

## 若年層を対象にしたウェブマーケティングにおけるボタンカラーの提案

## A proposal of coloring buttons in web marketing for younger generation

○渡磯航也

Koya Sukuiso

Abstract: With the development of the internet technology, many people have come to purchase products via web sites. Most of the Electronic Commerce (EC) sites that sell products or services, Call-To-Action (CTA) button is often installed in order to encourage purchasing behaviors. In this paper, I study the relationship of the button colors, gender and age to improve the purchasing behaviors. Later in the study I will show the analytical results by taking the statistics of the data obtained from 80-100 subjects.

## 1. まえがき

昨今、インターネット上における商品やサービスを販売するウェブサイト (EC サイト) の発展により、多くのユーザーがインターネット上で購買行動を行っており、今後もその消費量は増加すると言われている<sup>[1]</sup>。通常、EC サイト作成者は購入ボタンを設置し、ユーザーに行動を促す。これを CTA(Call to Action) という。

本研究では、異なる 7 色のボタンを用意し、選択されたボタンカラーと性別・年齢の関係を調査する。CTA を高めることに関連した研究<sup>[2]</sup>では、ボタンカラーによって購買行動がどのように変化するかについて報告されている。その中で、ボタンのカラーとして適切なものが選択されているかどうかにより、目的の達成率が変わると論じられている。そこで、本研究では若年層における適切なカラーとは何かということに着目し、調査を行う。なお CTA を高める上で、他にも文言や配置といった要因があるがそれらについては言及しない。次章ではまず調査に使用するボタンについて述べる。

## 2. 調査に使用するボタンカラー

本研究を行うにあたり、52 のネットショッピングサイトのボタンカラーとボタン上の文字色の組み合わせを調査したところ、Table 1 に示されるように、約 94% のサイトで文字色が白であり、赤、オレンジといった暖色系のものが一般的に利用されていることがわかった。その理由の 1 つとして、暖色にはあたかも視野に飛び込んでくるような印象を与える効果があることが考えられる。

次に色相環を利用する。色相環とは、Figure 1 のように色の流れを環で表現したものである。この色相環に

対して調査結果で得られた色の内、四角枠で囲まれた「赤、オレンジ、緑、水色、青、ピンク」に近似している 6 色と黒の 1 色を加えた 7 色をボタンカラーとして選択した。(Figure 2)

		ボタンカラー								
		赤	オレンジ	緑	水色	青	ピンク	黒	黄色	計
文字色	白	12	16	3	3	5	4	6	-	49
	茶色	-	-	-	-	-	-	-	1	1
	黒	-	-	-	-	-	-	-	1	1
	青	-	1	-	-	-	-	-	-	1
計		12	17	3	3	5	4	6	2	52個

Table 1. ボタンカラーと文字の色の組み合わせ

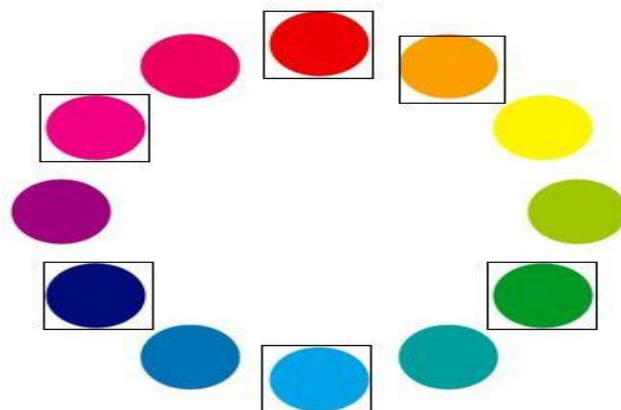


Figure 1. 12 色の色相環

出典:色カラー 色彩を中心とした通信サイト「12 色の色相環チャート CMYK」  
[<http://iro-color.com/colorchart/munsell-color-system.html>]  
を一部修正

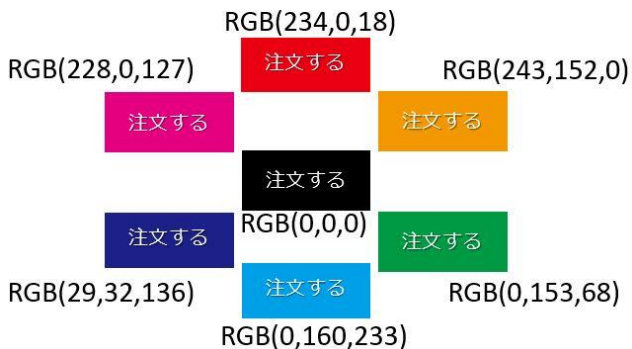


Figure 2. 本研究で用いるボタンとその RGB 値

### 3. 実験の目的

本実験では配色の異なるボタンを複数並べた際、最もクリック数が高くなるボタン色について調査を行う。本論文では予備実験として、被験者に異なるボタンを並べた画像を選択させ、その回答結果について報告する。

### 4. 予備実験

実験では被験者に Figure 3 のボタン色から、最もクリックしたいと感じた色を選択してもらった。調査は街頭インタビューの形で行い男性 12 名、女性 11 名の計 23 名から行い、若年層である 16 歳から 24 歳の間で調査を行った。

[Q]下の7つのボタンでもっともクリックまたはタップしたいと思ったものを選択して下さい



Figure 3. 調査画像

### 5. 予備実験結果

実験結果を Table 2 に示す。

この結果から男女共に赤が多く支持を得ているということがわかった。赤の男女におけるそれぞれの支持率は 36.4%, 41.7% である。その他の色では女性が青、男性が黒を次に多く支持しているが、サンプル数の不足から赤が優位であると結論付けることはできない。そこで、80~100 人を目標に回答結果を得るために Web 上でアンケート調査を行う。

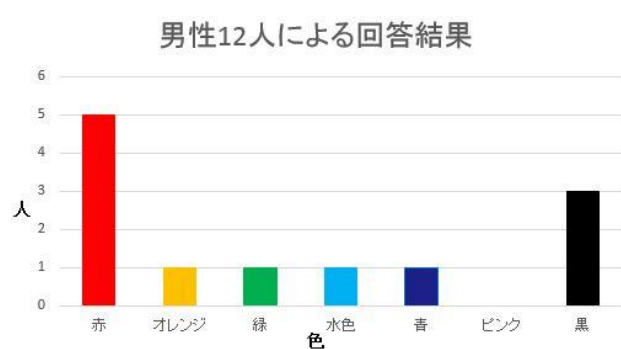
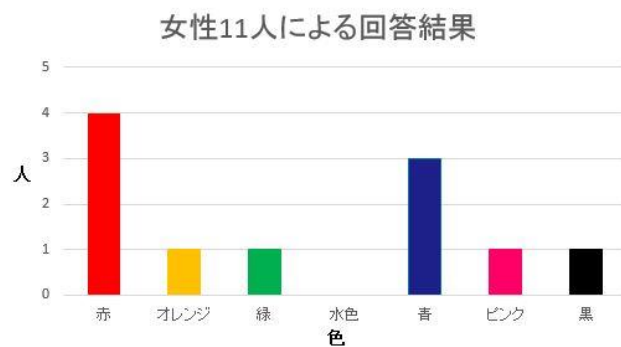


Table 2. 性別毎による集計結果

### 6. 今後の調査

実験用の Web サイトを作成し、集計を行う予定である。サイトの構成は現在主流である HTML5 を用いる。また、スマートデバイスで閲覧することを考慮し、CSS3 を用いて Web ページとスマートデバイスとの対応付けをあらかじめ用意した。

アンケート方法は予備実験と同様に被験者は 7 つの異なる色のボタンから最も選択したいと思ったものを回答する。なお、ボタンの並び方により回答結果が偏る可能性を考慮し、アクセス毎にボタンの並びがランダムに変更されるという仕様で行う予定である。

学術講演会当日には、若年層の 80~100 人を目安にした調査から、より詳細な結果を発表する予定である。

### 7. 参考文献

[1] 総務省:「急増するネットショッピングの実態を探る-「家計消費状況調査」、「平成 26 年全国消費実態調査」の結果から-」, 2016 年。  
 [2] 石嶋洋平,山本百合子:「ボタンカラーによって購買行動は、どう変化するか」, 人間工学 51(Supplement), S156-S157, 2015 年。