

製作取引に関する現状について

(H30.4.4)
規制改革推進会議
第20回投資等WG資料

2018年4月4日

「規制改革推進会議 投資等ワーキング・グループ」発表資料

一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟(ATP)

執行理事 下温湯健

執行理事 松村俊二

The logo for ATP (All Japan TV Program Producers Association) consists of the letters 'ATP' in a bold, black, sans-serif font. The letters are contained within a thin white rectangular border that is open on the right and bottom sides.

『ATPの主張』 策定趣旨

- ・ 2016年7月に公表。副題「製作と権利の認識について」
- ・ ATP発足以来の製作会社の権利などに関する考え方をあらためて整理。
⇒ 会員社の知識と認識をあらためて深めるとともに、放送事業者への理解を求める。
- ・ 適正取引からコンテンツ多様化は生まれる。
⇒ コンテンツ産業活性化や豊かな映像文化を創造し、視聴者利益につながる。

『ATPの主張』 概要

- 製作会社のあるべき姿と現状
- 適正な制作費の実現を目指す
- 著作権は製作会社に帰属する
- 二次利用収益の適正な配分を求める
- 二次利用の主体は製作会社である
- 未来を切り拓くコンテンツ展開を

ほか

(『ATPの主張』 目次)

制作費 『ATPの主張』より

「制作費は、放送事業者と製作会社が協議し、双方が合意の上で決定されるべきものです。当然、企画内容、放送時間、演出方法、出演者等によって大きく変わり、その内容や条件が制作費にも十分に反映されていなければなりません。

しかしながら、放送事業者の経費削減のあおりを受けて、個々の番組予算もその内容や条件を問うことなく一律に削減されたり、事前にその放送枠に割り振られた予算の縛りの中で決定されたりすることが常態化してきています。」

（『ATPの主張』 3. 適正な制作費の実現を目指す）

制作費 事例報告 1 - 1 (2016年度経営情報アンケートより)

Q.レギュラーやシリーズ番組継続の際に、発注側の一方的な都合による制作費削減は？

「レギュラー番組予算削減。今まで別予算であったスポット制作費がなくなり、番組本体の制作費で対応しなければならなくなった。そのスポットの制作本数は増える一方」

「制作費の減額を打診されたが、受け入れず。その後、番組リニューアルでのコーナーが打ち切りになったが、同じ内容でコーナー名を変え放送されている」

「レギュラー番組を終了させ、同テーマを扱う番組を制作することになったが、内容や出演者など、ほぼ同じにも関わらず、制作費が大幅に減額」

制作費 事例報告 1 - 2 (2016年度経営情報アンケートより)

「レギュラー番組の制作費が半分近くになった。局の業績悪化による経費削減。求められるクオリティーは変わらないので、結果的には一方的な減額」

「制作費が下がっても、要求される設定内容、キャスティングの質は、以前と変わることがなく、しわ寄せが現場に集中する」

「局側の要求により、追撮が必要になったり、編集時間が超過しても、制作費には反映されない」

「編集の延長や再撮影などを一方的に迫られるが、“追加予算”は支払われない」

制作費 事例報告 2 (2016年度経営情報アンケートより)

Q.新規契約で不合理・理不尽と思われたことは？（予算設定や内容の要求など）

「発注を安くして、実作業で内容や質の向上を求めるシステムが存在する」

「番組スタート時点で予算が決まっていないケースがある」

「発注と支払いは関連会社という形態が増えている。結果的に、管理費やバッファが無くなり利益が減っている」

制作費 事例報告 3 (2016年度経営情報アンケートより)

Q.その他の事例は？

「制作費が下がる一方なのに、要求は変わらない」

「制作委託ではなく番組購入にもかかわらず、Web用番宣の制作などを指示されるが、その制作費は支払われない」

「理不尽なことが多く、それが日常化されている。特に予算減額は、局内の効率化や人件費削減などは行わず、そのつけを外部に負わせている」

制作費 『ATPの主張』 再び

「番組単価の切り下げに加えて、製作会社への発注本数が減少傾向にあり、これは私たちにとって深刻な問題です。かつては放送事業者から製作会社に直接発注されていた番組が、子会社経由での発注に切り替えられた事例もあります。

欧米諸国では、映像産業の発展を促す目的で、法律により放送事業者に適用される、総放送時間と発注額に関する外注比率を定め、その達成状況を公表している例があります。私たちは、日本でもこのような制度の導入を強く求めます。」

（『ATPの主張』 3. 適正な制作費の実現を目指す）



継続的な外注→創り手の育成→コンテンツ産業発展

著作権 『ATPの主張』より

「本来、製作会社に帰属すべき著作権が、何ら協議の余地なく契約上認められていないケースが多々あります。また、著作権が製作会社に認められていても、番組の二次利用を行うための窓口業務は放送事業者が独占している場合が多いのが実態です。」

（『ATPの主張』 2. 製作会社のあるべき姿と現状）

著作権 事例報告 1 - 1 (2016年度経営情報アンケートより)

Q. 「発意と責任」を有していても著作権が認められない。
著作権譲渡価格の明記がない。

「企画書の作成に関わっていた局の子会社が、企画通過後に参入してきて、その会社からの受注になる事がある」

「全番組において著作権譲渡価格の明記がない」

「プロダクション発案の企画は採択されず、同じような企画が局主導のもと、複数のプロダクションが制作を担当する、というケースが増えている」

「企画立案しても制作協力になってしまう。大型企画のときにありがち」

著作権 事例報告 1 - 2 (2016年度経営情報アンケートより)

「『発意と責任』を認める枠と認めない枠がある」

「著作権譲渡価格はどの局も書いていない」

「企画が通り制作の全てをまかされても、著作権が認められていない。にも関わらず二次利用の際の権利処理を制作会社側でしている」

「『発意と責任』を有していても、制作協力にされる」

著作権 『ATPの主張』 再び

放送事業者から聞かれる主張

「製作会社からの企画提案であっても、企画のブラッシュアップや制作進行の段階で、放送局員の関与がなくてはその番組を完成させることができないので、その番組の著作権は放送事業者に帰属する」「放送事業者は放送する内容に責任を持っているから、著作権は放送事業者に帰属する」

この考え方について『ATPの主張』では、

「放送事業者がテレビ番組の製作を発注し、進行の過程で一定の指示を行ったとしても、それによって直ちに放送事業者に著作権が帰属するとは考えられません。放送事業者が発注内容に沿って制作が行われているかどうかを確認し、製作会社が放送事業者の方針を確認しつつ制作業務を行うのは、互いにとって当然にして必要な作業手順です」

(『ATPの主張』 4. 著作権は製作会社に帰属する)

製作会社の役割

映像コンテンツ産業は、「創る者（クリエイター）」と「伝える者（メディア）」の双方が成り立ってこそ、発展していくものだと考えます。どちらかの独り勝ちでは発展しません。

「共存共栄」、これがあって「映像コンテンツ」は「映像文化」となるのです。

(...)

時代は、ハイビジョンから4K、8Kへと進んでいます。そして放送と通信の融合が進み、インターネットによる動画配信がますます存在感を増しています。映像産業の進展が急速に進む今だからこそ、私たち番組製作会社の「プロの製作集団」としての役割は大きくなってきているのです。

(『ATPの主張』あとがき)