

# 放送コンテンツの製作取引の適正化に 関する制度等について

---

平成24年2月1日

総務省 情報流通行政局 情報通信作品振興課

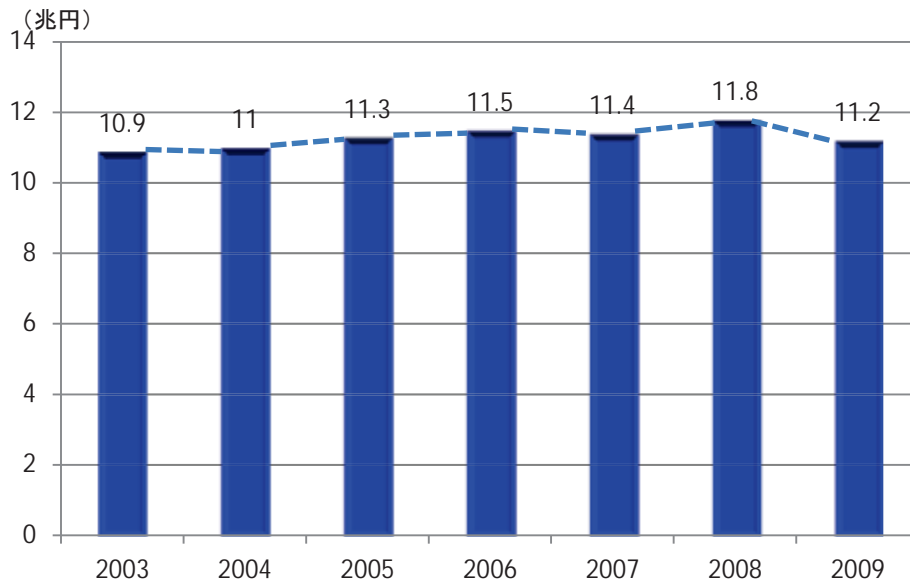
佐藤 輝彦

# 放送コンテンツ市場の最近の動向について

- 日本のコンテンツ市場は、ここ数年、約11兆円規模で推移
- 世界全体のコンテンツ市場は2011～2015年は、平均5.7%で成長すると予測

## 日本のコンテンツ市場

(2003年-2009年実績)



- ・出典: 総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」より作成
- ・対象とするコンテンツの範囲(2007年まで): 放送(テレビ・ラジオ)、映画、ゲーム、ビデオ、音楽、新聞、雑誌、書籍、コミック、DB

(注) 2009年のコンテンツ市場規模は11兆1,595億円。  
2008年より、従来の市場対照に加えて、新たにソーシャルメディア、デジタルサイネージ、フリーペーパー等の新規市場を算入し、計測。

## 世界のコンテンツ市場

(2010年実績、2011年～2015年予測)



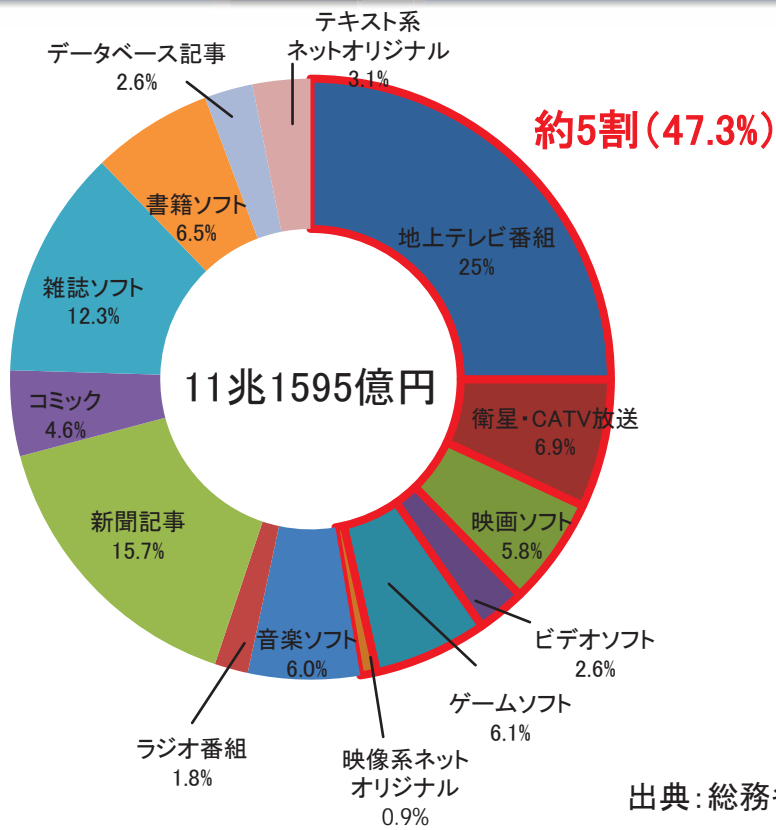
- ・特に成長が著しい地域は
  - 1) 中南米: 今後の5年間で年間平均成長率10.5%、2015年には1,090億ドル(約10兆円)の市場規模が見込まれている。
  - 2) アジア太平洋: 今後の5年間で年間平均成長率6.5%、2015年に5,410億ドル(約47兆7000億円)の市場規模が見込まれている。

※上記は全て2010年の平均為替レート(1米ドル=88.09円 財務省貿易統計より)で換算  
 ・出典: PricewaterhouseCoopers「Global Entertainment and Media Outlook: 2011-2015」より作成  
 ・対象とするコンテンツの範囲: インターネットアクセス、インターネット広告、有料テレビ放送・ライセンス料、テレビ広告、録音音楽、映画、ビデオゲーム、ラジオ、屋外広告、一般雑誌、新聞、一般書・教育書、その他B2B

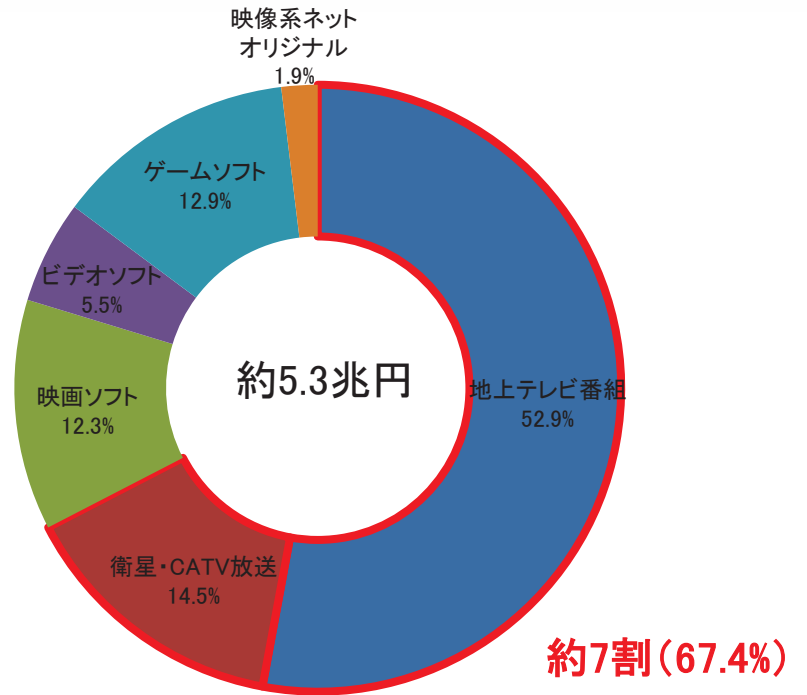
# 日本のコンテンツ市場の構造

• 日本のコンテンツ市場規模は約11.2兆円、うち映像系コンテンツ市場は5.3兆円。映像系コンテンツ市場の約7割がテレビ番組。

映像系・音声系・テキスト系コンテンツ市場 (2009年)



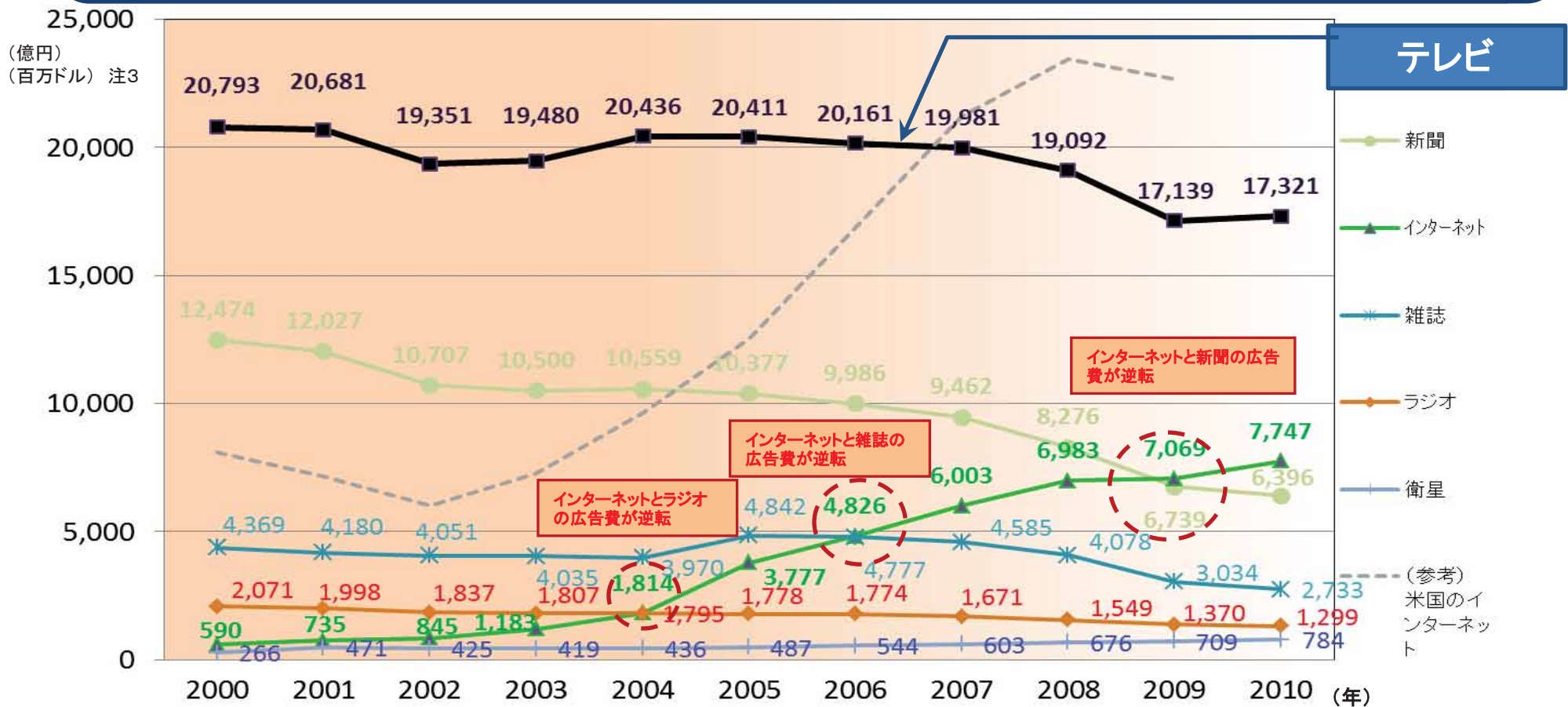
映像系コンテンツ市場 (2009年)



出典: 総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」より作成

# 各メディアの広告費の比較

- インターネット広告費の増加に対して、他のメディアの広告費は減少。
- 新聞とインターネットの広告費は2009年に逆転。
- テレビの広告費は、10年前の2兆円以上から1兆7千億円程度に減少。



注1 07年に05年まで遡って推定範囲の改訂を行っており、「雑誌」「インターネット」については、04年と05年は厳密には連続しない。

注2 衛星は衛星放送、CATV、文字放送等に投下された広告費

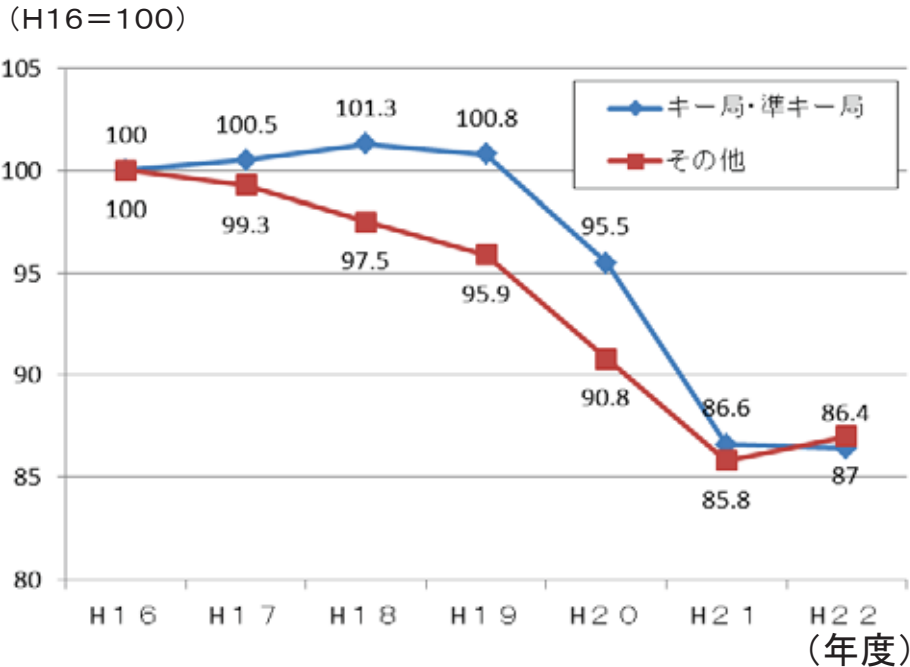
注3 「米国のインターネット」の単位は百万ドル。

(出典:『情報メディア白書 2010』(電通総研)及び2009年の『日本の広告費』(電通)より作成)

# 放送局の収支の状況

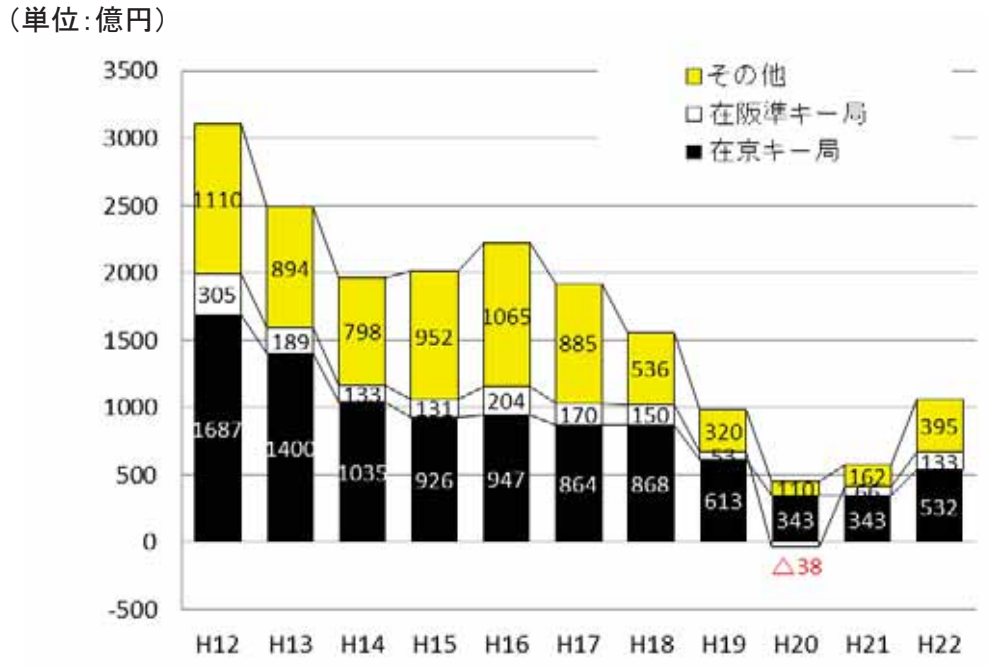
- 広告収入の減少等により、放送局の売上高は5年前の87%に減少
- 平成22年度の放送局の営業利益の合計は、10年前の約3分の1に減少。
- テレビ放送をしている127社のうち29社が赤字。

放送事業者の売上高の推移



(出典:平成22年度の民間放送事業者の収支状況(総務省))

放送事業者の営業損益の推移

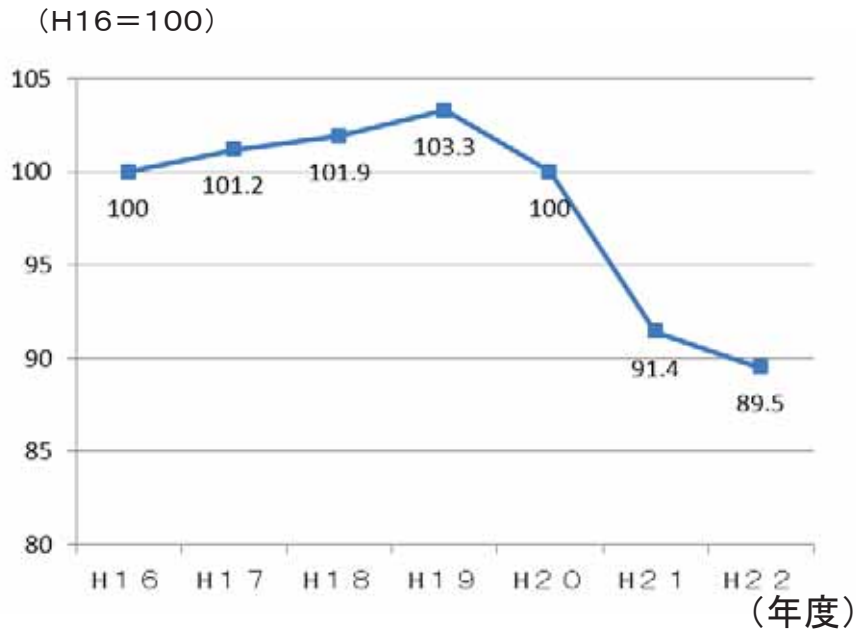


(出典:平成22年度の民間放送事業者の収支状況(総務省)) (年度)

# 番組製作への影響(1)民放キー局の番組製作費の状況

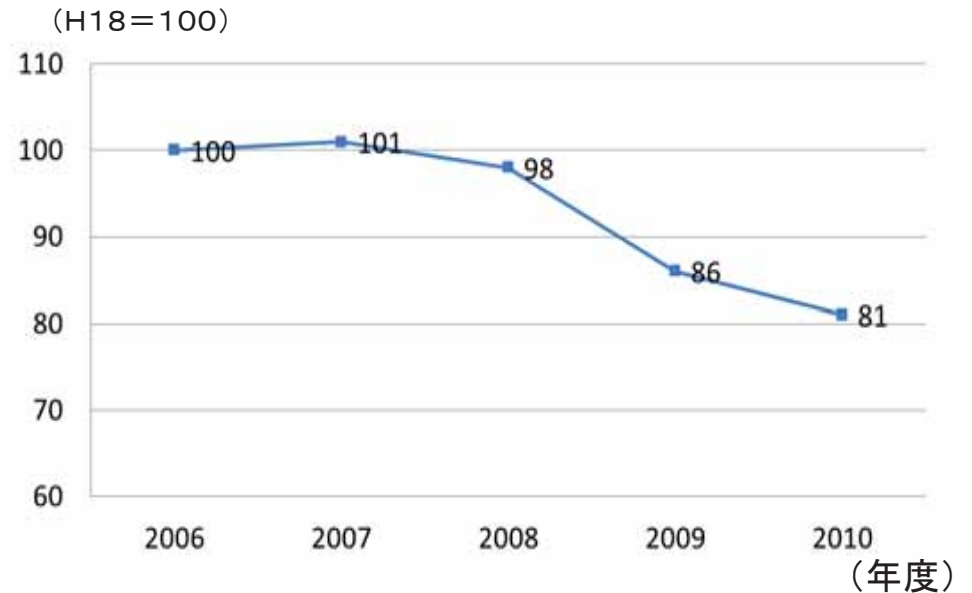
- 直近の放送事業者の営業利益の増加は主に経費の削減によるもの。
- 特に経費節減の一環として、番組製作費が削減される傾向にある。
- 民放キー局5社の番組製作費は、4年前に比較して20%程度減少。

放送事業者の営業費用の推移



(出典:平成22年度の民間放送事業者の収支状況(総務省))

民放キー局5社の番組製作費の推移

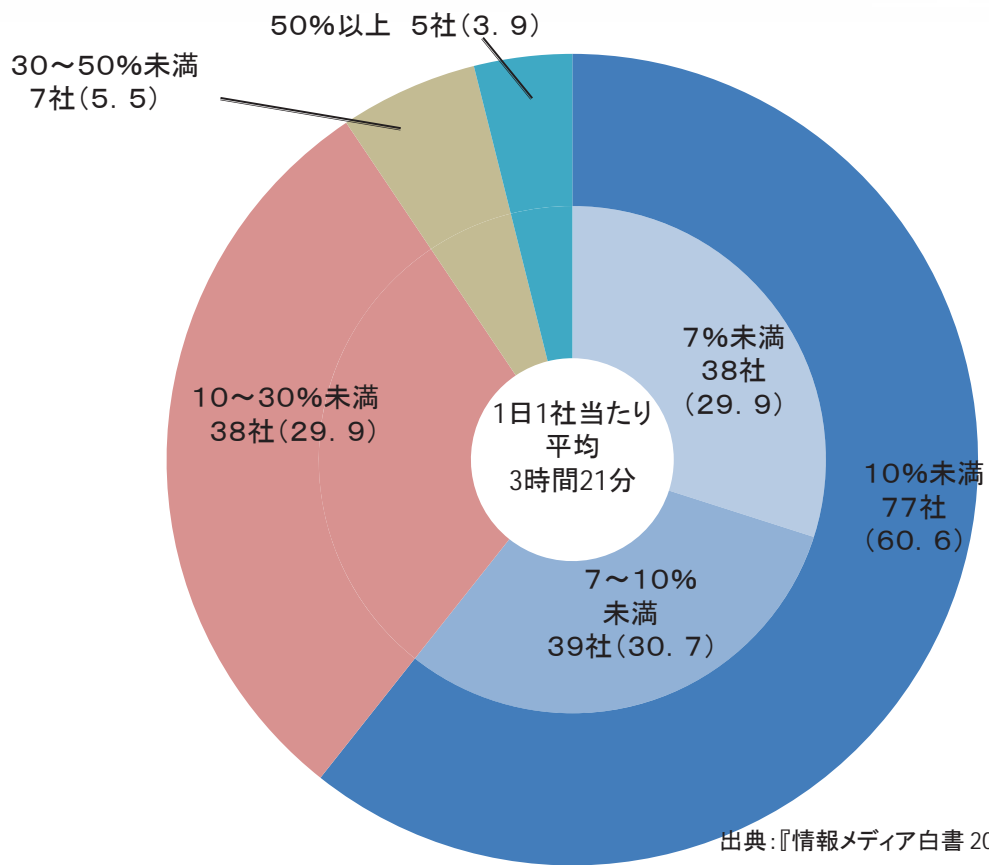


(出典:民放キー局5社の公表データに基づき総務省作成)

## 番組製作への影響(2) 自社製作番組の放送時間比率

- 地上波テレビ局の自社製作番組の放送時間は、1日あたり平均3時間21分。
- 自社製作番組の放送時間が全体の10%以下である局が、77社(全体の約6割)にのぼる。

地上波民放テレビ事業者における  
自社製作番組放送時間比率構成(2010年)

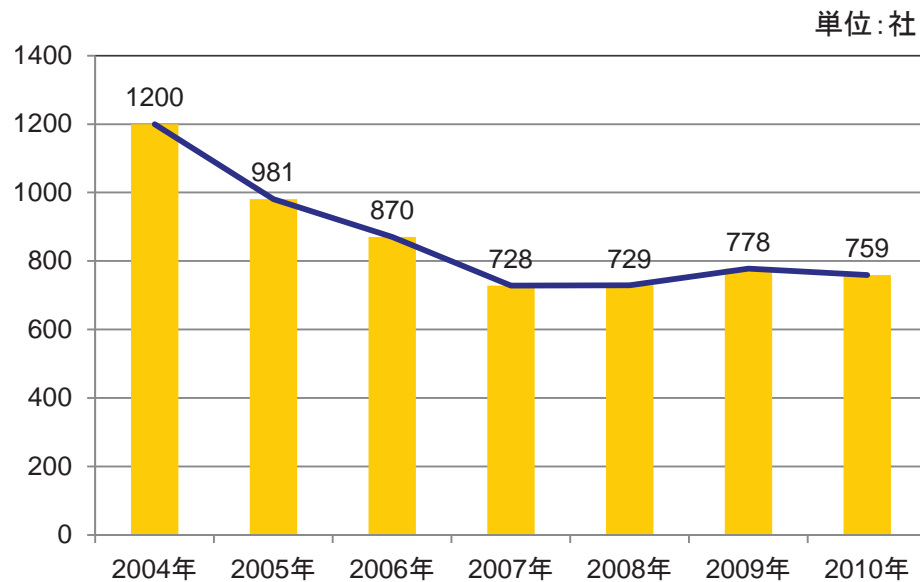


出典:『情報メディア白書 2010』(電通総研)

## 番組製作への影響(3) 番組製作会社

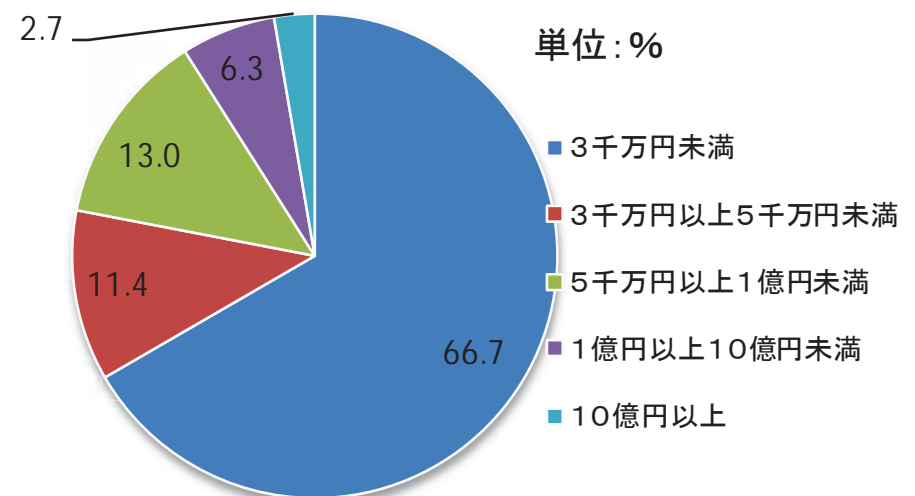
- 番組製作会社のほとんどが資金規模5千万円以下と、経営基盤は脆弱。
- 番組製作費等の減少を受け、2004年からの6年間で、コンテンツ制作事業者数は約4割減。

＜コンテンツ制作事業者の数の推移＞



出典：(社)電波産業会「電波産業調査統計」(2011年)

＜番組制作会社の資金規模＞



出典：総務省「放送番組制作実態調査報告書」(平成21年度)

# コンテンツの流通経路の多様化

## 放送の多チャンネル化

1995年度末に  
おけるチャンネル数

**48チャンネル**



2010年度末に  
おけるチャンネル数

**468チャンネル**

※地上基幹放送、衛星基幹放送、衛星一般放送、有線テレビジョン放送

- 注1 地上基幹放送については、東京都で受信可能なテレビジョン放送のチャンネル数  
注2 衛星基幹放送及び衛星一般放送については、テレビジョン放送のチャンネル数の合計  
注3 BS放送はアナログ放送のチャンネルを含む  
注4 有線テレビジョン放送については、東京都の主要なケーブルテレビ事業者によって提供されているチャンネル数の平均

## スマートフォンの拡大

2010年度における国内の  
スマートフォン契約数

**955万件**



2015年度における国内  
のスマートフォン契約数  
(予測)

**7,030万件**

出典：「(株) MM総研 [東京・港] 「スマートフォン市場規模の推移・予測 (11年7月)」 (2011年7月7日)

## ネット動画配信 (有料) 市場の拡大

2009年度における  
動画配信市場規模

**662億円**



2015年度における  
動画配信市場規模  
(予測)

**1,301億円**

出典：野村総合研究所「IT市場ナビゲーター 2012年版」

## スマートテレビ利用世帯数の拡大

2010年度における国内  
スマートテレビ利用世帯数

**0世帯**



2016年度における国内  
スマートテレビ利用世帯数  
(予測)

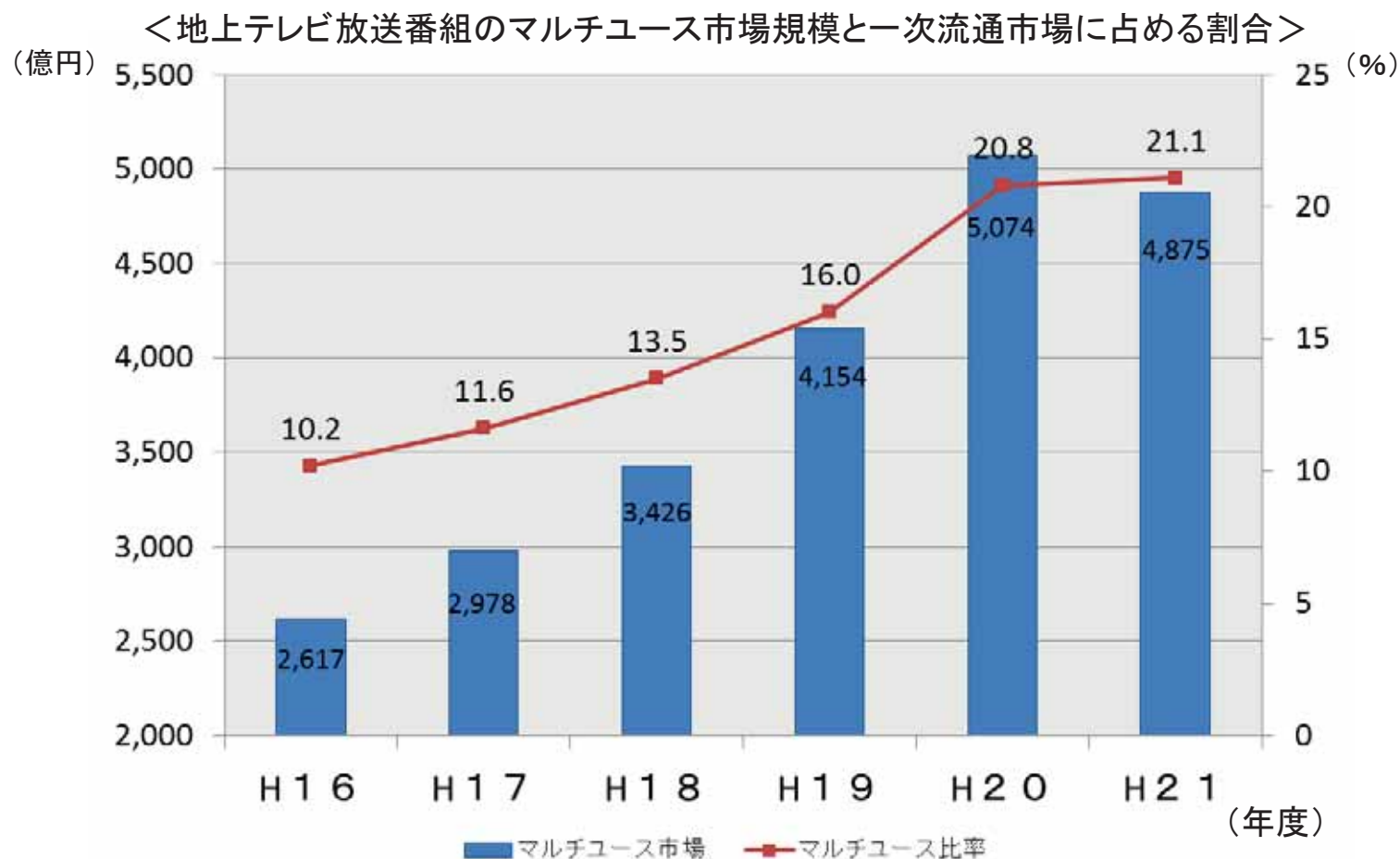
**770万世帯**

※①インターネット経由の映像をテレビ画面で視聴できる、②高い処理能力を持つCPUを搭載し、スマートフォンのようにゲーム等のアプリをテレビで利用できる機能を保有するテレビ端末、またはセットトップボックス等のテレビ周辺機器を指すものとする。

出典：野村総合研究所「IT市場ナビゲーター 2012年版」

## 放送番組のマルチユースの動向

- 地上テレビ放送番組の一次流通市場に占めるマルチユース市場（ネット配信、ビデオグラム、番販等）の割合は増加傾向にある。



出典：総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」より作成

# 放送コンテンツの製作取引の適正化 ガイドラインと関連法制度について

## 検討の背景

- ・ 放送コンテンツ制作における製作者の役割の重要性の高まりにより、製作環境を改善し、インセンティブの向上を図る観点から、放送コンテンツ制作取引の適正化の要請が高まっている。
- ・ 下請代金支払遅延等防止法の改正(平成15年)により、放送コンテンツの制作取引が「情報成果物作成委託」に係る取引として、同法の規制対象に追加され、法令上も一層の適正化の促進が求められている。
- ・ 公正取引委員会の特別調査(平成19年)において、対象3分野(①道路貨物運送、②放送番組・映像制作、③金型の製造委託)に挙げられたほか、公正取引委員会の毎年度の調査において数件の警告を受けている状況。

→他の分野についても、それぞれの所管省庁においてガイドラインを策定。

建設業、トラック運送業、自動車産業、産業機械・航空機等、素形材産業、広告業、繊維業、情報サービス・ソフトウェア業、情報通信機器産業、建材・住宅設備産業・・・19年6月策定

→**コンテンツ分野、放送分野の取引の特性を踏まえて**、適正化を図っていく必要がある。

## 第1章 はじめに

### ■ガイドライン策定の背景

- ・放送コンテンツ制作における製作者の役割の重要性の増大等により、放送コンテンツの製作取引の適正化への要請の高まり。
- ・このような状況を踏まえ、総務省において、平成20年1月より、「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」(座長:舟田正之立教大学法学部教授)を開催し、放送コンテンツ制作に関する取引適正化のためのガイドライン策定のための検討を実施。

### ■ガイドラインの目的

- ① 放送コンテンツ制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、番組製作事業者のコンテンツ制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、及び番組制作に携わる業界全体の向上を目指す。

## 第2章 問題となりうる事例(第二版で『7-10』が追加)

### 1 トンネル会社の規制

- 放送局の子会社の製作会社(下請業者)から再委託を受けた製作会社(孫請業者)が、発注書交付を要求したところ、「子会社なので下請法の対象外」といわれ、発注書の交付を拒否された。

### 2 発注書及び契約書の交付、交付時期

- 発注の時点では何ら書面が交付されず、放送後に送付される。発注書に金額の記載がなく、その後補充書面も送付されない。

### 3 支払期日の起算日

- 支払期日を「放送日起算」としていることにより、納入日と放送日の間が1ヶ月程度空くような場合に、結果として受領日から60日を過ぎて支払いが行われる。

### 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)

- 番組製作委託契約において、番組の著作権が製作会社にある場合、その番組の素材も含めて、著作権、著作隣接権、所有権、二次利用権の一切は放送局に帰属するとされ、その対価に関する協議はない。

### 5 買ったたき

- 毎年製作を請け負っていたレギュラー番組について、経費節減のため、同じ取材日数・スタッフ等が必要な内容にもかかわらず、契約改編期に一方向的に製作費を減額された。

### 6 不当な給付内容の変更及びやり直し

- 発注書、契約書の範囲を超えて、当初記載がなかった業務について、局から追加発注されるが、製作費は当初予定額同様であり、業務内容だけが增加する。

### 7 放送番組に用いる楽曲に係る製作取引に関する課題

- 放送番組中で使われる「音楽」の著作権の譲渡等を強要される。

### 8 アニメの製作発注に関する課題

- 放送局がアニメの製作委員会に製作発注を行う際、二次利用に関する収益の一定割合の納付を要請。断ると取引継続が困難になる。

### 9 出資強制に関する課題

- 放送局が、番組製作会社に製作発注を行う際、「当該放送局の子会社となること。」を要請され、従わないと、今後製作発注をしないとされる。

### 10 契約形態と取引実態の相違に関する課題

## 第3章 望ましいと考えられる事例

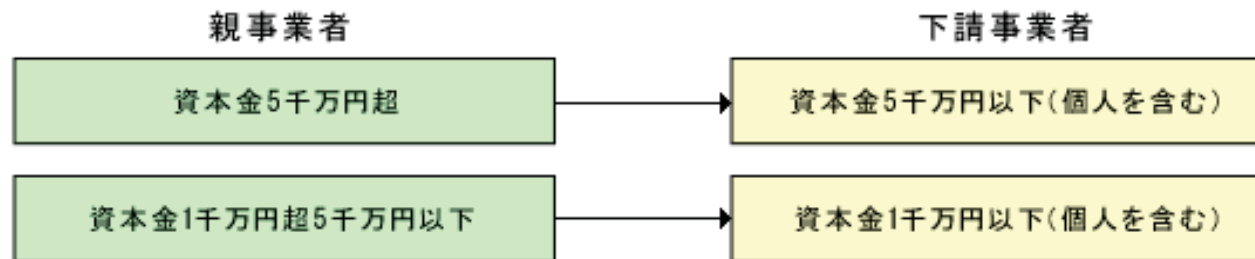
- 企画公募の枠の番組について、放送局は「放送権」のみ購入し、著作権は製作会社に帰属させる。
- 製作会社が著作権を放送局に譲渡する場合には、放送局は製作会社に対し、「著作権の対価」に係る部分を、製作委託費とは別に明示して支払っている。
- 番組改編期や新しい企画ごとに単価も見直している。ディレクター等の単価は経験年数に基づいて設定されており、経験とともに単価を上げてモチベーションを高める観点から、時間をかけて交渉し、単価を引き上げる等している。

## 1 下請法の目的 (第1条) 下請取引の公正化・下請事業者の利益保護

## 2 下請法の対象事業者 親事業者、下請事業者の定義

(第2条第1項～第8項) 下請法の対象となる取引 は 事業者の資本金規模 と 取引の内容 で定義

○情報成果物作成・役務提供委託を行う場合(プログラムの情報成果物・役務提供委託を除く。)



※子会社について(第2条第9項)

以下の要件を満たしているときは、その子会社等が親事業者とみなされ、下請法が適用される。

①親会社から役員の任免、業務の執行又は存立について支配を受けている場合(例:親会社の議決権が過半数の場合等)

②親会社からの下請取引の全部又は相当部分について再委託する場合(例:委託額又は量の50%以上を再委託)

(参考)下請代金支払遅延等防止法 第2条 (抜粋)

7 この法律で「親事業者」とは、次の各号のいずれかに該当する者をいう。

三 資本金の額又は出資の総額が五千万円を超える法人たる事業者(政府契約の支払遅延防止等に関する法律第十四条 に規定する者を除く。)であつて、個人又は資本金の額若しくは出資の総額が五千万円以下の法人たる事業者に対し情報成果物作成委託又は役務提供委託(それぞれ第一号の政令で定める情報成果物又は役務に係るものを除く。次号並びに次項第三号及び第四号において同じ。)をするもの

四 資本金の額又は出資の総額が千万円を超え五千万円以下の法人たる事業者(政府契約の支払遅延防止等に関する法律第十四条 に規定する者を除く。)であつて、個人又は資本金の額若しくは出資の総額が千万円以下の法人たる事業者に対し情報成果物作成委託又は役務提供委託をするもの

8 この法律で「下請事業者」とは、次の各号のいずれかに該当する者をいう。

三 個人又は資本金の額若しくは出資の総額が五千万円以下の法人たる事業者であつて、前項第三号に規定する親事業者から情報成果物作成委託又は役務提供委託を受けるもの

四 個人又は資本金の額若しくは出資の総額が千万円以下の法人たる事業者であつて、前項第四号に規定する親事業者から情報成果物作成委託又は役務提供委託を受けるもの

9 資本金の額又は出資の総額が千万円を超える法人たる事業者から役員の任免、業務の執行又は存立について支配を受け、かつ、その事業者から製造委託等を受ける法人たる事業者が、その製造委託等に係る製造、修理、作成又は提供の行為の全部又は相当部分について再委託をする場合(第七項第一号又は第二号に該当する者がそれぞれ前項第一号又は第二号に該当する者に対し製造委託等をする場合及び第七項第三号又は第四号に該当する者がそれぞれ前項第三号又は第四号に該当する者に対し情報成果物作成委託又は役務提供委託をする場合を除く。)において、再委託を受ける事業者が、役員の任免、業務の執行又は存立について支配をし、かつ、製造委託等をする当該事業者から直接製造委託等を受けるものとするれば前項各号のいずれかに該当することとなる事業者であるときは、この法律の適用については、再委託をする事業者は親事業者と、再委託を受ける事業者は下請事業者とみなす。

## 「罰則」の対象： 50万円以下の罰金(刑事罰)

- ・ 発注書面の交付義務(第3条第1項)に違反した場合
- ・ 取引に関する書類の作成・保存義務(第5条)に違反、もしくは、虚偽の書類を作成した場合
- ・ 取引に関する報告(第9条第1項～第3項)をしない、もしくは、虚偽の報告をすること、又は、立入検査拒否、妨害、忌避した場合

## 「勧告」の対象：

- ・ 受領拒否(第4条第1項第1号):  
注文した物品等の受領を拒むこと
- ・ 下請代金の支払遅延(第4条第1項第2号):  
下請代金を受領後60日以内に定められた支払期日までに支払わないこと
- ・ 下請代金の減額(第4条第1項第3号):  
あらかじめ定めた下請代金を減額すること
- ・ 返品(第4条第1項第4号):  
受け取ったものを、返品すること
- ・ 買ったたき(第4条第1項第5号):  
類似品等の価格又は市価に比べて著しく低い下請代金を不当に定めること
- ・ 購入・利用強制(第4条第1項第6号):  
親事業者が指定する物・役務を強制的に購入・利用させること(購入・利用強制)
- ・ 報復措置(第4条第1項第7号):  
下請事業者が親事業者の不公正な行為を公正取引委員会又は中小企業庁に知らせたことを理由として、その下請事業者に対して、取引数量の削減・取引停止等の不利益な取扱いをすること
- ・ 割引困難な手形の交付(第4条第2項第2号):  
一般の金融機関で割引を受けることが困難であると認められる手形を交付すること
- ・ 不当な経済上の利益の提供要請(第4条第2項第3号):  
下請事業者から金銭、労務の提供等をさせること
- ・ 不当な給付内容の変更及び不当なやり直し(第4条第2項第4号):  
費用を負担せずに注文内容を変更し、又は受領後にやり直しをさせること
- ・ 有償支給原材料等の対価の早期決済(第4条第2項第1号)(役務提供の場合は除く):  
有償で支給した原材料等の対価を、当該原材料等を用いた給付に係る下請代金の支払期日より早い時期に相殺したり支払わせたりすること

## (1) 公正取引委員会

### ・ 勧告の実施

第7条 公正取引委員会は、親事業者が第4条第1項第1号、第2号又は第7号に掲げる行為をしていると認めるときは、その親事業者に対し、速やかにその下請事業者の給付を受領し、その下請代金若しくはその下請代金及び第4条の2の規定による遅延利息を支払い、又はその不利益な取扱いをやめるべきことその他必要な措置をとるべきことを勧告するものとする。

2 公正取引委員会は、親事業者が第4条第1項第3号から第6号までに掲げる行為をしたと認めるときは、その親事業者に対し、速やかにその減じた額を支払い、その下請事業者の給付に係る物を再び引き取り、その下請代金の額を引き上げ、又はその購入させた物を引き取るべきことその他必要な措置をとるべきことを勧告するものとする。

3 公正取引委員会は、親事業者について第4条第2項各号のいずれかに該当する事実があると認めるときは、その親事業者に対し、速やかにその下請事業者の利益を保護するため必要な措置をとるべきことを勧告するものとする。

### ・ 親事業者の下請事業者に対する取引の公正性確保のために必要な取引に関する調査、立入検査の実施

第9条 公正取引委員会は、親事業者の下請事業者に対する製造委託等に関する取引(以下単に「取引」という。)を公正ならしめるため必要があると認めるときは、親事業者若しくは下請事業者に対しその取引に関する報告をさせ、又はその職員に親事業者若しくは下請事業者の事務所若しくは事業所に立ち入り、帳簿書類その他の物件を検査させることができる。

### ・ 発注書面の記載事項等や、下請代金の支払遅延に対する遅延利息の率、取引に関する書類又は電磁的記録の作成及び保存に関する規則の制定(第3条、第4条の2、第5条)

## (2) 中小企業庁

### ・ 親事業者の禁止行為(第4条)の有無を調査し、あった場合は、公正取引委員会に対して、適当な措置を請求すること

第6条 中小企業庁長官は、親事業者が第4条第1項第1号、第2号若しくは第7号に掲げる行為をしているかどうか若しくは同項第3号から第6号までに掲げる行為をしたかどうか又は親事業者について同条第2項各号の一に該当する事実があるかどうかを調査し、その事実があると認めるときは、公正取引委員会に対し、この法律の規定に従い適当な措置をとるべきことを求めることができる。

### ・ 下請事業者の利益を保護するために必要な取引に関する調査、立入検査の実施

第9条の2 中小企業庁長官は、下請事業者の利益を保護するため特に必要があると認めるときは、親事業者若しくは下請事業者に対しその取引に関する報告をさせ、又はその職員に親事業者若しくは下請事業者の事務所若しくは事業所に立ち入り、帳簿書類その他の物件を検査させることができる。

## (3) 業所管省庁

### ・ 所管事業を営む親事業者又は下請事業者の取引に関する調査、立入検査の実施

第9条の3 親事業者又は下請事業者の営む事業を所管する主務大臣は、中小企業庁長官の第6条の規定による調査に協力するため特に必要があると認めるときは、所管事業を営む親事業者若しくは下請事業者に対しその取引に関する報告をさせ、又はその職員にこれらの者の事務所若しくは事業所に立ち入り、帳簿書類その他の物件を検査させることができる。

# (参考) 各業分野における取組例

省庁	業	ガイドライン策定状況
総務省	放送業	「放送コンテンツの製作取引の適正化に関するガイドライン」(平成21年2月策定、同年7月改訂)
国土交通省	建設業	「建設業法令遵守ガイドライン(元請人と下請人の関係に係る留意点)」(平成19年6月策定、平成20年9月改訂)
	運送業	「トラック運送業における下請・荷主適正取引推進ガイドライン」(平成20年3月策定) トラック運送業における燃料サーチャージ緊急ガイドライン(平成20年3月策定)
経済産業省	自動車業	「自動車産業適正取引ガイドライン」(平成19年6月策定、平成20年12月改訂)
	素形材産業	「素形材産業取引ガイドライン(素形材産業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン)」 (平成19年6月策定、平成20年12月改訂)
	ソフトウェア業	「情報サービス・ソフトウェア産業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン」(平成19年6月策定)
	広告業	「広告業界における下請適正取引等の推進のためのガイドライン」(平成19年6月策定、平成22年6月改訂)
	繊維業	「繊維産業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン」(19年6月策定)
	産業機械・航空機等	「産業機械・航空機等における下請適正取引等の推進のためのガイドライン」(平成19年6月策定、平成20年12月改訂)
	情報通信 機器産業	「情報通信機器産業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン」(平成19年6月策定、平成22年6月改訂)
	建材・住宅設備	「建材・住宅設備産業取引ガイドライン」(平成20年3月策定、平成22年6月改訂)
	印刷業	「印刷業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン」(平成22年6月策定)
	化学	「化学産業適正取引ガイドライン」(平成22年6月策定)
	紙・紙加工	「紙・紙加工産業取引ガイドライン」(平成22年6月策定)
鉄鋼	「鉄鋼産業取引適正化ガイドライン」(平成22年6月策定)	

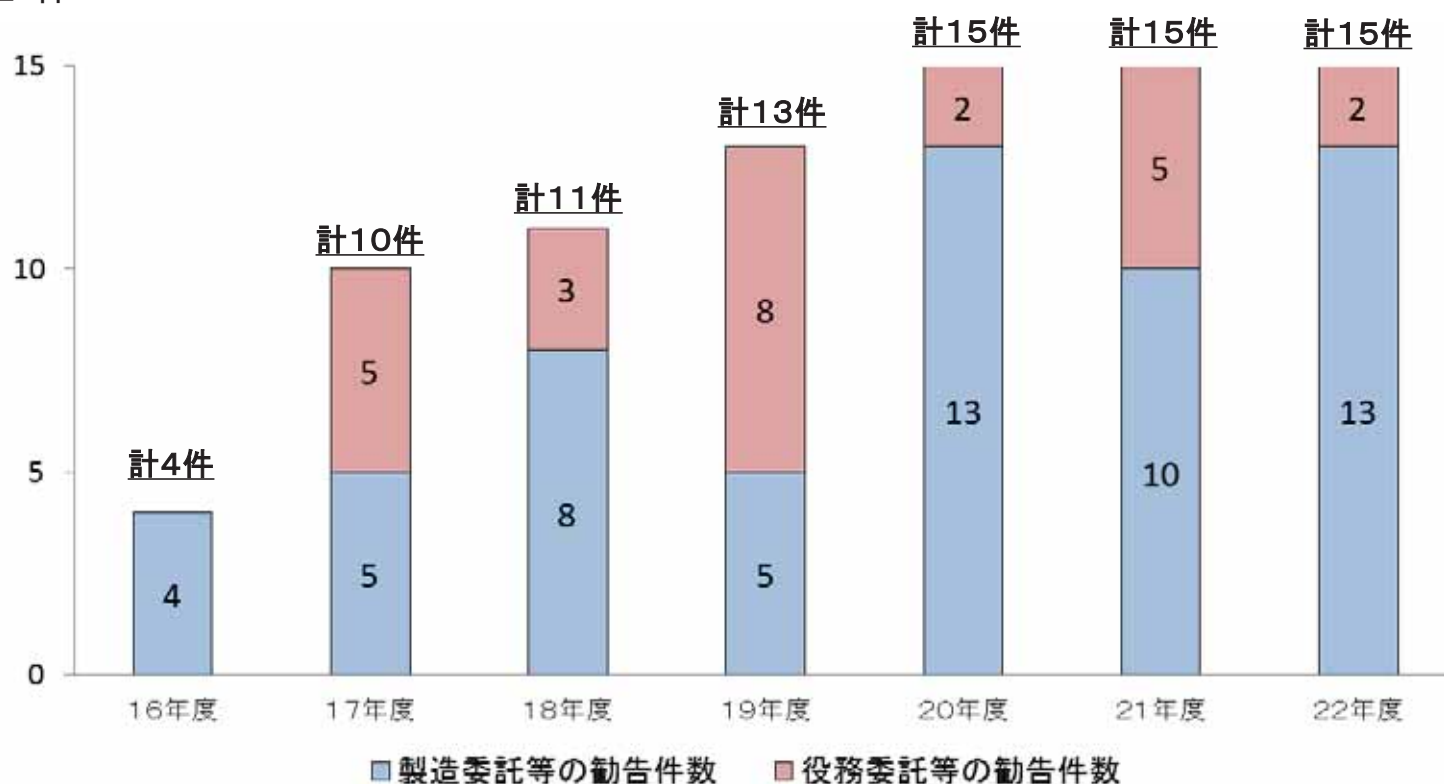
# 下請法違反行為に対する勧告等

- 平成22年度の勧告件数は15件（製造委託等<sup>(注1)</sup>13件、役務委託等<sup>(注2)</sup>2件）。
- 内訳は、下請代金の減額が13件、下請代金の減額及び返品が1件、不当な経済上の利益の提供要請が1件。
- これまで放送業及び映像・音声・文字制作業における勧告事案はなし。
- 下請法違反行為に対する勧告数は年々増加傾向にある。

(注1) 製造委託及び修理委託をいう。

(注2) 情報成果物作成委託及び役務提供委託をいう。

単位：件



出典：公正取引委員会「平成22年度における下請法等の運用状況及び企業間取引の公正化への取り組み（概要）」（平成23年5月18日）より作成

# 独占禁止法について(優越的地位の濫用等)

独占禁止法上、事業者は、不公正な取引方法を用いることを禁止されている(第19条)。

※「不公正な取引方法」とは、「自由な競争が制限されるおそれがあること」、「競争手段が公正とはいえないこと」、「自由な競争の基盤を侵害するおそれがあること」といった観点から、公正な競争を阻害するおそれがある場合に禁止される。

## 【参考条文】

○昭和二十二年法律第五十四号(私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律)(昭和二十二年法律第五十四号)

第十九条 事業者は、不公正な取引方法を用いてはならない。

第二条第九項 この法律において「不公正な取引方法」とは、次のいずれかに該当する行為をすること。

一～四(略)

五 自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、正常な商慣習に照らして不当に、次のいずれかに該当する行為をすること。

イ 継続して取引する相手方(新たに継続して取引しようとする相手方を含む。ロにおいて同じ。)に対して、当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務を購入させること。

ロ 継続して取引する相手方に対して、自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させること。

ハ 取引の相手方からの取引に係る商品の受領を拒み、取引の相手方から取引に係る商品を受領した後当該商品を当該取引の相手方に引き取らせ、取引の相手方に対して取引の対価の支払を遅らせ、若しくはその額を減じ、その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定し、若しくは変更し、又は取引を実施すること。

六(略)

○不公正な取引方法(昭和五十七年六月十八日 公正取引委員会告示第十五号)

抱き合わせ販売等

10 相手方に対し、不当に、商品又は役務の供給に併せて他の商品又は役務を自己又は自己の指定する事業者から購入させ、その他自己又は自己の指定する事業者と取引するように強制すること。

## ○ 役務の委託取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の指針

平成10年3月17日 公正取引委員会  
(平成16年3月31日改定)

(注1) 情報成果物とは、下請法に定める次に掲げるものをいう。

② 映画、放送番組その他映像又は音声その他の音響により構成されるもの 例:テレビ番組、テレビCM、ラジオ番組、ラジオCM、映画、アニメーション

### 第1 優越的地位の濫用規制についての基本的考え方

### 第2 委託者による優越的地位の濫用行為

#### 1代金の支払遅延

#### 2代金の減額要請

#### 3著しく低い対価での取引の要請

#### 4やり直しの要請

#### 5協賛金等の負担の要請

#### 6商品等の購入要請

#### 7情報成果物に係る権利等の一方的取扱い

##### (1) 考え方

情報成果物が取引の対象となる役務の委託取引にあつては、受託者が作成した成果物について、受託者に著作権が発生したり、受託者にとって特許権、意匠権等の権利の対象となることがある。また、受託者が当該成果物を作成する過程で、他に転用可能な成果物、技術等を取得することがあり、これが取引の対象となる成果物とは別の財産的価値を有する場合がある。

このような役務の委託取引において、取引上優越した地位にある委託者が、受託者に対し、当該成果物が自己との委託取引の過程で得られたこと又は自己の費用負担により作成されたことを理由として、一方的に、これらの受託者の権利を自己に譲渡(許諾を含む。以下同じ。)させたり、当該成果物、技術等を役務の委託取引の趣旨に反しない範囲で他の目的のために利用すること(二次利用)(注14)を制限する場合などには、不当に不利益を受託者に与えることとなりやすく、優越的地位の濫用として問題を生じやすい。

しかしながら、このような場合に、成果物等に係る権利の譲渡又は二次利用の制限に対する対価を別途支払ったり、当該対価を含む形で対価に係る交渉を行っているとき認められるときは、優越的地位の濫用の問題とはならない。ただし、このような場合であっても、成果物等に係る権利の譲渡等に対する対価が不当に低い場合や成果物等に係る権利の譲渡等を事実上強制する場合など、受託者に対して不当に不利益を与える場合には、優越的地位の濫用として問題となる。

ただし、このような場合であっても、成果物等に係る権利の譲渡等に対する対価が不当に低い場合や成果物等に係る権利の譲渡等を事実上強制する場合など、受託者に対して不当に不利益を与える場合には、優越的地位の濫用として問題となる。

(注14) 二次利用としては、例えば、以下のような場合がある

- ① 委託者からの発注により、受託者が地上放送用に制作したテレビ番組を、ビデオ化して販売する場合
- ② 委託者からの発注により、受託者が劇場映画用に制作したアニメーションを、インターネットにより配信する場合 他

## (2)独占禁止法上問題となる場合

### ア 情報成果物の権利の譲渡

- ①受託者に権利が発生するにもかかわらず、当該成果物が委託者との委託取引の過程で得られたこと又は委託者の費用負担により作成されたことを理由として、一方的に当該成果物に係る著作権、特許権等の権利を委託者に譲渡させる場合
- ②受託者に権利が発生する場合において、二次利用による収益配分を条件として、著作権等の権利を委託者に譲渡したにもかかわらず、二次利用の管理を行う委託者が受託者からの二次利用の要請・提案に対して、合理的な理由がないのに応じない場合

### イ 情報成果物の二次利用の制限等

- ①受託者に権利が発生し、委託者には権利が発生しないにもかかわらず、委託者が、自らに又は自らにも権利が発生すると主張しこれを前提として、受託者との間で、一方的に当該成果物の二次利用の収益配分などの取引条件を取り決める場合、又は二次利用を制限する場合
- ②受託者に権利が発生する場合において、委託者が、当該成果物が委託者との委託取引の過程で得られたこと又は委託者の費用負担により作成されたことを理由として、受託者に対し、一方的に当該成果物の二次利用の収益配分などの取引条件を取り決める場合、又は二次利用を制限する場合
- ③受託者に権利が発生する場合において、受託者が、委託者が提示する成果物作成の対価に加えて、当該成果物の二次利用による収益配分の条件も考慮して当該成果物の作成を受託したにもかかわらず、二次利用の管理を行なう委託者が受託者からの二次利用の要請・提案に対して、合理的な理由がないのに応じない場合

### ウ 受託者が情報成果物を作成する過程で発生した取引対象外の成果物等の権利の譲渡及び二次利用の制限等

受託者が取引対象である情報成果物を作成する過程で生じた当該成果物以外の成果物等について、受託者に権利が発生する場合において、委託者が上記ア及びイと同様の行為を行う場合

## ○ 下請取引適正化推進講習会テキスト

平成19年11月 公正取引委員会・中小企業庁

### 1 下請代金支払遅延等防止法の内容

#### (1) 本法制定の趣旨

下請取引における下請代金の支払遅延等の行為は、独占禁止法の不公正な取引方法のうち優越的地位の濫用行為に該当し、同法第19条の規定に違反するおそれがある行為であるが、同法により規制する場合は、当該行為が「取引上優越した地位を利用したものかどうか」、「不当に不利益なものかどうか」を個別に認定する必要がある。この認定は、最終的には、同法の審査審判手続によって行われることになるが、この手続によるときは、相当の期間を要し問題解決の時機を失するおそれがある上、親事業者と下請事業者との継続的取引関係をむしろ悪化させる要因となる場合もあり、結果として下請事業者の利益にならないことも考えられる。

また、下請取引の性格上、下請事業者が親事業者の違反行為を公正取引委員会又は中小企業庁に申告することは、余り期待できない。

したがって、下請事業者の利益を確保するためには、独占禁止法の違反事件処理手続とは別の簡易な手続が必要であるとの考えから、下請代金支払遅延等防止法(以下「本法」という。)が、昭和31年に独占禁止法の特別法として制定された。

すなわち、本法は、適用対象を明確にするとともに、優越的地位の濫用行為及び違反行為の排除措置の内容を具体的に法定するなど独占禁止法に比較して簡易な手続を規定し、迅速かつ効果的に下請事業者の保護を図ろうとするものである。

独占禁止法第19条(「不公正な取引方法を用いることを禁止」)に違反した場合、以下の措置がある。

## (1) 公正取引委員会の権限

### ・当該行為の差し止め、契約条項の削除その他必要な措置

第20条 前条の規定に違反する行為があるときは、公正取引委員会は、第8章第2節に規定する手続に従い、当該行為の差し止め、契約条項の削除その他当該行為を排除するために必要な措置を命ずることができる。

2 第7条第2項の規定は、前条の規定に違反する行為に準用する。

#### ※第7条

2 公正取引委員会は、第三条又は前条の規定に違反する行為が既になくなっている場合においても、特に必要があると認めるときは、第8章第2節に規定する手続に従い、事業者に対し、当該行為が既になくなっている旨の周知措置その他当該行為が排除されたことを確保するために必要な措置を命ずることができる。ただし、当該行為がなくなつた日から三年を経過したときは、この限りでない。

## (2) 受託者側の権限

### ・第19条違反により利益侵害がある(又はおそれがある)場合、当該行為の差し止め請求が可能。

第24条 第8条第5号又は第19条の規定に違反する行為によつてその利益を侵害され、又は侵害されるおそれがある者は、これにより著しい損害を生じ、又は生ずるおそれがあるときは、その利益を侵害する事業者若しくは事業者団体又は侵害するおそれがある事業者若しくは事業者団体に対し、その侵害の停止又は予防を請求することができる。

## (3) 委託者側の責任

### ・第19条に違反する行為をした事業者は、被害者に対し、損害賠償責任を負う。

第25条 第3条、第6条又は第19条の規定に違反する行為をした事業者(第6条の規定に違反する行為をした事業者にあつては、当該国際的協定又は国際的契約において、不当な取引制限をし、又は不公正な取引方法を自ら用いた事業者に限る。)及び第8条第1項の規定に違反する行為をした事業者団体は、被害者に対し、損害賠償の責めに任ずる。

2 事業者及び事業者団体は、故意又は過失がなかつたことを証明して、前項に規定する責任を免れることができない。

第26条 前条の規定による損害賠償の請求権は、第49条第1項に規定する排除措置命令(排除措置命令がされなかつた場合にあつては、第50条第1項に規定する納付命令(第8条第1号又は第2号の規定に違反する行為をした事業者団体の構成事業者に対するものを除く。))又は第66条第4項の審決が確定した後でなければ、裁判上これを主張することができない。

## (4) 裁判所の権限

### ・第19条に違反する疑いのある行為をしている者に対する、当該行為の一時停止命令

第70条の13 裁判所は、緊急の必要があると認めるときは、公正取引委員会の申立てにより、第3条、(略)又は第19条の規定に違反する疑いのある行為をしている者に対し、当該行為、議決権の行使若しくは会社の役員の仕事の執行を一時停止すべきことを命じ、又はその命令を取り消し、若しくは変更することができる。

放送コンテンツの製作取引の適正化に  
関するガイドラインのフォローアップについて

- 調査対象：放送番組制作業を行なう企業
- 調査時期：平成21年12月～平成23年3月
- 調査方法：郵送調査法（一部メール回収）

## ■ 発送数

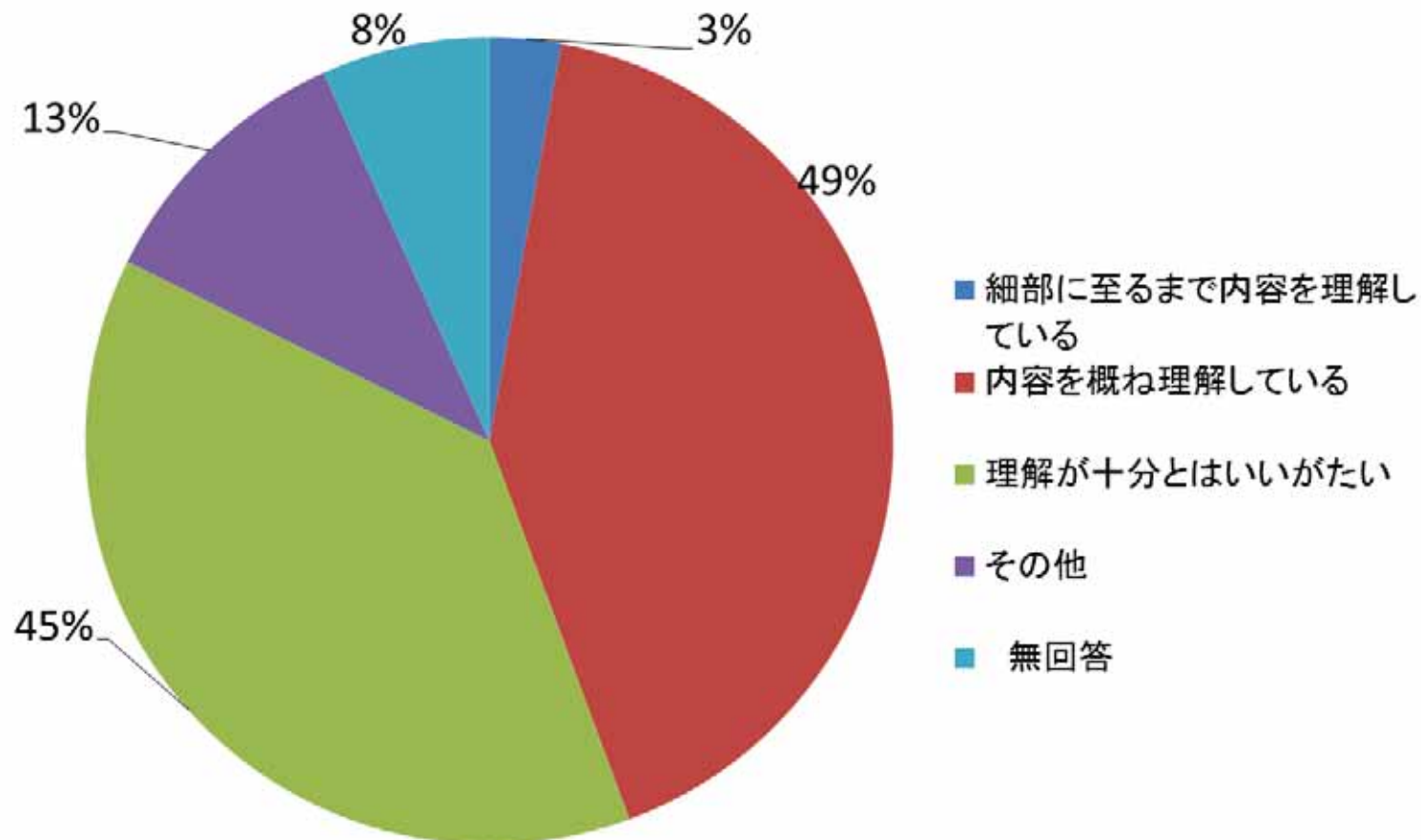
調査対象数		1156
地域別対象数	北海道	35
	東北	54
	関東	49
	東京都	562
	信越	30
	北陸	35
	東海	79
	近畿	150
	中国	37
	四国	23
	九州	91
	沖縄	11

## ■ 返送数および回収率

返送数	384
郵送回収数	376
メール回収数	8
うち有効回答数	379
うち無効票数	5
回収率(1,156社中)	32.79%
有効回収率(1,075社中)	35.26%

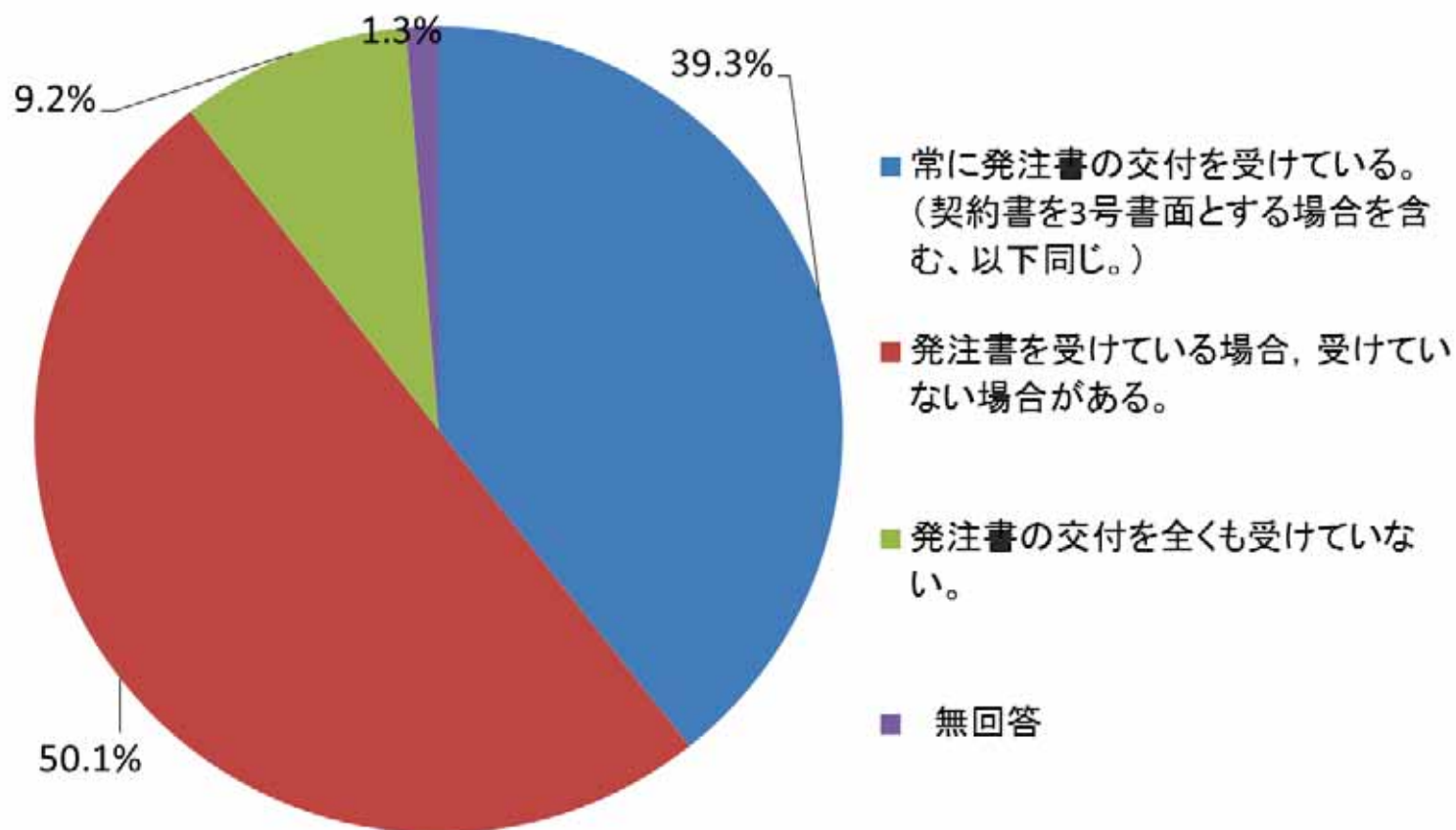
- 放送コンテンツの取引適正化ガイドラインの認知度に関して、「理解が十分とはいいがたい」との回答が約4割を占めている。

○「放送コンテンツの制作取引適正化に関するガイドライン」の内容を十分理解していますか？



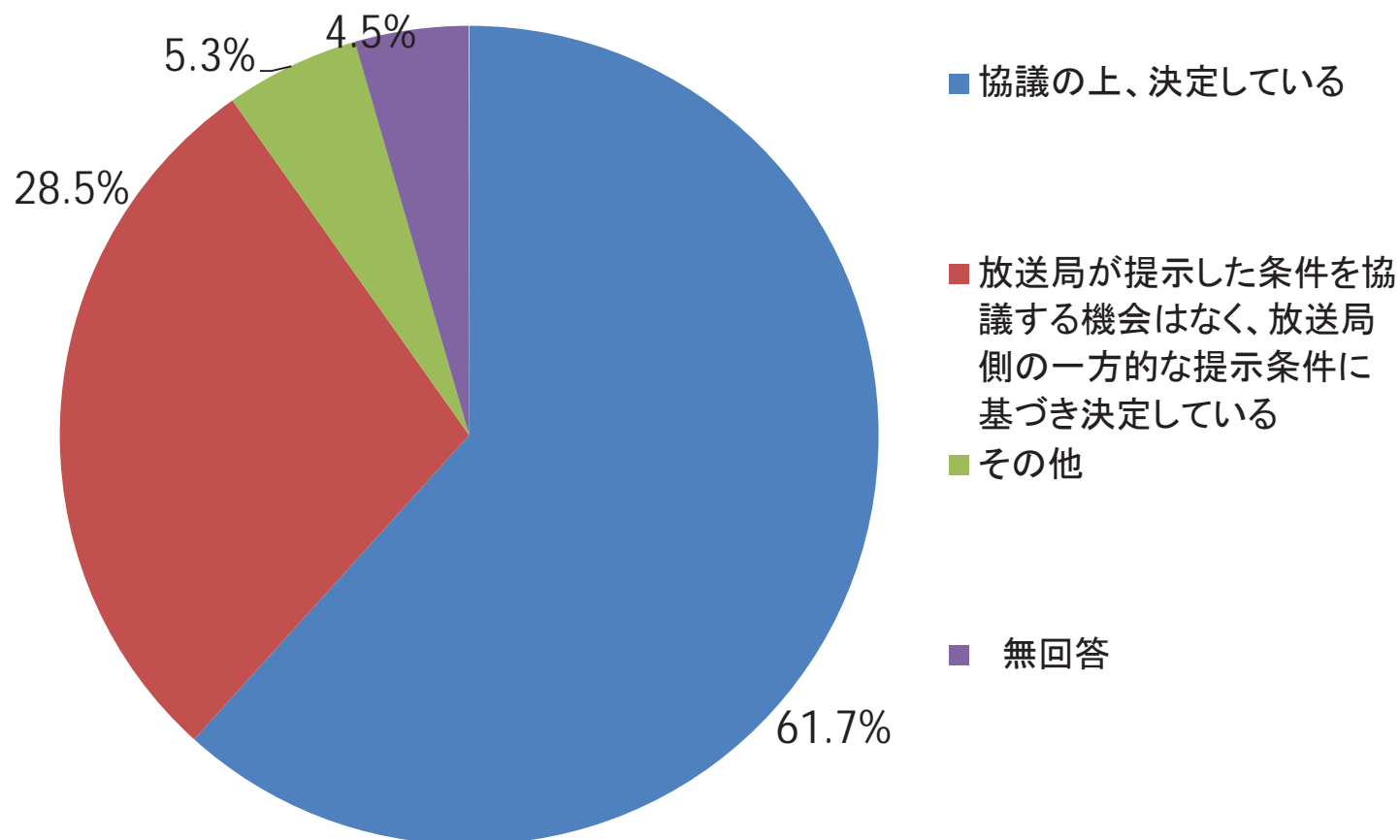
- 「発注書を受けている場合、受けていない場合がある。」及び「発注書の交付を全く受けていない。」との回答が約6割を占めている。

○放送局から番組製作の発注を受ける際、発注書面の交付を受けていますか？



- 「放送局が提示した条件を協議する機会はなく、放送局側の一方的な提示条件に基づき決定している」との回答が約3割を占めている。

○著作権の帰属及び窓口業務の主体を、放送局との間でどのように決定していますか？



# 「放送業」及び「映像・音声・文字情報制作業」における違反行為の類型別件数

- 放送業及び、映像・音声・文字情報制作業においては、書面交付義務違反、書類保存義務違反件数が増加。

○「放送業」及び「映像・音声・文字情報制作業」における違反行為の類型別件数(平成19年度～平成22年度)

	業種	書面 交付 義務	書類 保存 義務	受領 拒否	支払 遅延	減額	返品	買い たたき	購入等 強制	早期 決済	割引困 難手形	利益提 供要請	やり直し 等	報復 措置	合計
平成 19 年度	放送業	36	11	0	20	0	0	0	1	0	0	1	0	0	69
	映像・音 声・文字情 報制作業	18	5	0	14	0	0	0	0	0	0	0	1	0	38
平成 20 年度	放送業	19	0	0	4	0	0	0	1	0	0	0	0	0	24
	映像・音 声・文字情 報制作業	15	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16
平成 21 年度	放送業	23	2	0	6	0	0	0	0	0	0	1	0	0	32
	映像・音 声・文字情 報制作業	20	1	0	5	0	0	1	2	0	1	0	0	0	30
平成 22 年度	放送業	44	10	0	16	2	0	2	1	0	0	1	0	0	76
	映像・音 声・文字情 報制作業	28	7	0	6	0	0	1	0	0	1	0	0	0	43

出典:公正取引委員会

(注1) 1つの事案において複数の行為類型について指導を行っている場合がある。

(注2) 書面交付義務違反については、発注書面の不交付のほか、記載不備も含まれている。

- ガイドラインの今後のフォローアップについて  
公正取引委員会が実施している毎年の調査によると、放送業等における下請法違反事例が近年増加している(特に、書面交付義務及び書類保存義務違反行為の事例)ことから、放送コンテンツの製作取引環境の実態を把握するため、2012年2月～4月頃にかけて全国の放送事業者及び番組製作会社に対するヒアリングを実施。
  - 直近で違反件数が増加した背景の把握
  - 番組製作会社を大手・中小、局系・独立系と区別したうえで、問題点を把握・整理
  - 下請法及び現行のガイドラインで不明確な部分の把握 等



**上記ヒアリング調査を踏まえ、**  
**放送コンテンツ製作取引環境の適正化に向けた今後の方針を検討**