

オンライン運用開始に向けた説明会  
(制作会社・広告会社向け)

**JAAA** 一般社団法人日本広告業協会  
Japan Advertising Agencies Association

関係者限

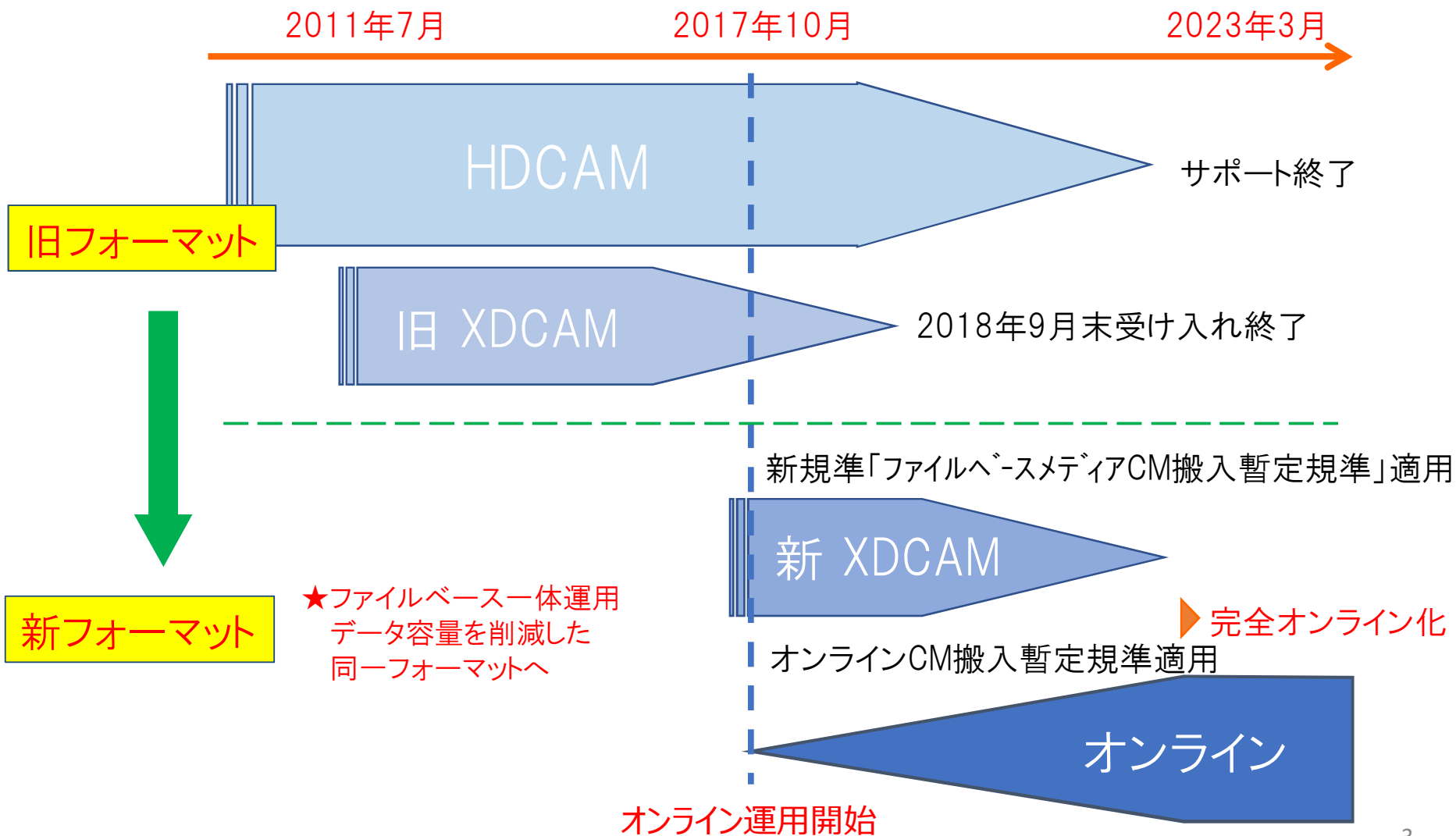
# テレビCMオンライン運用の概要と 活用に向けて

2017年11月30日(木)  
一般社団法人日本広告業協会  
CM素材オンライン運用検討プロジェクト

# 目次

- ① TVCM素材搬入形式の変化
  - ② オンライン化の意義
  - ③ 2017年度からのオンライン運用開始に向けた準備
  - ④ オンライン運用（送稿）のフローおよび請求フロー
  - ⑤ 制作扱い広告会社の今までの作業フロー  
オンライン運用化時の作業フロー（素材搬入事業者システムを使用）
  - ⑥ 各素材搬入事業者の特色
  - ⑦ 媒体扱い広告会社・進行担当会社のオンライン運用化時の作業フロー  
（送稿事業者システムを使用）
  - ⑧ CMDeCo利用にあたって
  - ⑨ 送稿実績と普及への課題（新しい制作工程への対応）
  - ⑩ 素材搬入までの費用はどう変わるのか
  - ⑪ オンライン化時の広告主の作業  
    広告主の声  
    Q&A
- 
- 全体
- 制作扱い  
広告会社  
制作会社
- 媒体扱い  
広告会社
- 全体

# ①TVCM素材 搬入形式の変化



## ②オンライン化の意義

# 速く、確実になる

### ① 距離からの解放

- ✓ オンライン化により距離の概念は無くなり搬入にかかる時間は大幅に短縮化。  
(全国一律の到着タイミング)
- ✓ 物理メディアの「移動」を伴わない事から悪天候・災害等による素材の不達、配達遅延が無くなる。  
(普及時にはバック便は大幅に減る)

## ②オンライン化の意義

# 業務が大幅に効率化する

## ② 広告会社と放送局の業務効率向上

### ✓ 広告会社

- CM素材の発注、仕分け、梱包～発送の各作業、陸送がなくなる。
- メタデータを活用した素材登録管理により入力作業手間、ミスが軽減する。

### ✓ 放送局(入稿関連業務・対応人数が減る)

- CM素材受取り、内容確認～バック便準備、発送～バック便受取り、開梱～素材内容確認、情報登録～バンキングの作業が自動化、もしくは半自動化され作業が大幅に効率化される。

## ②オンライン化の意義

# 安くなる

### ③ CMプリント費からファイル運用費へ

- ✓ テレビ放送開始から今日まで、物理メディアをプリントして放送局に搬入する必要があった。
- ✓ 人手と時間が必要なプリント作業がオンラインでのファイル運用に切り替わり、プリント関連の費用や作業は削減される。一方、新たに「メタデータ登録・管理、ファイルアップロード」関連のシステム運用費用、オンライン搬入費用が発生する。  
(但し、プリント費を下回る事が想定される)

### ③2017年度からのオンライン運用開始に向けた準備

#### (日本民間放送連盟との協議・検討の経緯)

- 2014年 4月に民放連営業委員会傘下CM運行検討小委員会にオンライン運用検討開始を申し入れ。
- 2015年 民放連・業協のWG同士で年間を通して協議を5回実施。  
業協は9月に2017年度内運用開始を広告業界全体の目標として定め、民放連に協力を要請～了承を得る。
- 2016年 2月:民放連加盟社全社会議にて業協のオンラインモデルを説明。  
6月:「オンラインCM搬入暫定規準(案)」を民放連が提示。  
7月:「テレビCMオンライン運用に関する民放連会員社説明会」  
民業共催で、東京(28日(木)78社148名) 大阪(26日(火)  
73社130名)にて実施。
- 2016年11月:「ファイルベースメディアCM搬入暫定規準」改訂  
「オンラインCM搬入暫定規準」制定  
「字幕付きCM素材搬入暫定基準」改訂  
(いずれも2017年10月適用)

### ③2017年度からのオンライン運用開始に向けた準備

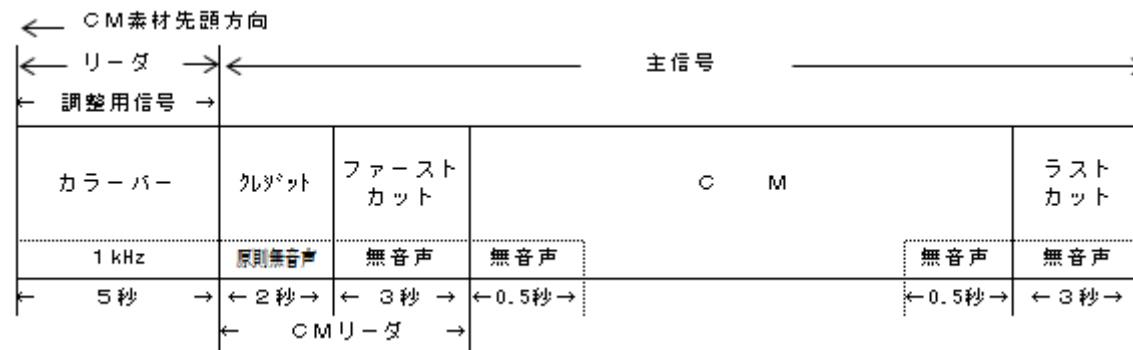
「ファイルベースメディアCM搬入暫定規準(2017年10月適用)」

「オンラインCM搬入暫定規準(2017年10月適用)」で適用された  
内容抜粋

■ CM素材ファイルの構成を変更

秒数: カラーバー45秒以上 ⇒ **5秒**、クレジット12秒 ⇒ **2秒**

黒信号: 冒頭およびラストカット以降に**記録しない**。



■ 15秒スポット素材が約700MBから約200MBへ(試算値)



## ③2017年度からのオンライン運用開始に向けた準備

### ■タイムコードの変更

タイムコードはSMPTE ST 12-1:2014「Time and Control Code」に規定する**ドロップフレームモード**とする。CM開始点は必ず\*\*h00m00s00fとする。（\*\*:00より23までの任意の値）

### ■メタデータの運用変更

「**素材種類区分**」は、**18:オンライン**として、要素<media\_type>には「オンライン」、属性<code>には「18」をセットする。

### ■「**ユーザーエリアその3**」には、**平均ラウドネス値を記載**することを必須とする。

単位(LKFS)は記載せず、半角マイナス記号から始まり、半角数字にて小数点第一位まで記載すること。また、-28.0を下回る場合、その理由を半角スペースのあとに、記載すること。

例1)-24.0

例2)-28.1 演出上の都合による

## ③2017年度からのオンライン運用開始に向けた準備

「オンラインCM搬入暫定規準(2017年10月適用)」で適用された  
内容抜粋

### ■ CM素材ファイルのフォーマット

XDCAM方式固有のMXFファイルフォーマットとする。

- ・ 映像圧縮フォーマット:MPEG HD422 50Mbps
- ・ 音声フォーマット:リニアPCM サンプル周波数48kHz、  
量子化ビット数24ビット

### ■ ファイルについて

- ・ CM素材ファイル
  - ・ CM素材交換メタデータ
  - ・ CM素材ファイルのハッシュ値
  - ・ CM素材交換メタデータのハッシュ値
- の4種類のファイルで1セットとする。

### ③2017年度からのオンライン運用開始に向けた準備

#### オンライン事業者について(オンライン運用体制整備状況)

2015年

10月14日:「CM素材オンライン運用フロー」をもとに業協として  
オンライン 事業者向け説明会を実施。国内外より12社が参加。  
参入意向確認(10月21日締切)

10月21日:素材搬入事業者(自由参入領域)に7社が参入希望を表明。  
送稿事業者(協調領域)に事業主体として参入意向を示した社は無し。

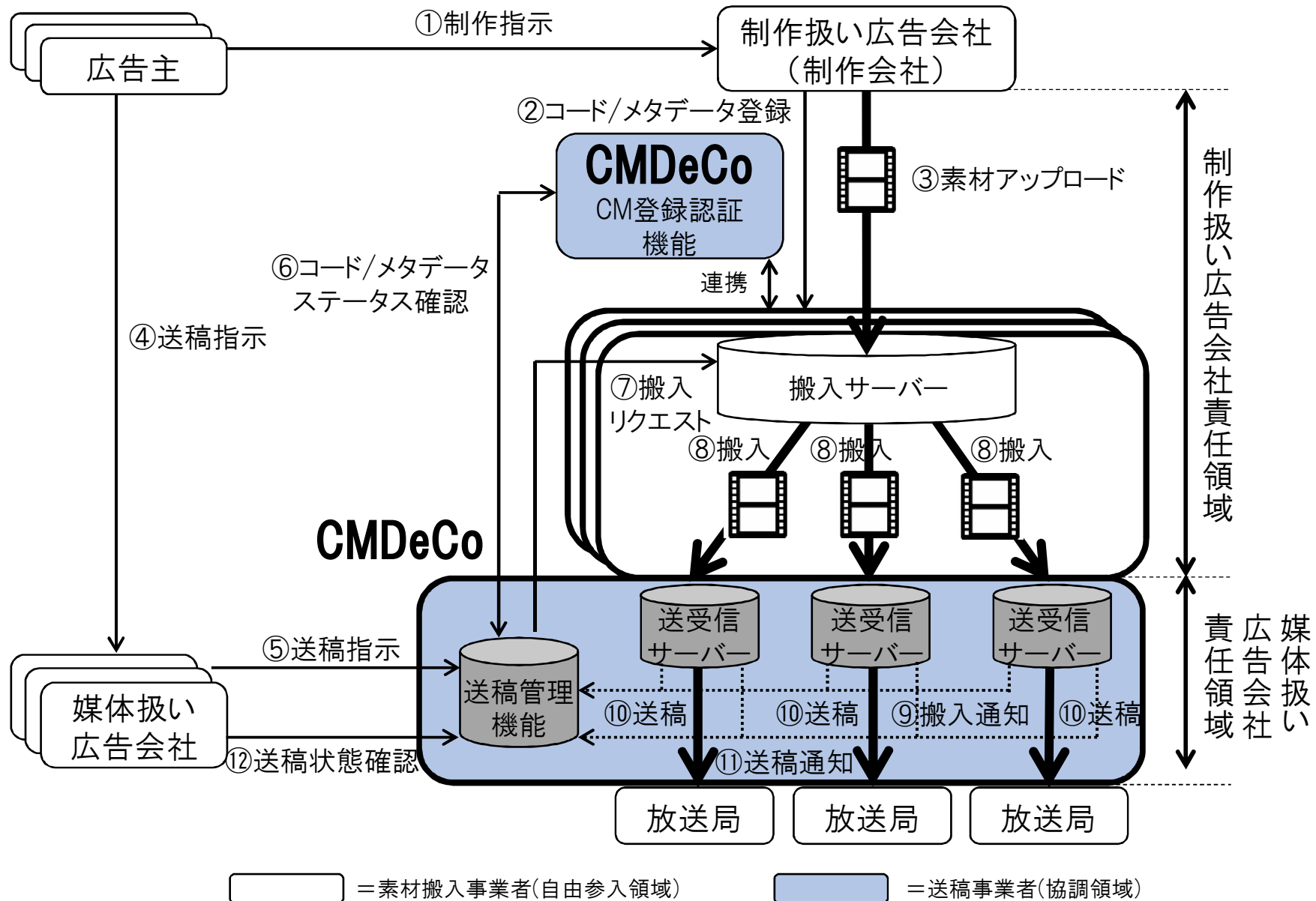
10月27日:業協から(株)広告EDIセンターにオンライン運用の協調領域における  
事業参画の検討を申し入れ。

11月30日:(株)広告EDIセンターより事業主体として協調領域に参画との回答。

➡ 送稿事業者(協調領域) : (株)広告EDIセンターに確定  
素材搬入事業者(自由参入領域) : 7社が事業

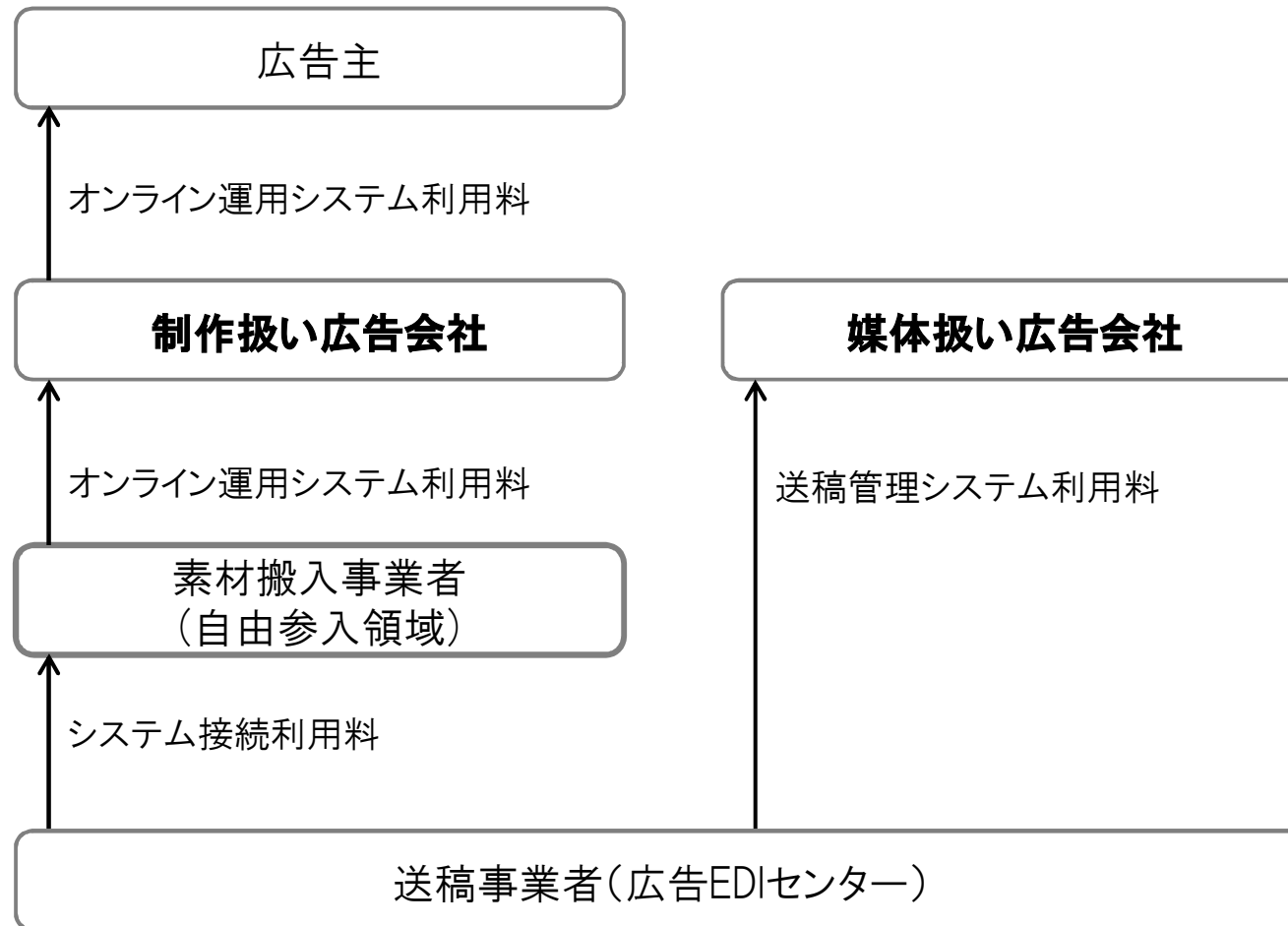
(2017年11月29日時点)

# ④オンライン運用（送稿）のフロー



# オンライン運用（送稿）の請求フロー

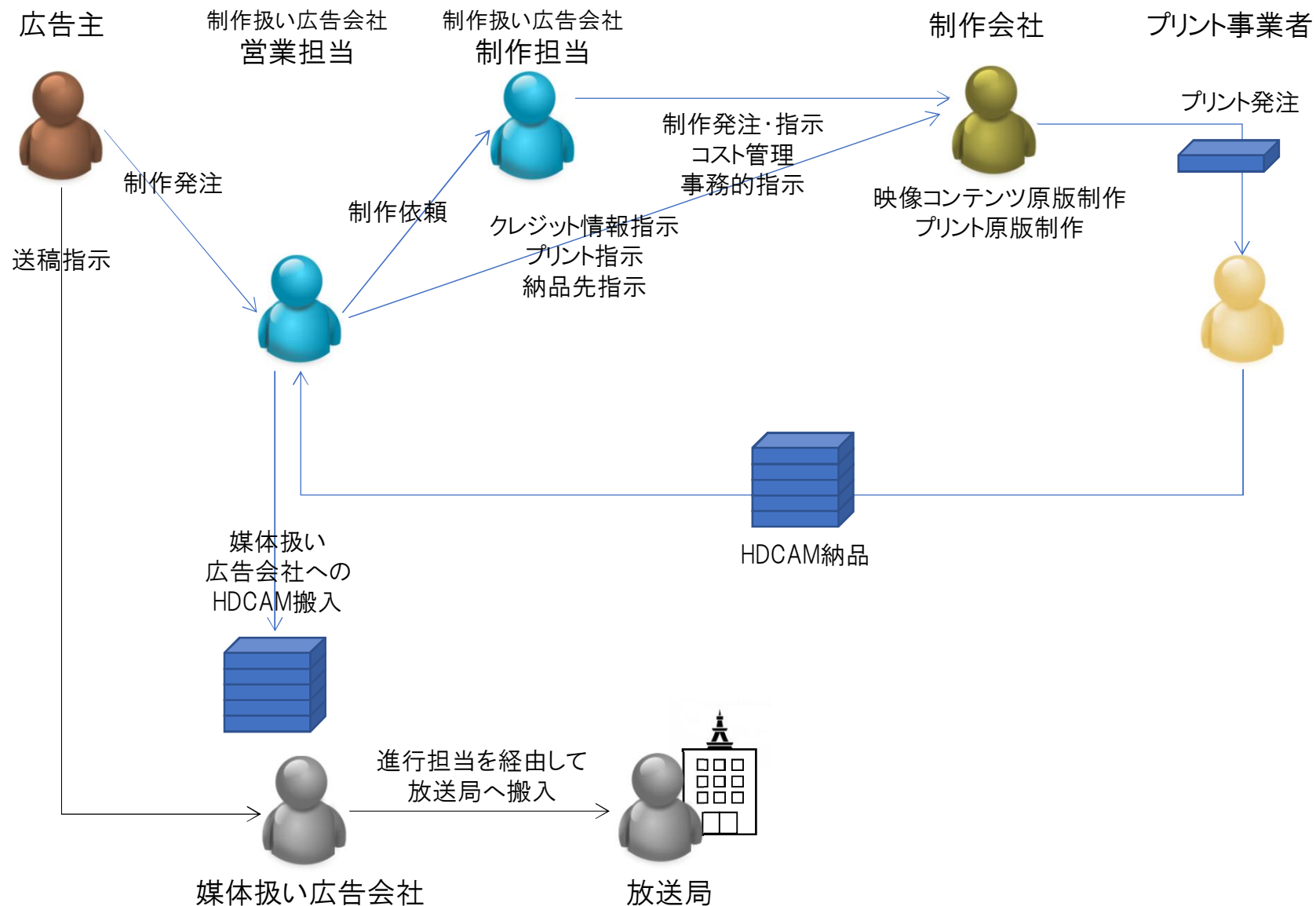
## 請求フローイメージ



※費目は仮称  
利用料は事業者が主体となって決定

### ⑤制作扱い広告会社の今までの作業フロー（一例）

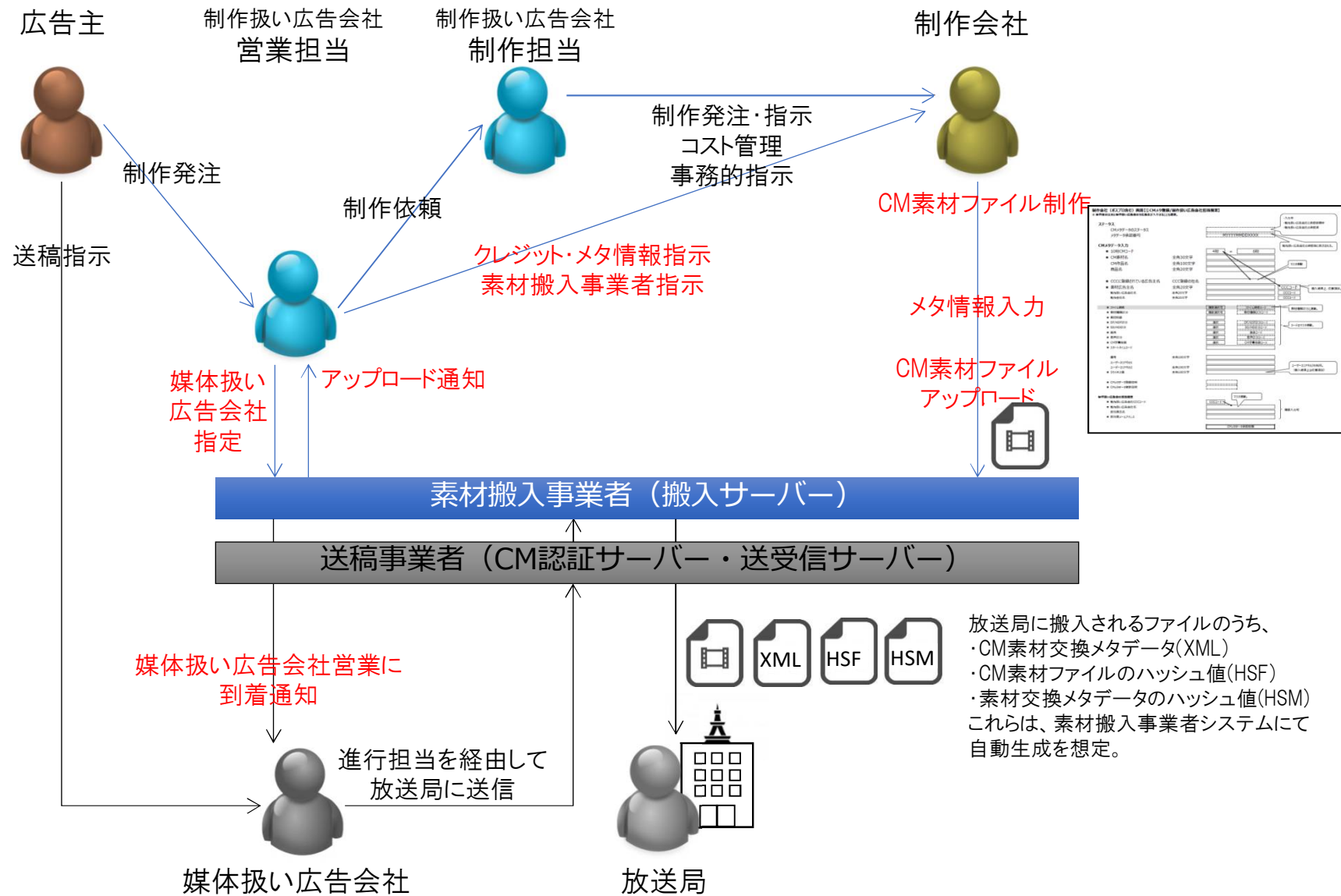
(HDCAM制作・搬入)



# 制作扱い広告会社・制作会社向け

## 制作扱い広告会社のオンライン運用化時の作業フロー（一例）

(オンライン素材制作・搬入)



## ⑥各素材搬入事業者の特色

### ブロードメディア



Broadmedia

- ・ **ブロードバント時代のコンテンツ流通サービス企業**
- ・ 映画館への本編、シネアドなどの配信、ホテルの客室のWi-Fi整備の実績
- ・ 放映・劇場配信、ゲーム・教育などのコンテンツ配信、制作・放送・番組提供
- ・ 回線の販売

### サービス名：ブロードメディア®CDN CMオンラインサービス

- ・ オンラインでのCM素材搬入、素材確認、送稿からオンライン未対応の放送局へのXDCAM素材配送まで、ワンストップで提供予定  
特徴：**配信サービスのスペシャリスト(10年以上にわたる大規模配信の実績)**  
**安全・安心(セキュアが求められるホテル業界でもサービスを止めることなく運用)**  
ベストプライス(各種配信サービスの経験から安く提供)
- ・ アップロード素材の搬入規準チェック(SONY PWA-MC1使用予定)
- ・ 独自回線引き込み可能局へは共通回線(100Mbps)ではなく、専用回線(数Gbps)を用意  
1本当たりの送稿は40秒～1分に
- ・ 素材保有期間＝原則2年間(要望に応じ延長可)
- ・ ファイル保持数/容量は、開始時に15TB＋α



## ⑥各素材搬入事業者の特色



- ・ **放送局の映像放映機器の実績豊富**
- ・ 放送局のデータバンクやマスターシステムなどシステムも構築

### サービス名：NEC テレビCMオンラインサービス

- ・ オンラインサービスのポイント
  - Safety 安全(国内の強固なデータセンタ)**
  - Security 安心(セキュアな環境、放送局で運用のクオリティチェック)**
  - Efficiency 効率(過渡期運用のために大手プロダクションと連携しプリントのサービス、個別カスタマイズも可能)
  - Equality 公平(一時利用もサポート)
- ・ クラウド上のクオリティチェック
  - 映像:フォーマット・ブラック連続・フリーズ連続など
  - 音声:無音連続・平均ラウドネス値測定など
  - 字幕:ARIB適合チェックなど
- ・ プリント一括発注(オンライン未対応局にXDCAMプリントサービス、XDCAMリリースも可能)
- ・ 素材保有期間=1年間以上

## ⑥各素材搬入事業者の特色



音響ハウス

- ・ **日本ポストプロダクション協会(JPPA)会長社**
- ・ 1973年創業の総合スタジオマガジンハウスをはじめ  
コミュニケーションビジネスを対象とした企業グループの一員

### サービス名：オーエスキューブ OHS<sup>3</sup> (Onkio Haus Smart Send Service)

- ・ サービス方針(オンライン送稿ワークフロー完全準拠、オンライン送稿への段階移行に対応、個別 広告会社のニーズに対応、早期からのサービス導入支援)
- ・ 導入サービス(個別ニーズへの対応、導入サポート)
- ・ オンライン送稿システム(基本:安心・安全、簡単便利、ミスを防ぐ、手順の進み具合が一目瞭然、IT用語を避けた簡便な表記、簡単接続、特徴的機能:メタ情報の一括入力、素材を連続アップロード機能、アップロードのファイル欠損自動チェック機能、XDCAM互換)
- ・ チェック機能、 作業機能:プロジェクトの進行状況一覧表示)
- ・ **ポストプロサービス(CM作業を熟知した総合ポストプロダクション機能を有し、再委託なくサービス提供が可能、ファイル納品支援・ポストプロダクション作業・関連周辺サービス)**
- ・ 運用支援サービス(個別ニーズに対応)
- ・ 素材保有期間=1年間以上

## ⑥各素材搬入事業者の特色

### アドストリーム・ジャパン



- **世界最大の広告アセットマネジメント会社**
- **本社英国。40カ国の事業所で116カ国のCM送稿実績**
- 40,000の媒体社との連携
- 46カ国の言語に対応
- マクドナルド、コルゲート、P&Gなどの大手広告主とWPP、Omnicomなどの広告会社が利用

### サービス名： Adline

- **ワンストップサービスとして、オンラインと同時にXDCAMのプリント指示を受け、素材を指定の媒体扱い広告会社まで届けることが可能**
- QCチェックは25科目(ラウドネス、RGBレベル、画角、音声、素材秒数、タイムコードなど)
- 素材はライブラリーで保存され、保持期間及び保持容量は、期限、制限はなし(期間に関しては要望によって調整が可能)
- ライブラリーでは、メタデータ、各カットのフレームを表示するストーリーボードを保存、マスター、プロキシのダウンロードが可能
- ライブラリーは高いセキュリティで管理され、ブランドの担当以外は見ることができない
- プレミアムライブラリー(別料金)で、テレビ以外のメディアのフォーマットにすることが可能

## ⑥各素材搬入事業者の特色

### Group IMD Japan



- 1996年英国で創業、2011年日本上陸
- 14,000を超えるメディアと連携し1日最大8,000素材を配信
- トップ100の広告主の97%と取引実績
- 世界各国で日本の広告会社・グローバルエージェンシーをサポート
- 世界各国で外資系、及び日本の広告主をサポート

### サービス名：IMD CLOUD

- 基本サービス  
オンラインワークフロー管理の提供、CM素材交換メタデータに基づくXMLファイルの自動生成Auto QC(自動品質確認)、12時間以内のオンライン搬入  
**ワンストップ運用(オンライン搬入と過渡期のXDCAMプリント、テレビCMと他動画媒体への搬入・送稿)、IMD CLOUD Libraryで標準アーカイブ**
- オプションサービス  
目視品質確認、3時間以内の特急オンライン搬入、12時間以内の特急XDCAMプリントなどワンストップサービスとして、過渡期におけるXDCAMリースサービス  
(コスト削減、保管管理が不要)
- 物流はVision Service、プリントはD&A Musicと提携
- 素材保有期間＝無期限

## ⑥各素材搬入事業者の特色

イマジカ/フォトロン



- ・ イマジカロボットHDグループで、フォトロンはシステム・イマジカは人的提供
- ・ フォトロンは「HARBOR」で映像ファイルを月190TB/5,000転送の実績
- ・ テレビ番組、映画素材の搬入実績
- ・ 制作会社向けのHDDレンタルも展開中

### サービス名：CM HARBOR

- ・ 基本サービス  
MXFファイルアップロード機能（Hash確認、ファイルチェック、プレビュー）  
クレジット内容確認メール機能及びCMメタ作成ツール機能（メタ総合性チェック、帳票印刷）、媒体扱い指定機能（請求先、請求元入力機能）
- ・ 拡張付加サービス  
SR原版・その他ファイルからの預かり代行  
XDCAMレンタルサービス  
タイプ別プレビュー・管理機能
- ・ アーカイブ機能有
- ・ 素材保有期間＝2年間（延長可）

## ⑥各素材搬入事業者の特色

イメージスタジオ・イチマルキューウ

IMAGE STUDIO *IOQ*

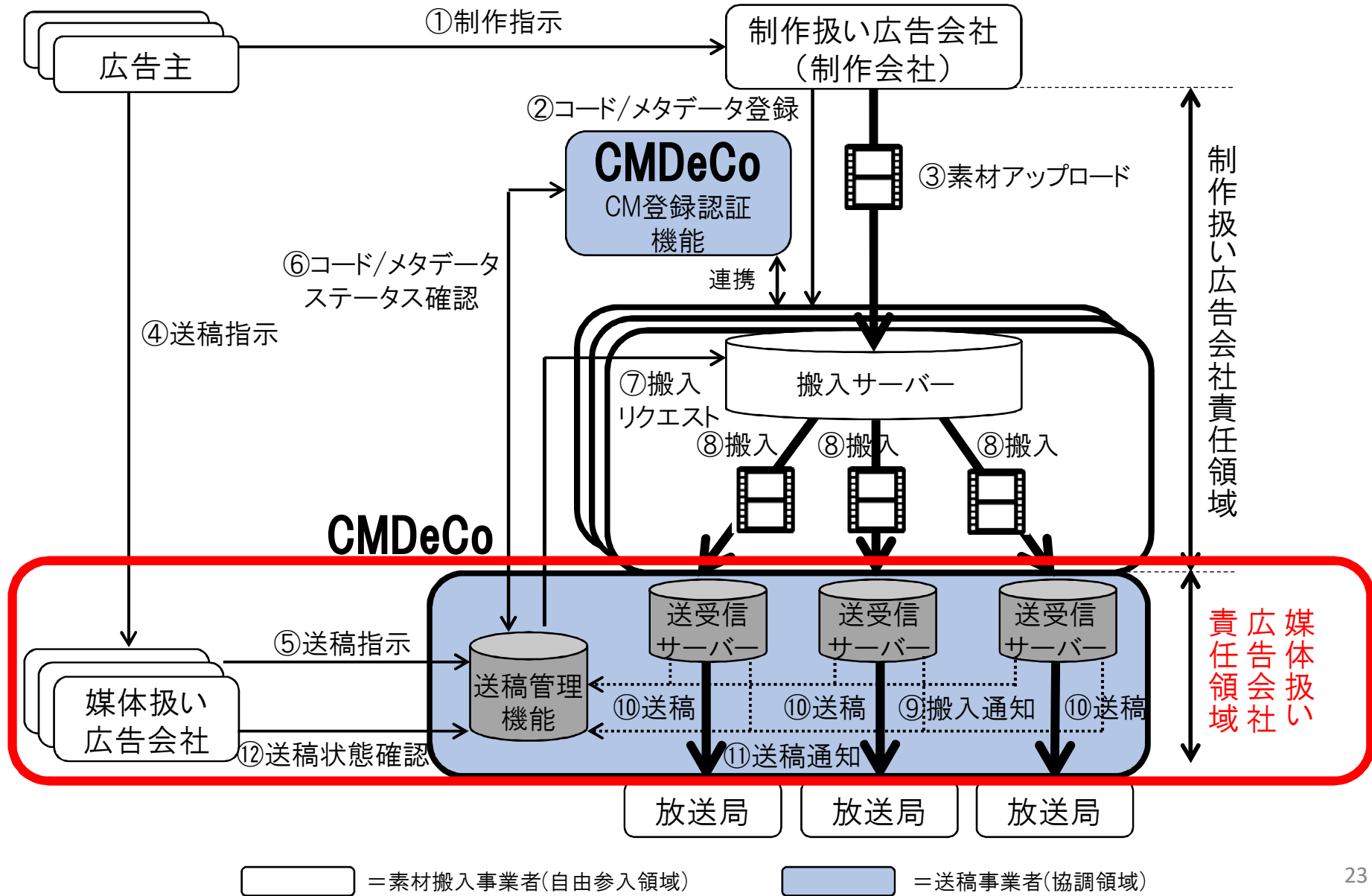
- ・ **テレビCMを中心としたポストプロダクション及び撮影スタジオポストプロダクション業務**
- ・ カラーグレーディング・オフライン編集室・Flame編集室  
プリントセンターなどを完備、ハイクオリティな技術を保有
- ・ 27年以上のテレビCMプリント業務実績

### サービス名： **CueGate**

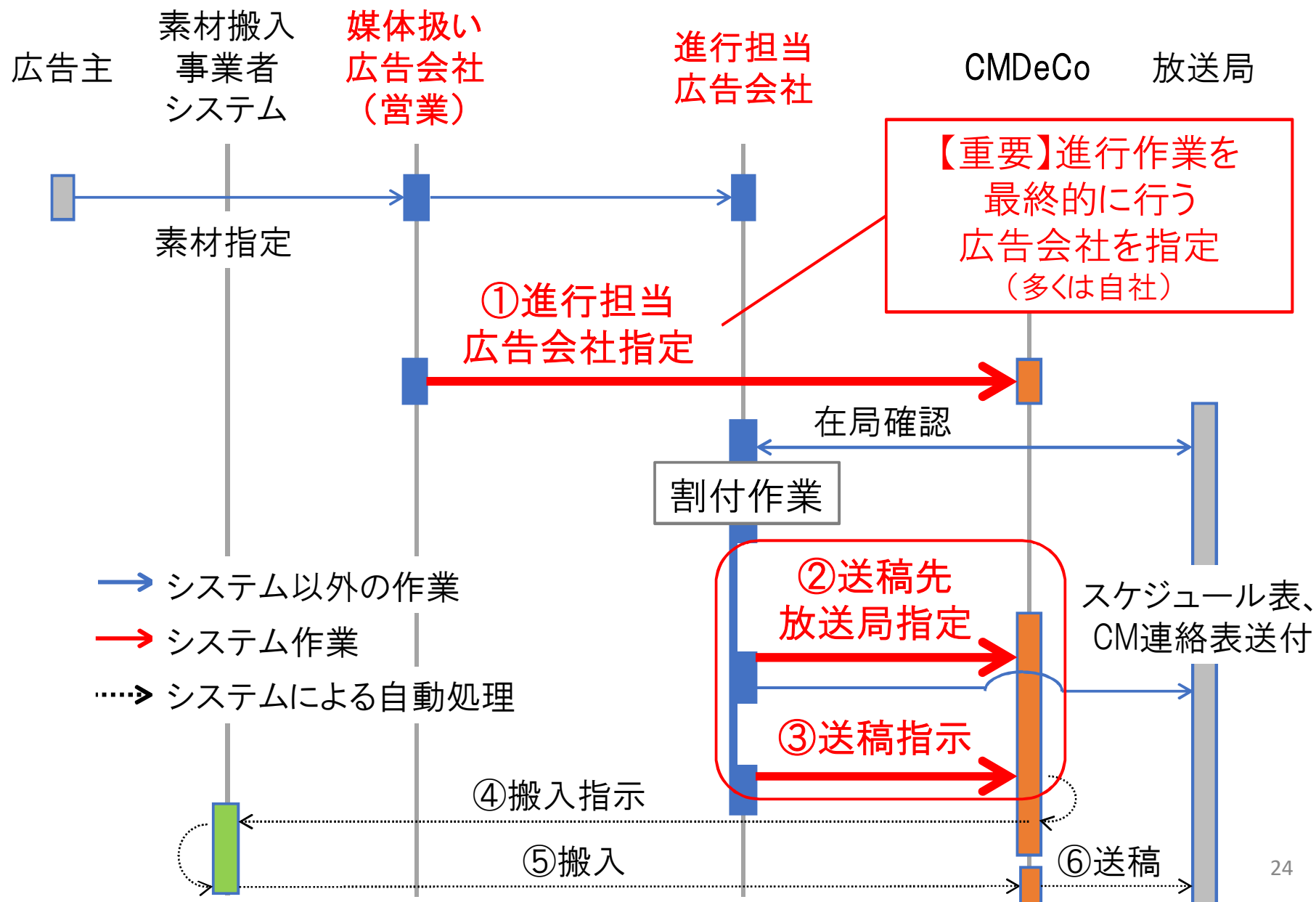
サービスの基本

- ・ オンラインでのCM素材搬入・確認、そして送稿からXDCAMプリントまでワンストップサービスの提供
- ・ 品質チェック機能をシステム化。(オプションで技術スタッフによるチェック)
- ・ ポストプロダクション業務の経験豊富なスタッフによる幅広いサポート体制
- ・ XDCAMプリントメディアをリース提供

# オンライン運用（送稿）のフロー（再掲）



# ⑦媒体扱い広告会社(営業)、進行担当会社の作業フロー





## ⑧CMDeCo利用にあたって（利用申込について）

1. ご利用にあたっては、会社登録が必要となります。
  - ✓ 弊社 CMDeCo担当(cm-online@ad-edi.com)までご連絡ください。
  - ✓ 利用規約および利用申込書などをメールにてお送りいたします。
  - ✓ **進行機能を利用する場合、定額料金(年額)が発生します。**  
公開データがない場合、直近1年間のテレビ売上高をお教えてください。
2. 利用申請書に必要事項をご記入ください。  
利用規約・プライバシーポリシー・料金表に同意の上、広告EDIセンターまでご郵送ください。  
利用申込書をメールでも送付をお願いします。
3. 登録が完了しましたら、アカウント管理者宛にメールが送信されます。  
メールの指示に従って、本登録をお願いします。

**十分に余裕をもって申請をお願いします。**

## CMDDeCo利用にあたって（請求について）

- 年度途中からのお申込みは、年額を12分割し、利用開始月から弊社の年度末(3月)までの月数分の金額を、利用開始の翌月10日に一括請求いたしますので、弊社指定の口座にご入金ください。
  - ✓ 利用開始月とは、アカウント管理者へのアカウント発行月を指します。
- 2年目以降は、4月10日請求となり、年額を一括請求させていただきます。

## CMDeCo利用にあたって（問い合わせ先）

### ■ 申込に関する問い合わせ先

- ✓ (株)広告EDIセンター CMDeCo担当  
TEL : 03-5551-1212  
E-mail: cm-online@ad-edi.com

### ■ 操作方法に関する問い合わせ先

- ✓ CMDeCoサポートデスク  
TEL : 03-6316-4223  
E-mail: support\_cmdeco@ad-edi.com  
サポート時間: 営業日9:00~18:00

### ■ 申込の流れや操作マニュアルなど詳しい情報について

- ✓ 弊社Webサイト CMDeCoコーナーに掲載しています。
- ✓ 申込の流れや画面操作等詳しくはこちらでご確認ください。

## ⑨送稿実績と普及への課題

### 新しい制作工程への対応(制作会社・広告会社共に)

- オンライン運用の開始に合わせ、制作会社側(JAC)から今後の受注に関し、業務領域の区分けについて以下の提示
- 業協としては、これまで制作領域やプリント領域を混然と一括受注をしていた制作会社の業務の中から、プリント領域が切り離される環境変化を踏まえ、制作会社の新たな考え方には同意
- 尚、以下の考え方を踏まえ、現在、業務ガイドラインを作成中  
(注:ガイドラインは個別取引を制約するものではありません。)

#### ① 責任分界の明確化

- ▶ 制作会社の責任は初号試写まで、つまりTVCM素材を前提とした「映像アドコンテンツ制作」～確認・納品完了までであり、「オンエア用フォーマット化に関する作業」は後工程となる

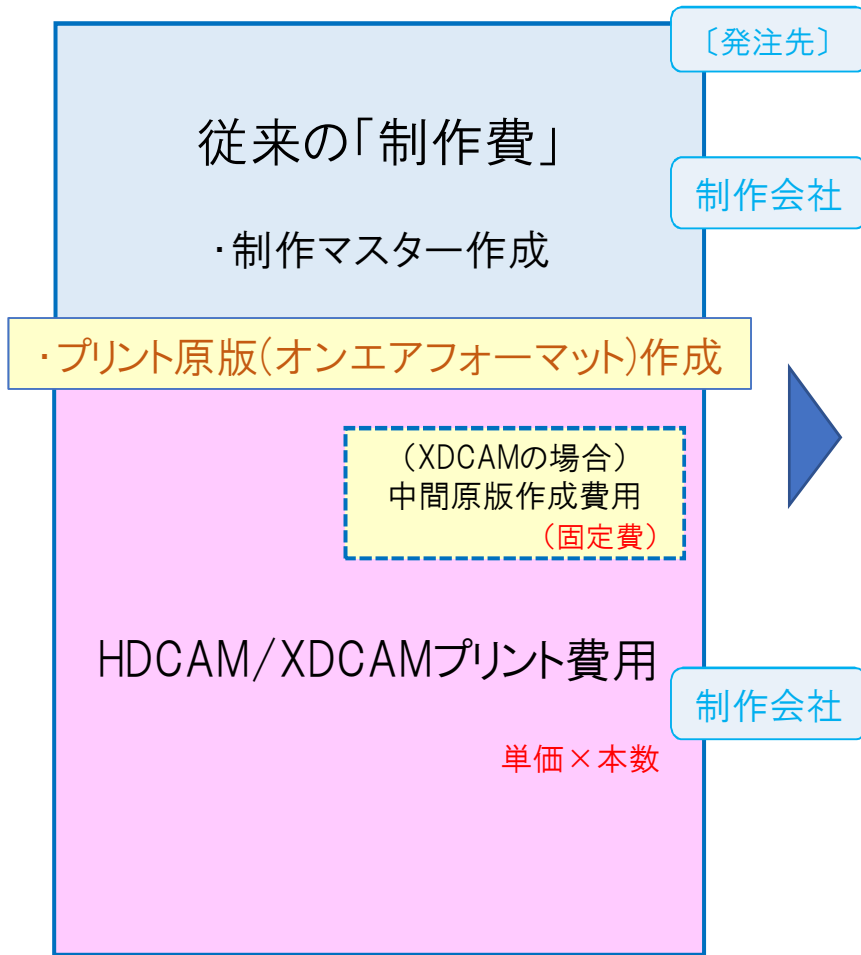
#### ② 上記①に伴う新たな作業費目の設定

- ▶ 後工程(OAに向けた「MXFファイル作成」「メタ登録」「アップロード費用」等)にかかわる作業については、別途費用が発生
- ▶ 新XDCAMプリント費用等は、これまで通り(広告会社経由で)制作会社に発注した場合、新たな見積りを提示

# オンライン化による、これまでとの工程の比較

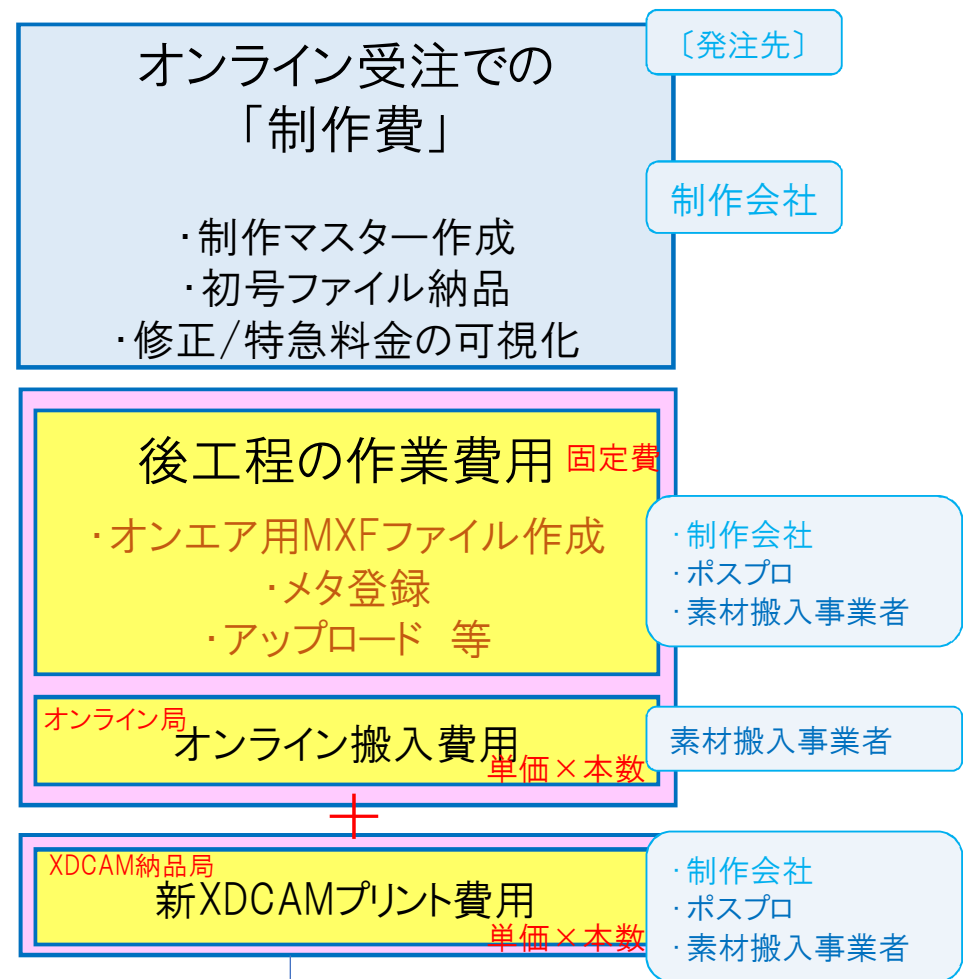
## ■ プリント納品

総費用 = 制作費 + プリント費



## ● オンライン運用

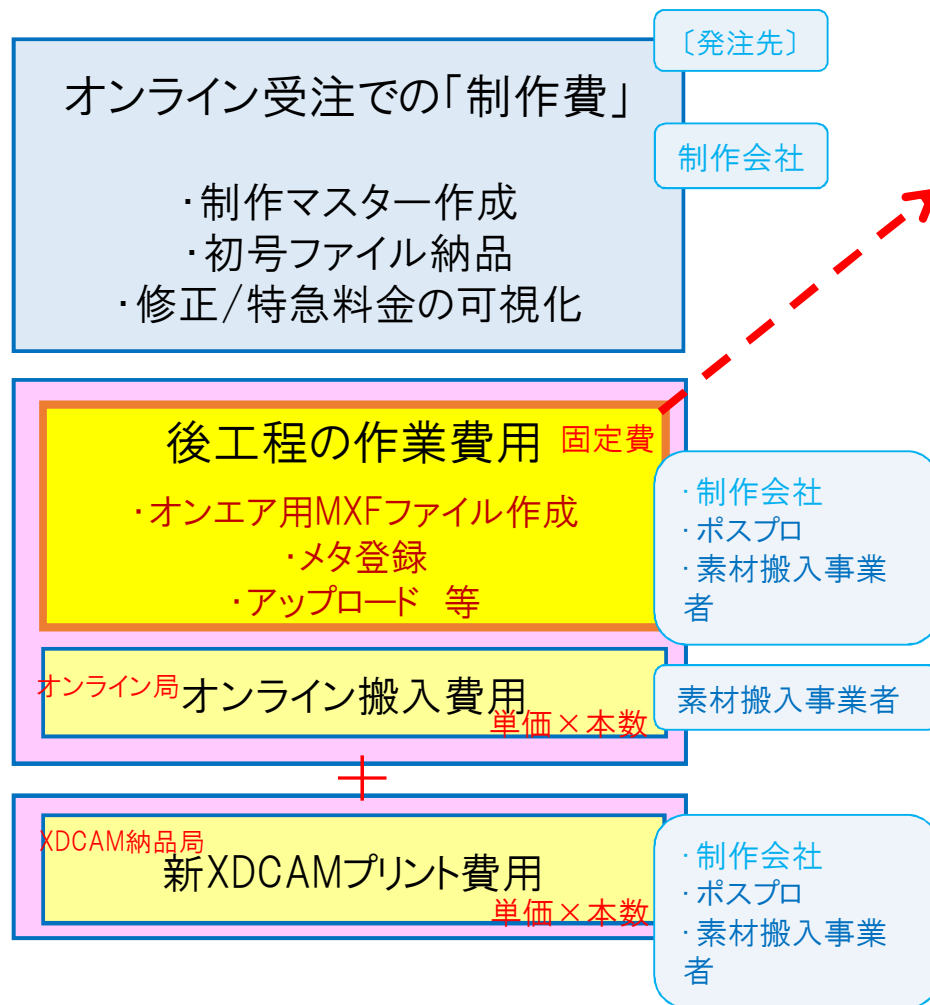
総費用 = 制作費 + 後工程費用 + オンライン搬入費



過渡期は並存

# 新たに発生する作業

- これまで「オンエアフォーマット」の作成は 商慣習として制作費に含まれていましたが、作業が分解されます。



•制作会社が完成させた「映像アドコンテンツ」を、TVCM素材として搬入可能なものへと進める工程が、「オンエア用フォーマット化に関する作業」、即ち後工程となります。

•この後工程は、

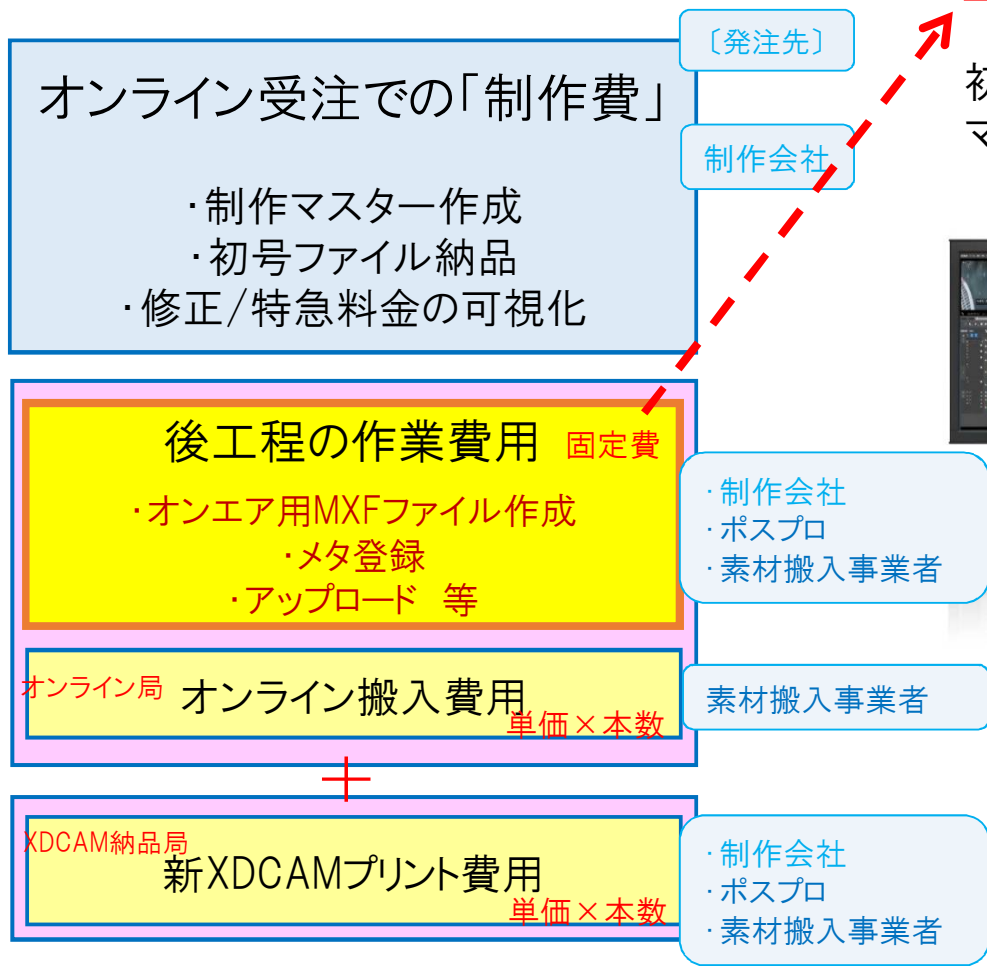
A)これまでと同様に「制作会社(制作会社が連携するポスプロを含む)がそのまま引き継ぐケース」も

B)別途分離して「ポスプロや素材搬入事業者が行うケース」もあります。

• 制作費に含まれていた作業が分解しています。

• 尚、後工程の作業費用は、1素材に1回だけかかる固定費的なイニシャルコストとなります。

# 新たに発生する作業の内容 ①



## ① オンエア用MXFファイル作成 とは

初号ファイルから、クレジット作成・オンエアフォーマット化・エンコードないしダビングを行う

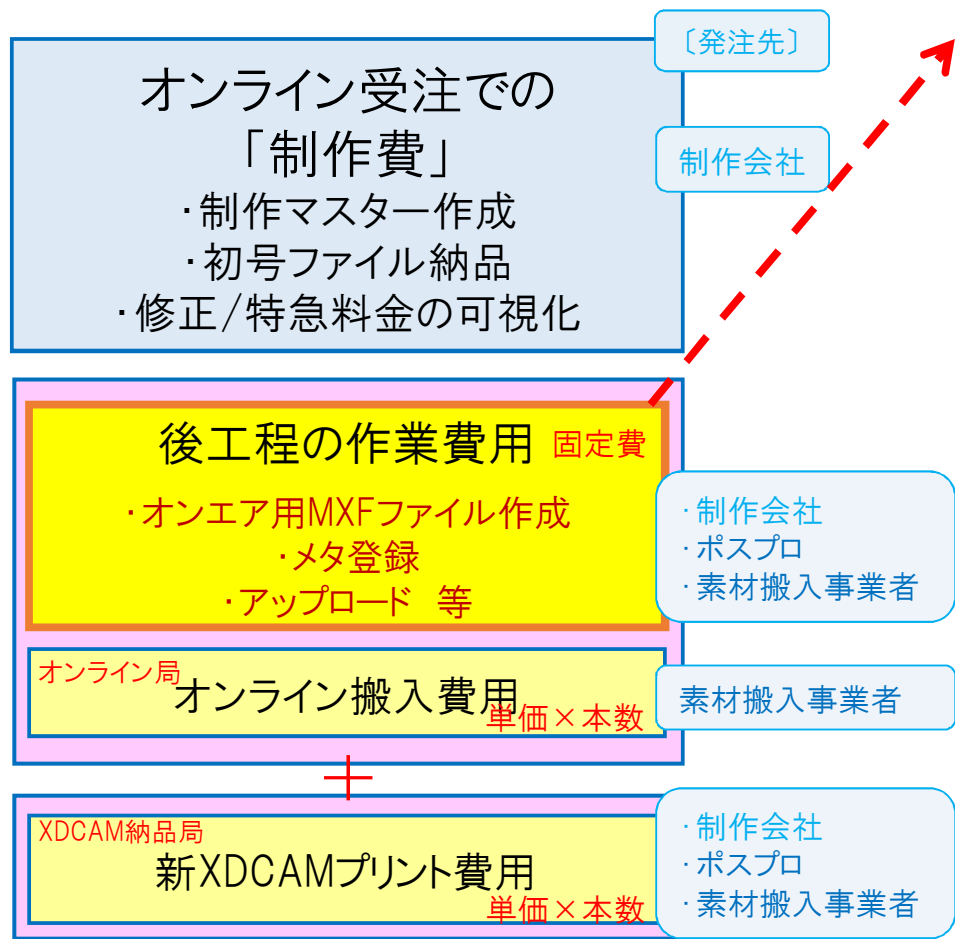


1 素材は1ロールで構成することとし、ロールの構成は下記の通りとする。

← CM素材先頭方向				→ 主信号			
← リーダ				→			
調整用信号							
カラーバー	クレジット	ファーストカット		C	M		ラストカット
1kHz	高品質音声	無音声	無音声				無音声 無音声
5秒	→2秒→	→3秒→	→0.5秒→				→0.5秒→ →3秒→
CMリーダー							

各種編集ソフト(ハード)ウェアにおいて搬入構成フォーマットへ編集

# 新たに発生する作業の内容 ②



## ② メタ登録とは

素材搬入事業者のサーバー上のシステムに「CM素材交換メタデータ」を登録する業務。民放連のテレビCM素材搬入基準に則り、23項目のデータを入力する。

- 素材搬入事業者が用意する「登録方法」は2パターン
- ①用意したメタデータをファイルにしアップロードして登録
  - ②用意した文字情報をシステムUIに手動入力し登録

### ①の作業例



各種メタデータソフトウェアにてメタデータの編集、ファイル化 (XML等)



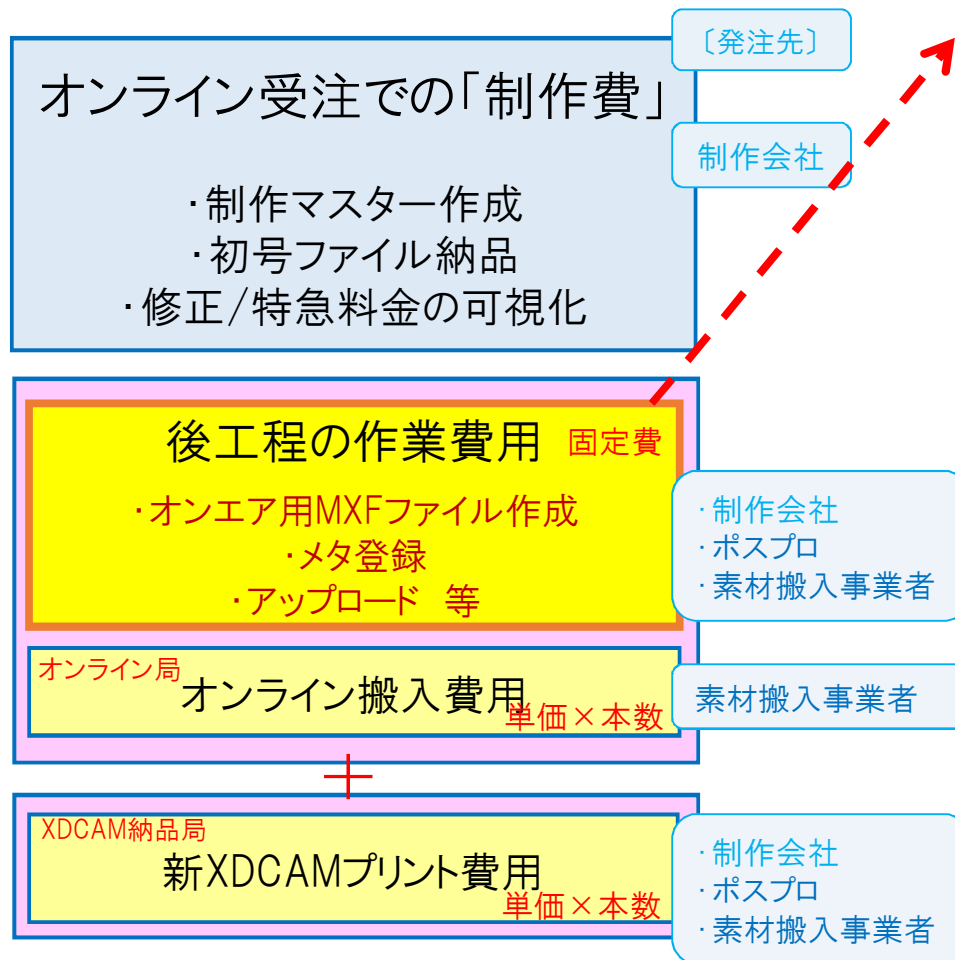
素材搬入事業者のシステムにアップロード



XMLファイルの場合、XDCAMディスクにメタデータとして格納可能

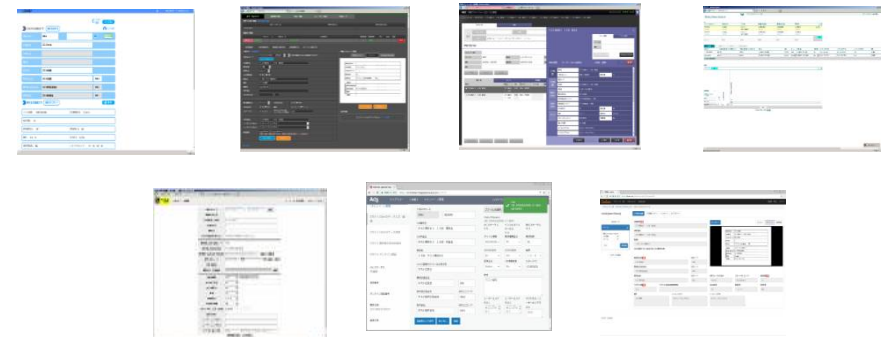


# 新たに発生する作業の内容 ③



## ③ アップロード作業 とは

素材搬入事業者のシステム上に「MXFファイル」をアップロード。制作扱い広告会社による、プロキシ視聴での最終チェック後、「オンライン認証」を経て搬入可能状態となる。



※素材搬入事業者各社の画面イメージ  
各社毎に情報の配置、操作性、工程は異なる

## ⑩素材搬入までの費用はどう変わるのか

- プrint/送稿領域に掛かる費用は、これまでのHDCAMプリントと比較して、オンライン搬入費(1局あたり)の方が安価になると想定しています。
- 一方、オンラインや新XDCAMが開始されるにあたり、新たな作業費目が発生します。
- そのため、搬入する放送局により、総放送局数とオンライン対応局数等、条件を踏まえての検討が必要です。
- オンライン搬入局数により、これまでの方式よりコストが増加する可能性もあることを、ご留意頂きたくお願いいたします。
- 例えば、タイムのお取引や、スポットの発注エリアが限定されオンライン対応局数が少ない場合等は、費用バランスから、当面HDCAMによる運用も考えられます。

## 素材搬入までの費用はどう変わるのか

- 以上のように、プリント/送稿領域にかかる費用は、その条件や今後の進捗により費用が変動します。
  - ① 後工程(アップロード費用等)は、環境の変化や発注先の多様化により競争原理が働き、中期的には費用が低減していくものと予想されます。
  - ② 1本あたりの送稿にかかる費用は、今後、送稿可能な局数が増加していき(現状21局でスタート→2018年3月に38局→最終的には全局への送稿が可能に)オンライン比率が高まることで、低減していきます。

### 【広告主への説明】

まず、お取引のある広告会社にご相談ください。

現時点(21局オンライン送稿対応可能)でご提供できる見積りをお出しします。

今後の動向や変動についても、随時アップデートできるよう努めてまいります。

# 素材搬入までの費用はどう変わるのか

- オンライン送稿の費用は、事業者/提示される単価/本数によって変動します。以下のようなシミュレーションシートで、比較検討していただくことをお勧めします。

## CMオンライン運用 シミュレーションシート

黄色/太枠内 入力

現行

	単価 (円)	数量 (本)	合計金額 (円)
HDCAMプリント費用			<b>0</b>

(A)



オンライン移行 (ファイル運用)

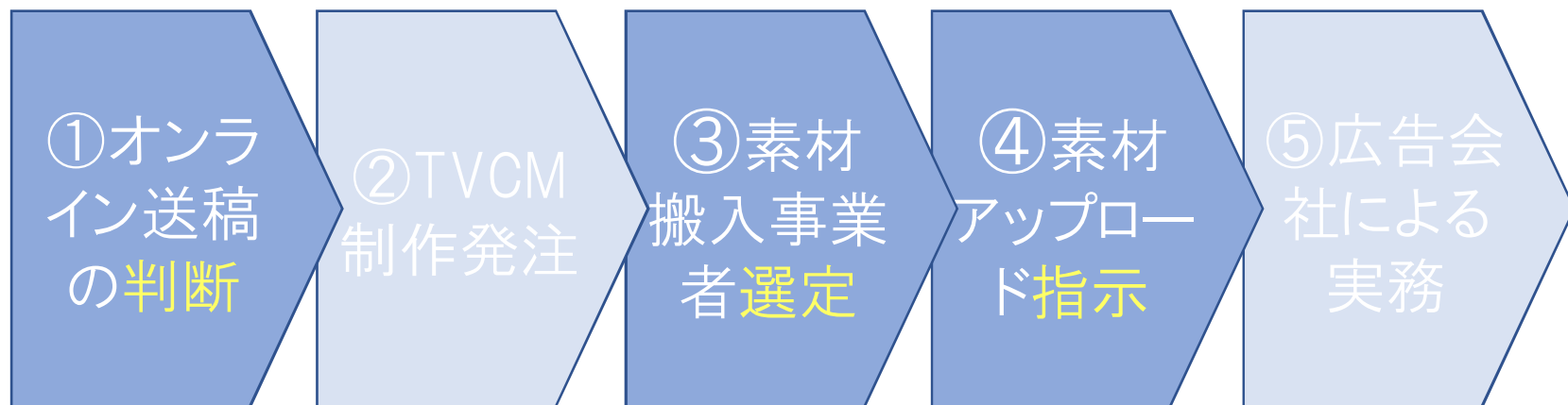
	単価 (円)	数量 (本)	合計金額 (円)
後工程			0
			0
			0
オンライン局			0
XDCAM搬入局			0
		総合計金額 (円)	<b>0</b>
		差額 (B) - (A)	<b>0</b>

(B)

★発注先の受注条件により、数式自体の変更が必要になる場合があります。

## ⑪オンライン化時の広告主の作業(判断・指示)

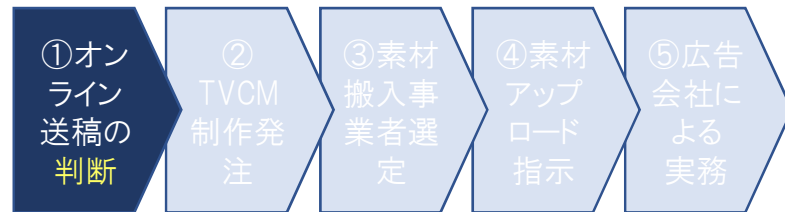
- TVCMオンライン運用において、広告主が判断/指示する必要個所は、以下の①③④の3点
- それぞれ広告会社がサポートするが、広告主の判断～指示が原則



※JACから、②に先んじて①の有無を必要とする旨の要請

- 以下のページで、上記「判断が必要なポイント」について解説

# 広告主がオンライン運用で「判断」が必要なポイント



## ① 当該キャンペーンについてオンライン運用をするかどうかの判断

### オンライン搬入局数の確認～費用換算

「媒体扱い広告会社」がオンエア局のうち、何局がオンライン搬入可能かを報告(=モノでの搬入必要局数がわかる)

素材搬入までの総費用(プリント費+オンライン搬入関連費用)を比較し、合理性を確認  
～オンライン化するかどうかを判断

# 広告主がオンライン運用で「判断」が必要なポイント



## ③「素材搬入事業者」の選定

### 「素材搬入事業者」の特性・料金・サービス内容の見極め

各事業者の特性やサービス内容を比較し、見積金額も比較したうえで素材搬入事業者を選定

広告会社は事業者の選定をサポート  
(制作扱い広告会社が各広告主向けに目利きをして推奨することも)

# オンライン運用で「判断」が必要なポイント



## ④素材アップロードの指示

### 「制作扱い広告会社」へ素材アップロードとプリント納品を発注

送稿指示を受けた「媒体扱い広告会社」が、使用予定局のその時点でのオンライン搬入可能局数を改めて確認し、広告主に報告  
広告主はオンエア用MXFファイルのアップロードとXDCAMプリント必要本数を「制作扱い広告会社」に指示

#### ※ これ以降は「制作扱い広告会社/媒体扱い広告会社」の実務へ

- > 「制作扱い広告会社」が素材搬入事業者にメタ登録およびオンエア用MXFファイルをアップロード。XDCAMをプリントし媒体扱い広告会社に搬入。
- > 送稿指示を頂いた「媒体扱い広告会社」が送稿事業者の送稿管理機能を利用してオンライン送稿を指示。放送局に送稿。



## その他の課題

### オンライン運用開始後の重要課題

- 放送局の設備状況や広告主の意向(切り替え移行期間等)で一定の併用期間が想定される。
- 進行作業や設備の二重化は広告主・放送局・広告会社等全てのプレイヤーに負担。
- オンラインと物理メディアでの搬入の併用期間の短縮。
- オンライン運用のメリットを最大化する為には関係するプレイヤーの相互協力の下で早期に移行する事が重要。



**オンライン搬入可能局の拡大が急務**

## 広告主の声

### JAA(日本アドバイザーズ協会)年度事業説明会 (4月18日)でのテレビCMオンライン化へのコメント

「コスト及び納期面で大変メリットがある。ひいては出稿量の増加にもつながるだろう」

「広告主としては送稿に関してカセットからオンラインにすることを目的としているわけではない。しかしオンライン送稿と言えるものは他のメディアにおいてはすでに実現している。なのにTVCMに関しては1週間前に納品しなくてはならない」

## 広告主の声

### JAA(日本アドバイザーズ協会)年度事業説明会 (4月18日)でのテレビCMオンライン化へのコメント

「それを1日でも早く、しかも安く実施する事でいろんな事が出来る。地域別だとか局別とかに、さまざまな素材をタイムリーに入れて行ける」

「デジタルな世界で出来ている事を実現する事で、テレビCMの価値が上がるのではないかと思っている」

## Q&A（制作扱い広告会社向け）

Q1：広告会社にとって新たに導入が必要なものはあるのか？

A1：Webにアクセスできるパソコンがあれば対応可能。

制作扱い広告会社は素材搬入事業者と契約し、サービスを利用。  
媒体扱い広告会社は送稿事業者(株)広告EDIセンター)と契約し、  
サービスを利用。

Q2：素材搬入事業者によってシステムの操作方法が異なるのか？

A2：事業者のサービス範囲によってシステムインターフェイスが異なる可能性があるが、基本機能(メタ入力、扱い広告会社指定、素材アップロード)についての操作手順はほぼ同じになるよう素材搬入事業者向けガイドラインを提示している。

## Q&A（制作扱い広告会社向け）

Q3: 素材名、10桁CMコードの付番ルールは変わるのか？

A3: 今までと同じ扱い。搬入規準で決められているルールに則る。

10桁CMコードの一意性はCMTDeCo内CM登録認証機能で登録管理されることにより担保される。

Q4: 制作納品および搬入用素材納品における責任分界点は変わるのか？  
(CM制作会社として責任を負わなければならない制作物はどこ迄？)  
XMLファイル、ハッシュ値はどこで生成？

A4: 果たす役割・責任は変わらない。広告会社に「モノを届ける」納品が指定された搬入サーバに、「ケース用カードやラベルに相当するメタ情報の入力とMXFファイルのアップロードをする」ことに変わるだけ。

メタデータのXMLファイル、ハッシュ値のファイルは、素材搬入事業者のオンラインシステム内で自動生成される。

## Q&A（制作扱い広告会社向け）

---

Q5:旧フォーマットでのXDCAMはいつまで受け入れ可能か？

A5:2018年9月末まで。

## Q&A（媒体扱い広告会社向け）

Q6: 在局確認および素材返却管理の運用はどうなるのか？

A6: 在局確認については放送局、広告会社双方の業務負荷削減に向けて、民放連、業協合同CM運行WGにて運用ルールを検討中。

素材返却作業は無くなるが、放送局内で素材ファイルを削除した旨を広告会社に通知するための返却通知APIを用意する。  
(運用は任意)

Q7: 送稿指示からどれくらいで放送局に届くのか？

Q7: 素材搬入事業者のサービスレベルによるが、現状の送稿（広告会社～放送局本社）にかかる時間以内には届く環境が用意されている。