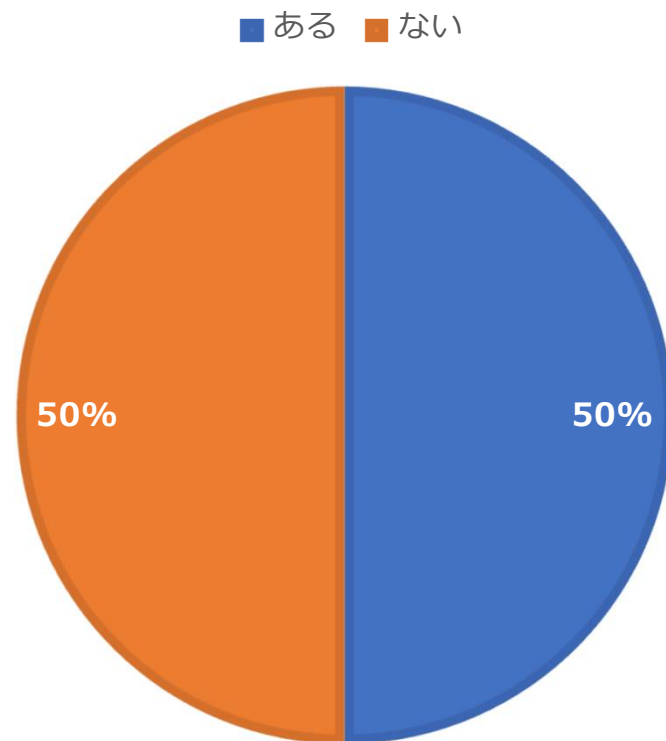


## 新型コロナウイルス感染症による広告制作業務の影響に関するアンケート

対象：制作取引委員会、営業委員会  
期間：10月18日（月）～22日（金）  
回答：9社20件

問1. 広告制作業務に入る前に、広告主から急にPCR検査、抗原検査、抗体検査の要請がありましたか。

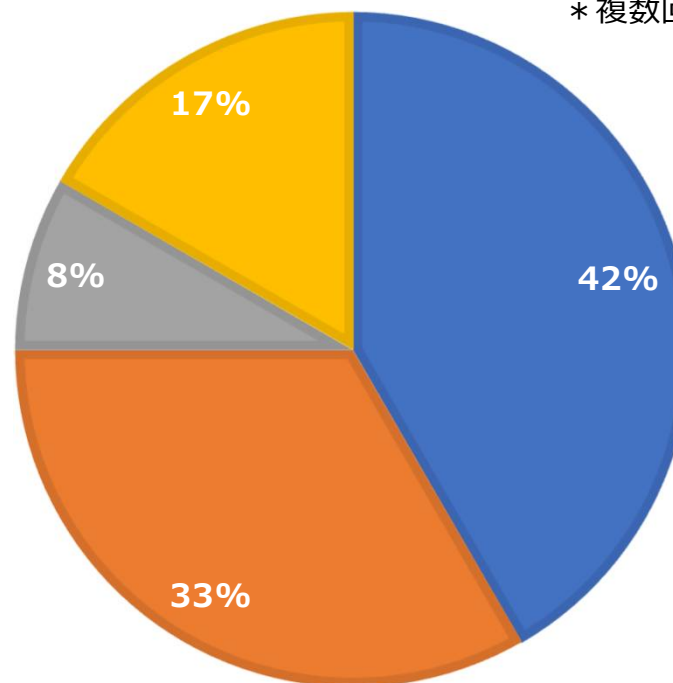
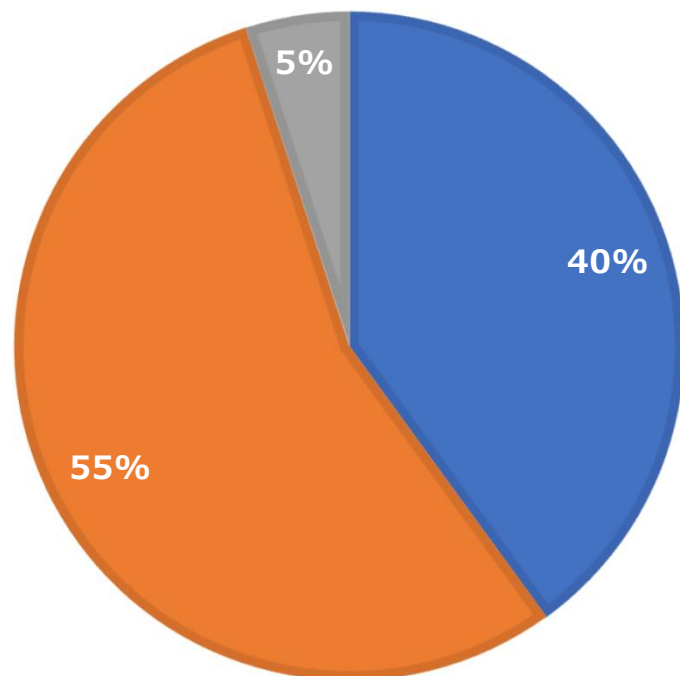


問2. 広告制作業務に入る前に、広告主以外から急にPCR検査、抗原検査、抗体検査の要請がありましたか。「ある」場合はどこからですか。

■ ある ■ ない ■ NA

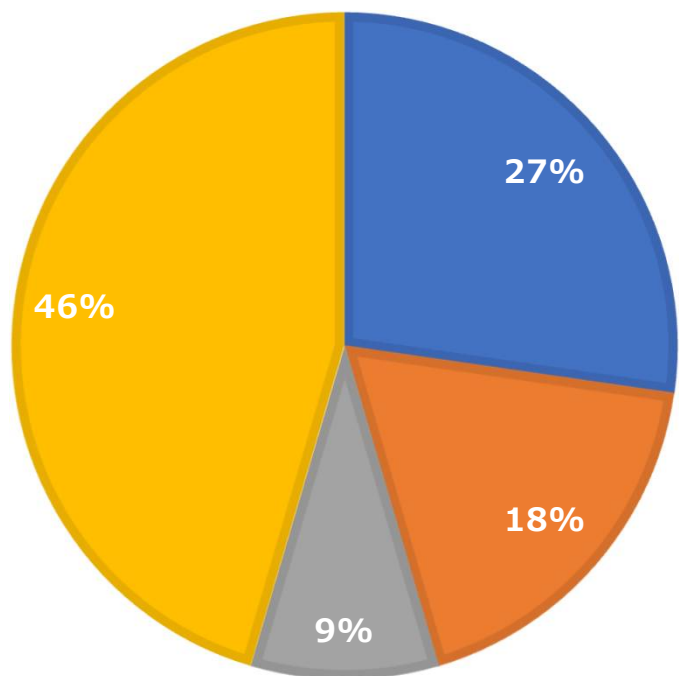
■ タレント ■ 制作会社 ■ 制作スタッフ ■ その他

\* 複数回答あり

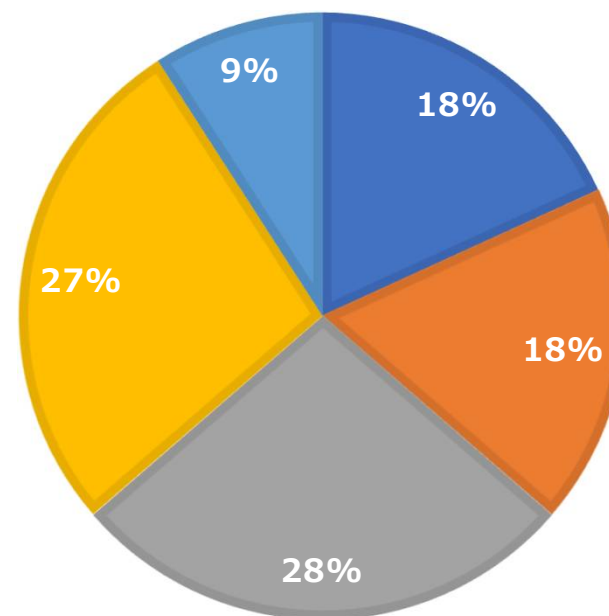


問3. 「ある」とお応えの方は何回ありましたか。  
また、検査費用についてどのように処理されましたか。

■ 1回 ■ 2回 ■ 3回 ■ 5回以上

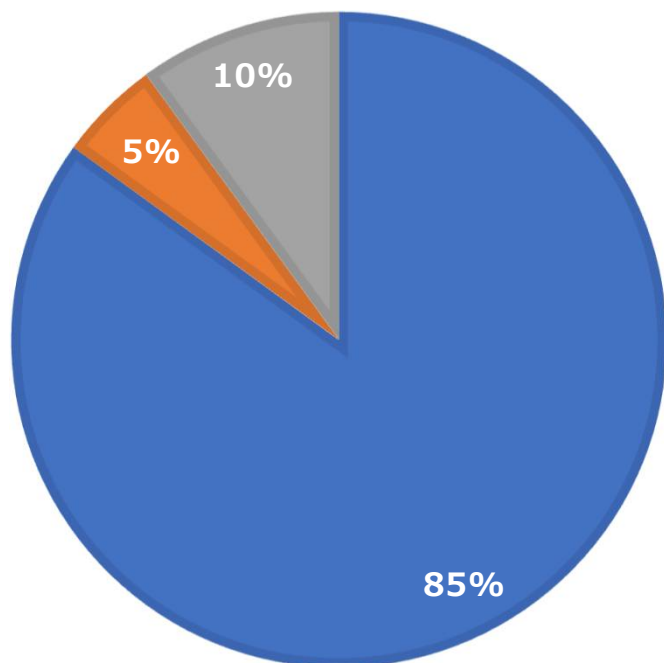


■ 広告主に請求できた ■ 制作会社で処理した ■ 広告会社で処理した  
■ ケースバイケース ■ その他



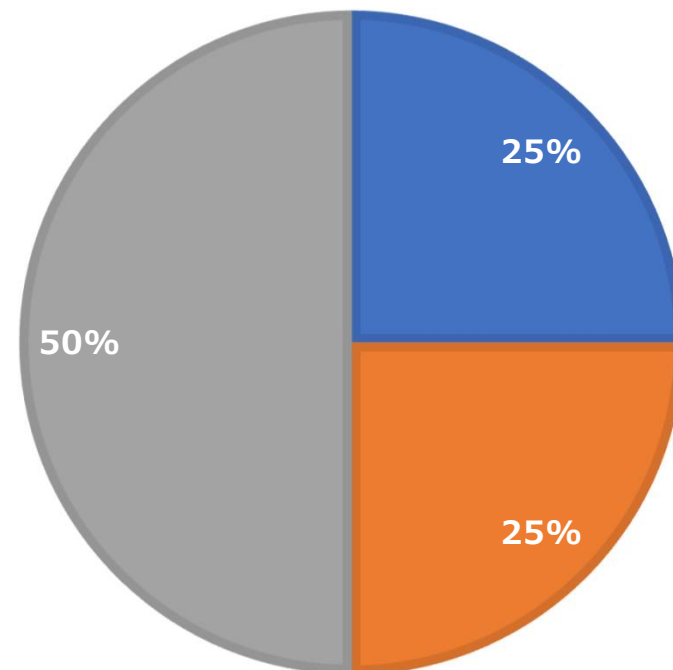
問4. 広告制作業務が新型コロナウイルス感染症によって延期または中止のリスクについて、事前に広告主、制作会社と話はできていましたか。

■ できた ■ できない ■ 両方



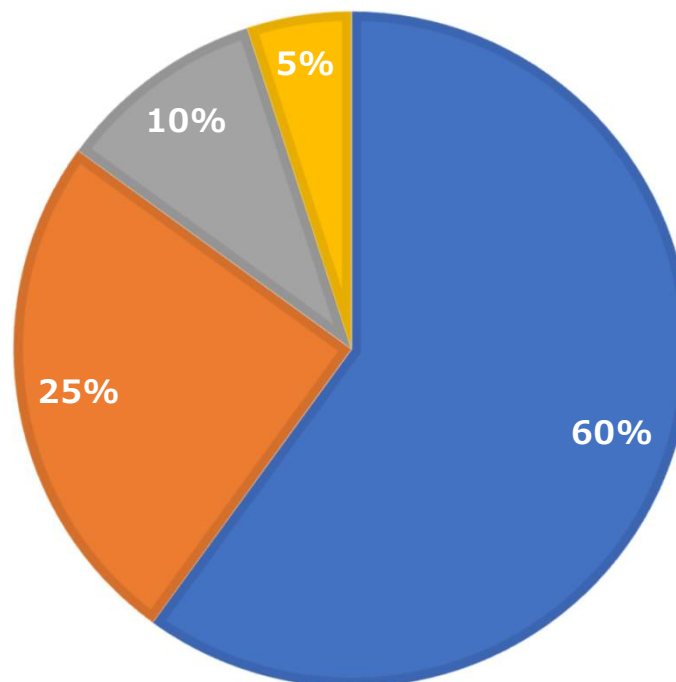
問5. 上記問1、4のケースの広告主は日本アドバタイザーズ協会の会員社ですか。

■ 会員社 ■ 会員社外 ■ 両方



問6. 2018年に広告関係4団体で発効した「広告制作取引『受発注』ガイドライン」を活用していますか。

■ 活用している ■ 活用していない ■ 知らない ■ NA



問7. コロナ禍の広告制作業務でスケジュールや制作費など他にも急遽対応を求められたことがありましたら、可能な範囲でご記入をお願いいたします。

急遽対応を求められることもなく、コロナ禍においてのTVCM撮影であったが、撮影場所が開けた外の空間での撮影、出演者・関係者・スタッフ陣の距離も近くならないよう事前に確認した上で行ったため問題なく撮影を進めた。

撮影日が、緊急事態宣言初回のタイミングと被り、延期を余儀なくされたが、広告主との協議の上、延期の対応で実施することができた。条件としては、撮影は最小限の人員で、広告主はオンライン確認といった段取りをとりました。

当時は、初の緊急事態宣言ということもあり、手探りではありましたが、広告主のご理解もあり、無事納品まで進行ができました。

タレント絡みの撮影現場において、感染対策詳細の事前提示や看護師の常駐を求められた。

1回目の緊急事態宣言中に企画案変更、宣言明けから書類・オンライン選考で人数を限定したオーディションを実施し、大幅なスケジュール変更となりました。

撮影1週間前からの検温（広告主・広告会社・制作会社・出演者）・撮影予備日の設定・看護師立ち合いの有無も選べました。

緊急事態宣言の発令とその自治体、期間に応じて制作スケジュールの変更（延期）、中止の場合はかかる費用の協議、および請求対応。

撮影現場や編集現場での人数制限。

問7. コロナ禍の広告制作業務でスケジュールや制作費など他にも急遽対処を求められたことがありましたら、可能な範囲でご記入をお願いいたします。

- ・ コロナ禍において万全な体制にて制作業務を推進するという認識で、関係各位（広告主、出演者、広告会社、制作会社等）で準備してきているが、その分、日程や費用や条件（スタジオの広さ等、三密回避）が厳しくなっているのは事実。
- ・ 撮影時における感染予防マニュアルの徹底化。
- ・ 撮影時の救護班用意/編集チェック時のリモート対応。
- ・ 海外撮影の中止、及び代替案の緊急提案。
- ・ スケジュールのキャンセル対応で段階（日数別）的な見積算出など。
- ・ 広告主のイベント実施日に、広告主関係会社の間からコロナ陽性者が出たため、準備していたイベントが中止になった。

医療関係の広告主に於いてコロナ禍の社会情勢の影響で広告出稿のタイミングが幾度か延期、中止する事があり制作進行でも通常より多くの変更修正を余儀なくされ、また入稿までのサイクルも長くなり案件によっては途中精算を入れる事も多くなった。

イベント関連ではリアルイベントとオンラインイベントの判断が難しく制作・運営費が大きく変わるケースがあり仕切り交渉も難しいものがあつた。

撮影が2回リスケジュールとなり、いまだ撮影できていない案件がある。

問7. コロナ禍の広告制作業務でスケジュールや制作費など他にも急遽対処を求められたことがありましたら、可能な範囲でご記入をお願いいたします。

3方向あります。○コロナ禍による直接的なクラスター発生を防ぐための変更要請 ○コロナ禍において、批判を浴びる可能性のある表現内容の変更要請 ○コロナ禍による収益減を理由として予算削減撮影の人数制限。コピーの内容の修正。

コロナ禍による広告主の業績不振に伴う、制作業務の中止、延期、予算削減。

出演者（タレント）の感染による撮影中止、延期。それらによる代替案の実施、制作延期。

コロナで制作スケジュールに影響が出る事案は複数発生している。事前にリスクを広告主・広告会社・制作会社で共有し、検査体制、感染対策、ダブルスタンバイなどの対応策等を相談することを推奨している。急な変更の際には、状況が多様で一律での対応は困難なため、個別に協議をして判断している状況。

問3の費用処理は「広告主に請求出来た」が約7～8割、残り2～3割が「広告会社が処理をした」です。JAA未加入の広告主様の場合、事情を理解していただくのに苦慮している営業担当者が多い印象がありますが、加入社のなかでも「従来の制作費の中で処理すべき」との考えをお持ちの方もいます。