

VD Seminar,
Dept.of Cultural Design,
Kindai Univ.

王 禕 凝

WANG YINING

2022

2024

Design

Portfolio



Contents

00

Profile

01 1-2

KONOHANA

02

Ichigo

03 1-2

KINTETSUdept.STORE

04 1-4

PRDEPT.,KINDAIUNIV.

05 1-2

VisualDesign SEMINAR

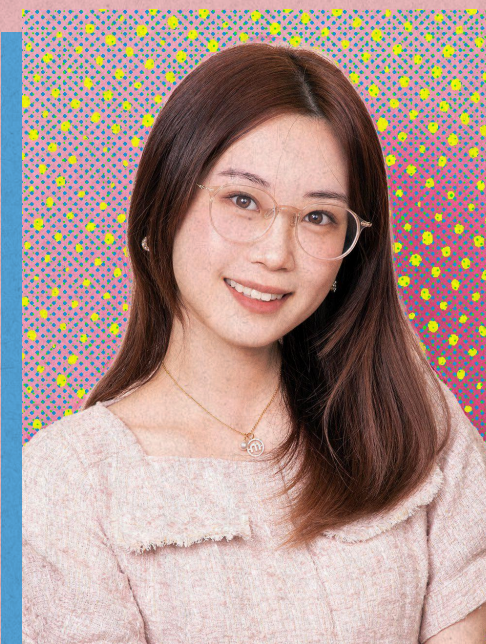
Profile

WANG YINING

王 禕 凝

近畿大学 文芸学部
文化デザイン学科 視覚デザインゼミ

2111345001c@kindai.ac.jp



2000.6 ● 中国・山東省青島市に生まれる

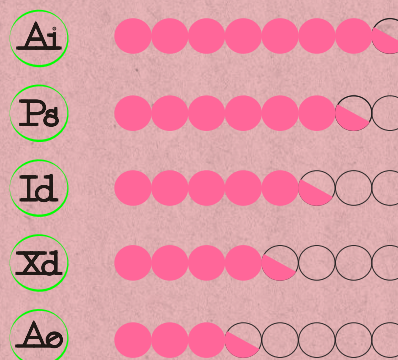
2018.4 ● 来日・関西語言学院に入学

在学中には日本語能力試験(JLPT) N1級などを合格できました。

2021.4 ● 近畿大学に入学

入学当初は日本文学専攻を志望したが、大学2年で本心に従い文化デザイン専攻に転学科試験を合格し、編入しました。2年かけて3年分の授業を学科上位10%の成績で走破できました。

2025.4 ● 近畿大学 文化デザイン学科 卒業見込



中国・青島市出身

来日七年目、中国語(母語)・日本語(ネイティブ)で交流できる

ENFPな社交家

特技は「初対面な人でも気軽に話せること」

趣味が多岐にわたる

インドア派ですが、休日は面白いことをよく見つける

Vision & Strength



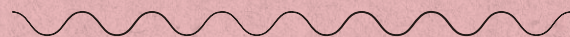
Vision

自分の馴染んでいるデザインを通じて、
人々の生活に幸せをもたらす

多言語・クロスボーダーの視点と交流する能力をもって、
人々の日常に潜む疑問<?>を驚き<!>
に満ちた発想で解決し、

デザインで人々の役に立ちたいと考える

自由な発想を持ち続け、
仕事も生活も楽しむことを心がけていきたいと思う



Strength

ニーズ・本質への観察力

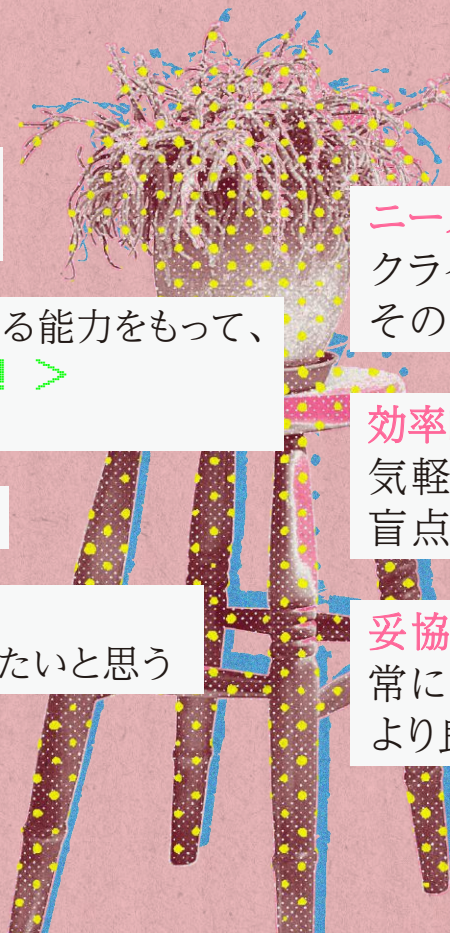
クライアントが抱える問題を越えて、
その本源のニーズを見つけ出すのは得意

効率的なコミュニケーション力

気軽に話を始まる・長く続ける
盲点まで深掘りできることが長所

妥協しない継続力

常に現状を固執せず、
より良いデザインを追い続けることができる



○1-KONOHANA

< 大 阪 市 此 花 区 >

私は大学在学中、2年間にわたって大阪市此花区における
様々なデザインプロジェクトに携わって、地元のひと・もの・文化を観察・分析を行い、
適しているデザインを発見する試みをいくつか行いました。

外国出身の私は此花の町並みを何度も訪ねたが、
住むところのように親しめていないものの、特別なゆかりを感じて、
独自の感覚で町の奇妙なセンスを味わうことができます。



01-1 | 2022-2023
Product Design

コノハルタ

お店の看板を遊べる町おこしデザイン

KONOHARUTA



01-1

KONOHARUTA

大阪市此花区梅香地区の町おこし企画において、
地元に関するグッズのデザインプロジェクトに参加しました。



町おこしには、
此花の町並みを深掘りすることが不可欠であり、
インタラクティブなデザインが参加者を惹きつけ、
行動を通じて認知を築くのに効果的だと考えました。

そのため、
個性豊かで独特な個人店舗をテーマに選び、
店に入らなくても外から視認できる看板と、
知られてもらいたい店の個性を組み合わせ、
それをカルタの絵札と読み札にデザインし、
ゲームを作り上げました。

step1

On site Research

現地調査 ↓

此花区の町並みでは、
伝統な商店街・路地裏の住宅と共生している、
それぞれの個性が豊かで独特性を持つ小さなショップが多いが、
中に見では入りにくく、
特徴が分かりづらい店舗が多くあった。



店を町に何回も訪ねて、「面白さ」を持つ店舗を発見。
時間帯(朝昼晩)、季節、天候(晴・雨・風など)により、
様子が異なる店舗数十軒の内外を記録、撮影。

stop2

Idea Come-up



アイデア洗い出し↓

店の標識物<看板> × 知られてもらいたい<店の個性>
を合わせて認知してもらいたい



<看板>の図形×<店の個性>の言語

⇔<絵札>×<読み札>

+かるた大会の多人数インタアクション、和気藹々の様子



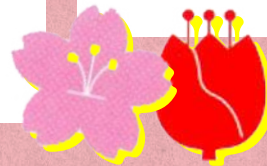
<このはな+カルタ>花札を作ることを決定

step3

Design Zoom-Up



此花区の花<サクラ><チューリップ>
をモチーフにした模様



制作・磨き上げ

<看板の特異性>と<店舗の特異性>の双方向から、
花札として表現できる10店舗を選別
二つの特異性が関連付けられていなくても良い



看板のベクター化・符号化デザイン、
及びリサーチの結果から読み句を考案・作成
(*読み句はチームメンバーと一緒に作業)



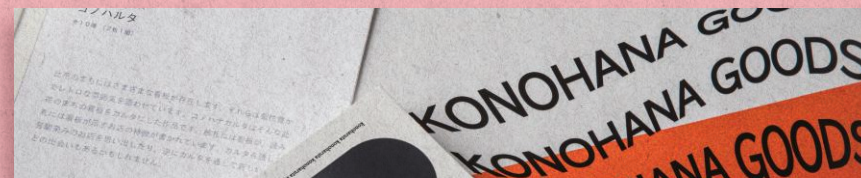
花札全体のデザインの作成・お試しプレーでデバッグ、
整合性の最終確認

step4

Product Presentation



<コノハルタ>は、此花区における多くのインタラクティブデザイン作品とともに、区内のアート交流スポット モトタバコヤ にて、**「NEW KONOHA PROJECT 2023」**を題にした展示会に展示しました。
まちの皆様のご協力のもと、デザイン者の新しい視点によって、まちの新しい価値を掘り起こすプロジェクト展示会です。
そのポスターも担当いたしました。





01-2 | 2023-2024
Graphic Design

The Memories of the Asahiso

時空の交差点を巡るグラフィックアートデザイン



01-2

The Memories
of the

ASAHI SO



大阪市此花区の築古コンドミニウム「旭荘」をテーマとした、アートデザイン作品のコミュニティ交流・アート発信の展示会に参加するため、本作品をデザインしました。

旭荘の特徴の一つ「築古の住居」だからこそ見つける特性は、時間を経て置かれた残置物の豊富さです。
。以前の住人が捨てられた生活道具などを観察でき、それらの残置物を通じて過ごした過去の日々を逆算して見つけた本展示のテーマは、「時間と空間の交差点」です。

step1

Research & Idea

現地調査 ↓

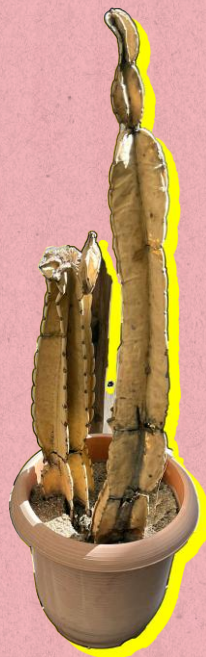
過去の住民が残した物は、過ごした過去の日々を象徴するものです。
それと糸口として、古くから残されたエレメンツをベクター化し、
リソ印刷・CRTテレビで映す動画などのマルチメディアで再現し、
観客の思考を呼び起こすことを狙いました。



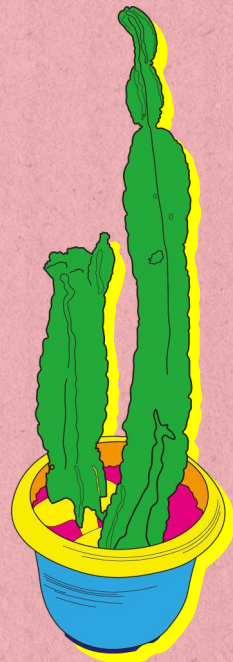
1958年に建てられた木造アパート「旭荘」での
何度かの現地調査を通じて、昭和中後期から
平成にかけての長い年月を経た残置物が見つかりました。
年代は多岐にわたり、時空の交差を構築しました。

step2

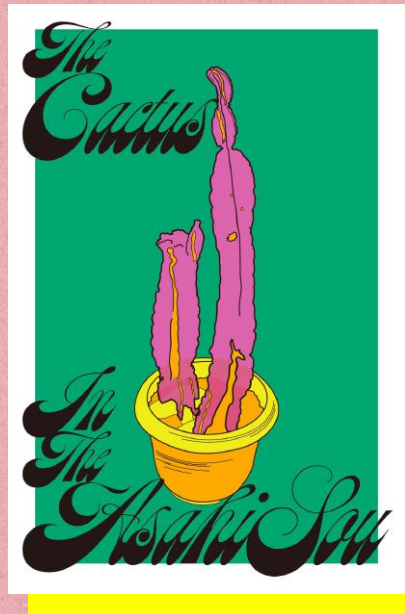
Design Zoom-Up



1. 残置物を発見する 🌵



2. ベクターする 🖌️



3. スタイルの統一化 🖨️



4. リソ印刷・動画の複数媒体へ変換 📺

step3

Product Presentation

2024年1月、
(公社)おおさか創造千鳥財団の助成のもと、
旭荘にて文化デザイン学科本プロジェクトの成果展である、

「TRACE-旭荘の記憶をなぞる」展を開催しまして、同展のイメージポスターデザインもチーム作業で参加しました。

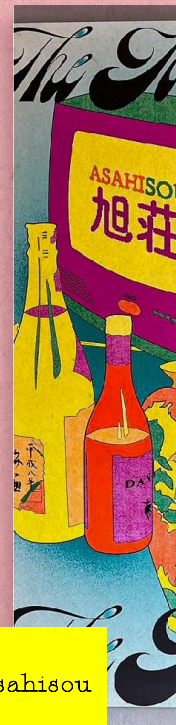
そのほか、2023年のアートフリアマーケット

「KITAKAGAYA FLEA BOOK MARKET」なども出展しました。

(公社)おおさか創造千鳥財団

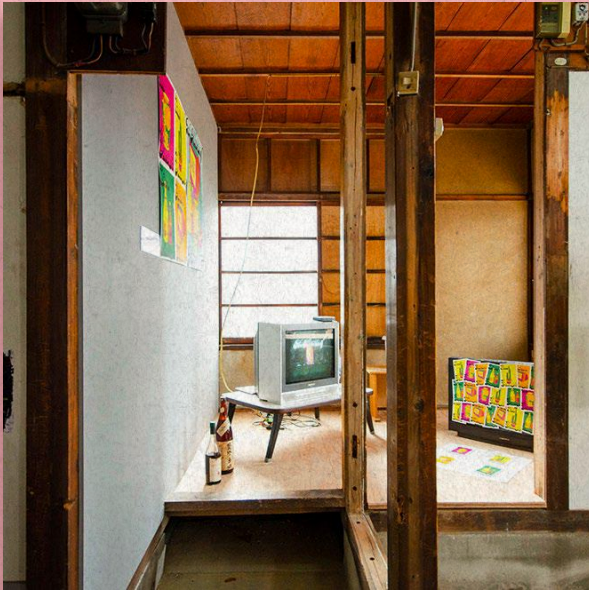
<https://ohishima-foundation.com/past-grant-projects/asahisou>
buy by bye bye markets

<https://outt.ly/QeaMRUgu>



stop3

Product Presentation



2024年1月27日に旭荘にて
「TRACE-旭荘の記憶をなぞる」展
を開催するときの写真



○ 2 - I O H I G ○

< 「完熟いちご」パッケージデザイン >

私は大学在学中、後続で紹介する「完熟いちご」のパッケージデザインを始め、
多くのデザインに関する産学連携プロジェクトを積極的に参加しました。
私は製品やサービスの本質を見抜く独自の視点を最も大切にしています。

単に目を引くデザインを作るのではなく、
製品の核心と消費者の真のニーズを的確に捉え、
それらを結びつけるデザインを重視していました。

02-1 | 2022-2023
Package Design



「完熟さ」を表すバランスの良い包装デザイン

商品化採用実績

「完熟いちご」

パッケージ



02-1

ICHIGO Package

関西圏の大手スーパー「万代」へ農産品を提供する株式会社グリーンエコスターが、自社生産の「完熟いちご」のパッケージのリニューアルデザイン募集に参加しました。



この度のデザイン募集は、**産学連携**の一環で、長年、関西のスーパーで親しまれている商品のイメージアップを目的として行いました。

プラスチックパッケージの販売ルートはスーパーマーケットチェーン「万代」に独占されているため、デザインを行う前にスーパーで**現地調査**及び、生産会社さんとの**現地打ち合わせ**を複数回実施しました。販路独占のため販売スペースの確保は容易ですが、他との区別をつけるためのアドバリューの高さを確保することが調査を通じて認識された課題です。

about...

Answers to requests

クライアントからは「完熟」をポイントとして表現したいという要望があり、そのためにはっきりと大きな文字を用いて消費者に伝わるようにしました。



さらに、スーパーでフルーツを選ぶ際に新鮮さや熟成度を
目視で確認できる「隠れたニーズ」に応えるように、
パッケージの中央にいちごの形をした透明の窓を設けました。
このデザインは好評を得て、2023年12月から実際に商品化されました。

03-KINTETSU DEPT. STORE



近 鉄 百 貨 店

2 0 2 3 ~ 2 0 2 4



私が普段よく訪れるのは、関西有数の老舗である近鉄百貨店です。
品揃えが豊富で、専門店も多く、新しいイベントをいち早く行っています。
その中で、近鉄百貨店は近畿大学などと何度もコラボレーションデザインを企画し、
私もこれに多く参加しました。
日々の生活の中で積み重ねたセンスを試されるところで、
非常に充実した経験を提供してくれます。

03-1 | 2023
Product Design

伝統と現代を融和するお重包みデザイン

近鉄百貨店

最終選考入り

おせち風呂敷

03-1

KINTETSU Furojiki

近鉄百貨店と近畿大学とコラボして限定販売されるおせち料理を包む**オリジナル風呂敷**のデザイン選考を実施し、参加しました。



特定のテーマが設定されていなかった中で、2024年の現代性とおせち料理の高級感、そして伝統的な要素を融合させることを目指しましたところ、「**2024**」とオリジナル**松竹梅**のアイコンを組み合わせ、ラグジュアリーブランドを彷彿とさせる構図でデザインしました。
このデザインは、新年のお祝いにふさわしい高級感を表現しています。



03-2 | 2023
Product Design



近鉄百貨店

最終選考入り

×KuronekoJack

コラボガトンショコラ

「ライバルでも愛がある」の

バレンタインチョコシールデザイン



03-2

GÂTEAU CHOCOLAT

近鉄百貨店とガトーショコラ専門店「KURONEKO Jack」とバレンタイン向けの販売企画のパッケージデザイン選考を実施し、参加しました。



クライアントからの要望は、「クロネコの要素を取り入れること」と「バレンタインチョコへの想起」でした。

これに基づき、バレンタインを「自ら愛を表現するお祭り」として、また「不可能が可能に変わる奇跡の日」としての印象をデザインに反映しました。

通常はライバルとされる黒猫とネズミの尻尾をハート形に配置する、斬新で視覚的に魅力的なデザインを実現しました。

04-PR DEPT., KINDAI UNIV.

< 近 畿 大 学 広 報 室 2022 ~ 2023 >

大学2年生の時に、
近畿大学経営戦略本部広報室で1年間のインターンシップに参加しました。
この期間中、デザインプロジェクト実務の立案、調査、実行といった
プロセスに直接関わることができ、学生としてだけでなく、
在学中の大学スタッフの一員としても多角的な視点を持ちながら活動し、
自らの特長を活かし、様々なデザイン作品を発表することができました。



04-1 | 2022-2023
Visual Design



近大必勝塾

オンライン採用実績

2022-2023

限られたネットのスペースの中での

ビジュアルデザイン



04-1

KINDAI HISHOJUKU

近畿大学広報室での学生インターンとして、
近畿大学入試サイトに掲載予定のYouTube授業動画シリーズ
「近大必勝塾」のサムネイル画像デザインを担当しました。
動画内容は高校の各学科の先生による大学入試向けの講義で、一本の動画に複数のテーマが含まれます。



動画サイトはここから⇒ <https://outt.ly/Xeaoaegu>
<https://kindaijp/hisyojuku/archive0002/>



YouTube動画のサムネイルは現れる情報量が限られるため、
各回のデザインは講義のテーマを明示し、
シリーズ全体の一体感を保持する必要がありました。
これを踏まえて、先生の写真と講義テーマのテキストを主要要素としてデザインし、
視覚的にも情報伝達が効果的になるよう工夫しました。



04-2 | 2022-2023
Internet Design



KINDAI PICKS

オンライン採用実績

記事作成

「違い」から「特別」を探り出す

万バズネット記事デザイン

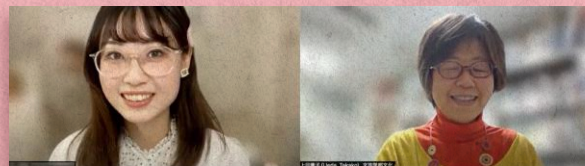
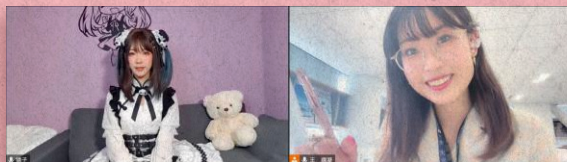
<https://kindaipioks.com/article/002607>



04-2

KINDAI Picks

近畿大学広報室での学生インターンとして、
大学運営の情報サイト「KindaiPicks」に掲載する記事の企画・取材
を担当しました。
記事の企画要件には「自らが取材できること」と「近畿大学の教授との
対談を含むこと」が含まれております。
当時、私は「メイドカフェ」に魅了されており、自身が週に複数回訪れて
いるほど詳しい情報を持っており、オタク向けの業態としてバズるテーマ
などでお題として選びました。



また、私の出身地である中国では「メイドカフェ」の代わりに
「メイドゲームバー」という業態が存在するため、ニカ国語の
特長を生かして自ら取材でき、文化比較の視点から教授との
対談も組めます。

半年にわたる企画立案、取材、執筆の末に完成したこの記事
は、現在までに1万回以上のクリック数が記録しました。



04-3 | 2023-2024
Visual Design

要素を融合した視認性中心のビジュアルデザイン

「近大通り」

最終選考入り

街路看板

04-3

KINDAI STREET

近畿日本鉄道長瀬駅から近畿大学に向かう
通称「まなびや通り」を2024年春、「近大通り」への
改名に合わせて、
入口の看板デザインの公募コンペに参加しました。
看板リニューアル案としては、近畿大学の特徴・知名
度をアピールする一方、
各種天候での指示性・視認性を保つことも重要であ
ると考えられます。



私は、水・風・海をめぐって前へ疾走する流線形構造
を「近畿大学の革新の速さ」、「近大生の若さ」、「近
大通りでよくみられる風景」などグラフィック化したと
ともに、
人工養殖マグロ・ウナギなど近大の水産における知
名度を加えて「海に親しみの大学」をアピールしたい
デザインを作成しました。
さらに雨などの天候でもはっきり読める配色を選びま
した。



04-4 | 2023-2024
Internet Design



KINDAI NFT

システム

学生参加型の大学NFTグラフィックデザイン



044

KINDAI NFT Token

近畿大学でのデジタルトランスフォーメーション提案の一環として、
広報室および文化デザイン学科共催による
大学NFTデザインプロジェクトに参加し、
2種類のグラフィックシステムをデザインしました。



一つ目は学生がそれぞれ異なるNFTアイコンを所有できるシステムで、大学のPR要素であるマグロや各学部・キャンパスの印象などを組み合わせ、ランダム生成されるNFTアバターの配布により、学生一人ひとりの属性と大学の特色が反映されたユニークなデジタルアイテムを生成できます。
二つ目は学生の活動履歴やデータ分析を基にした学びや活動の成果がアセットとして構築されましたアチーブメント達成型のNFTアイコンです。

05-VISUAL DESIGN SEMINAR

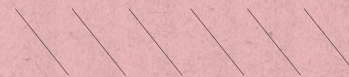
< 視 覚 デ ザ イ ン ゼ ミ 2 0 2 2 ~ 2 0 2 4 >

私は大学2年生の時に、近畿大学文芸学部文化デザイン学科に転入し、
3年次からは視覚デザインゼミに所属しました。

在学中、私は様々なデザイン課題をこなし、
アワードへの応募を含めた多岐にわたる制作活動を行ってきました。

毎日、審美眼を磨きつつ、ビジュアルデザインを通じて
発見した「美」を様々な手法で展示することに努めました。

05-1 | 2022
Graphic Design



恋ミルク

~Liquid Motion~

「こい」と「ミルク」の発想を

クロスオーバーコンセプト



05-1

KOI MILK Product



視覚デザインゼミナールの課題として、「LiquidMotion」を題にした「液体、流動物」と「感情」の結合をテーマにする学内デザイン展示会企画を行いました。



「日常消費品としての牛乳」と、「母牛から仔牛への感情のキャリアー」としての牛乳の二重意味から考案を展開し、「脂肪の量により濃淡をつける」×「人の濃淡のある感情のキャリアーとして」の連携を見つけ出し、3段階により濃淡つけ、人の恋を表す「恋乳」のコンセプトをデザインできました。



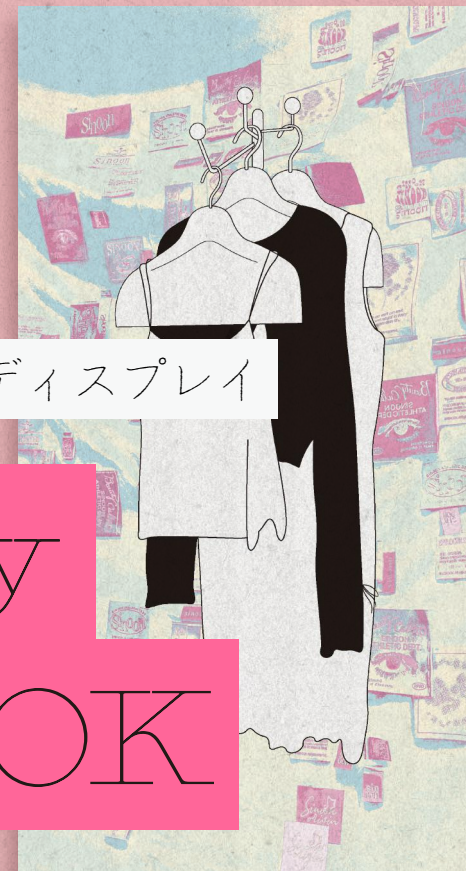
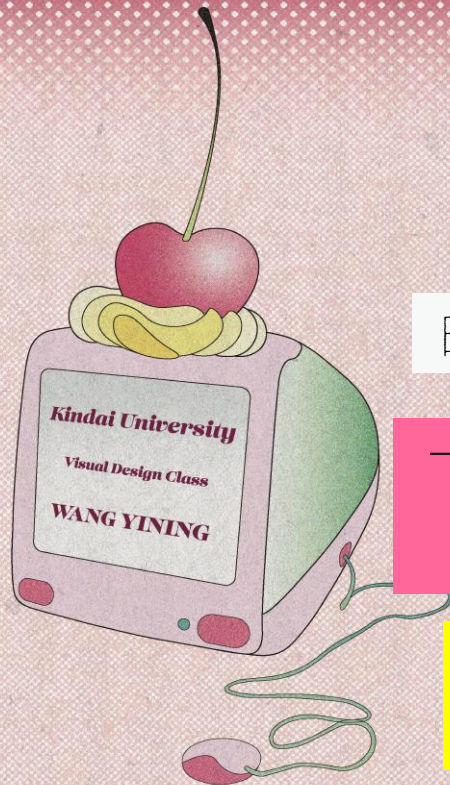
05-2 | 2023
Graphic Design

日々の積み重ねによるデザインのディスプレイ

Visual Diary

&

VD BOOK



05-2

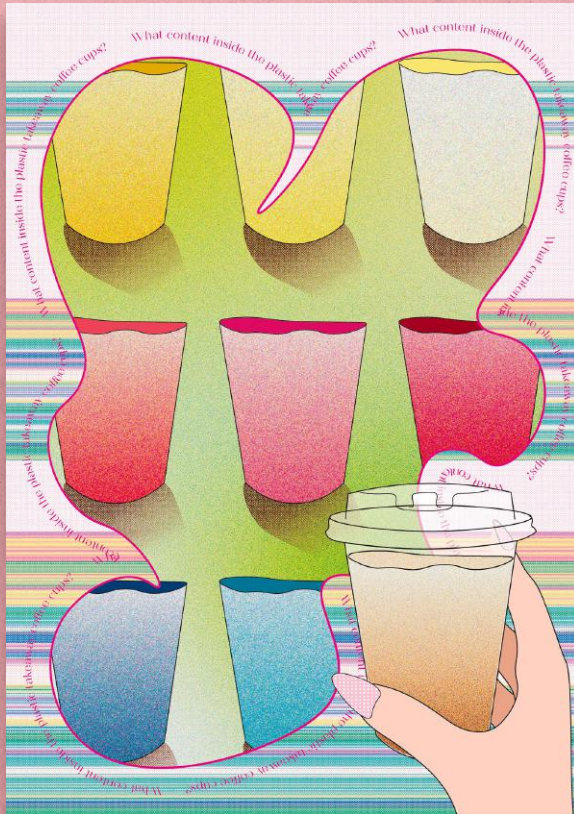
VISUAL DIARY

ゼミナールの継続課題として、
日常生活から得た発想・アイデアを視覚デザインの手
法で翻訳し、グラフィック化する、
その長期にわたる実験的なグラフィックデザイン習作
が「ヴィジュアル・ダイアリー」に題名としました。
紙ベースの本の制作も行いました。



05-2

VISUAL DIARY



How to
Eat an Ice cream
In my way

1 Pick up your favorite flavor of ice cream carefully

2 Finish your payment to receive the yearning delicious ice cream!

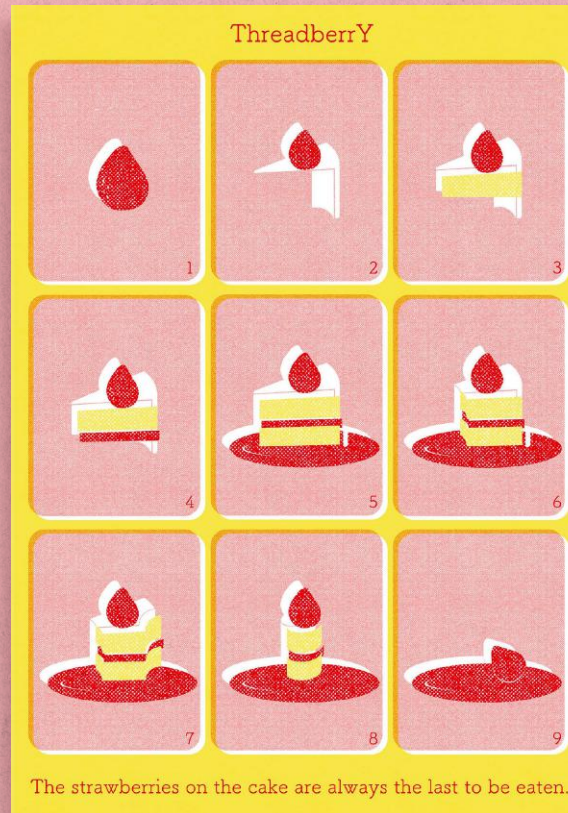
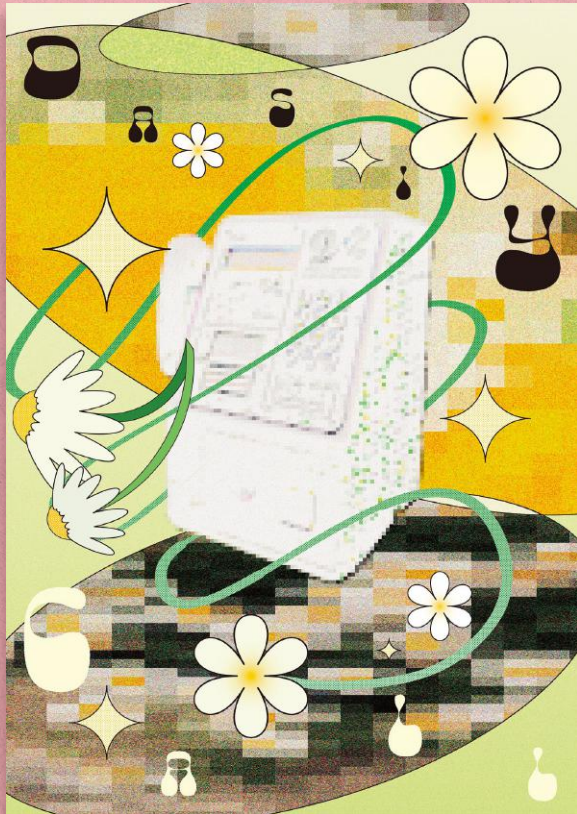
3 Enjoy the precious ice cream together with your friends around!

4 Make your best and utmost effort to be the slowest ice cream connoisseur!

We strongly advise everyone to closely experience the unique taste and feeling of the ice cream brought you by the historical great international brand named Raskin Bobbins, with the following brilliant flavors including Old Fashioned Butter Pecan Ice Cream and on. Any well-trained ice cream connoisseur shall be able to deliver a prolonged list of their recommend flavors, but only those who are the most sophisticated could rank under a basis of sustainability of ice cream slow eating and long lasting.

05-2

VISUAL DIARY



05-2

VISUAL DIARY



05-2

VISUAL DIARY



05-2

VISUAL BOOK



ビジュアルダイアリーの総括として、
視覚デザインゼミの学生数名と合同で作品セレクションを行
い、印刷と製本を通じて**メモリアルブック**を製作しました。
個人それぞれの作品を一冊にまとめ、
十人十色で制作の面白さを感じました、そしてチーム作業の
経験としても大切にいただきました。

VD Seminar,
Dept.of Cultural Design,
Kindai Univ.

2022
2024

Thanks

For Watching

王 禕 凝
WANG YINING