

放送制作現場における フリーランスの実態・課題等について

過労死等に関する実態把握のための労働・社会面の調査研究事業(メディア業界に関する調査) 概要 (平成30年度厚生労働省委託(みずほ情報総研株式会社))

1. 調査対象

① 企業調査

「平成26年 経済センサス(総務省・経済産業省)」に基づき、業種別・正規雇用者数別の企業数の構成割合に応じて、東京商工リサーチが所有しているデータベースから無作為抽出した、全国のメディア業界(放送、新聞、出版、広告)に該当する企業4,000社を対象(法人格を持つ企業等。自営業者は調査対象外)。

② 労働者調査

調査対象企業の従事者(労働者)35,859人を対象。

③ フリーランス調査

調査対象企業と契約関係のあるフリーランス16,194人を対象。

2. 調査方法

○ アンケート調査は自記式とし、郵送発送・WEB回収(調査期間:平成30年10月25日～平成30年11月21日)。

○ 企業調査については、依頼状を調査対象企業へ配布し、WEB回答。

○ 労働者調査・フリーランス調査については、調査対象企業を通じてメディア業界における制作職及び営業職へ配布し、WEB回答(配布件数は従業員規模に応じて変動)。

なお、回答については、企業からは閲覧できないよう、回答は一度きりで、仮にログインできたとしても、表示されないよう設定。

3. 回収状況(回収率)

○ 企業調査 714件/4,000件 (17.9%) ※うち、放送312件

○ 労働者調査 4,325件/35,859件 (12.1%) ※うち、放送2144件

○ フリーランス調査 308件/16,194件 (1.9%) ※うち、放送208件

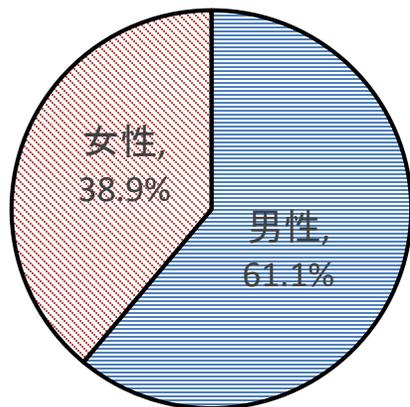
⇒ この資料では、「過労死等に関する実態把握のための労働・社会面の調査研究事業」(メディア業界に関する調査)で実施した調査のデータから、「放送」に絞った回答について集計したもの。

※ 主にフリーランス調査の結果について記載

回答したフリーランスの基本情報

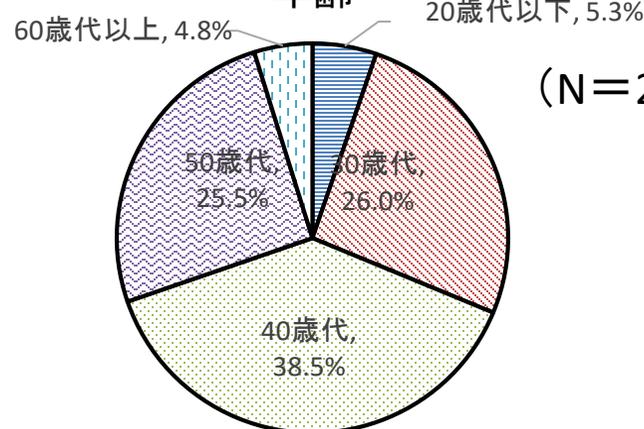
- 性別は男性が6割強、女性が4割弱と、男性の方が多い。
- 年齢は40歳代の割合が最も高く、次いで、30歳代、50歳代の割合の順に高い。
- 主な取引先企業の業種(又は所属している企業の業種)について、「放送局(地上波テレビ・地上波ラジオ(コミュニティFMを除く))」が5割強、「放送制作会社・プロダクション」が3割強となっている。
- 職種について、「放送(報道・制作)」が全体の約4分の3となっている。

性別



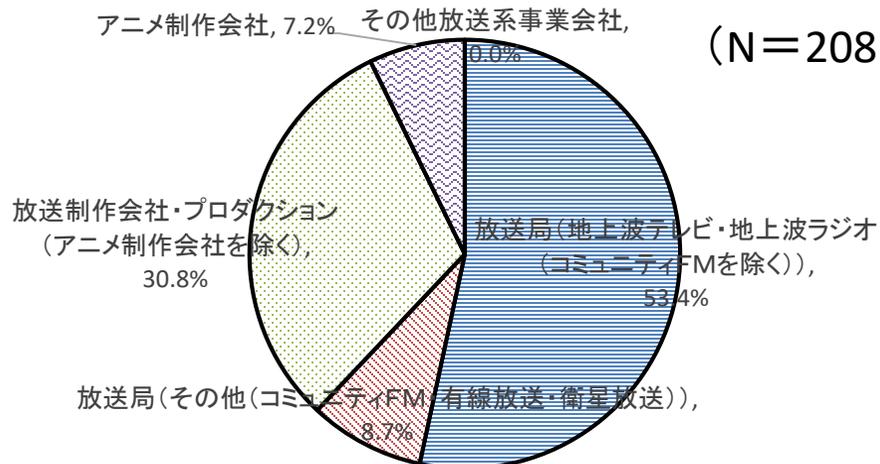
(N=208)

年齢



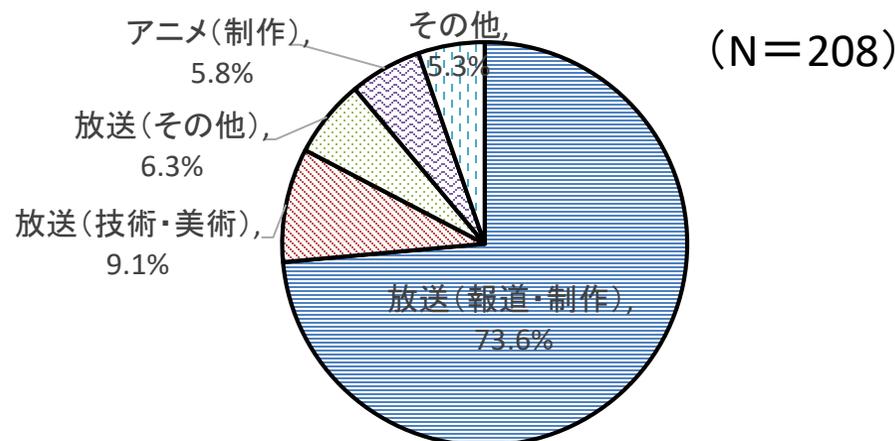
(N=208)

主な取引先企業の業種(又は所属している企業の業種)



(N=208)

職種



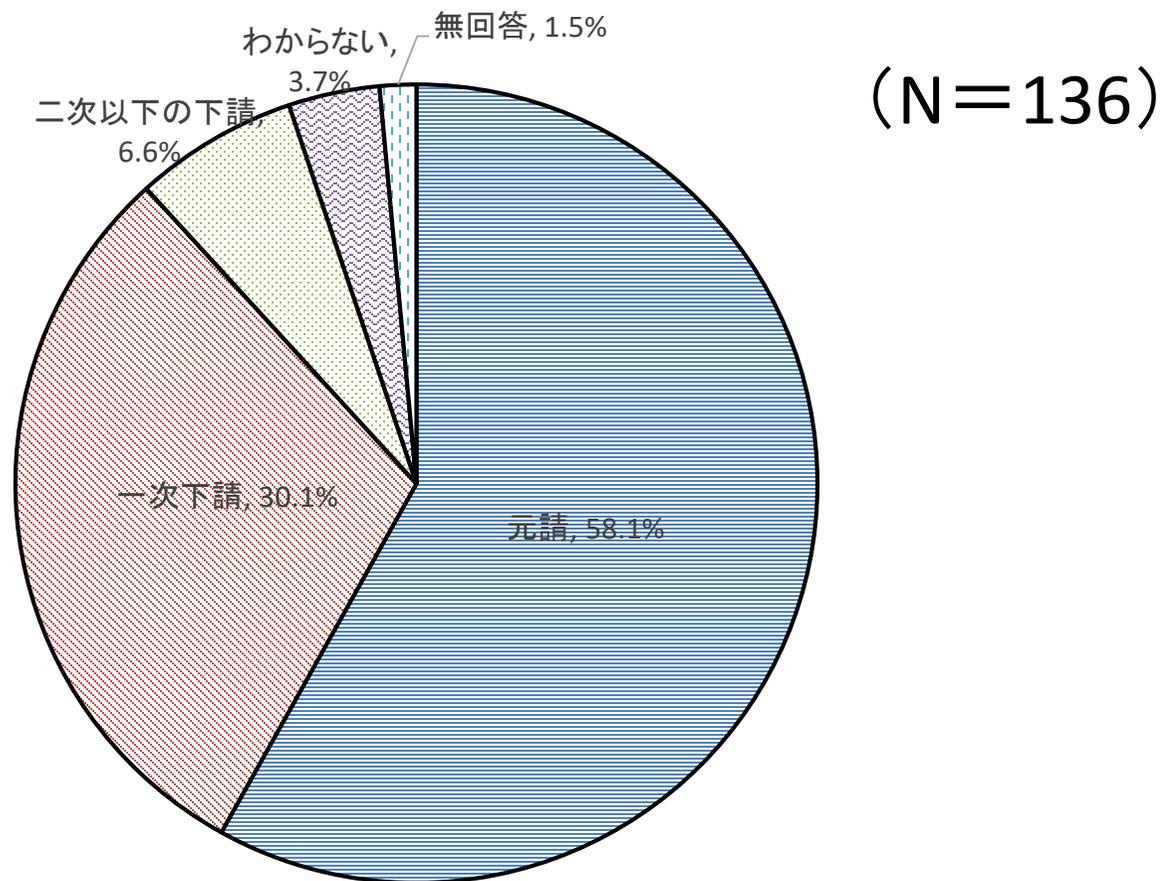
(N=208)

※該当者数が10人以下の職種については「その他」に計上(「無回答」を含む)。

「放送制作会社・プロダクション」における主な請負形態

○主な業種が「放送制作会社・プロダクション」である企業の主な請負形態について、「元請」が半数以上となっており、「一次下請」と合計すると、約9割。

「放送制作会社・プロダクション」における主な請負形態(企業調査)



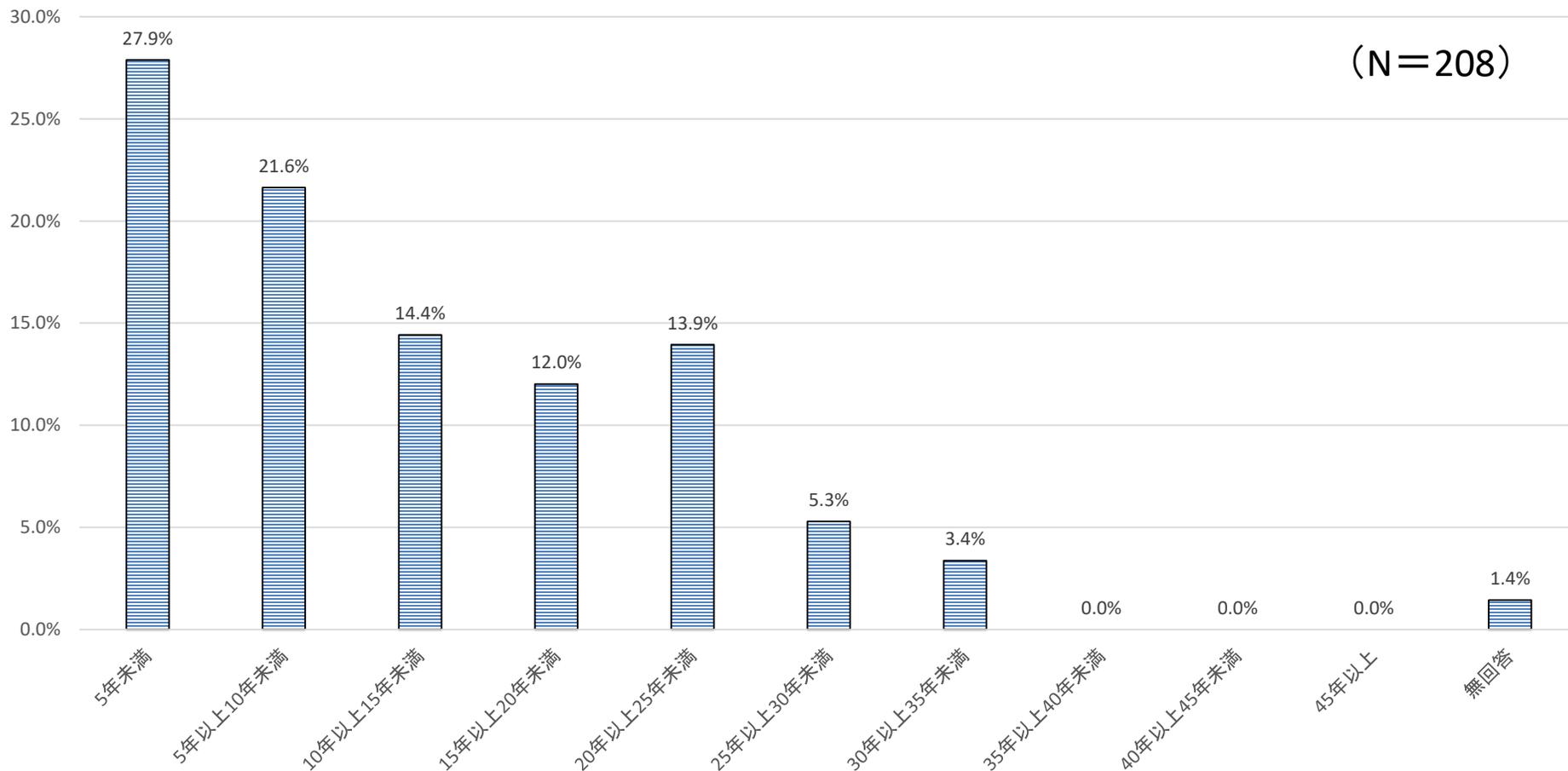
※「放送」分野のうち、主な業種として「放送制作会社・プロダクション」を選択した企業における主な請負形態について掲載。

(出所)みずほ情報総研株式会社「過労死等に関する実態把握のための労働・社会面の調査研究事業」(メディア業界に関する調査)(企業調査)の調査データをもとに雇用環境・均等局にて作成

主な取引先との取引年数

○主な取引先との取引年数について、「5年未満」(27.9%)の割合が最も高く、次いで、「5年以上10年未満」(21.6%)の割合が高くなっており、半数近くが10年未満の取引年数となっている。

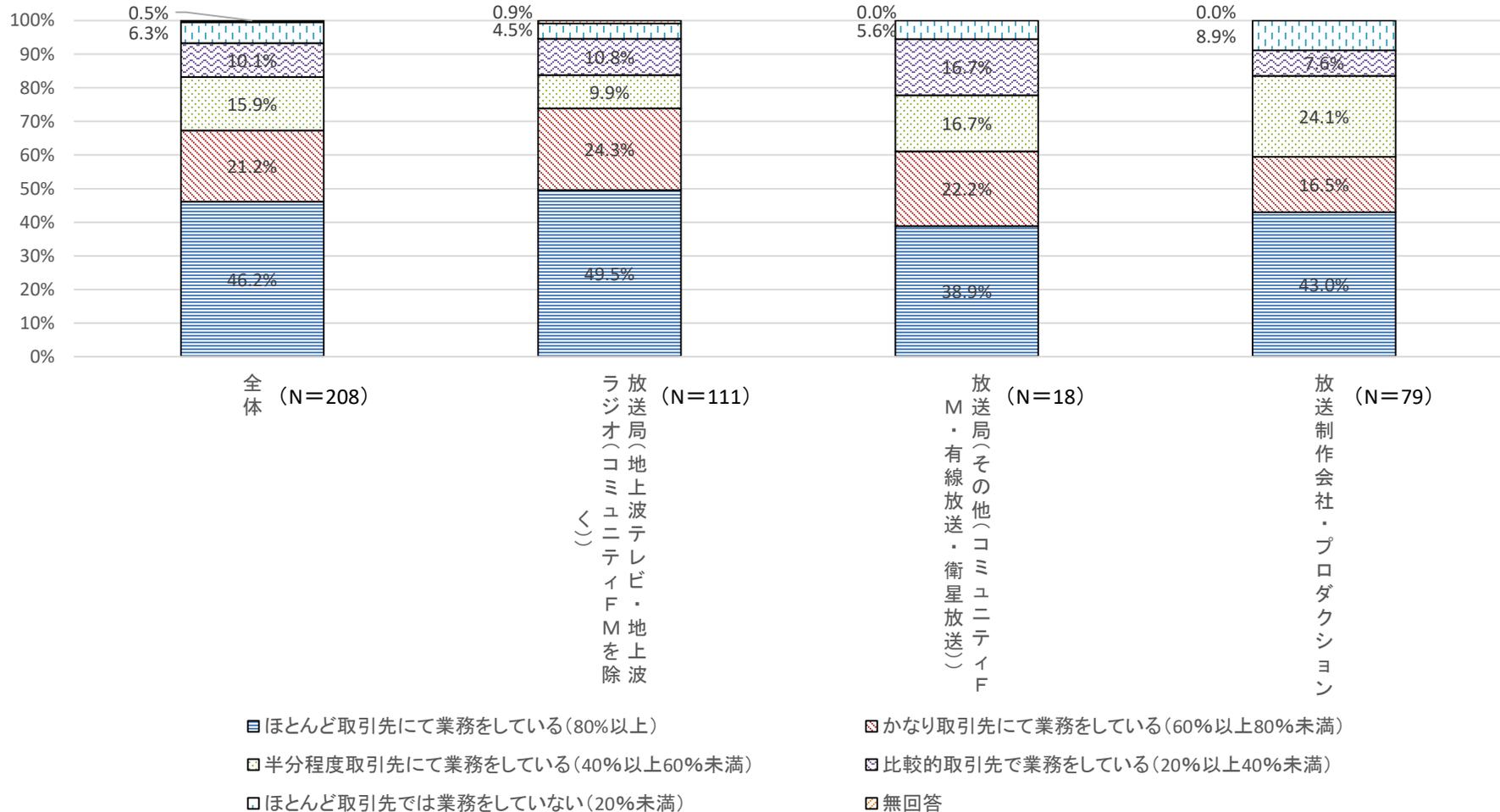
主な取引先との取引年数



取引先での業務時間の割合

- 取引先での業務時間の割合について、いずれも「ほとんど取引先にて業務をしている(80%以上)」の割合が最も高い。
- 「放送局(地上波テレビ・地上波ラジオ(コミュニティFMを除く))」では、「ほとんど取引先にて業務をしている(80%以上)」、「かなり取引先にて業務をしている(60%以上80%未満)」の割合が、他の業種に比べ高くなっている。

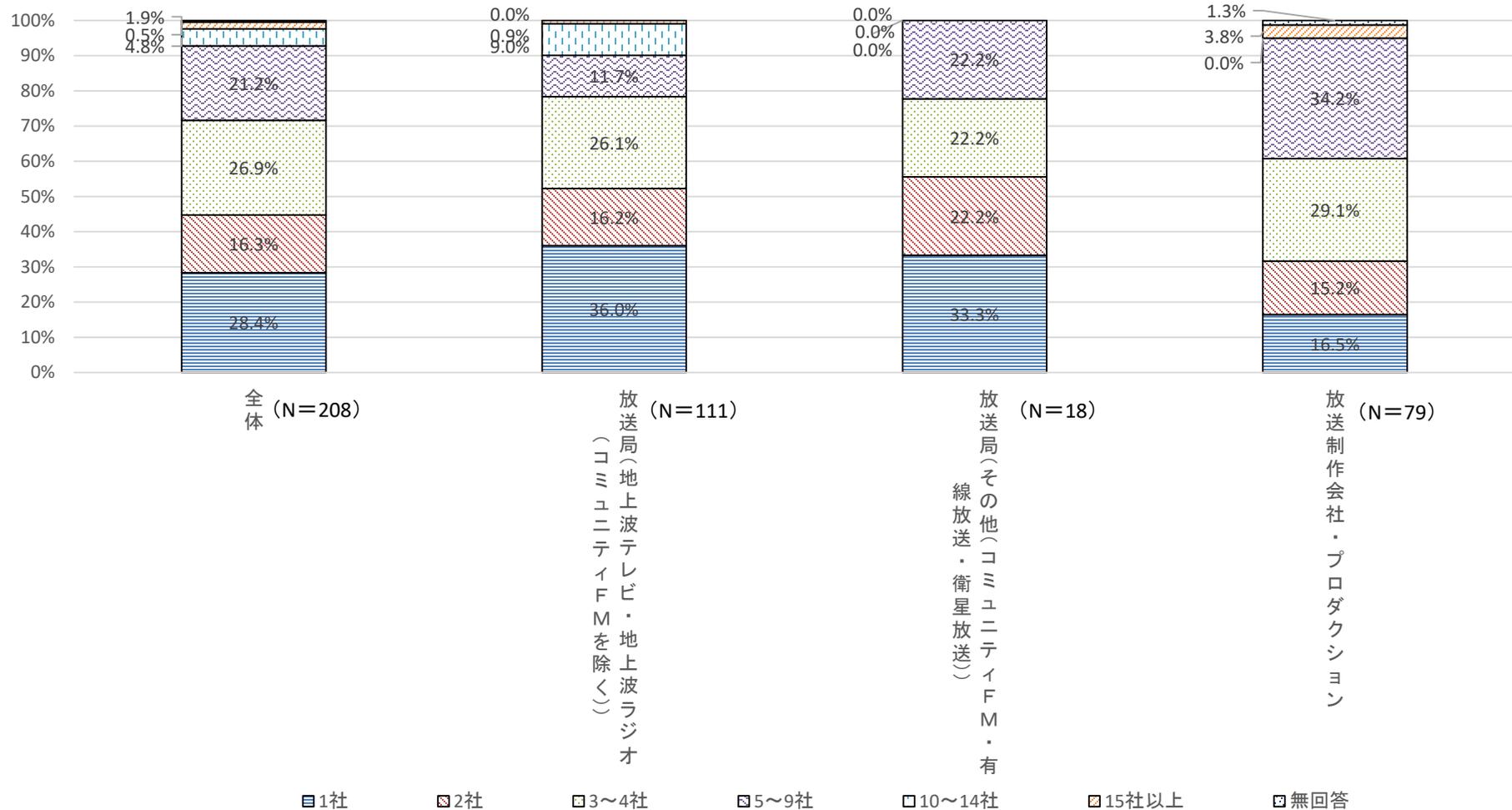
取引先での業務時間の割合



仕事の取引先数について

- フリーランスの仕事の取引先数について、放送局では「1社」の割合が最も高いが、「放送制作会社・プロダクション」では「5～9社」の割合が最も高く、傾向に違いが見られる。
- 「放送制作会社・プロダクション」では、「1社」の割合が放送局の約半分となっており、複数の取引先と取引をする傾向が見られる。

仕事の取引先数

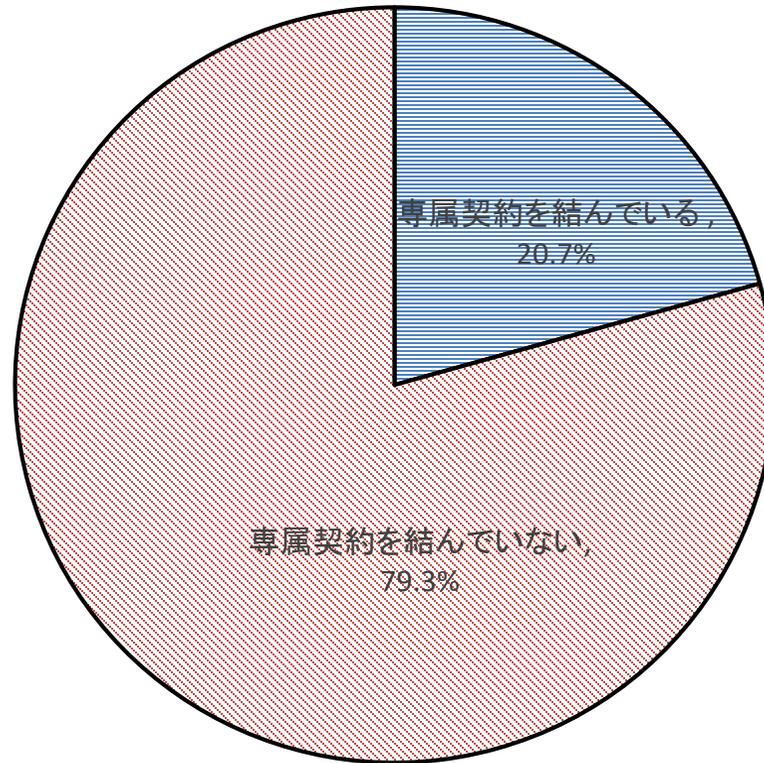


専属契約について

○専属契約について、約8割が「専属契約を結んでいない」と回答しており、大部分が専属契約を結んでいない傾向が見られる。

専属契約の有無

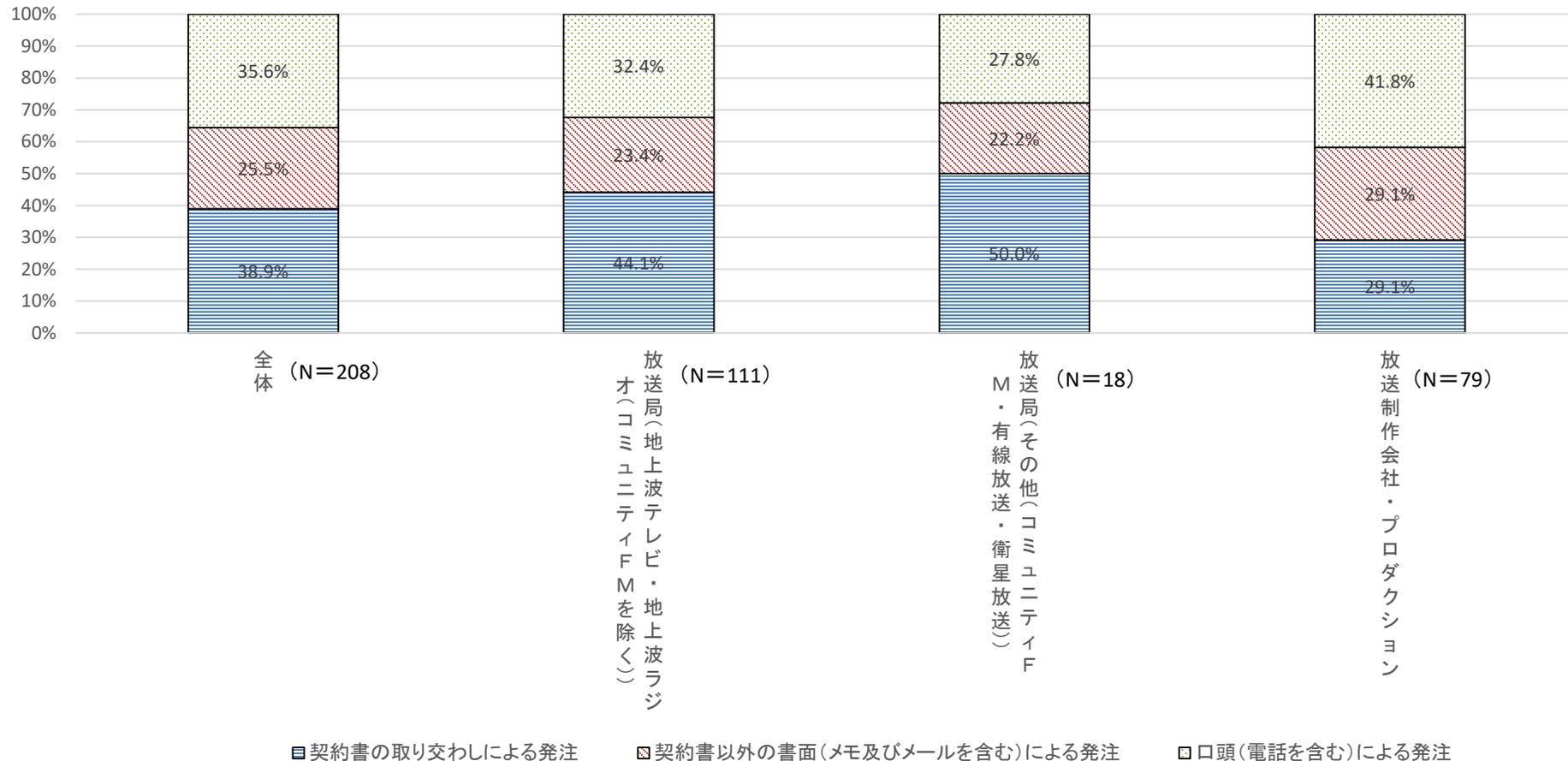
(N=208)



取引先からの主な発注方法について

- 取引先からの主な発注方法について、「放送局」では、約7割が「契約書」又は「契約書以外の書面(メモ及びメールを含む)」による発注を受けていると回答している。
- 一方、「放送制作会社・プロダクション」では、約4割が「口頭(電話を含む)」による発注」と回答しており、他の業種よりも口頭発注の割合が高くなっている。

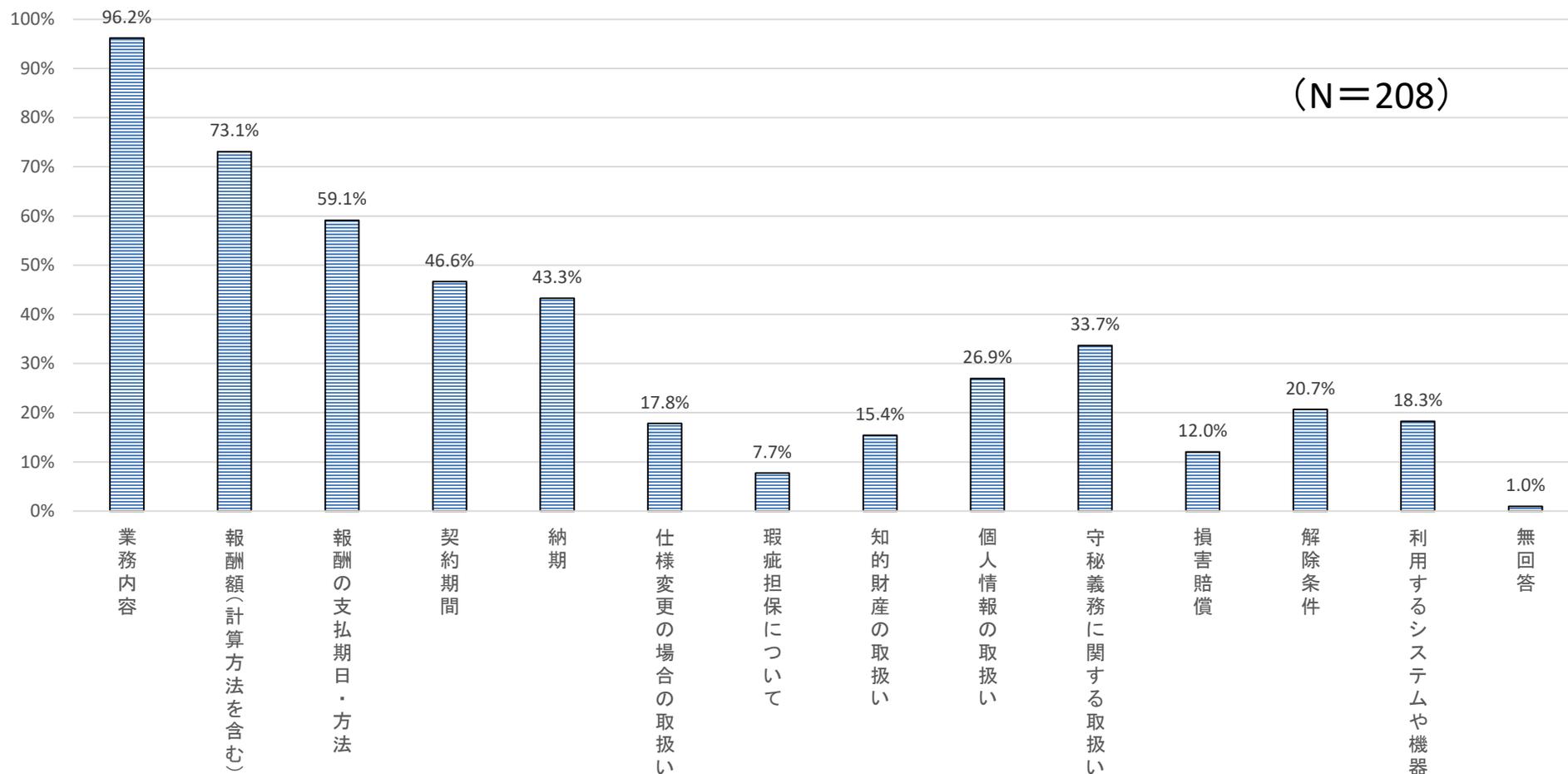
取引先からの主な発注方法



取引先からの発注時点で明示されている契約内容について

○取引先から発注時点で明示されている契約内容について、「業務内容」(96.2%)が最も高く、次いで、「報酬額(計算方法を含む)」(73.1%)、「報酬の支払期日・方法」(59.1%)の順に高くなっている。

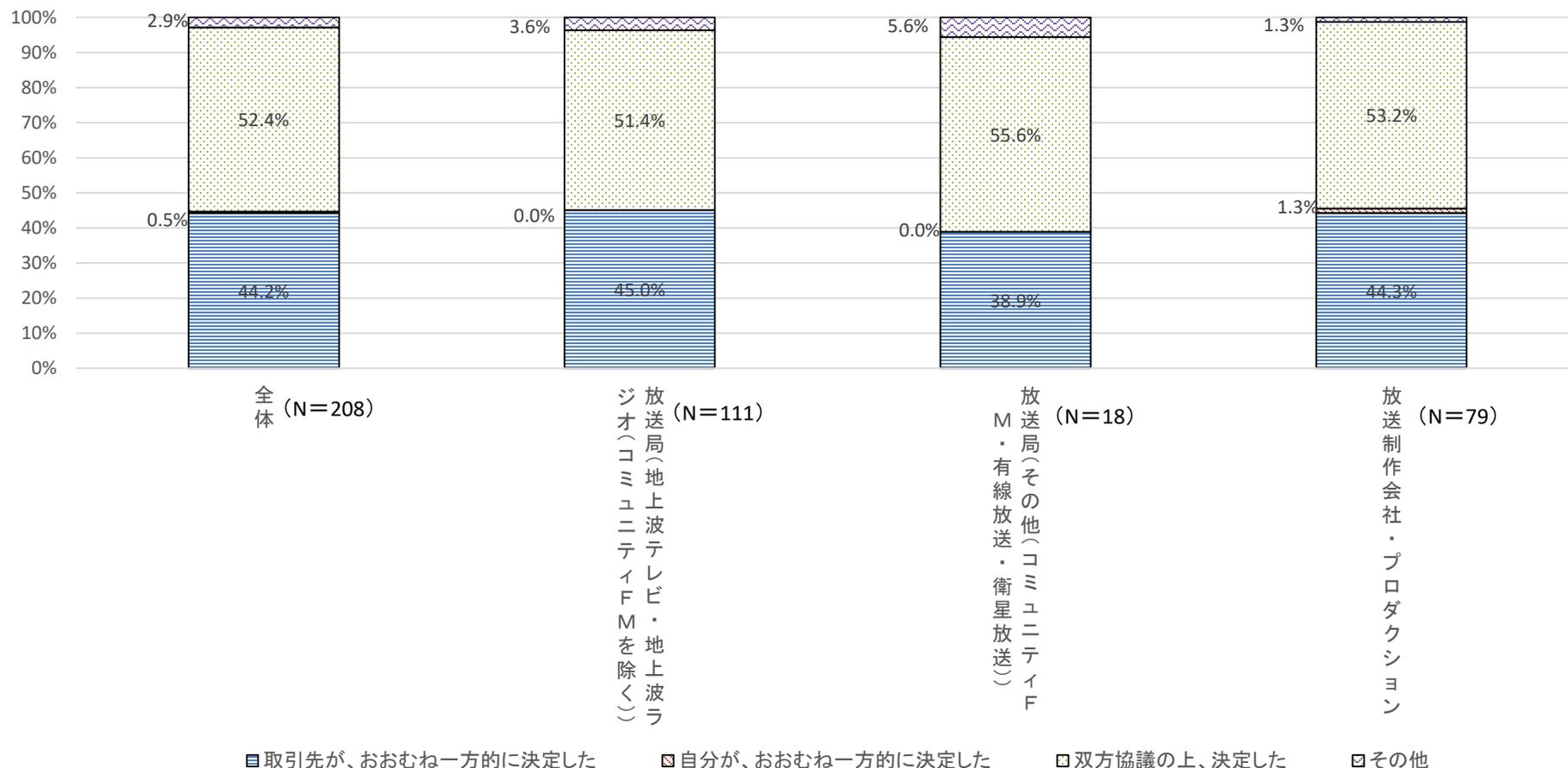
取引先から発注時点で明示されている契約内容(複数回答)



契約内容の主な決定方法について

- 契約内容の主な決定方法について、いずれも、「双方協議の上、決定した」が半数以上となっている。
- 「放送局(その他(コミュニティFM・有線放送・衛星放送))」は、3つの業種の中で、「双方協議の上、決定した」(55.6%)の割合が最も高く、また、「取引先が、おおむね一方的に決定した」(38.9%)の割合が最も低くなっている。

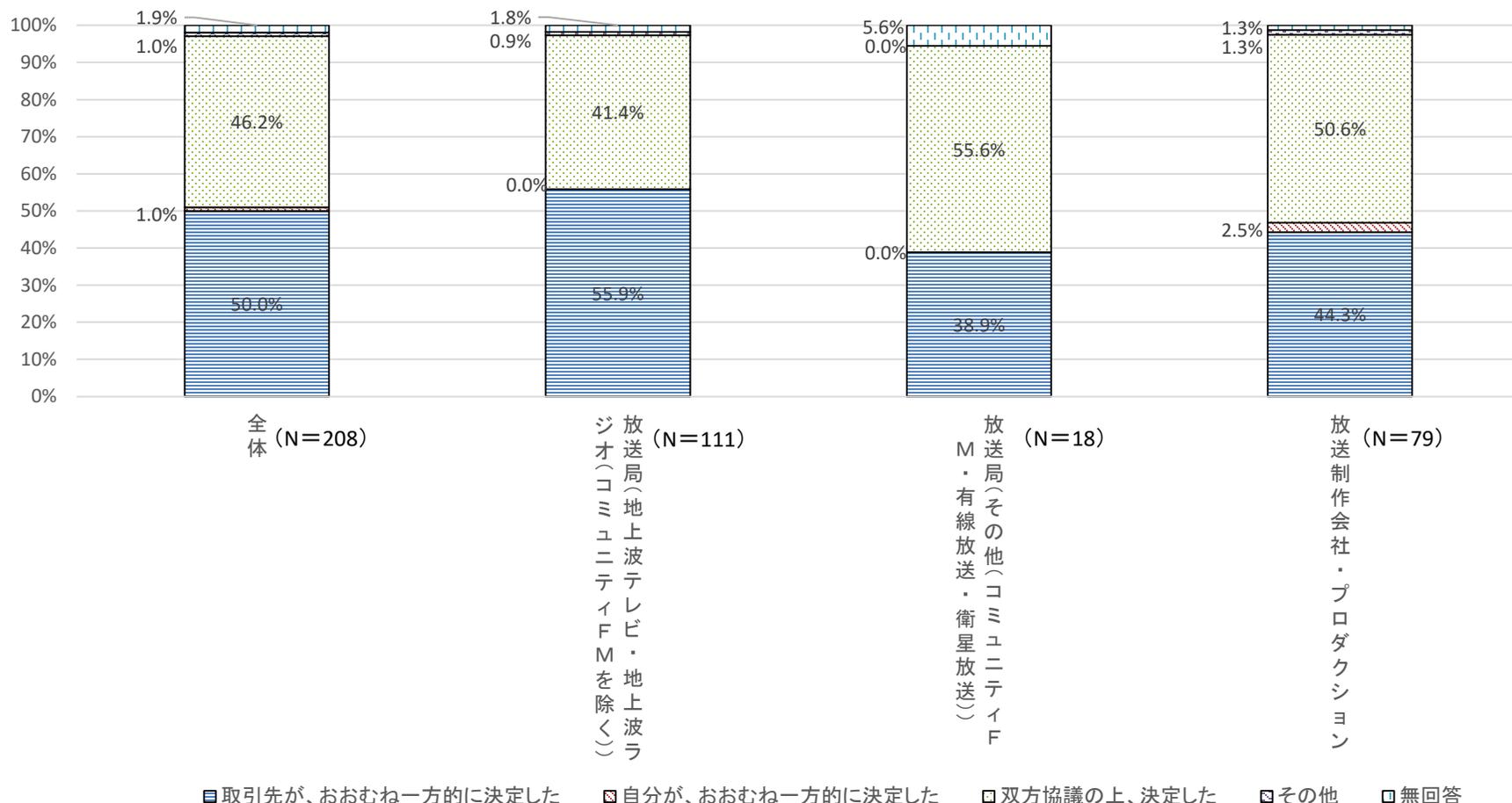
契約内容の主な決定方法



報酬額の主な決定方法について

- 報酬額の主な決定方法について、「放送局(その他(コミュニティFM・有線放送・衛星放送))」及び「放送制作会社・プロダクション」では、「双方協議の上、決定した」(55.6%/50.6%)との割合が最も高い。
- 一方、「放送局(地上波テレビ・地上波ラジオ(コミュニティFMを除く))」では、「取引先が、おおむね一方的に決定した」(55.9%)との割合が最も高い。

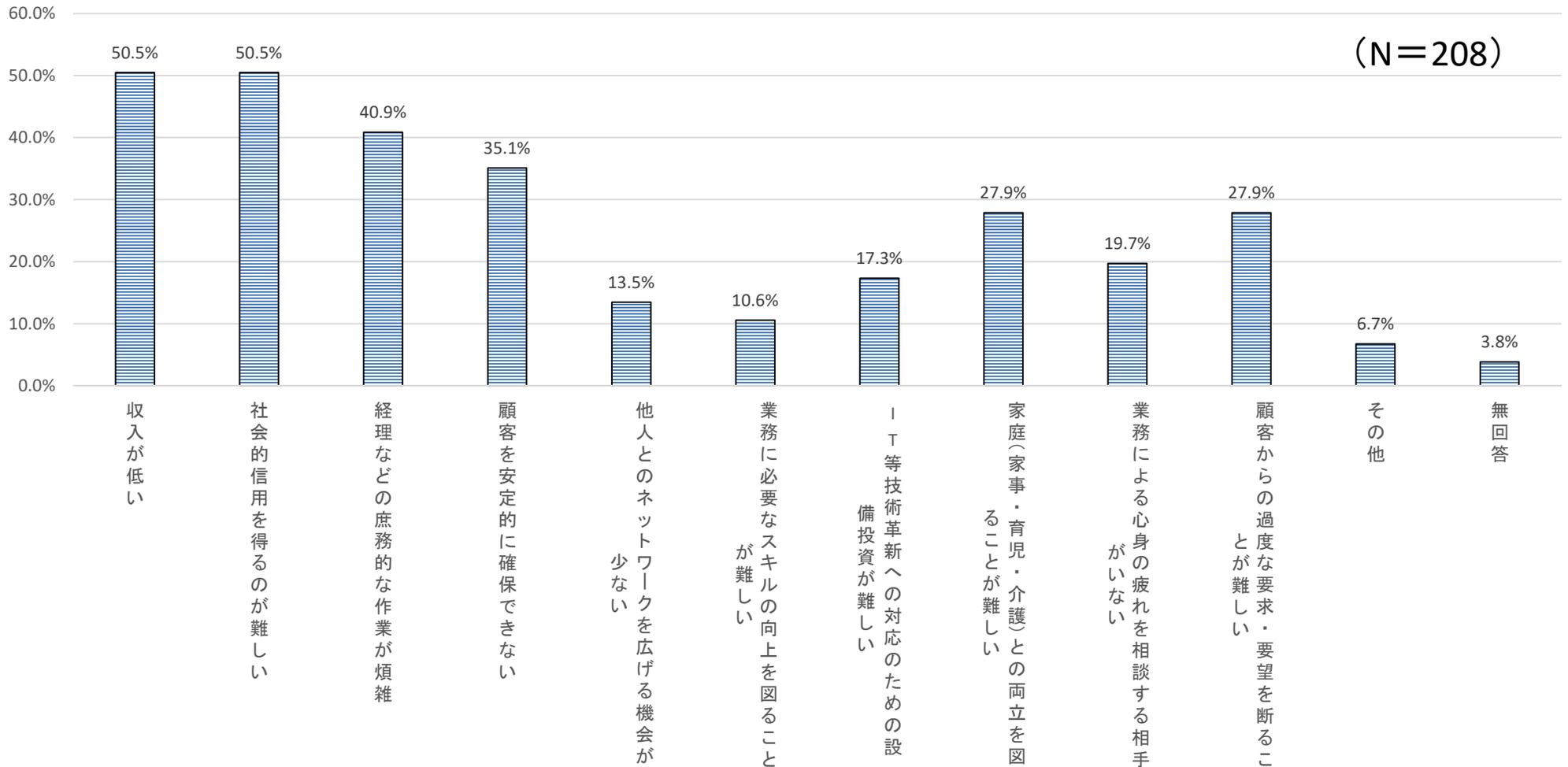
報酬額の主な決定方法



フリーランスの働き方の課題について

○フリーランスの働き方の課題について、「収入が低い」及び「社会的信用を得るのが難しい」(50.5%)が最も高く、半数以上となっており、次いで、「経理などの庶務的な作業が煩雑」(40.9%)、「顧客を安定的に確保できない」(35.1%)の順に割合が高くなっている。

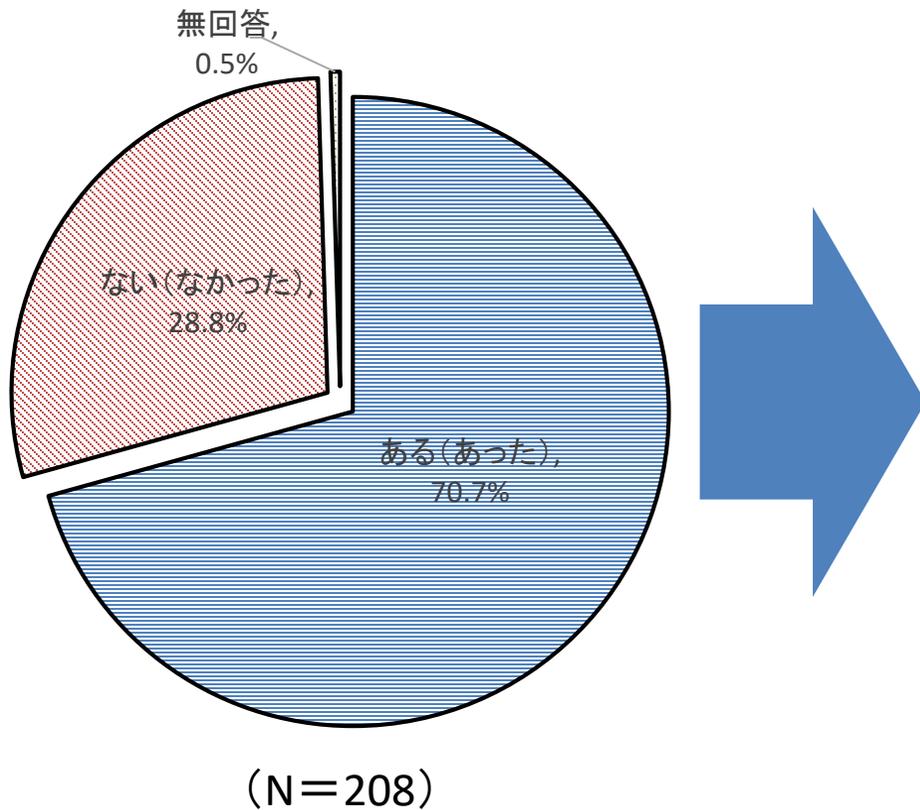
フリーランスの働き方の課題(複数回答)



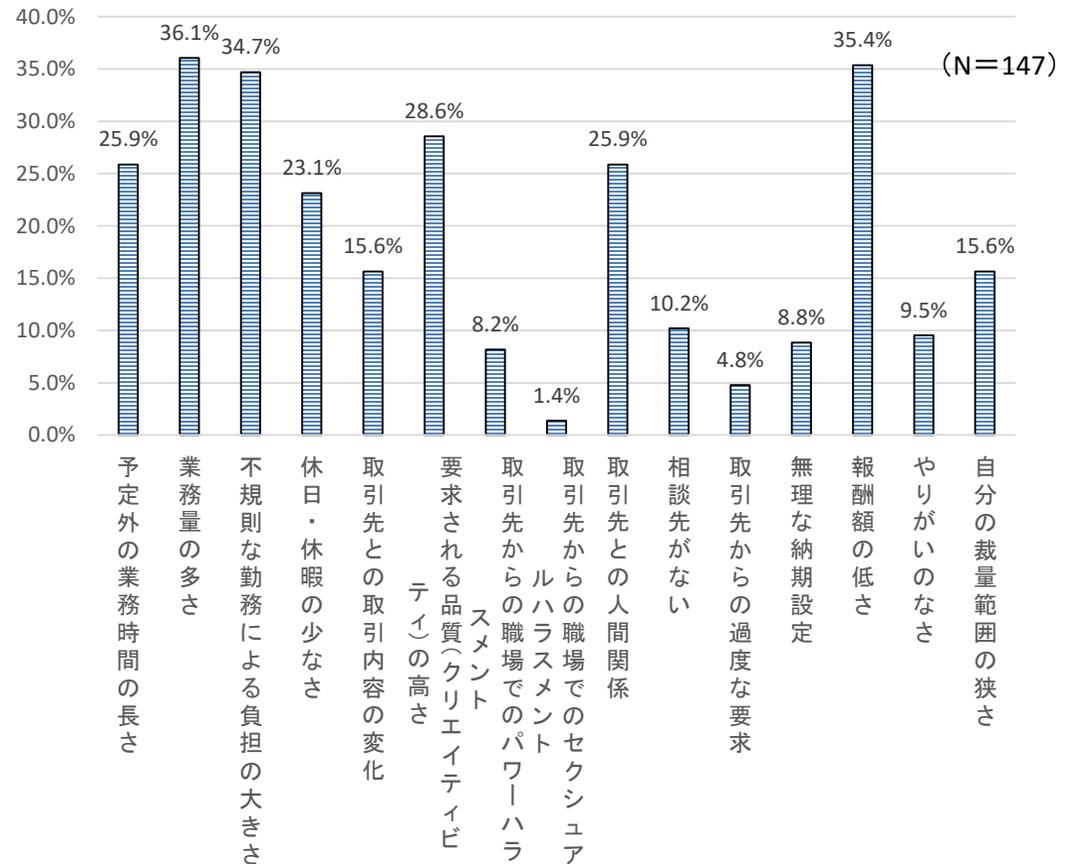
ストレスや悩みの原因について

- 過去半年間における業務に関連したストレスや悩みの有無について、約7割が「ある(あった)」と回答。
- ストレスや悩みの原因について、「業務量の多さ」(36.1%)が最も高く、次いで、「報酬額の低さ」(35.4%)、「不規則な勤務による負担の大きさ」(34.7%)の順に高くなっている。

①業務に関連したストレスや悩みの有無



②ストレスや悩みの原因(複数回答)

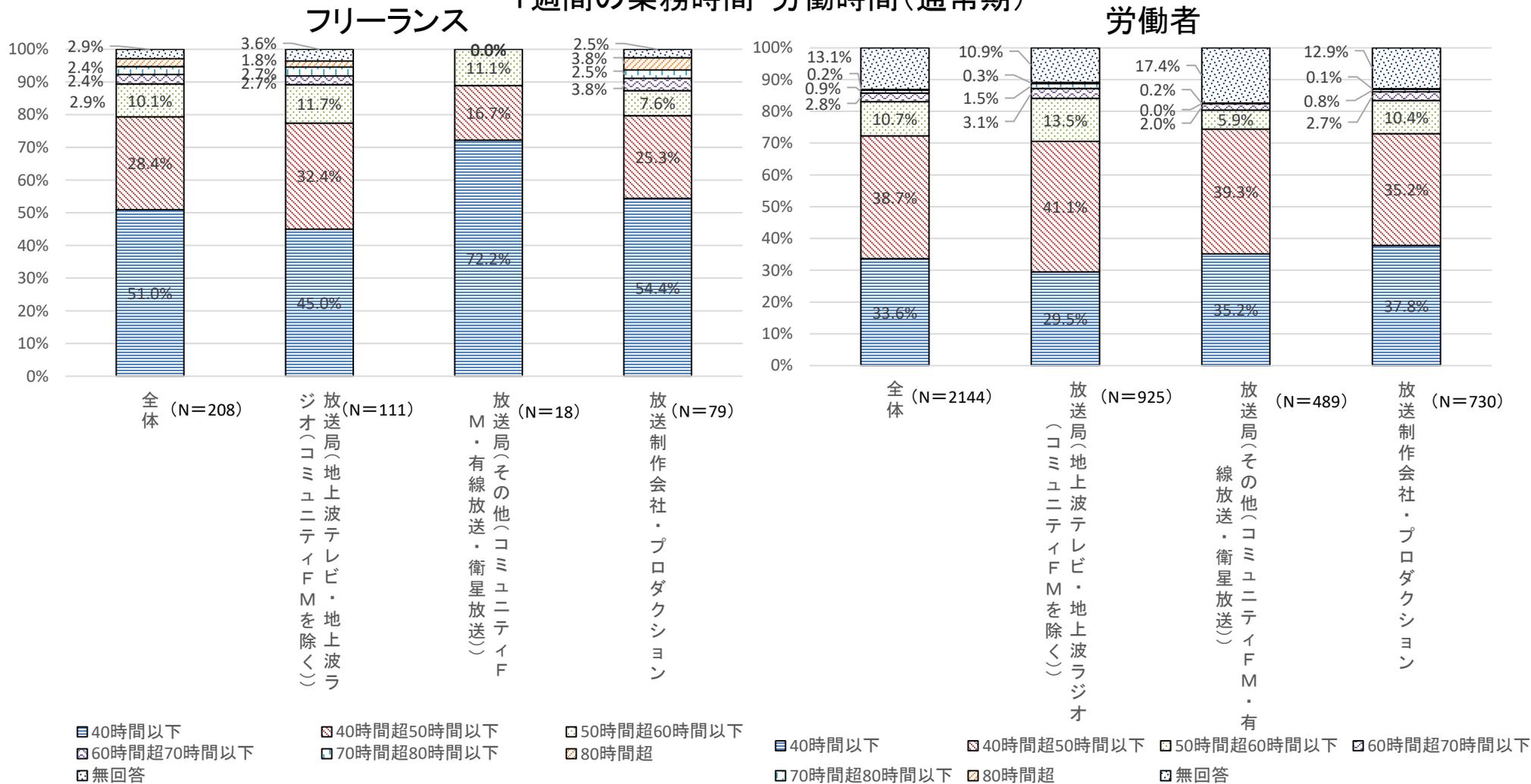


※②「ストレスや悩みの原因」については、①「業務に関連したストレスや悩みの有無」について「ある(あった)」と回答した者のみを対象。

1週間の業務時間・労働時間(通常期)について

- 直近1年間における1週間の業務時間(通常期)について、「フリーランス」をみると、いずれの業種も「40時間以下」が最も高くなっている。
- 「労働者」と比較すると、いずれの業種でも「フリーランス」の方が「40時間以下」の割合が高く、「40時間超50時間以下」の割合が低くなっている。

1週間の業務時間・労働時間(通常期)

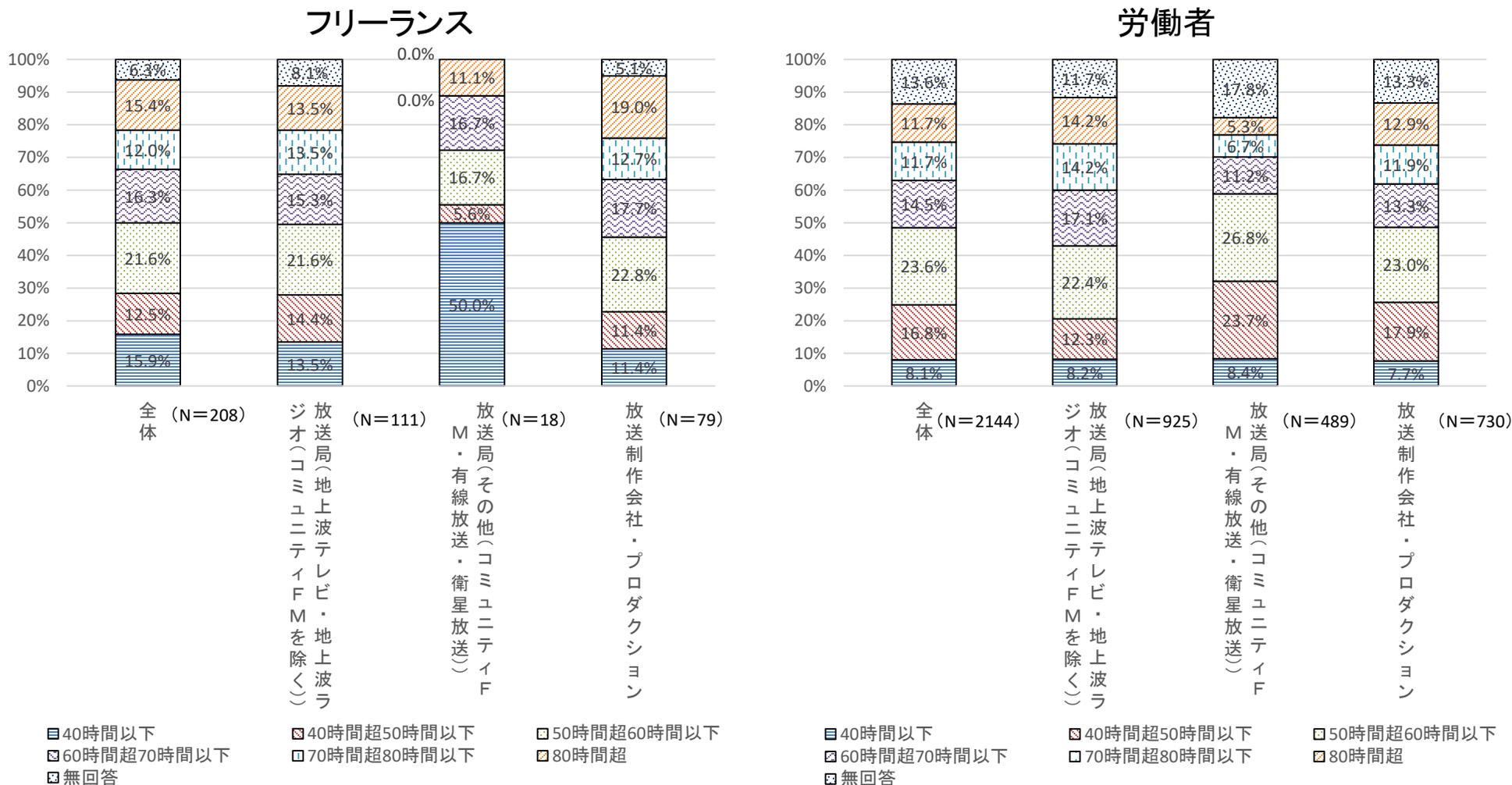


1週間の業務時間・労働時間(繁忙期)について

○直近1年間における1週間の業務時間(繁忙期)について、「フリーランス」をみると、「放送局(その他(コミュニティFM・有線放送・衛星放送))」は、3つの業種の中で「40時間以下」(50.0%)の割合が最も高く、半数となっている。

○また、「フリーランス」のうち「放送制作会社・プロダクション」が、3つの業種の中で「80時間超」(19.0%)の割合が最も高く、労働者のいずれの業種と比べても、最も割合が高くなっている。

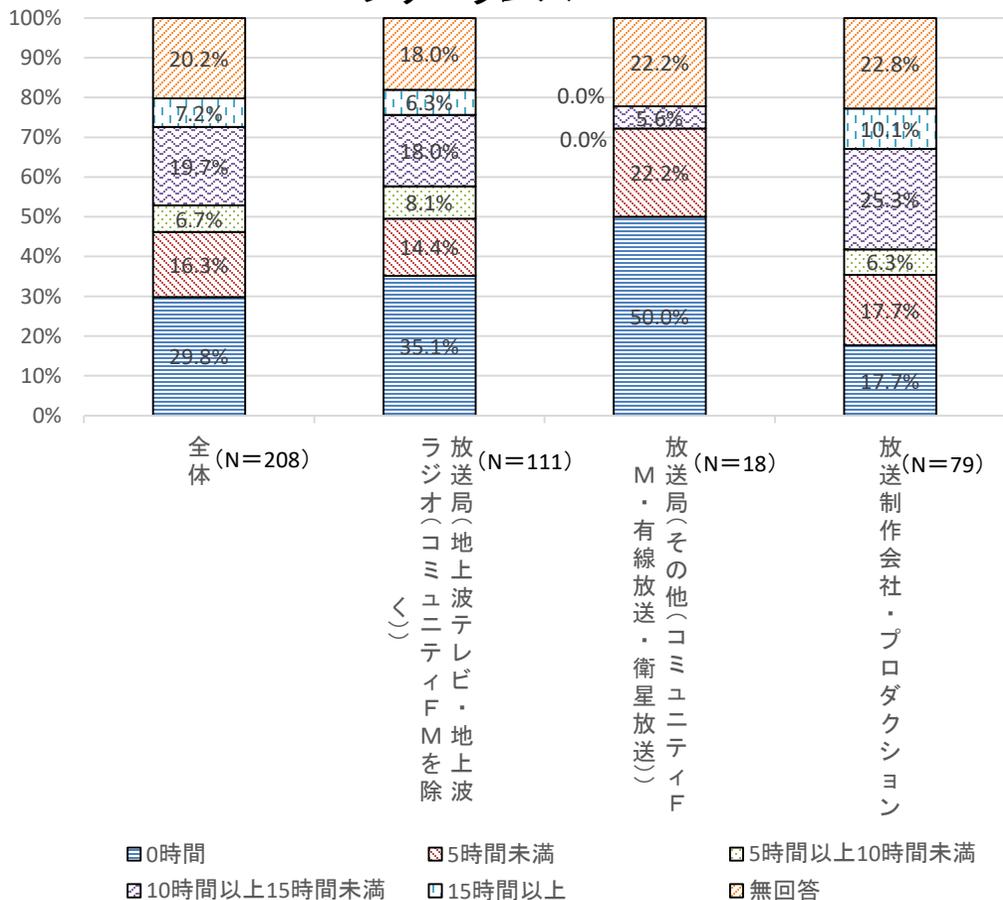
1週間の業務時間・労働時間(繁忙期)



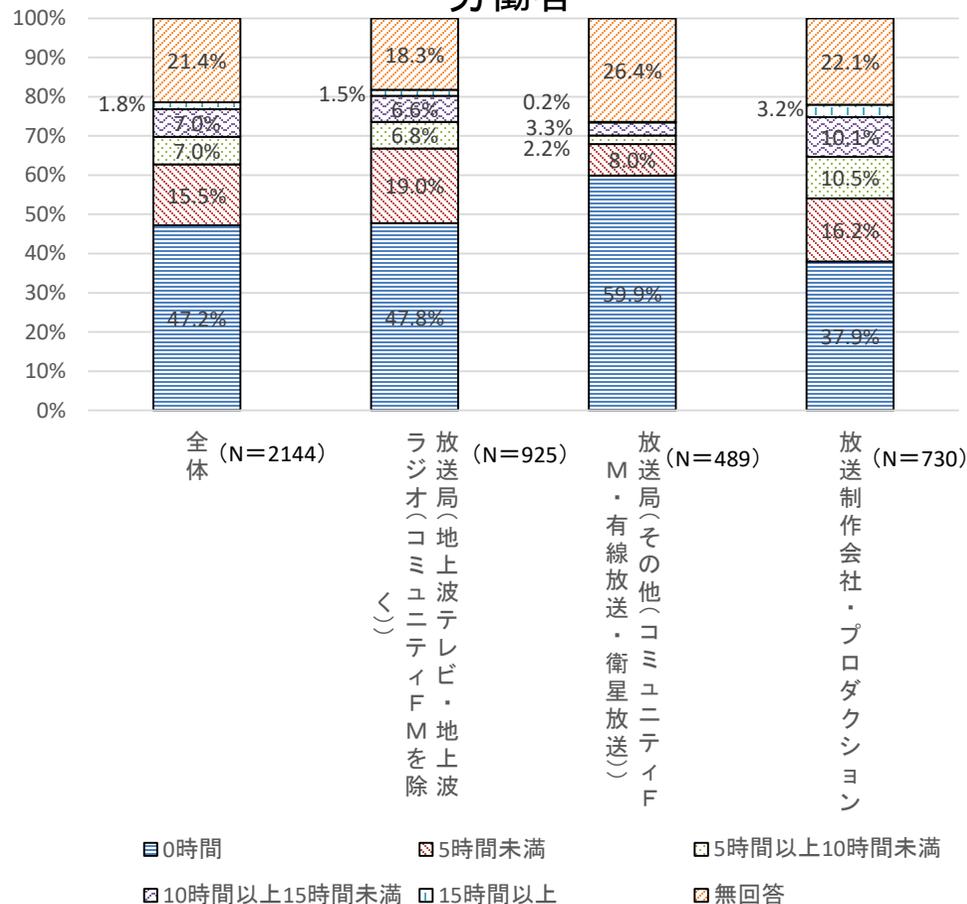
1週間の深夜業務時間・深夜労働時間(通常期)について

- 直近1年間における1週間の深夜(22時～翌5時)の業務時間(通常期)について、「フリーランス」をみると、「放送局(その他(コミュニティFM・有線放送・衛星放送))」は、3つの業種の中で、「0時間」(50.0%)の割合が最も高く、半数となっている。
- また、「フリーランス」のうち「放送制作会社・プロダクション」は、3つの業種の中で、「15時間以上」(10.1%)の割合が最も高く、労働者のいずれの業種と比べても、最も割合が高くなっている。
- 全体でみると、10時間以上の回答の割合は、「労働者」については1割に満たないが、「フリーランス」については約1/4を占めている。

フリーランス 1週間の深夜業務時間・深夜労働時間(通常期)



労働者

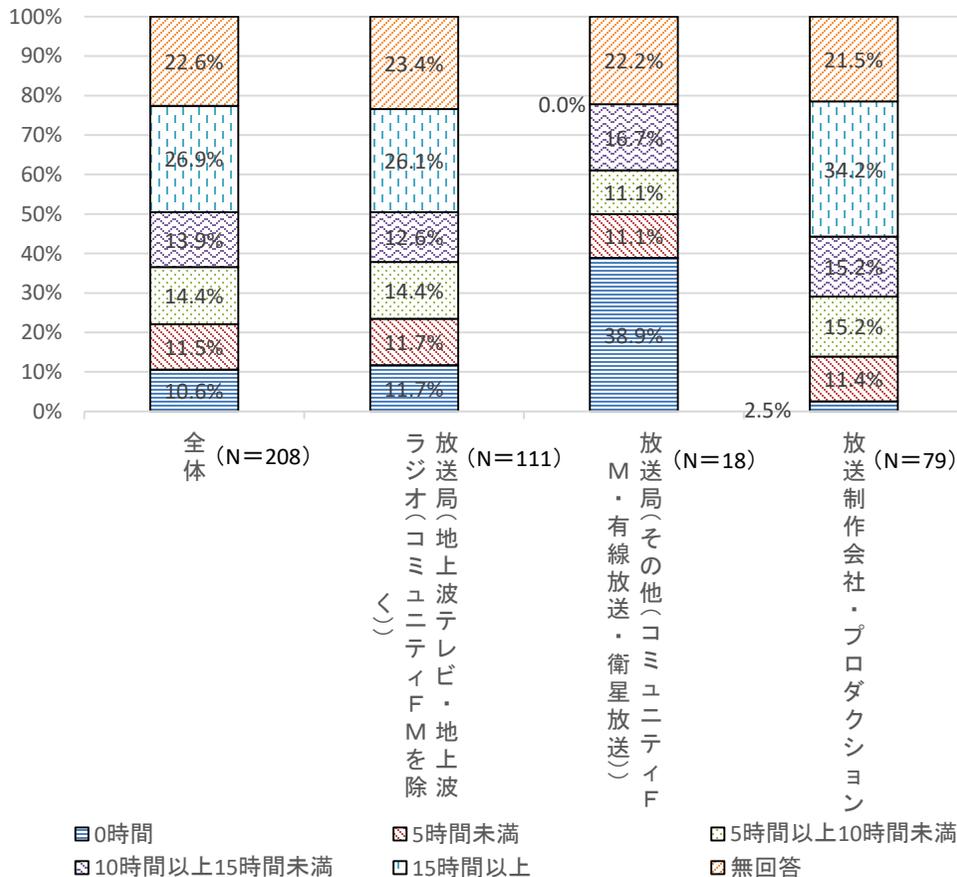


1週間の深夜業務時間・深夜労働時間(繁忙期)について

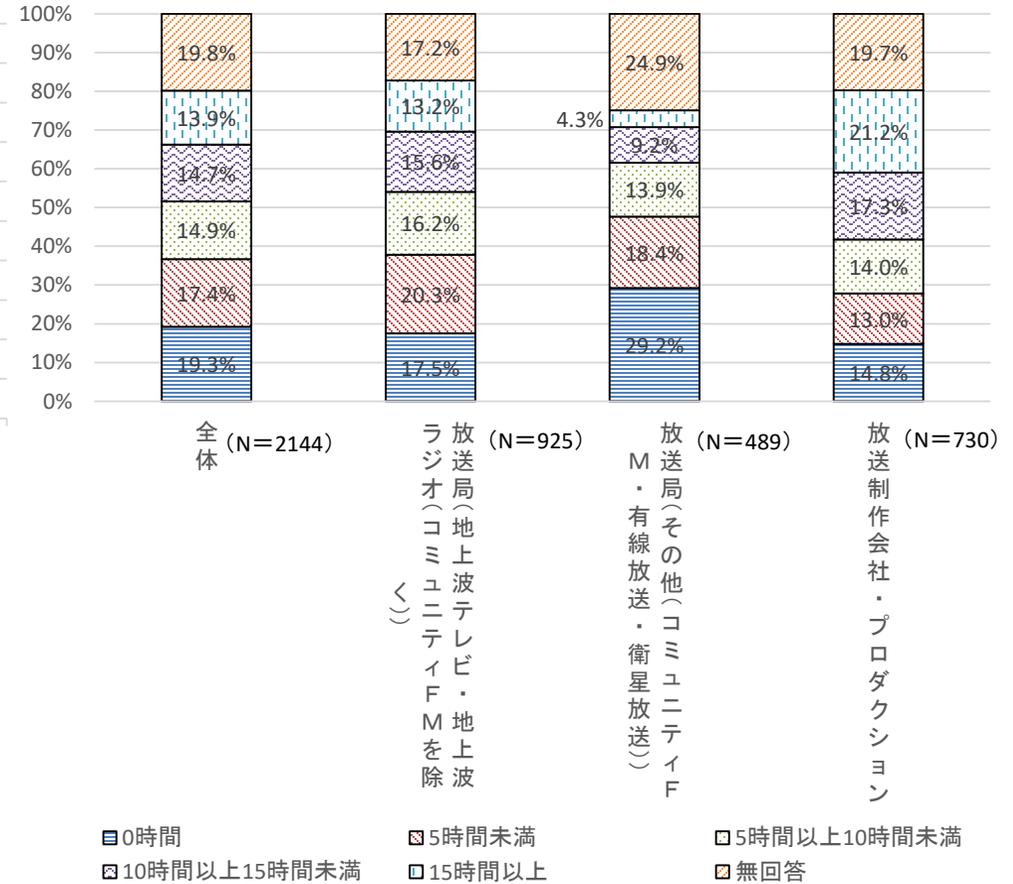
- 直近1年間における1週間の深夜(22時～翌5時)の業務時間(繁忙期)について、「フリーランス」をみると、「放送局(その他(コミュニティFM・有線放送・衛星放送))」は、3つの業種の中で、「0時間」(38.9%)の割合が最も高くなっている。
- また、「フリーランス」のうち「放送制作会社・プロダクション」は、3つの業種の中で、「15時間以上」(34.2%)の割合が最も高く、また、労働者のいずれの業種と比べても、最も割合が高くなっている。
- 全体でみると、「15時間以上」の回答の割合は、「労働者」(13.9%)よりも「フリーランス」(26.9%)の方が約2倍高くなっている。

1週間の深夜業務時間・深夜労働時間(繁忙期)

フリーランス



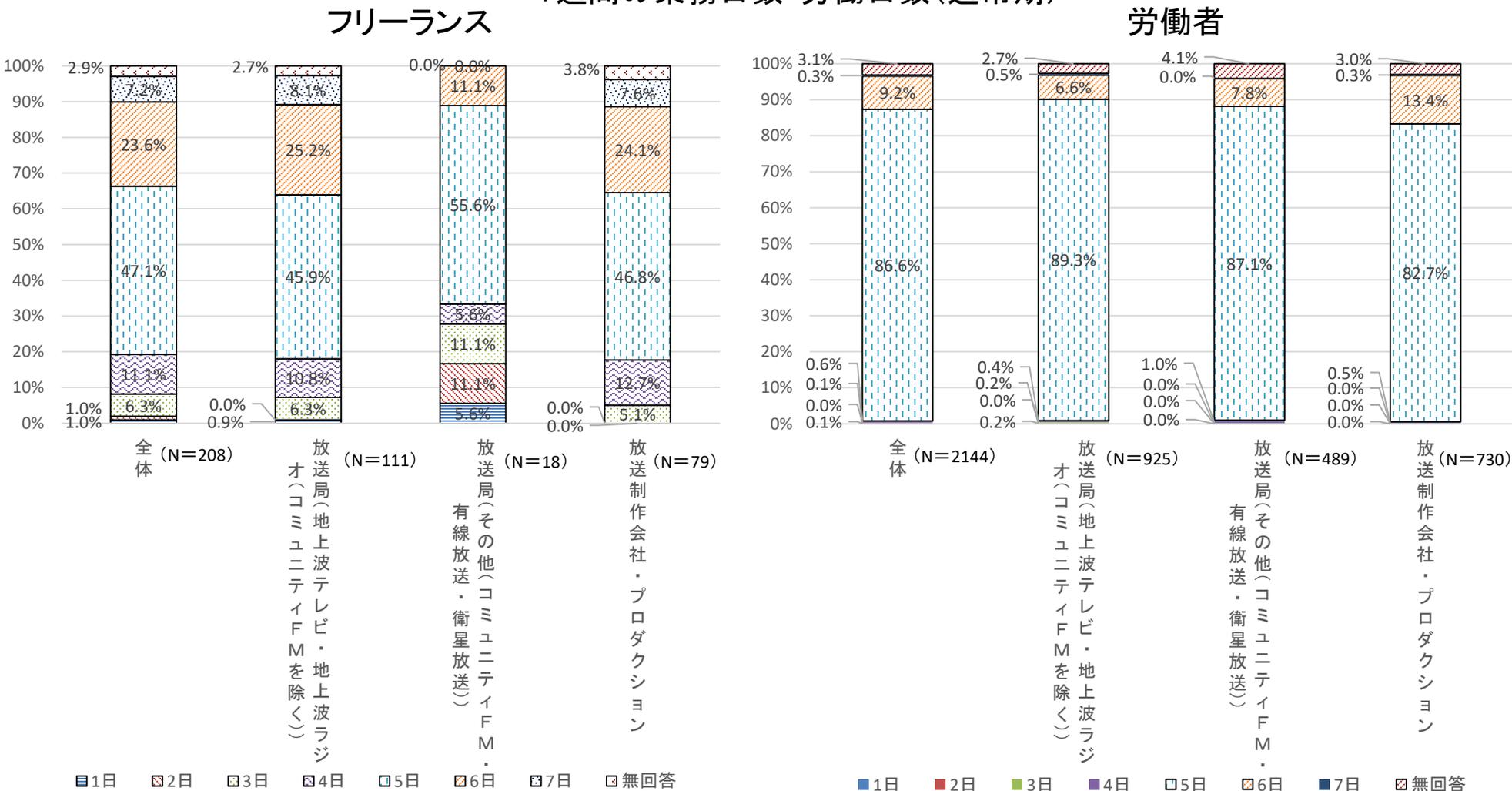
労働者



1週間の業務日数・労働日数(通常期)について

- 直近1年間における1週間の業務日数・労働日数(通常期)について、「フリーランス」をみると、いずれも「5日」の割合が最も高くなっている。
- 「労働者」と比較すると、いずれの業種も、労働者の方が「5日」の割合が高く、8割以上となっている。また、全体でみると、「6日」「7日」の回答の合計の割合については、「フリーランス」は「労働者」の約3倍の割合となっている。

1週間の業務日数・労働日数(通常期)

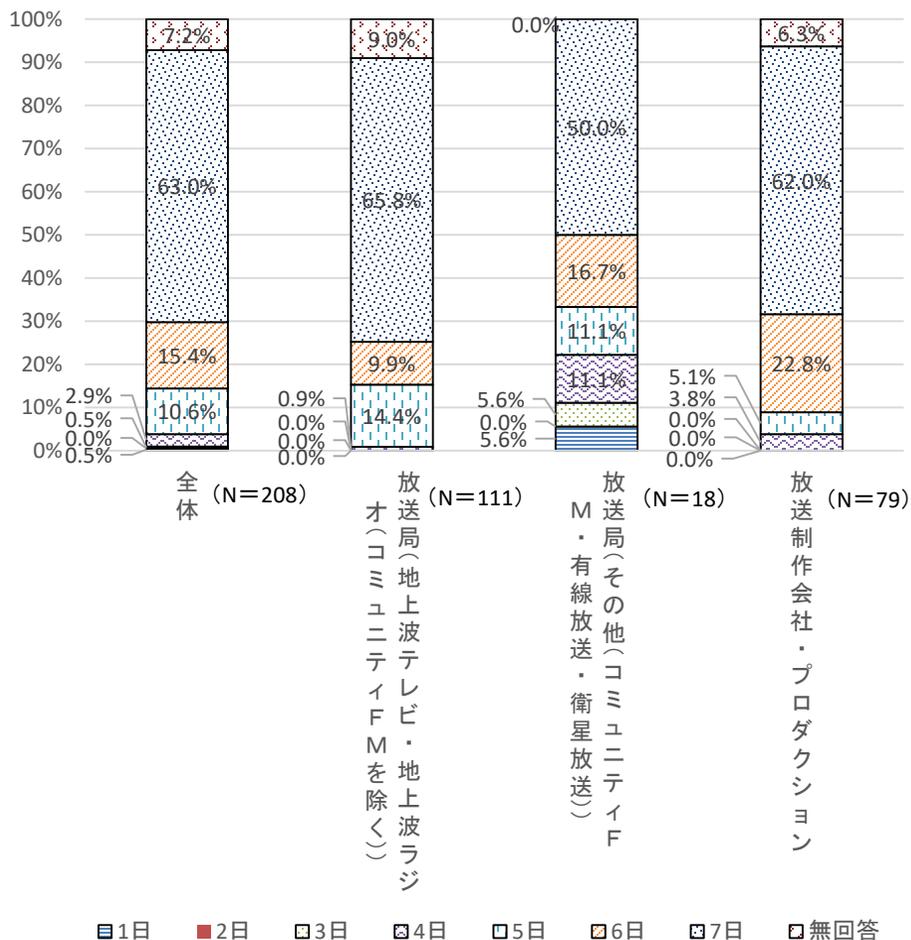


1週間の業務・労働日数(繁忙期)について

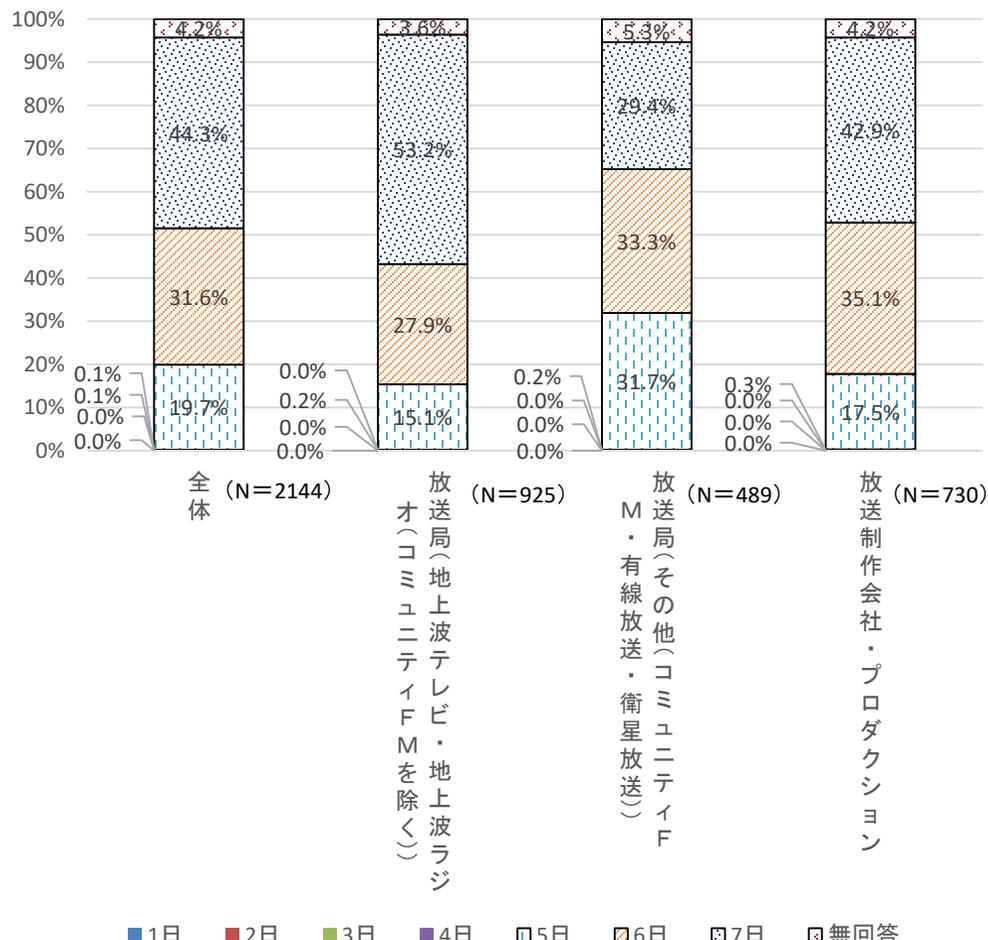
- 直近1年間における1週間の業務日数・労働日数(繁忙期)について、「フリーランス」をみると、いずれも「7日」の割合が最も高く、半数以上となっている。
- 「労働者」と比較すると、いずれの業種でも、「7日」の割合は、フリーランスの方が高くなっている。

1週間の業務日数・労働日数(繁忙期)

フリーランス



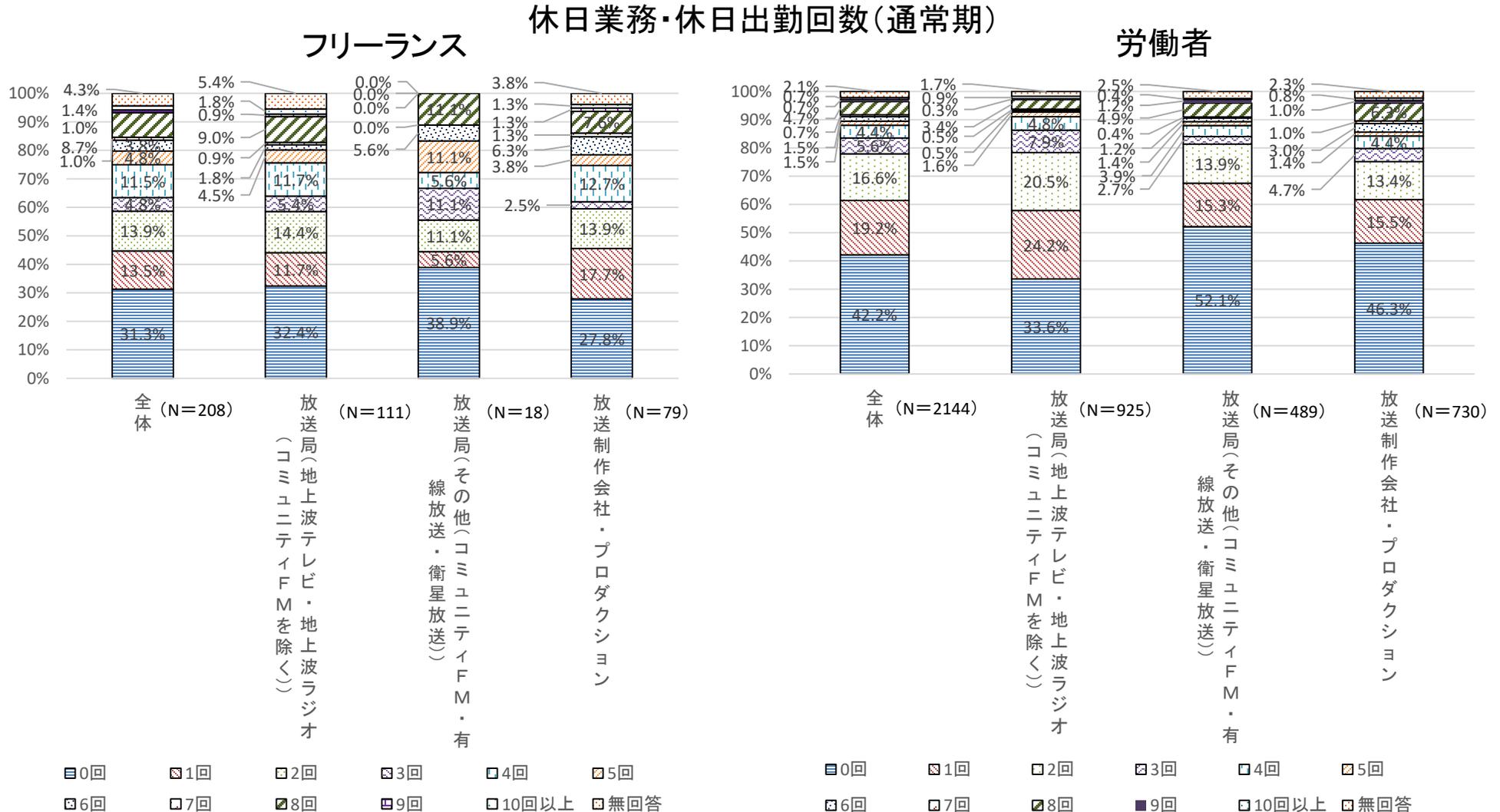
労働者



休日業務・休日出勤回数(通常期)について

○休日業務回数(1か月における土日又は休日を予定していた日に業務を行った回数)(通常期)について、「フリーランス」をみると、いずれも「0回」の割合が最も高くなっている。

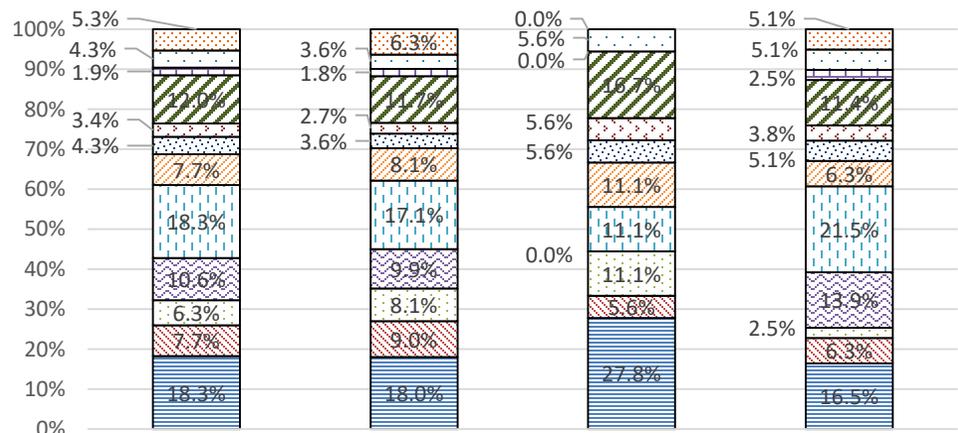
○いずれの業種も、「0回」の割合は「労働者」の方が「フリーランス」よりも高くなっている。



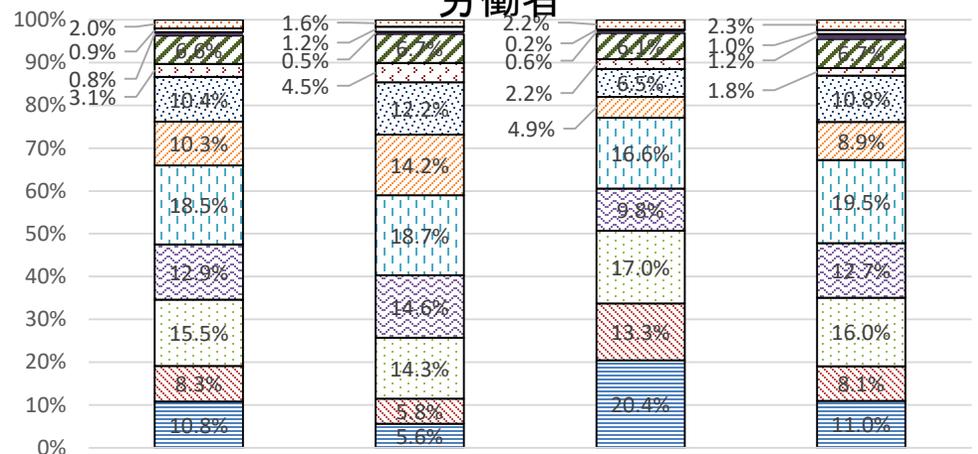
休日業務・休日出勤回数(繁忙期)について

○休日業務回数(1か月における土日又は休日を予定していた日に業務を行った回数)(繁忙期)について、「フリーランス」をみると、「放送制作会社・プロダクション」は、3つの業種の中で、「0回」の割合が最も低くなっている。
 ○いずれの業種も、「0回」の割合は「フリーランス」の方が「労働者」よりも高くなっている。

フリーランス 休日業務・休日出勤回数(繁忙期)



労働者 休日業務・休日出勤回数(繁忙期)

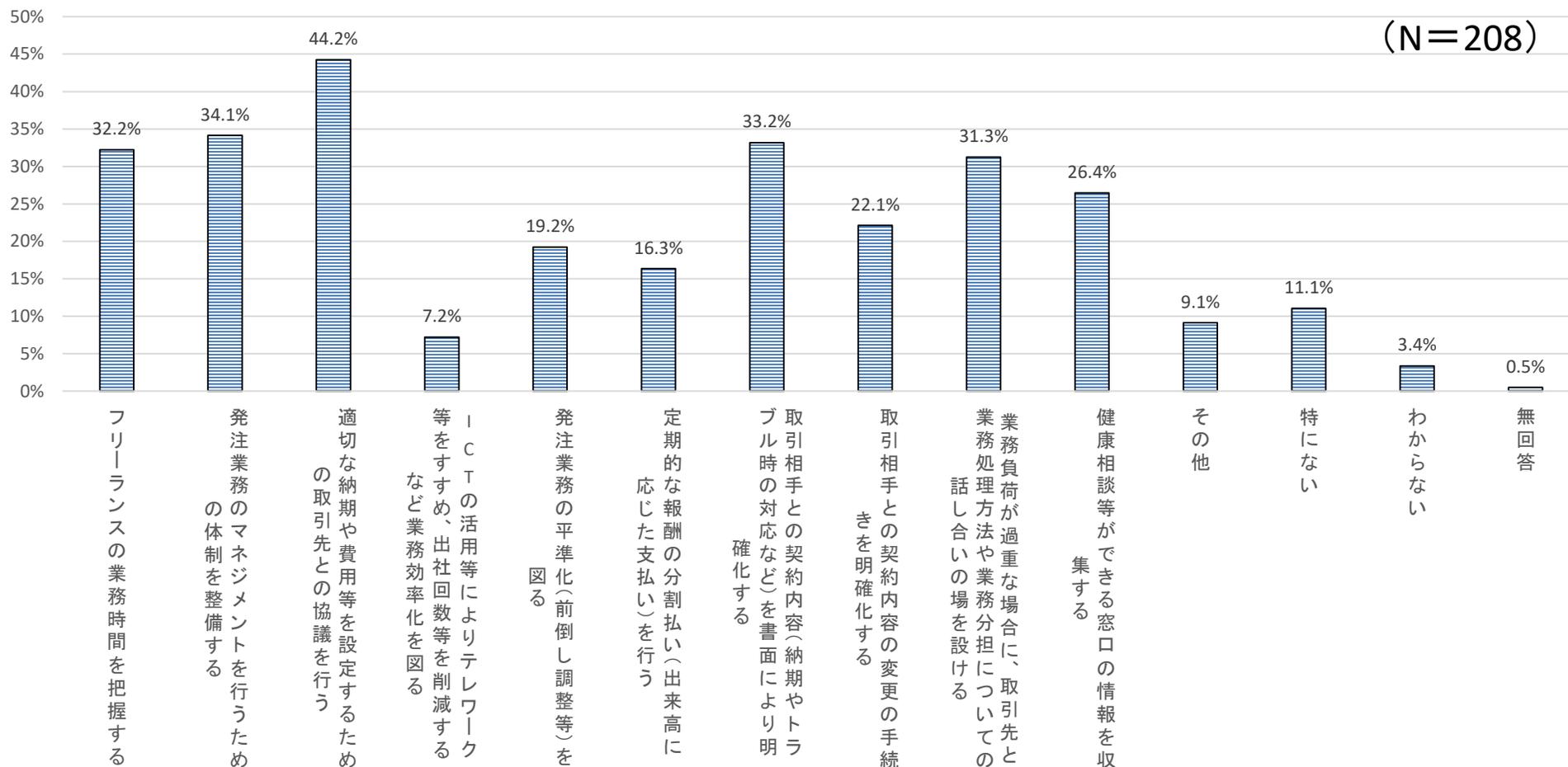


■ 0回 ■ 1回 ■ 2回 ■ 3回 ■ 4回 ■ 5回 ■ 6回 ■ 7回 ■ 8回 ■ 9回 ■ 10回以上 ■ 無回答

過重労働防止に向けて企業や業界において必要だと感じる取組について

○過重労働防止に向けて企業や業界において必要だと感じる取組について、「適切な納期や費用等を設定するための取引先との協議を行う」(44.2%)の割合が最も高く、次いで、「発注業務のマネジメントを行うための体制を整備する」(34.1%)、「取引相手との契約内容(納期やトラブル時の対応など)を書面により明確化する」(33.2%)の順に割合が高い。

過重労働防止に向けて企業や業界において必要だと感じる取組(複数回答)



フリーランスの活用状況

- フリーランスの活用状況について、「放送制作会社・プロダクション」では、「よく活用している」(47.8%)、「非常に活用している」(11.0%)となっており、合わせて約6割。
- 「放送局」では、6割以上が「あまり活用していない」、「まったく活用していない」となっており、「放送制作会社・プロダクション」との傾向の違いが見られる。

フリーランスの活用状況(企業調査)

