



「児童虐待防止テレビCMに関する効果測定調査」 報告書 < 概要版 >

本調査は、大阪府からの依頼で実施いたしました。
大阪府からの許可を得て調査結果を掲載しております。

2010年10月

株式会社 **かんでんCS** フォーラム
マーケティング事業部



調査目的

- ・大阪府が8月に放映していた児童虐待防止のためのテレビCMについて、その効果を把握する

調査方法

- ・Webアンケート

調査期間

- ・2010年9月2日(木)～9月7日(火)

調査対象

- ・15歳～69歳の大阪府在住者
- ・8月9日(月)～8月30日(月)の期間中に2週間以上不在にしていた者を除く

回収サンプル数

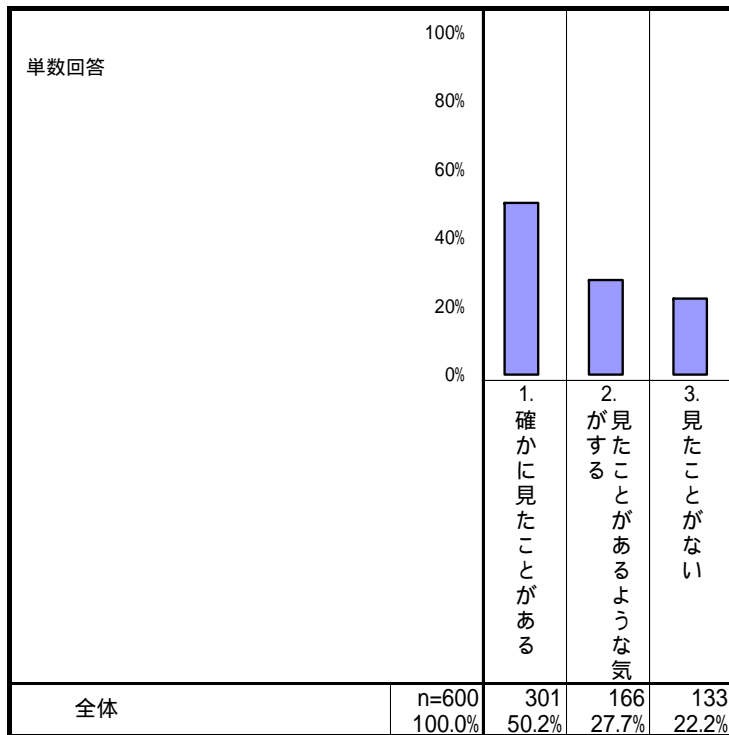
- ・600サンプル
- ・内訳は右記のとおり

男性 / 10代	50サンプル
男性 / 20代	50サンプル
男性 / 30代	50サンプル
男性 / 40代	50サンプル
男性 / 50代	50サンプル
男性 / 60代	50サンプル
女性 / 10代	50サンプル
女性 / 20代	50サンプル
女性 / 30代	50サンプル
女性 / 40代	50サンプル
女性 / 50代	50サンプル
女性 / 60代	50サンプル



1. CMの認知度(画像提示前)

問1. 8月9日から8月30日まで、大阪府の「児童虐待防止CM」(子どもの映像と通告先の電話番号が流れる)がテレビ、街頭ビジョン(梅田ビッグマンなど)、映画館などで流れましたが、あなたは、それと思われるCMを見た記憶がありますか。



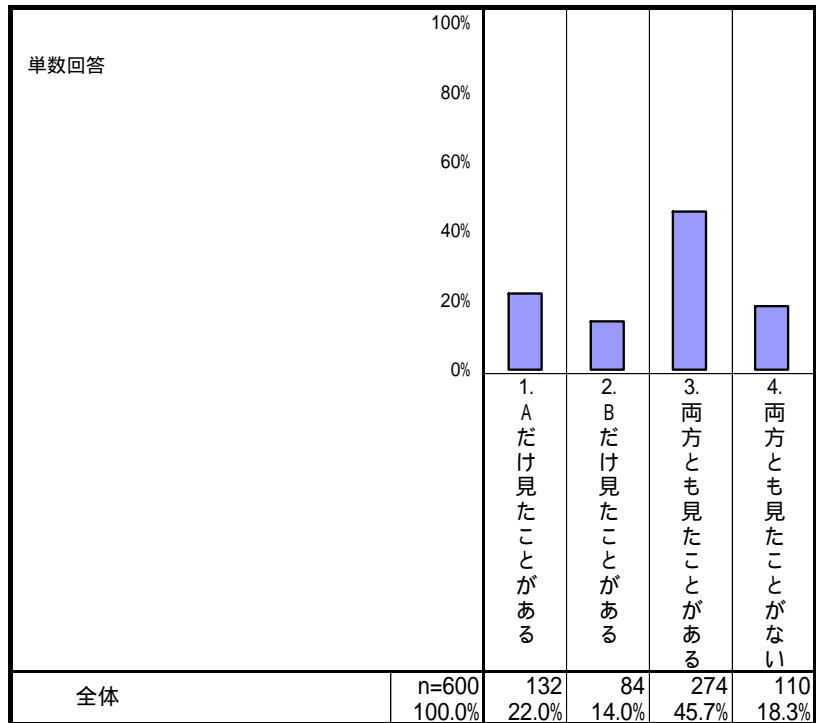
・「見たことがある(1. 確かに見たことがある + 2. 見たことあるような気がする)」割合は77.9%でかなり高い。



2. CMの認知度(画像提示後)

[大阪府の「児童虐待防止CM」2種類(A「見えにくい」篇、B「虐待シグナル」篇)の画像を提示]

問4. このCMを見たことがありますか。



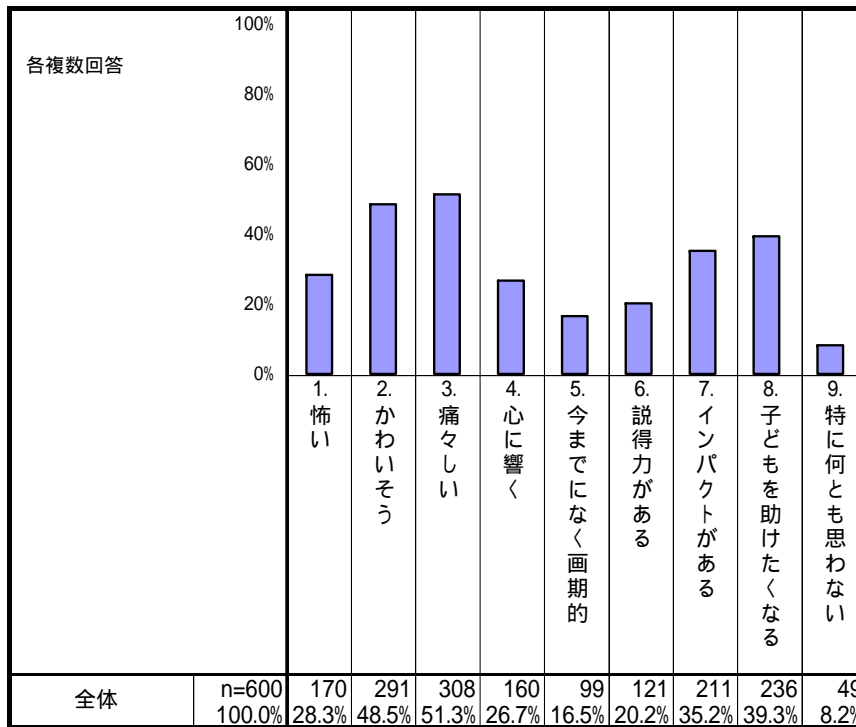
- ・「3. 両方とも見たことがある」という人が45.7%である。
- ・A「見えにくい」篇が67.7% (Aだけ + 両方)、
B「虐待シグナル」篇が59.7% (Bだけ + 両方)であり、
Aの方がBより認知率が若干高い。



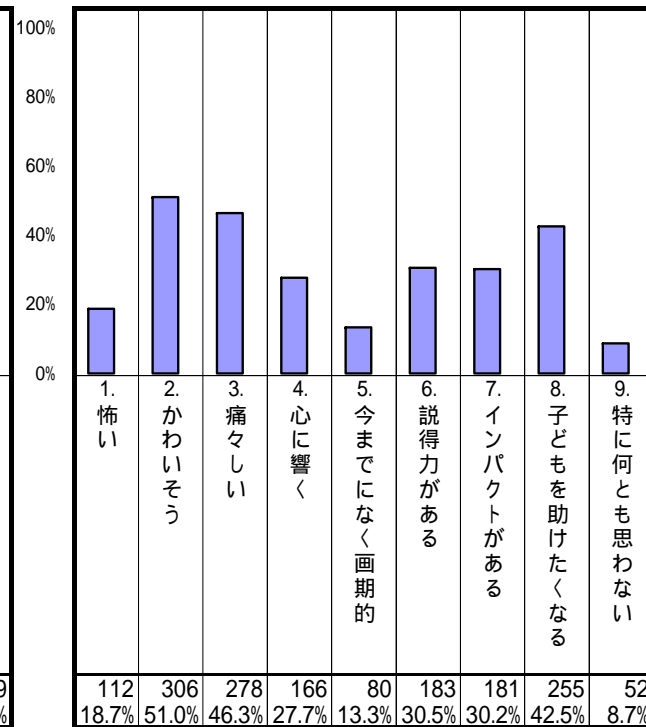
3 . CMの印象 (A・B 別) (画像提示後)

問7. 'A'、'B'それぞれのCMの印象について、下記の中から当てはまるものをお選びください。

A「見えにくい」篇について



B「虐待シグナル」篇について



・「3. 痛々しい」
「2. かわいそう」という
子供への感情に関する
印象が高い。

また、「9. 子供を助けたく
なる」など行動を喚起させる
ような印象も4割ある。



4 . CMの印象 (A・B 別) (画像提示後) ~ 自由回答 ~

問8 . A「見えにくい」篇の印象を具体的にお答えください。

問9 . B「虐待シグナル」篇の印象を具体的にお答えください。

【上位10位】

(n = 600)

分類	具体的な内容(コメント例)	件数
CMの印象	かわいそう、悲しい、怖い、暗い、陰気、リアル、生々しい、痛々しい、など	169
子供	(主にCM中の子供を描写するコメント)、小さい女の子、子供の表情、など	90
わかりにくい	わかりにくい、意図がわかりにくい、抽象的すぎる、など	89
虐待は見えにくい、相手が見えない	虐待は見えにくいということがわかる、加害者が見えない、など	81
虐待全般	虐待はあってはいけないと思う、虐待について考えさせられた、など	68
インパクト	衝撃的、印象に残る、インパクトがあった、など	52
助けたい	助けてあげたい、子供を守りたくなる、など	28
わかりやすい	わかりやすい、わかりやすく伝えられている、説得力がある、など	21
CMに対する賞賛	とてもいいCMだと思う、これまでの公共広告にはない感じ、もっと大々的に流すべき、など	17
CMに対する批判	なぜ今になって流すのか、このようなCMのようにきれい事ではない、など	13
なし	特になし、あまり印象に残っていない、など	51

【上位10位】

(n = 600)

分類	具体的な内容(コメント例)	件数
CMの印象	かわいそう、悲しい、怖い、暗い、陰気、リアル、生々しい、痛々しい、など	143
わかりやすい	具体的な事例がわかりやすい、具体的でよい、判断の目安がわかりやすい、など	82
通告の促進	気づいたら通報しようと思った、間違っているも構わないというメッセージ、など	68
子供	(主にCM中の子供を描写するコメント)、泣いている子供、子供の目、など	60
虐待全般	虐待はあってはいけないと思う、虐待について考えさせられた、など	54
CMに対する批判	インパクトが薄すぎる、印象が薄い、など	36
助けたい	助けてあげたい、子供を守りたくなる、など	43
インパクト	衝撃的、印象に残る、インパクトがあった、など	34
シグナルが判別しづらい	しつけと虐待の区別がつきにくい、昔はしつけとしてよく見た光景、など	32
CMに対する賞賛	こういうCMは必要だと思う、これからも流し続けてほしいと思う、など	19
なし	特になし、あまり印象に残っていない、など	61

・どちらのCMについても、「かわいそう」「悲しい」などCMから受けた印象に関するコメントが多数あがっている。

・特に、Aについては、「子供」「虐待は見えにくい」というCMの内容に関連したコメントが多いが、抽象的でわかりづらいというコメントも多く見られる。

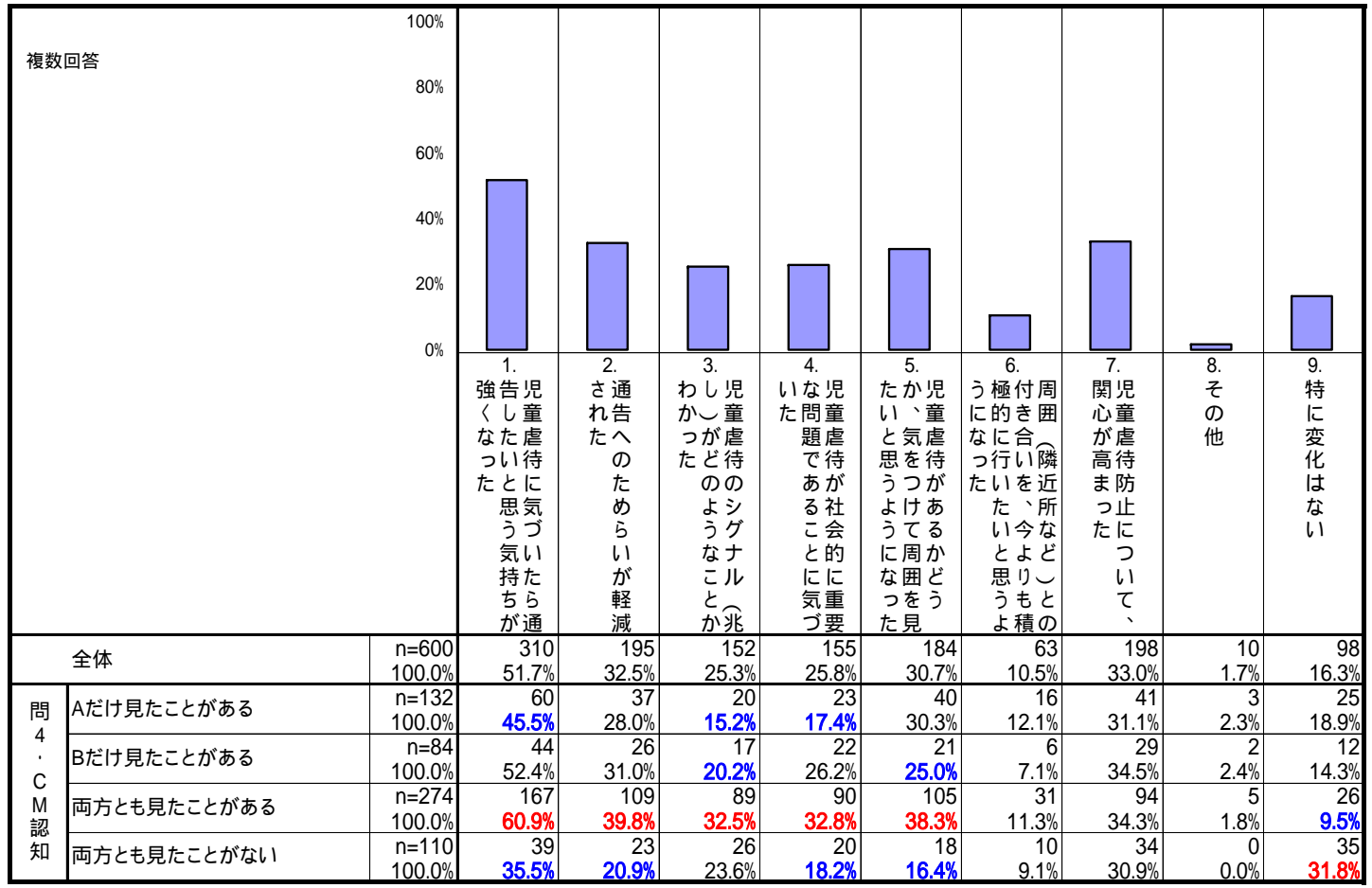
・また、Bについては、虐待シグナルが具体的にわかりやすいというコメントや、通報・通告に関するコメントが多くあがっている。



5. CMの影響による意識や行動の変化～CM認知別～

赤字: 全体より5%以上高い
 青字: 全体より5%以上低い

問11. この2種類のCM(CM画)をご覧になった後、あなたの意識や行動は何か変化しましたか。変化として該当する答えを全てお選びください。



・「1. 児童虐待に気づいたら
 通告したい」(51.7%)、
 「2. 通告へのためらいが
 軽減された」(32.5%)という割合
 が高く、通告の促進に影響を
 与えたようだ。

・両方とも見たことがある人の方が、
 ほとんどの項目で割合が高い。

・どちらか片方だけ見たことがある
 人については、それぞれのCMの
 メッセージと関連のある項目で
 割合が高くなっている。

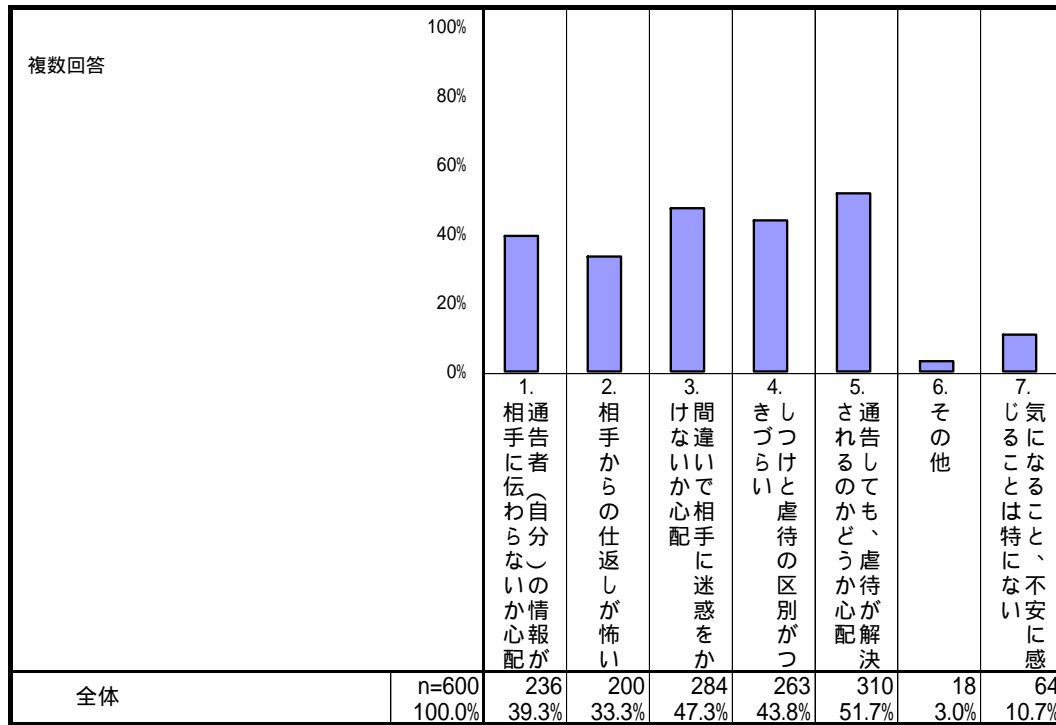
Aだけ
 「5. 気をつけて周囲を見たい」
 「6. 周囲との付き合いを、
 今よりも積極的に行いたい」

Bだけ
 「1. 気づいたら通告したい」
 「2. 通告へのためらいが
 軽減された」
 「3. 児童虐待のシグナルが
 どのようなことかわかった」



6. 通告時の懸念・不安

問12. 児童虐待に気づいた際に、通告にあたって、何が気になること、不安に感じる事があれば、お答えください。

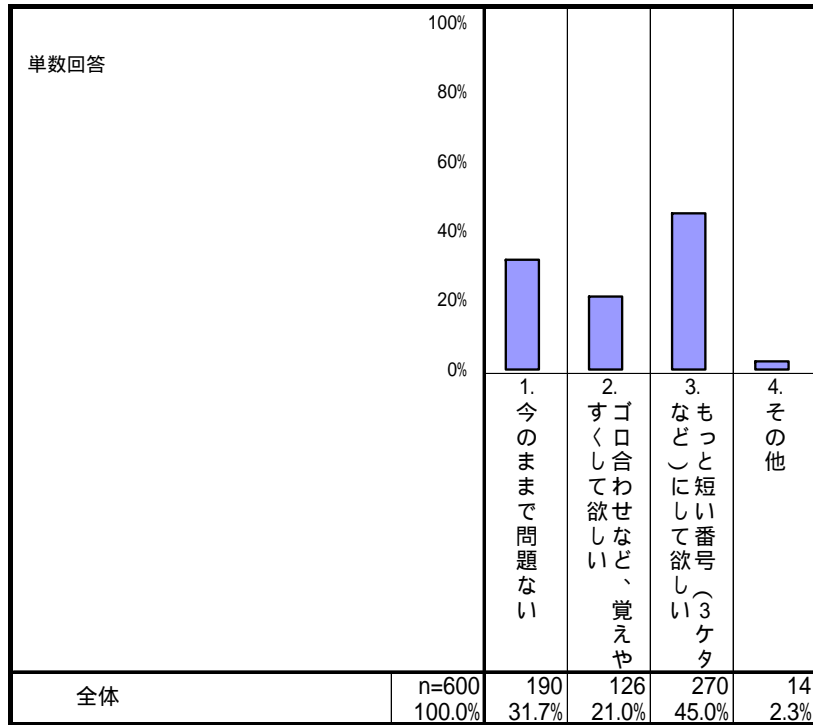


・「5. 通告しても虐待が解決されるのかどうか心配」
 「3. 間違いで相手に迷惑をかけないか心配」という不安が
 半数にのぼる。



7. 通告先の電話番号

問13. 通告の電話番号(児童相談所全国共通ダイヤル0570-064-000)について、下記の中から、あなたのお考えに最も近いものを1つ選んでお答えください。

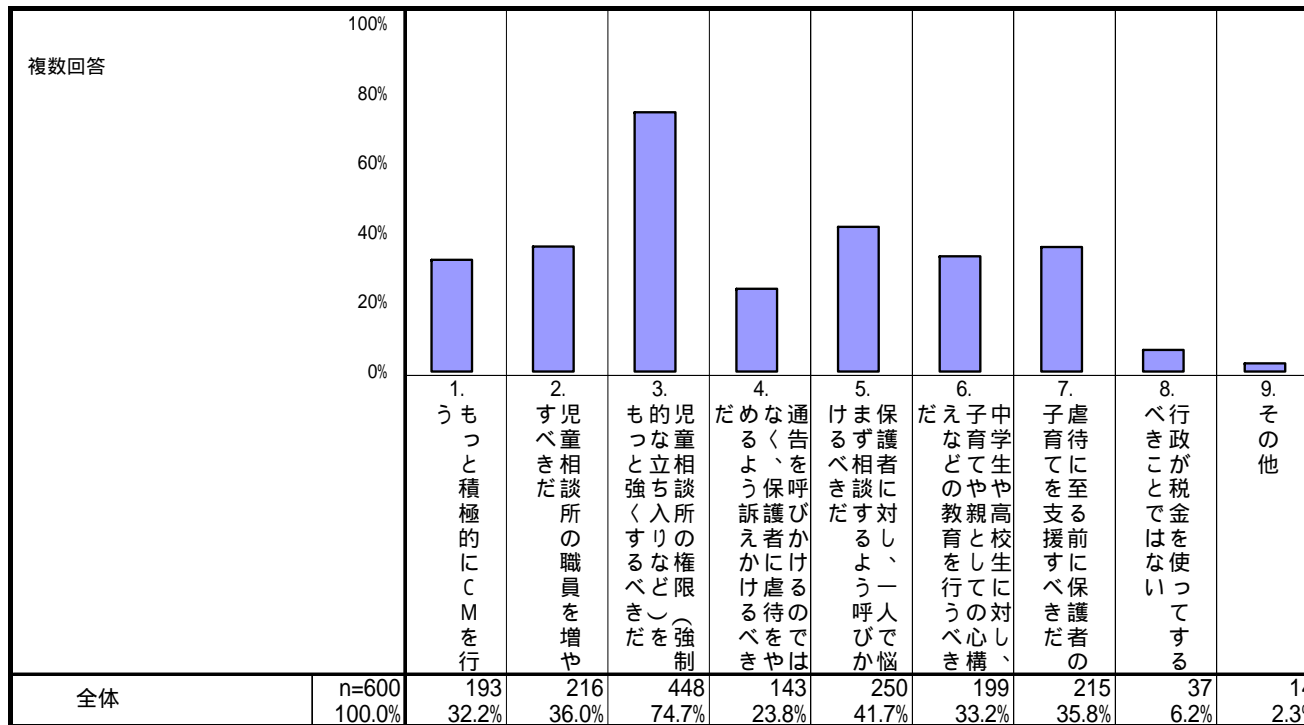


・「3. もっと短い番号にして欲しい」という意見が45.0%、
「2. ゴロ合わせなど覚えやすくして欲しい」が21.0%であり、
何らかの工夫をして欲しいという声が合わせて66%である。



8. 行政が取り組むべき課題

問16. 児童虐待防止について、行政としてすべきことはなんでしょうか。



・「3. 児童相談所の権限をもっと強くするべきだ」が74.7%と高い。
 次いで「5. 保護者に対し、1人で悩まず相談するように呼びかけるべきだ」が41.7%と高い。



9. 自分たちにできること

赤字: 全体より5%以上高い
 青字: 全体より5%以上低い

問17. 児童虐待防止について、自分達がすべきことはなんでしょうか。

複数回答		100%	80%	60%	40%	20%	0%	
		1. 虐待に気づいたら通告する	2. 周囲の児童に関心を持つ	3. 地域のよう子育てを家庭が孤立	4. 母親一人に負担がかかる、家族が子育て	5. その他	6. 自分達がすべきこと	
全体		n=600 100.0%	422 70.3%	288 48.0%	240 40.0%	285 47.5%	17 2.8%	16 2.7%
性別	男性	n=300 100.0%	205 68.3%	132 44.0%	115 38.3%	130 43.3%	8 2.7%	10 3.3%
	女性	n=300 100.0%	217 72.3%	156 52.0%	125 41.7%	155 51.7%	9 3.0%	6 2.0%
年代	10代(15歳以上)	n=100 100.0%	73 73.0%	47 47.0%	34 34.0%	37 37.0%	2 2.0%	2 2.0%
	20代	n=100 100.0%	70 70.0%	44 44.0%	48 48.0%	58 58.0%	1 1.0%	4 4.0%
	30代	n=100 100.0%	73 73.0%	51 51.0%	44 44.0%	62 62.0%	3 3.0%	2 2.0%
	40代	n=100 100.0%	74 74.0%	49 49.0%	40 40.0%	42 42.0%	3 3.0%	2 2.0%
	50代	n=100 100.0%	68 68.0%	45 45.0%	34 34.0%	41 41.0%	6 6.0%	4 4.0%
	60代	n=100 100.0%	64 64.0%	52 52.0%	40 40.0%	45 45.0%	2 2.0%	2 2.0%

- ・「1. 虐待に気づいたら通告する」が70.3%と高い。
- ・女性の方が男性よりも全ての項目について反応が高い。
- ・20代で「4. 母親ひとりに負担がかからないよう家族が子育てに参加する」、「3. 地域の子育て家庭が孤立しないよう声をかける」、30代で「4. 母親ひとりに負担がかからないよう家族が子育てに参加する」という項目の割合が他の年代より高い。