

# 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（2022年版）に続き、2022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                   |
|-------|----------------------|
| 瀬田 章弘 | 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            |

## 2. 2022年 クリエイティブワークの見積り事例調査の概要

2022年に実施した「クリエイティブワークに関する見積り調査」の概要は以下のとおりです。

- 調査時期 2022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）277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）697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. 2022年 クリエイティブワークの見積り事例調査結果

### (1) 回収数

2022年の見積り事例調査の回収数は、クリエイティブ企業が19社（回収率6.9%）、印刷企業が52社（回収率7.5%）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了業務仕様

| 項目                 |               | 内容  |
|--------------------|---------------|---|
| 1.依頼主              | 社名            | クリエイティブシューズ株式会社   |
|                    | 弊社概要          | ・事業内容：各種靴の製造、販売、修理 ・売上高：200億円 ・お取引先：国内約200社   |
| 2.業務名              |               | サンクスイベント2023 展示会用ツール一式の企画デザイン業務委託 【印刷業務は別途】   |
| 3.目的               |               | ・国民の健康志向およびビジネスシーンにおけるカジュアル志向が進み、カジュアルシューズの需要が拡大する中、2023年に投入する新ブランドのカジュアルシューズを強力にアピールし取扱店を増やす<br>・目標イベント来場社数：150社以上（前回実績120社）             |
| 4.主要ターゲット          |               | ・サンクスイベント2023の主要ターゲット：お取引先様各社のVIPおよび営業担当者<br>・新ブランド「〇〇シリーズ」の主要ターゲット：30～40歳代のビジネスパーソン  |
| 5.イベント概要           | 基本情報          | ・イベント名称：クリエイティブシューズ サンクスイベント2023<br>・開催期間：2023年3月1日（水）～3月3日（金）の3日間／開場：14:00／閉場：17:00<br>・主催：クリエイティブシューズ株式会社 ・会場：クリエイティブシューズ株式会社 本社ショールーム  |
|                    | 展示会           | ・2023年投入の新ブランド「〇〇シリーズ（メンズ／レディス：全6種）」の展示および試着<br>・上記以外の2022年春夏シーズン主要ラインナップ（メンズ／レディス：全20種）の展示および試着  |
|                    | 特別イベント        | ・新ブランド「〇〇シリーズ」を手がけた国内若手気鋭デザイナー〇〇〇〇氏によるプレゼンテーション<br>・新ブランド「〇〇シリーズ」の多彩なコーディネートをお楽しみいただけるミニファッションショー   |
|                    | プレゼント         | ・開催期間中、ご来訪いただいたお客様全員に〇〇〇〇社製「〇〇〇〇〇」を進呈<br>・開催期間中、新規お見積をご依頼いただいたお客様全員に〇〇県名産〇〇〇を進呈   |
| 6.デザインアイテム         | ①案内セット        | ・イベントリーフレット：A4三つ折り／裏表2ページ／4色<br>・招待状（入場券兼用）：(W) 100× (H) 148mm／裏表2ページ／4色<br>・封筒：洋形長3号／4色<br>※イベントリーフレットには、イベント概要、会場案内図、新ブランド「〇〇シリーズ」を必ず掲載 |
|                    | ②ポスター         | ・会場および弊社関連施設・系列店掲出用：B1縦／片面／4色<br>※イベント概要、会場案内図、新ブランド「〇〇シリーズ」を必ず掲載   |
|                    | ③ペーパーバッグ      | ・会場での配布物やプレゼントのお持ち帰り用：A4タテ型ドキュメントが収納できるもの<br>※用紙、サイズ、形状、デザイン、印刷色についてご提案ください   |
|                    | ④Webランディングページ | ・ランディングページデザイン<br>・「弊社オフィシャルWebサイト」に掲載する当該イベントの追加ページをご提案ください<br>・コーディング等は弊社情報システム部門で行います  |
|                    | 注意事項          | ・上記①～④のアイテムに使用する、弊社の社名ロゴマーク、ブランドや製品のロゴマーク、新ブランド「〇〇シリーズ」の製品写真やアピールポイント等は、別途URLよりダウンロード願います<br>・上記①～③のアイテムの印刷予定数量は、500～600部程度を考えています        |
| 7.表現要件             |               | ・上記アイテム①～④については一貫した統一イメージを重視した表現としてください<br>・新ブランド「〇〇シリーズ」のデザインや品質の高さを訴求してください<br>・競合他社との差異を明確に、優位性をアピールしてください                             |
| 8.スケジュール           |               | ・業務期間（予定）：契約日2022年10月6日（木）～デザインアイテム納品日までの約2.5ヶ月<br>・デザインアイテム納品日（予定）：2022年12月20日（火）16:00まで<br>・デザインアイテム配布／掲出開始（予定）：2023年1月16日（月）～イベント終了日   |
| 9.成果品              |               | ・各アイテムのDTPデータ（ai, indd等／Linkファイル一式／入稿仕様書） 【印刷業務は別途】<br>・上記の各アイテムのPDFファイル（各種業務連絡用で使用）<br>・デザインアイテム納品先：弊社指定ストレージ宛一括アップロード                   |
| 10.提出書類（プレゼンテーション） |               | ・提出案はすべてのデザインアイテムで1案としてください（最大提案数は2案まで）<br>(1) 企画書（趣意・詳細説明） 1部 (3) スケジュールおよび企画デザイン体制<br>(2) カンプリヘンシブ（原寸各1部） (4) 見積書                       |
| 11.見積り要件           |               | ・見積書にはデザインアイテムごとの見積額をご提示ください<br>・ご提案内容に写真（新規撮影やデータリソースサービスを含む）・イラスト・図版など別途費用が見込まれる付帯業務が伴う場合は、当該作業の名称、作業内容、点数、価格などを明示願います                  |
| 12.その他             |               | ・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<br>・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）<br>・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

2022年の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、80万円以上110万円未満と110万円以上140万円未満の回答が多く、昨年までの調査に比べると回答のばらつきが小さい結果になりました。

この要因としては、2021年の調査から業務仕様の目的や主要ターゲットの設定を細かくしたこと、およびスケジュール期間を明確にしたことが考えられます。

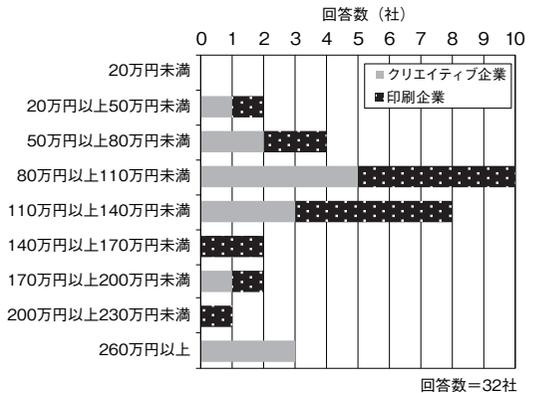
受注者がクリエイティブワークの見積りを行う際、その根拠となるのは、発注者が設定する各種要件を記載した「オリエンテーションシート」（今回の見積り事例調査では「業務仕様」が該当）になるので、その内容を可能な限り明確にすることが見積りの精度向上につながると考えられます。

見積り合計の内訳について、「企画料・進行管理料・ディレクション料」「①案内セット」「②ポスター」「③ペーパーバッグ」「④Webランディングページデザイン」「その他の料金」の項目に区分してみると、「企画料・進行管理料・ディレクション料」と「その他の料金」について、最大値と最小値の差が大きい傾向がみられました。

「企画料・進行管理料・ディレクション料」が高かった回答は、全体の企画料、プロデュース料、制作に関わるディレクション料、コピー考案料など、役割やワークフローごとに料金を設定している傾向がみられました。昨年までの調査を含め、「企画料・進行管理料・ディレクション料」の算出方法には、「時間あたり料金×所要時間」や「アイテムごとの料金×アイテム数」など、さまざまな考え方がみられるため、今後の調査でさらにデータを蓄積し傾向をつかむことが必要だと考えています。

「その他の料金」が高かった回答は、写真撮影やモデルの使用などを項目に挙げ、その料金を算出していました。クリエイティブワークの料金がプロジェクトに対する提案の内容により、大きく変動する可能性があることを改めて確認できたといえます。

また、「クライアントの予算により、見積り内容は異なる」とのコメントがありました。見積り事例調査では、毎回このような回答がみられるため、発注側の予算が提案内容や見積り金額に影響を及ぼす可能性があるかと判断できます。



図表3 見積り事例調査の見積り合計 (ヒストグラム)

## 4. おわりに

本稿では、当社が2022年に実施したクリエイティブワークの見積り事例調査の結果を紹介しました。

今回の調査でも、クリエイティブワークの見積りを行う際に、各種要件を記載した「オリエンテーションシート」の内容が重要になることが確認できました。

オリエンテーションシートは、クリエイティブワークを進める際に大事なポイントをプロジェクトに関わる全員で共有するための資料です。本誌のP16~17にオリエンテーションシートの例を掲載していますので、クリエイティブワークを発注・受注する際の参考としてご覧ください。

新型コロナウイルス感染症の拡大以降、国際的な情勢不安も相まって、資材やエネルギーなどの価格が広範囲にわたり上昇しています。当社の調査では、「これらの価格上昇がクリエイティブワークのコストアップにつながっている」との声が多くなっています。

このような価格変動の状況把握も含め、当社では、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把握していきたいと考えています。また、調査設計や調査結果の検証を含め、クリエイティブワークの積算体系を整理するために、当委員会での議論を継続して行っていく予定です。