

「ニュース女子」#79 VTR 内容表

【10月6日(木)収録/MXテレビ 10月10日(月)・DHC ヴァ-10月14日(金)OA 予定】

トークテーマ②『電通にまつわる噂』

国内の広告市場のシェア 25%。広告業界では世界最大のおよそ 1 兆 5 千億円の年間売上高を誇る「電通」。そんな電通が先月、インターネット上の広告掲載をめぐり、不正な取引があったことを認めた。

対象は 111 社、総額は 2 億 3000 万円に達する。

ネット広告関係者の間では「業界に不透明な取引が横行していることが背景にある」と「氷山の一角」と言う声も。

また、今年5月には、東京五輪招致委員会が開催権を獲得するために 2 億数千万円の裏金をばらまいていたことが発覚。その中心的役割を果たしたのが「電通」ではないかという疑惑も・・・。

『広告界のガリバー』という異名を持つ「電通」。

そもそも「電通」は、いかにしてこれほどまでの成長を遂げたのか。

創業は 1901 年。日本広告社と日本電報通信社が 1907 年に合併し、通信と広告の兼営会社に。

その後、1947 年、第 4 代社長に吉田秀雄氏が就任。有名な「鬼十則」というスローガンの下、日本の広告市場の制覇を試みた。

また、吉田氏は満州や上海から引き上げてきた、旧軍人・満鉄関係者を大量に採用。吉田が「スカウト」した大物たちは次々と日本支配層の一線に復帰し政界・官界・財界・マスコミ界に大きなコネクションを築いていった。

そして戦後の高度成長期、テレビの登場で急成長を果たし、1974 年には広告取扱高世界 1 位に躍り出る。巨大化した背景にあるのが、一業種一社制の問題だ。

一業種一社制とは、1 つの業種の中で広告代理店は 1 つの企業からしか受注できないシステムのこと。

同業他社を同じ会社が受け持つと顧客企業の新製品の機密情報の保守など社会モラルを含むからだ。

海外のほとんどの先進国では、この制度が原則とされているが、日本では徹底されておらず、

電通が同業他社の広告をいくつも担当している状態。

巨額な広告費を背景に巨大化した「電通」。

業界での「1 強支配」は続き、長きにわたって政財界マスコミを牛耳っているとされているが・・・。

●VTR 降り質問⇒『電通』にまつわる噂って本当ですか？」