

Portfolio

Odawara
Nana



(2025)



小田原 奈々 おだわら なな

1999年生まれ。広島県広島市出身。

岡山大学 環境理工学部 環境デザイン工学科卒業。

岡山県のデザイン制作会社にWebディレクターとして従事したのち、自ら制作することに憧れを抱き、デジタルハリウッド STUDIO by LIG に入学してWebデザインを学びました。

SKILL

【 デザインツール 】



【 コーディング言語 】



LIKE



国内旅行



スイーツ



トイプードル

これまでしたこと

1 Web ディレクション

Web 制作において、クライアントの第一の窓口となって制作進行を担いながらライティングや撮影ディレクションにも携わりました。

2 Web 広告運用

商材やターゲットに合わせて Web 広告、SNS 広告の配信を行いました。担当した案件では、月間 ROAS(費用対効果) 1800% 超えを記録しました。

3 広報

自社広報として、ブログ記事や SNS の更新、メルマガ配信、制作実績掲載、周年 LP 制作などを行いました。

【 その他の業務 】



ライティング



撮影ディレクション



アクセス解析



プレゼンテーション



イベント運営支援



EC サイト改善提案

デザイナーになっていたいこと

新卒から Web ディレクターとして働く中で、クライアントやエンドユーザーの反応に触れるうちに、デザインが持つ力とそれがもたらす効果を強く感じるようになりました。



言葉がなくても
情報を伝える力



デザインが持つ力



物事の本質を
心で感じられる



体験を生み出し、
感情を動かす力



誰かの心に
思い出として
残り続ける



自らの手で誰かに届く価値を生み出す人になりたい、
と思いデザイナーを目指しました。

CONTENT

DESIGN

01 Flueri Party Space | ホームページ

クライアントワーク 企画 デザイン コーディング

02 盛岡市観光 LP

架空制作 デザイン

03 オーガニック野菜宅配サービス LP

スクール課題 デザイン コーディング

04 クリエイタースクール LP

スクール課題 デザイン

05 懇親会アイキャッチ | ホームページ

クライアントワーク デザイン

DIRECTION

06



クライアントワーク ディレクション

07



クライアントワーク ディレクション

08



クライアントワーク ディレクション 広告運用

01 / Design



Fleuri Party Space

レンタルルームホームページ

時間制でレンタルを行っているパーティールームの紹介用ホームページを制作しました。

DATA 2ヶ月間（2025年5月～6月）

クライアントワーク

企画

デザイン

コーディング



広島県広島市を中心部にある レンタル制のパーティールーム



課題

- 施設紹介やおすすめの使い方など利用ニーズへの訴求が弱く、**予約ハードルが高いため利用者数が少ない**
- 情報の掲載が外部の予約サイトのみとなっており、独自の世界観を伝えきれておらず**他社と差別化できていない**

差別化ポイント



近隣店舗



競合となる近隣店舗はカジュアルやシックな雰囲気のルームが多いため、**女子向けの世界観**を全面にアピールすることでターゲットに向けた差別化を狙う。

繁華街すぐの好立地で、 他にない世界観のお部屋でくつろげる

訴求ポイント

- 1 競合とはテーマの異なる**ピンク基調**のお部屋
- 2 備え付けの設備もあり、**様々なシーン**で利用可能
- 3 広島市で最も賑わう「広島本通り」から
徒歩1分で行ける**好立地**

ニーズ

- ・友達の誕生日祝いパーティーに
- ・SNS撮影のスポットとして

ターゲット

20代前半の女性

大学生や社会人

- 旅行やカフェ巡りが趣味
- 写真を撮るのが好き



サイトの目的

- ・利用者数 UP
- ・認知度向上

コンセプト提案

サービスをお客様に覚えてもらうため、 レンタルルームに名称をつけることをご提案

それまで明確な名前が付けられていなかったため、
利用者に覚えてもらいやすくするために名前をつけることを提案しました。

部屋の雰囲気に合う意味や響き、覚えやすさ等を考慮して名前の案をご提出し、
その中の一案を新規名称として採用いただきました。

サイトコンセプト

サイトタイトル案

- ① Fleuri (フルリ)
- ② Éclat (エクラ)
- ③ Paradis (パラディ)
- ④ Plaisir (プレザイール)
- ⑤ Bloom (ブルーム)

フランス語で「花が咲いた」の意味。後に「繊細やかな」という意味もあるらしく、意味も響きもお洒落にあって可愛い、かつ比較的日本人も読みやすいです。

フランス語で「光」の意味。ビルの屋上階で光が純綿に入ってくるお洒落だから光という意味が面白いです。あとも新として見えやすいし、響きが可愛いと思います。

フランス語で「天国」の意味。響きが可愛くて、意味も改善案件でどちらにも似合いそうな響きです。

フランス語で「喜び」の意味。繋りがわいいし、他と被らなそうだと、少し洋風人にそくうな印象が懐古です。。。。

英語で「花が咲く」の意味。今のピクタの世界観には合うと思って選出しましたが、改修後の雰囲気によっては少し印象が違うかも?

トイトル案

り他の案)

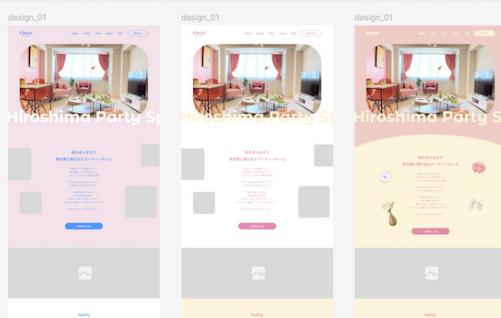
| | |
|------------------|--|
| Joie (ジョイ) | :喜び |
| Soléil (ソレイユ) | :太陽 |
| Lumière (リュミエール) | :光 |
| Sourire (スリール) | :微笑み |
| Espoir (エスボワール) | :期待・希望 |
| Bonheur (ボヌール) | :幸運 |
| Daisy (デイジー) | :デイジー(花) <small>=Daisyのみ米語ではフランス語</small> |

ファーストビュー制作過程

最も魅力が伝わる色や写真の使い方を模索

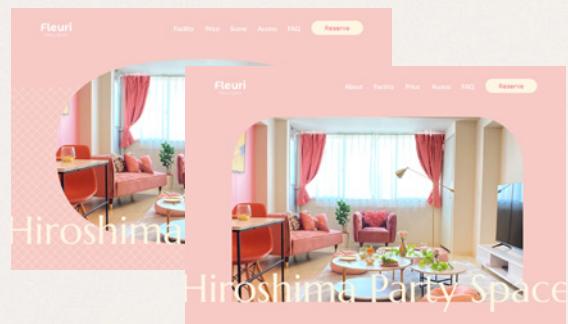
1 配色を検討

部屋の写真と調和しながら、世界観を表現できる色の組み合わせを試しながら検討しました。



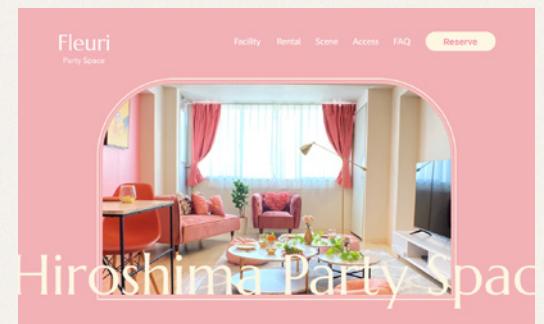
2 FV の写真の見せ方を決定

お部屋の世界観に「飛び込む」ことを表現するため、窓から覗き込んでいるような形で写真を使用。



3 配色・FV が決定

決定した色の組み合わせでさらに文字の視認性を上げられるように色を調整し、写真には枠をつけてより窓のような雰囲気に。



デザインルール

可愛らしくわかりやすい Web サイトを目指して、色やフォントの組み合わせを工夫しました。

カラー

#F2B1B6

#FEF7E2

#FFFFFF

#F287A5

フォント

ZEN 角ゴシック New

Marcellus

Aal23

Lato

あア 123

Aa123

部屋の空気感を表現するために柔らかなピンクをメインに使用しながら、視認性に注意して文字と背景のコントラストをつけられるような配色にしています。

メインのターゲット層にアプローチできるよう可愛らしく女性らしい雰囲気を演出しながら、どこか上品さを感じるような読みやすいフォントを組み合わせて使用しています。

セクション紹介

一部セクションを抜粋して
ご紹介させていただきます。



ファーストビュー・導入

窓から部屋を覗くように写真を切り抜き、部屋の世界に
ユーザーを誘うような形にしました。また MV から導入部
へ弧を描いて繋ぎ、自然にページスクロールを促します。

公開準備中のため以下にてご確認ください

<https://8n-n7.sakura.ne.jp/fleuri/>

ID / anne
PW / h13aw4



ご利用シーン

実際の利用シーンが想像しづらいユーザーが多いと
感じたため、他のコンテンツより装飾的にすることで
注意を引き、利用時のイメージ醸成を図ります。

02 / Design



盛岡市観光 LP

岩手県盛岡市のまち歩き観光促進のためのランディングページのスマホ版デザインを制作いたしました。

DATA

4日間（2025年9月）

架空制作

デザイン



自分がデザインする場合を仮定して制作を行いました。

元サイト

盛岡ノスタルジックトリップまち歩き MAP

<https://www.morioka-machiaruki.jp/>

サイト概要

プラチナマップの埋め込みがあり、観光スポットが
簡単に確認できるほか、期間限定でデジタルスタン
プラーも開催している。



盛岡市独自の魅力が伝わる観光 LP を作る

サイトの目的

1 盛岡市の持つ雰囲気を表現したい

古き良き建築物と現代的なカフェなどが共存し、懐かしさと新しさが両立する街の雰囲気を感じてほしい。

2 まち歩き観光の促進

盛岡市は歩いて回れる観光スポットが多いまちなので、「まち歩きを楽しむ」ことを推奨して複数スポットを回って欲しい。

3若い女性が観光に来たくなる

若い女性をターゲットとしたインフルエンサーとのコラボ事業のため、盛岡市に来て写真を撮りたくなるような訴求がしたい。

ターゲット



20代前半の女性

首都圏や盛岡市近郊に住む方

サイトの目的

盛岡市への観光促進

まち歩きをもっと楽しめるサイトに

変更ポイント



1 まち歩きに最適な スマホ特化サイトに

スマホを片手にまち歩きを楽しめるよう、モバイルファーストでデザインを制作しました。



2 写真加工で “エモさ”を演出

使用する写真にフィルムで撮った
ような加工を施すことで、どこか
懐かしい雰囲気を感じさせます。

参考イメージ

- 写真の加工やフォント選びで懐かしい雰囲気
 - 全体の色使いやあしらいは現代的な可愛らしい表現

デザインルール

懐かしさと新しさが調和した
盛岡市の雰囲気を表現することを目指して選定しました

カラー

#F7F7F7

#FAE9E7

#FFFDDF

#E9F3F5

パステルを基調とした柔らかい色使いで、盛岡市の写真素材に調和した優しい雰囲気のデザインに。

フォント

DNP 秀英角ゴシック銀 Std

あア 123

游明朝

あア 123

Cormorant Garamond

Aa123

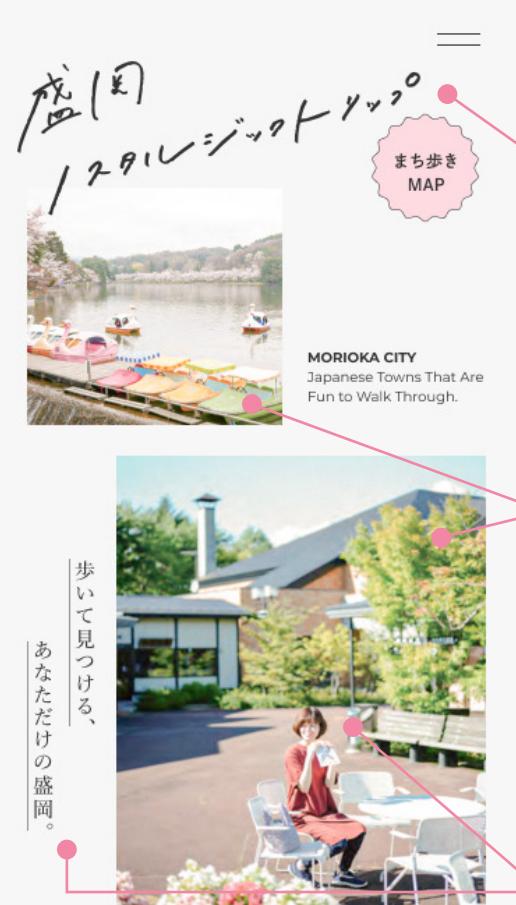
Montserrat

Aa123

歴史の長いフォントと比較的現代的なフォントを組み合わせることで独自の雰囲気を表現しました。

セクション紹介

一部セクションを抜粋して
ご紹介させていただきます。



ファーストビュー

デザインカンプはこちらの URL よりご確認ください

[https://www.figma.com/proto/...](https://www.figma.com/proto/)



About

盛岡市について



盛岡市について

線画のモチーフを散りばめて現
代的な雰囲気を取り入れたデザ
インに

03 / Design



オーガニック野菜宅配サービス LP

岩手県盛岡市のまち歩き観光促進のためのランディングページのスマホ版デザインを制作いたしました。

DATA

6日間（2025年5月）

スクール課題

デザイン

コーディング



オーガニック野菜宅配サービス「スグ食べ」

新規 LP サイト制作想定

訴求ポイント

- 1 無農薬・有機野菜・オーガニック野菜を販売
- 2 「身体にいいものを販売している」ブランディング
- 3 産地直送だから新鮮で美味しい
- 4 旬のものが味わえる

ターゲット

- 成長期の子どもがいるママ
- 一般的なスーパーより
1.5~2倍程度
食にお金をかけられる
- 「ていねいな暮らし」が好き



デザインイメージ

- ナチュラルで明るく、清潔感がある
- ある程度リッチだが、ギラギラしていない LP

サイトの目的

- お試しセット購入
- リスティング広告からの流入用

制作コンセプト

「安心を買いたい」という思いに
優しく寄り添えるデザインに

初めての利用でも
買いたくなる
安心感のある
デザイン

スーパーより高くて
選びたい
美味しさ・
新鮮さを訴求

デザインルール

カラー

#F7F7F7

#FAE9E7

#FFFDDF

#E9F3F5

#E9F3F5

フォント

ZEN 丸ゴシック

M plus 1p

あア 123

Aa123

オーガニック系の雰囲気を感じるベージュカラーをベース
に使用。ポイントカラーでは新鮮な野菜のような緑色やオ
レンジ色を使っています。

ターゲット層に合わせて、優しく柔らかい印象を与えつつ、
情報がきちんと伝わる視認性の高いフォントを採用。

セクション紹介

一部セクションを抜粋して
ご紹介させていただきます。



ファーストビュー・導入

新鮮な野菜を使って丁寧に料理を行っている写真を使用
し、生活の中にスグ食べの野菜があることを想起させる。

公開準備中のため以下にてご確認ください

<https://8n-n7.sakura.ne.jp/sugutabe/>

ID / anne

PW / h13aw4

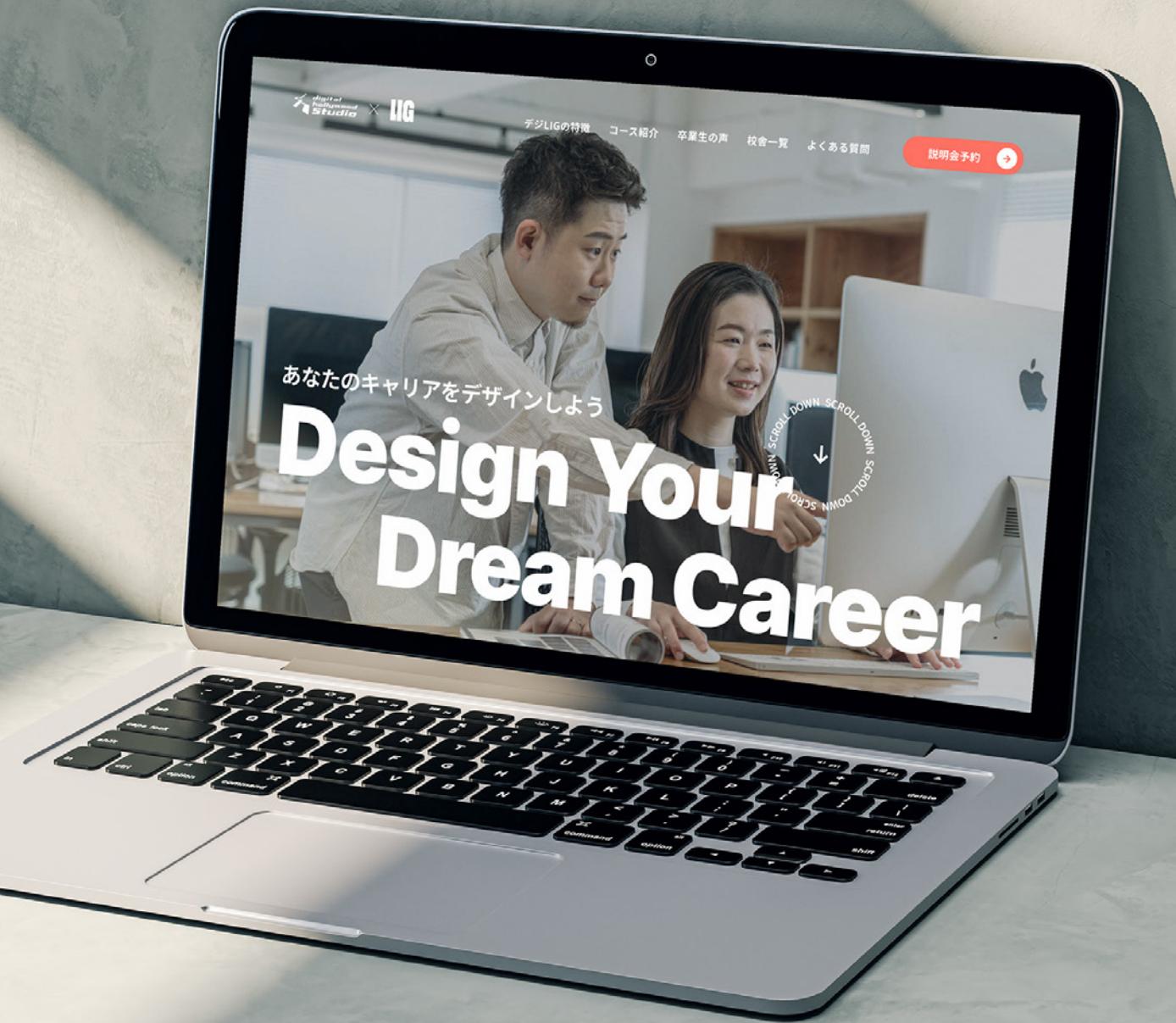


The screenshot shows a green-themed landing page for a trial vegetable set. At the top, it says 'はじめの方のためのお試しセット' (Trial set for first-time users). It features two product cards: one for '旬*お試し野菜セット (6品目)' from '千葉県松戸市 / ベジックス' (Kanagawa Prefecture Matsudo City / Bejixx) and another for '旬*お試し野菜セット (6品目)' from '兵庫県芦屋市 / くちぶえ農園' (Hyogo Prefecture Nishinomiya City / Kuchibue Farm). Both cards show images of the vegetables included and a price of '初回限定 1,280 円' (First time limited 1,280 yen). At the bottom, there is a green button labeled 買 お試しセットを注文する.

ご利用シーン

LP の目的であるお試しセット購入は、他のセクションとは背景色を変えることで最も注目を惹きつける
ように。

04 / Design



クリエイタースクール LP

スクール課題にて社会人向けクリエイタースクールのランディングページ制作を行いました。

DATA

5日程度（2025年3月）

スクール課題

デザイン



Ps

デザインスクールの 2つ目のLPを制作する

現在のLP

<https://liginc.co.jp/studioueno>

【課題の概要】

現在公開されているランディングページとはティストの異なる2つ目のサイトを制作する



決定した方向性

ターゲット

- 写真の加工やフォント選びで懐かしい雰囲気
- 全体の色使いやあしらいは現代的な可愛らしい表現

ニーズ

- 「未経験からデザイナーになりたい」
- 「信頼できるスクールを探したい」

あなたのキャリアをデザインしよう

Design Your Dream Career

圧倒的な成長で、
未経験から
本物のクリエイターへ。



デザインの仕事に慣れる。
本格的にデザインを学んで転職・副業を叶えたい。
場所や時間に囚われない自由な働き方をしたい。

プロに学べるデザインスクールで、
あなたの夢を叶えてみませんか？

Reason

デジLIGをおすすめする理由



Point.01
9万人以上の
クリエイターを
輩出したカリキュラム

デジタルハリウッドSTUDIO by LIGは数多くのデ
ザインアーバンドを養成してきた制作会社LIGと、デ
ジタルハリウッドが業務提携し運営しているWeb
クリエイタースクールです。

Point.02
現場で活躍する
クリエイターによる
LIVE授業



Jumpei Hayashi
Web Director
日本大学芸術学部卒業後、テレビ、ラジオ、Webメディア、プロ
レス等イベントでモニタの前でティレグラー役を経験。
2013年9月からLIGにホールメンバーとして入社し、教育事業部
に配属（現デジタルエducation部）。

Natsu
Creative / Designer
2014年に東京の制作会社
「アーティスト・エージェンシー」
制作会社を2社経てい
なサイトの企画・デザ

FAQ よくある質問

- 全くの初心者でも大丈夫ですか？
- 自宅で学習可能ですか？
- 子育てしながら学習可能ですか？
- 30歳を超えてても受講は可能ですか？
- 基礎のサポートはありますか？

[TOP](#) デジLIGの特徴 コース案内
PRIVACY POLICY

a LIG Inc. All rights Reserved.

デザインルール

課題

#F2B1B6

#FEF7E2

#FFFFFF

有彩色はスクールのイメージカラーであるオレンジ色に絞ることで知的な雰囲気につつ、CTAを強調させています。

差別化ポイント

Noto Sans JP

Inter

あア 123

Aa123

広く使われているベーシックなフォントを使用して洗練されたサイトを表現できるよう心がけました。

セクション紹介

一部セクションを抜粋して
ご紹介させていただきます。

デザインカンプはこちらの URL よりご確認ください
[https://www.figma.com/proto/...](https://www.figma.com/proto/)



デジLIGの特徴 コース紹介 卒業生の声 校舎一覧 よくある質問 説明会予約 →

あなたのキャリアをデザインしよう

Design Your Dream Career

SCROLL DOWN SCROLL DOWN SCROLL DOWN SCROLL DOWN SCROLL DOWN

ファーストビュー

スクールのイメージカラーであるオレンジ色を用いて CTA ボタンを目立たせる

男性が女性を教えているような写真を使用することで、トレーナーが親身になって教えるスタイルを表現

「キャリア (Career)」という文字をファーストビューに記載することで、キャリア形成・転職を視野に入れたスクールであることをアピール

05 / Design



懇親会アイキャッチ

スクールで開催されるオフライン懇親会のアイキャッチを制作しました。

DATA

4日程度（2025年8月）

クライアントワーク

デザイン

Ai

旧友からのポストカード、のような ワクワク感を演出したい



使用場面

スクール内のオンライン懇親会の告知

テーマ

- 1 初めて他のスクール生と対面で交流する方の参加ハードルを下げる
- 2 卒業後しばらく経過した方も、気軽にに行ってみようという気持ちにさせる

スクール生からいただいた感想

「明るい色使いですぐに目に留まって、懇親会に行ってみようと思った」
「可愛くて印象的だから、友達にもシェアした」

など好意的な感想をいただくことができました。

06 / Direction

様

プランディング LP

[REDACTED]が、学び舎で出会った新しい「わたし」について語るインタビューページです。プランディングの一環として制作した LP において、制作とスチール撮影のディレクションを担当しました。

DATA

制作期間 2023年11月～2024年2月

チーム編成 ディレクター1名
デザイナー1名
コーダー1名
外部フォトグラファー1名

主な対応領域 見積作成
クライアント窓口
スケジュール管理
ワイヤーフレーム作成
撮影ディレクション
デザイン提案資料作成

Webサイトはこちらよりご覧ください
[REDACTED]



等身大の「いまの [REDACTED]」を 高校生に伝えたい

訴求ポイント

1 高校生に県内大学の良さを知ってもらいたい

大学として一番のターゲットである岡山県内の高校生は、県外の知名度の高い大学などの方に流れてしまっているため、県内にも魅力的な大学があることを知ってもらいたいという思いがありました。

2 「お嬢様大学」のイメージを良い方向で 払拭したい

長い歴史や独自の文化がある女子大学であるため、お嬢様大学のイメージが根付いてしまっているということを問題視。今の等身大の [REDACTED] と学生たちの力溢れる生き方を知ってもらいたいという目的がありました。

女子大学ならではの
しなやかさ

今を生きる学生の
力強さ

対照的な2つの要素を成立させるデザインを模索し、制作チーム内で相談を重ねる中で「光」をテーマにしたデザイン制作に辿り着きました。

デザイン表現



カラフルなライトリークで
聖堂のステンドグラスの輝きを表現



水鏡に指す太陽光を写真と
アニメーションを効果的に用いて再現

希望溢れる学生たちの 自然体な姿を撮影するために

撮影条件

当初は動画制作（他社）のみの想定で、後からサイト制作のご依頼があったためスチール撮影の時間は設定されておらず、動画撮影の合間で学生を連れ出してスチール撮影を行う必要がありました。

短時間撮影のために工夫したポイント

- 1 事前にフォトグラファーとロケハンに行きスポットを選定
- 2 学生の撮影可能時間を確認して細かくスケジュール調整
- 3 学生 10 人分の情報を事前に確認して話題を準備しておき、緊張感のない自然な表情を短時間で引き出す



限られた時間で効率的に撮影するため、参考カット集を作成してフォトグラファーと打ち合わせを行い、最低限撮っておきたい写真を共有することで撮り逃しのないように撮影に挑みました。



学生と会話をしながら撮影を行うことで、緊張をほぐして自然な表情を引き出すことに努めました。

07 / Direction

[REDACTED]
新規サイト制作

新築・不動産事業を行っている[REDACTED]のリノベーション事業用のサイト制作を行いました。「[REDACTED]のリノベーション」ならではの“遊びながら作る”という雰囲気を表現できるよう工夫しています。

DATA

制作期間 2023年9月～2024年3月

チーム編成
アートディレクター1名
ディレクター1名
デザイナー1名
コーダー1名

主な対応領域
見積作成
クライアント窓口
スケジュール管理
コンセプト提案
ワイヤーフレーム作成
ライティング

Webサイトはこちらよりご覧ください
[REDACTED]

クライアントからのご要望

とにかく面白く 自分たちらしいサイトにしてほしい

不動産・新築・修繕など、少数精銳で幅広く事業を展開されているクライアントのリノベーション事業のサイトの新規制作を担当させていただきました。

ご依頼は「とにかく面白く、自分たちらしいサイトにしてほしい」ということだったため、コンセプト等をご提案させていただくことから始まりました。

ターゲット

岡山県にお住まいの30~40代のご夫婦

- “あえて”リノベーションを選ぶ方
- 家づくりを楽しみたい方

サイト目的

来店予約／リノベーション事業の認知度 UP

サイトタイトル



新規サイト立ち上げのため「[REDACTED]のリノベーション事業」としてサービス利用者に認知してもらえるよう[REDACTED]から命名しました。

サイトコンセプト

メインコピー

制約があるから、おもしろい

サブコピー

プロの本気な遊びで
リノベはもっと自由になる

リノベーションの面白さは柱や土台が決まっている中で、最大限工夫して空間を創り上げていくこと、その内で最大限遊ぶこと、と話されていたお客様。

その言葉から着想を得て、[REDACTED]らしさを表現するコピーを提案しました。

コンテンツ設計

なぜリノベーションを選ぶのか 説得力のあるサイトに

不動産・新築・修繕など、少数精銳で幅広く事業を展開されているクライアントのリノベーション事業のサイトの新規制作を担当させていただきました。

ご依頼は「とにかく面白く、自分たちらしいサイトにしてほしい」ということだったため、コンセプト等をご提案させていただくことから始まりました。

リノベカフェ&オフィス紹介

「遊びながら創る」と語るリノベーション事業の最高傑作であると感じ、[REDACTED]の第二オフィスでもあるカフェの紹介コンテンツを入れました。



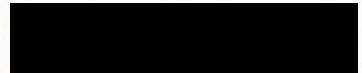
遊び心はありながら個性的すぎない、心地よいバランス感の建物は[REDACTED]の魅力そのもの。建築家のこだわりを感じるポイントを丁寧に紹介しています。

リノベオーナーの本音座談会

リノベーションを実際に体験したオーナー様へのインタビューア動画の公開に併せて、動画の内容をベースに書き下ろした座談会を掲載。岡山弁などを活かしながら、ざっくばらんな雰囲気を表現しています。



08 / Direction



歴史観光サイト



AR 観光イベント

歴史観光サイト [REDACTED] のディレクションを引き継ぎ、岡山市内の AR イベントの実施に合わせてストーリー 7、8 の更新を行いました。また、[REDACTED] の認知度向上を目的として AR イベント [REDACTED] を 2 年連続で開催しました。

DATA

プロジェクト期間 2022 年 6 月～2025 年 3 月

(担当期間／2023 年 5 月～2024 年 12 月)

チーム編成

【社内】
統括ディレクター 1 名
ディレクター合計 5 名
デザイナー合計 5 名
コーダー合計 3 名

【外部協力】

イラストレーター 1 名
ライター 2 名
フォトグラファー 1 名 他
※フェーズにより変動あり

主な対応領域

クライアント対応
外注ライターとのやりとり
スケジュール管理
ストーリーテーマ提案
ストーリー編集作業
各種許可取り
撮影依頼表作成
CMS 登録・更新

Web サイトはこちらよりご覧ください
[REDACTED]

[REDACTED]は、岡山市の歴史を紹介しながらその歴史に紐づく観光スポットを紹介する歴史観光Webサイトであり、2022年度から2024年度まで3年間にわたり関連事業を運営していました。2、3年目にはその認知度向上を目的として、歴史スポットを巡るAR謎解きイベントを実施しました。

1年目（2022年度）

6つの歴史ストーリーを掲載した
[REDACTED]を制作・公開

2年目（2023年度）

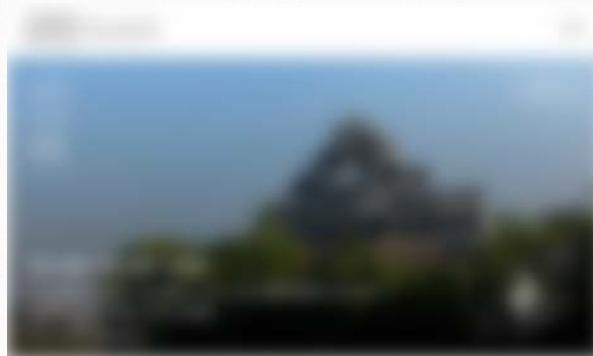
[REDACTED]の認知度向上と、歴史観光の促進を目的としてAR謎解きイベント[REDACTED]を岡山市内の高松と万富の2エリアにて開催。

3年目（2024年度）

[REDACTED]に2つの新規ストーリーを追加。同時にAR謎解きイベント[REDACTED]を実施し、前年の2エリアに加えて、さらに2エリア追加した計4エリアでイベントを開催。

[REDACTED]
岡山市が舞台の歴史をテーマにして物語形式で紹介。

歴史に詳しくない方でもテンポよく楽しめるストーリーと、関連スポットを巡れるモデルコースの紹介を1ページにまとめ、学んで巡る歴史旅の楽しみ方を紹介しています。



[REDACTED]
[REDACTED]の認知度向上を目的として、2・3年目に開催したAR謎解きイベントです。イベントオリジナルキャラクターボイスには、ベテラン声優である[REDACTED]氏を起用しました。

イベント開催により、従来観光客の少ない該当エリアにおいて2年で合計300名以上のユーザーが足を運ぶ結果となりました。



オリジナルキャラクター[REDACTED]

イベントLPはこちら
[REDACTED]

主な担当業務

2022年度から2024年度までの継続案件に、2年目から参加して主に以下の業務を担当しました。

2年目（2023年度）

広告運用・アクセス解析

イベントの認知度向上と参加者獲得を目的として、Web・SNS広告を2名で分担して運用。計4媒体のうち、X、Instagramの広告運用を担当しました（Google広告、Yahoo!広告は別のディレクターが運用）。広告・アクセス解析レポートを照らし合わせ、性別・地域別の流入や離脱ポイントなどを分析しながら、広告内容変更やSNS投稿内容など、ユーザーへの訴求を強められるように提案を行いました。

モデルコースページディレクション

岡山市の郊外にあるエリアのため交通の便は良くない場所なのですが、イベントに参加した方が楽しく回れるようプランを考えてモデルコースを作成し、LPから遷移できるページのディレクションを行いました。

SNS投稿・HP用画像撮影協力

イベント内容をより詳しく知ってもらえるよう、開催場所での撮影に被写体として参加しました。



3年目（2024年度）

ストーリー追加

前任からストーリー追加業務を引き継ぎ、STORY07、STORY08の追加を行いました。



これまで公開されているようなドラマチックな歴史を持つエリアではないですが、エリア内に複数の観光スポットが集まっていることに着目し、まち歩きを楽しめるように紹介する形式で内容を決定。

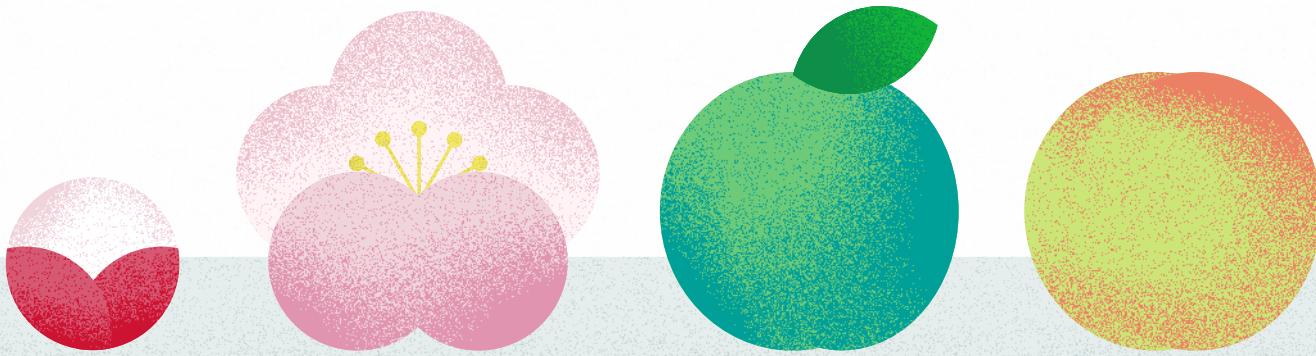
外部ライターの協力を得ながら、すでに公開されているストーリーの雰囲気を守りつつ、楽しく読める記事を目指して編集を行いました。

【主な業務】

内容提案／ライター・フォトグラファーへの外注／ストーリー編集／
関係各所への許可取り／CMS更新作業

SNS投稿・HP用画像撮影協力

イベント内容をより詳しく知ってもらえるよう、開催場所での撮影に被写体として参加しました。



梅のように花咲き、実を結べるように。

自分のキャリアを故郷に咲く梅の花に重ねて表紙に描きました。

今はまだつぼみの私もいつか花を咲かせ、やがて実を結べるよう思いを込めています。

これまでの経験を活かしながら、これからも日々研鑽して技術を磨き、

誰かの心を動かせるようなデザイナーになりたいです。

最後までご覧いただき、誠にありがとうございます。