字幕付きCM ハンドブック

すべての人にやさしいCM放送を

2019年9月1日発行

＜もくじ＞

・ごあいさつ……1

・はじめに「広告業務受発注時の新ルール（平成30年ルール）」……3

・必要な素材・必要な機材……4

・クローズドキャプション（CC）の表現様式と運用ルール……5

・字幕付きCM作成にあたってのFAQ……7

・字幕付きCMの制作工程……9

・字幕付きＣＭ対応ポストプロダクション一覧 ……10

≪参考資料≫
字幕付きＣＭに関連する基準と作業進行要領が、下記Webサイトに掲示されています。
字幕付きCMハンドブックと併せて、ご覧ください。

資料⑴　民放連発行「字幕付きＣＭ素材搬入暫定基準」（2016年11月改訂、2017年10月適用）
https://www.j-ba.or.jp/category/references/jba100805

資料⑵　業協発行「ＣＣ（クローズドキャプション）字幕付きＣＭトライアル放送2014
制作・入稿作業進業要領」https://www.jaaa.ne.jp/2014/04/news-40/

ごあいさつ

『字幕付きＣＭハンドブック』発行経緯と目指すところについて

◎はじめに

字幕付きＣＭ普及推進協議会は2014年10月に設立されました。構成３団体(公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会・一般社団法人 日本民間放送連盟・一般社団法人 日本広告業協会)で活動を共有し、本年までに5回の字幕付きＣＭセミナーを開催、障害者団体との意見交換会、「字幕付きＣＭ素材搬入暫定基準」作成（日本民間放送連盟発行2017年10月適用）、「ＣＣ（クローズド・キャプション）字幕付きＣＭトライアル放送2014 制作・入稿作業進行要領」作成（日本広告業協会発行）、字幕付きＣＭ普及促進広告の掲載・アピール、字幕付きＣＭ実務者会議、字幕付きＣＭ研究会などの活動を行っております。

◎ますます高まる社会的ニーズ

高齢化社会の進展に伴い、テレビ視聴において情報保障としての字幕を付けることが更に望まれています。高齢者の耳が遠い方々を含めると全国には、3,000万人ほどの難聴の方々がいると想定され、高齢化社会の進展と共に字幕のニーズは明らかに増加します。

現在、放送番組における字幕付与率は在京キー5局、在阪準キー４局、在名広域４局では９０％※を超えてきました。
（※「視聴覚障害者向け放送普及行政の指針」の普及目標の対象となる放送番組における字幕番組の割合）
http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01ryutsu09_02000217.html ＜*参照：総務省ＨＰ＞
一方、CMにおける字幕付与については広告主20社程度で推移しています。
https://www.j-ba.or.jp/category/broadcasting/jba101840＜*参照：民放連ＨＰ＞

◎広告マーケティングの立場から

「広告は、企業と消費者のコミュニケーション手段として、消費者に活力を与え、経済の発展を促進し、さらに文化をも創造する社会生活に必要不可欠なものです。」
（日本アドバタイザーズ協会「ＪＡＡ広告賞 消費者が選んだ広告コンクール」主旨）

「私たちは広告主・媒体社・協力機関とともに、広告を通じて企業とメディアと生活者を結び、人々の生活を楽しく豊かにすることを目指しています。」（日本広告業協会）

広告を発信する側はこのように考えています。

しかし、聴覚障害者の方からは「自分たちも消費者のはず。おいてきぼりな感じ。情報は平等に届けてほしい。一部が導入しても、役に立たない。」という指摘があります。
＜2014年日本アドバタイザーズ協会セミナーにおける花王株式会社の当時のトライアル報告＞

また、1）難聴自覚者は健聴者と比べるとテレビ放送の理解度がやや落ちており、広告到達の損失に繋がっている。2）本来最も字幕を必要としている聴覚障害者が字幕放送をまだまだ認識していない、という調査結果も出ています。＜平成28年度(201６年度）総務省「CM番組への字幕付与に係る評価、効果等に関する調査研究報告書」＞

字幕があればCMがわかり、商品やサービスが理解され、購入や利用につながる。良い商品やサービスを消費者に知ってもらい、購入、利用してもらうことで生活がより良くなる。この基本を今一度肝に銘じて、更なる普及推進活動をしてまいります。

◎課題への一解決として

さて、字幕付きＣＭの普及への課題として、以前から広告主、広告制作担当社から指摘される点には以下があります。

①字幕付きＣＭの制作コストが分からない。
②テレビ局へ搬入時の必要追加コストが分からない。
③字幕付与作業に１週間程度必要（らしい）。
④字幕制作に対応できるポストプロダクションが分からない。
⑤考査期間と内容が分からない。

これらの課題に対して、字幕付きＣＭの一層の普及を図るため『字幕付きＣＭハンドブック』（PDF）を発行することとしました。
今後、字幕制作商流においては、字幕制作対応可能ポストプロダクションが、直接広告主や広告会社と作業する体制を普及させることも提案致します。（もちろん従来通りCM制作会社が全てをプロデュースすることも可能です）。

なお、クローズド・キャプション（CC）付き字幕ＣＭは、オープン・キャプション（OC）付きのＣＭとは異なります。
テレビモニター・リモコンの「字幕ボタン」を押すことで、クローズド・キャプション（CC）付き字幕は画面に表示されます。オープン・キャプション（OC）で常に字幕が表示されるトレインチャンネルや映画の字幕と違い、クローズド・キャプション（CC）の字幕付きＣＭ作成については、様々な技術的な制限があり、付与作業についてノウハウが必要です。今回、長年字幕付与作業を担当してきたポストプロダクションが培ってきたノウハウを、このハンドブックを通じて共有します。

◎最後に

すべての人々に情報を届けることができることを目指し、字幕付きＣＭ普及推進協議会は今後も促進と周知活動を行ってまいります。皆様方のご協力を、どうぞよろしくお願い申し上げます。

字幕付きＣＭ普及推進協議会
2019年9月1日

◎はじめに

「広告業務受発注時の新ルール（平成３０年ルール）」
2018年（平成30年）3月26日、日本アドバタイザーズ協会、日本広告業協会、日本アド・コンテンツ制作協会、日本広告制作協会の広告関連4団体で、「広告制作における『受発注ガイドライン』」を発表しました。
https://www.jaaa.ne.jp/2018/03/news-117/

１．法令を遵守し長時間労働を削減するために、受発注両者はオリエンテーション時に、土日祝日（以下休日）・深夜勤務を回避し発注内容の頻繁な変更を抑制するスケジュールを受発注両者で確認し、業務のスコープを記載した「確認書」で内容を確認することとする。

２．企画決定時（＝制作開始時）に改めて、上記を考慮に入れた制作スケジュール/コスト/修正時のルールを提示し、お互いが内容を確認し共有する。

３．業務進行において、企画内容の変更や止むを得ない事情等により、上記業務内容およびスケジュールが変更になった場合、また休日・深夜勤務等が必要になった場合は、スケジュール/見積りを再提出し、必要に応じて「修正確認書」において確認する。

４．上記ルールを実効性のあるものにするため、各団体/各社内における啓発・理解促進を図る。

この新ルールにおける確認書を用い、字幕付きCM制作の有無も必ず確認してください。また字幕作業を制作会社へまとめて依頼するのか、字幕作業部分は直接広告会社が字幕担当ポストプロダクションに依頼するかも確認が必要です。

◎必要な素材

字幕付きCMの制作にあたっては、下記の素材をご用意ください。

① 元素材（原版、原版のコピー、原版に準じる品質のムービーファイルなど）
② カット表やナレーション原稿などの音声内容の分かる資料
③ クレジットに記載する10桁CMコードとCM素材名

字幕付きCMは元素材とは区別された「別なCM」として制作されます。
そのため、元素材とは別な10桁CMコードと素材名を取得していただく必要があります。＜参照:共通コード管理センター（CCC）https://www.ccc.or.jp/＞また、テレビ局納品に当たっては字幕重畳されたCM搬入素材（HDCAM、XDCAM、MXF）を作成しますので、原版またはそれに準じる品質の元素材をご用意ください。カット表などの音声内容の分かる資料は字幕表記のガイドとして、また制作した字幕の校正資料として使用します。

◎必要な機材

字幕付きCMの制作には下記の機材が必要です。

① 字幕編集ソフトウェア
クローズド・キャプション（CC）の制作には専用のソフトウェアが必要です。
一般的なビデオ編集機・編集ソフトウェアでは対応できません。

② 字幕重畳機材
字幕編集ソフトウェアで作成した字幕データを映像に重畳するための機材です。
HDCAM原版を作成する場合には、SDIベースバンドで入出力するハードウェアを使用しますが、
すでに生産終了となっており新規での購入ができません。
したがって、新規で購入する際にはMXFファイルに対して字幕重畳を行うソフトウェアを使用します。

③ ANCモニター
クローズド・キャプション（CC）を映像に表示させて目視確認するための装置となります。
字幕重畳後のMXFファイルをPCで再生してプレビューするソフトウェアも存在します。

◎クローズド・キャプション（CC）の表現様式と運用ルール

■字幕付きCMの搬入暫定基準について
字幕付きCMは民放連の搬入暫定基準にのっとって制作する必要があります。≪参考資料⑴≫
字幕表現に関する代表的なルールとして、
・本篇の前後1秒間は字幕を表示することができない
・各字幕は2秒以上表示させなければならない
というものがあります。

■フォントの指定はできません
クローズド・キャプション（CC）では受信機（テレビなど）に内蔵されているフォントで表示されるため、フォントの種類を制作時に指定することはできません。また、文字サイズは「全角」「半角」「小型（ルビで使用）」の3種類となります。

■記者ハンドブック／NHK漢字表記辞典
用字用語の統一のために参考書籍として
共同通信社　記者ハンドブック
NHK漢字表記辞典
を使用します。（歌詞の表記はその限りではありません）
これまでのCR制作物でも上記書籍は参考図書であり、クローズド・キャプション（CC）においても用字用語のガイドとしますが、作品の内容により必要に応じて個別に検討します。

■話者名表記
表示されている字幕が誰の発話であるかを明確にするために、クローズド・キャプション（CC）では話者名の表記を行います。
話者名表記は基本的に初出時にのみ行います。
（話者名）こんにちは。
というように（　　）の中にタレント名や役名、関係性（父、母、夫、妻、など）を表記します。
一般的に人名であれば名字で表示することが多く、「さん」などの敬称は省略します。
ただし、子役やキャラクターの場合は「くん」や「ちゃん」を付ける場合があり、また、一般人が登場する場合においては「さん」を付ける場合があります。
ただし、演出の都合上、話者名を表示したくない場合などでは話者名表記を行わない場合もあります。
具体例として
例1）タレントが役に扮しているが、その役名が定義されていない
例2）一般人が複数名登場しており、表記することで画面が複雑になってしまう
などの場合が挙げられます。

■話者色
話者名表記とあわせて、文字に色をつけることで話者を明確にします。
主人公に相当する話者には黄色、続く話者にはグリーンまたはシアンを使用します。
登場人物が多数となる場合、人数ごとに色を増やしていては逆に分かりづらくなりますので、上記3色+白の計4色で構成することが基本となります。
第4の話者にも色を設定する必要がある場合はマゼンタを使用します。
また、複数の話者が同時に発話している場合では白を設定します。その場合は話者名表記も状況に合わせて変化します。
例）主人公とその他大勢が一斉に発話している
（一同）新発売！
例）画面に出ている主人公ともう一人が同時に発話している
（2人）新発売！

■字幕の背景色（ざぶとん）
字幕の背景色にはハーフの黒を使用します。
「背景なし」「背景黒」なども選択可能ですが、一般的ではないため使用しません。

■読点「、」は半角スペースで表記
クローズド・キャプション（CC）の字幕表記において読点「、」は一般的には使用しません。（生放送のリアルタイム字幕を除く）
「、」に相当する箇所では「半角スペース」を使用します。
一方、句点「。」の使用については番組によって差異があるようですが、字幕付きCMにおいては文節の最後を明確にする目的で使用しています。

■ひとつの文節が字幕ページをまたがる場合
行の末尾に「→」を使用して文節が次につながっていることを示します。

■字幕化する音声の選択（割愛）
クローズド・キャプション（CC）は必ずしも「すべての音声、セリフ」を表現しなければならない、という性質のものではありません。
あくまでも情報保障としての字幕であり、すべての音声を字幕化することで画面が複雑となり、本来伝えるべきメッセージが伝わりづらくなってしまっては本末転倒となります。
そのため、同時に発話している話者が非常に多い場合や、歌詞、同録のセリフ、ナレーション等が同時に発音していて整理が難しい場合などには、重要な音声のみを字幕表記し、一部を割愛する場合もあります。
ただし、話者の唇の動きが明らかに画面に表示されている音声については基本的に字幕化します。

■ルビ
難読漢字や固有名詞（商品名や氏名など）、また通常の読みと異なるアルファベット（W：ダブリューではなくダブルなど）には積極的にルビを振ります。
また、「想う（おもう）」「美味しさ（おいしさ）」というような表現の場合にもルビを振ります。
ただし、ルビの表示はルールではないため適宜判断となります。

■字幕のレイアウト
基本的な表示位置は「画面下位置センター」となります。
しかし、CMにおいては商品カットのレイアウトや薬事、免責等のスーパーの関係で下位置センターでの配置が難しい場合があります。字幕のレイアウトはそういった様々な要素を勘案しつつ検討する必要があります。

■カッコ、記号の種類と役割
クローズド・キャプション（CC）では様々な種類の「カッコ」を使用して状況を表します。
具体例を下記に示します。

- 「　」カギカッコ：強調したい部分（商品名など）
- ＜　＞ヤマカッコ：ナレーション　※（ﾅﾚｰﾀｰ）（ﾅﾚｰｼｮﾝ）というように話者名表記する場合もあります
- 《　　》2重ヤマカッコ：オフナレ、心の声
- ：画面外からの音
- ：音楽、歌

■歌詞やSEについての表記
歌詞がメッセージとして重要である場合においては、積極的に歌詞を字幕として表記します。
一方、必ずしも歌詞は重要でない場合、あるいは歌詞を表記することで、より重要なナレーションやセリフが埋もれてしまうなどの状況であれば ♫～ のみで表記します。
また、演出上、あるいは商品の性質上重要なSEについても積極的に字幕化します。具体的な擬音は表記せずト書きとして状況を表記するのみの場合もあります。
　例）飲料のシズルカット：（飲む音）ゴクッ！
　例）カメラのシャッター音：（シャッター音）

■字幕の表示タイミング
クローズド・キャプション（CC）は受信機（テレビなど）でデコードして表示される字幕であるため、設計したタイミングから表示がディレイし（遅れ）ます。
その程度は受信機によって個体差があり、1、2フレームから10フレーム程度までの幅があります。
制作で使用する機材（ANCモニター）についても同様です。

■外字について
クローズド・キャプション（CC）では外字の使用が可能ですが、字幕編集機にプリセットされている外字以外にも、編集機に内蔵されているドットエディターを使用してカスタムの外字を作成することが可能です。

■ 字幕 ロゴについて
現状、多くのクライアントが本篇冒頭に 字幕 ロゴを表示しています。
このロゴの表示はルールではなく任意となります。

◎字幕付きCM作成にあたってのFAQ

Q)　標準スケジュールを教えて。
A)　字幕制作から完成原版作成までのスケジュールは、仮にクライアントや広告会社、広告制作会社の立合い試写が無い場合で概ね、
　　① 制作開始から字幕チェック用ファイルの展開まで1日～中1日程度
　　② クライアントOK後、原版作成で1日～中1日程度
　　が見込まれます。
　　字幕編集そのものは最短当日～中1日程度で制作可能ですが、クライアントチェックおよび放送局考査の余裕を含みおいていただく必要があります。「はじめに」で述べたように「広告業務受発注時の新ルール（平成３０年ルール）」に基づき、作業に取り掛かる最初に是非スケジュール感を関係者間で確認してください。

Q)　スケジュール短縮のコツを教えて。
A)　字幕編集の段階では、必ずしも元素材の原版などの高品質な素材は必要ありませんので、本編集・MAが完了した段階でMP4などのデータを担当ポストプロダクションへご手配いただけると効率的です。その際に、あわせてカット表やナレーション原稿など音声内容の分かる資料もお送りください。なお、字幕付き原版を作成する段階（HDCAMやMXFに字幕重畳をする段階）では高品質な素材が必要です。

Q)　ポストプロダクションで違うとは思うが制作費用の目安は？
A)　ケースバイケースで一概に言えませんが、発注者とクローズド・キャプション（CC）制作受注者間のやり取りの頻度等で作成に要する時間数が変わります。制作費は主に担当･関与者数と使用機材･スタジオ使用時間に比例するとお考えください。文字数の多少で決まるものではありません。

Q) クリエイティブディレクター（CD）やCMプランナーは関与しているのか？不要か？必要か？
A) 広告主からの要望で関与している場合もあります。そのような作業の流れにも対応します。
ですが基本的にはポストプロダクションに任せていただける作業内容と考えます。
なおトレインチャンネル等のオープン・キャプション（OC）、テロップの作成と、クローズド・キャプション（CC）は全く違うものとお考え下さい。

Q) 初号納品までやっていたポストプロダクションとは違うポストプロダクションに字幕作業だけをやって貰えるのか？
A) 初号納品までやっていたポスプロ以外のポストプロダクションでも字幕作業は可能ですが、初号納品まで担当したポストプロダクションが字幕作業対応ポストプロダクションであれば、 そのポストプロダクションで字幕作業を行った方がスムーズに作業が行えます。

Q) CMオンラインでは作業プロセスはどうなるのか？
A) オンライン送稿では「字幕データが重畳されたMXF」が放送局への搬入素材となります。そのMXFをオンライン送稿事業者（素材搬入事業者）にアップロードします。

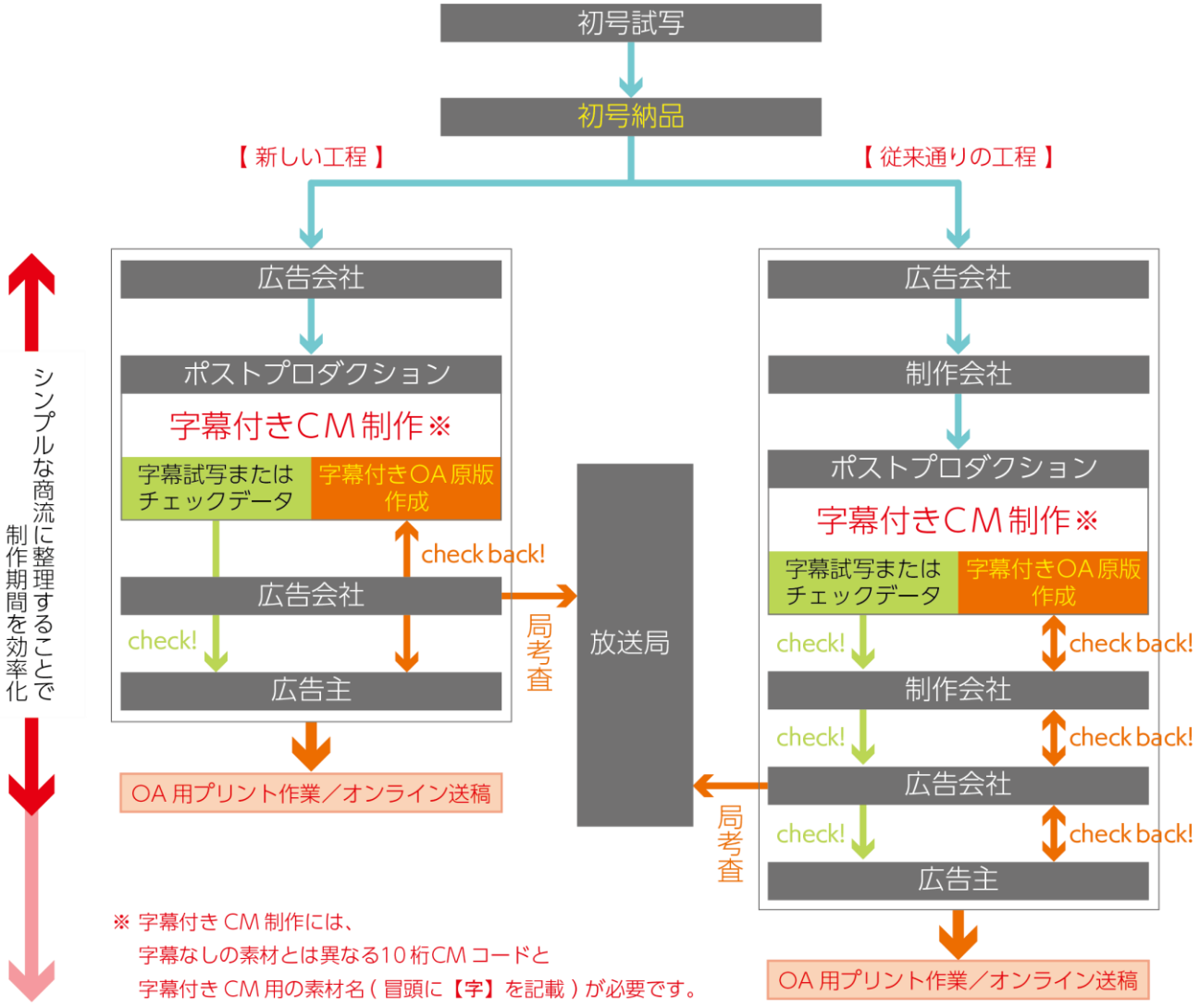
Q) 東京以外の地域ではポストプロダクションは対応できるのか？
A) 現状（2019年9月現在）では、まだノウハウは東京のポストプロダクション中心に蓄積されていると思います。現状では難しいかもしれません。

Q) ＣＭ制作会社は商流の変更をどう思っているのか？
A) ＣＭ・映像コンテンツ制作会社の業界団体である日本アド・コンテンツ制作協会（JAC）事務局とはこの件を共有しています。働き方改革の推進も踏まえ、今後のＣＭ制作プロセスマネジメントの精緻化を考えると、「ＣＭ制作会社の作業ではなく、ポストプロダクションの作業であること。ポストプロダクション作業と言ってもＣＭ本編の編集作業とクローズド・キャプション（CC）字幕の制作作業とを明確に区別すべきこと」には賛成の意見をいただいています。もちろんクライアントの要望で、これまでのようにＣＭ制作会社を通じて一括した流れで作業することも可能です。なお原版の送稿作業とつながる作業であり、制作扱い／媒体扱い広告会社は必ず介在すべきと考えます。

Q) 字幕付きＣＭは字幕無しCMと視聴体験が異なりますか？
A) 字幕付きＣＭも音声付きで放送されます。クローズキャプション（CC）はあくまでも「受信機（テレビ等）の字幕機能をONにした場合」にのみ字幕が表示される機能ですので、字幕機能（字幕ボタン）をONにしていない視聴者は字幕の無いCMとして視聴します。

Q) すべてのポストプロダクションで作業をしないのはなぜ？
A) クローズキャプション（CC）の制作には専用の機材が必要で、編集作業もビデオ編集機では対応できません。また、技術的なルールや表現様式に精通している必要もあります。そのため現在のところは作業対応するという経営判断をしているポストプロダクションが限られています。

字幕付きＣＭ＜クローズド・キャプション（CC）＞の制作工程



字幕付きＣＭ対応ポストプロダクション　一覧　2019年9月現在　※50音順

（一般社団法人日本ポストプロダクション協会＜JPPA＞ 会員社）http://www.jppanet.or.jp/

会社名	アオイスタジオ 株式会社
部署名	スタジオ営業部
問い合わせ先 ご担当者（営業）名	山田　裕治　yuji@aoistudio.jp 山本　潔　st-eigyou@aoistudio.jp
電話番号	03-3582-3811
住所	〒106-0045　東京都港区麻布十番1-1-14
URL	http://www.aoistudio.co.jp/

会社名	株式会社IMAGICA Lab.
部署名	エンタープライズ事業本部 CMプロダクション部
問い合わせ先 ご担当者（営業）名	細井　潤一　hosoi.junichi@imagicalab.co.jp
電話番号	03-3280-7532
住所	〒141-0022　東京都品川区東五反田2-14-1　2号館
URL	https://www.imagicalab.co.jp/

会社名	株式会社イメージスタジオ・イチマルキュウ
部署名	デジタルプロダクション事業部　営業課
問い合わせ先 ご担当者（営業）名	鈴木 悠希　yu-suzuki@imagestudio109.co.jp
電話番号	03-3779-0109
住所	東京都目黒区下目黒2-24-12
URL	www.imagestudio109.co.jp

会社名	株式会社オムニバス・ジャパン
部署名	第1ポストプロダクションセンター
問い合わせ先 ご担当者（営業）名	大畠　耕治　oohata@omni.co.jp
電話番号	03-6229-0601
住所	港区赤坂7-9-11
URL	http://www.omnibusjp.com

字幕付きＣＭ対応ポストプロダクション　一覧　2019年9月現在　※50音順

会社名	株式会社音響ハウス
部署名	スタジオ事業部門　営業部
問い合わせ先 ご担当者（営業）名	小瀧　陽介　kotakiywyf@onkio.co.jp 佐藤　大輔　satodb62@onkio.co.jp
電話番号	03-3564-4181
住所	東京都中央区銀座１－２３－８
URL	https://www.onkio.co.jp/

会社名	有限会社ディーアンドエーミュージック
部署名	営業部
問い合わせ先 ご担当者（営業）名	白川幸宏・小川高明　info@recording.co.jp
電話番号	03-5728-1200
住所	東京都目黒区青葉台3-5-5
URL	www.recording.co.jp

会社名	株式会社デジタルエッグ
部署名	ビットビジネス部 字幕制作課
問い合わせ先 ご担当者（営業）名	釜下　基　　m-kamashita@digitalegg.co.jp 神谷　雄一　kamiya@digitalegg.co.jp 成瀬　友弥　naruse@digitalegg.co.jp
電話番号	03-5565-0865（字幕制作課）/ 03-5565-0801（代表）
住所	〒104-0061 中央区銀座3-15-8
URL	http://www.digitalegg.co.jp/

会社名	株式会社ポニーキャニオンエンタープライズ
部署名	ピーズスタジオ
問い合わせ先 ご担当者（営業）名	近藤　貴春　t.kondo@pce.co.jp
電話番号	03-3585-8007
住所	〒106-0041　東京都港区麻布台２-３-５　ノアビル
URL	http://www.pce.co.jp/

字幕付きＣＭ対応予定ポストプロダクション　一覧　2019年9月現在※50音順

2019年内 及び 2019年度内に対応予定

会社名	株式会社キャロット
問い合わせ先 ご担当者（営業）名	山本　正志　m-yamamoto@express.co.jp
電話番号	06 - 6315 - 3190
住所	〒530-0047　大阪市北区西天満6-3-16　梅田ステートビル4Ｆ
URL	http://carrot.acm-unit.jp/home.html

会社名	ピースリー（株式会社ピラミッドフィルム ）
問い合わせ先 ご担当者（営業）名	仲　潔　naka@mail.pthree.ne.jp
電話番号	03-3434-6781
住所	〒105-0011　港区芝公園2-11-1　芝公園タワー11F
URL	http://www.pthree.ne.jp/

会社名	株式会社エクサインターナショナル
問い合わせ先 ご担当者（営業）名	武田　佳典　takeda@exa-int.co.jp
電話番号	03-5575-3911
住所	〒107-0052　港区赤坂2-16-9
URL	https://www.exa-int.co.jp/

対応検討中

会社名	ソニーピーシーエル株式会社
電話番号	03-3492-9683
URL	https://www.sonypcl.jp/

会社名	株式会社デジタル・ガーデン
電話番号	03-5791-2215
URL	http://www.dgi.co.jp/

会社名	日本ブイ・テイ・アール株式会社
電話番号	03-3541-1230
URL	http://nihonvtr.co.jp/

会社名	株式会社モイ
電話番号	03-6231-4000
URL	https://www.moi.co.jp/

全ての人々に情報を届けることができることを目指し、
字幕付きＣＭ普及推進協議会は
今後も促進と周知活動を行ってまいります。
ご協力よろしくお願い申し上げます。

字幕付きＣＭ普及推進協議会（略称「字幕ＣＭ協議会」）

構成団体：

公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会　http://www.jaa.or.jp/
一般社団法人 日本民間放送連盟　https://www.j-ba.or.jp/
一般社団法人 日本広告業協会　https://www.jaaa.ne.jp/

字幕付きCMハンドブック▶2019年9月発行▶発行所 字幕付きＣＭ普及推進協議会▶非売品▶© Council for Promotion of Subtitled TVCM