

Portfolio



AIと踊る、現代の魔法使い。

兵藤 美穂子

自己紹介—About Me—



Lumigence (ルミジェンス)
AIを魔法の道具として使いこなし、
言葉とデザインで世界を設計する。

兵藤 美穂子

Mihoko Hyodo

AI マーケティングデザイナー

ご挨拶

はじめまして、愛知県豊橋市在住の兵藤美穂子です。
9年間の営業事務経験を経て、ずっと好きだった「デザイン」に飛び込みました。前職では数字と向き合い続けましたが、その経験が今の私の強みです。「なぜこのデザインなのか」を数字と言葉で説明できるデザイナーを目指しています。
訓練校では実際のクライアントから依頼を受け、中東富裕層向け香水ブランド「好きな日 Sukinahi」のVI設計をゼロから担当。市場調査・ペルソナ設計・ロゴ・パッケージまで一人でやり遂げました。
AIは魔法の道具だと思っています。でも魔法を使いこなすのは人間です。Claude・ChatGPT・Gemini・NotebookLM・Adobe Fireflyを目的に応じて使い分けながら、温度のあるデザインを届けたいと思っています。

基本情報

住所	愛知県豊橋市王ヶ崎町字万福寺東 26 番地
学歴	中京大学 経営学部 経営学科 2016年4月卒業
最終学歴	職業訓練校 AI マーケティングデザイナー科 2026年4月卒業
前職	パナソニック リビング中部株式会社 営業事務
趣味	ネイルアート・コラージュノート・イラスト作成・動画鑑賞
得意	AI 活用・市場調査・Illustrator/Photoshop

スキル実績

★★★独力で業務完遂

★★☆実務補助として使用可能

★★★ Illustrator

ロゴ・パッケージ・チラシ・バナー制作、パス自作・図形作成

★★☆ Photoshop

テキストチャ合成・背景処理・レタッチ・モックアップ加工

★★★ Claud/ChatGPT/Gemini/NotebookLM

市場調査・ペルソナ設計・コピーライティング活用、目的別に使い分け

★★☆ Adobe Firefly

プロンプトによる画像生成・ブランド素材・モックアップ作成

★★★★★実務レベル Jw-CAD

前職9年間で住宅設備の平面図・寸法図作成に使用していました。「基準からの距離で正確に配置する」という製図の発想がIllustrator・Photoshopの数値レイアウトと直結しており、デザインツールへの習得をスムーズに進めることができました。

課題制作

合同会社言寿舎 Sukinahi- 好きな日 - 工房 - 様 ロゴおよびパッケージデザイン提案

クライアント概要

香害を防ぐ優しい素材とコンセプトでオリジナルの香りをつくっている愛知県の小さな工房。生花の香りを再現した「リアル花ノ香シリーズ」は30種類以上。天然香料を主体とした穏やかな和の香りを調香師が丁寧に制作。

課題内容

合同会社言寿舎和香水工房「好きな日」様
「Fragrance of 和 peace」ロゴ及びパッケージデザイン・プロモーション企画提案

- ①ロゴマーク制作 (1種) + 香水ボトルラベルデザイン (3種)
- ②箱の形状及びデザイン
- ③プレゼンテーション資料

スケジュール

3/31 市場調査・コンセプト立案

4/1 ~ 2 コンセプトチェック


4/4 デザインワーク

4/9 ~ 10 最終チェック

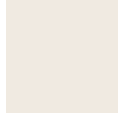
4/11 ★ PM プレゼン発表

4/22 印刷ポートフォリオ提出

ブランドカラー

 **Charcoal**
外箱・ラベル背景・メインカラー

 **Gold**
箔押し・アクセント・ロゴ

 **Beige**
背景・テキスト (暗背景上)

サポートカラー

 **Dark Gold**
ラベル文字

 **Light Gold**
ラベル背景

 **Warm Taupe**
慈仁カラー

 **Dusty Rose**
艶華カラー

 **Lavender**
可憐カラー

「好きな日 Sukinahi」のカラーは、日本の静寂の美学を色で表現しています。Charcoal の凛とした黒、Gold の控えめな箔の輝き、Beige の和紙を思わせる余白—3色がブランドの骨格を作ります。サポートカラーの慈仁・艶華・可憐それぞれの色も、香りの個性をそのまま色に宿しています。

3種の香り

名前

読み方

香りノート

コンセプト

No.01

慈仁

じじん
zizin

Classic
Fougere

情け深く思いやりある男性像。儒教の「仁」の精神。徳の高い男性をイメージ

No.02

艶色

あでやか
adeyaka

Oriental
Note

優雅なオリエンタルビューティー。華やかな花のイメージ

No.03

可憐

かれん
karen

Classic
Violet

堇の清らかなイメージ。いつまでも可憐で清らかな女性像

デザインーDesignー

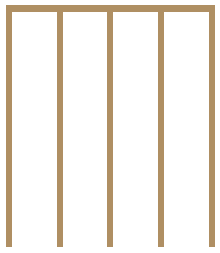


コンセプト

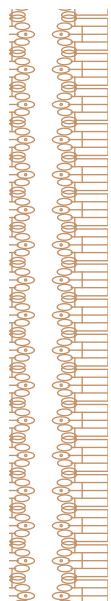
ロゴは平安時代の香道「源氏香図」を採用。5本の線が3種の香りを表し、すべてが白檀へ帰結するブランドの香り設計と意味が完全に一致しています。デザインと香りの哲学を一体化させた、このブランドにしかできないロゴです。

ロゴデザイン

Illustrator でパスを自作し、チャコール地にゴールドの細線で表現。余白と線だけで構成されたミニマルなビジュアルは、「引き算の美学」をそのままロゴに宿しています。ターゲットである中東富裕層の文化的背景を調査した上でデザインに落とし込み、アラベスク文様と共鳴する幾何学構造を採用することで、狙ったターゲットに刺さるビジュアル設計を実現しました。



Fragrance of 和 *peace*



SUKINAH
No.01

Classic Fougere
z i z i n
慈仁



制作時間：約 60 時間（調査 10h/ 制作 46h/ プレゼン準備）

市場調査—Market Research—

中東フレグランス市場データ

約 5,700 億円

中東ニッチ香水市場規模

ニッチ分野 40%

7.50%

UAE 年平均成長率

高成長継続中

ブルーオーシャン

「和香水 × 香木」の SEO 状況

Google/Yahoo! 検索
未開拓

オイルフレグランス × 日本文化 → 未開拓の優位市場

出典：Expert Market Research (2024) Beautyworld Middle East (2024) Ken Research / jarskingglobal.com

ポジショニングマップ

感覚訴求



Amouage

主張する香り



J-Scent



SHIRO



Le Labo



The Perfume
Oil Factory

静寂の香り



BYREDO



EDIT(h)

意味訴求



市場調査—Market Research—

コスト設計

L1 Inner (内箱)	紙仕切り (ウレタン紙代 ¥10,500→¥0)	¥40
------------------	-----------------------------	------------

L2 Sleeve (シール)	和紙風テクスチャー (パール調→引き算の美学へ)	¥80～¥150
		<small>※仕様・ロット数により変動あり</small>

L3 Outer (外箱)	地獄底+ マットゴールド箔 源氏香函ワンポイント刻印	¥400
------------------	-------------------------------	-------------

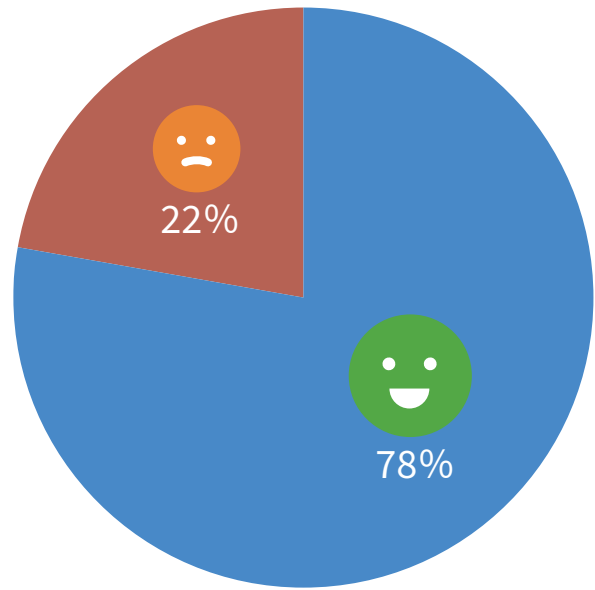
合計原価 **約 ¥520 ~ ¥600**
→ 原価対比 **約 8 ~ 12 倍**

想定売値

¥5,000 ~ ¥7,000

出典：紙箱・化粧箱.NET (丸信) <https://www.order-box.net/> ※澤田様提供見積 PDF と照合済み

日本市場における SNS 感情分析



■ ポジティブ 78% ■ ネガティブ 22%

ポジ：#癒し #自分へのご褒美 #ナチュラル系

ネガ：「強すぎる」「香害」への潜在的疲弊

出典：Yahoo! リアルタイム検索 (X/Twitter) 独自調査

ターゲットペルソナ



Rayan

男性 30代後半～40代

慈仁向け

UAE/ サウジアラビア 富裕層投資家



Layla

女性 20代後半～30代

艶色・可憐向け

カタール/クウェート 富裕層



Sophia

ジェンダーレス 20代後半～30代

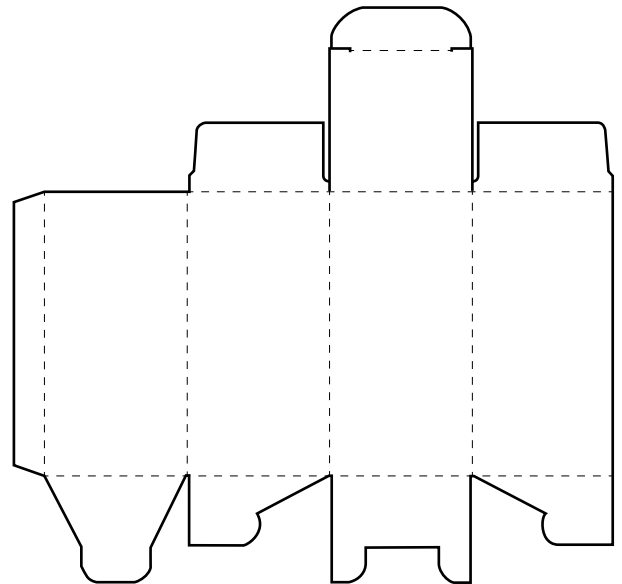
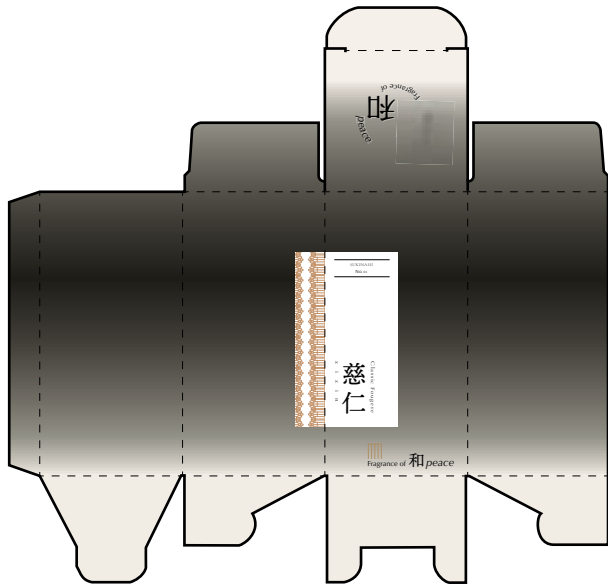
可憐向け

UAE/クウェート在住

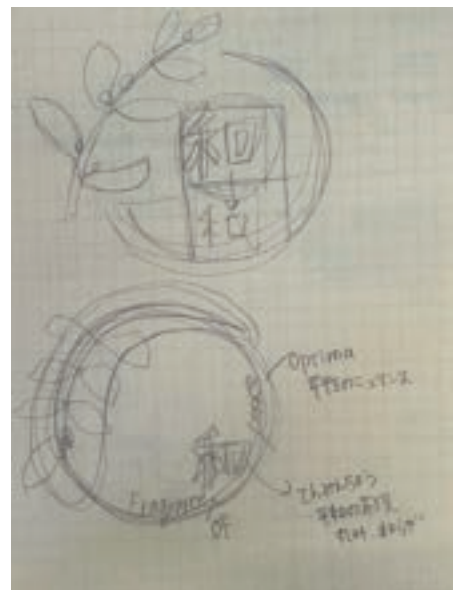
デザイン—Design—

パッケージデザイン

展開図

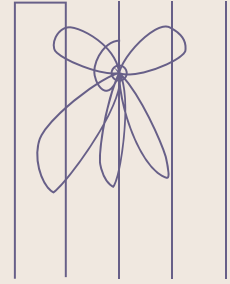
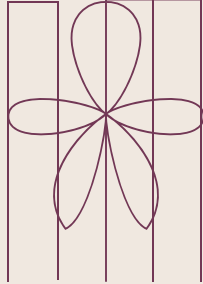
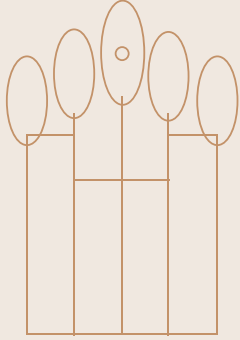


ロゴマーク案



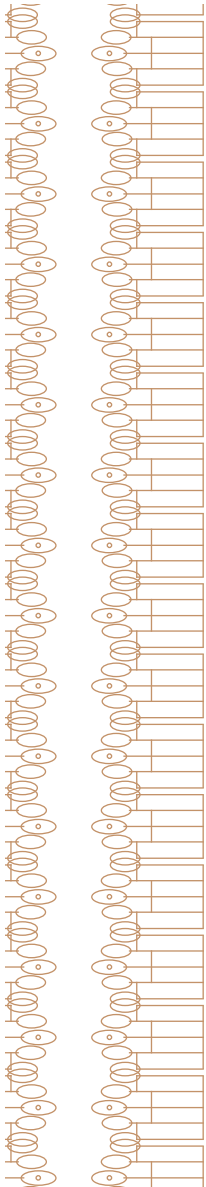
デザインーDesignー

幾何学模様案（源氏香図利用）

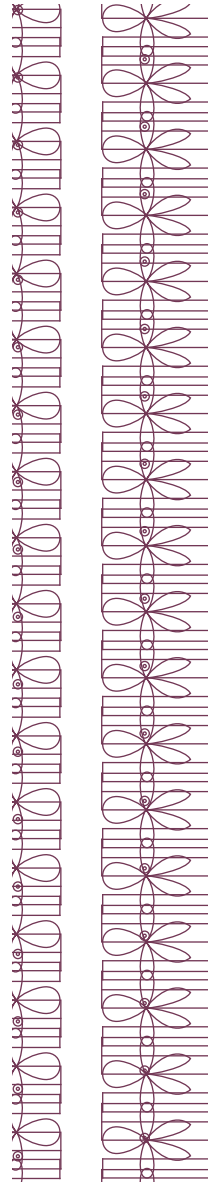


※艶色：牡丹の花のイメージはご提案

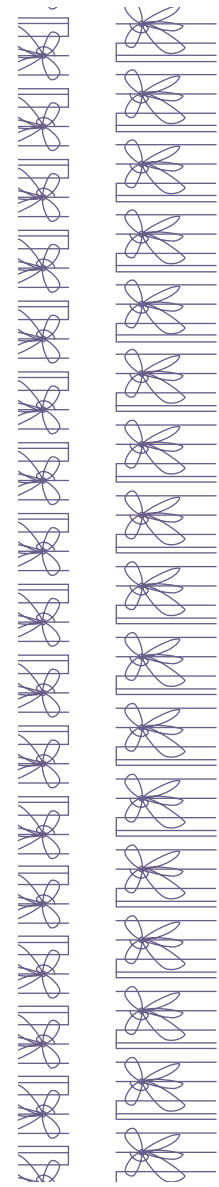
慈仁 -zizin-（ラベンダー）



艶色 -adeyaka-（牡丹）



可憐 -karen-（堇）



【開封体験】 桐箱 3 種セット

— 「Fragrance of 和 peace」 Discovery Set —



「語らずとも、伝わる。」 — 3 種の和の静寂が、ひとつの箱に。

桐箱 Discovery Set

桐壺図にちなんだ桐箱に 3 種の香りを収めた、高級ギフト向けの Discovery Set。桐箱・ウッドウール・焼印された源氏香図という 3 つの素材を組み合わせ、開封の瞬間から「和の静寂」を体験できるアンボクシングリチュアルを設計しました。外箱を取り除くごとに静寂が深まり、最後にボトルと対面する—その一連の体験そのものが、「Fragrance of 和 peace」のブランドメッセージを体現しています。パッケージをただの容器ではなく、ブランド体験の入り口として機能させる UX 思考によるご提案です。インバウンド向けの贈答品・お土産としての展開も視野に入れています。

桐という素材は日本古来から貴重なものを収める箱として用いられてきた、格式ある天然素材です。その品格がブランドの「Quiet Luxury」の世界観と自然に響き合います。コスト面では桐箱本体と焼印を含めても 1,200 円以内を想定しており、高級感と収益性を両立した設計となっています。プレゼンテーション当日、澤田様からは「余白の美しさ…ウッドウール…めっちゃくちゃいいな」とのコメントをいただき、クライアントからの高い評価を得ることができました。

アンボクシングリチュアル

Step 1 外箱を手に取る

源氏香図焼き印と桐箱の手触り

Step 2 香水箱を手に取る

チャコール × ゴールド箱押し
源氏香図ワンポイント刻印

Step 3 シールを外す

和紙風テクスチャー
引き算の美学

Step 4 ボトルと対面する

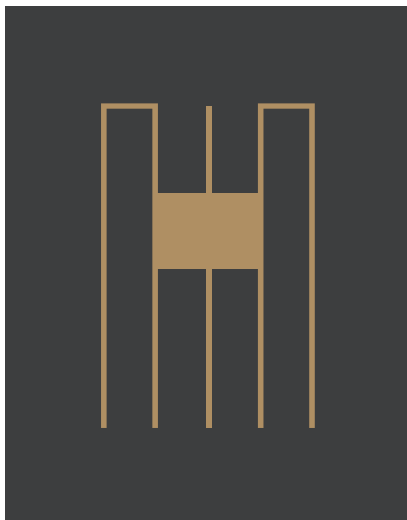
「語らずとも、伝わる。」

デザイン—Design—

ボトルデザイン

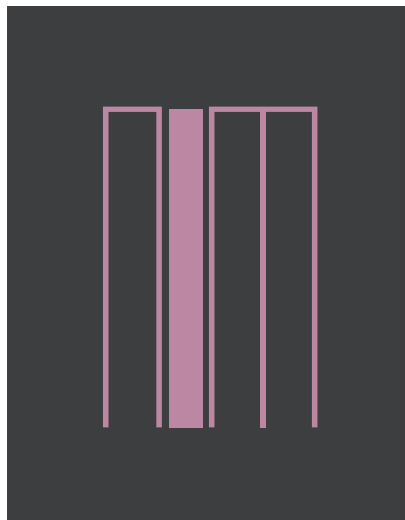


3種の香り源氏香図デザイン



徳の高い男性像を想起させる Classic Fougere を、Warm Taupe の落ち着いた大地色で表現。装飾を持たない縦書きのラベルが、「語らずとも伝わる」慈仁の静かな品格を表現しています。

慈仁に採用した若菜下の図は、外側2本と内側2本が繋がり中央が独立した均整美が特徴。安定した対称構造は、儒教の「仁」の精神——揺るぎない徳の高さをそのまま図案で表現しています。



華やかさの中に静けさを宿すオリエンタルノートを、Dusty Rose のくすみピンクで表現。漢字・ローマ字・ひらがなの縦配置は慈仁と共通しながら、色だけで香りの個性を語ります。

艶華に採用した花宴の図は、左2本と右3本の非対称な繋がりが特徴。均整の取れた慈仁とは対照的な複雑で華やかな構造が、艶華の「強すぎない色気」を視覚的に表現しています。



性別を問わず纏える透明感を、Lavender の淡い紫で表現。1組のみが繋がり余白を最大化した夕顔の図と同様に、ボトルもまた「引きすぎない静けさ」が漂うデザインです。

可憐に採用した夕顔の図は、5本の線のうち1組だけが繋がり、余白を最大限に残した儂い構造が特徴。慈仁・艶華と比べて最もミニマルなこの図案が、「守りたくなる透明感」とジェンダーレスな清爽さを静かに表現しています。

デザインワーク

宿題：自分の名前



制作意図

Adobe Firefly でアルバムカバーのベース素材を生成。雪の結晶素材は Adobe Stock から使用し、Photoshop で立体感が出るよう加工・合成しました。中央に筆記体で「Mihoko Hyodo」を大きく配置し、氷の結晶 × 青紫グラデーションでエルサの世界観を表現しました。

反省点：複数素材の合成によりデータが重くなったため、次回は素材の解像度管理と軽量化を意識して制作します。

制作時間：約 110 分（添削 1 回を除く実制作時間）

Illustrator / Photoshop 応用

苺シェイクバナー



制作概要

夏季限定いちごシェイクの新商品告知バナー。商品名「Summer Sweet Shake」を中心に、期間限定（8/1～8/31）・新商品であることを明確に訴求。

デザインテーマ：「夏の甘い誘惑」

夏らしい鮮やかなピンクを背景に、ゴールドのリボンで高級感を演出。タイトルは筆記体でかわいらしさを、日付・価格は太い文字で視認性を確保。文字の間隔を広めに設定し、全体の読みやすさを意識した。

ターゲット

20～30代女性。スイーツ好き・SNS映えを意識する層。夏のご褒美消費を狙った訴求。

Before▶After



制作時間：約 100 分（添削 4 回を除く実制作時間）



和寿着付教室
KIMONO DRESSING SCHOOL WAS

2026年 夏期開講
体験生 募集中

ゆかた着付け教室

～ 新しい、私を始めよう～



お子様連れOK

一緒にご参加いただけます

花火大会にも

そのまま着てお出かけできます



少人数性

丁寧な個別サポート

手ぶらOK

好きな浴衣を選んで
そのままお持ち帰り

限定特典

着物着付け付き
茶道体験割引券プレゼント

体験 ¥30,000(税込み)

5月末までの限定価格
定員になり次第締め切り

お問い合わせ・ご予約

【受付時間】平日 10:00～18:00

0123-456-789

- ※ 体験料金には材料費が含まれます。
- ※ 要予約(事前にご予約下さい)
- ※ 定員に達し次第、受付を終了いたします。



公式 LINE



Instagram



公式サイト

デザイナー—Design—

制作概要

課題概要

オリジナル制作 / A4 縦 (自由) / PDF 提出

制作要件

項目	内容
メイン画像	商用利用可能な素材を使用
キャッチコピー	教室の魅力を一言で伝えるコピー
特典・キャンペーン	入会特典・無料体験などを明記
連絡先	問い合わせ先の文字の使い方を意識

デザインチェック項目

- ・ トリミングと文字のサイズ感
- ・ ポイント (要点) をどこに置くか
- ・ 色の濃淡による優先順位の表現
- ・ ロゴの概念を取り入れた統一感
- ・ 行間・タイトル・余白の使い方

制作のポイント



こだわり① やわらかい印象の曲線デザイン

ボックスや装飾に丸みを持たせた曲線を採用し、和の柔らかさと親しみやすさを表現。全体を通して角張った印象をなくし、初心者でも入りやすい教室のイメージを視覚的に伝えました。



こだわり② 和を感じる柄と色の統一

金魚模様と水の波紋を装飾に取り入れ、浴衣・和装らしい世界観を演出。メイン画像の帯の色と装飾の色を合わせることで、浴衣の帯が自然と主役として目に入るよう配色を設計しました。



こだわり③ 複数導線による問い合わせのしやすさ

電話番号を大きく明記した上で、LINE・Instagram・公式サイトへのQRコードを3種類並べて掲載。スマホで読み取るだけでHPへアクセスできる導線を設け、幅広い世代が問い合わせしやすい設計にしました。

制作意図

①情報の優先順位設計

「ゆかた着付け教室」のタイトルを最大サイズにして、キャッチコピー→特典→連絡先の順で視線誘導を設計しています。

②ターゲットを絞った訴求

「お子様連れOK」「花火大会にも」「少人数制」の3つで、ファミリー層・イベント需要・初心者の不安解消を同時に伝えています。

③色の濃淡による強弱

ネイビー × ゴールド × 白を基調に、特典・価格・連絡先を色で差別化し、重要度が一目でわかるレイアウトを意識しました。

④写真のトリミングと素材活用

浴衣姿のメイン画像・紫陽花・花火など季節感のある素材を組み合わせ、夏らしい世界観を演出しました。

⑤連絡先の視認性

電話番号を大きく・QRコードを3種類並べて、問い合わせのハードルを下げる導線設計をしました。