

## 30 素材の制作

トップページ上には、商品だけではなく、商品や特集ページ等へ導くためのナビゲーションバナーなどが存在します。これらを上手く活用することにより、より商品や店舗に魅力を感じていただくことも可能です。さて魅力的なバナーや素材とは一体どんなものなのでしょうか？

### ●商品の魅力をより引き立たせる素材の作成

ネットショップのサイトは「テキスト」と「画像」で構成するのが基本だが、それらを組み合わせたナビゲーションバナーや、動画、アニメーション等もうまく利用してお勧め商品への導線を確認したり、商品の魅力をより深く認知してもらうことが可能になる。

### ●ナビゲーションバナー

ナビゲーションバナーの役割は、ユーザーの興味をひき、任意のページに誘導することとなる。グローバルナビゲーションしか存在しないネットショップを実店舗に例えると、すべての商品が、定番カテゴリで分類された通常棚のみに置かれている状態と同じで、整然としてはいるが、季節感のある賑わいやショッピングの楽しさが感じられない。しかし、賑わいのある実店舗を考えてほしい。旬な売れ筋商品は、入り口付近に特設コーナーを設けたり、ついでに買っておきたくなる商品をレジ横に置いたり、お客様の心理を考えた商品配置で、お客様のショッピング体験を演出しようと様々な工夫をしている。この考え方をネットショップで実現するための、一つの工夫が「ナビゲーションバナー」だ。

効果的なナビゲーションバナーは「商品写真」と「キャッチコピー」を上手く組み合わせている。「商品写真」は、インパクトが強く、お客様の目にとまって興味を喚起するような具体的なものを使う。「商品写真」でお客様の視線を惹きつけ、具体的かつ簡潔な「キャッチコピー」で任意のページに遷移させよう。なお、バナーについては、トップページに複数並べることも多い。そのため、同じサイズのパナーは、写真のサイズや位置、文字の大きさ、配置等も統一して規則性を持たせる。そうしないと、全体的に見にくいサイトになってしまい、逆効果となるので注意する。

また、ナビゲーションバナーにおいて「キャッチコピー」を前面に出す方法もある。キャッチコピーで勝負したい場合に利用しよう。

ナビゲーションバナーはクリック可能であり、クリックするとバナーの詳細ページに遷移

## 30 素材の制作

することが、お客様に伝わらなければ意味が無い。そのため、「商品詳細」「商品を見る」等の文言を入れると良い。形状を立体的にしてボタン風に見せると、クリック可能であることが一目瞭然となる。

ただし、「クリック」や「詳しくはこちら」のような文字をナビゲーションバナーに入れた場合、「クリック可能であること」は伝えることはできるが「クリック」すると何が起こるかが不明なため、その先にどのような情報があるのかについて、より具体的に記載すべきだ。「商品を見る」という文字を入れ、立体的なボタン風に囲う事で、クリック可能であり、遷移先で「商品を見る」ことが簡単に理解できる。

ナビゲーションバナー自体をボタン風に立体的にすることでよりクリック可能であることが伝わりやすい。

### ナビゲーションバナー作成のその他のポイント

サイズ	任意だが全体のバランス内で可能な限り、大きくする。小さいナビゲーションバナーでは、他のサイトへ誘導する広告バナーと見分けが付きにくい。
テキスト	14ポイント以上を推奨。文字数は最低限にする。バナーが複数ある場合には、それぞれのフォントを統一する。
色	複数を配置する場合は、背景色、テキスト色等をそろえる。また写真の上に文字を配置する場合は、可読性に注意し、場合によっては白ふち等を使う。
画像形式	写真中心の場合には JPEG、イラストや文字中心の場合には GIF が望ましい。

### ●動画

ネットショップで動画の利用率が一番高いのは「商品の紹介」だ。静止画ではどうしても伝えきれなかった部分も、動画であれば、立体的に見せたり、制作工程を見せたりと、アイデア次第で商品の魅力を的確にアピールすることが出来る。その他スタッフの紹介等、「ショップの紹介」で利用するケースも多い。ちなみに、テレビ等で放送されたシーンを動画で紹介するネットショップも見受けられるが、この場合はテレビ局側に承諾を取ることを忘れないこと。無許可で動画をアップすれば、著作権に関する違法行為にあたる。ネットショップで利用されている動画の配信方法には、さまざまな方法があるが、自前のビデオカメラで撮影した動画を YouTube 等の動画共有サイトにアップするのがお勧めだ。

## 30 素材の制作

アップすることで、自動的にインターネットに最適な動画に変換してくれる上、YouTube サイトからのトラフィックも期待できる。もちろんネットショップのサイト内にも掲載することが出来る。

動画はプロに依頼するとそれなりの金額がかかるため、はじめは自前で数多く撮影し、どんどんサイト上にアップしていくのがお勧めだ。動画が決め手となって購買に至るケースも数多く存在する。

※参考文献「ネットショップ検定 公式テキスト」より一部抜粋

最近ではトップページ上に動画をアップし、取扱い方・使用方法などを紹介する店舗も出てきています。店舗の店長自らが出てきて、商品の説明や紹介をすることにより、お店の親近感を演出したりと、さまざまな活用方法もみられます。扱われている商材にもよりますが、動画を用いることで、よりネットショップらしい表現ができるとも言えます。しかしながら、動画の場合には無音ですと違和感を感じやすいので、作り方も難しいところです。お客様はどのような状態で、いつ見るのかがわかりませんので、音楽が鳴る場合などには一言「音楽が流れます」と表記しておいた方が親切な作りとなります。

動画は楽天の RMS の標準機能を利用しまして、簡単に登録できますので、興味のある方は容量制限に気を付けてぜひ試してみてください。

動画に関しまして「長い・重い」は嫌われますので、なるべく短くポイントを絞って制作してください。場合によっては、画像に文字を入れ、それをつなぎ合わせて手順の変遷を見せる動画を作るというのも効果的です。

画像を個人で作るときのコツは、あまり色を多用せず、文字で表現することです。アイコン等が入りますと、真剣さにかけたり、可愛くなってしまいがちですので、お気を付けてください。

～おまけ～

2013年現在、文字合成等が無料でできるサイトです。

●バナーこうぼう

<http://www.bannerkoubou.com/>

※恐れ入りますが、こちらのサイトは弊社とは一切関係がございません。

ご質問等がある場合には、サイトへ直接お問い合わせください。