

字幕付きCMセミナー（大阪）

主 催

字幕付きCM普及推進協議会



公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会



協 力



大阪アドバタイジングエージェンシーズ協会

2025年12月1日（月）14:00～15:30 中之島セントラルタワー17階会議室

字幕付きCM普及促進事業

本日のセミナーの目的

■今後の更なる普及に向けて

字幕付きCMに取り組む輪を広げるために

- 各団体の専門的な取り組みと連携し、普及状況の観測や対外的な情報発信を行う
- 東京エリア（ナショナルクライアント）では一定の普及が進んだ。
- 日本全国へ字幕付きCM普及促進を行う。

1. 本日のプログラム

14:00～14:10

①開会あいさつ

藤井 康正氏 字幕CM協議会・第11期運営委員長

14:10～14:20

②字幕付きCMを取り巻く環境について

沼澤 忍 氏 字幕CM協議会・第11期運営委員

14:20～14:50

③字幕付きCMの現状と課題

藤井 康正氏 字幕CM協議会・第11期運営委員長

14:50～15:20

④字幕付与作業の実際等

成瀬 友弥氏(日本ポストプロダクション協会／デジタルエッグ)

15:20～15:30

⑤質疑応答

2. 講師ご紹介



藤井 康正氏

字幕付きCM普及推進協議会 第11期運営委員長

JAAAテレビ委員会 字幕付きCM検討WGリーダー

(株式会社 電通 メディア・コンテンツ事業推進局進行部チーフディレクター)



沼澤 忍氏

JAAA制作取引委員会委員長

字幕付きCM普及推進協議会

第11期運営委員 元第8期運営委員長

(株式会社 電通 コーポレートオフィス 広告電通賞審議会事務局長)



成瀬 友弥氏

日本ポストプロダクション協会

JPPA (株式会社デジタルエッグ ビットビジネス部 部長)

①開会あいさつ



藤井 康正氏

字幕付きCM普及推進協議会 第11期運営委員長
JAAAテレビ委員会 字幕付きCM検討WGリーダー¹
(株式会社 電通 メディア・コンテンツ事業推進局進行部チーフディレクター)

字幕付きCM普及推進協議会の取り組み



作例1 会話劇

「字幕付きCM 5つのお話」第5話「字幕付与制作作業の実際」日本広告業協会・日本ポストプロダクション協会篇



字幕付きCMとは、音声を文字化し、クローズドキャプション方式（字幕重畠設定を行うことで表示される方式・CC字幕と言います）で画面に表示されるCMを指します。より多くの方々にCMの情報を伝えするために有効な手段です。

字幕付きCM普及推進協議会とは

2014年設立



② 字幕付きCMを取り巻く環境について



沼澤 忍氏

JAAA制作取引委員会委員長・字幕付きCM普及推進協議会 第8期運営委員長
(株式会社 電通 コーポレートオフィス 広告電通賞審議会事務局長)

すべての人にやさしいCM放送を。

字幕付きCM普及推進協議会



字幕付きCMパンフレット

▶2019年9月3日、第5回字幕付きCMセミナーを文京シビックセンターで開催。

▶当日は、会場いっぱいの322名の広告主・放送局・制作会社・廣告会社も、そして、当事者である聴覚障害者の方々の参加があった。

▶協議会で行った普及促進セミナーでは過去最高の参加者数となつた。

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 Portal Webサイト



https://www.jaaa.ne.jp/jimaku_cm_portal/

「字幕付きCM 5つのお話（動画）」を
YouTubeに公開



字幕付きCMに関する初歩から、字幕を取り巻く状況など動画でわかりやすく解説したもの。

- 第1話 聴覚障害者の声
- 第2話 広告主から
- 第3話 放送局から
- 第4話 字幕付きCM概論
- 第5話 字幕付与制作作業の実際

5つのお話としてまとめられている。

https://www.jaaa.ne.jp/jimaku_cm_cp/

今までの字幕付きセミナー《実施例》

2023年7月20日

JPPA主催 九州放送機器展QBE
福岡国際センター

2024年11月27日

北海道業協とJAAA共催
札幌グランドホテル新緑

日本全国に『字幕付きCM』を
広げるためには、関西エリアの
みなさまの
ご理解が不可欠です！

JPPA主催「九州放送機器展(QBE)」において、
字幕付きCMセミナーを開催！

日本広告業協会の沼澤忍氏(字幕CM協議会運営委員／電通)と藤井康正氏(字幕CM検討WG／電通)、JPPAの成瀬友弥氏(デジタルエッグ)が講師を務めるセミナーを、九州最大の放送機器展(7月20日・福岡国際センター)で開催しました。

字幕付きCMは関東・関西圏では少しずつ認知され、放送される数も増えてきましたが九州圏ではまだまだ浸透していないのが現状です。クローズド・キャプション(CC)字幕の認知率は62%と高くなっていますが、字幕付きCMポータルサイトの認知率は低く(74%が未訪問)今後さらなる周知活動が必要です。

『字幕付きCM PORTAL WEB SITE』 https://www.jaaa.ne.jp/jimaku_cm_portal/

今回のセミナーは、字幕付きCMの意義・商流・ハンドブックの紹介・付与作業の実際等をテーマに行われ、参加者からは「とても分かりやすかった」と好評でした。



③ 字幕付きCMの現状と課題



藤井 康正氏

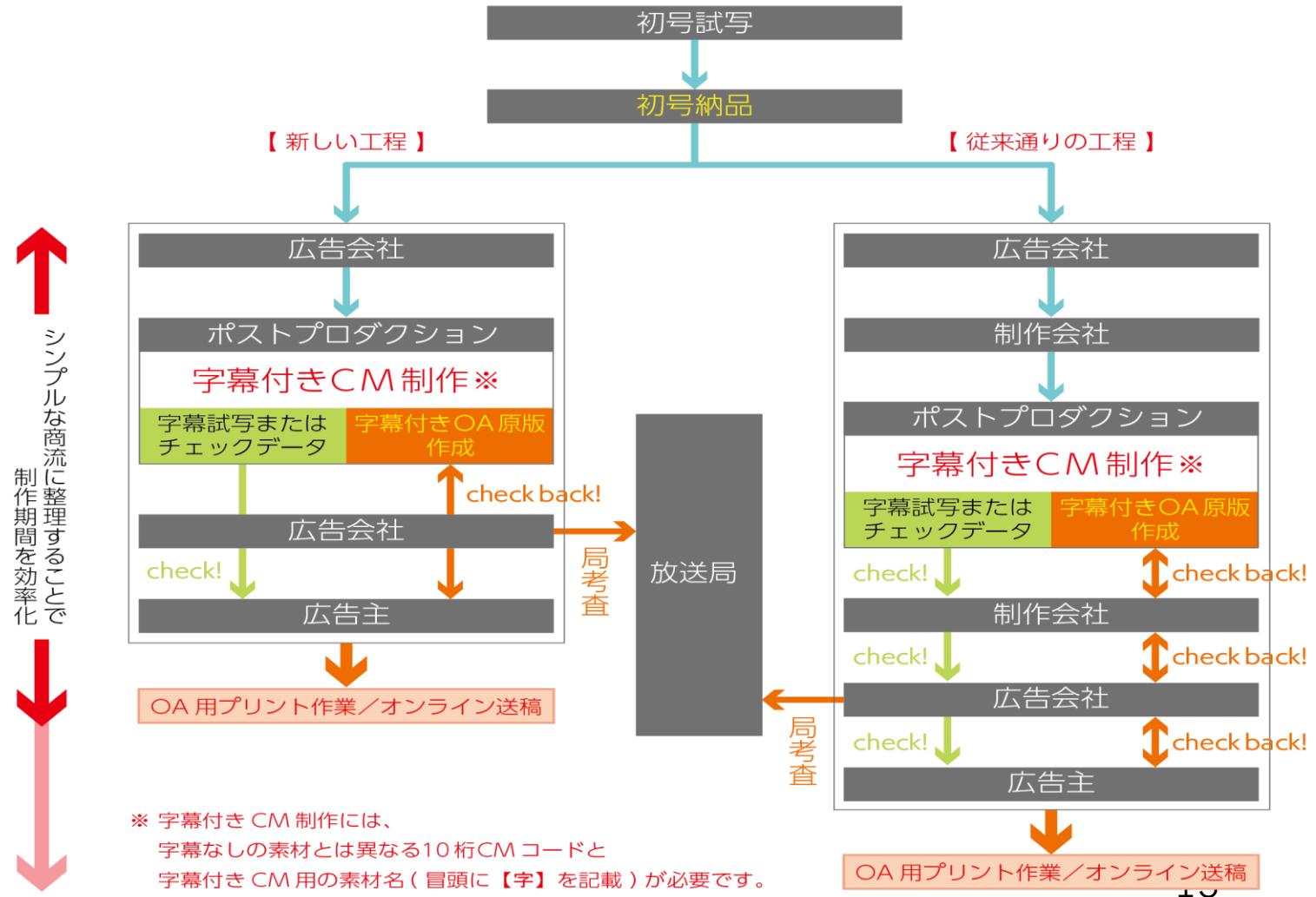
字幕付きCM普及推進協議会 第11期運営委員長
JAAAテレビ委員会 字幕付きCM検討WGリーダー¹
(株式会社 電通 メディア・コンテンツ事業推進局進行部チーフディレクター)

字幕付きCM商流の明示

◆字幕付きCM<クローズド・キャプション(CC)>の制作工程

誰に頼むのか、どうすれば
字幕を付与できるのかを明確に
提示した。
⇒字幕対応ポストプロダクション

テレビCMのオンライン搬入が
普及し、素材搬入事業者と
対応ポストプロダクションの
連携で字幕の相談窓口が拡大。

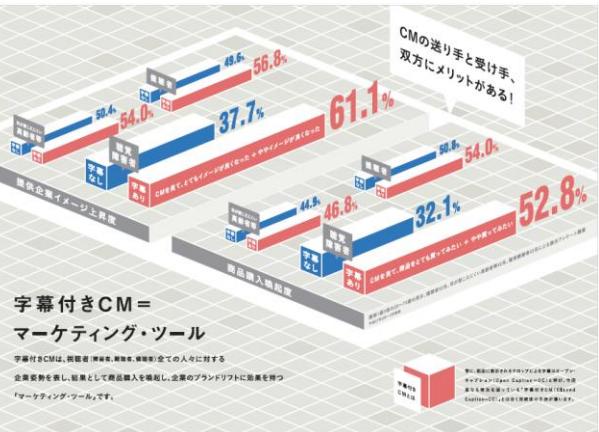


字幕付きCMハンドブック



◎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。



◎CMの送り手と受け手、双方にメリットがある！

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つてもらい、購入、利用してもらうことで生活がより良くなる。字幕付きCMは「マーケティング・ツール」なのです。



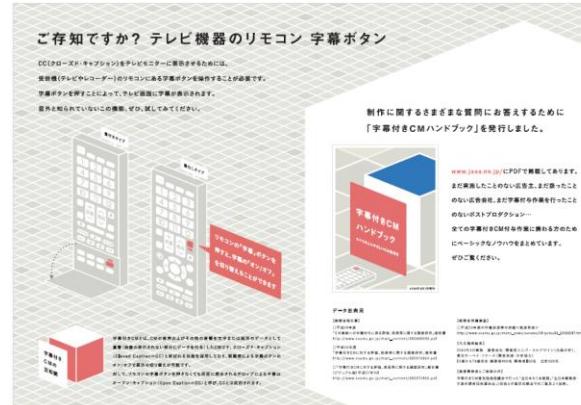
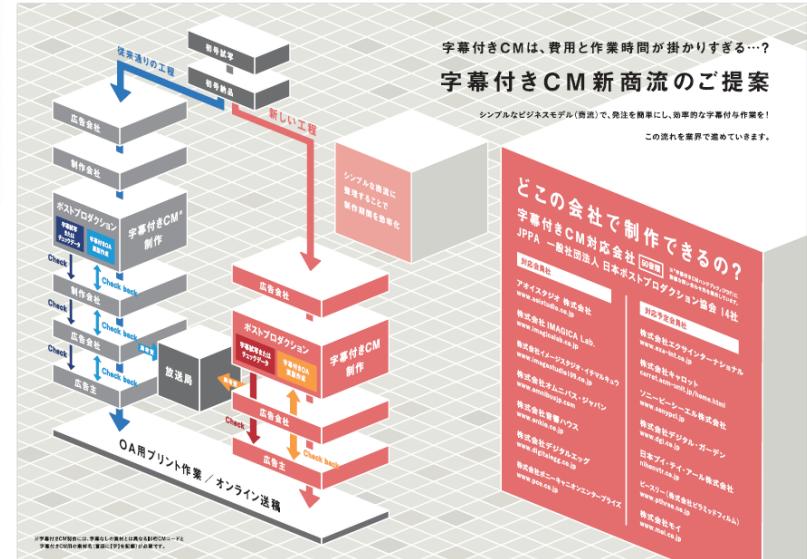
◎課題への一解決として

さて、字幕付きCMの普及への課題には以下があります。

- ①字幕付きCMの制作コスト
- ②テレビ社へ搬入時の必要追加コスト
- ③字幕付与作業にかかる期間
- 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（どこで作業ができるの？）
- ⑤検査期間と内容が分からない

これらの課題に対して、このたび字幕付きCMの一層の普及を図るために、『字幕付きCMハンドブック』(PDF)を発行しました。

JAAA HPに掲示されています。 www.jaaa.ne.jp



全ての人々に情報を届けることを目指し、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を受け入れる放送局の状況（2022年10月～すべての放送枠で対応）

対応枠（放送のできる時間）を増やす



対応局（放送できる放送局）を増やす

字幕付きCMをさらに普及推進するための取り組み

- ・ 2023年2月 字幕付きCM搬入基準を改訂し、効率的に。放送局側の字幕付きCMの受け入れ態勢も整いました。
⇒ BS局・独立U局含め民放連加盟全局対応
- ・ ナショナルクライアントの出稿も拡大しています。
⇒ 定量的な放送割合調査を継続的に実施
- ・ ローカル地区における字幕付きCMの普及に向け、ここ3年間で岡山／福岡／札幌と各地で説明会を実施しています。

字幕付きCMの定性調査・定量調査(オンエア状況を計測)

字幕付きCM普及推進協議会調査（2022年）において、
字幕付きCMへの好意度と理解度の向上は顕著

国際ユニヴァーサルデザイン協議会（IAUD）
CM字幕プロジェクトが実施したアンケートで
字幕付きCMを見た気持ちとして

「商品の特徴が伝わり理解でき興味につながる。企業選択度や好意度もあがる」
「字幕があるCMの商品を買いたい」
「差別をしない企業のファンになる」等が重要なポイントとして挙げられています。



定量的な調査として字幕付きCMの放送割合を調査 【東京企画（CM総合研究所）】

調査対象期間：2021年、2022年、2023年、2024年の4月期・10月期にオンエアされたCMが対象。

対象エリア：東京地区の地上波5局（日テレ、TBS、テレビ朝日、テレビ東京、フジテレビ）。

対象CM：CM映像に【字幕】ロゴが表示されている、クローズドキャプションのCM。

ロゴがないものでも新規CM素材は広告主に取材し字幕のありなしを確認した。

字幕付きCMの普及状況(オンエア状況を計測)

字幕付きCMの普及が着実に進んでいます！～字幕付きCM普及状況の観測レポート～

下記内容は2024年4月と10月(※1)にオンエアされたテレビCMについて、観測エリア(※2)における字幕付きCMのオンエア状況を計測したものになります。

1 字幕付きCMのオンエア秒数割合^{※3}

調査対象期間中にオンエアされた字幕付きCM			
2021.04	2022.04	2023.04	2024.04
0.7%	1.2%	16.9% 約1.5倍 UP!	25.2%
2021.10	2022.10	2023.10	2024.10
0.7%	2.5%	16.7% UP!	20.0%

2 字幕付きCMを出稿した企業数^{※3}

調査対象期間中に字幕付きCMを出稿した企業数			
2021.04	2022.04	2023.04	2024.04
11社	31社	70社 約1.7倍 UP!	118社
2021.10	2022.10	2023.10	2024.10
21社	39社	90社 UP!	131社

※1 調査対象期間:2024年4月1日～4月30日(5時起算)、2024年10月1日～10月31日(5時起算) ※2 観測エリア:東京エリアの地上波5局(TBSテレビ、日本テレビ放送網、テレビ朝日、フジテレビジョン、テレビ東京)

※3 2022年、2021年はCM映像上に[字幕]ロゴが表示されているCMのみを累計 2023年以降は取材結果を元に[字幕]ロゴの表示が無い字幕付きCMの一部もあわせて集計。

字幕付きCMの普及状況(オンエア状況を計測)

2025年11月発表 字幕付きCMの放送実態調査

調査会社 株式会社エム・データ

字幕付き CMの放送割合は、ゴールデン帯で31.0%

調査期間（2025年10月1日～8日）の全CMのうち、字幕付きCMの放送割合は21.6%でした。

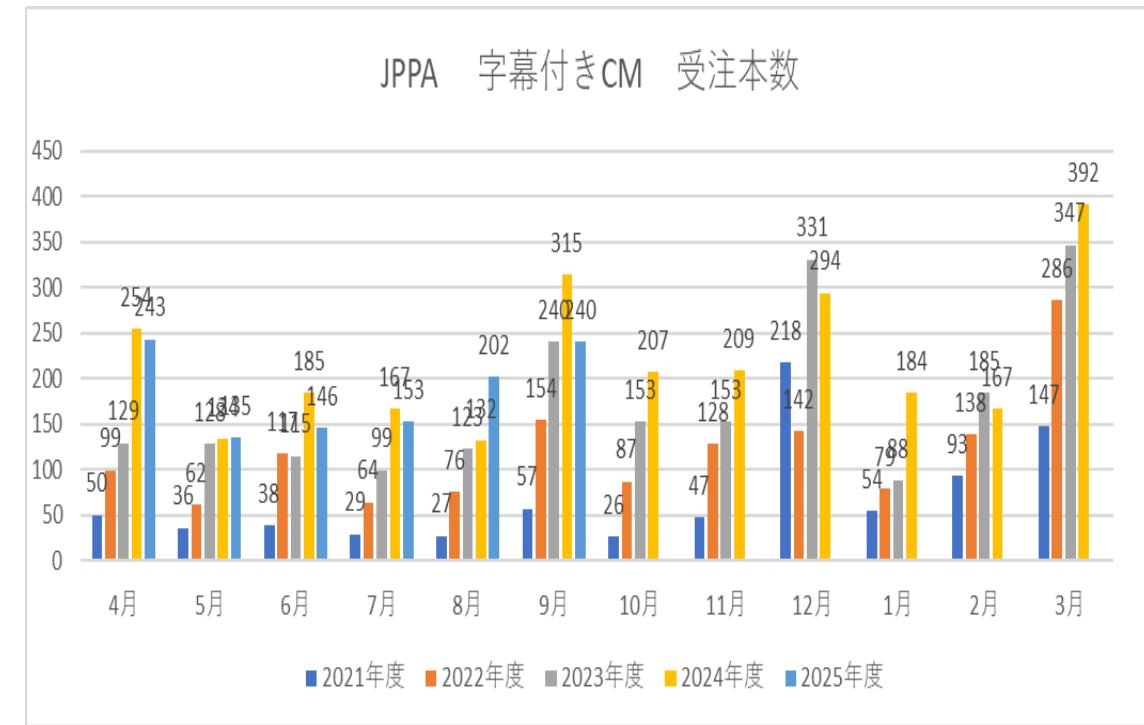
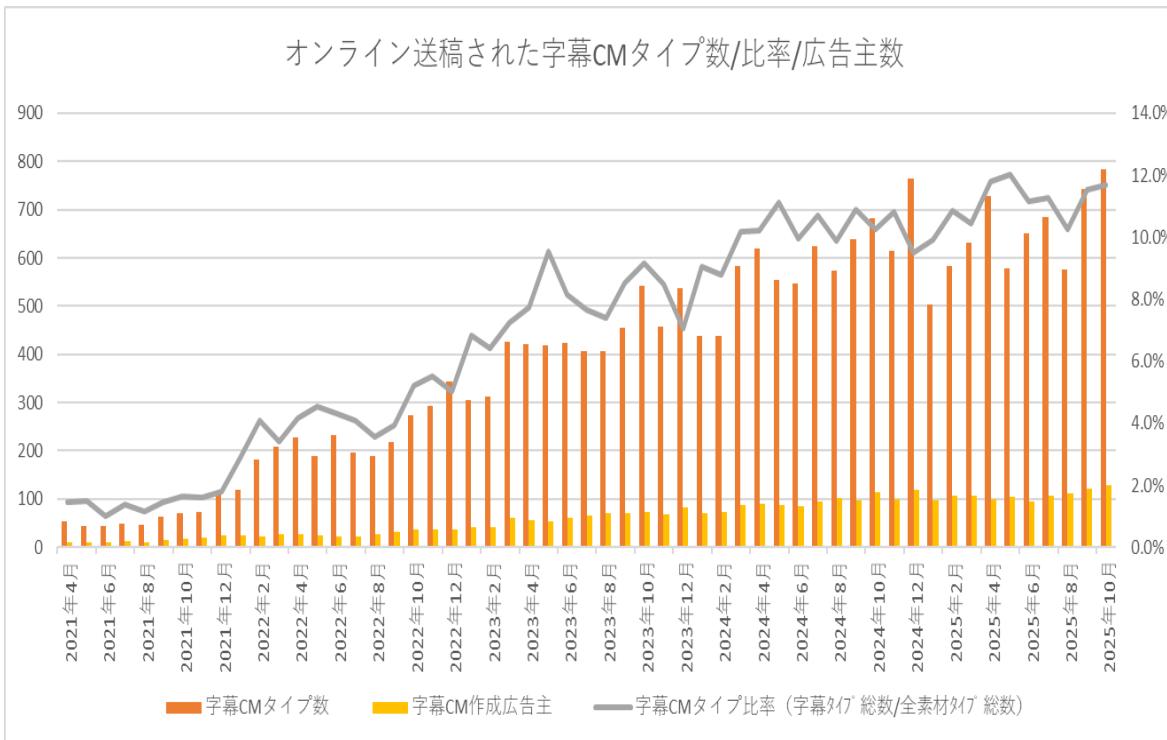
ゴールデン帯（19時から22時）での放送割合は31.0%となりました。

ゴールデン帯は1日のなかでも視聴率が高い時間帯です。

字幕付きCMの放送実態調査

- ・調査期間：2025年10月1日（水）AM5時～10月8日（水）AM5時放送分
- ・調査対象：番宣CMを除いた全CM
- ・対象局：TBSテレビ、日本テレビ放送網、テレビ朝日、フジテレビジョン、テレビ東京

字幕付きCMの普及状況（オンラインでの搬入と制作本数の推移）



広告EDIセンター
字幕付きCM オンライン搬入状況

JPPA
字幕付きCM対応会員社 受注状況（制作本数）

字幕付きCMの広がり ①ライオン株式会社 (2023年1月~)



ニュースリリース 製品Q&A お問い合わせ | Worldwide sites

製品情報 研究開発 サステナビリティ 投資家情報 企業情報 採用情報



TOP > ニュースリリース > ライオン、日本語字幕付きCMへ完全移行

ライオン、日本語字幕付きCMへ完全移行



2022年12月21日 サステナビリティ

Share



ライオン株式会社(代表取締役社長・掬川 正純)は、国内で放映される当社テレビCMの全てを、2023年1月から日本語字幕付き(クローズドキャプション方式[※])に移行いたします。



字幕付きCMの広がり ②ユニ・チャーム株式会社 (2023年12月~)

お問い合わせ | English サイト内検索 Q

unicharm ユニ・チャーム

企業情報 サステナビリティ 投資家情報 採用情報 商品情報 知る・役立つ キャンペーン

企業情報 > ニュースリリース一覧 > 2022年 > ユニ・チャームは国内で放映する全てのテレビCMを“字幕付き”へ切り替えます

2022年12月07日

ユニ・チャームは国内で放映する全て^{※1}のテレビCMを
“字幕付き”^{※2}へ切り替えます

ユニ・チャーム株式会社（代表取締役 社長執行役員：高原豪久）は、国内で放映する全て^{※1}のテレビCMを“字幕付き”^{※2}へ順次切り替えて、2023年12月までに完了する予定です。



次はお友達もさそってみようかしら
いいわね！ ライフリー

国際ユニヴァーサルデザイン協議会（IAUD）



<https://www.iaud.net/cmjimaku/index.html>

国際ユニヴァーサルデザイン協議会（IAUD）

<https://www.iaud.net/cmjimaku/index.html>

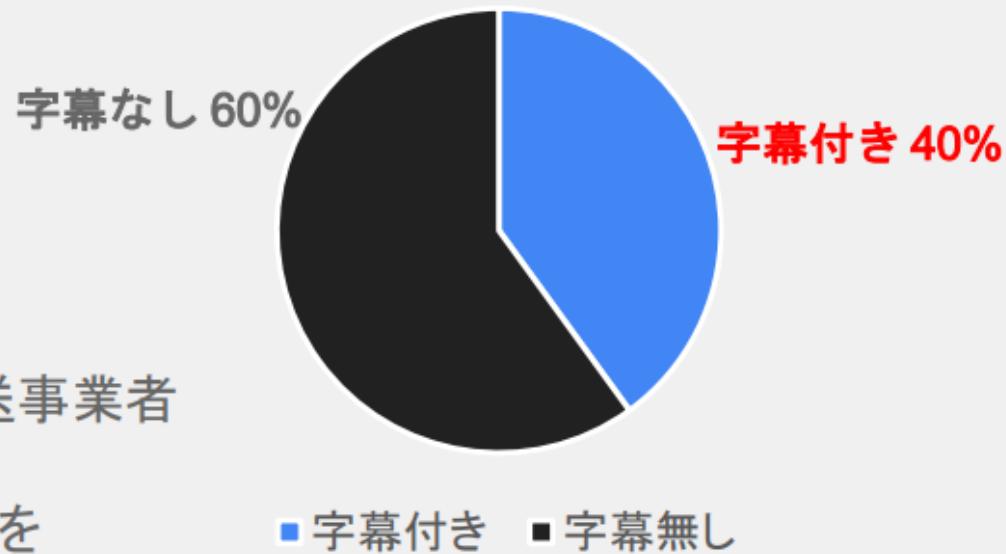
世界のCM字幕の放送状況は？

欧洲におけるCM字幕の普及状況

多くの優良ブランドが字幕CMの提供に積極的

- ・ 英国のピークタイムは字幕CMで飽和状態（良い意味で）
- ・ 現在、広告の40%程度が字幕CMとなっている。
→ 60%程度が字幕が必要な放送視聴者とのエンゲージメントを失っている可能性があることを意味する。
- ・ 2003年の通信法および2017年のデジタル経済法では、放送事業者がテレビ番組に字幕を付けることが義務付けられている。
テレビCMに関する法律は現在のところは無く、広告に字幕をつけることは、ブランドの責任だと考えられている。

英國での CM字幕普及率



欧米での 字幕付きCMの義務化状況と 普及率の推計



日本の字幕CM状況

日本では字幕付きCMの法的義務はなく、
普及率は25%程度にとどまっている。

米国の字幕義務

米国では5分以上の広告に字幕義務があり、
普及率は10～20%と推定されている。

カナダの完全普及

カナダでは広告も含め字幕義務があり、字幕
付きCMの普及率はほぼ100%。

欧州各国の対応

フランス、ドイツでは字幕は推奨または自主
対応で、普及率は10～15%未満にとどまっ
ている。

英国では字幕は推奨または自主対応だが、
普及率は40%程度とされる。

字幕付きCMへの社会的関心の高まり

座談会

字幕付きCMの普及をめざす 放送・広告業界の取り組み

中島 聰 氏 (公益社団法人日本アドバタイザーズ協会 専務理事、本誌編集委員)
窪内 秀典 氏 (一般社団法人日本民間放送連盟 CM運行等対策部会幹事、
株式会社テレビ朝日 ビジネスソリューション本部 セールスプロモーション局 CM部長)
沼澤 忍 氏 (株式会社電通 コーポレートオフィス 広告電通賞プロジェクト部 事務局長)
<事務局>
小泉 恭兵 氏 (公益社団法人日本アドバタイザーズ協会 事業部 主事)
藤井 亮 氏 (一般社団法人日本民間放送連盟 業務部 副部長)
木村 敏文 氏 (一般社団法人日本広告業協会 副事務局長)

字幕付きCMの普及経緯と現状

中島 どうも今の世の中は不寛容な時代らしく、SNS上でも、声の大きい人の勝ち、言った者勝ち、自分の発言が相手にどう影響するかということを誰も考えずに勝手なことばかり言っている時代だと思います。

そのような中、広告コミュニケーションに関してても、高い倫理観を持ち、誰一人取り残さない社会を目指さなければならぬと思います。そのような取り組みの一つである字幕付きCMも大きな時代の流れだと感じます。

まず、字幕付きCMに取り組んできた経緯に関するお聞きします。

沼澤 2014年に総務省で「スマートテレビ時代

における字幕等の在り方にに関する検討会」が開催され、その検討結果が同年7月に取りまとめられ発表されました。字幕付きCMにおいては、日本アドバタイザーズ協会、日本民間放送連盟、日本広告業協会の連携の場として「字幕付きCM普及推進協議会」設立の提言があり、検討会終了後も引き続き課題の検討等を行うこととなりました。以降、CMの字幕をどのようにしていくのかということで検討を重ね、現在に至ります。

現在はタイムCMのみならず、スポットCMまで全枠に字幕を付けられるようになっています。それまでは、特にCMオンライン運用が始まる以前は字幕がタイムCMでOAするならば、別途物理的にテープを別途プリントしなければならず手



中島 聰 氏

数がかかりました。現在はCMオンライン運用によるデジタル送稿の普及もあり、字幕付きCMはどんどん増えています。

中島 良い意味でのデジタルトランスフォーメーション(以下DX)とうまく結び付いているということでしょうか。

沼澤 はい。私たちも、DXとしてAIの活用も含めどこまで字幕生成が可能かいろいろと試行錯誤しましたが、やはり100パーセント正確な文字起こしはできません。もちろん、制作過程でDXによってできる部分はどんどん使つつもりですが、テレビCMは情報が100パーセント保証されなければなりません。100パーセントの情報正確性が必要なのです。

中島 取り組みから十数年ということですが、当初は相当大変でしたか。

沼澤 やはり大変でした。誰が作るのか、誰が字幕の内容にOKを出すのか、作業費がいくら掛かるか五里霧中状態でした。そのプロセスを一つずつ整理整頓しました。最終的にクローズド・キャプション(CC)字付与部分は、ポストプロダクション(映像撮影後の技術的仕上げ作業を担当する会社)が責任を持ってを行い、見積もり等も直接、広告主や広告会社、広告制作会社に出せるようになりました。自立して仕事をしてもらう環境を整えたことで、ポストプロダクションの立場が明確となり、前に進みました。

窪内 日本人の4人に1人は聴覚に何らかの問題を抱えていると言われています。

その人たちが少しでも楽しめる社会を作っていくという観点から、字幕付きCMの取り組みが始まりました。スタート当初は、設備等の問題で、放送できる局や範囲が限られおり、一部の局が1社枠番組など特定の番組で、アドバタイザーの意向に対応していました。番組もアドバタイザーの

数も限界しなければできない時代でした。

その後、字幕付きCMに社会的必要性を感じてくださるアドバタイザーが数社出てまいりました。このニーズ拡大に対応するべく民放連は、設備や環境を局ごとに調整を行ったうえで、日本アドバタイザーズ協会、日本広告業協会と一緒に、字幕付きCM普及推進協議会で2020年9月に「字幕付きCM普及推進に向けたロードマップ」を策定しました。

その後、2022年10月には、ロードマップの対象となる局はすべての枠で受け入れられる体制を整えました。ネットタイム、ローカルタイム、スポット枠のすべて、オールタイムテーブルで字幕付きCMの放送に対応できるようになりました。

中島 特に、この4~5年で急激に普及したと聞いています。

窪内 おかげさまで字幕付きCMの採用社数は拡大の一途を辿っており、現在は数十社となっております。やはり、このロードマップの策定が大きかったと感じます。

沼澤 オンエアベースでは、10パーセント台の半ばくらいになっているのではないかと思います。オンエア量の多い広告主のCMに関しては、字幕付きCMの増加が顕著になっているのではないかでしょうか。

一方、地方への普及はなかなか難しいです。まず、字幕付きCMを作れるポストプロダクション様しか始めなければなりません。もちろん、東京にデータを送ればできますが、やはり、地元で字幕制作ができる編集会社が何社か立ち上がるとな、そこで効率的に作業を回すことができると思



窪内 秀典 氏

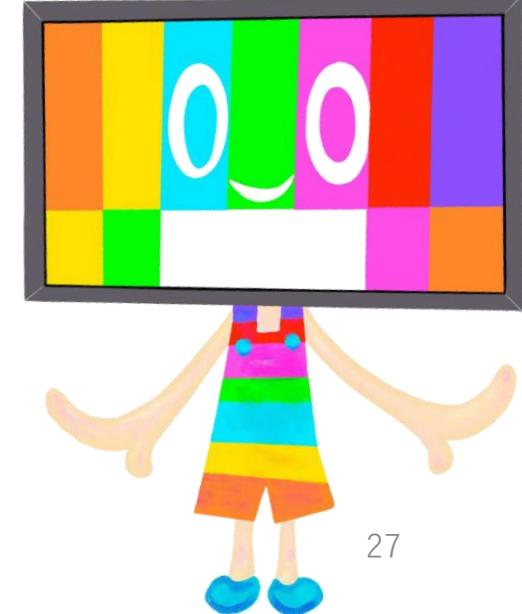
字幕付きCMへの社会的関心の高まり



2024年4月に障害者差別解消法が施行され、企業に対し「合理的配慮の提供」が義務付けられました。

障害者差別解消法

https://www8.cao.go.jp/shougai/suishin/sabekai_leaflet.html



字幕付きCMへの社会的関心の高まり



東京2025デフリンピック
TOKYO 2025 DEAFOLYMPICS
2025.11.15 SAT - 26 WED

<https://www.deaflympics2025.com/>

デフリンピックとは？ 名称：第25回夏季デフリンピック競技大会 東京2025
(略称：東京2025デフリンピック)

期間：2025年11月15日（土）～26日（水）（12日間）

大会概要 国際ろう者スポーツ委員会が主催し、4年毎に開催される、デアスリートを対象とした「きこえない・きこえにくい人のオリンピック」です。2025年は、100周年の記念すべき大会で、日本では初めての開催となります。

初の日本開催、
観客数は
目標大きく
上回る28万人



④「字幕付与作業の実際等」



成瀬友弥氏 JPPA（株式会社デジタルエッグ ビットビジネス部 部長）

字幕付きCMの制作について



字幕付きCMとは



字幕付きCMは
「クローズドキャプション(CC)」と呼ばれる技術を使用して
放送されています。

クローズドキャプションとは
テレビやレコーダーの「字幕」機能をONにすることで表示される字幕
のことです。

オープンキャプションとクローズドキャプションの違い



オープンキャプションとは
映像に焼き込まれた字幕のことで、
いわゆる「テロップ」のことを指します。

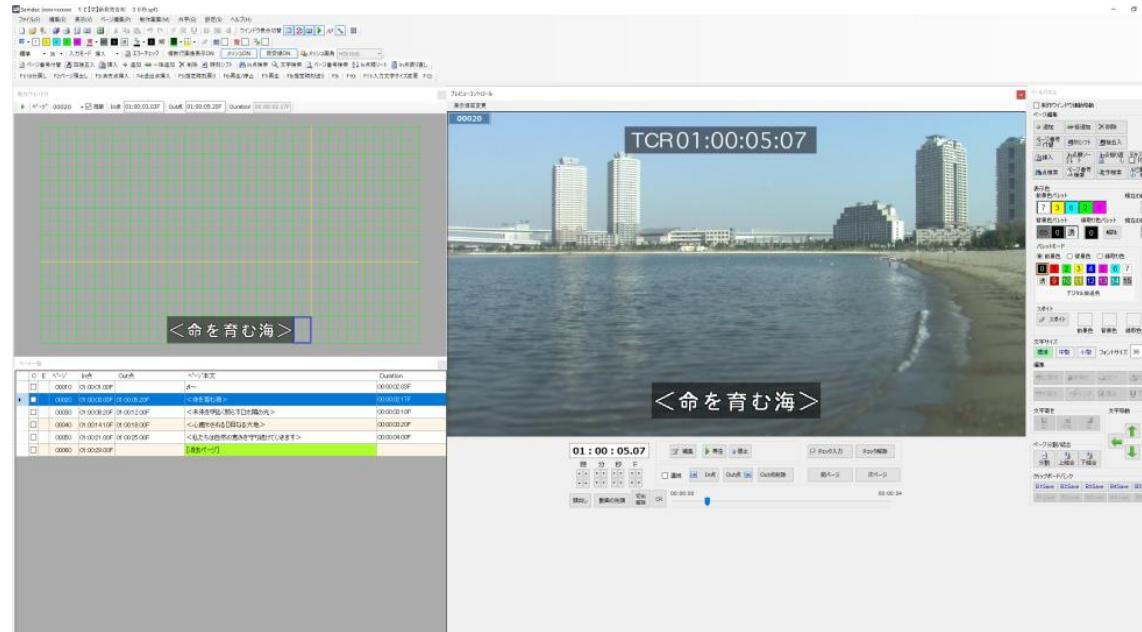
視聴者の任意での表示／非表示は
選択できません。

例)トレインチャンネルの字幕、映画字幕など



クローズドキャプションとは
音声情報を字幕化することで耳の不自由な方にも
放送内容をより理解していただくための仕組み
で、視聴者が任意で表示／非表示を選択するこ
とができます。

字幕編集



LSI Japan製字幕編集ソフト
「Semdec」

CCの編集には
PremiereやFlameなどのビデオ編集機ではなく
専用の「字幕編集ソフト」を使用します。
CCは情報保障を目的とした字幕となりますので
トレインチャンネルやウェブ用などの
「字幕テロップ」とは異なる表現様式があります。

Point

ポストプロダクションでのCM編集作業というと、お客様立ち合いの上での編集作業が一般的ですが
字幕付きCMの編集においては基本的におまかせで編集を進めさせていただいております。
搬入基準で定義されたルールやCCの一般的な表現様式に基づいて仕上げられたチェック用ファイルをご確認いただき
OKまたはお戻しをいただく流れが一般的です。

「音声情報の保障」という目的に立脚した字幕表現を行います。

Point

CCはその目的から、通常の字幕(オープンテロップの字幕)とは異なる独特の表現様式があります。

ただしこれらは搬入基準でルール化されたものではありませんので、演出意図により変更・修正することは問題ありません。

例1)話者による色分け

字幕を色分けすることで、発話者を区別することができます。主たる話者は黄色、続く人物には緑、シアン、ナレーションには白という表現が基本となります。(状況次第で変わる場合もあります)

例2)カッコの使い方

() 話者名表記やト書きに使用します。

< > ナレーションの表記に使用します。

《 》モノローグの表記に使用します。

「 」引用部分や強調箇所、例えば商品名などに使用します。

例3)読点(、)の省略

仮にセリフであれば

原稿:美しい、日本語の表現。 → 字幕:美しい 日本語の表現。

仮にナレーションであれば

原稿:美しい、日本語の表現。 → 字幕:<美しい 日本語の表現>

例4)ルビ

固有名詞(商品名や人名など)や難読漢字などには積極的にルビを振ることで正しい読みを担保します。

字幕口ゴについて

字幕付きCMでは、本編冒頭に「字幕口ゴ」 を挿入して制作される事例が多くあります。

これはCCではなく映像に焼き込まれたテロップとなりますので、CCを表示せずに視聴している視聴者にもそのCMが字幕付きCMであることを訴求することができます。

ただし、このロゴの表示はルール化されたものではありませんので表示は任意となります。



Point

ロゴの挿入は字幕制作ポストプロダクションで行いますので素材となる原版を調整していただく必要はありません。

字幕付きCMの制作例





字幕付きCMの制作にあたっては
下記2点の素材をご用意ください。

- ① 原版または原版に準じる品質のムービーファイル**
- 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**

Point

カット表は字幕制作を行う上でのガイドとして、また作成した字幕の校正資料として使用します。
あくまでもガイドですので、最終的な字幕はCCの標準的な表現手法や知見を反映した内容に調整します。

「字幕制作を行うための完成原稿」をご支給いただく必要はございません。

重要ルール①

CM素材名の冒頭に【字】と表示することが原則とされています。

重要ルール②

CM本編の冒頭およびラスト1秒間には字幕を表示できません。

重要ルール③

各字幕は2秒以上表示しなければなりません。

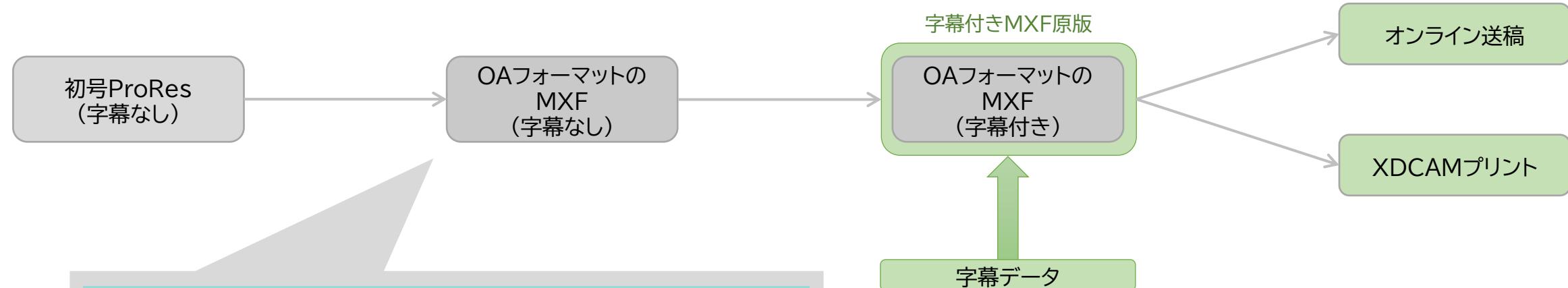
Point

上記のルールのため、実際の音声よりも字幕が遅れる、または先行するという状況が発生します。

たとえば、ラスト1.5秒にぶら下がりが入っていて、その箇所の字幕を表示する場合「ラスト1秒が字幕表示できない」かつ「最低でも2秒、字幕表示しなければならない」ということから「ラスト3秒前から2秒間字幕を表示」することとなり実際の音声よりも字幕が先行します。

字幕付きCMの原版について

字幕付きCMは、**オンエアフォーマットのMXFに対して字幕重畳**を行います。
つまり、**原版=送稿用ファイル**となります。



素材広告主名	J M K 保 险 株 式 会 社		
CM素材名	【字】「J M K 保 险」篇 30秒		
10桁CMコード	2021-JMK003		
素材秒数	30		
音声区分	ス テ レ オ	CM字幕有無	有り
任 意 記 載 事 項	商品名	民 放 連 字 幕 付 き C M	
	制作広告会社名	株 式 会 社 1 2 3 企 画	
	制作会社名	株 式 会 社 口 口 ハ ウ ス	
	備考		
	録画日	2023年1月5日	

digital egg inc.

Q. 字幕付きCMをオンエアするためには「字幕付き」と「字幕なし」の2素材が必要ですか？

→必要ありません。

「字幕付き」素材のみ納品すれば、オンエア時の字幕表示の有無は視聴者が選択できます。

BS局の一部を除き、すべての局、すべてのCM枠でオンエアできる状況となっていますので、「字幕付き」素材のみで「ほぼ全て」のCM枠をまかなうことができます。

Q. CCによる字幕は、音声情報以外も字幕表示できますか？

→できません。

CCは音声情報を保障するための字幕であるため、「言っていないセリフ」や「鳴っていない音声」を字幕表示することはできません。

Q.字幕表現(カッコの使い方やルビの有無、話者色の定義など)にルールはありますか？

→「ルール」はありませんが、「一般的な表現様式」があります。

字幕制作についての技術的な事項については民放連搬入基準にさまざまなルールがありますが、字幕表現についてはルールは特にありません。

ですが、聴覚障害の視聴者や音声が聞こえない状況に対して音声情報を適切にお届けするために配慮された「一般的な表現様式」があります。

Q. なぜ字幕付きCMの原版はProResではないのですか？

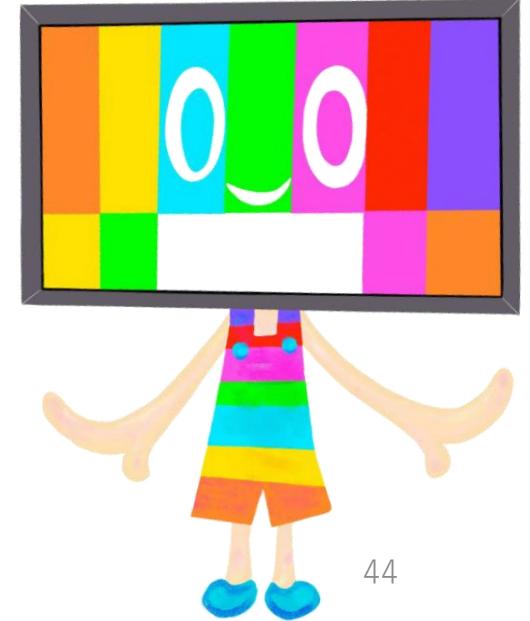
→ProResには字幕データを重畠できないためです。

字幕付き原版は字幕データを原版ファイルに重畠(がっちゃんこ)する必要があります。

ですが、ProResには字幕データを重畠することができません。

そのため局納品用ファイルであるMXFに対して字幕データを重畠します。

Q & A



字幕付き CM普及推進に向け
ご協力を
よろしくお願ひいたします。

