

広告・マーケティングの社会的役割 と子どもへの影響を考える

事業構想大学院大学

宣伝会議

田中里沙



宣伝会議



環境会議



人間会議



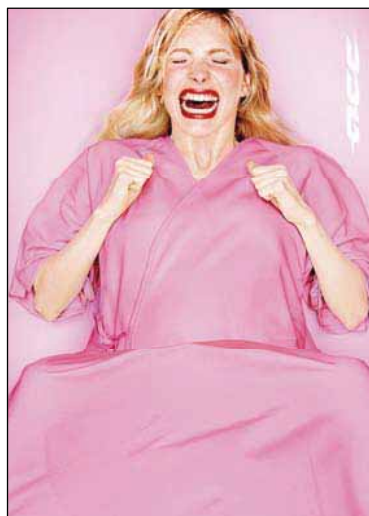
ブレーン



2



TCC年鑑



ACC年鑑



広告法務Q&A

3

BPO青少年委員会より

視聴者の声(一例)

- ・アニメ番組で主人公の男児が全裸になるシーンは教育上問題があるのでは？
- ・出演者の容姿を「いじ」ることはいじめにつながるのでは？
- ・非科学的な事柄を放送すると、子どもたちの真実を見極める目の育成の障害になるのでは？
- ・巨大なてんぷらなどを一口で食したり、食べながら話をしていたり・・・子どもの窒息死の事故などが心配。
- ・猟奇的な事件を取り上げるドラマがあるが、過激なシーンが多すぎるのではないかと等

表現・演出・残虐シーン・低俗・モラル・いじめ・虐待

4

JARO「広告法務Q&A」より

子供向けの広告における配慮のポイントとは

- ・ホラー映画の予告CM
 - ・不倫を暗示させる携帯ゲームのCM
 - ・残虐な画面が登場するゲームのCM・・・
- 倫理観の欠如、恐怖、不衛生

→「放送基準」(民放連)に準じる表現管理

→放送する時間帯への配慮

5

広告表現における配慮

広告会社の現場より

- ・法を犯す行為や危険な行為をさせてはいけない。
- ☑シートベルトを着用しない
- ☑自転車用ヘルメットを着用しない
- ☑21歳以下においては、飲酒をしなくてもその環境にいてはいけない
- ☑人の悪口、汚い言葉をはいてはいけない
- ☑性的環境を表現しない など

6

広告・マーケティングの配慮

- CARU(広告に関する自主規制)に従う
www.ascreviews.org
- 13歳以下の子どもの個人情報を集める場合
COPPA(Children's Online Privacy Protection Act)を適用
- ・労働基準法における青少年の就労に関する規定
- ・児童買春、児童ポルノに係る行為等の規制及び処罰並びに児童の保護等に関する法律

7

広告界で考えていくべきことは？

アイデア開発から制作まで

- 対象者の環境、感情への配慮
- 影響を想像する
- チェック体制
- 広告会社、制作会社、広告主の議論&役割

ガイドラインの必要性&活用方法の議論

未来の消費者への啓蒙と配慮ある対応