


## 陳 述 書

2017年 4月27日

会 計 検 査 院 御 中

審査請求人 黒教哲哉 

### 第1 はじめに

わたしは大学卒業後に不動産会社などの勤務を経て、1997年からフリーランス・ライターとして独立し、記事や単行本の執筆をするようになりました。これまでに、『経営の暴走』（リム出版新社）、『新聞があぶない』（花伝社）、『押し紙という新聞のタブー』（宝島新書）、『電磁波に苦しむ人々』（花伝社）など、12冊の単行本を出版しています。また、ゴーストライターとして70冊を超える単行本を代筆しています。

受賞歴・入賞歴としては、ノンフィクション朝日ジャーナル大賞「旅・異文化テーマ賞」（1994年）、週刊金曜日ルポ大賞「報告文学賞」（1977年）、JLNA（日本地方新聞協会）ブロンズ賞（1977年）があります。

この陳述書では、内閣府と博報堂の関係についてどのような調査をおこない、どのような疑惑が浮上しているかについて述べます。

### 第2 取材・調査を始めた経緯について

わたしは、新聞社や新聞ジャーナリズムを取材してきた関係で、定期的に政府広報についても検証作業を実施してきました。その具体的な方法のひとつに、情報公開請求によって、政府広報に関連した資料を入手し、それを検証する作業がありま

2016年8月、情報公開請求により、内閣府から政府広報に関連した約900枚の資料を入手しました。これらの資料は広告代理店が内閣府に対して送付した新聞広告の制作・掲載、テレビCMの制作・放送などに関する契約書と請求書でした。見積書についても情報公開請求しましたが、見積書は存在しないことが分かりました。

そこで、契約金額と請求額に整合性があるか、あるいは新聞広告の制作・掲載料やテレビCMの制作・放送料が適正かどうかなどを検証したところ、不正経理上の疑惑があるひと組みの契約書と請求書を発見しました。

それは「政府広報ブランドコンセプトに基づく個別広告テーマの広報実施業務等」と題するプロジェクトの契約書と請求書です。契約が締結されたのは、平成27年4月1日です。契約書がわたしの注意を引いたのは、契約額が約6700万円であるにもかかわらず、請求額の総計が新聞広告だけでも、20億円を超えていたからです（甲第1号証から甲第4号証）。

請求額が契約額を大きく上回っている事実について内閣府は次のように説明しました。

「契約額はこのプロジェクトを進めるための構想の費用（構想費）であって、PR業務そのものは、臨機応変に発注できる取り決めになっている。そのために、契約額として明記された約6700万円を大幅に超える請求となった。政府広告の出稿は、先が予測できないので、見積もりを取ってから発注していたのでは、タイミングを逸するので、このような方法を採用している。」

内閣府の説明を裏付けるかのように、確かに契約書に記された約6700万円の契約額の下に、次のような記述があります。

「・契約単価 別紙契約単価内訳表のとおり（消費税別）」

この記述を読む限り約6700万円の契約額の内訳のように思えますが、内閣府

の説明によると、内訳ではなく、たとえば新聞広告を出稿する場合であれば、あらかじめ記事1段あたりの価格（単価）を決めておき、出稿した広告のスペース（段数）に準じて請求額を決め、博報堂が請求書を発行する制度になっているというものです。新聞広告だけではなく、テレビCMについても、見積書を発行しないまま、テレビCMなどの制作・放送を発注できる制度になっているとのことです。

わたしは、見積書も作成せずに国家予算を支出するのは大きな問題があると考え、内閣府に具体的な発注方法を問いました。その結果、「口頭とメモ」で指示していると回答しました。国家予算が「口頭とメモ」だけ、つまり内閣府の裁量だけで支出されその結果、2015年度を例にすると、博報堂に対する新聞広告の発注だけで20億円を超えている事実は重大です。過信できません。

しかも、わたしが調査したところ、「政府広報ブランドコンセプトに基づく個別広告テーマの広報実施業務等」の下で、さまざまな疑惑が浮上しています。以下、疑惑の詳細を説明させていただきます。

### 第3 「構想費」の不正経理疑惑について

まず、契約額として明記されている「構想費」とは何かという疑問があります。

これについて、2015年度の構想費約6700万円を例に事実関係を明らかにします。

内閣府によると、構想費の内訳は契約書の仕様書「5. 業務内容」に明記されている作業内容であるとのことです。それによると、大半はアイデアの提供という漠然とした知的労働です。ただし、次の3点については仕事の「成果物」が実在する作品、または書面として発生します。

- ① 2件のユーチューブ動画（各30秒）
- ② 21本のニュースレター
- ③ フェイスブックとツイッターのコンテンツの制作

これらのうち①に要した費用は、わたしの推測になりますが、いくら高くても1

00万円です。②は50万円程度です。

③については、情報公開請求で「成果物」を請求したにもかかわらず、存在していないことが確認されました。

内閣府が開示に応じた「成果物」は①と②であり、③の扱いについては回答がなく、制作していない疑惑があります。それにもかかわらず、「構想費」から③に関する費用は差し引かれず、そのまま請求されています。

つまり、約6700万円の「構想費」の大半は、知的労働、たとえばアイディアの提示、アドバイスなどに使われたことになりませんが、常識はずれに高い価格であることは言うまでもありません。たとえば日当を10万円に設定して、1年を通じて休みなく仕事をしても、3650万円にしかありません。貴会計検査院にはこの構想費が何に使われたのかを詳しく調査していただきたいものです。

ちなみに構想費は、年度毎に次のようになっています。

2012年度：約3980万円

2013年度：約4640万円

2014年度：約6670万円

2015年度：約6700万円

知的労働の対価がこれだけ甚だしく高騰しているのは不自然です。

ちなみに元博報堂の社員で作家の本間龍氏は、「構想費」について、わたしの取材に答え、次のように証言しています。

「年間の広告戦略を立てるために代理店とスポンサーの広報担当が複数回のミーティングを持つことはよくあります。しかしそれらは大抵の場合、その後作られるCMやイベント費の中に『企画費』として含まれることが多く、単体の『構想費』として請求されることはありません。その企画費にしても、大規模な市場調査などでもしない限り、せいぜい高くても500万円程度止まりのはずです」

こうした国家予算の支出は、背任行為の疑惑を免れません。裏金になった疑惑もあります。

#### 第4 仕様書に則した仕事が履行されていない事実

改めていうまでもなく、政府の広報活動の民間への委託を含む公共事業は、契約書の内容に沿って行わなければなりません。ところが「政府広報ブランドコンセプトに基づく個別広告テーマの広報実施業務等」では契約書に添付された「仕様書」通りの制作が履行されていない部分が見受けられます。

たとえば、2015年度に例を引くと、契約書に添付された「仕様書」では、次のような仕様になっている箇所があります。

##### 「a 新聞記事下広告原稿

- ・モノクロ広告及び4色カラー広告
- ・サイズ及び制作回数

○ブランケット判：全15段×2回（内、1回は4色カラー広告）

全10段×2回（内、1回は4色カラー広告）」

しかし、「成果物」を調べたところ15段のカラー広告は一度も掲載されていません。また、10段広告は一度も掲載されていません。

このように契約内容が守られていません。

#### 第5 電通と博報堂の役割分担について

さらに、新聞広告を制作するに際しての役割分担にも、不可解な点があります。

通常、新聞広告の制作は、版下制作から版下の配信まで、ひとつの広告代理店が行います。もちろん分担することもあります。それはむしろ例外的なケースに限るというのが広告業界の通念になっています。

なぜ、版下制作から広告配信までを1社がトータルで担当するのかといえば、それは次のような事情によります。広告代理店は、新聞各社へ広告の版下を配信することで発生するマージンで大きな利益を得るからです。版下を制作しても、そこから高い利益を上げることができません。版下制作はITの進化でデザインの知識が少しあれば、だれでも制作できます。いくら高く見積もっても、100万円程度です。

こうした事情があり、広告代理店は版下よりも、むしろ広告を配信するマージンで大きな利益を得ます。ところが「政府広報ブランドコンセプトに基づく個別広告テーマの広報実施業務等」のプロジェクトでは、版下を電通が制作したケースが少なくとも7件あります。

たとえば2015年7月、全国71紙に「高齢者詐欺防止」の5段広告が掲載されたのですが、これは電通が版下を制作して、博報堂がそれを配信したケースです。博報堂が内閣府に請求した額は、約1億3200万円です。しかし、内閣府が電通に支払った版下制作費はまったく分かりません（甲第5号証の1、2）。

分からない理由は、電通が内閣府にあてた請求書の形式にあります。電通は、この広告の版下制作費と他の業務で生じた費用（テレビやラジオのCM、インターネット広告の制作等）を総まとめにして、トータルで請求しているからです。その額は約8800万円ですが、明細はまったく分かりません。

わたしは内閣府に対して、「政府広報ブランドコンセプトに基づく個別広告テーマの広報実施業務等」のプロジェクトで博報堂が配信した新聞広告のうち、電通が版下を制作したものを示したうえで、その制作費を開示するように情報公開請求を行いました。ところが、内閣府は、それを拒否しました。非開示としたのです。

常識的に考えて、電通が自社で制作した版下を無条件で博報堂に譲るはずがありません。

したがって、貴会計検査院には、電通による版下制作に支払われた国家予算の額を特定していただきたいと思います。正当な範囲の版下制作費は、100万円に満たないというのがわたしの見方です。それを超えていれば、不当に高い金額が電通

に支払われたこととなります。

## 第6 請求書の形式そのものが不可解であること

博報堂が発行した請求書そのものにも不可解な事実が多数確認できます。順を追って説明します。

a) 請求書がエクセルで作成されており、博報堂の正規のものではありません。博報堂が使っている正規のものは横書きです（甲第1号証から甲第4号証）。

これについては、博報堂の元社員であった本間龍氏もわたしの取材に答えて、「正規のものではない」と回答しています。

余談になりますが、防衛省などへの請求書も、「手作り」に近い奇妙なものが使われています（甲第6号証）。

b) 請求書に発行年月日が入っていません。なぜ、入っていないのかについては、次のような事情があると推測します。国家予算は次年度に繰り越しされない規則なので、別年度の余った資金を博報堂の支払いに割り当てる申し合わせがある。その際、取り決められた広告単価を基準にした価格を無視して、内閣府の裁量で支払い額を決めている可能性がある。

こうした支払い方法が、前述したように、広告価格の不自然な差異になっていると推測します。

c) 前記第5で述べたように、請求書に日付けが入っていないわけですから、請求書そのものが正規の会計システムの中で作成されたものではありません。正規の会計システムではインボイス・ナンバーを付番することで、見積書の発行から請求書の発行まで、資金の流れを管理しますが、博報堂の請求書には、そのインボイス・ナンバーすら付番されていません。つまり博報堂は、正規の会計システムとは、

まったく別の領域で会計処理している可能性があります。言葉を換えると、会計監査もシステム監査も受けていない可能性があるのです。そうであれば、当然、裏金づくりの疑惑があります。さらにこうして得た「収入」を申告していなければ脱税になります。正常な商取引の下では、インボイス・ナンバーをあえて付番しない合理的な理由は存在しません。

以上が、「政府広報ブランドコンセプトに基づく個別広告テーマの広報実施業務等」に対して、わたしが抱いている疑問点です。

## 第7 天下りの実態について

次に、内閣府と博報堂の関係に言及します。あまり知られていませんが、博報堂への「天下り」は、1975年ごろから始まっています。その典型的な例は、1975年に国税庁長官の近藤道生氏が退官後、博報堂の社長に就任したことです。

博報堂への「天下り」もこの時期から始まっています。次の人々です。出典は、『現代の眼』（1975年7月）です（甲第7号証）。

- ・ 松本良佑（副社長）：元警察大学教頭
- ・ 佐藤彰博（公共本部長）：内閣審議官室審議官兼総理府広報室参事官
- ・ 千島克弥（顧問）：総理府広報室参事官
- ・ 池田喜四郎（公共本部次長）：内閣総理大臣官房副長官秘書
- ・ 毛利光雄（社長秘書）：警視庁総監秘書
- ・ 町田欣一（特別本部 CR 担当）：警視庁科学検査部文書鑑定課長

内閣府と警察関係者が多い事実があります。現在、博報堂へ天下っているのは次の人々です（甲第8号証）。



- ・ 阪本和道（審議官） [博報堂顧問]
- ・ 田幸大輔（広報室参事官補佐・広報戦略推進官） [博報堂顧問]
- ・ 松田昇（最高検刑事部長） [博報堂DY ホールディングスの取締役]
- ・ 前川信一（大阪府警察学校長） [博報堂顧問]
- ・ 蛭田正則（警視庁地域部長） [博報堂DY ホールディングスの顧問 ]

現在でも、天下り者は、内閣府と警察関係者で占められています。その理由は、わたしの推測になりますが、国策プロパガンダの推進体制の維持だと推測します。事実、博報堂DY パートナーズ（博報堂の持株会社）の大株主である博報堂財団には、右翼の関係者が評議員として参加しています。たとえば右翼団体・日本弘道会の鈴木薫会長や、中山恭子参議院議員らです（甲第9号証）。

## 第8 郵政事件と博報堂について

博報堂による犯罪的な行為が表沙汰になったのは、日本郵政公社が民営化される時期、2007年ごろからです。日本郵政公社は、2007年に4社に分社化されたわけですが、この時期に博報堂がこれら4社に対するPR業務を独占する権利を獲得しました。その結果、年間で200億円規模の事業が博報堂へ発注されるようになりました。博報堂が日本郵政の関係者に対する接待攻勢をかけて、PRの仕事を独占するようになったのです。

総務省もこの事件を問題視して、独自に調査したうえで、報告書を作成しております。その中に博報堂への発注の実態について、次のように述べています。

「博報堂には民営化後の平成19年度の同グループの広告宣伝費約192億円（公社から承継された契約に係る部分を含む）のうち約154億円（全体の約80%）が、平成20年度の同247億円のうち約223億円（同約90%）が各支払われている」（『日本郵政ガバナンス問題調査専門委員会報告書の「別添」・検証総括報告書』、20

10年) (甲第10号証)

その後も、博報堂は障害者郵便制度悪用事件を起こしています。2009年に大阪地方検察庁特別捜査部が、摘発した事件で障害者向けの割引制度を一般企業のダイレクトメールに使用していたことを摘発した事件です。この違法行為を承知の上で営業活動を展開していたのが博報堂(厳密には博報堂エルグ)です。

## 第9 総務省と文科省のケースについて

さらに、内閣府とは別の省庁においても、博報堂に発注した業務には不自然な国家予算の支出が観察できます。たとえば2015年度には、文部科学省が博報堂に対して海外留学促進のプログラムで、ウェブサイトの制作を2100万円で発注しました(甲第11号証)。

わたしはこの業務の成果物を情報公開開示したところ、制作したウェブサイトはごく通常のもので、ページ数も9ページしかないことが分かりました。しかも、前年の2014年度にも、博報堂に対して1500万円でウェブサイトを発注していたことも分かりました(甲第12号証)。

さらに、もうひとつ不正の典型的な例を紹介します。それは総務省が発注した国勢調査に連動したPRのプロジェクトに関するものです。結論を先に言いますと、総務省が博報堂に対して2015年に発注した「平成27年国勢調査の広報に関する総合企画」が、契約書で定められた仕様に則して履行されていません。仕様書によると、延べ25件の告知(新聞広告)を行う契約になっていますが、そのうちの13件が「間引き」され、12件しか掲載されていません。

契約書によると、博報堂は中央紙5紙(朝日、読売、毎日、産経、日経)にそれぞれ次に示す5つのステージで、述べ25件の新聞広告を掲載することになっています。( )内のナンバーは、契約書に付されたナンバーです。

- (2) 調査関係書類配布の告知機関（平成27年9月1日から30日まで）
- (3) インターネット回答実施の告知機関（平成27年9月1日から16日まで）
- (4) インターネット未回答者の回答促進機関（平成27年9月17日から20日まで）
- (5) 回答促進期間（平成27年10月1日から7日まで）
- (6) 未回答者の回答推進機関（平成27年10月8日から20日まで）（甲13）

上記の（2）から（6）の各ステージに連動して告知を行い、国民に調査への協力をよびかけるのが、このプロジェクトの目的でした。

掲載時期と掲載新聞について、契約書の「仕様書」は次のように指示しています。

「上記「7（2）～（6）の各時期に全国紙5紙の朝刊に掲載すること。」（甲第14号証）

わたしは、国会図書館にある全国紙5紙の縮刷版を使って、実際に（2）から（6）の各ステージで、国勢調査の広告が掲載されているか否かを調査しました。その結果、契約どおりに掲載されていないことが分かりました。延べ12回しか掲載されていませんでした。13回が欠落していました。

そこで博報堂に事実関係を確認したところ、延べ12回しか掲載していないことを認めました（甲第15号証）。しかし、料金はそのまま契約書の額が請求されています。

## 第10 最後に

今回、貴会計検査院にお願いしたいのは、内閣府の経理に関する調査ですが、日本郵政など民間企業のレベルは言うまでもなく、省庁においても博報堂が様々な疑惑事件を起こしている事実を踏まえたとき、内閣府のケースは偶発的に起こったも

のとは思えません。

国家予算の支出は厳格であるべきです。そこで不正が行われている可能性がある場合は、詳しく調査して、不正があれば刑事告訴など厳しい対処を行うべきです。そのためにも貴会計検査院に綿密な調査をした上で、内閣府に対して是正を図るよう通知するようお願いいたします。

以上