

テレビ番組制作の取引に関する実態調査報告書

テレビ番組制作の取引に関する実態調査報告書

(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	2
(1)	書面調査	2
(2)	ヒアリング	3
3	調査対象期間等	3
第2	業界の概要	4
1	テレビ番組制作に関する業務内容	4
2	市場規模	4
3	テレビ番組を放送する事業者及び制作する事業者の概要	5
(1)	テレビ番組を放送する事業者	5
(2)	テレビ番組を制作する事業者	6
4	テレビ局等とテレビ番組制作会社との間の主な取引形態	6
(1)	完パケ	6
(2)	一部完パケ	6
(3)	制作協力	6
(4)	人材派遣	6
5	テレビ番組の著作権の帰属の基本的な考え方	7
6	テレビ番組の二次利用と窓口業務	7
第3	調査結果	8
1	回答のあったテレビ局等の概要	8
(1)	資本金の額	8
(2)	年間売上高	8
(3)	テレビ局等の業態	9
(4)	取引先テレビ番組制作会社の数	9
2	回答のあったテレビ番組制作会社の概要	10
(1)	資本金の額	10
(2)	年間売上高	10
(3)	取引先テレビ局等の数	11
(4)	最も年間取引高の多い取引先テレビ局等に対する取引依存度	11
(5)	取引先テレビ局等の業態	12
(6)	取引先テレビ局等との取引年数	12
(7)	取引先テレビ局等との主な取引形態	13
(8)	取引の対象となったテレビ番組のジャンル別の割合	13
3	テレビ局等とテレビ番組制作会社との取引	14
(1)	取引条件の設定	14

(2) 採算確保が困難な取引(買ったたき)	19
(3) やり直し	21
(4) 発注内容の変更	23
(5) 発注内容以外の作業等	25
(6) 発注の取消し	27
(7) 商品・役務の購入・利用の要請	29
(8) 金銭の提供の要請	31
(9) 役務の提供の要請	32
(10) 代金の支払遅延	34
(11) 代金の減額	36
(12) 著作権の取扱い	37
(13) テレビ番組の二次利用	41
(14) 消費税の取扱い	44
第4 調査結果のまとめと評価	46
1 テレビ局等及びテレビ番組制作会社の概要	46
(1) 資本金の額	46
(2) 年間売上高	46
(3) テレビ番組制作会社の取引先テレビ局等の数	46
(4) 取引依存度	46
2 テレビ局等とテレビ番組制作会社との取引の状況	46
(1) 取引形態	46
(2) テレビ番組のジャンル別の割合	46
(3) 取引条件の内容	46
(4) 支払制度	47
(5) 書面の交付状況	47
(6) 優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受けたテレビ番組制作会社の状況	48
(7) 優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を行ったテレビ局等の状況	49
(8) テレビ番組制作会社の資本金等との相関	49
(9) 消費税の取扱いについて	50
第5 公正取引委員会の対応	51

第1 調査の趣旨・方法等

1 調査の趣旨

公正取引委員会は、独占禁止法上の優越的地位の濫用規制及び下請法に基づき、事業者に不当に不利益を与える行為に対して厳正に対処するとともに、違反行為の未然防止に係る取組を行っている¹。また、この未然防止の取組の一環として、公正取引委員会は、優越的地位の濫用規制上又は下請法上問題となり得る事例が見受けられる取引分野について、従前から取引の実態を把握するための調査を実施している。

テレビ番組制作の取引については、近年、世界的金融危機やインターネット広告の成長などの影響によりテレビ局の広告収入が減少し、制作予算が削減されるなど、テレビ番組制作会社が厳しい取引環境に置かれているといわれている。

このような実情を踏まえ、公正取引委員会は、今般、テレビ番組制作の取引において、優越的地位の濫用規制上又は下請法上問題となり得る行為が行われていないかについて、実態調査を実施することとした。

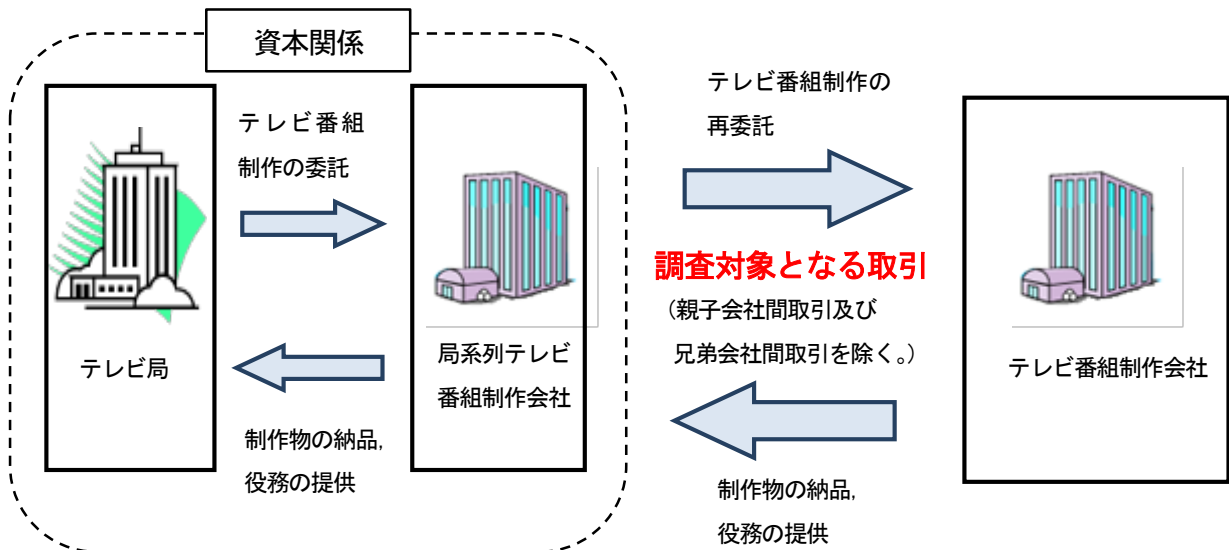
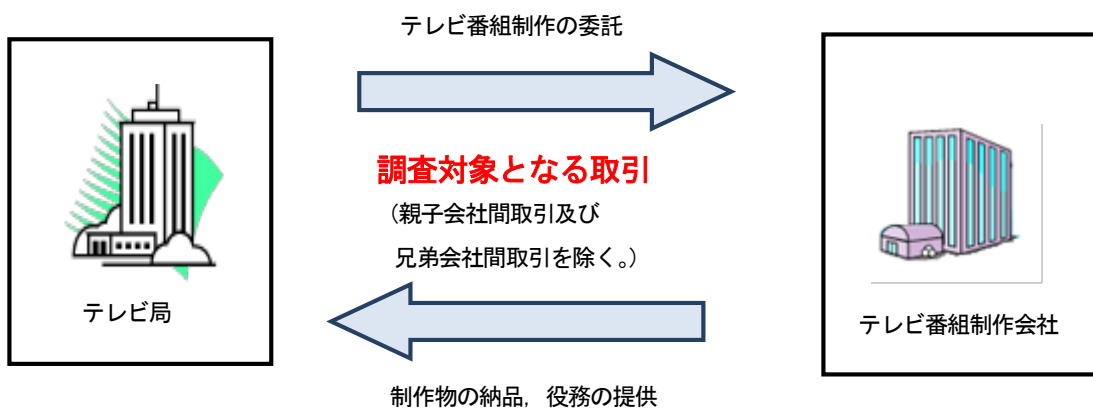
¹ 公正取引委員会は平成25年度以降、放送番組製作に関わる事業者に対する下請法講習会を実施してきている。

2 調査方法

(1) 書面調査

本調査では、テレビ局とテレビ番組制作会社（テレビ局の子会社又は兄弟会社を除く。）との間のテレビ番組制作に係る取引を調査対象とした。

また、テレビ局が、テレビ番組制作を、当該テレビ局と資本関係があるテレビ番組制作会社（テレビ局と同一株主の傘下にあるなど同一企業グループに属している場合を含む。以下「局系列テレビ番組制作会社」という。）に委託し、当該局系列テレビ番組制作会社がテレビ番組制作会社（局系列テレビ番組制作会社の子会社又は兄弟会社を除く。）に再委託している場合における、局系列テレビ番組制作会社と当該テレビ番組制作会社との間の取引についても調査対象とした（下図参照）。



テレビ番組制作の取引を行っていると思われるテレビ局500名及び局系列テレビ番組制作会社76名（以下テレビ局と局系列テレビ番組制作会社を合わせて「テレビ局等」という。）並びにテレビ番組制作会社（テレビ局若しくは局系列テレビ番組制作会社の子会社又は兄弟会社を除く。以下同じ。）800名を対象として、調査票を送付し、書面調査を実施した。

調査票の発送数及び回答者数は、下表のとおりである。

対象事業者	発送数（A）	回答者数（B）（B/A）
テレビ局	500名	379名（75.8%）
局系列テレビ番組制作会社	76名	54名（71.1%）
テレビ番組制作会社	800名	280名（35.0%）

本調査では、書面調査における回答者のうち、①テレビ番組制作の取引を行っていると回答したテレビ局254名及び局系列テレビ番組制作会社29名（合計283名）からの、全ての取引先テレビ番組制作会社との取引についての回答並びに②テレビ番組制作の取引を行っていると回答したテレビ番組制作会社109名からの、テレビ番組制作に係る年間取引高が多いテレビ局等（自社の親会社又は兄弟会社を除く上位5名。以下「主要な取引先テレビ局等」という。）との取引についての回答を基に結果を取りまとめている。

(2) ヒアリング

書面調査における回答者のうち、テレビ局2名及びテレビ番組制作会社28名並びに関係事業者団体3名を対象にヒアリングを実施した。

3 調査対象期間等

- (1) 調査票発送日：平成27年2月16日
- (2) 回答期限：平成27年3月16日
- (3) 調査対象期間：平成26年1月1日から平成26年12月31日

第2 業界の概要

1 テレビ番組制作に関する業務内容

テレビ番組制作に関する主な業務は、以下のとおりである。

(1) 番組制作の遂行・管理

番組の企画や制作費の管理を担当するプロデューサーと演出を担当するディレクターが中心となり、番組の制作スタッフの編成、番組制作の遂行及び管理を行う業務。

(2) 美術関係業務

番組制作に必要な大道具、小道具、衣装等に関する業務。

(3) 技術関係業務

番組制作に必要なカメラ、音声、照明、VTR、スタジオ、中継車等の機材及び場所の提供並びに当該機材を操作する業務。

(4) ポストプロダクション業務

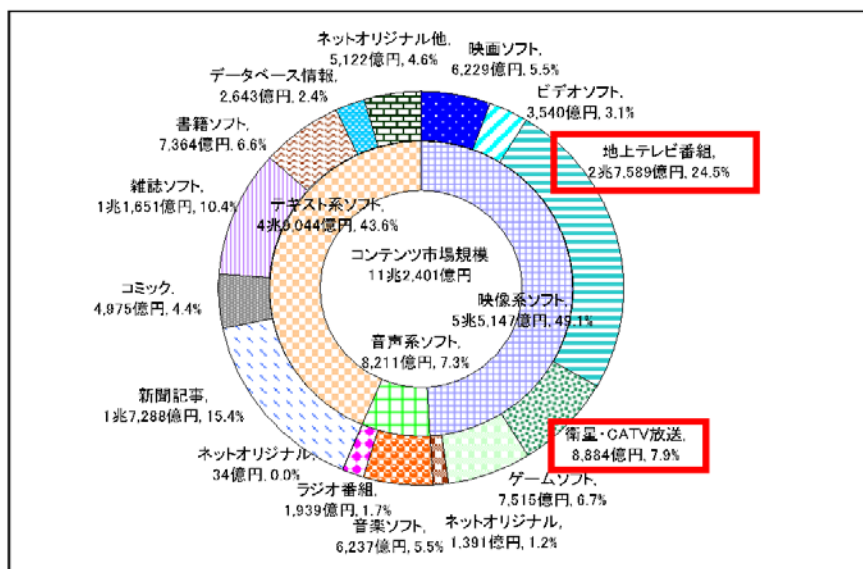
番組の録画、録音、編集のための機材及び場所を、機材を操作する専門のスタッフとともに時間貸しする業務。

なお、美術関係業務、技術関係業務又はポストプロダクション業務のみを発注する取引については、本件の調査対象外とした。

2 市場規模

「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査研究 報告書（平成26年9月〔総務省 情報通信政策研究所〕）」によれば、我が国の平成24年のコンテンツ市場規模は1兆2401億円となっており、そのうち地上テレビ番組の市場規模は2兆7589億円²、衛星・CATV番組の市場規模は8884億円³となっている。また、同報告書によれば、平成24年の地上テレビ番組の制作金額は1兆7348億円、衛星テレビ番組の制作金額は1425億円、CATV番組の制作金額は168億円となっている。

我が国の平成24年のコンテンツ市場規模



² 一次流通市場の市場規模（地上テレビ番組の放送によって地上テレビ放送局が得る放送事業収入及び受信料収入の合計）とマルチユース市場の市場規模（衛星放送、CATV、ビデオにおいて地上テレビ番組が二次利用された割合を推計し、衛星テレビ放送局、CATV局の事業収入にその割合を乗じることで算出）を合計した金額。

³ 衛星テレビ番組市場の一次流通の市場規模、マルチユース市場の市場規模、CATV番組の一次流通市場の市場規模を合計した金額。

3 テレビ番組を放送する事業者及び制作する事業者の概要

(1) テレビ番組を放送する事業者

テレビ番組を放送する事業者には、地上波による放送を行っている日本放送協会及び地上系民間放送事業者（以下「地上系放送事業者」という。）、人工衛星による放送を行っている衛星放送事業者、ケーブルによる放送を行っている有線テレビジョン放送事業者（以下「ケーブルテレビ事業者」という。）等があり、民間放送事業者数は以下のとおりとなっている。

民間放送事業者数の推移⁴

単位：名

		21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
地上系民間放送事業者		127	127	127	127	127
衛星放送事業者		113	113	108	92	72
ケーブルテレビ事業者	自主放送を行う者	540	526	556	545	539
	再放送のみを行う者	536	565	386	256	253

ア 日本放送協会

日本放送協会（以下「NHK」という。）は、放送法の規定により設立された公共放送を行う特殊法人である。放送法では、NHKの目的は、「公共の福祉のために、あまねく日本全国において受信できるように豊かで、かつ、良い放送番組による国内基幹放送を行う」（同法第15条）ことなどとされている。

イ 地上系民間放送事業者

「キー局」と呼ばれる在京のテレビ局5社（日本テレビ放送網株式会社、株式会社TBSテレビ、株式会社フジテレビジョン、株式会社テレビ朝日及び株式会社テレビ東京）は、それぞれネットワークと呼ばれる放送網を組織しており、地方のテレビ局の多くはいずれかのネットワークに属している⁵。このネットワークを通じて、キー局等が制作又は購入して放送する番組が、地方のテレビ局においても放送されることが多く、地方のテレビ局はネットワークから提供を受ける番組に大きく依存している状況にある。

ウ 衛星放送事業者

衛星放送事業者には、放送衛星を利用したBS放送を行う事業者と通信衛星を利用したCS放送を行う事業者がおり、それぞれ、放送衛星又は通信衛星を利用して番組の電波を中継し、各家庭に番組を提供することにより放送を行っている。

衛星放送事業者には、地上系民間放送事業者のキー局のグループ会社等の無料放送を行う事業者、株式会社スカパー・ブロードキャスティング等の専門チャンネルの有料放送を行う事業者等がある。

エ ケーブルテレビ事業者

ケーブルテレビ事業者は、光ファイバーケーブルや同軸ケーブルを利用して各家庭に番組を配信することにより放送を行う事業者である。

ケーブルテレビ事業者には、株式会社ジュピターテレコム（J:COM）のように全国

⁴ 出典：地上系民間放送事業者及び衛星放送事業者の事業者数については平成26年版情報通信白書（総務省）、ケーブルテレビ事業者の事業者数についてはケーブルテレビの現状（平成12～25年度）（総務省統計局）

⁵ 出典：日本民間放送年鑑2014（平成26年11月〔一般社団法人日本民間放送連盟〕）

平成26年3月末現在、各ネットワークの事業者数は、日本テレビ系列が30社、TBS系列が28社、フジテレビ系列が28社、テレビ朝日系列が26社及びテレビ東京系列が6社となっている。

なお、ネットワークに属していないテレビ局（独立局）は13社となっている。

を営業区域とする事業者もあるが、その多くは特定のエリアを営業区域としており、中には、地方公共団体、地方公共団体が出資する第三セクターの事業者もある。

オ その他

前記ア～エの放送事業者のほか、スマートフォン向けの放送やインターネット向けの放送⁶といった新たな形態の放送を行う事業者もある。

(2) テレビ番組を制作する事業者

テレビ番組を制作する事業者には、テレビ局、局系列テレビ番組制作会社及びテレビ番組制作会社がある。

テレビ番組制作会社には、自らテレビ番組を制作している事業者のほか、機材や編集設備を持たず、プロデューサーやディレクターのみが在籍して番組制作の遂行・管理のみを行っている事業者や自社の従業員をテレビ局等に派遣し、テレビ局等の指揮命令下においてテレビ番組制作に関する業務を行う事業者がある。

4 テレビ局等とテレビ番組制作会社との間の主な取引形態

テレビ局等とテレビ番組制作会社との間の主な取引形態は以下のとおりである。

なお、各取引形態の呼称は事業者によって異なる。

(1) 完パケ（「完全パッケージ」の略称）

テレビ番組制作会社が、テレビ局等からテレビ番組の全部の制作について委託を受け、当該テレビ局等に対し、テレビ番組を放送できる状態で納品する取引。

例えば、テレビ番組制作会社が、テレビ局から2時間ドラマ1本の制作の委託を受け、当該番組を放送できる状態で納品する場合は該当する。

(2) 一部完パケ

テレビ番組制作会社が、テレビ局等からテレビ番組のコーナーなどテレビ番組の一部の制作について委託を受け、当該テレビ局等に対し、テレビ番組のコーナーなどを放送できる状態で納品する取引。

例えば、テレビ番組制作会社が、テレビ局から1時間の情報番組のうち5分間のグルメ特集コーナーの制作の委託を受け、当該コーナーを放送できる状態で納品する場合は該当する。

(3) 制作協力

テレビ番組制作会社が、テレビ局等が制作するテレビ番組に関する演出業務等、一部の業務の委託を受け、当該業務を行う取引。

例えば、テレビ番組制作会社が、テレビ局が制作する1時間のバラエティ番組のうち、演出業務の委託を受け、当該業務を行う場合は該当する。

(4) 人材派遣

テレビ番組制作会社が、テレビ局等に対し人材を派遣し、テレビ局等の指揮命令下で業務を行う取引。

例えば、テレビ番組制作会社が、テレビ局に対し人材を派遣し、テレビ局の指示でアシスタントディレクター業務を行う場合は該当する。

⁶ インターネット向けの放送は、放送法上の放送には該当しない。

5 テレビ番組の著作権の帰属の基本的な考え方

テレビ番組は、著作権法上、基本的に「映画の著作物⁷」として保護されており、映画の著作物の著作者は、「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⁸」とされている。また、映画の著作物の著作権については、「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してい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⁹」ものとされている。

なお、映画の著作物を制作するに当たって用いられた原作である小説、脚本、音楽等の著作物の著作者は、映画の著作物そのものの著作者とはならないが、それぞれの著作物の著作権について著作権法において保護されている。

映画製作者については、「映画の著作物の製作に発意と責任を有する者¹⁰」とされており、テレビ局等とテレビ番組制作会社のどちらが映画製作者となるのかについて考え方が対立することがある。この点については、個々の事案ごとに制作の実態を踏まえて判断されることとなるが、完パケについては制作の委託を受けた番組全体について、一部完パケについては制作の委託を受けた番組の一部について、一般的に、テレビ番組制作会社が映画製作者として発意と責任を有し、テレビ番組制作会社に著作権が帰属するものと考えられている¹¹。また、制作協力についてはその関与の度合いによってはテレビ番組制作会社にも著作権が帰属する可能性がある。

6 テレビ番組の二次利用と窓口業務

テレビ番組は、当初の放送以外に再利用（二次利用）される場合がある。テレビ番組の二次利用の形態は、「再放送への利用」、「ビデオ化（DVD、ブルーレイディスク、CD-ROM等を含む）」、「番組素材やフォーマット等のコンテンツの利用」、「インターネットによる配信」、「他のテレビ局への番組販売」、「海外への番組販売」等様々である。

また、テレビ番組を二次利用する際に、取引の相手方との交渉窓口となって契約を行ったり、著作権を有する者に収益配分を行う等の業務のことを窓口業務という。一般的には、窓口業務を行った事業者は、窓口業務の手数料を収受した上で、残りの収益を著作権を有する者に配分している。

なお、こうした二次利用を行う際には、テレビ番組自体の著作権を有する者のほか、原作である小説、脚本、音楽等の著作権を有する者からも二次利用に関する許諾を得ることが必要である。

⁷ 著作権法第2条第3項

⁸ 著作権法第16条

⁹ 著作権法第29条

¹⁰ 著作権法第2条第1項第10号

¹¹ 放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン【第三版】（平成26年3月〔総務省〕）によれば、「完全製作委託型番組」とは、「製作会社の発意と責任により製作され、企画、撮影、収録、製作及び編集までをすべて自社の責任で行い、技術的な仕様を満たしていつでも放送できる状態の番組として放送事業者に納品されたものをいう。民放において『完全パッケージ番組』、『完パケ』と呼ばれているものが一般にこれに該当する。このような形態の場合、原則として受注した製作会社に著作権が帰属することになる。」とされている。

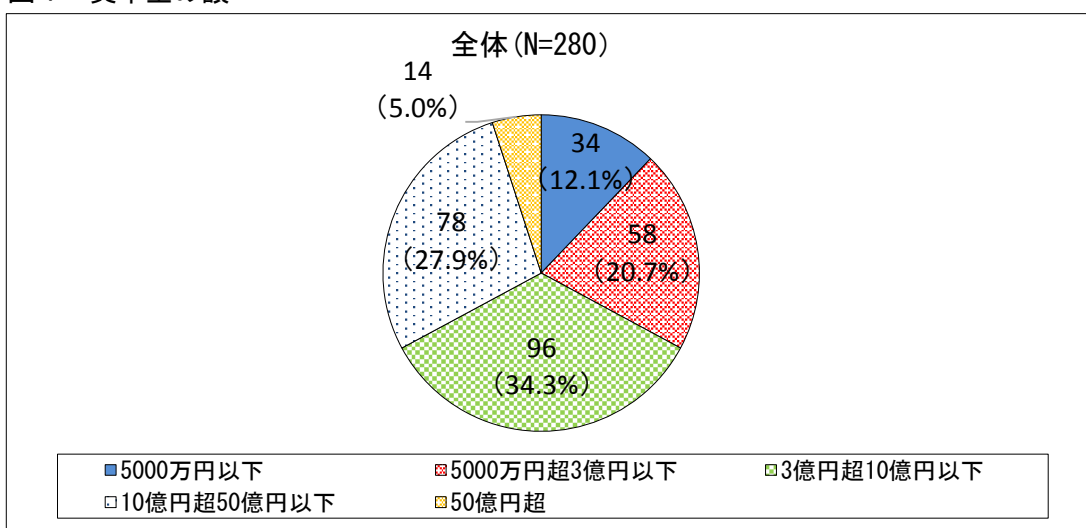
第3 調査結果

1 回答のあったテレビ局等の概要

(1) 資本金の額

テレビ番組制作の取引を行っているという回答したテレビ局等283名のうち、資本金の額について回答のあった280名をみると、「5000万円以下」が34名（12.1%）、「5000万円超3億円以下」が58名（20.7%）、「3億円超10億円以下」が96名（34.3%）、「10億円超50億円以下」が78名（27.9%）、「50億円超」が14名（5.0%）であった。

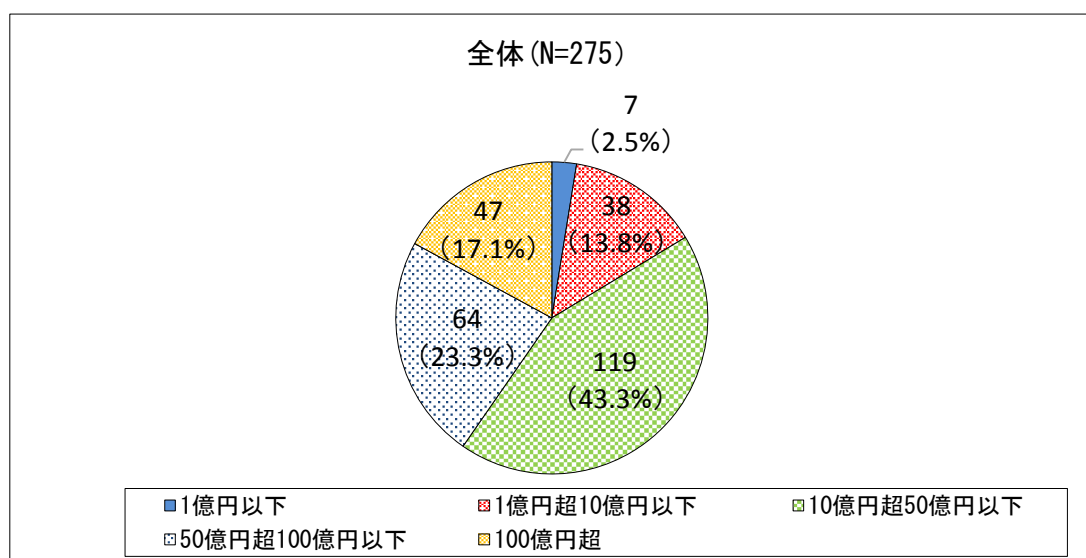
図1 資本金の額



(2) 年間売上高

テレビ局等283名のうち、年間売上高について回答のあった275名をみると、「1億円以下」が7名（2.5%）、「1億円超10億円以下」が38名（13.8%）、「10億円超50億円以下」が119名（43.3%）、「50億円超100億円以下」が64名（23.3%）、「100億円超」が47名（17.1%）であった。

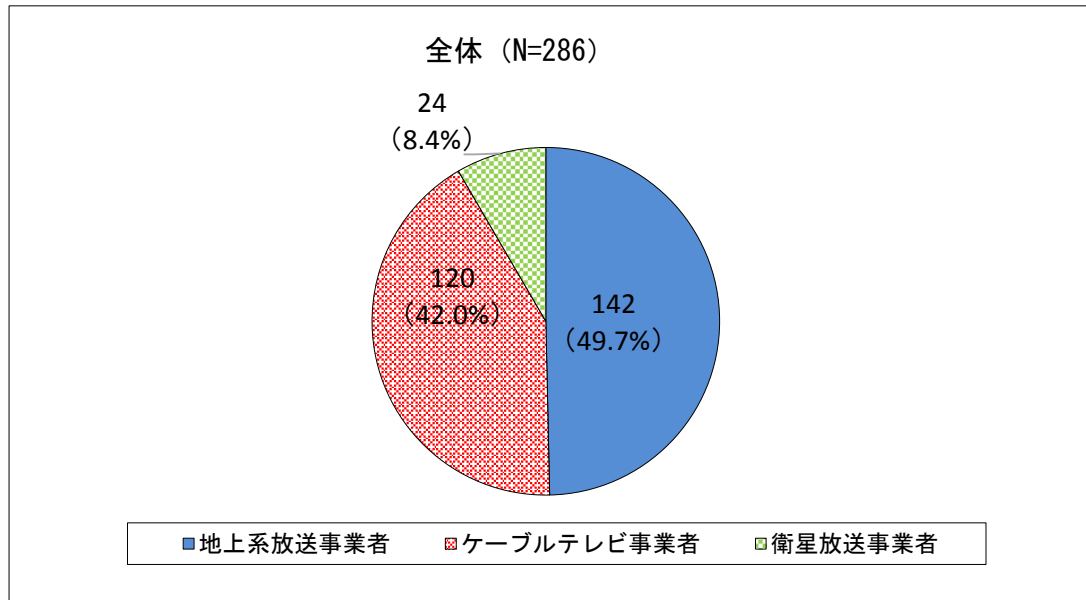
図2 年間売上高



(3) テレビ局等の業態

テレビ局等283名のうち、278名から回答のあった延べ286の業態（1事業者が複数の業態を有していると回答している場合もある。）をみると、「地上系放送事業者」が142（局系列テレビ番組制作会社29名を含む。）（49.7%）、「ケーブルテレビ事業者」が120（42.0%）、「衛星放送事業者」が24（8.4%）であった。

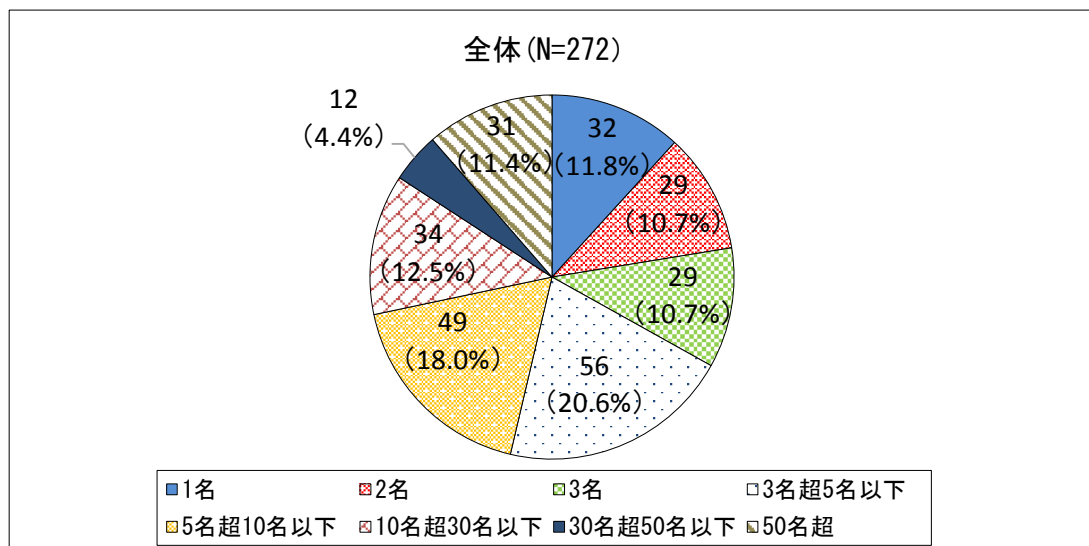
図3 テレビ局等の業態



(4) 取引先テレビ番組制作会社の数

テレビ局等283名のうち、取引先テレビ番組制作会社の数について回答のあった272名をみると、取引先テレビ番組制作会社の数が「1名」が32名（11.8%）、「2名」が29名（10.7%）、「3名」が29名（10.7%）、「3名超5名以下」が56名（20.6%）、「5名超10名以下」が49名（18.0%）、「10名超30名以下」が34名（12.5%）、「30名超50名以下」が12名（4.4%）、「50名超」が31名（11.4%）であった。

図4 取引先テレビ番組制作会社の数

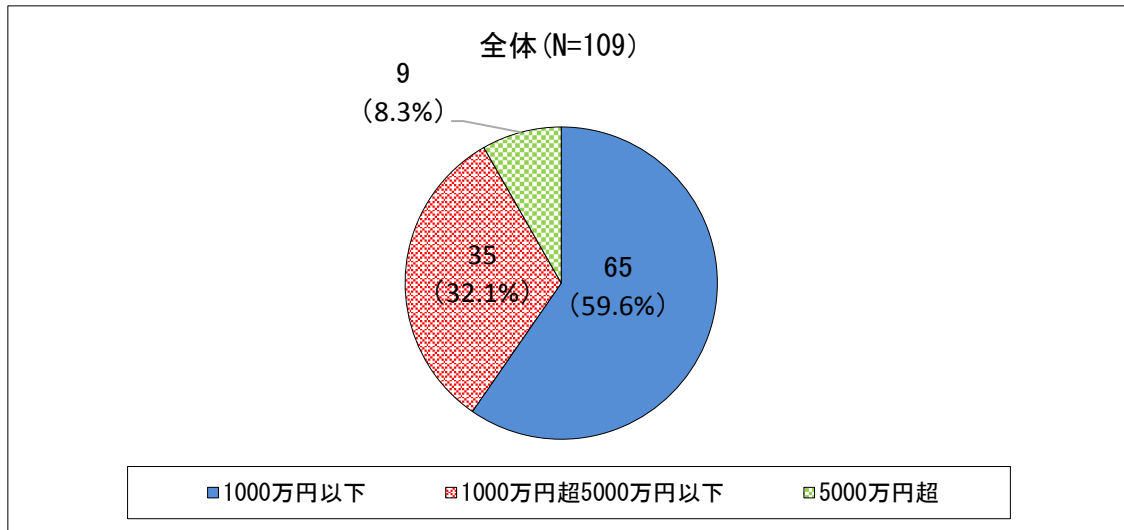


2 回答のあったテレビ番組制作会社の概要

(1) 資本金の額

テレビ番組制作の取引を行っていると回答したテレビ番組制作会社109名のうち、資本金の額について回答のあった109名をみると、「1000万円以下」が65名(59.6%)、「1000万円超5000万円以下」が35名(32.1%)、「5000万円超」が9名(8.3%)であった。

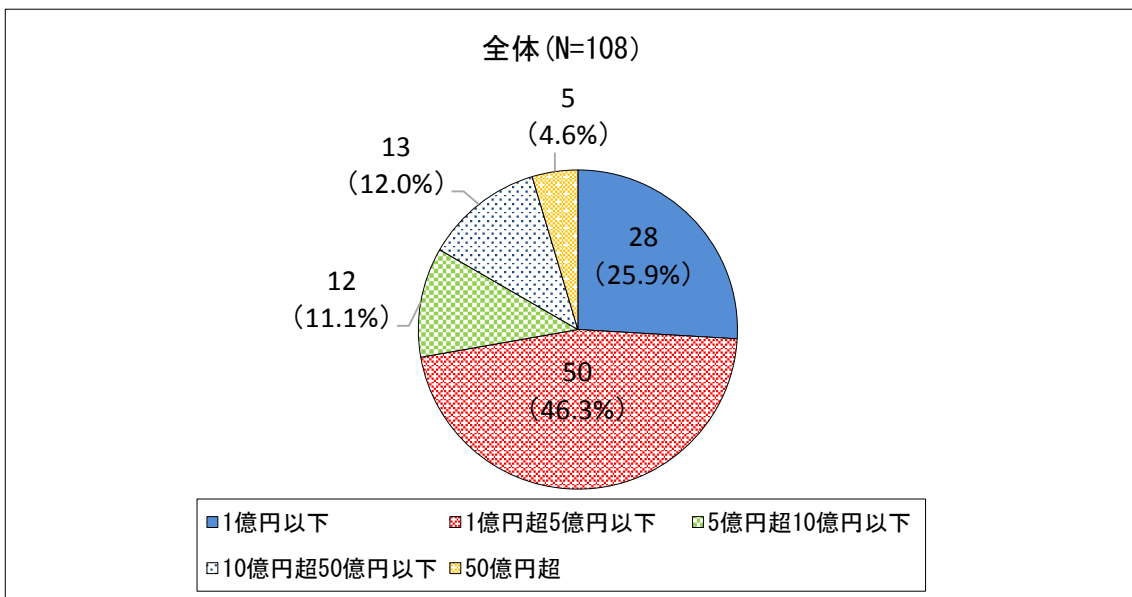
図5 資本金の額



(2) 年間売上高

テレビ番組制作会社109名のうち、年間売上高について回答のあった108名をみると、「1億円以下」が28名(25.9%)、「1億円超5億円以下」が50名(46.3%)、「5億円超10億円以下」が12名(11.1%)、「10億円超50億円以下」が13名(12.0%)、「50億円超」が5名(4.6%)であった。

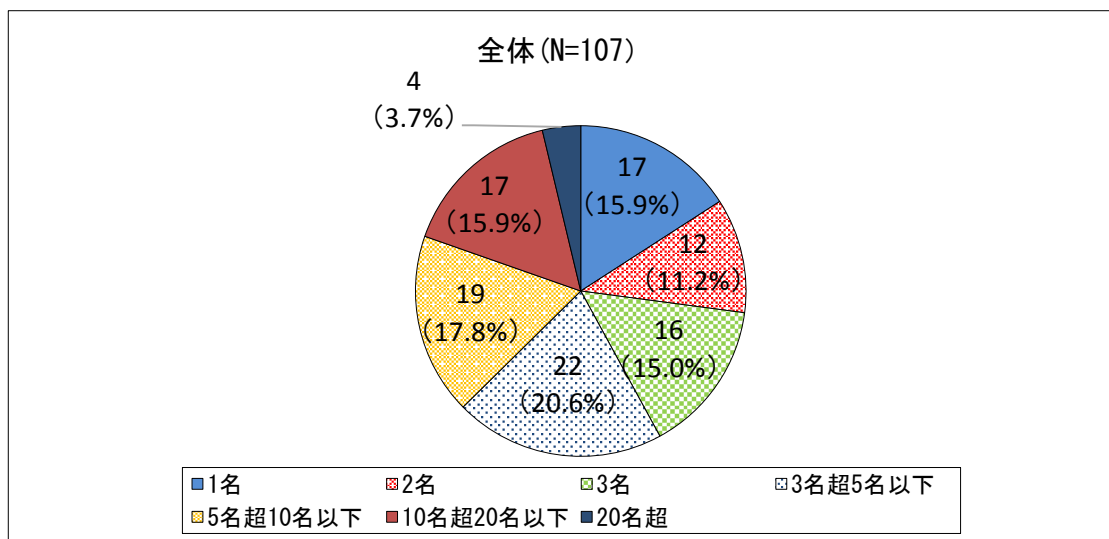
図6 年間売上高



(3) 取引先テレビ局等の数

テレビ番組制作会社109名のうち、取引先テレビ局等の数について回答のあった107名をみると、取引先テレビ局等の数が「1名」が17名（15.9%）、「2名」が12名（11.2%）、「3名」が16名（15.0%）、「3名超5名以下」が22名（20.6%）、「5名超10名以下」が19名（17.8%）、「10名超20名以下」が17名（15.9%）、「20名超」が4名（3.7%）であった。

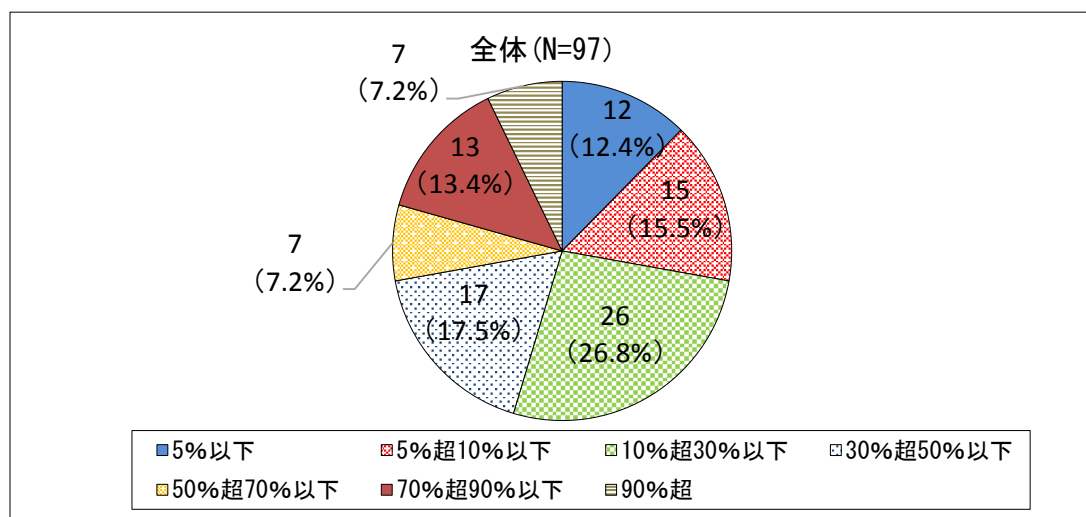
図7 取引先テレビ局等の数



(4) 最も年間取引高の多い取引先テレビ局等に対する取引依存度

テレビ番組制作会社109名のうち、最も年間取引高の多い取引先テレビ局等に対する取引依存度¹²について回答のあった97名をみると、「5%以下」が12名（12.4%）、「5%超10%以下」が15名（15.5%）、「10%超30%以下」が26名（26.8%）、「30%超50%以下」が17名（17.5%）、「50%超70%以下」が7名（7.2%）、「70%超90%以下」が13名（13.4%）、「90%超」が7名（7.2%）であった。

図8 最も年間取引高の多い取引先テレビ局等に対する取引依存度

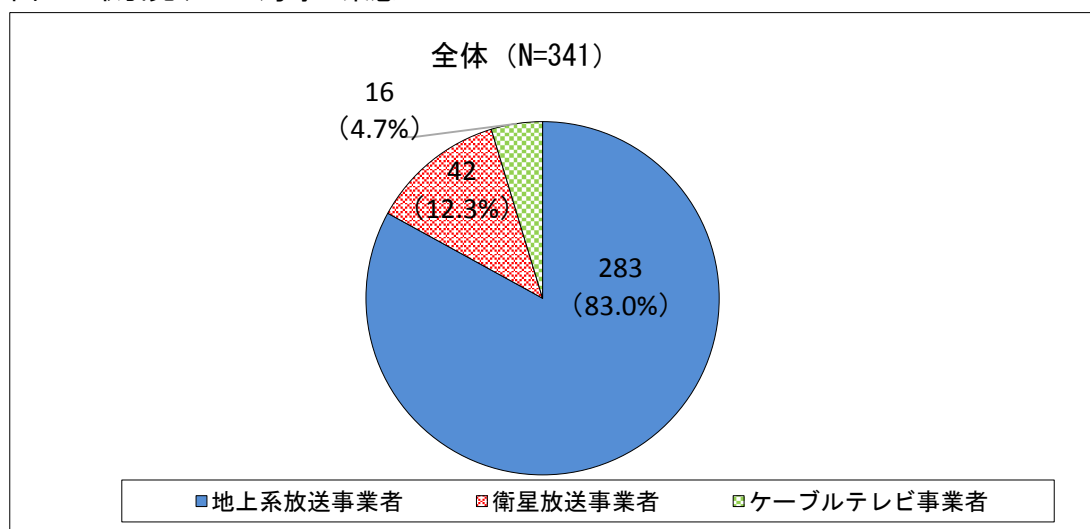


¹² 取引先テレビ局等との年間取引高÷自社（テレビ番組制作会社）の年間売上高。後記第4の2(8)イにおいても同じ。

(5) 取引先テレビ局等の業態

テレビ番組制作会社109名が取引を行っている主要な取引先テレビ局等は延べ341名であるところ、このうち当該テレビ局等の業態についてテレビ番組制作会社から回答のあった341名をみると、「地上系放送事業者」が283名（局系列テレビ番組制作会社69名を含む。）（83.0%）、「衛星放送事業者」が42名（12.3%）、「ケーブルテレビ事業者」が16名（4.7%）であった。

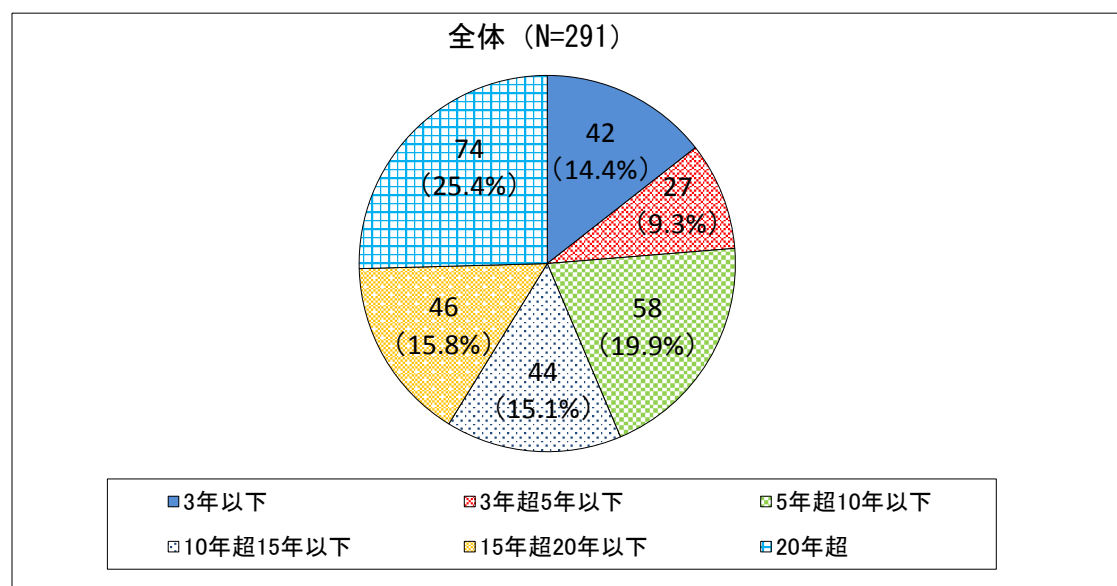
図9 取引先テレビ局等の業態



(6) 取引先テレビ局等との取引年数

テレビ番組制作会社109名が取引を行っている主要な取引先テレビ局等は延べ341名であるところ、このうち取引年数についてテレビ番組制作会社から回答のあった291名をみると、「3年以下」が42名（14.4%）、「3年超5年以下」が27名（9.3%）、「5年超10年以下」が58名（19.9%）、「10年超15年以下」が44名（15.1%）、「15年超20年以下」が46名（15.8%）、「20年超」が74名（25.4%）であった。

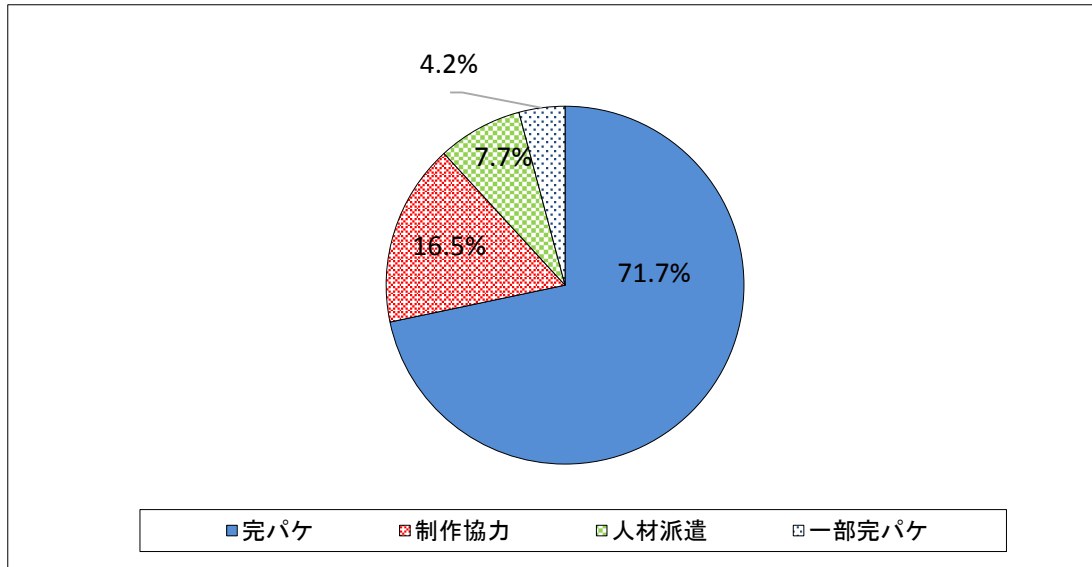
図10 取引先テレビ局等との取引年数



(7) 取引先テレビ局等との主な取引形態

テレビ番組制作会社109名が取引を行っている主要な取引先テレビ局等は延べ341名であるところ、テレビ番組制作会社から回答のあった取引先テレビ局等249名との主な取引形態の割合(番組数ベース)をみると、「完パケ」が71.7%、「制作協力」が16.5%、「人材派遣」が7.7%、「一部完パケ」が4.2%であった。

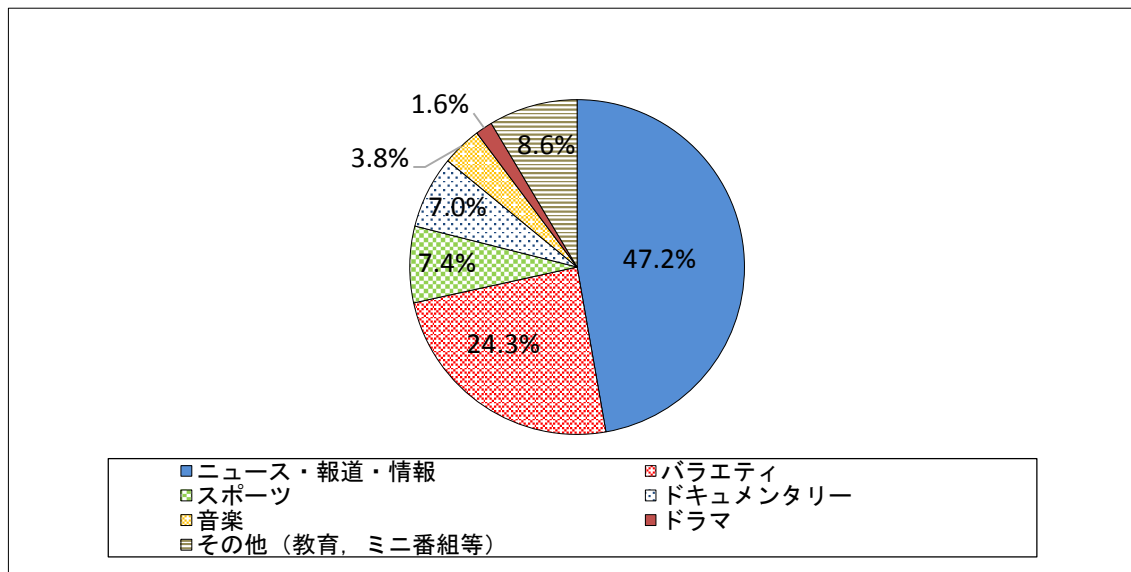
図11 取引先テレビ局等との主な取引形態



(8) 取引の対象となったテレビ番組のジャンル別の割合

テレビ番組制作会社109名が取引を行っている主要な取引先テレビ局等は延べ341名であるところ、テレビ番組制作会社から回答のあった取引先テレビ局等287名との取引の対象となったテレビ番組のジャンル別の割合(番組数ベース)をみると、「ニュース・報道・情報」が47.2%、「バラエティ」が24.3%等であった。

図12 取引の対象となったテレビ番組のジャンル別の割合



3 テレビ局等とテレビ番組制作会社との取引

(1) 取引条件の設定

ア 取引条件の内容

テレビ局等に対し、テレビ番組制作会社との間でテレビ番組制作の取引を行うに当たり、あらかじめどのような取引条件を定めているかを聞いたところ、回答のあった281名のうち、あらかじめ定めている主要な取引条件については、「発注内容」が281名、「支払金額」が280名、「支払期日」が269名であった。また、あらかじめ定めている著作権に関する取引条件については、「著作権の譲渡・許諾の範囲」が202名、「著作権の譲渡対価」が94名、「二次利用の窓口業務に関する事項」が81名、「二次利用の収益配分に関する事項」が57名であった。

表1-1 主要な取引条件の内容（複数回答可）

取引条件の内容	事業者数
発注内容	281名
支払金額	280名
支払期日	269名

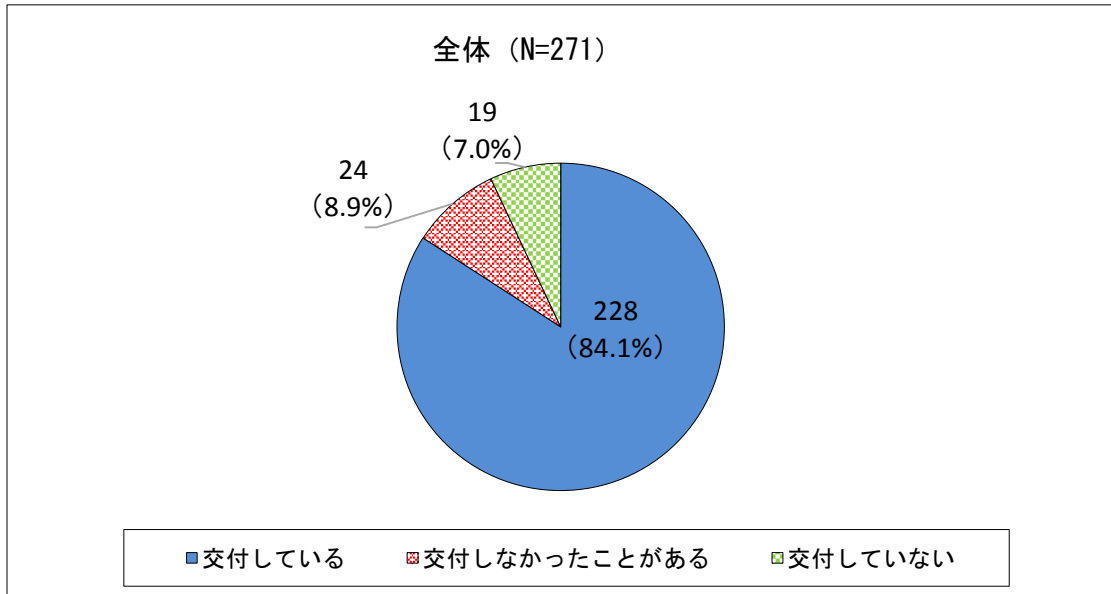
表1-2 著作権に関する取引条件の内容（複数回答可）

取引条件の内容	事業者数
著作権の譲渡・許諾の範囲	202名
著作権の譲渡対価	94名
二次利用の窓口業務に関する事項	81名
二次利用の収益配分に関する事項	57名

イ(7) 書面の交付状況

テレビ局等に対し、テレビ番組制作会社との間でテレビ番組制作の取引を行うに当たり、テレビ番組制作会社に前記アの取引条件等が記載された書面（電磁的方法によるものを含む。）を発注時に交付しているかを聞いたところ、回答のあった271名のうち、「交付している」が228名（84.1%）、「交付しなかったことがある」が24名（8.9%）、「交付していない」が19名（7.0%）であった。

図13 書面の交付状況



イ(4) 書面の交付状況に係るテレビ番組制作会社の具体的回答事例

○ 取引先のテレビ局等は、テレビ番組制作の取引において発注書面を交付してくれない。担当のプロデューサーから、発注時にはいつも口約束で「発注書面はすぐ出すから。」などと言われるものの、結局、放送後にしか発注書面や契約書が届かない。テレビ局等には、発注の時点できちんと発注書面を出してもらわないと、途中で番組制作がボツにされた場合、発注があったという証拠が何も残っていないことになる。こうしたことから、テレビ局等には、企画書が採用されてテレビ番組制作が始まった時点で発注書面を交付してほしい。

また、当社のように規模の小さなテレビ番組制作会社は資金繰りが常に厳しいことから、新たなテレビ番組制作を行う際に金融機関から融資を受ける必要があるところ、発注書面がないと金融機関に融資の相談に行っても話が進みづらい。このようなことから、発注書面には発注金額が確定していなくてもせめて暫定の金額でよいので記載していただきたいと思う。発注書面に暫定の金額でも記載してあれば、金融機関にとって融資額の目安となるはずである。

○ テレビ局等から発注書面が交付される時期は、納品後がほとんどである。このことについて、当社は、取引先のテレビ局等に対して、発注書面の早期交付を申し入れているが、なかなか当社の申し入れに応じてくれない。

○ 取引先の地方のテレビ局等では、何年か前に、契約書や発注書面といった取引条件を記載した書面を交付する社内制度ができたところもあるが、担当者が忘れていて、まとめて発注書が交付されることなどが多々ある。また、契約書についても、

入金が終わった後で締結することが多々ある。

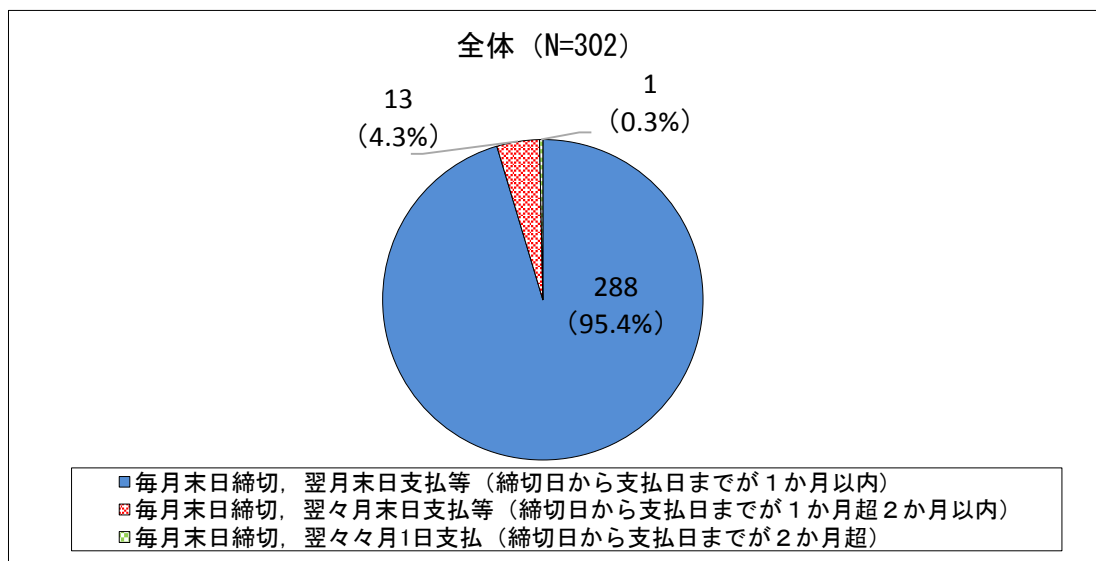
ある地方のテレビ局等では、発注書等の書面の交付はなく、いまだに口頭で発注が行われている。

- 取引先のテレビ局等は、数年前から発注書面を交付するようになったが、放送して入金されてから発注書面が交付されるといったこともざらにあり、正直、担当者の事務処理能力次第といったところである。また、一部の取引先のテレビ局等からは、発注書面が交付されないことがあった。

ウ 支払制度

テレビ局等に対し、テレビ番組制作会社との間でテレビ番組制作の取引を行うに当たり、支払制度をどのように定めているかを聞いたところ、259名から302の支払制度（1事業者が複数の支払制度を採っている場合がある。）について回答があり、「毎月末日締切、翌月末日支払等（締切日から支払日までが1か月以内）」が288（95.4%）、「毎月末日締切、翌々月末日支払等（締切日から支払日までが1か月超2か月以内）」が13（4.3%）、「毎月末日締切、翌々々月1日支払（締切日から支払日までが2か月超）」が1（0.3%）であった。

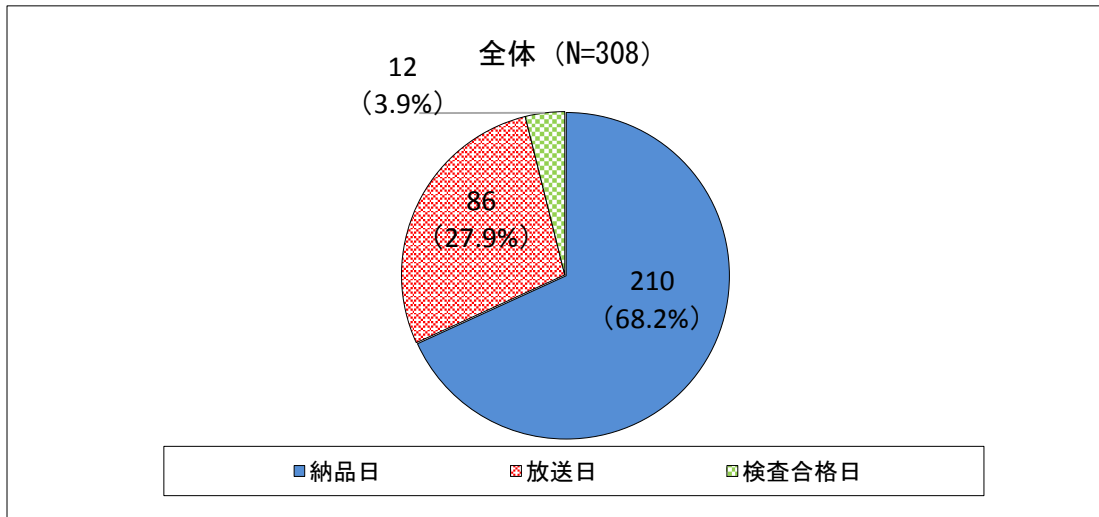
図14 支払制度



エ(7) 締切基準（完パケ、一部完パケ及び制作協力）

テレビ局等に対し、テレビ番組制作会社との間でテレビ番組制作の取引を行うに当たり、どのような締切基準を定めているかを聞いたところ、完パケ、一部完パケ及び制作協力については、271名から308の締切基準（1事業者が複数の締切基準を採っている場合がある。）について回答があり、「納品日」が210（68.2%）、「放送日」が86（27.9%）、「検査合格日」が12（3.9%）であった。

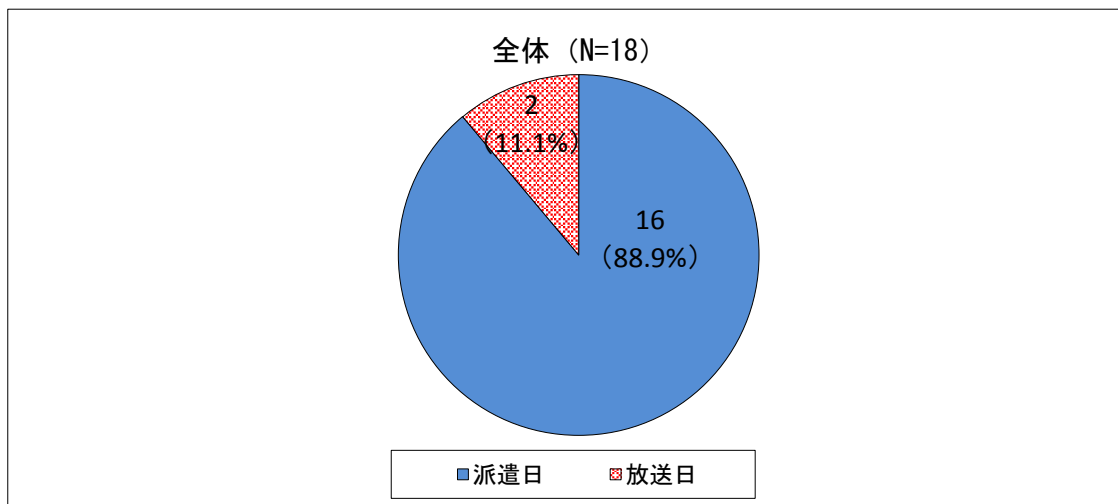
図15-1 締切基準（完パケ、一部完パケ及び制作協力）



(イ) 締切基準（人材派遣）

テレビ局等に対し、テレビ番組制作会社との間でテレビ番組制作の取引を行うに当たり、どのような締切基準を定めているかを聞いたところ、人材派遣については、18名から18の締切基準について回答があり、「派遣日」が16（88.9%）、「放送日」が2（11.1%）であった。

図15-2 締切基準（人材派遣）

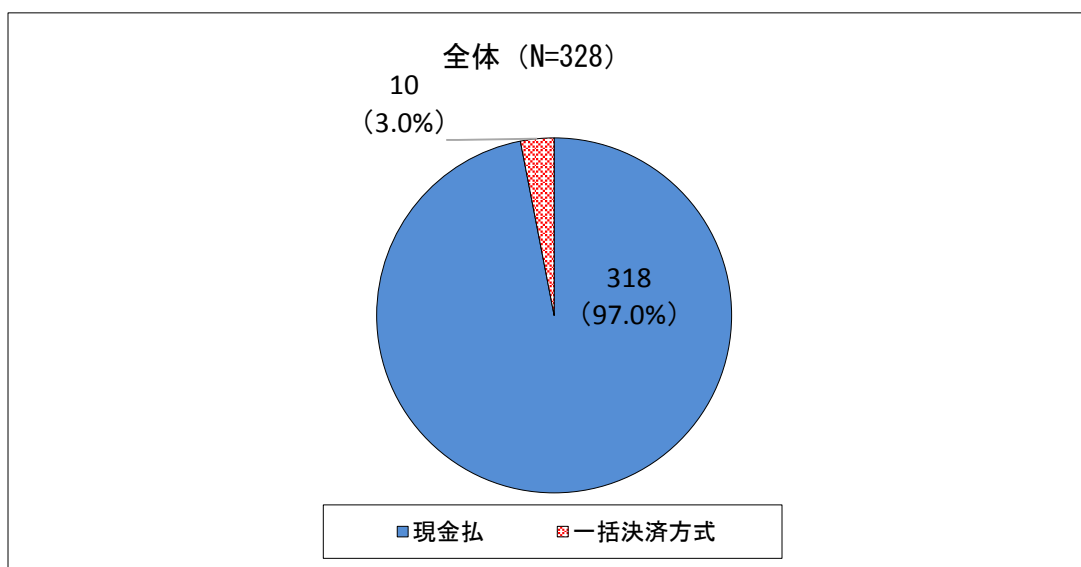


オ 支払方法

テレビ局等に対し、テレビ番組制作会社に、どのような支払方法でテレビ番組制作の取引に係る代金を支払っているかを聞いたところ、250名から328の支払方法（1事業者が複数の支払方法を採用している場合がある。）について回答があり、「現金払」が318（97.0%）、「一括決済方式」が10（3.0%）であった。

なお、「手形払」との回答はなかった。

図16 支払方法

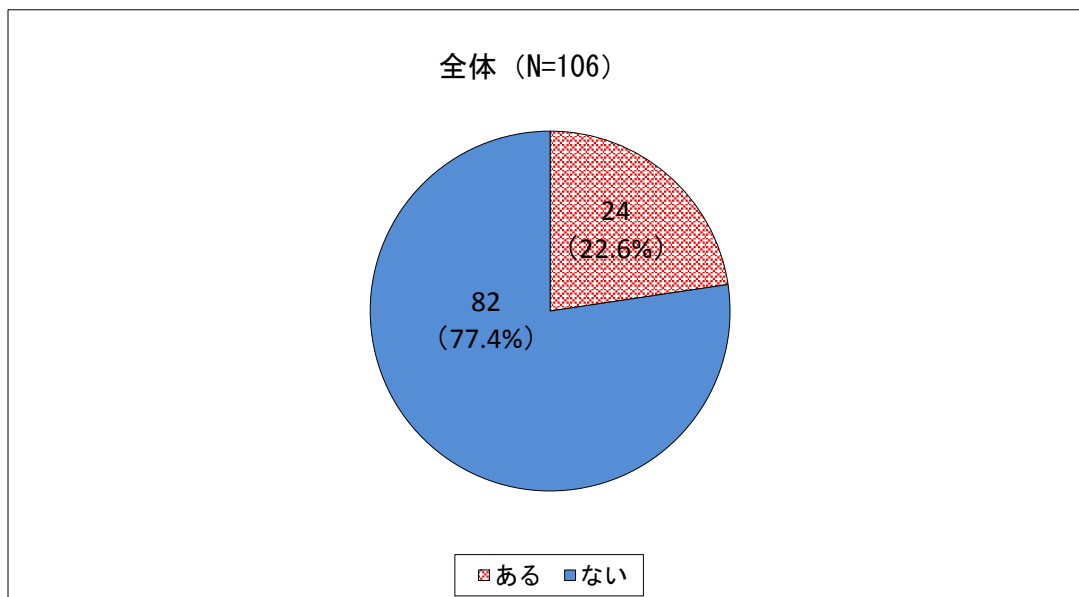


(2) 採算確保が困難な取引(買ったとき)

ア 要請の有無

テレビ番組制作会社に対し、主要な取引先テレビ局等から、採算が確保できないような代金での取引を要請されたことがあるかを聞いたところ、回答のあった106名のうち、「ある」が24名(22.6%)、「ない」が82名(77.4%)であった。

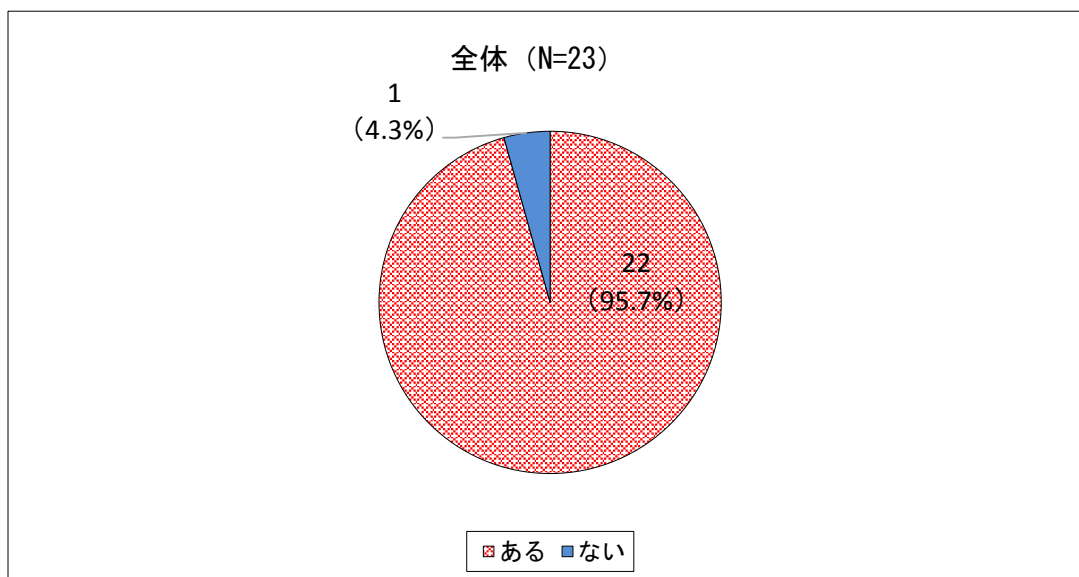
図17 要請の有無



イ 要請に応じたことの有無

前記アで「ある」と回答した24名に対し、当該要請に応じたことがあるかを聞いたところ、回答のあった23名のうち、「ある」が22名(95.7%)、「ない」が1名(4.3%)であった。

図18 要請に応じたことの有無



ウ 要請に応じた理由

前記イで「ある」と回答した22名に対し、当該要請に応じた理由を聞いたところ、回答のあった20名いずれも「要請を断った場合に、今後の取引に影響があると自社が判断したため」又は「テレビ局等から今後の取引への影響を示唆されたため」であった。

エ 採算確保が困難な取引（買ったたき）に係るテレビ番組制作会社の具体的回答事例

○ 取引先のテレビ局等の番組担当者が、いくらで番組を制作するようにと、当社の採算が確保できないような制作費の額を一方的に伝えてきた。ただし、他の同じような内容の番組の制作では、テレビ番組制作会社がテレビ局等と直接取引をしている例があまりなく、当社としては、取引先のテレビ局等と直接取引ができることに魅力を感じていた。そのため、当社は、今後も取引先のテレビ局等とのつながりを大事にしておきたいと考え、先方からの無理な要請にも応じていた。

○ 取引先のテレビ局等に対し、当社は必要経費及び当社の利益を含めた制作費を記載した見積書を提出した。後日、当社が正式に当該番組を制作することが決まると、先方から、当社が提出した見積書の金額を全く無視した制作費が記載された発注書が郵送されてきた。

当社としては、見積書を提出したにもかかわらず、協議の場を設けず、見積書で提示した額よりも相当低い制作費を一方的に押し付けてくるのはいかがなものかと思っている。しかし、今後の取引を考えると、こうした無理な要請に応じざるを得ない。

○ 当社は、取引先のテレビ局等から、代金交渉の際に、「予算枠が決まっているからそれでやってほしい。」といったことを言われ、一方的に代金が定められてしまい、当社が値上げの要求をしても応じてもらえなかった。それでも当社は赤字を出さないように制作していたが、事前に取り決められていなかった作業の要求も多いため、最終的に赤字が出てしまった番組もある。

○ 制作費はテレビ局等の予算ありきで決まっている。取引先のテレビ局等から支払われる制作費は、当社が外注しているカメラ業務やマルチオーディオ業務を引くと、当社の利益がほとんど手元に残らない状態となる。しかし、先方との今後の取引を考えると、こうした要請にも応じざるを得ない。一般的に、テレビ局等がテレビ番組制作のために出す制作費の額は、番組の枠ごとに相場が決まっているため、どれだけ制作に時間が掛かろうと制作費の額は変わらない。当社としては、これはテレビ業界全体の問題だと捉えている。

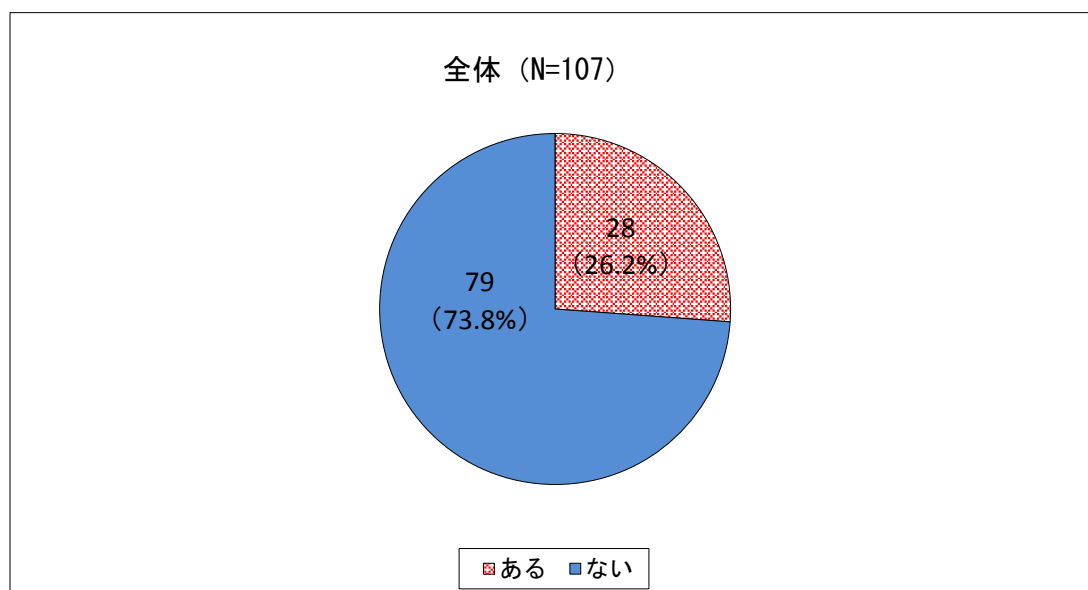
○ テレビ局等側の番組の制作予算には、人材派遣等の人件費も含まれていることから、人件費以外の経費が膨らめば人件費に充てる金額が減ってしまうこととなる。こうした予算ありきの構造的な問題もあり、当社はテレビ局等側から採算が確保できないような代金での取引を求められることが頻繁にある。テレビ局等からは確定した金額を一方的に伝えられるので交渉の余地はない。

(3) やり直し

ア やり直しの有無

テレビ番組制作会社に対し、主要な取引先テレビ局等から、当該テレビ局等の都合により、テレビ番組に係る制作物（例：テレビ番組を収録したテープ等）を納品した後又はテレビ番組制作の役務を提供した後にやり直しをさせられたことがあるかを聞いたところ、回答のあった107名のうち、「ある」が28名（26.2%）、「ない」が79名（73.8%）であった。

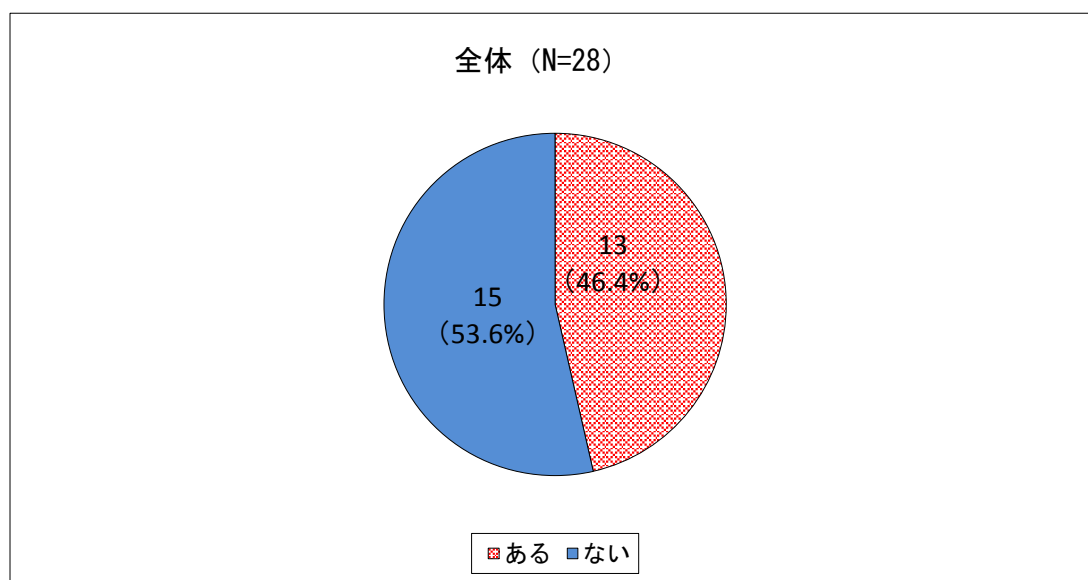
図19 やり直しの有無



イ 費用負担させられたことの有無

前記アで「ある」と回答した28名に対し、当該やり直しに伴う費用を負担させられたことがあるかを聞いたところ、回答のあった28名のうち、「ある」が13名（46.4%）、「ない」が15名（53.6%）であった。

図20 費用負担させられたことの有無



ウ 費用を負担した理由

前記イで「ある」と回答した13名に対し、当該やり直しに伴う費用を負担した理由を聞いたところ、回答のあった10名いずれも「要請を断った場合に、今後の取引に影響があると自社が判断したため」又は「テレビ局等から今後の取引への影響を示唆されたため」であった。

エ やり直しに係るテレビ番組制作会社の具体的回答事例

○ 取引先のテレビ局等との取引においては、完パケ納品後のやり直しというのは減多にないが、納品までの間に行われる先方のプロデューサーのチェック段階で、頻繁に撮り直しなどのやり直しをさせられる。先方のプロデューサーは、「予算を超えても撮ってくるように。」とか「今回予算を超えた分は次の番組で取り返してほしい。」などと土台無理なことを言うてくる。

当社としては、今後の取引への影響を示唆されたり、断った場合の今後の取引への影響や他社も同様の要請に応じていることなどを考慮すると、要請を受け入れざるを得ない。

○ 当社は、テレビ局等から、一旦合格をもらい、「完パケ」状態で納品したにもかかわらず、後になってテレビ局等の都合でやり直しをさせられることがある。

例えば、テレビ局等が、クライアントから放送直前になって、テロップを入れてほしいといった要望を受けたために、当社が納品した後になって、「このテロップを入れてほしい。」と言われ、当社の費用負担でやり直しをするようなことがよくある。

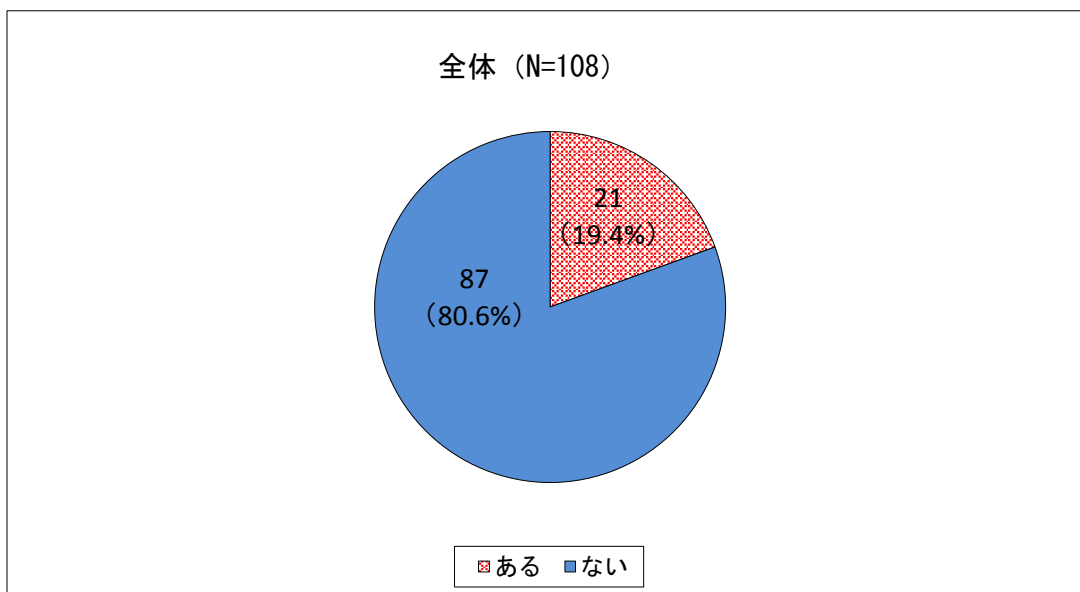
テロップの修正について、テレビ局等は、断れば取引に影響が出るということは直接的には言わないが、テレビ局等からの要請を断れば次の仕事が来ないと思われるため、当社はやり直しの要請に応じざるを得ない。また、担当プロデューサーから、「こういう映像がほしい。」などと言われ、企画書にはない内容であっても、試写段階で担当プロデューサーの胸先三寸でロケのやり直しまでさせられることもある。

(4) 発注内容の変更

ア 発注内容の変更の有無

テレビ番組制作会社に対し、主要な取引先テレビ局等から、当該テレビ局等の都合により、テレビ番組制作に係る発注内容を変更されたことがあるかを聞いたところ、回答のあった108名のうち、「ある」が21名（19.4%）、「ない」が87名（80.6%）であった。

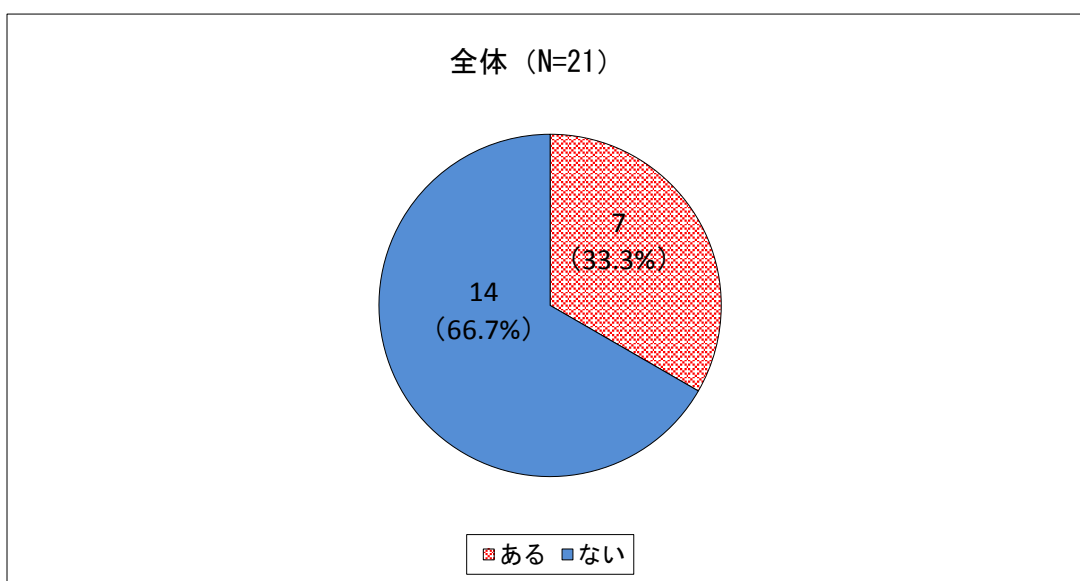
図2-1 発注内容の変更の有無



イ 費用負担させられたことの有無

前記アで「ある」と回答した21名に対し、当該発注内容の変更に伴う費用を負担させられたことがあるかを聞いたところ、回答のあった21名のうち、「ある」が7名（33.3%）、「ない」が14名（66.7%）であった。

図2-2 費用負担させられたことの有無



ウ 費用を負担した理由

前記イで「ある」と回答した7名に対し、当該発注内容の変更に伴う費用を負担した理由を聞いたところ、回答のあった6名いずれも「要請を断った場合に、今後の取引に影響があると自社が判断したため」又は「テレビ局等から今後の取引への影響を示唆されたため」であった。

エ 発注内容の変更に係るテレビ番組制作会社の具体的回答事例

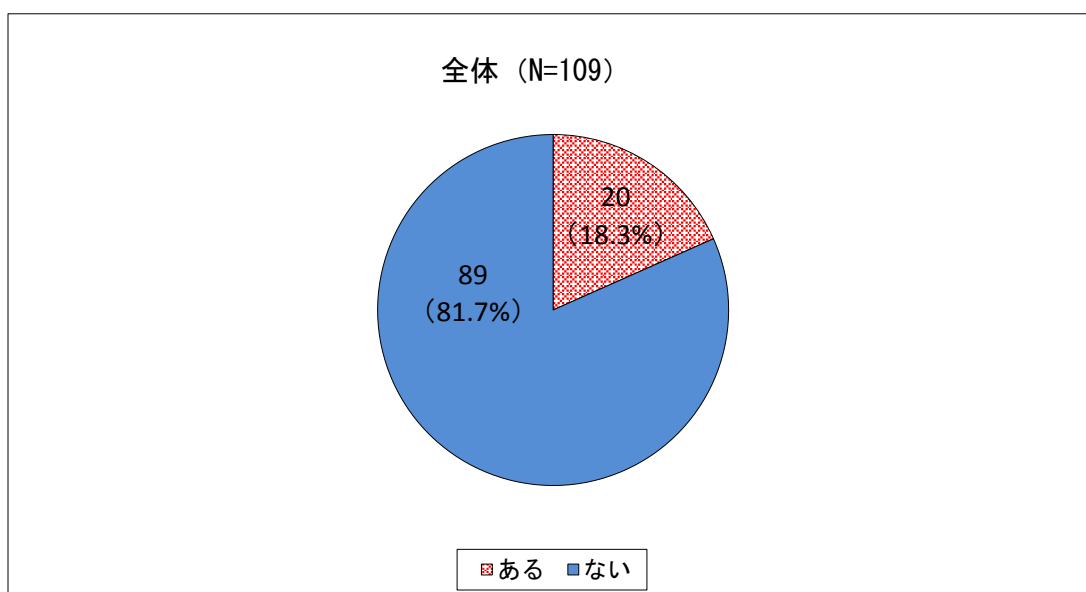
- 番組担当者から、ロケ場所を変更するよう言われ、既に当社が決めていたロケ場所から、宿泊費、交通費、飲食費等の費用がより多く掛かるロケ場所に変更されたことがあった。
また、こうしたロケ場所の変更に伴い発生する追加費用について、当初、番組担当者は「追加費用はうちが負担するよ。」と言っていたにもかかわらず、徐々に「取りあえず費用はおたくが立て替えておいて。後日請求してもらえれば支払うから。」と求められるようになった。さらに、ロケ後、当該費用をテレビ番組担当者に対して請求したところ、費用の一部の負担を求められた。こうした費用負担の求めに対しても、当社としては、取引先のテレビ局等との今後の取引を考えると、応じざるを得なかった。
- 当社は、取引先のテレビ局等との打合せで決まった後に、先方の都合で発注内容を変更させられることがある。
例えば、先方との打合せで決まった起用予定のタレントが、タレント事務所と交渉したら都合が付かず、代替りのタレントを用意しなければならない場合があるが、そのような時に、出演料の安いタレントを用意すれば、番組の格が落ちると言われ認められず、仕方がないので、当社の費用負担で出演料が1割2割高いタレントを用意せざるを得ないといったことがある。
テレビ局等は、断れば取引に影響が出るとは直接的には言わないが、テレビ局等からの要請を断れば次の仕事が来ないと思われるため、当社は発注内容の変更に応じざるを得ない。
- 当社は、企画に従って番組を制作するために、取材を進めていたにもかかわらず、他のテレビ局等と企画がバッティングしたことを理由として、取引先のテレビ局等から番組内容の変更を求められたことがある。番組内容を変更すれば、これまでの取材が無駄になり、新たな取材も必要となるが、それに必要な費用は当社が負担した。先方の予算は決まっているため、費用を負担してもらえないが、断れば取引関係に支障が出るため応じた。
- 例えば、発注時にAに対する取材のみだったはずが、制作の途中でAだけでなくBに対しても取材するように発注内容が変更されることがある。しかし、取引先のテレビ局側から発注内容の変更に伴う費用負担というものはない。予算がいくらと決まってしまうと、テレビ局側は変動を認めないので、そのしわ寄せは全て番組制作会社が被ることになる。

(5) 発注内容以外の作業等

ア 発注内容以外の作業等の有無

テレビ番組制作会社に対し、主要な取引先テレビ局等から、当該テレビ局等の都合により、当初の発注内容以外の作業等をさせられたことがあるかを聞いたところ、回答のあった109名のうち、「ある」が20名（18.3%）、「ない」が89名（81.7%）であった。

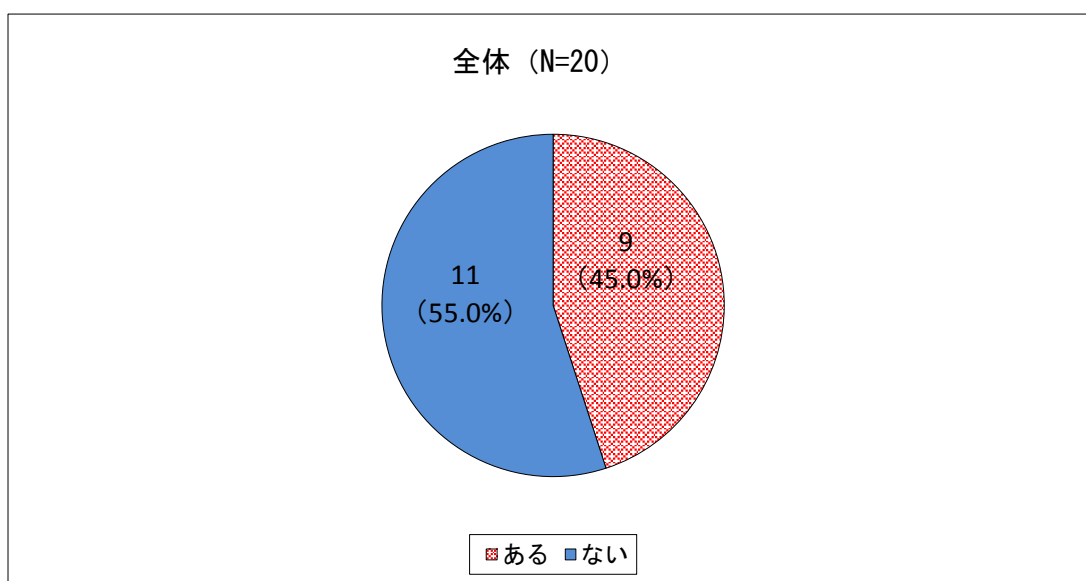
図23 発注内容以外の作業等の有無



イ 費用負担させられたことの有無

前記アで「ある」と回答した20名に対し、発注内容以外の作業等に伴う費用を負担させられたことがあるかを聞いたところ、回答のあった20名のうち、「ある」が9名（45.0%）、「ない」が11名（55.0%）であった。

図24 費用負担させられたことの有無



ウ 費用を負担した理由

前記イで「ある」と回答した9名に対し、当該発注内容以外の作業等に伴う費用を負担した理由を聞いたところ、回答のあった8名いずれも「要請を断った場合に、今後の取引に影響があると自社が判断したため」又は「テレビ局等から今後の取引への影響を示唆されたため」であった。

エ 発注内容以外の作業等に係るテレビ番組制作会社の具体的回答事例

- テレビ局等の業務の中には、新聞の番組欄に掲載する簡単な番組の見所を記載した番組広告を作成する作業があり、当社は、取引先のテレビ局等から、この番組広告の下書きを作成するように言われ、下書きを作成することがある。この作業は、発注内容には含まれていないが、この作業の費用は、制作費に含まれるものとされている。この作業は、本来テレビ局等が行う作業なので、当然行わないに越したことはないが、作業自体は1、2時間で終わるものなので、当社は、断って先方との関係が悪くなるぐらいなら、作業してしまった方がよいと考えて、言われれば作業している。
- 当社は、各テレビ局等との取引において、発注内容に含まれていない予告の制作を無償で行っている。映像を1分から2分つなぎ合わせて予告を制作しているが、それに伴う費用はテレビ局等からは支払われない。契約書には予告の制作をすることも含まれていることはあるが、予告の本数が契約より膨大である場合も多い。このような契約外の細かな作業を無償で行わせることはどのテレビ局等も行っている。当社は、無償で予告を制作することに不満はあるが、他社もこの条件で応じているため、当社だけが応じないわけにはいかない。
- 取引先のテレビ局から交付された発注書には、先方が当社が制作した番組をDVD化する場合、DVDの尺に合わせるための再編集を行い、DVDの原本を納品することまでが、当社が行う作業として定められている。それにもかかわらず、先方から、再編集作業のついでにダビング作業をするよう口頭で要請され、当社は仕方なくダビング作業を行った。ダビング作業に伴う費用は次の仕事で埋め合わせるといったことを言われたが、その後、先方からダビング作業の費用を埋め合わせてもらったことは無い。

当社としては、先方から要請を受けた時点で、「どうせダビング作業の費用の埋め合わせは期待できないだろうな。」と半ば気付いてはいたが、今後の取引を考えると、こうした要請に応じざるを得ない。
- テレビ番組は、制作費がいくらであればロケは何回までといったことが暗黙の了解で大体決まっているが、場合によっては、担当プロデューサーが満足するものでなければ、再度撮影させられたり、追加撮影させられたりすることがある。その際は、当社の費用負担で撮影しなければならない。最近では、企画どおりに当社は番組を制作していたにもかかわらず、当初の企画書にはなかった映像もないと意味がないということと言われ、結局追加の費用負担もなく撮影させられたことがあった。テレビ局等は、断れば取引に影響が出るとは直接的には言わないが、当社は、テレビ局等からの要請を断れば、次の仕事来ないと思っているため、応じざるを得ない。

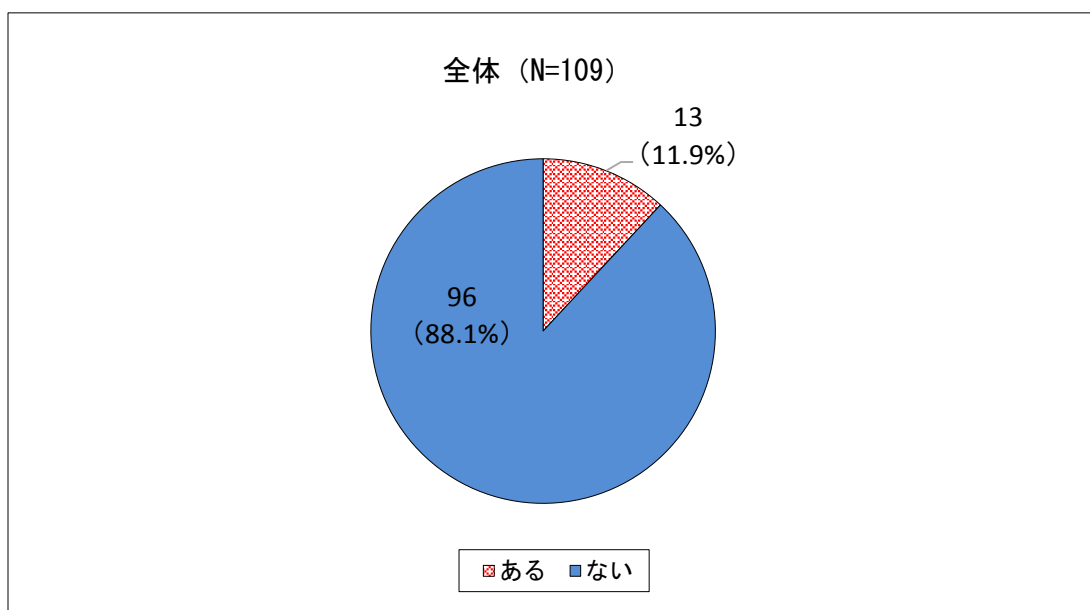
なお、当社は、番組制作と併せて、番組宣伝用VTRの制作もしており、この作業は発注内容に含まれておらず費用負担もない。

(6) 発注の取消し

ア 発注の取消しの有無

テレビ番組制作会社に対し、主要な取引先テレビ局等から、当該テレビ局等の都合により、テレビ番組制作の発注を取り消されたことがあるかを聞いたところ、回答のあった109名のうち、「ある」が13名（11.9%）、「ない」が96名（88.1%）であった。

図25 発注の取消しの有無



イ 発注の取消しの時点

前記アで「ある」と回答した13名に対し、どの時点でテレビ番組制作の発注を取り消されたかを聞いたところ、回答のあった13名のうち、「テレビ番組の制作前」が9名、「テレビ番組の制作中」が6名であった。

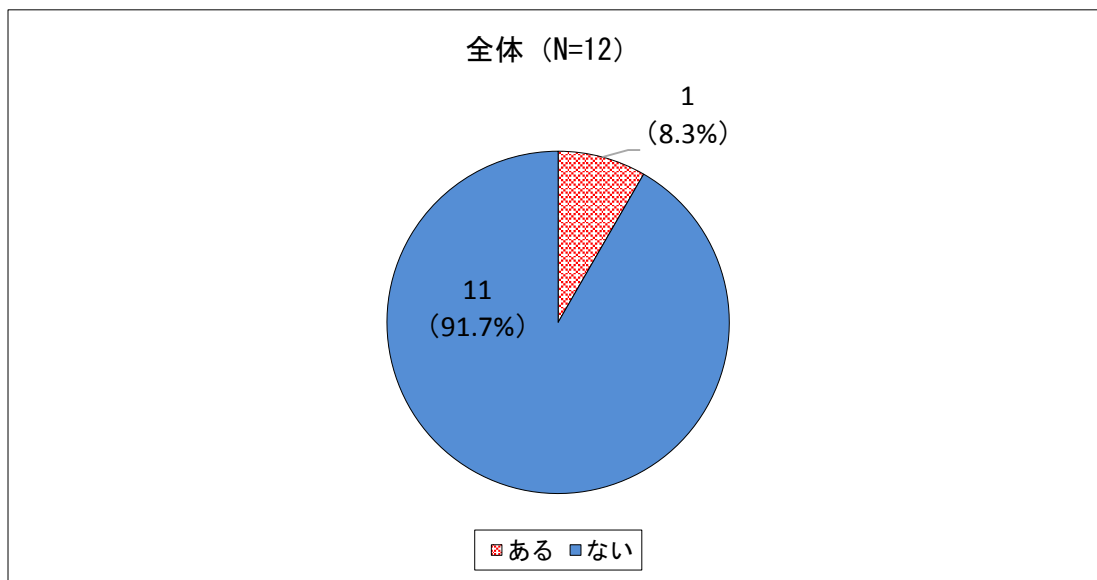
表2 発注の取消しの時点（複数回答可）

発注の取消しの時点	事業者数
テレビ番組の制作前	9名
テレビ番組の制作中	6名
テレビ番組の制作後（制作物の納品前）	2名
テレビ番組に係る制作物の納品後	0名

ウ 費用負担させられたことの有無

前記アで「ある」と回答した13名に対し、発注の取消しに伴う費用（取消し時までに番組制作に要した費用等）を負担させられたことがあるかを聞いたところ、回答のあった12名のうち、「ある」が1名（8.3%）、「ない」が11名（91.7%）であった。

図26 費用負担させられたことの有無



エ 費用を負担した理由

前記ウで「ある」と回答した1名に対し、当該発注の取消しに伴う費用（取消し時までに番組制作に要した費用等）を負担した理由を聞いたところ、「要請を断った場合に、今後の取引に影響があると自社が判断したため」であった。

オ 発注の取消しに係るテレビ番組制作会社の具体的回答事例

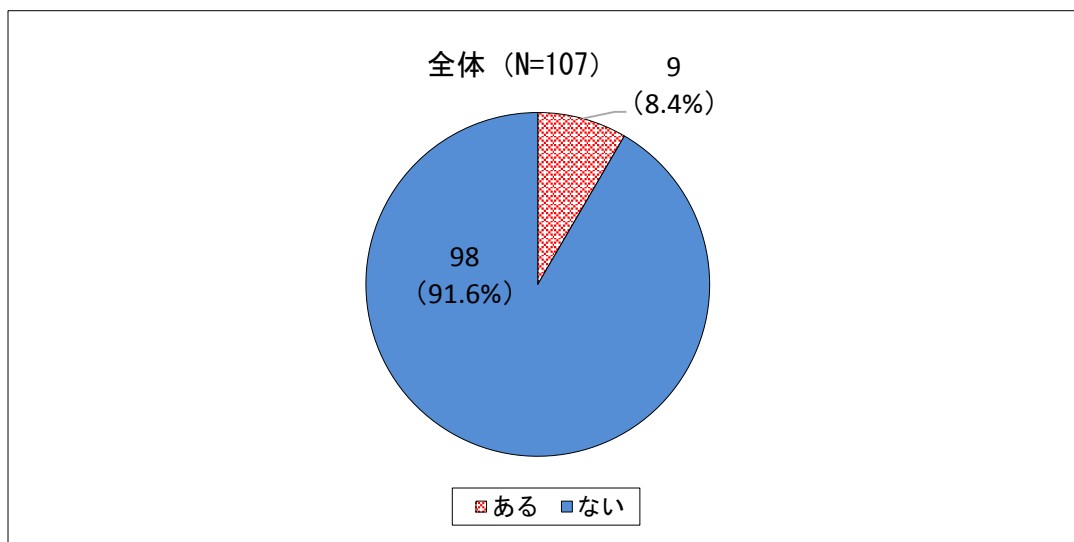
○ 当社は、昨年、テレビ番組の企画が採用された後になって、取引先のテレビ局等から発注を取り消されたことがある。当社が作成した企画書が採用され、先方からも了解を得て、当社は更にリサーチを進めていたが、「別の企画を書いて。」と一方的に伝えられ、これまで進めてきた企画の発注が取り消されてしまった。この時点でロケは行っていなかったが、企画書の作成、文献調査、取材等を行っており費用は生じていた。先方から一方的に発注を取り消されたが、これまで掛かった費用は一切支払われなかった。当社としては、取引関係が悪くなるのは嫌なので、これまでに掛かった費用を請求することは難しかった。

(7) 商品・役務の購入・利用の要請

ア 要請の有無

テレビ番組制作会社に対し、主要な取引先テレビ局等から、テレビ番組の制作に必要な商品・役務（以下「商品等」という。）の購入・利用を要請されたことがあるかを聞いたところ、回答のあった107名のうち、「ある」が9名（8.4%）、「ない」が98名（91.6%）であった。

図27 要請の有無



イ 購入・利用を要請された商品等の内容

前記アで「ある」と回答した9名に対し、購入・利用を要請された商品等の内容を聞いたところ、回答のあった9名のうち、「映画、イベント等のチケット」が6名であった。

表3 購入・利用を要請された商品等の内容（複数回答可）

購入・利用を要請された商品等の内容	事業者数
映画、イベント等のチケット	6名
その他（CMの出稿等）	3名

ウ 要請に応じたことの有無

前記アで「ある」と回答した9名に対し、テレビ局等からの要請に応じたことがあるかを聞いたところ、回答のあった8名全てが「ある」との回答であった。

エ 要請に応じた理由

前記ウで「ある」と回答した8名に対し、テレビ局等からの要請に応じた理由を聞いたところ、回答のあった8名いずれも「要請を断った場合に、今後の取引に影響があると自社が判断したため」又は「テレビ局等から今後の取引への影響を示唆されたため」であった。

オ 商品等の購入・利用の要請に係るテレビ番組制作会社の具体的回答事例

○ 当社は、テレビ局等から、映画のチケットの購入を要請されて購入することがある。

映画のチケットなどの購入要請は、商慣習的に行われており、テレビ局等の中で社員に枚数が割り当てられているのだと思う。

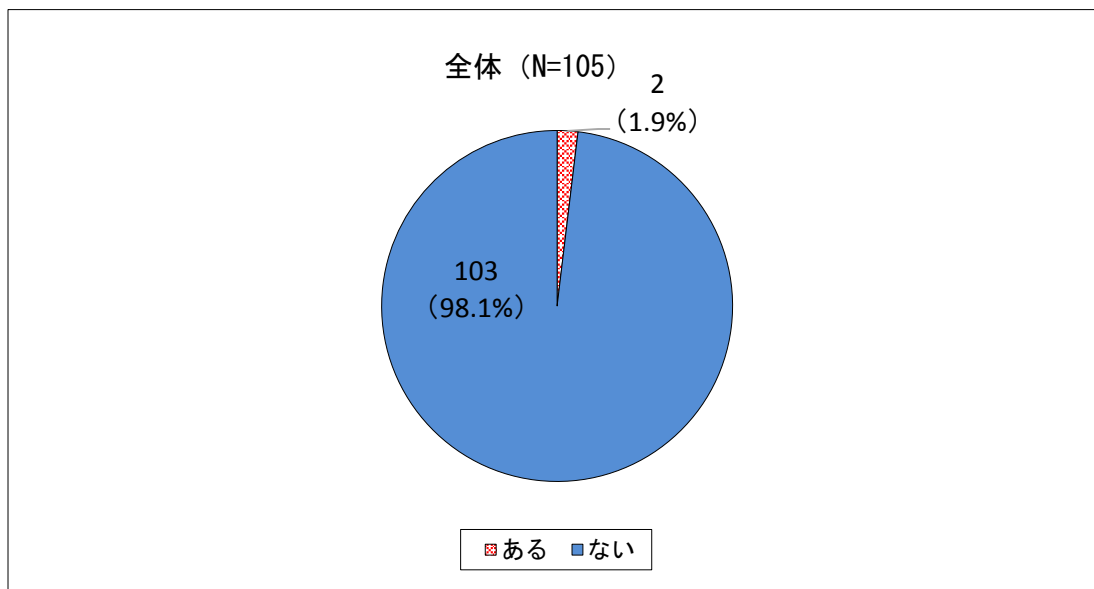
○ 取引先のテレビ局等の営業担当者から、年に1回程度、「もしよかったら買ってくださいませんか。」などと音楽イベント等のチケットの購入要請がある。当社としては、今後の取引のことも考えて購入している。

(8) 金銭の提供の要請

ア 要請の有無

テレビ番組制作会社に対し、主要な取引先テレビ局等から、金銭の提供を要請されたことがあるかを聞いたところ、回答のあった105名のうち、「ある」が2名（1.9%）、「ない」が103名（98.1%）であった。

図28 要請の有無



イ 要請に応じたことの有無

前記アで「ある」と回答した2名に対し、テレビ局等からの要請に応じたことがあるかを聞いたところ、回答のあった2名全てが「ある」との回答であった。

ウ 要請に応じた理由

前記イで「ある」と回答した2名に対し、テレビ局等からの要請に応じた理由を聞いたところ、「要請額が利益に見合う額であったため」が2名、「要請を断った場合に、今後の取引に影響があると自社が判断したため」が1名であった。

エ 金銭の提供の要請に係るテレビ番組制作会社の具体的回答事例

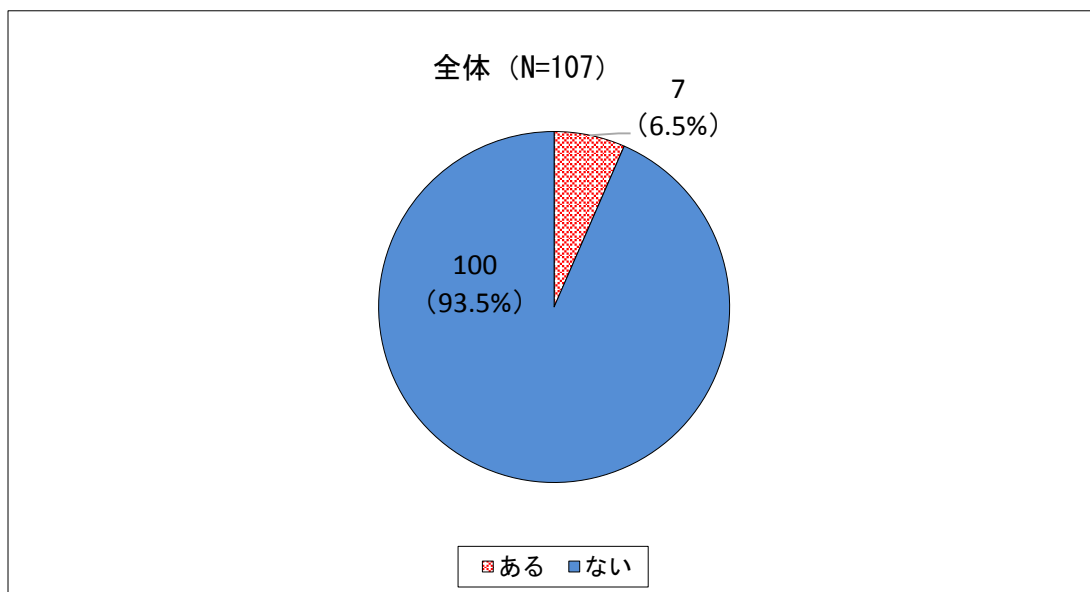
- 当社は、取引先のテレビ局等のプロデューサーから、祭りの協賛協力を要請され、協賛金を提供している。協賛したからといって、目に見えた効果があるわけではないが、取引を行っていく上での付き合いだと思い、当社は要請に応じている。

(9) 役務の提供の要請

ア 要請の有無

テレビ番組制作会社に対し、主要な取引先テレビ局等から、従業員等の派遣（テレビ番組制作に係る人材派遣契約を除く。）といった役務の提供を要請されたことがあるかを聞いたところ、回答のあった107名のうち、「ある」が7名（6.5%）、「ない」が100名（93.5%）であった。

図29 要請の有無



イ 役務の内容

前記アで「ある」と回答した7名に対し、要請された役務の内容を聞いたところ、回答のあった6名のうち、「イベントのスタッフ」が2名であった。

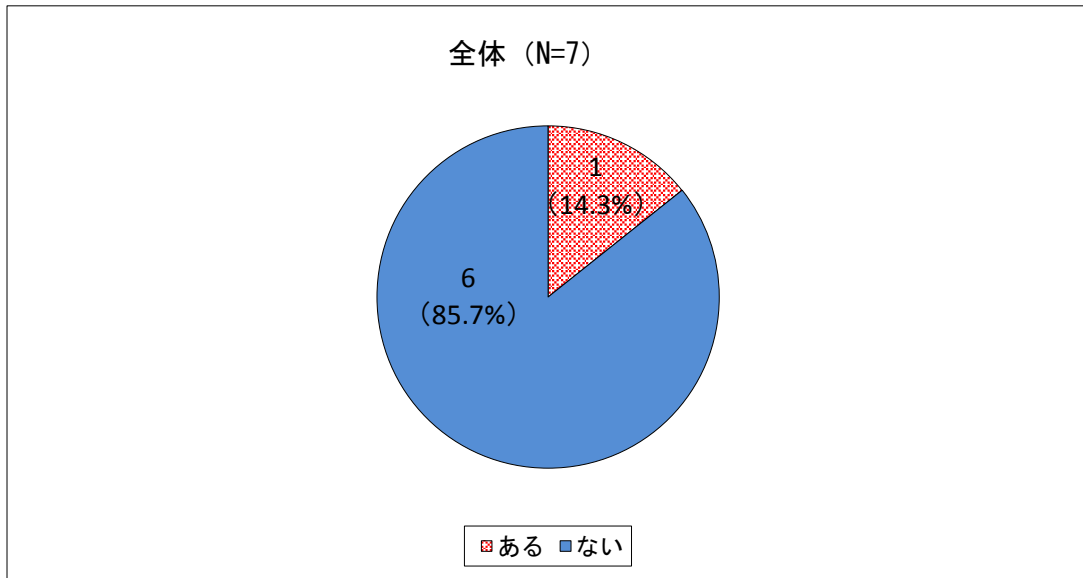
表4 役務の内容（複数回答可）

役務の内容	事業者数
イベントのスタッフ	2名
その他（番組制作補助等）	4名

ウ 費用が支払われなかったことの有無

前記アで「ある」と回答した7名に対し、当該役務の提供に伴う費用を支払われなかったことがあるかを聞いたところ、回答のあった7名のうち、「ある」が1名（14.3%）、「ない」が6名（85.7%）であった。

図30 費用を支払われなかったことの有無



エ 要請に応じた理由

前記ウで「ある」と回答した1名に対し、テレビ局等からの要請に応じた理由を聞いたところ、「要請を断った場合に、今後の取引に影響があると自社が判断したため」であった。

オ 役務の提供の要請に係るテレビ番組制作会社の具体的回答事例

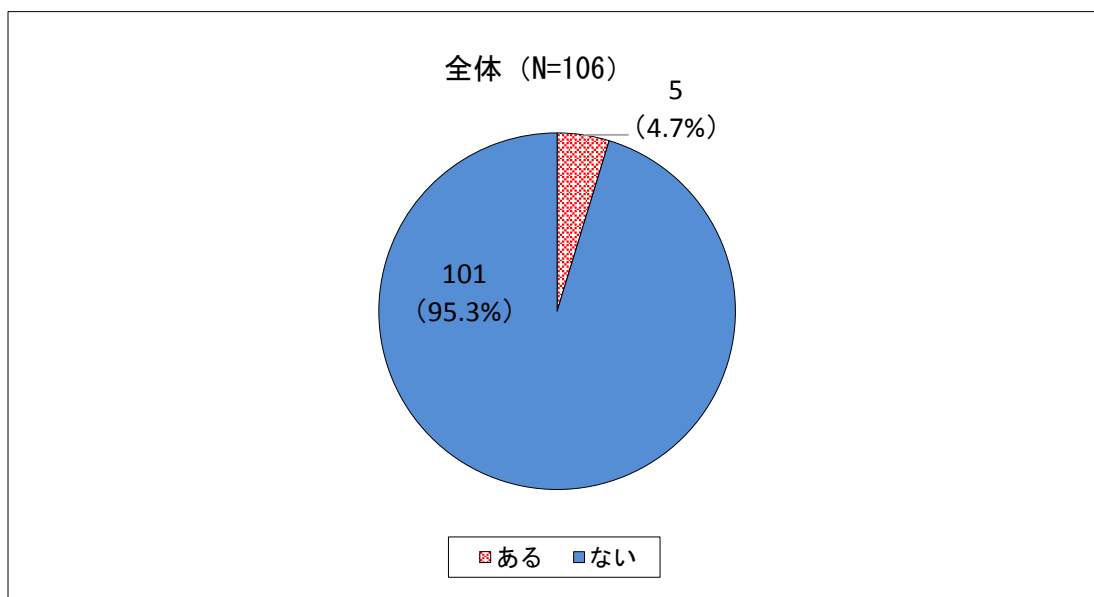
○ 当社は、取引先のテレビ局等から、ロケ現場までの送迎を要請されることがある。送迎に伴うガソリン代や高速道路代などの費用は、当社が全て負担している。

(10) 代金の支払遅延

ア 支払遅延の有無

テレビ番組制作会社に対し、主要な取引先テレビ局等から、当該テレビ局等の都合により、あらかじめ定めた支払期日までにテレビ番組制作の取引に係る代金が支払われなかったことがあるかを聞いたところ、回答のあった106名のうち、「ある」が5名(4.7%)、「ない」が101名(95.3%)であった。

図31 支払遅延の有無



イ 支払遅延の内容

前記アで「ある」と回答した5名に対し、支払遅延の内容を聞いたところ、回答のあった5名のうち、「テレビ局等の支払手続の遅延によるもの」が5名、「支払期日が銀行休業日であることを理由とするもの」が2名であった。

表5 支払遅延の内容（複数回答可）

支払遅延の内容	事業者数
テレビ局等の支払手続の遅延によるもの	5名
支払期日が銀行休業日であることを理由とするもの	2名

ウ 代金の支払遅延に係るテレビ番組制作会社の具体的回答事例

- 当社は、昨年、取引先のテレビ局等の都合でロケが延期になり、発注時に定めた支払期日に代金の支払を受けることができなかった。
- テレビ局等の担当者が机にしまったまま経理部門に請求書を提出していなかったために、代金を支払期日に支払ってもらえなかった。
- 当社は、ロケなどにより現金の支出が多く資金繰りが厳しいため、テレビ局等のプロデューサーにお願いして、締め日と支払日を繰り上げてもらうことがよくある。しかし、テレビ局等の担当プロデューサーが社内手続を失念していることがよくあ

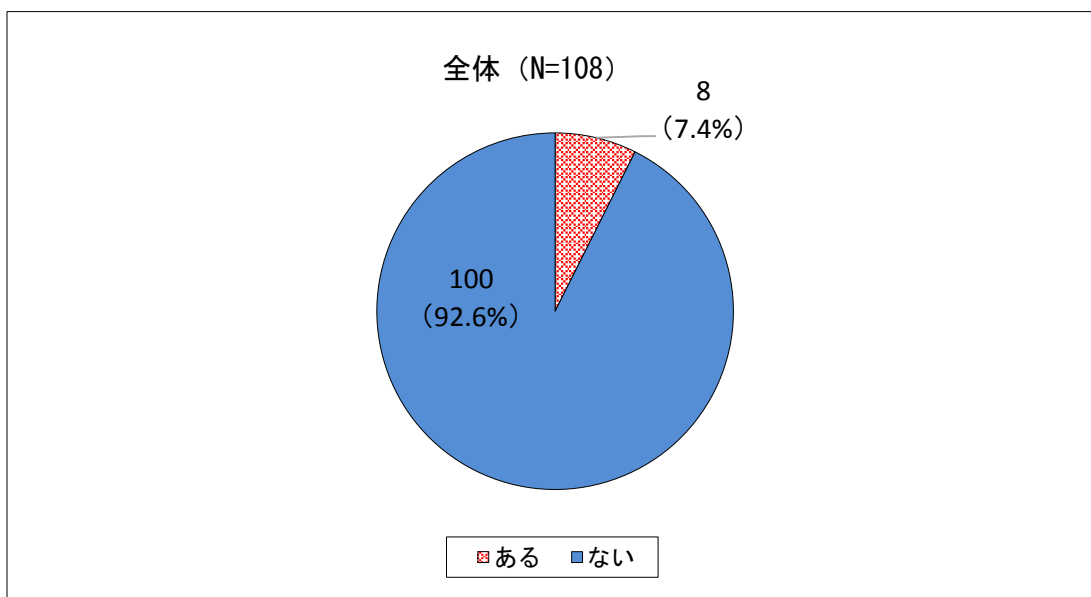
る。先方からは謝罪の言葉で済まされてしまうが、当社としては資金繰りが非常に
厳しい。

(11) 代金の減額

ア 減額の有無

テレビ番組制作会社に対し、主要な取引先テレビ局等から、当該テレビ局等の都合により、あらかじめ定めたテレビ番組制作の取引に係る代金の額を減額されたことがあるかを聞いたところ、回答のあった108名のうち、「ある」が8名（7.4%）、「ない」が100名（92.6%）であった。

図32 減額の有無



イ 減額の内容

前記アで「ある」と回答した8名に対し、減額の内容を聞いたところ、回答のあった6名のうち、「テレビ局等の予算不足を理由とするもの」が6名、「テレビ局等の収益改善を目的とするもの」が2名であった。

表6 減額の内容（複数回答可）

減額の内容	事業者数
テレビ局等の予算不足を理由とするもの	6名
テレビ局等の収益改善を目的とするもの	2名
放送中止等により制作物が受領後不要になったことを理由とするもの	1名

ウ 代金の減額に係るテレビ番組制作会社の具体的回答事例

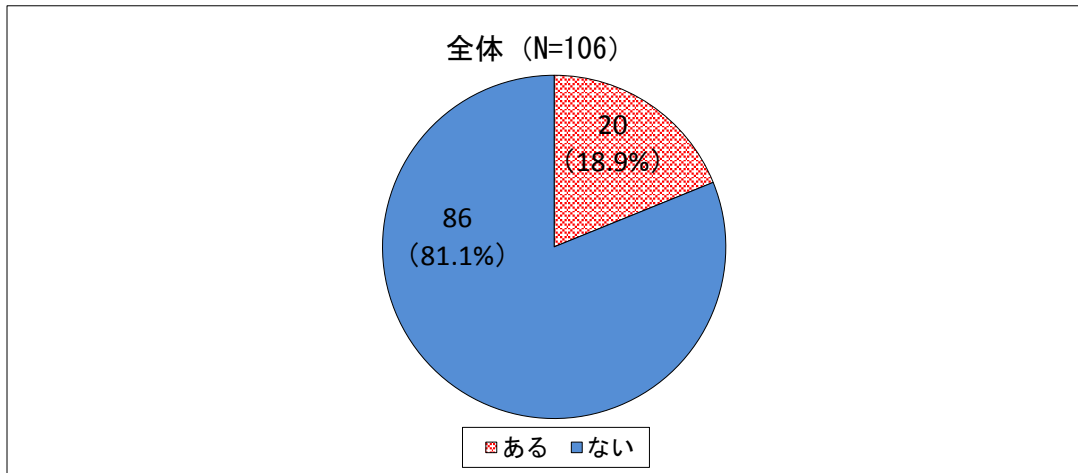
- 当社は、取引先のテレビ局等の担当者から、予算額が削られたことを理由として減額された。しかしながら、当社は、今後の取引のことを考え、減額に応じざるを得ない。
- 当社は、取引先のテレビ局等から、数千万円程度の金額で番組の発注を受けていたが、制作途中で制作費を減額されたことがあった。テレビ局等の予算は決まっているため、このようなことを言われてしまうと従わざるを得ない。

(12) 著作権の取扱い

ア 著作権の譲渡の有無

テレビ番組制作会社に対し、自社が有する著作権を、テレビ局等又はテレビ局等の指定する者に譲渡（自社とテレビ局等又はテレビ局等の指定する者との共同著作とする場合を含む。）したことがあるかを聞いたところ、回答のあった106名のうち、「ある」が20名（18.9%）、「ない」が86名（81.1%）であった。

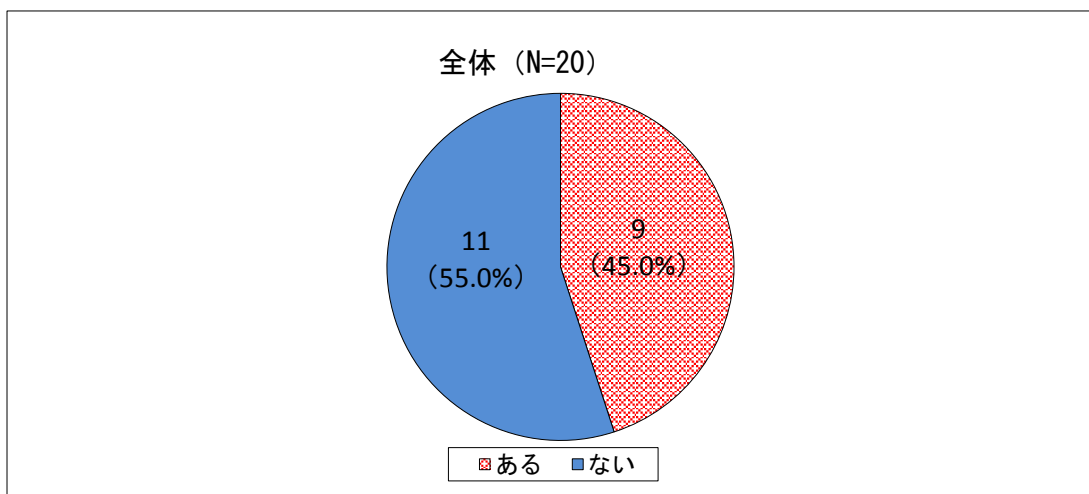
図33 著作権の譲渡の有無



イ 譲渡対価が支払われなかったことの有無

前記アで「ある」と回答した20名に対し、自社が有する著作権を、テレビ局等又はテレビ局等の指定する者に譲渡（自社とテレビ局等又はテレビ局等の指定する者との共同著作とする場合を含む。）した場合に、テレビ局等又はテレビ局等の指定する者から、自社に対し著作権の譲渡対価が支払われなかったことがあるかを聞いたところ、回答のあった20名のうち、「ある」が9名（45.0%）、「ない」が11名（55.0%）であった。

図34 譲渡対価を支払われなかったことの有無



ウ 著作権の無償譲渡を受け入れた理由

前記イで「ある」と回答した9名に対し、著作権の無償譲渡を受け入れた理由を聞いたところ、回答のあった6名いずれも「著作権の譲渡対価について協議するよう求めた場合に、今後の取引に影響があると自社が判断したため」又は「テレビ局等から今後の取引への影響を示唆されたため」であった。

エ 譲渡対価の決定方法

前記アで「ある」と回答した20名に対し、テレビ局等との間で著作権の譲渡対価をどのように取り決めているかを聞いたところ、回答のあった19名のうち、「テレビ局等又はテレビ局等の指定する者が定めた基準で取り決めている」が12名、「テレビ局等又はテレビ局等の指定する者と都度協議して取り決めている」が8名であった。

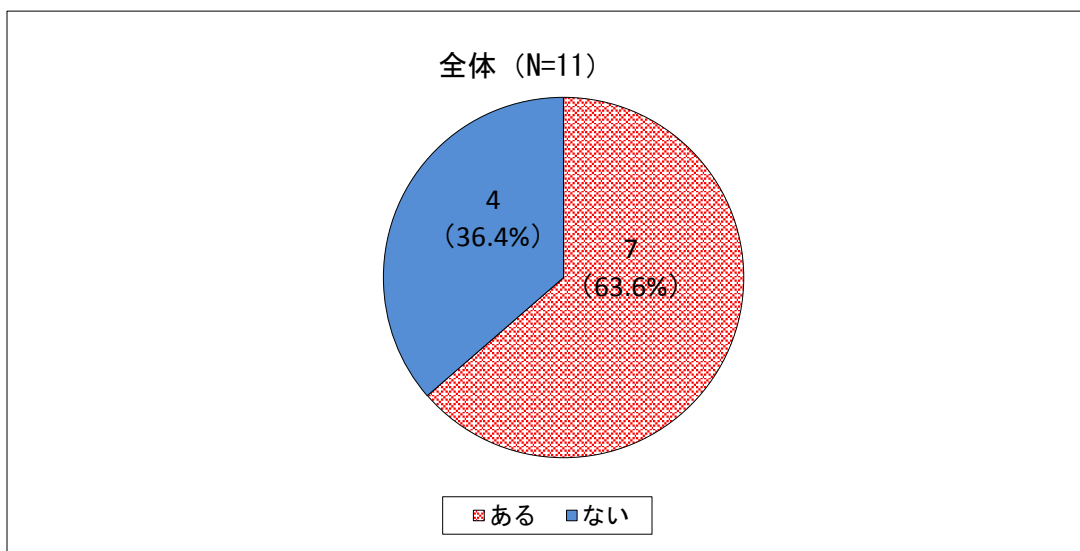
表7 譲渡対価の決定方法（複数回答可）

譲渡対価の決定方法	事業者数
テレビ局等又はテレビ局等の指定する者が定めた基準で取り決めている	12名
テレビ局等又はテレビ局等の指定する者と都度協議して取り決めている	8名

オ 譲渡対価に関する基準への不満の有無

前記エで「テレビ局等又はテレビ局等の指定する者が定めた基準で取り決めている」と回答した12名に対し、テレビ局等又はテレビ局等の指定する者が定めた著作権の譲渡対価に関する基準について不満があるかを聞いたところ、回答のあった11名のうち、「ある」が7名（63.6%）、「ない」が4名（36.4%）であった。

図35 譲渡対価に関する基準への不満の有無

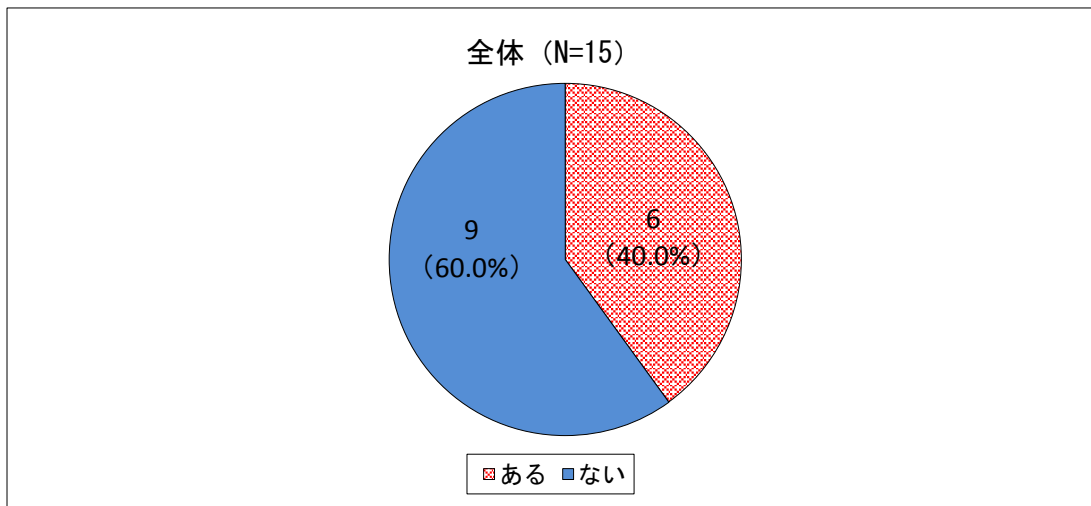


カ テレビ局等又はテレビ局等の指定する者が定めた基準に不満があっても応じた理由
 前記オで「ある」と回答した7名に対し、テレビ局等又はテレビ局等の指定する者の定めた基準に不満があっても応じた理由を聞いたところ、回答のあった7名いずれも「著作権の譲渡対価について協議するよう求めた場合に、今後の取引に影響があると自社が判断したため」又は「テレビ局等から今後の取引への影響を示唆されたため」であった。

キ 二次利用に伴う収益が反映されなかったことの有無

前記アで「ある」と回答した20名に対し、自社が有する著作権を、テレビ局等又はテレビ局等の指定する者に譲渡（自社とテレビ局等又はテレビ局等の指定する者との共同著作とする場合を含む。）した場合に、著作権の譲渡対価に、二次利用に伴う収益が反映されなかったことがあるかを聞いたところ、回答のあった15名のうち、「ある」が6名（40.0%）、「ない」が9名（60.0%）であった。

図36 二次利用に伴う収益が反映されなかったことの有無



ク 二次利用に伴う収益が反映されていない著作権の譲渡対価を受け入れた理由

前記キで「ある」と回答した6名に対し、二次利用に伴う収益が反映されていない著作権の譲渡対価を受け入れた理由を聞いたところ、回答のあった5名いずれも「著作権の譲渡対価について協議するよう求めた場合に、今後の取引に影響があると自社が判断したため」又は「テレビ局等から今後の取引への影響を示唆されたため」であった。

ケ 著作権の無償譲渡等について回答したテレビ番組制作会社の状況

前記イで著作権の譲渡対価が支払われなかったことがあると回答したテレビ番組制作会社9名、前記オで著作権の譲渡対価に関する基準に不満があると回答したテレビ番組制作会社7名及び前記キで著作権の譲渡対価に二次利用に伴う収益が反映されなかったことがあると回答した6名を合計すると延べ22名となるが、いずれかに「ある」と回答したテレビ番組制作会社数を重複を除いて合計すると14名となる。

コ 著作権の取扱いに係るテレビ番組制作会社の具体的回答事例

○ 当社は、取引先のテレビ局等との間で、契約上、著作権の取扱いについて特段決めていなかったが、当社が企画し制作したテレビ番組については、原始的には著作

権は当社に発生していたものと認識している。

なお、当社としては、実質的に、当社が制作した番組の著作権は取引先のテレビ局等に対して譲渡させられた状態にあると考えている。その場合、当社に支払われるべき譲渡対価が支払われていないことに対しても不満を持っている。

ただ、取引先のテレビ局等との今後の取引を考えると下手に著作権を主張できなかったことから、実質的に先方が著作権を持つことについては諦めていた。

- 完パケの場合、原始的に著作権は当社に帰属しているという認識を持っている。

取引先のテレビ局等には、制作費に含めて著作権を売り渡していることになっているものと理解しているところ、制作費の内訳に著作権の譲渡対価が記載されていないため、実際は著作権の譲渡対価は支払われていない。当然、当社としては著作権の譲渡対価が支払われないことについて不満はあるが、テレビ局等側から今後の取引への影響を示唆されたり、当社側で今後の取引への影響を考慮したりすると、他社が応じている中で当社が応じないわけにはいかない。

また、言うまでもないことではあるが、著作権の譲渡対価に二次利用に伴う収益は反映されていない。

- 当社が制作しているテレビ番組は、全てテレビ局等に著作権が帰属する契約になっている。

テレビ番組制作に伴う費用を負担しているのはテレビ局等であるが、制作しているのは当社であるため、半分でよいので当社に著作権を帰属させてほしいと当社は思っているが、そのようにはいかず、著作権の譲渡対価も支払われていない。それどころか、当社が撮影し、結果的に番組に使用しなかった映像についても、テレビ局等に著作権が帰属することになっている。そのため、番組に使用しなかった風景や、事故現場などの特ダネの映像素材も当社は使用することができない。

当社が制作するテレビ番組は、二次利用できる機会は少ないが、番組で使用しなかった映像素材の著作権まで無償で譲渡することについては不満がある。

テレビ局等各社は、条件に応じなければ取引しないと行ったことは言っていないが、当社から著作権のことに触れるのはタブーのような感じになっており、協議するよう主張することもできない。当社は、テレビ局等各社と特に協議することなく、このような契約を締結させられている。

- 契約上、番組の著作権は取引先のテレビ局等に100パーセント帰属することとなっている。また、取引先のテレビ局等から著作権に伴う譲渡対価は支払われていない。譲渡対価を支払わないことに対する先方の言い分としては、制作費に譲渡対価分の金額が含まれているからとのことである。しかし、見積書の内訳に著作権の譲渡対価は入っていないし、番組ごとに決まっている制作費の相場と照らし合わせると、どう考えても譲渡対価分の金額が上乘せされているとは考えられない。

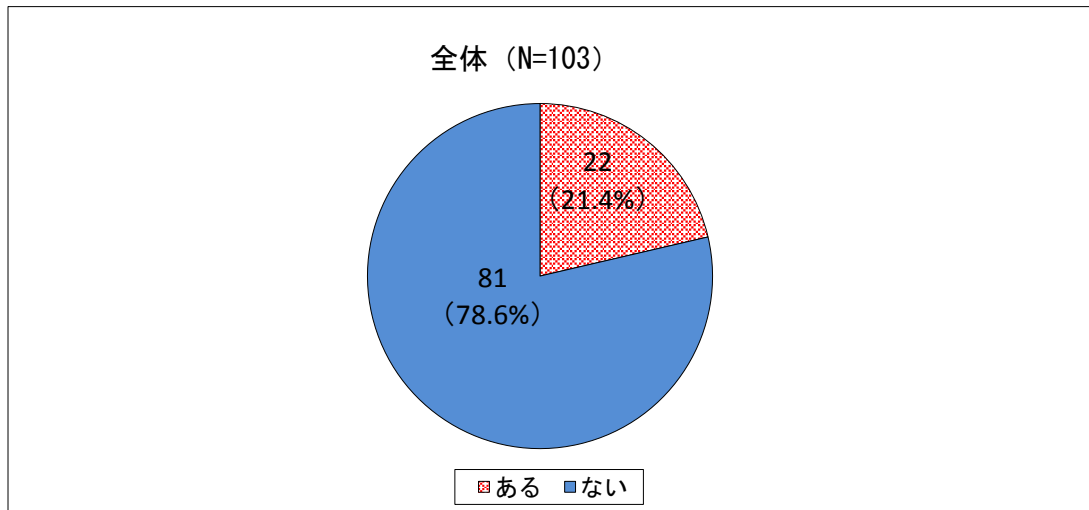
- 当社が制作した番組については、テレビ局等に著作権が帰属することとなっている。ある取引先のテレビ局等との間では、当社が企画・制作した番組であっても、制作著作は先方ということになっている。当社は、先方との間で、契約書を締結していないし、発注書面にも著作権の帰属先は明記されていないが、慣例的に協議することもなく取引先のテレビ局等に著作権を取られている。これは問題だとは思っているが、著作権の帰属先について協議を求めれば、何らかのプレッシャーがあるかもしれないので、当社からアクションを起こしたことはない。

(13) テレビ番組の二次利用

ア テレビ局等又はテレビ局等の指定する者が窓口業務を行ったことの有無

テレビ番組制作会社に対し、自社が著作権を有する場合（テレビ局等又はテレビ局等の指定する者と共同著作とする場合を含む。）において、テレビ局等又はテレビ局等の指定する者が二次利用の窓口業務を行ったことがあるかを聞いたところ、回答のあった103名のうち、「ある」が22名（21.4%）、「ない」が81名（78.6%）であった。

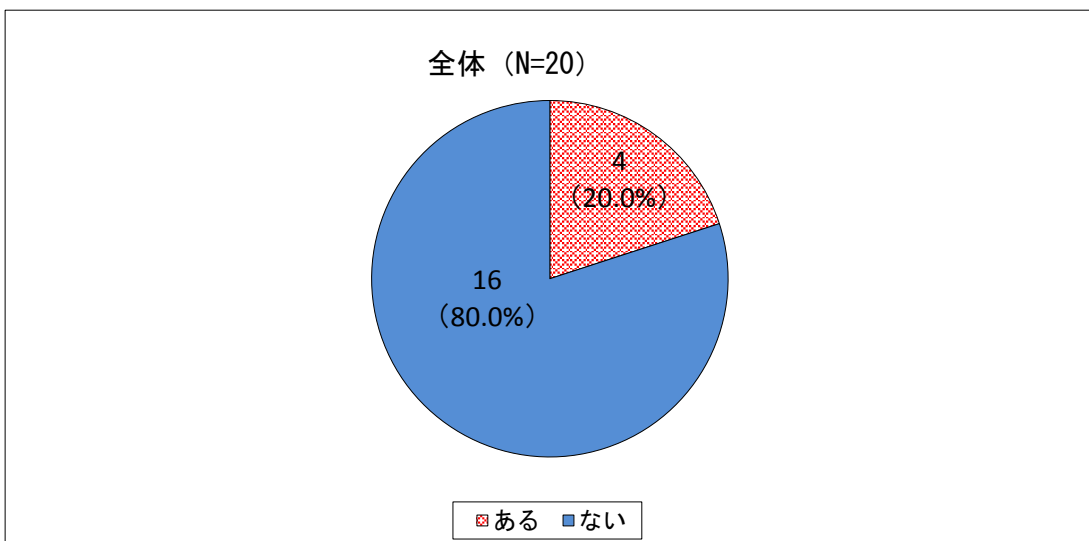
図37 テレビ局等又はテレビ局等の指定する者が窓口業務を行ったことの有無



イ 二次利用に伴う収益配分を受けなかったことの有無

前記アで「ある」と回答した22名に対し、テレビ局等又はテレビ局等の指定する者から、二次利用に伴う収益配分を受けなかったことがあるかを聞いたところ、回答のあった20名のうち、「ある」が4名（20.0%）、「ない」が16名（80.0%）であった。

図38 二次利用に伴う収益配分を受けなかったことの有無



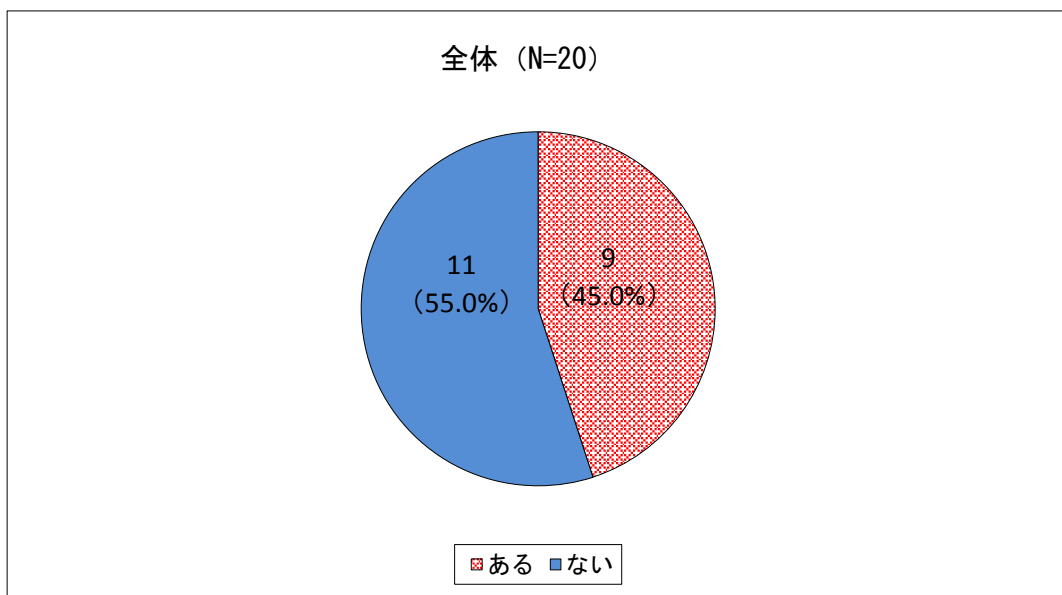
ウ 二次利用に伴う収益配分を受けなかった理由

前記イで「ある」と回答した4名に対し、二次利用に伴う収益配分を受けなかった理由を聞いたところ、回答のあった3名いずれも「二次利用に伴う収益配分について協議するよう求めた場合に、今後の取引に影響があると自社が判断したため」又は「テレビ局等又はテレビ局等の指定する者から今後の取引への影響を示唆されたため」であった。

エ 二次利用に伴う収益配分への不満の有無

前記アで「ある」と回答した22名に対し、テレビ局等又はテレビ局等の指定する者から受け取る二次利用に伴う収益配分について不満があるかを聞いたところ、回答のあった20名のうち、「ある」が9名(45.0%)、「ない」が11名(55.0%)であった。

図39 二次利用に伴う収益配分への不満の有無



オ 二次利用に伴う収益配分に不満があっても応じた理由

前記エで「ある」と回答した9名に対し、テレビ局等又はテレビ局等の指定する者から受け取る二次利用に伴う収益配分に不満があっても応じた理由を聞いたところ、回答のあった8名いずれも「二次利用に伴う収益配分について協議するよう求めた場合に、今後の取引に影響があると自社が判断したため」又は「テレビ局等又はテレビ局等の指定する者から今後の取引への影響を示唆されたため」であった。

カ 二次利用に伴う収益の不配分等について回答したテレビ番組制作会社の状況

前記イで二次利用に伴う収益配分を受けなかったことがあると回答したテレビ番組制作会社4名及び前記エで二次利用に伴う収益配分に対する不満があると回答したテレビ番組制作会社9名を合計すると延べ13名となるが、いずれかに「ある」と回答したテレビ番組制作会社数を重複を除いて合計すると11名となる。

キ テレビ番組の二次利用に係るテレビ番組制作会社の具体的回答事例

○ 当社が著作権を有している場合であっても、二次利用に関する窓口業務は、テレビ局等が行うことと取り決めていることが多い。テレビ局等が窓口業務を行って、番組を二次利用する場合には、手数料、著作権処理料などとして収益のうち一定率があらかじめテレビ局等の取り分となり、残りの配分比率について、当社はテレビ局等との間で交渉することとなる。仮に、当社自身で二次利用の機会を見付けて窓口業務を行えば、収益は100パーセント当社のものであるが、テレビ局等が窓口業務を行った場合には、当社への収益の配分は相当減ってしまう。当社が、二次利用の窓口業務について何とかならないかと主張しても、「ほかの会社もこれでやっています。」と言われてしまうと応じざるを得ない。二次利用については、CSでの再放送やインターネット配信など、利用機会が昔より増えたこともあって、テレビ局等各社は、二次利用の条件がテレビ局等に有利になるように少しずつ内容を変えているように感じる。

二次利用についても、取引上の力関係で、当社のみではテレビ局等と交渉することは難しい。

○ 取引先のテレビ局等の子会社には、二次利用を専門に取り扱うスタッフがおり、テレビ局等が著作権を持つ番組の二次利用は、子会社が行っている。また、当社が取引先のテレビ局等と共同で著作権を持つ場合、「これまで当方が二次利用の窓口業務を行ってきたから。」という形式的な理由で、契約上、子会社が一元的に二次利用の窓口業務を行うこととなっている。番組の二次利用の具体例としては、DVDの制作・販売をはじめ、再放送、他の番組での映像の一部使用、他のテレビ局等への映像の一部売却などが挙げられる。これらについては、二次利用の収益が発生した場合、その収益は、著作権者及び二次利用の窓口業務を行う者に配分されることになる。具体的な収益配分率は、契約上、取引先のテレビ局等とその子会社に支払われる手数料が一定率定められており、先方と当社で残りを折半することとなっている。当社としては、手数料の収益配分率が高すぎると感じている。

契約上の二次利用の窓口が誰であるかは別に、実質的に、当社は二次利用の窓口業務の一部を行わされることがある。にもかかわらず、上述のとおり、契約上、二次利用の窓口業務を行うのは取引先のテレビ局の子会社となっていることから、当社としてはこのことに不満を持っている。

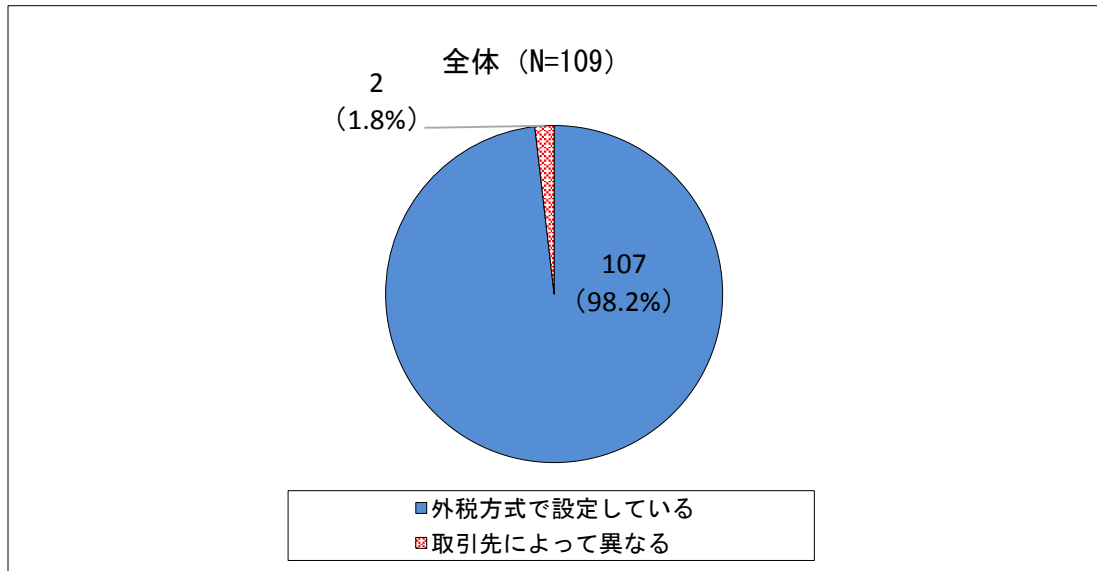
○ 取引先のテレビ局等で放送する番組については、著作権が当社にあっても、二次利用に当たっての窓口業務は原則的にその子会社が行う契約となっており、当社が二次利用機会を見つけた場合などの特殊な場合には、窓口業務をどちらが行うか別途協議して決めることとなっている。そのため、原則的に先方側が二次利用の窓口業務を行っており、収益配分についても当社には一部だけしか収益が配分されない。他の取引先のテレビ局等の場合にはもっと条件が悪く、何年間で何回まで放送できるという条件で取引しても、期間終了後も二次利用の窓口はテレビ局等が独占するといった条件になっている。当社が制作した番組を自由に二次利用できないのは不満であるし、番組制作業界全体の問題だと思うが、当社だけではどうすることもできないので、テレビ局等から提示された条件に従わざるを得ない。

(14) 消費税の取扱い

ア 代金の設定

テレビ番組制作会社に対し、主要な取引先テレビ局等とのテレビ番組制作の取引に係る代金を外税方式又は内税方式のどちらで設定しているかを聞いたところ、回答のあった109名のうち、「外税方式で設定している」が107名（98.2%）、「取引先によって異なる」が2名（1.8%）であった。

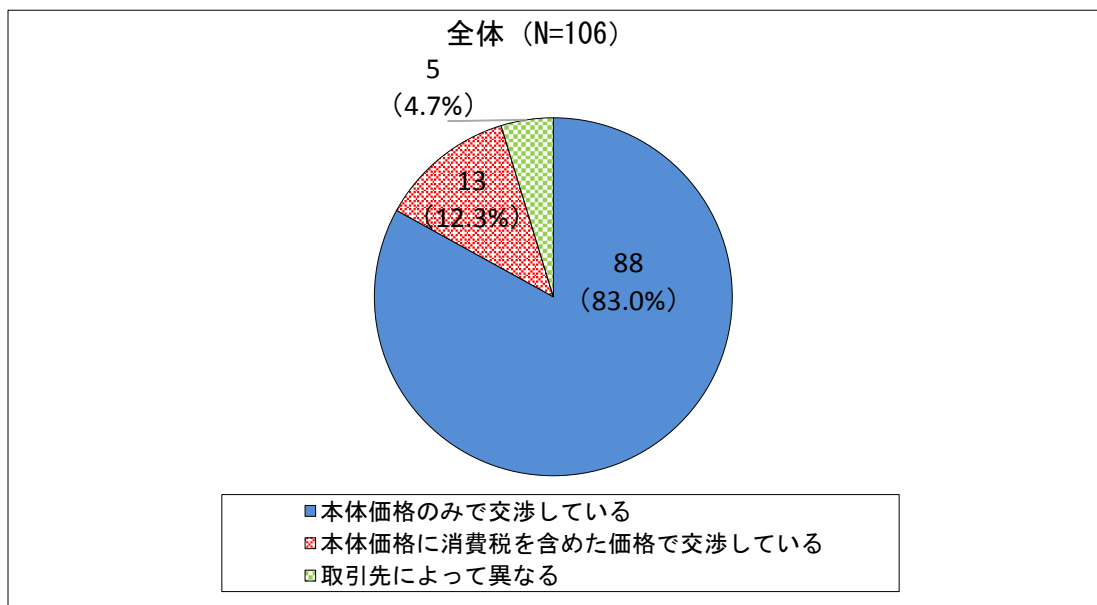
図40 代金の設定



イ 代金の価格交渉

テレビ番組制作会社に対し、主要な取引先テレビ局等とのテレビ番組制作の取引に係る代金の価格交渉において、本体価格のみで交渉を行っているかを聞いたところ、回答のあった106名のうち、「本体価格のみで交渉している」が88名（83.0%）、「本体価格に消費税を含めた価格で交渉している」が13名（12.3%）、「取引先によって異なる」が5名（4.7%）であった。

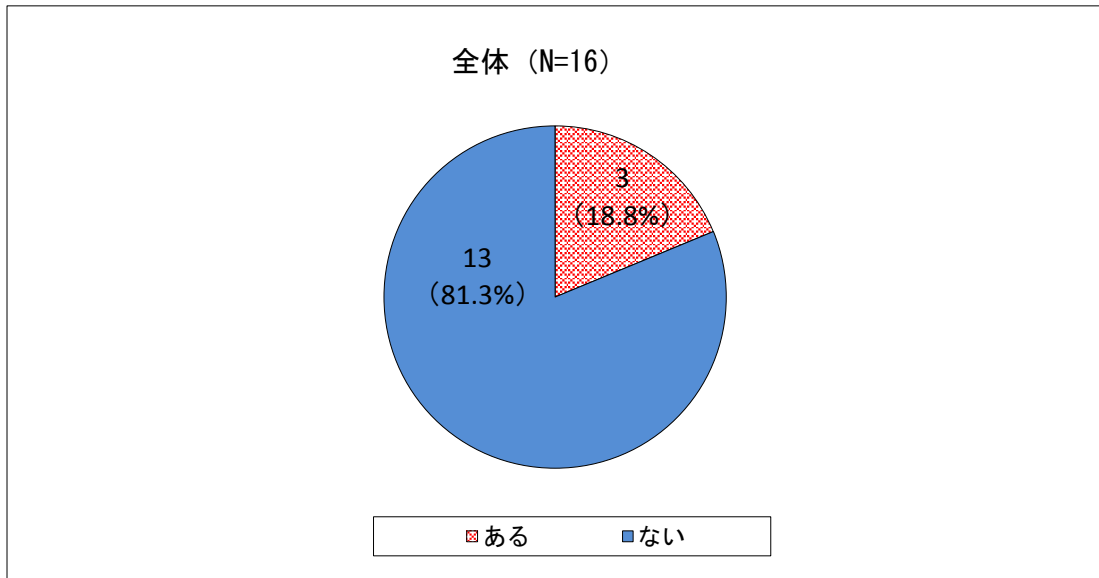
図41 代金の価格交渉



ウ 外税方式の申入れを受け入れられなかったことの有無

前記イで「本体価格のみで交渉している」と回答した88名を除く18名に対し、平成26年4月の消費税率の引上げ以降にテレビ番組制作の取引に係る代金の価格交渉について、外税方式で行いたい旨の申入れをし、受け入れられなかったことがあるかを聞いたところ、回答のあった16名のうち、「ある」が3名（18.8%）、「ない」が13名（81.3%）であった。

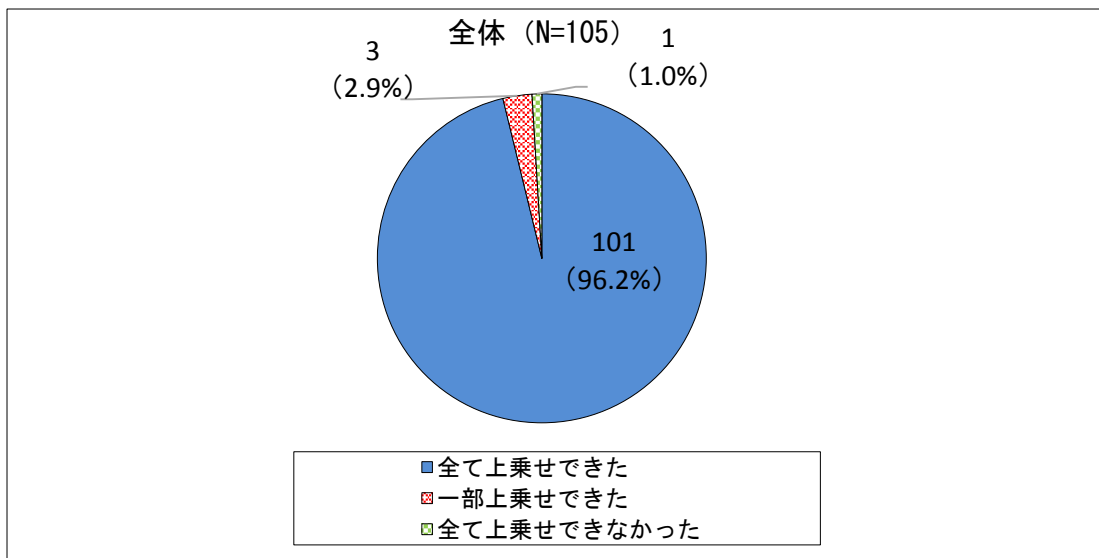
図42 外税方式の申入れを受け入れられなかったことの有無



エ 消費税率引上げ分を上乗せできたか

テレビ番組制作会社に対し、平成26年4月の消費税率の引上げに際し、主要な取引先テレビ局等とのテレビ番組制作の取引に係る代金について消費税率引上げ分を上乗せできたかを聞いたところ、回答のあった105名のうち、「全て上乗せできた」が101名（96.2%）、「一部上乗せできた」が3名（2.9%）、「全て上乗せできなかった」が1名（1.0%）であった。

図43 消費税率引上げ分を上乗せできたか



第4 調査結果のまとめと評価

1 テレビ局等及びテレビ番組制作会社の概要

(1) 資本金の額

テレビ局等の多くが資本金5000万円超（87.9%）の事業者である一方、テレビ番組制作会社の多くが資本金5000万円以下（91.7%）の事業者であり、回答のあったテレビ局等とテレビ番組制作会社の多くが下請法の適用対象となり得る事業者であった（図1及び図5）。

(2) 年間売上高

テレビ局等の多くが年間売上高10億円超（83.6%）の事業者である一方、テレビ番組制作会社の多くが年間売上高5億円以下（72.2%）の事業者であった（図2及び図6）。

(3) テレビ番組制作会社の取引先テレビ局等の数

取引先テレビ局等の数が3名以下のテレビ番組制作会社は42.1%に上り、また、取引先テレビ局等の数が1名のテレビ番組制作会社も15.9%に上っていた（図7）。

(4) 取引依存度

最も年間取引高の多い取引先テレビ局等に対する取引依存度が30%を超えるテレビ番組制作会社は45.4%に上り、また、同取引依存度が50%を超えるテレビ番組制作会社も27.8%に上っていた（図8）。

このように、テレビ番組制作会社は、テレビ局等に比べて事業規模が小さく、特定の取引先テレビ局等との取引に依存している傾向がみられた。

2 テレビ局等とテレビ番組制作会社との取引の状況

(1) 取引形態

テレビ番組制作会社の主要な取引先テレビ局等との主な取引形態については、「完パケ」が71.7%、「制作協力」が16.5%、「人材派遣」が7.7%、「一部完パケ」が4.2%であった（図11）。

(2) テレビ番組のジャンル別の割合

テレビ番組制作会社の主要な取引先テレビ局等との取引対象となったテレビ番組のジャンル別の割合は、「ニュース・報道・情報」が47.2%と最も多く、次いで「バラエティ」が24.3%であった（図12）。

(3) 取引条件の内容

発注内容、支払金額及び支払期日といった主要な取引条件については、多くのテレビ局等（95%超）がテレビ番組制作の委託を行うに当たり、あらかじめ定めていた（表1-1）。

著作権に関する取引条件については、多くのテレビ局等（71.9%）が「著作権の譲渡・許諾の範囲」についてあらかじめ定めていたものの、「著作権の譲渡対価」は33.5%、「二次利用の窓口業務に関する事項」は28.8%、「二次利用の収益分配に関する事項」は20.3%にとどまり、「著作権の譲渡・許諾の範囲」に比べてあらかじめ定めていた割合が低くなっていた（表1-2）。

(4) 支払制度

支払制度については、多くのテレビ局等（95.4%）が毎月末日締切、翌月末日支払等（締切日から支払日までが1か月以内）と定めていた（図14）。

また、代金の支払に関する締切基準については、多くのテレビ局等が、完パケ、一部完パケ及び制作協力については「納品日」（68.2%）、人材派遣については「派遣日」（88.9%）と定めていたが、「放送日」と定めていたテレビ局等も一定数（完パケ、一部完パケ及び制作協力については27.9%、人材派遣については11.1%）見受けられた（図15-1及び図15-2）。

(5) 書面の交付状況

取引条件等を記載した書面の交付状況については、多くのテレビ局等が書面を交付していた（84.1%）が、「交付していない」又は「交付しなかったことがある」とのテレビ局等も一定数見受けられた（15.9%）（図13）。

(6) 優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受けたテレビ番組制作会社の状況

前記第3の3(2)から(9)、(12)及び(13)の「採算確保が困難な取引（買ったたき）」、「著作権の無償譲渡等」等の不利益を受け入れたテレビ番組制作会社の全てが、「要請を断った場合に、今後の取引に影響があると自社が判断したため」又は「テレビ局等から今後の取引への影響を示唆されたため」を理由として回答していた。このように、テレビ番組制作会社は、テレビ局等との取引の継続への影響などを考慮して、やむを得ず不利益を受け入れているものであり、こうしたテレビ局等の行為は優越的地位の濫用規制上問題となり得るものである。

優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受けたテレビ番組制作会社の状況は表8のとおりであり、主要な取引先テレビ局等から、優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を1つ以上受けたと回答したテレビ番組制作会社数は43名（39.4%）であった。

行為の内容別の状況をみると、「採算確保が困難な取引（買ったたき）」について回答したテレビ番組制作会社が22名（20.2%）と最も多く、次いで「著作権の無償譲渡等」が14名（12.8%）となっていた。

表8 優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受けたテレビ番組制作会社の状況

行為の内容	優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受けたテレビ番組制作会社数	テレビ番組制作会社の総数に占める割合
採算確保が困難な取引（買ったたき）	22名	20.2%（22/109）
やり直し	13名	11.9%（13/109）
発注内容の変更	7名	6.4%（7/109）
発注内容以外の作業等	9名	8.3%（9/109）
発注内容の取消し	1名	0.9%（1/109）
商品・サービスの購入・利用要請	8名	7.3%（8/109）
金銭の提供要請	1名	0.9%（1/109）
役務の提供要請	1名	0.9%（1/109）
代金の支払遅延	5名	4.6%（5/109）
代金の減額	8名	7.3%（8/109）
著作権の無償譲渡等	14名	12.8%（14/109）
二次利用に伴う収益の不配分等	11名	10.1%（11/109）
合計 ¹³	43名	39.4%（43/109）

¹³ 複数の行為の内容に係る優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受けているテレビ番組制作会社が存在するところ、行為の内容別のテレビ番組制作会社数を合計すると延べ100名となるが、優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を1つ以上受けたテレビ番組制作会社数として重複を除いて合計すると43名となる。

(7) 優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を行ったテレビ局等の状況

前記(6)のテレビ番組制作会社43名に対して優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を行った取引先テレビ局等の延べ数は97名であり、当該テレビ局等の業態別の状況は表9のとおりである。優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を行った取引先テレビ局等の延べ数が最も多かった業態は、「地上系放送事業者」で86名であった。

表9 優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を行ったテレビ局等の状況

テレビ局等の業態	優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を行った取引先テレビ局等の延べ数
地上系放送事業者	86名
衛星放送事業者	9名
ケーブルテレビ事業者	2名
合計	97名

(8) テレビ番組制作会社の資本金等との相関

ア 資本金との相関

前記(6)のテレビ番組制作会社43名の資本金の状況を見ると、表10のとおりであり、資本金の額が小さいテレビ番組制作会社ほど、優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受けた割合が高くなるという傾向がみられた。

表10 資本金との相関

テレビ番組制作会社の資本金	1000万円以下	1000万円超 5000万円以下	5000万円超	合計
優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受けたテレビ番組制作会社数	27	13	3	43
テレビ番組制作会社の総数	65	35	9	109
割合	41.5%	37.1%	33.3%	39.4%
	27/65	13/35	3/9	43/109

イ 取引依存度との相関

前記(6)のテレビ番組制作会社43名は、取引先テレビ局等延べ97名との取引において当該テレビ局等から優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受けており、このうちテレビ番組制作会社の取引依存度が確認できた当該テレビ局等94名との取引について、テレビ番組制作会社の取引依存度の状況をみると表11のとおりであり、取引依存度が高いほど、優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受けた割合が高くなるという傾向がみられた。

表11 取引依存度との相関

取引依存度	10%以下	10%超 30%以下	30%超 50%以下	50%超	合計
優越的地位の濫用規制上 問題となり得る行為を受 けた取引数	53	22	7	12	94
取引依存度が確認できた 取引数	187	69	20	28	304
割合	28.3%	31.9%	35.0%	42.9%	30.9%
	53/187	22/69	7/20	12/28	94/304

(9) 消費税の取扱いについて

テレビ番組制作会社に対し、平成26年4月の消費税率の引上げに際し、主要な取引先テレビ局等とのテレビ番組制作の取引に係る代金について消費税率引上げ分を上乗せできたかを聞いたところ、回答のあった105名のうち、「全て上乗せできた」が101名（96.2%）、「一部上乗せできた」が3名（2.9%）、「全て上乗せできなかった」が1名（1.0%）であった（図43）。

また、主要な取引先テレビ局等との代金の価格交渉を「本体価格のみで交渉している」と回答した事業者を除くテレビ番組制作会社18名に対し、平成26年4月の消費税率の引上げ以降にテレビ番組制作の取引に係る代金の価格交渉について、外税方式で行いたい旨の申入れをし、受け入れられなかったことがあるかを聞いたところ、回答のあった16名のうち、「ある」が3名（18.8%）、「ない」が13名（81.3%）であった（図42）。

第5 公正取引委員会の対応

本調査の結果、テレビ番組制作に関する一部の取引において、テレビ局等による優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為が行われていることが明らかとなった。公正取引委員会としては、テレビ局等によりテレビ番組制作会社に対する優越的地位の濫用規制上問題となるような行為が行われることがないように注視していく必要がある。

本調査結果においてテレビ番組制作会社が優越的地位の濫用規制上問題となり得るとされた行為を受けた割合を行為の内容別にみると、採算確保が困難な取引（買ったたき）ややり直しのほかに、「著作権の無償譲渡等」が12.8%、「二次利用に伴う収益の不配分等」が10.1%と著作権の取扱いについての行為が比較的高い割合になっているという特徴があった。これについては、著作権の取扱いに関する契約内容について回答のあったテレビ局等の71.9%が「著作権の譲渡・許諾の範囲」について定めていたものの、「著作権の譲渡対価」については33.5%、「二次利用の窓口業務に関する事項」については28.8%、「二次利用の収益配分に関する事項」については20.3%のテレビ局等が定めているにすぎず、著作権の取扱いに関する事項が十分に明確にされていないことが背景にあると考えられる。この点については、役務の委託取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の指針¹⁴

（以下「役務取引ガイドライン」という。）において、「委託者が成果物等に係る権利の譲渡等に対する対価が含まれることを明示した委託費用を提示するなど、取引条件を明確にした上で交渉する必要がある。また、違反行為を未然に防止するなどの観点からは、可能な場合には、委託者が委託費用を提示する際に権利の譲渡等に対する対価を明示していることが望ましい。」とされているように、テレビ局等はテレビ番組制作会社との間であらかじめ著作権の取扱いについて十分に協議し可能な限り明確にしておくことが望ましい。他方、「著作権の帰属先について協議を求めれば、何らかのプレッシャーがあるかもしれないので、当社からアクションを起こしたことはない」、「著作権の譲渡対価が支払われないことについて不満はあるが、テレビ局等側から今後の取引への影響を示唆されたり、当社側で今後の取引への影響を考慮したりすると、他社が応じている中で当社が応じないわけにはいかない」というように、テレビ番組制作会社側から、著作権の取扱いについてテレビ局等に協議を求めること自体が難しいとする回答もみられるなど、テレビ番組制作会社が厳しい取引環境に置かれていることがうかがえる。公正取引委員会としては、テレビ局等がテレビ番組制作会社に今後の取引に影響が生じる旨を示唆するなどして、著作権の取扱いについて、一方的に自己に有利な条件を定めたり、協議の要請自体をさせないようにする行為は、優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為であることを周知していく必要がある。

さらに、こうした行為が、下請法上の資本金区分に該当するテレビ局等とテレビ番組制作会社との間で行われた場合、優越的地位の濫用規制上問題となり得ることはもとより、下請法上も問題となり得るところ、本調査の結果においては、優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受けたテレビ番組制作会社43名と当該行為を行った取引先テレビ局等延べ97名との取引の約8割が、資本金区分から下請法の適用対象となり得るものであった。中でも、著作権の取扱いに関しては、発注内容に著作権を含まない場合に、テレビ番組制作会社に帰属する著作権をテレビ局等に無償譲渡させる行為は、不当な経済上の利益の提供要請として、また、発注内容に著作権を含む場合に、テレビ局等が著作権の譲渡対価について一方的に著しく低い対価を設定する行為は、買ったたきとして、それぞれ下請法上問題となり得ることに留意する必要がある。

このため、公正取引委員会は、違反行為の未然防止及び取引の公正化の観点から、本調査結果を公表するとともに、以下の対応を行うこととする。

¹⁴ 役務の委託取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の指針（平成10年3月17日）第2、7（1）参照

- 1(1) テレビ局等を対象とする講習会を実施し、本調査結果並びに役務取引ガイドラインにおける著作権の取扱いに関する考え方も含め優越的地位の濫用規制及び下請法の内容を説明する。
 - 1(2) テレビ局等の関係事業者団体に対して、本調査結果を示すとともに、テレビ局等がテレビ番組制作に関する取引の問題点の解消に向けた自主的な取組を行えるよう、改めて優越的地位の濫用規制及び下請法の内容を傘下会員に周知徹底するなど、業界における取引の公正化に向けた自主的な取組を要請する。
- 2 公正取引委員会は、今後とも、テレビ番組制作に関する取引実態を注視し、優越的地位の濫用規制又は下請法上問題となるおそれのある行為の把握に努めるとともに、これらの法律に違反する行為に対しては、厳正に対処していく。