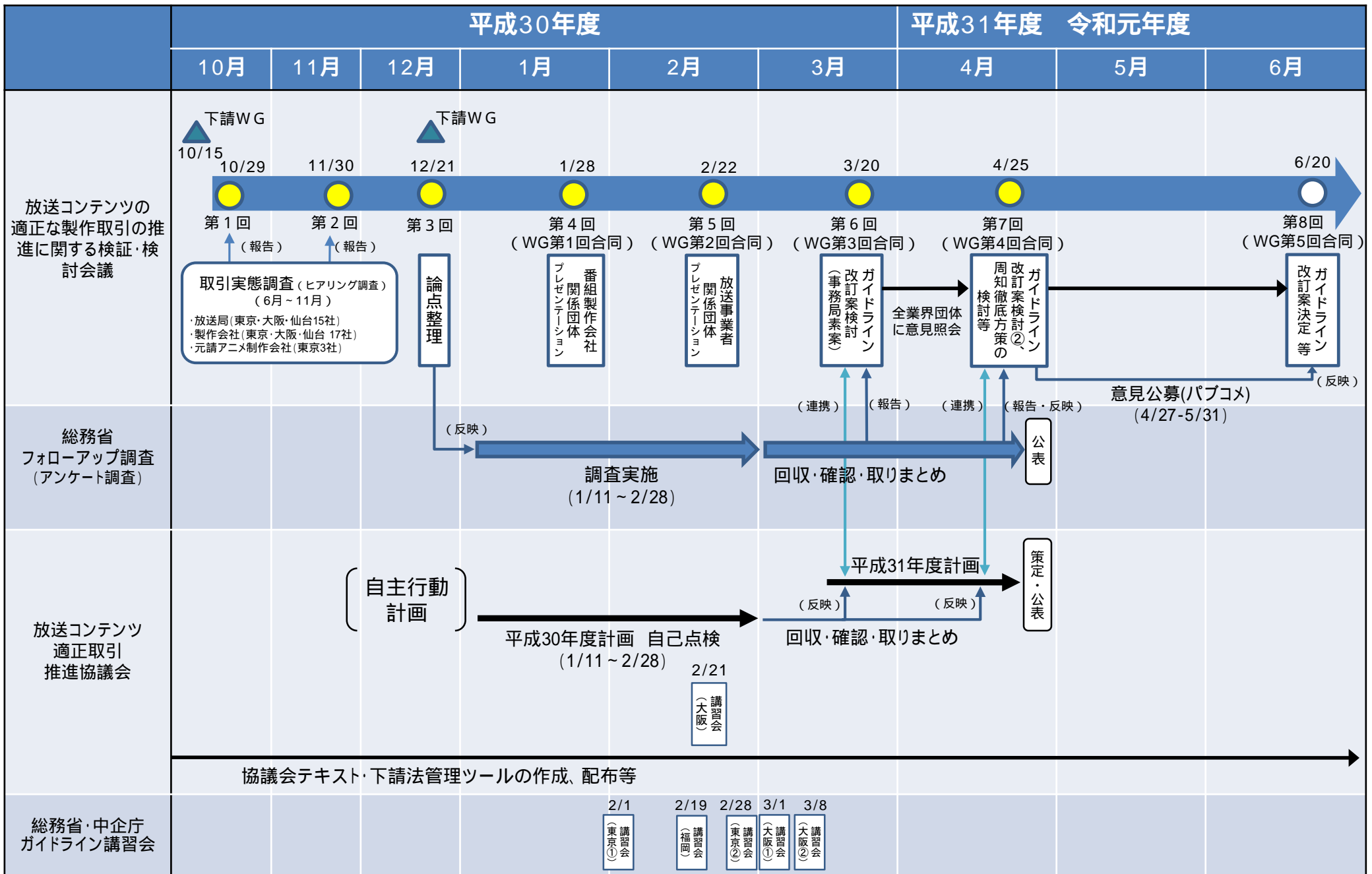


規制改革実施計画（平成30年6月15日閣議決定） を受けた対応について

放送コンテンツの製作取引適正化に 関する取組について

令和元年5月17日
総務省情報流通行政局

放送コンテンツの適正な製作取引の推進に関する取組状況



意見公募(パブコメ)
(4/27-5/31)

全業界団体に
意見照会

(連携) (報告) (連携)

(報告・反映)

(反映)

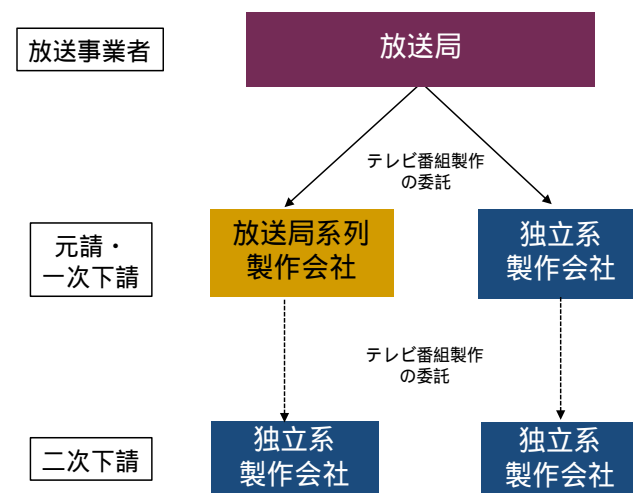
下請構造

- 放送番組（ドラマ、バラエティ等のテレビ番組）の制作委託の受注構造は、多くは1層構造である。

【参考：総務省平成29年度フォローアップ調査】

- 放送局から元請・一次として受注 76.5%
- 元請・一次から二次として受注 21.2%
- 三次下請として受注 0.5%

放送コンテンツ分野の下請構造(イメージ図)



取引価格の設定等

- ほぼ全ての取引で事前に協議が行われているが、十分でないといえられるケースもあり。
- 見積書は作成されている場合とされていない場合がある。
- 受発注相互の「相場観」、「値頃感」を基に協議（交渉）が行われていることが多い。
- 著作権の帰属に関する事前協議の有無、取引内容の変更・やり直し等について、放送局と制作会社との間で一部認識の差が見られた。(総務省平成29年度フォローアップ調査結果と同様)

総務省は、公正取引委員会及び中小企業庁と協力し、平成30年6月から11月にかけて、番組制作に関わる取引について、番組製作会社及び放送事業者計32社に対してヒアリングによる実態調査を実施。

総務省では、平成30年10月から「放送コンテンツの適正な製作取引の推進に関する検証・検討会議」(座長: 舟田正之 立教大学名誉教授)を開催しているが、上記実態調査の結果を同会議に報告し、平成30年12月に公表した「論点整理」等において、受注側と発注側の認識の差異の要因等を明らかにした。

| 項目 | 受注側と発注側の認識の差異 <small>< 数値は、総務省H29年度フォローアップ調査、 ()内の数値は、総務省H30年度フォローアップ調査の数値 ></small> | 受注側と発注側の認識の差異の要因 <small>< 論点整理(平成30年12月) ></small> |
|-----------------|--|--|
| 1. 契約書・発注書の交付 | 「発注書の書面の交付が行われていない場合があった」 製作会社 39.6%(38.3%) 放送事業者 14.2%(17.8%) | 放送事業者は、下請法対象の情報成果物作成委託については必ず発注書(及び、多くの場合は契約書)を交付していたとする一方、製作会社は、 <u>下請法対象以外の役務委託(再委託を除く。)</u> などの案件において、書面の交付がなかったことがあると回答した社があったのではないかと。 |
| 2. 取引価格の決定 | 「取引価格の決定について事前に協議をしていない場合があった」 製作会社 27.2%(20.2%) 放送事業者 0.9%(0.9%) | 取引価格の設定に関するやり取りについて、放送事業者が「協議を行った」と捉えているものでも、製作会社としては不十分であると捉えて「協議を行っていない(場合があった)」と回答した社があったのではないかと。特に、 <u>長年にわたり同一内容で継続している取引について、「協議」が疎かになっているケースもあったのではないかと。</u> |
| 3. 著作権の帰属 | 「著作権の取扱いについて事前に協議をしていない場合があった」 製作会社 33.1%(37.1%) 放送事業者 9.1%(4.6%) | 著作権及び窓口業務の取扱いに関するやりとりについて、放送事業者が「協議を行った」と捉えているものでも、製作会社としては不十分であると捉えて「協議を行っていない(場合があった)」と回答した社があったのではないかと。特に、 <u>著作権法の基本的な解釈に基づき、「完パケ」の場合は製作会社に、役務委託の場合は放送事業者に著作権が帰属すると認識されている場合で、さらにそれらが契約書面に記載されている場合などにおいて、改めて協議をしない、あるいは協議が疎かになっているケースもあったのではないかと。</u> |
| 4. 取引内容の変更・やり直し | 「書面に記載のない事務等の追加発注・やり直しを要請した(された)」 製作会社 15.2%(18.5%) 放送事業者 3.0%(1.2%) | 取引内容の変更及びやり直しに関する案件について、放送事業者は「不当とはいえない」あるいは「責任は製作会社側にあった」と捉える一方で、製作会社は「不当といえる」あるいは「責任は放送局側にあった」と捉えて回答した社があったのではないかと。 <u>(「不当」の捉え方の違い)</u> |
| 5. その他 | - | 一部の放送事業者では、 <u>放送事業者の法務・コンプライアンス部門と製作部門とで下請法の理解や下請取引改善の必要性(切迫感)に差異のあるケースもあったのではないかと。</u> |

1. 全体構成の見直し

現行版は、「問題となりうる事例」を中心に、具体的事例を解説する形で関係法令や留意点等について説明されているが、主要な論点が効率的に把握できるよう、取引価格の決定、著作権の帰属といった大きなテーマごとに再構成・整理。

2. 対象範囲・定義の明確化

現行版では、下請法の対象となる取引（情報成果物作成委託や役務の再委託）の範囲や定義（線引き、外縁）について不明な部分があるため、それらを分かりやすく明確化。

3. 事前協議の重要性を強調

取引価格の決定、著作権・二次利用窓口業務の取扱い、取引内容の変更・やり直し、製作委員会方式（主にアニメ）における局印税の設定等に関し、現行版においても関係者による協議が必要である旨記述されているが、本ガイドラインの「フォローアップ調査」によると、局と製作会社の間において認識が乖離していることが明らかとなっていることから、各事項において事前協議の重要性を強調し、推奨。

4. ベストプラクティスの充実

現行版においても望ましいと考えられる事例の紹介は一部なされているが、適正な取組を更に促進するため、書面交付、支払遅延防止等を担保する発注管理システムの導入や、社内での下請法セミナーの開催など、実態に即した望ましい事例を増加。

5. 概要版（簡易版）の作成

現行版は54ページ、改訂版も80ページを超えるため、現場で実務に携わる人が簡易に参照できるよう、数枚程度の「概要版」（簡易版）を作成。

改訂ガイドラインの遵守の徹底を法的に図る方策を検討中。

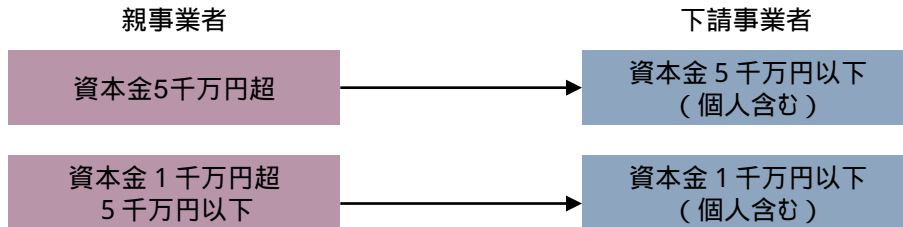
參考資料 1

1. ガイドラインに関連する法令について

本ガイドラインに関連する法律は、主に 下請法、独占禁止法 (うち、優越的地位の濫用) です。

下請法

以下の図のとおり、親事業者は、書面の交付義務等の 4つの義務 と、不当な給付内容の変更・やり直しの禁止等の 11の禁止行為 について、下請法の規制を受けることになります。放送コンテンツの取引は、下請法上の「情報成果物作成委託」に該当します。



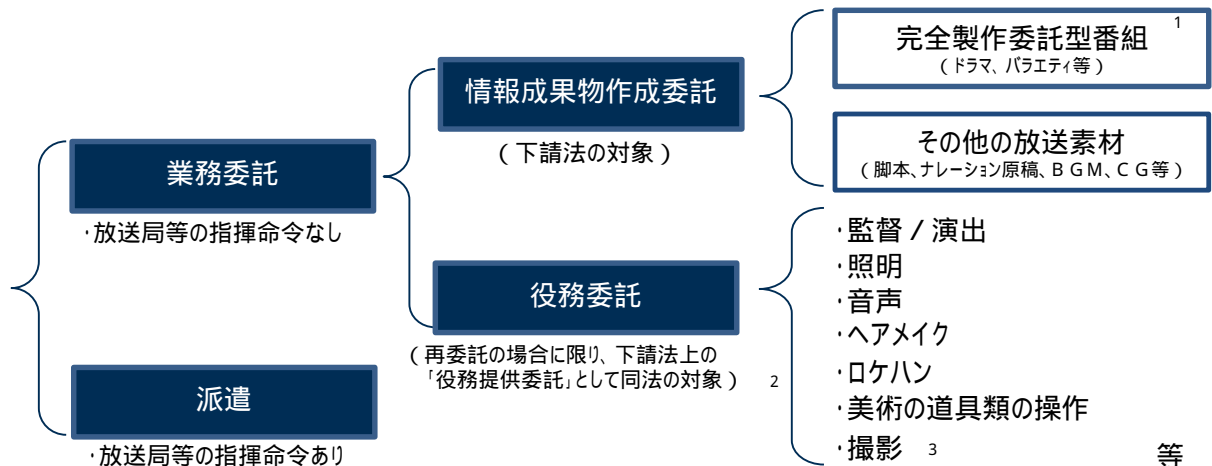
義務

書面の交付義務、書類の作成・保存義務、支払期日を定める義務、遅延利息の支払義務

禁止行為

受領拒否の禁止、下請代金の支払遅延の禁止、下請代金の減額の禁止、返品禁止、買ったたきの禁止、購入・利用強制の禁止、報復措置の禁止、有償支給原材料等の対価の早期決済の禁止、割引困難な手形の交付の禁止、不当な経済上の利益の提供要請の禁止、不当な給付内容の変更・やり直しの禁止

放送コンテンツの製作に関する契約形態



1：「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」(総務省)で定義している「完全製作委託型番組」()を指す。

「製作会社の発意と責任により製作され、企画、撮影、収録、製作及び編集までを全て自社の責任で行い、技術的な仕様を満たしていつでも放送できる状態の番組として放送事業者に納品されたものをいう。」

2：親事業者が自ら用いる役務の場合、下請法は適用されない。

3：VTR等「情報成果物」の納入を求める場合には、情報成果物作成委託に該当。

(注) 上記の分類のほか、放送局は、映画、アニメ、スポーツ番組等の放映権を「購入」する場合がある。ただし、契約の名目が、放送の利用許諾や放映権等の「購入」であっても、購入者側が番組内容等を指定している実態にあるときは、下請法上、「委託」に該当し、同法の規制対象となる点について、注意が必要である。(総務省ガイドラインより)

独占禁止法（優越的地位の濫用の考え方）

放送事業者が番組製作会社に対して優越的な地位にある場合に、当該放送事業者の番組製作会社に対する、正常な商慣習に照らして不当に、不利益を与える行為（買ったたき等）が禁止されています。

優越的地位に該当するかは、「取引依存度」や「委託者の市場における地位」、「取引先変更の可能性」等から総合的に判断されますが、**ほとんどの製作取引において、放送事業者は番組製作会社に対し、取引上優位にある可能性が高い**といえます。こうした優越的地位の濫用に該当するおそれがある行為類型は、以下のようなものが挙げられます。

行為 類型

購入・利用強制、 不当な経済上の利益の提供の要請、 受領拒否、 返品、 支払遅延、 減額、 その他取引の相手方に不利益となる取引条件の設定等

その他重要な法令

a) 著作権法

著作権法上、製作された番組に対する「発意」と「責任」を有する者に著作権が帰属します。「発意」とは、番組を自ら企画立案した場合だけでなく、他人からの依頼等によって製作意思を有するに至った場合も含まれます。「責任」とは、資金を提供しただけで単なる外注に過ぎないと評価されるようなものではなく、番組を製作する上でのリスクを負い、製作を行う法的主体として製作に関する収入支出を自己の計算において行っていることが求められると考えられます。

b) 消費税転嫁対策特別措置法

令和元年10月1日に予定されている消費税率の引き上げ後の価格を、消費税率の引き上げ前の税込価格と同額に据え置くなどの行為は、同法第3条第1号後段の「買ったたき」に該当し、問題となります。

c) 下請中小企業振興法

下請中小企業の振興のための下請事業者、親事業者のよるべき振興基準の策定が規定されています。平成30年12月には同基準が改正され、「働き方改革の推進を阻害する取引慣行の改善」の項目が新設されており、以下のような行為をはじめ、**下請事業者の働き方改革を阻害し、不利益となるような取引や要請は行わないこととされています。**

親事業者による不適切な行為事例

適正なコスト負担を伴わない短納期発注や急な仕様変更、 無理な短納期発注への納期遅れを理由とした受領拒否や減額、 親事業者自らの人手不足や長時間労働削減による検収体制不備に起因した受領拒否や支払遅延、 親事業者自らの人手不足や長時間労働削減に起因した、適正なコスト負担を伴わない人員派遣要請や付帯作業の要請、 過度に短納期となる時間指定配送、 過剰な賞味期限対応や欠品対応に起因する短いリードタイム、 適正なコスト負担を伴わない多頻度小口配送、 納期や工期の過度な特定時期への集中

2. 留意すべきポイントについて

本ガイドラインでは、主に5つの項目において、具体的な事例とともに、下請法あるいは独占禁止法などに該当しないかを検討しています。ここでは、主要なポイントを紹介します。

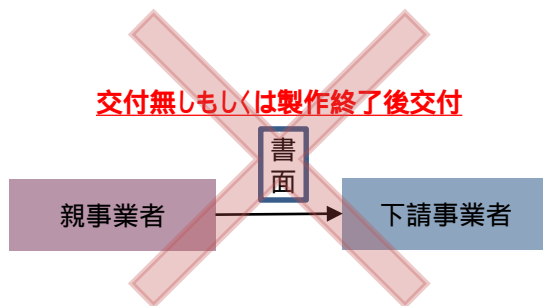
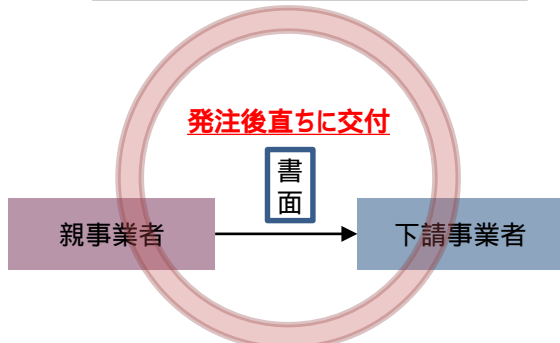
書面の交付

書面の交付は義務

下請法では、情報成果物作成委託の取引を行う場合に、委託内容に関する発注**書面の交付義務**が定められています。その書面には支払代金の額や支払期日などの事項が記載されている必要があります。

書面は直ちに交付

書面は、**発注に際して直ちに交付する義務**があります()。



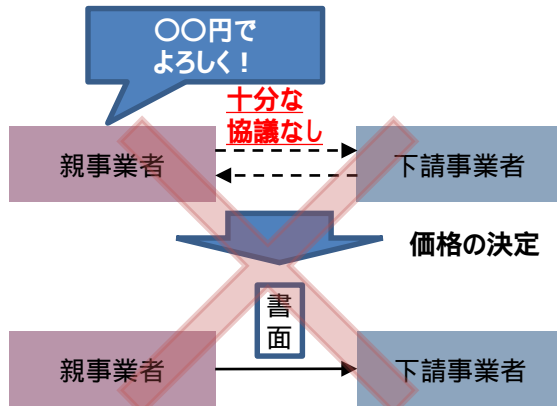
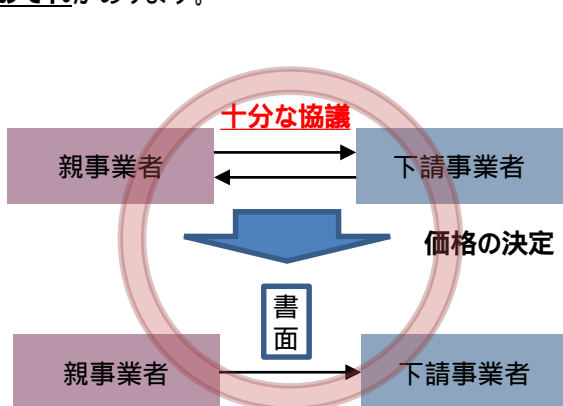
() 書面の必要記載事項のうち、その内容が定められないことにつき正当な理由がある場合は、当該事項以外の事項を記載した書面(当初書面)を交付することが認められます(ただし、記載しなかった事項について、内容が定められない理由及び内容を定める予定期日を当初書面に記載する必要あり)。当初書面に記載していない事項については、下請事業者と十分に協議をした上で速やかに定めなくてはならず、その内容が確定した後は、直ちに、当該事項を記載した書面(補充書面)を交付しなければなりません。また、当初書面と補充書面とで同じ注文番号を用いる等、相互の関連性を明らかにする必要があります。

なお、製作会社から要請があった場合、金額が大きい場合、個人情報扱う場合、海外での業務など安全管理上の懸念がある場合においては、下請法の対象以外の取引についても、できる限り下請法上求められる書面又は適切な書類を交付することを推奨します。

取引価格の決定

一律の発注費用削減は「買ったたき」に該当するおそれ

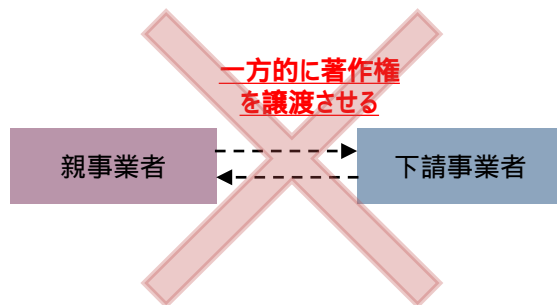
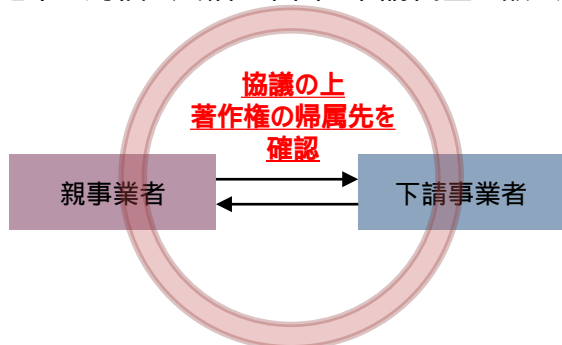
下請法では、親事業者が発注に際して下請代金の額を決定するときに、発注した内容と同種又は類似の給付の内容に対して通常支払われるべき対価に比べて**著しく低い額を不当に定めることは「買ったたき」として禁止**されています。例えば、取引価格の決定において、十分な協議が行われず、過去の製作費と比べて明らかに下回っている場合や、一律に一定比率の削減などは、下請法上の**「買ったたき」に該当するおそれ**があります。



著作権の帰属

十分な協議の無い著作権の譲渡は独占禁止法・下請法違反になるおそれ

著作権の帰属は、製作実態も踏まえて判断することが重要です。親事業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を親事業者に譲渡させる場合は、独占禁止法上問題となる可能性があります。また、著作権の譲渡の対価について十分な協議を行わず、親事業者が一方的に通常の対価を大幅に下回る下請代金の額を定める場合は、下請法上の「買ったとき」に該当します。

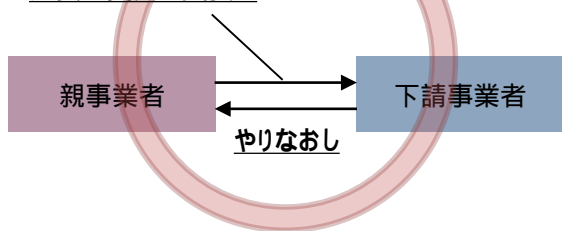


取引内容の変更・やり直し

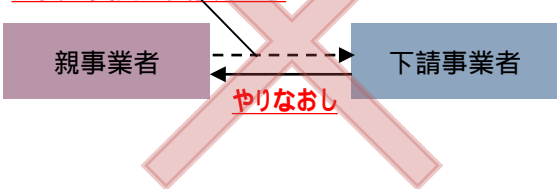
受領後の追加業務は下請法・独占禁止法違反になるおそれ

下請法では、下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに、下請事業者の取引内容の**変更・やり直し**により、**下請事業者の利益を不当に害してはならない**とされています。放送局側の事情により、受領後に追加的な業務が発生した際に、必要となる費用を親事業者が負担していない場合は、下請法あるいは独占禁止法上問題となる可能性があります。

- 十分な協議を実施
- 必要な費用を支払い



- 十分な協議なし
- 下請事業者の責めに帰すべき理由なし
- 必要な費用の支払いなし



その他

a) **支払期日はVTRを受領した日から起算して60日以内**：下請法では、「下請代金の支払遅延」として、親事業者が、VTR等を受領した日から起算して**60日以内**に下請代金を全額支払わないことは禁止されています。

b) **取引先の都合を理由とした減額**：下請法では、下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに下請代金の額を減ずることを禁じています。放送局が出演者の選定を行った際に出演料が高額となったことを理由に、**番組製作会社への発注金額が当初の交付書面より減額された場合**は下請法上問題となります。

c) **アニメの製作における局印税**：放送局が、一方的に二次利用の収益配分（例：「**局印税**」の**長すぎる設定期間**や**広すぎる設定権利範囲**、**高すぎる料率等**）や二次利用許諾の窓口等の取引条件を押し付けることは、独占禁止法上問題となりうるおそれがあるため、事前に製作委員会の構成員において十分な協議が行われる必要があります。

參考資料 2

「放送コンテンツの適正な製作取引の推進に関する検証・検討会議」について

1 目的

良質で魅力ある放送コンテンツの製作・流通を促進する観点から、放送事業者と番組製作会社との間の放送コンテンツの適正な製作取引を一層推進するため、総務省及び民間における関係の取組について、専門的見地から助言を得ること等を目的として、学識経験者等で構成される会議を開催する。（情報流通行政局長の会合として開催）

2 主な検討事項

- （１）「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」のフォローアップ調査結果に対する評価・分析及び次回調査内容に係る助言
- （２）総務省による取引実態調査（ヒアリング調査）の結果に対する評価・分析
- （３）「放送コンテンツ適正取引推進協議会」における推進計画の自己点検等に係る連携
- （４）「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」の見直しなど放送コンテンツの適正な製作取引を促進するために講ずべき措置

会議は原則非公開。議事概要や公開可能な資料を事後にHP上で公開。

3 スケジュール

平成30年10月 設置（10月29日（月）第一回会合開催）

12月 論点整理

令和元年 6月 第一次取りまとめ

（以降、定期的に開催）

4 構成員（敬称略）

| | | |
|------|---------|---------------------|
| 座長 | 舟田 正之 | 立教大学法学部名誉教授 |
| 座長代理 | 新美 育文 | 弁護士（元 明治大学法学部教授） |
| | 上杉 達也 | パートナー弁護士（TH総合法律事務所） |
| | 内山 隆 | 青山学院大学総合文化政策学部教授 |
| | 音 好宏 | 上智大学文学部教授 |
| | 酒井 麻千子 | 東京大学大学院情報学環准教授 |
| | 長谷河 亜希子 | 弘前大学人文社会科学部准教授 |

（オブザーバー）

- ・ 公正取引委員会事務総局経済取引局取引部企業取引課
- ・ 文化庁長官官房著作権課著作物流通推進室
- ・ 経済産業省商務情報政策局コンテンツ産業課
- ・ 中小企業庁事業環境部取引課
- ・ 放送コンテンツ適正取引推進協議会事務局
（日本民間放送連盟及び全日本テレビ番組製作社連盟）

5 ワーキンググループ（敬称略）

| | | |
|----|-------|------------------|
| 主任 | 舟田 正之 | 立教大学法学部名誉教授 |
| | 内山 隆 | 青山学院大学総合文化政策学部教授 |
| | 音 好宏 | 上智大学文学部教授 |

| 【放送事業者、放送事業者関係団体】 | 【番組製作会社関係団体】 |
|-------------------|-----------------------|
| 日本放送協会 | （一社）全日本テレビ番組製作社連（ATP） |
| 日本テレビ放送網（株） | （一社）全国地域映像団体協議会（NRA） |
| （株）テレビ朝日 | （一社）日本動画協会（AJA） |
| （株）TBSテレビ | |
| （株）テレビ東京 | |
| （株）フジテレビジョン | |
| （一社）日本民間放送連盟 | |
| （一社）日本ケーブルテレビ連盟 | |
| （一社）衛星放送協会 | |

「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30年度フォローアップ調査結果のポイント(1)

調査方法

調査対象社にアンケート票を送付し、書面調査を実施（平成31年1月11日発出～同年2月28日締切）。
【参考】前回（平成29年度）調査は、平成29年12月11日発出～平成30年1月31日締切。

回答状況

回答数の合計：785社（対象社数1,727社 回答率45.5%、有効回答数：586社¹）

【参考】前回（平成29年度）調査は1,747社を対象、回答数：722社、回答率：41.3%
1 有効回答数：回答数の合計から「今回は放送コンテンツの製作取引の実績なし」との回答199社を除いた回答数

（内訳）

放送事業者からの回答状況

回答数：485社

（対象社数578社 回答率83.9%、有効回答数：338社）

【参考】前回（平成29年度）調査は583社を対象、回答数：457社、回答率：78.4%

| メディア別 | 対象社数 | 回答数 |
|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| 地上基幹放送事業者 ^{2,3} | 128社（NHK含む） | 128社 （100%） |
| 衛星系放送事業者 ^{2,3,4} | 6社（民放連加盟） 81社（衛放協加盟） | 72社 （82.8%） |
| ケーブルテレビ事業者 ⁵ | 363社 | 285社 （78.5%） |

- 2 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
- 3 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
- 4 衛星系放送事業者には、番組供給事業者を含む。
- 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：300社⁶

（対象社数1,149社 回答率26.1%、有効回答数：248社）

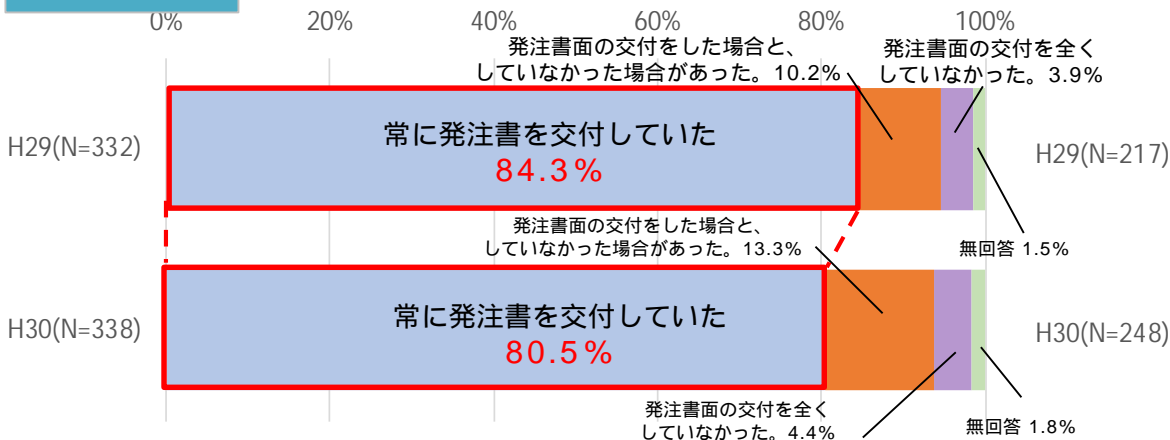
【参考】前回（平成29年度）調査は1,164社を対象、回答数：265社、回答率：22.8%

| 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） | 125社 ⁷ | 49社 ⁷ （39.2%） |
| 全国地域映像団体協議会（NRA） | 138社 ⁷ | 61社 ⁷ （44.2%） |
| 日本映像事業協会（JVIG） | 129社 ⁷ | 44社 ⁷ （34.1%） |
| 日本動画協会（AJA） | 57社 ⁷ | 17社 ⁷ （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等） | 738社 | 146社 （19.8%） |

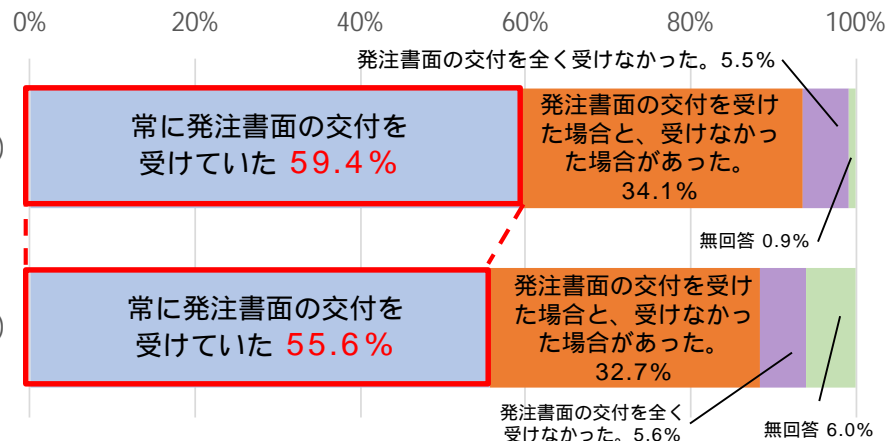
- 6 無記名回答1社を含む。
- 7 複数の団体に加盟している番組製作会社：対象社数38社、回答数18社

書面の交付

【放送事業者】



【番組製作会社】

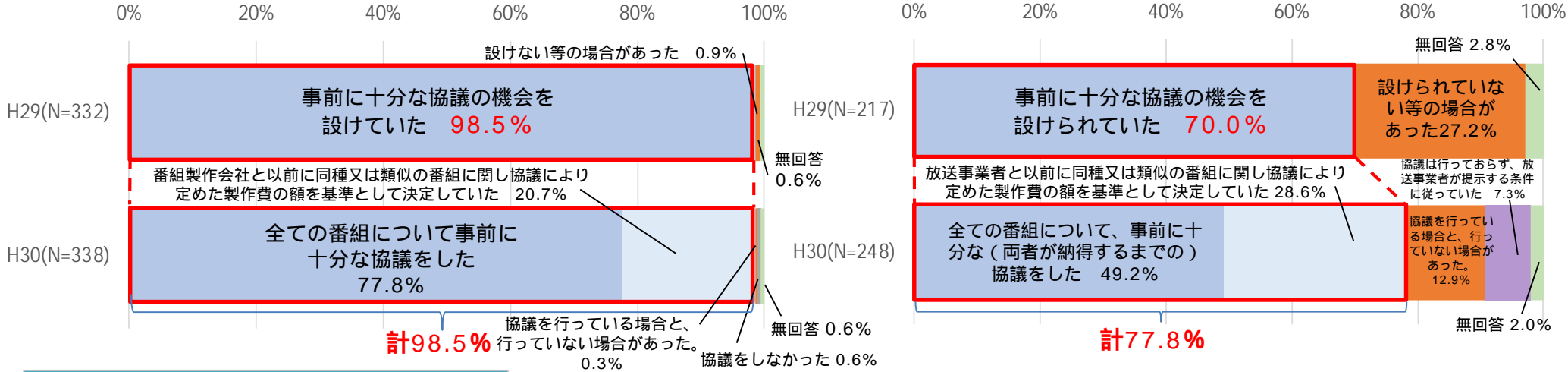


「放送コンテンツの制作取引適正化に関するガイドライン」 平成30年度フォローアップ調査結果のポイント(2)

取引価格等の決定(事前協議の有無)

【放送事業者】

【番組制作会社】

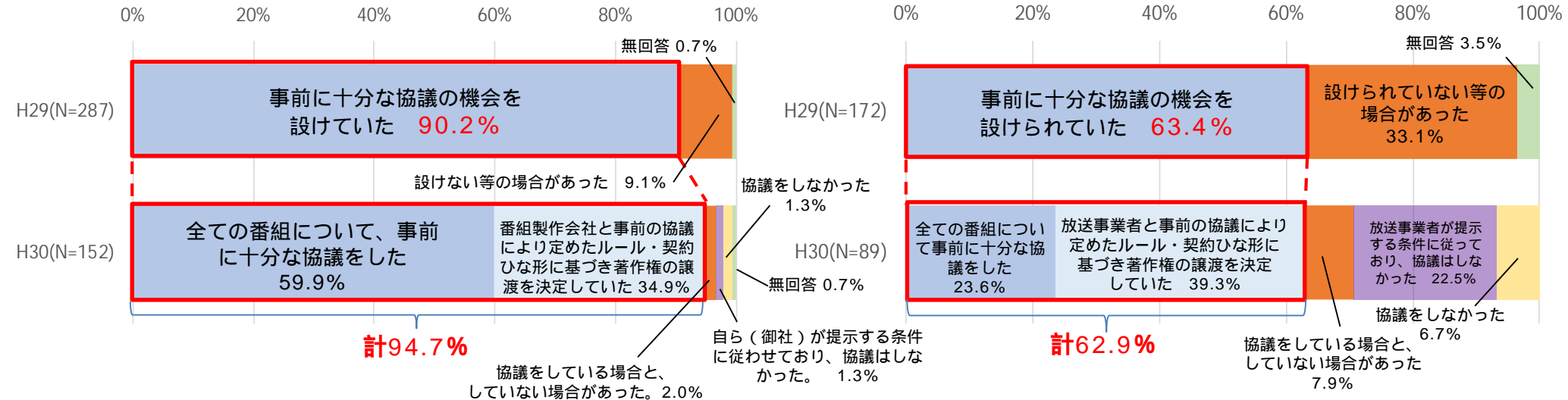


著作権の帰属(事前協議の有無)

(注) H29とH30で質問の内容等が一部異なることから、母数(N)が異なっており、単純に比較できないことに留意する必要がある。

【放送事業者】

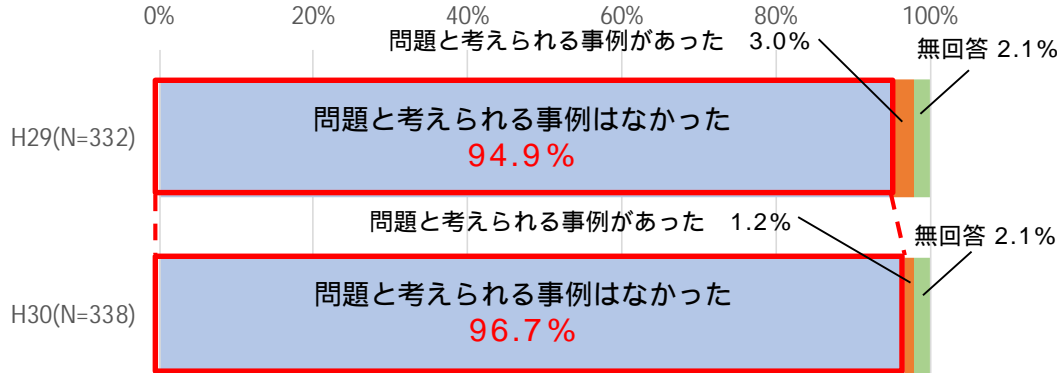
【番組制作会社】



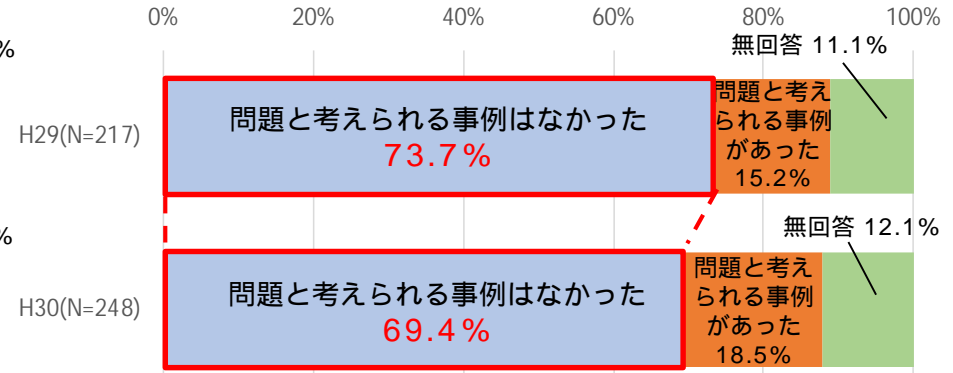
「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」 平成30年度フォローアップ調査結果のポイント(3)

取引内容の変更及びやり直し

【放送事業者】



【番組製作会社】



【問題と考えられる事例】

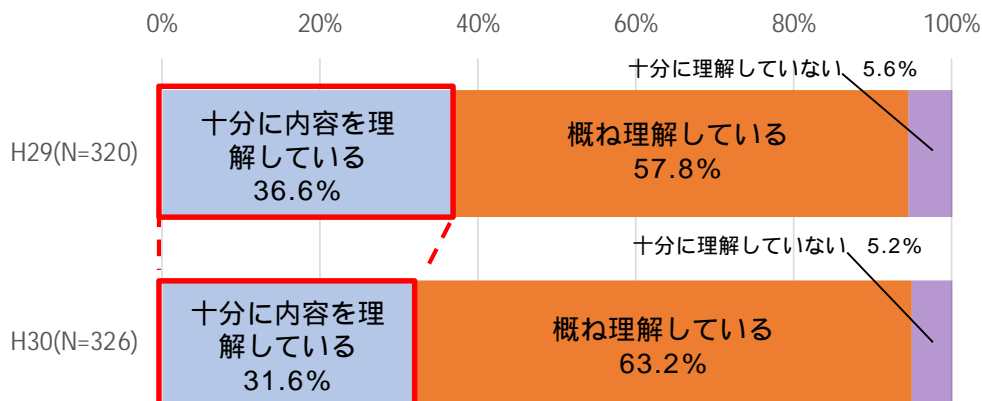
- 番組の予告編の本数の増加や番組に関するホームページの作成といった、当初の発注書や契約書には記載のなかった業務を追加で発注。
- 放送事業者から制作委託を受けた番組を、当初の発注書や契約書の記載通りに作成し、一度は放送事業者の了解を得て納入した後に、番組製作会社に瑕疵は無いにも関わらず、放送事業者から、一方的に、一部又は全部の修正
- 制作委託を受けた番組の製作中に、放送事業者に対し、委託内容について確認を行ったにもかかわらず、放送事業者は、正当な理由なく回答せず、継続して作業を行わせ、その後、当該番組が委託内容とは異なるとしてやり直しを要請
- 制作委託を受けた番組の製作中に、放送事業者に対し、委託内容について確認を行い、放送事業者が了承したにもかかわらず、その後、当該番組が委託内容とは異なるとしてやり直しを要請
- 制作委託を受けた番組の納入後、放送事業者が検査基準を厳しくして検査をし、その結果、委託内容とは異なる等としてやり直しを要請
- 制作委託を受けた番組の納入後、委託内容と異なることや瑕疵があることを直ちに発見出来ないようなものであったにもかかわらず、受領された後、一年以上を経過して、やり直しを要請
- レギュラー契約で年間放送をしていた番組について、特段の協議なく、既に製作を委託していた本数を取り消して、年間放送分の一部を再放送にすると要請

ガイドラインの理解度

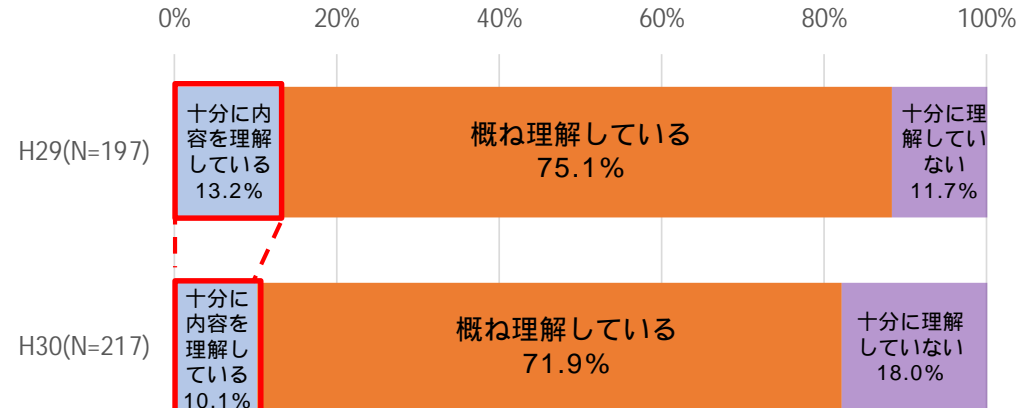
なお、ガイドラインの認知度(ガイドラインを知っている)は放送事業者96.4%(326社/338社)、番組製作会社87.5%(217社/248社)。

【参考】前回(平成29年度)調査は、放送事業者96.4%(320社/332社)、番組製作会社:90.8%(197社/217社)

【放送事業者】



【番組製作会社】



放送コンテンツ適正取引推進協議会

平成30年度自主行動計画（推進計画）に関するフォローアップ調査のポイント

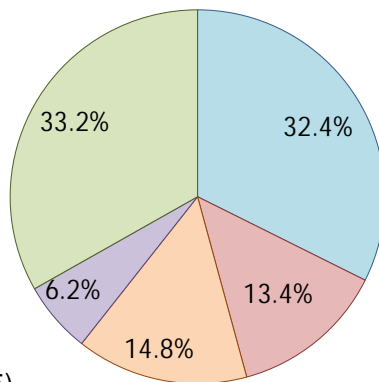
【放送事業者】

【ガイドラインの周知状況】

ガイドライン等の社内への周知状況はいかがですか。

| | |
|------------------------|-----|
| 十分に周知されている | 157 |
| 周知にばらつきがある | 65 |
| 管理部門等、一部の社員以外は周知できていない | 72 |
| ほとんど周知されていない | 30 |
| 無回答 | 161 |

合計 485 (N=485)



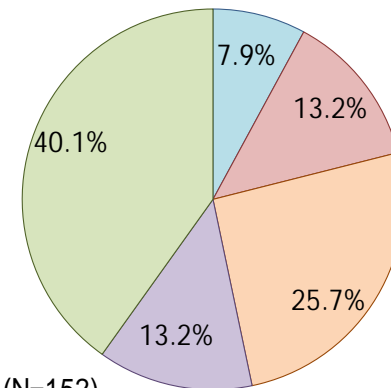
【番組制作会社】

【ガイドラインの周知状況】

ガイドライン等の社内への周知状況はいかがですか。

| | |
|------------------------|----|
| 十分に周知されている | 12 |
| 周知にばらつきがある | 20 |
| 管理部門等、一部の社員以外は周知できていない | 39 |
| ほとんど周知されていない | 20 |
| 無回答 | 61 |

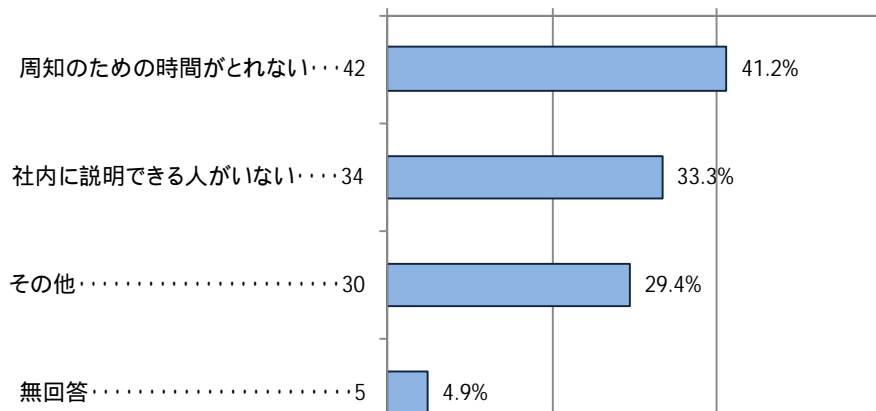
合計 152 (N=152)



【周知が進まない理由】

（「管理部門等、一部の社員以外は周知できていない」又は「ほとんど周知されていない」と回答した方に対して）ガイドライン等の周知が進んでいない理由は何ですか。

0.0% 20.0% 40.0% 60.0%

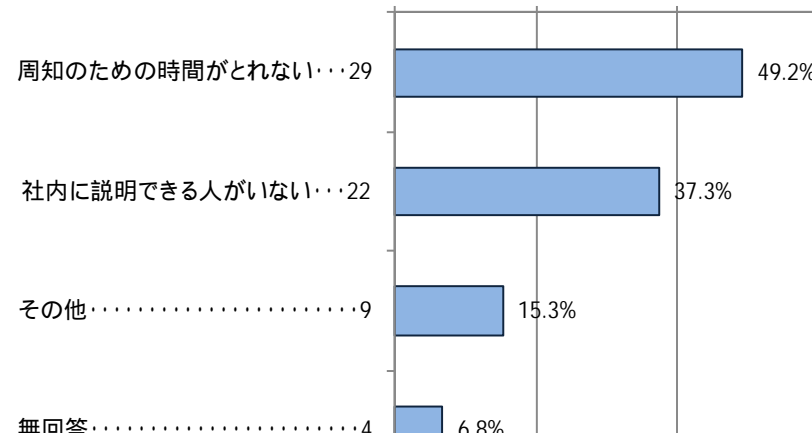


(N=102)

【周知が進まない理由】

（「管理部門等、一部の社員以外は周知できていない」又は「ほとんど周知されていない」と回答した方に対して）ガイドライン等の周知が進んでいない理由は何ですか。

0.0% 20.0% 40.0% 60.0%



(N=59)

放送コンテンツ適正取引推進協議会

平成31年度自主行動計画（推進計画）の主な内容（平成31年4月10日策定）

赤字が主な修正点

1．総務省ガイドライン等の周知徹底

協議会ホームページ（<http://tekisei-torihiki.org/>）や協議会主催研修会等において、総務省ガイドラインフォローアップ調査の対象事業者（団体未加盟の番組製作会社を含む）に対して同調査を周知し、回答率の向上を図る。

総務省ガイドライン等に関する理解促進とあわせて「下請法管理ツール」（下請事業者への発注業務を管理する電子的なツール。発注書等の自動生成が可能。）を提供し、実際の取引現場でも簡便に法令に即した運用ができるようにサポート。

総務省ガイドラインを引き続き周知するとともに、平成31年4月からの働き方改革関連法施行を踏まえ、平成30年12月の下請中小企業振興法「振興基準」の改正内容を周知しつつ、親事業者の働き方改革の実施により、下請事業者への「しわ寄せ」が起らないよう配慮が必要な旨を周知する。

2．協議会テキストの活用等

協議会テキスト（「よくわかる放送コンテンツ適正取引テキスト」、平成31年2月に完成）を頒布するとともに、協議会ホームページに掲載し、研修会等の教材として活用。

総務省ガイドライン等の見直しを踏まえ、協議会テキストの改訂を検討する。

3．研修会の開催等

協議会主催の研修会を開催（地方中心、年間2回程度）。平成30年度は大阪にて実施（平成31年2月21日）

協議会、総務省、公正取引委員会、中小企業庁等が主催する研修会等のスケジュールを把握・整理した上で、年間を通じての開催情報を提供し、参加機会の向上を図る。

4．ベストプラクティスの収集・共有

放送事業者側と番組製作会社側の双方におけるベストプラクティスを収集する。

5．自主行動計画のフォローアップ

次年度以降、適宜フォローアップを実施。