

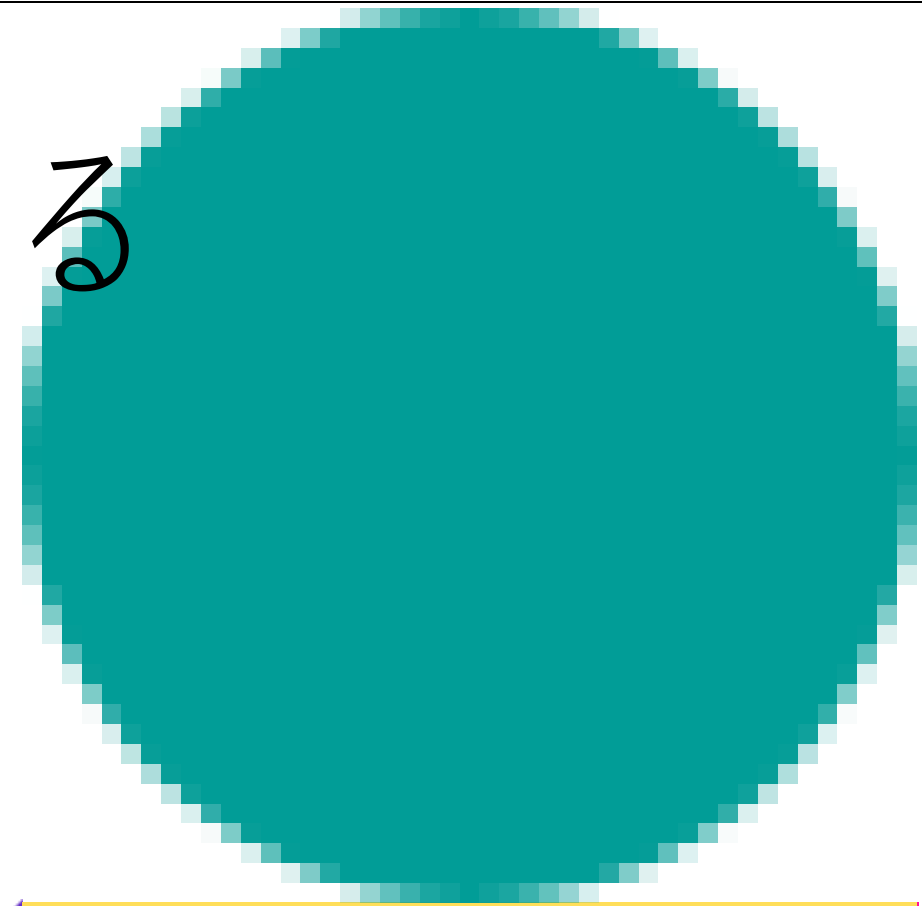


# ビジネスに影響する色彩心理

個性美プロデューサー 西方万紀子

世の中のビジネスは色に囲まれている

企業も色彩心理を意識して、  
会社のロゴ看板・商品を  
人に与える影響上手く活用している。



# ビジネス×カラー

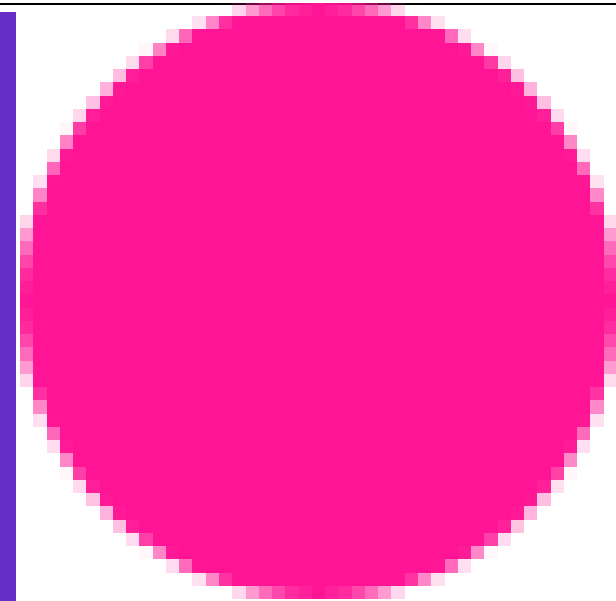
## 企業が大事にしている色の使い方

### ①ロゴ

会社名や商品名などの  
文字を特別にデザインしたもの

### ②コーポレートカラー

企業や団体などの組織を象徴する色  
シンボルカラーの事



# 何故これほどまでに企業は色にこだわるのか？

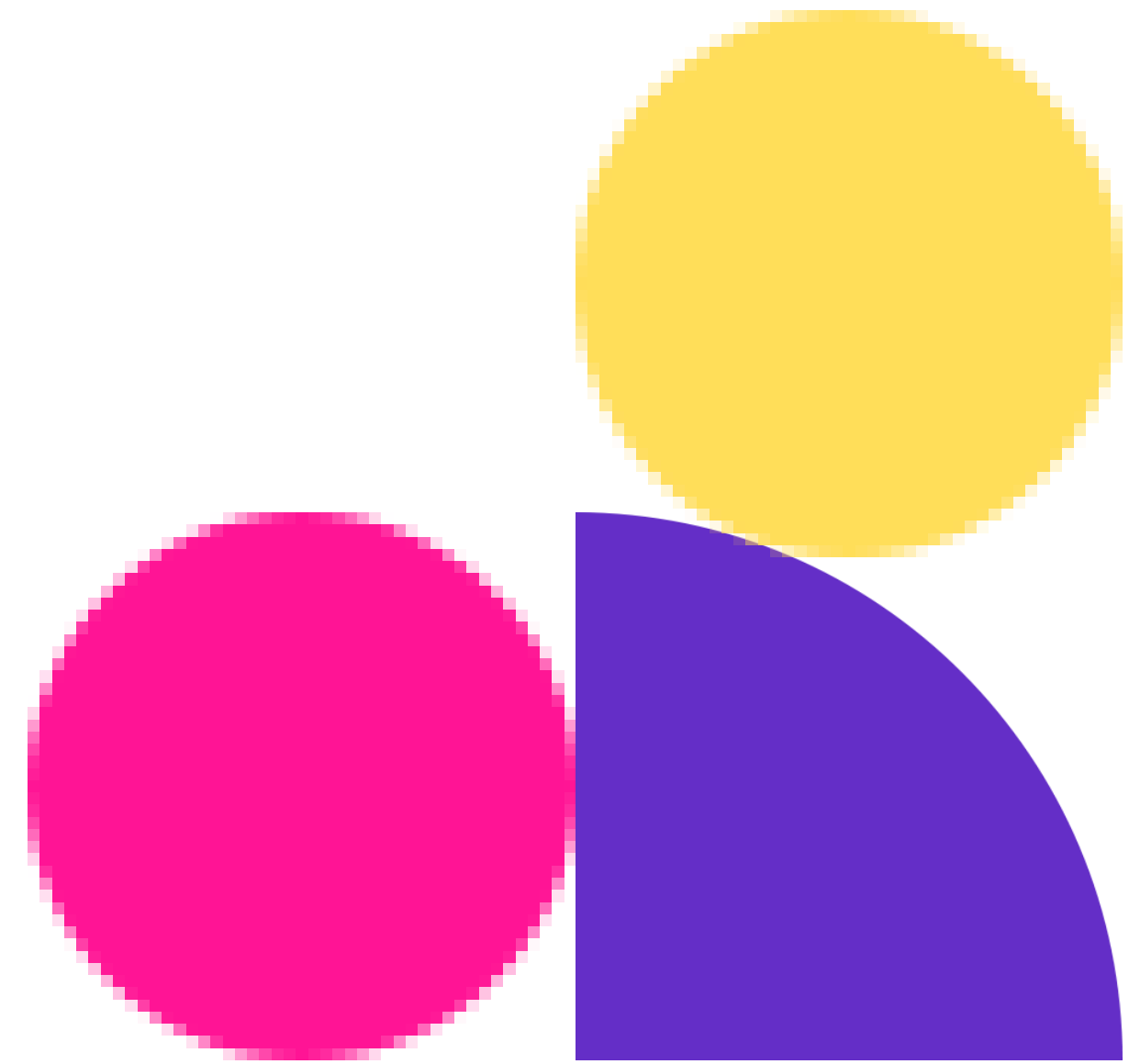
五感に響くモノや体験に人の心は動く

## 五感の割合

|    |       |
|----|-------|
| 視覚 | 87.0% |
| 聴覚 | 7.0%  |
| 嗅覚 | 3.5%  |
| 触覚 | 1.5%  |
| 味覚 | 1%    |

視覚＋色彩心理で  
使っている

\* 文献によって多少の誤差あり



# 企業ロゴカラー & コーポレートカラー

＝色から連想される有名企業＝



引用元

<http://www.psypost.org/2014/04/logo-color-affects-consumer-emotion-toward-brands-24263>



引用元

<http://thelogocompany.net/blog/infographics/psychology-color-logo-design/>

# カラーマーケティング

## カラーマーケティングとは？

色彩心理学を応用し売る戦略

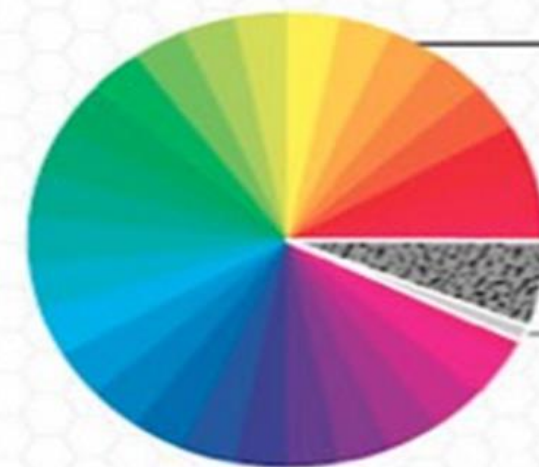
例：購買色を最も刺激するには、赤を取り入れると良い。  
広告・チラシ・セール品などに使われている。

色が人の感情に及ぼす影響を利用することで購買意欲を高める事が出来ます。

84.7%

の人がモノを買うときに色を第一の理由としている。

人の購買は



93%

の人はビジュアルを見て

6%

の人は文章を見て

1%

の人は「音」や「におい」により決定する。



80%

の人が色はブランド認知を高めると考えている。



消費者の購買は最初の90秒以内に、かつ無意識のうちに判断されることが明らかになっている。その62~90%は色のみに基づいている。



52%

の買い物客が美的観点から店に戻らなかった。

# 色彩心理学

色が受ける印象は言葉で伝えるより直感で選ぶことが多い。

普段何気なく選ぶ色にはその時の心の状態が分かります。

