

電通を報じないテレビと新聞

写真は「電通ウェブサイト」から。東京五輪招致「疑惑」をめぐり、電通は説明責任がある。アクセスしてみると、事業内容やグローバルネットワークなどの実態を知ることができた。とにかく巨大な組織のようだ。

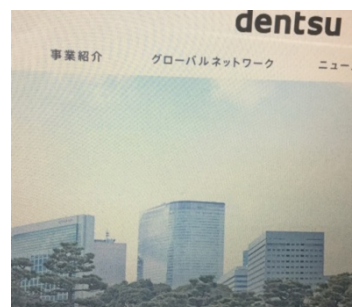
表題は『世界』7月号「メディア批評」である。ジャーナリスト神保太郎さんらしい鋭い批評であり、新聞と電通など抜粋して紹介したい。

日本の大手メディアは東京五輪招致「疑惑」をなぜ記事にできないのか。第1は「スポーツムラ」に組み込まれた取材構造。第2はオリンピック礼賛の報道姿勢。第3が電通というタブー。「スポーツムラ」は競技団体から政治家、メディアまで、スポーツを軸とする利益共同体だ。三つは相互に重なり合い報道を歪めている。ここでは、第2、第3の理由を取り上げたい。

大手メディアは招致委員会に組み込まれている。開催が決まる前、五輪を誘致することに懐疑的な論調もあった。ところがブエノスアイレスで決まった途端、空気は一変する。翼賛的と思えるほど「五輪礼賛」が広がった。政権は、震災・原発事故という「暗い話」をかき消す「明るい話題」として意識的に東京五輪を取り上げた。その戦略にメディアは乗った。ビジネスに便乗しようという欲も芽生えた。放送局は五輪の枠をどれだけ取れるかが最大の関心事だ。新聞社もイベントの協賛企業になることで五輪を宣伝に使いたい。朝日、毎日、読売、日経の4紙は東京五輪のオフィシャルスポンサーとして60億円をJOCに払っている。

こうした戦略の裏にいるのが電通である。電通は安倍政権のマスコミ対策に関与している、といわれる。傍流とされていた電通スポーツ局は国際大会のビジネスで存在感を高め、この分野で突出した存在になっている。成功のきっかけは1984年、民営五輪が始まったロサンゼルス大会だった。

経営が厳しい新聞4社が東京五輪のオフィシャルスポンサーになった裏には電通の要請があったという。1社15億円は決して安くないが「その分の広告料を電通が探してくれる」ともいわれている。兆円規模の広告を新聞に斡旋する電通にとって60億円の穴埋めはたやすいことだ。大手新聞は広告集めを電通に任せきりにしてきた。その横着ぶりが不況になるほど電通の影響力を大きくする結果となった。大手メディアに使われてきた電通は今やメディアを超えた情報産業となった。



(2016年6月21日)