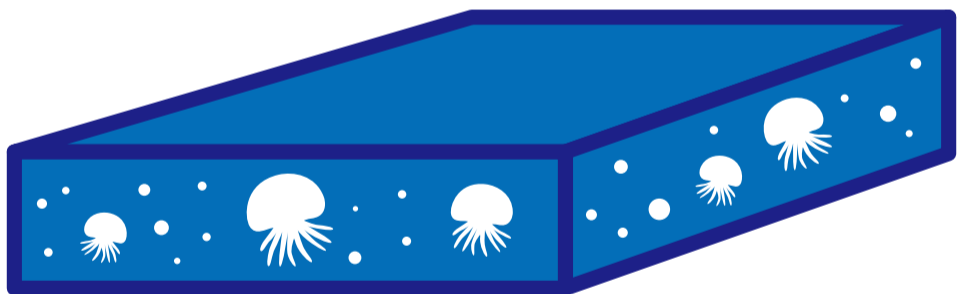


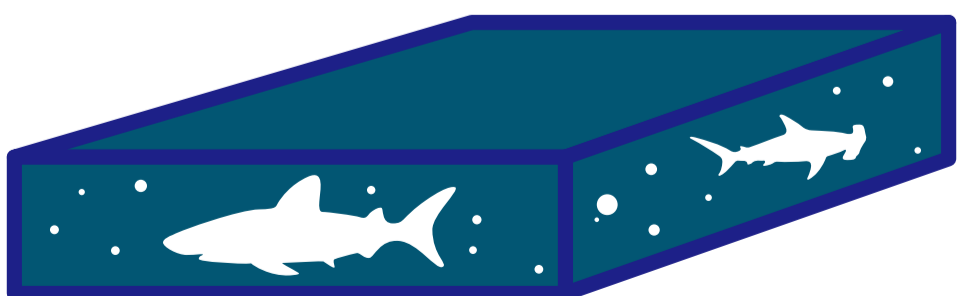
first semester



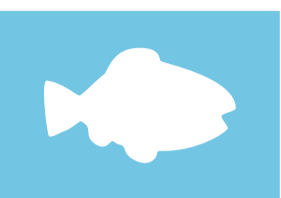
second semester



competition



hobby



ポスター広告

# Papillon from the moon

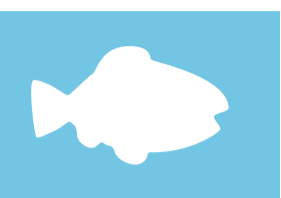
Psでの架空のSF映画ポスターデザイン。  
画像を加工し、手袋で宇宙服。蛾で未知の虫を、  
電車の床で宇宙を表現しました。

# Papillon

from the moon



AUGUST 9



ポスター広告

# SOMETHING NEVER GHANE

Psでの2100年オリンピックのポスターデザイン。

どんなに時間が経っても、陸上競技のスタイルは変わらないことを、  
写真にフィルターをかけて、イラストのような表現をしました。

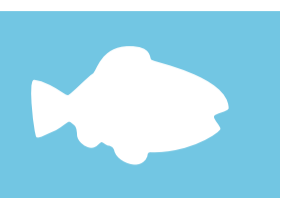


*SOMETHING NEVER CHANGE*

TOKYO 2100



実寸サイズ W210×H297



雑誌広告

# Gastronomy & Graphic Art

Ps・Aiで雑誌「アイデア」の表紙デザイン。

テーマは「フルーツ牛乳」をイメージし、

フルーツに様々な加工表現をしました。

海をピンクにすることで、可愛さUP!

2017年6月10日発行・発売・第65巻・第3号・通巻378号  
(季刊3・6・9・12月10日発行・発売) ISSN 0019-1299

378 2017.7

international  
graphic art and  
typography

世界のデザイン誌  
誠文堂新光社

idea アイデア



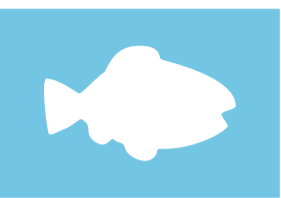
F. T. Marinetti & the Futurist Cookbook  
LesMason & Epicurean  
Mitsuo Katsui & Okusama Techo  
Gianni Sassi & La Gola  
Herman Miller Picnic Posters  
IKEA & Homemade is Best  
Food Culture Magazines  
Karl Gerstner's Avant Garde Kitchen  
Days of Trattoria: Sociality of Eating

グラフィックの食卓

Gastronomy & Graphic Art

実寸サイズ W225×H297





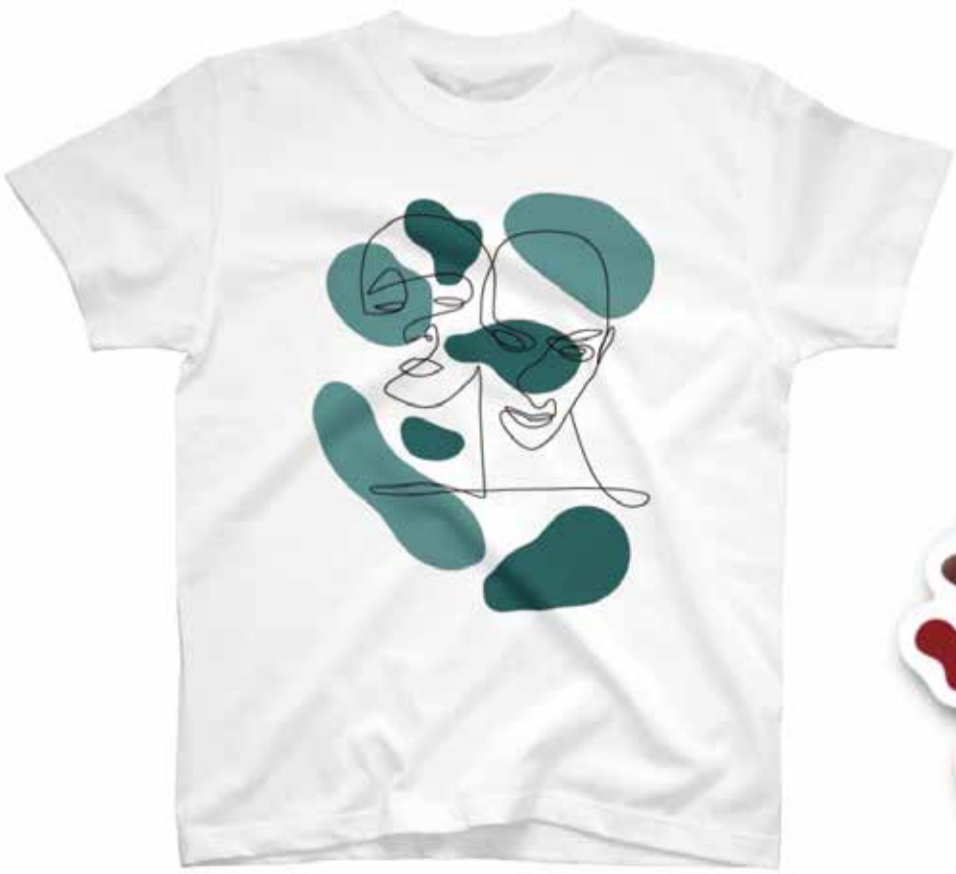
空想雑貨店

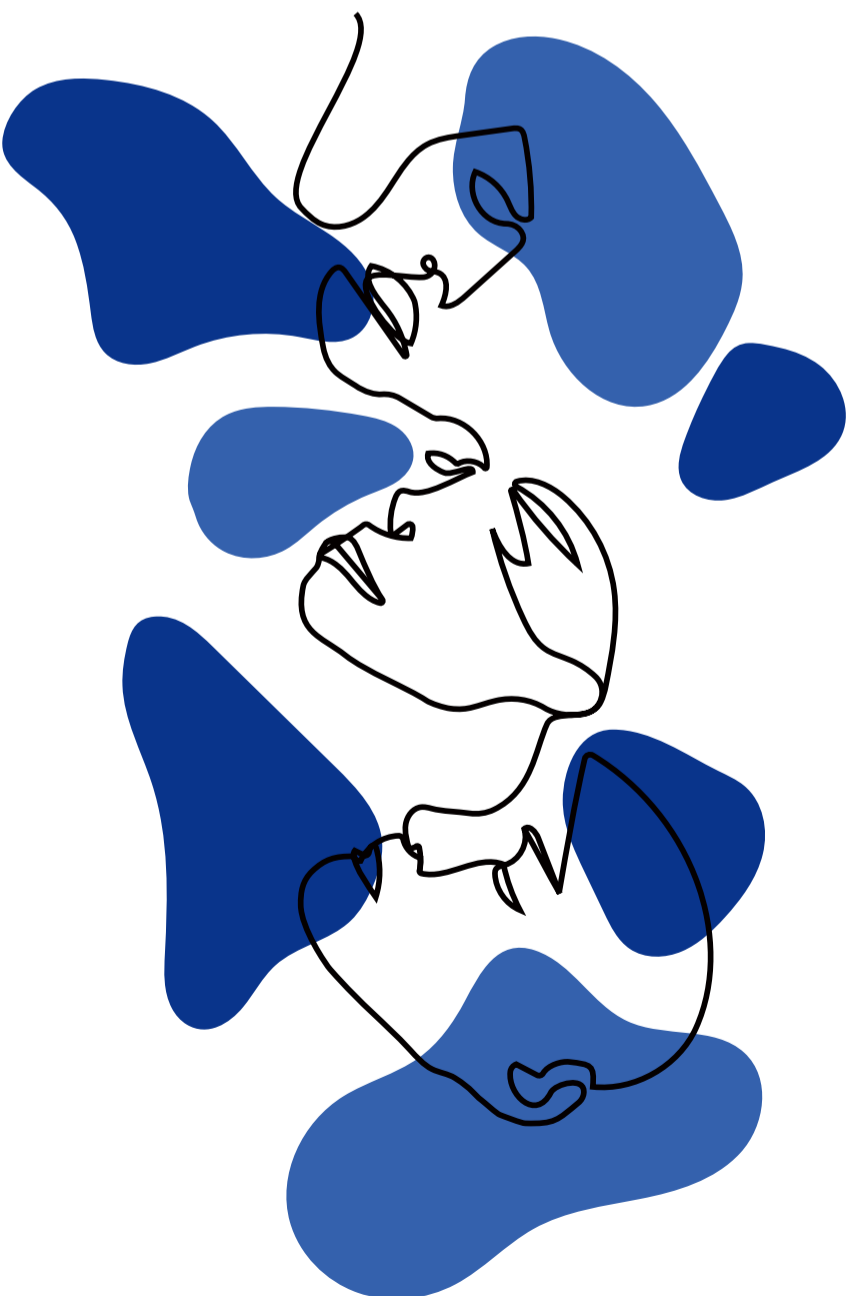
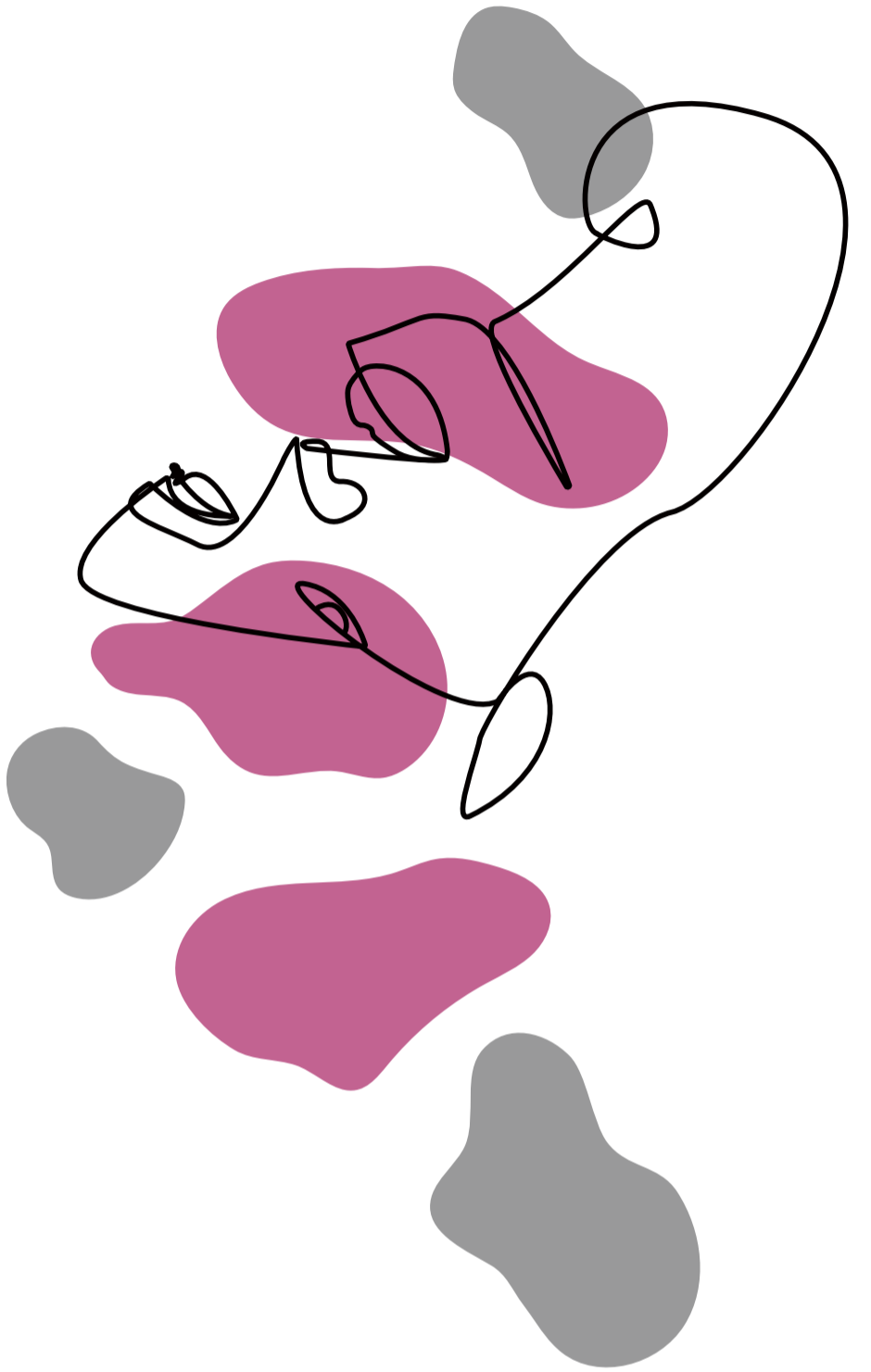
# Emotions

「人の感情を絵にしたらどうなるか。」をテーマに、  
自分が思う色や形で表現しました。  
展示をした服には、アクリル絵具を使い手書きで描きました。  
服や小物、雑貨などのアイテムを「SUZURI」で販売しました。



# Emotions









ブランディング

# はなゑみ

「はなゑみ」のキービジュアルデザイン。

「はなゑみ」とは、花が咲いたように華やかな笑いのたとえ。

花を飾ったあとにバスボムにできる、子供がいる家族がターゲットの、  
フラワーショップのサブスクリプション。

ロゴは、平仮名の丸みで子供でも読めるようにしました。

花のモチーフを入れ、フラワーショップブランドと分かるようにしました。

色は黒だと強すぎるので暗めのグレーにしました。

ブランドロゴ

● C 0 M 0  
Y 0 K 90



# はな ゑみ

笑顔が咲く花届けます。

「はなゑみ」それは、花が咲いた  
ように華やかな笑いのたとえ。  
子供と一緒に花を五感で楽しむ、  
豊かで笑顔あふれる  
日々をお届けいたします。  
飾って頂いたお花をバスボム  
にすることができます。



## 企画案

### 企画テーマ

フラワーロスに対する取り組み。  
子供が楽しめていきたくなるフラワーショップ

### コンセプト

花で楽しく。

### ターゲット

5歳～10歳くらいの子供をもつ家族。

### ブランドテーマ

『笑顔が咲く花届けます。』

### テーマの方向性

販売形態：サブスクリプション  
月1で、花とバスボムキットを届ける。

### デザインの方向性

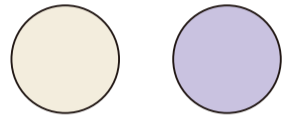
やさしい・自然な感じ

## ブランドデザイン

### ブランド名

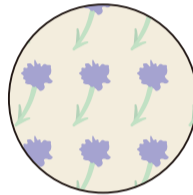
はな  
るみ

### イメージカラー



C4 M6 Y14 K31 C45 M35 Y0 K01

### キービジュアル



## 箱・パッケージデザイン



箱



商品パッケージ



ブランディング

# Shotaro

ブランドコンセプト

men's ladies のビンテージ古着屋

ロゴコンセプト

ビンテージ古着を扱っている店のロゴ。

リボンのような形で、少し女性らしい

きれいめなデザインにしました。

マークだけでは読みづらいので、下に名前を入れました。

カラーでは、くすんだ色を使いビンテージ感を出しました

ブランドロゴ

- C 0 M 0  
Y 0 K 10
- C 32 M 81  
Y 100 K 0
- C 14 M 66  
Y 96 K 0

S h o t a r o





ブランディング

# カシカムイ

「カシカムイ」のキービジュアルデザイン。

「カシカムイ」は「命」という意味。

「カムイ」は、アイヌ語で「神」という意味。

この世はカムイ（自然）とアイヌ（人間）で成り立っているとされています。

「カシカムイ」は、アイヌの歴史を知らない人に、興味を持ってもらう。

カムイが宿っているから色々な物を大切に感謝してもらいたい。

そんな思いからできた、ファッションブランドです。

ロゴには、アイヌの伝統的な模様や色を取り入れました。

ブランドロゴ



「アイヌ イタク エイエ エアシカイ？」  
(君はアイヌ語を話せる?)

イランカラッテ  
(初めまして)

カシカムイ セコロ クレハ アン ロ  
(私の名前はカシカムイと言います)

「カシカムイ」はアイヌ語で、「命」を意味しています。  
アイヌの失われつつある、伝統や、カムイ(神様)を  
エソカイ(みんな)に知ってもらいたい、  
身につけてもらいたいというラム(思い)から出来た  
アイヌの新しいファッションブランドです。

スイ ウヌカラ アン ロ  
(また会いましょう。)



カシカムイ  
KASIKAMUI



「アイヌ イタク エイエ エアシカイ？」  
(君はアイヌ語を話せる?)

イランカラッテ  
(初めまして)

カシカムイ セコロ クレハ アン ワ  
(私の名前はカシカムイと言います)

「カシカムイ」はアイヌ語で、「命」を意味しています。  
アイヌの失われつつある、伝統や、カムイ(神様)を  
エソカイ(みんな)に知ってもらいたい、  
身につけてもらいたいというラム(思い)から出来た  
アイヌの新しいファッションブランドです。

スイ ウヌカラ アン ロ  
(また会いましょう。)



実寸サイズ W515×H364

## 企画案

### テーマ

「伝統」▷アイヌ

ファッションブランド

### コンセプト

アイヌの歴史を知らない人に、興味を持ってもらう。

色々な物を大切に感謝してもらいたい。

### ターゲット

服が好きな人

新しいデザインや柄が好きな人

### ブランドテーマ

『アイヌ文化を現代に』

### ブランドの販売形式

ポップアップで売る

基本ネットショップ

### デザインの方向性

シンプル、伝統的

### ロゴマーク



### イメージカラー





靴下



ジーンズ



タグデザイン



タグデザイン



箱デザイン



産学協同授業

# Beeze

サイクルオリンピックの「Root one」の販売促進案として、フリーペーパーを友人と共同で制作しました。

全 20 ページ。担当したところを載せています。

実際に「Root one」をお借りして吉祥寺で撮影しました。

タイトルの「Beeze」という言葉は、英語でそよ風という意味です。

「Root oen」のあまりスピードを出さないで漕ぐところに合うと思い付けました。

# Beeze

*What will you do today?*

2021 vol.1

僕達と RootOne と 吉祥寺。

実寸サイズ W364×H515

contents

04 Let's go around old clothes

05 おすすめ古着屋3選

06 おすすめ古着屋3選

07 Cityboy はキャップを被る。

08 #LOOK BOOK

09 MUSIC

coffee

10 cafe 特集

11 今日の一息 Cafe&lunch

12 Cafe RIGOLETTO

13 KANNON COFFEE kichijoji

14 Memories  
of  
15 photos

16 Root one  
17 特集

city boy



柄セーター 2400円

Polo by Ralph Lauren  
70%のニルニーマーカブ

POLO by Ralph Lauren  
ニルニーマーカブ  
12000円

NEW YORK JOE

店内は、メンズからレディースまで幅広い商品がありとても品揃えが豊富！値段もリーズナブルなものが多いので、学生の方にも優しい！

CALIENTE VINTAGE CULTURE

デッドストックのメガネ 2000円

デッドストック：未使用の古着。

Hello

アメリカ、カナダ、メキシコなど北米を中心とし、特に20年以上古いものに限定したアイテムを扱っている。テラスからの竹林景色が、絶景！夕方に行くと最高雰囲気満点の古着屋さん！

CALIENTE VINTAGE CULTURE

dracaena

3F メンズ

polo, carhartt, adidas, 全部気になる...

インスタフォローでどれでも20%off!?!  
吉祥寺では最大級となる3フロアの大型店舗。店内にはジャンルや性別などに囚われず多数の古着が並んでる。お気に入りの1枚が見つかるはず！

吉祥寺駅

井の頭公園

1 ドラセナ NORTH 吉祥寺ダイヤ街店  
〒180-0004 東京都武蔵野市 吉祥寺本町1丁目8-1

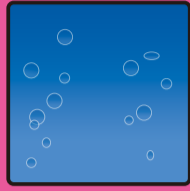
2 NEWYORKJOE 吉祥寺店  
〒180-0003 東京都武蔵野市 吉祥寺南町1丁目15-14

3 Caliente Vintage Culture  
〒180-0003 東京都武蔵野市 吉祥寺南町1丁目21-1 井の頭パークサイドビル 1F

# MUSIC



旅路  
藤井風  
j-pop 2020



未来  
odol  
オルタナティブ 2021



ちがう  
eden  
マハラージャン  
j-pop 2020



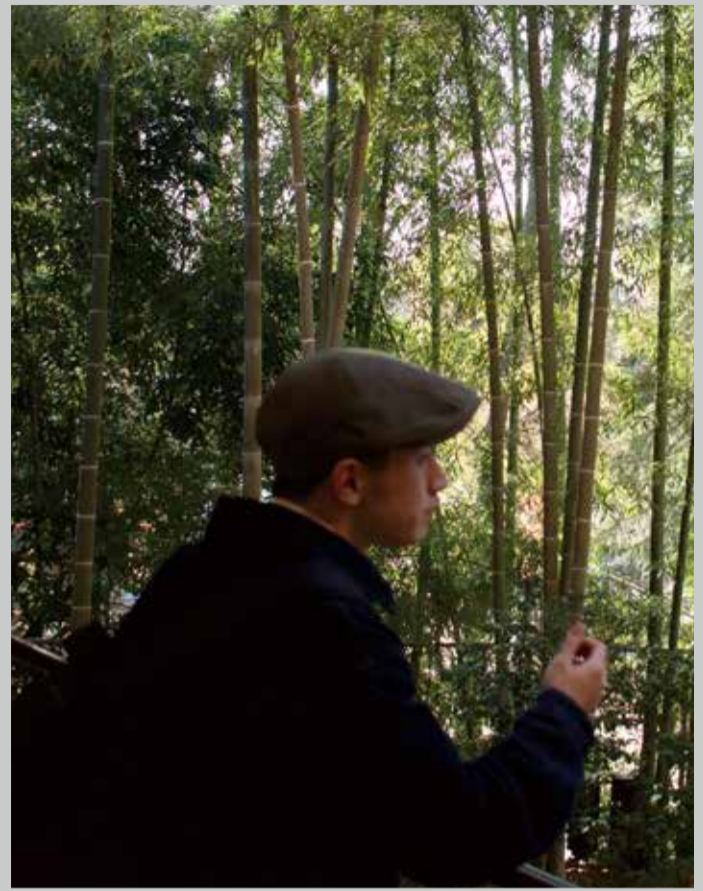
アイミル  
中村佳穂  
j-pop 2021



world's end supernova  
くるり  
オルタナティブ 2002



アルクアラウンド  
サカナクション  
ロック 2010



# LOOK BOOK

## Cityboyはキャップを被る。



このいい感じ!



これぞ、ミリタリー  
M65



say cheese!

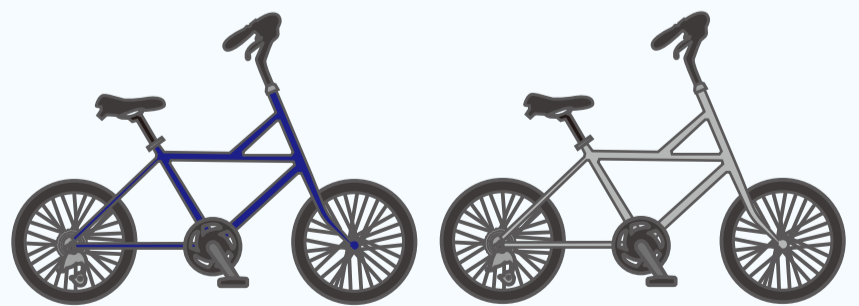


フライトキャップで  
オシャレも防寒もバッチリ!

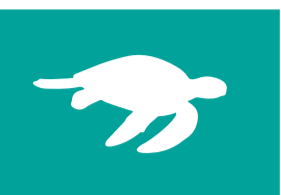
最近流行りのスノーカモ  
雪原での戦闘の時に  
自身をカモフラージュする為  
に開発された色。



What  
to do  
today?







大丸東京

# 「このトイレきれい過ぎて草。」

タイトル&キャッチコピー

この言葉を選んだ理由は、広告のターゲット層がZ世代なので、  
今時の言葉にして百貨店の行きずらさを軽減させました。  
LINEのようなSNS感も出せると思いました。

ビジュアル

目に止まるにはどうすれば良いか考えました。  
大丸東京のトイレで一番の凄みは景色の綺麗さなので、  
その景色を見に来てもらいたいため、  
考えた結果、トイレをだけを切り抜き配置しました。

このトイレきれい過ぎて草。



DAIMARU

東京店  
電話(03)3212-8011

実寸サイズ W515×H728



片山アロハ商會

# ZUSHI・HAYAMA

逗子葉山の近くにあるお店から見た景色を元にイラストにしました。。

実際行って見て、一番驚いたのは海の透明感。

なのデザインにも海のキレイさと波感を出すために、

ステンドガラスのような海にしました。

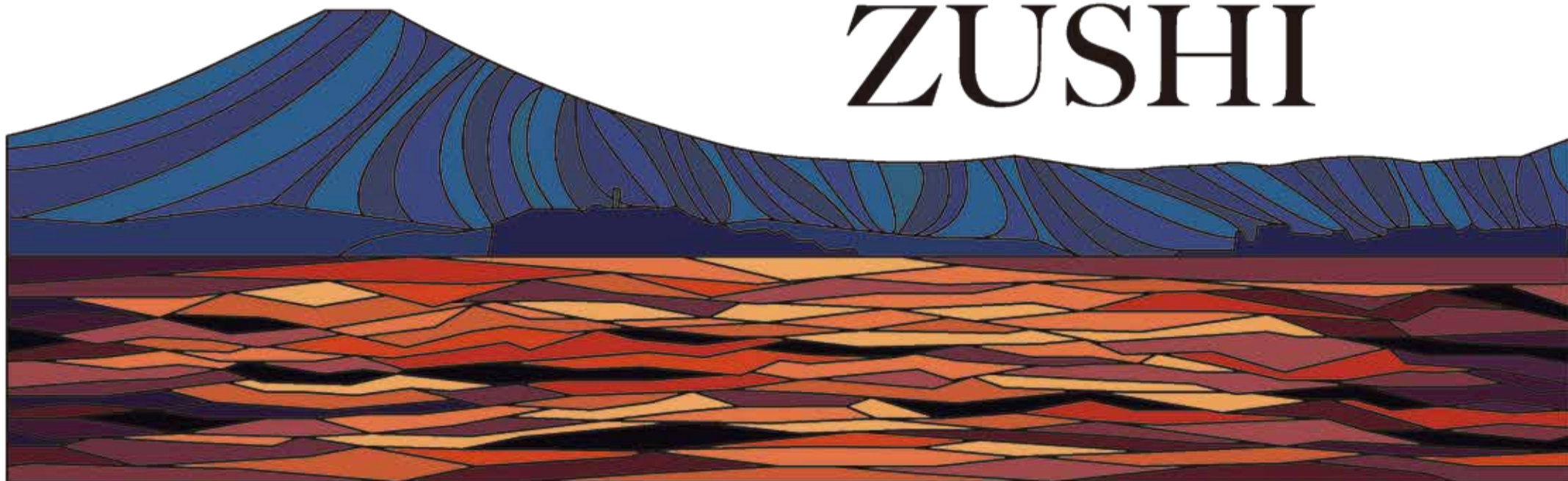
富士山は、神秘的な感じに見えたのと、大きな山なので曲線を使いました。

昼の景色と夕暮れに景色の2パターン作りました。

2パターンとも  
採用!!

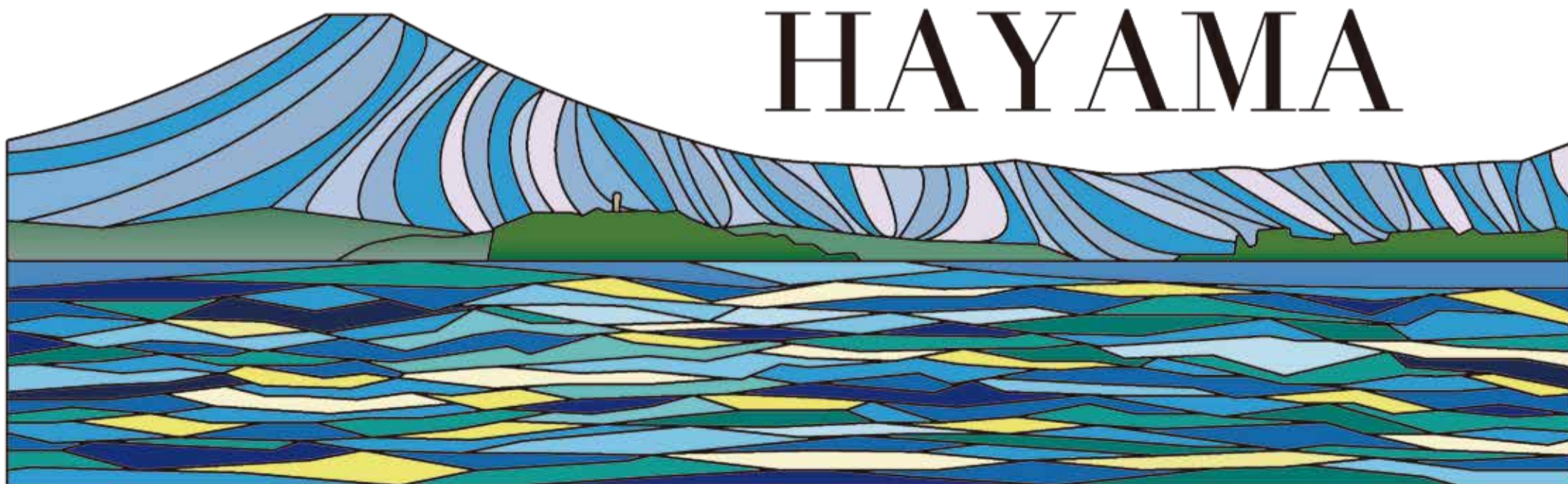


# ZUSHI

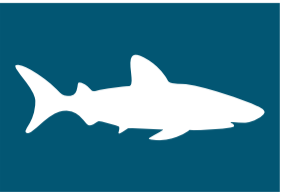


実寸サイズ W282×H86

# HAYAMA



実寸サイズ W515×H728



自主制作

# Snap shot

NikonD5300 で撮影しました。

撮影実習で学んだ知識を使いながら、

好きな物を中心に撮影しました。

sp で調整をしています。



