

**委員会第2回及び第3回
事務局資料(抜粋)**

平成29年2月2日

総務省

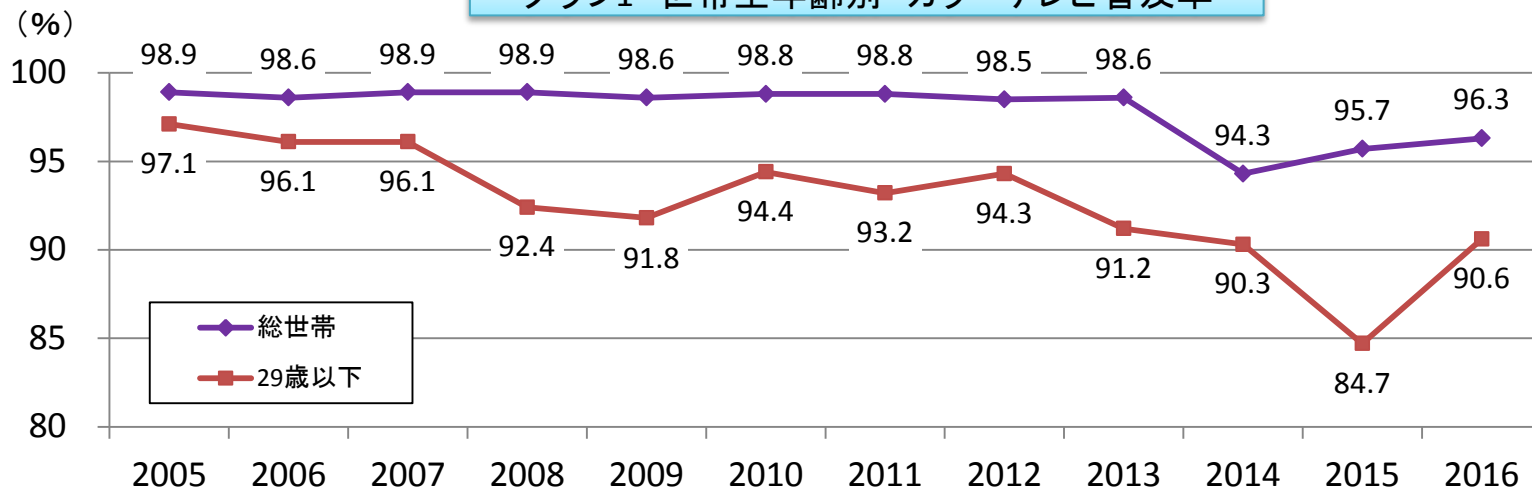
1. 放送を取り巻く環境変化
2. 放送事業者のネット同時配信に係る取組
3. 放送コンテンツの適正かつ円滑な製作・流通

1. 放送を取り巻く環境変化

放送を取り巻く環境変化①（若者を中心としたテレビ離れ）

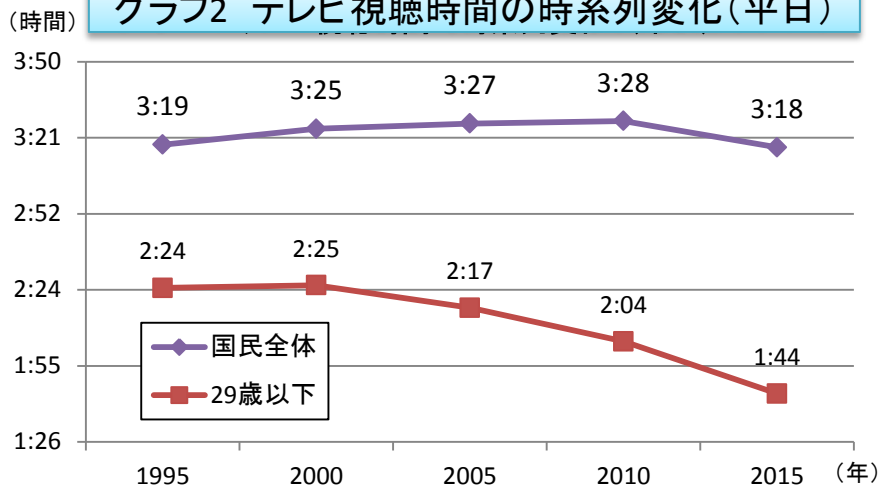
国民全体のテレビ普及率(グラフ1)、平均視聴時間(グラフ2)は減少傾向にあり、1日の中で15分以上テレビを見る人の率(視聴者行為率)(グラフ3)も減少している。
特に29歳以下世帯における視聴時間や行為者率の減少幅は大きく、若年層を中心にテレビ離れが進んでいる。

グラフ1 世帯主年齢別 カラーテレビ普及率



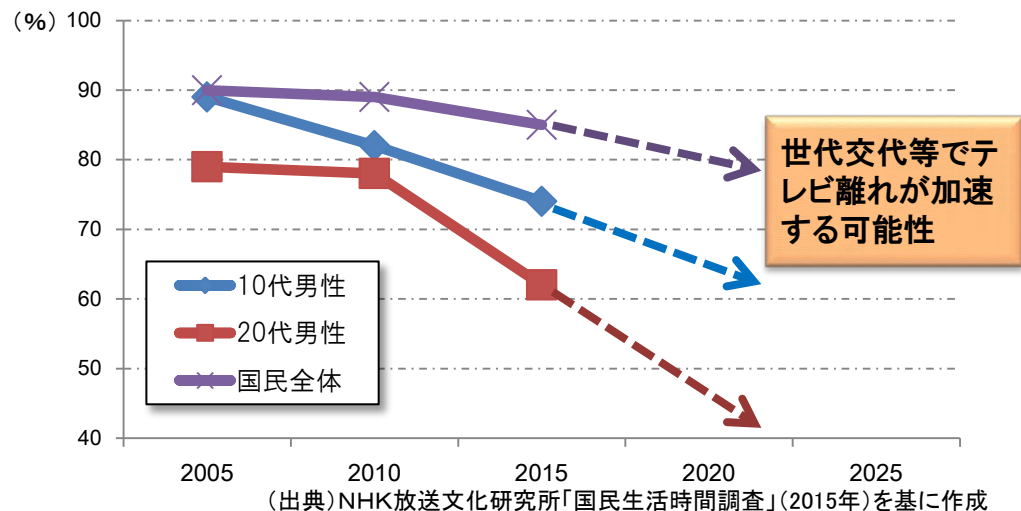
(出典)内閣府「消費動向調査」、 「放送を巡る諸課題に関する検討会」第1回会合 奥構成員説明資料

グラフ2 テレビ視聴時間の時系列変化(平日)



(出典)NHK放送文化研究所「国民生活時間調査」(平成27年)

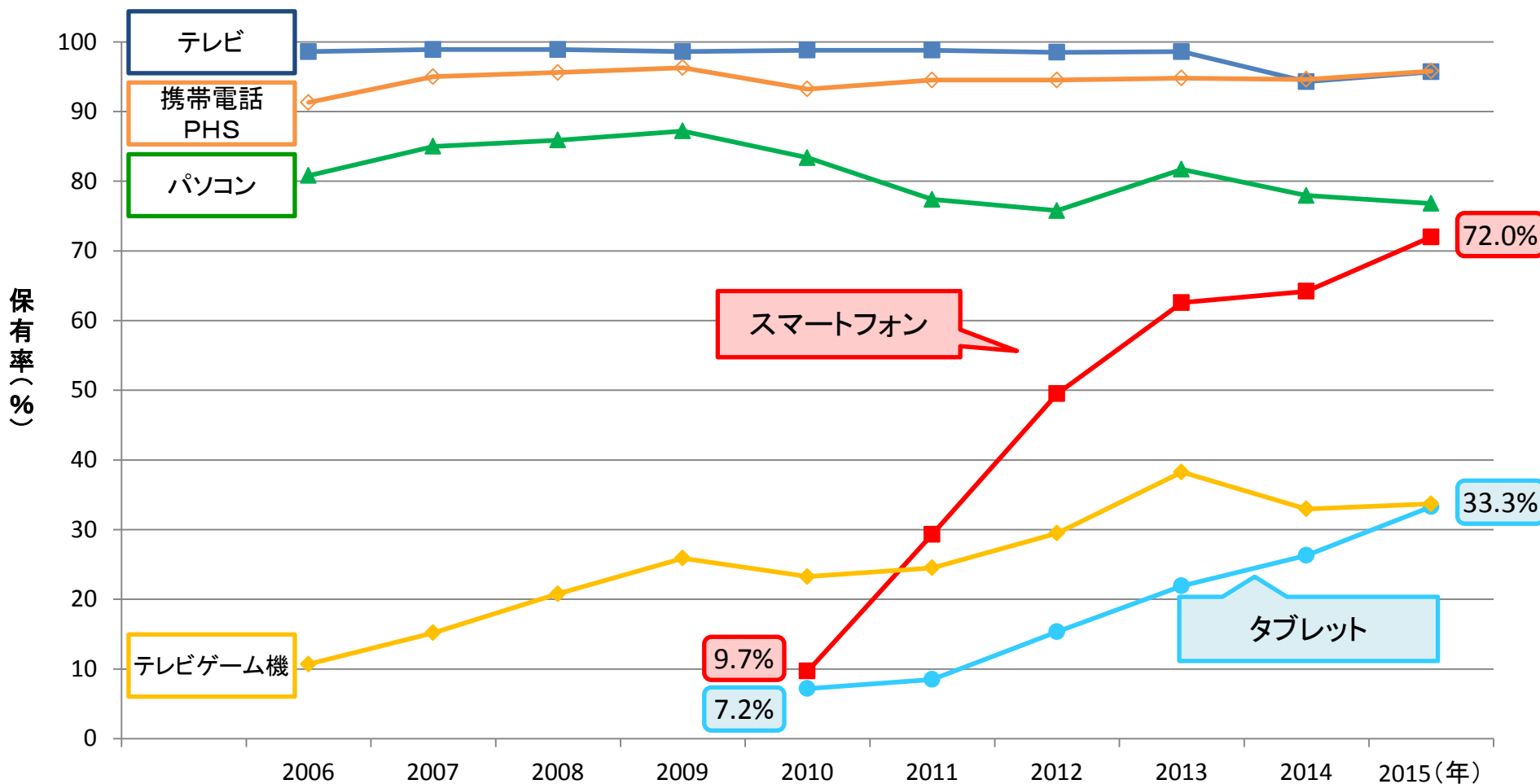
グラフ3 1日15分以上テレビを見る率(「行為者率」:平日平均)



(出典)NHK放送文化研究所「国民生活時間調査」(2015年)を基に作成

ブロードバンドの普及等により、スマートフォンやタブレット等、動画を視聴可能な端末が急速に普及。スマートフォン保有率は2010年9.7%から2015年72%、タブレット保有率は7.2%から2015年33%に推移。

グラフ4 情報通信端末等の世帯保有率の推移



(出典)総務省 平成28年版情報通信白書
テレビについては、内閣府 消費動向調査

国内の動画配信市場は拡大傾向にあり、世界的に展開する定額制動画配信サービスが日本でもサービスを開始している。

グラフ5 国内動画配信市場規模予測

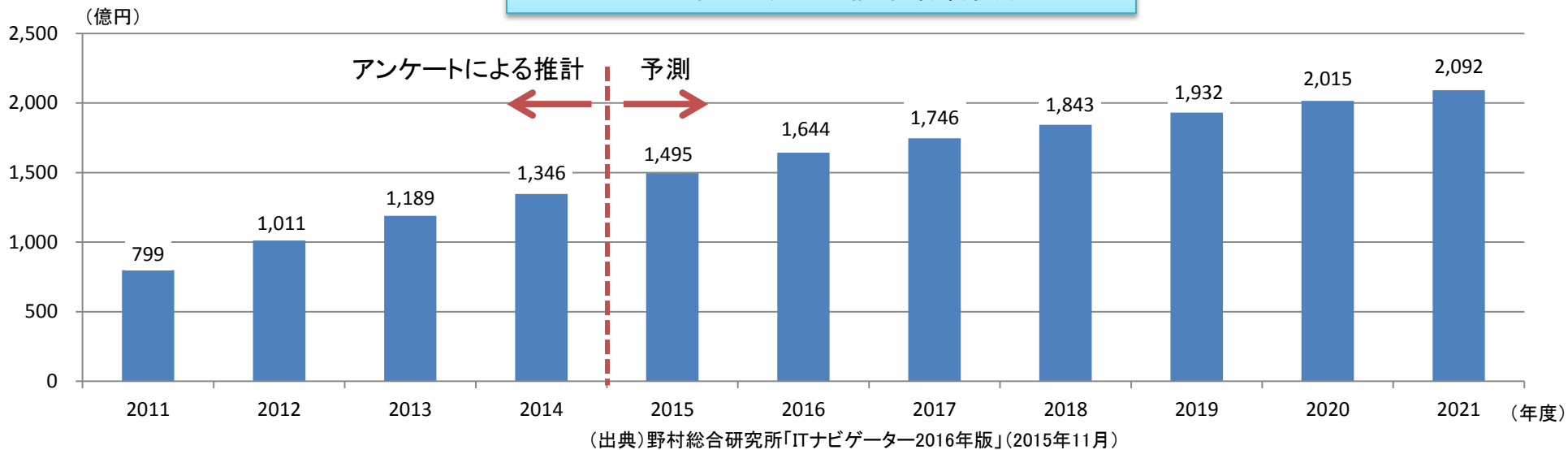


表1 主な定額制動画配信サービス(国内で利用できるサービス)

サービス	サービス開始期	サービス概要
Netflix	米国: 1998年 日本: 2015年	米国においてDVDのオンラインレンタルサービスから参入し、現在は動画配信サービスを中心に全世界に展開している。独占配信、オリジナル配信作品も保有しており有料サービス加入者数は全世界で7500万。日本国内では、ソフトバンクの携帯電話料金やブロードバンドサービスと一括支払い可能。
Amazonプライムビデオ	米国: 2011年 日本: 2015年	日本では2015年よりサービスを提供している。有料サービスのプライム会員は動画以外のコンテンツ(音楽等)も利用可能であり、ネット通販サービスにおいても優遇を受けられる。
Hulu	米国: 2008年 日本: 2011年	2万本以上のコンテンツを視聴でき、国内の有料サービス加入者数は130万人に達する。
NTTドコモ dTV	日本: 2015年	12万本以上のコンテンツを視聴でき、国内の有料動画配信サービスでは最大規模。

(出典)総務省「IoT時代におけるICT産業の構造分析とICTによる経済成長への多面的貢献の検証に関する調査研究」(平成28年)

2. 放送事業者のネット同時配信に係る取組等

同時配信に係る放送事業者による取組例①（モバイル向け）

ユーザの視聴スタイルの多様化に対応すべく、一部の放送事業者において、放送の同時配信に係る取組を実施。

【モバイル配信のイメージ】



無料放送事業者の動き

- | | |
|-------|----------------------------------------------------------------------|
| 東京MX | 「エムキャスト」アプリ(2015年7月1日より提供開始)において、同局やウェザーニューズ(2016年1月8日開始)の一部番組を同時配信。 |
| テレビ東京 | 「NEWSモーニングサテライト」(毎週月～金曜日 5時45分～6時40分放送)をスマートフォン等に同時配信(2015年4月1日開始)。 |
| NHK | 1万人の参加者を対象に、1日16時間以内の同時配信実験を実施(平成27年10月～11月、平成28年11月～12月) |

有料放送事業者の動き

- | | |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| スカパー！ | 「スカパー！ オンデマンド」サービスにおいて、スマートフォン等にスポーツのライブ配信を実施。 |
| J:COM | 「J:COM オンデマンド」サービスにおいて、スマートフォン等にライブ配信を実施(スポーツ、ニュース、アニメなど全20チャンネルが対象。J:COMが提供するMVNO端末利用時は、パケット料金無料で視聴可能)。 |
| WOWOW | 「WOWOWメンバーズオンデマンド」サービスにおいて、スマートフォン等に一部の放送番組のライブ配信や見逃し配信を実施。 |
| NTTぷらら | 「ひかりTVどこでも」アプリにおいて、ひかりTVの一部の専門チャンネルで放送中の番組をスマートフォン等で視聴可能。 |

その他の動き

- | | |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 災害情報提供 | ○熊本地震 ……NHK及び民放各社が地震関連ニュースの同時配信及びアーカイブ配信を実施
(NHKはNHKオンライン、フジテレビはホウドウキョク、テレ朝はAbemaTV、日テレ及びTBSは自社動画サイト)
○北海道台風……北海道テレビが台風関連ニュースをAbemaTVにおいて同時配信 |
| radiko | PC、スマホ向けにラジオ番組の同時配信を実施。放送対象区域の聴取は無料、放送対象区域外での聴取は350円/月(税別)。民放連加盟ラジオ局101局中82局+放送大学が参加。 |

民間放送事業者も各種動画配信サービスに参画し始めているが、同時配信に係る取組は限定的。

動画配信実施状況一覧(2016年10月6日時点)

[民放連調べ]

①有料VODサービス		②無料VODサービス		③テレビ放送の同時配信サービス(定常的サービス)	④番組編成型ストリーミングサービス
自社プラットフォーム	他社プラットフォーム	自社プラットフォーム	他社プラットフォーム		
11社	47社	64社	82社	2社	3社
<ul style="list-style-type: none"> ●HTB北海道onデマンド(北海道テレビ放送) ●TBSオンデマンド(TBSテレビ) ●日テレオンデマンド(日本テレビ放送網) ●スマホDEカンテレ(関西テレビ放送) ●KBCオンデマンド(九州朝日放送)など 	※ huluやNetflix、キー局のプラットフォームでローカル局も多数コンテンツを配信	<ul style="list-style-type: none"> ●TVer(在京キー5社、一部ローカル局) ●テレ朝キャッチアップ(テレビ朝日) ●Chuun(中京テレビ放送) ●ytv MyDo!(読売テレビ) ●南海放送オンデマンド(南海放送) など	※ YouTubeやGYAOなどのプラットフォームでローカル局も多数コンテンツを配信	<ul style="list-style-type: none"> ●News モーニングサテライト(テレビ東京) ●エムキャスト(東京MXテレビ) 	<ul style="list-style-type: none"> ●ホウドウキョク(フジテレビ) ●カープ動画(中国放送) ●ぼるぼるTV(広島ホームテレビ)

※ 赤字はローカル局のサービス

※ テレビ放送のように番組(コンテンツ)を編成してストリーミング配信するサービスを「番組編成型ストリーミングサービス」と表記

ローカル局の自社プラットフォーム配信の例



2015年10月より在京民放キー局5社各社が個別に実施している無料ネット動画配信(見逃し視聴サービス)を共通のポータルから利用できる「TVer」を開始。2016年10月28日時点で400万ダウンロードを記録。
2016年10月より毎日放送、朝日放送の在阪民放2社がサービスに参加。

サービス名	TVer(ティーバー)
開始時期	2015年10月26日
関係民放社	日本テレビ放送網株式会社 株式会社テレビ朝日 株式会社TBSテレビ 株式会社テレビ東京 株式会社フジテレビジョン
提供期間等	放送終了後から次回放送までの 1週間を基本とする
料金	無料
対象デバイス	パソコン、スマートフォン、タブレット
配信 コンテンツ	各社放送中のドラマやバラエティ (2016年10月現在 約100番組 毎週更新)
広告	あり

TVer(ティーバー)のポータルサイト



NHKは視聴者向けに多様なインターネットサービスを配信

○ 放送番組の配信

		放送前番組	放送中番組	既放送番組
国内放送	テレビ		○ (常時同時配信を除く) 【災害情報等】	○ 【NHK for School】
	ラジオ	○ 【実績なし】	○ 【らじる☆らじる】	○ 【マイ語学】
国際放送 (テレビ・ラジオ)			○ 【NHKワールド・オンライン】	

○ 理解増進情報(放送番組の周知・広報のための提供等・番組の内容を解説・補足するもの等)の配信

○ 国内テレビジョン放送の放送番組の試験的な提供(詳細は次項参照)

○ NHKオンデマンドサービス

	試験的提供 A	試験的提供 B
目的	放送を補完するため、国内テレビ放送番組の同時配信サービスの改善・向上の検討に資する。	
配信番組	スポーツイベントの生放送番組等	国内テレビ（総合・教育）の放送番組
対象利用者	一般の利用者	受信契約者（数千人～1万人）
提供期間	イベントの期間（年5件程度）	1週間～3か月（1回当たり）
配信時間	最大4時間程度／日	16時間以内／日
主な検証項目	権利処理上の課題、配信システム、認証方法、費用、視聴ニーズ等	
結果	試験計画を事前に作成・公表の上、試験の結果についても、終了後速やかにホームページで公表。	



28年度の実施内容



平成28年6月22日NHK公表

平成28年10月6日NHK公表

内容・時期

「リオデジャネイロオリンピック」
（8月5日～22日〔18日間〕）

「総合・教育」の一部（1日16時間以内）
（11月28日～12月18日〔21日間〕）

参加者・方法

登録不要（ネット利用者は誰でも参加可）

1万人以内を予定

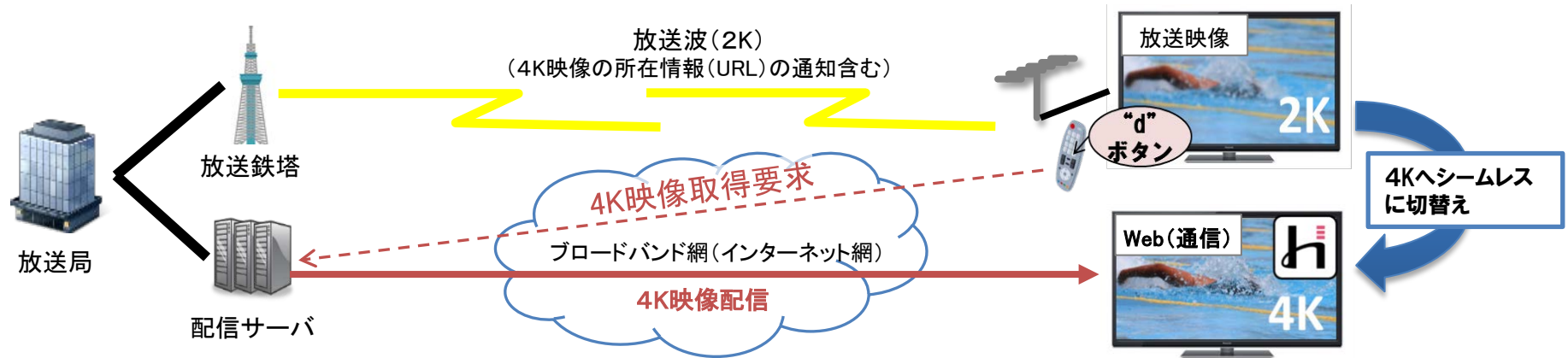
検証項目

スポーツ中継の同時配信へのニーズ、
システム負荷等を検証

視聴ニーズ、システム上の課題、
権利処理の運用状況等について検証

一部の放送事業者において、ハイブリッドキャストの活用によるブロードバンドを通じた4K映像の配信に係る実証を実施。
 （NHKにおいては、リオ五輪の一部の競技を対象に実施）

【ハイブリッドキャストを用いた4K配信のイメージ】



放送事業者による実証

東京MX

2015年3月1日に4K 対応テレビ向け配信実証を実施

フジテレビ

2015年12月12日に4K 対応テレビ向け配信実証を実施

名古屋テレビ

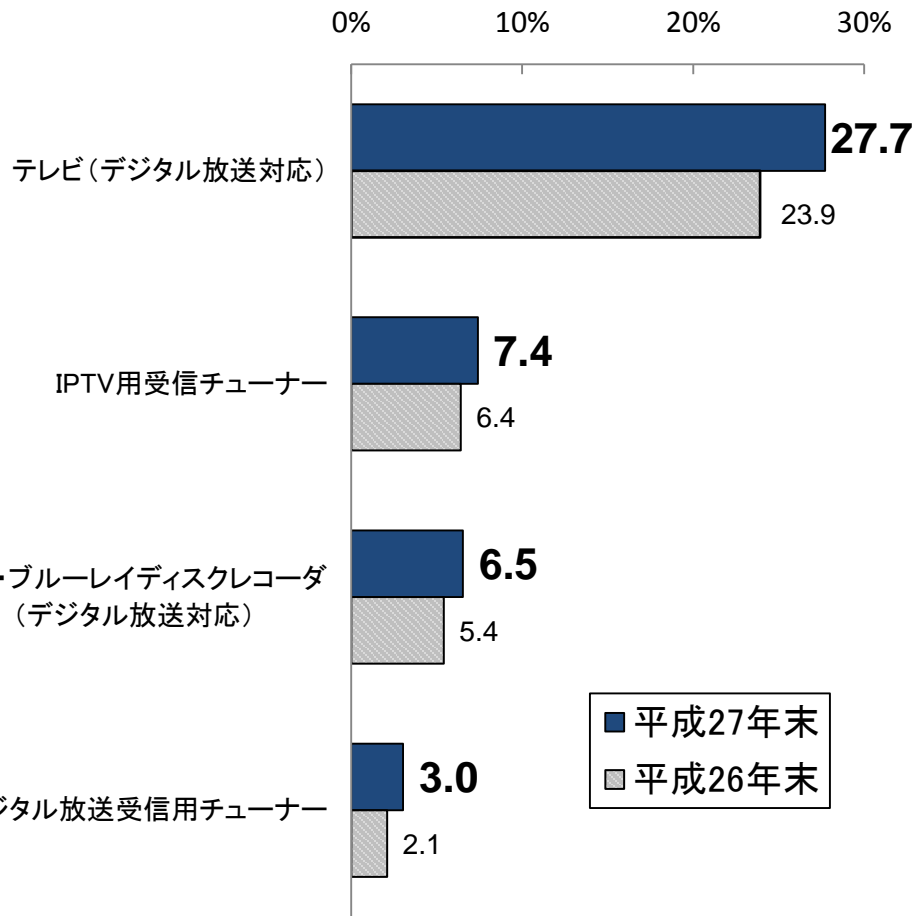
2016年3月27日に4K 対応テレビ向け配信実証を実施

NHK

リオ五輪の一部の競技を4K対応テレビ向け配信実証を実施(2016年8月6日～8月31日)

家庭のテレビのインターネット接続率は上昇し、4K対応テレビの普及が進むなど、テレビの高機能化が進んでいる。

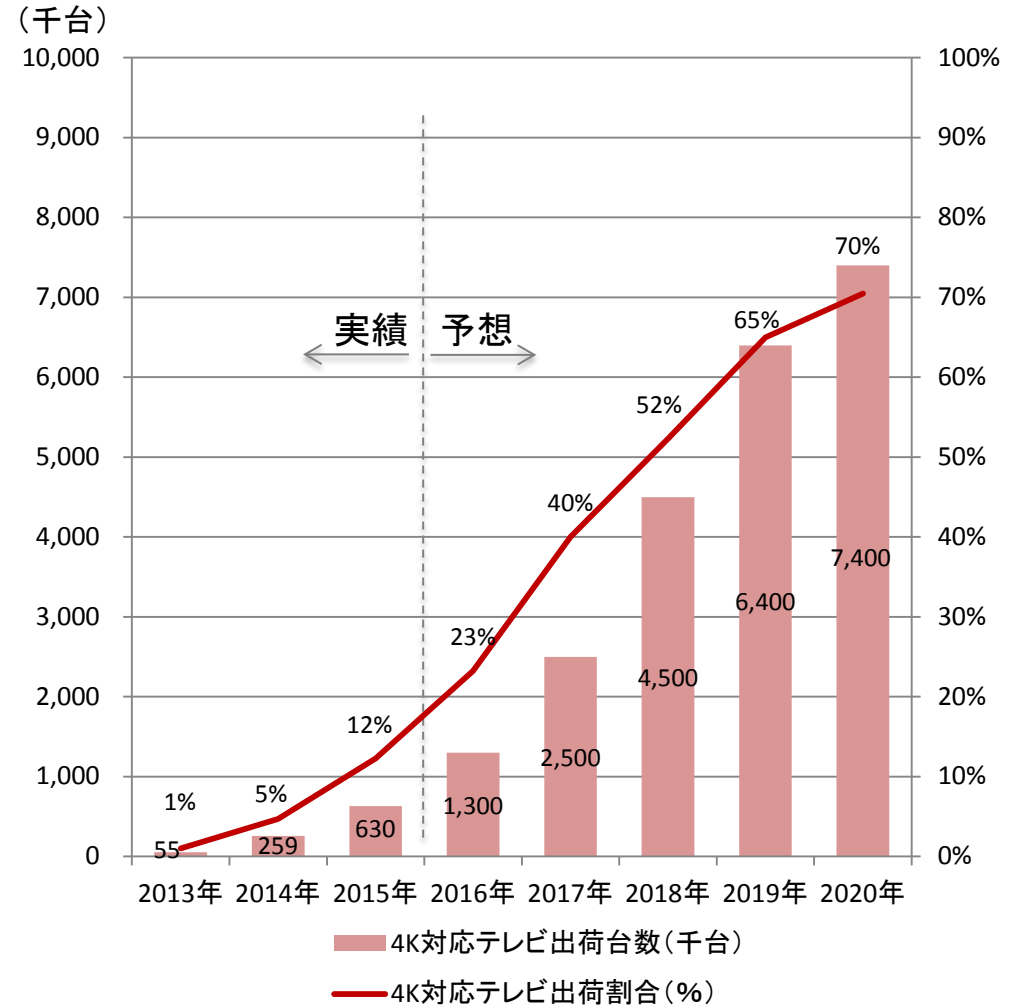
デジタルテレビ等受信機器とインターネットとの接続状況(世帯)



※ 複数回答可とした設問のため、一部重複を含む。

(出典)総務省 通信利用動向調査(平成26年及び平成27年)

4K対応テレビ



(出典) 2015年まで: JEITA「民生用電子機器国内出荷統計」による
 2016年~2020年: JEITA「AV&IT機器世界需要動向(2016年2月)」による

※数値は年間の合計値

※現在、出荷されている4K(対応)テレビは、ハイブリッドキャスト対応テレビであることが多い

放送コンテンツに係る権利

- 国内での初回放送以降、DVD化やネット配信といった二次利用を行うためには、著作権法等に基づき、それぞれ権利者（著作権者・著作隣接権者等）の許諾が必要。

国内での初回放送

無断で放送されない権利
⇒放送の許諾

二次利用（DVD化、ネット配信等）

無断で複製、ネット配信等をされない権利
⇒複製、公衆送信等の許諾

- 放送コンテンツに係る主な著作権、著作隣接権及び民間の契約上の権利

著作権		著作隣接権		民間の契約上の権利
原作 脚本	音楽 (作詞・作曲)	レコード (原盤)	実演 (映像)	スポーツやイベント の中継映像
原作: 日本文藝家協会 脚本: 日本脚本家連盟 日本シナリオ作家協会	日本音楽著作権協会 (JASRAC) 株NexTone (ネクストーン)	日本レコード協会	映像コンテンツ権利処理機構 (aRma) または 芸能プロダクション	スポーツやイベントの主催者 (いわゆる放映権※)

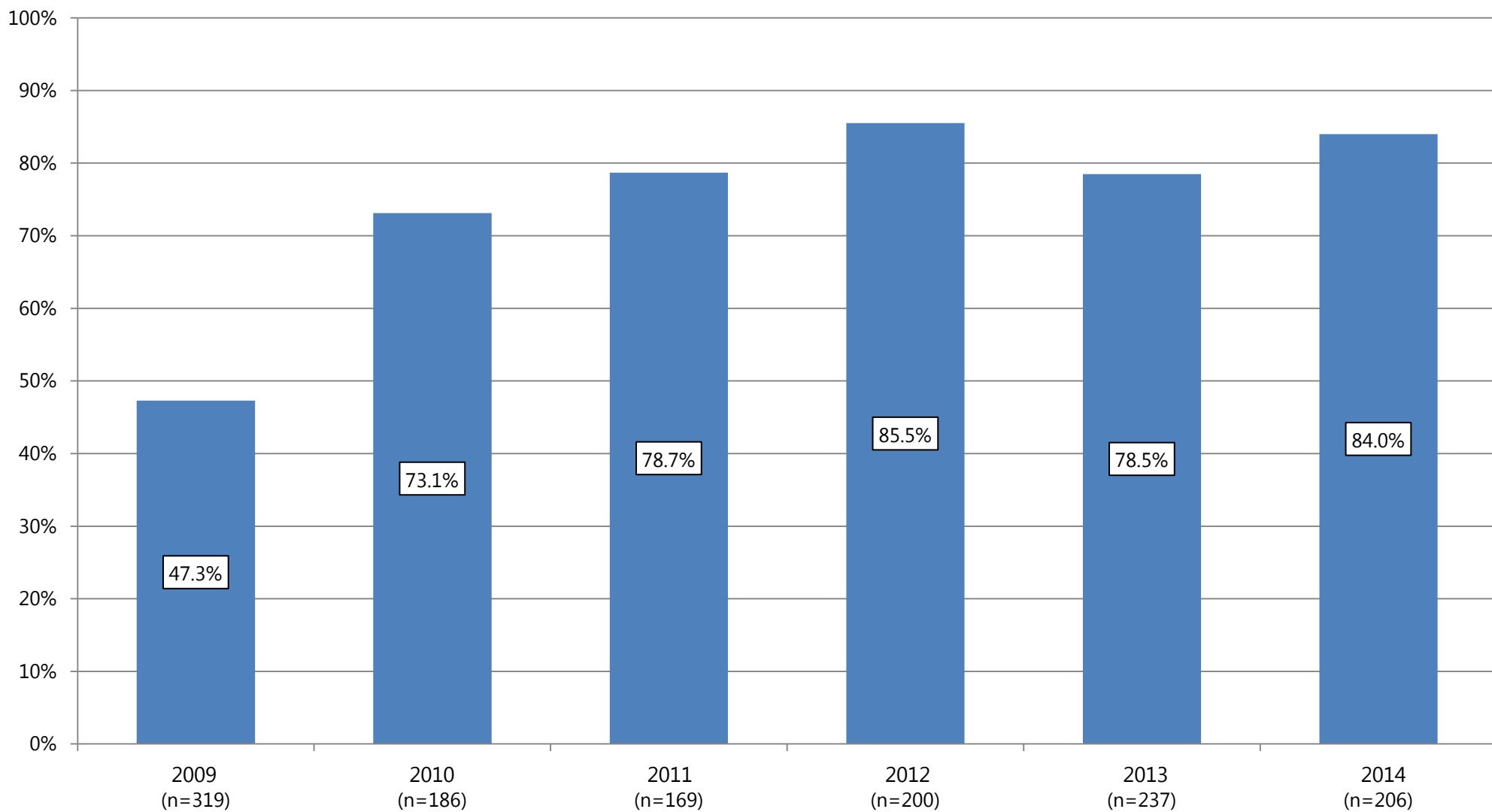
※ 著作権法上の権利ではなく、民間の契約上の権利

権利種別	権利者	法と実態	放送 (地上波の初回放送※の例)	ネット配信 (VOD等の異時配信の例)
著作権	原作者	著作権法	公衆送信権	公衆送信権
		実際の運用	個別許諾	個別許諾
	脚本家	著作権法	公衆送信権	公衆送信権
		実際の運用	個別許諾	個別許諾
	作詞家 作曲家 JASRAC 等	著作権法	公衆送信権	公衆送信権
		実際の運用	包括許諾(各放送事業者)	包括許諾(各放送事業者)
著作隣接権	実演家(映像)	著作権法	放送権	送信可能化権
		実際の運用	個別許諾(芸能プロダクション ⇄ 各放送事業者)	個別許諾(aRma※※ ⇄ 各放送事業者)
	レコード 原盤権者 日本レコード協会	著作権法	報酬請求権	送信可能化権
		実際の運用	包括契約(NHK・民放連)	包括許諾(各放送事業者)

※ 放送事業者が自ら放送番組を製作する場合

※※ aRma: 一般社団法人 映像コンテンツ権利処理機構(audiovisual Rights management association)

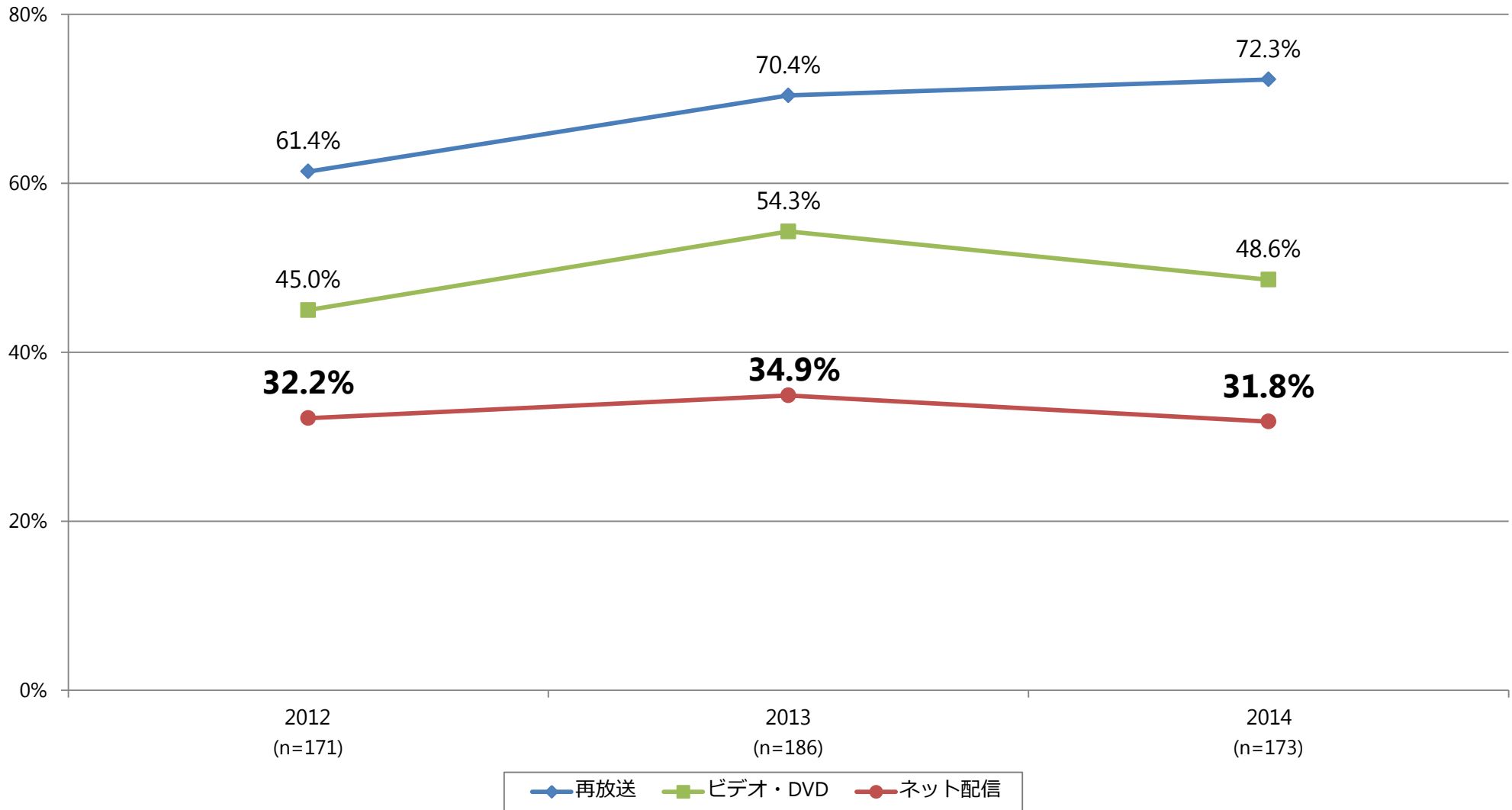
3. 放送コンテンツの適正かつ円滑な製作・流通



（出典）総務省・経済産業省「平成27年情報通信業基本調査」等をもとに作成

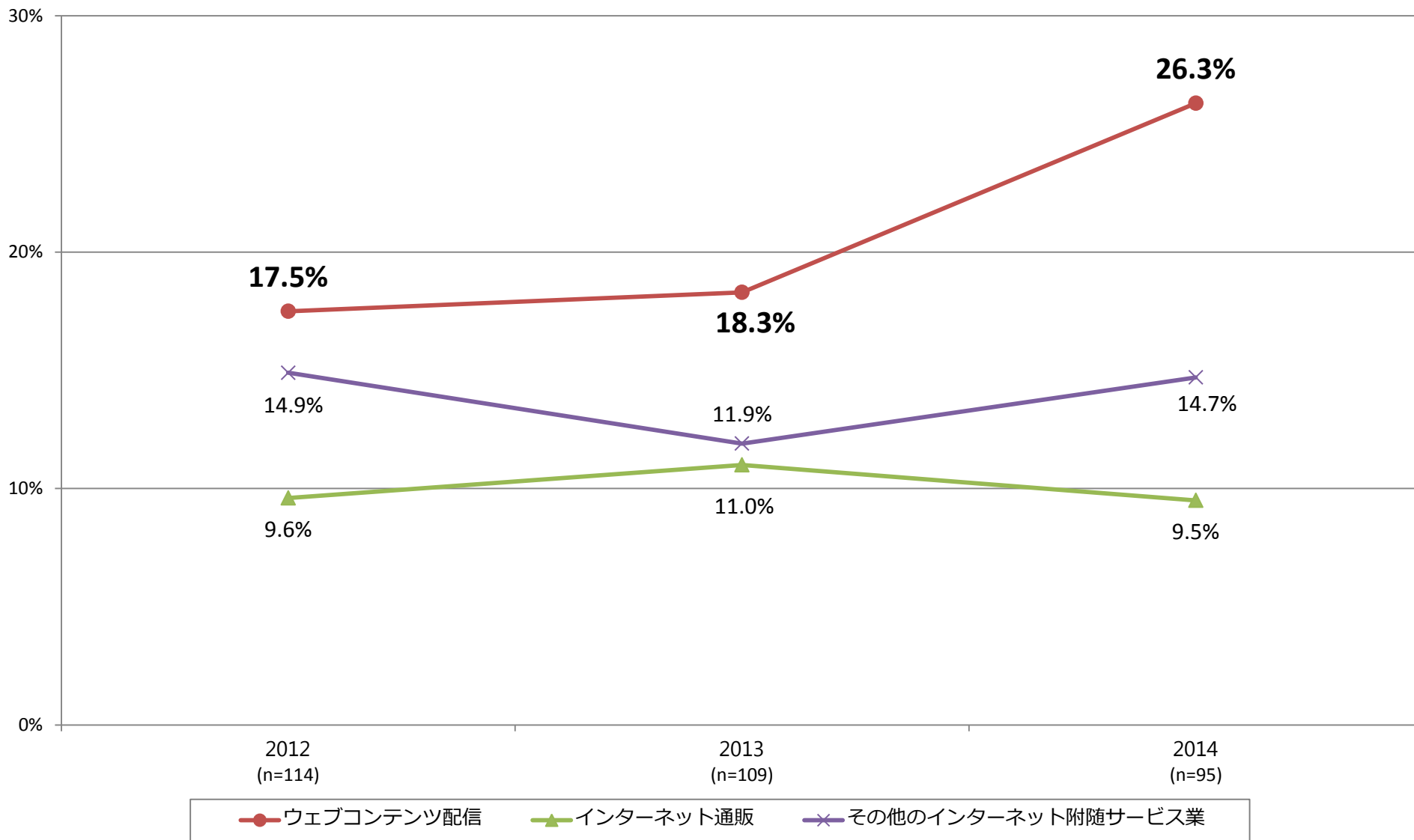
注：「平成27年情報通信業基本調査」の各業種固有事項調査票（放送番組制作業）に回答のあった405社のうち、自社が制作したテレビ放送番組の二次利用状況に関して回答のあった番組製作会社（206社）について集計。各年同様。

テレビ放送番組の二次利用の形態（番組製作会社からの回答）



(出典) 総務省・経済産業省「平成27年情報通信業基本調査」をもとに作成

注：「平成27年情報通信業基本調査」において、自社が制作したテレビ放送番組の二次利用状況に対して回答のあった番組製作会社（206社）のうち、二次利用の形態に関して回答のあった番組製作会社（173社）について集計。各年同様。

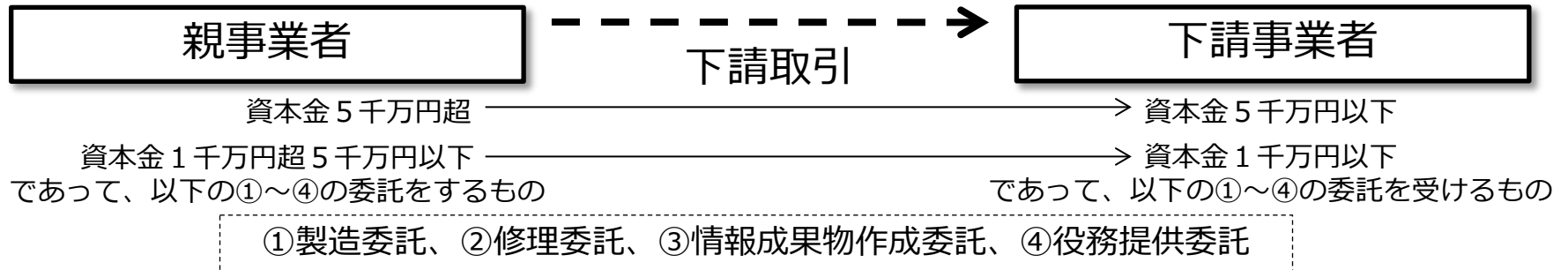


(出典) 総務省・経済産業省「平成27年情報通信業基本調査」等をもとに作成

注：「平成27年情報通信業基本調査」において、今後新たに展開したいと考えている事業に関して回答のあった民間放送事業者（319社）のうち、「新たな分野に事業展開したいと考えている」と回答した（95社）について集計。各年同様。

1. 下請法の概要

- **親事業者、下請事業者の定義**（放送コンテンツの製作取引の場合）



- **親事業者に対する 4 つの義務**

①下請代金支払日の決定、②書面の交付、③遅延利息の支払、④書面の作成・保存

- **親事業者に対する 11 の禁止事項**

①受領拒否、②下請代金の支払遅延、③下請代金の減額、④返品、⑤買ったたき、⑥購入・利用強制、⑦報復措置、⑧有償支給原材料等の対価の早期決済、⑨割引困難な手形の交付、⑩不当な経済上の利益の提供要請、⑪不当な給付内容の変更・やり直し

2. 放送コンテンツ分野における取組

- 総務省では、平成 21 年に「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」を策定し、放送事業者、放送番組製作会社の双方に、放送コンテンツの製作取引の一層の適正化を促しているところ。

- なお、放送コンテンツを含む、以下の 16 の業種において、同様に、下請法を対象としたガイドラインが策定されている。

①素形材、②自動車、③産業機械・航空機等、④情報通信機器、⑤繊維、⑥情報サービス・ソフトウェア、⑦広告、⑧建設業、⑨トラック運送業、⑩建材・住宅設備産業、⑪**放送コンテンツ**、⑫鉄鋼、⑬化学、⑭紙・加工品、⑮印刷、⑯アニメーション制作業

1. 背景

- 総務省は、下請代金支払遅延等防止法の対象である「情報成果物作成委託」に係る取引の適正化に対応するため、「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」を平成21年2月に策定。

2. ガイドラインの目的

- ① 放送コンテンツ製作に関するインセンティブ向上を図り、もって、我が国における放送の発展を目的とする。
- ② 自由な競争環境を整備しながら、番組製作会社のコンテンツ製作に係るインセンティブや創意工夫の意欲を削ぐような取引慣行の改善、及び番組製作に携わる業界全体の向上を目指す。

3. 問題となり得る事例の列挙

- 放送事業者から番組製作会社へのコンテンツ製作委託に関し、問題となり得る以下の類型につき、問題となり得る具体的な事例を列挙
 - 1 トンネル会社の規制について
 - 2 発注書及び契約書の交付、交付時期について
 - 3 支払期日の起算日について
 - 4 不当な経済上の利益の提供要請（著作権の帰属（納入した番組・素材）、窓口業務）について
 - 5 買ったたきについて
 - 6 不当な給付内容の変更及びやり直しについて
 - 7 放送番組に用いる楽曲に係る製作取引に関する課題について
 - 8 アニメの製作発注に関する課題について
 - 9 出資強制に関する課題について
 - 10 契約形態と取引実態の相違に関する課題について

4. 望ましい行為の列挙

- 問題となり得る行為に加え、次の例のような望ましいと考えられる行為も列挙
 - ・ 企画公募の枠の番組について、放送局は「放送権」のみ購入し、著作権は製作会社に帰属させる
 - ・ 製作会社が著作権を放送局に譲渡する場合には、放送局は製作会社に対し、「著作権の対価」に係る部分を、製作委託費とは別に明示して支払っている 等

知的財産推進計画2016(平成28年5月9日知的財産戦略本部決定)(抜粋)

(コンテンツ制作現場の環境の改善・取引の適正化)

・コンテンツ制作現場に適正にビジネス活動の利益が還元される環境を整備し、取引の適正化を図るため、独占禁止法及び下請代金支払遅延等防止法を厳正に運用するとともに、クリエイター等の就労環境の改善・向上の重要性にも鑑み、取引適正化に関するガイドラインの普及・啓発を進める。

日本再興戦略2016—第4次産業革命に向けて—(平成28年6月2日閣議決定)(抜粋)

第2 具体的施策 I 7. (2) i) ⑤ 下請事業者の取引条件の改善

(略) 下請事業者が、取引停止などの影響を恐れて不適正な取引条件であっても言い出すことが難しい実態を踏まえながら、大企業の調達方針や取組方針に関するヒアリング、下請法等の運用の強化、取引上の問題事例やベストプラクティスを掲載した下請ガイドラインの更なる周知徹底、交渉ノウハウを普及するための下請かけこみ寺の機能拡充等によって、大企業の取引の適正化と中小企業の交渉力強化を同時に進め、中小企業の取引条件の改善を図る。また、継続的に取引実態を把握していくとともに、適正な取引慣行の定着に向けた広報を行う。

未来への投資を実現する経済対策(平成28年8月2日閣議決定)(抜粋)

第2章 取り組む施策 III. (2) 中小企業・小規模事業者の経営力強化・生産性向上支援

③ 下請等取引について、これまでの調査等で明らかになった手形支払や金型保管等の取引慣行における課題の改善につながるよう、下請法の運用基準における違反事例の充実を始め、独占禁止法その他の関連法規の運用を強化するとともに、業種別下請ガイドラインの充実・改善を行う。これらの施策を通じ、下請け企業等の中小企業の取引条件の改善を図る。

放送コンテンツの製作取引に関する 調査結果等について

テレビ番組制作の取引に関する実態調査報告書(ポイント)

公正取引委員会 報道発表資料
「テレビ番組制作の取引に関する実態調査報告書」(平成27年7月29日)

第1 調査内容

調査対象事業者	調査票発送数	回答者数(回答率)
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%)

※ 調査対象期間：平成26年1月1日～平成26年12月31日

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及び局系列テレビ番組制作会社(以下「テレビ局等」という。)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。)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。

第2 調査結果①

1 テレビ局等及びテレビ番組制作会社の概要

(1) 資本金

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。

(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。

(3) テレビ番組制作会社の取引先テレビ局等数

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

(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。

テレビ番組制作会社は、テレビ局等と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)があらかじめ決めていた。

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決めていたものの、「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%、「二次利用の収益配分に関する事項」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決めていた割合が低くなっていた。

(2) 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)と決めていた。

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%)と決めていたが、「放送日」と決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。

(3) 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%)。

テレビ番組制作の取引に関する実態調査報告書(ポイント)

第2 調査結果②

(4) 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

「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。



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。

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下表のとおりである。

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(重複を除く)	43名	39.4% (43/109)

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

⇒ 109名のうち43名(39.4%)

- 採算確保が困難な取引(買ったたき)
 - ・・・・109名のうち22名(20.2%)
- やり直し
 - ・・・・109名のうち13名(11.9%)
- 著作権の無償譲渡等
 - ・・・・109名のうち14名(12.8%)
- 二次利用に伴う収益の不配分等
 - ・・・・109名のうち11名(10.1%)

⇒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や二次利用に伴う収益の不配分等、著作権の取扱いについての行為が比較的高い割合となっていた。

(5) 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(4)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下表のとおりである。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。

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

テレビ番組制作の取引に関する実態調査報告書(ポイント)

公正取引委員会 報道発表資料
「テレビ番組制作の取引に関する実態調査報告書」(平成27年7月29日)

第2 調査結果③

(6) テレビ番組制作会社の資本金との相関

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

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っている。

(7) 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

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っている。

第3 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ため、公正取引委員会としては、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ないよう注視していく必要がある。
- 本調査結果において、「著作権の無償譲渡等」や「二次利用に伴う収益の不配分等」、著作権の取扱いについて優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為が比較的高い割合でみられた。これについては、著作権の取扱いに関する事項が契約で明確になっていないことが背景にあると考えられることから、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必要となる。他方、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ことから、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。

「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。

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。

- (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。
 - (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 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上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。 26

「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」 平成27年度フォローアップ調査 回答状況の概要

1. 調査方法・内容の概要

調査方法等	<ul style="list-style-type: none"> ・調査対象社にアンケート票を送付し、書面調査を実施 ・調査対象期間：平成27年1月1日～同年12月31日 ・アンケート実施期間：平成28年1月20日～同年2月19日
調査内容の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドラインの認知度 ・消費税率の引上げへの対応 ・取引構造 ・発注書の書面交付 ・著作権の帰属 ・取引価格の決定 ・取引内容の変更に伴う追加費用の支払い 等

2. 回答状況の概要

回答数の合計：673社（対象社数1,726社 回答率39.0%、有効回答数：617社※1）
（内訳）

※1 有効回答数：回答数の合計から「今期は放送コンテンツの製作取引の実績なし」との回答56社を除いた回答数

放送事業者からの回答状況

回答数：351社※2

（対象社数583社 回答率60.2%、有効回答数：336社）

【参考】前回（平成25年度）調査は135社を対象、回答数：130社、回答率：96.3%
地上基幹放送事業者128社及びBS放送事業者7社のみを対象。

メディア別	対象社数	回答数
地上基幹放送事業者※3,4	128社(NHK含む)	114社(89.1%)
衛星系放送事業者※3,4	6社(民放連加盟) 80社(衛放協加盟)	73社(84.9%)
ケーブルテレビ事業者※5	369社	163社(44.2%)

※2 回答数には、無記名回答の1社を含む

※3 地上基幹放送事業者及び衛星系放送事業者は、テレビジョン放送を行う社を対象

※4 NHKは地上基幹放送事業者、放送大学学園は衛星系放送事業者として集計

※5 ケーブルテレビ連盟加盟社を対象

番組製作会社からの回答状況

回答数：322社※6

（対象社数1,143社 回答率28.2%、有効回答数：281社）

【参考】前回（平成25年度）調査は401社を対象、回答数：115社、回答率：28.7%

団体名等	対象社数	回答数
全日本テレビ番組製作社連盟(ATP)	131社※7	45社※7(34.4%)
全国地域映像団体協議会(NRA)	183社※7	71社※7(38.8%)
日本映像事業協会(JVIG)	121社※7	35社※7(28.9%)
日本動画協会(AJA)	47社	14社(29.8%)
団体未加盟 (民間放送年鑑2013に掲載されている番組製作会社)	695社	157社(22.6%)

※6 回答数には、無記名回答の14社を含む

※7 回答数等の重複について

・ATPとJVIGの双方に加盟している社：対象社数32社、回答数13社

・NRAとJVIGの双方に加盟している社：対象社数2社、回答数1社

「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」 平成27年度フォローアップ調査結果のポイント

1 ガイドラインの認知度

○番組製作会社の認知度は7割弱にとどまっている

・ガイドラインを知っていると回答した者の割合

⇒放送事業者:76.5%(地上基幹放送事業者:95.6%、衛星系放送事業者:88.1%、ケーブルテレビ事業者:58.6%)

⇒番組製作会社:69.0%

<参考>ガイドラインは、現在、地上基幹放送事業者にかかる取引のみが対象

2 取引構造

○三次下請以降の実績のある番組製作会社は1割程度

⇒元請・一次下請までの実績があると回答した番組製作会社の割合:36.3%

⇒二次下請までの実績があると回答した番組製作会社の割合:42.7%

⇒三次下請以降の実績があると回答した番組製作会社の割合:12.5%

3 取引内容に関する事項

(1) 消費税率の引上げに際して、取引価格への適正な反映は概ね実施された

・消費税率の「5%」から「8%」への引上げに際し、取引価格(税込み)への転嫁を適正に行った(行われた)と回答した者の割合

⇒放送事業者:82.4%、番組製作会社:94.3%

<参考>平成26年3月にガイドラインを改訂し、消費税転嫁対策特別措置法に関する留意点を追記

(2) 発注書の書面交付が行われていない場合があった

・発注書の書面交付について、「交付しない(受けなかった)場合があった」又は「交付を全くしていない(受けなかった)」と回答した者の割合

⇒放送事業者:23.8%、番組製作会社:40.9%

(3) 回答割合について、放送事業者と番組製作会社との間で大きな違いが見られた事項があった

①著作権の帰属

・完全製作委託型番組(完パケ番組)の製作委託をする(受ける)際に、その番組や素材に関する著作権等の取扱いについて「事前に協議をしていない(協議の機会を設けられない)場合があった」又は「事前に協議をしていない(協議の機会を設けられない)」と回答した者の割合

⇒放送事業者:15.5%、番組製作会社:31.3%

②取引価格の決定

・放送番組の製作委託をする(受ける)際に、取引価格の決定について「事前に協議をしていない(協議の機会を設けられない)場合があった」又は「事前に協議をしていない(協議の機会を設けられない)」と回答した者の割合

⇒放送事業者:0.6%、番組製作会社:30.6%

③取引内容の変更に伴う追加費用の支払い

・追加の発注や一部又は全部の修正を行うための追加費用の支払いについて、追加発注等取引内容の変更実績のあった者のうち、「協議がなく、放送事業者が一方的に決定した割合が支払われた」又は「追加の費用を支払わなかった(支払われなかった)」と回答した者の割合

⇒放送事業者:7.1%、番組製作会社:50.0%

平成28年度「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」 フォローアップ調査の実施概要

1. 調査方法・対象

○調査方法	調査対象に書面を送付し、フォローアップアンケート調査を実施 調査対象期間：平成28年1月1日～同年12月31日 調査実施期間：平成28年12月20日（発送）、平成29年1月31日（回答期限）
○調査対象者	<u>放送事業者</u> ：全国の地上テレビジョン放送事業者128社(NHK含む)、衛星放送事業者（86者）及びケーブルテレビ事業者（367社） <u>番組製作会社</u> ：全日本テレビ番組製作社連盟(ATP)、全国地域映像団体協議会(全映協)、日本映像事業協会(J・VIG)及び日本動画協会(AJA)に所属している社、並びに日本民間放送年鑑2013に掲載されている番組製作会社 1,119社

2. 調査内容の概要

○ 放送事業者向け

1. 放送コンテンツ制作委託取引の有無
2. ガイドラインの認知度
3. ガイドラインの理解度
4. 自社の概要（資本金の額、地上放送・衛星放送・ケーブルテレビの別）
5. 発注書及び契約書の交付
6. 支払時期の起算日
7. 著作権の帰属、窓口業務
8. 採算確保が困難な取引（買ったたき）
9. 不当な給付内容の変更及びやり直し
10. 楽曲に係る製作取引に関する課題
11. アニメの製作発注に関する課題
12. 出資強制に関する課題
13. 契約形態と取引実態の相違
14. その他、要望等
15. 業種特性を踏まえた調査（下請取引改善省庁会議関連）

○ 番組製作会社向け

1. 放送コンテンツ制作委託取引の有無
2. ガイドラインの認知度
3. ガイドラインの理解度
4. 自社の概要（資本金の額、放送局の系列会社の該当の有無、3次下請け以降の該当の有無）
5. 二次以降の下請
6. 放送事業者の子会社からの発注
7. 発注書及び契約書の交付等
8. 支払時期の起算日
9. 著作権の帰属、窓口業務
10. 採算確保が困難な取引（買ったたき）
11. 不当な給付内容の変更及びやり直し
12. 楽曲に係る製作取引に関する課題
13. アニメの製作発注に関する課題
14. 出資強制に関する課題
15. 契約形態と取引実態の相違
16. その他、要望等
17. 業種特性を踏まえた調査（下請取引改善省庁会議関連）

下請等中小企業の取引条件改善に関する関係府省等連絡会議

1. 開催の趣旨

中小・小規模事業者が賃上げを行いやすい環境を作る観点から、下請等中小企業の取引実態を把握し、取引条件改善に必要な検討を行うため、下請等中小企業の取引条件改善に関する関係府省等連絡会議を開催

2. 構成員

議長：内閣官房副長官（参議院）

議長代理：内閣府副大臣（経済財政政策担当）、厚生労働副大臣、経済産業副大臣、国土交通副大臣

副議長：内閣総理大臣補佐官（政策企画担当）、内閣官房副長官補（経済財政運営担当）

主査：内閣府政策統括官（経済財政政策担当）、経済産業省中小企業庁長官

構成員：公取委事務総長、警察庁生活安全局長、総務省情報流通行政局長、財務省国税庁次長、厚労省労働規準局長、農水省食料産業局長、国交省総合政策局長、環境省総合環境政策局長

3. これまでの経緯

【アンケート調査】

- 中企庁：業種横断的な調査（平成28年1月下旬から2月中旬までの間実施）※総務省所管業種（電気通信業、放送業、郵便業等）を含む
 - ・調査対象：大企業（資本金3億円以上の事業者約15,000社）、中小企業（約10,000社を抽出）
 - ・調査内容：政労使合意の認知度、過去1年間の取引価格の動向 等

- 各省庁：業種特性に応じた調査

→各省庁の定期アンケート調査の機会に合わせて実施

※総務省では、定期的に行っている「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」フォローアップ調査に合わせて調査を実施

【大企業へのヒアリング調査】

- 中企庁、公取委、厚労省等が調査を実施（平成28年4月～）

・調査対象：自動車関連産業、建設業、情報通信機器、建設・プラント、トラック運送業

4. 開催状況

第1回	平成27年12月21日	会議の設置
第2回	平成28年2月5日	業種横断的な調査の実施内容
第3回	平成28年3月15日	最低賃金関連等
第4回	平成28年3月25日	大企業ヒアリングの先行的な対象業種の決定
第5回	平成28年5月23日	業種横断的な調査の結果概要
第6回	平成28年6月28日	大企業ヒアリング調査の結果概要（自動車関連産業、建設業）
第7回	平成28年8月19日	大企業ヒアリング調査の結果概要（情報通信機器、建設・プラント、トラック運送業）
第8回	平成28年10月18日	下請等取引条件改善策、最低賃金引上げ対策
第9回	平成28年12月6日	中小企業振興法に基づく振興基準の改正等（親事業者と下請事業者において十分な協議を行うなど望ましい取引慣行の追記等）

下請中小企業振興法の概要

- (1) 下請企業は、「下請」という特殊性から、受注が不安定、資本蓄積が乏しい、機動的な設備投資が困難等の多くの問題を抱えていたが、昭和40年代に入り、国内産業の高度化・国際化が急速に進展したこと等に伴い、こうした諸問題が顕在化し、下請企業の体質強化が喫緊の課題となっていた。
- (2) このため、従来からの「下請代金支払遅延等防止法」（昭和31年制定、以下「下請代金法」という。）による下請取引の適正化の推進に加え、下請企業の体質強化に果たすべき親企業の役割や、下請事業者としての努力の方向性、下請企業振興協会による取引あっせん等の支援措置等を盛り込んだ「下請中小企業振興法」（以下「下請振興法」という。）が昭和45年に制定された。
- (3) 振興基準は、下請事業者の自助努力、親事業者による協力、相互協議に基づく適切な取引関係の構築等を規定しているが、これらは、親事業者と下請事業者との間のあるべき一般的な基準であり、望ましい取引関係を奨励しているもの。このため、主務大臣が事業者に対して指導・助言を行う際の根拠となっている（遵守しない事業者に対して行政処分を行うような性格は有していない。）。
- (4) 振興基準に照らした取引実態を定期的に把握するため、平成3年度から中小企業庁が「発注方式等取引条件改善調査」を実施している。

下請中小企業振興法のスキーム

経済産業大臣による振興基準の作成（第3条）

- ① 下請事業者の生産性の向上及び製品若しくは情報成果物の品質若しくは性能又は役務の品質の改善
- ② 親事業者の発注分野（下請事業者に対して何を発注し、親事業者自らがどのような物品を製造、修理し、どのような情報成果物を作成し又はどのような役務を提供するのかの区分）の明確化及び発注方法の改善
- ③ 下請事業者の施設又は設備の導入、技術の向上及び事業の共同化
- ④ 対価の決定の方法、納品の検査の方法、その他取引条件の改善
- ⑤ 下請事業者の連携の推進
- ⑥ 下請事業者の自主的な事業の運営の推進
- ⑦ 下請取引に係る紛争の解決の促進
- ⑧ その他下請中小企業の振興のため必要な事項

公表

主務大臣による
指導・助言（第4条）

主務大臣は、業種所管7省庁（内閣府、総務省、財務省、厚労省、農水省、経産省、国交省）

親事業者、下請事業者

振興事業計画（第5～7条）

親事業者

計画の作成

特定下請組合等

支援措置（第11条）

金融措置・流動資産担保保険の特例

2以上の下請事業者

特定下請連携事業計画（第8～10条）

2以上の特定
下請事業者

下請中小企業が連携し、互いの経営資源を有効に活用することで、企画・提案力を向上させ、自主的に取引先の開拓を図っていく事業。

支援措置（第11条、12条）

- ・中小企業信用保険法の特例（普通保険・無担保保険・特別小口保険・新事業開拓保険）
- ・中小企業投資育成株式会社法の特例

下請企業振興協会（第15～16条）

各種支援

- ① 下請取引のあっせんを行うこと
- ② 下請取引に関する苦情又は紛争についての相談に応じ、その解決についてあっせん又は調停を行うこと
- ③ 下請中小企業の振興のために必要な調査又は情報の収集若しくは提供を行うこと

下請中小企業振興法・振興基準改正の概要

- **下請中小企業振興法・振興基準（経済産業省告示）について、親事業者と下請事業者の望ましい取引慣行を追記する等、所要の改正を行い、適正取引、付加価値向上の促進を図る。（11月30日までパブリックコメントを実施。12月14日に改正。）**

1. 取引先の生産性向上等への協力

親事業者は、生産性向上等の努力を行う下請事業者に、必要な協力をするよう努める。

- ①生産性の向上に関する課題を解消するため、下請事業者との面談、工場の訪問等に努める。
- ②課題が設計、仕様、基準等に関わる場合には関係部署やサプライチェーン全体で連携して対応する。

2. 原価低減要請

- (1)双方が協力して生産性改善などに取り組み、その結果、生じるコスト削減効果を、寄与度を踏まえて価格に反映するなど、合理性の確保に努める。
- (2)原価低減要請を行うに当たっては、客観的な経済合理性や十分な協議手続きを欠く要請と受け止められないことがないよう、十分に留意する。（目標数値のみを示しての要請、等）

3. 取引対価への労務費上昇分の影響の考慮

- (1)親事業者は、労務費上昇に伴う取引対価の見直し要請があった場合には、協議に応じる。
- (2)人手不足や最低賃金の引き上げに伴う労務費上昇については、その影響を十分に加味して協議する。

4. 型の保管・管理の適正化

量産期間後の補給品支給時において、金型、木型などの型の保管に関して、双方が十分に協議した上で、必要事項を明確に定める。（生産予定期間、型の保守・メンテナンス・改造・改修費用等の負担、廃棄の基準や申請方法、等）

5. 手形支払及び支払関係

- (1)下請代金は、できる限り現金で支払う。【改正なし】
- (2)手形等の現金化にかかる割引料等のコスト負担については、下請事業者の負担とすることのないよう、これを勘案した下請代金の額を親事業者と下請事業者で十分協議する。
- (3)手形等のサイトについては、繊維業90日以内、その他の業種120日以内とすることは当然として、段階的に短縮に努めることとし、将来的には60日以内とするよう努力する。
- (4)中小企業以外の親事業者から率先して取り組む。サプライチェーン全体で取組を進める。

6. 下請適正取引推進のためのガイドラインの位置付け

- (1)親事業者は、マニュアルや社内ルールを整備することにより、業種別下請ガイドラインに定める内容を自社の調達業務に浸透させるよう努める。
- (2)業界団体等は、サプライチェーン全体の取引の適正化を図るため、業種別下請ガイドラインに基づく活動内容を定めた自主的な行動計画を策定し、その結果を継続的にフォローアップするよう努める。