

ポートフォリオ 制作ガイド

For Freelance Designer
Powerd by Crowdttech
2021.5.6 Update



目次

ポートフォリオとは？から制作事例まで、詳しく解説します。

01 ポートフォリオが重要なワケ

自分の良さや強みを知ってもらう ...p4

クライアントはここを見る ...p5

面談につながる ...p6

03 制作のポイント

意識しておくこと ...p12

構成を考える ...p13,14

制作過程を伝える ...p15-17

ビジョンを示す ...p18

02 掲載実績に関する注意点

実績の著作権 ...p8

管理方法と公開範囲 ...p9

掲載内容の範囲 ...p10

04 Adobe Portfolioの活用事例

Adobe Portfolioとは ...p20

Adobe Portfolioの制作フロー ...p21

見せ方を工夫する ...p22

公開・提出時の注意点 ...p23,24



ポートフォリオが重要なワケ

デザイナーが転職活動や仕事を探す時に、
クライアントから必ずポートフォリオの提出を求められます。
ポートフォリオはデザイナーにとっても、
クライアントにとっても重要です。
今回は両方の視点でポートフォリオの重要性を解説します。



自分の良さや強みを知ってもらう

ポートフォリオは自分の良さや強みを伝えられる、
フリーランスのデザイナーには欠かせない**営業ツール**です。
ポートフォリオの精度をあげることで、
クライアントに「自分が何者なのか」を簡潔に伝えられます。
また、ちゃんとしたポートフォリオを持っていることで、
デザイナーとしての信頼度も高まります。

いつでもクライアントに見せられるよう、
ポートフォリオを整え、準備しておきましょう。



クライアントはポートフォリオのここを見る

クライアントとデザイナーが面談をする前段として書類審査があり、多くのクライアントはデザイナーのポートフォリオを見て面談するかどうかを判断します。



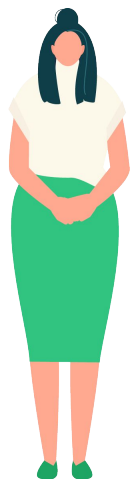
クライアントが重要視する点

- ・デザインのテイストが案件とマッチしているか
- ・デザインのトレンドを押さえているか
- ・作業スピード（〇営業日でデザインを制作した）
- ・担当工程
- ・どんなことを意識して業務に取り組んだか
- ・制作に関わった企業の属性（toB系、toC系など）

面談につながる

ポートフォリオがよければクライアントが興味を持ち、面談に進むことができます。ポートフォリオを改善することで、クライアントからの面談が増えたケースもあります。

Tさん



一度も面談依頼がなかったが、ポートフォリオを添削後に稼働先が決定。

添削内容

- ・ 自信のある実績を一番上に移動
- ・ 幅広いデザインテイストを掲載
- ・ 担当箇所の記載

面談依頼数

- ・ 改善前：0回
- ・ 改善後：3回（現在稼働中）

Sさん



実績資料が少なく、どんな強みや経験があるのか分からなかった。

添削内容

- ・ Webサイトでポートフォリオを作成
- ・ 得意技術、活かせるスキルを記載
- ・ 職務経歴書を記載

面談依頼数

- ・ 改善前：0回
- ・ 改善後：3回

掲載実績に関する注意点

ポートフォリオを正しく管理して
企業とのトラブルを事前に回避しましょう。



実績の著作権

クライアントから依頼を受けて制作したデザインの著作権は**クライアント**にあります。ポートフォリオに実績として掲載したい場合は、基本的に**クライアントの許可を取る**必要があります。

交わした契約書に、実績に関する著作権の取り決めや二次使用について記載されているはずなので、まずは契約書を確認しましょう。不明な点や不安がある場合は、クライアントに問い合わせをしてみるのが確実です。

守秘義務を結んでいる場合

プロジェクトによっては守秘義務を結んでいることがあり、ポートフォリオへの掲載自体が禁止されている場合があります。ポートフォリオに掲載して誰かに見せてしまった場合、賠償問題に発展することがあります。デザイナーとしてのキャリアや信用にも関わってくるため、掲載する際は事前確認を徹底しましょう。

管理方法と公開範囲

ただし、過去の制作物や請け負った形態によってはクライアントに許可を取ることが難しい場合もあります。制作物が一人歩きせず管理されている状態であれば、ある程度ポートフォリオに掲載することは許容されています。

管理されている状態とは？

OK

- ・ 営業・採用活動で担当者だけに見せる
- ・ プリントアウトして自己保管する
- ・ パスワード付きのWebサイトに掲載する

※クラウドテックではポートフォリオを関係者しか閲覧
・ アクセスできないようにしています。

NG

- ・ 営業・採用活動以外の用途で不特定多数の人に見せる
- ・ プリントアウトして不特定多数の人が閲覧できる場所に置く
- ・ 誰もがアクセスできるWebサイトに掲載する

掲載内容の範囲

ポートフォリオが管理されている状態だからと言って、何でも掲載して良い訳ではありません。
デザイン以外の情報で、クライアントの損益に関わる情報などは掲載しないようにしましょう。

OK

自分がデザインをどのような過程で
制作したのかを伝える程度の情報

- ・デザインそのもの
- ・制作過程
- ・コンセプト、デザイン提案書
など

NG

クライアントの損益に関わる情報、
公になっていないプロジェクト情報

- ・予算書
- ・自分以外が作った企画書、提案書
- ・個人名、パスワードなどが記載された書類
など

制作のポイント

ポートフォリオの制作する上での
ポイントをお伝えします。

見やすいポートフォリオを作って、
自分の強みを最大限にアピールしましょう。



意識しておくこと

ポートフォリオを考える際、見る人（クライアント）の立場になって考えることが重要です。

分量は適切か

クライアントがじっくり時間をかけて見るとは限りません。手短に自分の特徴や強みを伝えられる分量に収める必要があります。

順番は適切か

いかに簡潔に自分をアピールできるかが重要であるため、最初にアピールしたい実績を持ってくるようにしましょう。

自分は何者か

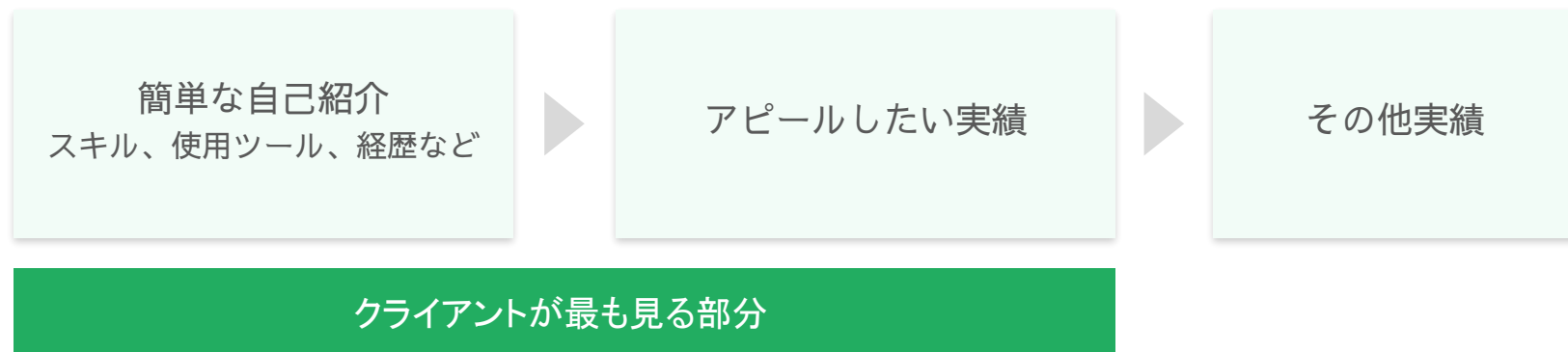
職務経歴書も送付しますが、クライアントはポートフォリオを重要視します。スキルセットや経歴を簡単に説明すると良いでしょう。

更新性があるか

新しい実績をすぐに掲載できる構造にし、自分のスキルが向上したと思ったら、古い実績は削除することも大切です。

構成を考える - 全体

全体的な構成としてはこのような順番が好ましいでしょう。



アピールすべき実績とは？

OK

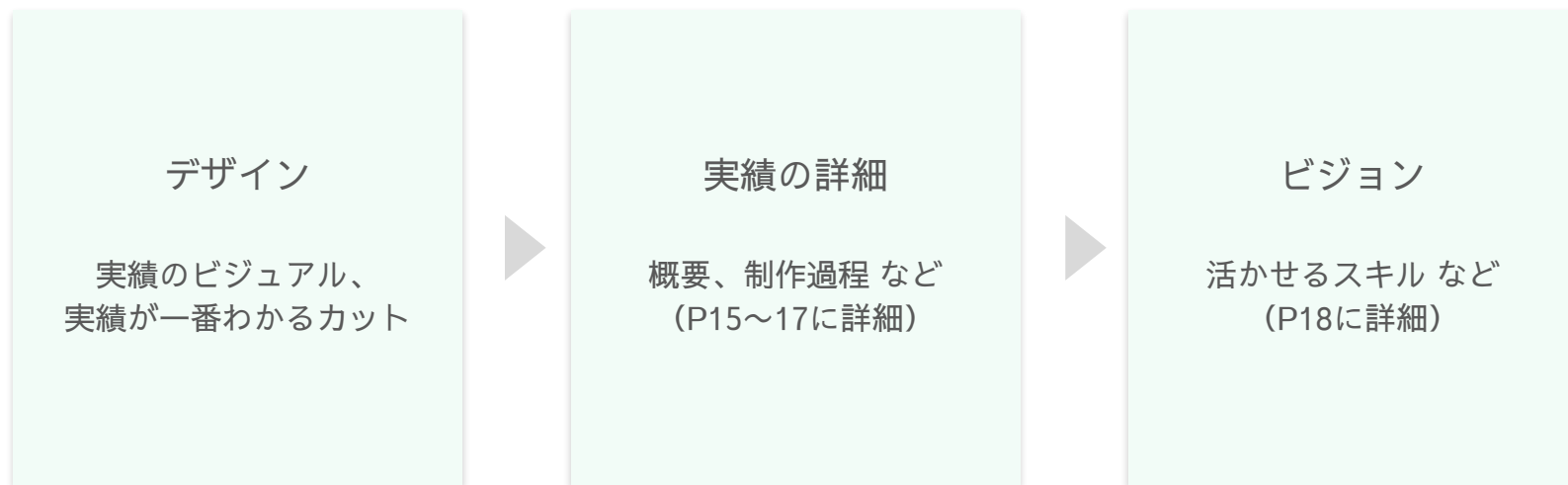
知名度の高いクライアントの実績 = 信頼性を担保
自分の強みが一番わかる実績 = スキルの強調

NG

自分が気に入っている実績

構成を考える - 実績ページ

1つの実績ページの構成を考えるとき、まずデザインを見せてから作品の詳細を伝え、その経験から活かせるスキルや今後のビジョンを伝えるといいでしょう。



忘れがちだけど重要

制作過程を伝える - 制作期間・範囲

デザインを掲載しただけでは、強みや工夫したことは伝わりません。制作期間や担当範囲を明記し、自分ができることや得意なことをアピールしましょう。

制作期間

制作年月や期間を記載することで、いつ制作したのか、どれくらいのスピード感で制作できるのかを伝えます。

担当範囲

制作においてどこからどこまでに携わったのかを記載し、自分ができることを伝えます。

記入例

制作期間

2018年12月（2週間程度）

担当範囲

構成（情報設計）、デザイン

チーム編成と役割

ディレクター1名、コーダー1名、デザイナー1名（本人）
デザイナー主導でデザインやイメージの企画を行い、ディレクターに提案しました。リリースまでの時間が短いこともあり、コーダーとの連携もデザイナーがメインで行いました。

制作過程を伝える - 役割・概要

どのような人々と連携して仕事を進めてきたのかをアピールすることが重要です。誰とどんな仕事をしてきたのか伝えましょう。

チーム編成と役割

関わった人の職種や
チームの構成、その中
で自分はどのような役
割で仕事の進めたのか
を説明しましょう。

概要

関わったプロジェクト
やクライアントの情報
(業界、ジャンル、
toB or toC) を説明し
ましょう。

記入例

チーム編成と役割

ディレクター1名、コーダー1名、デザイナー1名（本人）
デザイナー主導でデザインやイメージの企画を行い、ディレクターに
提案しました。リリースまでの時間が短いこともあり、コーダーとの
連携もデザイナーがメインで行いました。

概要

フリーランスのエージェントマッチングサービスにて、フリーランス
エンジニアを対象にフリーランスから正社員に切り替えを訴求するLP
を制作しました。

URL : <https://crowdtech.jp/techcarriage>

制作過程を伝える - コンセプト

なぜこのようなデザインにしたのか、デザイナーとして考えられたデザインができることを伝えましょう。

クライアントの要望

クライアントからどのような要望があり、それに対してどのような提案をし、実現したのかを説明します。

コンセプト

デザインのコンセプトやこだわった部分などを伝えます。

記入例

を制作しました。

URL : <https://crowdtech.jp/techcarriage>

クライアントの要望

1. 正社員採用であっても堅苦しいイメージにしたくない。
2. サービスサイトとは全く違うイメージにしたい。

コンセプト

フリーランスと正社員の切り替えがどちらからでもしやすい、形態にこだわらずに働けることを想起してもらうために「橋」をモチーフにし、「橋を渡してフリーランスと正社員を行き来する」ことをファーストビューに表現し、デザインしました。

ビジョンを示す

どのように貢献できるのか、即戦力として活躍できるのかを示すことで、クライアントに自分がプロジェクトへ参画したときのイメージをしてもらいやすくします。

活かせるスキル

経験を活かして、自分ができること、得意なことをアピールすることで、クライアントに参画したときの具体的なイメージを伝えます。

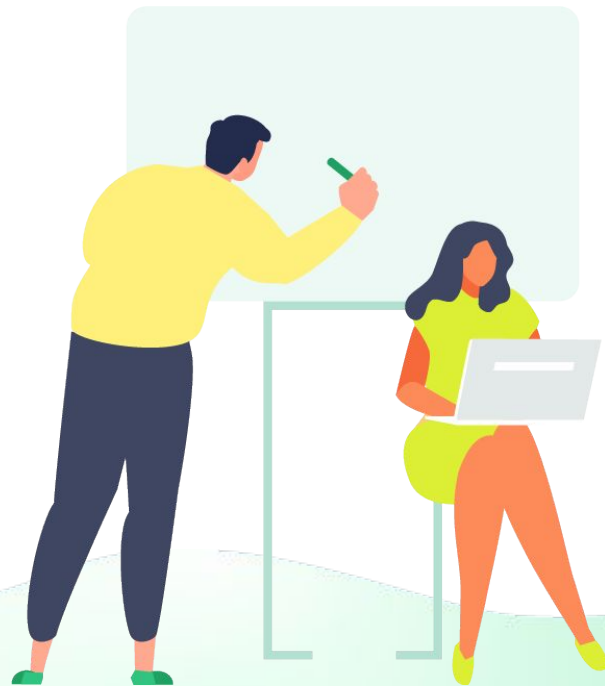
今後のビジョン

「ビジョン」というと大ごとのように聞こえますが、「こうなりたい自分」を描くことで、クライアントにより自分自身を理解してもらい、意欲を示すことができます。



Adobe Portfolioの活用事例

今回はAdobe Portfolioを使って、
ポートフォリオサイトの制作事例を紹介します。



Adobe Portfolioとは

クライアントからポートフォリオは紙やPDFよりWebサイトの方が見やすいという声が多くあり、Webサイトでの制作、特に簡単にポートフォリオサイトを作成できるAdobe Portfolioをおすすめしています。

Adobe Portfolio とは

Adobe社が配布しているポートフォリオサイト作成アプリです。Adobeのアカウントを持っていればポートフォリオサイトを作ることができます。※

レスポンスで整ったポートフォリオサイトをコーディングなしで簡単に作成することができます。ポートフォリオサイトを持っていない、すぐにサイトを立ち上げたい方におすすめです。

※Adobe Creative Cloudのどれか1つでも契約している必要があります。

Adobe Portfolioの制作フロー

ポートフォリオサイトの作り方

1. [Adobe Portfolio](#)にアクセス
2. Adobeアカウントでログイン
3. 好きなテンプレートを選択
4. 実績ページを作成
5. プレビューして確認
6. 公開

Adobe Portfolioの制作事例

実際にAdobe Portfolioの制作事例を用意しました。
参考にご覧ください。

[Adobe Portfolio見本はこちら](#)

パスワード : ct123456

 Crowdtech

WORK

クラウドデスクサービスサイト

デスクキャリッジLP

Facebook広告バナー

FREELANCE MEETS イベント
ポスター

About

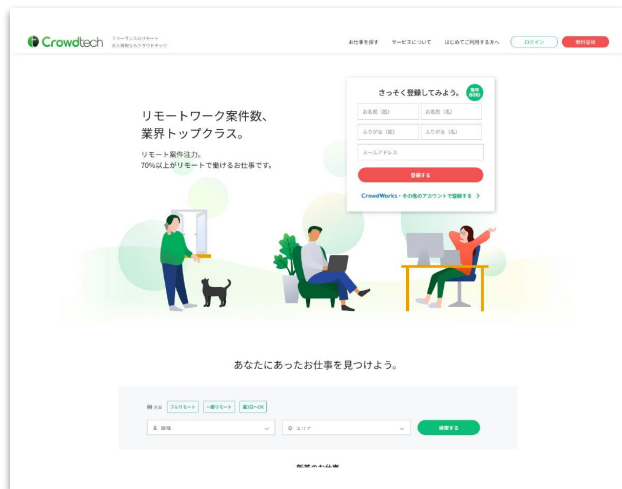


見せ方を工夫する

サムネイルなど実績の見せ方を工夫することで、グッと引き立ち、何のデザインなのかを一目でわかるようになります。

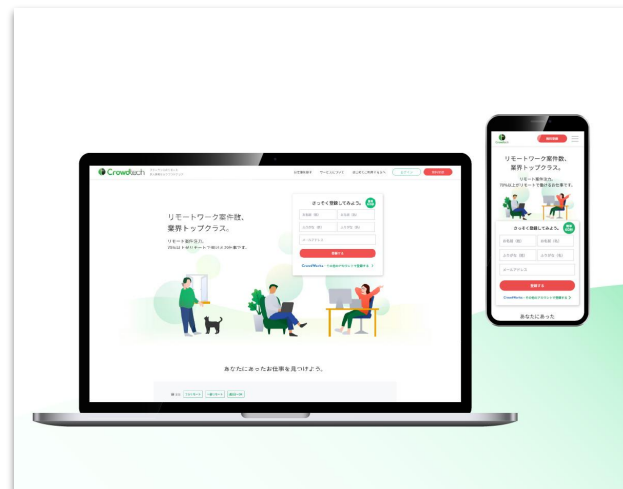
Before

サイトのデザインをただ書き出しただけ



After

デバイスに当てはめてWebだとわかるように



公開・提出時の注意点 - 個人情報

クラウドテックからクライアントにポートフォリオを渡す際、基本的に個人情報（本名など）を伏せた状態で提案します。

クラウドテックに提出するポートフォリオは、本名をイニシャルにするなどして、できるだけ個人情報が入っていない状態で提出してください。

個人情報を伏せる

OK

Y・T（イニシャル）

NG

山田 太郎（本名）
クラウドテック（法人名）

公開・提出時の注意点 - パスワード設定

クライアントの許可を得ていない実績を掲載する場合、「設定」>「パスワード保護」からパスワードを設定しましょう。

ポートフォリオサイトのURLを送る際は、③で設定したパスワードを一緒に送ります。

