

複雑な情報を
「わかる」「伝わる」に変える
イラストレーター・デザイナー



福島さつきの
ポートフォリオサイト

HP

Illustration & Design Portfolio
SATSUKI FUKUSHIMA



より道するようなワクワクを、
イラストとデザインで伝えるお手伝い。

屋号「より道デザイン&イラストレーション」は、
「イラスト・デザインでより道のようなワクワクを」をコンセプトに
取材や体験をもとに、サービスの魅力や仕組みを
整理し、流れを構造化。
クリエイティブの力で「伝わる形」に
可視化するお手伝いをします。

複雑な仕組みや背景のストーリーも、
親しみやすく「伝わる」ヴィジュアルへ落とし込み、
人々の興味と次の行動につながる表現をサポートします。



福島さつきの
ポートフォリオサイト
HP

イラストレーター・デザイナー

福島さつき

Fukushima Satsuki



神奈川県在住、愛知県名古屋市出身。
英国発家電メーカー・ダイソン株式会社にてインハウスグラフィック
デザイナーとして4年半勤務し、マーケティング視点を活かした
グラフィック・WEBデザインを担当してきました。現在は独立し、イラスト
制作だけに留まらずパッケージ・ロゴデザインをはじめとしたグラフィ
ックデザインに従事。取材イラストポ、イラストマップ・俯瞰図、図解を制作しています。
実際に現場へ足を運び、見て、聞いて、感じたことを整理し、観光・地域産業・施設やサー
ビス仕組み魅力を流れで構造化し、複雑なことでも「わかりやすく」「親しみやすく」伝え
る表現を大切に活動しています。

経歴

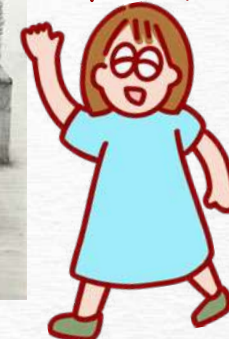
- 2014.03 名古屋市立工芸高等学校デザイン科 卒業
- 2019.03 愛知県立芸術大学 美術学部デザイン学科 卒業
- 2019.04 ダイソン株式会社 入社
- 2023.07 ダイソン株式会社 退職
- 2023.08 イラストレーター・デザイナーとして独立

幼い頃から「作ること」「描くこと」が大好きな
気になるものは何でも作ってみる、描いてみる、
そんな好奇心旺盛な子ども・学生時代を過ごしました。



お風呂めぐりと
さんぽが
趣味です！

イラストレーター・デザイナー
福島さつき



イラストレーション

取材・企画・構成・作画まで一貫対応。
企業や施設の取り組み、複雑な仕組みを整理・
構造化し、親しみやすく、わかりやすいイラスト
で可視化します。体験イラストルポ、図解、イラスト
マップ・俯瞰図、工程紹介などを得意としています。



グラフィックデザイン

イラスト制作に加え、企画・デザイン・印刷管
理までトータル対応。
グラフィックデザインの実務経験を活かし、
アートディレクションを含めたクリエイティブ
全体の設計が可能です。



福島さつきが大切にしていること



1. 取材で見つけた現場の魅力を、解像度高く届ける

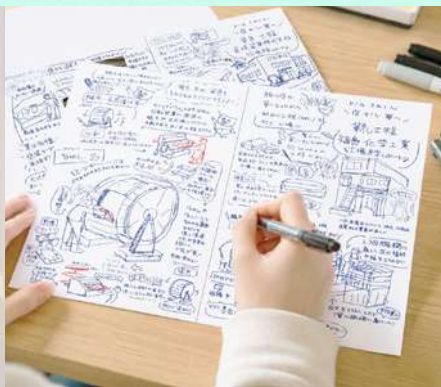
イラストの親しみやすい表現だけでなく、イラストレーターが現場へ実
際に足を運び、自ら取材を行うことを大切にしています。担当者へのヒ
アリングや現地での体験を通して、サービスの特徴だけでなく「なぜ選ば
れているのか」まで理解した上で制作します。現場で実際に得た情報を
整理・構造化することで、写真やテキストの資料だけでは伝わらない魅
力や価値をイラストで解像度を高め、実感ごと届けることを心がけてい
ます。

2. 複雑な情報を整理し「体験」「仕組み」を「構造」に

複雑な情報を整理し、サービスや施設の魅力が伝わる構造へ再設計しま
す。情報を並べるだけでなく、読み手が「なるほど!」と具体的にイメ
ージし理解できる流れを構成によって作ることを大切にしています。イラスト
ルポや俯瞰図・図解・マップ・漫画など、内容に合わせた表現で可視化の
お手伝いをします。

3. 興味を育み、次のアクションへつなげる

情報を伝えることだけをゴールにせず、「面白そう」「行ってみたい」「利
用してみたい」「もっと知りたい」と自然と思う状態を目指しています。
サービスや施設の特徴だけでなく、利用する人がどんな体験をするのか
まで伝わるよう視覚表現を提案・設計し、実際に利用した時のイメージ
が膨らむことで、知らなかった世界への興味を育み、次への行動につな
がるクリエイティブ表現を大切にしています。



感動の実感ごと伝える 「イラストルポ」

取材 × イラストで

「伝わらない」を「行ってみたい」「利用したい」に変える

イラストレーターが現場に足を運び、実際に見る・聞く・感じる取材から、サービスや施設の魅力、体験の楽しさまでイラストで可視化します。

こんなお困りごとはありませんか？

写真や文章だけでは
魅力が伝わり
にくい…

サービスの仕組みや
流れをわかりやすく
解説したい…

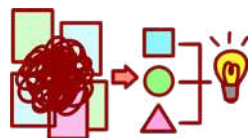
地域や施設の
魅力・価値体験を
もっと伝えたい

福島さつきのイラストルポなら！

✓ 現場取材で
リアルな魅力を発見！



✓ 情報を整理・構造化し
体験の流れまで可視化！



✓ 「行ってみたい！」
「利用してみたい！」
につながる表現に！



活用シーン



会社案内・採用広報



サービス紹介



地域・施設の魅力発信



展示会・イベント



オウンドメディア

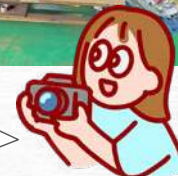
取材からイラストルポ制作の流れ

STEP 1 現場に出向き 取材をします

打ち合わせにてヒアリングを重ね、さらに実際に現場を見て・触れて・お話を伺うことで、イラストレーター視点で対象の解像度を高める事で表面的な理解にとどまらない、説得力のあるビジュアルの土台をつくります。

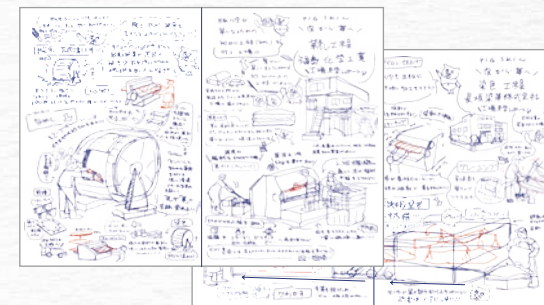


実際に目で見てお話を伺った
現場での発見が、
伝わるイラストの種になります！



STEP 2 情報を整理し ラフを作成

取材内容を整理し、情報のつながりや体験の流れを構造化。ルポの全体の見え方を確認します。ラフでのすり合わせを重ね、「実際に足を運びたくない」「複雑な内容でも楽しくわかりやすい」イラストルポを制作していきます。



STEP 3 伝わるイラストルポに 仕上げます

イラストや図解・写真が入り情報をわかりやすく可視化。読者が「面白そう！利用してみたい！」と思えるイラストルポに仕上げます。

これならお客様に弊社の
ことを楽しく伝えられる！



期待できる効果



複雑な内容が
直感的に理解される



興味・共感が
生まれる



「行ってみたい！」
「利用したい！」の
次の行動につながる



情報発信の
成果が高まる

イラストルポの実績事例

CASE
01

CLIENT: 東京都産業労働局

年鑑冊子「TOKYO LEATHER PIGSKIN 2026」

東京都の皮革産業を「知る」から「行ってみたい」へ

東京産レザーは、東京の地場産業でありながら、一般の人にはその背景や魅力が伝わりにくい素材でした。特に豚革がどのように加工され、どんな職人の技術によって製品に生まれ変わるのかは、日常の中ではなかなか見えません。そこで、工場取材をもとに工程や地域性を整理し、初めて触れる人にも「面白い」「もっと知りたい」と感じてもらえる誌面へ再構成しました。

BEFORE 既存冊子(2022年版)



課題

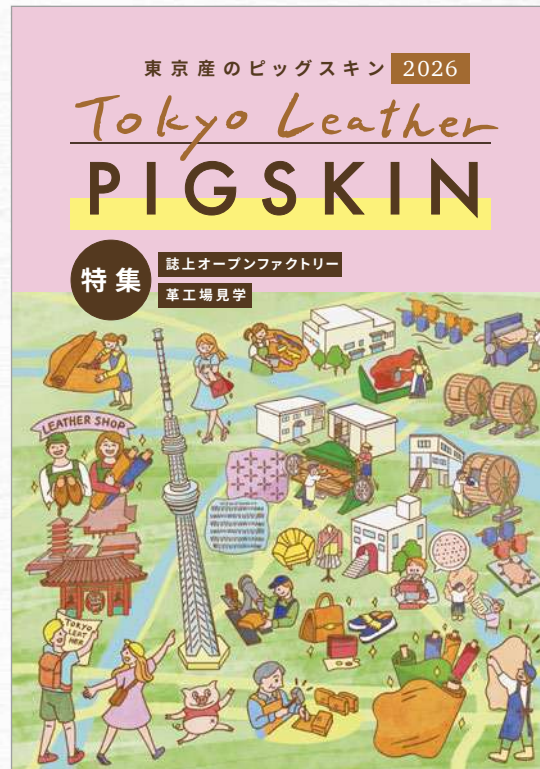
東京の地場産業にも関わらず東京産レザーの特性や背景・魅力が直感的に伝わりづらかった。

POINT!

東京産レザーの産地と地理的魅力を一枚で伝える表紙

東京産レザーの産地である墨田・八広エリアと東東京のランドマークを同画面に配置。産地・ショップ・消費者が近接する地域特性を表現し、産業の魅力や地域の繋がりを、地図を眺めるように、楽しく伝える表紙を制作しました。

AFTER

新冊子(2026年版)
A4フルカラー P32

提案

工場の取材を元に、複雑な皮革産業の工程や特性をイラストで整理・構造化。誌上工場見学レポートとして再構成。初めて東京産レザーに触れる人でも、産業の魅力や職人の技術を楽しみ理解できる冊子を作成。

誌面の見どころ

取材で見た「現場のリアル」を、イラストで楽しく紹介。

POINT
01

工場の複雑な工程を
図解イラストで解説

POINT
02

歴史的背景や文化も
マンガでやさしく解説

POINT
03

解説役の
キャラクター開発



この冊子が生み出した変化

来場者の理解が深まり 工場見学の事前 地域の魅力を再発見
興味関心が高まった ツールとして活用 するきっかけに

担当者の声

皮革産業の専門的な内容を、ここまで親しみやすく伝えられるとは思いませんでした! 冊子全体の印象も明るくなり来場者に説明しやすく「工場見学へ行ってみよう!」という声も増えています。

CASE
02

CLIENT: 株式会社 CHINTAI WEBメディア「#住んだら手帳」

【連載】街歩きイラストルポ 戸越銀座・蔵前編

街の魅力を「知る」から「住んでみたい」へ

株式会社 CHINTAI 運営の WEB メディア「#住んだら手帳」の新企画として、街歩きイラストルポを制作しました。引越しを検討する 20～30 代女性に向けて、写真や文章だけでは伝わりにくい街の空気感や暮らしの魅力を伝えることが課題でした。そこで実際に街を歩き、取材先の選定から構成提案・取材・制作まで一貫して担当。店舗や施設の紹介だけでなく、その街でどんな時間を過ごせるのかまで伝えることで、読者が「行ってみたい」「もっと知りたい」「住んでみたい」と感じられるイラストルポとして再構成しました。

BEFORE

課題

引越しを検討する 20～30 代女性に向けて、街の魅力だけでなく「その街でどんな暮らしができるのか」を伝える必要があった。しかし写真や物件情報だけでは、休日の過ごし方・街の雰囲気・暮らしの楽しさまで伝えることが難しかった。

POINT!

写真とイラスト・レイアウトにメリハリを付け目に留まる投稿に！

SNSで読み進めたい情報設計



AFTER



提案

特集する街や店舗の選定から携わり取材を実施。街で過ごす時間まで整理し、街の体験価値を可視化したイラストルポとして再構成。街歩きを楽しむように読め、思わず実際に足を運びたいくなる街歩きルポを提案しました。

誌面の見どころ

街を歩くように楽しめて、暮らしを具体的にイメージできるルポに！



POINT!

写真とイラストでリアルな街の空気感を再現

街歩きイラストルポで伝えたこと



実際に街に住んで歩いてみたら？がイメージでき、街の温かみまで感じられる素敵なコンテンツを制作いただきありがとうございました。イラストと情報量のバランスも良く、記事としてもとても読み応えのある内容になったと思います。細かな部分まで丁寧に描いていただき感謝しています！

担当者の声

【戸越銀座編:2025年10月/蔵前編:2026年2月制作/1680×2100px各特集2枚】
●担当範囲:取材先選定・アボ取り・取材・イラスト・デザイン・動画制作
●連載:2025年10月～継続中

伝わる!つながる!行きたくなる! 「イラストマップ・俯瞰図」

情報を整理し、魅力を直感的に伝えるイラストマップ・俯瞰図

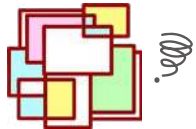
イラストマップ・俯瞰図は
行動を後押しするビジュアルツールです。

点在するスポット・多くの情報を整理し、
目的地までの流れや全体像を直感的に伝えます。初めて訪れる人にもわかりやすく、
回遊や利用促進につながるイラストマップを、
さらには、企業理念までも伝える俯瞰図を制作します。

企業・自治体のみならず

こんなお悩みはありませんか？

企業・施設の方 広報・企画担当の方 自治体・官公庁の方



情報が多すぎて
整理して伝えられない



企業の理念やビジョンが
伝わりにくい



地域の魅力が十分に伝わらず
回遊や行動に繋がりにくい

福島さつきのイラストマップ・俯瞰図なら！

✓ 情報の関係性を
整理し内容を直感的な
理解を促す



✓ 理念やビジョンを可視化し
事業や人の繋がりと未来を
一目で伝えられる！



✓ 地域の魅力を
ストーリーで表現し、
来訪や関係人口の増加に



イラストマップ・俯瞰図の活用シーン

観光・地域マップ



地域の魅力を発見でき、
周遊促進のきっかけや
滞在時間の向上に。

商業施設
フロアマップ



施設の特徴を館内の
回遊性を高め、快適な回遊や
購買をサポート。

Web・デジタルマップ



Webやアプリと連携し、
デジタルでも周遊を促進。
楽しく街の見どころを伝えます。

サービス・商品
事業の全体俯瞰図



複数の事業やサービスの
繋がりを整理し、
企業の強みを伝えます。

ブランド・広報
俯瞰図



企業活動・成長戦略を
整理し、企業価値を
伝えます。

CSR・
サステナビリティ
ビジョンマップ・俯瞰図



社会課題への取り組みを
整理し、企業の
未来像を描きます。

イラストマップ・俯瞰図で期待できる効果

1 視覚的に関心を
引き、印象に残る



ビジュアルの力で目を引き、
内容をより深く記憶に
残すことができます。

2 共通理解で
対話生まれる



会話や共通理解を促し、
コミュニケーションを
円滑にします。

3 意思決定や検討・
行動を後押しする



理解が深まり、検討や行動の
次のアクションに
繋がります。

目的やターゲットに合わせて、
最適なイラストマップ・俯瞰図をご提案します！



建築イラストパース会社の勤務経験があるため、鳥瞰図やアイソメ・アクトソメイイラストの制作も可能です！

CASE 03

CLIENT: 株式会社帝国書院(コンペ応募作品)
書籍【旅に出たくなる地図 日本】[特集]福井県編

地図を「情報」から「行きたくなる体験」へ

福井県の見どころや名産、交通の流れを一枚の地図に整理し、初めて訪れる人でも「どこへ行きたいか」が自然に見つかる構成を目指しました。地図情報だけでなく、旅先で体験できることや地域の魅力を描き込むことで、思わず旅に出たくなるイラストマップとして提案しています。

BEFORE

課題

特集のターゲットであるアラフィフ女性に向けて、「普段行かない県の魅力を知り、行ってみたい!」と思える地図づくりが課題。従来の地図は正確な情報伝達には優れる一方で、旅の楽しさや地域の魅力が伝わりにくい状況だった。



AFTER

[2025年10月制作]
A3サイズ



POINT!

旅の計画が楽しい
ワクワクする
地図設計

担当者の声

老若男女すべての方に受け入れやすいタッチで大変好評でした。イラストマップ自体とても素晴らしい仕上がりでした。

提案

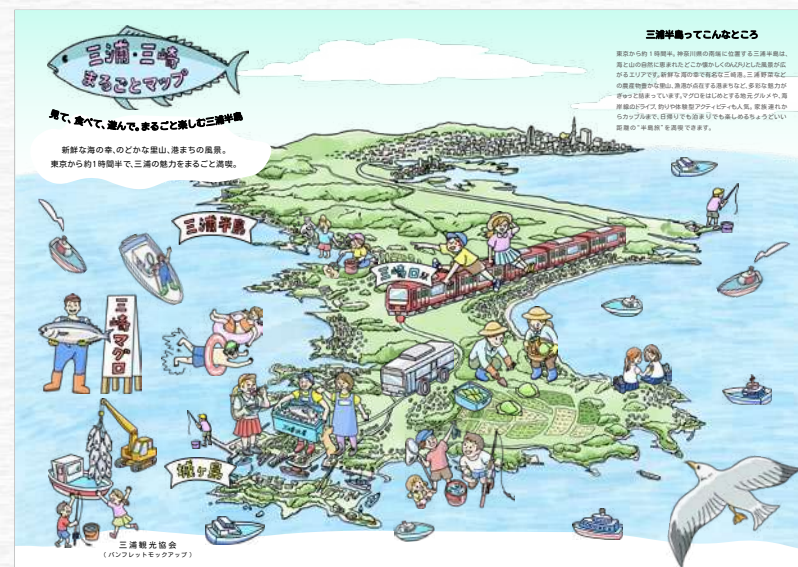
「見て満足」ではなく「行きたい」が生まれる地図へ。名所・グルメ・体験・交通を地図上で関連付け、旅のルートや立ち寄り先をイメージしやすい構成を提案。名所のイラストをアイコン的に配置することで情報を直感的に把握でき、旅への期待感やワクワク感が高まる地図を目指しました。

CASE 04

パンフレットMOCK UP:オリジナル
観光促進イラストマップ「三浦半島」ディレクション

都心から約1時間行ける。三浦半島を丸ごと楽しむ体験マップ

東京から電車で約1時間。海・グルメ・自然・アクティビティが凝縮された三浦半島の魅力を、ひと目で伝わるイラストマップとして可視化しました。地形や交通動線をベースに、名物のマグロ、自然豊かな農産物、レジャー体験をバランスよく配置。視線が自然と巡る構成にすることで、「次の週末、行ってみたい」と周遊のきっかけづくりにつながるビジュアルを目指しました。



POINT!

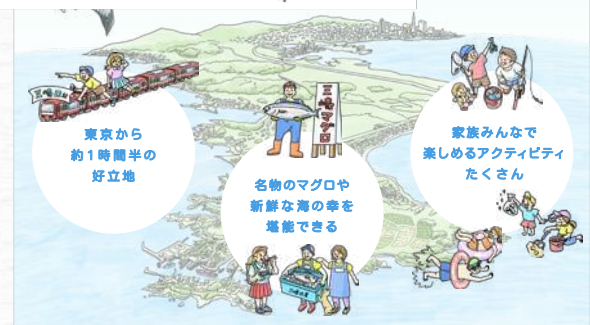
家族連れに届く
ちょうどいい
親しみやすさ

幅広い世代に親しまれるやさしく安心感のあるイラスト表現。



POINT!

観光パンフレットを想定した
A3三つ折りパンフレット▼



地域の魅力を一枚で伝え、観光キャンペーン案内や周遊促進に活用できるパンフレットとして企画しました。(モックアップ)

[2025年7月制作 / A3三つ折りパンフレット(両面フルカラー)]
●制作範囲: 企画・ラフ・イラスト・デザイン・入稿データ作成
●制作期間: 約1.5ヶ月

CASE 05

ヴィジョンイラスト(俯瞰図):オリジナル

発注・制作プロセスを描くヴィジョンイラスト

アイデアが形になるまで、関わる人々の想いをひと目で。

本が積み重なるように、アイデアが積み上がり、形になっていく。

イラストレーターがクライアントから仕事を受け、制作を通じて価値を届けるまでの一連の流れを、ビジュアルでわかりやすく表現したヴィジョンイラストです。書籍の膨大な資料から必要な情報を読み取り、整理・構成しながら、アイデアを積み上げていくプロセスを、階段状の本のモチーフで表現しました。「どのように進むのか」「誰と関わるのか」が直感的に伝わり、初めての方にも安心してご依頼いただけることを目指しています。

POINT!

制作や発注の裏側を
イラストで見える化し
安心感と納得感に
つなげる
ヴィジュアルに



人々の想いや仕組みを構造化し、
楽しく伝えるイラスト



[2026年5月制作 / A0・
A4 サイズ]

イラストマップ・俯瞰図

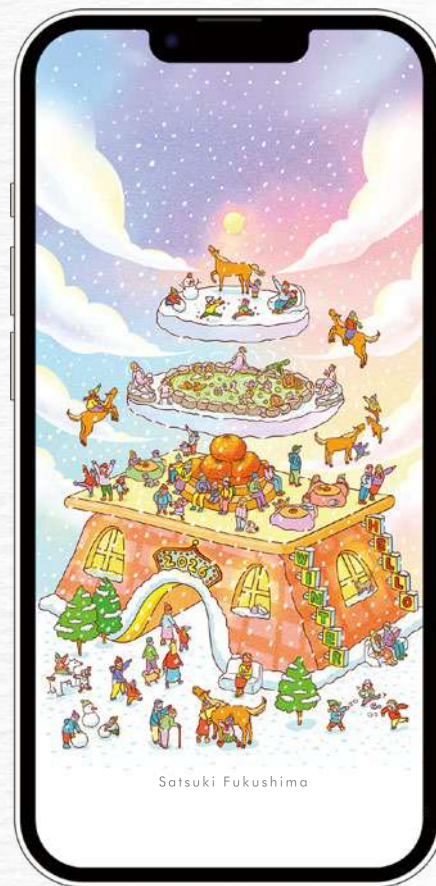
CASE 06

ヴィジョンイラスト(俯瞰図):オリジナル

季節のご挨拶を、もっと楽しく、心に残る形に

紙とデジタルで届ける、季節のご挨拶

2026年の年賀状として制作した、デジタルグリーティングカード企画。はがきの印刷物としてのご挨拶に加え、QRコードから読み込むことで雪が舞うアニメーション演出を楽しめる二層構造に設計しました。イラストは、雪の降る新年の世界で、人々がわくわくしながら過ごす様子を描写。千支である馬のモチーフを物語の中に自然に織り込み、新しい一年への高揚感と希望を表現しています。紙とデジタルを掛け合わせることで、記憶に残る季節のコミュニケーションを目指しました。



[2025年12月制作 / mp4 アニメーション・ハガキサイズ]



POINT!

新年の高揚感を、一枚の
ヴィジョンイラストの世界に凝縮。



体験型の年賀状



QRを読み込むと、雪が舞う
デジタルグリーティングカード
をご覧いただけます。新年の
ご挨拶も楽しくお届け。

愛され、共感が生まれる！ 「キャラクターデザイン」

企業やメディアの顔となる、親しみやすく愛されるキャラクター

キャラクターの力で、
企業やサービスの価値をまっすぐ届ける

キャラクターは単なる“見た目の可愛さ”だけではありません。

企業のブランドやサービスの想いをカタチにし、
ターゲットとの心理的な距離を縮めるコミュニケーションツールです。
目的や用途に合わせて設計することで、情報の伝わりやすさや記憶への
残りやすさを高め、ファン化や信頼構築につなげます。

こんなお悩みはありませんか？

情報が埋もれて
伝わらない

消費者やユーザーとの
繋がりが弱い

広報・販促の
効果を高めたい

福島さつきのキャラクターデザインなら！

✓ 企業やブランドの
親しみやすさ向上



親しみやすいキャラクターが
ブランドの印象をやわらげ、
安心感や信頼感を高める。

✓ 親しみと愛着を産み
ユーザーとの関係性を育む



キャラクターが継続的に登場
することで、ユーザーとの接点が増え、
愛着やファン化につながる。

✓ 情報の伝わり
やすさがアップ



複雑な情報もキャラクターが
やさしく案内。記憶に残りやすく、
理解促進と次の行動をサポート。

キャラクターデザインの活用シーン

1 企業マスコット
キャラクター



企業理念やブランド
イメージを象徴し、
親しみやすさや認知度
向上につなげます。

2 サービスキャラクター



サービスの特徴や使い方を
わかりやすく伝え、
利用者との距離を縮めます。

3 Webサイト・
Webコンテンツ



案内役や説明役として活用し、
情報理解をサポートします。

4 SNS・Web広告



投稿や広告で親近感を生み、
拡散力や反応率を高めます。

5 パンフレット・
営業資料



内容の理解促進や
印象向上に貢献し、信頼感の
向上につなげます。

6 ノベルティ・
グッズ



日常の中で自然に
触れてもらうことで、ブランド
認知やファン獲得につなげます。

キャラクターデザインで期待できる効果

✓ ブランドイメージの
向上に



ブランドの世界観を体現する
キャラクターがブランドの
魅力を印象づけます。

✓ 情報発信の
効果の向上



難しい情報も親しみ
やすく伝え、理解されやすい
コンテンツに。

✓ 企業やサービスの
顔として活躍し、
長く愛される存在に



ブランドへの愛着を育み、
ファン化や利用促進に
つながります。

企業の考えやサービスの想いを伝える、
愛されるキャラクターをご提案します！

「トコさん」「ルポポ」キャラクターデザイン

新企画のメディアがもっと身近になるキャラクターデザイン

WEBメディア『#住んだら手帳』の新企画「街歩きルポ」に登場するキャラクターを制作。読者との距離を縮めるだけでなく、「この街に住んでみたい」と感じるきっかけを生み出す存在として設計しました。街歩き好きで好奇心旺盛な主人公と相棒キャラクターの二人の関係性や掛け合いを軸にストーリー性を持たせることで、連載の展開やSNSでの活用にも広がりが見られる設計と長く愛されるキャラクターデザインを行いました。

BEFORE

課題

読者と一緒に街を歩く案内役が欲しい。引越しを検討する20代女性へ向けて、街の魅力や暮らしのイメージを伝える新企画を開始。記事だけでは読者との距離感やメディア独自の世界観を表現しにくく、継続的に活用できる象徴的な存在が求められていました。

AFTER

POINT!

複数ポーズや表情を制作し、
さまざまな記事や媒体で活用可能に。

提案

「住んでみたい」を後押しする案内役を設計。街歩きが好きな読者像をもとに、街の住みごこちを発見する主人公「トコさん」を制作。さらに街の魅力を見つける妖精「ルポポ」を加えることで、読者が一緒に街を巡っているような体験を演出しました。世界観や性格設定まで設計し、記事・SNS・キャンペーンへ展開できるキャラクターとして提案しました。

キャラクターの性格

「トコさん」



いつも手帳と鉛筆を持ち歩く散歩が大好きな女の子。とにかくいろいろな街や場所に行くことが大好き。楽しかったこと発見したことをつつい人に話しちゃう。意外にもお煎餅が好物で寒いのが苦手。

「ルポポ」



トコさんの手帳から突然現れた妖精の「ルポポ」この街のことは何でも知っている博識な妖精。ポーー！が口癖。

スーパーラフ



ラフ



活用イメージ



SNSでの視認性を考慮し、メディアの雰囲気にも馴染む色使いとタッチで設計。縮小表示でも見やすいよう、アウトラインを太めのデザインに調整しています。

担当者の声

トコさんとルポポが登場することで、読者が一緒に街を歩いているような楽しさや親近が生まれました。当初予定していなかったサブキャラクターの提案もありありがとうございました！「#住んだら手帳」のメディアの世界観を広げる大きな存在になっています。社内でも可愛い！と話題です。

ヒアリング内容をもとに、キャラクターの方向性を複数案ご提案。それぞれビジュアルだけでなく、性格や役割も含めて設計し、世界観を整理します。必要に応じてサブキャラクターも提案し、運用しやすいキャラクターへ発展させます。

[2025年10月制作]

●制作範囲: キャラクターデザイン設計・ラフ・表情 / ポーズ展開・キャラクター設定資料作成

●制作期間: 約3ヶ月

「サハットちゃん」キャラクターデザイン

世代を超えて銭湯文化をつなぐキャラクターデザイン

全国の銭湯が年々減少するなか、若い世代にも銭湯をもっと身近に感じてもらいたいという想いから制作したオリジナルキャラクターです。親しみやすいキャラクターを通じて、銭湯の楽しさや魅力、文化的な価値を自然に伝えることを目指しました。SNS・漫画・グッズなど様々な媒体で展開しながら、銭湯文化の入口となる存在として設計しています。

BEFORE

課題

若い世代に銭湯文化の魅力が届きにくい。近年、銭湯の数は減少を続けており、若い世代が銭湯に触れる機会も少なくなっています。銭湯ならではの魅力や楽しみ方、地域コミュニティとしての価値が十分に伝わりにくく、気軽に興味を持つきっかけづくりが求められていました。



AFTER

POINT!

親しみやすいキャラクターで、銭湯への興味を後押し。

地球の銭湯に魅了された謎の宇宙人「サハットちゃん」

友達の「濡れ頭巾坊や」からもらったサウナハットを常に被っている

銭湯を見つけると目がキラキラになる



いつもお風呂に入っているため血行がよくなり、ほっぺが常にピンク

お風呂バックを常に持ち歩いている



銭湯のおばちゃんからもらったタオルを腰に巻いている

身長
90cm

提案

銭湯の魅力を一方的に「説明する」のではなく「楽しく自然に伝える」ために制作したキャラクター「サハットちゃん」。銭湯好きの宇宙人が全国の銭湯を巡りながら、銭湯の魅力やマナーを、漫画やイラスト・キャラクターを通して楽しく発信。漫画やイラストを通じて銭湯への興味を促し、若い世代が実際に足を運ぶきっかけとなることを目指しています。SNS・冊子・イベント・グッズなど幅広い媒体で展開可能なキャラクターです。

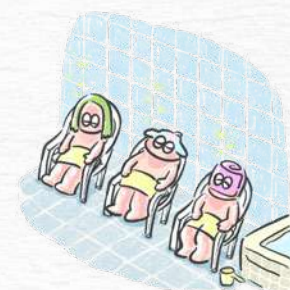


活用イメージ

漫画「うちゅうじん、銭湯へ行く。」／オリジナル



普段は宇宙に住んでいるうちゅうじん熱くて冷たいものが好き。いつの間にかにんげんから「サハットちゃん」と呼ばれるようになった。



これなら、日常的にキャラクターを通して銭湯に触れてもらえる!



LINE スタンプ 2023 年より販売開始。累計 1000 ダウンロード 突破!



想いや仕組みを、 人が動く“伝わる形”へ

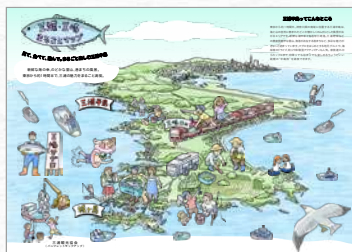
取材イラストポ、イラストマップ・俯瞰図、
図解、キャラクターデザイン。
制作するものは違っても、私が一貫して行っているのは、

「複雑な情報や想いを整理し、構造化。
人々に伝わる形へ変換すること」です。

イラストポ



イラストマップ・俯瞰図



キャラクター
デザイン



最後までご覧いただき、ありがとうございます。
これからも、ひとつひとつのご縁を大切に、心を込めて制作してまいります。

トータルでサポート！
企業のみならず福島さつきがご提供できること

1 企画から相談できる

漠然としている段階でもOK！
課題や目的を一緒に整理し、最適な表現や
コミュニケーションの方向性をご提案します。



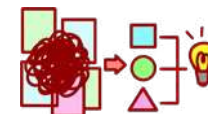
2 取材・構成・イラスト・デザインまで一貫対応

取材・情報収集から構成、イラスト・デザイン制作、納
品までワンストップで対応、やり取りの負担を減らし、
スムーズに進行します。



3 複雑な内容もわかりやすく整理

専門的な内容や複雑で一見、難しく感じる仕組みも、
図解やイラストで直感的に、流れで理解できるように
構造化しヴィジュアルで可視化します。



4 見た人の興味や次の行動につなげる

「見たくなる」「知りたくなる」「行ってみたくなる」
ヴィジュアルで、見る人の心を動かし、
次のアクションへつなげます。



5 媒体を横断したディレクション展開ができる

イラストとデザインを組み合わせ、
様々な媒体で一貫したコミュニケーションを
実現します。



「何を作るか」ではなく、
「何を伝えたいか」から、ぜひご相談ください。

情報を整理し、伝わる形へ落とし込み、
見る人の興味や行動につなげる表現をご提案します。

イラストポ、図解、
マップ・俯瞰図
キャラクターなら
お任せください！



まずはお気軽にご相談ください！

Contact info@yorimichi-d.com

オンライン・対面共に打ち合わせが可能です。



福島さつきの
ポートフォリオサイト
HP

サイトよりPDF版ポートフォリオ
をダウンロードいただけます。