

SDGs特別賞

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



広告主名	公益社団法人ACジャパン	期間	2022/07/01～2023/06/30
施策名	寛容ラップ	地域	全国
施策に該当する ゴールナンバーに○	1・2・3・4・5・6・7・8・9・10・11・12・13・14・15・ 16 ・17	媒体	テレビ/ラジオ/新聞/雑誌/交通広告

1. 課題策定までのストーリー（社会課題をどう捉えたのか）

近年私たちの社会ではSNSでの誹謗中傷やコロナ禍で生じた自粛警察など、他者への排他的で不寛容な行動が広がっていると思えます。多様性が求められる時代の中、自分と異なる立場や考え方を持つ相手に向けて、衝動的に発せられる言葉や行動が世代を問わず社会的に問題となっていると捉え、2022年度全国キャンペーンのテーマとして「不寛容な時代～現代社会における公共マナーとは」を設定しました。人を尊重することの大切さを頭では理解していても、つい感情的になってしまう場面は誰にでもありうると考え、この広告に接触するたびに、『寛容』の大切さを再認識してもらうコミュニケーションを企画しました。

2. SDGs目標達成につながる広告制作物や施策内容

社会課題をテーマにするにあたり、広告における「共感性」を重視してメッセージを設定。「寛容の大切さ」を『たたくより、たたえ合おう。』という骨太で覚えやすいコピーとして表現しました。そのコピーが説教臭くならないように、演出では「ディスらないラップバトル」というエンタメ性を付加、誰もが“あるある”と感ぜられる出来事を舞台設定にしながら、攻撃し合うのではなく、相手を尊重し認めあう大切さ、そこから生まれる交流を伝えました。また手話もラップ風に演じてもらうことで、多様性を重んじる時代に応えることに努め、持続可能な開発に向けて平和で包摂的な社会につながるきっかけとなる表現を追求しました。

3. 成果や反響（社会に対するインパクト、社外からの評価、社内からの反応などをご記入ください）

7月1日ローンチから1週間も経たない期間で、SNSを中心に拡散。1か月間で700万回再生。ヤフーニュースや他のネットメディアにも次々と取り上げられ、新聞、雑誌、TV情報番組へと広がった。SNSツイート上でも「こんな優しい世界になればいいな」「たたき合うより、讃え合う世界。良い言葉だな」など、メッセージに共感するコメントが多数投稿された。また、「第60回」AA広告賞 消費者が選んだ広告コンクール TVCM部門グランプリ・経済産業大臣賞」を受賞。「第52回フジサンケイグループ広告大賞」では「ソーシャルインパクト賞」を特別に設定いただいた。CM INDEXで2022年8月に好感度トップ3にも入り、広告業界にも大きな反響を得た。

自由表記

JAAAの「CM字幕普及」の貢献や、朝日新聞の高齢者問題への波及。また「認知症カフェ」や「認知症サポーター養成講座」の教材として使用されたり、令和7年度中学校用美術教科書に取り上げられる予定など、多くのメディアや施設、学校から取り上げられた。