Confidential

SUMMER DESIGN TRIAL

ADWAYS：課題作成 参考資料

Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.

注意事項

この資料を印刷、第三者に公開することは禁止とします

Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.

Confidential

バナー制作前の準備をしっかりしよう！

1 ターゲット/顧客分析



○○が好きそうな人は..

例：流行に敏感高そう
ファッション、コスメ好きそう

例：華やかなイメージ

＋

顧客/競合デザインの理解
競合はどんなデザイン？
ターゲットに効果的な訴求方法は？

2 キャッチコピー作成



調べた情報を元に
キャッチコピーを作成

キャッチコピーの対象の
「何」を伝えるかが大事言葉の
先にある期待する結果を考える

3 参考集め



デザインの方向性を決める
ムードボードを制作

デザインの活用を考える
ターゲットに向けた雑誌や商品/サービス
から参考収集しイメージを固める

4 レイアウト/ラフ案



デザインの設計書となる
ラフ案を考える

要素の優先順位を決める
デザインのイメージが付くように制作

Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.

Confidential

バナー広告を作る前に広告で伝えたい情報を整理しましょう！

現状分析	商品/サービスの強み弱み、世間からの評価や印象、現状抱えている課題はなにか
ターゲット 顧客分析	誰に伝えるか
プロポジション （キャッチコピー）	何を伝えるか
トーン （参考集め）	どのような雰囲気で伝えるか
狙い・目的 （コンセプト）	何を達成するのか

Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.

課題参考例紹介

Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.

Confidential

課題テーマ

2024年にZ世代の中でバズりそうなモノをバナー広告で宣伝しよう

来年2024年に流行りそうなモノをバナーにして宣伝してください。
宣伝するものはモノ、ヒト、場所・・・ e.t.c 何でもOKです！
一瞬で目を惹くデザインにするか、思わずじっくりみたくなるデザインにするか、
制限はありません。思いっきり自分らしいデザインをしてください。

課題参考資料では「ノンアルコールカクテル」を例にバナー広告を制作する手順を紹介します！
※こちらは参考例になります。資料はコンセプト /ターゲットの説明は必須とし、構成 /枚数/デザインは自由です。

Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.

Confidential

ノンアルコールカクテル業界のトレンド



サイゼリヤのモクテルレシピ
おしゃれかつ楽しさを意識したデザイン



ソバーキュリアス
欧米のZ世代・ミレニアル世代を中心に近年流行している“あえてお酒を飲まない”という新しいライフスタイル



ノンアルコール専門ブランドの増加
おしゃれなパッケージが多い

Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.

Confidential

ターゲットイメージ



性別：女性	年齢：18～23歳	職業：高校生、大学生

ペルソナのキャッチコピー

Z世代の女性(18～23歳）お酒は飲まないがみんなでわいわいするのが好きな人

●特徴
・ファッション・メイクに関心がある
・流行りものに敏感
・TikTokとYouTubeに慣れ親しんでいる
・昔の文化を真似しつつも、自分の個性を出したい
・平成ギャルブーム

課題

・お酒を飲めない年齢、またはお酒が弱い人はカクテルの楽しみ方　をそもそも知らない
・お酒に対してネガティブなイメージを持っている人もいる
・居酒屋やパーティなどでお酒が飲めないと楽しめないイメージ
　が強い

●好きなこと
・韓国、K-POP、
・オルチャンメイク、プチプラコスメ
・ダンス動画を撮って、TikTokに投稿
・おそろコーデでディズニーに行く
・カフェめぐり、スタバの新作フラペチーノ
・GU、WEGO

狙い/目的

・お酒が飲めなくてもノンアルコールカクテルで友達とワイワイできることを想像してもらう

・広告のビジュアルに「かわいい」や「写真映えしそう」などのイメージを沸かせたい

Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.

Confidential

キャッチコピー

「モクテルでカンパイ！」

キャッチコピーの意図
あえてノンアルコールという言葉ではなく俗語の「モクテル」という言葉を使い、「モクテルって何？」
と疑問や興味を持たせるようにしました。
また、モクテルの説明ではなく、モクテルを通してどのような体験ができるかを考え、興味をそそるコピーを目指しました。家・パーティ・お店でみんなでワイワイ飲める様子を言葉に落とし込み、「カンパイ！」としました。

Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.

Confidential













Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.

Confidential







ムードボード考察から得たイメージ

・平成文化のリバイバル：解像度が低めなドット文字・デコ文字

・ネオン：若者向けのネオンを多用した居酒屋や飲食店ぽさ

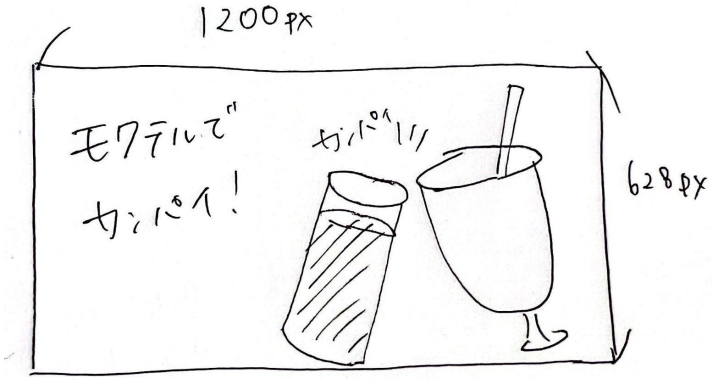
・フォント：フォントなども少し古め、手書き感

・色合い：全体の色味は暗いが、暗すぎず少し大人っぽい艶やかさ

Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.

Confidential

手書きラフ案



レイアウト案



レイアウト/ラフ 制作意図

・キャッチコピーに合わせて、乾杯の風景をメインとするレイアウトに決定

・乾杯している人よりも、SNS映えするおしゃれなモクテルの色味を強調するため手元のアップの写真のみを使用

Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.

Confidential



狙い/目的（コンセプト）

モクテルという言葉を強調し、モクテルという言葉を知らない人にも興味を惹くようなコピーにし、デザインはノンアルコールといえどカクテルという意味で少し夜のネオンのイメージを残しつつ、全体的にZ世代に「SNS映えしそう」と思ってもらうイメージにして制作。この広告を機にモクテルを知らなかった人にはノンアルコールカクテルの楽しみ方を知ってほしい、知ってる人にもお酒のように楽しめるという狙いがあります。

Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.

Confidential

現状分析	**商品/サービスの強み弱み、世間からの評価や印象、現状抱えている課題はなにか** 例:「モクテル」の知名度が低く、アルコールを飲まない層へのリーチができていない
ターゲット 顧客分析	**誰に伝えるか** 例:Z世代の女性、アルコールは飲まないがみんなでわいわいするのが好きな人
プロポジション (キャッチコピー)	**何を伝えるか** 例:お洒落なドリンクでターゲットの興味を引き、まずは「モクテル」を知ってもらう
トーン (参考集め)	**どのような雰囲気で伝えるか** 例:Z世代向けのデザインに多い表現を使い、ターゲットの目に留まるようなデザインにする
狙い・目的 (コンセプト)	**何を達成するのか** 例:「モクテル」を認知させ、商品を手に取るきっかけを作る

Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.

Confidential

評価のポイント

Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.

評価のポイント

Confidential

コンセプト資料	・市場調査、理解ができているか ・コンセプトに根拠があるか
	・提案内容に具体性、実現性があるか ・提案内容に創造性、独創性があるか ・コンセプト資料が見やすいか
バナー広告	ビジュアライズ：レイアウト、タイポグラフィ、トーン、配色など トレンド：ターゲットに合わせたトレンドをキャッチアップ レギュレーション：バナーサイズやフォーマットが適切か

Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.