

五輪招致 不正疑惑で名前 電通

昨日のレポートで「電通」を話題にした。表題の中日新聞 5月20日朝刊「特報」を思い出したので紹介したい。リードから—2020年東京五輪招致の不正疑惑で、広告代理店最大手「電通」の名前が取り沙汰されている。電通側は疑惑を全面否定するものの、マーケティング専任代理店としての説明責任は十分に果たされているのか。日本社会の世論形成に大きな影響を及ぼしている割には、その仕事内容は知られていない。電通の実力を探った。



電通は1901年、日本広告株式会社として設立され、直後に電報通信社を併設。電報通信社は06年、日本電報通信社に改組し、07年に日本広告を合併した。草創期は、新聞社にニュースを配信する通信社の機能もあった。ところが36年、国の報道統制で通信社部門が切り離される。同じ通信社の新聞連合社との併合で生まれた同盟通信社は共同通信社、時事通信社の源流だ。

広告代理店専業となった電通は戦後、民間ラジオ局やテレビ局の登場で活動の場を広げていく。60～70年代の高度経済成長期に業績が拡大。業界第2位の広告代理店博報堂と合わせて「電博」2強時代を迎えた。それが今や「電通1強」ともいえる状況だ。就職支援会社ホールハートによると、昨年の売上高は電通の1兆5351億円に対し、博報堂は6587億円。2倍以上の開きがある。

作家の本間龍氏によると、五輪が商業化の色彩を強くした84年のロスアンゼルス大会以降、電通は世界的なスポーツイベントとの関わりを深めていく。IOCや国際サッカー連盟(FIFA)、国際陸連などと「太いパイプ」を築き、スポンサー集めによるマージンや日本向け放映権の販売収入で巨額の利益を得てきた。電通の社員は昨年末時点で約7200人だが、連結従業員は世界で約4万7千人。各国で広告会社を買収してきたからだ。「日本代表選手をCM起用する際の窓口もほぼ電通で、JOCとの絆も強い。同業他社が入る余地はほとんどなく、電通は五輪やW杯で大きなビジネスチャンスにあずかっている」(本間氏)

不正疑惑の解明は始まったばかりだ。本間氏は「JOCの竹田会長は『電通側がいいと言っているから金を出した』と言っているようなものだ。JOCが頼り切ってしまうほど、電通の力は強くなりすぎている」と懸念し、こう指摘した。「招致委から照会があったとき、どのような資料を基に何を根拠としてコンサルタント会社の実績を評価したのか、説明する責任がある。これだけ強い力を持つようになった以上、当然のことだ」

(2016年6月6日)