portfolio

Manny Studio

『 目次 』

これまでに制作・担当した Web サイトやバナー、
グラフィック、動画などを作品ごとにまとめています。

01. 自己紹介
02. スキンケアブランド秋冬広告
03. EC 商品プロモーションバナー
04. 熱帯狂熱 / 裏アビコ酒場 まる皿うぱ　HP
05. トレーニングジムサイト
06. PC 教室サイト
07. 熱帯狂熱　メニュー表
08. プログラミングスクール　バナー
09. カフェの季節限定ドリンク　バナー
10. EC サイト　キャンペーンバナー
11. 職業訓練校　リーフレット
12. 周年記念ロゴ
13. メガネの SNS 広告

自己紹介



Manny

1992.8.25

趣味

- 音楽（聴く & 弾く）
- お笑い（観る）
- 山（登る）
- 馬（賭ける）

『誰かの心に、触れるものをつくる。』

これは、食品メーカーにて開発職として約 6 年間勤め
学生時代から 10 年以上音楽の制作活動に励んだ
私の経歴に共通する動機です。
これを芯に現在は Web・グラフィックデザイン領域へ学びを広げ、
課題制作や自主制作を通して、実践的な制作スキルを磨いています。

言葉を尽くすより、ひと目で伝わる――
そんな説得力のあるビジュアルをつくれるデザイナーになりたい。

使用しているスキル・ツール

Illustrator/Photoshop/Adobe Premiere
HTML/CSS/VSCode/Figma/Codex

スキンケアブランド　秋冬向け広告（架空）

Web バナー



A4 広告



約 6 時間

広告・バナー制作

デザイン

使用ツール

Illustrator

目的

架空のスキンケアブランドを想定し、秋冬向け高保湿美容液の認知・購買促進を目的とした販促ビジュアルを制作しました。

想定ターゲット

品質やブランドの世界観を重視し、日々のスキンケアにこだわりを持つ 30〜40 代女性。

制作の意図

「冬の肌に、うるおいという余白を。」をコンセプトに、乾燥する季節の保湿を直接的に訴求するだけでなく、上質で穏やかなスキンケア体験を表現しました。

工夫した点

余白を活かした構成と柔らかな光・植物で世界観を統一。
「余白を。」の字間を広げ、言葉の意味を視覚的にも表現しました。
A4 広告から Web バナーへ展開し、媒体に合わせてレイアウトを再構成しています。

EC 商品プロモーションバナー（架空）





Before



After

約 8 時間

メニュー表制作

デザイン　レタッチ

使用ツール

Photoshop

制作概要

架空のコアラマスコット商品の EC 販売を想定し、商品写真のレタッチから販促バナーまで制作。

想定ターゲット

ナチュラル雑貨やかわいい小物を好む 20〜30 代女性。

制作の意図

商品の素朴なかわいらしさを活かしながら、EC 上で商品価値が伝わるビジュアルを目指した。やわらかなベージュとグリーンを基調に、親しみやすさと清潔感を両立。

工夫した点

元の撮影写真から被写体を切り抜き、毛並み・明るさ・色味・不要物・接地影を調整。さらに使用シーン画像を加えることで、ストラップ付きの商品であることを視覚的に伝えた。

熱帯狂熱 / 裏アビコ酒場 まる皿うば　HP



https://upa.manny.jp

2 週間

Web サイト制作

ヒアリング　企画・設計　デザイン　コーディング　公開

使用ツール

VSCode/Codex/Illustrator

目的

昼夜で異なる店舗の魅力を伝え、来店・予約を促進。
公式サイトを設けることで、店舗への信頼感を高めました。

想定ターゲット

- スマートフォンで周辺の飲食店を探す人
- ランチや飲み会の店を探す 20〜40 代

制作の意図

外出先での閲覧を想定し、モバイルファーストで設計。
メニューや営業時間を確認し、予約・アクセスへ進みやすい構成にしました。

工夫した点

- 昼・TOP・夜をタップやスワイプで切り替える 3 画面構成
- 切り替えの操作を、ストレスの無いよう細かく調整
- 予約・アクセスボタンを固定し、行動しやすく設計

トレーニングジムサイト（架空）



https://nagomi-fit.manny.jp

1 週間

Web サイト制作

企画・設計　デザイン　コーディング

使用ツール

VSCode/Codex

目的

個人ジムならではの強みと、無理なく続けられるパーソナルジムであることを伝える。

想定ターゲット

メインターゲットは、運動不足や体力の低下を感じている 40 代以降の女性。

制作の意図

「理解→安心→確認→行動」という風にセクションごとに不安材料を減らしながら行動（体験申し込み）へ繋げる構成を意識しました。

工夫した点

- 素朴で上品な色・フォントを用いることで、「無理なく続けられる」というブランドイメージを表現。
- 次が見たいと思ってもらえるよう、スクロールに連動する演出を実装。

PC 教室サイト（架空）



https://pcclass.manny.jp

2 週間

Web サイト制作

企画・設計　デザイン　コーディング

使用ツール

VSCode/Figma/Codex

目的

地域密着型のパソコン教室として、安心感を伝え
申し込み・問い合わせにつなげる。

想定ターゲット（ペルソナ）



内田ゆうか（31 歳・女性）

花屋パート勤務、PC は基本操作のみ。
体力面の不安から転職を検討中。

制作の意図

ペルソナの不安を軸に、温かみのあるオレンジを基調とし
安心感のある導線を設計しました。

知る 生徒の声 → 調べる 実績表示 → 比べる 地域密着 → 申込む 固定 CTA

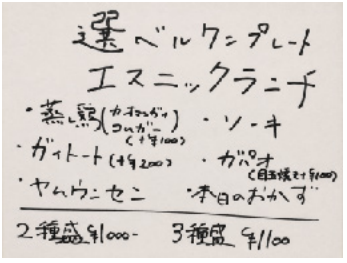
工夫した点

- FV に生徒の声による安心感のあるコピー
- スマホ版ではタップしやすい画面下部に固定 CTA
- Figma で設計後、AI を用いたバイブコーディングと手修正で実装

熱帯狂熱　メニュー表（店内外兼用）



Before



約 8 時間

メニュー表制作

デザイン　レタッチ

使用ツール

Photoshop/Illustrator

目的

エスニック料理店の既存ランチメニュー表刷新・来店促進

想定ターゲット

- エスニック料理に興味がある人
- ランチで複数のおかずを楽しみたい人

制作の意図

店頭で目に留まりやすくするインパクト重視のメニュー表にしました。
背景の柄や装飾枠でエスニック感を演出しつつ、料理名や料金表は枠で整理することで、にぎやかさと見やすさの両立を目指しました。

工夫した点

- タイトル文字に動きをつけ、エスニック感を演出
- 「選べる！」を袋文字・斜めにして、ワンプレートの楽しさを強調
- 黄緑色の帯には布のテクスチャを重ねて立体感を付与

プログラミングスクール　バナー（架空）

1200×628



728×90



300×250



約 7 時間

バナー制作

デザイン

使用ツール

Photoshop

目的

無料カウンセリングへの誘導

想定ターゲット

- 主に 25〜35 歳の男性を想定
- 現職の将来性に不安を感じている、プログラミング未経験者

制作の意図

「始める理由はすぐそこにある」というメッセージを表現するため、道端に落ちたキーボードの写真を使用しました。
泥のついたキーボードやダメージ加工の文字によって、現状を変えたい焦りや、未経験からでも泥臭く努力してキャリアを切り開く雰囲気を表現しています。

工夫した点

- 目に留まるようインパクトのあるビビッドな配色に
- コピーを斜めに配置し、動きと勢いを付加
- CTA ボタンは視線誘導を利用して右下に大きく配置

カフェの季節限定ドリンク　バナー（架空）

1200×628



728×90



300×250



約 7 時間

バナー制作

デザイン

使用ツール

Photoshop/Illustrator

目的

秋の限定ドリンクの認知拡大・来店促進

想定ターゲット

- 女性
- 20〜30 代
- カフェ巡りや SNS 投稿に関心がある層

制作の意図

秋限定商品の季節感が伝わるよう、ブラウン・オレンジ系の配色を中心に構成しました。
また、20〜30 代女性を想定し、明朝体や落ち着いた写真表現を用いて、若すぎない上品な雰囲気を意識しました。

工夫した点

- 栗をモチーフにした抽象パターンを作成し、秋らしさを演出
- 明朝体を使用し、上品で落ち着いた印象に調整
- CTA ボタンを右下に配置し、メニュー閲覧への導線を設計

ECサイト　キャンペーンバナー（課題制作）



1200×500

約 2 時間

バナー制作

デザイン

使用ツール

Photoshop/Illustrator

目的

おしゃれ家電「TOFFY」のガチャガチャをノベルティとして
プレゼントするキャンペーンの周知

想定ターゲット

- TOFFY 商品購入者
- 特に女性

制作の意図

中身はランダムとなるため、何が出るか分からない「お楽しみ感」
が出るようカラフルでポップな、見ていて楽しくなるバナーを
意識して制作しました。

工夫した点

- カプセルやプレゼント箱、装飾などの素材を AI で生成し制作時間を短縮。
- カラフルにしつつも統一感は失わないよう配色の割合に気を付けました。

職業訓練　リーフレット（架空）



約 8 時間

リーフレット制作

デザイン

使用ツール

Photoshop/Illustrator

目的

説明会・見学会への誘導

想定ターゲット

- キャリアチェンジを目指している方
  （プログラマー・SE など IT 職種への転職）
- パソコンスキルに自信がなく、挑戦を諦めていた方
- スキルアップ転職で次のステップに進みたい方
- 手に職をつけて、長く安定して働きたい方

制作の意図

未経験者やキャリアチェンジを考える人にも安心感を持ってもらえるよう、明るく親しみやすい人物写真を使用しました。
PC スキルに自信のない人でも気軽に申し込めるようにシンプルな内容にまとめました。

工夫した点

- 誘導すべき説明会・見学会の日程をメインビジュアル内の目立つ部分に配置
- コピー「手に職をつけたい方、必見！」が目立つよう補色のオレンジを配色

周年記念ロゴ（コンペ提案）



現行ロゴ



約 4 時間

ロゴ制作

デザイン

使用ツール

Illustrator

目的

企業の 30 周年記念ロゴとして、既存ブランドの印象を継承しながら、今後の成長や先進性を感じさせるデザインを目指しました。

制作の意図

現行ロゴの円弧を「30」の“0”として活用し、ブランドとの親和性を高めました。
「3」にはシャープな形状と流れを持たせ、未来へ進むスピード感や挑戦する姿勢を表現しています。

工夫した点

- 既存ロゴの四つ葉やコーポレートカラーを活かしつつ、装飾は抑えてシンプルに構成しました。
- 生成 AI をアイデア展開やモックアップ制作の補助として活用し、最終的な形状・配色・バランスは Illustrator 上で調整しています。

メガネの SNS 広告動画（課題制作）



約 10 時間

動画制作

動画編集

YouTube で視聴

使用ツール

Adobe Premiere

目的

メガネによって印象や個性が変わる楽しさを伝え、
ブランドへの興味・検索につなげる。

想定ターゲット

ファッションや自分らしいスタイルを楽しむ、
SNS を利用する若年層。

制作の意図

異なる 4 つのシーンをテンポよく展開し、「メガネは人を変える」
というメッセージを、映像・テキスト・音声を組み合わせて
印象的に表現しました。

工夫した点

シーンごとにフォントや文字配置、エフェクトを変えて人物の
個性を演出。
セリフにはテキスト読み上げソフトを使用し、
違和感のない自然なイントネーションになるよう調整しました。

_end

誰かの心に、触れるものをつくる。

Manny Studio

Web / Graphic Design Portfolio
mannystudio.0825@gmail.com
Photoshop / Illustrator / Figma / HTML / CSS