

1. ブランドと広告倫理

早稲田大学商学部 教授 亀井 昭宏

概要

広告倫理は、必ずしも対消費者・生活者の課題にのみ限定されるものではなく、広告主としての企業の活動や広告会社、媒体社など、さらにはそれらにおけるすべての広告関係者にもかかわる広範な課題領域を有している。

しかし、マーケティングにおける新たなブランド理解を基盤とする戦略の構築や展開への関心が急速に高まってきている現在において、ブランド・コミュニケーション戦略の中核を占める広告戦略の倫理課題は、これまで認識され議論されてきたそれ以上に拡大の様相を示してきている。

われわれ消費者が生活者として、この世の中でお互いに気分良く、快適に生活していくうえでの最低限の暗黙的な「了解事項」としての性格を有する倫理を広告面において実現ないし確保するためには、すべての広告関係者が「思いやり」と「真心」をもってことに当たることが必須の要件であると考えられる。

筆者がかつて提示した「21世紀型広告理念の構図」の実現と徹底を図ることこそ、現代に生きるすべての消費者・生活者に対する倫理の実践につながるものと確信している。



かめい あきひろ
亀井 昭宏

学歴・職歴

- 1942年 東京生まれ。
- 1964年 早稲田大学第一商学部卒業。
- 1970年 同大学院商学研究科博士課程修了。
早稲田大学商学部助手、専任講師、助教授を経て、
- 1978年 同教授（広告論、マーケティング・コミュニケーション論専攻）。
慶應義塾大学商学部、芝浦工業大学大学院などの講師を歴任。
日本広告学会前会長、日本学術会議会員、日本商業学会・
日本広報学会・日本ダイレクト・マーケティング学会などの理事。
白川 忍賞（東京広告協会、2001年）受賞。