

JAAAセミナー

CMオンライン運用開始 3周年
情報共有WEBセミナー

2020年9月14日
一般社団法人 日本広告業協会

第一部

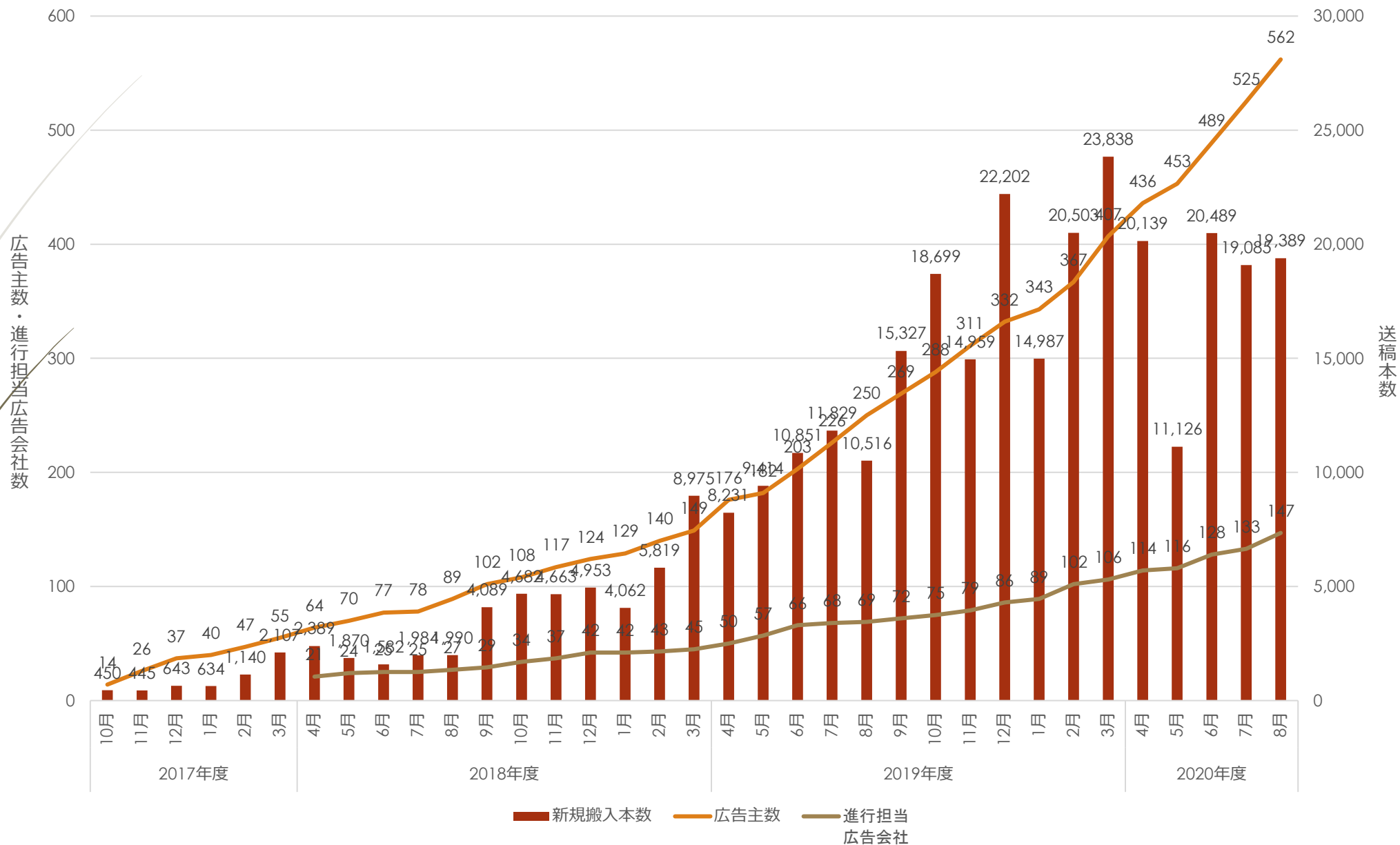
CMオンライン運用の現状と課題

CMオンライン運用の最新状況

2020年9月14日現在累計（広告EDIセンター調べ）

- ・ 搬入素材数 3 3 1 , 6 6 4 本
- ・ 広告主数 5 7 3 社
- ・ 広告会社数 1 4 8 社
- ・ 搬入可能局数 1 2 6 局
(系列112局、独立8局、BS6局)

CMオンライン運用の最新状況



CMオンライン運用の最新状況

日本広告業協会と日本民間放送連盟は今年度末（2021年3月末）迄の目標を共有し普及に努めている。

日本民間放送連盟の普及目標

2021年3月末までに地上波全局でオンライン運用可能とする

日本広告業協会の普及目標

- ①在京キー局に搬入される素材数 2021年3月末までに80%を目標とする
- ②「日本広告業協会加盟社（直近1年の）テレビCM制作実績社」で、「オンライン送稿実績広告会社数」を100%とする

オンライン運用を実施して顕在化した課題（制作領域）

制作会社より：テレビCMオンライン送稿実施に伴う課題
（JAC提供の加盟社アンケート抜粋）

- ① 広告会社のオンラインワークフローについての理解不足
- ② 後工程作業と費用についての認識の相違（初期において）
など

「JAC 2020年オンライン送稿に関するアンケート」より

Q：2020年オンライン送稿を行いましたか？

A：はい、72%（36件/回答50件中）

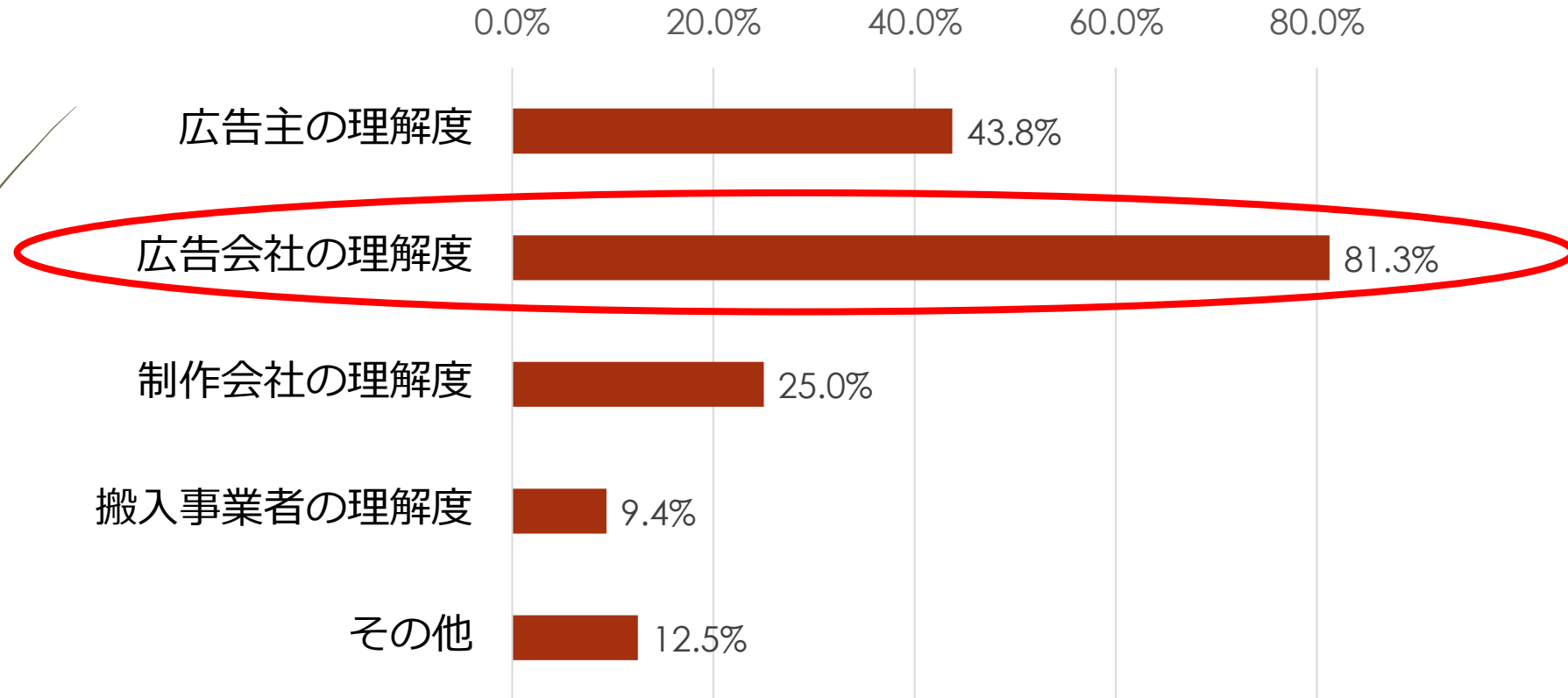
加えてオンライン送稿を行ったと回答した36社では、各社ともスムーズに進まなかったことがあると回答

その中身は

「JAC 2020年オンライン送稿に関するアンケート」より

Q：スムーズに進まない原因はなんでしたか？

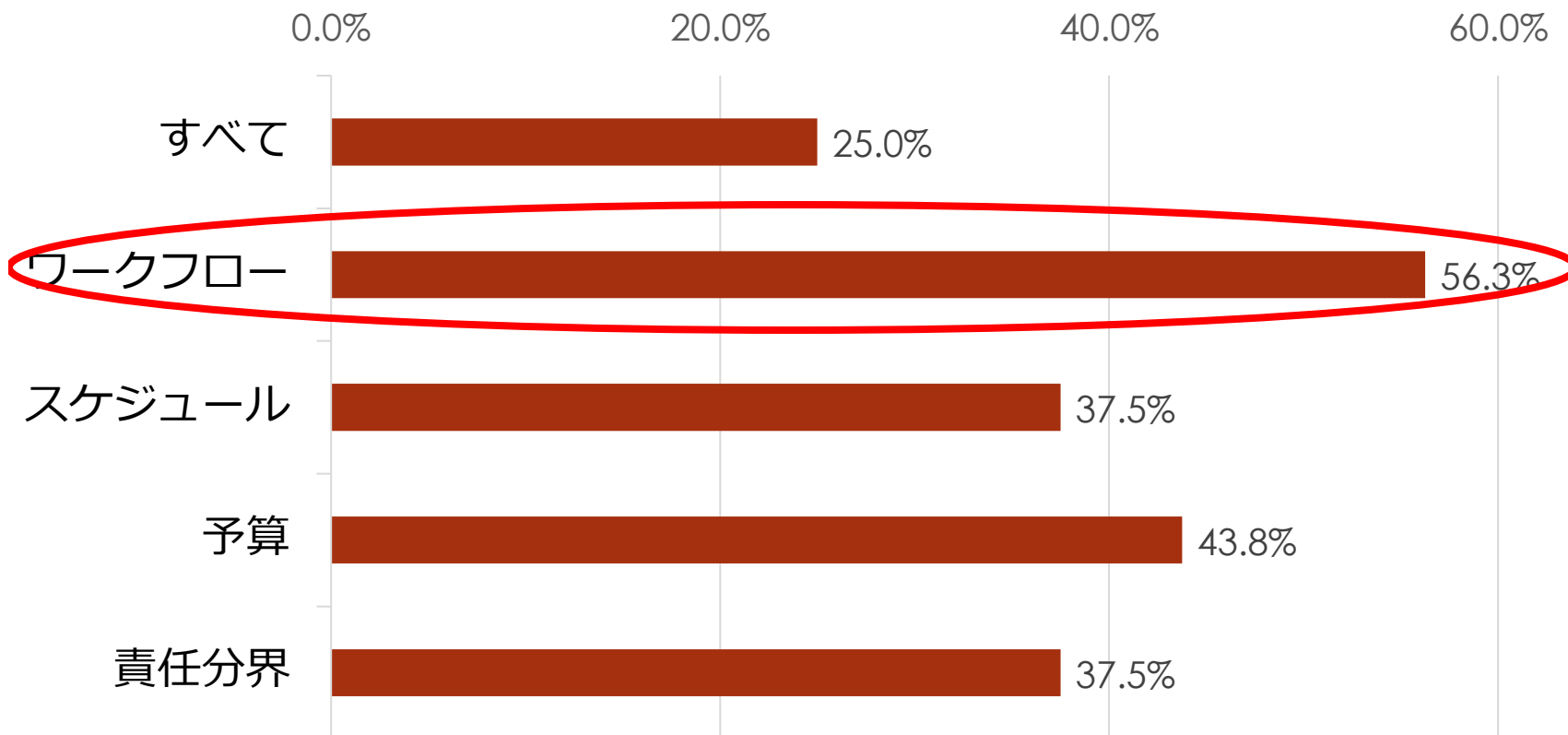
32件（複数回答可）



「JAC 2020年オンライン送稿に関するアンケート」より

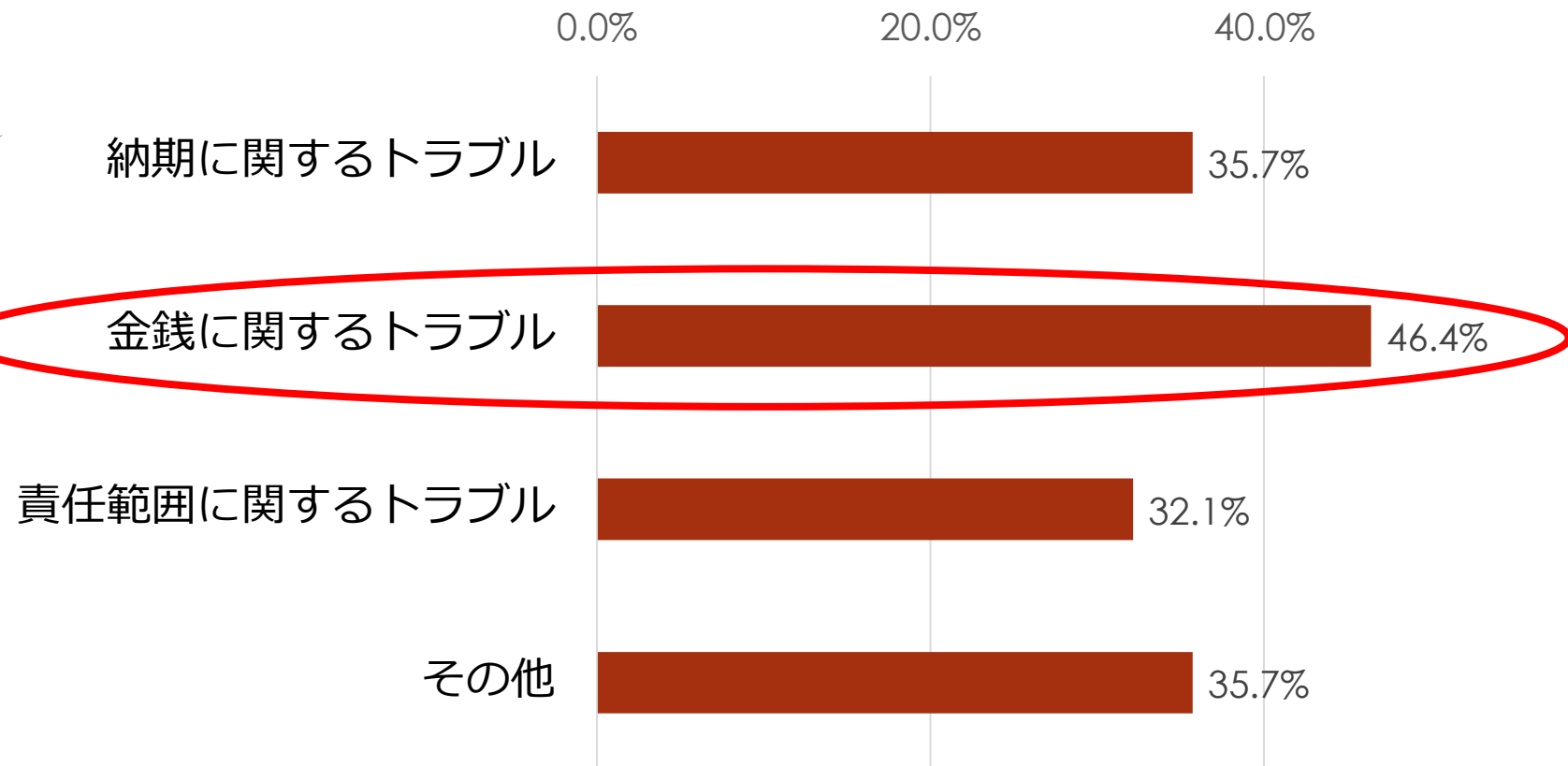
Q：広告会社は何を理解していなかったのですか？

32件（複数回答可）



「JAC 2020年オンライン送稿に関するアンケート」より

Q：広告会社とどのようなトラブルが発生しましたか？
28件（複数回答可）



オンライン運用を実施して顕在化した課題（制作領域）

制作会社の立場から下記の指摘がありました。
広告会社にわかりやすいように解説します。

- ① 広告会社のオンラインワークフローについての理解不足
- ② 後工程作業と費用についての認識の相違（導入初期）

※後工程作業とは、制作フェーズの後の工程＝搬入フェーズに含まれる各作業とご理解ください。

オンライン運用を実施して顕在化した課題（制作領域）

① 広告会社のオンラインワークフローについての理解不足

対 策：以下の大原則を広告会社（制作担当・媒体担当）で事前に確認・共有する：https://www.jaaa.ne.jp/2018/09/ad_work_manual/

① JAA/JAAA/JAC/OACの円卓会議による「新しい働き方のための広告制作プロセスマネジメントハンドブック」（2018年9月6日発刊）を参照する。

唯一、4団体が広告制作プロセスに合意した内容を記載したものです。制作フェーズの発注前にCM制作会社と、「初号納品物を受領して終わる」のか、「局搬入物まで作成を依頼し搬入フェーズまでサポートを依頼する」のか、を合意すること。制作会社は指定の納品物を正しく納品することを請け負う。（納品物に対する瑕疵担保責任はモノでの搬入と同じく存在）

オンライン運用を実施して顕在化した課題（制作領域）

「新しい働き方のための
広告制作プロセスマネジメントハンドブック」
(2018年9月6日発刊)

https://www.jaaa.ne.jp/2018/09/ad_work_manual/
5ページより引用

CM制作の3フェーズ

オンライン送稿の運用開始に伴い、CM制作は独立した3フェーズでプロセスを管理することとなりました。

<CM制作プロセス全体像>



オンライン運用を実施して顕在化した課題（制作領域）

②後工程作業と費用についての認識の相違（導入初期）

対 策：以下の認識を広告会社（制作担当・媒体担当）で事前に確認・共有する

②納品前後の制作会社（或いは素材搬入事業者）のフォロー業務、搬入フェーズ（後工程）作業の「何を」「誰がやるのか」は色々なケースが見られる。実施には費用が伴う場合があり、「事前に」協議し合意する。途中での変更にも費用が伴うことも関係各社で想定しておく。

送稿プロセス：実際に送る過程で発生した課題

トラブル事例と原因その1：送稿本数の不一致

トラブル 素材搬入事業者システムでオンライン送稿本数が多く送られていた。

課題 素材搬入事業者から制作扱い広告会社への請求額が上振れする。

原因 媒体扱い広告会社もしくは進行広告会社の担当によるCMDeCoの操作ミス。

対策 制作扱い広告会社：広告主に事前に全体の送稿本数を確認する。
媒体扱い広告会社と進行広告会社（部署）：広告主から制作扱い広告会社に共有された送稿プラン（本数）を十分にチェックして送稿を行う。

送稿プロセス：実際に送る過程で発生した課題

トラブル事例と原因その2：オン・オフ混在素材の再送稿

トラブル オンライン未対応の放送局にXDCAMで送稿、その後、オンライン対応局になり、同じ素材をオンライン送稿をしたことで素材搬入事業者より新たに課金が発生した。

課題 本来不要な費用だったオンライン送稿費用の発生。

原因 媒体扱い広告会社と進行広告会社（担当双方）の確認ミス。

対策 オフラインとオンラインが混在している素材の再送稿時は、オンライン送稿局に過去にオフライン素材での搬入実績の確認が肝要。
オフラインでの搬入実績があれば、物理媒体の再搬入が可能とわかり、課金は発生しない。

*) オンラインでは課金が発生する。

オンライン運用を実施して顕在化した課題：情報管理など

テレビCMオンライン運用では素材搬入事業者のシステムやCMDeCo（広告EDIセンターのシステム）を全面的に使用することからシステム運用ならではの対応必要事項が多数発生した。

- ・ID管理
- ・メールアドレス管理
- ・システム上のエラー表示
- ・広告事業者登録

など

詳細は次項以下

参 考：送稿プロセス：実際に送る過程で発生した課題

トラブル事例と原因：搬入事業者システム内ID管理

トラブル 素材搬入事業者システムの担当者登録に実作業のない人や個人が特定できないID・メールアドレスが登録された。

課 題 OA前CM情報の漏洩に直結する。情報管理課題。

原 因 制作会社・素材搬入事業者が確認なく登録をしたため。

対 策 広告主のCMの情報管理責任を負う制作扱い広告会社が主体的に登録管理を行う。特に、特殊なID、共用IDでは誰が使ったかが不明になる事から使用者の確認・管理を厳密に行う。

詳 細 公開前CMの守秘義務観点から、広告主に最終責任を持つ制作扱い広告会社が管理すべきこと。※システム上の発注者（制作扱い広告会社）が登録を許可した事になる。アップロード作業・CMメタ登録を行う当人以外には多数・複数の制作会社・関係制作会社・ポスプロなどの登録は必要無い。競合広告会社や競合広告主作業を行っている担当者がある可能性も考える。

参 考：送稿プロセス：実際に送る過程で発生した課題

トラブル事例と原因：登録者のメールアドレス管理

トラブル 素材搬入事業者システムに媒体担当営業の登録作業を行ったら「登録済」エラーとなり媒体担当営業の追加登録ができなかった。

課 題 媒体扱い広告会社にCMを引き渡すことができない。

原 因 当該者が、同一メールアドレスで別会社の所属として既に登録があった為、そのメールアドレスで別会社（グループ会社）として登録することが出来なかった。

19

対 策 当該者に連絡し、古い登録（旧所属会社メールアドレス）を削除、最新の情報（現所属会社メールアドレス）で再登録をしてもらう。

詳 細 会社の統合・合併やグループ会社への出向・転籍などでこのような事態が発生する。

参 考：送稿プロセス：実際に送る過程で発生した課題

トラブル事例と原因：CMDeCo搬入状況エラー表示

トラブル CMDeCo搬入状況ステータス確認で「搬入エラー」が出る

課 題 エラーであることはわかるが、対応方法がわからない。

原 因 CMDeCo「搬入エラー」
CMDeCo 送受信サーバー内で、ウイルスチェックソフトの製品エラー。

対 策 広告EDIセンターサポートに連絡。CM素材には問題ないため、
広告EDIセンターが原因確認後、広告EDIセンター指示により
「送稿指示」を実施。

※「搬入エラー」が表示されるのが必ずしもウイルスチェックソフトの製品エラーが理由
ということでは有りません。エラーの理由は様々です。まずは問い合わせてください。

参 考：送稿プロセス：実際に送る過程で発生した課題

トラブル事例と原因：CMDeCo搬入状況エラー表示

トラブル CMDeCo搬入状況ステータス確認で「送稿エラー」が出る。

課 題 エラーであることはわかるが、対応方法がわからない。

原 因 （あるケースでは）放送局側で、通信機器を切っており受信ができなかった。

対 策 広告EDIセンターサポートに連絡。広告 EDIセンターが原因確認後。放送局へ再送信し、問題なく送れたかの連絡確認。

※送稿エラーが表示されるのが必ずしも放送局側で通信を切っており受信ができないということでは有りません。原因は様々です。
その他、CMDeCoの不具合・不明点に関しては、広告EDIセンターサポートに連絡・相談して下さい。

参 考：送稿プロセス：実際に送る過程で発生した課題

トラブル事例と原因：不要な「送稿中止」指示

トラブル 媒体扱い広告会社Cが、放送局Bへ素材を送稿後、当該素材はすでに他の広告会社Aから放送局Bに送稿済みと気が付き、C担当者が取り消す必要ありと考え、Cからの送稿を「送稿中止」とした。

原 因 C担当者が再送しても課金されない事を知らなかった。

対 策 再送しても課金されないので、C担当者は「送稿中止」を行う必要はなかった。

参 考：送稿プロセス：実際に送る過程で発生した課題

トラブル事例と原因：放送局の素材受取不可

トラブル 放送局側でオンライン送稿素材が不備素材でないのに受取り不可となった。

原 因 同一10桁CMコード素材を他広告会社作業でHDCAMで搬入済みだった為、オンライン送稿したが放送局で受け取り不可となった。（放送局のCMバンクに同10桁CMコードデータが残っていると受け取れない。）

対 策 既搬入の可能性のある素材を送る場合は放送局CM部に事前に在局確認をする。

*) 以前にオンラインで送稿済みのものが送受信サーバーに残っている場合はCMDeCo上で「再搬入扱い」となり問題はない。

参 考：送稿プロセス：実際に送る過程で発生した課題

トラブル事例と原因：広告事業者登録（CCCコード取得）

トラブル 素材搬入事業者システムに素材をアップロードした制作扱い
広告会社が媒体扱い広告会社を指定しようとしたが出来ない。

原 因 媒体扱い広告会社が広告事業者コード（CCCコード）を未取得
のため、媒体扱い広告会社指定ができない。

対 策 速やかに広告事業者コード（CCCコード）を取得し、併せて
広告EDIセンターに接続利用申込みを行う。

※広告EDIセンター <https://ad-edi.com/cmdeco.html>

オンライン運用を実施して顕在化した課題（素材搬入事業者）

素材搬入事業者：広告会社から見た課題

- ①オンライン運用の成熟に向けた中で、素材搬入事業者が9社まで拡大したこと等により、協力関係にあるべき広告会社と素材搬入事業者で広告主に対する説明が異なるなど混乱が散見された。（広告会社の商流、広告主と搬入事業者の直接の商流、制作会社の商流など複数存在した事等から）
- ②オンライン運用化時の業務責任範囲を定めたガイドライン（JAAA発行）に準拠せず、制作扱い広告会社が責任を持つ素材認証（CMの質や内容を認証する工程）を作業として受託してしまうケースがある。不備、内容違い等の責任の所在が不明確となる。広告主を巻き込んでのトラブルの元となることが懸念される。

25

対 策：運用開始から2年半以上が経過した事から最新状況の共有と併せてプロジェクトからガイドライン遵守を要望した。

（2020年8月5日（水）web会議にて（全事業者参加））

オンライン運用を実施して顕在化した課題（広告主より）

オンライン化提案：普及促進活動の過程で指摘を受けた課題

コロナ禍において進行業務のテレワーク化を目的に日本アドバタイザーズ協会にテレビCMオンライン運用化の勧奨をお願いしたところ一部広告会社の消極性を指摘された。

お願い

オンライン送稿は地上波局ほぼ全局が受け取り可能となりテープとの二重運用もほぼ不要となりました。

広告主メリットだけでなくリモートワーク化にも有用なテレビCM素材のオンライン運用化の積極的な提案をお願いいたします。

第二部

今後導入予定の広告会社営業担当の皆様へ

オンライン運用導入について

- ▶ オンライン運用導入のメリット
(オンライン運用開始してより明確に)

- ・コスト

プリント/送稿領域にかかる費用は、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。

一方、オンラインや新XDCAMが開始されるにあたり、搬入フェーズに新たな作業費目が発生。(オンライン搬入局数により、今までよりコスト増の可能もあることに注意。)

オンライン運用導入について

- ▶ オンライン運用導入のメリット
(オンライン運用開始してより明確に)
- 搬入期日
オンライン運用化されると放送局への搬入窓口が本社になるため地元局以外も営業日中3日前での搬入締切りとなる。
(今迄営業日中4日前迄に本社に向けて梱包～発送していたものが営業日中3日前の広告会社での作業に短縮される)

オンライン運用導入について

- ▶ オンライン運用導入のメリット
(オンライン運用開始してより明確に)
- エコロジー対応
搬入にテープやディスクを使用しないことで物理的廃棄は発生しなくなる。
(2017年当時、日本全体で毎月2t~4tのテープ・ディスクが廃棄されている《推計値》) 輸送のためのCO2も発生しなくなるのに加え保管のスペースも不要になる。

オンライン運用導入について

31

■ オンライン運用導入の必要性

- ファイルベース化への対応
現行のHDCAMテープ対応機器は2023年3月末でのメーカーサポート切れが予定されている。
安全なテープ運用終了の為に2021年3月末をもって放送局側の新規受入れが終了する予定であり、ファイルベースでの素材作成が必須に。

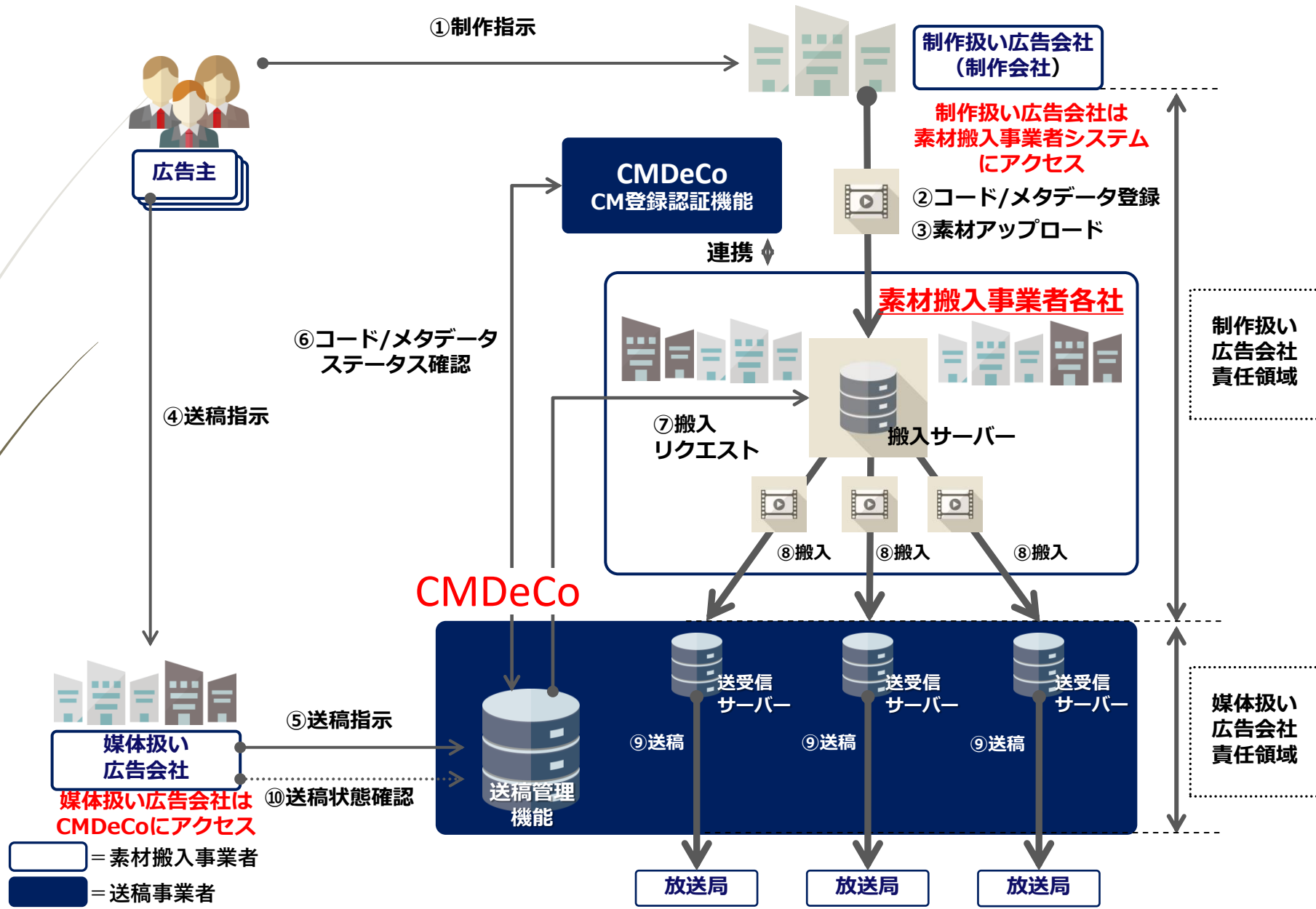
オンライン運用導入について

32

- オンライン運用導入の必要性
- ファイルベースメディア化の意味付け
 - ・ 何らかの事情でオンライン運用に切り替えなくてもファイルベースメディア化するメリットは大。
 - ⇒ 既にほぼ全局（岐阜放送以外）がXDCAM受け入れ可能。プリント本数次第ではHDCAMより安くなる（可能性）。ファイルベースメディア化しておけば今後オンラインへの切り替えは容易。
 - ・ 新たな活用の可能性
 - ⇒ 素材がファイル化されていると今後開発の可能性がある
ファイルとメタデータを活用した新たなCM運用手法（柔軟なCM差替え等）を活用できる可能性も。

オンライン運用（送稿）の仕組み

33



オンライン運用（送稿）対応作業と必要な準備

34

制作扱い広告会社
(制作会社)

素材搬入事業者
システムで作業

- ・必要な設備：インターネットに接続できるPC
- ・必要な手続き：素材搬入事業者との契約（ID・PWの取得）
- ・使用可能までの日数：申込から利用までの日数
- ・料金：素材数×搬入局数×単価で算出
この二点詳細については素材搬入事業者各社にお問い合わせください。

媒体扱い広告会社
(進行担当)

CMDeCoで作業

- ・必要な設備：インターネットに接続できるPC
- ・必要な手続き：広告EDIセンターとの契約（ID・PWの取得）
- ・使用可能までの日数：申込から1週間程度が目途
- ・料金：定額料金（年額）最低金額12,000円～
詳細は広告EDIセンターにお問い合わせください。

広告EDIセンター：03(5551)1212 URL:<https://ad-edi.com/>

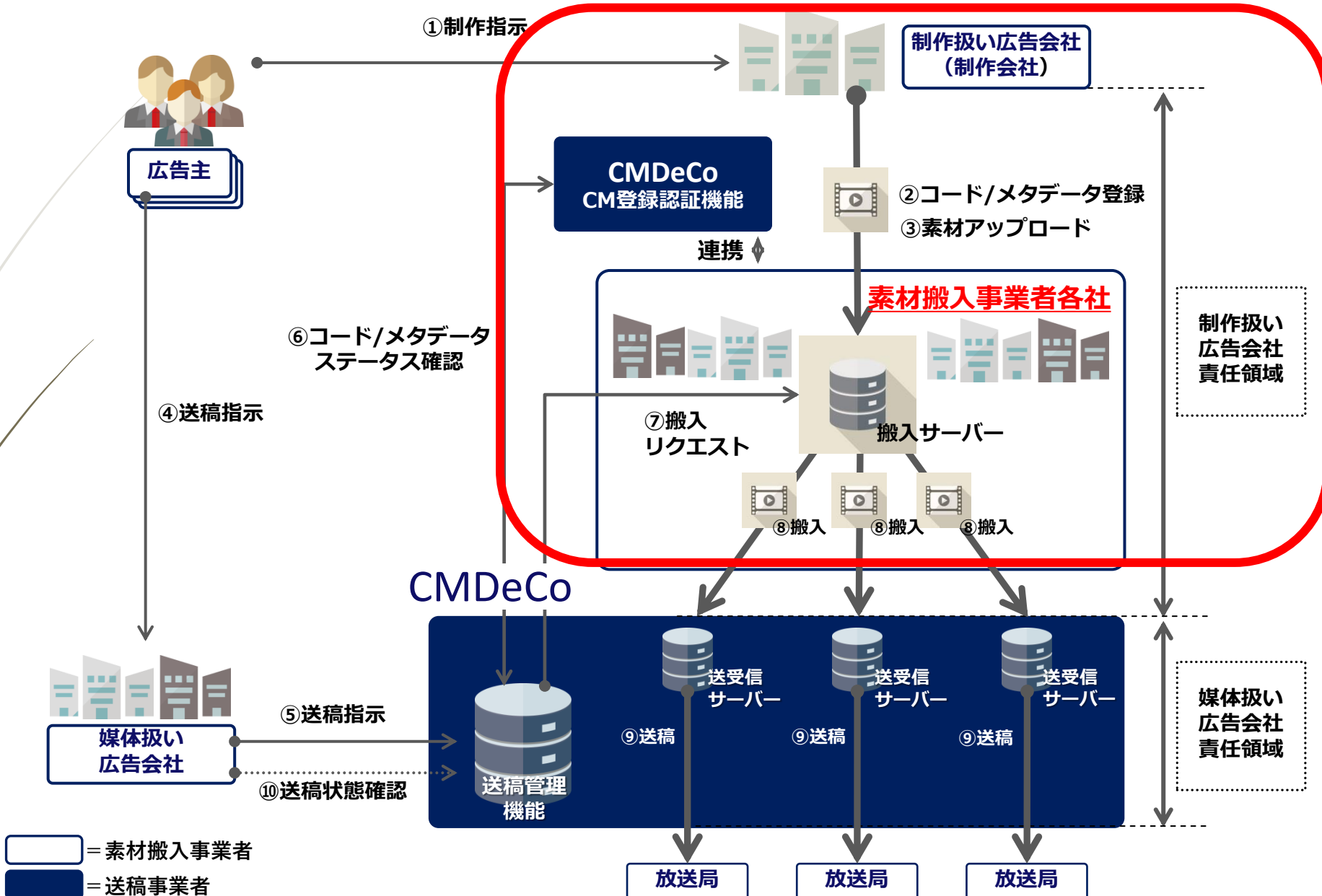
* CM素材のオンライン運用を行うためには各広告会社・制作会社ともに広告事業者コード(CCCコード)が必要になります。万一未取得の場合は共通コード管理センターに発番を申請します。

- ・必要な手続き：共通コード管理センターへの発番申請
- ・使用可能までの日数：申込書到着から3日程度
- ・料金：無料

詳細は共通コード管理センターへ 共通コードセンター：03(5568)7565 URL:<https://www.ccc.or.jp/>

オンライン運用（送稿）の制作扱い広告会社領域

35



「素材搬入事業者」の役割

36

制作扱い広告会社がCM素材ファイルをアップロードするシステムなど、各種サービスを提供する会社。

■サービス内容

制作扱い広告会社がアップロードしたCM素材をサーバーに保管し、併せて登録された10桁CMコードとなどメタデータを根拠にCMDeCoからの要求に応じて各放送局内に設置された送受信サーバーまで搬入する役務を担うWEBサービス。

「素材搬入事業者」の役割

37

制作扱い広告会社がCM素材ファイルをアップロードするシステムなど、各種サービスを提供する会社

■素材搬入事業者各社に関して

2020年9月14日時点で9社が営業している。

4社はCM制作関連の企業（フォトロン・イメージスタジオ109・音響ハウス・オムニバスジャパン）

2社は英国からの専門事業者の参入（アドストリームジャパン・GroupIMDジャパン）

加えて放送機器に精通するNEC、CDN大手のブロードメディア、ユーキャン・アドと多様な業態から参加している。

役務がシンプルであるために素材搬入についてのサービスに大きな差異は見当たらない。

「素材搬入事業者」の役割

38

制作扱い広告会社がCM素材ファイルをアップロードするシステムなど、各種サービスを提供する会社

■選定ポイント

差別化要因としては、WEBサービスを提供するインターフェース（画面）の使いやすさやサポートなどの運用面、XDCAMプリントやアーカイブ機能などの拡張性、料金が考えられる。

- *) 素材搬入事業とは旧来のテープメディアの運用に当てはめるとプリント事業に相当する。
その意味付けから広告主が事業者を選定、または了承する性格の事業。制作扱い広告会社が各事業者の特性・料金などに鑑みて選定をサポートする事が一般的と考えられる。

制作扱い広告会社が素材をアップロードする素材搬入事業者9社

39

ブロードメディア



Broadmedia

- ・CDNサービス事業者。
- ・ホテルインターネット、デジタルシネマに強み。
- ・300社のHPの動画配信で「ニコ動」等日本の5%の動画を配信。
- ・XDCAMリースサービス有。
- ・素材保有期間 = 2年間（延長可）

<http://www.bmcdn.net/cmonline.html>

日本電気

NEC

- ・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。
- ・サービスの特徴は「簡単/品質/プリント」
- ・業務分析運用の提案も有。
- ・XDCAMリースサービス有。
- ・素材保有期間 = 1年間以上

<https://jpn.nec.com/media/cmonline.html>

音響ハウス

ONKIO HAUS

- ・1973年創業の総合スタジオ。
- ・マガジンハウスのグループ会社。
- ・広告制作のポストプロ業務に準拠したサービスを提供。
- ・XDCAMリースサービス有。
- ・素材保有期間 = 1年間以上。

<https://www.onkio.co.jp/ohs3/index.html>

Group IMD Japan



- ・1996年英国で創業。
- ・世界各国で毎日8000素材を配信。
- ・多様なメディアへの展開可能。
- ・アーカイブ機能。
- ・XDCAMリースサービス有。
- ・素材保有期間 = 1年以上

<https://www.groupimnd.com/jp-jp/>

フotron/イマジカ

Photron



- ・イマジカロボットHDグループ。
- ・放送局、映画会社・制作会社のファイル搬入サービス「HARBOR」で実績豊富。
- ・制作会社向けのHDDレンタルも展開。
- ・アーカイブ機能有。
- ・XDCAMリースサービス有。
- ・素材保有期間 = 2年間（延長可）

<https://promo.harbornet.jp/cm/>

アドストリーム・ジャパン

Adstream

- ・世界最大の広告アセットマネジメント会社。
- ・本社英国。40カ国で対応。
- ・多様なメディアに対応。
- ・アーカイブ機能。
- ・XDCAMリースサービスは、検討中。
- ・素材保有期間 = 無期限。

<https://www.adstream.co.jp/>

* 各素材搬入事業者の資料より作成

制作扱い広告会社が素材をアップロードする素材搬入事業者9社

40

イメージスタジオイチマルキュウ

IMAGE STUDIO *109*

- ・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。
- ・27年以上のテレビCMプリント業務実績。
- ・XDCAMリースサービス有。
- ・素材保有期間 = 1年間以上

http://www.imagestudio109.co.jp/production/cuegate_setumei.html

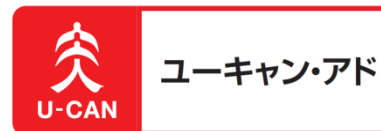
オムニバス・ジャパン

 **OMNIBUS JAPAN**
COMPUTER GRAPHICS & POST PRODUCTION

- ・テレビCMのポストプロとして30年の実績。
- ・O Aプリント本数日本一の実績のある技術スタッフによる品質保証。
- ・様々な問題を解決に導く「オムニラインコンシェルジュ」が提案。
- ・編集から送稿納品までワンストップで対応。
- ・1987年設立

<https://www.omniline.net/>

ユーキャン・アド



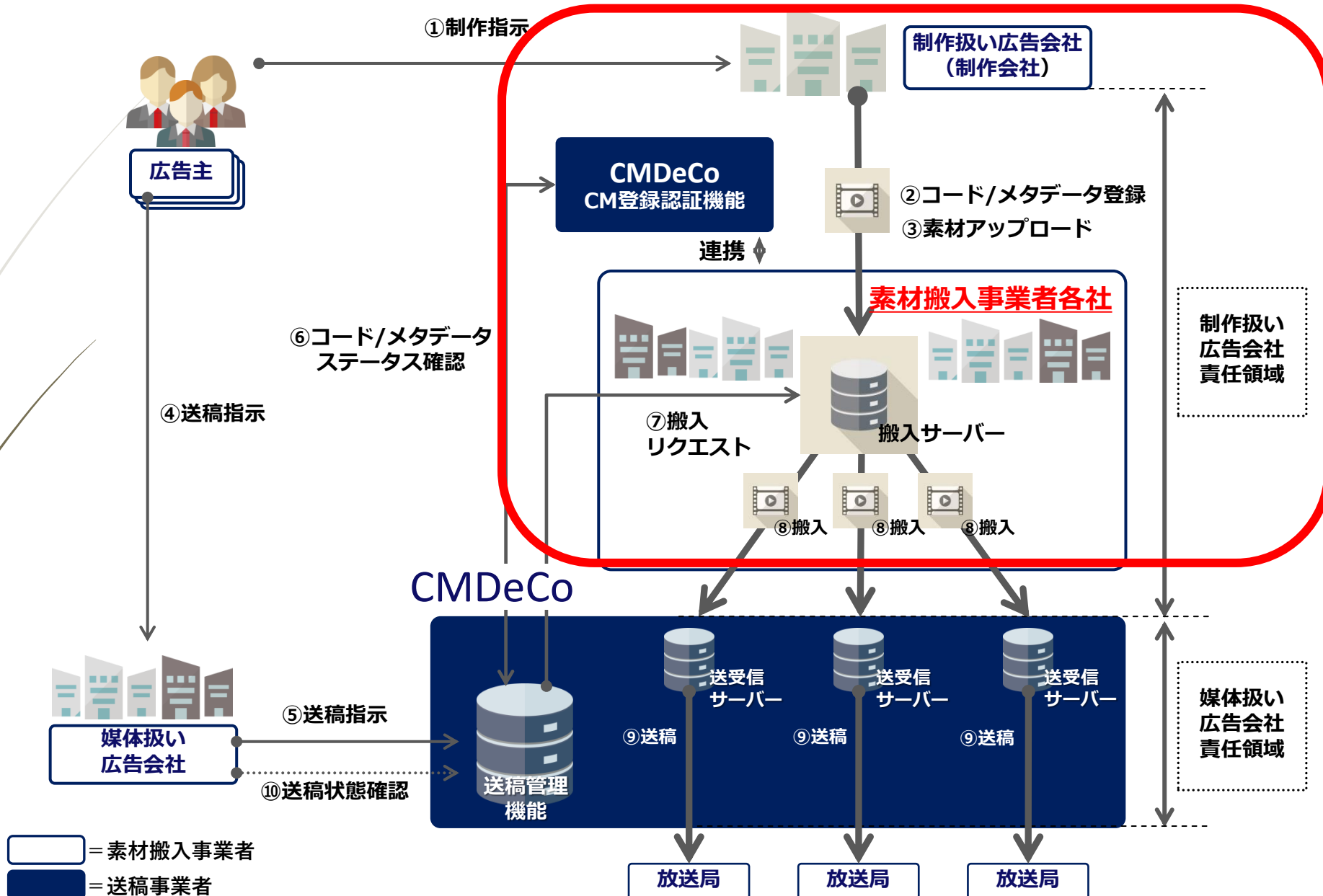
- ・通信教育大手ユーキャンのハウスエージェンシー。
- ・XDCAM/オンライン併用も一括で対応。
- ・2015年設立

<http://u-canad.co.jp/>

* 各素材搬入事業者の資料より作成

オンライン運用（送稿）の制作扱い広告会社領域

41



オンライン運用（送稿）の制作扱い広告会社領域

広告会社制作担当のオンライン運用の手順（ワークフロー）
（*）①、③、④は広告主の「判断」を求める。

- ①当該キャンペーンについてオンライン運用をするか
- ②TVCM制作受注
- ③素材搬入事業者選定
- ④素材アップロード
- ⑤広告会社による実務

※オンライン運用する際は、制作開始前に、「広告制作プロセスマネジメントハンドブック」にて、特に制作フェーズ、搬入フェーズについてご確認ください。



オンライン運用（送稿）の制作扱い広告会社領域

43

1. 搬入フェーズ作業

局搬入用 MXF ファイル作成

局搬入用の CM 素材ファイル(以下、CM 素材) を搬入基準に則った MXF ファイルの形式で作成し、CM 素材名・10桁 CM コードなどのメタデータとともに素材搬入事業者システムにアップロードする。制作会社やポスプロ、素材搬入事業者に作業を依頼可能。

2. オンライン送稿

媒体担当への CM 素材搬入

媒体扱い広告会社担当者を指定して、素材搬入事業者システム上（後述）で引き渡す。

制作扱い広告会社のやること（詳細）

～オンライン用にCM素材を制作し素材搬入事業者のサーバーにアップ

44

STEP1：制作フェーズ：オンライン用の素材制作

制作扱い広告会社は広告制作プロセスマネジメントハンドブックに則り、オンライン用に素材（制作マスター）を制作する。※納品物・成果物の事前合意が重要

STEP2：搬入フェーズ：OA原版作成からアップロード（I）

制作フェーズでマスターが完成し、初号ファイルを納品されたら、テレビCM素材とするためのOAフォーマット作成、MXFファイル化を行います。

素材のコード（広告主から既報）とメタデータ（多くは制作会社から領）も準備します。

STEP3：搬入フェーズ：OA原版作成からアップロード（II）

準備したコードとメタデータの入力後、CM素材のMXFファイルを素材搬入事業者のサーバーにアップロードする。

制作扱い広告会社のやること（詳細）

～オンライン用にCM素材を制作し素材搬入事業者のサーバーにアップ

搬入フェーズ：OA原版作成からアップロード（Ⅱ）

素材搬入事業者のシステムにCM素材のメタ情報の入力、
CM素材のMXFファイルをアップロードする手順

素材搬入事業者のシステムにCM素材メタ情報入力・CM素材録・制作会社・制作関連担当者・媒体扱い広告会社(担当者)の情報を入力する一般的な手順は以下ようになります。

1. 案件の登録。
2. 案件に制作扱い広告会社・制作会社・ポスプロ担当者を登録してシステムに招待する。
（会社名・担当者名・担当者メールアドレスを入力）
～各担当者にメールが展開され、各自システムにログイン。
3. 各担当者がCM素材のメタ情報の入力。

制作扱い広告会社のやること（詳細）

～オンライン用にCM素材を制作し素材搬入事業者のサーバーにアップ

OA原版作成からアップロード（Ⅱ）

素材搬入事業者のシステムにCM素材のメタ情報の入力、
CM素材のMXFファイルをアップロードする手順

4. CM素材ファイルのアップロード。

5. CM素材のメタ情報の確認～承認作業。

以下は、搬入フェーズ：OA素材の複製と搬入作業 の工程も含む

6. 媒体扱い広告会社指定。（会社名・担当者名・担当者メールアドレスを入力）

7. オンライン認証番号の取得:上記作業が完了すると連携先のCMeDeCoからオンライン承認番号が発番され進行作業が可能になる。（媒体扱い広告会社への引き渡し）

※各素材搬入事業者毎に用語・手順が異なるので、使用する事業者のサイトをご参照ください。
各社のサイトURLについては事業者一覧表（P39、40）参照。

オンライン運用（送稿）の制作扱い広告会社領域

47

「JACからのお願い」

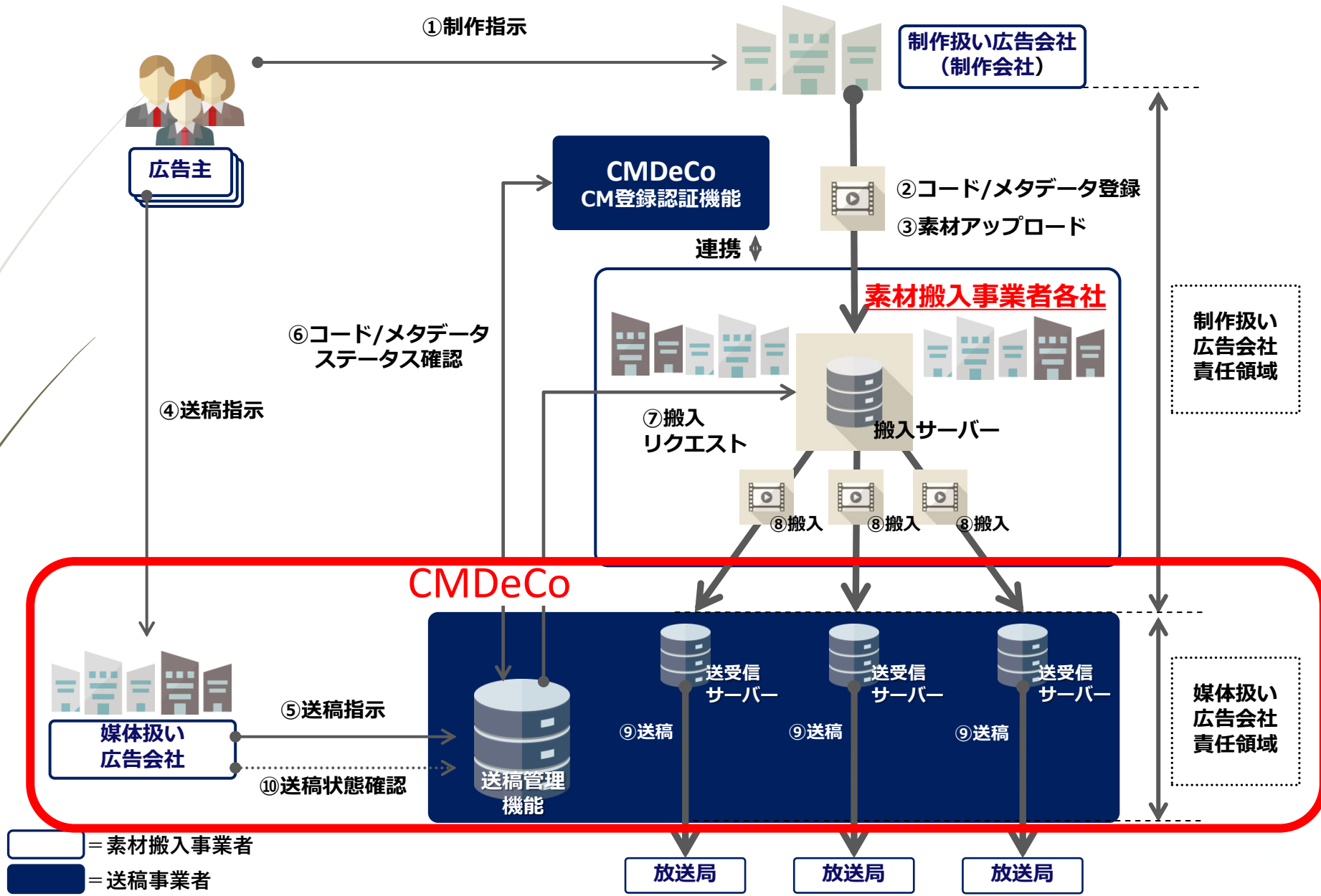
制作担当者に特に気を付けていただきたいこと

（制作会社（JAC）の前掲引用アンケート結果等から）

- ①制作事前に納品物を確定いただきたい
- ②オンラインのノウハウを、広告会社社内で共有いただきたい
（制作会社は指定素材を納品するだけ、送稿は広告会社の領域）

オンライン運用（送稿）の媒体扱い広告会社領域

48



媒体扱い広告会社を送稿指示をかけるCMDeCoとは

株式会社広告EDIセンター（広告会社10社が出資する
広告インフラ運営企業）が提供するサービス

<https://www.cmdeco.jp/>



The screenshot shows the login page of the CMDeCo website. At the top, there is a browser address bar with the URL 'https://www.cmdeco.jp' and a small button that says 'ホームページを開く'. Below the address bar is the CMDeCo logo, which consists of the letters 'CMDeCo' in a stylized blue font. Underneath the logo are two input fields: 'アカウント*' (Account) and 'パスワード*' (Password). Below these fields is a blue button labeled 'ログイン' (Login). Under the button, there is a link that says 'パスワードを忘れた場合' (Forgot your password?). At the bottom of the page, there is contact information: '問い合わせ先 : CMDeCo(シーエムデコ) サポートデスク', 'support_cmdeco@ad-edi.com', and '03-6316-4223'.

申込は、上記CMDeCo担当
(cm-online@ad-edi.com)
までご連絡ください

オペレーション他問合せは
CMDeCoサポートデスク
(support_cmdeco@ad-edi.com)
にお願いします

媒体扱い広告会社向け

CMDDeCo利用にあたって

- ▶ CMDDeCoのユーザー区分※CMDDeCoを使うのは媒体扱い広告会社です

<営業担当>

- ▶ 進行部門（局搬入担当）の指定・解除
- ▶ 制作扱い広告会社から素材搬入事業者システムを通じて指定されたCM素材に対し、進行担当の指定・解除を行います（多くは自社）。
- ▶ 自社内での営業担当の追加、削除

媒体扱い広告会社向け

CMDDeCo利用にあたって

<進行部門（局搬入担当）> ※進行機能（有料）を申し込むと利用可能

- ▶ 放送局への送稿指示（再送稿指示、送稿中止指示）
- ▶ 広告主の素材指定に従って、CM素材を放送局へ送稿します。
送稿指示された素材は、素材搬入事業者の搬入サーバーからCMDDeCoの送受信サーバーに搬入され、そこから放送局内ストレージに送稿されます。
- ▶ 送稿状況の確認

媒体扱い広告会社向け

CMDeCo利用にあたって

■ 利用申込に必要なもの

- ▶ CMDeCoご利用の際は、法人・企業の単位で申込を行っていただきます。
- ▶ 利用申込の際は、事前に以下の情報をご用意ください。

<広告事業者コード>

- ▶ 共通コード管理センター発行 4桁の広告事業者コード（CCCコード）
- ▶ CCCコードがない場合、共通コード管理センターに申請をお願いします。
（<https://www.ccc.or.jp/> に申請フォームがあります）

<アカウント管理者>

- ▶ ログインIDとなるアカウント管理者の個人アドレス（会社ドメインのもの）
※会社ごとに必ず1名以上の登録が必要です。

※進行ありの場合

<進行担当>

- ▶ 進行担当に指定された旨などを通知する専用メールアドレス（共有アドレス）
- ▶ 進行担当用のログイン用IDは、進行窓口ごとに1つのIDを発行します。

媒体扱い広告会社向け

53

▶ 利用料金

- ▶ 進行機能を利用する場合、定額料金（年額）が発生します。
最低料金12,000円（税抜）から
- ▶ 直近1年間のテレビ売上高をお教えてください。それを元に料金を提示させていただきます。
- ▶ 弊社WEBサイト CDeCoコーナー（<https://ad-edi.com/cmdeco.html>）に、CDeCo_ヒアリングシート（売上高）.xlsxがあります。ご記入の上、メールしてください。

（参考）テレビスポット取引EDIとの関係について

テレビスポット取引EDI

全国120局と枠情報、素材割付情報等を電子データで交換することができ、作業が効率化されます。

ビデオリサーチ社のVR-Bridgeを使っでのサービス利用が可能です。

CDeCoとの関係

CDeCoをご利用の際に、このテレビスポット取引EDIのサービスに加入していただく必要はございません。

オンライン運用（送稿）の媒体扱い広告会社領域

広告会社媒体担当のオンライン運用の手順(ワークフロー)

- ①制作扱い広告会社に、媒体扱い広告会社担当者の情報（会社名・氏名・メールアドレス）を伝え、CMDeCoを通じて、送稿予定素材の「媒体担当者指定のお知らせ」メールを受信し、必要情報を確認する。
- ②「媒体担当者指定のお知らせ」メールに記載されたログインID、仮パスワードでCMDeCoにログインし、進行会社を指定する。
- ③進行担当会社は媒体扱い広告会社からの指示に基づき、CMDeCoの画面上で、素材指定を行ない放送局を選択し、送稿を実施する。
- ④送稿実施後、CMDeCoの画面上で送稿状態を確認する。

Q&A（制作扱い広告会社向け）

オンライン運用FAQ（JACのアンケートその他を参考にしています。）

Q1. 制作会社に何を発注して、何を納品してもらえばよいか、迷ってしまう。

A1. 制作フェーズまでの発注であれば初号納品物（初号フォーマットのProres等）、搬入フェーズまでの発注であればオンラインシステムへのアップロードなどが考えられる。

詳しくは、前述の広告制作プロセスマネジメントハンドブックをご参照ください。

Q&A（制作扱い広告会社向け）

オンライン運用FAQ（JACのアンケートその他を参考にしています。）

Q2. 搬入フェーズを発注した際、何を納品してもらうのが良いのか？

A2. 素材MXFファイルとメタデータXMLファイルをデータで受領する。または素材搬入事業者システムにアップロードを依頼する。

搬入フェーズとは<「新しい働き方のための広告制作プロセスマネジメントハンドブック」
(2018年9月6日発刊) https://www.jaaa.ne.jp/2018/09/ad_work_manual/
5ページより抜粋（一部編集）



Q&A（制作扱い広告会社向け）

オンライン運用FAQ（JACのアンケートその他を参考にしています。）

Q3． 2KのCC字幕付きCM、4KCMのオンライン送稿は可能か？

A3． 2KのCC字幕付きCMはオンライン送稿可能。4KCMのオンライン化は現状は不可能。次の課題。

Q4． 素材搬入事業者ごとに、素材の保管期限が違うようだが、統一基準などはあるのか？

A4． 基準は無く、各事業者が判断したサービス設定となる。

Q5． 再送稿素材の課金は、本当にされないのか。

A5． 同一の素材を同一の局に送稿する場合、課金は初回のみ。

Q&A（制作扱い広告会社向け）

Q6． 広告会社にとって新たに導入が必要な機材、契約などはあるのか？

A6． 機材は、PCとインターネット接続があれば外は特になし。契約は、制作扱い広告会社が素材搬入事業者のサービスを利用するために必要。媒体扱い広告会社は送稿事業者（広告EDIセンター）のWebサイトで規約を確認の上、申し込み、サービスを利用する。

Q7． 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？

A7． 素材搬入事業者の設計によって画面は異なるが、基本機能（メタ入力、扱い広告会社指定、素材アップロード）と操作手順は、これに準拠するように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）

59

Q8． 素材名、10桁CMコードの付番ルールは変わるのか？

A8． 今までと同じ扱い。搬入基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CMDeCo内CM登録認証機能で登録管理するので、従来よりも厳密に同一性が担保される。

Q&A（制作扱い広告会社向け）

Q9．制作会社に求める、制作納品および搬入用素材納品における責任内容は変わるのか？（CM制作会社に責任を求められる納品物は何か）

A9．物納でもファイルでもオンラインでも、取引における責任は変わらない。制作者側の瑕疵担保責任は特段の取り決めがなければ通常通り生じる。逆に、瑕疵担保責任を免除することは、あえて書面上記載があれば可能。ただしトラブルの際、広告主に対して迷惑をかける可能性があり、要注意。

Q&A（媒体扱い広告会社向け）

Q10. 在局確認と素材返却管理の運用はどのようなのか？

A10. 在局確認の要否は放送局と個別調整する。素材返却作業は無くなる。放送局内で素材ファイルを削除した旨をCMDDeCoに自動通知するために一部の放送局では返却通知APIを運用している。

Q11. 送稿指示からどれくらいで放送局に届くのか？

A11. システムとネットワークを共有して使用するため混雑状況による。CMDDeCoでの局搬入指示から放送局への到着まで、1本なら数分、100本以上同時の場合は最後の局には数時間後、となる場合がある。