

アニメの制作現場におけるクリエイターの
取引環境に係る実態調査報告書

令和 7 年 12 月
公正取引委員会

目次

本報告書における略称一覧	2
第1章 調査趣旨等	3
第1 調査趣旨	3
第2 調査方法	3
1 アンケート調査	3
2 ヒアリング調査	4
3 情報提供フォーム	4
第2章 アニメ製作に係る市場の概要等	5
第1 アニメ製作に係る市場の概要	5
1 取引主体	5
2 製作の流れ	7
3 市場規模・市場動向	14
4 コンテンツと権利	19
第2 アニメ制作に係る取引実態	21
1 制作会社	21
2 フリーランス	30
第3 独占禁止法等の適用関係等	36
1 独占禁止法等の適用関係	36
2 アニメ制作の取引の特徴等	37
第3章 取引段階ごとの調査結果及び評価(取引の実態及び公正な競争の促進)	41
第1 製作委員会等・元請制作会社間の取引	41
1 発注段階	41
2 取引の履行過程	73
3 動画配信事業者との取引	92
第2 元請制作会社・下請制作会社間の取引	103
1 発注段階	103
2 取引の履行過程	118
第3 制作会社・フリーランス間の取引	134
1 発注段階	134
2 取引の履行過程	158
第4章 公正取引委員会の対応	174

本報告書における略称一覧

番号	略称	元の名称・定義
1	取適法	製造委託等に係る中小受託事業者に対する代金の支払の遅延等の防止に関する法律（令和8年1月1日施行予定） 下請代金支払遅延等防止法（下請法）から改称
2	独占禁止法	私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律
3	フリーランス・事業者間取引適正化等法	特定受託事業者に係る取引の適正化等に関する法律
4	フリーランス	本報告書において、フリーランスは、次の①又は②に該当するものをいい、組織としての実態を有しないものを指す。 ①個人であって、従業員を使用しないもの ②法人であって、一の代表者以外に他の役員（理事、取締役、執行役、業務を執行する社員、監事若しくは監査役又はこれらに準ずる者をいう。以下同じ。）がなく、かつ、従業員を使用しないもののいずれかに該当するもの
5	製作・制作	製作は「企画開発して、資金を集めて、作品を作り、それを商品として販売し、利益を上げるという、ビジネスの工程全体」、制作は「作品を作って、商品に変えるという工程」を指す ¹⁾ 。
6	元請制作会社	製作委員会、動画配信事業者、一般企業などのクライアントから直接発注を請ける制作会社
7	下請制作会社	他の制作会社から再受託する制作会社 アニメ業界においては、「元請」制作会社に対する用語として「下請」制作会社と呼称されている。
8	制作委託費	映画又はアニメ制作における取引額（受注額）
9	制作コスト	映画又はアニメ制作に掛かる原価（製造原価）

¹⁾ 中村恵二・佐々木亜希子「映画産業の動向とカラクリがよ〜くわかる本」秀和システム新社（2021）p.84

第1章 調査趣旨等

第1 調査趣旨

アニメ・音楽・放送番組・映画・ゲーム・漫画といったコンテンツは、我が国の誇るべき財産であるが、コンテンツ産業活性化戦略（令和6年6月21日閣議決定「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画2024年改訂版」において策定・明記）において、「クリエイターが安心して持続的に働くことができる環境が未整備である。我が国のクリエイターの創造性が最大限発揮される環境を整備する」とされ、「映画・アニメ等のクリエイター個人の創造性が最大限発揮される取引環境を整備するため、音楽・放送番組の分野の実態調査に続けて、年明け（令和7年）から、映画・アニメの制作現場におけるクリエイターの取引環境に係る実態調査を行う」とされた。

このような状況も踏まえ、公正取引委員会は、クリエイター個人の創造性が最大限発揮される取引環境を整備するため、映画・アニメの制作に係る取引分野（以下それぞれ「映画分野」、「アニメ分野²」という。）に関する実態調査をそれぞれ実施した³。本報告書では、アニメ分野の調査結果を記載する⁴。

第2 調査方法

1 アンケート調査

令和7年6月から同年7月にかけて、アニメの制作を行っている制作会社（以下単に「制作会社」という。）及びフリーランスに対し、アンケート調査を実施した。

調査対象	送付数	回収数	回収率
制作会社 ⁵	417	130	31.2%
フリーランス ⁶	1900 超	165	—

一般社団法人日本動画協会によると、制作会社の数は、2020年時点で全国811社とされる⁷。また、アニメ制作に従事するクリエイターは6200人ほどいるといわれており、そのうち5～7割がフリーランスとして活動しているとされる⁸。

² 本調査は、主に劇場版アニメ及びテレビアニメの製作に係る取引を対象とする。

³ 調査に当たっては、株式会社日本総合研究所（以下「日本総研」という。）の協力を得た。

⁴ 映画分野に関する調査結果は、「映画の制作現場におけるクリエイターの取引環境に係る実態調査報告書」を参照。

⁵ 日本標準産業分類で「アニメーション制作業」に分類される事業者等に対して回答を依頼。

⁶ フリーランスが所属する業界団体又はヒアリングを実施した制作会社を通じて回答を依頼。

⁷ 一般社団法人日本動画協会「アニメ産業レポート2021」資料④（2021-12）

⁸ 安井洋輔「わが国のアニメ産業における供給面の課題」p.38,48（2025）

2 ヒアリング調査

令和 7 年 1 月から同年 12 月にかけて、以下のとおり計 75 者に対してヒアリング調査を実施した。

対象者	件数
制作会社	34
フリーランス	16
業界団体	4
製作委員会等 ⁹	14
有識者 ¹⁰	7
合計	75

3 情報提供フォーム

映画分野及びアニメ分野の制作に携わるクリエイターと制作会社との取引等について問題と思われる事実に関する情報を収集・把握するため、令和 7 年 1 月から公正取引委員会のホームページ上に情報提供フォームを設置し、同年 11 月末日までに両分野合わせて 219 件の情報提供を得た。

⁹ 製作委員会については、映画会社、配給会社、出版社等の製作委員会に出資経験のある事業者を対象とした。また、動画配信事業者を含む。

¹⁰ 経済学者、法学者、弁護士等を対象とした。

第2章 アニメ製作に係る市場の概要等

第1 アニメ製作に係る市場の概要

1 取引主体

(1) 製作委員会

製作委員会とは、映画やアニメーション（以下「アニメ」という。）¹¹の製作及び利用等の共同事業を営むことを目的とし複数の事業者が出資して組成する団体であり、出資リスクを低減するスキームである。構成事業者には、映画会社、放送事業者、出版社、広告代理店、映像ソフト販売会社、音楽出版社等があり、各事業者が分担してアニメの製作・配給・宣伝・興行等を行う。多くは民法上の組合（任意組合）であり、組合員の合議によって意思決定する。また、完成したアニメに対する著作権等の権利は組合員で共有し、利益は主に出資比率に応じて配分する¹²。

(2) 動画配信事業者

作品の著作権者と配信権のライセンス契約を締結し自らのプラットフォームでデジタル配信・独占公開等を行うほか、豊富な資金力をいかし、自らがオリジナル作品を製作し配信する場合もある。後者の場合、元請制作会社に制作委託を行う。

(3) 制作会社

制作会社は、企画、脚本、絵コンテ、レイアウト、原画、動画、背景、撮影、編集、音響製作等を行う事業者である。アニメ業界では、以下のア及びイのとおり、受託元に応じて、「元請制作会社」と「下請制作会社」と呼称されている¹³。

ア 元請制作会社

元請制作会社とは、製作委員会、動画配信事業者などから直接アニメ制作を受託する元請取引を行う事業者をいう。アニメ制作に当たっては、元請制作会社の従業員が従事することもあるが、後述のとおり、下請制作会社やフリーランスに再委託することが一般的である。また、多くの制作会社は、1970年代からコスト削減を目的に、動画や彩色・仕上げ工程の作業について、中国、韓国、台湾や、フィリピン、ベトナム、タイ、マレーシアなどの東南アジアの国々の事業者にも再委託している¹⁴。

¹¹ アニメとは、動作や形が少しずつ異なる多くの絵や人形を一コマずつ撮影し、複数の静止画を高速で切り替えることで、動きのある映像を表現する創造物をいう。

¹² 経済産業省「平成 28 年度コンテンツ産業強化対策支援事業（映像コンテンツの海外展開と資金調達の在り方に関する調査事業）報告書」（平成 29 年 2 月）p.8

<https://dl.ndl.go.jp/view/prepareDownload?itemId=info%3Andljp%2Fpid%2F11274472&contentNo=1>

¹³ 本報告書においても、「元請制作会社」に対応する呼称として「下請制作会社」を使用する。

¹⁴ 安藤和宏「エンターテインメント・ビジネス 産業構造と契約実務」リットーミュージック（2024）p.289

イ 下請制作会社

前記(3)のとおり、元請制作会社等から制作の全部又は一部の再委託を請ける事業者は、アニメ業界においては、「元請」制作会社に対する用語として「下請」制作会社と呼称されている。元請制作会社と下請制作会社の取引上の地位は、作品によって入れ替わることも多くある。下請制作会社¹⁵のうち、脚本、演出、原画、動画、CG、背景美術、特殊効果、撮影、編集などの特定の工程を受け持つ事業者を特に「専門スタジオ」という。

なお、一部工程ではなくテレビシリーズ1クール12話中の1話など、1話分の制作をまとめて請け負うことを特に「グロス請け」という¹⁶。

(4) フリーランス

日本のアニメ制作は、アニメーター等のフリーランスに大きく依存している。1970年代以降、労働コストの上昇により、多くのアニメ制作会社がそれまで内製していた動画や着色などの一部の工程をフリーランスに委託するようになった¹⁷。

以下に制作に携わる主な職種を抜粋して記載する¹⁸¹⁹。

監督・演出	監督とは、作品全体の内容に責任を持つ者をいう。 演出とは、監督の意図に基づいて作品を構成し、主に各話の内容に責任を持つ者をいう。
キャラクターデザイン	作中に登場するキャラクターを創作する者、又はその業務を指す。キャラクターの他にも、機械類のデザインを担当するメカニックデザインなど、作品の内容によっては個別のデザイン担当がいる場合もある。
原画	動画の基になる絵、又はその絵を描く作業を指す。原画を担当するアニメーターを「原画マン」という。
動画	原画と原画との間を補完する絵を描く作業を指す。動画を担当する人を「動画マン」といい、一般的に新人アニメーターの業務とされ、その後原画マンに昇格する場合が多い。原画と動画の工程をまとめて「作画」と呼ぶ。

¹⁵ 声優が所属する事務所などアニメ制作に係る過程で業務を受託する会社を含む。

¹⁶ 公正取引委員会「アニメーション産業に関する実態調査報告書」(平成21年1月) p.4

¹⁷ 安藤和宏「エンターテインメント・ビジネス 産業構造と契約実務」p.289 リットーミュージック(2024)

¹⁸ 代々木アニメーション学院「業界ナビ：アニメの作り方は？制作の流れや予算も含めて解説」(2024-9-11)
<<https://www.yoani.co.jp/gyokainavi-top/animator/an-works/how-to-make-anime/>> (2025-8-5 確認)

¹⁹ A-1 Pictures オフィシャルサイト「2026 年度新卒採用 職種紹介」<https://a1p.jp/new_grad_2026/> (2025-8-5 確認)

動画検査	動画マンが描いた動画について、線抜けがないか、素材不備がないかを検査し、修正する作業を指す。
作画監督	担当話における作画に責任を持つ者をいう。複数のアニメーターが描いた作画をチェックし、修正指示を出したり自身で修正したりする。作品全体の作画を統一する責任者を総作画監督という。
仕上げ	動画に彩色をする作業を指す。あらかじめ設定された色彩設計を参考に、指定されたカラーで彩色を行う。
背景美術	アニメーターが描いた線画を基に、アニメの背景を描く作業を指す。
撮影	作画から仕上げ、背景美術等の素材をまとめ、ビジュアルエフェクトなどを施し、最終的な映像に仕上げる作業を指す。
制作進行	制作スケジュールを管理する者、又はその業務を指す。制作に関わる様々なスタッフや部署と連絡を取って状況を確認し、制作スケジュールや予算を管理する。

2 製作の流れ

(1) 制作の流れ

企画から映像を完成させるまでの流れは、作品に応じて様々な形が存在する。現在主流である製作委員会方式は、一般的に、製作プロデューサーが原作（漫画や小説）を探したり脚本家に依頼してオリジナルストーリーのプロット（物語の筋、世界観）を作成したりして企画開発を行い、アニメ化を目指す。企画は、一般的に、映画会社、放送事業者、出版社などが行い、制作会社が企画業務を受託することで制作が進行する。また、元請制作会社が自社企画を製作委員会へ売り込む場合もあるが、近年は漫画等の原作のある作品が多いとされる。

原作がある場合には、原作の利用許諾を得た後に、一次利用先を選定する。この一次利用先とは、地上波テレビ放送や劇場公開等、当該アニメの製作目的に沿った利用のことを指す。それとは異なる目的で利用することを二次利用といい、具体的にはキャラクターの商品化、海外におけるテレビ放送向けの販売（海外販売）、動画配信事業者へのライセンス等がある²⁰。

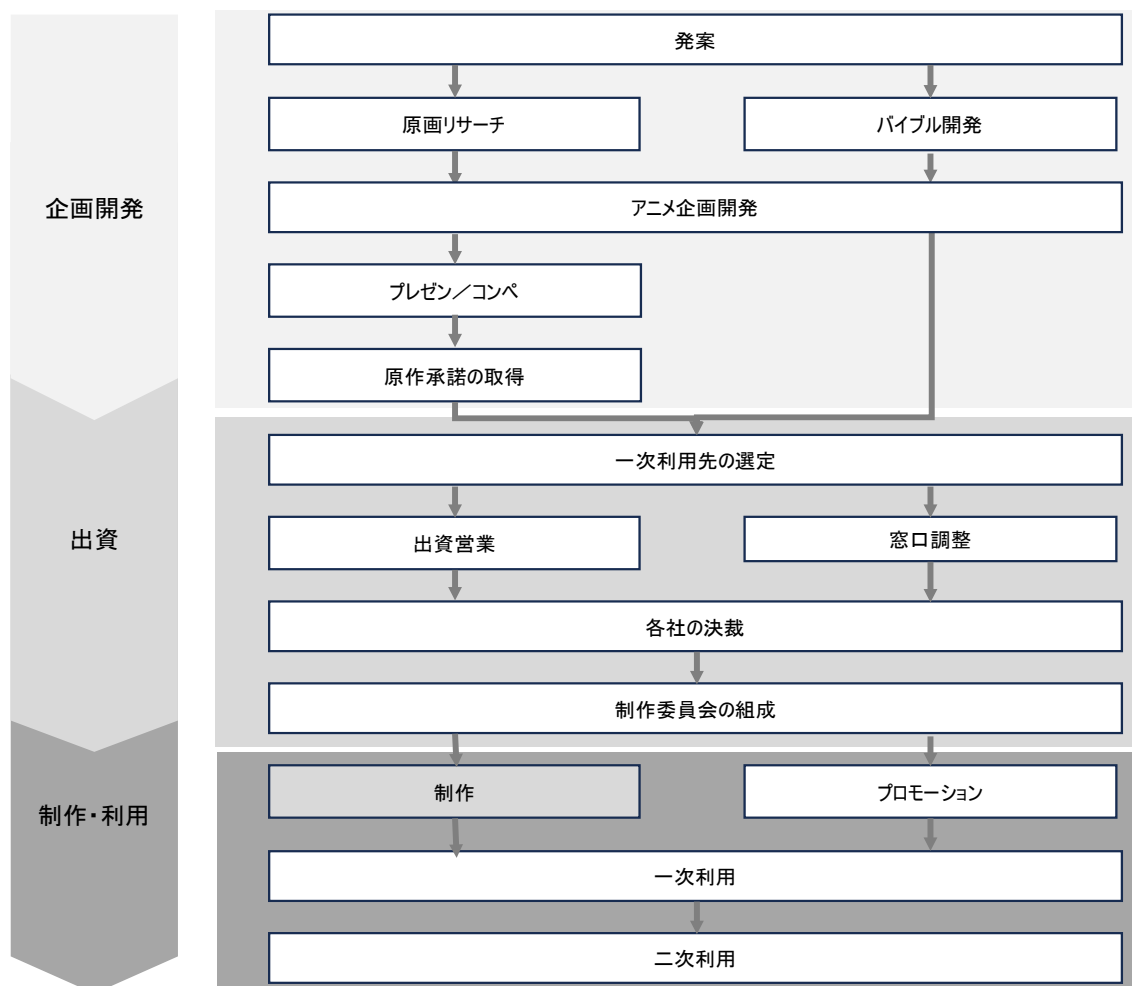
実際にアニメを制作する業務は、製作委員会方式等により資金調達が行われた後に、製作委員会等から受託した元請制作会社が行う²¹。制作されたアニメは、製作委員会等

²⁰ 詳細は、公正取引委員会「アニメーション産業に関する実態調査報告書」（平成 21 年 1 月）を参照。

²¹ 製作委員会方式の場合、製作委員会は一般的に法人格のない組合であり、幹事会社が業務執行者として又は組合を代理して制作会社との制作委託契約を締結する。

に納品された後、テレビ放送、劇場公開、動画配信事業者による配信、DVD・関連グッズの販売等の様々なメディア形態で消費者に届けられる²²。

図2-1 アニメの企画から制作の流れの例



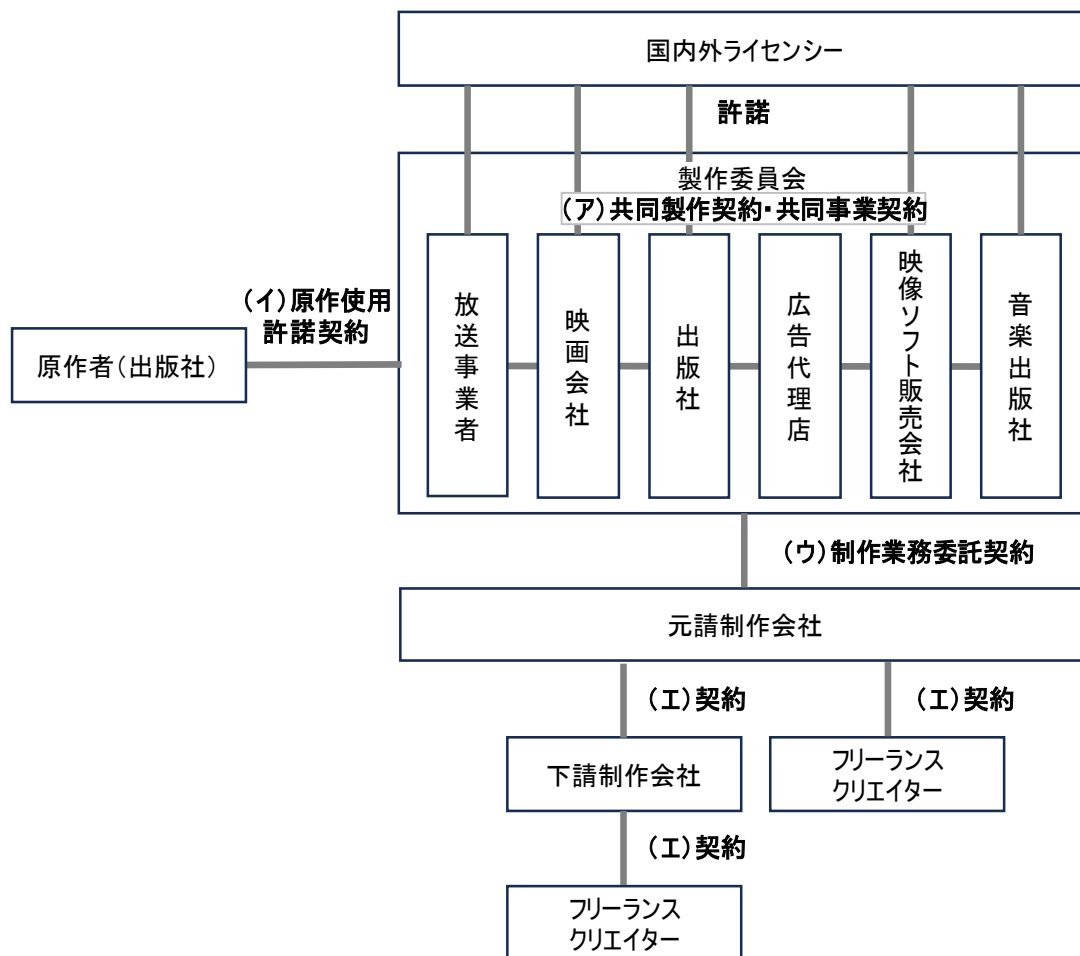
出所：一般社団法人日本動画協会「アニメビジネスと製作委員会」を基に作成

(2) 各種契約

アニメ製作に当たっては、製作委員会等の出資者、制作会社、フリーランスの間で各種の契約が締結される。製作委員会方式におけるアニメ製作の典型的な契約の概要は次のとおりである。

²² 経済産業省「業界の現状及びアクションプラン（案）について【アニメ】（事務局資料②）」（2025-1-17）p.16
https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/entertainment_creative/pdf/003_04_02.pdf（2025-8-5 確認）

図2-2 製作委員会方式のアニメ製作の構造例



出所：一般社団法人日本動画協会「アニメビジネスと製作委員会」、経済産業省「アニメーション制作業界における下請適正取引等の推進のためのガイドライン」等を基に作成

ア 共同製作契約・共同事業契約

共同製作契約・共同事業契約とは、製作委員会方式において、各事業者の出資額、幹事会社の選定、著作権等の権利の帰属、収益の分配等について定める契約である。製作委員会の多くは民法上の組合であり法人格がないため、出資金や作品の著作権等の組合財産は各出資者の共有となる。出資者の中から、特に製作委員会の運営をリードする存在として幹事会社を選出され、これは法的には組合の業務執行組合員と位置付けられる²³²⁴。

²³ 生島隆生「アニメ製作に関する契約実務 ―製作委員会方式 共同製作契約編―」（2023-12-6）p.4

<https://www.amt-law.com/asset/pdf/bulletins1_pdf/231206.pdf>（2025-8-5 確認）

²⁴ 平成19年度著作権・コンテンツ委員会「アニメの著作権」（2008）p.22

<https://jpaa-patent.info/patents_files_old/200808/jpaapatent200808_011-047.pdf>（2025-8-5 確認）

イ 原作使用許諾契約

原作使用許諾契約とは、漫画や小説をアニメの原作として使用する場合に、著作権者である原作者又は原作者の権利を管理している出版社が、主に製作委員会に対して、原作の利用を許諾する契約である²⁵。

ウ 制作委託契約

制作委託契約とは、製作委員会等がアニメ制作を行う元請制作会社に対して、成果物の作成を委託し対価の支払を取り決める契約であり、作品ごとに締結する。

契約内容には、製作委員会等から元請制作会社への各種印税（制作印税、原作印税（オリジナルアニメの場合）等）の支払が定められる場合がある²⁶。

なお、この場合には、公開から時間の経過とともに制作会社の印税収入は減少していくが、制作会社にとっては、一つの作品からの制作印税は僅かであっても、長期にわたって印税収入が発生するので、完成作品が多くなるにしたがって安定収入源になり得るとの指摘もある²⁷。

エ 下請制作会社やフリーランスへの発注

アニメ制作に当たり、元請制作会社と下請制作会社、制作会社とフリーランスなどの間で、成果物の作成を委託し対価の支払を取り決める業務委託契約を締結する。アニメ制作の中心を担う監督や脚本家等のメインスタッフと呼ばれるフリーランスは、製作委員会と直接契約する場合もある。

フリーランスへの発注については、職種によっては「拘束契約」と呼称される契約が締結され、契約期間中にわたって業務の対価が月額で支払われる場合もある一方で、監督業務や脚本の作成などにおいて作品単位で対価が支払われる契約が締結される場合や、原画や仕上げの作業などにおいて枚数単位・カット単位の単価制で対価が出来に応じて支払われる契約が締結される場合もある。拘束契約については、継続的な人材確保や作品の品質向上の観点から選択されることがあるとみられ、主に「完全拘束²⁸」・「半拘束²⁹」の二種類がある³⁰。

²⁵ 経済産業省・公益財団法人ユニジャパン「コンテンツビジネスにおける各種契約」（2018）p.6

<https://www.unijapan.org/producer/pdf/producer_341.pdf>（2025-8-5 確認）

²⁶ 一般社団法人日本動画協会「アニメビジネスと製作委員会」（2024-10-21）

<https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/chosakuken/seisaku/r06_03/pdf/94124501_02.pdf>（2025-8-5-確認）

²⁷ 竹澤直哉、武内幸生、赤壁弘康、仲村直人（2024）「日本アニメ制作における資金調達の課題」南山経営研究センター Working Paper NO.2401<[dfc38dbaa0ad86ea3e9a1832f8acf7f27f52c6da.pdf](https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/chosakuken/seisaku/r06_03/pdf/94124501_02.pdf)>（2025-8-12 確認）

²⁸ 「完全拘束」は、契約期間中は月額の報酬を受け取るという契約である。契約期間中は他の制作会社からの委託業務は行わずに専念することとなる代わりに、半拘束よりも報酬が高くなるとされる。

²⁹ 「半拘束」は、完全拘束と同様に、契約期間中は月額報酬を受け取るものであるが、完全拘束よりも報酬が低くなる代わりに、他の制作会社からの委託業務を並行して行うことも可能であるとされる。

³⁰ 経済産業省「アニメーション制作業界における下請適正取引等の推進のためのガイドライン」（令和7年5月改定）

p.11 注釈2

(3) 制作工程

アニメ作品の制作工程は、準備段階としてのプリプロダクション、主に映像素材を制作するプロダクション、編集・音響制作等の作品の仕上げを行うポストプロダクションの三つに分かれる。

ア プリプロダクション

プリプロダクションは、スタッフを選定し、企画書を基に、シリーズ構成・脚本、デザイン・設定、絵コンテなどアニメ制作の土台を作り、制作工程を確定する作業を指す。

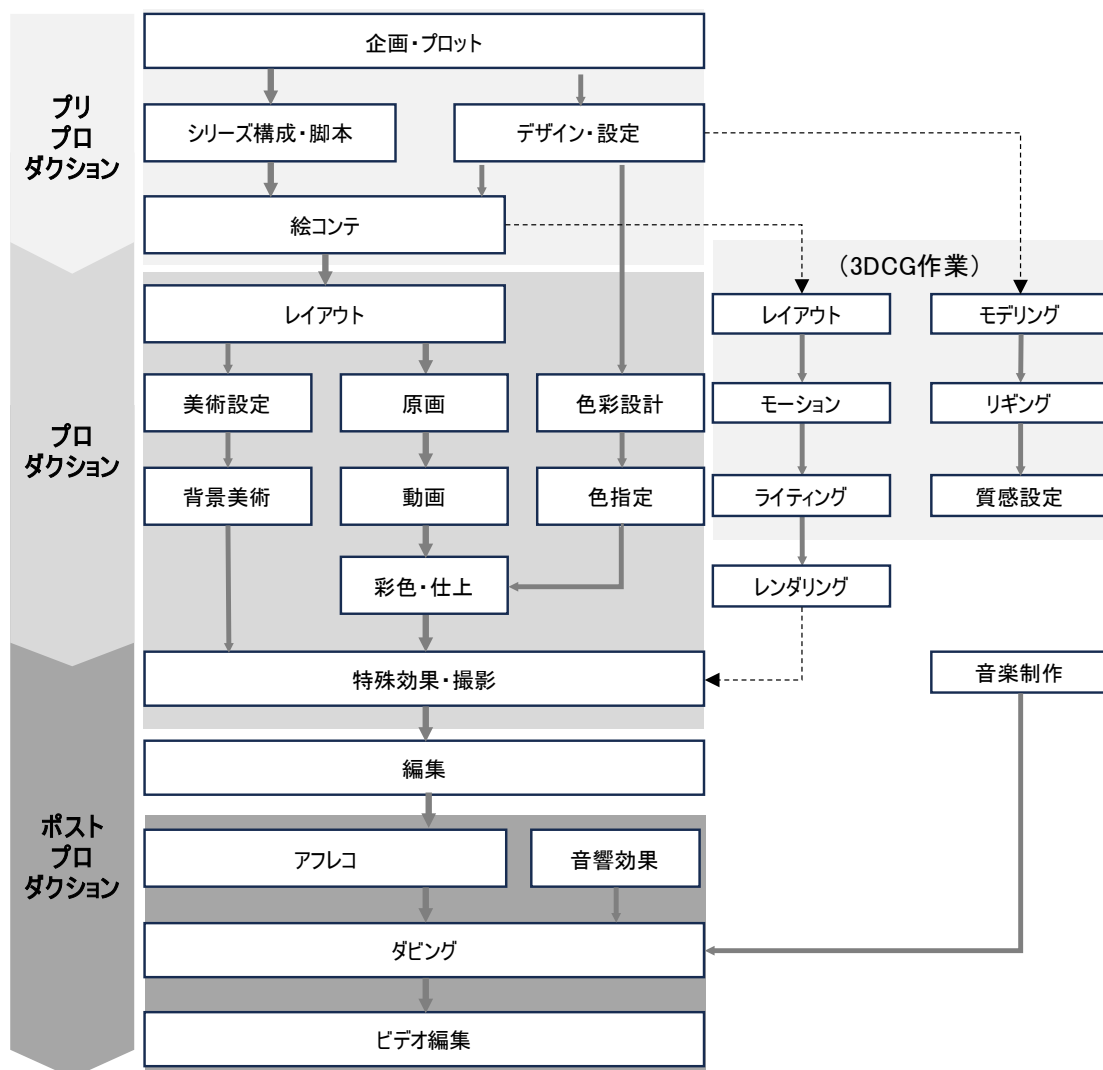
イ プロダクション

プロダクションは、原画を描き、美術設定を決め、彩色・仕上げ、撮影をするというアニメ制作における中核的な作業を指す。近年では、3DCG の入ったアニメ作品も増えており、3DCG のレイアウト、モデリングといった作業も行う。

ウ ポストプロダクション

ポストプロダクションは、撮影された映像の編集、アフレコ、音響効果などの後工程の作業を指す。

図2-3 アニメの制作工程概観図



出所：一般社団法人日本動画協会「アニメビジネスと製作委員会」を基に作成

(4) 製作方式・収益構造

アニメ製作には複数の出資スキームがある。現在最も多く利用されるのは製作委員会方式であるが、そのほかにも、特別目的会社（SPC）方式、有限責任事業組合（LLP）方式、クラウドファンディング方式等のスキームがある³¹。

³¹ 生島隆男「アニメ製作に関する契約実務—製作委員会方式 共同製作契約—」知財ぶらずむ No.260（2024）
<https://www.amt-law.com/asset/res/news_2024_pdf/publication_0028631_ja_001.pdf>（2025-8-5 確認）

ア 広告収入方式

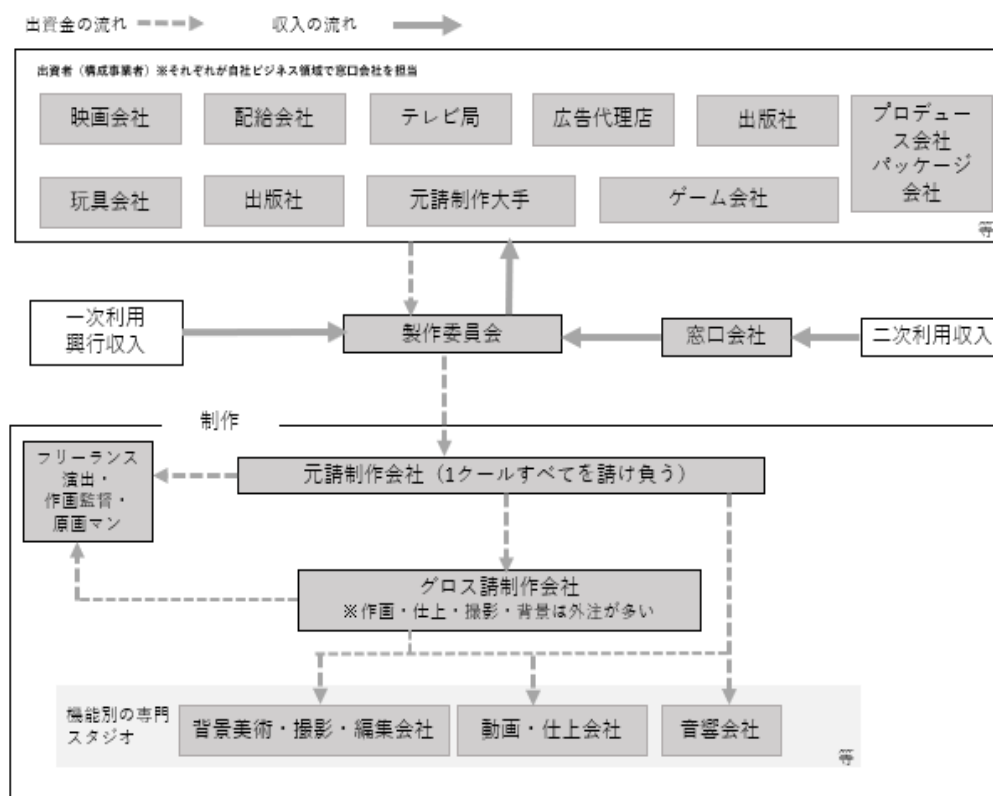
広告収入方式は、放送事業者、広告代理店及びスポンサーである広告主が企画し、制作会社がアニメを受託制作する方式を指す。日本では、後述する製作委員会方式が導入されるまでは広告収入方式が広く採用されてきた。

イ 製作委員会方式

製作委員会の組成目的と主な構成事業者は前記1（1）のとおりである。

各構成事業者は製作委員会に出資して収益の分配を受けるほかに、アニメ作品の二次利用者と製作委員会との間の取引の窓口となり、二次利用に係る許諾契約を締結し許諾料を受け取る場合がある。この権利を窓口権といい、テレビ放映権、動画配信権、商品化権等が存在する。各構成事業者は、共同事業契約に基づき、二次利用によって得られた収入から窓口手数料等を控除し、残額が製作委員会の収入となる³²。各構成事業者は、製作委員会収入の分配によって出資分を回収できない場合であっても、窓口手数料収入等によって実質的に出資分を回収できる場合もある。

図2-4 製作委員会方式による出資・収益構造の例



出所：経済産業省「業界の現状及びアクションプランについて【アニメ】（事務局資料②）」p.18を基に作成

³² 生島隆男「アニメ製作に関する契約実務—製作委員会方式 共同製作契約—」知財ぶりずむ No.260（2024）
<https://www.amt-law.com/asset/res/news_2024_pdf/publication_0028631_ja_001.pdf>（2025-8-5 確認）

ウ 配信事業者モデル

外資系事業者を中心に豊富な資金力を持つ配信事業者は、複数の配信プラットフォーム等でも展開されるような既存の作品だけでなく、オリジナル作品の製作・配信も行っている。その場合、配信事業者がアニメ制作会社に当該作品の制作を委託する。

エ 共同出资方式・一社提供方式

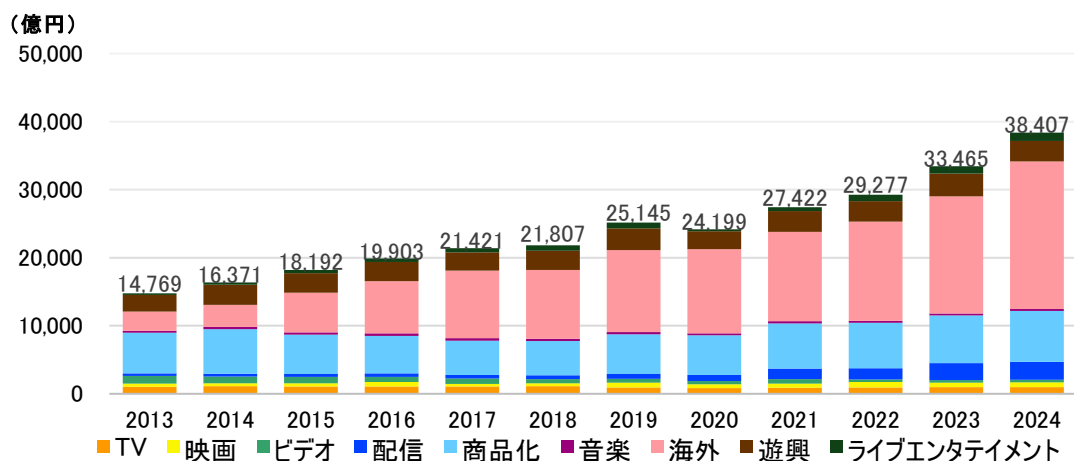
近年、製作委員会を組成せず一事業者（制作会社）がアニメの制作費全額を出資する方式や、制作会社や出版社等の2～3社の出資により制作する方式が採られる場合がある。制作会社に資金力がある場合に限られる方式ではあるが、これによって、制作会社が一社で自己資金等によりアニメを制作し、放送事業者との放送等に係る契約の交渉・締結やアニメの二次利用のライセンス契約など、全てのビジネス展開を行う場合がある³³。

3 市場規模・市場動向

(1) 市場規模

アニメ産業市場は、2023年に3兆3465億円となり史上最高額を更新し、2002年と比較して約3倍の規模となっている³⁴。近年の市場拡大は、海外市場（海外におけるアニメ関連消費（放送・上映・ビデオ・配信・商品等））の伸長が大きな要因とされる。実際に、国内市場と海外市場を比較すると、2023年には海外市場の規模が国内市場を上回っている。

図2-5 日本のアニメ市場（業界・産業）の推移

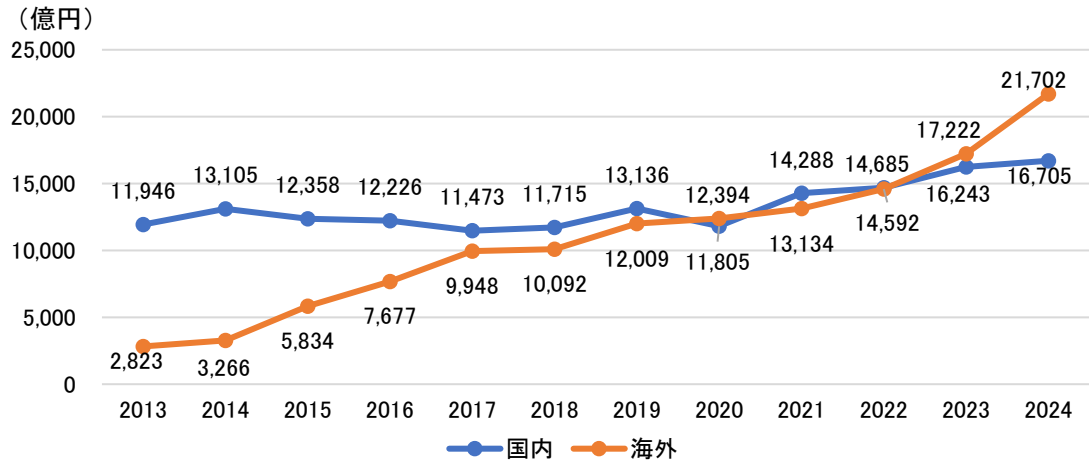


出所：一般社団法人日本動画協会「アニメ産業レポート2025」サマリー版を基に作成

³³ 安藤和宏「エンターテインメント・ビジネス 産業構造と契約実務」リットーミュージック（2024）p.299

³⁴ 一般社団法人日本動画協会「アニメ産業レポート2025 サマリー版」（2025-12）

図2-6 国内と海外のアニメ市場対比

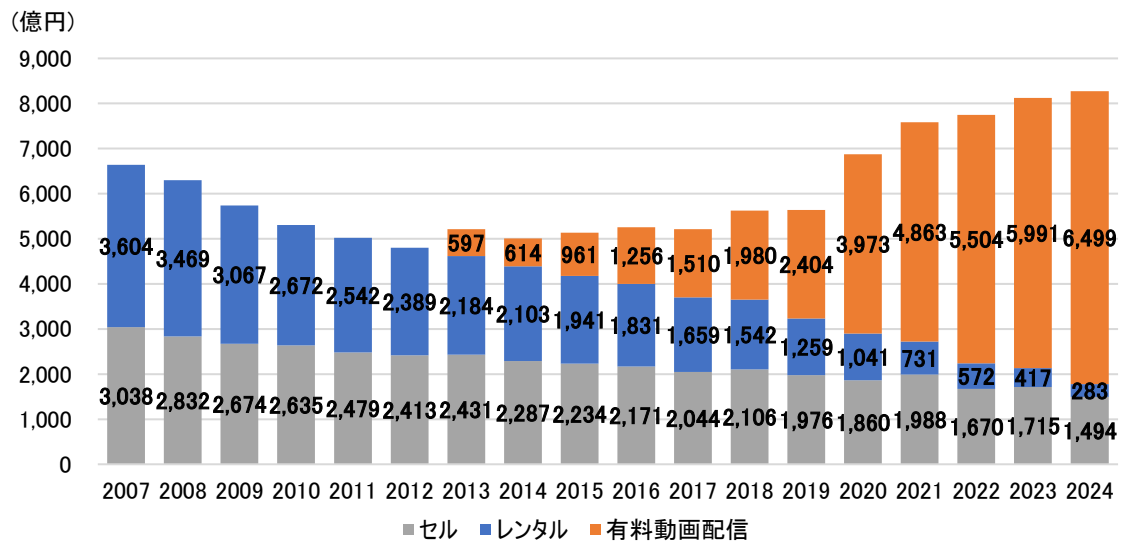


出所：一般社団法人日本動画協会「アニメ産業レポート 2025」を基に作成

(2) 動画配信サービスの市場拡大

近年、映像ソフト市場において、有料動画配信（定額見放題、デジタルレンタル、有料動画購入）が台頭しており、その増加傾向は顕著である。

図2-7 映像ソフト市場規模の推移

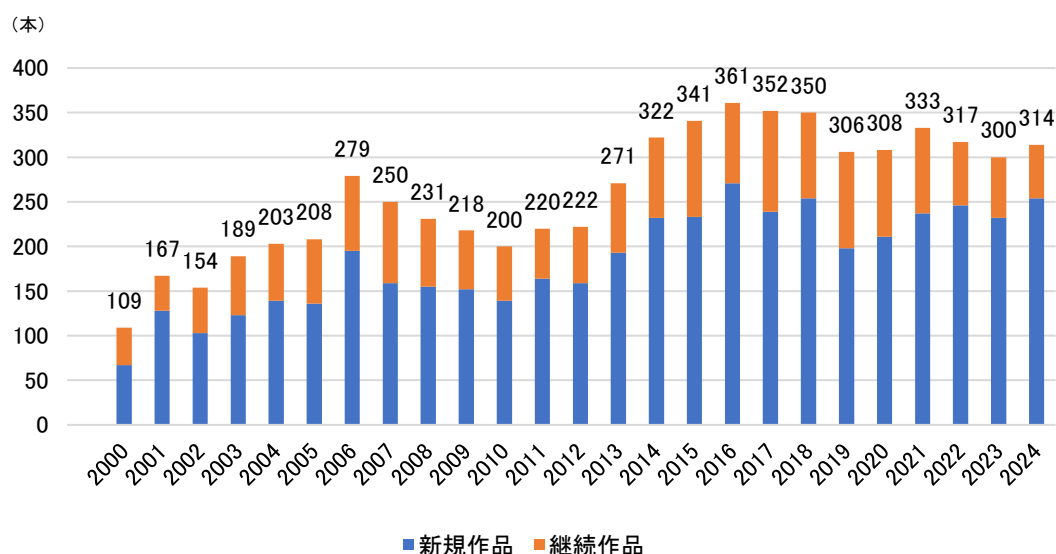


出所：一般社団法人日本映像ソフト協会「2024 映像ソフト市場規模およびユーザー動向調査報告書」を基に作成（映画・アニメ等のコンテンツの種類は区別していない）

(3) 制作本数

テレビアニメの年間制作本数は、2000年には100本程度であった³⁵⁾が、近年は300本程度で推移している。アニメ市場が拡大する中、供給が求められる本数も増加しているが、業界全体の人手不足の深刻化により制作現場はひっ迫しており、今後も大幅な本数増加は難しいとの見立てであるとの指摘がある³⁶⁾。

図2-8 テレビアニメの制作本数



出所：一般社団法人日本動画協会「アニメ産業レポート 2025」を基に作成

(4) 人材不足と制作コスト増加

近年、アニメ制作は人手不足の状況にあり³⁷⁾、制作コストの上昇の要因の1つとなっているとの指摘がある。多くの制作会社が制作コストの上昇傾向を認めており、その理由としては、人手不足により人件費が上昇していること、円安により海外への外注費が上昇していること、物価上昇により人件費や制作コストが増す可能性があることが挙げられている³⁸⁾。また、継続的な人材確保や作品の品質向上の観点から、フリーランスとの間で拘束契約を締結したり、フリーランスの従業員化が進められたりしており、これが制作コストの増加につながっているとみられる。

³⁵⁾ 株式会社バンダイナムコフィルムワークス「アニメーションビジネスの現状と課題」(2024-9-9) P.5

<https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/wgkaisai/contents_dai1/siryou4.pdf> (2025-8-5 確認)

³⁶⁾ 経済産業省「業界の現状及びアクションプラン(案)について【アニメ】」(事務局資料②)(2025-1-17) p.23

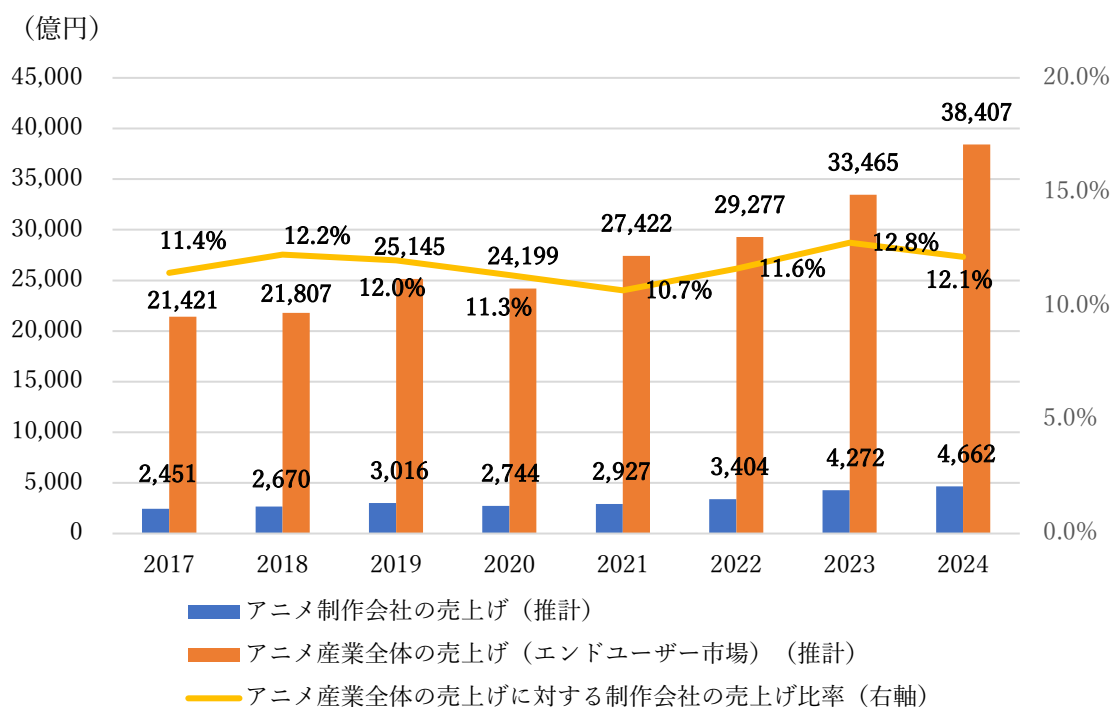
³⁷⁾ 経済産業省「アニメーション制作業界における下請取引等の推進のためのガイドライン(令和7年5月改訂)」p.11

³⁸⁾ 一般社団法人日本動画協会「アニメ産業レポート 2025」(2025-12)

(5) 市場における制作会社の売上の占める割合

アニメ市場全体の規模は拡大しているが、市場全体の規模の拡大ほどには制作会社の売上は伸びておらず、日本のアニメエンドユーザー売上げに対する制作会社の売上げの比率は、10%程度にとどまる。

図2-9 日本のアニメエンドユーザー売上げに対する制作会社の売上げの比率

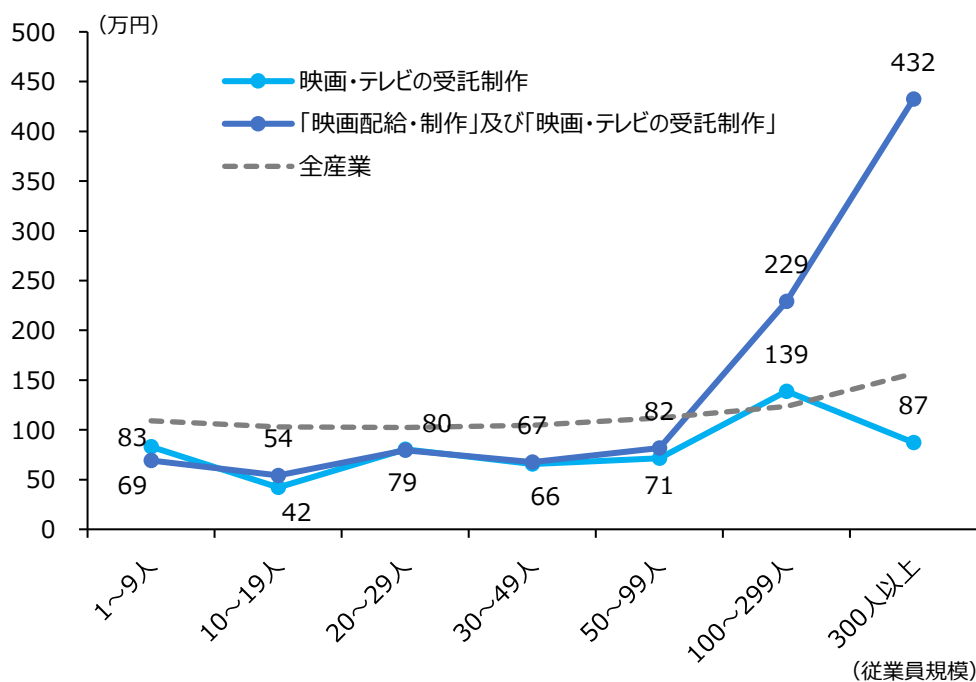


出所：一般社団法人日本動画協会「アニメ産業レポート 2025」を基に作成

(6) 映画・テレビの受託制作企業等の従業員規模別営業利益

従業員一人当たりの営業利益をみると、映画・テレビの受託制作企業³⁹は、従業員規模にかかわらず全産業水準をおおむね下回っている。一方、「映画配給・制作」⁴⁰も加えると、従業員規模 100～299 人では全産業の約 2 倍、300 人以上では約 3 倍の利益水準となっている。

図2-10 従業員規模別一人当たりの営業利益



出所：総務省経済センサス活動調査（2021 年）における「映像情報制作・配給業」を対象に日本総研において個票分析を実施

³⁹ 日本産業分類における小分類を 411（映像情報制作・配給業）に限定した上で、[企・建設サービス] 1744_映画の制作・配給サービス（受託制作を除く）がゼロで、[企・建設サービス] 1745_映画の受託制作サービス又は [企・建設サービス] 1746_テレビ番組の制作サービスがゼロより大きい企業を抽出したもの。アニメ制作会社も含む。

⁴⁰ 日本産業分類における小分類を 411（映像情報制作・配給業）に限定した上で、[企・建設サービス] 1744_映画の制作・配給サービス（受託制作を除く）、[企・建設サービス] 1745_映画の受託制作サービス又は [企・建設サービス] 1746_テレビ番組の制作サービスがゼロより大きい企業を抽出したもの。

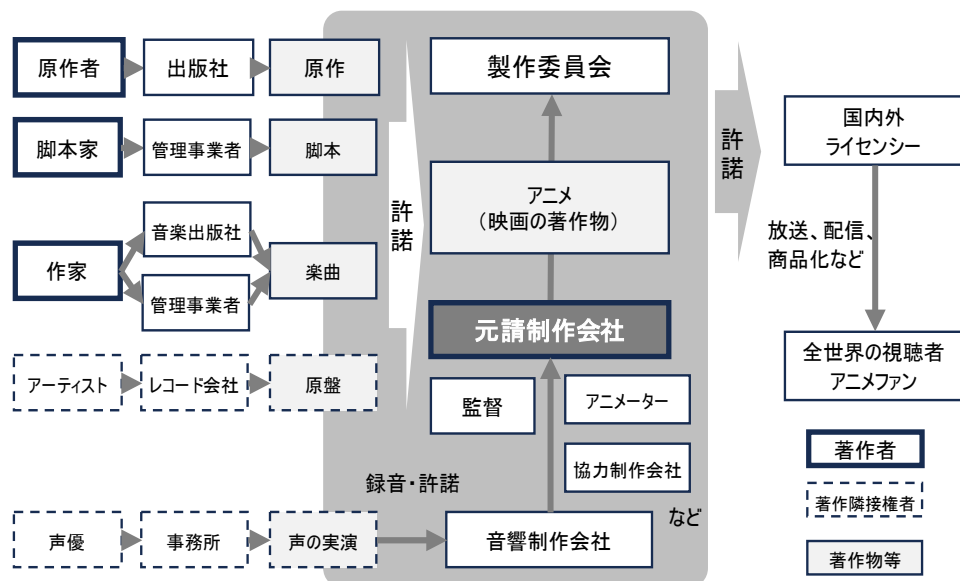
4 コンテンツと権利

(1) 著作権

ア 著作権

著作権とは、著作物を創作した著作者に与えられる権利であり、著作権法によって保護されている。著作権は、著作者人格権及び著作権（財産権）によって構成される。

図2-11 アニメの権利関係俯瞰図(一例)



出所：一般社団法人日本動画協会「文化審議会著作権分科会政策小委員会「アニメビジネスと製作委員会」」を基に作成

イ 著作者

アニメのような「映画の著作物」の著作者については、著作権法第16条において規定されており、著作物の「全体的形成に創作的に寄与した者」（モダンオーサー）が著作者となる。また、原作・脚本・使用楽曲等の著作者（クラシカルオーサー）は「映画の著作物の著作者」には含まれない。

（映画の著作物の著作者）

第16条 映画の著作物の著作者は、その映画の著作物において翻案され、又は複製された小説、脚本、音楽その他の著作物の著作者を除き、制作、監督、演出、撮影、美術等を担当してその映画の著作物の全体的形成に創作的に寄与した者とする。ただし、前条の規定の適用がある場合は、この限りでない。

ウ 著作権の帰属

アニメのような「映画の著作物」の著作権の帰属については、著作権法第29条に以下のとおり規定されており、「その著作者が映画製作者に対し当該映画の著作物の製作に参加することを約束しているとき」は、映画の著作物の著作権は映画製作者に帰属する。

第4款 映画の著作物の著作権の帰属

第29条 映画の著作物（第15条第1項、次項又は第3項の規定の適用を受けるものを除く。）の著作権は、その著作者が映画製作者に対し当該映画の著作物の製作に参加することを約束しているときは、当該映画製作者に帰属する。

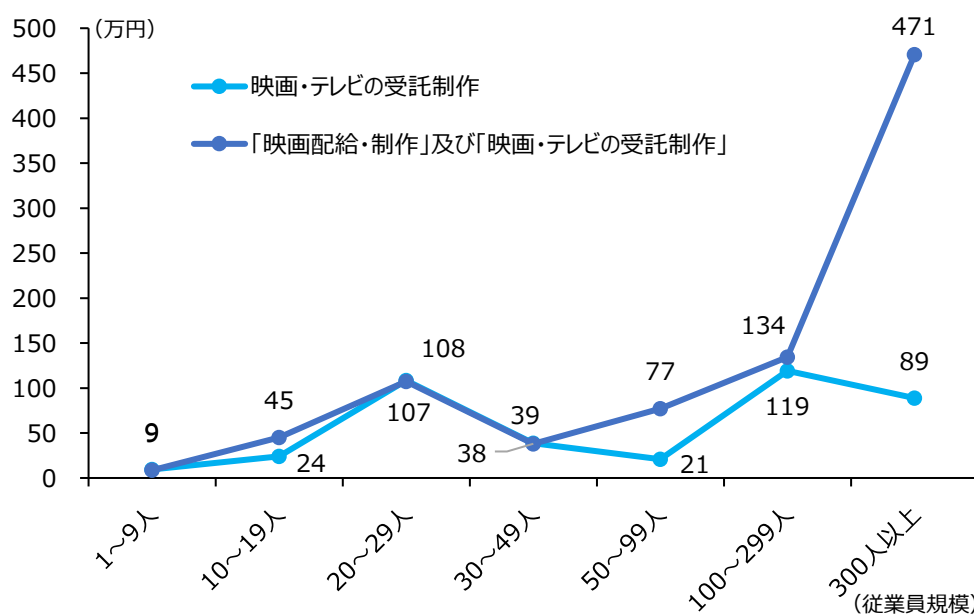
「映画製作者」とは、「映画の著作物の製作に発意と責任を有する者をいう」とされている（著作権法第2条第1項第10号）。「発意と責任を有する者」の判断基準については、複数の裁判例があり、製作委員会方式においてどの主体が「映画製作者」に当たるかについては、個別具体の事案に即して判断される。

なお、取引実務上は、契約書において発注者である製作委員会に帰属する又は元請制作会社から譲渡させる旨を規定することが多いとみられる。

(2) 著作権の使用許諾による収益

従業員規模別の一人当たりの映像著作権の使用許諾サービス収入をみると、映画・テレビの受託制作企業の水準に比べて、「映画配給・制作」も加えた企業では特に従業員300人以上で高水準となる。この背景としては、前述のとおりアニメ作品の著作権は最終的に製作委員会に帰属することが多いところ、規模の大きい製作委員会の構成事業者において著作権の使用許諾による収入があることが、その要因の1つであると考えられる。

図2-12 一人当たりの映像著作権の使用許諾サービス収入



出所：総務省経済センサス活動調査（2021年）における「映像情報制作・配給業」を対象に日本総研において個票分析を実施

第2 アニメ制作に係る取引実態

1 制作会社

(1) 事業規模・事業概要

ア 事業規模

制作会社に対するアンケート調査では、図2-13のとおり、回答者⁴¹⁾の90.2% (111件) が中小企業者⁴²⁾であった⁴³⁾。

図2-13 制作会社の資本金及び従業員数

資本金 従業員数	1000 万円以下	1000 万円超 5000 万円以下	5000 万円超	分からない	計
10 人以下	35	3	0	1	39
	28.5%	2.4%	0.0%	0.8%	31.7%
10 人超 100 人以下	40	9	9	3	61
	32.5%	7.3%	7.3%	2.4%	49.6%
100 人超	5	6	12	0	23
	4.1%	4.9%	9.8%	0.0%	18.7%
分からない	0	0	0	0	0
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
計	80	18	21	4	123
	65.0%	14.6%	17.1%	3.3%	100.0%

出所：アンケート調査結果を基に作成

⁴¹⁾ 有効回答は 123 社（有効回答の母数は、アンケートの性質上設問ごとに異なり、図表中の「n=」で示す。）であった。

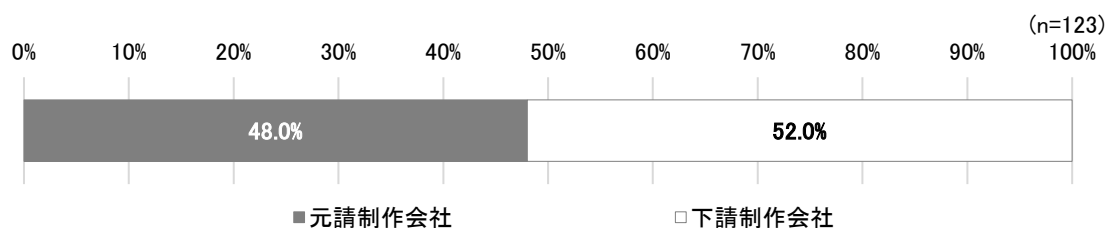
⁴²⁾ 中小企業基本法で定義されるサービス業に属する中小企業者は、「資本金の額又は出資の総額が五千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が百人以下の会社及び個人であって、サービス業に属する事業を主たる事業として営むもの」をいう。

⁴³⁾ 構成比は小数点第 2 位以下を四捨五入しているため、合計が必ずしも 100 とはならない。

イ 取引上の立場

制作会社に対するアンケート調査では、図2-14のとおり、自社の商流上の主な位置付けについては、「元請制作会社」が48.0%、「下請制作会社」が52.0%であった。

図2-14 自社の商流上の主な位置付け



出所：アンケート調査結果を基に作成

ウ 元請制作会社と下請制作会社との事業規模比較

元請制作会社と下請制作会社の資本金及び従業員数についての回答をみると、資本金及び従業員数のいずれについても、下請制作会社の方が比較的規模が小さい⁴⁴。

図2-15 資本金及び従業員数(元請制作会社)

従業員数 \ 資本金	資本金				計
	1000 万円以下	1000 万円超 5000 万円以下	5000 万円超	分からない	
10 人以下	10	1	0	0	11
	16.9%	1.7%	0.0%	0.0%	18.6%
10 人超 100 人以下	19	7	5	2	33
	32.2%	11.9%	8.5%	3.4%	55.9%
100 人超	5	2	8	0	15
	8.5%	3.4%	13.6%	0.0%	25.4%
分からない	0	0	0	0	0
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
計	34	10	13	2	59
	57.6%	16.9%	22.0%	3.4%	100.0%

出所：アンケート調査結果を基に作成

⁴⁴ 取適法における委託事業者及び中小受託事業者の資本金基準・従業員基準は図2-32を参照。

図2-16 資本金及び従業員数(下請制作会社)

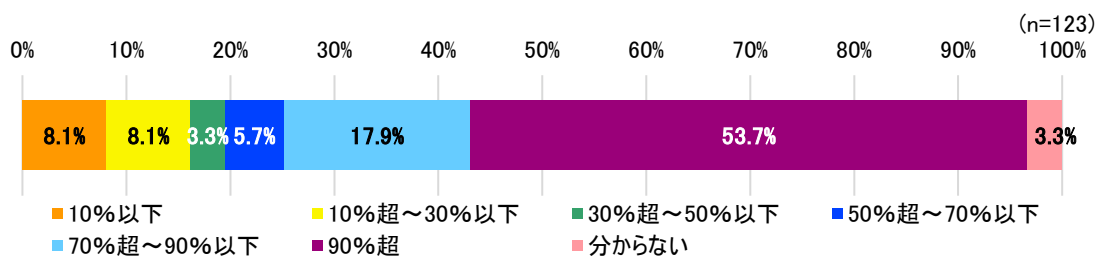
資本金 従業員数	1000 万円以下	1000 万円超 5000 万円以下	5000 万円超	分からない	計
10 人以下	25	2	0	1	28
	39.1%	3.1%	0.0%	1.6%	43.8%
10 人超 100 人以下	21	2	4	1	28
	32.8%	3.1%	6.3%	1.6%	43.8%
100 人超	0	4	4	0	8
	0.0%	6.3%	6.3%	0.0%	12.5%
分からない	0	0	0	0	0
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
計	46	8	8	2	64
	71.9%	12.5%	12.5%	3.1%	100.0%

出所：アンケート調査結果を基に作成

エ 制作会社の売上構成

制作会社に対するアンケート調査では、図 2-17 のとおり、回答者の全売上高においてアニメ制作による売上高⁴⁵⁾の占める割合が 90%超であると回答した割合は 53.7%、50%超であると回答した割合は 77.3%であった。

図2-17 過去1年間における全売上高においてアニメ制作による売上高の占める割合



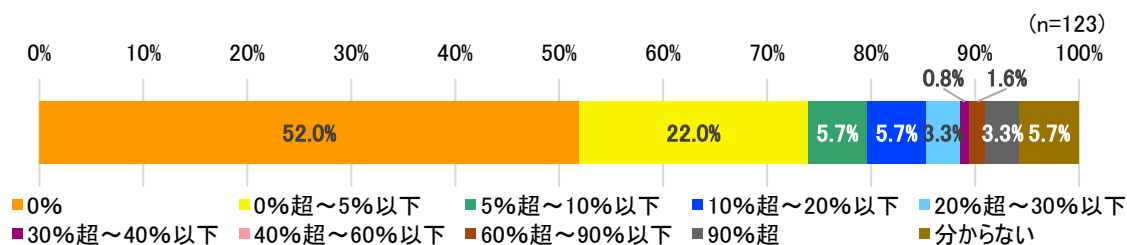
出所：アンケート調査結果を基に作成

また、制作会社に対するアンケート調査では、図 2-18 のとおり、全売上高において自社の著作権の利用⁴⁶⁾により得た売上高の占める割合が 0%であると回答した割合は 52.0%、0%超～5%以下と回答した割合は 22.0%であった。

⁴⁵⁾ アニメ制作による売上高とは「テレビ、劇場、CM、動画配信、ゲーム・遊技機等の全ての媒体におけるアニメを制作する事業による売上げの総額（受託取引（下請取引）や自主制作による売上げを含み、二次利用料や成功報酬、制作印税等に伴う売上げは除く）」を指す。

⁴⁶⁾ 制作会社が製作委員会に出資した場合に、著作権の運用による収益を出資比率に応じて得る場合など。

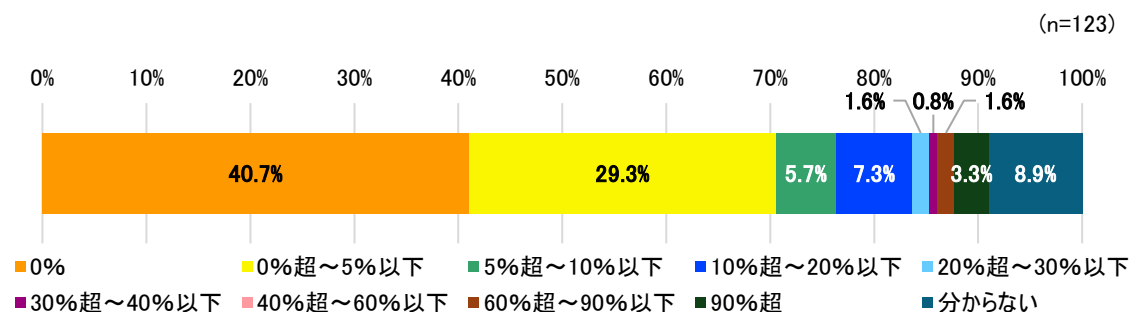
図2-18 過去1年間における全売上高において自社の著作権の利用により得た売上高の占める割合



出所：アンケート調査結果を基に作成

さらに、制作会社に対するアンケート調査では、図2-19のとおり、全売上高において自社の著作権の利用以外（二次利用料、成功報酬、制作印税等）により得た売上高の占める割合が0%と回答した割合は40.7%、0%超～5%以下と回答した割合は29.3%であった。

図2-19 過去1年間における全売上高において自社の著作権の利用以外により得た売上高の占める割合



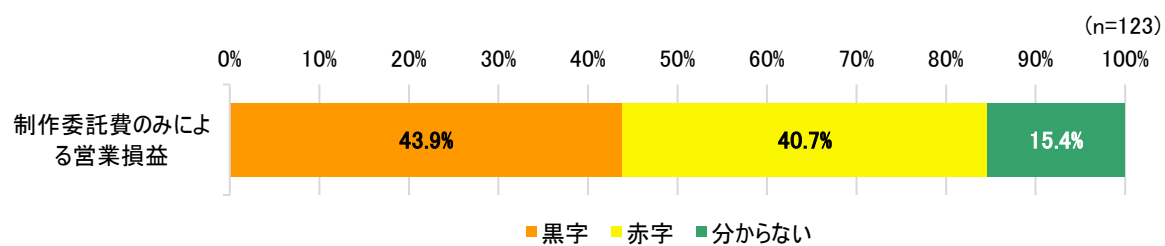
出所：アンケート調査結果を基に作成

これらの結果から、アニメ制作会社の多くは、著作権やそれ以外による売上げを全く得ていない又はほとんど得ていないと認識しており、アニメ作品の制作委託費による売上げに依存していることがうかがえる。

オ 営業損益

制作会社に対するアンケート調査では、図 2 -20 のとおり、アニメ制作事業の営業損益について、制作委託費のみでは赤字であると回答した割合は 40.7%であった。

図2-20 過去 1 年間におけるアニメ制作事業の営業損益

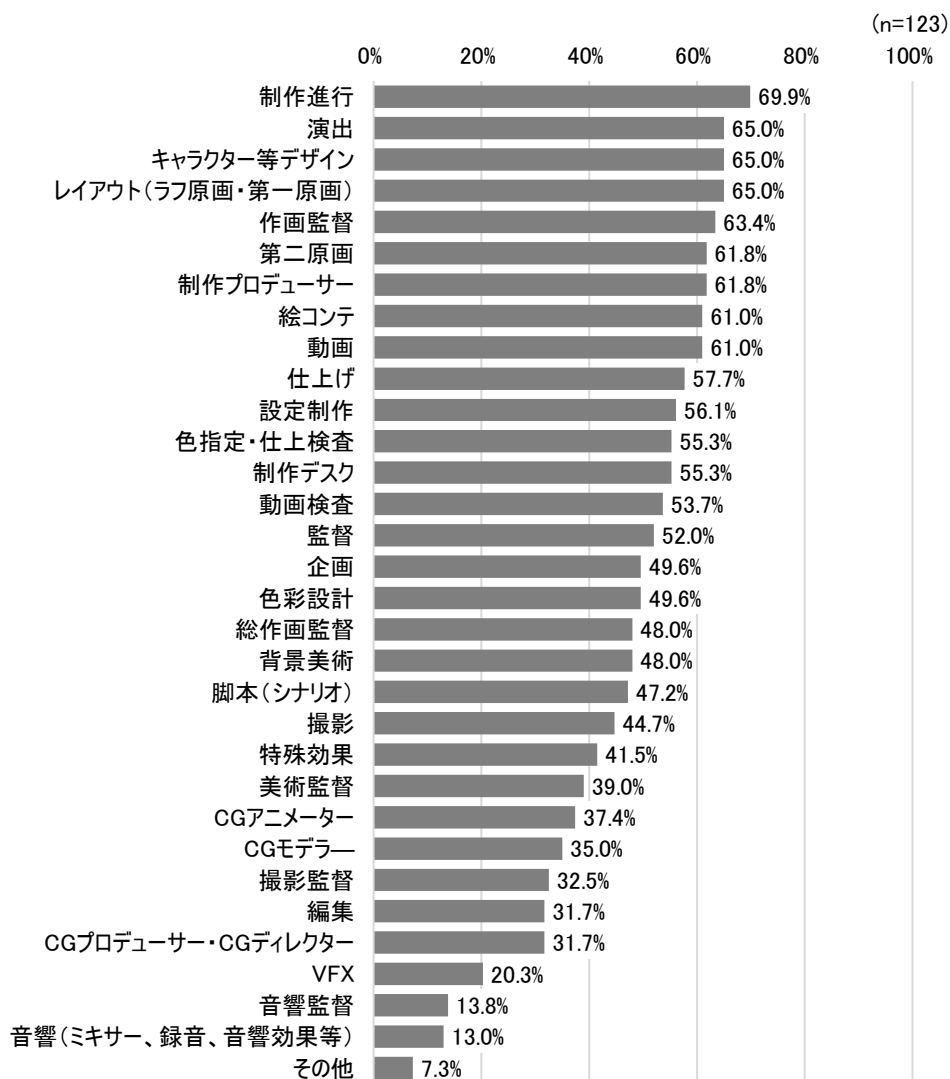


出所：アンケート調査結果を基に作成

カ 内製工程

制作会社に対するアンケート調査では、図2-21のとおり、アニメ制作工程のうちの工程を制作会社が自ら行っているのかについて、制作進行、演出、キャラクター等デザイン、レイアウト（ラフ原画・第一原画）、作画監督などの回答が多かった。

図2-21 過去5年間に制作会社が自ら行った職種・工程(複数回答)⁴⁷



出所：アンケート調査結果を基に作成

⁴⁷ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

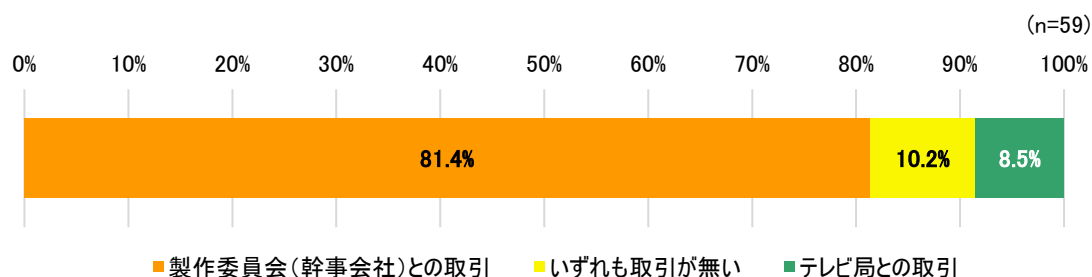
・プロデュース、キャスト、エンドカードイラスト制作、エンコード、Live2D モデリング&アニメーション、CG コンポジター、CG ルックデベロップメント、パイプライン他

(2) 取引の概要

ア 元請制作会社の取引

元請制作会社に対するアンケート調査では、図2-22のとおり、元請制作会社の最も多い取引先としては、製作委員会との取引が81.4%と大多数を占めている。

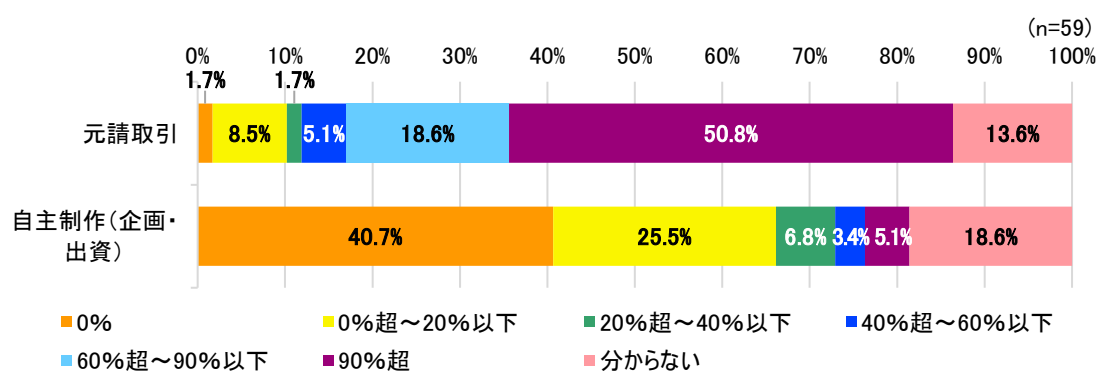
図2-22 過去5年間にける元請制作会社の最も取引件数の多い取引先



出所：アンケート調査結果を基に作成

また、図2-23のとおり、アニメ制作の売上高に占める元請取引(自主制作を含む)による売上げが90%超と回答した元請制作会社は50.8%で、60%超～90%以下との回答と合わせると69.4%となった。多くの元請制作会社が、アニメ制作の売上高のほとんどを元請取引(自主制作を含む)により得ていることがうかがえる。

図2-23 過去5年間にけるアニメ制作の売上高に占める元請取引・自主制作の売上高の割合



出所：アンケート調査結果を基に作成

製作委員会及び制作会社に対するヒアリング調査では、以下のような回答が得られた。これらの結果から、多くの元請制作会社にとって製作委員会との取引が重要であることがうかがえる。

【ヒアリング抜粋（１）】

<製作委員会>

- ・ 当社が継続的に取引しているある程度実績のある制作会社が7～8社存在する。制作する作品のジャンルやスケジュール、プロデューサーの付き合い等に応じて発注先を変えている。また、7～8社以外にも、新しい制作会社と取引をすることもある。
- ・ 当社は、元請制作会社に限っても数十社と関係がある。

<制作会社>

- ・ 現在のアニメ制作では非常に長い期間を要するため、制作会社は多くの作品を請け負うことはできず、大手企業であっても年間4～5タイトル、当社のような中堅企業で年間3タイトル程度、それ以外の小さい会社で年間1～2タイトル程度である。アニメ業界で元請を行う制作会社は100社以上ある一方で、製作委員会側のプレーヤーは非常に少なく、配給業者、テレビ局、出版社、レコード会社等の30～40社程度である。この30～40社が組合せを変えて作品ごとに委員会を組成しており、その中から幹事会社となる社は更に限定されるため、取引先は限られている。
- ・ 受託案件のうち2～3割については、既存の取引先から受託している。それ以外は、その都度異なる取引先から受託している。ただし、アニメ製作自体が3～4年掛かるので、3年周期で取引先が変わるイメージである。
- ・ アニメ業界では、製作委員会を構成する資本力のある事業者には限りがあり、発注者が少ない。制作会社は、制作委託費が不足しがちで粗利率⁴⁸も5～8%と低いため、資本形成機会に乏しく資金力がないことから、絶えず受注しないと事業経営が立ち行かない状況にあり、制作会社は、製作委員会の要求を多少条件が悪くても飲まざるを得ない状態である。
- ・ 世間では、需要過多なのだから条件の良い作品を選べばよい、と言われてはいるが、制作会社は固定費の塊であるので、1～2か月制作ラインを余らせてしまうと、それだけで会社が傾いてしまう。そのため、制作会社は、他の条件よりもまず、期間の条件が合致するものをひたすら受注し続けるしかない。
- ・ 当社は独立系であり、様々な会社と取引しているため、特定の会社に依存していないことも重宝されている要因の1つかもしれない。特定の映画会

⁴⁸ 映像・音声・文字情報制作業（映画・ビデオ制作業、アニメーション制作業、映画・ビデオ・テレビジョン番組配給業、新聞業、出版業等）のうち、中小企業の売上高総利益率（粗利）は、42.0%とされる。

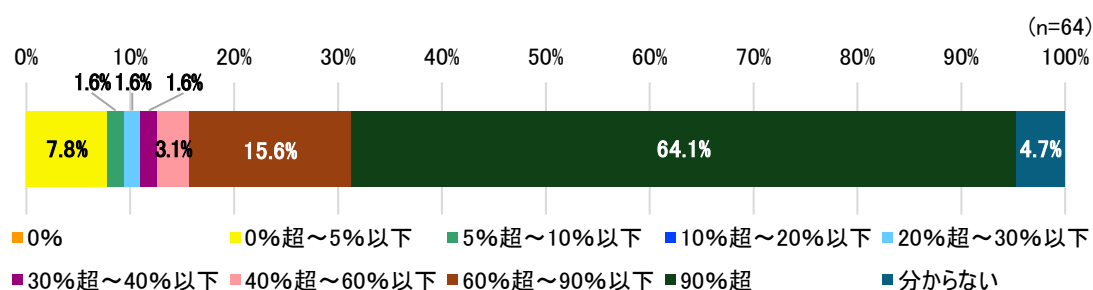
なお、全業種のうち中小企業では、24.5%。（一般社団法人中小企業診断協会編「平成27年調査中小企業実態基本調査に基づく中小企業の財務指標」同友館 p.228（2017））

社から多く発注を受ける制作会社は、他の映画会社から声が掛かりづらいだろう。

イ 下請制作会社の取引

下請制作会社に対するアンケート調査では、図2-24のとおり、アニメ制作の売上高に占める制作会社との取引（下請取引）による売上げが90%超であると回答した下請制作会社の割合は64.1%、60%超～90%以下と回答した割合も合わせると79.7%となっており、多くの下請制作会社がアニメ制作の売上高のほとんどを下請取引により得ていることがうかがえる。

図2-24 過去5年間におけるアニメ制作の売上高に占める受託取引（下請取引）の割合



出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋（2）】

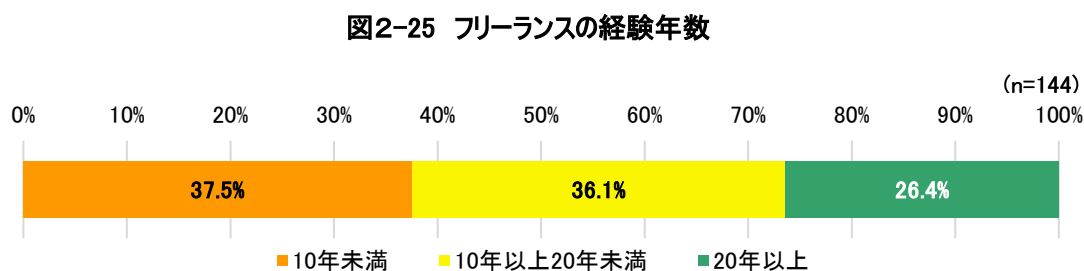
<下請制作会社>

- ・ 当社は大手の制作会社と一緒に仕事することもある。取引条件の交渉に当たり、彼らは自社の方が圧倒的に大きい会社と分かっているので強気の交渉をしてくる。そのため、当社は交渉してある程度の単価をもらいながら、彼らの要求に沿った仕事をするというスタンスで付き合っている。
- ・ 専門スタジオとしての評価を聞きつけた他の制作会社から次の依頼が持ち込まれることが多いため、取引先の固定には至っていない。
- ・ 音響効果会社である当社は、同時に複数の作品の制作に携わっている。また、固定の取引先があるわけではなく、新規も含め、様々な音響制作会社と取引がある。

2 フリーランス

(1) 回答者の属性等

フリーランスに対するアンケート調査では、図 2-25 のとおり、回答者⁴⁹のフリーランスとしての経験年数については10年未満が37.5%、10年以上20年未満が36.1%、20年以上が26.4%であった。

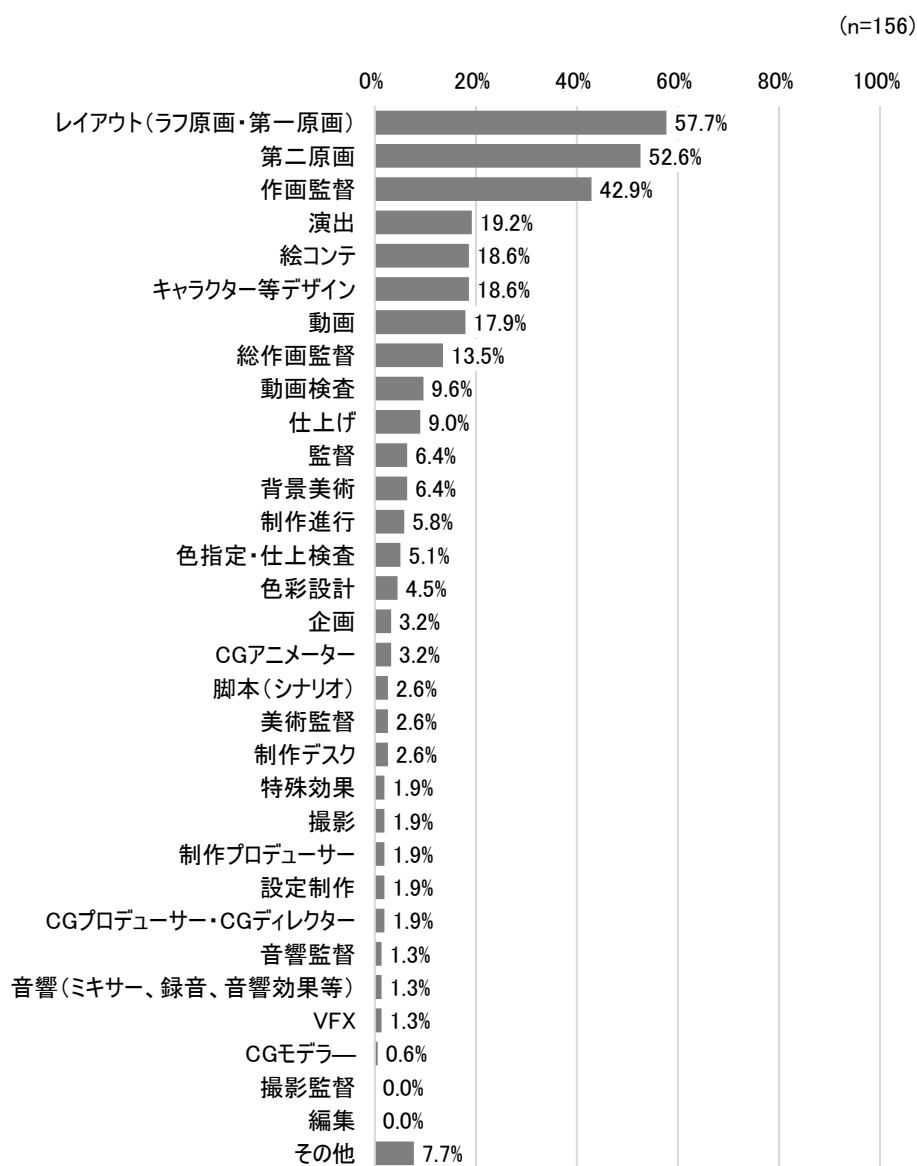


出所：アンケート調査結果を基に作成

また、フリーランスが担当するセクションについての回答では、図 2-26 のとおり、レイアウト（ラフ原画・第一原画）、第二原画、作画監督が多かった。

⁴⁹ フリーランスに対するアンケートの有効回答は 156 名（有効回答の母数はアンケートの性質上、設問ごとに異なり、図表中の「n=」で示す。）であった。

図2-26 過去3年間に於いて担当したセクション(複数回答)⁵⁰



出所：アンケート調査結果を基に作成

⁵⁰ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

・美術設定、美術監督補(設定・ボード・外注担当含む)、特殊効果、設定考証、制作事務、新人研修、企画やイメージボード作成、プロデューサー、アニメーション監修、TP修正、CGレイアウト・CGレイアウトディレクター、2Dデザイン、2D素材貼り付け

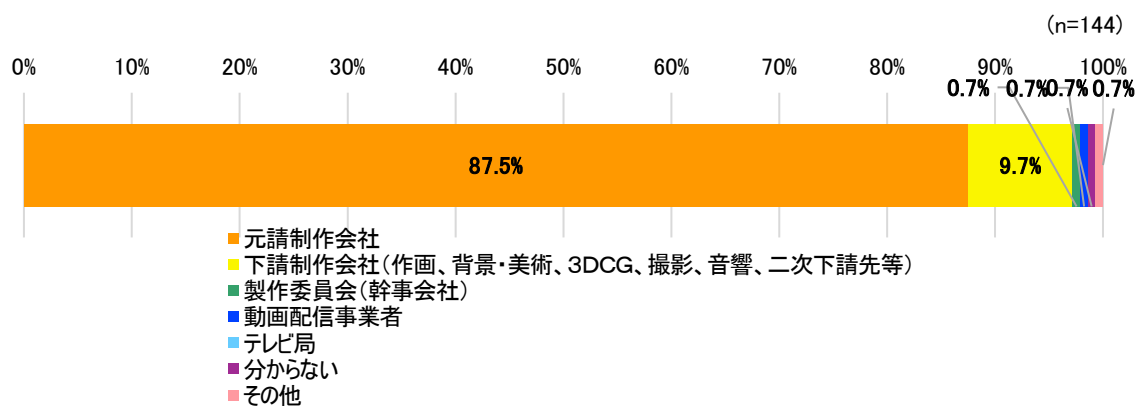
(2) 取引の概要

ア 取引先

フリーランスに対するアンケート調査では、図2-27のとおり、回答者にとっての最も多い取引先は元請制作会社であり、87.5%を占めている。

ヒアリング調査によると、元請制作会社はテレビアニメの1クルールの放送分の全話を下請制作会社に委託するのではなく、そのうちの数話分をグロス請けとして下請制作会社に委託することが多く、元請制作会社もフリーランスアニメーターを集めて実際の制作を行うことになることである。アンケート調査において、回答者にとっての最も多い取引先として元請制作会社が占める結果となったのは、このためであると推測される。

図2-27 過去3年間にけるフリーランスにとっての最も取引件数の多い取引先⁵¹⁾



出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (3)】

<制作会社>

- ・ 1クルール (12話) を制作するためにフリーランス 300人程度と契約する。一人当たり2作品は依頼するので、実際に取引があるのは延べ年間2,000人程度である。毎月約200人のフリーランスへ報酬の振込を行っている。

<フリーランス>

- ・ 取引先は主に元請制作会社となる (契約を締結するのも制作会社である)。ごくまれに元請制作会社ではなく製作委員会等が取引先になることもある。

⁵¹⁾ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

・ 製作委員会 (版元)

- ・ キャラクターデザイン、絵コンテ、演出のいずれも元請である制作会社から受注することが多い。原画はまとまった単位を半拘束で請けるようにしているため、単価で発注することの多い下請の制作会社から請けることはない。

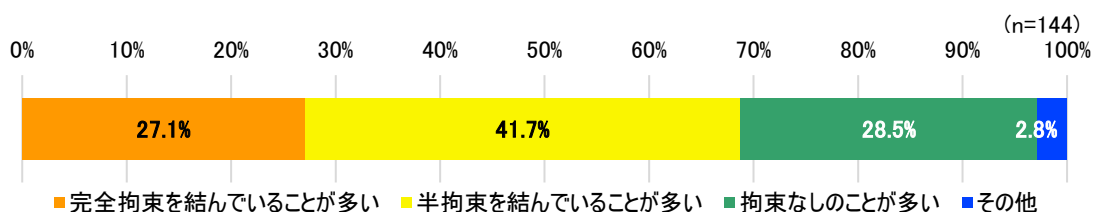
イ 契約形態

フリーランスに対するアンケート調査では、図2-28のとおり、契約形態としては、完全拘束契約を締結している場合が多いという回答が27.1%、半拘束契約を締結していることが多いという回答が41.7%であり、合計で68.8%であった。

なお、拘束なしの場合には、ヒアリング調査によると、例えば、作業量に応じた出来高制の契約があるとのことであった。

ヒアリング調査によると、制作会社からは、「近年、人材不足のため、これまで出来高制であった職種についても拘束契約を結ぶことが多くなっており、人件費の負担が増している」、「製作委員会から受注後、プロダクション工程で必要なフリーランス人材を早めに確保する必要があり、実際の稼働までの2～3か月前から拘束契約を結ぶ。そのため、作業がなくても拘束料を払い続けることになるので、制作開始時期が予定より後ろ倒しになればなるほど人件費がかさんでいく」旨の回答があった。

図2-28 フリーランスの契約形態⁵²⁾



出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋（4）】

<制作会社>

- ・ 半拘束契約は、稼働の下限を定めない期間拘束となっているため、納品物がなくても支払が必要になる。現状、掛け持ちを原則禁止する完全拘束の契約であればフリーランスに断られる。

⁵²⁾ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 特に言及されたことはない
- ・ 直近3～4年は半拘束、それ以前は完全出来高
- ・ 拘束契約の概念がない
- ・ 完全拘束だが口約束である

- ・ 能力の高いアニメーターの数は限られているため、実際の作業がない2～3か月前から（半）拘束契約を結ぶ必要がある。
- ・ セクションにより請求単位が異なる。原画は1カット単位、動画は1枚単位、作画監督等は1話又は1か月単位で報酬を支払う場合が多い。
- ・ 近年はこれまで出来高制であった職種であっても人材確保のために拘束契約とすることが増えており、人件費が上昇している。これまでアニメーターを安い単価で使って制作委託費の不十分さの調整弁としていたともいえるところ、昔よりも報酬が適正に支払われる業界になっており好ましいといえる一方で、制作会社としては適正な報酬を積み重ねると制作委託費だけでは賄いきれない。
- ・ フリーランスの中には、当社と専属業務契約（いわゆる拘束契約に近い）を締結している方もいる。作画のうち初めて取引する相手とは、最低保証額＋出来高制（いわゆる半拘束契約に近い）としている。それ以外のセクションの方は作品ごとではなく期間で契約をし、当該期間中に当社から依頼した作業をしてもらい報酬は月額支払としている。

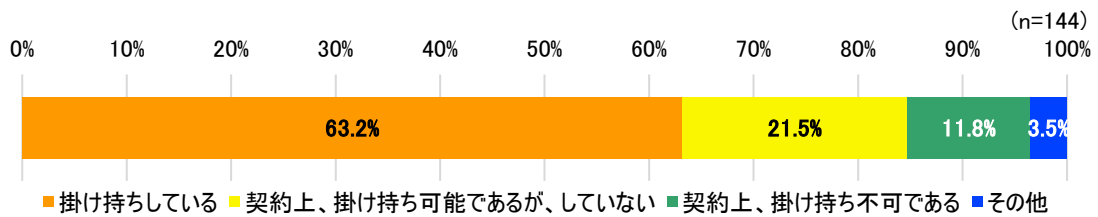
<フリーランス>

- ・ 単価の最低値は昔より少し上がっていると思うが、クオリティの高い作画が求められており、スタッフの1枚当たりの作業量・作業時間は増えてきているため、単価が上がっても作業量には見合っていない。そのため、単価×枚数の出来高制だと総収入は上がりず生活は厳しくなる。
- ・ 所属先との契約は年単位であり、報酬は基本的に出来高制である。会社から割り振られた業務を完了させ、私から請求書を発行して、月に作業した分の出来高制の報酬と手当を支払ってもらう。

ウ 取引依存度

フリーランスに対するアンケート調査では、図2-29のとおり、仕事の掛け持ちについては、掛け持ちしているという回答が63.2%であり、多くのフリーランスが仕事を複数掛け持ちしているとみられる。他方で、契約上掛け持ち可能であるが掛け持ちしていない、又は契約上掛け持ち不可であるとの回答も合計で約3割みられた。

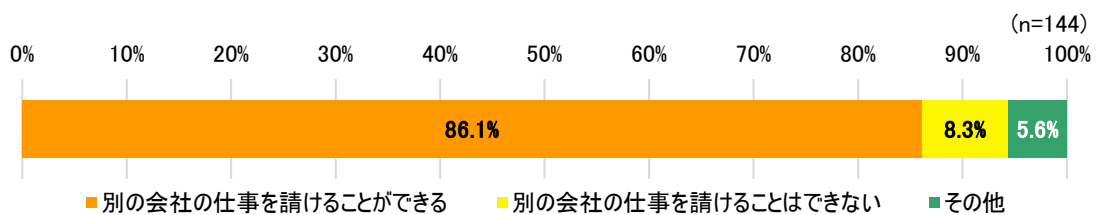
図2-29 フリーランスの仕事の掛け持ち状況⁵³



出所：アンケート調査結果を基に作成

フリーランスが取引先にどの程度依存しているのかについて、図2-30のとおり、1つの仕事が終わった後、余り間を置かず、別の会社の仕事を請けることができるかについて問うたところ、別の会社の仕事を請けることができるという回答が86.1%であり、大半を占めた。

図2-30 フリーランスの取引先依存度⁵⁴



出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋（5）】

<フリーランス>

- ・ 仕事の受注ルートは、過去の受注先からの継続や知り合いの紹介が多い。一番多い時には、ひと月に7作品ほど、ジャンルもフェーズも異なる案件

⁵³ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 掛け持ちしないと報酬が低く生活ができないので掛け持ち必須
- ・ 契約上、掛け持ち可能かはグレーであり、委託元からは掛け持ちしない前提で仕事を振られる
- ・ 会社同士の合意で、掛け持ちしている
- ・ たまに少しだけ
- ・ 掛け持ちは避ける主義

⁵⁴ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 消耗していて請けたくないが、生活費のために請けざるを得ない事が多い
- ・ 終わりがはっきりしないので難しい
- ・ 経歴が短いので何とも言えません
- ・ 近年会社を固定しているので分からない
- ・ ほとんど拘束されている会社の業務でいっぱいのため他の会社の仕事を受けられない
- ・ その時の状況次第

を掛け持ちしたことがある。平均では同時に 2 作品ほどを担当している。仕事が途切れたときは、アニメとは関係のない単発のアルバイトをして、生計を立てている。

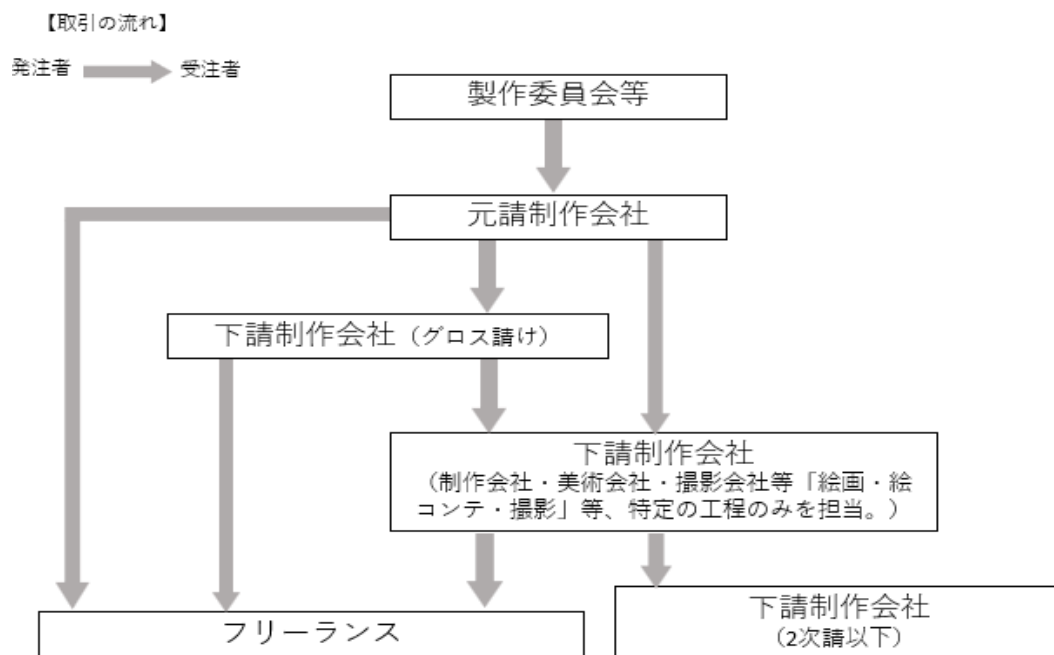
これらの結果から、多くのフリーランスが一つの取引先に依存することなく取引していることがうかがえる。

第3 独占禁止法等の適用関係等

1 独占禁止法等の適用関係

アニメ制作の取引主体間の主な取引の流れは図 2-31 のとおりである。

図2-31 アニメ制作の取引の流れ



出所：経済産業省「アニメーション制作業界における下請適正取引等の推進のためのガイドライン」より作成

取引主体間の取引関係は様々であり、契約の名称にかかわらず、個別の実態を踏まえて判断されることとなるが、労働関係法令が適用されない事業者間取引については、独占禁止法、取適法及びフリーランス・事業者間取引適正化等法の適用が考えられる。

この点、フリーランス・事業者間取引適正化等法と独占禁止法のいずれにも違反する行為については、原則としてフリーランス・事業者間取引適正化等法が優先して適用される。また、フリーランス・事業者間取引適正化等法と取適法のいずれにも違反する行為につい

でも、原則としてフリーランス・事業者間取引適正化等法が優先して適用される⁵⁵。そして、フリーランス・事業者間取引適正化等法が適用されない場合に、取適法と独占禁止法のいずれにも違反する行為については、原則として取適法が優先的に適用される⁵⁶。

図2-32 取適法適用対象

商取引の内容	資本金基準・従業員基準	
	委託事業者	中小受託事業者（個人を含む）
情報成果物作成委託 ⁵⁷ 及び 役務提供委託 ⁵⁸	資本金 5000 万円超	資本金 5000 万円以下
	資本金 1000 万円超 5000 万円以下	資本金 1000 万円以下
	常時使用する従業員 100 人超	常時使用する従業員 100 人以下

取適法の適用対象は図2-32のとおりであるところ、製作委員会の構成事業者は、映画会社、放送事業者、出版社、広告代理店等と大企業であることが少なくないとみられるのに対し、図2-13のとおり、制作会社の90.2%が中小企業者であったことから、制作会社が一定規模以上である場合を除き、アニメ制作において制作会社が受託する取引は、多くの場合で取適法の適用対象となると考えられる。

なお、上記のとおり、取適法の適用対象ではない場合であっても、独占禁止法の適用があり得る。

2 アニメ制作の取引の特徴等

(1) アニメ制作の取引の特徴

アニメ制作は創作活動であり、成果物の完成形がプリプロダクションの開始時点では確定しておらず、前記図2-1及び図2-3のとおり、関係者が抽象的なイメージを共有して企画・プロットを作成し、キャラクターデザイン・絵コンテと段階的に具体化していくこととなる。また、制作工程が進むにしたがって多くの専門スタジオ・フリーランスが専門的な作業を分業で担当するため、工程間では統合のための修正が生じることも当然に想定される。さらに、実際の制作工程で作業に携わる者だけでなく、製作委員会の構成事業者などの出資者や原作者など多数の利害関係人が存在し、これらの者から様々な角度から意見が出されることによって、工程間を遡ってのやり直し作業が発生することも起こり得る。

⁵⁵ 公正取引委員会「特定受託事業者に係る取引の適正化等に関する法律と独占禁止法及び下請法との適用関係等の考え方」（令和6年5月）

⁵⁶ 公正取引委員会「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（原案）に対する意見の概要とこれに対する考え方（平成22年11月）

⁵⁷ プログラムの作成を除く。

⁵⁸ 運送、物品の倉庫における保管及び情報処理を除く。

このように、アニメ制作の取引には、企画から完成までの作業をいわばウォーターフォール型⁵⁹で進めることが原則でありながら、多分に流動的な性質も合わせ持つという特徴があることから、元請制作会社に対して制作委託がなされるプリプロダクション前後の段階では、正確な工数・必要人員・作業期間を算出するのが困難な場合も多いとみられる。

(2) 取引当事者間の関係

ア 委託の多層構造と分業

前記図2-4のとおり、アニメ制作の委託取引については、多層構造であると同時に、専門スタジオやフリーランスによる分業によって成り立っており、企業だけでなくフリーランスも多く活躍する点に特徴がある。

一般的に、取引当事者間において一方の当事者が優越的地位にあるか等については、各取引における個別事情を勘案しなければ判断することはできないが、これはアニメ制作の取引においても同様である。ヒアリング調査では、製作委員会から、「制作会社の取り合いになっており、制作委託費は上がっているし、場合によっては製作委員会が追加費用を負担している」旨の回答があった一方で、制作会社からは、「人件費が上がっており、制作コストも増加しているため、制作委託費が上がっていても十分とはいえず制作会社の経営状況は悪い」、「製作委員会からは十分な報酬は無いのにフリーランス等への支払は増加しており、制作会社は板挟み状態である」、「人手不足もあって多くの職種においてフリーランスの就業環境は改善しているが、動画や仕上げといった単価報酬の職種は依然として厳しい」旨の回答があった。

取引の多層構造にあって、単純に強い立場の発注側から弱い立場の受注側へ取引上の不利益が転嫁されていると一律に評価することはできず、各取引における個別の事情を十分に考慮する必要があると考えられる。

イ 交渉力

製作委員会の構成事業者は、映画会社、放送事業者、出版社、広告代理店等と大企業であることが少なくないとみられるのに対し、図2-13のとおり制作会社は資本金1000万円以下という小規模な事業者が65%と過半数を占めていることから、小規模な制作会社が製作委員会構成事業者に対して交渉力において劣っている場合は少なくないとみられる。

他方で、アニメコンテンツについては、配信プラットフォームの隆盛に伴う世界的な人気の高まりとともに作品需要も大幅に増加し、結果として高い制作能力を持つ

⁵⁹ システム開発手法において、要件定義、設計、開発、テストなどの工程を、滝のように上流から下流へ決まった順に進め、各工程を完了したら前の工程には戻らない原則。進捗管理コストが低い一方で、仕様変更への柔軟性に乏しく、工程間の手戻りが発生した場合は多くの時間と費用がかかる。

元請制作会社の確保については、数年先まで予定が埋まっているなど、極めて困難となっている。このため、発注側（製作委員会を含む）と元請制作会社の間の取引は、予算規模の増加と制作委託費の高騰を背景に、発注側が元請制作会社との協議・交渉にも多大な時間を要するなど、元請制作会社が強い交渉力を有する場合もあるとみられる。

また、製作委員会又は制作会社とフリーランス間の取引においては、フリーランスの方が交渉力は劣る場合が少なくないと思われるものの、アニメ業界全体で制作需要に対して供給（人手）不足の状況にあり、製作委員会等から指名を受けるような実力のあるフリーランスについては十分な交渉力を持つ場合があるなどフリーランスによって状況が異なるとみられる。

ウ 経営上の依存度

制作会社に対するアンケート調査によれば、図2-17のとおり、アニメ制作による売上高が全売上高の90%を超えると回答した制作会社が半数を超えており、制作会社の事業経営におけるアニメ制作の取引の重要性が高い場合が多いとみられる。

また、ヒアリング調査によると、小規模な事業者は制作ラインが少なく、加えて、元請制作会社であれば、テレビ放送用アニメも劇場版アニメも制作期間として2～3年を要することが一般的とのことであるため、一作品への経営上の依存度が高くなる可能性があると思われる。

これに対し、下請制作会社については、元請制作会社から全話を一括で再委託される場合であれば前記と同じ状況となるが、各話ごとのグロス単位やカット単位での再委託を受ける場合など、業務委託の内容によっては、経営上の依存度は高くない場合もあるとみられる。

エ その他

ヒアリング調査によれば、製作委員会等からは、「近年、アニメ制作の需要の高まりのため、数年先のアニメ制作のために制作会社の取り合いになっている」旨の回答があり、制作会社にとって、制作委託費などの取引条件が一部改善している傾向もあるとみられる。他方で、元請制作会社からは、「制作会社によって状況は異なるものの、小規模の制作会社で制作ラインが限られる中で特定の発注者と継続して取引をしている」、「自転車操業で制作ラインを埋めるために、取引条件が多少不利な内容を含むとしても受注し続けるしかない」旨の回答も複数あり、そのような元請制作会社は、当該発注者と取引することの必要性があるとみられる。また、前記（1）のとおり、アニメ制作の取引は、当初の企画等の段階では詳細が固まっておらず、制作委託費等も含め曖昧な条件のまま制作が開始し、制作工程が進むにしたがって具体的な条件が固まっていくという特徴がある。そのため、制作工程が進み、実際に相当の成

果物を制作した後で制作を中断したり、契約から離脱したりすることは容易ではないと考えられる。

第3章 取引段階ごとの調査結果及び評価（取引の実態及び公正な競争の促進）

第1 製作委員会等・元請制作会社間の取引

1 発注段階

(1) 書面等による取引条件の明示状況

ア 実態

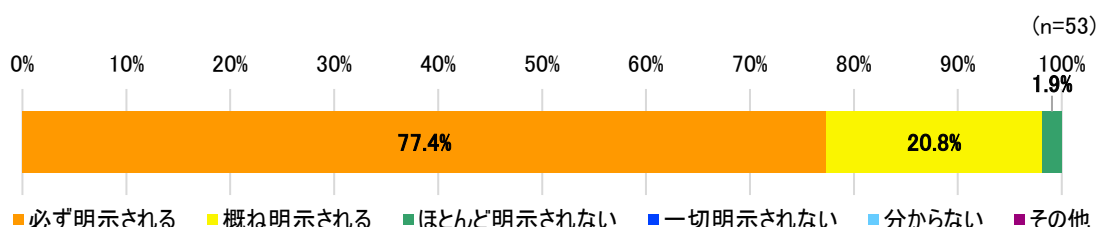
(ア) 書面等による取引条件の明示状況

元請制作会社に対するアンケート調査⁶⁰では、過去5年間⁶¹における製作委員会との取引における書面等⁶²による取引条件の明示状況について、図3-1のとおり、「必ず明示される」が77.4%、「概ね明示される」が20.8%で、合わせて約98%であった。

また、取引条件として明示されている事項を確認したところ、図3-2のとおり「制作委託費（金額の多寡）」（98.1%）、「納入時期・納入条件」（96.2%）、「著作権（財産権）等の取扱い（著作権の譲渡・帰属などに関する内容等）」（94.2%）、「制作委託費の支払時期」（92.3%）、「二次利用料・成功報酬・制作印税等の取扱い」（90.4%）などの取適法第4条における明示事項については、高い割合となった。

なお、ヒアリング調査では、元請制作会社の多くから、製作委員会との契約の際は書面等により取引条件が明示される旨の回答が得られた。

図3-1 過去5年間における製作委員会との契約における書面等による取引条件の明示状況



※直近の事業年度5年間における傾向について、元請制作会社に回答を求めたもの
出所：アンケート調査結果を基に作成

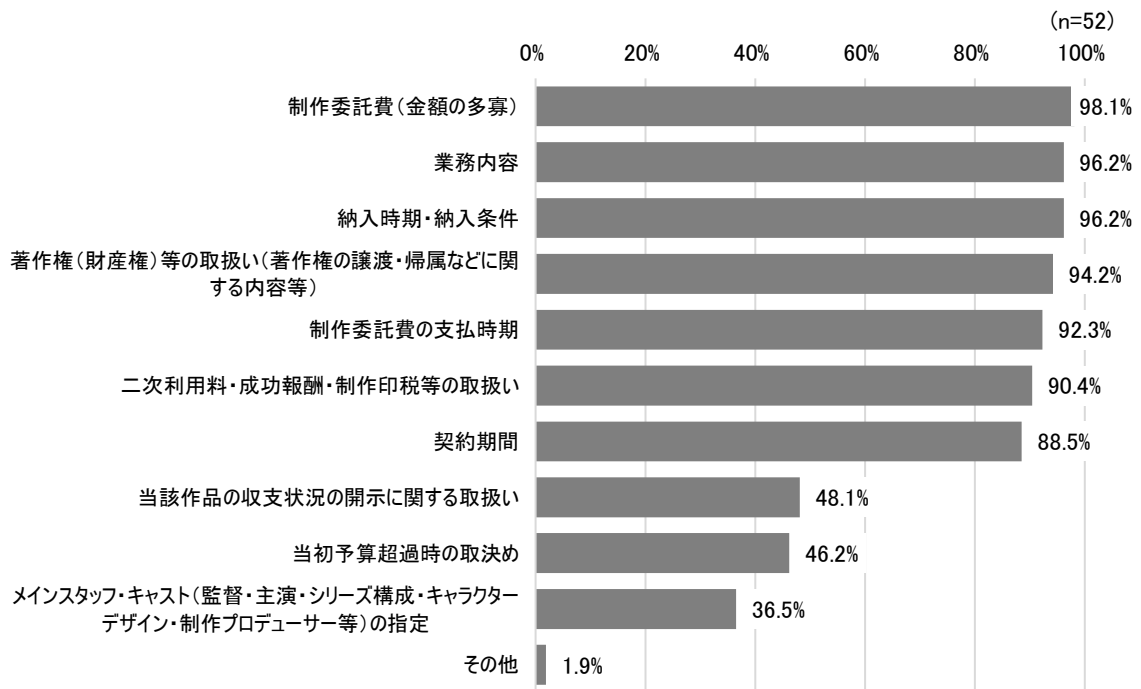
⁶⁰ 制作会社に対するアンケートにつき元請制作会社を選択した回答者の回答を抽出し、集計したものをいう。第4において以下同じ。

⁶¹ アニメの制作取引は、一般に、2～3年単位とのことで、制作会社に対するアンケートにおいては、原則として直近の事業年度5年間における取引に関して回答を求めた。

なお、元請制作会社に対するアンケートによると、直近の事業年度5年間における製作委員会との取引件数は、1～5件との回答が46%、6～10件との回答が24%であった。

⁶² 「書面等」とは、契約書・発注書等の書面のほか、電子メール・SNS・チャットツール等受信者を特定して送信することのできる電気通信により送信する方法又は電子ファイルのデータを保存したUSBメモリやCD-R等を交付する方法といった電磁的方法により提供するものをいう。

図3-2 過去5年間に於いて取引条件として明示されている事項(複数回答)⁶³



出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋(6)】

<製作委員会>

- ・ プリプロダクションの途中で発注書を交付するようにしている。発注書の送付の時点で取引が決定すると認識している。発注書に、制作委託費を事後的に変更し得るという条項は記載しないが、補充書面を発行したらそちらが正になると記載している。
- ・ (発注時点で) 制作委託費、制作印税、納期、放送スケジュール、著作権の譲渡などの重要事項等を記載した発注書を交付している。

<元請制作会社>

- ・ (当社と) 製作委員会及びテレビ局との取引で契約書は存在する。
- ・ 契約について、全作品共通の基本となる部分と作品個別で異なる部分はあるが、(当社が携わる取引においては) 契約書は作成している。
- ・ 契約書(書面)が無いということはなく、当社は契約書が無いような取引を引き受けることはないし、契約書を用意しない案件もほぼないと感じる。

⁶³ 「その他」について自由記載欄への具体的な回答はなかった。

- ・ 当社は、製作委員会の幹事会社とは、基本的には制作前に契約書を交わしている。当社では、契約締結前に事前にドラフトの段階で契約条件を顧問弁護士に確認してもらった上で、製作委員会と協議するようにしている。最終的な契約締結に時間が掛かり、待ち切れず制作の準備を始めてしまうこともあるが、ドラフトの確認はできているし、最も重要な内容は発注書が交付されることで確定されるため実務上の問題はなく、契約条件が曖昧なまま制作を行うこともない。
- ・ 当社では、対価・納期といった取引条件の概要を定めた発注書を発注者から受け取る。その後、(当社と発注者が) 契約の詳細内容の交渉を行い、制作過程が3分の1程度進んだ時点で契約書を交わす。

(イ) 書面等による取引条件の明示時期

元請制作会社に対するアンケート調査では、図3-3のとおり、過去5年間ににおける製作委員会から元請制作会社に対して書面等により取引条件等が明示される時期について、「発注された時点が多い」との回答が約15%あった一方で、「発注された後からアニメ制作業務を開始までの間が多い」、「アニメ制作業務を開始した後からアニメ作品を納品するまでの間が多い」、「アニメ作品を納品した後が多い」との回答が合わせて8割を超えた。

なお、取引条件の望ましい明示時期としては、図3-4のとおり、「発注された時点」という回答が約5割、「発注された後からアニメ制作業務を開始するまでの間」という回答が約4割であった。

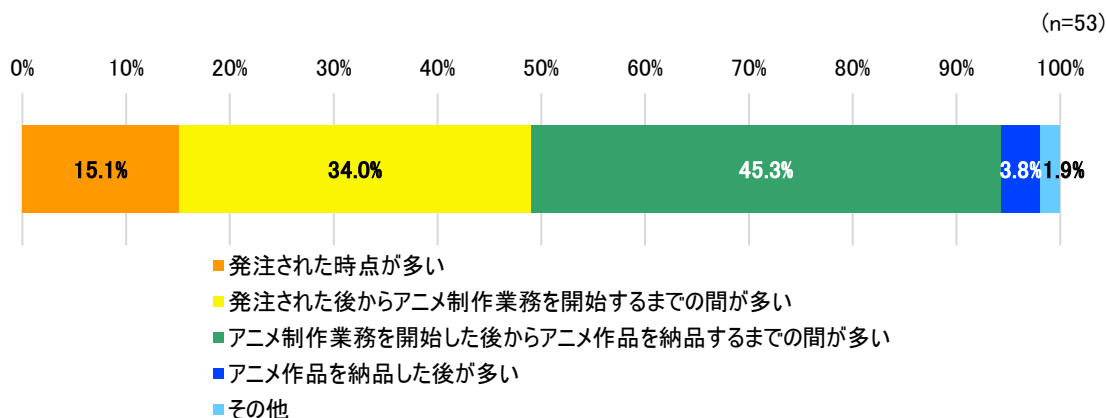
ヒアリング調査では、製作委員会から、「抽象的な創作物というアニメ製作の特徴により、発注段階では制作委託費の積算に必要な脚本・絵コンテが確定しておらず、製作委員会の組成も完成していない場合があるなど、具体的な制作委託費や詳細な取引条件の設定が難しい場合が多々あり、契約内容が詰め切れない場合に書面交付が遅くなる」旨の回答があった。

また、元請制作会社からのヒアリング調査では、「正式な契約書の交付が1～3年遅い」、「アニメ制作開始後も契約書が交わされないため、制作会社に不利な条件でも受け入れざるを得ない」、「テレビアニメの場合は、放送日が決まっているため、他の取引条件は交渉中であっても締切りだけは確定していて、納品を間に合わせるために契約書の締結前に制作作業に着手せざるを得ない」などの回答があった。このような状況の下で、書面等による取引条件の明示は行われているものの、その明示時期については、発注時点で行われる割合は低い水準にとどまるとみられる。

一方で、ヒアリング調査においては、元請制作会社及び製作委員会の双方から、「契約書の交付は遅くなるため、事前に発注書等の基本事項を書いた書面を交付している(交付されている)」との回答のほか、「企画開発と実際の制作委託とを別

契約とした上で、前者に関する書面を先行して交付してもらって、企画開発作業に着手する場合もまれにある」との回答もあった。

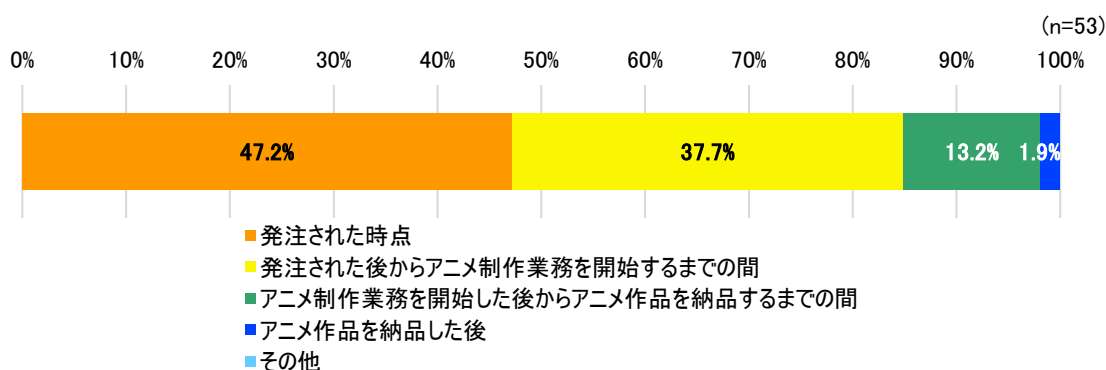
図3-3 過去5年間にける書面等により取引条件等が明示される時期⁶⁴



※直近の事業年度5年間にける傾向について、元請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-4 取引条件の望ましい明示時期



出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋（7）】

<製作委員会>

- ・ 発注の時点では制作委託費を決定できないと制作会社から伝えられるため、最低額を決めて発注書を出し、後から幅を持たせるようにしている。発注書を出してから契約書を交わすまでに間があり、シナリオが出来上がった時点で制作の金額を決めてほしいと言われる。

⁶⁴ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

・ 発注とは企画におけるどの時点を指すのかの定義が明確になっていないので答えられない

- ・ 制作会社との契約において、成功報酬の利率が決まらないなど調整が终わらず、制作着手までに契約書を交わせないことはある。出資会社が決まらないことで制作会社との契約内容が詰め切れないこともある。
- ・ 契約書は、制作会社から見積りが出た段階で締結するのが望ましい。制作に入る前に制作会社へ報酬の一部を支払うため、その前に契約をする必要があり、脚本が出来上がっていればそれを元に精査して、問題なければ制作に入る前に締結することができる。
- ・ 契約の締結には細かい各条件の詰めが必要であるため、契約書の交付が制作時期に入っていることもある。ただし、下請法を守るためということもあるが、契約書を交付する前に（発注時点で）制作委託費、制作印税、納期、放送スケジュール、著作権の譲渡などの重要事項等を記載した発注書を交付している。

<元請制作会社>

◆書面等による取引条件の明示時期

- ・ 納品日や支払期日といった項目はメールで伝えられることが多い。発注書、覚書は無い。
- ・ 大手幹事会社でも、稟議が通ってグリーンライト（プロダクション工程開始決定）の連絡を受けてから契約書の交付が1年以上遅れることもある。その間、制作会社は、契約書が無いことで契約を反故にされても争う術がない不安の中、億単位の相当な額の費用を負担することになる。制作会社は、フリーランスや下請制作会社から成果物を受領したら支払を遅滞できないし、フリーランスと拘束契約である場合は毎月報酬を支払わなければならない。契約書の交付が遅れるのであれば、せめて発注書や覚書を取り交わしたい。その上で、制作会社はキャッシュフローが悪いので、手付金や早目の初回分割期日に制作委託費の一部を支払ってもらいたい。
- ・ 金額が決まり、最終的な契約書を発注者と取り交わすのは、制作の最終段階である。遅い場合は放送終了後に契約書が来ることもある。制作が始まる前に契約書を取り交わすことはない。
- ・ アニメ制作は企画から公開までに2～3年要するが、契約書の話がでてくるのは制作が本格的に始まる半年程度前になってからで、既に他の案件を入れることができるタイミングは過ぎている。そのため、制作会社としてその時点では契約を結ばないという選択肢はなく、ひどい条件でも受け入れる必要がある。
- ・ 当社では、対価・納期といった取引条件の概要を定めた発注書を発注者から受け取る。その後、（当社と発注者が）契約の詳細内容の交渉を行い、制

作過程が3分の1程度進んだ時点で契約書を交わす。契約の交渉を進める中で、製作委員会から「この〇〇という条件を飲んでくれないと、入金することができません」などと言われることがある。当社は資金繰りが苦しいので、入金してもらうために譲歩して条件を飲まざるを得ないこともある。

- ・ 製作委員会と最初取引条件を交渉する段階では、当社から制作印税や成功報酬を付けられるかを確認するのだが、その時点では制作印税や成功報酬の設定条件までは決めてくれない。制作印税や成功報酬の設定条件は、製作委員会組成の共同製作契約書の内容に影響を受け、共同製作契約書は出資や窓口の割合等で交渉が長く続くため、決まるにしても相当後になる。制作会社が既にアニメを制作している状態での話合いになり、製作委員会が提示した条件を制作会社が交渉して変えることは難しいため、結果として、ほとんどの場合で制作印税が受け入れられることはないし、成功報酬も5%程度とされてしまう。
- ・ 制作会社には、プリプロダクション業務に費用が発生している。自発的な企画であれば費用負担も致し方ない面があるとはいえ、話を持ち掛けられて協力した場合は請求したいのだが、それができない。実際に映像化が決められれば制作を受託できるのでうやむやになるが、キャンセルになれば損失になる。製作委員会からすれば、この企画開発時点で契約書を取り交わさないのは、キャンセルになった際に制作会社からの費用請求を封殺する有効な手段となる。

◆書面等による取引条件の明示を希望する時期

- ・ 制作委託契約の契約書の作成に時間が掛かるのは理解できるが、遅れるのであれば、決定している事項を記載した発注書等の書面を事前に交付してほしい。
- ・ 当社としてはアニメ制作に入る前に契約書を交わしたい。後になってから条件を決めたのでは、製作委員会から要求される条件を拒否できないからである。例えば、線の処理、色のグラデーションを増やすなどの作業を発注者から依頼された場合、あらかじめ契約内容でやるべき作業が決まっていれば、当社としてはその作業を拒否することもできると思われる。

イ 取適法上、独占禁止法上の考え方

元請制作会社に対するアンケート調査によると、過去5年間における製作委員会との取引における書面等による取引条件の明示状況について、図3-1のとおり、ほとんどの場合で重要事項を含む取引条件が明示されている一方で、明示時期は、図

3-3のとおり、製作委員会から元請制作会社への発注後や、制作作業に着手した後である例が相当程度あるとみられる。

取適法上、委託事業者は、中小受託事業者に対して委託等をした場合は、直ちに、必要事項を明示することが義務付けられている（取適法第4条第1項）。通常、製作委員会・元請制作会社間のアニメ制作の委託の取引は、取適法上の情報成果物作成委託（取適法第2条第3項）に該当すると考えられるところ、取適法の適用対象となる取引である場合には、製作委員会（構成事業者）は、元請制作会社に対する情報成果物作成委託に際して、直ちに、必要事項を明示しなければならない。

アニメ制作においては、発注段階では設計図に相当する脚本・絵コンテが確定しておらず、製作委員会の組成も完成していない場合があるなど、具体的な制作委託費や詳細な取引条件の設定が難しい場合が考えられ、ヒアリング調査でも同趣旨の回答が多くあった。ヒアリング調査によると、製作委員会及び元請制作会社から、「製作委員会によっては、そのような場合に、その時点で確定している事項を記載した覚書等を交付するほか、企画開発と実際の制作委託とを別契約とした上で、前者に関する書面を先行して交付し、制作会社に企画開発作業に着手してもらうなどの工夫を行っている」旨の回答も得られた。この点、取適法では、未定事項がある場合に事後的な補充の明示を認めており（取適法第4条第1項ただし書）、製作委員会（構成事業者）においては、確定した事項について直ちに書面等により取引条件を明示し、未定事項についても十分に協議をした上で可能な限り早期に定め、その後直ちに補充書面等により明示することが求められる。

また、取適法の適用対象でない場合も、元請制作会社がアニメ制作を開始する前に書面等により取引条件を明示しないことは、契約内容が不明確な状態で元請制作会社が業務を行うこととなり、アニメ制作の着手後に不利な条件を提示された場合に制作会社が受け入れざるを得ない旨の回答があるなど、製作委員会（構成事業者）の元請制作会社に対する優越的地位の濫用となる行為を誘発する原因となり得る。このため、製作委員会（構成事業者）においては、このような場合にも、確定した事項について直ちに書面等により取引条件を明示し、未定事項についても十分に協議をした上で可能な限り早期に定め、書面等により明示することが考えられる。

(2) 取引対価(制作委託費等)

ア 実態

(ア) 制作委託費の設定方法等

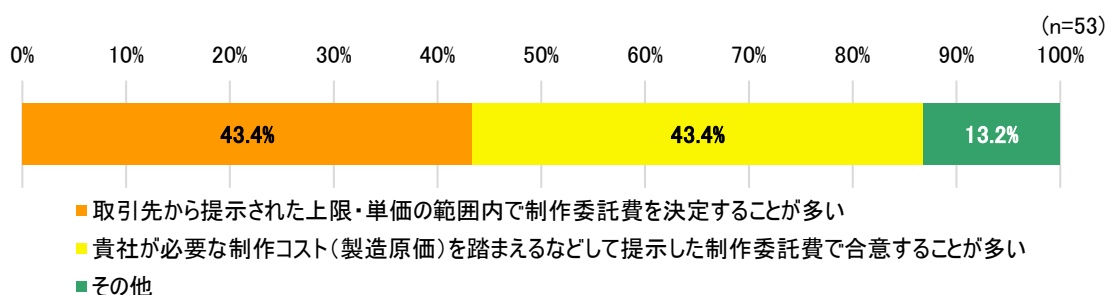
元請制作会社に対するアンケート調査では、図3-5のとおり、過去5年間ににおける制作委託費の決定方法について、「取引先から提示された上限・単価の範囲内で制作委託費を決定することが多い」及び「貴社が必要な制作コスト（製造原価）を踏まえるなどして提示した制作委託費で合意することが多い」という回答がともに4割強であった。

また、過去5年間における制作委託費の額の交渉状況については、図3-6のとおり、「交渉できたことが多い」という回答が約7割あった。

ヒアリング調査では、製作委員会から、「制作委託費はコストマークアップ方式による見積りを参考に決定される」、「制作委託費や広告費は作品の収益見込みを踏まえて設定している」など、制作委託費の決定方法について、制作会社の見積りを基本とする方式と製作委員会の予算を基本とする方式の両方の回答があった。また、交渉の程度については、「近年、制作会社の交渉力が強まる傾向がみられ、双方のプロデューサーが経験に基づき金額を調整している」との回答がみられる一方で、「製作委員会の合意形成の過程で元請制作会社の要望が反映されにくい」といった回答もみられた。

元請制作会社からは、「過去に比べて交渉できるようになってきた」との回答があった一方で、「製作委員会によって制作委託費が提示されるため実質的な交渉余地が乏しい」、「制作会社が見積書を作成したとしても製作委員会の提示額に合わせた形式的なものとなる」などの回答も複数あり、制作委託費の上昇要因や固定費を十分に反映できていない場合もあるとみられる。また、資金繰り上の制約や取引継続への懸念から、「制作会社は価格交渉力が弱く、不利な条件を受け入れざるを得ない状況にある」との回答もあり、制作委託費について十分に交渉できていない場合もあるとみられる。

図3-5 過去5年間における制作委託費の決定方法⁶⁵



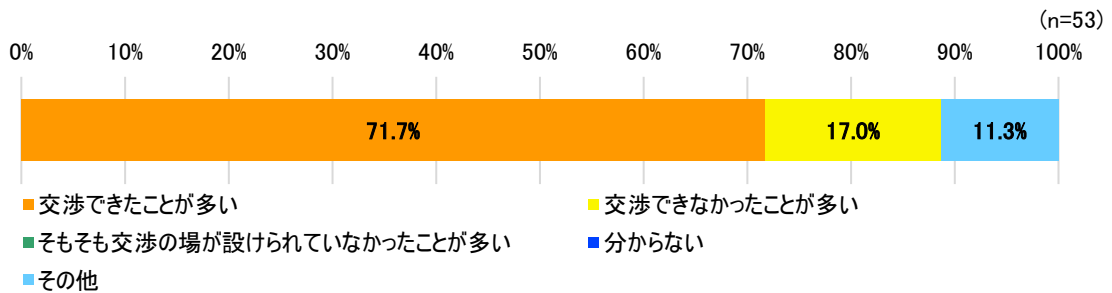
※直近の事業年度5年間における傾向について、元請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

⁶⁵ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 制作コストを踏まえて提示した金額で合意に至れず、その他の条件調整をすることで合意となることが多い
- ・ 取引先からの提示額に対して委託側からの希望額を提示し双方の合意がとれた金額で決定する

図3-6 過去5年間にける制作委託費の額についての交渉の可否⁶⁶



※直近の事業年度5年間にける傾向について、元請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋（8）】

<製作委員会>

- ・ 制作委託費や広告費は、作品の収益をシミュレーションした上で決定している。
- ・ 制作委託費に関しては、最近は制作会社の交渉力が強くなってきている。予算の決め方として、当社から予算の目安を当てて交渉をする場合もあるが、逆に制作会社から「〇〇万円じゃないと受けられない」などと金額を指定される場合もある。
- ・ 幹事会社としては、制作委託費に加えて制作印税や成功報酬といった印税を付与したくても、発言力の強い著作権を持つ出版社が反対するなど、製作委員会として一枚岩になれない。
- ・ 制作会社を作品ごとに使い捨てるのではなく、（他の作品でも）継続的に付き合う可能性を念頭に置いているため、相手方の要望を踏まえながら取引条件を細かく調整する。しかし、製作委員会は、民法上の組合という性質上、製作に係る事項を全会一致で決定する必要があるため、制作委託費や契約内容などの制作会社の要望は、幹事会社として受け入れるつもりであっても、製作委員会の他のメンバーの反対意見の結果、製作委員会として制作会社の要望は受け入れないという結論となることがよくある。このような意思決定方法は、業界内の元請制作会社であれば把握しているので、「幹事

⁶⁶ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 発注決定の際に、交渉で額を決めるが、委託契約の交渉や制作スタートが数年後になる事が多々有り、外注費増加の状況から委託締結以前に再度制作委託費 UP を打診しても、半数以上は相談に乗ってくれない
- ・ 複数年放映している長期継続作品については交渉できたが、1クール～4クルールの作品は交渉できない
- ・ 交渉自体はできる(受け入れられるかは別)

会社に交渉や要望をしても、どうせ通らない」と考え、元より交渉を諦める制作会社は多いだろう。

<元請制作会社>

◆交渉の余地があるとする例

- ・ 製作委員会と制作委託費の交渉は可能である。当社が想定で見積もった積算であっても認められることはあるし、下げられることもある。
- ・ 同一タイトルの作品を長年継続して制作している過程で、取引条件は若干変化している。物価上昇等の外部要因や技術の革新を踏まえて、発注者と相談しながら制作委託費等は決めている。技術革新によるデジタル化が進み、従来の手作業に比べて一枚当たりのコストが低下することもあるため、制作委託費を下げる交渉をされることもある。これまでのところ、トータルでは若干制作委託費を上げる程度で交渉できている。

◆十分な交渉は難しいとする例

- ・ 予算の見積りは出したことがない。1話当たりの金額とスケジュールが製作委員会から提示され、当社が承諾するか否かという形で決まる。
- ・ 制作委託費は、大抵の場合は、製作委員会側から指定された額となる。当社が一から経費を見積もって提案するということは余りない。当方から、ざっくりとした概算見積りを提示することもあるが、結局は製作委員会の予算の範囲内でないと承認されない。
- ・ 製作委員会から交渉のベースとなる制作委託費が提示されるが、見積り（予算書）の提示も求められる。しかし、その見積りは、製作委員会から提示された金額に合わせて、原画や動画のカット数当たりの単価で積算し、労務費（月額等の人件費）などは考慮できないので、実際の制作のコストベースとは乖離したものとしなければならない。このように単価ベースの計算方法による見積りしか製作委員会に受け入れられないことも、赤字の取引が発生する主要な原因のひとつである。
- ・ 本来であれば、発注を受け、脚本や絵コンテ等の内容を決めてから制作委託費を積算して見積もることが適正だと考えるが、この業界では、受注段階で金額と話数の情報のみが示されて制作委託費が決まり、その後アニメの具体的な内容が決まっていく。既に決まった制作委託費ではどうしても足りない内容となる場合があるが、そうであっても、その制作委託費の範囲内に収めなければならない、再交渉もできない。

◆人件費上昇等について

- ・ 製作委託費については、人件費等の上昇を将来的に反映できるよう最低ラインだけ決め、本格的な制作開始に合わせて、実際に要する人月計算を行った上で、別途書面で確定させることが望ましい。製作委員会にもよるが、当社では実際にそのように行える場合もある。
- ・ 一般的にアニメ制作は年単位で期間が掛かるので、その間にフリーランス等の人件費が上がったり、下請制作会社との取引条件も変わったりするが、これらを製作委託費の決定時に加味しようがないし、契約上変更条項を入れてもらえないので、事後的に修正されることも無い。
- ・ 制作には3年程度を要するが、受注時点で製作委託費を決定するため、受注後の人件費アップ等の経済状況の変化によるリスクは制作会社が負担する状態となっている。
- ・ 制作会社が制作赤字になる要因の一つとして、契約は数年先の制作に係るものとなり、将来的に人件費等の制作コストが上がっても、製作委員会が転嫁に同意してくれないということが挙げられる。

◆制作会社の交渉力等

- ・ アニメ業界の制作会社の8割以上は、価格交渉力が無いと思われる。なぜなら、ほぼ製作委託費だけで会社を運営しており、自転車操業状態だからである。何かしらの成功報酬又は制作印税が付いている場合も多いと思うが、成功報酬はリクーブ⁶⁷が完了しなければ収益性がゼロだし、キャッシュフローを気にして強気で交渉することができず、制作印税が付いたとしても実効性の無い条件とされてしまっている。発注者から見限られたくないため、強気で交渉できず、キャッシュフローも悪くなっていくという悪循環となる。
- ・ 製作委託費の交渉の際、製作委員会の幹事会社が「製作委員会が赤字なので予算を出せない」と言うことが常套文句であるが、制作会社はこれを素直に信じてしまい、自分だけ予算を増やしてもらうことはできないと考えてしまう。製作委員会に参画している各社のIR資料を見たら、配信手数料等で黒字であることが分かる。
- ・ 交渉により、1話当たりの制作委託費を少しでも増額できる場合はあるのだが、先方から「増額には応じたのだから、今度はこちらの要求に応じろ」として、当初の条件（クオリティ等）と異なる要求を何度もしてくる。

⁶⁷ リクーブとは、製作委員会の総事業費（出資金）に対して、各構成事業者が作品を二次利用等することにより得た収益から窓口手数料、費用、各種印税等を控除した金額を製作委員会の収入として回収することをいう。リクーブの完了（出資分の100%回収）と各構成事業者にとっての損益分岐点とは必ずしも同じではない。

- ・ 条件の良い制作委託があったとしても、当社のラインが空いていなければ断るしかない。反対に、制作委託費が小さく 1 クールしかないような作品では、利益がほとんど出ないことは分かっているのだが、制作ラインを遊ばせておくわけにもいかないので、当社のラインの工程に合致する発注であるのならば、選んでいられない。製作委員会も、このような制作会社の考え方を理解しているので、足元を見た条件としてくる。このように、製作委員会と制作会社の取引は、交渉力に格差が出てしまう構造となっている。

<事業者団体>

- ・ アニメ制作は発注時点で必要な作業とコストを明確に見積もることは難しい場合が多く、制作過程で徐々に内容が確定していく性質がある。製作に携わる者であればこの性質を承知しているはずである。

(イ) 制作委託費の水準

元請制作会社に対するアンケート調査では、図 3-7 のとおり、過去 10 年の制作委託費の水準について、「上がっている」との回答が約 9 割であった。

一方で、制作委託費の額への満足度については、図 3-8 のとおり、「満足している」という回答が約 2 割であるのに対し、「満足していない」という回答が半数を超えた。「満足していない」理由としては、図 3-9 のとおり、「要求されるクオリティが以前よりも高くなった結果、制作コスト（製造原価）が上がっているから」、「作業する期間が以前よりも長くなった結果、制作コスト（製造原価）が上がっているから」、「物価の上昇分が転嫁できていないから」とする回答が約 7～8 割あった。

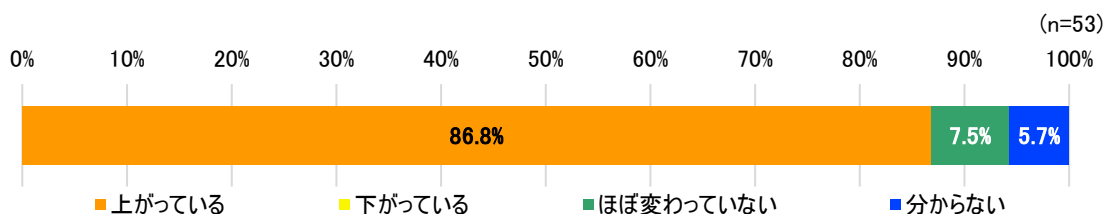
また、制作委託費のみでの営業損益については、図 3-10 のとおり、元請制作会社の約 6 割が「赤字」と回答しており、資本金 5000 万円超の元請制作会社であっても約 3 割が「赤字」と回答していることから、制作委託費だけでは利益が生じにくいことがうかがえる。

ヒアリング調査では、製作委員会から、「制作委託費は 10 年前に比べ 1.5～4 倍に上昇しており、その背景には人手不足や制作工程の高度化による人件費上昇がある」など、制作会社のコスト増加は認識しており、委託費は増額している旨の回答が複数あった。

一方で、元請制作会社からは、近年アニメの制作委託費の上昇が指摘されるものの、「実際には、中小の制作会社には依然として低価格帯の案件が多く、業績改善には結びついていない」との回答があった。また、制作期間の長期化やクオリティ向上への要求増により制作委託費の上昇以上に必要コストが増加している、契約時に定められた制作委託費が固定されているため後の人件費高騰分を転嫁できな

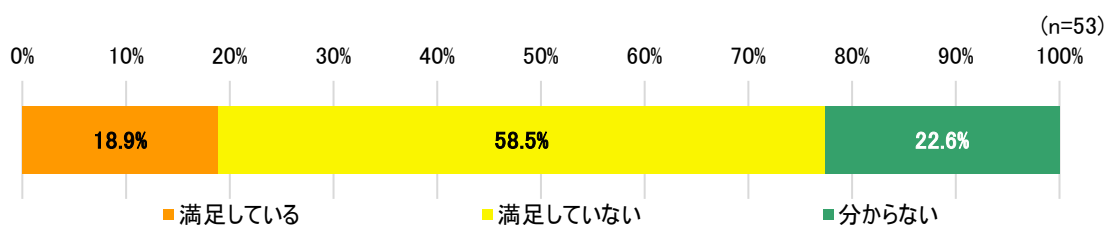
い、制作コストが制作委託費を超過した場合は制作会社の僅かな粗利益で補填せざるを得ないなどの理由により、制作委託費では利益が出ない又は赤字となるとの回答が複数あった。

図3-7 過去 10 年間の制作委託費の水準の変化



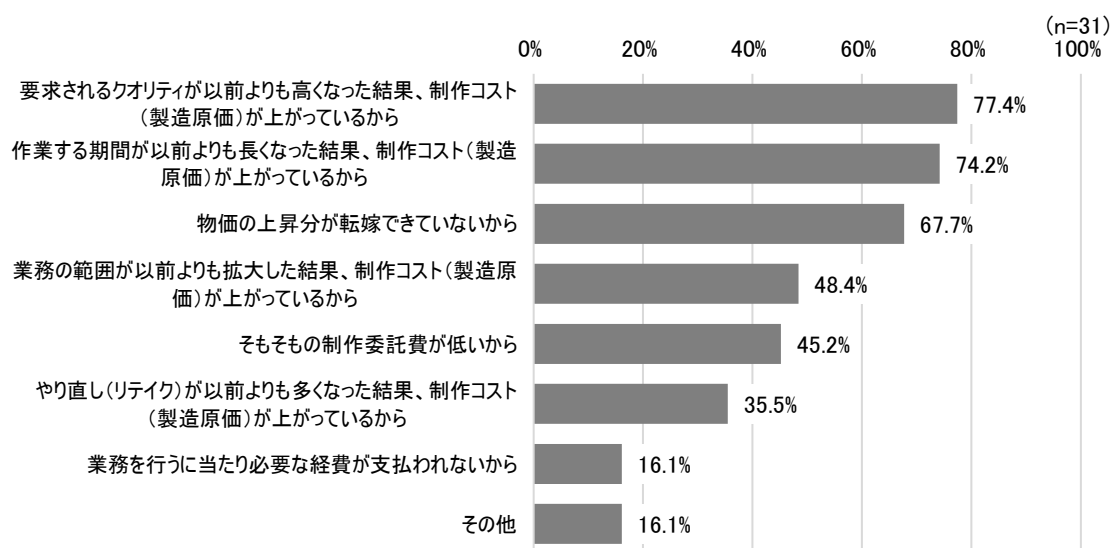
出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-8 制作委託費の額への満足度



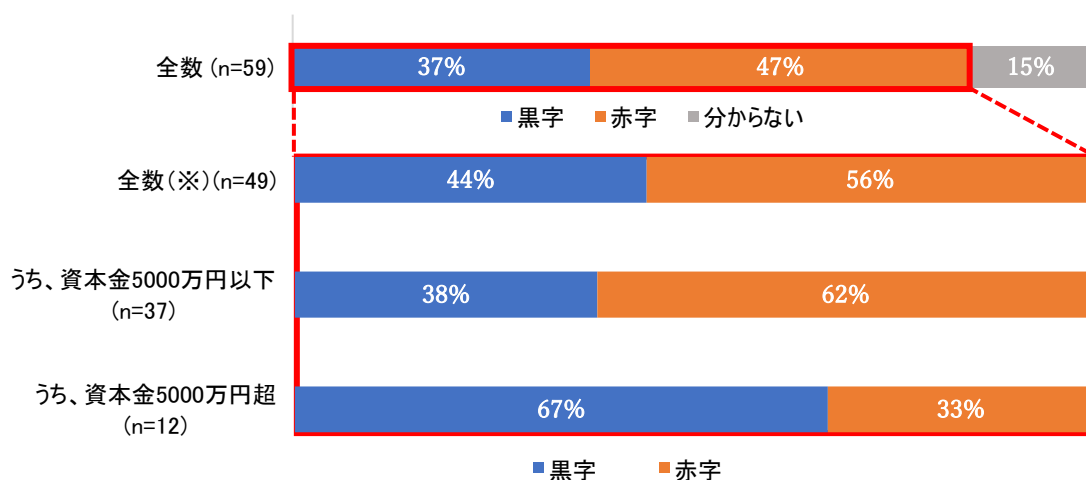
出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-9 制作委託費の額に満足していない理由(複数回答)⁶⁸



出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-10 過去1年間の制作委託費のみによる営業損益



※資本金について「分からない」、制作委託費のみによる営業損益について「分からない」とした回答を除く

出所：アンケート調査結果を基に作成

⁶⁸ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 大手の会社との金額格差が大きいから
- ・ 作画スタッフの不足により発注単価が高騰していること、音楽タイアップなど音響段階の条件によるオープニング・エンディング制作のスケジュールなど、制作側でコントロールできない要素によるスケジュール遅延で発生するコストの手当等が十分でないため
- ・ 10年前の受注額1話当たり1500万円前後と比較すると良くなったというだけであり、ビジネスモデルは変わっていない
- ・ 人件費の高騰とインボイス制度の導入のため
- ・ フリーランスや外部クリエイターへの人件費も高騰しており、現状では黒字が見えにくい

【ヒアリング抜粋（９）】

<製作委員会>

- ・ 制作委託費の相場は、約 10 年前に比べると 1.5～4 倍程度上がっている印象である。制作委託費が高騰している背景は、人手不足によるフリーランスの拘束のための金額が上がっていることや、CGや構成が高度になっていることで制作工程が複雑になり、必要とする人材の量が増えていることにある。制作委託費が高騰しても、制作会社から出ていく金もその分多くなっているということは理解している。
- ・ 制作会社の取り扱いにより、1 話当たりの制作委託費は毎年 100 万円程度上昇している。
- ・ フリーランスの制作スタッフの半拘束の費用等により、制作会社のコストが上がっており、工程ごとの価格高騰が進んでいる。制作委託費は 10 年前の倍以上になっている。
- ・ 視聴者のクオリティ向上の要求も大きく、制作委託費の高騰につながっている。

<元請制作会社>

◆制作委託費の水準について

- ・ 制作委託費は、業界全体としては大きく上がってきているといわれているが、当社のような小規模の元請制作会社には、その中でも安価な制作委託費のアニメが発注されるので、（上がってはいるものの）大きく制作委託費が上がっているといった印象はない。テレビアニメもピンキリであり、制作委託費が潤沢に支払われる、原作やシリーズとして有名なアニメ作品は大手制作会社が受注していく。
- ・ 製作委員会が制作委託費を上昇させたとしても、人件費や物価の高騰の影響もあり制作会社が必要とする制作コストの上昇率より高くなることはなく、その差は埋まらないのが現状。現在では、作品にもよると思うが、今相場とされている金額のおおむね 1.5 倍から 2 倍の制作委託費でないと継続的に利益を出して会社を成長させることは難しく、制作会社にとっては適正な額とはいえないのではないか。

◆制作赤字等について

- ・ 制作委託費が上がっていても、人件費がそれ以上に上がってきており、当社の業績として赤字になることに変わりはない。制作コストのうちの人件費の割合は、80%にもなるため、制作会社の運営において、人件費の増加の影響は大きい。

- ・ 求められるクオリティも上がってきていることから、アニメ制作に要する期間、使用するフリーランスの数も増加している。フリーランスの報酬は、出来高制と月拘束による固定制があるが、固定制の場合は、期間やフリーランスの数が増せば、その分制作に必要な費用が純増することとなる。そのため、アニメ1話当たりの制作委託費が増えているとしても、年々、それ以上に費用が掛かるようになっており、この点も制作会社の収益性が悪くなる要因となっている。
- ・ アニメ制作の費用はマシン代、スタジオ代、人件費、ソフトウェア代等々で構成されているところ、人件費が一番多い割合を占める。しかし、制作委託費が上がらないので人件費を賄うことができていない。そのため制作会社の収益を圧迫している。
- ・ アニメ制作に要するコストはほぼ人件費であり、段階的に制作委託費が支払われるため、前の作品に対する支払に充てることができる。そのため、前の作品でのコストに対してキャッシュが無くても、次の作品の制作受注さえできていれば、きれいに自転車操業をすることができ、ギリギリ潰れないビジネスとなっている。

◆その他

- ・ 企画開発費は制作委託費に乗せて計上している。企画開発費を独立して計上する場合もあれば、企画開発費を1話当たりの制作委託費に分割して上乗せして計上することもある。作品の著作権を持てるのであれば企画開発費は必要不可欠なリスクとして受容できるが、権利を持てないのに企画開発費のリスクだけを負うことはリターンに見合わないと考えている。この点は取引上の課題と認識しており、今後何とかしたいと思っている。
- ・ 製作委員会側のプロデューサーから、「予算が上がっているが何に使っているのかわからない」と言葉を掛けられることがある。業界全体として制作会社にも固定費があるということが理解されていない。制作会社の利益の部分を考えられておらず、業界全体として、財務関係のリテラシーの低さが目立つ。
- ・ 制作会社に利益が還元されない構造となっているのは、製作委員会に出資をさせてもらえないためだといわれることがあるが、実際はそうではない。出資したとしても大半のアニメがリクープを達成できず、窓口のない単純出資の制作会社には利益が生じない。単純出資は制作委託費を値引きさせられている状況に近い。
- ・ デジタル化の結果、無限に修正ができるため作画作業に終わりが無い。クリエイターの中には、クリエイティブ面にこだわりを持ち、納期を守らずコスト意識のない者もいる。人手不足のためそのような者でも簡単には取引

解消できず、クリエイティブコントロールが効かずにコスト超過をしてしまう。

<事業者団体>

- ・ 製作委員会は、作品が完成すればプリセールス⁶⁹で出資分の8割程度を回収することができるため、作品を完成させることが大切であり、ある程度は制作会社に交渉の余地がある。

(ウ) 制作印税・成功報酬

アニメ制作においては、業務の対価として、制作委託費のほかに、契約上、制作印税⁷⁰や成功報酬⁷¹といわれる製作委員会の二次利用収益に対して一定の料率を乗じた額の支給を取引条件とする場合がある。

元請制作会社に対するアンケート調査において、図3-11のとおり、直近事業年度5年間に制作した作品に係る制作委託費以外に支払われる報酬（制作印税・成功報酬）の有無に関して、1件以上あるという回答は制作印税・成功報酬それぞれ約5割であり、また、図3-12のとおり、制作印税・成功報酬に係る交渉の可否について、いずれも約4割が「交渉できたことが多い」という回答であった。

一方で、図3-13のとおり、その満足度については、制作印税については「満足していない」という回答が約4割、成功報酬については「満足していない」という回答が約5割であった。

また、図3-14のとおり、制作印税等を含むアニメ制作事業の営業損益については、「赤字」と回答したのは、資本金5000万円以下の元請制作会社の約4割、資本金5000万円超の元請制作会社の約1割であったが、元請制作会社全体としては、図3-10及び図3-14のとおり、制作委託費のみによる営業損益に比べ制作印税等を含む営業損益では、赤字率が約19ポイント減少した。

ヒアリング調査では、元請制作会社から「成功報酬はどうせ発動することのない報酬で、会社の経営に寄与しない」、「制作印税は、どんなアニメでも製作委員会への収入の一部がそのまま制作会社の利益となるため、制作会社にとって最も重要な収益である」などの回答が複数あったことから、制作会社にとっては、成功報酬よりも制作印税が重視されていることがうかがわれた。

製作委員会からは、「規模・実績が上位の制作会社は高い割合の設定を要求する場合がある」として、制作印税等を設定する場合があると回答しており、特に、「ア

⁶⁹ アニメ業界では、主に製作委員会が完成前に動画配信事業者等とライセンス使用許諾契約を締結することをいう。

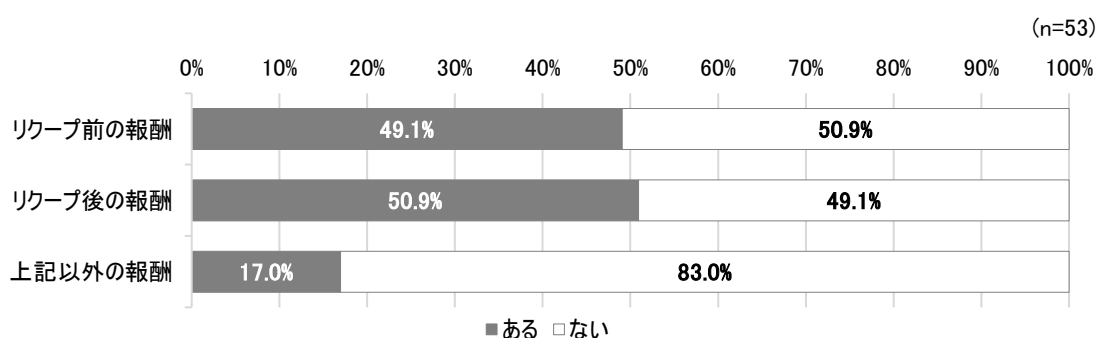
⁷⁰ リターンが完了しているか否かにかかわらず、製作委員会が得た収入に一定の率を乗じて支払う報酬をいう。乗じる対象や乗じる率は契約によって異なる（前者については、例えば、窓口手数料等を控除した残額に一定の率を乗じるという場合もある。）。スタジオ印税やプロダクション印税とも呼ばれる。

⁷¹ リターン完了後、製作委員会等が得た収入に一定割合を乗じて支払う報酬をいう。

ニメ作品本数の増大が著しく、制作会社を取り合う状況になっている」として、設定を前提としてより制作会社に利益が還元されるよう料率の交渉に応じている旨の回答もあった。

一方で、「制作印税を主張し続けているが、まだ設定されたことはない」、「製作委員会は、制作印税ではなく成功報酬の率であれば上乗せを容認する姿勢を見せる」など、制作印税に関する交渉が難しいとする回答もあり、制作会社の規模・実績等によって設定の有無・料率の交渉状況は差があることがうかがわれた。

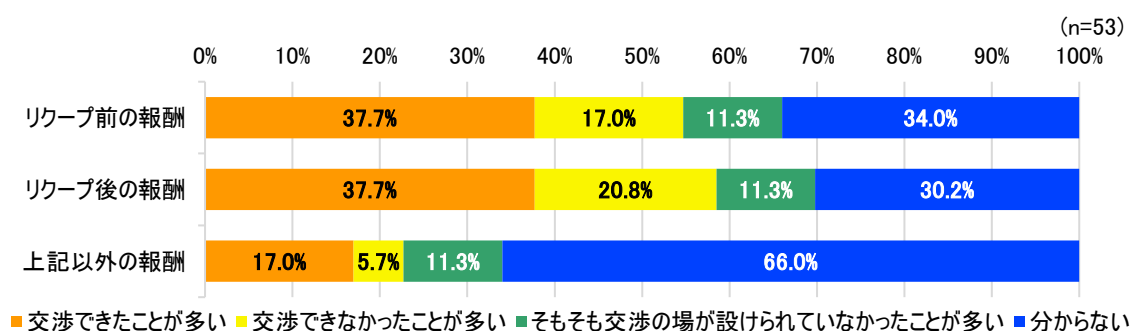
図3-11 過去5年間にける制作委託費のほかに支払われる報酬の有無



※直近の事業年度5年間について、1件以上あるかを元請制作会社に回答を求めたもの

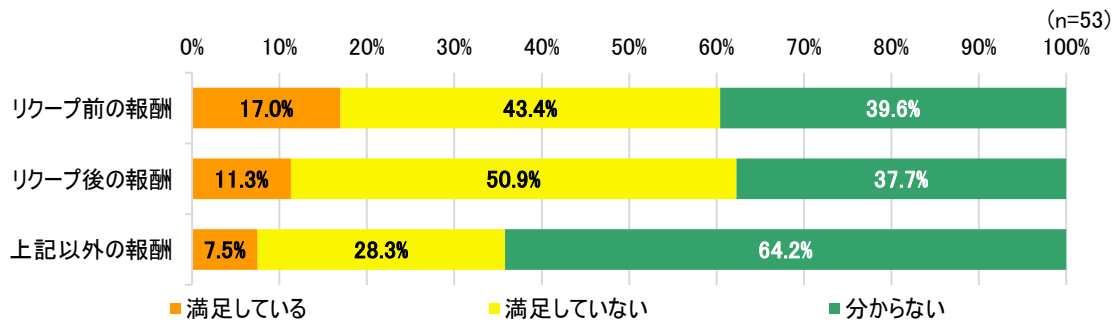
出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-12 直近事業年度5年間の制作印税・成功報酬の交渉の可否



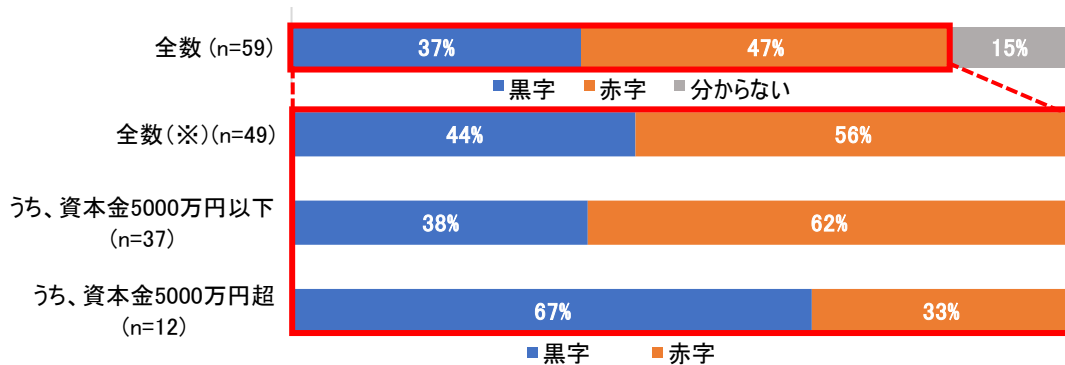
出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-13 直近事業年度5年間の制作印税・成功報酬の満足度



出所：アンケート調査結果を基に作成

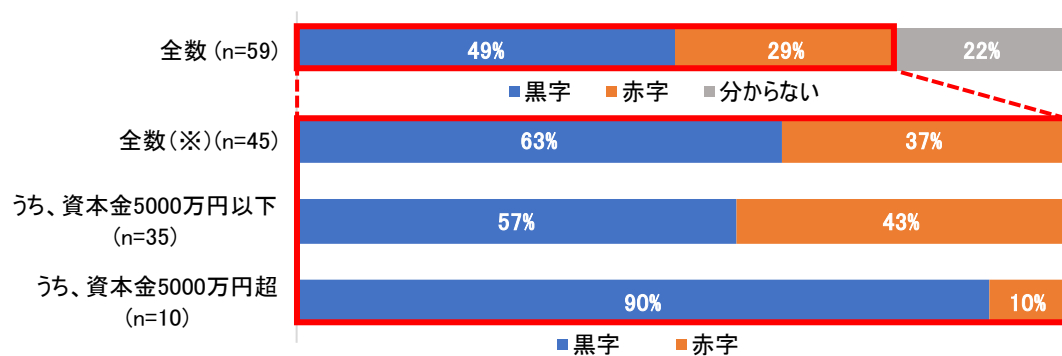
(再掲図3-10) 過去1年間の制作委託費のみによる営業損益



※資本金について「分からない」、制作委託費のみによる営業損益について「分からない」とした回答を除く

出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-14 過去1年間の制作委託費の他、二次利用料、制作印税、成功報酬等を含めた場合の営業損益⁷²



※資本金について「分からない」、制作印税等を含むアニメ制作事業の営業損益について「分からない」とした回答を除く

出所：アンケート調査結果を基に作成

⁷² 帝国データバンク「「アニメ制作市場」動向調査 2025」(2025-8-15)において、2024年における元請・グロス請を行う制作会社の損益について、「黒字」が65.5%（うち増益40.0%、減益25.5%）、「赤字」が34.5%とされている。

【ヒアリング抜粋（10）】

<製作委員会>

- ・ 近年のアニメ作品では、「スタジオ印税」（制作印税）という名称で、リクープ完了前からの製作委員会収益から一定割合を乗じた額を、制作会社への報酬として支払うことがある。制作委託費が上がっている中、制作コストは更に上がっているため制作委託費を上げてほしいという主張に対して、制作委託費を上げない代わりにリクープ完了前からの制作印税を付すということを調整の落としどころとしていた。近年では、これが一般的な考え方となってきたのではないかと思料する。
- ・ 制作会社への制作委託費以外のインセンティブの支払は、アニメでは制作印税（リクープ完了前からの報酬）がベースとなる。制作印税は、製作委員会が得るコンテンツの運用益（二次利用収益等）を一部戻してあげるという意味合いである。制作印税の料率、料率を乗じる対象等の条件は、制作会社との交渉によって変わる。料率を乗じる対象となる収益は、基本的には、製作委員会の収益から窓口手数料や各種印税等を引いた後の配分原資（トップオフ⁷³の一番最後）が基準となるが、ブランドがあるような有力な制作会社によっては、窓口手数料を引く前の収益（トップオフの一番最初）に制作印税を乗じることもある。
- ・ 最近では、当社が幹事会社となる場合は、窓口手数料は設定せず、窓口業務により発生した経費のみを認め、これを除く全ての売上を製作委員会収入として回収し、分配する形を取っている。この方法は、従来の窓口手数料を認めた分配方法に比べ、製作委員会としてのリクープがしやすく、元請制作会社に成功報酬を認めている場合は、従来であれば発生しないことも多かった成功報酬が発生しやすくなる。

<元請制作会社>

◆成功報酬等の経営への影響について

- ・ 当社は制作会社の中でも歴史も規模もある方だが、それでも昨年度の決算でアニメ制作事業は赤字を計上した。制作印税等がなければ経営は成り立たない。
- ・ 制作印税は、放送後1～2年で行われる配信契約により大きく入り、それ以降は製作委員会の窓口会社が契約の更新を行うたびに少額が継続的に入ってくる。作品数が増え積み重なることで、制作会社の経営の安定感が増すような大きな金額にもなる。

⁷³ 収益を構成事業者間で配分する前に、窓口手数料、経費、経費、各種印税などをあらかじめ天引きすること。

- ・ 成功報酬は、リクープ完了後の製作委員会の収入に乘じるものであるが、幹事手数料、窓口手数料、印税等が差し引かれた収益が配分原資となるため、製作委員会がリクープ完了することがあまりない。そのため、大体的場合で制作会社の収益となることはない。
- ・ 制作印税は、どんなアニメでも製作委員会への収入の一部がそのまま制作会社の利益となるため、全体の利益に占める割合が大きく、制作会社として最も重要な収入となる。成功報酬では意味がない。
- ・ リクープが完了した後の金額に割合を乗じる報酬（成功報酬）が付されることはあり、有り難いことではあるが、よほどのヒットをしない限りは大きな収益性は期待できず、経営上の影響は少ない。無いよりはもちろん良く、交渉材料の一つではある。仮にリクープ完了後であってもその割合が数十%と高ければ、大ヒットを夢見てがんばれる部分もあるため、リクープ完了後の製作委員会の収益に 20～30%を乗ずるという形で交渉したいとは常々感じている。ただし現実には厳しい。

◆制作印税等を設定できた例

- ・ 制作印税としては、トップオフ前の金額に数%の報酬が付くことが増えてきた。以前は1～2%だったが、現在は3～5%程度で交渉をすることが可能になってきている。ただし、制作費とどちらを上げるかでバランスを取られる場合が多い。制作会社としての理想をいえば10%は欲しいが、認められない。
- ・ 3年前までは、当社は制作委託費以外の収入がほとんどなかった。交渉して製作委員会に参画することにより、制作印税を受け取れるようになった。制作印税はリクープ完了の前・後のいずれも収入が発生する。リクープが完了せずとも製作委員会の総収入を原資に1～2%程度、又はリクープ完了後の総収入から経費を引いた後の原資に2%弱である。
- ・ リクープ完了前からの制作印税を付けることを、アニメ制作を行うことの条件としている。また、リクープ完了前からの収益に対して最初にトップオフする制作印税とするよう契約を結んでいる。
- ・ 制作印税は、多くの作品で契約上盛り込まれる。また、リクープ完了後の製作委員会の収入から諸経費を除いた額を母数とする成功報酬を付けることや、その率の上昇を製作委員会の幹事会社と交渉している。いずれの印税についても、年数の制限が付いたことはない。
- ・ リクープ完了前からの製作委員会の収益に一定割合を乗じた額を制作会社の収入とする制作印税を設定するケースはだんだんと増えてきている。

制作会社が不足している売手市場であるため、製作委員会としても契約・受託してもらうために制作印税を設定するケースが増えてきている。

◆制作印税等を設定できなかった例

- ・ ヒットが予見される有名な原作のアニメ制作を受託したが、求められるクオリティの高さに比して制作委託費が低く、全く見合わない作品であったにもかかわらず、交渉しても成功報酬を付けてもらえなかった。
- ・ ヒット作の実績があるような大きな制作会社ならいざ知らず、中小規模の制作会社は制作印税や成功報酬を満足に取引条件に盛り込めず、厳しい経営状態なのではないか。

◆その他

- ・ 制作会社各社とも印税の割合の大きさにこだわっているようであるが、「割合を乗じる原資は何か」が最も重要である。リクープが完了する前後のどちらの原資に乘じるかという点に加え、トップオフの順番、つまり、窓口手数料や経費等を差し引く前に乗じるものか、後に乗じるものかといったことも重要であり、制作会社は、これを意識して製作委員会と交渉する必要がある。
- ・ 大ヒット作を制作した制作会社であっても、次々に他社の子会社になったり、潰れたりしており、ヒットとビジネスが全くリンクしていない産業構造に疑問を感じ、制作会社も制作印税獲得の意思が強まった面もある。

イ 取適法上、独占禁止法上の考え方

(ア) 買いたたき

元請制作会社に対するアンケート調査の結果、近年、アニメ制作に係る制作委託費の水準は「上がっている」との回答が8割超であった。これは、人手不足や制作工程の高度化、作品クオリティへの要求水準の高まり等を背景として、制作コストが全体的に上昇している実態を反映しつつあるものと考えられる。

しかしながら、制作委託費の水準の上昇傾向にもかかわらず、制作委託費のみでの営業損益については約6割の元請制作会社が赤字と回答しており、制作印税等を含めた全体の営業損益も約4割の制作会社が赤字であると回答していることから、制作会社の収益性は依然として高くない状況にあるとも考えられる。

ヒアリング調査では、製作委員会からは、「視聴者のクオリティ向上の要求も大きく、制作委託費の高騰につながっている」といった回答もあり、元請制作会社からも、「デジタル化の結果、無限に修正ができるため作画作業に終わりがなく」、「クリエイターの中には、クリエイティブ面にこだわりを持ち、納期を守らずコスト意

識のない者もいる中、人手不足のためそのような者でも簡単には取引解消できず、クリエイティブコントロールが効かずにコスト超過をしてしまう」旨の回答も複数あり、制作現場における過剰なクオリティ追及の結果、必要な制作委託費が増加する場合があることもうかがえた。

一方で、元請制作会社からは、「制作委託費が上昇しても、クオリティ向上や制作期間の長期化に伴う人件費等の増加がそれを上回る」などの指摘が多くあり、制作委託費への制作コストの転嫁が不十分である場合がある可能性がある。

このような状況が、直ちに取適法又は独占禁止法違反となるわけではないが、取適法の適用対象となる取引である場合には、製作委員会（構成事業者）が、元請制作会社に対して、要求クオリティの高度化、制作期間の長期化、物価上昇などの状況を踏まえることなく、通常支払われる対価に比し著しく低い対価を不当に定める場合には、取適法上の問題（買いたたき）となる（取適法第5条第1項第5号）。

また、取適法の適用対象でない場合も、製作委員会（構成事業者）が、優越的地位を利用して、要求クオリティの高度化、制作期間の長期化、物価上昇などの状況を踏まえた協議を十分に行わず、一方的に著しく低い対価を設定することにより、元請制作会社に正常な商慣習⁷⁴に照らして不当に不利益を与える場合は、独占禁止法上の問題（優越的地位の濫用）となる（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）。

（イ）協議に応じない一方的な代金決定

前述のように、制作委託費の上昇は多くの取引当事者が認める中で、元請制作会社に対するアンケート調査では、図3-5のとおり、制作委託費の決定方法について、「取引先から提示された上限・単価の範囲内で制作委託費を決定することが多い」及び「貴社が必要な制作コスト（製造原価）を踏まえるなどして提示した制作委託費で合意することが多い」という回答がともに4割強であった。

ヒアリング調査では、製作委員会から、「元請制作会社を作品ごとに使い捨てるのではなく（ほかの作品でも）継続的に付き合う可能性を念頭に置いているため、相手方の要望を踏まえながら取引条件を細かく調整する」との回答もあり、制作委託費の決定に当たっては、製作委員会と元請制作会社との間で一定程度の交渉を行っていることも明らかとなった。

しかしながら、制作会社からは、「1話当たりの金額とスケジュールが製作委員会から提示され、当社が承諾するか否かという形で決まる」との回答があったように、協議が不十分な場合もあると考えられる。

この点、取適法の施行以後は、制作委託費について、製作委員会（構成事業者）が、元請制作会社から価格協議の求めがあったにもかかわらず、協議に応じなかつ

⁷⁴ 「正常な商慣習」とは、公正な競争秩序の維持・促進の立場からは認められるものをいう。したがって、現に存在する商慣習に合致しているからといって、直ちにその行為が正当化されることにはならない。（優越ガイドライン第3）

たり、必要な説明を行わなかったりするなど、一方的に代金を決定する場合は、取適法上の問題（協議に応じない一方的な代金決定⁷⁵⁾）となる（取適法第5条第2項第4号）。

また、取適法の適用対象でない場合も、製作委員会（構成事業者）が、優越的地位を利用して、要求クオリティの高度化、制作期間の長期化、物価上昇などの状況を踏まえた協議を十分に行わず、一方的に著しく低い対価を設定することにより、元請制作会社に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える場合には、独占禁止法上の問題（優越的地位の濫用⁷⁶⁾）となる（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）。

なお、前記第2章第3の2（1）のとおり、制作委託がなされるプリプロダクション前後の段階では、正確な工数・必要人員・作業期間を算出するのが困難な場合も多いと考えられるところ、それに伴って見積りの算出や制作委託費の確定が難しい場合がある可能性もある。実際に、ヒアリングでは、元請制作会社から、「発注を受け、脚本や絵コンテ等の内容を決めてから制作委託費を積算して見積ることが適正だと思えるが、この業界では、受注段階で金額と話数の情報のみが示されて制作委託費が決まり、その後アニメの具体的な内容が決まっていく。既に決まった制作委託費ではどうやっても足りない内容となる場合があるが、そうであっても、その制作委託費の範囲内に収めなければならず、再交渉もできない」との回答もあった。

この点、制作会社から、「人件費等の上昇を将来的に反映できるよう最低ラインだけ決め、本格的な制作開始に合わせて、実際に要する人月計算を行った上で別途、書面で確定できる場合もある」との回答があったように、最低報酬のみ確定し、事後的な状況変化に対応している製作委員会もあった。さらに、製作委員会から、「制作委託費が上がっている中、制作コストは更に上がっているため制作委託費を上げてほしいという主張に対して、制作委託費を上げない代わりにリクープ完了前からの制作印税を付すということを調整の落としどころとしていた」との回答もあり、制作印税を活用する製作委員会もみられた。このように、制作の特徴から発注時点で代金額の算出・確定が難しい場合等には、最低報酬補償のほか制作印税の設定や料率等も含めて、当事者間で十分協議の上、取引ごとの事情に応じた報酬支払方法を設定することも考えられる。

⁷⁵⁾ 委託事業者の禁止行為として改正により追加されたもの（令和8年1月1日施行予定）。

⁷⁶⁾ 公正取引委員会「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（平成29年6月16日改正）第4の3（5）ア 取引の対価の一方的決定

(3) 著作権についての契約上の取扱い

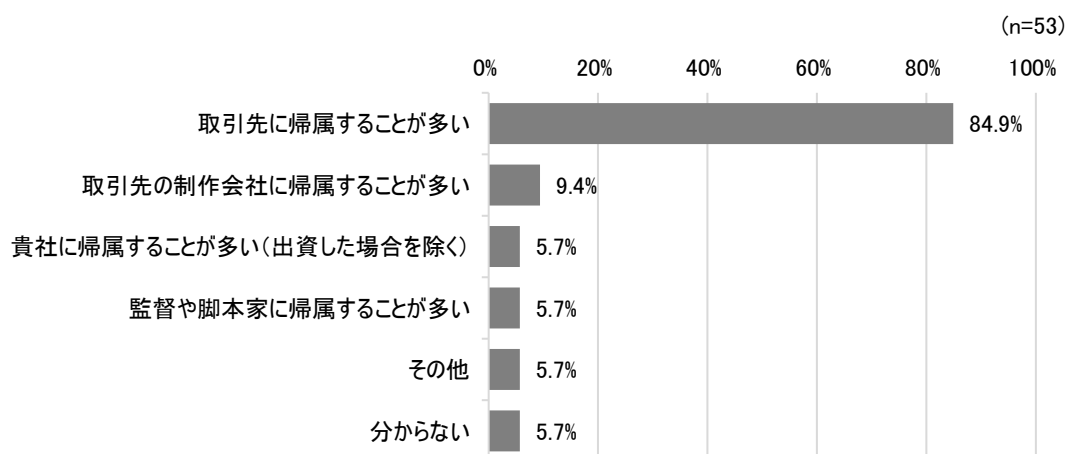
ア 実態

(ア) 著作権の帰属

前記第2章第1の4のとおり、著作権法第29条に基づき、著作権の帰属先が、製作委員会や元請制作会社などのどの主体に帰属するかは個別具体の事案による。

製作委員会・元請制作会社へのヒアリング調査においては、契約書上、「完成と同時に著作権は製作委員会に帰属することになっている」旨の回答と、著作権が制作会社に帰属する場合については、「完成したタイミングで製作委員会に譲渡させる」旨の回答もいずれもあった。また、図3-15のとおり、元請制作会社に対するアンケート調査では、過去5年間における最終的な著作権の帰属先について、「取引先に帰属することが多い」という回答が約8割であり、著作権の帰属主体にかかわらず、多くの場合に製作委員会が著作権の最終的な帰属先とされていることがうかがわれた。

図3-15 過去5年間における著作権の最終的な帰属先(複数回答)



※直近の事業年度5年間における傾向について、元請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋（11）】

<製作委員会>

- ・ 著作権が元請制作会社に帰属している場合、契約によって、完成したタイミングで製作委員会に譲渡してもらっている。著作権の譲渡を受けずに使用許諾を受けることは概念上考えられる。ただし、それだとビジネス上のうまみがなく、自分たちで著作権の運用をするため、制作会社から著作権の譲渡をしてもらう。
- ・ 権利を運用して利益を得るビジネスモデルであるので、運用力のある製作委員会に著作権を集約させることには合理性があると考えているし、長らく業界の慣習となっていると理解している。
- ・ 実務上、著作権は、出資している製作委員会が最終的に保有することが多く、最終的に製作委員会に著作権が帰属されている状態であればよい。今後、クリエイターの寄与度とそれに応じた対価の議論は必要と認識している。制作会社やクリエイターに著作権の対価を支払うという議論は理解できる。
- ・ 製作委員会が制作委託費の支払を行っているため、著作権は製作委員会が保有しており、出資比率に応じて各社へ帰属しているという考え方が基本である。
- ・ 制作会社が最終的に著作権を持ちたい場合は、単純に製作委員会に入るしかない。

<元請制作会社>

- ・ 制作会社が権利を持ったとしても、権利を運用してビジネス展開を行うことができる制作会社は限られるため、制作会社が著作権を持つ必要性は感じていない。一方で、著作権が元請制作会社に帰属している場合、著作権の譲渡に対する対価が支払われていないことはおかしい。
- ・ 制作会社が他の制作会社や TV 局と共同制作を行う場合は著作権を保有することがあるが、製作委員会方式だと、制作会社が企画したとしても制作会社が著作権を最終的に保有することはない。著作権が制作会社に帰属している場合、契約上、製作委員会に譲渡することになる。
- ・ オリジナル作品であっても映像の著作権は共有にすらしてもらえず、製作委員会に帰属することとなる。

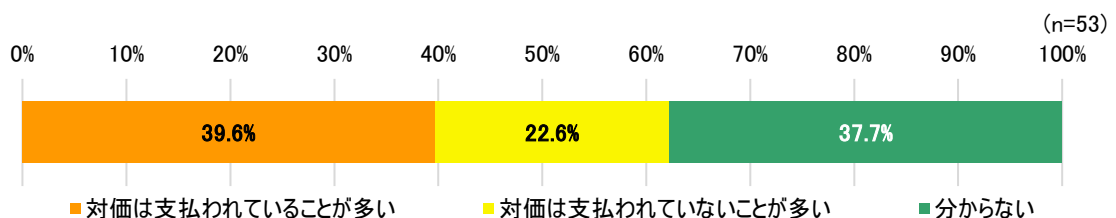
(イ) 元請制作会社に帰属する著作権を譲渡する場合の譲渡対価の設定

元請制作会社に対するアンケート調査では、過去 5 年間に於ける著作権を譲渡する場合における著作権の譲渡対価の支払について、「対価は支払われていることが多い」という回答が約 4 割、「対価は支払われていないことが多い」という回答が約 2 割であった。「対価は支払われていることが多い」と回答した元請制作会社にその対価の内容について確認したところ、「制作委託費に含まれている」との回答が最も多かった。

ヒアリング調査では、製作委員会から、元請制作会社に帰属する著作権が譲渡される場合の対価の設定について、「著作権の譲渡対価は制作委託費に含まれている」、「譲渡対価は算出できない」、「元請制作会社は制作委託費に制作管理費などという名目で一定の利益を計上しているため、この費用が著作権の譲渡対価になる」との回答があった。また、このほか、「制作印税に著作権の譲渡対価という意味合いはない」との回答もあった。

元請制作会社からは、元請制作会社に帰属する著作権を譲渡する場合について、「著作権を無償で製作委員会に譲渡しており問題である」、「制作コスト以外の支払はほとんどないため、著作権は 0 円で譲渡しているに等しい」などの回答が複数あった。

図3-16 過去 5 年間に於ける帰属する著作権を譲渡する場合について著作権の対価の支払状況 ⁷⁷



※直近の事業年度 5 年間に於ける傾向について、元請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

⁷⁷ 「対価は支払われていることが多い」と回答した元請制作会社に「対価」の内容を確認したところ、以下のとおりであった。

- ・ 制作委託費に含まれている（含めさせられている）（8 件）
- ・ 原作権（1 件）
- ・ キャラクターデザインの使用料など（1 件）
- ・ 報酬ではなくスタジオ発信でのイベントでの中間素材の使用など（1 件）
- ・ 委員会で取り決めた印税としてのリターン（1 件）
- ・ 脚本印税など（1 件）

【ヒアリング抜粋（12）】

＜製作委員会＞

- ・ 元請制作会社に帰属する著作権が譲渡される場合における譲渡対価は、製作委員会から支払う制作委託費に含まれていると理解している。制作会社は制作委託費に制作管理費などという名目で一定の利益を計上しているため、この費用が著作権の譲渡対価になると考えられる。
- ・ 著作権が元請制作会社に帰属している場合、制作委託費に譲渡対価を含めた形で制作会社に支払をする。制作委託費と譲渡対価の内訳は示さない状態で契約をする。
- ・ 映像物の著作権は、著作権が発生した時点では運用していない以上、価値が見いだせないため、著作権が元請制作会社に帰属している場合に別途著作権の移転の対価を見積もることは現実的でない。
- ・ 制作印税は、著作権の譲渡対価ではなく、製作委員会が得るコンテンツの運用益（二次利用収益等）を一部戻してあげるという意味合いで制作会社に付しているものである。

＜元請制作会社＞

- ・ 著作権を制作会社に残すと、製作委員会が利用するためには制作会社の許諾が必要であったり、著作権を管理する能力が無い制作会社もあったりするため、著作権が元請制作会社に帰属している場合に製作委員会に著作権を譲渡すること自体に問題は無いが、これが無償で行われているということが問題である。
- ・ 制作会社は制作委託費でギリギリ費用を賄うことできている状態（当社にとっては赤字の状態）である。そのため、制作委託費＝実際の費用であり、制作委託費に著作権の対価が含まれていると評価することはとてもできないと思う。
- ・ 制作コスト以外の支払はほとんどないため、元請制作会社に帰属する著作権を製作委員会に譲渡する場合であっても、著作権は0円で譲渡しているに等しい。
- ・ 元請制作会社に帰属する著作権を製作委員会に譲渡する場合であっても、当社は、製作委員会から著作権譲渡の対価を支払ってもらっているとは認識していない。契約書上に、著作権譲渡の対価は「制作委託費に含まれる」旨記載されている場合もあるが、制作委託費は実際に必要な制作コストに対して赤字ギリギリ又は制作赤字になる額しか支払われておらず、著作権の対価が含まれるとは到底考えられない。

- ・ 元請制作会社に帰属する著作権を製作委員会に譲渡する場合、制作委託費とは別に著作権の譲渡料を支払うか、著作権の権利者として、リクープ完了前（トップオフ）からの収益の10%～30%を手に入れることができるというような契約としないと、制作会社の体力が保たず、アニメーターを育成することもできない。なお、海外では制作会社も著作権を保有しており、その保有割合が40～50%となっている場合がある。

<事業者団体>

- ・ 著作権が元請制作会社に帰属している場合、制作会社の著作権は製作委員会に譲渡しなければならないため、制作会社が二次利用による収益の還元を受けられていない。制作会社は現場上がりの人が多く製作委員会と交渉をする能力がないこと、仮に著作権を保有しても運用する能力も収益を分配する能力もないことが問題。労働分配率が9割を超える制作委託費しか得られないので、そのようなマネジメント（人材）に割けるお金がないということでもある。
- ・ 著作権が元請制作会社に帰属している場合、著作権ごと納品することを前提に制作委託費を支払っているのであって、別途譲渡対価などという概念は生じ得ない。

<有識者（弁護士・学者）>

- ・ 著作権が元請制作会社に帰属している場合において、著作権を譲渡する旨の契約を締結する場合であっても、その対価は一時支払ではなく事後的な印税方式としてもよい。他の業界では実例もある。
- ・ 制作委託費とは別に著作権の対価を支払う方法もあると思うが、そもそも、契約段階でその著作物にどれだけの経済価値があるのか算定ができない。そのため、running royalty（レベニューシェア）形式、すなわち売上げに応じて二次利用料が元の権利者に分配される形式が考えやすいと思われる。海外ではそのような支払方法もあると聞く。

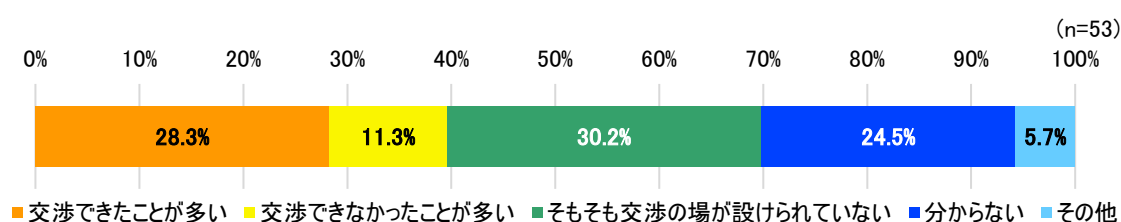
(ウ) 交渉の状況

元請制作会社に対するアンケート調査において、過去5年間における著作権の帰属主体・譲渡対価についての交渉の状況について確認したところ、図3-17のとおり、「交渉できたことが多い」という回答が約3割、「交渉できなかったことが多い」という回答が約1割、「そもそも交渉の場が設けられていない」という回答が約3割であった。

ヒアリング調査では、製作委員会から、著作権が元請制作会社に帰属している場合において「制作委託費の中の一般管理費に著作権の譲渡対価が含まれるということは元請制作会社との共通認識である」としつつ、「元請制作会社に対して、明示的に制作委託費の中に著作権の譲渡対価が入っていることを確認したことはない」との回答があった。

元請制作会社からは、「著作権の交渉は行わないという業界の全体の不文律・商慣習がある」、「著作権を活用して得られる利益の一部還元を製作委員会に求めても応じてくれない」などの回答が複数あった。

図3-17 過去5年間における著作権の帰属主体・譲渡対価についての交渉状況



※直近の事業年度5年間における傾向について、元請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (13)】

<製作委員会>

- ・ 著作権が元請制作会社に帰属している場合において、制作委託費の中の一般管理費に著作権の譲渡対価が含まれるということは、制作会社との共通認識であると考えている。制作会社に対して、明示的に制作委託費の中に著作権の譲渡対価が入っていることを確認したことはない。

<元請制作会社>

◆交渉が十分でないとする意見

- ・ 著作権を活用して得られる利益の一部還元を製作委員会に求めることもあるが、応じてくれない。
- ・ 著作権が元請制作会社に帰属している場合であっても、制作委託費に著作権等の譲渡対価は含まれていないと認識しているし、含まれるという説明を受けたこともない。そもそも、著作権の帰属や対価について交渉の対象にもならず、交渉の余地はないと認識している。
- ・ 著作権の交渉は行わないという業界全体の不文律・商慣習がある。
- ・ 製作委員会は、著作権について制作会社と議論をすると、対価性といった話に発展してしまい、「製作委員会への帰属は商慣習上当たり前の話」であ

るので交渉には一切応じない、著作権に関する問題は存在していないという姿勢である。本来的には著作権の帰属や対価の交渉が行われてもよいはずだが、強い立場にある製作委員会がそのような姿勢を示すことから、この商慣習に抵抗すると、仕事がもらえなくなることが強く危惧される。

◆その他

- ・ 長年続く構造上、著作権が元請制作会社に帰属している場合における著作権譲渡の対価を交渉することなどできないし、現時点で著作権譲渡の対価を得ようと交渉したとしても、おそらく製作委員会は、それならば制作印税を減らすと言ってくるだろう。まずは、適正な制作委託費を交渉していくことが必要であり、最終的には、製作委員会へ著作権を譲渡・集約している対価を含めて製作委員会から制作委託費等が支払われるべきである。
- ・ リクープ完了前からの製作委員会の収益に一定割合を乗じた額を制作会社の収入とする制作印税を設定するケースはだんだんと増えてきている。著作権に関する交渉の余地はないため、当社では制作印税の価格交渉している。

イ 取適法上、独占禁止法上の考え方

元請制作会社に帰属する著作権が譲渡される場合における譲渡対価の設定について、ヒアリング調査において、製作委員会から「映像物の著作権は、著作権が発生した時点では運用していない以上、価値が見いだせないため、別途著作権の移転の対価を見積もることは現実的でない」との回答があったほか、有識者からも「契約段階でその著作物にどれだけの経済価値があるのか算定ができない」との指摘があった。また、事業者団体からは「著作権ごと納品することを前提に制作委託費を支払っているのであって、別途譲渡対価などという概念は生じ得ない」との回答もあった。

一方で、有識者からは、元請制作会社に帰属する著作権が譲渡される場合、「著作権の対価を支払うことが望ましいと思うが、契約段階でその著作物にどれだけの経済価値があるのか算定ができないため、売上げに応じて二次利用料が元の権利者に分配される形式が考えやすい」との指摘や、製作委員会からは、「製作委員会が得るコンテンツの運用益（二次利用収益等）を一部戻してあげるという意味合いで（制作印税を）制作会社に付している」との回答があり、現実には、制作印税等と併せて事後的な収益分配を実施する場合もあるとみられる。元請制作会社に帰属する著作権が譲渡される場合における著作権の譲渡対価については、ヒアリング調査において、製作委員会からは「著作権の譲渡対価は制作委託費に含まれる」との回答があったが、元請制作会社からは「制作委託費のほとんどは人件費で構成され、制作委託費に著作権の譲渡益が含まれているわけではない」旨の回答が複数あり、元請制作会社は著作権

を実質的に無償譲渡している又は対価として不十分と認識している場合があるものと考えられる。有識者からは、「著作権の対価を支払うことが望ましいと思うが、契約段階でその著作物にどれだけの経済価値があるのか算定できないため売上げに応じて二次利用料が元の権利者に分配される形式が考えやすい」との指摘もある。

この点、取適法の適用対象となる取引である場合には、製作委員会（構成事業者）が、著作権が元請制作会社に帰属する場合であって、当該著作権を「給付の内容」に含めて製作委員会に譲渡させるときには、著作権の譲渡対価を含む制作委託費について、通常支払われる対価より著しく低い額を不当に定める場合は、取適法上の問題（買ったたき）となる（取適法第5条第1項第5号）。

元請制作会社に帰属する著作権が譲渡される場合における譲渡対価に係る協議については、元請制作会社に対するアンケート調査において、著作権の帰属主体・譲渡対価に関して「交渉できなかったことが多い」「そもそも交渉の場が設けられていない」という回答が合わせて約4割あり、また、ヒアリング調査において、製作委員会・元請制作会社から、「元請制作会社に対して明示的に制作委託費の中に著作権の譲渡対価が入っていることを確認したことはない」、「長年続く構造上、著作権譲渡の対価を交渉することなどできない」との回答があったことから、著作権の帰属主体・譲渡対価について、協議が不十分な場合があると考えられる。

この点、取適法の施行以後は、製作委員会（構成事業者）が、著作権が元請制作会社に帰属する場合であって、当該著作権を「給付の内容」に含めて製作委員会に譲渡させるときには、著作権の譲渡対価を含む制作委託費について、元請制作会社から価格協議の求めがあったにもかかわらず、協議に応じなかったり、必要な説明を行わなかったりするなど、一方的に代金を決定する場合は、取適法上の問題（協議に応じない一方的な代金決定）となる（取適法第5条第2項第4号）。

また、取適法の適用対象でない場合も、製作委員会（構成事業者）が、制作委託に際して、成果物と併せて著作権を自己に譲渡させる場合に、優越的地位を利用して、一方的に元請制作会社に著しく低い対価で譲渡させることにより、元請制作会社に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える場合は、独占禁止法上の問題（優越的地位の濫用）となる（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）。

なお、著作権が製作委員会に帰属している場合には、元請制作会社の「給付の内容」に著作権が含まれないことから、上記の問題は生じない。

2 取引の履行過程

(1) 発注取消し

ア 実態

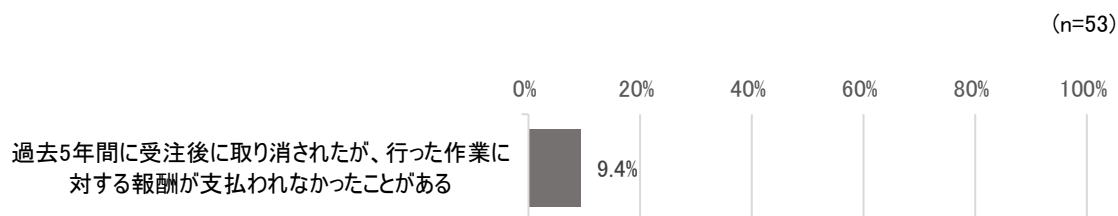
元請制作会社に対するアンケート調査では、図3-18のとおり、過去5年間に「受注後に取り消されたが、行った作業に対する報酬が支払われなかった」ことがあるという元請制作会社の回答は約1割あった。

ヒアリング調査では、元請制作会社から、「発注者の事由により契約が取り消されても、大抵それまでの費用の全額は支払われない」、「プリプロダクションの段階で発注が取り消される案件もあるが、掛かった費用の全額を支払ってもらえることはない」などの回答があった。

また、発注が取り消された場合、「急に空いたラインに対して代わりの作品を見つけれないため、固定費が支出される一方で収入が発生しないため赤字になる」との回答もあった。

一方で、製作委員会からは、「作品の制作が中止になった場合の補償は、稼働の実態に応じて支払う」との回答があった。

図3-18 過去5年間に受注後に取り消されたが、行った作業に対する報酬が支払われなかった経験の有無⁷⁸



※直近の事業年度5年間に、当該行為を一度でも受けたことがあるか元請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋（14）】

<製作委員会>

- ・ 作品の制作が中止になった場合の補償は、稼働の実態に応じて支払う。制作開始前に中止となった作品の金銭補償を求められることはない。同じラインで別の作品を制作できるか等、前向きな協議をすることはしばしばある。

⁷⁸ 直近の事業年度5年間で当該行為を受けたことがあると回答した企業の割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

<元請制作会社>

◆発注取消しの経験について

- ・ 制作開始が保留になる場合、フリーランスを確保するための人件費など待機期間にも発生する経費の支払を求めて交渉しているが、制作中断後に企画が中止してから2年半経っても経費が支払われない案件があった。その案件は当社負担で数千万円を掛けてプリプロダクションを進めていた。しかし、途中で制作中断し、結果として他社で制作すると製作委員会の幹事会社から言われ、プリプロダクションの段階で発生していた当社の著作権を含めた全部を放棄させられ、それまでに生じた費用も支払われなかった。
- ・ プリプロダクションの段階で発注が取り消される案件もあるが、掛かった費用の全額を支払ってもらえることはない。よくあるケースとしては、原作者が企画に同意できず、作品の制作が途中で取りやめになるというものである。実際に、当社も数年前に、シナリオを制作してロケハンまで終了したにもかかわらず、原作者都合で発注が取り消されたことがあった。このときも当社が費用を負担することとなった。プリプロダクションの段階では契約書などの書面がないので、どうせ支払ってくれないものと認識し、請求すらしめない制作会社も多いだろう。
- ・ アニメ業界では、納品まで遂行できなかった場合、発注者事由により契約が取り消されても、大抵の場合、それまでの費用の全額は支払われない。また、通常は、急に空いたラインに対して代わりの作品を見つけられないため、固定費が支出される一方で収入が発生しないため赤字になってしまう。

◆企画開発段階について

- ・ シナリオの段階で企画がまとまらず制作中止となったが、責任の所在が明らかにならず、当社が脚本料等を負担したことがある。
- ・ まれではあるが、良心的な幹事会社の場合は、企画開発を別契約として報酬を支払ってくれることもあるので、その場合は企画倒れになっても制作会社が不利益を被ることはない。

イ 取適法上、独占禁止法上の考え方

元請制作会社に対するアンケート調査では、発注が「受注後に取り消されたが、行った作業に対する報酬が支払われなかった」ことがあるという回答は一部にとどまった。ヒアリング調査では、元請制作会社から、「プリプロダクションの段階で発注が取り消される案件もあるが、掛かった費用の全額を支払ってもらえることはない」との回答があるなど、製作委員会が元請制作会社に対する制作委託を取り消し、それまでに生じた元請制作会社の費用等を負担しなかったとの回答があった。また、元請

制作会社が制作に着手する前などで、まだ具体的な費用が発生していない場合であっても、「取消しが稼働直前の場合には特に、別件を受注することは難しい」旨の回答もあり、発注が取り消された場合に元請制作会社に不利益となる場合もあるとみられる。

取適法の適用対象となる取引である場合には、製作委員会（構成事業者）が、元請制作会社の責めに帰すべき理由がないのに発注の取り消し、元請制作会社が行った作業に掛かる費用等を負担せずに、元請制作会社の利益を不当に害する場合は、取適法上の問題（不当な給付内容の変更）となる（取適法第5条第2項第3号）。

なお、元請制作会社の利益を不当に害したといえるかは、給付内容の変更等によって、元請制作会社が費用を負担することなどにより生じた損失や、これに対し製作委員会（構成事業者）が負担した費用の額等を総合的に考慮し、元請制作会社に不利益が生じたといえるかで判断する点に留意が必要である⁷⁹。

また、取適法の適用対象でない場合も、製作委員会（構成事業者）が、優越的地位を利用して、正当な理由がないのに、元請制作会社に行った発注を取消し、発注の取消しを行うまでに生じた費用を負担しないことなどにより元請制作会社に対して正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える場合は、独占禁止法上の問題（優越的地位の濫用）となる（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）。

(2) 制作委託費の追加支払

ア 実態

(ア) 総論

a 追加費用の発生状況

元請制作会社に対するアンケート調査では、図3-19のとおり、制作コストについて、過去5年間に「追加の費用が生じた場合があった」という回答が8割を超える結果となり、アニメ制作では大半の場合で追加の費用が必要となることがあるとみられる。追加の費用が生じた理由としては、制作期間が延長したため、クオリティ向上を図ったため（要求があったため）、人件費や外注費が高騰した

⁷⁹ 元請制作会社に生じた費用や損失を製作委員会（構成事業者）が負担するなどにより、元請制作会社の利益を不当に害さないと認められる場合には問題とならない。

なお、トラブル防止の観点から、製作委員会（構成事業者）及び元請制作会社は、役務提供委託がキャンセルになった場合に、製作委員会（構成事業者）から元請制作会社に対する金銭の支払いの有無及び金額を、（いわゆるキャンセルポリシー等の方法により）あらかじめ定めておくことが考えられる。この際、当該支払いの有無及び金額の定めによっては、買いたたき又は不当な給付内容の変更として取適法違反となり得る点に留意が必要である。

また、製造委託、修理委託又は情報成果物作成委託にあつては、あらかじめ上記のようなキャンセルポリシーを定めていたとしても、既に物品や情報成果物が完成している場合には、元請制作会社の責めに帰すべき理由がない限り、当該物品等を受領した上で、あらかじめ定めた支払期日までに製造委託等代金を支払う必要がある。（公正取引委員会 HP 「よくある質問コーナー Q52」（令和7年12月24日公表）参照）

ため、当初合意した内容から追加作業が生じたため、リメイク作業のためなどといった理由がそれぞれ挙げられた。

b 追加費用に関する交渉状況

図3-20のとおり、元請制作会社は、追加の費用が生じたことによって製作委員会に対し追加の制作委託費の支払を交渉する場合があるが、過去5年間において製作委員会と「交渉できたことが多い」という元請制作会社の回答が過半数あり、一定程度交渉を行うことができている状況がみられた。

ヒアリング調査では、製作委員会から、「制作委託費の追加を受け入れないのであれば制作を中止すると交渉されることもある」との回答が、また、元請制作会社からも、「追加予算が必要となった場合は、製作委員会と予算が足りなくなった要因を含め交渉する」との回答があった一方で、元請制作会社からは「今後の受注作品の条件が悪くなってしまったりすることを考えると、強気の交渉ができない」などの回答が複数あった。

c 追加費用の負担者

前記のとおり、元請制作会社は製作委員会と追加費用の支払について一定程度交渉できているとみられるが、元請制作会社に対するアンケート調査において、製作委員会からの追加費用の支払については、図3-21のとおり、過去5年間において「全額支払われたことが多い」、「一部のみ支払われたが、金額として納得できたことが多い」という回答が合計で4割弱あった一方で、「一部のみ支払われたが、金額として納得できなかったことが多い」、「全く支払ってもらえなかったことが多い」という回答が合計で4割を超えたことから、交渉ができたとしても、元請制作会社にとって十分な結果が得られていない場合も一定程度あるとみられる。

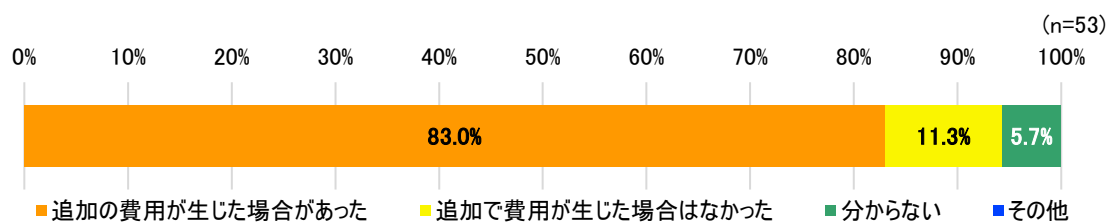
ヒアリング調査では、製作委員会から、「制作会社の責めによらない場合であって追加分を要求された場合は、少なくとも一部は、製作委員会が追加の制作委託費を支払っている」、「制作会社の責任ではない場合は、追加の制作委託費を支払う」と、製作委員会として追加費用を(一部)負担している旨の回答があった。

一方で、元請制作会社からは、「原則として製作委員会が追加費用を出すことはない」との回答もあった。

なお、製作委員会は複数社で構成されており、全ての構成員がそれぞれの社内で承認を得ることが難しいため、製作委員会として追加費用の支払が難しい場合がある旨の回答もあり、製作委員会方式特有の事由によって追加費用を支払うことが難しい場合があることがうかがわれた。

さらに、元請制作会社から「仮に全額出してもらったとしても一般管理費までは出ないため、制作のコストがオーバーした時点で、会社としては赤字となる」などの回答が複数あり、追加の制作委託費が全額支払われたとしても元請制作会社に利益が生じない場合もあるとみられる。

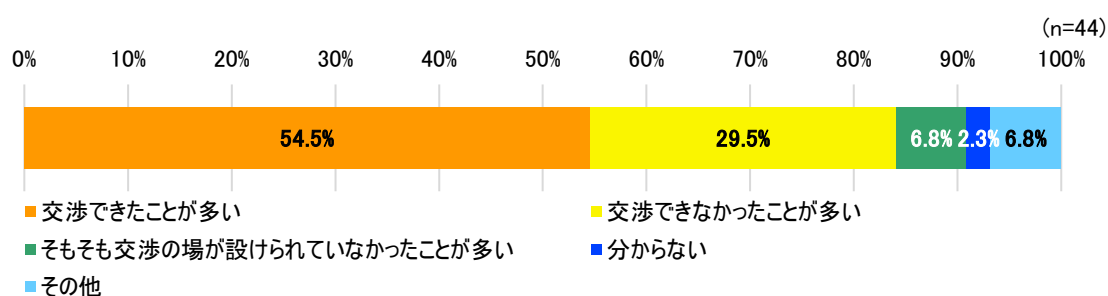
図3-19 過去5年間にける制作コストに追加の費用が生じる場合の有無⁸⁰⁾



※直近の事業年度5年間にける傾向について、元請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-20 過去5年間にける追加の制作委託費の支払についての交渉の可否⁸¹⁾



※直近の事業年度5年間にける傾向について、元請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

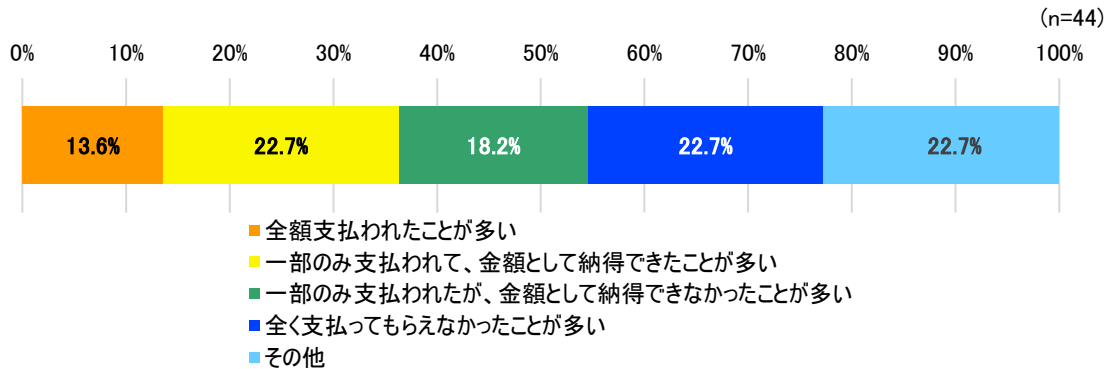
⁸⁰⁾ 「追加の費用が生じた場合」の「追加の費用」の内容を確認したところ、主な回答及びその件数は以下のとおりであった。（各件数は同趣旨の回答を含む）

- ・ スケジュール遅延、制作期間の延長（自責、他責含む） 16件
- ・ クオリティ向上のため、受注時（受注額）より高いクオリティの要求があったため 7件
- ・ 人件費、外注費の高騰のため 7件
- ・ 当初合意した内容から追加作業が生じたため 5件
- ・ リテイク作業のため 4件

⁸¹⁾ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 発注内容と変わる場合には、交渉できている
- ・ 社内の人件費コストなのでそもそも請求していない
- ・ 基本的に制作費は事前に合意の上、当社制作の場合の超過分は自己負担が多い

図3-21 過去5年間における追加の制作委託費の支払の有無⁸²



※直近の事業年度5年間における傾向について、元請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋（15）】

<製作委員会>

- ・ 天災地変や製作委員会からの要望などの制作会社の責めによらない場合で発生した追加のコストについて、制作会社から追加の制作委託費として要求された場合は、制作会社と協議することとしている。この協議は、制作会社に全てを負担させるかどうかというものではなく、製作委員会と制作会社の負担割合を決める協議となる。
- ・ 元請制作会社からは制作委託費増加の要望がしばしばあり、都度覚書で取り決める。どの工程で制作委託費増加の必要があるか聞き取り、追加の出資をしないとどのような事態が発生するか確認し、協議の上制作委託費増加の是非を決定する。他作品の遅延によりスタッフの確保が難しくなるなど、制作会社の責任ではない場合は、追加の制作委託費を支払う。元請制作会社からは、制作委託費の追加を受け入れないのであれば制作を中止すると交渉されることもある。
- ・ 契約書のひな型では、原則として完成保証義務を制作会社に課している条項があるが、例外を認める条項もある。コロナ禍で制作会社が苦しんでいる中、当社はいったん制作がストップし再開した作品についても追加で制作委託費を支払っていた。

⁸² 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 追加内容が生じた場合には、見積りを出しておおむね合意のできる金額で調整いただいている。期間超過の場合は、自社の力不足という形で支払はない
- ・ 当社側の責による遅延だが、協議の上支払ってもらうこともある
- ・ 基本的に制作費は事前に合意の上、当社制作の場合の超過分は自己負担が多い

- ・ 製作委員会は全会一致により決定するという特性から、契約内容を変更する承認を得ることが難しい。そのため、製作委員会として契約時に既に決められた制作委託費に追加して支払う判断は是認されにくい。幹事会社が単独で追加費用を負担するケースもあるが、そうすると出資比率が増すことになるため、それをよしとしない構成員がいれば、幹事会社が単独で追加の支出をすることも難しい。
- ・ 3DCG をたくさん使っている等、明らかにお金のかかる作り方になっていたら、追加の制作委託費を支払うこともある。

<元請制作会社>

◆追加の制作委託費について交渉する、一部を製作委員会に負担してもらうこともある等とする例

- ・ 追加予算が生じるときは、その一部に制作会社に非があることもある。責任分界点が曖昧なので、追加予算が必要となった場合は、製作委員会と予算が足りなくなった要因を含め交渉する。アニメの制作途中で原作者や製作委員会からリテイクの指示があるが、「作っているものが標準以上に達していないから指摘している」とされると、制作会社に非があることになることもある。
- ・ 追加の制作委託費が必要になる場合は、製作委員会と交渉を行う。追加で費用負担してもらえるかどうかは、制作会社のブランド、作品のヒット予測、並行している別作品の交渉状況、幹事会社との関係性の良不良など様々な要素のバランスで決まる。追加の費用補填を認めてもらえることもあるが、認められないことも多い。
- ・ 製作委員会に不足分を要求したら、その一部を支払ってもらえることもある。ただし、制作会社は製作委員会から業務を受託するだけの立場であるため、追加費用を要求することでクライアントに敬遠されてしまうと次の発注が来ないので、常にこの考えがつきまとう。
- ・ 想定よりも多く費用を要した場合はその分製作委員会に追加費用を請求することもある。この点クオリティをある程度担保できている当社は交渉に強い。
- ・ 追加予算が出たとしても、損失分の一部の補填であり、大体が焼け石に水といった程度しか支払ってもらえない。仮に全額出してもらったとしても、収支を±0にするという性格のものであり、一般管理費までは出ないため、制作のコストがオーバーした時点で、会社としては赤字となる。

◆追加の制作委託費について十分に交渉できない等とする例

- ・ 原則として製作委員会が追加費用を出すことはない。もちろん、製作委員会の責任によって追加費用が生じた場合、その責任は製作委員会が負担することとなっている。しかし、実際に製作委員会が追加費用を負担することはまれである。
- ・ 次回以降の発注が来なくなってしまう可能性があったり、現在ないし今後の受注作品の条件が悪くなってしまうたりすることを考えると、強気の交渉なんてとてもできない。
- ・ 製作委員会のプロデューサーは、作品ごとに複数社の構成員と製作委員会を組成するため付き合いが広く、情報が共有されている。そのため、どのプロダクションが楯突いたなどの噂はすぐに広まってしまうこともあり、下手に交渉できない。

◆その他

- ・ 制作委託費に僅かではあるが一般管理費を見込んで見積りをしており、この部分は粗利（の一部）ということになるが、追加費用が生じた場合はこの粗利を削って負担する。
- ・ 製作委員会が制作費を追加してくれることもあるが、それは既に赤字となった場合に損失の一部が補填されるだけにすぎず、赤字の割合をどれだけ減らせるのかというところに終始してしまう。
- ・ クリエイターは作品に自分の名前がクレジットされる上、経営に対する責任は負っていないため、制作委託費にかかわらず高いクオリティを求めがちである。製作委員会も同じ制作委託費でできるならばハイクオリティにしたい立場であるので、「監督の言うとおりにしてください」などと、追加費用を支払う確約もせずに制作会社の負担を大きくする側に加担してしまう。

(イ) 各論(元請制作会社に責任が無い場合)

追加の費用が生じた理由としては、前記（ア）aのとおり、元請制作会社に対するアンケート調査において、制作期間が延長したため、クオリティ向上を図ったため（要求があったため）、人件費や外注費が高騰したため、当初合意した内容から追加作業が生じたため、リメイク作業のためといった選択肢に回答が集まった。さらに、元請制作会社に責任がない場合に発生した追加費用に関する製作委員会からの支払状況について、元請制作会社に対するアンケート調査及びヒアリング調査を行ったところ、以下のとおりであった。

a 制作期間の延期・延長

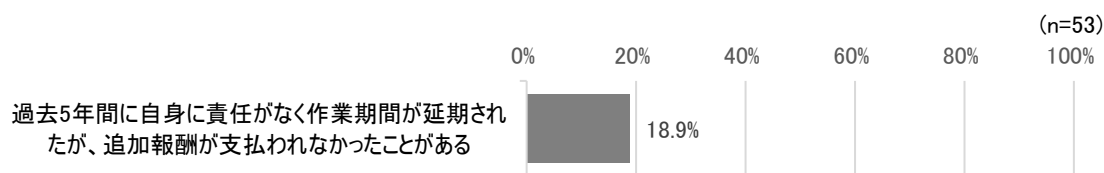
アニメ制作においては、拘束契約といわれる月額報酬によりフリーランスを確保する場合もあること等から、元請制作会社は、制作期間が延びた際に期間延長に係る人件費等を追加で支出する必要がある場合がある。

元請制作会社に対するアンケート調査では、図3-22のとおり、過去5年間に「自身に責任がなく作業期間が延期されたが、追加報酬が支払われなかった」ことがあるという回答が約2割あった。

ヒアリング調査では、製作委員会から、「制作会社から追加制作委託費を要求された場合は、遅延の程度や遅延が発生した原因によって支払に応じる」、「制作期間とクオリティは比例するため、クオリティにこだわった結果納品が遅れることになるが、クオリティが上がることは製作委員会としてもメリットがあるため、制作会社からの要望があればできる限り受け入れている」旨の回答があった。一方で、「制作会社には完成保証義務が課されているため、基本的には追加分を支払う前提にはなく、制作会社もこれを理解して余り追加分を要求してこない」との回答もあった。

元請制作会社からは、「製作委員会側の事情により納期が延びたとしても、追加の制作委託費が支給されることはない」、「納品期日を過ぎてもオンエア直前までクオリティーアップの要求があり、その間の費用負担は制作会社が負う」などの回答があった。

図3-22 過去5年間に自身に責任がなく作業期間が延期されたが、追加報酬が支払われなかった経験の有無⁸³



※直近の事業年度5年間に、当該行為を一度でも受けたことがあるか元請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (16)】

<製作委員会>

- ・ アニメ作品は遅延が多い。遅延が発生した際は制作会社と増額の協議を行う場合がある。個々の事情次第ではあるが、追加の制作委託費を支払うこともある。

⁸³ 直近の事業年度5年間で当該行為を受けたことがあると回答した企業の割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

- ・ 制作のスケジュールが遅れた場合はアニメ制作の特性上制作コストが増加するとは理解しているが、基本的には制作会社から製作委員会に追加の制作委託費の要求は来ない。要求してくる場合もあるが、支払に応じるかは、どの程度の遅れでどのくらい制作委託費から制作コストが超過しているのか、どのような理由かにもよって変わる。契約上、制作会社には完成保証義務が課されているため、基本的には追加分を支払う前提ではなく、制作会社もこれを理解して余り追加分を要求してこないものと理解している。
- ・ シナリオ監修が進まず制作会社の制作期間が後ろ倒しになった場合は、おおむね制作会社に提示されたとおりの金額を支払う。
- ・ 制作期間の延長による追加費用については、基本的に製作委員会・幹事会社が負担する。製作委員会の判断として増額が認められない場合は当社が負担している。数百万円ならば大きな問題とはならないが、一億円近くとなる場合は制作を中止せざるを得ない。
- ・ アニメの場合、クオリティと制作期間が比例する。大手制作会社ほどクオリティにこだわり納品が遅れがちになり、延長しただけ制作コストも高くなる。しかし、その分クオリティが高く、動画配信事業者から高評価を受けるため、製作委員会としてもメリットがある。そのため、制作会社からの制作期間に関する要望は、製作委員会として可能な限り受け入れている。

<元請制作会社>

◆制作期間の延期・延長により追加費用が生じる理由

- ・ 製作委員会が原因で制作期間が長期化することもある。例えば、現在受託している案件は、製作委員会が原作・脚本を制作しているが、その段階で3年遅れていて、当社が他の案件を入れずに待っている状態にある。
- ・ オンエアが当初の予定から1年先延ばしになるなど、製作委員会側の事情により、制作期間が延長されることがある。制作会社は、オンエアが後ろ倒しになっても、制作を当初の期間で切り上げられるわけではない。製作委員会のクオリティへのこだわりが強いと、放送の直前まで修正が入り、制作期間はオンエアが後ろ倒しになった分延長される。延長した分だけ費用が増加するが、製作委員会が支払ってくれるわけではない。
- ・ 制作会社はフリーランスを確保するために、その一部を月拘束し、固定額の報酬を支払っているが、納期が延びると、月拘束の費用を余計に支払う必要がある。
- ・ 制作期間が延びると、フリーランスや社員の労務費が追加で必要となる。フリーランスの拘束を解いてしまうと、同じメンバーを集めることは難しいため、拘束費を継続的に支払う必要があり、追加の制作コストが生じる。

- ・ 以前は現場のクリエイターがクオリティを上げたいと粘っても、出来高制だったので枚数をこなさないと生活できないといった事情もあり、歯止めが利いた。しかし、月額制になると、スタッフは納得がいくまで時間を掛けられるようになってしまった。製作委員会側も現在は二次利用を見越した商品価値に重点を置いているため、中途半端なクオリティで納品されたものでは（品質が伴わず、人気が出ないことにつながり）利益にならないということで、クオリティが担保されるまで待つというスタンスを採っている。製作委員会からは「良いものができるまでクリエイターに時間を掛けさせてください」と言われるが、一方で、予定よりも時間が掛かった分の費用は制作会社が負担している。このように製作委員会とスタッフが制作期間よりもクオリティを重視するようになってきているため、制作会社は板挟みとなり費用を垂れ流しながら待つしかない状況である。

◆製作委員会による追加の制作委託費の支払状況

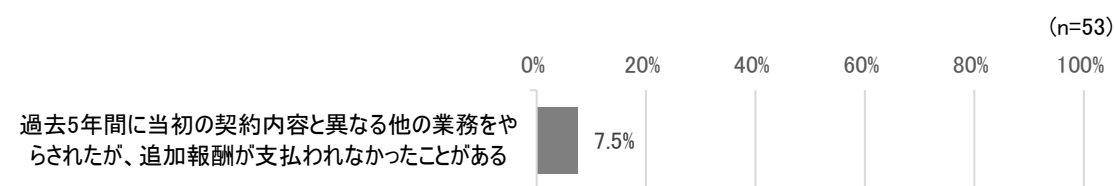
- ・ 昨今では、4月放送予定であったものが7月放送になることなどよくあることであり、製作委員会側、制作会社側のどちらの事情であれ、納期が延びることによる追加の制作委託費が支給されることはない。そのため、制作期間が延びた分だけ制作会社側の持ち出しが増える。
- ・ 仮にスケジュールが延びたとしても、費用は基本的に制作会社持ちとなる。一度決まった制作委託費の変更は、幹事会社が製作委員会に諮る必要があるため、製作委員会から追加の制作委託費が拠出されることは、よっぽどのことがない限り難しい。
- ・ 予期せぬ事情（リテイクが必要になった、アニメーターが体調不良になったなど）が発生し、制作期間が延長となった場合に掛かった追加費用は、制作会社が負担するしかない。
- ・ 納品期日とオンエア日の期間が空いている場合は、オンエア直前までクオリティーアップをさせられることがある。例えば、6月末納品予定、10月初めのオンエアだと、6月末にはアニメが制作できている場合でも、オンエアぎりぎりまでクオリティーアップを要求され、9月末まで納品させてもらえない。その場合の3か月分の変動費や固定費の負担は制作会社が負うことになる。このような、当初見積もった制作委託費が（例えば）12か月分であったにもかかわらず、制作期間を延長されたことにより15ヶ月分の費用が掛かるといったケースが制作赤字の主な要因の一つである。

b 契約内容と異なる業務の実施

元請制作会社に対するアンケート調査では、図3-23のとおり、過去5年間に「当初の契約内容と異なる他の業務をやらされたが、追加報酬が支払われなかった」ことがあるという回答が約1割あった。

ヒアリング調査では、元請制作会社から、「契約履行後にDVD化に向けて放送したアニメの修正作業を要求され、追加の報酬なしで作業させられる」、「宣伝に必要な素材の収集・加工を無償で求められる」という回答があった。

図3-23 過去5年間に当初の契約内容と異なる他の業務をやらされたが、追加報酬が支払われなかった経験の有無⁸⁴



※直近の事業年度5年間に、当該行為を一度でも受けたことがあるか元請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (17)】

<元請制作会社>

- ・ 「DVD リテイク」と呼ばれる、納品し契約を履行した後に、DVD化に向けて放送したアニメの修正作業を要求されることがあり、納品後に追加の報酬なしで作業させられることは問題である。アニメの納品後に、製作委員会から、放送等は問題ないが、DVDではこのクオリティでは出せないという主張をされる。アニメの大半は契約上の納品期限ギリギリになってしまうため、制作会社もその負い目があってクオリティ面に関して言われると、納品後であっても対応しないわけにはいかない。製作委員会は足下を見て、無償でDVDリテイクをやらせてくる。
- ・ 宣伝に必要な素材の収集・加工、クリエイターの調整などを無償で求められる。
- ・ 広告や予告編などの制作をする場合は、別途発注されるのが基本である。当初の契約内容に含まれるのであれば、契約書などにあらかじめ明記され、その分の料金が上乗せされるはずである。契約になかった追加の作業が発生した際に、追加の制作委託費を製作委員会に交渉しても、断られるケースが多い。

⁸⁴ 直近の事業年度5年間で当該行為を受けたことがあると回答した企業の割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

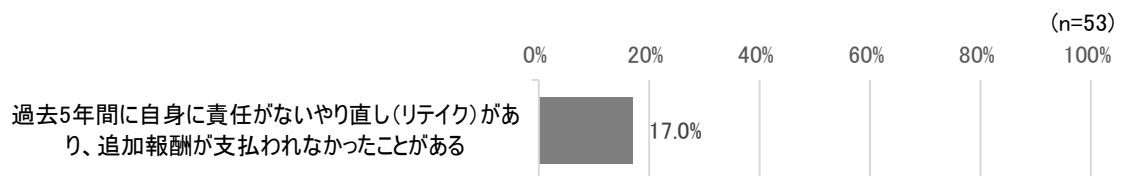
c やり直し（リテイク）

元請制作会社に対するアンケート調査では、図3-24のとおり、過去5年間に「自身に責任がないやり直し（リテイク）があり、追加報酬が支払われなかった」ことがあるという回答が約2割あった。

ヒアリング調査では、製作委員会から、「（原作者リテイクがあり）出版社が製作委員会の構成員である場合は、費用の増加を検討する」、「（指示したリテイクの費用は）当初の制作委託費に含まれている場合もあれば、追加で支払うこともある」などの回答があり、ケースごとに判断し、追加の制作委託費の支払を行う場合があるとみられた。元請制作会社からも、「交渉をして、場合によっては認められる」、「支払われるかはケースバイケース」と、やり直し（リテイク）による追加の制作委託費が支払われることがある旨の回答があった。

一方で、元請制作会社から、「当社の⁸⁵ 瑕疵に基づかないリテイクであっても、そのリテイク費用は基本的に製作委員会から支払われることはない」、「前工程の段階で内容に合意が得られているにもかかわらず、リテイク要求が出る（追加の制作委託費が支払われない）」との回答があるなど、元請制作会社が自己の責めに帰さないリテイクに無償で対応しているとする回答もみられた。

図3-24 過去5年間に自身に責任がないやり直し(リテイク)があり、追加報酬が支払われなかった経験の有無⁸⁵



※直近の事業年度5年間に、当該行為を一度でも受けたことがあるか元請制作会社に回答を求めたもの
出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋（18）】

<製作委員会>

- ・ 原作者からのリテイク要求が想定以上に発生するなど、制作会社に非がないケースでは、追加の制作委託費を製作委員会から支払う場合もある。
- ・ 出版社は原作（著作権を持つ原作者）を管理する立場として、制作会社や製作委員会よりも非常に発言力が強い。原作者によっては細部まで監修することがあり、当初の想定以上に原作者からの修正が生じ、制作期間が延長

⁸⁵ 直近の事業年度5年間で当該行為を受けたことがあると回答した企業の割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

し、人件費等の費用が増加する場合は、出版社が製作委員会の構成員であれば製作委員会側が原因で費用が増加したといえるため、費用負担につき制作会社と協議する。

- ・ アフレコやダビングの段階では絵が完成していないため、編集の段階でリテイクの要求を出す。また、視聴者からの指摘（キャラクターの指の本数が違う、公序良俗に反する等）により、放送後に修正点が発覚し、制作会社が自主的に修正する場合や、監督のこだわりによりビデオグラム化に際して修正する場合もある。その分の費用については当初の制作委託費に含まれている場合もあれば、追加で支払うこともある。

<元請制作会社>

◆やり直し（リテイク）により追加の制作委託費が支払われる場合があるとする例

- ・ リテイクに伴う追加コストの負担について交渉をすると、場合によっては認められる。
- ・ 原作者の指示により追加作業が発生することは多く、その際の追加の制作委託費については、支払われるかはケースバイケースである。製作委員会とは柔軟に対応してくれる（一部を支払ってくれる）印象はあるが、制作工程の各要所で製作委員会から承認を得ている中、当社の責任とはならない原作者からの指示による追加の費用なのだから、全て支払ってもらわなければならないと考えている。
- ・ 原作者の要望に応じるためのリテイクが発生する場合に、原作者との調整で当社に非があれば、報酬内でリテイク作業に応じることになる。原作者や取引先に非がある場合は、交渉を行って追加費用をもらった上でリテイクに対応することになっている。

◆やり直し（リテイク）の要求に無償で対応した例

- ・ 編集担当者から「原作者の意図した修正をしてくれないと、原作者の許諾が下りない。そうしないと、公表できなくなり、その損害を負担してもらわなければならない」などと言われ、無償でリテイクを強制されたことがある。
- ・ 原作者の意向として製作委員会からリテイクを要求されることがあり（原作者監修）、制作会社はこれに対応しなければならない。本来は原作者をコントロールするのが幹事会社と出版社の仕事だが、原作者の意向を反映する原案を作れなかったとして制作会社の責任とされてしまい、制作会社が費用を負担させられる。

- ・ 効果音を当て編集し終わったものを、製作委員会からの指示で、数カット差し替え、再編集することとなったことがある。尺が変わると、タイムラインがバラバラになり効果音を一から当て直す必要がある。この費用は、テレビでは1話当たり130万円、劇場版だと1000万円掛かるものだが、先方都合での修正及び影響にもかかわらず、交渉はしたものの結局費用は当社持ちとされた。
- ・ 当社の^{かし}瑕疵に基づかないリテイクであっても、そのリテイク費用は基本的に製作委員会から支払われることはない。成果物の性質上、案件の初期に発注者との間で詳細な成果物のイメージを共有することはできず、アニメ作品のクオリティに関する明確な基準もないため、リテイクの責任が制作会社側にあるのか製作委員会側にあるのかは立証が難しい。余りにもリテイク指示が多い場合は、「流石に追加費用を出してください」などと交渉をするが、それでも一部の費用をもらえれば良い方で、「制作側のクオリティが低いせいだ」などと言われて、結局もらえないこともある。
- ・ V編（ビデオ編集）などの最終段階でリテイク要求がされると、前の工程に戻って作業を行わなければならないし、オンエアまでの期間中ずっと修正させられる場合もあり、追加コストが大きく掛かる。製作委員会がその追加コストを負担してくれることはほとんどないため、制作会社の損益に非常に大きな影響を及ぼす。
- ・ 通常、30分アニメは300カット前後で構成するが、製作委員会からのリテイクに次ぐリテイクで1話当たり600カット以上作成させられたことがある。これが1クール分続いた。指が6本あるなど当社のミスであれば仕方ないが、キャラクターデザインにはなかった装飾品を主人公に付けさせることにするなど、当社の責任とは言えない内容であった。しかし、追加費用は支払ってもらえず、ヒットしたにもかかわらず、当社は1億円以上の制作赤字を計上することになってしまった。
- ・ 絵コンテやラッシュチェックなどの段階で内容に合意が得られているにもかかわらず、リテイク要求が出る。製作委員会からは、「絵コンテではこう言ったけど、やっぱりこう直してよ」と言われることもあり、製作委員会自身も当初指示と異なる内容であることを理解した上で指示している場合もある。

◆その他

- ・ 製作委員会との契約書上では、単に「不備があったら直せ」といった条件が提示されることが多く、制作会社が不備とは考えていなくても不備とされて無償で修正させられてしまう。制作会社が対応しなければならない範

囲が大きくなり、制作コストが大きくなってしまうため、具体的にどのようなものが当社の責任での修正となるか、交渉し、契約条件を修正するようにしている。

- ・ リテイクは、カット全体の 10%程度であれば、まだ許容できるものであるが、リテイク要求を大量に出すのであれば、製作委員会が費用負担をしてほしい。アニメは費用を掛けるほど作品のクオリティは上がるが、制作会社には制作委託費というキャップがあり、その範囲でクオリティを出していくしかない。しかし、製作委員会は事後的にリテイク要求をすることで、追加の制作委託費を出さずにクオリティアップをしようとする。リテイク要求をするのであれば、最初の制作委託費の値付けが間違っているということなのだと思う。

<事業者団体>

- ・ 原作者リテイクがあると、制作期間が延びるし、それに伴い制作会社から制作費を追加で請求されることになる。制作費は基本的にスタジオの言い値を受け入れざるを得ないので、原作者リテイクがあると製作委員会としては大変苦しい。

イ 取適法上、独占禁止法上の考え方

元請制作会社に対するアンケート調査においては、図 3-19 のとおり、8 割超の元請制作会社から、過去 5 年間に「追加の費用が生じた場合があった」との回答があった。また、製作委員会と元請制作会社の協議等によって、製作委員会から追加の制作委託費が支払われている場合もあるとの回答もある一方で、追加費用の発生が元請制作会社の責めに帰すものではなくても製作委員会が支払わない場合もあるとの回答もみられた。

この点、取適法の適用対象となる取引である場合には、製作委員会（構成事業者）が、元請制作会社の責めに帰すべき理由がないのに、制作期間の延期・延長、当初の契約内容と異なる業務、やり直し（リテイク）などを行わせることによって、元請制作会社に追加の費用が発生した際に、その増加した分の費用⁸⁶を元請制作会社に対して支払わない等元請制作会社の利益を不当に害する場合は、取適法上の問題（不当な給付内容の変更及び不当なやり直し）となる（取適法第 5 条第 2 項第 3 号⁸⁷）。

⁸⁶ 元請制作会社から「（製作委員会から）仮に全額出してもらったとしても、収支を±0にするという性格のものであり一般管理費までは出ないため、制作のコストがオーバーした時点で、会社としては赤字となる」などの回答が複数あるが、材料費、人件費などに加えて一般管理費などの諸経費も適切に考慮される必要がある。

⁸⁷ 元請制作会社の責めに帰すべき理由がなく、制作期間の延期・延長を行わせることにより、元請制作会社に追加の費用が発生したにもかかわらず、製作委員会が追加報酬を支払わない等、元請制作会社の利益を害する場合には、代金の減額にも該当し得る（取適法第 5 条第 1 項第 3 号）。

アニメの制作のような情報成果物の作成委託においては、成果物が委託内容を満たして受領基準に達しているかどうかは、製作委員会の価値判断等により評価される面があり、事前に明確に発注書等に検査基準等を記載することが不可能な場合がある。そのように、基準等が曖昧な中で、例えば、原作者監修に端を発するやり直しが発生するということもあるとみられるが、原作許諾契約の当事者として製作委員会が過度なリテイクとならないよう原作者と十分なコミュニケーションが取れていなかったとみられる場合もあれば、元請制作会社の納品物のクオリティが要求水準から乖離している場合があるなど、作品ごとに責任の所在が異なることがあると考えられるほか、製作委員会が必須スタッフとして指定したフリーランスが納期を守らず、クオリティにこだわった結果として制作期間が延びた場合に、指定した製作委員会とフリーランスの取引相手として進捗管理を担うべき元請制作会社とで責任の所在が明らかでないというような場合等、責任の所在が曖昧なケースもあると考えられる。

また、ヒアリング調査においても、元請制作会社、製作委員会ともに、作品のクオリティに関する明確な基準が無いため、事前に詳細なクオリティのイメージを共有することが困難で、やり直しの責任が製作委員会と元請制作会社のいずれにあるのか判断が難しいこともある旨の回答があった。

このような場合において、製作委員会（構成事業者）が、成果物の受領の前後を問わず、必ずしも事前に明確にできなかったが元請制作会社の給付の内容が当初委託した内容と異なる等とし、やり直し等をさせる際に、その費用について一方的に負担割合を決定して元請制作会社の利益を不当に害してはならず、製作委員会（構成事業者）がやり直し等をさせるに至った経緯等を踏まえ、元請制作会社と十分な協議をした上で合理的な負担割合を決定する必要がある⁸⁸。

また、取適法の適用対象でない場合も、製作委員会（構成事業者）が、優越的地位を利用して、正当な理由がないのに、元請制作会社にやり直しを要請したり、一方的に取引条件を変更したりすることにより、元請制作会社に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える場合は、独占禁止法上の問題（優越的地位の濫用）となる（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）。

(3) 支払遅延・不払

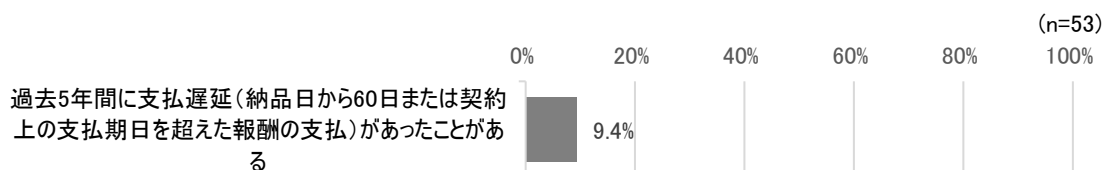
ア 実態

元請制作会社に対するアンケート調査では、図3-25及び図3-26のとおり、過去5年間に「支払遅延（納品日から60日又は契約上の支払期日を超えた制作委託費の支払）があった」という回答は約1割、「報酬の不払があった」という回答は約5%あった。

⁸⁸ 公正取引委員会「取適法運用基準」第4の8（4）、「中小受託取引適正化法テキスト」p.107

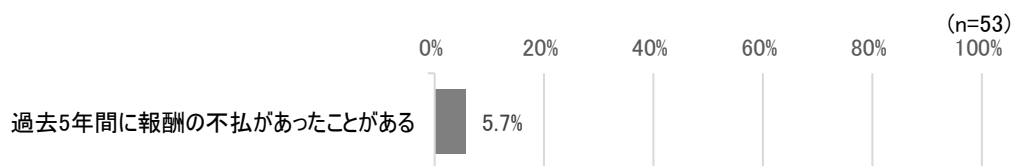
ヒアリング調査においても、件数は少ないものの、元請制作会社から「製作委員会への出資が固まっていないことを理由に、期日までに支払がなされなかった」、「契約上、初回支払期日が納品前のことがあるが、その期日には支払ってもらえず、なし崩し的にオンエア後も入金がないこともある」などの支払遅延があった旨の回答があった。

図3-25 過去5年間に支払遅延(納品日から60日又は契約上の支払期日を超えた報酬の支払)があった経験の有無⁸⁹⁾



※直近の事業年度5年間に、当該行為を一度でも受けたことがあるか元請制作会社に回答を求めたもの
出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-26 過去5年間に報酬の不払があった経験の有無⁹⁰⁾



※直近の事業年度5年間に、当該行為を一度でも受けたことがあるか元請制作会社に回答を求めたもの
出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (19)】

<元請制作会社>

- ・ ある製作委員会の幹事会社との取引では、製作委員会への出資が固まっていないことを理由に、期日までに支払がなされなかった。
- ・ 過去、ある作品の制作を担当した際、8億円の制作委託費の支払の遅延を経験した。利息は付かなかった。幹事会社が、契約書のない契約において代金を支払わない方針を立てたため、支払われるのが遅くなったようだ。
- ・ 製作委員会との契約上、制作委託費の分割払が一般的であるが、初回支払期日が納品前になることもある。しかし、その期日には支払ってもらえず、

⁸⁹⁾ 直近の事業年度5年間で当該行為を受けたことがあると回答した企業の割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

⁹⁰⁾ 直近の事業年度5年間で当該行為を受けたことがあると回答した企業の割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

なし崩し的にオンエア後も入金がないこともある。（他の業界では）支払が無ければ納品を拒否するということが一般的かと思われるが、オンエアに穴を空けてしまうと、世間からそしりを受けるのは制作会社となるため、事実上「支払わなければ納品しない」という手段を採ることはできない。

- ・ 発注書等が交付されないまま、納品日が決まっているため作業に着手することは多々ある。分割払であることは決まっていますが、具体的な支払期日は未定事項のままの場合もあるが、成果物の納品は求められる。オンエアに穴を空けられないため、納品せざるを得ない。製作委員会によっては、受領後も代金を支払ってくれないこともあり、契約書等もないまま多額の制作コストを負担し続けなければならない。

<事業者団体>

- ・ 製作委員会の中での手続が滞って支払遅延となることはない。支払遅延が起こるとすれば幹事社内の手続の問題であろう。

イ 取適法、独占禁止法上の考え方

元請制作会社に対するアンケート調査では、一部ではあるが、図3-25、図3-26のとおり、過去5年間に製作委員会からの「支払遅延があった」、「不払があった」と回答した元請制作会社があった。

また、ヒアリング調査において、元請制作会社から、「契約書が無いと支払えないとする内規の幹事会社が増え、一方で契約書の取り交わしは遅くなる傾向があるため、結果的に期日までに支払われない」旨の回答が複数あった。

制作会社は、支払期日までに納入した情報成果物に対する代金の支払を受けなければ、資金繰りがつかず、従業員やフリーランス等の取引先への報酬の支払等が困難になり、最悪の場合は倒産に追い込まれるなど、経営の安定が損なわれるおそれがある。特にアニメ業界では、前記第2章第2の1（1）アのとおり小規模な制作会社が多く、資本金に余裕がない制作会社も多いと考えられることから、これらの行為の経営の安定への影響は大きい可能性がある。

取適法の適用対象となる取引である場合には、製作委員会（構成事業者）が、元請制作会社の給付の内容について検査をするかどうかを問わず、代金を、受領日（元請制作会社から成果物を受領した日）から起算して60日以内のできる限り短い期間内において定めた支払期日の経過後⁹¹なお支払わない場合は、取適法上の問題（支払遅延）となる（取適法第5条第1項第2号）。

⁹¹ 取引当事者間で支払期日を定められなかったときは、成果物を実際に受領した日が支払期日とみなされるため（取適法第3条第2項）、同日までに支払わない場合も取適法上の問題（支払遅延）となる。また、アニメの制作委託契約では、

取適法の適用対象でない場合も、製作委員会（構成事業者）が、優越的地位を利用して、正当な理由がないのに、契約で定めた支払期日に制作委託費を支払わないことにより、元請制作会社に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える場合は、独占禁止法上の問題（優越的地位の濫用）となる（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）。

3 動画配信事業者との取引

(1) 総論

前記第2章第1の1（2）のとおり、動画配信事業者は、アニメ作品の著作権者と配信権のライセンス契約を締結し自らのプラットフォームで配信するほか、自らがオリジナル作品を製作し配信する場合もある。後者の場合、動画配信事業者が、元請制作会社に対してアニメ制作の委託を行う。

動画配信事業者と元請制作会社との間における制作委託取引に関しては、本調査において、前記1及び2で記載した事項について、製作委員会と元請制作会社との取引状況よりもおおむね良好な結果であった⁹²。

他方で、製作委員会方式では制作印税・成功報酬が付される場合がある一方、一部の動画配信事業者との取引においては、一般的には制作印税・成功報酬が設定されることはないなど、取引条件には一定の差異があるとみられる。また、ヒアリング調査では、製作委員会及び元請制作会社から、動画配信事業者による配信権のライセンス契約の場合を含め、視聴回数等に関する情報開示の在り方について様々な意見があった。

そのため、以下では、制作委託費等の取引条件に係る状況及び情報開示の状況について記載する。

(2) 制作委託費等の取引条件に係る状況

ア 実態

(ア) 制作委託費の設定方法等

元請制作会社に対するアンケート調査では、過去5年間における制作委託費の決定方法について、図3-27のとおり、「必要な制作コスト（製造原価）を踏まえるなどして提示した制作委託費で合意することが多い」という回答が約6割、「取引先から提示された上限・単価の範囲内で制作委託費を決定することが多い」という回答が約4割であった。また、制作委託費の額についての交渉状況については、図3-28のとおり、「交渉できたことが多い」という回答が約7割あった。

契約上、制作委託費の分割払に際して、一部の支払期日を納品日より前に定めるケースがみられるが、その場合は、成果物の受領の有無にかかわらず、各支払期日までに支払わない場合は、取適法上の問題（支払遅延）となることに留意する必要がある。

⁹² 例えば、アンケート調査では「自身に責任がないやり直し（リテイク）があり、追加報酬が支払われなかった」は約5%（製作委員会との取引では約2割）、「自身に責任がなく作業期間が延期されたが、追加報酬が支払われなかった」は0%（製作委員会との取引では約2割）であった。

ヒアリング調査では、動画配信事業者及び元請制作会社から、動画配信事業者が、制作コストを全額負担する、企画開発費を負担する、追加費用が生じた場合は元請制作会社から提示された根拠をもとに双方協議を行い、超過分について負担する旨の回答があった。

また、動画配信事業者から、「制作委託費とは別に、制作委託費の何%といった形で、一定割合を一般管理費として口座を分けて支払っている」との回答があり、さらに元請制作会社からも、「製作委員会方式と異なり、絶対に赤字にはならないのは元請制作会社にとってメリットが大きい」との回答があった。

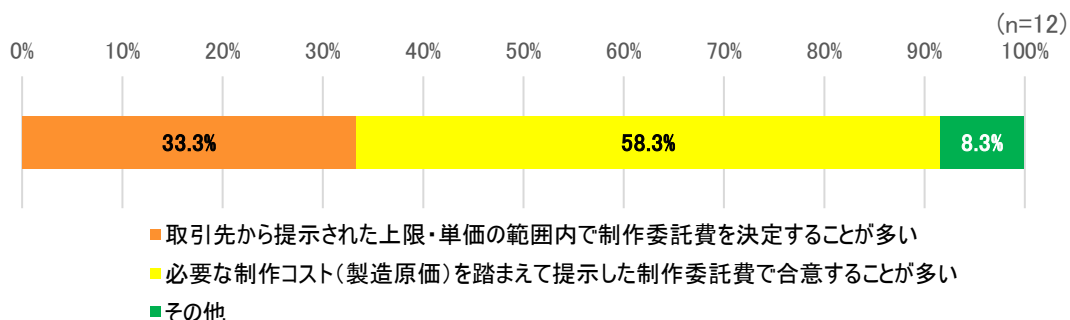
(イ) 制作委託費等の水準

元請制作会社に対するアンケート調査では、制作委託費の額への満足度については、図3-29のとおり、「満足している」、「満足していない」という回答がともに約4割であった。

ヒアリング調査では、動画配信事業者から、制作委託費の増額について、「ある作品が成功した結果、後続シーズン・続編の制作が決定等した場合、後続シーズン・続編でクリエイターの制作委託費（業務委託費）を増額するなどの対応を行っている」といった回答があった。また、制作委託費以外の報酬について、「支払うことは一般的ではない」との回答がありつつも、「個別の交渉によっては、何らかの追加報酬を支払う合意をする可能性もある」などと、制作委託費以外の報酬は交渉等に応じて支払われ得る旨の回答があった。

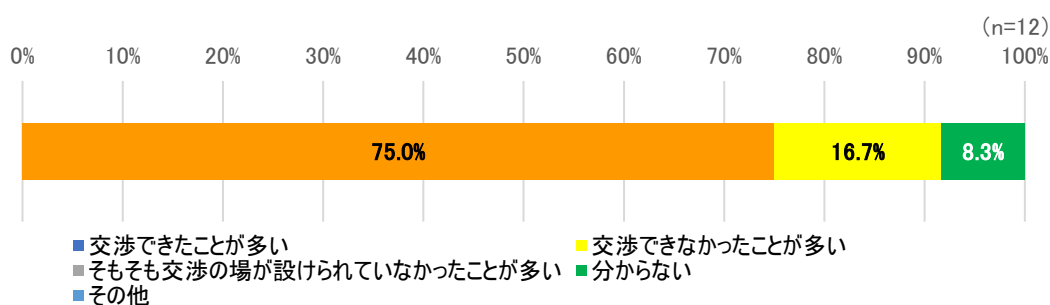
元請制作会社からは、「動画配信事業者が支払う制作委託費は高額である」との回答があった一方で、制作印税の設定を受ける元請制作会社や、製作委員会へ出資して窓口手数料を得ている元請制作会社からは、「（動画配信事業者は）『高い金額を支払っている』と主張するかもしれないが、飽くまでも買い切りの契約であり、制作印税といったヒットの恩恵はないので、一時的な額面は多くとも、作品の生み出す経済価値は低くなる」などの回答があった。

図3-27 過去 5 年間における制作委託費の決定方法



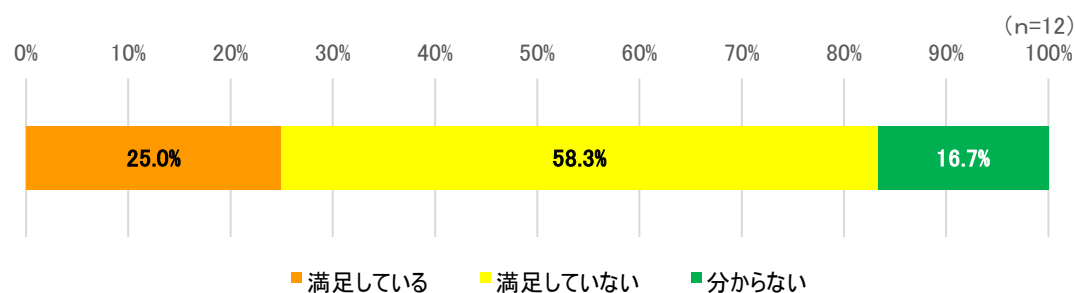
※直近の事業年度 5 年間における傾向について、元請制作会社に回答を求めたもの
出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-28 過去 5 年間における制作委託費の額についての交渉の可否



※直近の事業年度 5 年間における傾向について、元請制作会社に回答を求めたもの
出所：アンケート調査結果を基に作成

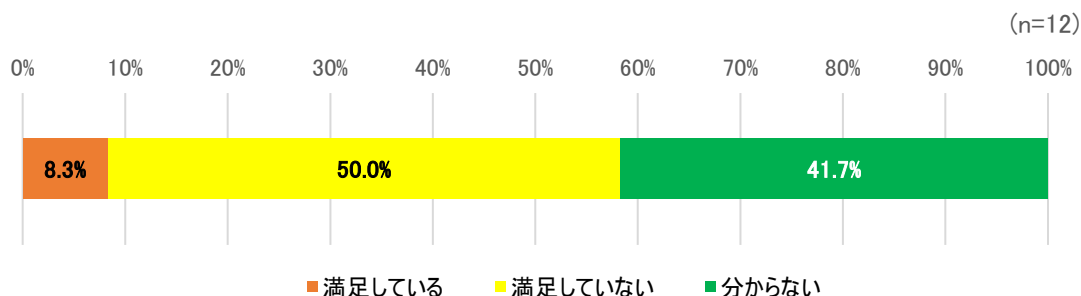
図3-29 制作委託費の額への満足度⁹³



出所：アンケート調査結果を基に作成

⁹³ なお、「満足していない」理由については、製作委員会方式に対するアンケート結果と同様に、「要求されるクオリティが以前よりも高くなった結果、制作コスト（製造原価）が上がっているから」、「作業する期間が以前よりも長くなった結果、制作コスト（製造原価）が上がっているから」、「物価の上昇分が転嫁できていないから」といった理由が上位を占めた。

図3-30 制作委託費以外の報酬への満足度



出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋（20）】

<動画配信事業者>

◆制作委託費の設定方法・水準

- 制作委託費の決定方法は日本の製作委員会方式と全く異なる考え方で行っている。規模の大きい作品については、製作委員会のように、「〇億円で作ってください」と予算ありきでの制作委託費を決めることはなく、作品の制作に掛かる費用を元請制作会社にも算出してもらい、数回の予算打ち合わせを経て、原則としてこの見積りを基に制作委託費を決定している。
- 弊社の制作現場においては、会計の透明性の観点から、元請制作会社に対して作品毎に銀行口座を用意していただくようお願いしており、その専用口座を利用して支出管理を行っているため誰にいくら支払ったのかが明確である。
また、制作会社に対しては、制作委託費とは別に、制作委託費の何%といった形で、一定割合を一般管理費（業務委託費）として口座を明確に分けて支払っているため、必ず制作会社が利益を確保できるようになっている。また、製作委員会方式の場合、完成保証義務があるが故に、予算が超過してしまった場合に制作会社が制作委託費に含まれた一般管理費等から捻出するなど、負担を強いられる場合がある。一方当社の場合、上述の通り制作費と管理費の口座を分けていることから、制作費を超過した段階で、双方による協議が行われるため、管理費自体が無くなるということにはなりづらい。
- 映像制作業務委託契約において、制作予算を全額負担する代わりに元請制作会社に帰属する作品の著作権を譲渡してもらう合意をしている。また、制作委託費の一部を、（著作権譲渡を含む）委託業務に対する制作委託報酬と位置付け、作品によるが制作委託費の一定割合を報酬として支払っている。制作委託報酬については、作品の規模、制作体制、予算等を考慮し適切な水準を設定している。
- サブスクリプション契約でユーザーから月々の料金をいただくビジネスを

しているため、個々の作品が直接収益に紐付くものではなく、収益に連動させる報酬支払方法は難しい。

◆企画開発費、追加費用の支払状況

- ・ 当社では、リサーチ、シナリオハンティング、ロケーションハントなどといった企画開発で行う業務ごとに細分化した企画開発費を計算している。制作会社には当社が発注した企画開発業務については制作決定の判断（グリーンライトの有無）にかかわらず、業務の対価として企画開発費を支払っている。
- ・ 作品の制作には修正がつきものであるもので、追加費用が生じることがある。その場合は制作会社から提示された根拠に基づき、状況に応じて双方協議の上、超過分を負担している。

◆制作委託費以外の報酬の支払状況

- ・ 元請制作会社に対して、制作委託費以外の報酬（制作印税、成功報酬等）を支払うことは一般的ではない。ただし、作品を手掛けることになった経緯や元請制作会社となる当事者との個別の交渉によっては、何らかの追加報酬を支払う合意をする可能性もある。
- ・ 製作委員会方式では、二次利用、三次利用に関連して発生する収益の分配の観点から、追加での何らかの報酬が支払われるケースもあるが、配信のみをビジネスとしていることから二次利用収益の分配を行うことがビジネスモデル上難しい。一方でクリエイターへ還元については、議論を行っている。例えば、ある作品が成功した結果、後続シーズン・続編の制作が決定等した場合、後続シーズン・続編でクリエイターの制作委託費（業務委託費）を増額するなどの対応を行っている。

<元請制作会社>

◆制作委託費の水準が高いとする回答

- ・ 一部の外資系動画配信事業者との間では、制作コストに20%上乗せて支払を受けられるなどの契約が存在する。費用の内訳を逐一提出する必要があるが、制作印税等は無いものの必ず実費の制作コストは回収できる。製作委員会方式と異なり、絶対に赤字にはならないのは元請制作会社にとってメリットが大きい。
- ・ （外資系動画配信事業者から）依頼を掛けられたことがあるが、著作権等の権利分も上乗せされていることが分かるくらいの多額の制作委託費を提示された。
- ・ 外資系動画配信事業者との契約は、制作に掛かった費用の内訳の提出義務

があり、バックオフィス費用を含め、必要経費に10%を上乗せして支払う代わり、制作印税等は無く、買い切り方式の契約である。ただし、通常は10%も利益を出せることはないため、製作委員会と比べると悪くないと感じる。

- ・ 動画配信事業者が支払う制作委託費は高額であり、製作委員会との取引とは異なり、著作権の譲渡を含めた金額だと認識している。制作印税や成功報酬は無いが、掛かった実費が請求できる明確な支払基準があり、追加費用も支払われるため、その点ではフェアではある。

◆制作委託費の水準は高いとはいえないとする回答

- ・ 外資系動画配信事業者の場合は、制作印税等の事後的な収益配分は設定されず、買い切りである。確かに外資系動画配信事業者の発注額は高いのだが、製作委員会との取引で比較的高い制作印税を得ている当社としては、買い切りではヒットしても還元される収益が無いため、結果としてそこまでの利益は出ない。ただし、キャッシュフローが厳しい元請制作会社であれば、目先の現金が必要であるため、高い制作委託費を支払ってくれる海外動画配信事業者からの発注は有り難く思う場合もあるだろう。
- ・ 外資系動画配信事業者とは、制作印税等の無い、一定額の配信許諾料での取引が少なくない。制作委託費は日本の相場よりは高いと言われているが、当社の感覚ではそれほど高いとは思わない。例えば、日本の制作委託費相場の1.2~1.5倍くらいだろうか。倍という印象はない。テレビ放送や商品化等が制限されることを考えると割に合わず、案件を成立させたい、直近でキャッシュを必要としている場合など、状況によって取引に応じるかを考えている。
- ・ 動画配信事業者は、作品を世界に広めてくれている面はあるものの、取引の条件としては納得のいくものではない。彼らは「高い金額を支払っている」と主張するかもしれないが、飽くまでも買い切りの契約であり、制作印税のようなヒットの恩恵はないので、一時的な額面は多くとも、作品の生み出す経済価値は低くなる。また、制作委託費は安くてもよいので、成果型の報酬を含む契約にしてほしいと交渉を持ち掛けても、絶対に応じてもらえない。

◆その他

- ・ 外資系動画配信事業者は、追加費用を負担してくれる。彼らが配信をしたい時期をある程度定めているらしく、「幾ら出せば間に合いますか」と提案してくれる。
- ・ 外資系動画配信事業者が出資するアニメの元請受注をしたことがあるが、制作途中で、(当該海外事業者の)国内の放送ルールが変わったことで当該アニメが放映できなくなり、同社から、納品されていないので制作委託費を支

払えないと言われたことがある。このように、海外事業者が関係する発注では、日本の商慣習が通用せず、大きな被害が出る可能性がある。

イ 取適法上の考え方

ヒアリング調査では、動画配信事業者及び元請制作会社から、制作コストが実費として支払われるほか、企画開発費が支払われる、元請制作会社の一般管理費が別途支払われる、追加費用が発生した場合には合理的な根拠が示されれば協議の上追加費用が支払われる旨の回答が複数あり、元請制作会社が営業利益（黒字）を得られやすい状況にあるものとうかがえる。また、元請制作会社からは、「動画配信事業者から支払われる対価は高額であり、著作権の譲渡対価が含まれている」とする回答があった。

一方で、対価の支払方法については、製作委員会方式でみられる制作印税や成功報酬、レベニューシェア型⁹⁴の仕組みは一般的には採用されていない。著作権が元請制作会社に帰属する場合には、動画配信事業者が制作委託費を全額負担する代わりに著作権の譲渡を受ける「買い切り方式」が一般的であるとみられる⁹⁵。この点、製作委員会との取引において比較的高い制作印税等を得ている元請制作会社からは、「動画配信事業者との取引では、制作印税等の事後的な収益が無いため、結果的に利益は大きくない」旨の回答もあった。このような状況が、直ちに取適法上問題となるものではないが、取適法の施行以後は、取適法の対象となる取引である場合、元請制作会社からレベニューシェア型を含めた価格に関する協議の求めがあったにもかかわらず、動画配信事業者が、協議に応じなかったり、必要な説明を行わなかったりするなど、一方的に代金を決定する場合は、取適法上の問題（協議に応じない一方的な代金決定）となる（取適法第5条第2項第4号）。

(3) 情報開示を巡る状況

ヒアリング調査では、製作委員会及び元請制作会社から、特に外資系動画配信事業者からは視聴回数等の情報開示がなされない旨の回答があった。

情報開示を巡る状況については、元請制作会社との制作委託取引のほか、作品の著作権者であることが多い製作委員会との配信権のライセンス取引についても関連するものであることから、以下では、製作委員会へのヒアリング結果も踏まえて記載する。

⁹⁴ 作品の売上げや視聴回数等に応じて支払われる成果連動型の報酬方式をいう。

⁹⁵ もっとも、元請制作会社のモチベーション向上等を目的として、続編制作時の制作委託費引上げや将来的なインセンティブ報酬の導入を検討する動きもみられる。

ア 実態

(ア) 視聴回数等情報の意味合い

ヒアリング調査では、作品が配信された後の視聴回数等の情報について、製作委員会及び元請制作会社から、「マーケティングに生かせる」旨の回答や「(情報が無ければ) 次回作品の制作・配給・興行に生かせないため、最低でも視聴人数、年齢別の視聴人数といったデモグラフィック的なデータがあればうれしい」、「動画配信事業者にとってはデータ自体に価値があるので、相手に交渉余地を与えないよう、データを出さないものと思われる」等の回答があり、次回作品のマーケティングや動画配信事業者との交渉等において有用な場合があることがうかがわれる。

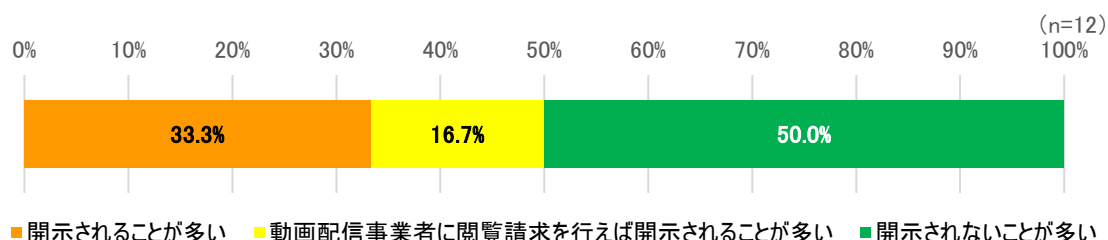
(イ) 視聴回数等情報の開示状況

元請制作会社へのアンケート調査では、過去5年間に於いて視聴回数が開示されるかについて、図3-31のとおり、「開示されることが多い」との回答が約3割、「貴社から動画配信事業者に閲覧請求を行えば開示されることが多い」との回答が約2割、「開示されないことが多い」という回答が5割であった。

ヒアリング調査では、動画配信事業者から、「制作会社に制作委託をした作品については、配信後に作品の振り返りの場を必ず設けており、同作品がどの程度視聴された等については、必要に応じて共有している」、「レベニューシェア型の場合は取引先に情報を報告している」などと、一定程度の情報開示を行っている旨の回答があった。一方で、ユーザーの属性や視聴時間帯等の詳細な情報については、「情報提供をするシステム・人的コストを考慮すると、取引先が求める十全のデータを提供することは負担が大きく現実的ではない」、「視聴回数等に関する情報は重要な営業上の秘密である」と、負担度合いや営業秘密を理由として詳細な情報開示を行うことが困難である旨の回答があった。

製作委員会及び元請制作会社からは、「外資系動画配信事業者から視聴回数等の情報の開示はしてもらえない」旨の回答や、「国内の動画配信事業者の中には、情報開示をしている事業者もいる」といった回答があった。

図3-31 過去5年間に於ける視聴回数等の情報開示の有無



※直近の事業年度5年間に於ける傾向について、元請制作会社に回答を求めたもの
出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋（21）】

<動画配信事業者>

◆視聴回数等の情報の開示状況

- ・ 当社が収集している視聴回数等のデータの粒度がそもそも細くないため、開示できる情報も限られているが、制作会社に対しては、必要な情報は提示しているという認識である。特に、制作会社に制作委託をした作品については、配信後に作品の振り返りの場を必ず設けており、同作品がどの程度視聴された等については、必要に応じて共有している。
- ・ ライセンサーに対して、配信した作品の視聴回数、男女比、年齢層などの情報の開示はしていない。なお、作品の再生時間数等を基にライセンスフィーを支払う場合は、ライセンスフィーの算定に必要な数字を報告することはある。
- ・ 取引条件がレベニューシェア型の場合は、全話のユニークユーザー数を合計した数字を基に売上げを按分しているため、取引先にユニークユーザー数は報告する。しかし、その他のデータは開示していない。依頼があれば対応するが、求められたことはない。

◆情報開示の困難性

- ・ ○話が多く視聴された、視聴が夜間に集中した、夏休み期間中に視聴されたといった情報については、収集は可能ではあろうが、そもそも社内でも高い粒度でのデータを集めていない。取引先が求める高い粒度の情報提供をするためのシステム・人的コストを考慮すると、当社の負担が大きく、現実的ではない。当社に既にあるデータ・評価を担当者ベースで取引先に共有することが限界である。
- ・ 作品ごとの視聴回数、男女比、年齢層等、ユーザーの属性や嗜好に関する情報は、当社の重要な営業上の秘密であり、当社に対するユーザーの信頼を保護する観点からも、原則非開示としている。ライセンスフィーの算定に必要な場合に、その範囲において販売元に開示することがあるが、この開示に際しても、秘密保持義務の制約の下で開示している。
- ・ 全ての取引先に対して動画の詳細な情報を開示するには、例えば、取引先が自社の管理画面へアクセスできるようなシステムの構築が必要であり、その費用は多額になると予想されるので、なかなか対応することができない。

<製作委員会・元請制作会社>

◆情報開示の要望

- ・ マーケティングの観点から、配信された回数（視聴回数、視聴時間、ユニ

ークユーザー数等)は把握したい。

- ・ 視聴回数や視聴者の属性といった、動画配信事業者が持っているはずの情報が開示されていない点は非常にアンフェアだと感じる。情報を開示するように交渉したことはあるが、海外配信事業者からは「できない」と言われそもそも交渉のテーブルに着けない。技術的にできないことはないはずであるとは感じている。
- ・ マーケティングデータの開示をしてくれないのは困った問題である。次回作品の制作・配給・興行に生かせないため、最低でも視聴人数や年齢別の視聴人数といったデモグラフィック的なデータがあればうれしい。それ以上の情報開示は企業秘密もあるため望まない。
- ・ 動画配信事業者に視聴回数等の情報開示をしてほしいと考えている。ただし、動画配信事業者は情報開示をしない会社が多いので、現状では情報非開示を前提に交渉するしかない。
- ・ 海外の動画配信事業者からの視聴回数などの情報開示はされていない。本音で言うと、視聴回数などの情報は、喉から手が出るほど欲しい。当社の様々な部門からアプローチし、開示するよう求めているが、全く応じてくれない。
- ・ 配信において、一番欲しい情報は回転数(視聴回数)である。回転数のデータが得られることで、宣伝の影響度や本編の内容の充実度の判断が可能となり、今後のプロモーションを行う上で重要なデータとなるが、動画配信事業者は全く出そうとしない。

◆情報の開示状況

- ・ 外資系動画配信事業者は配信回数等を開示しない。というのも、配信回数は動画配信事業者にとって機微な情報だからである。つまり、配信情報を開示することで元請制作会社に交渉材料を与えてしまうという点だけでなく、プラットフォーマー間の競争に影響を与えるため、動画配信事業者は開示したくないだろう。
- ・ 配信の視聴回数や視聴者のターゲット層の情報は手に入れることができない。国内動画配信事業者の中には、視聴回数のデータを月ごとに出してくれる会社もあるが、多くの事業者は一切データを出さず、特に外資系動画配信事業者は全く情報を出さない。動画配信事業者にとってはデータ自体に価値があり、相手に交渉余地を与えてしまうため、データを出さないものと思われる。
- ・ 外資系動画配信事業者は、総じて情報開示に対応してくれない。国内の動画配信事業者の中には、情報開示をしている事業者もいる。
- ・ 外資系動画配信事業者から視聴回数等の情報開示はしてもらえない。「南

米でヒットしているらしい」など、口頭で曖昧に伝えられる程度である。

◆情報開示されると交渉状況が悪化する可能性があるとする回答

- ・ 動画配信事業者から仮にデータが開示されたとして、データが必要以上に提供されると、過度な値下げ交渉等につながり、健全な交渉にならない可能性もある。配信プラットフォームは、ランキングに入っている作品の視聴回数が（視聴者の目に留まりやすいことから）加速度的に伸びるような仕組みになっているため、データが開示されたとしても、健全な市場環境につながるとは限らないと思う。

イ 競争政策上の考え方

ヒアリング調査によると、動画配信事業者は、製作委員会や元請制作会社といった取引先（コンテンツプロバイダー）に対して、特にフラット型⁹⁶契約となっている場合は、視聴回数等の情報を開示していない又は開示する情報の内容や精度がコンテンツプロバイダーの望む程度に達していない場合があるとみられる。

これらの情報は、契約更新時、シリーズ作品、類似の作品等の契約に当たり、制作委託費又はライセンスの対価の交渉の基礎となり得るものである。

動画配信事業については、公正取引委員会ではコネクテッド TV 及び動画配信サービス等に関する実態調査（令和 6 年 3 月公表）においても調査を行っているが、一定程度競争的な環境にあり、前記（2）の制作委託費の水準についてのヒアリング結果等からも、現状、動画配信事業者が著しく低い対価で買いたたいていることが多いとまでは評価できないと考えられる。

一方で、動画配信事業者は、取引の相手方であるコンテンツプロバイダーに対して取引上の地位が優越している可能性があり、動画配信事業者が一方的に著しく低いコンテンツの対価を設定しているか（優越的地位の濫用に該当するか）否かの判断に当たっては、両者の間で十分な協議が行われたか、動画コンテンツの需給関係等の事情を勘案して総合的に判断されることとなる。そのため、独占禁止法違反行為の未然防止の観点からは、コンテンツの対価については、動画配信事業者とコンテンツプロバイダーとの間における十分な交渉を通じて設定されることが望ましく、そのため、レベニューシェア型契約の場合だけでなくフラット型契約の場合にも、動画配信事業者は、契約更新時、シリーズ作品、類似の作品等の契約に当たり、対価についての適切な交渉を行うために必要な範囲で、当該コンテンツに係るユーザーによる視聴回数等に係る情報を提供することが望ましい⁹⁷。

⁹⁶ 許諾期間等に応じたライセンス使用料（固定額）を取引対価とするもの。

⁹⁷ 公正取引委員会「コネクテッド TV 及び動画配信サービス等に関する実態調査報告書」（令和 6 年 3 月）p.120 参照

第2 元請制作会社・下請制作会社間の取引

1 発注段階

(1) 書面等による取引条件の明示状況

ア 実態

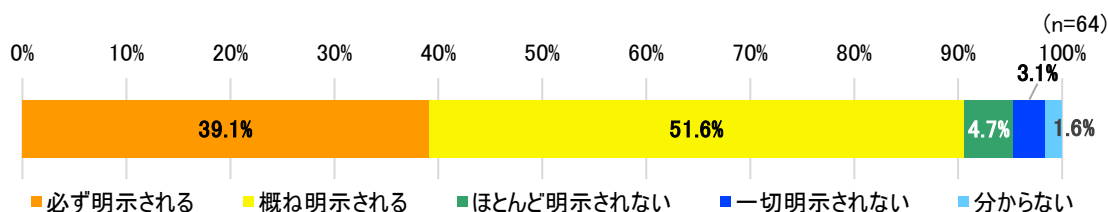
(ア) 書面等による取引条件の明示状況

下請制作会社に対するアンケート調査⁹⁸では、過去5年間における元請制作会社との取引における書面等⁹⁹による取引条件の明示状況について、図3-32のとおり、「必ず明示される」と「おおむね開示される」との回答が合わせて約9割であった。

また、取引条件として明示されている事項を確認したところ、図3-33のとおり、「業務内容」(98.3%)、「制作委託費（金額の多寡）」(98.3%)、「納入時期・納入条件」(84.5%)、「制作委託費の支払時期」(74.1%)などの取適法第4条における明示事項については、高い割合となった。

ヒアリング調査では、元請制作会社から、「権利帰属をしっかりと取り決めておかなければ、製作委員会との契約において権利処理義務を負う元請制作会社が後々困るため、取引条件を提示するよう努めている」との回答があった一方で、「制作部門とバックオフィス部門が分かれておらず、制作部門のスタッフが不慣れな発注をしているため、書面交付が徹底されないことがある」との回答があった。下請制作会社からは、発注書や契約書の書面交付はある、契約書等の書面の交付状況は元請制作会社によって異なる旨の回答があった。また、口頭発注が多い旨の回答のほか、作業量が少ない・作業期間が短い・委託金額が少額であるといった場合は書面等がない旨の回答もあった。

図3-32 過去5年間における元請制作会社との契約における書面等による取引条件の明示状況



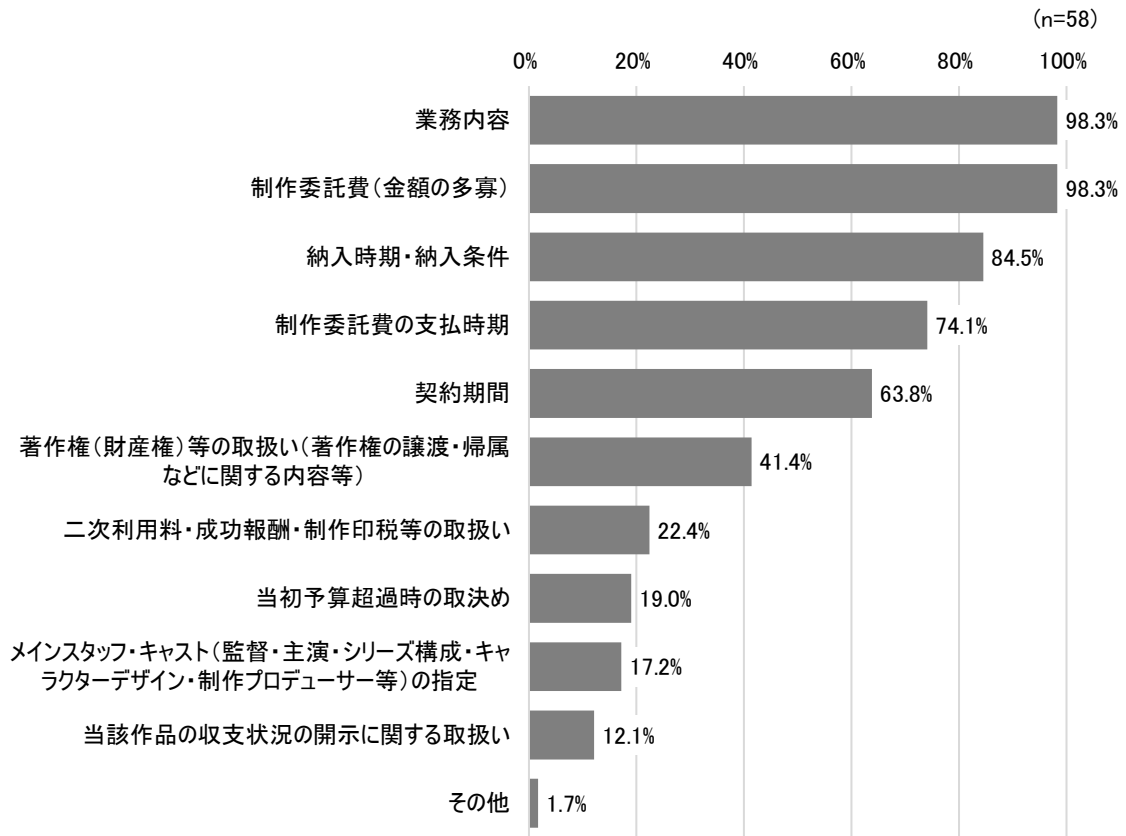
※直近の事業年度5年間における傾向について、下請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

⁹⁸ 制作会社に対するアンケートにおいて、自社の商流上の主な位置付けが下請制作会社であると回答した制作会社の回答を抽出し、集計したものをいう。第2において以下同じ。

⁹⁹ 「書面等」とは、契約書・発注書等の書面のほか、電子メール・SNS・チャットツール等受信者を特定して送信することのできる電気通信により送信する方法又は電子ファイルのデータを保存した USB メモリや CD-R 等を交付する方法といった電磁的方法により提供するものをいう。

図3-33 取引条件として明示されている事項(複数回答)¹⁰⁰



出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (22)】

<元請制作会社>

- ・ 現在は、下請法やフリーランス法といった法律の整備もあったので、当社は下請制作会社に対して、書面を交付している。
- ・ 元請といっても規模が小さい制作会社も多く、そのような会社では制作部門とバックオフィス部門が分かれておらず、制作部門のスタッフが不慣れな発注をしているため、元請制作会社が下請制作会社へ発注する場合、書面交付が徹底されないことがあると思われる。
- ・ 権利帰属をしっかりと取り決めておかなければ、製作委員会との契約において権利処理義務を負う元請制作会社が後々困るため、取引条件を提示するよう努めている。

¹⁰⁰ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 発注、納品期日

<下請制作会社>

◆書面等による取引条件の明示の有無について

- ・ 劇場アニメの制作受託の際には、ほとんどの場合で元請制作会社と契約書を交わしている。
- ・ 基本的に契約書はある。例外として、「来週制作を開始するので手伝ってほしい」というように制作開始までの期間が短い場合や、受託額が10万円程度と少額の場合には、契約書を作るまでもないので、発注書で代替することもある。
- ・ 契約書は、元請制作会社によって、作成される場合も作成されない場合もある。1話の半パートの動画・仕上げを行うなど、ある程度ボリュームのある業務で、きっちりとした会社からの委託である場合は契約書が作成されるが、カット数での依頼がなされるようなバラの仕事の場合は、当社と発注者の間の電話で「やってくれませんか?」「いいですよ。」といった形で対応しており、契約書を交わすことはない。
- ・ 契約書は無く、制作の前にスケジュールと発注書が来るだけである。そのため、口約束で決めた条件の一部がうやむやになることもある。
- ・ 元請制作会社と契約書を交わすことはほとんど無い。元請制作会社からのテレビアニメ制作の発注書は、本年6月に初めて受領した。契約初動の段階に、対面でスケジュールと金額の条件について調整し、口頭で合意している。
- ・ 通常、音響効果会社とアニメの音響制作会社との取引において、契約書はない。制作後によりやく発注書が来る状況である。

◆明示される事項について

- ・ 発注書には単価と発注枚数等が記載されているが、納期は記載されていない。納期は作品の状況ごとに異なるので依頼書には明記されず、「あの作品、××日までお願いね」などと口頭やメールで伝えられる。

◆その他

- ・ 契約書が無い方が良いと思うことも多い。発注者との対等な交渉は難しく、契約書があると、そこに下請にとって不利な内容が記載されてしまうためである。
- ・ 事前に契約書が取り交わされない要因は、報酬の金額が直前まで決まらないためであると思われる。音響制作の費用については、声優、音響監督の報酬が決まった後に音響効果等の報酬が決められている。

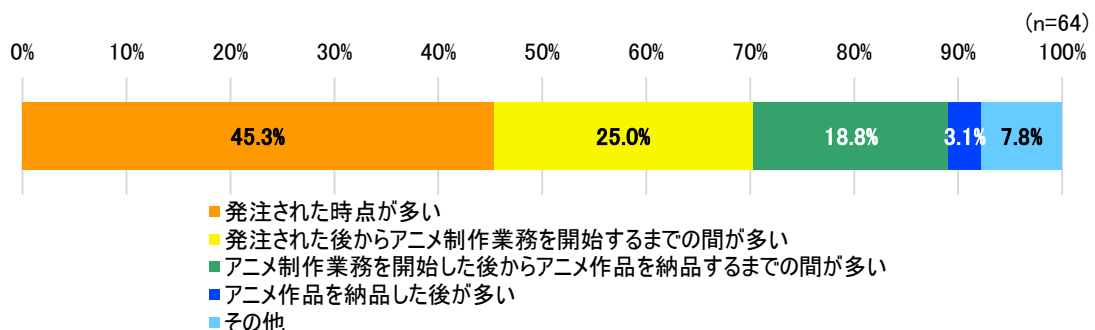
(イ) 書面等による取引条件の明示時期

下請制作会社に対するアンケート調査では、図3-34のとおり、元請制作会社から下請制作会社に対して書面等により取引条件等が実際に明示される時期について、「発注された時点が多い」という回答が約45%あった一方で、「発注された後からアニメ制作業務を開始するまでの間が多い」、「アニメ制作業務を開始した後からアニメ作品を納品するまでの間が多い」、「アニメ作品を納品した後が多い」との回答も計約47%あった。

なお、製作委員会・元請制作会社間の取引（図3-4）と比較してみると、元請制作会社・下請制作会社間の取引の方が発注時点で契約条件が明示されるとの回答の割合が高い結果となった。

ヒアリング調査では、元請制作会社から、「発注書に基づいて、遅くとも最初の支払が発生する前に下請制作会社と契約書を交わしている」との回答があり、また、下請制作会社からは、「契約書はあるが、契約締結時期は遅い」、「業務着手時点で契約書が作成されていない場合もたまにある」との回答があった。また、ヒアリング調査では、特に専門スタジオから、書面交付が遅い旨の回答があった。

図3-34 過去5年間にける書面等により取引条件等が明示される時期¹⁰¹⁾



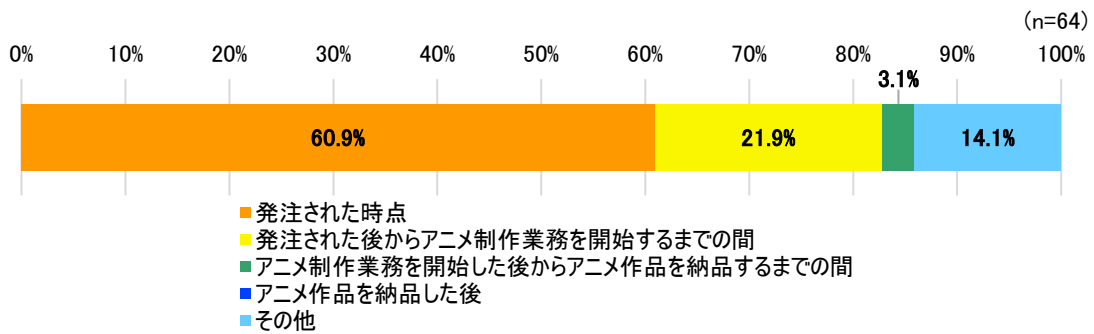
※直近の事業年度5年間にける傾向について、下請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

¹⁰¹⁾ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 発注前に条件等を見てから判断する
- ・ 発注時に提示、制作時に話合いの上修正、決定
- ・ 制作会社によって発注時・発注後（業務前）・納品後などまちまち
- ・ 書面自体が存在しない
- ・ 取引先により4項目全てある

図3-35 取引条件の望ましい明示時期¹⁰²



出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋（23）】

<元請制作会社>

- ・ 発注書に基づいて、遅くとも最初の支払が発生する前に下請制作会社と契約書を交わしている。継続的なアニメシリーズの場合には、1年半～2年前には制作が始まるため、2025年度放送の場合であれば、2023年度中には発注書を交付している。

<下請制作会社>

- ・ 契約書はあるが、契約締結時期は遅い。
- ・ 報酬の金額は、（元請からは）事前明示されず、制作が終わってから決まることが多い。いざ発注を受けて、制作後に想定よりも低い報酬しか支払われないと、スケジュール管理や経営が難しくなるため、書面などであらかじめ明らかにしてほしいと思っている。
- ・ 業務着手時点で契約書が作成されていない場合もたまにある。口約束であっても、契約を締結し着手した後では、取引条件に納得できない点があるからといって撤退することは難しい。

¹⁰² 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 発注される前。本来は詳細な条件の合意をした上で発注されるべきであるため
- ・ 先方が決める条件を飲むしかないから、交付の有無自体が論外。結果いつだろうと差し障りはない
- ・ 受注検討の時期
- ・ 資金繰りの観点でいえば、発注段階で明示してほしいが、発注段階では正確な見積りが出しにくいので、金額の確定は遅い方がよい
- ・ 支払がしっかりしていればいつでもよい
- ・ 仕事の依頼と同時
- ・ 元請からは、契約書は出てこないケースが多いです
- ・ 業務内容により、発注前又は発注時点が望ましい

イ 取適法上、独占禁止法上の考え方

下請制作会社に対するアンケート調査によると、過去 5 年間における元請制作会社との取引における書面等による取引条件の明示状況について、図 3-32、図 3-33 のとおり、ほとんどの場合で書面等により重要事項を含む取引条件が明示されている一方で、明示時期は、図 3-35 のとおり、元請制作会社から下請制作会社が発注された制作業務の開始前、あるいは制作業務を開始した後である例が相当程度あるとみられる。

取適法上、委託事業者は、中小受託事業者に対して委託等をした場合は、直ちに、必要事項を明示することが義務付けられている（取適法第 4 条第 1 項）。通常、元請制作会社と下請制作会社との間のアニメ制作の委託取引は、取適法上の情報成果物作成委託（取適法第 2 条第 3 項）に該当すると考えられるところ、取適法の適用対象となる取引である場合には、元請制作会社は、下請制作会社に対する情報成果物作成委託に際して、直ちに、取引条件を明示しなければならない。

製作委員会・元請制作会社間の取引（前記第 1 の 1（1）イ参照）と同様に、発注段階では詳細な取引条件の設定が難しいとして未定事項がある場合であっても、取適法は事後的な補充の明示を認めていることから（取適法第 4 条第 1 項ただし書）、元請制作会社においては、確定した事項について直ちに書面等により取引条件を明示し、未定事項についても十分に協議をした上で、可能な限り早期に定め、その後直ちに補充書面等により取引条件を明示することが求められる。

また、取適法の適用対象でない場合も、「下請制作会社が委託業務に着手する前に書面等により取引条件を明示しないことは、契約内容が不明確な状態で下請制作会社が業務を行うこととなり、委託業務の着手後に不利な条件を提示された場合に下請制作会社が受け入れざるを得ない」という回答があるなど、元請制作会社の下請制作会社に対する優越的地位の濫用となる行為を誘発する原因となり得る。このため、元請制作会社においては、このような場合にも、確定した事項について直ちに書面等により取引条件を明示し、未定事項についても十分に協議をした上で、可能な限り早期に定め、書面等により明示することが考えられる。

(2) 取引対価(制作委託費等)

ア 実態

(ア) 制作委託費等の設定方法等

下請制作会社に対するアンケート調査では、図 3-36 のとおり、過去 5 年間における制作委託費の決定方法について、「取引先から提示された上限・単価の範囲内で制作委託費を決定することが多い」という回答が 6 割弱、「貴社が必要な制作コスト（製造原価）を踏まえるなどして提示した制作委託費で合意することが多い」という回答が約 3 割あった。

また、制作委託費の額の交渉状況については、図3-37のとおり、「交渉できたことが多い」という回答が6割弱あった。

ヒアリング調査では、下請制作会社から、制作委託費については元請制作会社から指定されることが多く、単価自体は交渉できない旨の回答が複数あった一方で、「予算を提示され、作業内容を吟味しコスト計算を行う。予算オーバーが見込まれることも多く、そうした場合当社からコストを提示し交渉する」との回答もあった。また、元請制作会社から、「先方の経営状況も厳しいのは承知しており、交渉を受けたら多少は増額を飲む」との回答があった。

図3-36 過去5年における制作委託費の決定方法¹⁰³

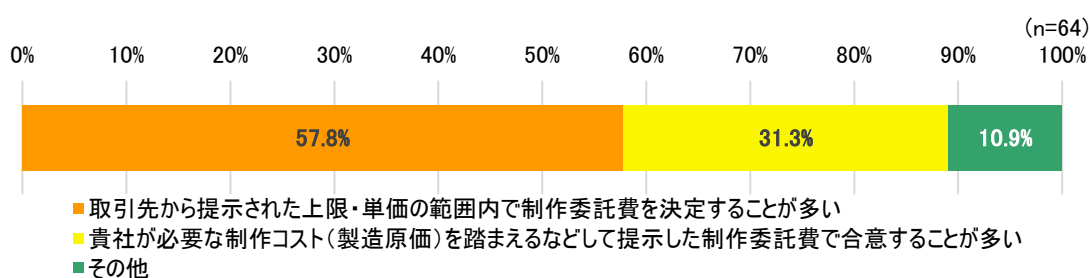
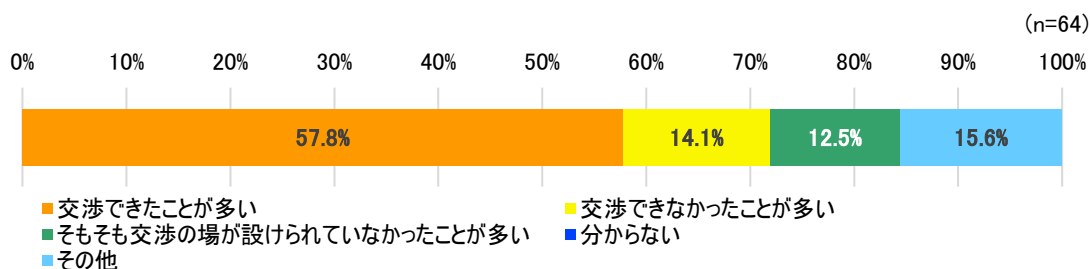


図3-37 過去5年における制作委託費の額についての交渉の可否¹⁰⁴



¹⁰³ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 提示された金額内容を協議し合意の下決定する（※同趣旨の回答計2件）
- ・ 基本単価は決まっているが内容によって調整あり

¹⁰⁴ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 動画以外では交渉が可能、動画は交渉の余地がほとんど無い
- ・ 想定外の作業が発生した場合は、追加で交渉している
- ・ 交渉できたのかもしれないが、積極的にはしてこなかった
- ・ 交渉はできるが微々たるもので、希望額にはほとんどならない
- ・ 業務内容と取引先による
- ・ 以前申し入れた際に「ウチはそういうのは受け付けていない」と言われてからは話題にしたことが無い

【ヒアリング抜粋 (24)】

<元請制作会社>

- ・ 下請制作会社から提示される制作委託費が高すぎることを理由に企画がストップになることはない。近年の物価高を受けて、下請制作会社からの申入れがなくとも、当社から制作委託費の上乗せの必要がないか打診している。また、制作委託費の前払金を支払う等の対応を行っている。
- ・ 制作委託費は当社から下請制作会社に「〇〇円くらいで引き受けてくれませんか」などと打診する。先方の経営状況も厳しいのは承知しており、交渉を受けたら多少は増額を飲むが、そもそもの元請金額が厳しい以上、大幅に増額することはしない。断られることも多いが、その理由の大体は、金額の多寡よりも、その下請制作会社の手が空いていないといったことである。
- ・ 当社が元請となっているアニメ制作の一部について、他の制作会社に委託することはある。発注金額については、下請制作会社の見積りを踏まえて決定する場合もあれば、当社が単価を示して交渉の上で決定することもある。
- ・ 下請制作会社から価格引上げの交渉がある場合もあるが、要求をそのまま受け入れることは難しい。労務費等の転嫁が必要な場合があることは承知しているが、説明や根拠も示されずに価格引上げだけ求められることもあるので、交渉が必要になる。

<下請制作会社>

◆交渉の余地があるとする例

- ・ 当社に仕事の相談が来る際でも、原画の一般的な水準の金額（3000 円～4000 円／1 カット）で提示されるが、レイアウト原画は1 万 5000 円／1 カット、難しいカットだと 2～3 万円まで交渉して仕事を請けている。この交渉ができるのは稀有なケースと思っている。交渉に応じてもらえているのは、当社のネームバリュー、当社スタッフのクオリティの高さや、著名なクリエイターを擁するといった条件があるからだと思う。
- ・ 通常、最初は固定された予算を提示され、作業内容を吟味しコスト計算を行う。予算オーバーが見込まれることも多く、そうした場合当社からコストを提示し交渉することもある。
- ・ 専門スタジオが元請制作会社に交渉を申し出てみたところ、反対を受けることもなく、すぐに 1.5 倍の取引金額に引き上げることができた。結果、会社を1 年で黒字化できた。要は、元請制作会社も専門スタジオの価値は認識しており、取引を断られると困るということは分かっているが、安値を

提示しても取引相手が交渉をしてこないで、しめしめと思って安値での取引を継続していたということである。

◆十分な交渉は難しいとする例

- ・ 当社に仕事の依頼が来る頃には、既に元請制作会社がどの工程に幾ら使用するのかといった予算を決めている。そのため、当社のような下請制作会社は、値上げ交渉をすること自体は可能であるが、実際に妥結することは難しい。動画や仕上げの枚数は多いので、単価を少しでも値上げすると、全体の予算に与える影響が大きいことも背景にある。当社が請け負う業務の大半は、一話単位での部分的な業務なので、交渉が難しいと覚悟がある。
- ・ 当社は受注する最低単価を定めているが、一般的には、作業単価は元請によって指定されており、単価自体を交渉できることはほとんどない。制作委託費の総額は元請制作会社が決める。
- ・ 30分もののテレビアニメ以外については、事前に見積りを提示して交渉し、実際に制作した後に精査するようにしている。しかし、金額は過去例に倣っており、値上げ交渉は難しい。特にクリエイティブが重視される業務において、交渉の根拠とする材料がなく（最低賃金に倣うわけにもいかず）、どこまで値上げを要求できるのか、妥当性が曖昧である。
- ・ スタジオによっては、交渉になかなか応じてくれない。当社としてもそのようなスタジオと積極的に取引したいわけではないが、（選り好みする余裕があるわけでもなく）断るわけにもいかない。

(イ) 制作委託費の水準

下請制作会社に対するアンケート調査では、図3-38のとおり、過去10年の制作委託費の水準は、「上がっている」という回答が75%であった。

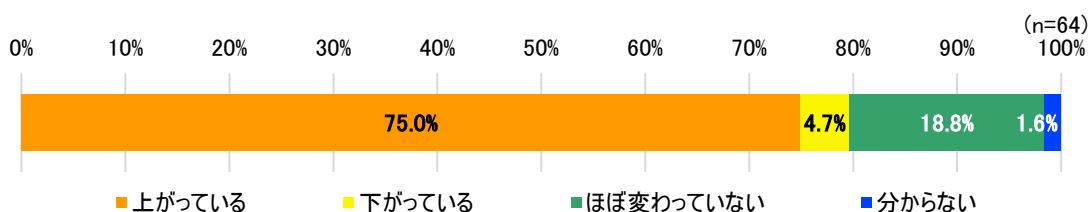
一方で、制作委託費の額の満足度については、図3-39のとおり、「満足している」という回答が2割弱であるのに対し、「満足していない」という回答が7割弱あった。「満足していない」理由としては、図3-40のとおり、「要求されるクオリティが以前よりも高くなった結果、制作コスト（製造原価）が上がっているから」という回答が約7割、「そもそもの制作委託費が低いから」という回答が約65%、「物価の上昇分が転嫁できていないから」、「作業する期間が以前よりも長くなった結果、制作コスト（製造原価）が上がっているから」とする回答が約6割あった。

また、業種別に見た制作委託費のみの営業損益については、図3-41のとおり、作画を担当する下請制作会社は、黒字と回答した割合と赤字と回答した割合が同

じであったが、それ以外の下請制作会社は、黒字との回答が赤字を上回る結果となった。

ヒアリング調査では、元請制作会社から、下請制作会社への制作委託費は上昇している旨の回答があった一方で、下請制作会社から、「制作委託費の増加分は作品の制作期間の延長やそれに伴う人件費の増加分、諸経費の増加分にあてがわれているため、当社の実質的な報酬が上がっているという実感はない」との回答があった。また、制作委託費の上昇は、求められるクオリティが高度化しているにもかかわらず僅少であり、ここ数十年で単価がほとんど変わっていない旨の回答も複数あった。さらに、「動画や仕上げは単価が上がっていないが、原画や色彩設計の単価は上がってきている」、「作画監督、原画、動画は多少上昇しているが、その上昇率は鈍い」など、工程によって上昇傾向に差がある旨の回答も複数あった。

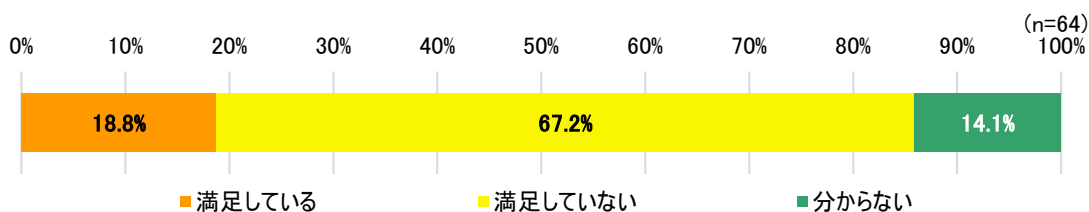
図3-38 過去 10 年間における制作委託費の水準の変化



※直近の事業年度 10 年間における傾向について、下請制作会社に回答を求めたもの

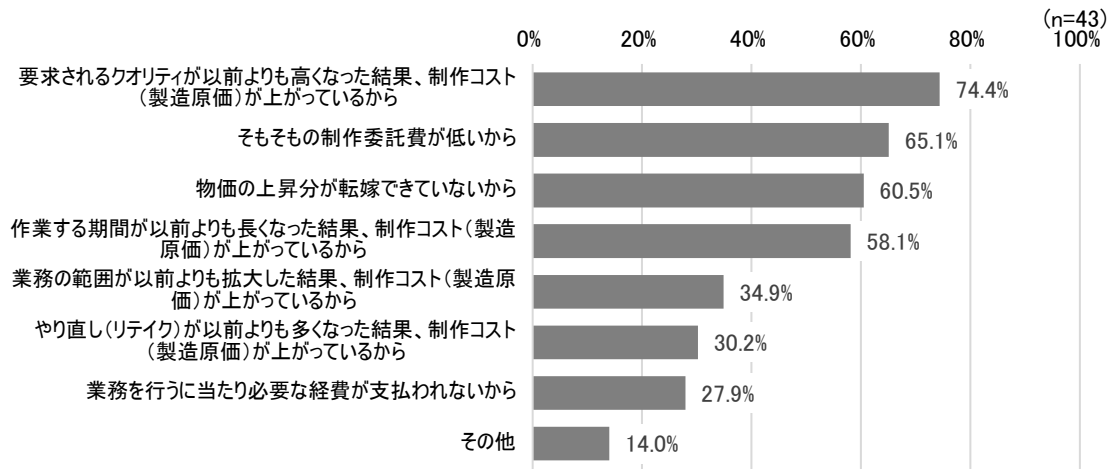
出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-39 制作委託費の額への満足度



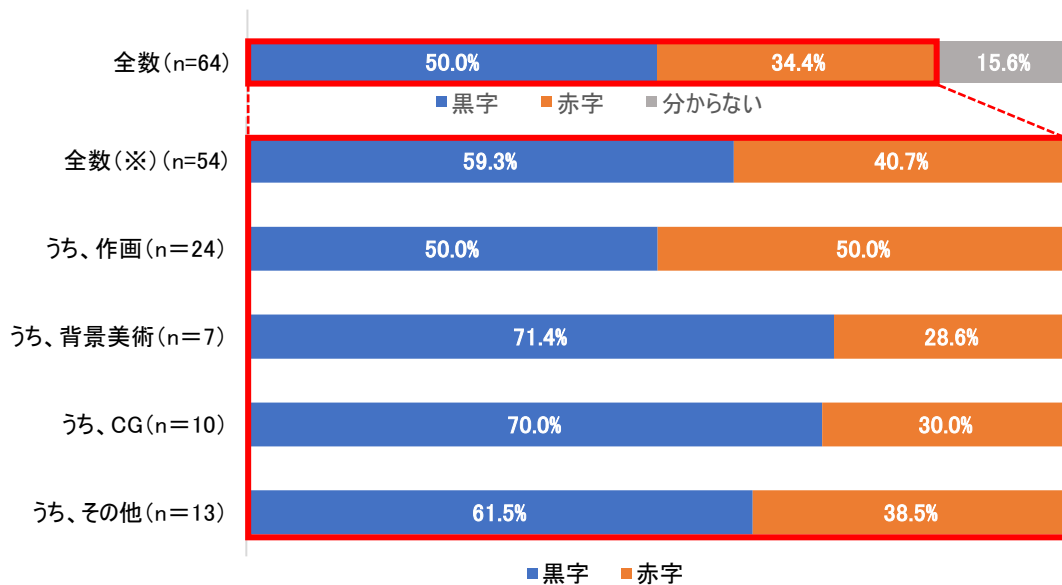
出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-40 制作委託費の額に満足していない理由(複数回答)¹⁰⁵



出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-41 過去1年間の業種別営業損益¹⁰⁶



※制作委託費のみによる営業損益について「分からない」とした回答を除く

出所：アンケート調査結果を基に作成

¹⁰⁵ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 弊社はゲーム業界とも取引があるが、ゲーム業界と比較すると制作委託費の水準が低いと感じる
- ・ 徹夜作業をしなくても生活出来るようにならなければ意味がない
- ・ 提供しているクオリティに対して費用が安い
- ・ 単価の決め方が不公平
- ・ 作業の煩雑さと要する時間に対して、単価が低すぎる
- ・ スケジュールの遅延など当社側でコントロールできないことに振り回されるため。

¹⁰⁶ その他には撮影、編集、音響等を含む。

【ヒアリング抜粋 (25)】

<元請制作会社>

- ・ 音響専門スタジオへの外注費は 150 万円／話で微増している。そのうち人件費は 70 万円くらいでミキサー・エンジニアの人件費が微増している。音響専門スタジオからの価格交渉がある場合は、製作委員会と掛け合った上で、音響専門スタジオと交渉を行う。
- ・ 音響会社等への外注費にはマージンを見込んでいないため、見積金額がそのまま外注先への支払に充てられる。
- ・ 当社が下請制作会社に支払う制作委託費は上昇している。当社は製作委員会から数億円単位の制作委託費を後払とされたまま制作を行っている一方、下請制作会社にとってはそのような事情は関係ないので、当然、成果物の納品後直ちに制作委託費の全額を請求してくる。下請は掛かった費用を当社のような元請に請求すれば払ってもらえるので、下請の方が資金繰りの面では楽ではないかと思う。

<下請制作会社>

◆制作委託費の水準について

- ・ 政府機関の報告書に、グロス（下）請けは平均 800 万円と書かれていたが、それでは現在は成り立たない。また、1 話当たりの制作委託費は 2,500 万円と言われていたが、現在この金額で請けてしまうと倒産してしまう。
- ・ 動画や仕上げは単価が上がっていないが、原画や色彩設計の単価は上がってきている。ただし、色彩設計は、アニメ 1 本幾らといった形であり、報酬が発生しない打合せ等の拘束時間が長く、実働に比べて報酬は多くない。
- ・ 昔と異なり求められるアニメ作品のクオリティは上がっている。例えば、そこまで人物絵の線が複雑ではない作品であっても、年々、演出が大きく、複雑になっている。そのため、一定期間で描くことのできる枚数が昔に比べて極端に少なくなってきた。単価はさほど変わらない一方で、枚数を多く描くことができないため、当社もクリエイターも苦しんでいる。
- ・ 制作委託費の増加分は作品の制作期間の延長やそれに伴う人件費の増加分、諸経費の増加分にあてがわれているため、当社の実質的な報酬が上がっているという実感はない。
- ・ アニメの制作委託費のうち、音響制作の制作委託費は、テレビアニメにおいて、10 年前は激安の場合で 1 話 100 万円だったと聞く。昨今は 100～180 万円（中央値 150 万円程度）であるので、昔とさほど変わりはない。

◆動画・仕上げ等の単価の水準について

- ・ 動画・仕上げの単価は、最も高い依頼でも、(動画も仕上げも) 1枚 230円と非常に安く、労力に見合わない。安ければ1枚 180円の依頼もある。クリエイターを遊ばせておくわけにはいかないので、230円の業務がない場合は、180円の業務でも受けざるを得ない。
- ・ 動画・仕上げは数がこなせないと利益を出すことが難しいが、近年では、数をこなすことができない高クオリティを求められる仕事(線が多い仕事)となってきた。例えば、最近のアニメでは、10枚分の線の量が、1枚に詰まっている作品もある。それでも支払われる金額は1枚分である。
- ・ 求められるクオリティが上がっているにもかかわらず、単価が大昔と変わっていない。作画監督、原画、動画は多少上昇しているが、その上昇率は鈍い。50年前は動画1枚 100円で円台半ばであり、これでラーメン1杯を食べることができた。しかし、現在でも動画は1枚 200円台半ばと、昔と大して変わらない。今では200円台半ばではラーメン1杯は食べることができない。これではまともに生きていくことができない。
- ・ 原画は、1枚当たりではなくカット(5枚~10枚程度)当たりの単価であるが、これは、書き上げるために作画監督や元請制作会社の総作画監督のチェックを要し、その後の修正込みでの価格であるため、作業時間が多いことから、動画のみならず、原画もこの単価では厳しい。

◆制作印税・成功報酬について

<下請制作会社>

- ・ 下請制作会社に成功報酬が支払われることはほとんどない。
- ・ 下請制作会社に入ってくる印税はなく、単なる委託関係である。
- ・ 昔、ヒット作品の下請を行った後に、契約書に記載はなかったが、委託額に応じて金一封が届いたことがある。額としては、2、3万程度と少額なものであった。
- ・ ある制作会社では、決算が良かったことを受けて、IP利用による二次利用料を還元する趣旨ということで、下請制作会社やフリーランスの監督等に50万円や100万円といった現金が支払われていた(作品としての報酬ではなく、元請制作会社に対する貢献への報酬)。

イ 取適法上、独占禁止法上の考え方

(ア) 買いたたき

下請制作会社に対するアンケート調査の結果、製作委員会・元請制作会社間の取引と同様に、近年、元請制作会社・下請制作会社間のアニメ制作に係る制作委託費

の水準についても「上がっている」との回答が多く集まった。これも、前記第1の1(2)ア(イ)と同様に、人手不足や制作工程の高度化、作品クオリティへの要求水準の高まり等を背景として、制作コストが全体的に上昇している実態を反映しつつあるものと考えられる。

しかしながら、こうした制作委託費の上昇傾向にもかかわらず、制作委託費のみでの営業損益については、業種によって状況が異なるとみられるものの、作画を担当する下請制作会社の5割が赤字と回答するなど、下請制作会社によっては収益性が高くない状況にあると考えられる。下請制作会社からは、「作画監督、原画、動画は多少上昇しているが、その上昇率は鈍い」との回答もあり、委託費の上昇率を上回る労務費等の制作コストの上昇が影響しているとみられる。

このような状況が、直ちに取適法又は独占禁止法違反となるわけではないが、取適法の適用対象となる取引である場合には、元請制作会社が、下請制作会社に対して、要求クオリティの高度化、制作期間の長期化、物価上昇などの状況を踏まえることなく、通常支払われる対価に比し著しく低い対価を不当に定める場合には、取適法上の問題（買いたたき）となる（取適法第5条第1項第5号）。

さらに、取適法の適用対象でない場合も、元請制作会社が優越的地位を利用して、要求クオリティの高度化、制作期間の長期化、物価上昇などの状況を踏まえた協議を十分に行わず、一方的に著しく低い対価を設定することにより、下請制作会社に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える場合は、独占禁止法上の問題（優越的地位の濫用）となる（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）。

なお、製作委員会・元請制作会社間の取引において、制作委託費の水準につき、86.8%が「上がっている」と回答したのに対し、元請制作会社・下請制作会社間の取引においては「上がっている」との回答は75%であり、約10ポイントの差があるものの、上流の製作委員会・元請制作会社間の取引における制作委託費の上昇が、下流の取引に対しても一定程度連鎖しているのではないかとみられる。もっとも、いずれの取引においても、元請制作会社及び下請制作会社へのヒアリングでは、制作委託費の上昇が人件費等の上昇に追いついていないとの回答が複数あり、労務費等の制作コストの上昇の制作委託費への転嫁がなお不十分である可能性がある。

(イ) 協議に応じない一方的な代金決定

前述のように制作委託費の上昇を多くの取引当事者が認める中で、下請制作会社に対するアンケート調査では、図3-37のとおり、過去5年間における制作委託費の決定にあたっては、「交渉できたことが多い」という回答が6割弱あった。また、ヒアリング調査では、元請制作会社から、「当社から制作委託費の上乗せの必

要がないか打診している」との回答もあり、制作委託費の交渉に積極的な元請制作会社もあることがうかがえる。

しかしながら、図 3-36 のとおり、「貴社が必要な制作コスト（製造原価）を踏まえるなどして提示した制作委託費で合意することが多い」という回答が約 3 割であるのに対して、「取引先から提示された上限・単価の範囲内で制作委託費を決定することが多い」という回答も 6 割弱あり、ヒアリング調査でも、下請制作会社から、単価は元請制作会社が指定し交渉できることはほとんどない旨の回答が複数あったことから、制作委託費について交渉の場があったとしても、協議が不十分な場合もあると考えられる。

この点、取適法の施行以後は、制作委託費について、元請制作会社が、下請制作会社から価格協議の求めがあったにもかかわらず、協議に応じなかったり、必要な説明を行わなかったりするなど、一方的に代金を決定する場合は、取適法上の問題（協議に応じない一方的な代金決定）となる（取適法第 5 条第 2 項第 4 号）。

また、取適法の適用対象でない場合も、元請制作会社が、優越的地位を利用して、要求クオリティの高度化、制作期間の長期化、物価上昇などの状況を踏まえた協議を十分に行わず、一方的に著しく低い対価を設定することにより、下請制作会社に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える場合は、独占禁止法上の問題（優越的地位の濫用）となる（独占禁止法第 2 条第 9 項第 5 号ハ）。

なお、前記第 2 章第 3 の 2（1）のとおり、制作委託に際して、製作委員会・元請制作会社間の取引において、見積りの算出や制作委託費の確定が難しい場合がある可能性もあるところ、元請制作会社・下請制作会社間の取引においても同様に、委託時点では制作委託費の確定が難しい場合があることも考えられる。

この点、ヒアリング調査によれば、製作委員会・元請制作会社間の取引とは異なり、元請制作会社・下請制作会社間の取引においては、最低報酬補償や制作印税・成功報酬の設定がある旨の回答は無かったものの、制作コストの上昇分の制作委託費への十分な転嫁を確保するという観点からは、製作委員会・元請制作会社間の取引での最低報酬補償などの報酬支払方法の設定の状況に応じて、元請制作会社・下請制作会社間においても、最低報酬補償等も含めて、当事者間で十分協議の上、取引ごとの事情に応じた報酬支払方法を設定することが考えられる。

2 取引の履行過程

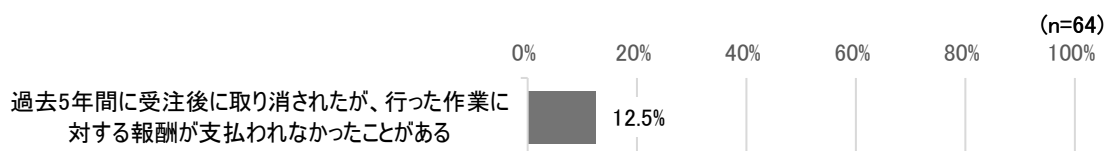
(1) 発注取消し

ア 実態

下請制作会社に対するアンケート調査では、図3-42のとおり、過去5年間に「受注後に取り消されたが、行った作業に対する報酬が支払われなかった」ことがあるとの回答は約1割あった。

ヒアリング調査では、音響の下請制作会社から、「自らに非がないのに（作画工程の変更の結果、音響効果が不要になったなどで）取引が中止になる場合、途中の作業量分までの報酬は支払われる」などの回答があった。

図3-42 過去5年間に受注後に取り消されたが、行った作業に対する報酬が支払われなかった経験の有無¹⁰⁷



※直近の事業年度5年間に於いて、当該行為を一度でも受けたことがあるか下請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋（26）】

<下請制作会社>

- ・ 通常、自らに非が無いのに（作画工程の変更の結果、音響効果が不要になったなどで）取引が中止になる場合、途中の作業量分までの報酬は支払われる。案件が取引中止となりそうかどうかといった状況の確度は、（元請の）音響制作会社とコミュニケーションを取り、確認している。先方から定期的に連絡が来るとは限らない。
- ・ 当方と元請制作会社の双方にとって問題になるため、スケジュールが変更になっても、元請制作会社との契約が途中で切れることはない。

イ 取適法上、独占禁止法上の考え方

ヒアリング調査では、下請制作会社から、発注が取り消された場合には、「途中の作業量分までの報酬は支払われる」、「スケジュールが変更になっても、元請制作会社との契約が途中で切れることはない」といった回答があり、元請制作会社が、下請制作会社に不利益が生じないよう努めている場合もあるとみられる。一方で、下請制作

¹⁰⁷ 直近の事業年度5年間に於いて、当該行為を受けたことがあると回答した下請制作会社の割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

会社に対するアンケート調査では、元請制作会社からアニメ制作を受託した後、当該発注が無くなったが、既に行った作業に対する報酬が支払われなかったことがあるとの回答が約1割あった。

取適法の適用対象となる取引である場合には、元請制作会社が、下請制作会社の責めに帰すべき理由がないのに発注を取り消し、下請制作会社が行った作業に掛かる費用等を負担せずに、下請制作会社の利益を不当に害する場合は¹⁰⁸、取適法上の問題（不当な給付内容の変更）となる（取適法第5条第2項第3号）。

取適法の適用対象でない場合も、元請制作会社が、優越的地位を利用して、正当な理由がないのに、下請制作会社に行った発注を取り消し、発注を取り消すまでに生じた費用を負担しないことなどにより、下請制作会社に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える場合は、独占禁止法上の問題（優越的地位の濫用）となる（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）。

(2) 制作委託費の追加支払

ア 実態

(ア) 総論

a 追加費用の発生状況

下請制作会社に対するアンケート調査では、図3-43のとおり、制作コストについて、過去5年間に「追加の費用が生じた場合があった」という回答が7割を超える結果となり、製作委員会・元請制作会社間の取引と同様に、下請制作会社の作業においても多くの場合で追加の費用が必要となることがあるとみられる。追加費用が生じた理由としては、製作委員会・元請制作会社間の取引と同様に、制作期間が延長したため、クオリティ向上を図ったため（要求があったため）、人件費が高騰したため、当初の発注内容から追加作業が生じたため、リメイク作業のためといった理由が挙げられた。

¹⁰⁸ 前記第1の2（1）イのとおり、下請制作会社の利益を不当に害したといえるかは、給付内容の変更ややり直しによって、下請制作会社が費用を負担することなどにより生じた損失や、これに対し委託事業者である元請制作会社が負担した費用の額等を総合的に考慮し、下請制作会社に不利益が生じたといえるかで判断する点に留意が必要である。給付内容の変更ややり直しのために下請制作会社に生じた費用や損失を元請制作会社が負担するなどにより、下請制作会社の利益を不当に害しないと認められる場合には問題とならない。

なお、トラブル防止の観点から、元請制作会社及び下請制作会社は、役務提供委託がキャンセルになった場合に、元請制作会社から下請制作会社に対する金銭の支払いの有無及び金額を、（いわゆるキャンセルポリシー等の方法により）あらかじめ定めておくことが考えられる。この際、当該支払いの有無及び金額の定めによっては、買ったたき又は不当な給付内容の変更として取適法違反となり得る点に留意が必要である。

また、製造委託、修理委託又は情報成果物作成委託にあっては、あらかじめ上記のようなキャンセルポリシーを定めていたとしても、既に物品や情報成果物が完成している場合には、下請制作会社の責めに帰すべき理由がない限り、当該物品等を受領した上で、あらかじめ定めた支払期日までに製造委託等代金を支払う必要がある。（公正取引委員会 HP 「よくある質問コーナー Q52」（令和7年12月24日公表）参照）

b 追加費用に関する交渉状況

図3-45のとおり、下請制作会社が、追加の費用が生じたことによって元請制作会社に対して追加の制作委託費の支払について交渉する場合があるが、過去5年間に於いて元請制作会社と「交渉できたことが多い」という回答が6割強あり、一定程度交渉を行うことができていた状況がみられた。

ヒアリング調査では、下請制作会社から、「契約時からの制作内容の変更により、制作期間が延長し、当初の制作委託費では不足することがある。不足額が一定程度を超えそうな場合は、制作委託費の追加について交渉をする」との回答があった。

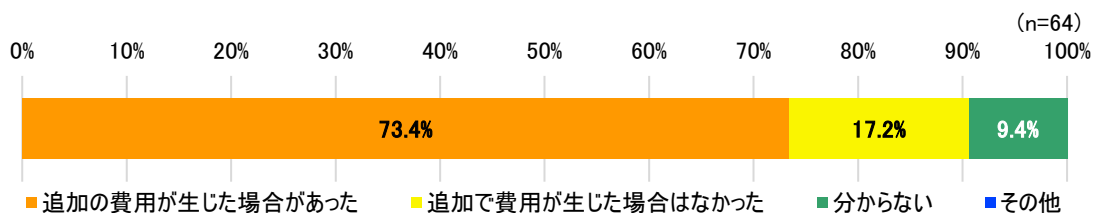
c 追加費用の負担者

前記のとおり、下請制作会社は元請制作会社と追加費用の支払について一定程度交渉ができているとみられるが、過去5年間に於ける元請制作会社からの追加費用の支払については、図3-44のとおり、「全額支払われたことが多い」、「一部のみ支払われて、金額として納得できたことが多い」との回答が6割弱あった一方で、「一部のみ支払われたが、金額として納得できなかったことが多い」、「全く支払ってもらえなかったことが多い」という回答も合計3割弱あり、交渉ができたとしても、下請制作会社にとって十分な結果が得られていない場合も一定程度あるとみられる。

ヒアリング調査では、元請制作会社から、「下請制作会社は、成果物の納品後直ちに制作委託費の全額を請求してくる」として請求額を支払っている旨の回答があった一方で、下請制作会社からは、「追加予算を出してくれる元請制作会社もあったが、要求額の1/10程度の少額しか出してもらえない。また、そのような要求をすると、次回以降仕事が依頼されなくなるので、そもそもの交渉がしづらい」、「元請制作会社の全体の予算が不足していることが分かっている場合は、制作委託費の追加請求を躊躇^{ちゅうちよ}することがある」との回答もあった。

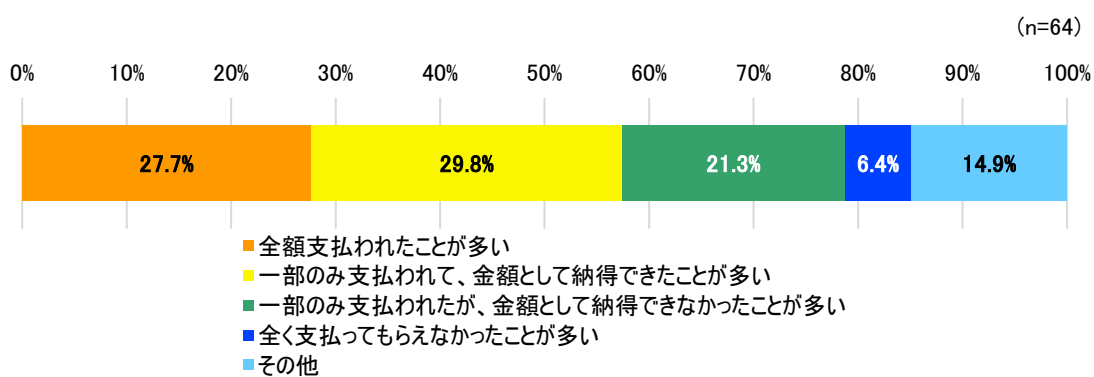
なお、前記のとおり、追加費用の支払について、「全額支払われたことが多い」、「一部のみ支払われて、金額として納得できたことが多い」との下請制作会社の回答が6割弱あったのに対し、前記第1の2(2)アのとおり、製作委員会と元請制作会社の取引においては、「全額支払われたことが多い」、「一部のみ支払われたが、金額として納得できたことが多い」という元請制作会社の回答が合計で4割弱であった。このような回答の差が出たことについては、製作委員会は複数社で構成されており、製作委員会の組成契約によっては追加費用を支払う場合に全会一致で意思決定する必要があるため、追加費用を支払うという意思決定が困難な場合もあるということが要因の一つとしてあると考えられる。

図3-43 過去5年間における制作コストに追加の費用が生じる場合の有無



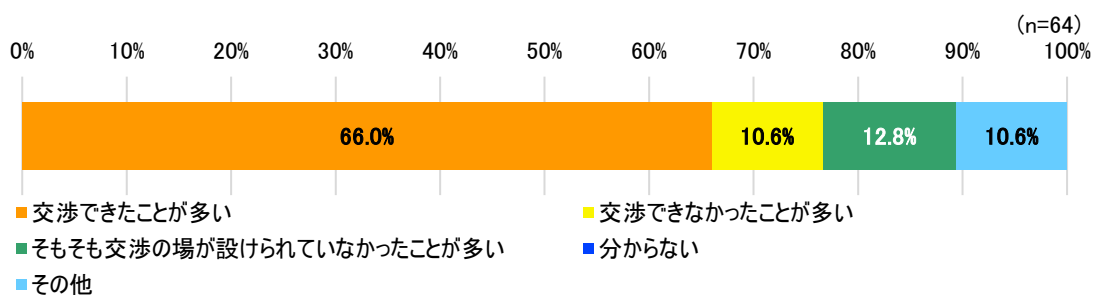
※直近の事業年度5年間における傾向について、下請制作会社に回答を求めたもの
出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-44 過去5年間における追加の費用の支払の有無¹⁰⁹⁾



※直近の事業年度5年間における傾向について、下請制作会社に回答を求めたもの
出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-45 過去5年間における追加の費用の支払についての交渉の可否



※直近の事業年度5年間における傾向について、下請制作会社に回答を求めたもの
出所：アンケート調査結果を基に作成

¹⁰⁹⁾ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 全額支払ってくれた会社もあれば、全く支払ってくれなかった会社もある
- ・ 元請会社により、追加の有無に差がある
- ・ 案件によって対応が異なり、全額支払われたこともあれば、一部のみ支払われた、又は追加費用が認められなかったケースもあります。内容や交渉のタイミングによって差があるため、一概には言えません

【ヒアリング抜粋 (27)】

＜元請制作会社＞

- ・ 下請制作会社は、成果物の納品後直ちに制作委託費の全額を請求してくる。下請は掛かった費用を当社のような元請に請求すれば払ってもらえるので、下請の方が資金繰りの面では楽ではないかと思う。

＜下請制作会社＞

◆追加の制作委託費について交渉する、一部元請制作会社に負担してもらうこともある等とする例

- ・ カットごとのバラでの受注の場合に、リテイクが発生した際は、（交渉によって異なることはあるが）追加の作業料が発生することが通常である。
- ・ 着手後に追加の作業が発生することが判明した時には、まずは、作業内容シートに記載が無いからできないと交渉する。しかし、取引継続や別案件の受注を望む立場であるので、結局は取引先との関係性が悪化しないように要求を受け入れることもある。その場合、こちらで負担することになる。
- ・ 契約時からの制作内容の変更により、制作期間が延長し、当初の制作委託費では不足することがある。不足額が一定程度を超えそうな場合は、制作委託費を追加する交渉をする。

◆追加の制作委託費について十分に交渉できない等とする例

- ・ 追加予算を出してくれる元請制作会社もあったが、要求額の1/10程度の少額しか出してもらえない。また、そのような要求をすると、次回以降仕事が依頼されなくなるので、そもそもの交渉がしづらい。
- ・ 元請制作会社の全体の予算が不足していることが分かっている場合は、制作委託費の追加請求を躊躇^{ちゅうちよ}することがある。また、制作委託費の追加を交渉した際には、制作委託費を追加しない代わりに、今後の発注を増やして埋め合わせすると元請制作会社から伝えられることがしばしばある。実際に受注につながることもあるが、必ず約束が守られるわけではない。

(イ) 各論(下請制作会社に責任が無い場合)

追加の費用が生じた理由について、前記(ア) a のとおり、下請制作会社に対するアンケート調査において、制作期間が延長したため、クオリティ向上を図ったため(要求があったため)、人件費が高騰したため、当初の発注内容から追加作業が生じたため、リメイク作業のためといった回答が集まった。

a 制作期間の延期・延長

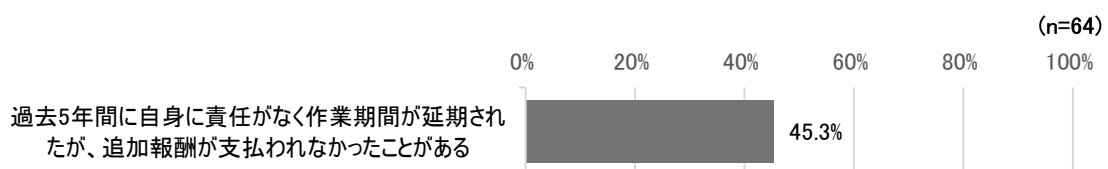
アニメ制作においては、下請制作会社は、元請制作会社と同様に、拘束契約といわれる月額報酬によりフリーランスを確保していること等から、制作期間が延びた際に期間延長に係る人件費を追加で支出する必要がある場合がある。

下請制作会社に対するアンケート調査では、図3-46のとおり、過去5年間に「自身に責任がなく作業期間が延期されたが、追加報酬が支払われなかった」ことがあるという回答は4割強あった。

ヒアリング調査では、下請制作会社から、「遅延による補償はほとんどない」、「制作期間の増加分の補填が元請から出ず経営が苦しい」といった回答があった。

なお、前記第1の2(2)イのとおり、製作委員会・元請制作会社間の取引においては、同様の質問について「支払われなかった」との回答は2割弱であった。

図3-46 過去5年間に自身に責任がなく作業期間が延期されたが、追加報酬が支払われなかった経験の有無¹¹⁰



※直近の事業年度5年間について、当該行為を一度でも受けたことがあるか下請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (28)】

<下請制作会社>

◆制作期間の延期・延長の経験

- ・ 音響について、アフレコはアニメの絵が無くても収録は可能だが、ダビング作業は絵が必要であるため、アニメ制作の遅延の影響を被る。通常、アフ

¹¹⁰ 直近の事業年度5年間で当該行為を受けたことがあると回答した企業の割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

レコの1週間後にダビングが行われるが、アニメ制作の遅延によりアフレコとダビングの間隔が半年程度空いたことがある。

- ・ 従来は1か月半で1話を制作していたものが、長いものだと1話半年程度かかるようになってきている。例えば、以前、制作進行は1話に1人が付き、1か月半の業務で（月額30万円だとすると）45万円程度のコストであったが、最近は制作期間が延びており、半年かかるとそれだけで180万円もの支出となる。さらに、人材不足により制作進行1人で回せないようになってきていて、1話当たり2、3人付くこともよくあり、更に費用がかかるようになってきている。これは、制作進行のみならず、月額報酬である部門全てで、同じ状況にある（近年では原画も月額報酬が増えてきているので、余計に費用が生じる。）。
- ・ 元請制作会社は複数の制作会社を下請としていることも多い。そのため、どこか1つの下請制作会社のクオリティが低く、元請制作会社が重点的にサポートをする場合がある。その場合、更にチェックが遅くなるため、制作期間が伸びていき、当社のような他の下請制作会社にも影響が出てくる。

◆制作期間の延期・延長による追加費用の負担

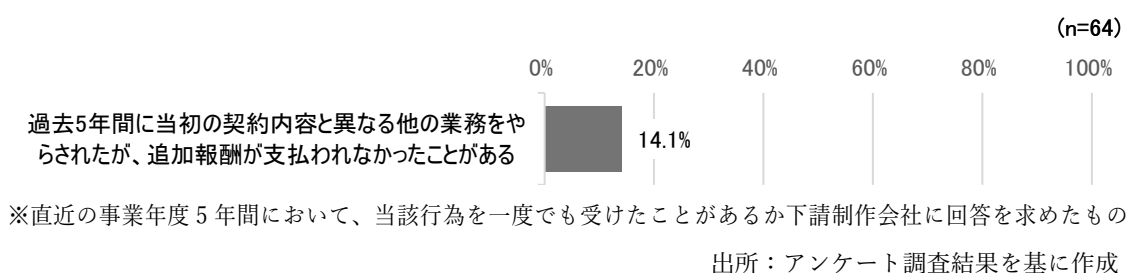
- ・ アニメ制作の遅延によるリスケジュールは基本的に1週間前には知らされるが、前日まで知らされなかったこともまれにある。遅延による補償はほとんどない。
- ・ 契約時からの制作内容の変更により、制作期間が延長し、当初の制作委託費では不足することがある。不足額が一定程度を超えそうな場合は、制作委託費を追加する交渉をする。必ず追加されるとは限らない。
- ・ 制作期間が延びた場合は、人件費の追加をすることを元請制作会社に交渉する。人件費以外の費用は作業量単価で決まっており、スケジュールが遅れても作業の総量は変わらないため、人件費のみを追加で請求する。
- ・ 受注の段階で、スケジュールが延長した場合は追加の制作委託費を請求することをあらかじめ伝えているが、受注時に追加報酬の取り決めをしていない取引や、過去の取引で追加請求をしなかった発注者との取引、または全体の製作費が不足していることを認知しているプロジェクトでは、制作委託費の追加請求を躊躇^{ちゅうちよ}することがある。
- ・ 制作期間の増加分の補填が元請から出ず経営が苦しい。ある作品で、制作期間は元々半年の予定であったが、結局1年半かかったことがある。制作期間増加分の補填が出ないと聞いたとき、それなら制作を降りると伝えたことがあったが、反対に損害が出るので訴えると言われた。

b 契約内容と異なる業務の実施

下請制作会社に対するアンケート調査では、過去5年間に「当初の契約内容と異なる他の業務をやらされたが、追加報酬が支払われなかった」ことがあるという回答は1割強あった。

ヒアリング調査では、下請制作会社から、当初請けた工程の業務範囲を超えて前工程の修正をさせられたが、当初工程分しか報酬がもらえなかった旨の回答があった。

図3-47 過去5年間に当初の契約内容と異なる他の業務をやらされたが、追加報酬が支払われなかった経験の有無¹¹¹



【ヒアリング抜粋 (29)】

<下請制作会社>

◆契約内容と異なる業務をしたが、追加費用が支払われなかった例

- ・ 当社が仕上げ工程を請けたにもかかわらず、前工程を担当したのが海外の下請制作会社であると、必ず前工程に対する修正が発生し、当社が契約外の動画検査を担ったりすることも多い。色指定検査（仕上げ検査）から撮影まで時間的な余裕があれば、（海外の）再委託先のミスであるので差し戻し、リメイクしてもらうことも可能だが、作画の最終工程の仕上げ検査にはそのような時間的な余裕はなく、元請の制作会社からのリメイク要求を受けて自社で泣く泣く修正させられている。
- ・ 色指定検査業務について、元請制作会社からのリメイクに対して追加費用の請求を試みることもあるが、撮影前の修正はリメイクの扱いにならないと言われるなど、追加費用の支払をしてもらえないかどうかの境界線が曖昧であり、交渉が難しく、追加費用が出ないことも多い。色指定検査の業務としては、本来であれば動画の直しまでは業務の範囲外であるが、元請制作会社からリメイク指示があり、「ここに線を足していませんか」、酷いときは「（部分的な）動きを作ってくださいませんか」などの要求があり、そのよう

¹¹¹ 直近の事業年度5年間で当該行為を受けたことがあると回答した企業の割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

な場合は色指定検査で動画部分から修正した上で、改めて仕上げ（彩色）を行う。

c やり直し

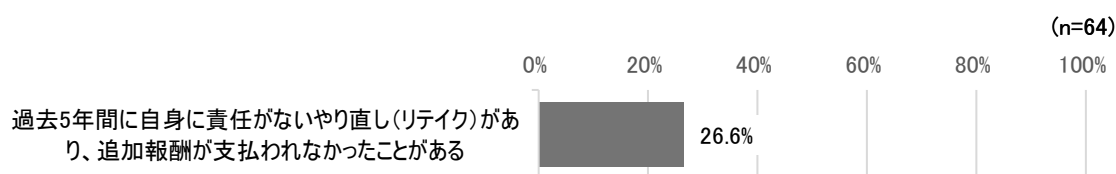
下請制作会社に対するアンケート調査では、過去5年間に「自身に責任がないやり直し（リテイク）があり、追加報酬が支払われなかった」ことがあるという回答が3割弱あった。

ヒアリング調査では、元請制作会社から、「クオリティを理由にリテイクを要求することもある。ただし、余りにもひどい場合はリテイクを要求しても期日までに直らないため、当社が自ら修正することもある」との回答のほか、単価契約の場合は単価に含まれている認識である一方で、月額契約の場合はリテイク作業も含め作業期間に応じた月額対価を支払う旨の回答があるなど、品質や契約内容によってリテイク作業に対する対価の支払状況は変わることがうかがえた。

下請制作会社からは、作業の性質などからある程度のリテイクは制作委託費に含まれると認識している旨の回答も複数あったほか、「理不尽なリテイク要求があった場合は、交渉して追加費用をもらうようにしている。交渉をすれば払ってくれるところが多い。ただし、元請制作会社も自社の制作委託費が決まっているため、リテイク対象のカット数を減らしてもらうように交渉している」というように、元請制作会社との交渉によって追加報酬の支払を受ける旨の回答もあった。一方で、「非常に多くのリテイクを出されたにもかかわらず、追加の作業量は支払われなかった」、「元請制作会社からのリテイクに対して追加費用の請求を試みることもあるが、撮影前の修正はリテイクの扱いにならないと言われるなど、追加費用の支払をしてもらえるかどうかの境界線が曖昧であり、交渉が難しく、追加費用が出ないことも多い」との回答もあり、下請制作会社が自己の責めに帰さないリテイクの発生に無償で対応しているとする回答もみられた。

図3-48 過去5年間に自身に責任がないやり直し（リテイク）があり、追加報酬が支払われなかった

経験の有無¹¹²



※直近の事業年度5年間について、当該行為を一度でも受けたことがあるか下請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

¹¹² 直近の事業年度5年間で当該行為を受けたことがあると回答した企業の割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

【ヒアリング抜粋 (30)】

<元請制作会社>

- ・ 単価契約である場合は、リメイク料のようなものは発生せず、発注者がOKを出すまで行ってもらえるものと理解している。ただし、リメイクの際に当社が事前に提示していた条件から変更（例えば、元々無表情な絵を笑顔の絵に変更するような場合）があった場合は、追加で費用を支払う。一方で、下請制作会社やフリーランスと月額支払とする契約もあり、その場合はリメイク指示により月をまたいで作業が延長すればその分の金額を支払っている。

<下請制作会社>

◆ある程度のリメイクは制作委託費に含まれる等とする例

- ・ アニメ1話分をグロスで受注する場合は、1割分のリメイクまでは許容している（作業料は発生しない。）。
- ・ 多くはないが、少額の取引であればあらかじめリメイクの回数の上限を契約書で定めたり、制作の早い段階でリメイクとする基準をすり合わせたりすることもある。
- ・ 効果音が1回でOKとなることはない。1話当たり、3～20箇所程度は音響監督やアニメの監督の意向・指示を踏まえ、修正する。これらの修正は、監督のイメージを実現するという抽象的な業務の性質上、当初受けた仕事の一部に含まれているという認識である。

◆追加報酬の支払に関する交渉・支払の基準について

- ・ 理不尽なリメイク要求があった場合は、元請に交渉して当社に対して追加費用を支払ってもらうようにしている。交渉をすれば払ってくれるところが多い。ただし、元請制作会社も自社の制作委託費が決まっているため、リメイク対象のカット数を減らしてもらうように交渉している。そのような交渉が通じないような、総予算の低い作品の元請となる制作会社とは、当社はそもそも仕事をしない。
- ・ 動画検査で修正のリメイクが返ってくることは余りない。ただし、伝え方の齟齬で解釈に違いが生まれてしまい、本来要求されていたものと実際に制作したものが異なってしまう場合がある。その際には、元請と自社のどちらに非があるかにより、元請と自社のどちらが追加分の費用を負担するのかが決まる。

- ・ 元請制作会社の求めるクオリティに達していない場合、リテイクを要求されることがある。しかし、クオリティの判断基準は曖昧であり、元請制作会社の気分次第だと感じる。
- ・ 音響について、一度納品が完了したにもかかわらず、完成した絵と合わなかったといった理由などでリテイクが生じた場合は、追加発注された業務と認識しており、追加で報酬を請求している。撮り直しとなれば、声優も音響も、追加で報酬が支払われている。
- ・ 通常、当社の作業の後に編集や音響作業が待っているため期限までに納品する。しかし、再度の作業が求められることもある。この場合、発注者側の責任によるやり直しであることが明らかであれば、追加予算の要求は通りやすい。再編集（リテイク）の依頼があった際は作業量が僅かだったため、僅かな追加費用で同意したこともある。

◆追加報酬が十分に支払われなかった例

- ・ ある映画作品のカットを受注した際に、非常に多くのリテイクを出されたにもかかわらず、追加の作業料は支払われなかった。
- ・ 元請制作会社からのリテイクに対して追加費用の請求を試みることもあるが、撮影前の修正はリテイクの扱いにならないと言われるなど、追加費用の支払をしてもらえるかどうかの境界線が曖昧であり、交渉が難しく、追加費用が出ないことも多い。

d その他の契約内容の変更

ヒアリング調査では、下請制作会社から、当初の作業期間を一方的に短縮されたり、深夜・休日を含む緊急対応を要求されたりしたが、特急料金のような追加報酬はなかった旨の回答があった。

【ヒアリング抜粋（31）】

<下請制作会社>

◆当初の納期よりも短納期へ変更されたが、追加費用が支払われなかった例

- ・ 納期を急に短縮されることがある。例えば、ある作品について一話当たりで8週間の納期での発注があった。しかし、新クールが始まるタイミングであったところ、原作者・製作委員会も世間の反応を模索していたのか、ストーリー（脚本等）が元請制作会社から降りて来なかった。待機期間の結果、納期は半分の4週間となった。納期が短くなった分人手が必要だったがすぐに人を集めることができず、その当時のメンバーで結局徹夜して作業を

終えた。しかし、元請制作会社から追加報酬や単価アップもなかった。元請制作会社も製作委員会からもらえなかったのかもしれない。

◆緊急対応や深夜・休日作業の要求

- ・ 元請制作会社があらかじめ立てたスケジュールが遅れ、切羽詰まってくると、動画・仕上げが大量に一気に上がってくるタイミングがあり、仕上げ検査で修正対応するため、元請制作会社のプロデューサーから深夜や休日であっても待機要求がしばしばある。その場合は締切りが翌日など短期間であり、対応するスタッフの寝る時間などは考慮されない。深夜、休日の対応を断ろうとすると、支払っている制作委託費（1話当たりの単価）に待機する金額も入っているので対応するのは当たり前だと言われてしまい、やらざるを得ない。対応しても特急料金といった追加での報酬が出ることは少ない。
- ・ 休日の業務対応については追加報酬を支払うよう元請制作会社に要求しているが、支払ってくれるところと支払ってくれないところが両方ある。元々の制作委託費に含まれていると主張してくることも多いが、そのような条件は聞いていない。

イ 取適法上、独占禁止法上の考え方

下請制作会社に対するアンケート調査においては、製作委員会・元請制作会社間の取引と同様に、7割超の下請制作会社から、追加費用を要する状況が生じた経験があるとの回答があった。また、元請制作会社と下請制作会社の協議等によって、元請制作会社から追加の制作委託費が支払われている場合もあるとの回答もある一方で、追加費用の発生原因が下請制作会社の責めに帰すものではないと考えられる場合であっても、元請制作会社が追加費用を支払わない場合もあるとの回答もみられた。

この点、取適法の適用対象となる取引である場合には、元請制作会社が、下請制作会社の責めに帰すべき理由がないのに、制作期間の延期・延長、当初の契約内容と異なる業務、やり直し（リテイク）などを行わせることによって、下請制作会社に追加の費用が発生した際に、その増加した分の費用を下請制作会社に対して支払わない等、下請制作会社の利益を不当に害する場合は、取適法上の問題（不当な給付内容の変更及び不当なやり直し）となる（取適法第5条第2項第3号¹¹³⁾）。

アニメの制作のような情報成果物の作成委託においては、成果物が委託内容を満たして受領基準に達しているかどうかは、元請制作会社の価値判断等により評価さ

¹¹³⁾ 下請制作会社の責めに帰すべき理由がなく、制作期間の延期・延長を行わせることにより、下請制作会社に追加の費用が発生したにもかかわらず、元請制作会社が追加報酬を支払わない等、下請制作会社の利益を害する場合には、代金の減額にも該当し得る（取適法第5条第1項第3号）。

れる面があり、事前に明確に発注書等に検査基準等を記載することが不可能な場合がある。そのように、基準等が曖昧な中で、コミュニケーションが不十分で作業内容の理解が異なった結果、下請制作会社の納品物のクオリティが要求水準から乖離している場合がある等責任の所在が曖昧なケースもあると考えられる。ヒアリングにおいても、下請制作会社から、「追加費用の支払をしてもらえるかどうかの境界線が曖昧であり、交渉が難しい」との回答もあった。

このような場合において、元請制作会社が、成果物の受領の前後を問わず、必ずしも事前に明確にできなかったが下請制作会社の給付の内容が当初委託した内容と異なる等とし、やり直し等をさせる際に、その費用について一方的に負担割合を決定して下請制作会社の利益を不当に害してはならず、元請制作会社がやり直し等をさせるに至った経緯等を踏まえ、下請制作会社と十分な協議をした上で合理的な負担割合を決定する必要がある¹¹⁴。

また、取適法の適用対象でない場合も、元請制作会社が、優越的地位を利用して、正当な理由がないのに、下請制作会社にやり直しを要請したり、一方的に取引条件を変更したりすることにより、下請制作会社に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える場合は、独占禁止法上の問題（優越的地位の濫用）となる（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）。

(3) 減額、支払遅延・不払

ア 実態

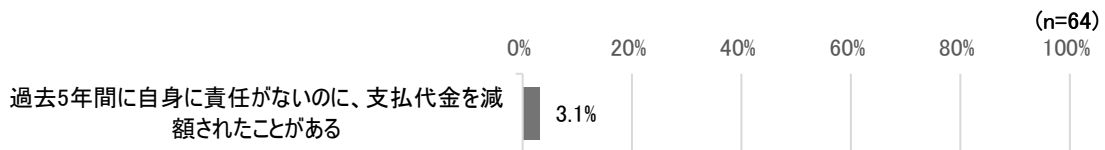
(ア) 減額

下請制作会社に対するアンケート調査では、図3-49のとおり、過去5年間に「自身に責任がないのに、支払代金を減額された」ことがあるという回答は約3%あった。

ヒアリング調査では、下請制作会社から、「元請制作会社からグロス請けをしたがアニメ制作終了後、当初提示された金額から減額された額が振り込まれた。その後定期的に残債分を支払うように催促しているが未だに支払われていない」、「発注者がこれまで報酬の金額から振込手数料を一方的に減額していた」との回答があった。

¹¹⁴ 公正取引委員会「取適法運用基準」第4の8（4）、「中小受託取引適正化法テキスト」p.107

図3-49 過去5年間に自身に責任がないのに、支払代金を減額された経験の有無¹¹⁵



※直近の事業年度5年間について、当該行為を一度でも受けたことがあるか下請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (32)】

<下請制作会社>

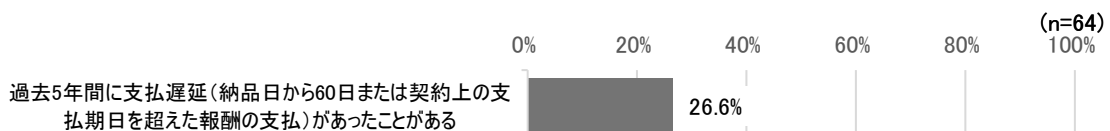
- ・ 当社がグロス請けした作品で、アニメ制作終了後、元請から、当初提示された発注金額から減額された額が振り込まれた。その元請には、現在でも定期的に、残債分を支払うよう指摘しているのだが、未だ支払がない状態にある。
- ・ ある元請制作会社は、これまで報酬の金額から振込手数料を一方的に減額していたが、今般基本契約書を取り交わすとなって初めて、振込手数料は先方持ちとなった。

(イ) 支払遅延・不払

下請制作会社に対するアンケート調査では、図3-50のとおり、過去5年間に「支払遅延（納品日から60日又は契約上の支払日を超えた報酬の支払）があった」という回答は3割弱あった。

ヒアリング調査では、下請制作会社から、「納品したが、支払期日になっても支払がなく確認したところ、「お金がないので支払えない」と言われ、一年経った今でも支払われていない」といった回答があった。

図3-50 過去5年間に支払遅延（納品日から60日又は契約上の支払期日を超えた報酬の支払）があった経験の有無¹¹⁶



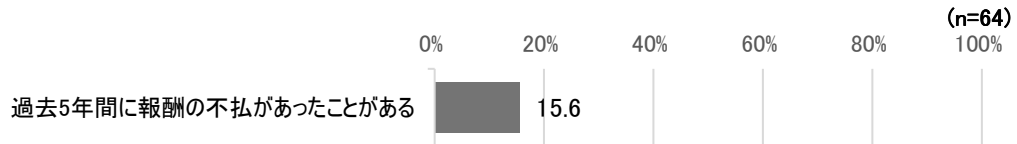
※直近の事業年度5年間について、当該行為を一度でも受けたことがあるか下請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

¹¹⁵ 直近の事業年度5年間で当該行為を受けたことがあると回答した企業の割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

¹¹⁶ 同上

図3-51 報酬の不払があった経験の有無¹¹⁷



※直近の事業年度5年間について、当該行為を一度でも受けたことがあるか下請制作会社に回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (33)】

◆支払遅延

<下請制作会社>

- ・ 基本的に支払遅延はないが、まれに支払遅延をする元請制作会社がある。その会社は「自社が支払を受けた後でないと払わない」と公言しており、なかなか支払われない。納品から3か月後の支払などがよくある。
- ・ 人件費を払う必要があるため支払はなるべく月額支払にしてもらっている。しかし、元請制作会社や作品によっては、プロジェクトの途中で、製作の進捗状況によって支払うという曖昧な支払条件へ変更されることはある。成果物に対してディレクターの承認を得てから支払いたいという趣旨で、往々にしてプロジェクトの終わりの方になってそのような話が出てくる。規模の大きい制作会社が発注者の場合、決裁に時間が掛かるなど承認を得るのに時間を要し、結果として支払時期が遅くなる。
- ・ スケジュールが延びてしまって、入金されないことはある。その際は、フリーランスに対して払えないことがあるのでフリーランスに対して支払を遅らせることをお願いすることになる。お金がないので、取引先から入金されないと支払もできない。

◆不払

<下請制作会社>

- ・ 報酬を踏み倒されたことは幾度かある。それぞれ金額的には小さくなく、何度も請求してちよつとずつ支払ってもらっているが、1回未払が起きた会社は最終的に倒産してしまい、踏み倒されることが多い。こうなってしまう要因は、多くの制作会社は次の仕事の制作委託費を前の作品で依頼した下請制作会社に払うなど自転車操業状態になっていて、大きく利益

¹¹⁷ 直近の事業年度5年間で当該行為を受けたことがあると回答した企業の割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

を出することができる業態でもないので、この状態から抜け出すことができないからである。

- ・ ビジュアルエフェクトを担当していたが、納品し、支払期日になっても支払がなく、確認したところ、「お金がないので支払えない」と言われ一年経った今でも支払を受けていない。

イ 取適法上、独占禁止法上の考え方

(ア) 減額

下請制作会社に対するアンケート調査では、少ないながらも、「発注時の代金額から代金を減額された」と回答した下請制作会社があった。ヒアリング調査では、下請制作会社から、納品後に当初合意のあった金額から減額された代金が支払われたことがある、振込手数料分を減額されたことがある旨の回答があった。

取適法の適用対象となる取引である場合には、元請制作会社が、下請制作会社の責めに帰すべき理由がないのに、代金を減ずることは取適法上の問題（代金の減額）となる（取適法第5条第1項第3号）。

取適法の適用対象でない場合も、元請制作会社が、優越的地位を利用して、正当な理由がないのに、契約で定めた対価を減額し、下請制作会社に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える場合は、独占禁止法上の問題（優越的地位の濫用）となる（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）。

(イ) 支払遅延・不払

下請制作会社に対するアンケート調査では、「支払遅延があった」との回答が3割弱あり、少ないながらも「不払があった」との回答也多あった。ヒアリング調査では、下請制作会社から、支払期日に遅れて支払われた旨の回答があった。

取適法の適用対象となる取引である場合には、元請制作会社が、下請制作会社の給付の内容について検査をするかどうかを問わず、代金を、受領日（下請制作会社から成果物を受領した日）から起算して60日以内のできる限り短い期間内において定めた支払期日の経過後¹¹⁸なお支払わない場合は取適法上の問題（支払遅延）となる（取適法第5条第1項第2号）。

取適法の適用対象でない場合も、元請制作会社が、優越的地位を利用して、正当な理由がないのに、契約で定めた支払期日に代金を支払わないことにより、下請制

¹¹⁸ 取引当事者間で支払期日を定められなかったときは、成果物を実際に受領した日が支払期日とみなされるため（取適法第3条第2項）、同日までに支払わない場合も取適法上の問題（支払遅延）となる。また、アニメの制作委託契約では、契約上、制作委託費の分割払に際して、一部の支払期日を納品日より前に定めるケースがみられるが、その場合は、成果物の受領の有無にかかわらず、各支払期日までに支払わない場合は、取適法上の問題（支払遅延）となることに留意する必要がある。

作会社に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える場合は、独占禁止法上の問題（優越的地位の濫用）となる（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）。

なお、ヒアリング調査では、下請制作会社から、「基本的に支払遅延はないが、まれに支払遅延をする元請制作会社がある。その会社は『自社が支払を受けた後でないと払わない』と公言しており、なかなか支払われない」との回答や、「スケジュールが延びてしまって、入金されないことはある。その際は、フリーランスに対して、払えないことがあるのでフリーランスに対して支払を遅らせることをお願いすることになる。お金がないので、取引先から入金されないと支払もできない」との回答もあり、アニメ制作の多層構造において、体力に乏しい小規模な制作会社が多い中、発注側の取引の支払が滞ることで、受注側の取引における支払遅延につながっている可能性がうかがえる。

第3 制作会社・フリーランス間の取引

1 発注段階

(1) 書面等による取引条件の明示状況

ア 実態

(ア) 書面等による取引条件の明示状況

フリーランスに対するアンケート調査では、過去3年間における制作会社との取引における書面等¹¹⁹による取引条件の明示状況について、図3-52のとおり、フリーランス・事業者間取引適正化等法上明示すべき事項と定められている「仕事の内容」、「報酬の額又は単価」、「支払期日」、「納入時期」について「事前に書面等で伝えられている」との回答は約4割から5割であった。

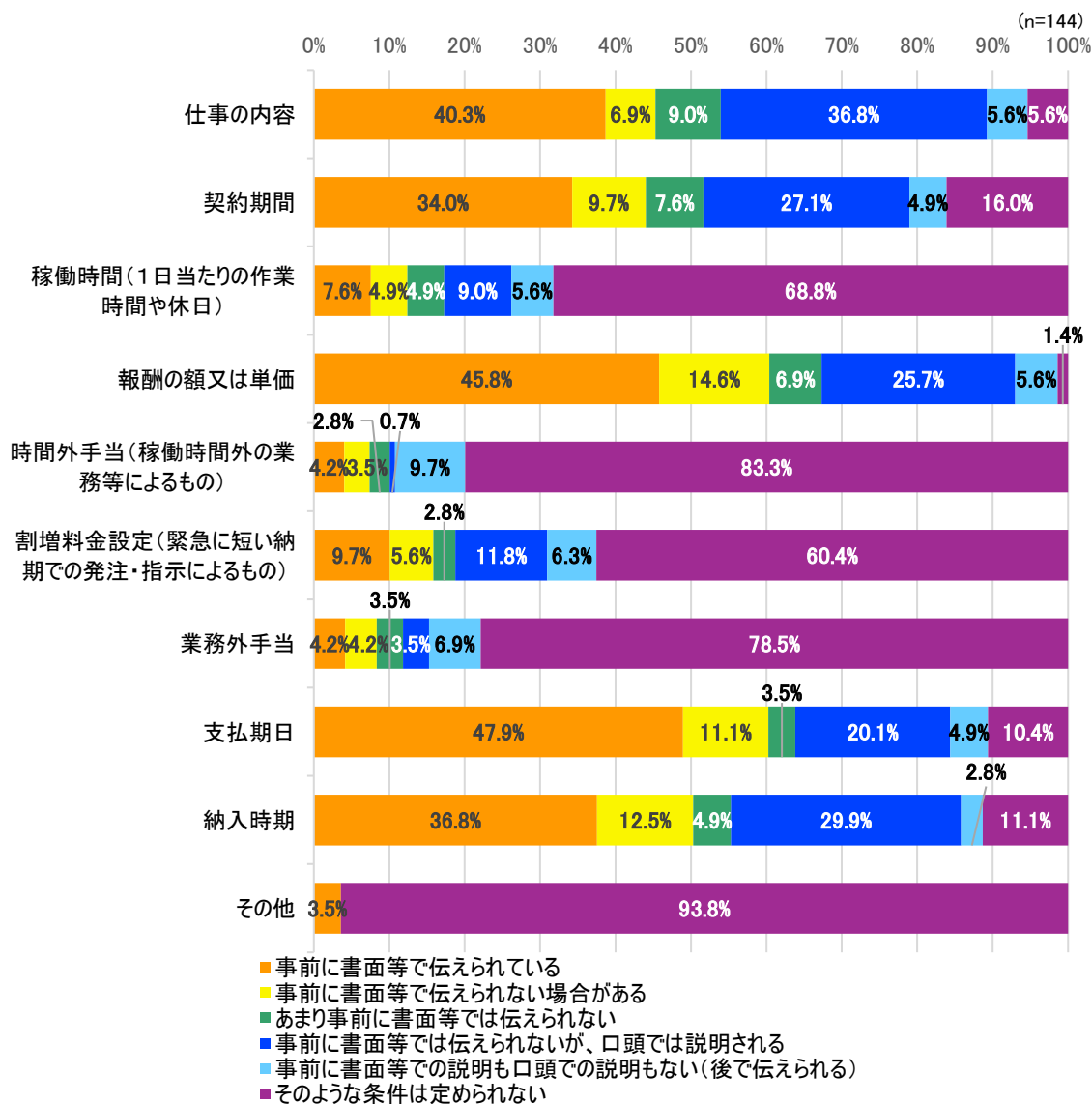
ヒアリング調査では、制作会社から、契約書、発注伝票、メールといった手段で、取引条件を明示している旨の回答が複数あったものの、制作会社によっては取引条件を明示していないとする回答があったほか、「契約書の押印等面倒な作業も嫌う人が多い」、「(フリーランスから)書面化を拒否される」、などフリーランスが書面による明示に消極的である旨の回答もあった。

フリーランスからは、「キャラクターデザイン業務の場合は契約書が交付される」など、職種によって明示状況が異なる旨の回答もみられた。また、事業者団体からは、拘束契約では書面等により取引条件が明示されるが単価契約では明示状況が不十分であるとして、契約形態によっても明示状況が異なる旨の回答があった。

¹¹⁹ 「書面等」とは、契約書・発注書等の書面のほか、電子メール・SNS・チャットツール等受信者を特定して送信することのできる電気通信により送信する方法又は電子ファイルのデータを保存したUSBメモリやCD-R等を交付する方法といった電磁的方法により提供するものをいう。

また、制作会社及びフリーランスの両方の立場から、フリーランス・事業者間取引適正化等法の施行後¹²⁰から書面等により取引条件を明示している（明示されている）旨の回答が複数あった。

図3-52 過去3年間における制作会社との契約における書面等による取引条件の明示状況¹²¹



※直近3年間における傾向について、フリーランスに回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成¹²²

¹²⁰ 令和6年11月1日施行

¹²¹ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 消費税の支払等
- ・ 契約書を書いて欲しいと言ってもうやむやにされる
- ・ キャンセル料

¹²² 構成比は小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計が必ずしも100とはならない。

【ヒアリング抜粋 (34)】

<制作会社>

◆書面等により取引条件を明示しているとする回答

- ・ 作業内容、報酬、権利処理等の取引条件は、複写式の制作伝票（発注書）に記載されており、納品に応じて支払を行っている。
- ・ フリーランスとの取引は、最近まで発注伝票のみを取り交わす場合が多かった。契約書は、フリーランス法の施行をきっかけに作成しているところである。完全拘束契約の方とは、1枚程度の条件書を取り交わすか、メールで取引条件を提示している。いずれの場合も、契約期間など必要事項は記載している。
- ・ フリーランスとの取引条件は LINE などの SNS ではなく、少なくともメールに残すようにしている。LINE や SNS は履歴を消せるので、何かあったときに、言った、言わないと揉める原因にもなり得ることが理由である。
- ・ 当社（下請制作会社）は、フリーランスとの契約書（業務委託契約）を交わしている。内容は、会社として仕事があればそれを割り振り、成果分に応じて報酬を支払うというもの。
- ・ 価格、作業内容、納期等の条件を事前にメールか電話で打診する。フリーランスが当該条件を応諾したら当社が発注書面をフリーランスに渡す。当社とフリーランスとの間で契約書を交わす。
- ・ 取引条件については、口頭やメッセージツールで合意をしたのち、業務委託契約書、発注書などは出している。

◆書面等により取引条件を明示できていないとする回答

- ・ フリーランスとの契約は書面では行っていない。メールで条件提示などもししておらず、ほとんどが口頭である。当社では契約書が無くてもこれまで問題は起きていないのだが、業界全体では、約束したお金が支払われていないなどのトラブルを良く聞くため、今後は当社でもフリーランスごとに契約書を作成していかなければいけないとは思っている。
- ・ 当社とフリーランスとの契約に契約書はない。公開前のアニメが流出してしまうと当社が潰れることとなるので、守秘義務のための覚書には判子を押してもらっている。
- ・ 契約書は無いことが多い。そもそもアニメーターは縛られることを嫌がる人が多く、契約書の押印等面倒な作業も嫌う人が多いようである。一方で、若い人は契約書を求めてくる傾向が強い。そのような希望がある場合には、契約書を交付するようにしている。

- ・ フリーランスとの契約に定量的な条件を含めることは難しく、書面化しようとしても書面化を拒否されることもある。フリーランスにとっては、曖昧な契約を長く継続することが最適戦略である。きちっとした契約書にしてしまうと、若干の不義理や曖昧な行動をとれなくなるので、逆に身動きがとれない可能性もあり、曖昧な契約を結んでおきたいと思うのが一般的なのではないか。

<フリーランス>

◆書面等により取引条件が明示されているとする回答

- ・ フリーランス法の施行後から仕事する制作会社とは契約書を交わすことも多いが、施行前から取引のある制作会社とは契約書を交わさないことも多い。(原画・作画監督・キャラクターデザイン)
- ・ 少なくとも報酬と納期程度が記載された覚書や発注書はもらうようにしているが、曖昧な記載も多い。(色指定検査・色彩設計)
- ・ 契約内容については、事前にメールで発注書等を送ってもらい、それを踏まえて、直接相手方と対面で協議・承諾するようにしている。発注書等には、①アニメ作品の資料、②放送時期、③拘束の期間、④月額報酬額(又は／及び単価)などが記載されている。その他、記載内容としては、発注日、納期、振込み予定日程度である。発注内容は記載されていない。具体的な作業内容が書いていないため、制作会社からすると、必要なあらゆる作業を行わせることができるような記載になっている。ちなみに契約書は無いことが多い。(演出)
- ・ キャラクターデザイン業務の場合は、契約書は交付される。キャラクターデザインは著作権の高い業務であり、制作会社が著作権の譲渡や著作人格権の不行使といった著作権関係の契約を結びたいがため契約書が必要となる。著作権が発生しない作画監督の業務を行うときは、契約書が交付されない場合が多い。(原画・作画監督・キャラクターデザイン)
- ・ 制作会社により書面は様々で、1社目は、カット数と金額くらいが記載された簡易的な1枚紙の契約書、2社目は契約書・説明なし、3社目は、法務部があり、拘束期間や業務内容、遅延した際のバッファ期間に関する内容も含めた契約書(押印有り)を取り交わした。3社目の契約書は、業務内容として従事する作品が指定されている。ほかの作品にも従事する場合は、契約を結び直す旨が記載されている。(原画)

◆書面等により取引条件が明示されないとする回答

- ・ 原画であっても作画監督であっても、契約書が交付されることはない。(原画・作画監督)
- ・ 条件が丁寧に明示された契約書は無く、要求しても制作会社は無視される。(色指定検査・色彩設計)
- ・ 私はキャラクターデザイン・総作画監督として長らくアニメ制作に携わっているが、これまで自身が契約書を取り交わした例は1社しかない。(キャラクターデザイン・総作画監督)
- ・ 契約条件などが記載された書面はない。請求書により事後的に当方が作業した枚数と先方が指示した枚数の一致が確認されるのみである。条件や指示は口頭で示されるだけで、メールなどもない。(動画)
- ・ 基本的に、制作会社から事前に発注書が交付されたり、契約書を交わしたりすることはない。報酬の支払通知がある頃に、電子媒体で発注書が届くことはある。(動画検査)
- ・ 契約書の有無は制作会社によって異なる。発注書は交付されることが多いが、業務委託契約書はないこともしばしばある。(原画・作画監督・キャラクターデザイン)

◆書面等による取引条件の明示の希望

- ・ 契約内容を記載した書面はあった方がよい。言った・言わないといったトラブルはこの業界でよくあることであり、当初口頭で指示された内容も後で変わることがあるため、書面等に残しておくことは重要である。(原画)
- ・ トラブルになると困るので、契約書は欲しい。この業界で契約書を作成しているのは一部の制作会社のみだと思う。また、契約書を作成してもらえる場合、制作会社が一方的に契約を解除できる条項がある場合がある。実際に病気などの事情があれば契約を解除することは可能だと思うが、強い文言だと感じる。(演出)
- ・ 普段、業務を行う分には発注書や契約書等の書面が無くても困らないが、業務内容や条件面でイレギュラーが起きたり、先方と当方で認識の齟齬が出たりすることもあり、そのときは書面が無いと困ると感じる。(動画検査)

◆その他

- ・ 契約書を渡されない場合は、自己防衛のために、メールで契約書が無くて大丈夫かスタジオに自ら確認している。電話が苦手なこともあり、交渉の際

は口頭でのやり取りは避けて文面でやり取りする。(原画・作画監督・キャラクターデザイン)

<事業者団体>

- ・ 制作会社とフリーランスで契約書を取り交わされることはほとんどない。フリーランス法の施行後、制作会社は拘束契約のアニメーターと契約書を取り交わすようにはなったと聞くと、拘束契約でないフリーランスに対してはこれからだと思う。
- ・ 制作会社とフリーランスとの間の取引に係る契約書は、存在しないことが多かった。特に原画や動画は枚数に応じて対価が設定され、カットごとに別の者に発注するため、取引1回の金額が安く契約書を作成する手間に見合わない。そして、発注伝票のみで取引条件は明確であり、契約書を必要としていなかった。現在は、フリーランス法の影響に加え、制作会社によるフリーランスの拘束、半拘束が多いこともあり、契約書を作成したり、契約書とはいわないまでも契約条件を明示したりすることは積極的に行っていると思う。

(イ) 書面等による取引条件の明示時期

フリーランスに対するアンケート調査では、図3-53のとおり、過去3年間における制作会社からフリーランスに対して書面等により取引条件等が実際に明示される時期について、「発注された時点が多い」という回答が約4割あった一方で、「発注された後からアニメ制作業務を開始するまでの間が多い」、「アニメ制作業務を開始した後から納品する(業務完了)までの間が多い」、「納品した(業務完了)後が多い」との回答が併せて約5割あった。

なお、「その他」(16%)は、多くが、そもそも書面等がないとする回答であった¹²³。

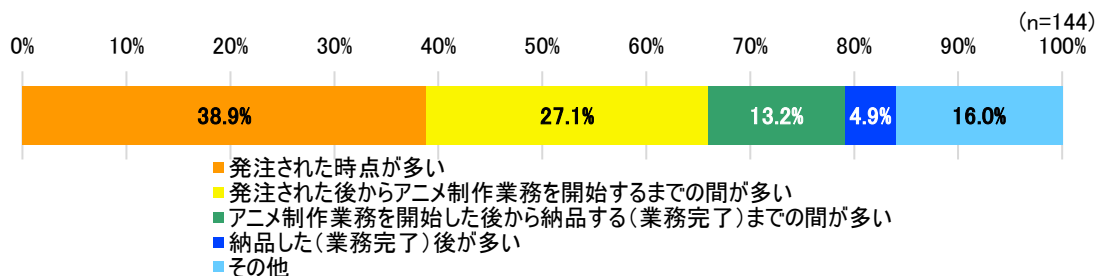
ヒアリング調査では、フリーランスから、トラブル防止のために業務着手前に書面等を要求している旨の回答があった。また、事業者団体からは、「フリーランス

¹²³ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ もらわないことが多い(※同一の回答が2件)
- ・ 書面はない(※同一の回答が11件)
- ・ 発注書以外もらえないことが多い
- ・ 書面にならないことが多い、月末の請求日近くに発注書と書かれたものを受け取った
- ・ 基本的に単価と納入期日が書かれた発注書のみで、それらも納品した後が多い
- ・ 最初の受注に当たって取引条件について話した後は、ずっとその形式でお願いしていますと言われていて、書面を交わしていない要項に後で気付いたり、他に気付いていないこともあるのではと思う

の入替えなども多く、忙しい業界なので契約手続が迅速に行えない事情もある」との回答もあった。

図3-53 過去3年間における書面等により取引条件等が明示される時期



※直近3年間における傾向について、フリーランスに回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (35)】

<制作会社>

- ・ 初回の打合せの場でフリーランスに発注書と契約書にサインしてもらうことが多い。

<フリーランス>

- ・ 以前条件面でのトラブルがあったことから、着手前には書面をもらうよう交渉している。(色指定検査・色彩設計)
- ・ 契約書面はあるが、基本的に納品後に契約書を取り交わす。事前にメール等の連絡はなく口頭が多い。(脚本)
- ・ 口頭で契約した後に発注書を受け取るケースが多い。発注書には、業務内容、納期、報酬などが記載されている。それを元に月末に請求書を発行する。発注書は作業開始前にももらうことが基本だが、間に合わず作業開始後にももらうこともある。(動画)
- ・ 発注書に金額の記載はない。金額は口頭で伝えられる場合がほとんどだが、言った、言わないで揉めることはよくあるので、私はトラブル防止のため金額をメールでもらうようにしている。(作画監督・キャラクターデザイン)

<事業者団体>

- ・ 契約書の交付時期は、業務前や業務中など様々である。全て業務前に契約作業が行えればよいのだが、フリーランスの入替えなども多く、忙しい業界なので契約手続が迅速に行えない事情もある。

イ フリーランス・事業者間取引適正化等法上の考え方

ヒアリング調査によれば、フリーランス・事業者間取引適正化等法の施行の影響などもあり、最近では取引条件が書面等により明示されることが増えてきているとの回答もあるが、フリーランスに対するアンケート調査によると、制作会社との取引における書面等による取引条件の明示状況について、図3-52のとおり、「仕事の内容」、「報酬の額又は単価」、「支払期日」、「納入時期」など、フリーランス・事業者間取引適正化等法上の明示義務のある取引条件につき「事前に書面等で伝えられている」という回答が5割を下回ったことから、取引条件の明示が未だ不十分な場合があるとみられる。また、取引条件の明示時期についても、図3-53のとおり、「発注された時点が多い」という回答が約4割あった一方で、「発注された後からアニメ制作業務を開始するまでの間が多い」、「アニメ制作業務を開始した後から納品する（業務完了）までの間が多い」、「納品した（業務完了）後が多い」との回答が合わせて約5割あったことを踏まえると、書面等により取引条件が明示されとしても、業務委託をした時点より後となる場合が相当程度あるとみられる。

フリーランス・事業者間取引適正化等法上、業務委託事業者となる制作会社は、フリーランスに対して業務委託をした場合は、直ちに、明示すべき事項¹²⁴を記載した発注書などの書面等により取引条件を明示しなければならない（フリーランス・事業者間取引適正化等法第3条第1項）¹²⁵。

製作委員会・元請制作会社間の取引と同様に（前記第1の1（1）イ参照）、発注段階では詳細な取引条件の設定が難しい場合、フリーランス・事業者間取引適正化等法では、明示事項のうちその内容を定められないことに正当な理由があるものについては、その事項を未定事項とし、当該事項が定まり次第直ちに補充の明示を認めていることから（フリーランス・事業者間取引適正化等法第3条第1項ただし書）、制作会社においては、確定した事項について直ちに書面等により取引条件を明示し、未定事項についても十分に協議をした上で可能な限り早期に定め、その後直ちに補充書面等により取引条件を明示することが求められる。

¹²⁴ ①業務委託事業者及び特定受託事業者の名称、②業務委託をした日、③特定受託事業者の給付の内容、④給付を受領または役務の提供を受ける期日、⑤給付の受領または役務の提供を受ける場所、⑥給付の内容について検査する場合は、検査を完了する期日、⑦報酬の額及び支払期日、⑧現金以外の方法で報酬を支払う場合は、支払方法に関する事

¹²⁵ 明示すべき事項のうち内容を定められないことに正当な理由があるもの（未定事項）については、当該事項を記載する必要はないが、その内容が定められない理由と未定事項の内容が決まる予定日を委託時に明示する必要がある。

(2) 取引対価(報酬)の設定状況

ア 実態

(ア) 報酬水準

フリーランスに対するアンケート調査では、過去3年間における報酬の受取方¹²⁶について、図3-54のとおり、「月額拘束費が多い」(完全拘束)と「月額拘束費+出来高制が多い」(半拘束)が合わせて6割超あった。

過去10年間における報酬水準については、図3-55のとおり、フリーランス全数では「上がっている」との回答が約7割あった。図3-56のとおり、報酬形態別では、「1作品ごと」¹²⁷、「月額拘束費」、「月額拘束費+出来高制」のフリーランスについては「上がっている」との回答が約7～8割であるのに対し、報酬形態が「1話ごと」、「1枚/1カットごと等の出来高制」のフリーランスについては「上がっている」との回答が5割程度と、フリーランスの報酬形態によって報酬水準の変化の状況が一定程度異なるとみられる。

また、報酬の額への満足度については、図3-57のとおり、「満足している」という回答が約3割、「満足していない」という回答が約5割であった。満足していない理由として、「物価の上昇に追いついていないから」、「そもそもの報酬/単価が低いから」との回答が約9割あった。

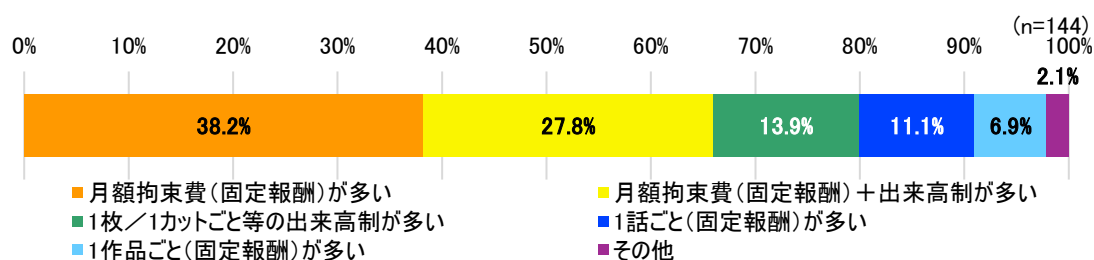
ヒアリング調査では、制作会社から、フリーランスの報酬水準は全体的に上昇している旨の回答が複数あった一方で、動画・仕上げ・背景美術などの一部のフリーランスについては報酬水準が未だ低い旨の回答があった。また、制作委託費が増加するか、制作印税等を得ることができなければ、フリーランスの報酬水準を上げることが難しい旨の回答が複数あるなど、製作委員会・元請制作会社間、元請制作会社・下請制作会社間の取引条件がフリーランスの報酬水準に影響を及ぼしている可能性もあるとみられる。

フリーランスからは、拘束費として「報酬金額の数値上は大分上がってきた」とする回答がある一方で、報酬水準が十分でないとする回答もあった。例えば、動画、仕上げ、原画等の業務について、「同じ作業量でも、単価の場合と拘束の場合とでは報酬が倍くらい違う」、「200円～250円位の単価仕事なのでまともに生活費を得られない」、「単価が変わっていないにもかかわらず、要求クオリティが高くなり昔ほど枚数が描けなくなっているの、時間当たりの報酬はむしろ減っている状態にある」との回答があった。

¹²⁶ 第2章第1の2(2)エのとおり、フリーランスは、完全拘束契約、半拘束契約といった月額報酬を得られる契約と、1作品ごと、1話ごと、1枚又は1カットごとの単価契約というように、制作会社やフリーランスの職種によって、報酬形態が異なる。

¹²⁷ 「1作品ごとが多い」と回答したフリーランスは、監督、絵コンテ、キャラクター等デザイン、総作画監督、色彩設計といった、作品のクリエイティブ面に直結若しくは大きく影響する職種の者が多かった。

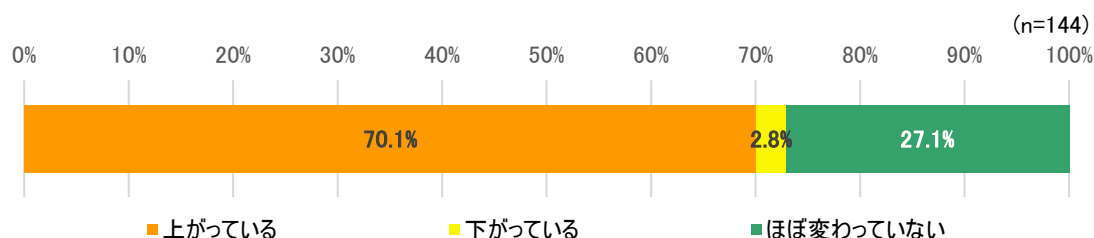
図3-54 過去3年間にける、報酬の受取方



※直近3年間にける傾向について、フリーランスに回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

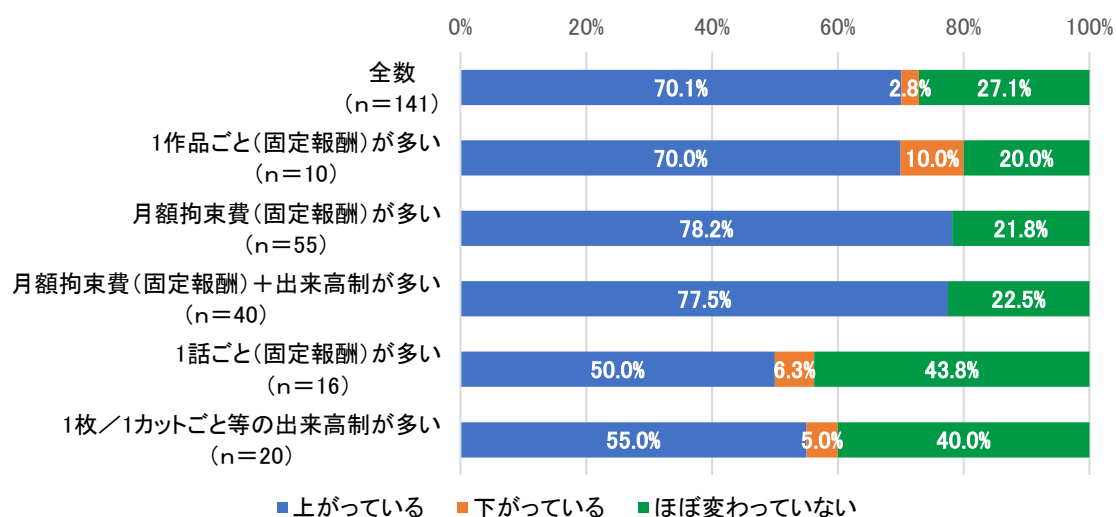
図3-55 過去10年間にける報酬水準の変化



※直近10年間にける傾向について、フリーランスに回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

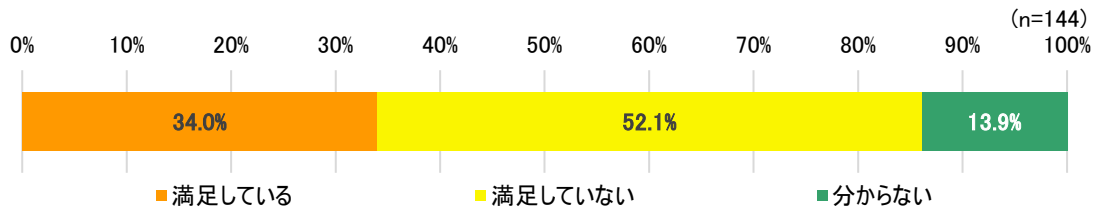
図3-56 過去10年間にける報酬水準の変化(報酬形態別)



※直近10年間にける傾向について、フリーランスに回答を求めたもの

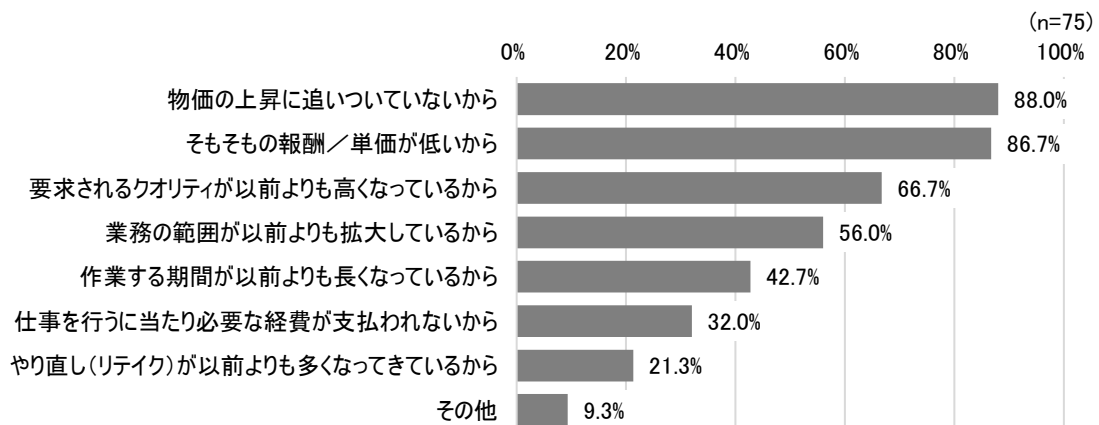
出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-57 報酬水準への満足度



出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-58 アニメ制作の業務における報酬の水準に満足していない理由(複数回答)¹²⁸



出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (36)】

<制作会社>

◆報酬水準は上がっているとする回答

- ・ 作画の報酬単価は上昇している。この3年で130%上昇している。他方で、制作委託費の上昇率はそれより低い。
- ・ フリーランスの単価は職種によって変わるが、フリーランスへの報酬の

¹²⁸ 「その他」について自由記載欄に寄せられた回答は次のとおり。

- ・ 明確なスキルによる給与のルールがなく、管理者が自分の感覚で報酬を決定していて、スキルが低い新人が多くもらうこともあるため
- ・ 平均からするといただいている方ではあると思うが、タイミングによっては収入が低くなる月がどうしても出てしまうため、もう少し安定させてほしい。また拘束料をいただいていたが、スケジュールが延びに延び、(先方都合で)拘束費が支払えなくなったということがあり、困ることがあります
- ・ 消費税を払わない事業者がいる
- ・ 作業期間が短いのにクオリティが求められるから
- ・ 契約段階でカット数や作業内容(キャラクターデザイン、影無しの有無)が分からない場合、単価と作業時間(時給1000円を切るか否か)が分からない等
- ・ 完全拘束の場合、どこまでが作業費か拘束費が分からない。フリーランスは休まないのを前提にスケジュールが組まれている。

水準はここ数年で上がってきていると思う。作品の質や職種によっても異なるが、原画などのセクションであれば昔と比較して倍くらいになっている。

- 近年はこれまで出来高制であった職種であっても人材確保のために拘束契約とすることが急増しており、人件費が上昇している。これまでアニメーターを安い単価で使って制作委託費の不十分さの調整弁としていたともいえるところ、昔よりも適正に支払われる業界になっており好ましいといえる一方で、制作会社としては適正な報酬を積み重ねると制作委託費だけではまかないきれない。
- 演出、設定デザイン、背景美術、CG等複数の職種のスタッフと取引するが、近年はこれまで出来高制であった職種であっても人材確保のために拘束契約とすることが増えており、人件費が上昇している。
- 拘束契約に係る対価やクリエイターの社員化などが進んでいるため、報酬水準は桁違いに上がっており、ここ5年で制作コストが2倍以上になっている印象である。将来の人手不足に備えた若手の囲い込みのために、5,000円にも満たない作業しかできないクリエイターに数十万円支払っているような状態である。

◆職種によって報酬水準が低いとする回答

- 各制作会社とも、クオリティの高い絵を描ける優秀なアニメーターを確保しておきたいため、上位層の報酬が上昇してきている。一方で、動画マンは単価200円台、月5万円で働いているというような状況である。単価が変わっていないにもかかわらず、要求クオリティが高くなり昔ほど枚数が描けなくなっているのが、時間当たりの報酬はむしろ減っている状態にある。この最下層のところだけを切り取れば、まさに、やりがい搾取で成り立たせている。
- 最も待遇の悪いクリエイターは、動画と美術背景だ。当社の場合は資金に余裕があり社員化する方向のため、比較すると報酬金額は以前より上がったが、一般的には未だ不遇な状況にある。実際にアニメ作品として放送・配信される映像は、原画マンでなく、動画マンが描いた絵であるため、動画マンの状況を改善することが、アニメのクオリティを上げることにもつながる。
- 動画や仕上げは基本的に1枚当たりの単価報酬であるので、単価が上がらなければ低いままである。そのため、この業界で最も収入が低いのは動画と仕上げ担当である。一枚当たりの単価を上げたり拘束契約をしてあげたりしたいが、制作コストの上昇につながるため、制作会社も踏み切れない。

◆フリーランスの報酬を上げることができない理由

- ・ 製作委員会の制作委託費が上昇しない限り、フリーランスへの報酬を恒常的に上げることは難しいのではないかと考える。
- ・ クリエイターに報酬等を還元するためには、制作会社の収益性を上げる必要があるが、制作委託費がこれ以上上がることは期待できない。また、制作委託費が上がっても、制作会社の経営状況によっては、自転車操業で前回のアニメ制作のコストに充てなければいけないので、フリーランスへ支払う金額が純増するわけではない。クリエイターへの還元のためにも、制作印税を付ける又は母数や料率の条件を向上させて実際の配分を増加させることを希望している。制作印税はほぼ純利益となるロングテールの収益であるため、制作会社の体力が付き経営が安定し（自転車操業から脱し）、経営が安定すれば、動画や仕上げを始めとしたフリーランスの報酬増額、月額制又は従業員化を行うことができるため、制作会社が制作印税を得ることはフリーランスにとっても重要なこととなる。
- ・ 制作会社の体力を付けフリーランスにお金を回せるようにするためには、製作委員会との取引において、リクープ完了前からのトップオフとなる制作印税を当たり前にするべきだと考えている。
- ・ アニメ制作は完全分業制であり、下手な絵を描くフリーランスは使わないなど、市場原理が働いている。そのため、制作会社がフリーランスを搾取しているというわけではないと考えている。動画・仕上げであっても、国内のフリーランスに高い単価を払うくらいならベトナム等の海外に出せばよいといったこととなり、こちらも市場原理が働いていて、動画・仕上げの報酬を上げることができない。

◆その他

- ・ フリーランスの中には、ある程度技術があることを逆手に、複数の会社と半拘束契約を結び、いずれの会社からの発注に対しても今忙しいとして仕事を行わないで報酬を得ている者がいる。

<フリーランス>

◆報酬体系・構造

- ・ 拘束の場合の報酬は、完全拘束であれば月額固定、半拘束であれば拘束費＋出来高制である。当方の場合、作監は月額 40 万円、原画は月額 30 万円程度だ。（原画・作画監督）
- ・ 報酬額は、役職、出来高制・固定費制（月額制）の違い、拘束期間の長さによって決まる。報酬形態は、①単価×枚数の出来高制、②固定費＋出来高制のハイブリッド、③固定費のみの 3 種類である。人によって状況は変わ

るが、①単価×枚数の出来高制だと単価が低いために生活は苦しい。(原画・作画監督・キャラクターデザイン)

- アニメ業界が人材難であることから、制作会社は重要な職種やベテランを確保したいと思っているので、そのようなポジションのスタッフは売手市場といえる。ただし、全体予算は決まっているわけで、一部のスタッフが高額報酬になることによるしわ寄せが、中堅以下、特に若手スタッフに来る(固定費が安い又は固定費が無い。)(原画・作画監督・キャラクターデザイン)

◆報酬が上がっているとする回答

- 報酬金額は近年、数値上は大幅上がってきたと思うが、物価も上がっているので、実質的には余り状況に変化はない。(原画・作画監督)

◆十分な報酬水準ではないとする回答

- 同じ作業量でも、単価の場合と拘束の場合とでは報酬が倍くらい違う。動画は一般的に 200 円～250 円位の単価仕事なので、一生懸命仕事をしてもらっても生活費を得られない。出来高制の単価報酬よりも、拘束契約の方が条件はよい。(動画)
- テレビアニメの動画の単価は 300 円/枚であり、劇場版のテレビアニメは 400 円/枚。私はひと月に動画 200 枚～250 枚を描けるので、現在の報酬は月額 7 万 5 千円程度である。制作会社から手当は出るが、これを加えても月 14～15 万円である。実家暮らしでなければ生活は難しい。(動画)
- 単価が低いことが問題である。拘束料ではなく単価を上げてほしい。特に動画や第二原画の単価は、それだけだと生活ができないくらい低い。(動画・原画)
- 原画の単価は 30 年前と変わらない。(原画・作画監督)
- 単価の最低値は昔より少し上がっていると思うが、近年クオリティが高い作画が求められており、スタッフの 1 枚当たりの作業量・作業時間は増えてきているため、単価が上がっても作業量には見合っていない。そのため、単価×枚数などの出来高制だと総収入は上がりず生活は厳しくなる。(原画・作画監督・キャラクターデザイン)
- 作監の方が原画より少しだけ報酬は良いが、作業量からすると割に合わない。作監は固定報酬(相場の月額 40 万円)であるため、修正をやればやるほど損する面がある。(原画・作画監督)
- 演出についての報酬は、ここ数年でみると 1 話当たりの単価は数万円上昇している。ただし、金額が上昇しても、年々、人手不足からくる未熟な人材の成果物の修正、絵コンテによる撮影、CG を利用する作品の構図を決め

る打合せなどの業務が増加しているため、割に合わないと感じる。そのため、作業工程の増加に応じた報酬の増加が必要であると感じる。(演出)

- ・ 報酬に関してはシナリオライターの経歴等は関係ない。どんなにネームバリューがあっても代理人がいる場合でも1話30万円がいいところで、これ以上は交渉の余地が全くないようなイメージである。この相場感は20年前のデビュー時と変わっておらず、物価上昇を加味すると実質的に下がっている。(脚本)

<有識者>

- ・ フリーランスの中には、スキルが高く、エースと言われるキャラクターデザインを依頼されるような者はその分報酬もそれなりであるが、大半の者は、労働時間に対して非常に低い水準の報酬しか支給されていない。特に、動画担当、原画担当については、単価業務であり、単価が上がらないので、報酬も上がらない。上位とされている監督、脚本家、キャラクターデザインであったとしても、例えば、著名な作品の監督であっても、ロケハンなどの費用を支給してもらえず、貯蓄ができない状態と聞く。

<事業者団体>

- ・ アニメ業界は、いまだ時給換算にすると非常に安い報酬である。原画・動画の単価は50年前から変わっていない。

(イ) 報酬に係る交渉状況

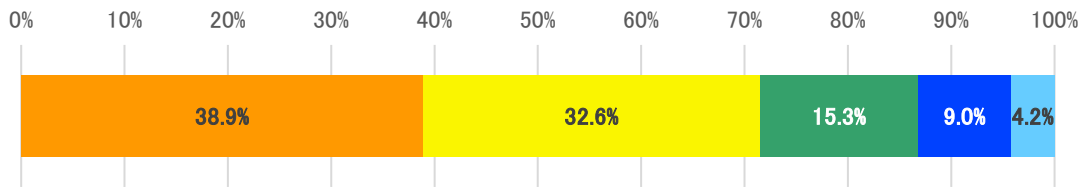
フリーランスに対するアンケート調査では、報酬の額や単価に係る交渉状況について、図3-59のとおり、過去3年間において「交渉の場はあり、条件を納得いく水準まで変更してもらえる」及び「交渉の場はあり、条件を変更してもらえるが、納得いく水準までは達しない」との回答が合わせて約7割あった。

ヒアリング調査では、制作会社から、「フリーランスとの交渉は毎回行っている」、「人手不足で多くの場合で交渉に応じざるを得ない」といった回答が複数あった一方で、「自転車操業であり、交渉に十分にに応じてあげられていない」など財務状況が厳しいことが理由でフリーランスからの報酬額を含む交渉に十分に感じられないとする回答も複数あった。

フリーランスからは、「交渉の機会がもらえないということはない」、「部分的な単価の交渉であれば、制作会社もある程度寛容」との回答があった一方で、「交渉するには、次の仕事が無くなる可能性があることを覚悟しないといけない」、「自身の業務の報酬の相場観を良く把握できていない」といった回答もみられた。事業者団体からは、謙虚であったり職人気質であったりと、交渉ができないフリーランスが多いとの回答があった。

図3-59 過去3年間における報酬の額又は単価などの条件について交渉状況

(n=144)



- 交渉の場はあり、条件を納得いく水準まで変更してもらえる
- 交渉の場はあり、条件を変更してもらえるが、納得いく水準までは達しない
- 交渉の場がない(交渉できない)
- 交渉する必要性がない
- 交渉の場はあるが、条件を変更してもらえない

※直近3年間における傾向について、フリーランスに回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (37)】

<制作会社>

◆交渉を行っているとする回答

- ・ 当社もフリーランスと報酬の交渉を行うことはある。ベテランの人ほど昔の価格で時が止まっているのか、価格交渉をしたがらない傾向がある。一方で、ネット等で情報収集が可能な若い世代(30代~40代)は交渉を要求してくることも多い。当社は「この人とは仕事を続けたい」というフリーランスの方の要求は飲むことにしている。
- ・ 報酬について、フリーランスとの交渉を毎回行っている。人手不足や物価高ということもあり、当社では報酬を上げている。実力のあるフリーランスは取り合いになる。
- ・ アニメ業界は、交渉下手の人も多く、そういう人は技術力が高くても使い潰されている可能性はあるが、SNSなどで交渉の方法をつぶやいている人もいるなど、昔よりも交渉が行われる頻度は高くなってきている。
- ・ 当社と専属業務委託契約を結んでいる方とは年2回の面談で価格交渉を行い、翌年4月から契約を更改している。
- ・ フリーランスから条件交渉をされることは多い。「この金額以下であれば請けない」ということもよく言われる。人手不足の市場であり、実際に他社がその金額で仕事を発注していることもあるので、多くの場合で交渉に応じざるを得ない。

◆交渉に応じられない場合があるとする回答

- ・ フリーランスとの取引価格も交渉に応じて上げている。しかし、制作委託費だけでは制作会社に十分な利益が確保できず自転車操業であり、交渉に十分にに応じてあげられていないというのが実態である。
- ・ 技術の高い作画担当は、制作会社が引き抜き合いを行っており、作画担当のフリーランスも状況は理解しているため、当社もそのようなフリーランスから作品ごとに増額交渉を受けている。ただし、フリーランスの中でも、中間層以下の人材については、月拘束をしたとしても、高い固定額を支払うまでの抱えるメリットが制作会社にはないため、報酬はそれほど上がっていない。当社では、今でさえ制作赤字でもあるし、そのような者からの交渉には応じられない。

<フリーランス>

◆交渉を行っているとする回答

- ・ フリーランスとして働き始めた当初は、自身の行う業務の相場が分からなかったため報酬の交渉をするといった考えには至ってなかった。しかし、ある程度の仕事をこなし、相場観が分かると、現在の報酬が少ないと感じたため、既に信頼関係が構築できた会社ということもあり、金額交渉を行ったことがある。私が交渉した際は、制作会社が好意的な対応をしてくれて、結果報酬を上げてもらえた。(原画)
- ・ 条件を詰めてから仕事を請けるように努めている。交渉すると報酬が上がる場合がある。少なくとも、交渉の機会がもらえないということはない。(作画監督・キャラクターデザイン)
- ・ 原画では、多くのキャラクターが登場したり複雑な絵であったり作業量が多い場合は、単価が高くなることがある。当初の想定より作業が大変だった場合には後から単価の交渉をすることもできる。発注時には具体的な作業量が分からないため、部分的な単価の交渉であれば、制作会社もある程度寛容とを感じる。(原画・作画監督・キャラクターデザイン)
- ・ 作画監督を行う際は、手元に上がってきた原画が不出来であった場合は、その原画の全部分を一からやり直す(修正する)全修と呼ばれる作業を行うことがある。その際、作画監督の固定費が低い場合は、作業量に見合った報酬を得るべく、原画として作業したら得られるであろう報酬を支払ってもらうよう交渉をしている。経験上、制作会社から支払われなかったことはないが、制作会社からしたら、全修のカットはその原画分の単価を2倍

(2名に)支払っているということであり、結構な損失になるのではない。
か。(作画監督・キャラクターデザイン)

◆十分な交渉は行われない(行えない)とする回答

- 色彩設計の業務量が増える作品で、制作会社に対して、報酬の増額交渉をしたことはあるが、その交渉は上手くいかなかった上、それ以降その制作会社から仕事が依頼されることは無くなった。フリーランスの立場で交渉するには、次の仕事が無くなる可能性があることを覚悟しないと行けない。交渉するにしても、面倒な人と思われないように気を付けて控えめな交渉とならざるを得ない。(色指定検査・色彩設計)
- 作品毎にクオリティの水準が異なり、線の量が少ないシンプルな作品は動画1枚を5～10分で作成できるが、複雑な線の多い作品は動画1枚で1時間～2時間程度掛かる。しかし、両者の単価に差はない。所属している制作会社に作業時間によって単価を考慮してほしいと交渉したが、交渉の余地がなかった。(動画)
- フリーランスは横のつながりが余りなく、特に動画検査は業界の中でも数が少ないため、相談する相手が余りいない。他のフリーランスの契約状況や事例を知ることもしないので、制作会社に対して交渉できるライン(相場観)が分からず、制作会社との情報格差がある中では、中途半端な交渉しかできないと感じる。(動画検査)
- 大体のフリーランスは、自身の業務の報酬の相場観を良く把握できていないのが実情であり、どのように交渉すればよいのかも余り分かっていない。特に、継続して仕事をしたい会社へ交渉するハードルは高い。実際、私が過去に制作会社に増額等の交渉を行ったものは、劣悪な条件で作業を振られたことから、「今後その企業から仕事の依頼が無くなってもよい」と覚悟を固めたときのみであり、継続的な関係を構築したい会社へ交渉をしたことはない。(色指定検査)

<事業者団体>

- トップクリエイターでも、謙虚であったり職人気質であったりと内向的な性格で、交渉ができない人が多い。納得できない仕上がりだからと言って正当な報酬を要求しないことすらある。

(ウ) 成功報酬等の業務の対価以外の報酬

アニメ制作においては、業務の対価として、制作委託費のほかに、契約上、印税等と呼ばれる、製作委員会等の二次利用収益に対して一定の料率を乗じた額の支給を取引条件とする場合がある。

フリーランスに対するアンケート調査では、図3-60のとおり、過去3年間に於いて業務の対価以外の報酬を得たことがあるかについて、「二次利用料」があるとする回答は約15%、「印税」、「成功報酬」、「上記以外の報酬」があるとする回答はそれぞれ約1割あった。これらの業務の対価以外の報酬を得たことがあると回答した者は、具体的には、監督、脚本家、絵コンテ、キャラクター等デザイン、総作画監督、美術監督、音響といった職種であった。

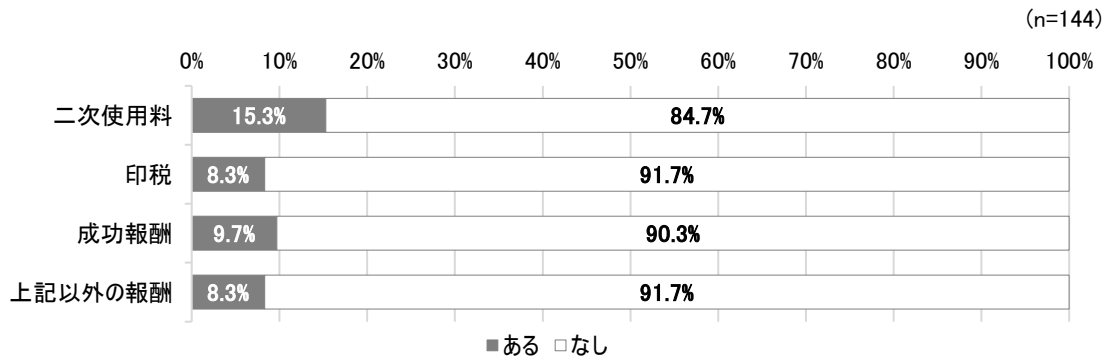
ヒアリング調査では、制作会社から、「製作委員会から支払われる制作印税を原資として全部又は一部のフリーランスを含むクリエイターに対して業務の対価以外の報酬を支払っている」旨の回答が少ないながらもあったが、制作会社への制作印税収入が少ないこと、取引のあるフリーランスの数が多く支払うための管理コストが掛かりすぎる等の理由により、「フリーランスに成功報酬等の業務の対価以外の報酬を還元することができない」旨の回答もあった。

フリーランスからは、作品の大ヒットにより報償金を得たことがあるとする回答もあったが、成功報酬等を得たことがない（聞いたことがない）とする回答もあった。

これらのことから、制作会社とフリーランスとの間における成功報酬等の業務の対価以外の報酬は広くフリーランス一般に支払われているわけではなく、限られた職種などの場合にのみ支払われているとみられる¹²⁹。

¹²⁹ 例えば、主に日本脚本家連盟に所属する脚本家については、一般的に、業務の対価（脚本料）に加え、脚本印税を得ている。同連盟の使用料規程によれば、アニメ制作取引の場合、製作委員会から、製作委員会の収入に対して、一定料率を乗じた金額（配信事業者への販売価格×3.5%等）の脚本印税が支払われるとされている。

図3-60 過去3年間に於いて業務対価のほかに報酬を得たことがあるか¹³⁰



※直近3年間に於ける傾向について、フリーランスに回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (38)】

<制作会社>

◆成功報酬等を支払っているとする回答

- 当社は、アニメーターへの成功報酬等の設定はかねてより行っている。制作印税の一部を原資として社内の約100名のクリエイター等（フリーランスを含む）に分配している。ヒットした際のインセンティブという形だと、アニメ制作会社に成功報酬が発生する契約を発注元と制作会社が締結し、それを制作会社がクリエイターに配分していくというスキームが望ましいと考えている。

ただし、クリエイターへの報酬還元は、発注元の理解を得ること及び、原資（制作印税等）の確保の他還元するための作業の手間とコストが障壁となる。配分する人数や作品数が増えるとバックオフィス業務が膨大となり制作会社のコスト増大につながり経営を圧迫する。特に中小の制作会社では成功報酬配分計算の業務だけでも、人件費の増大につながり厳しいだろう。

◆成功報酬等を支払っていないとする回答

- フリーランスに対する成功報酬等は設定していない。当社はフリーランスと数百人単位で取引しており、仮に成功報酬等を設定するとなると、フリーランスごとに成功報酬等を算出しなければならない。当社は総務担当が1人しかいないこともあって、やってあげたいが、そこまで手が回らない。今後もフリーランスに対して成功報酬等を設定することは難しいだろう。

¹³⁰ 「上記以外の報酬」の内容は、主に以下のとおりであった。

- 年間貢献度に対する特別報酬（ボーナス）
- 制作会社が黒字だった年の一時金

う。他の制作会社でもフリーランスに対する成功報酬等を設けている制作会社は聞いたことがない。

- ・ フリーランスへの成功報酬等は設けていない。
- ・ クリエイターへ印税を付けることとなった場合、その原資は、製作委員会から当社に支払われる制作印税となるが、制作印税を得られてもその率はまだ低く、収入として不安定であるので、なかなかクリエイターにまで還元できない。

<フリーランス>

◆成功報酬等を得たことがあるとする回答

- ・ 前に所属していた制作会社では、DVD の販売実績に応じて、フリーランスか社員かにかかわらず、エンドロールの最後の「監督・演出」で表示されている人物に二次利用料が支払われていた。算出方法の基礎は、DVD の販売枚数や、配信の視聴回数である。社員は 50%、フリーランスは 75% の報酬を得ることができる。当方であれば、二次利用料だけで、多い年で年間 200 万円の収入があった。当該収入のみで生活ができる人もいたと聞く。DVD から配信に移行するにつれ、収入は減っているが、今でも年間 20 万円程度は入ってくる。配信の場合は 1 回の視聴につき 1 円程度と大した金額ではないが、それでも配信の調子が良ければ魅力的な収入源である。(演出)
- ・ 一度だけ制作会社から追加で報酬(成功報酬)をもらったがある。下請制作会社に所属してある劇場版作品を担当した際、作品が大ヒットしたということで、アニメーター全員に後日 5000 円ずつ報奨金(成功報酬)が支払われた。(動画)

◆成功報酬等を得たことはないとする回答

- ・ 一部例外はあるが、基本的にフリーランスが成功報酬をもらえるようなことはないと思う。(原画)
- ・ 報酬単価と別にボーナスのようなものは、現在主に取引をしている制作会社からもらったことはない。(原画・作画監督)
- ・ 成功報酬については聞いたこともない。契約に規定されているものでもないと思われる。(脚本)
- ・ 作品がヒットしてもボーナスをもらったことはなく、そのような話も聞かない。(動画)
- ・ キャラデザとして印税などをもらえることはない。デザインしたキャラクターは契約で制作会社に権利譲渡することになっているため、作品制作以外では描けないし、買い切りのため二次利用料やロイヤリティをもらえるわけでもない。(原画・作画監督・キャラクターデザイン)

＜事業者団体＞

- ・ クリエイター個人に成功報酬を分配するには、各クリエイターの寄与度を考える必要があるが、使用する人材の多さ、業務の性質から、それは難しいのではないか。

イ フリーランス・事業者間取引適正化等法上、取適法上の考え方

(ア) 買ったとき

前記ア（ア）のとおり、報酬の水準については、職種によって傾向が異なるとみられるものの、約7割のフリーランスが報酬の水準が上昇していると回答しており、報酬の水準が上昇傾向にあるとみられる。しかし、物価の上昇に追いついていないなどの理由により、過半数のフリーランスが現在の報酬水準に満足していない。

このような状況が、直ちに、フリーランス・事業者間取引適正化等法又は取適法違反となるわけではないが、フリーランス・事業者間取引適正化等法の適用対象となる取引である場合には、制作会社が、フリーランスに対して、物価上昇などの状況を踏まえて、通常支払われる対価に比し著しく低い報酬の額を不当に定めることは、フリーランス・事業者間取引適正化等法上の問題（買ったとき）となる（フリーランス・事業者間取引適正化等法第5条第1項第4号）¹³¹¹³²。

また、フリーランス・事業者間取引適正化等法の適用対象でない場合も、取適法の適用対象となる取引である場合には、制作会社が、フリーランスに対して、物価上昇などの状況を踏まえて、通常支払われる対価に比し著しく低い報酬を不当に定めることは、取適法上の問題（買ったとき）となる（取適法第5条第1項第5号）。

(イ) 協議に応じない一方的な代金決定

前記ア（イ）のとおり、フリーランスに対するアンケート調査の回答からは、多くの制作会社が交渉には応じているとみられる一方で、制作会社及びフリーランスに対するヒアリング調査の結果からは、交渉の場があったとしても、協議が不十分な場合もあるとみられる。また、制作会社への制作印税が少ないことなども背景として、フリーランスへの成功報酬等の業務の対価以外の報酬も、限られた職種などの場合にのみ支払われているとみられる。

¹³¹ 業務委託の期間が1か月以上の場合（フリーランス・事業者間取引適正化等法第5条第1項、同施行令第1条）。以下フリーランス・事業者間取引適正化等法で定める禁止行為について同じ。

¹³² 制作会社が、フリーランスに対して、物価上昇などのコスト上昇分の取引価格への反映の必要性について、価格交渉の場において明示的に協議することなく、従来どおりに報酬を据え置くなどにより通常支払われる対価に比し著しく低い報酬の額を不当に定めることは、買ったときに該当し得る。（公正取引委員会「特定受託事業者に係る取引の適正化等に関する法律の考え方」（令和6年5月31日）第2の2（2）エ（ウ））

このような状況が、直ちに、取適法違反となるわけではないが、取適法の施行以後は、制作会社が、フリーランスの報酬について、フリーランスから成功報酬等も含めた価格協議の求めがあったにもかかわらず、協議に応じなかったり、必要な説明を行わなかったりするなど、一方的に代金（報酬）を決定する場合は、取適法上の問題（協議に応じない一方的な代金決定）となる（取適法第5条第2項第4号）。

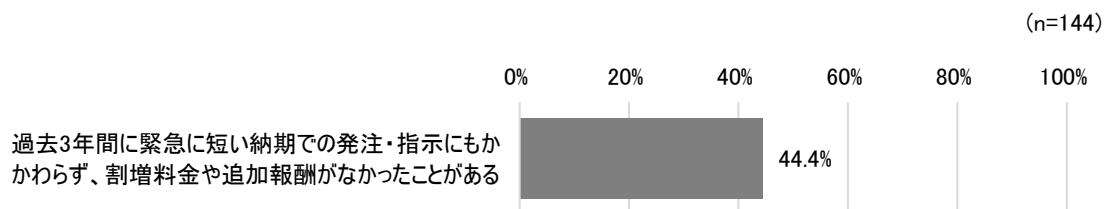
(3) 短納期発注

ア 実態

フリーランスに対するアンケート調査では、図3-61のとおり、過去3年間で「緊急に短い納期での発注・指示にもかかわらず、割増料金や追加報酬が支払われなかった」ことがあるとの回答が約4割あった。

ヒアリング調査では、制作会社から、「短納期でフリーランスに発注するのであれば特急料金を支払うことはある」との回答があり、フリーランスからは、「交渉すれば割増料金を上乗せしてくれる」との回答がある一方で、「割増料金が支払われることはない」旨の回答もあった。

図3-61 過去3年間に緊急に短い納期での発注・指示にもかかわらず、割増料金や追加報酬が支払われなかった経験の有無 ¹³³



※直近の3年間について、当該行為を一度でも受けたことがあるかフリーランスに回答を求めたもの
出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (39)】

<制作会社>

- 短納期でフリーランスに発注するのであれば特急料金を支払うことはある。作品の最終段階では人手を増やして人海戦術で仕上げる場合があるが、その分人件費も必要になるため、通常よりも割増した報酬額となるよう元請制作会社と交渉をしているし、フリーランスに発注する際も割増しの特急料金を支払う。

¹³³ 直近3年間で当該行為を受けたことがあると回答したフリーランスの割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

<フリーランス>

◆交渉を行えば割増料金が支払われる場合があるとする回答

- ・ 「明日までに仕上げて」のように急を要する発注の場合は、交渉して特急料金をもらうようにしているが、特急料金を上乗せしてくれない制作会社もある。上乗せできる場合は、特に動画は、他者の納品物のリテイクだと当日〆切で発注される場合があるが、2 倍程度単価を上げてもらっている。増額要求の根拠が明確なので、短納期の場合は比較的交渉しやすい。(動画)

◆短納期発注が行われても割増料金が支払われることはないとする回答

- ・ どれだけ急ぎの仕事であっても、夜中に稼働せざるを得ない仕事であっても、割増し料金というものはない。演出（絵コンテ等）が決まらないという理由で作画工程に来る前に多くの時間が使われることがあるが、放送に間に合わせるために、作画工程のアニメーターに深夜作業が発生することになる。そのため、そのような指示をしないか、割増し料金を支払うかして、アニメーターをスケジュールや予算の調整弁とする慣習を改善してほしい。(動画・原画)

イフリーランス・事業者間取引適正化等法上、取適法上の考え方

前記アのとおり、短納期発注が行われた場合にフリーランスに対して割増料金が支払われない場合が一定程度あるとみられる。

フリーランス・事業者間取引適正化等法の適用対象となる取引である場合には、制作会社が、通常よりも短納期の発注を行う場合に、フリーランスに発生する費用増を考慮せずに通常の対価に比し著しく低い報酬の額を不当に定めることは、フリーランス・事業者間取引適正化等法上の問題（買ったたき）となる（フリーランス・事業者間取引適正化等法第 5 条第 1 項第 4 号）。

フリーランス・事業者間取引適正化等法の適用対象でない場合も、取適法の適用対象となる取引である場合には、制作会社が、短納期発注を行う場合に、通常の対価に比し著しく低い代金を不当に定めることは、取適法上の問題（買ったたき）となるほか（取適法第 5 条第 1 項第 5 号）、制作会社が、フリーランスから短納期発注についての価格協議の求めがあったにもかかわらず、協議に応じなかったり、必要な説明を行わなかったりするなど、一方的に代金（報酬）を決定する場合は、取適法上の問題（協議に応じない一方的な代金決定）となる（取適法第 5 条第 2 項第 4 号）。

2 取引の履行過程

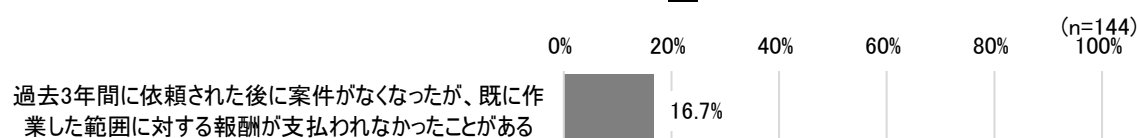
(1) 発注取消し

ア 実態

フリーランスに対するアンケート調査では、図3-62のとおり、過去3年間に「依頼された後に案件がなくなったが、既に作業した範囲に対する報酬が支払われなかった」ことがあるとの回答が約2割あった。

ヒアリング調査では、フリーランスから、「準備作業を進めていた段階で発注を取り消されたが、着手していた分の報酬は出なかった」との回答があった。また、「発注が取り消されたことによって空いてしまった期間に他の仕事をすぐに見つけることはできないため、急に仕事を取り消されてしまうと生活が立ち行かなくなる」との回答もあった。

図3-62 過去3年間に依頼された後に案件がなくなったが、既に作業した範囲に対する報酬が支払われなかった経験の有無¹³⁴



※直近の3年間について、当該行為を一度でも受けたことがあるかフリーランスに回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (40)】

<フリーランス>

◆発注取消し後既に作業した範囲に対する報酬が支払われなかったとする回答

- 制作会社から業務の発注があり、素材を渡されて、数日間準備作業を進めていた段階で、突然発注を取り消されたことがあった。絵を描き始める前に絵コンテや素材の確認等を行う必要があるところ、既に確認に着手していたのにその分の報酬は出なかった（補償も無かった。）。また、発注時に示されていた作業期間は他の案件を断っていたが、発注取消しにより予定が空いてしまい、代わりの仕事も見つけれず、その期間収入がなかった。（動画・原画）

◆発注取消しにより損失が発生したとする回答

- 制作会社から発注を取り消されたことがある。制作会社から最初に提示されたスケジュールを空けていたものの、数か月経っても仕事が来なかつ

¹³⁴ 直近3年間で当該行為を受けたことがあると回答したフリーランスの割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

たため、制作会社に確認をしたところ、作品の制作自体が無くなったことを知らされた（数か月間仕事が無くなったことを知らされなかった）。制作会社からは補償も何も無かった。そもそも、仕事が依頼された段階で契約書等書面を要求したものの、無視されて書面を交わすことはできなかった案件であり、泣き寝入りするしかなかった。（色指定検査・色彩設計）

- 色彩設計は、作画工程の2年ほど前の企画段階から携わる職種であり、発注が取り消されたことによって空いてしまった期間に他の仕事をすぐに見つけることはできないため、急に仕事を取り消されてしまうと生活が立ち行かなくなることもある。（色指定検査・色彩設計）

イ フリーランス・事業者間取引適正化等法上、取適法上の考え方

前記アのとおり、フリーランスに対するアンケート調査及びヒアリング調査では、一部の取引において発注が取り消され、既に行った作業に対する報酬や他の案件で穴埋めできない期間に対する補償が支払われなかった旨の回答があった。

フリーランス・事業者間取引適正化等法の適用対象となる取引である場合には、制作会社が、フリーランスの責めに帰すべき事由がないのに発注を取り消し、フリーランスが行った作業に掛かる費用等を負担せずに、フリーランスの利益を不当に害する場合は、フリーランス・事業者間取引適正化等法上の問題（不当な給付内容の変更）となる（フリーランス・事業者間取引適正化等法第5条第2項第1項）。

なお、フリーランスの責めに帰すべき事由がないのに直前で業務委託をキャンセルしたことにより、フリーランスが別の業務を実施することを不可能にさせたときは、制作会社は、直前までにフリーランスが行った作業が無駄になった分の費用を負担するだけでなく、フリーランスに対し、当該業務委託の「報酬の額」相当額の支払を行わなければ、給付内容の変更によりフリーランスの利益を不当に害したとして本法上問題となるおそれがある点に留意が必要である¹³⁵。

さらに、フリーランス・事業者間取引適正化等法の適用対象でない場合も、取適法の適用対象となる取引である場合には、制作会社が、フリーランスの責めに帰すべき理由がないのに発注を取り消し、フリーランスが行った作業に掛かる費用等を負担せずに、フリーランスの利益を不当に害する場合は¹³⁶、取適法上の問題（不当な給付内容の変更）となる（取適法第5条第2条第3号）。

¹³⁵ 公正取引委員会「特定受託事業者に係る取引の適正化等に関する法律に基づく指導について（別紙2 フリーランス・事業者間取引適正化等法第5条の各規定に関する留意点）」（令和7年12月10日公表）参照

¹³⁶ 前記第1の2（1）イのとおり、フリーランスの利益を不当に害したといえるかは、給付内容の変更ややり直しによって、フリーランスが費用を負担することなどにより生じた損失や、これに対し制作会社が負担した費用の額等を総合的に考慮し、フリーランスに不利益が生じたといえるかで判断する点に留意が必要である。給付内容の変更ややり直し

(2) 報酬の追加支払

ア 実態

前記第1の2(2)(ア)ア及び第2の2(2)ア(ア)のとおり、アニメ制作では、製作委員会・元請制作会社間の取引及び元請制作会社・下請制作会社間の取引のいずれにおいても、多くの場合で追加の費用が必要となることがあるとみられる。追加の費用が生じた理由としては、制作期間が延長したため、当初合意した内容から追加作業が生じたため、リメイク作業のためといった理由が挙げられており、このような場合には、フリーランスへの業務委託期間の延長や追加作業の依頼等を要する場合があると考えられる。フリーランスへの業務委託期間の延期・延長や追加作業の依頼等がある場合のフリーランスへの支払状況等について、フリーランスに対してアンケート調査及びヒアリング調査を行ったところ、以下のとおりであった。

(ア) 期間延期・延長

フリーランスに対するアンケート調査では、図3-63のとおり、過去3年間に、自身に「責任がなく作業期間が延期したが、追加報酬がなかった」ことがあるとの回答は3割弱あった。

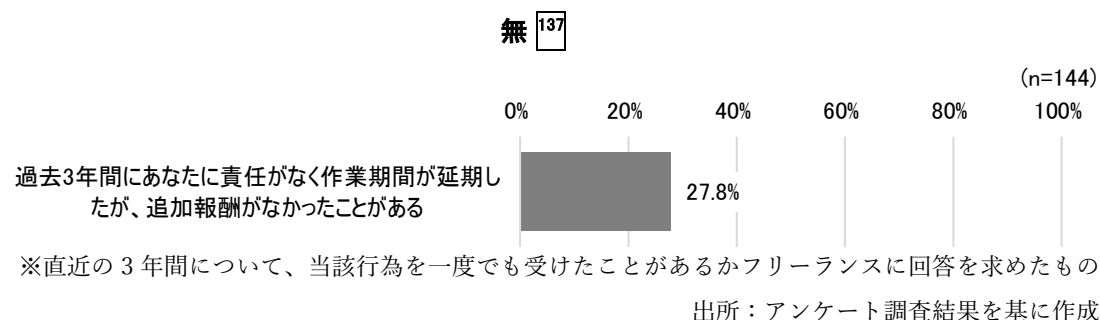
ヒアリング調査では、フリーランスから、「月額固定報酬のフリーランスとしては、延長されてもその分報酬が継続して支払われるため、報酬面でデメリットはない」など追加報酬が支払われたとする回答と、「1話単位の報酬となる職種の場合は、制作期間が延長すると、増額なく拘束期間が伸びるため、延長した分報酬価値が相対的に下がる」など追加報酬が支払われなかったとの回答があった。

のためにフリーランスに生じた費用や損失を制作会社が負担するなどにより、フリーランスの利益を不当に害しないと認められる場合には問題とならない。

なお、トラブル防止の観点から、制作会社及びフリーランスは、役務提供委託がキャンセルになった場合に、制作会社からフリーランスに対する金銭の支払いの有無及び金額を、(いわゆるキャンセルポリシー等の方法により)あらかじめ定めることが考えられる。この際、当該支払いの有無及び金額の定めによっては、買いたたき又は不当な給付内容の変更としてフリーランス・事業者間取引適正化等法違反となり得る点に留意が必要である。

また、製造委託又は情報成果物作成委託にあっては、あらかじめ上記のようなキャンセルポリシーを定めていたとしても、既に物品や情報成果物が完成している場合には、フリーランスの責めに帰すべき事由がない限り、当該物品等を受領した上で、あらかじめ定めた支払期日までに報酬を支払う必要がある。

図3-63 過去3年間に自身に責任がなく作業期間が延期したが、追加報酬がなかった経験の有



【ヒアリング抜粋（41）】

<フリーランス>

◆制作期間の延長に伴う追加報酬等が支払われた例

- ・ 月額固定報酬のフリーランスとしては、延長されてもその分報酬が継続して支払われるため、報酬面でデメリットはない。（原画・作画監督・キャラクターデザイン）
- ・ 業務に関わる時期が1か月延び、制作会社から空いた1か月間で急遽別の仕事を依頼され、やったことがある。先方の都合による変更だったため、本来の業務を行っていなかった期間についても、もともと決まっていた報酬が支払われた。（原画）
- ・ 延長した1か月分、自分を含むフリーランスへの報酬が支払われているということであるので、制作会社としては当初想定していた費用よりも1か月分の人件費が余計に掛かっているということである。（原画）
- ・ 制作期間の変更により、1か月制作開始が遅れた現場があったが、その際は、制作会社が作画監督の人数を増やして、制作スケジュールの1か月の遅れを取り戻したことがある。私が作画監督として行った業務は、作画監督が増員された分、当初割り振られる予定だったものより、業務が減ったのだが、最初に契約したとおりの報酬が支払われた。（原画）

◆制作期間の延期・延長に伴う追加報酬等が支払われなかった例

- ・ 1話当たりの単価となる動画検査では、制作期間が延長すると、増額なく拘束期間が伸びるため、延長した分報酬価値が相対的に下がる。また、業務終了前は支払請求できないので、延長すれば生活費が不足することもあり得る。知り合いは、延長に次ぐ延長で請求できず、貯金を切り崩して何とか生活していた。（原画・作画監督・キャラクターデザイン）

¹³⁷ 直近3年間で当該行為を受けたことがあると回答したフリーランスの割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

- ある作品の現場では、制作会社から依頼の際に提示された作業期間から、前工程の遅延等により半年程度作業期間が長引いたことがある。本来であれば間に入れることができた他社の2～3作品ほど新規の仕事を断ることになった。その現場の色指定検査の1話当たりの単価は当初提示された3か月の作業期間に対してでは相場よりも高い方であったが、期間延長によって最終的に9か月も拘束されることとなったため、実質的な報酬は3分の1に目減りしてしまった。適切にスケジュール遅延の連絡を受けられず遅延期間も長期となったためさすがに容認できなかったことから、報酬の上乗せ交渉したところ、追加で10万円支払われることとなったが、それでも見合った報酬にはならない。(色指定検査)
- 制作期間は発注時に制作会社から提示されるものの、最終的に半年から1年の遅れが発生することが多い。作業着手しているものの、前の工程の作業の完了を待っている期間分の遅延が発生する。月拘束であれば待機期間中も報酬が出るのであろうが、色彩設計の報酬は作品単位(色指定検査は1話単位)であるため、期間が延びた分相対的に報酬は減ってしまう。そのため、待機分の報酬は欲しいと思い交渉することもあるが、制作会社と交渉しても受け入れてくれない。(色指定検査・色彩設計)
- 制作会社からは、制作委託費が足りていないから無理と言われる。その代わり、次の作品を紹介すると約束されることもあるが、単に他の期間の作品が紹介されるだけでその作品でも仕事をした対価としての報酬を適正に受け取るだけであるので、補償にはなっていない。しかも、その約束が守られないことも往々にしてある。(色指定検査・色彩設計)

<情報提供フォーム>

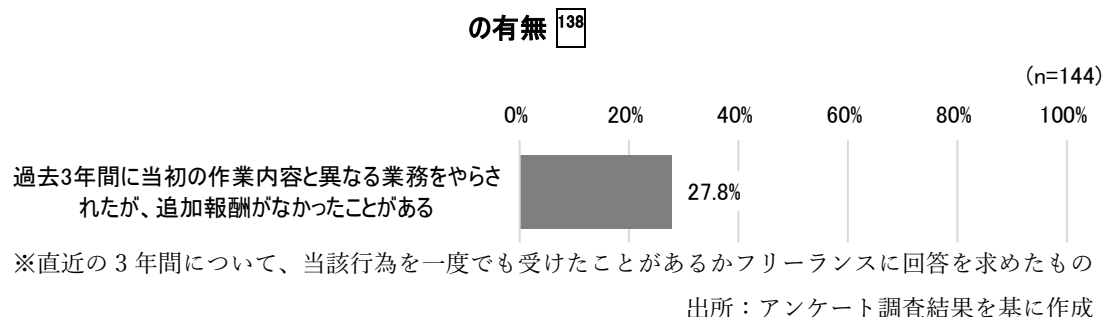
- 某社はスケジュールを前倒しし、アニメーターに圧力をかける上に、第一原画と第二原画の作業間で数か月待たされることがあり、その間の補償がない。結局、第一原画分の報酬しか受け取れなかった。
- スケジュール遅延による実質的な報酬減額や不当なリテイクがあり、業務負担が大きい。

(イ) 当初の給付内容と異なる作業の追加

フリーランスに対するアンケート調査では、図3-64のとおり、過去3年間に「当初の作業内容と異なる他の業務をやらされたが、追加報酬がなかった」ことがあるとの回答は3割弱あった。

ヒアリング調査では、フリーランスから、「当初契約した職種が本来しない作業についても担当したが、その分の追加報酬は無かった」旨の回答があった。

図3-64 過去3年間に当初の作業内容と異なる他の業務をやらされたが、追加報酬がなかった経験



【ヒアリング抜粋 (42)】

<フリーランス>

◆当初の給付内容と異なる作業をしたが、追加報酬が支払われなかった例

- TP 修正（デジタルペイント後の画像修正）では、原画を丸ごと描き直すレベルの修正や動画が不十分で中割り（原画と原画のモーションをつなぐ一連の絵）を描かされたりすることもある。ただ、このように他セクションの未熟な作業の尻拭いをさせられる場合であっても、TP 修正としての一律の単価しか支払われず、追加報酬は無い。（色指定検査・色彩設計）
- 色彩設計の業務の範疇ではない業務を監督から名指しで依頼されて行ったことがあるが、制作会社から追加報酬はもらえなかった。監督の指名はクリエイターとしては嬉しいが、制作会社のプロデューサーは私が色彩設計とは異なる業務を行っていることは知りつつ、報酬に関しては見て見ぬふりという態度で支払われなかった。（色指定検査・色彩設計）
- 本来は仕上げ部分（TP のペイント部分）の修正は動画検査の業務の範囲ではないのだが、スケジュールがひっ迫している場合は動画と同時に進めなければ間に合わないことは理解しているし、仕上げ分の修正に対する報酬もちゃんと生じているため、不満はない。ただし、動画部分の修正については、通常は作画監督が行う範囲まで修正をさせられることがある。動画検査の業務は、通常、線のゆがみ等の作画の演出を変えない範囲を修正するものであるが、作画監督の範囲、つまり、キャラクターの表情などの書き直しもやらされるということである。作画監督としての報酬は出ないのに、なぜ動画検査の私がそこまでやらなければならないのかと思う。（動画検査）
- 第二原画の案件を受けたが、締切りに間に合わないということで本来作画監督が行う業務（第一原画の修正）も作業をさせられたことがある。発注

¹³⁸ 直近3年間で当該行為を受けたことがあると回答したフリーランスの割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

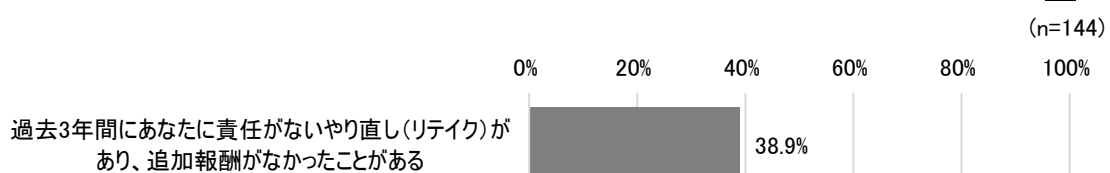
された第二原画の範囲以上の業務であったにもかかわらず、第二原画の作業単価しか支払われなかった。(動画・原画)

(ウ) やり直し(リテイク)

フリーランスに対するアンケート調査では、図3-65のとおり、過去3年間に自身に「責任がないやり直し(リテイク)¹³⁹があり、追加報酬がなかった」ことがあるとの回答は4割弱あった。

ヒアリング調査では、フリーランスから、「実質的に2話数分の作業を行ったのだが、報酬は当初に決めた1話分の単価しかもらえなかった」、「以前は制作会社やフリーランス側の^か瑕疵^とを指摘する程度のリテイクであったが、近頃は神回にしてくださいというような曖昧なリテイクが増えており、その分の追加報酬はもらえない」旨の回答があった。一方で、「リテイクの原因は自身の実力が足りていないからである」と考えることが多い旨の回答もあった。

図3-65 過去3年間に自身に責任がないやり直しがあり、追加報酬がなかった経験の有無¹⁴⁰



※直近の3年間について、当該行為を一度でも受けたことがあるかフリーランスに回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋(43)】

<フリーランス>

◆やり直しがあり追加報酬が支払われなかった例

- ある制作会社の仕事では、海外に発注した作画の低クオリティが原因で、1話分まるまるリテイクとなったことがある。私は色指定検査として、制作会社の依頼でリテイクに応じ、実質的に2話数分の作業を行ったのだが、報酬は当初に決めた1話分の単価しかもらえなかった。(色指定検査)
- 作画打合わせのとおり作業したにもかかわらず、現在の考えと違うからといってやり直しを要求された。こうした自分に責任がないリテイクで

¹³⁹ 成果物の納品として承認された後にやり直しをさせられた、趣旨が不明確な指示で過度にやり直しをさせられた、当初の指示内容とは違った内容のやり直しをさせられたことを含む。

¹⁴⁰ 直近3年間で当該行為を受けたことがあると回答したフリーランスの割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

は、新たに1カット分の単価が発生するはずだが、追加費用は支払われなかった。(原画・作画監督)

- ・ クライアントリテイク（製作委員会によるリテイク）の際の追加報酬は出ない。作画監督は絵の品質担保をする役割であり、クライアントリテイクはその品質の担保に失敗したことと同義であるというのが製作委員会の理屈であり、そのリカバリー作業だと認識されているためである。しかし、クライアントリテイクは理不尽な内容が多く、前の工程の段階で製作委員会から承諾を得ていたにもかかわらず、「キャラクターの顔がかわいくないのでもう少しかわいくして」などと、漠然としたリテイク指示もある。(原画・作画監督・キャラクターデザイン)
- ・ 原作者の意向に沿っていないことを理由にリテイクの要求を受けることはある。原作者がこだわっているのではなく製作委員会が原作者に忖度をしているだけの場合もある。(キャラクターデザイン・総作画監督)
- ・ 近年、ある作品で製作委員会側からのリテイクが急に増えだした。以前までは、作中のキャラクターに角がないなどの制作会社の^か瑕疵に対する指摘程度であったものが、製作委員会がクオリティを求めるようになり、「勢いがもっと欲しい」、「神回にしてください」といったような曖昧な指摘でリテイクが要求されるようになっている。(動画)
- ・ 脚本を作る過程でリテイクは5～6回程度は当然に発生するが、通常の回数を超えるリテイクが時に生じることがある。その際に追加報酬は発生しない。(脚本)
- ・ リテイクが何度も来るという経験もあった。通常作画監督が修正するようなものを、原画に修正をまわされたというものであった。第三者を交えて話し合ったところ、若手の技術向上のため指導を目的としたリテイクを出すということより、他の仕事でイライラしていたので八つ当たりのリテイクを出していたというものであった。(原画)

◆やり直しがあり追加報酬が支払われた例

- ・ 仕上げに関しては、担当範囲の色塗りの仕事に不十分な点があった場合には、無償で修正作業をしている。映像化された後には、色塗りのリテイク作業費は支払われる。(色指定検査)

◆その他

- ・ リテイクによる作業は増加してもその分の報酬は出ず、休みが無い状態が続くので、制作会社に対して交渉はする。しかし、制作会社のプロデューサーからは、製作委員会に「リテイクするならスケジュールを伸ばしてほしいし、制作委託費を増額してほしい」と交渉しても叶わず、むしろ「それ

なら（制作）会社を変えますよ」と脅されるくらいであるから、フリーランスにも追加報酬や休みを出せないと言われている。リテイクによりフリーランスを増員することがあり、追加の制作委託費が製作委員会から出なくても制作会社のコストは増えているはずであるので、この点に関しては制作会社も被害者であるのだとは感じる。（動画・原画）

- ・ リテイクの問題は、①理不尽なリテイクがなされること、②監督が原稿を採用する条件が不明確であることにありと感じている。今後は、リテイクの基準を明確にするとか、Fix した原稿をリテイクした場合は追加の報酬を支払うなどの取り決めが必要ではないか。（脚本）
- ・ ある制作会社の色指定検査の仕事で、自工程にきた確認対象の素材のクオリティが低く、ほぼ全カットがリテイクとなり、第一原画からやり直しが必要となったカットもかなりの数になった。報酬にリテイク費用も含まれているとはいえ実質 1 話数当たりの単価で倍量の仕事をする事となった。この仕事の後、同社から次の作品の色指定検査の仕事依頼があったが、前回に作業した作品の制作状況・クオリティの酷さから、「リテイク作業が総作業カット数の 2/3 を超えたら補償として 2 万円程度上乗せしてくれないか」と交渉したところ、依頼自体がなくなってしまった。同社の報酬は、元々、色指定検査の単価が他社の単価よりも低い金額であった。「2 万円」の追加を提示したとしても他社の単価より低い金額であること変わらないので、受け入れてもらえるだろうと思ったのだが、依頼自体を取り消された。（色指定検査）

<事業者団体>

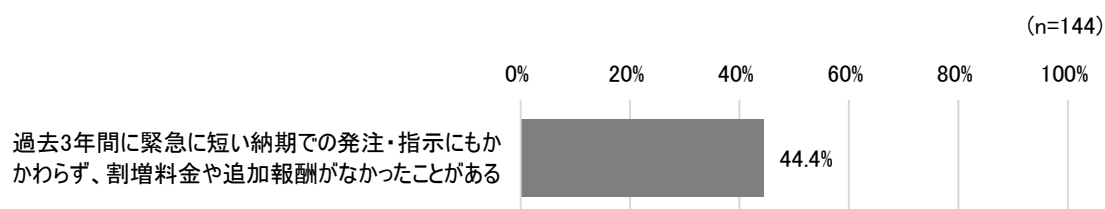
- ・ 原画マンなどのフリーランスが制作会社からリテイクの要求を受けることは通常なく、修正が必要であれば、作画監督やチェッカーが直接修正していることが多い。
- ・ 絵コンテなどは、作画監督などからリテイクを求められることはあるが、1 アニメ 1 人しかいない重要な役割であるため、仕事の性質上リテイクが前提となっており、リテイクさせたとしても問題とはならない。

(Ⅰ) その他の給付内容の変更

フリーランスに対するアンケート調査では、図 3-61 のとおり、過去 3 年間に「緊急に短い納期での発注・指示にもかかわらず、割増料金や追加報酬が支払われなかった」ことがあるとの回答は約 4 割あった。また、図 3-66 のとおり、過去 3 年間に「契約時間外の稼働を求められたが、追加報酬がなかった」ことがあるとの回答は約 2 割あった。

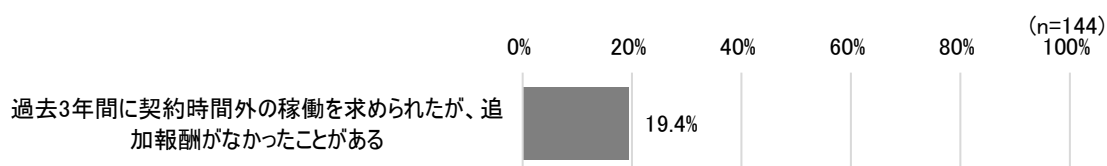
ヒアリング調査では、フリーランスから、「作業期間が短縮されても割増料金が支払われることはない」旨の回答があった。

(再掲図3-61) 過去3年間に緊急に短い納期での発注・指示にもかかわらず、割増料金や追加報酬が支払われなかった経験の有無¹⁴¹⁾



※直近の3年間について、当該行為を一度でも受けたことがあるかフリーランスに回答を求めたもの
出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-66 過去3年間に契約時間外の稼働を求められたが、追加報酬がなかった経験の有無¹⁴²⁾



※直近の3年間について、当該行為を一度でも受けたことがあるかフリーランスに回答を求めたもの
出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (44)】

◆作業期間が短縮されても割増料金が支払われなかったとする例

- 前工程のチェックの期間が長く、ようやく第二原画の作業に着手する際に、第二原画の作業完了を数日で終わらせるよう指示が出ることがあるなど、当初提示されたスケジュールよりも短い納期となることがある。その際は、交渉すれば単価を上げてくれることもあるが、こちらから言わないとならず、先方から言い出してくれることはまずない。(動画・原画)
- 動画検査の1話当たりの作業期間は3か月であるが、多くの場合でスケジュールは遅延し、ひどい場合だと作業期間が1か月よりも短くなる。仕事量が変わるわけではないので、1日に行う作業量が増え、例えば「明日の朝までお願いします」などと深夜稼働を強いられることになるが、そうなくても特急料金など報酬が増えることはない。(動画検査)

¹⁴¹ 直近3年間で当該行為を受けたことがあると回答したフリーランスの割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

¹⁴² 同上

- ・ 急務の作業や納期の早期化により作業が忙しくなることはあるが、それにより追加報酬が支払われることはない。「次月下旬までに納品する予定が今週中締切りへ変更するので優先で作業をお願いします」などと突然言われることがよくあるが、その分の特急料金のようなものももらったことはない。(原画・作画監督・キャラクターデザイン)

イ フリーランス・事業者間取引適正化等法上、取適法上の考え方

前記アのとおり、フリーランスに対するアンケート調査及びヒアリング調査においては、必ずしも多数というわけではないが、フリーランスの責めに帰すべき事由がない状況の下で、期間延期・延長、当初の給付内容と異なる作業の追加、やり直し（リテイク）、その他の給付内容の変更があり、追加報酬等が支払われなかったことがあるとの回答があった。

この点、フリーランス・事業者間取引適正化等法の適用対象となる取引である場合には、制作会社が、フリーランスの責めに帰すべき事由がないのに、制作期間の延期・延長、当初の契約内容と異なる業務、やり直し（リテイク）等を行わせることによって、フリーランスに追加の稼働が発生した際に、制作会社が追加報酬を支払わない等、フリーランスの利益を不当に害する場合はフリーランス・事業者間取引適正化等法上の問題（不当な給付内容の変更及び不当なやり直し）となる（フリーランス・事業者間取引適正化等法第5条第2項第2号¹⁴³⁾）。

フリーランス・事業者間取引適正化等法の適用対象でない場合も、取適法の適用対象となる取引である場合は、制作会社が、フリーランスの責めに帰すべき理由がないのに、制作期間の延期・延長、当初の契約内容と異なる業務、やり直し（リテイク）等を行わせることによって、フリーランスに追加の稼働が発生した際に、制作会社が追加の報酬を支払わない等、フリーランスの利益を不当に害する場合には取適法上の問題（不当な給付内容の変更及び不当なやり直し）となる（取適法第5条第2項第3号¹⁴⁴⁾）。

なお、やり直し（リテイク）については、アニメ制作のような情報成果物の作成委託においては、成果物が委託内容を満たして受領基準に達しているかどうかは、制作会社ひいては製作委員会等の価値判断等により評価される面があり、事前に明確に発注書等に検査基準等を記載することが不可能な場合がある。このように、基準等が曖昧な中で、コミュニケーションが不十分で作業内容の理解が異なった結果、フリー

¹⁴³ フリーランスの責めに帰すべき事由がなく、制作期間の延期・延長を行わせることにより、フリーランスに追加の稼働が発生したにもかかわらず、制作会社が追加報酬を支払わない等、フリーランスの利益を害する場合には、報酬の減額にも該当し得る（フリーランス・事業者間取引適正化等法第5条第1項第2号）。

¹⁴⁴ フリーランスの責めに帰すべき理由がなく、制作期間の延期・延長を行わせることにより、フリーランスに追加の稼働が発生したにもかかわらず、制作会社が追加報酬を支払わない等、フリーランスの利益を害する場合には、代金の減額にも該当し得る（取適法第5条第1項第3号）。

ランスの納品物のクオリティが要求水準から乖離している場合がある等、責任の所在が曖昧なケースもあると考えられる。ヒアリング調査においても、フリーランスから、追加報酬の支払をしてもらえるかどうかの基準は曖昧であり、交渉は難しい旨の回答があった。

このような場合において、制作会社が成果物の受領の前後を問わず、必ずしも事前に明確にできなかったが、フリーランスの給付の内容が当初委託した内容と異なる等とし、やり直し等をさせる際に、その費用について一方的に負担割合を決定してフリーランスの利益を不当に害してはならず、制作会社がやり直し等をさせるに至った経緯等を踏まえ、フリーランスと十分な協議をした上で合理的な負担割合を決定する必要がある。

(3) 減額、支払遅延・不払等

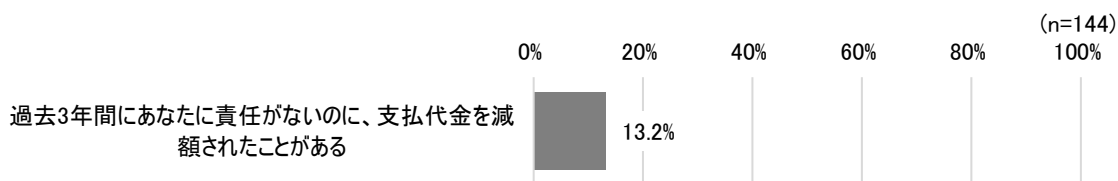
ア 実態

(ア) 減額

フリーランスに対するアンケート調査では、図3-67のとおり、過去3年間に自身に「責任がないのに、支払代金を減額された」ことがあるとの回答は1割強あった。

ヒアリング調査では、フリーランスから、「当初約束された報酬の半額しか支払われなかった」、「インボイス登録していないという理由で、消費税分を減額された」旨の回答があった。

図3-67 過去3年間に自身に責任がないのに、支払代金を減額された経験の有無¹⁴⁵



※直近の3年間について、当該行為を一度でも受けたことがあるかフリーランスに回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (45)】

<フリーランス>

- 私の責任ではなく制作会社の都合でヘルプ（助手）を付けざるを得なくなった際、私の報酬からヘルプ費用を補填するということで、当初合意していた単価から数万円減らされた。（色指定検査）

¹⁴⁵ 直近3年間で当該行為を受けたことがあると回答したフリーランスの割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

- 契約期間を定めた半拘束で請けた際に、最終月の報酬が支払われなかったことがある。月額報酬が決まっており、数か月に渡って作業に従事した。最終月分の納品をしたが、支払われなかった。「数か月に渡ってかなりの額の報酬を支払ったから」という理由で突っぱねられたが、そもそも月額報酬が決まった半拘束であり、最終月もきちんと納品していたばかりか、契約当初の想定よりも全体的に作業量がかなり多かったこともあり納得がいかなかった。(作画監督・キャラクターデザイン)
- フリーランスがインボイス登録を行っていない場合、登録していないことを理由として報酬の減額をしてくる制作会社は一定程度存在する。(色指定検査)
- 制作会社への請求時に、振込手数料を負担してもらう旨を記載した上で請求書を発行しているにもかかわらず、振込手数料を報酬から勝手に差し引かれることがある。最初の契約条件で振込手数料について言及されることはない。(色指定検査・色彩設計)

<情報提供フォーム>

- 某社が一方的に消費税分を支払わないと通告してきた。契約できるのがここしかないため、取引先変更が困難である。
- 事前に提示された報酬が製作費の都合で減額され、責任や報酬が曖昧にされる。

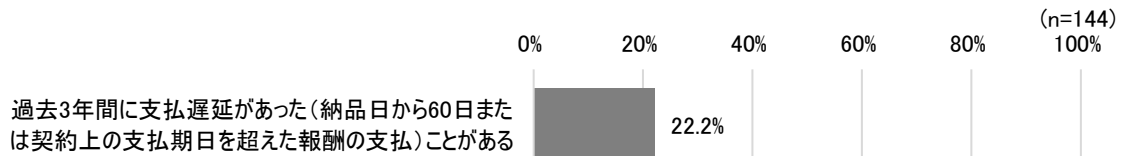
(イ) 支払遅延・不払

フリーランスに対するアンケート調査では、図3-68のとおり、過去3年間に「支払遅延（納品日から60日又は契約上の支払日を超えた報酬の支払）があった」ことがあるとの回答は約2割あった。

ヒアリング調査では、支払遅延について、フリーランスから、「制作会社の資金繰りの影響で報酬の支払が1か月ほど遅れたことがある」といった回答があった。

また、不払について、フリーランスから「作業完了後に納品しても報酬が支払われなかったことがある」旨の回答があった。

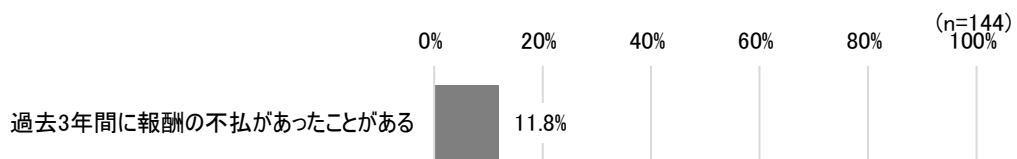
図3-68 過去3年間に支払遅延があった経験の有無¹⁴⁶



※直近の3年間について、当該行為を一度でも受けたことがあるかフリーランスに回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

図3-69 過去3年間に報酬の不払があった経験の有無¹⁴⁷



※直近の3年間について、当該行為を一度でも受けたことがあるかフリーランスに回答を求めたもの

出所：アンケート調査結果を基に作成

【ヒアリング抜粋 (46)】

◆支払遅延

<フリーランス>

- 制作会社からの報酬の支払いが、制作会社の資金繰りの悪化ということで支払期日から遅れたことがある。また、別の会社でも支払が遅れていたことが発覚し、未入金について担当の制作進行に連絡をしたが、返答がないなど不払とされてしまいそうな不信感を持ったことがある。その時は、その制作進行の上長に直接連絡をして対応してもらえたのだが、結果的に支払が2か月程度遅れた。(色指定検査)

◆不払

<フリーランス>

- 納品したにもかかわらず、数話分の報酬が支払われなかったことがある。私の業務に^{かし}瑕疵があったわけではない。制作会社に支払について確認しても理由は説明されず、その後いきなり音信不通となった。この作品では、契約書もなく、口頭でのやりとりだけであったため、泣き寝入りするしかなかった。この作品は遅延等により長期間携わった作品で、平行して他の仕

¹⁴⁶ 直近3年間で当該行為を受けたことがあると回答したフリーランスの割合を算出しており、取引件数に占める当該行為の発生割合を示すものではない。

¹⁴⁷ 同上

事を請けることもできなかったため、収入の無い期間が長く続き、一定期間生活保護を受けざるを得ない状況になった。(色指定検査・色彩設計)

- ・ 制作会社自体が潰れたり、会社間のトラブルに巻き込まれるなどで、業務を行ったにもかかわらず報酬が支払われなかったりしたことがある。(色指定検査・色彩設計)
- ・ 制作会社から、月額報酬と説明を受けていたにもかかわらず、一部期間無報酬とされたことがある。口約束で書面も無かったため、請求の段階で先方から支払いませんと伝えられ、泣き寝入りせざるを得なかった。(原画・作画監督・キャラクターデザイン)

<情報提供フォーム>

- ・ 特定技術を用いたアニメ化プロジェクトにおいて無理な条件を強要された。結局、某社都合で最終的にプロジェクトを中止し、報酬未払となった。
- ・ 某社でのアイデア出しにおいて、報酬が支払われない問題がある。

イ フリーランス・事業者間取引適正化等法上、取適法上の考え方

(ア) 減額

フリーランスに対するアンケート調査及びヒアリング調査では、一部ではあるが、フリーランスから、納品後に当初合意のあった金額から減額された代金が支払われたことがある、振込手数料分を減額されたことがあるとの回答があった。

フリーランス・事業者間取引適正化等法の適用対象となる取引である場合には、制作会社が、フリーランスの責めに帰すべき事由がないのに、業務委託時に定めた報酬の額を減ずることはフリーランス・事業者間取引適正化等法上の問題（報酬の減額）となる（フリーランス・事業者間取引適正化等法第5条第1項第2号）。

また、フリーランス・事業者間取引適正化等法の適用対象でない場合も、取適法の適用対象となる取引である場合、制作会社が、フリーランスの責めに帰すべき理由がないのに、代金（報酬）を減ずることは取適法上の問題（代金の減額）となる（取適法第5条第1項第3号）。

(イ) 支払遅延・不払

フリーランスに対するアンケート調査及びヒアリング調査では、一部ではあるが、フリーランスから、支払期日に遅れて支払われたことがあるとの回答があった。

フリーランス・事業者間取引適正化等法の適用対象となる取引である場合には、制作会社が、フリーランスの給付の内容について検査をするかどうかを問わず、受領日（フリーランスから成果物を受領した日）から起算して60日以内のできる限り短い期間内において定めた支払期日の経過後なお報酬を支払わない場合はフリ

ーランス・事業者間取引適正化等法上の問題（期日における報酬支払義務違反）となる（フリーランス・事業者間取引適正化等法第4条第5項）。

フリーランス・事業者間取引適正化等法の適用対象でない場合も、取適法の適用対象となる取引である場合には、制作会社が、フリーランスへの代金（報酬）を、その支払期日の経過後なお支払わない場合は取適法上の問題（支払遅延）となる（取適法第5条第1項第2項）。

第4章 公正取引委員会の対応

本調査の結果、取引条件の明示、取引対価の設定等に関して、製作委員会等の発注者と元請制作会社との間の取引や、元請制作会社と下請制作会社との間の取引において、取適法上又は独占禁止法上問題となり得る行為が、また、制作会社とフリーランスとの間の取引において、フリーランス・事業者間取引適正化等法上又は取適法上問題となり得る行為が、それぞれみられた。

公正取引委員会は、これらの独占禁止法、取適法、フリーランス・事業者間取引適正化等法（以下、これらを併せて「独占禁止法等」という。）上問題となる行為の未然防止のため、本調査結果を公表するとともに、製作委員会の構成事業者、制作会社、フリーランスに係る各関係事業者団体等に対して、本報告書の内容について周知を行った。

公正取引委員会は、本報告書で示された問題の解決に向けた取組が進められるよう、関係省庁と連携しつつ、引き続き、必要なコミュニケーションを取りながら関係事業者による取組の進捗を注視していく。また、本報告書で指摘した独占禁止法等上の問題となり得る行為を含め、製作委員会等の発注者からフリーランスに至るまでの各取引段階の事業者を対象とした独占禁止法等上の問題について注視するとともに、独占禁止法等の違反行為に対しては厳正・的確に対処していく。

今後、コンテンツ産業活性化戦略（令和7年6月13日閣議決定「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画 2025年改訂版」において策定・明記）も踏まえ、本報告書の内容を基に独占禁止法等及び競争政策上の具体的な考え方を示す指針を策定、公表する予定である。