

2011年7月20日

ご関係各位

雑誌広告デジタル送稿推進協議会

（社団法人日本雑誌協会）  
（社団法人日本雑誌広告協会）  
（社団法人日本広告業協会）

### 雑誌広告オンライン送稿サービス導入ご検討のお願い

平素は雑誌広告デジタル送稿推進協議会（以下デジ協）の活動にご高配・ご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、雑誌広告オンライン送稿サービスがいよいよ11月1日にスタートいたします。つきましては、導入をご検討いただきたく、その趣旨と今日までの経緯をご説明申し上げます。

デジ協は2004年の発足以来、雑誌の媒体価値向上を目的として、広告掲載のクオリティを上げるべくデジタル化を推し進めてきました。その根幹となるものが、2001年に日本雑誌協会(JMPA)が、出版社、広告会社、印刷会社と協力して策定したJMPAカラー（雑誌広告基準カラー：雑誌掲載時の色味を制作段階で確認・保証するための業界統一の色基準）です。これにより、色基準が不統一のままで原稿が制作されていた時に比べ、格段に仕上がりの色調が安定しました。

JMPAカラーの策定から10年、その間、各方面の努力によりデジタル化が進み、純広告においては、昨年の4月から入稿原稿の完全デジタル化への移行、JMPAカラーに準拠した出版社校正のデジタルプルーフ化が実施されました。さらに今年1月からは出版社校正が終了し、ワンウェイフローとなり、いよいよオンライン送稿ができる環境が整いました。また、この7月には最新の印刷状況に対応し、よりDDCP間の色差を少なくすることが可能になったJMPAカラーVer3.00が発表されました。これらデジタル化への移行およびJMPAカラーの普及による長年の成果に加えて、オンライン送稿では以下のメリットが享受できます。

■オンライン送稿で考えられるメリット（将来的なものも含む）

1. 検証済みデータ原稿が送稿されることでの校了日の後倒しと制作時間の延長
2. 作業効率化による利便性向上
3. システム化によりトラブル等を防止することが可能(コンプライアンス的観点)
4. 原稿素材及び物流を必要としないことでの環境負荷軽減(エコ的観点)
5. 統一基準の検証及び媒体情報データベースの活用で、誰でも同等な安全確実な送稿データ作成が可能

これらにより、雑誌広告の有用性を再認識していただき、より使いやすい、さらにこれまで時間の制約等で出来なかった企画や表現への可能性を秘めた雑誌広告を実現できる事が期待できます。

送稿のオンライン化は純広告にとどまらず、将来的にはタイアップ広告、さらには電子雑誌広告への対応も視野に入れています。純広告のオンライン送稿は、その第一歩として位置づけられます。関係各社のみなさまにおかれましては、何卒趣旨をご理解いただき、オンライン送稿の導入をご検討いただけますようお願い申し上げます。