

BRAND DIRECTION

ブランド方向性 シート

めぐみさんの「好き」を
言葉と色とかたちにする

For 秋本 めぐみ さま
7une・自由が丘 耳つぼ × ヘッドスパ

01 めぐみさんが選んだ6つのサイト

INSPIRATION

先日お送りした参考サイトの中から、めぐみさんに選んでいた6サイトと、
「どこに惹かれたのか」のお言葉です。ここに、これからの7uneの世界観のヒントが詰まっています。

01 *3jigen.jp*

フォントが好き

02 *eigamura.com*

トップ画像が横長の感じが好き／写真が多いのにごちゃごちゃしてなくて見やすい／画面右下に
「チケット」がずっと出ている／ベージュ背景とブラックが上品

03 *ie-tsukuru.com*

ゴールド綺麗

04 *daigakumegane.com*

コピーがわかりやすい／下にスクロールしなくても、どこで・誰に・何を提供しているのかがすぐ
わかる

05 *matoka.jp*

写真の色合いが好き

06 *cafuu-shokudou.com*

スルスルっとスクロールして下まで見やすい

02 そこから見えてきた、共通の好み

KEY FINDINGS

6サイトの「好き」を整理すると、5つの共通項が浮かび上がりました。

これが、めぐみさんの世界観の輪郭です。

COLOR 配色

- ◇ ベージュを基調に、ブラックのテキスト
- ◇ 差し色はゴールド（上品な煌めき）
- ◇ 主張せず、長く見ていただける色合い

TYPOGRAPHY フォント

- ◇ 明朝系の上品な日本語フォント
- ◇ 文字そのものに美しさがあるもの
- ◇ 細めの線で、余韻を残す

LAYOUT レイアウト

- ◇ 横長の写真でファーストビュー
- ◇ 写真が多くても余白で整える
- ◇ 1ページスクロールで完結

COPY 伝え方

- ◇ ファーストビューでどこ・誰に・何をがわかる
- ◇ 短く、迷わせない
- ◇ 「読ませる」より「届ける」

UI / BEHAVIOR 体験

- ◇ 画面の右下に固定のCTA（予約・問い合わせ）
- ◇ スクロールがスルスル心地よい（重くない、ストレスがない）

03 7uneに当てはめた、世界観の方向性

DIRECTION FOR 7UNE

めぐみさんの「好き」を、7uneの色・文字・言葉に落としこむと、こうなります。

Color Palette

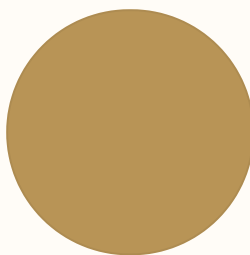
7une のカラーパレット



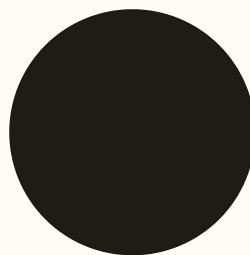
ベース
#F5EFE3



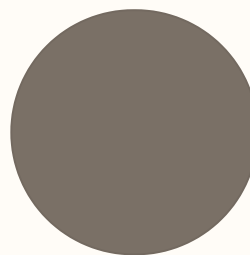
ライト
#FBF6EC



ゴールド
#B89456



ブラック
#1F1B17



グレース
#7A7066

HEADING 見出し

耳と頭から、整える。

Noto Serif JP / Shippori Mincho (明朝・上品)

BODY 本文

東洋医学と解剖学を組み合わせ、耳と頭にある
ツボから自律神経を整える時間。

Noto Sans JP Light (細めゴシック)

First View Copy

ファーストビュー コピー案

FOR THE QUIET TIME

自由が丘で、耳と頭から整える時間を。

どこで・誰に・何を、を一行で。

40～50代女性／自由が丘／耳つぼ×ヘッドスパ＝3要素が同時に伝わります。

04 サイトの体験・構成イメージ

SITE EXPERIENCE

めぐみさんが選んだ6サイトの「いいところ」を組み合わせた構成です。

HERO トップ

- ◇ 横長の写真（手・耳・植物・サロン）
- ◇ その上に短いコピー1行
- ◇ すぐに「予約」「LINE」のボタン

SECTIONS セクション

- ◇ 3つの強み（東洋医学／触れる手／静かな時間）
- ◇ メニュー / 料金
- ◇ めぐみさんの想い・経歴
- ◇ アクセス・営業時間

STICKY CTA 固定ボタン

- ◇ 画面の右下に常駐のCTA
- ◇ 「予約」or「公式LINE」
- ◇ どこからスクロールしても予約できる

FEEL 体感

- ◇ スクロールがスルスル軽い
- ◇ 余白で息ができる
- ◇ 長く見ても疲れない

めぐみさん＝「触れる手」と「学び続ける深さ」。
世界観＝ベージュ × ブラック × ゴールドの、静かで上品な余白。

05 これからのステップ

NEXT STEPS

STEP 1 / 方向性のご確認

この資料の方向性で合っているかご確認ください。違和感があれば調整します。

STEP 2 / HPの叩き台を作成

この方向性で7uneのHP叩き台を作ります。実物のプレビューで世界観を確認できます。

STEP 3 / 公式LINE・予約導線の統一

HP→LINE→予約の流れを、同じ世界観でつなげていきます。

STEP 4 / 細部の磨きこみ

写真・コピー・ボタン文言まで、めぐみさんの言葉に整えていきます。

このシートについて ブランドの「判断基準」として保管してください。

今後、HP・LINE・予約サイト・名刺・Instagram投稿まで、すべての判断のもとになります🌿