

# クリエイティブワークの見積りで使用される料金項目について ～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

## はじめに

経済調査会（以下、当会）では、これまで、印刷物製作を担う印刷関連業界各位のご協力のもと、印刷物製作費に関わる積算体系や料金水準を調査し、その結果を「積算資料印刷料金」（以下、本誌）に掲載してきました。

印刷物は、情報を伝えるための代表的なメディアとして幅広く利用されてきました。現在では、インターネットなどのデジタルメディアを含め、メディアが多様化しているため、伝える情報やターゲットなどの条件に合わせて、使用するメディアや表現方法などを適切に選定することが必要になっています。

なお、使用するメディアや表現方法などを適切に選定するためには、情報伝達の目的やゴール、ターゲットなどを明確にし、求めるゴールにたどり着くための手段を戦略的に策定していくことが重要です。

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。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（出席者図表1）。

当委員会での議論の結果、本誌の2018年版よ

り、クリエイティブワークの定義や必要性、ワークフローやケーススタディについて、新規に掲載を開始しました。また、2019年版（前号）では、受発注に必要なオリエンテーション、基本的な積算の考え方、見積例を追加掲載しました。

本稿では、2019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事例調査の結果を紹介し、クリエイティブワークの見積りで使用される料金項目についての傾向を整理してみたいと思います。

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
橋本 唱市	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) バリューマシー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
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

## 2019年 クリエイティブワークの見積事例調査の概要

2019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事例調査の概要は以下のとおりです。

- 調査時期 2019年7～9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) 306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)

1,046社

※印刷企業については「印刷見積積  
算に関する調査」に同封する形式  
で実施

○調査内容 プロジェクト案のオリエンテーショ

ンシート (図表2) を提示し回答欄  
に見積内容を記載してもらう

## 2019年 クリエイティブワークの 見積事例調査結果

### 1) 回収数

見積事例調査の回収数は、クリエイティブ企業  
が11社 (回収率3.6%)、印刷企業が52社 (回収率

図表2 見積事例調査で使用したオリエンテーションシート

【オリエンテーションシート】

項目	内容
1.依頼主	X市役所Y部 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」広報ポスター・パンフレット企画制作業務委託
3.制作アイテム	①ポスター 1点/B1縦型/片面カラー/1,000部使用予定 ②パンフレット 1点/A4 8ページ/カラー/10,000部使用予定
4.主要ターゲット	主に首都圏 <sup>(※1)</sup> 在住でX市のIT業界にUIターンを検討中と思われるIT業界就労者および就職を希望する若年層 (男女不問, 就労者は未婚不問, 若年層は主に都内 <sup>(※2)</sup> 在住の大学生)
5.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, 主に首都圏 <sup>(※1)</sup> 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
6.業務内容	①広報ポスター・パンフレットの企画 ②広報ポスター・パンフレットのデザインおよび印刷用DTPデータ・PDFデータの制作 ③広報パンフレット掲載用のインタビュー・撮影の実施およびインタビュー記事の編集作業 ●インタビュー・撮影については以下のとおり。 ・実施は1日のみで, 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市が事前に準備する ・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 程度とする
7.必須掲載要素	ポスターは見やすさ・簡潔さを, パンフレットは読みやすさ・具体性を重視する ①X市の特色と魅力, X市での暮らしと就労の楽しさや充実感を喚起するアイキャッチ ②UIターンプロジェクトイベントの目的, 開催日時, 開催場所, 参加企業名 ③参加資格・参加方法等 ④X市のロゴタイプ, シンボルマーク, アドレス, 問い合わせ, 連絡先 (データはX市より支給) ⑤パンフレットには, UIターンによりX市内で働く人へのインタビュー記事・撮影写真を掲載
8.表現要件	①X市の賑わいや華やかさをアピールすること ②X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 ③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 ④視認性を重視した明快なグラフィックデザインとすること
9.実施スケジュール	業務締結日から2ヶ月間
10.成果品	ポスター・パンフレットの印刷用DTPデータおよびPDFデータ (印刷は不要) ・PDFファイルについては, 印刷物による配布と同時にX市Webサイトに掲載
11.提出書類 (プレゼンテーション)	提出案はポスター・パンフレットともに1案のみとする (下記①~⑤の書式は自由) ①企画書 (趣意・詳細説明) 1部 ②カンブリヘンシブ (原寸, ポスター・パンフレットそれぞれ1部) ③スケジュール表・体制表 (スタッフ構成・チーム編成など) 1部 ④見積書 1部 ⑤会社案内・業務実績 1部
12.その他	●契約や企画制作物の著作権等, 法務については所定の手続きをお願いいたします ●現時点では, 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

※1 貴社の所在地が関東地区以外の場合は, “首都圏”を“近隣大都市圏”と読み替えてください。

※2 貴社の所在地が関東地区以外の場合は, “都内”を“近隣大都市内”と読み替えてください。

5.0%)でした。回収率は低い結果といわざるを得ませんが、回答内容からは一定の傾向を把握することができました。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。

## 2) 調査結果

見積事例調査の調査結果について、本稿では三つの内容で紹介します。

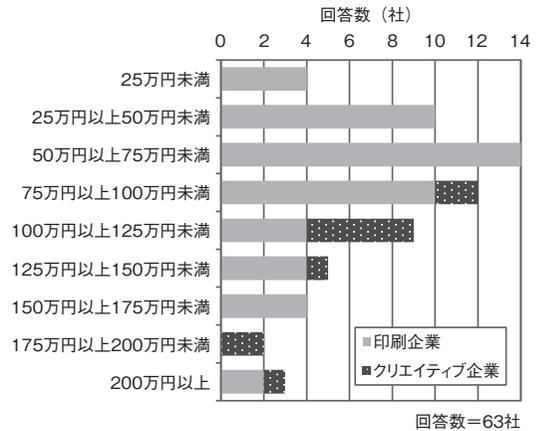
### ①見積合計

まず、見積合計についてみてみます。

今回の見積事例調査の見積合計をヒストグラム(図表3)で示すと、データ区分が25万円未満から200万円以上まで幅広く、回答に大きなばらつきがあると判断できます。このような結果になった要因としては、オリエンテーションシートにより、プロジェクトの内容を一定のレベルで伝えているものの、予算についての情報がないため、回答者が見積りを作成する際に想定した提案内容とかかる費用に差が出たためだと考えられます。

なお、受注者がプロジェクト予算を確認する方法についてアンケート調査を行った結果では、「オリエンテーションで発注者から予算が提示されるケースが多い」との回答が32.9%、「発注者から予算の提示はないが、別途確認して予算を教えてください」との回答が36.5%で、予算を確認しているケースが回答の70%程度を占めました。発注者が官公庁の場合、プロジェクト予算を事前に提示することは難しいため、上記のアンケート調査結果は民間の企業間取引を対象とした回答だと思われませんが、この結果より、プロジェクト予算がクリエイティブワークの見積り内容に影響を及ぼすケースもあるといえます。

※図表3の料金水準については、回収率が低いこと、回答に大きなばらつきがあることから、参考値扱いとしますのでご注意ください。



図表3 見積事例調査の見積合計 (ヒストグラム)

### ②料金項目

次に、見積合計の内訳となる料金項目についてみてみます。

今回の見積事例調査では、あらかじめ必要と思われる料金項目を回答欄に記載し、それ以外の料金項目を使用する場合は空欄に記入してもらう形式としました。料金項目ごとの回答数(図表4)をみると、管理料金以外の料金項目については、高い頻度で使用されていることが確認できます。また、追加の料金項目が記載された回答はほとんどありませんでした。このような結果になった要因としては、あらかじめ設定された料金項目に当てはめて回答した結果である可能性が高いものの、オリエンテーションシートの記載内容から必要な業務プロセスを類推し、その業務プロセスから見積りに必要な料金項目を設定するという基本的な考え方が表れた結果だといえます。なお、管理料金の使用率が低かった点について、当委員会の議論では、「料金項目としての管理料金の意味合いや位置付けが明確になっていない」「管理料金の対象をプロジェクト管理や全体統括だと考えた場合と、管理料金という項目は使用せず、企画料に含めて回答したのではないか」という意見がありました。

個別の回答を確認すると、例えば、「企画料とディレクション料はデザイン料に含める」という回答や「企画料やディレクション料の内訳として、リサーチ料やキャッチコピー料を設定する」

といったものがありました。このような結果から、クリエイティブワークの見積りで使用される料金項目については、各企業により名称や対象となる作業領域が異なり、標準化には至っていないといえます。

### ③項目別料金の構成比

調査結果の紹介の最後として、項目別料金の構成比についてみてみます。

今回の見積事例調査の平均値を用いて項目別料金の構成比（図表5）を示すと、デザイン料の構成比が20%台で最も高い結果となっています。以前、クリエイティブ企業および印刷企業へのヒアリングで、「企画でアイデアを出し、アイデアを具現化するためにディレクションを行い、その結果デザインサンプルが完成する。目に見える成果品があるため、料金項目として理解を得やすいのがデザイン料である」「企画料やディレクション料は、プロジェクトの規模が小さい場合、料金項目として使用せず、デザイン料に含めることもある。逆に、デザイン料の項目を使用しない案件はない」との意見を聞いたことがあります。今回の見積事例調査の結果をみると、ヒアリングで聞いた意見に近い傾向が出ているといえます。

図表4 料金項目ごとの回答数

料金項目	回答数(社)			料金項目 使用率
	クリエイティブ企業	印刷企業	全体	
企画料	11	44	55	87.3%
ディレクション料	10	38	48	76.2%
デザイン料	11	47	58	92.1%
印刷用DTPデータ制作料	10	44	54	85.7%
撮影に関わる料金	11	49	60	95.2%
インタビューに関わる料金	11	44	55	87.3%
インタビュー記事の編集料	10	41	51	81.0%
管理料金	4	13	17	27.0%
見積合計	11	52	63	—

※料金項目使用率は、料金項目ごとの合計回答数を全体の回答数63社で除した値

## クリエイティブワークの見積りで使用される料金項目の整備に向けて

クリエイティブワークの見積りで使用される料金項目は、基本的に、クリエイティブワークを進める際に必要な作業プロセスにリンクします。

クリエイティブワークを進める際に必要な作業プロセスは、発注者が示すオリエンテーションシートに記載されたプロジェクトの目的やゴール、ターゲット、表現方法についての要求により判断します。

当会では、今回のクリエイティブワークに関する見積事例調査の結果を踏まえ、クリエイティブワークの見積りで使用される料金項目を整備するための課題は、主に以下の点だと考えます。

- ・クリエイティブワークの作業プロセスと料金項目の関連を整備する（可能であれば、作業プロセスと料金項目を同じ名称で整理する）
- ・管理料金の定義と位置付けを整備する（企画料と管理料金の切り分け方を整理する）

2020年の当委員会では、クリエイティブワークの見積りで使用される料金項目の整備に向けた議論および調査を実施し、現在、本誌にて示しているクリエイティブワークのワークフローと料金項目の関係（P17）をより実用的な内容に更新するべく、活動してく予定です。

図表5 項目別料金の構成比率(集計上の平均値にて算出)

料金項目	構成比		
	クリエイティブ企業	印刷企業	全体
企画料	13.9%	16.9%	16.1%
ディレクション料	12.8%	13.8%	12.9%
デザイン料	29.1%	23.8%	24.8%
印刷用DTPデータ制作料	12.2%	12.8%	12.7%
撮影に関わる料金	9.1%	10.4%	10.5%
インタビューに関わる料金	5.6%	6.8%	6.3%
インタビュー記事の編集料	6.3%	6.3%	6.3%
管理料金	11.1%	9.2%	10.5%
見積合計	100.0%	100.0%	100.0%

回答数=63社

※構成比は小数点第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100%にならない