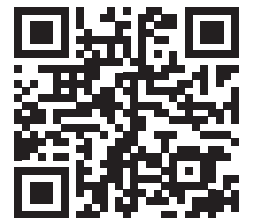


FUKUOKA'S PORTFOLIO

# PROGRESS

Web Portfolio



# PROGRESS

私の大学でのデザインの学びは、「進歩」の連続でした。  
様々なコンテンツのデザインを実践し、  
「思いをかたちにする力」を身につけてきました。

## About ME



## 福岡 遼

Ryo FUKUOKA

専修大学 ネットワーク情報学部  
コンテンツデザインプログラム

私の作品は、シンプルなデザインの中で、「整列」や「フォント」など、デザインにとって大切な要素に対し、妥協せず、細部までこだわっています。

Webサイトに関しては、私が中学生の頃に初めて叔父が経営する酒屋の Web サイトをデザイン・制作してから約10年の運営実績があります。現在も、アクセス解析で得られたユーザの行動を分析し、ユーザが必要な情報をスムーズに得られる構成を検討して改良を続けています。

### 得意分野

- HTML5・CSS を用いた Web サイトの実装
- ユーザ視点での情報の視覚化

## Index

### 1. WEB

### + グラフィック

「わーどしゃべる」(プロジェクト学修・グループワーク)・・・ P.3-6

### 2. WEB

大磯 芦川酒店 公式 Web サイト (個人ワーク)・・・ P.7-8

大磯産業プロジェクト 「大磯のあまざけ」 Web サイト (個人ワーク)・・・ P.9-10

シティプロモーション Web サイト (基礎演習・個人ワーク)・・・ P.11-12

東京 2020 に向けたデザインの提案 (基礎演習・グループワーク)・・・ P.13-14

「葉°ずる」プロモーション Web サイト (応用演習・グループワーク)・・・ P.15-16

組織内コミュニケーションプログラム「team★log」(卒業演習)・・・ P.17-18

### 3. グラフィック

「新宿区についてのインフォグラフィックス」(講義科目課題・個人ワーク)・・・ P.19-20

「食べられるグラフ」(講義科目課題・個人ワーク)・・・ P.21-22

SENDING バナー画像制作プロジェクト (グループワーク)・・・ P.23-24



### 1. WEB

### + グラフィック

プロジェクト学修：「わーどしゃべる」 (2019)

グループワーク

<https://www.ne.senshu-u.ac.jp/~proj2019-9/>



#### 経験したこと

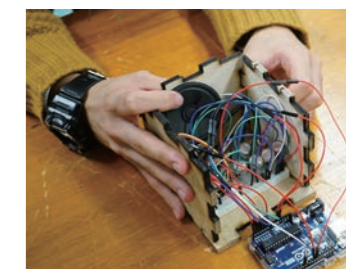
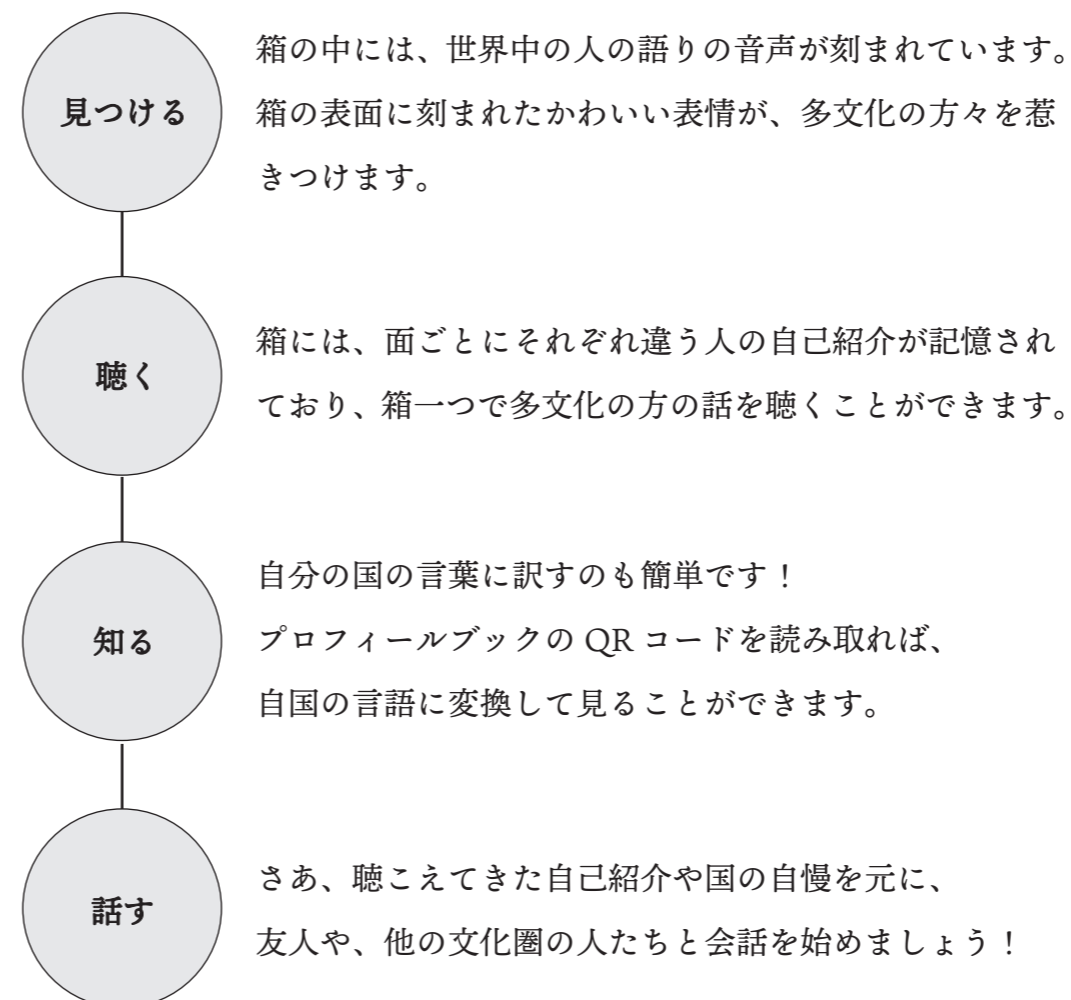
- ・フィールドワークによる調査から、プロダクトのブランディングまで、デザインにおける基本的なプロセスを踏んで、製品を制作・提案すること
- ・Webサイトや紙媒体の製作を、アートディレクターとして関わり、各媒体を担当するメンバーの進捗状況を俯瞰的に管理すること

### 「わーどしゃべる」を企画した経緯

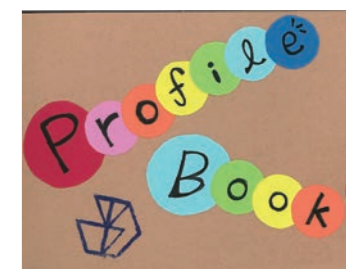
学生が研究内容を起案し、教員によるサポートを受けながら、1年間に渡り9人のグループによる活動により社会が抱える課題の解決策を提案する、専門科目「プロジェクト」で製作しました。

私たちのグループでは、神奈川県西部の「小田原」が抱える課題に注目しました。小田原は、東海道新幹線の停車駅であるにも関わらず、世界的にも有名な箱根地域へのアクセスする際の中継点としての役割が大きく、小田原市内での国際交流が生まれにくい現状があります。私たちは、この現状の改善を目指し、**ゲストハウスで使えるツールを開発しました。しゃべるには、「気軽にしゃべりができる」、「(子供が砂場を掘る時に使う) シャベル (shovel) のように会話を掘り下げる」という2つの意味を込めています。**

### プロダクトを媒介とする多文化コミュニケーションの流れ



電子工作を専攻するメンバーによって製作された、面ごとに異なる文化の方々の音声で再生される装置



各人の情報が載る「プロフィールブック」と自国の言葉でみれる「プロフィールサイト」

## 1. WEB

## + グラフィック

プロジェクト学修：「わーどしゃべる」 (2019)

グループワーク

<https://www.ne.senshu-u.ac.jp/~proj2019-9/>



話したい気持ちを  
支えるツール

異文化コミュニケーション  
と箱根寄木細工のコラボ  
レーションから生まれた  
「わーどしゃべる」。

この中には、世界中の人の語りの音声が含まれており、近づくことで箱の方から話しかけてくれる。箱には、面ごとにそれぞれ、違う人の自己紹介が記憶されており、箱一つで異文化の人の話を聴くことができる。

自分の国の言葉に訳すのも簡単。プロフィールブックのQRコードを読み取れば、自分の言語に変換して聴くことができる。

寄木細工の廃材には、その一つ一つに職人の気持ちは込められている。色々な想いが込められたこの箱に、私たちが、想いを馳せてはどうだろうか。

担当 ディレクション  
文字組み・配色の調整

### ▲ 活動成果発表会で、来場者へ配布されたハンドアウト

「ハンドアウト」は一般来場者に向けて制作したもの、「ポスター」は発表会へ来場する研究者向けに制作したものです。私の「アートディレクション」によって、両媒体で統一感のあるデザインに仕上げました。

活動成果発表会で、ブースに掲出したポスター ▶

このWebサイトは、ネットワーク情報学部の学生・教員、本プロジェクト企画の関係者、ネットワーク情報学部への入学を予定もしくは希望する学生に向け、紙媒体と併せてツールの紹介を行うことを目的としています。スマートフォンでアクセスした際の文章の可読性に配慮したシンプルなデザインの中に、動画を用いるなど Web 媒体の特性を検討した表現の工夫によって、ツールの魅力が十分に伝わる Web サイトに仕上げました。

「わーどしゃべる」WEB サイトは、  
ポートフォリオサイトをチェック!



外部へ公開している Web サイト ▶

寄木の廃材を利用した異文化との  
コミュニケーションツールの作成

わーどしゃべる

急増する訪日外国人。  
しかし多くの日本人は壁を感じて話しかけることもできない。

人に依存するのではなくそこに「もの」自体が語り出す。  
そんな体験を介して文化や言語を超えた出会いを生み出すことを目指すプロジェクトである。

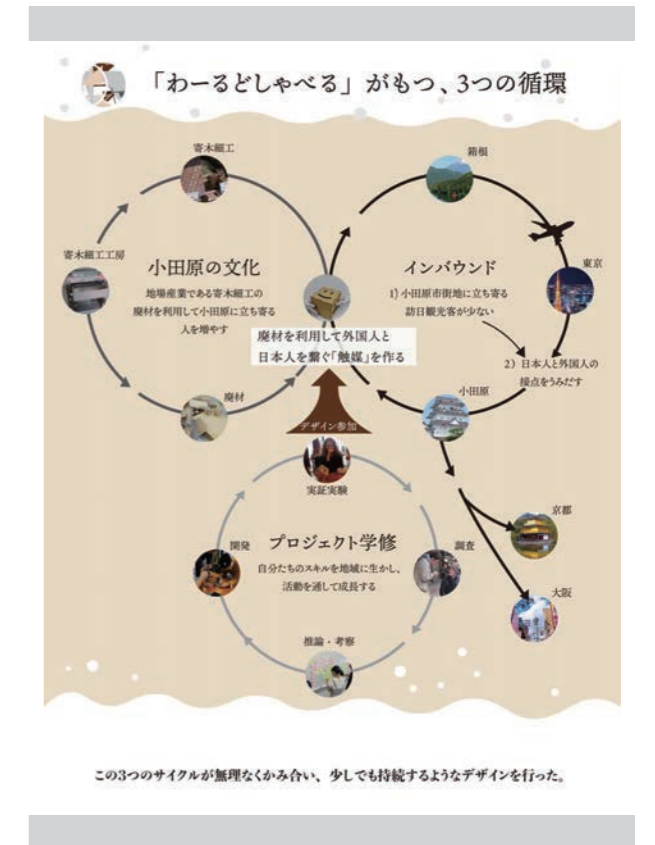
担当 ディレクション  
文字組み・配色の調整

箱根の伝統から始まる、  
世界の人とのコミュニケーション。

わーどしゃべる

この箱は、「話したい気持ちを支える」ためのツールです。  
日本人・訪日している外国人の人が、コミュニケーションを取りたいと思ったときに、  
箱根の伝統が、コミュニケーションのきっかけを作り、  
お互いの、文化や言語を超えた新しい出会いを創ります!

ディレクション  
渉外 (Web 担当以外との連携)



## 2. WEB

個人ワーク

### 大磯 芦川酒店 公式 Web サイト (2012~現在)

http://ryofukuoka-portfolio.coresv.com/ashikawa\_web/

叔父からの依頼で、神奈川・大磯町にある酒屋の Web サイトを制作・運営しています。私は Web サイトの制作に初めて挑戦しました！



Point 「知りたいことからページを探す」

この店は、下町にあるお店で旧来からの常連客がお酒や日用品を求めて訪れます。一方、アクセス解析の結果から、Webサイトのユーザは、ある特定の情報を求めている傾向があるとわかりました。そのため、ユーザにとって使いやすいよう、グローバルメニューとあわせて、このメニューを配置しました。



制作期間 (現在のデザイン)

習得技術/ソフト

- HTML / CSS
- jQuery プラグイン (slick)
- Photoshop / Illustrator

6ヶ月

### 私の、Webサイト制作への挑戦！

#### 2012年・2013年



店主である叔父から「HPを作ってくれないか？」依頼を受けて、Webサイトを制作し始めました。当初は、外部のテンプレートをカスタマイズしながら、HTMLのdivタグとCSSの#,.タグがどういった形で結びついているのかを学びました。私は、コーディングが楽しく感じ、寝る間を惜しんで夢中になりました。(写真：制作当初のデザイン)

#### 2015年・2016年

### 大磯 芦川酒店 × 大磯 左義長 特設サイト



叔父は、2014年に大磯で毎年小正月に開催される「大磯 左義長」の実行委員長に就任しました。就任にあたって、地域で担い手が減少し、存続の危機に瀕していた左義長を、町内外へPRし、再生していきたいと考えていました。私は、外部の人が祭りに関心を寄せるきっかけとなる特設 Web サイト制作の依頼を受けました。大磯町外在住者の私の視点で、「どのような情報が必要か？」を考えながら、外来者が必要とする情報を検討し、Webサイトにまとめました。その結果、Google検索で上位に表示され、開催当日は県内外から 400 件のアクセスがありました。

経験したこと

- 「Google Serch Console」を用いて SEO 対策をすること
- 長期的に Web サイトをメンテナンスすること (クライアント先の定期的な訪問)
- テーマを絞った特設サイトを企画・展開すること (店頭で取り扱う野菜や、店主が中心となる祭りに関する情報を提供)

## 2. WEB

個人ワーク

### 大磯産業プロジェクト 「大磯の あまざけ」Web サイト (2019~現在)

<http://oiso-ashikawa-event.coresv.com/>

#### 大磯産業プロジェクトとは？

神奈川県中西部に位置する「大磯町」に店舗を構える個人商店では、各店舗がプライベートブランドの開発を行うなど、地元の人々から愛され続けることができ、かつ、観光客にも商店を訪れ、商品を購入してもらえるよう、取り組みを行っています。

「大磯産業プロジェクト」では、町内の商店がタッグを組み、地元の名産品を活かした商品を共同で製作・販売することにより、商業と農漁業が一体となって大磯町内における産業を活性化させることを目指しています。

#### Web サイトを通じて伝えたいこと

私は、「大磯産業プロジェクト」より Web サイトによる情報設計及びデザインの依頼を受けました。Web サイトは、大磯町外の人々に向けて製品の魅力を発信する際の「核」となるツールであると考えました。そのため、まずは製品のことを全く知らない人々へ製品の概要が的確に伝わることを目標とし、その目標達成のため、本製品を知らない友人に依頼し、製品の魅力が伝わるかを検証しました。製品のラベルについては、別途大磯町内のデザイナーへ制作を依頼しており、デザイナーの方とのコミュニケーションを取ったり、素材を提供してもらったりすることで、統一感のあるフォント・配色に仕上げることができました。そして、予定販売本数の1500本を売り切ることに成功しました。



画像出典：  
「街道のまちで甘酒を - 大磯産米で造る1本 -」  
タウンニュース (大磯・二宮・中井版)  
2019年12月13日  
<https://www.townnews.co.jp/0606/2019/12/13/510097.html>



大磯の あまざけ

## 商品の紹介

### 「大磯の あまざけ」が自信をもつ、3つのこと

#### Point 1

私たちの「あまざけ」は、ノンアルコールです。

酒かすでは無く、大磯のお米の麹のみを使用しているため、ノンアルコールです。

そのため、お子様からシニアの方まで安心して召し上がれます。

#### Point 2

添加物やお砂糖を一切使用していません。

私たちの「あまざけ」の甘みは、お米に含まれるデンプンからブドウ糖に変化することによって

生まれます。必須アミノ酸やビタミンB群も豊富なため、疲労回復に役立てられます。

#### Point 3

未開封の場合、長期間常温で保存できます。

製造をクリーンルームで行い、細菌・異物が混入しないよう細心の注意を払っています。

未開封の場合、冷蔵庫に入れなくても長期間保存が可能のため、まとめ買いがおすすめです。



価格

¥ 667 (税抜)

見出しは、親しみやすさを表す「貂明朝体」、本文には、書籍で広く用いられる「中ゴシック体」を用いることで、タブレットで表示すると、まるで電子カタログのように見えます。

### 「大磯の あまざけ」について、詳しいこと

商品名	「大磯の あまざけ」 (ノンアルコール飲料)
醸造元	有限会社 亀の甲 (大分県佐伯市)

#### 制作期間

1ヶ月

#### 習得技術/ソフト

- ・ HTML / CSS
- ・ JavaScript ライブラリ (leaflet)
- ・ Photoshop / Illustrator

## 2. WEB

個人ワーク

### 基礎演習 準備課題：シティプロモーション Web サイト (2018)

http://ryofukuoka-portfolio.coresv.com/2018\_enshu/ixd/

授業の準備課題で、私が住む「横浜」の魅力を  
横浜市内に住む大人に向けて、わかりやすく PR する Web サイトを制作しました。



皆さんは「横浜」と聞くと、真っ先に、“みなとみらい”，“中華街”など、横浜港周辺の観光地群を思い浮かべるとと思います。しかし、私の地元「横浜」に住む私自身の視点でおすすめできるスポットが市内のいたるところにあります。この Web サイトでは、知られざるスポットを3つのジャンルに分けて紹介しています。

制作にあたっては、「Seaside」・「Forest」・「Historic」の3つのジャンルでそれぞれのおすすめスポットを1つずつにクローズアップして紹介しました。さらに、各スポットの紹介の中では、私自身の体験を盛り込むようにし、企業や行政が制作する Web サイトに無い、独自の価値を生み出しました。



### Seaside Spot

横浜の中心部は、東京湾に面しています。横浜港には、多くの客船が来航しています。船が行き交う、東京湾を望める穴場スポットがあります。

詳しくみる >

### 制作期間

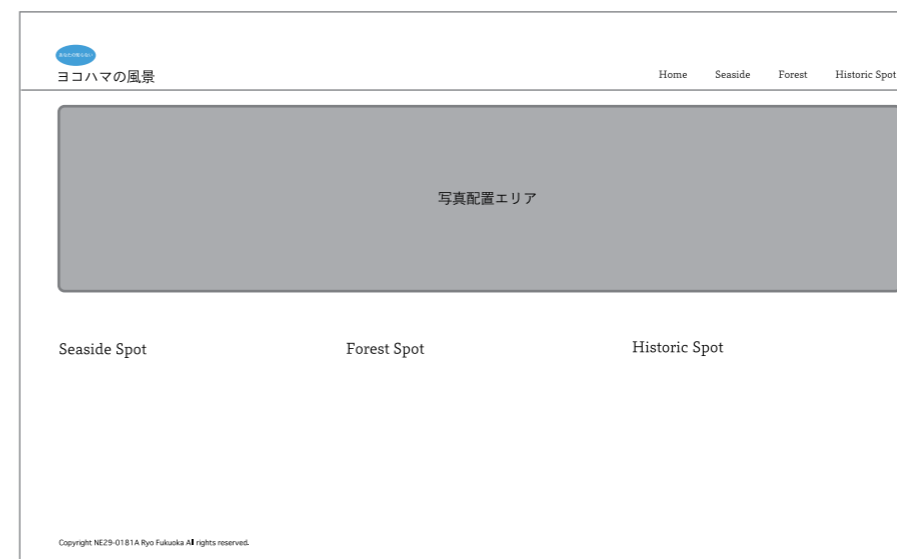
# 2ヶ月

### 習得技術/ソフト

- Bootstrap 4
- HTML / CSS
- Photoshop / Illustrator



横浜市内にある、「シンボルタワー」という施設を「シンボルタワー写真館」と名付けたフォトギャラリーの形式で紹介しました



事前にデザイン案を作成し、これを参考にして、実際にWebサイトをデザイン・コーディングしました

### 経験したこと

- Web サイトを作成する前に、デザイン案を作成し、それを元にコーディングを行うこと
- 一次情報を Web サイトへまとめるため、スポットに実際に出向き、その地域の様子を私自身が感じ取ること
- 私自身が、その情報を知らない人々の立場で考え、どのような情報が必要であるかを丁寧に検討・整理すること

## 2. WEB

### 基礎演習：東京 2020 に向けたデザインの提案

グループワーク

[http://ryofukuoka-portfolio.coresv.com/2018\\_enshu/ixd\\_D4T/](http://ryofukuoka-portfolio.coresv.com/2018_enshu/ixd_D4T/)

「インタラクシオンデザイン基礎演習」で、  
外国人に向けたお土産を4人のグループワークでデザインしました。



回し・つながる日本の心  
- Turn and Connect Japanese Heart

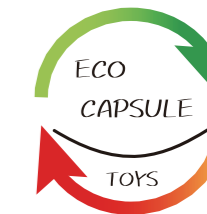
#### 制作期間

2ヶ月

#### 習得技術/ソフト

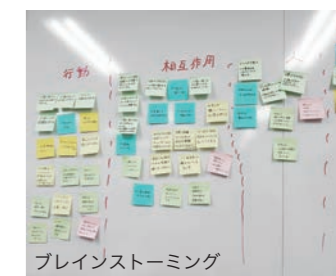
- ・ Bootstrap 4
- ・ HTML / CSS
- ・ Photoshop / Illustrator

遊び心を表現するために、文字はフリーフォントを使用し、矢印には、環境をイメージした「緑色」と、ゴミの焼却でポイ捨ての危機感を伝える意図で「オレンジ色」を使用しています。



### アイデアを練る

まず、「外国にルーツがある人々との対話ワークショップ」を通じ、日本に対してどのような印象を持っているかについてインタビュー調査を行いました。調査では、韓国の方より「日本は、ポイ捨てが少ない」との意見が出され、私たちは、ゴミに対する意識の高さを世界へ示すプロダクトを製作しようと決めました。そして、実際の街やWebを通じて調査を進めると、「多くの学校にはペットボトルの回収箱が設置されている」、「がちゃがちゃは日本固有の文化である」という2点に気づきました。



ブレインストーミング

### プロダクトを実製作する

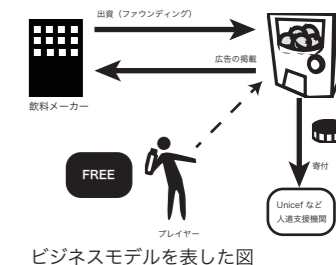
プロダクトはペットボトルキャップからコインへ交換する装置、コインとカプセルトイを交換する装置の2つで構成されます。一番苦労した点は、2つの装置共、キャップやコインの挿入を検知し、交換物をトレイに押し出す仕組みの実装でした。ダンボールと串のみを用いて一見シンプルに見えますが、中身は、ピタゴラススイッチのように複雑で、詳しい構造が思い出せない程です。試行錯誤の末、幅広い層の人が楽しめるプロダクトが完成しました。



最初に制作したプロトタイプ  
失敗を繰り返し、左ページの完成形へたどり着きます。

### 各自が Web サイトで表現する

今回の課題では、資金源をクラウドファンディングで募ることが条件でした。Webサイトは個人課題のため、私が、訪日観光客の立場であったら、自分が出資者の立場であったら、両方の立場をイメージしました。訪日外国人へは、プロダクトの特徴が理解されやすい様、見出しなどに英訳を付記すると共に、外国人がプロダクトを通じてどのような体験が得られるかを図解で示しました。出資者へは、どのように資金を運用・還元されるかをイメージしやすいよう、運営の仕組みを図解で表現しました。



ビジネスモデルを表した図

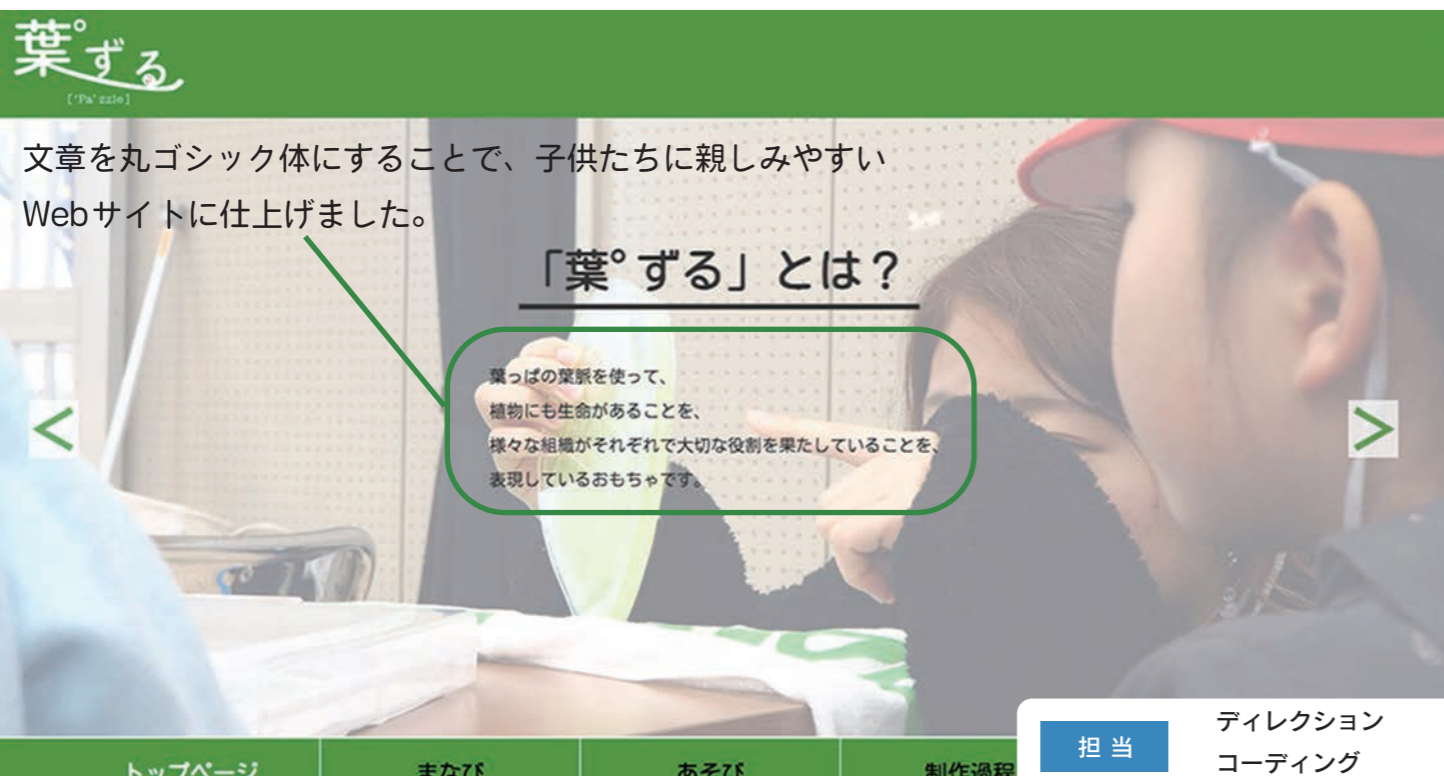
#### 経験したこと

- ・ブレインストーミングやフィールドワークにより、社会的な課題に対するソリューションを検討すること
- ・ビジネスモデルを組み立て、モデルを広く発信するために必要となる工夫について頭をひねること



### 応用演習：「葉°ずる」 プロモーション Web サイト (2018)

http://ryofukuoka-portfolio.coresv.com/2018\_enshu/cd/



### 「コンテンツデザイン応用演習」で、小学生が自然科学を楽しく学べる

「カガクおもちゃ」を、半年間にわたる5人のグループワークで製作しました。

グループで製作したプロダクト < 上記参照 > を PRする Webサイト制作を3人で行いました。私は、ディレクションとコーディングを担当しました。年末年始の2週間で、コーディングまで完了する必要があり、デザインや記事ライトなどを行うメンバーから、私が担当するコーディングの期間を考慮して、早い段階で素材を提供してもらうことを決めていましたが、スケジュール意識が低いメンバーもあり、コーディングの作

#### 制作期間 (Webサイト)

2週間

#### 習得技術/ソフト

- HTML / CSS
- jQuery プラグイン (slick)
- Photoshop / Illustrator

風雨を乗り越え、  
力強く成長していく  
茎の姿を表現しています。



**<葉°ずる>とは？**

緑色の絵の具を混ぜた色水を、葉を模したアクリル製のプロダクトに流すと、水がプロダクト内に流れ、葉脈に水が運ばれている姿をイメージできます！

**あそび** 子供たちが閲覧するページは、何についての情報かわかるように、ひらがな3文字の見出しにしています。



親子1組なってもらい、葉脈についての説明をします。その後、親子で葉脈のバズルを完成させます。



親子で完成させたバズルに色水を流します。葉脈の流れ方を実際に見ることで葉脈が葉っぱの隅々に水を運んでいることに気づきます。



葉脈についてまとめた「葉°ずるブック」を使っておもちゃで遊んで体験したことをまとめ、親子や周りの人と発見したことを共有します。



お家に帰った後も「葉°ずるブック」を参考に身の回りにある葉っぱを見つけて、葉っぱの形や葉脈の形などについて、一緒に見て考えることで植物も生きていることや、葉脈の重要な働きについて理解が深まります。



業が予定から遅れてしまいました。私は、感情的になり催促を行うことが、良い Web サイトの制作にとってプラスにならないと考え、各メンバーに対し、directを用いて冷静な態度で進捗の確認を行うことに徹しました。その結果、1人の作業で得られない高いクオリティのデザイン・文章によって、ターゲットとしている小学生へプロダクトの魅力を発信することができました。

#### 経験したこと

- 対象ユーザを意識して、力を入れて製作したプロダクトを私自身でPRすること
- 制作後のメンテナンス性を意識し、ヘッダーとフッター、コンテンツ部でCSSを分け、パーツをきっちり区別してWebサイトをコーディングすること

## 2. WEB

### 卒業演習・組織内コミュニケーションプログラム「team★log」(2020)

https://team-log.studio.site/

社会心理学を専門とする教員による指導の下、企業内のコミュニケーションについて研究を行い、グループウェアで実践できるアクティビティを開発・提案しました。

#### 研究の動機

私は、大学の授業が終わったら「direct」を見ないようにしたい。  
しかし、ビジネスチャットでやりとりをする時間を気にしない人もいる。

様々な価値観を持つ人々が集まる企業や大学でリモートコミュニケーションの課題があるか、社会心理学の視点で分析したい!

#### 性格検査 (TIPI-J) の実施でわかったこと

検査の目的：個人ごとに異なる行動特性やパーソナリティが、仕事（学業）のコミュニケーションへ及ぼす影響について、実態を明らかにする。

**1.**

仕事(学業)の人間関係を大切に  
する人ほど「外向性」が高い

**2.**

仕事(学業)の人間関係を大切に  
する人ほど、日常において抱える  
ストレスが小さい

**3.**

「神経症傾向」が強い人  
ほど、日常において抱える  
ストレスが大きい

#### 制作期間

1年

#### 習得技術/ソフト

- ・ TIPI-J を用いた性格検査手法
- ・ Figma/Studio による Web デザイン
- ・ ファシリテーションスキル

指導教員の苗字である「山」のイメージの緑を背景に、リモートワークのイラストを描き、私自身の研究テーマを表現しています。



### 研究動機や性格検査を踏まえ、開発したアクティビティ「team★log」



▼ 活動の流れ ▼ 提案者からのメッセージ

はなれていても、  
こころでつながる。

「team★log」は、テレワークやオンライン授業によって希薄になりがちな、組織内のコミュニケーションを活発にすることができるプログラムです。

ビジネスチャットやグループウェアのビデオ（音声）通話機能を活用した「顔合わせミーティング」とノート機能を活用した「当番制のブログ執筆」を中心に構成されており、これらの活動が、組織メンバーの心理的距離をギュッと縮めます。

実際に体験した方の感想 /

その人の考えていることが  
わかって嬉しかったです。

もっと長くやりたかったです！  
楽しかったです！

普段は人見知りで積極的に会話に参加できませんが、  
コメントで相手へ反応を伝えることができ、  
打ち解けやすかったです！

(体験後のアンケートより、一部表現を変更しています)

#### ターゲット

20代の企業人事担当者  
50代の大学教員

#### 工夫ポイント

限られた時間での閲覧を想定し、アクティビティの実施で得られる「効果」と「活動の進め方」を端的に理解できる、サイト構成にしました。

#### 活動の流れ

チームでの活動は、3ステップ！  
「顔合わせミーティング」を月曜日に開催し、火曜日から金曜日に4人が「ブログ執筆・コメント」をしていくことを想定しています。



#### 0. 事前準備

人事担当者や教員など企画担当者：  
活動前週の水曜日まで4人チームを構成し、4人の内1人をファシリテーターとする。ビジネスチャットやグループウェアに4人が参加するトークグループを作成する方法により、チームのメンバーとファシリテーターを発表する。

#### 1. 日程調整

ファシリテーター：  
活動前週の水曜日に、ビジネスチャットやグループウェアのアンケート機能を利用し、メンバーへ活動週・月曜日のビデオ（音声）通話について、参加可能な時間帯の回答を依頼する。活動前週の金曜日に、メンバーの回答を踏まえて活動週・月曜日のビデオ（音声）通話の開催時間を決定し、トークグループでメンバーへ開催時間を発表する。

#### 2. ビデオ（音声）通話による、顔合わせミーティング

ファシリテーター・メンバー：

#### 3. ブログ執筆・コメント

ファシリテーター・メンバー：

「team★log」を紹介する  
Webサイト

#### 経験したこと

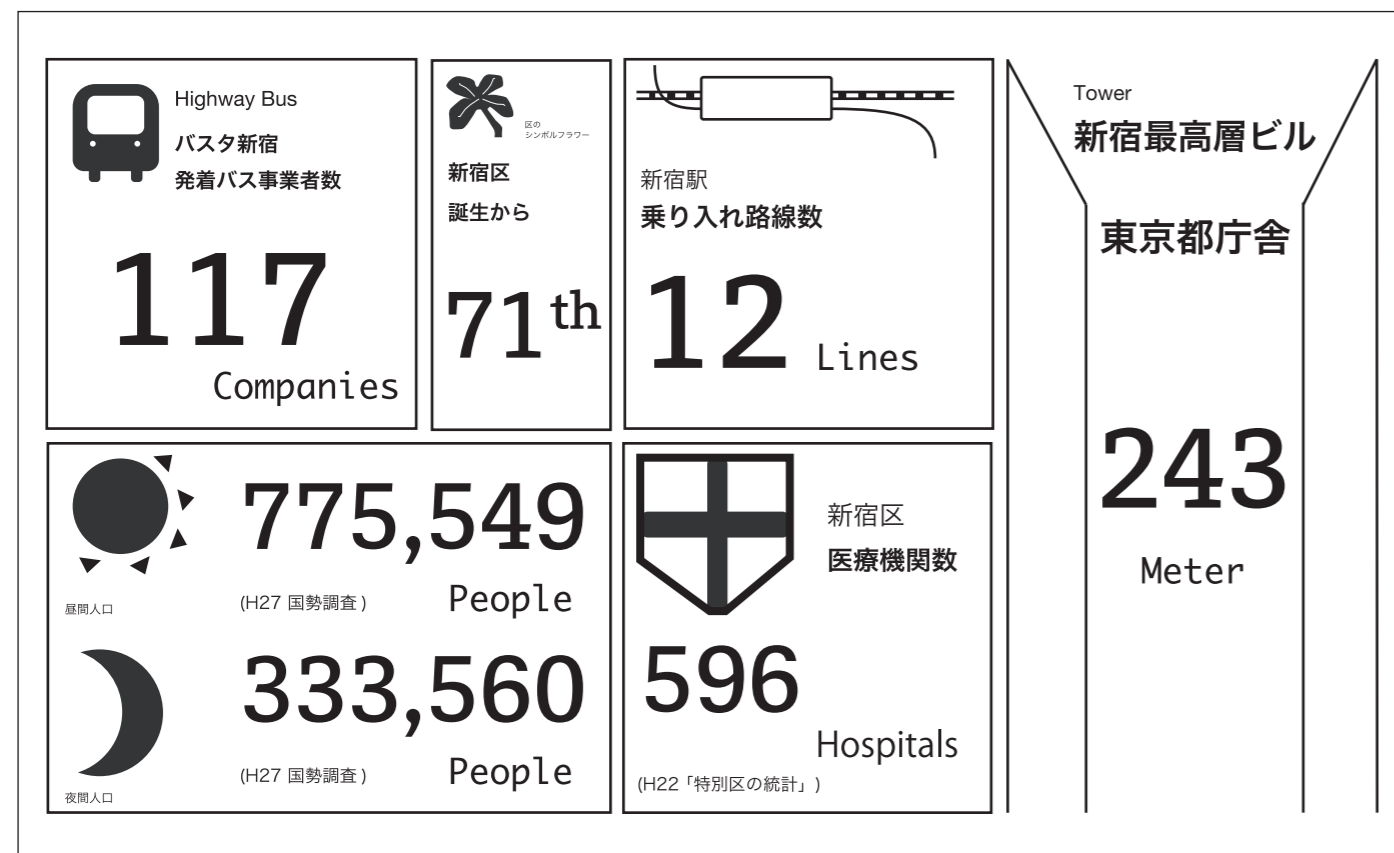
- ・ 性格検査を実施し、その結果を踏まえたエンプロイヤーエクスペリエンスを検討すること
- ・ クラウドサービスを活用し、Webサイトをデザインすること
- ・ デザインの考え方を活かし、チームをファシリテートすること

# PROGRESS

## 3. グラフィック

個人ワーク

講義科目課題：「新宿区についてのインフォグラフィクス」(2018)



講義科目「情報デザイン」で、フリーテーマでインフォグラフィクスを制作する授業外課題がありました。私は、新宿区に関する公的な情報をリソースとして、様々な種類の単位を図形と数字を用いるインフォグラフィクスを制作しました。

### 制作期間

1 週間

### 習得技術

・ Illustrator

## インフォグラフィクスを制作する難しさを学ぶ。

この課題の制作にあたっては、グラフィックソフトでの制作を始める前に、私自身で、身の回りの Web サイトやパンフレットを観察し、数字とピクトグラムで、どのようにバランスが取られ配置されているのか、5日間じっくりと事例調査を行なってから、残りの2日で制作を行いました。

特に数字が表しているものと、私自身が制作したピクトグラムのイメージが閲覧者が一致するように、オブジェクトの形を検討し、表現することに苦労しました。習得したてのトレースを駆使したため、作品を先生へ提出する際は、制作したピクトグラムが何を表しているか、きちんと伝わるかドキドキしました。フィードバックのコメントを読み、無事授業担当の先生に伝わったことが分かり、ほっとしたことを覚えています。

### 経験したこと

- ・身の回りにある、公的機関の統計データを元に「インフォグラフィクス」を作成すること
- ・数値データが何に関するものかを示す「ピクトグラム」をデザインすること

### 講義科目課題：「食べられるグラフ」(2018)



講義科目「グラフィックデザイン」で、身の回りの社会問題をグラフィックで表現する授業外課題がありました。私は、うなぎをテーマにしました。パッケージのタイトル「うなぎクッキー」の中に入っているお菓子がうなぎの供給量をわかりやすく伝えています。

#### 制作期間

1 週間

#### 習得技術

・ Illustrator

## グラフを、ダイナミックに魅せる。

「グラフ」という言葉を聞いて、真っ先に思い浮かぶグラフは、折れ線グラフや円グラフなど、表計算ソフトで作成することができるものだと思います。

しかし、ある問題に関して全く知らない人々に向けて、発信者が伝えたい事柄を伝える際には、グラフのみで淡々と伝えるだけでは相手に理解されにくいことも、ヴィジュアルを用いてインパクトを作れば、情報をより相手に印象づけることが可能です。

私の家では、小さいころは土用の丑の日などにスーパーマーケットで「うなぎの蒲焼」を購入することがありました。しかし、供給量の減少とそれに伴う価格の高騰などの影響から、2010 年ごろからはうなぎの蒲焼を購入する機会は無くなってしまいました。作品では、イラスト「うなぎクッキー(うなぎクッキー)」の大きさで、供給量の大小を表現しました。「うなぎ」の存在を忘れてしまった現在の人々に向けて、うなぎの供給量の変化が一目見てわかり、うなぎに関する現状について、広く関心を持ってもらうことを目指しました。

#### 経験したこと

- ・ お菓子のイラストをグラフとして表現すること
- ・ 自らがコンピュータ上で作成したお菓子の名前をネーミングしたり、パッケージをデザインしたりすることで、社会問題を他者に印象付けること

リアルな“専大 Life”を情報誌で。

グループワーク

## SENDING バナー画像制作プロジェクト (2018)

ニュース&インフォメーション

2019.02.07 (THU)	一般前期入学試験の試験会場の変更について	2019.01.30 (WED)	入学試験当日の緊急情報について
2019.01.07 (MON)	入学試験時間割について	2018.04.27 (FRI)	豪雨・地震等による激甚災害に係る入学検定料免除の特別措置について
2019.01.07 (MON)	専修大学WEBマガジン『SENSHU-NAVI Vol.56』公開！		
2019.01.04 (FRI)	平成31年度入学試験・出願受付開始		
2018.12.20 (THU)	専修ムービー「2019（平成31）年度入試WEB出願の手順」を公開！		

「SENDING」バナー画像

入試イベント情報

「学生らしさ」を表現するため、イラスト好きな学生が、昼休みにスケッチブックに描くようなテイストのイラストにしました。

「SENDING がどんな情報誌か？」が一目でわかるキャッチコピーにするため、コピーライターが出した案について、私の進行で皆で話し合いながら決めました。

Director

Illustrator

Copy Writer



3人で作業を分担し、私は、進捗の管理・指揮職員の方々とのコンタクトを担当 (Director)

課外活動における、大学職員からの依頼プロジェクト

## どうしたら、高校生へ専大の魅力が伝わるだろう？

私は、大学1年生の頃から、専修大学の入学センター学生スタッフに所属し、大学職員の方々と共に、専修大学に興味を持つ高校生に向けて、専修大学でのキャンパスライフの魅力を発信する活動をしています。私は、イベントで来場された高校生へ配布するタブロイド紙やオンラインで展開する学生情報誌「SENDING」(Vol.14-17)の制作リーダーとして、20人メンバーと、大学職員、広告代理店・制作会社を仲介する役割を果たしてきました。

SENDING Vol.16 : <https://passnavi.evidus.com/sp/senshu-navi/2018/sending16/>

「SENDING Vol.16」を制作した際、入学センターの職員より大学公式 Web サイトの「学部入試情報」ページから、情報誌へリンクするためのバナー画像の制作の依頼を受けました。そこで、私が中心となって人選を行い、手書きのイラストが得意な学生、マーケティングを専門で学修している学生と共に、3人で協働してバナー画像の制作を行いました。

私にとって、学修以外でプロジェクト形式によって成果物を制作する機会は初めてであったため、メンバーの募集や、作業を分担する際のスケジューリング、入学センターの職員から受ける厳しいフィードバックに苦労しました。個々の意見を肯定しながら作業を進めることを大切に結果、3人の得意分野が十分に生きるバナー画像を制作することができ、Vol.15と比較してWeb版情報誌へのアクセス数を5倍に伸ばすことに成功しました。そして、多くの高校生へ「リアルな専大Life」の魅力を伝えました。

制作期間 (バナー画像)

習得技術/ソフト (バナー画像)

3ヶ月

・ Illustrator

・ Photoshop

(スキャンしたイラストのトレース)

経験したこと (バナー画像)

- ・ 各人がそれぞれ得意とするイラスト・レイアウト・キャッチコピーの各分野の技術を結集し、1つの成果物を作り上げること
- ・ 私自身のディレクションによって、各人の作業と打ち合わせの期間をスケジューリングし、期限までに作業を遂行すること