



英語のテキストと日本語訳

英語	日本語訳
don't!	やめて！

バナーの分析

1. 使用されている心理効果

注意喚起効果

「don't! (やめて!)」という短い言葉が複数回強調されており、注目を引きつける効果があります。強く警告することで、意識をその場面に集中させ、ユーザーに「何か大切なことがある」という印象を与えています。

好奇心効果

「やめて!」という言葉が何度も表示されていることで、「なぜ塩を入れ

てはいけないのか？」という疑問が生まれ、興味を引きつけます。好奇心が湧き立つと、人はその答えを知りたくなるものです。

2. ターゲットと目的

ターゲット

ビールを楽しむ成人、特にビールの味や飲み方にこだわりを持つ層をターゲットとしています。日常的にビールを飲む人々や、ビールの楽しみ方に興味を持つ人々が主な対象です。

目的

ビールに塩を入れることを避けるよう促し、純粹な味わいを楽しむように提案することで、ビールそのものの風味や品質に自信を示すことです。

3. アイキャッチ

「don't!」の連呼と、泡立ったビールジョッキに向かって塩を振ろうとする手元が視覚的に強い印象を与えます。視覚的にも言葉的にも「やめて!」と警告することで、瞬時に目を引くデザインになっています。

4. バナーのレイアウト

赤い背景をベースに、ビールジョッキと手元が中央に配置され、塩の動きがはっきりとわかる構成です。シンプルなレイアウトながら、視線が自然とビールジョッキと「don't!」に集中するよう工夫されています。

5. 配色

ビールの琥珀色と泡の白さが強調されるよう、背景には暖かみのある赤が使用されています。赤い背景は「警告」のイメージも与えるため、「やめて!」というメッセージをさらに強調しています。

6. 使用写真

ビールのジョッキと手元の写真が用いられ、実際のシーンを想起させるリアルな構図です。塩が振られる瞬間を捉えたことで緊張感が生まれ、見る人に強い印象を与えます。

7. 文字の大きさと写真とのバランス

「don't!」が小さめの文字で複数回配置されていますが、全体のシンプルさの中で非常に目立ち、視覚的にも効果的です。写真のリアルさと文字の配置がバランス良く調和しています。

8. なぜこの広告が素晴らしいのか

この広告は、シンプルでありながら「ビールに塩を入れてはいけない」というメッセージを強く伝えています。塩を入れようとする手元と「don't!」の連呼が、ビールを純粹に楽しむことへの注意喚起として機能しています。また、ビール自体の味に自信を持っていることを暗示し、「そのままでも十分美味しい」というメッセージを視覚的に伝えています。赤い背景と琥珀色のビールが効果的に組み合わせさり、目を引きやすいデザインとなっている点も素晴らしいです。

ぼんのまとめコメント

この広告、本当にユニークで印象に残りますね！塩を振りかけようとする手元に「don't!」と何度も警告が出ているシンプルなデザインですが、ビールにこだわる姿勢が強く伝わってきます。「**ビールそのものの味を楽しんでほしい**」という思いが込められているのでしょうかね。

背景の赤色も「警告」を表し、視覚的に一層引き締まっています。泡の立ったビールジョッキのリアルさと塩を振ろうとする緊張感が絶妙で、ビールを飲むシーンが想像できるような工夫がされているのが素晴らしいポイントです。

デザインを学ぶ皆さんにとって、この広告は「シンプルな要素で強いメッセージを伝える」好例になります。時には、こうした大胆な表現がブランドのメッセージをさらに引き立ててくれるんですね。