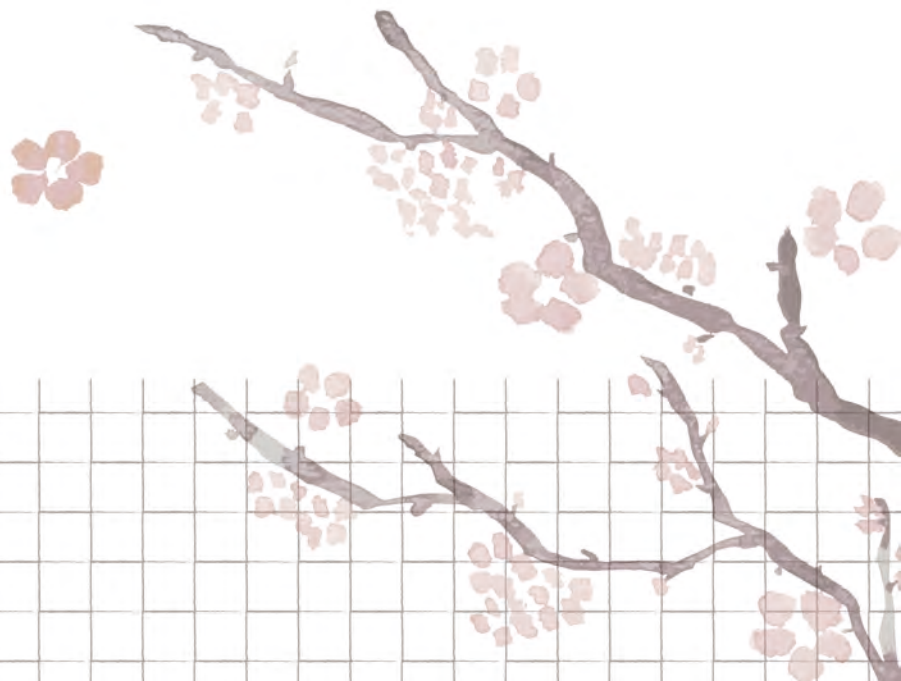


PORTFOLIO



酵素温浴「香和」

-KAWA-





このサイトについて



「酵素温浴 香和」公式サイトリニューアル

PHP / JavaScript / HTML / CSS / SQL / slick(ライブラリ)

本作は、女性専用酵素温浴施設「酵素温浴 香和」のホームページをリニューアルした案件です。

親しみやすく落ち着いた“和”の雰囲気を大切にしつつ、近隣の梅林公園にちなんだ「梅」のモチーフや、白地に赤を基調とした配色で、清潔感とあたたかみのある印象に仕上げました。

ターゲット層である40～50代の女性に寄り添うデザインでありながら、今後の集客を見据え、若い世代にも違和感なく受け入れられる柔らかい印象を意識しています。

また、最終的な行動導線としてLINE予約へのスムーズな誘導を意識し、ページ構成や文脈の中に自然に組み込む設計としています。



サイトマップ

- 和風テイストで、女性専用施設とわかる雰囲気
- 梅林校区に所在するため、梅のイラストやロゴマークを使用

トップページ

- 酵素温浴「香和」のコンセプト
- 「香和」の3つの特徴
- ご利用の流れ・メニューへのリンク
- 投稿一覧(更新機能)
- ▼ 各ページ共通部分
 - 店舗情報カード
 - GoogleMap
 - 関連企業紹介
 - SNSリンク
 - フッター
 - LINE予約

ご利用の流れ

- 持ち物
施設にないものを注意喚起
- 施設の利用手順
画像を豊富に使用

メニュー

- 各種料金
LINE予約特典
支払方法
- 施設案内
- アメニティ
- 注意事項

アクセス

- マップ
イラストの地図
最寄りのバス停
- 店舗情報

よくあるご質問

- お問い合わせ
フォームの設置はなし
LINEへの誘導

LINE予約

- LINE登録
- お問い合わせ
- 予約特典



お客様からのご要望



サイトリニューアルの目的とターゲット層

以前に自身で制作したホームページをリニューアルし、より洗練されたデザインへと整えたいと考えています。親しみやすさを重視しながら、主なターゲット層である40～50代に加え、若い世代にも届く構成を目指します。



和を基調としたデザイン方針

以前に自身で制作したホームページをリニューアルし、より洗練されたデザインへと整えたいと考えています。親しみやすさを重視しながら、主なターゲット層である40～50代に加え、若い世代にも届く構成を目指します。



自然な導線によるLINE予約への誘導

最終的には「LINE予約」へとつながる導線設計を重視し、ページ内の流れに溶け込むような自然な誘導を工夫していきます。





トップページ



のれんアニメーション

スクロールをすると、ヘーダーに替わるのれんのアニメーションは、制作当初、ファーストビューに使える素材が乏しかったことから導入しました。オーナーにも非常に好評で、施設の撮影が済んだあともそのまま本採用となりました。“のれんをくぐる”という動作には「非日常への入口」といった意味合いも込められており、この施設にふさわしい演出として、ブランドの象徴的な要素となっています。



コンセプト

オーナーの想いがつまったコンセプトは、ところどころアクセントとなる赤を使い強弱をつけ、行間をとることで内容とリンクすように「ゆったり」を表現しました。また、いただいたテキスト量を考慮し、いくつかに分割してから、ページの至るところにも配置しました。



症状・効能

薬事法はしっかりと守ってほしいが、悩みや効果の掲載はしたいというオーナーのご要望があり、ただ単語を並べるといご提案をしました。白地に赤い文字という組み合わせもたいへん気に入っていただき、さらに女性専用の施設ということもあり、サイト全体にこのカラーを採用することにしました。

3つのこだわり

このセクションは、オーナーがもっともアピールしたい箇所でもあるため、情報として整理する見せ方ではなく、ガイドブックや女性誌のコラージュのように、空気感やぬくもりを感じてもらえるようなレイアウトをしました。サービスの特徴である「自然」「素材」「丁寧さ」といった価値観を、視覚体験として表現することを重視しています。



ご案内

上部のセクションとは対照的な落ち着いた配置にすることで、「世界観の紹介」から実用的な「メニュー情報」への導入という役割をもたせ、リンク先のページにも違和感なく遷移できるようにしました。



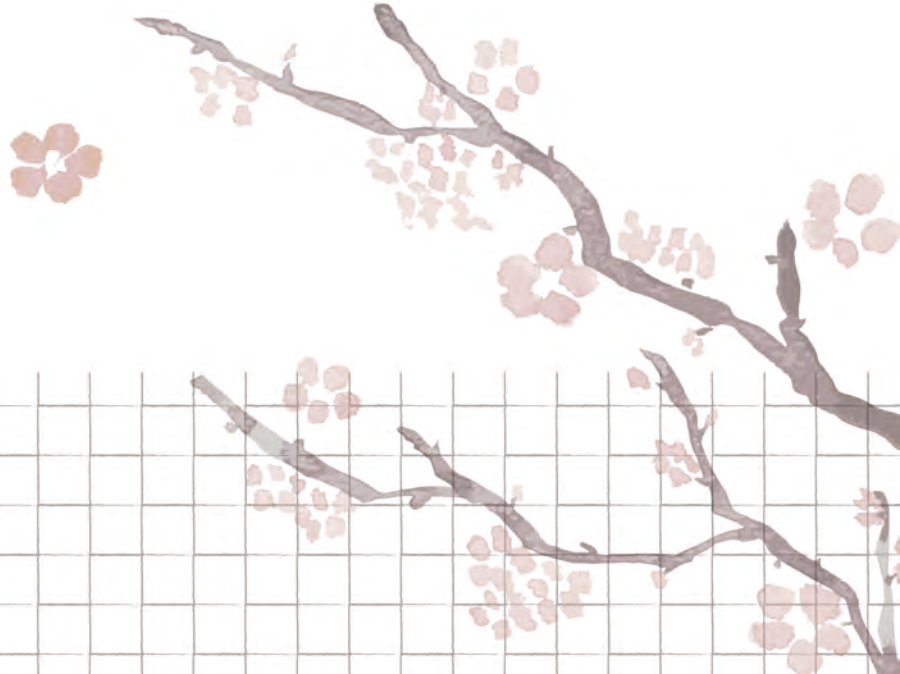
投稿一覧

Instagram風に見せているこのセクションは、実際には自サイトの管理画面から投稿・更新する設計になっています。普段からInstagramを情報発信として使用されているオーナーさまからのご要望は、Instagramをそのまま反映したいとのことでしたが、検索結果での評価にも関わるため、この形をご提案し承諾していただきました。



関連企業

オーナー様のご要望で、関連企業の紹介欄を設けることになりました。オーナーのこだわりが感じられる情報でもありましたので、ページ内で説明するよりも、さりげなく紹介する方が効果的だと判断し、バナー風に仕上げ、全ページのフッターの一部として設置しました。





セクションナビ

このページには4つのコンテンツがあるため、トップにページ内リンクを置くことで、ページの内容を一目でわかるようにし、また同時に、レスポンスの際のユーザビリティに配慮しました。

料金表示

ほとんどの利用客が予約する「通常メニュー」を上部に単独で配置し、所要時間の確認や、そのまま予約につながる「LINEボタン」を設置しました。レスポンスの際は、チケット風になるデザインを採用し体験への特別感を演出しました。

施設案内・アメニティ

アイコンを利用することで、視覚的に理解できるように配慮しました。またアメニティには、ないものの上にバツマークを付けることで、利用者への注意も促せるようにしました。

注意事項

重要な情報である注意事項ですが、「ご利用の流れ」ページや、「よくあるご質問」ページにも同じ内容があるため、利用者にとってくどくならないよう、簡単な説明にとどめました。



ご利用の流れ



持ち物

入浴施設ということもあり、準備する物がひと目でわかるよう、ページの最初に「持ち物リスト」を配置しました。メニューとデザインを揃えたアイコンも使い、見た目にも分かりやすさを意識しています



ご利用の流れ ①

オーナーのカウンセリングを強調するため、見出しは一言で目立つように配置しました。また打ち合わせでは、女性専用にもかかわらず男性からの問い合わせが多いことを懸念されていたため、飲酒NGとあわせて、米印で注意書きを添えています。



ご利用の流れ ②

すべての項目で共通して意識していますが、写真と文字のバランスに気をつけました。シンプルな構成だからこそ、それぞれの配置や見せ方に工夫を凝らし、視線の流れや情報の伝わりやすさに配慮しました。



ご利用の流れ ③

このページの本題であることから、背景に全画面に近いサイズの画像を使用し、文章は視認性を高めるためにカード風のレイアウトで配置しました。



ご利用の流れ ④

写真の内容が分かりやすくなるよう、横に背景色付きのテキストを配置しました。また、ご提供いただいた画像がややぼやけていたため、Photoshopでの加工により見栄えを整えました。



ご利用の流れ ⑤

このページの締めくくりにあたるため、①のレイアウトとは少し変化をつけた構成にしています。視線が自然と右端へ向かうように調整し、内容の締めを意識した構成にしています。





よくあるご質問



FAQページのリード文

ページ冒頭のリード文は、お客様が安心して質問一覧に進めるように、親しみやすく簡潔な文章にしました。

和の雰囲気やおもてなしの心が感じられるトーンに整え、視認性の高い段落構成で読みやすさにも配慮しました。



見やすく親しみやすいデザイン

FAQページは文章量が多くなりがちのため、質問と回答が一目で分かれ、かつ整然としたレイアウトになるように心がけました。

シンプルな背景と余白、和の雰囲気に合うアイコンやタイポグラフィを取り入れ、温かみのあるトーンで親しみやすく仕上げています。



可読性への配慮

各質問項目は「+Q1」などの番号を付けて視認性を高め、質問文も短く分かりやすい日本語に調整しました。

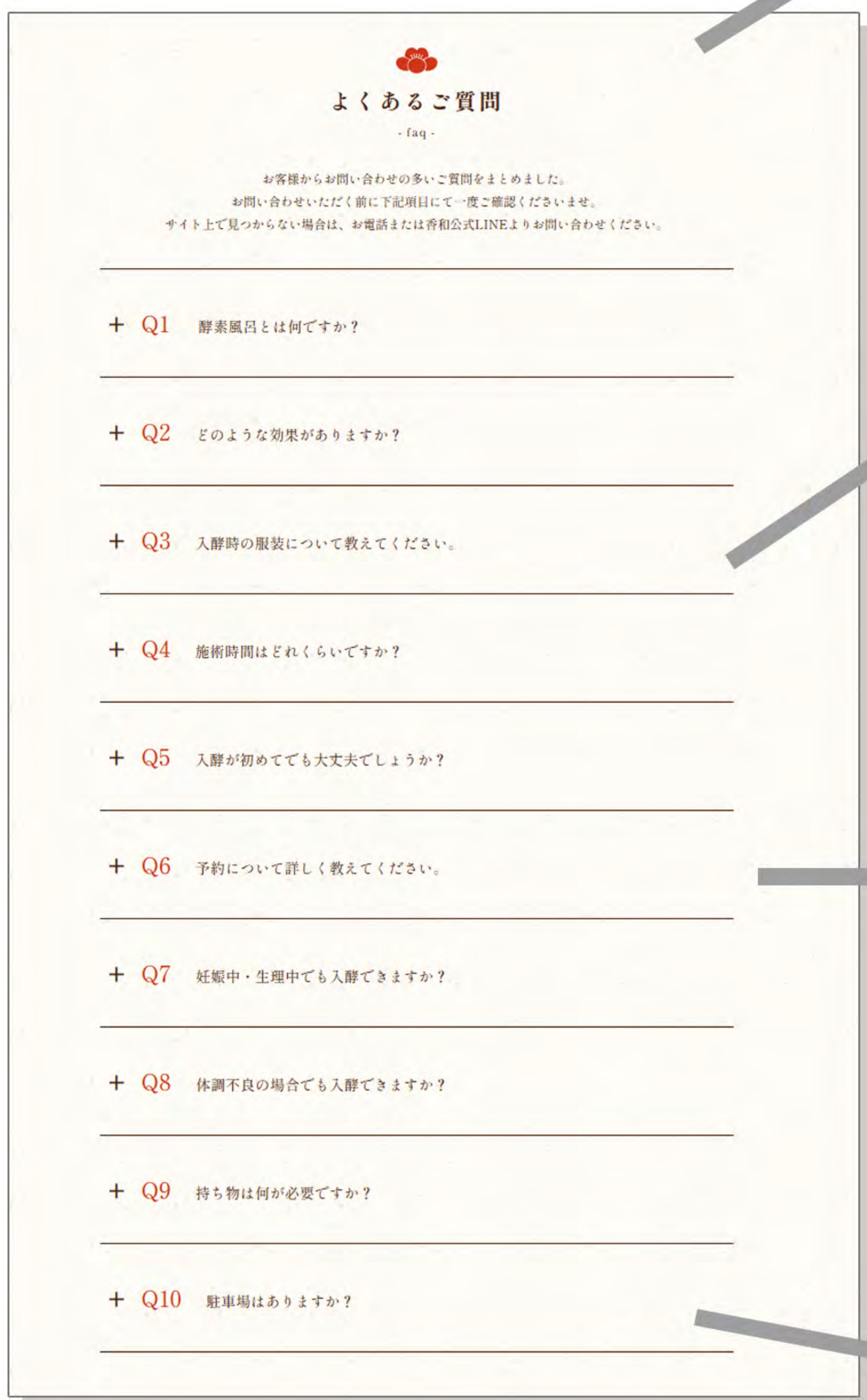
PC・スマホのどちらでも読みやすくなるようレスポンシブ対応のレイアウトにしています



アコーディオン実装

ページの主役である質問一覧は、すべて開いてしまうと情報量が多くなり見づらいため、JavaScriptでアコーディオンメニューを実装し、クリックすると回答が展開・収納される仕組みにしました。

コードはシンプルで軽量になるよう工夫し、スムーズなアニメーションでストレスなく閲覧できるようにしています。





アクセスページ



視覚的に分かりやすい地図と案内

初めて訪れるお客様のために、文章だけでなくオリジナルデザインの地図を大きく配置し、バス・車・電車でのアクセス手段を視覚的にまとめました。
周辺のランドマークもわかりやすく記載し、迷いにくい構成にしています。



店舗情報の充実と予約導線

住所・営業時間・定休日・駐車場情報などの店舗情報を1カ所にまとめ、GoogleマップリンクやLINE予約ボタンなど予約の導線も目立たせて配置しました。
スマホで閲覧した際にもタップしやすい大きさや余白に調整しています。



雰囲気のある写真とイラスト

アクセスページだからといって無機質にしすぎず、店舗の雰囲気が伝わる写真や、和テイストのイラストを随所にあしらうことで、訪れる前から温かい気持ちになれるようなデザインに仕上げました。
女性専用という特色もしっかりと目立つように表記しています。



スマートフォンユーザーへの配慮

アクセスページはスマートフォンから閲覧する方が多いことを想定し、タップしやすいボタンサイズや余白、視認性の高い配色にこだわりました。
Googleマップへのリンクや電話番号、LINE予約ボタンなどはワンタップで動作するように設計し、移動中や外出先からでもストレスなく予約・確認ができるようユーザビリティを高めています。

