

平成19年10月26日

「放送番組制作業実態調査」（平成19年4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86.4%、従業員100人以下の事業者が全体の91.8%と、放送番組制作会社の多くは中小企業。
- 番組制作の端緒は、放送番組制作会社からの企画持込みが33.8%と、前年（26.1%）に比べ7.7ポイントの増加。放送局からの企画持込みによるものは50.4%。
- 「完全パッケージ」納品した作品のうち、放送番組制作会社のみでの意向で二次利用できるものは11.7%。放送局の意向のみで利用可能なものは47.5%。
- 「完全パッケージ」納品した作品のうち、放送時の番組タイトルにおける番組制作者の表示は、放送局の制作・著作と表示されているものが16.6%、放送局の制作に対する何らかの協力を行ったように表示されているものが43.5%、放送局と放送番組制作会社の併記が20.1%、放送番組制作会社の制作・著作又は制作と表示されているものが11.4%。
- 放送番組制作会社の約6割が経営上の課題、問題点として「受注単価が低い」（59.8%）、「経験者・熟練者等の人材の確保」（58.1%）、「受注量の安定」（57.7%）を挙げている。

総務省では、この度、平成19年4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】 27.9%（送付数870、回答数243）

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

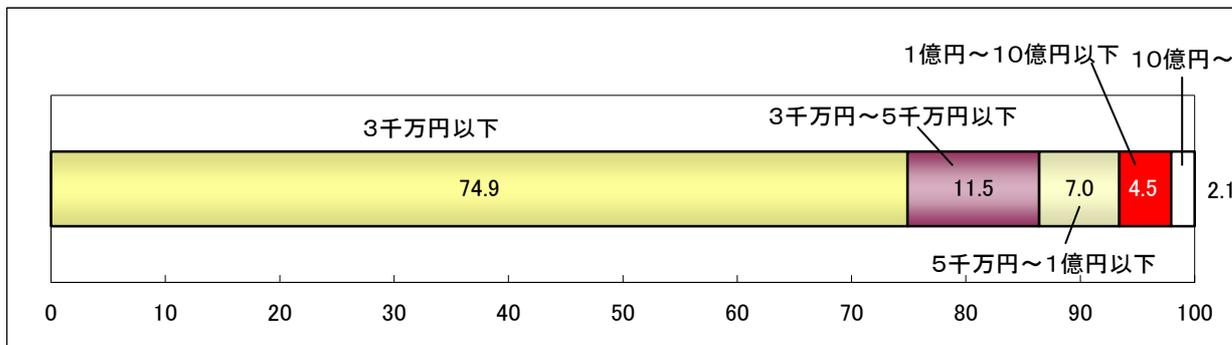
1 放送番組制作業の事業者構成（資本金、従業員規模別）

資本金5千万円以下の事業者が全体の86.4%、従業員100人以下の事業者が全体の91.8%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）

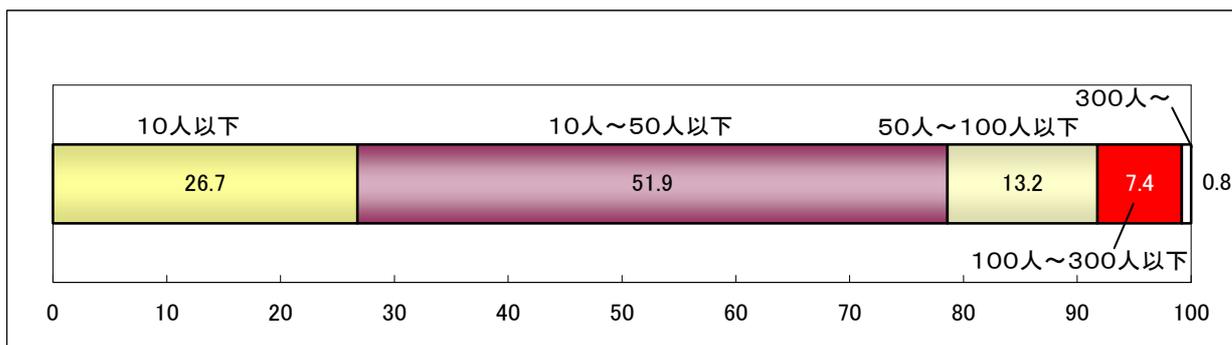
<資本金別の事業者構成>

単位：%（構成比）



<従業員規模別の事業者構成>

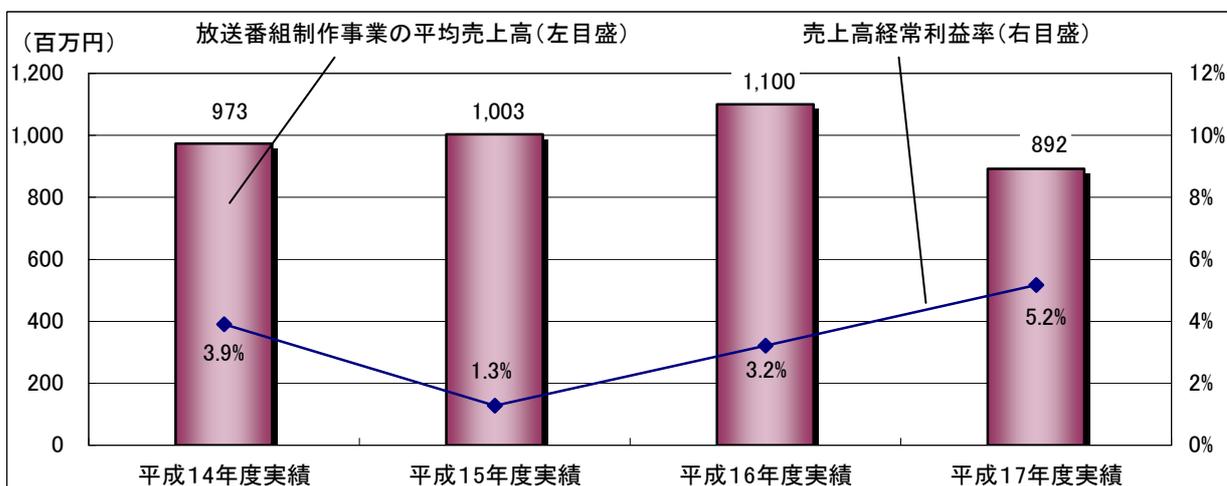
単位：%（構成比）



※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）。

2 放送番組制作業の平均売上高

平成17年度の平均売上高実績額は8億9200万円と、前年度に比べ18.9%の減少となったが、売上高経常利益率は上昇。



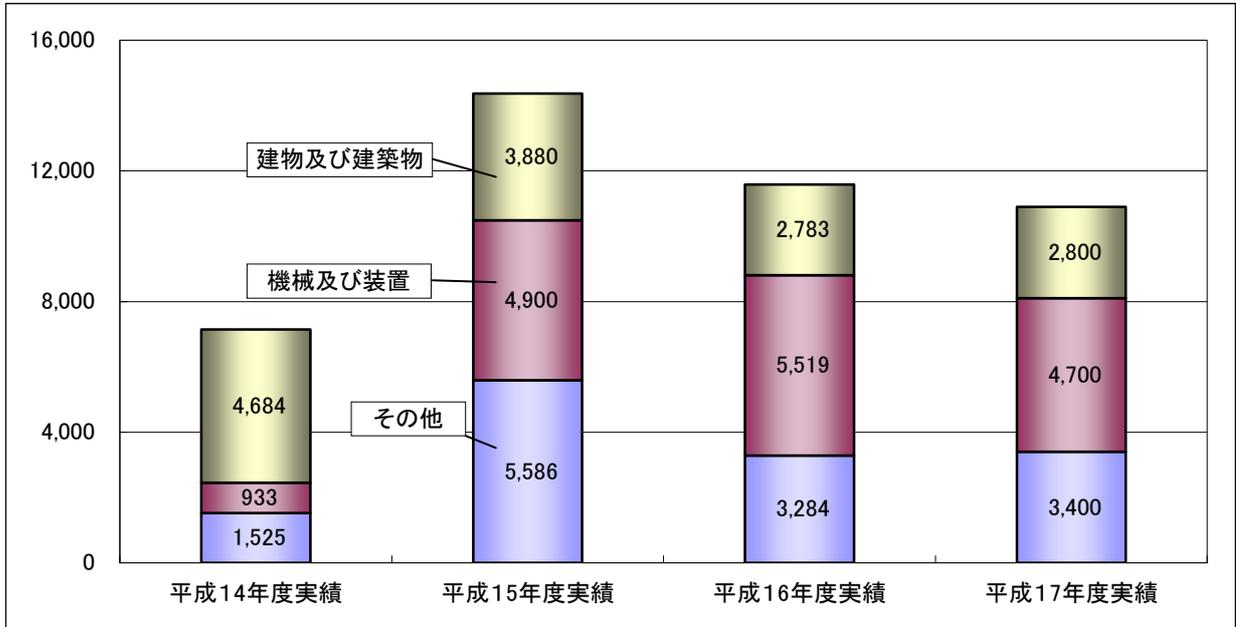
※売上高経常利益率は会社全体の売上及び経常利益から算出したもの

3 1社当たり平均設備投資額の推移

平成15年度に急激に増加[※]したが、その後は徐々に減少傾向となっている。

※地上デジタル放送開始（平成15年）の影響によるものと推測される。

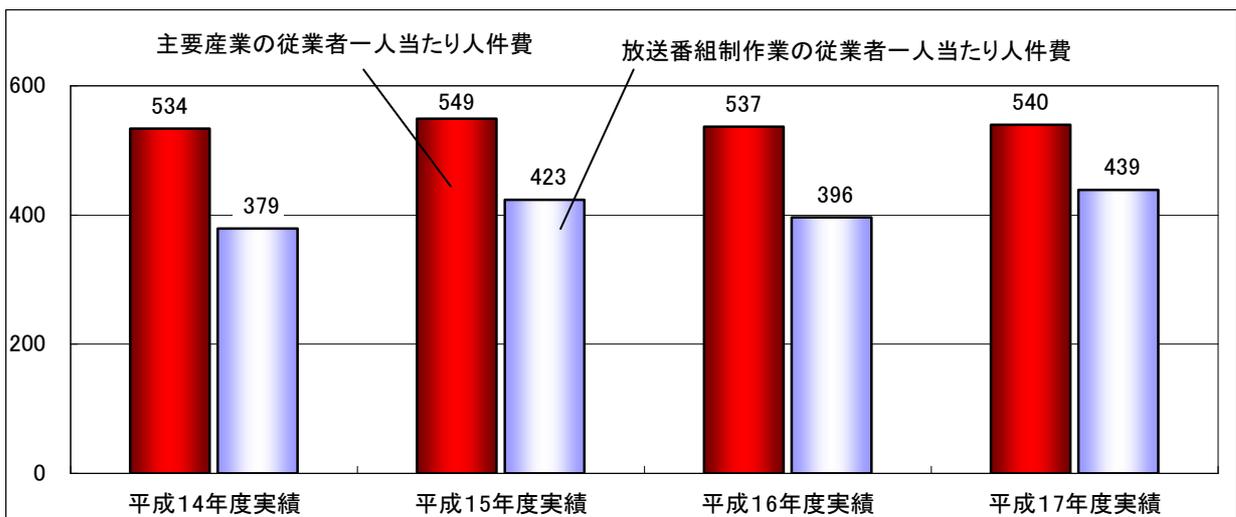
単位：万円



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



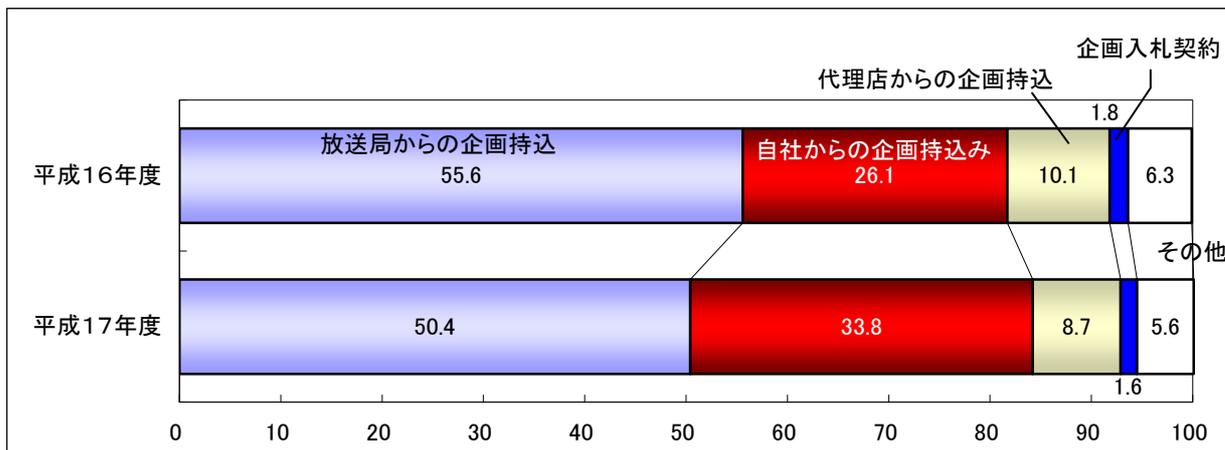
※主要産業の従業者一人当たり人件費は「経済産業省企業活動基本統計調査」から算出。放送番組制作業の従業者一人当たり人件費は、放送番組制作業務に係る人件費を当該人件費に回答のあった企業の放送番組業務に携わる従業者数で除して算出。なお、人件費には福利厚生費、退職金、退職手当引当金繰入額を含んでいるため、年間給与額は従業者一人当たり人件費よりも低くなる。

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33.8%と、前年度に比べ7.7ポイントの増加。放送局からの企画持込は50.4%。

単位：%（構成比）

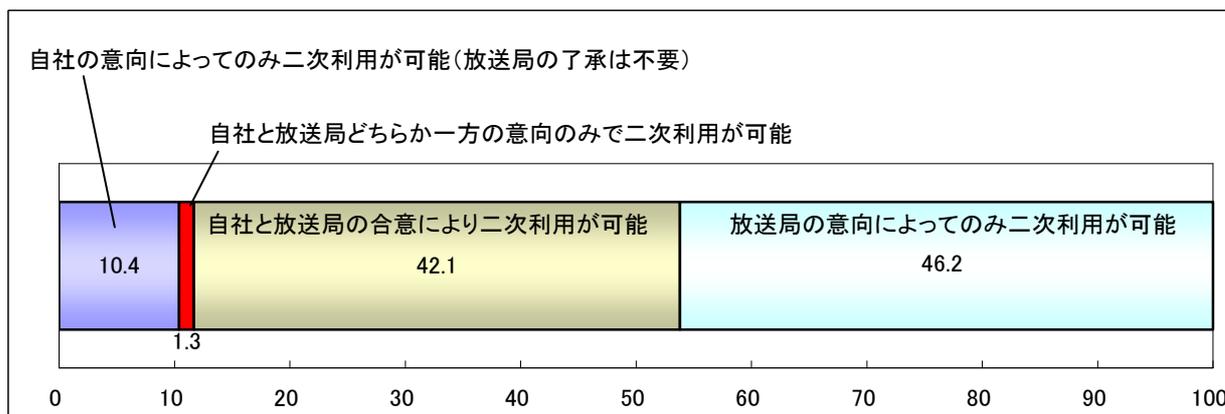


(2) 番組を二次利用する際の条件等

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、放送番組制作会社の意向のみによって二次利用することのできるものは11.7%※。放送局の意向のみによって二次利用が可能になるものは47.5%※。

※両方とも「自社と放送局どちらか一方の意向のみで二次利用が可能」を含んだ値。

単位：%（構成比）

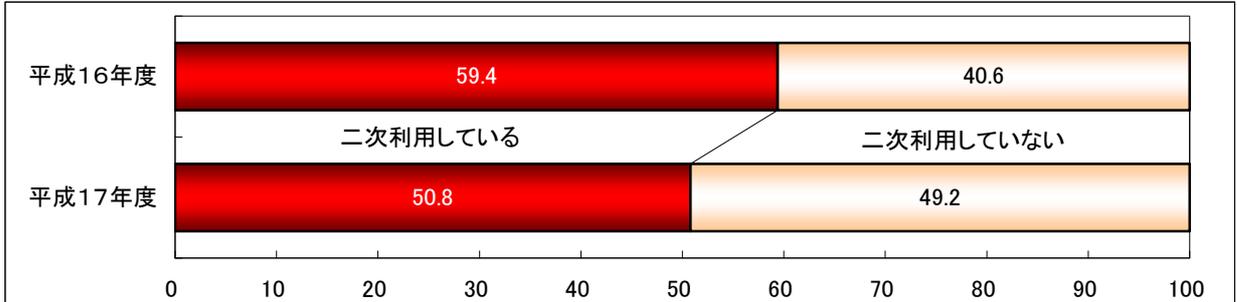


※放送番組の二次利用とは、当初の利用目的で定められた回数を超えての放送（再放送）、地上放送用に制作した番組をCATVで放送するなど当初の目的以外のメディアでの放送や、ビデオ化、CD-ROM化、出版といった放送以外での利用など、当初の目的以外の利用をいう。

(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50.8%と、前年度に比べ8.6ポイントの減少。

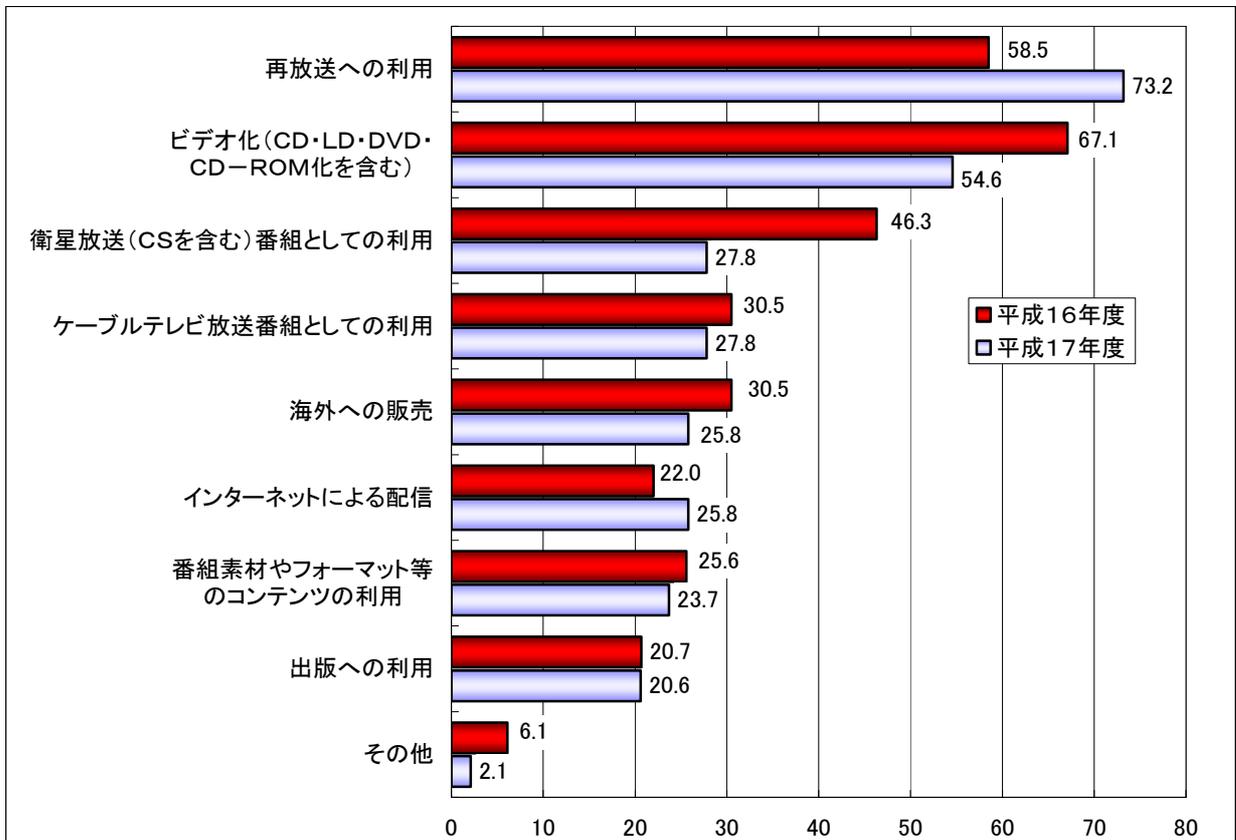
単位：%（構成比）



(4) 二次利用の形態

再放送への利用が73.2%（対前年度比14.7ポイント増）と大幅に増加する一方、ビデオ化は54.6%（対前年度比12.5ポイント減）、衛星放送番組としての利用は27.8%（対前年度比18.5ポイント減）と減少。

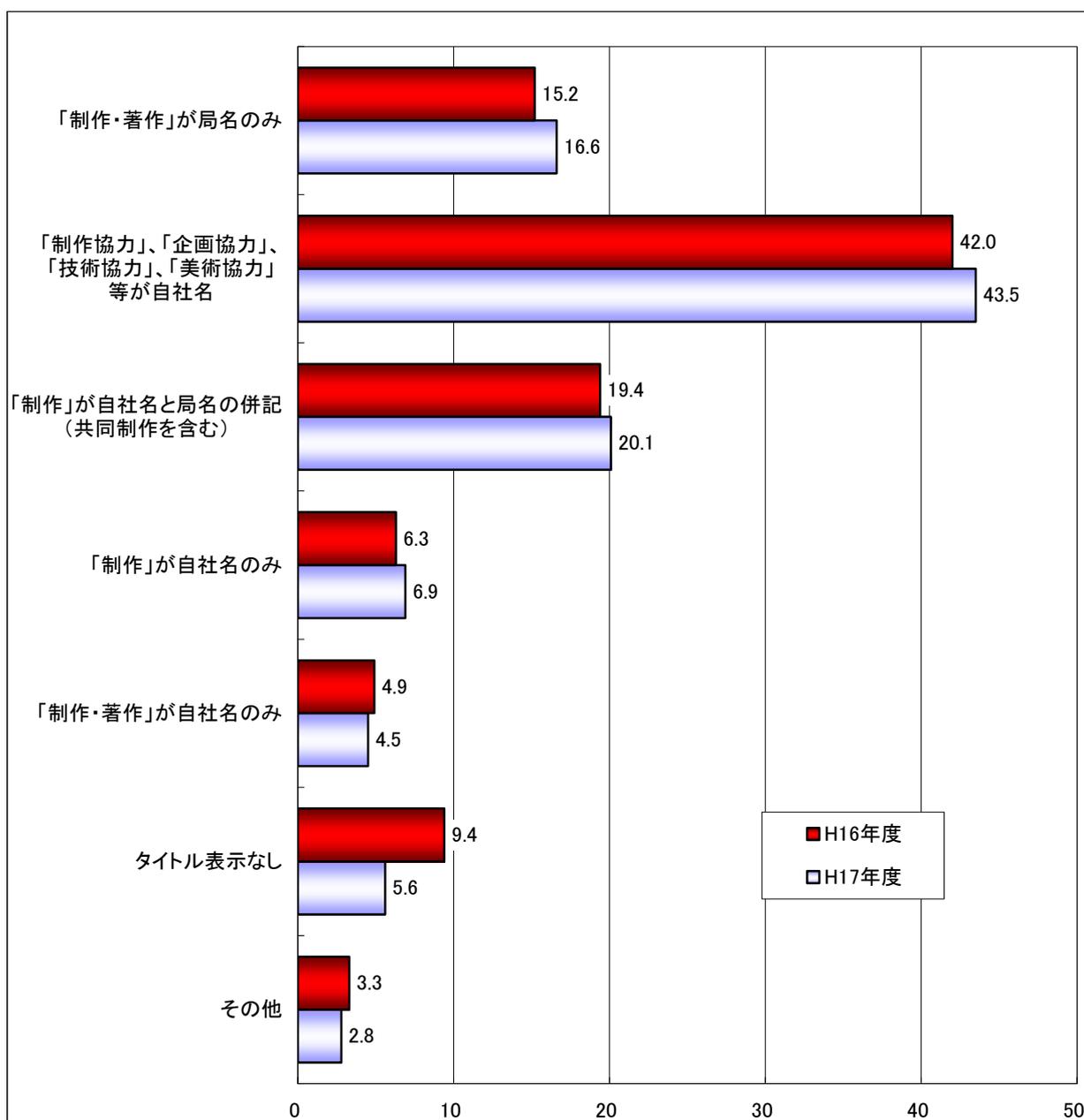
単位：%【複数回答】



(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」が局名のみ』が16.6%、『「制作協力」、「企画協力」、「技術協力」、「美術協力」等が自社名』が43.5%、『「制作」が自社名と局名の併記（共同制作を含む）』が20.1%、『「制作」が自社名のみ』及び『「制作・著作」が自社名のみ』が合計で11.4%。

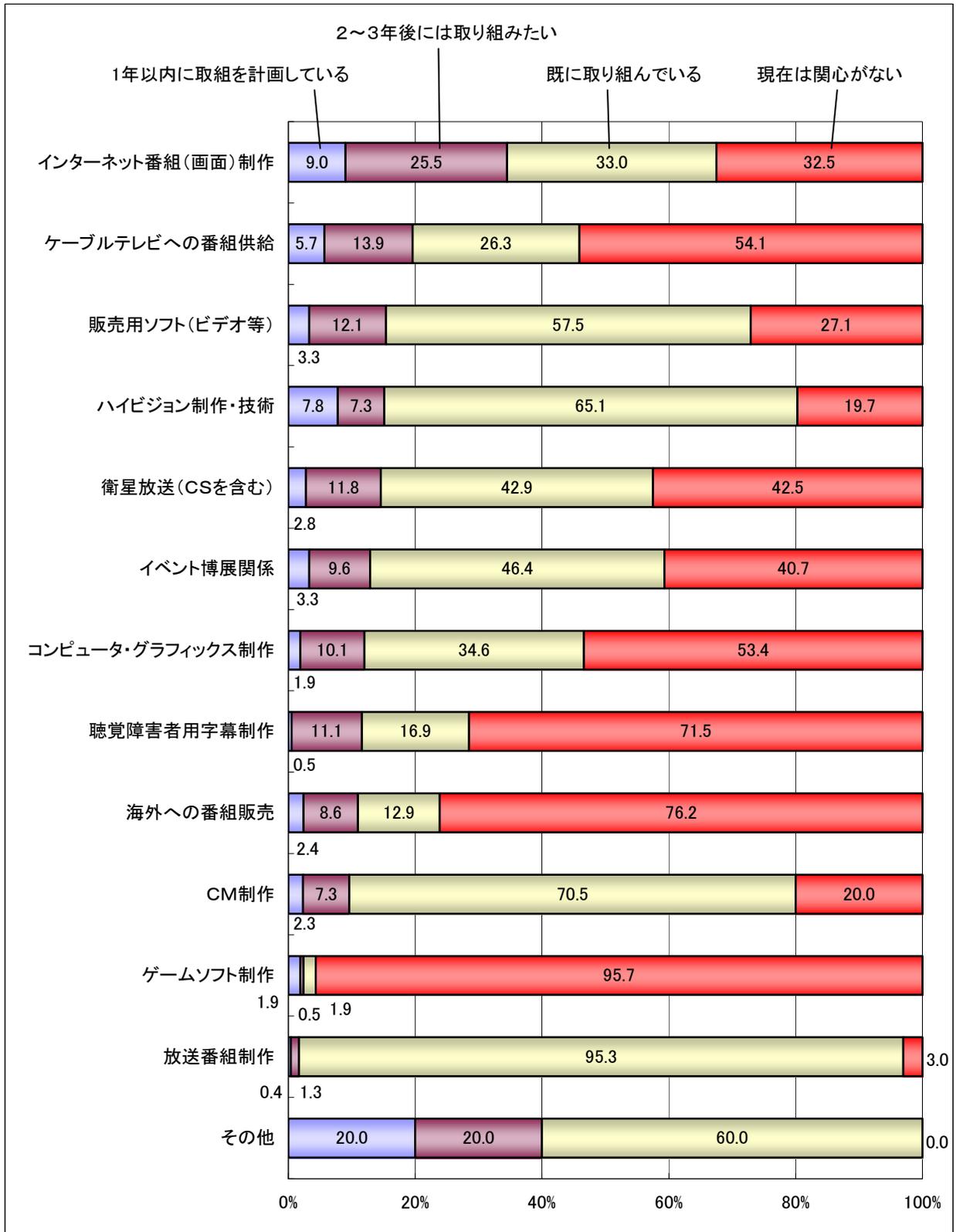
単位：%



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年以内に取り組を計画している」（9.0%）、「2～3年後には取り組みたい」（25.5%）の双方とも高率である。

単位：%（構成比）



7 経営上の課題、問題点

放送番組制作会社の約6割が「受注単価が低い」（59.8%）、「経験者・熟練者等の人材の確保」（58.1%）、「受注量の安定」（57.7%）を経営上の課題、問題点として把握している。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。

なお、「放送局との取引慣行の公正性・透明性が低い」は12.8%と最も低率で割合も年々減少している。

単位：％【複数回答】

