



*iSMA seeks to capture and spread good practice in Social Marketing internationally. iSMA supports the translation of the global consensus definition of Social Marketing into as many languages as possible as part of this process of sharing best practice.*

#### **The Global Consensus Definition of Social Marketing:**

“Social Marketing seeks to develop and integrate marketing concepts with other approaches to influence behaviour that benefit individuals and communities for the greater social good. Social Marketing practice is guided by ethical principles. It seeks to integrate research, best practice, theory, audience and partnership insight, to inform the delivery of competition sensitive and segmented social change programmes that are effective, efficient, equitable, and sustainable.”

#### **Japanese translation:**

ソーシャルマーケティングは、マーケティングの概念を開発し、他のアプローチと統合して、より大きな社会利益のために個人やコミュニティに利益をもたらす行動に影響を与えることを目指しています。ソーシャルマーケティングの実践は倫理原則に基づいて行われます。研究、ベストプラクティス、理論、対象者およびパートナーシップの洞察を統合し、効果的、効率的、公平かつ持続可能な、競争に繊細で細分化された社会変革プログラムの実施に情報を提供することを目指しています。

**Acknowledgements:** Azri Sakaguchi, Clark Memorial International High School, Osaka Japan.