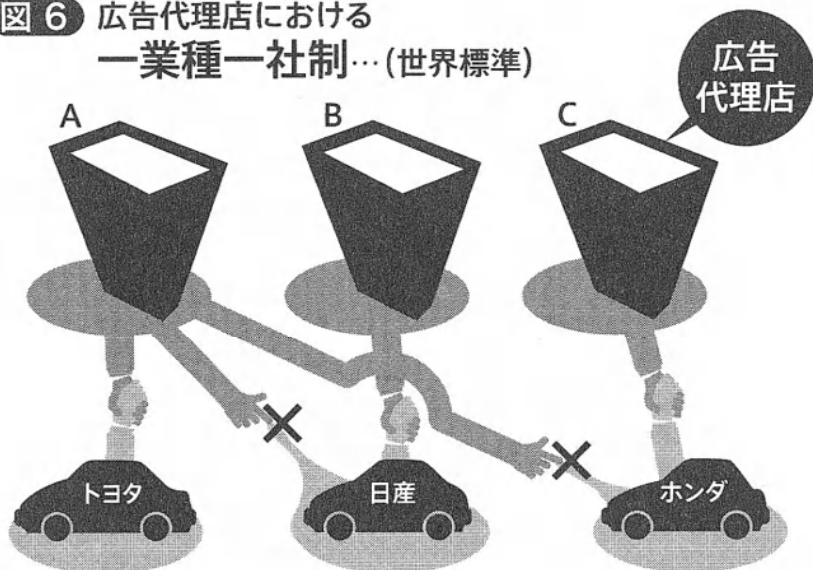


図6 広告代理店における 一業種一社制…(世界標準)



日本では…

※ Aがトヨタと日産を同時に契約している場合

- ①日産の支払った代金で考えた没ネタがトヨタで使われるのではないか(濡れ手に粟)
- ②トヨタがAに広告代金を高めに支払い日産の広告をわざと手を抜いたものにさせるのではないか

などの懸念にもかかわらず、日本では一業種一社制が採用されていない

その結果

電通をはじめとする一部広告代理店が業界を支配
メディアの財布が一部広告代理店に握られてしまった

