

Portfolio

Takiguchi Taeko

Profile

実務実績

WEBサイト……………独立行政法人環境再生保全機構「自然共生サイト(新規)」

WEBサイト……………独立行政法人環境再生保全機構「SIP推進サイト(新規)」

WEBサイト……………土木管理総合試験所 コーポレートサイト(リニューアル)

WEBサイト……………藤野整形外科 様 WEBサイト(新規／医療機関専用プラン)

フリーマガジン ……………地元情報誌「womo」の紙面デザインと進行管理

ロゴ……………自社主催マルシェ「Marchef(マルシェフ)」の社内コンペ

パンフレット ……………3次元空間設計システム「LandForms(ランドフォームス)」のパンフレット制作

チラシ……………営業用既存チラシのデザイン刷新とデジタル化(全50件程)

名刺……………新規事業「Brid-ci(ブリッヂ)」の営業用名刺の制作

販促品……………販売促進のためのアイテム各種の制作

課題制作

WEBサイト……………ウェディングプロデュース企業 コーポレートサイト制作

WEBサイト……………紅茶専門店 ランディングページ制作

バナー……………果物サブスクサービスの広告バナー制作

ロゴ……………建設企業の日本語ロゴとコーポレートカラーの制作

CM(After Effects)……………建設企業のコマーシャル(10秒)制作

滝口多絵子

Takiguchi Taeko
DTPデザイナー
WEBデザイナー

1987/6/20

東京都在住

taekotakiguchi.b3@gmail.com

ポートフォリオサイト:

<https://t-taeko36.github.io/portfolio/>



About me

2015年からDTPデザイナーとして経験を積み、2022年に自社サイトの運用やリニューアルを担当、WEBの業務にも携わる。現職の広告代理店ではWEBデザイナーとして、お客様からのご相談対応をはじめ、社内チームと連携をとりながら、デザイン及びコーディング業務に取り組む。

主な制作物

WEBサイト、広告、パンフレット、チラシ、雑誌、フリーマガジン、ロゴ、バナー、プレゼン資料、名刺、ブランドガイドライン、デジタルサイネージ、のぼり、ノベルティグッズ、等。

スキル

- Illustrator／実務経験9年
- Photoshop／実務経験9年
- InDesign／実務経験6年
- XD／実務経験2年
- WordPress／実務経験2年
- Excel／実務経験3年
- Google Analytics／実務経験2年
- HTML/CSS／実務経験1年
- Figma／実務経験1年
- JavaScript／実務経験1年
- JQuery／実務経験1年
- Git/GitHub／実務経験1年
- Premiere Pro
- After Effects

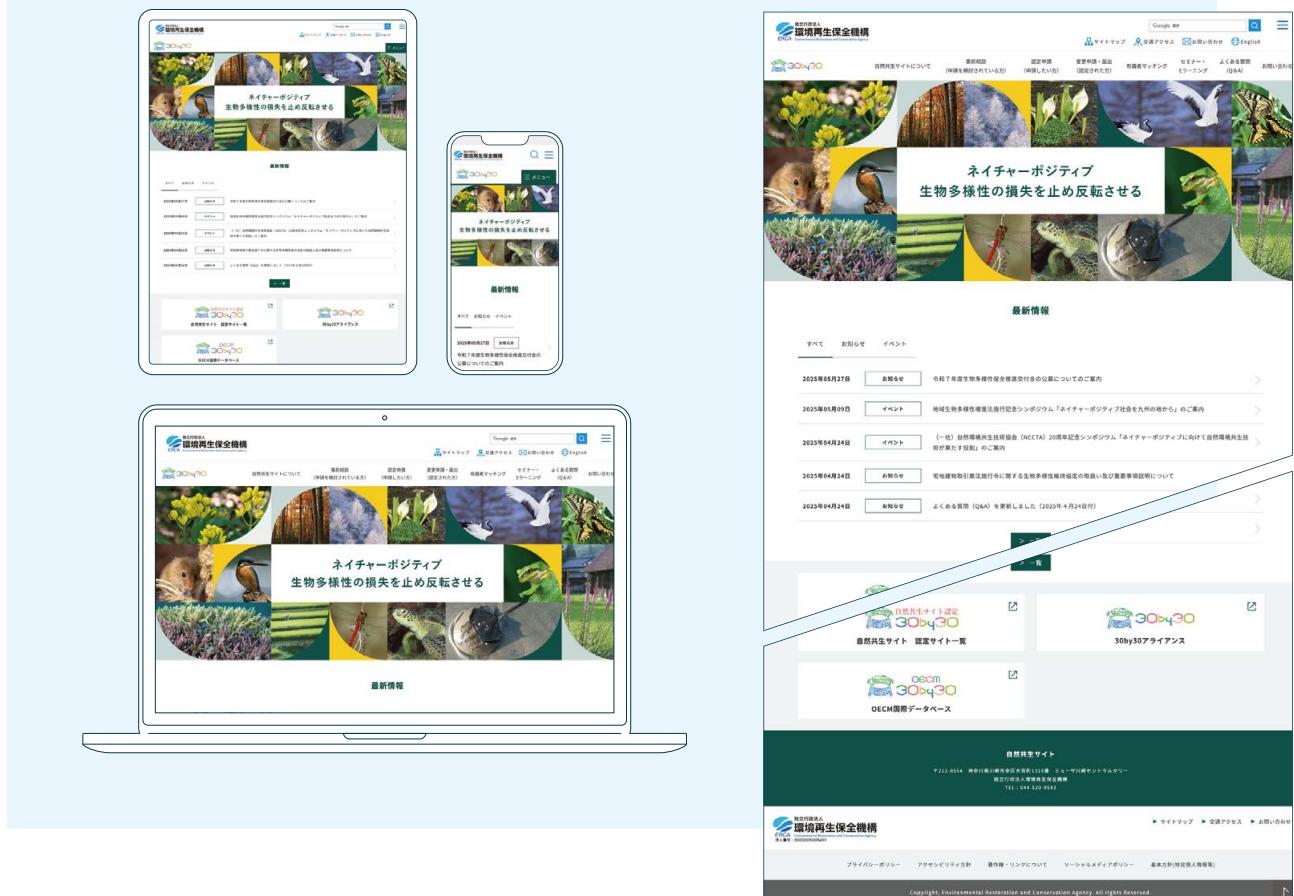
資格・試験

- Webクリエイター能力認定試験／HTML5 エキスパート
- Google アナリティクス認定資格

職務経歴

2024年7月	株式会社OMC
現在	<p>事業 総合広告代理店／IT 資本金 5300万円 従業員数 50名 雇用形態 WEBデザイナー(正社員) 所属 IT事業本部(11名) 担当 ●WEBサイトのデザイン及びコーディング ●WEBサイト運用保守 ●クライアントのご相談対応 ●見積書、スケジュール管理や共有資料作成など、ディレクション業務のサポート</p>
2021年5月	株式会社土木管理総合試験所
2023年9月	<p>事業 土質試験／建設コンサルタント 資本金 1,204百万円 従業員数 519名 雇用形態 正社員／主任 所属 東京本社／企画部 担当 ●WEB運用、サイトリニューアル ●デザイン業務のマネジメント ●印刷物のデザイン提案・制作 ●ブランドアセットの整備</p>
2018年11月	パーソナルテンプスタッフ株式会社
2021年3月	<p>事業 労働派遣／有料職業紹介 資本金 2,273百万円 従業員数 50,774名 雇用形態 派遣 所属 ほけんの窓口グループ株式会社 営業推進部／営業支援課(9名) 担当 ●印刷物のデザイン制作 ●イラスト制作</p>
2015年4月	株式会社しづおかオンライン
2018年10月	<p>事業 広告／出版／メディア／SP 資本金 10百万円 従業員数 100名 雇用形態 派遣 所属 クリエイティブ部デザイン課(5名) 担当 ●印刷物のデザイン制作 ●自社フリーマガジンの紙面デザイン、入稿管理</p>

独立行政法人環境再生保全機構「自然共生サイト(新規)」



SUMMARY 概要

実務実績

環境再生保全機構「自然共生サイト(新規)」
<https://www.erca.go.jp/nature/index.html>
ターゲット:一般、行政、関連企業



目的

環境省が運営していた「30by30」サイトの後継として、自然と共生する社会の実現に向けた制度紹介と申請サポートを目的に開設。クライアントからは、「申請方法へのスムーズな導線を重視したい」という要望があり、情報構成・導線設計に重点を置いたサイト構築を行う。

デザインコンセプト

自然環境や生物多様性を感じられるビジュアルと色味を意識。トップページのメインビジュアルでは、写真をコラージュ的に使用し、多様な自然を視覚的に訴求しました。

● メイン ● ベース ● アクセント

PROCESS

工程・期間／2024年12月～2025年3月(約3ヶ月)

- 赤字…担当部分

- ▶ 約2週間 ● ご相談・ヒアリング
- ▶ 約2週間 ● 見積書作成(その他ドキュメント)
- ▶ 1ヶ月 ● デザイン(XD、Illustrator)
- ▶ 1ヶ月半 ● コーディング(HTML・CSS)
- ▶ 約3ヶ月 ● クライアントとの連携

GOAL 成果・工夫

- 申請ページへの導線を、ヘッダーメニューに配置し、目的の情報にすぐにアクセスできるよう改善。その他、多数の資料を整理し、ダウンロードや閲覧がスムーズに行えるレイアウトを設計。
- アクセシビリティ対応として、JIS X 8341-3:2016(AA)に準拠し、視覚的配慮・操作性にも対応。

独立行政法人環境再生保全機構「SIP推進サイト(新規)」



SUMMARY 概要

環境再生保全機構「SIP推進サイト(新規)」
<https://www.erca.go.jp/sip/index.html>
ターゲット:一般、行政、関連企業

実務実績



目的

環境再生保全機構が実施する「サーキュラーエコノミー推進プログラム(SIP)」に関する情報発信を目的に制作。公募情報の提供や、制度の概要・研究推進に関する各種資料の周知を中心に、研究者や関係者が円滑に情報収集・活用できる構成が求められた。

デザインコンセプト

プログラムの専用サイトとして、「機関の業務紹介の一部」ではなく、独立したプロジェクトを意識し、循環型社会(サーキュラーエコノミー)を想起させるメインビジュアルを制作。訪問者の主な目的が「公募情報の確認」や「関連書類の取得」であることから、わかりやすいナビゲーションと視認性の高い情報整理を重視しました。

メイン

ベース

アクセント

PROCESS

工程・期間／2024年7月～10月(約3ヶ月)

- 赤字…担当部分

- ▶ 約2週間 ● ご相談・ヒアリング
- ▶ 約2週間 ● 見積書作成(その他ドキュメント)
- ▶ 1ヶ月 ● デザイン(figma)
- ▶ 1ヶ月半 ● コーディング(HTML・CSS)
- ▶ 約3ヶ月 ● クライアントとの連携

GOAL 成果・工夫

- 一部のURL(特に研究者向け事務処理ページ等)は既存構造を維持したまま、サイトマップやグローバルナビゲーションは直感的な構成とし、全体の見やすさを向上させるデザインとした。
- アクセシビリティ対応として、JIS X 8341-3:2016(AA)に準拠し、視覚的配慮・操作性にも対応。

土木管理総合試験所 コーポレートサイト(リニューアル)



SUMMARY 概要

実務実績

株式会社土木管理総合試験所
<https://www.dksiken.co.jp/>
ターゲット: 35~40歳・男性



目的

既存サイトが7年目を迎えたため、リニューアルを提案。情報の更新、デザインの統一、UIUXの改善を行い、ユーザーの継続利用を促進させ、最終的な利益の拡大を目的とする。既存サイトのコンセプト「変化のあるサイト」を継続し、生きている情報を発信。

デザインコンセプト

男性ユーザーが多いため、シンプルかつ力強く・直感的なデザインを心がける。IR情報のコンテンツを充実させたため、コーポレートカラーよりもトーンを抑えた配色にし、信頼と安定感を演出。また、写真を多样することで、土木業界のイメージを一新し、爽やかで明るい雰囲気を印象付けた。

メイン ベース

This section shows a detailed comparison of the 'About Us' and 'Business' sections of the new website. The 'About Us' section on the left features a large image of the company's building and a brief description of its mission. The 'Business' section on the right features a large image of a bridge and a detailed description of the company's focus on quality management and safety. Both sections include a 'more' button for further information.

PROCESS

工程・期間／2022年11月～2023年4月

- 赤字…担当部分

現状分析

- アクセス状況の確認

課題・目標の設定

- 課題の洗い出し

▶1ヶ月半

- 運用や管理環境の見直し

- 業者との打ち合わせ

- スケジュール調整

- 関係各署との連携(チェックと承認)

コンテンツ作成

- ディレクトリマップ作成

▶2ヶ月

- 原稿のたたき台作成

- 原稿の技術部分の校正と作成

デザインカンプ

- デザイン／ワイヤーフレームの制作

▶1ヶ月

- 関係各署との連携(チェックと承認)

サイト実装

- ローカル環境の構築

▶1ヶ月

- WordPressを使用したサイトの制作

- 関係各署との連携(最終確認)

公開

- サーバーアップ

▶2週間

- 動作確認と各種設定

- アクセス調査と改善点の提案

- サイト運用マニュアルの作成

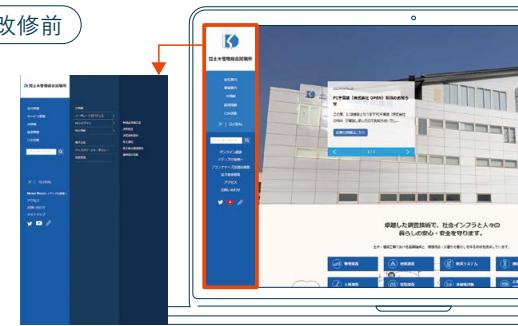


主な改善点

- 情報(コンテンツ)の更新
- サービスサイトとの連携と差別化
- サイトの操作性・利便性 ○
- セキュリティの脆弱性
- サイトの運用・管理の環境を再構築

改修例 - header部分の操作性

改修前



hoverが外れやすく、コンテンツが隠れている

改修後



上部へ移動し、優先順位の高い項目を表示

GOAL 成果・工夫

- 公開3ヶ月後のアクセス数／前年度比：
ユーザー：30%増／(公開1ヶ月後：61%増)
セッション：21%増／(公開1ヶ月後：40%増)
- WordPressやGoogleAnalyticsの操作マニュアルを作成し、部内で共有することで属人化させない環境を整える。
- 現状分析からデザイン、サイト実装までのタスクを、基本的に1名体制で進行。

藤野整形外科様 新規WEBサイト(医療機関専用プラン)

SUMMARY 概要

藤野整形外科様 WEBサイト(医療機関専用プラン)
<http://fujinoseikeigeka.com/index.html>
ターゲット:一般(地域住民)

実務実績



目的

弊社の医療機関専用Web制作プランをご利用。「医療機能情報提供制度」への対応を見据え、必要な情報を適切に掲載しつつも、制作費用を抑えた構成をご希望。診療内容やアクセス情報など、患者さまにとって必要な情報をしっかりと伝えられるサイト設計

デザインコンセプト

テンプレートをベースとしつつも、院名にちなんだ「藤」のイメージを取り入れたロゴやメインカラーを制作し、オリジナリティのあるデザインに仕上げた。また、素材の提供がなかったため、写真の内容やレイアウト配置もこちらからご提案。医療施設として安心感と清潔感のある印象を意識。

● メイン ● ベース

PROCESS

工程・期間／2024年9月～12月(約3ヶ月)

- 赤字…担当部分
- ▶ 約2週間 ● ご相談・ヒアリング
- ▶ 約2週間 ● 見積書作成(その他ドキュメント)
- ▶ 約2ヶ月 ● デザイン・コーディング(3校程度)
- ▶ - ● クライアントとの連携

GOAL 成果・工夫

- ヒアリングから見積書作成・デザイン・コーディング・公開・請求まで、すべての工程を一貫して担当。
- 初めて依頼されるお客様だったため、専門用語を避け、丁寧なヒアリングと進行を心がけた。納品後のアンケートでは「大変満足」の評価をいただいた。
- アクセシビリティ配慮し、視覚的配慮・操作性にも対応。

地元情報誌「womo」の紙面デザインと進行管理



株式会社しづおかオンライン／womo／2018.5.24-2018.9.27(静岡版Vol.211-213,215)

SUMMARY 概要

実務実績

しづおかオンライン株式会社

ターゲット:20~30歳・女性

月刊／発行部数8万部／ページ50程／静岡・浜松市内配布／A4

目的

自社出版フリーマガジン「womo」は、地元のオススメコンテンツを発信し、読者が地元の魅力を再発見できる媒体を目指す。お店情報や企業の広告を掲載し、地域と住民のつながりを強くする。

デザインコンセプト

担当を引き継いだ時点で、地域に浸透した知名度があったため、往来の雰囲気に合わせつつ、新鮮さも意識。また、静岡県民はモノトーンを好む傾向があるため、紙面でも品のある配色を心がける。



PROCESS

工程・期間／2016年～2018年(毎月発行)
(ひと月にかかる期間を記述しています)

- 赤字…担当部分

▶2~3週間

- 取材／原稿作成

▶2日

- 台割

▶15~30時間

- デザイン(15~20件を同時進行)

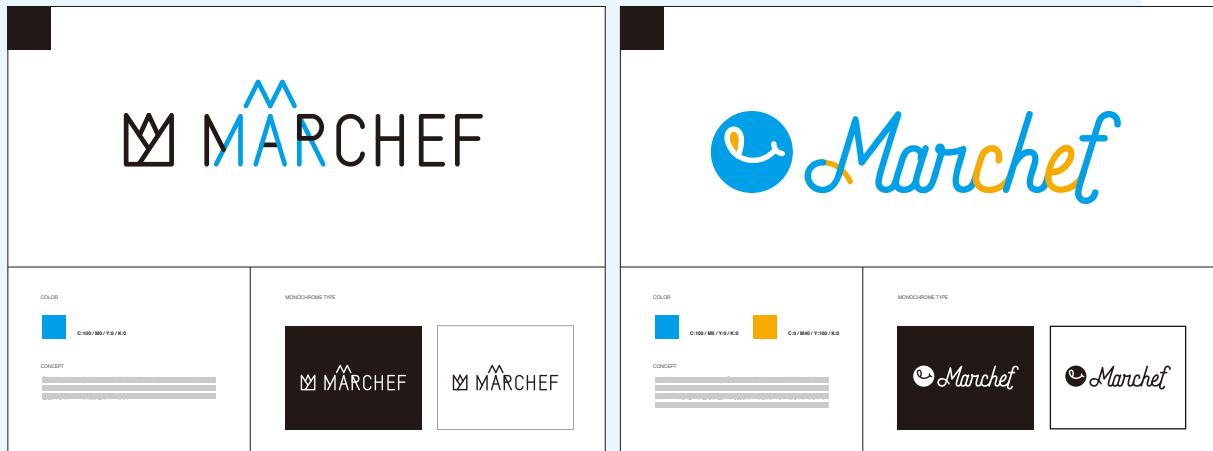
▶2日

- 入稿

GOAL 成果・工夫

- 制作から入稿までの一連のフローを構築し、チェック項目をリスト化することで全体の制作進行を管理し、少人数でも安定して納品(2~3名体制)

自社主催マルシェ「Marchef(マルシェフ)」の社内コンペ



株式会社しづおかオンライン／Marchef／2018.9.29-30

SUMMARY 概要

実務実績

しづおかオンライン株式会社

ターゲット: 25~35歳・男女・ファミリー

目的

自社主催イベント「marchef(マルシェフ)」のプロモーション制作メインデザイナーを決定するためのロゴ社内コンペに参加。県内の生産者や飲食店と、消費者を「食」でつなげることを目的としたイベント。

デザインコンセプト

地元愛と食の美味しさを感じてもらえるよう、県民にとって親しみのある「富士山」や名産の「みかん」のイメージを取り入れる。また、統計上嫌いな人が少ない「青」を多用し、受け入れやすいロゴを心がける。

● メイン ● ベース ● アクセント

PROCESS 工程・期間／2018年5月(ロゴ制作2週間、他)

- 赤字…担当部分

▶8時間

- ロゴのデザイン初稿(2案、コンペ用)

▶8時間

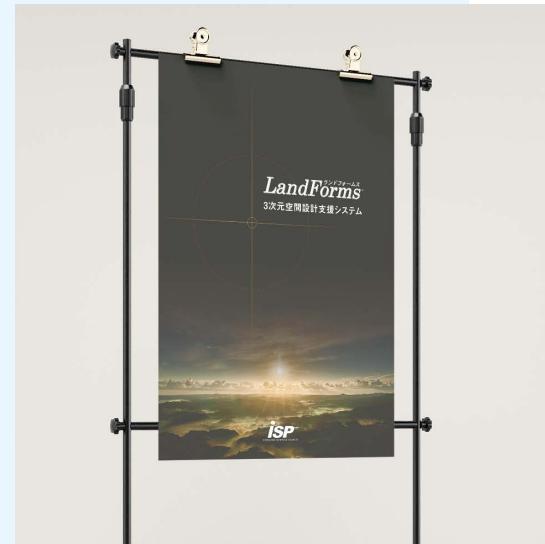
- プロモーション各種(ポスターなど)の制作



GOAL 成果・工夫

- 経験豊富なデザイナーが参加する中、6人中2位となり採用されなかったものの、デザイン力が評価され制作チームに参加。チラシやポスターなどの制作に携わる。

3次元空間設計システム「LandForms(ランドフォームス)」のパンフレット制作



株式会社アイ・エス・ピー／LandForms／2022.3

SUMMARY 概要

実務実績

株式会社アイ・エス・ピー

ターゲット:35~40歳・男性(土木業界 管理職)

※LandForms=3Dデータ利用の土木及び測量向け設計支援システム

目的

展示会に向けて、「LandForms」のパンフレットを制作。ベースに足を止めてくれたお客様へ、直接プレゼンする資料として使用したいため、写真やインフォグラフィックを取り入れ、視覚情報を強化。

デザインコンセプト

全体的にスタイリッシュでかっこいい「黒」のイメージだが、暗くなりすぎるのを困る、という要望のため、アクセントに暖色を使用。操作画面や、シミュレーションする事の多い山、道路の写真を取り入れる。

● メイン ● ベース ● アクセント

PROCESS 工程・期間／2021年12月～2022年3月(3ヶ月)

- 赤字…担当部分

▶2ヶ月

- 打ち合わせ／原稿作成

▶12時間

- デザイン(初校～5校)／画像加工／流し込み

▶2日

- 校正、入稿

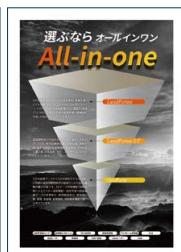
「制作入り～デザイン提案」の補足

担当者から原稿をもらう

- 担当者の作成文書と打ち合わせを基にデザイン。



デザイン提案(2～3案)



デザイン2校～校了

GOAL 成果・工夫

- 担当の方のイメージが定まっていなかったため、根気よくヒアリングを行い、デザインを仕上げた。
- 配色、フォントなどのパターンを提示し、担当者に選択してもらうことで、納得しながら進める体制をつくった。

営業用既存チラシのデザイン刷新とデジタル化(全50件程)



株式会社土木管理総合試験所／土の腐食環境調査／2022.7.11



「制作入れ(既存チラシ)～校了」の補足

既存チラシ(刷新前)

既存チラシと担当部署との打ち合わせを基に刷新。必要に応じて修正原稿を依頼する。



- ロゴのデザインが複数ある。
- タイトルの視認性。
- 情報の優先順位がわかりにくい。

校了(刷新後)



SUMMARY 概要

実務実績

株式会社土木管理総合試験所

ターゲット:35~40歳・男性

目的

営業用チラシのデザインを統一することで、社内統制が取れている企業としてのイメージをつけた。またデザインを見直すことで、内容もブラッシュアップされ、より的確に情報を伝えてた。他の業務と並行して、優先順位の高いものから順次刷新した。

デザインコンセプト

コーポレートカラーを基準に配色し、フォント・余白・あしらいなども全て揃えた。写真やグラフィックへ目線がいくレイアウトを意識。営業の経験に左右されない情報提供ができるチラシを目指した。

● メイン ● ベース

PROCESS

工程・期間／2021年9月～2023年5月
(1件にかかる期間を記述しています)

- 赤字…担当部分

▶1時間

- 打ち合わせ

▶2~7日

- 原稿の作成や修正

▶5~8時間

- デザイン制作(初校～3校)

▶1時間

- 校正／納期(社内システムに格納)

GOAL 成果・工夫

- システム部と協力し、デザイン依頼の窓口を設置。新しくチラシを作成する場合も、統制が取れる環境を整えた。
- 関係部署へ協力依頼・連携をとりながら、他の業務と並行して、月2件程のスピード感で順次刷新。

新規事業「Brid-ci(ブリッチ)」の営業用名刺の制作



株式会社土木管理総合試験所／Brid-ci／2022.10



「制作入り～デザイン提案」の補足

担当者との打ち合わせ

打ち合わせを基にデザイン提案。

デザイン提案(2～3案)



デザイン2校～校了

GOAL 成果・工夫

- デザインの方向性やカラーにお悩みだったため、様々なパターンを提示し、担当者が言語化できないイメージを固め、デザインを仕上げた。
- タイトなスケジュールの中、担当者とのイメージの歳を縮めるためこまめに連携をとり、期限内に納品。

SUMMARY 概要

実務実績

株式会社土木管理総合試験所

ターゲット:30～40歳・男性

目的

展示会へ向けてマッチングサービス「Brid-ci(ブリッヂ)」の営業用名刺を制作。専用ロゴとサービス情報を載せることで、よりサービス紹介に特化した名刺とする。

デザインコンセプト

サービスPRに特化した名刺。サービス名は「架け橋」からきた造語のため、業界で認知していただくよう、カタカナ表記で統一。自社との関連性を強めるため、コーポレートカラーを使用。

● メイン ● ベース

PROCESS

工程・期間／2022年10月(2週間)

- 赤字…担当部分

▶1時間

- 打ち合わせ

▶8時間

- デザイン(初校～3校)

▶1時間

- 校正／入稿

販売促進のためのアイテム各種の制作



ほけんの窓口グループ株式会社／ほけんの窓口ご案内・安心の輪ノート・イトコドリグッズ／2018.11-2021.3

SUMMARY 概要

ほけんの窓口グループ株式会社

ターゲット: 25~40歳・男女

目的

ご案内パンフレット=新規顧客へ向けた情報発信、DM=既存の顧客や保険への興味関心の強い層へ向けて保険の見直しを促す、グッズ=ブランドの認知度の向上、を主な目的としている。

デザインコンセプト

既に築き上げた知名度やイメージを損なわないデザインを心がける。媒体の内容は基本的に文字量が多くなるため、情報に優先順位をつけながら、読みやすいフォントやサイズ感を意識した。

PROCESS

工程・期間／2018年11月～2021年3月
(1件にかかる期間を記述しています)

- 赤字…担当部分

▶1日～1週間

- 打ち合わせ／制作入れ(画像、原稿など)

▶3～8時間

- デザイン(初校～3校)

▶1日

- 入稿

アイテム制作の事例

事例-1

店舗と顧客との繋がりを強化し、来店(契約)を増やすために、全国約750店舗分の紹介チラシを制作。(A4・1P)

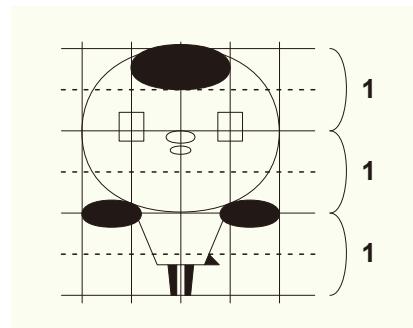
(全体: 約9週間、担当部分: 約5週間)

- 赤字…担当部分

- | | |
|------|---------------------|
| ▶8時間 | ● FMデザイン(1～3校) |
| | ● 原稿作成 |
| ▶3週間 | ● 初校(画像加工・流し込み)×750 |
| | ● 初校の校正 |
| ▶1週間 | ● 再校(修正) |
| | ● 最終チェック |
| ▶3日 | ● 最終校(修正) |
| | ● 入稿 |

事例-2 ※

既存マスコットキャラクターのパースを設定し、グッズなどのイラスト制作時に活用。



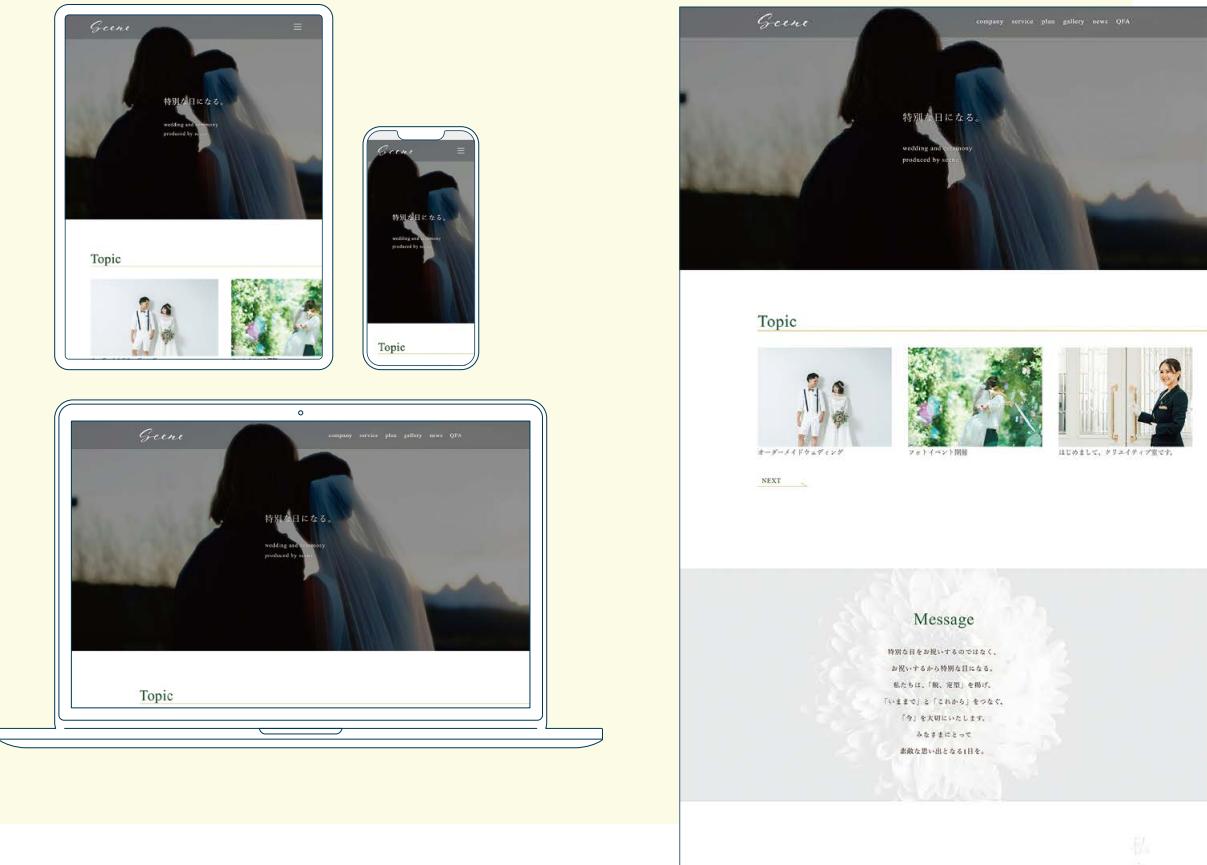
GOAL 成果・工夫

● 仕組化されていなかった業務フローの構築とヒアリングシートの作成により、効率的な業務進行を実現。(10～20件／月)

● マスコットキャラクターを描く業務では、等身、パーツ、輪郭線などの比率を決め、全体を通して印象が変わらないよう心がけた。これによりキャラクター審査が通りやすくなり、修正工程が減った。(※)

ウェディングプロデュース企業 コーポレートサイト制作

※課題制作のため架空会社です。



SUMMARY 概要

課題制作

株式会社Scene

<https://t-taeko36.github.io/portfolio/site03/index.html>

ターゲット: 20~40歳・男女

目的

ウェディングプロデュース事業を運営する企業のコーポレートサイト。ウェディングのノウハウを活かし、法人イベントプロデュース事業をスタートさせたので、新プランの紹介もしたい。サービスサイトの要素も併用しているため、見学予約への動線なども積極的に設置し、受注へ繋げたい。

デザインコンセプト

温かみの感じられるものを目指しつつ、今後、法人の担当者の目にも触れる機会も増えることを考慮し、信頼や品格を感じられる雰囲気も持たせた。競合企業が豪華な式場の写真を載せているのに対して、カスタムスタイルを強みとしているため、あえて場所にはこだわらないプランもアピール。

メイン

ベース

アクセント

Message

特別な日をお祝いするのではなく、お祝いするから特別な日になる。
私たちは、「笑、愛、癒す」を掲げ、
「いままで」と「これから」をつなぐ、
「今」を大切にします。
みなさまにとって
最高の想い出となる日々を。

About Us

Vision

私たちは独自の視点で、特別な瞬間は
価値を創造します。一生の思い出に残
るイベントとなるよう、お客様の夢を
形にします。

Mission

私たちは夢を現実にし、感動的であり
ジブリティあふれる瞬間を織り出しま
す。丁寧で柔軟な対応と細かい調査、誠実
なコミュニケーションで、お客様(パートナー)に
真心のサポートを提供し、全新的で柔
軟なアプローチで、豊かな体験をお届
けします。

Service

Weddingプロデュース事業
結婚式を始めた人生の節目を祝
い、よりいいパートナーシップを有
効に行なうことを目標であります。

Eventプロデュース事業
人々、会社を
つなぐ

Contact

見学予約
フェア情報
LINEで聞く

Follow us
@ X

company service plan gallery news
Scene wedding and ceremony
〒107-0056
東京都港区赤坂1-1-2-1F
tel 03-3344-3460
ブライダル・エベント・会議
利用規約
2024 ©SCENE All rights reserved.

PROCESS

工程・期間／2024年2～3月(1ヶ月)

- ### ● 赤字…担当部分

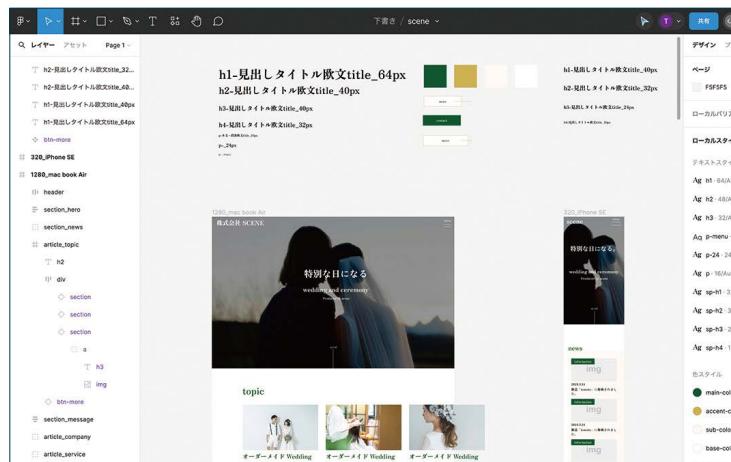
コンセプト案

- ▶ 5時間
 - サイト名
 - ターゲット
 - 競合サイトの調査(15件程)
トップページの構成／コンテンツ／header／ページ数など
 - サイト内容(ディレクトリマップ作成)
 - コンバージョン
 - デザインコンセプト
 - 主要カラー

カテゴリー ※以下から選択してください	
<input type="checkbox"/> サイト名 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 5px;"> 株式会社scene のコーポレートサイト ウエディング・法人イベントプロデュース事業 </div>	
※参考サイト (株式会社crazy)https://www.crazy.co.jp/ (株式会社crazy LP) https://iwai-omotesando-ip-story.crazy.co.jp/	
サイト名	
株式会社scene	
ターゲット	
<input type="checkbox"/> 性別（男女(3:7)） <input type="checkbox"/> 年齢層（20~45代） <input type="checkbox"/> パソコンスキル（仕事上PC作業に慣れている） <input type="checkbox"/> その他 体験、思い出を大切にしている。 おもてなしやサプライズなどが好き。	
コンセプト (サイトの内容)	
ウェディングプロデュース・イベントプロデュース事業を運営する企業のコーポレートサイトのリニューアル。	
サイトでは、上品で温かみのある雰囲気を醸し出し、信頼性のある企業をアピールする。結婚式などの特別なイベントが必要とされない時代において、イベントを実施するメリットを強調することが不可欠。そのため、幅広いイベントに柔軟に対応し、これまでの結婚式とは異なる、高い自由度でカスタマイズ可能なプランを提供することを伝えたい。	
コンバージョン (サイトの最終目的)	
ウェディングプランの受注 セレモニープランの受注 アニバーサリープランの受注 出張プランの受注 新規ユーザー数増加	
見学予約の増加 LINEの友達追加 サービスサイトへの誘導 SNSフォロワー数の増加 お問合せ件数の増加	
デザインコンセプト（テーマ・メインビジュアル）	
※抽象的な表現ではなくできるだけ具体的な表現で書いてください。	
○上品で温かみがあり、信頼される企業 =余白・ゆとりあるレイアウト =明朝体を使用し、縦書きなどを取り入れる =色数は抑え、落ち着いた印象を出す	
○高い自由度でカスタマイズ可能なプラン =印象的なメッセージ・キャッチコピーをファーストビューなどに配置 =高級感があり見栄えの良い様々な実例画像を多用する	
○合理的で満足度の高いセレモニーというイメージ =華美な装飾はなくす、引きデザイン =自然なアニメーションでメリハリをつける(見出しがふわっと現れる、など)	
主要カラー	
<input type="checkbox"/> メインカラー（落ちていた緑）	
<input type="checkbox"/> ベースカラー（白）	
<input type="checkbox"/> アクセントカラー（金に近いベージュ）	
システム要件	
<input type="checkbox"/> PC専用サイト（表示サイズ：1920px）	
<input type="checkbox"/> 1st view (640px~650px)	
<input type="checkbox"/> ページ数（6以上）	
スケジュール	
<input type="checkbox"/> コンセプトシート提出日（02月26日）	
<input type="checkbox"/> デザインカンプ提出日（03月04日）	
<input type="checkbox"/> サイト完成データ提出日（03月25日）	
<input type="checkbox"/> その他	

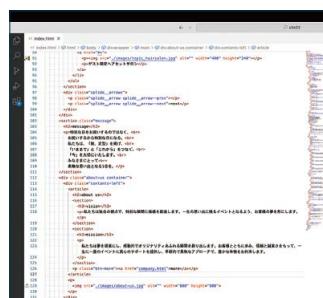
デザインキャンプ

- コンテンツ作成
 - デザインカンプ(Figma)



コーディング

- HTML／CSS
SEOを考慮したマークアップ。
レスポンシブ対応。
 - jQuery／JavaScript
動的コンテンツの実装。



紅茶専門店 ランディングページ制作



SUMMARY 概要

課題制作

株式会社Hitotok

<https://t-taeko36.github.io/portfolio/site02/index.html>

ターゲット: 20~30歳・女性

目的

紅茶を中心に販売する店舗のLP。「一週間を楽しむ体験を贈る」をコンセプトにギフトセットを展開。新商品の認知と購入を目的としている。キャッチコピー:ひとりで、いっしょに、紅茶を楽しむ7Days。

デザインコンセプト

自分や大切な人へのギフトのため、ワクワクするような配色や動きを意識した。イラストは可愛らしく女性が好みそうなタッチのものを使用。

 メイン ベース アクセント

PROCESS

工程・期間／2024年1~2月(1ヶ月)

- 赤字…担当部分

▶ 5時間

- コンセプト案

▶ 10時間

- コンテンツ作成／デザインカンプ(Figma)

▶ 20時間

- HTML/CSS/jQuery/JavaScript



健診センター コーポレートサイト制作

※課題制作のため架空会社です。



SUMMARY 概要

課題制作

毎日健診センター(PC用)

<https://t-taeko36.github.io/portfolio/site01/index.html>

ターゲット:35~40歳・男性

目的

WEBサイトのリニューアルと、WEB予約への誘導を目的としている。一般定期検診と生活習慣病予防健診の切り替えが35歳からのため、健康を意識するタイミングと捉え35~40歳をターゲットとし、リピーターになってもらうことで、収益を安定させたい。

デザインコンセプト

義務感ではなく、健康志向が高い方に利用していただくよう、ホテルのような高級感と快適さをイメージできるサイトを意識。

● メイン ● ベース ● アクセント

PROCESS 工程・期間／2023年12~2024年1月(1ヶ月)

- 赤字…担当部分

● 5時間

- コンセプト案

● 10時間

- コンテンツ作成／デザインカンプ(XD)

● 20時間

- HTML／CSS



果物サブスクサービスの広告バナー制作

※課題制作のため架空会社です。



SUMMARY 概要

課題制作

株式会社フルスク

ターゲット:25~30歳・女性

W300px×H250px(メディアムレクタングルサイズ)

W728px×H90px(リーダーボードサイズ)

目的

スタートアップ企業「株式会社フルスク」の新サービス「フルハビ(国内の規格外フルーツのサブスク)」PRバナーを制作。1ヶ月でお試し会員への登録3000人達成を目指している。

デザインコンセプト

食品を扱うサービスのため、安全・新鮮が伝わることを意識。新商品としてはまずは「フルーツのサブスク」であることを認識してもらえるよう、視認性の高いデザインにした。食品ロスを減らし、消費者にフルーツを食べる習慣をつけてほしい、という思いがある。

PROCESS

工程・期間／2024年1月(2週間)

- ### ● 赤字…担当部分

▶ 8 時間

● コンセプト案／アイディア探し出しなど

▶8時間

● スチール撮影／画像加工

▶10時間

- コンセプト案／アイディア洗い出しなど
 - スチール撮影／画像加工
 - デザイン(5案)

コンセプト～デザイン制作の詳細

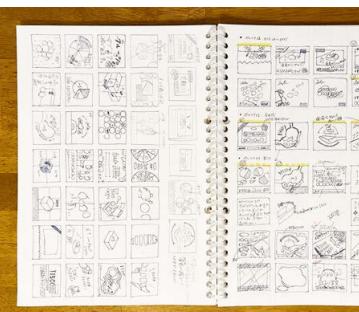
コンセプト案をまとめる

ターゲット

ヘルプ02	性別 年齢 住地 家族構成 職業・才力方 趣味・嗜好 商品購入への意識	女性 25~29歳 都心 独身、一人暮らし 会社員・専門職 アーティスト 音楽・歌 おもろい・面白い商品 Oは購入しない商品
ヘルプ03	性別 年齢 住地 家族構成 職業・才力方 趣味・嗜好 商品購入への意識	男性 30~35歳 郊外 夫婦、子供有 主婦・パート 料理・家庭 おもろい・面白い商品 Oは購入しない商品

アイディアを書き出す

※3時間程



スチール撮影／画像加工



デザイン(5案程)

建設企業の日本語ロゴとコーポレートカラーの制作

- 葉っぱ型を規則正しく並べ、円や菱形などの図形も形成=様々な視点と多様性
- 暖色系2色の配色=温かみのある印象、メリハリや奥行き



- 明朝体を溶かし角を取る=優しい印象

株式会社 タキグチ建設

コンセプト 明朝体の格式高い骨董感を持ちつつも、文字の軽利な部分を切り、少し厚みを持たせることで、丁寧で優しい印象に仕上げたロゴタイプです。マークは、葉っぱ型を規則正しく並べることで、円や菱形といった图形も形成されています。これは様々な視点を持つことで、柔軟で豊富な提案ができる姿勢を表現しています。カラーは後色を使用し、温かみのある印象を際立たせました。

コーポレートカラー #E83817 #F39800

ロゴタイプ 株式会社 タキグチ建設

ロゴマーク

代表取締役 滝口 太郎 Takiguchi Taro
電話番号 010-0022 京都市新町西御宿 6-28-7
E-mail: tony@takiguchi.co.jp

※課題制作のため架空会社です。

株式会社 滝口建設

コンセプト 「株式会社」と「滝口建設」を組み合わせたロゴマークです。建設用機械の運転手など、男性が多い職業であることを考慮して、力強い印象の構成を目指しました。また、会社名の「滝口」を組み込んだロゴマークとして、川の流れや滝のイメージを表現しています。

ロゴタイプ 株式会社 滝口建設

ロゴマーク

株式会社 滝口建設

ロゴマーク

TAKIGUCHI TAKIGUCHI TAKIGUCHI

TAKIGUCHI TAKIGUCHI TAKIGUCHI

Tシャツ

帽子

SUMMARY 概要

株式会社滝口建設
ターゲット:35~40歳・男女

目的

分譲住宅施工からリフォームを行う建設企業の日本語ロゴ、ロゴマーク、コーポレートカラーの提案というご依頼。(※タイププロゴに欧文を使用しない、マークには使用可という課題)

デザインコンセプト

洗練された住宅デザインや、多様なリフォームの提案と技術力を強みとし、実際に住むお客様の思いを大切にしている丁寧さや温かみをロゴに反映。社内の意識の統一、クライアントへの発信として、わかりやすくシンプルなロゴマークを目指した。

PROCESS 工程・期間／2024年2月(2週間)

● 赤字…担当部分

▶8時間
▶10時間

- コンセプト案／アイディア洗い出しなど
- デザイン(3案)

コンセプト～デザイン制作の詳細

コンセプト案をまとめる

コンセプト:
もっと良くなる、私たちの暮らし方
実現可能なプロダクト。
常に合わせた暮らし方より、自分に合った暮らし方

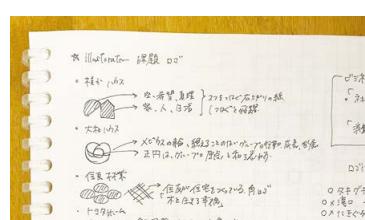
分野:建設工事
新規的な企画、指導、調整のひとと、建築物を建設する工事。
一棟の注文住宅設計、施工を工事として請け負うもの。
建築確認を必要とする増改築。

強み:
多様なリフォームの提案、技術力
施工費に加え、メンテナンス費など長期的コストパフォーマンスの追求
アフターサポート、運営会社の豊富さ

Logo制作の目的:
・ブランド化、認知度の向上
・社員の意識統一
・消費者との接点の統一

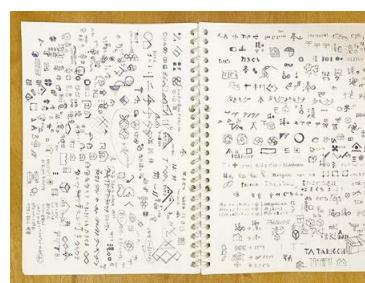
Logoの想い:

競合他社のロゴ調査



アイディアを書き出す

※3時間程



デザイン(3案程)

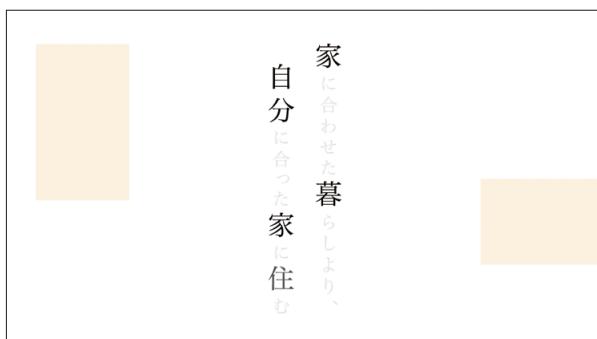
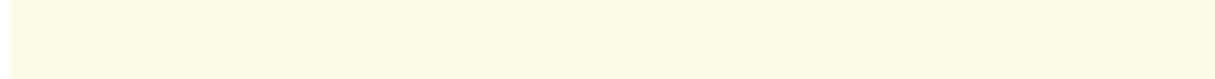
建設企業のコマーシャル(10秒)制作

※課題制作のため架空会社です。



家に合わせた暮らしそり、

自分に合った家に住む



家に合わせた暮らしそり、
自分に合った家に住む



家に合わせた暮らしそり、
自分に合った家に住む



 株式会社タキグチ建設

SUMMARY 概要

課題制作

株式会社タキグチ建設

ターゲット: 35~40歳・男女



デザインコンセプト

お客様の思いを大切にしている丁寧さや温かみを反映。「家」ではなく、「人」に焦点を当てたショートCM(10秒)。メッセージや写真がふわっと現れてから、最後にロゴが表示される構成。電車の映像広告のため音声がなくても理解できるものとした。

PROCESS

2024年4月(7時間)

- 担当部分

▶2時間

● 絵コンテ／グラフィック制作

▶4時間

● 編集

最後までご覧いただきありがとうございました。