

## エイズ孤児の支援を訴えるための広告活動

a2200504 石井 馨

【コンセプト】 エイズ孤児問題に触れる機会を身近に  
 まだまだ社会に浸透していないエイズ孤児問題を、より多くの人達に関心を持ってもらい、  
 この問題に対する支援の動機付けとなるようなキャンペーン活動。

【背景】日本人デザイナーが運営するエイズ孤児施設の活動に大変感銘を受け、そこで初めて孤児の現状・存在を知って  
 から何らかの形で自分も貢献したいと考えていた。  
 難民・貧困地域への一般的な支援団体の広告は現地の様子や人物を写真で生々しく印象づける傾向のものがほとんどで  
 ある。しかしもっと明るいイメージで身近で気軽に問題に触れられる機会があってもいいのではないかと思い、今回のテー  
 マとした。

### 《キャンペーンの内容》

開催時期は世界エイズデー(12/1)にあわせ、冬期に行うものとする。  
 【ターゲット】子どもから大人まで楽しめる作品を目指したが、主なターゲットを同世代の若者とし、これから社会の中心を  
 担う世代に関心を持ってもらうことで今後多方面でエイズ孤児問題・その他国際問題に協賛していくきっかけとなる効果を  
 期待した。

【配布場所】・主なターゲットである20代の若者が集まるデパートやファッションビル、各ショップのレジ横や休憩スペースに  
 ブースを作り配布、・街頭で配布

### イメージカラー：イエロー

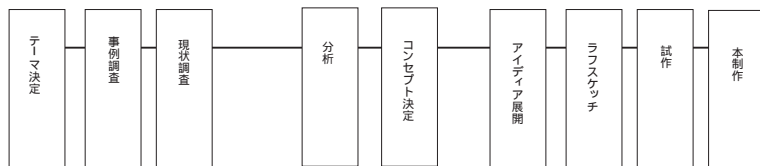
色彩心理の観点から、注意を促す、記憶力を高めるといった心理効果もあり、色のもつ明朗・活発・希望・上昇志向・平和  
 といった連想イメージが今回のキャンペーンに適しているため使用した。  
 またイメージカラーのほかにHIV/AIDS問題の活動のシンボルであるレッドリボンをモチーフとしたキャラクターをロゴと  
 ともに使用し、イメージカラーとともに制作物全体の統一を図った。

### 【制作物】

- ・フライヤー 特殊な折り加工を施し、受け手が情報を楽しく理解できるような内容。
- ・フライヤー(2) キャンペーンを行う冬時期に合わせて、街灯やイルミネーションをフィルム越しに見ると模様浮かぶ機  
 能を付けた。
- ・ノベルティグッズ 広告付きのマッチや絆創膏などのノベルティを制作。

[ノベルティ制作の意図]..ノベルティ(novelty)とは主に販売促進に用いられ、無料で配布されたり、商品に添付されて  
 いるものを指す。代表的な物では街頭で配布されるポケットティッシュやペットボトルに添付されたボトルキャップやスト  
 ラップなどが挙げられる。こういったノベルティグッズは受け手側の手元に一定期間置かれるため、情報をより目にする回数  
 が増え、広告効果が期待される。エイズ孤児問題が身近なノベルティを通し受け手に関心を持つ機会を与えるツールとな  
 ることを期待した。

### 【制作過程】



最近ではHIV/AIDS問題の啓発活動を行っている輸入化粧品メーカーTHEBODYSHOPでこのエイズ孤児問題にも  
 賛同し、一部が募金とされる商品販売や公式ページでエイズ孤児問題について学ぶことができるようになった。他にも難  
 民救済などをうたって欧州サッカーのクラブチームバルセロナのユニフォームの前面にUNICEFのロゴを無償で載せたこ  
 とでも話題になるなど、国際問題への関心は多方面から広がりがつある。

こうした身近なショップであったり、興味のある分野から積極的な広告活動が今後もっと活発にされていけば、人々の  
 HIV/AIDS問題に関心を持つ機会も増え、エイズ孤児問題の解決に少しずつ近づくのではないかと考える。

### 【キャラクター案】



### 【ロゴ】



### 【フライヤー(一部)】



折り加工によって12パターン展開する  
 ことができる。  
 上下左右に延々と展開して、折りたためば必  
 要が無く、またクイズに答えながらエイズ孤  
 児についての知識を深めてもらえるようなデ  
 ザインを目指した。



【表面】



【裏面】

街頭で配布した際、丸いレンズ部分から  
 冬時期のイルミネーションなどの点光をフ  
 イルムを通して様々な模様で楽しむことが  
 できる。裏面にはエイズ孤児についての情報  
 を載せている。