

株式会社キャンプイン 様

新規ウェブサイトの ご提案について

42期 チームたこ焼き

小川内・田島・木原・安藤



目次

- ① ウェブサイトの目的
- ② 最近の動向
- ③ 御社の強み
- ④ 具体的に考えたお客様像
- ⑤ サイトコンセプト
- ⑥ サイト構造について
- ⑦ デザインのご提案

ウェブサイトの目的



利用客の増加

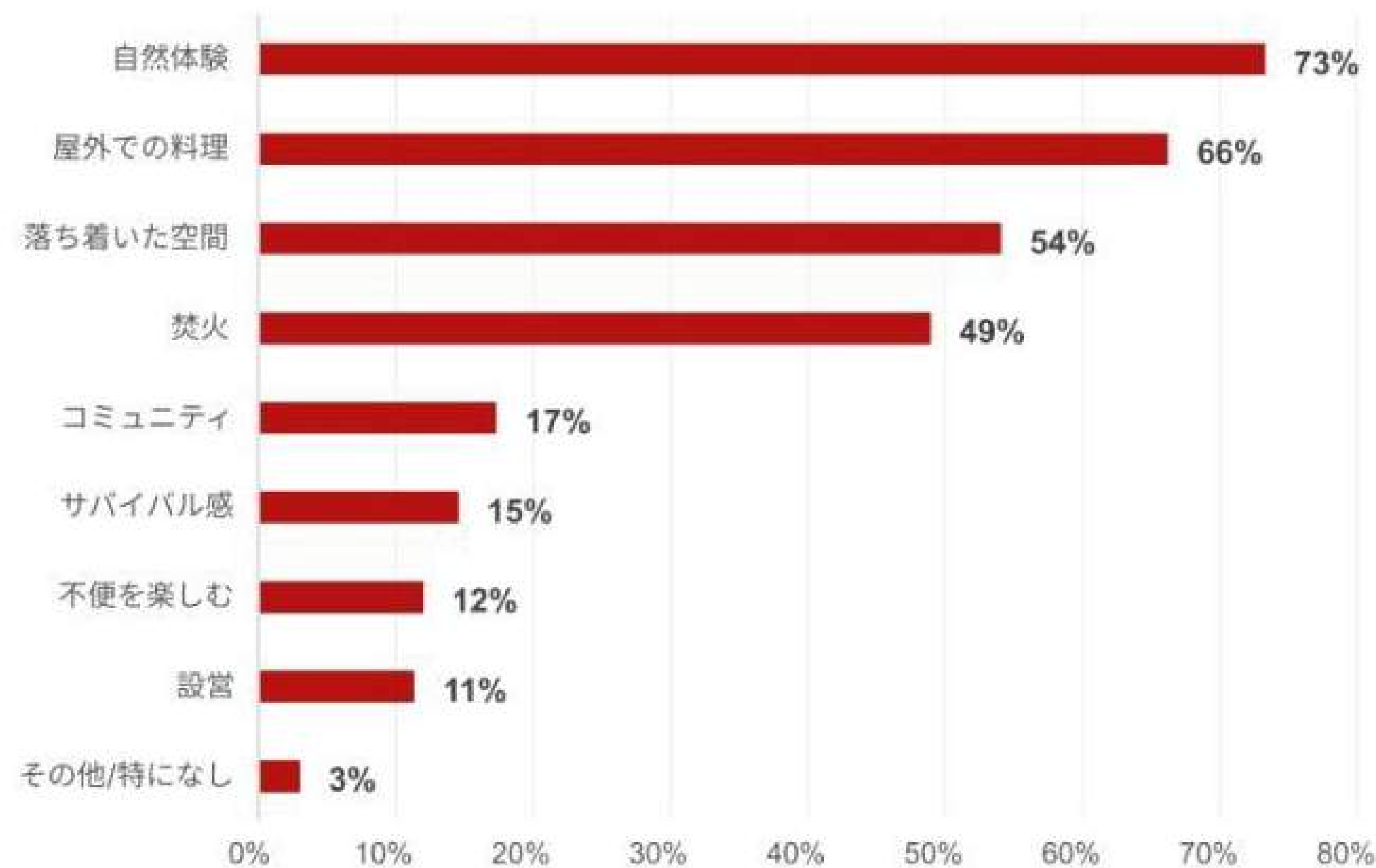
御社の課題 → これまでの宣伝は新聞のチラシが中心であったが、時代とともに宣伝効果が落ちてきており、**実際に利用客数も減少している**

解決方法 → ウェブサイトを新規作成し、**認知・集客の向上**を図る

01

最近の動向

ユーザーはキャンプに何を求めている？



【キャンプに求める価値】

- 1位：自然体験
- 2位：屋外での料理
- 3位：落ち着いた空間



【戦略】

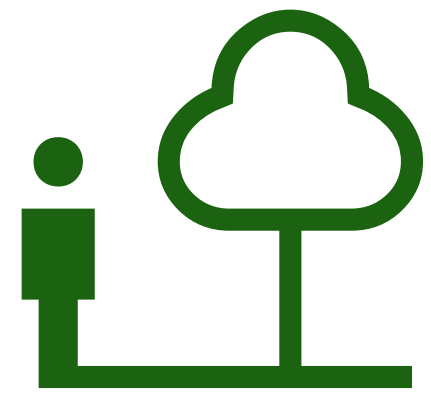
上位3つの価値を提供できることをアピールすることで、ユーザーの興味・関心を高める

02

御社の強み

株式会社キャンプイン様の魅力をお客様に伝わりやすいよう
強みが一目でわかるデザインに仕上げております。

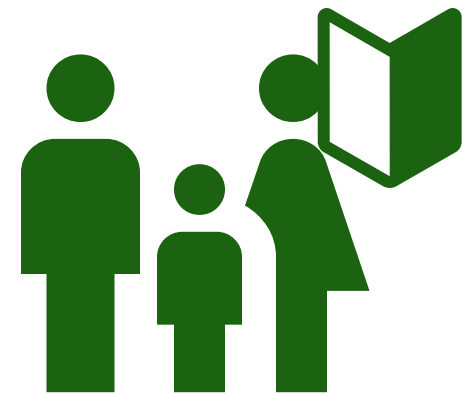
01



自然を満喫できる

キャンプだけでなく、
ハイキングや
バードウォッチングも楽しめる

02



初心者でも安心

充実した備品で初心者でも安心

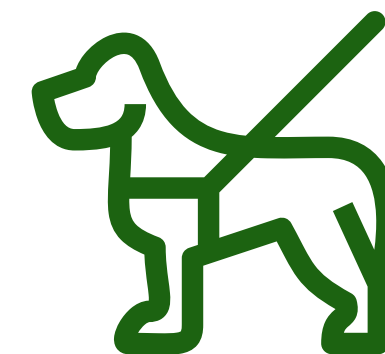
03



満天の星空

星空観察ができる
きれいな星空が広がる

04



ペット同伴可

大切な家族と一緒に楽しめます

03

具体的に考えたお客様像①



- 35歳
- 女性
- 家族構成：夫（子供なし）
- 居住地：大阪府高槻市
- 一般事務

普段はPC作業のため、休みの日は外に出かけて
リフレッシュしたい！

- 夫婦ともにアウトドアが趣味
- キャンプの経験があり、年6回程度のペースで行く
- キャンプ道具はほぼ持っている
- キャンプに行く前に行う積込みで体力を使うため、できるだけ荷物を減らしたい
- 情報源はスマホ
- 車は所有してる（夫婦ともに運転ができる）

04

具体的に考えたお客様像②



- 家族構成
父（35歳） / 母（33歳） /
息子（8歳） / 犬（トイプードル）
- 居住地：兵庫県尼崎市
- 車はコンパクトカー（5人乗り）
を所有

大切な家族との時間を大切にしながら、
こどもに自然の素晴らしさを知ってほしい！

- コロナ禍より家族でキャンプに行くようになり、
年3回くらいのペースで行っている
- キャンプグッズは少しずつ揃えている
- 車があまり大きくないのでたくさん荷物を載せるのは大変
- 父は田舎で自然に囲まれて育ったので、自分の
子どもにも自然体験をさせたい
- 母は息子が普段ゲームやYouTubeばかり見ていて心配している
- 現在3歳のペット（犬）は息子にとって兄弟のような存在

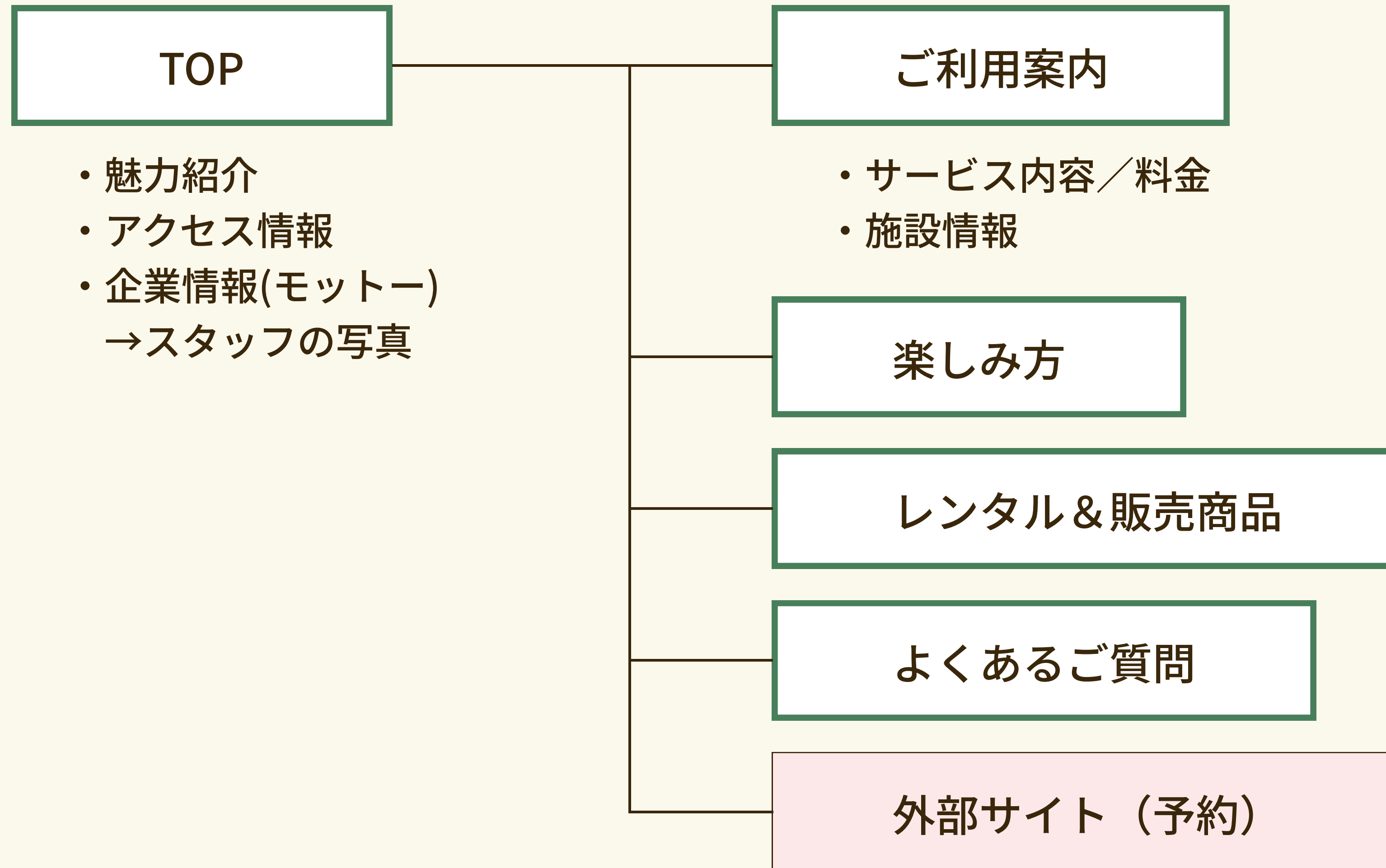
サイトコンセプト

休日にふらっと、澄んだ空気と星空の樂園へ
大自然に包まれる幸せを。

06

休日に気軽にキャンプ場へ行けることや、自然豊かな場所で非日常を楽しむことが伝わるようにこのキャッチコピーとしました。

サイト構造について



デザインのご提案

- A案 -

08



サイトデザイン A案

デザインコンセプト

休日にふらっと、澄んだ空気と星空の楽園へ
大自然に包まれる幸せを。

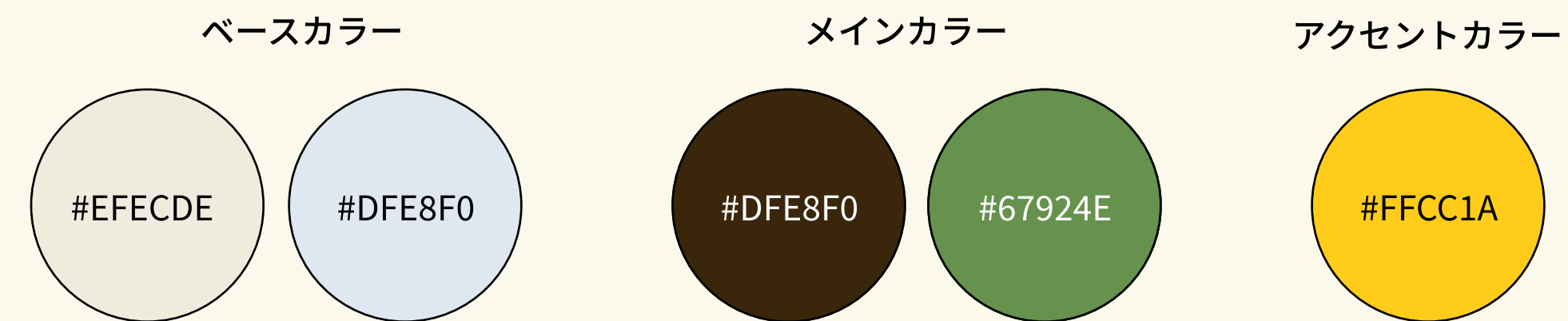
ユーザーに与えたい印象

安心 優しい 楽しい
雄大 自然 アクティブ

フォント

タイトル Zen Kurenaido
本文（和文） Zen Kaku Gothic New
本文（欧文） Noto Sans JP

配色



デザインの意図

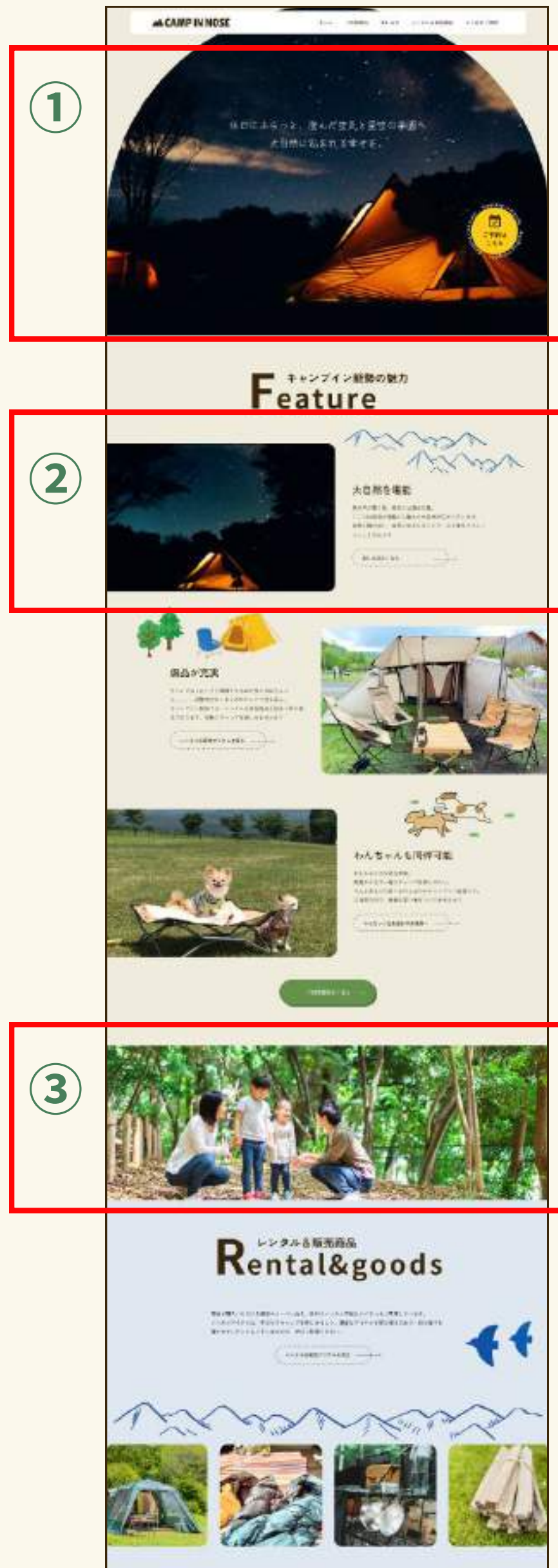
・ベースカラーに薄いオレンジを使いリラックスした「優しい」雰囲気、メインカラーに茶色と緑を使ってブランドのテーマカラーと「自然豊かさ」を表現。さらにオレンジのアクセントカラーで「アクティブ」な印象を加えました。

・全体としては青、緑、オレンジの色を使うことで、「自然」を表現しつつ、ポップで「楽しい」印象をもたせました。

・イラストより写真を多く使うことやコンテンツ同士のスペースを広め取ることで、よりキャンプ場の雰囲気が伝わりやすくすることや、自然をゆったり楽しんでもらえるよう考えました。

09

サイトデザイン A案 - トップページ(PC版) -



デザインの意図

①テントをイメージしてドーム型の写真を使いました。利用する写真は全3枚で、夜・日中・朝で時間ごとに見える風景を紹介します。

②写真は大きめに見せることで、インパクトを出しつつ、見やすくすることでキャンプ場のイメージしやすくします。

③コンテンツの区切りに、写真をいれることで、コンテンツが切り替わることをわかりやすく表現しました。
さらに、家族写真を載せることでユーザーに客層をわかりやすく伝えます。

④初めて訪れる利用客でもキャンプ場の行き方をわかりやすくしました。
また、県外のアクセス方法も記載することで、特定の地域に限定せず、より広範囲の顧客にサービスを知ってもらう狙いがあります。

⑤問い合わせのエリアは、”問い合わせ”ボタンの隣りに”よくある質問”ボタンを配置し、御社の悩みである貸出備品についての問い合わせ電話が多い課題を解決する狙いがあります。

サイトデザイン A案 - トップページ(スマホ版) -

①メニュー展開



②



③



デザインの意図

①ボタンは指で押しやすいように、サイズを大きめにデザインしました。また、「ご予約はこちら」ボタンは、PC版と同様に常に画面の右下に表示させ、ユーザーが迷わず予約できるようにしております。

②ご予約・お問い合わせのエリアでは、電話番号のボタンを作成し、そのボタンを押下時にすぐに電話をかけられるようにしました。

③スタッフの思いでは、PCのデザインと異なり、写真の中に文字を入れないようにして、狭い横幅でも文字が見やすい用に工夫しました。

11

サイトデザイン A案 - ご利用案内ページ -



デザインの意図

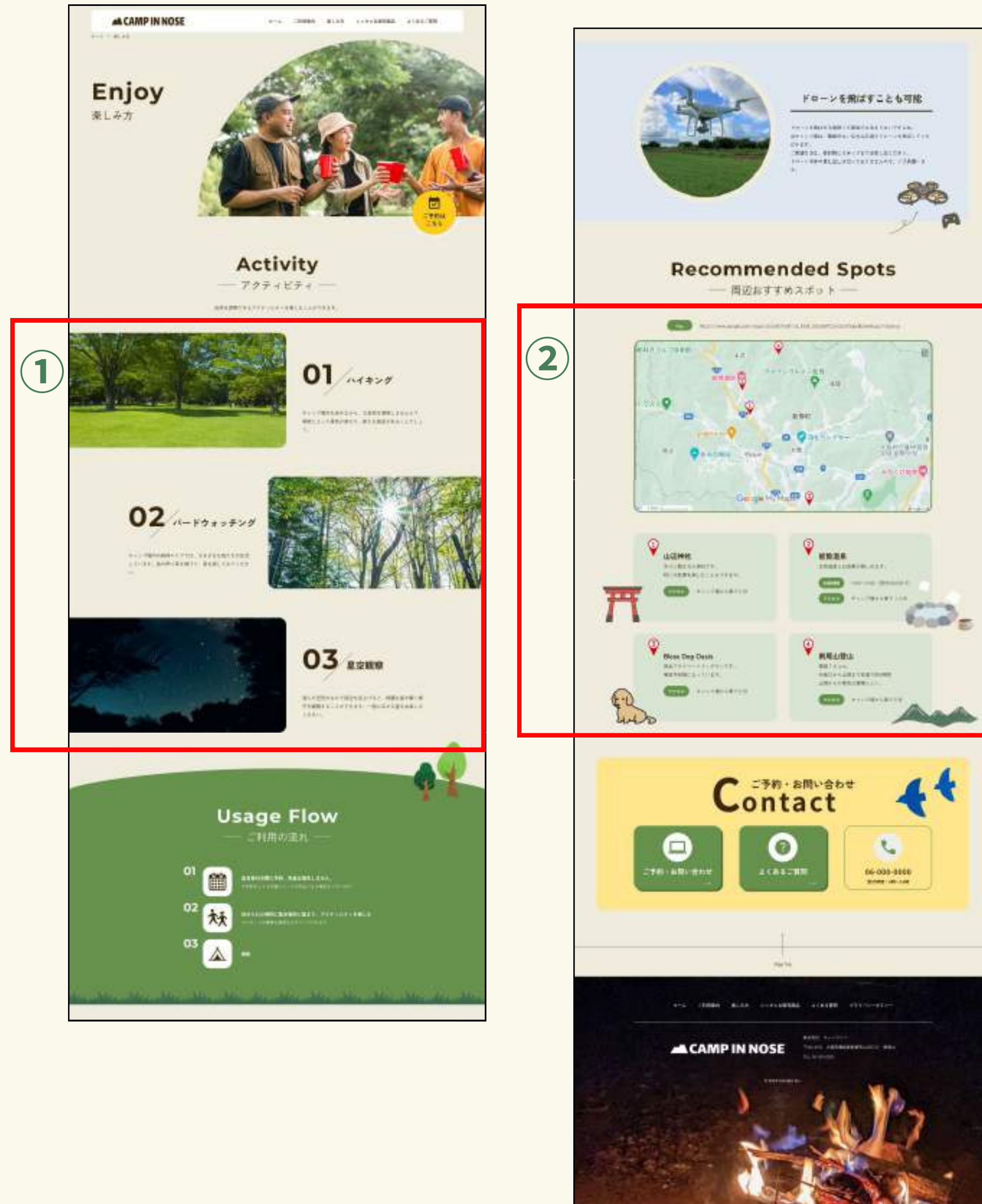
①すぐに見たいコンテンツへ飛べるよう、遷移ボタンを設置しました。

②必要な情報(文章)が伝わるように、写真のサイズは大きすぎないようにしております。特にユーザーが知りたい料金については、目立つように太字にしてすぐにわかるように工夫しました。

③施設案内を紹介後に、ご利用の流れを載せることでより具体的にキャンプを利用するイメージができるようしております。

12

サイトデザイン A案 - 楽しみ方ページ -



デザインの意図

①アクティビティの実際の写真ではありませんが、内容に合った風景写真を使うことで、イメージをしやすくしています。

②一つの地図にピンを刺すことで、各観光地の距離をわかりやすくしています。また、観光地の距離がわかることで、キャンプ場での行動計画を立てやすくする狙いがあります。

13

サイトデザイン A案 - レンタル&販売商品ページ -

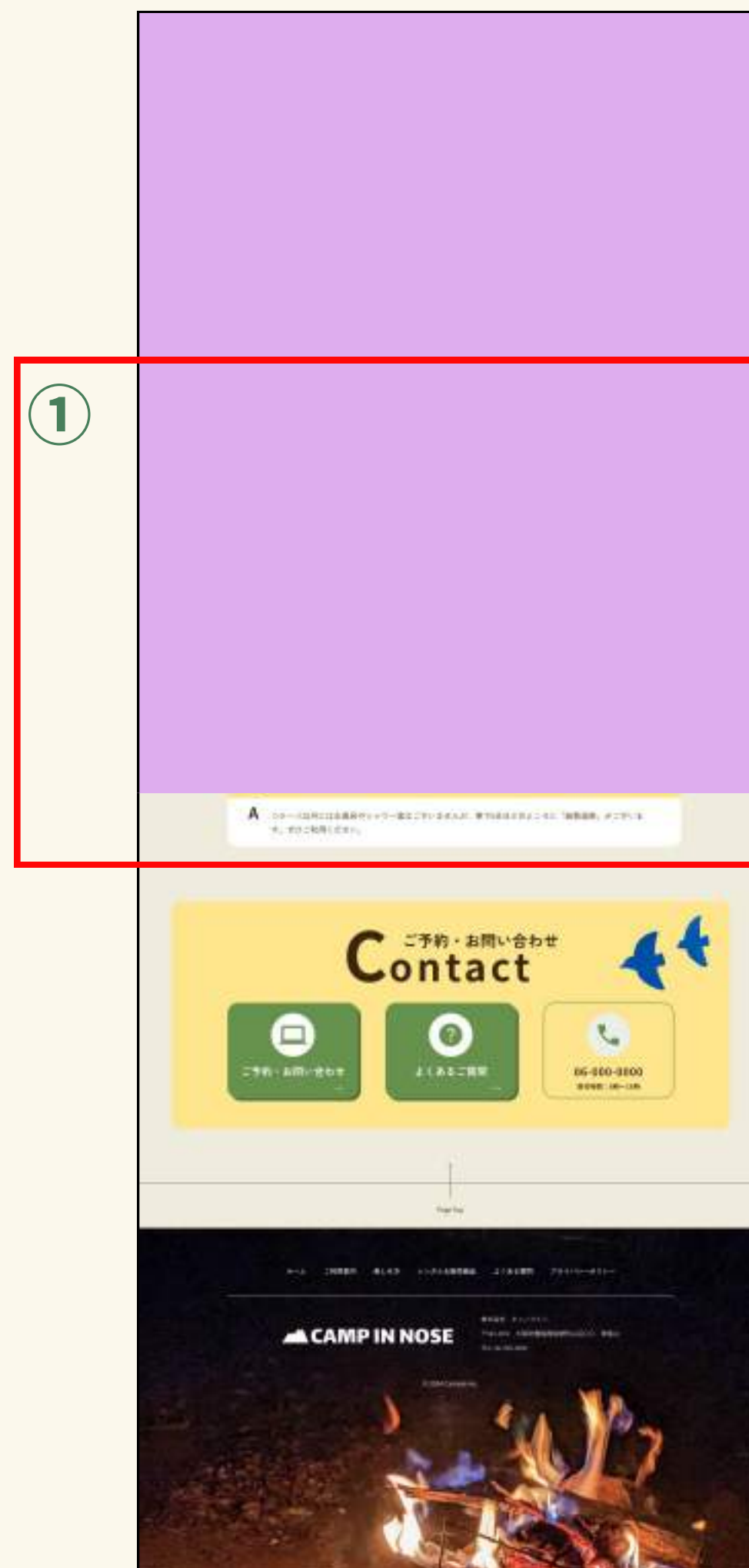


デザインの意図

- ① レンタル・販売商品の内容が視覚的にすぐに伝わるように、写真を大きめに載せています。
- また、各商品に補足説明を入れることで、どんな商品がレンタル・購入できるのか不安をより解消する狙いがあります。

14

サイトデザイン A案 - よくあるご質問ページ -



デザインの意図

①これまで問い合わせが多かった備品に関する情報を主に記述し、御社の悩みである備品に関する問い合わせ電話が減るようにしております。

15

デザインのご提案

- B案 -



16

サイトデザイン B案

デザインコンセプト

誰もが童心に返って楽しめる自然の楽園~キャンプイン能勢~

ユーザーに与えたい印象

安心

自然

雄大

優しい

楽しい

アクティブ

フォント

本文

M PLUS 1

タイトル（英文）

Trailin One

タイトル（英語・数字）

Oooh Baby

配色

ベースカラー

#EDEADE

メインカラー

#123C64

アクセントカラー

#3C7D5A

#B57E2D

デザインの意図

・ベースカラーは優しさを感じる落ち着いたクリーム色を、メインカラーとして星空をイメージしたネイビーを使用しました。ネイビーは安心感や信頼を与えます。そして、雄大な自然のグリーンと明るく照らしてくれる太陽のオレンジをアクセントカラーとして使用し、アクティブで楽しいイメージをプラスしました。

・全体的にポップな印象で、サイトの中にストーリーを感じていただけるようなデザインにし、サイトを見たお客様がキャンプイン能勢様のイメージを膨らまして、利用してみたいと思っていただけるように考えました。

17

サイトデザイン B案 - トップページ(PC版) -



デザインの意図

＜全体＞

写真とイラストを多く使い、お客様がキャンプ場での過ごし方のイメージをしやすいように工夫しました。

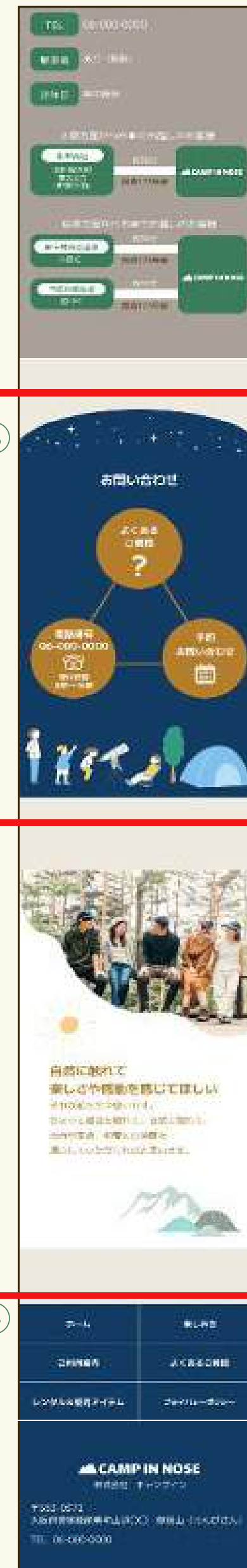
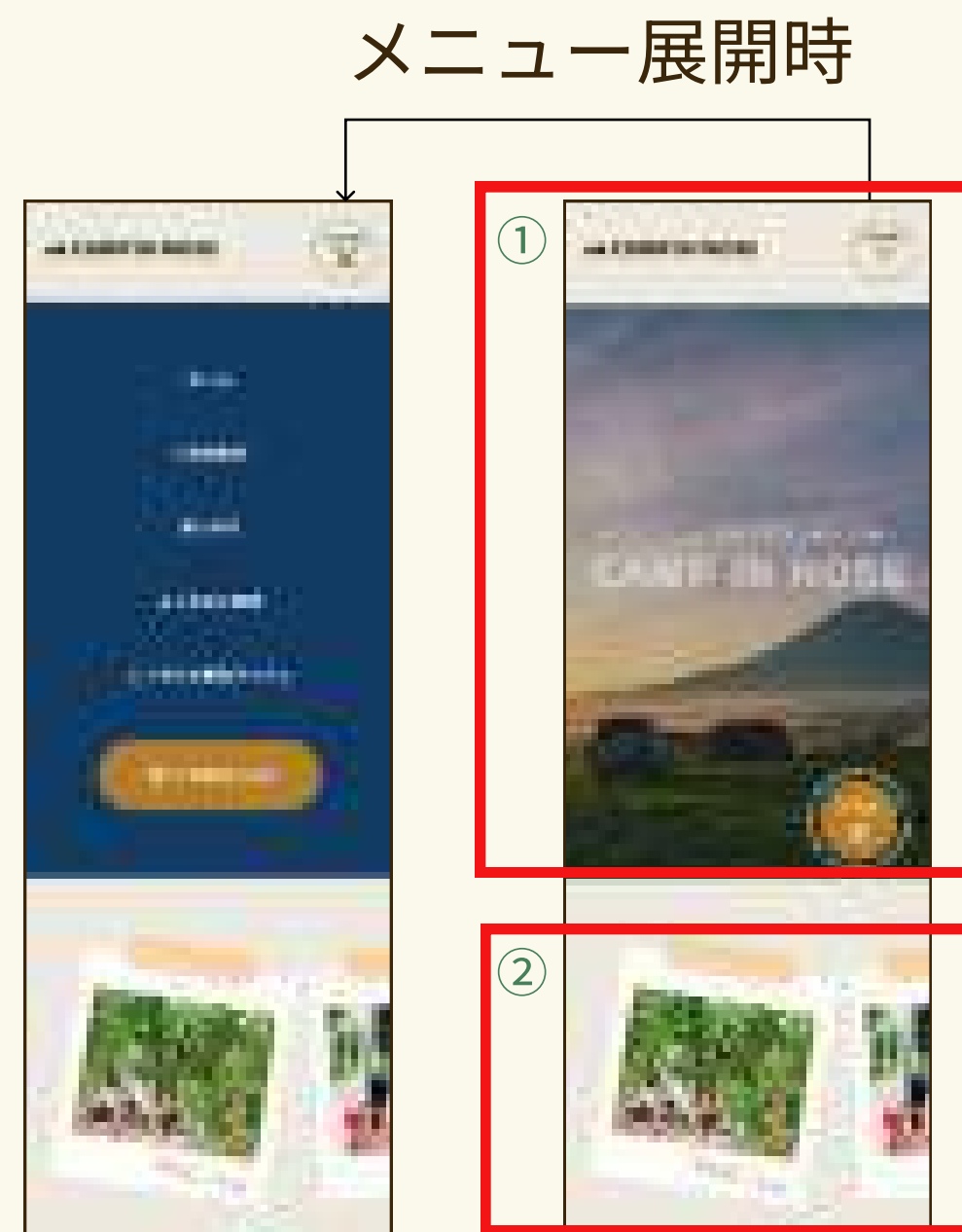
①一番はじめにくる写真は朝、昼、夜の景色の写真が順番に表示され、キャンプイン能勢様で過ごす1日を感じていただけるようになっています。右下のある予約ボタンはページを動かしても付いてくる仕組みにし、お客様がすぐにアクションを起こせるようになっています。

②「家族」「友達」「ソロ」でキャンプをするスナップ写真を載せることで、キャンプの楽しみ方の多様性と、どのようなお客様でも楽しめるキャンプ場であることを印象付けます。

③イラストが動いたり、キャンプ場での体験をイメージしたモチーフを使ったりすることで、見ていて楽しい、遊び心のあるデザインになっています。

④お問合せは、星空観察をイメージしたデザインにし、夏の大三角形の形にボタンを配置しました。

サイトデザイン B案 - トップページ(スマホ版) -



デザインの意図

①スマートフォン画面は縦に長いので、最初に景色の写真画面いっぱいに表示し、インパクトを持たせました。メニューは画面右上に三本線で表示（ハンバーガーメニュー）し、押すとメニューが展開される仕組みです。

②キャンプの写真は一枚ずつ右から流れて表示する仕組みにして、スマホ画面上でもどのような写真なのか見やすい大きさを表示し、サイトに動きを持たせました。

③お問合せは、PC版同様、星空観察をイメージしており、冬の大三角形の形にボタンを配置しています。

④各ボタンについては、スマートフォンの画面に表示した際に、指で押しやすい大きさを意識して設計しました。

サイトデザイン B案 - ご利用案内ページ -

デザインの意図

①内容量の多いページのため、トップには見たいコンテンツに飛べるボタンを設置し、サイトの見やすさを高めました。

②お客様がいちばん知りたいと考えられるプランと料金はいちばん上に記載して、料金は文章とは分けて、わかりやすくしています。

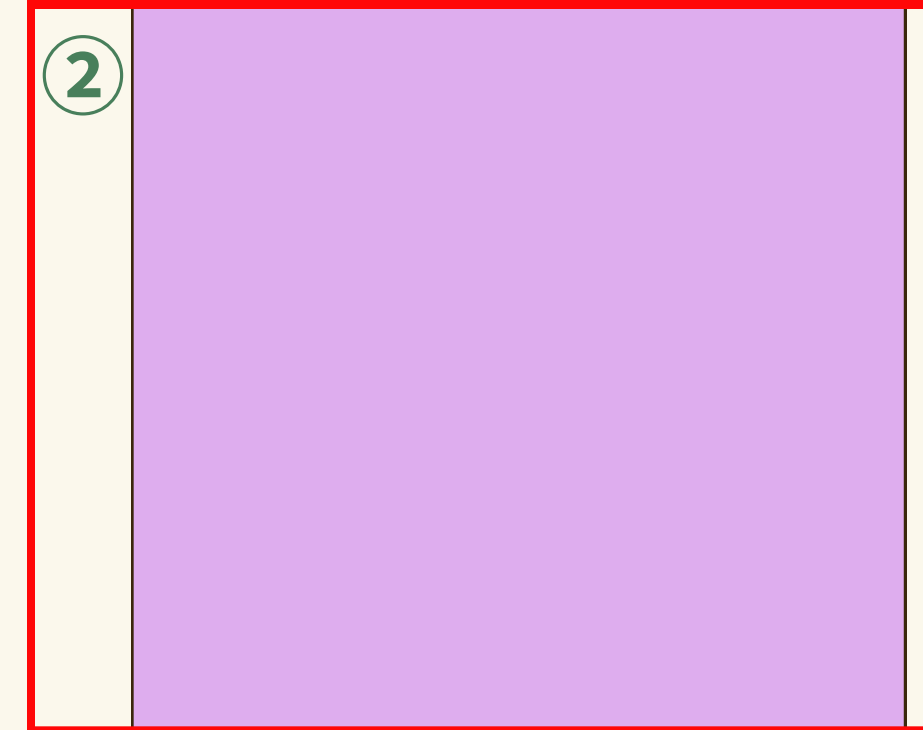
③共用施設の様子がわかったほうが安心感が得られると考え、トイレと洗い場についても写真と共に詳細を記載しました。

④ご利用の流れは、上から順番に番号をつけて並べることで、流れがイメージしやすいようにしています。

20



サイトデザイン B案 - 楽しみ方ページ -



デザインの意図

①写真はあえて風景を主にし、アクティビティをイメージしたイラストを一緒に用いることで、お客様の想像力を掻き立て、ワクワク感を高める狙いがあります。

②周辺観光については、それぞれ、キャンプ場から車での所要時間とGoogleマップを載せることで、1日の計画を立てやすくなり、その場所の詳細や経路を調べやすくしています。

サイトデザイン B案 - レンタル&販売商品ページ -

デザインの意図

- ①キャンプ初心者の方にもどのような商品かわかりやすくするために、一つ一つの写真と説明文を載せています。
- ②今後商品が増えた時にはそれぞれの場所にあるイラストが消え、商品情報を並べていく想定です。

サイトデザイン B案 - よくあるご質問ページ -



デザインの意図

①このページを作ることで電話でのお問い合わせが減少する効果が期待できます。
読みやすさを重視し、質問は文字色もブルーにしています。

②下部には全ページ共通してお問い合わせボタンを設置し、「よくある質問」を見ても解決しなかった時には、すぐにアクションを起こせるようになっています。

23

まとめ

大自然や非日常を手軽に安心して体験できる
御社の強みをアピールし、
利用客の増加につなげたいと考えております。