

# コンテンツ・プロデュース機能の 基盤強化に関する調査研究

**法務（著作権・契約関係）**

## はじめに

本書は、コンテンツ・ビジネスに携わるプロデューサーに、コンテンツ・ビジネスに不可欠な法律について、基礎的な知識を身に付けてもらうことを目的として作成されている。

本書にいうプロデューサーとは、映画、音楽、ゲーム等を製作する際に、費用を調達し、製作費の運用を行い、監督やスタッフなどの人材を集め、企画から撮影、そして宣伝から上映までのすべてを統括する責任者のことをいう。この定義からもわかるように、プロデューサーの業務は非常に多岐にわたっており、そこには、コンテンツにかかわる知的財産法から資金調達のための契約法にいたるまで、様々な法律問題が潜んでいる。

仮に、プロデューサーがこれらの法律問題を見過ごす、又は誤った措置をとるようなことがあれば、プロデューサーが関係者から提訴されるなどして、膨大な時間と費用をかけて進められたプロジェクトがストップしてしまう危険もあり、その被害は甚大である。「宇宙戦艦ヤマト事件」で、映画の著作権が原作者とプロデューサーのどちらに帰属するかが争われたことは記憶に新しいが、このようなトラブルは、映画の製作が決定した段階で、原作者とプロデューサーとの間で著作権の帰属について適切な契約を結んでおけば、簡単に防ぐことができたはずである。

しかし、プロデューサーは法律家ではなく、あくまでビジネスフロントの人間なのであるから、コンテンツ・ビジネスに関するあらゆる法律について、専門的な知識を身に付ける必要はない。プロデューサーに要求されるのは、原作者や出演者と契約を結ぶときなど、コンテンツ・ビジネスの各過程の個々の場面において、「これは法律的に問題があるかもしれない。」「弁護士に相談するべきだ。」という直感を働かせることである。

本書は、プロデューサーにこのような直感を養っていただくことを目的として、著作権法、その他コンテンツ・ビジネスに特にかかわりの深いいくつかの法律について、基礎的な事項を解説するものである。最終章では、アメリカの事情についても解説しているので、是非、参考にしてほしい。

# CONTENTS

---

はじめに

## Chapter 1

### プロデューサーに求められる法律知識：導入編

#### Section 1

##### プロデューサーの役割

- 1 優秀なリスクマネージャー
- 2 制作現場に潜むリスクとその対処

## Chapter 2

### プロデューサーに求められる法律知識：実践編

#### Section 1

##### 映画の著作物の権利処理

- 1 権利処理の必要性
- 2 映画製作者 - 映画の著作物の権利の帰属先
- 3 映画の権利処理 (Rights Clearance)
- 4 映画の著作物の著作者との参加契約

#### Section 2

##### 映画に利用される著作物の権利処理

- 1 言語の著作物
- 2 音楽の著作物
- 3 美術の著作物

#### Section 3

##### その他の権利処理

- 1 実演家の肖像権、パブリシティ権
- 2 著作者・実演家の人格権 (氏名表示権、同一性保持権等)
- 3 まとめ

## Chapter 3

### プロデューサーに求められる法律知識：基礎編

#### Section 1

##### 著作権法の基礎知識

- 1 著作権法とは
- 2 著作物について
- 3 著作者について
- 4 著作権について
- 5 著作物などを無断で利用できる例外について
- 6 権利の保護期間
- 7 権利侵害に対する措置

#### Section 2

##### 肖像権とパブリシティ権の基礎知識

- 1 肖像権とパブリシティ権
- 2 肖像権とは
- 3 芸能人の肖像権 (「著名人の法理」)
- 4 パブリシティ権
- 5 権利侵害に対する措置

#### Section 3

##### 下請遅延防止法の基礎知識

- 1 下請遅延防止法とは
- 2 親事業者とは
- 3 適用を受ける下請取引
- 4 親事業者が禁止される行為
- 5 違反に対する制裁措置

#### Section 4

##### 景品表示法の基礎知識

- 1 景品表示法とは
- 2 景品表示法により禁止される広告表示

## Section 5

### 児童ポルノ法の基礎知識

- 1 児童ポルノ法とは
- 2 児童ポルノ法により禁止される行為

## Chapter 4

### 弁護士とコンテンツ・ビジネス

#### Section 1

##### 弁護士の活用

- 1 弁護士の必要性
- 2 日本の弁護士の現状
- 3 弁護士の探し方
- 4 弁護士への依頼の仕方
- 5 依頼の際の留意点
- 6 まとめ

## Chapter 5

### アメリカ著作権法概要

#### Section 1

##### アメリカ著作権法の基礎知識

- 1 著作権の発生
- 2 著作権と保護期間
- 3 職務著作とは
- 4 アメリカ著作権法と人格権

#### Section 2

##### アメリカで映画を作るときの法的なアドバイス

- 1 映画の著作権
- 2 アイデアと表現
- 3 著作権登録について
- 4 著作権登録のメリット
- 5 脚本の著作権登録の方法
- 6 アイデアの映画化権
- 7 脚本が盗用された場合の対処法
- 8 製作者側の防衛策
- 9 オプション契約
- 10 オプション権の消滅とターンアラウンド
- 11 譲渡する権利・留保する権利
- 12 新たなメディア
- 13 ビッチの方法

#### Section 3

##### 映画の売り方

- 1 契約書の種類
- 2 セールス・エージェント契約
- 3 ライセンス契約
- 4 ネット収益 (Net profits)

#### Section 4

##### 海外の弁護士とのつきあい方

- 1 エンターテインメント弁護士
- 2 エンターテインメント弁護士の役割
- 3 社内弁護士 (in-house counsel) の役割
- 4 弁護士とクライアント間の費用契約
- 5 弁護士との紛争の解決方法



# Chapter 1

## プロデューサーに求められる 法律知識：導入編

### Section 1 プロデューサーの役割

#### 1-優秀なリスクマネージャー

コンテンツ・プロデューサーに求められる役割は実に多種多様である。しかしながら、それを法務に係る範囲で大きく分けると以下のとおり制作管理と資金調達に分類できる。

##### (1) 制作管理

- プロジェクト全体の管理（予算・スコープ管理や制作委託など）
- 素材コンテンツ（原作・脚本・音楽など）の調達及びその権利処理
- 役者や声優等の手配及びその権利処理
- 制作請負契約の締結
- タイアップ・協賛のアレンジ・交渉
- 配給宣伝や二次利用権（ビデオグラム化権、テレビ放映・海外番組放映権・インターネット送信権、マーチャンダイジング（商品化）権、リメイク権など）の販売
- 制作全般にあたって違法行為が行われないようなチェック

##### (2) 資金調達

- 資金調達先の発掘及びコンタクト
- 資金調達方法の検討（制作委員会の組織作り、必要に応じて証券化等のスキーム作り、海外であればリミテッド・ライアビリティ・パートナーシップ（LLP）利用の検討など）

そしてこれらすべてに共通することは、これらは原則としてすべて契約で権利範囲や責任が規定されるのであるが、①契約に規定されなかった事項はそれぞれの関連法で規定がなされるということと、②契約で規定がされても、いわゆる「強行法規」といわれる法律に違反した契約は効力がなく、法律により当事者の権利義務が規定されるということである。例えば契約に規定漏れがある場合（例えばいかなる場合に契約解除が認められるかという条項漏れがある場合）には民法又は商法が、素材コンテンツの権利処理に関して規

定漏れがある場合には著作権法が当事者の権利や責任を規定することになる。また、広告や宣伝に関していえば、当事者間においていくら契約で定めても景品表示法に違反することは公正取引委員会の排除命令（行為の差止めや再発防止策の公示を命ずる）の対象となるし、コンテンツ制作の下請業者に対して下請代金支払遅延防止法に違反する内容の契約を締結させたり必要な書面の交付を怠ったりした場合には公正取引委員会の勧告（違法行為を是正する勧告）や罰金の対象となる。また、児童ポルノ処罰法の規定に違反するコンテンツを制作して頒布した場合には懲役又は罰金の刑事罰が用意されている。

このようにコンテンツ制作には様々な法的リスクが潜んでいる。しかも、コンテンツ制作に潜むリスクはこのような契約関連のリスクばかりではない。制作請負契約を締結した制作会社の倒産リスク、俳優の突然の降板や映画監督が制作を途中で放棄してしまうリスク、撮影中の事故で制作そのものがストップしてしまうリスクなどコンテンツ制作に潜むリスクは枚挙に暇がない。しかも、このようなリスクのなかで特に法的リスクと会計・税務のリスクは例えコンテンツ制作ができ、資金回収（リクーブ）と利益の獲得が開始されても、後からその利益がすべて吹き飛んでしまう可能性すら潜むものである。

プロデューサーの役割の最も重要な資質は、「優れた作品」を世に出し、観客を魅了し、そして利益をあげることである。しかしながら、それも計算されたリスクマネジメントの下で行われたものかどうかで将来の結果一ひいては利益一に格段の差が出ることになる。例えば、素材コンテンツや俳優等の権利処理を誤れば、例えば利益の多くを見込んでいたビデオグラムの販売ができなくなったり、予想していなかった莫大な権利料をとられたりすることもある。また税金に関する予測を誤ったために予想外の税金がとられ利益の予想が大幅に狂うこともある。

このようなことのないように、優秀なコンテンツ・プロデューサーは優秀なリスクマネージャーでなくてはならない。

## 2-制作現場に潜むリスクとその対処

それでは、優秀なリスクマネージャーとなるためにはどうすればよいのであろうか。それは、リスクがどこに潜んでいるのかを予め知り、それに対する適切な対処方法を即座に検討すること、あるいはその経験・訓練を積みリスクに対する嗅覚を養うことである。リスクマネージャーとしてのプロデューサーは、車でいえば、あるときには現場スタッフが前に行こうとすることが適切かどうかを判断して、適切である場合にそれを前に行かせるという意味でギアをつなぐクラッチの役割を担い、また、あるときにはスピードの出しすぎを制御するブレーキの役割を担うことになる。そこでまず本項では、どれくらいのリスクがどこに潜んでいるのかの例を明らかにし、その上でどのような適切な方法をとるべきかを簡単に説明することとする。

### (1) 現場の意識に潜むリスクとギャップ

まずプロデューサーが陥りがちなリスクとしてあげられるのは、プロデューサー自身が現場サイドの人間（例えば俳優や監督を兼任している）又はその出身であることにより、「仲間」意識の高揚が生まれ、「リスク」一特に

自分のなかで小さいリスクと勝手に判断してしまうもの一についてはこれを無意識のうちに排除してしまう傾向がある点である。これは「信頼関係」という言葉や「業界慣行」という言葉を担保とした、口約束の横行（しかも基本的な条件だけの口約束）や契約書作成の軽視につながりやすい。しかしながら、法律家として数々の紛争処理にあたった経験からすると、「仲間」意識が強いことや、「信頼関係」という言葉を御旗のしるしとしている場合には、一旦こじれた場合の修復・問題解決は実に困難である。他方、当事者の信頼関係の上にビジネスが成り立っているということは当然の前提に置きつつも、契約書さえきちんとしていれば将来トラブルが発生してもその契約書の記載を前提に解決がなされるので解決は早く、弁護士等の専門家に対する相談も極めて容易である。また、「業界慣行」を背景にした口約束の横行が仮にあるとすれば、現在業界をリードしているトップのプロデューサーが率先してこれを打破するように努めていかなければ、今後優秀なプロデューサーが育たないことはもちろん、世界にビジネスとして通用する日本発信の優秀なコンテンツも生まれてこない可能性があることを念頭に置く必要がある。

またリスクに対する安易な判断がその後のコンテンツ・ビジネスに大きな影響を与える可能性があるということも認識する必要がある。例えば公正取引委員会からの是正勧告等を受けた場合や、権利処理をすべき素材の権利者や俳優が自分の権利について契約には規定されていないが法律上保護されている事項についての権利主張をした場合、プロデューサーとしては単なる「運が悪かっただけである。」という認識をしがちである。しかしながら、資金調達の場合において業界外のプレーヤー（例えば銀行や証券会社）が加わる場合は特にこれは重要な問題として認識される。すなわち、これらのプレーヤーは投下資本の回収と利益の獲得のみを主たる目的にプロジェクトに参加しているのでリスクの存在を非常に嫌うし、それと同時にコンプライアンス（法令順守）の意識が一般的に非常に高い。またエンターテインメント業界であっても、上場企業や上場を目標としている企業の意識はむしろ業界外のプレーヤーに近いということがいえる。

今後は、エンターテインメント業界以外のプレーヤーなくしては資金調達できない場面やこれらの者とのアライアンスなくしては優秀なコンテンツを世に送り出せない可能性が出てくる。したがって、現場サイドとの一体感については維持しつつも、常に1歩引いた冷静な意識でプロジェクトを見つめつつ判断する姿勢がプロデューサーには求められる。

## (2) プロジェクト自体に潜むリスク

コンテンツ制作プロジェクト自体に潜むリスクとしては、大きく分けて、①契約違反のリスク、②法律違反（特に著作権法、商標法等の知的財産権法）のリスク、③社会的制裁のリスクがある。

まず契約違反のリスクがあった場合には、その程度によってはプロジェクトそのものが頓挫してしまう可能性がある。例えば、資金提供先が資金提供契約のなかに通常入れ込んでいる表明保証条項（制作サイドからの説明に基づいて資金の被提供者に一定の事項について表明及び保証させる条項）違反があった場合には、直ちに資金提供のストップ又は提供した資金の引き上げにあう可能性がある。

また素材コンテンツ（原作・脚本・音楽など）の著作権、映画監督などが有する映画の著作物の著作権、あるいは俳優などの実演家の実演家権などの



権利処理をする際に、将来行いたいと考えるビジネスまですべて網羅して権利処理をしておかないと、例えば映画をオンデマンドでインターネット配信したいと思ってもそれができなかつたり、莫大な追加費用を要求されたりすることになってしまい、これを無断で行うと差止や損害賠償といった民事的な制裁のほかに刑事罰による制裁の対象ともなってしまう。前述した制作現場に潜むリスクとも絡んでくるが、プロデューサーや制作サイドと現場（映画監督など）・素材コンテンツの著作者との間での法廷闘争は以外に少なく、代表的なものだけでも以下のものがある（これらの事件の詳細は「プロデューサーに求められる法律知識：実践編」で詳しく述べる）。

- 超時空要塞マクロス事件（東京高裁平成15年9月25日判決。アニメの企画者vs.テレビアニメ制作者）
- 宇宙戦艦ヤマト事件（東京地裁平成14年3月25日判決—その後東京高裁にて和解により決着。漫画家（原作者）vs. 映画プロデューサー）
- スウィートホーム事件（東京高裁平成10年7月13日判決。脚本家兼映画監督vs. 映画制作者及びビデオ化権取得者）
- 七人の侍事件（東京地裁昭和53年2月27日判決。脚本家・映画監督vs. 映画製作会社）

さらにできあがったコンテンツの一場面に「衣服の全部又は一部を着けない児童<sup>(注1)</sup>の姿態であって性欲を興奮させ又は刺激するものを視覚により認識することができる方法により描写したもの」にあたるカットが含まれていた場合には、かかるコンテンツを頒布・上映した場合には児童ポルノ頒布罪となり3年以下の懲役又は300万円以下の罰金という刑事罰の制裁が待っている。またこのようなコンテンツは、ビジネス判断にもよるがその全部を上映中止にしたり又は該当する一部をカットして上映しなくてはならないことになってしまう。

【注-1】 18歳未満の者をいう

また事件の程度によってはマスコミからの追跡報道を受けたり、管理能力不足というレッテルを貼られることによる業界内外からの信用失墜により、プロデューサーとしての仕事の激減や業界からの事実上の追放措置にあうことも考えられる。

### (3) リスクに対する対処

これまでコンテンツ・ビジネスにおける様々なリスク要因をあげてきたが、プロデューサーの方のなかにはここまで読まれて、「リスクを恐れていたらビジネスなどできない。」とおっしゃる方もいらっしゃるであろう。それはそのとおりである。「優秀なプロデューサーは優秀なリスクマネージャーでなければならない。」という最初に掲げた命題のなかでいっている「**優秀なリスクマネージャー**」とは、**リスクについての十分な知識と嗅覚を備えた上で、それをとるのかとらないかの判断を適切にかつタイミングを誤ることなく行える者**のことを指している。リスクを回避する知識や能力は、優秀なプロデューサーの必要条件ではあっても十分条件ではないので、このような知識や能力があっても優秀なプロデューサーとなることはできない。繰り返しになるが、同じ「リスクをとる」といっても、リスクを認識した上でそれをとる場合と、リスクと承知していないで結果的にリスクをとることになってしまったのでは、そのリスクに対する対処方法も異なるので、最終的に与えられるその効果も雲泥の差となってしまう。例えば、リスクと認識してとる「リスク」の場合にはそのリスク回避手段を念頭に置きつつ、又は

他のプロジェクト関係当事者になぜそのリスクをとることになったのかの説明方法を十分検討しつつリスクをとることができる。したがってこの場合には、他の当事者に対してビジネス判断に基づくリスク・テイキングであったとの十分な説明ができるし、それに対する当事者（例えば資金提供者）の理解も得やすい。しかしながら、結果的にリスクとなってしまった場合には他のプロジェクト関係当事者は十分な説明を得ることができないので、単に管理能力のないプロデューサーであると映ってしまうのである。

他方優秀なリスクマネージャーは、リスクに対する対処をすべて自分で行おうとすべきではない。確かに、リスクに対する嗅覚を身に付けるためにはある程度の法的な処理も自ら行うことが有益である。例えば著作権法の基礎知識（誰にどのような権利が帰属しているのか）程度は学習して、契約をしなければならなかったプレーヤーがいたのに契約をしていないという事実がないかどうか、契約書のなかに権利処理の点から記載漏れがないかどうか程度については学習する必要がある。なぜならこのような権利処理はスピードと確実性が求められるが、このような権利処理に関する法的リスクの存在にプロデューサーが気づかなければ、弁護士等の専門家に相談しようという動機付けすら起こらず、リスクだけが取り残される結果となるからである。しかしながら逆にこのようなリスクの端緒をプロデューサーにおいて的確につかむことができるならば、後は費用対効果を考えた上で、可能であれば右腕となる弁護士等の専門家に任せることが適切である。なぜなら、前述のようにリスクに対する対処は迅速性的確性が求められるが、こと法的なリスクに関してはビジネスフロントのプロデューサーよりも弁護士等のほうが的確かつ迅速に情報を提供することができるからである。しかもコンテンツ制作における法的なリスクは枚挙に暇がなく、法律名をあげるだけでも民法、商法といった契約関連法、著作権法や商標法といった知的財産権関連法、景品表示法や下請代金支払遅延防止法といった独占禁止関連法、資金調達の見点では場合によっては証券取引法などの知識や経験が必要となってくる。このような幅広い分野の法知識や経験が必要となる場面で、プロデューサーが的確かつ迅速な判断を下すには限界があるのである。

そして「迅速かつ的確な対応」という観点からは、プロデューサー自身が信頼の置けるかつ気軽に相談できる弁護士を準備しておくことが重要である。いくら弁護士が優秀であってもプロデューサー側が萎縮して「こんなことを相談していいのだろうか。」と考えなければならぬ状況であれば意味がないし、逆にプロデューサー側が気軽につきあえる弁護士であっても、当業界の知識や経験なく、迅速かつ的確な対応という点で問題のある弁護士であればこれも意味がない。弁護士の探し方やつきあい方については、Chapter 4に詳述するので参考にしていきたい。

以下の章では、優秀なリスクマネージャーとしてのプロデューサー養成の観点から、Chapter 2でまず最も実務的に必要な権利処理の実際を概観していただき、権利処理手続で理解できなかった著作権法の基礎的な知識や他のリスク要因となる法律の基礎をChapter 3で補完していただきながら、Chapter 4でプロデューサーの右腕となる弁護士の探し方や利用の仕方を学んでいただくこととする。



# Chapter 2

## プロデューサーに求められる 法律知識：実践編

### Section 1

#### 映画の著作物の権利処理

##### 1-権利処理の必要性

Chapter 1の「導入編」で既に気づかれたことと思うが、コンテンツ・プロデューサーに必要な法律知識のなかで、最も重要な法律は「著作権法」である。映画、アニメーション、コンピューター・ゲーム等のコンテンツの製作には様々なクリエイターが関与しており、それぞれが創作物に対して何らかの著作権を有する。そして、コンテンツは、その1つ1つが複雑に絡み合い、融合してできたものである。

資金調達や販売のタイミング及び方法は様々であるが、プロデューサーは、このようなコンテンツをもとに資金調達をし、コンテンツを第三者に積極的に売り込んでいかななくてはならない。そのときに、資金提供者やコンテンツの潜在的購入者は、自らの法的リスクを回避するために、資金提供の際に締結する契約で、プロデューサーに次のような保証条項に同意することを要求するであろう。

##### 保証条項

第●条 プロデューサー（甲）は資金提供者（乙）に対し、以下の事項のすべてを表明し保証する。

- ①甲は、著作権法（昭和45年5月6日法律第48号）において定義される映画製作者であり、本契約を締結し、その義務を履行する必要にして十分な権限及び能力を有し、これに対して第三者からいかなる制限又は異議の申立ても受けないこと。
- ②甲は、本件映画の監督、カメラマン、美術監督その他本件映画の製作に関与した者すべてが、甲に対し当該映画の著作物の製作に参加すること及び本件映画の著作物に関し、氏名表示権、同一性保持権を行使しないことを書面で約束していること。また本件映画に出演する又は出演したすべての出演者が、本件映画に関して甲が④に記載の行為をすることを許諾する旨書面で約束していること。
- ③本件映画に使用される又は使用された原著作物（原作、脚本、台本、音楽等を含むがこれらに限られない）、美術の著作物、その他すべて

の著作物（以下これらを総称して「本件原著作物」という）について、甲は、これらすべての著作権者（以下「原著作権者」という）から、これを本件映画（続編及びリメイク版を含む）に利用する許諾を付与され、かつかかる許諾が取り消され、失効し、無効となり又は解除される原因となる事象は何ら存在しておらず、本契約の有効期間中かかる事象が発生しないこと。また、本契約の有効期間中、原著作権者が甲に対し本件原著作物に関する同一性保持権、氏名表示権、公表権の行使をしない旨約束していること。

- ④本件映画を配給し、テレビ放送（BS、CS、衛星放送を含む）し、ビデオグラムに複製・利用し、又はインターネットで配信し、VOD（ビデオオンデマンド）での閲覧・視聴に供し、リメイクする権利並びにそれらの利用に伴い必要なトリミングその他の改変を本件映画に対して行うことを本件映画の著作者、原著作権者及び本件映画に関与した出演者その他すべての著作隣接権者から許諾されていること。また、これらの許諾が取り消され、失効し、無効となり又は解除される原因となる事象は何ら存在しておらず、本契約の有効期間中かかる事象が発生しないこと。
- ⑤本件映画に関し、第3項及び第4項の行為を行うにあたり、いかなる第三者の権利も侵害せず、万が一第三者の権利を侵害した場合には、甲が責任と費用（弁護士費用を含む）をもってこれを負担し、乙には一切の迷惑（経済的負担を含む）をかけないこと。

プロデューサーとしては、自ら（又は映画製作者をして）上記の保証条項に同意することによって、資金提供者や映画の購入者がある程度安心させることができる。彼らにとって、権利処理がきちんとされているかどうか、本件映画を利用した今後のビジネス展開にとってリスクとなる要因がないかどうかは、最大の関心事だからである。

他方、これに同意したプロデューサーは、上記に記載した保証条項が本当に同意できるものなのかどうか、きちんと現場に確認をとり、契約書をチェックしなければならない。日本においても、特にこれまで映画ビジネスにそれほど関与したことの少ない者や、諸外国から資金を集めるためには、上記のような保証条項（場合によっては、権利処理関係だけでもこれよりもっと多い項目の保証条項）に対する同意を要求されることが少なくないであろう。

そこで、以下では、上記のような権利処理をクリアにするためには、具体的にどうしていったらよいかを、権利を有する客体ごとに解説する。

## 2-映画製作者 - 映画の著作物の権利の帰属先

### (1) 留意点

「映画製作者」の日本語としての意味は、「映画を製作した人」であるが、著作権法では、必ずしも、直接、映画の製作に携わった人を意味しない。

著作権法上、「映画」とは、テレビ番組、アニメーション、コンピューター・ゲームを含んだ概念である（本書で「映画」という場合には、特別の断りがない限りこの意味で用いる。これは、著作権法第2条第3項によって、「映画の著作物」には、映画の効果に類似する視覚的又は視聴覚的效果を生

じさせる方法で表現され、かつ物に固定されている著作物を含むものとする」と定義されているからである)。それでは、映画やアニメ製作に関与したすべての人、又はそれを総指揮した監督が「映画製作者」というと、著作権法はそうは定義していない。これは、重要な留意点である。契約書には様々な用語が用いられているが、法律上では、その用語の意味は必ずしも辞書等に掲載されている意味や、日常又は業界で用いられている意味ではないことに、くれぐれも留意しなければならない。これは英文の契約でも同様であり、契約英語の素人が英語の辞書と格闘しながら日本語に訳しても、その日本語訳は、英文契約書の意味を正確に把握したものではないことがしばしばである。

## (2) 発意と責任

「映画製作者」という用語に理解が必要なのは、映画の著作物の場合、映画の著作物が映画製作者に対し当該映画の著作物の製作に参加することを約束しているときは、原則として映画製作者に映画の著作権が帰属すると規定されているからである（著作権法第29条1項）。すなわち、映画製作者は、映画の著作物との間で製作参加契約を締結すれば、映画の著作権を享受することができるのである。

著作権法は「映画製作者」を、「映画の著作物の製作に発意と責任を有する者をいう」と定義している。それでは、「発意と責任」とは何であろうか。これまでの判例を分析すると、

- ①（映画の製作委託を請け負っているような場合には）委託者に対して進行管理や完成についての責任を負担していること。
- ②製作に必要な資材の調達、監督、出演者、スタッフの選定及び雇用をし、これらの者に対する報酬の支払いを行っていること。
- ③自ら製作費用を負担して自己の計算により製作を行ったこと。

というような事情、ひと言でいえば、「製作費用と完成責任の負担」がある場合には、「映画製作者」といえることになる。

## (3) 製作企画者と映画製作者

ところで、映画やアニメの場合、その企画を第三者が行い、それを映画製作会社や映画製作委員会のほうで引き取って映画の製作をすることが考えられる。このような場合、著作権法でいう「映画製作者」は、この企画を行った者になるのだろうか。「発意」という日本語に注目すればそうなりそうであるが、裁判所はこれを否定している。裁判所は、「映画の製作に『発意』を有するとは、必ずしも最初にその映画の企画を立案することを要するものではなく、第三者からその働きかけによりその映画を製作する意思を有するにいたった場合も含む。」と判断し、前述の基準に従い、映画製作に対して経済的なりスク及び完成責任を負担している者を「映画製作者」と認定した。＜参考判例＞「超時空要塞マクロス事件」（東京地判平成15年1月20日最高裁ホームページ）

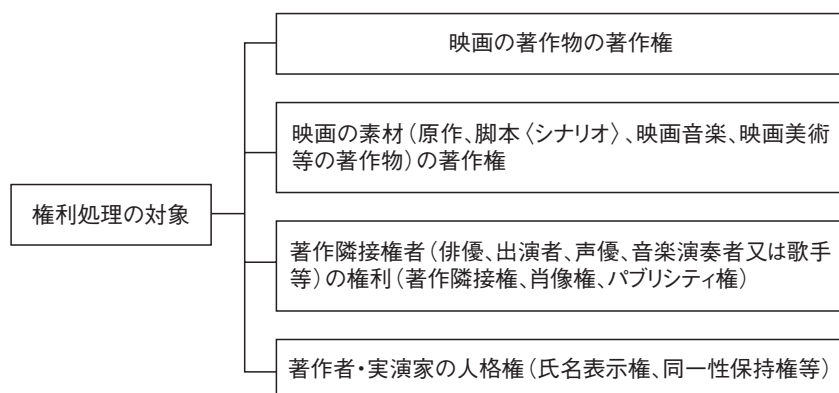
プロデューサー又はプロデューサーの所属する会社や団体は、自ら企画を立案したかどうかにかかわらず、このような「製作費用と完成責任の負担」という役割を担うことによって、映画の著作権を取得できる「映画製作者」の地位を確保することができるのである。

### 3-映画の権利処理 (Rights Clearance)

プロデューサーは、確実な資金調達とともに、将来のスムーズな映像コンテンツ・ビジネスの維持・発展を確保するために、芸術や音楽等様々な著作物の複合体である映画のコンテンツについて、いかなる第三者からも今後のコンテンツ利用についてクレームがつかないように権利処理をするとともに、その権利処理の記録を書面（例えば契約書など）で残しておく必要がある。

そのために、プロデューサーとしてクリアにしなければならないコンテンツの権利には、いかなるものがあるのかを概観する必要がある。映画のコンテンツ処理には、①映画そのものの著作権に関する権利処理、②映画の素材として用いられるコンテンツ（小説、脚本、音楽など）に関する権利処理、③俳優、出演者等の著作隣接権、肖像権、パブリシティ権の権利処理、④それぞれの著作者・著作隣接権者が有する人格権（公表権、氏名表示権、同一性保持権）などの権利処理がある。プロデューサーは、この1つ1つを丁寧に処理し、又は担当者に処理させた上でその確認をしなければならないのである。

<映画の権利処理の際に考慮しなければならない権利>



上記の権利のなかでも、「著作者・実演家の人格権」の権利処理は、特に忘れやすいので気をつける必要がある。

### 4-映画の著作物の著作者との参加契約

#### (1) 映画の著作物の著作権に関する権利処理

映画の資金を調達しようとする、又は映画を売り出そうとするプロデューサーは、資金提供者やクライアントと契約を締結することのできる法的な権限を有していなければならない。そして、それを担保するためには、当該映画の著作権に関する権利を取得する、すなわち映画の著作者から著作権を譲り受けるのが一般的である。

では、著作権法上、映画の著作物の著作者とは映画の製作に関与している者のうち、誰を指すのであろうか。この点について、著作権法第16条は次ページのように規定している。

映画の著作物の著作権は、その映画の著作物において翻案され、又は複製された小説、脚本、音楽その他の著作物の著作権を除き、制作、監督、演出、撮影、美術等を担当してその映画の著作物の全体的形成に創作的に寄与した者とする。但し、前条の規定の適用がある場合は、この限りではない。(著作権法第16条)

したがって、具体的には制作に携わる映画プロデューサー、劇場用映画における映画監督、テレビ映画・ビデオグラム等の制作にかかわるプロデューサー、監督、演出担当のディレクター（演出家）、撮影監督、特撮監督、美術監督などが映画の著作物の著作権となる。但し、これらの者が、例えば、映画製作会社やテレビ制作を行う会社に属している従業員の場合には、その著作はいわゆる「職務著作」になるので（著作権法第15条）、映画製作会社の従業員監督やテレビ制作会社の従業員である演出担当ディレクターが創作した映画の著作物の著作権は、雇用主である映画製作会社やテレビ制作会社に帰属することになる。

他方、著作権法第29条第1項は、これらの映画の著作物の著作権が、映画製作者に対し、製作に参加することを約束している場合には、映画製作者のみに映画の著作物の著作権が帰属すると規定している。これは、従来から存在してきた実態を法に反映させるとともに、映画製作が巨額の投資を行い、決して少なくないリスクを負担して行う企業活動であることを考慮して、映画の円滑な市場流通を促進させるために規定されたものである。したがって、映画製作者が映画の著作権との間で、このような「映画参加契約」を締結することは、極めて重要な意味を持つことになる。

なお、著作権法の解釈では、「参加することを約束する」といえるためには、必ずしも参加契約を締結していなければならないものではなく、映画の著作物を製作する行為に参加する意思があったかどうかを問題とする。しかしながら、トラブルになった場合の証拠を確保するという観点からも、実務的にはこの映画参加契約を書面で締結することが望ましい。

例えば、映画製作者と監督が映画の著作権を争った場合、書面による参加契約がないと、参加の意思の有無が争われる可能性が高いが、書面があれば、そのような無用な争点を回避することができるからである。なお、参考までに、書面がなくても「参加の意思」を認め、参加約束が認められた裁判例があるので紹介することにする。

#### <参考判例>

「超時空要塞マクロス事件」（東京地判平成15年1月20日最高裁ホームページ）

「本件テレビアニメの制作は、プロデューサーのP、現場プロデューサーのQ、総監督のR、シリーズ構成者のT、キャラクターデザイナー兼キャラ作画監督のV、メカニックデザイナーのS及びU、音響監督のW、メカ作画監督のZらが担当しているが、本件テレビアニメの全体的形成に創作的に寄与したのは、総監督を担当したRであるというべきところ、Rは、原告が毎日放送との制作契約に基づいて本件テレビアニメを制作することを知った上で、総監督として本件テレビアニメの製作に参加しており、制作作業に対する報酬も原告からアニメフレンドを通じて受け取っていたのであるから、これらの事実によれば、Rは、映画製作者である原告に対し、本件テレビアニメ



メの製作に参加することを約束していたものと認定するのが相当である。」

## (2) 映画の著作者の人格権に関する権利処理

映画の著作者との間で(1)に規定したような「参加契約」を締結し(参加の意思を有し)、映画の著作物の権利が映画製作者に帰属した場合には、その映画を著作権の行使によって公衆に提供、又は提示することについては、映画の著作物の著作権者は同意したものと推定されることになっている(著作権法第18条第2項第3号)。しかしながら、「氏名表示権」及び「同一性保持権」については、これと同様の推定規定がないので、依然としてこの2つの人格権については、映画の著作物の著作権者に帰属している。

したがって、映画製作者が映画の著作物の著作者との間で参加契約を締結する場合には、映画の著作物の著作者には、①「氏名表示権」については行使しないことに同意させるか、氏名表示の方法を具体的に特定して、その特定方法で氏名表示をすれば問題がないようにしておくこと、②「同一性保持権」についても同様に行使しないことに同意させるか、どこまでを認め、どこからは認めないのかを契約書上で明確にさせておくことが必要になる。現実的には、いずれの人格権も、後者の処理をする(参加契約書に権利行使の範囲・方法を特定する)ことになるであろう。

特に映画の場合、後にテレビ放映されたり、ビデオグラム化される場合に、映画の編集、画面の一部切除作業を伴ったり、テレビ・コマーシャルを放映することがある。このような映画の編集、切除作業やテレビ・コマーシャル挿入行為は、これに対して映画の著作者である監督等の同意がなければ、同一性保持権を侵害することになると判断される場合もあるので、この意味でも、前述の著作者人格権の処理を映画監督などとの参加契約できちんと明記しておくことは極めて重要である。

なお、映画をビデオ化するにあたり、ビスタサイズの画面をテレビ画面サイズにトリミングしたことと、テレビ放送する際に、間にコマーシャルを挿入して放送したことが、監督の著作者人格権(同一性保持権)を侵害するかどうかで争われた事件(「スウィートホーム事件」)で、東京高等裁判所は、結論として、著作者人格権の侵害を認めなかったものの、一般論として、トリミングについては、「当該映画の映画監督が事前又は事後に了解を与えていた場合や、同意を得ないでの改変も正当化されるような特段の事情が認められない限り、……監督の著作者人格権を侵害するものである」と判断し、テレビ・コマーシャルの挿入についても、「その挿入の回数、時間、挿入箇所等の内容によっては、当該劇場映画が視聴者に与える印象に影響を及ぼすものと認められるから、その態様如何によっては、」同一性保持権を侵害することになると判断した。〈参考判例〉「スウィートホーム事件」(東京高判平成10年7月13日判決知裁集30巻3号427頁)

## Section 2 映画に利用される著作物の権利処理

映画に利用される素材には、原作、脚本、挿入歌やBGMなどの音楽、セットなどの美術等がある。また、映画の撮影のなかで、他の映画の映像、写真等を用いる場合には、その映像や写真の権利処理も行わなければならない。

これらの著作物の権利者については、著作権法第16条により「映画の著作物の著作者」ではないとされているため、映画製作者との間で「製作に参加すること」を約束した契約を締結しても、その著作権は映画製作者に帰属することはない。したがって、プロデューサーは、それぞれの権利者ごとに個別に権利処理をしていかなければならない。そこで、これらの権利処理の手順と留意点について、素材ごとに説明を加える。

## 1-言語の著作物

### (1) 原作者（小説家等）との契約

劇映画の場合、その多くは原作となる小説等（以下「原作」という）が存在し、それを題材に映画が作成される。原作の著作者は、原作の映画化権を専有し（著作権法第27条）、また、映画の著作物と原作との関係は、いわゆる二次的著作物（原著物である小説等を映画化したもの）であるので、原作者もその映画について、上映権・頒布権（著作権法第22条の2、第26条の2）を有する。したがって、原作者との間で、契約書において、これらの権利の処理をしておく必要がある。

また、アニメ映画（テレビ用アニメ番組を含む）やコンピューター・ゲームの場合にも、その多くは漫画やコミック雑誌のキャラクターや、その世界観を用いて、映像が製作される。したがって、この場合にも、原作者である漫画家や出版社が窓口権を有している場合には、漫画を出版した出版社に対して、権利の許諾を求める必要がある。

その際、契約当事者の責任者であるプロデューサーは、以下の事項が網羅されているかについて、契約書のチェックをする必要がある。

#### <原作者との契約書チェック項目>

契約書上記載されているかどうかのチェックをすべき事項	チェック
映画化権の譲渡契約（著作権法第27条）か、1回又は複数回の映画化を許諾する映画化契約（著作権法第63条）か	
（映画化許諾契約である場合）映画化許諾の内容（映画化の回数、用途〈劇場用、テレビ放送用、CATV放送用、衛星放送用等のいずれか又はその全部か〉の別など）	
原作を利用して製作した映画の上映、当該映画のビデオグラム化権（頒布権）の付与	
インターネットでの配信、オンデマンド上映、携帯コンテンツとしての配信等の許諾の有無	
リメイク権の有無（海外でリメイク版が作られる場合の翻訳・翻案権）	
上映等が許諾されるテリトリー（例えば、海外の映画祭に備えて海外での上映等の許諾も取得しておくなど）	
クレジット表示の仕方の詳細	
対価がいかなる権利の許諾に対する対価か	

なお、海外において出版された原著作を映画化するケースでは、このほかに、映画上映時間、映画化するまでの期間、契約期間終了時の許諾自動消滅条項、上映可能地域などの制限が課せられているようである。

### (2) 脚本家との契約

脚本は、原作である小説等に基づいて作成されるものであり、原作との関

係では二次的著作物となり、それに基づいて製作される映画との関係では、映画が脚本の二次的著作物である。したがって、映画製作者は、脚本家からも個別に映画化権の譲渡を受けておくか、映画の製作等について許諾を受けておく必要がある。そして、映画化権の譲渡ではなく、映画化許諾契約の場合には、あらゆる場合を想定してできるだけ広く利用することができるような契約を締結するよう心がける必要がある（例えば、映画としての上映のほか、テレビ<BS、CS、CATV、衛星放送を含む>放映、ビデオグラムとしての複製及び販売、海外の映画祭への出品、オンデマンド上映、インターネット送信、携帯電話への送信等のビジネスに対応できるようにしておくなど）。

また、映画の場合には、監督が脚本家であることも多いが、有名監督の場合、自らが設立した法人格を有するプロダクションに脚本の権利をすべて譲渡しているため、当該プロダクションとの間での契約を要求されることがある。しかしながら、映画製作者は、この場合にも、当該プロダクションに加え、脚本家本人を契約当事者に加えることを忘れてはならない（すなわち、映画製作者、プロダクション及び脚本家本人の三者契約の必要性がある）。なぜなら、ある映画で利用された脚本を一部改変したものを利用して、別バージョンの映画を製作するということもあり得るが、その場合に備えて、脚本家本人の承諾を得ておかないと、このような別バージョンの映画を製作できないことになってしまうのである。

脚本家と映画製作会社との契約では、契約書で用いた「映画化権」という言葉の意味するところが、著作権の一部譲渡となる「映画化権の譲渡契約」なのか、単なる「著作権の利用許諾」なのかが争われた事例（「七人の侍事件」）があり、実務的にも大変参考になる。

著作物を映画製作に利用することを映画製作者に許諾する契約を「映画化契約」といい、もっぱら特定の映画製作のために創作された著作物に関する契約を「映画原稿契約」と呼んでいる。これらのいずれにおいても、「映画化権の譲渡」なのか、「映画化することの許諾」なのかも含めて、契約の内容を明確にすることを念頭に置く必要がある。

#### <参考判例>

「七人の侍事件」（東京地判昭和53年2月27日判例時報880号19頁）

この事案は、脚本家黒澤明、小国英雄、橋本忍3名が原告となり、映画製作会社である東宝株式会社が被告となっていた。3人の脚本家のうち橋本と東宝との間のみ脚本家契約書が存在したが、そのなかには次のような条項が存在した。

- ①原告橋本は、被告東宝が製作し国内及び国外に配給する映画の脚本を他社に優先して3本執筆するとともに被告東宝の企画に協力すること。
- ②橋本の著作物の映画化権は東宝に帰属すること。
- ③但し、映画化以外の行使について、橋本は東宝の了解を求めること。

また、シナリオ作家協会と東宝を含む映画製作会社5社との間での一般的協定中には、ある脚本に基づいて映画を1本製作したら、その脚本の映画化権は脚本家に戻り、また映画化権取得後1年もしくは1年半を経過しても映画製作会社が映画を製作しない場合にも同様の結果となることが認められた。かかる事実関係を総合的に判断すると、「映画化権」という言葉の定義は契約書上されていないものの、この契約は無制限の映画化権の譲渡契約で

はなく、映画を1本製作したら東宝の映画化権は消滅することを内容とする契約であり、東宝が既にこの脚本に基づいて映画を1本製作している以上、東宝は、この脚本を再度利用する場合には、原告である3名の脚本家の承諾を得なければならない(すなわち現在の映画化権を有するのは原告らである)と認定したのである。

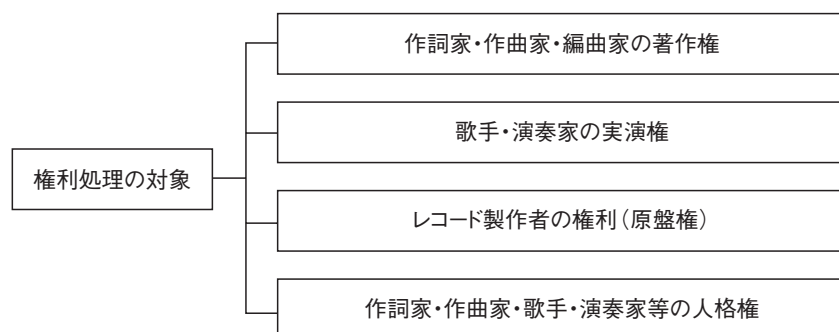
## 2-音楽の著作物

映画に用いられる音楽の著作者も、小説や脚本の著作者同様、「映画の著作者」ではないとされている(著作権法第16条)。したがって、映画製作者はこれらの者との間で、映画監督らと同様の参加契約を締結して著作権を取得することはできない。これら音楽の著作者との間では、個別の著作権利用許諾契約を締結することになるのである。

ところで、劇映画、アニメーション映画、テレビ番組、コンピューター・ゲームなどのコンテンツは、どれをとっても、音楽が挿入されていないものは存在しない。そして音楽には、主題歌や挿入歌など、歌手による歌唱と演奏家による演奏がミックスされた音楽の著作物もあれば、BGMなど演奏家による演奏のみの音楽著作物も存在する。また、既存の音楽もあれば、当該映画のために特別に作詞、作曲、実演されたものもある。さらに、既存の音楽でも、新たに実演される場合もあれば、既にレコーディングされたものを用いる場合もある。このように、ひと言で音楽といっても、その内容は様々である。

映画に用いられる音楽の権利処理は、このような様々な状況に応じて個別に対応する必要がある。音楽には、作詞、作曲にそれぞれの著作権が発生している上に、それを実演した歌手や演奏家にも個別の実演権という著作隣接権が発生している。さらに、それらの実演に対して原盤権を有する音楽出版社やレコード会社等には、レコード製作者の権利という著作隣接権が発生している。したがって、映画に用いる音楽については、実際に用いる音楽の種類とその内容によって、個別の権利処理を丁寧に行っていく必要があるのである。

<映画に利用される音楽の権利処理の際に考慮しなければならない権利>



また音楽の著作権処理を理解するには、このような権利関係の存在を理解することはもちろんであるが、音楽に関する著作権管理をどの“登場人物”が行っているのか、また音楽ビジネスにはいかなる“登場人物”が存在するのかを知る必要がある。そこで、ここではまず、音楽ビジネスについての解

説を加えた上で、それぞれの権利処理についての説明をすることとする。

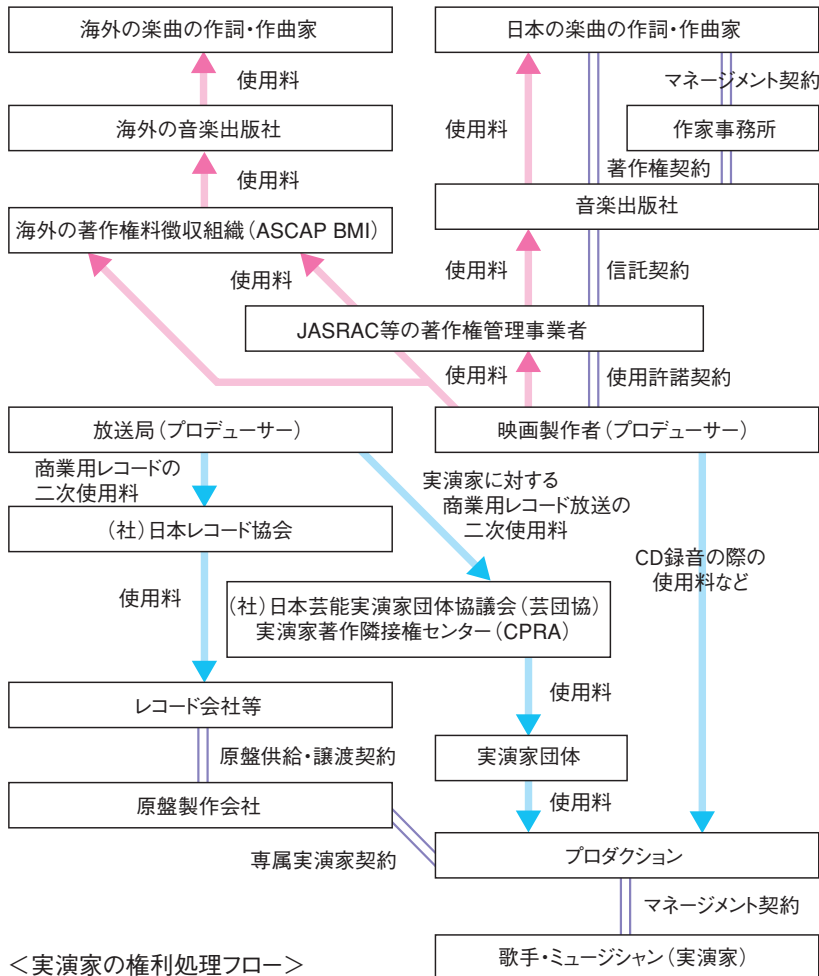
(1) 音楽ビジネスの仕組み

著作権法の観点、すなわち著作者と著作隣接権者という観点から音楽ビジネスに関与する当事者といえば、

- ①作詞家、作曲家、編曲家
- ②歌手、演奏家（実演家）
- ③レコード製作者

である。しかしながら、権利処理の実務においては、それ以外の者が当事者（権利処理の相手方）となることが多い。例えば、作詞家や作曲家が創作した楽曲やそれが録音されたレコード・CD等は、極めて多くの者に利用されることになるが、その利用者たちから一個人又は一企業が著作権使用料等を徴収するのは至極困難である。そこで、このような実務的要請から著作権管理団体等が存在し、実際には、これらの団体に対して権利処理を行うことになる。プロデューサーとして権利処理をする際には、いかなる者にいかなる権利処理のコンタクトをとればよいのかを知る上で、音楽ビジネスの実際（いかなる当事者が、いかなる権利を保有又は管理しているのか）を知ることは極めて重要である。これは大別すれば、「作詞家・作曲家の権利処理フロー（著作権処理のフロー）」と、「実演家など著作隣接権者の権利処理フロー（著作隣接権処理のフロー）」に分かれる。そして、これらを図示すると以下のとおりとなる。

<作詞家・作曲家の権利処理フロー>



<実演家の権利処理フロー>

## ① 作詞家・作曲家等の権利処理フローの登場人物

## (あ) 作家個人又は作家事務所

作詞家や作曲家は、自らが主体となって著作権管理をする場合もあるが、多くは後述する「音楽出版社」に著作権の独占的管理権を委ねて管理をさせている。また、これらの作家のなかには、自らが創作した詞や曲のプロモーションや著作権管理の諸事務のために、自ら「作家事務所」を設立して「音楽出版社」との契約を行う者もいる。

## (い) 音楽出版社

作詞・作曲家又は作家事務所は、作詞・作曲家が自ら創作した音楽の著作物の著作権を、「音楽出版社」と呼ばれる会社に独占的に管理許諾する。「音楽出版社」という名称にもかかわらず、音楽出版社は、出版だけを担当しているわけではない。「音楽出版社」は、作詞家・作曲家などの著作権者との間で「著作権契約」を締結して、著作権の譲渡を受け（社団法人音楽出版社協会のモデル契約書上は「譲渡」という用語が用いられているが、「譲渡」の意味を法律的に解釈すれば、前述のとおり独占的な管理委託の性質を有するものであって、文字どおり権利が譲渡されるわけではない）、これらの著作物をレコード、映画、テレビ番組、ビデオグラム、CM等に幅広く使ってもらうなどプロモーション活動（JASRACの定義によれば「著作物の利用の開発を図る」）を行っていく。音楽出版社は、このような契約により、業界で用いられている「出版権」と称する権利を有する。この「出版権」は、著作権法上の「出版権」と同じ意味ではない。強いていえば、「著作権を契約期間中独占的に管理する権利」ということになる。

音楽出版社は、著作権者から特定の著作物について独占的な管理委託を受けると、通常はJASRACなどの著作権管理事業者に著作権を信託譲渡する契約を締結する（これを「著作権信託契約」という）。但し、著作権のうちどの権利を信託譲渡するのかは音楽出版社のビジネス戦略によるので（例えば、映画化を許諾する権利は信託譲渡するがインターネット配信を許諾する権利は信託譲渡せず自分で管理するなど）、プロデューサーとしては、利用しようとする音楽が、契約上、①どの出版社に譲渡（独占的管理委託）されており、②どの著作権管理事業者に対し、③いかなる権利が信託譲渡されているのか、について確認をとる必要がある。なお、JASRACが著作権管理事業者の場合には、JASRACでこのような情報の調査をすることができる。また、JASRACとの著作権信託契約において、著作権がどのような区分で譲渡されているかについては、JASRACのサイト（<http://www.jasrac.or.jp/contract/trust/explan.html>）を参照のこと。

また日本の実務慣行では、同じ作家であっても、楽曲によって異なる音楽出版社を利用することがあるので、この点も注意を要する。海外では、作家と音楽出版社が専属ソングライター契約を締結するので、作品ごとに音楽出版社に権利を預けるワンショット契約など一部の例外はあるが、契約期間中に当該作家によって創作された作品すべての著作権が、契約相手の音楽出版社に譲渡されることになる。これに対して日本では、タイアップ（例えば、ある放送局のテレビ番組の主題歌になるなど）や作品を歌唱するアーティストによって音楽出版社が異なるという場合がよくある。

また、現在、音楽出版社の多くは、原盤製作者（レコード製作者）でもある。

この音楽出版社には、レコード会社系、プロダクション系、映画会社系、

放送局系、CM制作会社系、番組制作会社系、広告代理店系、コンピューター・ゲーム系など様々な出版社が存在する。これらの音楽出版社の団体が社団法人音楽出版社協会（MPA：<http://www.mpaj.or.jp/index.html>）で、サイトには加盟する260社の音楽出版社名リストが掲載されており、自らのサイトを有する音楽出版社へはリンクも貼られている。

#### （う）著作権等管理事業者（JASRACなど）

「著作権等管理事業者」とは、文化庁長官の登録を受けて、音楽出版社から著作権の信託譲渡を受けるか、利用許諾の取次ぎ又は代理権限を得て、著作権の管理を業として行っている者をいう（著作権等管理事業法第2条）。

現在、音楽著作権管理事業者には、

（社）日本音楽著作権協会（JASRAC）（<http://www.jasrac.or.jp/>）

（株）ジャパン・ライツ・クリアランス（JRC）

（<http://www.japanrights.com/index.html>）

（株）イーライセンス（<http://www.elicense.co.jp/>）

ダイキサウンド（株）（<http://www.daiki-sound.jp/japan/Top/Index.htm>）

（株）韓日著作権協会（KJCA）

などがあり、それぞれ管理の委託を受けている音楽出版社も、譲渡を受けたり、管理受託している権利の内容も、取り扱っている楽曲の内容・ジャンルも多少異なっている。

## ②実演家（歌手・ミュージシャン）の権利処理フローの登場人物

### （あ）プロダクション

楽曲を歌唱したり演奏したりする歌手やミュージシャンの多くは、「プロダクション」に所属している。プロダクションとの契約は、プロダクションとアーティストとの力関係や、プロダクションの経営方針などによって様々であるが、一般的には、アーティストがプロダクションに対して、当該アーティストの実演に関する再使用許諾権付の独占的利用権を許諾し、芸名を含めたパブリシティ権の独占的な権利をプロダクションが有すると規定する旨の契約を締結している。

したがって、歌手やミュージシャンの実演やパブリシティ権の権利処理については、一般的には、所属プロダクションとコンタクトをとることになる。なお、プロダクションの多くは、社団法人日本音楽事業者協会（<http://www.jame.or.jp/>）という団体に所属しているが、そのサイトにあるアーティスト検索のページで、特定のアーティストの所属プロダクションを検索することが可能である。

### （い）レコード製作者

「レコード製作者」とは、(5)でも後述するが、「レコードに固定されている音を最初に固定した者」をいう（著作権法第2条第1項第6号）。したがって、レコード会社ではなく、実際にスタジオを借りたり、それぞれの楽器を担当するパートのミュージシャンを調達したり、編曲者から権利を買い取ったりして、アルバムやシングル原盤を製作した者（多くは、音楽出版社又は音楽出版社を系列に持つプロダクション）が、ここにいう「レコード製作者」である。但し、レコード製作者の権利を有する音楽出版社等は、自分で実際に販売するレコードを製造・販売・プロモートする設備、ルート、ノウハウを有していないことが多いので、レコード会社との間で原盤供給契約や原盤譲渡契約を締結して、このような業務をレコード会社に行わせること

になる。

なお、レコード会社が著作権法上の「レコード製作者」となる場合には、プロダクションは所属アーティストに関して当該レコード会社との間で「専属実演家契約」を締結する。この契約のなかでプロダクションは、契約期間中、特定の所属アーティストに対して当該レコード会社のためにのみレコードやビデオ製作を目的とした実演を行わせることを約束することになるほか、前述の原盤供給契約や原盤譲渡契約でレコード会社に付与するのと同様の権利をレコード会社に付与することになる。

#### (う) 社団法人日本レコード協会

放送事業者及び有線放送事業者が、商業用レコードを放送又は有線放送に利用した場合、これらの事業者は、著作権法上の「二次使用料」をレコード製作者に対して支払わなければならない（著作権法第97条）。社団法人日本レコード協会（<http://www.riaj.or.jp/>）は、「二次使用料を受ける権利を行使することのできる団体」として文化庁の指定を受けた団体で、レコード製作者から委任を受けて、各放送事業者等との間で二次使用料の取り決め、徴収・分配を行っている。

#### (え) 社団法人日本芸能実演家団体協議会（芸団協）・実演家著作隣接権センター

放送事業者及び有線放送事業者が、実演が録音されている商業用レコードを放送又は有線放送した場合には、これらの事業者は、当該実演にかかわった実演家に、「二次使用料」を支払わなければならないとされている（著作権法第95条）。芸団協・実演家著作隣接権センター（CPRA：<http://www.cpra.jp/>）は、このような二次使用料の徴収団体として、各放送事業者等との間で二次使用料の取り決め、徴収・分配を行っている。

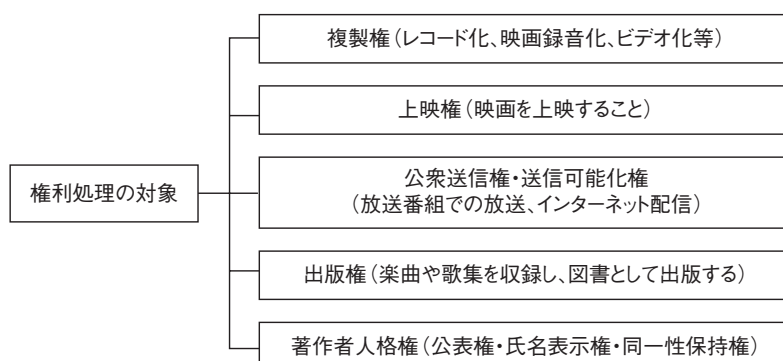
以上で、音楽著作権の権利処理をする際の登場人物が明らかになったと思われる。そこで次に、それぞれの権利者（著作権者・著作隣接権者）がどのような権利を有し、どのような権利処理を誰に対してしなければならないかについて説明を加えることとする。

## (2) 作詞家・作曲家の著作権

### ① 作詞家・作曲家の権利

作詞家・作曲家には、それぞれが創作した音楽について著作権が発生している。映画及びその関連ビジネスに音楽を用いる場合に処理すべき権利として、著作者である彼らには、小説家や脚本家と同様に、以下のような権利が発生している。

<作詞家・作曲家の権利処理の際に考慮しなければならない権利>





したがって、映画製作者は、作詞家・作曲家が有するこれらの権利処理を行う必要がある。音楽の著作権処理は、前述の著作権等管理事業者にコンタクトをとることが多い。我が国で最も多くの楽曲管理をしているのは、社団法人日本音楽著作権協会（JASRAC）である。そこで、以下はJASRACにおける取り扱いを前提に説明を加えることとする。

## ②JASRACにおける取り扱い

映画音楽には、新たに特定の映画のために書き下ろしてもらった楽曲（オリジナル曲）を用いる場合と、既に創作されている楽曲（既成曲）を用いる場合があるが、映画に用いられる音楽については、実務上、この両方で著作権処理は大きく異なることがある。

### （あ）オリジナル曲の場合

まず、オリジナル曲（当該映画のために作詞・作曲された楽曲）についてであるが、映画を製作する映画製作者が系列の音楽出版社を有している場合には、作詞家・作曲家は、その音楽出版社と契約して、当該音楽出版社が著作権を管理することが多い。この場合には、オリジナル・サントラ盤のレコード製作者の権利は、当該音楽出版社が有することになるので、オリジナル・サントラ盤に関しては、当該音楽出版社がレコード会社（レコード製作者）と原盤供給契約（又は原盤譲渡契約）をして、レコード化することになる。

次に、映画製作者が系列の音楽出版社を有していない場合でも、JASRACの規定（著作権信託契約約款）によれば、映画製作者（テレビ番組製作者を含む）の依頼によって作成されたオリジナル曲の上映権は、事前にJASRACの承諾を得れば、映画製作者に譲渡することができる。そして、映画製作者に上映権が譲渡された楽曲を他の映画で利用しようとする場合には、JASRACの承諾ではなく、上映権の譲渡を受けた当該映画製作者との間で、指値によってその利用料を決定することになる。

しかし、実際には、このように上映権が映画製作者に譲渡されている例はまれである。現実的には、作家や作家事務所が、映画製作者に対して、映画のための録音権及び上映権の使用料を免除するという方法がとられているケースが多い（信託著作権の管理範囲の制限）。これもJASRACの規定で、音楽出版社以外の委託者に、事前にJASRACの承諾を得ることを条件に認められている事項である。具体的には、JASRACに提出する作品届の備考欄に、映画の製作者又は配給者、映画タイトル、テーマ音楽か背景音楽かの別を記入することになる。

なお、注意すべきは、ここで作家からの免除が許されるのは、あくまでも映画に関する録音及び上映使用料のみであるということである。したがって、当該映画を放送、ビデオグラム化、サントラ盤化する場合には、別途放送使用料、録音権使用料が発生するので、これらの使用料についてはJASRACに支払う必要がある。但し、委託者である作詞家・作曲家が、当該映画を放送、ビデオグラム化、サントラ盤化する場合の権利について委託範囲から除外した場合には、JASRACは当該使用料を徴収しないので、作家本人又は作家事務所に対して、これらの権利に対する許諾を求め、その使用料の支払いを行わなければならない。

### （い）既成曲の場合

これは内国（国内）作品と外国作品とで権利処理の方法が大きく異なる。

内国作品の場合には、まずこれがJASRACの管理楽曲であるかどうかを調

査する。当該音楽の著作者か、著作者から著作権を譲り受けている音楽出版者がJASRAC会員であれば、原則として権利許諾の相手方はJASRACである。JASRACが管理している楽曲かどうか不明な場合には、JASRACに直接問い合わせたり、JASRACが運営する検索サイト「J-WID」(<http://www2.jasrac.or.jp/>) や、インターネット上の音楽サービス「音楽の森 (Music Forest)」(<http://www.minc.gr.jp/>) を利用することにより調査することもできる。

もし、JASRACの管理楽曲であり、かつJASRACの管理委託範囲内での利用ということであれば、JASRACに管理申請書その他の必要書類（例えば、キューシートなど）を提出して、JASRACが設定する著作物使用規定に基づいた著作権使用料を支払うことになる。この場合、権利処理されるのは、映画に録音する権利と、録音した音楽を使用する権利の2つの権利である。映画に使用する場合の手続、テレビ放映する場合の手続、映画上映する場合の手続についてはすべて異なるが、いかなる権利処理を行い、いかなる手続及び書類が必要なのかについては、すべてJASRACのサイトに記載されている。

また、当該楽曲の著作者・音楽出版社が映画への録音について自己管理をしている場合には当該権利者に、他の著作権管理事業者へ管理を委託している場合には当該著作権管理事業者にコンタクトして、その権利処理方法を尋ねる必要がある。なお、キューシートについて、JASRACのサイトには、「映画での利用の際は委嘱作品としてJASRAC非管理であっても、その映画の二次利用（テレビで放映する、ビデオテープやDVDを発売する、上映する等）のときにJASRAC管理となり、収録作品の詳細が必要になることがありますので、キューシートの提出にご協力ください。」との記載がある。

次に外国作品を映画に利用するための契約を、「シンクロナイゼーション・ライセンス (synchronization license)」又は「シンク・ライセンス」というが、外国作品のシンク・ライセンスについては、例え自らの管理楽曲であっても、JASRACが、直接、許諾を映画製作者に出すことはできない。これは、原則として海外ではシンクロナイゼーションについては、著作権管理事業者に権利を譲渡せず、音楽出版社が直接権利行使するからである。したがって、映画製作者は、著作権を管理している海外の音楽出版社等との交渉をしなければならない（これについては、JASRACを通じて行われることもある）。この場合にも、録音権及び映画使用料は指値になる。

なお、既成曲の場合には、新たに録音し直すのではなく、既に録音されているレコードやCDの音源を映画音楽に利用するというケースもある。この場合には、上記の各権利に加えて、レコード製作者の有する著作隣接権（一般には、「原盤権」と呼ばれているので、以下「原盤権」という）の権利処理をする必要がある。この場合には、後述するように、当該レコードの実演家の実演権の権利処理も必要である（そして、これは「映画用に録音され又は録画された実演」ではないから、後述するような実演家の著作隣接権の消滅はない）。しかしながら、通常はレコード製作者との契約で実演家の著作隣接権は譲渡されていることが多いので、レコード製作者にコンタクトをして、実演家の著作隣接権を処理するケースが多いと思われる。

### (3) 編曲者の著作権

編曲は、作詞・作曲された楽曲に対して二次的著作物となるが、その編曲を担当した編曲者も、編曲について、作詞家・作曲家とは別個の独立した著作権を有する。編曲者により編曲された楽曲を映画に用いる場合には、編曲

者との権利処理も行う必要があることに留意しなければならない。なお、JASRACでは、編曲に対する権利処理は代行していない。

通常、編曲者の権利は、その楽曲の原盤製作会社が編曲者から権利を買い取るのが通常である。したがって、編曲された楽曲を映画に用いようとするプロデューサーは、当該原盤製作会社（多くは音楽出版社が兼ねている）に対してコンタクトをとり、その権利処理を行うこととなる。

なお、パブリック・ドメインとなった（著作権法で保護される期間を経過した）楽曲を新たに編曲した場合にも、当該編曲に対しては二次的著作物として新たな著作権が発生する。これは、その利用に、パブリック・ドメインとなった原著物の作詞・作曲家の承諾が不要であるというだけの話である。

#### (4) 実演家（歌手・演奏家）の権利（実演家の著作隣接権）

著作権法により、実演家にはその実演を録音又は録画する権利（実演家の著作隣接権）が与えられている（著作権法第91条第2項）。

しかし、映画音楽の場合、映画音楽に参加した歌手、ミュージシャンのこれらの権利は、実演家から許諾を得て映画の著作物のなかで録音又は録画された実演については、実演家の著作隣接権は働かないと規定されている（著作権法第91条第2項）。したがって、映画用に録音又は録画された実演（後者の事例は、例えば、映画のなかで歌ったり演奏したりしている場合の実演）については、それが当該映画に用いられている限りは、その映画が上映されようが、ビデオ化されようが、インターネット配信されようが、その実演家は、実演家の著作隣接権を主張することができない。但し、これには例外があって、その実演を「録音物（音をもっぱら映像とともに再生することを目的とするもの一すなわちDVDなどは除く）に録音する場合」には、実演家の著作隣接権は発生する（著作権法第91条2項）。したがって、DVDなどのように映像とともに歌唱や演奏を実演する場合には、著作隣接権は発生しないが、サントラ盤としてCD化する場合には、著作隣接権が復活するので、映画製作者は実演家（主題歌の実演家とBGMの実演家の双方）の権利処理をする必要がある。

なお、①映画用に新たに録音・録画する場合、あるいは、②既に録音された楽曲で、しかもレコード製作者に実演家が著作隣接権の譲渡を行っていない場合には、映画製作者は、実演家との間でかかる権利処理をすることになる。しかし、多くの場合、実際の契約の相手方は、実演家が所属するプロダクションになる。なぜなら、プロダクションに所属している実演家は、プロダクションとの契約により、このような実演家の権利を、再許諾権付で独占的に許諾していることが多いからである。特定の実演家がプロダクションに属しているかどうか、所属するプロダクション及び契約しているレコード会社がどこかは、社団法人日本音楽事業者協会のサイト（<http://www.jame.or.jp/>）でも検索できる。

実演家とプロダクションとの間の契約としては、社団法人日本音楽事業者協会（<http://www.jame.or.jp/>）の「専属芸術家統一契約書」が用いられることが多いが、プロダクションによっては独自の契約書を用いているところや、この統一契約書を修正したり、追加する条項を入れたりして利用しているところもあるので、プロダクションと契約する場合には、そのあたりの確認も必要である。

また、以上は映画の製作に直接かかわる議論であるが、映画は将来、テレビ放映されたり、インターネット配信されたり、ビデオグラム化されてビデオやDVDとして販売されることがある。実演家には、これに対応する放送権及び有線放送権（著作権法第92条）、送信可能化権（著作権法第92条の2）及び譲渡権（著作権法第95条の2）がある。但し、このうち放送権については、①実演家（もしくは実演家が著作隣接権について独占的権利を付与又は譲渡したプロダクション）から許諾を得て録音又は録画された場合、又は、②実演家の許諾を得て映画に収録された実演で、サントラ盤レコード等の録音物以外の録音・録画物に収録されているものについては、実演者の権利は及ばない（著作権法第92条第2項）。

プロデューサーは、このように入り組んだ実演家の権利に関して、実演家やプロダクションとの間で権利処理をする場合に、上記の各権利に対する許諾が含まれているかどうか、その許諾の例外事項に該当するものはないかどうかもチェックを怠ってはならない。

#### (5) レコード製作者の権利

前述したように、既に録音されたレコードの音源を映画に用いたり、これをサウンド・トラックに利用する場合には、レコード製作者の権利を有する者との間で権利処理のための契約をしなければならない。

これに対して、映画用に新たに歌手に歌ってもらったり、ミュージシャンに演奏をしてもらって、それを映画に利用する場合には、レコード製作者の権利は発生しない。著作権法にしたがって厳密に言えば、後者のような録音物（「音をもっぱら映像とともに再生することを目的とするもの」）は、そもそも「レコード」の定義から除外されているので（著作権法第2条第1項第5号）、レコード製作者の権利も発生しないことになる。但し、この場合も、録音物をサウンド・トラックの音源として利用する場合には、レコード製作者（オリジナル・サントラ盤のレコード製作者の地位は、映画製作者が持つことが多い）の許諾を得ることが必要となる。

レコード製作者には、レコードが利用されている映画の著作物との関連では、①複製権、②送信可能化権、③放送事業者に対する二次使用料請求権、④譲渡権などの権利があることに注意が必要である。したがって、既存の録音物を用いて映画を製作する場合には、そのレコード製作者から複製権の許諾を得て、インターネット配信をする場合には、複製権に加えて送信可能化権を、ビデオグラム化する場合には、複製権とともに譲渡権の許諾をそれぞれ得てビジネスを行うことになる。

なお、先ほどから述べているとおり、レコード製作者の権利を処理する場合、著作権法で定義されている「レコード製作者」は、必ずしも利用した楽曲をCD発売している発売元のレコード会社ではなく、むしろ、法律上の「レコード製作者」となる他の者（プロダクションや音楽出版社）からレコード製作者の権利の許諾を受けなければならないことが多いので注意を要する。

著作権法によれば、「レコード製作者」とは、「レコードに固定されている音を最初に固定した者」である（著作権法第2条第1項第6号）。現在では、力のあるアーティストをかかえるプロダクションや音楽出版社が、自己資金を拠出したり、資金調達をして、国内外のスタジオを賃借してアーティストに歌唱や演奏をさせて、当該歌唱・演奏を録音し、それをレコードやCDの

音源としているのが実態である。この場合、当該プロダクションや音楽出版社は自らを原盤製作会社（レコード製作者）として、当該音源が録音されたもの（原盤）を、レコード会社に対して譲渡又は独占的に利用許諾をすることになる（原盤供給又は原盤譲渡契約）。

#### (6) 著作者人格権（氏名表示権・同一性保持権）の処理

映画への利用が許諾された音楽については、「著作物の性質及びその利用の目的及び態様に照らしてやむを得ないと認められる改変」（著作権法第20条第2項第4号）以外では、著作者の承諾を得なければ、変更、切除その他の改変をすることはできない（同一性保持権、著作権法第20条）。また、どのような著作者表示を用いるか、又は用いないかについても、著作者はコントロール権を有する（氏名表示権、著作権法第19条）。

映画に用いられる音楽を実演したアーティスト（実演家）も、このような氏名表示権（著作権法第90条の2）及び同一性保持権（著作権法第90条の3）を有する。

著作者人格権や実演家人格権は、著作権と異なり譲渡ができないので、例えば、既存の音楽を一部改変して映画に利用する場合には、法律的には著作者及び実演家から改変の許諾を得る必要がある。

### 3-美術の著作物

映画にはセットや衣装など様々な美術作品が利用される。これらの映画に提供されるセットや衣装を監督・監修する美術監督は、「映画の著作物」の著作者になるが、映画製作者との間で「参加契約」を締結して、その著作権を映画製作者に帰属させることができる。

なお、この美術の著作物には必ずしも該当しないが、例えば、絵画、書、写真などを背景に撮影する場合には、これらの絵画、書、写真の著作者との間で創作物の権利処理をしなければならない場合があるので注意を要する。なお、美術の著作物についても、同一性保持権、氏名表示権は発生するので、この点には十分留意することが必要である。

## Section 3 その他の権利処理

### 1-実演家の肖像権、パブリシティ権

映画に出演した実演家（俳優など）には、肖像権やパブリシティ権と呼ばれる権利がある。これは著作権法上の実演家の権利とは異なり、映画のための録音・録画物を使うことなく、例えば、映画の主演俳優に映画と同じ衣装を着せた写真などを、プロマイドや写真集に用いる場合、問題となる権利である。これについていかなる権利処理をすべきかは、原則としてプロダクションと映画製作会社との間の出演契約によるので、プロダクション及び映画製作会社に権利関係の確認をすることが必要となるであろう。

なお、このような肖像権・パブリシティ権は、本来は自然人のみに与えら

れるものであるが、近時ゲーム上の競走馬にも認められるかどうか争われており、地方裁判所レベルにおいて結論が異なっている段階である。現段階では、キャラクターや物にもパブリシティ権が認められる可能性がある一方で、実務的には許諾を求める方向で動くのが無難であろう。

## 2-著作者・実演家の人格権（氏名表示権、同一性保持権等）

これまでそれぞれのコンテンツの権利処理の場面で折に触れ解説してきたとおり、それぞれのコンテンツの著作者には、公表権（但し、著作権法第29条に基づき映画製作者に著作権が帰属した場合には一部例外がある）、氏名表示権、同一性保持権があり、実演家にも氏名表示権、同一性保持権がある。また、著作権法第113条第5項は、「著作者の名誉又は声望を害する方法によりその著作物を利用する行為は、その著作者人格権を侵害する行為とみなす。」と規定している。したがって、許諾を得て著作物の改変を行う場合でも、著作者の名誉及び声望を害しない方法で改変することが必要である。また、この権利処理は忘れがちになることが多く、特に今後当初頒布されたメディア以外のメディアで再頒布される場面（例えば、劇場用映画がVODで、地上波放送用のテレビ作品がCATVでそれぞれ配信されるなど）では必ず留意しなければならない権利であるから、人格権の権利処理は慎重かつ確実に行われる必要がある。

## 3-まとめ

これまで概観してきてわかるとおり、プロデューサーが1つの映像コンテンツを製作するために処理しなければならない権利は非常に多く、しかもその権利は複雑に入り組んでいる。この点からも、プロジェクト全体を統括しなければならないプロデューサーが、著作権の権利処理についてすべてを把握し、すべてを自分の手で行うことは不可能であるし、非効率的ですらある。したがって、リーガルな点でプロデューサーに最低限求められるのは、コンテンツ・ビジネスにかかわる者にはどのような権利が発生するのかについて学習し、「問題がありそうなところ」を見つけ出す嗅覚を養うとともに、それについて優秀な専門家に相談する術を知ることである。その場合の専門家は、音楽ビジネスのコンサルタントでもエンターテインメントや知的財産権に明るい弁護士でもよいが、実際の契約という場面になれば、弁護士に依頼するほうが賢明であろう。



# Chapter 3

## プロデューサーに求められる 法律知識：基礎編

本Chapterでは、プロデューサーがコンテンツ制作のプロデュースを行う際に必要となる法律に関する知識を著作権法を中心に解説する。Chapter 2では、制作段階における権利処理（ライツ・マネージメント）の実際について解説したが、その際、著作権法に規定された様々な法律用語に遭遇されたことと思う。本Chapterは、Chapter 2で遭遇した用語の意味を解説するほか、プロデュースを行う際に遭遇するであろう基本的な法律に関する疑問を解決するために記載されたものであり、解説内容を熟読して、その内容を暗記することを前提としていない。

なお、プロデューサーに求められる法律知識には、本Chapterに記載されたものばかりではなく、資金調達のスキーム等に関する法律知識もある。例えば映画制作における制作委員会の構成が法的にどのようなものか、多数の投資家や銀行からの資金提供はどのようにして行われ、法的にはどのようなスキームがよいのかなどがあげられる。しかしながら、このようなコンテンツのファイナンスに関する知識については、紙面の関係上、「ファイナンス」及び「会計・税務」のテキストにその解説を譲る。

### Section 1

## 著作権法の基礎知識

### 1-著作権法とは

「著作権法」（昭和45年5月6日法律第48号）は、「著作物」について、その著作者やこれを実演する者等が有する権利の保護を定めた法律である。映画、音楽、ゲームやそこに含まれるコンテンツの大部分が著作物として著作権法の保護を受けており、また、これに関して様々な人々が著作権を有している。プロデュース業務において、著作権の権利処理を誤ると、①（著作権者から許諾を受けなかった場合に）映画の配給等が差止められたり、②（契約書でそれぞれのコンテンツの著作者から法外な許諾料を請求されて）十分な収益の配分を受けられなかったりするおそれがある。

このように、プロデュース業務に深いかわりを持つ著作権法であるが、その内容については、難解な用語が使用され、また、権利の内容が複雑であることから、非常にわかり難いものとなっている。そこで以下では、著作権法で保護される著作物や権利についての基礎知識を、具体例をあげながら説明していく。



## 2-著作物について

著作権法によって保護されるものを「著作物」といい、「思想又は感情を創作的に表現したものであって、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するもの」と定義されている（著作権法第2条第1項第1号）。著作権法には、著作物の具体例が記載されているが、法文に例示されていないものでも、以下の条件を満たせば、著作物として認められる。

- ①「思想又は感情」を
- ②「創作的」に
- ③「表現したもの」であって
- ④「文芸、学術、美術又は音楽の範囲」に属するもの

以下、著作物の具体例を表形式でまとめた。

種類	説明	具体例
言語 (著作権法第10条第1項第1号)	言語によって表現されている著作物をいう。文字による場合と、口述による場合がある。	小説、脚本、論文、童話、随筆、詩、俳句、講演、講義、演説、説教、祝辞など
音楽 (著作権法第10条第1項第2号)	音によって表現されている著作物をいう。楽譜になっている必要はない。	楽曲、歌詞、即興演奏など
舞踏、無言劇 (著作権法第10条第1項第3号)	人の身振り、動き、静止、形などを振り付けといった形で表現し、そのあるべき型が表現されている著作物をいう。著作物となるのは、踊りの振り付けであり、踊りそのものは、著作隣接権（後述）で保護される。また、演出は含まれない。	日本舞踊、バレエ、ダンス、パントマイムなどの振り付け
美術 (著作権法第10条第1項第4号)	線・色彩・明暗で平面的あるいは立体的に表現されている著作物をいう。	絵画、版画、彫刻、マンガ、花文字、飾り文字など
建築著作物 (著作権法第10条第1項第5号)	土地上の建造物として表現された著作物をいう。建築美が創作的に表現されているものに限る。建築の設計図は「図形の著作物」に含まれる。	寺院、美術館、宮殿、凱旋門、塔など
図形の著作物 (著作権法第10条第1項第6号)	図の形状・模様によって表現されている著作物をいう。	道路地図、住宅地図、建築物設計図、地球儀、模型など
映画の著作物 (著作権法第10条第1項第7号など)	いわゆる映画をはじめとして、映画の効果に類似する視覚的又は聴覚的效果を生じさせる方法で表現され、かつ、物に固定されている著作物をいう。近時、「ゲームも映画の著作物に含まれる」と判断されている（最高裁判所平成14年4月25日判決）。	劇場上映用映画、ゲーム、テレビドラマ、コマーシャルフィルム、ホーム・ビデオで撮った映像など
写真の著作物 (著作権法第2条第4項)	いわゆる写真をはじめとして、写真の製作方法に類似する方法によって表現される著作物をいう。	風景写真、写真染め、アイドルのグラビアなど
プログラムの著作物 (著作権法第2条第1項第10号の2)	電子計算機を機能させて一の結果を得ることができるようにこれに対する指令を組み合わせたものとして表現したものをいう。	マイクロプロセッサ、OS、アプリケーションプログラム、ソースプログラムなど

## 3-著作者について

### (1) 著作者とは

「著作者」とは、著作物を創作する者のことをいう（著作権法第2条第1項第2号）。著作物創作のための企画を立案した人や、著作物創作のための資

金を出した人は著作者とはならない。

監修者が著作者になるのかという点がよく問題となるが、著作者となるかどうかは、その監修者が実質的にどの程度、作品の製作に寄与したかによって決められる。例えば、著作物の権威付けのために著名人の名前を借りたにすぎない場合には、その監修者は著作者とならず、監修者自らが内容を検討し、相当部分に改訂を求めたり、加筆を行った場合は、著作者となる。

## (2) 法人著作とは

著作者は、思想感情を表現として具体化する創作行為を行う者であり、本来、自然人である。しかし、著作権法は、次の4つの要件を満たす場合には、法人等の組織が著作者となることを認めている（著作権法第15条第1項）。

- ①法人の発意に基づくものであること。
- ②その法人の業務に従事する者が職務上作成するものであること。
- ③その法人の著作名義で公表するものであること。
- ④契約、勤務規則、その他に別段の定めがないこと。

新聞記事や行政庁が刊行する各種の白書、図書館が発行する図書館だよりなど、組織に属する人間が作成する著作物は、通常複数の人間の共同作業で作成される。これを共同著作物と考えて、作成に関係した者全員を著作者としてしまうと、権利の処理が複雑になって、非常に不便である。また、このような組織の著作物については、組織に属する個々の人間ではなく、その組織が社会的な責任を負うのが通常であることから、認められた制度である。

## (3) 映画の著作物の著作者とは

「映画の著作物の著作者」とは、「制作、監督、演出、撮影、美術等を担当してその映画の著作物の全体形成に寄与した者」とされ（著作権法第16条）、映画監督、映画プロデューサー、演出担当のディレクター、撮影監督、美術監督などが共同して著作権を有することになる。映画の製作にあたっては、様々な人が製作に携わり、誰が著作者となるのか必ずしもはっきりしないことから、著作権法では、映画の製作に「主体的に」参加した者を、映画の著作物の著作者としている。しかし、実際には、映画の著作物の著作者が、映画製作者との間で、映画の著作物の作成に参加することを約束している場合には、映画の著作物の著作権は、当該映画製作者に帰属する（著作権法第29条）、という特例があり、映画監督やプロデューサーが、映画製作者との契約によって仕事を受けている場合には、著作者ではなく映画製作者が著作権を有するケースも多い。「映画の著作物の著作者」については、Chapter 2の「実践編」で詳しく述べる。

## 4-著作権について

### (1) 著作権とは

「著作権」とは、著作物を創作した者が、その著作物について有する権利をいう。著作権は、工業所有権（特許権、実用新案権、意匠権、商標権）とは異なり、登録等の手続をしなくても、著作物を創作した時点で創作者に権利が発生する（著作権法第17条第2項）。つまり、作家が小説を書いた場合には、その作家は、一般に発表したり、その小説について文化庁に届出をしたりしなくても、小説を書いた時点で著作権が発生している。この点アメリ

カでは権利保護のために著作権登録が必須であることと大きく異なる。

## (2) 著作権

著作者が持つ著作権は、人格的利益（精神的に傷つけられないこと）を保護するための「著作者人格権」と、財産的利益（経済的に損をさせられないこと）を保護する「著作財産権」（著作権法第17条第1項）とに大別される。以下では、それぞれの用語の意味と、権利の内容について説明する。

### ① 著作者人格権

「著作者人格権」とは、著作者が精神的に傷つけられないようにするための権利をいう。著作者人格権は、著作物の創作が著作者の精神的活動の発露であることを考慮して、公表や改変を行うのに、著作者の意思を尊重するとともに、その著作者として氏名を表示させることで、創作者に敬意を表そうとするものである。著作者人格権は、著作物を創作した著作者のみが有する権利であり、他人に譲渡することはできない。また、著作者が死亡すれば、著作者人格権は相続されることなく消滅する（著作権法第59条）。

以下、著作者人格権にどのようなものがあるかを説明する。

#### (あ) 公表権（著作権法第18条）

「公表権」とは、まだ公表されていない自分の著作物を、公表するか否か、公表した場合にどのような方法や条件で公表するかを決定できる権利をいう。例えば、作家は、自己の小説を、どの雑誌にどのような条件で掲載するかを決定することができる。

#### (い) 氏名表示権（著作権法第19条）

「氏名表示権」とは、自分の著作物を公表する際に、「著作者名」を表示するかどうか、表示するとした場合にどのように表示するかを決定できる権利をいう。例えば、作家は、小説を雑誌に掲載する際に、作家名を表示するかどうか、また、ペンネームA又は実名Bのいずれで表示するかを決定することができる。

#### (う) 同一性保持権（著作権法第20条）

「同一性保持権」とは、自分の著作物の内容、題号を自己の意に反して無断で改変させない権利をいう。仮に、著作物の内容をよりよい方向に無断で変えたとしても、同一性保持権の侵害となるが、明らかな誤字、脱字の修正や、印刷技術上、絵画の原作品の色彩が忠実に複製できない場合などは許されると考えられている。

### ② 著作財産権

#### (あ) 複製権（著作権法第21条）

「複製権」とは、著作物を複製する権利をいう。著作権法は、複製を「有形的に複製すること」と定義しており（著作権法第2条第1項第15号）、どのような方法をとっても、「有形的に複製」をすれば、複製にあたる。例えば、手書きや写真撮影、コピー機での複写、録音、録画、パソコンのハードディスクやサーバーへの蓄積なども複製になり、コンサートで生演奏されている音楽を録音することや演劇の発表会で踊りの振り付けを録画することも複製になる。よって、これらの行為を無断で行うことは、複製権の侵害にあたる。

また、「複製」には、隅から隅まですべて同一のものを複製するだけでなく、多少修正増減する場合も含まれる。

#### <権利の制限>

作家が未公表の小説等について著作権を他人に譲渡したときは、この作家は、小説等の公表について同意したものと推定される（著作権法第18条第2項）など。

#### <例外>

- (a) 既に公表された楽曲等の著作物に、著作者として一定の作詞家・作曲家の表示がある場合は、その後の利用の際には、その表示どおり表示すればよい（著作権法第19条第2項）。
- (b) ドラマや店で流れるBGMなど、著作者の名前を表示することが困難で、かつ著作者の人格的利益を損なわないような場合は、著作者名の表示を省略することができる（著作権法第19条第3項）など。

なお、「脚本その他これに類する演劇用の著作物」については、その著作物の上演、放送又は有線放送を録音し、又は録画することも複製権の内容とされている。

#### (い) 上演権・演奏権（著作権法第22条）

「上演権・演奏権」とは、著作物を公衆に直接見せたり聞かせたりすることを目的として上演、演奏する権利をいう。上演・演奏には、録音、録画したのものにより再生することや、電気通信設備を用いて伝達することも含まれる（著作権法第2条第7項）。よって、レコードの再生演奏やコンサートホールでの演奏を、ケーブルを通じて館外のスピーカーで公衆に伝えることも上演権・演奏権の範囲になる。

#### (う) 公衆送信権（著作権法第23条）

「公衆送信権」とは、著作物を公衆によって直接受信されることを目的として無線通信又は有線電気通信の送信を行う権利をいう。この送信内容のうち、公衆によって同一の内容の送信が同時に受信されることを目的として行う無線通信の送信を「放送」といい（著作権法第2条第1項第8号）、公衆によって同一の内容の送信が同時に受信されることを目的として行う有線電気通信の送信を「有線放送」という（著作権法第2条第1項第9号）。前者は、テレビやラジオによる送信行為が典型例で、後者は、大規模・多チャンネルの都市型CATV等による送信が典型例である。

#### (え) 口述権（著作権法第24条）

「口述権」とは、著作物を口頭で伝達する権利をいう。口述権は、公衆に対して直接小説等を朗読する場合のほか、口述の録音物を公に再生する場合も含む（著作権法第2条第7項）。

#### (お) 展示権（著作権法第25条）

「展示権」とは、美術の著作物や未発行の写真の著作物の著作者が、これらの著作物の原作品を公に展示する権利をいう。展示権は、美術の著作物及び写真の著作物の、しかも原作品にしか認められていない。

#### (か) 上映権・頒布権（著作権法第22条の2、第26条）

「上映権」とは、映画を上映する権利をいい、「頒布権」とは、著作物の複製物（コピー）を頒布する権利をいう。「頒布」とは、有償、無償で複製物（コピー）を公衆に譲渡、又は貸与することである（著作権法第2条第1項第19号）。

#### (き) 貸与権（著作権法第26条の3）

「貸与権」とは、著作物の複製物（コピー）を公衆に貸与する権利をいう。

なお、映画の著作物には貸与権がなく、また書籍・雑誌（主に楽譜により構成されているものを除く）についても当分の間、貸与権が及ばないとされているから（著作権法附則第4条の2）、貸与権が及ぶのはレコード、CDやプログラムのレンタルということになる。

#### (く) 翻訳権、編曲権、変形権、翻案権（著作権法第27条）

自己の著作物を翻訳、編曲、変形又は翻案して、二次的著作物を創作する権利をいう。「二次的著作物」とは、ある著作物を原作として、翻訳、編曲、映画化、脚色などの加工をして創られる「新たな著作物」のことである。なお、翻訳、翻案等によってできた二次的著作物は、翻訳者や翻案者がその著作者となる。

「翻訳」とは、言語の著作物を、その言語体系とは異なる他の国の言語により表現することをいう。

「編曲」とは、音楽の著作物の楽曲の部分について、既存の楽曲に新たな創作性を加えて改作することをいう。例えば、クラシック曲をジャズ風にアレンジすることである。

「変形」とは、他の表現形式へ変更することをいう。例えば、絵画を彫刻にしたりすることが具体例となる。

「翻案」とは、脚色、映画化などのように、ストーリー性や基本的モチーフを維持しつつ、具体的な表現を変えることをいう。例えば、文芸作品を映画化することである。

#### （け）二次的著作物の利用権（著作権法第28条）

二次的著作物の原著作者も、二次的著作物の著作者と同等の権利を有することになっている。これを原著作者の「二次的著作物の利用権」という。

原著作者には二次的著作物の利用権があるため、例えば、ある小説を原作としてできた映画をビデオ化するには、映画の著作権者に複製（コピー）の許諾を求めるのと同時に、映画の原作小説の著作権者や脚本の著作者などにも映画の複製（コピー）の許諾を得なければならないことになる。

#### （こ）譲渡権（著作権法第26条の2）

「譲渡権」とは、映画の著作物を除く著作物を、その原作品や複製物（コピー）の譲渡により公衆に提供する権利をいう。

#### <例外>

- (a) 譲渡者又はその許諾を得た者等により、公衆又は特定かつ少数の者に譲渡される場合。
- (b) 文化庁長官の裁定等を受け公衆に譲渡される場合。など

### (3) 著作隣接権

#### ① 著作隣接権とは

「著作隣接権」とは、実演家（後述）、レコード製作者、放送事業者及び有線放送事業者に対して認められる権利をいう（著作権法第89条）。これらの者は、著作物などを人々に伝達する者であって、著作物の創作者ではない。しかし、<1>重要な伝達機能を有していること、<2>伝達に際して著作物の創作に準ずる創作行為が認められることから、著作権法は、これらの者の利益を保護することで、著作権者の十分な保護を図ろうとしている。

著作隣接権も、著作権と同じく、登録等の手続をしなくても保護される（著作権法第89条第5項）。また、著作権と著作隣接権はそれぞれ独立して認められるため、著作隣接権者が権利行使をしても、著作権者の権利が影響を受けるわけではない（著作権法第90条）。

#### ② 実演家の権利

##### （あ）実演及び実演家とは

「実演」とは、著作物である小説や楽曲などを、演じ、舞い、演奏し、歌い、口演し、朗詠したりすることをいう（著作権法第2条第1項第3号）。映画やテレビドラマで俳優が演技をすること、コンサートで歌手が歌うこと、舞台上でダンサーが踊ることなどが実演にあたる。

「実演家」とは、まず、このような実演を行う者（俳優、歌手、声優やダンサーなど）をいう。また、実演を指揮する者（指揮者など）や、実演を演出する者（舞台の演出家など）も実演家に含まれる（著作権法第2条第1項第4号）。

##### （い）実演家が持つ権利

実演家が持つ権利には、大きく分けて実演家人格権と著作隣接権の2種類があり、さらに、著作隣接権は、生の実演についての権利と録音・録画された実演についての権利に分けられる。実演家の持つ権利を表で表すと、次の

【資料1】のようになる。

### 【資料1】 実演家が持つ権利

実演家の権利	実演家人格権	①氏名表示権		
		②同一性保持権		
	生の実演	③録音権・録画権		
		④放送権・有線放送権		
		⑤送信可能化権		
	著作隣接権	録音・録画された実演	⑤送信可能化権	
			⑥放送・有線放送の使用料請求権	
			⑦複製権	
			⑧譲渡権	
			⑨貸与権	
⑩商業用レコードの二次使用料請求権				

#### (う) 実演家人格権

実演家についても、実演家の人格的利益を保護するために、以下のような「実演家人格権」が認められている。実演家人格権は、実演を行った実演家のみが有する権利であり、他人に譲渡することはできない。実演家が死亡すれば、実演家人格権は、相続されることなく消滅する。

##### (ア) 氏名表示権（著作権法第90条の2第1項）＜【資料1】権利①＞

実演が公衆に提供される際に、氏名を表示するかどうか、また、表示する場合には、どのような名義で表示するかについて決定する権利を有する。例えば、俳優Aが映画に出演した場合、Aには、まず、映画のエンディングロールに自分の名前を表示するかどうかを決定する権利がある。さらに、名前を表示する場合、芸名「A」と表示するか、本名「B」と表示するか等を決定する権利もある。

##### (イ) 同一性保持権（著作権法第90条の3第1項）＜【資料1】権利②＞

実演の同一性を保持して、自己の名誉や声望を害するような実演の変更、切除、改変を受けない権利を有する。そのため、CDに収録された歌手の歌声を、無断でDonald Duckのような声に変えたりすることはできない。

#### (え) 著作隣接権

##### (ア) 録音権・録画権（著作権法第91条第1項）＜【資料1】権利③・⑦＞

実演を録音・録画する権利を有する。この権利には、生の実演を録音・録画する権利＜権利③＞と、既存の録音物・録画物を増製する権利＜権利⑦＞の2つがある。歌手に無断で、歌手の歌をレコードに吹き込んだり、歌手の歌が吹き込まれたレコードを増製したりすることはできないのである。

##### (イ) 放送権及び有線放送権（著作権法第92条第1項）＜【資料1】権利④＞

実演家は、自分の実演を放送又は有線放送することについて排他的な権利を有している。例えば、ダンサーは、自分の踊りを放送するかどうかを決定する権利を有しているため、テレビ局などは、ダンサーに無断で、その踊りを放送することはできない。

##### (ウ) 放送・有線放送の使用料請求権（著作権法第94条第2項）＜【資料1】権利⑥＞

実演家が実演の放送を承諾した場合には、その放送番組の放送については、

#### <例外>

- (a) 既に公表されているCD等の実演の録音物・録画物に、一定の歌手の表示がある場合には、その後の利用の際には、その表示どおりに表示すればよい。
- (b) ドラマやデパート、店のBGMなど、歌手等実演家を表示することが困難で、かつ実演家の利益を害するおそれがない場合は、実演家の表示を省略できる。など。

#### <例外>

- (a) 機械の性能や特性のために実演の音声や映像を正しく再生できない場合に、実演を改変すること。
- (b) 映画を放送する際に、時間に合わせて再編集をすること。

#### <例外>

- (a) 実演家の承諾を得て、実演が録音・録画されたCD等を増製する場合。
- (b) 実演家が、自分の実演を放送することを承諾し、テレビ局が放送のためにその実演を録音・録画する場合（著作権法第93条）。など

#### <例外>

- (a) 放送される実演を有線放送する場合。
- (b) 実演家の承諾を得て実演が収録されたCDを、放送又は有線放送する場合。など。

実演家の権利が制限され、放送局等は、実演家の承諾を得ないで、リピート放送、テープ・ネット放送、マイクロ・ネット放送をすることが可能となる。但し、実演家はこの放送について、使用料を請求する権利を有している。放送局は、歌手が歌っているところを放送することについて、歌手から許諾を受けた場合、その放送をリピート放送する場合に、改めて歌手の許諾をとる必要はないが、歌手に対して二次使用料を支払わなければならない。

(エ) 送信可能化権（著作権法第92条の2）＜【資料1】権利⑤＞

実演家は実演を送信可能化することについて排他的な権利を有している。「送信可能化」とは、ネットワークに接続されているサーバーに情報をアップロードしたり、情報が入力されているサーバーをネットワークに接続したりすることによって、自動的に公衆に送信できるようにすることをいう。例えば、インターネットのホームページに、ダンサーの踊りの画像データを貼り付けたりする行為があげられる。

(オ) 二次使用料を受ける権利（著作権法第95条第1項＜【資料1】権利⑥＞

実演が録音されている商業用レコードが放送や有線放送で使われた場合に、その放送事業者から二次使用料を受ける権利を有する。ここでいう「商業用レコード」とは、実演家の（録音についての）承諾を得て作成された、適法なものをいう。

なお、実演家へ支払われる二次使用料については、現在、文化庁長官によって指定された団体である社団法人日本芸能実演家団体協議会が、まとめてこれを管理している。テレビ放送で市販レコードを放送する場合は、この団体に使用料を払えばよい仕組みになっている。

(カ) 譲渡権（著作権法第95条の2第1項）＜【資料1】権利⑧＞

実演の録音物・録画物を、譲渡することによって公衆に提供する権利を有する。そのため、歌手の歌が録音されたレコードを、歌手に無断で譲渡することはできない。

(キ) 貸与権（著作権法第95条の3）＜【資料1】権利⑨・⑩＞

自己の実演が録音されている商業用レコードを公衆へ貸与する権利を有する。権利の期間は、その商業用レコードが販売された日から1年間である。

上記期間の経過後は、実演家は、レンタル店などから一定の報酬を受ける権利を有することになる。この権利については、社団法人日本芸能実演家団体協議会が管理している。

### ③レコード製作者の権利

(あ) レコード製作者とは

「レコード」とは、レコード盤だけでなく、CD、録音テープ、その他の物に音を固定したものをいう（著作権法第2条第1項第5号）。なお、レコードは、それに収録されている音が著作物であるか否かを問わない。小鳥の囀りや虫の音のように著作物でないものを収録したのもレコードとして保護されることになる。

また、「レコード製作者」とは、音を最初にレコードに固定した者をいう（著作権法第2条第1項第6号）。

(い) レコード製作者が持つ権利

(ア) 複製権（著作権法第96条）

レコードを複製する権利を有する。ここでいうレコードの複製とは、レコードをレコード盤やテープなどの媒体に再製することをいう。

＜例外＞

実演家の承諾を得て作成されたCD等の実演の録音物・録画物を、送信可能化する場合など。

＜例外＞

- (a) 実演家から承諾を得て実演を録音・録画した録音物・録画物等を譲渡する場合。
- (b) 実演家（又はその承諾を得た者）が、録音・録画物を譲渡した場合。など。

## (イ) 送信可能化権（著作権法第96条の2）

レコードを送信可能化する権利を有する。送信可能化権の内容は、実演家が有する送信可能化権と同様である。

## (ウ) 二次使用料を受ける権利（著作権法第97条第1項）

商業用レコードが放送や有線放送に使われた場合、その放送事業者から二次使用料を受ける権利を有する。二次使用料を受ける権利の内容は、実演家が有する二次使用料を受ける権利の内容と同様である。

この権利は、現在、社団法人日本レコード協会が管理している。

## (エ) 譲渡権（著作権法第97条の2）

実演家と同様、そのレコードの複製物を譲渡することによって、公衆へ提供する権利を有している。

<例外>

レコード製作者（又はその承諾を得た者）が、録音・録画物を譲渡した場合。など。

## (オ) 貸与権

自己の製作した商業用レコードを公衆へ貸与する権利を有する。権利の期間は、その商業用レコードが販売された日から1年間である。

上記期間の経過後は、レコード製作者は、レンタル店などから一定の報酬を受ける権利を有することになる。この権利は、社団法人日本レコード協会が管理している。

## ④ 放送事業者の権利

## (あ) 放送事業者・有線放送事業者とは

「放送」とは、公衆によって同一の内容の送信が同時に受信されることを目的として無線通信の送信を行うことをいう。「放送事業者」とは、放送を業として行う者をいい、NHKなどの放送局がこれにあたる。

## (い) 放送事業者が持つ権利

## (ア) 複製権（著作権法第98条）

放送事業者は、その放送（又はこれを受信して行う有線放送）を受信して、放送に含まれる音や映像の録音、録画、又は写真的複製を行う権利を有する。

写真的複製とは、例えば、テレビ画面を写真撮影して複製を作成することなどをいう。また、録音、録画には、放送に含まれる音や映像を、一旦ビデオに固定し、さらに他のビデオに再製することも含まれる。

## (イ) 再放送権及び有線放送権（著作権法第99条第1項）

放送事業者は、その放送を受けてこれを再放送したり、有線放送する権利を有する。再放送とは、ある放送事業者の放送を受信して、同時、又は一時的な固定物を用いて放送することをいい、放送事業者が自局の番組を再び放送すること（リピート放送）はこれに含まれない。

## (ウ) 送信可能化権（著作権法第99条の2）

放送事業者は、その放送（又はこれを受信して行う有線放送）を受信して、その放送を送信可能化する権利を有する。

## (エ) テレビジョン放送の伝達権（著作権法第100条）

放送事業者は、そのテレビジョン放送を、映像を拡大する特別の装置を用いて公に伝達する権利を有する。

## ⑤ 有線放送事業者の権利

## (あ) 有線放送事業者とは

「有線放送」とは、公衆によって同一の内容の送信が同時に受信されることを目的として、有線電気通信の送信を行うことをいう。有線放送事業者と



は、有線放送を業として行う者をいい、CATV事業者などがこれにあたる。

**(い) 有線放送事業者が持つ権利**

**(ア) 複製権（著作権法第100条の2）**

有線放送事業者も、放送事業者と同様に、その有線放送を受信して、有線放送に含まれる音や映像の録音、録画、又は写真的複製を行う権利を有する。

**(イ) 放送権及び再有線放送権（著作権法第100条の3）**

有線放送事業者は、その有線放送を受けてこれを放送したり、再有線放送する権利を有する。

**(ウ) 送信可能化権（著作権法第100条の4）**

有線放送事業者は、その放送（又はこれを受信して行う有線放送）を受信して、放送を送信可能化する権利を有する。

**(エ) テレビジョン放送の伝達権（著作権法第100条）**

有線放送事業者は、そのテレビジョン放送を、映像を拡大する特別の装置を用いて公に伝達する権利を有する。

## 5-著作物などを無断で利用できる例外について

**(1) 著作物等の無断利用について**

著作物等を利用するには、その都度、著作権者から許諾を得るのが原則であるが、著作権法では、一定の場合に限り、著作権者の権利を法律上制限して、著作権者の許諾を得ることなく著作物を利用できるというルールを定めている。ここでは、これらのルールのうち、プロデューサーの業務に関係のあるものを紹介する。

**(2) 政治上の演説等の利用（著作権法第40条）**

公開して行われた政治上の演説や裁判手続上の陳述は、その利用方法にかかわらず、自由に利用できる。但し、これを編集する場合には、演説者の許諾が必要である。

また、国会、地方議会等で行われた公開の演説又は陳述は、報道の目的上正当と認められる限り、新聞・雑誌に掲載したり、放送・有線放送することができる。

**(3) 時事的事件の報道のための利用（著作権法第41条）**

時事的事件を報道する際に、その事件を構成し、又は、その事件の過程で見聞きされる著作物は、報道の目的上正当と認められる限り、著作権者の許諾なくして討議報道に利用することができる。例えば、絵画の盗難事件の際に、その絵画の写真をニュースで放送することなどがこれにあたる。

**(4) 公開の美術の著作物等の利用（著作権法第46条）**

街路や公園などの屋外に設置された美術の著作物の原作品や、建築の著作物は、作者の許諾を得ずに利用することができる。但し、もっぱら販売を目的として美術の著作物を複製したり、これを販売したりすることなどは認められない。

**(5) 放送事業者による一時固定（著作権法第44条）**

放送事業者や有線放送事業者は、著作権者から放送又は有線放送の許諾を

得た著作物については、放送のための技術的な手段として、著作物を一時的に録音・録画することができる。但し、その録音物又は録画物を、録音又は録画後6ヶ月を越えて保存する場合は、公的な記録保存所に保存しなければならない。

## 6-権利の保護期間

### (1) 著作権（著作権法第101条）

著作権の保護期間は、次のとおりである。

著作物の種類	保護開始	保護終了
下記以外のもの（原則）	著作物が著作物を創作したとき	著作者の死亡した翌年から50年
無名・変名（周知の変名は除く）の著作物	◇	公表後50年（死後50年経過したことが明らかな場合は、その時点）
団体名義の著作物	◇	公表後50年（創作後50年以内に公表されない場合は、創作後50年）
映画の著作物	◇	同上。但し平成16年1月1日に著作権の保護期間が残存している又は、平成16年1月1日後に創作される映画の著作物については、公表後70年（創作後70年以内に公表されない場合は創作後70年）

### (2) 著作隣接権（著作権法第101条）

著作隣接権の保護期間は、次のとおりである。

著作隣接権	保護開始	保護終了
実演家	その実演を行ったとき	実演後50年
レコード製作者	その音を最初に固定（録音）したとき	固定後50年
放送事業者	その放送を行ったとき	放送後50年
有線放送事業者	その有線放送を行ったとき	有線放送後50年

## 7-権利侵害に対する措置

### (1) 民事上の請求

#### ① 差止請求（著作権法第112条）

権利者は、権利が侵害されている場合、侵害者に対して侵害行為の停止を請求することができる。

#### ② 損害賠償請求（民法第709条）

故意又は過失によって権利を侵害した者に対して、権利者は損害賠償を請求することができる。

#### ③ 名誉回復措置（著作権法第115条）

著作権者又は実演家は、故意又は過失により著作者人格権又は実演家人格権を侵害した者に対し、著作者又は実演家であることを確保する措置、又は著作者もしくは実演家の名誉・声望を回復するための措置を請求することができる。このような措置としては、新聞紙上に謝罪広告を掲載させたり、訂正措置を公示させたりすることが一般的である。

### (2) 罰則

著作者人格権、著作権、出版権、実演家人格権又は著作隣接権を侵害した者は、3年以下の懲役又は300万円以下の罰金に処せられる（著作権法第119条）。その著作権侵害者が自らの所属する法人の業務の一環として著作権侵害行為を行ったときにはその法人は1億円以下の罰金に処せられる（著作権法124条1項1号）。

## Section 2 肖像権とパブリシティ権の基礎知識

### 1-肖像権とパブリシティ権

人は、自己の肖像について「肖像権」を有しており、さらに、芸能人などの著名人は、自己の肖像や氏名について「パブリシティ権」を有している。そのため、人や芸能人の写真を広告に使用したり、放送したりする場合には、写真の著作者との間で著作権の処理をする必要があるだけでなく、写真に写っている人との間で「肖像権」や「パブリシティ権」の処理をする必要がある。以下では、肖像権やパブリシティ権の基礎知識について説明する。

### 2-肖像権とは

「肖像権」は、法律上の明文によって認められる権利ではないが、憲法によって導き出される権利といわれている。憲法第13条は「生命、自由及び幸福追求に対する国民の権利」を定めているが、ここから、まず「身体・名誉・信用・肖像・氏名など、個人の人格にかかわる利益を保護する権利」である「人格権」が導き出される。肖像権は、この人格権の一部であり、以下の内容を有している。

- (1) みだりに自己の肖像を撮影されない権利（撮影拒絶権）
- (2) 撮影された肖像写真や作成された肖像の利用を拒絶する権利（利用拒絶権）

よって、広告、ポスター、放送などで、無断で他人の肖像や氏名を利用することは、その人の肖像権を侵害する可能性がある。

### 3-芸能人の肖像権（「著名人の法理」）

肖像権は、すべての人に認められる人権である。しかし、俳優、歌手、その他の芸能人、プロスポーツ選手などの著名人である場合には、「公衆に自己をさらす職業を自らの意思で選択した（肖像権の一部を放棄したとみなされる）」という特殊性が認められるため、肖像権の保護の範囲は、通常人に比べて、以下の点で異なってくる。これを「著名人の法理」という。

- (1) 著名人が自己の肖像・氏名について侵害を主張できるのは、その肖像等の使用方法、態様、目的等からみて、著名人等の評価、名声、印象を著しく低下させる（名誉毀損）など、特殊な場合に限定される。
- (2) 著名人には、肖像権の保護される範囲が制限される代わりに、パブリシティ権（後述）が認められる。

## 4-パブリシティ権

パブリシティ権も、法律上の明文によって認められる権利ではないが、判例の積み重ねによって認められるようになった権利である。「中田英寿事件」第一審判決（東京地裁平成12年2月29日判例タイムズ1028号232頁）では、「パブリシティ権」の内容を「著名人の氏名、肖像等が持つ顧客吸引力について、これを当該著名人の獲得した名声、社会的評価、知名度等から生じる独立した経済的利益ないし価値として把握し、当該著名人は、かかる顧客吸引力の持つ経済的価値を排他的に支配する財産的権利」と述べている。

そのため、芸能人の肖像や氏名をゲーム商品のパッケージに使用するなどの行為は、その芸能人のパブリシティ権を侵害する可能性がある。

## 5-権利侵害に対する措置

### (1) 差止請求権

権利者は、権利が侵害されている場合、侵害者に対して侵害行為の停止を請求することができる。法律上の明文で認められている権利ではなく、判例上認められた権利である。

### (2) 損害賠償請求（民法第709条）

権利者は、故意又は過失によって権利を侵害した者に対して、損害賠償を請求することができる。

## Section 3 下請遅延防止法の基礎知識

### 1-下請遅延防止法とは

プロデューサー業務の1つとして、ゲーム制作会社にゲーム（プログラム）の作成を委託したり、テレビ番組制作会社に番組の制作を依頼したりすることが頻繁に行われる。このように、ゲーム（プログラム）や放送番組の制作を他の者に委託する際に問題となる法律として、「下請遅延防止法」がある。

下請遅延防止法は、正式名称を「下請代金支払遅延等防止法」（昭和31年6月1日法律第120号）といい、親事業者が、下請事業者に対する下請代金の支払いを遅延することなどを防止して、下請事業者の利益を保護するための法律である。



委員会のサイト等において、違反の内容、勧告措置の内容、社名等が公表されることになる。

## Section 4 景品表示法の基礎知識

### 1-景品表示法とは

プロデューサーの重要な業務の1つとして、広告業務があげられる。広告については、各種業法や消費者関係法で規制されるほか、「景品表示法（不当景品類及び不当表示防止法）」（昭和37年5月15日法律第134号）により規制されている。景品表示法は、商品・サービスの取引に関連する景品類及び表示について規制し、不当な顧客の誘引を防止することにより、一般消費者の利益を保護することを目的とする法律である。

なお、プロデューサー業務に関係が深いのは、主として表示に関する規制だと考えられることから、ここでは、表示に関する規制を対象を絞って解説する。

### 2-景品表示法により禁止される広告表示

#### (1) 表示とは

景品表示法の規制の対象となる「表示」は、公正取引委員会の告示<sup>(注1)</sup>によって指定されている。公正取引委員会の告示によると、「表示」とは、自己の提供する商品・サービスについて顧客を誘引する手段として行う広告、その他の表示をいい、商品の包装、チラシ、パンフレット、ポスター、看板、アドバルーン、新聞、雑誌、コマーシャル、インターネット、パソコン通信等々の媒体によるものが対象とされている。よって、プロデューサーが行う広告も、ほとんどの場合、景品表示法の適用を受けると考えてよい。

**(注-1)** 「不当景品類及び不当表示防止法第2条の規定により景品類及び表示を指定する件」(平成12年12月25日公告 公正取引委員会)

#### (2) 禁止される（広告）表示

景品表示法によって禁止される表示は、以下のようなもので、不当に顧客を誘引する結果となるものである。

- ①一般消費者に対し、商品・サービスの規格・内容が、実際のものや競争相手のものより著しく優良であると誤解させるような表示。
- ②一般消費者に対し、商品・サービスの取引条件が、実際のものや競争相手のものより著しく有利であると誤解させるような表示。
- ③その他、商品・サービスについて消費者を誤解させるような表示。

なお、公正取引委員会は、景品表示法についていくつかのガイドラインを発表しており、その1つ<sup>(注2)</sup>によって、インターネットによる情報提供サービスに関連する表示について、以下の指針を示している。

**(注-2)** 「消費者向け電子商取引における表示についての景品表示法上の問題点と留意事項」(平成14年6月5日 公正取引委員会)

- ①情報提供サービスが有料か否かについて明確に表示すること。
- ②毎月料金を徴収するなど長期契約である場合は、その旨や解約方法を明確に表示すること。
- ③ダウンロード方法（OSの種類、メモリ容量など）や、ソフトウェアが正常に作動しない可能性があることを明確に表示すること。 など

### (3) 違反に対する制裁

不当な表示については、公正取引委員会による排除命令の対象となり、また、都道府県知事からも不当表示をとりやめるよう指示される可能性がある（景品表示法第6条、同第9条の2）。

## Section 5 児童ポルノ法の基礎知識

### 1-児童ポルノ法とは

プロデューサーは、コンテンツの内容が違法にならないよう留意する必要がある。この点、特にコンテンツの内容が「児童ポルノ法（児童買春、児童ポルノに係る行為等の処罰及び児童の保護等に関する法律）」（平成11年法律第52号）に抵触するか否かの判断は慎重に行う必要がある。なぜなら、児童ポルノ法では保護の対象となる児童を18歳未満の者とし、児童という言葉から社会一般でイメージされる年齢者よりも高い年齢者までを含んでいるため、アイドルなどを扱うコンテンツが児童ポルノ法に抵触する危険性が認められるからである。

また、児童ポルノ法は、「児童に対する性的搾取及び性的虐待が児童の権利を著しく侵害することの重大性にかんがみ、児童買春、児童ポルノに係る行為等を処罰する」とし、児童の権利擁護の観点から児童ポルノに係る表現行為も規制の対象にしているが、必ずしも、規制される表現行為の範囲が明確とはいえないとの指摘もある。したがって、コンテンツの内容によっては、児童ポルノ法の抵触について、慎重な検討を行う必要性が認められるといえる。

### 2-児童ポルノ法により禁止される行為

#### (1) 児童とは

児童ポルノ法にいう「児童」とは、18歳に満たない者を意味する。

#### (2) 児童ポルノとは

児童ポルノ法が禁止する行為には、児童買春に係る行為と児童ポルノに係る行為がある。コンテンツとの関係で、特に問題となるのは、児童ポルノに係る行為であると考えられるので、以下では、児童ポルノに係る行為について説明を行う。

児童ポルノ法にいう児童ポルノとは、写真、ビデオテープその他のもので、

以下のいずれかのものをいう（児童ポルノ法第2条第3項）。

- ①児童を相手とする又は、児童による性交又は性交類似行為に係る児童の姿態を視覚により認識することができる方法によって描写したものの。
- ②他人が児童の性器等を触る行為又は児童が他人の性器等を触る行為に係る児童の姿態であって性欲を興奮させ又は刺激するものを視覚により認識することができる方法により描写したものの。
- ③衣服の全部又は一部を着けない児童の姿態であって性欲を興奮させ又は刺激するものを視覚により認識することができる方法により描写したものの。

児童ポルノの定義をそのまま機械的に適用すると、コンテンツの内容によっては、当該コンテンツが児童ポルノに該当する危険性が高いが、児童ポルノ法は、同時に第3条において、「この法律の適用に当たっては、国民の権利を不当に侵害しないように留意しなければならない。」と規定して、表現の自由等の権利について配慮を示している。しかし、明確な規制の限界が示されていない以上、コンテンツが児童ポルノに該当する危険性が認められる場合には、慎重な検討が必要となる。

### (3) 児童ポルノに係る行為についての刑罰

児童ポルノ法は、児童ポルノに係る行為につき、次のような刑罰を規定している（児童ポルノ法第7条）。

- ①児童ポルノを頒布し、販売し、業として貸与し、又は公然と陳列した者は、3年以下の懲役又は300万円以下の罰金に処する。
- ②①の目的で、児童ポルノを製造し、所持し、運搬し、本邦に輸入し、又は本邦から輸出した者も①と同じとする。
- ③①の目的で、児童ポルノを外国に輸入し、又は外国から輸出した日本国民も①と同じとする。

なお、児童ポルノ法は、両罰規定をおりており、法人の代表者又は法人若しくは人の代理人、使用人その他の従業者が、その法人又は人の業務に関して、児童ポルノに係る行為に関する罪を犯したときには、行為者を罰するほか、その法人又は人に対しても罰金刑を科すると規定する（児童ポルノ法第11条）。





# Chapter 4

## 弁護士とコンテンツ・ビジネス

### Section 1

#### 弁護士の活用

##### 1-弁護士の必要性

アメリカでは、エンターテインメント・ローという分野が確立し、ロースクールにおいても、その種の授業があるのに対して、日本ではこのような分野が法分野として確立しているとはいえない。その理由には、①日本のエンターテインメント業界は、現場レベルでいえば、まだまだ書面契約社会ではなく、法律家がビジネスとしてこの分野を手掛けるにはマーケットが小さすぎること、②業界そのものの閉鎖性や特殊な業界慣行で、一般の実務法曹が取り組みにくい分野だということ、があげられる。

したがって、日本では、この分野を取り扱う弁護士やこの業界の知識が豊富な弁護士は極端に少ないといえる。しかしながら、今後エンターテインメント業界が世界に羽ばたいていく際には、必ず法的なリスクアセスメントとリスクヘッジを求められる。そのためには、弁護士の力が不可欠になってくるのである。

本章では、日本の弁護士の実情を紹介するとともに、いかにしてエンターテインメント・ビジネスで、弁護士を活用するかについて紹介することとする。

##### 2-日本の弁護士の現状

日本の弁護士が、現在、何人登録されているかご存知だろうか。その数はおよそ2万人である。他方、アメリカは約90万人といわれている。アメリカと日本の人口比率がほぼ2対1だとして、弁護士の人口比率は45対1である。確かに、アメリカの弁護士の数のなかには、日本の企業法務マン、税理士、司法書士のような役割を担っている者や、本国の資格を有しつつアメリカの資格も取得して、外国で弁護士をしている者も多いであろうから、一概に45対1という単純な数字とはならないかもしれない。それでも、人数的には大きな開きがあることは明らかである。

この約2万人の日本の弁護士のなかで、エンターテインメント・ビジネス法務をかじったことのある弁護士は、一体どれくらい存在するのであろうか。

おそらく、多くても100人単位であろうと推測される。プロデューサーは、そのなかから自分のフィーリング、考え方、ビジネススタイルにあった弁護士を探さなければならないのであるが、これはなかなか大変な仕事である。

### 3-弁護士の探し方

それでは、日本では、仕事を依頼するとき、弁護士をどのようにして探しているのでしょうか。おそらく、現在でも人からの紹介が一般的であろう。プロデューサー仲間や業界で弁護士を使った経験を持つ者は何人もいるであろうから、それらの人から弁護士の紹介を受けるというのが最も確実であると思われる。

次に、このようなつてがない場合であるが、最近ではインターネットで検索する方法がある。現在、多くの法律事務所（弁護士事務所）がサイトを開設している。例えば、「www.taiyolaw.com」とタイプすれば、「太陽法律事務所」のホームページが出てくるが、特定の法律事務所を知らなくても、検索エンジンで「弁護士」「法律事務所」などを検索し、そのなかの業務紹介欄でエンターテインメント・ビジネスを取り扱い分野としているかどうかをチェックするとよい。特にエンターテインメントに特化していなくても、著作権法に明るい弁護士なら、エンターテインメント・ビジネスに十分対処できる。このような弁護士に依頼するのも1つの方法であろう。ほかには、エンターテインメント法関連の書籍を著している弁護士にアクセスするという方法もある。

### 4-弁護士への依頼の仕方

#### (1) インタビュー

一緒に仕事ができそうな弁護士を2、3人探しあてたら、必ずインタビューしてみるべきである。ここで一番重要なのは、インタビューした弁護士が信頼できそうな人物であるかどうかを見極めることである。プロデューサーは様々な人間と接触することが多く、人を見る目も長けていると思われるので、エンターテインメント・ビジネスで養われた目を、弁護士との面接でも活用するとよい。

#### (2) バックグラウンド・チェック

インタビューでは、その弁護士のバックグラウンド・チェックを行うことも重要である。これまでの取り扱い分野や得意分野、著書、講演内容などをできるだけ多く質問するのが望ましい。このような質問をしても、決して弁護士に対して失礼にはあたらない。また、海外との取引を行うときには、その弁護士の英語能力についても尋ねる必要がある。一般論としては、アメリカ又はイギリスのロースクールを卒業した弁護士が望ましい。なお、現在では「特定共同事業」といって、アメリカやイギリスの法律事務所と一種のジョイントベンチャーを形成している日本の法律事務所も少なくない。このような事務所の所属弁護士は、日常的に外国人弁護士やクライアントと接しているため、英語の能力という意味では、比較的信頼性が高いといえる。

### (3) 費用の確認

依頼をする前に最も重要なのが、費用の確認である。エンターテインメント・ビジネスを取り扱う弁護士の多くは、タイム・チャージでクライアントに対して請求をする。例えば、パートナーであれば1時間3万5000円、アソシエイトであれば2万円などといった具合である（但し、この金額が相場というわけではない）。これに加えて、出張時における移動時間中のタイム・チャージはどうか、弁護士報酬以外の必要費用（交通費・ファックス代など）の請求はどうか、請求のタイミングはどうかなど詳細に質問することが、信頼関係の形成にとっても必要であると考えられる。

## 5-依頼の際の留意点

依頼の際には、クライアントとして、依頼の「趣旨」と「期限」を明確にすることが重要である。依頼の趣旨が明確でなかったために（又は弁護士が依頼の趣旨の確認を怠ったために）、依頼しようとしていたものとは異なる成果物が、弁護士から出されることは珍しくない。また、クライアントが期限を明確にしていなかったために、弁護士が仕事にとりかかるのが遅れて、肝心なビジネスに間に合わないということも想定される。このようなちょっとしたミス・コミュニケーションが、せっかく探しあてた弁護士との信頼関係を揺るがしたり、当該弁護士に対する不本意な請求額の支払いを余儀なくされたりすることにつながるのである。このようなことのないように、依頼の趣旨と期限を明確にすることを念頭に置いて、依頼をしてほしい。

## 6-まとめ

弁護士は、一般的に敷居が高いといわれているが、これはエンターテインメント業界と同様に、業界に閉鎖的なイメージがあること、弁護士情報の開示が十分ではないこと、一般の依頼者に費用がわかりにくいこと等が原因なのではないかと思われる。

これらの障害を取り払うのは弁護士の責務であるが、クライアント側も、必要に応じて積極的にアプローチしたり情報開示を求めたりすることによって、信頼のおける弁護士に到達できるものと確信している。



# Chapter 5

## アメリカ著作権法概要

日本のコンテンツを海外に輸出するためには、こういった法律に気をつけなければならないか。日本のコンテンツをアメリカに輸出したいと考えている方々へのリーガル・アドバイスを解説する。

### Section 1

#### アメリカ著作権法の基礎知識

著作権法はその国ごとに異なるため、アメリカで保護を受けるためにはアメリカの著作権法に従わなければならない。では、アメリカの著作権法上、こういった創作行為が保護されるのだろうか。現在は、アメリカ著作権法1976年法が適用され、随時、法律が修正されている。詳細は、著作権局のサイト (<http://www.loc.gov/copyright>) にアップデートされているので、参照するのに便利である。現行法は、1978年1月1日以降に創作された著作物に適用され、それ以前に創作された著作物については、旧法が適用される。

#### 1-著作権の発生

現行法では、以下の要件がすべて満たされたときに、「著作権」が発生する。

- ①法律に定められた以下の9つの著作物の概念の1つ、又はそれ以上に該当すること（著作権法第102条及び103条）。
  - (a) 言語著作物 (literary works)
  - (b) 音楽著作物 (musical works)
  - (c) 演劇著作物 (dramatic works)
  - (d) パントマイム (pantomimes) 及び舞踏著作物 (choreographic works)
  - (e) 絵画 (pictorial)、図形 (graphic) 及び彫刻 (sculptural) の著作物
  - (f) 映画 (motion pictures)、その他の視聴覚著作物 (audiovisual works)
  - (g) 録音物 (sound recordings)
  - (h) 編集著作物 (compilations)
  - (i) 二次的著作物 (derivative works)
- ②表現が有形的媒体に固定されていること。  
(- fixed in a tangible medium of expression)
- ③作者の創作にかかる著作物であること。  
(- original work of authorship)

上記の要件を満たす創作行為が、紙やキャンバス、レコードやその他の有形物に収録されたときに、著作権が発生する。旧法と異なり、著作権表示（著作権者の名前と発行年度を記載したマルシーマーク、例えば、「© 2003 Midori Mahl」）は、著作権発生必要条件ではなくなった。また、著作権局での登録も著作権発生条件ではない。したがって、著作権は他人に感知されることなく発生する。

## 2-著作権と保護期間

著作権者は、どういった権利を持ち、どう保護されるのであろうか。

著作権は独占的な権利であり、排他的な権利である。著作権者は与えられた保護期間中、その著作物を独占的に利用する権利を持つ。アメリカの著作権はcopyright（コピーする権利）で、経済的な権利である。1998年の改正で、保護期間が20年延長されたため、創作者の生存期間プラス90年が、著作権の保護期間とされる。創作者が死んだ後90年続くので、遺族や財産管理人の収入源となる。また、職務著作の場合は、発行のときから95年もしくは創作のときから120年のいずれか短い期間が適用される。著作権の保護期間が長すぎるといった反対論も強いが、結局のところ、かなり長い期間にわたって独占利用をすることができるので、キラコンテンツを持っている権利者にとっては、すばらしい収入源となる。

## 3-職務著作とは

「職務著作（work made for hire）」とは、使用者（employee）又は委託者（commissioning party）が、従業員（employee）や請負人（independent contractor）を雇って制作させた著作物で、①使用者や委託者の指示で、②使用者や委託者の費用で、創作した場合には、使用者や委託者が、創作者かつ著作権者となることを認めている。職務著作とするためには、①職務著作を合意した契約書が必要で、②一定の著作物についてのみ適用される。

一定の著作物とは、以下のものをいう。

- (a) 集合著作物を構成する寄与著作物（contribution）
- (b) 映画その他の視聴覚著作物の一部
- (c) 翻訳（translation）
- (d) 補足著作物（supplementary works）
- (e) 編集著作物（compilation）
- (f) 教科書（instructional text）
- (g) 試験問題（test）
- (h) 試験問題の解答説明（answer material for a test）
- (i) 地図帳（atlas）

映画などの映像著作物は、上記（b）に該当する。したがって、製作者、脚本家、監督、撮影監督、照明、編集、俳優、音楽家など多数の人々の寄与によって著作物が完成されるが、映画スタジオや製作会社は、これらの人々との間で雇用契約もしくは委託契約を結ぶことによって、完成された作品の

著作権を有するのが慣例である。著作権を持ったスタジオは、映画を自由に編集し、手を加えることができる。それがアメリカ著作権法である。

#### 4-アメリカ著作権法と人格権

アメリカの著作権法では、原則として人格権というものを認めていない。「人格権 (moral rights)」とは、創作物の同一性を守ることができる権利である。権利者が勝手に創作物に手を加えることによって、創作物を本来の姿と違ったものにしてしまうことをストップできる権利である。創作者にとって創作物は、自己の表現であるから、他人に勝手なことをされては困る。しかしながら、創作者にこういった人格権を与えてしまうと、権利者の商業的な利用を妨げてしまう。したがって、アメリカでは、人格権は限定的な場合にのみ認めている。どういった場合に認められるかというと、視覚芸術といわれるジャンルに属する絵画、プリント、写真、彫刻などである。1990年の立法the Visual Artists Rights Act of 1990では、議会が視覚芸術に与えた人格権にも制限を入れ、当事者間の契約で放棄できることを決めた。契約で放棄してしまうと、創作者は人格権を行使することはできない。契約交渉力を持たない限り、創作者には厳しい規定である。

映画などの映像著作物には、もともと人格権はないので、例えば、モノクロで撮影されたクラシック映画を第三者が著作権を買い取り、カラーに作り直してしまうことができるのである。長編映画をバラバラに切って、短編に作りかえることも可能だ。デジタル技術が進む現在では、デジタル加工も可能である（但し、登場人物を加工する場合には、肖像権の問題が発生するので注意を要する）。職務著作として映画製作にかかわった人々には、著作権を得た第三者の加工を止めることができない。これは、著作権を経済的な権利と位置づけるアメリカならではの立法である。

アメリカの判例を紹介しよう。テレビ番組「モンティ・パイソン」の作者が、アメリカの3大ネットワークの1つであるABCを相手に、90分の番組のうち24分をカットしてテレビ放映しようとしたのを差止め、損害賠償を請求した裁判、「ギリアム対ABC (Gilliam v. ABC<1976>)」である。連邦第2巡回裁判所は、作者の人格権を認めなかった。しかし、当事者間の契約で番組を編集しないことにABCが同意していた点から、契約に違反して編集した番組を放映することは認められないと判断した。

こういった問題が起こらないように、アメリカのテレビ局や配給会社は、契約交渉する際、番組の編集権を求めてくる。アメリカでは地上波テレビとケーブルテレビでは、番組内容に対するチェックが異なり、地上波は公共性が強く、ケーブルテレビでは比較的緩やかなので、媒体によって、コンテンツがかなり編集される場合がある。このため、日本のコンテンツをアメリカに輸入する場合も同様に、番組の編集権を求められる。これは、①番組の重要な部分を編集しないこと、もしくは②編集内容に同意権を持つこと、といった条項を契約書に入れることで、これにより、問題のある程度は解決することができるであろう。

これに対して、人格権を広く認めている国もある。日本やフランスなどである。アメリカでは契約がない限り、映像著作物の編集、改変、加工、リメイクなど何でも可能だが、人格権を認めている国では創作者の許諾が常に必要となる。創作者が人格権を契約で放棄していても、放棄そのものが無効と



ということもある。

フランスの裁判例を紹介しよう。1954年に公開された「アスファルト・ジャングル」という映画の著作権をターナー・エンターテインメントが買い取り、カラー化してテレビ放映しようとした。ところが、この映画の監督であるジョン・ヒューストンの遺族と脚本家の遺族らが、「カラー化は映画を歪め、同一性を侵害するものである」とフランスで提訴した。フランスの裁判所は、原告らの人格権の訴えを認めて差止め、その後、ターナーは原告らに損害賠償を払うことで和解した。ターナーは、人格権があることで、予想外の裁判手続と出費を負うことになってしまったようだ。

創作者に人格権を認める国か認めない国か。コンテンツを海外に発信する場合は、取引先の法律事情を熟知する必要があるようだ。

## Section 2 アメリカで映画を作るときの 法的なアドバイス

### 1-映画の著作権

どうやって映画を作るか。まず、映画の原作になるストーリーが必要だ。もとネタとして、①オリジナルのアイデアに基づいて映画を作る。コメディ系の映画はオリジナルが多い。②文学やコミックスなどの出版物を基にする。ベストセラーになると映画化されるチャンスが多い。③実在する人物や出来事、史実などのストーリーを脚色する。ドキュメンタリー系に多い。④旧作や外国映画のリメイク。⑤ある作品の前編や続編として作る。ヒット作をフランチャイズ化するスタジオが多い。

ここでは、オリジナルのアイデアに基づいて映画を製作するとき起こりうる法律問題について解説する。

### 2-アイデアと表現

ハリウッドで頻繁に紛争となるのがアイデア盗用問題だ。映画がヒットすると、誰かが「あの映画は僕のアイデアだ。」とやってくる。真偽のほどはわからないが、この手の訴訟は日常茶飯事だ。では、「アイデア」とは何か。そのアイデアを守ることはできるのだろうか。

アメリカの著作権法上保護されるのは、「表現」に限られる。「表現」とは、「アイデアの表現」である。「アイデア」そのものは保護されない。したがって、アイデアは、誰でも自由に使用することができる。例えば、「ある男と女が愛し合っているが、それぞれの家族が反目しているため、仲を引き裂かれ、悲劇的な最期を迎える」というコンセプトは、この段階では「アイデア」である。これが書物や脚本になり、主人公の会話、ある映像、音楽など、特定のアイデアが具体化されたとき、著作物として保護されるのである。

### 3-著作権登録について

まず、アイデアができたら、「トリートメント」という2~3ページくらいのあらすじにまとめる。トリートメントは、映画のエッセンスだ。このままでは著作物として保護されない。トリートメントを脚本に発展させる。脚本が完成すれば、これは立派な著作物なので、法律上保護され得る。著作権法上、著作権は、「表現が有形的な媒体に固定された」ときに発生するからだ。では、どうやってこれを保護するのがベストなのであろうか。

1976年著作権法では、著作権表示は保護を受けるための条件ではなかったが、やはり自分のものには名札があったほうがよい。まず、「著作権表示」を付ける。脚本の表紙のページに、©記号、著作物の最初の発行の年、そして著作権者の名前を並べるだけだ。例えば、「© 2003 Midori Mahl」と表示し、その下に「All Rights Reserved」とすれば、なおよい。無断使用してはいけないという意味だ。第三者に見せる前に、この著作権表示を付けるのがよい。そして、著作権局に登録することをお勧めする。

アメリカの脚本家たちは、脚本家組合（Writers Guild of America : <http://www.wga.org/>）に脚本のコピーを登録することが多い。これは、自分の書いた脚本の完成日を確定させるためだ。後で紛争が起こったとき、ここに登録しておけば、どちらが先に脚本を書いたのか証明できるからだ。しかし、著作権局に登録すれば、組合にはない利点がある。

### 4-著作権登録のメリット

著作権は、著作物を創作し、有形的な媒体に固定したときに発生する。著作物が発行されることは条件ではないため、著作権は人目に触れずに発生する。自分の著作権を登録することは、著作権の発生条件ではない。しかし、著作権登録をしておく、いろいろな恩恵を受けることができるので、特に海外に権利をライセンスしたいと思っている方は、事前に著作権登録することをお勧めする。こういった恩恵があるかということ、次のようなものである。

(1) 登録証 (certificate of registration) が、一応の証拠 (prima facie evidence) となる。

最初の発行の前又は最初の発行の日から5年以内に著作権登録を行うと、登録証に記載された事実とその権利の有効性について、一応の証拠となる。すなわち、登録証に記載された事実がすべて真実であるという法律上の推定を受ける。したがって、自分の著作権が第三者に侵害された場合、著作権登録をしておく、自分がその著作物の権利者であることを証明する責任から解放されることになる。

(2) 法定損害額 (statutory damages) の賠償を受けられる。

著作権侵害訴訟で、原告側に損害が発生していない場合でも、勝訴した場合に法律で定められた損害額が賠償される。例えば、無関係の第三者があなたの著作物を勝手にアメリカで著作権登録したとしよう。まさかと思われるであろうが、実際に起こったことのある話である。登録されただけなら、まだ損害は発生していない。まず自分の著作物を登録して、それか

ら法定損害賠償を請求することができる。勝訴すれば、次に述べるように弁護士費用も回収することができる。なぜ、無関係の第三者が勝手に著作権登録することができるのか。それは、著作権局が、権利の内容についての審査は行わないからである。申請用紙に必要事項が記入され、著作物のコピーがあり、手数料が払われれば、誰でも登録することができる。

### (3) 弁護士費用の賠償を受けられる。

著作権侵害訴訟で勝訴した場合、自分たちが支払った合理的な弁護士費用を、敗訴した側から取り戻すことができる。

著作権登録は簡略な手続である。著作物ができあがったら、①著作物の種類に従った用紙に必要事項を記入し、②手数料を支払い、③著作物のコピーと一緒に、著作権局に提出する。著作権局は、受領した申請書の様式審査を行い、質問がある場合には、著作権者もしくはその代理人弁護士に連絡をとる。6ヶ月から12ヶ月くらいで登録証が送付される。著作権登録は権利発生条件ではないので、著作権の保護期間は、登録日とは無関係である。

## 5-脚本の著作権登録の方法

脚本の著作権登録の方法を紹介しておこう。まず、アメリカの著作権局サイトからPAフォームにアクセスし、必要事項を記入する。手数料（現行30ドル）の小切手と脚本のコピーを同封して、ワシントンDCにある著作権局まで証明付郵便で送付する。このとき、返信用のはがきの記入も忘れないようにする。著作権局が登録申請書を受け取ると、はがきに受領印を押して、送付者に郵送してくれる。このはがきが受領されたことの証明となるのである。その後、不明な点がある場合は、著作権局の担当者から電話で質問される。書面審査が終わると、著作権登録証書が郵送されてくるが、この書類には登録番号が記載されている。PAフォームは、完成した映画やテレビ番組などの著作権登録にも使用されるので、記入方法を勉強することは重要であろう。

PAフォームで著作権登録するのは、(1) 音楽著作物、(2) 脚本のような演劇著作物、(3) パントマイムや舞踏著作物、(4) 映画その他の視聴覚著作物である。

### <脚本の著作権登録の方法>

#### (Step 1)

PAフォームに必要事項を記入する。PAフォームは、アメリカ著作権局のサイト (<http://www.copyright.gov/forms/formpai.pdf>) を参照。

#### ① Title of This Work : 脚本のタイトルを記載。

別のタイトルがある場合には、その下の欄に記載する。

Nature of This Work : 脚本であることを記載。ScreenplayもしくはScreenplay for a motion pictureでもよい。

#### ② Name of Author : 脚本を書いた人の名前もしくは職務著作の場合には、雇用主（会社）もしくは委託者（会社）を記載。

誰からも委託されず自分で脚本を書いた場合には、脚本家の名前を記載。職務著作であるかどうかの記載。

複数いる場合には、その下の欄に記載する。

- ③脚本が完成した年月を記載。もし発行されている場合には、その年月日を記載する。
- ④著作権者の名前と住所を記載。上記②と同一であっても、再度記載。  
もし、脚本家が脚本を完成した後、第三者に譲渡している場合には、Transferの項目にその旨を記載する。
- ⑤Previous registration：完成した脚本の古いバージョンが著作権登録されている場合には、その古いバージョンの登録番号と登録年月を記載する。
- ⑥Derivative work or compilation：二次的著作物である場合、基の創作物を記載。こういった要素が追加されているかを記載する。
- ⑦Deposit account：登録申請者が著作権局にアカウントを持っている場合には、その番号を記載する。  
Correspondence：連絡先の住所、氏名、電話番号を記載する。
- ⑧Certification：著作権者との関係を記載し、サインする。
- ⑨連絡先の住所と氏名を記載する。

(Step 2)

記入したPAフォーム、30ドルの小切手、登録を希望する著作物のコピーと返信用はがきを同封する。

(Step 3)

著作権局へ証明付き郵便で送る。

郵送先：Send the package to  
Library of Congress  
Copyright Office  
101 Independence Avenue, S.E.  
Washington, D.C. 20559-6000

<完成した映像の著作権登録の方法>

上記の脚本と同様PAフォームを使用する。脚本の場合と記載内容が異なってくるので、専門家と相談するほうがよい。追加書類として、映画、テレビ番組のあらすじを記載したものと、完成した映像のビデオ・カセットを同封する。

著作権が譲渡された場合には、譲渡証を著作権局に登録する。米国がベルヌ条約に加盟した際、著作権登録が侵害訴訟の訴訟要件からはずされたが、譲渡証を登録することにより、譲渡の事実を実際に知らない人でも、これを知らないと主張できないように擬制告知 (constructive notice) することができるので、登録のメリットは大きい。

## 6-アイデアの映画化権

ハリウッドでは、アイデアの映画化権を売り買いする。アイデアなどを売り込むことを、業界用語で「ピッチ (pitch)」という。アイデアを考えた人は、これをスタジオや製作会社の幹部、エージェンツらに聞かせる。採用さ

れた場合は、契約を結び、前払い金、使用料、クレジットなどについて合意する。そして、脚本の準備に入るのである。製作過程上、この段階は「ディベロップメント」と呼ばれる。

しかし、ピッチした後、もし、アイデアが採用されず、盗用された場合、こういった法的手段をとることが可能なのだろうか。

バックワールド対パラマウントの裁判が、まさにそれである。エディ・マーフィー主演の映画「星の王子ニューヨークへ行く」のアイデアを考えたのは、アート・バックワールドというコラムニスト。彼のアイデアを採用して、映画を作った場合、パラマウントはバックワールドに対し、契約金とネット収益のパーセンテージを支払うという合意を交わした。パラマウントはバックワールドのアイデアを使って映画を作ったが、契約金を支払わなかったため、訴訟となった。バックワールドの弁護士は、パラマウント相手に契約違反に基づく損害賠償訴訟を提起した。アイデアだけでは著作権法で保護されないため、著作権侵害にはならないからだ。

アイデアをピッチする人は、採用されれば使用料を支払ってもらえるであろうと期待している。こういった期待が合理的な場合には、人のアイデアを無償で使用することはできない。契約書にサインしていない場合でも、他人のアイデアを映画化したら、それ相応の使用料を支払わなければならないということである。

## 7-脚本が盗用された場合の対処法

脚本は、アイデアと異なり、著作物として保護され得る。脚本が盗用されて第三者が映画化した場合、著作権の侵害となる。もし、自分の脚本が盗用されたら、著作権侵害訴訟を起こすことになる。訴訟で勝つためには、①原告（盗用された側）の脚本が先にできあがっていたこと、②被告（盗用した側）がその脚本を読んでいること、そして③双方の脚本が重要な部分で類似していること、を証明しなければならない。原告と被告が逆の場合もありうるため、著作権の登録は大切である。

## 8-製作者側の防衛策

アイデアを聞くだけで、又は脚本を読んだだけで、訴訟に巻き込まれては困るので、製作者側は、エージェントや弁護士のついていない原作者のアイデアや新人の脚本家からのピッチは受け付けない、という対策をとるところが多い。それでも、アイデア・原作盗用のクレームは後を絶たない。

## 9-オプション契約

原作の映画化権の値段としては、平均6桁の金額が支払われている。数ミリオン・ドルの場合もある。しかし、プロデューサーは映画化権を全額前払いすることはしない。初期費用をなるべく低く抑える必要があるからだ。こういった契約を結ぶかという点、プロデューサーは原作者との間で「オプション契約 (Option agreement)」を結ぶ。「オプション契約」というのは、ある原作の映画化権を取得するオプションを買う契約である。簡単にいうと、映画化権の売買予約である。しかし、オプション契約は売買予約ではあるも

の、最初の段階で、映画化権の値段、収益参加、クレジット、留保する権利などの細かい条件を決める。例えば、12ヶ月のオプション期間で、ある原作の映画化権を取得するオプション契約を結んだとしよう。プロデューサーは、オプション期間中に、脚本家を雇い、脚本を書かせる。と同時に、監督、俳優たちのキャスティングを準備する。製作費の調達を行う。オプション期間を更新することも可能である。オプションの更新が合意されている場合には、更新料を支払い、ディベロップメントを継続する。オプションの代金は、映画化権の値段の10%が標準。オプション権を行使すると、この10%は、映画化権の値段に充当される。プロデューサーは残りの90%を原作者に支払えばよいのである。更新料が充当されるかどうかは交渉次第である。オプション契約は独占的な契約なので、原作者は、その期間内、第三者と同様の契約を結ぶなど二股をかけることはできない。

## 10-オプション権の消滅とターンアラウンド

もし、オプション契約を結んだ後に、プロデューサーが、何らかの理由でディベロップメントを断念した場合、映画化権そのものが必要なくなる。オプション権が行使されなかった場合、原作者はオプション代金を返還する必要はない。また、オプション権は、オプション期間を経過すれば消滅するので、原作者は第三者との間で、映画化権の販売交渉をすることができるようになる。

複雑なのは、プロデューサーがオプション権を行使して、映画化権を買い取ったが、一向に映画化の準備をしないとか、ディベロップメントの途中で棚上げされたといった場合である。原作者としては、代金を受け取って、映画化権を売り渡しているのに、何もすることができない。しかし、原作者が映画化を強く望んでいる場合や、他のプロデューサーから映画化したいという申し出がある場合には、どのようにしたらよいのであろうか。

ハリウッドでは、「ターンアラウンド (turn-around)」という条件を決め、ディベロップメントに費やした費用を返済することを条件に、映画化権を返してもらうことがある。前のプロデューサーがディベロップメントに使った費用を返済した上に、新たにディベロップメントを行うので、製作費は膨れ上がることになるが、ハリウッドでは、ターンアラウンドになったプロジェクトをよく見かける。

「バットマン」や「E.T.」などがそれだ。「バットマン」は、最初はポリグラムでディベロップメントされたが、ターンアラウンドにかけられ、最終的にはワーナーブラザーズで製作・配給され、大ヒットとなった。「E.T.」は、コロンビアからユニバーサルにターンアラウンドされた。なぜ、ターンアラウンドが起こるかという、スタジオでは、製作担当者が変わると、前任者のプロジェクトがいつも引き継がれるとは限らないし、企画そのものがボツになることもよくある。製作過程で頓挫したプロジェクトは、そのまま消えていくか、次の製作場所を求めてターンアラウンドされるのである。

## 11-譲渡する権利・留保する権利

プロデューサーが原作者から映画化に必要な権利を買い取る場合、映画を製作する権利はもちろん、劇場配給権、ホーム・ビデオ権 (DVDを含む)、

有料・無料テレビ放映権、サウンド・トラックの権利、マーチャンダイジングの権利など、すべてのメディアで映画を使用する権利を買い取る。このなかに、映画のリメイクの権利、続編を製作する権利を含むかどうかを明確にする必要がある。

以前、「風と共に去りぬ」の続編を作る権利をめぐる裁判となったことがある。原作者であるマーガレット・ミッチェルは、製作会社（のちにMGMに吸収される）に対して、5万ドルで、「風と共に去りぬ」の映画化権を売った。1936年のことである。彼女の死後、財産管理人となった信託銀行が、MGMを相手に、「風と共に去りぬ」の続編を映画化する権利を争った。裁判で、1936年の契約には、続編の映画化権を含んでいないことが明確になった。その後、1994年に、「風と共に去りぬ」の続編がテレビ映画化され、「スカーレット」というタイトルで、CBSで放映された。そのとき、製作会社が財産管理人に対して支払った続編映画化権の代金は、900万ドルだといわれている。「風と共に去りぬ」は、長い期間にわたり利益を生み続けるキラコンテンツの代表といえるであろう。

別の裁判例を紹介しよう。「カサブランカ」の続編をめぐる争いである。「カサブランカ」という映画は、「Everybody Comes to Rick's」という演劇が基になっている。1942年、ワーナーブラザーズは、その劇作家らに2万ドルを支払い、著作権を買い取った。1983年、ワーナーブラザーズは、「カサブランカ」の続編を製作し、NBCで放映した。原作者である劇作家らは、ワーナーブラザーズとNBCを相手に、自分たちが続編を映画化する権利を留保していると争った。しかし、この裁判で、先の契約では、続編を含む、すべての権利がワーナーブラザーズに譲渡されていたことが確認された。

## 12-新たなメディア

DVDの権利、インタラクティブの権利、インターネットで配信する権利など、新たなメディアの出現で、コンテンツを二次使用するチャンスが増えた。誰がどこまでの権利を保有しているのか争われることも多い。原作者が映画化権を売る場合、どこまでの権利を手放しているのか、どの権利を留保しているのか、当事者間の合意をできるだけ明確に契約書に記載することが重要だ。

これにより、将来発生するであろう新たなメディアでの利用権を先取りできる。

## 13-ピッチの方法

ピッチするには、アイデアもしくは脚本が完成したら、映画スタジオや製作会社の幹部に売り込みに行く。アイデアだけで製作にこぎつけるのは、超大大物プロデューサーぐらいなので、まず、脚本までは用意する必要がある。もし、リメイク権を売りたいのであれば、英語版のあらすじ、英語版ビデオ・カセットが必要になる。前述したように、新人やコネのない人からのピッチを受けることはほとんどないので、CAA、ICM、William Morris Agencyなどの大手のエージェントに依頼するか、エージェント兼弁護士にピッチの場をアレンジしてもらうのが通常である。ピッチの際、映画会社の幹部から以下のような書類を要求される場合も多いが、すべて英語で準備しなければ

ならない。

- (a) あらすじ (Story synopsis)
- (b) 脚本 (Script or screenplay)
- (c) 会社であれば、会社情報 (Corporate History)
- (d) プロデューサーの自己紹介と過去の作品  
(Key Personnel with credit history)
- (e) 脚本家の自己紹介と過去の作品 (screenwriter)
- (f) 脚本の著作権が著作権登録されていること、及びプロデューサーに著作権が譲渡されていることを証する書面  
(Copyright registration and writers assignment)
- (g) 製作費の詳細 (Budget) (【資料1】参照)
- (h) 資金調達とリクープの仕方  
(Cash flow analysis and sales projections)
- (i) 交渉済みもしくは交渉中の監督、メインキャストのリスト  
(Director and casting suggestions)
- (j) アニメであれば、キャラクターデザイン



## 【資料1】実写映画製作費の詳細の例

Acct#	Category Title	Page	Total
1000	Development	1	\$
1200	Story & other rights	1	\$
1300	Executive Producer	1	\$
1400	Producers Unit	1	\$
1500	Directors Unit	1	\$
1600	Talent	2	\$
Total Above-the-line \$			
2100	Production Staff	3	\$
2200	Art Direction	3	\$
2300	Set Construction	4	\$
2400	Location Expenses	5	\$
2500	Property Department	5	\$
2600	Camera Operations	5	\$
2700	Electric Operations	6	\$
2800	Grip Operations	7	\$
2900	Production Sound	7	\$
3200	Set Operations	8	\$
3300	Wardrobe Department	8	\$
3400	Makeup & Hair Department	9	\$
3500	Fringes	9	\$
3600	Transportation Department	10	\$
4000	Production Film & Lab	10	\$
Total Production \$			
5100	Editing	10	\$
5200	Post-Production Film/Lab	11	\$
5300	Post-Production Sound	11	\$
5400	Music	12	\$
5500	Titles	12	\$
Total Post Production \$			
6100	Insurance	13	\$
6200	Legal Costs/Acct	13	\$
6300	Distribution Marketing	13	\$
Total Other \$			
	Prints & Advertising	14	\$
	Administrative	14	\$
	Contingency 10%		\$
	Completion Bond		\$
Total Below-the-line \$			
Total Above & Below-the-line \$			
Grand Total \$			

## Section 3 映画の売り方

映画は売らなければならない。映画は配給され、観客がお金を払ってくれて初めて収入となる。そして製作費を回収することができるのである。完成した映画はもちろん、製作段階で売りに出される映画の配給契約の法律問題について解説する。

### 1-契約書の種類

「映画の配給権を買う」とは、「特定の地域で、限定された期間、特定のメディアで、ある映画を配給し、利用することの許諾（ライセンス）を受けること」を意味する。「ライセンス契約」ともいわれる。ここでは、著作権そのものを売る場合を含まない。許諾者は「ライセンサー」と呼ばれ、通常、映画の著作権を持つ、もしくは配給権をライセンスする権限を持っている。許諾を受ける者は「ライセンシー」と呼ばれ、契約で合意された権利のライセンスを受ける。ライセンシーは、ライセンサーに対して、ライセンスの対価を支払う。ライセンス期間が終了し、もしくは早期解除されると、ライセンスされた権利はライセンサーに戻る。したがって、ライセンスは著作権の譲渡ではない。

ライセンス契約に対して、「セールス・エージェント契約（Sales Agent agreement）」という契約があり、海外での販売に不慣れだったり、社内に販売担当者がいない場合によく利用される。エージェントは、ライセンサーに代わって、映画の配給権を買ってくれる相手を見つけ出し、ライセンス交渉を代行してくれる。ライセンス契約と違う点は、セールス・エージェント契約を結んだだけでは、ライセンス契約とはならない。エージェントが斡旋したライセンシーとの間でライセンス契約を結ぶことによって初めて、映画は配給される。エージェントの手数料は、ライセンス契約金のパーセンテージで支払われ、成功報酬が慣行である。

### 2-セールス・エージェント契約

映画の買い手は、世界各国の配給会社である。エージェントは、ライセンシーではないので、ミニマム・ギャランティ（MG）やロイヤルティは支払わない。売り手と買い手を引き合わせて売買をまとめるのがエージェントの役割である。エージェントは、カンヌやミラノ、サンダンスやアメリカン・フィルム・マーケット（AFM）といった著名な映画祭に作品を出品して、映画の買い手を探し交渉する。

(1) ライセンサーと、エージェントが見つめてきたライセンシーとの間で配給権のライセンス契約の話がまとまると、配給・ライセンス契約を結ぶ。エージェントはあくまで仲介屋だ。商談がまとまり、買い手が保証金を支払うと、エージェントは、そのなかから合意された比率で手数料を受け取るという課金システムをとる。手数料は、配給権の値段の5%から50%までケース・バイ・ケースである。映画の配給権はジャンルや主演スター、地域ごと

に値段が異なる。

(2) ライセンサーを代行して配給・ライセンス契約にサインすることができるエージェントもいる。この場合、エージェントとライセンサーが契約を結び、MGやロイヤリティの支払いはエージェントを通すことになる。ライセンサーとエージェントの関係が親密な場合、親子関係にあるような場合に成り立つ。そうでない場合は、最終的な契約責任はライセンサーに降りかかるような内容の契約になっていることが多いので、注意を要する。

### 3-ライセンス契約

コンテンツを海外にライセンスする場合は、ライセンサーとなる。コンテンツを輸入する場合は、ライセンサーとなる。どちらになるかによって、利害がまったく逆になるので注意を要する。ライセンス契約ではこういった点について合意することが重要であるか、一般事項を解説する。

#### (1) 契約当事者の特定

誰がライセンサーとなり、ライセンスを許諾するのか。本当にライセンスする権限があるのかどうか、権利関係をチェックすることが重要。チェーン・オブ・タイトルが1つ1つがつながっていなければいけない。原作権や脚本権、楽曲使用権などがきちんとクリアされているかどうか、必ず確認しなければならない。日本のコンテンツを海外に売る場合も同様である。

#### (2) 独占的ライセンスとサブライセンスの確認

まず、独占的ライセンスかどうかを確認する。独占的ライセンスを受ける場合は、サブライセンスすることができるかどうか合意する必要がある。映画配給会社が、他社にホーム・ビデオやテレビ放映権をサブライセンスする場合に必要な。ライセンサーが、サブライセンス相手やその契約内容について、事前同意することができるかどうかについても合意する。

#### (3) ライセンス地域の指定

映画を利用することのできる地域を指定する。

#### (4) 言語の指定

吹き替えと字幕か、オリジナルの言語も含まれるのか、合意する。吹き替えのための経費についても合意する。

#### (5) ライセンス期間の規定

独占的なライセンスを受ける場合、支払ったライセンス料と経費を回収し、利益を生み出すまでにどのくらいの期間が必要かといったビジネス判断でライセンス期間を決める。ライセンスがいつ始まるのか規定することも重要。ライセンス期間を更新できるかどうか、更新の条件についても合意する。

#### (6) ライセンスを許諾する権利内容の限定

劇場配給権 (Theatrical distribution) には、劇場と劇場でない場所での上映権が含まれる。ホーム・ビデオの権利にDVDが含まれるかどうか、テレ

ビ放映権の内容、ビデオオンデマンドが含まれるかどうかにも注意が必要である。その他の二次使用として、サウンド・トラックの権利、マーチャндаイジングの権利、出版権、映画の続編を優先的に買う権利を含むのか、といった点も合意する。

また、近年話題となっているインターネットで配信する権利についても合意する。インターネットでの権利で問題となるのは、地域を限定できないことである。ライセンス契約で「日本」を地域指定しても、ボーダーレスなので、ライセンスを受けていない地域にまで及んでしまう可能性がある。したがって、インターネットでの権利を限定するには、言語指定を行ってライセンスする方法がある。また、コピーガードの方法によって、権利を限定できるかどうか調べる必要がある。

< 許諾される権利の記載具体例 (Licensed Rights) >

- A. Theatrical Rights: Licensed
- |                |   |                             |
|----------------|---|-----------------------------|
| Theatrical     | <input checked="" type="checkbox"/> Yes | <input type="checkbox"/> No |
| Non-Theatrical | <input checked="" type="checkbox"/> Yes | <input type="checkbox"/> No |
- B. Video Rights:
- |                      |   |                             |
|----------------------|---|-----------------------------|
| Home Video Rental    | <input checked="" type="checkbox"/> Yes | <input type="checkbox"/> No |
| Home Video Sell Thru | <input checked="" type="checkbox"/> Yes | <input type="checkbox"/> No |
- Holdback: until 6 months from the date of the first theatrical release in the territory.
- C. Ancillary Rights:
- |         |   |  |
|---------|---|--|
| Airline | <input type="checkbox"/> Yes            | <input checked="" type="checkbox"/> No |
| Ship    | <input type="checkbox"/> Yes            | <input checked="" type="checkbox"/> No |
| Hotel   | <input checked="" type="checkbox"/> Yes | <input type="checkbox"/> No            |
- Holdback: none
- D. Pay Television Rights:
- |              |   |                             |
|--------------|---|-----------------------------|
| Pay-Per-View | <input checked="" type="checkbox"/> Yes | <input type="checkbox"/> No |
| Demand View  | <input checked="" type="checkbox"/> Yes | <input type="checkbox"/> No |
| Terrestrial  | <input checked="" type="checkbox"/> Yes | <input type="checkbox"/> No |
| Cable        | <input checked="" type="checkbox"/> Yes | <input type="checkbox"/> No |
| Satellite    | <input checked="" type="checkbox"/> Yes | <input type="checkbox"/> No |
- Holdback: until 6 months from the earlier of first home video release.
- E. Free Television Rights:
- |             |   |                             |
|-------------|---|-----------------------------|
| Terrestrial | <input checked="" type="checkbox"/> Yes | <input type="checkbox"/> No |
| Cable       | <input checked="" type="checkbox"/> Yes | <input type="checkbox"/> No |
| Satellite   | <input checked="" type="checkbox"/> Yes | <input type="checkbox"/> No |
- Holdback: until 12 months from the earlier of first home video release.

(7) 留保される権利の明確化

ライセンスされていない権利は、すべてライセンサーに帰属する。どこまでライセンスされているのか、双方に誤解が生じることがないように、契約書で明確にする必要がある。ライセンス契約には、ホールバックと呼ばれる規定がある。例えば、ハリウッド映画の場合、アメリカで劇場公開されるまで、日本での劇場公開はできないといった条件が付くことが多い。もしくは、テレビ放映権だけライセンスする場合、テレビ放映する前に、誰かがビ

デオ販売してしまうと困るので、契約で、テレビ放映した後数ヶ月間はビデオ販売をしてはならないといった条件を付けることができる。日本のコンテンツを輸出する場合も同様である。

#### (8) ライセンス料の決定

ライセンス料は、ミニマム・ギャランティ（MG）とロイヤルティの組み合わせにすることが多い。MGの支払時期、支払方法、源泉徴収税がある場合、どちらが負担するのか、円建てかドル建てか、ロイヤリティの支払時期と会計報告、監査権についても合意する。

#### (9) 回収の方法

ライセンサーがどういった経費をどういった順番で回収するのか合意する。ライセンサーは、控除できる経費に上限を決めたり、事前同意を求めることが可能かどうかも合意しておく。

#### (10) ネット収益の規定とクロスの許諾

ロイヤリティで注意を要するのは、ネット収益の規定がある場合である。どこまで経費を控除することができるか。また、クロスがあるかどうか。オールライツでライセンスを受ける場合、ライセンサーとしては早くMGや配給にかかった費用を回収したい。劇場上映で失敗した場合、ホーム・ビデオやテレビ放映からの収入で回収したいと思うのは当然である。もし、クロスが許されていないと、回収できなくなる危険がある。ライセンサーとしてはクロスしたい。ライセンサーはクロスしたくない。地域が数ヶ国に及ぶ場合は、地域間でのクロスができるかどうか重要だ。2つ以上のコンテンツをライセンスする場合、クロスを許諾するかどうか合意する。

#### (11) 損害補償、保険など

権利に傷がないことなどを保証する。ライセンサーに損害が発生した場合、ライセンサーが補償するかどうか重要である。ライセンサーが過誤保険（Errors and Omissions Insurance）に加入しているかどうか重要。日本のコンテンツが過誤保険に入れるかどうか調べる必要がある。

#### (12) 紛争の解決方法など

その他、準拠法に抵触した場合や紛争の場合の解決方法なども規定する。映像関係の契約書のトラブルでは、American Film Marketing Association（AFMA）の仲裁（arbitration）を利用することが多い。AFMAは、年1回ロサンゼルスでフィルム・マーケットを運営している機関で、世界各国からフィルム・メーカー、映画会社、配給会社が集まり、配給権の取引を行う。国際的なライセンス契約の見本も有料で提供している。トラブルが発生した場合、映像関係の専門家が仲裁人として、当事者の言い分を聞き解決を促している。訴訟よりも費用は安く、迅速に解決するという評判である。また、仲裁事項を守らない敗訴当事者は、AFM（アメリカン・フィルム・マーケット）に参加できないという罰則もあり、強力である。但し、仲裁は裁判を受ける権利を失うものなので、契約書で仲裁条項を明記する必要がある。詳細はAFM：<http://www.afma.com/>参照。

## 4-ネット収益 (Net profits)

### (1) 映画の収益構造

映画が劇場で公開されると、観客がチケットを買って映画を見る。このチケット販売からの収益は「興行収入 (ボックス・オフィス・レベニュー)」と呼ばれる。興行収入は、興行主と配給会社との間で、合意された割合で分配される。映画が劇場公開されて2~3週間くらいは、配給会社が8、興行主が2といった割合で分配されるが、その後、だんだんと、7対3、6対4、5対5、4対6……と配分率が変わる。おおざっぱに言って、興行収入の半分の半分が配給会社に支払われる。例えば、興行収入が2億ドルに達した場合、興行主と配給会社は1億ドルずつ分けることになる。配給会社が受け取る金額は「グロス収入」と呼ばれる。

グロス収入には、劇場以外のメディアでの収入も含まれる。例えば、映画は劇場公開後、ホーム・ビデオとして店頭に並ぶ。レンタルされたりセルとして販売される。その他の収入源として、ペイ・パー・ビューやケーブルなどの有料テレビ、ネットワークなどの無料テレビからの収入、サウンド・トラック、出版、ノベライゼーション、おもちゃ、グッズ、ライブショー、テーマパークでの使用、その他の二次マーケットからの収入、海外からの収入などが生まれる。

以上のように、いろいろなメディアからの収入が配給会社のポケットに入ってくる。配給会社は、これらグロス収入から、配給にかかった費用や、その他、合意された経費を差し引く。残った収益が「ネット収益」と呼ばれる。ネット収益は、ライセンサーとの間で分配されることになる。つまり、配給会社の控除が多いと、ライセンサーの取り分は減り、控除を抑えることができれば、取り分は増える計算だ。したがって、このライセンサーの取り分は、配給会社にどこまで控除を認めるかにかかっているのである。

### (2) 配給会社の控除

通常、映画の配給会社は、以下のような控除をしてくる。

配給手数料：グロス収入の35% (劇場)、80% (ビデオ)、30~40% (テレビ)。外部に配給を委託する場合、外部の配給会社が配給手数料を取り、さらにライセンサーとなっている配給会社が二重に配給手数料を取ることがある。

配給経費：プリント代・宣伝広告費 (P&A) など、その他、配給にかかった経費一切。配給会社が取引先から割引を受けたり、リベートをもらっても、その分はネット計算に入らない。配給会社が関連会社を使った場合でも、手数料を上乗せしてくる。すなわち、ライセンサーがコントロールすることのできない費用なので、限界がない。

その他の経費として、税金、ギルド、映画協会その他の組織への支払い、グロス収益参加者への支払い、吹き替えや字幕の製作費、保険、権利保護に必要な費用、弁護士費用などなど、ありとあらゆる経費をグロス収入から控除してくる可能性がある。配給契約で控除の範囲を決めるか、もしくは控除額の上限を決めておかないと、配給会社の思うままに控除され、ネット収益は赤字になるおそれがある。

## (3) 控除の順序

配給会社は、グロス収入から、配給手数料、配給にかかった経費一切を控除する。そして、最初に支払ったMGを回収する。MGをネット収益から回収すべきか、それとも、ライセンサーの取り分から回収すべきかによって、それぞれの取り分が変わってくる。

例えば、次のように仮定する。

グロス収入	100万ドル
配給手数料	35万ドル
配給経費	25万ドル
MG	10万ドル
ライセンサーの配分率	25%

## ① MGをネット収益から回収する場合

ライセンサーが受け取る金額：17.5万ドル  
配給会社の配分：22.5万ドル

$$\begin{array}{ccccccc} \text{(グロス収入)} & & \text{(配給手数料)} & & \text{(配給経費)} & & \text{(ネット収益)} \\ 100\text{万ドル} & - & 35\text{万ドル} & - & 25\text{万ドル} & = & 40\text{万ドル} \end{array}$$

$$\begin{array}{ccccccc} \text{(ネット収益)} & & \text{(MG)} & & & & \\ 40\text{万ドル} & - & 10\text{万ドル} & = & 30\text{万ドル} & & \end{array}$$

$$\begin{array}{ccccccc} \text{(ライセンサーの配分率)} & \text{(ライセンサーの配分)} & & & & & \\ 30\text{万ドル} & \times & 25\% & = & 7.5\text{万ドル} & \text{(配給会社の配分22.5万ドル)} & \end{array}$$

$$\begin{array}{ccccccc} \text{(MG)} & \text{(ライセンサーの配分)} & \text{(ライセンサーが受け取る金額)} & & & & \\ 10\text{万ドル} & + & 7.5\text{万ドル} & = & 17.5\text{万ドル} & & \end{array}$$

## ② MGをライセンサーの配分から回収する場合

ライセンサーが受け取る金額：10万ドル  
配給会社の配分：30万ドル

$$\begin{array}{ccccccc} \text{(グロス収入)} & & \text{(配給手数料)} & & \text{(配給経費)} & & \text{(ネット収益)} \\ 100\text{万ドル} & - & 35\text{万ドル} & - & 25\text{万ドル} & = & 40\text{万ドル} \end{array}$$

$$\begin{array}{ccccccc} \text{(ネット収益)} & \text{(ライセンサーの配分率)} & \text{(ライセンサーの配分)} & & & & \\ 40\text{万ドル} & \times & 25\% & = & 10\text{万ドル} & \text{(配給会社の配分30万ドル)} & \end{array}$$

$$\begin{array}{ccccccc} \text{(ライセンサーの配分)} & \text{(MG)} & & & & & \\ 10\text{万ドル} & - & 10\text{万ドル} & = & 0 & & \end{array}$$

\*ライセンサーはMG (10万ドル) の前払いを受けているので、その配分である10万ドルからMGを回収することになる。したがって、ここでの配分はゼロとなる。

(MG)	(ライセンサーの配分)	(ライセンサーが受け取る金額)
10万ドル	+ 0	= 10万ドル

契約で、MGを全額回収するまでの配分と回収後の配分を分ける場合もある。

「ネット収益」の規定の仕方、控除できる経費の規定、控除の順番、MGの回収の仕方によって、配給会社とライセンサーとの間の取り分が大きく異なってくる。特に、映像を、劇場、テレビ、ビデオ、マーチャンダイジング、サウンド・トラックなど、各種のメディアで配給もしくは複数のテリトリーでライセンスする場合には、グロス収入が大きくなる。どこまで経費控除を認めるのか、どのような順番で控除すべきか、契約で詳細に合意する必要がある。

## Section 4 海外の弁護士とのつきあい方

### 1-エンターテインメント弁護士

アメリカの大都市では、エンターテインメントという分野が確立されており、認知されている。entertainment lawyer、sports lawyer、music lawyer、internet lawyer、cyber lawyerという呼び方も定着している。エンターテインメント弁護士が一番密集しているといわれるビバリーヒルズでは、ビバリーヒルズ弁護士会（Beverly Hills Bar Association）に登録している弁護士3000人のうち、約1000人がエンターテインメント弁護士として登録している。このなかには、ロサンゼルス、バレー、センチュリーシティーなどの郡に所在する弁護士を含む。また、弁護士のディレクトリーとして有名なマーチンデール（Martindale）の資料には、ニューヨークには約600人、カリフォルニアには約1200人のエンターテインメント弁護士が掲載されている。エンターテインメントの特殊性や弁護士費用のチャージシステムが大法律事務所の経営方針とは異なるため、エンターテインメントのみに特化した法律事務所や、個人経営の弁護士がエンターテインメント弁護士の場合も多い。

### 2-エンターテインメント弁護士の役割

誰を代理するかによって弁護士の役割が異なる。

#### (1) タレント、アーティスト、脚本家、監督など個人を代理する場合

タレントらとの個人的関係の強い弁護士が、タレントらの将来やキャリアなどを考えながら代理する。タレントらのトータル・コンサルタントに近い。ブローカー、マネジャー、プロデューサーなどを兼ねている人も多い。

#### (2) 企業を代理する場合

弁護士業務は、①契約交渉と契約書作成のみのものから②ビジネス取引や投資の斡旋から、契約をまとめた後の金銭授受や管理まで面倒をみってくれる



トータルサービスまで幅広い。弁護士業務の範囲については、会社側の予算もあるので、弁護士とクライアントとの話し合いで決める。

### 3-社内弁護士 (in-house counsel) の役割

アメリカのエンターテインメント・メディア企業では、Legal & Business Affairs Departmentに多くの社内弁護士をかかえている。ちなみにディズニーでは、世界中に270人の社内弁護士がいる。

弁護士には2種類ある。契約専門弁護士 (transactional lawyer) と訴訟専門弁護士 (litigator) である。契約専門の弁護士は、企業の日常業務での法律アドバイスを行う。例えば、各スタジオでは、business affairsの弁護士が契約の交渉、契約書の作成、マーケティングやセールス担当者に注意事項などを指摘し、ライブラリーの管理、権利侵害などに気を配っている。そして、多大な時間と人材が必要な大きな訴訟は、外部の法律事務所にアウトソースすることが多い。

専門の社内弁護士を置いていない場合は、弁護士を雇う必要がある。どの段階で弁護士に依頼するかは、クライアントがどのくらいエンターテインメント・ビジネスに慣れているかにもよる。クライアントが①英語での交渉に慣れていない、②現地に弁護士がいたほうが便利で、交渉がしやすい、③ハリウッド・ビジネスの解釈の仕方や、隠れた業界用語などがわかりにくい (これはアメリカ人でも同じ)、④これからもエンターテインメント・ビジネスを拡大していきたい、などの要素を持っていれば、それを考慮して決める。交渉は英語なので、合意した事項が契約書に適切に反映されなければいけない。自分の理解と違っている場合、わからない場合、1つ1つきちんと理解して、どうしたいのかを弁護士に伝えながら、最終契約にもっていくのがよいであろう。

### 4-弁護士とクライアント間の費用契約

弁護士とクライアント間の費用契約には、①時間チャージ、②成功報酬、③双方の組み合わせの3種類がある。前述のように、弁護士がエージェントやマネジャーを兼任している場合、時間チャージのほか、成功報酬としてクライアントの契約金の10%を加算することがある。エージェントの成功報酬は州法によって規制されており、10%が上限。エージェント弁護士の取り分は契約金が高ければ高いほうがよいわけで、当然のことながら交渉にも力が入る。

③の契約でも、訴訟の場合、時間チャージを割引し、成功報酬をとる訴訟弁護士もいる。その場合、クライアントは、初期費用を抑えることができる。弁護士は勝訴した場合の損害賠償金や和解金のパーセンテージをとるので、早期解決し、相手からなるべく多くの金銭をとれるよう働くというインセンティブがある。したがって、訴訟弁護士のほうは、あらゆる書類と情報を吟味して、勝ち目のある訴訟かどうかを判断し、成功報酬をとるかどうかが決める。

## 5-弁護士との紛争の解決方法

弁護士との紛争については、弁護士会が仲裁を提供している。詳細は、弁護士会の規則を参照のこと。

## 【編集】

経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課  
(メディアコンテンツ課)

課長 広実郁郎

課長補佐 片岡宏一郎

新映像産業専門職 杉浦健太郎

産業活性化係長 赤石綾子

## 【カリキュラム策定・テキスト執筆】

「プロデューサー論」

プロデューサー養成カリキュラム策定委員会

株式会社電通エンタテインメント事業局業務管理部投資管理課主管 亀田卓

「映画製作」

プロデューサー・映像士 竹本克明

「アニメーション製作」

東映アニメーション株式会社東映アニメーション研究所デジタルアニメーション学科長 鷲谷正史

「デジタルコンテンツ製作」

「クリエイティブディベロップメント」

「テクノロジ」

「いろいろなコンテンツジャンル」

慶應義塾大学環境情報学部教授 稲藤正彦

「法務（著作権・契約関係／日本）」

太陽法律事務所 弁護士 寺澤幸裕

弁護士 田中享子

「法務（著作権・契約関係／米国）」

米国カリフォルニア州・ニューヨーク州弁護士 ミドリ・モール

「ファイナンス」

株式会社Entertainment Farm代表取締役 小谷靖

みずほ銀行ビジネスソリューション部ニュービジネスチーム調査役 半田邦雄

「映像製作の収支構造とリクープの概念」

株式会社電通エンタテインメント事業局業務管理部投資管理課主管 亀田卓

「会計・税務」

株式会社プロデューサーズアカデミア代表取締役社長 山田有人

「配給・マーケティング」

株式会社キネマ旬報社常務取締役 掛尾良夫

「マネジメント」

慶應義塾大学大学院経営管理研究科教授 山根節

「国際展開」

株式会社クリーク・アンド・リバー社

監修

株式会社ゴンゾ・ディジメーション・ホールディング最高執行責任者 内田康史

## 【カリキュラム策定事務局】

株式会社クリーク・アンド・リバー社

執行役員（プロジェクトマネジメントグループ）

鈴木寿一郎

プロフェッショナルエデュケーションセンター長

清田智

プロフェッショナルエデュケーションセンター

渡部泰子

ディレクターズマガジン

及川佐知枝

アシスタント

小林悟