



# 広告を

# 裏読み

する

本間 龍

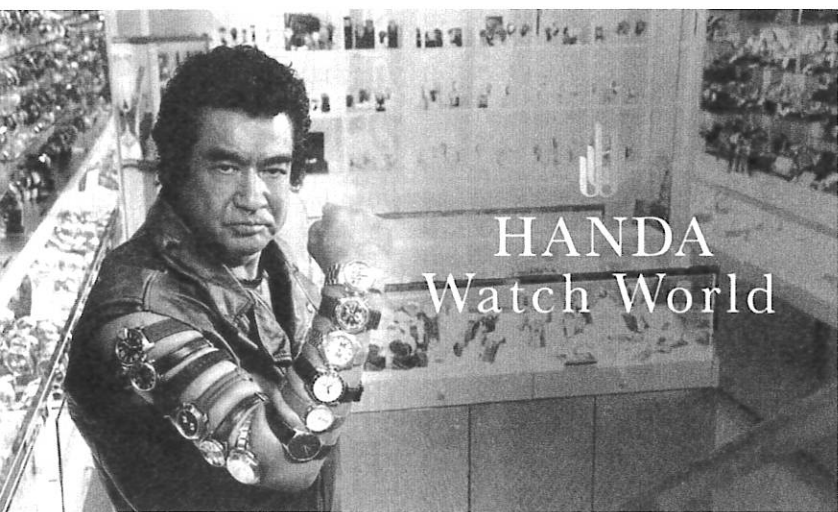
02

## 宗教関連企業のCMは是か

資金力があり、信者の獲得のためにいくらかでも広告を流したい宗教法人は、テレビ局にとって魅力的なスポンサーだが、CMを放映しても、何か問題があれば、信者獲得に手を貸した」と非難される恐れがある。「大きな宗教団体はカネ払いもいいからCMは欲しいが、万一何か事件があれば、信者集めに加担したと真っ先に叩かれるので、怖くて受注できない」(キー局関係者)と語る。

広告業界には様々なタブーがあるが、スポンサーとして扱いが非常に難しいのは宗教だろう。信教の自由という建前でその広告展開に安易に手を貸すと、事件や訴訟沙汰の場合にとばっちりを受けやすいからだ。そうした中で、宗教関連の広告に対しては、大手メディアの中でも特にキー局はナーバスである。やはりあのオウム真理教事件が巨大なトラウマとして立ちほだかるのだから。

開催告知広告を出稿して注目を集めた。全国紙は昨年深見氏に関連するおびただしい量の広告を掲載している。ローカル紙のみならず大手紙までが宗教法人関連企業の広告を大量に掲載しているのは驚くが、中でも日経新聞の傾倒ぶりは顕著なようだ。かつて同社のクロスメディア営業局長だった人物は、企業関係者との会食の席で深見氏の広告について茶化された際に色をなして怒り、大声で「深見さんは良い人なんですよ！」と言い放ち、座を白けさせた」(大手商社関係者という。定価で全五段や七段広告を打ってくれる深見氏の関連企業は日経にとってドル箱なのだろうが、掲載料に目がくらみ、バランスを欠いている様子がみてとれる。その深見氏関連の広告の多くには、自身の顔写真がデカデカと載



企業CMの顔をしながら、じわりと放送局を侵食している

て有名な俳優の藤岡弘、氏を起用し、駄洒落をいながら「ハンダウォッチワールド!」と大声で連呼する藤岡氏特有の暑苦しさが横溢したCMで、一度見たら嫌でも目に焼き付く内容である。そのCMが、関東・関西・中部を含む四十以上のテレビ局で流れていたのだ。

実はこの「ハンダ」という名前と藤岡氏を同時に見ると、業界の人間ならば、すぐに「ある人物」が思い浮かぶ。それは宗教家、実業家として有名な深見東州氏だ。「ハンダウォッチワールド」は、深見氏が別名の半田晴久名義で経営する会社の事業なのだ。

### テレビ東京が「陥落」

深見氏は神道系宗教団体「ワールドメイト」の教祖であると同時に、主に彼の著作を発売する「たちばな出版」、進学塾の「みすず学苑」などを半田晴久の名前で運営している。一九九五年からワールドメイトという名称を使ってい

るといふ際立った特徴がある。藤岡氏はその顔立ちが深見氏によく似ているとして以前から有名で、CMでは深見氏の「分身」として登場しているようにも見える。調べてみて驚いたのは、この「ハンダウォッチワールド」のCMが、かなり広範囲に流れていたこと、しかもその中に、キー局であるテレビ東京も含まれていたことだ。

昨年十一月末から十二月にかけて東北六県のほぼすべてのローカル局で放映され、関西でも毎日放送、関西テレビ、テレビ大阪、さらに東海、長野、山梨、静岡、岡山、香川でも放映していた。だが「ハンダウォッチワールド」の店舗は東京の西荻(休業中)と吉祥寺、名古屋、大阪の心斎橋、仙台の五つしかない。にもかかわらず、商圏外の青森や秋田、静岡や岡山でもCMを打っているのだ。こうなると、この広範囲な広告展開は、ワールドメイトの新たな信者集めの実験ではとの疑問がわいてくる。そもそも宗教団体の教祖が経営する企業のCMを放送して、問題はないのか。いくつかのローカル局に問い合わせたが、いずれも回答はなかった。

では唯一のキー局であるテレビ東京はどうか。「ワールドメイトとは関係なく、あくまで時計販売店としてCMを受理している」(同局審査関係者)とのことであった。同社は半田氏が始めたゴルフの「ハンダマッチプレー」を中継したこともあり、「たちばな出版」もあくまで一出版社としてCMを受理しているという。つまりこれまでCMを受けているのだ。「日経の体質をそのまま映し出しているのがテレ東」(民放関係者)という声もある。

### 民放連の基準に抵触の可能性

一方、他のキー局はどうか。「広告代理店から何度も打診はあるが謝絶している状況。半田氏の名前が連呼されるこの内容では一層無理」(キー局関係者)という。カネは欲しいが何とか踏みとどまっている、という印象だ。

だが、彼の名前を連呼する今回のこのCMは、日本民間放送連盟の放送基準百十五条の「個人的な売名を目的としたような広告は取り扱わない」に抵触する可能性が高いのではないかと。そして何よりも、そうしたグレーゾーンにあるCMを四十局以上が流したことは、宗教団体に対するテレビ局の警戒感がかなり低下しているのでは、と危惧される。

広告料収入の漸減が続く新聞やテレビなど旧来メディアに、新興宗教の影がひたひたと、着実に伸びてきている。