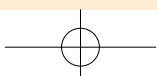
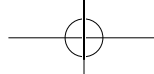


深沢美里
の
作品集





見た人が何かを感じるデザインを。

私のポートフォリオを開いていただきありがとうございます。

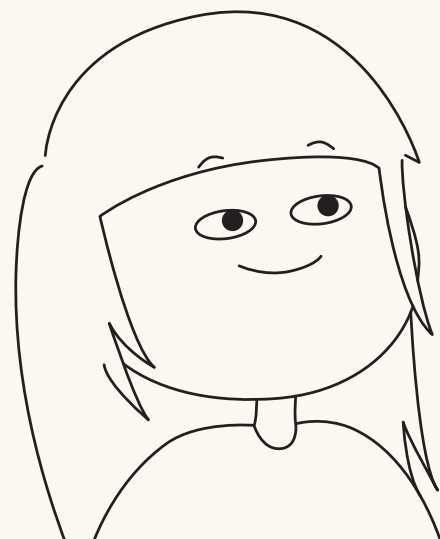
私は「見た人が何かを感じるデザイン」を意識して
作品を作っています。

例えば…好き、ワクワク、ドキドキ、面白い
逆に 苦手、嫌い、悲しい、切ない…など

何も感じないよりマイナスの感情でもなんでも
感じてもらいたい。

私の作品を見て何かしらの感情を抱いていただけたら
嬉しく思います。





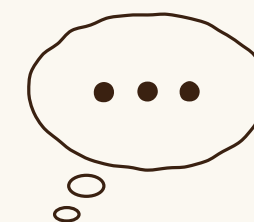
深沢 美里
Fukasawa Misato

- 所属 東京デザイナー・アカデミー
グラフィックデザイン学科
- 生年月日 2004/8/21
- 血液型 O型
- 出身地 山梨県

好きなこと



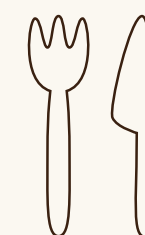
お笑い



考えること



動物

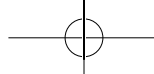


食べること

スキル



私の作るデザインはシンプルな見た目が多いと思います。
「シンプルだけど、味があるデザイン」を目指して頑張っています。



01



オリジナルロゴを入れた名刺

*businesscard&
logodesign*




01

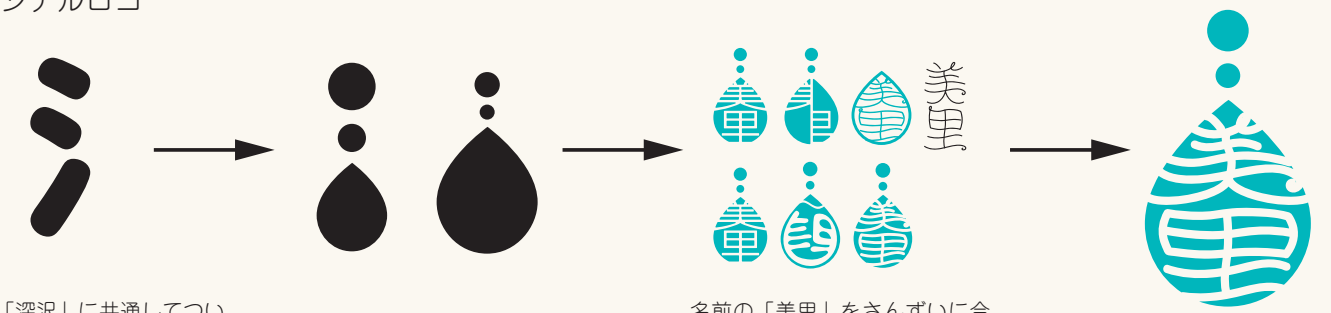
名刺/ロゴデザイン

オリジナルロゴを入れた名刺



使用アプリ: 
 サイズ: 天地 55 mm × 左右 91 mm
 授業課題

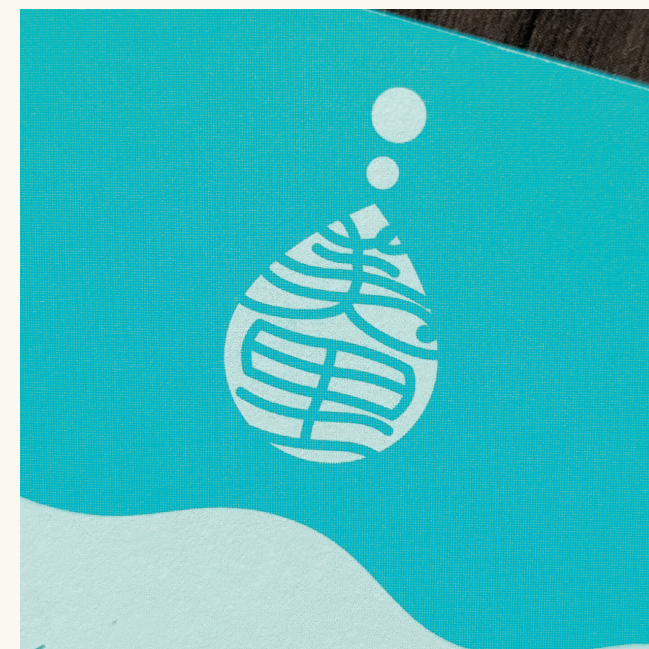
オリジナルロゴ



名字の「深沢」に共通してついでいる「さんずい」をモチーフにロゴ全体の形を考えました。

名前の「美里」をさんずいに合わせて波のように緩やかな字体で入れました。

ポイント



名刺の表面のロゴ

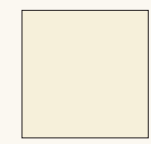


名刺の裏面: ロゴの形を元にした模様パターン

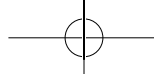
配色



C:80 M:0
Y:30 K:0



C:3 M:4
Y:15 K:0



02



好きなお笑い芸人をロゴにして
まとめたオリジナル ZINE

*editorial &
lagodesign*



02

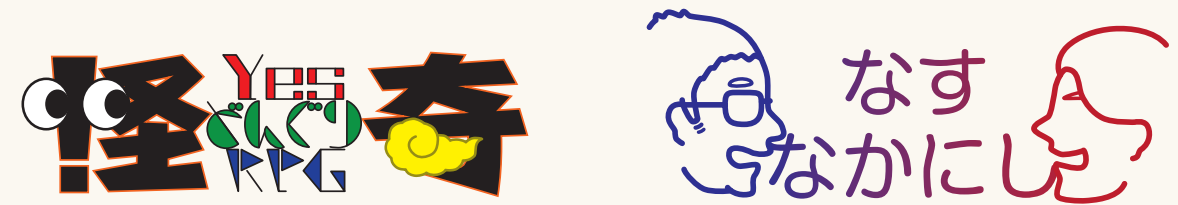
ロゴ/エディトリアルデザイン

好きなお笑い芸人をロゴにして
まとめたオリジナル ZINE



使用アプリ: Ai Id
サイズ: 天地 148 mm × 左右 148 mm
授業課題

オリジナルロゴ



ポイント

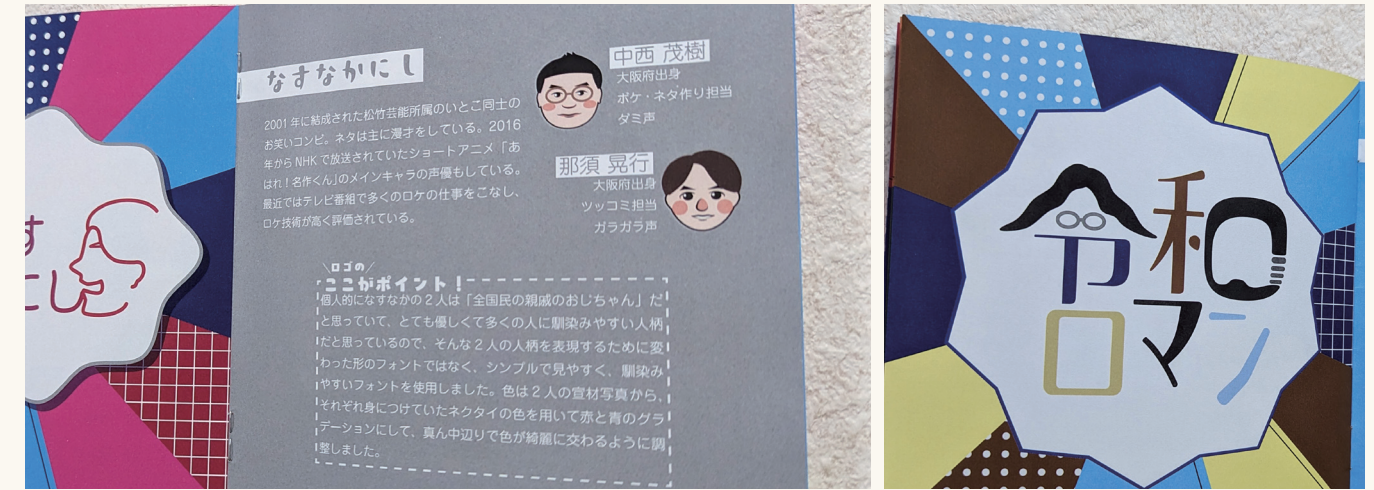
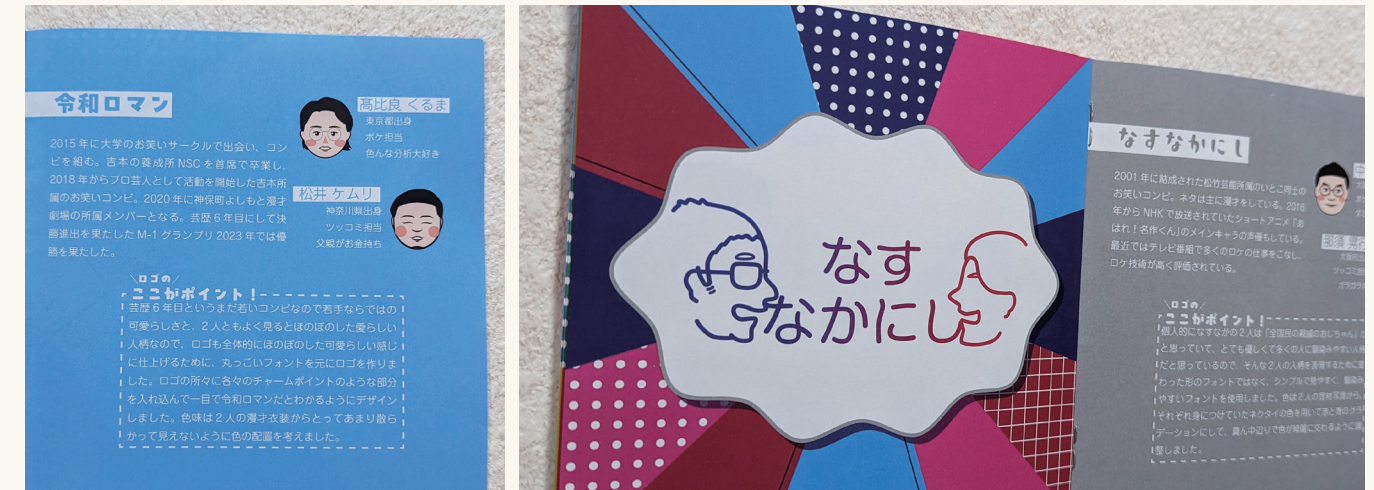


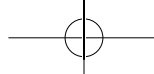
ロゴの背景はそのコンビらしさがより伝わるようなデザインにしました。



ロゴに取り入れた要素をイラストで取り入れました。

各ページ





03



マクドナルド広告ビジュアル

*advertisement
design*




03

広告デザイン

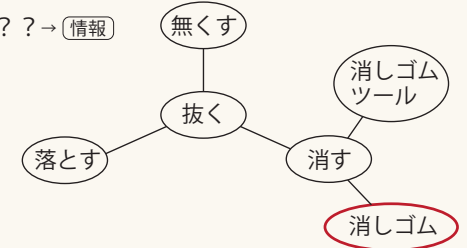
マクドナルド広告ビジュアル



使用アプリ:  Ps
 サイズ: A4 縦位置
 授業課題

アイデア出し

- ・なるべくマックのロゴは使わない
→ ビジュアルでわかりやすく伝える → 何を?? → (情報)
- ・ハンバーガーなど本物を使わなくてもいい



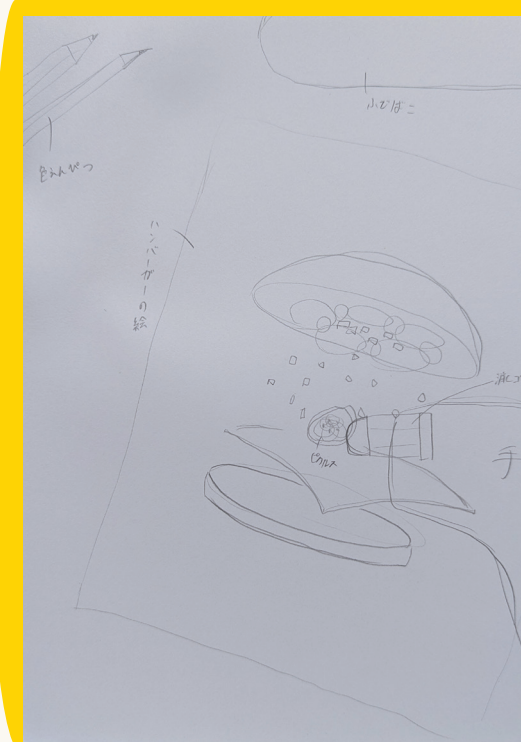
- マックといえば
- ・ポテト ・ナゲット
 - ・ハンバーガー ・ジュース

伝えたいこと

「バーガーのトッピングを抜いたり
増やしたりすることができる」

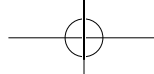
「バーガーのトッピングを
抜くことができる」

ラフスケッチ



作品完成





04



親しみやすい架空の憩いの場

Cafe 日向

branddesign



04

ブランドデザイン

親しみやすい架空の憩いの場

Cafe 日向



使用アプリ: Ai
架空のクライアント
designersmarket 作品

クライアントイメージ

- 性別: 女性
- 年齢: 34 歳
- 出身地: 山梨県
- ・性格はとても穏やか
- ・幼い頃から料理やお菓子作りが好き
- ・自分のカフェを開くのが夢だった
- ・高校卒業後、製菓系の専門学校に入学
- ・専門学校卒業後、チェーン店のカフェで働く

お店の立地

山梨県。自然豊かで眺めが美しいところ

お店のターゲット

年齢層: 10 ~ 60 代
特徴・性別: 老若男女問わず

デザインコンセプト

日向のような温かみ

イメージカラー

C:50 M:70
Y80 K:60

C:0 M:50
Y100 K:0



ロゴマーク



他の案

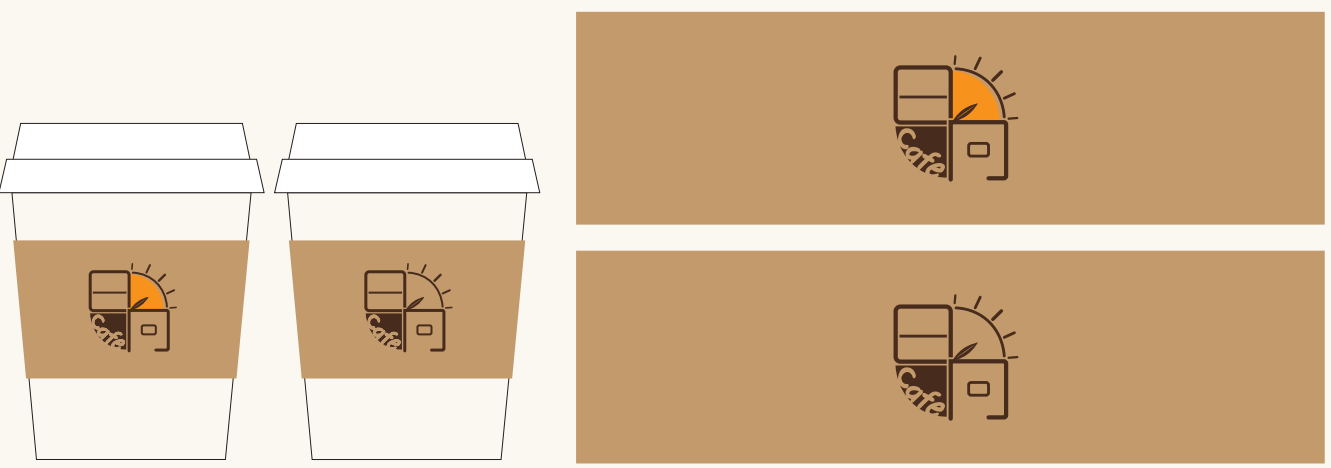


ロゴの一部にオレンジ色を入れ、日向のような温かみを表現しました。老若男女に親しみやすさを感じてもらうために「日向」の文字の形をあまり崩さず、読みやすく、分かりやすいロゴに仕上げました。

ショップカード



カップスリーブ



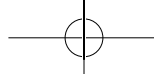
メニュー表

MENU		
FOOD 軽食	DRINK 飲み物	DESSERT デザート
カレーライス 700 円	コーヒー 450 円	チョコレートパフェ 720 円
オムライス 650 円	カフェラテ 480 円	イチゴパフェ 750 円
ミートソースパスタ 680 円	ストレートティー 450 円	モモのパフェ 800 円
ガーリックトースト 520 円	ピーチティー 480 円	ブドウパフェ 800 円
タマゴサンド 580 円	フルーツティー 500 円	イチゴミルクフィユ 650 円
特製サラダ 500 円	ピーチジュース 580 円	チョコブラウニー 600 円
	グレープジュース 580 円	レアチーズケーキ 620 円
	ジンジャーエール 600 円	クッキー 480 円
		プリン 480 円

デザートと飲み物は
お持ち帰りもできます

コースター





05



襲の色目から生まれた
化粧品ブランド「Shiki」

branddesign



05

ブランドデザイン

襲の色目から生まれた
化粧品ブランド「Shiki」



使用アプリ：Ai

「伝統」をテーマにした商品ブランド
授業課題

ブランドモチーフ

襲の色目
×
化粧品

平安時代の宮中の女性の重ね着する着物の配色に四季が織りなす自然界の移り変わりを取り入れた配色パターンのこと。

襲の色目という要素を取り入れやすく、化粧品は日常的に使う方が多いので、この2つを組み合わせてみました。

ブランド名・ロゴ

Shiki

襲の色目に習って、季節の“四季”と、色彩の“色”を掛け合わせてこのブランド名にしました。
kがリボンになっているのは着物の帯と、水引の蝶々結びに見立てていて、水引の蝶々結びが何度もあって欲しいお祝い事に用いられることにちなんで「四季で変わる毎日の色彩を繰り返し楽しんでほしい」という思いを込めてこのロゴマークにしました。

キャッチコピー

毎日に、時代を越えた四季彩を。

ブランドコピー

平安時代、女性は「襲色目（かさねいろめ）」として四季が織り成す自然の色を着物の配色に取り入れ、おしゃれを楽しみました。Shikiは“襲の色目”のメイクアップブランドです。四季折々の色合いを日々のオシャレに取り入れる昔の文化を現代でも。四季折々の色合いを日々のメイクに取り入れて毎日を美しく彩り、あなたらしい四季彩で時代を越える。

主に使用した襲の色目





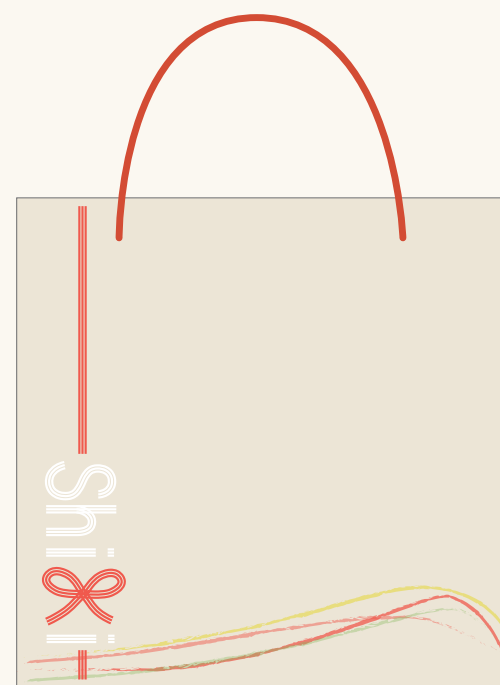
商品イメージ



商品パッケージ



ショップバック



商品カード

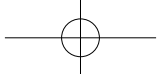


メインビジュアル



毎日、時代を越えた四季彩を。

平安時代、女性は「襲色目（かさねいろめ）」として四季が織り成す自然の色を着物の配色に取り入れ、おしゃれを楽しみました。
Shikiは「襲の色目」のメイクアップブランドです。
四季折々の色合いを日々のオシャレに取り入れる昔の文化を現代でも。
四季折々の色合いを日々のメイクに取り入れて毎日美しく彩り、あなたらしい四季彩で時代を越える。



最後までご覧いただき
ありがとうございました。

