

平成 30 年 5 月 10 日

JAC 会員社各位

JAC の新たな商取引の考え方

一般社団法人 日本アド・コンテンツ制作協会
働き方改革特別委員会／オンライン特別委員会
専務理事 薬師寺 衛

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）が策定され、その運用を含む広告制作の工程管理を具体的に示した「広告制作プロセスマネジメントハンドブック」の完成も近づいています。

これにより制作会社は法令を遵守した働き方を推し進める事が可能になるはずです。

適正なプロセスマネジメントを実施し、広告主、広告会社とのさらなる良好なパートナー関係を築いていく今、良質で有用な広告映像コンテンツを適正な価格で提供できるよう JAC の基本的な商取引の考え方を明確にする必要があると考えます。

① 業務の分割

業務を「企画」「制作」「搬入」の 3 つのフェーズに分割し受託、フェーズごとにスケジュール・費用を切り分けて、管理を明確にします。

② 制作実態に即した制作費

現在、多くの制作案件では先に制作費を提示されます。往々にしてその制作実態は提示された費用を越える業務が必要であり、過重労働の一因となっています。

今後は適正なプロセスマネジメントの導入により、発注側と受注側が協議し双方納得の上、制作に入る事ができるようになります。そこで制作会社も今後は以下のような方策で明瞭な見積書を作成し、無駄の無い映像制作を行う必要があります。

- ・制作プロセスとその内容、作業ごとの費用をより分かりやすく示します。
- ・「工数スケジュール表」※を用いて、「社員制作スタッフ人件費」を明確に示します。
※作業ごとに必要なスタッフの稼働を可視化したスケジュール表
- ・経営実態に即した「プロダクション管理費」を示します。

③ 従来の総合受注の原則廃止

オンライン運用の開始に合わせ、JAC と JAAA で合意した業務領域の区分に則り、2018 年 6 月 1 日以降の受注業務より、従来の総合受注を原則廃止します。

今後は、制作会社がプリントを受託する事が前提であっても、全ての制作業務で制作の作業範囲を初号までとし、その後の作業はオプションとして切り分けます。

以上、会員社の皆様には、ご理解くださいますようお願い致します。