

# 課題①

## Cafe サイト

### 《カフェについて》

- ・店舗は、天白区植田に 2024 年 4 月 1 日にオープンする「ワズカフェ (Was Cafe)」
- ・駅からも繁華街からも離れた住宅地
- ・既存客のいない新規店
- ・想定される競合店は、都心にも郊外にも展開するカフェチェーン、喫茶店、ファミレスなど

### 《クライアントの要望》

- ・一番の目的は、店の知名度を上げて集客につなげること
- ・地域の人たちが気軽に利用できるお店であることをアピールしたい

※架空案件

### ◎ 製作時間 ◎

デザイン：約 7 時間

コーディング：約 45 時間

### 《使用アプリケーション》

- ・VScode (HTML / CSS)
  - ・Illustrator (CC・CS5)
  - ・Photoshop (CC・CS5)
- ※画像加工



[TOP](#)

[ワズカフェとは](#)

[メニュー](#)

[お問い合わせ](#)

You will be very happy if you come to Was Cafe!

2024年4月1日 (月) オープン



[ABOUT](#)  
[WasCafe](#)

[MORE](#)

COLUMN

コラム

[2024年3月20日 プレオープンにご来店いただくお客様へ](#)

[2024年3月13日 3/27 ワズカフェ プレオープン！ご近所のみなさまを招待いたします](#)

[2024年3月10日 アルバイト（キッチン・ホールスタッフ）募集](#)

[2024年3月5日 ワズカフェのウェブサイトを開設しました](#)

カフェサイトの作成  
(実際の Web サイト)

[VIEW ALL](#)



## ロゴマークについて

お店の自慢でもある、自信を持って選び抜いた  
コーヒー豆でキャラクターの目を表現し、  
人と人のつながりと、カフェでシアワセな気持ち  
を感じてもらえるよう笑顔の口元に。

マグカップはそれらの気持ちやコーヒーをそそぐ  
入れ物として。

オレンジ色は暖かい印象があるので、暖かい気持ち  
に包まれるように。

そのような気持ちを込めて作成しました。



ファーストビューに3種類のスライドを設定。



目的：カフェメニューの雰囲気を感じてもらいたい

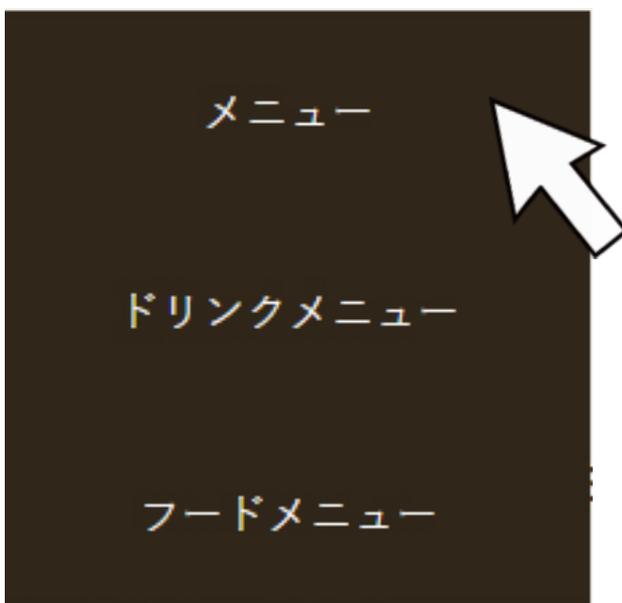


## こだわりポイント ～ TOP ページ～



ナビゲーションははっきり見せたいと思い、茶色ベースで白文字の表記。

【ABOUT WasCafe】と【WasCafe Menu】のページには上記のナビゲーションからでも【MORE】からでもページ移動が可能。また、マウスオーバーさせた際に移動ができるというのが伝わるように色が変わるよう設定。



メニューページは、メニュー数が多いけれどゆっくり目を通してもらいたいと考えたので、ドロップダウンメニューで、ドリンクとフードに分けて作成。

# こだわりポイント ～ ABOUT ページ～



**香りも味も馴染み深い、有機メニーのオリジナルブレンドコーヒー**

世界の各地の豆とコーヒーの産地を巡り選んだオーナーが直接仕入れて選別したエコロンビガ種・エチオピア種をブレンドしています。オーナーごとにブレンドしますので、味わいが異なります。酸味・苦味・コクが調和した濃厚な味をお楽しみください。

**こだわりのルヴァン種を使った  
酸味低パンも高級の逸品です**

当店は今までにない酸味低糖のルヴァン種を用いたフランスの伝統的なパンを焼いています。通常の酸味と糖質が少なく、噛みしめると酸味が残っていくのが特徴です。通常のクラシックなパン（ハード）の2倍ほど、タンパク質にはプロテインとミネラルの含有量がアップしたパンが特徴です。




**すべてのお客様にやさしい環境をつくります**

障がい者雇用を推進し、誰もが安心して働ける環境をつくりたいと考えています。また、障がい者だけでなく、高齢者や子育て世代の方々にもやさしい環境をつくりたいと考えています。

**山田 太郎 Taro Yamada**

メインコーヒーメーカー、  
各店舗の調理師や接客スタッフ、  
店舗の清掃員（専任でパートタイム）など、  
店舗の運営に携わっているスタッフの皆さんが、  
お客様の笑顔のために日々頑張っています。  
2014年より、これまで以上に店舗の運営に携わっている  
各店舗のスタッフに「ワズカフェ」をテーマに  
店舗を盛り上げ、お客様に笑顔で迎えることを目指しています。



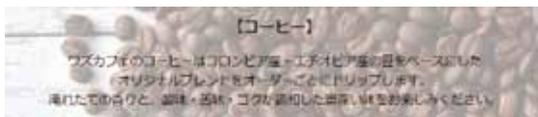
コーヒーにはコーヒーの画像と説明文、パンにはパンの画像と説明文…など、記載している説明に合う写真を選定。また、左右に分けた配置にすることで、写真の真横に説明文を入れて、少しでも目に留まりやすい形にまとめました。



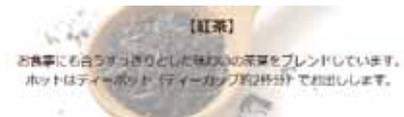
TOP 以外のページは、ナビゲーションの上にロゴマークを入れて、シンプルすぎない印象にしています。

# こだわりポイント ～ Drink ページ～

< 拡大 >



< 拡大 >



ドリンクメニューのコーヒー、紅茶の項目には説明に目を向けてもらうように、それぞれ透明度の低めの背景を配置。  
また、ドリンクメニューはコーヒー、紅茶どちらも写真は2枚だけ配置し、文字を読んでもらえるようなカタチに。

ページ下まで進むと、そのままフードメニューに移動できる項目も設置し、ナビまで戻らすフードメニューへの移動が可能。マウスオーバーした際に色が変わる設定も反映。  
(未リンク：ピンク→マウスオーバー：茶→訪問済：赤)

Food Menuはこちら



## こだわりポイント ～ Food ページ～



ドリンクメニューのコーヒー、紅茶の項目には説明に目を向けてもらうように、それぞれ透明度の低めの背景を配置。  
また、ドリンクメニューはコーヒー、紅茶どちらも写真は2枚だけ配置し、文字を読んでもらえるようなカタチに。

## こだわりポイント ～お知らせページ～

お知らせページは必要最低限の情報のみにしたかったので、シンプルで見やすいカタチに。画像は合成。

