



英語のテキストと日本語訳

英語	日本語訳
Day 1.	1日目
Day 1,736.	1,736日目

バナーの分析

1. 使用されている心理効果

ビフォーアフター効果

靴の「1日目」と「1,736日目」の対比を見せることで、製品の耐久性や品質の高さを視覚的に伝えています。このビフォーアフター効果により、消費者は長年の使用にも耐えうる靴であるという信頼性を感じ、購入への安心感が生まれます。

社会的証明効果

靴が長期間使用されている様子が写真で示されており、多くのユーザーがこの靴を愛用しているという印象を与えます。社会的証明効果により「多くの人に支持されている信頼できる商品」というメッセージが伝わり、消費者の興味を引きやすくなっています。

2. ターゲットと目的

ターゲット

品質にこだわり、耐久性を重視する靴を求める消費者層がターゲットです。特に、革製品や手作りの靴に価値を見出すファッションに敏感な人々や、物を長く使いたいと考えるサステナブル志向の消費者が対象です。

目的

この靴の長い耐久性と使うほどに味わいが増す魅力を伝え、消費者に「一生ものの靴」として購入を促すことが目的です。

3. アイキャッチ

左右に並べられた「Day 1」と「Day 1,736」の靴の対比が非常にわかりやすく、製品の耐久性を一目で理解させます。鮮やかな色と使い込まれて色褪せた靴のコントラストが視覚的に強いインパクトを与えています。

4. バナーのレイアウト

靴が縦に3色分（黒、赤、緑）並んでおり、左右で「Day 1」と「Day 1,736」に分かれています。シンプルな構図ですが、視線が自然と1日目と1,736日目の違いに誘導される効果的なレイアウトです。

5. 配色

新品の鮮やかな色と使い込まれて色褪せた色のコントラストが目を引きまます。特に赤や緑など、変化がわかりやすい色が使用されているため、靴が時間をかけて変化する美しさや魅力を視覚的に強調しています。

6. 使用写真

靴のクローズアップ写真が使用され、1日目と1,736日目の使用感がリアルに伝わります。実際にどのように使い込まれるかがわかるため、購入者が

「使い込む楽しみ」を想像しやすくなっています。

7. 文字の大きさと写真とのバランス

「Day 1」「Day 1,736」の文字は小さめですが、視覚的な対比を補足するために十分な役割を果たしています。靴の写真がメインビジュアルとして配置されており、製品の耐久性が強調されています。

8. なぜこの広告が素晴らしいのか

この広告は、シンプルながらも「靴の耐久性と長く使う楽しさ」を直感的に伝えることに成功しています。左右の対比で製品の品質が視覚的に証明され、鮮やかな新品の色と使い込まれた靴の色が、経年変化の魅力を伝えています。また、「Day 1,736」という具体的な日数がリアリティを与え、消費者に「長期間使える一生ものの靴」という印象を強く残しています。シンプル構成でありながら、ブランドの品質へのこだわりがしっかりと伝わるデザインがこの広告の優れた点です。

ぼんのまとめコメント

この広告はとてもシンプルですが、靴の「長持ちする魅力」を見事に伝えていますね！**「Day 1」と「Day 1,736」という具体的な日数の差が、耐久性の高さを直感的に表現**していて、視覚的にも理解しやすいです。靴が使い込まれて色褪せてもなお、その風合いが魅力として残るデザインは、まさに「一生ものの靴」を求める人に響くものがあります。

特に、鮮やかな色と使用後の色の変化が見事に対比されており、時間と共に靴に味が増す楽しみが感じられます。シンプルな構図でも、これほど強いメッセージを伝えられるのは、本当に素晴らしいですね。

こうした「長期間の価値を視覚的に証明する方法」は、デザインを学んでいる方にとってとても参考になるポイントです。