

Make a moment last forever



PORTFOLIO

PROFILE

竹嶋 友希乃

Takeshima Yukino



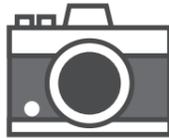
生年月日 2004年 7月 22日

血液型 AB型

出身地 大阪府

16 Personalities ISTJ

Skill



Career

2023.3 大阪学芸高等学校 卒業

2023.4 専門学校大阪デザイナー・アカデミー 入学

2025.3 専門学校大阪デザイナー・アカデミー 卒業見込み

(※2024年 4月 校名変更)

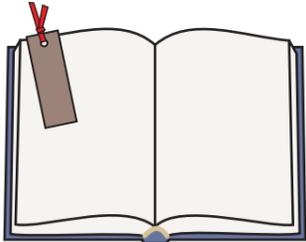
Hobby



テーマパークで
写真を撮る



野球観戦



読書

SNS



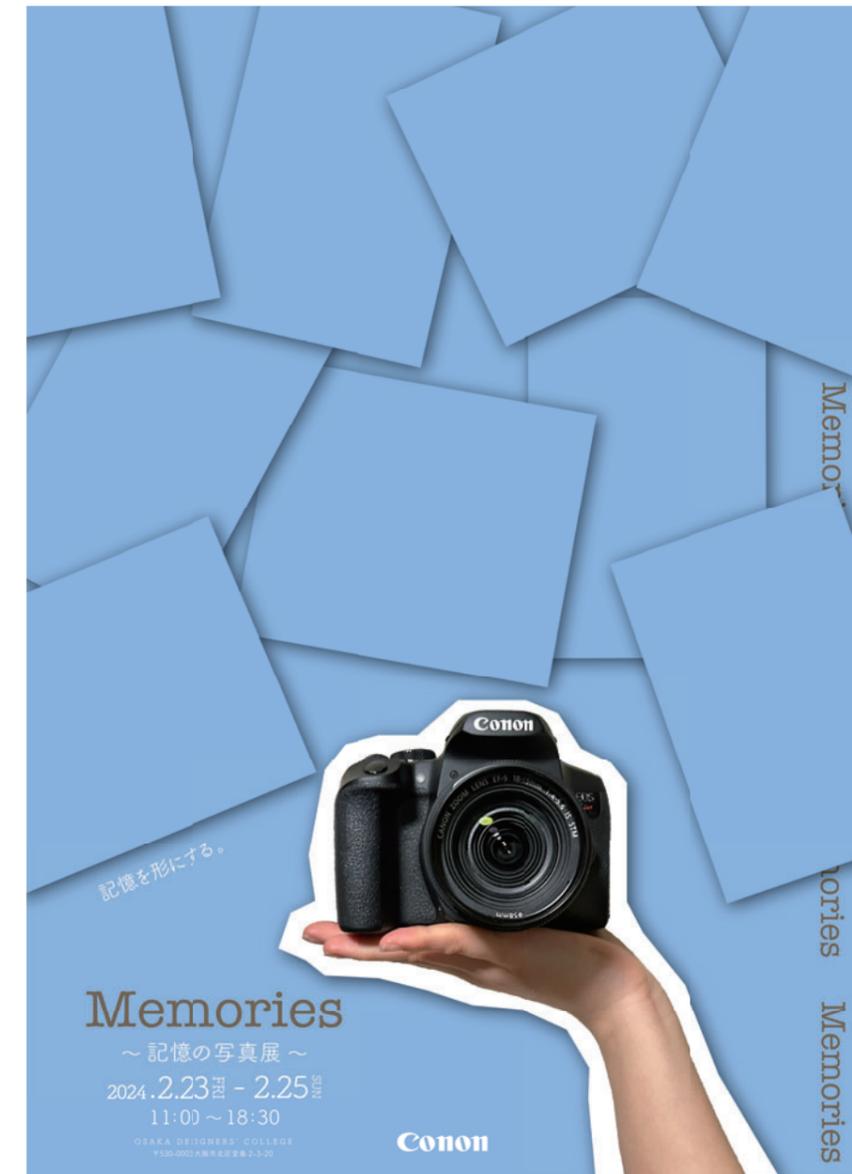
@ykn.t_gd71



@YKN.T_GD71



デザイン



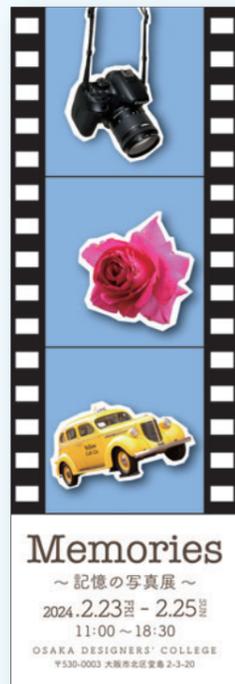
	C=45% M=20% Y=0% K=0%		C=50% M=50% Y=60% K=25%		C=0% M=0% Y=0% K=0%
--	--------------------------------	--	----------------------------------	--	------------------------------

テーマ
「自分」

コンセプト

自分が見た景色や趣味など自分の中にある記憶を作品にして自分を知ってもらいたいと思ったので、好きな写真とカメラで表現しました。

チケットデザイン
(50×148mm)



パッケージ

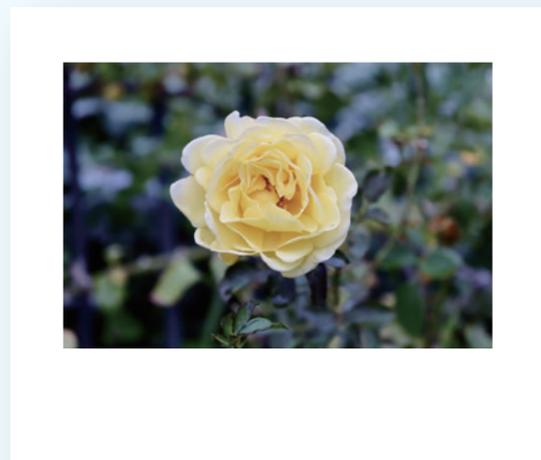


2L判用

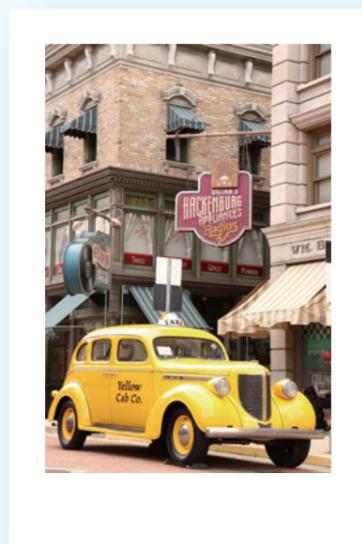


L判用

写真



(写真 127×178mm 147×223mm)



(写真 178×127mm 198×172mm)

使用した紙

内側	スノーフィールド	165kg
外側	ディーブマット	180kg

コンセプト

思い出の写真を保管でき、簡単に出し入れできるようにスライド式のデザインにしました。また、真ん中に透明なフィルムを貼ることで中身が見えるようにし、写真立てにもなるようにしました。

BULL BELL イラスト



B-BULL



B-BELL

テーマ

架空イベント「BULL BELL DAY」

ターゲット

子供、家族、友達、カップル

コンセプト

マスコット

友達
兄弟イベント
楽しい

オリックス・バファローズ公式マスコットのバファローブル、バファローベルをテーマに、子供から大人まで幅広い年齢の人たちが楽しめるイベントがあればいいと思いポスターとグッズのデザインをしました。仲の良いブルとベルの兄妹のように仲良く、楽しくイベントに参加してもらいたいため、グッズは友達や家族などと身につけてお揃いになれるものを中心に制作しました。

9/13
FRI14
SAT15
SUN

福岡ソフトバンクホークス戦



バファローズオンラインチケットサイトへ！

ORIX BUFFALOES 公式サイト
<https://www.buffaloes.co.jp>

グッズ



カチューシャ
(W13×H17×D12cm)



ワッペン
(縦 8.5cm×横 10.5cm)



ぬいぐるみバッジ
(W14×H15×D7cm)



タオル (W80×H33cm)



トートバック
(W36×H37×D11cm)

グッズイメージ



Tシャツ (S、M、L、O)



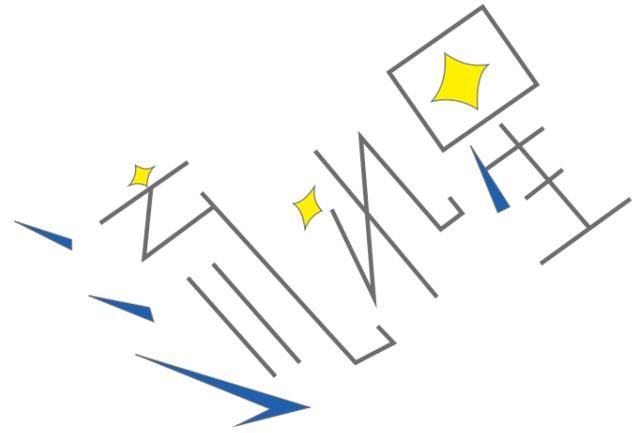
表



裏

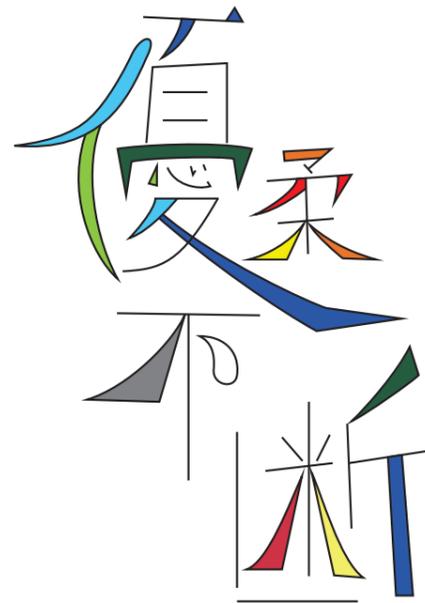
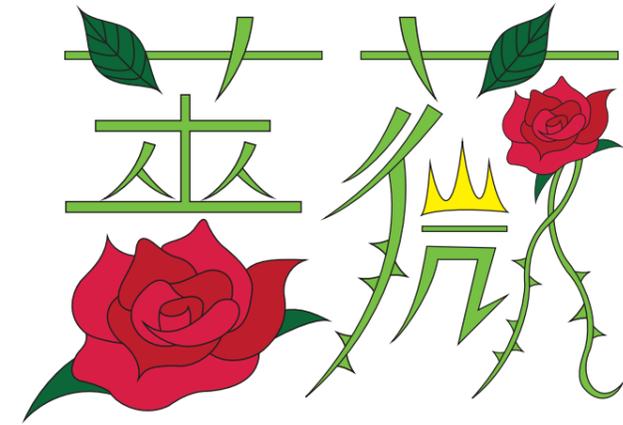


03 | 作字



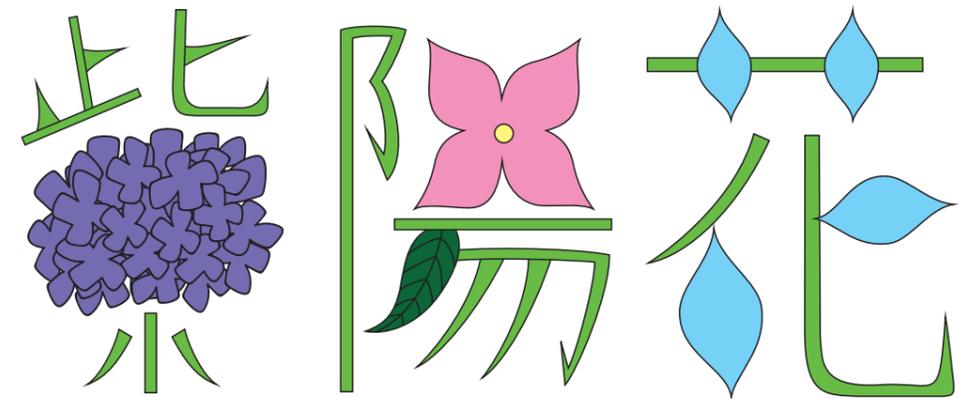
コンセプト

角度を斜めにしたり先端を尖らせて流れ星が流れている感じを表現しました。キラキラの表現をすることでイラストでも星が流れているようにしました。



コンセプト

線を太くしたり、色をバラバラにするなど統一せずに不揃いにする事で、なかなか決められない優柔不断さを表現しました。



コンセプト

花の名前を漢字で表現して、その名前の花を漢字の一部にしました。葉っぱや棘でも花の感じを表現しました。漢字でもイラストでも花が分かりやすいようにデザインしました。

04 | ショップ V.I 計画

作業カフェ Re lafe (リラフェ)

イメージ



C=70%
M=25%
Y=55%
K=0%

C=55%
M=60%
Y=65%
K=30%

ネーミングコンセプト

Relax Cafe (リラックスできるカフェ) を縮めて Relafe (リラフェ) にし、繰り返すという意味の Re を込めて、Re lafe にしました。繰り返し行きたくなるぐらいリラックスできるカフェと思ってもらえるように名前をつけました。

マークコンセプト

お店がカフェなので、コーヒーカップをマークにしました。ショップ名の Re lafe の R をラテアートのように表現しました。

ロゴコンセプト

落ち着けるカフェなので、シンプルで落ち着きのある文字にしました。緑色にして、カラーでも落ち着きを表現しています。

デザイン



マーク

Re lafe ロゴ



ショップカード
(91×55mm)

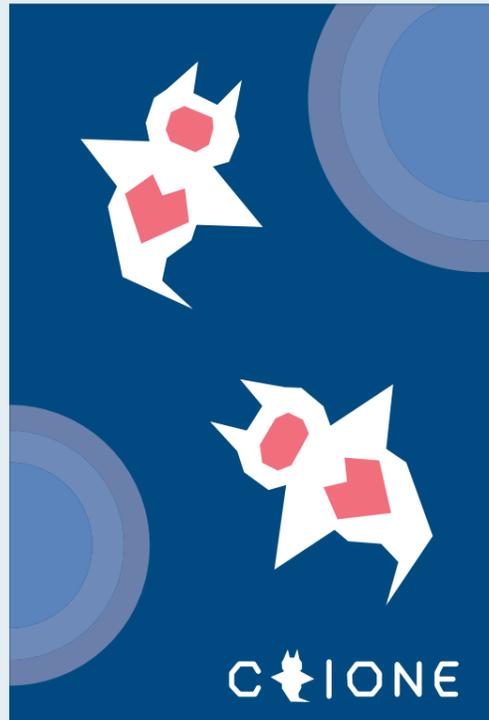


コースター
(直径 100mm)

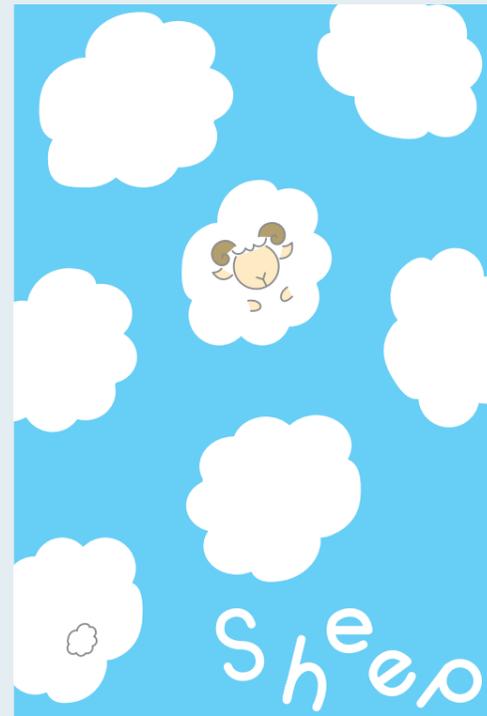
05 | 動物のポストカード (148×100mm)



鷹



クリオネ



ひつじ



カワウソ



テーマ
動物

コンセプト
好きな4種類の動物を使用してポストカードのデザインをしました。それぞれの動物の雰囲気に合うように動物の名前をデザインをしました。

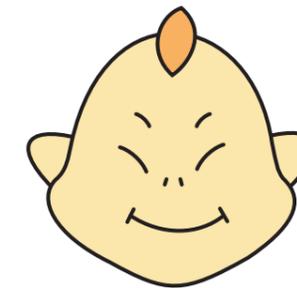


コンセプト

将来の夢をテーマに幸福の神様のビリケンさんが、人々が平等に夢を追いかける幸福をもたらしてほしいという願いや、たくさんの人々が夢を持ち自分らしく生きてほしいという願いを込めて制作しました。

テーマ

将来の夢



ビリケンさん



デザイナービリケンさん



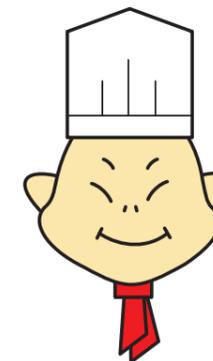
警察ビリケンさん



スポーツ選手ビリケンさん



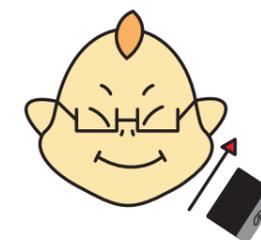
消防士ビリケンさん



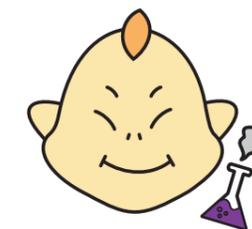
パティシエビリケンさん



医師ビリケンさん



教師ビリケンさん



科学者ビリケンさん

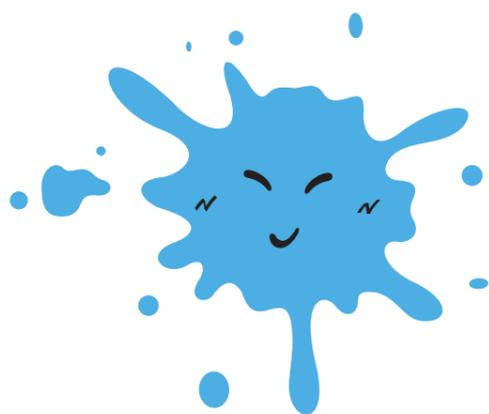
イラスト



ビリケンさん



インク



インクビリケンさん

コンセプト

幸福の神様のビリケンさんが自分の色に染まることで
沢山の幸せで溢れますようにという願いと、それを見た
人々がそのままの自分・個性を自由に表現できて幸
せになってほしいという思いを込めました。

テーマ

my own color (私だけの色)



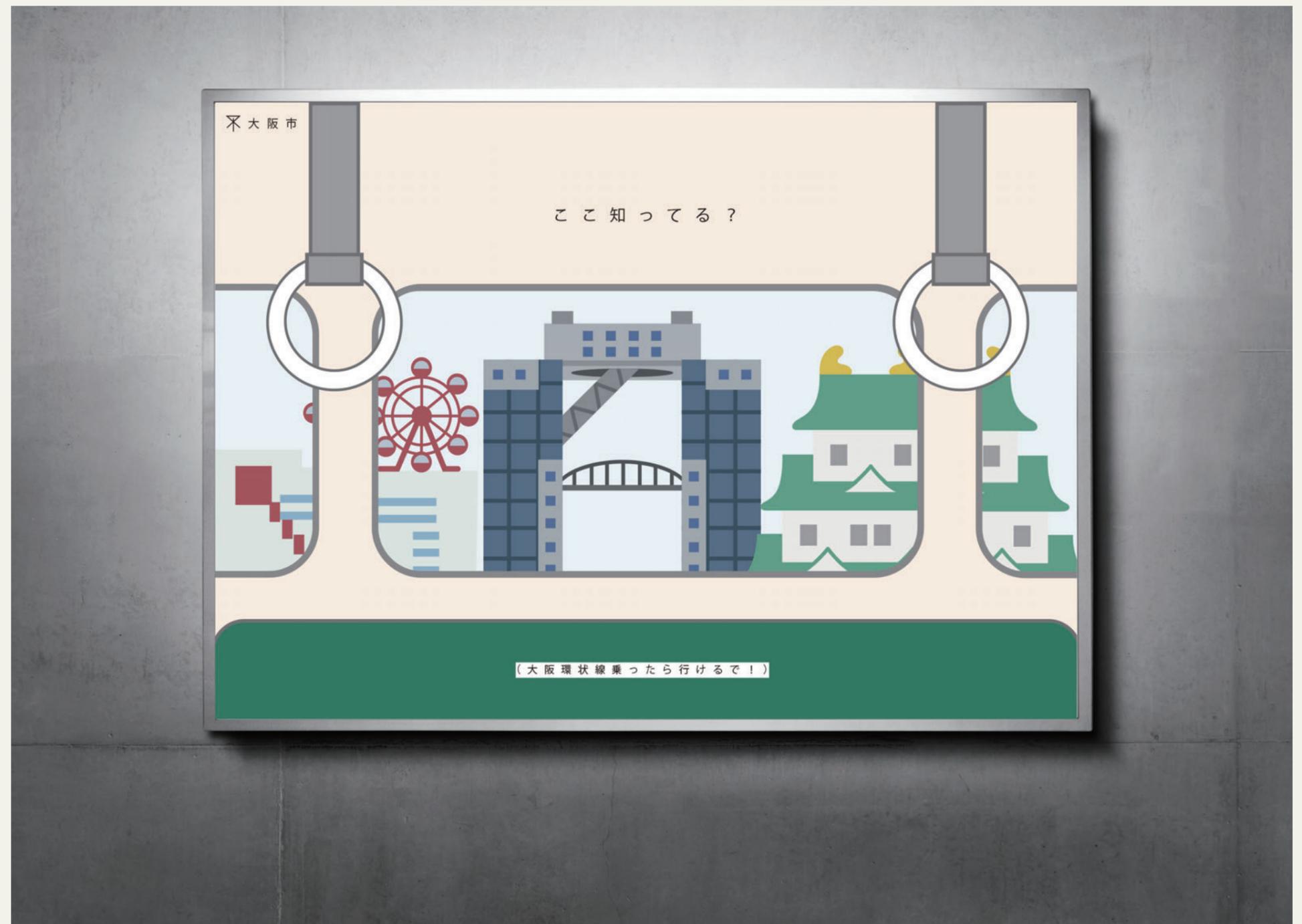


コンセプト

車内のデザインとキャッチコピーで大阪環状線を使うと便利ということを伝えられるようにしました。
車内の窓から景色が見えるようにデザインすることで、電車に乗って遊びに行く時のワクワク感を表現しました。

テーマ

大阪市の有名な場所+電車



コンセプト

地域 PR ポスターに載せた場所以外で環状線を使って行ける場所を使用し、展開ポスターを制作しました。他にも色々な場所を環状線で行くことができるということを伝えられるようにしました。

テーマ

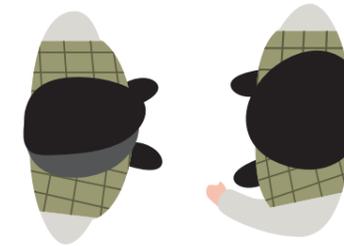
環状線で行ける場所+電車



SNS 広告 (1080×1080px)

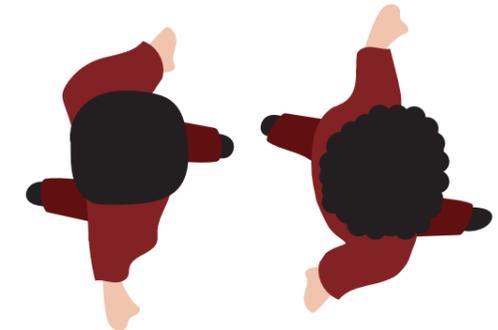


イラスト



骨付きバナナ

ボニーボニー



コンセプト

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。

09 | お香ブランドデザイン

プロデュース

なかなか本を読むことがない新社会人に眠る前にベッドの上でゆったり読書をする体験を提供するお香ブランド。

クライアント：蔦屋書店

商品コンセプト：読書を照らす小さな灯

ターゲット：読書をする習慣がない20代の男女（コアターゲット「自立した社会人」：25歳～30歳あたり）

商品タッチポイント：蔦屋書店の店内 / 雑誌広告（GINZA、POPEYE、BLUTAS）/ SNS 広告（Instagram）

価格帯：3,300円（税込）/ 1箱20本入り

コンセプト

お香
お香の煙

月
小さな灯

シンプル
落ち着き

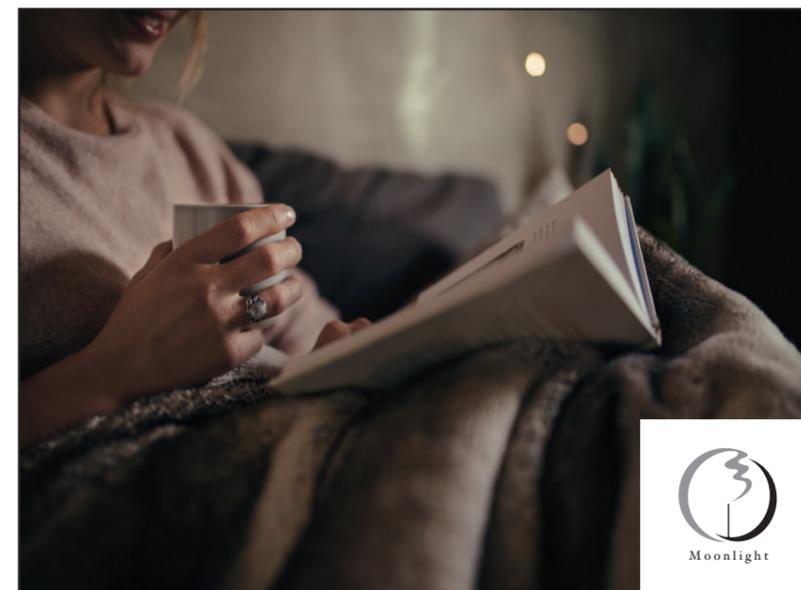
お香とお香の煙、月で夜の小さな灯を表現しました。お香・煙・半月を組み合わせて、満月のようにデザインしました。また、夜の読書の落ち着きを表現するために、シンプルなデザインにしにし、色を2色にして落ち着きを感じられるようにしました。

	C=0% M=0% Y=0% K=50%		C=0% M=0% Y=0% K=100%		C=0% M=0% Y=0% K=0%		C=0% M=0% Y=0% K=40%
---	-------------------------------	---	--------------------------------	---	------------------------------	---	-------------------------------

デザイン



イメージ



10 | コーラ × SDGs 企画 B1 (728×1030mm)

クライアント：日本・コカコーラ株式会社

依頼内容：SDGs への取り組みをよりアピールし、日頃からコカ・コーラを親しむ若い層に対して社会課題への関心とコカ・コーラの姿勢を伝えたい。

PR 目標：①若者への社会課題意識の向上 ②コカ・コーラブランドの向上

ターゲット：日頃からコカ・コーラに親しむ 10 代～ 30 代の若者 (コア層：13 歳～ 22 歳の学生)

コンセプト

コーラ
ボトル

ゴミ削減
再利用

花瓶

飲み終わったボトルを花瓶として利用することでゴミを減らすことができ、陸の豊かさを守ることができるのではないかと思います、コーラのボトルを花瓶として使用しているデザインにしました。

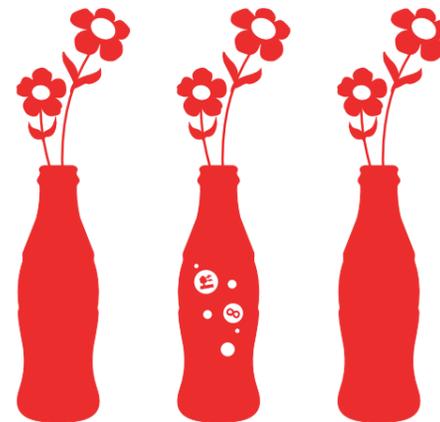
SDGs 目標



ボトルを花瓶として使用することは、使用ボトルの再利用になることやゴミが減り陸の豊かさを守れることから、17 個の目標のうち 12・15 を選択しました。

デザイン

世界に、
ココロに、
花を。



飲み終わっても楽しみを。
Coca-Cola 水がボトルを空気に | Q

世界に、
ココロに、
花を。



飲み終わっても楽しみを。
Coca-Cola 水がボトルを空気に | Q



世界に、
ココロに、
花を。

飲み終わっても楽しみを。
Coca-Cola 水がボトルを空気に | Q



世界に、
ココロに、
花を。

飲み終わっても楽しみを。
Coca-Cola 水がボトルを空気に | Q

11 | 靴下のパッケージ



コンセプト

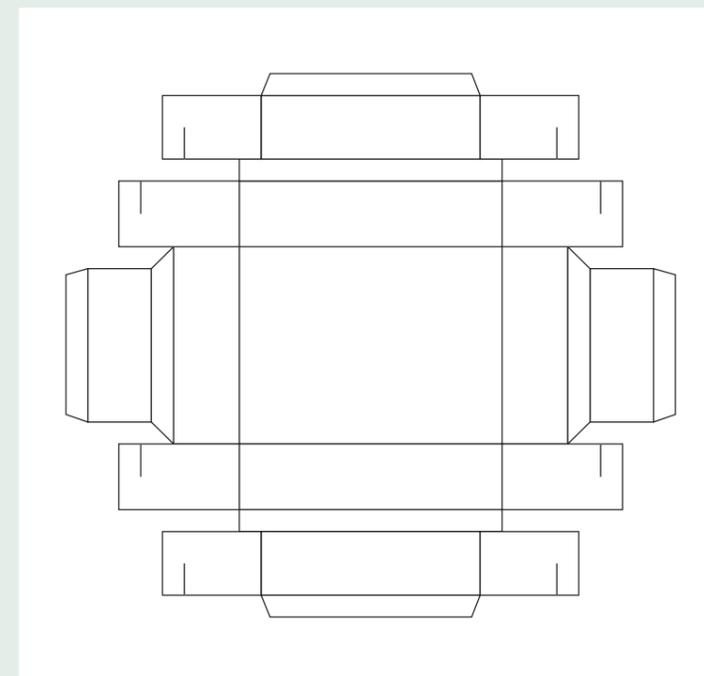
オシャレな靴下を入れるために、シンプルで高級感が出るようにデザインしました。高級感が出るように内側の紙を光沢のあるもの、外側の紙を落ち着いた色のものを使用しました。

使用した紙

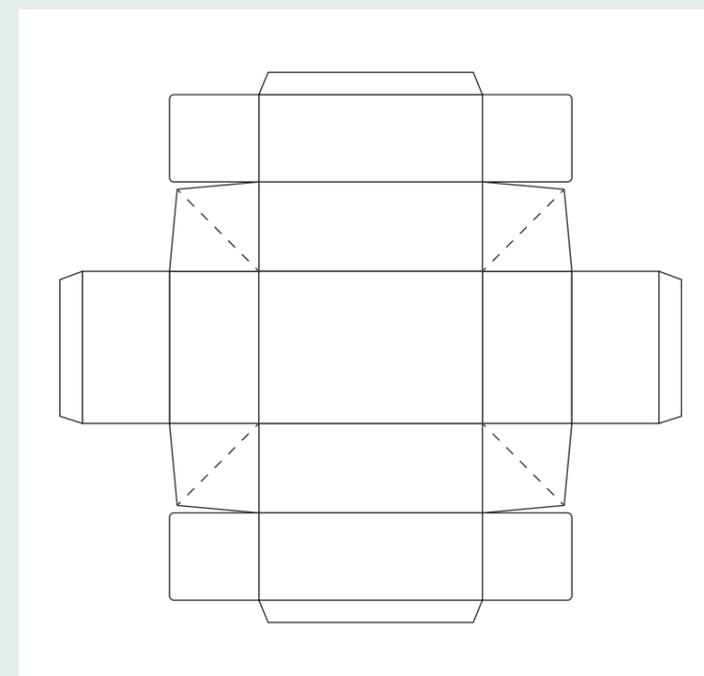
内側	スノーフィールド	165kg
外側・蓋	ディープマット	180kg

展開図

外側と蓋

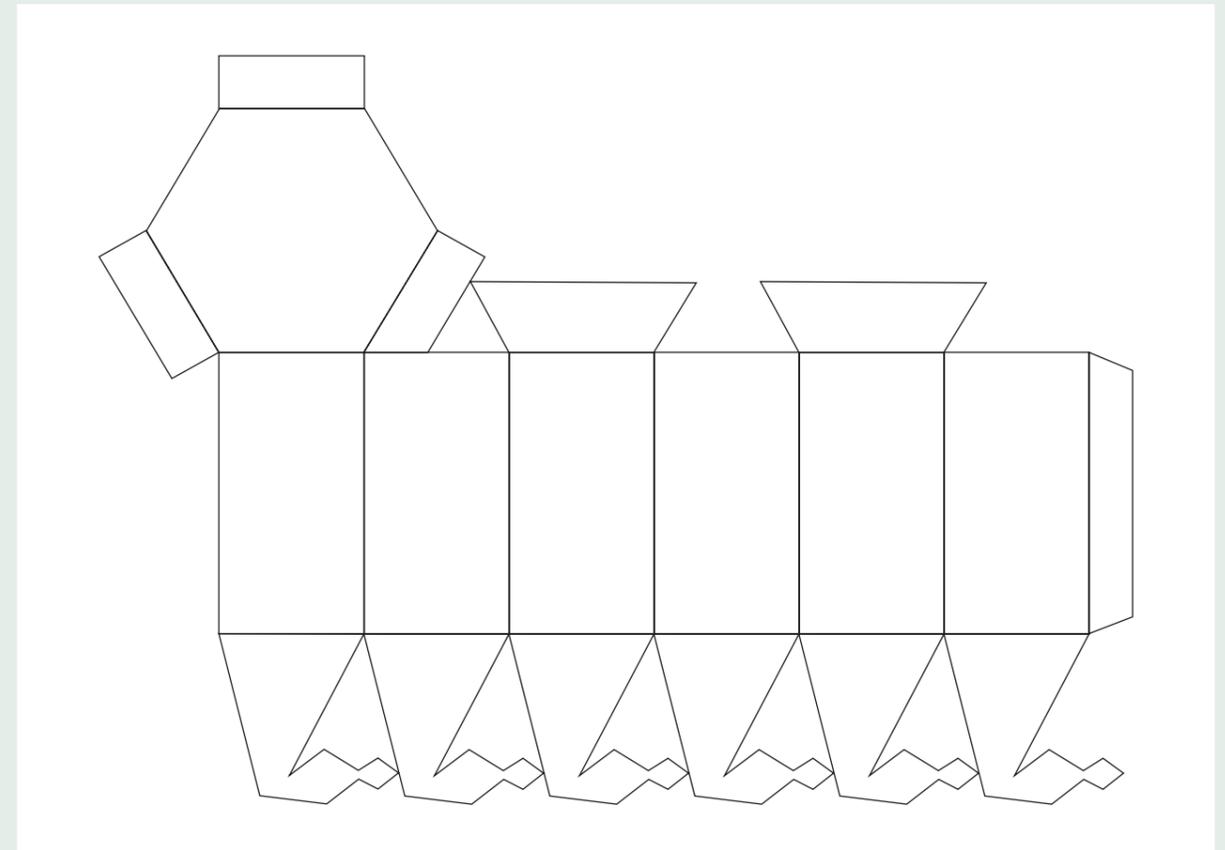


内側





展開図



コンセプト

チョコレートを入れるために、止める部分を結晶になるようにデザインしました。「雪のような口溶け」がコンセプトのチョコレートなので結晶イメージのデザインにし、光が当たってキラキラしている雪を表現するために、光沢のある紙を使用しました。また、切り絵で結晶感を強くしました。

使用した紙

スノーフィールド 165kg



コンセプト

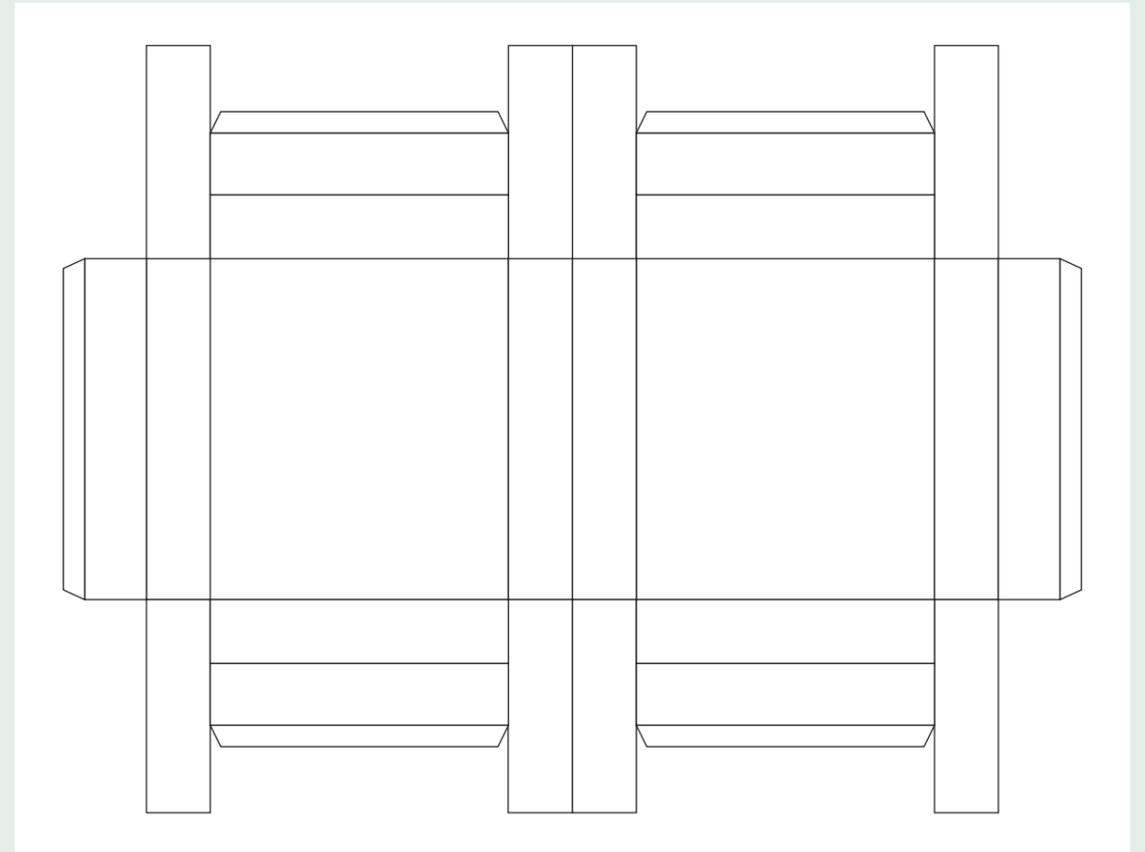
リボンと2種類のピアスのギフトを入れるために、シンプルでオシャレなデザインにしました。リボンがゴシック系なので、紙を黒色にして系統を揃えて上品になるように制作しました。箱の中から青色のリボンを通して閉じた時にオシャレなワンポイントができるようにデザインしました。

使用した紙

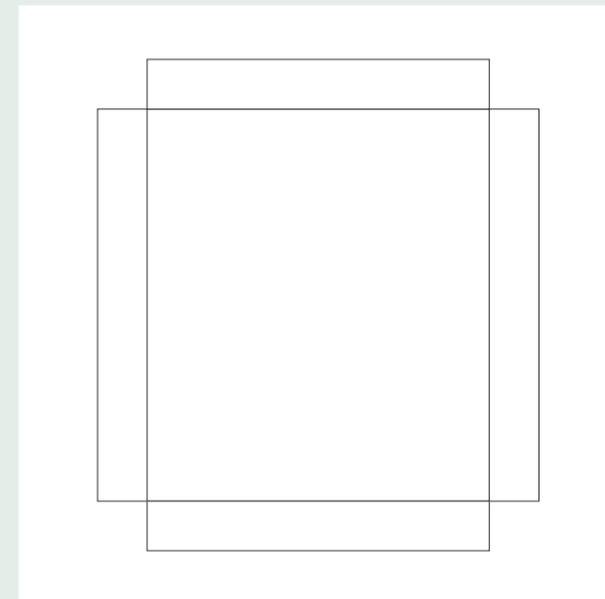
ディープマット 220kg

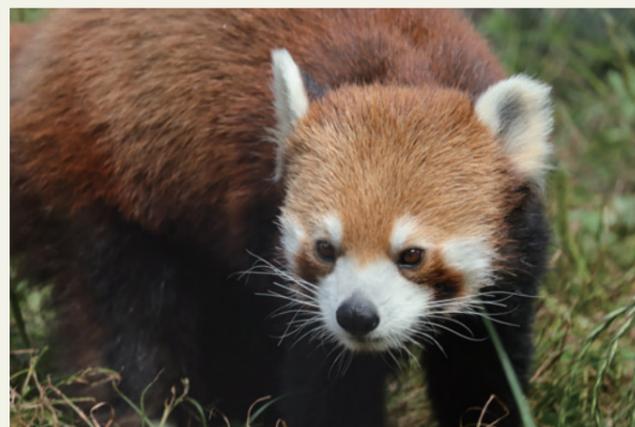
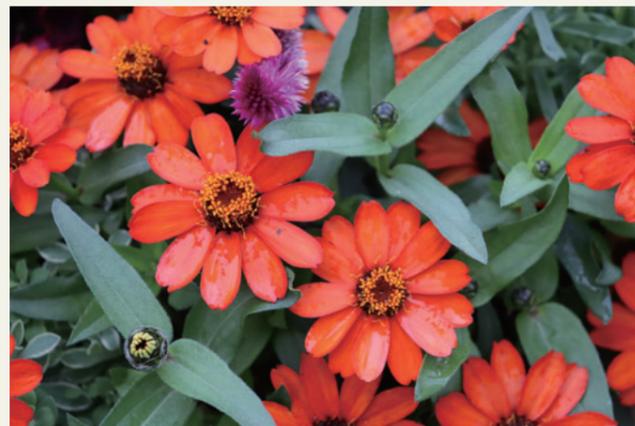
展開図

外側



内側





コンセプト

自分が直接見たものをできるだけそのままの色、景色で残せるように写真を撮っています。特に、シャッタースピードを意識しながら一瞬しかない瞬間を残せるように撮影しています。

