

持続可能なパートナーシップ構築のための 広告制作プロセスマネジメントハンドブック【2025 年度版】発行について

2025 年 10 月 1 日

日本アドバタイザーズ協会(JAA)

日本広告業協会(JAAA)

日本アド・コンテンツ制作協会(JAC)

日本広告制作協会(OAC)

Interactive Communication Experts (I.C.E.)

このたび 2025 年 10 月 1 日、日本アドバタイザーズ協会(JAA)、日本広告業協会(JAAA)、日本アド・コンテンツ制作協会(JAC)、日本広告制作協会(OAC)、Interactive Communication Experts (I.C.E.)の 5 団体による合意に基づき、「持続可能なパートナーシップ構築のための広告制作プロセスマネジメントハンドブック【2025 年度版】」を発行することになりました。

このハンドブックは、2018 年 9 月に発行された「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」の内容を、現在の広告制作業界が直面している以下のテーマに対応するために大幅なリニューアルを図ったものとなっています。

ひとつは、広告のデジタル化に伴う制作業務の多様化です。日本の総広告費は 2024 年には 7.6 兆円となりましたが、その 47.6%にあたる 3.6 兆円をインターネット広告費が占めています。この急速な拡大の背景には、新たな消費者へのコミュニケーションの手段や手法が増え続けていることも挙げられるでしょう。一方で、制作の現場はそうした新領域への対応を常に求められ続けます。加えて、インターネットメディアには即応性が求められることから、そこにはさらなるスピードアップへの要求も重なっており、結果として制作業務の過密化が生じています。今回からは、前回のハンドブックに参画した各団体に加え、デジタル領域を中心にコミュニケーションデザインを行うプロダクションやエージェンシーの業界団体である Interactive Communication Experts(I.C.E.)も加わりました。

もうひとつは、「仕事を請け負う受注者の保護」を強化する流れへの対応です。2024 年 11 月にはいわゆる「フリーランス新法」が導入されたのに続いて、2026 年 1 月には下請法が改正されて「取適法」に変わるなど法的な整備も次々と進められています。広告主から広告会社、制作会社へと流れていくバリューチェーンにおいて適正な受発注を行っていくためには、これまで以上にプロセスを明確化していくことが求められていきます。発注時に明確な証跡が残されていなかったり、あるいは明確なスコープ・オブ・ワークを示さないままに業務を依頼していたりなど、旧態依然としていた従来からの受発注慣習を、時代に合わせて改めていかなければなりません。

さらには、すでに「Ad Net Zero」の活動をはじめヨーロッパを中心に具現化しつつある、広告制作業務による温室効果ガス抑制など「地球環境負荷への取り組み」にも着手していかなければなりません。この問題の解決を図るためには、相応の労力やコストを割く必要があることを、広告制作に携わるすべての人が理解し、実行に移していくことが求められています。

このような状況を踏まえ、このたびは「持続可能なパートナーシップ構築のための広告制作プロセスマネジメントハンドブック」として、大きなリニューアルを図りました。今後も広告制作業界が持続可能な発展を続けていくためには、広告主、広告会社、制作会社それぞれの立場を超えてお互いにプロセスを理解して適切な受発注の手続きを行っていくとともに、環境負荷の問題についても意識を高めていくことが必要だと考えています。

また、今回のハンドブックでは、新たな取り組みとして、参加 5 団体の合意に基づく「広告制作ガイドライン」を掲載しています。このガイドラインには、広告制作におけるより公正かつ透明な取引環境の整備、制作現場における労働環境をより魅力的なものにするための改善、制作プロセスにおける温室効果ガスの抑制など、今後の広告制作業界の持続的な発展を可能にするための指針が示されています。

また取り組みとしては始まったばかりですが、このハンドブックとガイドラインは、これからの時代の広告制作プロセスをマネジメントしていく上での方向性を示すものとなっています。多くの方にご一読いただき、日々の業務に役立てていただけることを願っております。

〈お問い合わせ〉
日本アド・コンテンツ制作協会
jac-info@jac-cm.or.jp