＜メディアの広告依存率は高い＞

新聞
全収入の３～４割が広告

雑誌
全収入の６～７割が広告

TBS　日テレ
テレビ・ラジオ
全収入の７割以上が広告
TV TOKYO　tv asahi

インターネット
全収入の８割以上が広告

＜メディアは広告費に依存している＞

①あらゆるメディアは「広告収入」に
依存している
②広告費が巨額になると、メディアの編集方針や
記事内容にまで影響を及ぼす（例：原発広告）
③現在は、巨大広告主がメディアを
実質的に制御する構造になっている

「経団連に働きかけ、マスコミ懲らしめを」
自民党勉強会（2015年6月26日朝日新聞）

自民党若手議員が立ち上げた勉強会「文化芸術懇話会」
（代表＝木原稔・党青年局長）の初会合が２５日、自民党本部で
あった。出席議員からは、広告を出す企業やテレビ番組のスポンサーに働きかけて、
メディア規制をすべきだとの声が上がった。
出席者によると、議員からは「マスコミを懲らしめるには広告料収入がなくなるのが一番。
経団連に働きかけて欲しい」「悪影響を与えている番組を発表し、
そのスポンサーを列挙すればいい」など、
政権に批判的な報道を規制すべきだという意見が出た。

「広告とメディア」の核心を突く問題発言

では、そのメディアをコントロールしているのは誰か？

メディアを統制できるのは、巨大広告代理店（電通・博報堂）のみ

メディアの仕組みに精通している
全てのメディアに対し優位な地位にある
メディアの弱点を熟知し、それを突くことが出来る

広告代理店の業務とは？

広告（TV・ラジオ・新聞・雑誌・インターネット・市販等）制作
広告枠の確保
クライアントブランドイメージ戦略の構築（マーケティング、ブランディング）
イベント立案・実施（オリンピック・ワールドカップ等）
クライアントの情報・危機管理