

クリエイティブワークの見積り事例調査結果 ～印刷関連サービス積算体系検討委員会の活動報告～

一般財団法人経済調査会 調査研究部 第二調査研究室

1. はじめに

経済調査会（以下、当会）では、情報伝達の目的・戦略の策定に当たる「広報活動などにおける課題解決のためのコミュニケーション戦略活動」を“クリエイティブワーク”と呼び、そのワークフローや専門職の担当領域、積算の考え方などについて体系的な整備を行い、受発注者間の合意形成に活用していただくことを目的として、2014年11月に「印刷関連サービス積算体系検討委員会」（以下、当委員会）を発足しました（出席者図表1）。

当委員会では、印刷業者やクリエイティブの専門業者、コンサルタントなどの有識者とともに議論を重ね、関連する調査を実施し、クリエイティブワークに関わるワークフローや積算方法などの把握に努めています。

本稿では、前号（2024年版）に続き、2024年に実施した「クリエイティブワークに関する調査」の調査項目である見積り事例調査の結果を紹介します。なお、調査内容については、当委員会で議論し設計しました。

図表1 当委員会の委員および出席者（順不同・敬称略）

出席者名	所属
富澤 隆久	全日本印刷工業組合連合会
山本 久喜	全日本印刷工業組合連合会
鈴木 伸一	(一社) 日本グラフィックサービス工業会
藤井 建人	(公社) 日本印刷技術協会
宮本 泰夫	(株) バリューマシンインターナショナル
森脇 卓	クリエイティブ・ディレクター
益子 貴寛	(株) サイバーガーデン
三上 峰生	(公社) 日本広告制作協会
青柿 良和	全日本印刷工業組合連合会
事務局	(一財) 経済調査会

2. 2024年 クリエイティブワーク見積り事例調査の概要

2024年に実施した「クリエイティブワーク見積り調査」の概要は以下のとおりです。

- 調査時期 2024年8～9月
- 調査方法 郵送による書面調査
- 調査目的 クリエイティブワークの見積りで使用される料金項目や料金水準を把握するため
- 調査対象 クリエイティブ企業（主に広告宣伝やプロモーションに関わるメディアの編集デザインを主業務とする企業）215社
印刷企業（主に印刷物の編集デザインおよび製造を主業務とする企業）522社
※印刷企業については「印刷市況・見積りに関する調査」に同封する形式で実施
- 調査内容 プロジェクト案件の業務仕様（図表2）を提示し回答欄に見積り内容・金額を記載してもらう

3. 2024年 クリエイティブワーク見積り事例調査結果

(1) 回収数

2024年のクリエイティブワーク見積り事例調査の回収数は、クリエイティブ企業が8社（回収率3.7%）、印刷企業が19社（回収率3.6%）でした。当会では、今後の回収率向上を目指し、調査対象の選定や調査方法など、改善点を検討していく所存です。

図表2 見積り事例調査で使用した業務仕様

項目	内容
1.依頼主	X市役所 IT産業活性プロジェクト UIターンプロジェクト推進チーム
2.業務名	●X市「UIターンプロジェクトイベント」 広報パンフレット・動画 企画制作業務委託 ※印刷業務は不要
3.目的	●少子高齢化によりX市の就労人口が減少傾向にある中、IT産業活性に取り組むX市へのUIターン就労を促進するため、主に主要都市のIT業界就労者および就職を志す若年層に対し、X市が開催するUIターンプロジェクトイベントへの参加を強力にアピールする
4.主要ターゲット	●主に主要都市在住でX市のIT業界へのUIターンが期待できるIT業界就労者および就職を希望する学生
5.業務内容 (制作アイテム)	<p>①パンフレットの企画制作</p> <ul style="list-style-type: none"> ●デザインおよび印刷用DTPデータ・PDFデータの制作 ※印刷業務は不要 ●パンフレットの概要は以下のとおり <ul style="list-style-type: none"> ・ A4 8ページ/カラー/中綴じ冊子/10,000部使用予定 <p>②インタビュー実施および写真・動画撮影</p> <ul style="list-style-type: none"> ●パンフレット掲載用のインタビュー・写真撮影の実施およびインタビュー記事の編集 ●インタビューの動画撮影 ●インタビュー・撮影の概要は以下のとおり <ul style="list-style-type: none"> ・ 実施は1日のみで、設営から撮影までの所要時間は4時間以内とし、当日の運営はX市が行う ・ 実施会場 (X市内)・日程調整・インタビューを受ける対象者の選定・質問項目はX市が事前に準備 ・ インタビューを受ける対象者は3人とし、インタビュー時間は30分/人、掲載写真は3カット/人程度 <p>③ 動画制作</p> <ul style="list-style-type: none"> ●X市WebサイトおよびSNSに公開する動画の制作 ●動画の概要は以下のとおり <ul style="list-style-type: none"> ・ 動画は12分程度 (X市IT産業活性プロジェクトの紹介が3分、インタビューが3分/人×3人) ・ X市IT産業活性プロジェクトの紹介は、既存の動画 (10分) を支給、3分程度に編集すること ・ インタビュー動画は、②で撮影した動画を 3分/人×3人に編集すること ・ オープニングタイトルやエンドロール、テロップの制作も実施すること ・ 挿入音楽・効果音などの選定も必要に応じて実施すること
6.表現要件	<ul style="list-style-type: none"> ●X市の賑わいや華やかさをアピールすること ●X市の特色や魅力、豊かな将来性を抽出し、他地との違いや優位性をアピールすること ●仮想的なイメージ表現ではなく、現実感を重視した表現とすること
7.スケジュール	●業務期間 (予定)：契約日2023年○月○日～納品日まで2ヶ月
8.成果品	<ul style="list-style-type: none"> ●パンフレット印刷用DTPデータ・PDFデータ (ai, indd等/Linkファイル式/入稿仕様書) ●動画データ
9.提出書類 (プレゼンテーション)	<ul style="list-style-type: none"> ●提出案はパンフレット・動画を1案として企画書にまとめること (1) 企画書 (趣意・詳細説明・スケジュール・企画デザイン体制) (2) カンプリハンシブ (原寸1部) ※動画はオープニングタイトルのイメージが確認できるもの (3) 見積書 (パンフレット・インタビュー・動画それぞれの内訳を提示すること)
10.その他	<ul style="list-style-type: none"> ●契約や企画デザインの著作権等、法務については所定の手続きをお願いいたします ●上記記載以外の成果品の二次利用はありません (必要が生じた場合は別途とします) ●プレゼンテーションに関わる諸費用は本件に含まれますので、ご了承ください

(2) 調査結果

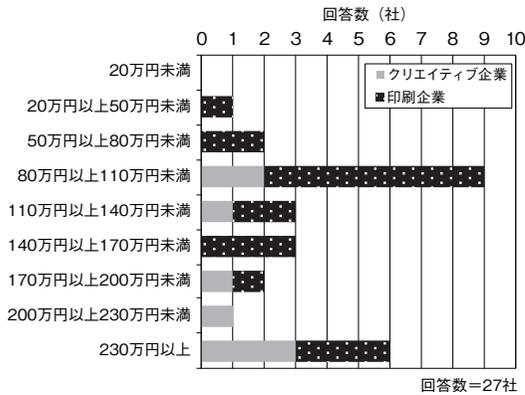
2024年のクリエイティブワーク見積り事例調査の見積り合計をヒストグラム (図表3) で示すと、クリエイティブ企業・印刷企業ともに、回答が各データ区間に分布しており、ばらつきの大きい結果になりました。

なお、クリエイティブ企業は230万円以上満の回答件数が多く、見積り合計の平均値は238万円でした。一方、印刷企業は80万円以上110万円未

満の回答件数が多く、見積り合計の平均値は138万円でした。

2024年のクリエイティブワーク見積り事例調査では、主たる料金項目として、以下の回答欄を設けました。

- 業務全体に関わる「企画料」「進行管理料」「ディレクション料」「任意記入欄」
- ①パンフレット制作に関わる「ディレクション



図表3 見積り事例調査の見積り合計 (ヒストグラム)

- 料」「デザイン料」「DTP制作料」「任意記入欄」
- ②インタビュー実施に関わる「インタビュー実施料」「インタビュー編集料」「写真撮影料」「動画撮影料」「任意記入欄」
- ③動画制作に関わる「ディレクション料」「動画編集料」「オープニングに関わる料金」「エンドロールに関わる料金」「テロップに関わる料金」「挿入音楽に関わる料金」「任意記入欄」
- その他の料金 (任意記入欄)

クリエイティブ企業と印刷企業の回答を比較すると、クリエイティブ企業のほうが全般的に各項目の回答料金の水準が高い傾向にあります。差が目立った項目は以下のとおりです。

- 業務全体に関わる「企画料」「進行管理料」
- ①パンフレット制作に関わる「デザイン料」
- ②インタビュー実施に関わる「インタビュー編集料」「写真撮影料」
- ③動画制作に関わる「ディレクション料」「動画編集料」「挿入音楽に関わる料金」

なお、各項目の回答料金に差が生じた要因としては、クリエイティブ企業のほうが印刷企業よりも項目ごとの単価が高いことが挙げられます。

この点について、印刷企業からは、「印刷企業はこれまで印刷物の製作を主としたビジネスをしてきたため、クリエイティブワークから印刷物の

製作までの一連のビジネスに携わる際、クリエイティブワークの価値を適切にプライシング (価格設定) する経験則や判断基準を持っていないことが影響しているのではないか」、「専門のディレクターがいる印刷企業は少なく、見積り作成の際、デザイナーの単価がベースになっているため、ディレクターの単価と差が出ているのではないか」との意見がありました。

今後のクリエイティブワークの見積り事例調査では、料金項目ごとに対象となる作業領域や担当者、主な作業内容を整理し、回答企業ができるだけ同じ解釈で回答することが可能になるよう、調査資料や回答欄などを改善していきたいと考えています。

なお、本誌のP20～21に「クリエイティブワークの基本的な料金項目」を整理していますので、是非ご覧ください。

4. おわりに

本稿では、当会が2024年に実施したクリエイティブワーク見積り事例調査の結果を紹介しました。

プロジェクト案件の業務仕様を提示し回答欄に見積り内容・金額を記載してもらう形式で実施するクリエイティブワーク見積り事例調査は、2024年で6回目となりました。

クリエイティブワークについては、印刷物の製作に比べると、見積り手法や料金項目の区分など、基準となる考え方の整備は進んでいませんが、クリエイティブワーク見積り事例調査の回数を重ねるごとに、業務仕様の明確化や回答欄となる料金項目の区分の見直しなどに取り組んでいます。

当会では、今後もクリエイティブワークに関する調査を実施し、クリエイティブワークの積算方法や料金に影響を与える要因などを整理したうえで、本誌にて発表していく予定です。