

ラジオCMオンライン運用説明会

「ラジオCMオンライン運用の推進について」

2017年6月

日本広告業協会ラジオ小委員会

ラジオCM運行WG

末澤 淳

本日の説明内容

1. はじめに
2. 全国への展開
3. システムの概要
4. 利用準備
5. 今後について
6. まとめ



1. はじめに

2017年4月

ラジオCMのオンライン運用がスタートしました！



1. はじめに

<検討開始時のビジネス課題> (2014年)

- 課題 1. 現行搬入メディアのMOは2018年3月に販売終了の予定、速やかに代替手段を構築しなければならない状況。
- 課題 2. CMオンライン運用の普及には、業界統一ルールの整備による安全性・確実性の向上、効率化が必要。
※搬入基準を策定、オンライン向けに改訂【2017年3月改訂版】



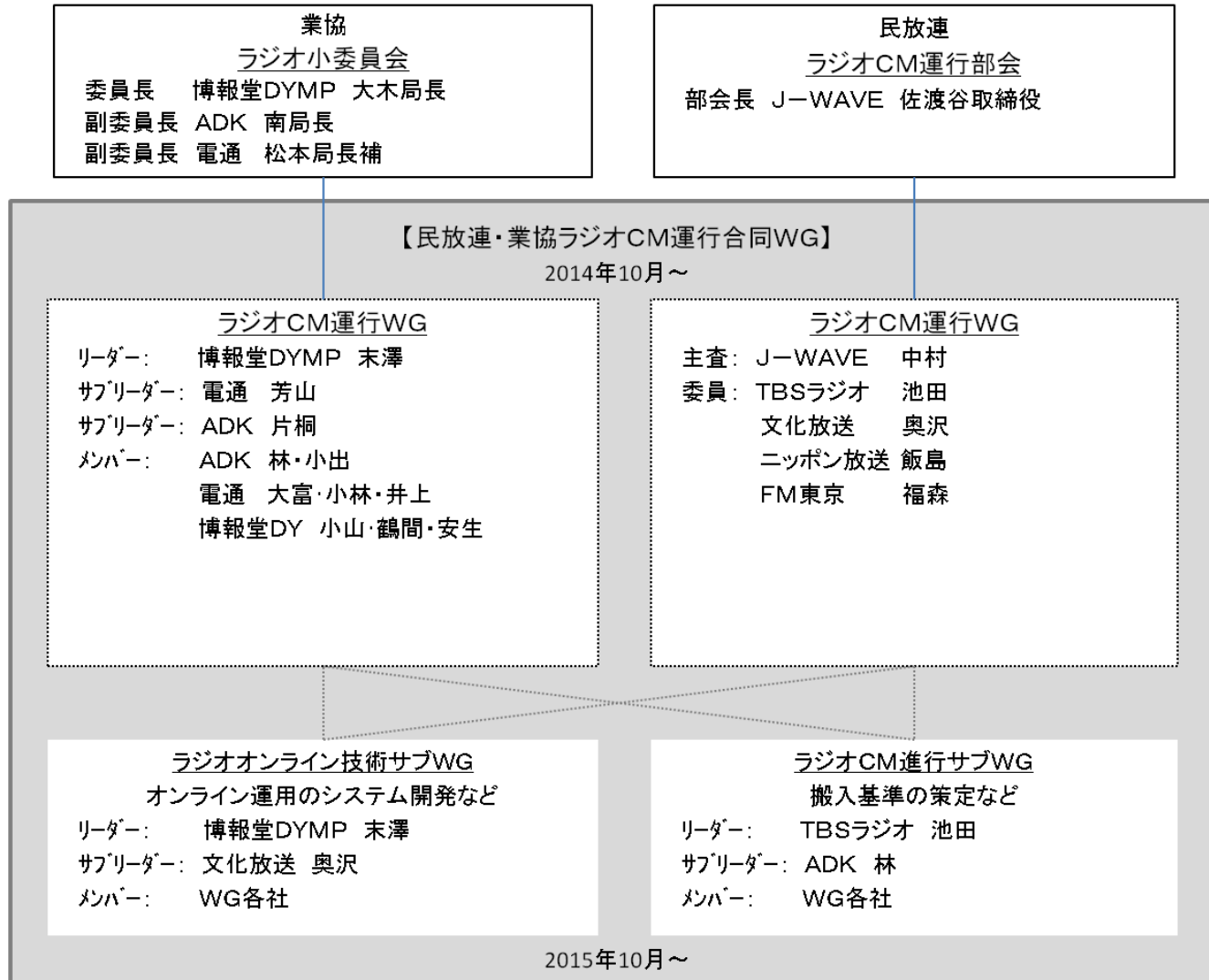
<目標>

すべてのラジオCM関係者が活用できる
“安全で簡便なオンライン運用”を早期に実現する

<主な機能>

- ・ オンライン送稿手法： クラウドサーバからのダウンロード方式
- ・ 共通コード： 10桁CMコードの自動発番
- ・ BWF-J： BWF-Jファイルの作成
- ・ EDI： システム実用化後に連携予定

1. はじめに <推進体制>



1. はじめに <進捗>

➤ 2017年3月

運用開始に先駆けて、業協・JPPA・民放連が各々説明会を開催。

- 業協主催「ラジオCMオンライン運用説明会」

東京： 銀座キレイが丘(3/7)

大阪： 電通関西支社ホール(3/14)

名古屋： 栄ガスホール(3/17)

- 民放連主催「ラジオ全社説明会」※全局対象

東京： 民放連第6会議室(3/22)

→ 運用開始後も開催(4/28)

- JPPA主催「Radi Pos勉強会」

東京(2/21)、関西(3/10)、九州(3/11)

1. はじめに <進捗>

➤ 2017年4月～

『Radi Pos』運用スタート。

- 会社登録済みの広告会社で営業担当などのID登録が完了次第導入意向のある広告主からオンライン送稿が始まっている。
- GW明けから徐々に、東京・大阪・名古屋の広告主中心にオンライン送稿が拡大している。



広告会社の会社登録・ユーザーid登録の拡大が現状の課題

2. 全国への展開

<広告会社関連>

- 対象：全国の広告会社など

【全国広告業団体連絡会議】

主催：日本広告業協会

対象：各都道府県の広告業協会など関連25団体

4/28(金) 16:30～17:00 会場：日本広告業協会

業協からの報告事項として、ラジオのオンライン運用開始について報告。
改めて各地区加盟社の「Radi Pos」会社登録など、運用開始に向けた
準備への協力を要請。

2. 全国への展開

<広告会社/制作会社向け説明会①>

- 対象：各地区の広告会社、制作会社/ポスプロ、(放送局)

【九州(福岡)地区】

共催：日本広告業協会・九州広告業協会

協力：日本民間放送連盟、日本ポスプロダクション協会、日本アド・コンテンツ制作協会

6/12(月) ①13:00～14:30、②15:30～17:00

会場：九州朝日放送本社

【東北(仙台)地区】

共催：日本広告業協会・仙台広告業協会

協力：日本民間放送連盟、日本ポスプロダクション協会、日本アド・コンテンツ制作協会

6/19(月) 13:30～15:00 会場：せんだいメディアテーク

2. 全国への展開

<広告会社/制作会社向け説明会②>

- 対象：各地区の広告会社、制作会社/ポスプロ、(放送局)

【中国・四国(広島)地区】

共催：日本広告業協会・中国放送・広島エフエム放送

協力：日本民間放送連盟、日本ポスプロダクション協会、日本アド・コンテンツ制作協会

6/22(木) 14:00～16:00 会場：RCC文化センター

【北海道(札幌)地区】

共催：日本広告業協会・北海道広告業協会

協力：日本民間放送連盟、日本ポスプロダクション協会、日本アド・コンテンツ制作協会

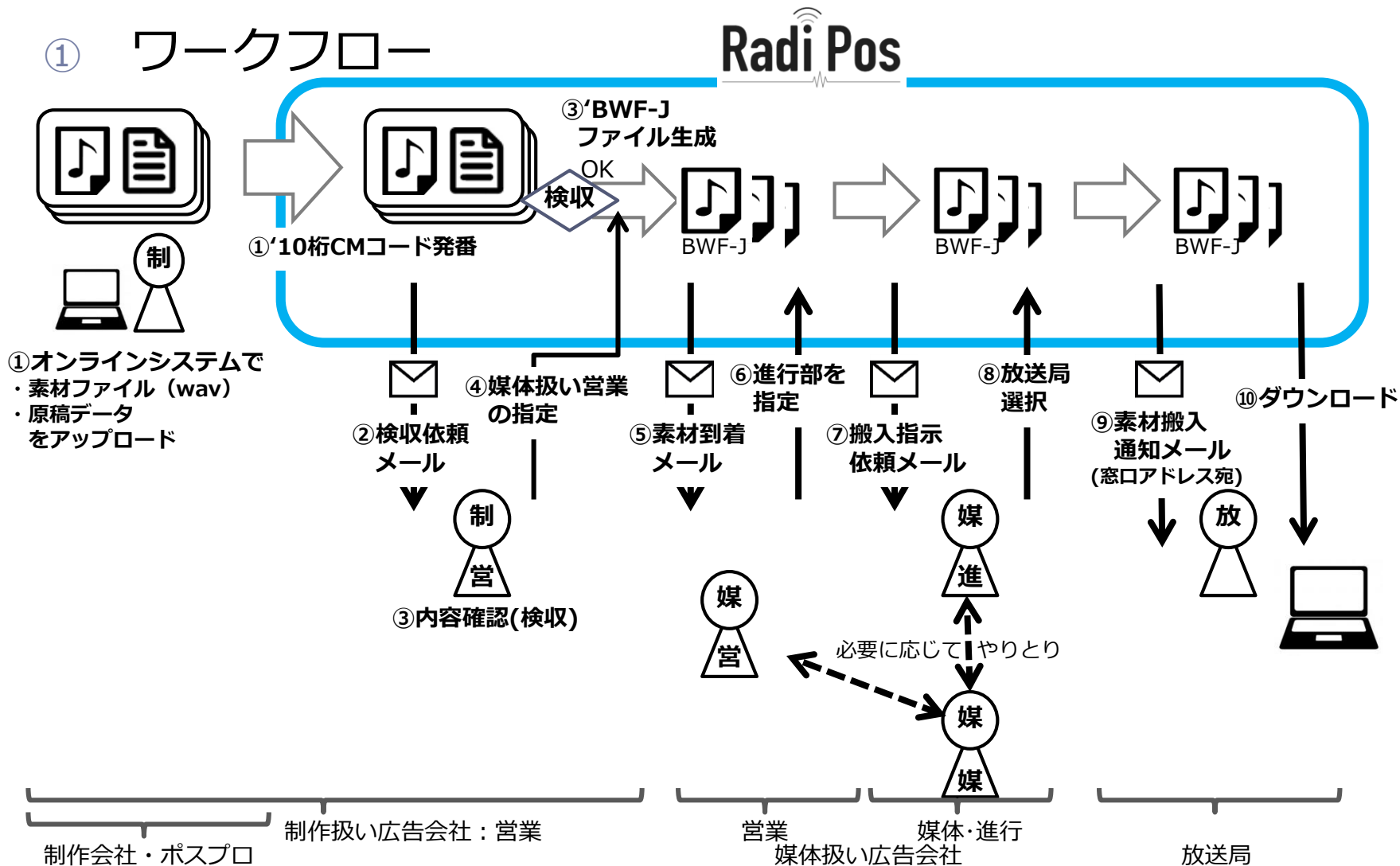
6/26(月) 13:30～15:00 会場：電通北海道

ビデオ収録し、関連団体には後日公開する予定

※お問い合わせ：日本広告業協会事務局 木村まで

3. システムの概要

① ワークフロー



3. システムの概要

② ユーザー区分

<制作会社・ポスプロ>

システムへのCM素材のアップロードを行う

<制作扱い広告会社(営業)>

アップした素材を検収し、媒体扱い広告会社を指定する
制作会社・ポスプロの機能も持つ

<媒体扱い広告会社(営業・進行)>

素材搬入先を指定し、搬入指示を依頼する(営業)
放送局へ素材搬入指示を行う(進行)

<放送局>

素材搬入通知を受けて、素材をダウンロードする

<放送局(広告会社機能あり)>

CM制作、検収、他局への搬入等の広告会社機能も使用する

3. システムの概要

③ ユーザー利用料

- ▶ オンライン運用の早期普及、テレビとの費用負担の整合性などを考慮し、ユーザー区分に応じた料金体系を広告EDIセンターが策定

<制作扱い広告会社>

従量制（単価 × 送稿本数）

<媒体扱い広告会社>

定額制（送稿本数に応じた定額制、ラジオ売上高実績で代用）

<放送局>

無料：素材の受信

有料：広告会社機能（制作扱い・媒体扱い）

CM素材の受け取りは無料。広告会社機能の利用は有料。

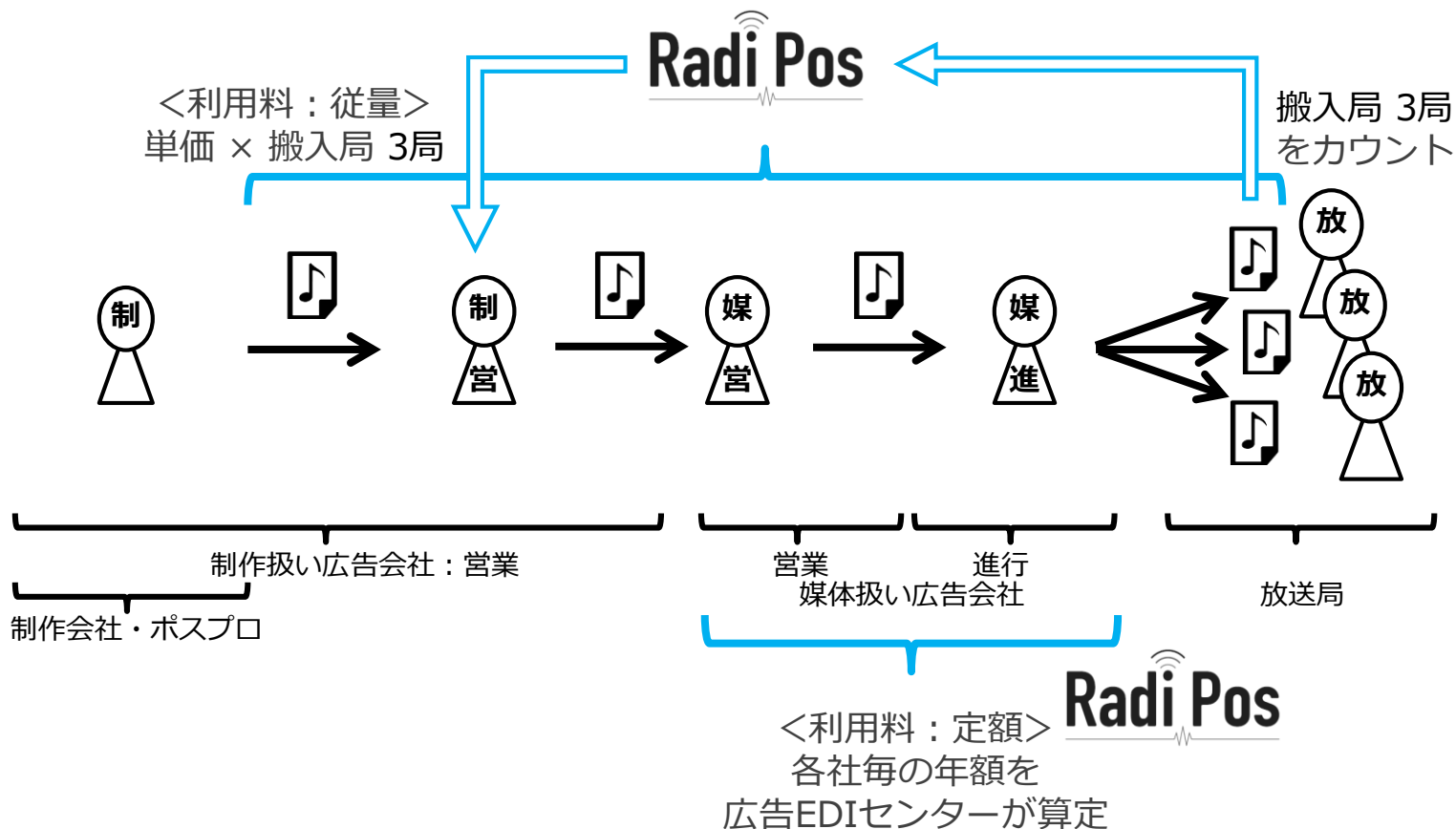
<制作会社/ポスプロ>

無料

3. システムの概要

<利用料のイメージ>

- ▶ 従量分は制作扱い広告会社、定額分は媒体扱い広告会社



4. 利用準備

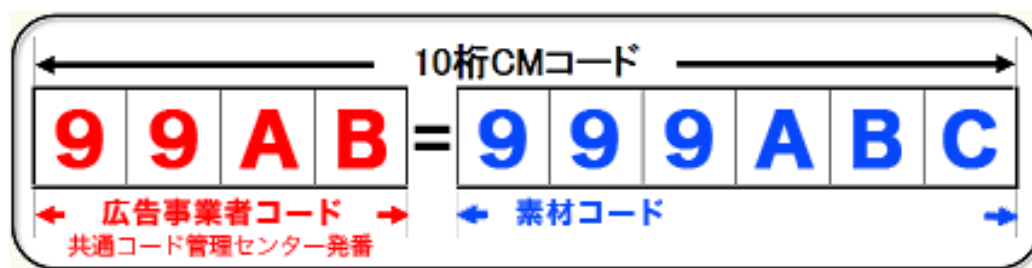
<共通コードの導入>

- ▶ 業界全体ですべてのCM素材のユニーク性を担保する仕組みとして、共通コードを導入

【10桁CMコード】

共通コード管理センター(CCC)が発番した広告事業者を識別する4桁のコード(広告事業者コード)と、システムで自動発番する6桁のコード(素材コード)をあわせた10桁のCMコード。

※テレビとの混同を避け、ラジオは媒体種別コード(SA)も併記して運用



※出典：共通コード管理センター

4. 利用準備

＜広告事業者コードの取得＞

- 対象：広告主、制作会社/ポスプロ、制作扱い広告会社、媒体扱い広告会社、放送局
⇒ 未取得の場合は、共通コード管理センター(CCC)へ広告事業者コードを申請

* 共通コード管理センターのウェブサイト

<https://www.ccc.or.jp/download.html>

WEB上で必要事項を入力し、申請書をダウンロードする形式。

署名・捺印の上、郵送するため、早め対応が必要。

【注意】

- ・ 広告主の広告事業者コードはテレビと共通。テレビ未出稿の広告主については新たに申請を依頼する。（発番は無料）

4. 利用準備

<Radi Posの利用申込>

- 対象：制作会社/ポスプロ、制作扱い広告会社、媒体扱い広告会社、放送局

* Radi Posのウェブサイト

<https://radipos.jp/>

広告事業者コード取得済みであれば、企業単位でRadi Posの利用申込が可能。Radi PosのウェブサイトからWeb形式で申請できる。

※利用区分・責任者等を登録

申請後、広告EDIセンターにて簡単な審査の後、利用可能となる。企業登録完了後に、利用者となる個人ユーザーのid登録を社内周知。

4. 利用準備

<ユーザー i d の登録>

- 対象：制作会社/ポスプロ、制作扱い広告会社、媒体扱い広告会社

企業でのRadiPos 利用登録完了後、個人単位のユーザー i d 登録が必要。
ユーザー i d はメールアドレスを使用。登録はRadiPosのWeb画面上で登録できる。

- 対象：媒体扱い広告会社(進行)、放送局

企業でのRadiPos 利用登録完了後、各社管理者にてユーザー i d 登録が必要。

媒体扱い広告会社(進行)、放送局共に代表アドレスにメール通知される仕組み。

5. 今後について

<普及促進>

2018年3月のMOの販売終了を念頭に、早期のオンライン搬入への一元化を推進する。

※2018年4月以降、新規素材はオンライン搬入に限定することを検討中

<今後の課題>

今年度も民放連・業協ラジオCM運行合同WGを中心に積み残し課題の検討、新たな対応の策定を進めていく。

- ・取引EDIとの連携
- ・進行表等のペーパーレス運用への移行
- ・ラウドネス対応など

6. まとめ

<事前準備>

- ・ 特別な機器/ソフトは不要、PCとネット環境があれば大丈夫
- ・ 広告事業者コードが必要、なければ共通コード管理センター(CCC)へ申請

<申込 & 登録>

- ・ 広告EDIセンターへ「Radi Pos」利用を申込
- ・ 企業登録完了後、利用者のユーザーidを登録

<確認>

- ・ 放送局は民放全局が既にオンライン対応済み
- ・ 取引先(広告会社/制作会社)が登録済み、であれば

⇒ オンライン送稿、準備完了！