

2002

# 若者が関わる社会問題の発言広告

Info-ad about Social Problems among Young People

AD02 阿部 聖奈  
指導教員 西野 隆司

## 1. 研究目的

現在、日本では、若者による犯罪のニュースが後を絶たない。近い将来、警察庁より少年犯罪多発期の宣言が、確実に出されると思われる。そこで、その宣言が出される前に、少年犯罪など若者が関わる社会問題を訴える発言広告を制作しようと考えた。

## 2. 調査と分析

過去に三回の少年犯罪多発期を迎えたが、今回の第四次少年犯罪多発期ならではの特徴として、性非行・性犯罪の増加、女子非行・女性犯罪の増加、薬物乱用があげられる。そこで、今回の研究では、援助交際・薬物乱用の問題を取り上げることにした。

### 【過去の多発期の背景】

戦争後の貧困、核家族、共働き、受験戦争

### 【現状の背景】

いじめ、児童虐待、貧困

### 【深刻化させた原因】

ネットや携帯電話の普及、外国人（昔は暴力団）による薬物売買、性風俗産業の発展、漫画・ゲーム・アニメ等による倫理観の低下

興味本位で薬物乱用・援助交際に手を染めてしまう若者が多くいるが、以上であげたように、これらの社会問題には大人が必ず関わっている。それにも関わらず、現在存在する若者による薬物乱用や援助交際の問題を取り上げた広告には、若者に向けたものしかない。そこで、大人をターゲットにした広告を制作するべきであると考えた。

## 3. コンセプトの立案

「ショッキング」な文章

「インパクト」のあるキャッチコピー

「リアル」なビジュアル

## 4. デザイン展開

ポスターの文章で、自分は無関係とと思っている多くの大人に、自分にも関係がある問題だと自覚してもらえるようにした。キャッチコピーやビジュアルで、若者が追いつめられている、又は、悩んでいる様子をだし、若者の居場所がないことが伝わるようにした。この広告を通して、薬物乱

用・援助交際の問題をどうしたら解決するか各々に考えてもらい、実行に移させることを目指した。

駅のホーム、新聞、雑誌によって3枚を使い分ける。駅には、②と③の連張りにすることで、よりインパクトを与え、キャッチコピーにストーリー性を生ませる。カラフルな広告が多い雑誌には①と③のように暗めのものを使用し、目立たせる。また、女性雑誌には女性の反応が良かった①、男性雑誌には男性の反応が良かった③と使い分ける。新聞広告には②を使用することで、夜と昼の差をハッキリ出させる。

発信元は、この広告は若者を被害者として捉えて制作したため、警察ではなく、NPO法人「Bond Project」と設定した。

## 5. 完成図



## 6. 結論

ビジュアルのアイデア展開が、女の子をモデルとした表現ばかりと偏ったものになってしまったのが反省点である。伝えるべきメッセージは、専門家に非常に共感してもらえた。また、10代から50代各10名ずつに検証をした結果、衝撃を受けたと答える人が過半数を越えたのでコンセプトの意図が伝わったと言える。

## 7. 参考文献

- ・鈴木大介、『家のない少女たち』，宝島社，2008
- ・水谷修、『さらば、哀しみの青春』，高文研，2003
- ・水谷修・生徒ジュン、『さよならが、いえなくて』，日本評論社，2000
- ・橘ジュン、『VOICES』，グラフ社，2010
- ・橘ジュン、『漂流少女』，太郎次郎社エディタス，2010