

PRIDE 誇れる自分 誇れる仲間 笑顔あふれる学校

たたくより たたえ合おう！

AC ジャパンで7月1日からスタートさせたコンビニのレジ待ちの列を舞台にラッパーの呂布カルマや高齢者、店員らが互いを思いやるラップを披露する全国キャンペーン CM「寛容ラップ」を知っていますか？このCMは、Twitter のトレンド入りを果たすなど話題となっています。

(店員) 639 円です

(年配の女性客) さんじゅう… ごめんなさいね、遅くて…

(サングラスをかけた男性客) ♪Yo!もしかして焦ってんのか ばーさん ♪あんたのペースでいいんだ 何も気にすんな

(年配の女性客) ♪Oh!焦ったらまさかの優しい発言 ♪アタシも反省 見た目で判断 ♪もういらぬは色眼鏡なんか

(サングラスをかけた男性客) ♪ひとり一人に リスペクト!

(店員) ♪たたくより たたえ合おう～ ♪それが 優しい世界～

といった内容です。

私は、このCMを初めて見た時に、感動をして涙ぐんでしまいました。このCMには、2つのテーマがちりばめられています。一つ目は、「他人に対して寛容な気持ちをもとう」というテーマ。二つ目は、「人を見ただ目で判断せず、多様性を尊重しよう」というテーマです。特に、最近の日本は、寛容性が著しく低下しているように感じています。これは、SNSの普及とも関係していると思うのですが、他人の失敗に対して徹底的にたたく。「悪いことをしたんだから糾弾してしかるべきだ。」といった考えが充満していて怖い

くらいです。ですから、みんな失敗しないように委縮して生きているように見えます。レストランで騒いでいる子供を見て、眉をひそめるのは日本だけだといったことを聞いたことがあります。子供を社会全体で寛容に育てていくといったことは、日本でも昔は当たり前の事でしたが…。私が学生だったころに比べて、生きづらい世の中になってしまったなと感じています。そんなことを感じていた中でしたので、このCMのインパクトが私にとって大きかったのだと思います。

「寛容ラップ」は「不寛容な時代～現代社会の公共マナーとは」がテーマ。「たたくより、たたえ合おう。」というコピーのもと、ラップバトルで相手を尊重し認め合う大切さ、そこから生まれる交流を伝えるストーリーです。このCMを手がけた東急エージェンシー関西支社 クリエイティブディレクターの森井聖浩氏は「人を尊重することは頭で理解していても、つい感情的になってしまう。その実態を再認識させるつくりを意識しました」と言っています。

本校の学校目標の一つである「尊重」。このことを実現するためにも他者に対して寛容な人でありたいと改めて感じさせられました。

