

管理職よ、部下の人格を尊重せよ。

大手広告代理店『電通』の新社員が過労自殺したことを契機として、長時間残業が話題になっている。実は小生はその電通のOBである。確かに厳しい上司も多かったが、社風全体はマスコミ、特にNHKが報道しているほどの過重労働ではない。NHKでは電通社員のインタビューの中で、社員の過酷な労働に対して苦痛を唱えている社員の声ばかりを多く取り上げているように見える。だが、少なくとも小生が在職した15年前は、厳しさ半分、自分の裁量に任される部分が半分、要するにいろいろなルールを守りながら『うまくやれ!』というのが大方の方針であった。だから昼休みを2時間以上も取ることもあったが、カップラーメンをかき込むこともあった。ただ今回の女性新入社員に関して言えば、まず直属の上司があまりにも無能すぎたことと、マスコミ各社からの報道から類推すると、その言動の中に、一人の人間としてそこまで言うのは、如何なものかと言うような言葉も含まれていたように思う。「お前の残業時間が無駄な給料だった」というような発言は、**新入社員に対して言うべき言葉ではないだろう**。新入社員の立場で、電通のしかもITの分野の仕事で、スンなり行くわけがない。広告代理店の仕事は幅が広く杓子定規で行くようなものではないという大前提がある。たとえばクリエイティブ部門。ヒットするコマーシャルが早々簡単に出来るわけがない。いい作品でも、露出回数が少なければ、話題にもならないことも多いし、素晴らしい作品でも得意先との阿吽の呼吸がなければお蔵入りすることも少なくない。そこには得意先の担当者とクリエイターとの間の信頼関係が必要であるし、得意先とクリエイターの仲介者たる営業担当の才覚も大いに関りがある。ところが**ITの世界ではどの広告案を採用するかは、通常のコンペとは異なり『入札』なのである**。このコンペに携わるものは常に自問自答の連続となり、結論すら出せずに、締め切りを迎える状況に陥ることもまた確かであろう。

★ ★ ★ ★ ★

ここに助け舟を出すのが上司であり、管理職である。ところがITは歴史も浅く管理職といえども素人が多い。むしろこの分野は若者の方が精通していることも少なくない。そんな自分の知識の乏しさを部下に押し付ける傾向もあったのではあるまいかと、かんぐらざるを得ない。聞くところによるとこの上司は途中入社で他代理店からの採用であったという。上司も部下も電通の伝統に馴染んでおらず、適切なアドバイスを与えることが出来なかったのだろう。しかも彼女は私生活の面でも友人関係等が彼女の華やかな経歴とは裏腹にうまく行っていなかったようで、**期待に満たされていたクリスマスの夜、かなり残酷な仕打ちを受けたらしく、これが最終的には彼女の自殺の引き金になっただろう**。管理職はこうした仕事の上では見えない側面までも観察し、ときには適切なアドバイスを与えなければならない負担がある。しかし

この事件は電通でのキャリアが乏しい組み合わせが不幸に繋がったように見える。

とはいえどんなオリエンテーションがあり、どんな作業がなされていたかも分からず、とやかく言うのも憚れる話ではあるが、さらに悪いことにはIT作業は利益が少ない。にもかかわらず総合代理店を標榜する電通としてはこの部門だけ、通過することは許されなかったのだろう。しかし100時間の残業が続くということは尋常ではない。どんな任務を彼女が背負っていたかについて、今後の裁判の中で、明らかにされるべきと思われていたが、彼女の自殺が必ずしも過労によるうつ病の発症のみではないことが判明し、あっさり示談が成立してしまった。しかし彼女の死はご家族にとっても、また電通にとっても、彼女の周辺の友人にとっても、残念極まりない事件であったことに変わりない。

★ ★ ★ ★ ★

しかし電通に時間外が多いのは他社とは異なった企業体だからである。たとえば得意先がある新製品の発売を企画していたこととすると、電通は時としてこの商品のパッケージから、ネーミング、さらには販売用の様々な店頭での宣伝ツール、そしてテレビや新聞さらには雑誌やラジオのCMまでも担当することも多い。この期間は長いときには1年以上に及ぶこともある。もちろんそこには制作物を担当するクリエイティブ部門や、市場の調査等を行うマーケティング部門、各媒体のスペースやスポット枠を確保する人間など総勢10人程度の担当者が着く。これらはお役所とは異なり縦割りの中で行われることは絶対がない。営業が中心になって、そのつど横割りのチームが結成され、クルマや食品、薬品などの新製品発売においては、10人を超えるスタッフ構成になることも少なくない。とかくお役所の縦割り行政が様々な矛盾から大失態をやりかねない状況にかんがみて、広告業界が編み出した独自の手法なのだろう。そしてこんな状態がスタートすると、今度は週刊誌社や地方新聞社の方から広告掲載を要望してくることも多い。特に新聞社などは昔から記事にしる広告にしる、他社に抜かれて掲載されることを極端に嫌がるからである。たとえばある雑誌社が「何とかうちの雑誌にも4色1ページの広告を入れてくださいよ。割安にしておきますから。」ということになるわけである。ところが特に週刊誌のようにホチキスで真ん中をとめてある雑誌だと、広告の掲載場所が表紙や背表紙に近い場所と、真ん中あたりの場所とでは、その雑誌の厚みの分、1cmほど左右のサイズが異なってくる。隅の方に文字や写真の重要な部分が入っていない場合はいいが、この1cm内に文字が入っていると、これは裁断されてしまう。この精密なサイズを確認して制作部門に制作の手配をするのは営業の仕事である。どんなに値段が安くても、文字や写真が切れていては得意先に請求は出来ない。こんな手作り作業が広告業の基本である。さすがに今ではデジタル化され、多少とも楽になっていると思われるが、そんなトラブルが昔はつき物だった。その上こうした原稿制作が業界紙などであると、得意先から原稿制作の依頼が飛び込んでくることも少なくない。そしてこのキャンペーンの

すべてが滞りなく完了して『ナンボ』の世界が広告業界なのである。

★ ★ ★ ★ ★

したがって昨日今日、担当が一人増えたとしても、それは余程の優秀なベテランでなければ役に立たない。そんなベテランをどこのセクションだって他へ応援に出すほど代理店はこのんきな企業ではない。新人を何人か増やせば解決できるというふうにも行かないのである。その上そのキャンペーンが終わると嵐が去ったような静けさにもどる。担当者は上司から「暇だったら映画でも見て来いよ。」とまで言われるのである。従って繁忙期は100時間を越える残業も珍しくない。このところをわきまえた上司は、「当月の残業は三六協定以内にしておいて、そこから溢れた部分は手帳に記しておいて、暇な月になったらその分を『空』でつけておけ。」とまで言うのである。従っていわゆる『サービス残業』などなかった。モーターショーや国を挙げて行う博覧会のようなイベントのときは100時間どころか200時間になるほどの忙しきで、ほとんど会社に寝泊りする有様である。逆に言えばそうまでして発注者に代わって作業を行い、つつがなく完了するから電通には仕事が集まり、これがまた残業を増やし、世界有数の広告代理店にのし上がってきたことも事実であり、少なくとも小生が在籍した時代は、広告の全盛時代だったこともあって、社員も自分の仕事に誇りを持っており、それこそ寝食を削って作業したものである。そして何よりも仕事が楽しかった。このためやる気があって優秀な社員のところには、仕事も集まる傾向にあり、また社もこうした社員のやる気に応えて、ボーナスや給料の面で、他者よりも多いことも少なくなかったと思う。『広告是人なり』とよく言われていたが、この言葉の源泉はこのあたりにあったのである。小生も最盛期には上司の年俵をはるかに超えていたが、毎日、家に帰るのは夜中の12時を過ぎており、それでも翌日は9時半には必ず出社していた。土日はあったがほとんど寝ていたことを思い出す。そしてこうした努力が、日本の経済成長を支えてきたと小生は確信している。因みに前回のリオデジャネイロのオリンピックでは会場が開会までに完成できるか危ぶまれたこともあったが、世界の労働者のレベルにおいてはこの程度が当たり前なのである。日本人は責任感も強く、時間の細かいコントロールになれている。このために戦後70年間で世界に追いつき、今では追い越すようになっていることも忘れてはならない。

★ ★ ★ ★ ★

しかし電通の問題点は前述のごとく、この残業のために、しばしば上司の給料よりも社員の給料の方が多くなる逆転現象が発生することである。100時間の残業は本俸と同じかそれ以上の手当が加算される。ところが上司の手当てはせいぜい5万円程度の管理職手当である。新入社員の100時間残業が、もしすべて手当として支給されていけば、上司に近い給料になっていたかもしれない。ここに「お前の残業のうち30時間は無駄金だ」という暴言を吐かせた原因があったのかもしれない。しかしこれはサラリーマン社会においては禁句であろう。ここで決して忘れてはならないのは

一つ企業のしかも同じセクションで働いていて、部下へのいたわりの言葉も、健康に対する配慮もなく、新入社員と同レベルで思考し、このような一新入社員の人格すべてを否定するような発言があって良いものかという点であり、これは間違いなくパワハラである。「今は辛いだろうけど、もう少し頑張っただろ！」の一言がほしかった。

★ ★ ★ ★ ★

今や広告は凋落時代を迎えて、残業も厳しくなり、社員の管理全体がかなり厳しく規制されるようになって今回の事件が起こったのだろう。電通のような会社では常に声のデカイ方が勝ち、体育会系の社員が幅を利かせており、また社もそういう体力のある学生を率先して採用する傾向がある。その昔、入社試験に落ちた学生が、社長の出勤時に社長の自宅まで出向き、社長が家から出てくると、自己紹介と試験に不合格だったことを説明した上で、何とか入社させてほしいと土下座して懇願したという。それも毎朝である。社長はそこまで熱心に入社を希望するこの男を、採用することを決意したことがあった、この男は某大学の応援団長で、その後大手航空会社担当の営業マンとして活躍した。このように電通では一人でじっと耐えてしまうと、問題にならない。前回自殺したラジオ担当の社員も、今回の女性新入社員も、素直で、反発心や抵抗心が乏しかったのだろう。ラジオ担当の社員は外交官の子息で、小生も顔見知りだったが、おとなしい素直な青年だったと記憶している。今回の新入社員の女性も素直で普通の会社なら、順調に仕事にもなれて管理職にもなっていたのだろう。誠に残念であり、これは日本社会全体の損失でもあるように見える。

★ ★ ★ ★ ★

小生も仕事上のことで、口喧嘩することも少なくなかった。しかし仕事に熱が入れば入るほど、相互の見識の違いや、解釈の違いから口論は起こりやすいというものも、電通という企業の特殊な事情だったと思う。いつも正式な解答なくして手探り状態でベストを迫及してゆくというのが、代理店の宿命だからである。電通の仕事、特に制作部門においての仕事はエンドレスである。いいアイデアが浮かんだとしても、果たしてそれがベストの解答であるかは即座に判断できない。もっといい『表現手法』があるようにも思える。だから口論もおこり、喧嘩にもなる。そこが銀行のように計算が合うか合わないかで、解答が得られる会社との相違点である。小生は喧嘩した後は必ずその相手と、その昼か夜、食事に誘うように心がけた。そして必ず割り勘にした。お互い対等の立場で仕事をし、食事をし、そして人生の一時を共有しているからである。不思議なことにそんな喧嘩友達ほど長い付き合いが続いている。お互い仕事に情熱を傾けての結果だと理解し合えたからだろう。これが上司と部下であったとしても同じだろう。上司の立場から部下を否定していたら、広告代理店の仕事は成り立たない。

★ ★ ★ ★ ★

それだけではない。広告代理店はある種のよろず相談所的なところもあれば、ゴミ捨て場的なところもある。以前、官庁を担当しているセクションの営業からこんな

話を聞いたことがある。さる省庁の課長が定年をひかえている。そこでこの課長は「電通で、俺のことを年俸 1,500 万円ですべて再雇用しないか」といわれたのだという。もちろん鄭重にお断りしたそうだが、こんなことも珍しくないし、個人的に使った飲食費を落としてくれ。というような相談はしばしばであった。しかも「請求書に上乘せしてくれていいからね」というのはいいほうで、電通の社の交際費を利用して落とせというのもあった。といっても社の交際費には当然限界がある。だがこんなケースはまだいい方で、個人的な借金の相談を受け、結局合計で 300 万円ほど用立て、退職金で返済するといいながら、定年を迎えても返してはくれなかったという。もちろん借借書などは立場上取れない。

こんな事件もあった。小生が営業へ転出してまだ間もない頃の 8 月、さる得意先であった地方銀行から 1 本の電話が入った。「掲載された新聞広告の定期預金の利率が間違えている」というのである。ちょうどそのときは公定歩合が代わったために預金金利も改定され、そのための新聞広告であった。この銀行は以前の原稿をそのまま使いまわして、金利部分だけを変更して掲載したのだが、こんな場合は制作チームの手を経ることなく、製版会社が数字部分のみを差し替えて掲載されることが多い。通常こうした製版会社も電通の系列会社が行うことが多かったが、この銀行は自社の傘下に製版会社を所有し、ここで版を起こして電通経由で新聞社に送った。ところが通常はこんなときでも電通の営業担当者が目を通して、送稿するのが定石である。ところがこのときに限って営業担当者は夏休みを取って、両親を連れて避暑に行っており休暇中だった。当然得意先にも夏休みをとるときにはその旨報告し、しかるべき穴埋めをするのだが、公定歩合の変更は突然であり、準備態勢に不備があった。そこで得意先担当者が言うには、『今日の夕刊に電通の名義で、訂正広告ならびにお詫び広告を出せ。』というのである。この電話を受けたのはもう昼をかなり回っていた。ご承知のように新聞は輪転機で印刷する。夕刊の印刷は新聞の配布エリアによっても異なるが、遅くとも午後には印刷に入る。インターネットならともかく、当時はそんな便利なものはなかった。小生はいったん電話を切って、上司に報告し、夏休み中だった担当営業とも連絡を取り、上司がすべてを仕切ることとした。スッタモンダの挙句に得られた結論は、翌日の朝刊に新聞社名で、お詫びと訂正の広告を出すこと、そしてこの銀行に電通が 1 億円の定期預金をするということであった。この話を聞いた新聞社が、「広告代理店が訂正広告を出すことなど聞いたことがない」し、電通なる会社が何たるかを知らない読者も多い、電通が出す訂正広告なんて、まったく意味がないのである。この件を解決するために新聞社の役員までが登場して判断し、いわば新聞社の広告校閲のミスであることにしてくださったのである。そして 1 億円は電通の経理担当者が、いわば得意先担当者のミスを少しでも軽減させるために敢えて要求を呑んだのである。

★ ★ ★ ★ ★

厚労省はこうした業種の特殊性をどこまでわきまえた上で、長時間残業を規制しようとしているのだろうか。通り一遍の単に労働時間が長いというのとは大きな違いがあるように思う。そもそも一つの労働時間という『物指し』だけで、すべての日本中の労働者を規格化しようという発想自体があまりにも貧弱で、間違っているのではなかろうか。労働条件があまりにも厳しすぎるなら、今の時代ネット等をうまく使って、それなりの機関に申し出て、裁判所なりの判断で条件の緩和に努めるか、それがいやなら会社を退職するか、様々な労働者の取るべきルートを開発を優先させるべきではなかろうか。もちろんそうしたルートはすでに出来ているであろうが、今後テレワークや在宅勤務が進む間際において、単に労働時間のみを云々することは、むしろ残業手当の切捨て政策が見え隠れしているように思えてならない。政府は働き方の改革を叫んでいるが、かつて小生が入社した当時は、土農工商・代理店といわれるほど、代理店には無理難題が投げ込まれていた。そしてその状態は今も変わらない。政府や地方公共団体を含めた得意先から、過酷なほどの無理強いが代理店には持ち込まれているのが現状なのである。政府の言う労働時間の縮小は、政府自身の下請けへの丸投げを禁止することから始めるべきではないのかと小生は思う。そしてそこには政府の汚職体質までもが潜んでいる。これは厚労省だけの問題ではない。役所全体が抱えている問題である。かつて厚生省事務次官が中心となった大汚職事件があった。戦後の汚職事件で、中央省庁事務次官経験者の実刑が確定した初めての事件となった岡光序治事件である。当時の厚生大臣は小泉純一郎であったが、平成15年(2003年)懲役2年、追徴金約6369万円で決着。政界への波及はなかった。役所の下請企業への丸投げはとにかく企業を苦しめるばかりか、このような癒着と汚職事件を誘発する。労働条件を云々する前に、まず役所の体質改善に取り組んでいただきたいものである。電通の社長辞任だけではこの問題は解決できないと厚労省は叫んでいるようだが、それではまずかつての厚生省の事件の責任の所在をはっきりさせ、さらには今回の文科省のアマクダリ等、まず役所の不法行為をゼロにすることから取り組んでいただきたい。

★ ★ ★ ★ ★

少なくとも小生が在職中は残業時間が長いということに何の抵抗もなかったし、むしろそれは会社の体質からすれば誇りだった。広告の効果もまた必ずどこかで現れたからである。売り上げが上がったとか、キャンペーンが成功したとか、広告賞を受賞したとか、得意先から感謝状を受け取ったとか、様々なレスポンスが返ってきた。小生は仕事というものはそうした苦勞がいつかどこかで報われるものであると見ている。残業時間が長すぎて、それがうつ病になり自殺につながるというのは、余りにも短絡過ぎる。残業時間という数字のみを見て判断を下すお役所仕事の典型ではないかと考えている。そのウラには同時に業態の宿命や上司のパワハラなど、複合原因が潜み、ここを改めなければ、根本的な解決にはならないだろう。とりわけ

電通には管理職への試験などは存在しない、すべて上司の裁量に任されている。優秀であるか否かの基本は、上司とうまく酒を飲み、マージャンをし、ゴルフをすることによって尽きる。従って人事は辞令の発行所ではない。人をうまく管理できるかどうかは後回しである。しかも管理職は電通社内の人事規定に疎い。小生も入社2年目で地方支局へ転勤しろと上司に言われたことがあった。しかし電通の内規では、一旦勤務地が定まると3年間は他の勤務地へは転勤させることはないことが定められていた。この上司はそのことすら知らなかったのである。ここが電通の最も大きな問題点であり、時間外の長短の問題では断じてない。石井直社長の後任には人事担当の役員だった山本氏が社長に昇格した。人事管理面での改革を怠ったとの自省から、石井氏が抜擢したものである。単なるゴマスリ人間のみではなく人事管理能力に優れた管理職を育てていただきたいと願うのみである。

★ ★ ★ ★ ★

1993年日亜化学工業の中村修二、赤崎勇、天野浩の各氏は苦勞に苦勞を重ねて、青色の発光ダイオードの開発に成功して、2014年にノーベル物理学賞を受賞している。中村氏は後年、会社とこの成果の分担金で訴訟となったものの、当時聞いた話では、彼は休日もなくこの開発に心血を注いだという。彼の残業時間を集計すれば、おそらく月に200時間を越えていただろう。だがこれはノーベル賞によって報われることとなった。しかしこうした大事業を成し遂げるには、残業だとか三六協定だとか、ちっぽけな法律の枠の中で、仕事への情熱を燃焼しきれることが出来るとでも言うのか。大発明は不眠不休の努力と、個人の情熱から生まれてくることを忘れてはならないだろう。日本経済は大なり小なり、こうした人々の努力の積み重ねで諸外国に追いついた。これは名もないサラリーマンにしても同様であろう。大事なことは企業がその研究をどこまで支援し、その成果を如何に分配するかで、飲食店などの皿洗いや残飯整理などの単純作業とは、いささか次元が異なるように思うのだからだろうか。

★ ★ ★ ★ ★

電通において時間外の命令を当時は部長が出すことはなかった。自分の裁量に任されていた。かの『鬼十則』では、冒頭に「仕事は自ら創るべきで、与えられるべきでない」と記している。少なくとも小生は形式的には別としても、残業を命令されたことはなかった。ここまで今日中に済ませておいた方がよかろうというとき、自分の判断で残業を行い、それにクレームをつける上司はいなかった。よき時代だったのかもしれないが、三六協定の規制はあっても、形式だけのものだった。そして『鬼十則』には「計画を持って、長期の計画を持っていれば、忍耐と工夫と、そして正しい努力と希望が生まれる。」と記されている。現に長いこと努力を続けた結果、大きな成果を収めた社員は少なくない。

たとえば電通社員だった新井満氏は、2003年にNHK「紅白歌合戦」でも歌われた『千の風になって』をプロデュースして、大ヒットさせた人間であったし、

これより先の1987年(昭和62年)には『ヴェクサシオン』で第9回野間文芸新人賞を受賞。翌年の1988年(昭和63年)の『尋ね人の時間』では第99回芥川賞を受賞するなど、幾多の名作を残している。新井満氏が『鬼十則』に従って自信を持って仕事にも文学賞にも挑戦していたとは思えないが『鬼十則』は、サラリーマンへの一つの規範を示しており、中小企業が額縁入りの『鬼十則』を社員の教育用として、ほしがっていたことを、取引銀行経由で聞いたことがしばしばあった。

★ ★ ★ ★ ★

新井満氏だけではない。現在の安倍首相夫人の安倍明恵氏も電通の社員であったし、その昔、写真界や出版会、また、テレビや映画の世界でも異彩を放っていた写真家の荒木経惟氏も電通の社員カメラマンであった。電通人には藤原伊織という男もいて、彼はギャンブル好きでバブルの時代に大損を蒙り、その穴埋めをするために小説を書き始めて、東大闘争時代の自らをふりかえって制作した『テロリストのパラソル』で、『江戸川乱歩賞』と『直木賞』を史上はじめて1作品でダブル受賞を果たした(03-02)。彼は途中で電通を退社して、作家に変身したが、同期に入社した有元利夫(03-04)は、入社間もなく『花降る日』で、安井賞特別賞を、さらにその3年後には『室内楽』で安井賞を受賞している。彼は間もなく退社して芸大講師となり、画家としての人生を歩み始めたが、藤原伊織氏同様に夭折した。

こんな人間は他にもいる。かつて「バザールでごザール」や「団子3兄弟」を大ヒットさせた佐藤雅彦氏、彼はフジテレビが主催した『MOMA』展で、100万人を動員したCMを制作した人物でもある。他にも現在のソフトバンクの犬が出てくるCMを担当している佐々木宏氏などもある。佐藤氏はその後、CMの制作から足を洗って、現在は東京藝術大学大学院映像研究科教授、および慶応義塾大学環境情報学部特別招聘教授を兼務されている。常に理路整然と視聴者意識を分析し、素晴らしいコマーシャルを制作する人間であると同時に、まず人間としての人格が尊敬できる人物だった。同氏とは数年間一緒に仕事をしたことがあった。小生が営業担当、そして佐藤氏はCM制作担当だった。金曜日の午後から佐藤氏と何とか連絡を取りたかったが、携帯がつながらず、やむを得ずメモを残すことにした。そして連絡が取れたのは翌日土曜日の朝のことである。彼は「おはようございます。他の仕事の打ち合わせがやっと終わって、連絡できたのがこの時間になってしまって申し訳ありません。」というのである。時計を見るともう午前7時を過ぎていた。金曜日の夜、彼はほとんど毎週のように徹夜をしていた。得意先に対しても周囲の人間に対しても、彼の理路整然とした説明には説得力があったから、CMプランナーとしてあちこちの営業から引っ張りだこだったのである。彼は電話が遅くなり申し訳ないと小生に謝ったが、謝るべきは小生の方だったかも知れない。健康を犠牲にし、家庭生活も犠牲にして、彼はCMの世界を走り続けた。その才能はとどまることなくソニーのゲームの世界にも足を踏み入れていた。彼の場合すでに管理職で、残業など

1時間もつくことはなかった。その上、こういう深夜が空けた後も帰宅するタクシー代はほとんどが自腹だった。彼は病に倒れることもなく任務を常に全うし、間もなく会社を辞めたが、その心のうちを聞くことはなかった。最初は慶応大学の湘南校舎の方へ行くとだけ聞いたが、彼の明晰な頭脳の中には、すでに広告の行く末も、自分の歩むべき道筋も見えていたのかもしれない。とにかく小生の人生で出会った最も才能溢れた人材であったことは間違いない。

一方の佐々木宏氏は広告制作をするために生まれてきたような人間で、一体いくつの賞を受賞したか数え切れないほどである。彼とも数年間仕事を一緒にしたが、彼は佐藤氏とはやや異なり、整然とした論理を求めるといふより、リーダーとして他人をひきつける『感』やら、それぞれの人間が持っている個性やら特性、さらには得手不得手、いわばこの幅広い業界での人間の使い道を見極める才能に優れていた。こうしたら人から受ける、こうしたら人間は好感を持ってくれる、この人にはこの部分を任せておくことが出来るというような人間交際術のすべてを身につけているようなところがあり、このためプレゼンテーションをやらせたら、彼の右に出る者はなかつたろう。彼がトヨタ自動車やサントリー、富士フィルム、全日本空輸、キリン、資生堂、東京海上…。電通と大きな取引のある企業のCMは、ほとんど担当している。一旦電通の制作会社の社長として外へ出たが、社長職に甘んずることなく、現在もCMの制作に集中し、ソフトバンクの孫正義氏からの信頼は特に篤い。

つまり電通という会社は無理やり残業をやらせているわけではなくそれぞれ自分でやりたいように仕事をし、その一環として残業を行っているという事実である。もしこうした残業の規制のみ厳しくなるなら、それぞれを管理職として優遇するか、会社を退職させて、一企業の個人社長として、別個の契約において仕事を継続させる以外にはないだろう。だがこれはこれで、様々な問題が発生することもまた見えている。資本主義の自由競争の原則に基づく代理店間での取り合いやらスポンサーからの取り合い、さらには夜の付き合いやゴルフの誘い、すべてが野放し状態にさらされる。それはある意味で広告文化を破綻させかねない要因ともなりうる。すでにそうなっていると見るべきかもしれないが。

こうした芸術家を輩出した電通をとやかく言おうとしているわけではない。言いたかったのは電通という会社が、ずっと以前から社員のアルバイトを認め、仕事の傍ら大輪の花を咲かせる者が多かったことと、社内にはそうした自由な空気が横溢していたという点である。皆それぞれに休日や夏休みなど、自分の時間を見つけ、業務の傍らで、自分の才能を磨き、世に出たのである。もちろん中には仕事そっこのけで、副業の方に熱心な者もいなかったといったら嘘になる。しかしこんな者に限って、いつの間にか話題から消えていった。多くの賞を受賞したり、マスコミに取上げられるようになった人物は、一社員としての自分と、一社会人としての自分との間に、しっかりと境界線を設けて、きちっと割り切って生きているような人間が

多かったように思える。電通という会社は、そういった個人の考え方や生き方に、会社として干渉することは一切なく、仕事さえきちっとやっていれば、後はゴルフをしようとか音楽をやろうと、自分の時間は大いに楽しく自由にやってくれ。とでも言うようなところがあった。それがもし変化してきているとしたら、それはリーマンショック以降、世界の金融情勢が変化し、企業の経営者自身が会社を引き締め、心の余裕までも縛り上げてしまったからではあるまいか。しかしこの世界の金融変化は来るべくして起こった事件のように小生には見える。それはまさにこの頃を境にして、第3次産業革命が加速し始めた。そして人間のコントロールを超えて、資本主義の最先端である金融界が動き始めた結果だったのではないかと小生は考えているのである。

★ ★ ★ ★ ★

そして最近テレビCMを見ると、テレビCMがくだらないメッセージになってしまったことを小生はむしろ嘆いている。小生が制作部門に所属していた頃、汚らしいものでも美しく表現されることが求められた。少なくともあのウォシュレットが新発売されたとき、ウンチらしきものが描かれることはなかった。確か美しい女性の手のイラストが出てきたように記憶している、資生堂に在籍していた若山氏が描いた線画だった。だが現在のコマーシャルはどうだろう。歯の歯垢を取るといえばその歯垢を汚い色で描き出し、糸がそれを掻き取る。これではウンチを出すのと大差ない。もはやコマーシャルそのものが瀕死の重症である。こんなものを食事の時間だろうと何だろうと、スポットの空き枠さえあれば流している。テレビ局には昔は広告原稿を自社の基準に合っているかどうか厳しく審査していたが、現在ではCM枠が空きだらけだから、テレビ局にそんな審査をしてオンエアを拒否する余裕はない。新聞も同様である。以前は広告校閲なるセクションがあって、公告内容に間違いがあったら掲載前に連絡して来た。しかもこれは文字面だけでなく、内容までも事実かどうかをチェックすることもしばしばだった。

★ ★ ★ ★ ★

今回の女性社員の自殺は残念なことで、ご家族の皆様には心よりお見舞い申し上げます。しかしそこにはマスコミが置かれている現在進行中の産業革命によるヒズミがあったと見るべきであろう。にもかかわらず政府はこの大産業革命に気付こうとすらせず、目先の対応に奔走している。そして働き方改革なるものは長時間残業のみを悪者に行っているように見える。彼女はそのヒズミの中に呑みこまれて、電通では花開くことなく、電通の仕事の楽しさを知ることもなく、命を落とすこととなった。だがこれは氷山の一角で、今後、構造不況産業の中であがいている企業では、こうした残酷な事件が相次いで起こりうるばかりでなく、厚労省が規制したところで、なくなるものではないだろう。大事なことは人口の減少時代を迎え、成長、成長と大騒ぎしてきた昔の体質をこのあたりで断念して、そろそろ前年比マイナスを容認し、マイナス成長経済をもっと厳粛に受け止める風土をしっかりと構築することではあるまいか。

(2016. 12. 28. 2017. 01. 29. 改訂)