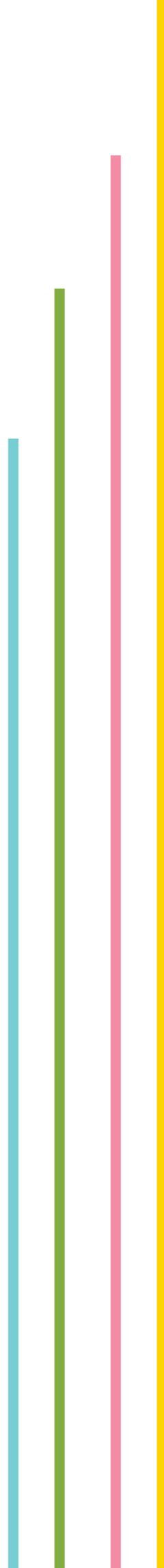


**P O R T**

**F O L I O**

**Kotoha Abe**





あべことは

安部 琴羽

生年月日

2004.12.05

学校

専門学校 東京デザイナー・アカデミー  
グラフィックデザイン学科 グラフィックデザイン専攻

趣味

小説・漫画を読むこと。  
カフェに行くことが好き。兔、猫、犬の動画を見るのが好き。  
最近は、おとな絵本を読むことにハマっている。

特技

一回観たアニメは絶対忘れないこと。

大切にしている言葉

『美しい唇であるためには、美しい言葉を使いなさい。  
美しい瞳であるためには、他人の美点を探しなさい。』  
— オードリー・ヘップバーン —

使用可能ツール



## 相手に『どう伝わるか』を 常に意識できるデザイナー

『人の心を動かすためには、

「どう伝えるか」ではなく「どう伝わるか」を考えなければならない』

と、ある有名なデザイナーが話していました。

どういう風に伝えるかばかり考えていた自分にとって、とても心に響いた言葉です。

デザインを見た人がどんなメリットを感じ、ワクワクするのか。

私がデザインしたものを通じて、それを見た人にワクワクを届けられるような

デザイナーになりたいと思っています。

アドタイジング デザイン

# ADVERTISING DESIGN





## 『それは、超エモいってこと!』

ドア横広告を制作しました。

商品は、『いとエモし。』という本です。「エモい」とはなんとも言い表せない素敵な気持ちになるという意味で、この本の大きな特徴となっている言葉です。読書や和風ものが好きな20代後半女性をターゲットと設定しました。

### POINT

本を読んだ読者の感想を大きく見せた広告にすることで、本自体に興味をもってもらいやすくなるようにしました。それぞれの場所に別々の読者の感想を載せ、背景の色を変えることで見ている人を飽きさせず、違う読者の感想だと感覚的にも伝えられる工夫をしました。

### 商品名・本の内容

『いとエモし。』

筆者：koto

出版社：サンクチュアリ出版

111の古典を超現代風に翻訳し、「エモイラスト×エモいエッセイ」が詰まっています。

### 掲載イメージ

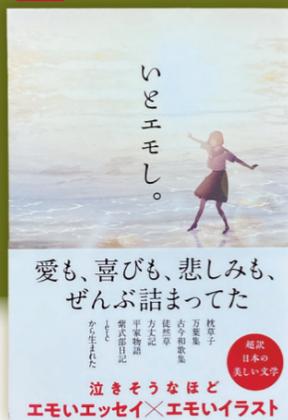


111の古典を  
今どきの言葉に超訳し、  
今どきのイラストに載せている。

# 「いとエモし。」

やられた。撃ち抜かれた。

この本をもっと早く読んでれば、古典の授業をもっと楽しめた気がする...! 歌のやり取りがなんともエモい!! 『手を振ったのは』が一番好きかも。私もこんな出会いしたかったな。



続々  
重版

定価 1,628円(税込)  
ISBN978-4-8014-0118-1

サンクチュアリ出版 〒113-0023 東京都文京区湯島2丁目14-9  
http://www.sanctuarybook.jp/

111の古典を  
今どきの言葉に超訳し、  
今どきのイラストに載せている。

# 「いとエモし。」

昔の人、教科書にででくる人、肖像画の人。それだけで「自分たちとは違う時間を生きた人」と感じていましたが、この本を読むと「同じ時代を生きた人」ではないか、と感じるようになりました! 作者が目の前にいたら、思わずぎゅっとしたくなるような一冊です。



続々  
重版

定価 1,628円(税込)  
ISBN978-4-8014-0118-1

サンクチュアリ出版 〒113-0023 東京都文京区湯島2丁目14-9  
http://www.sanctuarybook.jp/

『いとエモし。』にでてくる歌を一つ選び、自分なりに解釈しイラストを描きました。

本を読み込み、イラストで表すことで商品に対する理解を深めました。

# 88 立つ、断つ、発つ、

「山家集」 723 西行法師

空になる 心は春の かすみにて  
世にあらじとも 思ひ立つかな

私がいた世界は、惑いの世界。

春の霞のように、人を惑わせ、狂わせる。

ならば私は、別の世界で生きましょう。

これまでの世界が、全てではなし。

古きを断つ。そして発つ。







## タオルの魅力は ...!!

クライアントは『株式会社良品計画』と設定しました。

日常に溶け込むようなタオルであることを伝え、無印良品をよく利用する人をターゲットとしています。

### POINT

タオルの「ふっくら感」がよく伝わるように、タオルの畳み方、カメラのピントの当て方、撮影時間、天気こだわりました。

背景には生活感を出すために、大きな窓があり日当たりの良い部屋の物干し場を選んでいきます。



ふっくら長持ち。暮らしに適したタオルです。

繊維長の長い綿を2本使いにしふっくらと織り上げた、やわらかな肌触りのタオルです。  
洗濯を繰り返してもふっくら感が続きます。  
ふっくら長持ち・しっかり吸水・けば落ちが少ない。  
私たちが望んだタオルがここにあります。

ふっくらパイルバスタオル  
税込490円

無印良品



## たまにのご褒美に。

授業課題の制作条件で、ケーキの食品サンプルを使用した商品広告を制作しました。クライアントは株式会社銀座コージーコーナーと設定しています。『自分へのご褒美』ということをコンセプトに会社勤務（新入社員）の20代女性、一人暮らしをターゲットとしました。

### POINT

旬のいちごを使ったタルト広告をイメージして制作しました。ミニタルトは食品サンプルなので、タルトの中身は自分で考え、背景に赤いバラと緑の植物を使い全体が華やかな雰囲気になるようにしています。ホークをチラッと出すことで、「ご褒美として食べる」ということを見る人に感じさせるよう演出しました。

GINZA  
**Cozy Corner**  
銀座コージーコーナー

# 貴方へのご褒美に。

福岡県産「あまおう」の苺をふんだんに使ったいちごミニタルト。ホイップクリームの中には、苺と苺ジャムがぎゅっしりつまっており、トッピングには甘酸っぱいブルーベリーを添えています。

**ストロベリー  
クリームタルト**  
strawberry cream tart

**640円（税込 691円）**



ミルクティと一緒におすすめなんです。

授業課題でお菓子の広告を制作しました。クライアントは、森永製菓株式会社と設定しています。コンセプトは、『ちょっと贅沢な食べ方』です。ちょっとした休憩時間をクッキーとドリンクを手にとり、いつもより贅沢な時間として過ごしてほしい。そんな思いが伝わるようなデザインを考えました。ターゲットは、会社勤務の27歳女性。仕事が忙しい日の小休憩にいつもお菓子を食べている、という設定です。

#### POINT

このチョコチップクッキーは、コーヒーやミルクティーと相性抜群で、森永製菓さんのホームページにも紹介されていました。ミルクティーは写真を使うよりイラストのほうがミルクティーらしさが伝わると思ったので、ペンツールで描きました。背景にバラのイラストを入れることで、贅沢な雰囲気を出しています。

MORINAGA

贅沢な大人の時間

サクッととしたココア生地、ミルクティーと一緒に。

たっぷりなめらかチョコチップ  
CHOCOCHIPS  
Cookie  
【チョコチップクッキー】  
12枚  
2枚パック×6袋  
写真はイメージです

CHOCOCHIPS  
Cookie

マスキングテープ デザイン

**MASKING TAPE DESIGN**





## まるで刺繍！ちぎっ手アート『彩りステッチ』

産学共同授業で、リンレイテープ株式会社様と新たなマスキングテープ8巻セット(彩りシリーズ)のラインナップ拡充を目指しています。ちぎっ手アートに使用することを目的としたマスキングテープ、パッケージのデザインを担当しました。(※ポートフォリオ掲載の許可はいただいています。)



右のちぎり絵で使用した水彩テープ

### 『ちぎっ手アート』とは？

マスキングテープを手でちぎって貼るだけで簡単にアート作品が造れるもの。右の写真は、水彩・クレヨンのテープを使い、実際に自分で貼ってみました。



### 【彩りステッチ / 完成イメージ】



### 【彩りステッチのテープデータ】



自分で刺繍したものをスキャンにかけ、トリミングしました。ちぎっ手アートをしたときに、実際に刺繍をしたかのような作品になることをイメージしたため、あえて光の当たり方を統一しませんでした。

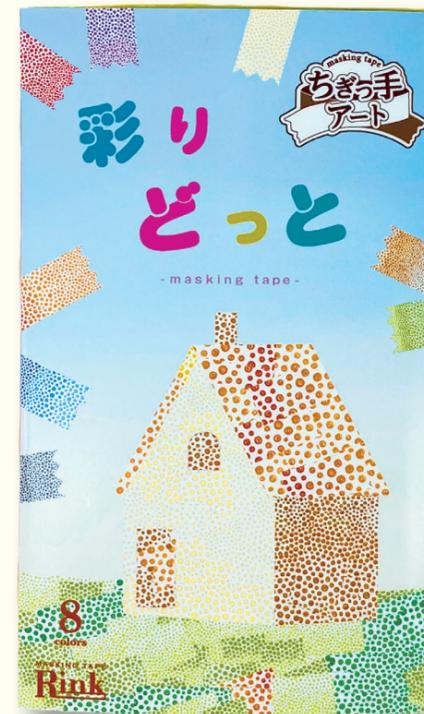
修正した  
デザイン

採用



使用イメージ

クライアントから、  
・縫い目が横向きの方がちぎっ手アートのとき、色の境目が使いやすいのではないかと相談を受け、刺繍の縫い目を横向きに修正しました。  
8色のうち、赤・黄色・緑・青・白黒の5色セットとして採用いただきました。



『彩りステッチ』意外にも、  
『彩り砂絵』『彩りどっと』『彩りボールペン』の商品化が決まり、  
そのパッケージデザインを制作しました。

- ・ちぎっ手アートを実際にした時にどうなるか
- ・中身がマスキングテープだとわかるように
- ・テープのもつ雰囲気を活かせるように

を意識し、ちぎっ手アートの完成イメージをパッケージをみて  
すぐわかるようにしました。

サイングラフィック デザイン

**SIGN GRAPHICS DESIGN**



## 建物の特徴に注目！

パリ・ロンドン・モスクワ・北京・シドニー・ニューヨークを表すピクトグラムをデザインしました。それぞれ、都市の有名な建物を表しています。建物の特徴を抑え、「単純・明快」であることを意識しました。地の色は、「安定感・安心感」を出すためにターコイズブルーのような色にしました。



北京：天壇



パリ：凱旋門



シドニー：オペラハウス



ロンドン：ビッグベン



ニューヨーク：自由の女神像



モスクワ：聖ワシリイ大聖堂

### 参考画像

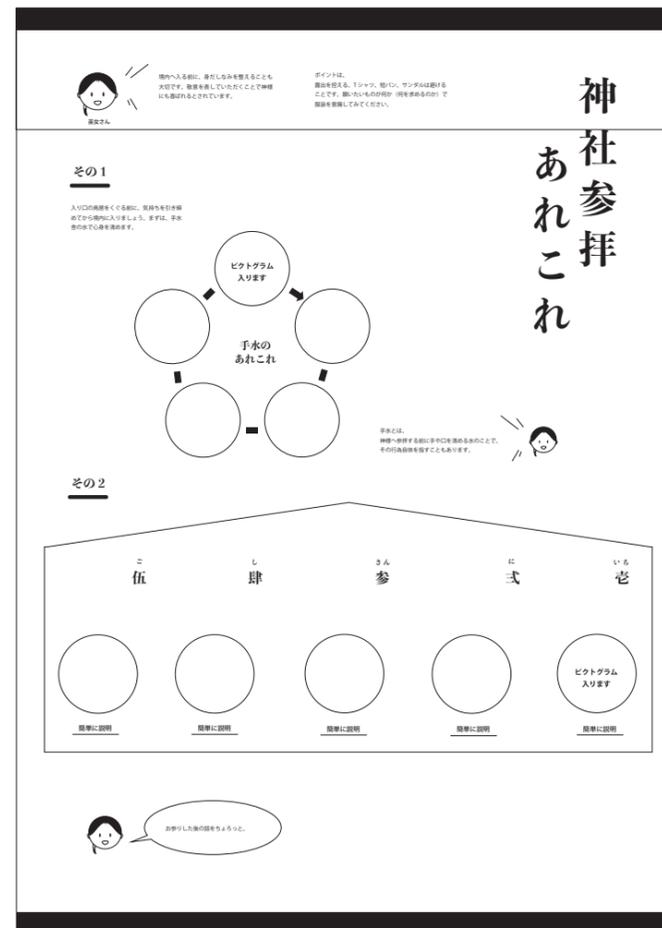


## 意外とあやふや!? 神社参拝作法

神社の参拝方法をインフォグラフィックスでデザインしました。

参拝方法について情報収集し、必要な情報だけを選び載せています。作法(手水・二礼日拍手一礼)をアイコンで表し、フォントや色、装飾で神社の雰囲気を出しています。堅苦しすぎないように、巫女さんがお話し参拝方法を実演しているかのように感じるよう工夫しました。

ラフ(構成イメージ)



構成イメージラフです。  
タイトル、文字情報、アイコンの配置を決めました。

- ・全体的に余白が多い
- ・文字が小さすぎる
- ・アイコンの扱い方

などを改善しデザインしたものが右ページになります。



ご覧いただき、  
ありがとうございました！