

色は人の心理に直感的にイメージを与える存在だ。どのような色が、社会でどのように使われているか、そして、その移り変わりをみていくと、私たちの心理の移り変わりも見えてくるかもしれない。

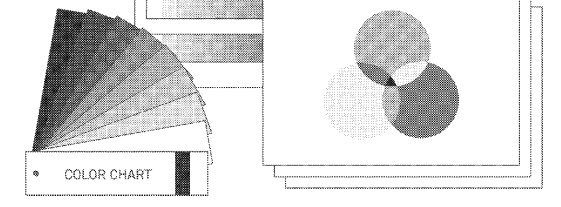
色が心理に与える影響

商品のイメージを伝えたり、印象づけたりするために必要な色。しかし「色を考える」といっても、「赤」「青」というような単純なものではない。どのようなターゲットに向けて、どのような気持ちにしたいか、といった計画をしっかりと立てることが成功につながる。

続、色が変わるビジネス

色が心理的に与えるもの
デザイナーやカラーデザイナーが商品のイメージを伝える色を考えると、赤、青などのいわゆる「色相」だけではなく、「色調」も同時に考えている。「色調」は、鮮やかなどの「雰囲気」のようなものだ。
感情に対して影響力があるのは色調。例えば淡い調子のスポーツウェアと、鮮やかなものでは使う場所や用途が異なってくる。赤や青などは、より具体的なものを連想させてしまうことがある。より心理に影響を与えるには色調を考慮することが必要になる。
色調が心理的に与える影響は、調査によって明らかになってきている。社会や文化の差

Color × Business



はあれ、色調が心理に与える影響はそこまで差はないと考えられている。
商品を企画し、それが誰に向けたもので、どのような場面に使われるかを考えた結果、色は決まってくる。
「チヨコレット」に深緑、ヨーグルトに赤色を戦略的に使用している例として、明治の「明治 ザ・チヨコレット」がある。チヨコレット文化の発展への提案として「Beantobar (ビーン・トゥ・バー)」をコンセプトとしたことから、クラフト感のあるパッケージにした。また、カカオポットのデザインを加え、新しさを表現した。
明治ではそれ以前にも「チヨコレット」が

with コロナ時代 就活に変

ウェブ面接やウェブ合同説明会、スカウト型採用など新型コロナウイルスの感染拡大を機に就活に関わる多様なツールが注目を集めています。こうしたツールの利用拡大によって変わりゆく就職活動のあり方を追いました。

ウェブ面接

新型コロナウイルス感染症が新卒採用のあり方を変えようとしている。学生と直接接する機会を減らすためにウェブ面接を導入する企業が相次いでおり、トヨタ自動車も導入する。

さらにコロナ収束後も一般化するとの見方が強まっている。場所の制約を受けず学生との時間調整が容易なため、対面に比べて効率がいいからだ。地方学生や留学生を採用しやすい利点もある。

その中で、ウェブ面接は相手の雰囲気を読みにくい弱点が指摘されており、それを補う手段としてエントリーシート(ES)などの事前情報の読み込みを今まで以上に重視する企業が出てくる。人材業界からは「これまでの新卒採用は一般に事前情報で3割、面接による印象点で7割を決める配分で学生を評価してきた。ウェブ面接が一般化する今後はそのウエイトが逆転する」という推測も上がる。コロナ禍によって強制的に導入が進むウェブ面接が、採用選考のあり方を変えていく。

内定まですべてウェブ面接

「今年の選考は最終面接まですべてウェブで行おう」。人材紹介を手がけるプレシヤスパイナーズ(東京都新宿区)は、

新型コロナウイルス感染症の流行による休校・休園が続く現在、学習塾や習い事でも通塾やレッスンを中止が相次いでいる。そんな中で、自宅にいながら学習ができるオンライン学習サービスへの注目が急速に高まっている。

休校サポート

LINEが社会貢献活動を担う財団として設立したLINEみらい財団(東京都新宿区)は、新型コロナウイルス感染症



休校向け急遽開設
同財団は2019年12月に発足。教育関連の取り組みをさらに充実させるため、学研、数検、市進、ケンブリッジ英検、東京都英語村をパートナーに迎えた。具体的な取り組みについて話し合っている最中、新型コロナウイルス感染症によりさまざまな自治体で休校が決定。当初は千葉県市川市からの相談を受け独自サービスとして開発を進めていたが、急遽全国版の開発に切り替え、3月2日にリ

ニュースイッチ NEWSWITCH

新聞スタイル試し読みコーナー

ニュースイッチは、多彩なジャンルの取材や、業界を横断するオリジナルの企画を通して、幅広い層の人たちにニュースを届けることを目指してスタートしました。多様な視点からテーマを深掘りする特集を少しだけ紹介します。

ウェブサービス

直接対面するコミュニケーションが難しいコロナ禍において、私たちと世界を繋いでいたオンラインサービスが改めて脚光を浴びている。中でも今まではデジタルデバイスやオンラインサービスにあまり触れてこなかったシニア層でコロナ禍をきっかけに一気にサービス導入が進む可能性がある。



急接近、シニアとオンライン

行をきっかけに、オンラインで行うことで増えたこと」のトピックが「ネットニュースを読む」だった。
「新型コロナウイルスに関する情報収集手段」としても、82.7%の人がネットニュースと回答している。日々刻々と状況が変わる中で最新の情報を得られるという点や、地域や個人で知りたい情報が違うといった多様なニーズに対応できたというのが、ネットニュースが支持された理由だと考えられる。
一方で、外出自粛に伴い「ECが伸長するのでは」と予想されたが、利用が増えたと回答した人は12.9%とあまり伸びが見られなかった。ネットスーパーも同様に4.1%にとどまる。
ただし「今後増えそうなこと」という質問項目ではECで25.3%、ネットスーパーで14.1%とそれぞれ回答があり、利用したい気持ちと実際の行動とのギャップが浮き彫りになった。この背景には、シニ

新聞だけじゃ、読みきれない。

webメディアには、字数の制限を受けずにボリュームのあるニュースを伝えられる力があります。ニュースイッチオリジナルの企画・特集では、連載やインタビューなど日刊工業新聞本紙とはひと味違う切り口で様々なニュースを発信中です。日刊工業新聞社は、これからもメディアの特性を研究し、より多くの方に情報を届ける努力を続けていきます。

オリジナル特集の続きはwebで ▶

URL: <https://newswitch.jp/> (右のQRコードからもアクセスできます)



2019年11月に全面リニューアル!

