

2007 年 9 月 18 日

フジテレビにおける「外部制作比率と権利帰属」について

及び提言

(株)フジテレビジョン 経営戦略・IR 室

■ 外部制作比率・・・別表1参照

- ★ 生放送枠を除き、全日放送時間における外部制作比率 30%以上。
cf) 英国における総量 25%ルールでもニュース等生放送は母数から除外。
- ★ プライムタイムにおける、外部制作比率も 30%以上。
⇒ 海外(米・欧・韓)の外部制作比率規制の基準値を上回っている。
- ★ 外部制作番組比率の増大は、局の経営を圧迫し経営戦略上好ましくない。

■ 権利の帰属・・・別表2参照

- ★ ATP契約番組については、局が制作費を全額負担し、局員が制作に係わり、共に 2 次利用する機会を開発し、適正な利益配分を行う。cf) 韓国との違い
- ★ 制作費を負担せずに、放送権料を支払い番組購入したものについては、放送局は 2 次利用の権利を主張しない。
- ★ 外部制作番組の 2 次利用の権利処理業務は現実的には放送局が代行せざるを得ず、その結果獲得した収益については適正に制作会社へ分配する。
- ★ 日本において放送番組は、二次利用する時点において、<まとまったひとつの自由に動かせる商品>ではなく、<権利者の許諾を得、条件合意をして始めて商品となる権利の束>でしかない。そのためには専門的スキルが必要。
cf) 米国は契約で買った者が所有者=2 次利用権利者。その結果、制作費が高くなる傾向がある。韓国は法律で 2 次利用権利者は実質的に映像製作者「映像製作者と映像著作物の製作に協力することを約定した者がその映像著作物に係る著作権を取得した場合において、特約のない限り、その映像著作物を利用するために必要な権利は、映像製作者がその譲渡を受けたものとみなす。〈改正 2003. 5. 27〉」・・・韓国著作権法第 75 条 韓国では、この映像製作者が放送局の場合が多いことが問題？
- ★ 放送局は 100 名規模の権利処理スタッフを配し、全放送番組の数%しかない 2 次利用番組のための権利処理業務を行っている。併せて、YouTube のような違法使用に関しての削除依頼業務等も外部制作番組も含め全番組に渡って行う。この作業を日本において制作会社が行うのは難しいのが現状。

■ 今回のテーマにおける提言

日本の放送体系を検討するに際し、海外の放送局の事例を引き合いに出す場合は、その歴史的背景、制度の違い等を正確に把握した上で解釈しないと、間違った結論を導き出す危険性がある。また日本における放送局と制作会社の関係も同様である。日本のように、市場原理に従い、民民でルールを作りながら、国民の利益に資する放送体制を構築した国は世界的に稀有。ちなみに各国における放送局の民営化あるいは民間放送局設立の際に、日本をモデルケースとして参考にする例は多い。

- ★ 日本とアメリカを除くほとんどの国の放送体制は、国営・公営放送局主体。
 - ⇒ 日・米以外は放送内容も制度も含め、国の管理色が強く、様々な制度上の規制を敷いてきた。その規制の柱は、「体制と国家秩序の維持」「自国文化の尊重(母国語番組比率の目標値設定)」「宗教・民族的規制」など。近年、急速に産業振興の視点での制度改革を始めた所。日本とアメリカは民民で既に解決していることが多い。

- ★ 放送局設立時の制作リソース(外部制作会社)の有無
 - 有／米 ⇒ 既存のハリウッド利用、映画産業振興策に合致。
 - ※ 規模の備わったアメリカの制作会社と日本の制作会社を同列で比較すべきではない。
 - 無／英 ⇒ 国営 BBC + 民間 ITV 局群に国家政策として制作体制構築
 - ※ 経営的体力のある企業を制作会社として興し、放送免許を与えた。
 - 無／日 ⇒ 公共 NHK + 複数民放局の自助努力に制作力を依存。
 - ※ 開局時に独立放送番組制作会社は皆無。テレビ局が自力で制作力をつけた。テレビ局からのスピノフで徐々に制作会社が生まれ始め、その後規模の小さな制作会社の乱立状態になる。その中で、放送局の制作力の足りない部分を制作会社が様々な形態で補い、局は制作会社の自主性を促す為の関係(権利の開放等)を構築し現在に至っている。
 - 無／韓 ⇒ 国営 3 局 + 民放 1 局に制作力を依存。
 - 国営主体ということもあり日本とは違い商業主義を排除する政策を強く放送局に求めた。日本と比較にならないぐらい放送局主体で番組制作が行われた。このことと、一般的にお金を出した者が所有権を持つという習慣から、放送番組も制作費を出した者が番組所有者との考え方

が根付き今でも残る。過度な局制作番組主体の編成に対しては「プライムタイムの 15%以内で外注番組を編成すべき」(韓国放送法 58 条。)という制度導入した。しかし、外注制作基準に<以内>と<以上>が混在。この曖昧なままの制度での効果は疑問。制度上での規制と並行して制作者への融資制度、制作費支援、権利帰属の改善などを行ったことは効果的。そして一部ドラマ制作会社の中に資金を放送局に依存せず自主調達し、海外番販等での収益を自主的に確保する大手制作会社が出始めていることは、敬服すべきこと。

■ 総括

- ★ 「放送局が 2 次利用に消極的でコンテンツを死蔵させている」という誤った認識を改めない限り、日本のコンテンツ産業の成長はありえない。
- ★ コンテンツ産業の収益規模を拡大するためには、生産する商品の量(制作番組数)を増やすことが第一義であることは経済原則の基本。
- ★ 現状の、放送番組をターゲットにして、同じパイの中で、外注比率や権利帰属について民民で成立している関係を壊すような譲歩を求めても、国内の放送番組の総量は変わらず、質的向上も担保されない。産業振興にもつながらない。
- ★ 新しい映像を流すメディア(例えば通信メディア)が出現しコンテンツ需要が発生したならば、自らのコンテンツ調達戦略・資金計画・製作体制の確保をまず行うべきではないか。
- ★ 同時に、権利者・実演家や制作会社に対して、適正な相場のもとで新しい活動の場を創出する機会を増やす方策をかんがえることこそが重要なのではないか？
- ★ その中でテレビ局がコンテンツ制作者あるいは企業体として、果たせる役割もあるのではないか？
- ★ コンテンツ立国を目指すことに異論はないが、放送局の外側での制度や仕組み変更や支援策に期待したい。

別表 1

自社制作と外部制作(フジテレビ07年10月改編)

■生放送以外の全日枠における外部制作比率は30%以上
 ■プライムタイム(19:00~23:00)における外部制作比率は30%以上

		(月)	(火)	(水)	(木)	(金)	(土)	(日)	
4	25 29	親子クラブ	親子クラブ		テレビ寺子屋	art lover			4
5	25			★ めざにゆ〜			★ めざにゆ〜 週刊フジテレビ批評	UEFAチャンピオンズ リーグ・マガジン 皇室ご一家 忘文	30 45 5
6				★ めざましテレビ			★ めざましどようび	★産経テレニュース おはよう茨城 はやく起きた朝は…	15 30 6
7								ボクらの時代	30 7
8				★ とくダネ!			★ うふふのぶ <KTV>	★ 報道-2001- そこが聞きたい	30 55 8
9	55							ゲゲゲの鬼太郎 ワンピース	30 9
10				★ ハピふる!			★ ハッケン!!	笑っていいとも! 増刊号	40 45 10
11	25 30	ハット百科	スワローズcafe		子育てテレビ		★ FNNスピーク	★ FNNスピーク	45 50 11
12				★ 笑っていいとも!			バナラ気分!	ウチくる!?	10 55 12
13	30			ごきげんよう 愛の迷宮<THK>				あっぱれ!さんま (仮)	10 55 13
14	06 07			★ チャンネルα			★ チャンネルα	ザ・ノンフィクション 企業最前線	55 14
15				★ チャンネルα			★ チャンネルα	★ スーパー競馬	26 30 15
16	53			★ スーパーニュース			★ FNNスーパー ニュース	日曜スペシャル (※)	25 30 16
17	54			★ FNNスーパーニュース			MUSIC FAIR21 もしもツアーズ	ちびまる子ちゃん サザエさん	30 30 17
18				★ FNNスーパーニュース					18
19	54	ネプリーグ いただき+	カスペ! (※)	クイズ! ヘキサゴンII	まるまる ちびまる子ちゃん	独占! 金曜日の告白	脳内エステ IQサプリ	熱血! 平成教育学院	57 58 19
20	54	HEY!HEY!HEY!		はねるのトビら	奇跡体験! アンビリバボー	幸せって 何だっけ	めっちゃ×2 いけてる	ジャンクSPORTS	54 54 20
21	54	ガリレオ くいしん坊	カスペ! (※)	ザ・ベストハウス 123	とんねるずの みなさんのお かけでした	独占! 金曜日の告白	脳内エステ IQサプリ	熱血! 平成教育学院	54 54 21
22	54	SMAP×SMAP <KTV>	カスペ! (※)	ザ・ベストハウス 123	とんねるずの みなさんのお かけでした	独占! 金曜日の告白	脳内エステ IQサプリ	熱血! 平成教育学院	54 54 22
23	30 55	SMAP×SMAP <KTV>	カスペ! (※)	ザ・ベストハウス 123	とんねるずの みなさんのお かけでした	独占! 金曜日の告白	脳内エステ IQサプリ	熱血! 平成教育学院	54 54 23
24	35	SMAP×SMAP <KTV>	カスペ! (※)	ザ・ベストハウス 123	とんねるずの みなさんのお かけでした	独占! 金曜日の告白	脳内エステ IQサプリ	熱血! 平成教育学院	54 54 24

- 無色 自社制作(局制作<一部制作委託番組およびコーナー委託含む>、制作委託番組、)
- 外部制作(放送権購入番組、系列局制作など)
- (※) 単発枠であり、外部制作番組が中心だが一部自社制作含む
- 再放送枠であり、自社制作、外部制作が混在
- ★ 生放送

別表 2 フジテレビの外部制作番組の契約例 項目の抜粋 2007年9月

契約種別	ATP契約	購入契約 ※3
	番組の制作および利用に関する契約	
放送条件	地域・放送回数 例) 日本全国 2年2回 (但し、CATV同時再送信、海外における日本語放送含む)	地域・放送回数
制作費	番組制作費として 全額、放送局負担	番組購入費
著作権	制作会社	制作会社・権利所持者
2次利用窓口 ◆原則 ※2	2次利用覚書で規定 ◆ 甲乙は、利用の窓口となって積極的に推進する・・・/二次利用の機会を開発した当事者が利用の窓口となることを原則とする。	(必要な場合は)2次利用覚書で規定
権利処理	制作会社 ※1	制作会社・権利所持者
基準収益配分	例) 局 50/50 制作会社	0/100(局への配分がある場合もある)
番組の基本形態	<ul style="list-style-type: none"> 企画の発意・アイデアが、制作会社にあるもので、局の編成方針に従って制作会社が制作を担当する番組。 通常、放送局はプロデューサー的役割で携わる。 制作費は全額、放送局が支払う。 	<ul style="list-style-type: none"> 既に、制作済みの番組を放送局が放送権を購入する。 基本的に、局は2次利用できない。

● この他に、「演出制作委託契約」「業務委託契約」「共同制作契約」などもある。

- ※1 ATP契約の番組での、2次利用実績はほとんどない。一部、ATP制作のドラマ番組をDVD化や番組販売する場合があるが、その際は、制作会社からの依頼により、権利処理業務(窓口業務)は局が代行する。局制作であれ、外部制作であれ、すべてのコンテンツの2次利用による収益性の拡大に局は努めている。
- ※2 最低限、放送権を有する期間中における放送局の不利益につながる2次利用は控えるのは、別途協議事項ではあるが、両社の基本的合意事項。放送権を有する番組が、権利期間中に他局で放送されたり、DVD商品化されるのは好ましくない。
- ※3 放送局に購入番組として持ち込まれる国内制作番組はほとんどなく、一部のアニメ等番組に限られる。