PORTFOLIO

Masae Tokuma works

Web

Banner

illust

Display

TOKUMA MASAE

About Me

Profile

徳 間 雅 絵

Tokuma　Masae

1995年　千葉県生まれ。大学を卒業後、都内のマネキン会社でデザイナーとして、ウィンドウディスプレイやPOPUPSHOP･店舗内装やアシスタント業務を１年経験し、同年の４月に、展示会・イベント・商業施設・公共施設の企画とデザイン施工まで行う会社に転職し３年就業。

2022年　一年発起し在職中から勉強していたWebデザインを本腰入れて学ぶと決意し退職。同時にWebデザイナーとして就職することを目指す。

Skill set

Ai	6 YEARS
Ps	6 YEARS
Id	3 YEARS
Dw	9 MONTHS
Xd	11 MONTHS
V	6 MONTHS CAD
HTML	9 MONTHS 習得中
CSS	9 MONTHS 習得中
JS	9 MONTHS 習得中
Figma	1 MONTHS 習得中
Blender	1 MONTHS 習得中

concept

その時、本質にあったデザイン

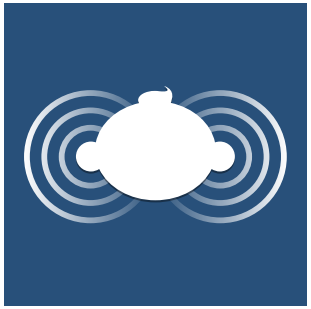
コンセプトや目指すものを尊重し、お互いが納得できるものづくりをしていきたい。

4年間ディスプレイ業界のデザイナーとして働き、チームコミュニケーションとクライアントとのヒアリング、ヴィジュアル表現だけでなくサービスや企画からデザインを構築する思考を大いに学ばせていただきました。まだ、未熟ですがより良いものを制作し続ける事…、挑戦し続けるため、初心を忘れず精進していきたいです。

Contents

Web

01



CSS Wimax
LP（架空リニューアル）
サイトはこちら

02

Web デザインスクール
LP（課題 / デザインのみ）
サイトはこちら

03

スグ食べ
LP（課題）
サイトはこちら

Banner

04

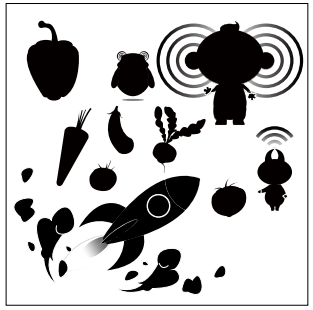
LAMP
size 600×500（課題）

05

The Sauna
size 600×500（課題）

illust

06



illustrations
2022~2023

Web

01 CSC WiMAX

2022.12~2023.01
スクール卒業課題

架空電気通信事業の企業 LP

通っているスクールで卒業制作があり、ちょうどアルバイト先の企業で**キャラクターを使用したブランディングを１つの方向性として考えている…**となり、私も提案にほんの少し関わりました。結果的に別の方向性になりましたが、せっかくなので、架空サイトとして作らせていただく許可をもらい LP 制作しました。

最初の段階でキャラクターを３案ほど作成し、**企業のイメージに合う事とポジティブな印象を与えられるキャラクター**を、また**料金プランなど分かりやすく・見やすい**ようにデザイン設計を目指しました。

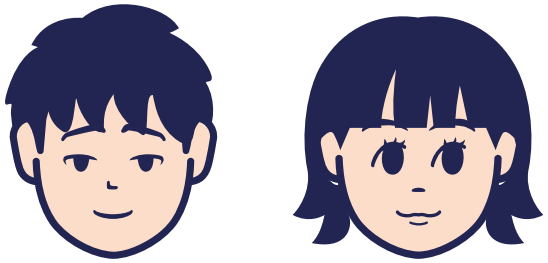
下記 URL アクセスの上、ご確認よろしくお願い致します。また、BASIC 認証がかかっていますので閲覧したい場合は企業様に確認をとった上でご連絡をします。
https://tm-sample29.sakura.ne.jp/csslp/LP_CSSWiMAX.html

Ai Ps Xd Dw

HTML CSS JS

TARGET

20~30 代の男女



求めるものは？

- 電気通信費用を月額料金を一定かつ、安めに ...。
- 一人暮らしで家計の負担を減らしたい ...。
- プランはシンプルなものを求めている。
- 説明は簡潔にしてほしい。
- ちゃんと通信できるか ... クオリティも重視したい。

節約思考であるが、プランをカスタムするまでは ...。
あるもので計画を立てていきたい。
情報収集→計画→実行までは最短ルートで進みたい。

見たいサイトは？

- 全体的に長くなく、**スクロールが少ない。**
- バナーが多く、ガチャついてない**シンプルなもの。**
- 読み物が少ない、図解などを使い**わかりやすい。**

CONTENTS

答えに辿り着く最適なルート

問題提起

- No.1 **ターゲットが欲しい情報とは？**
- No.2 **スクロールしてもらうには？**
- No.3 **情報の見せ方は？**
- No.4 **キャラクターの入れ方は？**
- No.5 **情報不足にならない、整理の仕方は？**

POINT

- 料金プランと端末情報を明確に掲示。
- 長々と説明しすぎない＆図解の挿入。
- 左から右へ、目線移動を意識した
  テキストとイラストの配置。
- 情報重視の箇所はキャラクター排除。

デバイスの前に PLAN（料金）をおくことで
金額に関する疑問の回答→端末選択へのステップを掲示し設定したターゲットの**求めることを最短で提示する。**
また、**CTA ボタンは固定させる。**間延びすることを防止いつでもアクセスできるようにしています。
情報のスリム化を徹底、最低限でも伝わる方法を考え基本の組み方・**見出しと文章の整理と削除**を繰り返し見やすく、また内容の欠落を防ぐことも意識しました。

CTA
ボタン

TOP
ヒーローイメージ

CATCH COPY & CTA
メインメッセージ

MERIT
3 つのメリット

FEATURE
特徴（通信速度）

PLAN
料金プラン

DEVICE
端末情報

SUPPORT
安心サポート

FLOW
ご利用までの流れ

Q & A
よくあるご質問

-今回のキャラクターデザインの考え方-

企業のイメージを体現するキャラクター作り

デザインポイント3つ

01 先進感・開放感

工事不要、持ち運び可能、いつでもどこでも簡単に広エリア・高速回線インターネットを始めることができるという点は先進的で開放感を感じデザインにも反映するべきポイントだと思います。

02 誠実と安定

高水準のサービスの安定的な提供を取り組まれていることだと思いますので、キャラクターにも信頼を抱いてもらえるデザインを心がけることを意識しました。

03 キャッチー

安定性と先進性だけでなく愛されるキャラクター作りで、心を掴まれるような長く親しまれるものをデザインする。

キャラクターデザイン①

No1.

熊をモチーフした動物のキャラクターです。
耳の部分はWifiマーク(📶)を意識してデザインし、Wifiの発信を行う器官という設定。
どっしりとした安心感のある見た目と
ホワイトとブルーを基調とし、爽やかさと
クリーンなイメージを持つキャラクター。

キャラクターデザイン②

No2.

猿などの動物イメージしたキャラクター。
Wifiマーク(📶)の両端から発信している様子をイメージしたデザイン。
キャッチーな印象を与えますが、同時に開放感やゆるさ・楽しいイメージを感じられるように色味などを設定しました。

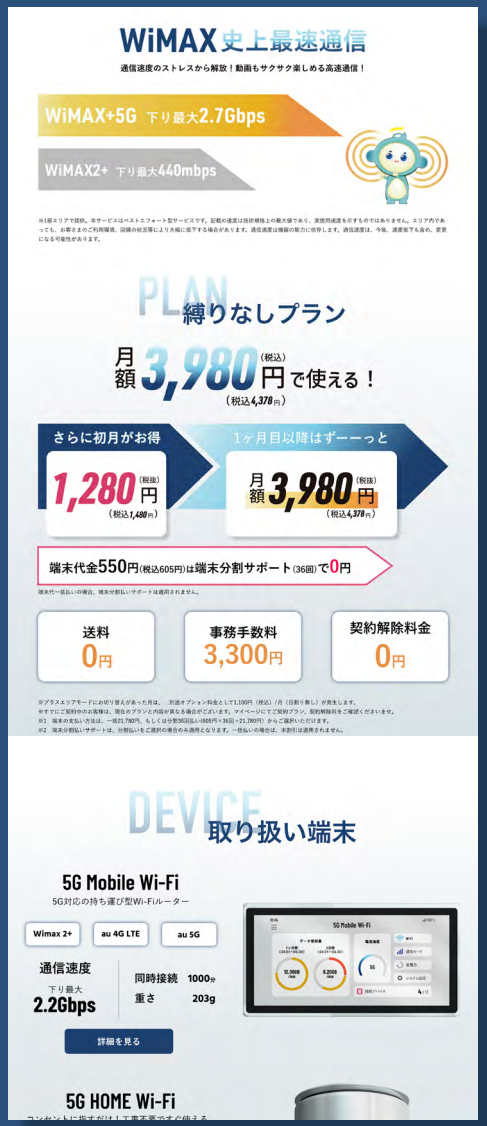
キャラクターデザイン③

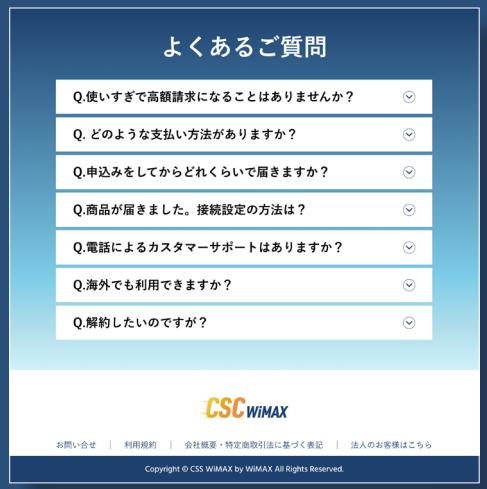
No3.

猫のようなイメージのキャラクター。
耳の一点から発信している設定です、ストレートに分かりやすく表現しました。
シンプルなデザインですが、可愛らしさと少しクールな印象も与えます。

Character Design

実際に先方に提出した資料の一部です。
まずはキャラクターデザインもロジックを立て、説得力のあるデザインを目指し、作成していきました。
コーポレートカラーがブルーなので配色も合うように、3パターンほど考え、それぞれに違う個性があるものに。
最終的には、No2. を使ってサイトを作成していきました。



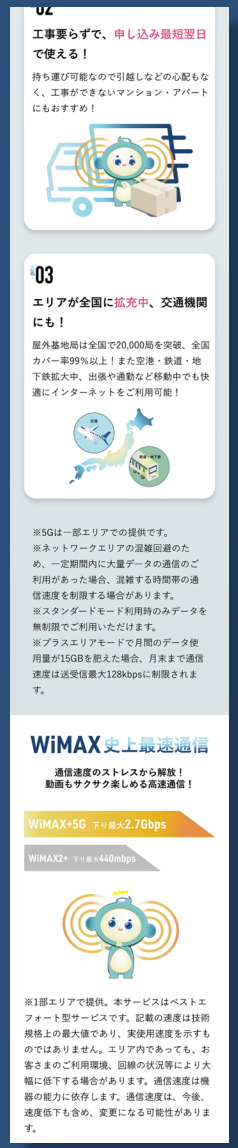


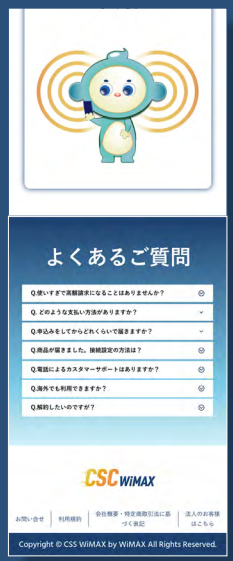
About Design PC

PC での表示の場合は、縦に伸びることを最小限に防ぐように、コンテンツの並びを気をつけました。

イラストと文字のバランスの配置では、左側に文字を右側にイラストの配置というようにルールづけをしました。全体的には、キャラクターを使っているとはいえ、可愛らしいだけのサイトにしないように、色などで印象をコントロールしました。

https://tm-sample29.sakura.ne.jp/csslp/LP_CSSWiMAX.html





About Design SP

SP での表示で気をつけたことは、プランの説明や取り扱いの端末の要素を縦に伸ばさないようにまとめていくこと、それによって料金の数字などが小さくならないようにバランスの調整をしていきました。

メリットやフローは見てもらいたい箇所なので、コンパクトにはせず画面幅に合わせて調整のみにしています。

UI Design

※視認性のため PC 表示でのデザインで解説。
下記 URL アクセスの上、ご確認よろしくお願い致します。
https://tm-sample29.sakura.ne.jp/csslp/LP_CSSWiMAX.html

レイアウトに一貫性を持たせる

左：テキスト→右：イラストとページ全体を通して配置しました。イラストはあくまで補助の役割で、**優先順位としてはテキスト・情報が第一**です。

目線の動きを意識して、配置することでより効果的に情報を取得できる設計をしました。

テキストに強弱をつける

少し長めの文章になる際は、**赤字や太字**にしそこを読むだけで、**内容を大方把握できる**ようにしました。

印象付けとリフレッシュ

ヒーロイメージでキャラクターを印象づけて存在感を出します、またここで色のトーンも最初に印象づけをすることで違和感なく見やすい設計をしました。

キャラクターは入れすぎてくどくなることは避けヌケ感を出し、最初に存在感を出しているので途中から挿入せずとも頭から離れずに閲覧できます。

アニメーション

ユーザーにサイトに対して**強いインパクトを与える**ためアニメーションを使い、最初にサイト内に物が現れたり消えたり、**動きがあることで、アイキャッチとしてユーザーの心を掴みホームページの世界観に引き込みます。**

イラストの簡素化

イラスト自体は説明の要素を最低限に抑え、なるべく**簡素にすること。**

凝ったイラストがテキストとのコントラストのバランスを崩し、**視認性を悪くすることを防ぎます。**

UI Design

※視認性のため PC 表示でのデザインで解説。

下記 URL アクセスの上、ご確認よろしくお願い致します。

https://tm-sample29.sakura.ne.jp/csslp/LP_CSSWiMAX.html

インフォグラフィック

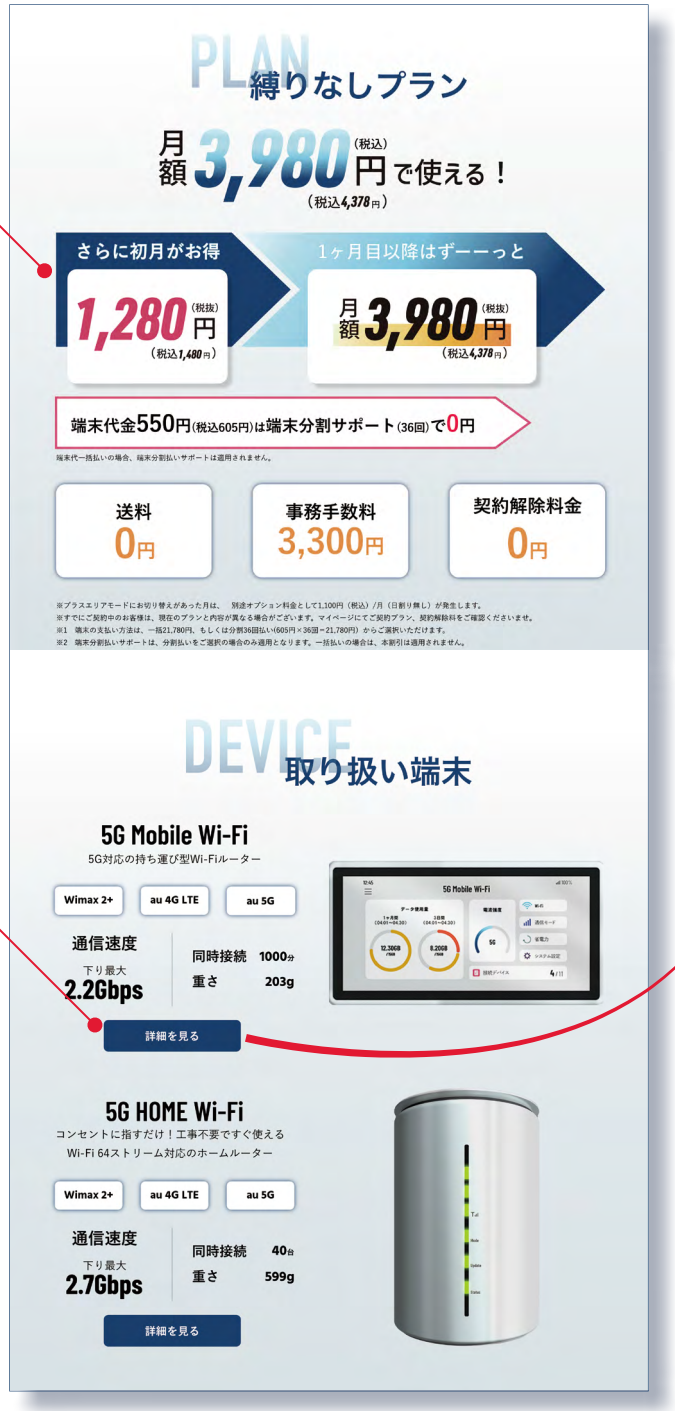
料金説明は**シンプルな図解・インフォグラフィックを使用**しました。

なるべく金額を目立たせること、期間が進むことでのメリットや変化のこの二つをうまくデザインしていくことを意識しました。

モーダルウィンドウ

端末の詳細説明（メーカーやスペック）はページ移動ではなくモーダルにしました。

余計なアクションを減らし、**ユーザーの負担を減らし、クイックで少しでも快適な情報開示**を目指しました。



表示時

Web

02 digital hollywood Studio × LIG

2023.01~02
スクール課題（デザインのみ）

デジ LIG（Web スクール）LP

現役のデザイナーの方に指導していただける講座を受講した時の課題です。

第一印象で「ポジティブ」に感じられるようにすることを念頭に置きました。

コンセプトに「**明るく新しいキャリアへ…**」とし、**未来や可能性の芽吹き**を感じられるカラーやモチーフを考えた時に、**「新緑」・「新芽」**を想起させるような**”リーフ”**やアクセントに運営会社コーポレートカラーのオレンジを使い鮮やかさも感じられようにデザインしました。

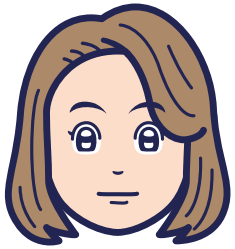
XD データを閲覧ができます、ご確認よろしくお願い致します。

PC デザイン↓
https://xd.adobe.com/view/44824f19-afeb-417d-ab0f-578d1be35a94-11d1/

SP デザイン↓（QR からもアクセス可能）
https://xd.adobe.com/view/7360a5cb-bc17-49bc-b090-1258f065cb51-2633/

TARGET

20 後半 ~30 代の女性



求めるものは？

- ☑ キャリアチェンジのプランを立てられるか … ？
- ☑ どういうカリキュラムか知りたい。
- ☑ 仕事と両立できるか、モデルがあれば知りたい。
- ☑ 講師とのやりとりはどういう感じなんだろう … ？
- ☑ 過去の在校生の作品を見てみたい。

▼

自己研鑽を欠かさずに行える意識と行動力の高い人。
キャリアチェンジ・スキルアップを目指す。
情報収集能力と分析力が高く、行動力のある人物。

▼

見たいサイトは？

- ☑ **モデルケースや事例が掲載**されているもの。
- ☑ 詳細・丁寧な説明で**不安が払拭されるコンテンツ。**
- ☑ サービス内容が**整理されていてパッとみてわかる。**

CONTENTS

着実に情報収集するルート

問題提起

- No.1 **ターゲットが欲しい情報とは？**
- No.2 **スクロールしてもらうには？**
- No.3 **大量にある情報の見せ方は？**
- No.4 **ポジティブな印象を与えるには？**
- No.5 **女性を多くアクセスさせるには？**

POINT

- ☑ カリキュラムと学習フローの詳細を掲示する。
- ☑ コンテンツの区切りを明確にする。
- ☑ 激しいコントラストをつけない。
- ☑ 第一印象に鮮烈な印象を与える。

▼

前半はコンバージョン率を上げるため、コース紹介→学習の流れ→ CTA →料金で**ターゲットが一番知りたい情報をしっかりと見せて、CTA・個別相談会と資料請求に繋がるフロー**を想定し、**知識欲を満たし好奇心を刺激する構成**にしています。

前半で Web スクールの詳細を掲示していますが、PRICE（料金）以降の後半は＋ α で学べる講座の一部や学習スタイル・卒業生や作品の紹介などのモデルケース・**具体的な提案・実生活の取り入れ方を掲示**することで、**不安を取り除き、意欲を掻き立てる構成**になっています。

CTA
ボタン

- TOP
  ヒーローイメージ
- APPEAL
  訴求
- CATCH COPY & MESSAGE
  メインメッセージ
- COURSE
  講座・コース紹介
- FLOW
  学習の流れ
- MERIT
  デジ LIG で学習するメリット
- CTA
  個別説明会の予約・資料請求
- PRICE
  受講料金
- APECIAL COURCE
  即戦力デザイン集中講座
- STYLE
  学習スタイル
- TRANER
  トレーナー紹介
- VOICE
  卒業生の声
- WORKS
  卒業制作の紹介
- FAQ
  よくあるご質問

About Design PC

コース紹介が縦に伸びないようにまとめつつ、学習フローは見やすく配置しました。

受講料金をコーナーにアクセスすることで確認する…ではなく比較できるようにしました。学習スタイルは自分に近いものを選んで見られるようにタブで切り替えにしました。

https://xd.adobe.com/view/44824f19-afeb-417d-ab0f-578d1be35a94-11d1/

About Design SP

コンテンツが多いので、縦にどうしても長くなってしまいましたが、見せたい部分 / コース紹介や料金はしっかりと見せるようにすると決め、構成していきました。

UI Design

※視認性のため PC 表示でのデザインで解説。
XD データを閲覧ができます、ご確認よろしくお願い致します。

PC デザイン↓
https://xd.adobe.com/view/44824f19-afeb-417d-ab0f-578d1be35a94-11d1/

SP デザイン↓（QR からもアクセス可能）
https://xd.adobe.com/view/7360a5cb-bc17-49bc-b090-1258f065cb51-2633/

固定ヘッダー

コンテンツが多いため、**サイト内回遊率を高め**ユーティリティナビゲーションの要素にすばやくアクセスできるようにします。

コンセプトを現したヒーローイメージ

アクセスしたときに、**「明るく新しいキャリアへ…」**というメッセージと女性のキャリアアップを感じさせるように、以下の条件も満たす写真を選定しました。

・20 ～ 30 代のビジネスウーマン
・笑顔が素敵な女性
・清潔感がある

モチーフの**”リーフ”・曲線・流体シェイプ**を合わせ、CTA に流れるようにデザインすることで装飾性だけでなく、**ユーザーフローを強化しコンバージョンに繋げます。**

UI Design

※視認性のため PC 表示でのデザインで解説。

コントラストをつける

コースごとに個別にまとめ、背景色と情報群で色を分け、**ユーザーがリンクや内容に集中・フォーカスできるようにコントラストをつけています。**

タブメニュー

デジ LIG では通学とオンラインのどちらでも学習できるので幅広い選択肢があります。同時に情報量が増えるため**表示コンテンツの切り替え**で**自分に合ったスタイルをユーザーが選んで確認することができます。**

スクロール促すの施策

FLOW（学習の流れ）はカルーセルの内容を見逃す事もあるため、**情報を確実に得てもらうこと重視**しスクロールしてもらうようにしました。

連番の部分のデザインをラインで繋げる事で下へスクロール促すようにしています。

統一感の創出

背景色を変えることでリンクや内容に目が向けさせ、メリハリをつけています。

＋αで、コンテンツの間に柔らかな色の液体シェイプを差し込むことで、**新鮮さとサイトで使う色を合わせているため統一感も生まれます。**

Web

03 digital hollywood Studio × LIG

2022.09~10
スクール課題

オーガニック食材宅配サービス LP

HTML・CSS を講座を一通り受けた後の中間課題で、初めて自分でデザインとコーディングをしたサイトになります。

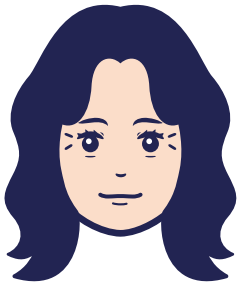
健康に気を使う人・主婦層にむけての LP にしようと思い、HERO イメージは**柔らかくアイコニックなイラスト・アイコンを描き使用**しました。また、**オーガニックで高級で萎縮するという印象を少し軽減できれば**という狙いもあります。

配色・フォントに関しても、**優しさが伝わる**ように調整していきました。

下記 URL アクセスの上、ご確認よろしくお願い致します。
https://tm-sample29.sakura.ne.jp/sugutabe/

TARGET

子育て中の主婦・健康志向の人



求めるものは？

- ☑ 子供・家族の健康のために食べ物にこだわりたい。
- ☑ まずは定期購入からではなく、試してみたい。
- ☑ 敷居が高いものは遠慮したい …。
- ☑ 保証や万が一の対応はしてくれるのか … ？
- ☑ 最初は低価格帯から始めたい。

▼

健康志向が高い。
専業主婦であり、料理にリソースが割ける。
慎重でまずはスモールスタートから物事を進める。

▼

見たいサイトは？

- ☑ **生産者・契約農家の顔などの情報が見える。**
- ☑ 入り口はお試しなので**シンプルで見やすい。**
- ☑ **視認性が高く、柔らかい印象の間口の広いサイト。**

CONTENTS

上から下にスクロールするだけのルート

問題提起

- No.1 **ターゲットが欲しい情報とは？**
- No.2 **スクロールしてもらうには？**
- No.3 **お試しセットの購入に繋げるには？**
- No.4 **ポジティブな印象を与えるには？**
- No.5 **主婦層を取り込むには？**

POINT

- ☑ 契約農家と利用者の声を掲載する。
- ☑ 興味を持たせる構成作り。
- ☑ 前後半それぞれに TRIAL を入れる。
- ☑ 色彩を柔らかく、安心感を与える。
- ☑ 敷居を高くせず、親やすさを与える。

▼

全体的にやや短めで、あくまでキャンペーンサイトの**お試しセットの購入へ繋げる事、コンバージョンへ繋げる事を第一に構成しています。**

前半は TOP からメッセージ・訴求で概要や選ばれる理由で大型のサービス・商品の説明をしてから、商品購入までは**興味を惹き、購入へ繋げる構成**です。

後半に関しては、前半で掴めなかったユーザーをコンバージョンへ繋げるため、慎重なユーザーには契約農家の紹介・お客様の声・FAQ で**不安要素を取り除いてコンバージョンへと繋げる構成**にしています。

TOP
ヒーローイメージ

MESSAGE & CTA
メッセージ・購入ボタン

APPEAL
選ばれる理由

TRIAL
お試しセット

FAMER
契約農家の紹介

VOICE
お客様の声

FAQ
よくあるご質問

TRIAL
お試しセット

About Design PC

TOP から下にスクロールしてもらえるように、背景のグラフィックを少し長めにしました。
お試しセットの購入へ繋げたいため、2 回表示しています。全体的にシンプルながらも、少しディテール凝ったものを意識しました。

https://tm-sample29.sakura.ne.jp/sugutabe/

About Design SP

SP では、契約農家の紹介やお客様への声をカルーセルにして間延びしないようにしました。大事な項目ではあると思いましたが今回は、「お試しセットの購入」を第一優先として、しっかり見せられるように構成しました。

UI Design

※視認性のため PC 表示でのデザインで解説。

下記 URL アクセスの上、ご確認よろしくお願い致します。

https://tm-sample29.sakura.ne.jp/sugutabe/

優しさが伝わるヒーローイメージ

オーガニック野菜の宅配サービスというだけあり購入なイメージを持ち、**敷居の高さから購入から遠のく事は避けたい**ため、野菜の写真ではなく、**柔らかい野菜のイラストを描き使用**しました。

野菜のイラストは光が当たる部分はフワッとした暖かい光を表現しています。手書きの線ではありませんが、色の使い方（グラデーション）やほんのちょっとした表現の仕方で、**ベクターデータ**でも手書きに劣らない柔らかな雰囲気を表現することができます。

UI Design

※視認性のため PC 表示でのデザインで解説。
下記 URL アクセスの上、ご確認よろしくお願い致します。
https://tm-sample29.sakura.ne.jp/sugutabe/

背景にコントラストをつける

基本サイト全体はホワイトですが TRIAL/ お試しセットの購入は**区切りをつける・目立たせるため**、パステルカラーのイエローオレンジの背景を使いました。

利用者の料理写真を使用

”お客様の声”に関しては顔出しをさせることよりも、実際に使ってみた写真を使うことで、どう感じたか等の感想を記載した方が、ユーザーはサービスのメリットをより**説得力を増して感じる**と思います。

相手の顔がわかる写真

契約農家の顔が見える写真を使うことで、ユーザーに生産者に対する**不安感の払拭や顔が見える事で安心感や信頼を生じさせコンバージョンへの足掛かりの一歩**となります。

04 LAMP GUEST HOUSE & OUTDOOR

2022.12~2023.01
スクール課題

株式会社 LIG 運営のゲストハウスのバナー

TARGET

20 代の男女
サークル活動を楽しむ人やアウトドア好き

長野県野尻湖の湖畔に佇む宿泊施設 **LAMP 野尻湖**（https://lampinc.co.jp/nojiriko/）目の前には自慢の自家製サウナ **The Sauna** があり、周りには 2000m 級の黒姫山や妙高山、斑尾高原のあるロケーションもよく、レストランもあります。

宿泊・アウトドア・サウナ・グルメが楽しめるという事で楽しさが伝わるようなデザインを目指しました。
また、個人的なチャレンジですが今回は**イラストのみで作成**しました。**写真素材とはまた違う見え方**になり、非常に勉強になりました。

Ai Ps

05 The Sauna

2022.12~2023.01
自主制作

LAMP 野尻湖にある自家製サウナのバナー

TARGET

20 代の男女
サークル活動を楽しむ人やアウトドア好き

LAMP 野尻湖のバナーを作成した後、**写真素材を使ったバナーを作成**してみようと思い自主制作という形で作成していきました。

やはり、イラストと**違い情報量が目に見えて違ってくる**のでそれぞれの良さ実感できました。
写真選定の際は、サウナ後の**整った爽快感**を感じられるような写真を選び、デザインは**キャッチーさとユーモア**を感じられるバナーを目指しました。

Ai Ps

06 illustrations

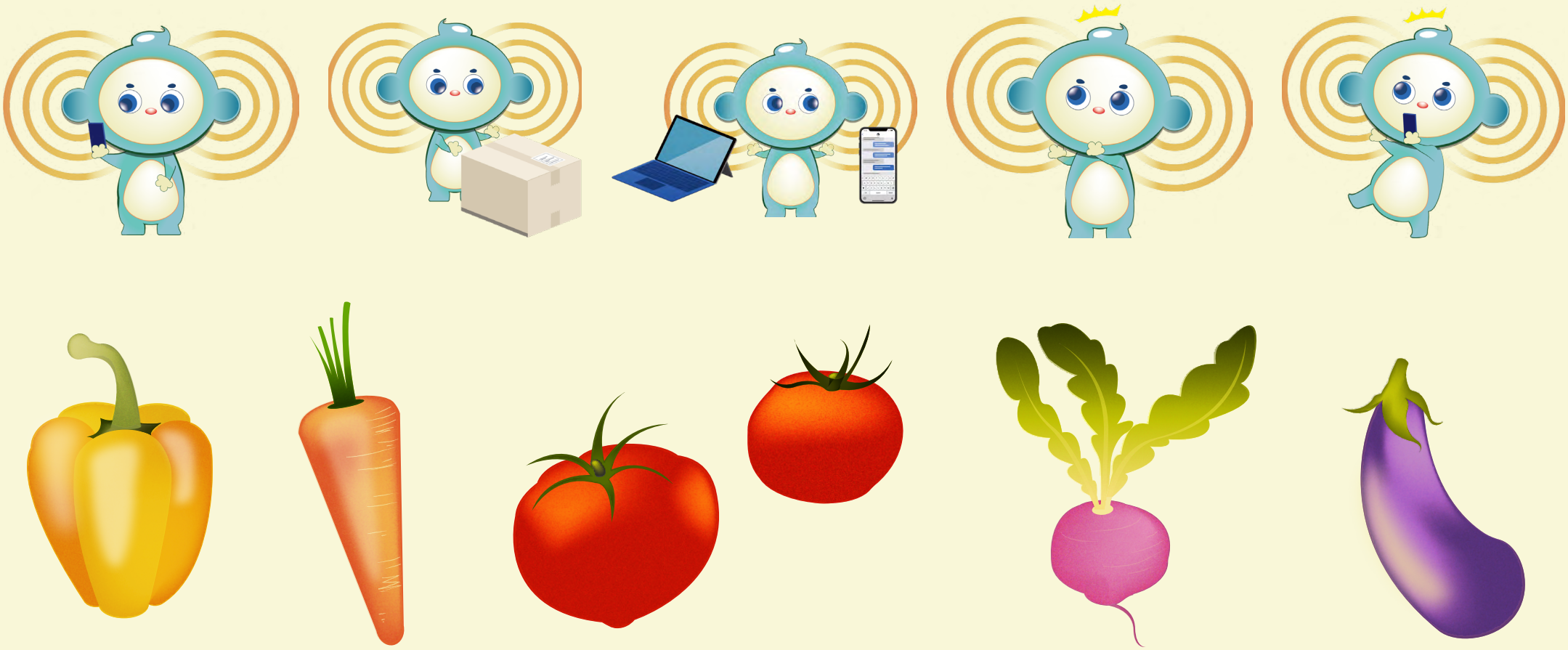
2022~2023
スクール在籍中に作成したイラスト

Web スクールで描いたイラスト

在職中もスケッチ（手書きパース）など書くことが多かったですが、スクールに通い始めてから存在感がありつつ、サイトの中で邪魔をしないという…などの塩梅を調整しながら描くのはなかなか難しかったです。

基本的に**手書きでラフ描き→スキャン→Illustrator で清書**していく工程です。また、作成したものは、扱いやすいように**ベクターデータ**にしております。
ここで少しご紹介できればと思います。

Ai Ps



About

イラストを描く上で illustrator では光沢を出すときはメッシュツールやグラデーションで表現します。また時間短縮のためとイラストに合う素材があれば商用フリーの素材を組み合わせて描く時もあります。