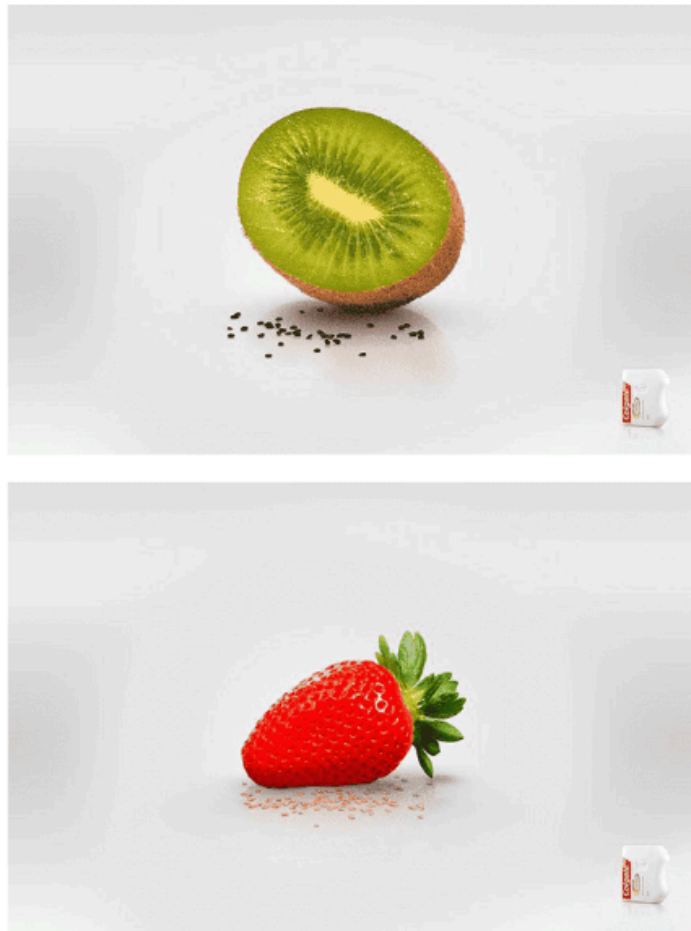




バナーに表示されている文字情報

英語	日本語の意味
Colgate	コルゲート（歯磨きブランド名）

分析

1. どのような心理効果が使用されているか

「視覚的比喩効果」

このバナーでは「視覚的比喩効果」が使われています。キウイとイチゴの表面にある種や汚れが歯の汚れやプラークに見立てられ、Colgateの歯磨き粉を使用することでこれらの汚れを簡単に取り除くことができるというメ

ッセージを伝えています。この視覚的比喻により、歯磨き粉の効果が直感的に理解できるようになっています。

2. ターゲットと目的

ターゲットは、歯の健康を気にする全ての人々、特に歯の清潔さや白さに関心のある消費者です。目的は、Colgateの歯磨き粉が歯に付着した汚れやプラークを簡単に取り除き、歯を清潔に保つというメッセージを視覚的に伝えることです。

3. アイキャッチ

アイキャッチとして、キウイとイチゴが鮮やかに配置されています。それぞれの果物の表面に見える種や汚れが歯の汚れを連想させ、Colgateの歯磨き粉がそれを解決するというメッセージが、視覚的に強く訴えかけます。果物の鮮やかな色合いが視線を引き付け、瞬時に広告の意図を理解させます。

4. バナーのレイアウト

レイアウトは非常にシンプルです。フルーツが中央に大きく配置され、右下に小さくColgateの歯磨き粉が描かれています。余計な要素を省いたミニマルなデザインで、広告のメッセージを視覚的に簡潔に伝える構成です。フルーツの汚れと歯磨き粉の関連性が自然に理解されるレイアウトになっています。

5. 配色

白い背景に対して、キウイの緑やイチゴの赤が鮮やかに際立っています。背景が清潔感を引き立て、フルーツの鮮やかな色彩が商品の効果を視覚的に強調しています。白い背景は歯の清潔さを象徴し、対照的にフルーツの汚れが目立つようにデザインされています。

6. 使用写真

使用されているのは、キウイとイチゴの写真です。これらの果物は健康や新鮮さの象徴であり、歯の健康に対するポジティブなイメージを喚起します。また、種や汚れが目立つことで、歯の汚れやプラークに対する消費者

の認識を高め、Colgateの歯磨き粉がその汚れを取り除くというメッセージが自然に伝わります。

7. 文字の大きさと写真とのバランス

バナーには大きな文字が使われておらず、ほとんどが視覚的なメッセージに依存しています。右下に小さくColgateのロゴが配置されており、視覚的な主役はフルーツの写真とその汚れです。これにより、視覚的な要素が強調され、視覚に訴えるメッセージが効果的に伝わります。

なぜこの広告が素晴らしいのか

この広告は、非常にシンプルでありながら強いメッセージを視覚的に伝えています。キウイとイチゴの鮮やかな色彩と、その表面の汚れが歯の汚れやプラークを連想させ、Colgateの歯磨き粉がそれらを取り除くというシンプルで直感的なメッセージを巧みに表現しています。文字情報は最小限に抑えられ、視覚的な比喩だけで商品の効果を伝えることで、誰にでもすぐに理解できるデザインになっています。

また、白を基調とした背景が清潔感を強調し、Colgateのブランドメッセージである「歯を清潔に保つ」ことを強調しています。配色、レイアウト、視覚的なストーリーテリングが見事に調和し、広告全体がクリアかつ魅力的なメッセージを発信しています。このバナーは、視覚的なシンプルさとメッセージの強さを兼ね備えた素晴らしい例です。

ぼんのまとめコメント

このColgateの広告、すごいですよね！見ただけで、歯磨き粉の効果がパッと頭に浮かびませんか？キウイやイチゴの表面にある種や汚れ、まるで歯の汚れみたいですよね。そして、右下に小さく描かれているColgateの歯磨き粉が、「この汚れ、きれいにしますよ」って訴えかけてくるんです。

この「視覚的比喩効果」が本当に上手に使われています。見た瞬間に何を伝えたいのかがすぐに理解できる。しかも、背景の白が清潔感を引き立て、フルーツの色がとても鮮やかだから、広告全体がすごくきれいに見えるんです。**視覚だけでこんなに強いメッセージを伝えられるデザイン**、素晴らしいですね！

みなさんも、デザインを作るときには、このシンプルさと視覚的なインパクトをぜひ参考にしてみてください！