

一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟

2018 年度 事業計画書

(2018 年 4 月 1 日～2019 年 3 月 31 日)

The logo consists of the letters 'ATP' in a bold, black, sans-serif font. The 'A' is stylized with a diagonal slash on its left side. The 'T' and 'P' are solid and blocky.

<2018 年度方針>

製作会社を取り巻く環境はこの数年で大きく変貌し、転換期を迎えています。36年の歴史と精神を受け継ぎながら「新しいATP」を目指します。

国内外問わず様々なメディアとのビジネスチャンスを探り、イコールパートナーの関係を目指します。そして深刻な問題となっている、人手不足にも力を入れる所存です。学生の就職人気ランキング 50 社からテレビが消えました。どうすれば希望に満ちた若者達が集まる産業になるか。上司の背中を見て、何年もかけて仕事を覚える必要があるか。眠い目をこすって泊まり込む必要があるのか。働き方だけでなく、作り方・育て方の改革も必要だと考えています。新たな価値観を見出し、各社で共有することが製作会社の発展のカギを握ると考えています。

組織力アップのため、新会員社探しも積極的に行います。具体的な活動方針は各センターの担当理事より説明します。今年度も製作会社と制作者の適正な権利と環境の向上に努めます。宜しくお願い致します。

一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟

理事長 福浦 与一

【組織戦略センター活動方針】 副理事長 山田 治宗

1. 財政基盤の安定

本年度も前年と変わらないクオリティで事業活動を継続できる見込みです。現状の会費収入と事業活動で＋－ゼロの収支均衡が予定されています。主要事業である「ATP 賞」「テレビクリエイターズフェス」「Tokyo Docs」等は引き続き「独立採算型」とすることで、収支構造の安定化を図ります。一方で、海外展開や配信事業の支援など、製作会社の活動の幅を広げていくために収入拡大策も検討していきたいと考えています。新会員社はもちろん、映像配信事業者やポストプロダクションなど新賛助会員社の獲得を目指していきます。

2. 経営情報アンケートの実施

本年度も実施し、製作会社の実情を共有したいと考えています。昨年度のアンケートによれば、地上波民放からの発注額は減少し続け、減少額は一社平均4200万に上りました。地上波の受注減を、NHK や BS/CS で補ったものの経営状況の全体平均値は「微減収・増益」。増益は喜ばしいことですが、むしろ微減収という部分に、収入増を期待しにくい状況の中で製作会社が支出管理に力を注いだことがうかがわれました。一方で、「配信番組」や「権利収入」など今後期待すべき収入が伸びていない実態も浮き彫りとなりました。本年度はどんな変化が起きているか、注視したいと思います。

また、「働き方改革」についてのアンケートでは、深刻な現場の状況と、クリエイティブな業種ならではの悩みやジレンマが浮かび上がりました。過重労働問題の出口はどこにあるのか。その解決に向けて、ATP 各センターが有効な働きかけを行えるよう、皆さんが抱える具体的な問題を是非お寄せください。

3. 国内外の制作者との連携促進

特に海外の制作者との連携を深める試みや、制作・流通の国際展開を推進する試みを支援すべく、当センター内に「K プロジェクト予算」を計上しています。これは全センター共通、横断的な予算としてキープされているものです。ATP の未来に役立つ国際関係の構築、100 社以上の製作会社が集まる ATP だからこそアピールできる海外へのプレゼンテーションなど、積極的な活用をして参りたいと考えております。

4. 広報推進会議

今年度も、各センター横断的に設置した広報推進会議を随時開催し、ATP の存在意義と主張を各方面にアピールするため、関係省庁への働きかけや、機に応じて記者懇談会の開催などを行っていく予定です。

テレビ業界を目指す学生は減少し、製作現場では人手不足が大きな問題となっています。上質なコンテンツ製作には優秀な人材が必要です。他業種に流出する人材をどのように確保するか、製作環境の改善と共に、魅力的な製作現場やスタッフを対外的にアピールする場を作れるよう検討していきたいと思います。昨年は「ATP ホームページ」をリニューアル、より見やすくするとともに、会員社採用情報のページを移設、就職活動中の学生に会員社の詳細を分かりやすく伝えられるようにしました。引き続き、各センターの活動を迅速、的確に伝えられるよう、情報発信のあり方を模索していきます。

【メディアセンター活動方針】 副理事長 清水 哲也

一昨年、取りまとめた「ATP の主張」の目的は、「番組製作にかかわる取引の適正化」です。その主眼は“番組の著作権は番組製作会社にある”という点であり、これが最も大切な理念であることはATP 設立時から変わっていません。メディアセンターでは今年も、この理念を真に実現し、「製作取引の適正化」を獲得すべく、活動を進めて行きます。まず ATP 会員社内の認識を一致させ、これまで以上に幅広い対外発信と働きかけを行ないます。また昨年、民放連、NHK らの参加で発足した「放送コンテンツ適正取引推進協議会」の場などを活用し、放送事業者との協議を粘り強く行ない、デジタル時代の流れに相応しい“製作取引の適正化”実現のための活動を行っていきます。

あわせて、「働き方改革」への取り組みも、喫緊の課題です。昨年、実施した会員社向けのアンケートで、製作現場のスタッフの超過勤務が「過労死ライン」に達しつつある現実が浮き彫りになりました。ATP では、理事長名で「働き方改革に向けた申入書」を作成し、各放送事業者を訪問してその趣旨を伝えましたが、引き続き、放送事業者との協議を密に行い、取り組みを続けていきます。

1. 「製作取引の適正化」キャンペーンの強化・継続

メディアセンターでは、「製作会社が製作に発意と責任を有する完パケ番組の著作権は製作会社に帰属する」という ATP 設立以来の主張を、改めて幅広く求

めていくべきと考えます。一昨年、ATP の権利についての主張を網羅的に取りまとめて作成した「ATP の主張」を活用し、まずは権利について知識や認識を ATP 会員社内で一致させることを目指します。そして会員社内で問題意識を共有したうえで、さらに行政、放送事業者、プレスに向けて、それぞれに「何を主張するのか？」という戦略、「どう主張するのか？」という戦術、「いつ主張するのか？」というロードマップを策定し、製作取引の適正化のためのキャンペーン活動を継続的かつ効果的に行なっていきます。

また製作会社の取引実態を注視している総務省および公正取引委員会に対する働きかけは、放送コンテンツの適正な取引実現のために重要な局面を迎えています。この点、あらゆる機会を捉えて展開していきます。

2. 個々の製作現場での適正取引と「働き方改革」の実現へ

会員社の製作現場で放送事業者との間に問題が起こった場合、「メディア委員会」での各社へのヒアリングや、ATP への直接の相談、あるいは ATP 事務局に設けられたメール相談窓口「取引相談@ATP」への通報などから問題点を洗い出し、メディアセンター付の弁護士のアドバイスも受けながら、番組製作会社全体の利益のために、メディアセンターの各局担当理事および執行理事が責任をもって対応します。

NHK、民放 5 社、WOWOW との定期協議では、制作費の削減、派遣への切り換え、本来製作会社に著作権が帰属すべき実態での発注にも関わらず制作協力の契約形態で著作権が局の帰属となるケース、窓口業務の独占、買ったときに該当するケースなど、これまでも局ごとにそれぞれの問題に即して改善を求めています。今年度も引き続いて BS 民放各社も含め、適正な取引を求めています。とりわけ製作現場の「働き方改革」は、スタッフの生死にも関わる重大な課題なので、各放送事業者との協議を密に行なうことで、その実現（すなわち、制作費アップの実現など）を目指していきます。

また、総務省が 2016 年 11 月に設けた「放送コンテンツの製作・流通促進等に関する検討委員会」は重要な「場」になっており、ここで ATP の立場を明確にすると共に、昨年 6 月に発足した「適正取引推進協議会」の場で、各放送事業者と直接に話し合う中で、取引の適正化に向けた具体的な提案をしていきます。本年度はまず、総務省が策定した「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」の周知徹底に向けた「テキスト」作成を進めていきます。

3. 「メディア委員会」の活発化で制作力の強化を

年に4～5回、開催する「メディア委員会」では、放送事業者との協議結果や問題点を会員社の皆さんと共有し、解決の方向性を探る議論をしていきます。また、私たち自身の理論武装を強化し、製作力を高めるため、さまざまな分野の講師を招いてのセミナーの場としても活用していきます。今年度も、「著作権」について、デジタル化対応など、さまざまな講師を招いて、制作の現場で直面する問題や課題への対応についての講義をお願いする予定です。また、委員会のPRにも力を入れ、より多く現場のプロデューサー、ディレクター、ADが参加できる場として活発化させて行く予定です。

※本年度のテーマ（予定） 「権利処理などの法的注意点」、「コンテンツの同時配信における留意点」、ほか

4. デジタル時代の新たなコンテンツ展開の推進

デジタル化が急速に進み動画配信の需要が拡大していくなか、製作会社には番組の二次利用や国際共同製作など、これまでの下請け構造から脱却した独自の取り組みを積極的に進めていくことが、強く求められています。

そんな中、Tokyo Docsは昨年7回目を迎えましたが、国際的な認知度も高まり、世界のドキュメンタリーの国際共同製作のなかで更に大きな責任を求められる時期に来ています。（Tokyo Docs 2018は11月5日から7日まで開催）そこで、実行委員会を拡大して企画、アカデミー、上映、アジアの4部会を設けて、更に新たなスタッフも加えてパワーアップを図っています。

また、ATPが掲げるアジアの製作者との連携（Asia Co-Pro）の一翼を担うべく、Tokyo Docsが主導してその枠組みをアジアの製作者に提案した国際共同製作番組「Colors of Asia」は、第4シリーズの製作を進行中です。

Tokyo Docs開催の目的は、コンテンツの海外展開に製作会社として貢献することにあります。同時に製作会社の自立を促すものでもあります。ATP会員社の皆さんが、これまで以上にTokyo Docsに数多く参加されることを願っております。

【事業センター活動方針】 副理事長 相川 弘隆

ご承知の通り事業センターの担務は多岐にわたっております。『ATP賞』と『テレビクリエイターズフェス・新人研修セミナー』の2大事業を含めたATP事業

全般に関するセクションを運営しております。これらは全て多くの会員社の最大のニーズであることから ATP として最大限に応えていきたいと思っております。事務局は勿論、少ない人員であります但し昨年を上回る内容を目指して活動して参ります。以下各事業に関して説明を申し上げます。

1. 『第 34 回 ATP 賞テレビグランプリ』

ATP の最大の見せ場と位置づけしていい最大のイベントです。会員各社が精魂込めて制作した作品に対してドキュメンタリー、ドラマ、情報・バラエティーのカテゴリーごとにグランプリを目指して競います。また同時にこの世界に活動し始めた若い人たちにも新人賞獲得を競い合い最優秀新人賞の選出も見どころとなっております。昨今の ATP 賞がコンテンツ制作集団の底力ならびに若い力を内外に知らしめる最大のコンテンツとして発信して参ります。

2. 『テレビクリエイターズフェス 2020』

各社にとってクリエイターの人材確保は社業隆盛のために欠かせないことと思っております。ATP ではマイナビとタッグを組んで多くの学生と会員社を結びつけるテレビクリエイターズフェスと題し毎春行っております。人材登用で各社がご苦労される中、最適な場を提供し続ける重要な事業となっております。

ちなみに来春のためのテレビクリエイターズフェスは今年 3 月末に行われ、出展会員社は東京と大阪を合わせて 64 社、昨年の落ち込みを完全に盛り返す 1002 名の学生の参加を呼ぶ込むことが出来ました。東京会場は若者に人気のある秋葉原、それも駅から直結の会場を確保し両社の利便性を高めました。来期はさらに人材確保が難しくなる状況と思われ、今年を上回るイベントとして会員社のニーズにお応えしていきたいと思っております。

3. 『育成とセミナー』

「ATP 合同新人研修セミナー」の開催。

テレビクリエイターズフェスの延長と考えています。各社に配属された新人を二日にわたり制作にかかわる企画立案・コンプライアンス・挨拶やマナーなど社会人としてテレビマンとしての基礎講座です。専門講師のほか会員社を中心に事例を多くお持ちの方々に講師をお願いしております。また同じように入社して 2~3 年経った若手にも登場願ひ、身近な質問や不安など相談にのってもら

っています。このセミナーは将来のライバルと近しくなれる場として参加者から好評を得ています。ちなみに今年は 160 名超のニューフェースが熱心に講義に聞き入る姿は非常に印象的でした。

4. 『インターシップ』

就活側にとって業界を良く知ってもらうための制度で最大のメリットは、ミスマッチを回避する有効手段として定着しています。夏休み期間を利用し会員社のご協力のもと、1 週間から 2 週間実際の現場を学生自身の目で確かめてもらっています。これこそ業界の裾野を広げ各社の人材確保につなげていく制度とご理解いただきたいと思います。

5. 『保有コンテンツ販売・海外展開』

これまでの TIFFCOM や MIPCOM などの展示販売形式では芳しい成績を収めるに至らず、会員社が代理店に委託するシステムを導入し始めています。またポノボに代わる新しいプラットホームサービスも稼働予定です。これらを積極的に広報していきたいと思えます。

更に、昨今の市場で優勢なのはコンテンツ販売よりも「企画」「フォーマット」のマッチングビジネスに姿を変えつつあります。東京オリンピックを目前に控え ATP を海外へ発信する有効なツールになると思われます。それらを踏まえ市場調査やアンケートなど会員社に有意義な情報を提供していきたいと考えています。

6. 『第 7 回 ATP 若手映画プロジェクト』

会員各社の若手クリエイターの支援を目的に、企画開発・製作・作品上映（劇場公開・オンデマンド配信）の場を提供。同時に 100 万円の支援金をお渡しします。5 月を企画募集締め切りとしています。これまで企画が集まらない年度もありましたが 4 作品が若手映画プロジェクトの支援作品として上映されてきました。

7. 『第 13 回アジアドラマカンファレンス 2018』の開催

アジアのドラマ製作者・放送作家が集い各国の課題や展望を報告しあい、将来の共同制作を目指します。海外展開を視野に入れる国内の製作者にとって非

常に有意義な位置づけになっています。未だ開催の時期や場所については未定ですが ATP として参画し市場の開拓につなげていきます。

【関西センター活動方針】 副理事長 長谷川 豊 センター長 森田 道明

人材の確保、またそのために必要な最低限の待遇の改善に向けて、今年度はより一層取り組みを強化してゆくため、執行理事の増員など体制を強固にし、従来からの懸案を進めるとともに新たな起爆剤を模索し、関西の製作現場を盛り上げるべく活動してゆきます。

1. 第 6 回関西 ATP 賞の実施

唯一、関西の放送番組を懸賞する関西 ATP 賞も 5 回を終え、会員社へのアンケートを実施。結果、現状の賞の有り様、運営に齟齬は無いものの、関西センター会員社のより一層の積極的な参加意識を盛り上げる必要性を感じさせるものとなりました。第 5 回から実施した最優秀新人賞は受賞者ならびに受賞式での予想以上の反応を得ることができたが、今年度は従来の各賞も含めエントリー作品数の増加の為の施策を実施してゆきます。

2. 関西新春交流会の開催

非加盟社、在阪準キー局、関係団体との緊密な協力体制作りを目的に新春交流会を開催致します。上記「第 6 回関西 ATP 賞」の受賞式を兼ね、関西メディア業界最大のアピールの場にして行きます。

3. テレビクリエイターズフェス 2020 大阪

学生のエントリーについては集客を第一の目的とし、マイナビとの共催を含め、他の媒体を併用、ATP 単独セミナーの開催、関連団体の就活セミナーへの参加等により学生への周知の場を広げて行きたいと考えています。

4. 関西協議会の開催

関西地区の経済環境における経営問題や人材育成などの問題点、放送局との懸案事項など関西加盟社の情報交換、情報共有の場とするとともに第 6 回関西 ATP 賞の受賞式やテレビクリエイターズフェスの運営について、ご意見やアイデアなどを関西加盟社の皆様より広くお聞きする場と致します。

5. 在阪放送局との協議

前年度に在阪製作会社へのアンケートを始めて実施し、在阪放送局に対しても放送現場の危機感を申し入れたものの、その後の動きに繋がっていない。今年度はその現状(据え置かれた単価・買い叩き・発注書問題)を踏まえ、関西の放送現場が改善される動きに繋げるべく新たなアンケートならびに施策を実施してまいります。

以上