

第3章 勤務環境の実態

メディアにおける勤務環境の実態は、職種間で大きな差があることが明らかとなった。メディアの制作現場(新聞の編集、放送の報道・制作、出版の編集・出版・クリエイティブ等)では、裁量労働の割合が他の職種に比べて高い。また、制作現場においては、他の職種に比べて労働時間は長く、深夜労働があり、週あたりの休日日数は2日間取得できない割合が高い。一方、管理(総務・経理等)部門では、制作現場と比べると労働時間は短く、深夜労働は少なく、週あたりの休日日数も多い傾向が認められる。

第1節 アンケート調査結果

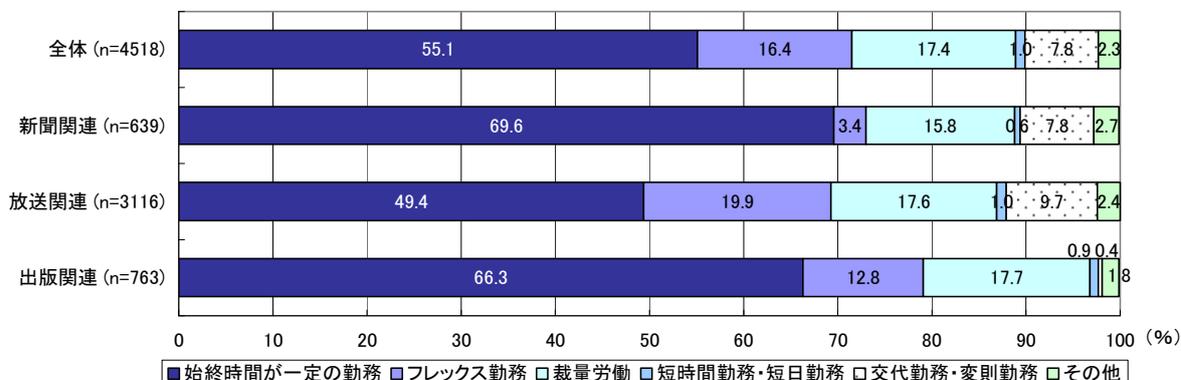
1. 勤務体制 (Q2-1)

- 職種によって勤務体制は異なる。新聞の編集、放送の報道・制作、出版の編集・出版・クリエイティブでは裁量労働の割合が他の職種に比べて高い。

勤務体制は「始終時間が一定の勤務」が55.1%で最も高く、次いで「裁量労働」が17.4%、「フレックス勤務」が16.4%と続く。

業種別に特徴があり、新聞では「始終時間が一定の勤務」が69.6%と高く、「フレックス勤務」は3.4%と少ない。「交代勤務」も7.8%ある。放送では「始終時間が一定の勤務」の割合が49.4%と他の2分野に比べて低く、「フレックス勤務」の割合が19.9%と高い。「交代勤務」も9.7%ある。出版では「始終時間が一定の勤務」の割合が66.3%と高く、交代勤務は少ない。

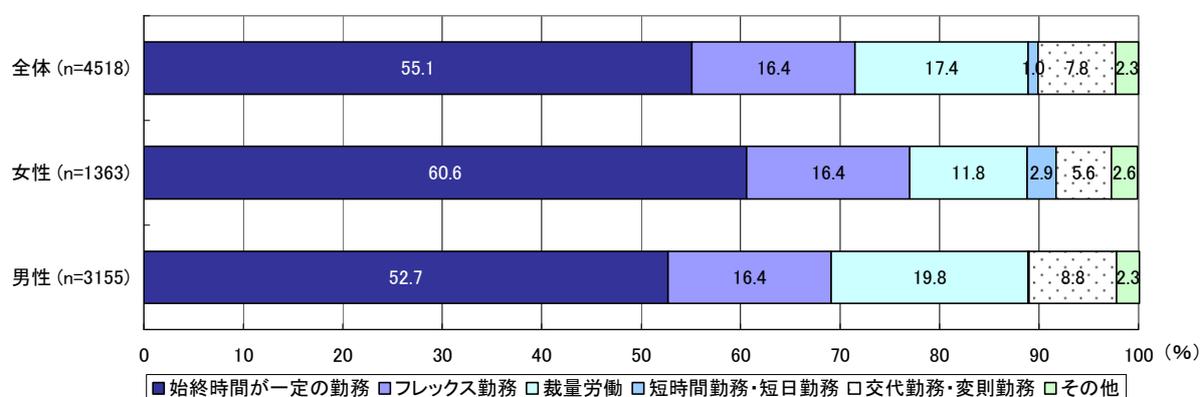
図表 3-1 業種別勤務体制



勤務体制を性別で見ると、「始終時間が一定の勤務」の割合は女性の60.6%、男性の52.7%と、女性のほうがやや高い。「裁量労働」の割合は女性の11.8%、男性の19.8%と、男性のほうがやや高い。

これは、回答者の女性が働く職場が「始終時間が一定の勤務」の割合が高い管理(経理・総務等)部門である割合が高く、「裁量労働」を導入するメディア(特に新聞と放送)の制作現場である割合が低いことに関係すると考えられる³。

図表 3-2 男女別勤務体制



図表 3-3 勤務体制 (性・業種)

業種	回答者数 N	始終時間が一定の勤務 %	フレックス勤務 %	裁量労働 %	短時間勤務・短日勤務 %	交代勤務・変則勤務 %	その他 %
【女性】	1363	60.6	16.4	11.8	2.9	5.6	2.6
新聞関連	171	78.4	2.9	11.7	1.8	2.3	2.9
放送関連	807	56.5	19.8	8.7	3.7	8.7	2.6
出版関連	385	61.3	15.3	18.4	1.8	0.8	2.3
【男性】	3155	52.7	16.4	19.8	0.1	8.8	2.3
新聞関連	468	66.5	3.6	17.3	0.2	9.8	2.6
放送関連	2309	46.9	20.0	20.7	0.1	10.0	2.3
出版関連	378	71.4	10.3	16.9	0.0	0.0	1.3

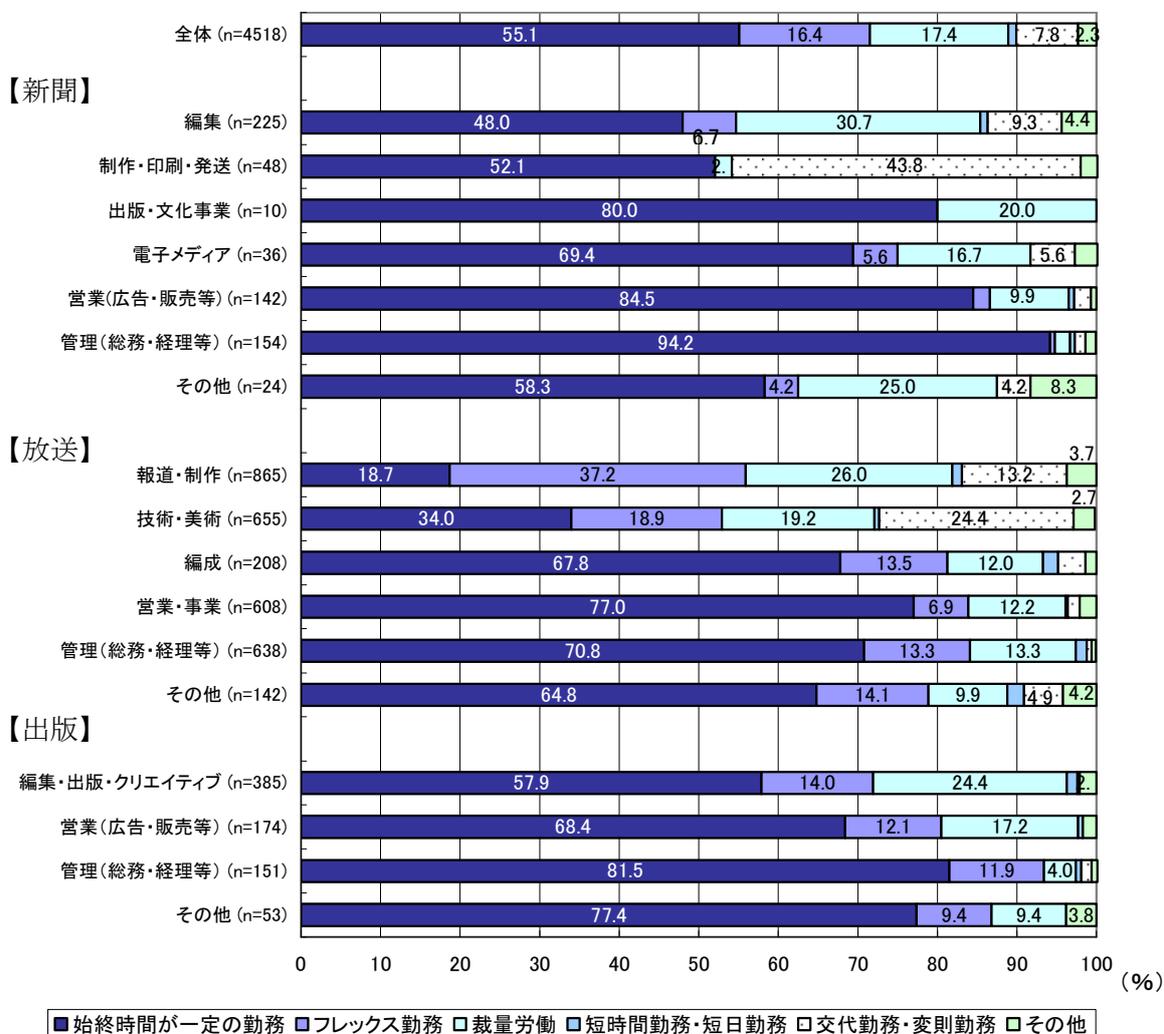
³ 第2章第1節2.回答者の職種別女性比率、図表 3-4 職種別勤務体制を参照。

さらに勤務体制を職種別に詳しく見ると、編集、報道、クリエイティブ等の制作現場では、「裁量労働」を採用している割合が他の職種に比べて高いことがわかる。新聞の編集では30.7%と最も高く、次いで放送の報道・制作では26.0%、出版の編集・出版・クリエイティブでは24.4%と続く。

また、「交代勤務・変則勤務」は、夜間に業務を行う新聞の制作・印刷・発送（43.8%）の特徴であり、放送の技術・美術（24.4%）、報道・制作（13.2%）でも高い割合を示す。

一方、バックオフィス部門である管理(総務・経理等)では、「始終時間が一定の勤務」の割合が高く、新聞では94.2%、出版では81.5%、放送でも70.8%を占めている。

図表 3-4 職種別勤務体制



図表 3-5 勤務体制（性・職種）

業種	回答者数 N	始終時間 が一定の 勤務 %	フレック ス勤務 %	裁量労働 %	短時間勤 務・短日 勤務 %	交代勤 務・変則 勤務 %	その他 %
女性	1363	60.6	16.4	11.8	2.9	5.6	2.6
【新聞】							
編集	55	49.1	3.6	32.7	1.8	5.5	7.3
制作・印刷・発送	7	85.7	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0
出版・文化事業	5	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
電子メディア	5	60.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0
営業(広告・販売等)	28	89.3	3.6	3.6	3.6	0.0	0.0
管理(総務・経理等)	66	97.0	1.5	0.0	1.5	0.0	0.0
その他	5	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
【放送】							
報道・制作	250	19.2	35.0	30.6	0.0	11.9	3.4
技術・美術	63	36.5	17.5	9.5	4.8	30.2	1.6
編成	74	74.3	12.2	4.1	4.1	2.7	2.7
営業・事業	146	83.6	6.2	4.1	1.4	1.4	3.4
管理(総務・経理等)	220	80.5	9.1	5.5	4.1	0.9	0.0
その他	54	64.8	7.4	11.1	5.6	7.4	3.7
【出版】							
編集・出版・クリエイティブ	207	53.6	13.5	26.6	2.4	0.5	3.4
営業(広告・販売等)	65	56.9	21.5	16.9	1.5	0.0	3.1
管理(総務・経理等)	82	78.0	15.9	2.4	1.2	2.4	0.0
その他	31	77.4	12.9	9.7	0.0	0.0	0.0
男性	3155	52.7	16.4	19.8	0.1	8.8	2.3
【新聞】							
編集	170	47.6	7.6	30.0	0.6	10.6	3.5
制作・印刷・発送	41	46.3	0.0	2.4	0.0	48.8	2.4
出版・文化事業	5	60.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0
電子メディア	31	71.0	3.2	16.1	0.0	6.5	3.2
営業(広告・販売等)	114	83.3	1.8	11.4	0.0	2.6	0.9
管理(総務・経理等)	88	92.0	0.0	3.4	0.0	2.3	2.3
その他	19	52.6	5.3	31.6	0.0	5.3	5.3
【放送】							
報道・制作	615	17.6	42.8	14.8	4.0	16.4	4.4
技術・美術	592	33.8	19.1	20.3	0.2	23.8	2.9
編成	134	64.2	14.2	16.4	0.7	3.7	0.7
営業・事業	462	74.9	7.1	14.7	0.0	1.5	1.7
管理(総務・経理等)	418	65.8	15.6	17.5	0.0	0.5	0.7
その他	88	64.8	18.2	9.1	0.0	3.4	4.5
【出版】							
編集・出版・クリエイティブ	178	62.9	14.6	21.9	0.0	0.0	0.6
営業(広告・販売等)	109	75.2	6.4	17.4	0.0	0.0	0.9
管理(総務・経理等)	69	85.5	7.2	5.8	0.0	0.0	1.4
その他	22	77.3	4.5	9.1	0.0	0.0	9.1

2. 労働時間の実態 (Q2-2)

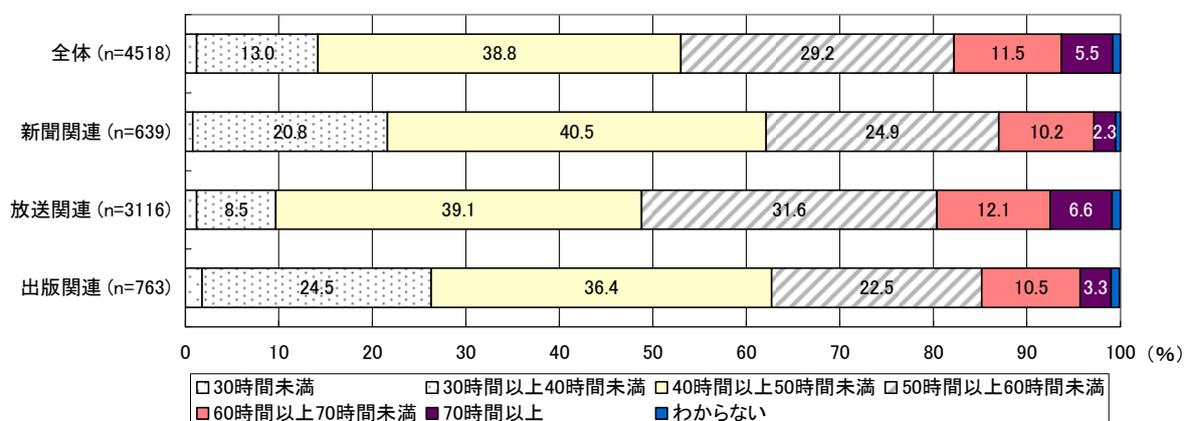
- 職種によって労働時間は異なる。新聞の編集、放送の報道・制作、出版の編集・出版・クリエイティブと営業では労働時間が長い。

1 週間の平均労働時間は「40 時間以上 50 時間未満」が 38.8%と最も高く、次いで「50 時間以上 60 時間未満」が 29.2%、「30 時間以上 40 時間未満」が 13.0%と続く。

業種別で見ると、放送が最も労働時間が長く、週 50 時間以上働く人の割合（「50 時間以上 60 時間未満」「60 時間以上 70 時間未満」「70 時間以上」の計）が 50.3%である。新聞と出版はよく似た傾向を示し、週 50 時間以上働く人の割合は新聞では 37.4%、出版では 36.3%である。

各選択肢の中央値をとって労働時間を換算⁴すると、1 週間の平均労働時間は、全メディア平均で 50.4 時間、放送で 51.5 時間、新聞で 48 時間、出版で 47.5 時間となった。

図表 3-6 業種別 1 週間の平均労働時間

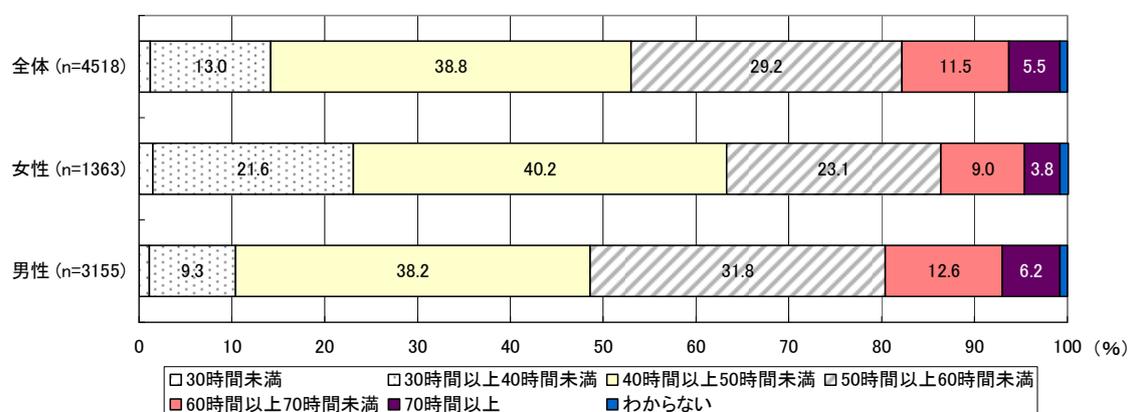


⁴ 平均値の換算方法については、第 1 章 6 頁を参照。

1 週間あたりの労働時間を性別で見ると、「30 時間以上 40 時間未満」の割合は女性の 21.6%、男性の 9.3%と、女性の方が高い。一方、50 時間以上働く人（「50 時間以上 60 時間未満」「60 時間以上 70 時間未満」「70 時間以上」の計）の割合は、女性の 35.9%、男性の 50.6%と、男性の方が高い。

これは、女性の働く職場が比較的労働時間の短い管理(経理・総務等)部門である割合が高く、労働時間の長いメディア(特に新聞と放送)の制作現場である割合が低いことに関係すると考えられる⁵。

図表 3-7 男女別 1 週間の平均労働時間



各選択肢の中央値をとって労働時間を換算してみると、1 週間の平均労働時間は女性 47.8 時間、男性 51.5 時間である。

図表 3-8 1 週間の平均労働時間 (性・業種)

業種	回答者数 N	30 時間未満 %	30 時間以上 40 時間未満 %	40 時間以上 50 時間未満 %	50 時間以上 60 時間未満 %	60 時間以上 70 時間未満 %	70 時間以上 %	わからない %	平均時間
【女性】	1363	1.5	21.6	40.2	23.1	9.0	3.8	0.9	47.8
新聞関連	171	1.8	27.5	41.5	18.7	7.0	2.3	1.2	45.9
放送関連	807	1.5	16.9	41.5	25.8	8.8	4.7	0.9	48.8
出版関連	385	1.3	28.8	36.9	19.5	10.1	2.6	0.8	46.6
【男性】	3155	1.1	9.3	38.2	31.8	12.6	6.2	0.8	51.5
新聞関連	468	0.4	18.4	40.2	27.1	11.3	2.4	0.2	48.8
放送関連	2309	1.1	5.6	38.2	33.7	13.2	7.3	0.9	52.5
出版関連	378	2.4	20.1	36.0	25.7	10.8	4.0	1.1	48.5

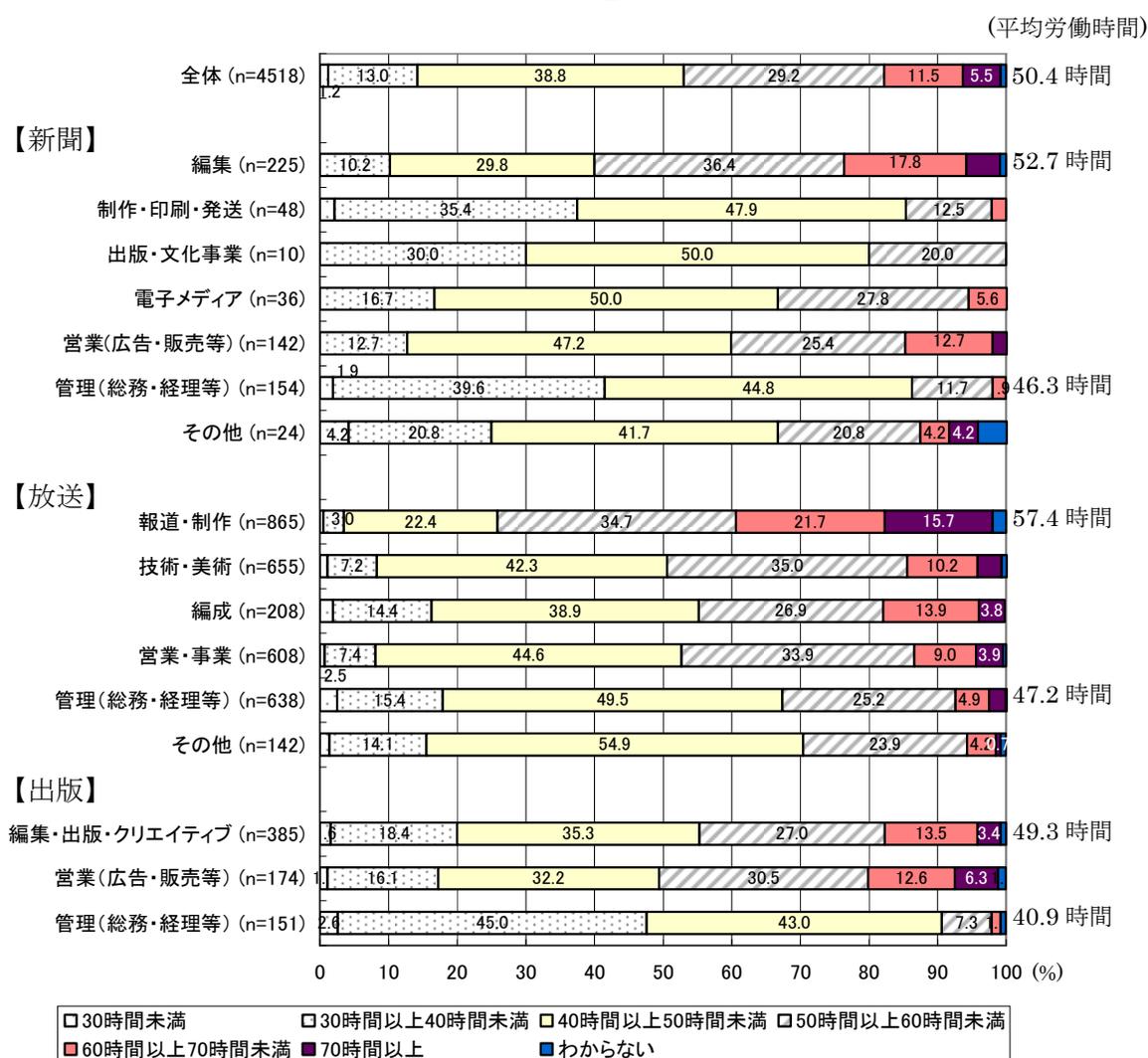
⁵ 第 2 章第 1 節 2.回答者の職種別女性比率、図表 3-9 職種別 1 週間の平均労働時間を参照。

さらに 1 週間あたりの労働時間を職種別に詳しく見ると、編集や報道、クリエイティブ等の制作現場では、他の職種に比べて労働時間が長いことがわかる。週 50 時間以上働く人の割合は、放送の報道・制作が 72.1%と最も高く、次いで新聞の編集 59.1%、出版の営業職 49.4%と続く。

一方、バックオフィス部門である管理(総務・経理等)では、労働時間の短い割合が高く、週 40 時間未満の割合が出版の管理(総務・経理等)が 47.6%、新聞の管理(総務・経理等)が 41.5%を占めている。

各選択肢の中央値をとって労働時間を換算すると、1 週間の平均労働時間が最も長いのは、放送の報道・制作が 57.4 時間、次いで新聞の編集が 52.7 時間、出版の営業が 50.7 時間となった。制作現場とバックオフィス部門を比較すると、新聞、放送の制作現場は 52.7 時間、57.4 時間、出版の編集・出版・クリエイティブは 49.3 時間であり、新聞、放送、出版のバックオフィス部門はそれぞれ、46.3 時間、47.2 時間、40.9 時間である。

図表 3-9 職種別 1 週間の平均労働時間



図表 3-10 1週間の平均労働時間（性・職種）

業種	回答者数 N	30時間未満 %	30時間以上40時間未満 %	40時間以上50時間未満 %	50時間以上60時間未満 %	60時間以上70時間未満 %	70時間以上 %	わからない %	平均時間
女性	1363	1.5	21.6	40.2	23.1	9.0	3.8	0.9	47.8
【新聞】									
編集	55	0.0	12.7	30.9	34.5	14.5	5.5	1.8	51.9
制作・印刷・発送	7	0.0	28.6	42.9	28.6	0.0	0.0	0.0	45.0
出版・文化事業	5	0.0	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	39.0
電子メディア	5	0.0	20.0	60.0	0.0	20.0	0.0	0.0	47.0
営業(広告・販売等)	28	0.0	7.1	57.1	25.0	7.1	3.6	0.0	49.3
管理(総務・経理等)	66	3.0	47.0	43.9	4.5	1.5	0.0	0.0	40.5
その他	5	20.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0	20.0	40.0
【放送】									
報道・制作	250	0.0	6.4	27.2	33.2	19.2	12.4	1.6	55.4
技術・美術	63	1.6	14.3	44.4	30.2	7.9	1.6	0.0	48.3
編成	74	0.0	17.6	52.7	23.0	5.4	1.4	0.0	47.0
営業・事業	146	1.4	17.8	47.3	26.0	4.1	2.7	0.7	47.2
管理(総務・経理等)	220	4.1	28.2	46.8	17.3	2.7	0.5	0.5	43.8
その他	54	0.0	18.5	51.9	24.1	3.7	0.0	1.9	46.3
【出版】									
編集・出版・クリエイティブ	207	1.0	19.3	37.7	25.6	14.0	1.4	1.0	48.7
営業(広告・販売等)	65	1.5	16.9	33.8	24.6	13.8	9.2	0.0	51.0
管理(総務・経理等)	82	2.4	58.5	32.9	4.9	0.0	0.0	1.2	39.1
その他	31	0.0	38.7	48.4	6.5	3.2	3.2	0.0	43.4
男性	3155	1.1	9.3	38.2	31.8	12.6	6.2	0.8	51.5
【新聞】									
編集	170	0.0	9.4	29.4	37.1	18.8	4.7	0.6	53.0
制作・印刷・発送	41	2.4	36.6	48.8	9.8	2.4	0.0	0.0	42.3
出版・文化事業	5	0.0	0.0	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	49.0
電子メディア	31	0.0	16.1	48.4	32.3	3.2	0.0	0.0	47.3
営業(広告・販売等)	114	0.0	14.0	44.7	25.4	14.0	1.8	0.0	49.5
管理(総務・経理等)	88	1.1	34.1	45.5	17.0	2.3	0.0	0.0	43.5
その他	19	0.0	21.1	47.4	21.1	5.3	5.3	0.0	47.6
【放送】									
報道・制作	615	0.7	1.6	20.5	35.3	22.8	17.1	2.1	58.2
技術・美術	592	1.0	6.4	42.1	35.5	10.5	3.7	0.8	51.0
編成	134	3.0	12.7	31.3	29.1	18.7	5.2	0.0	51.3
営業・事業	462	0.4	4.1	43.7	36.4	10.6	4.3	0.4	51.6
管理(総務・経理等)	418	1.7	8.6	51.0	29.4	6.0	3.3	0.0	48.9
その他	88	2.3	11.4	56.8	23.9	4.5	1.1	0.0	47.0
【出版】									
編集・出版・クリエイティブ	178	2.2	17.4	32.6	28.7	12.9	5.6	0.6	50.0
営業(広告・販売等)	109	0.9	15.6	31.2	33.9	11.9	4.6	1.8	50.5
管理(総務・経理等)	69	2.9	29.0	55.1	10.1	2.9	0.0	0.0	43.1
その他	22	9.1	36.4	27.3	9.1	13.6	0.0	4.5	43.1

3. 労働時間の希望 (Q2-3)

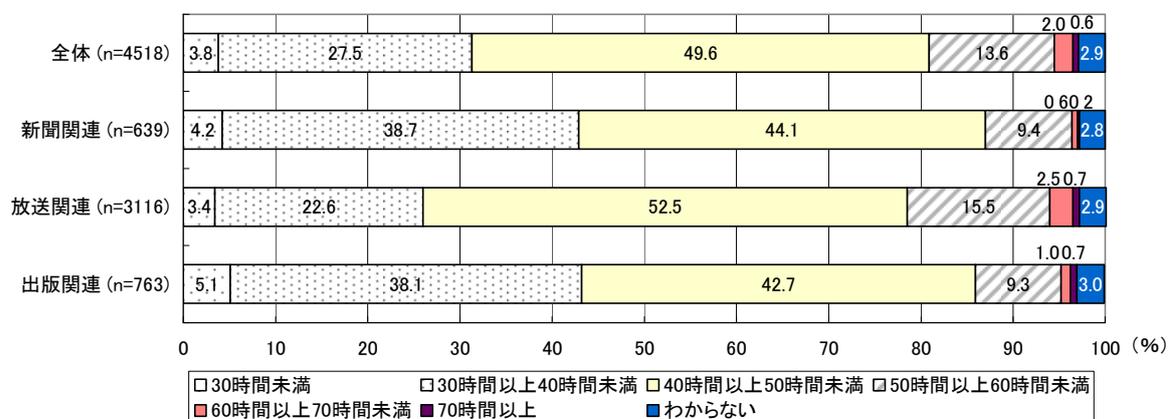
- 職種によって希望する労働時間は異なる。新聞の編集、放送の報道・制作、出版の編集・出版・クリエイティブと営業では希望する労働時間が長い。

1週間の労働時間の希望をたずねたところ、「40時間以上 50時間未満」が49.6%と最も高く、次いで「30時間以上 40時間未満」が27.5%、「50時間以上 60時間未満」が13.6%となった。

業種別で見ると、新聞と出版がよく似た傾向を示している一方、放送では他の分野と比べて長い労働時間を希望する割合が高い。放送では現実の労働時間においても、新聞や出版と比べて長い傾向がある⁶。

各選択肢の中央値をとって希望する労働時間を換算してみると、全メディア平均で43.4時間、放送で44.3時間、出版で41.4時間、新聞で41.3時間となった。

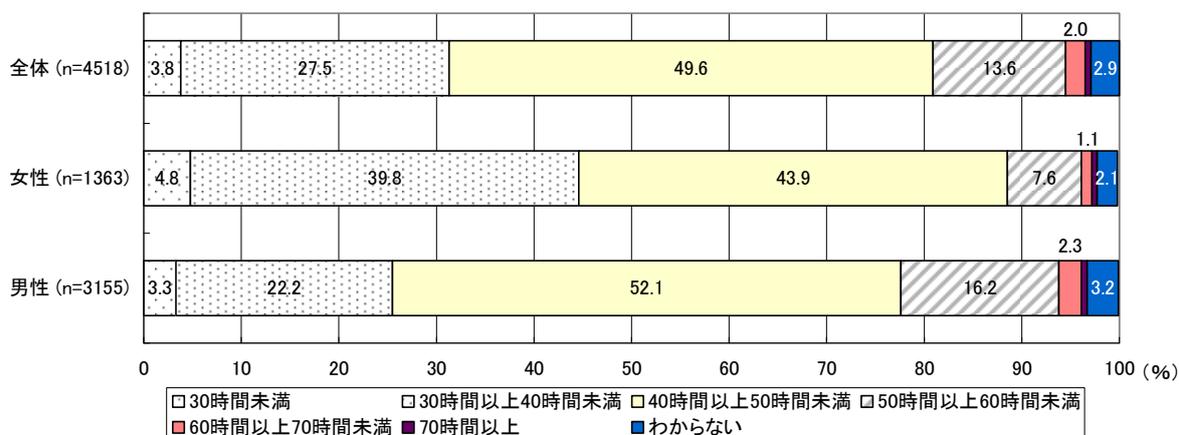
図表 3-11 業種別 1週間の労働時間(希望)



⁶ 第3章第1節 2.労働時間の現実 (Q2-2) 図表 3-6 業種別 1週間の平均労働時間を参照。

希望する 1 週間あたりの労働時間を性別で見ると、その差は顕著であり、女性は男性より短い労働時間を希望している。「30 時間以上 40 時間未満」を希望する割合は、女性の 39.8%、男性の 22.2%である。一方、50 時間以上を希望する割合は、女性の 9.2%にとどまるが、男性では 19.1%存在する。これは女性の方が男性より現実の労働時間が短いことに関係すると考えられる⁷。

図表 3-12 男女別 1 週間の労働時間(希望)



各選択肢の中央値をとって希望する労働時間を換算してみると、女性 41.1 時間、男性が 44.4 時間である。

図表 3-13 1 週間の平均労働時間・希望 (性・業種)

業種	回答者数 N	30 時間未満 %	30 時間以上 40 時間未満 %	40 時間以上 50 時間未満 %	50 時間以上 60 時間未満 %	60 時間以上 70 時間未満 %	70 時間以上 %	わからない %	平均時間
【女性】	1363	4.8	39.8	43.9	7.6	1.1	0.5	2.1	41.1
新聞関連	171	5.3	51.5	35.1	6.4	0.0	0.0	1.8	39.3
放送関連	807	4.3	35.4	46.6	9.3	1.6	0.5	2.2	41.9
出版関連	385	5.7	43.9	42.3	4.7	0.5	0.8	2.1	40.2
【男性】	3155	3.3	22.2	52.1	16.2	2.3	0.6	3.2	44.4
新聞関連	468	3.8	34.0	47.4	10.5	0.9	0.2	3.2	42.0
放送関連	2309	3.0	18.1	54.5	17.7	2.8	0.7	3.1	45.1
出版関連	378	4.5	32.3	43.1	14.0	1.6	0.5	4.0	42.7

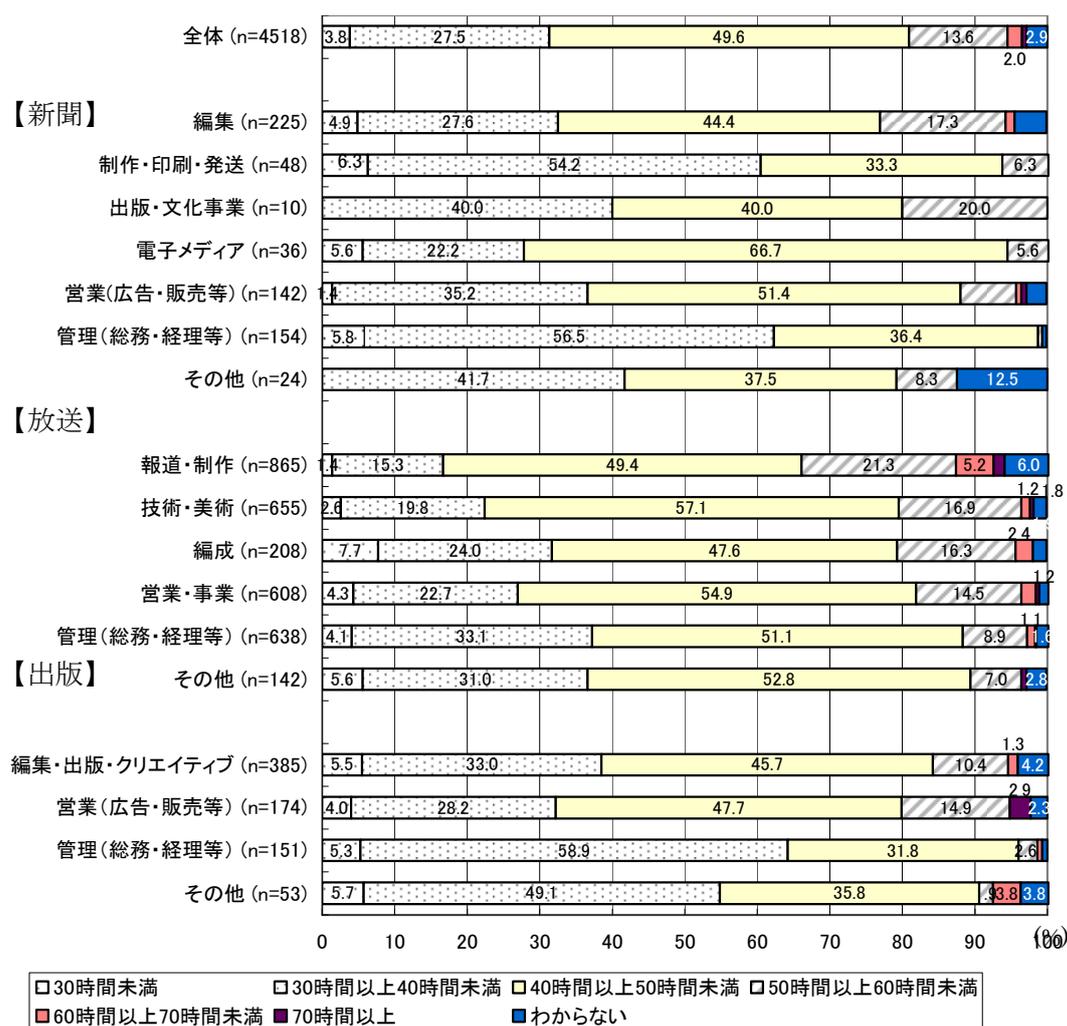
⁷ 第 3 章第 1 節 2.労働時間の現実 (Q2-2) 図表 3-7 男女別 1 週間の平均労働時間を参照。

さらに 1 週間あたりの希望する労働時間を職種別に詳しく見ると、現実の労働時間に比例して職種別に差が認められる。労働時間が長い編集、報道、クリエイティブ等の制作現場では、希望する労働時間も長い割合が高めとなっている。週 50 時間以上を希望する割合は、放送の報道・制作が 28.0%と最も高く、次いで新聞の出版・文化事業 20.0%(サンプル少)、新聞の編集 18.6%と続く。

一方、バックオフィス部門である管理(総務・経理等)では、希望する労働時間の短い割合が高く、週 40 時間未満を希望する割合は、出版の管理(総務・経理等)が 64.2%、新聞の管理(総務・経理等)が 62.3%を占めている。

各選択肢の中央値をとって希望する労働時間を換算してみると、希望する労働時間が最も長いのは、放送の報道・制作が 46.9 時間、次いで技術・美術が 44.6 時間、放送の営業・事業が 43.9 時間となった。

図表 3-14 職種別 1 週間の労働時間(希望)



図表 3-15 1週間の労働時間・希望（性・職種）

業種	回答者数 N	30時間未満 %	30時間以上 40時間未満 %	40時間以上 50時間未満 %	50時間以上 60時間未満 %	60時間以上 70時間未満 %	70時間以上 %	わからない %	平均時間
女性	1363	4.8	39.8	43.9	7.6	1.1	0.5	2.1	41.1
【新聞】									
編集	55	3.6	36.4	38.2	18.2	0.0	0.0	3.6	42.4
制作・印刷・発送	7	14.3	71.4	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	35.0
出版・文化事業	5	0.0	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	37.0
電子メディア	5	0.0	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	39.0
営業(広告・販売等)	28	3.6	35.7	57.1	3.6	0.0	0.0	0.0	41.1
管理(総務・経理等)	66	7.6	65.2	27.3	0.0	0.0	0.0	0.0	37.0
その他	5	0.0	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	37.5
【放送】									
報道・制作	250	1.2	25.2	46.4	18.8	3.2	1.6	3.6	45.2
技術・美術	63	4.8	25.4	55.6	12.7	1.6	0.0	0.0	43.1
編成	74	8.1	33.8	48.6	6.8	0.0	0.0	2.7	40.6
営業・事業	146	6.8	32.9	52.7	5.5	2.1	0.0	0.0	41.3
管理(総務・経理等)	220	4.5	50.5	40.0	2.7	0.5	0.0	1.8	39.3
その他	54	5.6	42.6	44.4	1.9	0.0	0.0	5.6	39.5
【出版】									
編集・出版・クリエイティブ	207	5.3	36.2	49.3	6.3	0.5	0.0	2.4	40.9
営業(広告・販売等)	65	7.7	36.9	41.5	6.2	0.0	4.6	3.1	41.7
管理(総務・経理等)	82	6.1	64.6	29.3	0.0	0.0	0.0	0.0	37.3
その他	31	3.2	54.8	32.3	3.2	3.2	0.0	3.2	39.7
男性	3155	3.3	22.2	52.1	16.2	2.3	0.6	3.2	44.4
【新聞】									
編集	170	5.3	24.7	46.5	17.1	1.8	0.0	4.7	43.5
制作・印刷・発送	41	4.9	51.2	36.6	7.3	0.0	0.0	0.0	39.6
出版・文化事業	5	0.0	0.0	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	49.0
電子メディア	31	6.5	16.1	71.0	6.5	0.0	0.0	0.0	42.7
営業(広告・販売等)	114	0.9	35.1	50.0	8.8	0.9	0.9	3.5	42.5
管理(総務・経理等)	88	4.5	50.0	43.2	1.1	0.0	0.0	1.1	39.1
その他	19	0.0	36.8	42.1	10.5	0.0	0.0	10.5	42.1
【放送】									
報道・制作	615	1.5	11.2	50.6	22.3	6.0	1.5	7.0	47.6
技術・美術	592	2.4	19.3	57.3	17.4	1.2	0.5	2.0	44.7
編成	134	7.5	18.7	47.0	21.6	3.7	0.0	1.5	44.5
営業・事業	462	3.5	19.5	55.6	17.3	1.9	0.6	1.5	44.7
管理(総務・経理等)	418	3.8	23.9	56.9	12.2	1.4	0.2	1.4	43.4
その他	88	5.7	23.9	58.0	10.2	0.0	1.1	1.1	42.8
【出版】									
編集・出版・クリエイティブ	178	5.6	29.2	41.6	15.2	2.2	0.0	6.2	42.8
営業(広告・販売等)	109	1.8	22.9	51.4	20.2	0.0	1.8	1.8	44.9
管理(総務・経理等)	69	4.3	52.2	34.8	5.8	1.4	0.0	1.4	39.7
その他	22	9.1	40.9	40.9	0.0	4.5	0.0	4.5	39.8

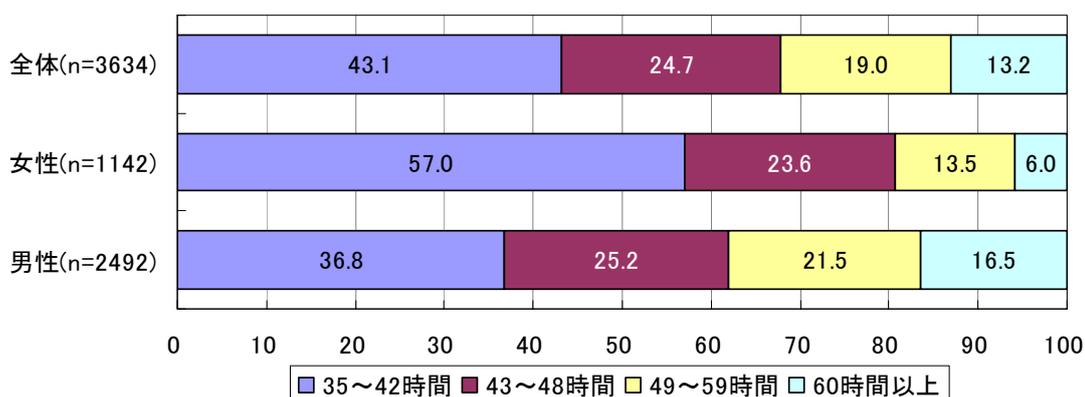
【他調査との比較】

総務省労働力調査⁸によると、非農林業の雇用者のうち週 35 時間以上就業している常雇の就業者の 1 週間の労働時間の分布は、下のとおりである。週に 60 時間以上の長時間労働を行っている割合は男性が 16.5%、女性が 6.0%である。

メディア業界における 1 週間の平均労働時間をみると、60 時間以上の長時間労働を行っている割合（「60 時間以上 70 時間未満」と「70 時間以上」の割合の合計）は、男性が 18.8%、女性が 12.8%であり、メディア業界では週 60 時間以上の長時間労働を行っている女性の割合が、全産業（農林業を除く）における常用雇用者の平均に比べて高いことが分かる。

図表 3-16 週間就業時間別就業者割合

（総務省平成 21 年労働力調査年報より加工）



図表 3-8（再掲） 1 週間の平均労働時間（性・業種）

業種	回答者数 N	30 時間未満 %	30 時間以上 40 時間未満 %	40 時間以上 50 時間未満 %	50 時間以上 60 時間未満 %	60 時間以上 70 時間未満 %	70 時間以上 %	わからない %	平均時間
【女性】	1363	1.5	21.6	40.2	23.1	9.0	3.8	0.9	47.8
新聞関連	171	1.8	27.5	41.5	18.7	7.0	2.3	1.2	45.9
放送関連	807	1.5	16.9	41.5	25.8	8.8	4.7	0.9	48.8
出版関連	385	1.3	28.8	36.9	19.5	10.1	2.6	0.8	46.6
【男性】	3155	1.1	9.3	38.2	31.8	12.6	6.2	0.8	51.5
新聞関連	468	0.4	18.4	40.2	27.1	11.3	2.4	0.2	48.8
放送関連	2309	1.1	5.6	38.2	33.7	13.2	7.3	0.9	52.5
出版関連	378	2.4	20.1	36.0	25.7	10.8	4.0	1.1	48.5

⁸ 総務省「平成 21 年労働力調査年報」

(<http://www.stat.go.jp/data/roudou/report/2009/index.htm#notes1>)

4. 深夜労働 (Q2-4)

- 職種によって深夜労働日数は異なる。新聞の編集、制作・印刷・発送、放送の報道・制作では、他職種に比べて深夜労働日数が多い。

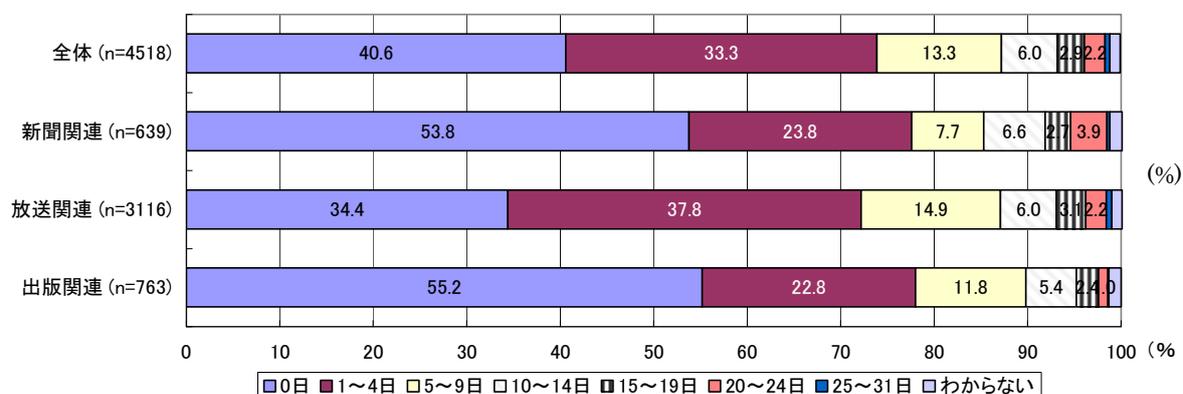
深夜労働（22 時以降）の 1 ヶ月の平均日数は「0 日」が 40.6%、「1～4 日」が 33.3%、「5～9 日」が 13.3%である。

業種別で見ると、新聞と出版はよく似ており、「0 日」がそれぞれ 53.8%、55.2%と半数以上を占めて深夜労働のない割合が高い。一方、放送では「0 日」は 34.4%と低く、他分野に比べて深夜労働日数の多い割合が高くなっている。

深夜労働日数が 1 ヶ月に 10 日以上となる割合は、新聞では 13.9%、放送では 11.9%であり、交代勤務制度の少ないとされる出版⁹でも 8.9%存在する。

各選択肢の中央値をとって深夜労働日数を換算¹⁰してみると、1 ヶ月の平均深夜労働日数は全メディア平均で 3.6 日、放送で 3.9 日、新聞で 3.4 日、出版で 2.7 日となった。

図表 3-17 業種別 1 ヶ月の深夜労働日数



⁹ アンケート調査 Q2-1 回答結果による。

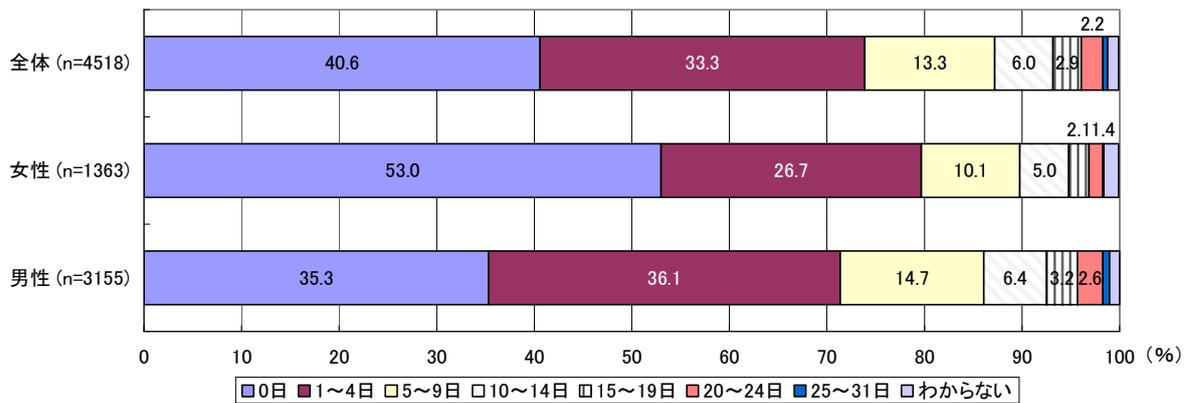
¹⁰ 平均値の換算方法については、第 1 章 6 頁を参照。

1ヶ月の深夜労働日数を性別で見ると、「0日」の割合は、女性の53.0%、男性の35.3%と、女性は男性に比べて深夜労働日数の少ない割合が高い。

これは、女性の働く職場が深夜労働の少ない出版業、あるいは他の業種でも管理(経理・総務等)部門である割合が高く、深夜労働の多い新聞と放送の制作現場である割合が低いことに関係すると考えられる¹¹⁾。

しかし、深夜労働日数が1ヶ月に10日以上となる割合(「10～14日」「14～19日」「20～24日」「25～31日」の計)は、女性の8.6%、男性の12.9%と男女間で大きな差は見られなかった。

図表 3-18 男女別 1ヶ月の深夜労働日数



平均値は女性 2.7 日、男性 4.0 日である。

図表 3-19 1ヶ月の深夜労働日数 (性・業種)

業種	回答者数 N	0日 %	1~4日 %	5~9日 %	10~14日 %	15~19日 %	20~24日 %	25~31日 %	わからない %	平均日数
【女性】	1363	53.0	26.7	10.1	5.0	2.1	1.4	0.1	1.5	2.7
新聞関連	171	65.5	22.2	4.7	2.3	1.2	1.8	0.0	2.3	1.8
放送関連	807	48.0	29.2	11.3	5.8	2.4	1.6	0.2	1.5	3.1
出版関連	385	57.9	23.4	10.1	4.4	2.1	0.8	0.0	1.3	2.4
【男性】	3155	35.3	36.1	14.7	6.4	3.2	2.6	0.7	1.0	4.0
新聞関連	468	49.6	24.4	8.8	8.1	3.2	4.7	0.4	0.9	3.9
放送関連	2309	29.6	40.8	16.2	6.0	3.3	2.4	0.8	0.9	4.2
出版関連	378	52.4	22.2	13.5	6.3	2.6	1.3	0.3	1.3	3.1

¹¹⁾ 第2章第1節2.回答者の職種別女性比率、図表 3-21 1ヶ月の深夜労働日数 (性・職種) を参照。

さらに深夜労働日数を職種別に詳しく見ると、交代勤務のある新聞の制作・印刷・発送は「10～14日」の割合が27.1%と高い。

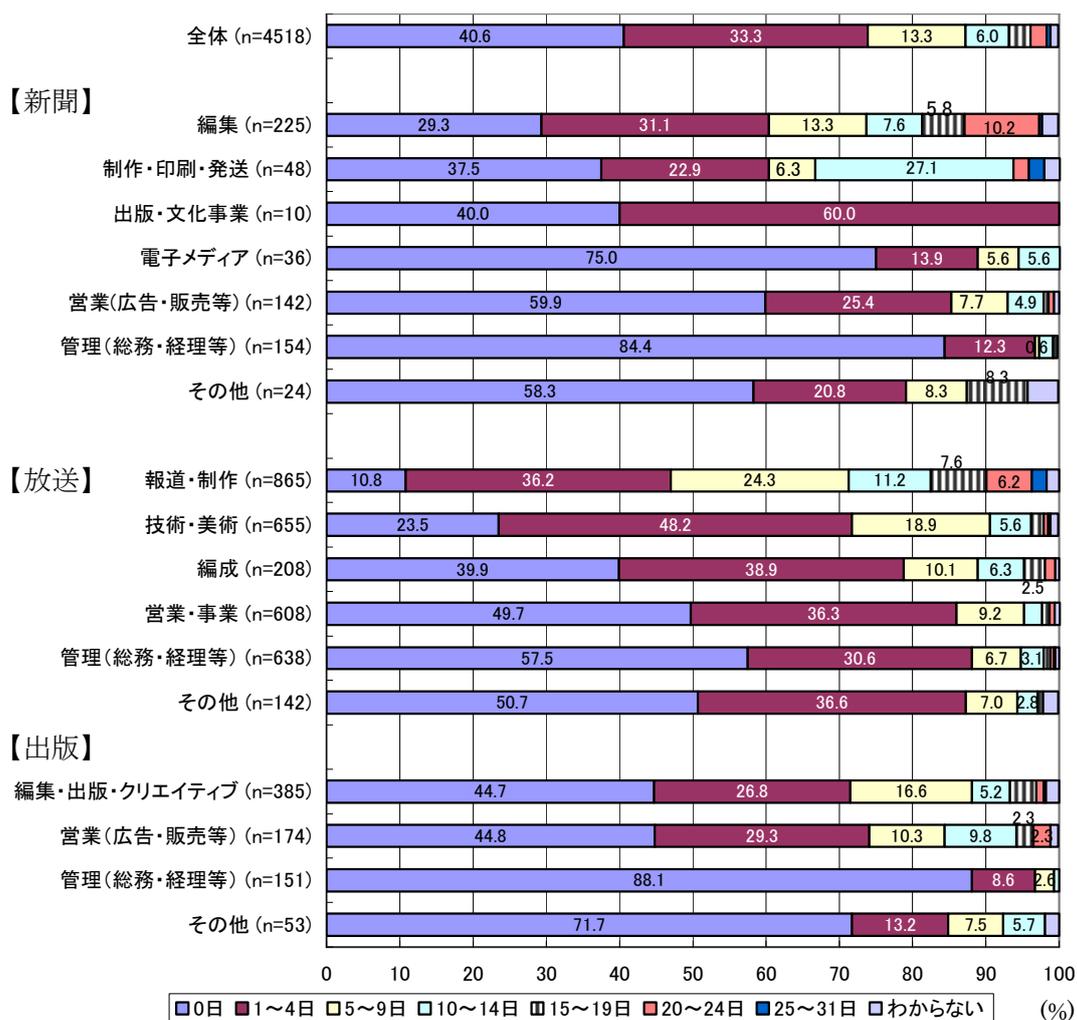
また、メディアの制作現場では、「0日」の割合が低くなっている。放送の報道・制作では10.8%と最も低く、次いで技術・美術が23.5%、新聞の編集が29.3%である。

一方、バックオフィス部門である管理(総務・経理等)では、「0日」とする割合が高く、出版の管理(総務・経理等)では88.1%、新聞の管理(総務・経理等)では84.4%を占めている。

各選択肢の中央値をとって深夜労働日数を換算してみると、最も多いのは、放送の報道・制作が7.3日、次いで新聞の編集が6.1日、新聞の制作・印刷・発送が5.4日となった。

一方、深夜労働日数が少ないのは、出版の管理(総務・経理等)が0.5日、新聞の管理(総務・経理等)が0.7日となった。

図表 3-20 職種別 1ヶ月の深夜労働日数



図表 3-21 1ヶ月の深夜労働日数（性・職種）

業種	回答者数 N	0日 %	1～4日 %	5～9日 %	10～14日 %	15～19日 %	20～24日 %	25～31日 %	わからない %	平均日数
女性	1363	53.0	26.7	10.1	5.0	2.1	1.4	0.1	1.5	2.7
【新聞】										
編集	55	30.9	38.2	14.5	3.6	3.6	5.5	0.0	3.6	4.4
制作・印刷・発送	7	71.4	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7
出版・文化事業	5	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
電子メディア	5	80.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4
営業(広告・販売等)	28	75.0	21.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.6	0.6
管理(総務・経理等)	66	90.9	7.6	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4
その他	5	40.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	1.3
【放送】										
報道・制作	250	16.0	34.8	22.4	13.2	5.2	4.8	0.8	2.8	6.4
技術・美術	63	44.4	38.1	11.1	3.2	1.6	0.0	0.0	1.6	2.4
編成	74	51.4	33.8	10.8	2.7	0.0	1.4	0.0	0.0	2.2
営業・事業	146	61.0	27.4	6.2	2.7	2.1	0.0	0.0	0.7	1.8
管理(総務・経理等)	220	74.1	19.5	3.6	1.4	0.5	0.0	0.0	0.9	1.0
その他	54	53.7	31.5	5.6	5.6	1.9	0.0	0.0	1.9	2.2
【出版】										
編集・出版・クリエイティブ	207	47.3	28.5	14.5	3.9	2.9	0.5	0.0	2.4	2.9
営業(広告・販売等)	65	40.0	32.3	12.3	9.2	3.1	3.1	0.0	0.0	4.0
管理(総務・経理等)	82	92.7	4.9	1.2	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4
その他	31	74.2	19.4	0.0	6.5	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3
男性	3155	35.3	36.1	14.7	6.4	3.2	2.6	0.7	1.0	4.0
【新聞】										
編集	170	28.8	28.8	12.9	8.8	6.5	11.8	0.6	1.8	6.7
制作・印刷・発送	41	31.7	22.0	7.3	31.7	0.0	2.4	2.4	2.4	6.2
出版・文化事業	5	20.0	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0
電子メディア	31	74.2	16.1	6.5	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	1.2
営業(広告・販売等)	114	56.1	26.3	9.6	6.1	0.9	0.9	0.0	0.0	2.4
管理(総務・経理等)	88	79.5	15.9	1.1	2.3	1.1	0.0	0.0	0.0	0.9
その他	19	63.2	15.8	10.5	0.0	10.5	0.0	0.0	0.0	2.9
【放送】										
報道・制作	615	8.6	36.7	25.0	10.4	8.6	6.8	2.4	1.3	7.7
技術・美術	592	21.3	49.3	19.8	5.9	1.7	0.7	0.3	1.0	3.9
編成	134	33.6	41.8	9.7	8.2	4.5	1.5	0.0	0.7	3.8
営業・事業	462	46.1	39.2	10.2	2.4	0.6	0.9	0.0	0.6	2.3
管理(総務・経理等)	418	48.8	36.4	8.4	4.1	1.2	0.7	0.2	0.2	2.4
その他	88	48.9	39.8	8.0	1.1	0.0	0.0	0.0	2.3	1.7
【出版】										
編集・出版・クリエイティブ	178	41.6	24.7	19.1	6.7	4.5	1.7	0.6	1.1	4.1
営業(広告・販売等)	109	47.7	27.5	9.2	10.1	1.8	1.8	0.0	1.8	3.3
管理(総務・経理等)	69	82.6	13.0	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6
その他	22	68.2	4.5	18.2	4.5	0.0	0.0	0.0	4.5	2.0

5. 週あたりの休日日数（Q2-5）

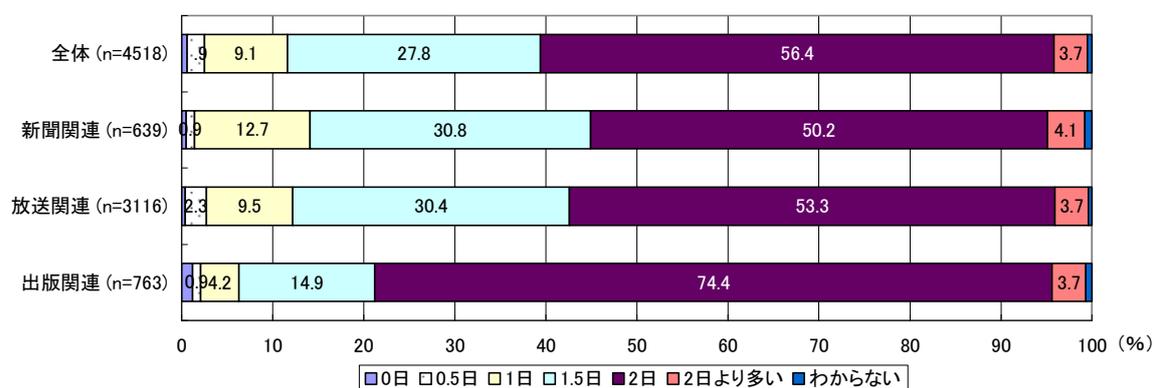
- 職種によって週あたりの休日日数は異なる。放送の報道・制作、新聞の編集、制作・発送・印刷では、週あたりの休日が1日以下である割合が高い。

週あたりの休日日数は「2日」が56.4%と最も高く、「1.5日」が27.8%、「1日」が9.1%である。

業種別で見ると、出版は「2日」である割合が74.4%と高い。一方、新聞と放送はよく似た傾向を示し、「2日」が5割強、「1.5日」が約3割、「1日」は1割前後である。

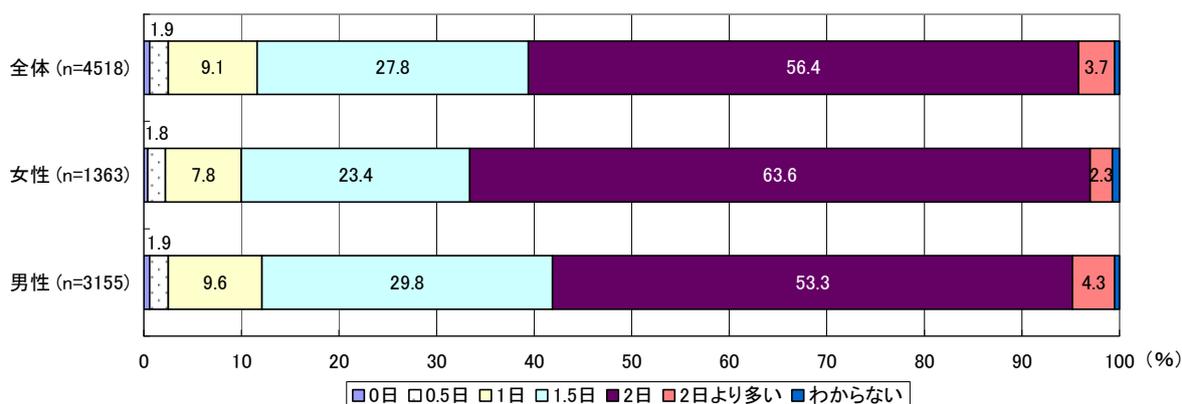
週あたりの休日日数は全メディア平均で1.75日、出版で1.86日、放送で1.73日、新聞で1.71日となった

図表 3-22 業種別週あたりの休日日数



週あたりの休日日数を性別で見ると、0～1日とする割合(「0日」「0.5日」「1日」の計)については男女間の差はないものの、「2日」とする割合は女性の63.6%、男性の53.3%と女性のほうが男性に比べて高い。

図表 3-23 男女別週あたりの休日日数



週あたりの休日日数の平均値は、女性 1.78 日、男性 1.74 日である。

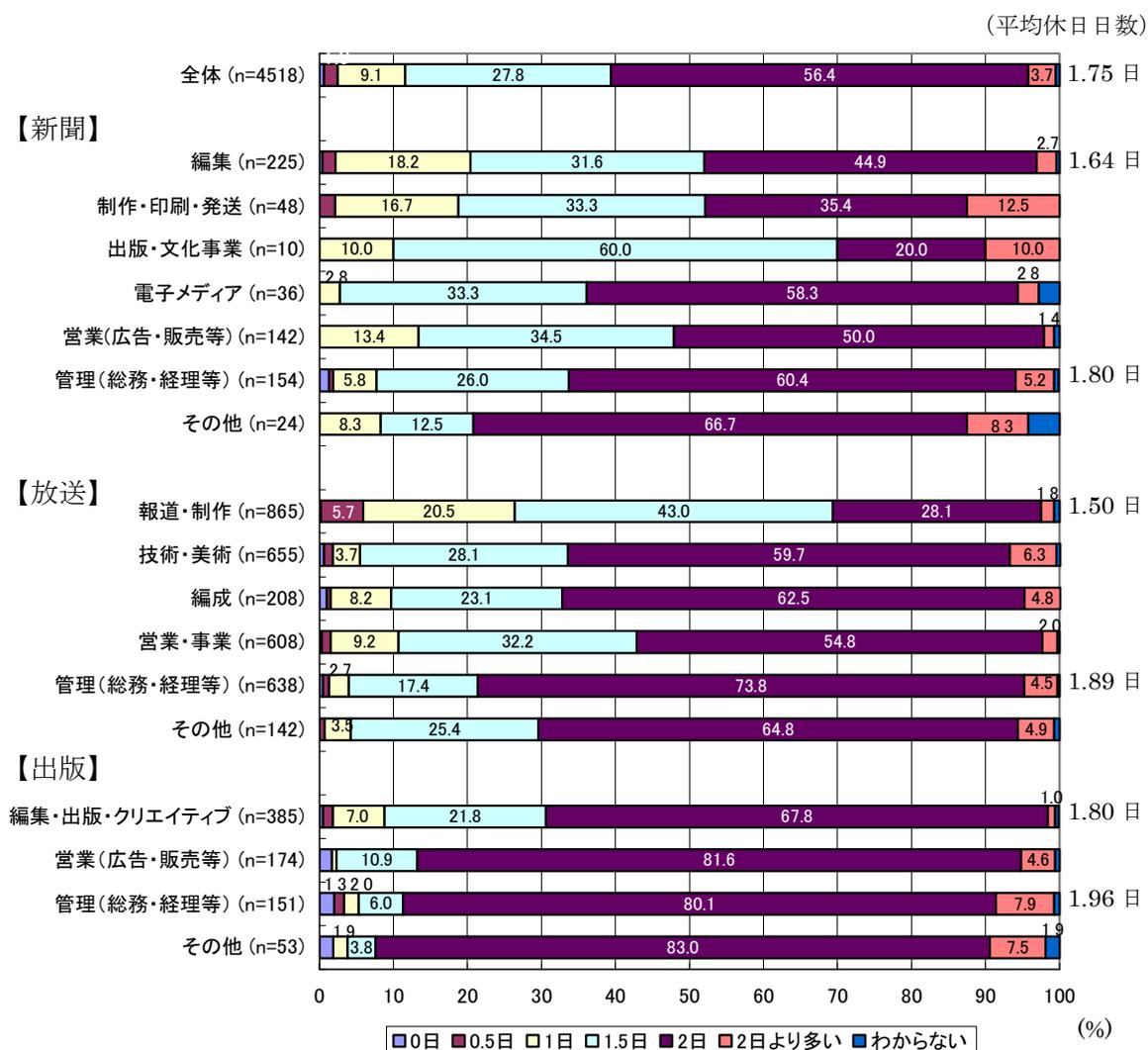
図表 3-24 週あたりの休日日数 (性・業種)

業種	回答者数 N	0日 %	0.5日 %	1日 %	1.5日 %	2日 %	2日より多い %	わからない %	平均日数
【女性】	1363	0.4	1.8	7.8	23.4	63.6	2.3	0.7	1.78
新聞関連	171	0.6	2.3	15.2	29.8	49.1	1.8	1.2	1.66
放送関連	807	0.1	2.0	8.2	26.9	59.7	2.6	0.5	1.76
出版関連	385	1.0	1.0	3.6	13.2	78.2	2.1	0.8	1.87
【男性】	3155	0.6	1.9	9.6	29.8	53.3	4.3	0.5	1.74
新聞関連	468	0.4	0.4	11.8	31.2	50.6	4.9	0.6	1.73
放送関連	2309	0.5	2.4	10.0	31.6	51.0	4.1	0.4	1.72
出版関連	378	1.3	0.8	4.8	16.7	70.6	5.3	0.5	1.87

さらに週あたりの休日日数を職種別に詳しく見ると、2日未満とする割合が高いのは、新聞の出版・文化事業で70.0%(但し n=10 とサンプル少)、放送の報道・制作で69.4%、新聞の制作・印刷、発送で52.1%、新聞の編集で52.0%である。

一方、「2日」としている割合が高いのは、出版の営業(広告・販売等)81.6%、出版の管理(総務・経理等)80.1%、放送の管理(総務・経理等)73.8%である。

図表 3-25 職種別週あたりの休日日数



週あたりの休日の平均日数は、出版の営業(広告・販売等)で1.96日と最も長く、次いで出版の管理(総務・経理等)1.93日、放送の管理(総務・経理等)である。

一方、放送の報道・制作で1.50日と最も短く、次いで新聞の編集1.64日、新聞の出版・文化事業1.65日(但し n=10 とサンプル少)である。

制作現場とバックオフィス部門を比較すると、新聞、放送、出版の制作現場の週あたりの平均休日日数はそれぞれ、1.64日、1.50日、1.80日であり、新聞、放送、出版のバックオフィス部門はそれぞれ、1.80日、1.89日、1.96日である。

図表 3-26 週あたりの休日日数（性・職種）

業種	回答者数 N	0日 %	0.5日 %	1日 %	1.5日 %	2日 %	2日より多い %	わからない %	平均 日数
女性	1363	0.4	1.8	7.8	23.4	63.6	2.3	0.7	1.78
【新聞】									
編集	55	0.0	3.6	25.5	40.0	30.9	0.0	0.0	1.49
制作・印刷・発送	7	0.0	14.3	14.3	14.3	42.9	14.3	0.0	1.64
出版・文化事業	5	0.0	0.0	0.0	60.0	20.0	20.0	0.0	1.80
電子メディア	5	0.0	0.0	20.0	20.0	60.0	0.0	0.0	1.70
営業(広告・販売等)	28	0.0	0.0	17.9	17.9	64.3	0.0	0.0	1.73
管理(総務・経理等)	66	1.5	1.5	7.6	28.8	57.6	1.5	1.5	1.73
その他	5	0.0	0.0	0.0	0.0	80.0	0.0	20.0	2.00
【放送】									
報道・制作	250	0.4	5.6	17.2	42.8	32.4	1.2	0.4	1.53
技術・美術	63	0.0	0.0	3.2	17.5	69.8	9.5	0.0	1.93
編成	74	0.0	0.0	4.1	20.3	73.0	2.7	0.0	1.87
営業・事業	146	0.0	1.4	8.2	22.6	65.1	1.4	1.4	1.79
管理(総務・経理等)	220	0.0	0.0	1.8	17.7	76.4	3.6	0.5	1.91
その他	54	0.0	0.0	3.7	22.2	74.1	0.0	0.0	1.85
【出版】									
編集・出版・クリエイティブ	207	0.5	1.0	6.3	18.4	72.9	0.0	1.0	1.82
営業(広告・販売等)	65	0.0	0.0	0.0	15.4	80.0	4.6	0.0	1.95
管理(総務・経理等)	82	2.4	2.4	1.2	3.7	85.4	4.9	0.0	1.91
その他	31	3.2	0.0	0.0	0.0	90.3	3.2	3.2	1.95
男性	3155	0.6	1.9	9.6	29.8	53.3	4.3	0.5	1.74
【新聞】									
編集	170	0.6	1.2	15.9	28.8	49.4	3.5	0.6	1.68
制作・印刷・発送	41	0.0	0.0	17.1	36.6	34.1	12.2	0.0	1.71
出版・文化事業	5	0.0	0.0	20.0	60.0	20.0	0.0	0.0	1.50
電子メディア	31	0.0	0.0	0.0	35.5	58.1	3.2	3.2	1.83
営業(広告・販売等)	114	0.0	0.0	12.3	38.6	46.5	1.8	0.9	1.69
管理(総務・経理等)	88	1.1	0.0	4.5	23.9	62.5	8.0	0.0	1.85
その他	19	0.0	0.0	10.5	15.8	63.2	10.5	0.0	1.87
【放送】									
報道・制作	615	0.2	5.7	21.8	43.1	26.3	2.1	0.8	1.48
技術・美術	592	0.7	1.4	3.7	29.2	58.6	5.9	0.5	1.81
編成	134	1.5	0.7	10.4	24.6	56.7	6.0	0.0	1.76
営業・事業	462	0.4	1.1	9.5	35.3	51.5	2.2	0.0	1.71
管理(総務・経理等)	418	0.7	1.2	3.1	17.2	72.5	5.0	0.2	1.88
その他	88	0.0	1.1	3.4	27.3	59.1	8.0	1.1	1.85
【出版】									
編集・出版・クリエイティブ	178	0.6	1.7	7.9	25.8	61.8	2.2	0.0	1.77
営業(広告・販売等)	109	2.8	0.0	0.9	8.3	82.6	4.6	0.9	1.92
管理(総務・経理等)	69	1.4	0.0	2.9	8.7	73.9	11.6	1.4	1.96
その他	22	0.0	0.0	4.5	9.1	72.7	13.6	0.0	1.98

6. 年次休暇の取得状況（Q2-6）

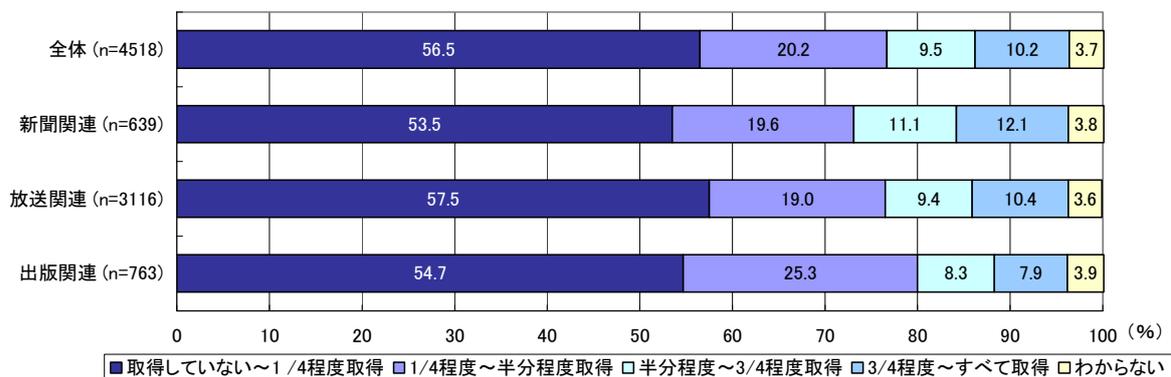
- 職種によって年次休暇の取得状況は異なる。新聞の編集、放送の報道・制作、出版の編集・出版・クリエイティブと営業では、他職種に比べて年休を消化していない。

昨年度の年次休暇の取得状況は「取得していない～1/4程度取得」が56.5%で最も高く、次いで「1/4程度～半分程度取得」が20.2%、「3/4程度～すべて取得」が10.2%の順である。

業種別で見ると大きな差はなく、いずれの分野も「取得していない～1/4程度取得」が最も高い割合を示す。

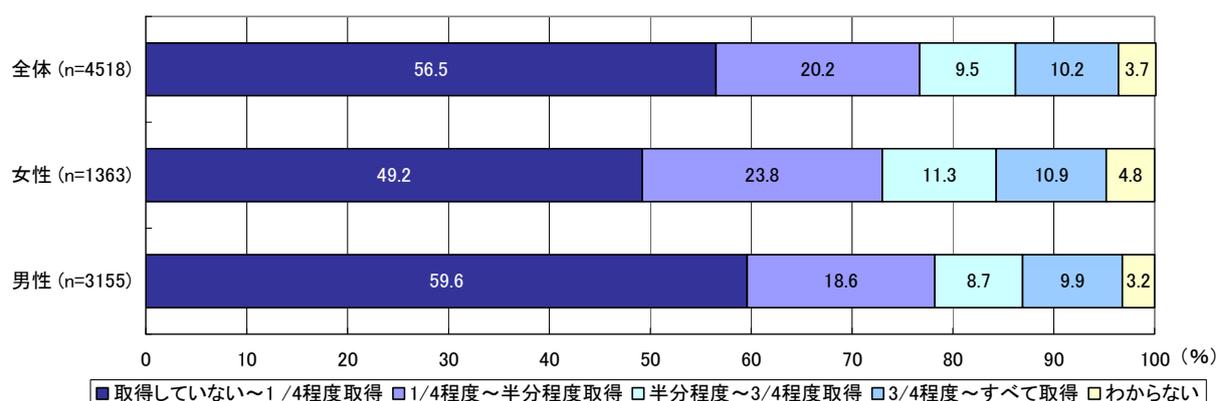
各選択肢の中央値をとって年次休暇の取得状況を比率（%）で換算してみると、全メディア平均で30.6%、新聞で32.7%、放送で30.4%、出版で29.5%となった。

図表 3-27 業種別年休の取得状況



年次休暇の取得状況を性別で見ると、年休を「半分程度～3/4 程度取得」「3/4 程度～すべて取得」した割合は男女間の大きな差はないものの、「取得していない～1/4 程度取得」した割合は女性の 49.2%、男性の 59.2%と、男性のほうが高い。

図表 3-28 男女別年休の取得状況



各選択肢の中央値をとって年次休暇の取得状況を換算¹²してみると、女性が 33.3%、男性が 29.5%となった。

図表 3-29 年休の取得状況 (性・業種)

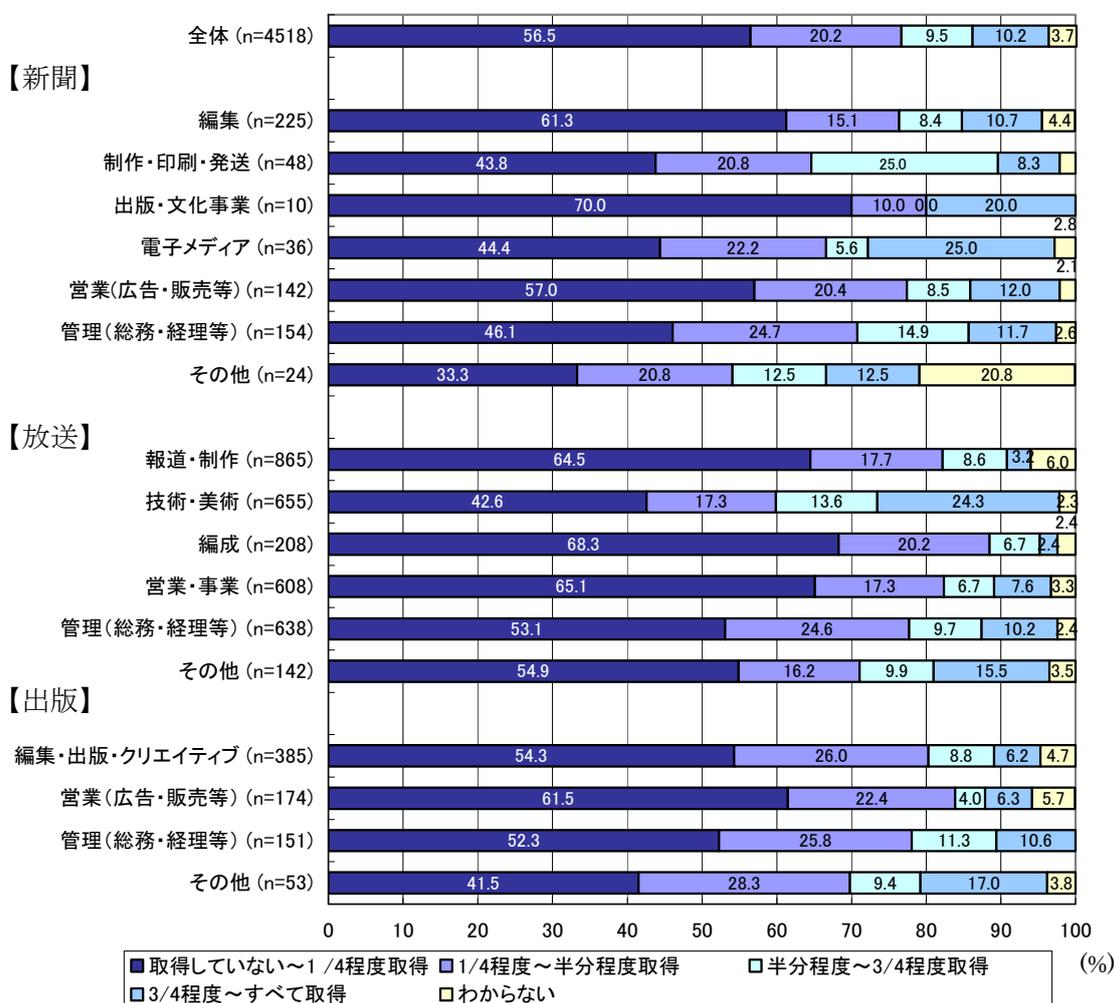
業種	回答者数 N	取得していない～1/4 程度取得 %	1/4 程度～半分程度取得 %	半分程度～3/4 程度取得 %	3/4 程度～すべて取得 %	わからない %	平均 %
【女性】	1363	49.2	23.8	11.3	10.9	4.8	33.3
新聞関連	171	43.3	24.0	12.3	14.6	5.8	37.0
放送関連	807	51.5	20.9	11.6	11.3	4.6	33.0
出版関連	385	46.8	29.9	10.1	8.6	4.7	32.4
【男性】	3155	59.6	18.6	8.7	9.9	3.2	29.5
新聞関連	468	57.3	17.9	10.7	11.1	3.0	31.2
放送関連	2309	59.6	18.4	8.7	10.1	3.2	29.6
出版関連	378	62.7	20.6	6.3	7.1	3.2	26.6

¹² 平均値の換算方法については、第 1 章 6 頁を参照。

さらに年次休暇の取得状況を職種別に詳しく見ると、「取得していない～1/4 程度取得」の割合が最も高いのは、新聞の出版・文化事業で70.0%(但し n=10 とサンプル少)、放送の編成で68.3%、放送の営業・事業65.1%である。

一方、「3/4 程度～すべて取得」の割合が高いのは、新聞の電子メディア25.0%、放送の技術・美術24.3%、新聞の出版・文化事業20.0% (但し、n=10 とサンプル少) である。

図表 3-30 職種別年休の取得状況



各選択肢の中央値をとって年次休暇の取得状況を換算してみると、最も多いのは、放送の技術・美術42.5%、新聞の電子メディア40.4%、新聞の管理(総務・経理等)35.5%である。

一方、年次休暇の取得が少ないのは、放送の編成 23.0%、報道・制作 24.3%、出版の営業 25.6%となった。

図表 3-31 年休の取得状況（性・職種）

業種	回答者数 N	取得して いない～ 1/4程度 取得 %	1/4程度 ～半分程 度取得 %	半分程度 ～3/4程 度取得 %	3/4程度 ～すべて 取得 %	わからな い %	平均 %
女性	1363	49.2	23.8	11.3	10.9	4.8	33.3
【新聞】							
編集	55	43.6	21.8	10.9	16.4	7.3	37.5
制作・印刷・発送	7	42.9	28.6	28.6	0.0	0.0	33.9
出版・文化事業	5	60.0	20.0	0.0	20.0	0.0	32.5
電子メディア	5	20.0	20.0	0.0	60.0	0.0	62.5
営業(広告・販売等)	28	60.7	17.9	3.6	14.3	3.6	30.1
管理(総務・経理等)	66	37.9	28.8	16.7	12.1	4.5	38.3
その他	5	20.0	20.0	20.0	0.0	40.0	37.5
【放送】							
報道・制作	250	64.0	14.4	10.4	3.2	8.0	24.7
技術・美術	63	19.0	19.0	22.2	36.5	3.2	57.2
編成	74	60.8	27.0	6.8	4.1	1.4	25.9
営業・事業	146	56.2	17.1	8.9	14.4	3.4	32.7
管理(総務・経理等)	220	40.9	29.1	12.7	14.1	3.2	37.5
その他	54	50.0	22.2	14.8	9.3	3.7	33.2
【出版】							
編集・出版・クリエイティブ	207	47.8	30.4	9.7	7.7	4.3	31.6
営業(広告・販売等)	65	55.4	23.1	7.7	3.1	10.8	25.9
管理(総務・経理等)	82	43.9	31.7	12.2	12.2	0.0	35.7
その他	31	29.0	35.5	12.9	16.1	6.5	41.8
男性	3155	59.6	18.6	8.7	9.9	3.2	29.5
【新聞】							
編集	170	67.1	12.9	7.6	8.8	3.5	26.7
制作・印刷・発送	41	43.9	19.5	24.4	9.8	2.4	37.5
出版・文化事業	5	80.0	0.0	0.0	20.0	0.0	27.5
電子メディア	31	48.4	22.6	6.5	19.4	3.2	36.7
営業(広告・販売等)	114	56.1	21.1	9.6	11.4	1.8	31.5
管理(総務・経理等)	88	52.3	21.6	13.6	11.4	1.1	33.5
その他	19	36.8	21.1	10.5	15.8	15.8	39.1
【放送】							
報道・制作	615	64.7	19.0	7.8	3.3	5.2	24.2
技術・美術	592	45.1	17.1	12.7	23.0	2.2	41.0
編成	134	72.4	16.4	6.7	1.5	3.0	21.3
営業・事業	462	68.0	17.3	6.1	5.4	3.2	24.3
管理(総務・経理等)	418	59.6	22.2	8.1	8.1	1.9	28.5
その他	88	58.0	12.5	6.8	19.3	3.4	34.3
【出版】							
編集・出版・クリエイティブ	178	61.8	20.8	7.9	4.5	5.1	25.7
営業(広告・販売等)	109	65.1	22.0	1.8	8.3	2.8	25.5
管理(総務・経理等)	69	62.3	18.8	10.1	8.7	0.0	28.8
その他	22	59.1	18.2	4.5	18.2	0.0	33.0