

DESIGN PORTFOLIO

INTRODUCTION

“見た目”だけじゃなく、“らしさ”をデザインする。

長年アパレル業界で、磨いてきたのは「選ばれる理由」を形にする力。
今はUI/UX・ブランディング・ビジュアルまで横断し、プロダクトの“軸”を丁寧に言語化・視覚化しています。

CORE STERNGTH

一緒に形にできること

1. アイデア段階から相談でき、かたちにする力
2. 立ち上げ期に必要なUI/UXとブランドの同時設計
3. 限られた条件でも「らしさ」を最大化するアウトプット
4. クライアント・チームと共に創る姿勢で並走できる

VALUE PROVIDED

3つの軸

1. 想いをかたちに。“そのブランドらしさ”を丁寧にすくい取り、目に見える世界観としてデザインします
2. 手が止まらない。考えるよりもまず動くスピード感で、プロジェクトを前に進めます
3. ロゴもUIもグッズも、ひとつの想いからつながる一貫したアウトプットでブランドを広げていきます



INDEX

SURVICE DESIGN

01 | **mupla**

“楽しもう新しい音楽体験を。感じようweb3を。”
音楽+web3で作る新たな顧客体験

UI DESIGN

02 | **recochat**

生成AIの積極的な活用による、音楽市場への新たな価値提供の実現を目的としたプロジェクト

WEB DESIGN

03 | **myroom**

“遊休資産に新しい価値を”
レンタルスペース事業会社様のデザイン

BRANDING

04 | **QUADDROZERO**

「フットサルxファッション」がコンセプト
アスリート支援方のアパレルブランド

UI/UX DESIGN

05 | **JITERA**

大手楽器買取サイト及び
買取管理アプリのUIデザイン

GRAFFIC DESIGN

06 | **OTHER DESIGN**

自主制作でグラフィックなどを
デザインしています

01 | mupla

プロジェクト概要・担当領域

PROJECT: 株式会社レコチョク(web3プロジェクト)

ROLE: 専属UIデザイナー

PERIOD: 2022年3月～2024年3月

BACKGROUND:

音楽とブロックチェーン技術を掛け合わせ、新たな顧客体験を提供するためのWeb3プロジェクトが始動。NFTの発行・販売・所有といった体験を、直感的かつ魅力的に届けることが目的。

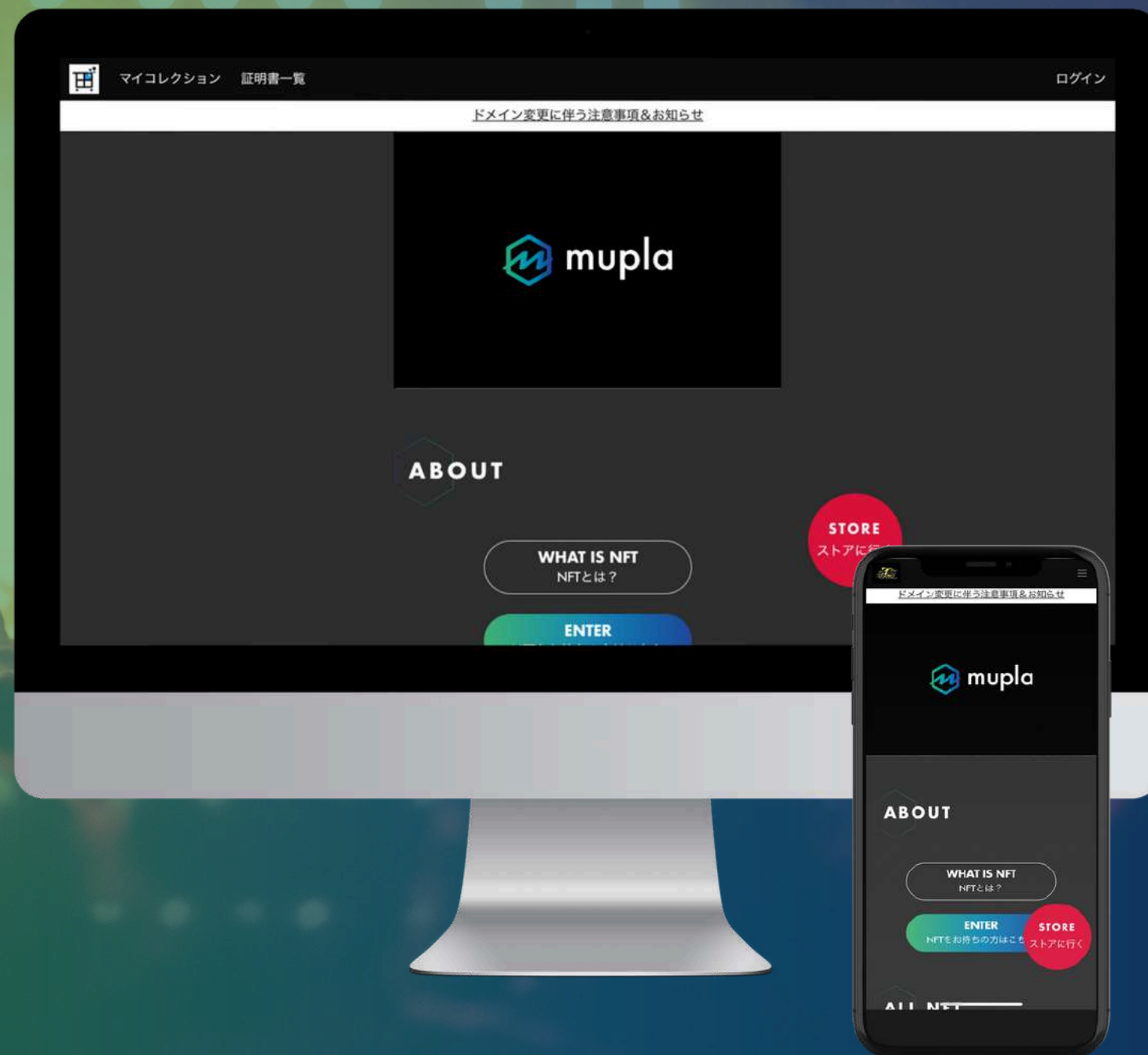
PURPOSE:

音楽体験を拡張するNFTプロダクトにおいて、ユーザーが安心して使えるUI/UXを設計し、新しい体験価値を提供する。

ROLE:

1. NFT専用販売サイトのUI設計
2. ブロックチェーン連携によるチケット型NFTのUX設計
3. 音源付きNFTパッケージのビジュアル・導線設計
4. サービスサイトのLPデザイン/コーディング
5. サービスロゴの作成/デザインガイドライン作成・管理

SCREEN IMAGE



01 | mupla

制作プロセス・UI設計・工夫点

PROCESS:

- 1.要件ヒアリング (PdM・開発チームと連携)
- 2.情報設計とワイヤーフレーム作成 (XD)
- 3.ビジュアルUI制作とコンポーネント設計
- 4.実装連携・フィードバック対応

POINT:

- 未経験者でも迷わない導線設計：ウォレット接続や購入フローをステップ形式で案内し、専門用語を排除して直感的なUIに。
- 「所有の特別感」を演出：購入者限定のバッジや演出で、保有する喜びとステータス感を体験設計。
- 未来感と遊び心のある表現：グラデーションや動きのあるUIで、楽しさと近未来的な印象を両立。

TOOL:



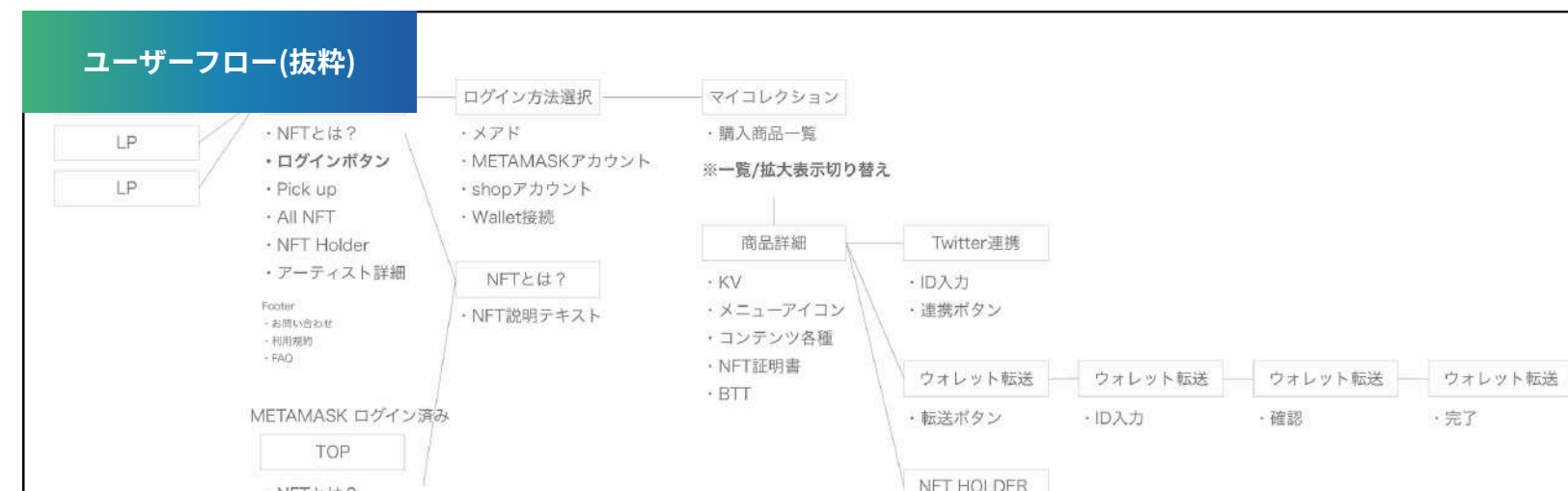
WORK:

UIデザイン 1週間
ロゴ 2週間
LP 3週間

TEAM

PdM 1名 デザイナー(担当) 1名
ディレクター 1名 セールス 2名
コーダー 1-3名

PROCESS IMAGE



学びと今後活かした点

- NFTという新しい技術は、「技術ではなく体験で伝える」必要がある
- SaaS型サービスにおいては、初回体験が継続率に直結すると改めて実感
- 今後も「導線の明快さ」と「感情的価値の訴求」のバランスを重視していく

01 | mupla

成果物

UI DESIGN

NFTに触れる

所有・閲覧

拡散



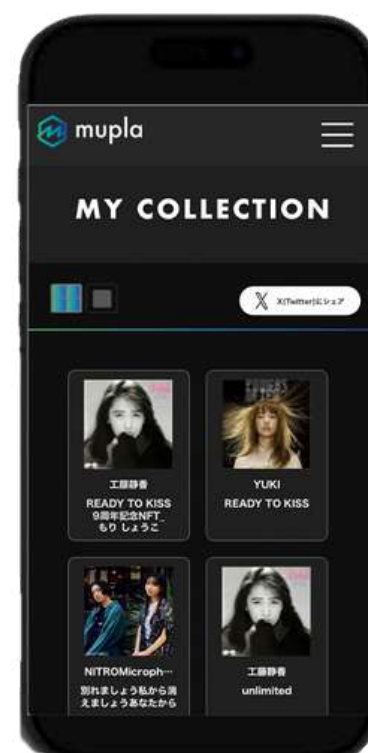
ログイン



ホーム



NFT証明書



コレクションページ



Twitter連携画面



USER EXPERIENCE

muplaが提供する
ユーザー体験



1.体験する

NFTをコレクションしたり、
NFT所有者だけの限定コンテンツを
視聴することができます。



2.味わう

NFTを所有者のウォレットアドレス、
Twitter IDを一覧化することで所有による
特別感を味わうことができます。



3.自慢する

証明書の画像を保存しTwitterで
シェアすることができます。



4.広める

muplaのTOPページでファンに向けて
プロモーションコンテンツを掲載する
ことができます。



5.贈る(送る)

任意のMetamaskウォレットへ
NFTを転送することができます。

01 | mupla

成果物

COLOR

製作を進めるにあたり、ブランドカラーの選定に着手。プロダクトを通じてのキーワードは"未来感"と"楽しさ"。グラデーションで未来の技術と新しい価値への変化を表現。かつ、グリーンベースの配色でPOPさを表現しました



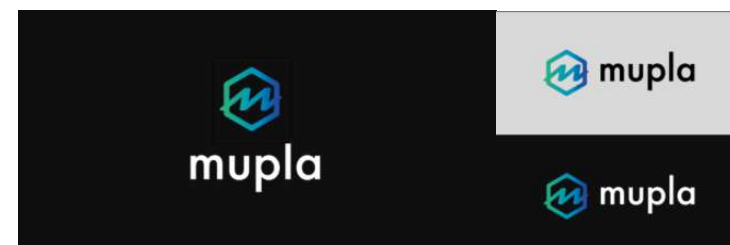
SERVICE LOGO

サービスロゴ製作及び、ガイドラインを再作しました。

mupla = music(音楽)+plaza(広場)
音楽やアーティストの好きが集まる
広場という造語

音楽(music)やサービス名(mupla)の頭文字MとNFTや仮想通貨を連想する六角形のモチーフを組み合わせてロゴマークを作成しました。

フォントは「未来」を意味するFUTURAを採用し、未来へ繋がるサービスにしたいという思いを込めました



GUIDE LINE

社内向けにロゴやサービスのガイドラインを作成

ロゴガイドライン



使用ルール

目的

muplaのロゴ使用ルール（以下「ロゴ使用ルール」といいます。）は、本サービス提供の権利（以下「当社」といいます。）が保有するmuplaの商標サービス（以下「当社サービス」といいます。）の商標、サービス名、ロゴマーク、その他のロゴ使用ルール、及び各種サービス上の登録商標（以下「登録商標」といいます。）を正しく使用することを目的として「当社ロゴ」といいます。）の使用に関する最も基本的な事項を定めたものです。当社ロゴの使用を希望する者（以下「利用者」といいます。）は、ロゴ使用ルールに定める範囲内で、ガイドラインを遵守する条件に限り、別途当社から許諾を得ることなく、当社ロゴを無償で使用することができます。本使用ルールは、当社ロゴの使用に当たり、ロゴ使用ルール及びガイドラインに記載したものと致します。

権利帰属

当社ロゴに関する一切の権利（著作権、商標権等を含みます）は、すべて当社に帰属します。

デザインガイドライン



文字の基本スタイル

Letter-spacing/line-height

文字間
見出しのletter-spacingは100px 文章のletter-spacingは0px

行間
見出しのline-heightは30px 文章のline-heightは20px

フォント

Font-family

英語表記 見出し
Futura Bold
日本語表記 見出し
ヒラギノ角ゴシック W6
文章
ヒラギノ角ゴシック W4

大きさ

Font-size

英語表記 タイトル
32px
見出し
24px
日本語表記 見出し
24px
文章
16px

LANDING PAGE

toB向けにサービスLPのデザイン
wordpressを用いたコーディングまで
担当しました。



01 | mupla

サービス概要

OVERVIEW サービスの概要

LOGO-



CONCEPT-

“楽しもう新しい音楽体験を。感じようweb3を。”
音楽+web3で作る新たな顧客体験

ABOUT-

muplaとは？

ブロックチェーン技術を用い、ユーザーとアーティストを繋ぐ、新しい音楽体験を創出するECサイトソリューションです。ユーザーはmurketストア(購入用サイト)で購入したプロダクトを、mupla(閲覧用サイト)で閲覧やシェアなど様々な形で楽しむことができます。

FEATURE サービスの特徴

01. ユーザーをweb3へアップデート

NFTやブロックチェーンといったweb3の世界観を表現しながら、混乱しないユーザー体験を提供できるよう設計しています。“通常のデジタルコンテンツには無い操作だから省く”という考え方ではなく“理解できるよう設計する”という思想で製作しています。



02. アーティスト別にサイトを作成

muplaはアーティスト単位で作成することもできます。一般的なマーケットプレイスなどとは異なり、他のアーティストと並んだりすることはありません。サイトもアーティストの世界観を活かすため、カスタマイズ可能です。



03. 音楽業界に特化

国内音楽市場に20年以上寄り添っているレコチョクが運営。だからこそ、アーティストに寄り添ったプラットフォームになっています。



SERVICE FLOW サービスの流れ

購入専用サイト



ARTIST
デジタルプロダクト出品



USER
デジタルプロダクト購入

NFT証明書の発行

閲覧専用サイト



USER
閲覧・シェア・転送etc.



ARTIST
追加コンテンツ配信

02 | recochat

プロジェクト概要・担当領域

PROJECT: 株式会社レコチョコ(with AIプロジェクト)

ROLE: 専属UIデザイナー

PERIOD: 2023年12月～2024年3月

BACKGROUND:

生成AI技術の進化に伴い、業務効率化と新規事業創出の両面から、AIを活用したプロダクト開発が求められていた。特に音楽業界においては、新たなユーザー体験や価値の提供が可能となる領域であり、社内実証を経て外販を見据えるプロジェクトとして発足。

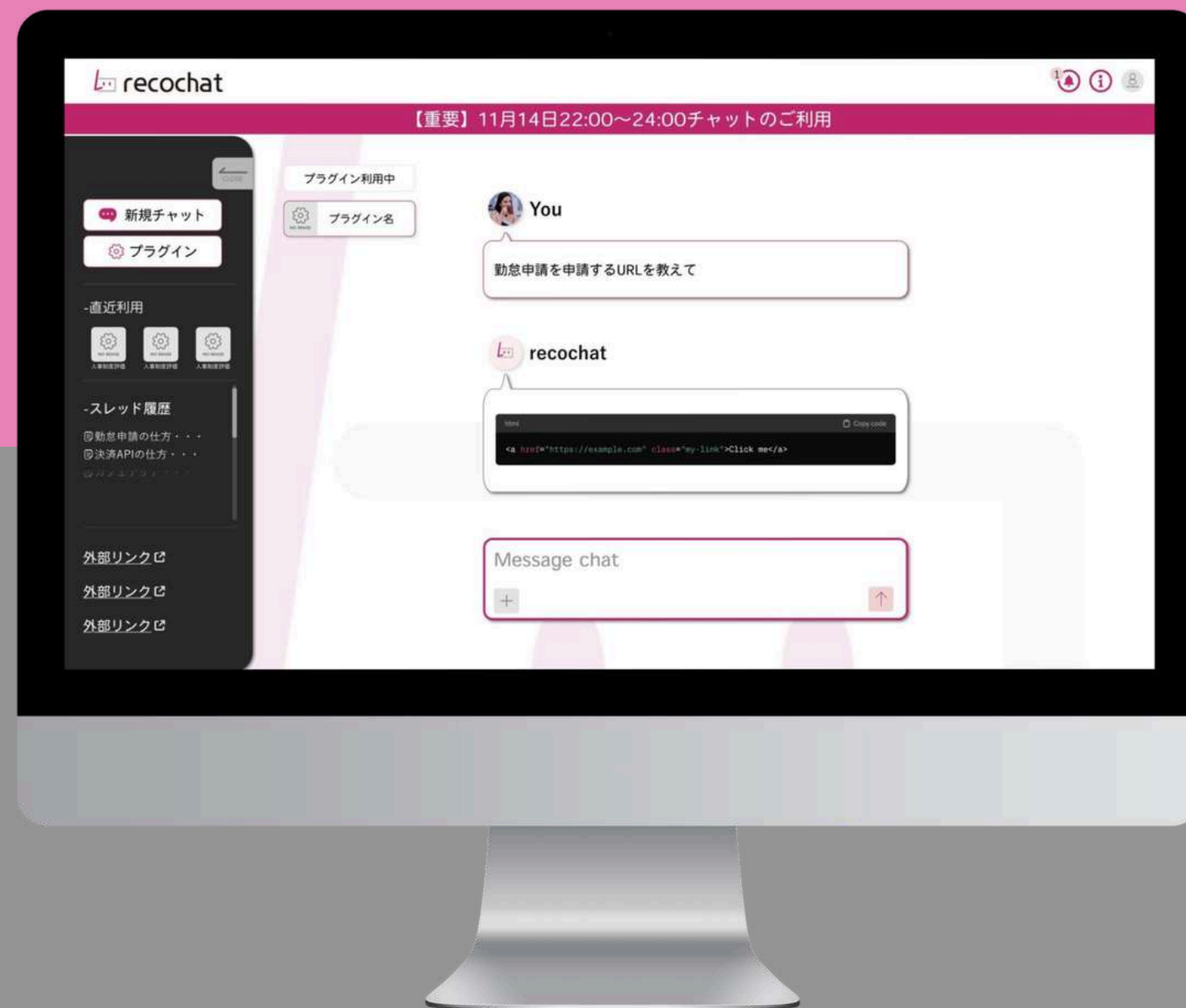
PURPOSE:

- 生成AIを活用し、音楽市場に新たな価値を提供するプロダクトを開発
- 社内問い合わせ対応の効率化と、業務システムとの連携による業務改善
- 外販を見据えたプロダクトとしての完成・展開を目指す

ROLE:

- 社内業務効率化を目的としたチャットボットUIの設計 (1stフェーズ)
- 社内業務システムとの連携を前提とした画面設計・プロダクト構造の整理
- 利用シーンやユーザーフローを可視化し、業務フローに即したUIを提案
- プロトタイプ作成・開発チームとの連携を通じたUI改善
- 外部展開を視野に入れたプロダクトのブランディング・UIの再設計

SCREEN IMAGE



02 | recochat

制作プロセス・UI設計・工夫点

PROCESS:

1. 社内向けとして、必要最小限の機能でスモールスタート
2. シートを用いたブレストでチーム全体の方向性を共有
3. デザインのベクトルを揃え、UIの解像度を向上
4. ChatGPTに近い体験を意識し、親和性のある画面構成を設計
5. プロトタイプを繰り返し検証・改善し、完成度を高めた

POINT:

- 直感的な導線設計：専門用語を避け、誰でも使いやすいUIに
- 親しみやすい印象：AIをパートナーとして捉えた柔らかな表現
- ブランド一体感：コーポレートカラーで統一感と視認性を確保
- 学習コストの軽減：ChatGPTに近いUIでスムーズな導入を実現

TOOL:



WORK:

UIデザイン 2週間
ロゴ 2週間

TEAM

PdM 1名 **デザイナー(担当)** 1名
ディレクター 1名 セールス 2名
コーダー 1-3名

PROCESS IMAGE



コンセプトシート		オレンジ	茶	クリーム	白	ライトグレー(サブ)	黒
フォント	その他 朝顔	ゴシック	その他				
テキスト	女性的	男性的	ゴージャス	シンプル	温かみ	クール	柔らかい
	キュート	カッコいい	ナチュラル	カジュアル	知的	エレガント	重厚感
	にぎやか	シック	スタイリッシュ				
その他							
下記、イメージに近い番号に✓を入れてください。							
	シンプル	1	2	3	4	5	6
	ビジネス	1	2	3	4	5	6
	モノトーン	1	2	3	4	5	6
							横割
							アットホーム
							カラフル

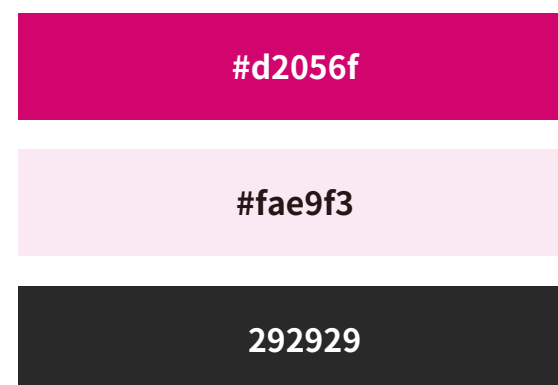
- 学びと今後活かした点
- 社内利用でも「UXの観点」は重要であることを再認識。
- 目的や利用シーンに即したUIの設計は、導入率と定着に直結する
- ブランドイメージとプロダクトデザインを連動させることで、組織内への浸透が早くなることを実感

02 | recochat

成果物

COLOR

1stフェーズとして、社内向けのシステムということから、コーポレートカラーを強く打ち出し、社内ブランディングに役立てたい



SERVICE LOGO



AIの機械的な印象を避け、業務を共に進める“パートナー”のような存在として感じられるよう配慮。

そのため、過度な装飾を避けたシンプルで汎用性の高いマークを採用し、親しみやすさと信頼感を両立させた。



UI DESIGN



初期フェーズでは、使用できる機能が限定的かつ、社内での使用が中心のため、馴染みのない言葉やデザインをできるだけ使用せず、とにかくわかりやすくシンプルな表現を目指した。配色については、社内ブランディングを意識してコーポレートカラーを強調した。

03 | MY ROOM

プロジェクト概要・担当領域

PROJECT: 不動産×IT事業立ち上げに伴うブランド・プロダクト制作

ROLE: ブランド設計・UI/UXデザイン全般

PERIOD: 2023年12月～2024年3月

BACKGROUND:

新法人設立にあたり、クライアントより直接依頼を受け、企業の立ち上げに必要なブランド構築および事業展開に向けた各種クリエイティブを一貫して担当。

「不動産×IT」を軸としたレンタルスペース事業を中心に、賃貸・売買領域にも拡大していくというビジョンを共有しながら進行。

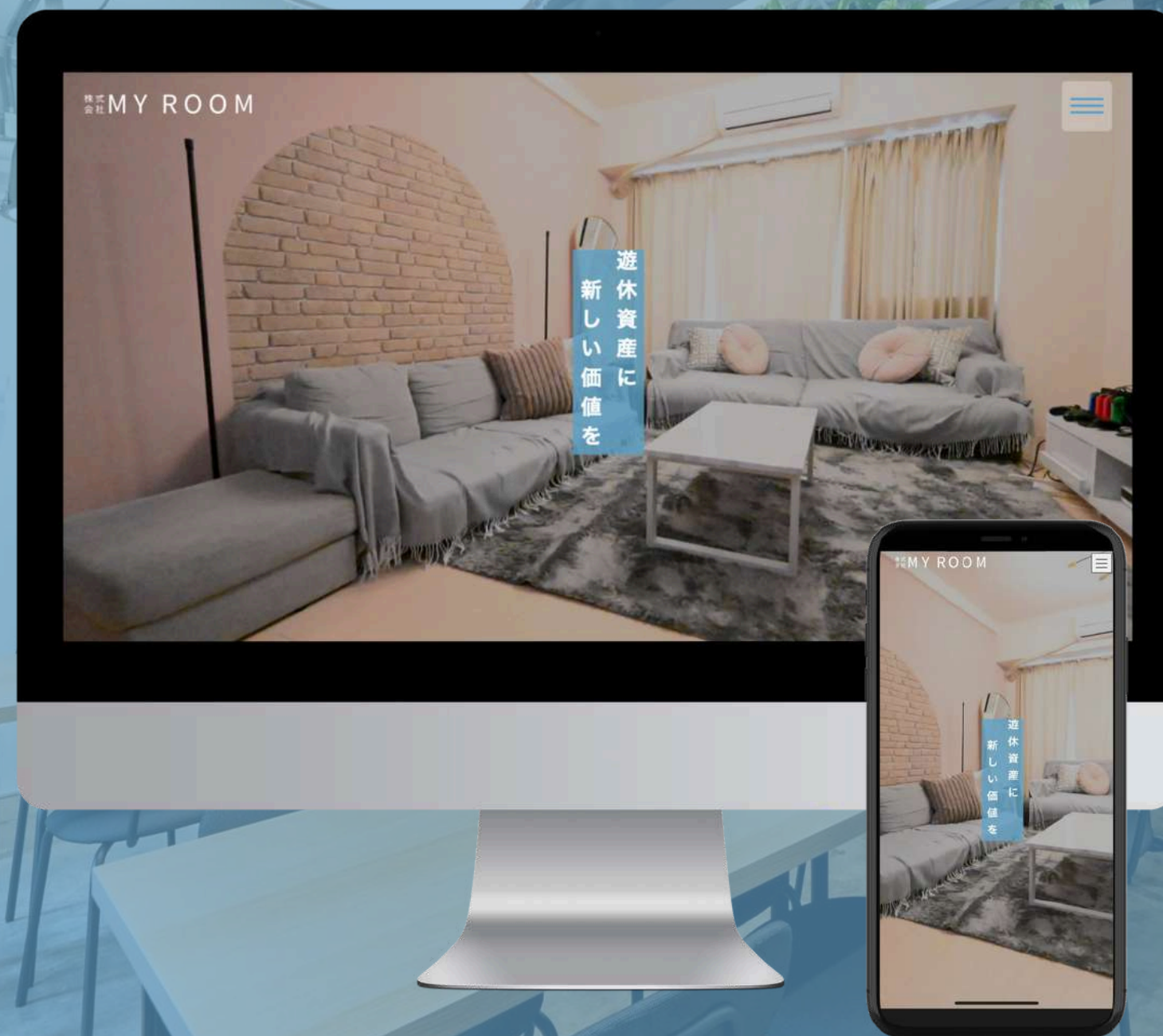
PURPOSE:

- 法人設立に伴うブランドイメージの確立
- 「不動産×IT」という強みを視覚的に表現
- レンタルスペース事業をはじめとした多角的な事業展開を支える基盤づくり
- 初期フェーズにおける信頼性・認知向上の実現

ROLE:

- 1.要件定義・ヒアリングを通じたブランドコンセプトの設計
- 2.ロゴ制作（企業イメージ・事業領域を反映）
- 3.UI/UX設計（ワイヤーフレーム～UIデザイン）
- 4.コーポレートサイトのデザイン・ディレクション
- 5.名刺・ユニフォームなどのアナログツールデザイン
- 6.アパレル（ユニフォーム）製作ディレクション

SCREEN IMAGE



03 | MY ROOM

制作プロセス・UI設計・工夫点

PROCESS:

1. ヒアリングを通じて事業内容と方向性を整理
2. ロゴ・サイト・ツールの要件定義を実施
3. ブランドコンセプトをもとにロゴとUIをデザイン
4. サイト構成・ワイヤー・UIを順に設計
5. 名刺・ユニフォームなど各ツールを並行制作

POINT:

- 信頼感と先進性を両立：余白と色設計で、堅実さと現代的な印象をバランスよく表現。
- ブランド統一を意識：Web・名刺・SNSなどすべてのツールでトンマナを統一。
- 実用性あるUI設計：直感的な導線や見やすい文字設計で、迷わず操作できる画面に。
- 展開に耐える柔軟設計：将来的な派生サービスにも対応できるビジュアル設計を意識。

TOOL:



WORK:

ロゴ	2週間	名刺	1週間
UIデザイン	1週間	アパレル	3-4週間
サイト	2週間		

PROCESS IMAGE

1. ヒアリング・要件整理
2. ブランド設計・ロゴ制作
3. UI設計・Web制作
4. ツール制作・実装支援

UI設計



学びと今後に活かした点

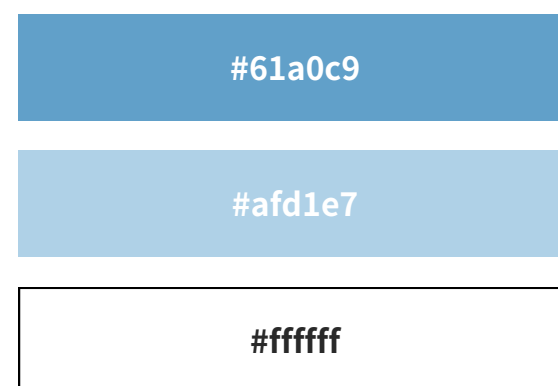
- ブランド設計からUIまで一貫対応することで、事業理解と表現の精度が向上
- 複数ツール間での“統一感”と“実用性”の両立の難しさと重要性を実感
- クライアントとの密な対話が、スムーズな進行と的確なアウトプットに直結することを再認識
- “使われる前提”のUI設計を意識し、運用視点を持つ重要性を再確認

03 | MY ROOM

成果物

COLOR

「不動産×IT」というやや堅い印象を和らげるため、爽やかさと親しみやすさを感じさせる柔らかなカラーを採用。
信頼感を保ちつつ、事業の新しさや開かれた印象を視覚的に表現した。



SERVICE LOGO

「IT×不動産」をテーマに、ピクトグラムをモチーフとした親しみやすいロゴマークを制作。
脱力感のあるフォルムで堅さを和らげつつ、Wi-Fiモチーフを取り入れることで、デジタルなエッセンスを付加。
シンプルで視認性が高く、幅広い媒体で活用できる汎用性のあるデザインに仕上げた。



DTP DESIGN

名刺

コーポレートカラーを軸にロゴマークをあしらったシンプルなレイアウトに仕上げ、メインの集客経路であるSNSを大きく配置。



代表取締役

早川 真幸
hayakawa masayuki

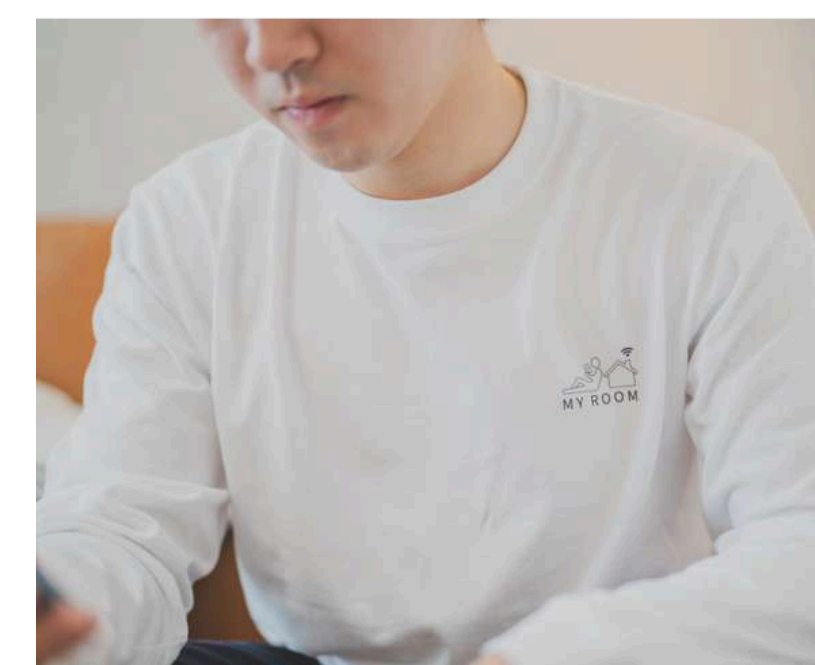
MY ROOM

〒458-0827
愛知県名古屋市緑区鳥渡3丁目1305
TEL: 090-4191-3309
MAIL: hayakawa.estate@gmail.com



ユニホーム

自社の宣伝広告用と契約者様へのギフトとしてユニホームを作成。
シンプルなデザインで普段着としても着用可能なデザインに仕上げた



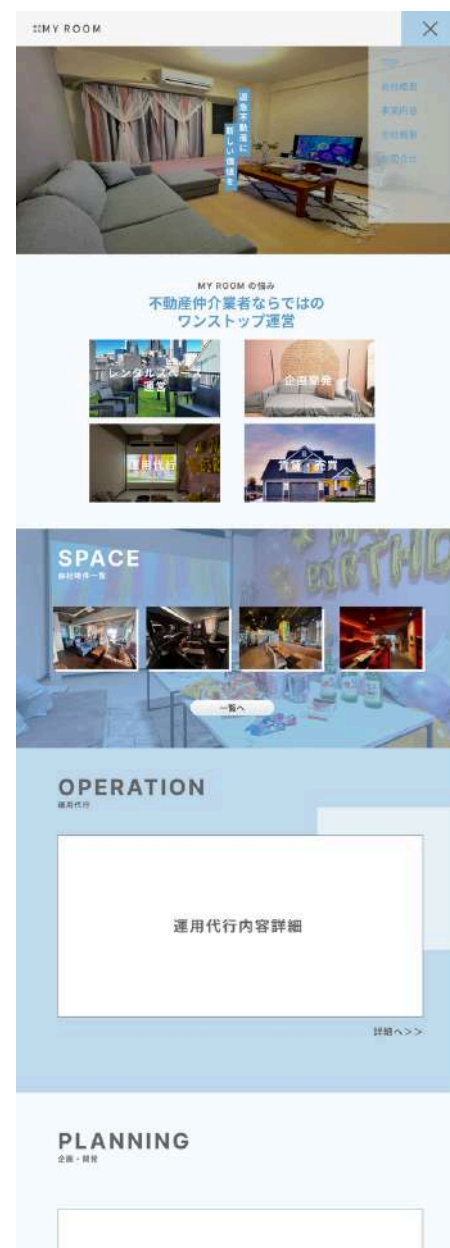
03 | MY ROOM

成果物

UI DESIGN

UI・画面設計では、サービスの特徴や魅力が直感的に伝わるよう、ややToC寄りのトーンで構成。特に管理物件一覧ページは、物件情報からスムーズに予約ページへ遷移できるように導線設計を工夫。また、SNSからの流入が主な集客チャネルであることを考慮し、全ページのフッターにLINEリンクを常設。ユーザーが閲覧から問い合わせ・予約へ自然に進めるよう、シンプルかつストレスのないUIを意識してデザインした。

TOP



物件一覧



運用代行



企画開発



会社概要



モバイル版



04 | QUADDROZERO

プロジェクト概要・担当領域

PROJECT: QUADDROZERO (クアトロゼロ) ブランド立ち上げ

ROLE: ブランド企画 / ディレクション / UI・ビジュアル設計 / 商品開発 / 販促支援

PERIOD: 2021年～現在

BACKGROUND:

既存のフットサルウェアはファッション性や日常性に乏しく、着替えや持ち運びの手間もプレイヤーにとって負担となっていました。また、単なる物販にとどまらず、選手の個性や活動を伝え、還元する仕組みのあるプロダクトが求められている。

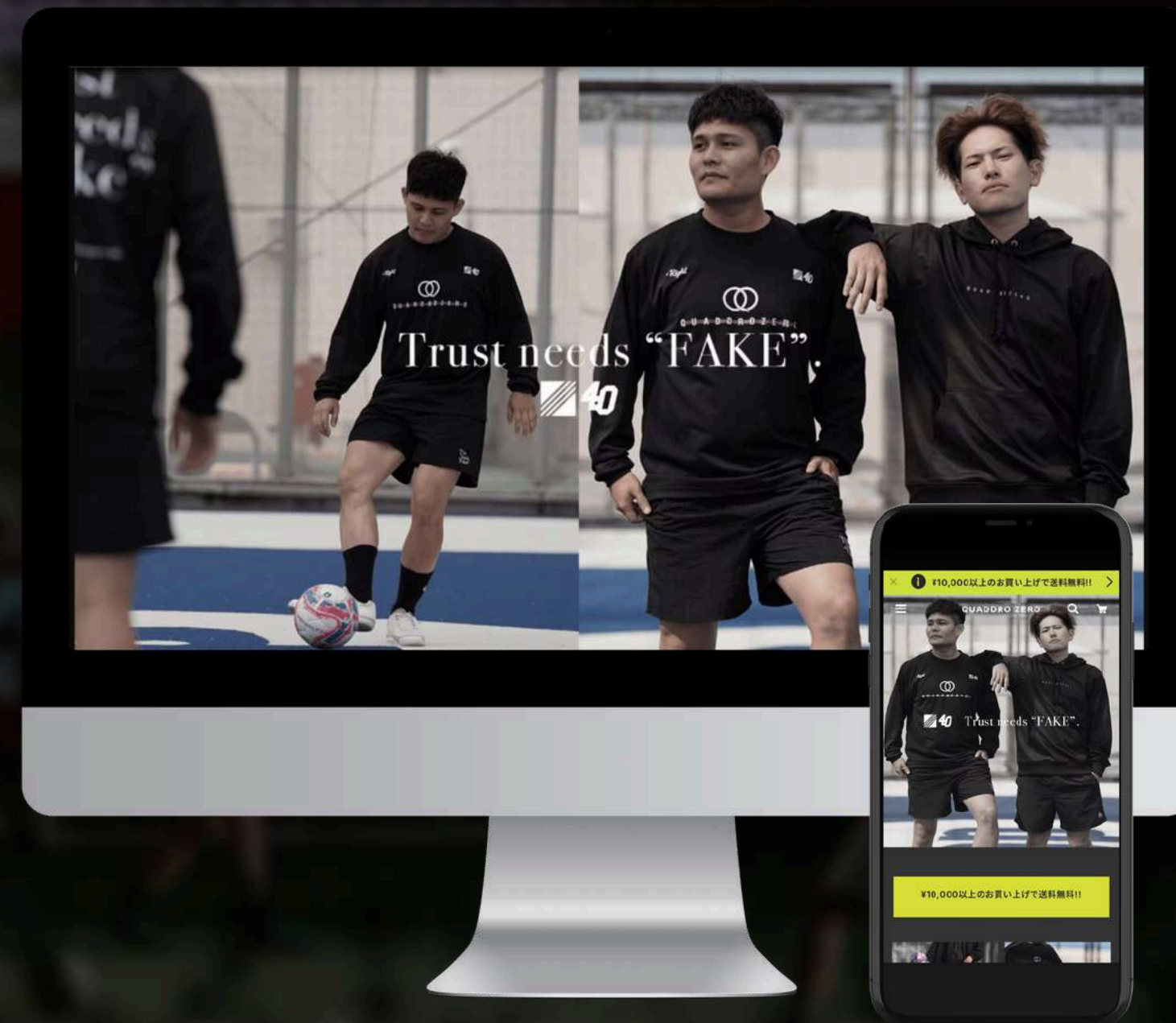
PURPOSE:

- 日常でも着られるシンプルなフットサルウェアの提供
- フットサルと日常をつなぐライフスタイル提案
- 選手のクリエイティビティを活かしたブランド体験の創出
- 売上の一部を選手やチームに還元する仕組みづくり

ROLE:

1. プロダクトコンセプト・ブランド設計
2. ペルソナ設計、ネーミング・ロゴデザイン
3. UI/UX設計 (ECサイト、SNS連携)
4. コラボ企画設計、収益モデルの構築
5. 制作物 (ルック、販促ツール、商品タグ等) のディレクション

SCREEN IMAGE



04 | QUADDROZERO

制作プロセス・UI設計・工夫点

PROCESS:

1. 課題抽出とターゲット設定
2. ブランドコンセプト・ロゴ設計
3. 商品開発と選手との共創
4. EC販売導線と還元スキーム構築
5. 販促ビジュアル・LP制作

POINT:

- 30~40代男性にも馴染む配色：落ち着いたトーンで、日常にも取り入れやすいデザインに。
- シンプルかつ上質感のあるビジュアル設計：ロゴや艶のある素材で、上品かつ存在感を演出。
- 街でもプレー中でも使える機能性を両立：吸水速乾生地など、競技目線の工夫を随所に。
- 選手の個性や想いが宿るデザイン：コメントやオリジナルサインで、ストーリー性を持たせた。

TOOL:



WORK:

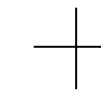
ロゴ	2週間	オフィシャルサイト	1週間
UIデザイン	1週間	アパレル	3-4週間
ECサイト	2週間		

PROCESS IMAGE



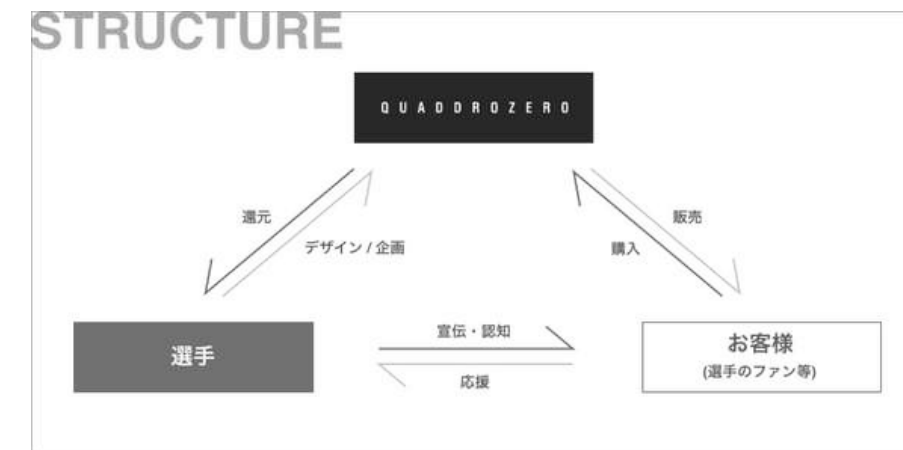
課題抽出

1.商品
スポーツウェアでありながら、カジュアルな普段着としても着用可能で、既存のフットサルブランドとは違い、シンプルなデザインで30-40代が着用に抵抗のない商品



2.仕組み
ファッションとしての側面だけではなく、プロダクト(プロジェクト)を通じて選手のクリエイティビティを表現しファンがついていく仕組みを構築していく。

スキーム構築



学びと今後に活かした点

- ユーザー視点を起点にした設計が、共感を生むプロダクトに直結することを実感
- デザインだけでなく、文脈やストーリー設計の重要性を再認識
- 物販にとどまらない“仕組みづくり”がブランドの持続性につながる
- 今後も「スポーツ×日常」の領域でUI/UXとブランド設計に活かしていきたい

04 | QUADDROZERO

成果物

COLOR

30-40代の男性がメインターゲットのため、色物や過度なデザインを抑えた色味でブランディングを構築。全体的にモノトーン寄りの印象に仕上げることで高級感のある見え方を表現したい。

#282828

#cddd3a

#ffffff

SERVICE LOGO

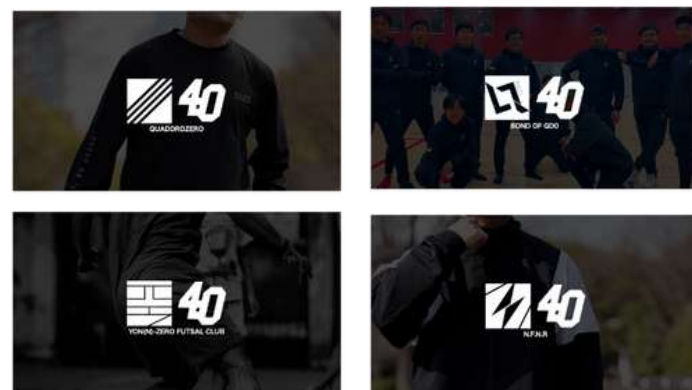
メインロゴ

本来の綴りはquattro zeros(4つの0)※ポルトガル語。都会的な印象と安定した印象を表現するための造語

ロゴマーク

商品や企画によってロゴマークを使い分け、ブランディングをブラさずに多様なニーズに対応する

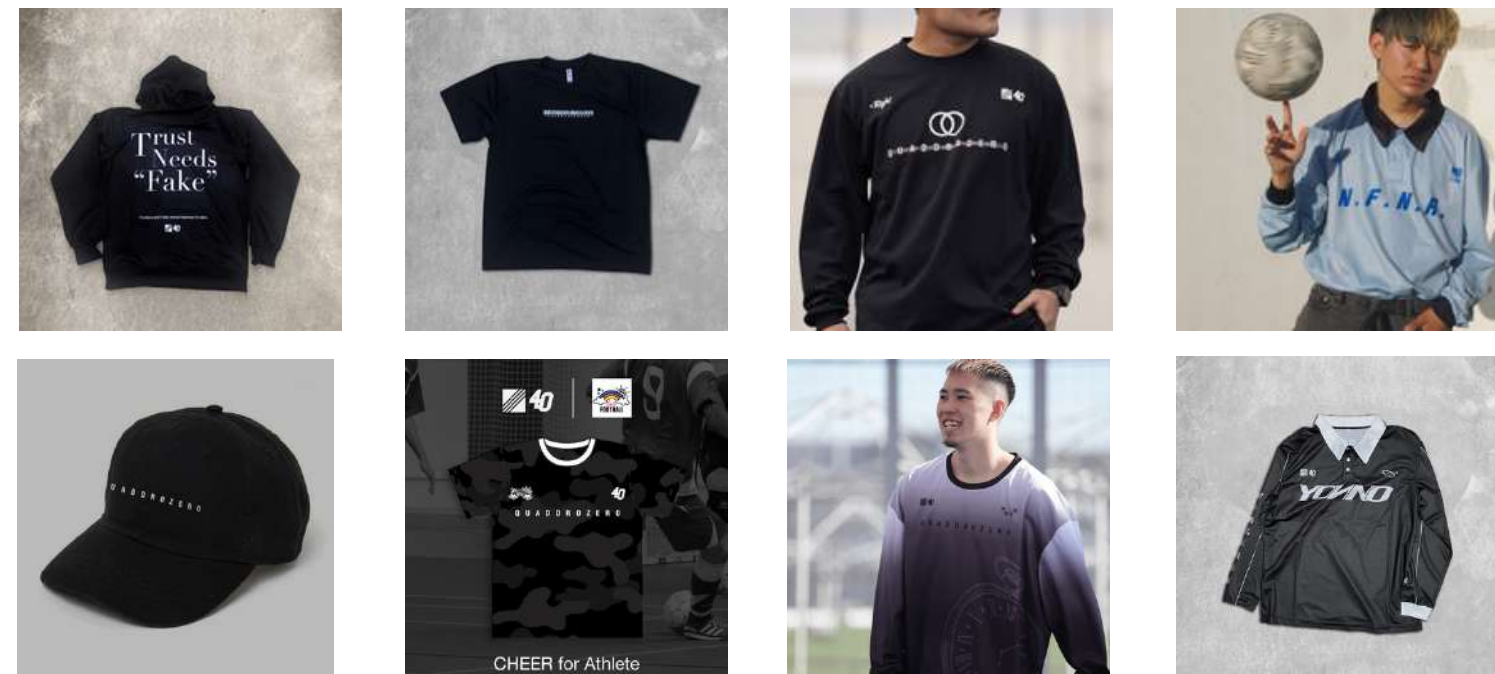
Q U A D D R O Z E R O



DTP DESIGN

アパレル

オリジナルおよびコラボアパレルを通じて、ブランドの世界観や価値観を視覚的に体現。素材やシルエット、配色にまでこだわり、日常でも着たくなる仕上がりを目指す。



カタログ

ブランドの世界観を统一的に伝えるため、ビジュアルや構成にこだわったカタログを制作。商品スペックだけでなく、着用シーンやストーリーも訴求できる内容に仕上げました。



04 | QUADDROZERO

成果物

UI/UX

認知・興味フェーズでは、SNSでブランドの世界観や価値観が伝わるビジュアル・コピーを展開し、感度の高い層の関心を獲得。
理解・比較フェーズでは、オフィシャルサイト上で商品の背景や機能をわかりやすく伝え、信頼と納得感を醸成。
購入・行動フェーズでは、ECサイトでスムーズな購入体験を提供するため、直感的なUIと明確な導線を設計。
ファン化フェーズでは、イベントや限定企画を通じて、ブランドとの継続的な接点を生み、リピートや共感を促進。
各チャネルを段階的につなぎ、ユーザー体験の一貫性とブランドへの愛着形成を目指しました。

Phase:

認知・興味

理解・比較

購入・行動

ファン化・リピート

Tool:

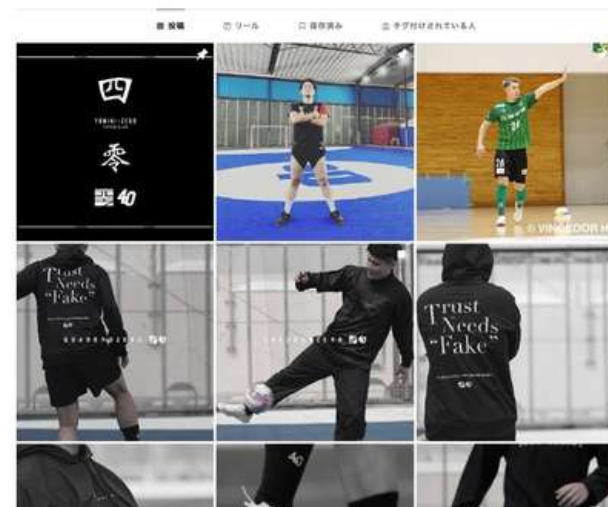
SNS

オフィシャルサイト

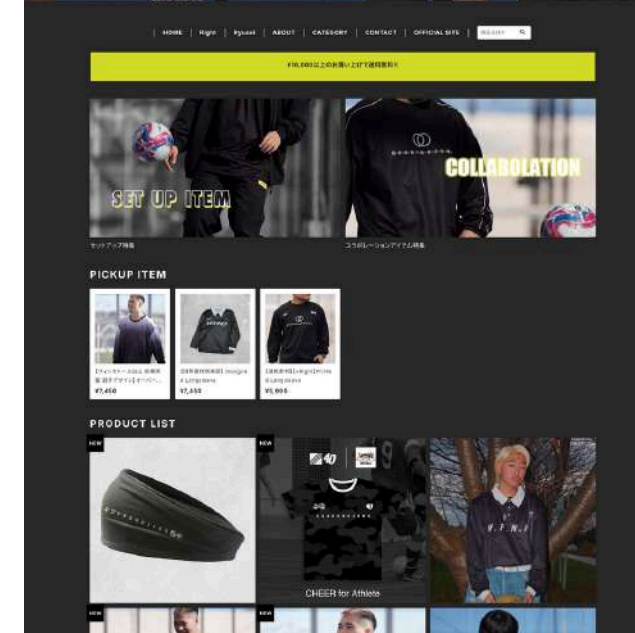
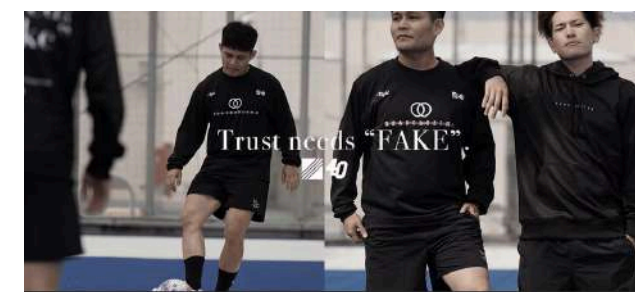
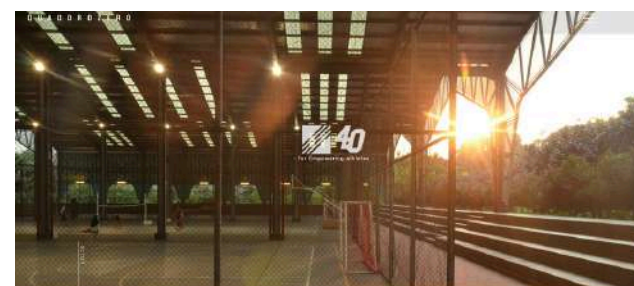
ECサイト

リアルイベント

Instagram



YouTube



05 | ISHIBASHI GAKKI

プロジェクト概要・担当領域

PROJECT: 石橋楽器様 EC買取サイト／買取管理システム リプレイス

ROLE: UI/UXデザイナー（JITERA社より参画）

PERIOD: 2024年11月～2025年2月

BACKGROUND:

大手楽器販売・買取事業を展開する石橋楽器にて、既存の買取管理システムとEC買取サイトの老朽化とUIの課題を受け、ユーザビリティを向上させるためのリプレイスプロジェクトが発足。

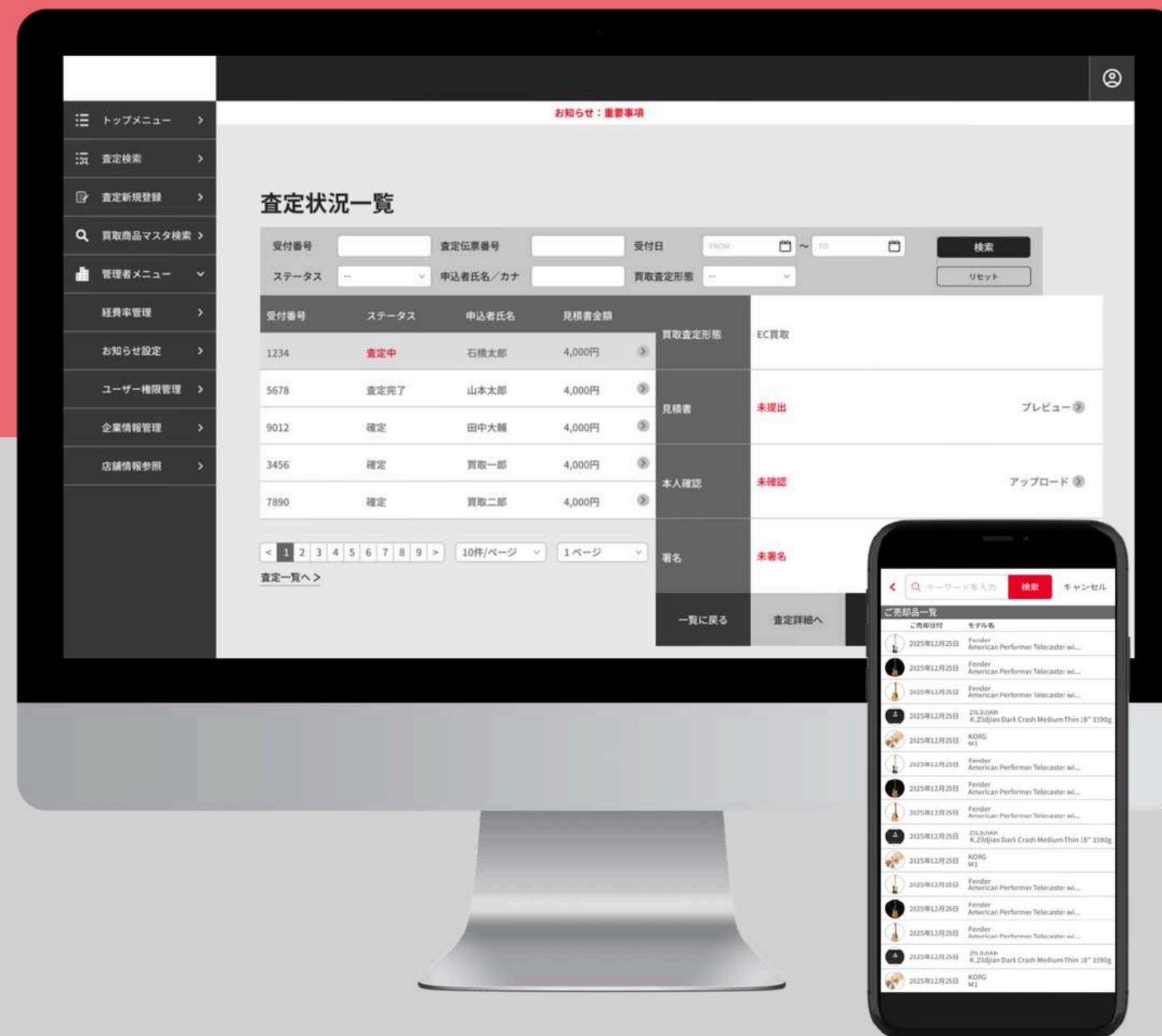
PURPOSE:

- ユーザー視点に立った使いやすいUI/UXの実現
- 社内スタッフの業務効率改善
- 顧客向けECサイトのスマートフォン対応強化
- 既存システム利用者の混乱を避けるスムーズなUI移行

ROLE:

- 要件定義フェーズからUI/UX観点での顧客提案
- デザインシステムの設計・構築
- スタッフ向け買取管理システム（PC）のUIデザイン
- 顧客向けEC買取サイトのモバイルファースト設計
- 既存トンマナを踏襲した上での微調整によるUI刷新

SCREEN IMAGE



05 | ISHIBASHI GAKKI

制作プロセス・UI設計・工夫点

PROCESS:

- 1.要件整理：業務課題のヒアリングと機能要件の整理
- 2.導線設計：既存UIの課題分析と改善フローの構築
- 3.デザインシステム構築：UIルールやコンポーネントの設計
- 4.UIデザイン：管理画面・ECサイトを並行して設計・改善

POINT:

- 既存UIの雰囲気を保ちつつ、操作性を向上：色・フォント・情報配置は踏襲しつつ、余白の整理やボタンサイズの調整で可読性・クリック性を改善。
- ECサイトはスマホ中心に導線を最適化：フォームを3ステップ以内に簡略化。商品一覧にはフィルターを導入し、離脱率を低下。
- 管理画面は業務効率重視でレイアウト設計：買取情報・顧客管理・在庫管理を一画面で俯瞰できるタブ設計を導入し、入力作業を30%削減。
- 継続運用を見据えたデザインシステムを構築：コンポーネント単位でFigmaに整理し、Jiteraチームと共同でUIルールを定義。新機能追加にも柔軟に対応可能。

TOOL:



WORK:

要件定義 3ヶ月

UIデザイン 3ヶ月

PROCESS IMAGE

1. 要件整理・ヒアリング
2. UX課題の洗い出し・導線設計
3. デザインシステム構築
4. UIデザイン・プロトタイプ作成

プロトタイプ作成



学びと今後に活かした点

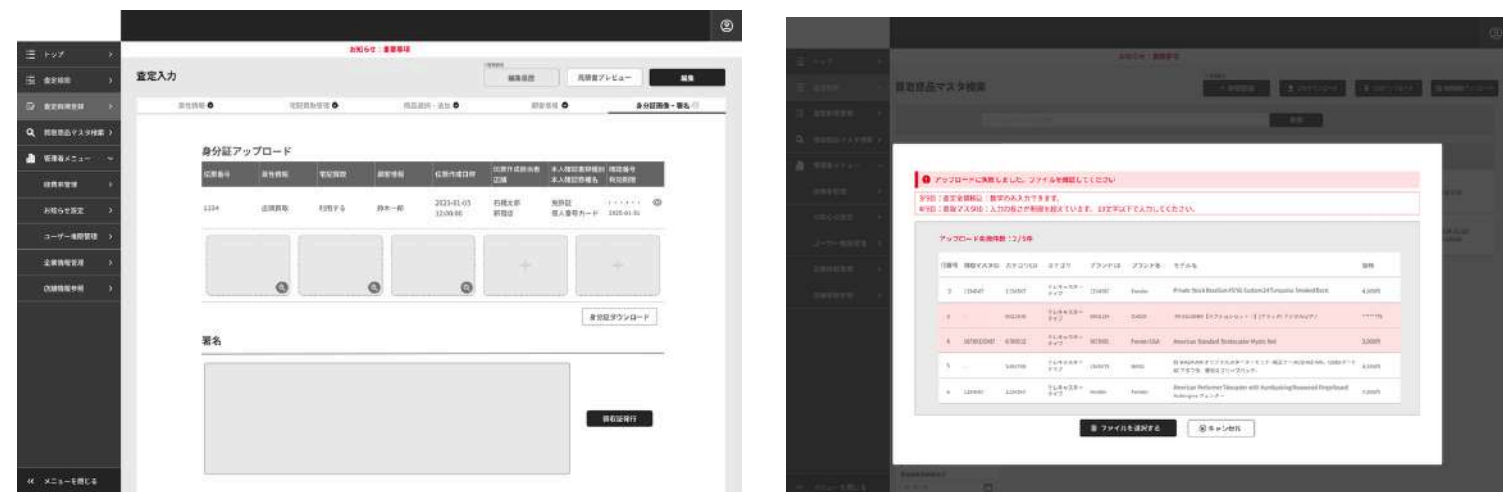
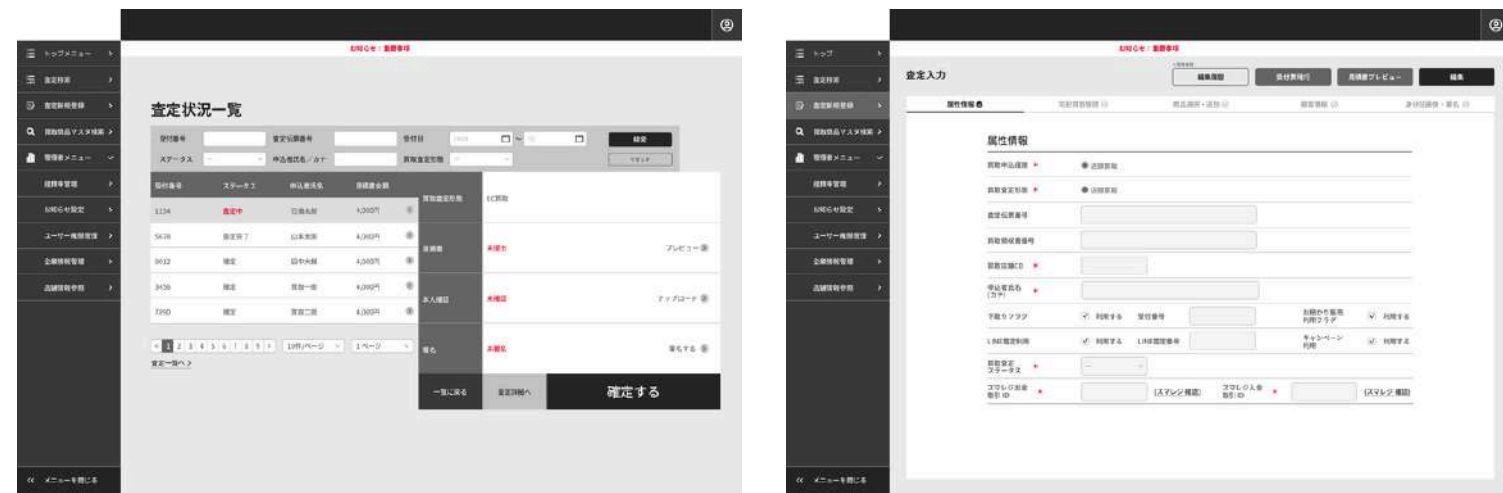
- 既存UIの文脈を活かすリプレイスの重要性を実感
- 業務システムUIにおける効率重視の設計を習得
- デザインシステム構築の実務経験を積んだ
- 関係各所との調整力・提案力を強化

05 | ISHIBASHI GAKKI

成果物

OPERATION App

- 日常業務に支障をきたさないよう、操作手順を最小限に整理
- 情報量が多い画面でも迷わないよう、階層構造と視認性を意識
- データ登録・検索・確認をスムーズに行えるよう、UIコンポーネントを統一
- 既存業務フローに即した導線設計で、現場スタッフの学習コストを軽減



EC SITE

- スマホでの閲覧を前提に、縦スクロール中心の導線設計
- 買取ステップを明確化し、初めてのユーザーでも迷わないUIを意識
- CTAやナビゲーションの配置を工夫し、アクションまでの流れを最短化
- 親しみやすさと安心感を与えるため、シンプルで整理されたビジュアル構成を採用

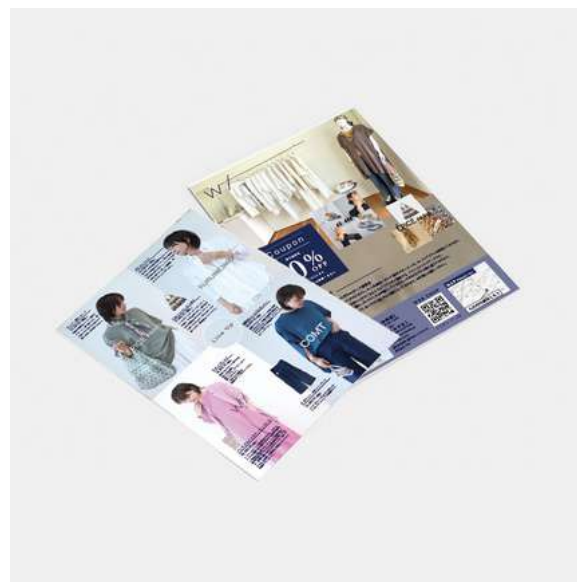


06 | OTHER DESIGN

その他成果物

BOOK DESIGN

小冊子やチラシなどの紙面デザイン



BANNER DESIGN

バナーデザイン

20代向け化粧品会社様

撮影ディレクション、クリエイティブ制作、ECサイトデザインを担当

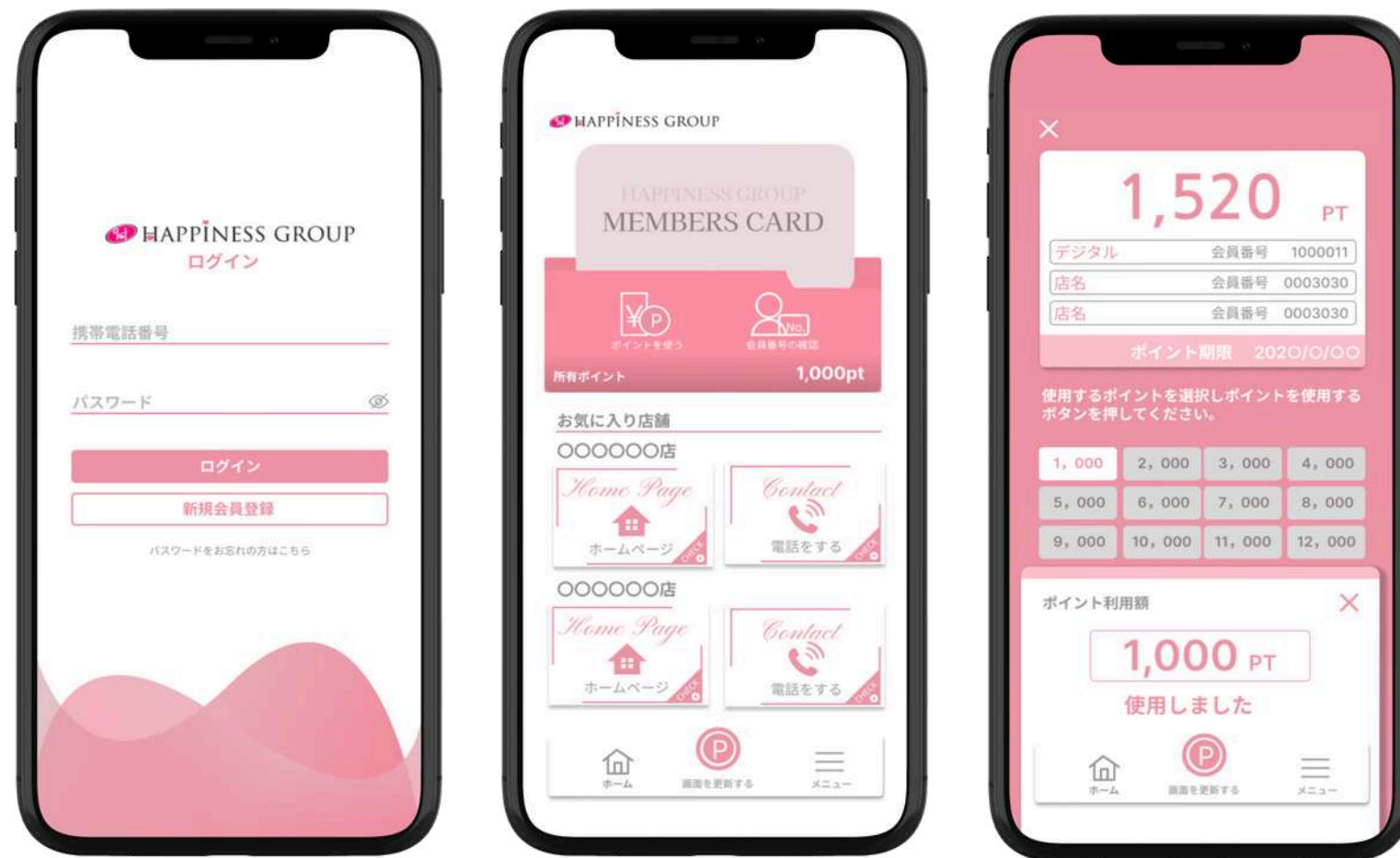


06 | OTHER DESIGN

その他成果物

UI DESIGN

ネイティブアプリ、WebアプリのUIデザイン



ネットワーク系広告代理店様
ポイントカードアプリおよび、管理画面UIデザインを担当



印刷会社様
結婚式のオンライン招待状UIデザインを担当

06 | OTHER DESIGN

その他成果物

WEB

webサイトのデザイン



スポーツ施設運営会社様
所有施設のHPリニューアル(wordpress移設)を実装、
保守まで担当

BRANDING

ブランディングデザイン



【つなぐ和牛、長崎和牛。】

「長崎は、かつて出島を通じて日本と世界をつないだ場所。

その歴史と精神を、
いま私たちは“和牛”に託しています。

食卓を囲む笑顔をつなぎ、
贈る人と受け取る人の心をつなぎ、
生産者と食べ手の暮らしをつなぐ。

和牛を中心に広がる輪は、
やがて“小さな幸せ”を生み出す。

それが、長崎和牛倶楽部の想いです。
—— つなぐ輪牛、長崎和牛。」

自社事業
「長崎和牛倶楽部」のブランディングを担当

