

平成21年度
放送番組制作業実態調査
報告書

総務省情報通信国際戦略局

平成 21 年度放送番組制作業実態調査報告書 目次

I 調査概要.....	1
II 調査結果.....	3
1 事業運営内容.....	3
(1) 放送番組の放送媒体.....	3
(2) 自社の設立時期及び放送番組制作業務の開始時期.....	4
(3) 放送番組の種類.....	5
(4) 放送番組制作業務の内容.....	6
(5) 放送番組制作業務以外の事業内容.....	7
(6) 資本金額（又は設立基金等）及び外国資本比率.....	8
(7) 系列会社の状況.....	9
2 財務の状況.....	10
(1) 資産・負債及び純資産の状況.....	10
(2) 売上高の状況.....	11
(3) 放送番組制作業務に係る売上高の業務内容別構成比.....	17
(4) 費用の支出状況.....	18
3 固定資産の取得状況等.....	20
(1) 固定資産取得状況.....	20
(2) 使用中の設備の保有状況.....	21
4 従業者雇用の状況.....	22
5 放送番組の契約状況.....	24
(1) テレビ放送番組制作の契約形態別構成比.....	24
(2) テレビ放送番組制作の書面による発注契約数の状況.....	25
(3) 「完パケ」納品したテレビ放送番組数の状況等（CM を除く）.....	25
(4) テレビ放送番組の二次利用状況.....	28
(5) 「完パケ」納品した番組のタイトル表示.....	29
6 今後の事業展開.....	31
7 経営上の問題点等.....	33
調査票.....	巻末

I 調査概要

1 調査の目的

放送業の健全な発展を図るため、放送業に密接に関連する放送番組制作業の実態・動向を把握して、放送業との調和ある行政の諸施策を検討・推進するための基礎資料とすることを目的とする。

なお、本調査は、平成4年度から実施しており、今回で第18回目である。

2 調査の性格

統計法（平成19年法律第53号）に基づく「一般統計」として、総務大臣の承認を得て実施。

3 調査の方法

(1) 調査対象

地域 : 全国
単位 : 企業
属性 : 放送番組制作業（日本標準産業分類（平成19年11月改定）のうち、テレビジョン番組制作業（アニメーション制作業を除く）及びラジオ番組制作業）

(2) 調査方法

選定 : 全数（「事業所・企業データベース母集団情報、日本民間放送連盟発行「日本民間放送年鑑2008」の番組制作会社一覧、業界団体名簿等を使用）
客体数 : 778社
配布・回収 : 郵送配布、郵送・インターネット受付併用による回収
記入 : 自計
調査時点 : 平成20年3月31日又は調査時点に最も近い決算日現在
調査系統 : 総務省 -----> 民間調査機関 -----> 報告者

(3) 実施時期

平成21年10月27日～平成21年11月26日

(4) 調査項目

[平成21年度放送番組制作業実態調査 調査票]

1 事業運営内容

放送番組の放送媒体、設立時期及び放送番組制作業務の開始時期、放送番組の種類、放送番組制作業務の内容、放送番組制作業務以外の事業内容、資本金及外資比率、系列会社の状況

2 財務状況

資産・負債及び純資産、売上高の状況、放送番組制作業務内容の売上高構成比、費用の支出状況

3 固定資産取得状況等

放送番組制作業務の固定資産取得状況、使用中の設備の保有状況

4 従業者雇用の状況

放送番組制作業務に携わる従業者数の状況

5 放送番組の契約件数等

テレビ放送番組制作の契約形態別比率、書面による発注契約数、「完パケ」納品した放送番組数の状況（CMを除く）、放送番組の二次利用状況、「完パケ」納品した番組のタイトル表示

6 今後の事業展開

7 経営上の問題点等

(5) 回収状況

発送数	無効数 (注1)	無効回答数 (注2)	有効回答数	有効回収率 (注3)
778	9	17	414	55.1%

注1： 「無効数」とは、アンケート調査票宛先不明のため返却された件数

2： 「無効回答数」とは、企業の統廃合・解散、非対象企業及び業務の休止等の件数

3： 「有効回収率」とは、有効回答数 ÷ {発送数 - (無効数 + 無効回答数)}

(6) 利用上の注意

各年度の数値は、各年度の調査において当該項目に回答のあった企業の単純集計結果であり、各年度で回答企業数が異なるため、比較には注意を要する。

四捨五入の結果、内訳の計が合計と一致しない場合がある。

(7) その他

本調査は、(株)サーベイリサーチセンターの請負により実施。

II 調査結果

1 事業運営内容

- 制作している放送番組の放送媒体は、「テレビ放送」が9割強、「ラジオ放送」が2割強、「データ放送」が1割弱。
- 制作している放送番組の種類は、「情報番組」「CM」「ドキュメンタリー」が多い。
- 放送番組制作業務以外の事業として、8割強の事業者が「企業PR・ビデオ制作」業務を実施。

(1) 放送番組の放送媒体

制作している放送番組の媒体は、「テレビ放送」が94.0%と最も多く、次いで「ラジオ放送」24.6%、「データ放送」9.2%となっている。

図1-(1)：制作している放送媒体の状況(平成20年度)

「単位：%」n=414

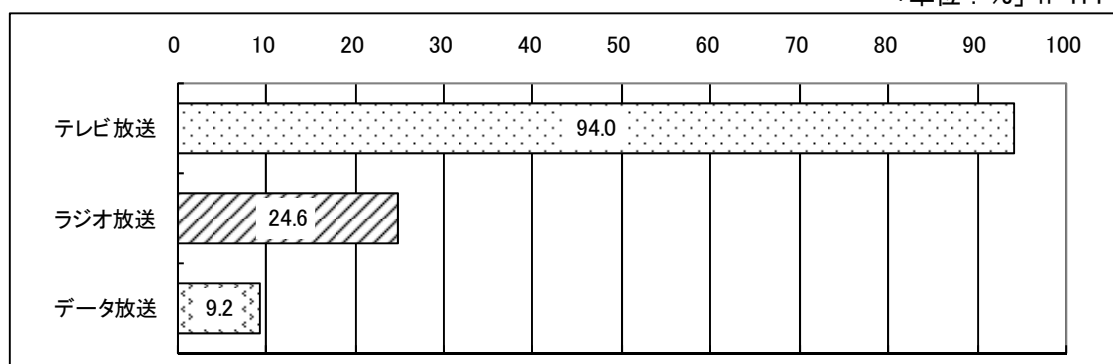


表1-(1)：制作している放送媒体の状況「複数回答」(平成20年度)

「単位：社、%」n=414

放送媒体	社数	構成比
テレビ放送のみ	294	71.0
テレビ放送・ラジオ放送	64	15.5
テレビ放送・データ放送	14	3.4
テレビ放送・ラジオ放送・データ放送	17	4.1
テレビ放送 計	389	94.0
ラジオ放送のみ	18	4.3
ラジオ放送・データ放送	3	0.7
ラジオ放送 計	102	24.6
データ放送のみ	4	1.0
データ放送 計	38	9.2

(2) 自社の設立時期及び放送番組制作業務の開始時期

放送番組制作業務の開始時期をみると、「テレビ放送」は「昭和56年～平成2年」32.6%、「平成3年～平成12年」28.5%、「ラジオ番組」は「昭和56年～平成2年」35.3%、「平成3年～平成12年」33.3%となっており、「テレビジョン番組」と「ラジオ番組」は両時期で6～7割と高い割合を占めている。「データ番組」は「平成3年～平成12年」(36.8%)、「平成13年以降」(47.4%)の両時期で8割強と高い割合となっている。

図1-(2)：自社の設立時期及び放送番組制作業務開始時期別事業者構成比(平成20年度)
「単位：%」n=414

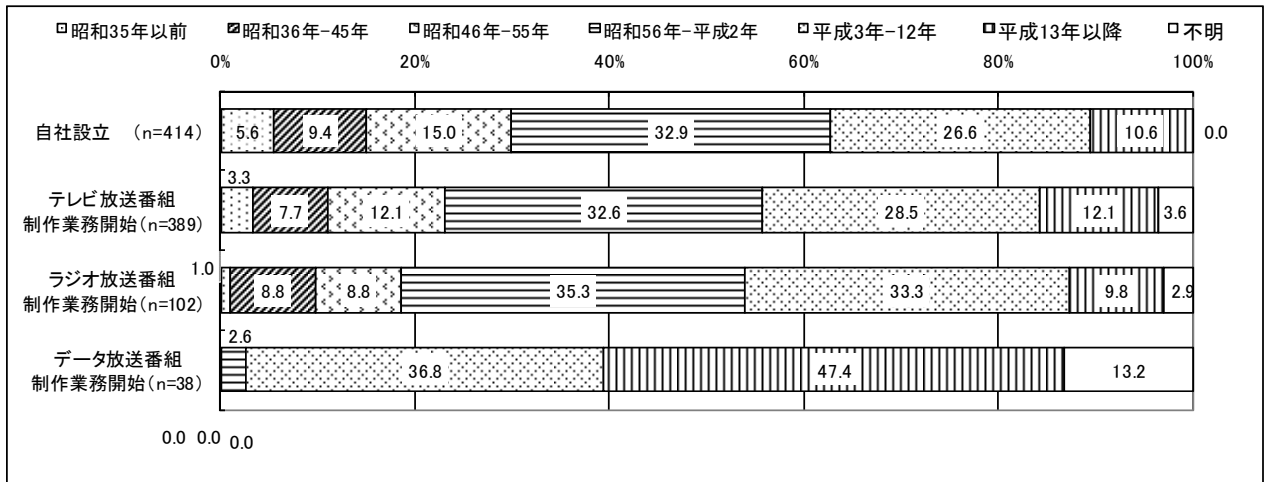


表1-(2)：自社の設立時期及び放送番組制作業務開始時期(平成20年度)

「単位：上段(社)、下段(%)」

区分	昭和35年以前	昭和36年-45年	昭和46年-55年	昭和56年-平成2年	平成3年-12年	平成13年以降	不明	合計
自社設立	23 (5.6)	39 (9.4)	62 (15.0)	136 (32.9)	110 (26.6)	44 (10.6)	-	414 (100.0)
テレビジョン番組制作業務開始	13 (3.3)	30 (7.7)	47 (12.1)	127 (32.6)	111 (28.5)	47 (12.1)	14 (3.6)	389 (100.0)
ラジオ番組制作業務開始	1 (1.0)	9 (8.8)	9 (8.8)	36 (35.3)	34 (33.3)	10 (9.8)	3 (2.9)	102 (100.0)
データ番組制作業務開始	-	-	-	1 (2.6)	14 (36.8)	18 (47.4)	5 (13.2)	38 (100.0)

注1：「テレビ放送」には、地上におけるテレビジョン番組のほか、衛星（BS、CS）によるテレビジョン番組も含まれる。

注2：「ラジオ番組」には、中・短波、FMのほか、衛星（BS、CS）によるラジオ番組も含まれる。

注3：「データ番組」には、データ放送番組のほか、文字多重、データ多重及びデジタル放送番組も含まれる。

注4：CMも含まれる。

(3) 放送番組の種類

制作している放送番組の種類は、「情報番組」が 59.9%と最も多く、次いで「CM」が 56.0%、以下「ドキュメンタリー」44.9%、「バラエティ」37.4%、「報道」36.0%の順となっている。

図 1-(3) : 制作している放送番組の種類割合(平成 20 年度)

「単位：%」n=414

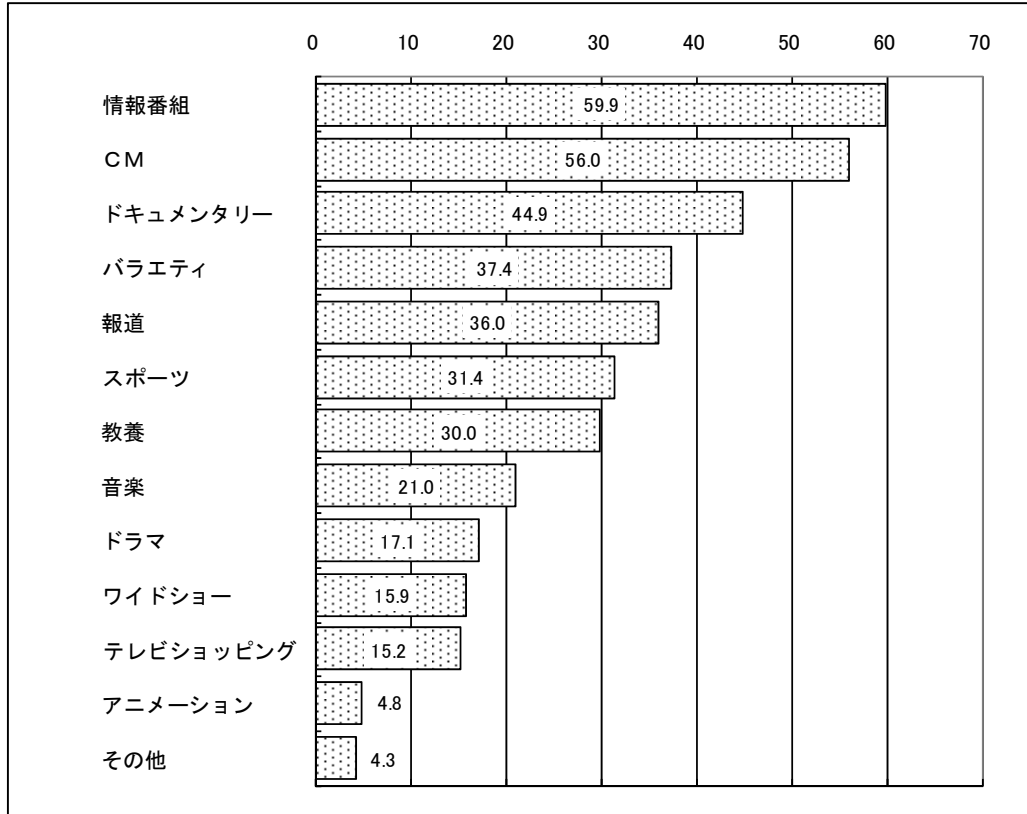


表 1-(3) : 制作している放送番組の種類「複数回答」(平成 20 年度)

「単位：社、%」n=414

放送番組の種類	社数	構成比
情報番組 (パブリシティ含む)	248	59.9
CM	232	56.0
ドキュメンタリー	186	44.9
バラエティ	155	37.4
報道	149	36.0
スポーツ	130	31.4
教養	124	30.0
音楽	87	21.0
ドラマ	71	17.1
ワイドショー	66	15.9
テレビショッピング	63	15.2
アニメーション	20	4.8
その他	18	4.3

注1：放送を当初の目的としない映画制作は対象とされない。

注2：旅行もの、紀行ものは「情報番組(パブリシティを含む)」に含まれる。

注3：「その他」として記載された具体的な内容は、次のとおりである。

行政広報、自治体広報、ラジオショッピング

(4) 放送番組制作業務の内容

放送番組制作に関する業務内容をみると、「企画」業務が 89.4%と最も多く、以下「編集」業務が 78.3%、「撮影」業務が 73.7%の順となっている。

図 1-(4) : 放送番組制作業務内容の割合 (平成 20 年度)

「単位 : %」 n=414

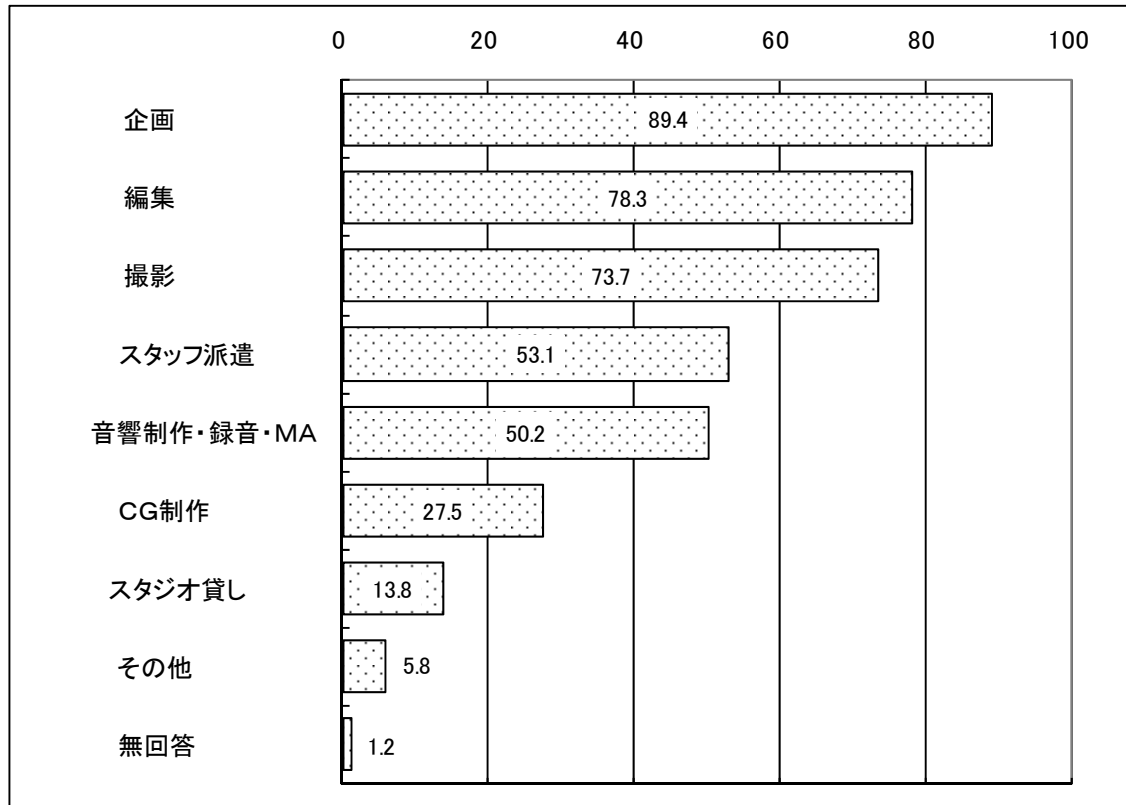


表 1-(4) : 放送番組制作業務内容「複数回答」(平成 20 年度)

「単位 : 社、%」 n=414

業務内容	社数	構成比 (%)
企画	370	89.4
編集	324	78.3
撮影	305	73.7
スタッフ派遣	220	53.1
音響制作・録音・MA (マルチオーディオ)	208	50.2
CG制作	114	27.5
スタジオ貸し	57	13.8
その他	24	5.8
無回答	5	1.2

注 : 「その他」として記載された具体的な内容は、次のとおりである。
制作進行、演出、プロデュース、リサーチ等

(5) 放送番組制作業以外の事業内容

放送番組制作業以外の事業内容をみると、「企業PR・ビデオ制作」が84.1%と最も多く、次いで「DVD制作」が53.6%となっている。

図 1-(5) : 放送番組制作業以外の事業内容の割合 (平成 20 年度)

「単位：%」n=371

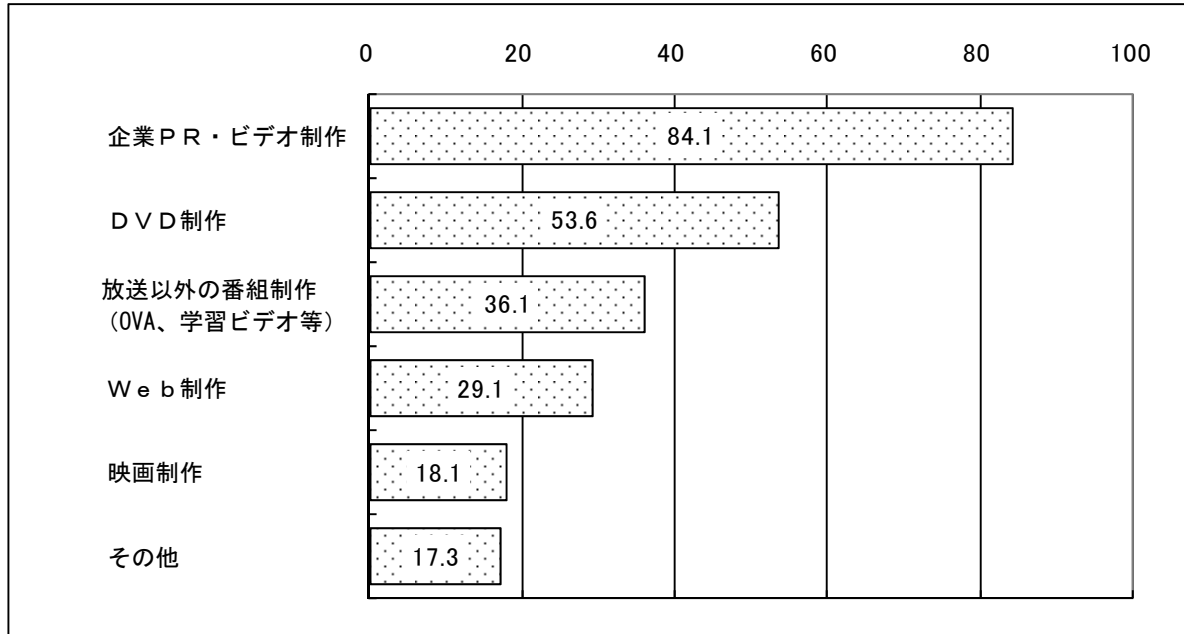


表 1-(5) : 放送番組制作業以外の事業内容「複数回答」(平成 20 年度)

「単位：社、%」n=371

業務内容	社数	構成比
企業PR・ビデオ制作	312	84.1
DVD制作	199	53.6
放送以外の番組制作 (OVA、学習ビデオ等)	134	36.1
Web制作	108	29.1
映画制作	67	18.1
その他	64	17.3

注：「その他」として記載された具体的な内容は、次のとおりである。
 イベント企画・運営、カタログ制作、印刷・写真制作販売、字幕制作、音楽関連、人材派遣、
 各種代理店、裁判証拠映像記録、舞台演出、著作権管理、俳優マネジメント等

(6) 資本金額（又は設立基金等）及び外国資本比率

資本金規模は、「1千万円以上3千万円未満」の事業者が54.6%と最も多い。放送番組制作業における約8割の事業者が中小規模事業者となっている。また、外資系事業者の比率は0.4%で大半の事業者が国内資本である。

図1-(6)①：資本金額規模別の事業者構成比(平成20年度)

「単位：％」n=414

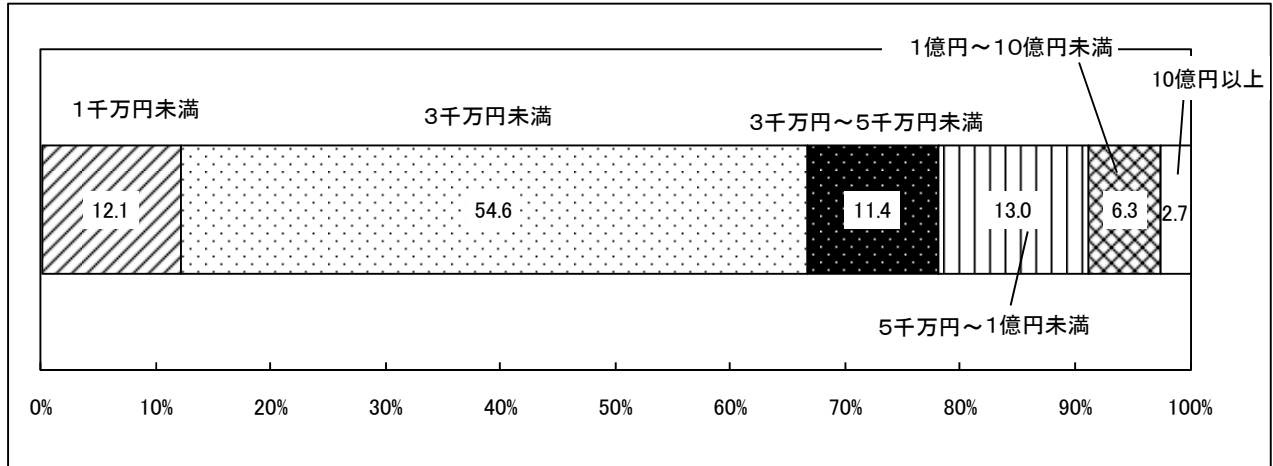


図1-(6)②：外国資本比率別事業者構成比(平成20年度)

「単位：％」n=414

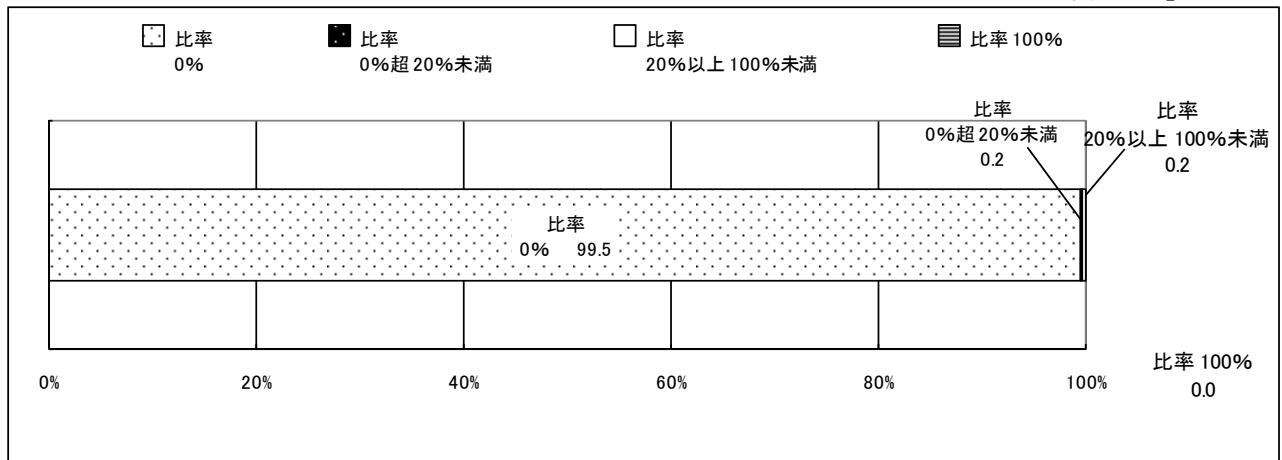


表1-(6)①、②：資本金額及び外国資本比率の状況(平成20年度)

「単位：社、％」n=414

外国資本比率 資本金規模	0%		20%未満		20%超 100%未満		100%		合計	
	社数	構成比	社数	構成比	社数	構成比	社数	構成比	社数	構成比
以上 未満										
～1千万円	50	100.0	-	-	-	-	-	-	50	100.0
1千万円～3千万円	226	100.0	-	-	-	-	-	-	226	100.0
3千万円～5千万円	47	100.0	-	-	-	-	-	-	47	100.0
5千万円～1億円	54	100.0	-	-	-	-	-	-	54	100.0
1億円～10億円	26	100.0	-	-	-	-	-	-	26	100.0
10億円～	9	81.8	1	9.1	1	9.1	-	-	11	100.0
合計	412	99.5	1	0.2	1	0.2	0	0	414	100.0

(7) 系列会社の状況

系列会社の有無については、「系列会社がある」事業者が 56.3%、「系列会社はない」事業者が 41.8%で、「系列会社がある」事業者の内訳は「親会社がある」が 38.2%、「子会社・関連会社がある」が 25.8%となっている。

図 1-(7) : 系列会社の有無(平成 20 年度)

「単位：%」n=414

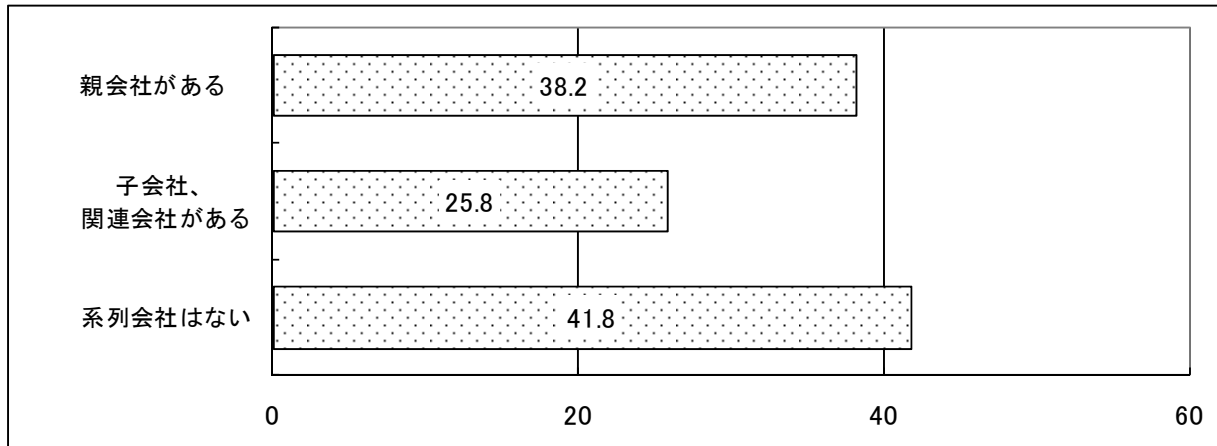


表 1-(7) : 系列会社の有無「複数回答」(平成 20 年度)

「単位：社、%」H20 n=414、H19 n=342

系列会社の種別	社数	構成比	前回調査
系列会社がある	233	56.3	54.7
親会社がある	158	38.2	36.5
親会社がある（放送業）	114	27.5	28.7
親会社がある（放送業以外）	50	12.1	9.1
子会社、関連会社がある	107	25.8	25.1
子会社、関連会社がある（放送業）	67	16.2	15.5
子会社、関連会社がある（放送業以外）	50	12.1	12.0
系列会社はない	173	41.8	45.3
無回答	8	1.9	0.0

注1：「親会社」とは、議決権の 50%を超えて所有している会社をいう。ただし、50%以下であっても、経営を実質的に支配している場合も含む。

注2：「子会社」とは、50%超の議決権を所有する会社をいう。なお、子会社又はその子会社合計で 50%超の議決権を所有している会社を含む。50%以下であっても経営を実質的に支配している会社を含む。

注3：「関連会社」とは、20%以上～50%以下の議決権を所有している会社をいう。

2 財務の状況

- 平成20年度の放送番組制作業務の1社平均売上高は7億7500万円であり、前年度から8.9%減。平成21年度は27.9%の減少を見込む。
- 放送番組制作業務の従業者1人当たり給与総額は434万円で前年度から0.5%の減少。

(1) 資産・負債及び純資産の状況

ア 資産

平成20年度末の放送番組制作業務383社の資産総額は、約5,871億円である。

表2-(1)ア：資産の状況(平成20年度末)

「単位:百万円、%」n=383

科目	平成20年度末(n=383)		
	各社合計	1社平均	1社平均 構成比
流動資産	277,237	724	47.2
固定資産	302,850	791	51.6
繰延資産	3,787	10	0.6
資産合計	587,101	1533	100.0

注：内訳に未記入のものがあるため、内訳の計は合計に一致しない。

イ 負債及び純資産

平成20年度末の放送番組制作業務の負債総額は、約1,509億円、また、利益剰余金は、1社平均5.9億円であった。

表2-(1)イ：負債及び純資産の状況(平成20年度末)

「単位:百万円、%」n=383

科目	平成20年度末(n=383)		
	各社合計	1社平均	1社平均 構成比
流動負債	150,853	394	25.7
固定負債	86,289	225	14.7
資本金	72,191	188	12.3
資本剰余金	49,357	129	8.4
利益剰余金	227,309	593	38.7
自己株式	-3,345	-9	-0.6
その他	2,888	8	0.5
負債及び純資産計	587,101	1533	100.0

注1：「その他」には、土地再評価差額金、金融商品に係る時価評価差額等が含まれる。

注2：内訳に未記入のものがあるため、内訳の計は合計に一致しない。

(2) 売上高の状況

ア 会社全体の売上高、経常利益及び税引後当期利益

平成 20 年度における会社全体の売上高の 1 社平均をみると 15 億 7,500 万円であり、経常利益の 1 社平均は 1 億 1,500 万円、税引後当期利益の 1 社平均は 2,900 万円である。

また、平成 21 年度における会社全体の売上高の 1 社平均は、10 億 7,400 万円を見込んでいる。

図 2-(2) ア：会社全体の平均売上高推移

「単位：百万円」H18 n=257、H19 n=330、H20 n=394、H21 見込み n=319

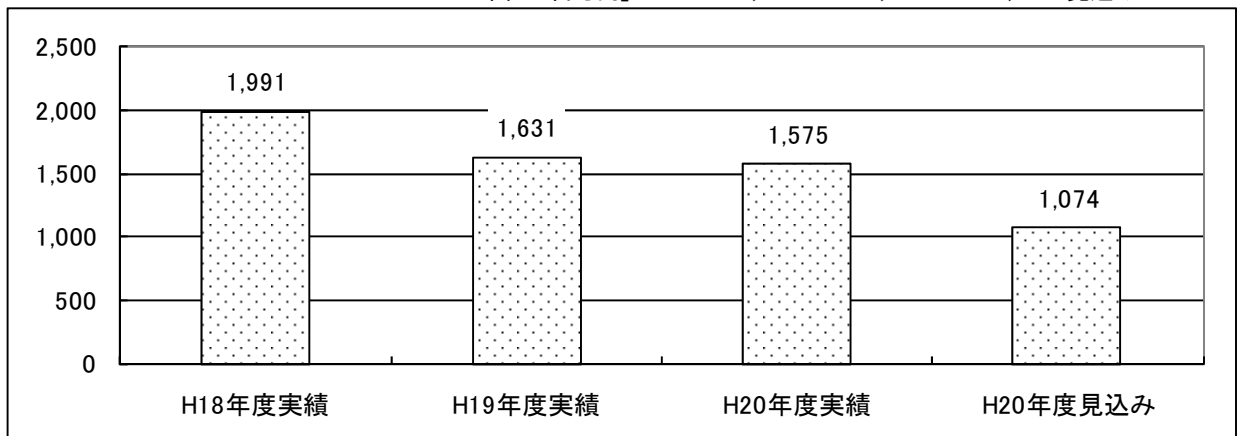


表 2-(2) ア：会社全体の売上高、経常利益及び税引後当期利益の状況

「単位：百万円」

科 目	前回調査	今回調査	
	H19年度実績	H20年度実績	H21年度見込み
売上高 (各社計)	538,268 (n=330)	620,633 (n=394)	342,744 (n=319)
1社平均	1,631	1,575	1,074
経常利益 (同)	33,618 (n=311)	41,750 (n=363)	-
1社平均	108	115	-
税引後当期利益 (同)	15,136 (n=308)	10,650 (n=362)	-
1社平均	49	29	-

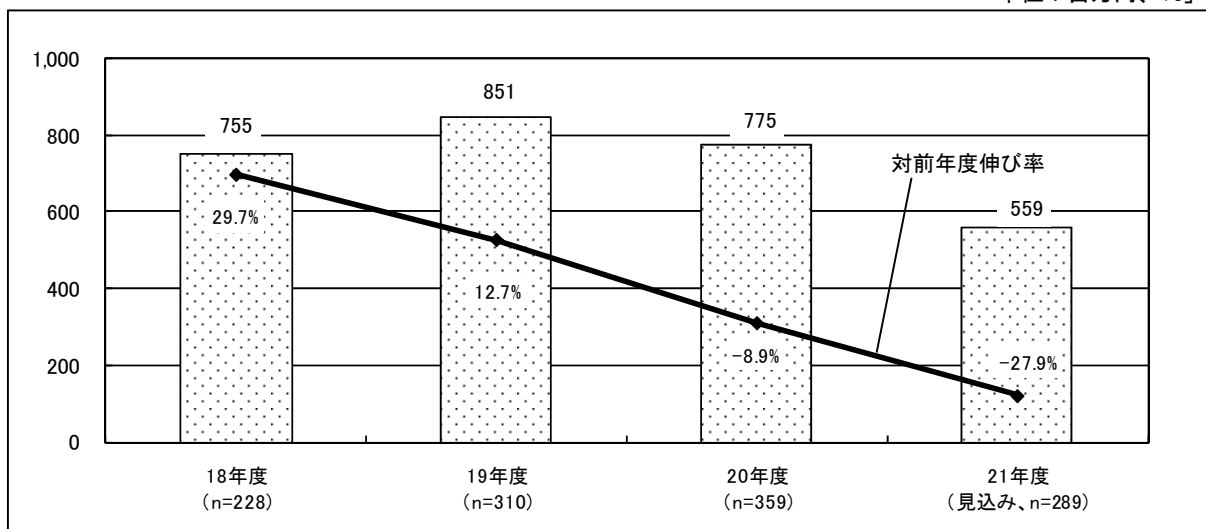
イ 放送番組制作業務の売上高

放送番組制作業務の売上高の1社平均をみると、平成20年度は7億7,500万円（前年度から8.9%減）となっている。また、平成21年度は景気悪化の影響が続き前年度から27.9%減の5億5,900万円を見込んでいる。

なお、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みると、資本金5,000万円以上では同6.6%減、資本金5,000万円未満では同1.2%減と、大企業で売上高が大きく減少している。

表 2-(2)イ①：放送番組制作業務の一社平均売上高

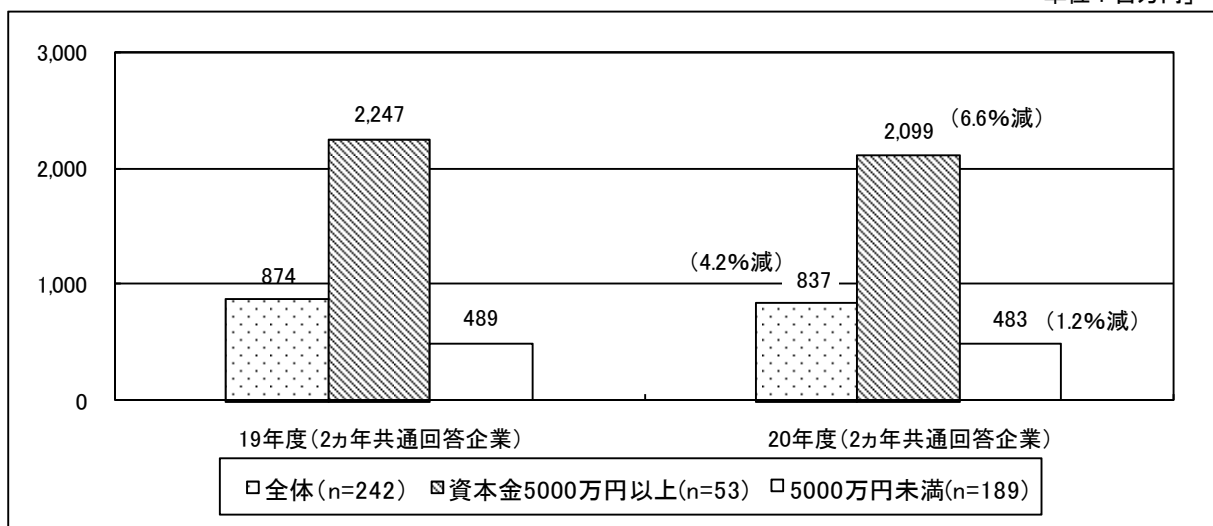
「単位：百万円、%」



注：平成19年度から放送局を対象外としたため、平成18年度の数値については放送局を除いて再集計してある。

表 2-(2)イ②：放送番組制作業務の資本金規模別一社平均売上高
(2カ年共通回答企業)

「単位：百万円」



注：カッコ内の数値は、対前年度比

ウ 会社全体の売上高規模別状況

会社全体の売上高規模別事業者構成比をみると、「1億円以上～5億円未満」が42.6%で最も多いが、「10億円以上」の事業者も合わせて27.0%となっている。

また、事業者構成比では4.6%に過ぎない「50億円以上」の事業者の会社全体の売上高は、全体の約5割強を占めている。

図2-(2)ウ：会社全体の売上高規模別事業者構成(平成20年度)

「単位：％」n=394

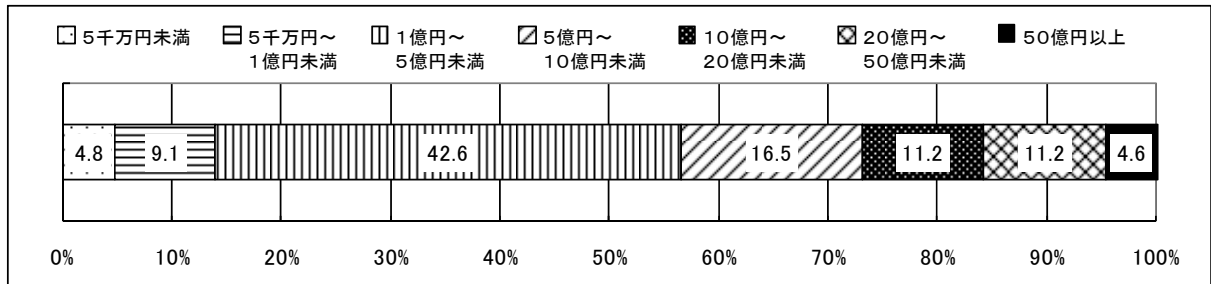


表2-(2)ウ：会社全体の売上高規模別状況(平成20年度)

「単位：社、百万円、％」

会社全体の売上高規模	事業者数	構成比 (%)	会社全体の売上高 (百万円)	構成比 (%)
以上				
～5千万円	19	4.8	474	0.1
5千万円～1億円	36	9.1	2,714	0.4
1億円～5億円	168	42.6	44,047	7.1
5億円～10億円	65	16.5	46,946	7.6
10億円～20億円	44	11.2	61,063	9.8
20億円～50億円	44	11.2	128,814	20.8
50億円～	18	4.6	336,575	54.2
合計	394	100.0	620,633	100.0

エ 放送番組制作業務の売上高規模別状況

放送番組制作業務の売上高規模別事業者構成比をみると、「1億円以上～5億円未満」が39.6%と最も多いが、売上高「10億円以上」の事業者も19.3%を占めている。

また、事業者構成比では10.9%に過ぎない「20億円以上」の事業者の放送番組制作業務の売上高は、全体の59.3%を占めている。

図2-(2)エ：放送番組制作業務の売上高規模別事業者構成(平成20年度)

「単位：％」n=359

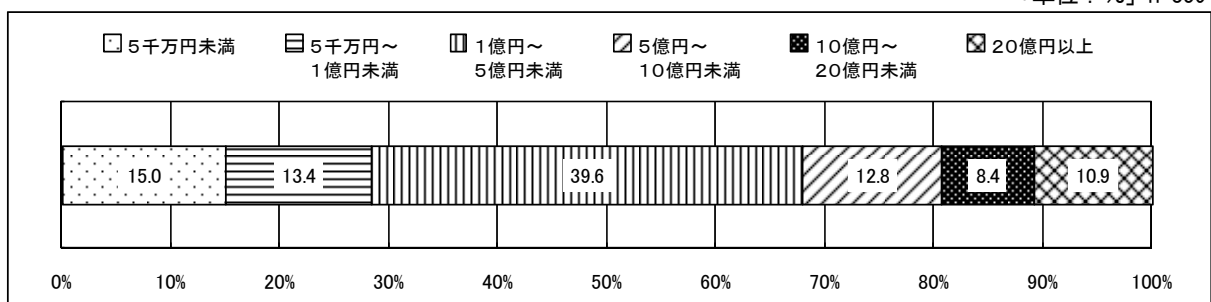


表 2-(2) エ：放送番組制作業務の売上高規模別状況(平成 20 年度)

「単位:社、百万円、%」

放送番組制作業務の 売上高規模 以上 未満	事業者数	構成比	放送番組制作 業務売上高	構成比
～5千万円	54	15.0	1,047	0.4
5千万円～1億円	48	13.4	3,724	1.3
1億円～5億円	142	39.6	34,751	12.5
5億円～10億円	46	12.8	31,550	11.3
10億円～20億円	30	8.4	42,291	15.2
20億円～	39	10.9	164,948	59.3
合計	359	100.0	278,311	100.0

オ 資本金規模別の会社全体の売上高状況

資本金規模別の会社全体の売上高をみると、資本金「10億円以上」の事業者の会社全体の売上高が全体の35.8%を占め、次いで資本金「1千万円～3千万円未満」が全体の22.9%を占めている。

図 2-(2) オ：資本金規模別の会社全体売上高構成比(平成 20 年度)

「単位:%」n=394

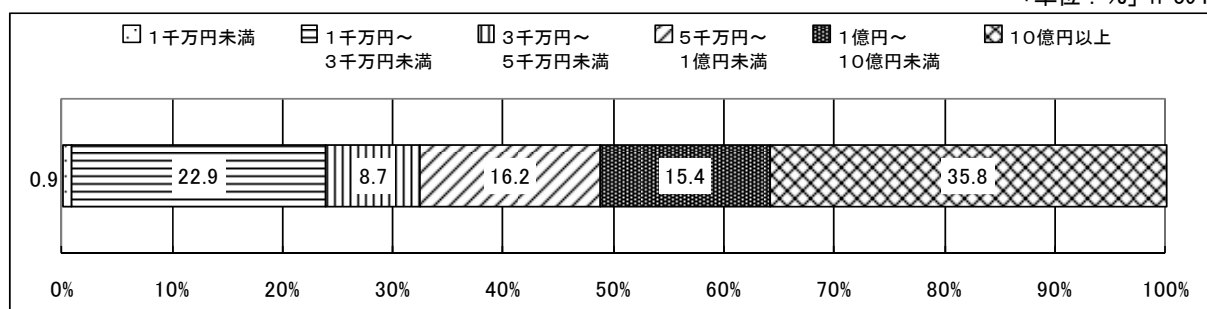


表 2-(2) オ：資本金規模別の会社全体売上高状況(平成 20 年度)

「単位:社、百万円、%」

資本金額規模 以上 未満	事業者数	構成比	会社全体の売上高	構成比
～1千万円	46	11.7	5,721	0.9
1千万円～3千万円	216	54.8	142,141	22.9
3千万円～5千万円	44	11.2	53,825	8.7
5千万円～1億円	53	13.5	100,832	16.2
1億円～10億円	25	6.3	95,876	15.4
10億円～	10	2.5	222,238	35.8
合計	394	100.0	620,633	100.0

カ 資本金規模別の放送番組制作業務の売上高状況

資本金規模別の放送番組制作業務の売上高をみると、資本金「1千万円以上～3千万円未満」の事業者の売上高が全体の33.0%を占めている。また、資本金「1億円以上」の事業者の売上高も合わせて全体の32.6%を占めている。

図2-(2)カ：資本金規模別の放送番組制作業務の売上高構成比(平成20年度)

「単位：％」n=359

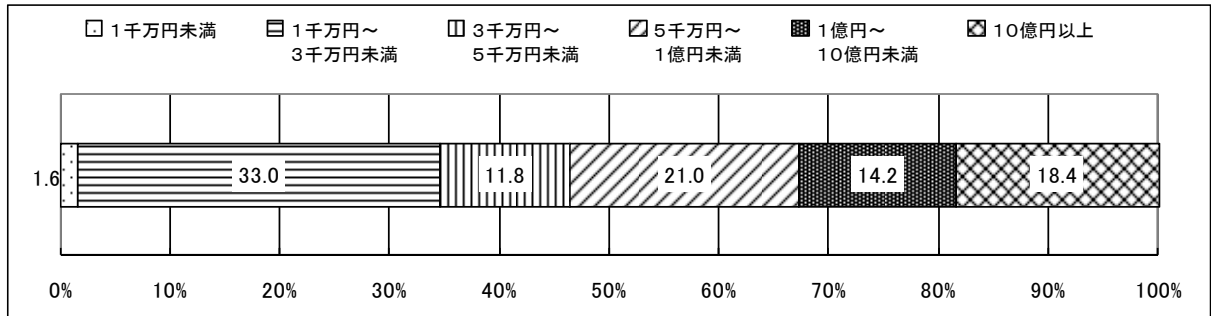


表2-(2)カ：資本金規模別の放送番組制作業務の売上高状況(平成20年度)

「単位：社、百万円、％」

資本金額規模	事業者数	構成比	放送番組制作業務の売上高	構成比
以上 未満				
～1千万円	44	12.3	4,481	1.6
1千万円～3千万円	191	53.2	91,832	33.0
3千万円～5千万円	40	11.1	32,769	11.8
5千万円～1億円	53	14.8	58,398	21.0
1億円～10億円	22	6.1	39,600	14.2
10億円～	9	2.5	51,231	18.4
合計	359	100.0	278,311	100.0

キ 従業員規模別の会社全体の売上高状況

従業員規模別の会社全体の売上高をみると、従業員規模が「100人以上」の事業者の会社全体の売上高が全体の59.5%を占めている。

図2-(2)キ：従業員規模別の会社全体の売上高構成比(平成20年度)

「単位：％」n=394

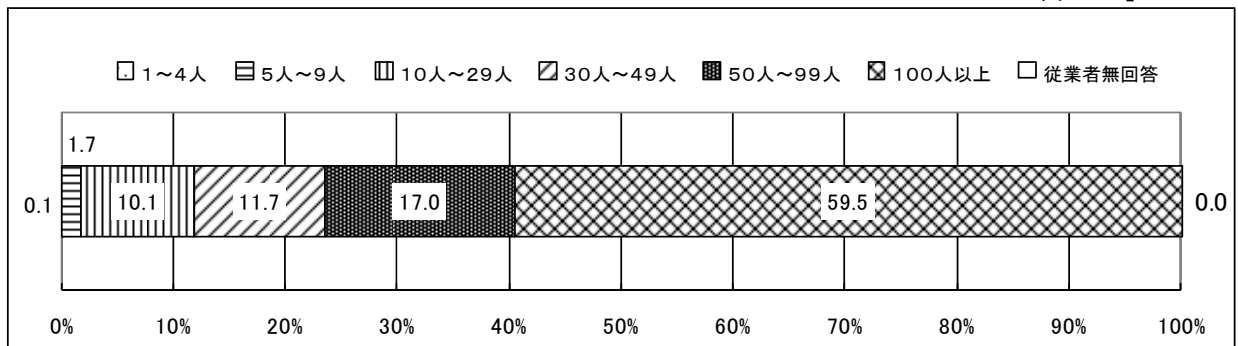


表 2-(2)キ：従業者規模別の会社全体の売上高状況(平成 20 年度)

「単位：社、百万円、%」

従業者規模	事業者数	構成比	会社全体の売上高	構成比
1人～ 4人	18	4.6	683	0.1
5人～ 9人	59	15.0	10,489	1.7
10人～29人	137	34.8	62,523	10.1
30人～49人	72	18.3	72,306	11.7
50人～99人	66	16.8	105,293	17.0
100人以上	42	10.7	369,339	59.5
合 計	394	100.0	620,633	100.0

ク 従業者規模別の放送番組制作業務の売上高状況

従業者規模別放送番組制作業務の売上高をみると、従業者規模が「100 人未満」の事業者の放送番組制作業務の売上高が全体の 51.6%を占めている。

図 2-(2)ク：従業者規模別の放送番組制作業務の売上高構成比(平成 20 年度)

「単位：%」 n=359

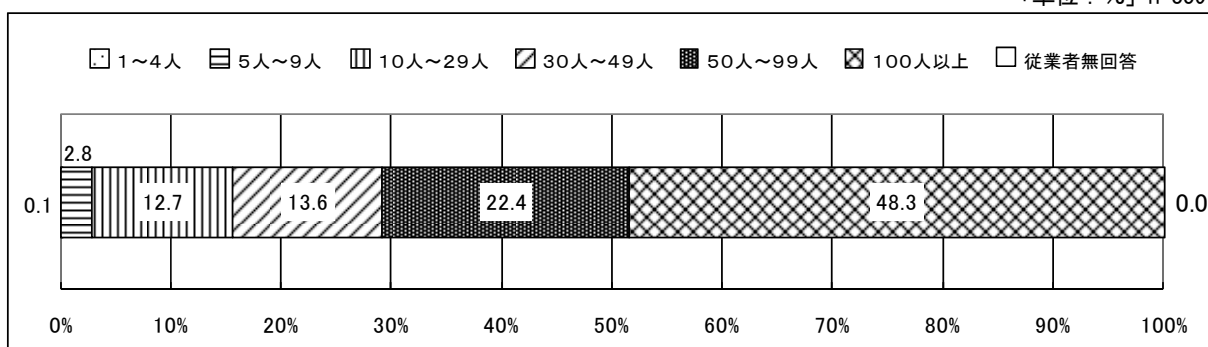


表 2-(2)ク：従業者規模別の放送番組制作業務の売上高状況(平成 20 年度)

「単位：社、百万円、%」

従業者規模	事業者数	構成比	放送番組制作業務の売上高	構成比
1人～ 4人	16	4.5	409	0.1
5人～ 9人	52	14.5	7,792	2.8
10人～29人	125	34.8	35,283	12.7
30人～49人	66	18.4	37,926	13.6
50人～99人	61	17.0	62,339	22.4
100人以上	39	10.9	134,562	48.3
合 計	359	100.0	278,311	100.0

(3) 放送番組制作業務に係る売上高の業務内容別構成比

放送番組業務に係る売上高の業務内容別構成比をみると、「テレビジョン番組制作」が90.5%と圧倒的に大きく、次いで、「ラジオ番組制作」は7.8%、「データ番組制作」は1.8%となっている。また、業務区分別・番組種別別売上高構成比をみると、「テレビジョン番組制作」の「企画・制作」が68.8%を占めている。

図 2-(3) : 放送番組制作業務に係る売上高の番組種別別構成比 (平成 20 年度)

「単位：%」 n=391

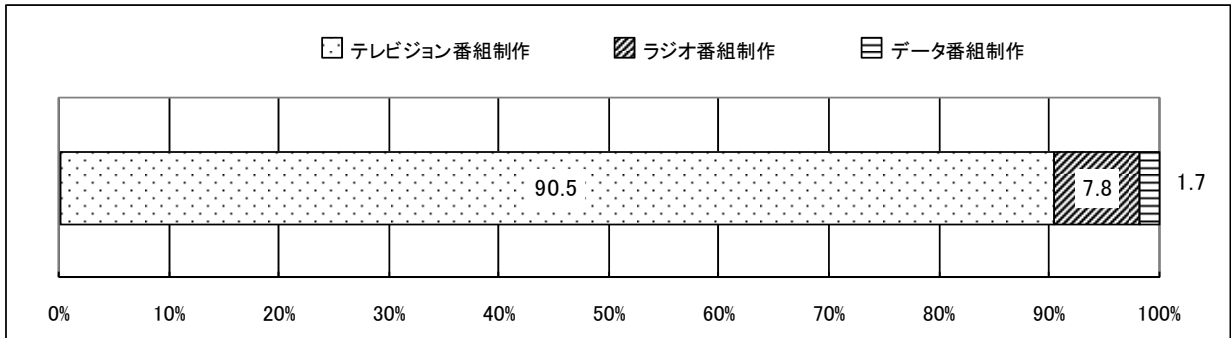


表 2-(3) : 放送番組制作業務に係る売上高の業務区分別・番組種別別構成比 (平成 20 年度)

「単位：%」 n=391

業務区分	テレビジョン番組制作	ラジオ番組制作	データ番組制作	合計
企画・制作	68.8	6.5	1.3	76.6
技術業務	21.7	1.3	0.5	23.5
合計	90.5	7.8	1.8	100.0

注1：「企画・制作」は、放送番組の企画、演出・制作の進行管理、予算管理等の番組制作全般の業務の売上高の割合。

注2：「技術業務」は、カメラ撮影、VTR編集、スタジオ貸し、照明、音響等の番組制作における技術業務の売上高の割合。

(4) 費用の支出状況

会社全体及び放送番組制作業務の費用の構成比を見ると、「給与総額」の割合が最も高く、それぞれ 24.0%、46.3%となっている。

また、放送番組制作業務の従業者一人当たり人件費は、434 万円と平成 19 年度に比べ 0.5%減少。

図 2-(4)①：放送番組制作業務の費用構成比

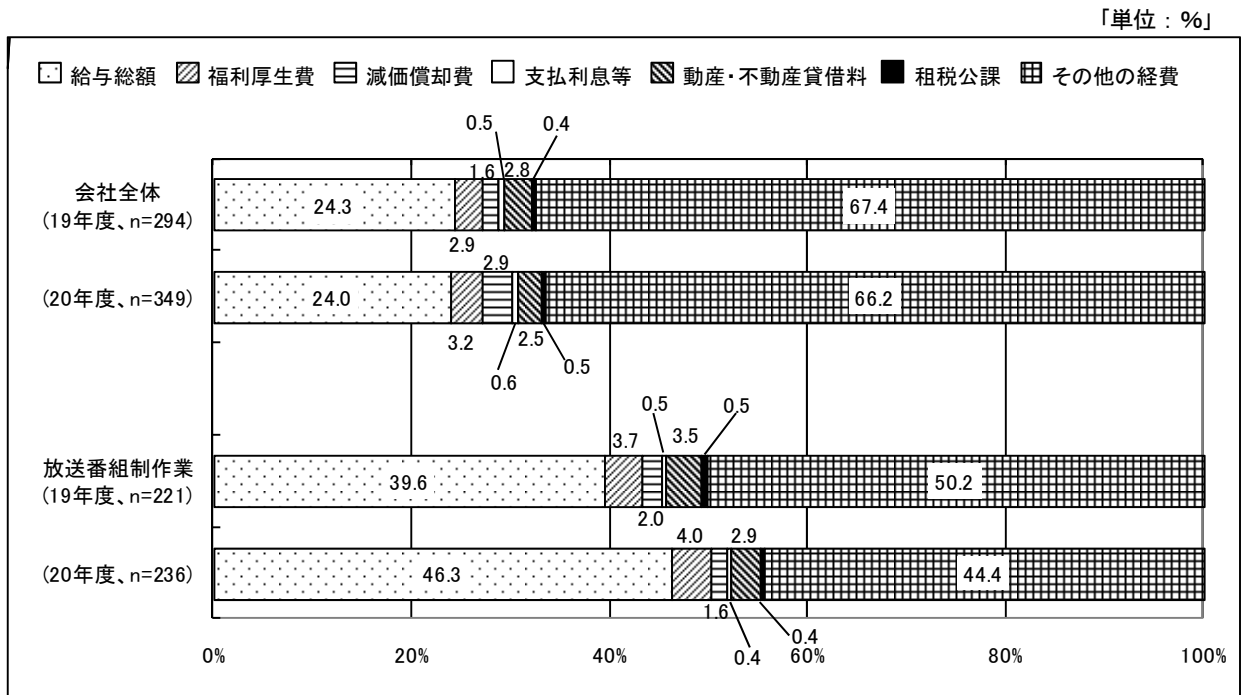


表 2-(4)：費用の支出状況（会社全体・放送番組制作業務）

「単位：百万円、％」

費用の区分	会社全体				放送番組制作業務			
	(H19年度 n=294)		(H20年度 n=349)		(H19年度 n=221)		(H20年度 n=236)	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比
給与総額	72,051	24.3	89,953	24.0	33,632	39.6	38,611	46.3
福利厚生費	8,620	2.9	11,890	3.2	3,186	3.7	3,309	4.0
減価償却費	4,878	1.6	10,774	2.9	1,666	2.0	1,360	1.6
支払利息等	1,599	0.5	2,231	0.6	414	0.5	307	0.4
動産・不動産賃貸料	8,335	2.8	9,932	2.5	2,979	3.5	2,405	2.9
租税公課	1,220	0.4	1,693	0.5	449	0.5	356	0.4
その他の経費	200,112	67.4	248,708	66.2	42,693	50.2	37,053	44.4
合計	296,815	100.0	375,181	100.0	85,019	100.0	83,401	100.0

注1：「給与総額」は、労務費、給与、手当、賃金、賞与（引当金繰入額を含む）、営業費用から支払われる役員報酬、役員賞与の合計額をさします。ただし、所得税、保険料等控除前の額です。

注2：「福利厚生費」は、法定福利費（厚生年金保険法、労働災害保険法等によるもの）、福利施設負担額、厚生費、退職給与支払額等の総額をさします。

注3：「減価償却費」は、固定資産の償却費として計上された金額をさします。直接法の場合は、「減価償却費」として「固定資産勘定」から控除しています。

注4：「支払利息等」は、銀行その他の金融機関からの借入金に対する利息、他の会社からの借入金利息、社債利息、手形売却損（受取手形の割引料）をさします。

注5：「動産・不動産賃貸料」は、土地、建物の賃貸料、事務用機械、端末機を含むコンピュータの賃貸料などをさします。

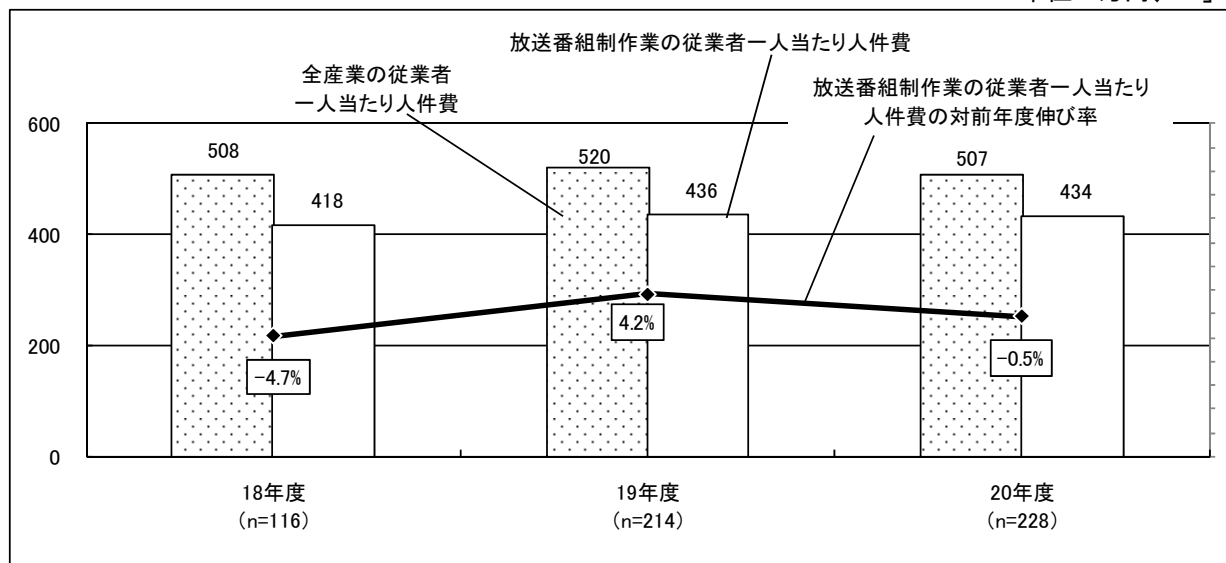
注6：「租税公課」には、法人税、住民税、所得課税の事業税は含みません。

注7：「その他の経費」として記載された具体的な内容は、次のとおりです。

外注費、交通費、消耗品、各種制作費、工具備品、リース料、車両費、交際費、保険料等

図 2-(4)②：放送番組制作業務に係る従業者一人当たり人件費

「単位：万円、%」



注 1：人件費＝給与総額＋福利厚生費

注 2：全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 H21 年度調査速報」から算出。放送番組制作業務の従業者一人当たり人件費は、放送番組制作業務に係る給与総額及び福利厚生費を当該項目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には退職金、退職手当引当金繰入額を含んでいる。

3 固定資産の取得状況等

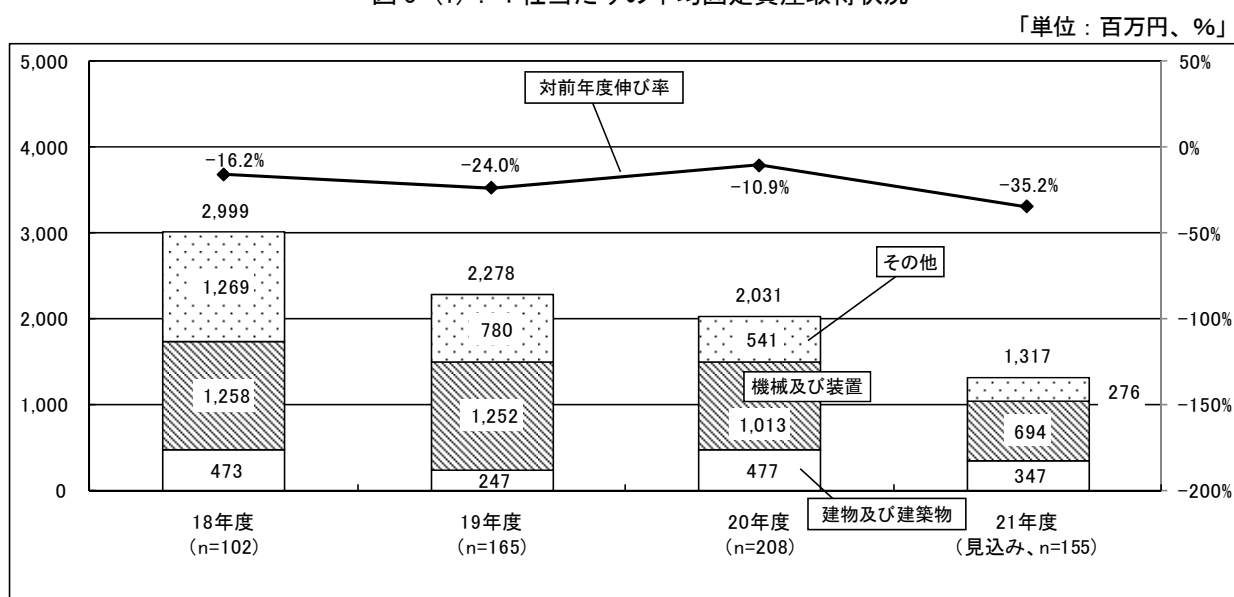
- 平成20年度の放送番組制作業務に係る1社当たり平均設備投資額は、前年度から10.9%減少。
- カメラのデジタル化率が前回調査に比べ上昇。(前年度から5.5ポイント増)

(1) 固定資産取得状況

平成20年度の放送番組制作業務の固定資産取得状況を見ると、景気悪化の影響等により、1社平均約2,000万円(前年度から10.9%減)となっている。

また、平成21年度見込みは1社平均約1,300万円で、平成20年度よりもさらに大きな減少を見込んでいる。

図3-(1)：1社当たりの平均固定資産取得状況



注：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

表3-(1)：固定資産取得状況

「単位：百万円、一社平均金額は万円」

固定資産区分	H19年度実績額 (n=165)	H20年度実績額 (n=208)	H21年度見込額 (n=155)
建物及び建築物(100万円)	407	993	538
1社平均金額(万円)	247	477	347
機械及び装置(100万円)	2,065	2,106	1,075
1社平均金額(万円)	1,252	1,013	694
その他(100万円)	1,287	1,125	428
1社平均金額(万円)	780	541	276
合計(100万円)	3,759	4,224	2,041
1社平均金額(万円)	2,278	2,031	1,317

注1：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。

注2：「その他」に記載された具体的な内容は、次のとおりである。

工具、器具、備品、車両、ソフトウェア等

(2) 使用中の設備の保有状況

使用している設備のデジタル化状況を見ると、「VTR」が63.5%（前年度から3.5ポイント増）、「カメラ」が69.1%（前年度から5.5ポイント増）、「編集用機材」が73.6%（前年度から0.3ポイント増）となっている。

図3-(2)①：使用中の設備のデジタル化率の推移

「単位：％」

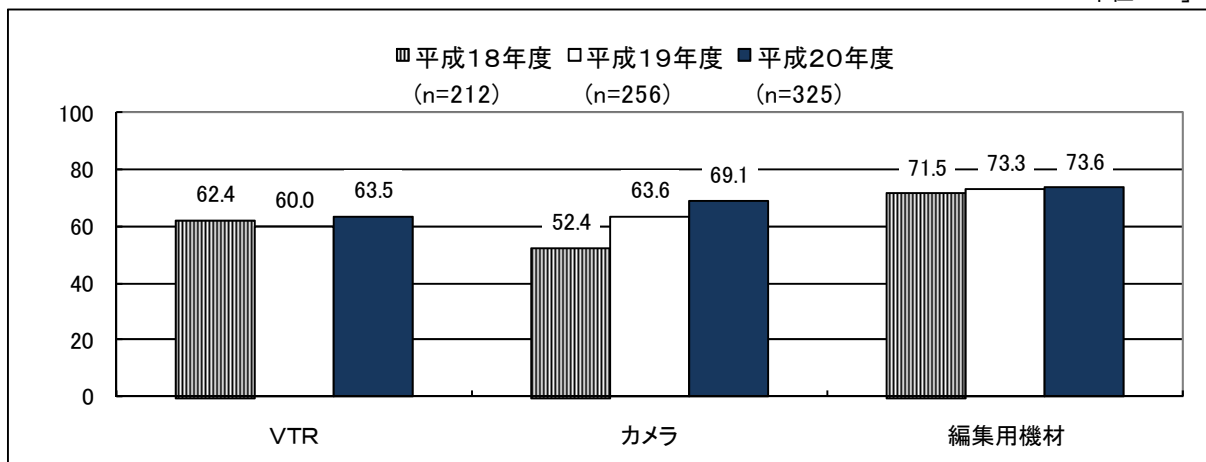


図3-(2)②：保有手段別使用中の設備のデジタル化率（平成20年度）

「単位：％」 n=325

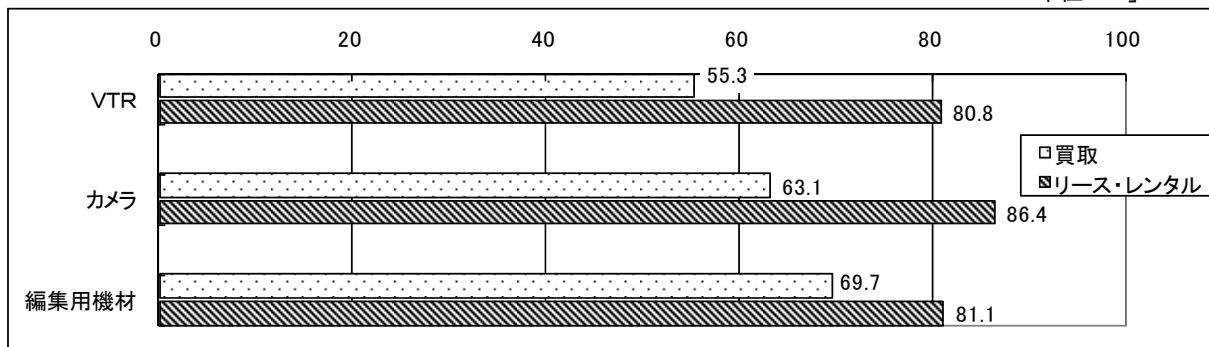


表3-(2)：使用中の設備の保有状況（平成20年度）

「単位：台、％」 H20 n=325、H19 n=256

区分	使用中の設備の保有台数 下段の（ ）内は、前年度の台数及びデジタル化率								
	買取			リース・レンタル			合計		
	台数	うちデジタル化された台数	デジタル化率	台数	うちデジタル化された台数	デジタル化率	台数	うちデジタル化された台数	デジタル化率
VTR	1,516 (1,140)	839 (608)	55.3 (53.3)	714 (603)	577 (438)	80.8 (72.6)	2,230 (1,743)	1,416 (1,046)	63.5 (60.0)
カメラ	1,156 (988)	730 (579)	63.1 (58.6)	396 (329)	342 (258)	86.4 (78.4)	1,552 (1,317)	1,072 (837)	69.1 (63.6)
編集用機材	1,019 (786)	710 (544)	69.7 (69.2)	524 (388)	425 (317)	81.1 (81.7)	1,543 (1,174)	1,135 (861)	73.6 (73.3)

4 従業者雇用の状況

- 従業者数が「50人未満」の事業者が7割強。
- 放送番組制作業務に携わる従業者の1社平均人数は33.5人。

平成20年度末の従業者規模別構成比をみると、「10人～29人」が34.5%と最も多く、次いで「30人～49人」が17.6%となっている。

図4①：従業者規模別事業者構成比（平成20年度末）

「単位：％」n=414

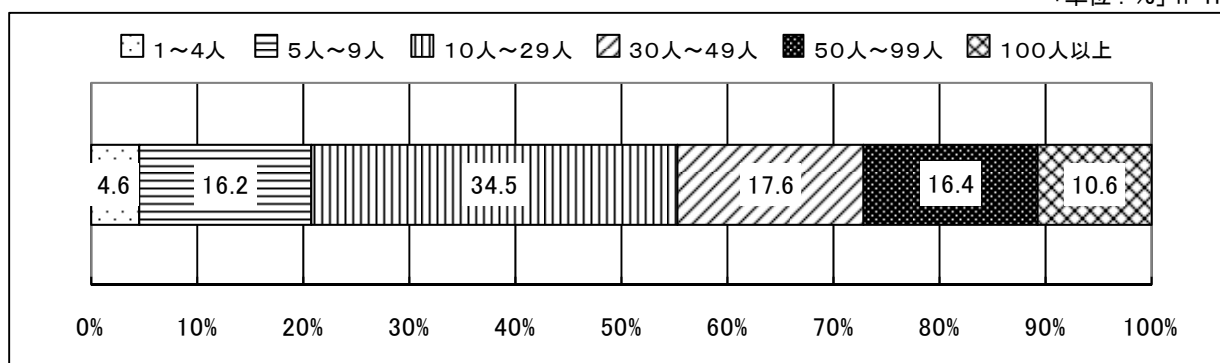


表4①：従業者規模別事業者構成比（平成20年度末）

「単位：社、％」

全社従業員規模	事業者数	構成比
1人～4人	19	4.6
5人～9人	67	16.2
10人～29人	143	34.5
30人～49人	73	17.6
50人～99人	68	16.4
100人以上	44	10.6
合計	414	100.0

平成20年度末における放送番組制作業務に携わる従業者数の1社平均人数は33.5人。雇用形態別内訳をみると、「有給役員」が1.6人(4.6%)、「常時従業者」が32.2人(91.7%)、「臨時・日雇雇用者」が1.3人(3.7%)となっている。また、前回調査と比べると、「有給役員」「正社員・正職員」「他企業等への出向者」が減少し、「パートタイム従業者」が増加している。

図 4②：放送番組制作業務の雇用形態別平均従業者数の推移

「単位：人」

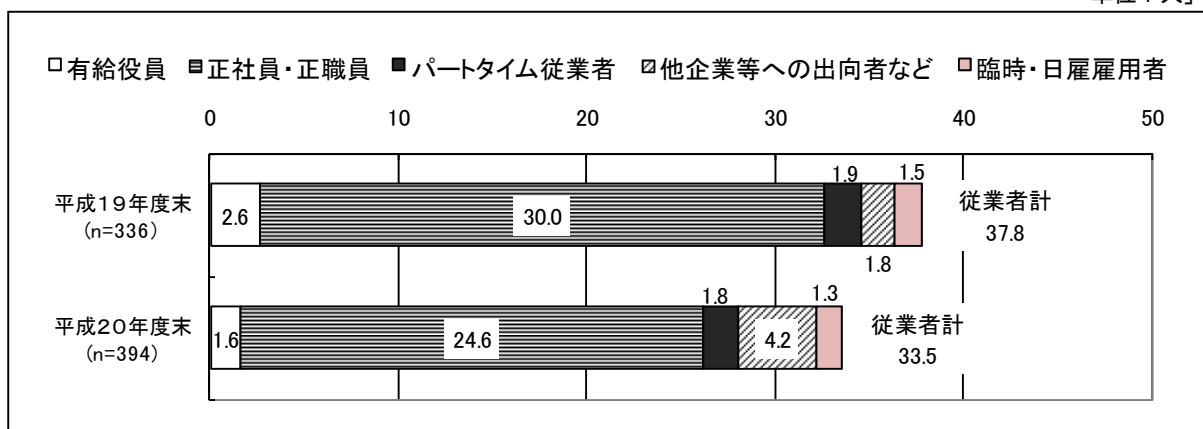


表 4②：放送番組制作業務に携わる従業者数

「単位：社、%」

雇用形態	平成19年度末 (n=336)			平成20年度末 (n=394)		
	従業者数	平均	構成比	従業者数	平均	構成比
従業者計	12,697	37.8	100.0	13,188	33.5	100.0
常時従業者	12,180	36.3	95.9	12,674	32.2	96.1
うち有給役員	862	2.6	6.8	637	1.6	4.8
うち正社員・正職員	10,088	30.0	79.5	9,707	24.6	73.6
うちパートタイム従業者	644	1.9	5.1	712	1.8	5.4
うち他企業等への出向者	455	1.4	3.6	328	0.8	2.5
臨時・日雇雇用者	517	1.5	4.1	514	1.3	3.9
(受入れ) 派遣従業者	-	-	-	494	1.3	-

注1：放送番組制作業務に携わる従業者とは、番組制作そのものを行っている従業者だけではなく、放送番組制作に関連する業務（番組制作に係る総務や会計などの事務）を行っている従業者も含まれます。

注2：放送番組制作業務以外の業務を兼務している従業者等も、人数に加えています。

注3：「常時従業者」とは、その呼称にかかわらず1か月を超える雇用契約者及び当該年度末の前2か月においてそれぞれ18日以上雇用した者で、給与を支払っている他企業からの出向者も含まれます。

注4：「有給役員」とは、重役・理事などの役員のうち常時勤務して毎月給与の支払いを受けている人をさします。ただし、重役や理事であっても、事務職員、労務職員を兼ねて一定の職務につき一般職員と同じ給与規則によって給与を受ける人は除いています。

注5：「正社員・正職員」とは、常用雇用者のうち、一般に正社員・正職員などと呼ばれている人をさします。

注6：「他企業等への出向者」とは、常用雇用者のうち、主として貴社で給与を支払っている子会社、関連会社などへの出向者をさします。

注7：「パートタイム従業者」とは、常用雇用者のうち、正社員・正職員より1日の所定労働時間または1週間の労働日数が短い人をさします。

注8：「臨時・日雇雇用者」とは、1ヶ月以内の期間を定めて雇用している人及び日々雇入れている人をさします。

注9：「(受入れ) 派遣従業者」とは、労働者派遣事業を営む事業主が雇用する従業者であって、当該雇用関係のまま番組制作事業者と当該労働者派遣事業主との契約の下に、番組制作事業者の指揮命令を受けて、番組制作事業者の業務に従事させている従業者をさします。平成20年度末からの調査事項。

5 放送番組の契約状況

- テレビ放送番組制作の発注契約が書面で行われているケースは約7割にとどまる。
- 「完パケ」納品したテレビ放送番組のうち、放送番組制作事業者が自由に二次利用できるものは4.2%、放送局が自由に二次利用できるものは32.5%。

(1) テレビ放送番組制作の契約形態別構成比

放送局からの企画持込が 45.3%（前年度から 3.1 ポイント減）、代理店からの企画持込が 16.4%（同 0.8 ポイント増）となった。

図 5-(1)：テレビ放送番組制作の契約形態別構成比

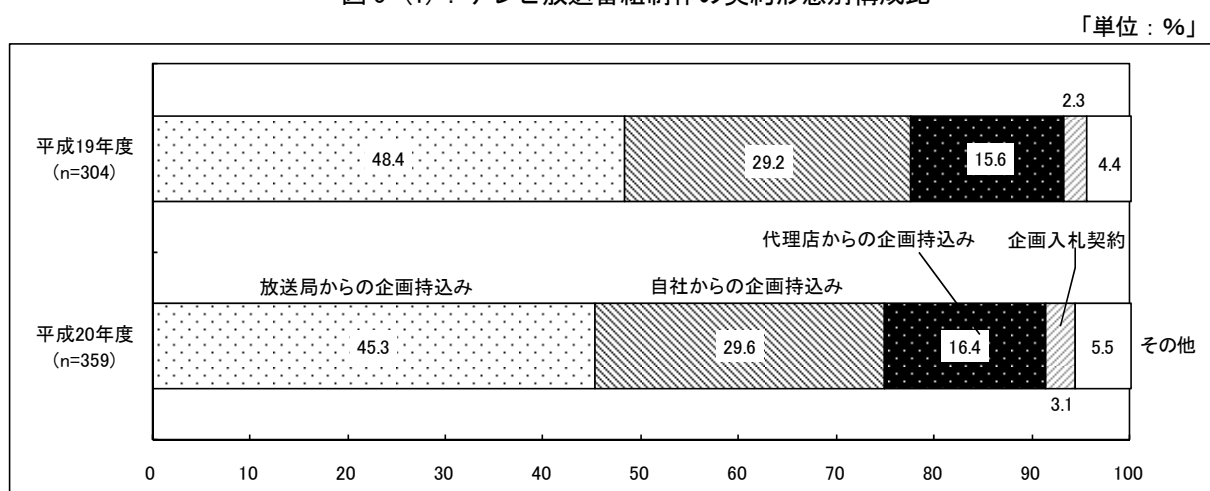


表 5-(1)：テレビ放送番組制作の契約形態別構成比（平成 20 年度）

「単位：％」 H20 n=359、H19 n=304

契約形態	構成比（）は前回調査
放送局からの企画持込	45.3 (48.4)
自社からの企画持込	29.6 (29.2)
代理店からの企画持込	16.4 (15.6)
企画入札契約	3.1 (2.3)
その他	5.5 (4.4)
合計	100.0 (100.0)

注：「その他」に記載された具体的な内容は、次のとおりである。
親会社・制作会社からの持込、共同提案、共同企画、自社放送等

(2) テレビ放送番組制作の書面による発注契約数の状況

平成20年度におけるテレビ放送番組制作の発注契約のうち書面によって発注されているものは約7割にとどまる。

表5-(2)：資本金規模別テレビ放送番組制作契約における書面による発注状況
(平成20年度)

「単位:社、本、%」

資本金規模 以上 未満	事業者数	全契約数	うち書面による発注数	書面発注率
～1千万円	35	928	411	44.3
1千万円～3千万円	153	10,713	5,341	49.9
3千万円～5千万円	32	2,760	1,531	55.5
5千万円～1億円	36	2,120	1,192	56.2
1億円～10億円	13	1,821	1,526	83.8
10億円～	7	9,816	9,746	99.3
合計	276	28,158	19,747	70.1

(3) 「完パケ」納品したテレビ放送番組数の状況等 (CMを除く)

平成20年度に制作し「完パケ」納品したテレビ放送番組数 (CMを除く) の規模別に事業者構成をみると、「10本～50本未満」が24.9%と最も多く、次いで「1本～10本未満」が20.0%となっており、「50本未満」の事業者で全体の4割強となっている。

図5-(3)①：「完パケ」納品したテレビ放送番組数規模別事業者構成 (平成20年度)

「単位: %」 n=285

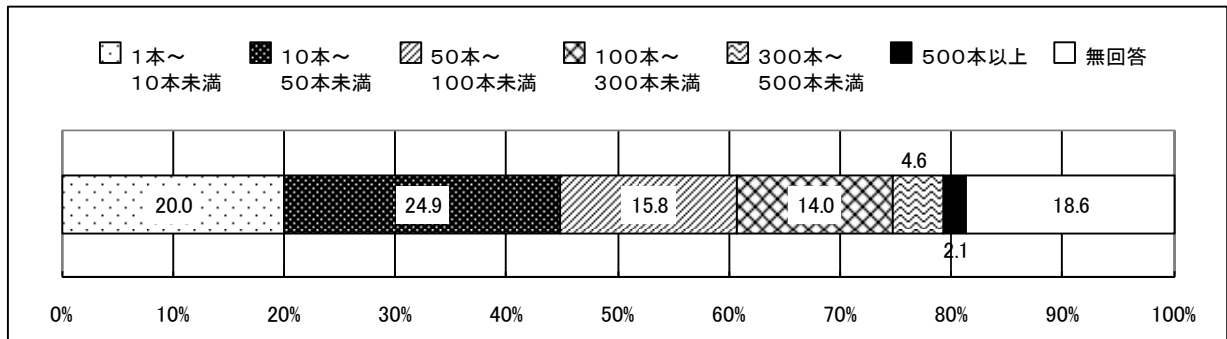


表5-(3)①：「完パケ」納品したテレビ放送番組数規模別事業者構成
(平成20年度)

「単位:社、%」

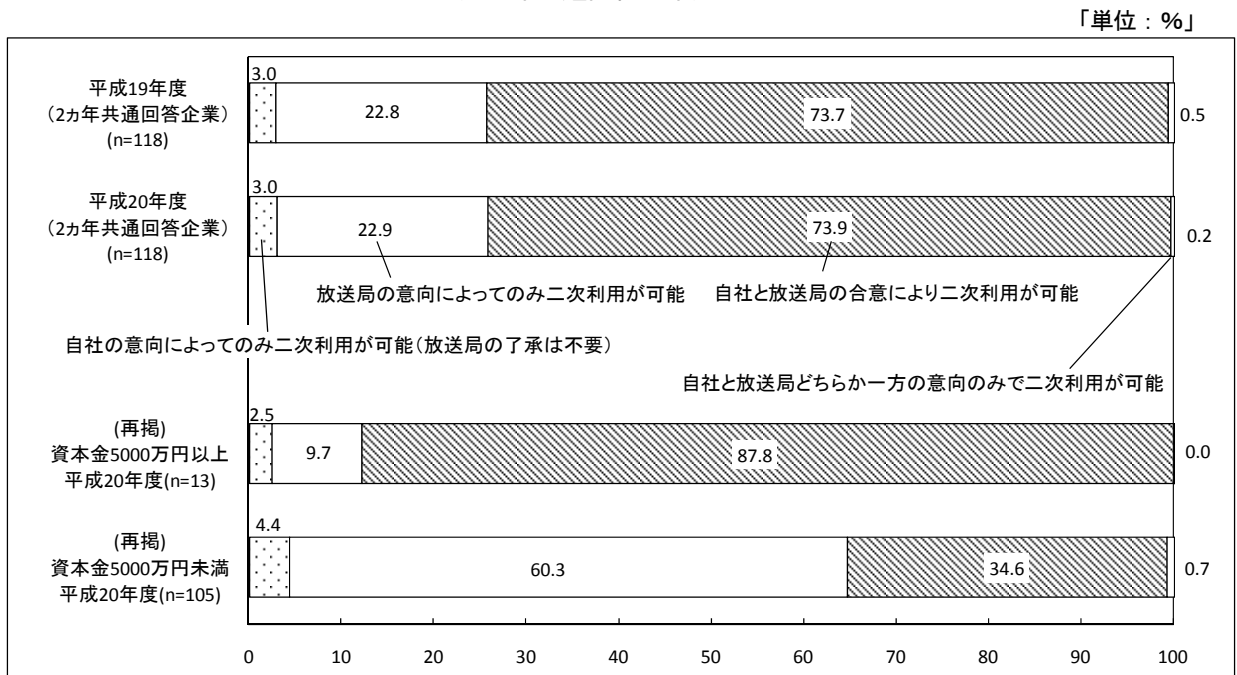
契約数規模	事業者数	構成比
1本～10本未満	57	20.0
10本～50本未満	71	24.9
50本～100本未満	45	15.8
100本～300本未満	40	14.0
300本～500本未満	13	4.6
500本以上	6	2.1
無回答	53	18.6
合計	285	100.0

注1：「完パケ」とは、「完全パッケージ」の略であり、収録、編集などが終わり、いつでも放送できるよう完全に出来上がっている番組のことをいう。

注2：CMのみを制作している事業者を除いて集計。

平成20年度に制作し、「完パケ」納品したテレビ放送番組のうち、放送番組制作事業者が自由に二次利用できるものは3.0%、放送局が自由に二次利用できるものは22.9%、放送番組制作事業者と放送局との合意により二次利用できるものは、73.9%と、平成19年度とほとんど変わらなかった。また、資本金規模別に、放送局が自由に二次利用できるものの比率をみると、資本金5千万円以上では9.7%であるのに対し、5千万円未満では60.3%となった。

図5-(3)②：二次利用の条件別「完パケ」納品番組数の構成比
(2カ年共通回答企業)



注：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。

表5-(3)②：二次利用の条件別「完パケ」納品番組数の構成比
(2カ年共通回答企業)

「単位：本、％」 n=118

二次利用の条件区分	平成19年度		平成20年度	
	二次利用条件ごとの述べ本数	構成比	二次利用条件ごとの述べ本数	構成比
自社の意向によってのみ展開が可能なもの(放送局の了承は不要)	1,790	3.0	1,832	3.0
放送局の意向によってのみ展開が可能なもの	13,786	22.8	13,965	22.9
自社と放送局の合意により、展開が可能となるもの	44,490	73.7	45,093	73.9
自社と放送局の双方が、一方の意向のみで展開が可能なもの	332	0.5	116	0.2
合計	60,398	100.0	61,006	100.0

また、二次利用の種類別にみると、「他局への番組販売」、「DVD、ビデオ等へのパッケージ化」、「海外への番組販売」、「インターネット配信」のいずれも、放送番組制作事業者が独自に二次利用展開できる「自社の意向によってのみ展開が可能なもの」「自社と放送局の双方が、一方の意向のみで展開が可能なもの」と回答したのは数%～5%にとどまる。

図 5-(3)③：二次利用の種類別、二次利用の条件別「完パケ」納品番組数の構成比
(平成 20 年度)

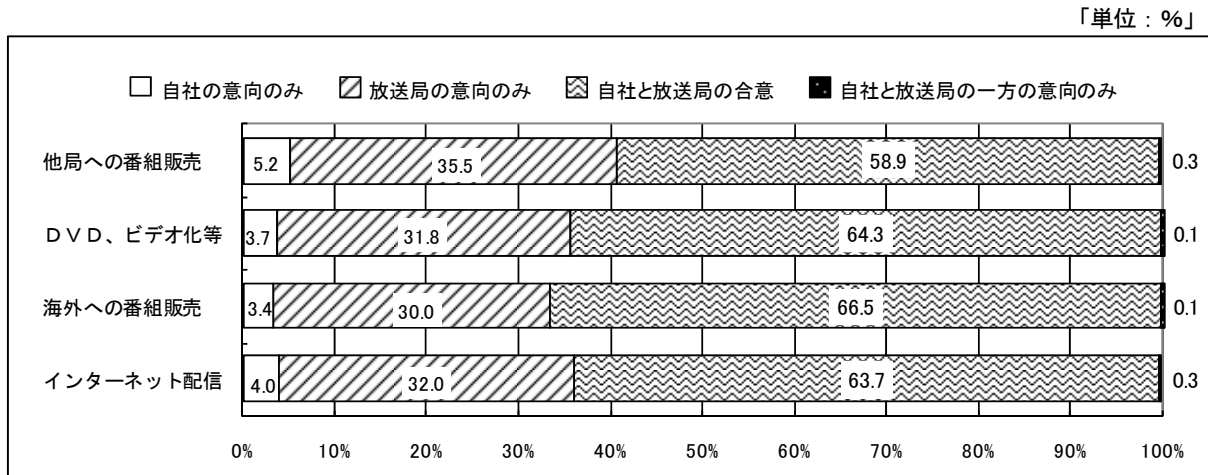


表 5-(3)③：二次利用条件、二次利用の種類別「完パケ」納品番組数
(二次利用条件ごとの述べ本数) (平成 20 年度)

「単位：上段(本)、下段(%)」n=190

二次利用の種類 二次利用の条件区分	他局への 番組販売	DVD、ビデオ 等への パッケージ化	海外への 番組販売	インターネット配信	合 計
自社の意向によってのみ展開が可能なもの(放送局の了承は不要)	1,127 (5.2)	681 (3.7)	585 (3.4)	737 (4.0)	3,130 (4.2)
放送局の意向によってのみ展開が可能なもの	7,653 (35.5)	5,838 (31.8)	5,145 (30.0)	5,856 (32.0)	24,492 (32.5)
自社と放送局の合意により、展開が可能となるもの	12,704 (58.9)	11,797 (64.3)	11,380 (66.5)	11,661 (63.7)	47,542 (63.1)
自社と放送局の双方が、一方の意向のみで展開が可能なもの	67 (0.3)	17 (0.1)	15 (0.1)	51 (0.3)	150 (0.2)
合 計	21,551 (100.0)	18,333 (100.0)	17,125 (100.0)	18,305 (100.0)	75,314 (100.0)

注1：「他局への番組販売」には、地上局（ローカル局を含む）、衛星放送、CATVのほか、IPマルチキャスト方式を用いた電気通信役務利用放送（IPマルチキャスト放送）への番組販売も含む。

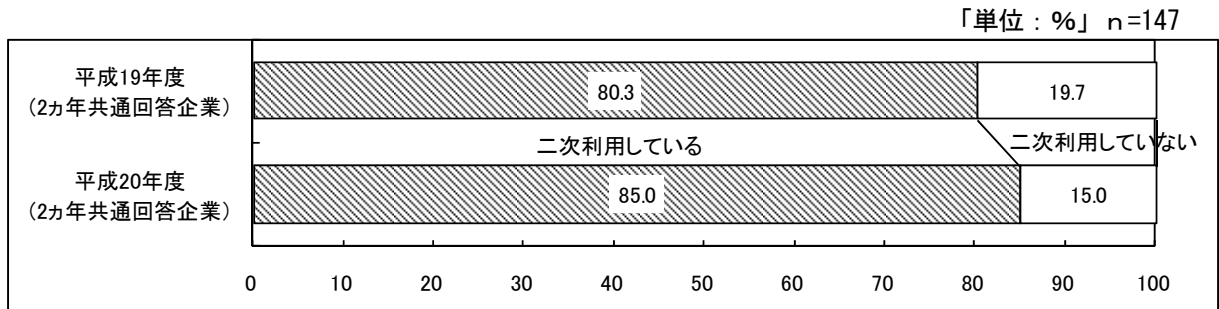
注2：「海外への番組販売」には、フォーマット販売等も含む。

注3：二次利用条件が不明のものを除いて集計。

(4) テレビ放送番組の二次利用状況

自社の意向で二次利用可能な放送番組について、前回調査及び今回調査の両方に回答した事業者のうち、実際に二次利用を行っている放送番組制作事業者は、85.0%（前年度から 4.7ポイント増）となった。

図 5-(4)①：テレビ放送番組の二次利用状況
(2カ年共通回答企業)



前回調査及び今回調査の両方に回答した事業者のうち、実際に二次利用を行っている放送番組制作事業者の具体的な二次利用の形態をみると、「再放送への利用」が 84.4%と最も多く、次いで、「ビデオ化 (CD・LD・DVD・CD-ROM化を含む)」が 67.0%となっている。

図 5-(4)②：二次利用形態別テレビ放送番組の二次利用状況 (複数回答)
(2カ年共通回答企業)

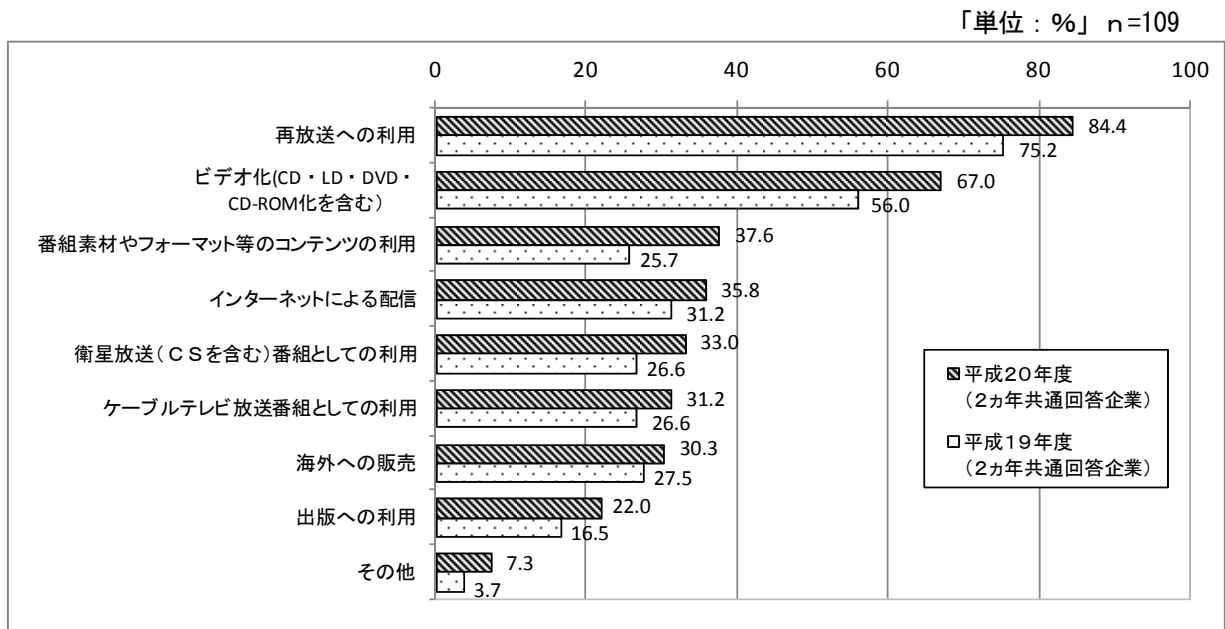


表 5-(4) : 二次利用形態別テレビ放送番組の二次利用状況 (複数回答)
(2カ年共通回答企業)

「単位:社、%」 n=109

二次利用形態	平成19年度		平成20年度	
	事業者数	構成比	事業者数	構成比
再放送への利用	82	75.2	92	84.4
ビデオ化 (CD・LD・DVD・CD-ROM化を含む)	61	56.0	73	67.0
番組素材やフォーマット等のコンテンツの利用	28	25.7	41	37.6
衛星放送 (CSを含む) 番組としての利用	34	31.2	39	35.8
ケーブルテレビ放送番組としての利用	29	26.6	36	33.0
インターネットによる配信	29	26.6	34	31.2
海外への販売	30	27.5	33	30.3
出版への利用	18	16.5	24	22.0
その他	4	3.7	8	7.3

注: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。

(5) 「完パケ」納品した番組のタイトル表示

「完パケ」納品した番組のタイトル表示をみると、『「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』が25.5%と最も多く、次いで『「制作協力」、「企画協力」、「技術協力」、「美術協力」等が自社名』が19.9%となっている。

図 5-(5) : 「完パケ」納品した番組のタイトル表示

「単位: %」 H20 n=276、H19 n=237

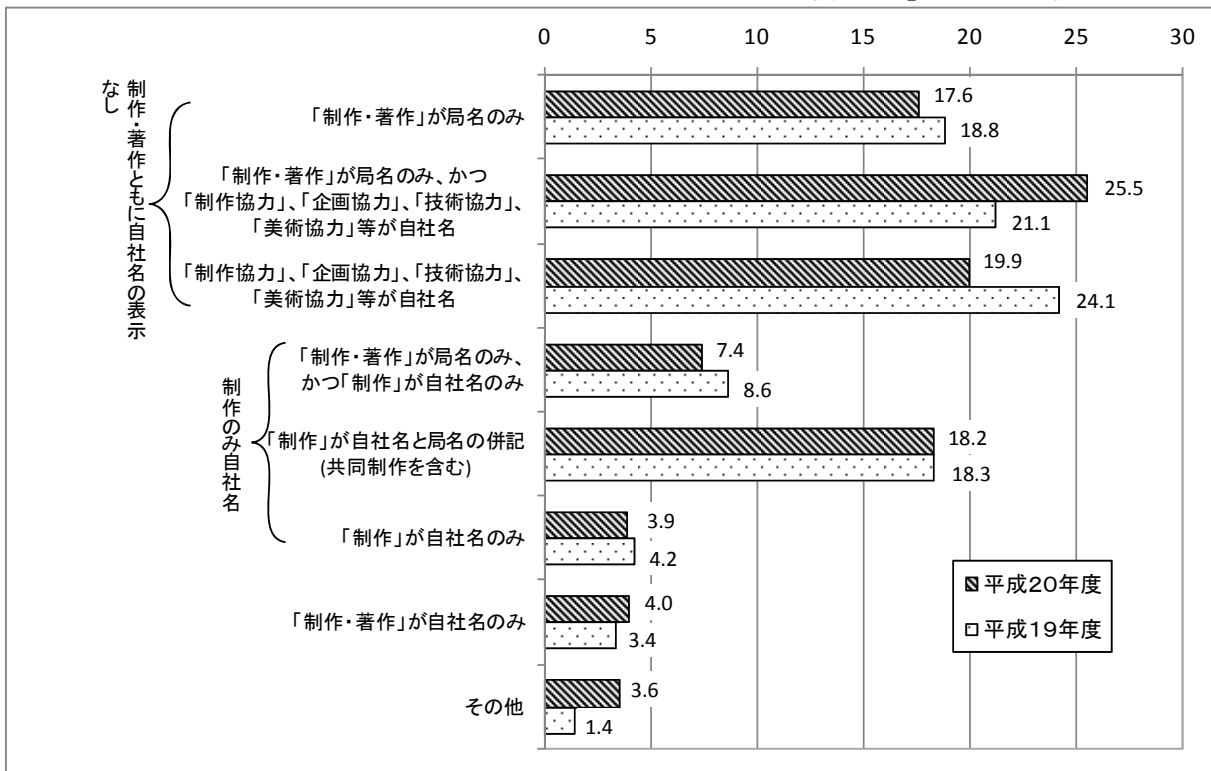


表 5-(5) : 「完パケ」納品した番組のタイトル表示 (平成 20 年度)

「単位: %」 H20 n=276、(H19 n=237)

タイトル表示区分	構成比 () は前回調査
「制作・著作」が局名のみ	17.6 (18.8)
「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	25.5 (21.1)
「制作協力」、「企画協力」、「技術協力」、「美術協力」等が自社名	19.9 (24.1)
「制作・著作」が局名のみ、かつ「制作」が自社名のみ	7.4 (8.6)
「制作」が自社名と局名の併記(共同制作を含む)	18.2 (18.3)
「制作」が自社名のみ	3.9 (4.2)
「制作・著作」が自社名のみ	4.0 (3.4)
その他	3.6 (1.4)

注: 「その他」に記載された具体的な内容は、次のとおりである。
スタッフ氏名、〇〇製作委員会等。

6 今後の事業展開

- 今後の事業展開について、新たに取り組む意向は、「インターネット番組（画面）制作」（37.8%）が特に強い。

今後の事業の展開に関して、業務内容及び新しい技術への取組状況をみると、今後取り組む意向がある事業者では、「インターネット番組（画面）制作」が37.8%と最も多く、以下「ケーブルテレビへの番組供給」が23.2%、「海外への番組販売」「販売用ソフト（ビデオ等）」（各22.3%）、「衛星放送（CSを含む）」（20.6%）の順となっている。

また、「既に取り組んでいる」ものとしては、「ハイビジョン制作・技術」が77.2%と最も多く、以下「CM制作」72.5%、「販売用ソフト（ビデオ等）」54.4%、「イベント博展関係」44.0%の順となっている。

図6：業務内容及び新しい技術への取組状況別事業者構成（複数回答）

「単位：%」上段：H20年度、下段：H19年度

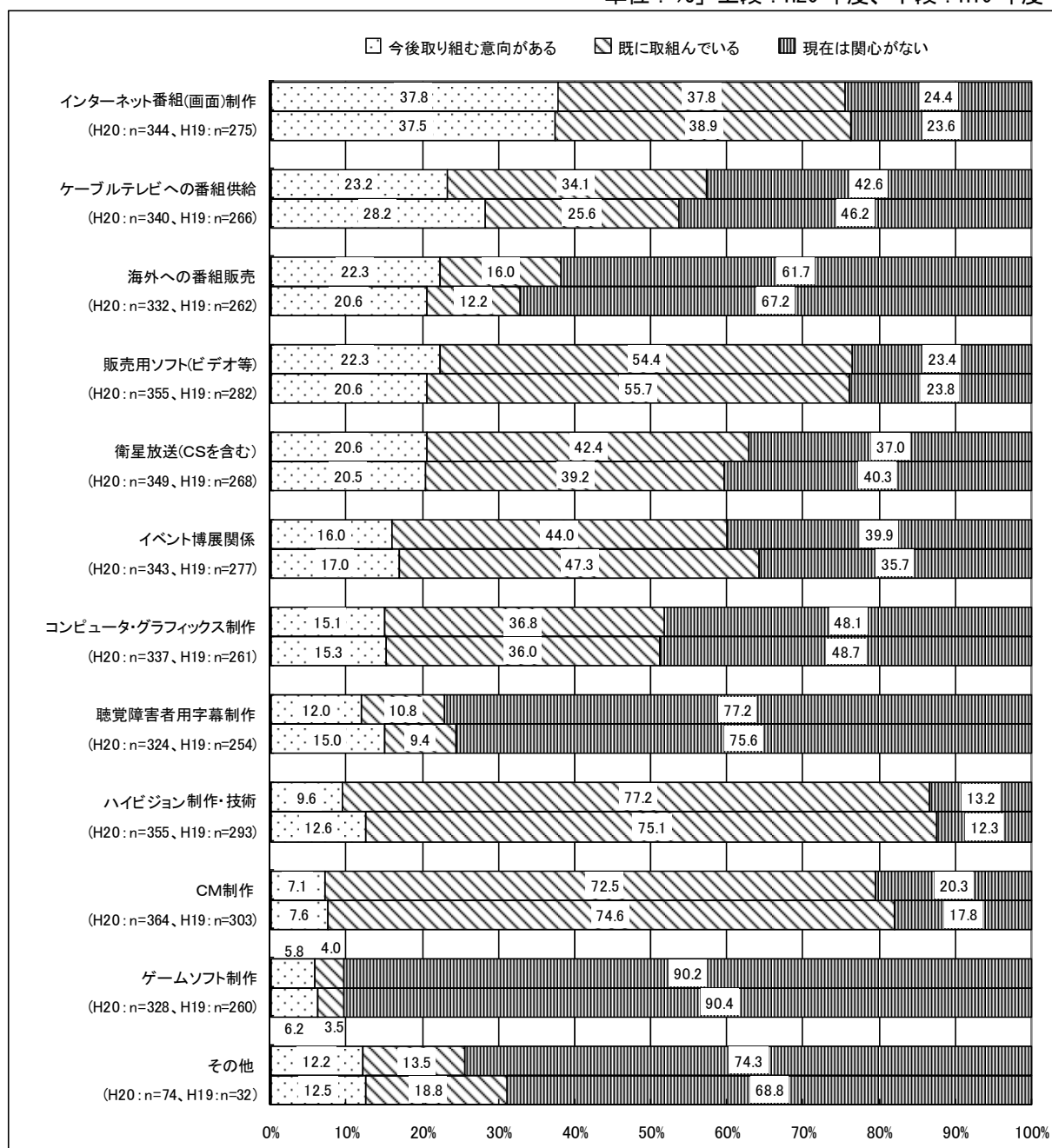


表6：業務内容及び新しい技術への取組（複数回答）（平成20年度）

「単位：上段(社)、下段(%)」()内は平成19年度

業務・技術の内容 上段：事業者数 下段：構成比	今後取組む意向がある			既に取り組んでいる	現在は関心がない	合計
	1年以内に取組を計画している	2～3年後には取組みたい				
インターネット番組 (画面)制作	130 (103) 37.8 (37.5)	47 (35) 13.7 (12.7)	83 (68) 24.1 (24.7)	130 (107) 37.8 (38.9)	84 (65) 24.4 (23.6)	344 (275) 100.0
ケーブルテレビへの 番組供給	79 (75) 23.2 (28.2)	21 (22) 6.2 (8.3)	58 (53) 17.1 (19.9)	116 (68) 34.1 (25.6)	145 (123) 42.6 (46.2)	340 (266) 100.0
海外への番組販売	74 (54) 22.3 (20.6)	19 (7) 5.7 (2.7)	55 (47) 16.6 (17.9)	53 (32) 16.0 (12.2)	205 (176) 61.7 (67.2)	332 (262) 100.0
販売用ソフト (ビデオ等)	79 (58) 22.3 (20.6)	22 (16) 6.2 (5.7)	57 (42) 16.1 (14.9)	193 (157) 54.4 (55.7)	83 (67) 23.4 (23.8)	355 (282) 100.0
衛星放送(CSを含む)	72 (55) 20.6 (20.5)	21 (16) 6.0 (6.0)	51 (39) 14.6 (14.6)	148 (105) 42.4 (39.2)	129 (108) 37.0 (40.3)	349 (268) 100.0
イベント博展関係	55 (47) 16.0 (17.0)	14 (14) 4.1 (5.1)	41 (33) 12.0 (11.9)	151 (131) 44.0 (47.3)	137 (99) 39.9 (35.7)	343 (277) 100.0
コンピュータ・ グラフィックス制作	51 (40) 15.1 (15.3)	13 (6) 3.9 (2.3)	38 (34) 11.3 (13.0)	124 (94) 36.8 (36.0)	162 (127) 48.1 (48.7)	337 (261) 100.0
聴覚障害者用字幕制作	39 (38) 12.0 (15.0)	3 (2) 0.9 (0.8)	36 (36) 11.1 (14.2)	35 (24) 10.8 (9.4)	250 (192) 77.2 (75.6)	324 (254) 100.0
ハイビジョン制作・技術	34 (37) 9.6 (12.6)	18 (14) 5.1 (4.8)	16 (23) 4.5 (7.8)	274 (220) 77.2 (75.1)	47 (36) 13.2 (12.3)	355 (293) 100.0
CM制作	26 (23) 7.1 (7.6)	6 (4) 1.6 (1.3)	20 (19) 5.5 (6.3)	264 (226) 72.5 (74.6)	74 (54) 20.3 (17.8)	364 (303) 100.0
ゲームソフト制作	19 (16) 5.8 (6.2)	3 (4) 0.9 (1.5)	16 (12) 4.9 (4.6)	13 (9) 4.0 (3.5)	296 (235) 90.2 (90.4)	328 (260) 100.0
その他	9 (4) 12.2 (12.5)	6 (1) 8.1 (3.1)	3 (3) 4.1 (9.4)	10 (6) 13.5 (18.8)	55 (22) 74.3 (68.8)	74 (32) 100.0

注：「その他」に記載された具体的な内容は、次のとおり。

3Dなどの最新映像、Web放送局、ワンセグコンテンツ制作、映画制作、デジタルサイネージ等

7 経営上の問題点等

- 放送番組制作事業者の経営上の課題、問題点は、7割以上の事業者が「受注量の安定」「受注単価が低い」を挙げている。

放送番組制作事業者が抱えている経営上の課題、問題点をみると、「受注量の安定」(75.1%)、「受注単価が低い」(73.7%)、「コンテンツ制作能力の充実」(41.8%)、「経験者・熟練者等の人材の確保」(41.5%)、「社員教育の充実」(40.1%)が上位を占めている。また、厳しい経済状況の中、「受注量の安定」「受注単価が低い」が年々高まっている。

図7：経営上の問題点(複数回答)

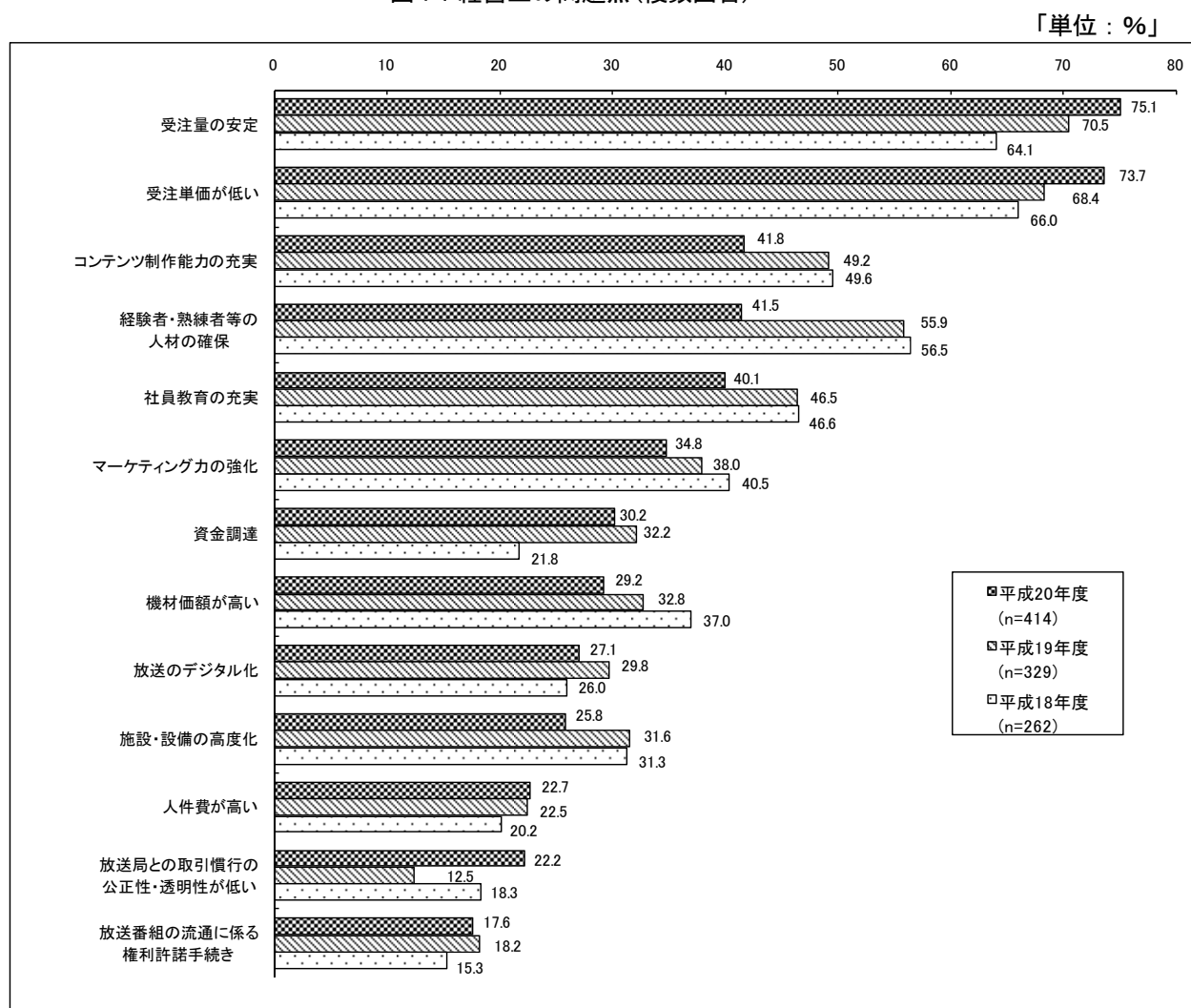


表7：経営上の問題点（複数回答）

「単位：社、％」H18 n=262、H19 n=329、H20 n=414

課題、問題点	平成18年度 事業者数（割合）	平成19年度 事業者数（割合）	平成20年度 事業者数（割合）
受注単価が低い	225 (68.4)	225 (68.4)	305 (73.7)
受注量の安定	232 (70.5)	232 (70.5)	311 (75.1)
コンテンツ制作能力の充実	162 (49.2)	162 (49.2)	173 (41.8)
経験者・熟練者等の人材の確保	184 (55.9)	184 (55.9)	172 (41.5)
社員教育の充実	153 (46.5)	153 (46.5)	166 (40.1)
マーケティング力の強化	125 (38.0)	125 (38.0)	144 (34.8)
機材価額が高い	108 (32.8)	108 (32.8)	121 (29.2)
施設・設備の高度化	104 (31.6)	104 (31.6)	107 (25.8)
放送のデジタル化	98 (29.8)	98 (29.8)	112 (27.1)
資金調達	106 (32.2)	106 (32.2)	125 (30.2)
人件費が高い	74 (22.5)	74 (22.5)	94 (22.7)
放送局との取引慣行の公正性・透明性が低い	41 (12.5)	41 (12.5)	92 (22.2)
放送番組の流通に係る権利許諾手続き	60 (18.2)	60 (18.2)	73 (17.6)
その他	3 (0.9)	3 (0.9)	6 (1.4)

注：「その他」に記載された具体的な内容は、次のとおりである。

マネージメントの育成等、局からのスタッフ引き抜き、局以外からの受注の拡大

調查票

総務省

秘 平成21年度放送番組制作業実態調査 調査票

◎この調査は、統計法（平成19年法律第53号）に基づき、総務大臣の承認を得て、実施するものです。

調査票は、統計を作成するためのみに使用するので、個別事業者に係るデータが外部に出ることはありません。

◎「放送番組制作業（業務、事業）」は、「テレビジョン又はラジオの放送番組、文字・データ多重放送番組」、「データ又はデジタル放送番組」及び「コマーシャル（CM）」の制作に関わる業務を行うことをいいます。

◎年度区分は、会計年度（平成20年4月1日～平成21年3月31日）又は調査時点に最も近い決算日までの1年間としてください。

◎記入に当たっては、特に記載のない場合は、各年度の3月31日現在、あるいは最も近い決算日現在としてください。

企業等の名称 本社又は本部所在地 （整理番号）	（宛名ラベル添付）
作成者の所属部署名 作成者の役職・氏名	電話（ ） —

1 事業運営内容

(1) 貴社が制作している放送番組の放送媒体について、該当する番号すべてに○印を付けてください。

1	テレビ放送	2	ラジオ放送	3	データ放送
---	-------	---	-------	---	-------

- 注1 「テレビ放送」には、地上におけるテレビジョン番組のほか、衛星（BS、CS）によるテレビジョン番組も含まれます。
 2 「ラジオ放送」には、中・短波、FMのほか、衛星（BS、CS）によるラジオ番組も含まれます。
 3 「データ放送」には、データ放送番組のほか、文字多重、データ多重及びデジタル放送番組も含まれます。
 4 CMも含まれます。

(2) 貴社の設立時期及び貴社が放送番組制作業務を開始した時期を「西暦」で記入してください。

設立年	業務開始年		
	テレビ放送番組	ラジオ放送番組	データ放送番組
.....年年年年

(3) 貴社が制作している放送番組の種類について、該当する番号すべてに○印を付けてください。

1	ドラマ	6	スポーツ	11	音楽
2	バラエティ	7	報道	12	CM
3	アニメーション	8	教養	13	その他 ()
4	ドキュメンタリー	9	情報番組(パブリシティ含む)		
5	ワイドショー	10	テレビショッピング		

注1 放送を当初の目的としない映画制作は対象となりません。
2 旅行もの、紀行ものは「9 情報番組(パブリシティ含む)」に含めてください。

(4) 貴社が行っている放送番組制作に関する業務内容について、該当する番号すべてに○印を付けてください。

1	企画	5	音響制作・録音・MA(マルチオーディオ)
2	撮影	6	スタジオ貸し
3	コンピュータグラフィックス制作	7	スタッフ派遣
4	編集	8	その他()

(5) 貴社の放送番組制作業以外の事業内容について、該当する番号すべてに○印を付けてください。

1	映画制作	4	DVD制作
2	放送以外の番組制作(OVA、学習ビデオ等)	5	Web制作
3	企業PR・ビデオ制作	6	その他()

(6) 資本金額(又は設立基金等)及び外資比率について記入してください。
(平成20年度末現在、金額単位:百万円)

資本金(設立基金等)		外資比率	
億	百万		%

注 百万円未満の場合は、四捨五入して記入してください。

(7) 貴社には系列会社がありますか。該当する番号すべてに○印を付けてください。

1	親会社がある(放送業)
2	親会社がある(放送業以外)
3	子会社、関連会社がある(放送業)
4	子会社、関連会社がある(放送業以外)
5	系列会社はない

注1 「親会社」とは、貴社の議決権の50%を超えて所有している会社をいいます。ただし、50%以下であっても、貴社の経営を実質的に支配している場合も含まれます。
2 「子会社」とは、貴社が50%超の議決権を所有する会社をいいます。なお、貴社の子会社又は貴社とその子会社合計で50%超の議決権を所有している会社を含みます。50%以下であっても貴社が経営を実質的に支配している会社を含みます。
3 「関連会社」とは、貴社が20%以上~50%以下の議決権を所有している会社をいいます

2 財務の状況

(1) 資産・負債及び純資産（全社ベース）について、平成20年度末の金額を記入してください。

（平成20年度末現在）

科 目		千億	百億	十億	億	千万	百万	
資 産	流動資産							
	固定資産							
	繰延資産							
	資産合計（注）							
負 債 及 び 純 資 産	流動負債							
	固定負債							
	株 主 資 本	資本金						
		資本剰余金						
		利益剰余金						
		自己株式						
	その他							
	負債及び純資産合計（注）							

注1 資産合計＝負債及び純資産合計となります。

2 「自己株式」には、貴社の発行済み株式のうち、貴社で保有している株式を記入してください。（控除項目のため、マイナス（△）表示で記入してください。）

3 「その他」には、土地の再評価差額金、金融商品に係る時価評価差額金などを記入してください。

4 百万円未満の場合は、四捨五入して記入してください。

(2) 売上高実績及び見込み（全社ベース）

貴社の売上高等について、平成20年度実績の金額を記入してください。

また、前年度実績と比べ大きな変動があった場合、調査票の最後のページにある備考欄にその要因を記入してください。

（平成20年度実績）

（単位：百万円）

科 目		十兆	兆	千億	百億	十億	億	千万	百万円
売上高									
	うち放送番組制作業務に係る売上高								
経常利益（△損失）									
税引後当期利益（△損失）									

（平成21年度見込み）

売上高									
	うち放送番組制作業務に係る売上高								

注 百万円未満の場合は、四捨五入して記入してください。

(3) 貴社が行っている放送番組制作の売上高（平成20年度実績額）の業務内容毎の構成比率を記入してください。

テレビジョン番組制作		ラジオ番組制作		データ番組制作		合 計
企画・制作	技術業務	企画・制作	技術業務	企画・制作	技術業務	
.....%%%	100%

注1 各番組制作比率の合計が100%になるように整数で調整してください。

2 「企画・制作」欄には、放送番組の企画、演出・制作の進行管理、予算管理等の番組制作全般の業務の売上の割合を記入してください。

3 「技術業務」欄には、カメラ撮影、VTR編集、スタジオ貸し、照明、音響等の番組制作における技術業務の売上の割合を記入してください。

(4) 費用の支出状況

平成20年度実績における貴社全体の費用及び全体に占める放送番組制作業務の比率について記入してください。（全体に占める放送番組制作業務に係る費目別割合の算出が不可能の場合は、記入する必要はありません。）

（単位：百万円）

費目	会 社 全 体				⇒	放送番組制作業務の占める比率	
	億	百万	億	百万			%
給与総額					⇒		%
福利厚生費					⇒		%
減価償却費					⇒		%
支払利息等					⇒		%
動産・不動産貸借料					⇒		%
租税公課					⇒		%
その他の経費 ()					⇒		%

- 注1 「給与総額」は、労務費、給料、手当、賃金、賞与（賞与引当金繰入額を含む）、営業費用から支払われる役員報酬、役員賞与（役員賞与引当金繰入額を含む）の合計額をさします。ただし、所得税、保険料等控除前の額で記入します。
- 2 「福利厚生費」は、法定福利費（厚生年金保険法、労働災害補償保険法等によるもの）、福利施設負担額、厚生費、退職給与支払額（退職給付費用を含む）等の総額をさします。
- 3 「減価償却費」は、固定資産の償却費として計上された金額をさします。直接法の場合は「減価償却費」として「固定資産勘定」から控除した額、間接法の場合は、「減価償却累計額」に引き当てられた額です。
- 4 「支払利息等」は、銀行その他の金融機関からの借入金に対する利息、他の会社からの借入金利息、社債利息、手形売却損（受取手形の割引料）をさします。
- 5 「動産・不動産貸借料」は、土地、建物の貸借料、事務用機械、端末機を含むコンピュータの貸借料などをさします。
- 6 「租税公課」には、法人税、住民税、所得課税の事業税は含みません。
- 7 「その他の経費」は、その他全体の費用を計上し、「()」には、費用として計上したもののなかから最も主要な費目名を記入してください。
- 8 百万円未満の場合は、四捨五入して記入してください。

3 固定資産取得状況等

(1) 放送番組制作業務にかかわる固定資産取得状況について記入してください。

なお、他の業務と固定資産を共用している等の理由により記入が困難である場合は、記入する必要はありません。

（単位：百万円）

放送番組制作業務に関わる固定資産取得	平成20年度実績額				平成21年度見込み額			
	億	百万	億	百万	億	百万	億	百万
建物及び構築物								
機械及び装置								
その他 ()								

- 注1 「その他」は、その他全体の資産取得額を計上し、「()」には、資産取得に計上したもののなかから最も主要な資産名を記入してください。
- 2 百万円未満の場合は、四捨五入して記入してください。

(2) 使用中の次の設備について、台数を記入してください。また、それらのうちデジタル化されているものの数を再掲してください。

区 分	使用中の設備（平成20年度末現在）			
	買取り		リース・レンタル	
	(台)	うちデジタル化されているもの (再掲) (台)	(台)	うちデジタル化されているもの (再掲) (台)
V T R				
カ メ ラ				
編 集 用 機 材				

4 従業者雇用の状況

平成20年度末における貴社の**従業者数**について記入してください。

※放送番組制作業務に携わる従業者とは、番組制作そのものを行っている従業者だけでなく、放送番組制作に関連する業務（番組制作に係る総務や会計などの事務）を行っている従業者も含まれます。

区 分	平成20年度末現在	
	会社全体	うち放送番組制作業務に携わる従業者数
全常時従業者数 (臨時・日雇雇用者を除く)	人	人
うち有給役員	人	人
うち正社員・正職員	人	人
うちパートタイム従業者	人	人
うち他企業等への出向者	人	人
臨時・日雇雇用者	人	人
(受入れ)派遣従業者	人	人

注1 「うち放送番組制作業務に携わる従業者」には、放送番組制作業務以外の業務を兼務している従業者等も、人数に加えてください。

2 「有給役員」とは、重役・理事などの役員のうち常時勤務して毎月給与の支払いを受けている人をさします。ただし、重役や理事であっても、事務職員、労務職員を兼ねて一定の職務につき一般職員と同じ給与規則によって給与を受けている人は除いてください。

3 「常時従業者」とは、その呼称にかかわらず1か月を超える雇用契約者及び当該年度末の前2か月においてそれぞれ18日以上雇用した人をさします。貴社で給与を支払っている他企業からの出向者も含まれます。

4 「正社員・正職員」とは、常用雇用者のうち、一般に正社員・正職員などと呼ばれている人をさします。

5 「他企業等への出向者」とは、常用雇用者のうち、主として貴社で給与を支払っている子会社、関連会社などへの出向者をさします。

6 「パートタイム従業者」とは、常用雇用者のうち、正社員・正職員より1日の所定労働時間または1週間の労働日数が短い人をさします。

7 「臨時・日雇雇用者」とは、1ヶ月以内の期間を定めて雇用している人及び日々雇入れている人をさします。

8 「(受入れ)派遣従業者」とは、労働者派遣事業を営む事業主が雇用する従業者であって、当該雇用関係のまま貴社と当該労働者派遣事業主との契約の下に、貴社の指揮命令を受けて、貴社の業務に従事させている従業者をさします。

5 放送番組の契約件数等

(1) 平成20年度におけるテレビ放送番組制作にかかわる契約件数を100%として、次の区分に従って契約までの形態比率(%)を記入してください。

貴社からの 企画持込	代理店からの 企画持込	放送局からの 企画持込	企画入札契約	その他 ()	合 計
.....%%%%%	100%

(2) 平成20年度におけるテレビ放送番組制作の契約件数のうち発注が書面により行われた契約件数を記入してください。

全契約数	うち発注が書面 により行われた 契約
.....件件

- (3) 貴社が平成20年度に制作し「完パケ」納品したテレビ放送番組（CMを除く）を二次利用する場合の条件について、次の分類に従って本数を記入してください。
 なお、「放送局」とは、一次利用として放送（当初の取り決めで定められた再放送を含む）した放送局をさします。脚本家や実演家等の貴社と放送局以外の権利者等が存在する場合には、その承諾は得られるものと仮定して記入してください。

貴社が平成20年度に制作し「完パケ」納品したテレビ放送番組数（CMを除く）				本
区 分	他局への番組販売	DVD、ビデオ等へのパッケージ化	海外への番組販売	インターネット配信
貴社の意向によってのみ展開が可能なもの（放送局の了承は不要）	本	本	本	本
貴社と放送局の双方が、一方の意向のみで展開が可能なもの	本	本	本	本
貴社と放送局の合意により、展開が可能となるもの	本	本	本	本
放送局の意向によってのみ展開が可能なもの	本	本	本	本

- 注1 「完パケ」とは、「完全パッケージ」の略であり、収録・編集などが終わりいつでも放送できるよう完全に出来上がっている番組のことをいいます。
 ただし、放送局のプロデューサー等が制作に加わったりしたもの等、貴社のみで制作していないものは除きます。
 2 「他局への番組販売」には、地上局（ローカル局を含む）、衛星放送、CATVのほか、IPマルチキャスト方式を用いた電気通信役務利用放送（IPマルチキャスト放送）への番組販売も含まれます。
 3 「海外への番組販売」には、フォーマット販売等も含まれます。

- (4) 平成20年度において貴社が二次利用の許諾を担うテレビ放送番組（CMを除く）について、実際にどのような二次利用をされていますか。該当する番号すべてに○印を付けてください。
 また、「10」に○印を付けた場合は、（ ）にその理由を記入してください。

1	ビデオ化（CD・LD・DVD・CD-ROM化を含む）	7	再放送への利用
2	出版への利用	8	番組素材やフォーマット等のコンテンツの利用
3	ケーブルテレビ放送番組としての利用	9	その他（ ）
4	衛星放送（CSを含む）番組としての利用	10	現在のところ二次利用はしていない <その理由> ()
5	インターネットによる配信		
6	海外への販売		

- (5) 平成20年度に貴社が制作した「完パケ」で放送局に納品した番組（CMを除く）について、タイトル表示はどのようになっていますか。番組数の割合（％）で合計が100％になるように整数で記入してください。

①「制作・著作」が貴社名のみ		％
②「制作・著作」が局名のみ		％
③「制作」が貴社名と局名の併記（共同制作を含む）		％
④「制作」が貴社名のみ		％
⑤「制作協力」、「企画協力」、「技術協力」、「美術協力」等が貴社名		％
⑥「制作・著作」が局名のみ、かつ「制作」が貴社名のみ		％
⑦「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」等が貴社名		％
⑧ その他（ ）		％
合 計	1 0 0	％

6 今後の事業展開

次の業務内容及び新しい技術への取組状況について、①～⑪すべてについて該当する事項の番号に○印を付けてください。⑫の欄には、具体的内容を記入し、該当する事項の番号に○印を付けてください。

業務内容等	既に取り組んでいる	1年以内に取組を計画している	2～3年後には取り組みたい	現在は関心がない
① CM制作	1	2	3	4
② 販売用ソフト（ビデオ等）	1	2	3	4
③ イベント博覧関係	1	2	3	4
④ 衛星放送（CSを含む）	1	2	3	4
⑤ ハイビジョン制作・技術	1	2	3	4
⑥ ケーブルテレビへの番組供給	1	2	3	4
⑦ コンピュータ・グラフィックス制作	1	2	3	4
⑧ ゲームソフト制作	1	2	3	4
⑨ インターネット番組（画面）制作	1	2	3	4
⑩ 海外への番組販売	1	2	3	4
⑪ 聴覚障害者用字幕制作	1	2	3	4
⑫ その他（ ）	1	2	3	4

7 経営上の問題点等

貴社の経営上の課題、問題点について、該当する番号すべてに○印を付けてください。

1	受注単価が低い	8	施設・設備の高度化
2	受注量の安定	9	放送のデジタル化
3	経験者・熟練者等の人材の確保	10	資金調達
4	コンテンツ制作能力の充実	11	人件費が高い
5	社員教育の充実	12	放送局との取引慣行の公正性・透明性が低い
6	マーケティング力の強化	13	放送番組の流通に係る権利許諾手続き
7	機材価額が高い	14	その他（ ）

備考欄

売上高について、前年度実績と比べ大きな変動があった場合、その要因を記入してください。

--

ご協力ありがとうございました。同封の返信用封筒でご返送ください。