

温泉旅館3大特典アピール(架空)

Banner

使用ツール Illustrator

制作時間 2時間半

お題元 <https://note.com/kobayas/n/n11cf93d345d>



概要

「温泉旅館3大特典アピール」のバナー制作

目的

予約へ繋げる一押しをするため

ターゲット

30代~40代カップル

レイアウト

今回、ターゲット層や必要な構成要素を深掘りして、構成を組みました。

サービスの内容は、秋から冬にかけて行うことを想定し、それに合わせて3つの大きな特典を配置しました。ベルソナは35歳の女性。仕事が忙しく、リラックスを求めて温泉巡りが趣味。さらに、コスパを大切にする彼女が、旅行会社を経由せず自分でネットで予約することに重点を置いてると設定しました。

特典内容のテキストの量が多いため、以下の4つのポイントに気を配りながら構成を組み立てました。

- ・和風の雰囲気をどのように演出するか
- ・「カップル向け」をどのように表現するか
- ・全てのテキストをバランスよく配置するか

まずファーストビューの背景画像をいかで選定して、温泉や旅館の雰囲気を伝える風景の候補となりましたが、今回のキャンペーンがカップルを対象としていることが一目で理解できる写真を最終的に選びました。写真の透明度を少し下げることで、温泉の湯気を表現し、雰囲気を醸し出す工夫を施しました。

和風の雰囲気は写真だけでなく、背景にも和柄を取り入れることで連想しやすいデザインにしました。特典は3つ

のカテゴリに分け、文章の横に写真を配置することで、バナーだけでも旅館の雰囲気や体験を想像できるような演出を心掛けました。通常料金についても、目に留まるようなフォントサイズで配置し、全体のバランスを保つよう配慮しています。

デザイン

ターゲットの年齢層に合わせて大人の落ち着いた雰囲気を重視し、彩度を落とした配色を採用しました。また、明朝体のフォントを使用することで、親しみやすさとともにポップすぎないデザインを実現しています。

「10%」や「無料」「チケット」といった印象的なキーワードには、背景との対比を意識してゴールドの文字を使

用し、視線を引き込む効果を持たせました。

また和の雰囲気を演出するため、背景にくすんだ黄色の和柄を取り入れ畳を醸し出すような色味と雰囲気を出しています。このあしらいにより、和のテイストをアピールし、落ち着いた雰囲気を強調しました。

特典の分類を明確にするため、赤青緑の3つのカテゴリーを使用して視覚的な分け方を施しました。これにより、各特典に対する視認性を向上させ、情報の整理を図りました。

振り返り

多くの情報がある中でも分類による整理がうまく行えたと感じます。特に和風、温泉、キャンペーンに焦点を絞った参考サイトの検索は、デザインの方向性を明確にすることに役立ちました。また、参考サイトをIllustratorに配置してモノクロで構成を描き、内容を整理してからデザインに移行するアプローチは、大幅な修正が必要なくスムーズに作業が進行できました。以前は一気にデザインまで進めていましたが、今回は枠組みを作りながら徐々に肉付けしていくイメージで取り組むことで、より効率的な進行が可能となりました。

フィットネスジム新春キャンペーン(架空)

Banner

使用ツール Photoshop

制作時間 3時間

お題元 <https://note.com/kobayas/n/n3a56b8cb9afa>



概要

スポーツKobaフィットネスクラブの新春キャンペーンバナー制作

目的

入会数を増やすため

ターゲット

運動不足な30代~40代の社会人

レイアウト

今回は働き盛りのサラリーマンをターゲットとし、男女を問わず共感できるキャッチコピーを意識しました。また、運動不足や体の不調を解消したい初心者層に焦点を当て、スマーズに情報を伝えるレイアウトを構築しました。まずは、共感を呼び起こすメッセージを最上部に配置することで、ターゲットがバナーに興味を持つよう工夫しました。その下には「挑戦」という言葉を掲げることで、一步踏み出す勇気を鼓舞しました。さらに、入会金と事務手数料の情報もバナーの視認性を高めるよう、適切な余白を保つつ配置しました。

バナーのデザインにあたっては、フィットネス以外の業界のバナーも参考にし、配色やキャッチコピー、特典の文字の大きさなどを参考にしました。このように特定のカテゴリーにとどまらず、広範な視点からアイデアを得ることで、より魅力的な構成を実現しました。

デザイン

写真は初心者の方にも親しみやすい印象を大切にし、フィットネス初心者のOL風写真を選定しました。このアプローチによって、筋肉質な人物写真やジムの専門器具を使った写真のような抵抗感を排除し、初心者の方々にアプローチしやすい状態を作っています。

全体のデザインをゴシック体で統一することで、力強さと統一感を演出しました。また、最初の一歩に共感を呼び起こす黄色マーカーのようなデザインを取り入れることで、メッセージの強調と視覚的な引き込みを同時に実現しています。さらに、「挑戦」に情熱を込めて赤色を使用することで、意志の強さと積極性を強調しています。

特典内容の見やすさと明るい印象を得るために色で縁取りや配色を工夫することで、視認性を高めることを意識つけました。

また、新春キャンペーンに季節感を加えるために桜のイラストを使用しました。これによって、キャンペーンの内容と季節感を同時に表現し、これから挑戦する勢いと桜が吹雪いている躍動感を融合させています。

振り返り

今回は、写真の選定とデザインにかなり悩みました。写真はコンセプトをもとにいくつか選定して、構成を組みました。必要な文字を配置させて、ジムのイメージを伝えられるように余白もある比較的シンプルな写真を最終的に選びました。文字に動きを出そうと角度を変えたり、大きさも試行錯誤しましたが、見えにくくなる可能性があるので、横並びに統一させて躍動感を持たせるために桜のイラストをあしらいとして使用しました。

幅広い参考バナーを見たことで、ゴリゴリの筋肉質なフィットネスジムではなく、少し柔らかな誰でも立ち入れるジムのコンセプトにあったデザインにできたと思います。今後もキーワードで参考となるデザインが少ない場合は、幅を広げてみるとこと、必ず時間を決めて取り組むことを意識します。

冬限定一口チョコ(架空)

Banner

使用ツール Photoshop

制作時間 2時間

お題元 <https://note.com/kobayas/n/n7454d1ec9b95>



概要

「冬限定一口チョコ」のバナー制作

目的

「普段高い一口チョコが割引価格で購入できる」ことをアピールするため

ターゲット

20~40代の働く男女

レイアウト

「高級チョコレートが最大20%OFFで購入できる」魅力を最大限に引き立てる構成を心がけました。キャッチコピー「ちょっと一息。贅沢をお裾分け」を通じて、ユーザーに対する一瞬のリラックスと高級感を伝えています。特に「20%」の数字を大きく配置することで、目を引く要素としてユーザーの注意を集め、バナーから詳細ページへと誘導する戦略を採用しました。

写真の選定では、暗めの背景とチョコレート同士の適切な余白を用いて、商品の高級感を効果的に演出しました。これにより、ユーザーに冬の特別な贅沢感を伝えるデザインを目指しました。また、バナーサイズとターゲット層を考慮し、情報をコンパクトにまとめて視認性を向上させました。

デザイン

鮮やかな水色を用いて雪解けをイメージし、雪のデザインを組み込むことで、季節感を強調したデザインを作成しました。特にキャッチフレーズ部分では、チョコレートの茶色を文字色に活用し、上品な印象を与えるために明朝体を選びました。さらに、文字にゴールド調の光彩エフェクトを加えることで、商品の高級感をアピールしています。

また、最大20%OFFのマークの背景には深みのある色を選ぶことで、大人らしさを演出しました。写真素材も明るさを調整して、商品が際立つように工夫しました。このように配色やエフェクトの選定を通じて、バナー全体の雰囲気を高級で魅力的なものに仕上げました。

振り返り

参考のバナーを冬、高級感、飲料・食品の3つのカテゴリーに絞って検索しました。今回は特定の色を指定されていたため、水色系の色調をチョコレートと組み合わせて、季節感と美味しさを効果的に表現する方法を考えました。限られたスペース内で伝えたい情報の強弱を考慮するために、クライアントから提供された情報の優先順位付けが非常に重要であると感じました。参考となるサイトを参照しながら、バナーの構成を検討する作業には十分な時間をかけました。今後も定期的に新たな情報を取り入れながら、デザインのクオリティ向上を目指して取り組んでいきます。