

タイアップ広告 進行ガイド

講談社
ライツ・メディアビジネス本部

2024.3

KODANSHA

INDEX

1. タイアップとは
 2. タイアップの流れ
 3. オリエン
 4. ラフコンテ
 5. 撮影・取材
 6. 3点セット（初校）
 7. 色校（最終校）
 8. 念校・責了
 9. その他
- 付録. 参考資料

1. タイアップとは

⇒ 「広告」で「編集コンテンツ」です。

POINT 01

編集部が制作

編集タイアップ＝タイアップ広告は、編集部が作成する広告であり同時に編集コンテンツです。オリエンなどで広告主のご要望を最大限ヒヤリングし、広告主・編集部・読者、どの立場からも最良のコンテンツとして表現していきます。編集権が編集部に属する、広告のひとつのかたちです。

POINT 02

タイアップのメリットって？

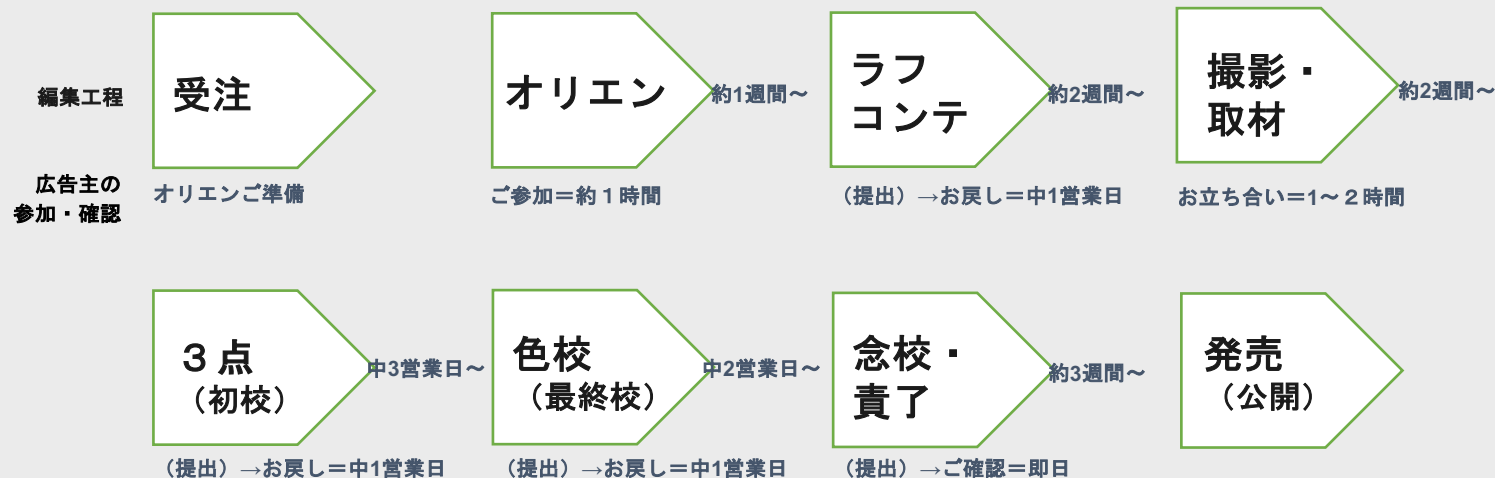
広告主の商材を各メディアの特性に合わせ、メディアの持つ編集スキルでそれぞれの読者＝ユーザー＝ファンにもっとも効果的な表現方法で届けます。

読者がメディアの編集コンテンツとして受け取ることで、商材の魅力をよりの確に深く届けることができます。

*メディアにとっては編集コンテンツであるため、広告ではあっても編集方針に準じてテキストや画像など表現方法を編集部に一任させていただくことがあります。

2. タイアップの流れ

⇒ オリエンから校了まで約60日 です。



3. オリエン

⇒ **タイアップでいちばん大事** です。

POINT

オリエンですること

オリエンテーションは、広告主から編集部へ、パワーポイント資料などを使って、タイアップの意図、商材の特長などを教えていただく場です。オリエンの説明を受け編集担当は、①各種質問 ②後日提出するラフコンテで表現する方向性の確認をしていきます。

POINT

参加メンバー

講談社側から、編集担当、広告営業、タイアップ進行担当が、ご出稿側から、広告主、代理店営業担当、代理店メディア担当が、出席するのが基本で、通常1時間ほどのミーティングです。

POINT

大事な理由

編集部はオリエンで得た情報・方向性・キャスティング希望に基づき、ラフコンテ・企画案を提出します。タイアップ記事に必要なすべての情報・ご要望はこの時点までに必ずお伝えください。

* キャスティングに関しては別企画との重複をさけるため、また希望の起用ができるか編集部で確認するため、オリエン前に提示いただくことが多いです。

* タレント・モデル・著名人・スタッフのキャスティング決定以降（オリエン以降）は二次利用など追加のご要望は受けられません。

4. ラフコンテ

⇒ **タイアップの設計図** です。

POINT

ラフコンテのかたち

編集担当がオリエンで得た情報・方向性をもとに、ラフコンテのかたちで記事のイメージを提出します。意図を補足するため、テキストや画像を用い、ワード形式などで別途、企画意図、企画書を添えることが通例です。

POINT

確認いただくこと

オリエンで示され、合意された方向性、テキスト情報・表現、ヴィジュアル情報・表現、キャスティングが正しく再現できているか、ご確認ください。修正のご希望がある場合は、ラフコンテに直接お書き込みいただくなど、編集部に的確に伝わるようお願いします。

POINT

お戻しでタイアップの9割が決まります

提出から中1日営業日でラフをお戻しいたします。ラフお戻しで、編集部は撮影・取材・デザイン内容（＝設計図）を確定。コンテンツを制作していきます。

* このあとの工程は設計図どおりの制作（＝編集部）とその確認作業（＝広告主）になります。各種ご要望、方向性の修正などはラフコンテお戻し時点までをお願いします。

5. 撮影・取材

⇒ 一発勝負 です。

01 POINT

お立ち合い

撮影や取材が必要な企画では、広告主のみなさまに「お立ち合い」をお願いすることがあります。商材を正しいかたちで撮影するため、商品の正しい使い方、ファッション商材の着用方法など、広告主独自の決まり事やご希望がありましたら撮影前までにお知らせください。

02 POINT

OKカットの決定

オリエン〜ラフコンテの方向性で、編集やスタッフは準備をし、撮影・取材に臨みます。撮影は後から変更ができませんので、OKカットの即時確認をお願いしています。

撮影カット数、使用カット数が多い場合は、撮影後、3点セット提出までに別途「セレクト」のご確認をお願いすることもあります。

* メール送付などでの「リモートお立ち合い」をお願いすることもあります。

6. 3点セット（初校）

⇒ 画像・テキスト・レイアウトの3点 です。

POINT 01

3点セットって？

DTPが定着するまえの用語です。その昔、画像とテキストとレイアウトを封筒に入れて印刷所に入稿しており、その前段階で広告主にも画像、テキスト、レイアウト＝デザインの3点セットの確認をお願いしていました。3点セットをいまは「初校」と呼ぶことが多いです。

POINT 02

いまはPDF 1点

現在は、デザイナーがInDesignに画像・テキストとも流し込んだPDF、での確認をお願いすることがほとんどです。

POINT 03

確認いただくこと

撮影で確認いただいた画像、オリエンで示された方向性や提供いただいた資料、取材内容を含んだテキスト、オリエンで示されたデザイン方向性、そしてラフのお戻し内容、が的確に表現できているかを確認いただけます。提出からお戻しまで中1営業日でお願いしています。

- * 業機法関連チェックが必要な場合は広告主社内での必要日数を事前にお知らせください。中3営業日などにスケジュール調整します。
- * 修正ご希望は、修正箇所、修正内容が正確に編集部に伝わるよう、初校に直接お書き込みください。
- * ウェブ記事では、初校プレビューとして提出します。

7. 色校（最終校）

⇒ 色味と事実関係のご確認 です。

POINT 01

色校出校

3点セットのお戻しを反映し、編集は印刷所に入稿します。印刷所からは「色校」がでてきます。

POINT 02

色味と事実関係の確認

「OKならこの状態で印刷をします、修正がある場合は赤字を」というものですので、画像の色味やテキストの事実関係をご確認いただきます。撮影立ち合い、3点セット確認を経ていますので、色校でご確認いただくのは原則 ①色味 ②テキスト上の事実関係のみとなります。

POINT 03

校了します

出校からお戻しまでは中1営業日です。お戻しいただいたのち、編集担当は校閲の指摘を加味して校了紙をまとめ、編集長が「校了」します。原則として「校了」で終了となりますが、色味の修正依頼、赤字修正があった場合は、要念校、要PDF念校として校了紙を印刷所に届けます。

* ウェブ記事では、最終校プレビューとして提出します。

* 色校お戻し時に色味やテキスト修正がある場合は、修正箇所、修正内容が編集部に正しく伝わるように色校に直接お書き込みください。

8. 念校・責了

⇒ 念のための再確認 です。

POINT 01

元々なかった工程

タイアップでは念校をお出しするのが通例となりましたが、本来は色校で責了するのが印刷所と出版社の基本ルールです。

POINT 02

色校お戻し反映の確認

色校時点で色味、テキストの修正依頼がある場合、確認のために念校をお出します。基本はPDFで、紙で色味の確認が必要な場合のみ、紙の念校でご確認いただきます。

POINT 03

即日戻し＝責了

印刷所は、校了日＝責了日でスケジュールを組んでいますので、この工程は特別スケジュールとなっています。そのため、念校のご確認は「即日」でお願いしています。広告主の確認をもって、編集担当は「責了」とします。

9. その他のメニュー

⇒ **流れは原則同じ** です。

紙のタイアップのほかにも現在の講談社にはさまざまなタイアップメニューのご用意があります。

ウェブ記事も、動画も、インスタライブも、各種SNSメニュー……も、基本の流れ、広告主・代理店・編集部間のコミュニケーションの考え方は同じです。

- ① オリエンでの、商材、企画意図の説明、資料・素材のご提示
- ② ラフコンテ提出での、編集部からの表現方法の提示と提案→広告主のご確認

上記の2つで、タイアップ企画の表現・内容のほとんどは決まります。あとはその同意に基づき、編集部は制作を進め、広告主のみなさまには確認を進めていただきます。

付録・参考資料

●講談社各媒体資料

各メディアの最新媒体資料をダウンロードいただけます。

<https://ad.kodansha.net>

●品質を繋ぐ校・責了紙の作成について

印刷工業会出版印刷部会制作の「紙」の校了紙・責了紙の作り方の詳しい解説です。

編集者用の資料ですが、初校、色校のお戻し時の赤字の入れ方の参考になりますので、ぜひご一読ください。

<https://www.pai-pid.jp/files/user/pdf/kousekiryoushi.pdf>

●JIAA資料

日本インタラクティブ広告協会のデジタル広告ガイドラインとハンドブックです。

JIAAガイドライン

https://www.jiaa.org/gdl_siryogdl/native/

JIAAネイティブ広告ハンドブック

https://www.jiaa.org/gdl_siryosiryog/20161104_nativead_handbook/

●WOMJガイドライン

WOMジャパンのガイドライン。主体が媒体ではなく、個人（編集者、モデル、読者など）の場合に参照するもので、主にSNSにおけるタイアップ告知などで遵守いただきます。

<https://www.womj.jp/85019.html>