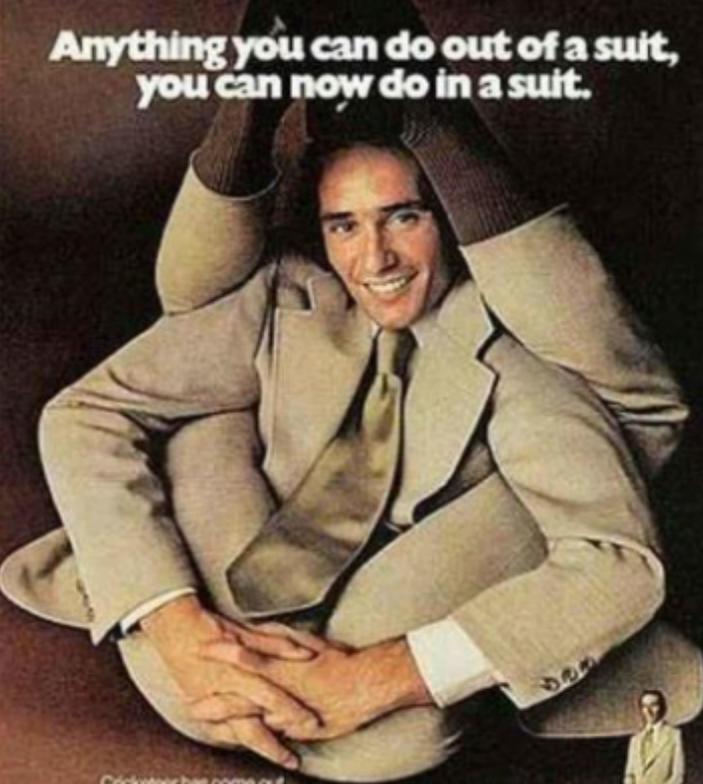


**Anything you can do out of a suit,
you can now do in a suit.**



Cricketeer has come out with a line of 100% Dacron polyester knit suits that give you almost as much freedom as the birthday suit.
Like the birthday suit, they stretch, twist, bend, and are wrinkle resistant.
At the same time it should be pointed out that while the Cricketeer knit suit is easier to wear it is also easier to pay for. It's only about \$100.

CRICKETEER
Our suit does anything you can.



© 1984 Cricketeer

英語のテキストと日本語の意味

英語	日本語の意味
Anything you can do out of a suit, you can now do in a suit.	スーツを脱いでできることは、今やスーツを着たままでできる
Cricketeer has come out with a line of 100% Dacron polyester knit suits that give you almost as much freedom as the birthday suit.	Cricketeer社は、誕生日スーツ（裸）に匹敵するほどの自由を提供する100%ダクロンポリエステルニットスーツを発表しました。
Like the birthday suit, they stretch, twist, bend, and are wrinkle resistant.	誕生日スーツ（裸）のように、このスーツは伸び、ねじれ、曲がり、そしてシワにも強いです。
At the same time it should be pointed out that while the Cricketeer knit suit is easier to wear, it is also easier to pay for. For only about \$100.	Cricketeerのニットスーツは着やすいだけでなく、約100ドルで手頃な価格でもあります。
CRICKETEER - Our suit does anything you can.	CRICKETEER - 私たちのスーツは、あなたができることならなんでもできます。

分析と解説

使用されている心理効果

- **逆説的コピー効果**

- 「スーツを脱いでできることは、今やスーツを着たままでできる」という逆説的なキャッチコピーを使用し、通常は動きにくいと思われがちなスーツが、実際にはとても動きやすいことを強調しています。この逆説的な表現により、消費者はこのスーツの柔軟性に対して驚きと興味を抱きます。

- **ユーモア効果**

- 男性がスーツを着たまま柔軟なポーズを取っているビジュアルがユーモラスで、「このスーツなら何でもできる」というメッセージが視覚的に楽しく伝わります。このユーモアによって、商品が持つ機能性が親しみやすく感じられ、消費者にポジティブな印象を与えます。

ターゲットと目的

ターゲットは、快適さと動きやすさを求めるビジネスマンやアクティブな成人男性です。特に、スーツを着用しながらも自由に動きたいと考える人々に向けて訴求しています。目的は、Cricketeerのニットスーツが持つ柔軟性と手頃な価格をアピールし、動きやすさと快適さを重視する消費者に興味を持ってもらうことです。

アイキャッチ

スーツを着た男性が、驚くほど柔軟なポーズで足を頭の上に乗せているビジュアルが強いインパクトを与え、見る人の目を引きまします。通常のスーツでは想像できないポーズを取ることで、スーツの柔軟性が視覚的に伝わり、商品への興味を引き立てています。

バナーのレイアウト

キャッチコピーが上部に大きく配置され、視線が自然に中央の男性に向かう構成です。男性のポーズが中央で目立ち、下部にブランド名と商品の説明が控えめに配置されています。このレイアウトにより、視覚的にシンプルでわかりやすく、製品の特徴が一目で伝わります。

配色

落ち着いた茶系の背景が、スーツのシックな色と男性のポーズを引き立てています。この配色は高級感と洗練を感じさせ、スーツのスタイリッシュさと動きやすさの両立を表現しています。控えめな色使いが全体のデザインに調和をもたらしています。

使用写真

男性が驚くほど柔軟なポーズを取る写真を使用し、スーツの柔軟性を視覚的にアピールしています。このユニークなポーズが、商品の性能をインパクト強く伝える効果的なビジュアルとなっており、スーツがいかに動きやすいかを直感的に理解させます。

文字の大きさと写真とのバランス

「Anything you can do out of a suit, you can now do in a suit.」というキャッチコピーが大きく、最初に目に入っているようにになっています。写真と説明文もバランス良く配置され、視線が自然と流れるようなデザインです。情報量が多くないため、メッセージがシンプルに伝わります。

なぜこの広告が素晴らしいのか

この広告は、スーツが持つ柔軟性を視覚的にわかりやすく伝えています。通常のスーツでは考えられないポーズを取ることで、消費者に驚きと興味を引き出し、商品が「動きやすく快適である」ことを強く印象づけます。逆説的なコピーとユーモアのあるビジュアルが一体となり、製品の特長が親しみやすく、効果的に訴求されています。シンプルでわかりやすいデザインが、商品の魅力を余すことなく伝えているため、非常に効果的な広告です。

ほんのまとめコメント

この広告、本当に面白いですね！「スーツを着たままで何でもできる」というコピーと、スーツ姿で柔軟なポーズを取る男性のビジュアルが絶妙です。普通、スーツといえば堅苦しくて動きにくいイメージがあるものですが、この広告はそのイメージを一気に覆しています。この「**逆説的コピー効果**」で、見る人に驚きをもたらし、さらに「どれだけ動きやすいんだろう？」と興味をそそります。

ユーモラスなポーズも印象的で、商品が楽しく、親しみやすいものだという印象を与えています。そして、キャッチコピーの下にある「100%ダクロンポリエステル」「手頃な価格」といった情報も、商品に対する具体的な信頼感を増してくれますね。

色合いも落ち着いていて、スーツのスタイリッシュさを引き立てつつも、視覚的に見やすい構成になっています。広告って、こうして驚きと楽しさを組み合わせることで、ただの宣伝ではなく、見る人の記憶に残るメッセージを届けられるんですね。