

5

女性をむやみに“アイキャッチャー” にしていますか？

5-1 女性を飾り物として使っていますか？

単に目を引くためや親しみやすさを持たせるために、内容とは関係なく女性の姿や身体の一部をポスターなどで使う場合がありますが、それでは伝えるべき内容が十分に反映された表現とは言えません。

安易に女性をアイキャッチャー(※)として起用せず、訴求内容と訴求対象に合った、より効果的な表現方法を工夫しましょう。

※広告に注目させるための視覚的要素のこと。広告の手法のひとつ。

火災予防週間
～気を付けて！火の始末～



内容と無関係に、女性の水着姿や、身体の一部などをつかうと、「性的側面を強調している」と受け取られるおそれがあります。しかも、本来の伝えたい内容が不明確な広報になっています。

火災予防週間
～気を付けて！火の始末～



そうかといって、無難な表現で済ませてしまうと、印象には残らず、広報効果が十分あるとはいえません。もっと豊かな発想で表現したいところです。

火災予防週間
～火事になってから禁煙するのですか～



安易なアイキャッチャーに頼ることをやめると、「訴求内容は何か、訴求対象は誰か」という原点に立ち戻って効果的な広報表現を工夫する努力が必要になります。

考えるポイント

内容と表現との 整合性を考えましょう。

内容と無関係に女性をアイキャッチャーとして用いることは、女性を飾り物として扱っている印象を与える場合があります。内容と表現のつながりが明確に説明できるのかを考える必要があります。

内容と無関係に女性をアイキャッチャーとして用いると、女性を対等でなく、おとしめているように受け取られます。

5-1 人の目を引くための飾り物的な女性

人物を登場させ、注目を集めたり、親しみを持たせたりするのは、広告の手法としては一般的なものです。ポスターに若い女性を登場させれば、多くの視線を集め、ソフトな印象を与えるかもしれません。

しかし、内容と無関係な使い方をすると、本来の伝えたい内容には関心が及ばず、記憶に残らないということになりかねません。それだけでは、飾り物にしている、ごまかしている、といった逆効果をもたらす場合もあります。特に、女性の性的側面を感じさせる表現では嫌悪感さえ与えかねません。

アイキャッチャーとして用いる場合には、内容とアイキャッチャーとのつながりは何か、アイキャッチャーから自然に訴求内容へと連なる表現になっているかを確認する必要があります。

また、公的広報で性的側面を強調している印象を与えることは禁物であり、裸体はもちろん、媚びた表情・ポーズや、性的なものを連想させる「火遊び」・「初体験」といったコピーとの組み合わせにも注意すべきです。

女性で目を引く手法は、画像に限らず、見出しで「美人〇〇」など容姿に関する言葉を使うといったものもあります。内容とは離れて、表現だけで興味を引こうとしていないか注意する必要があります。