

# **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**

**公正取引委員会事務総局**



## 目次

第1 調査の趣旨，方法等.....	1
1 調査の趣旨.....	1
2 調査方法等.....	1
第2 市場の概要.....	2
1 アニメーションとは.....	2
2 アニメ作品の一次利用と二次利用.....	2
3 アニメ産業の市場規模.....	3
4 アニメ作品の制作工程.....	3
5 アニメ産業の関係者.....	4
6 アニメ作品を巡る取引の流れ.....	6
7 アニメ産業の現状.....	9
第3 アニメ制作に係る取引実態.....	10
1 アンケート調査の回答企業と取引の概要.....	10
(1) 事業規模・事業概要.....	10
(2) 取引の概要.....	11
(3) 元請受注.....	13
(4) 制作会社からの再受託.....	15
2 発注の在り方を巡る状況.....	16
(1) 書面の交付状況.....	16
(2) 制作費の水準.....	19
(3) 取引条件交渉の状況.....	23
3 発注後納品までの段階における状況.....	24
(1) 発注取消し.....	24
(2) 発注内容の変更.....	26
(3) やり直し.....	28
(4) 返品.....	30
4 納品後の支払を巡る状況.....	31
(1) 支払状況.....	31
(2) 代金減額.....	31
5 著作権の帰属・二次利用収益配分等を巡る実態.....	34
(1) 著作権の帰属.....	34
(2) 二次利用収益の配分の状況.....	38
(3) 二次利用の許諾窓口に関する実態.....	43

6	製作委員会の運営を巡る問題	45
(1)	製作委員会の概要	45
(2)	製作委員会への参加状況	45
(3)	製作委員会の運営方法と満足度	46
第4	独占禁止法及び下請法上の評価	48
1	発注者の受託制作会社に対する取引上の地位	48
2	発注の在り方	49
(1)	取引条件についての協議	49
(2)	発注書面等の交付	49
3	発注後の取引の在り方	50
(1)	発注取消し, 発注内容の変更, やり直し	50
(2)	代金減額	51
(3)	代金支払までの期間	52
4	著作権の帰属と二次利用の在り方を巡る問題	53
(1)	著作権の帰属	53
(2)	二次利用の在り方	54
第5	公正取引委員会の今後の対応	57

## 第1 調査の趣旨，方法等

### 1 調査の趣旨

我が国のアニメーション作品については、絵、ストーリー、技術等の質の高さから、国内のみならず海外においても高く評価されており、国際競争力のある有力なコンテンツの一つとして数えられている。しかし、海外の制作会社に発注する大手制作プロダクションの増加や、従来のアニメーションクリエイター育成過程の空洞化など、業界全体の将来像としては必ずしも楽観視できる状況にはないことが指摘されている。

他方、アニメーション作品の企画、制作については、テレビ局、製作委員会等の発注者から、元請制作会社、下請制作会社へと転々と再委託が行われる多層構造にあることや、再委託を受ける制作会社は小規模な事業者が多いことなどが指摘されている。このような状況の下、仮に、個々の委託・再委託取引の中で取引上の問題があったとしても、それが顕在化することは期待しにくいと考えられる。

このため、今般、アニメーション産業の構造、取引実態及び取引慣行について調査を行い、独占禁止法（優越的地位の濫用等）及び下請法の観点から提言を行うこととする。

### 2 調査方法等

#### （1）調査対象

アニメーション産業の関係者（制作会社、テレビ局、広告代理店、DVD販売会社等）

#### （2）調査方法

調査は次の方法により関係者に対して実施した。

##### ア アンケート調査

アニメーション作品の制作会社

発送数 533 社 有効回答 114 社

##### イ ヒアリング調査

制作会社、テレビ局、広告代理店、DVD販売会社、関連団体等 44 社 4 団体

#### （3）調査期間

平成 19 年 11 月～平成 20 年 12 月まで

## 第2 市場の概要

### 1 アニメーションとは

アニメーション（以下「アニメ」という。）とは、広義には、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、映写したときに画像が連続して動いて見えるようにする技術のことをいい、様々な種類のものが存在する<sup>1</sup>。

我が国では、昭和30年代後半以降、数多くのアニメ作品が制作されたが、そのほとんどはセルアニメであった。セルアニメとは、動かない背景画の上に、セル画と呼ばれる透明なフィルムシート上に部分的な描写を変化させて動きを描いた絵を重ねて撮影するものである。また、1990年代に入ると、コンピュータにスキャナで絵を取り込み、あるいは、コンピュータ上で二次元画像・三次元画像を作成し、デジタル処理により動画を作成する技術が普及し、従来のセルアニメをこの技術に置き換えたデジタルアニメも登場した。

アニメ作品は、その種類によって制作工程も様々であるが、本報告書においては、セルアニメ及びデジタルアニメを中心として記述する。

### 2 アニメ作品の一次利用と二次利用

アニメ作品の利用形態には、地上波テレビ放映や劇場公開など当該アニメ作品の本来の製作目的に沿った利用（一次利用）のほか、それとは異なる目的とした利用（二次利用）が存在する。二次利用の形態は様々であり、具体例は図表1のとおりである。

（図表1）二次利用の具体例

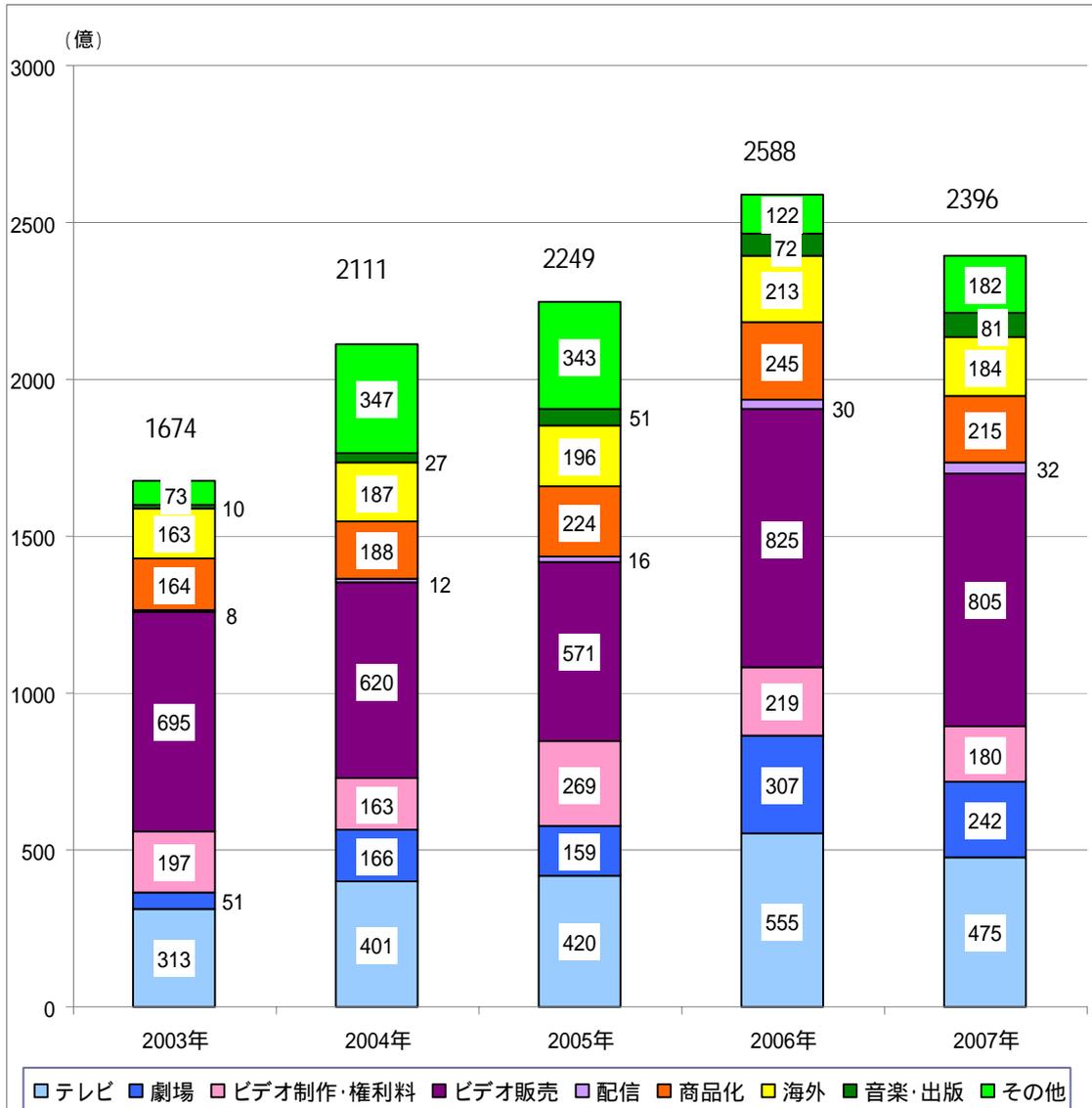
ビデオグラム化	テレビアニメ作品あるいは劇場アニメ作品をビデオ又はDVDとして販売すること
商品化	テレビアニメ作品あるいは劇場アニメ作品のキャラクター等を玩具、文具、アパレル、アクセサリといった商品として販売すること
自動公衆送信化	主にテレビアニメ作品をインターネット（パソコンあるいは携帯電話）で配信すること
番組販売	一度放映したテレビアニメ作品あるいは劇場アニメ作品を、国内の他の放送局（ローカル局、CATV局等）に販売すること（国内番販）及び海外の放送局等に販売すること（海外番販）

<sup>1</sup> 主なアニメの種類としては、セル画をコマ撮りした「セルアニメ」や、粘土で作った人形・構造物をコマ撮りした「クレイアニメ」、コンピュータ上で画像を動画処理した「デジタルアニメ」などがある。

### 3 アニメ産業の市場規模

有限責任中間法人日本動画協会の調査によれば、国内のアニメ産業の市場規模は、2007年で2396億円となり、前年比92.6%と減少に転じた。

(図表2) アニメ産業の市場規模の推移

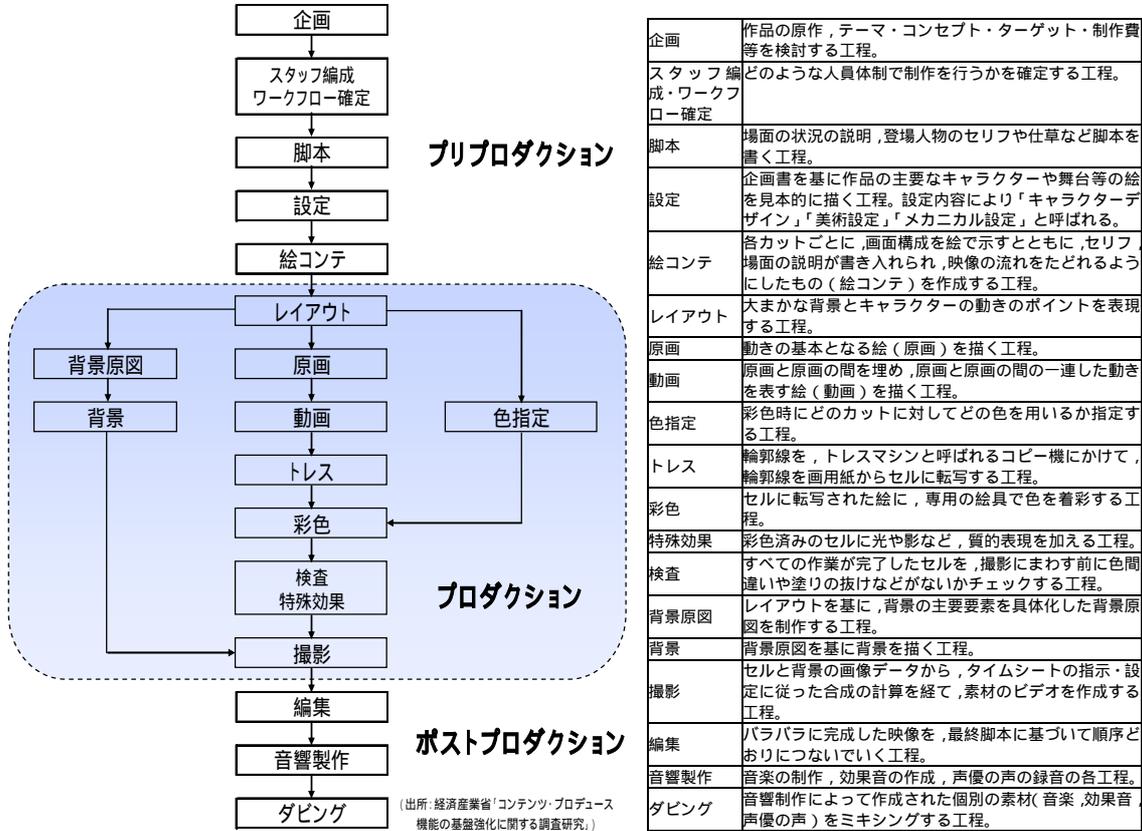


出所：「2007年度動画協会会員売上高調査」2008年5月有限責任中間法人日本動画協会

### 4 アニメ作品の制作工程

アニメ作品の制作工程には、プリプロダクション（企画書をもとに、脚本・設定・絵コンテなどアニメ制作に必要な材料を作り、制作フローを確定する作業）、プロダクション（絵を描いたり、色を塗ったりという中核的な作業）及びポストプロダクション（編集や音響などの後工程の作業）の3つに分かれている。

( 図表 3 ) アニメ作品の制作工程



## 5 アニメ産業の関係者

### ( 1 ) 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。制作会社は，アニメ制作について，テレビ局や製作委員会（後述）から直接受託するほか，他の制作会社からその全部又は一部を再受託することがある。直接受託する制作会社を「元請制作会社」と，再受託する制作会社を「下請制作会社」という。後者のうち，特定の工程のみ受け持つ下請制作会社を「専門スタジオ」と呼ぶ場合もある。

なお，元請制作会社からの再受託のうち，一部工程ではなく制作工程全部を請け負うことを特に「グロス請け」という。

### ( 2 ) 製作委員会

製作委員会とは，テレビアニメ作品や劇場アニメ作品を制作する際に，負債リスクの分散や，関係者間で制作費を出資し，作品にかかわる様々なビジネスを推進してい

く等のために設立され、通常、任意組合として結成される<sup>2</sup>。

製作委員会に出資し、構成員となる事業者としては、テレビ局、映画会社、制作会社、広告代理店、商社、出版社、レコード会社、DVD販売会社、芸能事務所、インターネット各種関連会社等が挙げられる。

### (3) テレビ局

アニメ作品はテレビ局（地上波、BS、CS等）でテレビ番組として放映されているものが多い。地上波テレビ局のアニメ番組については、在京キー局・準キー局からネット局に対して番組の供給を行っており、取り分け在京キー局・NHKからのアニメ番組供給が大半を占めていることから、在京キー局・NHKはアニメ作品の流通において最も重要な役割を占めている。

また、関東広域圏・中京広域圏・近畿広域圏（3大都市圏）等の独立UHF放送局では1990年代後半以降、「UHFアニメ」と呼ばれる独自のアニメ作品を放映する動きが広がっている。

### (4) 映画会社

一般に映画会社の業務は「制作」「配給」「興行」の3つに区分されるが、劇場アニメ作品の場合、「制作」は制作会社が行い、映画会社が「配給」を担っている。国内で制作される劇場アニメ作品については、「邦画メジャー」と称される映画会社が配給を担っている。

### (5) 広告代理店

広告代理店は、媒体社（テレビ局、新聞社等）の媒体枠を広告主に販売するほか、広告制作等、様々な業務を行っている。アニメ作品については、大手広告代理店が主に取り扱っており、アニメ番組に係るテレビ局とのコマーシャル（CM）枠の交渉、アニメ番組のCM枠の広告主（スポンサー）との交渉、アニメ作品の企画への関与、製作委員会の取りまとめ・出資などを行っている。

### (6) DVD販売会社

DVD販売会社は、アニメ作品等の映像ソフトをDVD等の媒体で販売しており、制作会社、出版社などからアニメ作品の企画を持ち込まれるだけでなく自社でもアニメ作品を企画したり、製作委員会への出資や、深夜にテレビ放映を行うアニメ番組を

---

<sup>2</sup> 任意組合でなく「特別目的会社」として製作委員会が設立される場合もある（ここでいう「特別目的会社」とは、製作資金の調達とライセンスの一元管理を目的に設立される株式会社又は有限会社のことであり、SPC法上のSPC（特定目的会社）とは異なる。）

中心にCM枠の購入なども行っている。

#### (7) 音楽出版社

音楽出版社は、アニメ作品の主題歌やサウンドトラックの原盤（マスター・テープ）を制作・管理しており、制作した原盤をレコード会社に提供している。

在京キー局・NHK等のテレビ局は、自社系列の音楽出版社を有しており、自社でテレビ放映を行ったアニメ作品の主題歌やサウンドトラックの原盤制作・管理は、自社系列の音楽出版社が行っている場合が多い。

#### (8) 出版社

アニメ作品の企画等について出版社が関与することが多く、漫画の原作をアニメ化する場合は、漫画の原作者との著作権等の権利処理は、漫画の原作者と出版社との間で行っている。また、出版社が企画に関与したアニメ作品については、製作委員会の主な出資者となる場合もある。

#### (9) その他

ゲーム会社や玩具会社は、アニメ作品の製作委員会に出資するなどして、当該アニメ作品のキャラクターを使ったゲームや玩具の製造を行っている。また、食品会社などが自社の商品にアニメ作品のキャラクターを使用している。

### 6 アニメ作品を巡る取引の流れ

#### (1) テレビアニメ作品

テレビアニメ作品に係るテレビ局と制作会社との取引形態は、DVD販売会社や出版社等のアニメ制作関係者が出資して製作委員会（前記5（2）参照）を設立する取引形態と、製作委員会を設立せずにテレビ局等が元請制作会社に発注する取引形態の2つに大きく分けられる。現在は前者の方式によるアニメ番組制作が最も一般的な取引形態であるが、これは1990年代後半以降増えてきた方式であり、それまでは後者の方式が一般的であった（以下、前者の製作委員会を設立する取引形態を「製作委員会方式」といい、後者の製作委員会を設立しない従来からの取引形態を「従来方式」という。）。

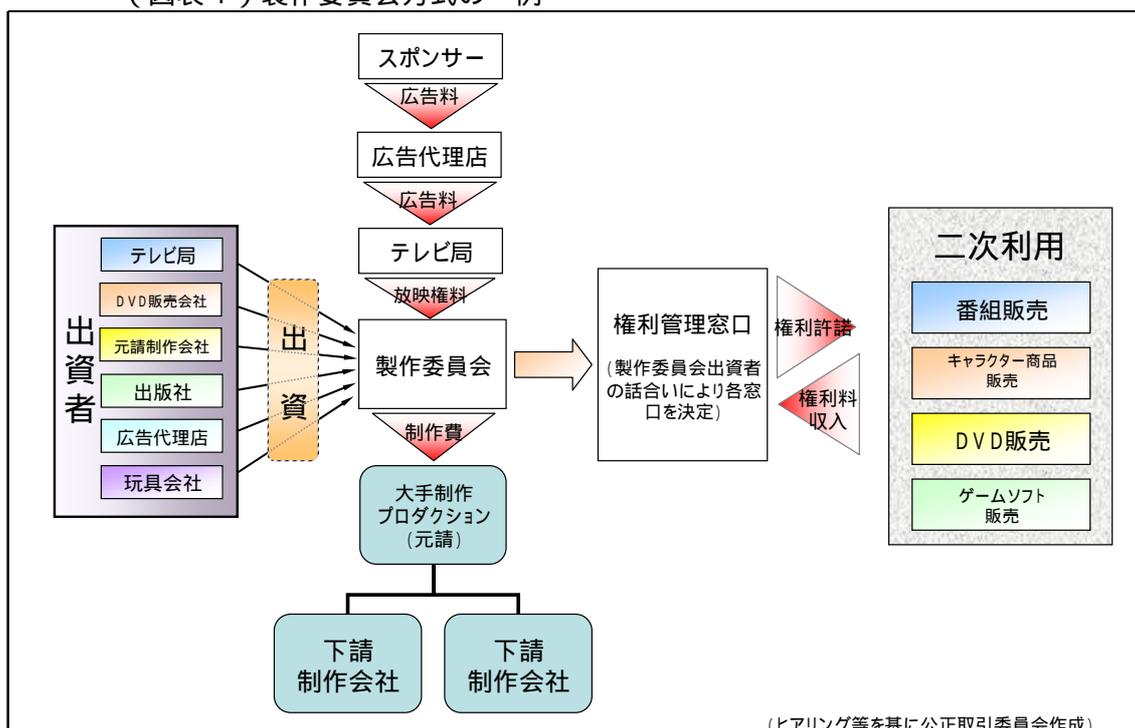
#### ア 製作委員会方式

テレビ局が製作委員会を通じてアニメ作品の供給を受ける取引形態としては、テレビ局による製作委員会方式の放映権等の購入という形を採る場合が多い。ただし、完成した番組の放映権を単純に購入するだけでなく、プロデューサー等の制作スタッフを派遣するなど、制作工程に関与することが多く、製作委員会に出資し、製作委員

会のメンバーの一員になることも多い。また、放映権等の購入による取引では、テレビ局が購入する放映権には放映回数・有効期限の制限が付くとともに、その有効期限に合わせて、放映権とセットで期限付きの番組販売権や二次利用収益の配分を受ける権利も得るケースが目立つ。

したがって、製作委員会方式で制作されたアニメ作品の多くは、受託制作会社にとっては、取引の相手方（発注元）はテレビ局ではなく製作委員会になる。

(図表4) 製作委員会方式の一例



(ヒアリング等を基に公正取引委員会作成)

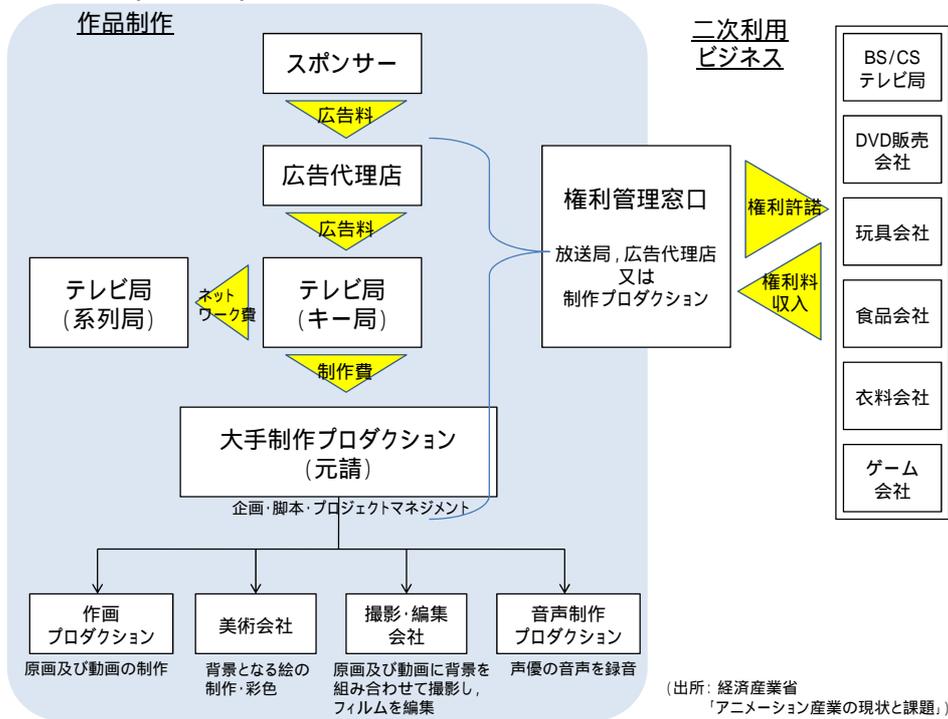
## イ 従来方式

テレビ局が制作会社からアニメ作品の供給を受ける取引形態としては、従来は、テレビ局から制作会社に対するアニメ作品の制作委託という形態での発注が主流であった。取引の一例を挙げると、テレビ局と元請制作会社はパッケージ形式の契約を締結しており、パッケージの中には、アニメ作品の制作委託契約、番組の二次利用に関する契約（番組販売権（国内、海外）、ビデオグラム化権、商品化権）が含まれており、さらに、この契約においては二次利用によって得られる利益の配分について取決めを行っているものがある。

二次利用許諾の窓口は、制作会社が行う場合と、発注者であるテレビ局や広告代理店が行う場合がある。

アニメ作品の企画の提案は、制作会社、広告代理店、DVD販売会社等が行う場合と、テレビ局から行う場合がある。

(図表5) 従来方式の一例



## ウ 番組販売会社からの番組購入

テレビ局が過去にテレビ放映されたアニメ作品の放映権を購入する場合は、いわゆる番組販売会社（ディストリビューター）から示された番組リストを基にアニメ作品を選び、番組販売会社から放映権を購入している。

## (2) 劇場アニメ作品

劇場アニメ作品は主に製作委員会方式で制作されており、その取引形態は、テレビアニメ作品の場合とほぼ同様である。すなわち、制作会社や出版社など企画の発案者が劇場アニメ作品の企画を作り、企画の発案者や映画会社、テレビ局、広告代理店、DVD販売会社などが中心となって製作委員会を立ち上げ、製作委員会から制作会社に対して劇場アニメ作品の制作委託を行い、映画会社が劇場アニメ作品の配給・配給宣伝を行い、劇場アニメ作品の納入後、映画館で上映（興行）され、興行収益や二次利用収益が製作委員会への出資比率に応じて配分される、という流れになっている。

## (3) OVA（オリジナル・ビデオ・アニメ）

OVA作品は、テレビアニメ作品の製作委員会方式と同様の方式で制作されているものが多く、基本的な制作については、DVD販売会社を中心となって製作委員会

を立ち上げ、製作委員会が制作会社に対してOVA作品の制作委託を行い、作品の納入後、DVD販売会社がOVA作品のDVDを販売する、という流れになっている。

## 7 アニメ産業の現状

### (1) アニメ制作工程の需要の変化

1990年代末より、コスト削減と制作工程の効率化を目的として、セルアニメからパソコンを用いたデジタルアニメへの移行が進むとともに、韓国、中国、台湾、フィリピンといった海外、主にアジア地域への制作委託が増加することによって、動画・彩色・検査といった工程の国内需要が減少している。

### (2) アニメ番組の放送時間帯の変化

1990年代以降、ゴールデンタイムに放映されるアニメ番組の減少とは反対に、24時以降の深夜に製作委員会方式で制作されたアニメ番組が増えている。この背景としては、テレビ放映をDVD販売などのアニメ作品の二次利用に向けた宣伝のための手段として捉えているアニメ作品が増えており、深夜の広告費が安い放送時間帯を利用したいという需要があるためといわれている。

### (3) アニメ作品の視聴方法の多様化

アニメ作品の視聴方法は、従来は劇場公開、テレビ放映が中心であったが、近年のAV機器の普及によりDVD・ビデオの利用が増加傾向にあり、2007年においては、アニメ産業全体の売上のうち40%以上をビデオ販売・ビデオ制作権利料が占めている<sup>3</sup>。また、2005年頃からアニメ作品のインターネット配信も急速に増加している。

---

<sup>3</sup> 3ページ図表2参照。

### 第3 アニメ制作に係る取引実態

#### 1 アンケート調査の回答企業と取引の概要

##### (1) 事業規模・事業概要

制作会社に対するアンケートの有効回答 114 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。）の内訳は，資本金 5000 万円以下が 80.5%，従業員数 100 人以下が 93.8%と，中小企業が大半を占めている。

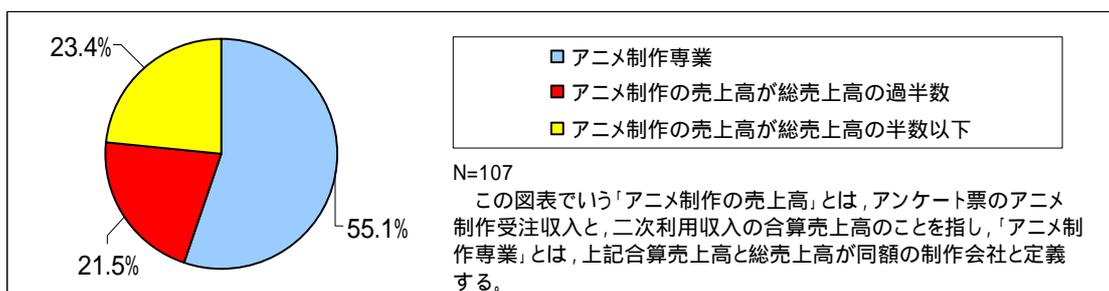
(図表6) 制作会社の資本金及び従業員数 (N=113)

従業員数	資本金			計
	1000 万円以下	1000 万円超 5000 万円以下	5000 万円超	
10 人以下	28(24.8%)	4 ( 3.5%)	2 ( 1.8%)	34(30.1%)
10 人超 100 人以下	41(36.3%)	14 (12.4%)	17 (15.0%)	72(63.7%)
100 人超	2( 1.8%)	2 ( 1.8%)	3 ( 2.7%)	7( 6.2%)
計	71(62.8%)	20(17.7%)	22(19.5%)	113 (100%)

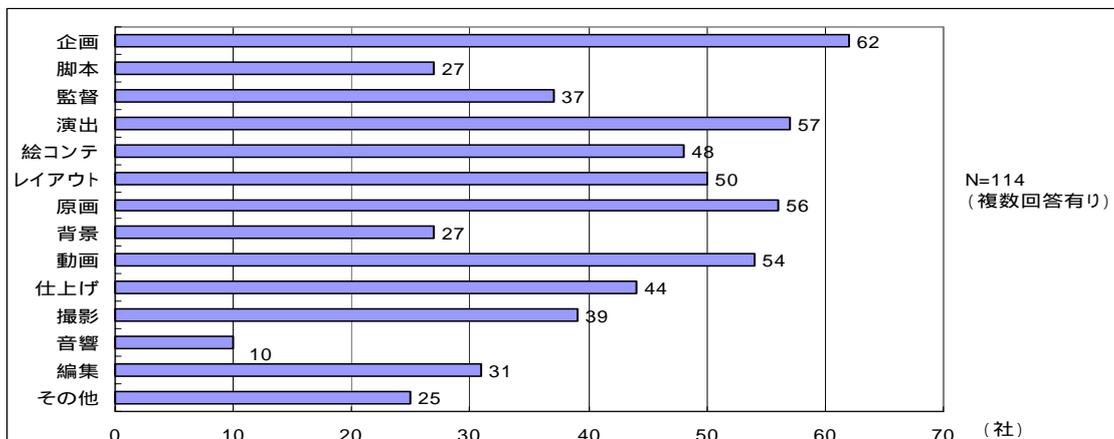
また，売上の 100%をアニメ制作に依存している制作会社の割合は 55.1%，売上の過半数をアニメ制作に依存している制作会社の割合は 21.5%であり，制作会社のほとんどは，売上のすべてないし大半をアニメ制作に依存している状況が窺える。

さらに，アニメ制作の各工程のうち，どの工程を自社で行っているか尋ねたところ，企画，演出，原画，動画の各工程の回答が多かった。

(図表7) アニメ制作に対する売上依存度



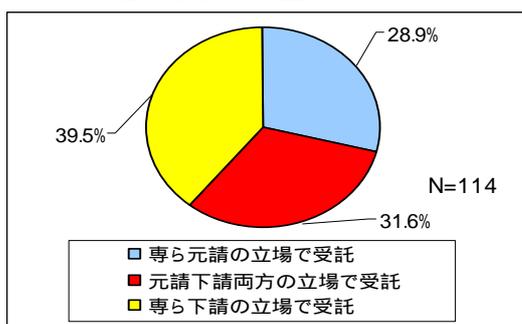
(図表8) 制作会社自ら行っている職種・工程



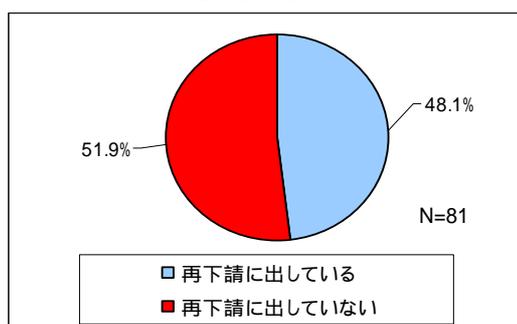
(2) 取引の概要

制作会社に対するアンケート結果をみると、製作委員会方式の受託及び従来方式の受託(元請受注)のみ行っている制作会社の割合は28.9%、元請制作会社が請け負った作品の再受託(下請受注)のみ行っている制作会社の割合は39.5%、元請受注・下請受注の両方を行っている制作会社の割合は31.6%であった。また、再受託を行っている制作会社のうち、「さらに下請制作会社に再委託している」と回答した制作会社の割合は48.1%であった。

(図表9) アニメ制作委託における制作会社の取引上の立場



(図表10) 下請受注している制作会社による再委託の割合

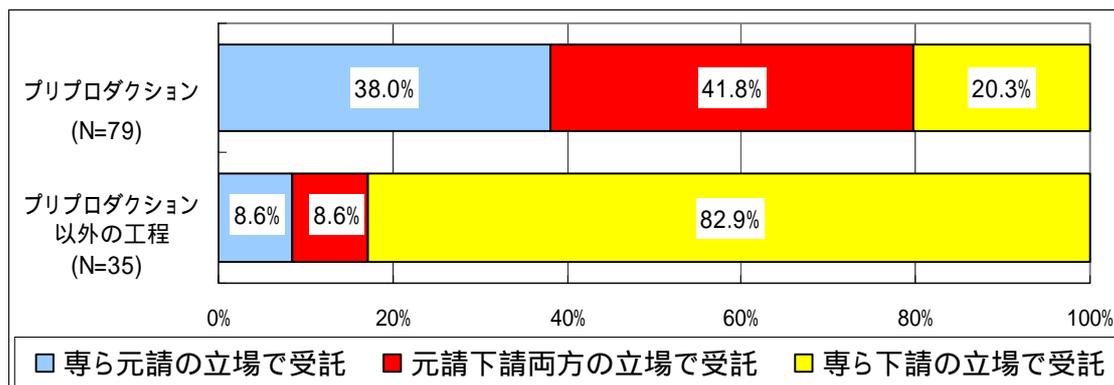


これらの結果から、制作会社の多くは再受託のみ行っていること、再受託した制作会社がさらに別の制作会社に再委託している状況であることが窺える。

この点について制作会社に対してヒアリングを行ったところ、アニメ産業では、元請・一次下請・二次下請と転々と再委託が行われていくものの、元請の階層、一次下請の階層、二次下請の階層と階層分化しているのではなく、ある作品で元請の立場にいた制作会社が、別の作品では、元請制作会社から逆に再受託する等、その時々々のキャパシティの過不足によって、立場が入れ替わるとしていた。ただし、アニメ制作の特定の工程のみを行う専門スタジオが元請受注することはほとんどない。

アンケート結果を用いて元請受注を経験している制作会社と元請受注の経験のない下請受注のみの制作会社の特性を職種・工程との関係で分析したところ、プリプロダクションの工程を扱っている制作会社は、元請の立場にある場合が比較的多いのに対し、これらの職種・工程を扱わない制作会社が元請の立場に立つことはまれであった。

(図表 1 1) 取り扱っている職種・工程と取引上の立場



また、専ら元請の立場で受託している制作会社の分布と、専ら下請の立場で受託している制作会社の分布について、資本金、従業員数との関係でそれぞれクロス集計したところ、専ら下請の立場で受託している制作会社はいずれも資本金が少額であり、かつ従業員数も少ない。

(図表 1 2) 資本金及び従業員数の関係と取引上の立場 (専ら元請の立場で受託するケース N=33)

従業員数	資本金			計
	1000 万円以下	1000 万円超 5000 万円以下	5000 万円超	
10 人以下	9(27.3%)	3(9.1%)	1(3.0%)	13(39.4%)
10 人超 100 人以下	4(12.1%)	5(15.2%)	9(27.3%)	18(54.6%)
100 人超	0(0%)	0(0%)	2(6.1%)	2(6.1%)
計	13(39.4%)	8(24.3%)	12(36.4%)	33(100%)

(図表 1 3) 資本金及び従業員数の関係と取引上の立場 (専ら下請の立場で受託するケース N=44)

従業員数 \ 資本金	1000 万円以下	1000 万円超 5000 万円以下	5000 万円超	計
10 人以下	13(29.5%)	1(2.3%)	0(0%)	14(31.8%)
10 人超 100 人以下	27(61.4%)	3(6.8%)	0(0%)	30(68.2%)
100 人超	0( 0%)	0( 0%)	0(0%)	0( 0%)
計	40(90.9%)	4(9.1%)	0(0%)	44( 100%)

### ( 3 ) 元請受注

#### ア 元請受注の概要

制作会社に対するアンケート結果をみると、過去 3 年間に「元請の立場で受託したことがある」と回答した制作会社のうち、「製作委員会方式で受託したことがある」と回答した制作会社は 79.7%に達している。

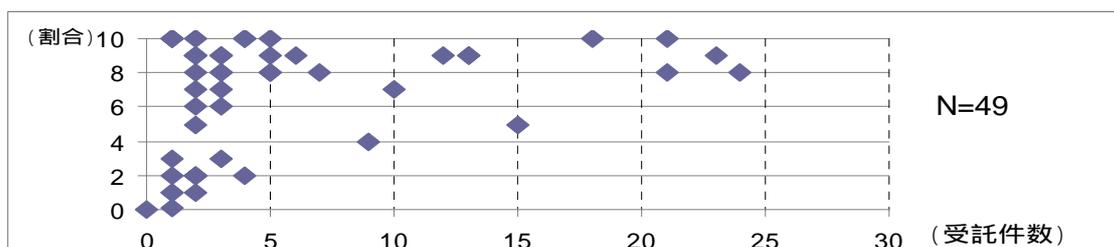
(図表 1 4) 過去 3 年間の元請受注のうち製作委員会方式が占める割合



#### イ 製作委員会方式の受託

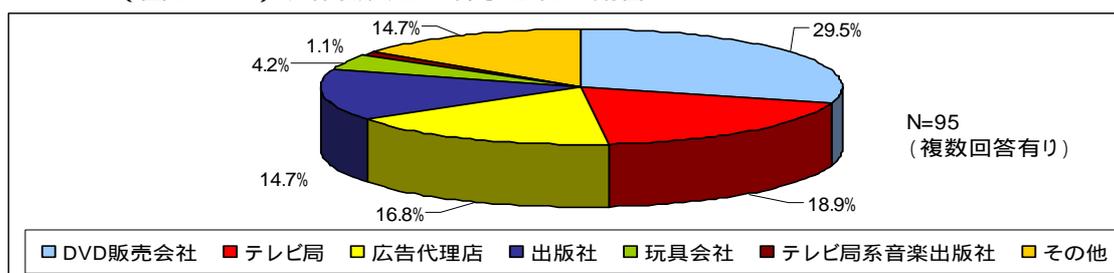
製作委員会から直接アニメ制作を受託したことがある制作会社に対し、過去 3 年間の製作委員会方式の受託件数と、アニメ作品の受託総額に占める製作委員会方式による受託金額の割合を尋ねたところ、製作委員会方式の受託件数が少ないにもかかわらず受託総額に占める製作委員会の割合が高い制作会社が多く見られ、少数の製作委員会に取引の多くを依存している制作会社が多いことが明らかになった。

(図表 1 5) 過去 3 年間の製作委員会方式の受託件数とアニメ制作の受託総額に占める製作委員会方式の割合との関係



また、製作委員会から直接受託したことがある元請制作会社に対し、製作委員会の幹事会社はどういった事業者が務めていたかを尋ねたところ、DVD販売会社、テレビ局、広告代理店、出版社が多かった。

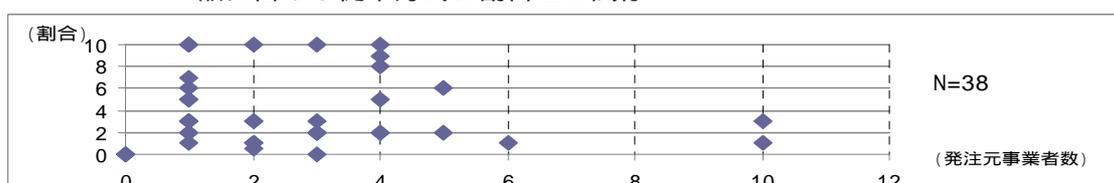
(図表 1 6) 製作委員会の幹事会社の割合



### ウ 従来方式の受託

従来方式で受託したことがある制作会社に対し、過去3年間の従来方式による発注元事業者数と、アニメ作品の受託総額に占める従来方式による受託金額の割合を尋ねたところ、少数の発注元に取引の多くを依存している制作会社が多いことが明らかになった。

(図表 1 7) 過去3年間の従来方式による発注元事業者数とアニメ制作の受託総額に占める従来方式の割合との関係



### エ テレビ局の取引上の地位

制作会社からのヒアリングにおいては、

- ・ 結局、主題歌やサントラはテレビ局で放送してもらわなければプロモーションにならない。
- ・ テレビ局が「この条件を飲まないのであれば、放送枠はやらない。」と言ったら、制作プロダクションは受け入れざるを得ない。
- ・ 「(その条件を飲まなければ) その番組は放映しない」と言われてしまう。この問題は全国ネット局が6局しかないという状態に起因する。全国にあまねく知らせる上で全国ネットのテレビ局ほど強力な媒体はない。
- ・ コンテンツ配信手段についてだが、通信のインフラは未整備で、テレビのように

誰でも気軽にすぐ視聴できる環境にはなっていない。

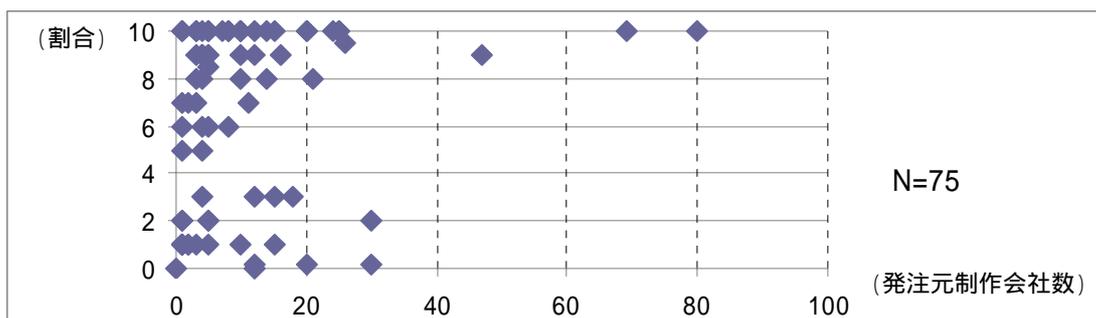
といった、総じて発注者であるテレビ局が取引上優位にある旨の主張が聞かれた。

なお、自ら企画も行う大手の制作会社の中にはヒアリングにおいて、「(契約条件の)内容が当社の企画と合わないテレビ局には、そもそも企画を持ち込まない。当社の企画と合うテレビ局を探すことになる」と回答している制作会社もあったが、その数は1社だけだった。

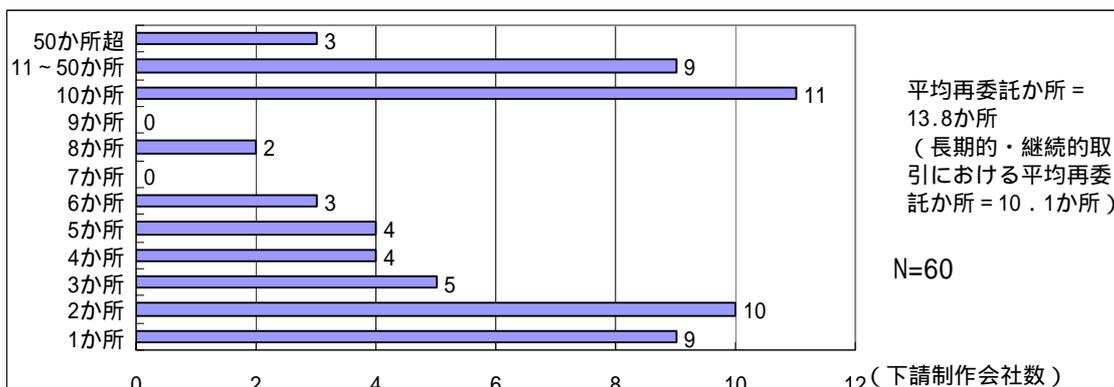
#### (4) 制作会社からの再受託

他の制作会社から、アニメ作品制作の全部又は一部を再受託している制作会社に対し、過去3年間に取引した発注元制作会社の数と、アニメ作品の受託総額に占める再受託による受託金額の割合を尋ねたところ、少数の発注元制作会社に取引の多くを依存している下請制作会社の比率が多いことが明らかになった。

(図表18) 過去3年間に取引した発注元制作会社数とアニメ制作の受託総額に占める制作会社からの再受託の割合との関係



(図表19) 過去3年間に再委託した下請制作会社の数



## 2 発注の在り方を巡る状況

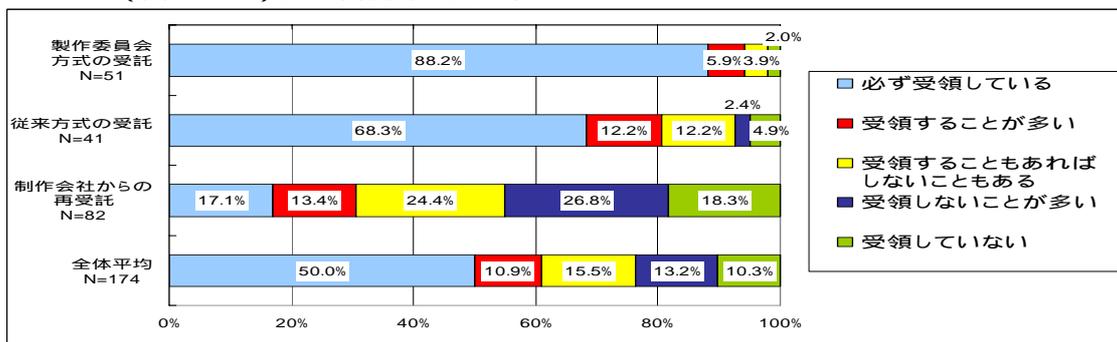
### (1) 書面の交付状況

#### ア 概況

制作会社に対するアンケートでは、発注書面、契約書等(以下「発注書面等」という。)を受領しているかどうか尋ねたところ、製作委員会方式の受託や、従来方式の受託に関しては、「必ず受領している」と回答した割合がそれぞれ88.2%、68.3%となっており、高い書面交付率を示している。

しかし、制作会社からの再受託に関して同様に発注書面等を受領しているかどうか尋ねたところ、「必ず受領している」と回答した割合は17.1%にとどまる一方、「受領しないことが多い」、「受領していない」との回答が45.1%になるなど、制作会社からの再受託においては、発注書面等の交付状況があまり良くないという結果になった。

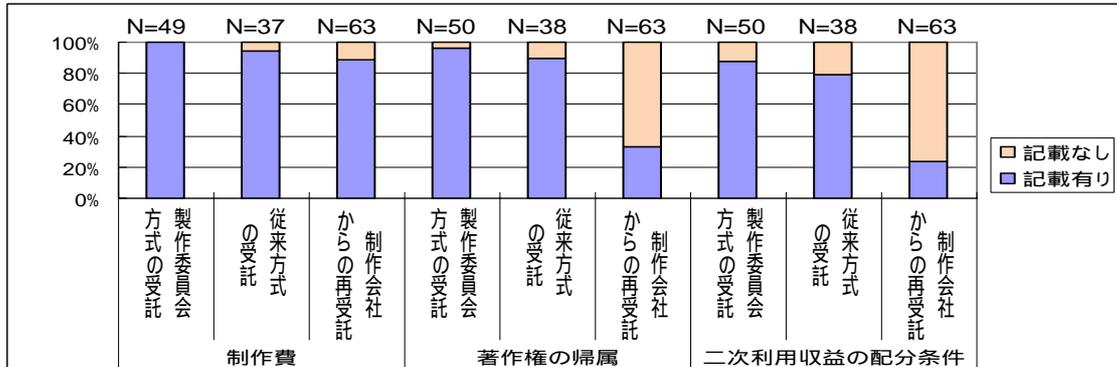
(図表20) 発注書面等の受領状況



次に、発注書面等が交付されている場合に記載されている事項について尋ねたところ、製作委員会方式の受託、従来方式の受託については制作費、著作権の帰属及び二次利用収益の配分条件のすべてが記載されていることが多いが、制作会社からの再受

託については、制作費は記載されているが、著作権の帰属及び二次利用収益の配分条件について記載されていないケースが多かった。

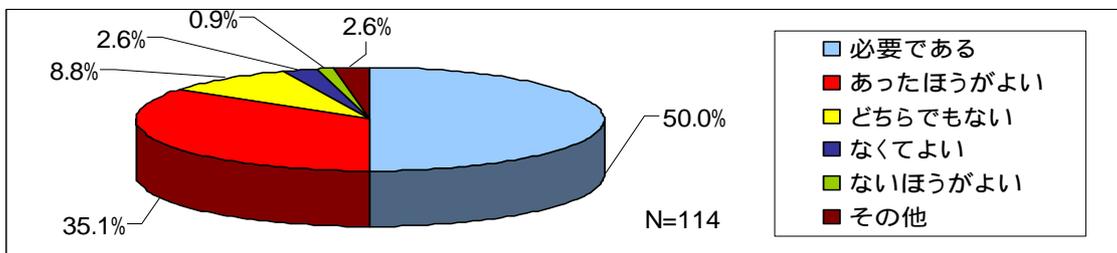
(図表 2 1) 発注書面等が交付されている場合における各項目の記載率



### イ 発注書面等の交付に対する制作会社の認識

取引における発注書面等の交付の必要性については、制作会社へのヒアリングでは、その必要性を積極的に評価する意見と、否定的にとらえる意見に分かれたが、アンケートでは「必要である」「あったほうがよい」とする回答が大半を占めていた。

(図表 2 2) 発注書面等に対する制作会社の認識



### (ア) 発注書面等を必要とする見解

制作会社に対するアンケートでは、発注書面等が「必要である」と回答した制作会社のうち、発注書面等の交付を受けていない制作会社から

- ・ アニメ制作において、契約書、発注書面を交わさないことが慣習のようにになっている。大手企業は契約書の調印に応じたり先方から積極的に契約書を交わすこともあるが、それ以外は拒否されることが多い。せめて、発注書だけでも義務化できれば望ましい。また、検収書への捺印にも消極的な会社が多い。内部統制が重要視される昨今、売上計上の根拠として必要不可欠になりつつある。

と、発注書面等の交付を求める意見がみられた。また、

- ・ 契約書を交わしていない受注で、納入後、当初に聞いていた金額を減額してく

れと言われた。予算の都合との事だったが、はっきりとした理由は分らない。

- ・ スケジュールの関係上、契約書にサインのある以前に制作に入り（口約束で）、契約書完成後契約内容が変更になった。

と、契約書を交わさなかった取引や、契約書を交わす前に作業に着手した取引においてトラブルが生じたとする報告もあった。

さらに、大手制作会社に対するヒアリングにおいては、「発注者の立場としては、経理をきちんと回す上で、発注書面等は必要であり、また、下請法で記入が義務付けられている項目の中で、不要なものはない」とする意見があった。

#### (イ) 発注書面等を不要とする見解

制作会社に対するヒアリングにおいては、発注者の立場から、

- ・ 発注内容を特定しにくいいため、事前に発注条件や支払条件などを書面にすることが難しいため、下請事業者への発注は口頭で行っている。
- ・ 危ない所とは最初から付き合わない。専ら信頼が置けるところとのみ取引をするため、契約書は必要ではない。

といった指摘があり、また、受注者の立場から、

- ・ スケジュールは、作画やシナリオの遅れなどの外的要因の影響を受けるので、契約書に納期が明記されたりすると、かえって困ってしまう。
- ・ 他社の例では、契約書を取り交わしてしまったがために、期限後に納品したらペナルティを科せられて減額されたことがあったそうだ。遅延した原因は発注者側にあったのだが、主張が受け入れられなかったらしい。契約書の交付には、むしろ、不都合な面が多いように思う。

と、納期に縛られたくないことを理由としているものが見受けられた。

さらに一部の制作会社からは、「『あんたとうちの仲なのに、契約書なんているのか』と受け取られると関係がまずくなるため、発注書面等はないほうが取引関係が安定する」という意見もあった。

なお、制作会社に対するアンケートでは、自由記載欄において、

- ・ 発注元制作会社が、下請各社に締結を求めている基本契約書は、内容が一方的に下請に不利である。

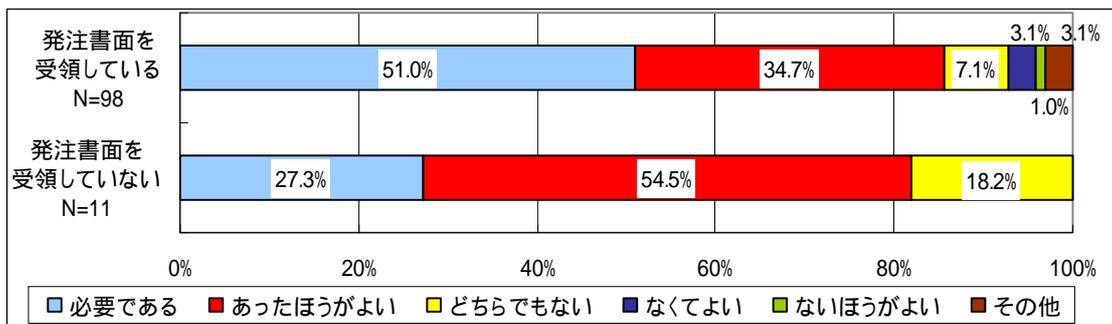
等、発注書面等が受託者にとって不利な内容になることを懸念する指摘がみられたが、前記図表 2 2 のとおり発注書面等は「ないほうがよい」とする回答は少なかった。

#### (ウ) 発注書面等の受領の有無と発注書面等の評価との関係

前記のとおり、発注書面等の交付については、アンケートでは肯定意見が多かつ

たものの、否定的な見解も寄せられた。そこで、発注書面等の受領の有無によって制作会社の発注書面等に対する評価がどのように変化するかみたところ、ともに、8割超が「必要である」「あったほうがよい」と回答する結果となった。

(図表23) 発注書面等の受領の有無と発注書面等の評価との関係



## (2) 制作費の水準

### ア 対価の水準を巡る認識

アニメ作品の制作費については、作品のクオリティと密接に関係しており、動作にリアリティを追求したり(例:しゃべっている人物を描くときに、口だけでなく全身を微妙に動かす、町を歩く人物を描くときに背景を静止画にせず、きちんと動きを持たせる等)、劇場アニメ作品や細かい機械の描写の多い作品のように描く線を緻密にすれば上昇し、静止している場面を多くすれば、低下する。

このため、制作会社に対するヒアリングにおいては、「高額な制作費を受け取ることができればアニメ作品の制作現場の経費に余裕が出るとは一概にいえるものでもなく、また、低い予算に抑えられる深夜の時間帯のテレビアニメ作品は紙芝居のように動きが少なくなる傾向にある」との説明があった。一方、広告代理店に対するヒアリングにおいては、「大人の鑑賞に堪えるDVDを制作するために高いクオリティのアニメ作品を制作しようとして、高い制作費を要求する制作会社もある」との説明があった。

実際に発注元から受託制作会社に支払われる制作費の水準がこうした制作費を補うものとして十分であるか否かについては、発注者の主張と、受託制作会社の間で大きな隔たりがみられた。

### (ア) 発注者側の認識

制作会社に対して支払われる費用について、テレビ局に対するヒアリングで多くのテレビ局からは、

- ・ 制作会社から見積りを取って十分な話し合いを行い、制作費を全額支払うようにしている。
- ・ アニメ制作にかかる経費は全額負担している。

- ・ アニメ番組の制作に当たって適正な金額を支出していると考えている。
- ・ 制作費の一部を広告代理店などが負担することはなく全額を支払っている等、十分な制作費を支払っている。

との回答があった。

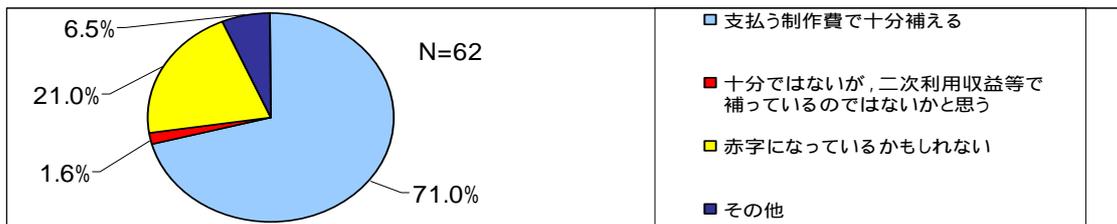
しかし、一部のテレビ局からは、

- ・ 当社のアニメ番組は、制作者側に制作委託をしているのではなく、放映権を購入しているにすぎない。したがって、当社が支払う費用は、放映権に対する対価であって、制作費に対する対価ではなく、制作費がいくらかかるかは知らないし、DVDの販売促進を期待する制作者側からどうしてもテレビ放映してほしいとお願いされる場合には、交渉次第では、支払う対価がゼロになることもある。

との回答があった。

また、制作会社に対するアンケートで、制作会社に再委託している場合に受託制作会社に支払う制作費は、実際にかかる制作費を補える程度の発注額かどうかを尋ねたところ、「支払う制作費で十分補える」とする回答が7割を超えていた。

(図表24) 制作会社への再委託の際に支払う制作費に対する認識



#### (イ) 受託者側の認識

前記(ア)に対し、受託者側からは、制作費の水準に対する不満が多く寄せられており、制作会社に対するヒアリングにおいては、制作費が安すぎることについての不満が目立った。

元請制作会社に対するヒアリングにおいては、テレビ局に対する不満として、

- ・ 物価が上昇しているのに、アニメの単価は30年前から変わっておらず、どのテレビ局も同じ単価を使っている。
- ・ デジタル化により、巨額な設備投資費がかかるようになり、制作コスト全体も高くなっているのに、代金は安いまま。
- ・ グロス請けの場合、発注元から制作費としてもらえる金額は、制作費の3分の2程度でひどい時は半額しかもらえないこともある。
- ・ 昔からテレビ局は『当社が支払う金額ですべて作ってくれ』というが、実際にはそんな金額では作れないから、テレビ局が支払う金額を原資として、何らかの形でそれを補うというやり方をした。

- ・ テレビ局には制作費を上げるようお願いしているが、なかなか受け入れてもらえない。
- ・ テレビ局から、十数年続いているあるアニメ作品の制作を継続して受注している。この間物価や人件費は上昇しているが、その割には制作費は上がらず、資金的に苦しい。しかし制作費を上げてくれるようお願いすると『去年はこれでよかったのに、どうして今年はやれないのか。』と言われてしまう。
- ・ 10分番組の制作といっても30分番組を1本作るのと手間が変わらない部分があるにもかかわらず、30分番組の3分の1より少ない金額を押し付けられる。

といった指摘があった。

また、元請制作会社から再受託している制作会社からは、

- ・ テレビ局から元請、元請から下請へと発注される過程で、最初にテレビ局から支払われた制作費が大幅に目減りしてしまう。
- ・ 背景画の制作委託について、代金は定額なので、カット数が増える分だけ単価が下がる。

との不満もあった。

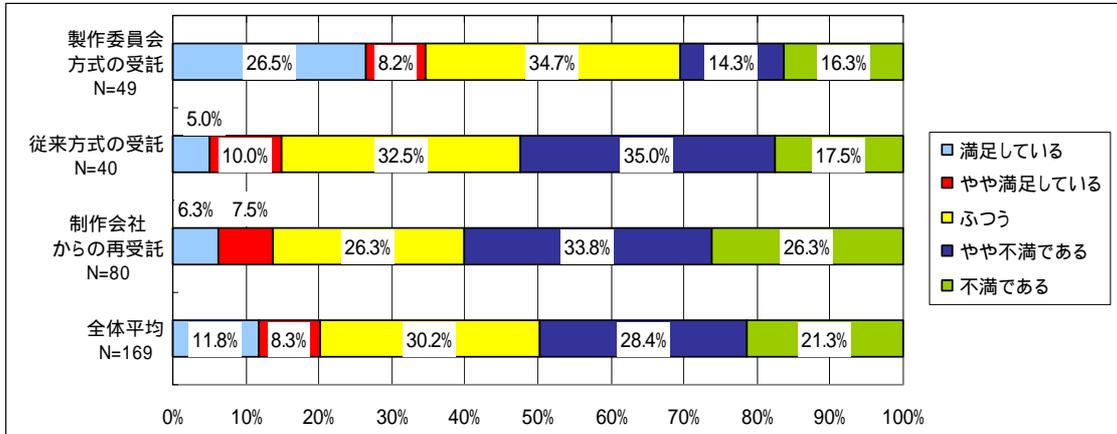
一方、製作委員会方式の受託については、

- ・ 作品の制作に当たって、赤字で受注することはない。必要な制作費は全額製作委員会から支払われている。
- ・ 製作委員会に出資した経験などから得た印象として、現在の制作費は上限に近いと感じている。

と支払われる制作費に対して制作会社が満足している回答が目立った。

この点について、制作会社に対するアンケートで、支払われる制作費に満足しているかどうか尋ねたところ、「満足している」、「やや満足している」と回答した制作会社の割合は20.1%であるのに対し、「やや不満である」、「不満である」と回答した制作会社の割合は49.7%であった。また、取引の階層ごとにみると、製作委員会方式の受託については満足度が比較的高かったのに対し、従来方式の受託や、制作会社からの再受託では満足度が低かった。

(図表25) 支払われる制作費に対する満足度

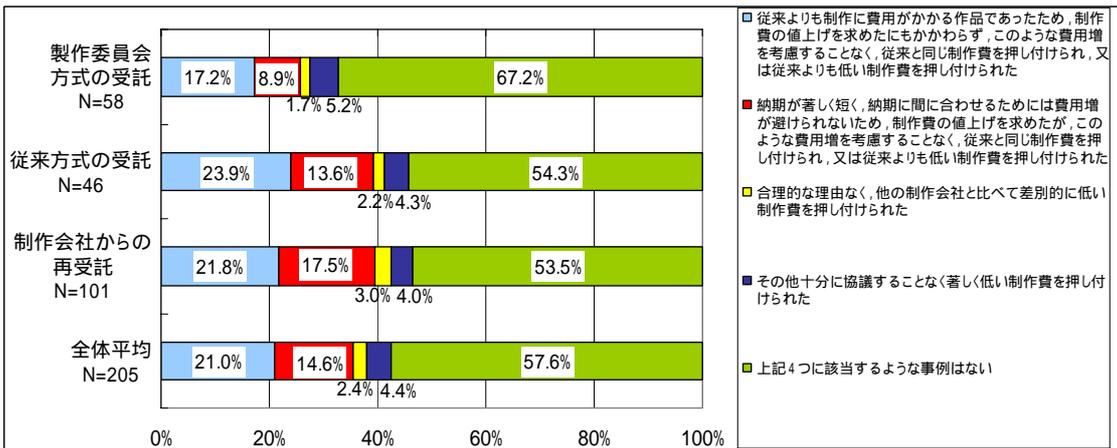


イ 対価の決定方法を巡る現状

制作会社に対するアンケートで、制作費の決定方法について尋ねたところ、「十分協議することなく著しく低い制作費を押し付けられた」とする回答が42.4%であった。

また、問題の種類としては、「従来よりも制作に費用がかかる作品であったため、制作費の値上げを求めたにもかかわらず、このような費用増を考慮することなく、従来と同じ制作費を押し付けられ、又は従来よりも低い制作費を押し付けられた」とするものが最も多かった。

(図表26) 十分に協議することなく著しく低い制作費を押し付けられた経験



なお、「その他十分に協議することなく著しく低い制作費を押し付けられた」ケースとして、具体的には、

- (製作委員会方式の受託について)
- ・ 30分枠が15分枠に変更となったが、尺(枠)は半分になっても制作費は半分にな

らないにもかかわらず，制作費を半分にされた。

(従来方式の受託について)

- ・ 30分の作品が，15分2作品になり，かつ，CG化を伴っていたため増額を要求したが認められず，赤字制作になった。
- ・ シナリオ・絵コンテなどに多大な手間が掛かるが，発注者の理解が不足しているため，こうした費用は担保されない。
- ・ 非常識な人件費単価により制作費が組まれ，かつ，休日を一切考慮しないスケジュールが組まれた。

(制作会社からの再受託について)

- ・ 現在のDVDの売り上げ等とかんがみて，従来の制作費よりも低い制作費での作業を求められた。
- ・ 手間云々に関係なく一定料金。

との指摘があった。また，制作会社に対するヒアリングでは，

- ・ 急な発注であったとしても，人海戦術を行えば納期自体にはいくらかでも間に合わせることができる。ただ，実際に作業に当たる人をたくさん集めなければならないし，人が増えれば全体をチェックし，統括する役割を担う人も必要となる。問題は短納期なことよりも，人海戦術を行うだけの制作費が補償されないことである。

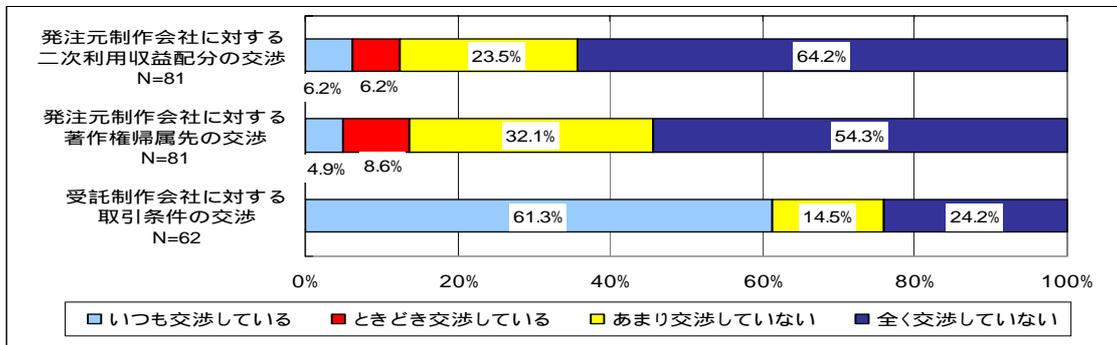
といった指摘があった。

### (3) 取引条件交渉の状況

取引条件の交渉の状況について，制作会社が再委託する際に，受託制作会社と十分交渉を行っているか確認したところ，61.3%の発注元制作会社が「いつも交渉している」と回答した。

これに対して，受託制作会社は，前記図表26のとおり半数近くが「十分に協議することなく著しく低い制作費を押し付けられた」と回答している。「二次利用収益の配分や著作権の帰属の取引条件についても発注元制作会社と十分交渉を行っている」と回答した割合は1割にも満たないなど，委託者と受託者で交渉に対する認識の差が認められた。

( 図表 2 7 ) 発注元制作会社と受託制作会社の交渉に対する認識の差



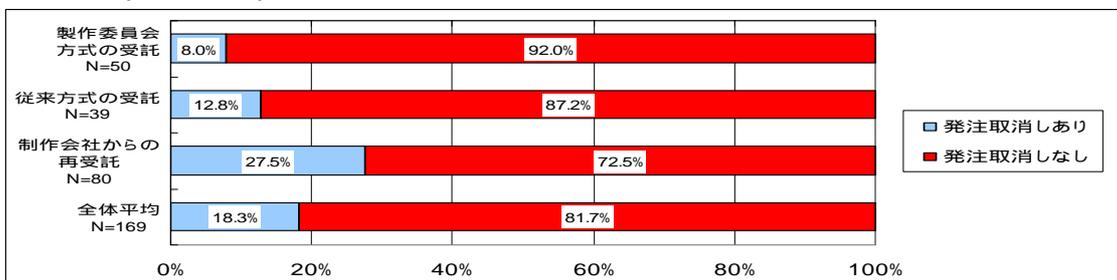
### 3 発注後納品までの段階における状況

#### ( 1 ) 発注取消し

制作会社に対するアンケートで、発注取消しの有無を尋ねたところ、18.3%が「発注取消しあり」との回答であった。

また、取引の階層ごとに回答傾向を比較したところ、こうした発注取消しは、製作委員会方式や従来方式の受託よりも、制作会社からの再受託のほうが多かった。

( 図表 2 8 ) 発注取消しを受けた経験の有無



発注取消しの理由については、スポンサーやテレビ局及び元請制作会社等、アニメ制作の発注者の事情によるものがほとんどであり、プロジェクト・企画の中止や延期、DVDメーカーの予算組みの都合、番組の内容の変更（番組内の一部のコーナーのみのアニメ制作の場合、番組の全体構成、出演者等の関係で急に見送られる場合がある）といった理由が多かった。また、アンケートで発注元制作会社の都合による発注取消しのケースとして、「元請制作会社から、『自分（元請制作会社）の作品が減った為、自社で制作したい』と云われ、うやむやな理由で引き上げられ、仲の良い所に再発注された。」との回答が受託制作会社からあった。

次に、発注取消しを受けた場合の責任の所在とそれにより生じた損失に対する費用負担についての回答状況をまとめると図表 2 9 のとおりである。受託制作会社の責めに帰すべき理由もないのに発注取消しを行い、通常生ずべき損失の一部又は全部を受

託制作会社に負担させる行為（ ， ）や、発注取消しを行ったことについて発注者側にも責任があるにもかかわらずその損失を全額受託制作会社に負担させる行為（ ）は、受託制作会社に不利益を与える可能性があるが、このようなケースは、延べ 22 件報告された（ + + 。以下、このように受託制作会社に不利益を与える可能性がある発注取消しを「不利益を与え得る発注取消し」という。）

（図表 2 9）発注取消しにおける責任の所在と費用負担の関係

		責任の所在		
		受託制作会社	発注者	両者
費用負担	受託制作会社	7	13	5
	発注者	2	12	1
	両者	1	4	2

発注取消しの発生状況：47 件（複数回答あり）

網掛部分（不利益を与え得る発注取消し）22 件の内訳：製作委員会方式 6 件，従来方式 5 件，制作会社からの再受託 11 件

次に、不利益を与え得る発注取消しと発注書面等の交付状況の関係を示すと、図表 3 0 のとおりである。

（図表 3 0）不利益を与え得る発注取消しと発注書面等の受領との関係

	不利益を与え得る発注取消しを受けた経験あり	不利益を与え得る行為を受けた経験なし <sup>4</sup>	合計
発注書面を必ず受領（グループ（ ））	3	71	74
発注書面を必ずしも受領せず（グループ（ ））	14	58	72
合計	17 <sup>5</sup>	129	146

<sup>4</sup> 「不利益を与え得る行為」とは、受託制作会社の責めに帰すべき理由もないのに、発注取消し、発注内容の変更、やり直し又は返品を行い、それにより生じた費用・損失の全部または一部を受託制作会社に負担させる行為、発注取消し、発注内容の変更、やり直し又は返品を行ったことについて、発注者側にも責任があるにもかかわらず、それにより生じた費用・損失を全部受託制作会社に負担させる行為、受託制作会社の責めに帰すべき理由もないのに代金減額を行う行為、のいずれかに該当する行為を指す。なお、発注書面等の受領状況についての回答は延べ 174 件あったが（16 ページ図表 2 0 参照）、このうち、これら「不利益を与え得る行為」を受けた経験が全くない回答は 129 件であった。以下図表 3 3，図表 3 6，図表 4 1 において同じ。

<sup>5</sup> 図表 2 9 における複数回答の重複と、発注書面等の受領状況について無回答の者を除した

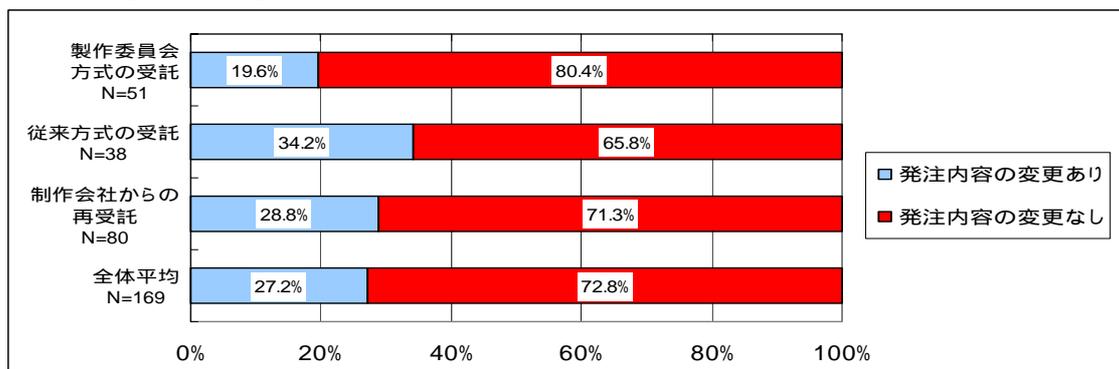
ここで、発注書面等を必ず受領するグループ( )とそうでないグループ( )に分け、不利益を与え得る発注取消しを受けた経験があると回答した割合を比較すると、グループ( )では4.1%、グループ( )では19.4%と、グループ( )の方が大きく、統計的にも有意である<sup>6</sup>。このことから、発注書面等の受領が確実になされていないとみられる制作会社ほど、不利益を与え得る発注取消しを受けやすいといえる。

なお、アンケートに回答した制作会社にヒアリングしたところ、「発注元制作会社から明確な理由もなく発注取消しをされ、これまでかかった費用の補償もなかったが、発注書面等がないため、発注元制作会社にその費用を求めることもできなかった」との説明があった。

## (2) 発注内容の変更

制作会社に対するアンケートで、アニメ作品の制作を受注して納品するまでの間に、発注者から発注内容の変更の指示の有無を尋ねたところ、27.2%が「発注内容の変更あり」との回答であった。

(図表3-1) 発注内容の変更を受けた経験の有無



発注内容の変更の理由についてはアンケート上製作委員会方式の受託、従来方式の受託、制作会社からの再受託のいずれの取引でも、

- ・ 原作者・演出・監督の意向、スポンサーの意向との乖離、監督の交代等。

ことから、図表3-0における標本数(N=17)は、図表2-9網掛部分における回答の単純合計数(22件)よりも少なくなる。

<sup>6</sup> 具体的には、発注書面の交付を必ず受けているグループとそれ以外のグループに分け、各グループにおいて、「不当な発注取消し」により不当な不利益を与えた疑いがあると認められる回答の比率を  $p_1, p_2$  とおき、帰無仮説  $H_0: p_1 = p_2$ 、対立仮説  $H_1: p_1 < p_2$  に対して、有意水準 0.05(5%)でフィッシャーの正確確率検定(fisher's exact probability test)を行った。検定により得られた有意確率の値(P値)は0.0034...であり、帰無仮説は棄却された。

- ・ 放送枠等の変更による全体のボリュームの変更（放映本数の増減）。
- ・ （前記の事情による）世界観，ストーリー・シナリオ，キャラクター・作画，CGの使用不使用，絵コンテの変更による企画・制作内容の変更・追加。
- ・ 納品等の仕様変更（HD対応，5.1ch対応等）。

といった理由によるものであった。

また，より分かりやすくするためのシーン追加や，テスト試写での視聴者のリアクションへの対応のために変更を求められたり，短編等の場合，時事により内容変更を余儀なくされたため，原作そのものが変更になる場合があるとの回答もあった。

さらに，担当者の確認，連絡ミスによるフォーマットの変更や，スケジュールの関係上，契約書にサインのある以前に制作に入り（口約束で），契約書完成後契約内容が変更になったといったものもあった。

次に，発注内容の変更を受けた場合の責任の所在とそれにより生じた費用の負担についての回答状況をまとめると図表32のとおりである。受託制作会社の責めに帰すべき理由もないのに発注内容の変更を行い，それにより生じた費用の一部又は全部を受託制作会社に負担させる行為（ ， ）や，発注内容の変更を行ったことについて発注者側にも責任があるにもかかわらずその費用を全額受託制作会社に負担させる行為（ ）は，受託制作会社に不利益を与える可能性があるが，このようなケースは，延べ46件報告された（ + + ）。以下，このように受託制作会社に不利益を与える可能性がある発注内容の変更を「不利益を与え得る発注内容の変更」という。）。

（図表32）発注内容の変更における責任の所在と費用負担の関係

		責任の所在		
		受託制作会社	発注者	両者
費用負担	受託制作会社	22	25	11
	発注者	5	15	1
	両者	1	10	7

発注内容の変更の発生状況：97件（複数回答あり）

網掛部分（不利益を与え得る発注内容の変更）46件の内訳：製作委員会方式12件，従来方式13件，制作会社からの再受託21件

具体的には，

- ・ クオリティを上げる要求をされ作業量が増えたにもかかわらず，得る代金は変わらない。
- ・ カット数の増加による実質的なディスカウントが行われた。
- ・ 追加制作費は，納品後（放映後）の交渉となっていたが，二次利用収益の悪化により追加制作費等を獲得できないことがあった。

といった報告が寄せられた。

次に、不利益を与え得る発注内容の変更と発注書面等の交付状況の関係を示すと図表33のとおりである。

(図表33) 不利益を与え得る発注内容の変更と発注書面等の受領との関係

	不利益を与え得る発注内容の変更を受けた経験あり	不利益を与え得る行為を受けた経験なし <sup>7</sup>	合計
発注書面を必ず受領(グループ( ))	8	71	79
発注書面を必ずしも受領せず(グループ( ))	19	58	77
合計	27 <sup>8</sup>	129	156

ここで、発注書面等を必ず受領するグループ( )とそうでないグループ( )に分け、不利益を与え得る発注内容の変更を受けた経験があると回答した割合を比較すると、グループ( )では10.1%、グループ( )では24.7%と、グループ( )の方が大きく、統計的にも有意である<sup>9</sup>。このことから、発注書面等の受領が確実になされていないとみられる制作会社ほど、不利益を与え得る発注内容の変更を受けやすいといえる。

### (3) やり直し

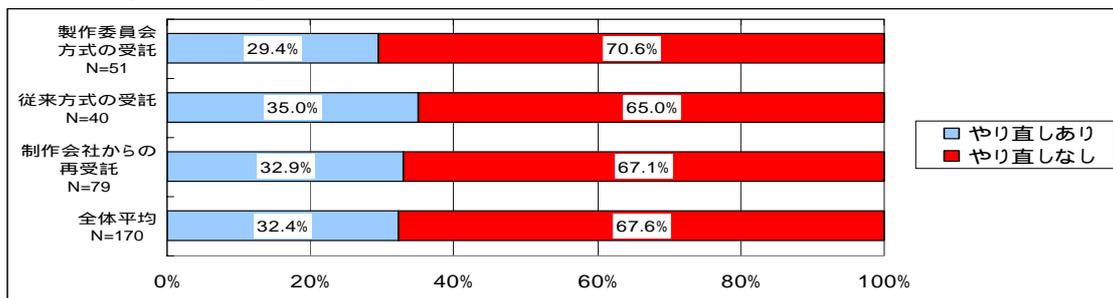
制作会社に対するアンケートで、発注者に対してアニメ作品を納入し、発注者が受領した後にやり直しを求められた経験の有無を尋ねたところ、32.4%が「やり直しあり」との回答であった。

<sup>7</sup> 25 ページ脚注4 参照。

<sup>8</sup> 図表32における複数回答の重複と、発注書面等の受領状況について無回答の者を除したことから、図表33における標本数(N=27)は、図表32網掛部分における回答の単純合計数(46件)よりも少なくなる。

<sup>9</sup> 具体的には、発注書面の交付を必ず受けているグループとそれ以外のグループに分け、各グループにおいて、「不当な発注内容の変更」により不当な不利益を与えた疑いがあると認められる回答の比率を  $p_1$ 、 $p_2$  とおき、帰無仮説  $H_0: p_1 = p_2$ 、対立仮説  $H_1: p_1 < p_2$  に対して、有意水準 0.05(5%)でフィッシャーの正確確率検定(fisher's exact probability test)を行った。検定により得られた有意確率の値(P値)は 0.0137...であり、帰無仮説は棄却された。

(図表34) やり直しを受けた経験の有無



やり直しが行われた理由についてはアンケート上製作委員会方式の受託，従来方式の受託，制作会社からの再受託のいずれの取引でも，クオリティの向上を目的とする修正（作画等）や，放送に不適切な映像などの修正（光過敏性発作を引き起こすような光の点滅等）が多かったが，

- ・ 監督の意向やプロデューサーサイドの意向で，発注した内容とは違う物で納品するよう求められた（変更に近い。）
- ・ テレビアニメ作品の制作に関し，当初発注にはなかったDVD用のリメイクが求められた。

といった，発注内容とは異なる納入を求められるケースも存在した。

次に，やり直しがあった場合の責任の所在とそのために必要とされる費用の負担についての回答状況をまとめると図表35のとおりである。受託制作会社の責めに帰すべき理由もないのにやり直しを行わせ，そのために必要とされる費用の一部又は全部を受託制作会社に負担させる行為（ ， ）や，やり直しを行わせたことについて発注者側にも責任があるにもかかわらずその費用を全額受託制作会社に負担させる行為（ ）は，受託制作会社に不利益を与える可能性があるが，このようなケースは，延べ47件報告された（ + + 。以下，このように受託制作会社に不利益を与える可能性があるやり直しを「不利益を与え得るやり直し」という。）。

(図表35) やり直しにおける責任の所在と費用負担の関係

		責任の所在		
		受託制作会社	発注者	両者
費用負担	受託制作会社	35	24	16
	発注者	2	14	2
	両者	2	7	9

やり直しの発生状況：111件（複数回答あり）

網掛部分（不利益を与え得るやり直し）47件の内訳：製作委員会方式15件，従来方式8件，制作会社からの再受託24件

次に、不利益を与え得るやり直しと発注書面等の交付状況の関係を示すと図表 3 6 のとおりである。

(図表 3 6) 不利益を与え得るやり直しと発注書面等の受領との関係

	不利益を与え得るやり直しを受けた経験あり	不利益を与え得る行為を受けた経験なし <sup>10</sup>	合計
発注書面を必ず受領(グループ( ))	12	71	83
発注書面を必ずしも受領せず(グループ( ))	21	58	79
合計	33 <sup>11</sup>	129	162

ここで、発注書面等を必ず受領するグループ( )とそうでないグループ( )に分け、不利益を与え得るやり直しを受けた経験があると回答した割合を比較すると、グループ( )では 14.5%、グループ( )では 26.6%と、グループ( )の方が大きく、統計的にも有意である<sup>12</sup>。このことから、発注書面等の受領が確実になされていないとみられる制作会社ほど、不利益を与え得るやり直しを受けやすいといえる。

#### (4) 返品

制作会社に対するアンケートで、発注者に対してアニメ作品を納入し、発注者が受領した後に返品された経験の有無を尋ねたところ、「返品あり」との回答は 3.0%と非常に少なかった。

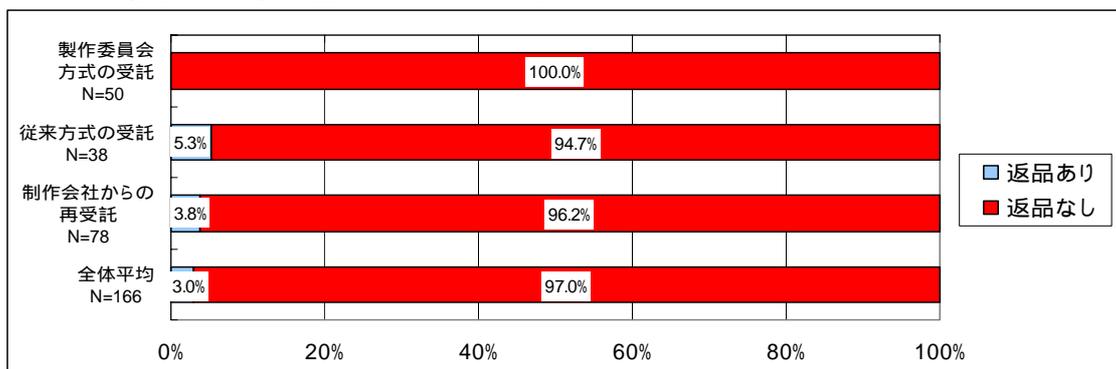
返品が行われた理由についてはアンケート上「納品形態の変更」、「制作側からの変更希望」、「担当者が納品前に変わり、私はこうしてほしいと云われ返品された。」等となっており、返品よりもむしろ「やり直し」(前記(3)参照)に近いものであった。

<sup>10</sup> 25 ページ脚注 4 参照。

<sup>11</sup> 図表 3 5 における複数回答の重複と、発注書面等の受領状況について無回答の者を除したことから、図表 3 6 における標本数 (N=33) は、図表 3 5 網掛部分における回答の単純合計数 (47 件) よりも少なくなる。

<sup>12</sup> 具体的には、発注書面の交付を必ず受けているグループとそれ以外のグループに分け、各グループにおいて、「不当なやり直し」により不当な不利益を与えた疑いがあると認められる回答の比率を  $p_1, p_2$  とおき、帰無仮説  $H_0: p_1 = p_2$ , 対立仮説  $H_1: p_1 < p_2$  に対して、有意水準 0.05(5%)でフィッシャーの正確確率検定(fisher's exact probability test)を行った。検定により得られた有意確率の値 (P 値) は 0.0423...であり、帰無仮説は棄却された。

( 図表 3 7 ) 返品を受けた経験の有無



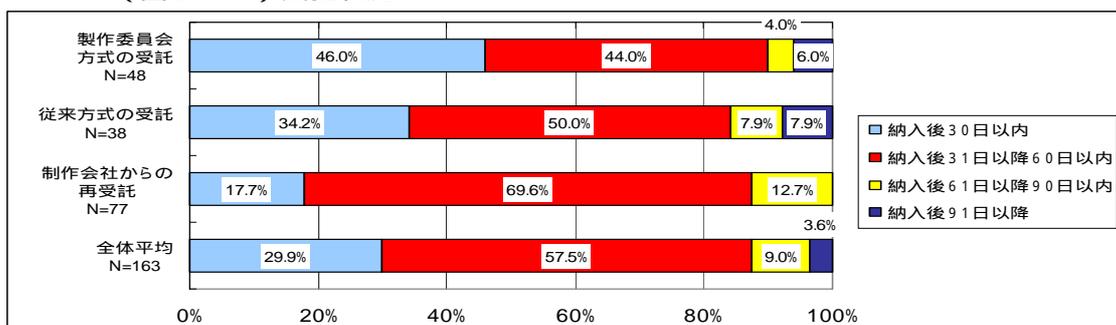
#### 4 納品後の支払を巡る状況

##### ( 1 ) 支払状況

制作会社に対するアンケートで、アニメ作品を発注者へ納入した日からどれぐらいの期間で全額支払されるか尋ねたところ、受託制作会社の 87.4% は「納入後 60 日以内」に支払われると回答しているが、納入後 90 日経っても支払われない受託制作会社も 3.6% 存在した。納品後、支払が行われるまでの期間は製作委員会方式の受託や従来方式の受託では短く、制作会社からの再受託では長くなる傾向が認められた。

ただし、製作委員会方式の受託や従来方式の受託では、支払が納入後 91 日以降になっている例もみられた。

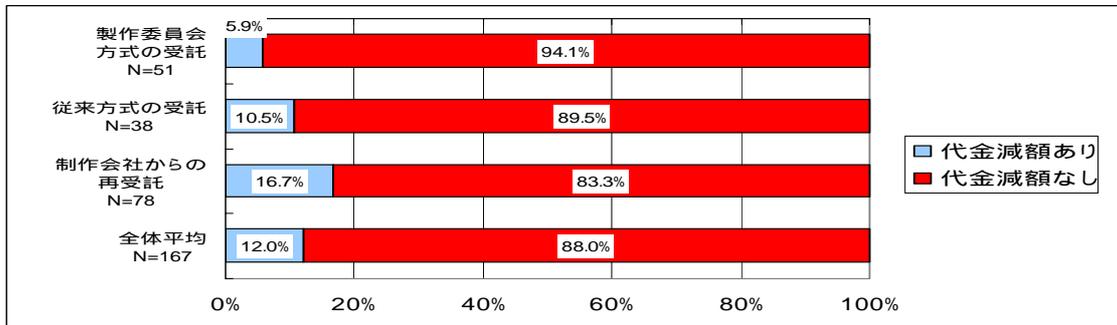
( 図表 3 8 ) 支払状況



##### ( 2 ) 代金減額

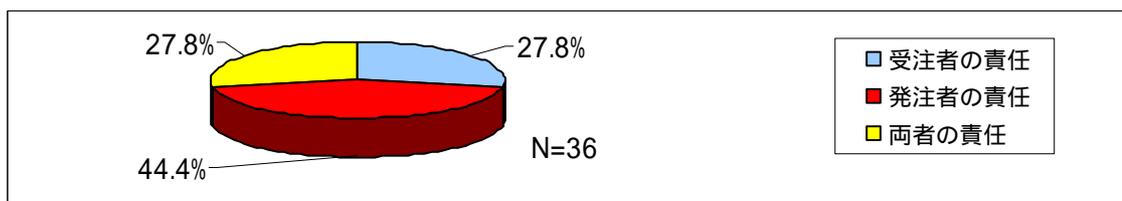
制作会社に対するアンケートで、発注者に対してアニメ作品を納入したところ、あらかじめ定められた額から減額されて支払を受けた経験の有無を尋ねたところ、12.0% が「代金減額あり」との回答であった。こうした代金減額は、製作委員会方式の受託や従来方式の受託よりも、制作会社からの再受託のほうが多かった。

(図表39) 代金減額を受けた経験の有無



次に、代金減額があった場合の責任の所在を尋ねたところ、発注者にあると回答した割合は44.4%であった。

(図表40) 代金減額における責任の所在



代金減額の発生状況：36件（複数回答あり）

「発注者の責任」と回答した部分16件の内訳：製作委員会方式4件、従来方式2件、制作会社からの再受託10件

さらに、受託制作会社の責めに帰すべき理由のない代金減額（以下「不利益を与え得る代金減額」という。）と発注書面等の交付状況の関係を示すと図表41のとおりである。

(図表4-1) 不利益を与え得る代金減額と発注書面等の受領との関係

	不利益を与え得る代金減額を受けた経験あり	不利益を与え得る行為 <sup>13</sup> を受けた経験なし	合計
発注書面を必ず受領(グループ( ))	2	71	73
発注書面を必ずしも受領せず(グループ( ))	12	58	70
合計	14 <sup>14</sup>	129	143

ここで、発注書面等を必ず受領するグループ( )とそうでないグループ( )に分け、不利益を与え得る代金減額を受けた経験があると回答した割合を比較すると、グループ( )では2.7%、グループ( )では17.1%と、グループ( )の方が大きく、統計的にも有意である<sup>15</sup>。このことから、発注書面等の受領が確実になされていないとみられる制作会社ほど、不利益を与え得る代金減額を受けやすいといえる。

代金減額が行われた理由についてアンケートでは、

- ・ (製作委員会方式の受託について) 実写撮影など別の予算金額がかかりすぎてしまい、アニメに回す予算が無くなったと言われた。
- ・ (製作委員会方式の受託について) プロモーション予算を増やしたいので、予算を削ると言われた。
- ・ 製作委員会で集まるはずの出資金が集まらなかったため、CGアニメの予算を削ると言われた。
- ・ 発注元制作会社の財務状況のため減額された(最悪、破産等により回収不能となる場合もある)。

等、発注者の予算や財務の状況を掲げるものが多かった。また、「何で減額されたか分からない。」、「減額ではないが、最近未払いが増えてきた。」とする指摘もみられた。

<sup>13</sup> 25 ページ脚注4 参照。

<sup>14</sup> 図表4-0における複数回答の重複と、発注書面等の受領状況について無回答の者を除したことから、図表4-1における標本数(N=14)は、図表4-0における回答の単純合計数(16件)よりも少なくなる。

<sup>15</sup> 具体的には、発注書面の交付を必ず受けているグループとそれ以外のグループに分け、各グループにおいて、「不当な代金減額」により不当な不利益を与えた疑いがあると認められる回答の比率を  $p_1$ ,  $p_2$  とおき、帰無仮説  $H_0: p_1 = p_2$ , 対立仮説  $H_1: p_1 < p_2$  に対して、有意水準 0.05(5%)でフィッシャーの正確確率検定(fisher's exact probability test)を行った。検定により得られた有意確率の値(P値)は0.0035...であり、帰無仮説は棄却された。

さらに、制作会社に対するヒアリングでは、

- ・ 担当者が納品前に変わり、次々と違う意見が続出したので、それに対し、クレームを言ったところ、減額というより、未払いとなった。
- ・ 他社の例では、契約書を取り交わしてしまったがために、期限後に納品したらペナルティを科せられて減額されたことがあったそうだ。遅延した原因は、制作者側ではなく、発注者側にあったのだが、主張が受け入れられなかったらしい。

との指摘があった。

## 5 著作権の帰属・二次利用収益配分等を巡る実態

### (1) 著作権の帰属

#### ア アニメ作品と著作権

##### (ア) 映画の著作物の著作者

アニメ作品は、著作権法上「映画の著作物」に該当し、「制作、監督、演出、撮影、美術等を担当しその映画の著作物の全体的形成に創作的に寄与した者<sup>16</sup>」が「映画の著作物の著作者」（モダンオーサー）となる（著作権法第16条）。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」には含まれないが、原著作物の著作者として、「映画の著作物」に対して、当該「映画の著作物の著作者」が有するものと同様の権利を専有する（同法第2条第1項第11号、第28条）。

なお、「著作者」たるか否かと経済的負担の有無は一切関係がない。

##### (イ) 映画製作者への権利移転

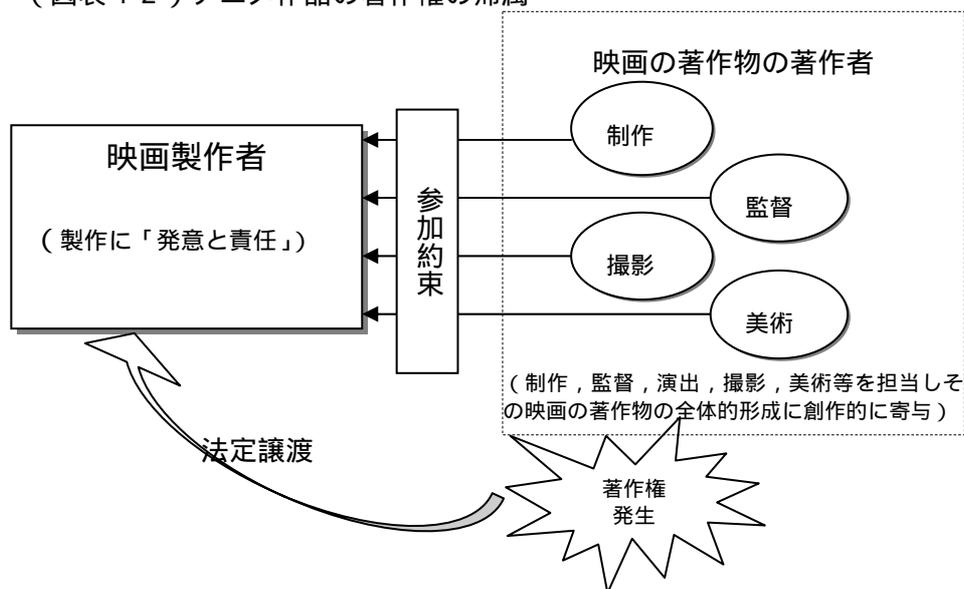
「映画の著作物」に係る著作権の帰属については、映画の製作や流通に係る特質にかんがみ特別の規定が設けられている。「映画の著作物の著作者」が「映画製作者」に対して当該「映画の著作物」の製作に参加することを約束しているときは、著作者に原始的に著作権が発生すると同時に、法律上当然に映画製作者に著作権が移転することとなる（法定譲渡）<sup>17</sup>（同法第29条）。

<sup>16</sup> この要件に合致するかどうかは個別具体的に判断される。例えば、宇宙戦艦ヤマト事件（東京地判平 14.3.25）では、プロデューサーが著作者として認められたが、それは、企画書の作成から、映画の完成に至るまでの全製作過程に関与し、具体的かつ詳細な指示をして最終決定をした点が「全体的形成に創作的に寄与した」と評価されたものである。典型的にプロデューサーの行為とされる行為であっても、スポンサー、テレビ局、広告代理店との交渉等を担当しているにとどまる場合は創作面での関与があるとはいえない（超時空要塞マクロス事件一審判決（東京地判平 15.1.20））。また、「部分的に」創作的寄与をするにとどまる助監督やカメラ助手も著作者には含まれない（加戸守行『著作権法逐条講義（五訂新版）』150ページ）。

<sup>17</sup> 映画製作者への著作権の帰属は、著作権の法定譲渡によるものであり、一身専属で譲渡のできない著作者人格権は映画製作者ではなく映画の著作物の著作者に帰属する。

この規定の趣旨としては、従来から映画の著作物の利用に関しては、映画製作者と著作者との間の契約によって、映画製作者の権利行使に委ねられていたという実態、映画製作者が巨額の製作費を投資し、企業活動として製作・公表するという特殊な性格の著作物であること、著作者の地位に立ち得る多数の関与者が存在し、それらすべての者に著作権行使を認めると映画の円滑な利用が阻害されること、などを考慮してそのようにするのが相当であると判断されたためと説明される<sup>18</sup>。

(図表42) アニメ作品の著作権の帰属



### (ウ) 映画製作者の意義

「映画製作者」とは「映画の著作物」の製作に対し「発意と責任を有する者」をいう(同法第2条第1項第10号)。「発意と責任を有する者」とは、映画の著作物を製作する意思を有し、同著作物の製作に関する法律上の権利・義務が帰属する主体であって、そのことの反映として同著作物の製作に関する経済的な収入・支出の主体ともなる者のことであると解されている<sup>19</sup>。

なお、「発意を有する」とは映画の著作物の製作意思を有することをいうが、最初に自らが企画立案した場合に限られると解すべき理由はなく、他人からの働きかけを受けて製作意思を有するに至った場合も含まれる<sup>20</sup>。

### イ アニメ制作委託における著作権の帰属の実態

著作権は原則として自由に譲渡できるものであり、著作権の帰属の実態についても、

<sup>18</sup> 超時空要塞マクロス事件高裁判決(東京高判平 15.9.25)

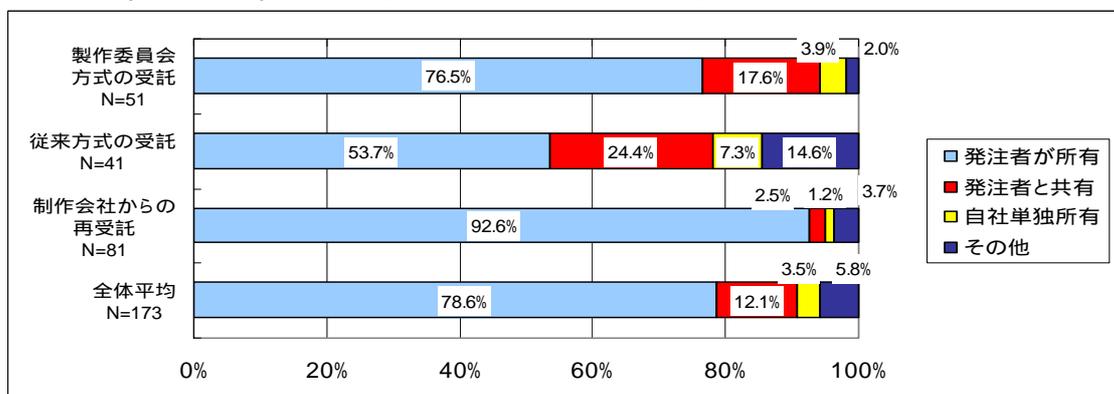
<sup>19</sup> 同上

<sup>20</sup> 同上

製作委員会やテレビ局と元請制作会社との取引においては、著作権法上の規定の解釈に委ねるのではなく、取引条件として規定されることがほとんどである。

制作会社に対するアンケートで、アニメ制作の受託に関し、著作権の帰属先はどのようになるか尋ねたところ、受託制作会社が専有・共有問わず著作権を有している割合は、製作委員会方式の受託が 21.5%，従来方式の受託が 31.7%，制作会社からの再受託が 3.7%であった。同様に、受託制作会社が著作権を全く有しない割合は、それぞれ順に、76.5%，53.7%，92.6%である。このように、制作会社からの再受託では、受託制作会社が著作権を有しない場合がほとんどであり、製作委員会方式の受託や従来方式の受託などの元請受注でさえ、受託制作会社に権利が残らない場合が多い結果となった。

(図表 4 3) アニメ制作における著作権の帰属先



さらに、テレビ局に対するヒアリングで著作権の帰属を尋ねたところ、各テレビ局のそのときの発注形態によって契約の内容は様々であるが、番組制作の発注について、「放映権等の購入」という取引形態を多く採用するテレビ局と、「制作委託」という取引形態を多く採用するテレビ局とで回答が分かれた。前者からは、おおむね

- ・ 一定の期限・放映回数・地域・媒体の範囲内で、アニメ作品を放映する権利（放映権・放送権）を購入する場合は、期限付きの番組販売権、二次利用収益の一部の配分を受ける権利も一緒に購入することになるが、著作権はテレビ局には移転せず制作会社側（製作委員会等）に残ったままとなる。
- ・ テレビ局が製作委員会に出資する場合は、出資比率に応じて著作権を保有するが、製作委員会に出資をしない限り、著作権を得ることはない。

という回答であった。また、後者からはおおむね

- ・ テレビ局に発意があり、テレビ局から制作会社に制作委託する場合は、著作権は全部テレビ局のものになる。
- ・ 制作会社側に発意があり、テレビ局に持ち込んで、制作委託を受ける場合は、著

作権は、テレビ局と制作会社の共有になる。

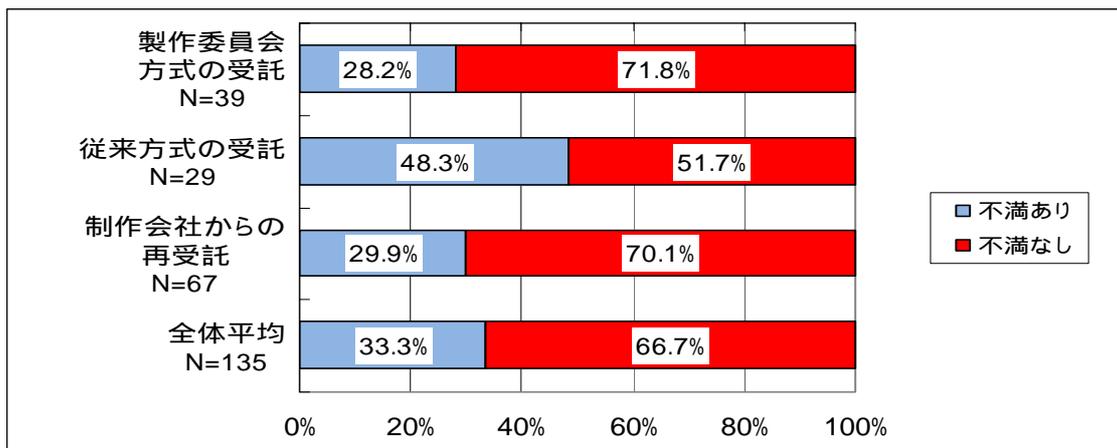
という結果であった。

#### ウ 発注者に著作権が帰属することに対する意識の現状

制作会社が受託した作品の著作権を有することがない場合、あるいは、発注者等との共有となる場合について、どのように感じるか尋ねたところ、「本来制作会社に著作権が生じるはずなのに、それに見合う対価を支払われることなく発注者に帰属させられたり、当該権利から生じる二次利用収益を取っていく」などの不満は全体の約3分の1を占めた。

なお、ヒアリングにおいては、「テレビ局が権利をすべて保有すれば制作側に支払われる制作費は増えるし、制作側が権利を主張して認められれば、その分、支払われる制作費は少なくなる」と、制作費の交渉と権利の帰属の交渉が連動しているケースを指摘する事業者もあった。

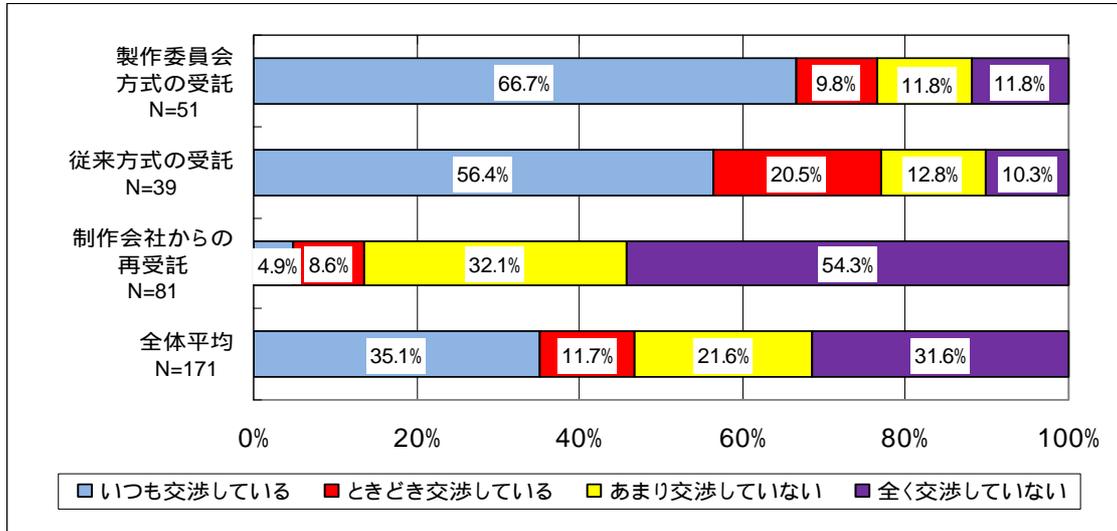
(図表4-4) 著作権の帰属についての満足度



#### エ 著作権の帰属に係る協議プロセスの状況

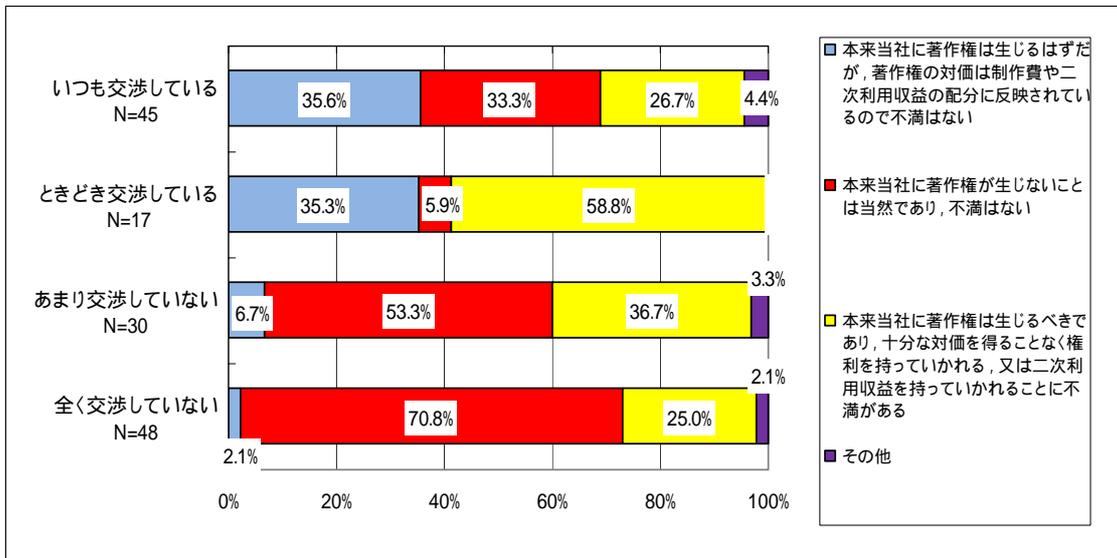
制作会社に対するアンケートで、アニメ作品の制作委託に当たり、発注者に対して著作権の帰属について十分交渉しているかどうかを尋ねたところ、「いつも交渉している」とする回答は35.1%、「ときどき交渉している」とする回答は11.7%であった。交渉が行われている割合は、制作会社からの再受託よりも、製作委員会方式の受託や従来方式の受託のほうが高かった。

( 図表 4 5 ) 著作権の帰属に関する交渉状況



また、交渉頻度と著作権の帰属の満足度をクロス集計したところ、「全く交渉していない」、「あまり交渉していない」と回答している制作会社と比較して、「いつも交渉している」と回答している制作会社は、「本来当社に著作権は生じるはずだが、著作権の対価は制作費や二次利用収益の配分に反映されているので不満はない」という、自社に対して有利かつ積極的な理由による「不満はない」との回答比率が高くなっている。

( 図表 4 6 ) 著作権の帰属に関する交渉状況と満足度の関係



( 2 ) 二次利用収益の配分の状況

ア 二次利用収益の配分の一般的なプロセス

アニメ作品の二次利用料は、制作委員会方式の場合、二次利用の許諾を受けた者

から二次利用許諾の窓口を務める事業者（窓口会社）に支払われ、窓口会社が受け取る窓口手数料や、原作者に支払われる印税、テレビ局に支払われる「局印税」、「メディアライツ」等と称する金額が控除され、その残額が、あらかじめ定めた二次利用収益の配分割合に応じて、製作委員会の出資者等に分配されるのが一般的である。

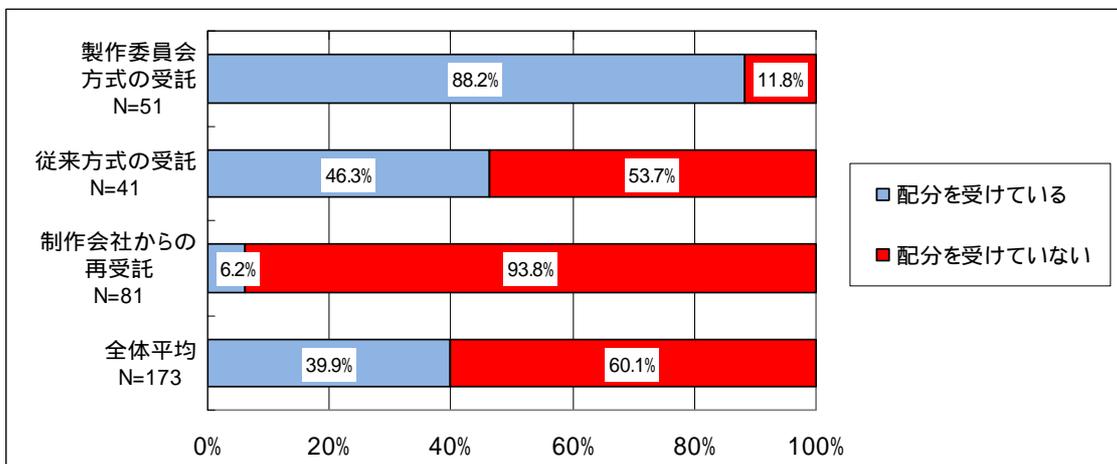
また、従来方式の場合も同様であり、二次利用料はいったん窓口会社に支払われ、印税、窓口手数料等が控除された後、あらかじめ定めた配分割合に応じて、テレビ局と元請制作会社に分配されるのが一般的である。

#### イ アニメ制作委託における二次利用収益の分配の実態

制作会社に対するアンケートで、アニメ作品の受注に関し、二次利用収益の分配を受けているかどうかを尋ねたところ、「分配を受けている」とする回答は、39.9%であった。

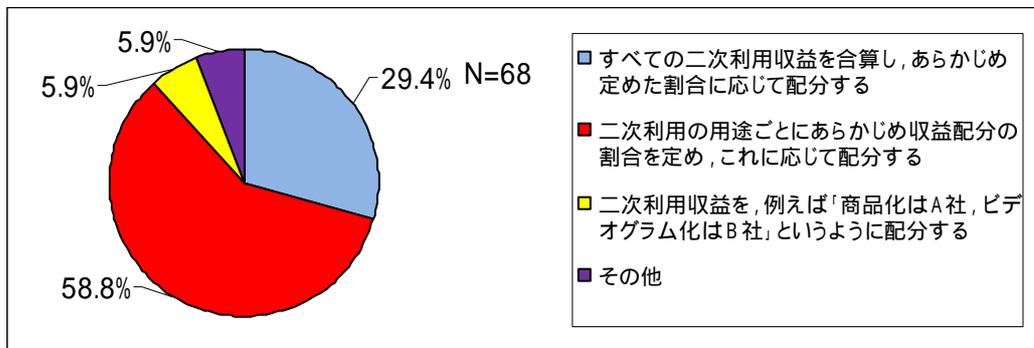
分配を受けている割合は、製作委員会方式の受託が最も高く、88.2%が分配を受けているのに対し、同じ元請受注であっても、従来方式の受託は46.3%にとどまっていた。制作会社からの再受託は、分配を受けている割合はわずか6.2%であった。また、「制作会社からの下請の場合、二次使用の話はタブーとされており、要求することすらできない」との回答がみられた。

（図表47）二次利用収益分配の有無



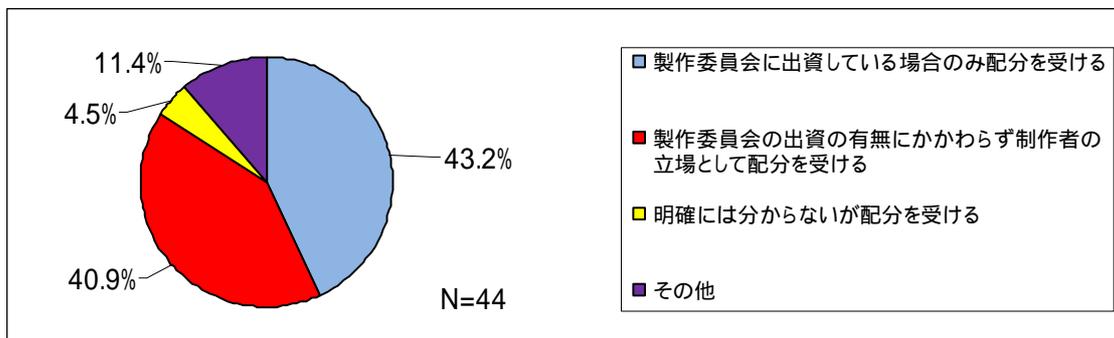
また、分配方法について尋ねたところ、「二次利用の用途ごとにあらかじめ収益配分の割合を定め、これに応じて分配する」と回答した割合が最も高く、58.8%であった。

(図表48) 二次利用収益の配分方法



なお、製作委員会から直接アニメ制作を受注している制作会社のうち、「二次利用収益の配分を受けている」と回答した制作会社に対し、どのような場合に配分を受けることが多いか尋ねたところ、「製作委員会に出資している場合のみ配分を受ける」とする回答が最も多かった。また、「通常は出資した場合のみの分配であり、単なる制作者としての立場での分配は無に等しい」との回答もみられた。

(図表49) 二次利用収益配分を受けられる根拠

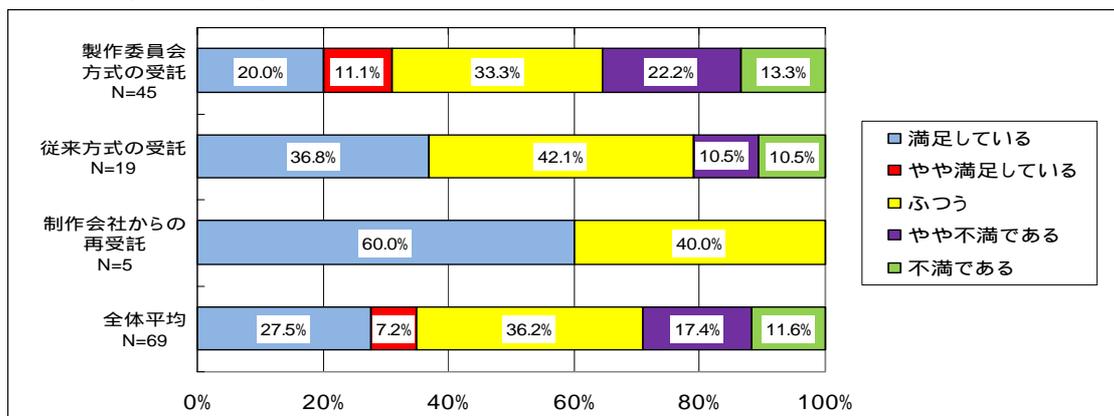


#### ウ 二次利用収益の配分に対する制作会社の満足度

制作会社が受託したアニメ作品に係る二次利用収益の配分を受ける場合にその満足度を質問したところ、「満足している」、「やや満足している」と回答した割合は34.7%であるのに対し、「やや不満である」、「不満である」と回答した割合は29.0%であった。

また、こうした不満は、制作会社からの再受託よりも、製作委員会方式の受託や、従来方式の受託が目立った。

(図表50) 二次利用収益の配分についての満足度



二次利用収益の配分への不満についての具体的な理由をアンケート及びヒアリングで制作会社に対して尋ねたところ、大きく、元請制作会社に対する利益配分が不十分であるとするものと、テレビ局が過大な配分を受けているとするものの2つの理由が寄せられた。

(ア) 元請制作会社に対する利益配分が不十分であるとするもの

具体的には、以下のとおり、作品の創作に対する貢献があるにもかかわらずそれに見合う収益配分がないことや、制作費の不足分を二次利用収益で補っている状況の中、十分な収益が得られなかったこと、二次利用の実態が変わったにもかかわらずそれが反映されないといった不満の理由が寄せられた。

- ・ 実際に作品を創っているのに、数%とか 100 円単位の金額の配分しか得られない。
- ・ 制作会社からテレビ局に提案した企画であっても、テレビ局が二次利用の利益の大半を受け取り、制作プロダクションに還元される二次利用の利益は、ごく一部。
- ・ 美術監督として作品にかかわっており、二次利用許諾の一部は受ける権利があるはずだが配分がない。
- ・ 製作プロダクションは、二次利用印税で制作費の不足分を賄っているのが実状であるが、一部作品において二次利用印税が見込めないものがあった。
- ・ 最近ではCS放送などで再放送が頻繁になっているが、昔のテレビ放映後1年後に再放送があるかないかの時代から、配分方法の見直しもなく、我々画を描いた者には一銭もお金が入ってこない。

(イ) テレビ局が過大な配分を受けているとするもの

具体的には、以下のとおり、出資や企画への関与の有無に関係なく力関係や放

映しているという事実をもって利益配分を要求することや、収益の配分前に別の名目の費用を控除するため、制作会社に対する配分額が減ってしまうことなどの不満の理由が寄せられた。

- ・ テレビ局への二次利用の利益の配分は、テレビ局による出資や企画の関与の有無ではなく、テレビ局プロデューサーと制作会社との力関係で決まる。二次利用の利益の配分をテレビ局から要求され、受け入れないと放送してもらえない。
- ・ 深夜アニメの場合、テレビ局は制作費をほとんど払っていないが、放送したという事実に基づいて、テレビ放映によるプロモーション効果の対価をよこせといった態度で利益配分を求めてくる。
- ・ テレビ局は、窓口手数料に加え、粹切りした対価として、「局印税」という名目で1割程度の二次利用料を取得するケースもある。権利を主張するなら、せめて、放映権料を払ってからにしてほしい。

特に、局印税、メディアライツ等の金額をテレビ局が二次利用収益の配分前に控除することについては、広告代理店や、DVD販売会社に対するヒアリングにおいても不満として指摘された。

- ・ テレビ局との契約条件の中に、初めから局印税はいくらと示されているが、編成予算を出さない、つまりビジネス上のリスクを取っていないのに、権利だけ主張するのはいかなものか。(広告代理店)
- ・ プロモーション効果のある間であればまだしも、5年もの長期にわたって局印税を支払わなければならないのは納得できないが、テレビ局から「他の製作委員会には応じてもらっている。」と言われると、応じざるを得ない。(DVD販売会社)

このような指摘に関し、テレビ局に対してヒアリングを行ったところ、

- ・ テレビ局は、放映権を購入する際に、二次利用収益の一部配分を受ける権利をセットで購入しており、対価を支払っている。深夜はこれらの対価がゼロの場合もあるが、その場合も製作委員会側ときちんと交渉した結果そうなっている。
- ・ 二次利用料の配分比率についてはテレビ局が多くの部分を貰う形にはなっているが、二次利用料に不満があれば交渉に応じる。

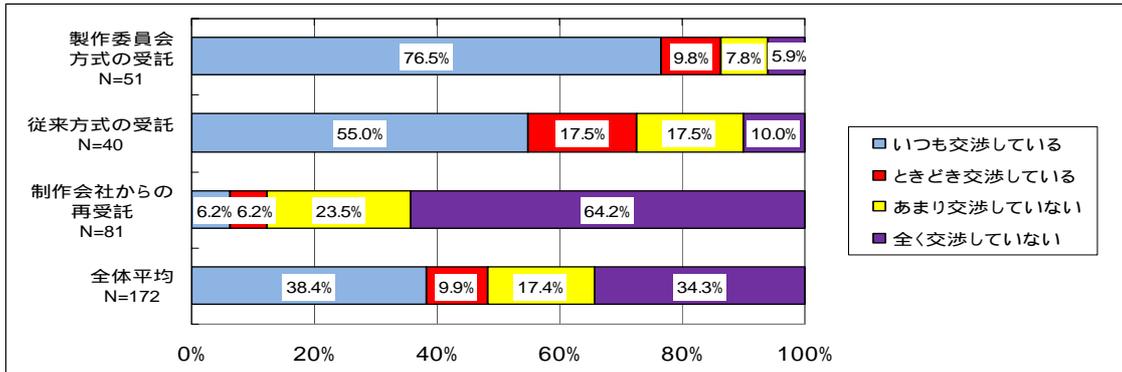
等の説明があった。

## エ 二次利用収益の配分条件を巡る協議プロセスの状況

制作会社に対するアンケートで、アニメ制作の受託に当たり、発注者に対して、作品の二次利用収益の配分について交渉しているかどうかを尋ねたところ、「いつも交渉している」とする回答は38.4%、「ときどき交渉している」とする回答は9.9%であっ

た。取引の階層別に交渉状況を比較すると、製作委員会方式の受託に比べると、従来方式の受託における交渉状況が悪く、制作会社からの再受託では交渉が行われているケースはほとんどなかった。

(図表5-1) 二次利用収益の配分についての交渉状況

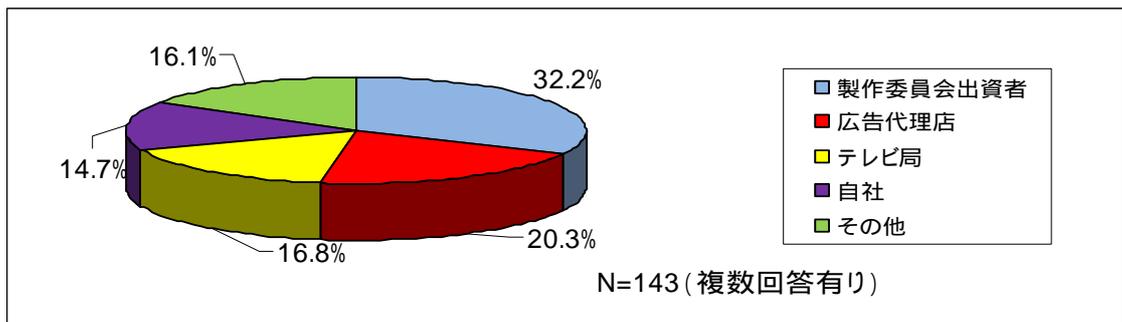


(3) 二次利用の許諾窓口に関する実態

ア 二次利用の許諾窓口と満足度

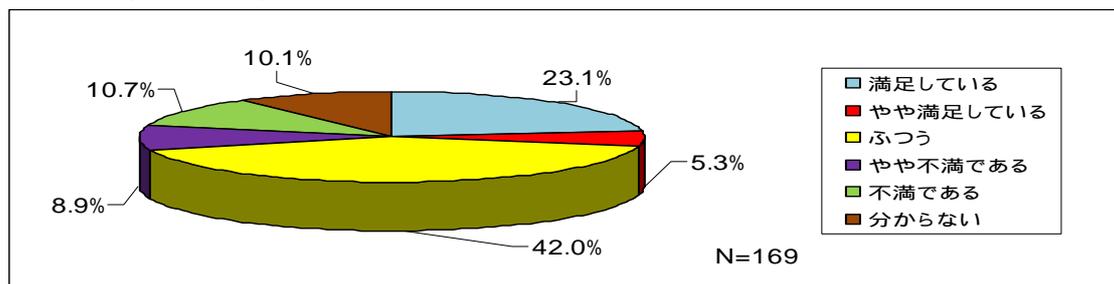
制作会社に対するアンケートで、受託したアニメ作品の二次利用許諾の窓口はどこ  
の会社が行っていたことが多いかを元請受注した制作会社に尋ねたところ、製作委員  
会の出資者が行っているケースが最も多かった。

(図表5-2) 二次利用許諾の窓口の所在 (元請受注した制作会社の回答)



なお、制作会社に対するアンケートで、図表5-2で回答した事業者がアニメ作品の  
二次利用許諾の窓口となることに対して満足しているかどうかを尋ねたところ、「満足  
している」、「やや満足している」という回答が多い一方、「やや不満である」、「不満で  
ある」とする回答は19.6%であった。

(図表5-3) 二次利用許諾の窓口を行う事業者に対する満足度



### イ 窓口会社の選定及び窓口手数料の水準

アンケート及びヒアリングでは、元請制作会社から、二次利用許諾の窓口に関する不満の具体的内容として、窓口手数料が高すぎることや、出資や企画への関与の程度に関係なくテレビ局やその関連会社が窓口となることなどが寄せられた。

- ・ 窓口手数料が高い。収益の10～30%をトップオフする。
- ・ 製作委員会の配分収益から、窓口手数料が控除されるため、配分額が減少する。
- ・ テレビ局は、出資や企画への関与の有無に関係なく、二次利用の窓口をテレビ局又はその関連会社とすることを求める。
- ・ 実際には発注の段階から「主題歌、エンディングテーマについては、テレビ局系の音楽出版社と取引すること」が条件とされており、結局はテレビ局の関連レコード会社の曲を使うことになっている。テレビ局が保有している放映権の効力が切れた後も、代表著作権はテレビ局に残ったままである。

これらの不満に係る意見のうち、音楽の著作権管理については、広告代理店や、DVD販売会社に対するヒアリングにおいても、同じ主張が寄せられた。

- ・ テレビ局が制作委託を行うアニメ番組の主題歌やサウンドトラックについては、ステーション系出版社・テレビ局系音楽出版社が管理業務に係る代表出版社となる。これは慣例ではなく強制に近い。(広告代理店・DVD販売会社)
- ・ 長期間続くアニメ作品の場合など、楽曲がスタンダードになると、大きな利益が得られる。音楽著作権については必ずしもテレビ局系の子会社が代表権を持たなければならない理由はないのに、慣習でそうなるのはおかしい。(DVD販売会社)

これらの指摘について、テレビ局に対してヒアリングを行ったところ、次のとおり、窓口は関係者間で協議をして決めていること、手数料は二次利用の活動の対価として徴収しているものであること、といった説明があった。

- ・ 二次利用収入は、窓口会社がプロモーションを行ってこそ得られるものである。プロモーションにも苦勞がある。窓口手数料はこうしたプロモーションへの対価の

ようなものである。また、このため、二次利用許諾の窓口も、1社に集中するのではなく、例えば玩具であれば玩具関連会社というように、それぞれの得意分野を考慮し、多くの社に分散することとなる。

- ・ サウンドトラックについては、テレビ局系列の音楽出版会社が窓口となる場合が多いが、それは、レコード会社など楽曲のために出資した者同士で話し合いをした結果、楽曲特有の複雑な著作権の管理を得意とするテレビ局系音楽出版会社が窓口になっているのに過ぎない。ほかの会社が窓口となることもある。

#### ウ 窓口の活動の在り方

二次利用許諾の窓口に関する制作会社の具体的な不満内容としては、前記イのほか、窓口の活動内容が活発でないことや、利用許諾の在り方が公平でないことが挙げられ、具体的には、制作会社に対するアンケートやヒアリングにおいて、以下のような問題点が指摘された。

- ・ テレビ局は、窓口権を要求し、手に入れたにもかかわらず、何もしない。
- ・ テレビ局が窓口を取得したにもかかわらず、営業活動が著しく怠慢で、売上が委員会予算より大幅に下回っている。
- ・ テレビ局代理店等の関連会社が、海外販売権を持つなど、窓口を務めている会社の関連会社が有利となっている構造がある。

### 6 製作委員会の運営を巡る問題

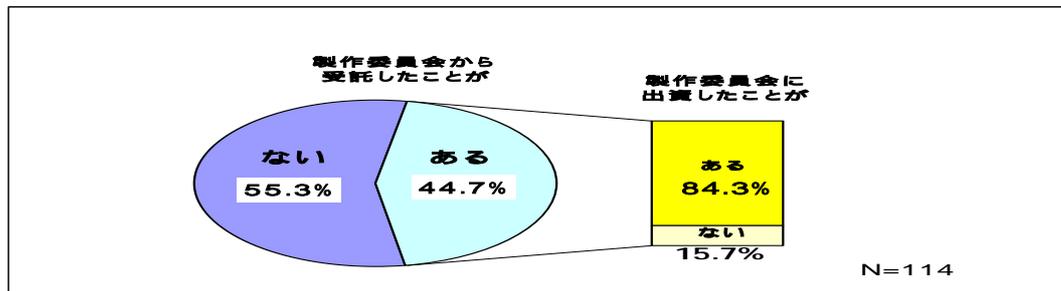
#### (1) 製作委員会の概要

制作会社に対するアンケートで、「製作委員会から受託したことがある」と回答した制作会社に対し、製作委員会の幹事会社はどういった事業者が務めていることが多いか尋ねたところ、前記14ページ図表16のとおりDVD販売会社が最も多く、テレビ局がこれに続いた。

#### (2) 製作委員会への参加状況

制作会社に対するアンケートで、製作委員会への参加状況を尋ねたところ、「製作委員会に出資したことがある」と回答した制作会社は、「製作委員会から受託したことがある」と回答した制作会社の84.3%（回答者全体の37.7%）であった。

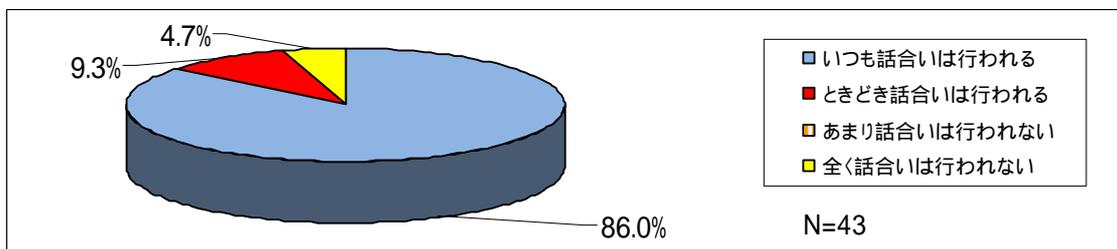
(図表5-4) 製作委員会への参加状況



### (3) 製作委員会の運営方法と満足度

制作会社に対するアンケートで、「製作委員会に出資したことがある」と回答した制作会社に対し、製作委員会の運営方法（幹事、著作権管理窓口、利益配分方法、その他運営ルール等）を決めるに当たって、十分話し合いが行われているかどうか尋ねたところ、「いつも話し合いは行われる」、「ときどき話し合いは行われる」とする回答が大半であった。

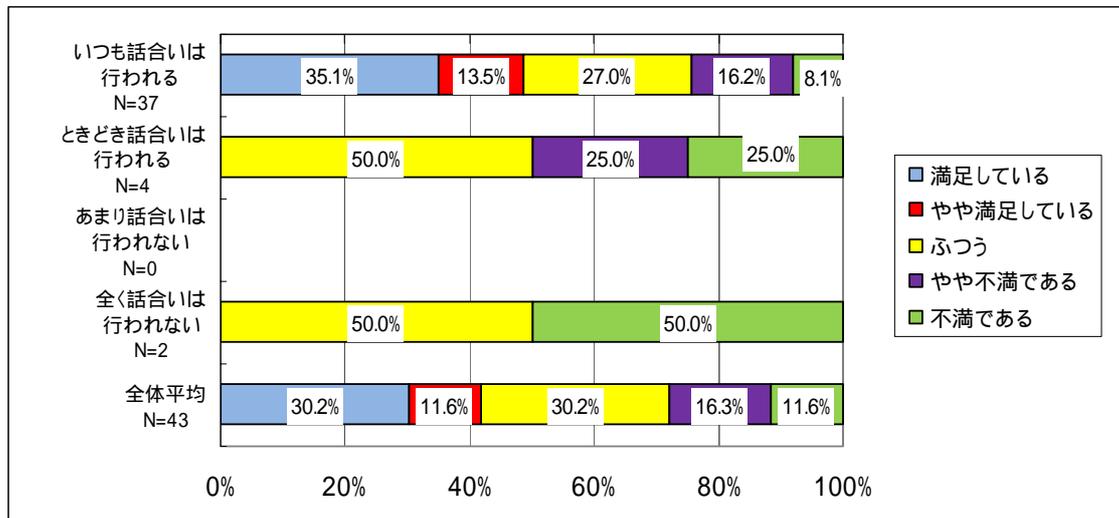
(図表5-5) 製作委員会の運営方法に関する協議状況



また、製作委員会の運営の在り方（出資に対する利益配分、会計の透明性、著作権の管理等）について満足しているかどうかを尋ねたところ、「満足している」、「やや満足している」と回答する制作会社が多かった。

また、前記運営方法の話し合いの状況と、運営の在り方に対する満足度をクロスチェックすると、運営方法の話し合いが行われている製作委員会ほど運営の在り方に対する制作会社の満足度が高く、話し合いが行われないほど、満足度が低かった。

(図表56) 製作委員会の運営の在り方に関する満足度と協議状況との関係



なお、アンケートにおいて、製作委員会に対する具体的な不満としては、

- ・ 広告宣伝費など配給会社やTV局など、影響力が強いところの予算管理はずさんで、制作費に関しては、厳しく切り詰められる。又は、無償で何らかの作業を強いられる。
- ・ 幹事会社の監査条項などが履行されたことがない。

など、費用の配分や、監査の実施状況に関する指摘があった。ただし、全体としては運営の在り方については「不満である」との回答よりも「満足している」との回答のほうが多く、ヒアリング上で「製作委員会方式が始まる以前は二次利用収益の算定や、収益配分額等が不明確であったのに対し、製作委員会方式が導入され、参加者が多数となったことによりチェック機能が働くようになったため、それらの会計の透明性が従来と比較して向上した」という指摘もあった。

## 第4 独占禁止法及び下請法上の評価

アニメ制作委託における取引実態を踏まえ、独占禁止法及び下請法上の評価をまとめると、以下のとおりである。

### 1 発注者の受託制作会社に対する取引上の地位

発注者が受託制作会社に対して、取引上優越した地位にあるか否かはその時々取引環境によって様々であり、一律に判断することはできない<sup>21</sup>。しかし、委託取引の一般的な特性として、発注者が受託者に対して製作を委託した成果物は、発注者の仕様等に基づいた特殊なものが多く、汎用性のある商品とは異なり、発注者が成果物を受領しない場合には受託者がその成果物を他社に転売することは不可能であること、テレビ局と元請制作会社の取引については、現在の我が国において全国にあまねく知らせる上で地上波テレビほど強力な媒体はなく、地上波テレビ局で放映されるか否かは、DVD販売を始めとするアニメ作品の売上を大きく左右することとなること、元請制作会社と下請制作会社の取引については、下請制作会社は小規模な事業者が多いといった事情や、売上の大半を特定の事業者からの受託に依存しているケースが見受けられたこと、等の事情にかんがみると、テレビ局や元請制作会社などの発注者の受託制作会社に対する取引上の地位は優位にあることが多いと考えられる。

このため、アニメの制作委託においては、後記2から4に掲げる点に留意し、優越的地位の濫用行為が生じないように、十分注意することが必要である。

特に、アニメの制作委託のうち、発注者の資本金の額（又は出資の総額）が5000万円超で、受託制作会社の資本金の額が5000万円以下又は個人事業者の場合、発注者の資本金の額が1000万円超5000万円以下で受託制作会社の資本金の額が1000万円以下又は個人事業者の場合は、下請法の規制対象となるため、発注書面の交付、受領後60日以内の代金支払等、下請法の規制に則った取引を行う必要がある<sup>22</sup>。

なお、契約の名目が放映権等の「購入」であっても、購入者側が成果物の仕様等を指定している実態にあるときは、下請法上「委託」に該当し、同法の規制対象となる点に

<sup>21</sup> 委託者が受託者に対して取引上優越した地位にある場合とは、受託者にとって委託者との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すため、委託者が受託者にとって著しく不利益な要請を行っても、受託者がこれを受け入れざるを得ないような場合であり、その判断に当たっては、受託者の委託者に対する取引依存度、委託者の市場における地位、受託者にとっての取引先変更の可能性、取引当事者間の事業規模の格差、取引の対象となる成果物の需給関係等を総合的に考慮する（役務委託取引ガイドライン第12）。

<sup>22</sup> 発注者が法人格のない製作委員会である場合は、製作委員会の出資者のうち 又は の資本金の条件を満たすすべての事業者がそれぞれ「親事業者」として下請法の規制対象となる。なお、この場合、製作委員会名で発注書面を交付することは差し支えない（『下請取引適正化推進講習会テキスト』18ページ（平成20年11月））。

注意が必要である。

## 2 発注の在り方

### (1) 取引条件についての協議

#### ア 実態

アンケートでは、制作会社から「発注者から一方的に低い対価を押し付けられる」との回答が目立った。また、著作権の帰属や二次利用収益の配分などの取引条件については、「いつも交渉している」との回答は全体の半分にも満たなかった。

取引条件について十分な交渉を行っているか否かは、発注者と受託者の認識に大きな開きがあった。例えば、制作会社間の再委託取引について、発注者の立場では3分の2が「いつも交渉している」との回答であったのに対し、受託者の立場では、過半数が、「全く交渉していない」、「一方的に著しく低い対価を押し付けられた」との回答であった。また、制作会社間の取引において支払われる制作費の水準について、発注者の立場からは7割が「制作費を十分補える金額を支払っている」との回答であったのに対し、受託者の立場からは、6割が制作費の水準に不満を持っているなど、取引条件に対する意識の差が大きく現れる結果となった。

#### イ 独占禁止法及び下請法上の評価

受託制作会社の制作費に対する不満は多いが、制作費の決定に関して優越的地位の濫用や下請法上の問題となるかどうかは、受託制作会社と十分な協議が行われたかどうか等の対価の決定方法等にポイントが置かれて総合的に判断される<sup>23</sup>。このため、アニメ制作の発注に際し、制作費の額を決定するに当たっては、発注者は受託制作会社の事情を十分考慮し、協議を尽くすことが重要である。発注者が受託制作会社に対して十分な協議を行うことは、取引条件の改善に資するものであるが、十分な協議を行ったか否かについての発注者と受託制作会社の認識の差は大きく、発注者においては、受託制作会社と取引条件を交渉する際に、十分な協議が行われるように一層努めることが求められる。

### (2) 発注書面等の交付

#### ア 現状

アンケート及びヒアリングの結果、特に、制作会社間の取引において発注書面等の交付が行われていない例が見受けられた。

さらに、アンケートの回答を発注書面等を必ず受領するグループとそうでないグループに分けて比較したところ、後者の発注書面等の交付が確実ににはなされていないと

<sup>23</sup> 役務委託取引ガイドライン第2-3及び『ポイント解説下請法』8ページ参照。

みられるグループの方が不利益を与え得る「発注取消し」、「発注内容の変更」、「やり直し」、「代金減額」を受けた経験があると回答する割合が高く、前者の発注書面等の交付が確実になされている制作会社ほど、「発注者から不利益を与え得る行為を受けた経験がある」と回答する割合が低い傾向がみられた。

なお、ヒアリングでは、いくつかの元請制作会社から、「契約内容にお互い縛られることとなるため、受託制作会社も発注書面等の交付を望んでいない」とする指摘も聞かれたが、受託制作会社に対するアンケートでは回答者の大半が発注書面等の交付を望むとしていた。

### イ 独占禁止法及び下請法上の評価

契約条件が曖昧になることにより受託制作会社に不当な不利益が生じることや、発注者が、受託制作会社に対して、取引条件を定めないまま発注し、事後的に不当な不利益を与えるような取引条件を押し付けることを防止するためにも、事前に発注書面等を交付することは、極めて重要であると考えられる。

特に、下請法の規制対象となる取引においては、発注者は発注時に発注書面を交付することが義務付けられており、たとえアニメ制作委託の特質上、必要記載事項をすべて事前に発注書面に記載することが不可能なやむを得ない状況がある場合であっても、当初書面に記載できることについては確実に記載した上で発注時に交付し、かつ、遅くとも納入日までには補充書面を含めた発注書面を下請事業者に交付することが必要である（下請法第3条）。

なお、情報成果物作成委託は、下請法改正により平成16年4月から新たに同法の適用対象となった分野であるが、この法改正の検討段階においては、口頭契約が大半である番組制作の分野に発注書面交付を義務付けることが業界の慣行に悪影響を及ぼさないかが議論となった<sup>24</sup>。しかし、今回のアンケートにおいて、発注書面等の必要性を肯定する意見が8割を超えたことや、発注者から不当な不利益を受けた経験のない制作会社の発注書面等の受領状況は、そうでない制作会社の受領状況に比べると明らかに良好であることから、アニメ制作に関して下請法改正による発注書面交付の義務付けの意味を積極的に評価できるものと考えられる。

### 3 発注後の取引の在り方

#### (1) 発注取消し、発注内容の変更、やり直し

##### ア 現状

アンケートにおいて、「受託制作会社の責めに帰すべき理由がないのに、プロジェクト

<sup>24</sup> 『企業取引研究会報告書 - 役務の委託取引の公正化を目指して - 』附属資料 23 ページ(平成14年11月27日公正取引委員会)

トや企画の中止・延期等を理由として、発注者から発注取消しをされ、それまでにかかった費用を制作会社が負担させられた」等との回答が 22 件あった。また、「プロジェクトや企画の変更，原作者・演出・監督の意向等を理由として，制作内容の変更が行われたり，発注内容どおりに制作・納入したにもかかわらず発注した内容と違う物で納入し直すように求められ，追加的に生じた費用も受託制作会社が負担した」等との回答が 93 件あった。このような回答は，製作委員会方式の受託，従来方式の受託，制作会社からの再受託いずれの取引についても見受けられた。

## イ 独占禁止法及び下請法上の評価

一般に，取引上優越した地位にある発注者が，受託制作会社に対し，その責めに帰すべき理由もないのに，これらの行為を行い，受託制作会社がそれまでに行った作業が無駄になり，あるいは受託制作会社にとって当初の委託内容にはない追加的な作業が必要となった場合に，発注者がその費用を負担しないことは，受託制作会社に不利益を与えることとなりやすく，優越的地位の濫用の問題を生じやすいと考えられる<sup>2526</sup>。

特に，下請法の適用を受ける取引においては，受託制作会社の責めに帰すべき理由がないのに給付の受領を拒むことや（第 4 条第 1 項第 1 号（受領拒否の禁止）），受託制作会社の責めに帰すべき理由がないのに給付の内容の変更をさせたり給付を受領した後に給付をやり直させること（第 4 条第 2 項第 4 号（不当な給付内容の変更及び不当なやり直しの禁止））は禁止される<sup>27</sup>。

## （ 2 ）代金減額

### ア 現状

アンケートやヒアリングにおいて、「発注者に対してアニメ作品を納入したところ，あらかじめ定められた額から減額されて支払をされたことがある」とする回答があったが，その原因として，発注者の予算や財務の状況を挙げるものが多かった。また，「発注者側の責任による制作遅延であるにもかかわらず，契約書で定めた納期に遅れたと

<sup>25</sup> 役務委託取引ガイドライン第 2 4（1）参照。

<sup>26</sup> アニメ制作の特質上，発注時点から制作内容が変更になることはやむを得ない面もあるが，役務委託取引ガイドラインではやり直しに関し次のとおり記述している。「やり直しのために通常必要とされる費用を委託者が負担するなど，受託者に不利益を与えないと認められる場合には，優越的地位の濫用の問題とはならない。」，「受託者が成果物を試作した後でなければ具体的な仕様等が確定できないため，委託者が当該試作品につきやり直しを要求する場合がある。このような場合に，当該やり直しに係る費用が当初の対価に含まれていると認められるときは，優越的地位の濫用として問題とはならない。」（第 2 4（1））

<sup>27</sup> ただし，については，給付内容の変更ややり直しのために必要な費用を親事業者が負担するなどにより，下請事業者の利益を不当に害しないと認められる場合には，下請法違反とはならない（第 4 条第 2 項柱書）。

の理由で代金が減額される」といった指摘がみられた。

#### イ 独占禁止法及び下請法上の評価

一般に、取引上優越した地位にある発注者が、受託制作会社に対して、正当な理由がないのに、代金の減額を要請する場合には、あらかじめ計算できない不利益を受託制作会社に与えることになりやすく、優越的地位の濫用の問題を生じやすいと考えられる<sup>28</sup>。

特に、下請法の適用を受ける取引にあっては、受託制作会社の責めに帰すべき理由がないのに、あらかじめ定めた制作費を減じることが、減額の名目、方法、金額の多少、受託制作会社の同意の有無を問わず、同法違反となる（第4条第1項第3号（下請代金の減額））。

### （3）代金支払までの期間

#### ア 現状

アンケートでは、アニメ作品の納入から代金の全額支払までの期間が60日以内に設定される例がほとんどであるが、60日を超えている例もみられ、特に、製作委員会方式及び従来方式の受託では91日以上になっているところもあった。

#### イ 独占禁止法及び下請法上の評価

一般に、取引上優越した地位にある発注者が、正当な理由がないのに、あらかじめ定めた支払期日に支払わないことや、一方的に代金の支払期日を遅く設定することは、制作会社の経営の安定を損ない、制作スタッフへの賃金の支払その他制作に必要な費用の支払等が困難になるなど不当に不利益を受託制作会社に与えることとなりやすく、優越的地位の濫用の問題を生じやすいと考えられる<sup>29</sup>。

特に、下請法の適用を受ける取引の場合、支払期日は成果物を受領した日から起算して60日の期間内において、かつ、できるだけ短い期間内において定めなければならないとされており、支払期日の経過後なお代金を支払わないことは支払遅延として禁止されている（受領日から60日を超えた日から遅延利息の支払義務も生じる。）（第2条の2（支払期日を定める義務）、第4条第1項第2号（下請代金の支払遅延）、第4条の2（遅延利息の支払義務））。

<sup>28</sup> 役務委託取引ガイドライン第2-2(1)参照。

<sup>29</sup> 役務委託取引ガイドラインでは、次のように記述している。「取引上優越した地位にある委託者が、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場合には、不当に不利益を受託者に与えることとなり、優越的地位の濫用として問題となる。」（第2-1(1)）

#### 4 著作権の帰属と二次利用の在り方を巡る問題

##### (1) 著作権の帰属

###### ア 現状

著作権の帰属については、アンケートの結果、製作委員会方式の受託では4分の3が、従来方式の受託でも過半数が発注者の単独所有となっていた。逆に、受託制作会社の単独所有になっているとの回答はほとんどなかった。また、制作会社からの再受託では、再受託制作会社が著作権を持っている例は、共有も含めてほとんどなかった。

このような著作権の帰属の実態については、「不満である」と回答した元請制作会社の割合は、製作委員会方式では3割、従来方式では半数近くに上るなど、元請制作会社の不満が目立つ状況にあるが、著作権の帰属について発注者と「いつも交渉している」と回答した元請制作会社の割合は、6割程度にとどまっていた。

###### イ 独占禁止法及び下請法上の評価

###### (ア) 著作権法上の著作権の帰属の明確化

アニメ作品の著作権の帰属について元請制作会社の不満が目立っているのは、著作権法上、「製作に発意と責任を有する者」(映画製作者)に著作権が帰属する旨規定されているところ、この「発意と責任」の所在が明確ではないためであると考えられる。

その結果、優越的な地位にある発注者がその地位を利用して受託制作会社に対して不当に不利益を与えるなどの問題が誘引されることが懸念される。また、権利の原始的な帰属が明確でないことにより、制作会社の優れた作品の創作に対するインセンティブが阻害されたり、著作権の譲渡取引や二次利用ビジネスが円滑に行われなくなることも考えられる。

したがって、優越的地位の濫用や下請法違反行為の未然防止の観点から、発注者と受託制作会社との間で協議を行い、どちらに「発意と責任」が存在し著作権法上の権利が生じるのか十分な検討を加えた上で<sup>30</sup>、これを踏まえて、著作権をどちらに帰属させるのか、権利の移転を伴う場合にはその対価をどのようにするのかについて十分話し合うことが必要不可欠である。

なお、著作権を含む知的財産制度は、知的財産の創出や利用の競争を促進する効果をもたらすものであることが期待されるものであり、著作権の発生や帰属を協議

<sup>30</sup> 著作者から映画製作者に著作権を法定譲渡することとした趣旨は、劇場用映画を念頭に、このように取り扱うことが映画の取引実態に合致するとともに、円滑な市場流通に資すると考えられたためである(超時空要塞マクロス事件高裁判決)。したがって、たとえ発注者が映画製作者に該当する場合であっても、映画製作者の著作権の行使に条件を課すことや、映画の二次的な利用について追加報酬を著作者に支払うこと、あるいは著作者に権利を再譲渡することも可能である(作花文雄『詳解著作権法(第3版)』208ページ)。

するに当たっては、アニメ制作者のアニメ作品に対する創作意欲を刺激し、質の高い新たなアニメ作品を生み出すインセンティブがもたらされるとともに、二次利用が活発に行われるようになるかどうかという視点が重要である。

#### (イ) 著作権が受託制作会社に発生する場合の考え方

一般に、取引上優越した地位にある発注者が、受託制作会社に著作権が発生する場合に、当該アニメ作品が自己との委託取引の過程で得られたこと又は自己の費用負担により作成されたことを理由として、一方的に、これらの受託制作会社の権利を自己に譲渡させることは、不当に不利益を受託制作会社に与えることとなりやすく、優越的地位の濫用の問題になりやすい。

したがって、このような場合において、発注者は、成果物等に係る権利の譲渡に対する対価を別途支払ったり、当該対価を含む形で対価に係る交渉を行うなど、受託制作会社に不当に不利益を与えることのないようにすべきである<sup>31</sup>。

下請法の適用を受ける取引にあっては、著作権が受託制作会社に帰属するにもかかわらず、発注者が、無償で、目的たる使用の範囲を超えて著作権を発注者に譲渡・許諾させることは、同法第4条第2項第3号（不当な経済上の利益の提供要請の禁止）で禁止されるとともに、同法第4条第1項第5号（買ったたきの禁止）につながるおそれがある<sup>32</sup>。

### (2) 二次利用の在り方

#### ア 二次利用収益の配分についての考え方

##### (ア) 現状

アンケートでは、受託制作会社が二次利用収益の配分を受けていない例も多く、従来方式の受託の5割超、制作会社からの再受託では9割超が「配分を受けていない」との回答であった。これに対して製作委員会方式の受託では9割近くが「配分を受けている」との回答であったが、このうち4割は「製作委員会に出資している

---

<sup>31</sup> 発注者が、受託制作会社に対して著作権の譲渡を求める場合に関し、役務委託取引ガイドラインでは次のとおり記述している。「成果物等に係る権利の譲渡又は二次利用の制限に対する対価を別途支払ったり、当該対価を含む形で対価に係る交渉を行っている」と認められるときは、優越的地位の濫用とはならない。ただし、このような場合であっても成果物等にかかる権利の譲渡等に対する対価が不当に低い場合や成果物等に係る権利の譲渡等を事実上強制する場合など、受託者に対して不当に不利益を与える場合には、優越的地位の濫用として問題になる。」（第2-7（1））

<sup>32</sup> 買ったたきの問題となり得る事例としては、例えば、発注者が、制作を委託したアニメ番組について、受託制作会社が有する著作権を発注者に譲渡させることとしたが、その対価は下請代金に含まれているとして、下請事業者と著作権の対価に係る十分な協議を行わず、通常対価を大幅に下回る下請代金の額を定める場合が挙げられる。

場合のみ配分を受けられる」とするものであった。また、二次利用の配分を受けている場合についても3割はその水準について不満がある旨回答していた。

#### (イ) 独占禁止法及び下請法上の評価

一般に、受託制作会社に著作権が発生する場合に、取引上優越した地位にある発注者が、自らに又は自らにも権利が発生すると主張しこれを前提として、あるいは、当該アニメ作品が発注者との委託取引の過程で得られたこと又は発注者の費用負担により作成されたことを理由として、受託制作会社に対し、一方的にアニメの二次利用の収益配分などの取引条件を取り決める場合などには、不当に不利益を受託制作会社に与えることとなりやすく、優越的地位の濫用の問題や下請法上の問題（第4条第2項第3号（不当な経済上の利益の提供要請の禁止））を生じやすい。

したがって、このような場合において、発注者は、成果物等に係る二次利用収益の配分に対する対価を別途支払ったり、当該対価を含む形で対価に係る交渉を行うなど、受託制作会社に不当な不利益を与えることのないようにすべきである<sup>33</sup>。

#### イ 窓口業務の帰属

##### (ア) 現状

二次利用許諾の窓口の所在について、テレビ局や一部の広告代理店からは、「製作委員会への出資者や制作会社とあらかじめ十分に協議し、権利の内容ごとにプロモーション能力を考慮し、窓口を決めている」との説明があった。しかし、制作会社に対するヒアリングでは、これとは対照的に、テレビ局が出資や企画への関与に関係なくテレビ局又はその関連会社が二次利用の許諾窓口となり、窓口手数料を徴収していることについての不満が目立った。

#### (イ) 独占禁止法及び下請法上の評価

二次利用許諾の窓口業務を発注者と受託制作会社のどちらが担当するかについては、取引当事者の合意によって決めるべき事項であるが、窓口業務を行う主体について事前に取決めがない場合において、優越的な地位にある発注者がその地位を不当に利用して窓口業務の主体となることは、優越的地位の濫用として問題となり得るものであり、窓口業務を行う主体については事前に明確にしておくことが必要である<sup>34</sup>。

<sup>33</sup> 役務委託取引ガイドラインにおける関連記述について、脚注33参照。

<sup>34</sup> 『デジタルコンテンツと競争政策に関する研究会報告書』（平成15年3月）22ページ

## ウ 窓口手数料・局印税の問題

### (ア) 現状

窓口手数料について、テレビ局や一部の広告代理店からは、「窓口のプロモーション活動があつての二次利用収益であり、そのためには手間やコストがかかり、窓口手数料はこのような窓口の貢献・コストに対する対価であり、局印税についても放送することによるプロモーション効果に対する対価である」との説明があつた。

しかし、制作会社に対するヒアリングやアンケートでは、「窓口手数料の水準が高すぎる」という指摘があつたほか、局印税等と称するテレビ局への二次利用収入の配分についても、「相応の制作費を支払うことなく二次利用収益の一部を取得するものである」とする指摘があつた。

### (イ) 独占禁止法及び下請法上の評価

窓口手数料等の徴収自体は直ちに独占禁止法及び下請法上問題となるものではないが、一般に、取引上優越した地位にあるテレビ局や製作委員会出資者が、他の製作委員会出資者や直接・間接に制作を受託している制作会社に対して、窓口手数料や局印税を一方的に要求する場合には、受託制作会社に対して不当に不利益を与えることとなりやすく、優越的地位の濫用の問題や下請法上の問題（第4条第2項第3号（不当な経済上の利益の提供要請の禁止））を生じやすい。

したがって、このような問題の未然防止のためには、取引条件交渉時に、二次利用収益への貢献度やプロモーションのための手間やコストなどを十分に説明、協議の上、窓口手数料等を設定することが求められる。

## エ 窓口権の不行使

### (ア) 現状

アンケートやヒアリングにおいて、テレビ局が自ら窓口業務を行うことを要求し、窓口となつたにもかかわらず、二次利用の促進活動が活発でない場合があるとの指摘があつた。

### (イ) 独占禁止法及び下請法上の評価

窓口会社が二次利用の促進に向けて活動を行っていないとしても、そのことをもって直ちに独占禁止法及び下請法上問題となるものではないと考えられるが、アニメ作品の二次利用が活発に行われることは、多様な商品・サービスの提供につながり、競争政策の観点から望ましい。

## 第5 公正取引委員会の今後の対応

今回の調査により、公正取引委員会は、アニメ制作の委託取引を巡る現状及び問題点について明らかにするとともに、これらに関する競争政策上の考え方を示した。

公正取引委員会は、今回の調査結果を踏まえ、関係業界に対して、アニメの制作の発注において独占禁止法・下請法の問題がないか点検することや、独占禁止法・下請法違反行為の未然防止のために発注時における取引条件の十分な協議や書面交付を徹底することを求めるとともに、アニメ制作の委託取引が適正に行われるよう、引き続きその取引実態について注視していくこととする。

また、独占禁止法又は下請法に違反する疑いのある具体的な事実に接した場合には調査を行い、法令に違反する事実が認められた場合には厳正に対処していくこととする。