Instagram 広告用バナー制作プロンプト

LiLi エステサロンのキャンペーン企画の LP 制作プロンプトの内容をもとに、
Instagram 広告やフィードで反応を取りやすいバナー制作プロンプトとして、すぐ使える形に整理しました。

Instagram 広告やフィード投稿のバナー画像は、LP の内容をすべて詰め込むのではなく、「バナーを見た瞬間に興味を持ってもらうこと」が役割です。

LP は、サービス内容や料金、特徴、よくある質問などを詳しく説明するページです。
一方、Instagram 広告やフィード投稿は、ユーザーがスマートフォンをスクロールしている短い時間の中で見られます。そのため、バナー画像に情報を詰め込みすぎると、何を伝えたい広告なのか分かりにくくなってしまいます。

そこで、バナーでは特に次の 5 つを優先して伝えます。
「誰向けか」「何のキャンペーンか」「いくらか」「安心できるか」「どう行動するか」
が一目で伝わることが重要です。

たとえば今回のエステサロンの場合であれば、
「神戸・三宮の 30 代〜50 代女性向け」「9 月限定の夏疲れリセット体験」「初回 6,600 円」「無理な勧誘なし」「LINE で予約・相談」という情報です。

この 5 つが一目で伝わると、広告を見た人が「これは自分に関係がありそう」「この価格なら試してみたい」「強い勧誘がないなら安心」と感じやすくなります。

つまり、Instagram のバナー画像の目的は、**その場ですべてを説明することではなく、興味を持ってもらい、LP や LINE へ次の行動を促すこと**です。

そのため、デザインでも文章でも、情報量を増やすより、**最も伝えたい内容を大きく・分かりやすく見せること**が重要です。

特に「キャンペーン名」「価格」「安心材料」「CTA（予約・相談ボタン）」は、スマートフォンでもすぐ読める大きさで配置すると効果的です。

【バナー画像 完成イメージ】



【バナー画像用・完成版プロンプト】

あなたは、地域ビジネスの Instagram 活用に強い一流の広告デザイナー兼ダイレクトレスポンスマーケターです。

以下の情報をもとに、
神戸市三宮のエステサロン「LiLi エステサロン」の
Instagram 用バナー画像を作成してください。

目的は、30 代〜50 代女性に
「自分に合いそう」「安心して試せそう」「まずは LINE で相談してみよう」
と思ってもらい、LP または LINE 予約へのクリックを促すことです。

■ バナーの目的

Instagram 広告やフィードの投稿として表示された瞬間に、
次の内容がひと目で伝わるデザインにしてください。

・神戸市三宮のエステサロンであること
・9 月限定のキャンペーンであること
・夏疲れケアの体験キャンペーンであること
・初回体験価格が 6,600 円であること
・無理な勧誘がないこと
・LINE で予約または相談できること

■ 店舗・キャンペーン情報

【店舗名】LiLi エステサロン

【地域】神戸市三宮

【キャンペーン名】夏疲れリセット 美肌＆ボディメンテナンス体験キャンペーン

【キャッチコピー】夏を頑張った肌と身体に、秋を迎えるためのご褒美ケア。

【期間】9 月 1 日〜9 月 30 日

【対象】初めて来店する 30 代〜50 代女性

【価格】初回体験 6,600 円（通常価格 9,900 円）

【選べる内容】
・フェイシャル
・痩身
・リラクゼーション

【特典・価値訴求】
・無料カウンセリング
・状態チェック
・ホームケアアドバイス
・LINE アフターフォロー

【安心材料】
・無理な勧誘なし
・事前予約制
・メニュー相談可能

【CTA】
LINE で「9 月体験希望」と送る
または
LINE で空き状況を確認する

■ ターゲット

神戸市三宮周辺に住む・働く 30 代〜50 代女性。

以下の悩みを持つ人を想定してください。

・夏の紫外線で肌の乾燥やごわつきが気になる
・化粧のりが悪い
・冷房や疲れで身体が重い
・むくみが気になる
・自分に合うエステメニューが分からない
・強い勧誘がありそうで不安
・まずは気軽に試してみたい

■ デザインの方向性

Instagram なので、スマートフォンで一瞬見ただけでも内容が伝わる
「シンプル・上品・女性向け・高反応」のデザインにしてください。

テイストは以下です。

・上品
・清潔感
・安心感
・やさしい
・ナチュラル
・少し高級感
・秋の入口を感じる季節感

色味は以下を基調にしてください。

・白
・アイボリー
・ベージュ
・淡いピーチ
・サーモンピンク
・やわらかいテラコッタ

CTA ボタンや LINE 誘導部分のみ、
視認性の高いグリーンをアクセントに使ってください。

■ ビジュアル指定

メインビジュアルには、
30 代〜50 代女性が安心感を持てる、
自然体で上品な日本人女性を使用してください。

以下のような印象が伝わる写真・ビジュアルにしてください。

・エステサロンでリラックスしている女性
・フェイシャルまたはボディケアを受けている様子
・カウンセリングの安心感
・清潔感のある上質なサロン空間
・押し売り感のないやわらかい雰囲気

過度に若すぎるモデルや、
派手すぎる美容広告風にはしないでください。

ビフォーアフター表現や、
医療効果を想起させる表現は使わないでください。

■ バナーに入れる文字

情報を詰め込みすぎず、
優先順位をつけて見やすく配置してください。

必須要素：

① 小さめのラベル
「神戸市三宮」
「9 月限定」

② メインコピー
「夏疲れリセット
美肌＆ボディメンテナンス体験」

③ サブコピー
「初回体験 6,600 円」

④ 補足訴求
「無料カウンセリング付き」
「無理な勧誘なし」
「フェイシャル・痩身・リラクゼーションから選べる」

⑤ CTA
「LINE で空き状況を確認」
または
「LINE で 9 月体験を予約」

※文字量は多すぎないようにし、
特にスマホで見たときに
「9 月限定」「夏疲れリセット」「6,600 円」「LINE 予約」
が目立つようにしてください。

■ レイアウト指定

Instagram 広告またはフィード投稿のバナーとして、
1 枚で完結する見やすい構成にしてください。

推奨レイアウト：

・上部：地域名、9 月限定のバッジ
・中央：メインビジュアル＋メインコピー
・中下部：価格「初回体験 6,600 円」を大きく表示
・下部：安心材料（無料カウンセリング／無理な勧誘なし）
・最下部：LINE CTA ボタン風デザイン

視線誘導が自然になるように、
情報の優先順位を明確にしてください。

■ サイズ指定

Instagram 広告またはフィード投稿向けに使いやすいよう、
以下のサイズで最適化してください。

・正方形：1080×1080px

スマートフォンでの視認性を最優先してください。

■ コピー表現ルール

文章は、親しみやすく、やわらかく、
安心感のある表現にしてください。

誇大表現や断定表現は禁止です。

使用しない表現：
・絶対
・必ず
・治る
・改善する
・劇的
・即効
・痩せる保証
・若返る保証

「相談しやすそう」
「一度試してみたくなる」
という感情を引き出す表現を優先してください。

■ 最終指示

Instagram 広告またはフィード投稿として高い反応が出るように、
「ひと目で伝わる」「女性が安心できる」「上品でやさしい」
バナー画像をデザインしてください。

完成イメージは、
LP への誘導バナーとしてそのまま使える
高品質な広告クリエイティブにしてください。

ではバナー画像を制作してください。

■ 反応があがる短文コピー

さらに反応を取りやすくするための短文バナーコピー案
画像生成 AI によっては、文字量を少し減らしたほうが、仕上がりが安定します。
その場合は、バナー内テキストを次のように絞るのがおすすめです。

パターン 1｜王道訴求

- 神戸市三宮
- 9 月限定
- 夏疲れリセット
- 美肌＆ボディメンテナンス体験
- 初回体験 6,600 円
- 無料カウンセリング付き
- 無理な勧誘なし
- LINE で予約・相談

パターン 2｜悩み共感訴求

- 夏の肌疲れ、持ち越していませんか？
- 神戸市三宮
- 9 月限定
- 美肌＆ボディメンテナンス体験
- 初回 6,600 円
- フェイシャル・痩身・リラクゼーション
- LINE で空き状況を確認

パターン 3｜安心感重視訴求

- 初めての方へ
- 神戸市三宮
- 9 月限定
- 夏疲れリセット体験
- 初回 6,600 円
- 無理な勧誘なし
- メニュー相談 OK
- LINE で相談する

■実務でおすすめの使い方

Instagram 広告では、1 枚だけよりも
切り口を変えた 2〜3 パターン を作ると反応検証しやすいです。

おすすめは次の 3 種類です。

1. **価格訴求型**
   → 「初回 6,600 円」を大きく見せる
2. **悩み共感型**
   → 「肌の乾燥・むくみ・疲れ」に共感させる
3. **安心訴求型**
   → 「無理な勧誘なし」「相談 OK」を強調する

【Instagram 参考画像サイズ】

- 正方形（1080×1080）
- 縦長（1080×1350）
- ストーリーズ用（1080×1920）

プロンプト中に「3 サイズ別に分けて作って」と指示をするか、もとのプロンプトから違うサイズを作成してもいいでしょう。