

# ウェブサイト色彩設計書

有限会社

様向け

「

」

200X年XX月XX日

SEOソリューションズ有限会社

# 色彩設計のための基本情報

## サイトテーマ

貴社の商品展示会のオンラインでの集客と売り上げアップ

## ターゲット

22歳～35歳 結婚前・新婚女性

## コンセプト

商品を特別に安く購入出来る展示会の情報を得られるサイト。  
専門店としての長い歴史を持つ信頼と信用を出来るだけアピールしたい。

## 競合サイト

競合サイトA	<a href="http://www.xxxx.com/">http://www.xxxx.com/</a>
競合サイトB	<a href="http://www.xxxxxxx.co.jp/">http://www.xxxxxxx.co.jp/</a>
競合サイトC	<a href="http://www.xxxxxxxxx.com/">http://www.xxxxxxxxx.com/</a>

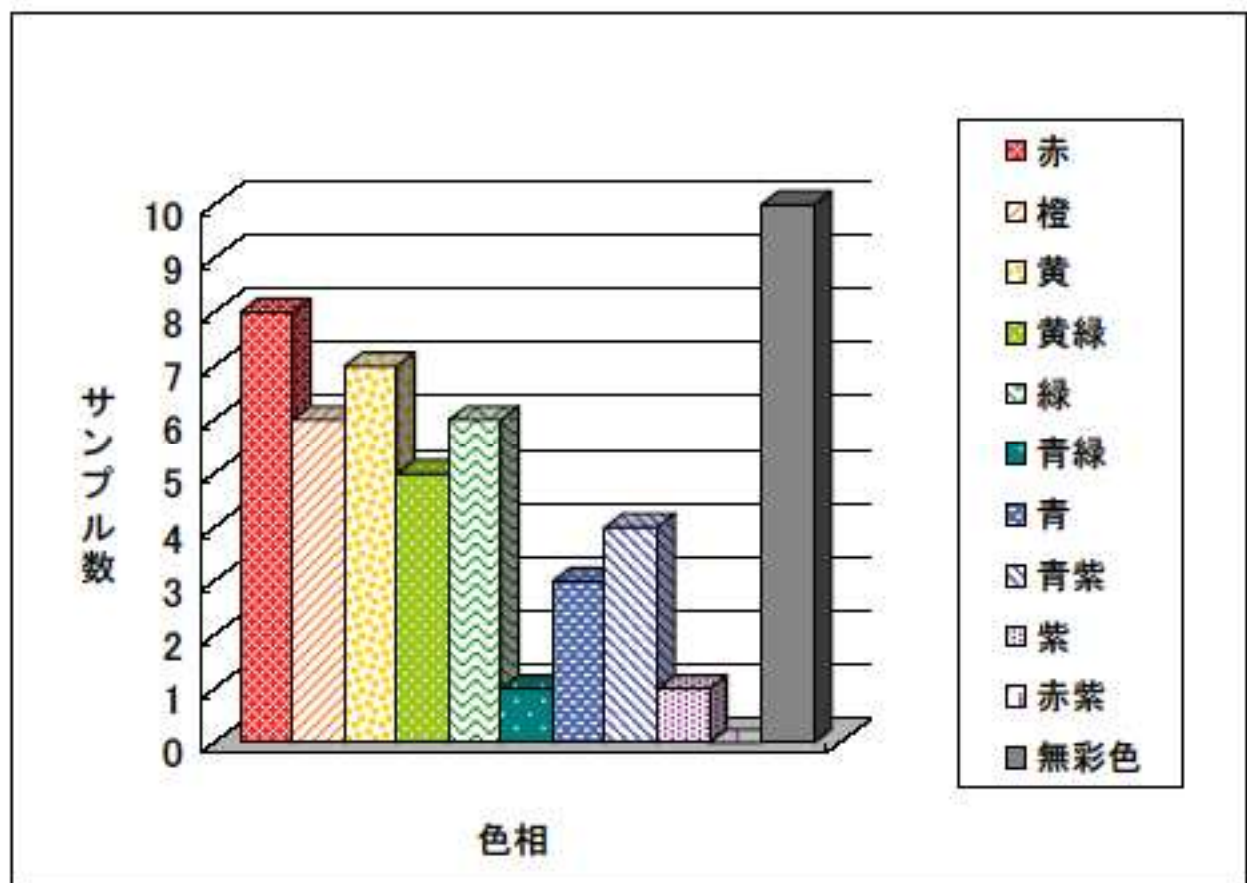
## 現状と課題

コーポレートカラーを中心にし、アクセントにオレンジの配色で、IT関連会社のような配色になっており、業界のイメージと大きくずれが生じている。また上部の要約のオレンジも環境によって少し読みにくい。信頼感を表す青は、オンラインでの申し込みを目的としたこのサイトの色として間違いではないが、女性を中心としたターゲットであることを考慮すると少し固い印象を受ける。

# 競合サイトの色彩分析 1

## 競合サイトの色相

競合となりうるサイトをYahoo!JAPAN登録サイトより無作為に50サイトを抽出し、その色相（色み）について分析を行った。色相はそのサイトの中で最も大きな面積を占めている色もしくは明らかに目立ってイメージを形成している色を選んだ。ただし白は除いている。



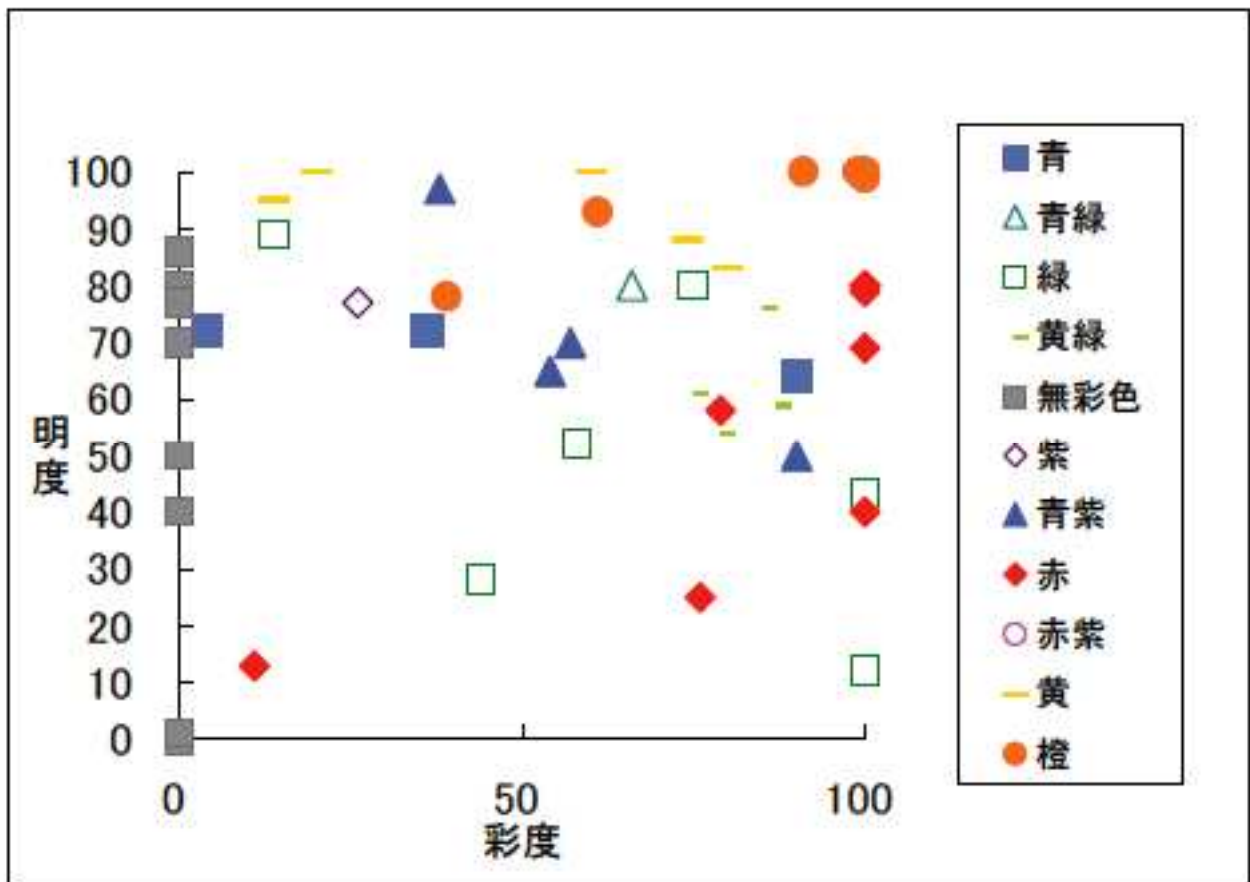
## 分析

最も多いのは黒、灰色の無彩色で、都会的でスタイリッシュなタイプの商品を扱っているというのがトップページからも感じられる。和のイメージのサイト以外で使われにくい紫、赤紫と人工的なイメージになる青緑も少なくなっている。その他の色相には目立った差はないが、彩度の高い赤やオレンジなどが多く見られ、商品を販売したいというのが強く感じられる。黄色から緑にかけては自然を意識したナチュラルな配色が多いと予想していたので、順当な数であると思うが、実際の配色イメージはナチュラル感とは無縁の配色も多く見受けられた。

## 競合サイトの色彩分析 2

### 競合サイトの明度・彩度

色相の調査で抽出した50サイトの色について、その明度（明るさ）と彩度（鮮やかさ）について分析を行った。



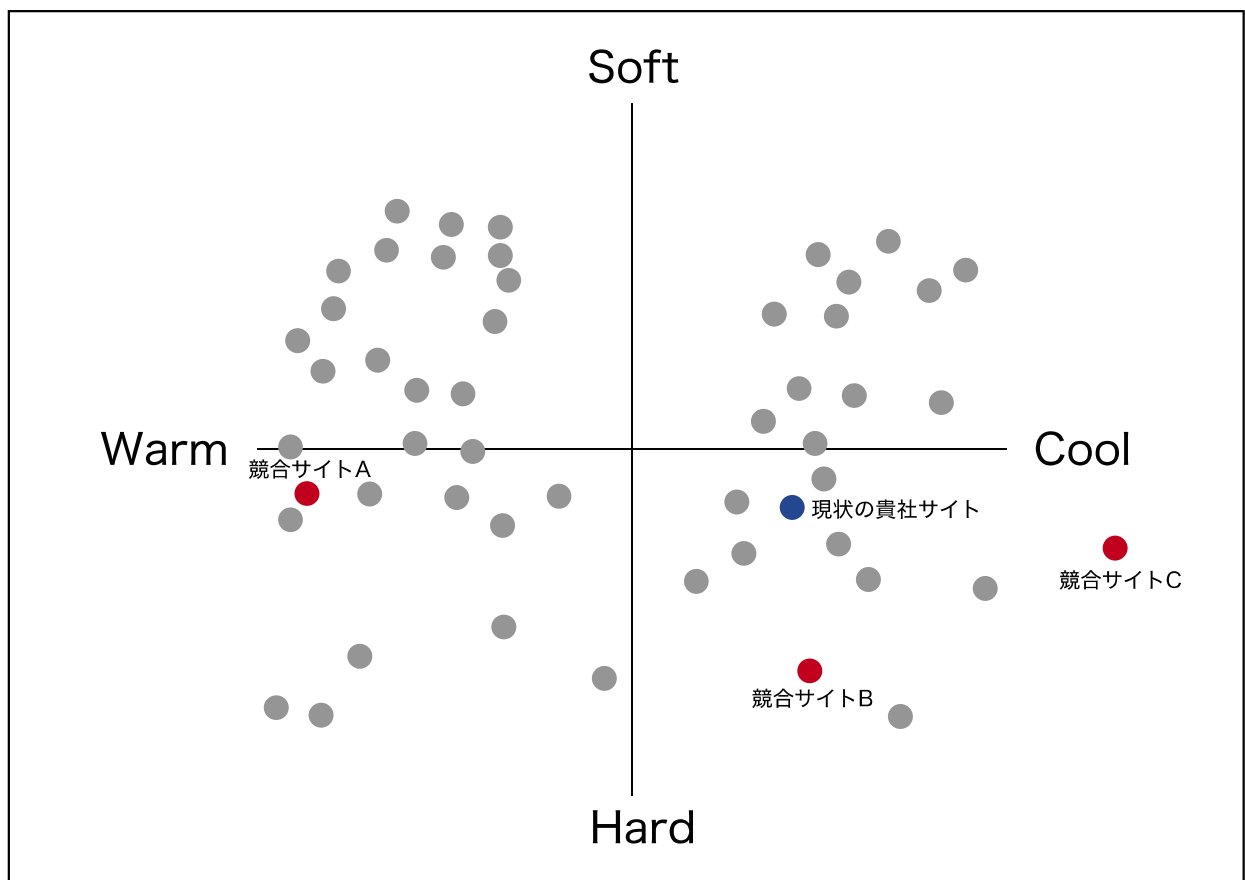
### 分析

赤とオレンジに高彩度の色が集まっている以外は比較的、明度・彩度ともばらけている。全体的に暗い色を中心としているサイトも少なく、明るいイメージを中心としているサイトが多いが、配色の根拠がコーポレートカラーしか感じられないものが非常に多く、これは今回競合サイトとして指定いただいた4サイトとも例外ではなく、カラーマーケティングを考慮した配色を行う価値が十分にあると考えられる。

## 競合サイトの色彩分析 3

### 競合サイトの配色イメージ

選んだ50サイトの配色イメージを単色ではなく、全ての色によるトータルイメージをSoft-Hard、Warm-Coolの軸上にプロットした。Warm-Coolは色のイメージによる暖かさ、冷たさの感覚を表し、Soft-Hardは色のイメージによる柔らかさ、硬さを表している。



### 分析

一見すると全体的に散らばっているように見受けられるが、Warm-Cool軸では中央部に空きが見られる。Warm-Cool軸の中央は緑や紫等を中心としたいわゆる中性色の領域である。左側は暖色を用いた販売系のサイトが多く、楽天市場内のサイトなどに顕著に見られる。右側は青や無彩色の組み合わせなどを用いたデザインを重視した商品系の販売サイトなどに見受けられる。Soft-Hard軸ではややSoftの方に偏りが見られるが、抽出サンプルの誤差範囲内の偏りと言える。

## カラーコンセプト

オンラインショップなどの直接的な販売を行うサイトは、売上が上がる色として赤やオレンジなどの暖色系を用いることが多いが、今回はその目的がオンラインからの展示会への申し込みであることから、信頼感を表すブルーを活かした配色を行うこととした。またコーポレートカラーも水色で、それを活かすことにより、競合サイトとも違う配色を行うことが可能となった。

競合サイトとして想定された3つのサイトのうち、競合サイトCを除いては特に色彩について何らかの効果が考慮されてはいないと考えられるが、売上トップの競合サイトAを意識し、赤に対する青を強調し、かつ品良く色彩設計を行うことに配慮した。

ベースカラーはコーポレートカラーとして、現在のサイトでも使われている色をそのまま継承することで、現在のイメージを完全に変えることなくリニューアルが可能になる。事前の調査により青を基調に配色しているサイトが比較的少なかったことと、そのサイトでは主に暗い青（紺）を用いていたために、他にない色をベースカラーに使うことが出来た。

また主要部に使う色を青の濃淡だけで行うことにより、エンドユーザーに「あの青色のサイト」と認識させるように配慮している。

アクセント的に用いられていたオレンジの彩度と明度を下げ、ブラウンを用いることで、信頼や伝統につながる色としている。

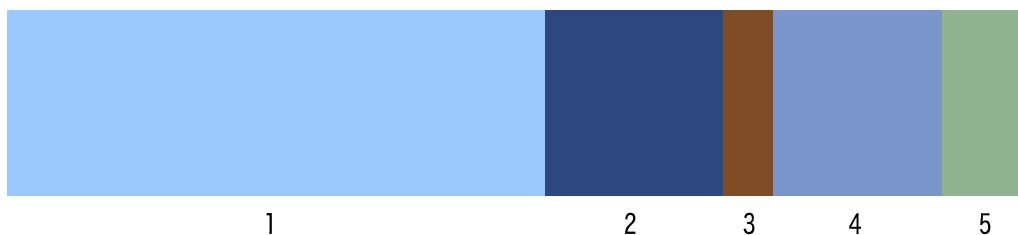
文字色については、文章での情報提供が目的のサイトであるので、高齢者や色覚の特性などにとらわれず、どなたにも読めるだけの明度差を確保して決定した。

リンク色はユーザビリティを考慮して、青、紫の色相は変えずに他の色と馴染むように明度と彩度のみを変更した。

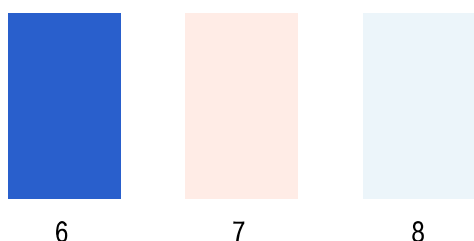
# 配色イメージ

## 配色イメージ

### 主要カラーパレット



### 補助カラーパレット



1. #99C9FF	5. #8FB28F
2. #2D4880	6. #295FCC
3. #804C26	7. #FFCEC6
4. #7A95CC	8. #ECF5FA

### テキストカラー

ベースカラー1上	カラー2、#000000 - #222222
ベースカラー2上	カラー8、#FFFFFF
補助カラー7上	カラー3、#000000 - #333333
補助カラー8上	カラー2、#000000 - #333333

### リンクカラーパレット

a:link	#3642BE
a:visited	#782DA3
a:hover	#8C192C
a:active	#8C192C

### デザイン上の注意点

- ・主要パレットの色彩の優先順位は1・4・3・2・5としております。
  - 1・4・3は必ず使ってください。
  - 2と5は1・4の面積を超えないようにしてください。
- ・ヘッダー部は主に1と2で構成し、3と6は使わないようにしてください。
- ・3は主に<h1><h2>などの部分に比較的少量で用いてください。7が補助色となります。
- ・1・2の補助カラーが6、5の補助カラーが8となりますが、無理に使わなくとも構いません。
- ・テキストは#000000に統一するか、少し明るめでデザインされる場合は白背景では#333333を
- ・デザインによっては色数が不足すると思いますので、その場合は補充します。
- ・使用面積により色味が違って見えますので、最終段階でチェックさせてください。