

## 「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」における 放送コンテンツの製作取引のあり方に関わるアンケート結果報告

有限責任中間法人日本動画協会  
著作権委員会 青野史郎

### 1. アンケート内容の分析

日本動画協会の正会員社 34 社のうち、14 社の回答が寄せられました。

設問 3 において、14 社のうち、9 社は、放送事業者との間に下請法の適用にならないと回答しています。

従って、今回、提出しましたアンケート結果が必ずしも、会員社との関係において、放送事業者が下請法を「遵守している」か「遵守していない」とのハッキリしたアンケートの集計とならなかったことを先ずお断りいたします。

然しながら、各設問の解答欄を見ますと会員社各社の生の声が記載されていますので、参考にしていただけたらと思います。

#### ○ 製作委託

今回のアンケートで特徴的なひとつ現象として、設問 4 にありますが、製作委託契約を広告代理店と締結している例が、放送事業者と締結している例と同数あることです。

このことは、従来、アニメーション制作は、放送枠の営業セールスを局の営業部門が自らのリスクで行い、電波料・制作費を回収する編成局発注が大きなウェイトを占めていた時代から放送枠の営業を広告代理店に一括委託し、広告代理店が局との関係において、広告代理店とプロダクションの両方の顔を持ち、プロダクションとして、局と発注契約を締結し、アニメ制作会社にかかる作品の委託をする方式に変化してきていることがわかります。

その理由として、編成局発注は、編成発注費プラス事業費で制作費を捻出し、作品の二次利用収益より放送事業者としての局印税の配分を受けることによって維持されてきましたが、少子化による視聴率の低下、同様に、提供（玩具会社やレコード会社）がつきにくくなってきたことやビデオの売り上げの低下による制作費の回収の低下。逆に、アニメーション制作費が高騰してきている結果、局は、アニメーションの発注を上記のように変更せざるを得ない状況になってきているということです。又、この変化は、一定の期間経過後に全ての二次利用権を含めた著作権が製作プロダクションに帰属するようになっていましたが、製作委員会を設立し、製作委員会に著作権を帰属される状況を作ってしまった。

#### ○ 委託契約の締結及び発注書の発行

設問 5～設問 8 につきまして、契約書の締結が放送後というのが 2 件、発注書発行しない場合が 7 件、又、発注書自体を受領したことがないという回答もありますが、かかる事態は、

改善しなければなりません。製作開始後に契約を締結する例が、15件見られます。このことは、アニメーション制作の特殊性にもよるものと考えられます。つまり、各放送局とも大体同様と考えますが、例えば、4月番組の編成は、前年の12月又は1月、最悪の場合は、2月初旬にならないと決定しない場合があります。

アニメーション制作は、シナリオ発注から納品まで、少なくとも、10週間。納品時が放送の2週間前とした場合、最低、12週間(3ヵ月)の期間が必要です。新作であれば、そのシリーズ構成やキャラクター設計などで、1ヵ月の期間が必要であり、局の発注を待って、製作に取り掛かることは、逆に自分の首を絞めることになりかねず、プロダクション自らのリスクで製作を開始する例がないとは言えないのが現状です。

#### ○ 放送事業者の製作委員会への参加

昨今のアニメーション作品の放送は、各局とも深夜帯(0時～午前4時までの枠)に移行しています。当然のことながら、局の製作費は、金250万円～金350万円を捻出するのがやっとの状況であり、30分あたりの製作費が金1,000万円～1,600万円を必要とするアニメーション制作を委託する状況ではなくなってきているのが現状です。

それを打開するために、プロダクションは、ビデオ販社やレコード会社に出資を募り、アニメーション製作費を捻出し、作品を製作し、局に納品する製作委員会方式を編み出しました。しかしながら、ビデオ商品の販売の低下及びCD商品の販売の低下によりビデオ販社やレコード会社は、出資を控えるようになり、局や広告代理店にその出資を依頼することになります。その場合、局は、放送局が自社の事業であることから出資を条件に、一次放送を無料にする旨の申し入れを製作委員会に提案する局が出てきたこと(設問27)は、疑問視しなければならない。更に加えて、従来の編成局発注の作品と同率の局印税の配分の主張は、「公正な取引」のために十分に協議されなければなりません。

#### ○ 優越的地位の濫用

アニメーション作品の音楽(主題歌、END曲、BGM曲など)は、海外での放送やビデオ商品の販売によって、歴史的に大きな収益をもたらしてきました。JASRACの海外賞でもお解かりの通り、外国入金が多い音楽は、アニメーション作品のBGMがその大半を締めています。

しかしながら、局は、関連会社に音楽出版会社を持ち、放送によるプロモーション効果を理由に、設問28の回答でもわかるように、当該出版社にその窓口を依頼するよう要請する例が多く見受けられます。例えば、設問26にある独占的放送期間内や日本国内と地域を限定するような申し入れであれば、プロモーション効果を理由とした窓口委託は受け入れることが可能でしょう。同様に、DVDの出版権や海外販売権を要求されたという回答に対しても、単純に、局であると理由からそうした条件を申し入れるのではなく、出資各社の中で、或いは、プロダクションと局の関係において、もっとも、得意としている分野の窓口の主張するような申し入れであることを期待したい。

今回のアンケートの回答に対し、事務局が一つ一つの裏づけを取っていないため、確定はできないが、アニメーション作品は、映画著作物であるという前提に基づき、「公正な取引」のため、十分な協議を重ねた上での契約が成立することを望むものである。

以上