

The image features a white background with abstract teal shapes in the corners. In the top right, there are several overlapping, curved teal shapes. In the bottom left, there are two large, overlapping teal shapes that resemble stylized leaves or petals.

PORTFOLIO



中村玲菜

Nakamura Reina

グラフィックデザイン学科 グラフィックデザイン専攻

- 出身地⇒愛知県
- 生年月日⇒2002年4月20日
- 好きな食べ物⇒苺、オムライス
- 特技⇒声モノマネ、百人一首、細かい作業
- 趣味⇒多趣味なので、アニメの模写やイラストを描いたり、運動や読書、料理をしたりと色々なことに取り組んでいます。
- 授業で学んでいること⇒インフォグラフィックス、イラストデザイン、写実実習、表現基礎、タイポグラフィ、クロッキー、広告デザイン、キャッチコピー、産学共同授業
- 使用できるアプリ



広告

地域広告 | サイズ：縦 1030mm × 横 728mm

地域の観光ポスター

地域の観光ポスターを自分の地元の町で作りました。有名な駅ではないからこそ静かで落ち着いていて、心安らぐようなところが魅力になっています。

コンセプト：自然を感じる場所

ターゲット：忙しい生活をしている方へ

舞岡

花の舞う岡 舞岡
目を閉じれば
きこえてくる風の声
鼻をくすぐる森の香り



企業広告 |

キッコーマン

キッコーマンさんの歴史ある調味料は万能で多くの主婦層の味方になっています。

その様子を子供とお母さんのヒーローという対比を用いて30代から40代的主婦の方に共感してもらえるような広告を作りました。

コンセプト：「ヒーロー」

ターゲット：主婦の方

制作年：2021年10月

僕のヒーローはテレビの中にいる。
ママのヒーローは台所の中にいた。



商品広告 | サイズ：縦 297mm × 横 420mm

マルコメ株式会社

味噌は多くの種類があり、それぞれの故郷の味として懐かしさと温かさを優しい雰囲気のアラストで表現しました。

コンセプト：「温かさと懐かしさ」

ターゲット：20代から40代

制作年：2021年10月

他のキャッチコピー案：

- ・甘味、苦味、懐かしみ、新しい味がそこにある。
- ・醤油をひとさじ、愛を少々。
- ・てんこ盛りの愛を食卓に。



marukome
日本のあたたかさ、米魂へ。

「おかえり。」
あなたを待ってる味がある。



あみこ 料理の味



あみこ 味噌こし



あみこ 味噌のまろ



あみこ 味噌合わせ

<https://www.marukome.co.jp/ekimiso/>

黒霧島

黒霧島は様々なジャンルの料理にも合い、食材本来の味わいをさらに引き立てる商品という情報をもとにどんな色にも合う黒をキャッチコピーに加えました。そして、夕方が終わり、夜に入ること大人な時間が始まるという様子をビジュアルで表現しました。

キャッチコピー：「夕日が沈めば黒がやってくる。」

ターゲット：会社帰りの方

制作年：2021 年月

他のキャッチコピー案：

- ・初めての一杯は4人だった。その次の一杯は1人だった。
そして2人になり、また4人になる。私を支える味になる。
- ・縁を結ぶ、味を結ぶ。

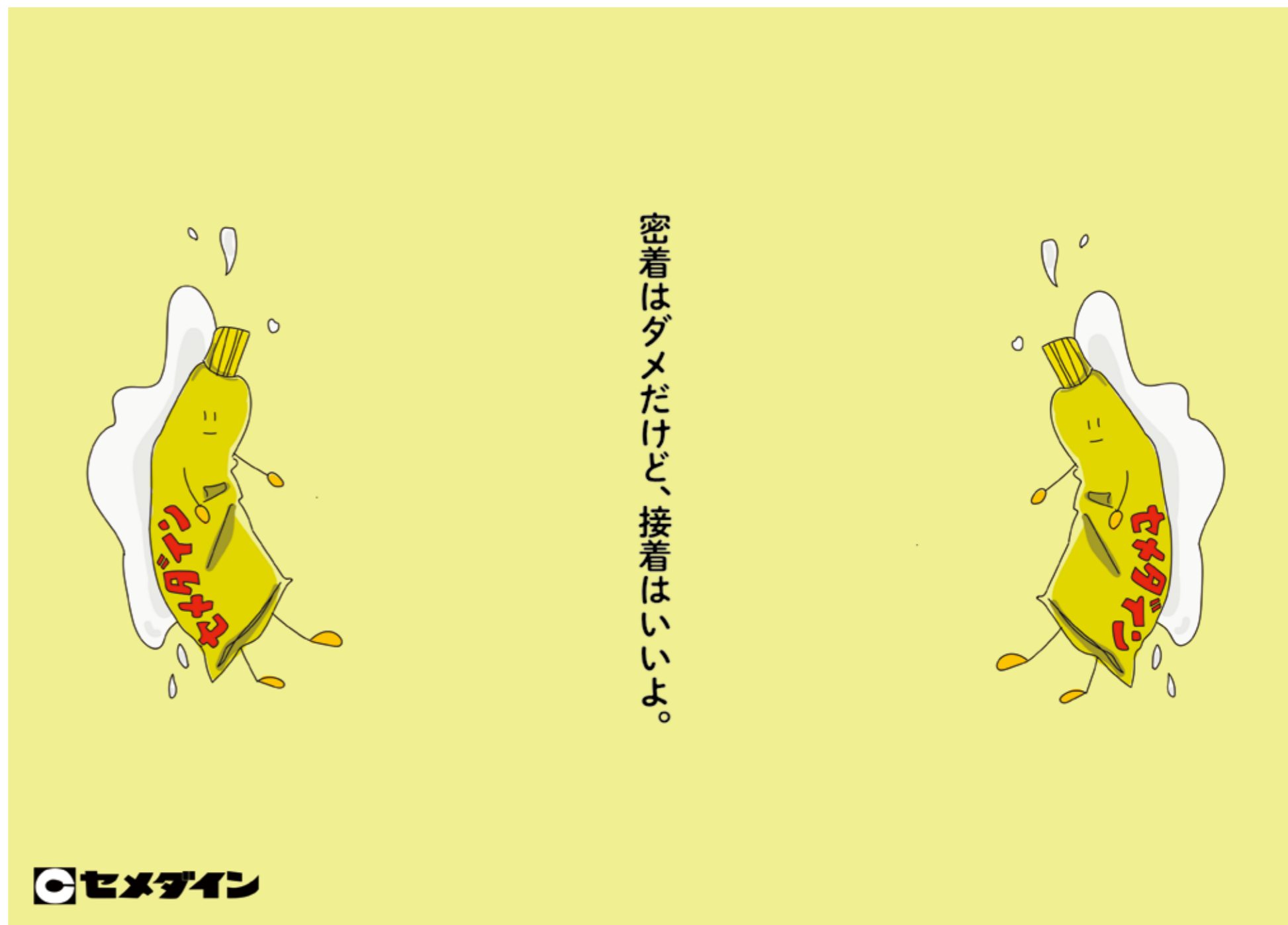


セメダイン

このご時世だからこそ、密着は出来ませんが、
接着はできるよ。というのをイラストで作りました。
より多くの世代に認知してもらえるように
イラストで軽めに表現しました。

コンセプト：くっつく

ターゲット：若い世代の認知度を高める



キッコーマン

キッコーマンさんの歴史ある調味料を時代が流れていくのが分かるような場面を作りました。小さい頃と大人になった頃には環境も好みも違ってきます。そんななかでも変わらないキッコーマンさんの味を表現しました。

コンセプト：「ヒーロー」

ターゲット：主婦の方

制作年：2021年10月

ねん くみ なまえ

1. ぷりん+しょうゆ＝

2. まんごー+しょうゆ＝

3. あいす+しょうゆ＝

こたえ.

年 組 名前

第一問 プリン+醤油＝

第二問 マンゴー+醤油＝

第三問 アイス+醤油＝

答え.

中吊り広告 | サイズ：縦 364mm × 横 1030mm

クリスマスセールのギミック広告

クリスマスカラーである緑、白、赤を主に使ってAiで作りました。
また、クリスマスが近づくと感じるワクワク感をギミックを使い、
下の部分に凹凸があることで表しました。クリスマスのワクワク感
を感じ取ってもらえたらいいなと思いました。

コンセプト：楽しいクリスマス

ターゲット：イトーヨーカドーさんにお買い物にきているお客さん



イトーヨーカドー

11.15^{mon}
▽
12.25^{sat}

中吊り広告 | サイズ：縦 364mm × 横 1030mm

calbee ポテトチップス青春の塩味 商品広告

塩味という爽やかな味と青春の味を合わせたオリジナル商品の商品
広告を作りました。目があった瞬間に周りの音を感じなくなり、時
が止まったように感じる様子を表しました。s

コンセプト：青春の味

ターゲット：10代から30代

Calbee



君を
追
い
も
と
め
て
い
た
ん
だ。



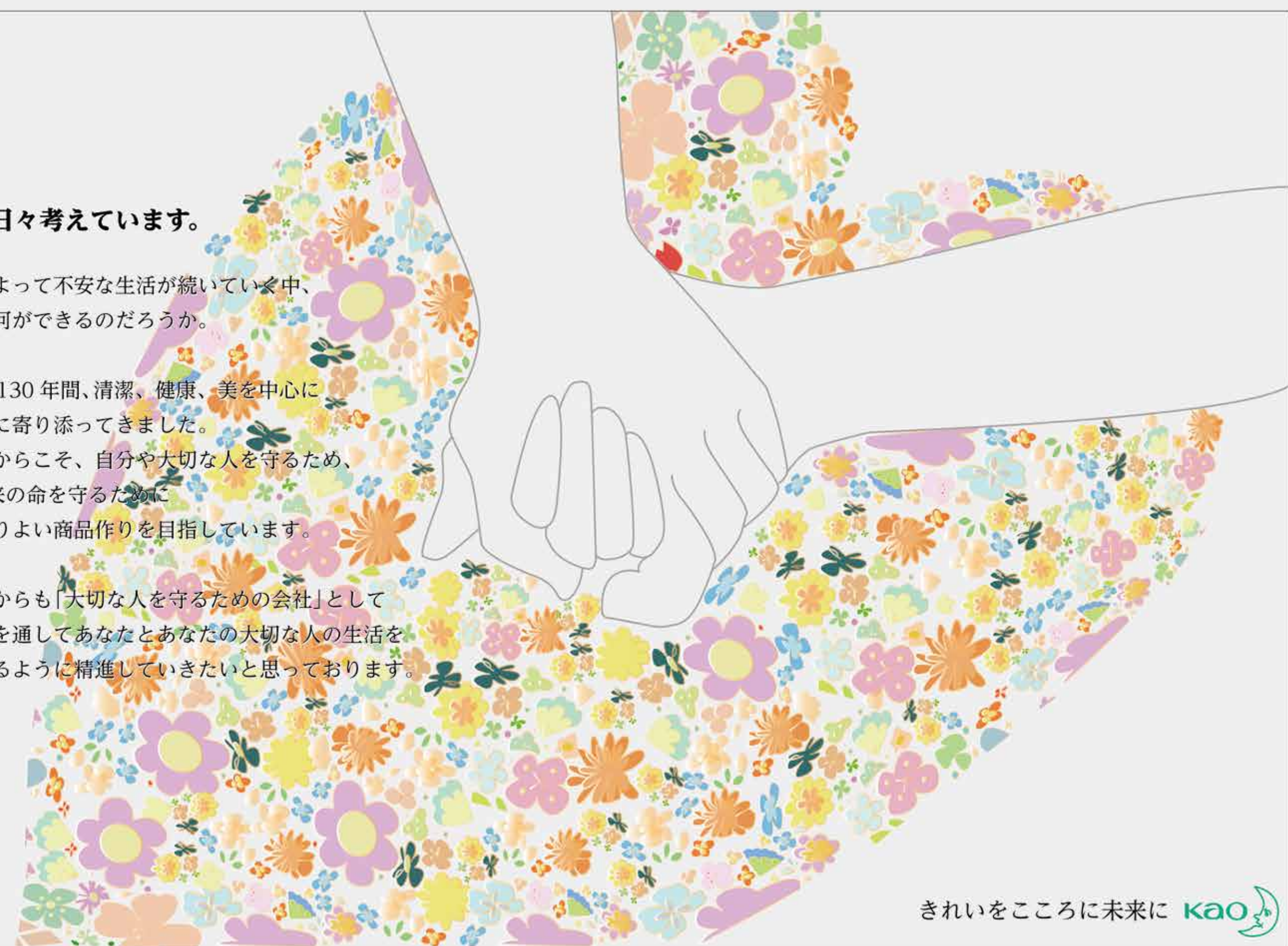
企業広告（新聞） | サイズ：縦 546mm × 横 406mm

花王

コロナ禍であるからこそ、多くの人に大切な誰かを守るための商品として利用して頂きたいという花王さんの企業広告を作りました。

サブコピー：「未来を考える、今。」

ターゲット：全世代




私たちは日々考えています。

コロナ渦によって不安な生活が続いてい<中、
私たちには何ができるのだろうか。

私たちは約 130 年間、清潔、健康、美を中心に
時代の変化に寄り添ってきました。
この時代だからこそ、自分や大切な人を守るため、
そして、未来の命を守るために
私たちはよりよい商品作りを目指しています。

花王はこれからも「大切な人を守るための会社」として
多くの商品を通してあなたとあなたの大切な人の生活を
守っていけるように精進していきたいと思っております。

きれいをこころに未来に  kao

その他

立体作品 | サイズ：20 × 20 の箱の中

夏の日の夜

今回はミニチュアで懐かしさの感じる中にもどこか温かさを感じるような作品を作りました。夏の夜というのは長くあってほしいと思うのと裏腹にとっても短く感じます。

コンセプト：懐かしい日の夜

制作時間：約3日

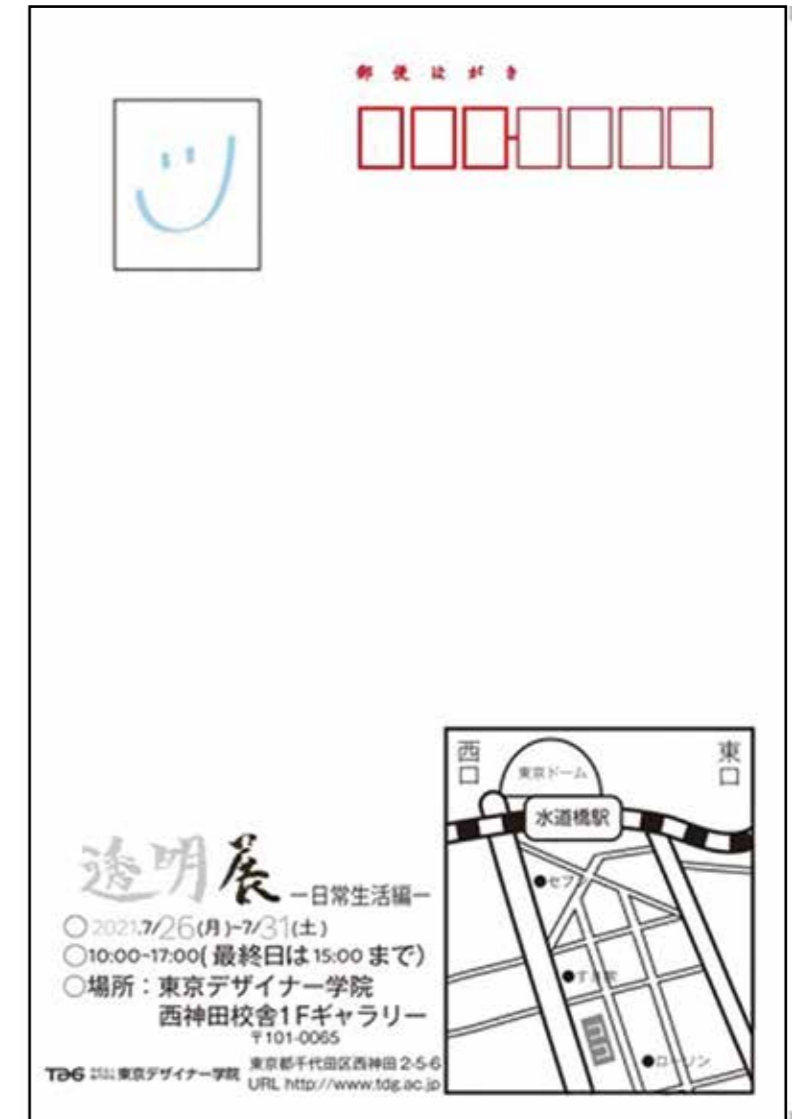




材料：木製スティック、画用紙、竹串、樹脂粘土、ビーズ、
アクリル絵の具厚紙、写真フレーム、アートボード、キャ
ンドルライト

透明展

今回、実際に展示会を行うことを想定してDMを作りました。人は情報を得るとき、80%以上を視覚から取り入れています。そこで、身近なものの色が失われた空間でどのような視点から空間を捉えるのかと考えさせられるような展示会になっています。この展示会で異なった視点でモノを見ることによって、型にとらわれず、あらゆる角度からそのモノの本質を見極められるようになります。そして、この展示会を通して人生や考え方においても新しい視点から問題を捉えられるようにという意図があります。



コンセプト：「異なった視点」

ターゲット：20代から40代

左から DM 表面
DM 裏面
宣伝用配布ステッカー



右のステッカーは透明になっている。

POP DESIGN | サイズ：141mm × 92mm

pop デザイン

今回は pop デザインを 2 種類作りました。ハチミツも入浴剤も「温かい」「優しい」というイメージから手描きならではの温かさと共に色合いに暖色系を使うことで表現しました。



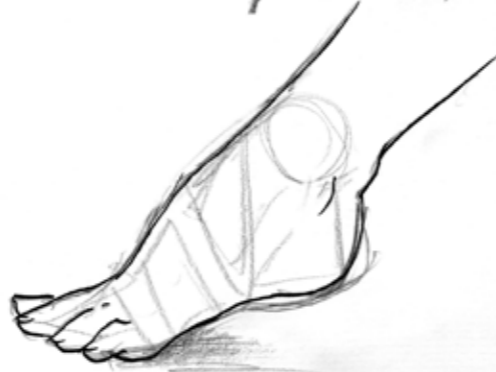
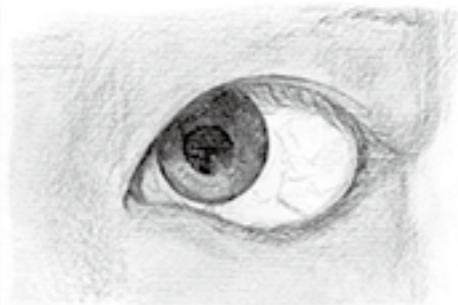
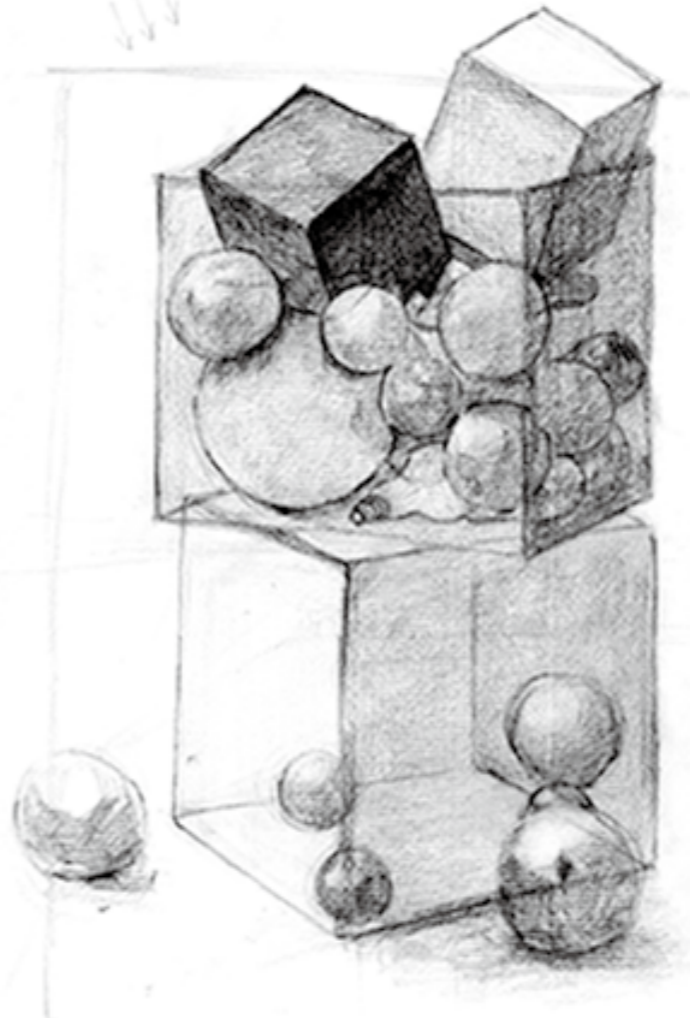
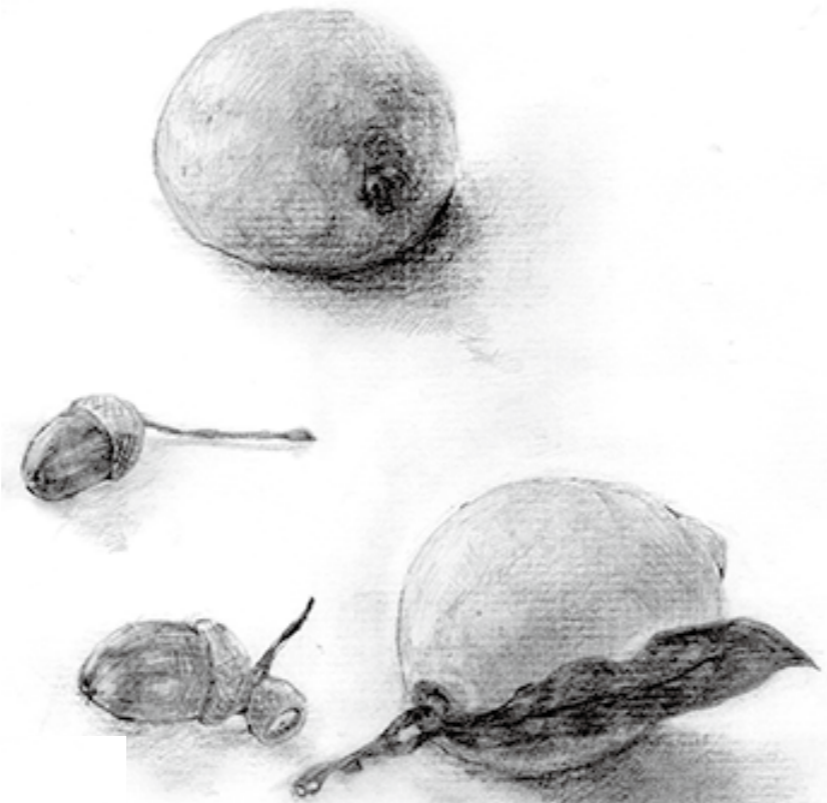
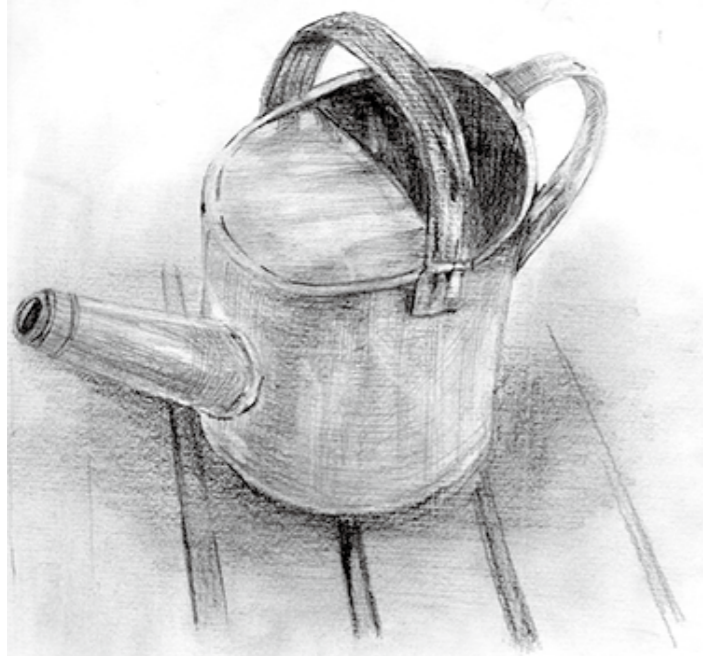
コンセプト：「温かい」

使用道具：色鉛筆

ターゲット：他の商品を買いにきたお客さん

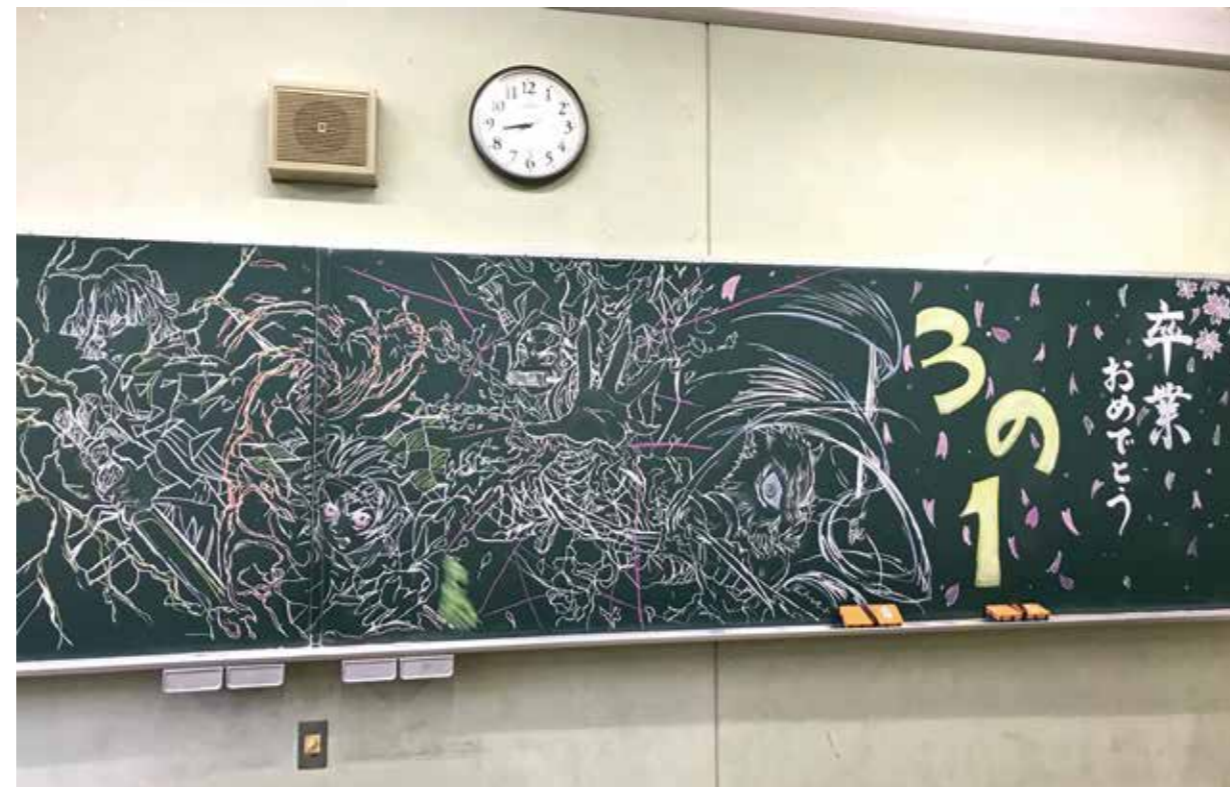
クロッキー





高校生の頃の作品・クラフト





最後に

ご覧いただきありがとうございました。

小さい頃からものづくりが好きで、色々なことに興味を持ち、挑戦してきました。人は視覚を通して多くの情報を得ています。しかし、物の本質は目に見えるだけではないと私は考えます。私は見るだけでなく、そこにあるストーリーを込めたデザインを、そして見る人だけでなく、自分自身もワクワクできるようなデザインを作れるように日々知識や経験を身につけられるように勉強して

いきたいと思っております。



[mail:gdr3.d.r.nakamura@gmail.com](mailto:gdr3.d.r.nakamura@gmail.com) pando