

# 広告制作取引「受発注」ガイドライン

「新しい働き方」のための、

広告制作取引の受発注時における基本業務ガイドライン

平成 30 年 3 月 26 日

円卓会議

公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会

一般社団法人 日本広告業協会

一般社団法人 日本アド・コンテンツ制作協会

公益社団法人 日本広告制作協会

## <はじめに>

### なぜ今、「受発注」ガイドラインが必要なのか

政府の働き方改革の方針を受けるまでもなく、昨今、広告業界における新しい働き方のルール作りが必要になっています。私たちも7月に「働き方改革」のための円卓会議を立ち上げ、厚生労働省の指針を踏まえて議論を重ね、業界としての活動を進めてきました。

広告業務において「働き方改革」を進める際に重要なことは、業務に携わる関係者全員が、これまでの働き方を見直し、長時間労働を抑制するための新しい取り組みを「具体的に」始めることです。

広告制作業務においては、受注/発注側の両者がお互いの立場を尊重し、業務スケジュールとコストを事前に確認し合う「プロセスマネジメント」が、より重要となります。そうすることで、無理・無駄な作業がなくなり、より適切で効率的な働き方の設計と実行が可能になると考え、「制作取引」に関するガイドラインを策定することになりました。

発注内容を事前に明確にし、業務の進め方の改善を図ることが、このガイドラインを策定する目的です。よって、受発注時に必ず両者は、土日祝日・深夜勤務を回避した「無理のないスケジュール」を事前に確認し合い、それを「確認書」として電子メールの書面をもって確認することをルールといたしました。

上記で取り決められたスケジュールが企画決定時に変更になった場合、または制作時に何らかの事情により変更になった場合、その時点で変更内容を確認し、改めてスケジュールを協議のうえ、電子メールの書面で再度お互いが確認することとします。

いうまでもなく広告制作の目的は、より効果の高いアウトプットを創出することで、広告効果を高めることにあります。そのために今、受発注の両者が知恵を出し合い、よりクオリティの高い業務を、より効率的に、働きやすい環境の中で仕上げるのが求められていると考え、このガイドラインを発効します。

### ガイドライン使用にあたり

今回作成したガイドラインは、あくまで「必要最低限」の書式を定めたものであり、広告主・広告会社・制作会社が個別に作成・使用している様式を妨げるものではありません。

ただし、このガイドラインが4団体の合意の上に策定されたことを踏まえ、広告制作にかかわる人たちの働き方改革のために必要な「相互理解」の一助として活用されることを期待します。

平成 30 年 1 月 11 日 「円卓会議」にて

JAA 日本アドバタイザーズ協会

JAAA 日本広告業協会

JAC 日本アド・コンテンツ制作協会

OAC 日本広告制作協会

## 新しい働き方に向けた、広告業務受発注時の新ルール（平成 30 年ルール）

平成 30 年 3 月 26 日

私たち広告業界 4 団体は、業界の健全かつ健康的な発展のための「新しい働き方」を目指して協議を重ねてまいりました。そこで、働き方改革のためには業務受発注時における「書面による」業務内容の確認が重要であると考え、業務に着手する前段階において、両者で事前協議を行い、その後「確認書」として電子メールで確認することをルールとして、以下の通り合意しました。

- 1) 法令を遵守し長時間労働を削減するために、受発注両者はオリエンテーション時に、土日祝日（以下休日）・深夜勤務を回避し発注内容の頻繁な変更を抑制するスケジュールを受発注両者で確認し、業務のスコープを記載した「確認書」で内容を確認することとする
- 2) また、企画決定時（＝制作開始時）に改めて、上記を考慮に入れた制作スケジュール/コスト/修正時のルールを提示し、お互いが内容を確認し共有する
- 3) 業務進行において、企画内容の変更や止むを得ない事情等により、上記業務内容およびスケジュールが変更になった場合、また休日・深夜勤務等が必要になった場合は、スケジュール/見積りを再提出し、必要に応じて改めて「修正確認書」において確認する
- 4) 上記ルールを実効性のあるものにするため、各団体/各社内における啓発・理解促進を図る

今回のルールは、広告業 4 団体の「円卓会議」にて承認・発効されますが、今後、ルールに賛同する業界団体の申し入れに対しては積極的に受け入れ、これが広告業界全体のガイドラインとなっていくことを期待します。

JAA 日本アドバタイザーズ協会  
JAAA 日本広告業協会  
JAC 日本アド・コンテンツ制作協会  
OAC 日本広告制作協会