

第1回 放送コンテンツの製作取引の適正化の促進に関する検討会 議事要旨

1 日 時：平成20年1月31日（木）10：30～13：00

2 場 所：総務省 1001会議室

3 出席者（敬称略）

構成員：池田朋之、石岡克俊、小川晋一、音好宏、門脇 覚、菊池満士、鬼頭春樹、
小塚荘一郎、近藤耕司、澤田隆治、清水克恵、関本好則、竹内淳、長田三紀、
舟田正之、山口康男

オブザーバー：青野史郎、植井理行、大塚幸雄、斎藤信吾、高村裕、野瀬洋一、
村本道廣、森澤広明

総務省：中田政策統括官、鈴木総合政策課長、吉田地上放送課長

事務局：小笠原コンテンツ振興課長

1、開催要項（案）について

事務局より資料1に基づき説明。

2、座長選出及び座長代理指名

3、議事の取り扱いについて

4、総務省挨拶（中田統括官）

5、議題

事務局 資料3に基づき適正な取引に関する制度等について報告。

○ 当時下請法の手引きや要項を局内で作成し、発注管理マニュアルを作って、関係団体や部局を集めて何度か説明会を開催した。また、発注書が出ていないとアラームが鳴って決裁がおりないシステム導入など、考えられることはしている。下請法は、適用か不適用かわかりにくく、完璧ではない。制作会社との取引に関しては一律には決められない。年に数回、番組制作者団体と意見交換し、合意後の意見を反映させて契約書を作成し、これを受けて事業者と契約している。相当な説明会を人事異動の時期にあわせて開催している。

○ 契約ひな形は著作権担当が参加して作ってきた。変更する都度、事業者と話し合っている。当社は共同製作が多いので、契約する案件ごとに契約書を作成している。下請法については、民放連のガイドラインを受けてマニュアルを作成し、説明会を開いている。支払伝票の起票の際、発注書の添付を義務付け、支払遅延にならないよう日付チェックをしている。11月の下請取引適正強化月間には法務部担当で勉強会を行っている。発注者は、各部署で確認しているが、発注書が出るのが遅れることもあり、完璧ではない。下請け取引の対象になるかならないか、判断が難しい場合は法務部にその都度判断を仰いでいる。発注先が対象になるのか自動的にシステムが判断するようなアラーム付きの発注管理システムを来年から導入する。業務全体の流れの中で遵

守していこうという支援システムであるが、下請法の対象か否かについての判断がグレーの案件もあり、100パーセントの効果が出るかどうかは分からない。

- 発注書とは契約書と同じものか。
- 違う。発注書と契約書は別個に存在する。
- 基準に従い、ガイドラインを策定し、セクションへの周知をしており、契約については100%行っているはず。発注段階ではキャストが決まっておらず、いろいろ話している中で、担当者の間では、どの段階で発注したことになるのか、発注という概念に相当することとなるのか難しい。
- 契約見本については制作者団体や制作担当の話し合いでH16年3月に完成した後、当社でも自主基準を作成し、HP公開して社内周知徹底している。外部制作については、編成部から外部にお願いするので、その担当者と、メディアライツの担当者に向けて周知しており、その成果があつてほぼ100%網羅して契約書を作成締結している。H16年4月にコンテンツも下請法の対象に含められ、コンテンツ以外のシステムやイベントも対象になるのかなどについては、民放連は公取とで勉強会を開催して、遵守マニュアルをつくり、各局を集めて周知をした。このマニュアルは、Q&Aになっていて分かりやすいのだが、それをさらに砕いて分かりやすく資料作成し、説明会を10回社内で開催した。公取の調査やアンケートについては、社内の総務部総括担当窓口が社内のデータを集め対応。
- 編成制作という立場で、製作者団体や制作会社と直接、実務を行っている。契約の進み具合、下請遵守基準は、意識を持って望むことが第一。政府の詳細説明にしても、コンプライアンス上問題ないかについても、日々の作業実務で、どこでチェックされるかが重要。発注書のチェック体制については、法務部、弁護士など法律知識のある人がチェックするルーティンの確立など、起案された書類のチェック体制の強化が大切。法務についてはライツが、金額については編成業務センターがチェック機能を持っている。日々の業務上、個人のモラルを高めるため人事異動の季節に併せてレクチャーをしている。またプロデューサー会議や月1回の会議で管理職からの周知がされている。外部とのお付き合いをどうしていくか、パートナーシップ、インターフェイスの作り方が第一で、情報を交換しながら仕事をすすめるよう現場教育している。
- 編成ライツと法務部が共同で取り組んでいる。項目に基づき自主基準を策定し、HP公表して社内意識を高め、またフルバージョンを社内LANで公開している。現場への浸透のためには、現場と管理担当部門と経理の連携が大切。年に数回下請法全体会議を行い、メンバーは、編成・報道・スポーツ等の管理担当と法務部、経理部。人事異動の多い業界なので、異動時期の後に会議を開催している。管理担当者を集めて、マニュアルの具体例があいまいで判断に苦しむ場合のQ&Aを蓄積したりしている。現場の意識は高まっていると実感してる。直近に開いた説明会では強制参加にしくなくとも大勢参加者が集まり、現場側から開催要望の声もあった。

- 自主基準の作成とHPでの公表をし、制作会社側に渡した。初めて取引する相手については、我々が説明し周知する。下請遵守については民放全体への説明後、社内向け説明会を開催し、その後2005年、2006年に中小企業庁の立ち入り調査があったあと、話し合いにより運用を見直した。社内業務フローでは番組の形態ごとにマニュアルを作成し、中企庁に相談した。11月の下請取引適正強化月間には2回開催し、ブラッシュアップしている。請求書には必ず発注書の控えを添付しており、受領日60日を越えていないか経理セクションでチェック。対象ではなくても60日以内の支払いとするようシステムを組み直した。完パケ番組の場合は資本金に関係なく全てに対応しており、徹底している。それでもまれに漏れがあって遅延した場合は遅延利息を支払う。
- テレビ局と制作会社の受発注の適正化に関して、H16年4月の前から民放連は準備してきており、H14年から公取との勉強会を開き、H15には指針の公表をし、H16年2月にはマニュアルが完成。その後会社説明会を二度開催した。各局各地域で周知徹底をしている。契約見本のフォローアップについては、タイミングの相談など総務省にしてきていた。
- テレビ文化は衰退時期にあることは、広告収入の減少や「あるある事件」からもわかる。「あるある事件」に関しては、構造的問題が番組制作者団体の足元で起きてしまった。問題となった会社は、質のいいバラエティを作ってきた。しかし、調査の結果、再委託関係の会社と長年違反行為をしてきたことが分かった。自分たちは川下にも川上にもある存在。その二面性をわきまえたい。
- 我々の団体では、著作権委員会で契約書について定期報告し、不審な場合はメディアライツセンターに上申している。不当かどうか検討し、局への申し入れを行ったりしている。不定期だがNHK、民放各局と話し合い、契約について都度確認している。最近件数と金額ともに増加している業務委託に関しては契約見本がないので問題があると認識している。「下請法」については中小企業庁にも名前の変更をお願いしている。われわれは下請けではない。著作物をつくるものがなぜ下請けなのかかわからない。民放連マニュアルは、会員社全社にガイダンス。実務に沿ってわかりやすいということで説明した。我々は川中の存在であり、煩瑣な事例もあるが、4年やってきてみて、もう一度説明会をやらなくてはいけないと思っていたところ。通常1月～2月に4月の番組が確定するが、不景気のあおりで、制作費の一律カットを懸念している。
- 大手から孫請まで制作会社150社の互助組合を作った。組合では、人手やお金の実際上のやりくりの問題に取り組んできたが、今年からは、いったい10年後、テレビ番組は誰が作るのか、という宣言をした。業界に人が集まってこないという問題があり、定着率も悪い。若手の応援をしたいが、局は安定を求めてベテランばかりに発注する。チャンスがないと人が集まらない。「あるある問題」で所得格差が世の中に暴露されたことが原因。なぜプロダクションが出来たのか、その経緯としては、テレビ局が、人

件費で破綻してしまうという問題に発端がある。自分も社員でありながらプロダクションにいた経験がある。しかし、今やテレビ局社員は中枢にいるだけ。大手プロダクションも孫請け 400-500 社に対してテレビ局と同じ体質になっている。まず、法律の名前が下請法というのは失礼である。この下請法の存在は小さなプロダクションの人は誰も知らない。組合員に対して、下請法の認知度の調査をアンケートしはじめており、結果についてはこの検討会でデータを示すこととする。まず、著作権に関しては製作者にあるという大前提を確認したい。放送局は放送権を譲渡されて放送しているだけで、2年後には制作会社に戻ってくる前提で仕事している。再放送がベーシックな収入になっているプロダクションもある。テレビ局は本体は放送権のみを持っているだけだが、テレビ局は系列子会社のプロダクションを使って、どうにか著作権をまとめて集めようとしているのではないか。孫請けのプロダクションは単なる人材派遣業と変わらなくなっていると懸念している。

- 一部の会員社に対するアンケート結果の発表。契約見本の認知度（知っている7、知らない2）、テレビ局と契約書を交わしているか（いる3、一部交わしている4、いない2）、広告代理店との契約について（いる3、いない6）、制作会社との契約について（いる2、一部交わしている1、いない7）、企業との契約締結について（いる3、一部交わしている3、いない3）、官公庁との契約締結について（いる6、一部交わしている1、いない2）、下請法の存在について（知っている6、知らない3）。地方では制作費は東京にまして厳しい。口約束のみで見積受領はほぼなし。受注金額についても、有力者に聞いた結果でも悲惨。
- アニメ業界は規模が小さく 06 年 2580 億円規模にすぎない。産業ではなく単なる業界である。アニメは極端にテレビ依存メディアであり、少子化や広告収入減の影響をまともに受けている。そもそも赤字体質でキャラクターやDVDなど二次利用でやっと回収するのだが、この二次収入の部分もテレビでの人気に大きく左右される。作品数は昨年 102 本だったが、79 本に減少。とくに深夜枠は 10 本も減った。放映権料はタダか格安なので製作委員会方式をとる。著作権が分有されるということで、数年前は IT 系企業が出資したりしていたが回収がくるしい。テレビ局が自主基準公表後も、現実的には環境は悪化している。表向きは綺麗に作文してあるが、諸条件は別途定める、という部分がシビア。下請法については、アニメは工程が多いという特徴があり分散して作成している。事務所の維持も困難な状況。動画の工程では、韓国やベトナムやインドなどで人件費を安く抑えているが、最近円安の影響で単価は高くなっている。大手 5 5 社の下に事業者協会や個人がいて、下請法施行 2 年前から準備してきた。不当なやり直しが一番の問題。公取にも中企庁にもなにをもって不当なのかと聞いている。設計図があって作る自動車業界とは性質が違う。

以上