

【金融業界編】 自社でバナーを作成する方向け！ 2024年トレンド概要 & バナー制作チェックリスト

金融系バナーのトレンドと掲載しておきたい項目を
初心者向けに現役デザイナーが解説

金融業界のバナーは 分かりやすさ第一に

金融業界は、一般的にややこしく分かりにくいイメージがあります。ユーザーに興味を持ってもらうには、知識がなくてもサービスやそのメリット等が分かりやすいバナーにすることが必要です。必要な情報を整理して、もれなく記載できているかどうかこの資料で確認しましょう。

訴求内容を実際に入れ込む時、合わせて考えたいのがデザインのトレンドです。トレンドを取り入れることで、時流にあったサービスだと認識されユーザーが魅力を感じる可能性が高まります。逆にトレンドに沿っていないデザインのバナーは、どんなに良い施策が記載されていても魅力が半減してしまいます。

上記を踏まえて、まずはバナーのデザイントレンドをチェックしていきましょう。

2024年 4つのトレンド ポイント

トレンドを下記の観点で4つに絞りました。

- ① イラストのタッチ
- ② 色使い
- ③ 全体の雰囲気
- ④ デザインの特徴

トレンドは頻繁に移り変わり、その都度ユーザーに響くデザインも変わります。成約数で伸び悩んでいるなら、トレンドに合わせてリデザインすると改善されるかもしれません。

金融系は特に「見やすく分かりやすい」を大事に

細かく記載するよりも、はっきり端的にメリットを伝えるタイプが多い印象です。詳細はwebサイトでまとめて、バナーではユーザーの興味を引き出すようにしましょう。

① アイソメトリックか太めのラインイラストを使う

全体像が分かりやすいイラストがよく使われています。例えば上から見たような視点のアイソメトリックや、太い線で描くラインイラストなどです。

② 赤・青・緑・黄色などはっきりした色を使う

金融＝金色のイメージがありますが、黄色や控えめなグラデーションの金色がトレンドです。地・文字色は赤や青、緑など原色に近い色がよく使われます。

③ 全体をシンプルでキャッチーな雰囲気に

ごちゃごちゃしないように、文字量は極力削ります。また、掲載内容はメインの訴求以外をなるべく載せず、ユーザーの視線を惑わせないようにします。

④ 伝えたい数字はとにかく大きなサイズで

手数料〇円、ポイント還元率〇%など大事な数字は大きく掲載します。説得力のある数字がすぐユーザーの目に入ると、興味を引きやすいです。

金融系バナーに掲載したい 8個のポイント

掲載したいポイントを8個にまとめました。これから新しく作る場合は参考に、既存のバナーがある場合はいくつ当てはまるかチェックしてみてください。

もし当てはまらない項目があれば、作り直して新たに掲載することを検討すると良いでしょう。

1

サービス名もしくは
アプリのロゴ

2

サービス事業者名

3

価格などの数字

4

サービス提供開始日や期限

5

利率・メリット

6

ユーザーにしてほしい動作

7

開始可能金額と運用可能
期間（資金形成サービス）

8

カードなどの画像
（キャッシュレスサービス）

／ チェックポイント 1-4

1 サービス名もしくはアプリのロゴ

解説

サービス名は**検索キーワード**になりやすいため、ぜひ掲載しておきたい項目です。ユーザーがサービス名を検索する可能性があるからです。サービスの利用に**アプリ**が必要なら、**ロゴやアプリのアイコン**を入れておくと分かりやすいでしょう。

2 サービス事業者名

解説

バナーを見た人がサービスを利用したいとき、**公式サイトや口コミサイト**を見るために**サービス事業者名を検索することがあります**。サービス事業者名のロゴ、もしくは文字で主張はしなくともはっきり読めるように入れておきましょう。

3 価格などの数字

解説

金利や手数料など、**具体的な数字を提示すると説得力が生まれます**。一番メリットとして訴求しやすい部分のため、**メインとして目立つようにすると良い**でしょう。**数字は大きく、付随する単位や文言は小さめ**にしておきます。

4 サービス提供開始日や期限

解説

サービスの提供開始日やキャンペーン期限がある場合は、日付を入れます。**期限の記載は、ユーザーに申し込みを催促する効果があるため成約率が上がります**。提供開始日より早くバナーを配信する場合は、サービス開始日を記載します。

5 利率・メリット

解説

ユーザーにサービスを利用してもらうために、**利率などのメリットをユーザーへ提示する**必要があります。一目見て、**端的にユーザーを引き付けられる**ようなテキストや画像を入れておきましょう。

6 ユーザーにしてほしい動作

解説

例えばポイントで還元する・お得になるという訴求なら、必要な動作をユーザーに示しておきます。そのサービスに対し**魅力的だと感じたユーザーが離脱しない**よう、「カンタン」「早い」など動作に**ストレスがかからない**ことを訴求します。

7 開始可能金額と運用可能期間（資金形成サービス）

解説

資金形成系のサービスの場合、いくらから・いつからいつまで利用できるのかを表示すると良いでしょう。ユーザーがサービスを比べる材料になります。数字にできるものはなるべく数字で訴求します。

8 カードなどの画像（キャッシュレスサービス）

解説

キャッシュレス系サービスなら、クレジットカード・デビットカードなどの画像を掲載します。文字より画像の方が視覚的にわかりやすく、イメージが定着しやすいです。特徴的な表現をするとサービスを想起させやすくなります。

お読みいただきありがとうございました。バナーを作る時に大事なポイントは「分かりやすい」ことです。訴求項目を絞りつつ、必要なポイントはしっかり押さえておきましょう。また、デザインのトレンドは日々変わっていきます。訴求内容が適していても、トレンドにそぐわない場合は見直しを検討することをおすすめします。

バナーで変更すべき点や、良くするためにできることが不明な場合はぜひプライムナンバーズへご相談ください。訴求すべきポイントの洗い出しからお手伝いいたします。

プライムナンバーズ株式会社

☎ 03-6276-0568



会社概要

弊社はリスティング広告やSNS広告などWeb広告の運用コンサルティング業務と、LP・コーポレートサイトなどのWebサイト制作サービスを提供します。

社名	プライムナンバーズ株式会社 PRIME NUMBERS
所在地	〒163-1107 東京都新宿区西新宿6丁目22-1 新宿スクエアタワー7階
電話番号	03 - 6276 - 0568
資本金	5,000,000円
代表者	小林 大輔
設立	2012年10月3日

無料相談はこちら

<https://primenumbers.co.jp/>

広告運用サービスのご案内資料はこちら

<https://primenumbers.co.jp/download/primenumbers-service/>

Web制作サービスのご案内資料はこちら

<https://primenumbers.co.jp/download/web-pro-service/>