

京都大学経済学研究科
Working Paper J-68

番組制作における多様な雇用形態 —中堅ラジオ局の事例を中心に—

2008年5月

久本憲夫
京都大学大学院経済学研究科 教授

川島広明
日本民間放送労働組合連合会 近畿地方連合会 執行委員

はじめに

雇用形態の多様が言われて久しいが、雇用形態を異にする人々の協業についての突っ込んだ研究は多くない。本ワーキングペーパーでは、放送業界、とくにラジオ放送職場における雇用形態の多様化の実態について紹介することを目的としている。

日本の民間放送は大阪と愛知で民間のラジオ放送が1951年に開局したことにはじまり、今年で57年目を迎えている。現在は、AM・FM放送、地上波テレビ放送、衛星放送・CS放送など様々な放送局が開局し日夜途切れることなく放送を送り届けている。

そのなかで、ラジオ放送は人々の生活に密着し日々役立つ情報を提供し続けている。ラジオを聞く多くの人々は、「親がラジオを聞いていたから私もラジオを聞くようになった」という。とはいえ、ラジオ離れは進んでおり30歳代の親を持つ若年層はラジオを聞かなくなってきた。中学生のAMラジオを聞いている比率が2%、高校生に至っては1.5%前後になる。就職希望の大学生40%以上が自社およびラジオの番組を聞いたことがないという¹。

若者に強いと言われるFM放送も例外ではなく開局当時の聴取者を引き連れて聴取者層が移行しているのみで、新たな聴取者層は十分に獲得できているとは言い切れない。AM放送は、開局時からの聴取者の高齢化が進む中で、中高齢者に特化した番組を制作してきたために、若年層から30歳代の聴取者を十分には獲得できていない。そのため、制作経費削減や人員削減の波が押し寄せている。業務委託化の当初は、「現場は非正規労働者に基幹は正規労働者」と言われた時代もあったが、現状では正規労働者（以下、「正社員」とする）だけでは企業も放送も維持できず、基幹的な仕事においても、それ以外の労働者（以下、「非正社員」とする）²に依存する状態になっている。

本稿では、番組の自社制作率68%のある中堅ラジオ局A社を主たる事例として取り上げることにより、正社員と非正社員の業務分担の状況を明らかにしたい。

1. A社で働く人々

1-1. 人員構成

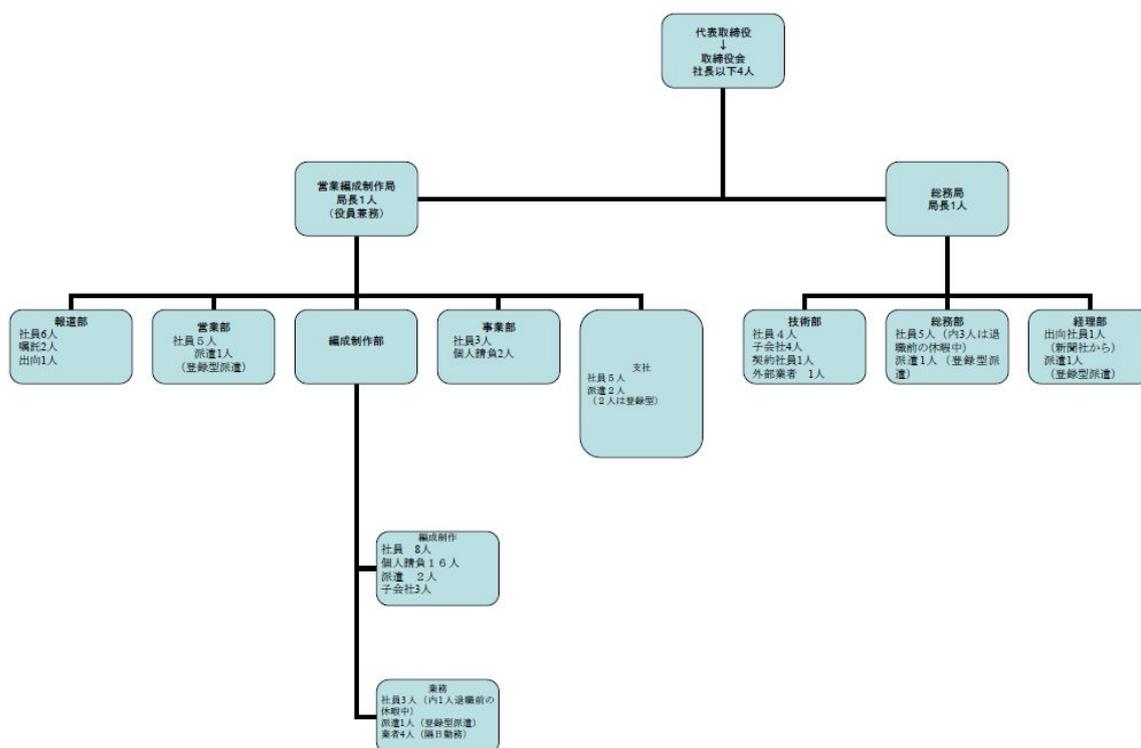
2007年末時点で、A社の人員構成は、常勤役員4人、正社員数42人（内1人は出向）、派遣労働者11人、子会社の社員6人（うち、子会社の正社員4人、契約社員1人、嘱託1人）、業務請負会社の社員4人、個人請負40人程度（常勤スタッフ16人、外部スタッフ20人以上）となっており、全体で100人程度が働いていることになる。

図表1を見ていただきたい。A社は2局体制をとっており、取締役会のもとに、「総務局」と「営業編成制作局」に分かれる。それぞれに局長がいるが、後者の局長は役員が兼務している。

¹ 2005年におこなわれた、あるラジオ放送局の調査による。

² 本ワーキングペーパーでは、直接雇用の非正社員だけでなく、間接雇用の派遣労働者（派遣社員）、請負労働者（請負社員）、フリーランス（個人請負）なども含めて、「非正社員」と称する。正確に言えば、雇用関係にはないが、実体的には雇用に類似した仕事をしており、ほかに適切な用語がないために、便宜的に使う。

図表 1 A社の組織図



(1) 総務局

総務局は、さらに総務部、経理部、技術部に分かれ、総務部は、正社員 5 人（内 3 人は退職前の休暇中）と派遣社員 1 人（登録型）からなっている。この時点では、事実上正社員 2 名である。経理部は出向社員 1 人（新聞社から）と派遣社員 1 人（登録型）である。技術部は正社員 5 人、子会社社員 4 人、契約社員 1 人、外部業者 1 人で構成されている。

(2) 営業編成制作局

営業編成部は、編成制作部、営業部、事業部、報道部、支社からなる。編成制作部はさらに「編成制作」と「業務」に細分化される。「編成制作」には、正社員 8 人、個人請負 16 人、派遣社員 2 人、子会社社員 3 人がおり、正社員は少数派である。「業務」には、正社員 3 人（内 1 人退職前の休暇中）、派遣社員 1 人（登録型）、外部業者 4 人（隔日勤務）で構成されている。のちにみるように、実際の制作の多くは正社員以外の人々によって担われている。

営業部は正社員 5 人、派遣社員 1 人（登録型）、事業部は正社員 3 人、個人請負 2 人、支社は正社員 5 人、派遣社員 2 人（ともに登録型）、報道部は正社員 6 人、嘱託 2 人、出向 1 人で構成されている。このように各部門に多くの非正社員が入っていることがわかる。すぐに正社員と非正社員との業務分担の説明に入る前に、正社員の人事的状况についてみておこう。非正社員を知るためには、正規労働者について知っていなければならない。

1-2.正社員

(1) 採用

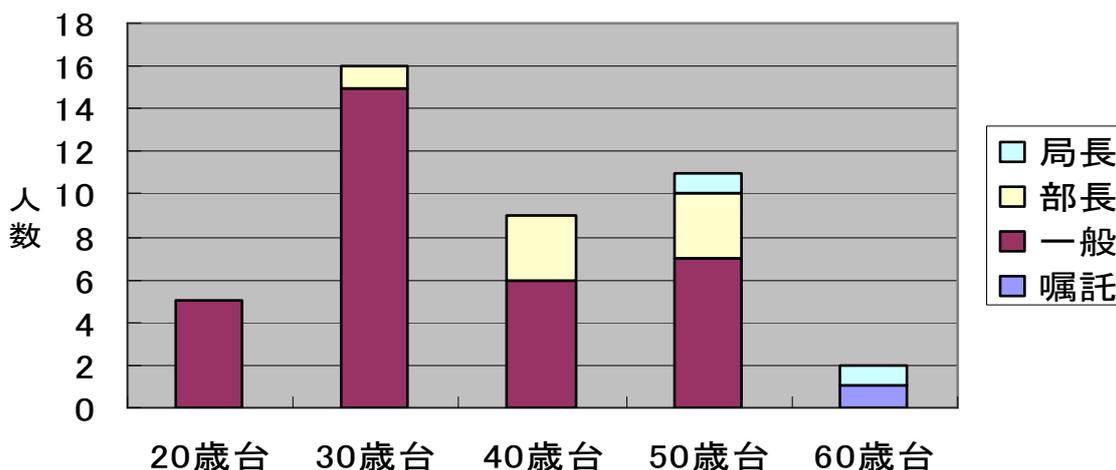
正規労働者の新卒採用は、必要に応じて行われ3～1人の採用がおこなわれる。中途採用は主に離職者の補填や年齢構成上の不備を補うために実施するもので過去に数回実施されている。一回の採用数は2～3人である。大卒以上の学卒者の採用をおこなっている。

(2) 年齢構成

景気や業績による採用抑制などで正規労働者の採用が計画的でないため、年齢構造の歪な状態になっている。人員の減少は開局時期の従業員が10年で30人以上の大量退職になったことである。大量退職しても補充する新規採用をしていない。年間離職率は、およそ20%である。

図表 2

A社正社員の役職と年齢構成



正社員の平均年齢は41.8歳、平均勤続年数16.9年、平均給与額は年収で668万円である(2007年3月末の有価証券報告書による)。なお、60歳代の2人については、定年退職後に再雇用制度に基づき再雇用された高齢者雇用安定法による再雇用者であり1年ごとに契約更新をおこなう嘱託社員である。なお、一般社員に査定はあるが賃金に影響するものではない。同一年齢同一賃金であり職能資格制度は導入されていない。

役職別にみると、局長2人(1人は取締役が委属)、部長7人で(1人は2役職を兼務)、一般正社員と部長以上の管理職比率、いわゆる職制比率はおよそ20%である。局長のうち、役員兼務の者は60代であり、そうでない方が50代である。また、部長は、50代3人、40代3人、30代1人であり、部長の年齢が若くなる傾向にある。30年ほど前までは、高卒者の採用があったため部長任命者の中には大卒者と高卒者が混在している。

(3) 配置と異動

正社員は、営業や編成、技術といった放送の根幹部分に多く配置されている。編成は、①番組の企画立案、②広報など対外的な窓口業務、③番組表の構成、④番組内容が法令遵

守しているかどうかの考査など、放送局の独自色を発揮するのに必要な部署である。営業は、CMを獲得する部署なので必然的に多くの人員が配置されている。技術は、放送局の機能を維持する部署であり放送局の送信所の維持など総務省からの免許事業である放送局を管理運用するための部署である。

人事異動は、個人によって大きく異なる。業務全般をみる管理職と専門職との区分は必ずしも明確ではない。専門職として入社しても、異動の対象になりほかの業務につく場合もある。具体例をみておこう。以下は正規労働者の異動例である。

図表 3 人事異動の具体例

☆正社員 A (入社 10 年目) 入社後→スポーツ部→制作部→営業部→支社営業部→事業部
☆正社員 B (入社 26 年目) 入社→アナウンサー→スポーツ部→総務部→報道部
☆正社員 C (入社 22 年目) 入社→技術部→技術部
☆正社員 D (入社 5 年目) 入社→支社営業部→報道部→制作部→編成・業務部

人事異動は、計画的なジョブローテーションではなく、その都度、必要に応じておこなわれていると考えられる。かつて、技術部・アナウンサーなどの専門職を除けば、異動は定期的におこなわれていたが、現在では退職者の補充や業務上やむを得ない事情によって異動している程度である。人員が減り計画的な異動が不可能になりつつあるのである。そして、人員が不足している部分の補充に非正社員が導入されている。

異動をくりかえす正社員では、幅広い知識・経験を積むことができる反面、専門的な知識が身につけにくい。そこで、制作現場など非正社員の方が経験をもっている場合では、正社員と非正社員の立場が逆転することもある。つまり、指揮命令すべき監督者の正規労働者が経験不足のため、非正規労働者に指示される場面などがある。

2. 正社員と非正社員の業務分担

2-1. 概要

社内で働く多くのスタッフは非正社員である。放送局では 30 年以上前から多くの非正社員が働いている。ここ 10 年間で正社員数は半減した。局の関連会社も同様に社員採用を抑制している。この間に、補充された人材は、派遣や請負と呼ばれるフリーのスタッフ、

つまり非正規労働者であった。放送番組制作の現場では、番組のアルバイトがフリーランス契約で個人請負になったり番組制作会社を設立したりと番組制作の現場を支えてきた。アルバイト→アシスタント・ディレクター（以下では、しばしば単にADと表記する）→ディレクター（以下では、しばしば単にDと表記する）になっていく非正社員キャリアがある。

他面、放送局の社員という立場よりも番組制作がしたいということから、あえて独立してフリーランス（個人請負）になる人や仲間が集まって制作集団を結成したり（個人事業主の集まり）、フリーランスのスタッフが、番組制作から知り合ったスポンサーを抱えて代理店をつくって開業するなど、変化は激しい。

一般に非正社員スタッフの定着率は非常に低く、低所得に見切りをつけて辞めていく人も後を絶たない。しかし、放送業界で働きたいという学生は多く人材養成の専門学校等があるなど人材の供給は常にある。養成校を卒業しても放送現場で働ける人材は少なく働けたとしても契約社員（有期雇用）やスタッフとよばれる非正規労働者である。つまり、「成り手がいるから供給側より受給側が優位性が高い」。昨今では、制作会社でも正社員になる可能性は低く 20 代で入ってきたスタッフは、30 代では 2 割程度しか残っていない。

制作会社も局系列の制作会社以外は会社の体裁をなしていない個人商店のような会社が多く社長と社員の 2 人の会社などがある。制作会社から制作会社が発注を受ける孫請会社などで労働条件や待遇はさらに悪い。健康保険や雇用保険、厚生年金などに加入していない制作会社もある。非正規労働者の入れ替わりは激しく、先日までいたスタッフがもう辞めていたなどといったことが多くある。以下では、主としてAMラジオ局の実情を紹介し、追加的にFM局やテレビの非正社員の状況もみていくことにしたい。

2-2. 3種類のスタッフ

一昨年、世間を騒がせた捏造事件である関西テレビの「あるある問題」の番組も非正社員によって作られていた。構造はつぎのとおりである。制作局の関西テレビは、「日本テレワーク」に番組制作を委託し、日本テレワークはそれをさらに制作会社「アジト」に再委託していた。実際の取材部分の番組制作は孫請のアジトのスタッフがおこなっていた。このように現在放送されている多くの番組は、局側から見れば誰がつくっているかもわからなくなっている。テレビの下請構造は非常に複雑であるといわれている。ラジオにおいても番組が放送局の自社制作でありながら多くのフリーランスが関わっている。ここからは、AMラジオを中心に放送現場での非正社員の現状を見ていきたい。

ラジオ局には、大きくわけて次のようなスタッフに分類することができる。現場では、常駐スタッフと外部番組スタッフという漠然とした名称が使われている。

(1) 常駐（番組）スタッフ

常駐スタッフは、ラジオ局内で机や名刺を与えられているフリースタッフのことである。個人請負としてラジオ局内に常駐し専属的に仕事をやっている。おもな仕事は番組制作業務であるが、常時出勤してきているためイベントや手伝いなど番組制作に関わらない部分の仕事を手伝いとして依頼されていることがある。

フリーランスであるが、番組取材やマスコミ招待には局の名刺を出し局を代表して参加している。賞金伝票の発行やプレゼント発送や個人情報の取り扱いについても常駐スタッ

フが主におこなっている。賞金伝票は、局社員しか起票出来ない決まりになっているが、常駐スタッフ（AD）が、社員であるプロデューサーの名前で起票することは暗黙の了解とされている。個人情報保護法施行により局との間に個人情報利用に関する誓約書（念書）を結び個人情報の取り扱いに従事している。「制作」内では正社員より常駐スタッフの方が多く、常駐スタッフなしでは日常業務は維持できない。

（２）外部（番組）スタッフ

録音番組や一部のワイド番組を常駐や子会社でない外部の独立系の制作会社が委託される場合のスタッフの名称である。委託されている番組制作に関わる部分の作業をおこなうものである。通常多くのラジオ局をまたがって横断的に仕事をしているスタッフ達のことである。実体的にも雇用関係にはない。

個人情報については、制作会社と局が守秘契約を結んでいる。常駐のように局内に滞留しないので委託された部分の仕事のみ行うスタッフで外部の制作会社が多いである。制作会社にも社員は少なくフリーのスタッフを制作会社からの番組ごとの委託（スポット買い）のようにつかって人員を確保している。

（３）フリースタッフ

フリーのスタッフで各局を横断的に渡り歩くスタッフもいる。基本的には、個人商店（個人請負）であるが局によっては制作会社としての法人としか取引をしない局もあり〇〇企画や☆☆ラジオ制作とか名称をつけて法人まがいに取引を行うフリー（個人請負）もいる。フリーのスタッフ同士で仕事の再委託（孫請け）や融通をつけたりすることもある。これも、雇用関係とはいえないだろう。

3. ラジオ番組の分類と業務分担

3-1.番組の分類

ラジオの番組には大きくわけて、箱番組といわれる録音番組と生ワイドと呼ばれる生放送番組がある。

（１）箱番組（完パケ）

箱番組（完パケ）といわれる録音番組は、ほとんどの番組が外部発注で制作会社やフリースタッフ（個人請負）に制作が委託されている。箱番組については、広告主からの広告出稿を受け広告代理店が仲介する形で局に広告出稿があり営業を中心に提供番組の企画がつくられ下記のいずれかの手法により番組が制作される。

①自社制作（100%自社社員でおこなう）

この場合、仕事は営業部から編成部門へまわり、ここで自社制作を行う決定がされると、自社内制作となる。その上で、実際の番組制作も正社員がおこなう。

②制作発注（制作部門から制作スタッフに番組制作を発注する）

この場合、営業部から編成部門へまわり、自社の制作部が制作スタッフに発注する。

③編成発注（編成部門から制作会社又は制作スタッフに発注する）

この場合、営業部から編成部門へまわり、番組制作そのものを制作会社又はフリーのスタッフ（制作スタッフ）に発注する。自社の制作部は関与しない。

④営業発注（営業部員から直接制作会社やフリーのスタッフに発注する）

この場合、営業部が直接、制作会社又はフリーのスタッフ（制作スタッフ）に番組制作を発注するもので、編成部門を経ることはない。

⑤代理店持ち込み（代理店が制作または番組制作会社に発注する）

この場合は、広告代理店が営業部に番組を作るか、代理店が制作会社に発注するのであり、放送局はまったく番組制作には関与しない。

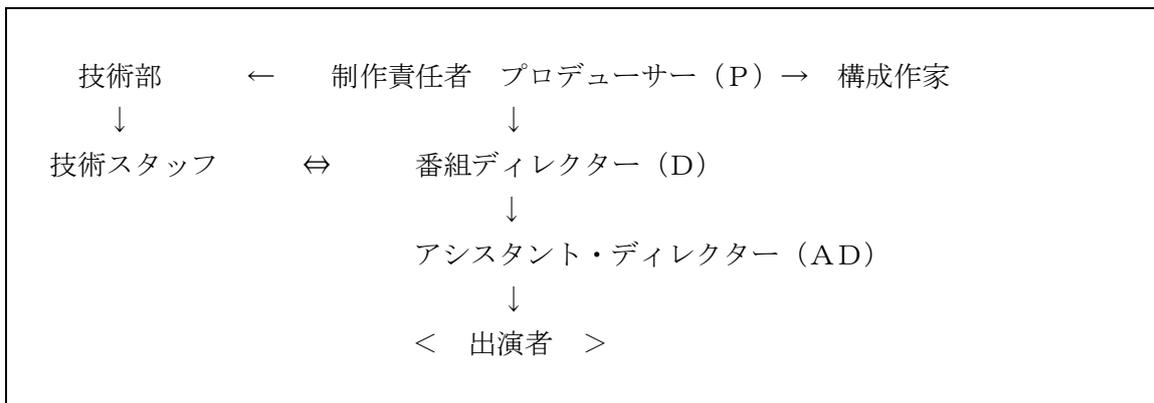
実際には、①のケースは、ほとんどない。②③④がほとんどの発注形態である。⑤はまれにあるが最近では少ない。箱番組は、制作スタッフと呼ばれるフリーの個人請負のスタッフがつくっている。まれに制作会社で行っているが、局の子会社以外は、社員といえども雇用関係が不透明な労働契約で働いている人が多いのが現状である。放送局からの発注単価はラジオ番組1本5,000円～25,000円と幅があり、月4本放送されても2万円から10万円の間である。野球中継の終了時間等により番組が放送されたら制作費が入り放送休止だと制作費が入らない出来高払いの番組もある。

番組内容は担当制作スタッフが管理する。トラブル発生時は聴取者との場合は番組スタッフが窓口になって対応し問題化すると営業担当が処理をする。スポンサーとのトラブルでは、番組スタッフの入れ替えつまり番組降板させることが多い。

(2) 生ワイド番組（生放送）

放送局の主流である生ワイド番組はいろいろなスタッフが入って作業しており複雑な労働環境を作り出している。非正社員の活躍の場であり多くの番組は彼らなくしてはできない。

図表4 生ワイド番組制作の流れ



最近、経費削減もあってプロデューサー（P）がディレクター（D）を兼ねるケースが多くなってきたが、以前は番組責任者が番組制作に携わらない時期もあった。例えば入社1年目でプロデューサー業務につけられ予算管理や対外的な顔だしのみで、実際の番組制

作は、フリーの番組スタッフに丸投げされていたなど放送局の番組作りのノウハウが失われかけていた。その影響で制作社員が育たない時期もあった。現在は、ノウハウの伝承まではいかないが、社員が番組制作に携わることが少なからず出てきている。

指揮命令についていへは、番組の概要はプロデューサーが行う。その指示によりディレクターがミキサー（技術員）やアシスタント・ディレクター（AD）・出演者に指示を出して番組を運行する（図表 4）。

3-2. スタッフの役割分担

(1)プロデューサー（P）

番組の総責任者であって予算管理や番組の渉外など行う営業担当や編成担当者と社内の調整をおこなったりゲストの交渉や放送がスムーズに運行できるように調整したりする係である。基本は放送局の社員が行う業務である最近は人員不足により一部子会社の正社員にプロデューサー業務が委託されている。

(2)ディレクター（D）

番組進行の責任者で、当日の番組の進行指揮官である。番組内でのトラブル等の責任はすべてがディレクターにある。およそ 55%は、個人請負（フリーランス）スタッフである。この場合、フリーランスのディレクターは個人として局と番組演出委託契約を口頭で結び「～君～の番組のディレクターを2万円でやって」といった感じである。1本2万円前後で請負うものである。この業務は派遣法のいわゆる 26 業務に含まれているが、派遣労働者として受け入れているスタッフはいない。

フリーランスのディレクターは、どのようにしてこの仕事に就いているのであろうか。彼らは、実際は長年のADとしての経験やフリーのスタッフの紹介、局員の紹介をもとに、番組プロデューサーと編成部門長が面接して実務経験など判断したうえで番組ディレクターの仕事を担当するのがふつうである。最初の実務研修は、放送局の正社員プロデューサー・ディレクターやフリーのディレクターがおこなう。ディレクター業務の契約であるが、謝金は1本単位の契約と月額単位の契約がある。学歴は国公立大学卒から高卒までさまざまである。フリーのディレクターとなっている者の放送番組での経験年数（事実上の勤続）は10年～30年前後である。

ディレクターの残りの45%は、子会社の正社員や局の正社員である。ただし、最近は、子会社からさらに個人請負に発注されているケースもあり下請化が進んでいる。

(3)アシスタント・ディレクター（AD）

ADは、番組制作の補助などをおこなうスタッフで局に常駐している場合が多い。ADには局の正社員はいない。ADはすべて広義の非正社員である。ADは番組制作費の項目で雇用されるスタッフで、局と雇用関係がなく番組契約スタッフとして番組単位で口頭契約している。

ADの月収は、週5曜日勤務で額面 月10万円～17万円（手取りでは9万円～15万円）と番組により幅がある。より細かくみると、つぎのようになっている。10万円以下1人（週4日勤務）、10万円～13万円4人（週5日勤務）、14万円～17万円2人（週5日勤務）（8人中7人から聴き取り。1人については制作会社からの請負のため不明）である。このように平均的な月収は13万円（源泉徴収前）手取り11万7千円である。そこから通勤交通

費等を出して通勤しているのである。彼らは、放送の仕事がしたいという憧れが大きな支えとなっているようである。学歴は、大卒か専門学校卒であり、中心は専門学校卒である。勤務経験年数は1年～10年と幅がある。局と雇用関係がないため健康保険や雇用保険なども当然ない。生活していくのがやっとなりの人が多いのである。ADの年齢は、21歳～35歳までと幅広いことからわかるように、学生のバイト感覚ではなくADとして生活している。年金の未納者も多いといわれている。生活ができないものや将来の希望をもてずに辞めていく人もいる。ほとんどが独身者である。ADはディレクターのように複数の番組につくことができない。法的には雇用関係ではないため、超過勤務手当も当然ない。

さて、ではどのようにして人々はADの仕事につくのであろうか。それは主として専門学校からの紹介によるものが主流である。専門学校からの紹介（斡旋）で番組の正社員プロデューサーが面接する。番組スタッフとして「採用」されると前任者との引き継ぎを1か月又は2週間でおこなう。前任者の退職や番組異動に伴うもので緊急性が高く、専門学校からの紹介を受け入れることが多い。謝金（給与）は、番組の時間や予算などを考慮して決まっているようである。

(4)技術スタッフ（ミキサー）

技術スタッフはAM局の場合は、自社の関連会社（子会社）の社員である。採用は正社員採用が多かったが最近になって契約社員で採用することが増えてきている。ほとんどが関連会社社員のため人材の定着と安定した雇用が確保されている。非正規雇用は、契約社員と外部スタッフのみで業務内容も指揮命令も社員と同様である。局との契約形態は業務委託契約いわゆる請負であり指揮命令は、技術部門長と番組中はプロデューサーとディレクターである。専門学校卒が多い。

(5)構成作家

番組の構成をおこなう作家で、作家のいる番組と構成なしの番組とがある。作家には、文章まで書く台本構成作家と話題出しをするリサチャーがおり、作家の事務所と専属契約（師弟関係）をする個人請負が多い。フリーの作家もいるが、ラジオだけではやっていけず、テレビのリサチャーなどで生計を維持しているという人が多い。ラジオの構成料は1本5,000円から1万円が相場である。ほとんどの作家が個人事業主であり、企業の社員は、ほとんどない世界である。大卒と専門学校卒が多い

(6)出演者

番組の出演者は。局社員であるアナウンサー以外は芸能事務所(プロダクション)に所属しているか又はフリー（個人事業主）の喋り手である。プロダクション所属タレントはプロダクションと雇用関係を持たない専属契約を結ぶフリーランスである。タレントプロダクションは厚生労働大臣認可の有料労働者紹介所である。局はプロダクションと所属タレントの出演者契約により出演してもらっている。(実際には契約書ではなく口約束がほとんどでギャラについても局とプロダクションの話合いによって決められている。)過去には民放と芸能事務所とが謝金連絡会というテレビ・ラジオの謝金を決める組織があったが公正取引委員会により廃止され、謝金は各局と事務所との自由設定になった。全体として価格は低下した。学歴は大卒と短大卒が多い。

4. 制作プロセス・・・プロデューサー以外に局の正社員はいない

4-1.AM（中波）局・・・朝番組を中心に

ここでは、制作プロセスの実例をあげて、イメージの具体化を図ることにしよう。

(1) ある朝番組（月～金放送）のしくみと日常の仕事の流れ

ある朝番組の場合、一回のスタッフは、図表 5 にあるように 6 名でまわす。ディレクターが 3 名で交代する主たる理由は、業務の効率化と番組内容の偏りをなくすことである。

図表 5：ある朝番組のスタッフ配置

☆社員プロデューサー・ディレクター	1 人（水曜日・木曜日担当）
フリーのディレクター	1 人（月曜日・火曜日担当）
制作会社経由のフリーのディレクター	1 人（金曜日担当）
アシスタント・ディレクター	1 人（月曜日～金曜日）
出演者	フリーの出演者 1 人 + ☆嘱託職員 1 人（月曜日～金曜日） 報道のニュースアナウンサー（タレント）宿泊勤務者日替わり
☆技術員	1 人（子会社社員他）（曜日固定の勤務）

注：☆が正社員、無印は非正規・個人請負又は制作会社発注の個人請負

スタッフの出勤から放送までの流れはつぎのようになる。まず、早朝午前 4 時出勤のため、局が手配したタクシーが各人の自宅前に迎えにくる。タクシー代は局持ちである。午前 5 時から会社内で打ち合わせがある。ニュースなどは当日のディレクターや出演者が相談して選び放送する。基本的には台本に沿って担当ディレクターの指示によって番組が運行する。また、パブ³等は前日までにプロデューサーを経由して各ディレクターに伝えられる。ディレクターとアシスタント・ディレクターの 1 日の仕事については、図表 6、図表 7 を参照していただきたい。このような動きが毎日繰り返されている。

³ パブとは publicity の略語であり、スポンサーの広告をアナウンサーやタレントがするものである。CMとは異なり番組中に紹介する。

図表 6 : 朝番組のフリーランス・ディレクターの 1 日の仕事

4時30分	局に本社 新聞などに目を通す。
5時	出演者と新聞を見ながら打ち合わせ。 放送するニュースを決めていく。 段取りと連絡事項を確認する。
6時過ぎ	放送開始 鉄道情報などを必要に応じて速報で入れる。
9時頃	放送終了
9時30分	朝食と反省会
10時	コーナー収録・編集
13時	昼食
14時	翌日の台本作成と準備（営業編成との確認作業）
18時ごろ	退社（取材や招待会に参加したりするので帰宅は 22 時ごろ。）

図表 7 : 朝番組のフリーランスのアシスタント・ディレクターの 1 日の仕事

4時	出社
4時20分	新聞や台本などの準備の確認とスタジオ内の準備
4時30分	ディレクター出社
5時	打ち合わせに参加
5時50分	交通機関に運行状況の確認
6時過ぎ	放送 放送中は F A X やメールの整理と電話つなぎ・鉄道状況の確認と対応 その他の雑用
9時過ぎ	朝食買い出し
10時過ぎ	番組の雑務処理と F A X メール等の粉碎処理 プレゼント発送業務等の雑務
12時過ぎ	一旦帰宅
18時	出社し翌日の台本等の確認とパブ原稿の最終確認
19時ごろ	退社

基本的にはフリーのディレクターやADの休みは番組がない日である（曜日固定で動いている。）本来は、フリーのディレクターやADの休日は仕事がない日が休みだと思われているが、番組がある日でも、プロデューサーが承諾すれば休むことはできる。また、フリーのディレクターやADが休んでもギャラ（謝金）は、本数契約でない場合には減額されない。この場合、フリーディレクターの代わりに正社員のディレクターが応援に入ることがある。逆に正社員のディレクターが休んだときにフリーのディレクターが応援に入るな

ど弾力的な運用がなされているのが現状である。

(2) 他の番組のスタッフ構成

①昼のワイド番組

昼のワイド番組では、社員のプロデューサーがディレクターを兼ねている。出演者は社員アナウンサーとタレント（個人事業主）と社員アナウンサーが曜日替わりで担当している。ディレクターは、月曜日は社員のディレクター（プロデューサー）、火曜日はフリーのディレクター（個人請負）、水曜日は社員のディレクター（プロデューサー）、木曜日はフリーのディレクター（個人請負）、金曜日は子会社嘱託社員ディレクターである。ADは、外部の制作会社から常駐のADと個人請負のフリーのADが担当している。技術員は、月曜日から木曜日までは子会社社員で、金曜日は子会社の業務委託業者が担当する。全体としては、この番組は局と子会社の正社員が過半数の番組といえる。

②深夜ワイド番組

社員のプロデューサーはいるが、放送中は社員のプロデューサーはいない。制作ディレクターは、制作会社から発注された曜日替わりのフリーのディレクター5人と制作会社から発注された技術オペレーター2人（日替わり）、出演者は芸能事務所所属のタレントである（日替わり）。ADは専門学校の研修制度で来ている（1～2人で固定）。交通費やバイト代は支払われず研修目的で深夜勤務に従事している。制作会社経由の人材であり、局としては直接関与しない。研修期間が終了したら次の研修生が来るようになっており、結局スタッフを制作会社が安く使っているというのが実状である。この番組に関しては100%非正社員が制作している。

③競馬中継

この番組も社員のプロデューサーが1人いるだけである。あとは、すべて非正社員である。出演者や構成作家・競馬解説者までが新聞社との契約者やフリーのアナウンサーである。総勢10人以上のスタッフが動いている。技術員も非正社員である。週末の放送は、このような番組が多い。

(3) 各種の会議

番組をつくるののためにいくつかの会議が開かれている。まず、月2回、番組のプロデューサーを集めて技術・編成の担当と報告会がおこなわれる（プロデューサー会議）。各番組のプロデューサーと番組制作に関わる部署の管理職が出席する会議である。番組ごとの取り組みやスタッフの貼り付けなどを話し合い、会社の状況や制作費に関わる報告などがおこなわれる。この場で話し合われたことが番組スタッフの会議で議論される。改編（番組の新設や終了）やスタッフが新しく入る時や辞めるときなどもこの会議で発表される。

つぎに、番組スタッフは番組ごとに週に1回ないし月に1～2回打ち合わせ番組会議を実施している。会議では編成からの局の方針や企画が発表され企画に沿う形で番組の骨組みが決まっていく。スタッフ会議は、プロデューサーとディレクターと出演者が集まり連絡事項の確認や選曲の方針など議論され番組に反映される。この会議で番組内の企画やテーマ募集なども決まる。社員のディレクターもフリーのディレクターも関係なく会議はおこなわれる。番組ごとにスタッフはチームをつくって行動しているが、フリーのディレク

ターは1人あたり3番組（ワイド番組）を担当しているため横断的に番組チームを行き来するディレクターもいる。他方、ADは番組を熟知しているのでディレクターがADに質問していることも多い。ADはADたちの間で情報の共有を図っているものとおもわれる。

なお、番組内でのトラブルはディレクターが責任をもって対応する。対外的なトラブルが発生した場合はプロデューサーと編成部門が対応し、それでも解決しないときは総務部門が対応にまわることがある。番組内の軽微な事故等はディレクターが臨時措置報告書を提出し編成の指示を待つ。番組内の放送事故はディレクターの報告責任で処理される。これは、局の正社員でもフリーのディレクターでも同じである。

（4）緊急時の対応

緊急のニュースなどは、生ワイド番組中に大地震や津波やテロなどの緊急事態などが起きた場合は速やかに、別マニュアルに添った緊急報道に従事しなければならない。緊急事態の指揮は報道部長と編成部長がする決まりになっており、全スタッフは報道部長と編成部長の指示に従うことになっている。早朝や深夜は、報道勤務を業務委託されているタレント事務所のアナウンサーとディレクターが相談して番組内で速報を入れる。被害等の状況に応じて特番へ移行か通常番組続行か報道部長と編成部長が判断する。被害が甚大等で特番体制が取られるまでは、放送中の番組従事者が、雇用形態にかかわらず（正社員であれ広義の非正社員であれ）対応することになっている。

以上見てきたように、AM局では番組制作のおよそ70%以上の作業を非正社員が担っている。報道部門取材部隊（記者）を除けば、正社員だけで構成されている部署はないである。ニュースアナウンサーは、平日の日中のニュース業務のみが正社員であり、後の業務はすべてタレント事務所に業務委託している。放送現場以外でも営業編成の内勤にも派遣会社からの派遣労働者が入っている。局内は多くの非正社員で占められているのである。それでもつぎにみるFM局に比べれば、AM局はまだ社員がいるほうである。

4-2. FM局

FMは、新設局と1970年代開局の局では大きく異なるが、1990年代までは既存局の中には制作社員がおり、番組制作に従事していた。1980年代後半に新設局が開局する。新設局は番組制作の外注化をおこなった。新設局との激しい競争があり、退職者の補充をおこなわなかったために、結果的に既存局でも正社員の削減がおこなわれ、正社員数は既存局と新設局で大差なくなっている。正社員が20人で非正社員が常時60人以上の局もある。

FM局の場合は、番組プロデューサーは正社員であるが、番組制作の100%を制作会社に委託して時間ごとに制作会社に割り振りをおこない、企画コンペで選ばれた制作会社が局の編成方針に基づき独自の判断で番組の構成や番組運用するのが一般的である。聴取率が悪くなったり問題が発生したりすれば、放送局は制作会社を契約解除する。そのため制作会社は社員の採用を極力せず、従来はADなどは専門学校生を研修生として来てもらう（つまり、教育実習なので賃金を払う必要がない。交通費なども支給しない制作会社もある）。専門学校も現場実習ということで継続的に派遣し、研修期間が過ぎればすぐに学校に返すという会社もある。

もともと、最近になって上記のような人材補充ができにくくなっている。進学率の上昇により放送業界ラジオ業界を目指す専門学校生が減りADなどの下働きは人員不足に陥っている。そこで、大卒のADやアルバイトも珍しくなくなって来ている。

FM局のスタッフの配置（標準）についていえば、FM局も派遣ではなく番組を業務委託契約で発注（委託）をしている。派遣法の26指定業務に入っているディレクターと技術員であるが、実際は派遣でおこなわれることはない。ラジオの制作会社で派遣業（特定派遣）認可を得ている制作会社はほとんどない。ただし、放送局（TV）の関連会社で自局内専属の派遣を実施している会社はある。

スタッフの雇用・就業形態をみると、標準的には「番組プロデューサー（正社員）1人で3～4の番組を担当する。実際の制作は、制作会社のアシスタント・プロデューサー（AP）、制作会社のディレクター（正社員又はフリーランス）、制作会社のAD（専門学校生）、制作会社の技術員（フリーランス）、出演者（フリーランス）となる。

おわりに

放送局内の賃金格差は大きく非正規雇用と正規労働者の賃金格差は、テレビでは3倍以上あるといわれている。テレビ局の正社員では、30歳で平均年収が1200万円あるといわれている。40歳では1500万円である。制作会社では1次下請で平均年収600万円、2次下請で年収は300万円程度といわれている（30歳モデルより抜粋）。今回の聴き取り調査したAMラジオ局で、正社員プロデューサーの平均年収は680万円に対して、非正規労働者のディレクターの平均年収は350万円、ADは平均年収160万円だった。

放送業界においては、非正社員が正社員登用など正社員になることはなく、非正社員は非正社員のままである。ここ数年、雇用区分が、契約社員・嘱託・アルバイト・フリーランスと名称が多くなるに従って、確実に雇用は多様化し、所得格差は広がりを見せている。放送の世界では、営業以外は社員はいらないといった風潮が多くある。最近では、その営業外勤にも派遣労働者を導入したいという局も現れたという。ラジオ放送局が倒産する時代になり更なる大きな変革が訪れるかもしれない。

[了]