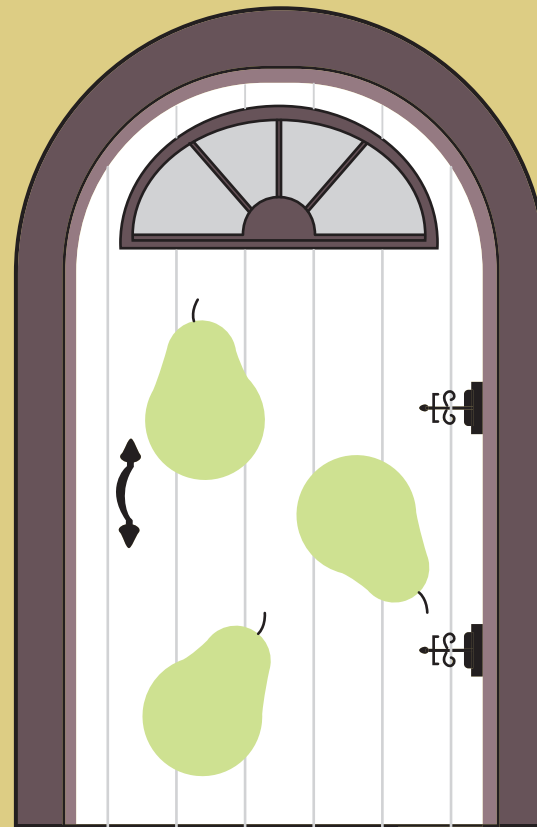


PORTFOLIO

2021-2022

OSADA AKARI



はじめまして！

おさだ あかり
長田明梨です。

私の名前には「明」という字がついています。

この名前は、両親が
「周りを明るく照らすような人になってほしい」
と思いを込めてつけてくれた名前です。

この名前のように

「誰かの心を少しでも明るく晴らすことができるようなデザイナー」

を目指して日々邁進中です！





PROFILE

長田 明梨 OSADA AKARI

1998.5.27
山梨県出身

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所属

- 2014 山梨県立吉田高等学校 入学
- 2017 山梨県立吉田高等学校 卒業
日本大学 文理学部 史学科 入学
- 2021 日本大学 文理学部 史学科 卒業
東京デザイナー学院 入学
- 2023 東京デザイナー学院 卒業見込

幼い頃から絵を描いたり、人に手作りのものをあげるのが好きで「誰かのために作ること」が一番のやりがいを感じていました。違う道を志したこともありましたが、改めて「人のためにデザインしたい、デザイナーになりたい！」と思い専門学校に進学。現在はこの道に来て、今までにはない充実感を得られています。このような環境に居られることに感謝しながら、デザイナーを目指して邁進します！

01

PACKAGE
ホールケーキ型
アドベントカレンダー

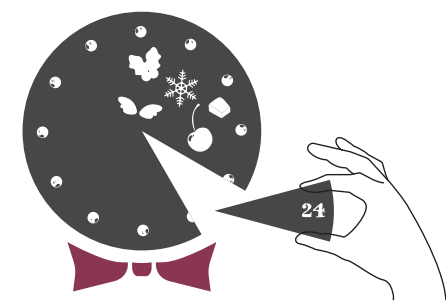
Target ファミリー層、女性の友達同士

Production 本体、外箱、説明タグ

Size 外箱 W120×D220×H195
本体 W1180×D180×H85

複数人でも楽しめる
用途広がるアドベントカレンダー

アドベントカレンダーは
1セットになっているものが多く、
使い終わった後使い道がなくなるものも多い。
そこで、一つ一つ個別になっている形態を考えた。
個別にしたことで複数人でも楽しみやすくなり、
アドベントカレンダー以外の用途でも楽しめる要素
を引き出した。



Whole cake Advent calendar
2022



1



2



1 子供も大人も楽しめるデザイン

様々な年齢層の人が一緒に楽しめるよう、偏らないデザインを意識して作成。

2 異なる側面デザイン

個別の箱になった際にも楽しく使ってもらえるよう、側面デザインも一つ一つ違うものになっている。

3 商品説明を補うタグ

ケーキサーバーをイメージした説明タグ。コンセプトと商品内容、商品写真を掲載。

3



LOGODESIGN

LOGO HISTORY



商品イメージを補うロゴを目指して

商品の中身が直接見えないため、ホールケーキ型の図や手の図を取り入れ、商品形態や、手にとった時の姿がイメージしやすいロゴデザインを目指し検討。

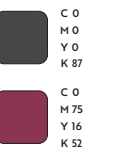
PROPOSED DECISION



Whole cake Advent calendar 2022

商品形態・実際に手にとったイメージの要素が両方入ったロゴ

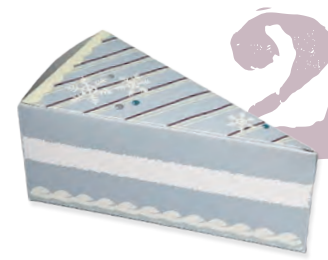
商品イメージが伝わりにくいことを考慮し、2つの要素が入ったロゴに決定。また、商品本体に巻かれているサテンのリボンをイメージした図とカラーを取り入れ、実際の商品との統一性を意識した。



Cake Design Menu



しっとり生クリームのケーキ



雪降夜のケーキ



真っ赤なお鼻のケーキ



ブルーベリーといちごのムースケーキ



誰かの忘れ物? 煙突ケーキ



大きなリボンのプレゼントケーキ



クーゲルのベリーケーキ



柵飾りとたっぷりチョコクリームケーキ



フルーツタルト



いちごと生クリームのクッキーケーキ



ティラミスケーキ



バニラのツリーケーキ



はじける雪だるまケーキ



マカロンビターチョコケーキ



抹茶のリースムースケーキ



甘酸っぱいチェリーのチョコビスケットケーキ



キャラメルプレゼントケーキ



フルーツバイクドチーズケーキ



ベリーベリー・スノータルト



天使のレアチーズケーキ



サンタさんのショートケーキ



キュートなクリスマスクッキーケーキ



サンタさんが待ち遠しい! 煙突ケーキ



Merry Christmas! ケーキ

Cake Design Menu

02

BRANDING

飴細工の商品ブランディング 「飴こち」

Target 子供、10-20代の女性

Production ポスター、ショップバッグ、
パッケージ、リーフレット、ブランドカード

飴こち

(あめこち)

子供、若者に向けて 「可愛い飴細工」の商品を通して 伝統を伝えるブランド

日本伝統の飴細工には、今も昔も変わらず「造り手の遊び心や温かみを物自体から直接感じることができる」という魅力がある。このように、大切な部分は変わらず受け継がれ続けている伝統であるが、新世代にとっては馴染みの薄いものになっている。そのような人に向けて、**飴細工の技術や魅力を伝えるブランド**を立ち上げた。





1 リ サ ー チ

テーマ「日本伝統の飴細工」

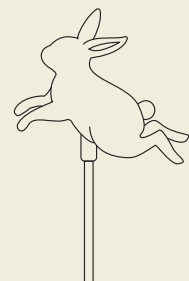
熟した飴を約数分間のうちに、動物や植物の形に仕上げる技術。また、その造形物自体。最小限の道具と手のみで仕上げる

魅力

- ・現代において、目の前で人の手によって作られたものをそのまま手にできることは、誰もにとって、特別な経験や記憶となる。
- ・職人の高い技術力と、遊び心から作られた傑作を食べるという面白さがある。

問題点

- ・屋台などでの販売が減り、目にする機会が減っている。
- ・職人自体の数も減っている。

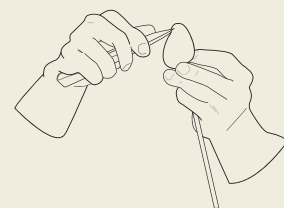


2 伝 え たい 価 値 ・ 魅 力

飴細工職人による
日本らしい
繊細な技術の魅力

飴細工を作る
楽しさや難しさ

一つ一つが手作りという
特別感



3 タ ー ゲ ッ ト ・ 販 売 形 態

飴細工に馴染みが薄い 子供・若者へ向けて

メインターゲット：子供。10-20代の女性。

ターゲット：現代の若者

販売形態

- ・インターネット販売
- ・各地でのワークショップの開催
- ・移動販売、実演販売

4 コ ン セ プ ト ・ 達 成 目 標

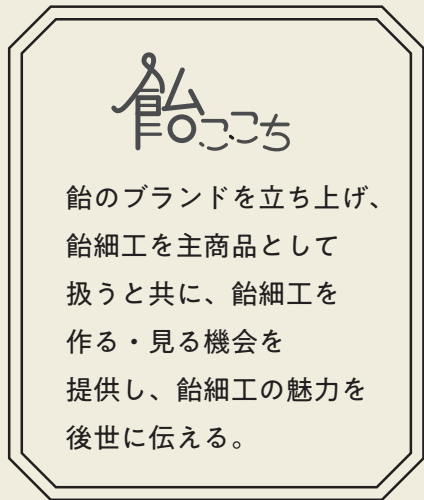
ブランドコンセプト

**飴細工を通して
心踊るような体験を提供する。**

ブランドを通して

「飴細工を作る楽しさ」、「贈る楽しさ」、「食べる楽しさ」を知ってもらい、

飴細工を通して良い体験を提供することを目指す。
最終的に伝統継承の一端を担うことや、後継者問題
解決への糸口となることを目指す。

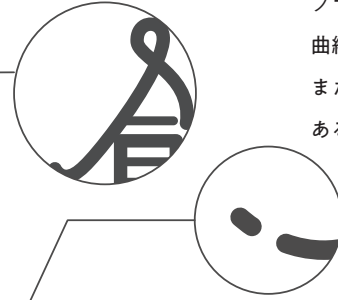


「飴こち」(あめこち)

飴でいっぱいの気持ちになり
幸せになってほしい。

「心地」には、「ある物事に接して抱く心の動き。」
のような意味がある。
「飴」という言葉に「こち」をつけることで、
「飴の気分になる。飴に対して心が動く。」と
いう意味をもたせている。

飴こち



ブランドイメージ
「可愛い」「飴」を丸みで表現

ブランドイメージが伝わるよう、
曲線を取り入れたデザインに。
また、「こち」の切れ目は、ブランドコピーでも
ある「心躍るような」をイメージして取り入れた。

飴 飴 飴
ゴコチ ゴコチ ゴコチ

第1案

飴
ゴコチ

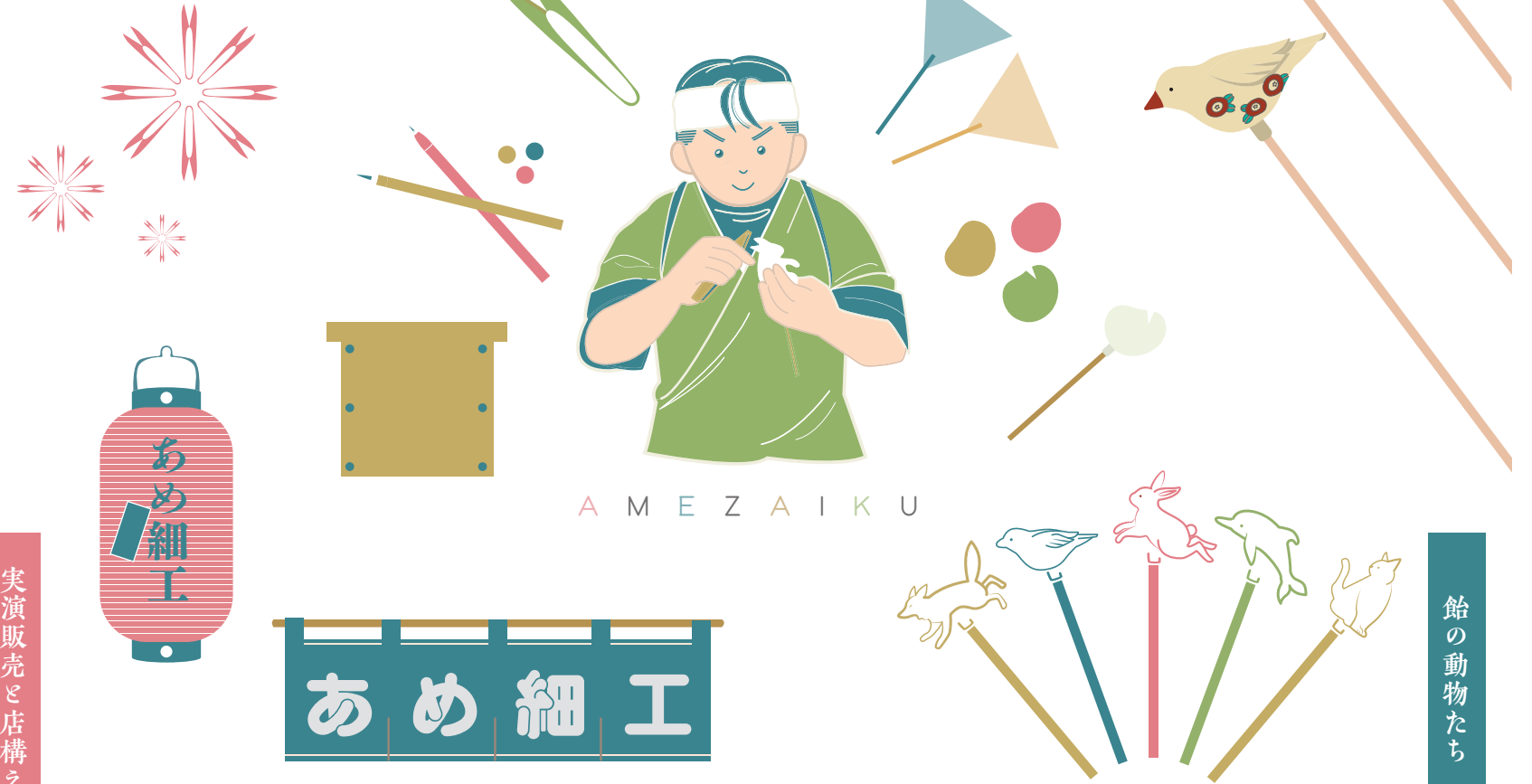
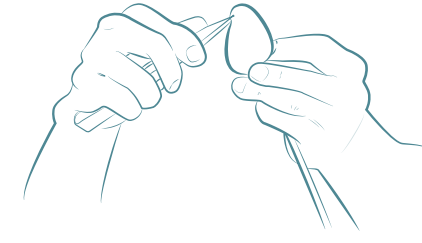
改善案

- ・口に出してより馴染みやすく、より柔らかい
ひらがな表記「こち」での検討。
- ・「飴」の可読性を意識して
装飾を抑えたデザインを検討。

飴 飴 飴 飴
こち こち こち

CO
MO
YO
K 85

	C 5 M 4 Y 12 K 0		C 7 M 62 Y 34 K 0		C 13 M 20 Y 66 K 14
	C 56 M 0 Y 16 K 42		C 40 M 7 Y 71 K 10		



あめ細工

A M E Z A I K U

展開案

メインビジュアル



B3 サイズ W364×H515

ショップバッグ



側面

飴細工に合わせた小さめのバッグ。ワークショップ参加者や、飴細工購入者にリーフレットやカードと共に提供する。

表面
裏面
共通

W150×D80×H200

パッケージ



裏面

表面

ワークショップで作った飴細工を持ち帰る際に使用してもらう簡易的なパッケージ。裏面は印刷なしの飴細工を邪魔しないデザインに。

ブランドカード



表面

裏面

W78×H70

リーフレット（観音折り）

表紙



裏表紙

扉部分



中面



W100×H106

ブランドと飴細工の技術・歴史を伝えるリーフレット

大きく展開できる扉部分では、コンセプト共に飴ここちが提供する「空間」を具体的にイメージさせるようなデザインを打ち出し、中面は飴細工自体の伝統性とブランドの商品にフォーカスした内容になっている。

三角のパッケージをイメージしたカード。裏面はブランドの商品を絵柄として使用し、商品を知ってもらおうと共に、集めたいくなるような楽しいデザインにした。

03

PRODUCT PLANNING

ガラスびんの商品企画「食べヨーびん」

Client 株式会社 大川硝子工業所

Target 美容や健康を意識している人
ヨーグルトを食べることを習慣化したい人

Production ガラスびん

Size 187ml

1日の適正摂取量約100-200g がだいたい食べられるサイズ!

ヨーグルトを楽しく 効果的に食べるためのびん

ヨーグルトには、
「腸内環境の改善」、「カルシウム不足を補う」
などの他、様々な良い効果があるとされている。
また、これらの効果は継続的に食べることで
得られるものであるという。
そこで、「決まった時間に決まった量を食べる」ため
のきっかけとなれるような専用のびんを企画した。



OVERALL DESIGN

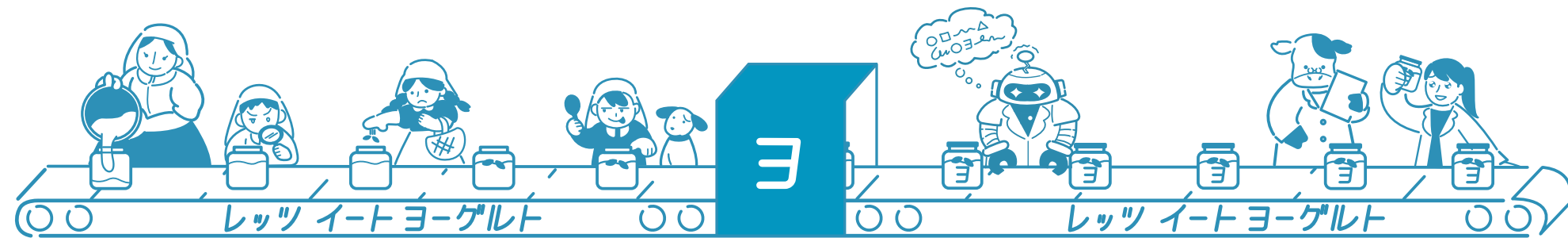
どの向きからも楽しめる、変化のあるデザイン

デザインコンセプトは「ヨーグルト工場」。

びんの形状を活かし、左から右へベルトコンベアが流れているデザインにした。

また、真ん中を起点に左側は過去の人、

右側は現代の人をイメージしている。



「食べヨーびん」とうじょうじんぶつ



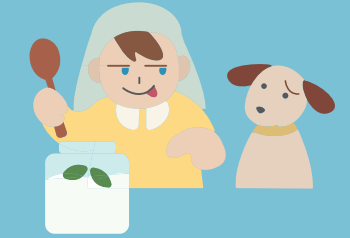
「牛乳を注ぐ女」をモチーフにした女性
工場を経営している女性。一番はじめに
ヨーグルトをびんに注ぐ。



少年1
注がれたヨーグルトを入念に
チェックしている。



少女
ヨーグルトに真剣に
ミントをのせている。



少年2と犬
少年はこっそり盗み食いしようと
している。犬は困っている。



研究者のロボット
美味しいを追い求めるロボット。
ヨーグルトを見て何かをひらめいたよう。



研究者の牛
乳製品には厳しい牛。美味しいと噂
のヨーグルトをチェックしている。



研究者の女性
ヨーグルトに惚れ惚れして
いる。

04

PACKAGE

のし袋シリーズ

Target お祝いに楽しさをプラスしたい人
もっと気軽にのし袋を使いたい人

Production のし袋3点

Size 130×200(3-5万円想定サイズ)

様々な祝福に 楽しさをプラスするのし袋

のし袋には、
礼儀を重んじたフォーマルなものが多い。
そこで、若い人や、ユニークさを演出したい人に向けて
固くなりすぎず使える「のし袋」を企画した。
貰った人、あげた人双方にとって
楽しい思い出として残るように、
ユニークだが使いやすく
お祝いに華を添えるデザイン、カラーを意識した。



巻



心を込めて祝福を「タイヤキ袋」

テーマ：たい焼き

カラーテーマ：あんこ、カスタード

縁起物の象徴である鯛から連想し、
このテーマを選択。
相手を祝福し、縁起が訪れるように願う袋。

式



長寿を願う「カメパン袋」

テーマ：カメのメロンパン

カラーテーマ：メロン、メロンクリーム

長寿の象徴とされ、縁起の良い動物として広く
知られる亀から連想し、このテーマを選択。
長寿を祝福し、縁起が訪れるように願う袋。

参



良い縁結ぶ「オムスビ袋」

テーマ：おむすび

カラーテーマ：日本、水

漢字で「御結び」と書き、
日本人にとって馴染み深いおむすびを選択。
良い縁を願い、様々な面から良い「結」があるように願う袋。

05

EVENT ON CAMPUS 「空想雑貨店」 架空のテーマパークを企画 「This is your day land!」

Target 誕生日を特別な日にしたい人
テーマパークが好きな人

Production ガイドマップ、チケット、
ガイドマップスタンド

誕生日をテーマに 誰もが一度は訪れたい テーマパーク目指し作成

テーマパークは現実を離れて楽しめる夢の世界。
このような多くの人に夢を与えられるような場所を
自身でプロデュースしてみたいと思い、
誰もが必ず迎える特別な日「誕生日」をテーマに
テーマパークを企画。
誰もが一度は訪れたいような場所を目指し様々な
工夫を凝らしてデザインした。

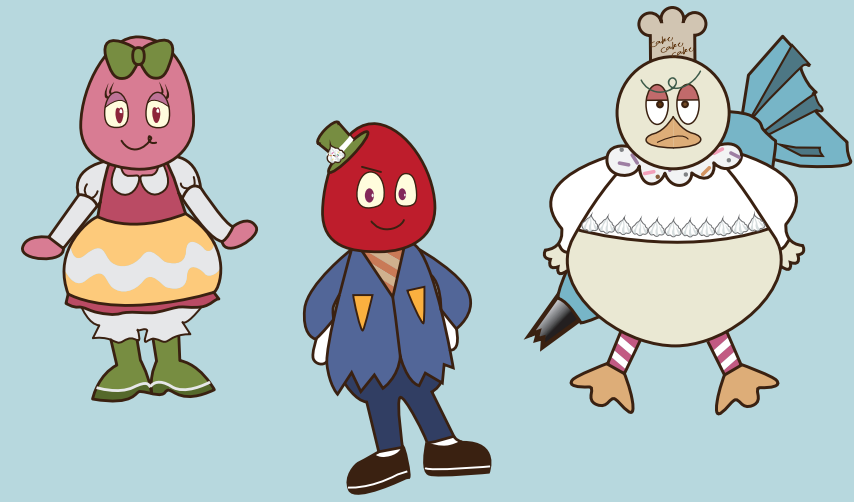




GIDE MAP

IMAGE CHARACTER DESIGN

ベリーム・フロッグ・デコラ



「いちご」と「パティエ」をテーマにした

3体のキャラクターを作成。

テーマパークの世界観を演出する必要な顔として、

ケーキやロウソク、パーティーを意識した模様や図形を

取り入れた。また、印象に残るように遠くから見た際も

目立つカラーや形を意識して作成した。

MATERIALS COLLECTION

アトラクション・その他の看板
オリジナルブラシ、写真素材

テーマパークの賑やかさを

演出するための様々な素材を作成。

アトラクションの看板はリアリティーさと

立体にした際に映える・目立つもの

を意識して作成した。



カラフルで楽しい、 美味しそうなガイドマップ

テーマパークのシンボルである「巨大ケーキのフォトスポット」を表紙に採用。

そこに、人物を合成し実際のイメージに近づけた。

装飾には主に「誕生日ケーキをイメージしたクリーム」を使用。

楽しく、美味しいガイドマップを目指した。

コンペ作品 大丸百貨店ポスター

Client 大丸松坂屋百貨店

Theme 「Think! 百貨店」

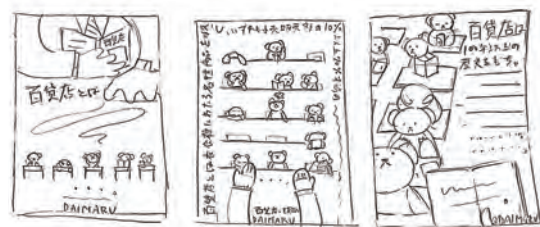
Target Z世代

Production ポスター

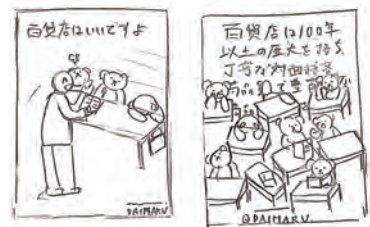
Size B2 728×515

百貨店の本当の気持ちを表現したい

現代の若者たちにとって、百貨店の認識は様々であると思うが馴染みがなく興味がない、そもそも存在を知らない。そんな若者も多いのではないと思う。百貨店は表面上、高級感があり近づきにくくイメージを持たれがちだが、若者を歓迎しており、楽しめるような魅力も持っているのである。このような、両者のうまく通じ合わない現実の姿と、百貨店側の本当の気持ちを学生と教師の姿で表現した。



DESIGN PROPOSALS



ROUGH DESIGN



百貨店は100年
以上の歴史を持ち
丁寧な対面接客
高品質な商品を取っ
替えて特別な購買体験を
提供しています。

DAIMARU 東京店
電話 03-3212-0011

08

MAGAZINE EDITING リトルプレス 「WATASHI NO OMIYAGE BOOK」

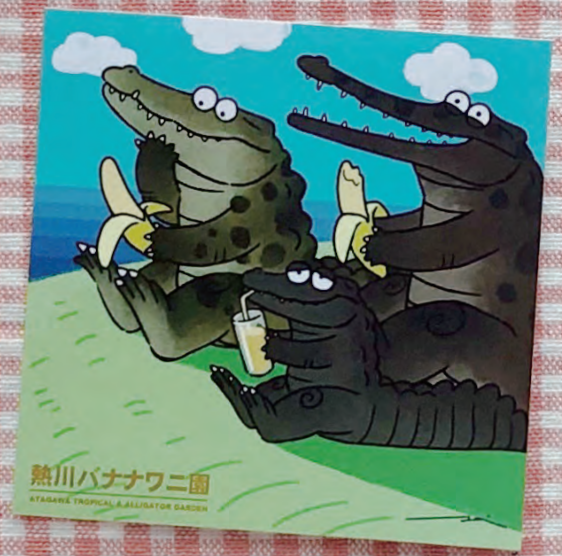
Target 旅行好きな人、物を集めることが好きな人

Production 小冊子

Size 四六版 127×188

44種を収録! 「おみやげ」を思い起こす きっかけになる本

現代では、「おみやげ」を鞆や携帯などに
つけている人をあまり見かけなくなった。
それは自身にも言えることであり、机や袋の中
のおみやげは日の目を見ないまま眠っている。
しかし、「おみやげ」にはその地の魅力や飾りすぎな
い懐かしさ、その時の思い出が詰まっている。
みなさんの手元にも必ずあるおみやげを思い起こす
きっかけになりたくて作った1冊となっている。



09

PACKAGE

ハロウィン お菓子のパッケージ

Target 大人から子供まで温かいデザインに惹かれる人

Production 外箱、中箱2

Size 外箱 W150×D80×H45
中箱 W80×H70



本物のかぼちゃを 取り出しているような 世界観を演出

ハロウィンのシンボル「かぼちゃ」に着目し、
「農家からのハロウィンの贈り物」をテーマに作成。

本物のかぼちゃを木のコンテナから取り出す
ようなイメージでデザインした。

「温かさ」を意識し、直線ではなく手書きのような
ブラシを使用。また、ラベルはシール印刷し
農家の人が実際貼っているように仕上げた。



10

PACKAGE

カップ麺リメイク「寝前一杯」

Target 寝付きが悪い人、睡眠前に心を落ち着かせたい人

Production 蓋デザイン、側面デザイン

快適な睡眠を迎えたい人に向けて リメイクパッケージで親近感

レイアウトの練習として

日清食品「出前一丁」のリメイクパッケージを作成。
商品内容の睡眠促進の効果を感じとってもらうため、
寝る前の落ち着いた雰囲気やゆったりしたイメージ
に合う寒色系のカラーを採用。

また、モチーフも「月」、「羊」、「枕」、「ランタン」など
商品内容に合わせて選択した。





グラフィックデザイナー

おさだ あかり

長田 明梨

〒101-0065
東京都千代田区西神田2-5-6
東京デザイナー学院

gdr3.a.a.osada@gmail.com



最後までご覧いただき、ありがとうございました！

