

平成20年5月30日

「放送番組制作業実態調査」（平成20年2月実施）の結果

主な調査結果

- 資本金5千万円以下の事業者が全体の89.2%、従業員100人以下の事業者が全体の91.5%と、放送番組制作会社の多くは中小企業。
- 1社当たり平均設備投資額のうち機械及び装置が対前年比36.8%の減少で、デジタル化投資が一段落したものとみられる。
- 「完全パッケージ」納品した番組のうち、自社と放送局の合意により二次利用が可能なものの割合が7.5ポイント増加し、49.6%となった。
- 「完全パッケージ」納品した番組の実際の放送時における番組制作者のタイトル表示は、「制作・著作」として放送番組制作会社名が表示されていないものが合計で64.6%、「制作・著作」が放送局名のみで、かつ「制作」が放送番組制作会社名のみが7.5%、「制作」が放送番組制作会社名と放送局名で併記されているものが18.2%、「制作・著作」あるいは「制作」として放送番組制作会社名のみが表示されているものが合計で6.5%。
- 放送番組制作会社の6割強が「受注単価が低い」（66.0%）、「受注量の安定」（64.1%）を、約5割が「経験者・熟練者等の人材の確保」（56.5%）、「コンテンツ制作能力の充実」（49.6%）を経営上の課題、問題点として挙げている。

総務省では、この度、平成20年2月に実施した「放送番組制作業実態調査」の結果を取りまとめました。今回の調査結果の概要は、別紙のとおりです。

【調査概要】

通信産業に密接に関連する放送番組制作業の実態を把握するため、平成4年度から毎年実施。なお、平成17年度までは通信関連業実態調査として実施。

【調査対象】

放送番組及びコマーシャル（CM）の制作に関わる業（ケーブルテレビ番組供給業を除く）

【回収率】 37.0%（送付数728、回答数269）

連絡先：情報通信政策局総合政策課情報通信経済室

（担当：鈴木課長補佐、水田統計企画係長）

電話：（代表）03-5253-5111（5744）

（直通）03-5253-5744

（FAX）03-5253-5721

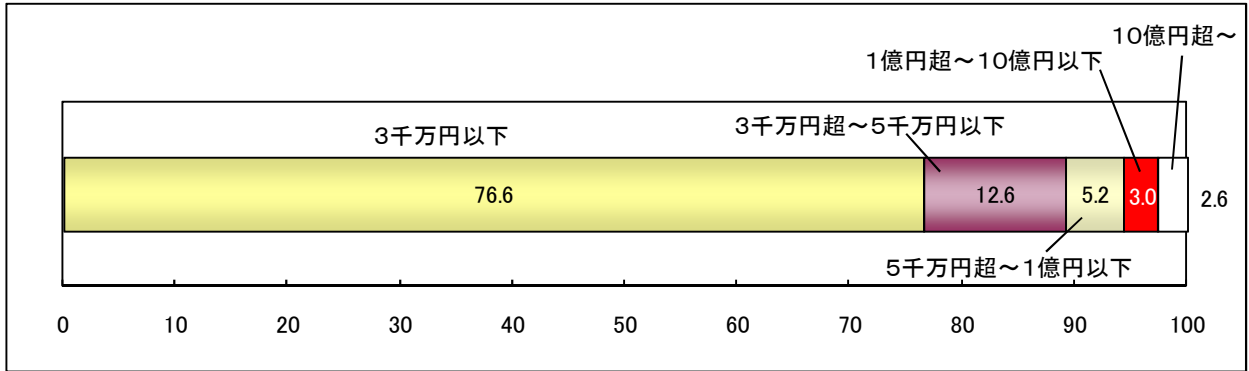
1 放送番組制作業の事業者構成（資本金、従業員規模別）

資本金5千万円以下の事業者が全体の89.2%、従業員100人以下の事業者が全体の91.5%と、放送番組制作会社の多くは中小企業*である。

*資本金5千万円以下又は従業員数が100人未満の企業（中小企業基本法による定義）

<資本金別の事業者構成>

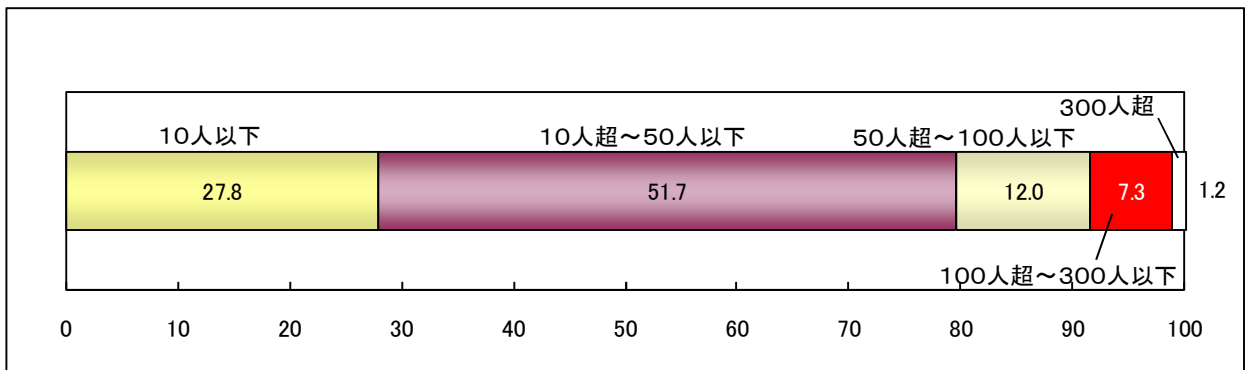
単位：%（構成比）



n=269

<従業員規模別の事業者構成>

単位：%（構成比）

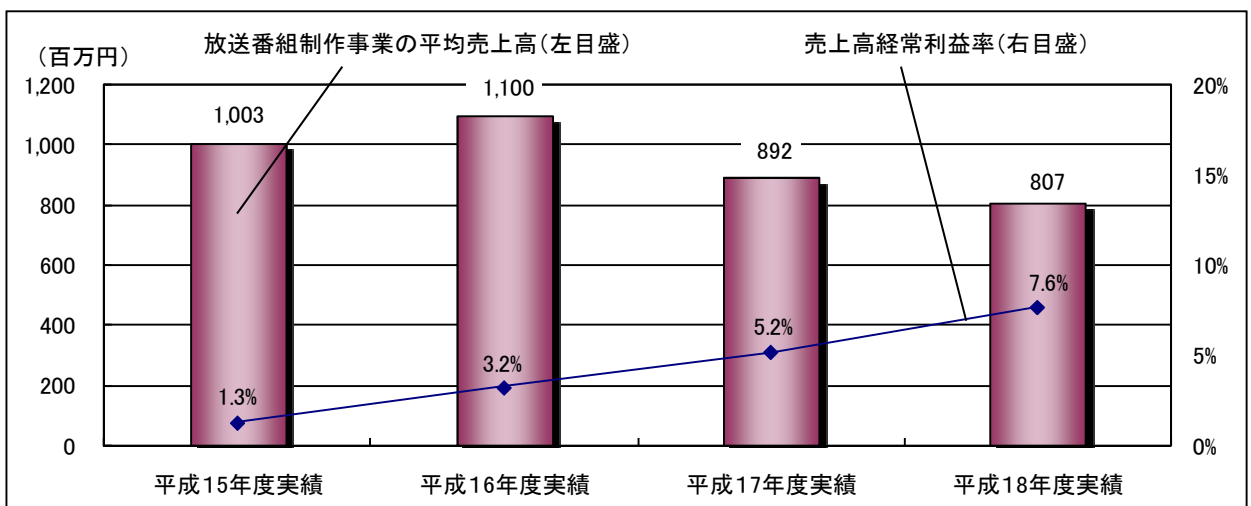


*四捨五入を行っているため、合計が必ずしも100%にはならない（以下同じ）。

n=259

2 放送番組制作業の一社平均売上高

平成18年度の一社平均売上高実績額は8億700万円と、前年度から9.5%の減少となったが、売上高経常利益率は7.6%と2.4ポイントの上昇。

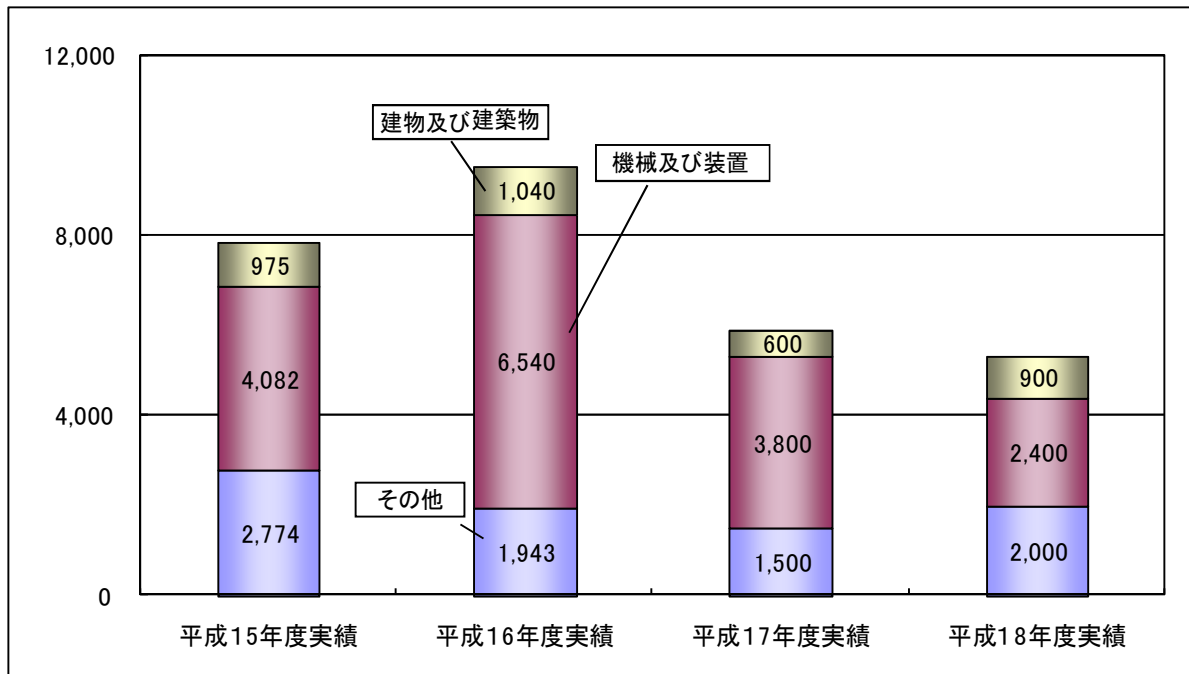


※売上高経常利益率は会社全体の売上及び経常利益から算出したもの
n=207(15年度) 213(16年度) 230(17年度) 233(18年度)

3 1社当たり平均設備投資額の推移

放送番組制作業の1社当たり平均設備投資額のうち機械及び装置は、前年から36.8%減の2,400万円で、デジタル化投資が一段落したものとみられる。

単位：万円

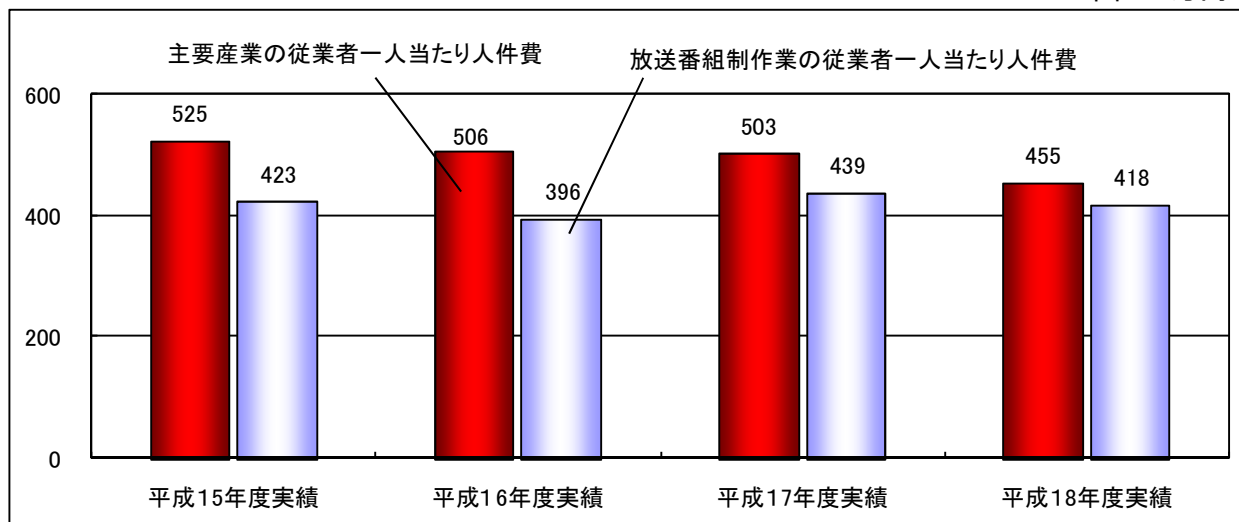


※各年度とも「建物及び建築物」、「機械及び装置」及び「その他」のすべてに回答のあった企業について集計
n=65(15年度)、50(16年度)、83(17年度)、80(18年度)

4 従業者一人当たりの人件費の推移

放送番組制作業の従業者一人当たり人件費は、主要産業の従業者一人当たり人件費と比べて依然低い水準となっている。

単位：万円

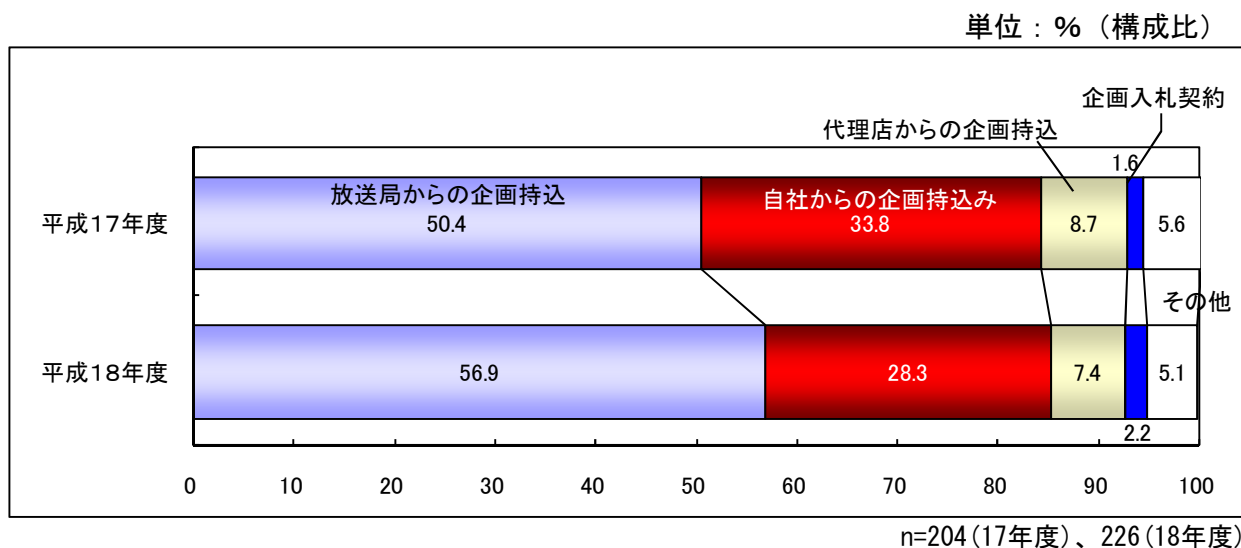


※主要産業の従業者一人当たり人件費は「経済産業省企業活動基本統計調査」から算出。放送番組制作業の従業者一人当たり人件費は、放送番組制作業務に係る人件費を当該人件費に回答のあった企業の放送番組業務に携わる従業者数で除して算出。なお、人件費には福利厚生費、退職金、退職手当引当金繰入額を含んでいるため、年間給与額は従業者一人当たり人件費よりも低くなる。 n=114(15年度)、115(16年度)、147(17年度)、116(18年度)

5 制作番組の権利関係

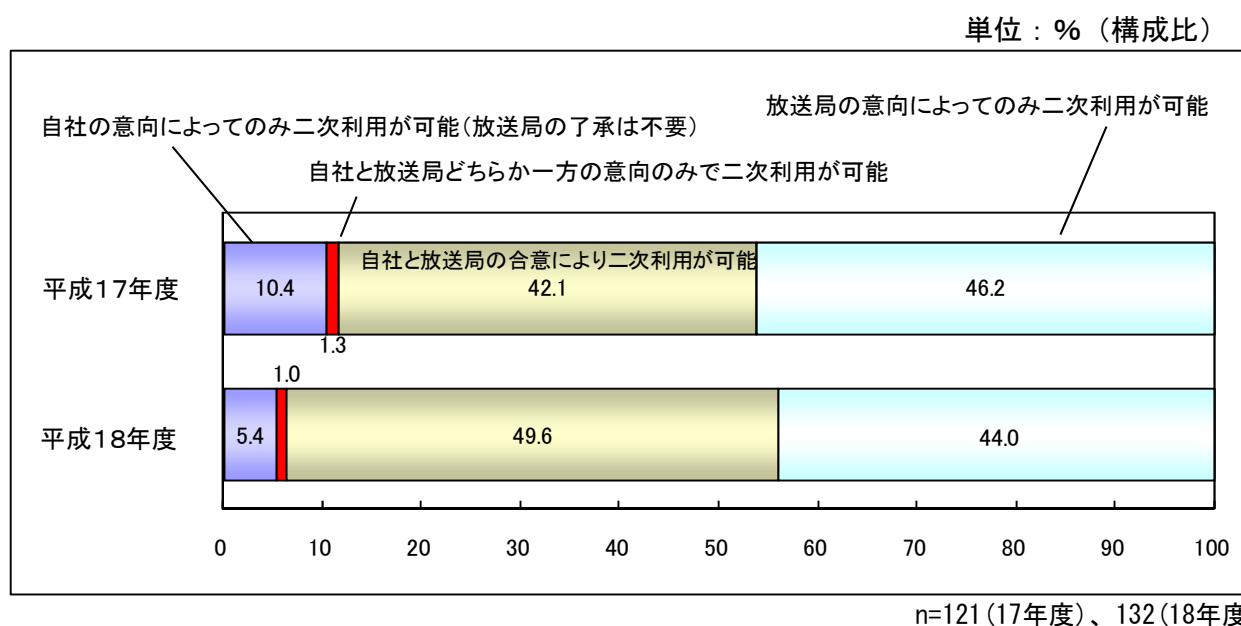
(1) 番組制作の端緒

放送番組制作会社からの企画持込によるものが28.3%と、前年度に比べ5.5ポイントの減少。放送局からの企画持込は56.9%。



(2) 番組を二次利用する際の条件等

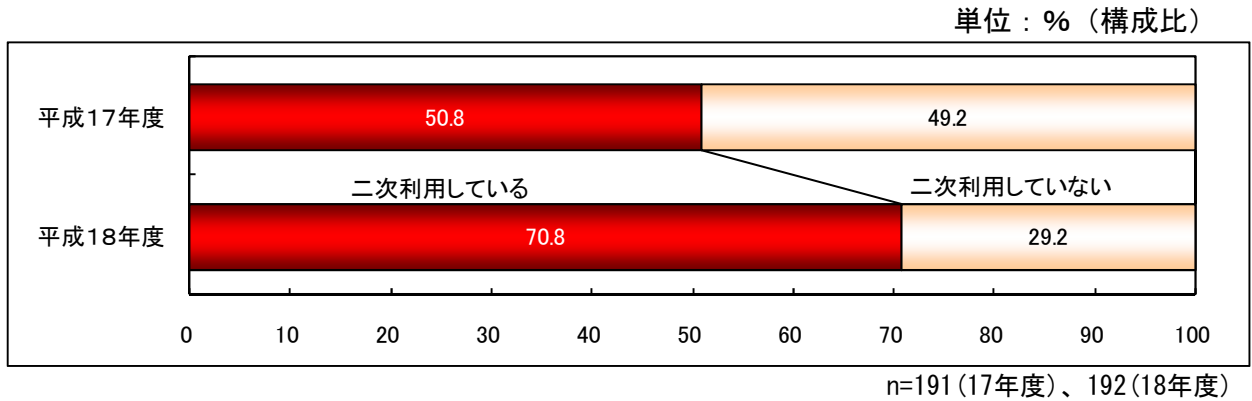
放送番組制作会社が収録・編集済みのいつでも放送できるように完全に出来上がっている番組として放送局に納品（「完全パッケージ」納品）したもののうち、自社と放送局の合意により二次利用が可能なものの割合が7.5ポイント増加し、49.6%となった。



※放送番組の二次利用とは、当初の利用目的で定められた回数を超えての放送（再放送）、地上放送用に制作した番組をCATVで放送するなど当初の目的以外のメディアでの放送や、ビデオ化、CD-ROM化、出版といった放送以外での利用など、当初の目的以外の利用をいう。

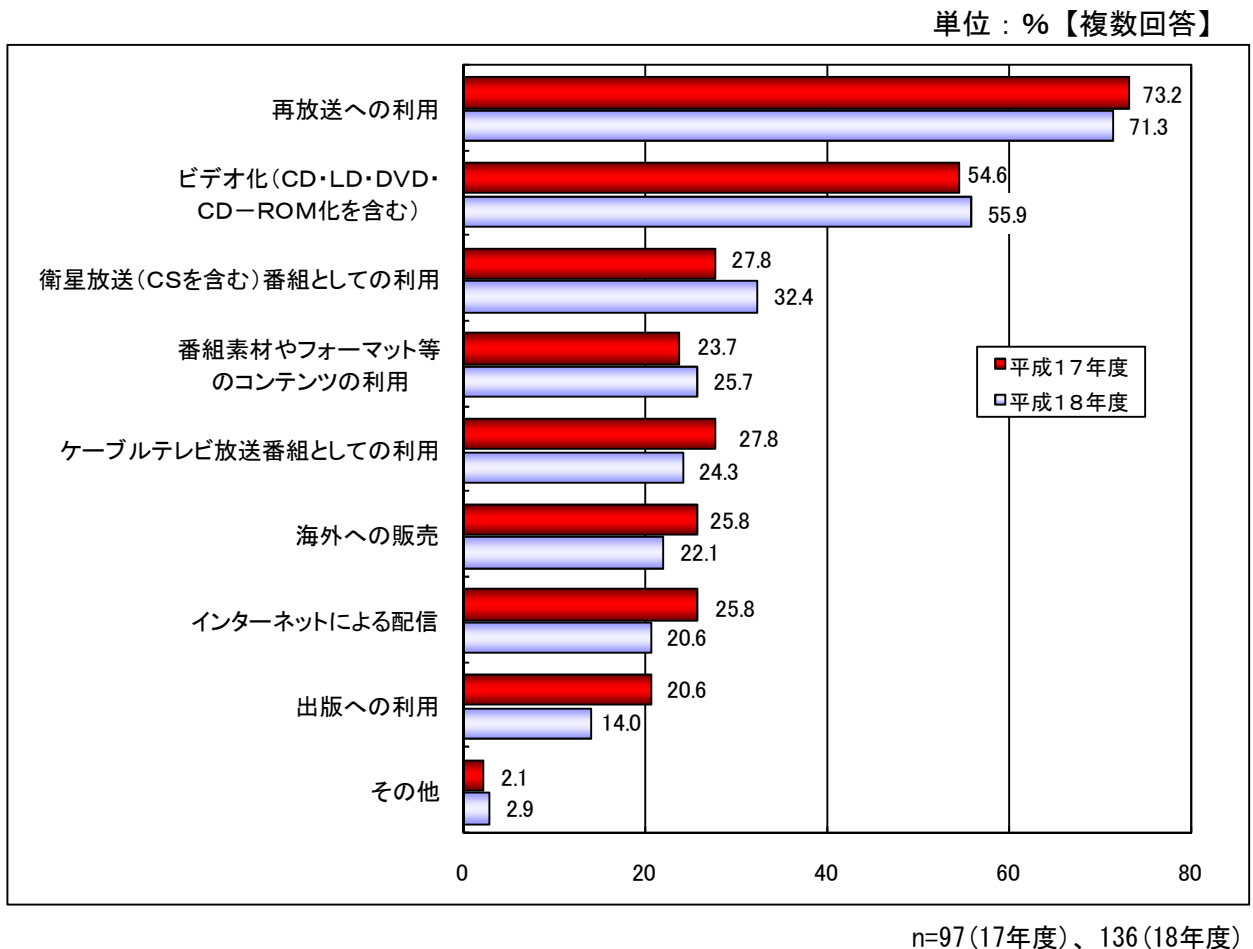
(3) 二次利用の状況

放送番組を二次利用している放送番組制作会社は70.8%と、前年に比べ20.0ポイントの増加。これは、衛星放送番組としての利用や番組素材やフォーマット等のコンテンツの利用の増加によるものとみられる。



(4) 二次利用の形態

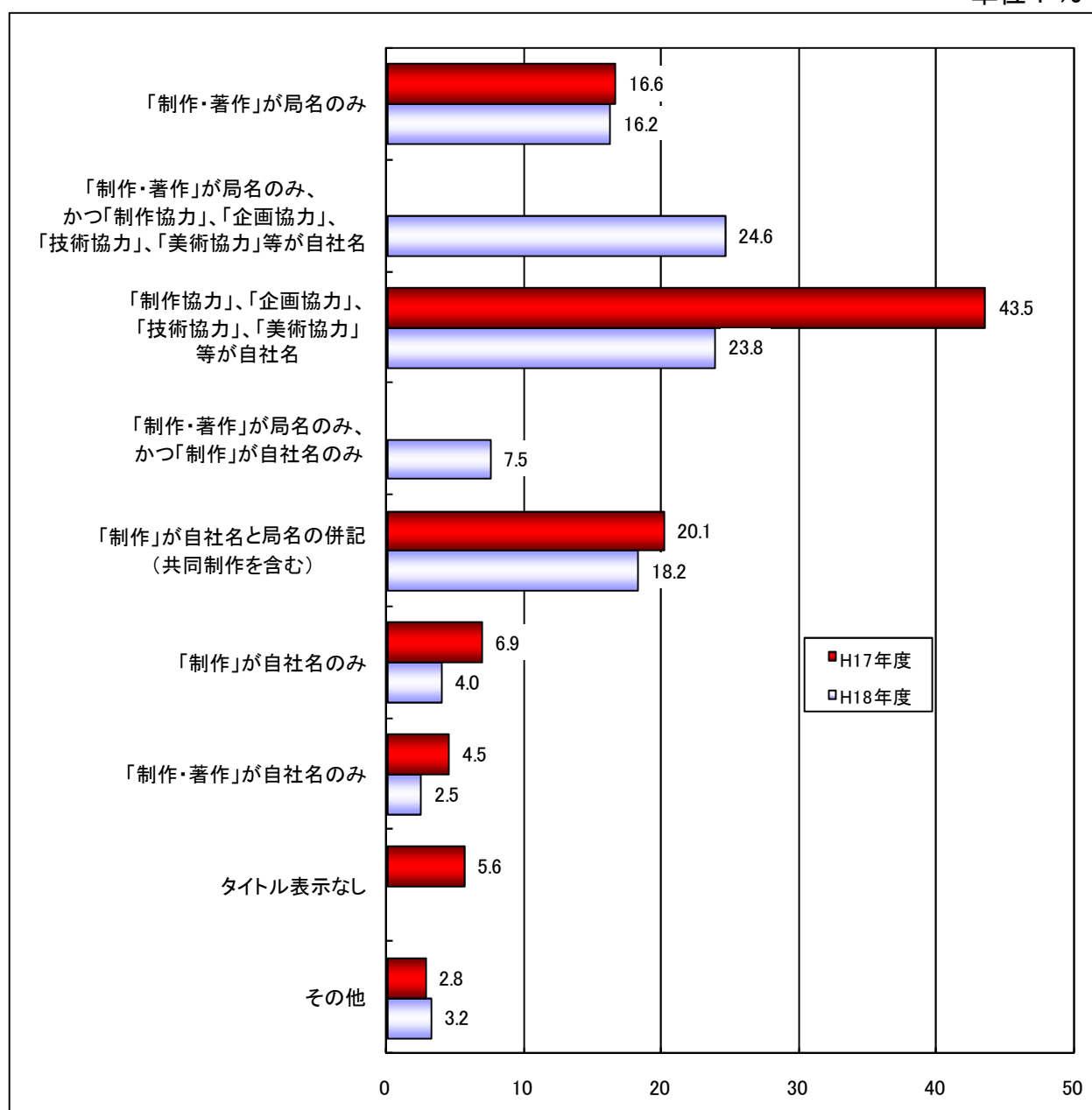
番組の二次利用を行っている放送番組制作会社の半数以上は、「再放送への利用」（71.3%）、ビデオ化（55.9%）により番組を二次利用している。前年度に比べビデオ化、衛星放送番組としての利用及び番組素材やフォーマット等のコンテンツの利用が増加している。



(5) 番組のタイトル表示

「完全パッケージ」納品した番組の実際の放送時における番組制作者のタイトル表示は、「制作・著作」として放送番組制作会社名が表示されていないものが合計で64.6%、『「制作・著作」が局名のみ、かつ「制作」が自社名』が7.5%、『「制作」が自社名と局名の併記（共同制作を含む）』が18.2%、「制作・著作」あるいは「制作」として放送番組制作会社名のみが表示されているものが合計で6.5%である。

単位：%



n=187(17年度)、210(18年度)

注1 『「制作・著作」が局名のみ、かつ「制作協力」、「企画協力」、「技術協力」、「美術協力」等が自社名』及び『「制作・著作」が局名のみ、かつ「制作」が自社名のみ』はH18年度から調査、『タイトル表示なし』は、H18年度では調査していない。

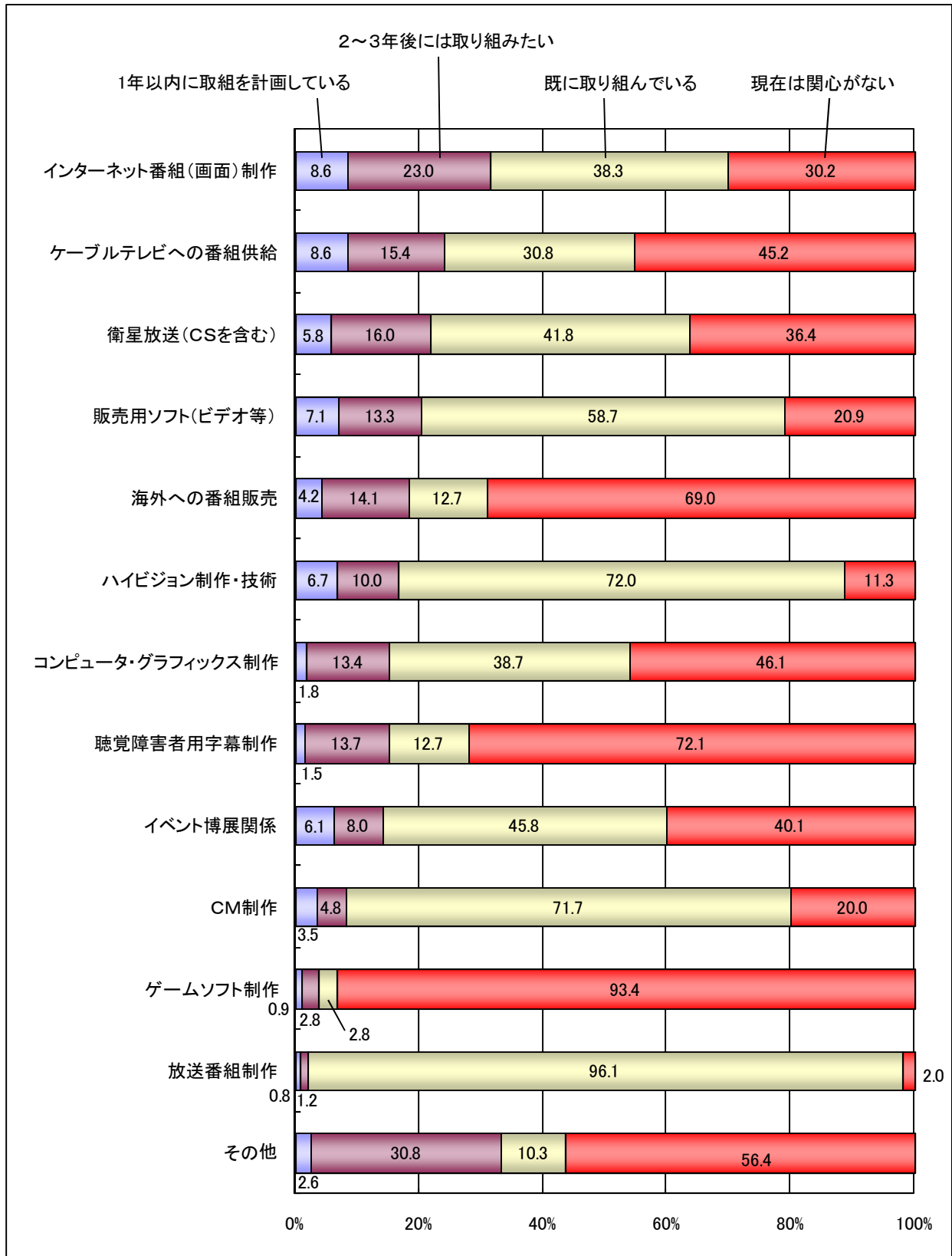
注2 H17年度はCMを含み、H18年度は含まない。

注3 『その他』はスタッフ氏名、個人名など。

6 今後の事業展開

「インターネット番組（画面）制作」を今後取り組みたい事業展開と考えている制作会社が「1年以内に取り組む計画している」（8.6%）、「2～3年後には取り組みたい」（23.0%）の双方とも高率である。

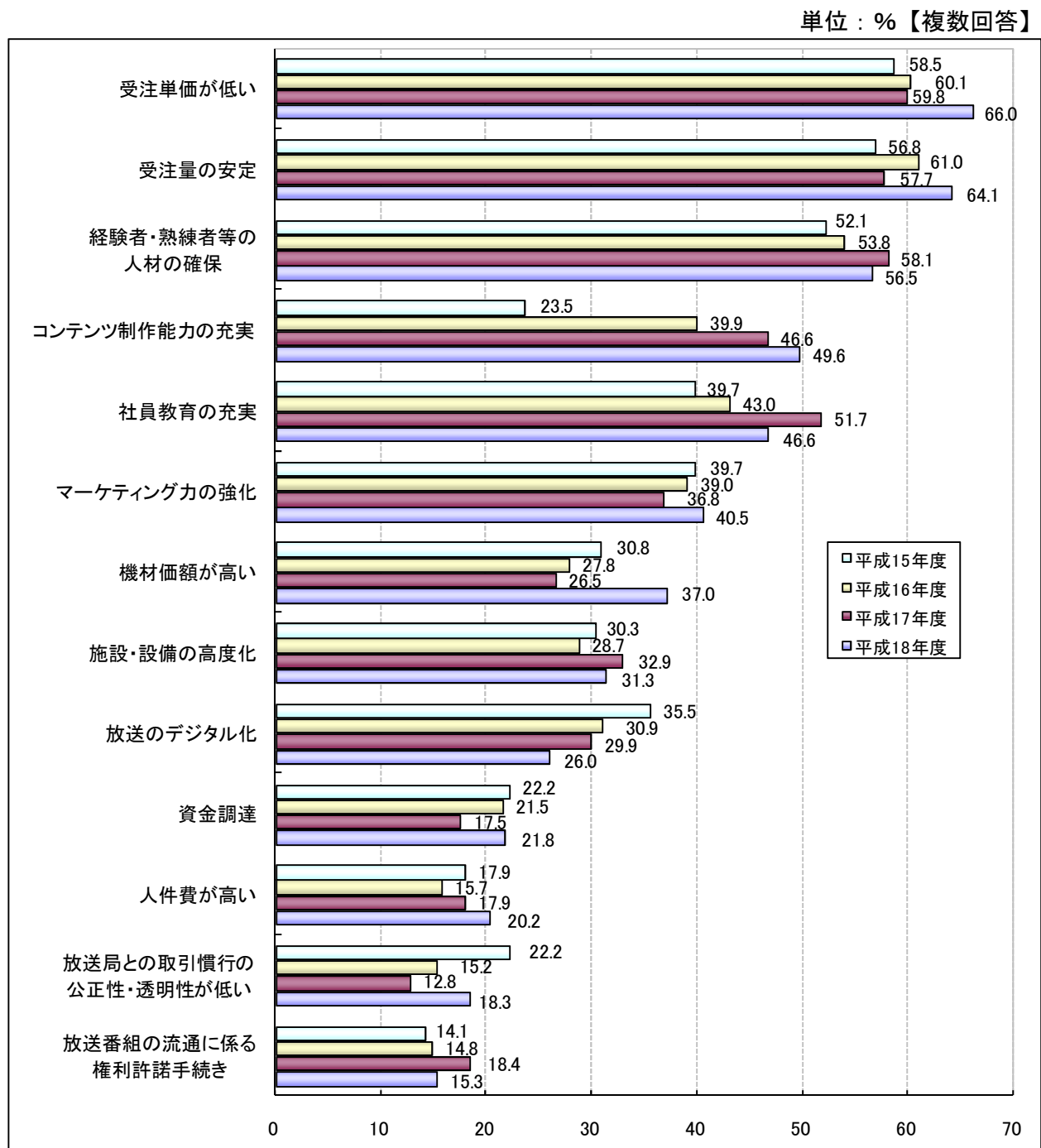
単位：%（構成比）



n=261

7 経営上の課題、問題点

放送番組制作会社の6割強が「受注単価が低い」（66.0%）、「受注量の安定」（64.1%）を、約5割が「経験者・熟練者等の人材の確保」（56.5%）、「コンテンツ制作能力の充実」（49.6%）を経営上の課題、問題点として挙げている。特に「経験者・熟練者等の人材の確保」、「社員教育の充実」、「コンテンツ制作能力の充実」といった人材関係の項目が近年、高い率を占めるようになってきている。



n=234(15年度)、225(16年度)、233(17年度)、262(18年度)