

赤のイメージと効果①

赤は青と並んで最も多くのウェブサイトで使われている色の1つです。少しの分量で強い印象を与えることもできれば、機能的に使うこともできる色ですが、その反面使いすぎると、どこを見てもいかわからず、散漫な印象になりかねない色でもあります。



ハインツ 逆さケチャップ <http://www.ketchup.jp/>

具体的なイメージを伝える赤

トマトケチャップという商品の赤をそのまま表現した配色になっています。個別の商品などをアピールするサイトで、その赤という色の印象をストレートに伝えたい場合には、赤以外の色の数を減らし、できるだけ赤を多く使うようにすれば伝わりやすくなります。赤には力強いイメージがあり、使えば使うほどその印象が強くなります。ただし単色で配色を行う場合には、色の差で区別することが難しくなります。余白をかなり広め取ることで、それぞれの赤がはっきりと認識できるでしょう。



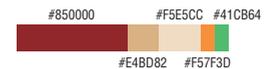
赤のもつイメージと機能



赤はさまざまなシーンで用いられ、機能的にも心理学的にも非常に重要な色の1つです。さきほどのトマトや、太陽・リンゴ・炎・血などの具体的なものだけでなく、抽象的な活気・危険・情熱・革命など、赤から連想される言葉には、力強いものが多いとは言ってもありません。赤信号や道路標識でも知られるように、禁止などの強い指示を与える場面で使われる色でもあります。たいへん目立ちやすいことから、このような重要な情報を伝える場面で用いられています。また青と対になり、男女や水とお湯の区別などに使われることもあります。同じ暖色系のオレンジと同様、強くアピールしたいときによく使われる色で、多くのウェブサイトで使われる重要な色です。色の機能面を重視するならば、小面積の赤を繰り返すのがセオリーです。

明度を落とした赤

赤色は少し明度を落とせば落ちついた印象になります。商品であるワインの色のイメージを前面に出しています。色は大きな面積で使うほどその印象は強くなりますが、彩度が高すぎればまぶしく感じられたりするため、このサイトの赤のように、少し明度を下げて暗めの赤(えんじ色)を使ったり、グラデーションを加えて色を和らげたりすれば見やすくなります。



ヴァン シュール ヴァン <http://www.vsv.co.jp/>

力強さを伝える赤

エネルギーで活動的な印象を生み出す赤の使い方です。Flashなどの動画が多く使われており、もともと動きの多いデザインですが、小さな面積で赤を繰り返し使うことで、さらに動きを強めています。高彩度色は大きな面積で使うと、重い印象になったり、派手すぎてギラギラ見えたりすることもあるため、小さめの面積で使うと配色はまとまりやすくなります。



FOOD ACTION NIPPON <http://syokuryo.jp/>

涼しい印象に見せる赤

同じ赤でも紫がかった赤を使うと、オレンジ寄りの赤を使うよりもやや涼しげな印象になります。無彩色や余白を多めに使うことにより、赤であってもやや落ちついた印象に仕上げることも可能です。同じ色を繰り返した配色は、ややもすると単調になりがちですが、アクセントとして使われている緑とのコントラストが、配色に動きを与えています。



日本ミルクコミュニティ <http://www.megmilk.com/>