

平成 22 年度コンテンツ産業人材発掘・育成事業（有望若手映像等人材海外研修事業）  
プロデューサーカリキュラム

## ハリウッド・アカウンティングと 大手スタジオの垂直統合

～米国の判例から学ぶ～

---

Liner Grode Stein Yankelevitz Sunshine Regenstreif & Taylor LLP

米国弁護士  
光永眞久

## 目 次

1. はじめに .....	3
2. ハリウッド・アカウンティングの是非が初めて問われた判例 .....	4
2-1. Buchwald v. Paramount .....	4
2-2. 裁判の争点と帰結 .....	7
2-3. ハリウッド・アカウンティングとは? .....	7
2-4. ハリウッド・アカウンティングが問題となる場面 .....	8
(1) 収益配分型における報酬体系の違い (Net Profit 型と Gross Receipts 型) .....	8
(2) Net Profit 型ではなぜ収益が出ないのか? .....	9
A. Net Profit の対象となる Gross Receipts (総収入) の算出方法 .....	11
Theatrical Sales (映画収入) .....	11
Video Cassette (DVD などの販売による収入) .....	12
Television Sales/Pay T.V. (テレビ局などへの販売) .....	12
Merchandising .....	13
B. 最初に引かれる Distribution Fees .....	13
C. 次に引かれる Expenses (Distribution Costs) .....	14
D. Production Cost and Other について .....	14
Negative Cost .....	14
Interest (利子) .....	16
E. Net Profit 型の収益 .....	17
(3) より有利な交渉をしていくために .....	17
3. 垂直統合 (Vertical Integration) の是非が問われた判例 .....	19
3-1. フィンシン・ルールの廃止から垂直統合へ .....	19
(1) 垂直統合によるさまざまな弊害 .....	21
A. メディア集合体による権利の独占強化 .....	21
B. 権利者が正当な対価を受けられない .....	21
C. コンテンツの市場価値が反映されない .....	22
3-2. Celador International, Ltd. et al. v. The Walt Disney Company, et al. ....	25
(1) 判例の概要 .....	25
(2) 判例の背景 .....	26
A. 契約の締結 .....	26
対象となった権利 .....	27
権利の対価 .....	27
B. 番組の放送開始後 .....	28
ABC 側のグループ会社同士での契約 .....	28

C.	番組の人気獲得後 .....	30
(3)	裁判の争点 .....	31
A.	ABC 側の主張.....	31
	契約の地位や権利・義務の譲渡行為の正当性 .....	32
	契約の報酬体系の合理性を推定する規定 .....	33
	契約書の明文に反する行為の不存在 .....	33
B.	Celador 側の主張 .....	33
(4)	裁判の帰結 .....	34
4.	参考資料リスト .....	35

## 1. はじめに

読者の方々の中にも、何らかの形でエンタテインメント業界に関わっている方が多いと思う。そして、エンタテインメントに関わる以上、その本場である米国ハリウッドで仕事をしてみたいと思っている方も数多くいらっしゃるだろう。これは、現在においてもハリウッドが世界を魅了する映画作品やエンタテインメントのコンテンツを生み出し続けていることから考えると、至極当然のことと思える。

その一方で気をつけなければならないのは、ハリウッドは、マネー力学に支配された世界であるという点だ。つまり、映画やコンテンツの製作は多くの利益を生み出すためのビジネスの一部であり、その過程に携わる多くの人間もそういった力学を十分に理解した上で行動している。

それゆえ、ハリウッドでの慣行・商習慣を認識、理解せずにこの世界に飛び込むことは非常に危険であり、言葉は悪いが、いわば「いい金づる」（もしくは使い勝手のいい才能）として利用されるだけになってしまう危険性がある。これは、読者が俳優としてハリウッドの作品に出演する場合や、映画のプロデューサーとしてハリウッドの作品の製作に関わる場合、または作家として自分の作品を映画などのコンテンツの素材としてハリウッドの会社にライセンスを与える場合などを問わず共通である。

もちろん、筆者も読者を驚かすためにこのようなことを書いているわけではない。逆に、どのような仕組みで動いているかをしっかり理解できれば、複雑な根回しが必要な日本の世界よりも余程やりやすいのではないかとさえ思っている。そこで本稿においてはまず、①ハリウッドにおけるお金の流れを理解する上では欠かせない「ハリウッド・アカウンティング（Hollywood Accounting）」について説明を加える。その際、その是非が問題となった判例を手短に紹介した上で、ハリウッド・アカウンティングの詳細について具体例を挙げつつ説明していく。そして次に、②ハリウッドを牛耳る米国のスタジオ系列の会社がどのような形でビジネスを動かしているかについて説明する。昨今の米国のスタジオ系列の会社は、吸収合併を繰り返し、製作から配給まですべてのチャンネルを系列会社の支配下に置くことに成功している。このような状態が、交渉の相手側である読者のみなさんにどのような影響を与えるかについて説明していきたいと思う。ここでも、2010年の夏に判決が下された米国の裁判例を題材として具体的に説明していく。

本稿を読むことによって、読者の方々が将来ハリウッドを相手に契約交渉をする際に、相手側がどのような点に重点を置いて交渉を行ってくるかを理解するとともに、こちらとしてはどのような点に注意しつつ交渉に臨めばよいかについて、理解を深めていただければ幸いである。

なお、本稿の執筆にあたっては結城大輔弁護士（のぞみ総合法律事務所）に有意義なコメントを頂いた。

## 2. ハリウッド・アカウンティングの是非が初めて問われた判例

### 2-1. Buchwald v. Paramount

図表 1 Buchwald v. Paramount の背景

Buchwald v. Paramount 裁判提起までの時系列	
1982 年	アート・バックウォルドが Paramount Pictures (以下、Paramount) にエディ・マーフィを主演とした映画のトリートメントをピッチ。Paramount 側が興味を示す
1982～1985 年	Paramount が製作作業を続けるも、1985 年に製作を断念
1986 年	Warner Bros. がバックウォルドのトリートメントをオプションし、製作を開始
1988 年	Warner Bros. が Paramount 製作の『星の王子 ニューヨークへ行く』の内容がバックウォルドのトリートメントをもとにした話と似ていたため、製作を中止  Paramount の『星の王子 ニューヨークへ行く』がリリースされるも、ストーリークレジットにバックウォルドの名前はなし  バックウォルドがもうひとりのプロデューサーとともに Paramount を相手取り、米国カリフォルニア州で裁判を提起

「Buchwald v. Paramount (※注 1)」は、1988 年に劇場公開されたエディ・マーフィ主演の『星の王子 ニューヨークへ行く (原題: Coming to America)』に関する裁判である。この裁判の背景は、1982 年に脚本家であるアート・バックウォルドが、エディ・マーフィを主演とした映画のトリートメントを Paramount にピッチしたところから始まる。そのピッチに対して、Paramount は大きな興味を示し、このトリートメントに関するオプション契約 (※注 2) をバックウォルドと結んだ。そして、Paramount はそのトリートメントをもとに映画の製作活動に入るが、思うように製作活動が進まず、1985 年に一度はその製作を諦めた。

翌 1986 年、Paramount の競争相手でもある Warner Bros. が、バックウォルドのトリートメントをオプションした。ところが、1987 年に Paramount がエディ・マーフィを主役とした映画『星の王子 ニューヨークへ行く』の製作を開始し、その内容がバックウォルドのトリートメントを

もとにした話と似ていたため、Warner Bros.はプロジェクトの中止を決定してしまった。その後、Paramount の『星の王子 ニューヨークへ行く』が公開されたが、そのストーリーはエディ・マーフィが手掛けたものとされ、ストーリークレジットにバックウォルドの名前はなかった、という事案である。

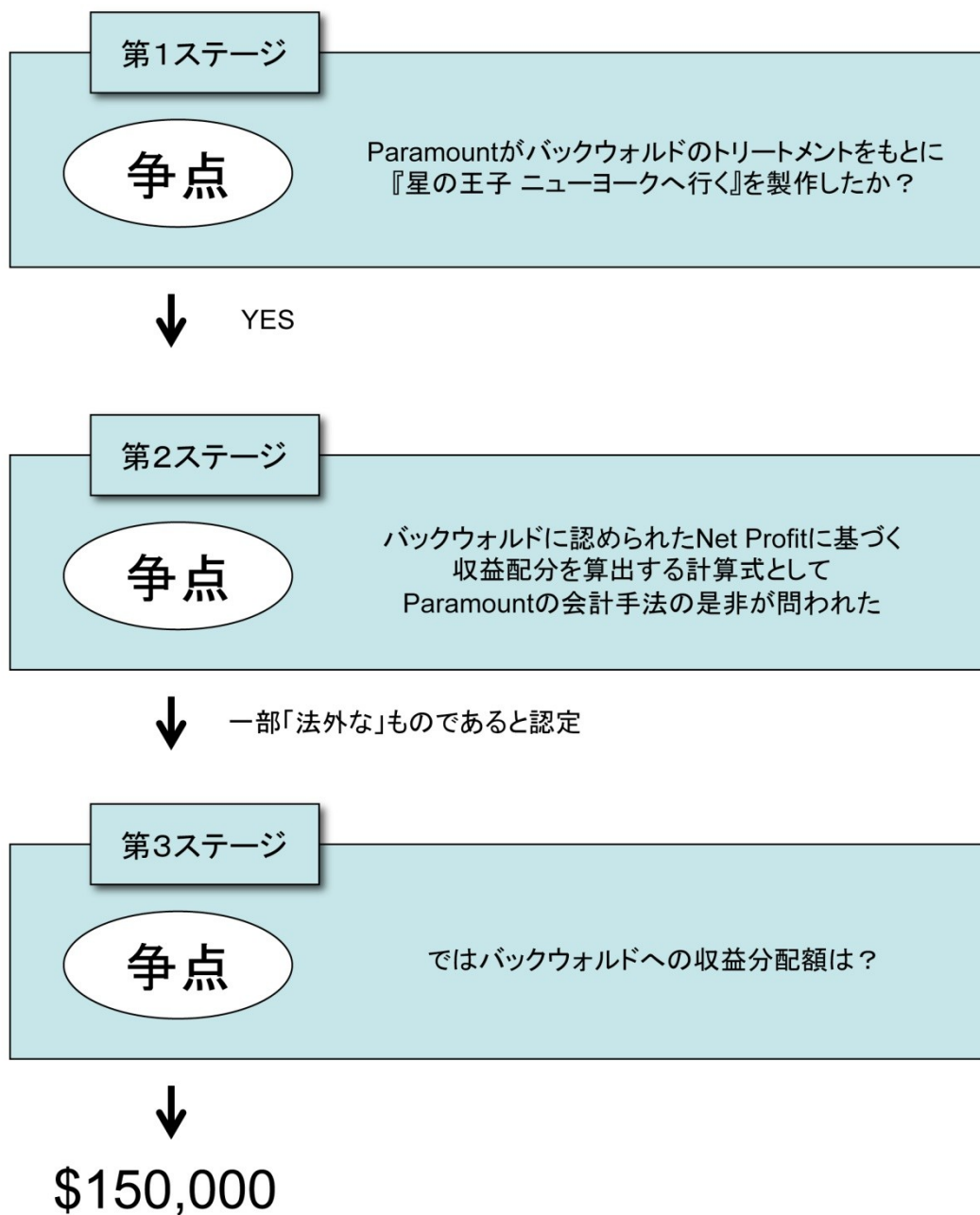
バックウォルドは、Paramount は彼の作品をもとにして映画作品を作った以上、彼に対する報酬支払義務とクレジット付与義務があり、Paramount がその義務に違反したとして、米国カリフォルニア州で裁判を起こした。

訴訟ではまず、Paramount がバックウォルドのトリートメントをもとに『星の王子 ニューヨークへ行く』を製作したか否かが争われた（第1ステージ）。その中で、裁判所は、バックウォルドのトリートメントと Paramount の『星の王子 ニューヨークへ行く』が十分に似ており、また被告関係者にはトリートメントを読む機会があったことを認定した上で、後者は前者をもとに作られたと判断した。その結果、第1ステージはバックウォルドの勝利に終わったが、ここでそれ以上に注目を集めたのは、損害額の算定に必要な契約の解釈の仕方が争われた第2ステージにおける Paramount 側の主張であった。

※注1 Buchwald v. Paramount Pictures Corp., 1990 WL 357611 (Cal. Superior)

※注2 オプション契約とは、一定の金額の支払いを対価として、契約の対象となった脚本などを一定期間購入する排他的権利を購入予定者に与える契約である。映画のストーリーのもととなる脚本や既存の本の映画化権などを購入する際に頻繁に使われる。オプション契約を結ぶことにより、オプション期間中はほかの競合者に対象となる脚本などを取られる心配もなくなり、その期間中に実際のプロダクションのための準備をすることもできるため、非常に便利である。

図表2 Buchwald v. Paramount の争点



## 2-2. 裁判の争点と帰結

1983年にParamountがバックウォルドのトリートメントをオプションした際、Paramountはトリートメント利用権の購入対価として、一定の前払い金とともに、Net Profitに基づく収益配分(1.5%)を認めていた。そのため、訴訟の第2ステージで損害額を定める際に、このNet Profitが具体的にいくらになるかが争点となった。そして、Net Profitは、Paramountとバックウォルドが締結したオプション契約によって定められた計算方式に従って算出されるため、その計算方式の是非自体も問われることとなった。

この第2ステージにおいて、Paramount側は、映画が合計約160,000,000ドル(※注3)もの収益を生み出しているにもかかわらず、契約に定められた計算方式に従うと、18,000,000ドルの赤字となり、Net Profitはないと主張した。これに対して裁判所は、Net Profit算定に使われた算定方式(いわゆるハリウッド・アカウンティング)のうち、7つの規定が「法外な(Unconscionable)」ものであると宣言した。そして、実際の損害額の算定の段階(第3ステージ)で、裁判所はその「法外な」規定を排除した上でNet Profitを独自の計算で計算しなおし、Paramountに、バックウォルドに対する150,000ドル(※注4)の支払いを命じた。

※注3 チケットセールス(Box Office Receipts)では\$288,000,000ドルの収入があったといわれている(Box Office Mojo at <http://boxofficemojo.com/>)。

※注4 その後、敗訴の確定を恐れたParamountがバックウォルド側と和解することになったため、上訴審での判断はなされなかった。また、別の裁判であるBatfilm Productions, Inc., et al. v Warner Bros. Inc., et al., Nos. BC 051653 and BC 051654 (Cal. App. Supp. 1994)において、カリフォルニア州地方裁判所は、似たようなハリウッド・アカウンティング形式による会計方式が「法外な」ものではないとの判断を下している。

## 2-3. ハリウッド・アカウンティングとは？

まず、ハリウッドの契約関係における報酬の規定方法としては、主に前払い報酬と収益配分型報酬の2種類があるが、ハリウッド・アカウンティングが問題となるのは主に収益配分型報酬の場合である。これは、前払い報酬ではさまざまな経費の差し引きが問題とならないのに対して、収益配分型の場合には、どのような形でその「収益」を定めるかを決定するため、経費などの差し引きが問題となるからである。そして、その「収益」、すなわちNet Profitの算出方式のことを、ハリウッド・アカウンティングと呼んでいる。

次に押さえておきたい点は、ハリウッド・アカウンティングが一般に認められた会計原則(Generally Accepted Accounting Principles : GAAP)とは決定的に違う概念であるということだ。端的にいうと、ハリウッド・アカウンティングは、契約当事者が結んだ契約によって定められた会計基準であり、言葉の定義などもすべてその契約書の定めるところに従うことになる。

この点、契約自由の原則が強い米国においては、契約当事者間で合意できれば、GAAPからかけ離れたハリウッド・アカウンティングのような会計基準を、当事者間で合意して採用することも認められる。



## 2-4. ハリウッド・アカウンティングが問題となる場面

### (1) 収益配分型における報酬体系の違い（Net Profit 型と Gross Receipts 型）

前述のように、ハリウッド・アカウンティングが問題となるのは、収益配分型の報酬が認められている場合となる。そして、この収益配分型の報酬は、ある程度交渉力のある映画プロデューサーや脚本家や俳優などの場合、前払い報酬とともに受け取れることが多い。また、収益配分型の報酬が認められる場合、その大多数は「Net Profit」（純収益）という概念を収益計算の基準にしたものとなる。そして、Net Profit をもとにした収益配分型の場合、実際に「収益」が生まれるのは稀であり、そのほとんどが有名無実の権利となってしまうのが現状である（※注5）。以下、なぜそのような現象が起きているのかを、事例を通じて説明していきたい。

なお、ごく一部のトップスターや有名な監督に認められる報酬体系として、「Gross Receipts」（総収入）に基づく収益配分型がある。この Gross Receipts に基づく収益配分型の場合には、Net Profit に基づく収益配分の際にスタジオ側に認められているさまざまなコストなどの差し引きが、原則として認められていない（※注6）。「収益」を算定する際に巨額のコストなどを控除されないため、実際に収益が生まれる確率は、Net Profit に基づく場合に比べて格段に高くなる。その結果、この Gross Receipt に基づく収益配分受領権限を認められた一部のトップスターは、スタジオとともに巨万の富を手にすることができるのである。

もっとも、これら一部のトップスターに対する Gross Receipts に基づく収益配分額は、その後、Net Profit に基づく配分額を計算する際に Negative Cost（映画の製作にかかった費用）の一部として計上され（利子とともに）、収益から差し引かれることになるので、Net Profit に基づく収益配分を求めている大多数の関係者にとっては迷惑以外の何者でもない。これについて、詳しくは後述する。

※注5 この点、収益を生み出さない場合がほとんどであるにもかかわらず、Profit と呼ぶのはおかしいとの批判を受け、多くの米国スタジオがかつての Net Profit を「Net Proceeds」「Defined Contingent Compensation」「Project Proceeds」と呼び始めたが、ここでは便宜上、まとめて Net Profit と呼ぶ。

※注6 Gross Receipts に基づく収益配分型には、Distribution Costs のうち一定のものを差し引くのみで収益配分への参加を認める、もっとも参加者に有利な「First-dollar Gross」という方式や、その First-dollar Gross と Net Profit の中間に位置する「Adjusted Gross Receipt」（AGR）という方式などが含まれる。First-dollar Gross の場合にも一定のコストは差し引かれることになる。一方、AGR においては、基本的に Distribution Fees が差し引きされず（差し引きされる場合はパーセンテージがかなり低めに抑えられることになる）、利子や Overhead（間接費）の扱いも、収益配分受取権者にとっては Net Profit 型より大幅に良くなる。

(2) Net Profit 型ではなぜ収益が出ないのか？

図表3 架空映画『Million Dollar Movie』の Net Profit Statement

AAA PRODUCTIONS LTD.

NET PROFIT STATEMENT

PERIOD ENDED: SEPTEMBER 30 199X

PICTURE TITLE: Million Dollar Movie

Statement #7

PARTICIPANT: XXX (Producer)

	% FEE	CUMULATIVE TO DATE
GROSS RECEIPTS:		
Domestic		
Theatrical	35%	\$100,000,000
Non-Theatrical	35%	\$1,000,000
Television	35%	\$50,000,000
Foreign		
Theatrical/Non-Theatrical	35%	\$200,000,000
Video Cassette	35%	\$50,000,000
Pay-T.V.	35%	\$25,000,000
Merchandising	35%	\$10,000,000
TOTAL GROSS RECEIPTS:		\$436,000,000
Less: Account Receivable		\$1,000,000
GROSS RECEIPTS AFTER ACCOUNTS RECEIVABLE		\$435,000,000
LESS: DISTRIBUTION FEES (35%)		\$152,600,000
GROSS RECEIPTS AFTER DISTRIBUTION FEE		\$282,400,000
LESS: EXPENSES		
Prints		\$25,000,000
Reprint, Dubbing, Subtitles, Editing, etc.		\$4,000,000

Advertising and Publicity (including 10% overhead)	\$99,000,000
Taxes, Duties, Customs and Fees	\$6,000,000
Guild, Union and Residual Payments	\$7,000,000
Miscellaneous costs (such as Collection Costs, etc.)	\$8,000,000
TOTAL EXPENSES:	\$149,000,000
GROSS RECEIPTS AFTER DISTRIBUTION FEE AND EXPENSES	\$133,400,000
LESS: PRODUCTION COST AND OTHER:	
Negative Cost	\$210,000,000
Interest	\$37,000,000
TOTAL PRODUCTION COST AND OTHER:	\$247,000,000
DEFINED PROCEEDS (LOSS)	(\$113,600,000)
PARTICIPATION SHARE 5%	\$0
LESS: PREVIOUSLY PAID	\$0
LESS: PREVIOUSLY UNRECOUPED	\$0
CURRENT AMOUNT DUE (UNRECOUPED)	\$0

図表 3 は筆者が作成した、架空の映画『Million Dollar Movie』の 199X 年 9 月 30 日における映画の総収入と、Net Profit の配分を記した、AAA Productions LTD. から収益配分受領権者 XXX へ送られた Net Profit Statement (純収益計算書) である。これを例に話を進めていきたい。

まず、表を上の方から順に見てもらおうと、Gross Receipts (総収入) と書かれたところがあり、ここから Total Gross Receipts という段までが、Net Profit (もしくは Defined Proceeds) を算出するために使われる総収入である。そして、この書面が作成された時点での映画の総収入は 436,000,000 ドルである。その後、未回収の債権 (Account Receivable) の総額 (1,000,000 ドル) が引かれ (※注 7)、Distribution Fees (152,600,000 ドル) が引かれている。また、さまざまな Expenses (149,000,000 ドル) が引かれ、さらに Production Cost and Others (247,000,000 ドル) が引かれている。

結果として、436,000,000 ドルもあった Gross Receipts から、マイナス 113,600,000 ドルという Net Profit (もしくは Defined Proceeds) が算出されている。そして、Net Profit (もしくは Defined Proceeds) をもとに 5% の収益配分受領権利を有していたこの権利者は、この時点では 1 セントも受け取れないことになる。

※注7 ここで鋭い読者はお気づきかと思うが、GAAPにおいては Account Receivable は収入としてカウントされるのが普通であるが、ハリウッド・アカウンティングでは、収入は実際に現金が支払われた時点、支出は発生した時点でカウントされるのが一般的である。後述する通り、収入の時期をなるべく遅らせ、支出の時期をできるだけ早めるのが、Net Profit を計算する際のスタジオ側の一貫した姿勢となる。

図表4 架空映画『Million Dollar Movie』の各カテゴリーの概要

Gross Receipts	\$436,000,000
－ Account Receivable	－\$1,000,000
－ Distribution Fees	－\$152,600,000
－ Expenses	－\$149,000,000
－ Production Cost and Others	－\$247,000,000
= Net Profit	－\$113,600,000

では、なぜこのような結果になるのか、図表4にまとめたひとつひとつのカテゴリーに解説を加えながら説明をしていきたいと思う。

## A. Net Profit の対象となる Gross Receipts（総収入）の算出方法

第一に、Net Profit は収入をもとに計算されることから、何が収入の一部とみなされるかを具体的に把握する必要がある。この点、映画コンテンツを一作品作った場合にも、その映画をさまざまな形で商業的に利用することができることは、読者のみなさんもおわかりであると思う。ハリウッドにおいても（当然のことながら）さまざまな形で映画コンテンツが商業的に利用されることになり、それぞれの利用方法について収入が計上されることになる。そして、ハリウッドにおいては、商業的利用方法の違いが、それぞれの収入の計算方法の違いにも現れてくる。以下、収入の計算方法について、商業的利用方法ごとに詳しく説明する。

### Theatrical Sales（映画収入）

まずは、映画を上映することによる収入が挙げられる。この例の場合、アメリカ国内（Domestic）の映画（Theatrical）での収入は100,000,000ドルとなっている。もっとも、これは観客が映画館で支払った売上の合計（Box Office Receipt）ではなく、売上の合計を映画館と映画配給会社（スタジオ側）が決められた比率で配分したあとの、配給会社（スタジオ側）の取り分である。配分の仕方は、作品のリリースからどの程度時間が経っているかなどによって変動するものの、平均すると配給会社（スタジオ側）が売上の約50%を受け取るのが普通だ。海外での配給は、チケット売上の約40%を配給会社の取り分とするのが一般的であるといわれている。この例では（Non-Theatrical も含める形ではあるが）200,000,000ドルという巨大な収入がある。

## Video Cassette (DVD などの販売による収入)

このカテゴリーには DVD、ビデオ、ビデオ・オンデマンドなどが含まれるのが普通である。今回の例の場合は 50,000,000 ドルとなっているが、この数字には注意が必要である。なぜなら、ここに書かれている数字は、契約上、実際の売上の約 20%しか反映させないと合意させられるのが一般的だからである。つまり、DVD などの売上の残りの 80%は、Net Profit を算出する際、収入として考慮する対象にもされないのである。

この点、ハリウッドのスタジオはこの Video Cassette のカテゴリーによる収益を重要視しており、残りの約 80%の売上はスタジオ側が独占することになる。そのため、この 80%分に関してはスタジオが実際に収入を挙げているにもかかわらず、Net Profit 型の収益配分受領権者には、何の利益ももたらされないことになる (※注 8)。

※注 8 この点、スタジオ側は、DVD などの製造費や経費などの充当のために 80%の確保が必要だとの主張を展開している。ただ、年間を通じてさまざまな作品の製造、販売を行っているスタジオ側にとって、製造費や経費などとして 1 作品の DVD の売上げの 80%を充当しなければならないということは、いささか説得力に欠ける。また、スタジオ側は、もしスタジオ側が外部の第三者と契約を結んで DVD などの販売を行った場合に、ロイヤリティとして受け取る金額が、その第三者の売上の約 20%になることを理由に、残りの 80%は Net Profit を計算する収入として含める必要はないとも主張する。しかし、スタジオ側は垂直統合 (Vertical Integration、詳細は後述) により、DVD などの配給会社をその支配下に抱えており、第三者に配給を委ねた場合のロイヤリティが約 20%であるとの理由付けは成り立たないように思える。なぜなら、支配下の会社が生み出した収益は、スタジオを含んだグループ全体の収益とすることができるからである。最後に、一部の有名なスターや監督らは、このカテゴリーの売上の 100% (Expense は差し引く) をもとにして収入を計算するように、スタジオ側と交渉することもできる。ただ、この主張が認められるのはごく一部の人間のみのようだ。

## Television Sales/Pay T.V. (テレビ局などへの販売)

映画館で放映された映画は、時期をずらして、有料のケーブルネットワークやペイ・パー・ビューなどで見るのが可能になる (※注 9)。また、その後、ネットワークや地方のテレビ局にも販売することになる。これらの収入がこの「Television Sales/Pay T.V.」のカテゴリーに含まれるが、ここで一点、注意を要するのが「パッケージ契約」の問題である。

すなわち、スタジオはケーブルテレビ会社などと年間契約を結び、その契約期間に一定数の映画をテレビ放送のために配給する。これがいわゆる「パッケージ契約」と呼ばれるものだ。この際、対象となる映画は、ほかの売上が芳しくなかった映画と一緒に売られることが多い。その場合、ヒット作品であっても、このパッケージ契約の中ではライセンス料がパッケージで売られた作品間で平均化されるため、その価値が正当に反映されていないことがある。

また、スタジオ側にとっては、パッケージ契約をケーブル会社と結ぶ際に、意図的に Net Profit の収益配分受取権者がいない作品により高いライセンス料を設定し、収益配分受取権者がいる映画のライセンス料を減らすことによって、パッケージ契約による特定の映画の総収入を減らすことが可能である点にも注意が必要だ。特に、後述する垂直統合が進み、ケーブルテレビ会社などもスタジオ側のグループ傘下に入っている場合は、スタジオとケーブルテレビ会社で映画の価値を正確に反映させた交渉が行われていると期待するのは難しいので、さらなる注意が必要となる。

※注 9 インターネットなどの普及により、このように時期をずらしたビジネスモデルの維持がかなり難しくなっており、この手法での配給スタイルがこれからも今までと同様に行われていくことには、筆者は懐疑的である。

## Merchandising

代表的な収入源として最後に挙げられるのがこのカテゴリーで、この収入はロイヤリティ方式での収入となる。そのため、Video Cassette のカテゴリーと同様の注意が必要である。

## B. 最初に引かれる Distribution Fees

Net Profit を算出する上で、総収入から必ず最初に差し引かれるのが、この「Distribution Fees」なるものである。この例の場合も、435,000,000 ドルという総収入（Account Receivable は差し引く）から 152,600,000 ドルもの Distribution Fees が引かれている。総収入の 35% というかなりの金額である。では、この Distribution Fees とはいったい何なのだろうか？

Distribution Fees は、スタジオ側が配給関連の施設や会社の維持費としてチャージする金額にあたる。そしてこの Distribution Fees は、ほぼ常に総収入から最初に引かれる金額となる。もっとも、スタジオの主張とは裏腹に、この金額は人工的に定められた額であり、スタジオが実際に支出している金額と必ずしも連動しているものではないといわれている（結果的に、スタジオ側にとっては大きな利益を上げられる項目となる）。

Distribution Fees は、収入に対するパーセンテージによって計算される（※注 10）。つまり、映画が利益を生み出せば生み出すほど、この Distribution Fees は高くなる。まさに、スタジオにとっては打ち出の小槌のようなものである。

一方、Net Profit に基づく収益配分受領権者にとっては、映画による収入が増えれば増えるほど、大きな金額が総収入から引かれていくこととなる。そのため、収益配分受領権者にとって Distribution Fees は、映画が実際に「収益」を生み出すのを遅らせる以外、何も意味を持たず、やっかいこの上ないものとなる。

Net Profit 型の参加者としては、このやっかいな Distribution Fees を排除する、もしくはパーセンテージを抑える交渉をしたいところだが、スタジオ側が頑なに譲らないのが現状だ。もっとも、収益配分の形式を Adjusted Gross Receipts に基づくものに切り替えられるだけの交渉力がある場合は、この問題を解決できることになる。

※注 10 今回の架空の例において、Distribution Fee は便宜上 35% と均一化されているが、その収入源のカテゴリーごとにチャージされる率が異なるのが通例である。つまり、Domestic Theatrical ではその収入に対して 30% の Distribution Fees がチャージされる一方、Domestic Television においては、その収入に対して 40% の Distribution Fees がチャージされる、といった形を取るようになる。それぞれのカテゴリーごとのパーセンテージは、スタジオ側が作成する契約書の Exhibit 中に定められることになる。

### C. 次に引かれる Expenses (Distribution Costs)

実際の支出との関係が不明瞭な Distribution Fees に対して、こちらの「Distribution Cost」は、原則として、スタジオ系列の会社が映画の配給に際して実際に支払う費用となる。もともと実際は、宣伝や広告にかかった費用の 10%が「Overhead Fee」(間接費)として上乘せされるのが通例だ。また、この Advertising and Publicity のコストを計算する際に、垂直統合に関する考慮も必要である。なぜなら、スタジオ系は基本的にネットワーク会社などをその関連会社として有しているのが普通であり、テレビにおける映画の宣伝や広告に正当な金額が実際に支払われたどうかは確認を要する点であるからだ。

次に、このカテゴリーに含まれる「Prints」は、映画の配給のために複製版を作る際にかかる費用である。一般的に、スタジオ系の配給会社はそれぞれの映画の複製費用を多めに支払っておき、年度末に超過分の払い戻しを受けることも行われているようである。この際、多めに支払った複製費用は、当然コストとして Net Profit の計算で計上されるものの、年度末の超過分の払い戻しはこれに反映されない、ということもよくあるので、注意が必要である。この点、十分な交渉力がある場合は、払い戻しを受けた額のうち、対象作品分を Expense から引くようにスタジオ側に吞ませることも可能だ。

### D. Production Cost and Other について

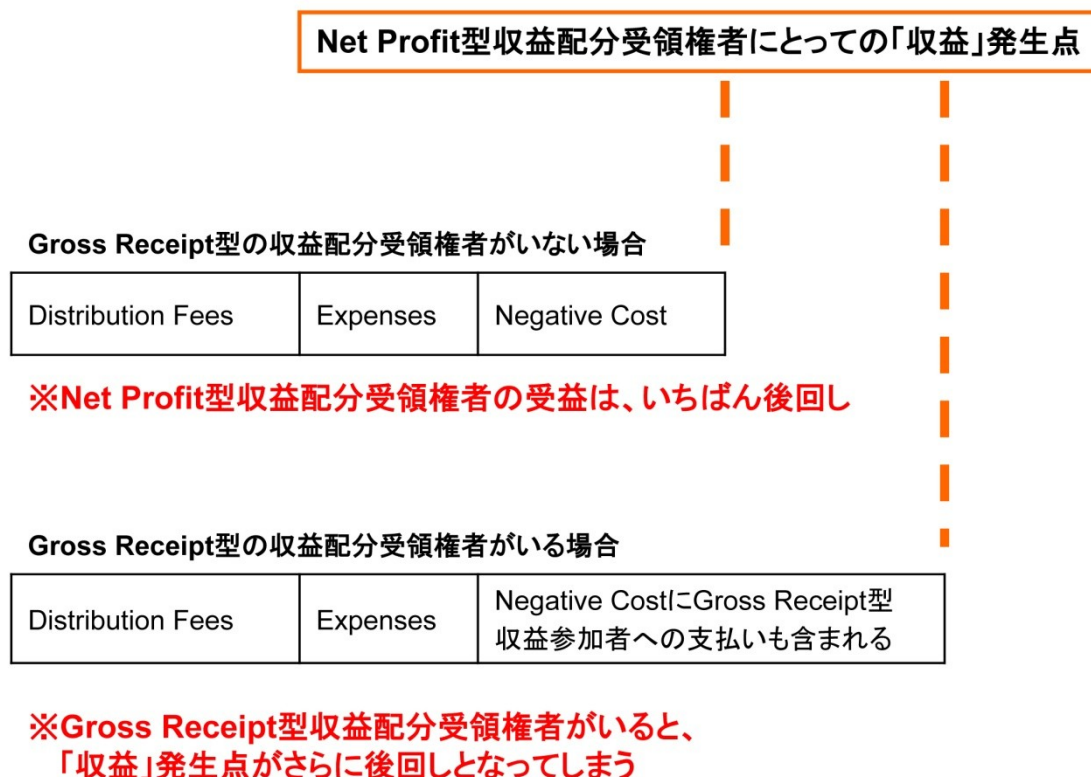
#### Negative Cost

まず「Negative」という用語だが、これは映画のネガを指しており、Negative Cost はその映画のネガを完成するまでに費やした費用となる。そして、この費用には、製作に関わった人員に対する給与、機材のレンタル代、撮影の場所代、衣装代などが含まれる。例において、この項目は、Distribution Fees の 152,600,000 ドルを超える、247,000,000 ドルとかなり大きな額となっている。

もともと実際には、スタジオ側は撮影現場や機材などを自己の関連会社などで保有しているのが普通である。そして、これら関連会社保有の施設の利用に関して、スタジオ側が実際に費用を負担する必要は基本的にはないであろう。にもかかわらず、スタジオ側はこれらの施設使用料について独自に金額を設定して、Net Profit の計算上、コストとしてチャージしてくる(つまり部外者が使った場合にチャージする架空の値段をチャージしてくるのである)。また、これらの金額のレートはスタジオ側によって少々高めに設定されているのが普通のようなのである。

次に、製作に関わった人員に対する給与の中に、8 ページで述べた Gross Receipts に基づいて収益配分受領権を認められているスター俳優や監督たちへの配分も、この Negative Cost として含まれてくる。これにより、Net Profit 算定上、ただでさえ Distribution Fees などにより遠ざかる映画の「収益」の発生時点が、さらに遠ざかることになる。これは Net Profit 型の収益受領権者にとってかなりの痛手である。

図表 5 Net Profit 型の収益配分受領権者と Gross Receipt 型の収益配分受領権者の関係



特に、Gross Receipts に基づく収益受領権が認められるスターたちが映画に参加してくるのは、実際の撮影が始まる直前となることが多いため、それ以前に交渉をしなければならない Net Profit 型の収益受領権者は、スタジオ側と契約の交渉をする際に大きな悩みを抱えることとなる。なぜなら、これらのスター俳優などの参加により、契約締結時は把握していなかった Gross Receipts をもとにした収益配分が、自分の Net Profit に基づく「収益」計算上、大きなコストとして計上されることになるからである（※注 11）。

さらに、これらの製作費用とその利子の約 15%を Overhead Fee として上乗せするのが、スタジオ側の慣行となっている。前述の Distribution Fees や Advertisement / Publicity に加算される Overhead fee と同様、実際の出費と、この約 15%の Overhead fee との間にはあまり論理的関係がないとされている。スタジオ側にとって、さらなる利益を生み出すポイントであると理解してよいであろう。

加えてスタジオ側は、映画の製作への出費が当初の予算額を超えた場合に、その超えた分の同額を、さらにもう一度 Negative Cost として上乗せする（Over Budget Penalty）権限を契約上求めてくるのが通例である。これによって、スタジオ側は Negative Costs をさらに膨らませることができ、その結果、Net Profit 上の「収益」の実現を遅らせることができる。このようなペナルティを、製作過程をコントロールしていない相手側に負わせるのは不合理であるため、十分な交渉



力を持った当事者である場合は、スタジオ側にこの条項の削除を受け入れさせることも可能だ。

この Negative Costs と Distribution Costs (Expenses) の区別は、往々にして曖昧である。ある出費がこの境界線上の場合、スタジオ側はその出費を Negative Costs として扱おうとしてくる。なぜなら、Negative Costs とすれば、Net Profit の計算上、その額に 15% の Overhead fee を加算できる上に、これから述べるように利子も付け加えることができるからである。

Negative Costs と Distribution Costs の境界が曖昧であることは、スタジオ側の問題なので、この曖昧さに起因する同じ出費へのダブルチャージを防ぐため、スタジオ側にダブルチャージを禁止する旨の一文を契約に盛り込むことは有力な交渉ポイントだ。

※注 11 もっとも、Gross Receipts を獲得できる俳優や監督が映画の製作に携わることにより、その映画が興行的に成功を収める確率が高まるのも事実である。その点を踏まえて、Gross Receipts に基づく収益分配によって Net Profit 上の「収益」が生み出されるのが難しくなるのは、合理的な範囲での犠牲だとする意見もある (Essay: The Net Profits Puzzle by Victor P. Goldberg, Columbia Law Review, March 1997)。

## Interest (利子)

Negative Costs を考える際に忘れてはならないのは、Negative Costs に付け加えられる利子だ。これも、スタジオにとって大きな収入源のひとつであると同時に、スタジオ側と収益配分受領権者との間で大きな争いが絶えない点でもある。上記の架空の例では、37,000,000 ドルもの利子が付けられている。

まず、この利子はスタジオ側が回収できていない Negative Costs の総額に加えられるものとなっているが、その Negative Costs の中には、必ずしもスタジオ側が実際に費用をかけていないもの (たとえば、撮影現場の利用料) なども含まれる。そのため、Negative Costs の総額に利子を加えるスタジオ側のやり方に疑問が投げかけられている。また、スタジオ側によって加えられる利子は市場で使われる一般的なレートよりも高いといわれているが、これは交渉によって減額できる余地がある。

そしてスタジオ側は、スタジオが支払いをした時点ではなく、コストが発生した時点から利子を加算し始める。つまり、スタジオ側は 1 セントも払っていないのに、その金額に利子を加え始めるのである。

また、逆に収益が上がった場合は、スタジオ側は常に Distribution Fees や Distribution Costs への充当 (※注 12) を Negative Costs への充当よりも先に回収する。これにより、Negative Costs への支払いは常に後回しにされる。その結果、支払いがなされていない分の Negative Costs に対する利子は常に膨れあがっていくことになる。つまり、Net Profit 上の「収益」が実現される時点がさらに遅れることになり、結果、スタジオ側の収益が増えることになる。また、Negative Costs に対する Overhead や Gross Receipts 参加者への支払いもこの Negative Costs に含まれることから、これらに対する利子も加算されていくことになる (※注 13)。

このように、スタジオ側の巧みな操作により、利子は Net Profit 上の計算において収益が生み

出されるポイントに到達するまで膨れ続けることになる。当然のことながら、Net Profit 参加者を代理する弁護士としては、この点を考慮に入れた上でスタジオ側と交渉をする必要がある。

※注 12 この点、収入を Distribution Fees や Distribution Costs のみならず、利子そのものへ先に充当する例もある。その場合、利子が完済された時点で初めて Negative Costs への充当が始まる。

※注 13 もっとも、この Overhead に対する利子に関しては、Overhead に対する利子がかからないように定義を変更する用意はスタジオ側にもあるようだ。Overhead がもともと実態のない費用であることからすると、ごく自然なことであると考えられる。また、逆に Negative Costs に対する 15% の Overhead を計算する際に、Negative Costs に対する利子はその計算から外すことを明記することも、交渉すべきポイントであると思われる。

## E. Net Profit 型の収益

これら上記のさまざまな項目が定義された収入 (Defined Gross) から引かれたあと、残りの金額をもとに Net Profit 型の収益 (この例の場合は 5%) を計算することになるが、前述のようにこの時点での Net Profit はマイナス\$113,600,000 であったため、この収益配分受領権者に対する配分は 1 セントもなかったことになる。

### (3) より有利な交渉をしていくために

以上、ひとつの例を取り上げて概観してきたように、ハリウッドにおいては一般に認められた会計原則の理解からは到底把握できない形で会計手法・用語が使われている。そして、マネー力学によって支配されているハリウッドにおいては、ハリウッド・アカウンティングを含めた契約内容・商慣習を理解するのは契約当事者の責任となる。そのため、どのような形で会計手法・用語が使われているかをしっかりと理解することがハリウッドにおいてビジネスを行うにあたり、読者の大きな助けになると考え、今回説明をさせてもらった。スタジオの狙いを正確に理解した上で、その不合理な点などを指摘しながら、少しでも自らに有利な条件を契約に盛り込むために交渉していったほしい。

図表 6 各カテゴリーにおける契約交渉時の注意点

カテゴリー	契約交渉時の注意点
Gross Receipts	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theatrical Sales は Box Office Receipt のうち、平均約 50%（米国内）がスタジオ側の収益</li> <li>• Video / Merchandising は Royalty Basis でスタジオ側の総収入の約 20% のみが収入として計上</li> <li>• Television Sales / Pay T.V.においてはパッケージセールスの取り扱いに注意</li> </ul>
Distribution Fees	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 原則、人工的な数字であるものの、このパーセンテージを変更するのはかなり困難（ただ、AGR に基づく収益配分を認めさせるだけの交渉力がある場合は別）</li> </ul>
Expenses	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Advertisement and Publicity において Overhead として 10%が加算</li> <li>• Prints に関しては大量取引によるディスカウントが認められる場合は Expense の計上に際し、それを正確に反映してもらうように交渉</li> </ul>
Negative Cost and Other Interest	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Overhead として 15%が通常加算。この Overhead に利子が加算されないように交渉</li> <li>• 逆に、利子に対する 15%の Overhead も認められないように交渉。Negative Costs と Expenses の境界が曖昧さから起因するダブルチャージを禁止する文言が必要</li> </ul>

### 3. 垂直統合（Vertical Integration）の是非が問われた判例

#### 3-1. フィンシン・ルールの廃止から垂直統合へ

前述の「Buchwald v. Paramount」の例においては、ハリウッドが特殊な会計手法を使って映画などの収益を計算していることを理解していただけたのではないかと思う。これらの特殊なハリウッド・アカウンティングの概念は、ハリウッドにおいて実のある契約交渉をするために必要な知識であることは間違いない。

しかし、このハリウッド・アカウンティングを理解することは、ハリウッドでビジネスを行う必要条件ではあっても、十分条件とまではいかないと筆者は考える。なぜならハリウッドでは、このハリウッド・アカウンティングの採用以外にも、さまざまな方法で最大限の利益を挙げるビジネス構造を生み出す作業が常に行われており、その理解なしにはハリウッドの会社との対等な交渉は難しいからである。

特に、数少ない米国スタジオがメディア集合体（※注 14）として垂直統合を成し遂げ、米国でリリースされる映画やテレビ番組の製作、配給、二次使用をすべて支配下に置いている現在において、その垂直統合したメディア集合体がどのような形でビジネスを行い、利益を生み出しているのかを理解するのは、非常に重要なポイントである。

ここでいう「垂直統合」とは、一般的には別々の会社で行う複数の生産工程をひとつの会社に統合することを意味するが、ハリウッドでは、コンテンツを製作、宣伝、配給、そして二次利用など、それぞれの側面を担当する会社をひとつの会社が支配下に収めていることを意味する（※注 15）。この垂直統合の問題点を分析する前に、メディア集合体がこういった形でこのような方式でビジネスを行うようになったかを知ることは有益だと思うので、その点を説明していきたい。

まず、現在のメディア集合体の垂直統合による権力の集中は、ハリウッドにとっては特に目新しい現象ではないことをお伝えしたい。ハリウッドの歴史は、常に権力を集中させて、利益の確保を図ろうとするハリウッドのスタジオ側と、健全な競争を確保するためにその権力の集中の排除を試みる国家とのせめぎ合いの歴史であるといっても構わないであろう。そして、国家側の健全な競争を確保する試みのひとつである「フィンシン・ルール（The Financial Interest and Syndication Rules もしくは Fin-Syn Rules）」が撤廃されたあとに作り上げられたのが、現在の垂直統合したメディア集合体である。

フィンシン・ルールは、連邦通信委員会（Federal Communications Commission）によって 1970 年に施行された規制であり、テレビ業界での競争促進を目的とした規制であった。これにより、ネットワーク系列のテレビ局（当時の ABC、NBC、CBS）は米国内において、ほかのテレビ局に自己のテレビ番組の販売、ライセンスもしくは配給をすることができなくなり、いわゆるシンジケーション（Syndication ※注 16）を行うことも禁止された。それに加え、ネットワーク系列のテレビ局は、自己のテレビ番組を利用した収益配分を受けることも禁止され、その後、プライムタイムに放送する番組のうち 40%以上を自社で製作できないように規制された。

これによりネットワーク系列のテレビ局は、テレビ番組の著作権を含めた各権利を保有する経済的インセンティブを失うことになった。つまり、放送するテレビ番組を所有したとしても経済的なうまみがないため、自己で番組を製作したり、ほかの製作会社から番組を譲り受けたりする形ではなく、ほかの製作会社が製作した番組を短期間のみライセンスして放送する形をとった。結果、脚本家やプロデューサーたちによって設立された独立系の製作会社が、番組の権利をネットワーク系列に譲渡することなく、コンテンツの支配権を維持することができていたのである。

しかし、このフィンシン・ルールは、施行当初からネットワーク側の強い抵抗を受けることになった。反対派の主張としては、独立系の製作会社に競争の機会を与えても、質の良い番組を作れるのは一部の大きな製作会社だけであり、小さな製作会社は逆に低予算の番組しか作ることができず、かえって競争力を奪われるというものであった。また、1990年代に入り、ネットワーク系列以外の会社で製作会社をその傘下に持つグループの存在（たとえば Time Warner）も出てくるようになり、ネットワーク系列のみを規制対象としたこのフィンシン・ルールの不合理さが声高に叫ばれるようになった。

そして、反対派の猛烈なロビー活動の結果、1995年11月までに、ネットワーク系列のテレビ局のさまざまな権利を制限していたフィンシン・ルールは全面的に撤廃された。そして、撤廃直後に The Walt Disney Company と American Broadcasting Companies, Inc. (ABC) の合併が行われ、CBS は Viacom の傘下に、Fox Network は News Corporation の傘下に入るようになった。さらに、NBC も Comcast を筆頭株主とするようになり、現時点では、米国のすべてのネットワーク系列がメディア集合体の垂直統合の一部として機能している。

フィンシン・ルールの廃止、そしてその後のメディア集合体の垂直統合の結果、さまざまな弊害が生み出されることになり、垂直統合されたメディア集合体が非常に強力な競争力を持つことにもなる。以降、この点について整理してみたい。

※注 14 2011年3月時点でメジャーと呼ばれる映画配給会社としては、Warner Bros. Pictures (Time Warner の傘下)、Paramount Pictures (Viacom, Inc. の傘下)、20th Century Fox (News Corporation)、Walt Disney Pictures (The Walt Disney Company の傘下)、Columbia Pictures (Sony Corporation of America)、Universal Pictures (Comcast Corporation と General Electric Co. の傘下) が挙げられるが、これらはいずれも垂直統合の例でもある。

※注 15 具体的な例を挙げると、The Walt Disney Company はその傘下に映画製作会社の Walt Disney Pictures、テレビ番組製作会社の ABC Studios、放送局としてネットワーク系列の American Broadcasting Companies, Inc. (ABC) やその傘下の地方局を有している。また、デジタル媒体での配給もこなす配給会社として Disney ABC Domestic Television (米国内) と Disney Media Distribution (世界) を傘下に収めている。さらに、出版社の Hyperion Books も傘下に収めている。

※注 16 シンジケーションとは、テレビ番組などをネットワーク系の放送局に販売 (ライセンス) するのではなく、アメリカ国内の地方局に直接そのテレビ番組などを販売 (ライセンス) することを指す。

## **(1) 垂直統合によるさまざまな弊害**

### **A. メディア集合体による権利の独占強化**

まず、最初に挙げられるのが、メディア集合体による映像コンテンツなどに対する権利の独占の強化である。前述のように、フィンシン・ルール時代のネットワーク系列は自己の保有するテレビ番組を他のテレビ局に売ることもできず、ほかの方法で利用したとしてもその収益配分の受領を禁止されていたため、放送する番組を原則保有することはしなかった。その代わり、放送する番組は、独立系の製作会社から短い期間（3～4年程度）のネットワーク上での放送を行う権利のライセンスを受けていた。

これにより、番組の権利保有者（主に独立系の製作会社）は、ネットワークへ番組をライセンスすることになっても、後のその番組の利用（たとえばシンジケーション目的でのライセンス、フォーマット権のライセンス、映画化権の販売やマーチャンダイジング権のライセンスなど）を十分な交渉能力を持って行うことが可能だった。また、ライセンスなどの対象となるコンテンツは、ヒット作品であれば、世に出てから3～4年後にその価値が市場で認められるのが普通であり、その価値に見合った交渉もできたのである。

しかし、フィンシン・ルールの撤廃により番組の所有に関する規制がなくなった（ネットワーク系の会社を含めた）メディア集合体は、放送番組へのコントロールを強めることになる。つまり、所有番組のシンジケーションが可能になり、また番組の利用に基づく収益配分の受領も可能となったメディア集合体は、放送する番組を所有する経済的インセンティブを強めることになる。その結果、製作会社から番組のライセンスを受ける際に、すべての権利を手中に収めようとしてくるようになったのである。

これにより、製作側としては、コンテンツの価値が正確に把握できていない製作前（もしくは製作直後）に、その譲渡もしくはライセンス交渉をメディア集合体と強いられることになる。メディア集合体側としては、対象となるコンテンツを商業的に利用できるすべての範囲で譲渡もしくはライセンスを受けておきたいという強い動機が働き、その譲渡もしくはライセンス期限も基本的に永久にする形で交渉をしてくることになる。そのため、メディア集合体を相手方として、権利を譲渡もしくはライセンスする権利者は、それらの範囲と期間を定める交渉において、かなり厳しい戦いを強いられることになっている。

### **B. 権利者が正当な対価を受けられない**

次に、フィンシン・ルールの撤廃により、コンテンツの権利者や製作会社は、そのコンテンツの価値に見合った正当な対価の獲得が難しくなってしまった。メディア集合体は、フィンシン・ルールの撤廃により、シンジケーションなどの権利をライセンスできるようになり、また同時に、垂直統合によりそのライセンス先をも傘下に収めたため、1、2回のネットワークでの放送権利のみならず、ほかのテレビ局などにライセンスをする権利なども、交渉によってコンテンツ権利

者や製作会社から手に入れることになる。そして、ライセンスを受けた番組を自社の傘下の地方局やほかの地方局にシンジケーションすることにより、メディア集合体にはさらなる大きな広告収入などが望めることになる。

一方、フィンシン・ルール時代はそれらの権利を市場に売り出し、そのコンテンツの市場価値に見合った正当な対価を受け取ることができた権利者や製作会社は、今日においては、広範な権利をメディア集合体に譲渡、もしくはライセンスせざるを得なくなってしまう。そのため、メディア集合体が行ったシンジケーションに関してはコントロールする術を持たず、代わりにメディア集合体がシンジケーションなどの権利の行使をした際に、追加報酬（ボーナス）などを受け取る地位に甘んじるようになった。当然のことながら、これは最初にライセンスなどを行う際に交渉で勝ち取らなければならない項目である。そして、そのボーナスは自由市場で得られるライセンス料よりも低いのが普通であり、この点でも権利者は譲歩を余儀なくされる（※注17）。

※注17 この点、やはり製作前もしくは製作直後にこれらの権利処理とその対価を決めなければならない点が、権利者の交渉力を弱めていると筆者は考える。市場がその価値を認めたあとにあらためて交渉できるのであれば、ほかの選択肢を含めた強気の交渉も可能はずだが、ネットワークでも放送されていない時点で、そのコンテンツがヒット作となるかどうかを考慮に入れて交渉するのはかなり難しくなる。その結果、追加の報酬額などが自由市場で評価を受けるであろう額よりも安くなってしまいうので、避けようがないものと思われる。

### C. コンテンツの市場価値が反映されない

もう一点、気をつけなければならない大きな弊害がある。それはメディア集合体によるコンテンツの利用が、必ずしもコンテンツの市場価値を反映したものにならない点である。フィンシン・ルールの廃止後、メディア集合体はコンテンツの製作、放送、配給などをすべて支配下に収めた。その結果、多くの場面において、メディア集合体はコンテンツの利用に関して、ライセンサーもライセンシーも支配下に置くことになる。契約の両当事者を支配下に置くことにより、メディア集合体は自由にライセンス料も含めた契約内容を決定できるようになった。そして、メディア集合体にとっては、必ずしも市場価値を反映したライセンス料で契約を結ぶことが最適ではない場合もあり、契約内容を自己の利益に最適な形に変更することが可能となっている。これに関しては、支配下会社同士でライセンス契約を結ぶことができる際に、わざわざ第三者のライセンシーを探して、市場価値でそのコンテンツをライセンスすることを期待する方が、あまり現実的でないといわざるを得ないであろう。

この点、コンテンツ権利者はメディア集合体（たとえば配給会社）とライセンス契約を結ぶ際、前述のように、配給会社はそのコンテンツを利用して挙げた収益の収益配分を受領する権利を獲得することがよく認められる。そのため、コンテンツ権利者としては、配給会社により多くの収益を挙げてもらいたいと考えるであろう。一方、配給会社をも含めたメディア集合体としては、配給会社の利益よりもその集合体全体として最大の利益を上げることが大きな目標となる。そのため、権利者が収益配分の受領権限を認められているライセンス料を市場価値で設定するよりは、そのライセンス料を低めに抑え、収益配分のもととなる「収入」を発生させることなく、権利者

が収益配分を認められていないライセンシーの会社、つまりメディア集合体の広告料の収入を増やすようにすることもあり得るかもしれない（※注18）。従って、コンテンツ権利者がメディア集合体と交渉する時は、同じメディア集合体内の会社同士での交渉をする場合には市場価値でのライセンスがあったとみなした上でライセンス料を算定させるなど（※注19）、メディア集合体全体の収益を収益配分の対象となる収入とみなすような契約文言の締結が必要となるであろう。

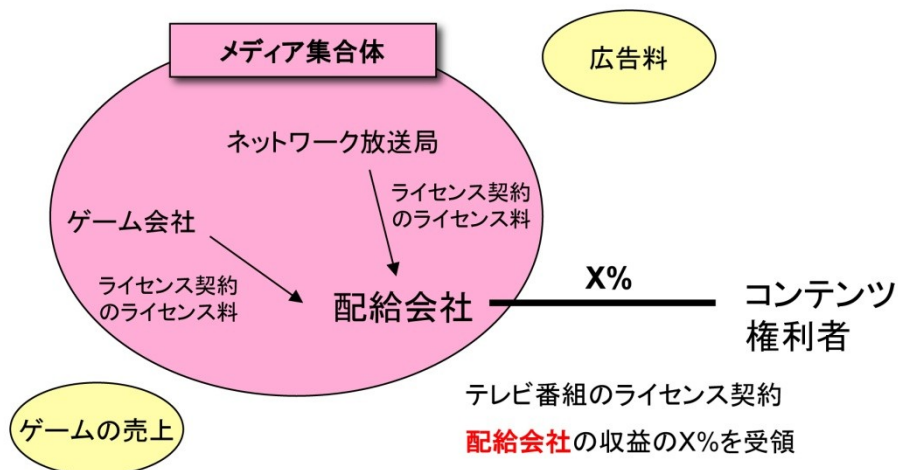
※注18 これらのメディア集合体傘下同士での取引の詳細を公にしないためか、最近のメディア集合体との契約書には、必ずといってよいほど仲裁手続（Arbitration）を義務付ける条項が含まれてくる。この点、アメリカでの裁判手続において裁判所に提出された情報は、基本的に誰もが見ることができるパブリック・インフォメーションとして扱われる。そのため、このような一種のセルフ・ディーリングが公の目に触れて批判の対象となるのは避けたいとメディア集合体と思うのは当然のことかもしれない。また、アメリカの裁判手続においては、当事者が望めば陪審による裁判を受けることが権利として認められているため、このようなビジネス・プラクティスが一般人である陪審の目に触れることは、メディア集合体として極力避けたいところであろう。

※注19 このような文言を入れることによって、実際にメディア集合体側が不当に低いライセンス料でグループ内の会社と契約を結んだ場合は、その行為に対して契約違反を問える可能性が出てくることになる。たとえば「If and to the extent X makes agreements in respect of exploitation of the Show with any affiliated entity which is so-called "end user" such as, by way of example only, X' or X", the income of such end user shall not be deemed gross receipts hereunder, but X shall establish fair, just and equitable market rates, arms-length prices in such dealings, which shall be calculated on a reasonable and empirically justifiable basis.」というような文言を挿入することが考えられる。

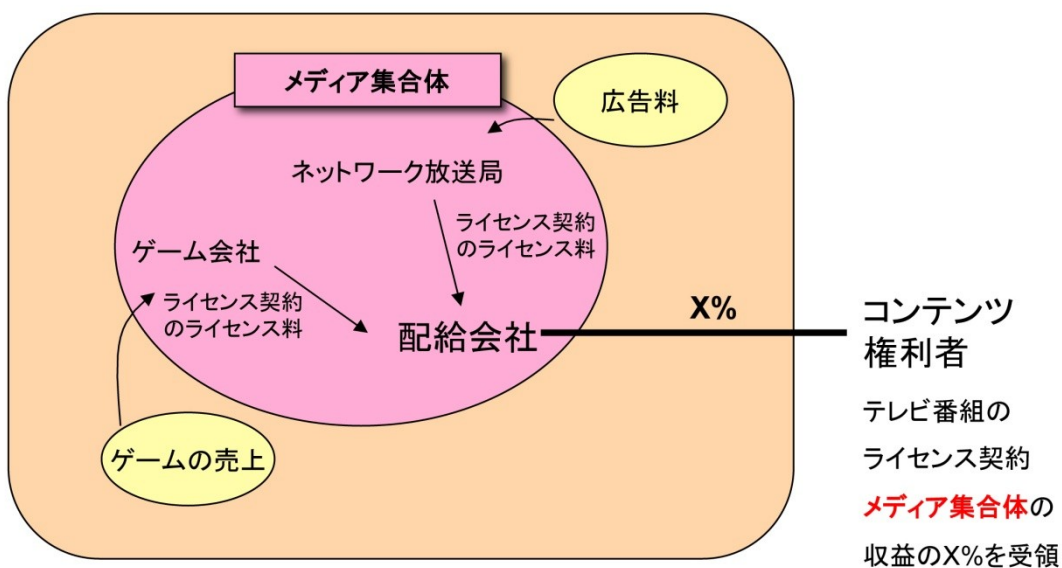


図表7 メディア集合体全体の収入が対象となる契約内容

配給会社の収入のみが対象となっている契約内容の場合



配給会社だけでなく、メディア集合体全体の収入が対象となっている契約内容の場合



コンテンツ権利者は、広告料、ゲームの売上などメディア集合体全体からの収益が期待できる

この最後の点は、現在のハリウッドでも非常に大きな問題であり、さまざまな裁判が起こされている。その中で、2010年7月に陪審による判決が下された裁判が良い例となるので、その事件を題材にして、この問題点についてより深く掘り下げていきたい。

## 3-2. Celador International, Ltd. et al. v. The Walt Disney Company, et al.

### (1) 判例の概要

「Celador International, Ltd. et al. v. The Walt Disney Company, et al.」は、日本でも有名な「クイズ\$ミリオネア」のライセンスに関連して起きた裁判である（※注20）。「クイズ\$ミリオネア」は、イギリスで「Who Wants to Be a Millionaire?」として最初に放送され、世界各国で放送されてきた有名クイズ番組だ。この番組のフォーマット権保有者はイギリスの Celador International Ltd.（以下、Celador）であり、米国においては The Walt Disney Company 傘下の ABC がライセンスを受け、1999年の8月から ABC のネットワークで放送を開始。その人気は米国でも瞬く間に広まり、連日最高視聴率を勝ち取る人気番組となった。その後、ABC はネットワークにおける放送を終えると同時に、シンジケーションによりほかの系列のローカル局にもライセンスし、巨額の利益を生み出すことに成功した。一方、ライセンス契約上、Celador 側には ABC の収益のうち、契約に定義された収益の約 50%を受け取る収益配分受領権が認められていたが、ABC から Celador に払われた収益はゼロであった。

これを不服とした Celador は、2004年に米国カリフォルニア州の連邦地方裁判所において、ABC を相手取って裁判を起こした。長年にわたる法廷闘争の結果、2010年7月、Celador は ABC に 269,400,000 ドル（利息も含めると 300,000,000 ドル以上）の支払いを命じる地裁の陪審判決を獲得した。

※注20 2011年3月時点で、The Walt Disney Company が上訴審に判決の不服を訴え控訴しているため、判決はまだ未確定である。

図表 8 Celador International, Ltd. et al. v. The Walt Disney Company, et al. の概要

Celador International Ltd. et al. v. The Walt Disney Company, et al. 裁判提起までの時系列	
1998 年	ABC が William Morris Agency を通じて、Celador に「Who Wants to Be a Millionaire?」のライセンスの話を持ちかける
1998 年 12 月	ABC / Buena Vista Television と Celador を当事者とした「Option / Purchase of Rights / Executive Producer Agreement」が締結。Celador は「Who Wants to Be a Millionaire?」を ABC にライセンスする対価の一部として、ABC / Buena Vista Television の収益を対象とした収益配分受領権（50%）を獲得
1999 年夏	「Who Wants to Be a Millionaire?」が ABC で放送開始され、瞬く間にヒット作品となる
1999 年夏以降	ABC が、Celador からライセンスした権利・義務に関してグループ内で再譲渡や再ライセンスを行い、ネットワーク放送権とその収益権を独占する状態を作り上げる
1999～2000 年	「Who Wants to Be a Millionaire?」は高視聴率を獲得し続け、ABC の看板番組となる
2004 年	数年にわたる Audit 手続を経たあと、Celador が、米国カリフォルニア州の連邦裁判所において ABC を相手取って裁判を提起

## (2) 判例の背景

### A. 契約の締結

裁判資料によると（※注 21）、「Who Wants to Be a Millionaire?」に興味を持った ABC が 1998 年にそのエージェントである William Morris Agency (WMA) を通じて、ライセンスの話 Celador に持ちかけた。結果、Celador もライセンスを提供することに同意し、WMA を Celador の代理人として任命した上で、ABC との交渉を始めた。もっとも、この時点で Celador は、WMA が ABC の代理人も務めていることを認識していなかったようだ。

※注 21 前述の通り、米国においては裁判手続のために裁判所に提出された資料は原則、公の資料となる。もっとも、裁判の当事者として裁判資料の公開により機密情報が漏れたりするのを防ぐため、裁判所による保護命令を求め、裁判資料を公の目に曝させないように手続きをとることができる（Federal Rules of Civil Procedure Rule 26(c)(1)(F)and(G)）。なお、日本の裁判制度と異なり、米国の裁判制度では証拠開示制度（ディスカバリー）がかなり発達している。ディスカバリーは、裁判の当事者に対し、相手側当事者の有する裁判に関連する資料や証言を原則すべて提出・開示することを求める権利を認めるものであり、非常に強力である。そのため、一度裁判が開始されると、関連する証拠は原則、有利・不利を問わず、すべて提出義務が生じてくると理解した上での証拠の保全、管理が求められることになる。

## 対象となった権利

幾度にもわたる交渉の末、1998年12月に Celador Productions (※注 22) と ABC と Buena Vista Television (BVT) を当事者とした「Option / Purchase of Rights / Executive Producer Agreement」(以下、本件契約) が締結された(※注 23)。その後、幾度か修正がなされたが、1999年3月には契約手続を終え、(そのオプション権を行使した) ABC と BVT は北米における「Who Wants to Be a Millionaire?」(以下、本件番組) のフォーマット利用権を手に入れ、北米においてそのフォーマットをもとにした排他的諸権利のほぼすべてを譲り受けた。フォーマットを利用したボードゲームに関する権利のみ Celador 側に残されたが、この点に関して、ABC は Celador 側からその収益の配分を受ける形となっていたようである。

※注 22 厳密には、裁判手続では Celador の配給会社である Celador International Ltd が Celador Productions を代理して裁判を行っている。この点、当事者適格の問題について手続き上の争いがあったようだが、主題から外れてしまうので、その分析については割愛する。便宜上、本稿では原告側を一括して Celador もしくは Celador 側と呼ぶことにする。

※注 23 BVT は当時の The Walt Disney Company 傘下の会社で、主に米国内でシンジケートした番組を配給する会社であった。製作はこの BVT 傘下の製作会社が行うため、BVT を契約の当事者として入れる必要があった、というのが The Walt Disney Company の主張である。また、The Walt Disney Company 側においては、ネットワーク局である ABC がこのような契約の当事者となるのは異例であったが、Celador 側がそれを求めたため、ABC も契約の当事者として含めた、との主張をしている。

## 権利の対価

この権利の対価 (Compensation) として、Celador には、オプション権の行使に対する対価 (Option Guarantee) と、実際の番組の製作に関連した「Executive Producer Fee」が支払われることになっていた。また、それらに加えて、Celador には収益配分型の対価も認められていた。

そして、認められていた収益配分型の対価のうちの一つは「Defined Contingent Compensation」をベースにしており、Celador に 50% もの配分を認めていた。その文言は以下の通りである (下線部は筆者が追加)。

“... Owner shall be entitled to receive fifty percent (50%) of one hundred percent (100%) of the Defined Contingent Compensation (as defined according to ABC/BVT's standard definition as set forth in Exhibit "B" hereto) derived by ABC / BVT from the exploitation of any Pilot and Series produced hereunder... (※注 24) ”

この Defined Contingent Compensation の 50% という高い数字や、25% の ADR に基づく収益配分受領権 (※注 22) を獲得した点からもわかるように、Celador 側は ABC との交渉時にかなりの交渉力 (レバレッジ) を有していた、もしくは ABC 側がそれだけ本件番組を欲していたことがうかがい知れる。ほかにも Celador の交渉力を象徴するものとして、Merchandising に関しては収入や費用の「Cross Collateralization (媒体、市場、作品での利益をほかにおける損失と相殺する会計実務)」を禁止した規定も挿入された (※注 25)。さらに、Overhead に対する Interest の加算の禁止や、その逆の Interest に対する Overhead の加算の禁止を定めた文言も含まれている。

※注 24 この Defined Contingent Compensation に対する前払いという形で、Celador は 25% の Adjusted Defined Receipts も受け取ることが認められていた。本文は“As an advance against any Defined Contingent Compensation payable pursuant to subparagraph (1) above, Owner shall be entitled to receive twenty five percent (25%) of one hundred percent (100%) of the Adjusted Defined Receipts (ADR) (which term, as used herein, shall be defined according to ABC/BVT's standard definition of Adjusted Defined Receipts as set forth below) derived by ABC / BVT from the exploitation of the Series.”とされている（下線部は筆者が追加）。そして、ADR を算定する際の Distribution Fees は 12.5% と定められていた。

※注 25 “(1) merchandising shall be a separate 'pot' (i.e., costs and revenues in connection with merchandising shall not be cross-collateralized with costs and revenues relating to the production of the Pilot and/or Series);”

## B. 番組の放送開始後

Celador の主張によると、本件番組は 1999 年 8 月 16 日に ABC で放送され、すぐさまヒット作品となった。そして 13 日間連続で夜の枠で放送されたが、そのすべての回において Nielsen（米国の大手視聴率調査会社）の時間帯別視聴率ランクのトップの座を勝ち取った。さらに、それ以前は視聴率において NBC や CBS に遅れをとっていた ABC だったが、1999 年～2000 年の放送期間において、11 月、2 月、5 月に行われた視聴率の獲得競争で ABC はすべて首位を獲得することになった。結果、本件番組によって ABC はその後、テレビ広告の販売で非常に有利な立場に立つことになり、その恩恵をあり余るほど受けていたと Celador 側は主張する。さらに、2000 年の秋には ABC のプライムタイムの番組が本件番組を中心に編成されるほどまでになり、本件番組が ABC の看板番組として人気を博していたと Celador は主張している。

## ABC 側のグループ会社同士での契約

この非常に大きな成功の裏で、ABC 側はその利益（主にテレビ広告収入による）を独り占めしようと画策していたと Celador は主張する。Celador 側の主張によれば、1999 年の 8 月における大ヒットを目のあたりにした ABC は、以下の一連の契約をグループ内で結んだ。

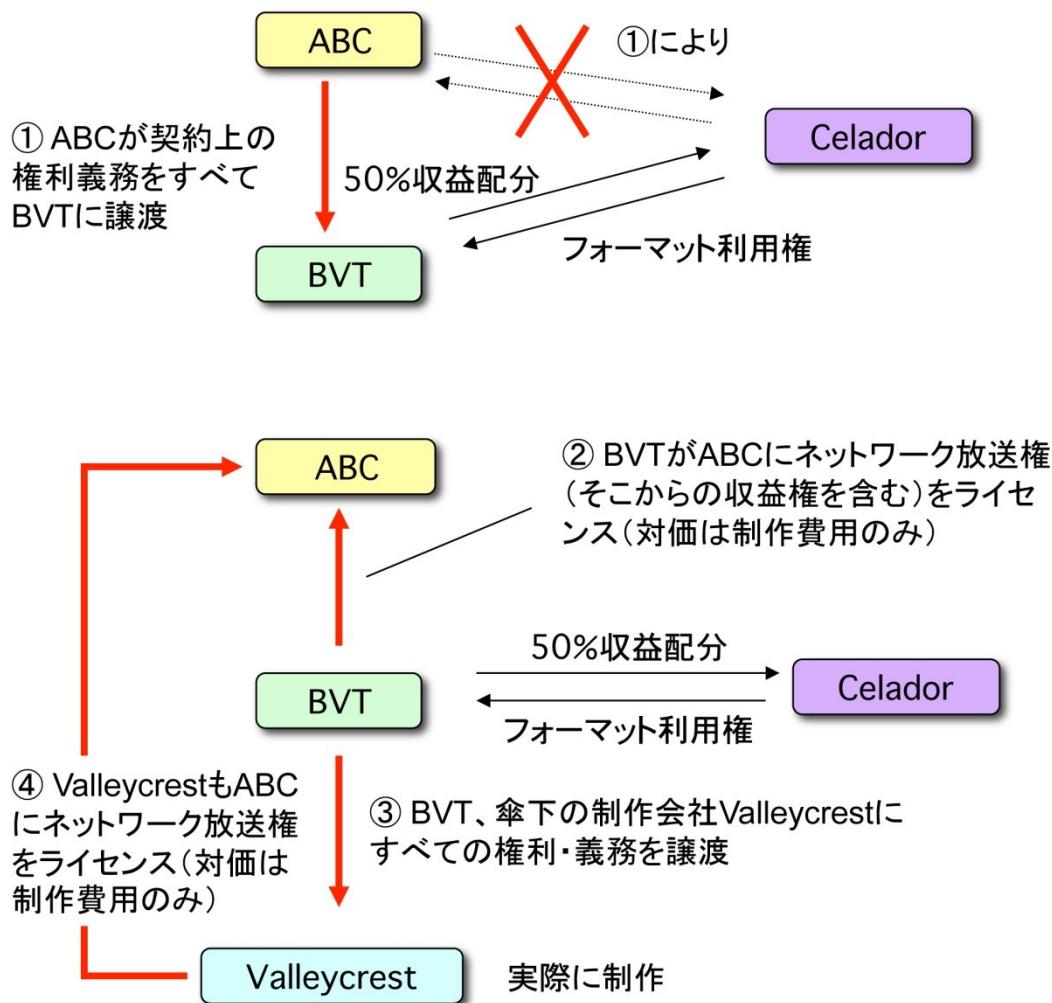
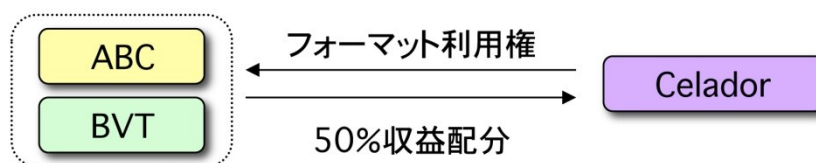
まず、①ABC は、ABC と BVT が共同で Celador との間に結んだ本件契約上の権利・義務をすべて BVT に譲り渡した（※注 26）。その後、②BVT はネットワークでの放送権だけを ABC にライセンスバックした（※注 27）。その対価は、BVT が番組の制作にかけた実際のコストと同額に設定した。さらに③BVT は、その傘下にあるテレビ番組制作会社の Valleycrest にすべての権利・義務を譲り渡し、Valleycrest が実際にこの番組の制作に携わった。そして④Valleycrest は再度、ABC にネットワークでの放送権だけを制作費用を対価としてライセンスした。

※注 26 ABC と BVT で結ばれたと思われる 2 ページの譲渡契約書には、“For good and valuable consideration, the receipt of which is hereby acknowledged, ABC hereby assigns and transfer all of its rights, title, interest and obligations pursuant to the Agreement, without exception, to BVT, and BVT hereby accepts such assignment.”（下線部は筆者が追加）と書かれており、権利だけでなく、義務などもすべて譲渡の対象になることが明確に書かれている。

※注 27 ライセンスバックされた権利の範囲は、“The Series will be exclusive to ABC in all media in the licensed Territory during the First Year and BVP shall have the right to produce and distribute the non-network Series formatted episodes commencing in the second year (i.e. 2000/2001 broadcast season) in all television media other than for national broadcast network distribution.”とされていたが、後半の BVP (Buena Vista Productions) に認められたシンジケーションの権利は、ABC の事前の書面による許可が必要となるように、ABC によって修正された。

図表 9 Celador に対する ABC グループ内での契約形態の変遷

### 契約締結時



この①から④までの事実の主張をもとに、Celador は、ABC 側が契約上 Celador に認められていた ABC と BVT が受ける収益から計算される Defined Contingent Compensation の 50% を Self-dealing により、事実上 BVT のみが受けるものに変更してしまった、と主張する。そのカラクリは、こうである。まず①の契約により、ABC は Celador から譲り受けた権利・義務をすべて BVT に譲渡したため、ABC は番組の収益のうち 50% を Celador に支払う義務も、この時点で BVT に譲渡したことになる。その後、②の契約によって BVT はネットワーク放送に関する権限（収入受領権も含む）をすべて ABC にライセンスしたことになる。そして、このライセンスに伴い、ABC が BVT に支払う額は BVT（もしくはその傘下の制作会社 Valleycrest）が制作に費やした費用のみとなる。つまり、BVT は本件契約によって認められたネットワーク上での放送によって得られる収入受領権をすべて ABC に譲渡し、その対価として制作費と同等のライセンス料のみを受け取るようにしたのである。結果、①によって Celador に対する Defined Contingent Compensation の 50% の支払義務から逃れられた ABC は、本件番組に関連するテレビ広告収入を独占することができるようになった。より正確に言えば、少なくとも ABC 側はこのような解釈が認められると考えていたようである。

この ABC 側のグループ会社同士での契約手続により、BVT（正確には Valleycrest）から送られてくる収益報告は常にゼロであったと Celador は主張する。この点、まず②によって ABC から BVT に収益として支払われるネットワークでの放送権に対する対価は、BVT（正確には Valleycrest）にかかる制作費そのものである。そして上記で説明したように、ネットワーク放送に関する収入権は②の契約によって BVT から ABC に譲渡されてしまっている。これにより、BVT が本件番組のネットワーク放送によって受け取る対価は、原則 ABC から支払われるこのライセンス名目の実費に限られることになり、本件番組の人気によってもたらされた ABC の巨大なテレビ広告収益は、BVT には一切もたらされないことになったのである（※注 28）。そして一連のグループ内での契約に基づき、ABC には Celador に収益の支払い義務がないと ABC 側は解釈し、Celador 側には BVT にもたらされる収益のみをベースにした収益報告書が届くことになった。

※注 28 この点、③により BVT の本件契約における権利・義務が Valleycrest にすべて譲渡され、④により Valleycrest からも ABC に対して本件番組のネットワークでの放送権がライセンスされている。もっとも、実際の裁判においては、BVT と Valleycrest の差異は重要視されておらず、BVT と Valleycrest は同様な位置付けで扱われている。この点、ABC 側にとっては、ABC にネットワーク上での放送権が単独で帰属しているという解釈を確実にするため、(BVT のみならず) Valleycrest からも ABC に放送権をライセンスすることは、一定の意味があったかもしれない。

### C. 番組の人気獲得後

Celador の主張によると、本件番組の人気確立後、BVT と Valleycrest は慣例に従って ABC と契約の修正交渉（制作費の再交渉）を行い、BVT と Valleycrest が ABC から受け取る制作費が上積みされた契約を締結した。その契約によれば、ABC と第三者との間で本件番組に関する契約が成立した場合、ABC が受け取る収入を ABC と BVT の間で半分ずつ分けることが取り決めら

れていた。また、BVT による本件番組のシンジケーションが行われた場合は、一定の金額の前払い後、これも ABC・BVT 間で残りの収益を半分ずつ分けることが取り決められていた。

ただ、Celador の主張によると、これらの契約上の文言は ABC と BVT と Valleycrest の間では守られず、実際は、一定の制作費が ABC から BVT と Valleycrest に払われ続けていただけであった、とのことである。そして、これらの契約上の収入はもちろんのこと、この「一定の制作費」も、Celador の Defined Gross Receipt の計算のために送られてくる収益報告書には記載されていなかった、とのことである。また、より一層の人気上昇を受け、再度、2000 年 6 月 21 日に ABC と BVT と Valleycrest は交渉を行い、BVT と Valleycrest の制作サイドにさらに有利な条件が出されたようだが、これらの制作費用なども、Celador に送られてくる書面に記載された収入として加算されていなかった、と Celador 側は主張している。

これらの行動を根拠として、Celador は、ABC 側が契約締結当初から収益の配分を行うつもりがなかった、との主張を強めた。また、Celador によると、BVT と Valleycrest は ABC とのライセンスバックの契約を結ぶ際に、ライセンサー（この場合 BVT と Valleycrest）が自己の利益を守るため、通常は入れるはずの (a) ライセンス期間の制限や (b) 良い視聴率が取れた場合にライセンス料が高くなる規定など、BVT と Valleycrest の利益を守るための規定を設けなかったとしている。これも、グループ内部での契約がグループ内での利益を高めるためになされたものである、という Celador の主張を強めるポイントとなったようだ。

### (3) 裁判の争点

これまで述べてきた Celador 側の主張をもとにすると、事実としては次のようなことがいえる。1998 年に Celador と ABC / BVT 間で結ばれた本件契約書によると、ABC と BVT が本件番組を利用することによって得た Defined Gross Receipts のうち、50%を Celador 側が受け取る権利が認められていた。その契約上認められていた権利を、ABC 側がグループ内での一連の契約手続により、BVT が得た利益のみが対象となるように巧みに操作し、Celador の Defined Gross Receipts 上の権利を無効化してしまった。この一連の行為が、本件契約上の ABC 側による契約違反に当たるかが大きな争点となった。

#### A. ABC 側の主張

ABC 側としてはまず、ABC の一連の行為は本件契約の明文に違反するものではなく、契約違反にあたらないとの主張を展開した（※注 29）。この点、確かに契約文言上は、ABC 側の主張は理にかなっているところが興味深いので、この点を少し掘り下げたい。



※注 29 ABC と BVT 間の権利配分のような処理は一般的に行われていることであり、おかしいことではないというのが ABC 側の主張である。また、本稿ではこの件について分析は避けるが、ABC 側は、Celador 側の契約交渉の代理人であった WMA がこのような商習慣を熟知していたということから、代理人の知識は本人である Celador にも適用され、ABC 側の本件契約後の契約行為を Celador は認識していなかったとする見解は誤りであると主張した。一方、Celador 側は、WMA は本件契約交渉において ABC 側をも代理しており、双方の代理を行った代理人の知識は、その代理行為の本人との関係では、本人の知識として認められないという主張を展開した。

## 契約の地位や権利・義務の譲渡行為の正当性

ABC 側による一連のグループ内の会社同士での契約締結は、本件契約で ABC と BVT が Celador に対して負うことになった権利・義務の譲渡行為が対象となる。そして、ABC としては本件契約上、ABC と BVT は何の制約もなく、その契約上の権利・義務を譲渡することができるので、譲渡行為はまったく問題ないと主張する。この点、本件契約は、権利・義務の譲渡に関して以下のように定めている（Celador は Owner、Celador 側のプロデューサーが Artist にあたる）。

10. ASSIGNMENT. ABC/BVT has the right to assign this Agreement in whole or in part (including but not limited to the right to utilize and exploit the results and proceeds of the services of Owner and Artist hereunder) to any assignee for purposes of production and exploitation of any Property/Pilot/Series. Except for the right to receive payment hereunder and the right to sublicense any merchandising rights granted (or reverted) to Owner under paragraph 3.8.(3)(ii) or (iii) hereunder, and except as provided in paragraph 6 hereof, neither Artist nor Owner may assign its obligations under this Agreement; provided, however, that if Owner is purchased by a third party that guarantees the obligations of Owner hereunder, then this provision shall not prevent assignment to such purchaser. Without limitation of the foregoing, ABC may freely assign any project hereunder to BVT, and vita versa, at any time, and in the event of such an assignment, the terms of this agreement applicable to such assignee shall take effect immediately upon such assignment.

読んでいただければわかる通り、ABC と BVT 側には、契約上の権利のみならず、義務の譲渡に関してもまったく制限がついていないのがわかる。この点だけを見ると、確かに ABC 側の主張に合理性があるようにも思えてしまう（※注 30）。

※注 30 別の規定では、“The Series may be produced, at ABC/BWs discretion, by BVT, ABC, an entity affiliated with BVT or ABC, or a third party. In the event that the Series is produced by a third party, ABC/BVT will remain secondarily liable for the obligations to Owner and Artist hereunder. The Series may be produced for the ABC Television Network, first-run syndication, pay or basic cable, and/or any other television media...”と定められており、ABC 側としては、BVT に権利を譲渡することは契約上何ら問題のないことであったと強く主張した。

## 契約の報酬体系の合理性を推定する規定

これに加え、ABC 側としては、収益配分型による収益が発生しない場合でも、ほかの報酬が対価として合理的であると Celador 側が認める旨の規定の存在を指摘する。この規定は報酬を定めるセクションの一部に定められており、以下のような内容となっている。

C. Artist and Owner acknowledge that the fixed compensation provided to be paid hereunder is by itself fair, reasonable and sufficient compensation for all services rendered by Artist and Owner hereunder and for as rights granted to ABC/BVT by Artist and Owner hereunder whether or not any Contingent Compensation under subparagraph 3. B. ever becomes payable by ABC/BVT hereunder.

この種の規定は収益配分型の報酬が定められた契約書によく見られるものであり、このような規定を入れることに同意した契約の相手方は、この規定が存在するにもかかわらず、契約の内容が不合理である旨を主張するのはかなり難しくなる、と一般的にいられている。このような点からすると、ABC 側の主張もまた一理あるものと考えざるを得ない。

## 契約書の明文に反する行為の不存在

前述の 2 点に加え、ABC 側としては一連の行為が事実だとしても、その行為は、ABC 側と Celador が自由意思で交渉して締結した契約の中に書かれている規定に一切反していないので、契約違反の主張は理由がないとの主張を展開した。これも契約の内容のみに着目すれば、筋の通った議論であると筆者は思う。つまり契約書を読み、その内容を形式的に適用すれば、ABC 側の主張はすべて正しいということになる。

## B. Celador 側の主張

これらの形式的な ABC 側の議論に対し、Celador は実質論で反論した。つまり、ABC 側は Celador に対し、契約として 50%もの Defined Gross Receipts に基づく収益参加を認めている以上、本件番組を利用して利益を挙げる際には、ABC 側のみならず Celador の利益にもなるように努力する黙示の義務を負っている。その黙示の義務に基づき、ABC 側はネットワーク上での放送のためにライセンスを行う際、本件番組の正当な市場価値が反映される契約を結ぶ義務があり、本件番組の人气が定着した段階で、Celador 側にも利益がもたらされるよう、ライセンス料の見直しも含めた、ライセンス契約の再交渉をする義務がある旨を主張した。

さらに、ABC 側が自己の利益のためにグループ内で契約を結び、自己の利益の確保を追求するとともに、Celador の Defined Gross Receipts に基づく収益参加の権利を実質上無価値としたことは、この黙示の義務に違反していると主張した。

#### (4) 裁判の帰結

本件裁判のトライアル(本審理)は陪審審理の形式がとられ、陪審は ABC 側の形式論よりも、Celador の実質面に着目した議論を支持する決断をした。つまり、収益配分受領の権利を認めている以上、本件番組を利用して利益を挙げる際に、その収益配分受領権者の利益にもなるように努力する「黙示の」義務を ABC 側は負っており、その利益を顧みず、自社グループの利益のために一連の行為を行った ABC 側はその黙示の義務に違反するとの判断を下した。特に注目すべきポイントは、ABC 側がその議論の中で主張した明文上の規定があるにもかかわらず、陪審がこのような判断を下したことである。この点、これまでに説明したように、形式論や法律論から行くと、どのように考えても ABC 側に分があった。しかし、契約締結後、相手側の承諾なしに契約の内容、特に相手側に認められている収益配分権を関連会社間での契約関係の操作で実質的に無益にしてしまうのは、実質的正義に反すると陪審が判断した、と筆者は推測する。

これは自己の利益を追求する傾向にあるハリウッドのメディア集合体のプラクティスに大きな楔を入れる判決となった、と筆者は考えている。もともと、これによってハリウッドのマネー力学に支配された本質が変わると考えるほど、筆者は楽観的にはなれないし、本稿の中で述べたことは、これからも変わらず意識していただく必要があると思う。ただ、実質的に不合理な行動によって不当な利益を得れば、それによって被害を受けた者が正義を実現できる裁判システムが、米国には存在することを再認識させられる事件ではあったと考える。

#### 4. 参考資料リスト

- Buchwald v. Paramount Pictures Corp. And The Future Net Profit by Adam J. Marcus, Cardozo Arts & Entertainment Law Journal 1991
- Essay: The Net Profits Puzzle by Victor P. Goldberg, Columbia Law Review, March 1997
- Fatal Subtraction by Pierce O'Donnell & Dennis McDougal (Dove Books 1992)
- Hollywood Dealmaking by Dina Appleton & Daniel Yankelevits (Allworth Press 2002)
- Vertically Challenged by Stanton L. Stein and Marcia J. Harris at <http://www.lacba.org/Files/LAL/Vol26No3/1324.pdf>
- Combating Vertical Integration in Television Deal Making by Barbara M. Rubin at <http://www.lacba.org/Files/LAL/Vol28No3/2144.pdf>
- Celador International LTD., et al. v. The Walt Disney Company, et al., (Case No. CV 04-3541 VAP (RNBx)) における契約書等の裁判資料
- <http://www.deadline.com/2010/07/studio-shame-even-harry-potter-pic-loses-money-because-of-warner-bros-phony-baloney-accounting/>