

ラジオCMオンライン運用説明会＜福岡・盛岡・札幌＞ 「ラジオCMオンライン運用の “いまとこれから”」

2018年6月～7月
ラジオCM運行WG

末澤 淳

本日の説明内容

1. スタート以降の進捗
2. 追加対応
3. 半年経過後の課題整理
4. 利用状況
5. 解決への取り組み
6. 次のステップ
7. まとめ

1. スタート以降の進捗

<Radi Pos関連>

17年4～9月

17年10月～18年3月

18年4～9月

18年10月～19年3月

実運用開始～運用安定化

利用申込・普及促進

移行促進・機能拡充

オンライン一元化

民放連全社説明会

業協4地区説明会

△ MO期限の周知開始
△ 民放連アンケート
△ 業協アンケート

民放連全社説明会

業協東阪名説明会

△ 新素材のMO期限

民業4地区説明会

▽ 6月～7月実施

△ 既存素材のMO期限

「在局素材のオンライン運用」
「進行表のオンライン運用」

1. スタート以降の進捗

＜広告会社/制作会社の利用拡大＞

➤ 2017年6月

利用申込が少なかった地方の広告会社、制作会社/ポスプロを拡大するために、東阪名以外の主要4地区にて説明会を実施。

「ラジオCMオンライン運用説明会」

2018年

- ・九州(福岡)地区 6/12(月) 出席102名56社 → **6/20 出席166名104社**
- ・東北(仙台)地区 6/19(月) 出席 88名55社 → **6/27 出席 76名 45社(盛岡)**
- ・中国・四国(広島)地区 6/22(木) 出席 86名41社 → **7/9 大豪雨のため開催中止**
- ・北海道(札幌)地区 6/26(月) 出席 51名32社 → **7/20 出席 63名 43社(札幌)**

共催：日本広告業協会・(各地区広告業協会)

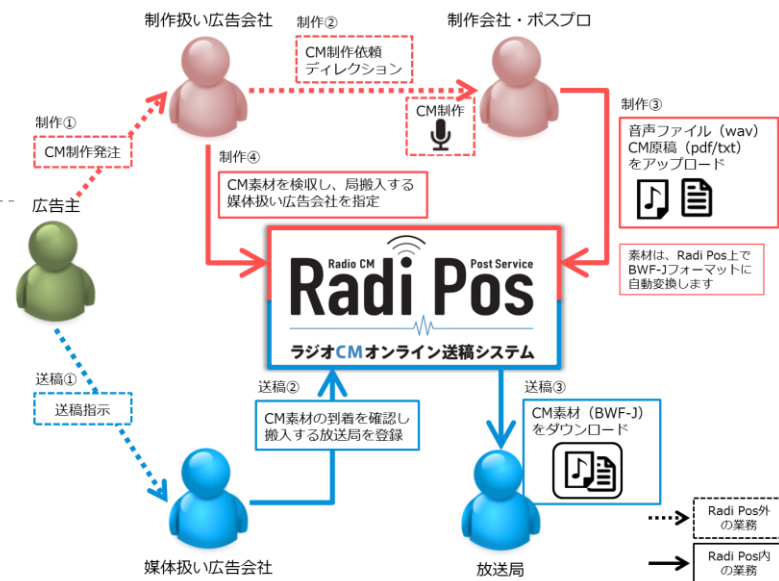
協力：日本民間放送連盟、日本ポスプロダクション協会、日本アド・コンテンツ制作協会

2. 追加対応

＜スタート後の追加作業＞

- 運用全体フローの作成
 - ・ 広告主からの発注・指示を起点にシステム外も含めた運用フローを作成
→ パンフレット化(PDF)

RadiPos <https://radipos.jp> 業協 <http://www.jaaa.ne.jp/>



- BWF-Jファイルの生成
 - ・ 従来の「ラジオCMコンバータ2.0」(ポストプロダクション仕様)をWindows7で使用するとチャंक情報が壊れる現象が発生
→ JPPAなどを通じて、使用しないよう周知
- ファイルの再生障害
 - ・ ダウンロードしたBWF-JファイルをWindows Media Playerで再生できない障害が発生
→ Radi Posの改修で回避対応し、マイクロソフトではバグを修正

2. 追加対応

＜MO搬入期限の設定＞

民業合同WGは、2018年3月のMO販売終了を念頭に、オンライン搬入への早期一元化を目指し、2018年4月以降のMO搬入期限を設定。

- ・ 新規CM素材：2018年4月1日以降に制作した素材
→ オンライン送稿に限定する
- ・ 既存CM素材：2018年3月31日以前に制作した素材
→ 2018年9月30日放送分までは、MOによる搬入を認める
- ・ 在局CM素材：素材が放送局に存在し、OA実績がある素材
→ 将来的にはオンラインへの一元化を目指す、現時点では期限を設定しない

関連団体への周知

事前説明：アド協事務局(9/21)、JPPA・WG事務局(9/26)

状況共有：アド協事務局(3/28)、JPPA・WG事務局(3/9)

* アド協：日本アドバタイザーズ協会、JPPA：日本ポストプロダクション協会

2. 追加対応

＜搬入基準の改訂＞

オンライン搬入への早期一元化を目指して設定したMO搬入期限を反映し、搬入基準を改訂【2018年3月改訂版】。

主な変更点

- ・ MO関連記述の削除
既存素材の搬入期限となる10月1日から適用
- ・ 搬入手段の禁止事項を図案で表記（CD、メール添付、一般のクラウドサービス）
- ・ 「クレジット例」「略号」を追加
CM制作・CM進行で使用する「クレジット」と「略号」の説明を追加
- ・ 「CM進行表」の改訂
オンライン一元化に伴い「種別」欄を削除。4週分から5週分へ変更
- ・ 「審査ガイド」の追加
新規広告主向けに民放連・ラジオCM運行WG作成の「審査ガイド」を追加

3. 半年経過後の課題整理

＜民放連アンケートから抜粋＞ ※10月実施：ラジオ全局

➤ 「Radi Pos」について

- ・ CM進行表の共通コード管理：賛成53社、どちらとも言えない44社
- ・ CM枠情報と素材の紐づけ：利用33社、どちらとも言えない58社

→ 課題) 機能拡充の具体的説明による理解促進

➤ 搬入状況

- ・ 搬入手段：オンライン1～4割68社、MO7割以上52社、
その他4割以上29社

→ 課題) MO以外の搬入手段からオンラインへの切り替え促進

➤ その他

- ・ 営放システム更新時期：2017～20年が30社
- ・ 完調なMO機器の台数：1～5台が58社

→ 課題) 営放システム連携の整備、MOからの切り替えともに待ったなし

3. 半年経過後の課題整理

＜業協アンケートから抜粋＞ ※12月実施：ラジオCM扱いあり77社

➤ 「Radi Pos」について

- ・ 共通コード：取得57社、未取得20社
- ・ オンライン送稿：契約済み34社、今後対応42社

→ 課題）共通コードの取得促進、Radi Posの登録促進

➤ 搬入状況(4～9月) 回答54社

- ・ 搬入手段：オンライン 5割未満11社／ 5割以上 4社、
MO 5割以上48社、MO以外あり 4社

→ 課題）Radi pos利用によるオンラインへの切り替え促進

➤ その他

- ・ 進行表オンライン運用：利用意向57社、どちらとも言えない11社

→ 課題）具体的なサービス内容・課金方法などの検討

* 別途、各地区業協によるアンケートも実施（22団体150社回答）

3. 半年経過後の課題整理

※6月20日九州説明資料

＜九州地区アンケートから抜粋＞ ※1月実施

九州広告業協会 7社 熊本広告業協会 8社 鹿児島広告業協会 11社

➤ 「Radi Pos」について

- ・ 共通コード：取得16社、未取得10社
- ・ オンライン送稿：利用済み2社、今後対応16社

→ 課題) 共通コードの取得促進、Radi Posの登録促進

➤ 搬入状況(4～9月) 回答5社

- ・ 搬入手段：オンライン2社、MO20社

音楽CD 0社、メール添付2社、その他2社

→ 課題) Radi pos利用によるオンラインへの切り替え促進(MO以外含む)

➤ その他

- ・ 独自ドメイン：所持20社、未取得6社

→ 追加対応) 5月以降、独自ドメインなしでの登録が可能に

3. 半年経過後の課題整理

※6月27日東北説明資料

＜東北地区アンケートから抜粋＞

※1月実施：回答数

合計42件

青森県広告業協会	8	岩手県広告業協会	16
仙台広告業協会	7	秋田県広告業協会	6
山形県広告業協会	3	福島県広告業協会	2

※内ラジオ扱いあり 41件 (なし1件)

➤ 「Radi Pos」について

- ・ 共通コード：取得 21社、未取得 18社 NA 2社
 - ・ オンライン送稿：契約済み 1社、今後対応 28社、予定なし 11社、NA 2社
- 課題) 共通コードの取得促進、Radi Posの登録促進

➤ 搬入状況(4～9月) 回答38社

- ・ 搬入手段：オンライン 1社、MO 26社、音楽CD 4社、データCD 17社、メール添付 11社、その他(6mm 1社) 他
- 課題) Radi pos利用によるオンラインへの切り替え促進(MO以外含む)

➤ その他

- ・ 独自ドメイン：所持 28社、未取得 9社、わからない 1社、NA 4社
- 課題) ネット環境の障壁は少なく、速やかにオンラインへ移行可能

3. 半年経過後の課題整理

※7月20日北海道説明資料

＜札幌地区アンケートから抜粋＞

北海道広告業協会 ※1月実施：5社回答(ラジオ扱いあり5社)

➤ 「Radi Pos」について

- ・ 共通コード：取得4社、未取得1社
- ・ オンライン送稿：今後対応5社

→ 課題) 共通コードの取得促進、Radi Posの登録促進

➤ 搬入状況(4～9月) 回答18社

- ・ 搬入手段：オンライン0社、MO0社
データCD3社、メール添付3社

→ 課題) Radi pos利用によるオンラインへの切り替え促進(MO以外含む)

➤ その他

- ・ 独自ドメイン：全社所持

→ 課題) ネット環境の障壁は少なく、速やかにオンラインへ移行可能

3. 半年経過後の課題整理

＜オンライン運用への声＞

各種アンケート、ヒアリングなどから抜き出し

➤ 広告会社

- ・ユーザー： 運ぶ手間が不要に。媒体担当が素材を確認できるように。
(同一の場合)ユーザー区分ごとの作業が面倒。など
- ・非ユーザー： 独自ドメインがない。オンライン以外でも放送局は
受け取ってくれる。料金がわかりにくい/高い。など

➤ 制作会社/ポスプロ

- ・ユーザー： 作業が効率化した。未登録広告会社から作業を丸投げ。など
- ・非ユーザー： 取引先から求められていない。など

➤ 放送局

- ・ポジティブ： 大手広告会社はオンラインに。作業効率が上がった。
不要素材が減った。など
- ・ネガティブ： 大手広告会社以外が使わない。搬入方法が変わっただけ。
局制作・在局素材では使っていない。など

4. 利用状況

＜登録・利用状況＞（6月時点）

	登録	利用実績	
民放連放送局	101局	101局	全局ダウンロード 実績あり
民放連放送局 (広告会社機能有り)	27局	15局	実績は15局
広告会社 (放送局除く)	270社	192社	制作・媒体は255社 搬入実績は154社(局除く)

※制作会社・ポスプロの登録：190社

10月のMO搬入期限の発表以降、広告会社と制作会社の登録が増加。
特に3月以降は広告会社170社が追加登録している。
広告会社のエリア別では、東京が109社登録・72社利用(搬入)に対して
広島は9社登録(本社所在地)・3社利用(搬入)に留まっている。

4. 利用状況

＜搬入状況＞

搬入本数は累計で4万本を上回る。
9月以降は月平均3,500本以上のペースで順調に推移、直近の6月は8,000本を超え、実績広告主数は累計で554社に達した。

広島は32本(11月以降)で都道府県では10位。

* 本社所在地で集計(6月末)のため
東京が本社の広告会社の支社扱い分などは含まない

	本数	広告主数	広告会社数	民放連局数
4月	186	5	5	44
5月	312	9	4	43
6月	928	18	6	79
7月	1,809	18	9	100
8月	1,075	27	18	89
9月	3,505	42	18	<u>101</u>
10月	2,334	37	16	<u>101</u>
11月	2,906	50	17	<u>101</u>
12月	2,959	76	29	95
1月	3,322	54	27	<u>101</u>
2月	1,729	65	31	<u>101</u>
3月	4,101	127	56	<u>101</u>
4月	4,697	183	95	<u>101</u>
5月	3,962	196	107	<u>101</u>
6月	<u>8,057</u>	<u>233</u>	<u>130</u>	<u>101</u>
累計	41,882	(※) 554	(※) 192	(※) 101

5. 解決への取り組み

＜システム改修＞

説明会やアンケート等で集めた情報を元に優先順位を付けて機能を改修。

2017年度内

- ・ 搬入基準のチェック機能の向上
素材が搬入基準に適合しているか確認する
例えば、bc\$standby前に18秒以上の長さのファイルがあるかなど
- ・ 原稿PDFへのアクセス方法改善
放送局の素材到着リストから1クリックで原稿PDFを参照可能に
(現状は1素材ずつ画面遷移)

2018年度期初

- ・ 独自ドメインなしユーザー登録
独自ドメインを持たない小規模事業社をユーザー登録する
- ・ 搬入基準外素材の適合化处理
音楽CDやmp3ファイルで搬入される前に音声ファイルの適合化を行う

5. 解決への取り組み

＜オプション的な手法＞

基礎的な機能・運用以外のオンライン対応を拡大する手法

(制作会社/ポスプロ、放送局は広告会社機能の活用を想定)

➤ 広告会社

- ①CM搬入頻度の少ない広告会社の“制作扱い広告会社”での登録
- ②共通コード未取得の広告主を“代行申請”でサポート

➤ 制作会社/ポスプロ

- ①未登録広告会社を“招待”して“制作扱い広告会社機能”を活用

➤ 放送局

- ①単発の広告会社を“制作扱い広告会社機能”を活用して“招待”
- ②直営業案件を“媒体扱い広告会社機能”を活用して自局搬入
- ③局制作/ネット案件を“制作・媒体扱い広告会社機能”により自局/他局搬入

6. 次のステップ

＜進行表のペーパーレス運用＞

- ・ CM素材と進行表の一体運用の確保

CM素材のオンライン送稿で、素材と進行表が別搬入になったため放送局側で確認・照合等の作業負担増となる場合もでてきた。

また、依然としてアナログ運用による手作業が放送局・広告会社双方で残っている。オンラインによる一体運用を行うことで、効率的な作業フロー、働き方改革に結びつけたい。

＜データ取り込みへの対応＞

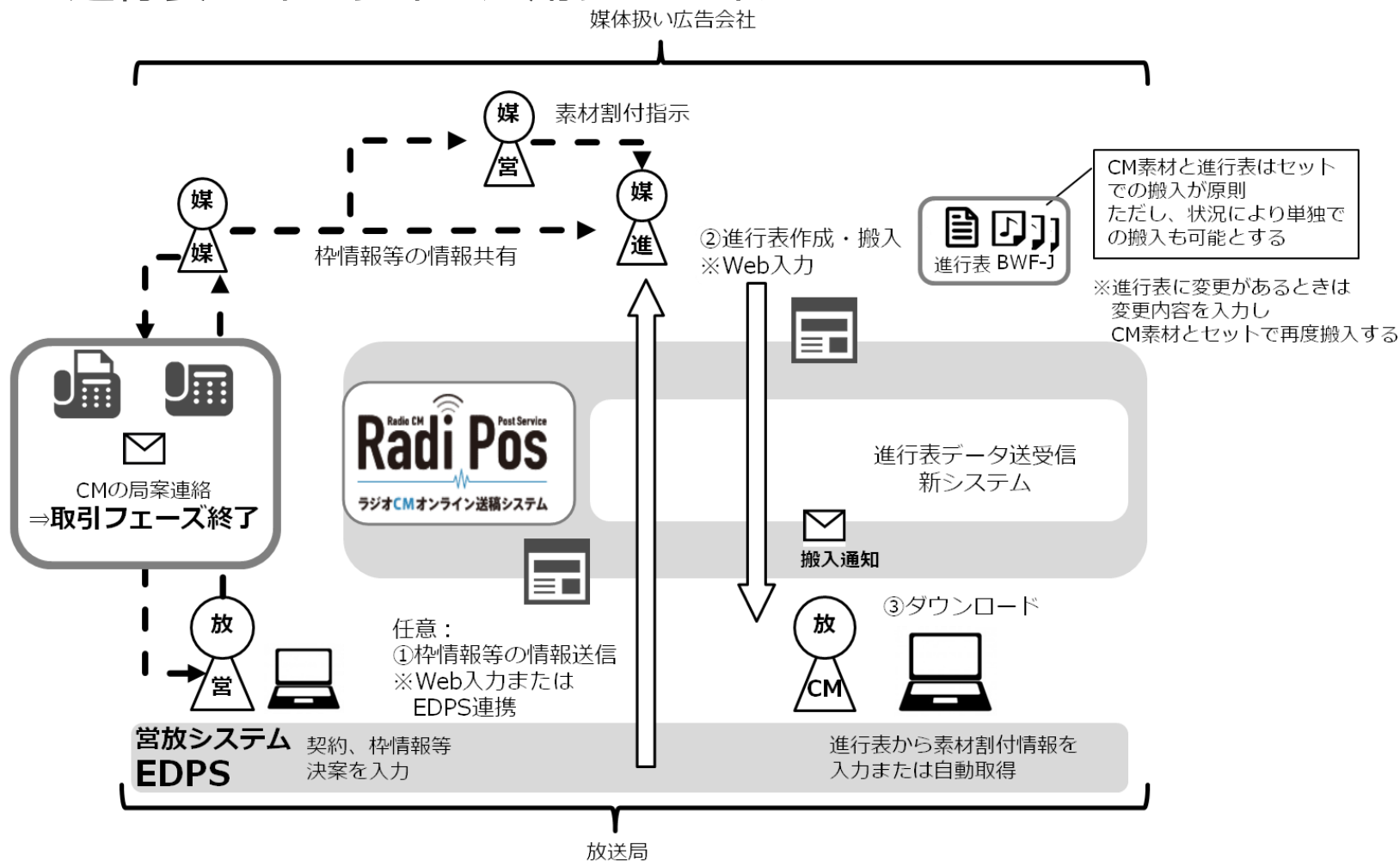
- ・ 割付作業の負担軽減

放送局は広告会社からの進行表到着後、営放システム(EDPS)に手動で割付作業をする場合が多い。この手作業を解消するには、進行表のペーパーレス化＝PDFファイル化に留まらず、進行表データをEDPSに取り込み可能にすることが必要となる。

(EDPSのリプレイスや改修の際にデータ取込に対応できれば、割付作業の効率化も可能)

6. 次のステップ

<進行表のオンライン運用フローイメージ>



7. まとめ

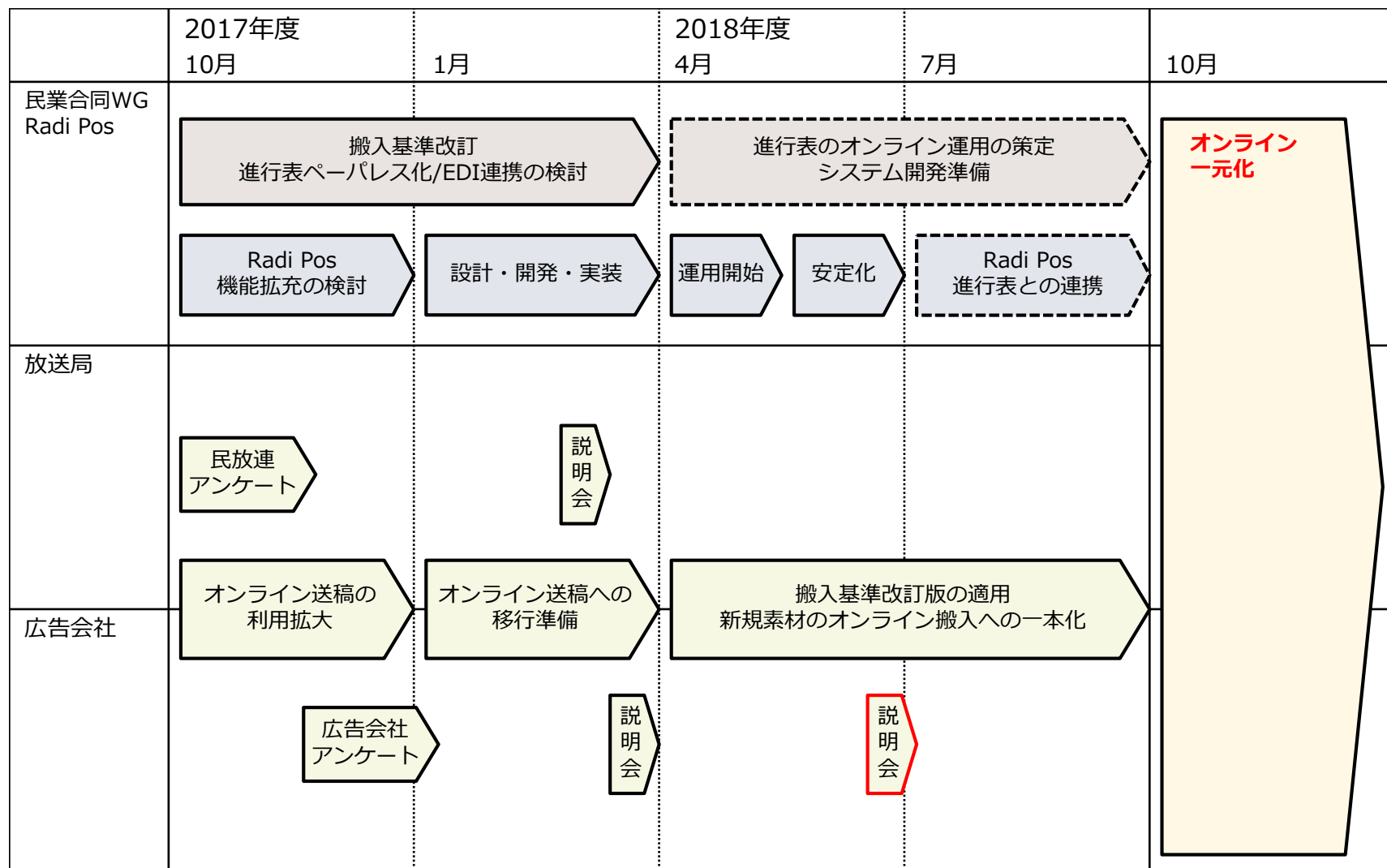
昨年4月のオンライン運用開始から一年が経過し、オンライン送稿は着実な拡大傾向にあり、MO搬入終了への道筋をつけることができた。

その後の民放連・業協の検討を受けて、MOの搬入期限を確定し、昨年10月から周知を開始したことで、オンライン運用一元化への備えを促してきた。

既存素材の搬入もオンライン限定となる今年10月に向けて、民放連・業協が協力して、オンライン運用の拡大を進めつつ「Radi Pos」を更に多くのユーザーがより幅広い場面で活用できるように進行表との連携など、使い勝手の向上を計画している。

中国・四国でも、全てのラジオCM関係者の業務改革につながるよう地元ラジオ局・制作会社と協力してオンライン化を加速していきたい。

スケジュール



推進体制 (2017年度)

