

「視聴環境の変化に対応した放送コンテンツの製作・流通の促進方策の在り方について」 中間答申（平成29年7月20日）における提言

第3章 放送コンテンツの適正かつ円滑な製作・流通の確保

1. 放送コンテンツの適正な製作取引の推進

(3) 今後取り組むべき事項

③ 「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」の対象となる者の範囲

当審議会としては、このような放送コンテンツの取引実態を反映して、今後、放送コンテンツの適正な製作取引の推進を発注側と受注側の双方が一体となって進めていく上で、衛星放送事業者及びケーブルテレビ事業者もガイドラインの対象として取組を行っていくことが好ましいと考える。したがって、(中略)衛星放送事業者とケーブルテレビ事業者を「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」の対象に加える方向で検討されることが適当である。



ガイドラインの対象範囲の拡大(平成29年7月21日)
地上テレビジョン放送に加え、衛星放送、ケーブルテレビ等を対象範囲に追加

(参考)「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21年2月策定)の概要

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。

主な内容(ガイドラインに記載されている10類型)

- | | |
|--|---------------------------|
| 1 トンネル会社の規制 | 6 不当な給付内容の変更及びやり直し |
| 2 発注書及び契約書の交付、交付時期 | 7 放送番組に用いる楽曲に係る製作取引に関する課題 |
| 3 支払期日の起算日 | 8 アニメの製作発注に関する課題 |
| 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) | 9 出資強制に関する課題 |
| 5 買ったたき | 10 契約形態と取引実態の相違に関する課題 |

※参考:ガイドライン策定17業種

- 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、⑰食品製造業・小売業