

10年目デザイナーが基礎から教える！

# バナーの基本と作り方

# バナーの基本と作り方

---

1	はじめに	… P3
2	王道レイアウト4選	… P4
3	バナー制作事例と工夫ポイント	… P9
4	バナー制作を依頼するときのポイント	… P13
5	まとめ	… P17
6	会社概要	… P18

---

## 「バナー」とは？

直訳すると「旗」「のぼり」という意味で、**宣伝用の画像や動画**を指す。大きく分けると下記の2種類がある。

- ①自社のWebサイト上に特集ページやキャンペーンページなど、注目度を高めたいページへユーザーを誘導するもの
- ②他社のWebサイトに配置してユーザーに興味を持たせ、自社サイトに訪れるよう誘導するもの

### ／ 静止画バナーと動画バナー

#### 静止画

画像だけで作られたバナーで、広く一般的に使われる。JPEG・PNG・GIF形式を使うことが多い。**シンプルなメッセージやインパクトのあるビジュアル**を訴求したい場合に適している。また、ロゴを強調しやすいため**ブランドイメージを訴求したい場合**にもおすすめ。

#### 動画

動画が再生されるバナー。視覚・聴覚両方からのアプローチで、商品やサービスの魅力を**より具体的に訴求できる**。静止画よりも**情報量が多く、複雑な訴求も伝えやすい**が、情報を切り替えるタイミングが早いとユーザーが情報を読み取りきれないため要注意。



# バナーを作るときの王道レイアウト4種

コレさえ押さえればOK！王道中の王道レイアウトを4種ご紹介します。

## F型

左側に寄せたテキストを上から下へ読む、王道中の王道レイアウト。

空いた右側には画像を入れられるので、商品画像やイメージ画像を大きく使いたい場合にぴったり。デザインの自由度は高くはありませんが、テキストが整頓されている分しっかり読むことができるので、誠実できちりとした印象を与えたいときに最適。

おすすめのジャンル

→教育・学習、不動産、飲料・食品



※バナーはフィクションです。

## Z型

中央にテキストや画像を寄せるレイアウト。

F型よりも自由度が高いため遊び心を加えやすい。中央に目線が集中するため、**インパクトを与えたいときに最適**。

背景を全面画像にして、中央にテキストを配置するレイアウトがオススメ。

おすすめのジャンル

→ **イベント、飲料・食品、観光・旅行**



※バナーはフィクションです。

## 縦割り型

画面を縦に割るレイアウト。シンプルかつ洗練された今っぽい印象がある。

2つ以上の商材を同程度の重要度で訴求できるため、**訴求したいことが複数ある場合におすすめ。**

分割する数が多すぎると1つ1つの要素が弱くなり、視認性も低下するため要注意。

おすすめのジャンル

→ファッション、美容・コスメ



※バナーはフィクションです。

## フッター型

バナーの下部にテキスト要素をまとめるレイアウト。

画像とテキストのエリアがしっかり分かれるため、期間や応募方法など**キャッチコピー以外の重要な文章を含むキャンペーンの訴求**に適している。

おすすめのジャンル

→イベント、映画・ドラマ、不動産



※バナーはフィクションです。



# バナー制作事例と工夫ポイント

筆者が実際の広告用に作成したバナーの事例をもとに、パーツごとの工夫ポイントをご紹介します。

## 事例で見る制作のコツ

／ PrimeNumbers

**「99%失敗しない!？」**

**リスティング広告**

**代理店の選び方とは…?**

代理店選びに自信がないWeb担当者のための

**代理店チェックシート無料配布中** ✓

**まずは無料ダウンロード** ↓

▲筆者が実際に配信する広告用に作成したバナー

### バナーの詳細

バナーの目的	自社LPへの遷移 LPの概要：リスティング広告を配信したいがどんな代理店を選べばいいかわからない人へ向けた資料&会社紹介
記載したい文・要素	<ul style="list-style-type: none"><li>・「99%失敗しない!？」リスティング広告代理店の選び方とは・・・?</li><li>・代理店選びに自身がないWeb担当者のための</li><li>・代理店チェックシート無料配布中</li><li>・まずは無料ダウンロード</li><li>・プライムナンバーズ株式会社のロゴ</li></ul>
広告を掲載する媒体	Facebook
レイアウト	F型+フッター型
色	自社LPの配色を踏襲

## 事例で見る制作のコツ

／ PrimeNumbers

① 「99%失敗しない!？」

② リスティング広告

③ 代理店の選び方とは…?

④ 代理店選びに自信がないWeb担当者のための

⑤ 代理店チェックシート無料配布中 ✓

⑥ まずは無料ダウンロード ↓

### デザインの工夫

#### ① キャッチコピー

太く黒い帯を引き、視認性とインパクトをUP

#### ② 補足コピー

「代理店チェックシート」の補足をするコピーなので、控えめに。テキストだけでは寂しい印象になるため、主張しすぎない透過した黒いマーカー線と、「ない」の文字上に”・・・”を装飾。

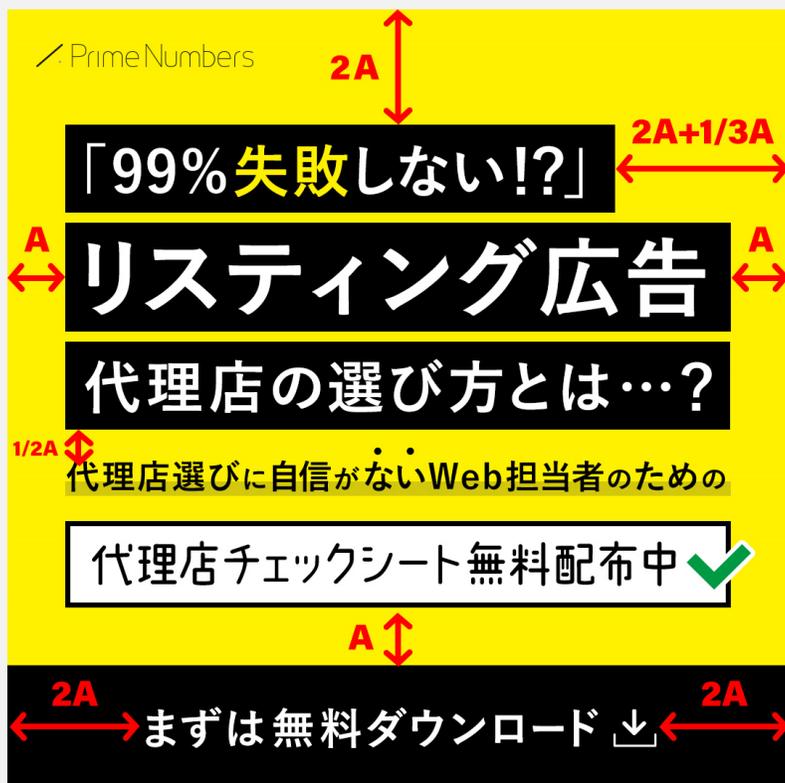
#### ③ 訴求

「代理店チェックシート」に興味を持った人にLPを見てもらい資料ダウンロードしてもらう（お問い合わせしてもらう）ことが目的。それを訴求するエリアは色とフォントを変えることで違和感を持たせ、目に留まりやすくした。

#### ④ CTA

最後のひと押しとなる大事なパーツ。背景色を黄色から黒に切り替えて、ダウンロードを示すマーク ↓ とともにシンプルに見やすく訴求する。

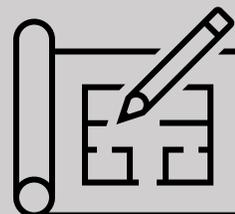
## 事例で見る制作のコツ



### マージン（余白）のルール

要素を配置する際には、左図の赤字のようにルールを決めておくといよい。  
基準“A”を決め、その倍数で統一すると美しく整った印象になる。

今回は80pxを“A”としてキャッチコピーの左右と訴求の下に適用した。  
そして2倍の”2A”のマージンをキャッチコピーの上とCTAの左右に、  
半分の”1/2A”のマージンをキャッチコピーと補足コピーの間に適用した。  
右上の余白もAを使って計算できるマージン（2A+1/3A）にすることで、  
中途半端な余白のない、統一された印象のバナーになっている。





# バナー制作を依頼するときのポイント

依頼から納品までスムーズに進めるためのコツを、デザイナー目線でご紹介します。

## ① 依頼に至った経緯を伝える

バナーを作ることになった背景をデザイナーに伝える。依頼から完成までがスムーズなったり新たなアイデアが生まれたり、依頼者・デザイナーともにメリットが大きい。

### ／ 目的とターゲットの共有が重要

バナーを「どんな人」に見てほしいのか、また「どんなこと」を伝えたいのかを明確にしてから依頼するとよい。  
例えば**健康食品**を訴求したい場合は、下記の“OK例”のように伝える。

#### OK例

健康を意識している30代後半～50代の社会人女性に刺さるような、**シンプルで清潔感のある**デザインにしてほしい！

#### NG例

とにかく目立って多くの人の目に留まるようなデザインにしてほしい！

## ② 形式・納期を設定

Web広告として配信する、サイト上に載せるなど、使い道を明確に伝える。

Web広告の場合は、Google・Yahoo!・Facebook・Instagram・X・LINEなど**媒体の規定を踏まえた依頼**をする。

※規定のまとめは[こちら](#)（プライムナンバーズのブログに飛びます）

### ／ 納期の設定について

依頼内容や修正の有無、必要なサイズの種類で大きく変動するが、

**\*7～10営業日**ほどで納品できることが多い。

\*プライムナンバーズの場合。

サイズのバリエーションが少ない場合は最短5営業日～の納品も可能。

**バナーを完成させたい期日から逆算し、余裕をもったスケジュールを組むことが重要。**

#### 納品までの流れ（例）



### ③ 参考デザインを探す

目指したいデザインの雰囲気がわかる参考イメージをデザイナーに共有しておく、制作がスムーズになる。

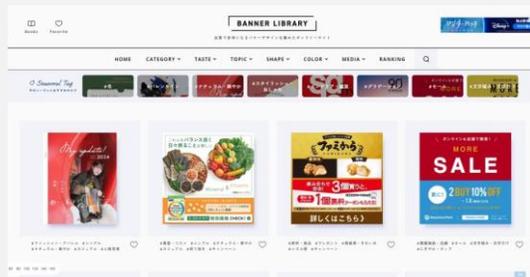
参考が見つからない場合は“可愛い”“健康的な”などキーワードをいくつかデザイナーに伝えるのも良い。

イメージ通りか否かデザイナーとやりとりを重ねるうちに、理想のデザインに近づけられる。

### ／ 参考の見つけ方

下記のような参考サイトで他社の事例を検索できる。

#### ■ BANNER LIBRARY



#### ■ Bannner.com



#### ■ ピンタレスト (Pinterest)

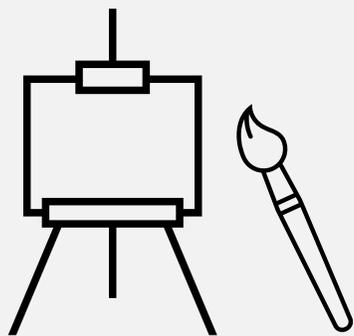


## 迷ったら お問い合わせください。

「バナーがほしい!」「制作のリソースが足りない…」

とお考えの方は、ぜひプライムナンバーズに  
ご相談ください。

多数のバナー制作を経験してきたチームが、  
完成イメージの相談から”まるっ”と担当いたします。



Web制作のお悩みはプライムナンバーズまで

### 無料相談受付中!

新たなバナーを制作したい方も、いまのバナーをリニューアルしたい方も、  
下記のリンクよりプライムナンバーズにお気軽にご相談ください。  
Webデザインのプロが貴社の課題を見極め、制作・改善をお手伝いいたします。

バナー1点からOK!  
お気軽に  
ご相談ください

無料相談はこちら

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



# 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/>