

## 生徒原稿例

### 〔賛成〕側立場からの意見

私はやはり広告には商品自体を紹介する以上の価値をつけるべきだと思います。前回のスピーチの中に「過剰なる差異」がなければ他との差がつけられないという意見がありましたが、まったくその通りだと思います。

確かに広告とは本来対象の商品を紹介するためのものです。だから、商品について忠実に伝えなければならないという意見もあるでしょう。

しかし、そんなに大きな差のない二つの商品があった場合、これをいったいどのように紹介すればよいのでしょうか。たとえばペプシコーラとコカコーラです。「味の違いは何だ」と聞かれ、あなたは答えられますか。大半の人は答えられないでしょう。このことから、この二つにはそんなに大きな差はないのです。では、そんな大きな差のない二つの商品を宣伝しなくてはならない時、あなたならどうしますか。商品に含まれる成分をただ述べるだけの宣伝方法ではなく、商品が持つイメージを宣伝するのではないのでしょうか。どんなに良い商品でも買ってもらえなければ意味がありません。この買ってもらおうとする努力がイメージを重視した広告になり、その努力の差が「過剰なる差異」につながるのだと思います。

以上より、広告はただの広告ではなく、商品自体を紹介する以上の価値をつけるべきだと思います。

### 〔反対〕側立場からの意見

私は広告には商品自体を紹介する以上の価値をつけるべきではないと思います。

確かに、それ以上の価値をつけることによって、消費者はよりその商品に興味を示すかもしれません。しかし、純粋にその商品の情報を求めている人にとってはどうでしょうか。「過剰なる差異」を持つ広告の中には、企業名や商品の情報があまり表示されていないものもあります。そのような広告の中では、消費者は正しい情報を得られずに混乱する恐れがあります。

また、これらの広告は消費者の不満のもとになると思います。広告をもとに買ってみたが、実際の商品は広告されていたほどのものではなかった、という経験はありませんか。これは消費者の落胆、怒りとなり、売った企業にもマイナスイメージが生まれるデメリットがあります。

しかし、シンプルで商品のことを的確に表示した広告にすることで、消費者は過度な期待をせず、無駄な買い物を減らせます。これは企業にとっても広告費を抑えられ、その予算を商品開発に回すことにより、魅力的な商品を開発できるメリットにつながります。

よって私は広告には商品自体を紹介する以上の価値をつけるべきではないと思います。