

字幕付CMの制作について

2014.3.6

株式会社デジタルエッグ

■ 字幕付CMの制作スタッフ

CMの字幕制作は下記のようなチームで制作を行っています。

① プロデューサー

制作作業の受注、スケジュール管理、品質管理を担当します。
試写においては字幕内容のプレゼンテーションを行います。

② ディレクター/字幕エディター

字幕編集機を使用して、クローズドキャプションの編集を行います。
民放連のルール の範囲内で、作品の訴求内容をより適切に伝えるための字幕表現を検討します。

③ ビデオエディター/技術スタッフ

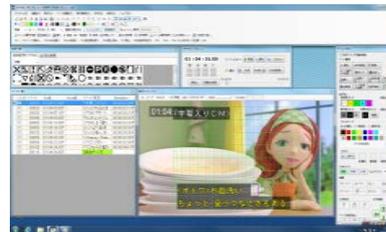
CMの入稿規定に基づき、クレジットの作成、字幕データ重畳、各種信号確認など最終的な完成原版の制作を担当します。

■ 制作の流れ

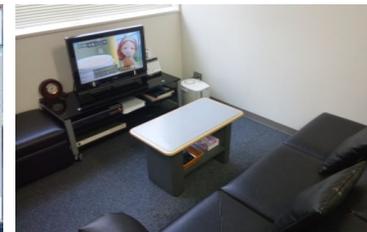
字幕付CMは下記の
3パートに大別できます。

字幕のスポッティング(タイミングどり)を行うためのタイムコードを表示させた状態でワーク用のMPEG-2を書き出します。

字幕編集機



試写室



①

字幕制作

②

試写

③

字幕データ
完成

字幕重畳作業

字幕入り原版
完成

放送局
考査

OAプリント



CM原版
または原版のコピー

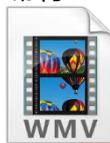


ナレーション原稿
(カット表)

ワーク用 MPEG-2



字幕付WMV 字幕原稿



字幕収録制御装置(インサタ、ANCモニタ)



これまでのトライアル実績では、オンエアの
8営業日前までに事前チェック用の考査資料を
準備していましたが、今後のトライアルの進捗、
または放送局によって変わる可能性があります。

HD、SD、ワンセグ、3つの字幕データを同時に
重畳し、それぞれの内容をチェックします。
また、「CM字幕チェッカー」を使用して規格適合性を
確認します。

■各パートにおける作業項目



- ・音声情報の聞き取り、およびナレーション原稿を参照しての字幕入力
- ・字幕表示のタイミング調整
- ・字幕レイアウトの検討
- ・表記の検討、確認
- ・制作者間のディスカッション
- ・字幕校正

※ 制作現場で可能な限りベターなご提案を目指し、検討を重ねます。

広告主ごとに異なるルールや考え方があるため、それらとの整合性を作品毎に検討しながら、試写でご覧いただき、内容をつめていきます。

制作現場では判断ができない点については、作品制作者と相談の上、複数タイプのご提案を行う場合も少なくありません。

例) 父と娘の関係性のCMで、それぞれ著名なタレントが出演している場合に話者表記をどう整理するか。

例) CMソングがBGMで流れていて、同時にセリフやナレーションがある場合、双方を字幕表記するのか、セリフとナレーションを優先するのか。

■ 各パートにおける作業項目



- ・ 広告主、広告代理店、CM制作会社のお立合いのもと、字幕表現の確認
- ・ その場のご意見応じてリアルタイムに字幕内容の変更、調整
- ・ 必要に応じて試写用DVD等作成

※ その作品で広告主やクリエイターが伝えたいことをより適切に表現するための推敲を行います。

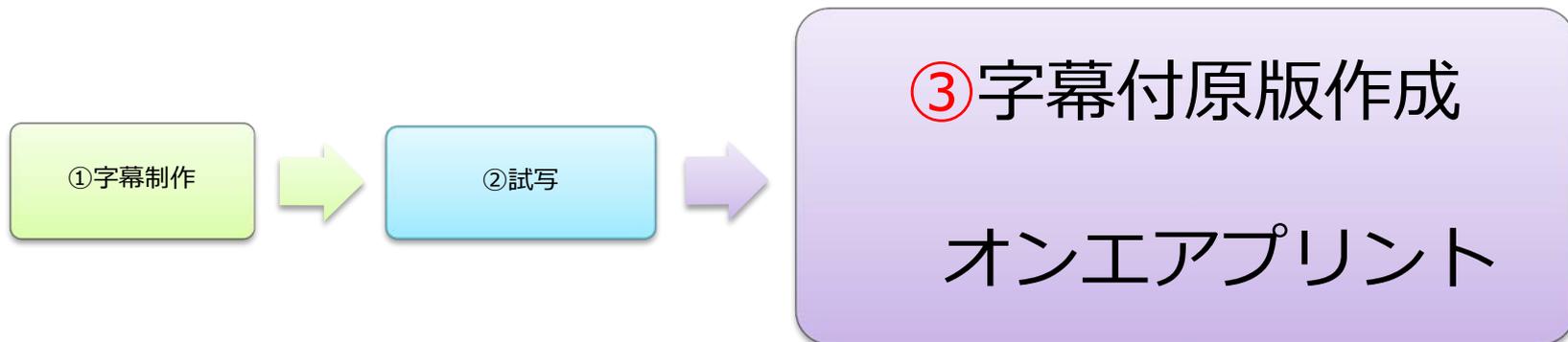
試写の場では、字幕表現についての調整、推敲はもとより、クローズドキャプションのさまざまな技術的特徴もあわせてご説明する必要があります。

代表的な例ではCMの冒頭およびラストの1秒間は字幕を表示できない。
また 1枚の字幕は2秒以上表示しなければならないというルールがあります。

15秒CMで、最終カットで「詳しくはウェブへ！」という画面が2秒あるとすると、上記ルールの中では、この画面が出る1秒前(12秒～)から「詳しくはウェブへ！」という字幕を表示する必要があります。

映像に焼き込むテロップではこのような違和感は起きません。
関係者全員でこういった技術的特徴を共有する必要があります。

■各パートにおける作業項目



- ・クレジットの確認(10桁CMコード、CM素材名のルール適合性など)
 - ・映像、音声、字幕の再生確認
 - ・放送局事前チェック(局考査)用資料の作成
- ※ 字幕を含め、総合的な各種搬入基準への適合性確認を行います。**

CMにはさまざまな入稿規定があります。

映像、音声、クレジット それぞれにルールがあり、同様に字幕にもルールがあります。

それらすべての要件を確認しつつ、映像や音声にノイズ等の破たんが存在しないかどうかも複数段にわたって確認を行います。

■ CMの特殊性

番組の字幕

- ・放送局ごとあるいは番組ごとのオリジナルのルールで制作。
- ・字幕表記のベースラインのルールに基づき、放送局+関連会社の組織立った制作環境が整備されています。

CMの字幕

- ・広告主ごとに制作方針があります。それによってルールが多様化します。
- ・企業イメージ、商品イメージ、ブランドイメージなどを大切にするために、あるいは出演者の表情なども重要な情報であるため、字幕のレイアウト、表記には細心の注意が要求されます。
- ・30秒、15秒の短い尺の中で、音声情報も様々に工夫がされていることもあり、ナレーションやセリフ以外の環境音なども字幕化することで、より豊かな情報共有を目指します。