



DORE & ROSE

MOTHER'S DAY SALE

"For mothers, we go the extra mile"

Eye bags?

Now a thing of the past.

Buy 1,
Get 1 **FREE**

*Almost **Sold out**

英語のテキストと日本語の意味

英語	日本語の意味
MOTHER'S DAY SALE	母の日セール
For mothers, we go the extra mile	母親のために、私たちは一歩先まで尽くします
Eye bags?	目の下のクマ？
Now a thing of the past.	もう過去のものです
Buy 1, Get 1 FREE	1つ買うと1つ無料
*Almost Sold out	*ほぼ完売

分析と解説

使用されている心理効果

・共感効果

- 。「母の日セール」と「For mothers, we go the extra mile（母親のために、私たちは一歩先まで尽くします）」というメッセージが、視聴者に母親への感謝や思いやりを喚起させます。母親を大切にしたいと考える消費者の共感を引き出し、購買行動を後押しするための共感効果が使われています。

・限定性効果

- 。「Almost Sold out（ほぼ完売）」といった表記は、商品がすぐに売り切れてしまう可能性を感じさせ、消費者に今すぐ購入するよう促します。このような「今買わなければ手に入らない」という限定性効果は、特にセール商品に対して購買意欲を強める効果があります。

ターゲットと目的

このバナーのターゲットは、母親へのプレゼントとしてリラックスアイテムを探している人々、特に家族やパートナーを想定しています。また、美容と癒しを求める大人の女性にも向けられています。目的は、母の日の特

別な贈り物としての商品の購入を促し、「1つ買うと1つ無料」というお得なオファーによって購買意欲を高めることです。

アイキャッチ

「Eye bags?」という大きくはつきりしたテキストが、まず視聴者の目を引きます。目のクマの悩みを解消する商品であることが瞬時に伝わり、さらに女性がリラックスしている写真も視覚的なリラクゼーション効果を演出しています。

バナーのレイアウト

写真とテキストが縦に配置され、視線が上から下へ自然に流れるようなレイアウトになっています。上部に「MOTHER'S DAY SALE」の宣伝、中央に商品の特徴を強調し、下部に「Buy 1, Get 1 FREE」というオファーが配置され、最後に「Almost Sold out」が目に残るように工夫されています。この順序で情報が流れるため、視覚的にとてもわかりやすいです。

配色

淡いベージュやホワイト系の穏やかな色調が中心に使われ、リラックスや安らぎをイメージさせる落ち着いた雰囲気醸し出しています。テキストには黒や濃い灰色が使われ、読みやすさが確保されている一方で、柔らかい印象も与えています。全体的に上品なデザインです。

使用写真

リラックスした女性がアイマスクをつけて横たわる写真が使用されています。この写真は、製品がもたらすリラックス効果を視覚的に伝え、消費者に「自分もこれでリラックスできるかもしれない」と期待させます。また、女性が気持ちよさそうに休んでいる姿は、商品への信頼感を高める効果もあります。

文字の大きさと写真とのバランス

「Eye bags?」という文字は特に大きく表示され、消費者の関心を引きやすくなっています。また、「Buy 1, Get 1 FREE」や「Almost Sold out」の文字も大きめに配置され、セール情報が明確に伝わるように工夫されてい

ます。全体的に写真と文字のバランスが良く、視覚的に引き付けられる構成です。

なぜこの広告が素晴らしいのか

この広告は、母の日のプレゼントを考えている消費者にとって、心を動かす要素が満載です。「母親のために」という共感を誘うメッセージに加え、「Buy 1, Get 1 FREE」や「Almost Sold out」という緊急性のあるセール情報が購買行動を促進します。また、リラックスした女性の写真と柔らかな配色が、商品がもたらすリラクゼーション効果を視覚的に伝えています。消費者に「自分もこれを贈りたい」という気持ちを抱かせる、非常に効果的なデザインです。

ぼんのまとめコメント

このバナー、母の日ギフトとして本当に素晴らしいデザインですね！まず「MOTHER'S DAY SALE」と「For mothers, we go the extra mile」のメッセージが、見る人に母親への特別な思いを感じさせます。「母のために」という心温まるコンセプトが、贈り物を探している人にしっかり響くんですよ。

それから、リラックスしている女性の写真がまた良いんです。この写真を見るだけで、商品を使うとこんなに気持ちよく休めるのかなって思わせてくれますね。淡い色調もリラックス効果を高めていて、視覚的にとても落ち着いた印象を与えます。

さらに、「Eye bags?」っていう短いキャッチフレーズも効いています。目の下のクマに悩んでいる人には、この一言だけで商品の魅力がしっかり伝わります。そして、「Almost Sold out」や「Buy 1, Get 1 FREE」という割引情報で「今しかない！」っていう限定感も加わっていて、購買意欲がぐっと高まりますね。

こうした工夫が組み合わさることで、このバナーは見る人に行動を起こさせる力を持っています。広告デザインって、細かいところまで気配りがあるからこそ心に響くんですね。