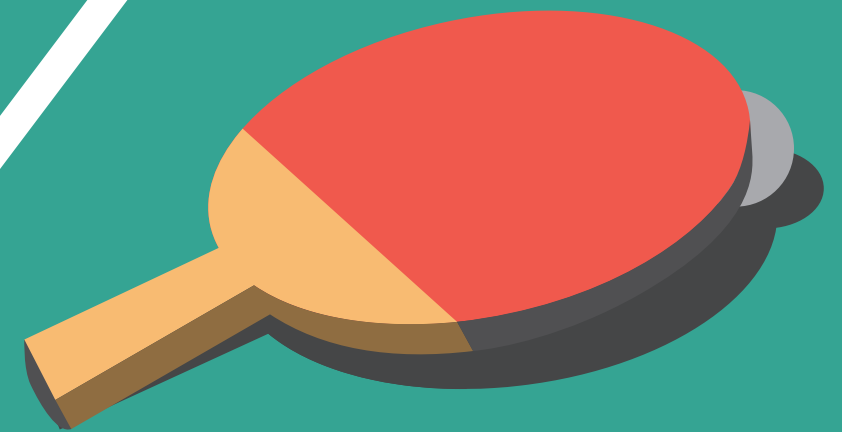


TSUKIMORI
HONOKA



rtffolio



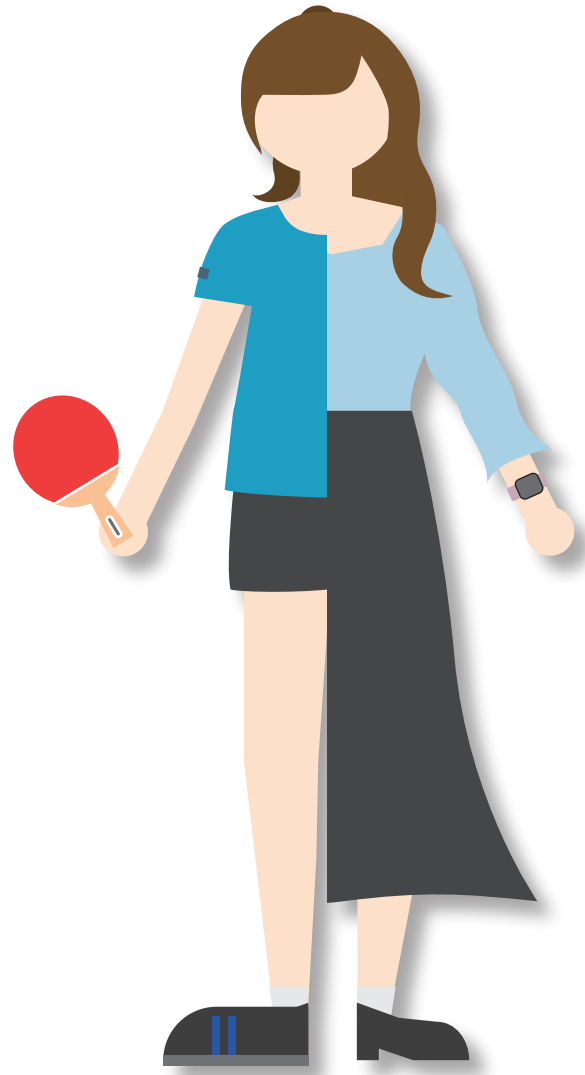
自分の作品で未来を作る

私が作る作品によって、様々な人へ影響を与え、多くの人々がデザインに興味を持って欲しいです。また、自分の技術や知恵を次の世代へと伝えられる立場になりたいです。

自分の未来も、他の人の未来も作れるような作品制作をしていくために視野を広げ様々な知識や技術を吸収し成長し続けます

Profile

自己紹介



月森 帆乃加

TSUKIMORI HONOKA

My Favorite Point

人に覚えてもらえやすい自分の苗字が大好きです！名前と同じくらい人の印象に残れるデザインを作っていきます。



2004年9月18日生まれ

島根県出雲市出身



私の趣味・特技は **卓球** です。

卓球一家で家に卓球部屋があるほど、家族みんなで熱心に取り組んでいました。常にお互いを高め合える状況でたくさんのことを学ぶことができました。

今でも体を動かすことが好きなので休日はスポーツやランニングをしていることが多いです。



負けず嫌い

責任感が強い

泥臭く努力する

2004 島根県出雲市に生まれる



幼少期 岡山県に引っ越した後、地元の卓球クラブに入る。絵を描くことや人と話すのが好き。

中学校 岡山市総合体育大会女子個人の部で優勝。



高校 岡山県立岡山南高等学校に入学。初めてプログラミングやillustratorに触れて、グラフィックデザイナーの仕事に興味を持つ。普段の生活に溶け込むロゴやポスターなどに注目して生活するようになる。

現在 デザインの基礎から実践的なことまで幅広く学び、スキルを高める。

スキル

Adobe Illustrator
Adobe Photoshop
Adobe Dreamweaver
Adobe AfterEffect ...etc

資格 / 検定

全商簿記実務検定1級
全商情報処理検定プログラミング部門2級
全商珠算・電卓実務検定1級
全商商業経済検定2級

私が尊敬するデザイナー

吉田 ユニさん Yoshida Yuni

東京都出身のグラフィックデザイナー・アートディレクター

広告を見るだけで吉田ユニさんの作品だとわかるほど、個性があり発想が面白い。思わず見入ってしまうほど一つの作品に多くの仕掛けがあり、見た人を引き込む不思議な世界観が魅力的で強烈。「一度見ると忘れられない広告」私が憧れる大きな理由の一つ。

TOUZAI
OWARI FES
2024

TOUZAI
OWARI FES
2024

TOUZAI
OWARI FES
2024

TOUZAI
OWARI FES
2024

2024.03.09 sat — 10 sun



01 お笑いフェス広告

東西お笑いフェス2024

Zaza house / Gakuya A / Abeno kumin center

ウエストランド / 真空ジェシカ / ママタルト / カナメストーン
虹の黄昏 / シンクロシティ / ダウ 90000 / にぼしいわし / ガーベラガーデン / ポニーポニー / 風穴あけるズ / 涼風
オーパスツ / 骨付きバナナ / たらちね / あくびぼうや and more...



size A3(297×420mm)

あの芸人を生で見たいな

いつかお笑いライブも行ってみたいな
周りを気にせず笑えるのいいな～



ターゲット

お笑いに興味はあるけれどライブには行ったことない人

イラスト



真空ジェシカ



にぼしいわし



涼風

SNS広告

インスタ投稿サイズ (1080×1080px)

リサーチ

- ・ターゲットはお笑いライブに対してハードルの高さを感じている
- ・コアなイメージがあり一歩を踏み出すのが怖い
- ・集客のポイントは既存のお笑いファンにも刺さるデザイン

コンセプト

作り込まれているが一見シンプルでラフなデザイン

ターゲットが抱えるお笑いライブに対するハードルの高さやコアなイメージを無くすためにシンプルさを重視してデザインしました。様々な装いの人たちが集まっているデザインで、ターゲットがこの広告を見た際に「誰でも参加して良いんだ」と感じてもらえるようにしました。

一方で出演芸人をデフォルメ化し上からみたイラストにすることで、お笑いファンに「このイラストは〇〇じゃないかな」などSNS上で考察を広げてもらうとともに拡散してもらうという狙いもあります。



デザインキャンプ
02 Webデザイン



クライアント

PILATES +

梅田にあるマシンピラティススタジオ。オフィス街から徒歩圏内ということもあり仕事終わりの女性が多い。

ターゲット

20代後半の社会人女性

仕事ではパソコン作業が多く、時間やお金に余裕があり特に美容に気を遣っている。健康意識が高くマシンピラティスに興味を持っているがなかなか勇気が出ない。

要望

- ・ターゲット層に向けたサイト
- ・気軽に無料体験に来て欲しい
- ・どのようなメリットや効果があるかわかるようにして欲しい
- ・マシンピラティスがどのようなものか想像しやすいページトップにして欲しい

コンセプト

上品で情報がわかりやすいWEBサイト

使用カラーを上品なローズピンク系でまとめ、目立つフォントは明朝体を使い綺麗で大人っぽい印象にしました。詳細など情報として伝えたい部分はゴシック体を使い、可読性を高めました。

また濃い色のボタンに白文字を使用することでページを開いた際に「無料体験」に目が惹かれるようにしました。

PILATES +

美しく在り続ける 美ボディメイク

ボディメイクに特化したマシン専門ピラティススタジオで本気のボディメイクを。

正しい体の使い方できていますか？
マシンピラティスで新しいわたしへ

[無料体験の予約はこちら](#)

マシンピラティスの効果

柔軟性
向上

姿勢改善

ストレス
解消

使用カラー

C2 M13 Y4 K0
R249 G232 B235
#F8E7EB

C20 M45 Y20 K3
R204 G154 B168
#CC9AA8

C20 M85 Y0 K25
R167 G50 B121
#A63179

C20 M60 Y10 K20
R178 G109 B145
#B16C90

C10 M25 Y15 K0
R231 G202 B202
#E6C9CA

C20 M85 Y0 K25
R101 G84 B103
#645366

02 地域PRポスター



size A3(297×420mm)



だんだん縁むすぶ、出雲。



Concept

島根県出雲市のPRポスター

古風でかわいらしいポスターをテーマに制作しました。
伝統文様や水引を用いて”和”や”縁”を表現しました。
文様も線のみを使うことで繊細さを出し、島根の奥ゆかしさを表現しています。

ターゲット

20代前半の男女

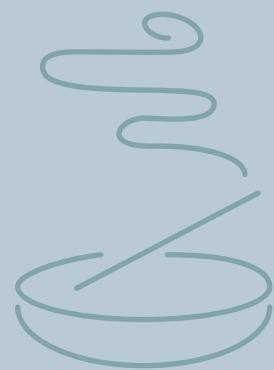
友人同士で長期休暇の旅行先を決めかねている大学生をターゲットにすることで、縁結びなど若い世代に刺さるキャッチコピーにつながりました。

キャッチコピー

だんだん縁結ぶ、出雲。

島根弁で「ありがとう」を意味する「だんだん」と次第に縁を結ぶという「だんだん」を掛け合わせたキャッチコピーにしました。





いつもより少し贅沢でリラックスできる空間を提供するお香ブランド

03 ブランドロゴ・商品



■ CMYK(100,100,40,40)

■ CMYK(5,10,20,0)

クライアント

蔦屋書店

ターゲット

読書をする習慣のない20代の若者

タッチポイント

蔦屋書店の店内

値段

3,300円(税込)/1箱20本入り

コンセプト

馴染みやすさ
の中にある憧れ

ライフスタイル
に
溶け込む

包み込むような
月明かり

月明かりの元で優しく包み込んでくれるお香をシンプルかつ繊細に表現しました。ロゴは曲線を意識することで心地よさとライフスタイルに溶け込むという、この商品の良さを表現しています。馴染みやすさと憧れが共存する洗礼されたデザインにし、ライフスタイルに溶け込むという点を考え、パッケージからしおりを作成できるようにデザインしました。シンプルで一色刷りが可能なデザインなので今後の更なる商品展開にも対応できます。



イメージ



04 ショップDM



ショップ名

ユニクロ

ショップ紹介

ユニクロはファーストリテイリンググループを代表するブランドです。ユニクロが目指しているのは、「人々の生活をより豊かに、より快適にする究極の普段着」です。ユニクロは、この LifeWear という、世界唯一の新しいカテゴリーの服を追求し、最高の品質と誰もが手に取れる価格の両立に挑戦しています。

コンセプト

ユニクロを象徴する紅白と新春を祝う金をベースにお正月らしさを演出しました。ユニクロらしいシンプルなデザインを大切にしながらも背景に可愛らしくお正月らしいイラストを持ってくることで見る人が温かみを感じられるDMにしました。「あったらいいな、が叶う」をコンセプトに派手すぎず見る人に正確に素早く情報が伝わる様にしました。

Ai

Fs

size 100×148mm

05 年賀状



年賀状はもう何年も送ってないな

年賀状は和のイメージで堅苦しいな



ターゲット

年賀状離れした若者

若者の年賀状離れが進む中で、若い世代に改めて年賀状を送ってみたい
この年賀状を受け取りたいと思ってもらえる年賀状を目指しました。

コンセプト

伝統と革新をユニークに融合させた年賀状

干支である龍は東洋で幸運をもたらす存在とされています。その龍をネオンで表現することで、この年賀状を受け取る人へ新鮮さとパワーを与えたいと考えました。また、和の伝統的な要素も大切にしながら、ネオンのテイストを融合させました。正月らしい松や梅、富士山や初日の出、ダルマなど日本独特の風物をネオンカラーで彩りました。

背景の色を紺色にすることで抜け感を出し、印象が固くなりすぎないようにしています。ネオンを使ったデザインなのでパッと見た時に画面がうるさくならないように配置やカラーなど慎重に組み合わせました。

キングプリンターズさんの辰年お年玉はがきの

デザインテンプレートに選出されました！



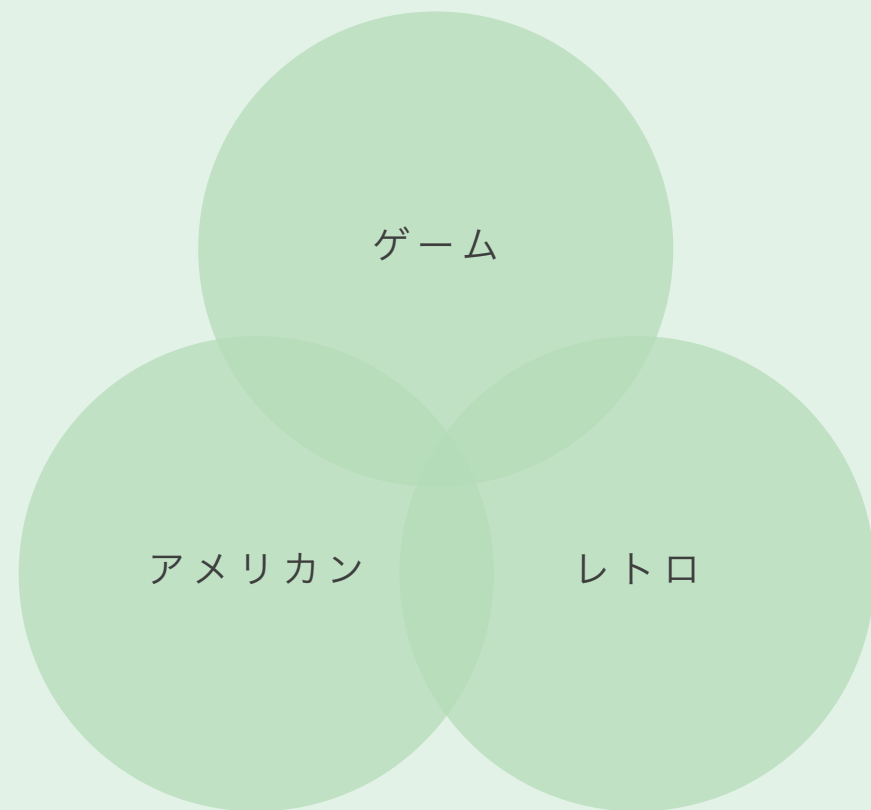
06 進級展



size B2(515×728)mm



ADDRESS
大阪府大阪市北区津乃3丁目2-1
JR星乃駅南口より徒歩5分



自分を表現する3つのキーワード

テーマ

レトロアーケードのオープン告知ポスター

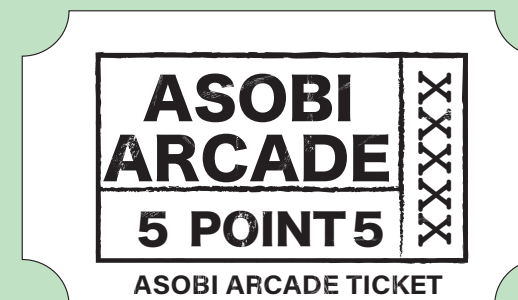
告知ポスターに自分らしさを詰め込む
遊び心のあるデザイン



展示の全体図

ゲームチケットをパネルにも貼り付けることで枠にはまらず遊び心のある印象にしました。画面や側面のロゴなど細部までこだわったミニ筐体はとても好評でした。

オリジナルゲームチケット



パネルで描いた筐体を実際にミニサイズで作成しました。ゲームから連想されるコインやトランプを配置し雰囲気から作り上げました。オリジナルのゲームチケットを作成し、名刺とともに自由配布したところ三日間で百枚近く、お手に取っていただけました。



07 Kit Kat展開広告



誰かに伝えたい気持ちがある

手軽に想いを伝える方法はないかな



ターゲット

伝えたい想いがあるすべての人

リサーチ

商品名	Kit Kat	特徴	・味展開が豊富
価格	540円		・個包装
販売場所	スーパー		・メッセージ欄がある
ターゲット	子供～大人まで		・ターゲット層の幅が広い

コンセプト

キットカットで想いを伝える

「あなたが持つ”想い”をキットカットを使って伝えてみませんか？」
という提案をわかりやすくまとめました。

気軽に想いを伝えてほしいと考え、シンプルで重くなりすぎないように工夫しました。また若い世代もターゲットに入っているため、キャッチコピーに#を使いSNSでも利用できるようにしました。

キャッチコピー

#キットとどく この想い

#キットとどく この想い



BILLIKEN CREATORS OSAKA3
08 校内選出作品

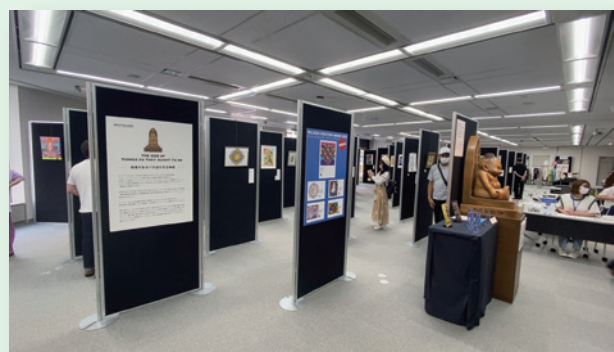


BILLIKEN CREATORS ってなに？

”ビリケンさんをアートに”
”オーサカを元気に”

する大阪発の POP CULTURE イベント

実際のイベントの様子



OMO7 大阪ホテル by 星野リゾートでの展示作品に選出され、期間限定で展示されました。



作品名「Journey」

この作品はビリケンさんの自分探しの旅を描いたものです。見る人に旅の魅力を伝え、自分で作り上げた居場所の素晴らしさを感じてもらいたいと思い制作しました。ビリケンさんが自分の居場所を探すために様々な国の像になり、最終的に大阪を選ぶという物語ですが、過去の部分は線を変えることで懐かしさを表現しています。

SEKAI NO OWARI
09 ライブ告知ポスター



Ai

Fs

size B3(364×515)mm

アーティスト

SEKAI NO OWARI

イベント名

「DINNER」

開催日

10月13日

開催場所

TOKYO DOME

コンセプト

バンドコンセプトに沿ったダークな雰囲気

アーティストやライブの雰囲気が一目で伝わるデザインにしました。
不思議な雰囲気と少しの不気味さを掛け合わせたポスターになるように色合いや構成を工夫し、
アーティスト名のロゴをポスター上部に並べることでまとまりを出しています。

ロゴ

DINNER

SEKAI
NO
OWARI

SEKAI
NO
OWARI

SEKAI
NO
OWARI

SEKAI
NO
OWARI

SEKAI
NO
OWARI

DINNER

10/13 [FRY] in TOKYO DOME

OPEN 17:00 / START 18:00

TICKET

SS席 ¥20,000

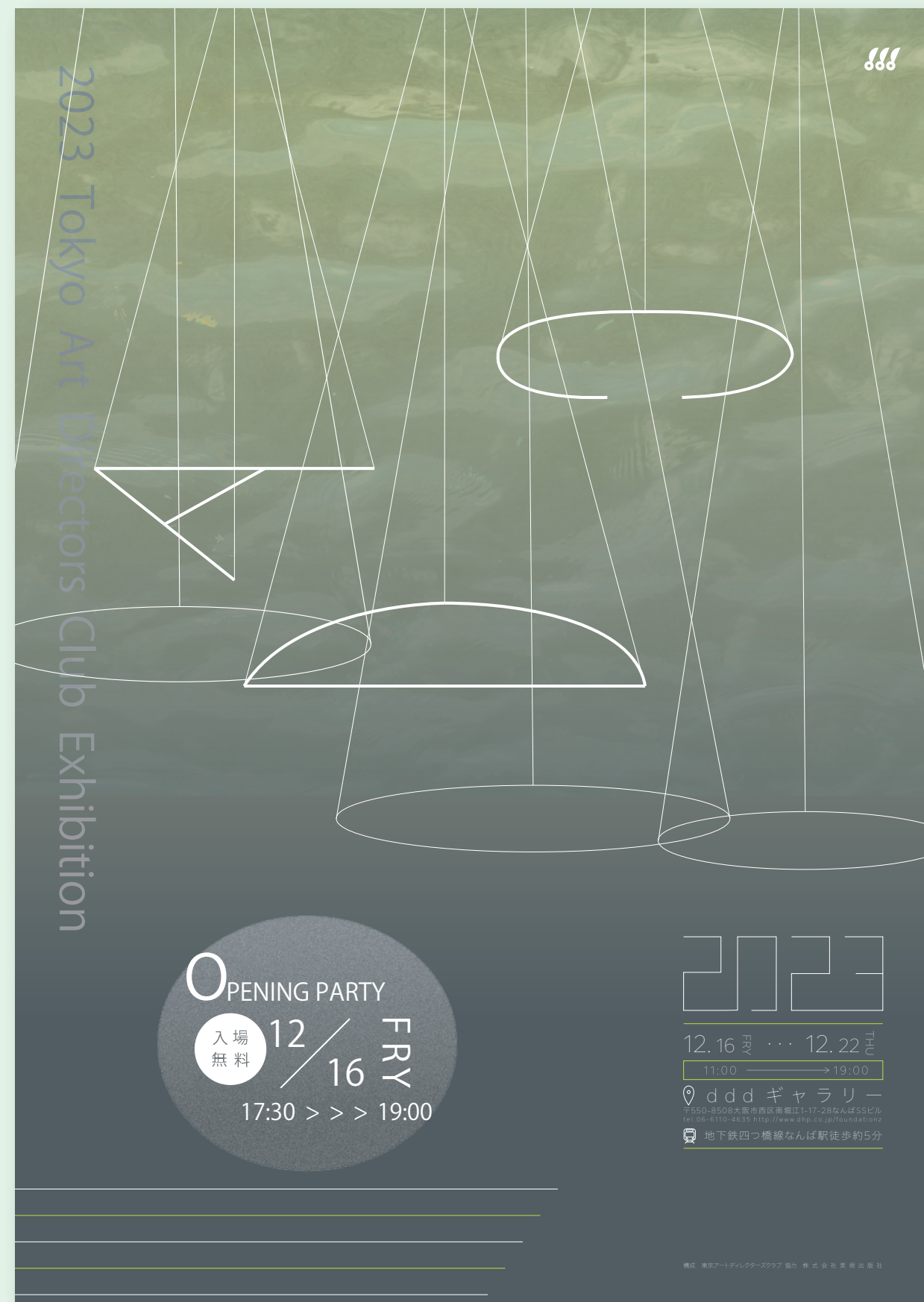
S席 ¥15,000

A席 ¥12,000

協賛



10 イベント告知チラシ



イベント名

「ADC 2023」

この作品を作るにあたって繊細さを重視しました。線の重なりや不規則さなどをどう活かして繊細さを伝えるかを考えました。詳細をどのようにデザインするかなど広告媒体によって変わるデザインや構成について自分でも再確認できた作品になりました。



size A4(210×297)mm

最後までご覧いただきありがとうございました

周りへの感謝を忘れずに

様々な知識やスキルを身につけ

日々成長し続けます。

月森帆乃加