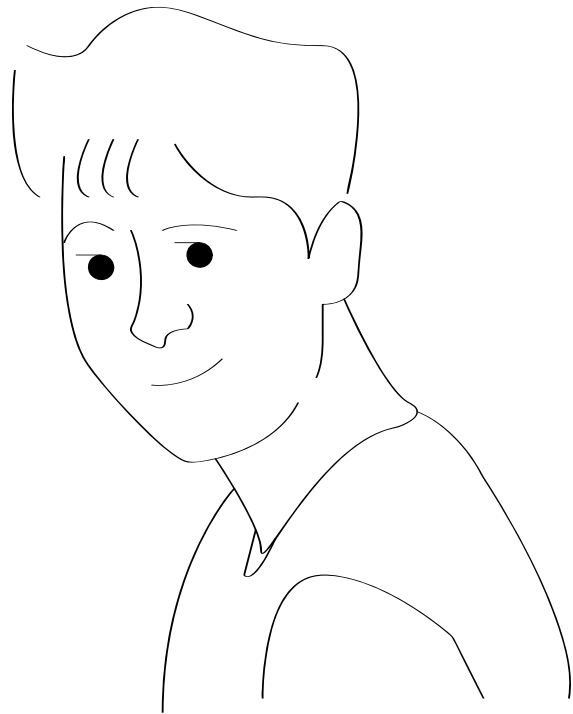


# PORT FOLIO

In MY Design





## 三上太嗣 Mikami Taishi

生年月日： 5月23日

年齢： 20

出身地： 埼玉県

学校： 東京デザイナー学院

グラフィックデザイン学科 広告デザイン専攻

## 自分の性格を生かし、多くの人と関わりたい。

自分の長所であるコミュニケーション力を生かして様々な人と出会い、デザインの幅を広げていきたい。また、自分のデザインをみて世の中のあらゆるデザインに興味を持ってもらいたい。



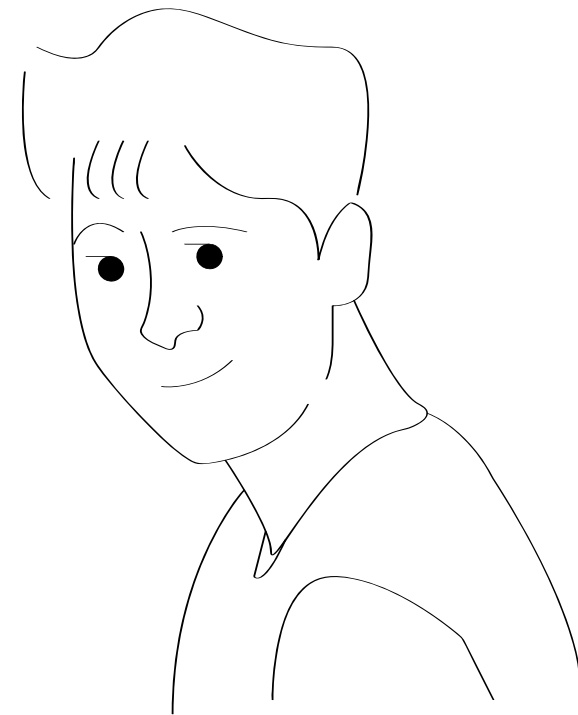
ポスター広告



新聞・雑誌広告



ロゴデザイン



# 駅張ポスター

「二人の時を止める。三郷」

地元に観光客がより来るようなポスター制作。

## コンセプト

イルミネーションの色彩を残しつつ、キャッチコピーが記憶に残るように見せた。  
その際、下のイルミネーションを暗くして見る人の視覚から訴えかける作品に。

## ターゲット

性別、年齢を問わないカップル。

## 制作期間

1週間

## 使用ツール



# 企業広告（クリーク&リバー社）

「さあ、レベルアップしないかー！」

新卒採用のポスター。

## コンセプト

ロボットが魔法使うという固定観念を壊す事で、レベルアップすればなんでもできるようになることを表した。ロボットの手は3Dで制作。

## ターゲット

春から新卒生になる人。

## 制作期間

1週間

## 使用ツール



# 黒霧島広告

「月末は空になる頃、買いに行こうか、黒霧島」

キャチコピーを基にポスター制作。

## コンセプト

夕暮れの写真を使用することでキャチコピーにもある月末を表現しました。

## ターゲット

45～50歳の男性

## 制作期間

1週間

## 使用ツール





# 中吊り広告

「こどもの日SALE ぼくがひくんだ...!」

催事の中吊りポスター制作。

## コンセプト

ららぽーと全店舗で18歳未満の子供限定のくじ引きをして、こどもの日を盛り上げる。キャッチコピーで子供が主役ということを表現した。

## ターゲット

子供がいる家族。

## 制作期間

1週間

## 使用ツール





# 雑誌広告

「寂しいとは言わせない。二度楽しめる男の一人飯。」

雑誌の中綴じを意識して制作。

## コンセプト

一人暮らししている男性に向けて、キャッチコピーを元に制作。ほんだしのキャラクターを使用しポイントをつけた。ボディコピーの文字組も意識した。

## ターゲット

一人暮らしの20代男性。

## 制作期間

2週間

## 使用ツール



一人暮らしをしている、日本男児へ。  
「男の一人暮らしってなんか寂しそう・・・」  
なんて言われたくないですね。  
そんな方達を応援するレシピをご紹介します!!  
豚バラ薄切り肉 80g、白菜 1/8 株 (300g)、

「ほんだし」大さじ1、水2カップ、醤油大さじ1、  
塩小さじ1/4、白髪ねぎ 1/2、小ねぎの小口  
切り 1 本分、しょうがのせん切り 1/4 かけ分  
鍋の後は好みでうどんやおじゃに!!  
これで二度楽しめる男の一人飯の完成!!

香り、コク・味わい、それぞれに優れた3種類の  
かつお節を使用した、“香り高く一番おいしい”  
和風だしの素です。さっと入れるだけで、様々な  
和風メニューの味付けを、簡単手軽に美味しく  
仕上げるすることができます。

【ほんだし】4gスチップ14本入り袋  
内容量 312g (税別420円)