

小說電通
廣告時代的人，
廣告世界的故事

大下英治 著

OHSHITA EIJI

何靜芝 譯



商戰小說 8

小說電通

廣告時代的人・廣告世界的故事

● 原著 / 大下英治
● 譯者 / 何靜芝

商戰小說⑧

小說電通——廣告時代的人・廣告世界的故事

著者——大下英治

譯者——何靜芝

發行人——儲京之

出版者——時報文化出版企業有限公司

台北市10969大理街13號四樓

電話——(〇二)三〇六六八四二

郵撥——〇一〇三八五四〇時報出版公司

信箱——台北郵政七九〇九九信箱

校對——陳蘭君

排版——健弘電腦排版公司

製版——成宏照相製版有限公司

印刷——協昇印刷有限公司

初版——中華民國七十八年一月五日

定價——新台幣一二〇元

◎行政院新聞局局版台業字第〇二一四號
版權所有 翻印必究

(缺頁或破損的書，請寄回更換)

出版緣起

商戰小說系列——出版緣起

假如你不希望在未來的五年內，輸掉你的職位、你的升遷、你的公司和市場，那麼我們出版「商戰小說系列」，就值得你瞪大眼睛了。

在一九九〇年以前，台灣的企業幹部絕大多數都將「知識分子化」了，管理、領導、行銷和產品開發將取代「調票」、「搶單」、「幹一票」、「現做現賺」，而成為商界行話。另一方面，在一九九〇年以前，跨國公司將入侵台灣各個商品市場——從電腦、機械到速食，世界市場將因各國的貿易戰爭而荊棘重重，除了油價外，其他各項成本因素會使你過去的「慷慨」成為致命傷。

然而，台灣的企業幹部將發現，他們雖然滿腹經綸，但是在這些壓力下却脆弱無比。因為，已定型化的教科書觀念，非但沒有解決他們的困境，反而令企業決策更猶豫不決而貽誤商機；在學院中所學習的各種經營工具及技術雖然五花八門，但企業幹部卻如同「小孩騎大車」一般，捧著一些洋人的絕活而手忙腳亂，不知如何運用，然後在實際上摔得鼻青臉腫。

那麼，身為商場中人的你——不管是小職員或是大老闆——又應如何找到「贏的策略」呢？本系列叢書提供你答案。

好的商戰小說，本身就是通俗化的競爭歷史學，而讀史，可以知興替，也可以為你的知識找到行動的座標，其道理不難明白，因為：

企業學者只是嘗試把企業活動解剖分割成適合他們胃口的觀念，以便置入邏輯的框架，因此常常是由商業戰場的太平間取得著書立說的靈感，而商場中人則更為關注獲得行動的智慧，因為這項差距，日本「經團連」的企業大亨們才會潛心研究德川家康的戰略，美國的企業領袖才會一度熱衷研究宮本武藏的「五輪書」，其道理即在於此，欲獲得行動智慧，非以史為鑑、以人為師不可。在國內，品質優異的商戰小說，適可彌補台灣企業幹部在知識及行動中失落的環節。

這就是我們要集結國內一流編、寫、譯與企管專業人才，用嶄新的編製創意與做法，整理、出版一系列「商戰小說」的動機。

——我們要讓現代的工商界人士也「賞心悅目讀管理」、「休閒也有生產力」。

——我們要在自由中國的小說世界裡，除了純文學小說、言情小說、推理小說、武俠小說……之外，再開闢另一片可供盡情馳騁的疆域。

在做法上，由於商戰小說必須結合豐富的商業知識與高明的小說寫作技巧，缺一不可，再加上國內的出版環境過去始終未曾對商戰小說刻意經營，因此，在優秀的「國產品」不多的情況下，這個系列，初期主要以精選國外譯作為主；但我們希望未來的商戰小說，能朝「國人執筆」的方向發

展。

關懷自己前途（包括舉家老小的前途）的工商人可得注意！缺乏戰略戰術素養（而非缺乏專業知識）才是造成你發展瓶頸的主因，你該注意到：

——大型電腦公司權勢日隆，大電腦做為「戰爭機器」，就猶如正規軍派出「獵殺隊」對付游擊戰一般，另一方面，游擊戰史則告訴你中小企業如何反制大企業的戰術。

——明亮、潔淨的漢堡連鎖店，其打動消費者心理的訴求，正配合著職業婦女無法在家做飯的家庭消費行為，並以這套辦法在商業都市到處佔領據點，其分割市場及集中管理之藝術，與殖民地開發戰略沒捨兩樣。諸如此類的例證不勝枚舉，而純粹軍事行動的法則，在商業及政治競爭中實際上也不斷地被運用。

且讓本系列商戰小說一一為你揭開前途問題的答案！

編輯室報告

電通(DENTSU)

日本的代表性廣告代理業者。一九〇一年，光永星郎於東京創立日本廣告株式會社與電報通信社；一九〇七年，兩社合併爲日本電報通信社（簡稱電通）。初期的電通僅屬於日本的許多小規模通訊社之一，後來極力兼營廣告代理業務，獲得廣大的利益，逐步在大衆傳播界擴大勢力範圍。在通訊事業方面，與美國UP（合衆社）合作以取得外電報導的權益，並於東京—大阪—福岡間敷設專用電話綫，爲日本通訊事業首創照片傳真的紀錄。一九三六年，電通因受政府與軍部壓力，通信部與同盟通信社的通信部合併獨立爲國策通信社「同盟」，爲政府的民間宣傳機關；廣告部則與同盟通信社的廣告部合併，仍稱「電通」。

第二次世界大戰後，電通隨著電波媒體的發達，並得第四代社長吉田秀雄的大力經營，廣告代理業務由平面印刷擴及廣播、電視、戶外廣告等等。一九五五年，定名爲株式會社電通。現與世界多家著名廣告公司合作，海外分支機構遍及各地。一九七三年開始，榮登世界第一大廣告公司寶座。

電通，營業額高居世界第一位的廣告公司，十五層的總公司大樓座落在東京築地，那一條街道也稱為「電通路」，這樣夠「囂張」了吧！建築物是由著名的建築師丹下健三所設計，大樓前豎立一座雕刻家水野晴兒的作品，是模仿鳥翼振翅而飛的姿勢，表示「飛翔中的電通」。但，在同行的廣告業者眼裡，那展開的雙翼卻像是砍殺敵人——同行的利刃；在業務競爭上，電通確實是把敵人殺得片甲不留。

有人把電通稱為「築地組織」或「地下政府」，因為電通以廣告量控制大眾傳播媒體，進而可操縱輿論，政府的政策釐定，甚至大企業的人事安排也可插上一手，所以又有「電通省」的外號。還有人對於電通將情報策略納入工作中感到十分不屑，而把電通戲稱為「日本CIA」。

在工商業界，電通是「角頭老大」，應業界的要求，有時還會出來扮演「東洋教父」的角色。

有「日本美女」之稱的明星松坂慶子，剛出道時的處女作是大映的成人電影「夜晚的診察室」，放映權由東映取得。在候檔上映的時候，正好有一部以松坂慶子為模特兒的婦女用品廣告影片在螢光幕上播出；廣告主擔心「夜晚的診察室」一上映，將會使得商品的形象直接遭到破壞，所以要求電通向東映施加壓力，暫停放映。當然，欠「教父」的情，一定要還！

從來沒有人敢得罪電通，太下英治膽敢寫了這一部「小說電通」，是向禁忌挑戰！

「小說電通」的推出，曾經遭遇到了多番的波折，凡是與電通有牽連的大出版商，沒有一家敢接手，最後才由與電通沒有利害關係的三一書房出版。

「廣告業是資本主義的戰略產業」，果真如此，那麼，日本的商戰小說就應該以電通這個廣告

業霸王爲首要的描寫對象，於是大下英治把電通的實態小說化；他綜合了小說的趣味性向禁忌挑戰，那不畏權勢的氣魄可真令人興起了淋漓盡致的無限快感！

楊格／執筆

目錄

出版緣起

編輯室報告

1 三劍客.....一

2 意氣之爭.....一九

3 美商葛洛利.....三一

4 鬼十則.....四四

5 F 火柴·泵集團.....五五

6 以牙還牙.....六九

7 各顯神通.....七八

8	紐約艷遇	九七
9	暗潮洶湧	一〇六
10	小林醜聞	一一九
11	缺席判決	一三一
12	禍水紅顏	一四三
13	安西的野心	一六〇
14	破斧沈舟	一六九
15	孤注一擲	一八一
16	暗算	一九三
17	尾聲	二〇〇

① 三劍客

在紀尾井町一棟氣派非凡的飯店「新大谷」新館前，石岡雄一郎叫了部計程車。他是出版界「時潮週刊」中數一數二的頂尖高手。

在這個刺骨的寒夜，走下計程車，雙腳踩在冰冷的路面上，一股涼颼颼的寒意直從腳底升起。

「要下雪了吧……。」

石岡邊想着，一腳踏進眩麗耀眼的拱廊。一陣清脆的鈴聲配著聖誕歌曲輕快地揚起，對對情侶隨著節奏快樂的擁舞著。石岡急急穿過一樓拱廊，走到電梯間等候升降機到六樓的酒吧——天方夜譚。

在電梯旁站定，習慣地瞄了一下手錶，時間是八點五十六分。身為雜誌社的記者，永遠有一份職業性的敏感。石岡與電通的安西則夫參事、星村電機의 廣告部副理小林正治，約好了九點在「天方夜譚」碰面。他們三人是西北大學時代的廣告研究會會員。

在電梯打開的剎那，石岡詫異地回望了一眼，擦身而過的似乎有幾個熟人，而且這些人居然會湊在一起，未免太不可思議了。

其中一人是石岡所屬「時潮週刊」的鬼頭編輯忠男，而另一人，如果沒有看走眼的話，應該是

船村俊介。

這兩人到底是什麼關係呢？船村最近幾乎都已不再跟傳播界打交道了。……

石岡想：待會兒定要向安西問個清楚，船村最近在電通的動態如何？

在六樓走出電梯，進入「天方夜譚」，邊脫下風衣，順便打量了一下昏暗的周遭。在座的客人幾乎都是相伴而來的情侶，映著桌上微紅的燭光，親熱地擁吻或快樂的交談。

安西與小林都還沒來，爲了慎重起見，還是仔細地巡視了一下四座，確定兩人都還未到，才挑了張右邊最裡面的位子坐下。

這兩人大概又忙得分不開身，非等時間到了才能趕過來吧？！

叫了份加水威士忌，從風衣的口袋內掏出和平牌香煙點上。夾香煙的指頭明顯地浮著長期握筆的厚繭。用都朋打火機將煙點燃，深深的吸了一口，辛苦了一天到處奔波的勞累，隨著煙圈慢慢地流散、化開。黝黑的臉龐，刻劃出濃濃的倦意。

石岡邊抽煙，邊將銳利的眼神投注在外面。

窗外是赤坂的夜景，鹿島建設的大樓展現在眼前。也許年關已近，忙著加班吧，樓上還閃著點點燈火；大樓對面是赤坂東急的兄弟飯店，也像不夜城般的燈火通明。

石岡喝著加水威士忌，一面又想起電梯口擦身而過的船村俊介。

大概是十年前的事吧？！記得初次與他見面時……

當時的石岡，只不過是誠學社編集「世相月刊」的一名社員，尚未擁有自由記者身分。而且才

入社四年，對工作還抱有極高的熱誠，滿腔的正義感，只想透過傳播界揭發社會種種不平。

颱風來臨的雨夜，石岡在新宿歌舞伎町一家很熟的俱樂部「鹿之園」與谷澤龍海飲酒。谷澤是個瘦如螳螂，年過五十的男子，時常提供情報給石岡。

突然，有個自稱是谷澤朋友的人闖了進來，由谷澤為石岡介紹認識。

這個剃和尚頭的男人，把龐大的身軀投入座椅內，順便將名片擲出——現代廣告新聞社社長青山耕太郎。

事後方知，這個男人並非偶遇，而是獲知他與谷澤在此飲酒才趕到俱樂部來，然後再製造一個巧合自我引見。

青山坐了會兒，小心翼翼地看了四周一眼之後就把嘴巴湊過來：

「貴公司可以刊登『鄉野威士忌』(Country whisky)的醜聞嗎？」帶著挑撥的口吻。

年輕氣盛尚燃著正義感的石岡，賭氣似的爆了出來：

「什麼醜聞都可以刊登啊！」

「是嗎？那麼告訴你一個最有趣的醜聞吧！」

青山噴著口水說話，好像已成了習慣。

「最近在『鄉野』的東京支店，有一個名叫黑田善壽的宣傳股長。這人是個壞蛋，因為壞事做多了，所以被記過解聘。這傢伙由於被人家批評得一文不值，連在『鄉野』都已失去形象，慌亂中，黑田轉而成爲智慧罪犯……。」

青山開始詳細的述說黑田的罪行。

「譬如購買外國車，輕而易舉的就將價款轉嫁在電視公司上。或者利用插播廣告虛報費用，反正電波是不會留痕跡的。一天播二十次，報成二十五次，只要沒有記錄就無法查核。而他大部分都會要求不要記錄，然後向廣告代理店提出浮報的請款單，再將差額納入私囊。連十秒的插播他也不放過，報成十五秒，而且A時段與B時段的價碼不同，中間的差額又成了他的額外收入。」

「但是，這種事如果沒有廣告代理商協助，他一個人也做不來吧?!」

石岡終於被青山的話題吸引而反問。

「不錯。像電通這種大公司當然不屑做這種事，所以他專找小型的廣告代理店，甚至沒招牌的小公司也牽涉在內。」

青山說，他向這些廣告代理店揩了不少油。即使出差到九州，黑田也會向來往的廣告代理店說：

「臨時有急事要出差，偏偏買不到機票……。」

代理店負責人聽了又不好假作不知，趕緊派人買了機票奉上。

同一件事，黑田可以如法泡製向十幾家代理店索取機票，然後拿了十幾張機票，厚著臉皮到羽田機場的櫃檯將剩餘機票退掉。

只要他高興，隨便什麼東西都能變成現款。

「賺那麼多錢要幹嘛呢？」

石岡把身子探前問青山。

「他在世田谷蓋了一棟價值三千萬圓的豪華別墅，人稱『黑田御殿』，也就是他玩女人的落腳處，從銀座的女人到明星，一個接一個的。這些事就請貴公司調查吧。」

石岡因為得到意外情報而興奮莫名，第二天就向「世相月刊」的編輯渡邊正明報告了「鄉野」的「黑田事件」。勇猛激進的渡邊，立刻決定著手調查這件事。

石岡趕緊召集了採訪記者，指示細節分頭取材。

採訪所得結果幾乎與傳說一致，於是決定在下月號以頭條新聞刊登。

但是，不知從何處走漏了消息，電通傳來叫停的請求。面對如此有趣題材，豈可輕易放棄？渡邊下令如期照登不誤。

「有問題一概由我負責，工作繼續進行。」

聽到電通船村俊介的大名，倒是往後的事。石岡在與採訪記者開完會回公司時，在玄關與正要出去的渡邊撞個正著。

「去那裡？」石岡隨口問道。

渡邊停住脚步向他招手。

「剛剛接到電通新聞雜誌局次長船村的電話，想跟我見個面。看來是想阻止那件事吧？！反正我們已經登定了……。」

石岡目送渡邊出去，心中陡地湧起強硬的鬥志——屬於記者特有的正義熱血。