



PORTFOLIO

Shimoaka Aya



2021/04~2022/03



下赤 彩

下赤 彩

しもあか あや

東京デザイナー学院 グラフィックデザイン学科
グラフィックデザイン専攻 アドバイジングコース



下赤 彩の 情報

一般情報：

誕生日：2002年4月2日

血液型：A型

出身：群馬県

現住所：埼玉県

学歴：2018年 高崎市立箕郷中学校卒

2021年 群馬県立前橋西高等学校卒

2021年 東京デザイナー学院入学

詳細情報：

趣味：絵を描くこと 音楽鑑賞

ライブ参戦 セルフネイル

特技：写真レタッチ お菓子づくり

基本スペック：

Photoshop：★★★★♡

Illustrator：★★★♡♡♡

Adobe Xd：★★★★♡

東京デザイナー学院卒の叔母、学生時代美術部だった母、絵を描くことが趣味の姉と、自然と絵や美術に触れる機会が多い環境で育った。

何か作品作りができる職業に就きたいと考えていたところ、百貨店のとある広告と、広告デザイン業を題材にした漫画、コピーライトという存在との出会いのタイミングが重なったことでグラフィックデザイナーを目指す。

広告デザイン、雑誌表紙、パッケージのレイアウト等平面のデザインが得意。

また、より良い作品づくりのためにコピーライトと一眼レフを用いた撮影を勉強中。

希望職種

グラフィックデザイナー
広告デザイナー



contents

目次

graphic

グラフィックデザイン

package

パッケージデザイン

Ad

広告デザイン

self-edited

セルフエディット

graphic



▶ size A4 変形 (A4 ワイド) 225mm x 297mm

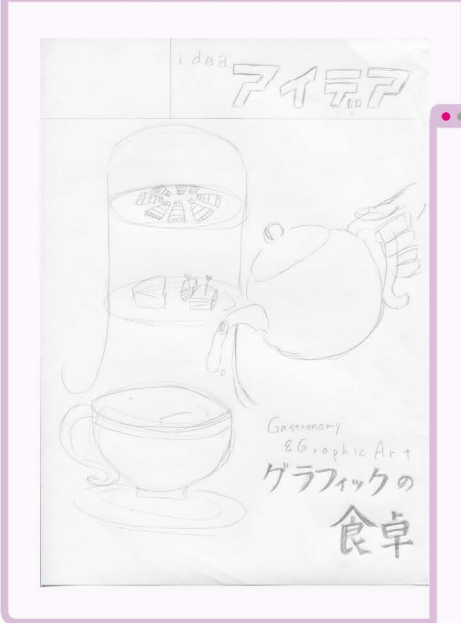
▶ client 誠文堂新光社

▶ target グラフィックデザインに興味がある人

作品説明

「グラフィックの食卓」というサブタイトルに合うイメージをアイデアツリーから膨らました時、食事の食べたものが自分の血肉になる点が、デザインについて学んだことが自分の力になる点で似ていると思った為、食卓に料理や食器と一緒に画材が並んでいるビジュアルを思いつきました。よりアンバランスで不思議な空間にするために、食器の上の絵の具チューブ、そこから出てくる絵の具、カップと中の紅茶など、それぞれを別々に撮影し、合成しました。

ラフコソブ_アフタヌーンティ



ラフコソブ_山盛りの画材



ラフコソブ_コース料理



デザイン決定

コンセプトに沿っていて、かつインパクトがあるコース料理のビジュアルを採用しました。

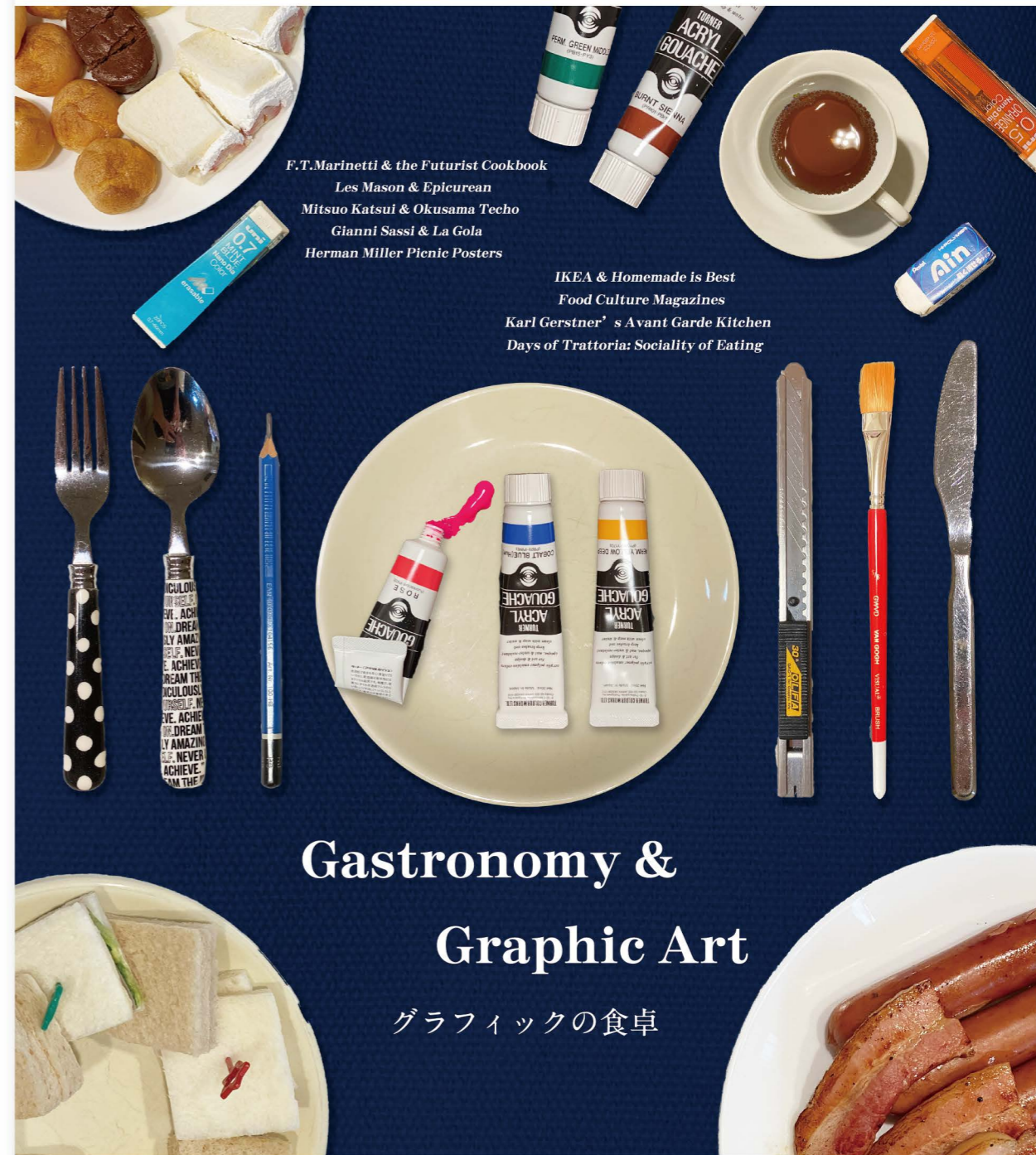
2017年6月10日発行・発売・第65巻・第3号・通巻378号
(季刊)3・6・9・12月10日発行・発売) ISSN 0019-1299

378 2017.7

international
graphic art and
typography

世界のデザイン誌
誠文堂新光社

idea アイデア



F.T.Marinetti & the Futurist Cookbook
Les Mason & Epicurean
Mitsuo Katsui & Okusama Techo
Gianni Sassi & La Gola
Herman Miller Picnic Posters

IKEA & Homemade is Best
Food Culture Magazines
Karl Gerstner's Avant Garde Kitchen
Days of Trattoria: Sociality of Eating

Gastronomy & Graphic Art

グラフィックの食卓

CDジャケットデザイン

Es♡G3

▶ size 120mm x 120mm

▶ taaget 同年代の音楽が好きな若者

作品説明

「死ぬには良い日だった」は儚くて切ない、どこか悲しい雰囲気がある曲で、「素晴らしき世界」は切ないけれど前向きな応援ソングのような歌詞が印象的なので、温かみを感じるかどうかを意識して作りました。「死ぬには良い日だった」は夏かつ花火をしているというビジュアルだけどこか寂しいMVの雰囲気を壊さないよう、少し暗めに調整した写真に無機質なフォントを使用しました。「素晴らしき世界」は前向きな雰囲気や温かみが伝わるように夕日をメインにした写真に、手書きで曲名を入れました。

楽曲詳細

死ぬには良い日だった
作詞/作曲 ビコン 歌 初音ミク

素晴らしき世界
作詞 オーノカズナリ・SPIN・櫻井翔 作曲 松下典由 歌 嵐



graphic

グラフィックデザイン



package

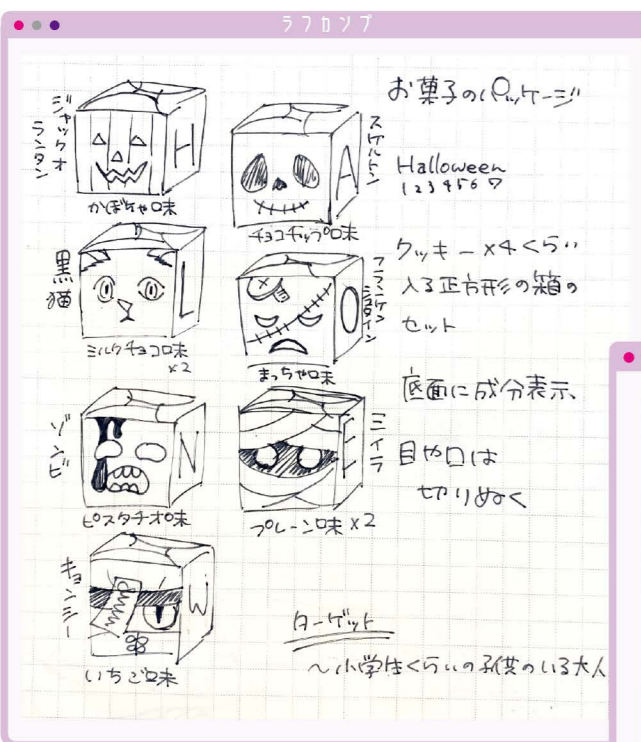
季節のパッケージデザイン

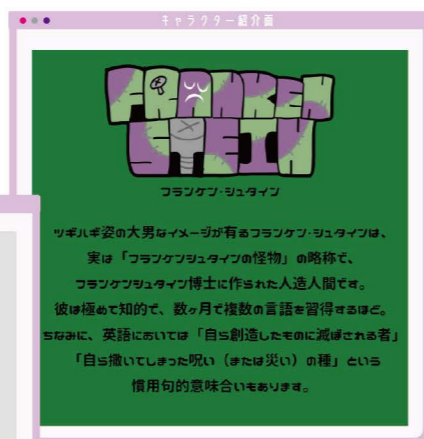
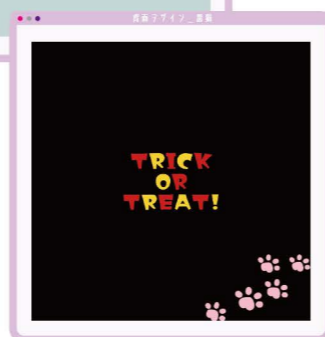
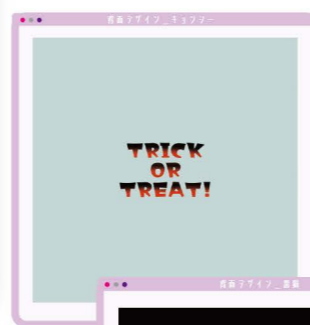
83

- size 100mm x 100mm x 100mm
- target 小学生くらいの子供がいる大人

作品説明

「食べた後も楽しめるパッケージ」を最終目標に、小さな子供とその親御さんが楽しめる、ハロウィーンらしさと可愛らしさが両立できるデザインを目指しました。陳列した時に見える面はキャラクター、横の面にはそれぞれアルファベットとキャラクターの解説を載せて簡単なお勉強やオーナメントとしても使えるようになっています。箱のギミックは少なめですが、蓋のカットを丸くしてあるので小さな子供でも端っこで怪我をする心配のない形状になっています。また、地獄底になっている為、シーズンが終わったら畳んでしまっておくこともできます。





キャラクター紹介

Mummy

ミイラ

ミイラという、包帯ぐるぐるまきの変化したイメージが強いですが、実際の意味合いは人為的に、または自然環境によって形を残している死体のこと。亡くなった遺体の腐敗が早いとゾンビ、乾燥が早いとミイラになります。エジプトでのミイラ作りの製法の中に布で包帯過程があるので、ぐるぐるまきのイメージがつけました。



作品説明

小さな子供とその親御さんが一緒に楽しめることをコンセプトにしているため、とにかく飽きがこないように全ての面に情報を入れつつ、全種類の箱に統一感が出るようなデザインを心がけました。また、おどろおどろしくなりがちなカラーが多いので、怖くならないよう、ポップなキャラクターデザインにしました。

Ad

マステ作品コンテスト広告



- ▶ size A4 (210mm x 297mm)
- ▶ client リンレイテープ (株)
- ▶ taaget 東京デザイナー学院に通う学生

作品説明

「彩りシリーズ」という商品限定のコンテスト広告なので、商品がどのようなものであるか、どんな点が優れているかが伝わるデザインにするために、文章の区切りは彩りシリーズ一作目の「彩り水彩」のテープデザインを使用しました。また、テープをちぎって貼ることで作品を作るので、手作りの暖かみが伝わる柔らかいデザインにしました。



てらてくデザイン

架空のSF映画のポスター広告



- ▶ size B4 (257mm x 364mm)
- ▶ taaget 10代~20代の映画や小説が好きな男女

作品説明

恋愛SF映画をテーマに作成しました。SFらしい写真合成と、昨今の恋愛映画に多い少し落としたトーンのビジュアルを意識しました。バラの写真は全て名画のもので、生きている人間(主人公)と無機質な絵のコントラストがはっきり出るようにしました。



てらてくデザイン



日々を彩るインテリアを
ちぎって手アートの
表現しませんか？

最優秀賞 1名
10,000円
+マスキングテープセット

優秀賞 2名
5,000円
+マスキングテープセット

マスキングテープで
**彩りインテリア
コンテスト**

彩りシリーズ4種類

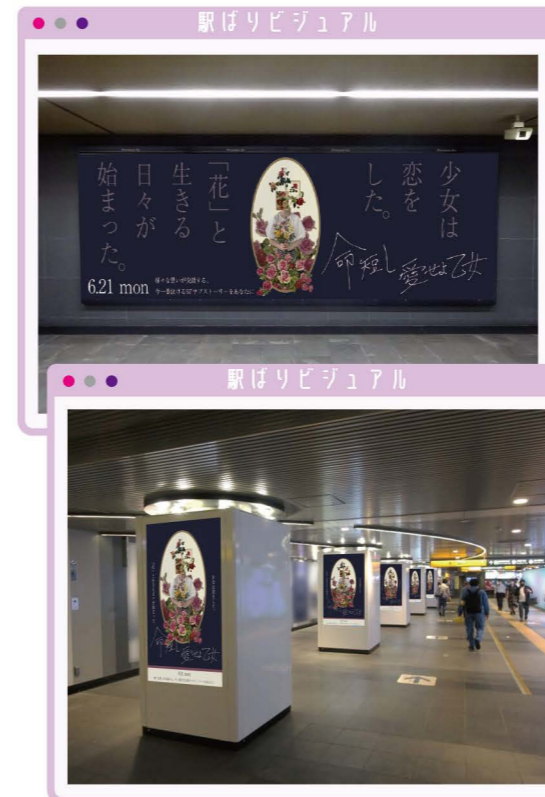
注意事項：TDG学内コンテスト(学科は問いません)
サイズは自由(数は複数個あっても構いません)
使用するマスキングテープはリンレイテープ株式会社の
"彩りシリーズ4種類"の製品に限ります。
(他社のテープを使用した場合は無効となります)
応募作品の著作権は主催者に帰属します。

応募方法：12月14日(火)、15日(水)12時半~13時半に、西神田校舎1F学生ホールにて
彩りシリーズ4種の特別価格販売(定価1100円→500円税込)とエントリー受付を行います

作品提出：1月18日(火)
西神田校舎802教室 9:30~13:00

結果発表：受賞者3名へメールで通知
(表彰式：2月1日(火)12:40~ 西神田校舎ギャラリーにて)
2月1日(火)~7日(月) 西神田校舎ギャラリーに応募全作品を展示
(応募数が多い場合は選抜展示)

主催：Rinko Tape, TDG 東京デザイナー学院
Gd科：産学協同リンレイテープ授業



「花」と生きる日々が始まった。

少女は恋をした。

命短し愛せば女

6.21 mon

様々な思いが交錯する、今一番泣けるSFラブストーリーをあなたに

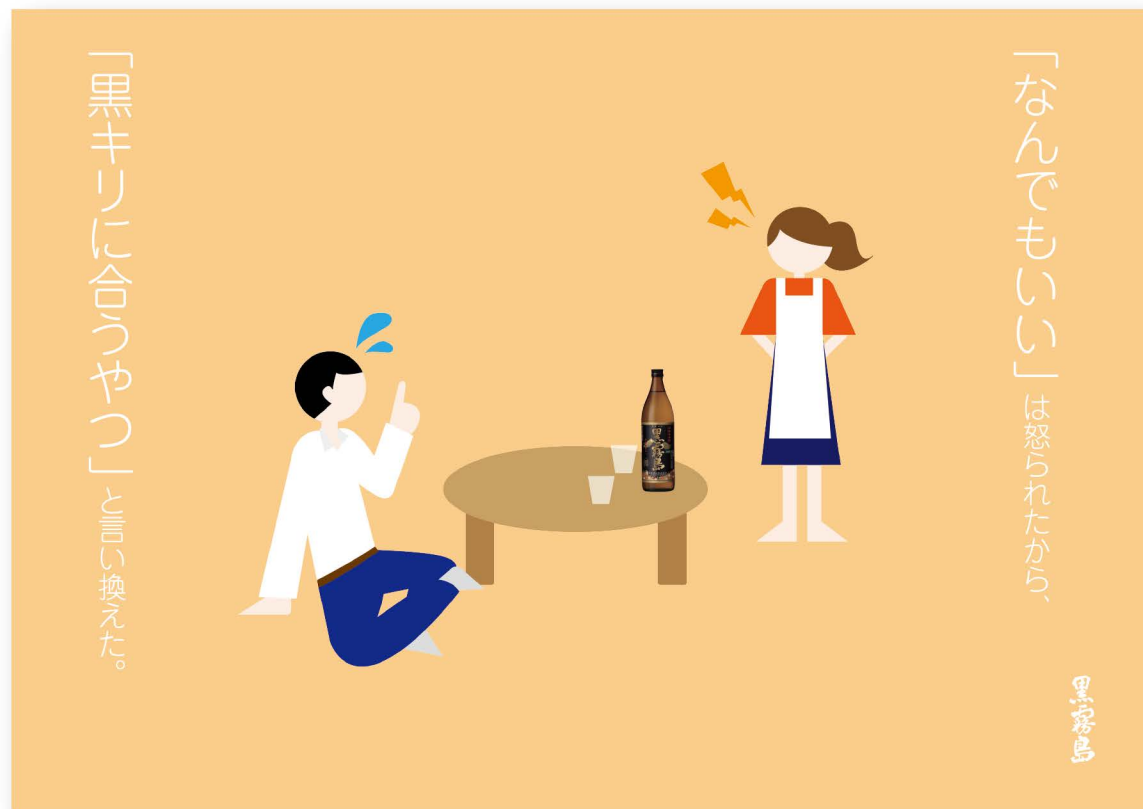
黒霧島のポスター広告

📏❤️📏

- ▶ size A4 (297mm x 210mm)
- ▶ client 霧島酒造株式会社
- ▶ taaget おうちでお酒を飲む大人

作品説明

黒霧島は硬派で大人が飲むイメージがあったため、もっと温かみや飲みやすさを表現したいと思い、イラスト表現と柔らかい色合いを使用して作成しました。昨今の情勢で宅飲みが流行っているため、おうちでお酒を楽しんでもらえるように、共感しやすいシチュエーションを意識しました。



化粧品メーカーの企業広告

📏❤️📏

- ▶ size 511mm x 782mm
- ▶ client 株式会社コーセー
- ▶ taaget メイクをする若い世代の男女

作品説明

企業広告を作る、と考えたときに、Jill STUART は女性向けだったり商品に注目した広告が多い印象を受けました。また、バストアップまでの写真が使われていることが多いことに気がつきました。そのため、あえて”ニュー・ノーマル”の強いインパクトを残すために、目元のアップ写真を使用し、メイクがしっかりと映るようなライティングで撮影しました。



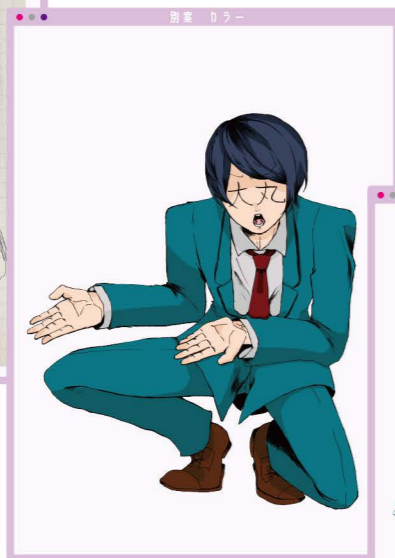
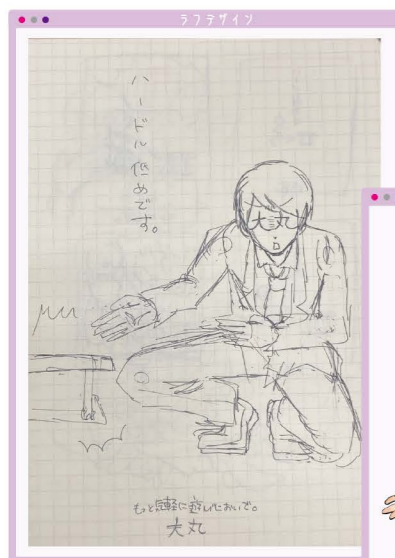


- ▶ size B2 (515mm x 728mm)
- ▶ client 株式会社大丸松坂屋百貨店
- ▶ target 日頃百貨店に立ち入らない若い世代の人

作品説明

百貨店はハードルが高い、わざわざ行く必要がない、と考えている若い人にこそ行ってほしい、という気持ちを込めて作りました。百貨店についてのイメージを友人と話し合ったり、実際に大丸東京店に行ってみたりとリサーチして感じたことは、企業側の考えと消費者の考え方に違いがある、ということでした。「なんとなくハードルが高い、価格帯が高いお店が多い」「百貨店に行かなくても他のショッピングモールやネット通販で購入できる」という意見もありました。しかし、百貨店側はハードルを上げるどころかもっといろんな人に来てほしいと考えており、実際公式サイトはカラフルでみやすく、若い世代に向けた取り組みをおこなっているように思いました。

とにかく若い世代に、百貨店は若者もターゲットにしているということが伝わるように、漫画調でギャグっぽいビジュアルにしました。あえておしゃれなキャッチコピーではなく、伝えたいことを大声で喋っているようなデザインにすることで、親しみやすい印象を与えられるようにしました。吹き出しの中のセリフは、実際に自分が大丸東京店に行ってみて感じたことをそのまま書きました。メインカラーは大丸のロゴの色を使用し、集中線やサブの色にイエローを使うことで、遠目からでも目を引くようにしました。



 DAIMARU

東京店
電話 (03) 3212-8011

self-edited

作品説明

Illustrator の技術向上のためと、苦手意識のあるタイポグラフィ、ロゴデザイン
のスキルアップのための自主制作です。キャッチコピーやメインビジュアルを作
る際に必ず必要になるスキルだと思うので、ふと思いついた言葉や一度没になっ
たキャッチコピーなどで積極的に作成しています。

きみと **話** がしたいから

空
empty

