

---

# 字幕付きコマーシャルの普及へ ご協力をお願い

字幕付きCM普及推進協議会

テレビ委員会担当 事務局 木村 敏文  
kimura@jaaa.ne.jp

# 1. 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CM5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（字幕重畳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の情報をお伝えるために有効な手段です。



---

## 字幕付きCM普及推進協議会

- 運営委員 沼澤 忍（電通 コーポレートオフィス 広告電通賞  
プロジェクト部広告電通賞事務局長）
- 運営委員 陣内 満（電通 ラジオテレビ局スポット1部長  
スポット&ローカルマーケティング統括）
- 運営委員 高品 宏仁（日本広告業協会 専務理事）

※日本広告業協会では  
テレビ委員会が主にこの協議会活動を担務しています。

# 字幕付きCMをさらに普及推進するための取り組み（2020年10月～）

## 字幕付きCM普及推進協議会 字幕付きCM普及推進に向けたロードマップ

2022年7月改訂

### ① 放送枠を増やす

### ② 広告主を増やす

	開始時期	放送枠	素材搬入局・発局
1	2020年10月	ネットタイム枠・ローカルタイム枠	関東エリア5局
2	2021年4月	同上	関東・関西・東海エリア15局
3	2021年10月	同上	全国ネットワーク系列局+系列BS5局
2022年7月、十分な運行上の知見が蓄積されていることを3団体で確認			
4	2022年10月	ネットタイム枠・ローカルタイム枠・スポット枠	同上

2021年5月～  
字幕付きCM5つのお話動画  
広告主の取り組み

2021年7月～  
字幕付きCM訴求CM  
「それいけ! 字まくク」を放送

2022年6月  
字幕付きCM PORTAWEBSITEを  
設置  
[https://www.iiaaneip/iimaku\\_cm\\_portal/](https://www.iiaaneip/iimaku_cm_portal/)

2022年7月  
「字幕付きCMに対する評価、  
効果等に関する調査」を実施し、  
広告主への字幕付きCMの制作  
提案に活用するチラシを作成

2022年10月  
字幕付きCM素材搬入基準  
(2022年7月改訂版)適用を開始

- ※ ネットタイム枠：全国のネットワーク系列局で放送される番組提供CM枠、ローカルタイム枠：各放送局が独自で放送する番組提供CM枠
- ※ スポット枠：番組提供CM枠以外の、放送局が独自に定めるCM枠
- ※ 対象は、全国のネットワーク系列局、系列BS5局（2K）です（独立局、系列BS5局以外のBS局を除く）。
- ※ 系列BS5局は、BS日本、BS-TBS、ビーエスフジ、ビーエス朝日、BSテレビ東京です。
- ※ 設備対応までの間、字幕を表示できない場合があります。

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の普及状況

下記内容は2023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
0.7%	1.2%	<b>UPI</b> 16.9%
2021.10	2022.10	2023.10
0.7%	2.5%	<b>UPI</b> 16.7%

## 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
11社	31社	<b>UPI</b> 70社
2021.10	2022.10	2023.10
21社	39社	<b>UPI</b> 90社

※1 調査対象期間：2023年4月1日～4月30日(5時起算)、2023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のみを集計。

2023年以降は取材結果をもとに[字幕]ロゴの表示が無い字幕付きCMもあわせて集計。

# 字幕付きCMの普及状況

## ◆ 字幕付きCMの放送割合および字幕付きCMの出稿企業数

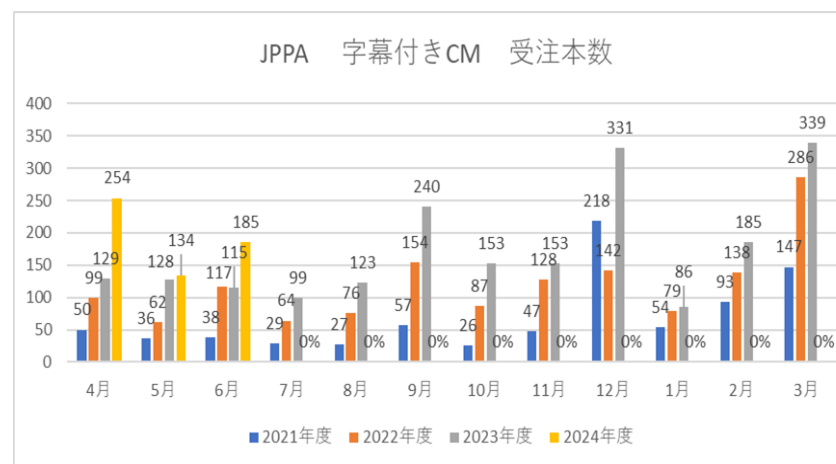
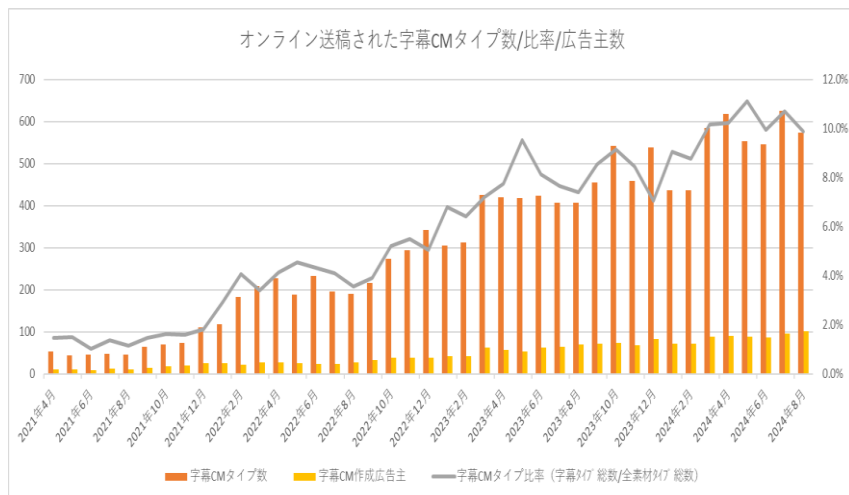
2024年6月発表  
字幕付きCM普及状況の観測  
レポート  
(2024年4月《1か月間》)

東京企画 (CM総研)

年月	2023年4月	2024年4月
放送割合	16.9%	25.2%
出稿企業数	70社	118社

約1.5倍  
約1.7倍

参考：2023年10月は放送割合が16.7%、出稿企業数90社



広告EDIセンター 字幕付きCM 搬入状況  
2024/10/7

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・堀川 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<sup>\*</sup>)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月ごろ～）

お問い合わせ

English

サイト内検索



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

ホーム > 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※<sup>1</sup>のテレビCMを “字幕付き”※<sup>2</sup>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※<sup>1</sup>のテレビCMを“字幕付き”※<sup>2</sup>へ順次切り替えて、2023年12月までに完了する予定です。



# 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 聡 氏 (公益社団法人日本アドバイザーズ協会 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 セールスポモーション局 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も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、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ないと思います。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してお聞きします。

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きました。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 聡 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。私たちが、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いつもりですが、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) 字幕と部分は、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「社仲番組など特定の番組で、アドバイザーの意向に対応していました。番組もアドバイザーの

数も限定しなければいけない時代でした。

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のでしょうか。

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探しから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は何社か立ち上がると、そこで効率的に作業を回すことができると考



窪内 秀典 氏

## 2. CMに字幕を入れる作業とは

---

そもそも

CMの作り方は映画とほぼ同じです。

企画があり、撮影・編集・録音を行います。

一般的には、

広告主から依頼を受けて、広告会社・制作会社・編集会社（ポストプロダクション）が制作します。

# 字幕付きCMの字幕とはクローズドキャプションです。



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



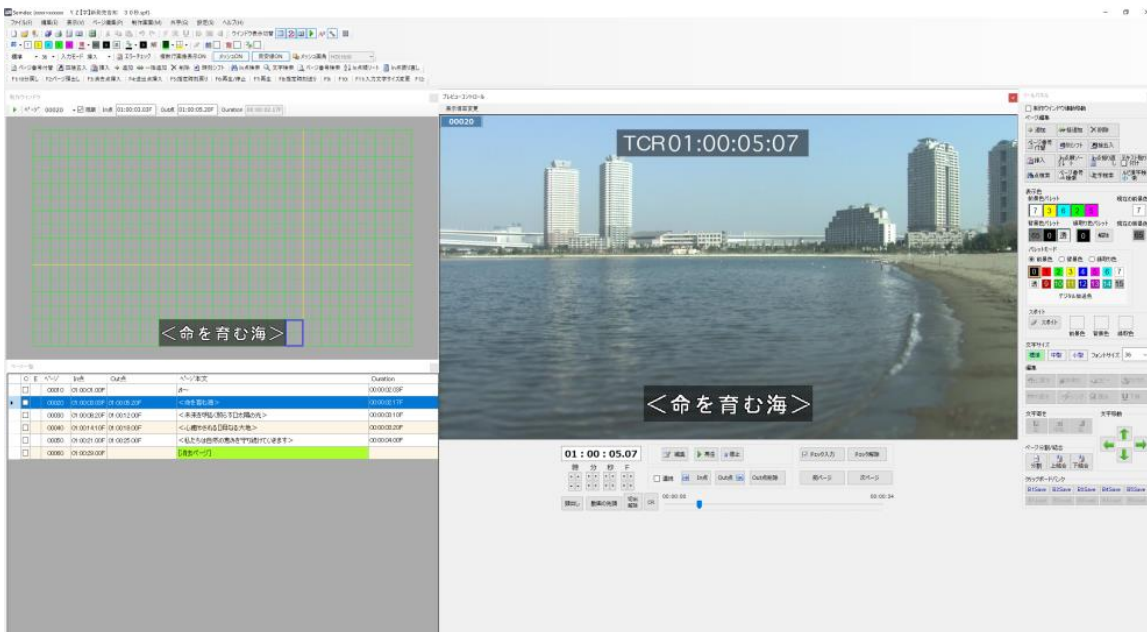
クローズドキャプションとは

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。



# 搬入基準で定義されているルール

## 重要ルール①

字幕付きCMは元素材とは区別された「別な原版」として制作されます。

そのため、元素材とは別な10桁CMコードとCM素材名を取得していただく必要があります。

また、**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。

# 字幕表現の特徴

「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。

# 字幕ロゴについて

字幕付きCMでは、本編冒頭に「字幕ロゴ」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こ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。



# 3. 字幕付きCM Portal Webサイト

[https://www.jaaa.ne.jp/jimaku\\_cm\\_portal/](https://www.jaaa.ne.jp/jimaku_cm_portal/)



## 4. 最後に

---

### ■今後の普及に向けて

字幕付きCMを制作する広告主の輪を広げるために

- 各団体の専門的な取り組みと、連携して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。
- 地方エリアへの字幕付きCM普及促進を行いたい。

---

## ■今後の普及に向けて 字幕付きCMセミナー企画 案

各地区広告業協会の協力を得て  
字幕付きCM普及推進セミナーを実施  
セミナー内容は動画を収録し、  
最新状況（動画）として  
「字幕付きCM Portal Webサイト」に掲示する予定。



ぜひ、字幕付きCMの普及促進にご協力をお願いいたします。

2023年7月実施の九州（福岡）の  
字幕付きセミナーの様子 →

## 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/](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。



# 字幕に取り組んでいる広告主 企業名 2024年4月時点

## 別紙

### 出稿企業一覧（五十音順）

※ 2024年4月に東京エリアにおいて1回以上字幕付きCMを出稿した企業  
社名表記は本観測の実施機関である株式会社東京企画／CM総合研究所の登録基準によるもの

アウディ ジャパン	サントリー	日本製鉄	カゴメ	太陽生命	ブルボン
アサヒ飲料	サントリーウエルネス	ニトリ	カネボウ化粧品	大和ハウス工業	放送倫理・番組向上機構
アサヒグループ食品	サントリー食品インターナショナル	ニベア花王	カルビー	武田薬品工業	ホーユー
アサヒビール	サンリオ	日本生命	キッコーマン	T&Dホールディングス	三井住友海上
味の素	J-オイルミルズ	日本たばこ産業	キヤノン	東京海上日動	三井不動産
味の素AGF	資生堂	日本民間放送連盟	キヤノンマーケティングジャパン	東京海上日動あんしん生命	三菱地所
味の素冷凍食品	SUBARU	日本ユニセフ協会	キヤノンマーケティングジャパングループ	東京ガス	三菱電機
アース製薬	スポティファイジャパン	野村グループ	キューピー	東京ガスネットワーク	三菱電機ビルソリューションズ
イズブ	政府広報	野村不動産	キリン	東京建物	明星食品
ウォルト・ディズニー・スタジオ・ジャパン	ソニー銀行	野村不動産ホールディングス	キリンビバレッジ	トゥーコネクト	明治
エーザイ	ソフトバンク	はなさく生命保険	キリンビール	東芝	森永製菓
江崎グリコ	SOMPOケア	パナソニック	クボタ	TOTO	UACJ
エスエス製薬	SOMPOひまわり生命保険	パナソニック コネクト	公文教育研究会	東和薬品	ユニクロ
SMBC日興証券	第一三共ヘルスケア	パナソニックホームズ	グラクソ・スミスクライン	都市再生機構	ライオン
エステー	第一生命	パナソニックホールディングス	グラクソ・スミスクライン・コン	トヨタ	レキットベンキナー・ジャパン
王子ネピア	大王製紙	P&G	シューマー・ヘルスケア	那須高原リゾート開発	YKK AP
大塚製薬	ダイショー	ファイントウデイ	クリナップ	ニチレイ	
大戸屋ホールディングス	大日本除虫菊	ファミリーマート	湖池屋	日産	
花王	大鵬薬品	ファンケル	コーセー	日清オイリオ	
		富士フイルム	コーセーコスメポート	日清食品	
		富士フイルムビジネスイノベーション	サッポロビール	日本ガisin	
		不二家	サンスター		