



UI/UX/GRAPHIC
MIKI HONKA

CONTENTS

- p.01 自己紹介・History
- p.02 私の強み・デザインポリシー
- p.03 進級制作 AShiOtO
靴の販売とクラフト体験を行うブランド web サイト
- p.18 ハッカソン 投票育成型ゲーム「わためっち」
キャラクター・UI/UX デザインを担当した短期制作 (3日)
- p.25 SPサイト 自作星座シールの SP サイト
自作のイラストのシールを使って制作した SP サイト
- p.32 アルバイト 大川ぶくぶさんのイラストアシスタント
ファンアートや line スタンプ、グッズ企画のお手伝い
- p.34 イベント WEB なう!イベント用ロゴ
全国から集まった WEB を学ぶ学生・企業交流イベントのロゴの作成
- p.36 企画検証 銭湯耐久検証 ZINE
1 週間・7 店舗でどれだけ銭湯に居続けたかを比較検証する小冊子
- p.38 年賀状 2026 年度年賀状
午年の年賀状をデザインしました
- p.39 デッサン 9時間デッサン
浪人時代に描いたデッサンを紹介しています。





miki honoka

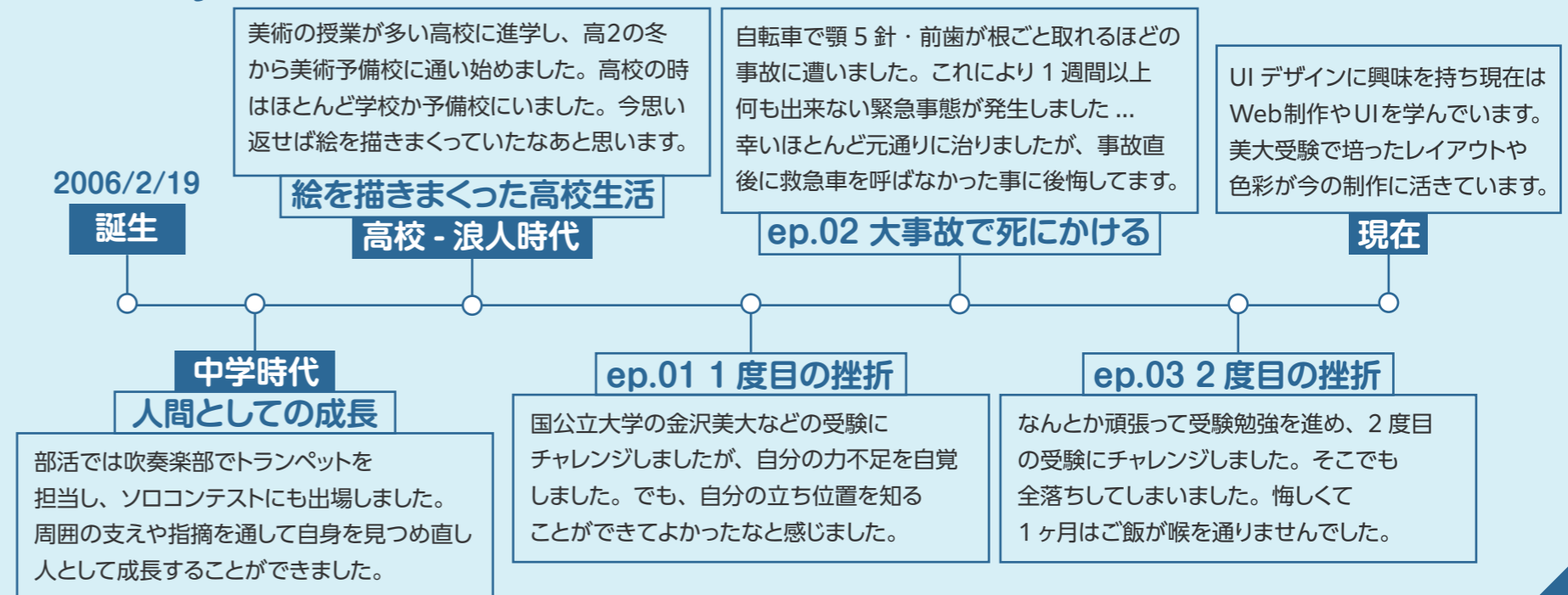
三木 歩乃花

UI/UXを中心に、自分のできるデザインを生かして
人に喜んでもらい、支えられるようなお仕事をしたいです!

所属 神戸電子専門学校 グラフィック学科 web専攻

元々はグラフィックを勉強していましたが、WebやUIデザインの見た目だけでなく操作性や体験までデザインできる点に魅力を感じ、日々デザインを制作しています。

History



制作ツール



Figma

web サイトや UI デザインをする際に使います！



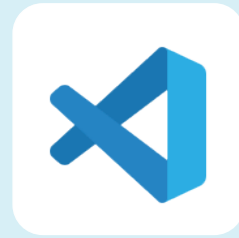
Adobe Illustrator

ビジュアル作成の際によく使います。パスを使ったものもできます！



CLIP STUDIO

イラスト制作の際に使います。イラストアルバイトで使っています。



Visual Studio Code

html、css、java scriptを使ってweb サイトを構築できます！



Adobe Photoshop

写真の切り抜きなどに使います。

私の強み

できる領域・スタイルが広い

web サイト構築や web デザイン、グラフィックデザインとしてロゴ制作、ポスター制作やイラスト制作など幅広い分野ができます。その中でも web デザインが得意です。

作業が早い

集中力が高く、学内の中でも作業が早いです。学内でも「周囲を引っ張る存在」と言われることが多く、集中して物事に取り組むことができます。

何事にも全力で取り組む

何事にも全力で取り組みます。もっとよくするために自分のできることを尽くします。もちろん締切がくれば切り替えて別の仕事をします。

デザインポリシー

ユーザー目線で考える

ユーザーが欲している情報やボタンを考え配置していきます。デザインを制作する際一番考えてるポイントです。

UI/UX から見て機能性はあるか

デザインが良いだけでなくボタンは押せそうかなどの機能性を考えます。構成設計も重視し違和感のない構成を目指しています。

コンセプトを外さない

どれだけ良いものを作ったとしても、コンセプトやターゲットがあってなければ成果物としての質は落ちてしまうと私は考えます。初めから土台を固めた上で制作途中でブレないように気をつけています。

靴とクラフト体験のブランド web サイト



制作期間

2025年11月下旬 - 2026年2月20日

クライアント

藤原化工株式会社

使用ツール

Adobe Illustrator ビジュアル作成

Adobe Photoshop 写真加工・切り抜きなど

Figma サイトデザイン作成

Visual Studio Code サイト構築

CLIP STUDIO PAINT EX サイト内イラストの作成



ABOUT

… AShiOtO
made in Japan

「ASHiOtO」は、職人靴の購入・直し履きとクラフト体験ができる革のお店です。神戸北野で、革に触れてみませんか？

[ブランドについて](#)

靴

びっくりするほど軽～い靴

トップアスリートからのオーダーもあり、個人の足の形に合わせた靴を作成できます。高性能・クッション性、力の分散・軽さを追求し、足の負担を軽減しています。

[価格・流れについて](#)

[革靴の種類について](#)

神戸の職人が作った軽～い靴

クラフト体験

近用用のファーストシューズ、小入れなど、様々な物の制作体験ができます！革で靴箱に作るのも、お子様でもできます。

[価格・流れについて](#)

[体験の種類について](#)

神戸で思い出のモノ作り

ShiOtO AShiOtO AS

COLLABO

テレビドラマ・コレクションへの提供実績

日曜劇場「陸王」

日曜劇場「陸王」にて靴造りの美術提供をしました！

東京コレクション

2016年に開催された東京コレクションではデザイナーの由利 信一様氏と弊社とコラボした商品が勢いしました。

REVIEW

お客様の声

楽しく作れていい思い出になりました！友人と3人でお互い靴を作ることを体験したいなあと、こちらのお店を見つけて決めました。

お手頃価格でオリジナル小物が作れる。子供2人と大人2人の計4人で頂きました。革の色や装飾を選ぶのもすごく楽しかったです！

歩きやすいスリッポンシューズ。丁寧な対応と、手書きのメッセージに、毎回気持ちが悪くなります。

ファーストシューズ 天使のはね てんとうむし。1歳の頃のファーストシューズに選んでいただきました。可愛らしいです。

[オンラインショップでもっと見る](#)

SHOP

店舗紹介

アシオトショップ北野店
神戸市中央区中山手通2-25-7
TEL. 078-231-4192

[オンラインショップ](#) [店舗](#)

[詳細はこちら](#)

SNS#

最新情報

[公式Instagram](#)

日々のつぶやきや店舗情報、最新のお知らせを更新しています！

[公式Instagram](#)

FAQ?

よくあるご質問

- Q 駐車場はありますか？
- A ありません。周辺のパーキングに停めていただくか、交通機関でお越しください。周辺のパーキングについては[こちら](#)をご覧ください。
- Q 当日予約・予約なしでクラフト体験はできますか？
- A +
- Q 足の形に合わせて靴を作ることはできますか？
- A +

[FAQ一覧](#)

CONTACT

お問い合わせ

お問い合わせはメール・電話で受け付けています！

[お問い合わせフォーム](#)

☎ 078-231-4192

[TOP](#)

ShiOtO AShiOtO AS

… AShiOtO made in Japan

ABOUT SHOES SHOP CONTACT
CRAFT SNS SNS Eメール
COLLABO FAQ 電話

[公式Instagram](#)

[オンラインショップ](#)

ABOUT

私達について

ONLINE SHOP [お問い合わせ](#)

戦後まもない1950年代。足で困っている人たちを、支えたい。そんな思いで、私達は始まりました。

私たちは足の底を作る藤原化工株式会社という会社で活動し、日曜劇場「陸王」や、東京コレクションでも素材を提供していました。現在も製作元はこの名前を活動は続けていますが、もっと多くの人に寄り添いたいと始めたのがブランド名にもなっているASHiOtOです。

靴だけではなく、直接革と触れ合えるレザークラフト体験を通じて、革の魅力や、国産の革靴の良さを知っていただけたら幸いです。

代表挨拶

当店は、革靴の販売とレザークラフト体験の両方を楽しんでいただける靴屋です。靴におよび、ものづくりが好きです。ちょっと新しい体験を試してみたい方など、革靴を穿く多くの方にお話ししたくない思いがあります。神戸にまた新しい出として、「楽しかった」「また来たい」と感じてもらえる時間を過ごしていただけたら嬉しいです。お一人でも、ご来店でも、どうぞ笑顔にお立ち寄りください。

… AShiOtO made in Japan

企業情報

資本金1000万円 藤原化工株式会社の情報

所在地 〒654-0030 兵庫県神戸市須磨区青葉町4-1-1

会社名 藤原化工株式会社
代表者 藤原 寛俊
所在地 〒654-0030 兵庫県神戸市須磨区青葉町4-1-1

SHOES

アシオトの軽～い靴について

ONLINE SHOP [お問い合わせ](#)

職人のこだわりポイント

- 丁寧な靴作り**
神戸の職人が1足ずつ丁寧に仕上げている。やわらかなレザーが足に馴染み、外反底の方も安心して履いていただけます。
- 豊富なカラーとサイズ (21.0~26.0)**
どんな形の足にもフィットし、合わないシューズは交換もできます。豊富なカラーとサイズ展開で、ぴったりの一足がきっと見つかる。
- 履れにくい履～い靴**
トップアスリートの靴にも使用する技術と素材を使った、長時間履いても履れにくい履～い靴。

LINE UP

ラインナップ

※オンラインショップに取り扱っていない商品もございます。
※価格・価格は変更される場合があります。

[シューズ](#) [パンプス](#) [サンダル](#) [ブーツ](#)

[ファーストシューズ](#)

人気 NO.1

レザーウィングチップシューズ
27500円(税込)
牛革を使用した純国産のシューズです！
サイズ:22.0-26.0
※25.0/25.5/26.0cmは28,600円

[オンラインショップ](#)

レザーウィングチップシューズ
27500円(税込)
牛革を使用した純国産のシューズです！
サイズ:22.0-26.0
※25.0/25.5/26.0cmは28,600円

[オンラインショップ](#)

牛革スニーカー
13200円(税込)
重さはたった150gで、軽いです！
サイズ:22.0-24.5

[オンラインショップ](#)

牛革スニーカー
27500円(税込)
重さはたった150gで軽いです！
サイズ:22.0-24.5

[オンラインショップ](#)

牛革ハイカットシューズ
22000円(税込)
ハイカットなシューズですが、軽いです！
サイズ:22.0-24.5

[オンラインショップ](#)

牛革ハイカットシューズ
22000円(税込)
ハイカットなシューズですが、軽いです！
サイズ:22.0-24.5

[オンラインショップ](#)

牛革スニーカー
13200円(税込)
重さはたった150gで軽いです！
サイズ:22.0-24.5

[オンラインショップ](#)

レザーウィングチップシューズ
27500円(税込)
牛革を使用した純国産のシューズです！
サイズ:22.0-26.0
※25.0/25.5/26.0cmは28,600円

[オンラインショップ](#)

レザーウィングチップシューズ
27500円(税込)
牛革を使用した純国産のシューズです！
サイズ:22.0-26.0
※25.0/25.5/26.0cmは28,600円

[オンラインショップ](#)

牛革スニーカー
13200円(税込)
重さはたった150gで、軽いです！
サイズ:22.0-24.5

[オンラインショップ](#)

サイトの目的・課題・コンセプト



課題点

- ✓ ブランドの世界観を保ちつつ誰でも入りやすい設計にすること
→ 年齢を問わず入りやすい店舗にしたいというクライアントの要望
- ✓ ブランド価値とユーザーの心理的ハードルの両立
- ✓ 類似ブランドは高級感を売りにしているため、それとは違う「AShiOtO」らしさを探す
- ✓ 靴の購入とクラフト体験という2つの目的をごちゃつかせずに魅力を伝えられるか
→ 両方目的のあるブランドは少なく、参考が少ない

サイトの狙い・目的

- ✓ ブランドの魅力を伝え、来店・体験利用に繋げること
- ✓ 靴の購入とクラフト体験の2つが相乗効果によって革の魅力も伝えられること

サイトの目的・課題・コンセプト

靴

びっくりするほど軽〜い靴

トップスリットからのオーダーもあり、個人の足の形に合わせた靴を作成できます。高性能・クッション性、力の分散・軽さを追求し、足の負担を軽減しています。

神戸の職人が作った軽い靴

価格・流れについて

革靴の種類について

体験

クラフト体験

幼児用のファーストシューズ、小銭入れなど、様々な物の制作体験ができます！革で簡単に作れるので、お子様でもできます。

神戸で思い出のモノ作り

価格・流れについて

体験の種類について

Shioto Ashioto AS

COLLABO
テレビドラマ・コレクションへの提供実績

日曜劇場「陸王」
日曜劇場「陸王」にて靴底の美術提供をしました！

東京コレクション
2016年に開催された東京コレクションではデザイナーの由利 佳一郎氏と弊社とコラボした商品が発表されました。

サイトコンセプト

心理的ハードルを下げつつ、自然に興味を広げる

まずユーザーは入っていい場所かを判断する
→ そのために web サイトや検索をすると仮定

例えば ... 高級感であると



自分には敷居が高いかな...



子連れでクラフト体験したいけど厳しそう...

人は目的外の行動や自分に合わないことは基本的にしない

靴が目的 → クラフト体験はしないことが多い

でも、少しでも興味を生じると体験もしてくれる可能性 **増**

目標



興味ないかも...



気になる...にすること



そのためには ...

- ✓ 親しみやすくイラストやあしらいが可愛い POP なサイト
- ✓ 押しってもらうのではなく気づかせるための工夫としてチラ見せ
- ✓ ストレスを与えない
ユーザーにとって便利だと感じる=情報を探しやすく見つけやすい
- ✓ 実際の店舗の雰囲気伝えられるような動き・デザイン

AShiOtOブランドサイト 計6ページ



制作スケジュール

制作期間

2025年11月下旬 - 2026年2月20日

メイン作業

ヒヤリング
事前調査

方向性を
設定

ターゲット
ペルソナ

WF・ラフ

サイト内文章
デザインラフ
レイアウト

デザイン

Figma
コンポーネント作成

coding

html
css
java

altも全て入力

サイト内の動きも
実装

レスポンシブ
coding

@media

最終発表(校内)

展示会
制作終了

サブ作業

参考サイト探し

写真の撮影・加工

実際にお店に行く

サイト内イラストの作成

デザイン修正

プレゼン資料の作成
原稿・構成決め

展示の準備

ポスター
パネル
展示ブース

11月下旬

12月

1月

2月

ターゲット

ペルソナ

ターゲット

✓ 30代から50代の子育て奮闘中の母親

ペルソナ

はせがわ ゆりこ

長谷川 百合子 41歳

家族構成 父 42歳 娘 5歳 息子 3歳

神戸市北区鈴蘭台の一軒家にて4人暮らし

坂が多い場所に家がある

子 2人とも幼稚園に通っている
送り迎えをする際は自転車(大体5分ほど)

父 神戸市内の会社で営業職

ペルソナ設定によってイメージできた事

- ✓ ストレスのない設計による離脱率の低下 忙しい人でもサクッと情報が見つかりやすくする
- ✓ “自分ごと化”による共感の強化 利用者の背景までイメージすることで「なんか良さそう」ではなく「これ私に合ってるかも」に変わる
- ✓ 心理的ハードルの低下 親しみやすさに振り切ったことで潜在顧客(本来来なかった層)にもリーチできるようになった

長谷川さんのお悩み

カフェにてレジアルバイトをしていて、ずっと立ちっぱなしで足が痛い!

子供と公園に遊びに行くので、仕事・プライベート用の靴を探しています

子供と共にクラフト体験をできるようなところがないか探しています



施策① TOP ページで、靴とクラフトの情報をチラ見せ



通常

靴目的 → 靴の部分のみ見る → 離脱



こんな靴なんだね

他ブランドと比較してみよう

クラフト体験を知れない可能性がある

チラ見せ

靴目的 → 視覚的に目に → クラフト体験 → 来店に繋がる



体験？

気になる！

子供とクラフト体験靴も見よう！

靴以外にクラフト体験という目的ができて来店率 ↑

今見ている流れの延長を設計して制作

||

興味を持ってもらいやすい設計へ

この背景の形は靴にも見えるし、
2つ重ねると下の方が付箋のようにも見える
→ チラ見せの効果を発動できる！

施策② ユーザーを迷わせないための工夫



一覧ページでのフィルター分けボタン

靴やクラフト体験で制作できる商品をフィルター分け

- 欲しいものを予め考えている人もいると想定 (今スニーカーが欲しい... など)

FAQ ページのアコーディオン形式

よくある質問の中で自分が気になる情報を掴みやすく
情報量と探しやすさのバランスを

クラスの人に意見を求めた際、質問で早く情報を得たいと言う人が多数いた

時間短縮

不安解消

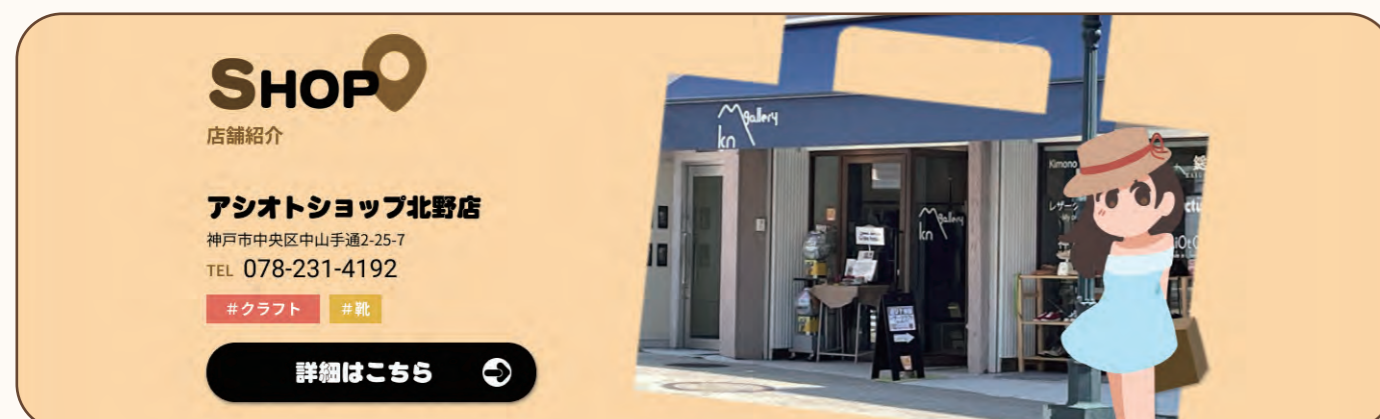
ボタンのコントラストを強めた

迷わせない導線のためボタンはハッキリとした色合いに

- 視覚的な優先度を上げる

ボタンも言葉も一つ一つ変えて分かりやすく

施策③ ビジュアル設計で、親しみやすさを!



イラストやあしらい・柔らかいトーン+色

- 第一印象で入れるかどうかを決める!

黄+ピンク+黒+白でメリハリを付けつつ明るくPOP

心理的ハードルを下げる!

改善したポイント

メインビジュアルを、先生方のフィードバックを受け改善をした。

①情報の整理と優先順位の設計



改善前 全てを見せようとして弱くなっている

情報量が多い

視線の行き場が分散

何を伝えたいのかが分からない

↓ 改善



改善後 ブランドの魅力を伝える設計に

キャッチコピーを簡潔かつ明確に

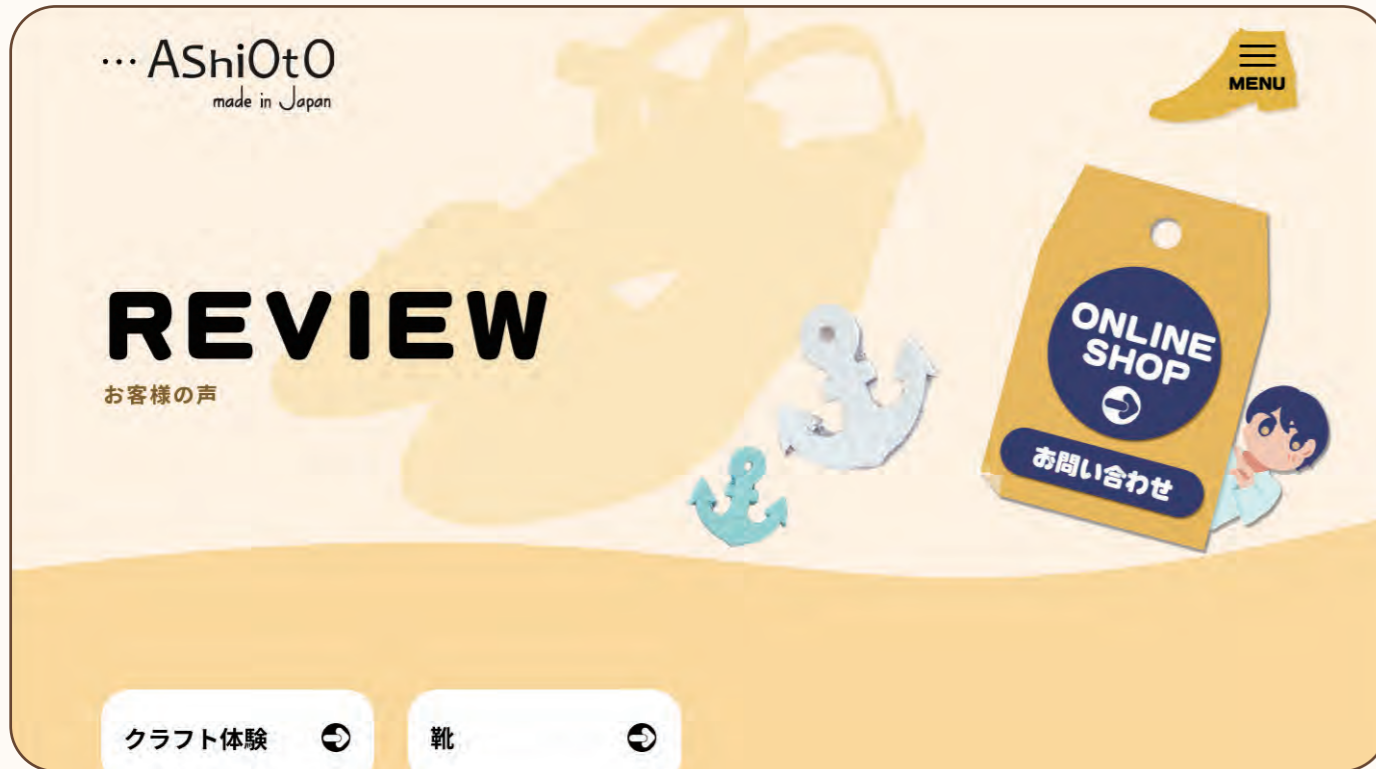
情報の優先順位をはっきりと

ビジュアルの主役がはっきりとしている

改善したポイント

REVIEW ページをなくし、直接オンラインショップのレビューへ

②情報の改善・不要なものは無くす



↓ 改善



改善前 情報はあるが、鮮度と動線に問題

サイト内にレビュー専用の下層ページを設けていた
情報が固定的で、クライアントが運用しにくい
(サイト運営が難しいので、NEWS部分をSNSにしています)
実際の購買行動との動線が少ない

改善後 情報の信頼性・購買導線を両立

トップページでレビューを一部紹介する構成に変更
詳細・もっと見たい方はオンラインショップのレビューページへ
最新かつリアルな情報にアクセスさせることができる

改善の結果・学び まとめ



改善の結果

情報の優先順位を整理したことで、
ユーザーが迷うことなく雰囲気を理解できるように
メインビジュアルでブランドの魅力をひと目で分かるようになった
レビューの導線を見直した事で、
より信頼性の高い情報へ自然にアクセス出来るように

学び

- ✓ 情報は多く伝えるよりも整理して伝える
- ✓ 更新性や運用性も含めて設計することでより良いユーザー体験へ
- ✓ デザインは見た目のデザインだけでなく
ユーザーの行動や心理を踏まえた上で設計

改善の結果・学び まとめ



まとめ 設計で大切にしていること

ユーザーに迷わせず自然に行動へ導く設計

ユーザーは情報が多いことではなく、整理されていないことによって迷うと考えています。そのため、情報の優先順位や視線の流れを分析・設計し、ユーザーが直感的に理解し行動する体験を重視しています。

また、更新性や運用も含めて設計することで、継続的な価値を提供できる構成を意識しています。

情報の優先順位の **整理**

視線の流れを **設計**

運用・更新までを **考慮**

パネルデザイン

サイトの世界観や特徴を直感的に伝えるため情報を整理したパネルを制作しました。

イラストや配色は Web サイトと統一しブランドの一貫性を意識しデザインしています。

また、こだわりポイントやターゲットなどの情報を簡潔にまとめることで初見でも内容が把握できる構成にしています。



展示会

本サイトのアウトプットとして、来訪者向けの展示会にて企業や一般の方へプレゼンテーションを行いました。

初日は緊張から伝えたい内容を十分に説明できない場面があり、課題を実感しました。

そこで、伝える内容を整理し直し、話す順序や要点を意識して改善を行った結果、二日目は落ち着いて説明でき、来場者に内容を的確に伝えることができました。

この経験から、事前準備と情報整理の重要性を学び伝達力の向上につながったと感じています。



投票育成型ゲーム「わためっち」



制作期間

2026年3月9日 - 2026年3月11日

制作チーム

計4名(コーダー2人、プレゼン考案1人、デザイナー1人)

制作範囲

デザイン(キャラクター考案・イラスト、UI/UXデザイン)

使用ツール

Adobe Illustrator ビジュアル作成

Figma ゲーム画面デザイン作成

CLIP STUDIO PAINT EX イラストの作成

アプリの目的・課題 コンセプト

制作テーマ

平成レトロ

→ 平成レトロをアップデートして、昇華し作品にしよう

制作物テーマ

みんなで育てる、平成レトロなデジタルペット

→ 投票で進化する、新しい体験を!

サイトコンセプト

「ひとりで育てる」から「みんなで育てる」へ

懐かしさ × 参加体験

平成は、みんなで集まって何かをすることが多くあった
今はオンライン化が急速に進み、公園に集まることも
少なくなったように感じる

そこで思いついたのが投票型育成型ゲーム

- 公園で1つの画面でみんなで見ることも◎
- 家で楽しむのも◎

課題点

ブランドの世界観を保ちつつ誰でも入りやすい設計にすること

- ✓ 12チーム全て同じテーマなので、安直なものは避ける
- ✓ 交換ノートや交換シールアプリなど、アプリに落とし込みやすいものは、絶対に被る
 - 結果は予想通りほとんどが交換系でした
- ✓ 既存の焼き直しになりやすい
 - 真似するだけではダメ。何かオリジナルコンテンツを入れること

差別化するため工夫

投票で進化する育成システム

- ✓ ユーザーの選択によって成長に影響
- ✓ 結果を全員で共有
- ✓ 間接的なコミュニケーションを設計

変化することで、みんなで笑い合える体験を!



アプリのターゲット制作体制

ターゲット

平成レトロの時代を行き、楽しんだ30代の女性

サブターゲット

平成レトロを体験していない10代の若者



制作体制

3日間で、4人体制での制作



エンジニア

2



デザイナー

1

(自分)



プレゼン考案

1



エンジニア

アプリの実装を担う役割

投票数に応じて画面の % が変わる仕組みなど



プレゼン考案

プレゼン資料・原稿の作成

プレゼンのメイン進行もやっていただきました



デザイナー

アプリ UI/UX、キャラクターデザインなど

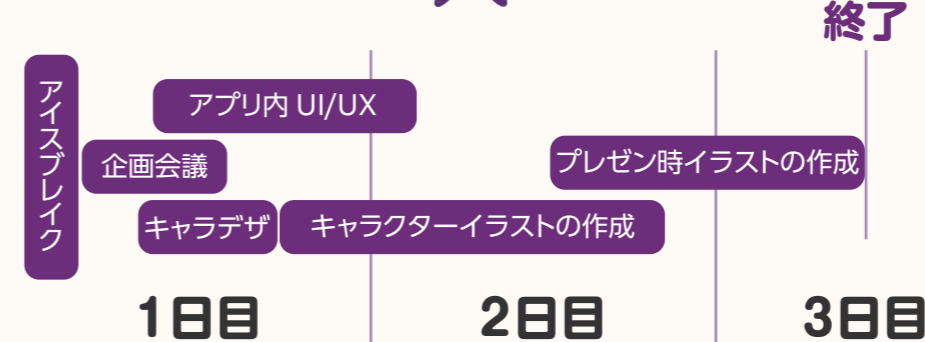
キャラクターイラストは全て手描きで制作しました。
プレゼン時に使ったイラストも制作しています。

チーム制作で心がけたこと

最初にチームで話した際に、ルールを決めました。

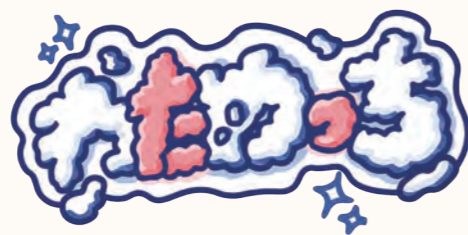
- ✓ 無理なく、1人に役割が集中しないこと
- ✓ 実装負荷を心がけたデザイン・機能を考えよう
- ✓ 短期間でも成立する構造で、完成まで持っていくこと

3日間の作業推移



エンジニアが早く仕事を開始できるように、スピーディーに制作を行いました。

キャラクター



体の主成分は、砂糖だっち！ここだけの秘密だっちよ！



人間が大好きなわたの妖精。

雲のようにどんな形にもなることができる。

いつか人間の大人のようにかっこよくなりたくて、日々努力している。

語尾は「~っち」。どこかで聞いたことがあるような...?

ちなみにわたの部分はわたあめみたいな味がするらしいが、本人曰く「食べないでほしいっち...泣」とのこと。

育成ルート「体の主成分がタンパク質に!?! 編」



例としてこのルートを紹介するだっち！



ムキムキにさせるための体づくりとして二郎系を選択



筋肉の修復をさせないと筋肉痛になりそうなので、いちごを選択



別に好きでも嫌いでもないの普通を選択



真顔になったが気にせずムキムキになって欲しいので日大を選択
※実際の大学名とは関係ありません



結果、己の肉体を最高に鍛え上げたムキムキマッチョなわためっちになった

アプリの順位・結果

結果

12チーム中 **2**位



- 1** バーコードバトラー
- 2** わためっち
- 3** ドットポスト

商品のバーコードを読み取るとモンスターが生まれる友達と一対一で競う対戦ゲーム

わためっちというキャラクターをみんなで育成できる投票型の育成ゲーム

web上でアイロンビーズを制作でき、そのビーズを交換できるアプリ

みんなの声

デザインが凄く綺麗でユーザーの投票に応じてキャラクターが変化していくのがとても面白かったっち。

イベント開始時から目にも止まらぬ早さで作業を進めていて、プレゼンでも余裕が感じられる内容のものであったので、素晴らしかった。

隣のチームであったので内容や会話もよく聞こえてきていたのですが、終始誰かが意見を出すとそれをそれはどうだろうとかこれはこうしようといったアイデアの出し合いがおこなわれつつときおり談笑したりして和やかにあんなクオリティのものを作っていたのだと発表を見てビックリしました。

平成の「みんなで集まってなにかする」という共通点、核心をついていて感動しました。そこからしっかりみんな楽しんでるものを感じました。作っているのが素晴らしかったです。

キャラクターが可愛い！他のチームはキャラは時間ないからA-使用だったのにここは全部手書きで凄かった

評価ポイント

- ✓ プレゼンの実演としてみんなにプレイしてもらった
- ✓ 既存アイデアを再解釈できていた
- ✓ 「平成レトロ × 育成ゲーム」という軸が明確
- ✓ 投票が反映されることで参加したくなる仕組み
- ✓ 短期間でもちゃんと動く・成立している
- ✓ 平成レトロらしいUI・配色
- ✓ キャラクターが近年若い世代に流行っているかわいい感じを表現できている



学び・展開

学び

懐かしさは「再現」ではなく「再解釈」で価値になる

- ✔ 既存アイデアにどう新しさを加えるか
- ✔ ユーザー同士の関係性を設計する重要性
- ✔ 短期間では意思決定の速さが成果を左右する



チーム名「sweet a holic」
から連想したアートワーク

展開

- ✔ 質問数を増やしてバリエーションを増やす
- ✔ 今の秒数だと数分で一周でき、プレゼン向きではあるが、アプリとして全世界に向けて配信するならば一日ごとに進化出来るようにする
- ✔ わためっちが動くようなアニメかムービーを入れる
- ✔ わためっちの行動方針を細かく設定する
- ✔ 育成が終わった後、何もないと味気ないのでムービーか話をもっと入れたい
- ✔ ストーリー性をもっと高める
 - ➔ ルートによってイベントが発生したり、シナリオをもっと増やす(社会人編とか)



どんな人になりたいか
想像する様子

まとめ

チーム制作で重要なこと

スピード感

チーム内での連携

初対面であっても個々の進行を共有しながら全体を把握して動くことが必要。判断も早めに!

例

制作するもの、欲しいものを確認

→ (私) デザイナーの場合、表情の差分やUIのどこをブラッシュアップするのか、それをどこで使うかの使用用途なども確認・共有していました。

アートワークまとめ



星座シールの SP サイト



制作期間

2025年12月 - 2026年1月

シールデザイン

自作

使用ツール

Adobe Illustrator ビジュアル作成

Figma サイトデザイン作成

Visual Studio Code サイト構築

CLIP STUDIO PAINT EX シールイラストの作成



12星座ステッカー



夜空に煌めく、12の星座
シールと一緒に、
上を見上げてみませんか？

いつも光り輝いてくれる、星座。
あの12星座が、ステッカーシールとなって
販売します。

用途は自由。
便箋の封に貼ったり、
スマホに挟んだり。

あなた好みの使い方で、
あなたの夜空に光を照らします。
シールと共に、思いに耽りませんか？

Line up ラインナップ



おひつじ
牡羊座

3月21日～4月19日

Aries

Taurus



おうし
牡牛座

4月20日～5月20日

Gemini



ふたご
双子座

5月21日～6月21日

Can



かに
蟹座

12月22日～1月19日



みずがめ
水瓶座

1月20日～2月18日

Aquarius

Pisces



うお
魚座

2月19日～3月20日

Goods 商品紹介

全国の小売店にて販売中！

12星座ステッカー
星座シールコレクション

メーカー小売価格 220 円 (税10%込み)

全12種 2枚入り



12星座ステッカー Line up Goods
ラインナップ グッズ



夜空に煌めく、12の星座
シールと一緒に、
上を見上げてみませんか？

Line up ラインナップ



おひつじ
牡羊座

3月21日～4月19日

Aries



しし
獅子座

7月23日～8月22日

Leo

Virgo



おとめ
乙女座

サイトの目的・課題・コンセプト



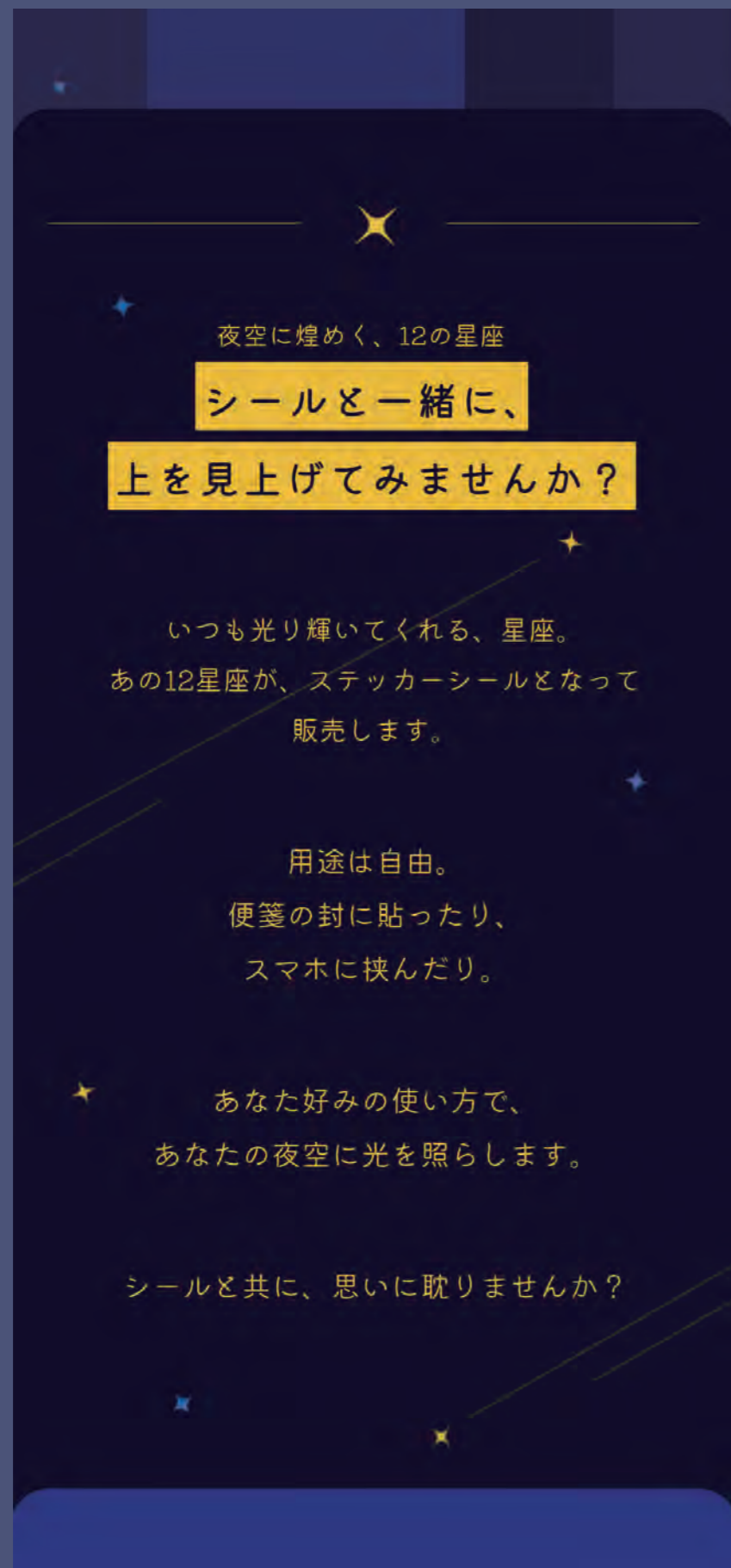
課題点

- ✓ 商品の魅力が視覚だけに依存してしまう
→ シールの魅力 (発光感・世界観) を Web 上でどう伝えるか
- ✓ 世界観と使いやすさの両立
- ✓ 購入動機が弱い (衝動買い設計がない)
→ ユーザーが欲しいと感じる導線設計
- ✓ ブランドとしての記憶に残りにくさ
→ シール単体ではブランドとして記憶に残りづらい
- ✓ スマホ閲覧に最適化しつつ世界観の演出を損なわない

サイトの狙い・目的

- ✓ シールの売り上げ向上に繋げる
- ✓ SNS の口コミで広がるようなシールの世界観をデザインする

サイトの目的・課題・コンセプト



サイトコンセプト

シールの世界観で魅力を伝えつつ、ワクワクするようなサイト

シールという嗜好性の高い商品の特性上、短時間で興味喚起から購買意欲へつなげる設計が重要

視覚的な印象だけで離脱されてしまう可能性も

→商品の魅力をいかにサイト内で伝えられるか

日常に寄り添う体験価値の設計

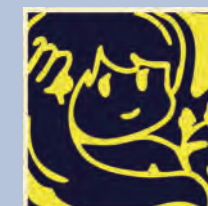
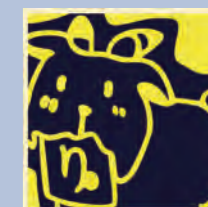
→手帳やスマートフォンなど自由な使い方を通して生活の中で自分だけの星空を感じられる体験を提案

コンテンツ表現の設計

→ビジュアルだけでなく文章表現にも一貫性を持たせ、世界観の没入感を高める構成

そのためには ...

- ✓ 世界観による第一印象の強化
→星座モチーフと光の表現により、直感的に惹きつけるビジュアル設計
- ✓ 自然な興味喚起を促す導線設計
→押し付けるのではなく、「気になる」と感じさせる構成
- ✓ スマートフォンに最適化したUI設計
→短時間でもストレスなく情報にアクセスできる導線
- ✓ 視覚表現による商品の魅力補完
→発光感や特別感をWeb上でも感じられるよう演出
- ✓ 占いのようなワクワク感の演出
→自分の星座を探す体験を通して占いを見るときのような期待感や高揚感を生み出す設計



ターゲット ペルソナ

ターゲット

✓ 10代後半 - 30代の女性

ペルソナ

さとう みづき

佐藤 美月 23歳

職業 事務職 (社会人2年目)

居住地 大阪府大阪市梅田

ライフスタイル

平日は仕事中心だが帰宅後や休日はSNS (Instagram・TikTok) をよく見る
可愛い雑貨やシール、文房具が好きで手帳やスマホケースを
自分好みにカスタマイズするのが趣味

行動特性

SNSで「可愛い」「映え」なものを見つけて保存・共有する
ECサイトで気軽に小物を購入する
気分に合わせて持ち物を変える

佐藤さんのコメント

日常にちょっとした癒しや気分転換が欲しい!

自分の持ち物に個性や意味を持たせたい!

見ていてワクワクするものに惹かれます!



価値観・性格

日常の中に小さなときめきを求めている
占いや星座など、少しロマンのあるコンテンツが好き
気に入ったものは衝動的に購入することも多い

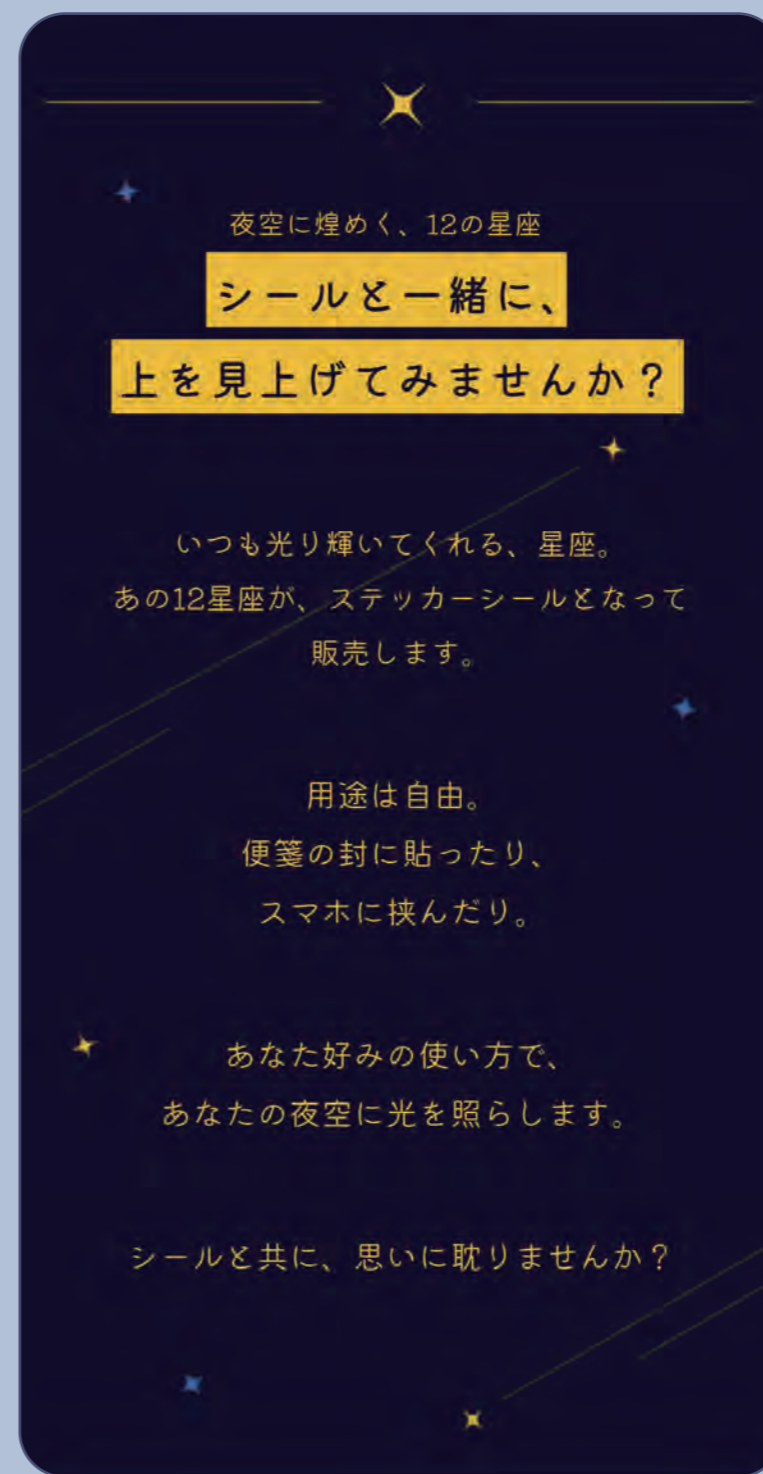
施策① 背景の表現による世界観の強化



夜空のモチーフや
星座の形を用いて、
シールの特徴や世界観を
視覚的に表現

→ 空間の表現も意識!

施策② スマートフォンに最適化したサイズ設計



片手操作でもストレス
なく閲覧できるように

- 文字サイズも
スマホで読める
ように調整
- 一画面で
コンテンツが
収まるように

横展開

横展開としてサイトを制作する前に作ったものを紹介します。



12星座ステッカー 即売用ポスター

自作のシール制作と、それを活用した即売用ポスターの制作を行いました。星座をモチーフに、暗所でも光る蛍光イエローを使用し視認性と特別感を演出しており、「1番くじ」のレイアウトを参考に、一覧性とワクワク感を両立する構成にしています。また、価格や仕様を整理して配置し、短時間でも理解できる情報設計を意識しました。その結果、一目で商品の魅力が伝わり購買意欲を喚起するビジュアルに仕上げられたと感じています。



パッケージとステッカーイラスト



大川ぶくぶさんのイラストアシスタント

04

雇用期間

2025年7月 - 2027年3月

使用ツール

Adobe Illustrator 企画書のレイアウト作成
CLIP STUDIO PAINT EX イラストの作成



チェーンソーマン レゼ編
ファンアート
※掲載許可済み

P5コラボの際のファンアート
※掲載許可済み



普段のアシスタント業

グッズ企画プロセス

基本的な作業であるグッズ企画について説明します。

- ✓ **世の中の流行りを普段からよく見ておく**
情報集めはXやInstagramが中心ですが、普段から雑貨屋さんにも足を運んだりしています。

01

- ✓ **流行りを理解・把握する**
流行っているものや需要を考えて作品に応じたグッズを考えます。最近だとシールとか流行ってますよね。

02

- ✓ **もしもコア向け層なら...**
ニッチな作品や少し年代の古いものならガチャガチャにするなど少しでも話題性になるようなものを考えます。

03

- ✓ **ラインナップや内容を考える**
ガチャガチャなどのラインナップを考えます。その際、私は作品のファンが好きな場面やギャグシーンを取り入れるようにしています。

04

- ✓ **企画書作成**
考えたものを文面なしで伝えられるようにイラストを制作します。グッズの提案先にも出せるような分かりやすい資料を目指します。

05

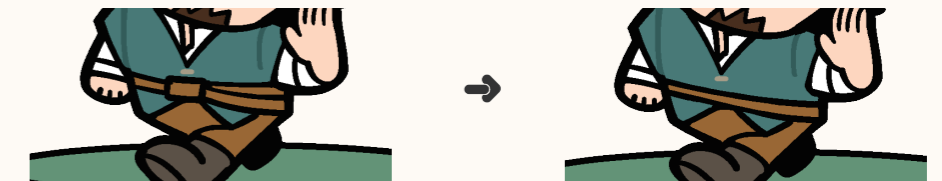
アシスタント内容

- ✓ **ファンアート制作**
→先生が描いたラフを元に描いています
- ✓ **グッズ企画**
- ✓ **イベント参加**
- ✓ **LINE スタンプのお手伝い**

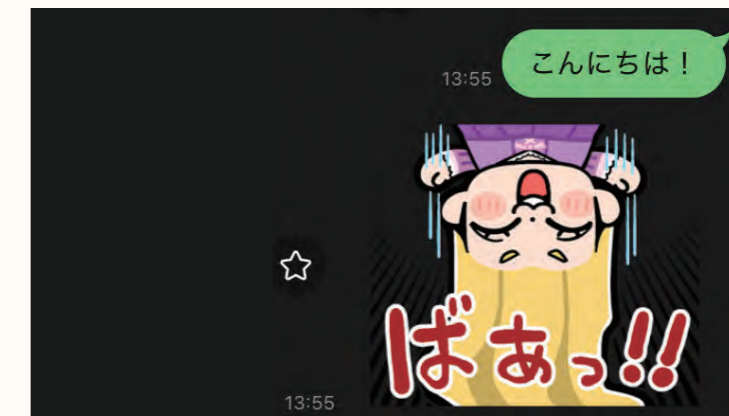
最近お手伝いしたお仕事

ゆる〜っとラプンツェル by 大川ぶくぶ
LINE スタンプ 全40種類

キャラクターの装飾の統一など修正しました。



例 ユージンのベルト部分の調整



すごく可愛いスタンプなので
よかったら使ってみてください!

WEB なら！イベント用ロゴ



ターゲット

10代後半 - 20代の学生

デザインコンセプト

宇宙

使用目的

イベント用ロゴ

イベントテーマ

最先端

使用ツール

Adobe Illustrator
ビジュアル作成

概要

今回のイベントテーマは最先端なので、過去のロゴよりも革新的で新しいものにしようと考えました。最先端=宇宙のイメージがあったので、それをコンセプトとして pop で可愛いデザインにしました。文字は自作で、色に関しては宇宙 = 紫のイメージかなと思いましたが、紫だと印象が重たくなってしまいう可能性があるため、紫を構成している色であるピンクと青を中心に色の組み合わせを考えました。イベントでは多くの人からかわいい!と言っていたので、頑張って制作してよかったなと感じました。

イベント内の様子



銭湯検証 ZINE

制作期間

2025年8月

ターゲット

日常に癒しや非日常感を求める20～40代の男女

目的

ひとりで複数の銭湯を訪れ、それぞれの施設の居心地や快適さを比較検証。どの銭湯が長時間滞在に適しているか、サービスや設備の違いも含めて体感。

企画概要

7日間（またはそれくらいの期間）で、毎日違う銭湯に行く。
各銭湯での滞在時間・快適度を記録。
休憩あり・寝落ちなしの条件で時間の許す限り過ごす。
毎日の体調や気分の変化も記録し、長期滞在の影響も検証。

何のために読んでもらうか

銭湯空間でできるセルフケアや健康法を紹介し、健康意識の向上を促すため
忙しい日常の中でリフレッシュする方法の一つとして銭湯や温泉の良さを伝えるため
銭湯の魅力や楽しみ方を多角的に知り、実際に足を運びきっかけを作るため



2026年度年賀状

制作時間

20時間

モチーフについて

正月の遊びでよくする花札をモチーフにしている、その中でもこの年賀状では柳を使用しています。

柳は花札の絵柄において11月に使用された植物で、

また、柳は冬の季語としても使われています。

正月の飾りでも使われることが多い柳は年賀状にぴったりだなと考え

このモチーフを選びました。

振り返り

私は普段から乗馬を趣味にしているくらい馬が好きなので、

今年の干支は馬だから気合いを入れて年賀状を描きたい!と思い

頑張りました。illustrator のパスツールを使用し、手書きの状態

から仕上げています。一番拘った点は構図です。この構図を考えた時

にただただイラストを載せるんじゃないかと、馬を主役にしてかっこよく

配置しながら2026という数字を入れたいと考えていたので、一番

かっこよく入る配置を試行錯誤しました。

結果的にはいいものが出来たんじゃないかなと感じています。



デッサン

この4枚の制作年

2025年

使用した画材

uni 鉛筆・練り消し・羽筆など

制作時間

9時間（人物デッサンのみ12時間）

制作時に拘ったこと

モチーフのらしさや空気感を大切にしてデッサンを行っています。そのものが持つ雰囲気まで表現することを意識しています。特に、孔雀の羽のふわふわとした質感や、人物が座っている静かな空気感の表現にこだわりました。練り消しや羽筆を使い、光や質感に変化をつけることで一枚の中で空間の印象を演出しています。モチーフごとの質感や空気の違いを描き分けることで、画面全体に統一感と奥行きを持たせることを目指しました。

