

## 広告は消費者の貴重な判断材料

経済産業省商務情報政策局 文化情報関連産業課長 広実 郁郎氏

本日ここに、日本広告審査機構設立30周年記念式典が盛大に開催されるに当たり、一言ごあいさつ申し上げます。

まず、日本広告審査機構が設立30周年を迎え、心からお祝い申し上げます。JAROの皆さまには社団法人としての設立以来、広告内容の審査を中心とする広告表現の適正化にご尽力されておりますことに対し、敬意を表したいと思います。

私は経済産業省商務情報政策局の文化情報関連産業課に所属し、広告業を担当しております。同課は経済産業省の現課でありますので、基本的には産業振興という観点から広告産業を担当しております。ただ、広告業と産業振興政策というのは実のところ、これまでそれほど緊密ではなかったと思います。広告というのは非常に自由な産業ですし、自由な競争の中で発展した産業だと思います。

私どもが扱っているいわゆるコンテンツビジネスも含めて、それらを私どもは「表現ビジネス」と呼んでいますが、表現のビジネスを活性化させる最大の要素は自由競争であります。自由に事業活動が行われることが重要ですが、自由であるがゆえに最も大事なことは、自ら自主的にルールを作りルールの中で適正かつ公正な競争をやっていくことであります。表現ビジネスを扱っている産業を見ると、そこには自主規制団体というものがあることが必ず存在しております。

そういう中であって日本広告審査機構というのは30年という長い歴史があり、多大な実績がありますので、その活動に対して心から敬意を表したいと思います。私個人としても業務を通じてJAROのことをよく耳にしますが、JAROは手続きの厳正さ、公正さ、透明性という点ではほかの機関と比べても際立った実績と評価があるということを認識しております。

ところで、広告産業というのは今、新しいステージに上がっていく必要があるのではないかと私どもは考えています。日本にとってコーポレートブランド、国のブランド、あるいは地域のブランドが最大の価値を持つような企業経営なり、国・地方の経営がこれまで以上に求められている状況にあります。そして、これを実現する最大の手段、ツールが広告であります。

特に、企業にとって広告は商品・サービスなどをアピールするマーケティング戦略上欠かせないものでありますが、同時にそれは消費者にとっても商品・サービスを選択する上で貴重な判断材料となるなど、その重要性はますます高まっております。そして、広告が消費者にアピールする手段としての有効性を発揮するためには、内容・表現が正確で偽りのない良質な広告が分かりやすい形で消費者に提供されることが不可欠です。

このような観点から、広告に携わる関係各位が自主的に広告の表現・内容について精査し、絶えずその適正化を推し進めていくJAROの活動は意義深いものがあります。

これから広告業がますます大きく発展していくとともに、広告業の健全な発展を支える原動力としてJAROの活動がますます信頼を勝ち、公正さ、厳正さ透明性で評価を高めていくことを祈念してごあいさつに代えたいと思います。(2004年6月2日、30周年記念式典から)

