

2020年5月26日

一般社団法人 日本広告業協会
会員社 協会ご担当者 各位

一般社団法人 日本広告業協会
専務理事 村井 知哉

新型コロナウイルス「緊急事態宣言」解除後の安全な広告制作について

平素より当協会の活動に多大なるご支援とご理解をいただき、誠にありがとうございます。

5月25日に、新型コロナウイルスの「緊急事態宣言」が全国で解除されました。ただし、感染による影響はまだまだ長期化することが想定されます。今後も、感染リスクが格段に高まるといわれる3密（密集、密接、密閉）の環境を作らないようにすることが、広告活動を継続するにあたって重要な対策となることになりません。

当協会から4月8日に発信した「ガイドライン」は、広告制作の現場において、多数の人間が集まり長時間に渡る「3密」の環境を作り出すのを防ぐことで、制作業務従事者の感染リスクを高めないように策定されたものです。制作現場の安全を確保し、新型コロナウイルスの感染拡大を防止するために、業界全体として、長期化を念頭にガイドラインを策定、発表いたしました。

会員社の皆様にはガイドラインを遵守いただき、広告主、協力会社と協議をいただき、感染拡大の防止に向けてご協力いただいたことを御礼申し上げます。また、本ガイドラインを受けて会員社に周知、ご協力いただいた日本アドバタイザーズ協会に対しても、厚く御礼申し上げます。

「緊急事態宣言」は解除されましたが、これからも新型コロナウイルスとの長い闘いは続きます。大事なのは、さらなる感染や第二波、第三波を防ぐためにも上記「3密」を作らないことです。

3密を避けてのオーディション・打合せや撮影・編集など、リモートでの制作も散見され、より効率のよい作業を模索していると聞きます。我々広告会社としても、協力会社とともに新しい技術や新手法等を検討し、クリエイティビティを駆使して様々な工夫を発揮することで、広告主のコミュニケーション活動を支援していかなければなりません。

生活者はもう以前の生活様式には戻らず、「新しい生活様式」を作り上げると想定されます。制作現場の安全を確保しつつ、適切な広告コミュニケーション活動を継続することは、生活者が広告で笑顔を取り戻すための大きな一助となり、我々広告に関わる者すべての社会的責務と考えます。

貴社におかれましては、何卒ご理解の上、ご協力をいただきたくお願い申し上げます。

＝＝＝＝＝＝＝＝以下、4月8日発表のガイドライン（再掲）＝＝＝＝＝＝＝＝

記

■主題

ガイドラインに基づき、広告制作関連業務の再計画（企画変更、納品時期の延期含）および推進体制の検討依頼

■目的

- (1) 広告主様および広告会社担当社員の健康保全に資する労働環境の構築
- (2) 制作会社、芸能・モデル事務所の業務従事者や所属演者、関連スタッフの健康保全に資する労働環境の構築
- (3) 感染拡大防止という社会的責任を果たす

■新型コロナウイルス感染拡大期における安全な広告制作ガイドライン

A：緊急事態宣言発令期

- (1) 撮影を伴うものは延期を基本とする。

B：緊急事態宣言発令期に限らない感染懸念のある時期

- (1) 撮影を伴わない企画、あるいは「3密」を避け感染リスクを最小限にした撮影による企画・手法を積極的に採用する。実施する場合も、関係するスタッフの安全を最大限確保する。
- (2) 「3密」が避けられない撮影を前提とする企画は、低リスクな手法への変更（別撮と合成、CG等）、撮影の延期、規模縮小を協議する。
- (3) PPM、編集作業など、オンラインで可能なプロセスはリモートで行うことを要請する。
- (4) 感染リスク回避策に伴う、スケジュールの変更、費用の変更については、広告主、広告会社両社が理解をもって協議する。

※本ガイドラインは、制作現場の人命を最優先するものであり、経済活動を抑止・制限するものではありません。個別案件の判断については広告主様と広告会社、制作会社で協議して進めます。また、今回の対策を受けた広告制作物の完成遅延等によって発生する問題事象についても、広告主と一緒にって対応策を検討していくこととします。

以上