

(社)全日本テレビ番組製作社連盟

2010年度 事業計画

(2010年4月1日～2011年3月31日)

一昨年来の100年に一度ともいわれる未曾有の経済不況は未だ顕著な回復の兆し
の见えない状況が続いています。私共製作会社にとって直接影響のあるテレビ広告
費は2004年以降漸減傾向にあり、特に不況の影響をもろに受けた形となった2009
年は前年比89.8%までの大きな落ち込みとなりました。これは日本の民放スタート以
来かつてないことであり、テレビ各局は堰を切ったように、一斉に制作費の削減に踏み
切りました。このことがテレビ番組製作会社を直撃し、現在もボディブローのように経営
を圧迫し、制作現場は大変疲弊しています。

ATPとしては一昨年のリーマンショック後直ちに、その影響を調査するため緊急経
営アンケートを実施し、昨年初には民放連をはじめ在京、在阪各局に対し「緊急のお
願い」と題した6項目の申し入れを行いました。その結果、各局より着手金の支払い等、
ある程度の回答を得ましたことは既にご報告の通りです。

また同時期に、中小企業庁が行っている緊急保障制度の指定業種への申請を行
い、認可されました。そしてこの程、再度のアンケート調査を受けて、景気対応緊急保
障制度(2010年2月15日～施行)への申請を行い、認定が決定しました。今後も経営
アンケートは継続的に実施し、会員各社の経営実態を把握しながら速やかな対応が
出来るようにして行きたいと考えています。経済不況の煽りが一方的に弱い立場の製
作会社に降りかからないよう、引き続き世論にアピールしていくとともに、公的支援を訴
えて参りたいと思います。

2009年3月に総務省が発表した「放送コンテンツの制作取引適正化に関するガイ
ドライン」は放送事業者と製作会社が、より適正な番組制作委託取引を実現すること
により、両者の良好なパートナーシップを構築する事を目的としております。しかしそれ
は日常業務の中で完全に運用されて始めて意味があるのです。今後ATPとしては、
適正取引推進化プロジェクトを設け、ガイドラインのチェックをきめ細かく実施してゆき
たいと考えます。

また、昨年度の総務省の補正予算に対応した日中共同制作によるプロジェクトは、
日本映像事業協会と全国地域映像団体協議会との初めての共同プロジェクトでありま
したが、政権交代による予算凍結により、中止せざるを得なくなったことに関しては、既
に会員各位並びに企画応募をして頂いた各社に、理事会よりご報告とお詫びをさせ
て頂いた通りです。しかし、こうした施策に対しては今後とも実現に向けあらゆる可能性

を探っていきたいと考えています。

一方、放送局との権利交渉に関しては民放在京キー5局との定期協議の場が実現したことを皮切りに、各局別にも粘り強い交渉を継続しております。

時代は急激に変わりつつあります。特にインターネットの急速な伸長はこれまでの広告費のマスメディアからネットへのシフトを加速させており、世界中で既存のマスメディアにとって付き合い方が問われています。日本では2007年、インターネット広告が雑誌広告を上回り、2009年末にはついに新聞広告も抜きました。検索サイトの最大手、グーグルの急成長は企業レベル、国家レベルで様々な軋轢を生じさせています。

日本でも昨年、NHKがオンデマンドサービスをスタートさせ、民放キー局も相次いでネット配信に参画し始めています。世界レベルでの大きなパラダイム変化は私共製作会社のようなコンテンツ制作を事業の核とする存在をも巻き込み、これまでのビジネスモデルの転換を強いてくるものと思われます。インターネットが当たり前という新しい環境にふさわしいビジネスモデルを模索し、進化させなければならないという時代の到来です。

先般実施されたATPのTVエグザム(来年度採用予定者向けの就職説明会)には経済不況のせいもあってか、昨年度の1.5倍の学生が来場しました。コンテンツを生み出す製作会社の源泉は何よりもその人材にあります。かつて、テレビの草創期、発展期にはテレビ番組を創るという仕事は、本当に夢のある可能性に満ちた魅力的な仕事でした。果たして今はどうか？大きな時代の転換期にあって、ATPは日々番組作りに奮闘している若きクリエイター達や新しくこの仕事を目指してくる若者達に夢をもって創造活動が出来る環境を作って行かねばなりません。

ATP加盟社は今や130社となりました。本年度は「次代を担う若きクリエイター達に夢を！」をスローガンにATPの活動を推進して参ります。テレビ番組は、我々一人ひとりの思い入れと知恵、情熱で絞り出された結晶です。テレビ番組を創造することに夢を持ち続け、情熱を絶やさず、湧き出す自らの汗と涙を感動に変えることが出来るように、全力をあげてテレビの活性化に取り組んで参りたいと考えています。会員各社のATP事業へのご理解とご協力を切に願う次第です。

【広報センター 2010年度 事業計画】

「ATP賞テレビグランプリ」の内外における認知度の向上に努め、加えて各センターとの連携を強化し、ホームページを中心として、ATP加盟社へのより迅速な情報の伝達と、外部に向けての正確な情報の発信を心がけます。

1. 「ATP賞テレビグランプリ」の重視

2007年非加盟社への応募枠の拡大、さらに過去3年間で新規加盟社が40社程増えた結果、応募本数も右肩上がりが増え、昨年の応募本数は過去最高の135本(47社)となりました。その為に応募状況や審査状況をHPと連携して最新情報のお知らせをして行くとともに「ATP賞テレビグランプリ2010」のポスターを作成し、加盟社社内への掲示をお願いして多くのスタッフに認知してもらえる草の根の広報活動をしていきます。

さらに外部に対しての認知度アップの為、授賞作品等の再放送を放送局に働きかけて行きます。

審査については、多角的な視点から審査を行うため、審査員増員や「次世代のATP賞審査員の育成」を長期的な視野に入れた過去の新人賞受賞者による新人賞選抜等、審査員選抜の再検討を行います。

又、賞状やトロフィーなどATP賞関連品については経費削減を心がけてゆきます。

2. WEBコンテンツの充実と情報伝達の強化

公式ホームページ

ATPの公式ホームページは、昨年度より会員社専用ページの作成やNEWS HEADLINEのWEB化、「お知らせ欄」やバナーを有効活用出来るようなシステム作りに取り組んで参りました。今年度はそのシステムを有効活用し、各センターの活動報告並びに進捗状況を迅速かつ正確に内外へ発信し、連盟活動の認知度向上に取り組めます。

また現在HP上に掲載されている「公式パンフレット」の内容を現行に則した形で一部改訂し、その内容を完全にWEB上に移行することでコンテンツの充実を図るとともに、パンフレット経費を削減します。

TVエグザム.NET

就職情報に特化したWEBサイト「TVエグザム.NET」は、年間で約53000のアクセス(昨年比で約70%増)となり、テレビ業界をめざす方への就職活動ツールとして次第に定着してきました。これは就職イベントページのレイアウト整理、会社情報や採用情報などを各社担当者が書き換えられる「マイページ」への口コミPR、クリエイターインタビューやコンテンツの追加などを行ってきた結果だと考えています。

今年度は既存の「TVエグザム.NET」に加え、新たに現在の若者には欠かせないツールとなっている携帯電話向けのWEBページ作成に着手します。携帯電話からのアクセスを可能にすることによって、就職イベント「TVエグザム」の認知度向上とエントリー数増加を狙います。

またPC版の「TVエグザム.NET」は、就職活動だけではなく、会員社の若手社員や女性社員などが情報交換の出来るサイトに成長させることを目標とします。主に人材開発センターと協力しながら、新たなコンテンツの開発とサイトのPR活動に取り組んで参ります。

【経営センター 2010年度 事業計画】

経営センターとしての大きな柱として、今期は従来にも増して総務省はじめ経産省、文化庁、内閣官房知財本部、公正取引委員会など政府に対し、製作会社の窮状を訴え、具体的且つ実効的な施策・支援を強く求めていく所存です。

製作会社を取り巻く環境として、依然制作費が減少の傾向にあり、映像コンテンツの制作基盤が将来に亘って弱体化していくことが懸念されています。

ATPとしても、地上波放送のみに留まらず新たな市場の確保について努力するとともに、制作基盤の確保に向けた適切な利益の還元が重要であると考えます。こうした観点から、当初から様々なメディアを視野に入れた映像コンテンツの制作や、適正な対価の支払いルールの明確化など、制作環境の整備に務めていきます。

しかしながら、現状では多メディアを視野に入れたコンテンツ制作には、国内放送番組の制作とは異なるコストも発生します。製作会社が単独で負担するにはリスクが高く、リスクを低減するためのファンド設立(税制優遇・補助金等の支援)や、流通網に対する支援など、政府に対し、こうした映像コンテンツの二次展開に対する実効的且つ具体的な支援を強く求めていきたいと考えます。

また、人材の確保育成・経営基盤の弱体化が深刻であることに鑑み、海外に通用するクリエイターを育てる制作機会や発表の場の確保が重要となると考えます。政府に対しても、放送番組に代表される映像コンテンツ制作分野以外の、例えば観光や教育分野等においてもデジタル化を図ることで、制作の機会を拡充する施策を図る等、制作基盤の強化に向けた具体的な施策を求めていきます。

国際映画祭・テレビ祭に我が国の数多くの作品が応募出来るよう、英語字幕の作成や海外版改編などのために、資金面で支援する等の政府による取組も重要であると考えます。

同様に各放送事業者においては、番組制作の外部への発注比率を高めることで、製作会社の制作基盤の確保、人材の育成に加え、必要に応じノウハウ支援や共同制作のパートナーとして、支援する等の貢献を求めていきます。

さらには、私的録音録画補償金制度においてはメーカーと権利関係者間の対立が先鋭化し、論議が中断されているだけでなく、一部では訴訟という事態にもなっています。

今後、メーカー、権利関係者も含めた関係者が共生する環境の下で、ユーザーニーズに対応したビジネスモデルを協力して構築することが必要不可欠となっており、政府に対しては各関係者による合意形成を速やかに促していく努力を強く求めて参りたいと思います。

1. 一般法人化に向けた具体的取り組み

昨年度の予算総会にて承認された「一般法人化に向けた取り組み」については、その後他団体の動向や総務省・税理士のアドバイスもあり、移行申請時期を下記の通り変更し、具体的に進めることを再提案したいと思います。

本総会にて、一般法人への移行申請を念頭においた「事業計画(案)」および「収支予算(案)」を立てご承認を得たいと考えます。

2010年度は上記計画案に沿った事業運営を行い、収支予算と齟齬のない事業年度を実行することで、来年(2011年)6月の決算総会にて移行申請に支障ない決算を行います。

その後速やかに申請書式を作成し、具体的な移行手続に入ります。同年10月もしくは11月を目処に一般法人への移行を完了します。

2. 経営実態アンケート調査の継続実施

昨年度、「景気対応緊急保証制度」の業種指定に向けた無記名アンケート調査を実施しましたが、今年度は各社決算を終えた6月のタイミングで「経営実態アンケート調査」を継続再開致します。

上記緊急アンケートにおいても、製作会社の窮状が浮かび上がる集計となり、結果として保証制度における業種指定認定が行われましたが、同様な支援を政府に求めるためにも会員社の経営動向を把握している必要があると考えます。

3. 経営シンポジウムの開催

現在「人材開発センター」では、若手制作者向けのセミナーを企画・運営する予定ですが、前段にも記したように経営基盤の脆弱化が顕著になりつつある現状においては、各社運営に直接的に係る役員・経営者を対象とした勉強会的なセミナーも必要と考えます。所管である総務省はじめ経産省、内閣府知財本部、公正取引委員会なども巻き込む形で、製作会社の現状把握、実情などを理解いただくとともに政府に対し具体的且つ実効的な支援を求める機会にしたいと思えます。

【メディアセンター 2010年度 事業計画】

1. NHK及び民放5局との個別協議の拡充

「著作権は製作実態に帰属する」との基本原則に基づいて、放送事業者との対等な取引関係を実現するために、NHK及び民放5局と粘り強い協議を重ねて参りました。本年度においては、尚いっそう緊密な関係を保って協議を継続するとともに、従来、当センターが守備範囲としてきた著作権及び契約上の問題に止まらず、取引全般の問題を課題として取り組んでいきます。そのために、複数体制とした窓口担当と一体化となって緊密な連携を図って、いっそう拡充した協議の場を目指します。よってセンターの呼称を「メディアライツセンター」から「メディアセンター」に変更します。また、各局との交渉においても、両者の利益につながる新たな取引形態を模索するなど、幅広い観点に立って、公正な取引関係の実現を目指していきます。

2. 著作権委員会

著作権委員会は当連盟がテレビ局各社に対して権利交渉を行う原動力の役割を果たしてきました。著作権問題に関する各社の問題意識は高く、毎回の著作権委員会には、多くの加盟社が結集して、活発な問題提起がなされてきました。今年度においては、特に各社のプロデューサーに広く参加を呼び掛け、制作現場が抱える諸問題について具体的に問題提起して頂くようにしていきます。また、コンテンツ取引の活性化を掲げる、総務省、公正取引委員会、内閣府知財戦略推進本部などの担当者を招いて、現場の実情について意見交換を可能にしていきます。各社の間で既に始まっているコンテンツ取引の新たな試みについても委員会において紹介するなどして、幅広い活動の場としていきます。更に、諸般の事情で参加できない会員社対策として、協議内容を配信するなどして理解を深めるようにします。

3. 適正取引推進プロジェクト

ガイドラインチェック

昨年、総務省が発表した「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」は、制作者の権利に基づいた内容であることから、対等で公正な取引関係を構築していく上での指針として期待されております。しかし、個々のケースでは完全に実行されているとは言い難い現状です。そのために、実際の契約及び取引を「ガイドライン」に照らして検証する作業を行います。検証は専門委員による洗い出しと全加盟社に対するアンケート調査などを想定しておりますが、検証結果については幅広く公表するものとしします。

制作取引@110番

事務局に設置されている「制作費@110番」を、制作費のみならず制作取引全般に拡大して「制作取引@110番」として運用し、違法行為を日常的に監視し、問題が発

生じた場合には専任弁護士と相談の上、迅速に是正を求めています。

4. 派遣法対策プロジェクト

派遣法の改正による人材派遣及び演出委託の増加は、ATPが従来、主戦場としてきた制作委託取引の縮小に通じるものであり、「自由で公正な競争」原則を阻害する事態であるとするならば、その行き過ぎた傾向に対して警鐘を鳴らす必要があります。従って、引き続き「派遣法対策委員会」の下で情報収集にあたって参ります。

【人材開発センター 2010年度 事業計画】

優秀な人材の確保と育成は、業界の未来を発展させるために重要な課題です。しかし、就職志望者の減少や、高い離職率が根強い問題として残っています。未来の担い手となる若者のために、「確保」と「育成」を軸に、積極的な施策に取り組みます。

1. 人材確保のために、施策の見直しと一層の定着

【現状に見合った方法に、「TVエグザム」の改善を検討】

「TVエグザム2011春」にエントリーした学生数は2000名を超え、業界唯一の就職セミナーとして、就職志望の学生たちに大きな影響を与えていることは間違いありません。「TVエグザム2011春」に参加した42社の大半も、自社の採用活動において「TVエグザム」が有効であると、イベント終了後のアンケートで答えています。

しかし、経済状況の悪化や教育環境の変化など、様々な要因の中で採用環境はめまぐるしく変化をしています。今後学生たちに向け、どう番組制作の魅力を伝え、どう各製作会社の個性を認識してもらうべきなのか。「TVエグザム2011春」に参加した会社を中心に、一度担当者の皆様と直接意見交換が出来る場を設け、開催時期・方法に関して現状に即した改善を検討し、会員社と学生双方にとってより効果的な出会いの場になるよう取り組みます。

合わせて、NPO法人・映像産業振興機構(VIPO)や関西での「地方の時代・映像祭」など、コンテンツ制作業界の諸団体とも連携しながら、映像制作業界全体の存在感を回復する努力も行っていきます。

【「ATP サマーインターンシップ」と「ATP 大学講座」を通じた大学との連携】

現在の大学生は、志望職種を幅広く捕らえ、自分の志望を絞り込まないまま就職活動を終える学生が少なくないと言われています。そのため、直接制作現場に触れられる「インターンシップ」は、意思が強く志望動機が明確な学生と出会うためには有効であると考えます。昨年度は26社の協力を得て、52名が夏休みの時期を利用し、制作現場でのインターンに励みました。

昨年度から「インターンシップ」と並行し、各社のクリエイターが大学の授業に出向き、制作現場で働くことのコツを語ってきました。今年度も引き続き参加会社と大学の拡充を図り、「ATPサマーインターンシップ」と「ATP大学講座」を通じ、大学との連携を強めながら、人材確保に取り組んでいきます。

なお、昨年度は公的な助成を前提として、参加社に「運営補助金」を支払いましたが、今年度は助成を見込んでおりませんので、「運営補助金」については見直しを行いたいと思います。

2. 定着率向上のための人材育成と、AD過重労働環境の解消

【「新人研修セミナー」充実と「人材育成セミナー」の新設】

毎年4月に行っている「新人研修セミナー」には100名前後の新人が参加しています。会社によっては新人が一人というところもあり、セミナーで出来た「同期意識」はその後の業務に活かされているようです。引き続きセミナーの充実を図り、参加会社の拡充に努めます。

また、参加社からは定期的にADなど若手スタッフを対象とした研修セミナーを実施して欲しいとの声も聞かれます。定着率向上のために、定期的に「人材育成セミナー」を開催し、ATP賞新人賞受賞者との交流などを行いたいと考えます。そしてセミナー参加者には、派遣スタッフも想定しています。制作現場の雇用形態は複雑で多方面の問題を含んでいますが、垣根を越えて人材育成に取り組むことも、問題の改善に繋がると考えます。

【女性社員のための制作環境づくり】

制作現場で働く女性の数は全体の3分の1に達し、「TVエグザム」参加学生の7割が女性です。女性が安心して働ける環境づくりは、制作環境改善に繋がると考えます。取り組みの第一弾として、昨年度は会員社の女性スタッフを対象にアンケートを行い、99名から回答を得ました。そして、6名の方にお集まりいただき、早急の課題を出し合ってもらい、情報交換の場を設けることが必要だとの意見を頂戴しました。そこで今年度は、WEB 上での育児情報などの交換ページの設置や、セミナー開催に取り組みます。

【AD過重労働の改善】

これまで各社へのアンケート調査を行う中で、スタッフの勤務管理を満足に行えていないという会社の声を多く聞いてきました。そこで昨年に引き続き、「勤務管理ソフト」を使い、ADの労働時間把握に努め、改善策を検討していきます。

労働時間の把握には、勤務管理をするディレクターやプロデューサーが、どれだけスタッフとコミュニケーションを取ることが出来ているかが重要な課題であると考えます。労働時間の把握は単にADの労働時間を知るためだけではなく、今後の総括的な人材育成に役立てます。

今年度は3社に協力していただき、効果測定のレストランを行い、結果を会員社に報告します。過重労働改善は定着率の向上にも繋がると考え、積極的に取り組んでいきます。

【関西センター 2010年度 事業計画】

1. 情報共有

現在の経済環境における経営問題や、関西加盟社が抱えている懸案事項、放送局の情報交換など積極的に情報交換するため、関西加盟社、社長懇親会を本年5～6月にかけて開催していきます。

2. 賀詞交歓会(大阪)

毎年、年初に行われる賀詞交歓会(大阪)における戦略的位置づけを明確にし、在阪準キー局との関係を再構築し、加盟社間の緊密な協力体制作りを行います。

3. 人材の確保、育成

従来からの人材確保策である「TVエグザム」の拡充、また人材育成における方向性、考え方を関西の加盟社の皆様と共有して参ります。