

各 位

2026年3月19日  
株式会社インプレス

デザイナー、広告運用者、Web担当者必見！もうネタ切れに悩まない、現場ですぐに使えるバナーアイデアを収録した『思わずクリックしたくなる バナーデザインのアイデア帳』を3月19日（木）に発売

累計5万部突破の大ヒット！バナーデザイン入門書のシリーズ第2弾

インプレスグループでIT関連メディア事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：高橋隆志）は、累計5万部を突破した人気書籍『思わずクリックしたくなる バナーデザインのきほん』のシリーズ第2弾となる、書籍『思わずクリックしたくなる バナーデザインのアイデア帳』を2026年3月19日（木）に発売いたします。



#### ■バナー制作現場の「デザインが決まらない」「アイデアが枯渇する」を解決

バナーデザインは、1つの案件に対して複数案を提案したり、状況に応じてすぐに新しいデザインにアップデートしたりなど、デザイン案をたくさん作る必要がある「量産タイプ」のデザインです。そのため、届けたいユーザーの心にしっかりと刺さるアイデアをどれだけ持っているかが重要です。Web上で参考資料としてバナーデザインの事例を探すことは簡単ではあるものの、「膨大な数から目的や業種に合うものを探すのが大変」「見よう見まねでそのまま参考にしても、なんだかイマイチな仕上がりにってしまう」と悩む声も少なくありません。

本書は、そんな悩みを解決するため、バナーの制作現場で即役立つ、バナーデザインの「あるある」アイデアとそれを作るためのコツを分かりやすく紹介しています。

第1弾『思わずクリックしたくなる バナーデザインのきほん』（発売：2022年2月9日）では基本の

デザインノウハウを紹介していましたが、本書では、基本に加えて知っておきたいさまざまなアイデアを紹介しています。第1弾と合わせてお読みいただくことで、さらにバナー制作に役立つ内容となっています。

## ■見た目がいいだけではNG！ ユーザーの心に刺さるバナーデザインが知れるアイデア集

バナーデザインは見栄えするだけでは不十分で、小さなスペースの中で届けたい情報を的確にターゲットへ伝える必要があります。本書では、ユーザーの心にしっかりと刺さる「安さ」「品質・実績」「期間限定」などの訴求別のデザインアイデアや、「かわいい」「ナチュラル」といった雰囲気づくりのアイデア、「ファッション」「家電製品」など業種ごとに求められる定番のアイデアを収録しており、目的に応じたアイデアを探しやすくなっています。

解説は Before→After 形式で展開し、「どうしてここがダメなのか」「どこを改善すれば良くなるのか」を直感的に理解できる作りになっており、デザイナー以外の方も読みやすく実践しやすい1冊です。



## ■こんなシーンに役立つバナーのアイデアを収録

- Web サイトに掲載するバナー
- Web 広告、SNS 広告で使うバナー
- ネットショップのバナー
- 記事、ブログ、HP の見出し画像
- YouTube のサムネイル

## ■本書の読者対象

- Web、EC、SNS 運用などでバナー制作が必要な現場で働いている人
- バナーデザインの知識やコツを知りたい人
- バナーデザインの良質な事例を知りたい人
- 業種、テイストに合わせたバナーがうまく作れない人
- ユーザーが思わずクリックしたくなるバナーを作りたい人
- バナー制作が必要なデザイナー、ノンデザイナー

**PART 1**

この値段なら買ってみたいと感じさせる

**01** 安さ・お買い得

訴求

通常価格よりも「安く・お買い得」に入っていると、ユーザーの興味を強く引くことができます。その時、価格や割引率の数字が重要な情報です。他の情報よりもしっかり目立たせて配置しましょう。

✓ 「安さ」や「お買い得」の情報を瞬時に伝える

毛穴汚れもスッキリ  
落とす、うるおう  
初回限定価格  
PURE GLOW  
80%OFF

△ 安さが伝わらない

- 人の顔が目がいすぎる
- 割引率が小さく目立たない
- キャッチコピーが読みづらい

毛穴汚れもスッキリ  
落とす、うるおう  
初回限定価格  
PURE GLOW  
80%OFF

○ お得感がすぐ分かる

- 文字や数字が大きく見やすい
- 割引率が大きくお得感が伝わる
- キャッチコピーが見やすく分かりやすい

使用シーン：割引/セール/ショッピング/アパレル/ECショップ/SNS広告

**POINT 1** 太めのフォントでお得感を伝える

細いフォントはスタイリッシュな印象を与えますが、主題が弱く、安さやお買い得な印象は薄め。また文字の面積が少ないので視認性も低いです。一方、太めのフォントは文字の面積が大きいため見やすく、瞬時に内容を把握できます。「今、安い!」という、勢いを伝えるために、重要な文字は太めのフォントを。

細いフォントを使うとき  
太文字フォントは視覚的に大きく設計されたコンデンスド書体を使うことで、幅幅を広げず、フォントサイズを大きくすることができます。

50%OFF  
50%OFF

**SAMPLE 1**

肌に溶け込む  
なめらか  
カシミヤ  
セーター  
今だけ! 送料 無料

ナチュラルなデザインでも  
お得感はしっかり目立たせる

「なめらかな心臓」を伝えるキャッチコピーは大きく太いフォントを強調。商品写真のスペースを活かして文字を配置。ナチュラルなイメージに引込まれず「送料無料」は赤と白でしっかり目立たせる。

**SAMPLE 2**

お試しキャンペーン  
半額キャンペーン中  
プレミアム  
珈琲豆  
本場直輸入 選べる 探中煎り  
Beans Market

明朝体の視認性の弱さは  
ウエイトでカバー

「プレミアム」な印象は明朝体を使って表現。太いフォントを使うことで、視認性の低い明朝体の特徴をカバーできる。お洒落な半額キャンペーンの情報はイメージビジュアルとは別で際立って見えるよう、帯を敷いてから太い明朝で表示。

PART1 ではバナーデザインで大切な訴求別デザインのアイデアを解説します

**PART 2**

届けたいターゲットに合わせるのがカギ

**03** かわいい・キュート

雰囲気

「かわいい」と一口に言っても実はさまざまなテイストがあります。届けたい対象の年齢や属性によって可愛さの感覚が異なるので、マッチするかわいい表現を作りましょう。

敏感肌にやさしい  
使い心地

パールトーンの青紫色から安心が伝わる

丸形の角丸が特徴的でかわいい

香料不使用  
着色料不使用

保湿クリーム mou.

商品ロゴの丸ゴシック体に似合うデザインになっている

POINT

年齢や属性で異なる「かわいい」

小学生や中学生、大人やシニアが感じる「かわいい」はそれぞれ異なります。ポップなかわいさ、元気なかわいさ、洗練されたかわいさなど、対象の年齢や属性にマッチさせることが秘訣。いずれも柔らかな印象は大切です。

おすすめフォント  
やさしい使い心地  
FOT-筑紫 A 丸ゴシック Std  
やさしい使い心地  
AP-DTF はるかぜ Min2

おすすめカラー  
#f1f9cf #f1d3e5 #c4d6d1 #d4d936

**POINT 1** 女の子を振り向かせるガーリーピンク

かわいいを象徴する「ハートマーク」の形に、青紫はチェック柄、全体をピロピロなピンクでまとめることで、乙女心に刺さるスタイルに仕上がっている。

敏感肌  
やさしい使い心地

香料不使用  
着色料不使用

保湿クリーム mou.

透明感&抜け感で大人かわいい

青紫はコーラルピンクのチークのような色相で大人の女性に似合うかわいさを演出。グラデーションを効かせることで、透明感のある清潔な印象もプラス。横柄の窓は大人っぽいオーバルミラーを添わせる。

敏感肌  
やさしい使い心地

香料不使用  
着色料不使用

保湿クリーム mou.

世界のポップなカルチャー-kawaii

海外でフィーチャーされる漫画やアニメの影響で「kawaii」は世界共通語に。濃墨地色の表現「はだし」や軽やかな泳線に沿わせる太い線が、最先端のかわいさを表現。

安全・安心の元気で明るいかわいさを

子ども向け商品一帯が合うので、視認性の「かわいい」を演出。角が取れた図形で柔らかい印象へ。薄色のオレンジと中性色のグリーンが反対色として引き立っており、大人が馴染みやすく見られるデザイン。

PART2 の雰囲気別では、色やフォントなどちょっとした工夫で雰囲気づくりができるアイデアを収録。商材の世界観やターゲットにマッチするテイストからアイデアを探せます。

バーチャルツアーで物件を内覧できるなど、「不動産」の分野もネットで情報を探すが当たり前の時代。一年に一度の大きな買い物なので、精度の高いデザイン品質が大切です。

Before

窓枠など斜めに傾いて歪んで見える

外観も室内も写真が暗く見えてしまう



写真全体がどんより暗く見える

After

室内全体が見え、明るく広く見える

縦方向に空間が広がり安定感を感じる



外観写真が切り抜かれて室内が広く見える



### 写真が暗く歪んでトリミングも見づらい

BAD

一番の訴求ポイントである室内の様子が見えなくなる。縦横方向の線も斜めに歪んで見えます。外観写真との兼ね合いで室内がより狭く見えており、全体として家が持つ魅力が損なわれてしまっている印象です。



不安定で傾いのはどうしてだ...



### 写真から家が持つ魅力が伝わる

GOOD

内観写真が明るく広く見えて、ひと目で好印象を感じます。窓枠が歪みに伸びており、違和感がなくなり、縦方向に空間の広がりも感じられます。外観写真を切り抜くことで、家が持つ魅力を内観と外観の写真から直感的に伝えられます。



空間写真は縦に写真を分割すると空間が狭く感じるのので、横の広がりを感じてもらいます。

PART3 ではファッション、家電製品などの業種別であるあるなデザインのアイデアを解説しているので、自分が作るバナーの業種に合わせて、必要な訴求ポイントや見せ方のアイデアがサクッとわかります。

## ■本書の構成

PART1 届けたい人に刺さるバナーってどう作る？

PART2 素敵だなと思ってもらえる！雰囲気別アイデア

PART3 魅力を最大限に伝えるのが重要！業種別アイデア

## ■書誌情報



書名：思わずクリックしたくなる バナーデザインのアイデア帳

著者：カトウヒカル、カトウナナミ

発売日：2026年3月19日（木）

ページ数：176ページ

サイズ：B5変形判

定価：2,090円（本体1,900円＋税10%）

電子版価格：2,090円（本体1,900円＋税10%）※インプレス直販価格

ISBN：978-4-295-02411-8

◇Amazonの書籍情報ページ：

<https://www.amazon.co.jp/dp/4295024112/>

◇特設サイト：

<https://book.impress.co.jp/banneridea/>

## ■著者プロフィール

カトウヒカル

1984年生まれ。佐賀県出身、福岡市在住。2012年に制作会社へWebデザイナーとして入社。2014年に独立し、2023年にkanvas株式会社の代表取締役に就任。これまで300サイト以上の制作に関わり、半数はデザインからHTML/CSSコーディング、CMSの組込までワンストップで対応。アドビことはじめクリエイティブカレッジの講師を務め、デザインセンスをロジカルに学ぶオンライン講座『kanvas study plaza』を主催。

X [https://x.com/design\\_hikaru](https://x.com/design_hikaru)

HP <https://kanvas.fukuoka.jp/>

スクール <https://study-plaza.com/>

カトウナナミ

1993年生まれ。佐賀県出身、福岡市在住。デジタルハリウッド福岡でWebデザインを学ぶ。卒業後、2016年にLP制作専門の制作会社に入社。健康食品・美容系LPの制作に多数携わる。2019年より独立した兄・カトウヒカルの事業にデザイナーとして参加し、2025年kanvas株式会社へ正式に入社。ライティングの担当経験もあり、コンテンツを理解したデザイン制作を行う。

以上

---

【株式会社インプレス】 <https://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計 8,000 万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT 関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch シリーズ」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」をはじめとする企業向け IT 関連メディアなどを総合的に展開・運営する事業会社です。IT 関連出版メディア事業、およびデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <https://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：塚本由紀）を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「航空・鉄道」「モバイルサービス」「学術・理工学」を主要テーマに専門性の高いメディア&サービスおよびソリューション事業を展開しています。さらに、コンテンツビジネスのプラットフォーム開発・運営も手がけています。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス 広報担当：丸山

E-mail: [pr-info@impress.co.jp](mailto:pr-info@impress.co.jp) URL: <https://www.impress.co.jp/>

※弊社はテレワーク推奨中のため電話でのお問い合わせを停止しております。メールまたは Web サイトからお問い合わせください。