

**NEWS RELEASE**

平成 21 年 2 月 18 日

**テレビスポット広告取引のEDI(電子データ交換)システム運用完備について**

株式会社電通（以下、電通）は、社団法人日本民間放送連盟加盟の地上波テレビ放送局全局（独立U局を除く 114 局）とのテレビスポット広告取引の E D I 伝送の環境整備がこの度完了し、2009 年 3 月から、テレビスポット広告の「枠確認」・「移動」・「割付」・「放送通知」の 4 項目（注 1）に関して、日本の広告会社で初めて地上波テレビ放送局全局との E D I 運用を開始いたします。

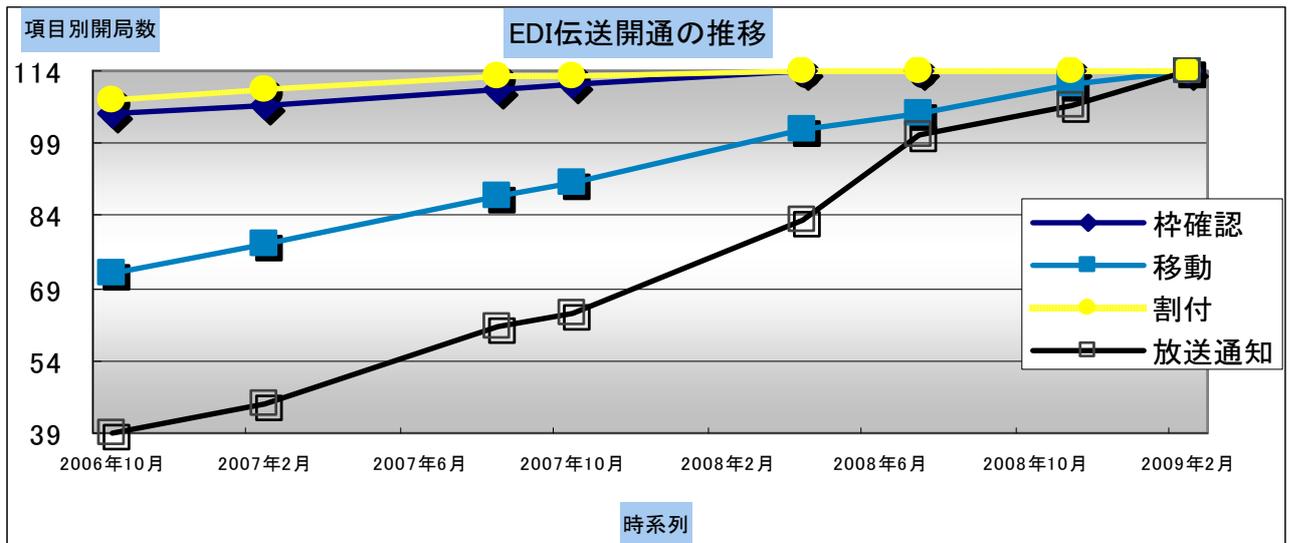
テレビスポット広告取引における E D I 伝送は、テレビスポット取引データを伝送化することにより、取引の業務精度を向上させる仕組みです。株式会社広告 E D I センター（注 2）が 2002 年 10 月に立ち上がり、同社が中心となって業界共通インフラとしての広告取引のための E D I に関するシステム基盤の整備と管理を行ってまいりました。しかし、広告各社及び放送局各社はそれぞれテレビスポット広告取引に関する独自のシステムを持っているため、この共通インフラを利用するためには、広告各社と各放送局が個別に合意をした上で、両社のシステム接続のための環境整備が必要になります。

電通は、2006 年 12 月に地上波テレビのデジタル化が全国でスタートするタイミングを E D I 普及促進の機会と捉え、同年 10 月から、E D I 伝送未開通の放送局に対しより積極的な運用を働きかけてまいりました。

放送局ごとに E D I 伝送に対する考え方や営業放送システム（注 3）が異なるため、未開通の放送局には、導入主旨にご賛同いただき、システム改修等を伴う環境整備を進めていただくために、詳細な説明を重ねてまいりました。その結果、多くの放送局の賛同を得、徐々に開通局を増やし（表 1）、2009 年 3 月をもって全局開通の運びとなりました。

電通では「枠確認」・「移動」・「割付」・「放送通知」の 4 項目の E D I 伝送により、テレビスポット広告の受注から納品までの全てのプロセスのシステム・サポートが可能となり、広告会社・放送局間の取引を従来よりもさらに高い業務精度で行なうことができるようになりました。また、E D I 伝送の完全導入により、テレビスポット広告取引業務の大幅な省力化が実現されました。

<表 1>



<注 1> 広告取引EDI伝送の4項目概要

- 「枠確認」：放送局のスポット案が随時データでチェックでき、CM枠の不整合の事前回避が可能。
- 「移動」：CM枠の時間移動作業が、手登録からシステム運用に変わり、正確性が向上。
- 「割付」：CM枠の広告素材割付作業が、手登録からシステム運用に変わり、正確性が向上。
- 「放送通知」：放送後のCM枠の照合が目視照合からシステム照合に変わり、作業の速度と正確性が向上。

<注 2> 株式会社広告EDIセンター

株式会社電通、株式会社博報堂、株式会社アサツーディ・ケイ、および情報サービス会社である株式会社インテックの4社を発起人とし、業界共通の広告会社と放送局間取引の電子データ交換（EDI）システムの基盤整備と提供を行うため、2002年10月1日に設立。

<注 3> 営業放送システム

通称「営放システム」と言う、放送局の編成・営業・放送スタンバイ業務をサポートするシステム。「番組編成」・「契約管理・売上請求管理」・「CM枠の時間取・CM枠の移動作業」「CUEシート設定」・「素材指定・放送データ作成」・「放送確認書作成」といった業務を一括管理する。