



Makoto Sugiyama's portfolio

このポートフォリオについて

この度は貴社のグラフィックデザイナー職の求人に応募させていただき誠にありがとうございます。

ポートフォリオとして今回の応募に際し制作したバナー広告を載せたPDFを添えさせていただきます。

このポートフォリオはAdobe社のPhotoshopとIllustratorを使い制作いたしました。

また、私は今回の応募用ポートフォリオ以外にも職業訓練にて学習し作成したWebサイト制作のデザインを載せたポートフォリオもございます。こちらも、ぜひご高覧いただければ幸いです。

ポートフォリオのURLは、下記の通りです。

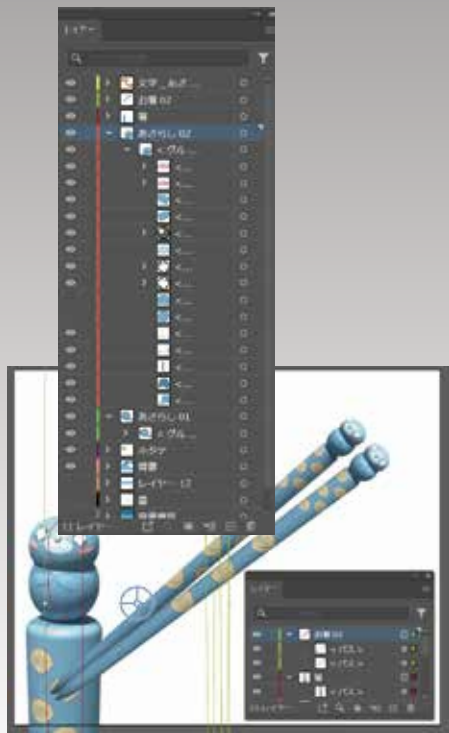
<https://sugiyama-makoto.github.io/>

ご多忙のところ恐れ入りますが、何卒よろしくお願い申し上げます。

目次

1. 架空会社Sugiyama水族館 にて販売する「あざらしのお箸」
2. 架空会社お団子の杉山堂 にて販売する「和の心を味わうお箸」
3. 販売促進広告 若年層向けバナー広告「ゴハンが進むお箸!!」
4. 販売促進広告 感情に訴えるバナー広告「ホラー風広告お箸!!」
5. 販売促進広告 外国の方向けの広告「若狭塗の美は細部に宿る」

1.



▼ターゲット
児童、女性

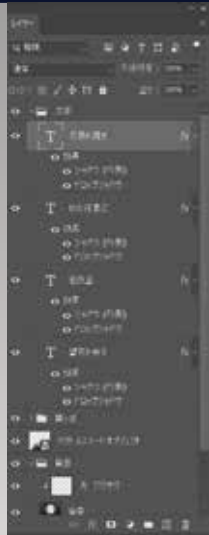
▼詳細説明

この商品は水族館の人気物であるアザラシをモチーフにしました。また、文字をジャンプアップさせ水色に対する補色の赤色でアクセントを入れました。

▼デザインの意図

販売促進としてターゲットに親しみや可愛らしさの印象を与えるために心理学的な効果を考え、丸い形を選びました。また、私がイラストを描ける事を示すため画像のフリー素材を使わず制作しました。

2.



▼ターゲット

男女 30代～80代

▼詳細説明

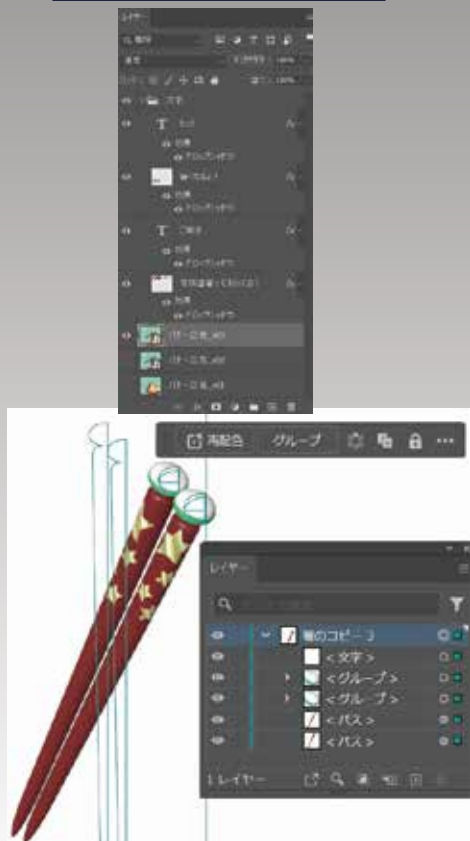
お団子屋さんに卸す若狭塗箸の販促用のバナー広告として作りました。キャッチコピーは若狭塗箸の美しい模様が望月の美しい模様に合うと考え生み出しました。

▼デザインの意図

高級感と上品さを兼ね備えた若狭塗をイメージして「儚げであり凜とした十五夜」が一番良いと考えデザインしました。また、和食や日本文化を愛好する層への訴求効果も望めるものと考えます。お箸やお団子、お盆、水面は私が描きました。

販売促進広告 若年層向けバナー広告 「ゴハンが進むお箸!!」

3.



▼ターゲット
男女10代

▼詳細説明

文字を斜めに遠近感を持たせ躍動感を出すことで、目を引かせるようにしました。また、キャッチコピー読み意味を考えさせる事で印象に残すデザインにしました。

▼デザインの意図

若狭塗箸を知らない若年層へ認知普及を考え制作しました。若狭塗箸が持つ美しさが「特別感をもたらす」いつものご飯を特別な一品へと昇華させる事を知ってもらい、興味を持ってもらう事を狙ってデザインしました。

販売促進広告 感情に訴えるバナー広告 「ホラー風広告お箸!!」

4.



▼ターゲット

男女 10～50代

▼詳細説明

見る人が「なぜ?」と記憶に残してもらえる様に無数の手が箸を求めるホラー広告にしました。箸のデザインはギャップを出しハートを主体にし、人々が若狭塗箸にメロメロであるという事を表現しました。

▼デザインの意図

恐怖は人間の原始的な感情であると聞きデザインに生かしました。人は危険や恐怖を感じる時に身を守るため本能的に物事を記憶します。故に、ホラー風の広告にする事で注意を引き記憶に残す事を狙いデザインしました。

販売促進広告 外国の方向けの広告

「細部に宿る若狭塗の美」

5.



▼ターゲット

観光で訪れた海外在住の方々

▼詳細説明

「若狭塗の美しさは細部に宿っています」と英語で書きました。また、漆器が植物由来のモノなのだと直観的に理解して頂くために植物柄の背景を作成しました。

▼デザインの意図

若狭塗箸は美しく使いやすい箸であり食事の時間をより豊かにしてくれるという事。そして、着物を着た方が若狭塗箸を持つ事で日本の伝統工芸品であり日本文化や歴史を感じることができるお箸であるというメッセージを込めてデザインをしました。

