

ポートフォリオ

東京デザイナー・アカデミー
プロダクトデザイン学科
工業デザイン専攻

北迫陸哉

プロフィール

所属

東京デザイナー・アカデミー
プロダクトデザイン学科
工業デザイン専攻

学歴

東京電機大学高等学校入学
わせがく高等学校転入学
わせがく高等学校卒業
東京デザイナー学院入学

資格

プロダクトデザイン検定 2 級
実用英語技能検定 3 級

スキル



AViutl、html

1. オリジナルコラボイベント

2. グループワーク
(真空製品開発)

3. オリジナルショップ
ブランディング

4. 家電 (湯沸かし器)

5. 家電 (炊飯器)

6. アクリルリバーシ

7. ペーパーナイフ

8. 新スキンケア広告

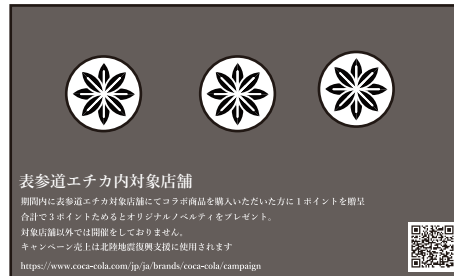
オリジナルコラボイベントの広告

Coca-Cola × Echika × アイ・ミルク北陸株式会社
BOTTTLERS JAPAN INC.

ノベルティグッズ



スタンプカード



Coca-Cola Echika
BOTTTLERS JAPAN INC. × アイ・ミルク北陸株式会社

ぬくもりを多くの人のもとへ

Winter Bliss



2024-12/14 → 2025-1/25
表参道エチカ内対象店舗

期間内に表参道エチカ対象店舗にてコラボ商品を購入いただいた方に1ポイントを贈呈
合計で3ポイントためるとオリジナルノベルティをプレゼント。
対象店舗以外では開催しておりません。
キャンペーン売上は北陸地震復興支援に使用されます

<https://www.coca-cola.com/jp/ja/brands/coca-cola/campaign>



グループワーク

製品説明

・真空成型を活用した新製品の提案というテーマの授業で桃農家という想定の下、配送トレーの新デザインの作成を行いました。

・今回私たちはトレーのデザインへのアプローチをより明確にするため、実際に山梨にある桃農家まで赴き、ヒアリングを行いました。

良い反応をいただけた半面、コスト面や実際に運搬を行っている業者など、事前に想定していた以上に調査が必要なことを知ることができました。



mama motto

私たちが化粧をするように桃もおめかして皆さんの手に渡るような商品を考えました。

桃用ケース

コンセプト
喜びを少しでも大きく

経緯
普段あまり買わないフルーツを買った時に、少しでも喜びを大きくできないかと考え、今あるフルーツキャップに加え搬送用のケースを可愛くすることで、ダンボールを開けた瞬間からワクワクするような作品にしました。

グループ①

稲垣心花
北迫陸哉
根本さや
松永文菜
武田紗侑

衝撃に耐えられるよう側面に凹凸が施されています。

保存や搬送の際に傷まないよう通気口を作っています。

ケースから桃が見えるように半透明にしています。

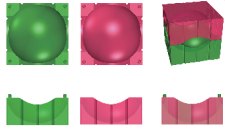
上下のケースが動かないようにするため凹凸を付けています。

重ねて積み上げることができます。



ターゲット・ペルソナ

普段は仕事をしてる20代後半
何かを頑張ると自分にご褒美をと、ちょっと良いフルーツを買う人



三面図

良いと言われた点

- ・透明で見た目的にはすごく綺麗
- ・桃は潰れやすくて箱は平面という固定概念があったから積むことが出来ればおもしろい
- ・桃は頭が潰れやすいから桃に直接触れないような物が好ましい
- ・梱包にコストをかけられない
- ・発送はトラックドライバーの運びが自慢の1品を送る時にはいいかも
- ・荒いことも考えなければいけない

アドバイス

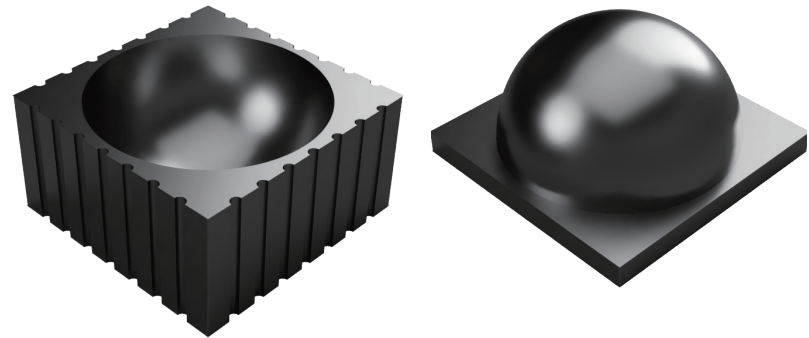
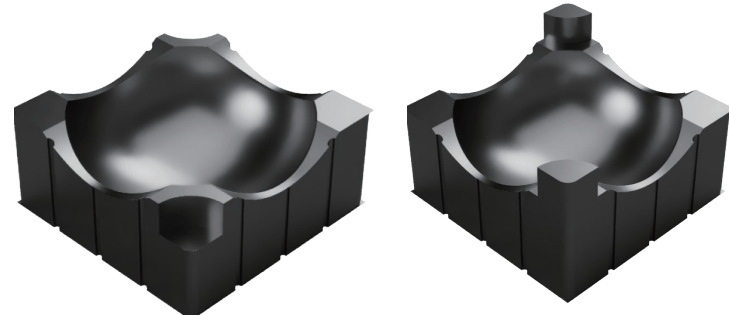
ヒアリングに行って

山梨県山梨市の桃農家ヤマシタ様にヒアリング調査に行きました。

この桃ケースをどう思うか、桃の特徴などを伺いアドバイスをいただきました。



金型イメージ



オリジナルショップブランディング

ブランド名

うららしどころ

ブランドイメージ・コンセプト

和テイストの現代の服装に合う履物ブランドになります。

近年、日本でも和をメインにした服装は特定地域では見かけますが日常的に見る機会はそう多くはありません。

日常的な洋服を来ていても違和感のない靴を作りたいというコンセプトの基、このブランドを立ち上げました。

ターゲット

20代から30代の和の雰囲気や着物などが好きな女性
現代ファッションに和テイストを取り入れたい人。

店舗イメージ・立地

浅草橋や下北沢といった都会に近い下町や東京郊外などに店舗を建てます。

京都にあるような和建築をベースにした、和やかな雰囲気です。

メインロゴ

うららし
どころ

雑貨 履物屋

サブカラー

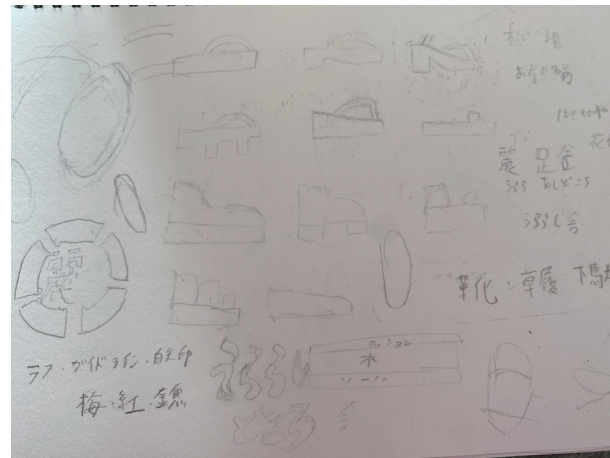
うららし
どころ

うららし
どころ

うららし
どころ

うららし
どころ

スケッチ



制作物



電化製品の造形

USB タイプ C 接続 湯沸かし器

テーマ PCで湯沸かし

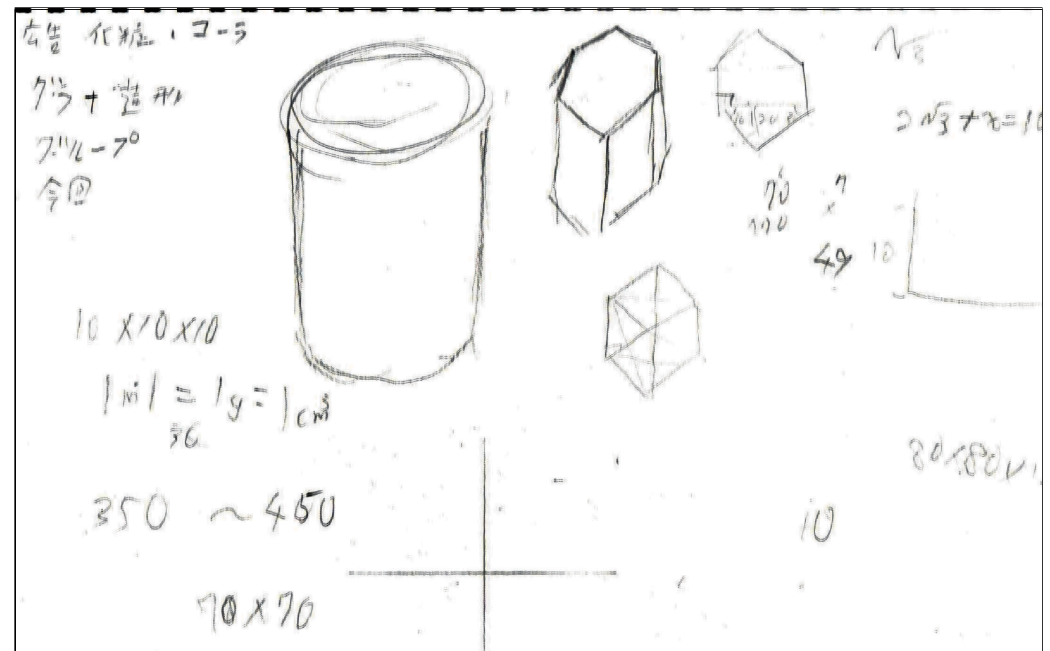
コンセプト コンパクト・低電力・PCで電力供給できる・USBタイプCを使用できる

ターゲット 置物を減らしたい人・日常的にお茶やコーヒーを飲む人・机が狭い人

他製品との比較

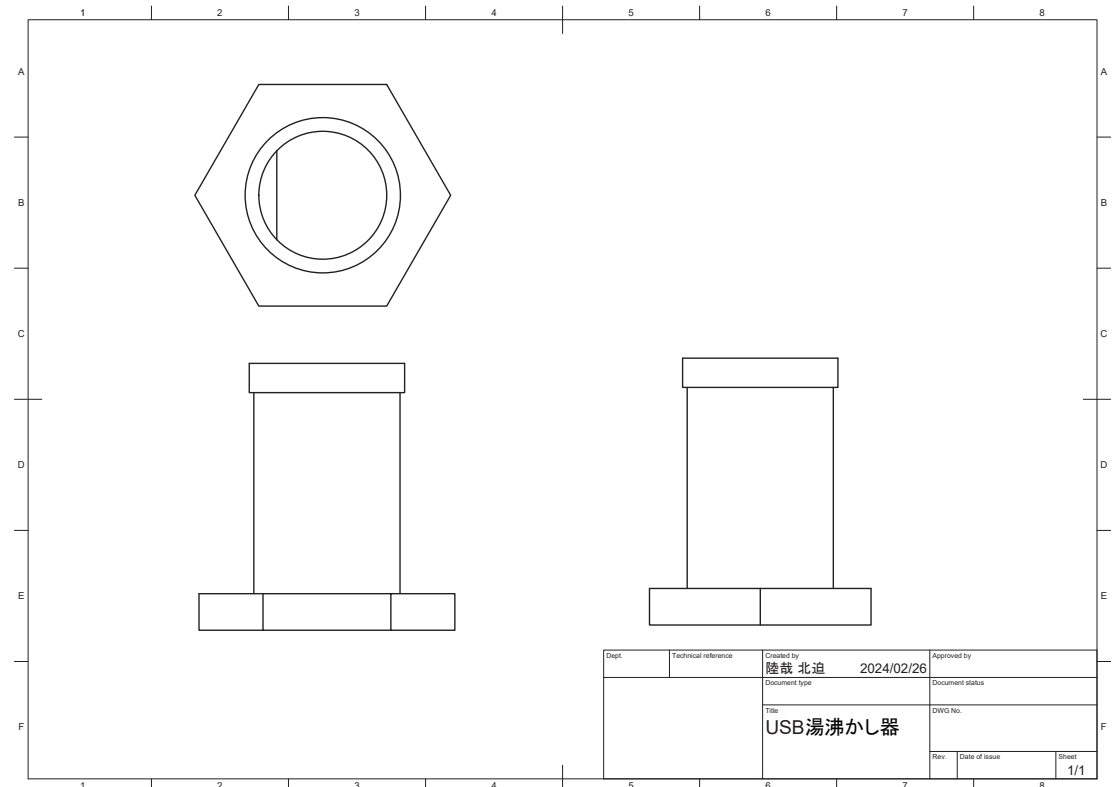
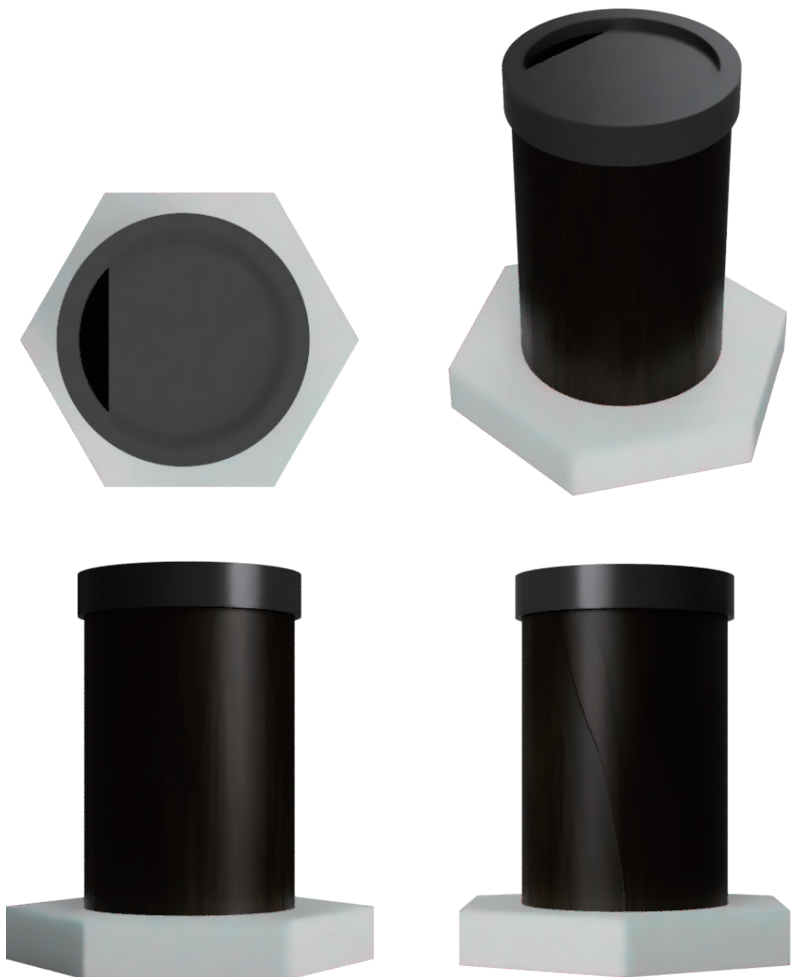
安価	大きい  高価
	小さい 

スケッチ



モデリング

三面図



一合炊飯器 slime

テーマ

持ち歩ける炊飯器

コンセプト

ミニマム・持ち歩き

家でも出先でも暖かい炊き立ての御飯を食べることができる

ターゲット

- ・一人暮らしの独身者
- ・物は少なくスマートな暮らしを目指す人
- ・職を大切にしたい人
- ・なるべく物を増やさず生活したい人
- ・手軽においしくご飯を食べたい人

ペルソナ

20代前半～30代一人暮らし

価格 約3000円

使用例 白米・スープ・パスタなど

電力 150W

素材・プラ、金属、銅、セラミック

他製品との比較



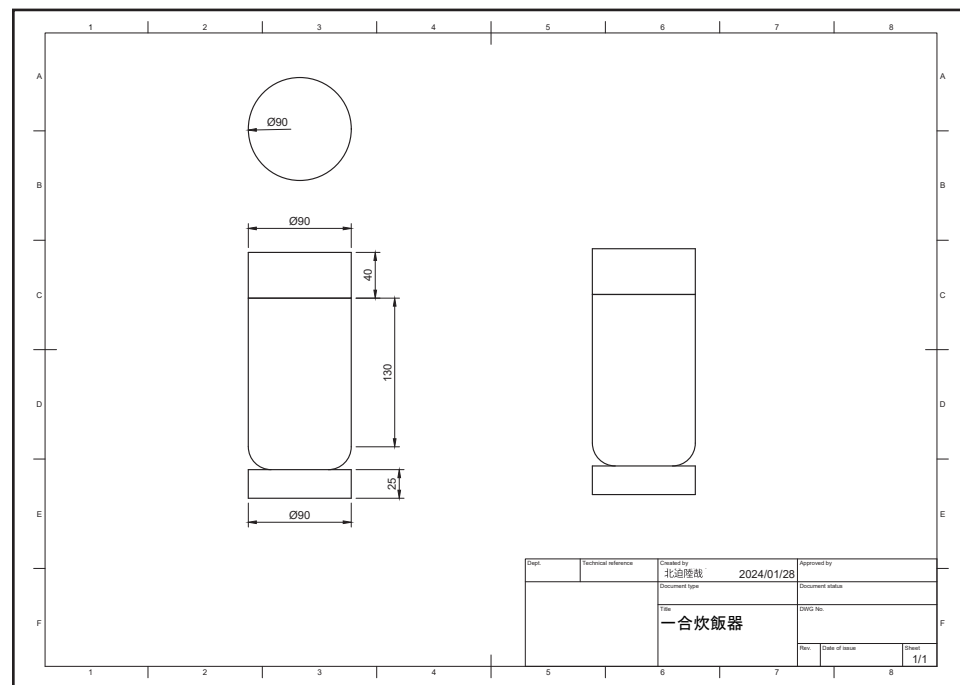
イメージカラーージュ



ラフモデル



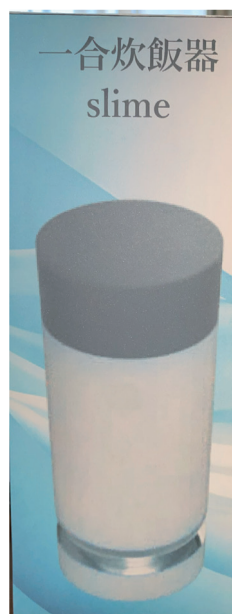
三面図



レンダリング

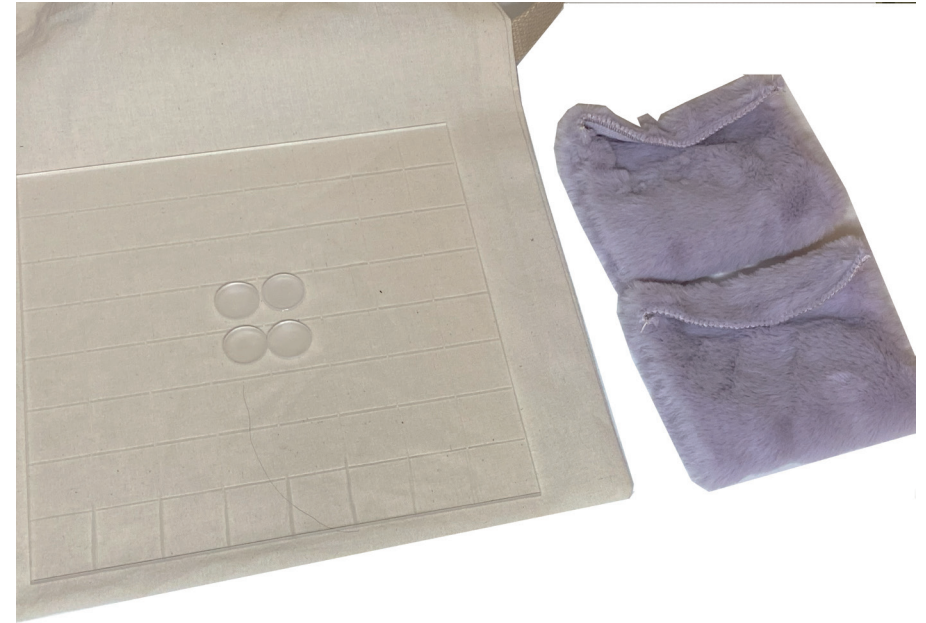


パッケージ



アクリルリバーシ

- ・レーザーカッターを使用し、アクリル板でリバーシを作成しました
- ・表裏の判断を目視ではなく手で触ることによる触覚で判断するデザインになっています
- ・作成してみて浮かんだ改善点として、駒の表裏が目視で判断できないことが、ゲームプレイに支障をきたす可能性があること。触覚での判別があまりにも難しいため、刻印といった判別のしやすいデザインに変更が必要であるということがわかりました。



ペーパーナイフ

- ・入学前にオープンキャンパスの際、やすりとベルトサンダーを使い作成したペーパーナイフです。
- ・持ちやすいようにグリップを意識し、親指と他4つの指どれを使っても力強く握ることができるようデザインしました。
- ・コンセプトとして、象の滑り台を意識して作成しており、オブジェとして飾ることも想定しています。
- ・切れ味も良く、薄い段ボールもきれいに切断することができます。



・ブランド名

Lily

・サブタイトル / デザインテーマ

自然の神秘は人々を潤す

・ブランドコンセプト / デザインコンセプト

若い世代のニーズをくみ取ったファッション性の高いブランド
乾燥しがちな肌をたっぷりの潤いで満たすスキンケアシリーズ
肌表面はさっぱり、肌の中はしっとり、菱バランスが整った理想的な肌へ

・ブランドキーワード

現代的、清潔、自然、オーガニック、プチプラ、ハイクオリティ、オリジナリティ、グローバル

・ロゴの方向性

シンボリック、自然、清潔、清廉、やさしさ、シンプル

・デザイン条件

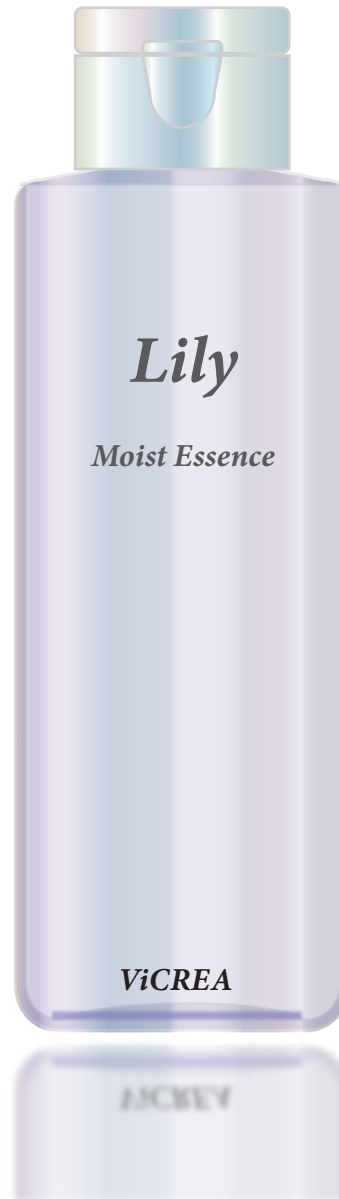
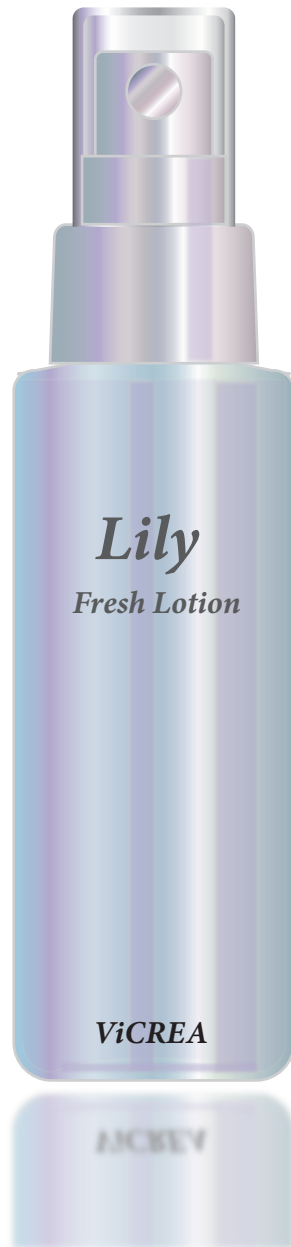
コストパフォーマンスに優れた設計、シンプルながら上品なデザイン、
ブランドイメージの確立、商品コンセプトに沿ったデザイン

・パッケージデザイン



・雑誌広告





Lily 自然の神秘は人々を潤す

自然の力によってあなたの肌をクリアにさらっと仕上げます。
日々の積み重ねがあなたの魅力をより一層際立たせます。小さな一歩でもそれは大きな変化の始まりにすぎません。
あなたの魅力は無限に進化し続けます。常に最高の状態を保ち、肌も心も健やかな状態を目指しましょう。



 **VICREA**



ご観覧ありがとうございます