

今こそ考えるべきデジタル・クライシスの話(11)

ポトレースのCM炎上から考える
クリエイティブチェックの必要性

文 佐々木寿郎

text by Toshio Sasaki

俳 優の田中圭さんと女優の武田玲奈さんが出演するポトレースのテレビCM^{※1}が性的な意味で捉えられかねないとして物議を醸しています。

動画は、武田玲奈さん演じる新人レーサー「レナ」が、田中圭さん演じる「タナカ」にポトレースの勝負を挑むといった内容で、CMの終盤、レースに勝利したレナは「抜いちゃった」とささやきます。

このシーンに対し、性的な印象を受けて不快に感じた人がいたようです。ツイッター上では、「その種のCMはこれまで散々炎上したの知らないの?」といった声や、「競艇は『男女が同じ条件で戦う』ことができる素晴らしい競技なので、こういう表現にも気を使ったらいいのに」といった投稿が行われています。

また投稿数について確認すると、放映が始まった6月29日には「ポトレース」と「CM」を含んだ投稿は2000件を超えており、CMに対する批判が集まったことが分かります。

では、事前にこのような批判を想定することはできなかったのでしょうか。

過去にもCMの表現に対して炎上した事例があり、今回の批判も防げた可能性があるので。

例えば、サントリービール株式会社が公開した新商品のPR動画^{※2}では、出張先で現地の女性と出会い、食事とともにする様子が描かれており、出演している女性たちが「肉汁いっぱい出ました」「コックウくん! しちゃった」などと発言します。これに対しても性的な表現で不快だという批判が集まりました。

また、タレントの壇蜜さんが出演した宮城県産のPR動画^{※3}では、観光アピールとは無縁の性的なメタファーが至るところに散りばめられ、県に対する苦情の電話やメールが寄せられています。

このようにCMにおける性的な状況、行為をほめかす表現を巡っては、これまでたびたび話題に上がってきました。批判されることで注目度を高められる一方で、「女性の尊厳が守られない企業ではないか」とのイメージを抱かれるリスクがあります。

歴史に学び、ジェンダーに関しての

炎上を再び繰り返さないためにも、CMなどによる広報活動ならびにその表現については、何が危うい表現に当たるのか、炎上するリスクはないのか、多角的な視点からの検証が必要なのです。

Profile

シエンプレ株式会社 代表取締役社長
1976年、長野県生まれ
2009年 シエンプレ株式会社取締役に就任し、ネット上の風評被害対策、webリスク対策を立ち上げる
2012年 同社代表取締役に就任
2014年より警察庁のサイバーパトロール業務を受託し、
2015年には業界団体一般社団法人WEBリスク対策事業者協会を立ち上げ、代表理事に就任。業界の健全化に取り組んでいる

SIEMPLE



※1 https://www.youtube.com/watch?v=PPu8knTUS-M&feature=emb_logo
 ※2 https://www.huffingtonpost.jp/2017/07/08/suntory_n_17436494.html
 ※3 https://www.huffingtonpost.jp/2017/08/27/danmitsusan-seitekidoenjo-kokaiteishis-aretamiyagikenprdogani-akusesusuniagurawokaitewaikenai_a_23186742/