

# 売れる装丁デザインのデータ分析

出版物の顔である表紙は、販売部数を左右する重要な要素の一つです。

画像解析により表紙の印象を数値化し、その傾向を分析しました。

よりよいデザイン、売れるデザインを追求する当社の試みを紹介します。

## ■デザイン印象数値化の試み

当社ではこれまでも、解析ツールを活用（MCR Vol.75 参照）するなどして、書籍の装丁デザインを客観的に評価する取り組みを行ってまいりました。

今回はさらに、実際に売れている書籍の表紙にはどのような共通点があるのか、データに基づく検証を行いました。

検証には Amazon の売れ筋ランキングを用いました。医療・ビジネス・教育・資格などの各カテゴリごとに、売上順位の高い上位 50 冊（1～50 位）と、売上順位が低い 50 冊（501～550 位）の合計 100 冊を抽出し、それらの表紙画像を分析しています。

各書籍について、カテゴリ別の「売上順位」に加え、後述するデザインの印象を数値化した「印象値」を算出し、縦軸を売上順位、横軸を印象値とする四象限マ

トリクスで可視化しています。

印象値には、それぞれのカテゴリの装丁に採用されやすく、かつ対極的な二つのデザイン傾向を設定しました。たとえば、

医療書 … 「定番風 ↔ トレンド風」

ビジネス書 … 「フォーマル ↔ フレンドリー」

資格書 … 「シック ↔ ポップ」

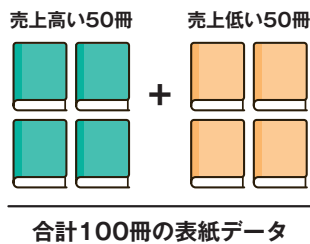
といった具合です。

図上の各点は1冊の書籍を示しており、「右上に多い」「左上に少ない」といった分布の偏りを見ることで、デザイン傾向と売れ行きを直感的に理解することが可能です。

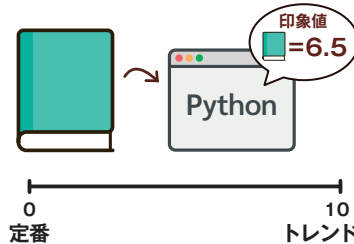
また、実際のマトリクスでは、この分布に書籍の表紙デザインを重ね合わせ、どの書籍がどの位置にあるのかを一目で確認できるようにしています。

## 検証の手順（医療書籍カテゴリ）

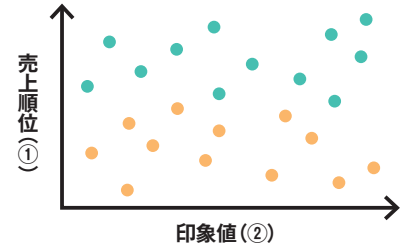
### ① 売上調査をする



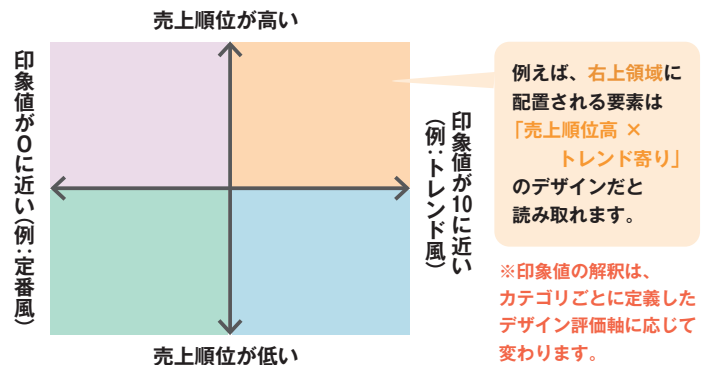
### ② 印象値を求める



### ③ マトリクスの作成



## 実際に作成したマトリクス



## ■数値化のしくみ

「定番風」「トレンド風」といった印象は、本来非常に主観的なものです。そこで今回の分析では、人間の主観評価ではなく、画像解析によって印象を数値化する仕組みを用いました。

まず、対象書籍の表紙画像から、以下のような要素を自動的に抽出しています。

### ① 色の鮮やかさ（彩度）

彩度が高いほど「ポップ」「アクティブ」寄りに働く傾向

### ② 白地（余白）の多さ

余白が多いほど「落ち着いた」「フォーマル」などの印象

### ③ 構成の密度（エッジの多さ）

情報量が多く複雑なほど、「にぎやか」「活動的」な印象

### ④ 配色バランス（主な色の散り具合）

多色構成か、単色寄りかなど、色の偏り方を数値で表す

これらの共通要素をベースに、カテゴリごとに「どの要素をどの程度重視するか」「どちらに振れるとどんな印象になるか」といった比重を変えながら、最終的な印象値（0～10）を算出しています。

例として、「資格書」カテゴリの「シック↔ポップ」軸では、「色の鮮やかさ」や「配色バランス」などがポップ寄りを判定するうえで、より比重の大きい要素となります。

処理そのものは、Pythonなどのプログラム言語と画像処理ライブラリ（OpenCVなど）を組み合わせて構成したシステムを用いて行っており、画素情報を機械的に解析する仕組みです。ここには人の感覚や主観的な判断は一切介在しておらず、すべてコンピュータによる処理によって算出しています。

## ■売れる装丁デザインとは

あくまでも検証時点でのAmazonランキングを対象とした結果ですが、カテゴリ別に売れるデザインの傾向が見えてきました。以下に一例をご紹介します。

### <医療カテゴリ>

医療書は定番デザインが多いものの、売れ筋はアクセントカラーやイラストを加えた“やさしい”トレンド寄りの表紙に集まりました。

### <ビジネスカテゴリ>

ビジネス書は、親しみやすいフレンドリー寄りの表



紙ほど上位に入りやすく、難しさを感じさせない図解・イラストの効果が大きい結果となりました。

### <資格カテゴリ>

資格・教育書では、落ち着いたトーンを保ちながら情報を整理した“見やすい”デザインが上位に多く、装飾過多な表紙は伸びにくい傾向が見られました。

また、こうしたカテゴリごとの違いを超えて、売上位の表紙デザインに共通していたのがキャラクター・マスコットイラストの活用でした。

キャラクター・マスコットには、

- ・第一印象で親近感を生む
- ・情報理解をスムーズにする
- ・類書の中にあって記憶に残りやすいなどの効果があると考えられます。

表紙画像だけでは判断できませんが、これらの書籍の多くでは、キャラクターやマスコットを単なる装丁のデザイン要素としてだけでなく、本文中でも活用しています。これらのキャラクターは、書籍全体のイメージを統一する役割を果たすとともに、読者にとってのガイド役や、自己投影の対象としても機能しています。

今回の検証では、これらの効果が特定のジャンルに留まらず、幅広い分野で実際に書籍の売上向上に寄与していることが確認できました。

当社では、データ解析に基づく検証を通じてデザイン品質の向上に取り組んでおり、得られた成果を実際のデザインやお客様への提案に活かしています。今後も研究と改善を重ね、より質の高いサービスに努めてまいります。