

ATP「2024年度会員社アンケート調査」から 各調査から「取り巻く環境がより厳しくなっている」ことが明白に

ATP 経営情報アンケートについて

ATP 経営情報アンケートは、厳しさを増す製作会社の経営実態を明らかにするため、2012年度より実施しております。これまではATP 独自で調査・報告を行ってまいりましたが、今年度は統計的な分析を加え、調査結果の信頼性を一層高めるために、外部の有識者と研究会を発足し、調査を実施いたしました。調査結果によると、売上高は前年と比較して横ばいであったものの、営業利益および経常利益は全体平均で10%以上減少しました。また、外部スタッフの活用や固定費の削減が進んでいる一方で、制作費の適正な価格転嫁が反映されていないケースも多く見られ、製作会社を取り巻く環境がさらに厳しさを増していることが明らかになりました。加えて、労働環境の改善も一部で見られたものの、依然として多くの課題が残されています。調査の回答率は75%を超えており、テレビ番組製作会社の現状を示す重要なデータとなりました。

本結果が業界の発展に資することができれば幸いです。今後とも、皆様の変わらぬご支援とご指導を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

2025年3月

テレビ番組製作会社経営情報調査研究会

座長 伊藤 慎一

○アンケート調査の概要

1. 実施時期 9月20日～10月9日
2. 対象年度 2023年度
3. 調査対象 ATP 正会員社（アンケート実施時の会員社数120社）
4. 回答社数 93社（回答率77.5%）

経営情報アンケートから見える製作会社のリアルな姿

監修 上智大学教授 音 好宏

「失われた30年」と称されるバブル経済崩壊の日本経済の低迷が続くなかで、放送局の番組制作費の圧縮が続いている。ATP加盟の製作会社の多くは、その営業利益のなかで放送局との取り引きが占める割合が高い。放送局の番組制作費の圧縮は、製作会社の経営に直接影響することになる。この放送局の番組制作費の圧縮が続くと、取引先である番組製作会社の経営にボディブローのように効いてくる。

今回の「2024年度経営情報アンケート」でも、放送局の経営環境の悪化に伴うコストカット、制作費の圧縮の影響、働き方改革による人件費の高騰を受け、製作会社の半数が売り上げを下げ、製作会社の経営環境が厳しさを増していることが読み取れる。

周知の通り、ATP加盟の製作会社においては、社によって資本関係や主たる業種・業態に違いが少なくないため一概には言えないが、事業規模の大きい会社と小さい会社とでは、よりサイズの小さい製作会社の方が経営環境は厳しく、事業規模による格差が拡大傾向にあることが推察される。

特に近年、製作会社にとって大きな課題となっているのが、恒常的な人材不足の問題である。特に新人の確保に苦労していることが見て取れる。今回のアンケート結果で注目すべきは、製作会社に対して「新卒

の応募が減少」するとともに、「正社員率が下がり、契約スタッフが増加傾向」にあることだ。

アンケート結果からわかる通り、現在、制作現場では、AD不足が慢性化している状況にある。調査からは、マスコミ業界が超人気業種であった時代はすでに終わり、労働力確保に苦勞している様子が確認された。日本の制作会社は、中小規模の会社が多いこともあって、賃金体系がわかりにくく、勢い、中途採用にあたっては、その技能よりも、前職の給与を基準に調整されているというのが実態である。また、就職後にどのようなキャリアを辿るのか。雇用後に、どのようなスキルアップができるのか。外部から、そのロールモデルが見えにくく、また、人材育成の場が十分に提供できているとは言えない状況がある。このような制作環境を改善するとともに、そのロールモデルを「見える化」する必要がある。

もちろんそのような努力は、個々の制作会社が単体で行うのみならず、業界をあげた取り組み、場合によっては、政策的な支援や環境整備をも視野に入れた対応が図られるべきではないか。

特に社会の人権意識やコンプライアンスに対する認識が高まるなかで、入社後の人材育成の仕組みを、業界をあげて検討する必要がある。増加傾向にある契約社員・派遣社員を含め、人材育成・スキルアップをどのように行っていくかは、制作会社を取り巻く喫緊の課題として、業界横断的な検討・対処、場合によっては、政策的な環境整備の支援が求められるのではなかろうか。

アンケート調査では、2024年度の制作会社の著作権保有率は、全体で1割程度。最も高い「配信」においても25.8%と、制作会社が制作に関わる映像コンテンツにおいて、その権利を得られておらず、制作会社の著作権確保比率の低さが浮き彫りになった。

総務省では、放送コンテンツの適正な製作取引を推進するため、「放送コンテンツの適正な製作取引の推進に関する検証・検討会議」（座長：舟田正之 立教大学名誉教授）を定期的開催。同検証・検討会議において「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」を、継続的に見直し、改定を行ってきた。

同検証・検討会議においてATPは、継続的に「発意と責任」に基づいた制作会社の知的財産権の確保を主張してきたのは周知の通りである。

制作会社を初めとする放送コンテンツの作り手が、発意と責任に見合った権利を獲得できる環境を整備していくよう政策的な指導も含め、働きかけを継続していくことが求められよう。

また、今回のアンケート調査で、制作費決定に関する放送局との協議状況を尋ねているが、その回答からは、交渉現場の空気感が読み取れる。制作費の決定過程における局との協議状況を尋ねているが、「協議があった」との回答は7割弱で、「協議の場はなく、局側から一方的に提示された」との回答が2割5分。その協議過程においても、制作費の決定が「内容にかかわらず制作費が決定した」との回答が約6割であった。

また、近年の物価高騰を受け、価格転嫁が問題にされているが、この価格転嫁について局との交渉について調査したところ、「交渉の場があった」が65.1%、「交渉の場がなかった」が21.5%、「交渉を申し入れたが場は設けられなかった」が3.5%と、協議の場を設けることが、いまだに十分に浸透しているとは言いがたい状況にあることが浮き彫りになっている。

総務省の「放送コンテンツの適正な製作取引の推進に関する検証・検討会議」においては、放送コンテンツの製作取引における放送局と制作会社との協議の重要性が繰り返し確認されてきた。適正な制作費の決定にあたっては、健全な交渉の場の確保が重要であることは言うまでもない。

これまで見てきたように、今回の経営情報アンケートの結果から、現在、制作会社が置かれた状況、直面する課題の一端が浮き彫りになったことは確かである。このようなアンケートを重ねることが、実態の把握と課題解決のための今後の対応策を見つける手がかりとなることは間違いない。

経営情報アンケートの一つの手がかりとして、ATPにおいて、日本の映像コンテンツ市場における制作会社の立ち位置と今後のありようを積極的に検討し、その将来像を発信していくことを期待する。

1. 経済的苦境に立つテレビ製作会社

～半数が前年比の売り上げを下回り、3割が単年度の赤字に

2. 人材確保に苦しむテレビ製作会社

～新卒の応募が減少、正社員率は下がり、外部スタッフは増加の傾向

3. テレビ製作会社の著作権割合は依然として低迷

～コンテンツの知的財産権確保率が伸び悩み、付帯作業は増加に

4. テレビ製作会社にも物価高が大きく影響

～十分な価格転嫁ができたと感じる社はわずか6パーセント

1. 経済的苦境に立つテレビ製作会社

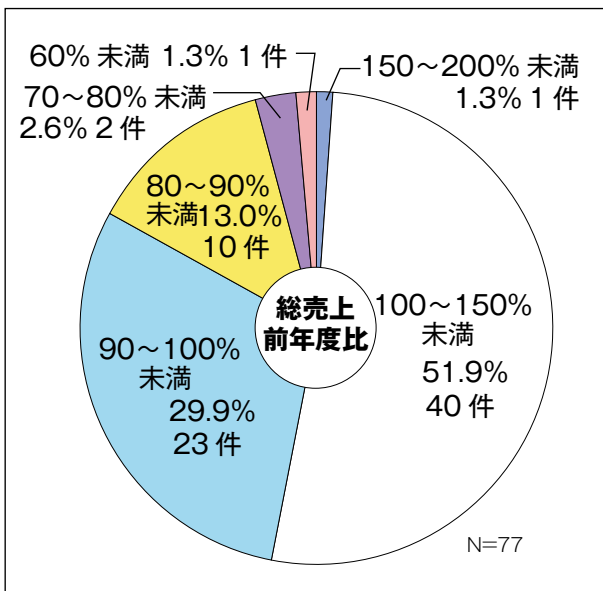
～半数が前年比の売り上げを下回り、3割が単年度の赤字に

下記左側のグラフは、会員社の総売上を前年と比較しての回答を比率で表したものです。会員社のほぼ半数の売上が前年を下回っていることがわかります。昨年の同様の集計では、前年を下回った社は3割程度で、製作会社を取り巻く環境がより厳しくなっている状況がうかがえます。

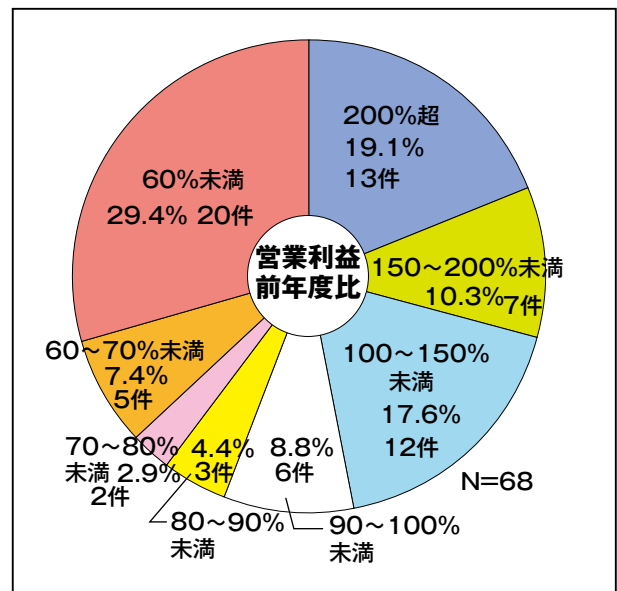
また右側の営業利益の前年比グラフでは、前年に比べて営業利益がプラスになったと答えた社は、47.1%にすぎず、60%未満へと落ち込んだ社が、全体の3割近くとなっていることがわかります。

昨年度以上に製作会社を取り巻く環境の悪化が想像でき、業界全体としてこの苦境に立ち向かう必要に迫られています。

売上対前年比



営業利益対前年比



2. 人材確保に苦しむテレビ製作会社

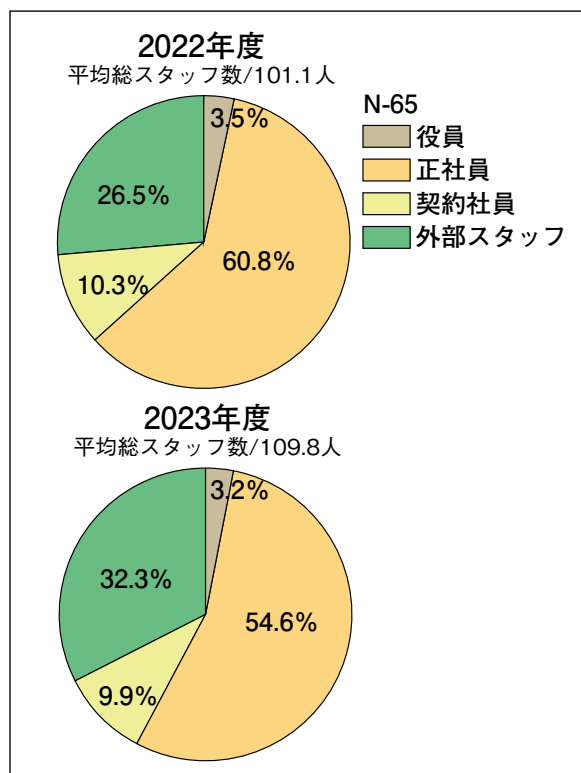
～新卒の応募が減少、正社員率は下がり、外部スタッフは増加の傾向

継続質問として続けている会員社のスタッフの内訳で、今回は2022年度、2023年度を続けて回答した「連続回答社」の中で、総売上が100億円未満だった社の推移を右記にグラフ化しました。これによるとスタッフの総合計数は101.1人から109.8人と増えていますが、その内訳比率は、正社員率が60.8%から54.6%に減り、

外部スタッフ率が26.5%から32.3%へと大幅に上昇しているのがわかります。

これは、働き方改革によりスタッフ数を増やさざるを得ない製作会社が、できるだけ正社員は抑えつつ外部化し、固定費を増やさないよう必死に努力をしている表れとも見てとれます。しかし同時に、費用も増え営業利益の圧迫にもつながる要因となっていることも懸念されます。

また、採用関係について自由回答を求めたところ、各社ともに人材確保に苦労しているという声が多く寄せられました。まず、募集の段階から「募集しても集まらない」「男性スタッフの応募がない」といった声が複数あがりました。今回の調査では、各社に今年と昨年の新卒者の応募状況について具体的な数字を聞き、その平均値を総売上額ごとに集計したところ、売上の多寡に関係なく応募数の大幅な減少が見られました。一方で採用者数には変化がないことから、少ない応募者の中から若手社員はしっかり確保しようとしている様子が見えます。



総売上別にみた新卒者採用人数の平均値

総売上額	N-68	2023		2022	
		採用 (人)	応募 (人)	採用 (人)	応募 (人)
100 億以上	N-4	14.3	↓ 3939.3	13.8	4918.3
30 億円～100 億円未満	N-11	9.2	↘ 290.4	8.6	335.3
20 億円～30 億円未満	N-6	3.8	↗ 179.2	3.8	153.7
10 億円～20 億円未満	N-11	3.4	↘ 150.3	3.9	155.1
5 億円～10 億円未満	N-11	5.7	↓ 93.0	6.4	149.6
1 億円～5 億円未満	N-22	1.3	↗ 37.9	1.2	34.2
1 億円未満	N-3	3.3	↓ 10.0	3.0	62.7
全体の総数 (実数)		↘ 315	↓ 23,389	321	28,477

3 テレビ製作会社の著作権割合は依然として低迷

～コンテンツの知的財産権確保率が伸び悩み、付帯作業は増加に

制作受注した番組について、制作本数とそのうち著作権を保有している番組の本数をたずねました。

これまでの調査では、契約書ベース（レギュラー番組やシリーズ物であっても一件とカウント）での著作権保有率を聞いていましたが、今回より制作本数に基づいた調査へと変更しました。

著作権保有率の経年比較

%	全体	NHK 地上波	NHK BS	民放 地上波	民放 BSCS	配信局	その他の映像
2022 年 N-64	13.5	10.1	29.0	7.9	19.1	9.9	—
2023 年 N-74	10.9	12.0	21.5	7.2	17.1	25.8	8.0

※ 2023 年度調査は制作本数で質問、それ以前は契約書ベース

結果としては、地上波は相変わらず低迷しているほか、2020年度までは高い著作権保有率があった民放BSが大幅に下がったままであること。一方で今回の調査では、配信番組が高い著作権保有率を示していることが注目されます。なお、放送時間の短いミニ番組なども含まれていることもあり、放送時間で考えた場合の保有率は、これよりも低い数値を示すと推測されます。

なお、「基幹放送普及計画の一部を変更する告示案」（総務省・令和5年10月）にて、NHKはBS波については外部製作委託比率を、BS 2Kは15%以上、BS 4Kは25%以上になるよう努めるよう規定されました。外部製作委託比率は時間単位のため単純には比較できませんが、今後注視していきたい点です。

(参照) https://www.soumu.go.jp/main_content/000905973.pdf

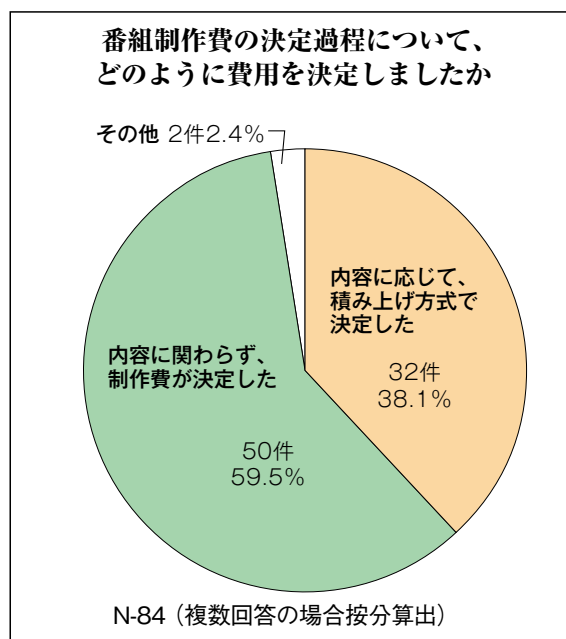
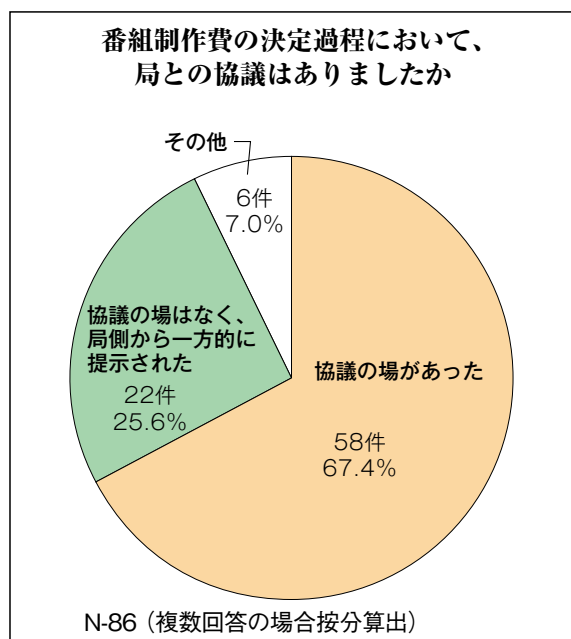
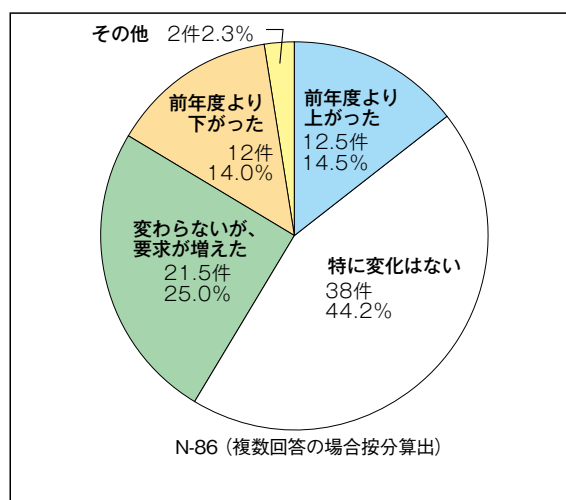
4 テレビ製作会社にも物価高が大きく影響

～十分な価格転嫁ができたと感じる社はわずか6パーセント

前年度から継続して、受注した同一もしくは、同枠の番組の制作費について、不当に下げられていないかの調査を2023年度も行いました。「変わらないが、要求が増えた」「特に変化はない」と回答した社が合わせて約7割という結果となっています（右図）。2023年度も僅かとはいえインフレ傾向にあり、世間一般では賃上げと価格転嫁が叫ばれている中、制作費に変化がないのは、実質的には下落状況といえるのではないのでしょうか。

また、番組の制作費について、局との協議があったか、どのように費用が決定したかをたずねました。

番組制作費の決定過程については「協議の場があった」と答えた社が7割近くを占めた一方、「内容に関わらず制作費が決定した」との回答が約6割あり、加えて協議の場があったと回答した社のうち半数が「内容に関わらず、制作費が決定した」と回答しています。名ばかりの「協議」だったとも言えます。

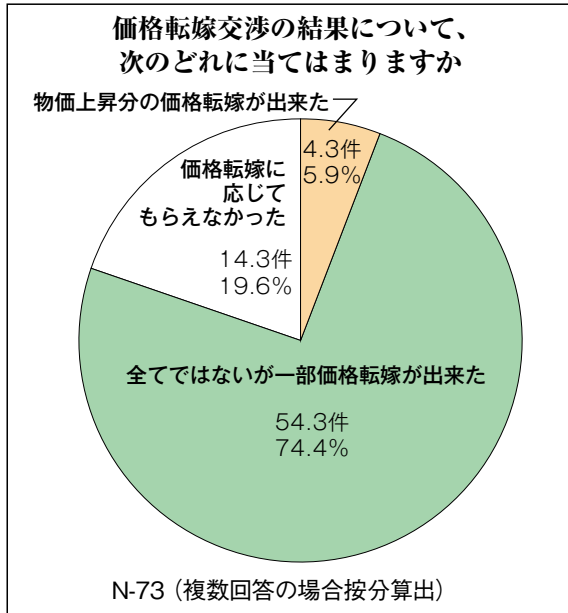
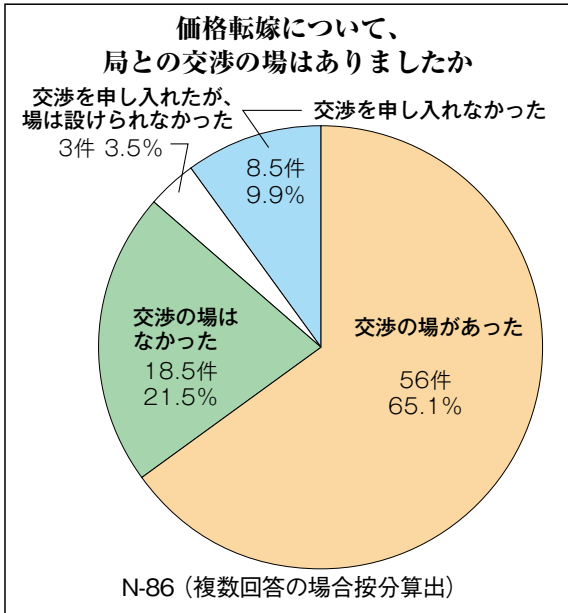


価格転嫁についての交渉と結果についてまとめたのが下のグラフです。

価格転嫁については、中小企業庁が2021年から「価格交渉調査」を行っています。調査開始の2021年には、価格転嫁の状況が相対的に良い業種として2位に名前が上がっていた「放送コンテンツ」が、昨年度調査では、

下から3番目の28位にまで落ちています。また、中小企業全体のコスト転嫁率が49.7%という中で、「放送コンテンツ」の転嫁率は39.8%と1年前調査の比率よりは上昇してはいますが、他の業種と比較するとそのスピードは他業種に比べ遥かに遅れていると言っても過言ではありません。このことが、製作会社各社の経営状態の悪化につながってきていると考えられます。

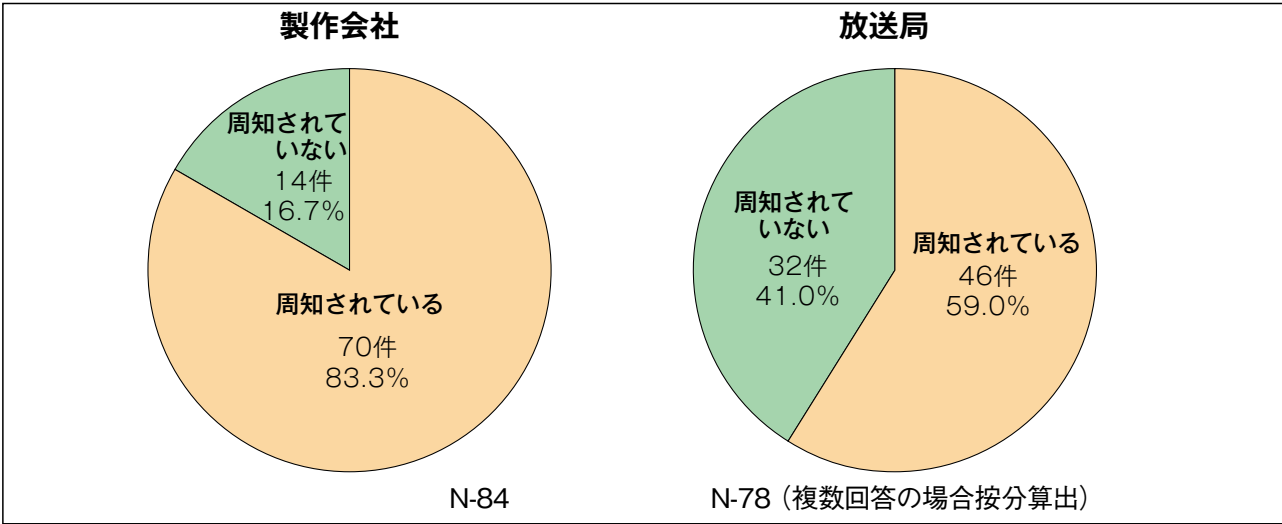
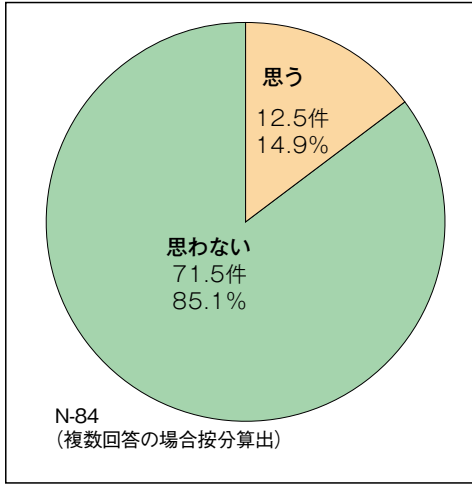
(参考/中小企業庁「下請取引適正化、価格交渉・価格転嫁、官公需対策」https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/follow-up/dl/202409/result_01.pdf)

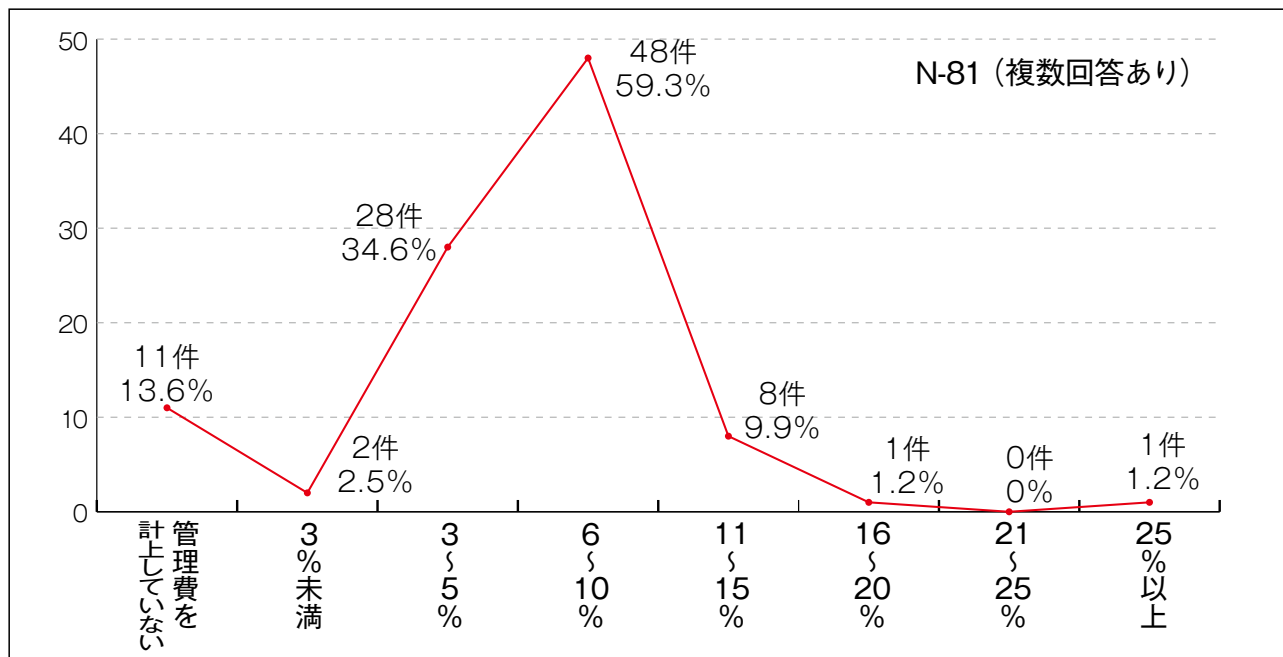


人件費と管理費は適正に支払われているとは思わない

このほか、いくつかの項目についての集計結果を掲示します。まず、製作に関わる人件費は適正に支払われているかを聞いたところ、適正だと思わないと回答した社が8割を超える結果となりました(右グラフ)。また、制作費に関する問題点や適正ではないと思われる事例としては、「予算枠ありき」「人件費に対する考慮がない」「コンテンツに対する権利分配」など多岐にわたる切実な意見が多く寄せられています。

次いで管理費について、製作会社(回答社)および放送局





では周知されているかを訊ねました（下記グラフ）。製作会社と比べ、放送局内では管理費が周知されていないと感じている社が多いことがわかります。続くグラフは、会員社が計上している管理費の利率を集計したものです。管理費を計上していない社が7社に1社に上ることに驚かされますが、2024年に発表された「中小企業実態基本調査」の販管費率の全体の平均値が22.2%であることを考えると、業界の中央値が10%に届いていないことは、今後の交渉により改善していくべき大事なポイントと言えるのではないのでしょうか。

(参照) <https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?tclass=000001219980&cycle=7&year=20230>

現場からの生の声～これからの製作会社の立場とは

今後影響が大きくなると考えられているNHK減波について、回答社のうち現状で42.3%が「影響がある」と答えています。具体的な事例として、「企画募集自体が一時無くなった」「例年よりも提案が通りにくくなっている」「製作しているほとんどのレギュラー番組で影響があり会社としての制作本数は大きく減少した」「受注してから放送までが長い」などがありました。

このほか、現場の問題点などいくつかの項目について継続的にアンケート調査を行っていますが、「管理費」「人材」「働き方改革」については、高い問題意識を共有していることがわかりました。

また、コンテンツの2次使用（TVer等）にあたり「配信に向けての編集や権利確認の作業を請け負っているが、作業に対する金額が見合っていない」「二次使用における利益配分を配慮して欲しい」といった声も多数寄せられており、配信の普及により実質制作コストが下がっていると感じている会員社も増えている現状があります。

以上、内容等につきましてのお問い合わせは、「ATP／一般社団法人 全日本テレビ番組製作社連盟」事務局までお願いいたします。TEL 03-6205-7858 メール jimukyoku@atp.or.jp