



新浪氏の圧力に抗しきれぬか(左から井ノ原、東山、藤島ジュリー氏)

# 大企業「思考力」の差

# 独善「サントリー」思慮深い「P&G」 ジャニーーズ騒動で見えた

特集

「グローバル企業だから仕方ない」  
 「性加害が許されないのは世界的潮流」  
 大企業が雪崩を打って「ジャニーズ切り」に走る背景について、多くの人は「何となく」そう理解しているのではなからうか。当の大企業も、そうした理由を掲げるだけで熟考を重ねることなく、広告契約の打ち切りを安易に決定しているように思える。そんな中で注目しているのは、紛れもないグローバル企業であ

芸能界で無敵を誇った「不沈空母」、ジャニーズ事務所が大企業からの猛攻撃に遭っている。広告契約中止の動きを煽るのは、サントリーの新浪剛史社長(64)。一方、やはりグローバル企業であるP&Gは契約継続を表明。対応の違いから見える、「思考力」の差――。

「P&Gジャパン」が契約の継続を表明していること。同社は洗濯用洗剤のCMに生田斗真や「Sexy Zone」の菊池風磨を起用している。

朝日新聞の取材に応じた同社のヴァイリアム・トルスカ社長は、

「責任ある広告主でありたいと考えています。我が社には非常に高い倫理基準があり、サプライチェーンに関わる全員に同じ倫理基準を持つてほしい」と語っている。ジャニー



P&amp;G HPより

ズタレントの起用は企業としてリスクにならないか、との問いには、「リスクにはなりえるかもしれない。でも、こうした問題が日本の企業でも二度と起こらないように、意味のある、インパクトの残る行動をしたいと考えています」

あの記者会見の内容に納得したわけではないが、起用継続を表明した上で、再発防止に向けた詳細な計画を提出するようジャーニーズ事務所に求める——。他社の動向を見て右に倣えて契約打ち切りを決定する、わが国の「自称」グローバル企業とは大違いの「思慮深い」対応とはいえないか。「自社だけではなく、取引先に対してもコンプライアンスの責任が生じるという考え方が世界の趨勢です。」

その考えに基づく、ジャーニーズ事務所と取引を続けるのか、終了するのか、というのは本質的な問題ではありません」

そう語るのは桜美林大学ビジネスマネジメント学群准教授の西山守氏である。「取引企業としての責任を果たしているか否か、とい

## 大企業の「思考停止」

P & Gに比べると、ほとんどの大企業は「思考停止」に陥っていると言わざるを得ないだろう。

東京海上日動火災保険、日本航空、キリンHD、アサヒGHD……ドミノ倒しのように広告契約打ち切りの流れが加速する中、ジャーニーズ事務所は、「今後1年間、所属タレントの広告出演と番組出演などで得た出演料については全てタレント本人に支払い、芸能プロダクションとしての報酬を受け取らない」との考えを表明した。「事務所とタレントの契約

う点は何より大事なのです。P & Gは、付き合いはするけど取引先として厳しくコンプライアンスは求めている、という立場。これは、契約打ち切りで終了とする企業の態度と比べて、取引先としての責任をしっかりと果たそうとしているように見えます」

では、収入は一旦事務所に入り、タレントの活動にかかっていた経費が控除された上で、その残額の4〜7割などがタレントに入るのが一般的です」

エンターテインメント業界に詳しい「骨董通り法律事務所」代表の福井健策弁護士はそう説明する。

「今回のジャーニーズ事務所の発表が、実際に事務所側でかかった経費の控除もなく、入ってきた金額の100%をタレントに支払うという意味だとすると、かなり思い切った申し出ではあると思います」

また、元ジャーニーズJr.の平本淳也氏が代表を務める「ジャーニーズ性加害問題当事者の会」は、

「当面の間、スポンサー企業がジャーニーズ事務所との取引を直ちに停止することを希望しない」

とする要請書を発表。

こうした動きがあるにもかかわらず、企業の「ジャーニーズ離れ」は進むばかりである。その背景には、経済界の大物による「扇動」も影響しているのかもしれない。すでに広告契約の見直しを決めているサントリHDの新浪剛史社長。経済同友会の代表幹事としての記者会見ではこう述べた。「企業としては断固として毅然たる態度を示さないといけない事象だ。(ジャーニーズ)事務所はタレントを起用することは児童虐待を企業が認めることで、国際的には非難的になる」

もあり得るのか、と聞かれ、「そういうオプション(選択肢)もあり得ると思う」と答えている。

先述したP & Gの「大人の対応」と比べると、何とも強硬なのである。独善的にも受け取られかねない、かような言動は「やってみなはれ」で知られるサントリの企業イメージにそぐわない気もするが、大丈夫だろうか。

「ジャーニーズと距離を置いて人権を標榜しておけば正義の側に立てる。契約見直しを発表した企業の多くは、やはり思考停止の状態で、世間の流れに乗っかっているだけのように映ります」と、指摘するのは「ジャーニーズは努力が9割」(新潮新書)の著者、霜田明寛氏である。「そういう流れの中で出てきたサントリの新浪社長が発言の恐ろしいところは、サントリの社長としてだけではなく、経済同友会の代表幹事としても発信しているところです。自社だけ

ではなく、経済界全体としてそういう方向に持つていくように怖さを抱きます」

タレントへの「いじめ」

のような騒動もすでに起こっている。ジャニーズ事務所との広告契約を継続しない方針を示したモスバーガーの一部の店舗で、「Snow

Man」のポスターの顔の部分がシールなどで隠されていることが発覚。モスフードサービスが謝罪に追い込まれたのだ。

「いじめのような形でタレ

一連の騒動の影響は、広告契約だけではなく、具体的なテレビ番組への出演にまで及び始めている。「花王」1社提供のTBS系バラエティ番組「A-Studio+」にゲストとして出る予定だった「Sexy Zone」の中島健人の出演がキャンセルとなった。「この件では、正義の側に立とうとしつつ、悪役には

# 典型的なグルーミング

ントさんが叩かれるのは本当にお門違いなので止めていただきたいです」

そう訴えるのは元ジャニーズJr.で、「当事者の会」とは別に活動している、俳優・ダンサーの橋田康氏。

「ジャニー（喜多川）さんという性加害をした社長がいたからという理由でタレントが否定されるのはおかしいし、ジャニーさん本人はもういないわけです。ジャニーズ事務所やタレントを排除したところで何の解決にもなりません」

側にととうとしながら、リスクは小さくしたいという姿勢が見え見えます」

一方、ジャニーズ事務所との関係は断ちつつ、これまでのCMのイメージは継続したい、との思いからか、禁じ手、を検討する企業も。櫻井翔をテレビCMなどに起用しているアフラック生命保険は、「タレント個人との契約に変更」することも検討しているという。

「タレントと直接取引するというのは、結局、自社とタレントの関係を維持した

だけであり、ジャニーズ事務所に対して果たすべき責任の部分がおろそかにな

っているように見えます。また、これを実行すると各所に悪影響を及ぼします。タレントのことを考えているように見せかけた、パフオーマンスに過ぎないように見えます（先の西山氏）

結局、いずれの企業も自社の利益を守るために「人権」を標榜しているだけ。そもそもの発端である、ジャニー喜多川氏の性加害問

題の本質をどこまで理解しているのかも、甚だ怪しい。繰り返し本誌が指摘している通り、ジャニーズ事務所

の根幹をなすのは、ジャニー氏の少年愛である。全てはそこから始まり、数多のアイドルグループが生み出された。その異常な性癖と功績は、「裏と表」で切り離せない。また、ジャニー氏の行為は、

「典型的なグルーミングであると思います」

と、臨床心理学、犯罪心理学が専門の筑波大学教授・原田隆之氏は指摘する。

「性的な目的があつて、家に泊まりに来させたり、食事をごちそうすることなどで距離をつめ、段階的に手なずけるのがグルーミングの口口です。君だけは特別だ」と言ったり、性器ではない部分を触ったりするところから始まるため、この段階では性加害を受けているとは思わず、むしろ特別扱いをされて嬉しく思うわけです」

実際、「当事者の会」代表

の平本氏（前出）は、

「グルーミングという言い方をすればそうなのかもしれない。ジャニーさんはYOUどんなスターになりたい？」などと言えれば少年たちが性的なことを受け入れるだろうというのを分かっているし、夢見た舞台に立てるとなれば、多くの人は受け入れてしまう。が、今実際にスターになつてい

る人たちは、過去にそういうことがあつた、なんてことは言えるわけがない」

精神科医で「性犯罪加害者の処遇制度を考える会」代表理事の福井裕輝氏の話

「企業間の取引が見直される中で、グルーミングの被害者とも考えられるタレントさんの活躍の場が減らされるのは、どうなんだろうという感じはします。新興宗教で組織的に洗脳されていた信者に被害者の面があるのと、構造的には似ていると思います」

新浪サン、今回の問題にこうした側面があること、知っていましたか？

「最初に報じられた時、花王側は、出演者は放送局側に制作権があり、意見できる立場にない」としていたのに、スポーツ紙の報道では、TBSの関係者の談話として、スポンサーの意向」となっていた。正義の