

米国広告主協会が発表した「メディア取引透明性」裏話



図1: ANAが発表した透明性レポート。見やすい図も付いているので是非自分の目で確かめて欲しい。www.ana.netにて全文がダウンロードが可能

今、米国広告業界で取り上げられている「メディア取引の透明性」議論は「何も分かってない人だけが、三面記事的に騒いでいる」、こんな雰囲気にも映る。現に、問題視するコメントを発表した広告主企業は登場せず、また広告主企業の株価が暴落するような現象にも至っていない。

調査の落とし穴

昨年勃発したこの話題がさらに膨らんだのは、今年六月に全米広告主協会(ANA)が行った調査(図1)が発表されてから。メディア売買の取引に関わった当事者一七人への「匿名」聞き取り調査であるが、肝心な「広告会社と広告主の取引契約書」に関しては保守義務から一例も吟味されていない。

トは定価より安く設定されている場合もある。これにより、広告主側は表向きの大目標であるNon-working Costの削減を達成できる。なおかつ広告会社側は利幅を伸ばせる。広告主と広告会社がWIN-WINとなる事を承認した取引契約が存在する(図2)。この取引契約がどのように合意されているかをANAのレポートは触れずに「原価がわからない」というヒアリングを抜き出した状態なのだ。

広告会社・ホールディング企業の高度な契約

さらに複雑な事例もある。例えば広告ホールディング企業レベルでは、広がるアドテックのエコシステムに対抗するため、テクノロジー企業への投資が進んでいるが、これを問題視する場面がある。

仮に、ある「ホールディング企業A社」が「テクノロジーT社」に二〇%資本注入をして、提携関係になったとしよう。「ホールディング企業A社」はグループ企業を総動員して「テクノロジーT社」経由でメディア購買を実施する。その結果T社のメディア売買の

つまり右に「基本契約書」を置き、左に「実取引を見比べて」、違法性や違約があるかを吟味している調査では無いのだ。広告主協会側だけで調査資金を出し、「ここだけの話」と聴きとった部分を切り出した、断片的な調査と言える。

この広告主協会の調査に関し、広告業協会(4A)と広告会社のホールディング会社の上位四社は一斉に「遺憾の意」を表明している。「まるでネクタイを買うのに『布地コスト』で不透明と言うようなものだ」と、メディアバイイング・広告会社関係者は例える。

広告主は静観

「広告会社のメディア取引が透明ではない」という話題は、本来は予算主である広告主にとって喜ばしく無い響きである。しかし、現時点でこのレポートの結果に騒いでいる広告主は一社も無い。むしろ、P&GやUnileverを筆頭に「自社と広告会社との取引は明確であり、互いの信用の関係を続けている」という立場を発表している。考えればわかるだろう、自社責任で契約した広

扱いは、「ホールディング企業A社のグループ企業経由のおかげで増大した」という。結果、T社は売上の伸びと共に企業価値があり、ある日「大手テクノロジーX社」が「テクノロジーT社」の魅力を感じ買収したといる。「ホールディング企業A社」はT社の持ち株を売却し、キャピタルゲインを得ることが出来た。さて、この「ホールディング企業A社」のキャピタルゲインはメディアの扱い高から生まれた「隠し利益」なのか、という議論が土俵に上げられているのだ。

日本でも「透明性」という議論で、単に疑問視するような話

告会社をわざわざ問題視するのは、空に向かって自分に唾するようなものだ。ここに単独広告主(問題視しない)と、そのグループの協会(静観はできない)との立場の違いも見える。

広告主側の事情

実は広告主側にも透明性だけで立ち上れない事情がある。近年の株主からCOOに突きつけられる最大課題として「Non-working cost」メディアに投下されない広告会社の「フィー」の削減がある。P&G, Unilever, Kimberly-Clark, Kellogg, L'Oréal, Walmart, Target等では、自前トレーディング・デスクの設置を試みた時期もあったが、どうしても広告会社側の知見やオペレーションに頼る運営になる傾向がある。

ここで主役に登場するのが、広告会社によるメディアの買い切り(先買)は「枠」。メディアの買い切りビジネスは広告会社側が在庫リスクを背負う分をカバーする利益を乗せるため、ネット価格が広告主には見えない。しかし広告会社側が「売り物である」メディア料金を利益を内在させるため、「外付け」の広告会社のフィーは発生しない契約だ(しかも広告主の買い上げコストが再確認しても良からう。

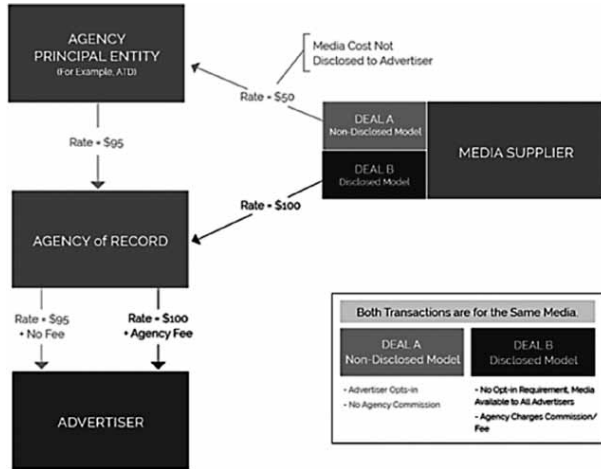


図2: ANAのレポートで取り上げられた、広告会社による先買いメディアによる、ディスカウントの仕組み。契約の詳細の開示抜きに価格が不透明とは結論づけない。出典: ANA