



公共広告機構のコマーシャルについては、テレビやラジオなどの広告で啓発活動を行っており、毎年7月の第1週あたりにテレビコマーシャルがオンエアされ1年間放送されています。環境保護問題や団体支援、教育・家庭問題などを扱い、多岐にわたっている。そこで、公共広告機構の内容について2007年度と2008年度では、どのような違いがあるのかを調べてみた。

調査期間：2007/1/1から2008/7/8まで
 調査対象局：日本テレビ・TBSテレビ・フジテレビ・テレビ朝日・テレビ朝日
 新規出稿CM本数は、秒数違いも含む

現在行われている北海道洞爺湖サミットは、世界経済、環境問題など多くの課題について話し合われています。特に地球温暖化問題については、大きく取り扱われる問題のひとつとなっています。この影響から今年の環境保護問題をテーマにした内容(特に資源)のコマーシャルが昨年度より2本増加の8本となっている。

逆に減少したコマーシャルは団体支援。エイズ予防財団、国連世界食糧計画は、昨年度、今年度ともオンエアされていますが、2007年度の10本から半減し5本となった。

教育・家庭に関しては、昨年度は子供からの視点での内容が2パターン5種類ありましたが、今年度は、お年寄りの立場の理解や友人、家族に対する言葉の意味を考えさせられるメッセージとなっている。

今年度は、日韓共同キャンペーンと名を打って2パターン4種類のコマーシャルがありました。そのうちの1パターンでは、韓国女優のチェジウさんとSMAPの草剪剛さんが自国のエコロジー対策を教えあって切磋琢磨していきましょうとコメントしている。

昨年度のその他は、公共広告機構の紹介コマーシャルであった。今年度はオンエアなし。
 (2008年7月8日現在)