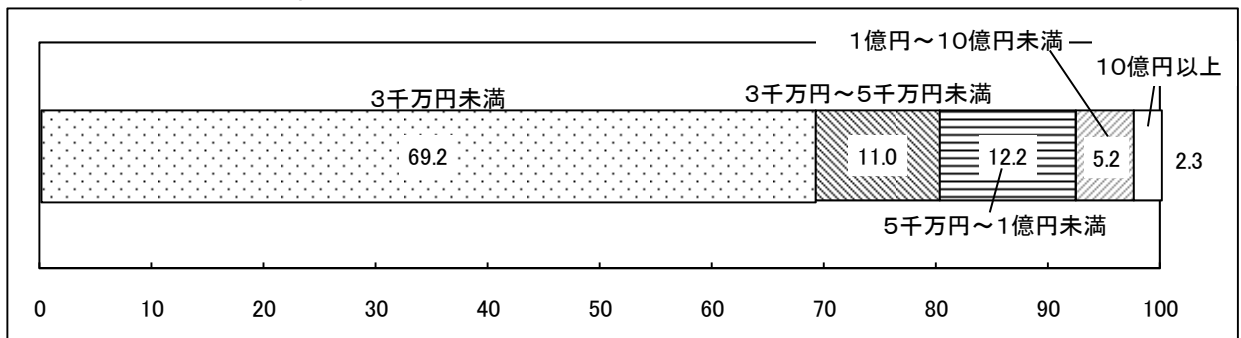


1 放送番組制作業の事業者構成(資本金、従業員規模、放送媒体の別)

資本金5千万円未満の事業者が全体の80.2%、放送番組制作に携わる従業員が100人未満の事業者が全体の92.6%と、放送番組制作事業者の多くは中小事業者である。また、制作している放送番組の放送媒体別事業者構成をみると、9割以上の事業者がテレビ番組制作を行っているほか、約3割の事業者がラジオ番組制作、約1割の事業者がデータ放送番組制作を行っている。

<資本金別の事業者構成>

単位：%（構成比）

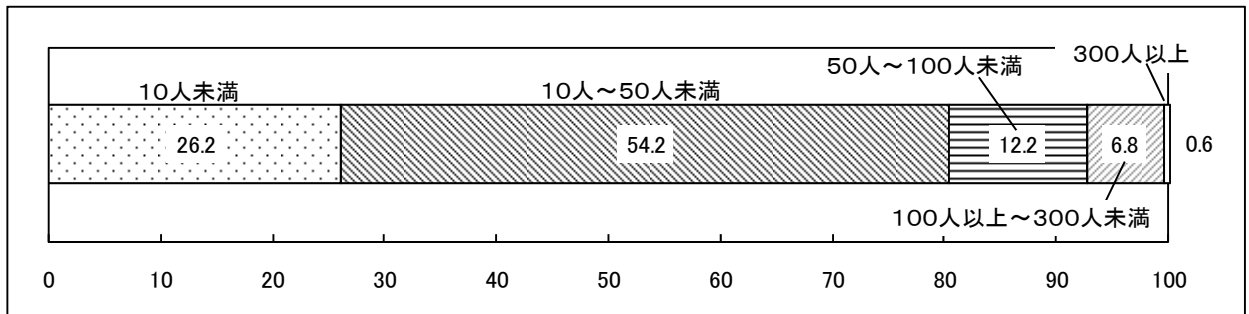


※四捨五入を行っているため、合計が必ずしも100%にはならない場合がある（以下同じ）。

n=344

<放送番組制作業務に係る従業員規模別の事業者構成>

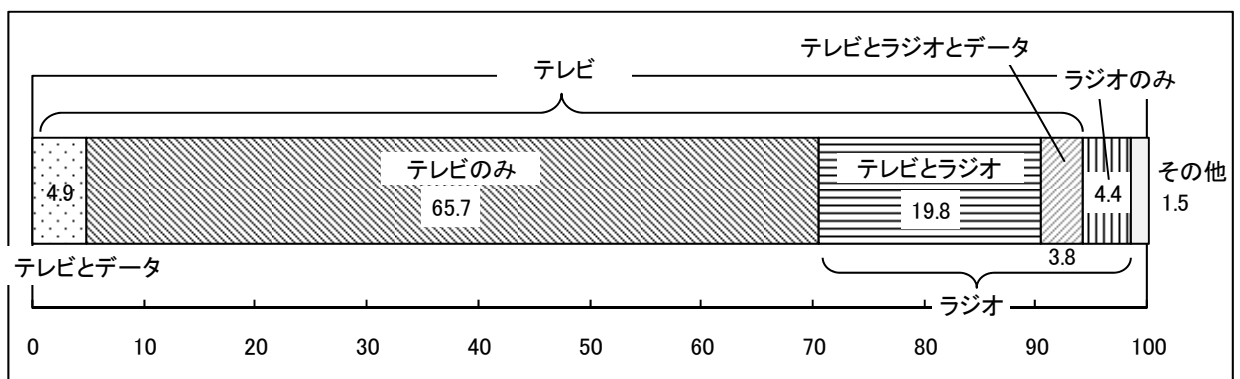
単位：%（構成比）



n=336

<制作している放送番組の放送媒体別の事業者構成>

単位：%（構成比）



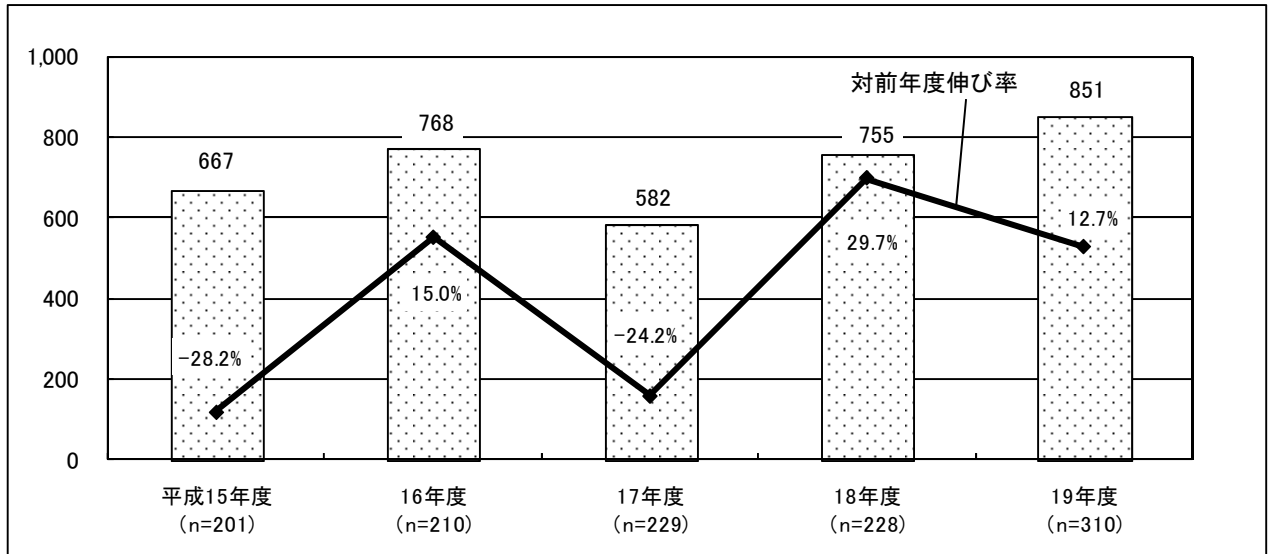
n=344

2 放送番組制作業務の売上高

平成19年度の放送番組制作業務の売上高の合計は総額で約2,637億円、一社当たりの平均売上高は8億5,100万円(対前年度比12.7%増)となった。なお、サンプル数が毎年異なるため、前年及び本年調査の両方に回答した企業について資本金規模別に比較すると、資本金5千万円以上では対前年度比17.9%増となっているのに対し、資本金5千万円未満では同7.4%減となり、中小事業者の平均売上高は減少している。

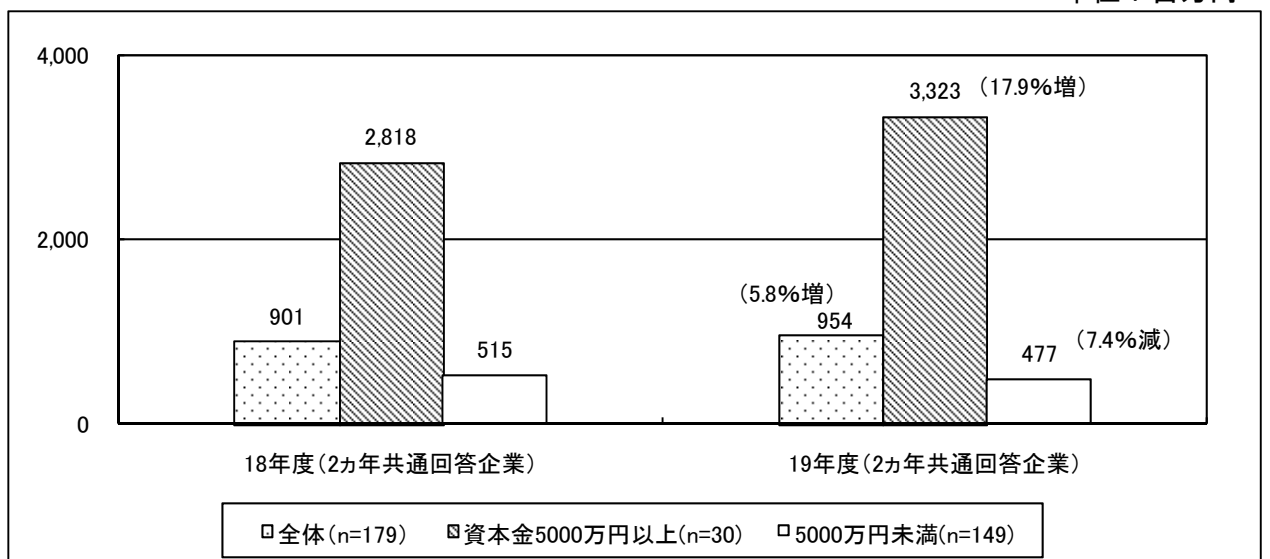
＜放送番組制作業務の一社平均売上高＞

単位：百万円



＜放送番組制作業務の資本金規模別一社平均売上高（2ヵ年共通回答企業）＞

単位：百万円

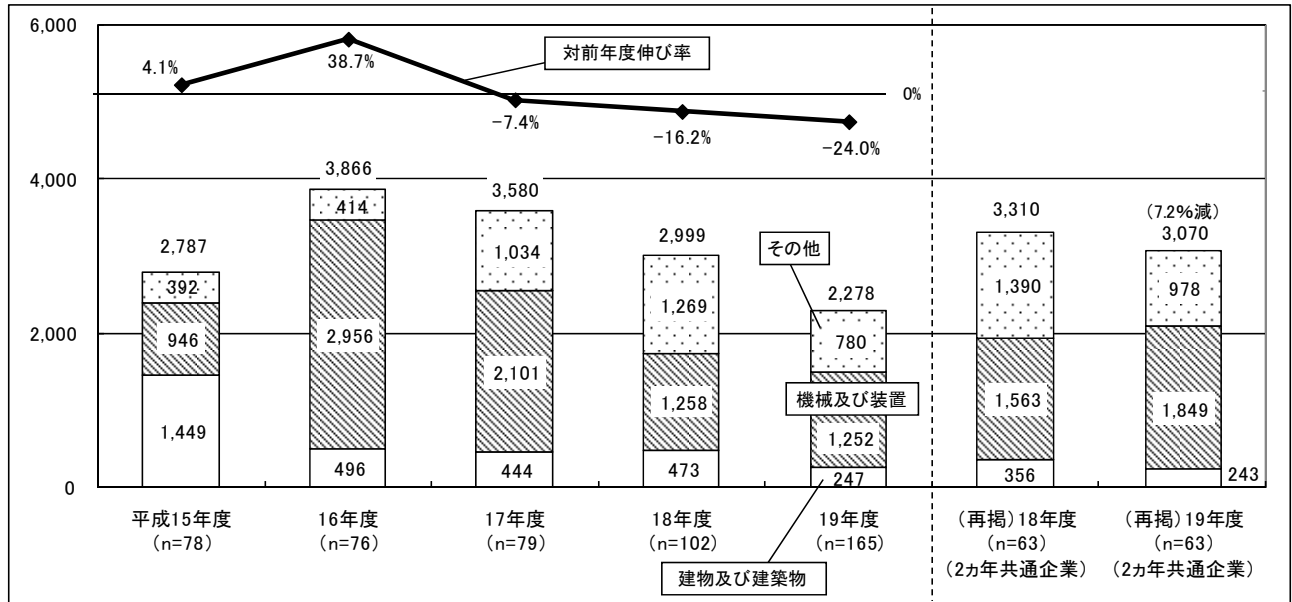


3 設備投資額の推移

平成19年度の放送番組制作業務に係る一社あたり平均設備投資額は2,278万円(対前年度比24.0%減)となり、平成16年度以降、減少傾向が続いている。

＜放送番組制作業務に係る一社平均設備投資額＞

単位：万円



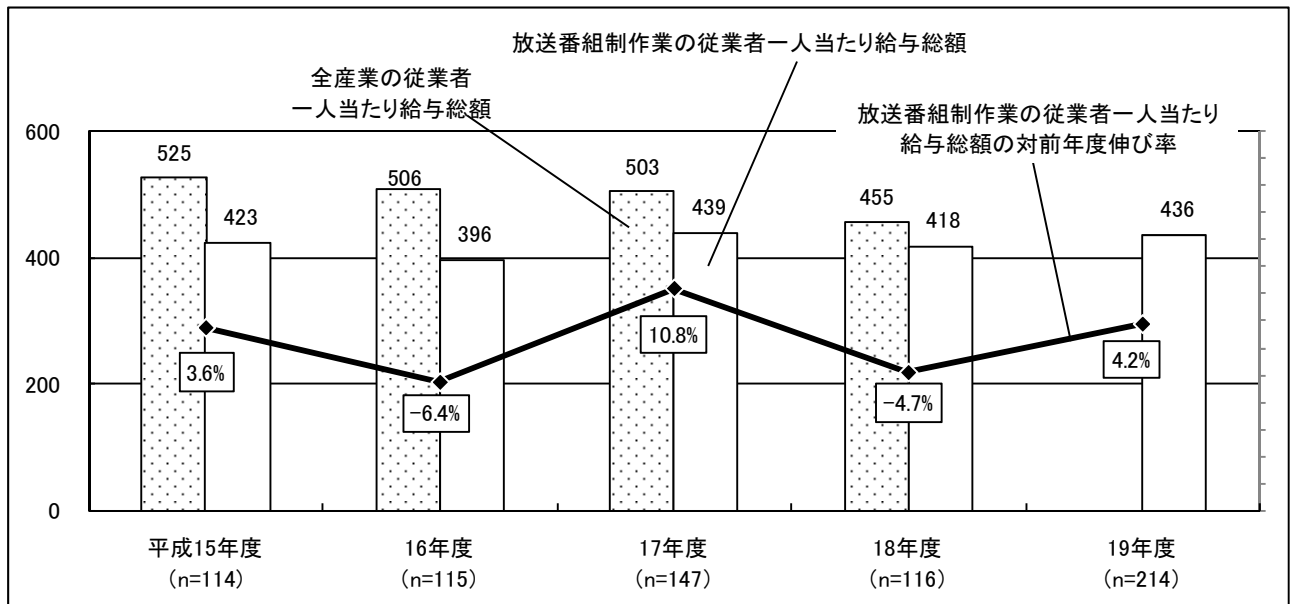
※各年度とも「建物及び建築物」、「機械及び装置」及び「その他」のいずれかに回答のあった企業について集計

4 従業者一人当たりの給与総額の推移

平成19年度の放送番組制作業務の従業者一人当たり給与総額は436万円(対前年度比4.2%増)となった。

＜放送番組制作業務に係る従業者一人当たり給与総額＞

単位：万円

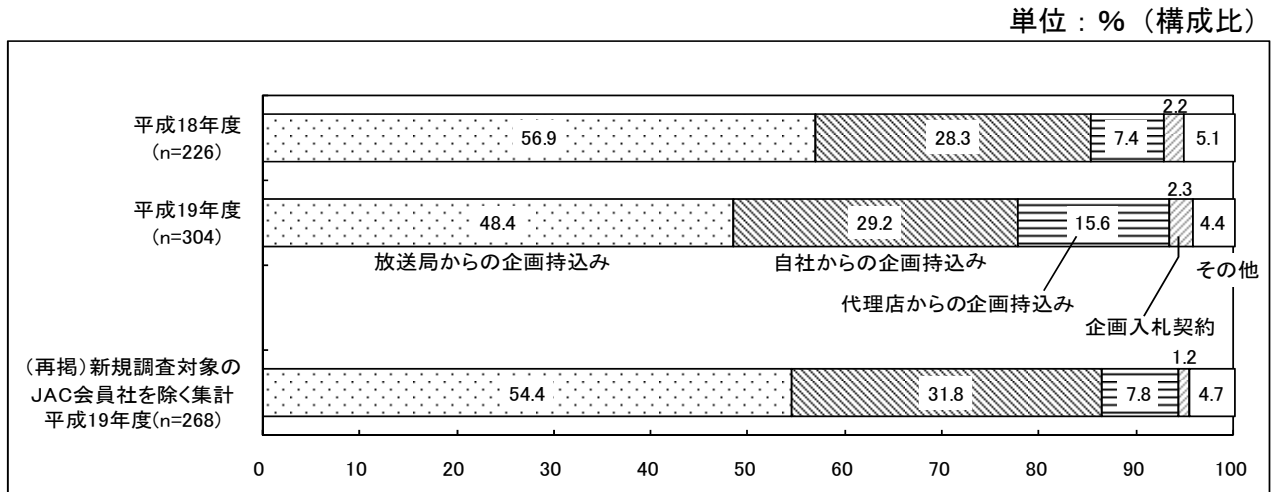


※全産業の従業者一人当たり給与総額は「経済産業省企業活動基本統計調査」から算出(平成19年度は現時点で公表前のため不明)。放送番組制作業務の従業者一人当たり給与総額は、放送番組制作業務に係る給与総額を当該給与総額に回答のあった企業の放送番組業務に携わる従業者数で除して算出。なお、放送番組制作業務に係る給与総額には福利厚生費、退職金、退職手当引当金繰入額を含んでいる。

5 制作番組の権利関係

(1) 番組制作の企画

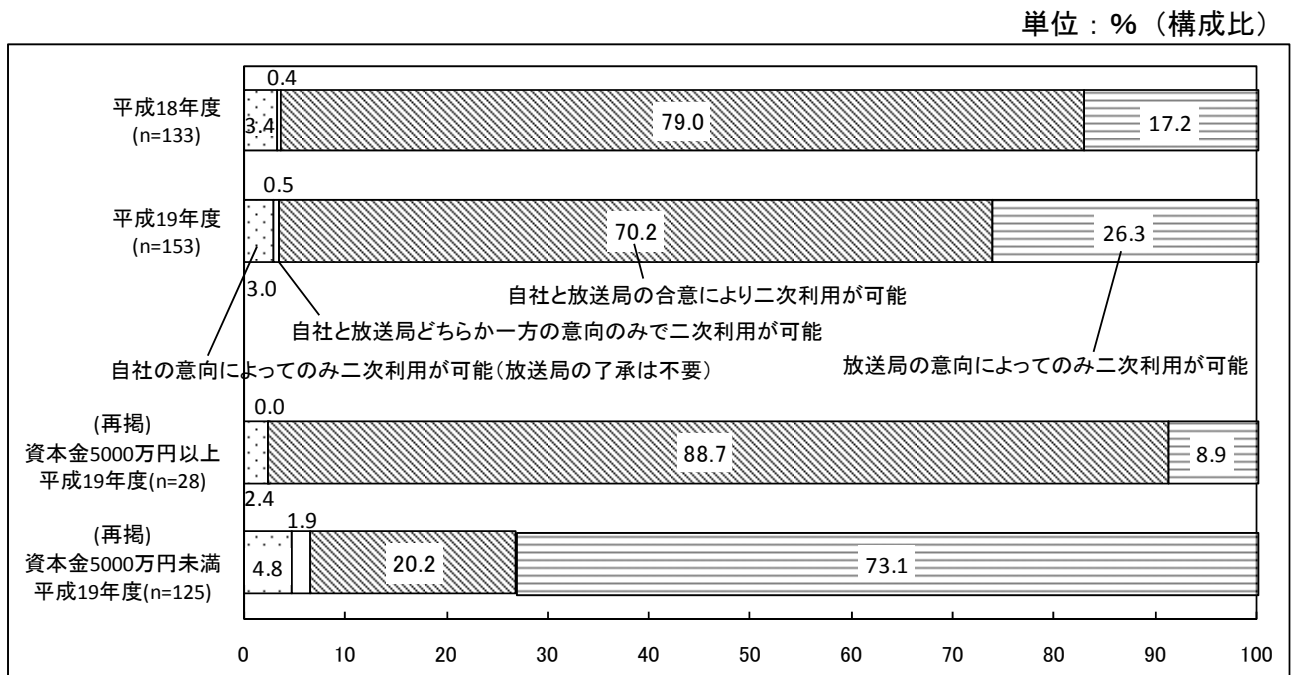
放送局からの企画持込が48.4%(対前年度比8.5%減)、代理店からの企画持込が15.6%(同8.2%増)となった。ただし、今回新たに調査対象に加えたCM制作事業者を除いて比較すると、平成18年度と19年度で大きな差は見られない。



※JAC＝社団法人日本アド・コンテンツ制作社連盟（CM制作事業者の業界団体）

(2) 二次利用の権利

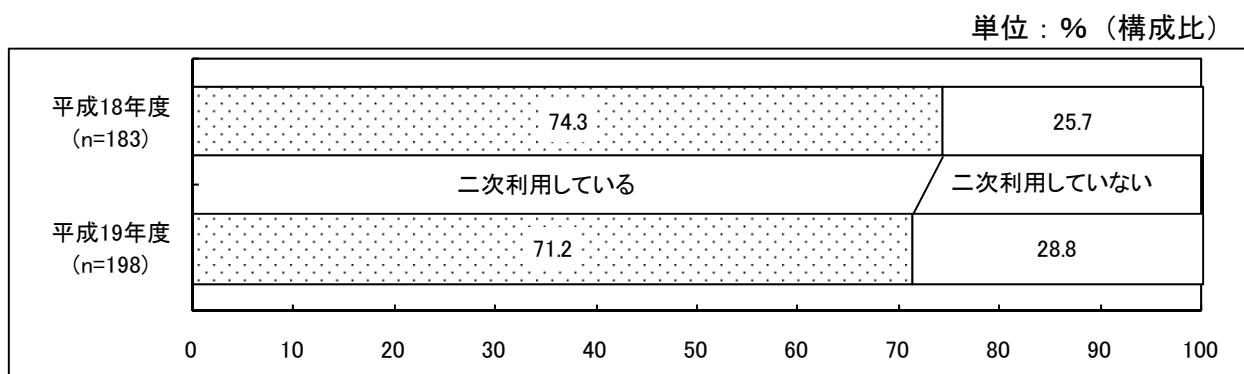
放送番組制作事業者が、いつでも放送できるよう完成した番組として放送局に納品（いわゆる「完全パッケージ」納品）した放送番組のうち、放送番組制作事業者が自由に二次利用できるものは3.5%(対前年度比0.3%減)、放送局が自由に二次利用できるものは26.3%(同9.1%増)となった。なお、後者の比率を資本金規模別にみると、資本金5千万円以上では8.9%、5千万円未満では73.1%である。



※放送番組の二次利用とは、放送番組の当初の放送（一時利用）後に行われる放送（再放送）、インターネット配信、複製（ビデオ、DVD製作等）等の放送番組の利用のことをいう。

(3) 二次利用の状況

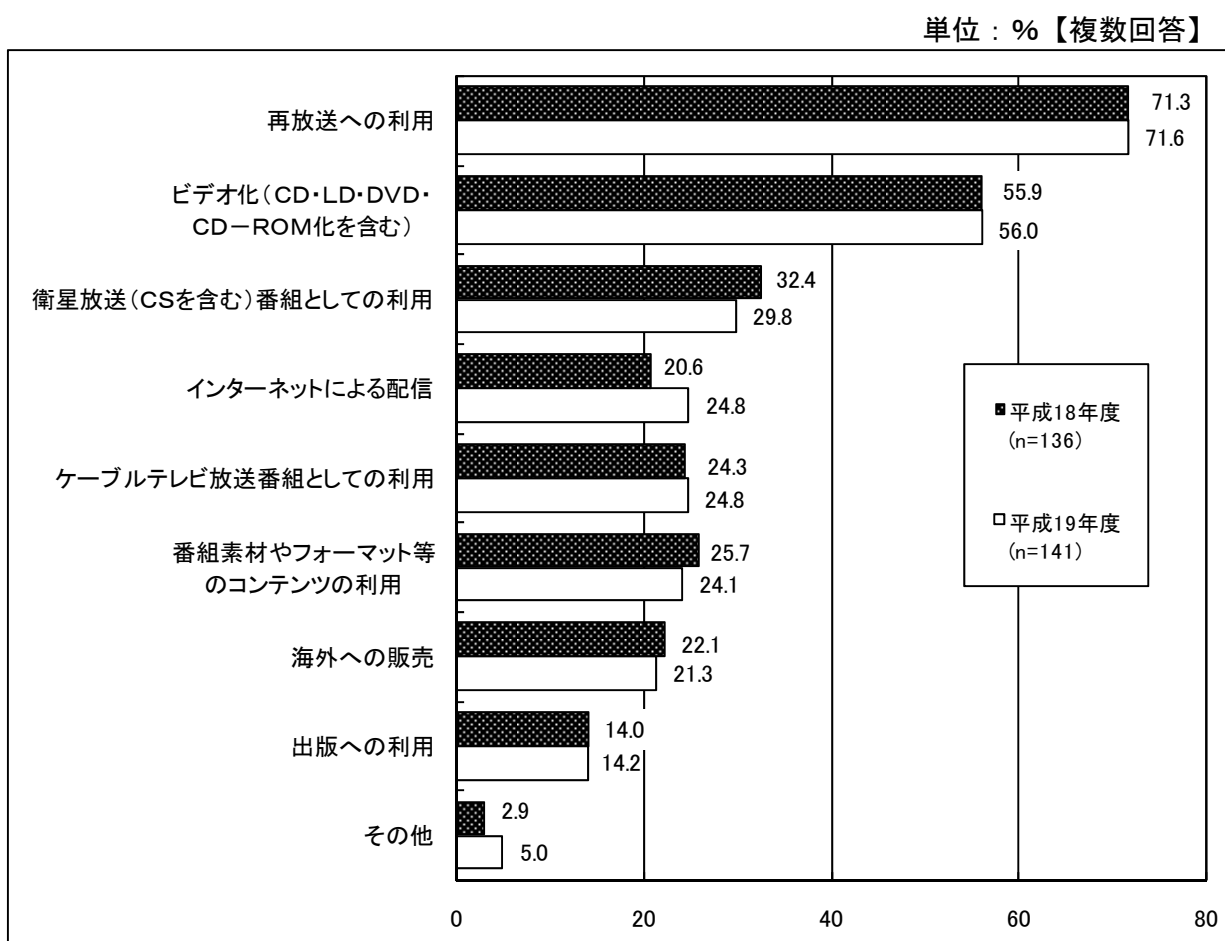
自社の意向で二次利用可能な放送番組について、実際に二次利用を行っている放送番組制作事業者は71.2%(対前年度比3.1%減)となった。



※そもそも著作権を持っていない事業者やCMのみを制作している事業者を除いて集計。

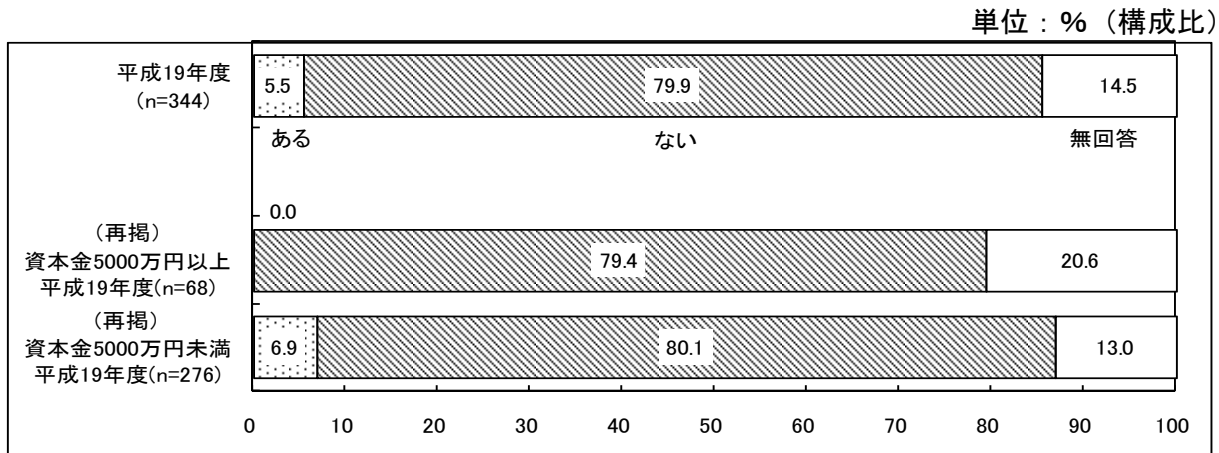
(4) 二次利用の形態

放送番組の二次利用を行っている放送番組制作事業者の半数以上は、「再放送への利用」(71.6%)や「ビデオ化」(56.0%)により二次利用している。なお、インターネットによる配信(24.8%)が対前年度比4.2%増となっている。



(5) 放送局との取引関係

取引を行っている放送局から物品・役務の強制的な購入・利用要請を受けた経験があると回答した放送番組制作事業者は5.5%、資本金規模別では5千万円以上で0%、5千万円未満で6.9%となった。



6 経営上の課題、問題点

放送番組制作業の経営上の課題や問題点として、「受注量の安定」(70.5%)、「受注単価が低い」(68.4%)、「経験者・熟練者等の人材の確保」(55.9%)、「コンテンツ制作能力の充実」(49.2%)、「社員教育の充実」(46.5%)等が挙げられる。また、厳しい経済状況の中、「受注量の安定」「受注単価が低い」に加え、「資金調達」(32.2%)の比率が急増傾向にあるのが特徴的である。

