【抜粋版】

JAC制作見積ハンドブック

【2019新取引対応版】

2019年版

JAC 制作見積ハンドブック 【2019新取引対応版】 目　次

001 科目分類の変更 …… 2
002 2019年 JAC 制作見積ハンドブック 改定にあたって …… 3
003 新取引ツール使用フロー …… 11
004 プロダクション人件費工数の計上について …… 14
005 納品物について …… 15
006 キャンセル費について …… 17
007 映像制作環境の変化 …… 18

映像制作費目表【2019新取引対応版/解説付】

表紙 …… 20

Ⅰ 企画フェーズ

01 企画関連費 …… 21

Ⅱ 制作フェーズ

02 制作準備費 …… 29
03 制作人件費 …… 35
04 出演費 …… 43
05 撮影機材費 …… 47
06 照明機材費 …… 69
07 美術費 …… 83
08 スタジオ撮影費 …… 89
09 ロケーション撮影費 …… 95
10 記録メディア費/変換費 …… 99
11 CG/アニメーション関連費 …… 111
12 ポストプロダクション費 …… 115
13 音楽/効果費 …… 125
14 その他制作費 …… 129
15 海外制作費 …… 133
16 プロダクション管理費/マークアップ …… 133

Ⅲ 搬入フェーズ

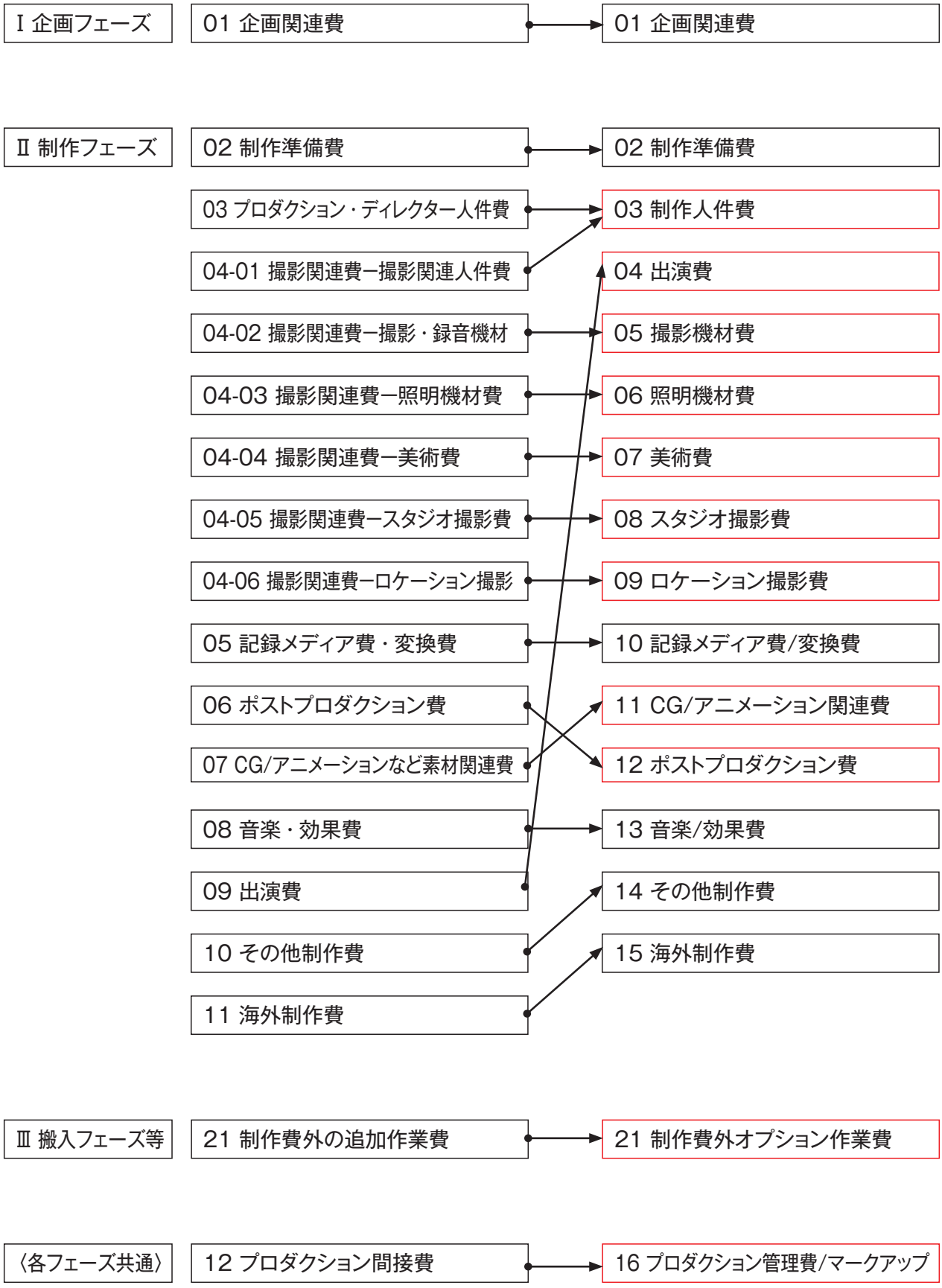
21 制作費外オプション作業費 …… 135

資　料

新取引ツール …… 149
見積書式例 …… 157
巻末資料 …… 166

001　科目分類の変更

◇見積科目分類について、既存の広告会社見積書式と整合をとることによる業務効率性を優先し、下記のように変更します。



改定の背景

2014年版の見積ハンドブックを発行してから、技術はさらに進歩し、広告制作業界のみならず、日本全体の労働環境は大きく変化しました。映像制作業界においても、制作会社だけでなく協力会社であるポスプロ・スタジオ・美術・ロケバス等関連するすべての業種が、業務を効率化し、生産性を上げる事が求められるようになりました。

「過労死等ゼロ」実現に向けた緊急要請書

2017年2月7日、厚生労働大臣より短納期発注の抑制、頻繁な変更の抑制、発注内容の明確化など商慣習の是正について緊急要請書が提出されました。2018年2月には三田労基署からのメディア業界を対象とした労務管理講習会が開催され、2018年7月、「過労死等の防止のための対策に関する大綱」が閣議決定され、特別調査対象業種にメディア業界も追加されました。
これらの社会の動きを受け、いよいよ広告業界も大きく働き方を見直す時が来ました。

広告業務受発注時の新ルール（平成30年ルール）

2018年3月26日、日本アドバタイザーズ協会、日本広告業協会、日本アド・コンテンツ制作協会、日本広告制作協会の広告関連4団体で、「広告制作における『受発注ガイドライン』」を発表しました。

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」で内容確認することとする。

2．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となった場合、また休日・深夜勤務等が必要となった場合は、スケジュール/見積りを再提出し、必要に応じて「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。

改定の背景

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」の発刊

2018年9月25日、広告関連4団体で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」を発刊しました。これは、平成30年ルールを実効性のあるものにするため、標準的なプロセス理解のツールです。制作会社はこのハンドブック発刊を機に、制作プロセスとプロダクションスタッフの作業量を可視化します。同時に、より工夫を凝らし、新しい技術を取り入れ、作業の効率化を図る事となりました。
発注者と受注者の両方が、広告制作のプロセスを理解し、新しい働き方に則った完成までのタイムスケジュールや、決済が必要な重要なポイントを確認しながら作業を進行させていきます。

新取引の導入

広告制作プロセスマネジメントハンドブックに記載されている通り､制作会社の基本業務である〈制作フェーズ〉は「初号」までとなり、OAフォーマット作成以降は、制作費外「オプション」となります。
「企画」「制作」「搬入」の３つのフェーズを明確にした見積書を提示することになります。
この広告制作に関する新しい取引＝「新取引」の考え方に則った新しい見積の考え方を本ハンドブックに記載します。
今までの概念と大きく変わる箇所もありますが、健全な収益構造に改革し、若い世代に魅力のある業界にしていく責任が我々にはあります。

これからの見積書のあり方

制作会社とその協力会社が健全な業界として発展していくためは、広告４団体で取り決めた新ルール「広告制作における『受発注ガイドライン』」および「広告制作プロセスマネジメントハンドブック」に則り案件ごとの制作プロセスを明確にしていくことが求められます。制作会社は､4団体で取り決めた無理無駄をなくすための「確認書」の運用を徹底し、制作フェーズの責任者として作業全般を統括実行、適正な予算管理・安全管理・労働時間管理の実施、そして法令遵守を徹底します。
そのために受発注双方が納得する作業内容と工数を明快に記した工数入りスケジュール、および工数に則った人件費を明確にします。

「広告制作プロセスマネジメントハンドブック」の発刊で、制作方針とともに見積を確認しあう事が共通認識となった今こそ、見積費目とその単価の再検討をし、受発注双方が納得できる見積（価格契約）の在り方を検証すべき時とJACは考えます。
より納得性の高い単価設定にすることで、見積上で追加作業分を明確にして仕入れ先への負担をかけない
体制を整えていきます。

本ハンドブックは、アドバタイザー・広告会社と共に健全な業界として発展できるよう、取引や考え方の参考を示しています。会員の皆様の個々の取引を拘束するものではありません。

見積書の考え方

制作費をより明確にするために

見積には、様々な考え方がありますが広告動画制作において、受発注双方が適正と納得できる取引のために分かりやすい見積書（価格契約）の考え方を整理します。

見積りは大別すると３つの方式が考えられます。

① 総価単価請負見積
② 総価請負見積
③ 実費精算見積（コスト・プラス・マークアップ見積）

見積書の考え方

①総価単価請負見積

発注者の希望総価（予算）を元に請負制作会社が制作費を事前に見積り、その制作費で企画に沿った制作方針で定めた仕様通りに広告映像の完成を約束するものです。
目標「総価」と合意「単価」両方の金額と「プロダクション管理費」のパーセンテージを受発注双方が前もって共有し、企画内容の変更や制作方針の変更があった場合、速やかに価格協議を行います。

※事前に合意された「単価」は、業務終了まで変更されません。
※事前見積の時点で予定された「総価」は、制作中の工数・使用機材・使用施設の変更により増減します。
※発注側の都合により工数・使用機材・使用施設などに変更があった場合、「総価」に反映されます。
※制作会社の都合による工数・使用機材・使用施設などの変更は、「総価」に反映しません。
※天候や想定外の要因による変更で「総価」に影響が出る場合の負担について、「見積条件」で明確にします。
※「見積条件」は、見積書の表紙及び見積仕様書に記載します。（見積書式例P157参照）
※単価＝各社が決めた各費目の定価

※【プロダクション管理費】
　個々の制作業務を継続していく上で不可欠となる、見積明細として計上されない間接的な費用です。

　従来の総・人・経の管理や、オフィス関連の費用に止まらず、
　◆コンプライアンス対応
　◆情報セキュリティ対応
　◆リスクマネジメント対応
　◆業務多様化／環境変化への対応
　等についても強化・徹底が求められるようになり、制作会社のバックオフィス業務は増大しています。

②総価請負見積

受注制作会社が「総価」（制作費を一式総額）で請負う方式です。
制作開始前に、発注者は「企画案」「業務（納品物・納品形態・納品日・予算）」「内容（制作期間・使用期間・制作物・使用媒体・納品形式・納品種別）」を提示、受注者は「業務」「内容」に対する「制作方針」「受注条件」を提示、「制作方針」「受注条件」を受発注双方が合意する取引です。
受注条件に、途中工程の省略などを提案することで、業務の効率化が可能です。

※原則、取り決めた制作方針、受注条件を変更できません。
※天候や想定外の要因による変更で「総価」に影響が出る場合の負担について、「見積条件」で明確にします。
※「見積条件」は、見積書等に記載します。（見積書式例P158参照）

③実費精算見積　（コスト・プラス・マークアップ見積）

発注者の希望する作業内容が、ダイレクトに反映され、費用の透明性が上がります。
内容やスケジュールに変更がある場合など、事前に総額を固定することが困難な場合に用いられる見積方式です。
技術的に未知の要素が多い場合など、無理に取引価格を見積もろうとすると高くなってしまう場合にも活用されます。
制作で要した「実費」と受注者の「報酬」から制作費が決定されます。
コスト（実費）とは、労務費、材料費、機材費、プラス諸費など。
マークアップ（報酬）とは、コストに対するパーセンテージ、一定額など。
つまり「実費＋報酬＝制作費」となります。

※マークアップの一部にプロダクション管理費を含んでいます。
※内容やスケジュールの変更のたびに見積書の更新が必要です。

主要な見積（価格契約）方式別メリット・デメリット

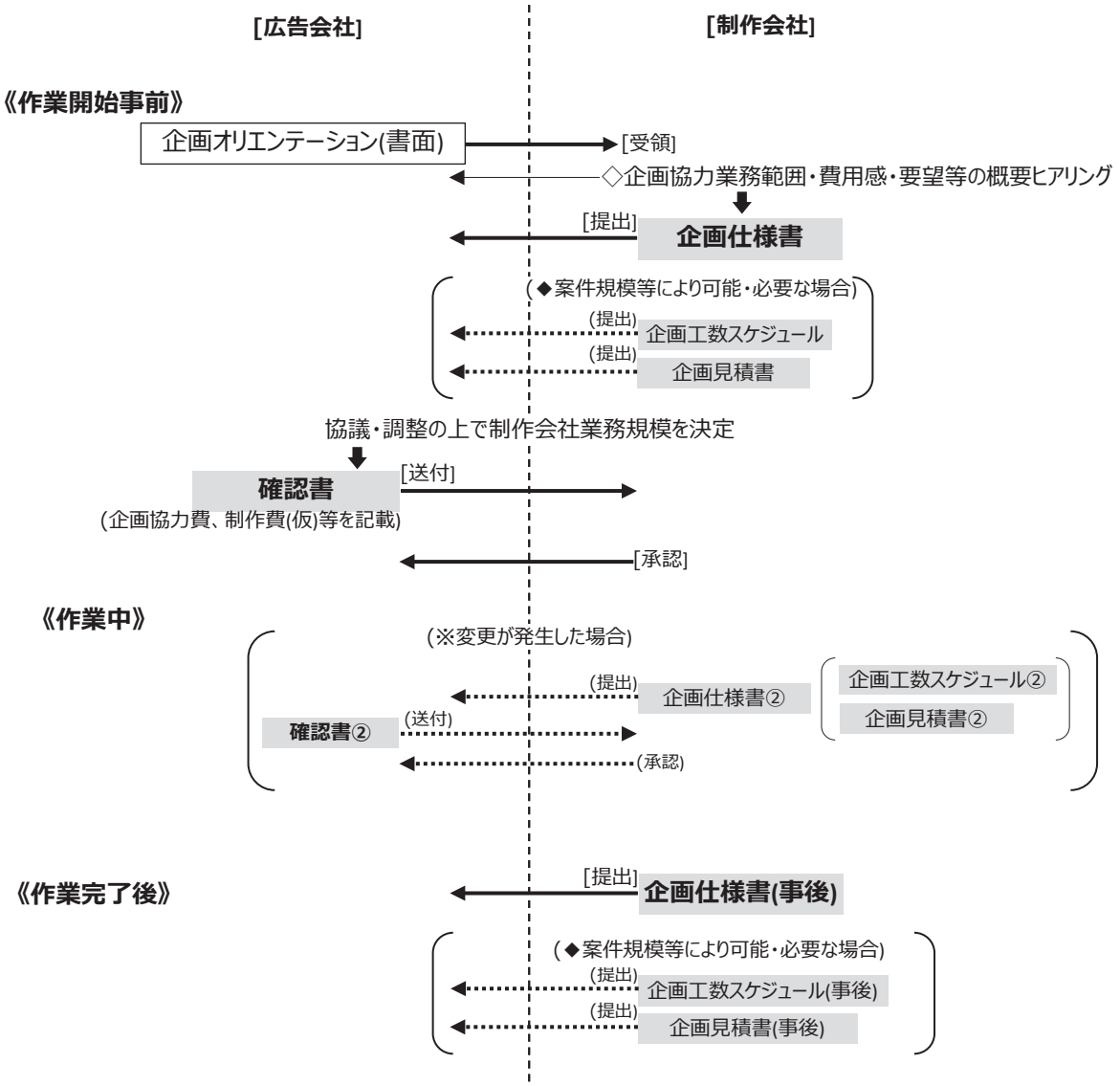
見積方式	特徴	メリット	デメリット
①総価単価請負見積	制作方針の一部が未定の場合に採用される事が多い。総価も単価も事前に取り決めておく。 制作途中で事前に取り決めた総価に収まらない発注者都合による変更が生じた場合は発注主が追加費用を支払う。	**変更等が生じた際の費用の変更が明確。** **発注者：**制作方針の変更があった場合、円滑な価格協議が可能となる。 **受注者：**見積金額の変更に関する根拠を予め定めているため、変更や追加費用の手続きを円滑に進める事が可能となる。	**発注者：**変更があり、かつ予算の都合で取り決めた総価を変えられない場合、譲歩・妥協が必要になる。 **受注者：**受注後の仕入れ価格・労務費等の増加、見込み違い等のリスクがある。
②総価請負見積	制作方針が決まっており、制作費総額が小規模の場合に採用される事が多い。 取り決めた制作費の中で事前に取り決めた仕様通りの広告映像を制作する。	**中途のチェック工程を極力少なくする事ができ、効率化しやすい。** **発注者：**制作費総額が発注時に確定し、コスト管理が行いやすい。 **受注者：**見積の明細が不要。技術力、努力で利益を上げる可能性がある。	**発注者：**原則取り決めた制作方針を変更できない。変更する場合、受発注双方の合意が必要。 **受注者：**受注後の仕入れ価格・労務費等の増加、見込み違い等のリスクがある。
③実費精算見積（コスト・プラス・マークアップ見積）	企画関連業務、制作方針やスケジュールが確定していない場合、技術的に未知の要素が多い場合にも採用される事が多い。 業務の実費と受注者の報酬を支払う。	**変更等が生じた際の費用の変更が明確。** **発注者：**企画関連業務、制作内容の詳細が確定していない段階で取引をスタートする事が可能となる。コストが明確になり費用が透明化される。 **受注者：**制作原価に影響を与えるリスクを負う必要がない。	**発注者：**業務終了まで総額が確定しない。 **受注者：**実費精算時の承認用資料の作成に時間と手間がかかる。

どの見積方式を採用するかは、個別取引の当事者双方の作業事前の判断になります。

◎「確認書」発行など「新取引ツールを活用した業務進行ワークフロー【企画】

● 企画受注時にまず「確認書をください!」とお願いすることから始めましょう。
下記の通り、協議の上での確認書発行が基本となりますが、運用開始初期は「まず出していただき」、記載が不十分である等 納得できない部分があれば承認せずに再考を求めて協議した後、「正式版再発行→制作会社承認メール返信」となることもあると考えられます。

【企画】
新取引ツール　**確認書 (Ag)**　企画仕様書 (Pr)　企画工数スケジュール (Pr)　企画見積書(Pr)



◇事前・事後の変更箇所を明確にし、変更内容に応じて事後の企画見積額を協議し決定する。
◇決定した事後の企画見積額は、「制作見積書の企画関連費」に反映させる。
◆[案件規模により可能・必要な場合]（企画見積で一旦請求させていただく。）

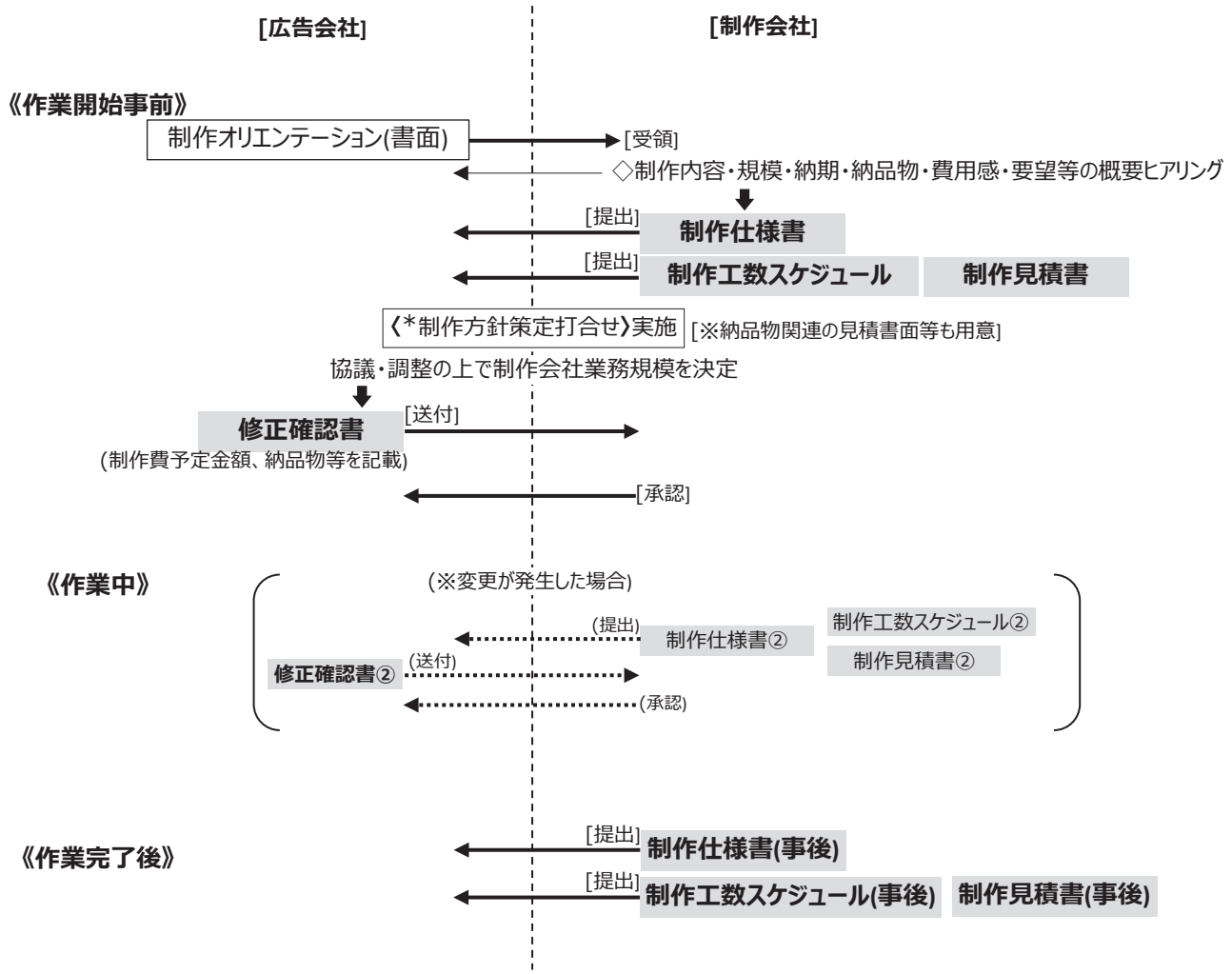
※「確認書」は企画開始の段階で受領する内容となっています。
制作開始の段階では、内容的にいって「修正確認書」を受領することが必要になります。

◎「確認書」発行など「新取引ツールを活用した業務進行ワークフロー【制作】

● 制作受注時にまず「修正確認書をください!」とお願いすることから始めましょう。
下記の通り、協議の上での修正確認書発行が基本となりますが、運用開始初期は「まず出していただき」、記載が不十分である等 納得できない部分があれば承認せずに再考を求めて協議した後、「正式版再発行→制作会社承認メール返信」となることもあると考えられます。

【制作】

新取引ツール　**修正確認書 (Ag)**　制作仕様書 (Pr)　制作工数スケジュール (Pr)　制作見積書(Pr)



◇事前・事後の変更箇所を明確にし、変更内容に応じて事後の企画見積額を協議し決定する。

〈*制作方針策定打合せ〉

制作会社PrとAg担当者が、共に下記を協議し「修正確認書」を確定する為に必要な制作事前打合せです。

✓①制作仕様書を利用して項目ひとつひとつの内容を確認し、仕様・規模感を固める。
✓②制作工数スケジュールを立てて検討し、効率化すべきポイントを修正する。
✓③制作見積書を①②に沿って作成し、費用を検討して必要に応じ①②③に修正を加えて決定する。
✓上記に加え、納品物関連の見積・資料も検討して「納品物」を何にするか事前に決定しておく。

003　新取引ツール使用フロー（3）

制作開始事前に必要な時間をしっかり取りましょう。
「制作方針策定打合せ」の日時を決め、実施するようにしましょう。

効率的な制作のためには、制作開始事前に下記を検討・策定しておくための充分な時間をとることが必要です。

「制作タイプ数」
「適切な制作スタッフのアサイン」
「制作労務の無駄のない配分」
「ディレクターをはじめとする重要なスタッフの選定」
「適切なロケ地、適切な美術、適切な仕上げ方法等の方針策定」
「予備日使用や修正変更実施の場合の合理的な取り決め」…。

これを時間をかけて行えば、仕様書・工数スケジュール等も自ずと作成できます。
そして、「PMは裏付けのある実行予算を作成」し、「Prは納得性のある見積書を作成」しておきます。
正式な「確認書/修正確認書」を受領するのは、この後でよいのです。

※「確認書は」企画開始の段階で受領する内容となっています。
　制作開始の段階では、内容について「修正確認書」を受領することが必要になります。

004　プロダクション人件費工数の計上について

広告制作物が多様化する中で、制作時間の短縮が求められています。長時間労働を解決するためには、効率的な工数管理がもっとも重要な鍵となります。無理無駄を排除し、効率よく最善の方法で制作にあたるために、制作プロセスを可視化し、かつ新たな技術の活用で効率化を図り、同時に作業に伴う費用を明確にします。

◇ これに伴い、プロダクションスタッフの作業量（工数）を可視化し日当で算出します。

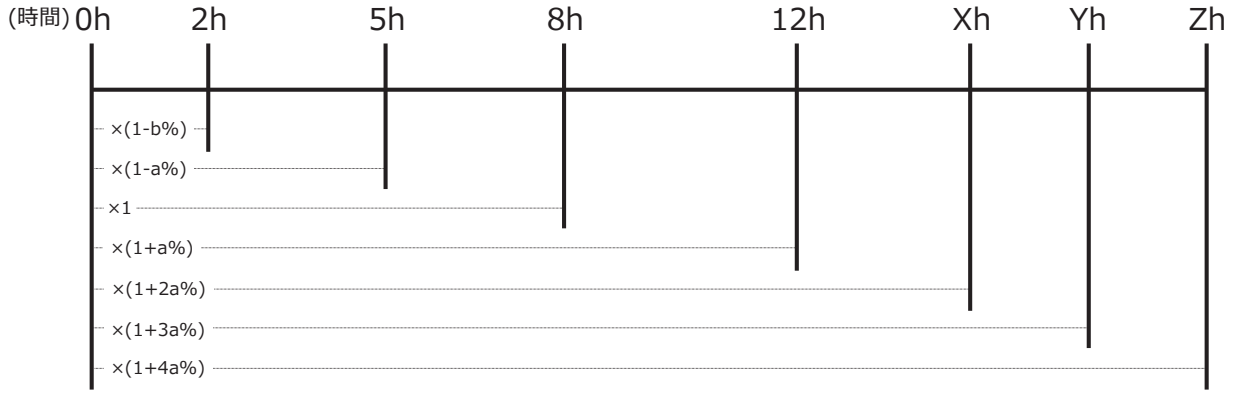
《日当（8h基準）》

1日の労働時間は8時間を基準とします。8時間を超える場合、また土日祝日は割増料金が発生します。

◇ 労働基準法を遵守（土日、祝日、深夜勤務を回避）して制作します。

◇ プロダクション人件費「日当（8h基準）」

【日当(8h基準）割増料金算出例】



◆業務開始から1日の間に従事した のべ時間により日当を算出。（土・日・祝日はさら×*〇倍）

*〇倍: 働き方改革に伴う土･日･祝日の稼働抑制等を考慮して設定します。

※ 労働基準法で定められている1日の労働時間をもとに設定された課金方法で労務実態を見える化します。
※ 算定時間の「幅」は一例です。12hを超える長時間業務を抑止するために累進的な例示としています。
※ プロダクション人件費の工数の算定は、「工数スケジュール」を用いて実態通りに提示します。
※ アシスタントプロデューサー、プロダクションマネージャー、プロダクションアシスタントは上記【日当(8h基準)】に従い計上します。
※ プロデューサー受注時から協議の上、「日当(8h基準)」または、1作品あたりの担当費で計上します。

※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）

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、お互いが内容確認し共有する。

3. 業務進行において、企画の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/見積りを再度提出し、必要に応じて改めて「修正確認書」にて確認する。

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。

005　納品物について（1）

◇納品物の事前指定

TVCMのOA（オンエア）クオリティ（50Mbps以上）の「納品物」は、現状では次の5つに大別されます。

納品物	フォーマット	形態	納品方法	請求分類
(0)　初号原版	初号フォーマット（仮クレジット+完尺）	HDCAM-SR、ProResHQ等	物納（将来的にはアップロード可）	制作見積
(1)　OA原版	OAフォーマット（長尺 or 短尺）	HDCAM-SR、ProResHQ等	物納（将来的にはアップロード可）	搬入サポート見積
(2)　OA原版（MXF）アップロード	OAフォーマット（短尺）	MXF	アップロード	搬入サポート見積
(3)　OAプリント（XDCAM）	OAフォーマット（短尺）	XDCAM	物納	搬入サポート見積
(4)　OAプリント（*HDCAM）	OAフォーマット（長尺）	HDCAM	物納	搬入サポート見積

*HDCAMは2021年4月～基本的に搬入不可となる予定

※「搬入サポート見積」は制作費外オプションです。
※TVCM以外の媒体使用の場合では、上記「OA」という語が「特定媒体用」に変わります。

※ (0)：「初号原版作成費×タイプ数」を「制作見積」に計上。
※ (1)：「OA原版作成費×タイプ数」を「搬入サポート見積（制作費外）」に計上。
※ (2)：「（アップロード用MXFファイル作成費+CMメタ登録費+アップロード費）×タイプ数」を「搬入サポート見積（制作費外）」に計上。
※ (3)：「XDCAMプリント費×本数」に加え「搬入用ファイルマスター作成費×タイプ数」を「搬入サポート見積（制作費外）」に計上。
※ (4)：「HDCAMプリント費×本数」に加え「OAフォーマット作成費×タイプ数」を「搬入サポート見積（制作費外）」に計上。
※[併納可能な組合せ]現状で現実的な組合せは、(1)＋(4)、(2)＋(3)＋(4)、(3)＋(4)。
※ (0) のみが納品物の場合、制作会社は全てのOAプリント作成が不可能となり、他媒体搬入·賞出品等に対応できない可能性も生じます。
※OAクオリティ未満の品質（50Mbps未満）の納品物には、初号試写用のファイルやBlu-ray等の初号フォーマットプレビュー用プリント等があります。

◆納品物は制作開始事前·納品スケジュール確定前に上記5つから選択して指定してもらう必要があります。必ず確認書に明記してもらいます。

·指定納品物によって納期が変わります。制作中途での納品物変更や納品物指定は、初号納品日の変更＝制作スケジュールの変更に繋がり、さらには制作見積にも影響が及ぼすことになりますから、基本的に了承できません。

◆ (0)(1)(2)では「原版」を納品しますが、権利処理を要する外注先への支払いを制作会会社が委託されている現状では、問題発生回避のために、納品後の使用条件（期間/媒体など）と「責任分界」を明記した「*覚書」等を交わしておく必要があります。

* 「覚書」等署名捺印した書面を取り交わすことが本来的には望ましいですが、現実的には「仕様書（P153）」や各種見積書に明記することで代替することもあります。

005　納品物について（2）

◇ 納品物の事前指定

◇「原版納品」という新たな追加プロセス

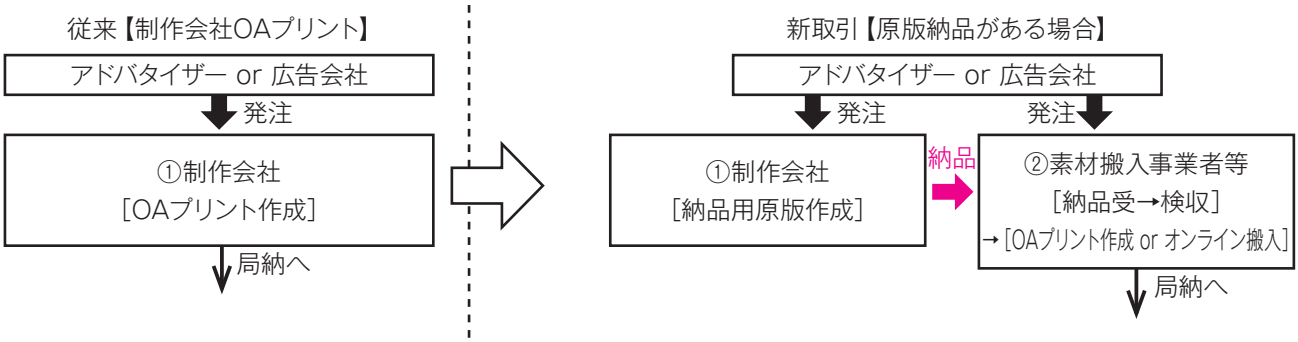
新取引では、OAフォーマット作成以降の「後工程」の業務は、必ずしも制作会社に委託されない「制作費外オプション業務」となります。

制作会社に委託される業務範囲＝指定納品物の種別によっては、「原版納品」という新たな追加プロセスが発生します。

◆従来の総合受注では、放送局搬入のための納品物作成を制作会社が1ストップで直接担うフローとなっていました。（OAプリント作成が制作会社へ必ず委託されていたためです）

◆新取引で上記（0）（1）（2）となる場合、原版作成・搬入関連業務は2社に分割され、両社間に「原版納品」という新プロセスが追加されます。

①制作会社が素材搬入事業者等の指定先に原版を納品し、
②事業者が納品物検収の上、OAプリント作成またはオンラインによって放送局搬入のための納品物を作成する、という2ストップになります。
オンライン搬入がある場合には、必然的に「従来の制作会社 1ストップ」から「①制作会社→②素材搬入事業者 2ストップ」となることに注意しなければなりません。



※制作会社と素材搬入事業者は受発注関係にない、並列の業者です。

（受発注関係にある制作会社→ポスプロのような従来の緊密な関係はありません）
素材搬入事業者を選定し搬入業務を委託する主体はアドバタイザーまたは広告会社です。
制作会社が搬入のために素材搬入事業者を選択して業務を委託することはありません。

※制作会社の役割と責任は「原版納品」をもって完了となります。

制作会社は、受発注関係にない「第三者」である素材搬入事業者等に原版納品をします。
納品は、アドバタイザー or 広告会社による「内容検収」と「品質検収（素材搬入事業者に委託されると考えられる）」を経て完了となり、制作会社の責任は納品先に移行します。

006　キャンセル費について

※以下は比較的一般的とされる考え方の例示です。外注先によって異なる場合がありますので、個別に確認が必要です。

【制作人件費】
・ブッキングした時点で、キャンセル費がかかる場合があります。
・個別契約がある場合は契約の内容に従います。

【カメラ/ライト アシスタント】
・キャンセルを決定した日を1日目として、7日目迄の拘束日が100%のキャンセル費対象となります。

【出演費】
・ブッキングした時点で、キャンセル費がかかる場合があります。
・個別契約がある場合は契約の内容に従います。

【撮影/照明機材費】
・前日、当日キャンセルは基本的に100%のキャンセル費がかかります。
・機材会社により、キャンセル費の考え方や条件が異なることもありますので個別の確認が必要です

【スタジオ撮影費】
・スタジオキープの2週間前から発生し、スタジオの方針、キャンセルの時期、キープの規模などにより、キャンセル日数の40 ～ 100%がかかります。

【ロケーション撮影費】
・ロケーションの条件により異なります。事前に必ず確認する必要があります。

【ポストプロダクション費】
・3日前50%、2日前70%、前日・当日100%のキャンセル料がかかります。

【その他】
・美術、CG、音楽、海外コーディネーター等も、実施した規模･内容等によりキャンセル費がかかります。
・個別契約がある場合は契約の内容に従います。

※キャンセルを決定した段階でかかっていた費用については、規模・内容に応じて見積に計上し提示します。

007　映像制作環境の変化

◇映像のデジタル化に伴う、次の4つの変化に注意しておくべきです。

①映像の恒久化（パーマネント化） …… 一度記録された映像は一時的（テンポラリー）な存在ではなく、半永久的に在り続ける情報になった。

②映像の高品質化 …… 「映像全体」ではなく「部分」が切り出され容易に加工されて「別の映像」になり得るようになった。

③記録の容易化・一般化 … ほとんど全ての映像が、実質的に誰でも個人的に記録でき、利用できるようになった。

④発信の容易化・一般化 … ほとんど全ての映像が、実質的に誰でも個人的に発信でき、自由に共有できるようになった。不特定の個人/或いは特定の関係者により自由にメタ情報さえ付加されて共有される。

「映像」自体が、とくに上記4点において、デジタル以前とは全く別の性質を持つものとなりました。
これにより「映像」は、その表現・利用の可能性を拡大している一方で、映像制作においては、これまでになかった想定外のリスクが拡大していると言わざるを得ない現状となっています。

「誰もが発信者となり出演者となり得る」「全員が全員を過去に遡って監視できる」現状において、「映像」はとくに有用で目立つ情報として「発信」の手段となり、「監視」の対象となっています。
また、「映像」の概念自体に変化が生じているので、「映像」に関連する多くの概念にも変化があり、概念の変化は、従来のルールを陳腐化してしまっていることがあります。例えば、放映期間、原版、複製、改変、著作者、出演、エキストラ…等々の基本概念ですら、今後再定義が必要になっていると考えられ、これらに関わるルールも変わらずにはいられなくなっていくでしょう。
しかし様々な概念自体の変動のスピードに対して、法令化やルール化の対応は追いついているとは言えず、未整備が常態化して、大きな問題を引き起こすリスクも生じかねなくなっています。

映像を取り巻く環境が変革し続けていく現状において映像制作に関わる者は、「新しい」表現を求めるだけでなく、未知のリスクが潜む新たな環境においても「安全」で「正しい」進行や発信を可能にできるよう、いっそう注意深くあることが求められています。

映像制作費目表
【2019新取引対応版/解説付】

002「改定にあたって」で解説したように、見積は大別すると下記の方式があります。

① 総価単価請負見積
② 総価請負見積
③ 実費精算見積（コスト・プラス・マークアップ見積）

・どの見積方式を採用するかは個別取引の当事者双方の作業事前の判断によります。
・見積作成にあたっては、「費目表（①ではプライス表、③ではコスト表）」が必要となります。
　※②は詳細な費目表を必要としない見積です。
次頁以降では、基本的に見開き右頁に「プライス表orコスト表」を例示し、左頁にその費目解説や外注先の見積計上の考え方の例を記述します。
プライス表orコスト表作成のガイドとして会員の皆様に独自・自由にカスタマイズして活用いただき、個々の取引をよりいっそう円滑・健全にしていくために役立ててください。
※この考え方は会員の皆様の個々の取引を拘束するものではありません。

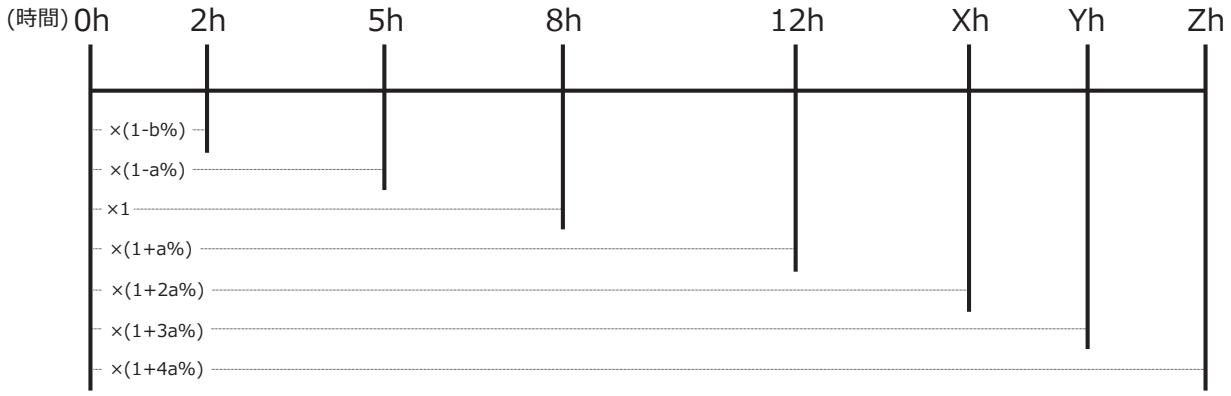
01　企画関連費（1）

◇「新取引」では、「企画関連費」は「制作見積」と切り離し、別途「企画見積」として提出し、請求します。

◎企画人件費

プロデューサーは企画作業の発注を受けた段階で、作業内容（プランナー・タレントキャスティングなど必要となるリソース）や、プレゼンツール（コンテの仕様･案数、ビデオコンテ・イメージビデオの有無）などを確認し、プレゼン日までのスケジュールの具体化と予算感を共有した上で着手し、深夜作業や休日作業が発生しないことや、想定外の負荷がかからないための配慮を心がけ采配を振る必要が有ります。

【日当(8h基準）割増料金算出例】



◆業務開始から1日の間に従事した のべ時間により日当を算出。（土・日・祝日はさらに×*〇倍）
*〇倍：働き方改革に伴う土・日・祝日の稼働抑制等を考慮して設定します。

※ 労働基準法で定められている1日の労働時間をもとに設定された課金方法で労務実態を見える化します。
※ 算定時間の「幅」は一例です。12hを超える長時間業務を抑止するために累進的な例示としています。
※ プロダクション人件費の工数の算定は、「工数スケジュール」を用いて実態通りに提示します。
※ アシスタントプロデューサー、プロダクションマネージャー、プロダクションアシスタントは上記【日当（8h基準）】に従い計上します。
※ プロデューサーは受注時から協議の上、「日当（8h基準）」または、1作品あたりの担当費で計上します。

カテゴリー	費目	ランク等	備考/説明		コストor プライス
01 企画関連費	◎ 企画人件費				
	○ プロダクション人件費				*8h基準<1日の間に従事したのべ時間により日当を算出／ 土日祝はさらに×〇倍>
	プロデューサー		・日当（*8h基準）or担当費		0～/人・日
	アシスタントプロデューサー		・日当（*8h基準）		0～/人・日
	プロダクションマネージャー		・日当（*8h基準）		0～/人・日
	プロダクションアシスタント		・日当（*8h基準）		0～/人・日
	プロダクションアシスタント（フリースタッフ）		・日当（*8h基準）		0～/人・日
	○ 企画構成/企画脚色人件費				
	・企画構成人件費		※提示されたコンセプトに従って表現アイディアを創造・構成します		
	クリエーティブディレクター（CD）、プランナー、コピーライター、アートディレクター、ディレクターなど	S	・担当費	規模、内容による	0～/人
		A	・担当費	規模、内容による	0～/人
		B	・担当費	規模、内容による	0～/人
		C	・担当費 （広告会社のフォローの場合）	規模、内容による	0～/人
	・企画脚色人件費		※プラン、アイディアを具体的に脚色します		
	クリエーティブディレクター（CD）、プランナープランナー、コピーライター、アートディレクター、ディレクターなど	S	・担当費	規模、内容による	0～/人
		A	・担当費	規模、内容による	0～/人
		B	・担当費	規模、内容による	0～/人

03　制作人件費（1）

◎プロダクション人件費

◇ ここでは制作準備から仕上げ・精算まで、制作スケジュール全般に関わる制作部/演出部スタッフの費用を扱います。

◇ 労働基準法を遵守（土日、祝日、深夜勤務を回避）して制作します。

プロデューサー

アドバタイザー、広告会社から委託された制作の企画から完成までの直接責任者で、広告制作の司令塔的役割を担います。スケジュール、予算、スタッフ、リスク、品質、労働時間を管理・統括します。

※受注時から協議の上、【日当（8h基準）】または、1作品あたりの担当費で計上します。

プロダクションマネージャー

企画から完成までの制作進行を担当します。プロデューサーの指示のもと、スケジュール、予算、スタッフ、リスク、品質のマネジメンを行います。

制作の行程を組織・把握し、プロダクションスタッフをコントロールして現場を動かします。

※【日当（8h基準）】で計上。

プロダクションアシスタント

プロダクションマネージャーを補佐し、また指示を受け、制作進行に関わる様々な実務を担当します。

※【日当（8h基準）】で計上。

ディレクター

※ディレクターの選定は、作品の質を決めるだけでなく、予算規模やスケジュールにも大きな影響を持ちます。作品の内容・規模（予算・スケジュール）に応じて「最適」な選定をすることがプロデューサーには強く求められます。

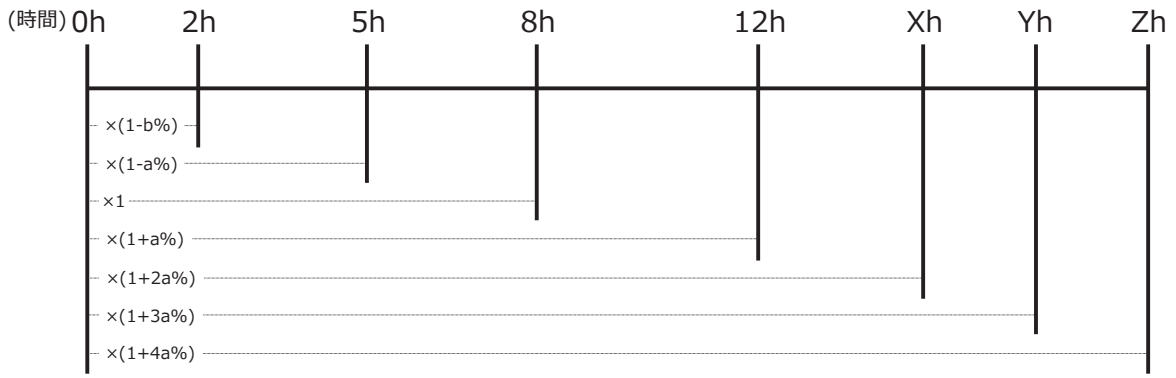
アシスタントディレクター

ディレクターのアシスタント（補佐）です。

※ 制作スケジュール全般にわたる関わりではなく撮影時だけを担当するのであれば、次の「撮影関連人件費」で計上します。

カテゴリー	費目	ランク等	備考/説明		コストor プライス
03 制作人件費	◎ プロダクション人件費				*8h基準<1日の間に従事したのべ時間により日当を算出／ 土日祝はさらに×〇倍>
	プロデューサー		・日当（*8h基準）or担当費		0～/人・日
	アシスタントプロデューサー		・日当（*8h基準）		0～/人・日
	プロダクションマネージャー		・日当（*8h基準）		0～/人・日
	プロダクションアシスタント		・日当（*8h基準）		0～/人・日
	プロダクションアシスタント（フリースタッフ）		・日当（*8h基準）		0～/人・日
	◎ ディレクター人件費				0~/人
	ディレクター	S	・担当費（1作品につき）		0～ 0/人
		A			0～ 0/人
		B			0～ 0/人
		C			0～ 0/人
		A（改訂）	・担当費（1作品につき）		0~/人
		B（改訂）			0～ 0/人
	アシスタントディレクター（社内スタッフ）		・日当（*8h基準）		0～/人・日
	アシスタントディレクター（フリースタッフ）		・担当費または日当/ランクによる		0～/人・日

【日当(8h基準）割増料金算出例】



◆業務開始から1日の間に従事した のべ時間により日当を算出。（土・日・祝日はさらに×*〇倍）

*〇倍: 働き方改革に伴う土･日･祝日の稼働抑制等を考慮して設定します。

※ 労働基準法で定められている1日の労働時間をもとに設定された課金方法で、労務実態を見える化します。

※ 算定時間の「幅」は一例です。12hを超える長時間業務を抑止するために累進的な例示としています。

※ プロダクション人件費の工数の算定は、「工数スケジュール」を用いて実態通りに提示します。

※ アシスタントプロデューサー、プロダクションマネージャー、プロダクションアシスタントは上記【日当（8h基準）】に従い計上します。

※ プロデューサーは受注時から協議の上、「日当（8h基準）」または、1作品あたりの担当費で計上します。

03　制作人件費（2）

◎撮影関連人件費

◇「働き方改革」のための「労務実態の明確化」に対応し、「カメラ･ライト　アシスタント」に対する従来の「助手日当」の算定方法を整備し明示します。

◆ 撮影、リハーサル、準備、ロケハンは、下記に基づき計上します。[算定方法の一例です]

【業務「開始～終了」時刻】　※次の①②③の何れかとする

《開始時刻》　①現場到着時刻/②指定集合場所出発時刻/③[撮影部のみ]機材引取開始時刻

《終了時刻》　①現場解散時刻/②指定解散場所到着時刻/③[撮影部のみ]機材返却完了時刻

ex. 出張ロケの場合、②「集合場所」「解散場所」は宿泊先となることが多いと考えられます

※ 開始時刻･終了時刻の端数分は状況に応じ、検討して「切り上げ」または「切り捨て」で計算します。

【基本日当時間】

基本の業務開始･終了時刻を「開始8:00～終了18:00」とし、この間にかかる業務に対し「基本日当」1日分を算定します。

この「基本日当時間（8:00-18:00）」を超える時間帯の業務に対しては基本日当1日分に「オーバータイム（OT）」を加えて算定します。

【最低日当保証】

業務時間の全てが「基本日当時間（8:00-18:00）」にかからない場合であっても「オーバータイム（OT）」に「基本日当」1日分を加えて算定します。

※ 止むを得ない事情がある場合を除き、複数名の「バトンタッチによる「基本日当」1日分の二重取り･三重取り…は認められません。

【拘束予備日･移動日･滞在日規定】

結果的に業務の無くなった「拘束予備日」、ロケ等での「移動日」、ロケ先で業務のない「滞在日」は、「基本日当」1日分を算定します。

【キャンセル】

キャンセルを決定した日を1日目として7日目迄の拘束日をキャンセル費対象とし、「基本日当」1日分を計上します。　ex. 木曜にキャンセル決定→翌週水曜迄がキャンセル費対象

【機材チェック担当費】

撮影機材チェックを実施するカメラアシスタントに対し、一律一定額の「機材チェック担当費」を計上します。

※ 打合せ参加、グレーディング（テレシネ含む）･編集等の「立会い」については、基本的に費用の対象としません。

◎ 撮影関連人件費

◇「カメラ･ライト アシスタント」以外のスタッフの「日当」は基本的に日当×日数で計算します。ただし制作会社スタッフが担う場合は「日当（8h基準）」となります。

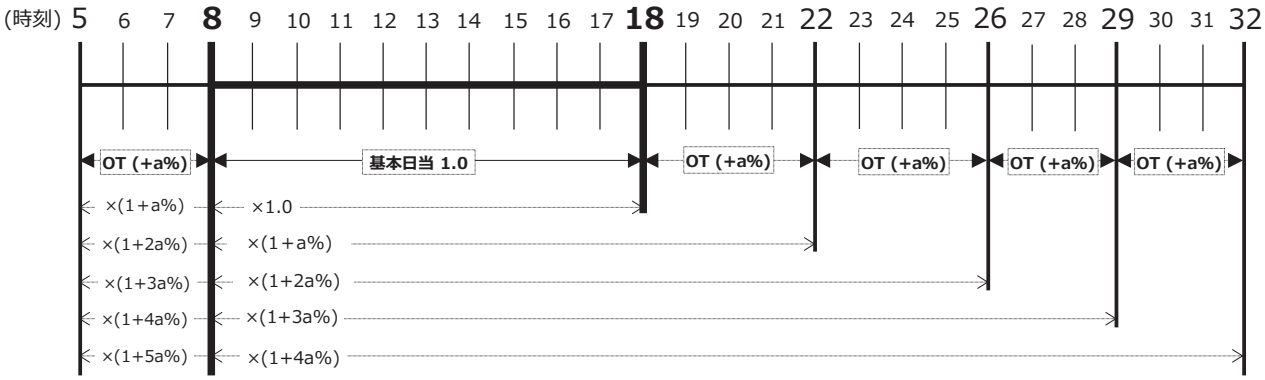
※ カメラマンをはじめ、要となるスタッフ選定においては、作品の内容と予算に対して最適な提案をし、オーバースペックとならないよう留意します。

※ 出演者指定の（スタイリスト/ヘアメイク等の）スタッフがあり、高額となることが予想される場合は、事前早期から料金交渉を開始するなどして可能な限り相談し、全体予算設計への影響を抑制するよう努めます。

カテゴリー	費目	ランク等	備考/説明		コストor プライス
03 制作人件費	◎ 撮影関連人件費				
	○ プロダクション撮影進行スタッフ				
	シューティングマネージャー		※ 撮影・撮影準備の現場で様々な段取りの実行・指揮を担います。 必要に応じ撮影事前の打合せやリハーサルから参加します。 プロダクションマネージャーと同程度以上の職能のスタッフが撮影前後に起用される場合に適用する費目です。 ※ 担当費または日当を計上します。		
			・担当費		0 ～ /人
			・日当		0 ～ /人・日
	シューティングアシスタント		※ 撮影・撮影準備の現場で指示を受け、様々な実務を担当します。日当で計上します。		
			・日当		0 ～ /人・日
	アシスタントディレクター		※ 撮影現場での演出助手で主にカメラ前で演出補助と進行を担当します。担当費または日当を計上します。		
			・担当費		0 ～ /人
			・日当		0 ～ /人・日
	○ 撮影・照明関連スタッフ				
	● カメラマン・ライトマン				
	カメラマン	S	・担当費		0 ～ /人
		A			0 ～ /人
		B			0 ～ /人
		C			0 ～ /人
	ライトマン	S	・担当費		0 ～ /人
		A			0 ～ /人
		B			0 ～ /人
		C			0 ～ /人
	● カメラマン・ライトアシスタント		※「助手日当」の算定ルールに従って計上します。 チーフ（1st）には担当費（撮影以外の打合せ・諸手配・グレーディング協力等の対価）も計上する場合があります。		
	アシスタントカメラマン（1st）		・担当費		0 ～ /人
			・基本日当		0 ～ /人・日
	アシスタントカメラマン（2nd）		・基本日当		0 ～ /人・日
	アシスタントカメラマン（3rd）		・基本日当		0 ～ /人・日
【新】	機材チェック担当費		・担当費（対象:アシスタントカメラマン）		0 ～ /人
	アシスタントライトマン（1st）		・担当費		0 ～ /人
			・基本日当		0 ～ /人・日
	アシスタントライトマン（2st）		・基本日当		0 ～ /人・日
	・「足場の組立等作業」資格者手当		※ 資格のあるアシスタントがイントレ等の作業を行う場合、必要機材込みで計上します。		
【新】	主任		・1日・1名につき		0 ～ /人・日
	作業者		・1日・1名につき		0 ～ /人・日
	・機材撤収		※ 機材撤収専門のスタッフが必要になる場合に担当費で計上します。		
	機材撤収スタッフ		・担当費		0 ～ /人・日

03　制作人件費（3）

【助手日当の考え方】［算定方法の一例です］



〈例〉業務時間：5:00-8:00 → 1＋a%　　業務時間：19:00-27:00(翌3:00) → 1＋3a%

◇海外ロケや長期拘束の場合等では、助手に対してであっても特例的に日当とせず、内容に応じ交渉して担当費とする場合があります。

◇「カメラ・ライト　アシスタント」以外のスタッフの「日当」は基本的に日当×日数で計算します。ただし制作会社スタッフが担う場合は「日当（8h基準）」となります。

カテゴリー	費目	ランク等	備考/説明		コストor プライス
03 制作人件費	○ その他撮影スタッフ				
	美術テデザイナー		・担当費	規模、内容による	
	スタイリスト		・担当費	規模、内容による	
	スタイリストアシスタント		・担当費または日当	規模、内容による	
	ヘア・メイク		・担当費	規模、内容による	
	ヘア・メイクアシスタント		・担当費または日当	規模、内容による	
	ネイルアーティスト		・担当費	規模、内容による	
	クッキングスタイリスト		・担当費	規模、内容による	
	クッキングスタイリストアシスタント		・担当費または日当	規模、内容による	
	コレオグラファー（振付）		・担当費	規模、内容による	
	スチールフォトグラファー		・担当費	規模、内容による	
	スチールアシスタント		・担当費または日当	規模、内容による	
	特殊機材オペレーター		·担当費または日当 ※「05 撮影機材費」で特機の明細として扱うことも可	規模、内容による	
	特殊撮影スタッフ		·担当費または日当 ※「07 美術費」で扱うことも可	規模、内容による	
	立体アニメスタッフ		·担当費または日当 ※「11 CG/アニメーション関連費」で扱うことも可	規模、内容による	
	ビジコンオペレーター		・日当		0 ～ /人・日
	DIT （デジタル イメージング テクニシャン）		・担当費または日当 ※ 撮影前の早い段階で制作内容に対し最適なファイルワークフローを選択・提案し、安全・確実・効率的な実行を監修します。撮影機材、ポスプロ機材の選択・提案も行います。 ※ 撮影時（～仕上げまでの間）、データマネージャーの業務を監督、または兼務します。		
		S	・担当費	規模、内容による	0 ～ /人
		A	・担当費	規模、内容による	0 ～ /人
		B	・担当費	規模、内容による	0 ～ /人
			・日当		0 ～ /人・日
	データマネージャー		・担当費または日当 ※ 撮影前の早い段階で制作部や撮影部と打合せを行い、制作内容、撮影やポストプロダクションでの使用機材、最終露出形態などについて理解した上で、収録（～仕上げまでの）ファイルの安全、品質両面での管理方法を決定し実行します。		
			・担当費	規模、内容による	0 ～ /人
			・日当 ※「10 記録メディア費/変換費」でクローン作成/変換費を計上した場合、その作業時間は除外する		0 ～ /人・日
	アシスタントデータマネージャー （データローダー）		※ 複製・変換・消去などのファイル関連作業を制作部、撮影部や、DIT、データマネージャーの指導のもとルールに則り実行します。 ※ 特に撮影現場で撮影部の指導のもと、収録メディアからオリジナルメディア、バックアップメディアへのクローン作成を行う場合は、「データローダー」と呼ばれます。		
			・日当		0 ～ /人・日
	データアップローダー		※ オンラインサーバ上に撮影素材などのデータアップロードをする場合の、アップロード専門のアシスタントです。		
			・日当		0 ～ /人・日
	エディター /カラリスト 撮影スーパーバイズ <立会い>		※ 撮影現場での合成（Visual Effects）などのスーパーバイザーとして、エディターやカラリストが立会う場合に、基本的に日当で計上します。 ※ スーパーバイズにとどまらず撮影現場でグレーディング、編集、仮合成などを行う場合の人件費は、（「10 記録メディが費/変換費」、「12ポストプロダクション費」）で、1h単価で計上します。		
		A	・日当	フリー等	0 ～ /人・日
		B	・日当	通常ランク	0 ～ /人・日

04　出演費（1）

①出演者・出演候補者に対する情報管理の徹底

◇ 誰もが簡単に不特定多数に向けて情報を発信できる時代となっています。虚実が混在するあらゆる情報がインターネット上で共有され、「発信」のみならず誰もが高度な「検索」もできるようになり、検索エンジンの進化がこれに拍車をかけています。こうした現状においては、「出演者」に関する情報が原因となり、その真偽に関わらず思わぬところからSNS上で炎上が起き、アドバタイザーをはじめ関係者全てに迷惑が及ぶリスクが高まっていると考えられます。

◇ そのようなリスクを低減するためには、出演者･出演候補者に対し、情報の取り扱いについての注意喚起を徹底しなければなりません。

・情報公開は制作会社の許可なしに行わないことを改めてよく理解してもらう。まずは「出さない」ことの徹底が重要です。

・出演にあたっての*禁止事項などを明記した同意書や誓約書に**署名をしてもらい、同様の内容を記載したものを相手にも渡しておく。

* 業務上知り得た「秘密情報」の第三者への漏洩･開示（SNS上での公表含む）をしてはいけない。原則として、当該作品公開前の公表は禁止。

**20歳未満の未成年の場合は責任能力のある親権者の同意（署名）も必須。

②「出演者情報リサーチ費」の導入

◇ 出演者・出演候補者についてアドバタイザーや広告会社から提示される競合等の「選定条件」との適合は、キャスティング会社/モデル事務所/出演者･出演候補者本人から直接報告される情報を信頼することにより確認されるのが基本です。

◇ 「誰もがインターネット上で検索ができる」現状では、「選定条件との適合」について、上記情報報告当事者ではない第三者が、独自のネット検索を実施できるようになっています。しかしその検索結果が本人による報告情報と食い違うというリスクも生じています。そのため、このリスクの軽減を目的として、制作会社やキャスティング会社がインターネットでの「リサーチ」を依頼されることがあります。

【新】出演者情報リサーチ費

情報リサーチは、出演者決定事前に行うことが有効と考えられます。（「02 制作準備費」出演者情報事前リサーチ費 参照）

※出演者決定事後のリサーチを実施することも考えられます。実施の目的･理由や、制作会社責任の限定を明確にしてから行い、ここで計上します。

③「インフォメーションレスキャスト（ILキャスト）」について

◆ 費用の問題等によりメインキャスト、サブキャストを「競合無」とすることがあります。
この場合、競合に関する情報をモデル事務所等へ問合せることはなく、「情報リサーチ」も実施しないことが基本となります。

◆ この本来の「競合無」の在り方を改めて明確化するために、これを「インフォメーションレスキャスト（ILキャスト）」と呼ぶこととします。

◆ 「インフォメーションレスキャスト（ILキャスト）」は選定のために必要な最低限の事項以外に情報を問わず、リサーチもしないことで安価にできるものです。

※「競合無」＝「インフォメーションレスキャスト（ILキャスト）」に対する情報調査依頼について

◆ メインキャスト、サブキャストを「競合無」とした場合でも、競合他社に出演していないか等の調査・報告を求められることがあります。出演条件を確認した際「競合無」＝「インフォメーションレス（IL）」であるので、基本的にはそのような依頼には対応できません。
競合情報が必要であれば改めて「競合有」に変更してモデル事務所等に問合せて報告することが本来の在り方です。

◆ どうしても「競合無」のままで競合情報が必要であるとして求められ問合せても、対応不可となるモデル事務所が大半です。例外的に「競合無」でモデル事務所が情報問合せに応じてくれた場合にはその結果を報告しますが、「出演者情報リサーチ費」を請求します。

◆ インターネットでの「リサーチ」も要請され特例的に実施する場合は、上記「出演者情報リサーチ費」の考え方に則って実施し、対価を追加請求します。しかしそもそも「競合無」ですから、後からリサーチ条件外のネット検索等で競合への出演が発見された場合でも、制作会社は責任外となります。

カテゴリー	費目	備考/説明		コストor プライス
04 出演費	○ 出演者 ※ 年間出演契約の場合は、主に広告会社と出演者との間で契約を結びます。制作会社が出演料を支払う場合は、広告会社、出演者（所属事務所）と協議、確認の上、使用期間･使用媒体･エリア･競合関係などを明記し、覚書、または契約書を交わします。 ※ オーディションによってモデルなどの出演者を選ぶ場合も上記の諸条件を充分確認してください。 ※ 特に外国人モデルの場合は、適正な在留資格の有無の確認を必ず行ってください。			
	メインキャスト、サブキャスト （*競合有）		規模、内容による	
	メインキャスト、サブキャスト （競合無・インフォメーションレス）	※「ILキャスト」と略称されます	規模、内容による	
	○ その他の出演			
	エキストラ（競合無・インフォメーションレス「IL」）	・1日あたり	規模、内容による	0 ～ /人・日
	パーツモデル	※ 手タレをはじめとする、手、足、髪、背中、口などのパーツモデルです。		
			規模、内容による	
	ボディーダブル	※ 演技に特殊技能を要したり、リスクが高い場合などに必要となる、出演者の代役です。		
			規模、内容による	
	動物タレント	※ 犬や猫などが特別に訓練を受け、事務所などに所属している場合はここで計上します。		
			規模、内容による	
	○ ナレーター ※ 制作会社が出演料を支払う場合は、広告会社、出演者（所属事務所）と協議、確認の上、使用期間･使用媒体･エリア･競合関係などを明記します。			
	ナレーター		規模、内容による	
	○ 出演関連費			
【新】	出演者情報リサーチ費 ※PAやリサーチャーの人件費で計上する場合もあります	※ 得意先から出演候補者に関する特別な調査依頼があった場合に実施・計上	規模、内容による	
	※ 保険 撮影まわりの出演者に関する保険は「08スタジオ撮影費」「09ロケーション撮影費」でまとめて扱います。			
	※ 出演料と支払い額について 個人の出演料は手取り金額ではなく、源泉税込金額を見積金額とします。			
	※ 出演者に対する源泉徴収について 源泉徴収対象者および税率は、下記の通りです。			

支払先	対象取引	租税条約	復興特別税加算後（2013/1/1-2037/12/31）	
			100万円まで	100万円超の部分
居住者（国内の個人）	報酬・料金など	該当せず	10.21%	20.42%
非居住者・外国法人	人的役務の提供・報酬・使用料など	適用無	20.42%	
		適用有	条約による軽減税率	

※有料職業紹介事業について

① モデルおよび演芸家などを紹介、斡旋するには労働大事の許可が必要です。
② 労働大臣の許可を得たファッションモデル事務所にCMタレントの出演を依頼した場合、
職業安定法の定めにより次の手数料を支払うことになっています。
〈求人受付手数料　1件につき670円まで〉　〈日雇紹介手数料　出演料の10.8%まで〉
この手数料に対しての源泉徴収はいりません。

*「競合」に関する詳細は、「巻末資料 P171」の「競合について」（一般社団法人 日本モデルエージェンシー協会「出演と契約に関するガイドライン」より）を参照して下さい。

12　ポストプロダクション費（1）

※　広告映像制作におけるポストプロダクション業務改善施策と新運用ガイドライン策定の取り組みについて

TVCMのみならず、広告映像制作全般を取り巻く事業環境は変化しており、従来のポスプロ業務運用やその受注方法についても急激に大きな変革が求められています。「働き方改革」遂行への取組みは急務であり、ポスプロワークフローも例外ではなく長時間労働是正は必須課題です。また2017年秋より開始されたCMオンライン送稿も、従来のポスプロ技術サービス運用・受注方法を見直し、再構築する契機となっています。
こうした大きな変革を受け「新たな効率的フロー構築」「新商取引」「役割の見直し」等についての推奨運用ガイドラインの実現を目指しています。

（1）「働き方改革」に対応し、従来の立会い中心のワークスタイルからの脱却を目指して新たなワークフローの提案を行い、業界全体での効率化と長時間労働改善のための 取り組みを加速する。
（2）CMオンライン送稿の本格的運用も契機とし、適正な取引を実現するポストプロダクション業務も包含した枠組みを業界全体で作り上げる。

案件ごとに様々な効率化と業務改善を達成する為には、作業事前の時点において、具体的内容に関する緻密な共有と読み、最適なフローの設計と提案について、これまで以上にポスプロ営業の方々と深い連携が必要となってきます。
● 検討事項と想定成果

① ガイドラインの策定	②（非立ち会い化を含む）効率化を実現するフローのひな形
▶　営業時間について ・早朝、深夜、休日の営業外時間の取扱について再検討 ▶　受注＆請求における共通ルール ・作業内容＆スケジュールの事前確認、事前見積 ・事前打合せに基づく発注書等証票の取得 ・スケジュール変更、キャンセル時の取扱（前々日、前日、当日キャンセルにおける料金発生意識の啓発） ・追加作業、超過時間、緊急作業の取扱 ・プリント受注のない単受注作業の考え方（業務実時間を反映した課金・見積の推奨）	▶　ワークフローを効率化するための非立ち会い作業の普及 ・事前の作業内容＆スケジュールの打合せ実施（最終成果物事前確認、合意） ・ポスプロプロデューサー職/VFXスーパーバイザー等の育成、設置 ・試写ルールの設定 ・独立したプレビュー室（編集室、MAスタジオ以外）の利用促進 ・休日作業を避けるための試写日程の模索 ・非立ち合い〈バックヤード〉業務の実態に応じた課金を推奨 ▶　スケジューリングの効率化 ・主要各社による共同スケジューリング（予約）システムの開発、運用の模索

◇「ポストプロダクション費」は全て、作業実態通りに、業務実時間を反映させた時間数で計上します。
※　従来は「1ジョブ○○円」などと「グロス金額」とするケースが大半でしたが、今後は基本的に「バックヤード作業」も含め、作業実態通りの実時間計上とするよう努めます。
※「ポストプロダクション費」の「キャンセル料」は、ポスプロによって一定ではありません。参考値として3日前50%／2日前70%／前日･当日100%などがあります。詳細は個別にポスプロに問い合わせてください。

◎ テクニカル人件費
※従来は明確にされていなかったポスプロ作業における専門的なサービスについて、下記を明示して計上します。
・【新】ポスプロコーディネート費
ポスプロプロデューサーが案件ごとに仕上りと予算を理解し、最適な使用機材・スタッフ・スケジュール等を選択して調整キープし、ポスプロフローを設計・提案するための人件費です。
・【新】VFXスーパーバイザー費
とくに高度で技術に関わる専門知識を必要とする仕上げイメージが求められる場合に、撮影の手法・機材選択、CG制作や合成・エフェクトの方法をスーパーバイズする人員の人件費です。

※ ポストプロダクション費について（編集･MA共通）

- キャンセル料の参考値として、3日前50%、2日前70%、前日・当日100%があります。詳細は個別にポスプロへ問い合わせてください。
- おまかせでのEDLの復元、アーカイブの立ち上げ･整理･保存、打合せのため拘束された時間、待機時間も編集時間にカウントされます。
- プレビュー用プリントのフォーマット作成費は作業時間に応じ編集費で計上しますが、そこからのプリント費は「10 記録メディア費/変換費」で扱います。
- プロジェクトデータや映像･音声素材をHDD、LTO、光学ディスクなどに保管する為のクローンデータ作成費、メディア費は「10 記録メディア費/変換費」で計上します。

カテゴリー	費目	備考/説明		コストor プライス
12 ポストプロダクション費	◎ テクニカル人件費			
【新】	ポスプロコーディネート費	担当費（ランク・内容・規模による）		0～/人
【新】	VFXスーパーバイザー費	担当費（ランク・内容・規模による）		0～/人
	◎ 編集費			
	○ オフライン編集費　※バックヤード作業の時間も計上します。 ※ 次のような編集スケジュール上の項目ごとに作業時間数を明記するようにします。 <準備> オフライン編集用素材立上げ/素材分け/OK出し <編集> エディティング（編集点（タイミング）、編集尺、編集順、編集タイプ検討→決定） <テスト（ラフ）素材作成> 仮エフェクト/色調テスト/仮合成/仮タイトル入れ/仮音（仮音楽、仮SE、仮ナレーション）入れ <チェック関連> 編集チェック用フォーマット作成/編集チェック時刻待ち/広告会社編集チェック→検討、手直し→アドバタイザー編集チェック用タイプ決定/アドバタイザー編集チェック→検討、手直し→オフライン試写（第二次PPM）用タイプ決定 <打合せ関連> オフライン編集機を使用してのCG、音楽、SEなどスタッフ打合せ <試写準備> オフライン試写用フォーマット作成/レンダリング、書出し/オフライン試写用メディアコピー <試写後作業の準備> グレーディング用素材抜き出し/レンダリング、書出し/EDLなどグレーディング、オンライン編集用データ作成/グレーディング、オンライン編集用データを保管メディアへコピー /エディター→PM/APM素材内容引き継ぎ			
	● オフライン編集機材費			
	<ノンリニア編集システム>			
	Avid / Final Cut Pro / Premiere（編集室など編集専用システム使用）	･1hあたり		0～/h
	Avid / Final Cut Pro / Premiere（作業用PC使用）	･1hあたり		0～/h
	● オンセットエディティング機材費 ※ 撮影現場でオフライン編集を並行して行う場合のPCなど編集機材費です。 ※ 機材関連で特別な追加がある場合は単価に反映します。 ※ 移動日がある場合は0.5日分、予備日の拘束及び前日･当日キャンセルはキープ時間分の費用がかかる場合があります。これらの適用時間数については規模に応じ個別の確認が必要です。 ※ 機材運搬のための車両費は「08 スタジオ撮影費」「09 ロケーション撮影費」で計上します。			
	<ノンリニア編集システム> ※ 編集専用システム: 編集ソフト+デスクトップPC+モニターなど　※作業用PC: 編集ソフト+ノートPCなど			
	Avid / Final Cut Pro / Premiere（編集専用システム使用）	･1hあたり（1日3h保証）		0～/h
	Avid / Final Cut Pro / Premiere（作業用PC使用）	･1hあたり（1日3h保証）		0～/h

12　ポストプロダクション費（4）

◎ 納品物作成関連費

制作事前に確認書などで指定された「納品物」を作成する費用で、制作費内「制作見積」で扱う下記については、ここで計上します。

● **【新】納品用原版作成費**

〈ポストプロダクション費では「初号原版」のみを扱います（「OA原版」は「 21 制作費外オプション作業費」）〉

納品物に「初号原版」が指定された場合に、1タイプ当たりの単価または作業時間で計上します。

納品メディア（HDCAM-SRテープ/Prores422HQファイル/XDCAM）、DF/NDF種別、納品方法等の詳細を必ず事前にご指定いただきます。

※ 納品物が「初号原版」の場合、制作会社は、追加有償となる「OAフォーマット」作成や「OA原版」作成（制作費外搬入フェーズ扱い）等を委託されない限り、いかなるOAプリントの業務にも対応できない状態となりますので、注意が必要です。

またこの場合、OAフォーマットが必要となる場合の、交通ビジョン等のOOH用プリント、賞出品用プリントにも制作会社は対応できません。

● **【新】初号フォーマット作成費**

納品物に「初号原版」以外が指定された場合、または、「初号原版」以外が指定された場合でも「初号原版」の指定フォーマットが「初号試写用」の指定フォーマットと異なる場合に、1タイプ当たりの単価または初号フォーマットにかかるオンライン編集時間に応じて計上します。

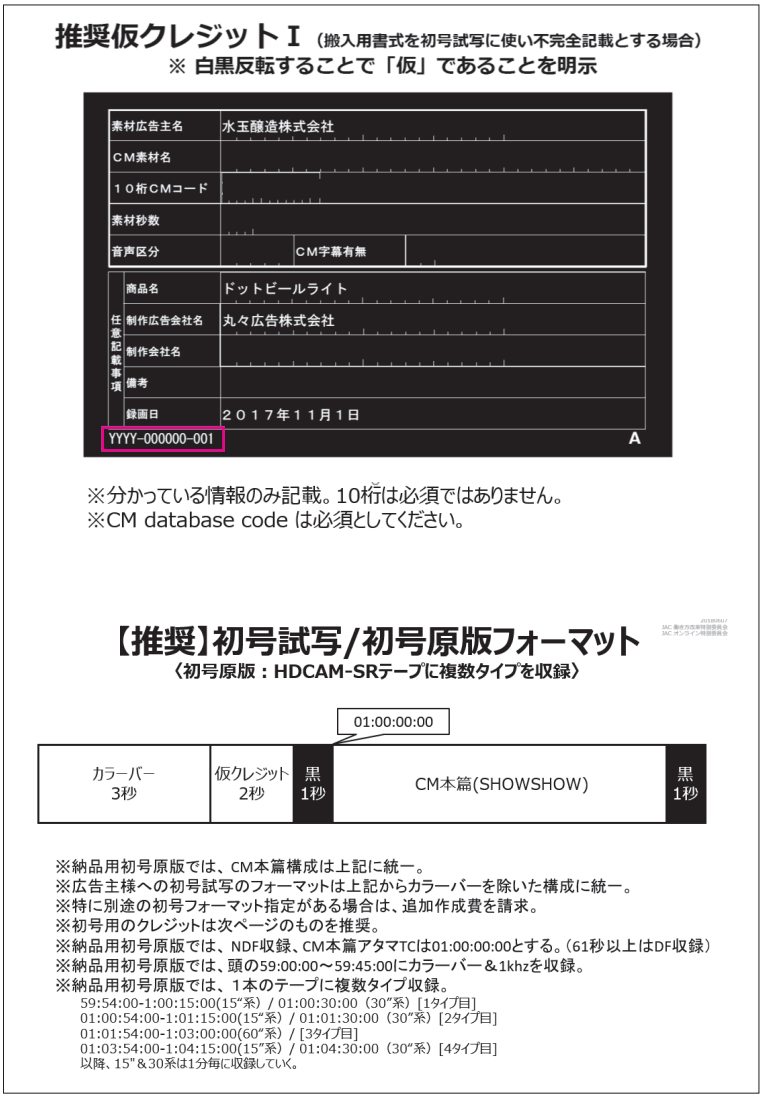
● **プレビュー用プリント費 〈初号試写用納品物〉**

初号試写用のプレビュー用プリントが必要な場合には、必ず計上することが必要な納品物の費用です。

※ ただしこの科目ではなく、「10 記録メディア費/変換費」の「プレビュー用プリント費」で計上となります。

※ JAC推奨「初号フォーマット」について

JACの推奨初号フォーマットは下記のように例示されています。



推奨仮クレジットⅠ（搬入用書式を初号試写に使い不完全記載とする場合）

※ 白黒反転することで「仮」であることを明示

素材広告主名	水玉醸造株式会社	
CM素材名		
10桁CMコード		
素材秒数		
音声区分		CM字幕有無
任意記載事項 商品名	ドットビールライト	
任意記載事項 制作広告会社名	丸々広告株式会社	
任意記載事項 制作会社名		
任意記載事項 備考		
任意記載事項 録画日	2017年11月1日	
YYYY-000000-001		A

※分かっている情報のみ記載。10桁は必須ではありません。
※CM database code は必須としてください。

【推奨】初号試写/初号原版フォーマット

〈初号原版：HDCAM-SRテープに複数タイプを収録〉

01:00:00:00

カラーバー 3秒	仮クレジット 2秒	黒 1秒	CM本篇(SHOWSHOW)	黒 1秒

※納品用初号原版では、CM本篇構成は上記に統一。
※広告主様への初号試写のフォーマットは上記からカラーバーを除いた構成に統一。
※特に別途の初号フォーマット指定がある場合は、追加作成費を請求。
※初号用のクレジットは次ページのものを推奨。
※納品用初号原版では、NDF収録、CM本篇アタマTCは01:00:00:00とする。（61秒以上はDF収録）
※納品用初号原版では、頭の59:00:00～59:45:00にカラーバー＆1khzを収録。
※納品用初号原版では、1本のテープに複数タイプ収録。
59:54:00-1:00:15:00(15"系) / 01:00:30:00（30"系）[1タイプ目]
01:00:54:00-1:01:15:00(15"系) / 01:01:30:00（30"系）[2タイプ目]
01:01:54:00-1:03:00:00(60"系) / [3タイプ目]
01:03:54:00-1:04:15:00(15"系) / 01:04:30:00（30"系）[4タイプ目]
以降、15"＆30系は1分毎に収録していく。

カテゴリー	費目	備考/説明		コストor プライス
12 ポストプロダクション費	◎ 納品物作成関連費			
	※「新取引」における「原版」について ・「新取引」での制作会社の基本業務範囲は「初号まで」。「総合受注」はなくなり、OAに関する業務は全て制作費外オプションとなりました。 ・「原版」は、アドバタイザーへの最終納品物の呼称に変わりました。「初号原版」「OA原版」の二つに大別されます。 『初号原版』:「新取引」では基本となる納品物です。「初号フォーマット」なので、そのままではOAプリント用に使用できません。 ※ オプションでOAフォーマット作成以降の業務も制作会社が委託される場合、求められない限り初号原版の作成は必要ありません。 ※ 初号原版の納品・検収完了後は、制作会社は免責となります。 『OA原版』:「新取引」では制作費外オプション業務の納品物です。「OAフォーマット」なので、OAプリント用に使用できます。 ※ オプションでOAフォーマット作成以降の業務を制作会社が委託される場合、「21. 制作費外のオプション作業費」で計上します。 ※ OA原版の納品・検収完了後は、制作会社は免責となります。 ※「原版」と名のつくものは納品物です。納品後に戻されて保管（有償）を委託されない限り、制作会社の手元に残ることはありません。			
	※「サブマスター」について ・納品されずに、原版作成フローによっては制作会社の手元に残る、（これまでは「原版」と言われていた）バツ付CMタイプも含まれる素材は、「サブマスター」という呼称の、制作会社所有の「中間生成物」という扱いに変わります。これは「素材」であって、「原版」ではありません。 ・「初号サブマスター」や「OAサブマスター」に大別される他、特別に「特定媒体用フォーマットサブマスター」がある場合も考えられます。これらは「原版」や「プリント」等の「納品物」の作成途中で中間素材として生成されたり、または「原版」作成事後に制作会社によりその控えとして作成される場合もあります。ただし制作会社各社のフローや考え方によって作成されなかったり、作成しても一時的にしか保管されない場合も考えられます。 ・作成された場合、一時的に保管されている間は、改訂作業など、制作会社自らの業務の効率化に利用されます。また特に「OAサブマスター」は、OAプリント用に利用することもできます。 ・このように、「サブマスター」は飽くまで「原版」等の作成の為の「やりくり」「控え」という位置付けの「中間素材」ですから、「サブマスター」自体の作成費用や、「サブマスター」用のテープ費・メディア費、保管費は見積に計上しません。			
	● 納品用原版作成費 〈この費目では「初号原版」のみを扱います（「OA原版」は「21. 制作費外オプション作業費」を参照）〉 ※「クレジット（仮クレジットも可）」を作成し、編集/MA室のサーバ上の映像/音声素材から初号原版用のフォーマットを作成して、テープ等のメディアに書出し、品質と内容を確認した上で 帳票等を付けて納品体裁として指定先に届け、また、内容確認用のファイル等の素材を作成して確認者に送付もする、機材費・メディア費・人件費から成る、一連の総合業務全体に対する費用です。			
	初号原版作成[SHOWSHOW初号フォーマット] (HDCAM-SR) DF	・CM1タイプにつき ※1テープに1タイプのみ収録		0/タイプ
	初号原版作成[SHOWSHOW初号フォーマット] (HDCAM-SR) *NDF (*搬入基準外だが、納品先が受容する場合のみ選択可能)	・CM1タイプにつき ※1テープに複数タイプ収録		0/タイプ
【新】	初号原版作成[SHOWSHOW初号フォーマット] (Prores422HQ) DF	・CM1タイプにつき ※1ファイルに1タイプのみ収録		0/タイプ
	初号原版作成[SHOWSHOW本編のみ] (Prores422HQ) DF	・CM1タイプにつき ※1ファイルに1タイプのみ収録		0/タイプ
	初号原版作成[SHOWSHOW初号フォーマット] (XDCAM) DF	・CM1タイプにつき ※1メディアに1タイプのみ収録		0/タイプ
	● 初号フォーマット作成費（「OAフォーマット作成費」は「21. 制作費外オプション作業費」を参照） ※「初号フォーマット」には、「(A) 初号試写用のフォーマット」と、「(B) 初号原版用のフォーマット」の二つがあると考えられます。 ※「初号原版」の納品があり、上記（A）（B）が基本的に同じ構成である場合は「初号フォーマット作成費」は計上しません。 ※「初号原版」の納品があっても、上記（A）（B）が全く別の構成である場合、（A）の「初号フォーマット作成費」を計上します。 ※ OAフォーマット作成以降の業務も制作会社が委託されたため「初号原版」の納品がない場合、（A）の「初号フォーマット作成費」を計上します。			
【新】	初号フォーマット作成	・Flame、MA、ポスプロ人件費等を作業時間に応じh計上 ・CM2タイプにつき1hを目安とする。	計算例: Flame+Ed+Aed +MA+PM	0/タイプ
	● プレビュー用プリント費 〈初号試写用納品物〉 ※「10 記録メディア費/変換費」の「プレビュー用プリント費」で計上します。そちらを参照してください。			

14　その他制作費（1）

◎ 情報セキュリティ関連費

○ 情報セキュリティ関連人件費

・プロダクションセキュリティ

情報セキュリティの重要度や作業規模による必要に応じ、制作スタッフとは別に、専任の情報セキュリティスタッフに業務範囲・期間、責任範囲を定めて機密情報管理を委託することがあります。制作部と連携して機密情報・物品の保管状況、貸与状況を把握・管理します。打合せや撮影などの現場に立会って機密情報・物品を管理したり、回収、返却、廃棄までを監督することもあります。

・プロダクションアシスタント

機密情報に関する記帳、機密書類へのナンバリングやスタンプ、機密書類の回収、廃棄、処理状況の記録などの実務を行います。

機密情報・物品の分量・規模によっては、多くの人員が必要となる場合があります。

・警備員

保管場所に警備員が必要な場合に計上します。日当の他、期間契約の場合もあります。

※ 警備業の認定事業者でなければ、警備会社への再委託はできません。

広告会社が警備業認定業者であるかを確認し、警備業認定業者でない場合には、アドバタイザーから警備会社への直接発注も考慮しなければなりません。

◎ 保管費

・制作会社が納品物制作のために購入したり中間的に作成した、映像・音声素材・作品メタデータや衣装・小道具などは、初号納品後速やかに廃棄して廃棄費を分量等により計上するのが基本です。ただし、事前の保管要請があった場合は、①保管期間を明確に定めて、②保管期間満了後は満了前の申し出がない限り自動的に廃棄することを約束した上で、その廃棄予定費用も見込んだ対価を、制作見積で計上しておくのが合理的です。

・保管期間満了前に延長保管要請があった場合は「21 制作費外オプション作業費」の「保管延長費」で計上します。

●【新】初号原版保管費

制作会社にとって「原版」は全て「納品」するものであり、制作会社の手元に残るものではなくなりました。従ってその保管費も計上することは基本的になくなりました。しかし、特に納品後に預けられて初号原版の保管を求められた場合は、制作見積において「初号原版保管費」を計上します。

カテゴリー	費目	備考/説明		コストor プライス
14 その他制作費	◎ 情報セキュリティ関連費			
	○ 情報セキュリティ関連人件費 ※ 制作受注から納品後の一定期間を通して、制作スタッフとは別途、専任の情報セキュリティスタッフが必要となる場合はここで計上します。 企画時/撮影時に特定される場合は「01 企画関連費」、「03 制作人件費」で扱います。			
	プロダクションセキュリティ	・1作品につき（重要度、内容による）	規模、内容による	0 ～ /人
	プロダクションアシスタント	・日当（*8h基準）		1日分のXX% /日
	警備員 ※ 基本的に制作会社が 認定事業者の場合のみ計上	・保管場所に警備が必要な場合に、日当または期間契約で計上します。（ただし、下記に注意） ※ 警備業の認定事業者でなければ、警備会社への再委託は出来ません。 <大多数の制作会社は警備業の認定事業者ではありません。警備会社への再委託はできません。 ＝直接支払や請求に絡むことは基本的にはありません。> ※ 広告会社が警備業認定業者であるかを確認し、警備業認定業者でない場合には、アドバタイザーから警備会社への直接発注も検討しなければいけません。		
			規模、内容による	多くの場合、広告会社orアドバタイザー払い
	○ 情報セキュリティ備品使用費 ※ 現場でのスタッフタグやPASSシール、掲示物、スタンプ、携帯シール、施錠BOX、シュレッダーなど、備品一式の使用費です。			
	情報セキュリティ備品使用費	・1日あたり		0 ～ /日
	○ 機密物品保管関連費			
	保管倉庫	・臨時にレンタルする他、社内のスペースを間仕切りし、特別な施錠をして監視カメ ラを設置するなどの場合には内容に応じ 設備費を計上します	規模、内容による	
	保管庫	・金庫など、特別な保管用具の費用です	規模、内容による	
	◎ 保管費			
	※「新取引」における納品物、素材の保管・廃棄について 「初号原版」：納品物なので、基本的にこの「保管」や「廃棄」はありません。 ただし納品後に制作会社に再び預けるなど、特に「保管」や「廃棄」を委託された場合は、制作費内で計上します。 ※ 保管・廃棄・返却について事前に期間等を定めてから実施し、制作費内で計上します。 特別な要望がなければ「初号納品後X年間保管後広告主へ返却」とします。 「OA原版」：「21. 制作費外のオプション作業費」参照 …オプション業務の納品物なので、制作見積での計上はありません。 「素材」：保管・廃棄について事前に期間等を定めてから実施し、制作費内で計上します。 特別な要望がなければ「初号納品後X年保管後自動廃棄」とします。			
	○ 初号原版保管費 / 映像・音声素材・メタデータ保管費　※「12 ポストプロダクション費」で計上することもあります。 ※「原版」は納品物です。納品後に制作会社に再び預けられ、委託されない限り、保管することはありません。			
	● 初号原版保管費　<原版タイプ数で計上> ※ 納品後に制作会社に再び預けられ、委託されない限り、保管することはありませんが、委託された場合は保管費用を制作費内で計上します。 ※ 特別な要望がなければ、初号納品後X年保管後返却とします。仕様書や見積書にその旨明記しておきます。 ※ X年を超えて保管するには、保管期間満了前に延長保管要請が必要です。（保管延長費は¥XX,000/1タイプ・1年／ 21 制作費外オプション作業費で計上）			
【新】	初号原版 保管費	・初号納品日よりX年保管後返却		0 ～ /1タイプ・X年
	● 映像・音声素材・メタデータ 保管費 ※ 初号納品後、X年間の保管、保管期間満了後の自動廃棄を基本とします。仕様書や見積書にその旨明記しておきます。 ※ X年を超えて保管するには、保管期間満了前に延長保管要請が必要です。（保管延長費は¥XX,000/1式・1年／ 21. 制作費外オプション作業費で計上）			
	映像･音声素材･メタデータ保管費 （テープ〇本毎、データ〇TB毎）	・初号納品日より1年保管後自動廃棄		0 ～ /一式・1年
		・初号納品日より2年保管後自動廃棄		0 ～ /一式・2年
	※「素材」の種別			
	・映像素材（保管対象は②③⑤⑥のみ） ① 制作準備関連素材　<特に保管の対象とせず、基本的に初号納品日より3 ヶ月程度で廃棄> ② 撮影素材　<保管期間: 基本的に初号納品日より 1 年又は2年> ③ 変換素材　<保管期間: 基本的に初号納品日より 1 年又は2年> ④ オフライン編集素材　<特に保管の対象とせず、基本的に初号納品日より3 ヶ月程度で廃棄> ⑤ オンライン編集素材・初号サブマスター　<保管期間: 基本的に初号納品日より 1 年又は2年> ⑥ CG/アニメーション素材、買取素材、レンタル映像素材　<保管期間: 基本的に初号納品日より 1 年又は2年とする（個別契約による）>			
	・音声素材 ① 同録、オンリー素材　<保管期間: 基本的に初号納品日より1年又は2年> ② MA関連素材　<保管期間: 基本的に初号納品日より1年又は2年> ③ 音楽プロダクション収録音源　※音楽プロダクション保管 <保管期間: 基本的に初号納品日より1年又は2年とする（個別契約による）>			
	・メタデータ			
	各作品個別の作品情報を、制作会社がデータベースとして管理します。　<保管期間: 基本的に初号納品日より 1 年又は2年>			

14　その他制作費（2）

◎【新】権利処理関連費

・「新取引」では、制作会社は求められた原版を広告会社等に納品しますので、その原版がどのように使用されるのかは、制作会社にて把握することができなくなります。よって、出演費、音楽費、ナレーター費、アリネガ等のレンタル、または主要なスタッフや成果物を提供する全ての要権利処理外注先への支払いや契約含む「権利処理関連業務」は、本来的には全て、広告会社等の原版を納品され管理する会社が直接行うべきものになります。

・しかしこれは従来の商習慣に対してあまりに急激な変化となり、実質的には難しい場合も多いと考えられるので、制作会社は委託される範囲に応じて、コーディネート、権利処理、契約協力、支払い等を有償で行うこともできます。

※制作会社の関わり方には、下記（a）（b）（c）（d）4通りがあり得ると考えます。

（a）制作会社は、「支払い」「契約」「権利処理」には関わらないが、外注先や物品の推薦・選定に関わり、情報伝達のための連絡も行います。
これらの業務の対価は「権利者コーディネート費」として、広告会社が支払う実費に応じて【制作見積】に計上いたします。

（b）制作会社は、「支払い」「契約」には関わりませんが、広告会社より依頼され、外注先との、許諾・使用期間・使用範囲・使用条件・料金等についての「権利処理」業務を行う場合には、「権利処理費」を【制作見積】に計上いたします。（この場合「コーディネート費」はこれに含む）。
この場合でも、制作会社の業務はあくまでも広告会社が契約を行うための『手助け』をするコーディネート業務であるので契約には関わりません。
契約書に制作会社名称を記載されることもありません。

（c）制作会社は、「支払い」には関わりませんが、広告会社より契約業務を依頼された場合は、「権利処理費」に加え、「契約協力費」を【制作見積】に計上いたします。この場合でも、３社契約（広告会社・制作会社・外注先事務所）とし、制作会社の役割は撮影に際しての現場管理（指揮）や支払業務のみにとどめ、使用条件の管理責任は広告会社にあるものとします。

（d）制作会社は、広告会社より「支払い」も依頼された場合は、4社契約（広告会社・制作会社・外注先事務所・素材搬入事業者等の素材管理業者）とし、追加権利処理が生じた場合に備え、制作会社がその追加情報を逐一知り得る体制としておく必要があります。
この場合でも、使用条件の管理責任は広告会社にあるものとします。「権利処理費」「契約協力費」さらに場合により「コンテンツ使用情報管理費」を【制作見積】に計上します。

・契約期間満了に際して延長の要請があった場合は、「21 制作費外オプション作業費」でこれにかかる人件費等を計上します。

カテゴリー		費目	備考/説明		コストor プライス
14 その他制作費	○ 衣装/小道具/その他の保管費　※「07 美術費」で計上することもあります。 ※ 次回作に使用する予定があるなど、特別に保管が必要な場合は条件などを協議の上、期間･分量などにより、保管費を計上します。 ※ 上記のような特例でない限り、購入分の衣装/小道具などについては、速やかに廃棄することが基本です。 ※ 予定外のリテイクなどのリスク回避を考慮し、初号納品後3ヶ月程度の保管をする場合でも、規模によってはその費用を計上します。				
		衣装/小道具/その他の保管費	・条件・期間・分量などによる ・保管期間満了後の廃棄を明示する ・廃棄費用も見込んだ価格設定とする		0～/1年
				規模、内容による	
	○ 特別廃棄処理費 ※ 使用した小道具などが大量であったり、通常の廃棄が法律上不可能であるなどの場合、専門業者に依頼し正しい手続きで廃棄処理します。				
		特別廃棄処理費	・内容・規模・処理法などによる	規模、内容による	
	◎ 権利処理関連費　※P、PM、PAが兼任し、「03 制作人件費」で「工数」として計上することもあります。				
	【新】	権利者コーディネート費	※権利処理・契約協力・支払はしない	規模、内容による	
		権利処理費	※契約協力・支払はしない	規模、内容による	
		契約協力費	※支払はしない	規模、内容による	

15　海外制作費

◇　無駄が生じないようコントロールして適切な規模・内容となるよう、充分に留意します。

16　プロダクション管理費/マークアップ

◇　選択した見積方式に応じて、[1]「プロダクション管理費」、[2]「マークアップ」の何れかを取り決めます。

【新】プロダクション管理費

個々の制作業務を継続していく上で不可欠となる、見積明細としては計上されないバックオフィスの費用です。

従来の総・人・経の管理や、オフィス関連の費用に止まらず、
◆ コンプライアンス対応
◆ 情報セキュリティ対応
◆ リスクマネジメント対応
◆ 業務多様化／環境変化への対応
等についても強化・徹底が求められるようになり、制作会社のバックオフィス業務は増大しています。

【新】マークアップ

・コストプラスマークアップ方式の見積では、マークアップの一部にプロダクション管理費を含んでいます。

15 海外制作費	※ 海外制作費について 海外制作では、国や地方地域により貨幣価値や制作システムが異なり、撮影の規模やコーディネーターの有無など、撮影体制の変化に伴い、現地人件費などの価格が様々に変化します。さらに現地での法律・規則に従い特別な手続きが必要になったり、日本とは異なったシステムの税金や社会保険を支払わなければならない場合があります。また、事故発生時の保険などリスクカバーについても細心の注意が必要です。 正確な見積書を作成するためには、事前に現地と充分な連絡を取り、情報を確認することが必要です。

[1]「プロダクション管理費」

◇「総価単価請負見積」の場合は下記［1］「プロダクション管理費」を、
「実費精算見積（コストプラスマークアップ見積）の場合は下記［2］「マークアップ」を定めます。

「総価単価請負見積」では、従来の曖昧な「間接費」という考え方をやめ、「プロダクション管理費」に改めます。

16 プロダクション管理費		◇ 直接制作費の、〇〇%とします。取引開始前に料率を提案します。 ・プロダクション管理費の料率は、プロダクションの規模や体制を考慮した上で提案します。 ・「働き方改革」実現に向けた直接制作にかかわらないスタッフの拡充や、「高度な機密情報管理」に対応するためのオフィス環境、通信環境、OA機器の整備など制作会社のプロダクション管理費は上昇傾向にあります。			
	【新】	プロダクション管理費			制作費合計の〇〇%

[2]「マークアップ」

16 マークアップ		◇ 直接制作費の、□□%とします。　取引開始前に料率を提案します。 ・コストプラスマークアップ方式を採用する場合は、見積運用方法をよく検討した上でマークアップのパーセンテージ、あるいは価格を決定する必要があります。 ・コストプラスマークアップ方式の見積では、マークアップの一部にプロダクション管理費を含んでいます。			
	【新】	マークアップ			制作費合計の□□%

※ 手形決済の場合の金利について

見積は、初号納品後に1ヶ月程度の現金決済を基準としていますので、手形決済の場合は、その支払い条件に応じて金利を別途加算します。

金利はプロダクション管理費には含まれません。

※ 分割請求について

制作開始と同時に多大な支出を要する場合、あるいは制作期間が長期にわたる場合などは、制作費の請求を「制作決定時」と「納品後の精算請求時」の「分割請求」でお願いすることも必要です。

ただし、請求先となるアドバタイザーや広告会社によっては対応が不可能な場合もありますから、必ず事前に協議するようにします。

21　制作費外オプション作業費（1）

ここでは、初号納品後、制作費とは別途計上する費目についてまとめて紹介します。
確認書での基本的な取り決めに従いコンテンツ制作は進行し、初号プリントの納品→検収（内容承認）をもってコンテンツ制作の業務は完了となりますので、初号以降のOAフォーマット作成以降に関わる費用等のコンテンツ制作の業務完了納品後の作業費や、制作上の成果物、成果物についてのメタデータに関する、使用上・管理上の作業費目です。

◎ 搬入サポート関連費

○ 納品原版作成費

※ OA原版作成費について

事前に確認書にてOAフォーマットの原版の納品が指定された場合に発生する費用です。
50Mbps以上の品質の納品物を「原版」と定義します。この原版となる納品物は、現状では、HDCAM-SR（HDCAM）、MXFファイル、ProRes422HQファイルとなります。納品物がファイルの場合は同時に納品方法を定める必要があります。納品方法によって、メディア代、アップロード費などがかかります。
また、ファイルで納品する場合は、どのようにファイルの同一性を保証するかも含め、事前に確認してください。
納品物がメディアの場合は、納品物＝「原版」であることがわかるよう、メディアにシールを貼付するなどして明示します。
また、メディア、ファイルを問わず、制作会社が権利処理をしている権利者がある場合は、併せてその使用期間を明示します。P131にある通り、基本的には制作会社は権利処理の主体となることができませんので、制作会社が権利処理業務を行うかどうかは、事前に「何が納品物に指定されているか」と照らし合わせ、十分に協議をしてください。制作会社では、事前に依頼されない限り納品原版の保管、複製保管は行いません。この納品物となる「原版」は、専門のスタッフが専門の機材を用いて作成し、厳しい内容確認を行った上で初めて納品物となります。
何れの場合も、納品先が納品物に対して技術的な瑕疵がないかどうかの検収と、初号試写と同一の内容であるかどうか、クレジットの内容が指示した内容に合致しているかの検収を行い、制作会社の作業範囲、責任の範囲は完了となります。納品先によっては検収を行わないまま、複製作業に入ることも多々見られますが、この場合は、複製作業に入った時点で、検収が完了されたものとみなします。

● 【新】OA原版作成費

制作事前に納品物として「OA原版」が指定された場合に計上します。この場合、この費用には「OAフォーマット作成費」も含まれます。

※ OAフォーマットは「長尺」または「短尺」の指定が可能です。同じ収録メディアである限り、基本的にどちらでもプライスは変わりません。
ただしHDCAM-SRのOA原版で「短尺」とすることは、利用可能性が少なくなる上、事故の元ともなるのでお奨めできません。

● 【新】特定媒体用フォーマット原版作成費

制作事前に納品物として搬入用（TVCM以外）の特定フォーマットを必要とする原版が指定された場合に計上します。
この場合、この費用には「特定媒体用フォーマット作成費」も含まれます

● 【新】原版納品後確認補助作業人件費

原版を納品した後、第三者が作成した本クレジット、CMメタ、MXFファイルの内容等の確認を行う、または事業者のオンラインシステムでプレビュー確認の一端を担わされる場合の人件費です。
立会いを行う前に書面にて「立会い作業は、内容が初号と同じであることの確認の一端を担うのみであり、内容の責任は負わない。」旨の覚書等を交わしてから作業を行います。

カテゴリー	費目	備考/説明		コストor プライス
21 制作費外オプション作業費	◎ 搬入サポート関連費			
	○ 納品原版作成費 〈この費目では「OA原版」を扱います〉 ※「クレジット」を作成し、編集/MA室のサーバ上の映像/音声素材から原版用のフォーマットを作成して、テープ等のメディアに書出し、品質と内容を確認した上で 帳票等を付けて納品体裁として指定先に届け、また、内容確認用のファイル等の素材を作成して確認者に送付もする、機材費･メディア費･人件費から成る、一連の総合業務全体に対する費用です。			
	● OA原版作成費 『OA原版』:「新取引」では制作費外オプション業務の納品物です。「OAフォーマット」なので、OAプリント用に使用できます。 ※ オプションでOAフォーマット作成以降の業務を制作会社が委託される場合に計上します。 ※ OA原版の納品・検収完了後は、制作会社は免責となります。 ※「原版」と名のつくものは納品物です。納品後に戻されて保管を委託されない限り、制作会社の手元に残ることはありません。 ※ OAフォーマット作成費を含みます（既存旧原版のOAフォーマットを利用する特定の場合を除く）。 ※ DFでは1日○タイプまで、NDFでは1日○タイプまで作成の単価とし、これを超える分はXX%割増となります。 ※ 土日祝日はXX%割増となります。 *素材尺3分を超える特殊な場合は、追加1分毎に追加¥ XX,000 として個別に計算します。			
	【新】	OA原版作成（HDCAM-SR）DF 長尺OAF	・CM1タイプにつき（OAフォーマット作成費含む）	※1テープに1タイプのみ収録	0/タイプ
			・1日○タイプ超分、土日祝作業の場合：XX%増		0/タイプ
	【新】	OA原版作成（HDCAM-SR）*NDF 長尺OAF（*搬入基準外だが、納品先が受容する場合のみ選択可能）	・CM1タイプにつき（OAフォーマット作成費含む）	※1テープに複数タイプ収録	0/タイプ
			・1日○タイプ超分、土日祝作業の場合：XX%増		0/タイプ
	【新】	OA原版作成（Prores422HQ）DF 短尺OAF	・CM1タイプにつき（OAフォーマット作成費含む）	※1ファイルに1タイプのみ収録	0/タイプ
			・1日○タイプ超分、土日祝作業の場合：XX%増		0/タイプ
	【新】	OA原版作成（XDCAM）DF 短尺OAF	・CM1タイプにつき（OAフォーマット作成費含む）	※1メディアに1タイプのみ収録	0/タイプ
			・1日○タイプ超分、土日祝作業の場合：XX%増		0/タイプ
	● OA原版添付用CM素材交換メタデータ作成費 納品するOA原版に別添して納品するCM素材交換メタデータXMLファイルの作成費です。			
	【新】	CM素材交換メタデータXML作成	・メタ1タイプにつき	※CD-Rメディア収録費・メディア費込	0/タイプ
			・1日○タイプ超分、土日祝作業の場合：XX%増		0/タイプ
	● CM素材交換メタデータXDCAM格納費 納品するOA原版がXDCAMである場合、原版XDCAMへのCM素材交換メタデータXMLファイル格納を求められた際に計上します。			
	【新】	CM素材交換メタデータXML XDCAM格納	・メタ1タイプにつき	※1メディアに1タイプのみ収録	0/タイプ
			・1日○タイプ超分、土日祝作業の場合：XX%増		0/タイプ
	● 特定媒体用フォーマット原版作成費 ※ 特別なフォーマットが必要な媒体のプリント用として、OAフォーマットと異なるフォーマットの原版を作成･納品する場合に計上します。			
	【新】	特定媒体用フォーマット原版作成	・1タイプにつき	※内容・規模による	0/タイプ
			・1日○タイプ超分、土日祝作業の場合：XX%増		0～/タイプ
	● 原版納品後確認補助作業人件費 原版で納品した後、第三者が作成した本クレジット、CMメタ、MXFファイルの内容、または素材搬入事業者のプレビュー画面等の確認を行うための人件費です。 ・立会い作業を行う場合でも、内容が初号と同じであることの確認の一端を担うのみであり、内容の責任は負いません。			
	【新】	原版納品後確認補助作業人件費	・作業時間に応じて計上		0～/h

21　制作費外オプション作業費（2）

○ マスター作成関連費

● 【新】OAフォーマット作成費

制作事前に納品物として「HDCAMテーププリント」のみが指定された場合に計上します。

※ 基本的に「長尺」「短尺」でプライスは変わりません。

● 【新】特定媒体用フォーマット作成費

特定媒体用フォーマット原版作成費が納品物とならずに、かつ、特定媒体用フォーマットの「プリント」も制作会社に委託された場合に計上します。

● 【新】アップロード用MXFファイル作成費

制作事前に納品方法として「MXFアップロード納品」が指定された場合に計上します。この場合、この費用には「OAフォーマット作成費」も含まれます。信頼できる技術スタッフが、安全な環境で送稿用素材を作成、基準適合と同一性保持を確認して品質を保証します。作業は下記の手順で行われます。

・ファイル品質チェック

・OAフォーマット制作マスター作成　（複製・チェックシステム使用）

1. 送出担当者 機材セッティング、複製作業オペレート、ノイズチェック
2. 収録担当者 機材セッティング、複製作業オペレート、ノイズチェック
3. 完成チェック担当者 同一性チェック、基準適合チェック

カテゴリー	費目	備考/説明		コストor プライス
21 制作費外オプション作業費	○ マスター作成関連費			
	※「サブマスター」について ・納品されずに、原版作成フローによっては制作会社の手元に残る、（これまでは「原版」と言われていた）バツ付CMタイプも含まれる素材は、「サブマスター」という呼称の、制作会社所有の「中間生成物」という扱いに変わります。これは「素材」であって、「原版」ではありません。 ・「初号サブマスター」や「OAサブマスター」に大別される他、特別に「特定媒体用フォーマットサブマスター」がある場合も考えられます。これらは「原版」や「プリント」等の「納品物」の作成途中で中間素材として生成されたり、または「原版」作成事後に制作会社によりその控えとして作成される場合もあります。ただし制作会社各社のフローや考え方によって作成されなかったり、作成しても一時的にしか保管されない場合も考えられます。 ・作成された場合、一時的に保管されている間は、改訂作業など、制作会社自らの業務の効率化に利用されます。また特に「OAサブマスター」は、OAプリント用に利用することもできます。 ・このように、「サブマスター」は飽くまで「原版」等の作成の為の「やりくり」「控え」という位置付けの「中間素材」ですから、「サブマスター」自体の作成費用や、「サブマスター」用のテープ費･メディア費、保管費は見積に計上しません。			
	● OAフォーマット作成費 OA原版納品がなくても、①HDCAMプリントの為にHDCAM-SR OAサブマスターを利用する場合と、②XDCAMプリントの為にXDCAM搬入用ファイルマスターを作成する場合は、「OAフォーマット作成」が必要となります。 このうち、②の場合は「OAフォーマット作成費」は「XDCAM搬入用ファイルマスター作成費」に含まれるため独立して計上することはありませんが、①の場合のみ、「OAフォーマット作成費」は独立して計上されることになります。			
【新】	OAフォーマット作成	・CM1タイプにつき	※HDCAMプリントにOAサブマスターを利用する場合のみ計上	0/タイプ
		・1日○タイプ超分、土日祝作業の場合：XX%増		0/タイプ
	● 特定媒体用フォーマット作成費 「特定媒体用フォーマット原版」の納品は無いが、特定媒体用フォーマットのプリントがあり、その為に特定媒体用フォーマットサブマスターを利用する場合に計上します。			
【新】	特定媒体用フォーマット作成	・映像コンテンツ1タイプにつき	※特定媒体用プリントにサブマスターを利用する場合のみ計上	0/タイプ
		・1日○タイプ超分、土日祝作業の場合：XX%増		0/タイプ
	● XDCAM搬入用ファイルマスター作成費 ※ XDCAMのOAプリント用のマスター中間素材（制作会社所有物）作成費です。 ※ OAフォーマット作成費を含みます。 ※ CM素材交換メタデータXML作成、格納の費用を含みます。 ※1日○タイプまで作成の単価とし、これを超える分はXX%割増となります。 ※土日祝日はXX%割増となります。 ※ 1本のテープには、CM1素材のみを収録します。 ※ 搬入用ファイルマスターがHDCAM-SR OAサブマスターから作成される現状のワークフローを前提としています。 *素材尺3分を超える特殊な場合は、追加1分毎に追加¥XX,000として個別に計算します。 ※ 広告主と特別に取り決めた価格がある場合はそれに従います。 ※ XDCAMプリントを委託される前提であるため、「特別価格」となっています。			
	XDCAM搬入用ファイルマスター作成	・CM1タイプにつき（OAフォーマット作成費含む）	※1メディアに1タイプのみ収録	0/タイプ
		・1日○タイプ超分、土日祝作業の場合：XX%増		0/タイプ
	● アップロード用MXFファイル作成費 ※ TVCM素材オンライン運用においてアップロードに用いるMXFファイル中間素材（制作会社所有物）作成費です。 ※ OAフォーマット作成費を含みます。 ※1日○タイプまで作成の単価とし、これを超える分はXX%割増となります。 ※土日祝日はXX%割増となります。 ※ 1本のテープには、CM1素材のみを収録します。 ※ アップロード用MXFファイルがXDCAMとしてHDCAM-SR OAサブマスターから作成される現状のワークフローを前提としています。 *素材尺3分を超える特殊な場合は、追加1分毎に追加¥XX,000として個別に計算します。			
【新】	アップロード用MXFファイル作成	・CM1タイプにつき（*CM尺3分迄）	※現状ではXDCAM 1メディアに1タイプのみ収録	0/タイプ
		・1日○タイプ超分、土日祝作業の場合：XX%増		0/タイプ

21　制作費外オプション作業費（3）

○ オンライン搬入サポート関連費

● 【新】CMメタ登録費

指定の素材搬入事業者のシステムに、システムが規定する「CMメタデータ」を登録する業務を制作会社が委託された場合に発生する作業費用です。作業は下記を満たしているかを確認の上、登録します。

・CMメタのコードは指示されたものである

・CMメタ要素は搬入基準が定め、あるいは示唆する必要項目を不足なく満たし与えられている

・CMメタ内容は指示通りあるいは計測通りで正しいものであり、計測については専門スタッフにより行われている。

● 【新】アップロード費

指定の素材搬入事業者のシステムに、「MXFファイル」をアップロードする業務を制作会社が委託された場合に発生する作業費用です。

※ オンライン搬入は新しい納品方法であり、効率的な反面、未整備な部分も残っています。
　制作会社担当者は信頼できる技術者に相談するなどして、正しい進行方法を提案する事が重要になります。

○ オンエアプリント関連費

● オンエアプリント費

オンエアプリント費は、安全・確実・効率的なオンエアを保証する為の人件費やシステム使用費から成り立つものであり、テープやメディアの使用費はその構成要素の一部にすぎません。

（一社）日本民間放送連盟の定めるテレビCM素材搬入基準には、映像、音声の収録フォーマットに関する規則だけでなく、クレジット/ケース用カード/メディア用シール/CM記録票/CM素材交換メタデータに記載される文字情報についても仔細な規則があり、さらに それら帳票間での記載内容の整合も求められます。

不備があれば、修正の上 再搬入となるので、細心の注意が必要です。

カテゴリー	費目	備考/説明		コストor プライス
21 制作費外オプション作業費	○ オンライン搬入サポート関連費 ※ TVCM素材オンライン運用に制作会社が関わる費用として、「CMメタ登録費」「アップロード費」があります。 ※「CMメタ登録」「アップロード」は、9社（2019年8月現在）ある「素材搬入事業者」の異なるオンラインシステムを熟知した専門のスタッフによる業務となります。 ※ 1日○タイプまで作成の単価とし、これを超える分はXX%割増となります。 ※ 土日祝日はXX%割増となります。			
	● CMメタ登録費 ※ 指定されたCMメタを、指定された素材搬入事業者のオンラインシステムに入力して確認や承認依頼等を行う業務の費用です。			
【新】	CMメタ登録	・CM1タイプにつき		0/タイプ
		・1日○タイプ超分、土日祝作業の場合：XX%増		0/タイプ
	● アップロード費 ※ 指定されたアップロード用MXFファイルを、指定された素材搬入事業者のオンラインシステムにアップロードして確認や承認依頼等を行う業務の費用です。			
【新】	アップロード	・CM1タイプにつき		0/タイプ
		・1日○タイプ超分、土日祝作業の場合：XX%増		0/タイプ
	○ オンエアプリント関連費			
	● オンエアプリント費			
	・オンエアプリント費（テープ） ※ 1本のテープには、CM1素材のみを収録します（ACなど **特殊な例外を除く）。 *素材尺3分を超える特殊な場合は、追加1分毎に追加¥XX,000として個別に計算します。 ** 1本のテープに複数タイプを収録する特殊な場合は、（プリント単価）×（タイプ数）－（テープ費）×（追加タイプ数）とします。 *** REUSEテープの使用はメーカーのサポート外の運用です。リユース運用の実施例もありますが一定のリスクを認識した上での選択とすべきです。			
	・HD			
	HDCAM（6分テープ（NEW））	・1素材につき（*素材尺3分迄）		0/素材
	HDCAM（6分テープ（***REUSE））			0/素材
	HDCAM-SR（6分テープ（NEW））			0/素材
	HDCAM-SR（6分テープ（***REUSE））			0/素材
	・オンエアプリント費（ファイルベースメディア） ※ 1メディアには、CM1素材のみを収録します。 *素材尺3分を超える特殊な場合は、追加1分毎に追加¥XX,000として個別に計算します。 ** REUSEメディアの使用はメーカーごとに一定の回数内で可能としており、メディアのレンタル運用が可能になっています。			
	・メディア販売			
	XDCAM（23GB（NEW））	・1素材につき（*素材尺3分迄）		0/素材
	XDCAM（23GB（**REUSE））			0/素材
	・メディアレンタル			
	XDCAM（23GB（NEW/**REUSE））	・1素材につき（*素材尺3分迄）		0/素材

21　制作費外オプション作業費（4）

カテゴリー		費目	備考/説明		コストor プライス
21 制作費外オプション作業費	● クローズドキャプション付CM素材のオンエアプリント費 について クローズドキャプション付CMのオンエアプリント作成作業ではVTR機材の設定変更や、チェック用に字幕専用機材が必要になります。 専門のオペレーターによる作業となり、チェック作業に通常以上の時間を要します。 従ってクローズドキャプション付CMのオンエアプリント費は、通常のオンエアプリント費にこれらの費用が加算された設定となると考えられます。 とはいえ現状では、クローズドキャプション付CM素材のオンエアは制作会社としてもこれを推進すべき期間であると捉え、通常のCMオンエアプリント費と同価格とするなどの配慮が望まれています。 ※ XDCAMにオンエア用プリントを行う場合には、別途搬入用ファイルマスター作成費が必要となります。				
		HDCAM（6分テープ（NEW））			※ 基本的にオンエアプリント費（NEW）と同額
	○ クローズドキャプション付CM作成関連費				
	● クローズドキャプション付CMマスター作成費 ※ クローズドキャプション付CMマスターは、クローズドキャプション付プリントを作成するための中間素材（制作会社所有物）です。 字幕CM推進を考慮した特別暫定価格として、この作成費の基本単価（例）を下記のように設定します。 制作ワークフローの考え方の違い、作業内容や作業量によっては、これに作業費や人件費を追加する場合も考えられます。 ※ クローズドキャプション付CMマスター作成費には、次の作業費が含まれます。 作業用プリント費からのワークファイル作成/ナレーション原稿チェック、字幕製作、字幕校正/字幕プレビュー実施→修正/字幕オープンテロップ挿入/HDCAMへの字幕データ重畳/字幕データ再生・規格適合チェック/字幕入りチェック素材作成 （これらの作業のために、専門ナレッジを持った字幕プロデューサー /字幕ディレクター /字幕エディターをはじめとする作業人員が必要になります）				
		基本単価	・1タイプにつき　※ HDCAM		0/タイプ
		既存の字幕素材が流用可能な場合	・1タイプにつき（作業量による）　※ HDCAM		0～ 0/タイプ
	・作業用プリント費 ※ 字幕付CM原版作成に元のCMのプリント原版が直接使用できない場合には、作業用にサブマザーをプリントします。 ※ 基本的にオンエアプリント費（NEW）と同額とします。				
		HDCAM（6分テープ（NEW））	・1タイプにつき		0/素材
		HDCAM-SR（6分テープ（NEW））	・1タイプにつき		0/素材
	【新】	XDCAM搬入用ファイルマスター作成	・CM1タイプにつき（OAフォーマット作成費含む）	※1メディアに1タイプのみ収録	0/タイプ
			・1日○タイプ超分、土日祝作業の場合：XX%増		0/タイプ
		XDCAM（23GB（NEW））	・1素材につき（*素材尺3分迄）		0/素材
		XDCAM（23GB（**REUSE））			0/素材
	・字幕付プレビュー用プリント費 ※ 字幕データを映像信号としてプレビューできるようにした素材のプリント費です（通常のプレビュー用プリント+X,000を目安とします）。 ※ マスターから1本のメディアに複数タイプを収録する場合は（プリント単価）×（タイプ数）-（メディア費）×（追加タイプ数）とします。 ※ 特別にフォーマットが必要な場合は、字幕データ入力は編集費で編集時間の追加として計上し、「プレビュー用フォーマットプリント費」で扱います。				
		DVD	・1タイプにつき		0/タイプ
		Blu-ray	・1タイプにつき		0/タイプ
	○ シネアド用プリント関連費				
	● キネコ費（テープからフィルム作成費） ※ キネコ費 ＝ カラーネガ作成料 ＋ 音抜料 ＋ 音ネガ作成料 ＋ 音合せ料 ＋ 初号プリント料 ※ レーザー方式が画質的には優れていますが、リアルタイム方式も充分なクオリティを持ち、シネアドでは多く用いられています。 ※ レーザー方式は高解像度であることからHDカメラで24P収録した素材をフィルムトーンにする為の中間素材作成用に使用されています。				
	・キネコ費				
		レーザー方式フィルムレコーダー（レーザーキネコ=レーザーで1コマずつ フィルムに映像を焼きつける方式）	・1素材につき（15秒）		0/素材
			・1素材につき（30秒）		0/素材
			・1素材につき（60秒）		0/素材
	● DCP（デジタルシネマパッケージ）作成費 *映画館用コンテンツは現在2Kが中心であり、4KでのDCP納品例は稀と考えられます。 仮に4KでのDCPの発注があった場合は、価格･納期･作業フローについて、ポストプロダクションに相談して下さい。				
		DCPマスター作成費（*2K迄）	･90秒迄/1素材につき（メディア込） ※ 90秒を超える場合は要相談		0/素材
		DCP劇場用プリント作成費（*2K迄）	･1素材につき（180秒迄, USBメディア込） ※ 180秒を超える場合は要相談		0/素材

21　制作費外オプション作業費（5）

○ その他プリント関連費

● エンコード費

以下、3工程の作業費です。

・プリント対象の原版テープチェック後のエンコーダーを用いた非圧縮ファイル化

・検証、ウィルスチェックの後の非圧縮ファイルから必要箇所の切り出し

・切り出し済み非圧縮ファイルから納品コーデックへのファイル変換・検証

プリント作業での「エンコード」とは、通常、web用の広告としての露出を目的とした、TV-CM原版からの「ファイルプリント」を意味します。

特に統一された搬入基準はありませんが、プリント個々に指定のフォーマットに従い、原版との同一性を保証する作業を行います。

作業工程上、原版と同等のクオリティの非圧縮ファイルが中間素材として生成される場合が多いのですが、これは最終目的のフォーマットに変換する為の中間素材ですから納品はしません。

カテゴリー	費目	備考/説明		コストor プライス
21 制作費外オプション作業費	○ その他プリント関連費			
	● エンコード費 ※「エンコード費」＝①（エンコード作業費）＋②（メディア書き込み作業費）＋③（メディア費） ※ 複数タイプのエンコードの場合は、料金×タイプ数になります。 ※ デジタルリマスタリングや複雑な音声調整がある場合は、別途、編集費、MA費などがかかります。 ※ 発注当日納品など、緊急の場合は、緊急料金がかかる場合があります。			
	① エンコード作業費			
	HDテープ（HDCAM-SR, HDCAM, HDV...）→ HDファイル(横サイズ 1,280 ～ 1,920)	・1分迄/1素材につき		0/素材
		・1分超過/1分につき		0/分
	SDテープ（D1, D2 Digital β CAM...）→ HDファイル（横サイズ 1,280 ～ 1,920）	・1分迄/1素材につき		0/素材
		・1分超過/1分につき		0/分
	HDテープ(HDCAM-SR,HDCAM,HDVなど) → (SD) ファイル（横サイズ ～ 1,280）	・1分迄/1素材につき		0/素材
		・1分超過/1分につき		0/分
	SDテープ（D1, D2 Digital β CAM...）→ (SD) ファイル（横サイズ～ 1,280）	・1分迄/1素材につき		0/素材
		・1分超過/1分につき		0/分
	② メディア書き込み作業費			
	Blu-ray	・素材総尺30分につき（素材数によらず）		0/30分
	DVD	・素材総尺30分につき（素材数によらず）		0/30分
	CD-R	・素材総尺30分につき（素材数によらず）		0/30分
	③ メディア費			
	Blu-ray	・1枚につき		0/枚
	DVD	・1枚につき		0/枚
	CD-R	・1枚につき		0/枚
	エンコード素材プリント費（メディア費込）（1枚につき）			
	Blu-ray	・1枚につき（メディア費込）		0/枚
	DVD	・1枚につき（メディア費込）		0/枚
	CD-R	・1枚につき（メディア費込）		0/枚
	● オーサリング費 ※ 内容や尺数、繰り返しの設定、チャプターの関連付けの複雑さ等により、価格・納期は大きく変わります。 ※ 次項プレビュー用フォーマットプリントでも別途オーサリング費が必要となる場合もあります。			
	オーサリング費		規模、内容による	
	● プレビュー用フォーマットプリント費 ※ 内部プレビュー目的などで制作完了後にBlu-rayなどのプリントを求められた場合はこの費目で計上します。 独自のプレビュー用フォーマットを持つことが大半で、「フォーマット作成費」と「プレビュー用プリント費」の合算となります。 ※ オーサリングが必要な場合は前項「オーサリング費」も合わせて計上してください。 ※ 特にフォーマット作成をせず原版から1本のメディアに複数タイプを収録する場合は、（プリント単価）×（タイプ数）－（テープ費）×（タイプ数-1）とします。 ※ Blu-rayやH.264などでは原版と同じサイズ（HD:1920×1080）となることもあり、これら高画質のプレビュー用プリント素材の取り扱いには目的外使用や情報流出への配慮と注意が必要です。必要以上の本数はとらないこと、目的を超える使用はしないことを徹底してください。 ※ 初号原版を納品済の場合など、制作会社では対応できないこともあります。			
	フォーマット作成費	※「06 ポストプロダクション費」を参照し、フォーマット作成にかかるオンライン機材費と技術員料を作業時間分計上します。	規模、内容による	
	・プレビュー用プリント費			
	XDCAM（35Mbps NDF収録 ※50Mbps収録不可）		（10min以内）	0 ～ /本
	Blu-ray		（10min以内）	0 ～ /本
	DVD		（10min以内）	0 ～ /本

21　制作費外オプション作業費（6）

◎ 保管・管理 関連費

○ 保管費

● OA原版など特定媒体用フォーマット原版 保管費

【新】OA原版保管費

制作会社のとって「原版」は全て「納品」するものであり、制作会社の手元に残るものではなくなりました。従ってその保管費も計上することは基本的になくなりました。しかし、特に納品後に預けられてOA原版の保管を求められた場合は「OA原版保管費」を計上します。

【新】特定媒体用フォーマット原版保管費

OA原版ではなく「特定媒体用フォーマット原版」である場合は「特定媒体用フォーマット原版保管費」を計上します。

【新】保管関連人件費

「原版」の保管要請はOAプリント等、搬入用業務事後となることから当然「制作事後」になると考えられます。従ってその保管関連作業は制作事後に制作会社へ発注され、多くの場合、プロダクションアシスタントや管理部スタッフが業務を担うと考えられます。

この労務の対価として「保管関連人件費」を計上します。

【新】保管延長関連人件費

アドバタイザーの所有物である「原版」の保管延長や、制作会社所有物である「素材」・「小道具」等の保持の延長が要請された場合は、「延長保管費」と共に「保管延長関連人件費」を計上します。

○ 権利処理関連費

「14 その他制作費」を参照してください。

● 権利処理関連人件費

※権利処理延長の場合も保管の場合の考え方同様に「権利処理延長関連人件費」を必ず計上します。

カテゴリー	費目	備考/説明		コストor プライス
21 制作費外オプション作業費	○ 保管費 ※ 制作費外オプションで計上となる「延長」でない保管費は、とくに委託があった場合の原版保管費のみとなります。			
	● OA原版など特定媒体用フォーマット原版 保管費 ※「原版」は納品物であるため基本的に保管することはありません。 ※ 納品後に制作会社に再び預けられ、保管を委託された場合は対応し、保管費用を計上します。 ※ 特別な要望がなければ、X年保管後返却とします。仕様書や見積書にその旨明記しておきます。 ※ X年を超えて保管するには、保管期間満了前に延長保管要請が必要です。（保管延長費は¥XX,000/1タイプ・1年） ※ 保管に際しては、下記「保管関連人件費」を、必ず合わせて計上します。			
【新】	OA原版など原版保管費	・X年保管後返却		0/1タイプ・X年
	● 保管関連人件費			
【新】	プロダクションアシスタント or 管理部スタッフ	・1日あたり（*8h基準）		0/人・日
	○ 保管延長関連費 ※ 仕様書・見積書等であらかじめ定めた期間を超えて保管を継続する場合に計上します。 ※ 保管期間満了後の自動廃棄を基本とします。仕様書や見積書にその旨明記しておきます。 ※ 定められた保管期間を超えて保管するには、保管期間満了前に延長保管要請が必要です。 ※ 保管に際しては、下記「保管延長関連人件費」を、必ず合わせて計上します。			
	映像コンテンツ原版 保管延長費	・追加1年につき		0/1タイプ・X年
	● 映像・音声素材・メタデータ 保管延長費			
	映像・音声素材・メタデータ保管延長費（テープ○本毎、データ○TB毎）	・追加1年につき		0/一式・1年
	● 保管原版/サブマスター・素材 変換作業費 ※ HD化、デジタル化に伴い、SDテープ用のデッキはサポートを終え、SD素材は保管延長をしても再生不能になっていきます。 こうした原版や素材の保管延長が必要な場合は、変換作業費が必要となります。			
	<例>「05記録メディア・変換費」に従い計上します。			
	・D1原版をデジタルβCAMやXDCAM、又はProRes422HQなどに変換して保管			規模、内容による
	・D1の F to T 収録素材をデジタルβCAMやXDCAMにして保管			
	・SD仕上げ時代のフィルム素材をHDで再 F to T して保管			
	● 衣装／小道具／その他の保管延長費 ※ 特別に保管の要望があり保管していた衣装／小道具／その他の保管延長費です。			
	衣装/小道具/その他の保管延長費	・条件・期間・分量などによる		0～/1年
	● 保管延長関連人件費			
【新】	プロダクションアシスタント or 管理部スタッフ	・1日あたり（*8h基準）		
	○ 権利処理関連費			
	● 素材使用期間延長費、使用地域・使用媒体追加費 ※ 出演、音楽、レンタル映像などについて、あらかじめ定めた使用期間、使用地域、使用媒体を超える場合に、規模に応じ追加費用を計上します。 ※ 延長・追加に際しては、下記「権利処理関連人件費」を、必ず合わせて計上します。			
	素材使用期間延長費、使用地域・使用媒体追加費			
	● 権利処理関連人件費 ※ 使用期間、使用地域、使用媒体の追加がある場合に、権利処理業務に必要となる人件費です。多くの場合、制作を担当したPMやAPMが担当します。			
	リサーチャー	・担当費または日当/ランクによる		
		・日当（*8h基準）		0～/人・日
	プロダクションアシスタント	・日当（*8h基準）		0/人・日
	※ 権利情報データベース登録・管理費 ※ 個別案件ごとのまとまった権利処理を一定期間依頼された場合に必要となる、データベース登録してのシステム使用費も含んだ管理費です。 登録する情報量の規模・内容に応じ計上します。（リサーチャーなどのスタッフ人件費はこれとは別にかかります）			
	権利情報データベース登録・管理費	・1件につき/1年以内管理	規模、内容による	0～/年
	※ 権利情報費 ※ 制作されたコンテンツの権利処理を当該制作会社以外が行う場合、これに必要な全ての権利処理関連情報をとりまとめ、データベースを作成し引渡す費用を、規模・内容に応じ計上します。			
	権利情報費	・1タイプにつき	規模、内容による	0～/1タイプ

21　制作費外オプション作業費（7）

【新】広告賞出品関連費

制作会社より広告賞に出品する場合に発生する費用です。

出品費だけでなく、事前に掛かるリサーチ費、問合せ対応、出品の人件費も併せて計上します。

※「初号原版で納品済」の場合など、制作会社では対応できない場合もあります。
OA原版で納品済の場合でも、制作会社に原版の保管を依頼されていない場合は、素材搬入事業者等より原版を返却の上対応することが必要になります。

カテゴリー	費目	備考/説明		コストor プライス
※ 権利処理関連業務委託費 ※ 制作されたコンテンツの権利処理を業務委託される場合に取り決める費用です。規模･内容に応じ計上します。				
	権利処理関連業務委託費	・1作品につき ※ 初号納品日より1年間 として		0～/1作品・1年 又は制作費の○%～/1年
※ 素材譲渡費 ※ アドバタイザーなどの求めに応じ、制作された映像コンテンツの全権利を譲渡する場合があります。コンテンツやその素材を自由に使用するためには出演者やスタッフなどの権利のバイアウトが必要となりますが、莫大な費用をかけても全ての素材に関する同意が得られるとは限りません。 譲渡に際しては使用するコンテンツだけでなく、関連スタッフの権利も事前に了承を得るなど、充分な配慮が必要です。 事前の権利処理の範囲や素材自体の規模・内容に応じて取り決めます。（複製やメディア費などの実費は含みません）				
	素材譲渡費	・1作品につき		制作費の○○%
※ 衣装/小道具などの譲渡費 ※ アドバタイザーなどから要望があった場合などに有償で譲渡することがあります。（制作会社は雑収入として計上しておかねばなりません） ※ 原価から著しく安価での譲渡は交際費の扱いになる可能性があります。				
	衣装/小道具などの譲渡費		内容、分量による	
○ 調査関連費 ※ 保管期間を過ぎた素材の出演者や制作者など権利者データの調査が必要な場合にかかる費用です。特に使用後 長い期間が経っている場合では、消息を追うのに特別に専門の調査機関に依頼する必要がある場合もありますが、有料の特別調査を経ても全てを特定できないこともあります。				
● 調査関連人件費				
	リサーチャー	・担当費または日当/ランクによる	規模、内容による	
		・日当（*8h基準）		0～/人・日
	プロダクションアシスタント or 管理部スタッフ	・日当（*8h基準）		0～/人・日
● 調査関連雑費				
	調査関連雑費	・資料費・通信費・交通費など	規模、内容による	
● 特別調査費　※ 特別に専門の調査機関に依頼する場合の調査費です。				
	特別調査費	・特別調査員人件費、交通費、通信費などを合算	規模、内容による	
◎ その他追加作業費				
● 平均ラウドネス値の計測 ※ 音声旧基準のもとで制作された、既存の原版の平均ラウドネス値を測定する場合の費用です。				
	平均ラウドネス値の計測	・1原版につき（3分迄）		0/原版
● 広告賞出品関連費 ※ 広告賞に出品を求められた場合はこの費目で計上します。 ※ リサーチ、問合せ対応、翻訳、出品などの人件費、フォーマット作成費など費用が発生します。 ※「初号原版で納品済」の場合など、制作会社では対応できない場合もあります。				
【新】	リサーチャー、翻訳等	・担当費または日当/ランクによる	規模、内容による	
		・日当（*8h基準）		0～/人・日
	プロダクションアシスタント or 管理部スタッフ	・日当（*8h基準）		0～/人・日
	フォーマット作成費	※「06 ポストプロダクション費」を参照し、フォーマット作成にかかるオンライン機材費と技術員料を作業時間分計上します。	規模、内容による	

確認書

・「確認書」記入例

宛先；○○プロダクション Pr ○○様<○○○○@production.co.jp>
cc；○○CD<○○○○@○○○○.co.jp>
○○プロダクション○○様
いつもお世話になっております。
さて、先ほど打合せさせていただいたとおり、以下の業務に関する確認書を送付させていただきます。
ご確認いただき、間違いなければ了解のメール返信をいただきたく、お願い申し上げます。

確認書

20○○年○○月○○日

発注社（甲）と受注社（乙）は、広告業 4 団体による「新しい働き方にむけた広告業務受発注時の新ルール」を受けて、業務内容が以下のとおりであることを事前の協議により確認し、本電子メールをもって業務の受発注を確認する。
なお、受発注において両者は、長時間労働の抑制に努め、週末発注・週初納入、終業後発注・翌朝納入等の「短納期発注」をできるだけ抑制するよう留意し、その対策を含めて「事前に」議論・確認して納期の適正化を図る。
また、全体スケジュールの設定に関して両者はその納期を再確認し、「企画フェーズ」での日程変更がその後の「制作フェーズ」のスケジュールを圧迫することを認識したうえで、「企画内容決定日(＝制作開始日)」を守るよう努力する。

■業務
商品名/ブランド名/サービス名： ○○○○
オリエン日：20○○年○○月○○日
企画内容決定(＝制作開始)日：20○○年○○月○○日
納品物/納品形態：
【CM】OA 原版(オンライン搬入用)/HDCAM-SR テープ[OA フォーマット]
【車内ビジョン】プリント物納/HDCAM テープ[OA フォーマット]
【WEB 動画】ファイル納品/MP4 H.264[SHOWSHOW] (仮)
納品日（複数ある場合は個々に記載ください）：2019 年 3 月 29 日
予算：☑企画協力予算○○○○万円 ☑制作予算○○○○万円(仮) □企画協力＆制作予算合計____円
■内容
●使用期間 20○○年○○月○○日～20○○年○○月○○日(仮)
●備考：企画プレゼンにビデオコンテ作成は不要
●企画制作申込内容
●テレビ広告 □企画 ☑企画協力 ☑提案資料作成 ☑制作(TVCM 15 秒×1、30 秒×1) (仮)−
●OOH 広告 □企画 □企画協力 □提案資料作成 ☑制作(車内ビジョン 30 秒×1) (仮)
●WEB 広告 □企画 ☑企画協力 ☑提案資料作成 ☑制作(WEB 動画 約 3 分×1、バンパー6 秒以内×5) (仮)
■上記を確認し、承認する。
甲）発注社名/責任者名： 株式会社○○○○第○○○○局○○○○CD（担当 CR；○○○○）
乙）受注社名/責任者名： ○○プロダクション○○○○(担当 Pr；○○○○)
※本書面は、成果物の具体的な発注前に確認的に取り交わされるものであり、下請法 3 条書面に代替するものではありません。

修正確認書

・「修正確認書」記入例

宛先；○○プロダクション Pr ○○様<○○○○@production.co.jp>
cc；○○CD<○○○○@○○○○.co.jp>
○○プロダクション○○様
いつもお世話になっております。
表記「A 商品」広告制作の内容変更に関して、以下の通り、「修正確認書」を送付させていただきます。
ご確認いただき、間違いなければ了解のメール返信をいただきたく、お願い申し上げます。

修正確認書

20○○年○○月○○日

発注社（甲）と受注社（乙）は、当該業務に関し、受発注業務の修正内容が以下の通りであることを共有し、本電子メールによる「修正確認書」をもって修正内容を確認する。
また、スタート時に「確認書」で確認したとおり、業務内容に大きな変更があったことを受けて、改めて、週末発注・週初納入、終業後発注・翌朝納入等の「短納期発注」をできるだけ抑制するスケジュール/コストをお互いが確認することで、長時間労働の抑制を図る。

■業務

商品名/ブランド名/サービス名： ○○○○

修正内容：納品日、納品形態(車内ビジョン)、予算、CM タイプ数

修正納品日（複数ある場合は個々に記載ください）：20○○年○○月○○日

修正納品物/納品形態：

【CM】OA 原版(オンライン搬入用)/HDCAM-SR テープ[OA フォーマット]

【車内ビジョン】ファイル納品/MPEG-2[SHOWSHOW](詳細は別添「仕様指示書」を参照)

【WEB 動画】ファイル納品/MP4 H.264[SHOWSHOW] (詳細は別添「仕様指示書」を参照)

修正予算：○○○○万円

■内容

別添「修正スケジュール」「修正見積書」を参照

＜修正内容詳細（動画広告の場合・必要に応じてコピー）＞

●修正予算：上記の通り
●制作期間：20○○年○○月○○日～20○○年○○月○○日
●使用期間：20○○年○○月○○日～20○○年○○月○○日
●使用地域：☑国内（全国）□国内（_____地域）□海外（_____地域）
●制作物：CM、車内ビジョン動画、WEB 動画
●題名：○○○○篇
●使用媒体：
☑地上波 ☑BS □CS/CATV □ラジオ ☑OOH ☑トレインチャネル
□店頭 □イベント □機内ビジョン □シネアド ☑オウンドメディア
□バナー動画 ☑SNS □無料配信動画 □その他（ ）
●秒数 x タイプ数：
【CM】☑15 秒 x2 タイプ ☑30 秒 x2 タイプ
【車内ビジョン】☑30 秒 x1 タイプ
【WEB 動画】☑約 180 秒 x1 タイプ ☑6 秒以内 x5 タイプ[バンパー]
●依頼作業：☑オリジナル（初号）□バリエーション（改訂）□アダプテーション
●納品種別：□SD ☑HD □４K □８K □その他（_____pixel x _____pixel）
●納品ファイル形式：「修正納品物/納品形態」で記載した通り
●納品日：「修正納品日」で記載した通り

■上記を確認し、承認する。

甲）発注社名/責任者名： 株式会社○○○○第○○○○局○○○○CD（担当 CR；○○○○）
乙）受注社名/責任者名： ○○プロダクション○○○○(担当 Pr；○○○○)

※本書面は、成果物の具体的な発注前に確認的に取り交わされるものであり、下請法３条書面に代替するものではありません。

「確認書／修正確認書」の受領に向けて..

制作開始事前に必要な時間をしっかり取りましょう。
「制作方針策定打合せ」の日時を決め、実施するようにしましょう。

効率的な制作のためには、制作開始事前に下記を検討・策定しておくための充分な時間をとることが必要です。
「制作タイプ数」
「適切な制作スタッフのアサイン」
「制作労務の無駄のない配分」
「ディレクターをはじめとする重要なスタッフの選定」
「適切なロケ地、適切な美術、適切な出演者ランク、適切な仕上げ方法…等々の方針策定」
「予備日使用や修正変更実施の場合の合理的な取り決め」…

これを時間をかけて行えば、仕様書・工数スケジュール等も自ずと作成できます。
そして、「PMは裏付けのある実行予算を作成」し、「Prは納得性のある見積書を作成」しておきます。
正式な「確認書／修正確認書」を受領するのは、この後でよいのです。

※「確認書」は企画開始の段階で受領する内容となっています。
　制作開始の段階では、「修正確認書」を受領することが必要になります。

企画仕様書

・「企画仕様書」記入例

ＴＶＣＭ　企画フェーズ仕様書[2次]

No. 11111

○○○広告　[　　○○　　局]　御中

作成日： 20○○年○月○日

制作会社：　株式会社　○○制作

〒1XX-XXXXX

東京都

担当部署：

連絡先：　00-0000-0000　x-y@XXX.co.jp

担当者：

制作責任者	○○局 ○○部：○○○○
担当営業	第○営業局　○○部：○○○○
担当ＣＤ	○CR局 ○○部：○○○○

企画見積総額	

オリエン日	20	年	月	日
プレゼン日	20	年	月	日
決済日	20	年	月	日

広告主	
商品名	

	内容	発注	確認(受注)	備考
1	企画打ち合わせ	☐	☑	
2	クリエイティブディレクター手配	☐	☐	
	コピーライター手配	☐	☐	
	プランナー手配	☐	☐	
	アートディレクター手配	☐	☐	
3	企画プレゼン　コンテ　制作	☐	☑	
4	企画プレゼン　企画書　制作	☐	☑	
5	企画資料集め（写真・動画・音楽・タレント）	☐	☐	
	企画資料集め　他社事例（競合ＣＭ検索）	☐	☐	
6	企画プレゼン（コンセプトビデオ・ビデオコンテ制作・映像資料編集）	☐	☐	
	企画プレゼン（プレゼン用音楽制作）	☐	☐	
7	企画プレゼン　プリントアウト	☐	☐	
8	企画時　見積作成	☐	☑	
9	企画プレゼン立会い	☐	☐	
10	その他	☐	☐	

*資料はプレゼン後廃棄いたします。ご要望があれば、保管費を計上し1年間保管いたします。

制作仕様書（1）

・「制作仕様書」記入例

ＴＶＣＭ　制作仕様書　［1次］

No. 11111

※この仕様書は、2018年6月1日以降に受注する映像制作案件において適用する「新取引」受注形態の考え方に基づくものです。
「新取引」では制作会社は初号納品までを請負うことが前提となり、ｵﾝｴｱﾌｫｰﾏｯﾄ作成以降の作業は別途「搬入ｻﾎﾟｰﾄ見積」による「ｵﾌﾟｼｮﾝ作業」となります。

○○○広告　［　　○○　　局］　御中

作成日：20○○年○月○日

制作会社：株式会社　○○制作

〒XXX-XXXXX

担当部署：
連絡先：00-0000-0000
x-y@XXX.co.jp
担当者：◎◎　◎◎

制作責任者	○○局 ○○部：○○○○
担当営業	○○局 ○○部：○○○○
担当ＣＤ	○○局 ○○部：○○○○

制作見積総額	￥○○○○○○○

制作物	TVCM
変更の概要（2次仕様書以降）	–

広告主	◇◇◇◇株式会社	商品名	◇◇◇◇◆◆◆◆冬キャンペーン

題名	●●●●篇15秒A・B ●●●●篇30秒A・B	秒数	15・30秒	篇数（ﾀｲﾌﾟ数）	4	用途種別	TV-CM	映像ｻｲｽﾞ	HD（1920×1080）

制作期間	20○○/○/○　～　20○○/○/○	使用期間	20○○/○/○　～　20○○/○/○
使用媒体/用途	☑ 地上波　☑ BS　☐ CS/CATV　☐ ﾗｼﾞｵ　☐ OOH　☐ ﾄﾚｲﾝﾁｬﾝﾈﾙ ☐ 店頭　☐ ｲﾍﾞﾝﾄ　☐ 機内ﾋﾞｼﾞｮﾝ　☐ ｼﾈｱﾄﾞ　☐ ｵｳﾝﾄﾞﾒﾃﾞｨｱ　☐ ﾊﾞﾅｰ動画 ☐ SNS　☐ 無料配信動画　☑ その他（広告賞）　（　　）　（　　）		
使用地域	☑ 国内（全国）☐ 国内（地域）/　☐ 海外（地域）/　☑ WEB　☐ 他/		

制作会社業務範囲（ｵﾌﾟｼｮﾝ指定）	② ｵﾝﾗｲﾝ／ｱｯﾌﾟﾛｰﾄﾞまで［搬入ｻﾎﾟｰﾄ ｵﾌﾟｼｮﾝ有］ 「制作見積」：「初号試写用素材作成費」迄を計上。（初号ﾌｫｰﾏｯﾄ作成費は編集費に含む）　※初号原版作成なし 「搬入ｻﾎﾟｰﾄ見積」：「ｱｯﾌﾟﾛｰﾄﾞ用MXF作成費（OAﾌｫｰﾏｯﾄ作成費込）」「CMﾒﾀ登録費」「ｱｯﾌﾟﾛｰﾄﾞ費」を計上。（※HDCAM OAﾌﾟﾘﾝﾄ受託可）

■制作会社納品物

	〈初号原版〉TV-CM OA用途となり得る初号ﾌｫｰﾏｯﾄ納品原版（50Mbps以上）				TV-CM OA用途以外の初号ﾌｫｰﾏｯﾄ納品素材		
	有無	納品形態	使用用途	保管者/保管期間	有無	納品形態	使用用途
〈制作見積内〉初号の納品物（初号ﾌｫｰﾏｯﾄ）	—	—	—	—	○	初号試写用納品物：Blu-ray、DVD、H.264ﾌｧｲﾙ等	初号試写、自社使用のみ

	〈OA原版〉TV-CM OA用途のOAﾌｫｰﾏｯﾄ納品原版（50Mbps以上）				〈TV-CM物納OAﾌﾟﾘﾝﾄ〉		
	有無	納品形態	使用用途	保管者/保管期間	有無	納品形態	使用用途
〈制作見積外ｵﾌﾟｼｮﾝ〉TV-CM OA用途の納品物（OAﾌｫｰﾏｯﾄ）	○UL	MXFﾌｧｲﾙ（50Mbps/ｱｯﾌﾟﾛｰﾄﾞ）	TV-CM（ｵﾝﾗｲﾝ）のみ	素材搬入事業者/納品日から○年	○HD	HDCAM	TV-CMのみ

	〈特定媒体用原版〉TV-CM以外の特定ﾌｫｰﾏｯﾄ納品原版（50Mbps以上）				TV-CM以外の特定媒体用ﾌﾟﾘﾝﾄ納品物		
	有無	納品形態	使用用途	保管者/保管期間	有無	納品形態	使用用途
〈制作見積外ｵﾌﾟｼｮﾝ〉TV-CM以外のｵﾌﾟｼｮﾝ納品物							

責任分界	要権利処理外注先関連	本仕様書に記載した範囲(期間/媒体/地域)内で納品物が使用される場合、権利処理が必要な外注先が関連して生じる事柄について弊社はその責任の一端を担います。ただし記載範囲外での納品物使用においては一切の責任を負いません。
	搬入ｻﾎﾟｰﾄ関連	・原版のｱｯﾌﾟﾛｰﾄﾞ納品までを弊社の責任範囲とします。御社によるｵﾝﾗｲﾝでの承認完了＝検収完了以降、弊社は一切の責任を免責されます。 ・検収で瑕疵が指摘された場合、弊社は営業時間内において速やかに修正・差替えの対応を致します。 ・検収の完了はｵﾝﾗｲﾝでｼｽﾃﾑを介し弊社に通知されますが、万一検収完了通知がされない場合でも、納品物が搬入素材作成業務に使用された段階で検収完了となります。 ※[弊社物納ﾌﾟﾘﾝﾄがある場合]:弊社作成の物納ﾌﾟﾘﾝﾄ素材の放送局搬入後に瑕疵指摘がありそれが弊社業務に起因するものである場合は、弊社は営業時間内において速やかに追加費用なしで修正・差替え対応を致します。また、場合により最大で再搬入費用の半額を分担するまでの責任を負います。ただし、未知の問題に起因する場合は、弊社はこの責任を担いません。

■TV-CMｵﾝﾗｲﾝ運用関連

広告主/広告会社内容確認担当者	●● ●● ●●●●@XXXXX.co.jp	ｵﾝﾗｲﾝ素材搬入事業者	■■事業者	■■■■@ZZZZZ.co.jp 0Z-ZZZZ-ZZZZ
制作会社内容確認担当者	◇◇ ◇◇ ◇◇◇◇@YYYYY.co.jp	制作会社作業担当者	△△ △△	△△△△@YYYYY.co.jp
			▲▲ ▲▲	▲▲▲▲@YYYYY.co.jp

制作仕様書（2）

指定ｽﾀｯﾌ有無	無	全て制作会社ﾌﾟﾛﾃﾞｭｰｻｰに一任									
撮影有無	有	撮影地域	国内	撮影種別	ﾃﾞｰﾀ(4K)	音声種別	ｽﾃﾚｵ				
撮影日数 撮影場所	○○ｽﾀｼﾞｵ（準備3日+撮影2日） ○○県○○市（移動1日+撮影2日+天候予備1日+移動1日）							撮影日合計	4　日	準備/移動/天候予備等合計	6　日
天候予備の考え方	この見積には、ﾛｹ地、機材、ｽﾀｯﾌなどの予備日ｷｰﾌﾟのための費用は含まれますが、天候予備日を使用した場合の費用は含まれていません(天候予備日使用分は別見積となります)。										
追加ﾘｽｸ対応の可能性	ｽﾀｯﾌ指定による費用追加は想定していません。										
警備関連	☐ 制作会社が警備会社に支払う　☑ 広告会社が警備会社に支払う　☐ 警備の手配は必要なし										

保管/廃棄など	小道具	保管	のぼり旗：初号納品日より1年間保管(有償/制作費扱い) ※保管延長する場合は保管期間満了前の要請が必須	衣装	保管	保管せず
		廃棄	保管期間満了時に自動廃棄(費用は保管費に含む)		廃棄	初号納品後速やかに廃棄(有償/制作費扱い)
	美術用作成物	保管	着ぐるみ（虎）：初号納品日より1年間保管(有償/制作費扱い) ※保管延長する場合は保管期間満了前の要請が必須	特別（　　）	保管	–
		廃棄	保管期間満了時に自動廃棄(費用は保管費に含む)		廃棄	–
	資料	保管	保管せず	素材	保管	初号納品日より2年間保管(有償/制作費扱い) ※保管延長する場合は保管期間満了前の要請が必須
		廃棄	初号納品後速やかに廃棄		廃棄	保管期間満了時に自動廃棄(費用は保管費に含む)

割増単価規定	◎ﾌﾟﾛﾀﾞｸｼｮﾝ人件費(P/PM/PA)単価〈土、日、祝日〉:○倍　◎搬入ｻﾎﾟｰﾄ単価〈土、日、祝日/深夜(22:00-翌5:00)/特急(1日当り5ﾀｲﾌﾟを超えた部分)〉:○倍
その他特記事項	・撮影素材は1TB以内、仮編集3日、オンライン編集4日として。 ・広告主依頼による出演者事前情報ﾘｻｰﾁ(有料)が必要な場合は「検索ﾜｰﾄﾞ」「検索ｴﾝｼﾞﾝ」「検索件数」「検索実施日」を指定してください。指定外の検索結果に制作会社は責任を持ちません。広告主依頼でないﾘｻｰﾁ、差別となるﾘｻｰﾁには対応できません。

権利処理	競合拘束条件	○○商品関連（AAA社、BBB社、CCC社）
	出演者/ﾅﾚｰﾀｰ	メイン：○○○○（△△事務所） サブ：○○○○（△△事務所） ﾅﾚｰﾀｰ/○○○○（△△事務所）
		契約期間/　上記「使用期間」に同じ　(使用媒体・使用地域も同様)　支払い/ ☐ 制作会社 ☑ 広告会社
		備考/　※ 詳細は制作費見積書内訳書(2)を参照
		メイン(男性×　名・女性×　名)、サブ(男性×　名・女性×　名)
		契約期間/　上記「使用期間」に同じ　(使用媒体・使用地域も同様)　支払い/ ☐ 制作会社 ☑ 広告会社
		備考/　※ 詳細は制作費見積書内訳書(2)を参照
	映像素材	動画/○○○○（△△映画社）/合計3.5秒
		契約期間/　上記「使用期間」に同じ　(使用媒体・使用地域も同様)　支払い/ ☑ 制作会社 ☐ 広告会社
		備考/　○○○○ﾌｫﾄの△△△肖像権については、□□□□事務所にて許諾を得ています。
		ｽﾁｰﾙ写真/○○○○（○○○○ﾚﾝﾀﾙﾌｫﾄ）/合計○○点
		契約期間/　上記「使用期間」に同じ　(使用媒体・使用地域も同様)　支払い/ ☑ 制作会社 ☐ 広告会社
		備考/　※ 詳細は制作費見積書内訳書(4)を参照
	音楽	音楽ﾌﾟﾛﾀﾞｸｼｮﾝ/　ﾌﾟﾛﾃﾞｭｰｻｰ/
		曲名/　作曲/　作詞/
		☑ ｵﾘｼﾞﾅﾙ　☐ ﾀｲｱｯﾌﾟ/委嘱　☐ PD楽曲　☐ 既存楽曲　☐ﾗｲﾌﾞﾗﾘｰ（会社：　　）
		契約期間/　上記「使用期間」に同じ　(使用媒体・使用地域も同様)　支払い/ ☐ 制作会社 ☑ 広告会社
		備考/　※ 詳細は制作費見積書内訳書(6)を参照
	その他	ｷｬﾗｸﾀｰ作成（○○○○氏/△△△△事務所）
		契約期間/　上記「使用期間」に同じ　(使用媒体・使用地域も同様)　支払い/ ☐ 制作会社 ☑ 広告会社
		備考/　※ 詳細は制作費見積書内訳書( )を参照
		引用　「××××」より（○○○○氏/△△△△事務所）
		契約期間/　上記「使用期間」に同じ　(使用媒体・使用地域も同様)　支払い/ ☐ 制作会社 ☑ 広告会社
		備考/　※ 詳細は制作費見積書内訳書( )を参照

工数スケジュール（1）

ＴＶＣＭ　制作確認スケジュール　[1次]			題名	○○○○	No.
スケジュール･種別	ＴＶ-ＣＭ制作				20○○年○月○日

月	日	曜	内　容	P1	PM1	PA1	PA2	PA3	PA4
5	14	月	制作オリエンテーション		0.2				
	15	火	各所リサーチ、各所スケジュール調整		1	0.5			
	16	水	各所リサーチ、各所スケジュール調整		1	0.5			
	17	木	見積書・工数スケジュール作成、制作仕様書案作成	1	0.5	0.5			
	18	金	制作方針案提出、方針策定打合せ	0.2	0.2				
	19	土							
	20	日							
	21	月	制作方針決定、メール確認書受領						
	22	火	見積書・工数スケジュール・制作仕様書提出、各所リサーチ	0.2	0.5	0.5			
	23	水	各所リサーチ、各所スケジュール調整		0.5	0.5			
	24	木	ディレクター決定、各所スケジュール調整		0.5	0.2			
	25	金	各所リサーチ、各所スケジュール調整		0.5	0.5			
	26	土							
	27	日							
	28	月	演出コンテ発注打合せ、各所リサーチ、各所スケジュール調整	0.2	1	1			
	29	火	プレロケハン・ロケ地資料作成、各所リサーチ		1	1.5			
	30	水	プレロケハン・ロケ地資料作成		0.5	1			
	31	木	演出コンテ打合せ	0.2	0.5	0.2			
6	1	金	演出コンテプレゼン、各所打合せ(衣裳、音楽、CG等)	0.2	0.2				
	2	土							
	3	日							
	4	月	各所見積リサーチ・見積書作成	0.5	1	0.5			
	5	火	オーディション・出演者資料作成		0.5	1			
	6	水	オーディション・出演者資料作成、香盤表など資料作成		1.5	2			
	7	木	出演者資料提出・出演者決定						
	8	金	スタッフロケハン、オールスタッフ打合せ、各種チェック(音楽、CG等)	0.5	1	1	1		
	9	土							
	10	日							
	11	月	PPM資料作成		1	1	1		
	12	火	PPM資料作成、見積書・スケジュール作成		1	1	1		
	13	水	PPM	0.2					
			累計	3.2	14.1	13.4	3.0		

工数スケジュール（2）

ＴＶＣＭ　制作確認スケジュール　[1次]

スケジュール・種別	ＴＶ−ＣＭ制作	

題名	○○○○	No.
		20○○年○月○日

月	日	曜	内　容	P1	PM1	PA1	PA2	PA3	PA4
6	14	木	PPMフィードバック、撮影用資料作成・備品準備	0.2	1	1	1.5	0.5	
	15	金	衣裳フィッティング、撮影用資料作成・備品準備	0.2	1	1.5	1.5	0.5	
	16	土							
	17	日							
	18	月	建込、撮影用資料作成・備品準備		0.5	1	1	0.5	
	19	火	建込、撮影用資料作成・備品準備		0.5	1	1	0.5	
	20	水	アングルチェック・最終確認、撮影用資料作成・備品準備	0.5	1.5	2.5	2.5	1.5	
	21	木	撮影(スタジオ)	1	1.5	1.5	1.5	1	
	22	金	撮影(ロケ)	1	1.5	1.5	1.5	1	1
	23	土	撮影(ロケ予備)、仮編集準備			1			
	24	日							
	25	月	仮編集		0.5	0.5			
	26	火	仮編集・編集チェック・修正対応、試写用素材作成→チェック、カット表など試写資料作成、各種チェック(音楽、CG等)	0.5	2	2			
	27	水	仮編集試写・試写フィードバック	0.2	0.5	0.2			
	28	木	グレーディング	0.2	1	1			
	29	金	本編集			0.5			
	30	土							
7	1	日							
	2	月	本編集			0.5			
	3	火	本編集・編集チェック・修正対応	1	1	1			
	4	水	音楽録音	0.2	0.2	0.2			
	5	木	MAV、初号/OAフォーマットマスタリング、試写用素材作成→チェック、カット表など試写資料作成	0.2	2	1.5			
	6	金	初号試写・納品、精算など事後処理業務	0.2	0.5	0.5	0.2	0.2	
	7	土							
	8	日							
	9	月	事後見積書作成、精算など事後処理業務	0.5	1	1	0.2	0.2	
	10	火	精算など事後処理業務	0.2	0.5	0.5	0.2	0.2	
	11	水							
	12	木							
	13	金							
	14	土							
			累計	9.3	30.8	33.8	14.1	6.1	1.0

一般社団法人 日本アド・コンテンツ制作協会
JAPAN AD.CONTENTS ASSOCIATION

〒105-0004　東京都港区新橋2-13-5　鈴木ビル　TEL:03-5510-0727
http://www.jac-cm.or.jp/