して「どうしたらお店に来てくれるだろう？楽しんでもらえるかな？」と一緒に考えていくプロジェクト。私たちはあくまでもサポートする立場であることを念頭に、子供達の思いや考えていることを引き出す助けをしていく。毎週金曜、本番二日間を1ヶ月かけて取り組んだ。



みんなで

夏を盛り上げるパーティをつくろう！

各チームに分かれて、

担当

みる

つくる

あそぶ

子どもたちが考えたことを元に大人で会議

おれバルーンアートできるで

家で練習してくる！

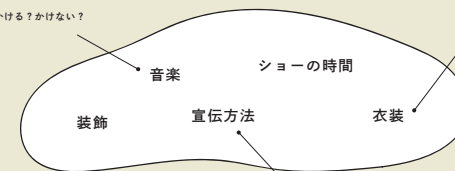
チラシ作ってみようよ

マジックショーにしようよ

(現実的に)できそうなことをピックアップ
どんなものがお客さんに喜んでもらえるかを一緒に考える

かける？かけない？

あるもので何か作ってみよう
帽子？ネクタイ？ドレス？



チラシ必要な？
開始の合図はどうしよう？

決まったことを子どもたちが言葉にしてワークシートに書く
振り返りをもとに演出や装飾を考え、次回につなげていく

残すべきものづくりのまち

鯖江 FW

SAVAE FIELD WORK

7.15 Sat

7.17 Mon

疑問関心

デザインを含め、様々な面で鯖江を盛り上げていこうという人たちに対し市民の方々はどのように思っている？（同じ思いで盛り上げることに積極的であったり、どこか疑問に思うような方もいるかも）



福井県
越前鯖江



新山直広さん
合同会社 TSUGI

フィールドワーク

地場産業と移住

全員が初めましての状態で見学2泊3日。眼鏡や和紙、漆塗りなど古くから続く産業の文化や、まちの人がこれまでどのように人を受け入れてきたのかを知るとともに、私たちはそれぞれの地域で生かせるような取り組みを探っていく。アウトプットを大切にしながら狭義だけでなく広義のデザインを肌で感じる。



越前和紙
TAKI PAPER

紙漉きから印刷まで一貫生産しており、福井ふるさと企業にも認定されている



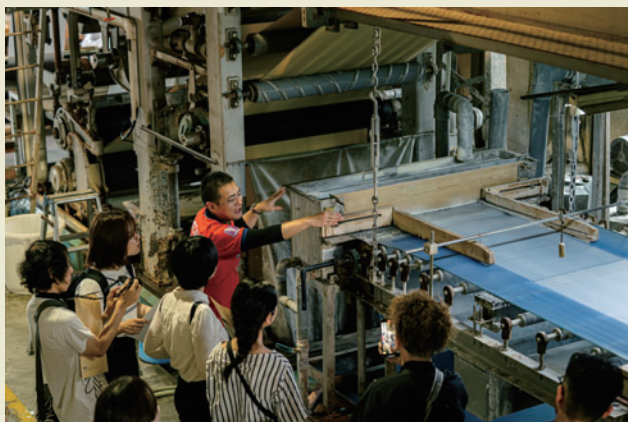
眼鏡
レンズパーク

1953年創業のサングラスレンズ専門メーカー。自分にぴったりのレンズが見つられる。



感じた越前鯖江の特徴

- 若者のやりたいを受け入れてくれる人々
- 古くから受け継がれてきたものづくりを、時代の変化とともに変化させてきた
- 自身だけでなくまち全体として発展させていきたい意志
- 多くの産業があり価値観や方向性は異なるが、同じ越前鯖江という土台にいるから挑戦しやすい文化
- いろいろなものがあって良いというマインドが人を受け入れる姿勢に



自然と隣り合わせて生きる人々の思いとは

九州 FW

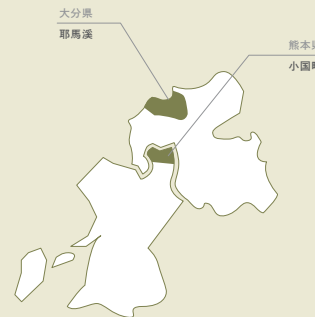
KYUSYU FIELD WORK

9.16 Sat

9.18 Mon

参加動機

九州自体が初めて。
全く知らない土地でどんなおもしろいことが起こっているのか
自分の目で見て感じて考えたい。土地や人の雰囲気にも目を向けて、
大きな意味でのデザインがこの町にどんな影響を与えているのか？



福田まやさん
星庭



佐藤かつあきさん
株式会社かつあき

フィールドワーク

自然と共存する

大分・耶馬溪では人口 1500 人ほどの集落が存在。
常に自然と隣り合わせな環境でどのように生きてきた
のかに迫る。熊本では震災後の取り組みや、当時と向
き合えるような施設への見学も行った。



茶農家
蛭茶園

過疎化や高齢化などで茶農家が減る中、
完全農薬不使用の茶栽培に取り組む農家。



インテリアブランド / 喫茶
FIL 喫茶 竹の熊

店主は木材工場も営む。
小国町そのものを体験できる自然豊かな土地。



流れる時間の質

訪れる場所ごとに流れている時間がゆっくりと感じた。
でもそれは怠けているとかではなく、大切に丁寧に
自然と共存しているからこそ流れる第三者の私たちが感じるもの。
その流れに身を任せ取り組んでいるからこの地域が成っているのだろう。
移住でもそうでなくとも、まずは地域のことを知る・理解する。
そしてどんな人がどんな思いを持って生活しているのか…
デザインという形でなくとも”地域に根ざす”というものを感じた。

My Vision

これからのこと

01 基本的な技術を習得 / 様々な物に触れる・知る

Illustrator/Photoshop の使用
SNS で気になる人をフォローする
学校行事やイベントに積極的に参加する

02 グラフィック以外にも広く学び、視野を広げる

美術館や展示会へ足を運ぶ
海外に行って文化や思考の違いを知る
様々な人と繋がることのできるコミュニティに参加する

03 地域や町の取り組みにデザインで関わる

店舗ブランディング
地域主催のイベントへの参加
デザインが素敵だと思う町へ実際に訪れてみる

04 地元に戻りデザインをはじめとするクリエイティブに携わる

道の駅のリニューアル
その町の魅力を発信する
地元は何らかの形で貢献したい

