

Takamura's Portfolio

## Profile

# 高村 奈月 TAKAMURA Natsuki

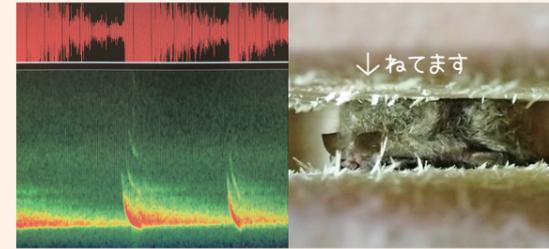
千葉デザイナー学院 グラフィックデザイン科  
グラフィックデザインコース 3年

1999年、千葉県生まれ。  
大学で研究ポスターを作ったことをきっかけに、  
デザインの面白さを知る。  
趣味は相撲観戦、DIY、映画鑑賞、乗馬など。

## Skill

-  暦3年、デザイン全般
-  暦3年、写真のレタッチ/モックアップ
-  暦2年、ブックデザイン/ポートフォリオ
-  暦2年、webデザイン

## background



大学ではコウモリを研究



中高大と馬に乗って生きてきました



「欲しいものは作る!」で育ちました

## When designing...

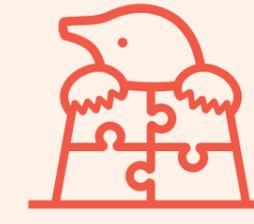
大切にしていることは...



遊び心

「なるほど!」、「ふふっ」となる  
デザインに魅力を感じます。  
**ネコ**の身体のように柔軟な発  
想で、人をワクワクさせるデザ  
インを目指します。

一番好きな過程は...



課題解決

漠然と作るのは苦手です。  
目的を**モグラ**のようにじっく  
り掘り下げて分析し、課題を見  
つけ、解決までの筋道を立てて  
デザインすることを好みます。

一番時間をかけるのは...



情報収集

良いデザインから発想を得た  
り、アイデアの根拠を求めたり。  
ドングリを集める**リス**のよう  
に、沢山の情報を集めてデザイ  
ンします。

よく人から言われるのは...



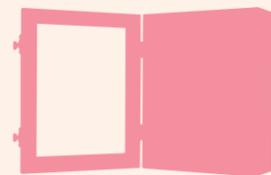
凝り性

誰にも気づかれないような小さ  
な所までこだわります。  
**ヒツジ**の被毛のように細かな  
工夫を積み重ね、密度の高いも  
のを作り上げます。

その1  
形にこだわったものたち



Package Design



Product Design



Editorial Design



CI Design

その1  
形にこだわったものたち

その2  
見せ方にこだわったものたち



Package Design



Editorial Design



Web Design



Book Design



Sign Design

# その1 1/4

子供も大人も食べたくなる。  
ジビエの需要拡大を目指した商品



制作期間  
6週間

1年次進級制作  
食品パッケージの新企画



## STEP 1 目的から課題を探る

ジビエ… 狩猟によって得た野生鳥獣の肉



### ジビエ利用の拡大

- ・ 捕獲従事者の意欲向上に繋がる
- ・ 地域の新しい観光資源になる

GOAL

### 現状

毎年、捕獲されたシカやイノシシの  
8割以上が廃棄処分されている。

### 利用されない理由

- ・ 食肉処理施設が少ない
- ・ ジビエの需要が少ない

### なぜ?

- A 安全性に疑問がある
- B 一般的な食材ではない
- C 味のイメージが良くない
- D 食べる・買う機会が少ない

課題

## STEP 2 解決策とアイデア

A

安全性に疑問

### 国産ジビエ認証制度の認知

国が制定した安全基準パスした食肉処理施設は  
製品に**認証マーク**を表示できる。

B

一般的な食材  
ではない

### 子供の頃から慣れ親しむ食品に

子供の頃から「ジビエの味」に触れることで将来的  
に身近な食品を目指す。

C

味のイメージ  
が良くない

### 食べやすい加工食品に

大人でも子供でも食べやすく、ジビエを食べる  
ハードルを下げる。

D

食べる・買う  
機会が少ない

### 手軽に売る・買える形態に

「お昼ごはんに食べる」くらいの軽い気持ちで買って、  
お土産にもなる販売場所を選ばない商品。

## 商品の条件

1

認証マークを  
分かりやすく表示



2

子供に食べたい!欲しい!  
と思わせる魅力

3

手軽に食べやすく  
買いやすい軽食



4

地域の魅力にも  
お土産にもなる商品



5

販売地域は千葉県  
▶ 房総地域の鹿肉を使用

## STEP 3 商品ができるまで

### コンセプト

#### ターゲット

年少～小学校低学年の子供とその家族

子供だけでなく、その家族など  
多くの世代に親しまれやすく

ジビエのマイナスイメージを感じさせない  
ポジティブで楽しい商品

子供も大人も食べたくなる  
楽しいジビエ

### 商品名

#### アイデア

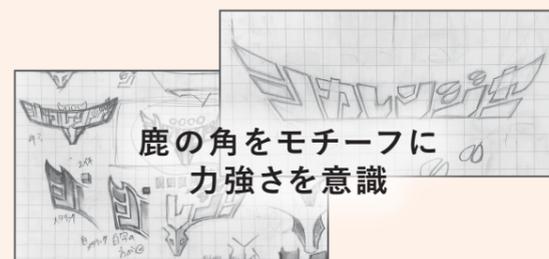
- ・ 子供にも馴染みやすい
- ・ お土産として目立つ、分かりやすい
- ・ 房総の鹿肉を使用

地域の人々と自然環境の両方を**守る**  
ことに繋がる商品

**戦隊ヒーロー**  
にすると面白いのでは？

房総戦隊シカレンジャー

### ロゴデザイン



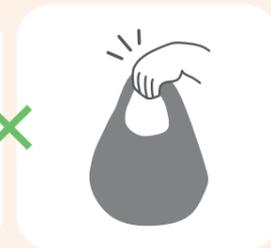
### パッケージの形

#### アイデア

- ・ 子供が欲しくなる見た目
- ・ ジビエを親しみやすくする仕掛け
- ・ 気軽に買っていきたくなる形



ヒーローのお面が  
付いてくる



手提げ型

お面にして遊べる  
手提げ型パッケージ

### ヒーローマスクのデザイン

#### 設定

**ジビエを食べることで  
ヒーローに変身!**

- ・ 食品そのものをモチーフに
- ・ パッケージのおモテ面も兼ねる



鹿ばいイエロー



鹿まんレッド



鹿さんどグリーン



## 子どもごころをくすぐるパッケージ

開けばストーリーが現れ、包装紙にはステッカー、味の名前は技名風に。中の食品だけでなく、パッケージでも惹きつける商品を目指した。

W165×D95×H200mm



## ジビエを身近な存在へ

「循環しよう、自然の恵み。守ろう、豊かな自然。」  
身近な問題のはずなのに、あまり理解の進まない害獣問題。「ジビエと子供」という結びつかないイメージを、「食べること・遊ぶこと」に変換し、より身近な存在にすることを意識した。

A3ポスター 297×420mm



# その1 2/4

## 食後に残った骨をリメイクして 食品ロス削減に繋げるキット

必要な道具を一つの箱に

部屋に飾れるシンプルさ

キットの見せ方にこだわる



制作期間  
8週間

2年次進級制作  
新しいプロダクトの提案



## 食後に作る 骨格標本

## STEP 1 アイデア

### 目的

家庭内の食品ロスを削減

### 着眼点

買わない、作らないなどの対策ではなく、  
**綺麗に食べる意識や価値**  
を生み出せないか

### コンセプト

骨から肉を取り除く**作業が楽くなる**

&

丁寧に、綺麗にするほど**価値が生まれる**

食後に残った骨で  
骨格標本が作れる製作キット

## STEP 2 手軽さにこだわる

### 食材の選定

### 判定基準

- 入手のしやすさ
- 標本の作りやすさ
- 食べやすさ
- 標本としての魅力

× 豚足 × 鯛のお頭

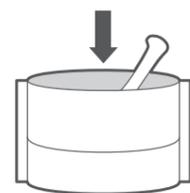
○ 鶏の手羽先

決定

### 工程をできるだけシンプルに

### 骨の扱いを単純化

骨をメッシュ状の袋へ入れて処理  
回収作業を省き、紛失を防ぐ



### 薬品ビンに入れるだけ

薬品の容器に袋を直接投入  
薬品に触ることなく安全に



### 新しい標本のかたち

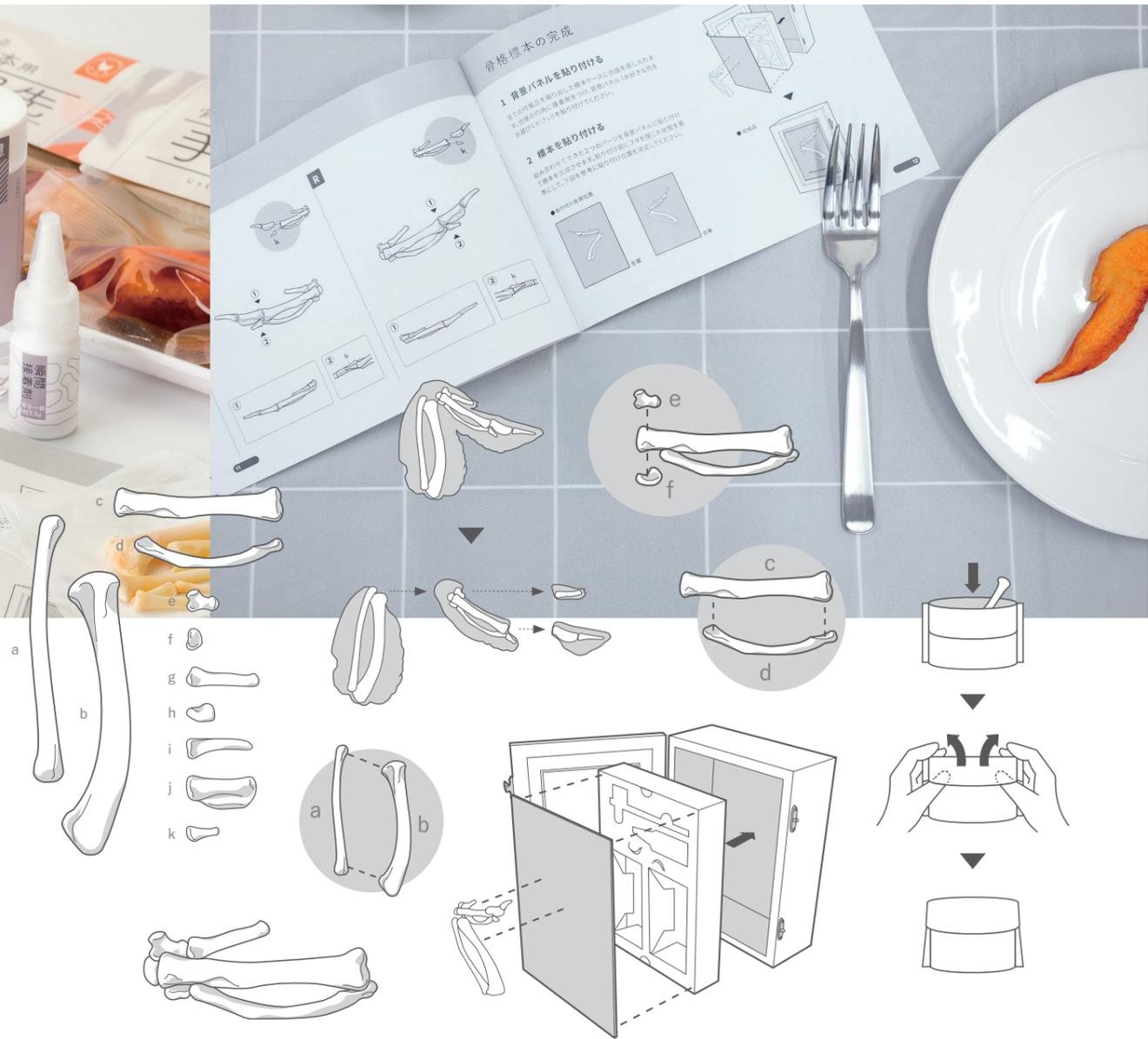
標本の暗いイメージを覆す、「部屋を明るくする標本」をコンセプトに、白を基調とした製作キットで先入観を払拭。また、キットと標本箱を兼ねる木製の外箱は標本を美しく魅せ、なおかつキットが全て収まるサイズ感・塗装にこだわって設計。

W160×D74×H209mm



## 作りやすさを徹底的に

誰でも作りたくなる製作キットを目指し、付属のマニュアルは、キットの説明から、綺麗に食べるコツ、標本にするまでをイラスト満載で丁寧に解説。骨の組み立てでは、別視点のイラストで接着面と角度を的確に伝えた。



イメージパネル B2 515×728mm



コンセプトボード A3 297×420mm

## 食卓を博物館に

イメージパネルでは、気だるそうな人間と猫で、いつもの生活の中でも作れる「手軽さ」をアピール。そして、普段の何気ない空間に溶け込むインテリア標本の美しさや不思議な存在感を強調した。

# その1 3/4

## 形で手に取り、読みたくさせる。 ベビーマッサージ教室のブランディング



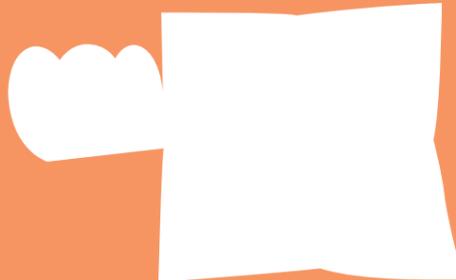
お花が可愛い



お花を開くと ...



まるでスクラップブックな  
活動紹介



大きく展開!



制作期間  
3週間

3年次授業課題  
ロゴ・ショップカード・リーフレット



## STEP 1 要望から提案へ

### 改善策と継承する点

#### 要望

- ① ショップカードの刷新
  - ② リーフレットの新規制作
- ▶ 手元にあって「可愛い」と眺めていたくなるもの

#### 現行のショップカード



#### 改善策

- ・ 分かりやすい新しいロゴの提案
- ・ 活動内容を伝える
- ・ SNSへの誘導



#### 依頼主が気に入っている点

- ・ 明るく、優しい雰囲気
- ・ 自然を感じるモチーフ
- ・ アナログ感

### ロゴデザイン 3 案



como terrace

モチーフ... 花、マッサージの手  
イメージ... 安心、繋がり、集まる



como terrace

モチーフ... 花、CとM  
イメージ... まとまり、にぎやか



como terrace

モチーフ... 笑顔、木漏れ日、CとM  
イメージ... 温かみ、おいでよ

決定

## STEP 2 ショップカード 2 案

W91×H55mm



### 見た目の可愛さで訴求

表面は花畑をイメージ。教室に参加したお母さんやその子供たちが賑やかに楽しくしている様子を表現。花の部分は強めの活版印刷で凹ませ、思わず触ってみたいくなるカードに。裏面はスローガンが一番目立つレイアウトで、明るく柔らかい雰囲気をシンプルに表現した。

W60×H60mm



### 形の可愛さで訴求

「手に取りたくなる」を1番に、手のひらに納まるちょうどいいサイズ感を目指した。裏面では、すっきりしたレイアウトで説明は最低限にQRコードを中央に目立つように配置し、「ちょっと見てみようかな」と逆に気になるデザインを目指した。

## STEP 3 リーフレット

### 何を伝えるか

過去のSNSから  
今までの活動をリサーチ

#### 雰囲気

- ・ まずは手に取らせる
- ・ 教えているのはどんな人？

#### 思い

活動の目的、理念

#### 特長

マッサージ教室以外での  
イベント、チャリティー活動

#### 効果

- ・ 簡単なマッサージのやり方
- ・ 具体的な効果



雰囲気を  
伝える

### 花びらをめくりたくなる表紙

表紙ではロゴのモチーフにもなっている花を全面に、明るく柔らかい雰囲気を強調。花びらの部分をめくれる仕組みにすることで、中が気になる見たい目を目指した。裏面では、活動の雰囲気がより伝わる名前の由来やオーナーを楽しげに紹介し、QRへのアクセスをスムーズに。

2つ折り+巻き3つ折り W136×H132mm 10P



思いを  
伝える



特長を  
伝える



効果を  
伝える

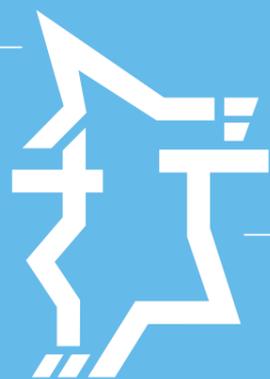
### 魅力が一番に伝わる折り方で

花びらをめくったページでは、クラスの様子と共に活動目的や思いを最初に伝え、次の見開きでは、マッサージ教室以外の活動を賑やかなレイアウトで明るく楽しげに紹介。最後の大きなページでは、簡単なやり方と共にマッサージの効果を紹介。リーフレットを見ながらでもマッサージができるように、大きな写真と説明文で見やすく分かりやすく。

その1  
4/4

# 特色を尖らせ、光らせた デザイン専門学校のリブランディング

尖る



千葉県から進出

チバデ



制作期間  
6週間

2年次授業課題  
CIマニュアル・アプリケーションデザイン

## STEP 1 ブランドの再構築

### スローガンの設定

#### 理念・魅力

教育理念...多様な才能を開花させるデザイン教育  
魅力...4つのコースに分かれた専門性の高いカリキュラム  
強み...千葉県唯一の総合デザイン学校

#### ターゲット

千葉県在住の高校生、  
東京の学校と専門性、将来性、  
雰囲気の中で検討中

▶ 将来性、積極性を  
アピールしたい

## 尖れ。個性

将来性...才能を土台とし、個性を武器にする  
積極性...強いメッセージで意欲、サポート力をアピール

### ロゴを刷新

#### 既存のロゴ

 **千葉デザイナー学院**

スローガンに合わない、印象に残りづらい

#### 継承したい点

- ・ 定着している6色のカラー
- ・ 文字から成るシンボル

#### イメージ・モチーフ

千葉県...千葉から進出する  
星...尖る、輝く物を生み出す

 **千葉デザイナー学院**

千葉県唯一の総合デザイン学校という強みをより強く、  
勢いのあるロゴタイプで積極性をより印象付ける。

## STEP 2 グッズ・サイン計画

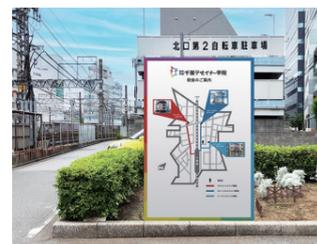
### イメージを象徴するパターン



封筒

ショッパー

### シンボルの形で表現した案内図



3つの校舎までの道のりを  
写真付きで案内



## STEP 3 キャラクター

### イメージ

クリエイティブ 沢山吸収する  
色々な可能性を感じる 個性的  
柔軟さ 挑戦する

### 性格

- ・ 好奇心旺盛だがマイペース
- ・ 個性的なアイデアが大好き
- ・ 時にアグレッシブ

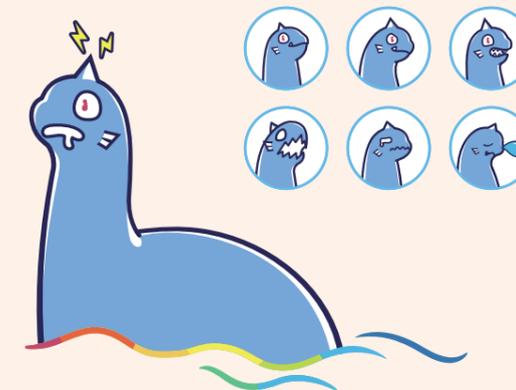
ハングリー  
動き回る  
独創的

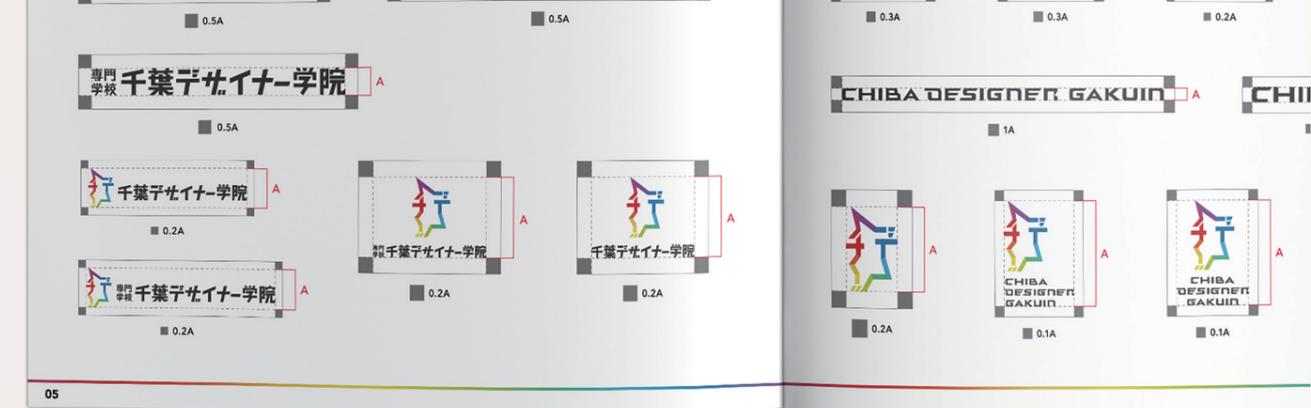
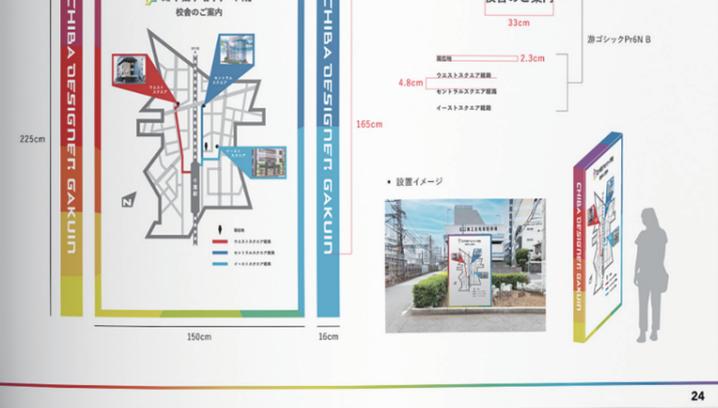
▼  
怪獣をイメージ



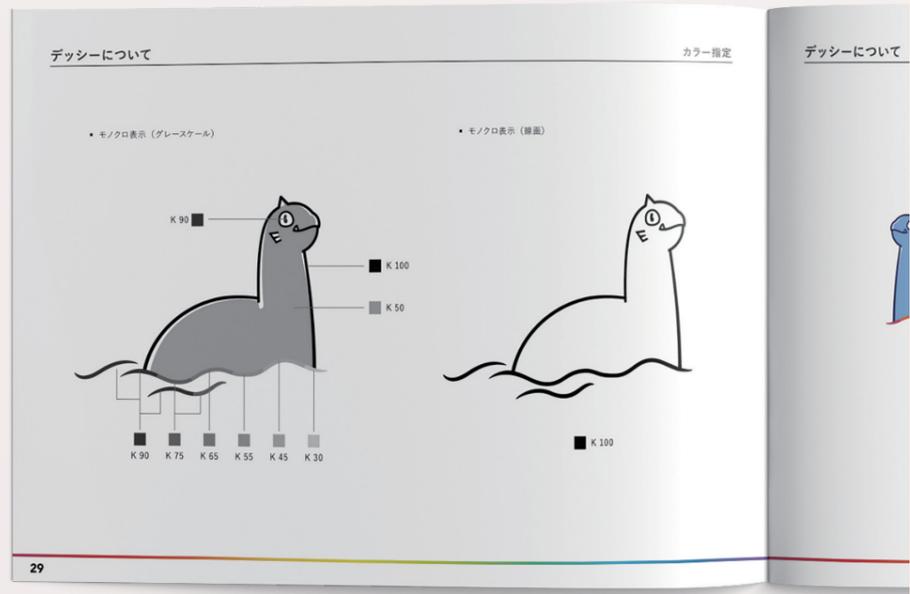
**チバデ**

チバデの学生たちの思考の海を  
泳ぐアイデア怪獣。  
頭のアンテナでいつも探索。  
面白いアイデアが大好き。





## STEP 4 CI マニュアル



30パターンのロゴに合わせたアイソレーション、最小サイズ、カラー、背景の指定、禁止事項を定め、学生証、ピンズ、ステーションナリー、ショッパー、ネックストラップ、サイン計画、キャラクターのデザインマニュアルをまとめた。

その2  
見せ方にこだわったものたち

その2  
1/5



品種の魅力  
を  
ダジャレで伝える。  
若者が手に取る農産品



制作期間 2年次授業課題  
3週間 パッケージ・ショップカード・ショッパー

## STEP 1 目的と課題

### 目的

やちまた  
千葉県八街市の魅力を発信する商品

### 発信できていない魅力は？

生産量全国1位を誇る落花生  
▶しかし、落花生はお土産に挙がらない

### なぜ？

- ① 売り場で目立っていない  
若い人は、まず手に取らない
- ② 地域で差別化されていない  
独自性がなく、千葉県産ひとくりに
- ③ 大袋が多い  
・値段が高い  
・渡しづらい

### 課題



## STEP 2 解決策

### メインターゲット

20代~30代の女性

大学生 カジュアル  
帰省 職場

### コンセプト

「落花性=八街」を定着させ、  
若い人が知人・友人に  
迷わず渡せるお土産

### パッケージの形・外観

### 透明カップ

- ・少量、コンパクト
- ・新鮮さをアピールできる
- ・他社との差別化にもなる

### イメージを覆す色



### 商品名

八街 落花性 ▶ やちまた 落花性

品種の特徴を  
「失敗」に置き換えて  
キャラクター化

### テーマ

## STEP 3 パッケージ

調理方法や大きさ、味が異なる  
代表的な2種を選出

### 1. 茹でるおおまさり



収穫後すぐに塩茹で

お風呂でのぼせる

### 2. 寝かせる千葉半立



収穫後しばらく天日干し

寝過ごす



W101×D101×H45mm

大きさの違いも  
体型に反映



商品名の「つ」の部分の色を変え、  
「やちまた」とも読めるように工夫

## STEP 4 ショップカード・ショッパー



それぞれの品種の特徴と共に  
商品名の由来も紹介

### 八街といえば…になる商品へ

ショッパーにも、トレードマークとなるキャラクターを  
全面に配置。この顔を見れば八街を思い出すような、イン  
パクトのあるお土産を意識した。



# その2 2 / 5

Ai 制作期間 3週間  
3年次授業課題 巻き3つ折り B4リーフレット



バリアフリーを追求した  
要点がすぐ分かるリーフレット

## 色弱者や高齢者の方にも見やすく

文章は読みやすい大きさ、行間を意識。フォントは、弱視の人でも誤読しにくいUDゴシックを使用した。また、色のみでの強調は避け、形・大きさ・影をつけることで差別化した。さらに、文字だけではなく写真・イラスト・アイコンを用いた説明で、理解しやすいリーフレットを目指した。



—— アピールポイントが目立つ表紙



地図や表も見やすく



見え方で情報の優先度が変化しない

# その2 3/5



イラストをアイキャッチにした、  
見ているだけで楽しませるサイト



制作期間 3 年次授業課題  
4 週間 リニューアルサイトのデザインカンパ

## コンセプト

### 目的

テーマパークのサイトリニューアル

### 現状

- ・長年、情報を重ねていったことによる  
**複雑化**  
**アピールポイントの埋没**
- ・文字情報ばかりで  
**雰囲気が伝わらない**

### アピールポイントは？

- ① 園内を自家用車で周れる広大な敷地
- ② 四季を感じる豪華な庭園やイベント
- ③ 家族で一日楽しめる豊富なコンテンツ

子供が喜ぶ雰囲気、ワクワク感、  
豊富なアピールポイントが  
短時間で伝わるページ



オススメやイベント情報は**タブ**  
で並べ、見やすく

四季と園内のコンテンツをイメージした  
新しいキャラクター



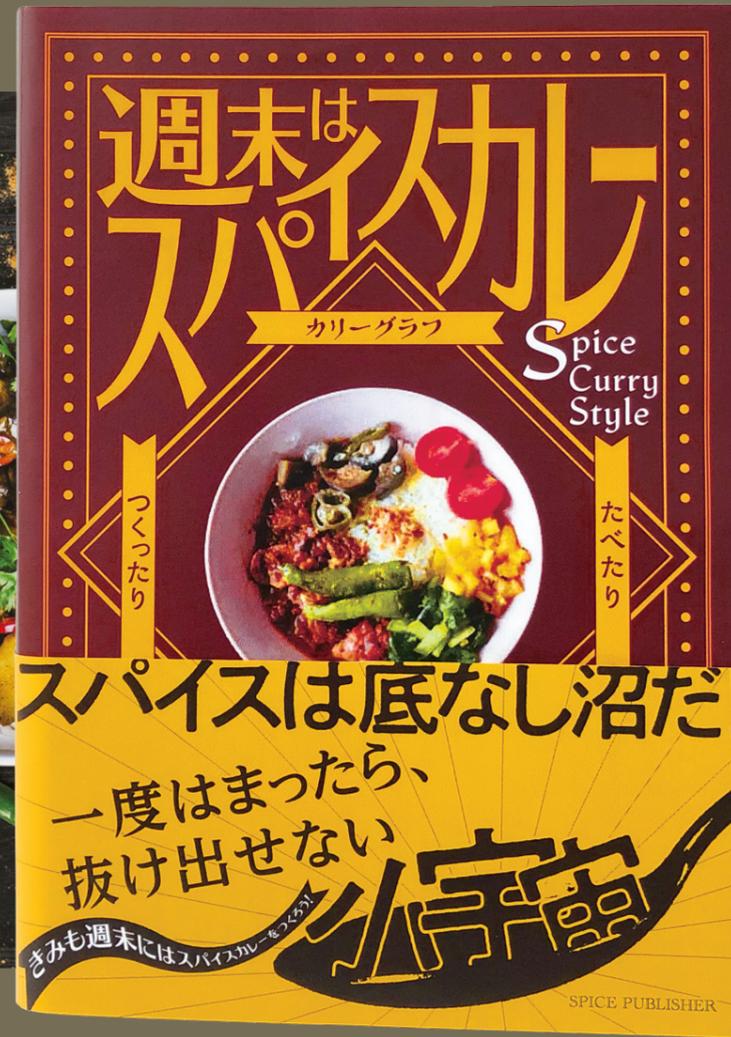
コンテンツ一覧を道の標識で表現し、  
**探検やワクワク感を演出**

オススメの場所を  
ひと目で伝える**マップ**



ページ全体で**画像を多用**  
情報を分かりやすく、雰囲気も伝える

その2  
4/5



スパイスの魔法のような魅力を  
摩訶不思議な世界観で推した本



## スパイスの魔導書

スパイスの解説や基本と応用の作り方、とっておきのお店の紹介など、スパイスカレーの魅力が詰まった内容から、魔法のような可能性を感じ、「置いておきたくなる魅惑の魔導書」をコンセプトに設定。表紙は魔法陣、本文は古い洋書をイメージし、一つの見開きごとにじっくり読みたくなる一冊を目指した。



制作期間 2年次授業課題  
4週間 A5冊子のカバー・帯・本文

# その2 5/5



野生動物の生命力をシンプルに  
魅せるシンボライズデザイン



制作期間 2年次授業課題  
5日間 サイン・グッズデザイン

## コンセプト

### 目的

架空の動物園のサインデザイン

### どんな動物園？

北海道江別市にある自然公園に隣接する、研究色の強い動物園

### 魅力は？

自然豊かな公園に生息する野生動物を多く展示している

### メインターゲット

公園に散策に訪れる  
自然が好きな40~50代

森林公園の雰囲気をそのままに、  
散策に来た人が入りたくなるサイン

## 動物のシンボライズ

### 生命力

躍動感を感じる  
直線的なデザイン

### 公園に生息する動物種

- ・木立の中を飛び回るクマゲラ
- ・森林をゆっくりと歩くエゾヒグマ
- ・夜の雪原を走るエゾユキウサギ

ターゲットが  
求めるもの



森林の中の  
穏やかで澄んだ  
空気感をイメージ





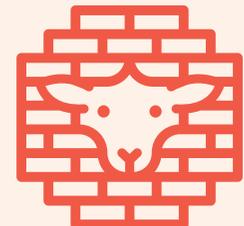
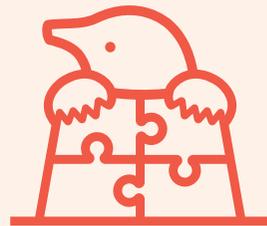
## 素朴な魅力をブランドに

ライオンやキリンのような派手な動物はいないけれど、身近に生息する野生動物の素朴な魅力を、豊かな森林と共に感じ、学ことができる動物園。のどかな自然の穏やかで柔らかな雰囲気をグラデーションと淡いカラーで表現した。



**Thank you!**  
最後までご覧いただき、ありがとうございました。

Designed by  
Natsuki Takamura



Contact

[takamura.natsuki221182@cdg-st.jp](mailto:takamura.natsuki221182@cdg-st.jp)