

# 知財法務の勘所Q & A（第83回）

## アニメ製作に関する契約実務 —製作委員会方式 共同製作契約—



アンダーソン・毛利・友常法律事務所外国法共同事業  
弁護士 生島 隆男

**Q** アニメ製作においては、製作委員会方式が採用されることが多いと聞きます。製作委員会方式とは、どのようなもののでしょうか。

### **A** I. はじめに

アニメ業界は、テレビや映画にとどまらず、ビデオ、配信、商品化、音楽、海外、遊興、ライブ等、多様な広がりを見せている。これらを含む広義のアニメ市場の規模は、2017年に2兆円を突破した後、引き続き上昇傾向にあり、コロナの影響で2020年は多少落ち込んだものの、翌2021年には2兆7422億円を記録するなど、ここ数年順調に推移している<sup>1</sup>。

これらのアニメの製作・販売については、アニメ制作会社、出版社、テレビ局、映画会社、広告代理店、動画配信会社、音楽会社等、多様な業種の会社に関与しており、製作方式もいろいろなパターンがあるが、現在最も多く採用されているのは製作委員会方式である。

本稿では、昨年放送されたアニメを含め、これまで多くのアニメ製作関連契約の作成に携わった経験を踏まえて、法務の観点から、製作委員会方式においてコアとなる共同製作契約に焦点を当てて、契約の構造、幹事会社から見た留意点、出資者から見た留意点等を簡単に解説する。

### II. アニメ製作の主なプレイヤー

アニメ業界において、アニメの「制作」とは、アニメ作品を実際に作る作業をいい、アニメ制作会社が主な担い手となる。これに対し、アニメの「製作」とは、上記制作のほか、アニメ作品の企画立案、資金調達、宣伝、配給、興行、商品化等を広く含む行為をいい、製作委員会方式の場合、製作委員会が主にこれを担うことになる。

このように、アニメ製作には多くの行為が含まれるため、様々なプレイヤーが関与し、その立

1 2022年11月11日「アニメ産業レポート2022」（一般社団法人日本動画協会）

場や得意分野等に応じて果たす役割も変わってくる。アニメ製作に関わる各プレイヤーとそれぞれが果たす主な役割は以下のとおりである。

プレイヤー	主な役割
原作者	アニメの原作の制作
出版社	アニメの原作の管理
アニメ制作会社 (元請、グロス請、下請、美術会社、撮影会社等)	アニメ作品の制作
製作委員会	アニメ作品の企画・製作
テレビ局	アニメのテレビ放映
広告代理店	アニメの放映権許諾、放送枠の買取り
映画会社	アニメの映画の製作、配給、興行
ビデオメーカー	アニメのDVD等の販売
動画配信会社	アニメの動画配信
玩具メーカー	キャラクターグッズ等のアニメ関連商品の販売
音楽会社	アニメの音楽制作、音楽著作権・原盤の管理

### Ⅲ. アニメ製作の方式

アニメ製作の方式には、アニメ制作会社やテレビ局が中心となって企画・製作を行う広告収入方式、複数の出資者で製作委員会を組成して企画・製作を行う製作委員会方式、出版社、広告代理店、動画配信会社等のうち1社が企画・製作を行う製作委託方式等、いくつかのスキームがある。その他、特別目的会社（SPC）方式、有限責任事業組合（LLP）方式、クラウドファンディング方式等も、事例はまだ多くないが、新しい製作方式として注目されている。

このうち、現在最も利用されているのが製作委員会方式である。その背景は、アニメ製作については、当たれば大きな収益が見込めるが、当たらない場合は費用倒れになるおそれもあるという、いわばハイリスク・ハイリターンの特徴があり、かかるリスクを1社で抱えるよりは、複数の出資者でリスクを分担したいという要請があるためである。また、テレビ局、映画会社、動画配信会社、玩具メーカー、音楽会社等の各業種のプレイヤーが出資者となることにより、それぞれの特性を生かしたアニメの事業展開がしやすいという点も理由として挙げられる。他方で、関係当事者が多くなるため、全体の意思統一や調整に時間がかかるという点や、アニメが大きく当たった場合でも、実際に制作側に還元される利益が少ないといった点等が問題点として指摘されている。

広告収入方式と製作委員会方式のそれぞれの概要を簡単に例示したものが以下の表である。

[広告収入方式]

基本構造	関係図(一例)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ テレビ局、広告代理店及びスポンサー(広告主)が企画。</li> <li>◆ アニメ制作会社がアニメを制作。</li> </ul>	
権利関係	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 基本的にはアニメ制作会社がアニメ作品の著作権人格権及び著作権を保有。</li> <li>◆ 著作権は譲渡合意等によりテレビ局や広告代理店との共有となる場合もある。</li> </ul>	
収益構造	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ アニメ制作会社: テレビ局に対してテレビ放送に関する許諾を行い、放映権料を受け取る。その他の二次利用(DVD、商品化等)からも許諾料を得る。</li> <li>◆ 広告代理店: スポンサー(広告主)から得る広告費から広告手数料を控除して得る。</li> <li>◆ テレビ局: 広告収入(広告費から広告手数料を控除した残り)を得る。</li> </ul>	

[製作委員会方式]

基本構造	関係図(一例)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ アニメ制作会社、広告代理店、出版社、レコード会社、配信事業者、玩具会社等のアニメビジネスに関連する各当事者が製作委員会を組成して出資し、アニメ制作会社に制作を委託する。</li> <li>◆ アニメの制作委託契約は、出資者の中から選ばれた幹事会社とアニメ制作会社との間で締結する。</li> </ul>	
権利関係	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ アニメの制作委託契約において、著作権譲渡合意及び著作権人格権不行使合意がなされ、著作権等は製作委員会の構成員である各出資者の共有となることが多い。</li> </ul>	
収益構造	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 二次利用の許諾: 二次利用者との間の利用許諾契約を締結する主体(窓口権者)となる出資者が、許諾料を受け取り、そこから窓口手数料を控除のうえ、残額を製作委員会の口座に入金する。</li> <li>◆ 製作委員会に入金された窓口手数料を控除後の許諾料は、出資比率に応じて各出資者に分配される。</li> </ul>	

製作委員会の座組みはコンテンツ毎に異なり、同じアニメでも続編や新作が作られる際に前作とは異なる座組みとなることもある。多くの企業が関与する方が資金が集まりやすく、リスクも

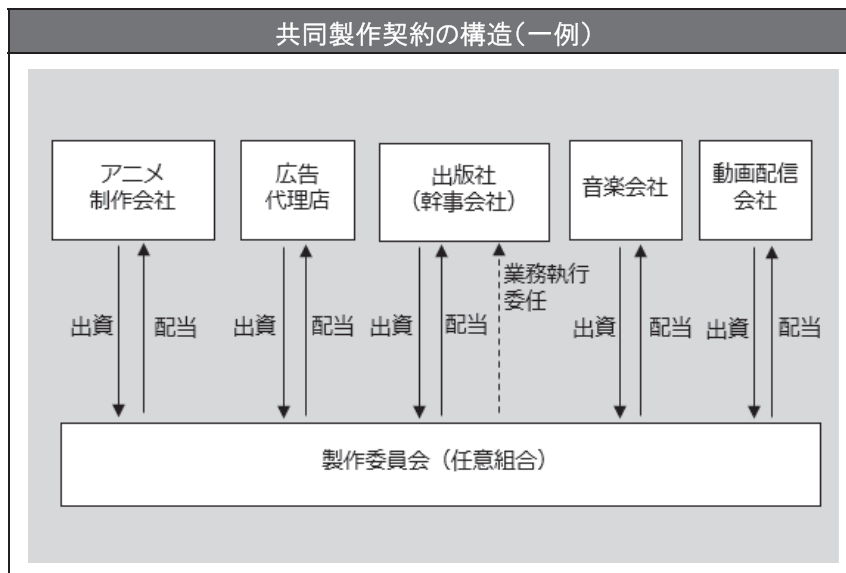
分散できるが、意思決定や意見の集約に時間がかかったり、ヒットした場合の収益も分散してしまったりするなどのマイナス面もあるため、製作委員会方式を採りながら、出資者・メンバーを絞ってプロジェクトを遂行するケースも見られる。

## IV. 共同製作契約の概要と留意点

### 1. 契約の概要

共同製作契約は、製作委員会方式において、各出資者による出資方法、幹事会社の選定、著作権等の権利の帰属、製作費の負担、損益の分配等について定める契約である。

製作委員会の法的性質は民法上の組合であり、独自の法人格はなく、拠出された資金やアニメ作品の著作権等の組合財産は各出資者の共有となる。また、出資者はそれぞれ無限責任を負うため、アニメが大コケした場合のリスク負担も大きい。通常、出資者の中から製作委員会の運営をリードする幹事会社が選ばれるが、幹事会社の法的な位置付けは組合の業務執行組合員である。



### 2. 幹事会社として注意すべき主なポイント

幹事会社は、製作委員会の出資者の1人であり、業務執行組合員として、各出資者を代表して、原作を管理する出版社との映像化許諾契約の締結、アニメ制作会社との制作委託契約の締結、制作現場の指揮・監督、必要な権利処理、製作費の管理、アニメの利用行為、損益の分配、権利侵害行為の対応等を行う。1社のみが幹事会社となることが多いが、複数社が幹事会社となり、共同で業務執行に当たるケースもある。

#### (1) 業務執行の裁量の確保

幹事会社は、業務執行組合員として、善良な管理者の注意をもって、その業務を行わなければならない(民法671条、644条)。もっとも、幹事会社がどこまでの権限を有するかは共同製作契約の定め次第であり、全般的な業務執行について幅広い裁量を与えられる場合もあれば、多くの事項について出資者全員との事前協議や同意取得を求められる場合もある。

当然ながら、幹事会社としてはなるべく自由かつ迅速に業務執行を行いたいため、一定の事項

について他の出資者との調整が求められるとしても、その範囲をなるべく狭めるようにし、調整が必要になる事項であっても、出資者全員からの同意取得ではなく、出資者の過半数からの同意取得や、出資者との事前協議のみで進められるように交渉するなどが考えられる。

また、収益の分配についても、事務的な負担がなるべく軽減されるように、分配の頻度を少なくする、少額の場合は次回にキャリーオーバーできるようにするなどの工夫が考えられる。

## (2) 幹事手数料の受領

幹事会社は、上記のとおり、製作委員会を代表して様々な業務執行を行うため、通常その対価として一定の幹事手数料を受領する。かかる手数料の料率としては5%程度となることが多い。ただし、製作委員会の総収入の●%とされることもあれば、総収入から権利処理費、その他の必要経費や窓口手数料等を控除した金額の●%とされることもあり、これによって実質的な手数料の金額が変わってくるため、交渉ポイントの1つとなる。

また、かかる業務執行は製作委員会の出資者全員のために行われるものであるため、幹事手数料の支払は出資者への収益分配に先立って行われるようにアレンジする必要がある。

## (3) 業務の再委託

幹事会社としての業務は多岐に亘るため、幹事会社はその業務の一部を外部の第三者に委託する場合がある。幹事会社としてはなるべくその裁量を確保したいが、他の出資者としては、幹事会社への信頼に依拠して幹事を任せる以上、このような外部委託をあまり自由にはさせたくない。

そこで、幹事会社の立場からは、かかる出資者の意向を踏まえつつ、外部委託については、逐一出資者の同意を取得するのではなく、事前協議のみで行えるようにする、外部委託する業者等が事前に概ね決まっている場合は同意取得の例外として予め決めておくなどの方法を採用することが考えられる。

## (4) 権利処理の保証の範囲

アニメ製作においては、原作者や制作会社、劇伴作曲家等の著作権や著作者人格権が問題となり、紙幅の関係で本稿では詳細は割愛するが、これらの関係者から適切な使用許諾を得る、権利譲渡を受けるなどの権利処理が重要となる。そして、かかる権利処理は一般的に幹事会社の業務の範囲に含まれる。また、幹事会社は、かかる権利処理が適切になされていることについて、他の出資者に対して表明保証することも多い。

もっとも、幹事会社が必ずしも全ての権利処理を自ら行うとは限らず、第三者が行った権利処理に依拠する場合もあり、後者については権利処理の実態を十分把握できない場合もある。また、権利侵害は必ずしも顕在化しているとは限らない以上、権利侵害が一切ないことを確認し、保証することは本来的には難しいといえる。

そこで、幹事会社が過大な表明保証責任を負わないように、①表明保証の対象を限定する、②幹事会社の「知る限り」や「知り得る限り」等の主観による限定を付す、③「重要な点において」

等の重要性の限定を付す、④表明保証できない部分、表明保証の例外事項等を事前に定めておくなどの交渉が考えられる。

### 3. 出資者として注意すべき主なポイント

幹事会社以外の出資者は、製作委員会に出資をするものの、製作委員会の基本的な運営は幹事会社に委ね、アニメの売上等によって得た収益の分配を受ける。また、自らの取扱業務や得意分野等に応じて、アニメ作品の上映、商品化、音楽利用等の二次利用に係る窓口権者となり、二次利用権の許諾ないし行使を通じて収益を上げることができる点も出資者にとって大きなメリットである。

#### (1) 投下資本の回収

出資者にとってまず重要なことは、投下資本をしっかり回収することである。この点はアニメ製作に限ったことではないが、特にアニメ作品は当たりはずれが大きいいため、出資者としては、製作委員会の座組み、制作会社の選定、制作の規模、出資比率、収益分配の割合や方法等についてアニメ製作の当初から気を配る必要がある。特に出資比率は基本的にそのまま損失の負担比率となるため、アニメ作品の特徴や他の出資者との関係等を踏まえつつ、どの程度出資するかは初期段階での重要な判断事項となる。

#### (2) 追加の費用負担の回避

アニメ製作の製作費総額は基本的に最初から決められているが、製作の過程で当初の想定よりも多くの製作費がかかると判明することがあり、この場合にどうするかが問題となる。出資者としては、当初合意した製作費の金額を前提に出資を判断しているため、途中で製作費が増えたとしても、当然にその分を負担する義務を負わないことは確保しなければならない。

他方で、製作費の増額が避けられない場合に、どの出資者も製作費の追加分を負担しないとすると、当該アニメ作品はそもそも完成せず、売上が全く上がらないことになる。そこで、各出資者に追加出資に応じるかどうかの選択権を与え、これに応じる出資者の追加出資分のみで増額分を賄う、それでも不足する場合は、新たな出資者を募るか、あるいは続行不可能と判断して製作を中止するなどの選択肢が出てくる。

このような状況に備えて、製作費の増額の要否及びその金額の判断方法、追加出資の仕組み、新たな出資者を募ることの可否及び方法、追加出資が集まらない場合の製作中止に向けたプロセス等を検討しておく必要がある。

#### (3) 幹事会社の監視

前述のとおり、製作委員会の具体的な業務執行は幹事会社に委ねられ、幹事会社の主導により行われる。これに関して、幹事会社ができるだけ自由に業務執行を行いたいと考えることの裏返しで、その他の出資者としては、幹事会社が出資者全体の意向を無視して勝手に業務を遂行しないように適切に監督する必要がある。

具体的な方法としては、例えば、重要な事項については幹事会社の判断だけで進められず、出資者全員の同意が必要となる形とする、それ以外の一定の事項についても、出資者全員との事前

協議を義務付ける、幹事会社の業務遂行上の義務や責任について契約書で明記する、などが考えられる。

#### (4) 窓口権による収入

出資者は通常、製作委員会に出資して収益の分配を受けるほか、その取扱業務や得意分野等に応じて、アニメ作品の二次利用者と製作委員会との窓口となり、アニメ作品の二次利用に係る許諾契約を締結する。そして、二次利用者から許諾料を受け取り、そこから自身が受け取る窓口手数料を控除し、残額を製作委員会の口座に入金する。かかる窓口手数料も出資者にとって重要な収益源となる。

このように、アニメ作品の二次利用者との間の窓口となり、許諾料から窓口手数料を収受することができる権利ないし地位を窓口権という。この窓口権は、法律上の概念ではなく、共同製作契約で定められる権利ないし地位である。二次利用権の例としては以下のようなものがある。

二次利用権	内容
テレビ放映権	アニメの地上波放送等を行う権利(公衆送信権の一種)
上映権	映画館等の劇場、各種施設において上映する権利(上映権に対応)
ネット動画配信権	インターネットにおいて、動画配信を行う権利(自動公衆送信権、送信可能化権又は複製権に対応)
ビデオグラム化権	VHS、DVD、Blu-ray Disc 化し、販売・レンタルを行う権利(複製権、頒布権、貸与権を映画の著作物にも適用した権利が複合したもの)
商品化権	アニメグッズを作成し、販売する権利(主に翻案権に対応)アニメ又はその構成要素を題材としたイベントを行う権利(主に翻案権に対応)
興行化権	アニメ又はその構成要素を題材としたイベントを行う権利(主に翻案権に対応)
ゲーム化権	アニメをゲーム化し、販売する権利(主に翻案権に対応)
遊技機化権	アニメ又はその構成要素をパチンコ遊技機等の製造、販売、頒布、宣伝等の営業に使用させる権利(複製権、頒布権、翻案権等に対応)
海外販売権	海外における二次利用に関する権利

なお、二次利用者は外部の第三者の場合もあれば、窓口権者がそのまま二次利用者となって二次利用権を行使する場合もある。

共同製作契約では様々な種類の窓口権が規定され、これらの出資者間での大まかな配分は製作委員会の座組みを決めるにあたって決められることが多いが、動画配信権、商品化権や海外販売権等、収益性が高い窓口権は出資者間で競合することもある。出資者としては、希望する窓口権をしっかりと確保するほか、窓口手数料の料率やその計算方法、製作委員会に戻す金額から控除できる必要経費の範囲等が重要な交渉事項となる。

以 上