

各 位

2022年2月9日
株式会社インプレス

ECやメディアサイト、SNS運用など、
バナー制作が必要な現場で必ず役立つ1冊
『思わずクリックしたくなる バナーデザインのきほん』
が2月9日に発売！

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：小川 亨）は、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』を2022年2月9日（水）に発売いたしました。



■バナー制作で困った時はこの1冊で解決！ バナーデザインの専門書がついに発売！

「バナー広告」や「サイトバナー」は瞬間的にユーザーに興味をもってもらいクリックしてもらうことが求められます。そのため、ターゲットユーザーがバナーをパッと見た瞬間に、「なんの情報伝えるバナーなのか」が瞬時に伝わるデザインであることが重要となり、その特性に合わせて制作する必要があります。しかし、既存のデザイン書ではポスターやチラシのデザインノウハウの解説が主流であり、バナーデザインに特化したものはありません。

本書はECサイト、メディアサイト、ブログ、SNS運用など、バナー制作が必要な現場で役立ち、デザイン初心者でも「パッと見て伝わるバナー」が制作できるようになるバナーデザインに特化したデザイン書です。

■ Before Afterの作例でバナーデザインの基本と応用をわかりやすく解説

本書は「パッと見て伝わるバナー」を作るために必要な8つの基本と、6つにカテゴライズした工夫やテクニックを紹介しています。解説はBefore Afterの作例を使い、やってはいけないポイントとよくするポイントを理解しやすくなっているため、デザイン初心者やバナーデザインが苦手な人でも内容が掴みやすくなっています。また、食品、イベント、セールなど様々なテーマのバナー作例を掲載。バナーのデザインサンプル集としても参考になります。

PART 1 情報を早く、わかりやすく伝えるためのコツ

01 **メリハリ**

メリハリとは、文字の大きさや配置、色などに強弱をつけることで、伝えたい情報の優先度に応じてサイズを変えることで、パッと見ただけで情報を理解しやすくなります。

☑ 情報の優先度に応じて「サイズに差」を付ける

メリハリがない

- スッキリしているが目に留まりづらい
- 1つ1つの単語を把握しづらい
- 売り文句の「割引率 (%)」が目立たない

メリハリがある

- 伝えたいポイントが目に入る
- 文字サイズに差があることで読みやすい
- 「80%」が特に大きいのでセール内容がひと目で分かる

POINT 1 一番伝えたい情報は大きく目立つように

重要情報（セール）を伝えるには、特に伝えたい文章をその他よりも大きくして、「ジャンプ系」を高くするのが効果的です。まずは情報の優先順位付けをしましょう。何を一番アピールしたいのか情報整理をし、その順位を意識してテキストのサイズに差を作っていきます。

難しく感じたら

文章を1つ1つの単語に分割・改行し、左右の幅を揃えて並べると、各単語の文字数に応じてサイズ差が生まれ、メリハリがつけやすくなります。

期間限定 半額 キャンペーン

あの人気シューズが今だけ半額

あの人気シューズが今だけ半額

上の作例の場合、売り文句である「今だけ半額」が最初に目に入るようにテキストを大きくすることでユーザーの興味を引きやすくなります。

POINT 2 数字は大きく単位は小さく

「数字」と「金額」は目に留まりやすい情報です。割引率やランキングの数字は訴求力を高め、金額は获得感を伝えるキャッチーな情報。このとき、数字に紐づく単位を小さくすると、数字がより際立ち、目に留まりやすくなります。

期間限定 19,800円 今だけ商品 50%OFF

「期間限定」「今だけ商品」の文章を揃えると、さらに数字への注目がアップ。

POINT 3 優先度の低い助詞は小さくしてOK

ベタ打ちだと読みづらく、POINT1のようにジャンプ系を高くしづらい場合は「助詞」だけを小さくしてみよう。言葉同士をつなぐ「助詞」を小さくすると、前後の単語が相対的に大きくなって単語が把握しやすくなり、目に留めやすくなります。

冬の抽選会がお得

「の」「が」を小さくするだけで、アピールしたい単語に自然と目が入ります。

「PART1 伝わるバナーってどう作るの?」ではバナー制作で大切な8つのデザインの基本を解説。バナー制作で何から手をつければいいのか、わからない人はこのページから読んでいくのがおすすめです。

PART 2 エリアを分けてパッと情報を伝える

01 **困ったら斜めに分割**

レイアウト

Before

文字の配置がバラけて読みづらい

はじめに目に入る視点が無い

文字の色が同じで伝達した印象

After

上下で入れる内容も上がタイトル、下が詳細情報と分けると内容が読みやすい

2種類の文字色使用でそれぞれの文章が認識しやすい

バナーお題

ターゲット
母の日のプレゼントを探している20~30代の女性
要望
百貨店の母の日キャンペーン。可愛い雰囲気だけど子どもっぽくはしたくない

支給データ・テキスト
● FLOWER MARKET
● THANKS MOM Mother's Day
● 5.9 sun
● 感謝の気持ちを伝えよう
● 花束の画像

X **内容がバラバラに見える**

BAD

文字の色が全て同じ薄ピンクなので、視点が定まらず、内容がひと目で伝わりにくくなっています。また、文字の配置も雑然としているため、どこから読み始めれば良いかわからず、はじめに目に入るポイントが不明確です。

どこから読むかわかりづらい……

O **エリアが明確で見やすい**

GOOD

エリアを分割し情報を整理して文章を配置することでキーワードにパッと目が入ります。ポイントは水平に区切りを斜めにカットすること。上下の流れが自然に繋がるのでリズムが分析されず、スムーズな視線誘導が行えます。

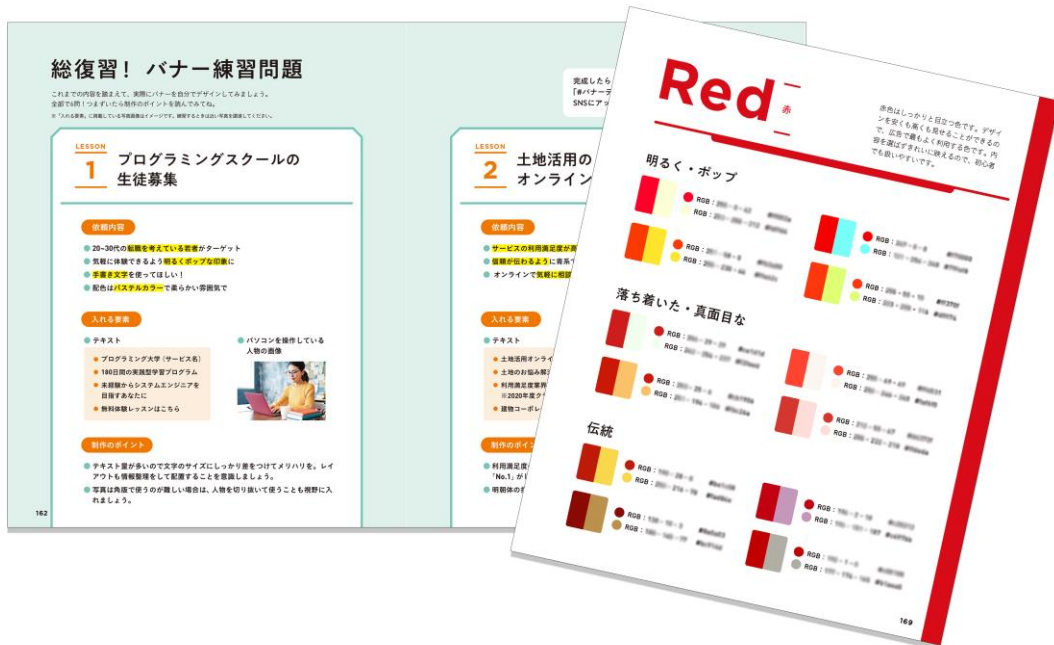
分割するエリアを意識

配置するコンテンツの量で分割するエリアの幅を調整すると、バランス良くまとまります。

PART2~7はバナーに使える実践的なテクニックを解説。ページ右上に掲載している「バナーお題」を見て、解説しているテクニックを練習しても◎

■「練習問題」「キーカラーで選ぶバナー配色手帳」など制作に役立つ機能ページも充実

書籍には「総復習! バナー練習問題」「キーカラーで選ぶバナー配色手帳」などの機能ページも掲載。配色手帳はキーカラー別に紹介しているので、依頼主から「青でバナーを作ってください」などとバナーで使用するメインカラーの指定がある場合に参考になります。



■書籍の詳細



書名：思わずクリックしたくなる バナーデザインのきほん

著者：カトウヒカル

発売日：2022年2月9日（水）

ページ数：176ページ

サイズ：B5変形判

定価：1,980円（本体 1,800円＋税10%）

電子版価格：1,980円（本体1,800円＋税10%） ※インプレス直販価格

ISBN：978-4-295-01327-3

◇Amazonの書籍情報ページ：<https://www.amazon.co.jp/dp/4295013277/>

◇インプレスの書籍情報ページ：<https://book.impress.co.jp/bannerdesign/>

【目次】

PART1 伝わるバナーってどう作るの？

PART2 小さくてもわかりやすく! レイアウトのコツ

PART3 パッと伝わる文字の見せ方

PART4 全く違う情報をわかりやすく伝えるグルーピング術

PART5 人の顔や視線を使って目を引くデザインに

PART6 イマイちな写真をよく見せる補正と加工

PART7 あしらいと演出で心惹かれるデザインに

総復習! バナー練習問題

キーカラーで選ぶバナー配色手帳

■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年よりWebデザイナーとして活動。kanvas(カンバス)という屋号で企業のホームページ制作を行う。これまで100サイト以上の制作に関わり、半数はデザインカ

らHTML/CSSコーディング、CMSの組込までワンストップで対応。2020年2月からWebデザインの授業を視聴できるサービス「Webデザイン1on1レッスンチャンネル」を主催。TwitterではバナーデザインのTipsを発信。

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

Twitter : https://twitter.com/design_hikaru

以上

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

シリーズ累計7,500万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」、「SmartGrid ニュースレター」、「Web 担当者 Forum」等の企業向け IT 関連メディアブランドを総合的に展開、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：松本大輔、証券コード：東証1部9479）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 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。