

マスメディア論A

マスメディア論

担当：後藤 登

第11回 (2022/01/11)

開講時：毎週火曜4限目 (15:30-17:15)

# はじめに

皆さん、こんにちは。

「マスメディア論A/マスメディア論」を担当いたします後藤です。

皆さん方の「小レポート」をととても楽しく読ませていただきました😊

本日の授業テーマは「**広告の課題②**」です。

その前に..

# 授業評価にご協力ください😊

## 「マスメディア論A/ マスメディア論」 (火曜・4限目) 担当・後藤 登

### 『授業評価』へのアクセス方法【学生用】

※ スマートフォンからアクセスする場合は、通信事業者によってパケット通信料が課金されますので予めご了承ください。  
課金についての詳細は、契約されている通信事業者にご確認ください。

授業評価は、OGU-Caddie から Google に変更になりました。

#### ◆ 授業評価にアクセスする (パソコン・スマートフォン)

1. 検索画面で以下のURLを入力してください。

- <http://goo.gl/q1HQZV> (1→アルファベット、1→数字)



こちらのQRコード  
からもアクセスでき  
ます。



2. OGUメールのアドレスを入力してください。

メールアドレスは回答の集計にのみ使用し、授業担当者に公表されることはありません。

OGUメール以外のアドレスからの回答は無効となりますのでご注意ください。

OGUメールのアドレスは学籍番号@ogu.ac.jp

(例：00E 0000 の場合は 00e0000@ogu.ac.jp)

# 本日の授業

広告の課題②

本日の小レポート

# 広告の課題②

今回の授業では、前回に引き続き、  
広告に関する消費者からの苦情を扱う  
「JARO（日本広告審査機構）」の活動を通して、  
広告の問題点、課題についてみていきたいと思います。

前回は、データを通して、苦情内容の特徴をみてきました。

## 再掲

、JAROに寄せられる苦情の内容は次の3つに大別されます。（＊）

### 1) 広告・表示規制上の問題

・広告・表示が事実と異なる、誤認を招くといった広告規制上問題があるもの

### 2) 広告表現

・広告の描き方が「セクハラである」「暴力的である」「子どもに悪影響がある」  
などといったもの

### 3) 広告の手法

・CM の音の大きさ、広告の頻度、ステマ、迷惑な広告掲載方法など

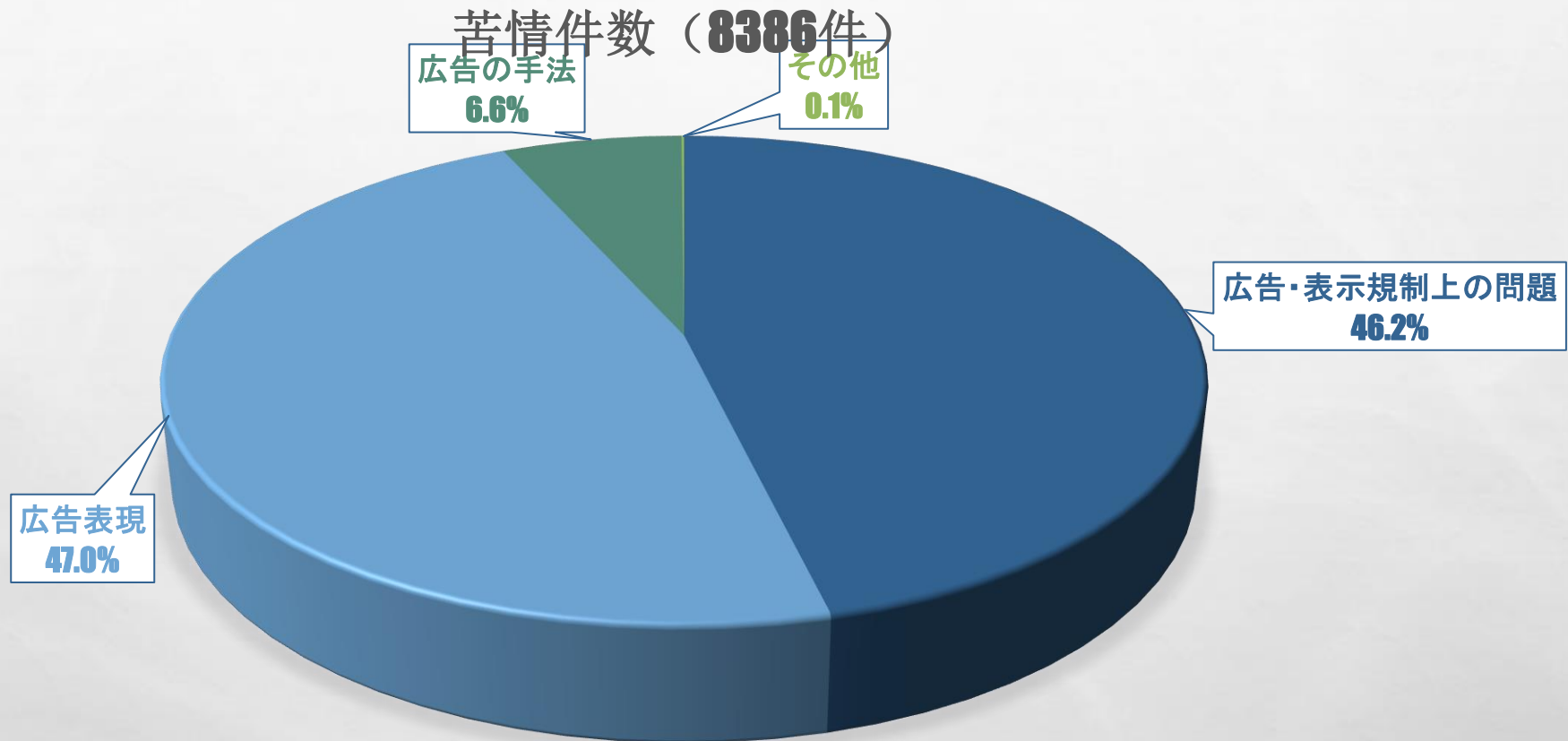
＊引用・出典：「2018 年度の審査概況」JARO NEWS RELEASE（2019年6月19日号）

[https://www.jaro.or.jp/shiryuu/soudan\\_kensuu/ghug7e0000001i99-att/20190619release.pdf](https://www.jaro.or.jp/shiryuu/soudan_kensuu/ghug7e0000001i99-att/20190619release.pdf)



再掲

## 「苦情内容」の内訳（％）（2018年度）

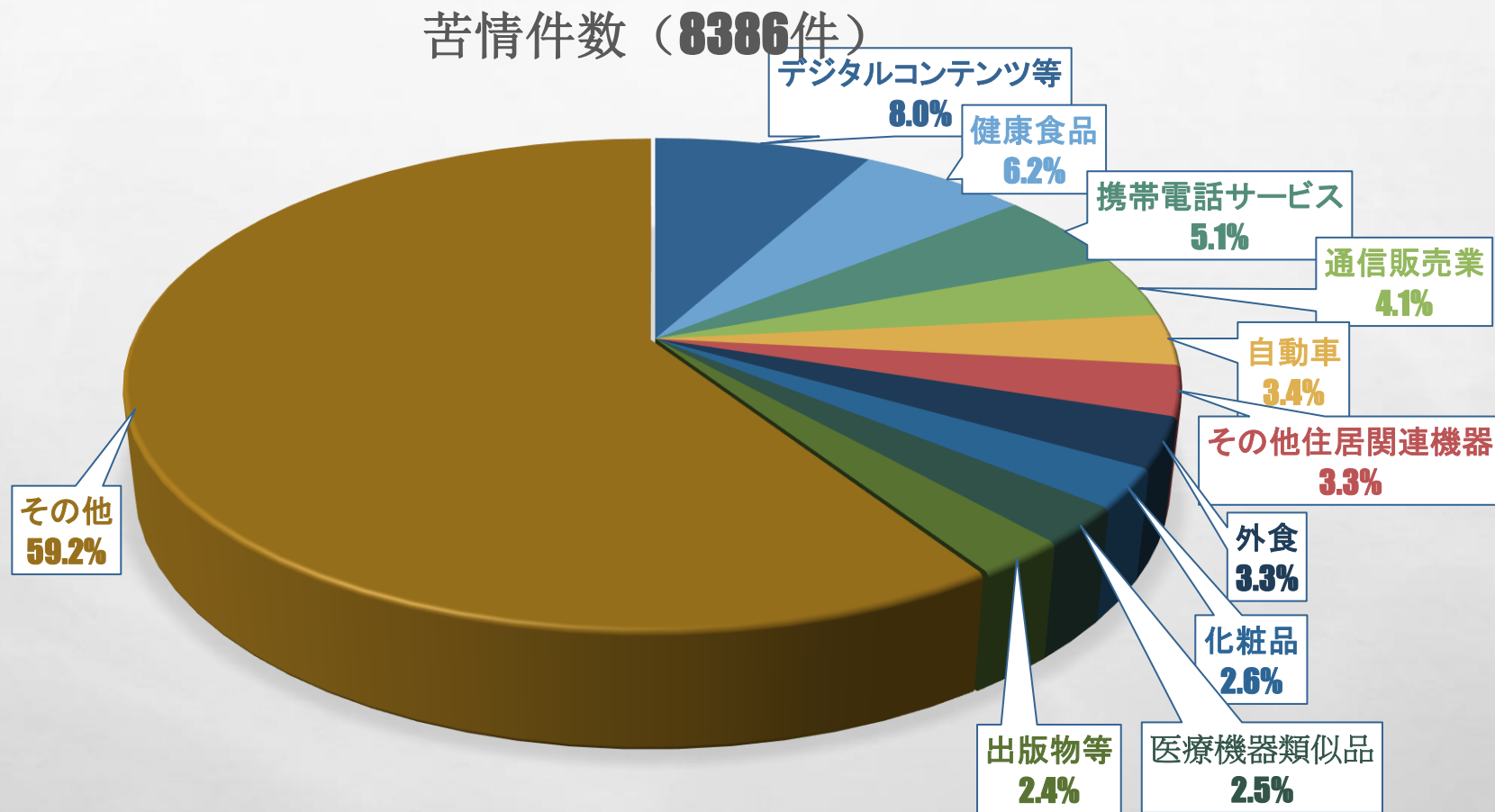


◎出典：「2018 年度の審査概況」JARO NEWS RELEASE（2019年6月19日号）

[https://www.jaro.or.jp/shiryou/soudan\\_kensuu/ghug7e0000001i99-att/20190619release.pdf](https://www.jaro.or.jp/shiryou/soudan_kensuu/ghug7e0000001i99-att/20190619release.pdf)

# 「業種別」の苦情の内訳（％）（2018年度）

再掲

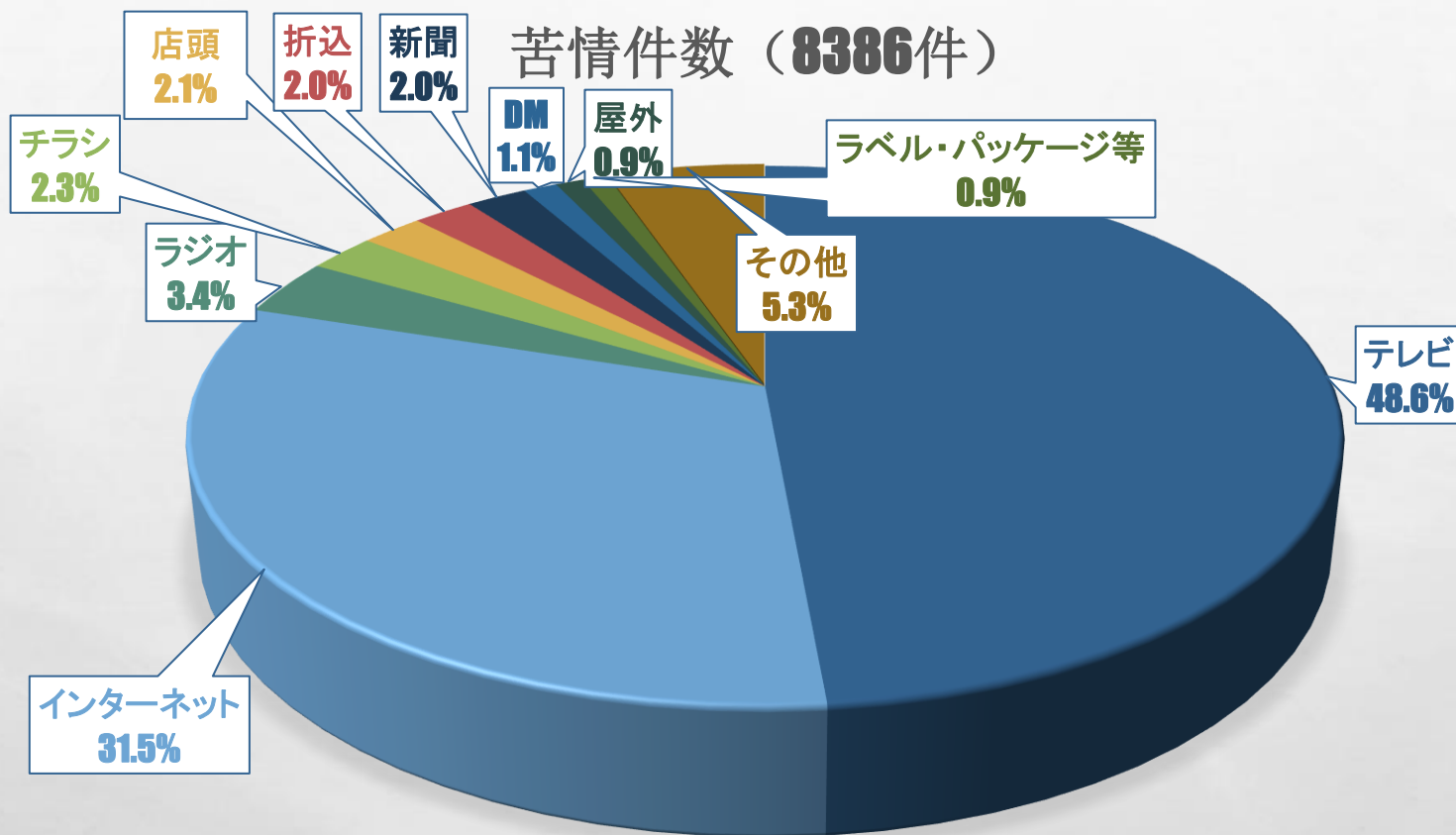


◎出典：「2018年度の審査概況」JARO NEWS RELEASE（2019年6月19日号）

[https://www.jaro.or.jp/shiryuu/soudan\\_kensuu/ghug7e0000001i99-att/20190619release.pdf](https://www.jaro.or.jp/shiryuu/soudan_kensuu/ghug7e0000001i99-att/20190619release.pdf)

# 「媒体別」の苦情の内訳（％）（2018年度）

再掲



◎出典：「2018 年度の審査概況」JARO NEWS RELEASE（2019年6月19日号）

[https://www.jaro.or.jp/shiryuu/soudan\\_kensuu/ghug7e0000001i99-att/20190619release.pdf](https://www.jaro.or.jp/shiryuu/soudan_kensuu/ghug7e0000001i99-att/20190619release.pdf)

今回は、「**苦情の具体例**」を通して、  
苦情内容の特徴をみてみたいと思います。

# 商品・サービスのカテゴリー別に見た苦情内容の具体例

食品 化粧品・医薬品・美容健康用具 住居備品・機器衣類・身の回り品 不動産

出版物 教養・娯楽品 車両・乗り物 金融・保険 教室・講座

美容・医療・福祉 配送・引越 飲食・レジャー 小売業 通信・デジタルコンテンツ

人事募集・内職 知的財産権 懸賞・景品 その他

©JAROウェブサイト「広告トピック」

<https://www.jaro.or.jp/shiryuu/topic/index.php>

⇒「商品・サービスのカテゴリーから探す」をクリック/タップし、各商品・サービスに関する苦情内容の具体例に目を通してみよう👉

# 本日の小レポート

# 本日の小レポート（授業参加点＝4点満点）

以下のテーマについて、OGU-Caddieに記入してください。

## 1. JAROウェブサイト「広告トピック」

⇒「商品・サービスのカテゴリーから探す」から5つのカテゴリーを選び、それぞれの中から苦情の具体例を1つずつ選んで内容を読んで考えたことを

次のスライドの「記載例」を参考に記入してください。

（各100字以上/三角ロジックで）

2. 本日の授業を受講して考えたこと（100字以上/三角ロジックで）

提出期日：1/15（土）まで





再掲

# 授業評価にご協力ください😊

## 「マスメディア論A/ マスメディア論」 (火曜・4限目) 担当・後藤 登

### 『授業評価』へのアクセス方法【学生用】

※ スマートフォンからアクセスする場合は、通信事業者によってパケット通信料が課金されますので予めご了承ください。  
課金についての詳細は、契約されている通信事業者にご確認ください。

授業評価は、OGU-Caddie から Google に変更になりました。

◆ 授業評価にアクセスする (パソコン・スマートフォン)

1. 検索画面で以下のURLを入力してください。

- <http://goo.gl/q1HQZV> (1→アルファベット、1→数字)



こちらのQRコード  
からもアクセスでき  
ます。



2. OGUメールのアドレスを入力してください。

メールアドレスは回答の集計にのみ使用し、授業担当者に公表されることはありません。

OGUメール以外のアドレスからの回答は無効となりますのでご注意ください。

OGUメールのアドレスは学籍番号@ogu.ac.jp

(例：00E 0000の場合は00e0000@ogu.ac.jp)

# 「小レポート」「課題レポート」の評価ポイント

再掲

①すべての課題に回答しているか？

②字数・提出期日等の条件を守っているか？

③他の受講生の回答をコピペしていないか？⇒関係者全員が0点！

④「三角ロジック」の要素を入れてレポートを作成しているか？

# レポートの書き方のヒント😊

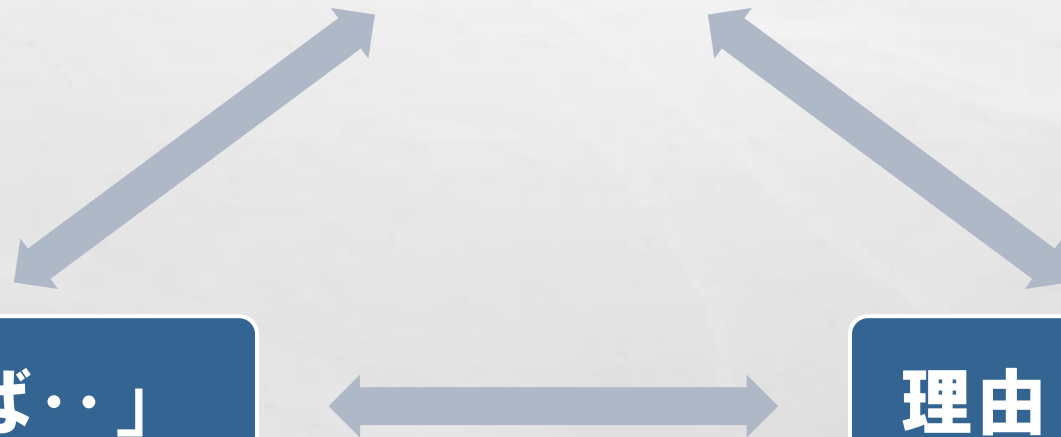
「三角ロジック」で書く

結論「〇〇である」

再掲

具体例「例えば・・・」

理由「なぜなら・・・」



# 「三角ロジック（結論・理由・具体例）」の要素を使った文章の例

再掲

課題□□□□について、私が考えたことは○○○○である。  
なぜ、そのように考えたかという、△△△△だからである。  
例えば、××××というデータ/例を挙げることができる。  
したがって、私は○○○○であると考えた。

○○○○＝結論、△△△△＝理由、××××＝具体例

# 質問と質問への回答の方法

「質問」がある場合は後藤までメールをお願いします。

後藤 登

[goto@ogu.ac.jp](mailto:goto@ogu.ac.jp)

科目名・学籍番号・氏名を必ず記載してください。

「回答」は原則として質問者に直接メールで回答します。  
ただし、他の受講生にも参考になると思われる回答は  
プライバシー情報を除いて、他の受講生にも共有します。

では、次回また、OGU-CADDIEでお会いしましょう😊

**次回（第12回目）の遠隔授業は**  
**1/18（火）4限目（15：30-17：15）**  
**になります。**