

コンテンツの利用を促進するための方策

～著作者・コンテンツ流通事業者・ユーザーのWIN-WIN関係の仕組みの構築に向けて～

Measures to Promote the Utilization of Content

~Toward building a system with a win – win relationship between the author, the content distributor, and users~

デジタル技術が発達し、コンテンツの形態及びその流通ルートが多様化するなかで、コンテンツの利用手段もますます多様化してきており、これまでコンテンツを入手するだけの立場であったユーザーにおいても、これら多様なコンテンツを活用した著作物の創作活動が進んでいる。従来に比べて、確かにコンテンツの利用は広がっているように見えるものの、技術の発展状況に鑑みると、実際にはもっと多様なコンテンツの利用形態や利用方法が想定され、コンテンツを利用した創作活動についても、現状よりも更に多様な創作活動が可能であると考えられる。

今後、更なるコンテンツの利用を図っていくためには、コンテンツの創作者、コンテンツを利用してビジネスを展開する事業者、コンテンツの利用者それぞれにとってのメリットが増大するような仕組みを構築することが必要と考えられる。

本稿では、まず、コンテンツの利用について、特にコンテンツの一次利用と二次利用以降の複次利用の現状について概観したうえで、コンテンツ分野ごとに一次利用と複次利用の差異が生まれる要因について、ビジネスの観点、及び、著作権等の二次利用に関する環境整備の観点から検討した上で、コンテンツの適切な利用が行われない要因について、コンテンツ配信事業者及びエンドユーザーにおける問題点を中心に整理を行った。

これらを踏まえて、著作者・コンテンツ流通事業者・ユーザーのWIN-WIN関係の仕組みを構築し、コンテンツの利用を促進するための方策として、権利者情報とコンテンツ情報の整備を行い、それらを通じて集中管理を目的とした仕組みへのステップアップについて提案を行った。

Digital technologies have made advancements, and with the format of the content and its distribution routes diversifying, the way of utilizing the content also becomes increasingly diversified. Even among users who had only received the content, they have become increasingly using the available, various content to create their own works. Although the utilization of content is seemingly expanding, a wider variety of formats and methods in using content, and an even more various creative activities to use existing content become possible in the development of technology.

In order to further the use of content in the future, it would be necessary to create a structure which realizes the merit for the creator, businessman engaged in contents business, and the user.

In this paper, after taking an overview of the utilization of the content, especially to primary, secondary, and multiple content use, an examination of the factors was made from a business perspective and from the an environmental perspective, to enhance secondary usage etc., that causes the differences in the frequency of primary and multiple uses between content areas.

And issues that content was not properly used were focused on the content distributors and the end users.

Based on these studies, the necessity of a system with a win – win relationship between the authors, the content distributors, and the users was pointed, and, as measures to promoting promote content usage, the database of the copyright holder's and the content's information was improved, and a recommendation was made that the database would have to be upgraded into a centralized management system to give necessary information to use existing content.



1 | はじめに

デジタル技術が発達し、コンテンツの形態及びその流通ルートが多様化しており、それに伴って、コンテンツの利用手段もますます多様化してきている。更に、情報通信技術の発展に伴い、コンテンツの配信手段も多様化しており、コンテンツを特定の人もしくは不特定多数の人に対して必要な時に必要に応じて自由に配信することができるようになってきている。また、これまでコンテンツを入手するだけの立場であったユーザーにおいても、これら多様なコンテンツを活用した著作物の創作活動が進んでいる。

従来に比べて、確かにコンテンツの利用は広がっているように見えるものの、技術の発展状況に鑑みると、実際にはもっと多様なコンテンツの利用形態や利用方法が想定され、また、コンテンツを利用した創作活動についても、現状よりも更に多様な創作活動が可能であると考えられる。

コンテンツを取り巻く時代の変化のなかで、従来のコンテンツの創作や利用に対する考え方については大きく変えることが必要であり、文化振興的な観点だけでなく、産業振興的な観点からもコンテンツの創作や利用を図っていくことが重要と考えられる。

そのためには、コンテンツの創作者（著作者）、コンテンツを利用してビジネスを展開する事業者（出版社、レコード会社、放送事業者等。以下「コンテンツ流通事業者」と言う。）、コンテンツの利用者（ユーザー）それぞれにとってのメリットが増大するような仕組み（WIN-WIN関係）を構築することが必要と考えられる。

本稿では、著作者・コンテンツ流通事業者・ユーザーのそれぞれのメリットが増大する仕組みを構築していくうえで、現在、何が障害になっているのか、また、どのような解決手段が考えられるのかについて検討していきたい。

2 | コンテンツの利用の現状

コンテンツの利用の現状について把握するために、まず、コンテンツ産業の市場規模を見ていくこととする。

コンテンツ流通事業者には、出版社、レコード会社、放送事業者等のコンテンツ流通事業者（一次利用者）と、ビデオ会社やレンタル会社、コンテンツ配信事業者などの二次利用以降の複次利用者が存在する。一次利用とは、コンテンツの初期目的の形態での利用であり、例えば、劇場用映画であれば「劇場での興行」、地上テレビ放送番組であれば「地上波放送」を指す。また、複次利用とは、初期目的以外の形態での利用であり、例えば、劇場用映画であればビデオ化や商品化など、他の利用方法による利用を指す。ここでは、コンテンツ・ビジネスの現状を把握することにより、コンテンツ流通事業者とユーザーの間でのコンテンツの利用状況について見ていく。

まず、日本のコンテンツ・ビジネスの現状を把握するために、コンテンツ産業の市場規模を見てみる。総務省の「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」調査報告書によれば、2003年のコンテンツ産業の市場規模は、約10.9兆円、2004年は約11.1兆円となっており、1年間で約1.9%伸びている（約2,000億円増）。

市場規模（2004）の中身を見てみると、市場規模全体に占める一次利用の比率が約8割、複次利用の比率が約2割となっており、一次利用と比較して複次利用の市場規模はまだ小さいことが分かる。2003年から2004年の間の複次利用比率の伸び率は1.02%、同期間の複次利用の市場規模の伸び率は4.0%に留まっている。

次に、コンテンツ別に見てみると、複次利用比率が最も高いのは「映画ソフト」（73.6%）、次いで「衛星テレビ番組」（54.0%）となっており、これらのコンテンツは一次利用よりも複次利用の市場規模の方が大きい。他方、「地上テレビ番組」は複次利用比率が極めて低い（9.3%）ことが分かる。また、「ゲームソフト」についても複次利用比率が低い（18.1%）。

2003年から2004年の間の複次利用比率の伸び率を

図表1 コンテンツ産業の市場規模 (2004)

(単位: 億円)

コンテンツ分類	一次利用 (A)	複次利用 ¹ (B)	合計 (C=A+B)	複次利用率 B/C	2003-2004 複次利用率伸び率
映画ソフト	2,109	5,884	7,993	73.6%	97%
地上テレビ番組	25,662	2,617	28,279	9.3%	129%
衛星テレビ番組	2,838	3,330	6,168	54.0%	103%
ゲームソフト	4,120	913	5,033	18.1%	145%
音楽ソフト	3,774	2,954	6,728	43.9%	110%
コミック	3,328	2,535	5,863	43.2%	100%
その他	46,745	3,818	50,563	7.6%	95%
合計	88,576	22,051	110,627	19.9%	102%

資料: 「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」調査報告書 総務省(平成18年6月23日)をもとに作成

注: 1) 市場規模の対象は、メディアを通じて広く人々に利用されることを目的として流通する情報ソフトであって、その流通が経済活動として行われ、市場を形成しているもの。

2) 「映画ソフト」: 劇場公開用に制作された映像ソフト

3) 「地上テレビ番組」: 地上テレビ放送用に制作された映像ソフトとする。地上デジタルテレビ放送用の映像ソフトも含む。

4) 「衛星テレビ番組」: 衛星放送(BSアナログ、BSデジタル、東経124/128度及び東経110度CSデジタル)向けに制作された映像ソフト。

5) 「ゲームソフト」: 家庭用ゲーム機、PC(パーソナルコンピュータ)、アーケードゲームで利用されるゲームソフト及びネットワーク上で流通するゲームソフトとする。ただし、ゲーム機で動作するが、ゲーム用でないソフトは含まない。

6) 「音楽ソフト」: メディア・ソフトとして流通する楽曲のソフトとする。コンサート等の演奏は含まない。また、日本レコード協会加盟会社のものを対象とする。

7) 「コミック」: ストーリー漫画、4コマ漫画等、絵を主体とした出版用ソフトとする。商業的に出版・流通しているコミックを対象とし、同人誌等の形で発表されるコミックは除くこととする。

図表2 コンテンツ産業の市場規模 (2003)

(単位: 億円)

コンテンツ分類	一次利用 (A)	複次利用 (B)	合計 (C=A+B)	複次利用率 B/C
映画ソフト	2,033	6,510	8,543	76.2%
地上テレビ番組	25,245	1,959	27,204	7.2%
衛星テレビ番組	2,673	2,952	5,625	52.5%
ゲームソフト	4,093	583	4,676	12.5%
音楽ソフト	3,985	2,635	6,620	39.8%
コミック	3,408	2,577	5,985	43.1%
その他	45,973	3,978	49,951	8.0%
合計	87,410	21,194	108,604	19.5%

資料: 「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」調査報告書 総務省(平成17年1月28日)をもとに作成

注: 各コンテンツ分類の定義については、図表1と同じ。

見てみると、「ゲームソフト」は最も伸び率が大きく(145%)、「地上テレビ番組」も他のコンテンツと比較して伸び率が大きい(129%)。

次に、財団法人デジタルコンテンツ協会の「コンテンツ活用促進のための制度課題研究報告書」から、音楽コンテンツと映像コンテンツの市場規模の中身について見てみる。

音楽コンテンツの市場規模(2004年)については、

「カラオケ売上」(42.3%)、「音楽ソフト売上」(28.0%)の比率が高く、「インターネット配信」(0.3%)、「着メロ、着うた、着うたフル配信売上」(5.9%)の比率が低い。他方、2001年から2004年間の市場規模の伸び率を見てみると、「インターネット配信」(313%)、「着メロ、着うた、着うたフル配信売上」(218%)が大きな伸びを示しているのに対して、「カラオケ売上」(90%)、「音楽ソフト売上」(80%)については、市場規模が縮小

図表3 音楽コンテンツの市場規模

(単位：億円)

市場分類	2001年	比率	2004年	比率	2001-2004 市場規模伸び率
音楽ソフト売上	6,479	31.9%	5,202	28.0%	80%
インターネット配信	16	0.1%	50	0.3%	313%
着メロ、着うた、着うたフル配信売上	503	2.5%	1,099	5.9%	218%
カラオケ売上	8,729	43.0%	7,851	42.3%	90%
コンサート売上	2,060	10.1%	2,080	11.2%	101%
ラジオ放送・関連サービス収入	2,536	12.5%	2,278	12.3%	90%
合計	20,323	100%	18,560	100%	91%

資料：「コンテンツ利活用促進のための制度課題研究報告書」(財) デジタルコンテンツ協会 (平成18年3月)

注：図表1、2の音楽ソフトの市場規模との差異が大きいのは、図表1、2はパッケージソフトのみで、カラオケやコンサートの売上、ラジオ放送・関連サービス収入等を含まないことと、対象が日本レコード協会加盟会社のもののみであるためと考えられる。

図表4 音楽コンテンツの市場規模

(単位：億円)

市場分類	2001年	比率	2004年	比率	2001-2004 市場規模伸び率
映像ソフト売上	6,668	15.3%	8,873	18.8%	133%
インターネット配信	10	0.0%	173	0.4%	1730%
携帯電話配信	171	0.4%	314	0.7%	184%
映画興行収入	2,002	4.6%	2,109	4.5%	105%
テレビ放送・関連サービス収入	34,676	79.7%	35,843	75.8%	103%
合計	43,527	100%	47,312	100%	109%

資料：「コンテンツ利活用促進のための制度課題研究報告書」(財) デジタルコンテンツ協会 (平成18年3月)

注：図表1、2の音楽ソフトの市場規模との差異が大きいのは、図表1、2はパッケージソフトのみで、カラオケやコンサートの売上、ラジオ放送・関連サービス収入等を含まないことと、対象が日本レコード協会加盟会社のもののみであるためと考えられる。

していることが分かる。

映像コンテンツの市場規模(2004年)については、「テレビ放送・関連サービス収入」(75.8%)、「映像ソフト売上」(18.8%)の比率が高く、「インターネット配信」(0.4%)、「携帯電話配信」(0.7%)の比率が低い。他方、2001年から2004年間の市場規模の伸び率を見ると、元々の市場規模が小さかった「インターネット配信」(1730%)、「携帯電話配信」(184%)が大きな伸びを示しているのに対して、「テレビ放送・関連サービス収入」(103%)は、市場規模がほとんど伸びていないことが分かる。

3 | コンテンツの利用実態と問題点

前章では、コンテンツ産業の市場規模について、コンテンツ分野ごとの市場規模の伸び、複次利用率及びその伸びなどの状況を把握することにより、コンテンツ流通事業者とユーザーの間でのコンテンツの利用状況について見てきた。

ここでは、コンテンツ分野によって、一次利用と二次利用以降の複次利用の間での市場規模の差異を生んでいる要因や背景について見ていく。

コンテンツには、映像(劇場用映画、テレビ番組、DVDソフト)、音楽、ゲーム、書籍(コミック、一般図書等)、写真など、様々なコンテンツがある。これらのコ

コンテンツは、コンテンツ自体の形態や成り立ちはもとより、コンテンツの利用方法、利用実態、利用に当たっての問題点等も大きく異なるものである。

ここでは、一次利用と二次利用以降の複次利用の状況に大きな違いがある音楽と映像（劇場用映画、テレビ番組）の特徴について見ていくこととする。

（1）コンテンツの利用実態

コンテンツの二次利用については、前章で見てきたように、音楽では一次利用と二次利用⁹の市場規模がそれほど変わらないこと、テレビ番組では二次利用の市場規模が一次利用に比べて著しく小さいこと、劇場用映画では一次利用よりも二次利用の市場規模の方が2倍以上大きいことなど、コンテンツ分野により二次利用の状況には大きな差異がある。

コンテンツの分野によって、すなわち、音楽と映像の間で、また、映像のなかでもテレビ番組と劇場用映画の間で、一次利用と二次利用の差異が生まれる要因としては、ビジネスモデルやビジネス慣行に基づく問題や著作権等の利用許諾の問題などがよく指摘されることである。

ビジネスモデルやビジネス慣行に基づくコンテンツ分野ごとの特徴として、音楽については、著作権等管理事業者による集中管理の仕組みが構築されており、また、ネットワーク配信の進展に伴い、新たな二次利用も想定したビジネスとなってきている。

他方、テレビ番組については、テレビ局がスポンサーからの広告料収入をもとにテレビ番組を自前で、若しくは、制作会社等に委託することによりテレビ番組の制作を行う。従って、基本的には広告料収入と番組制作費で採算を考えるため、二次利用を前提とした契約（制作会社、実演家等との契約）を締結してこなかったという経緯がある。

また、劇場用映画では、一次利用としての劇場での興行収入だけではなく、ビデオ化や商品化、レンタルなどの二次利用も含めた収益と映画製作費から採算性を検討するなど、テレビ番組制作におけるビジネスモデルの考え方と根本的に異なる。

次に、著作権等の利用許諾契約を中心としたコンテンツの二次利用の環境整備に起因するコンテンツ分野ごとの特徴としては、コンテンツの二次利用をするためには、音楽においては、作家やレコード製作者などとの間で著作権等の利用許諾契約が必要であるが、作家の著作権については著作権等管理事業者による集中管理の仕組みがほぼ機能している。他方、映像については、原作者や実演家などとの間で個別に著作権等の利用許諾契約をしなければならないなど、権利者の許諾を得るために時間、労力、コストがかかるという問題がある。

なお、これらコンテンツ分野ごとの二次利用の状況に差異が生まれる要因としては、コンテンツの性質の違いによる部分が大きいと考えられる。すなわち、音楽については、音楽が聴かれれば聴かれるほど宣伝になり、更に利用が増えるため、権利者も基本的に二次利用を含めた利用に前向きであるが、映像については、利用の仕方にも依るが、映像を見られれば見られるほどそれだけ利用が増えるという状況にはならないと考えられる。

これらを踏まえ、以下では、音楽、映像それぞれのビジネスの観点から見た二次利用の実態、及び、二次利用に関する環境整備の実態について見ていくこととする。

1) 音楽

①ビジネスの観点から見た二次利用の実態

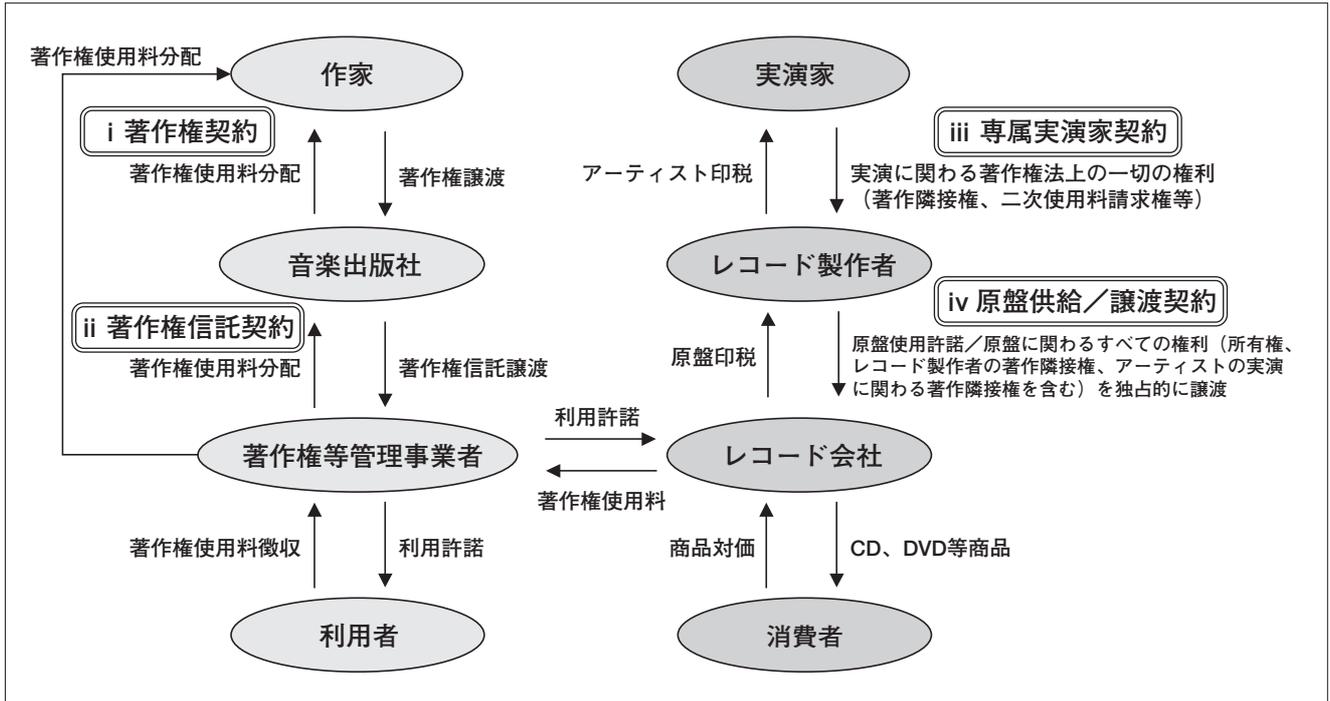
ここでは、まず、実際の音楽ビジネスにおける二次利用の実態について見ていく。

音楽ビジネスについては、作家や実演家、音楽出版社、レコード製作者など、関係する主体間における契約関係を図表5に示している。

多くの場合、著作権については、著作者である作詞家や作曲家が有する著作権を音楽出版社に譲渡する契約を締結しており、著作権の譲渡を受けた音楽出版社は、著作権者の立場で楽曲の権利行使を行い、譲渡の対価として作家に著作権使用料を支払う。

著作権契約により作家から著作権の譲渡を受けた音楽出版社は、社団法人日本音楽著作権協会（JASRAC）等の著作権管理事業者に著作権管理を委託する。JASRAC

図表5 音楽ビジネスにおける各主体間での契約関係（契約ごとの権利・権利使用料等の流れ）



資料：音楽著作権等の資産評価手法と当該著作権を用いた資金調達に関する調査研究会「平成17年度音楽著作権等の資産評価手法と当該著作権を用いた資金調達に関する調査研究報告書」

に委託する場合は、著作権信託契約を締結する。

著作権隣接権については、実演家が行う実演を収録して制作した原盤の独占的利用を目的に、レコード製作者が実演家から実演に関わる著作権法上の各種権利の譲渡を受ける専属実演家契約³を締結する。音楽出版社、プロダクション等がレコード製作者となった場合、原盤を使用してレコード・ビデオ等を独占的に複製・頒布することを目的に、レコード会社がレコード製作者と原盤供給契約または原盤譲渡契約⁴を締結する。

日本では、作家が協力関係にある音楽出版社との信頼関係に基づいて著作権管理を全面的に任せる方法をとることが多いが、作家は音楽出版社から、利用開発の内容や利用結果（楽曲ごとの使用料収入など）について詳細な報告を受けていないケースが多いようである。現状では、商品になる前段階において著作権自体の流通市場がないため、音楽出版社を介して著作物を流通させることが通常である。

音楽のパッケージビジネスは、1998年のピーク時

（オーディオ総生産金額：6,075億円）と比べて2004年には約60%（同3,774億円）の水準まで落ち込んでいるが、有料音楽配信の売上はパッケージビジネスの10%を占めるに至っており、順調に伸びている。⁵

携帯電話でのビジネスでは、着メロ、着うた、着うたフル、待ちうけ、着ムービー等の売上高が伸びており、これら新たな音楽ビジネスが、パッケージビジネスの落ち込み分を一部カバーし始めている。著作権使用料全体の収入は1998年以降伸び続けており、これには有料配信の成長が貢献している。

また、個人向けのプロ・ツールズ（Pro Tools⁶）等の利用により、楽曲制作コストを大幅に低減することが可能になったため、ユーザーによる楽曲制作がより身近になっている。また、インターネット技術の進展により、従来の音楽出版社との契約によらずとも、自分のホームページ等でプロモーションや利用開発をするなど、楽曲の売り方や収入源の多様化がますます進んでいる。

音楽ビジネスについては、二次利用を含めたビジネス

図表 6 音楽ビジネスにおける各権利譲渡契約

	著作権契約	著作権信託契約	専属実演家契約	原盤譲渡契約
著作権契約	・作家 ・音楽出版社	・作家、音楽出版社 ・著作権管理事業者	・実演家、プロダクション ・レコード会社	・原盤制作者（音楽出版者、プロダクション等） ・レコード会社
目的	著作権の利用開発	利用許諾その他 著作権の管理	原盤の利用	原盤の利用（CD等の製作・頒布）
譲渡対象権利	著作権	著作権	著作隣接権（実演家）	著作隣接権（実演家・レコード制作者）
譲受人自身の著作物等利用	あり	なし	あり	あり
譲渡人に対する支払内容	・自己利用分については使用料相当額（定価の10%） ・管理団体から受領した使用料は契約に定めた取分率（各1/2等）に応じて分配	・徴収した使用料から管理手数料（6～25%）を控除して受益者に分配	・CD等の販売実績に印税率（数%）を乗じたアーティスト印税 ・第三者に原盤の利用許諾をしたときは、その使用料の20%等	・CD等の販売実績に印税率（10数%）を乗じた原盤印税 ・第三者に原盤の利用許諾をしたときは、その使用料の50%等
期間満了・債務不履行解除以外の契約終了事由	譲渡人の破産・解散	譲渡人の無理由解除 譲渡人の破産・解散等	なし	なし
権利の復帰の有無	譲渡人に復帰	譲渡人に復帰	復帰せず	復帰せず
その他	ほとんどの音楽出版社は、2001年10月の著作権等管理事業法施行に伴い、新MPA統一契約書（FCA・MPAフォーム）を使用している。本契約書により、契約の目的、地域及び期間、著作権管理の方法、著作権使用料の分配割合等を取り決める。	JASRACの場合、原則として委託者からすべての著作権を預かって管理するが、一部の支分権を管理範囲から除くことも可能である。	契約期間については、「最初にレコードを発売した日から2年間」等の取り決めがあるが、特に契約終了の意思表示がなければ自動延長され、契約終了後も権利が実演家に復帰しないことが多い。	原盤供給契約の場合、原盤に係る各種権利（所有権、レコード制作者の著作隣接権、アーティストの実演に関わる著作隣接権等）はレコード制作者に帰属し、レコード会社に原盤の使用許諾がなされる。原盤譲渡契約の場合には、原盤に関わる上記の権利がレコード会社に独占的に譲渡される。

資料：音楽著作権等の資産評価手法と当該著作権を用いた資金調達に関する調査研究会「平成17年度音楽著作権等の資産評価手法と当該著作権を用いた資金調達に関する調査研究報告書」より作成

モデルが既に構築されており、有料音楽配信ビジネスの伸びも期待されている。

②二次利用に関する環境整備の実態

次に、音楽の二次利用に関する契約や著作権の利用許諾契約など、二次利用に関する環境整備の実態について見ていく。

前述のとおり、多くの場合、作家は、音楽出版社との間で著作権の譲渡契約を締結している。作家自らが音楽出版社を兼ね、著作権管理を行うということは少ないものの、自らの音楽出版社を設立する意向を持つ作家は増えている。

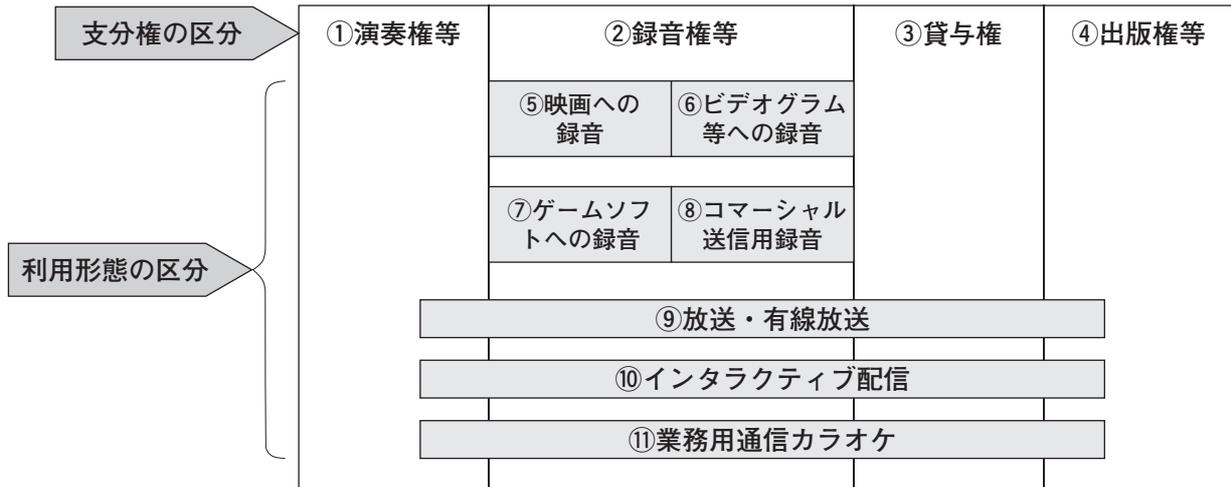
著作権の譲渡を受けた音楽出版社は、通常、著作権等管理事業者と著作権信託契約を締結している。音楽出版社が著作権等管理事業者と著作権信託契約を締結してい

る楽曲の二次利用については、著作権管理事業者によって、利用許諾と著作権の使用料の徴収・分配などの権利処理が一括して行われる。

著作権等管理事業者のなかでもJASRACの場合、原則として委託者からすべての著作権を預かって管理するが、一部の支分権を管理範囲から除くことも可能であり、その場合は、図表7に示す支分権、利用形態ごとに、自己管理をするか、他の著作権管理事業者に管理を委託するなどの方法をとることになる。

また、実演家の著作隣接権については、レコード製作者との間で実演に関わる著作権法上の各種権利の譲渡をする専属実演家契約を締結することが通常であり、二次利用に当たっては、実演家からの利用許諾は不要であり、レコード製作者から利用許諾を得るだけでよい。

図表 7 管理委託範囲の区分



<支分権の区分>

- ①演奏権、上演権、上映権、公衆送信権、伝達権及び口述権（ただし、⑨から⑪までに規定する利用形態に係る権利を除く。）
- ②録音権、頒布権及び録音物に係る譲渡権（ただし、⑨から⑪までに規定する利用形態に係る権利を除く。）
- ③貸与権（ただし、⑨から⑪までに規定する利用形態に係る権利を除く。）
- ④出版権及び出版物に係る譲渡権（ただし、⑨から⑪までに規定する利用形態に係る権利を除く。）

<利用形態の区分>（ただし、日本国内における権利に限る。）

- ⑤映画への録音
- ⑥ビデオグラム等への録音（ただし、⑤又は⑦に該当するものを除く。）
- ⑦ゲームソフトへの録音
- ⑧コマーシャル送信用録音
- ⑨放送・有線放送
- ⑩インタラクティブ配信（ただし、⑪に該当するものを除く。）
- ⑪業務用通信カラオケ

資料：音楽著作権等の資産評価手法と当該著作権を用いた資金調達に関する調査研究会「平成17年度音楽著作権等の資産評価手法と当該著作権を用いた資金調達に関する調査研究報告書」

図表 6 では、音楽ビジネスにおける各権利譲渡契約の契約当事者、目的、譲渡人に対する支払内容等について、整理している。

2) 映像

次に、映像ビジネスにおける二次利用の実態について見ていく。

①ビジネスの観点から見た二次利用の実態

現状の映像コンテンツの流通ルートは、インターネット配信や携帯電話配信など、新たな流通チャネルによる

ものも増えてきているものの、テレビ番組は地上波テレビ放送による一次利用が主流であり、また、劇場用映画は二次利用も重要な収益源であるが、あくまで一次利用としての劇場での興行が前提となっている。

従来、映像コンテンツの主な制作者は、映画会社、映像の制作会社（プロダクション）、テレビ局などが中心になっている。最近では、製作委員会方式⁷で映像コンテンツを制作する場合がかなり増えており、製作委員会参加企業には、映画会社、テレビ局に加えて、広告代理店、出

版社、ビデオ製作会社などが参加しており、これら製作委員会参加企業は、二次利用のための流通機能も担うところが多い。なかには、これまで映像制作に関係のなかった金融機関などの異業種が製作委員会に参加するケースも徐々に増えてきている。

製作委員会方式で制作される映像コンテンツについては、製作委員会参加企業の間で締結する共同製作契約（共同事業契約）において、出資割合に応じて劇場用映画に関する権利を共有する。すなわち、得られる収入の分配について出資割合に応じて定めるとともに、二次利用のための「窓口権⁸」（放送権、興行権、ビデオ化権、出版権、商品化権等）を製作委員会参加企業間で分担して取得することを定める。製作委員会参加企業の目的は、主として二次利用の窓口権を獲得することにあることが多く、費用対効果については、通常、出資割合に応じて分配される興行収入だけではなく、自社が窓口業務⁹を担うコンテンツの二次利用を通じて得られる収入を合わせたトータルの金額で判断する。そのため、共同製作契約で定めていない新たな利用形態については、権利者全員の同意が必要であるが、権利者の利害関係が一致しないことが多いため、合意を得ることが難しいという問題がある。

例えば、インターネットが普及する以前に制作された作品をインターネット配信しようとしても、権利者の中の1社でも反対した場合、インターネット配信は実現できないということになる。

また、製作委員会参加企業が、今後、永続的に存続するわけでもなく、製作委員会参加企業の中には、既に、破産、解散しているケースなどもあり、当初想定されていなかった新しい二次利用形態を実現する際だけでなく、当初の契約で想定されていた二次利用についても、このような場合の許諾や使用料をどうするのかなど、円滑な手続きを行ううえでは支障が生じることが想定される。

②二次利用に関する環境整備の実態

次に、映像の二次利用に関する契約や著作権の利用許諾契約など、二次利用に関する環境整備の実態について

見ていく。

a) 劇場用映画

劇場用映画の場合、実演家と制作会社の出演契約に当たって、実演家は、通常、自己の実演の録音・録画の許諾も与えている。著作権法では一旦、録音・録画の許諾を与えると、以後の二次利用について俳優の利益を出演契約において確保しておかないと許諾権が働かないこととなっている（ワンチャンス主義¹⁰）。従って、通常は、例えば劇場用映画がビデオになったり、ネット配信をされたりしても、実演家は権利を行使することができない。

ブロードバンドでの流通が期待されている映像コンテンツには、著作権者としての映画会社、テレビ局、映像プロダクション等だけではなく、当該コンテンツの原著作物の創作に関わった原作者、脚本家、音楽の著作者など様々な権利者（いわゆるクラシカルオーサー等）が存在し、コンテンツの利用に当たっては、これら権利者との契約（著作権の許諾）が必要となる。

前述したことであるが、劇場用映画を製作委員会方式で制作する場合、通常、製作委員会参加企業の間で締結する共同製作契約（共同事業契約）によって、得られる収入の分配について出資割合に応じて定めるとともに、二次利用のための「窓口権」（放送権、興行権、ビデオ化権、出版権、商品化権等）を製作委員会参加企業間で分担して取得することを定める。従って、後になって当初想定されていなかった新たな二次利用を行う場合には、権利者全員の承諾が必要になるなど、承諾を得るために必要な時間、労力、コストを伴うものとなっている。

b) テレビ番組

テレビ番組の制作には、制作会社が制作する放送番組とテレビ局制作の放送番組がある。また、テレビ番組には大きく分けて実写（報道番組、ドラマ、バラエティ等）とアニメがあり、二次利用の状況についてはそれぞれ異なるが、ここでは議論を簡単にするために、実写について見ることにする。

従来、制作会社が制作するいわゆる「局外制作」のテレビ番組については、制作会社と放送局の間の契約によ

り、著作権が放送局に帰属していることや、制作会社に著作権が帰属している場合は、放送局は放映権¹¹のみ得ることなどが多かった。制作会社に著作権が帰属している場合でも、制作会社は、放送局との契約その他の取り決め等により、放送契約の終了後、放送局の系列のローカル局に番組販売を行うことが多かった。

コンテンツ流通事業者が「局外制作」の放送番組をビデオ化したり、ネット配信したりするなど、二次利用するためには、改めて関係する著作者などの権利者と二次利用のための契約をする必要がある。ただし、実演家との契約については、劇場用映画と同様に、制作会社の出演契約に当たって、実演家は、通常、自己の実演の録音・録画の許諾も与えており、以後の二次利用について許諾権が働かない（ワンチャンス主義）。また、音楽に関する利用許諾については、JASRAC等の著作権管理事業者が一括して行うため、利用許諾にかかる労力やコストについてはそれほど問題にはならないと考えられる。

他方、テレビ局が制作するいわゆる「局内制作」の放送番組については、実演家（出演者）の出演契約の際には放送の許諾しか得ておらず、録音・録画自体は、著作権法第44条1項の規定¹²を利用して行われており、実際には、実演家から録音・録画の許諾を得ていない。従って、放送番組をビデオ化したり、ネット配信をしたりするなど、二次利用するためには、実演家の許諾が必要になる。ただし、その他の権利関係については、局外制作、劇場用映画の製作と同じである。

局外制作、局内制作のいずれでも、過去に放映されたテレビ番組をブロードバンドでネット配信しようとする場合などには、権利者（テレビドラマであれば原作者、シナリオライター、監督、実演家、音楽の著作権者、レコード会社等の著作隣接権者等）にそれぞれいくらの利用料を支払うべきかといった条件について、権利者団体と利用者間の団体協約やモデル的な約款などいわゆる権利処理にかかるモデルが整備されていない場合は、権利者とコンテンツ流通事業者との間でコンテンツごとに個別交渉が必要となる。

ブロードバンドのマーケットの事業採算性については、現状、費用対効果が十分に高いとは言えないこと、すなわち、権利処理にかかる業務負担や事業コストに比べて見込める利益が少ないこと等から、ブロードバンドへのコンテンツの提供が進んでいないものと考えられる。このような状況は、過去の劇場用映画についても同様である。なお、放送番組の一次利用と二次利用における著作隣接権の処理については、図表8にまとめている。

3) エンドユーザーによるコンテンツの利用の実態

ここまで音楽、映像それぞれの二次利用に関する環境整備の実態、及び、ビジネスの観点から見た二次利用の実態について見てきたが、次に、エンドユーザーによるコンテンツの利用の実態を見ていく。

①ユーザーによるコンテンツの利用の状況

ユーザーによるコンテンツ利用の状況を把握するために、「平成18年版 情報通信白書」から、有料音楽配信サービスの利用状況（図表9）と動画配信サービスの利用状況（図表10）を見ると、有料音楽配信サービスについては、利用経験があると回答した割合が19.3%、利用経験はないが今後の利用意向はあると回答した割合が38.7%となっている。つまり、有料音楽配信サービスに対して、顕在化したニーズと潜在的なニーズを合わせて約6割のユーザーにおいて、利用ニーズがあると言える。

また、動画配信サービスについては、利用経験があると回答した割合が44.9%であり、利用経験はないが今後の利用意向はあると回答した割合が23.4%となっている。同じように、動画配信サービスに対して、顕在化したニーズと潜在的なニーズを合わせて約7割のユーザーにおいて、利用ニーズがあると言える。

これらのデータからは、ユーザーにおいて、有料か無料かによって数値に違いはあるものの、音楽と映像の配信サービスについての利用ニーズが少なからず存在していることが読み取れる。また、これらの結果からは、音楽や映像のコンテンツ全体に対する利用ニーズを正確に把握することはできないものの、これらのコンテンツに対するユーザーのニーズが存在していることは明らかで

図表 8 放送番組の一次利用と二次利用における著作権隣接権の処理

		著作権法上の扱い	実演家（映像）に関する権利処理	楽曲に関する権利処理		放送事業者に関する権利処理
				実演家	レコード製作者	
一次利用	放送	放送	【実演について放送権（§92・§93①・§94を有する】 ・放送の許諾を得れば、放送のための固定ができる	【商業用レコードの二次使用料請求権（§95）を有する】 ・実演家に商業用レコードの二次使用料を支払う（許諾不要） ・民放各社、NHKと芸団協の間に契約有り	【商業用レコードの二次使用料請求権（§97）を有する】 ・レコード会社に二次使用料を支払う（許諾不要） ・民放各社、NHKとレコード協会に間に契約有り	
二次利用	有線放送（同時）	有線放送	有線放送権の制限（§92②）	商業用レコードの二次使用料請求権の制限（§95①）	商業用レコードの二次使用料請求権の制限（§97①）	【有線放送権（§99）を有する】
	有線放送（異時）		【実演について録音・録画権（§91・§93②）を有する】 ・NHK、民放連と芸団協の間に協約有り ・利用の都度許諾が必要であるが、特段の理由がない限り拒否されない	【商業用レコードの二次使用料請求権（§95）を有する】 ・実演家に商業用レコードの二次使用料を支払う（許諾不要） ・CATV事業者と芸団協の間に協約有り	【商業用レコードの複製権（§96）・商業用レコードの二次使用料請求権（§97）を有する】 ＜CATV事業者への番組提供＞ ・包括許諾 ・NHK、民放連とレコード協会に間に協約有り ＜CATV送信＞ ・レコード会社に二次使用料を支払う（許諾不要） ・CATV事業者とレコード協会に間に契約有り	【複製権（§98）を有する】
	インタラクティブ送信	自動公衆送信	【実演について録音・録画権（§91・§93②）・送信可能化権（§92の2）を有する】 ・個別に許諾が必要 ・団体間協約等はなし	【実演について録音・録画権（§91・§93②）・送信可能化権（§92の2）を有する】 ・個別に許諾が必要 ・団体間協約等はなし	【商業用レコードの複製権（§96）・送信可能化権（§96の2）を有する】 ・個別に許諾が必要 ・団体間協約等はなし	【複製権（§98）を有する】

資料：「コンテンツ利活用促進のための制度課題研究報告書」（財）デジタルコンテンツ協会（平成18年3月）

図表 9 有料音楽配信サービスの利用状況

2004年以前から利用していた	10.2%
2005年以降に初めて利用した	9.1%
利用したことはないが、今後利用したい	38.7%
利用したことはなく、今後も利用しない	42.0%

資料：平成18年版 情報通信白書（出典元はユビキタス財利用状況調査）

ある。ただし、ユーザーが利用ニーズを実際に満足させているかどうかについては、コンテンツの利用に伴う対価支払いの必要性やその水準の妥当性など、さまざまな要因が影響を与えているものと考えられる。

②ユーザーによるコンテンツの不適切な利用の状況

デジタル技術や情報通信技術が発達し、コンテンツの形態及びその入手手段が多様化しているなかで、ユーザーによるコンテンツの利用手段は近年ますます多様化し

図表10 動画配信サービスの利用状況

2004年以前から利用していた	23.1%
2005年以降に初めて利用した	21.8%
利用したことはないが、今後利用したい	23.4%
利用したことはなく、今後も利用しない	31.7%

資料：平成18年版 情報通信白書（出典元はユビキタス財利用状況調査）

ている。

これまででは、コンテンツを入手するだけの立場であったユーザーにおいても、YouTube¹³のような動画共有サイトに、入手したコンテンツをもとに自分自身で作成した動画を投稿したり、自分のブログの中で入手したコンテンツを活用したり、入手したコンテンツをもとに音楽を作ったりするなど、多様なコンテンツを活用した著作物の創作の多様化が進んでいる。

このような状況のなか、一方では、私的使用の範囲を超える目的に基づく複製が行われたり、権利者に無断でコンテンツを配信したり、ウェブにアップロードしたりするなど、著作権侵害が深刻化、拡大化しているという現象が顕著である。

ここでは、まず、著作権侵害が深刻化、拡大化している現象について、具体的なデータをもとに確認を行う。

社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会等の実施した「2006年ファイル交換ソフト利用実態調査結果¹⁴⁾」(2006年6月)によると、ファイル交換ソフトの「利用経験者」の割合は12.0%であり、ファイル交換ソフトを使ってダウンロードしたファイルのうち、音楽ファイル及び映像ファイルの約9割、ソフトウェアの約6割が、著作権などの権利の対象でかつ権利者の許諾がないと推定されるなど、著作権侵害の状況が深刻な状況になっていることが分かる。

これらファイル交換ソフトの利用実績から指摘できることは、その利用目的や利用者の意図は別として、これらコンテンツに対するユーザーの利用ニーズが少なからず存在していることと、そのうち、かなりのコンテンツ利用について、不適正な利用の状況にあることが推定されるということである。

他方、インターネット上の著作権侵害が深刻化、拡大化している状況への対策も実施されてきている。

最近、このような著作権侵害が横行している状況を改善することを目的に、日本の著作権関係者が共同して、

YouTube社に対して著作権侵害ファイルの削除を求めた。YouTube社はこの要請を受けて、著作権を侵害していると考えられる大量のファイルを削除するなどのアクションが行われている。

これら著作権侵害に対する取り組みは重要なことであり、少なからず効果はあるものと考えられるが、著作権侵害者とのいたちごっこになる可能性が高く、これらの問題を抜本的に解決するための手段にはなり難いと考えられる。

③ユーザーによるコンテンツの適切な利用が行われない要因

著作者・コンテンツ流通事業者・ユーザーのメリットが増大する仕組みを構築していくためには、その前提条件として、コンテンツ流通事業者及びユーザーにおいて、コンテンツの適切な利用が担保されなければならない。

デジタル技術が進展し、コンテンツの複製や利用が容易になるなかで、ブログなど自分自身のホームページや動画ファイルの共有サイト(YouTube)などで、著作権の権利侵害による違法行為が蔓延していることは前述のとおりである。

ユーザーによるコンテンツの適切な利用が行われない要因について考えてみると、大きく2つの理由が考えられる。a)ユーザーに著作権の知識が乏しく、私的使用の範囲について正確に理解していないため、許諾が必要な複製等の利用についてそもそも認知していないこと、b)二次利用にかかるインフラは整備されているものの、

図表11 2006年ファイル交換ソフト利用実態調査結果概要

- ・ファイル交換ソフトの「現在利用者」の割合は3.5% (約175.51万人)、「過去利用者」の8.6% (約432.66万人)を加えた「利用経験者」は12.0% (608.17万人)と推計される。
- ・ファイルの共有(他人に送信できる状態にすること)は、32.6%が経験している。共有できる状態にしているファイル数は、平均160ファイルで、その内訳は、「音楽関連」92.6ファイル、「映像関連」55.9ファイル、「ソフトウェア」3.7ファイル、「写真・画像関連」3.3ファイル、「文書関連」4.4ファイル。
- ・音楽ファイルの91.1%、映像ファイルの86.2%、ソフトウェアの58.2%が、著作権などの権利の対象で、かつ権利者の許諾がないと推定される。

資料：社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会等「2006年ファイル交換ソフト利用実態調査結果」(2006年6月)

図表12 日本の著作権関係者の要請によるYouTubeの著作権侵害ファイルの削除

- ・アメリカの動画投稿サイト「YouTube」上に、テレビ番組をはじめとする膨大な量の日本の著作物が、著作権者、著作隣接権者の許諾もないままに投稿・掲載されている事態は、かねてから問題となっていた。これに対処するため、放送事業者、映像製作事業者など23の著作権関係権利者の団体・事業者は、10月2日から6日までの5日間を「YouTube対策強化週間」と定めて、このサイトを運営するYouTube社に対し、これらの動画をサイト上から削除するよう、協同して要請した。
- ・今回の措置は、侵害の件数が膨大であることなど本件の重大性をYouTube社に認識してもらうために、権利侵害を受けている日本国内の著作権者、実演家などの著作権関係権利者が足並みをそろえて行ったもので、YouTube社は、対象となった合計29,549ファイルのすべてを直ちに削除した。
- ・これまでも関係権利者は、YouTube社に対しアメリカのデジタルミレニアム著作権法（DMCA）に基づいて個々の削除を要請してきたが、膨大な量の動画が次から次へと許諾のないままに投稿・掲載される事態が続いていることを深刻に受け止め、9月8日、関係権利者間で意見交換会を開くなど対応を協議し、その結果、対策強化週間を設け、今回の措置を講じることを決めた。

資料：社団法人日本音楽著作権協会プレスリリース（2006.10.20）より抜粋

使用許諾等の手続きが煩雑であることや、そもそも非商業目的の利用であるため使用料を支払うことを忌避するなどの理由により、ユーザーが権利者からきちんと許諾を受けようとしなないというユーザーのスタンスに問題があること、などが考えられる。以下において、それぞれの問題について考察したい。

a) 著作権の知識が乏しく、許諾を得なければならないことを認知していない

ユーザーに著作権の知識が乏しく、私的使用の範囲について正確に理解していないため、許諾が必要な複製等の利用についてそもそも認知していないことが、ユーザーによるコンテンツの適切な利用が行われない要因の一つとして考えられる。

社団法人私的録音補償金管理協会（SARAH）の「私

的録音に関する実態調査」（平成18年3月）によると、著作権の認知度は、年々上昇している（図表13）。

しかし、著作権について認知していると回答した人に、どのようなものを複製するときに著作権を意識するかを尋ねた設問に対しては、「他人に借りた本や雑誌をコピーするとき」（12.7%）や「他人に借りたビデオソフトをダビングするとき」（16.1%）など、私的使用の範囲について、正確な知識を有していない人が多いことが窺える（図表14）。

また、私的録音補償金制度について「知っている」と回答した人は、12.8%（N=2300）と非常に低い水準に留まり、「知らない」（86.9%）と回答した人がほとんどである。従って、著作権について聞いたことはあったとしても、著作権について正確な知識を有しているユーザー

図表13 「著作権」という言葉の認知

調査年月	有効回答数	ある	ない	わからない
昭和53年9月調査	(N=8548)	68.5%	31.5%	0.0%
昭和60年11月調査	(N=2352)	76.8%	5.0%	18.2%
平成3年9月調査	(N=2278)	84.3%	4.0%	11.6%
平成10年10月調査	(N=2137)	87.3%	8.6%	4.1%
平成13年10月調査	(N=2285)	88.8%	7.0%	4.0%
平成17年10月調査	(N=2300)	90.2%	6.8%	2.5%

資料：社団法人私的録音補償金管理協会（SARAH）の「私的録音に関する実態調査」（平成18年3月）

図表14 「著作権」を意識する時 (N=2075)

他人に借りたCDを録音するとき	30.0%
自分で購入したCDを録音するとき	28.6%
自分で購入した本や雑誌をコピーするとき	21.9%
他人に借りたビデオソフトをダビングするとき	16.1%
他人に借りた本や雑誌をコピーするとき	12.7%
自分で購入したパソコンのソフトウェアをコピーするとき	12.6%
他人に借りたパソコンのソフトウェアをコピーするとき	12.0%
携帯電話やPHSから着メロ、待ち受け画面などをダウンロードするとき	11.8%
自分で購入したビデオソフトをダビングするとき	11.4%
パソコンでインターネット上から音楽などをダウンロードするとき	9.2%
その他	13.3%

資料：社団法人私的録音補償金管理協会（SARAH）の「私的録音に関する実態調査」（平成18年3月）

ザーは非常に少ないと考えられる。

b) 許諾を受けようとならないユーザーのスタンスの問題

例えば音楽のように、二次利用にかかるインフラは整備されているものの、利用許諾等の手続きのための労力やコスト、時間がかかることや、そもそも非商業目的の利用であるため使用料を支払うことを忌避するなどの理由により、ユーザーが権利者からきちんと許諾を受けようとならないというユーザーのスタンスに問題があることが、ユーザーによるコンテンツの適切な利用が行われないう要因の一つとして考えられる。

著作権に対する認知度や意識については、図表13及び図表14で見たとおりであり、著作権について正確な知識を有しているユーザーは非常に少ないと考えられる。

違法行為が蔓延している状況を改善するためには、まずはユーザー自身に著作権に対する理解を深めてもらうことが重要であり、そのための取り組みを拡充していくことが必要である。

4) コンテンツ配信事業者及びユーザーによるコンテンツの利用の問題点

次に、コンテンツ配信事業者とユーザーによるコンテンツの利用が促進されない共通の要因について考えてみると、コンテンツ配信事業者はコンテンツの利用許諾を得ることに労力やコスト、時間がかかるため、採算性やコストパフォーマンスなどの観点から、利用を諦めることが多いと考えられる。その要因として、大きく次の3

つの要因が考えられる。

①コンテンツ分野によっては二次利用にかかるインフラの整備が十分でないこと、②著作者、著作隣接権者が二次利用に対して消極的なこと、③著作権法が権利者保護に軸足を置いているため、利用促進をする上での制約が多いこと、などが考えられる。

①コンテンツの二次利用にかかるインフラが十分に整備されていない

コンテンツ分野によっては二次利用にかかるインフラの整備が十分でないことが、コンテンツ配信事業者とユーザーの利用が促進されない要因の一つとして考えられる。

平成13年10月1日、「著作権に関する仲介業務に関する法律」が廃止され、新たに「著作権等管理事業法」（以下、「管理事業法」と言う。）が施行された。文化庁長官の登録を受けて「著作権等管理事業者」となり、業務の実施にあたっての管理委託契約約款及び著作物等の使用料規程を文化庁長官に届け出れば、報告徴収その他の文化庁の監督の下、誰でも著作権又は著作隣接権の管理事業を行うことができるようになった。

管理事業法に基づき、社団法人日本音楽著作権協会（JASRAC）、社団法人日本文芸著作権保護同盟、（協）日本脚本家連盟、（協）日本シナリオ作家協会などの他、新しく株式会社イーライセンスや株式会社ジャパン・ライツ・クリアランスなど様々な企業や団体が、各種著作

物や実演・レコードについて著作権等管理事業者として登録されている。

ユーザーが著作物を利用しようとする際には、著作権者から委託を受けて著作権を管理している団体等がある場合には、その団体等を介して効率的に利用許諾を得ることができるため、コンテンツの二次利用にかかるインフラが整備されつつあると言える。

音楽の場合、作家の多くが音楽出版社と著作権契約を締結し、著作権契約により作家から著作権の譲渡を受けた音楽出版社は、JASRAC等の著作権管理事業者に著作権管理を委託しているため、テレビやラジオで見聞きする多くの楽曲については、著作権管理事業者が著作権管理が委託されている可能性が高く、著作権使用料を支払って利用許諾を得ることができる。

しかし、音楽などにおいても、著作権管理事業者に著作権管理を委託していない楽曲については、著作者や著作権者を探ることが難しく、誰に許諾を得ればよいか分からないこと、たとえ著作者や著作権者が判明しても連絡先が分からないこと、許諾にかかる対価が不明なこ

となどが想定される。

また、音楽以外のコンテンツ分野については、既に二次利用のビジネスモデルができてきている音楽と比較して、著作権管理事業者によるコンテンツの著作権管理委託のカバー率が相当低いと考えられるため、コンテンツの二次利用にかかるインフラ整備の状況としては十分ではなく、商業ベースで採算が取れる仕組みを作っていくためには、解決すべき課題が多いと考えられる。

コンテンツの利活用を促進するために、2006年8月、日本経団連や日本レコード協会などの業界団体、民放キー局や出版社などによる「コンテンツ・ポータルサイト（仮称）運営協議会」が設立された。コンテンツ・ポータルサイトは、2007年4月の立ち上げを目途としており、事業者が優良なコンテンツの内容や権利者情報などの基本情報を検索することが可能となる。これらの取り組みは、コンテンツの二次利用にかかるインフラ整備を促進するものであり、今後、取り扱うコンテンツの基準をどう定めるのか（取り扱うコンテンツの範囲）、提供する情報の内容（利用の対価等）、データベースの構築・運用方

図表15 「コンテンツ・ポータルサイト（仮称）運営協議会」の設立

コンテンツの利活用を促進するための協議会「コンテンツ・ポータルサイト（仮称）運営協議会」が2日に設立された。同協議会が来年4月から運営予定のコンテンツ・ポータルサイトは、日本で創造された映画やテレビ番組、アニメーション、ゲーム、音楽、書籍、写真などの優良なコンテンツに関する基本情報が検索できる情報サイト。

同協議会は、日本経団連や日本レコード協会、コンピュータエンターテインメント協会などの業界団体のほか、民放キー局や出版社など約60社・団体が参加する予定。

従来、コンテンツの利用を希望する事業者がコンテンツの二次活用をする際、「目的のコンテンツにたどり着けない」「権利の保有形態が多様で誰にコンタクトを取ればよいかわからない」という問題があったが、これらの問題を解決するため、コンテンツ・ポータルサイトでは、事業者がコンテンツの内容や権利者情報を検索することが可能となる。同サイトで、例えばある映画作品を検索すると、作品名や制作年などの作品情報にはじまり、制作者等に関する情報、作品概要、視聴データ、二次・三次利用の申し入れに必要となる問い合わせ先などが表示される仕組みになっている。原作や脚本、音楽といった関連作品も調べられる。作品の網羅性、カテゴリーの横断性、情報の信頼性、利用申し込みの簡便性といった点で、わが国では他に類をみないサイトとなる。

ポータルサイトがコンテンツホルダーとコンテンツの利用を希望する事業者を仲介することで、コンテンツを二次利用する際の権利処理にかかる時間が短縮し、コンテンツの利活用の促進を図ることが狙い。実際の運営は、NPO法人映像産業振興機構（VIPO）が行う予定である。

資料：日本経団連タイムズNo.2826（2006年8月24日）
<http://www.keidanren.or.jp/japanese/journal/times/2006/0824/01.html>
 インプレス INTERNET Watch（2006年8月7日）
<http://internet.watch.impress.co.jp/cda/news/2006/08/07/12924.html>

法（権利者情報等の入手方法、更新時期・方法）、利用申込みの方法（交渉の必要性）など、利用者にとって必要な情報が効率的に入手できる仕組みを構築できれば、これらコンテンツの利用が更に進むものと考えられる。

また、放送番組のインターネット配信を促進するため、日本レコード協会（RIAJ）と実演家著作隣接権センター（CPRA）では、レコード製作者や実演者の権利を集中管理する事業を2006年10月から開始することとしている。

ただし、具体的な使用料率が決められたのは、オンデマンド型でストリーミング配信する場合のみであり、テレビ番組をIPマルチキャスト放送で同時再送信する場合や、ラジオ番組やNHKが放送したテレビ番組をオンデマンドで配信する場合については、利用者と協議して使用料を定めるとしている。

今回、著作隣接権については、集中管理するというこ

とであるが、IPマルチキャスト放送やインターネット配信するに当たっては、放送番組の利用方法に応じて、放送事業者の複製権¹⁵、再放送権及び有線放送権¹⁶、送信可能化権¹⁷に基づく許諾を得る必要があるため、放送事業者との間で利用率について予め協議を行い、合意しておく必要がある。

②著作者、著作隣接権者が二次利用に対して消極的なこと
次に、著作者及び著作隣接権者が二次利用に対して消極的なことが、コンテンツ配信事業者とユーザーの利用が促進されない要因の一つとして考えられる。

すべての著作者や著作隣接権者などの権利者が、著作物の二次利用について積極的なわけではない。例えば、著作物や著作者自身のイメージが著しく悪くなるような二次利用を許容できる著作者はほとんどいないと考えられる。実際、権利者の中には、著作物がどのように使われるか分からないといった不安を持つ権利者も少なく

図表16 放送番組のネット利用に係る集中管理事業の開始

テレビやラジオ番組のインターネット配信を促進するため、日本レコード協会（RIAJ）と実演家著作隣接権センター（CPRA）は、10月8日からレコード製作者や実演者の権利を一任管理する。両団体では8日、番組のインターネット配信時における音楽の使用料規程を文化庁に提出。使用料規定では、ラジオ番組を放送と同時にストリーミング送信する場合や、テレビ番組をオンデマンド型のストリーミング配信する場合などの使用料を定めた。

使用料は、番組の時間に対するレコードの使用時間比率によって異なるほか、番組に情報料（コンテンツ利用料、会費など）や広告料などの収入がある場合とない場合でも異なる。収入がない場合については、1時間あたりの利用料（レコード使用時間比により異なる）に番組の総ストリーム時間を乗じた額となる。

日本放送協会（NHK）が放送する番組や、一般の放送事業者が放送するテレビ番組、衛星放送を行なう放送事業者が放送するテレビ番組をIPマルチキャスト放送で同時再送信する場合については、利用者と協議して使用料を定めることとなる。

また、放送事業者のテレビ番組（衛星放送の番組含む）をオンデマンド型でストリーミング配信する場合、収入があるケースでは、レコード使用時間比が50%超で収入の4.5%、20%超～50%以下で収入の3.6%、10%超～20%以下で収入の2.7%、10%以下で収入の1.8%が使用料。

収入がない場合、レコード使用時間比が50%超で1時間あたり4.8円、20%超～50%以下で1時間あたり2.4円、20%以下で1時間あたり0.8円に、番組の総ストリーム時間を乗じた額が使用料となる。なお、1サービスあたりの最低使用料は月額50,000円。

ただし、ラジオ番組やNHKが放送したテレビ番組をオンデマンドで配信する場合については、利用者と協議して使用料を定めることとなる。

資料：社団法人日本レコード協会プレスリリース（2006年9月11日）

<http://www.riaj.or.jp/release/2006/pr060911.html>

実演家著作隣接権センタープレスリリース（2006年9月12日）

http://www.cpra.jp/web/news/news_060912.html

インプレス Internet Homepage（2006年9月12日）

<http://internet.watch.impress.co.jp/cda/news/2006/09/12/13267.html>

いということである。

また、商業目的の二次利用であっても、著作権の使用料として得られる対価が、許諾にかかる様々な手続きの負担と比較して非常に小さいものである場合、二次利用に対して消極的になる場合も少なくないと考えられる。

③著作権法に利用促進をする上での制約が多いこと

著作権法が権利者保護に軸足を置いており、利用促進をする上での制約が多いことが、コンテンツ配信事業者とユーザーの利用が促進されない要因の一つとして考えられる。

現行の著作権法については、利用促進を行う際の制約要因としていくつかの問題点が指摘されているが、ここでは、特にコンテンツ配信事業者とユーザーによるコンテンツの利用の制約となる要因と考えられる、a) 著作権者の特定にかかる問題、b) 著作権者の許諾にかかる問題、について取り上げる。

a) 著作権者の特定にかかる問題

コンテンツ配信事業者やユーザーがコンテンツを利用しようとする場合、著作権者を特定した上で、許諾を受けなければならない。しかし、著作権者が特定できない場合や仮に特定できた場合でも連絡先が分からない場合には、許諾を受けることができないという問題が発生する。

著作権者が不明でどうしても連絡ができない場合には、著作権法第67条の規定に基づき、文化庁長官の裁定を受け、通常の使用料の額に相当するものとして文化庁長官が定める額の補償金を著作権者のために供託した上で著作物を利用できるという制度（裁定制度）がある。ただし、この制度は、相当の努力を払っても権利者が見つからない場合に限られるため、そのことを証明する必要がある。裁定制度は手続きが厳格であり、また、手続きが完了するまでに一定の時間がかかるため、コンテンツ配信事業者やユーザーにとっては使いにくい制度となっている。

このように裁定制度を実際に活用することは難しいという状況にあるため、利用促進という観点から考えると、

権利者の所在情報や連絡先の情報が整備されることがまずは重要である。特に、映像コンテンツの場合は、権利者の種類が多く、その数が非常に多い場合もあるため、前述した「コンテンツ・ポータルサイト」（図表15）のように、コンテンツに関わる権利者の情報を整理することが必要である。そのためには、まず、コンテンツの製作者が協力することが必要であり、更に、関連する権利者団体（著作権管理事業者、非一任型の管理団体、権利者団体等）や権利者の所在情報を知りうる立場にあると考えられる関係者も含めて、権利者の所在情報や連絡先の整備をすることが重要である。

「コンテンツ・ポータルサイト」は、権利者団体の協力をもとに、所在情報を含めた権利者に関わる情報整備の先駆けであるが、将来的には、コンテンツの製作者において整備されている情報と関係する権利者団体において整備された情報をどのように連携して整備し、活用する体制を整備していくのが重要な課題になると考えられる。

b) 著作権者の許諾にかかる問題

コンテンツを利用しようとする場合、著作権者を特定できたとしても、許諾にあたっての条件や使用料の交渉などの許諾手続きに労力やコスト、時間がかかるということが、利用を促進する上での阻害要因になっている。特に、放送番組については、俳優や出演者などの実演家に関する権利者情報をいかに整備するかが大きな課題であると考えられる。

劇場用映画の場合は、映画製作時に実演家からの録音・録画の許諾を得た場合は、それ以後の利用（録音・録画、放送、有線放送、送信可能化等）については、原則として権利が働かないことになっている（ワンチャンス主義）。

テレビの局内制作の放送番組についても、劇場用映画と同じように実演家の録音・録画権について、予め実演家から録音・録画の許諾を得ることができれば二次利用をする場合にも問題ない。しかし、放送番組を製作する際に二次利用も含めた契約を締結することになると、実

演家に支払う報酬が高騰してしまう懸念があるため、現状、二次利用も含めた契約を締結していないことが多い。

また、当初、二次利用も含めた契約を締結していないまでも、契約段階で放送番組を二次利用する場合の追加報酬を予め決めておけば、実際に二次利用をする場合にも予め決められた追加報酬を支払うだけで済む。しかし、事前の追加報酬の取り決めがなく、許諾をするかどうかも含めて許諾の条件について個別に協議することが必要になると、手続きに労力やコスト、時間がかかる。また、許諾にかかる条件が折り合わないなど、交渉がうまくいかず、結果的に許諾を拒否するケースも出てくると考えられる。

このような許諾拒否のリスクを回避するために、例えば、著作権法を改正して、二次利用については報酬請求権にすべきという考え方や、許諾条件等の条件が折り合わず許諾を受けられない場合には、強制許諾の制度を導入して許諾拒否を回避すべきという意見もある。しかし、許諾権の報酬請求権化については、最終的な対価の水準が大きき問題になると考えられる。音楽コンテンツなど、著作権管理事業者に一任型で権利を委託している権利者については、著作権の集中管理を規定している著作権等管理事業法により、許諾拒否ができないため、管理事業者に委託している権利者については許諾拒否の心配はない。しかし、そのような仕組みが整っていない場合は、改めて対価の水準についての交渉が必要になると考えられる。また、強制許諾については、国際条約との関係で著作権や著作隣接権について制度改正が困難という意見もある。

以上のようなことから、二次利用を前提としたコンテンツを製作する上では、コンテンツの製作時に、権利者から予め二次利用に関して、許諾の条件や使用料等も含めて文書で承諾を得ておくことが重要である。

映像コンテンツについては、関係権利者の権利をコンテンツの製作者に集中させるビジネスモデルであれば、コンテンツの製作者が関係権利者の権利も含めて権利行使をして、売上や利益に応じて再配分をする仕組みが構

築できる。そのような仕組みを作るためには、コンテンツの利用に応じた売上高、収益、コストの情報がきちんと関係者に開示された上で、適切な配分を行う必要がある。日本では、これらのコンテンツの収支に関わる情報が関係者にきちんと開示されているわけではないため、これら情報開示の仕組み作りについても同時に検討していく必要がある。

4 | コンテンツの利用を促進するための方策 — 著作者・コンテンツ流通事業者・ユーザーの WIN-WIN関係の仕組みの構築に向けて —

これまで、コンテンツの市場規模、コンテンツの利用の状況、コンテンツの利用実態と問題点などとともに、コンテンツの利用を促進するための様々な取り組みを見てきた。

ここでは、これらを踏まえて、著作者・コンテンツ流通事業者・ユーザーのWIN-WIN関係の仕組みを構築する方策について、考えてみたい。

現在の著作権法の体系や利用にかかる既存の仕組みにとらわれず、自由に制度設計や運用の仕組みを考えることも非常に意義あることであるが、ここでは現在の制度を前提として、どのようにすれば著作者・コンテンツ流通事業者・ユーザーのそれぞれのメリットが増大する仕組みを構築していくことができるかという観点から検討を行う。

(1) コンテンツの利用を促進する仕組みを構築する上での前提

著作者・コンテンツ流通事業者・ユーザーのそれぞれのメリットが増大する仕組みを構築し、コンテンツの持続的な創造と利用のサイクルを維持・発展させていくためには、コンテンツの利用に当たって、コンテンツ流通事業者やユーザーが著作者（著作権者）に対して適切な対価を支払うことが前提である。この前提条件が守られなければ、著作者、コンテンツ流通事業者にとって適切な対価を得ることができなくなり、コンテンツの持続的な創造と利用のサイクルを維持・発展させていくことが

できなくなる。

従って、著作者に対する敬意を持つことは前提として、①著作権制度の理解、②コンテンツ利用に際しての条件の確認、③適切な対価の支払い、といった基本的な考え方と適切な対応を身につけることがまずは必要である。特に、著作権制度の理解については、ユーザー自身が創作者になる場合にも必要不可欠な知識であると考えられる。

違法行為が蔓延している現在の状況を改善するためには、ユーザーに著作権制度や著作物に対する理解を深めてもらうことが重要であり、そのための取り組みを拡充していくことが必要である。社団法人私的録音補償金管理協会（SARAH）や社団法人私的録画補償金管理協会（SARVH）においては、私的録音録画補償金制度（図表17）の共通目的事業¹⁸として、著作権制度に関する教育及び普及啓発のための事業を実施しているが、ユーザーが著作権制度をきちんと理解し、適切なコンテンツの利用を図るためにも、共通目的事業のような取り組みをより充実化させていくことが必要であろう。

（2）コンテンツの利用を促進する仕組み

1）仕組みの考え方

著作者・コンテンツ流通事業者・ユーザーのそれぞれのメリットが増大する仕組みを構築し、コンテンツの持続的な創造と利用のサイクルを維持・発展させていくためには、著作者・コンテンツ流通事業者・ユーザーの間に図表18のような関係が成り立っていることが必要と考えられる。

すなわち、①コンテンツの提供、利用許諾、②権利者情報・コンテンツ情報（利用条件等含む）の提供、③対価の支払い・使用料の分配、④利用情報のレポート・フィードバック、という基本的な流れを構築することにより、コンテンツの利用が促進され、コンテンツの利用の適切な対価が支払われ、コンテンツの利用料が著作者やコンテンツ流通事業者に還元され、著作者は更なる創作に取り組んでいく、というコンテンツの持続的な創造と利用のサイクルが構築される。

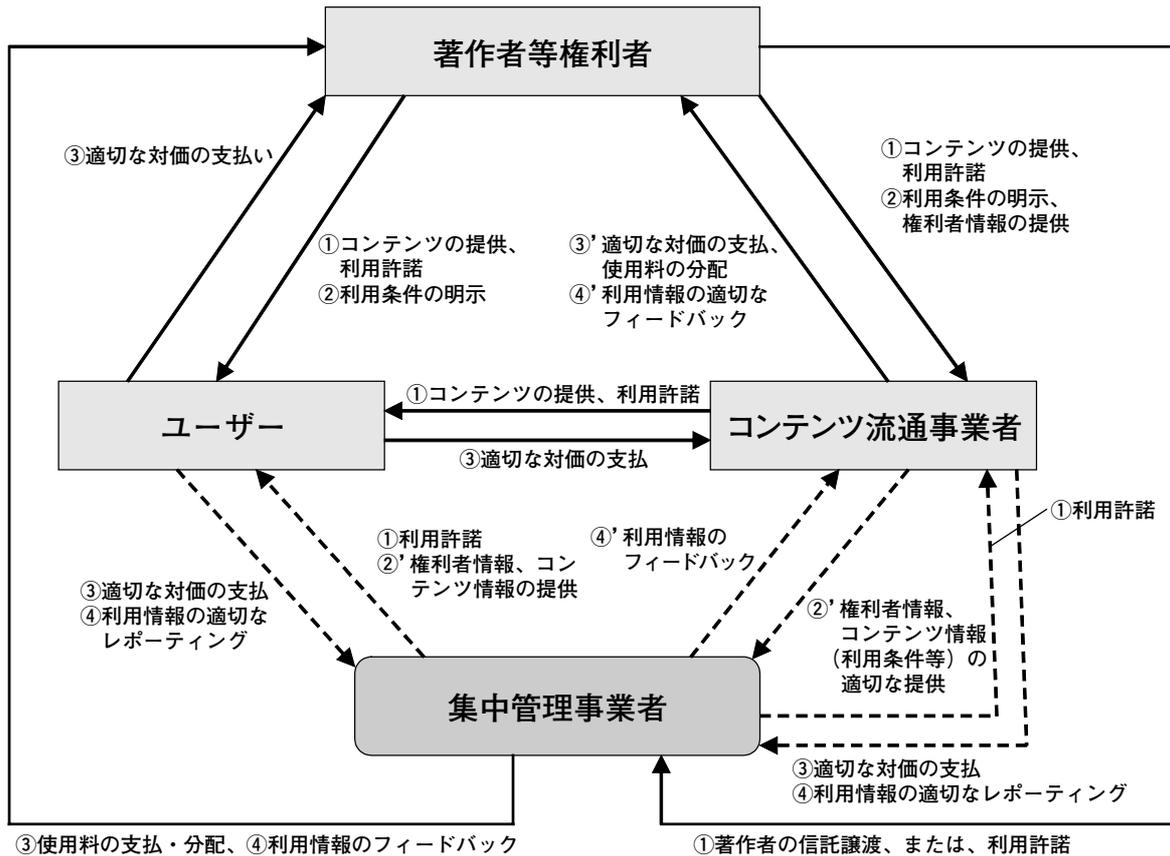
著作者・コンテンツ流通事業者・ユーザーの三者の間で、これらの仕組みを作ることができればよいが、それ

図表17 私的録音録画補償金制度

- ・私的使用のための複製を行うに当たっては、著作権法第30条2において、「私的録音録画補償金制度」として、MDやオーディオ用CD-Rなど政令で定められたデジタル方式の機器・媒体を用いた録音、録画について、著作権者への補償金の支払いを義務づけている。
- ・「私的録音録画補償金制度」は、家庭内などで音楽や映像などの著作物を私的に使用することを目的とした録音・録画に対し権利者への補償金を支払うことを定めた制度で、録音については1993年6月から、録画については2000年7月から実施されている。
- ・補償金については、指定された「機器」及び「記録媒体」の価格に上乘せする形で補償金を徴収しており、個々の複製やその回数（複製行為の実態）とは連動しない制度である。
- ・補償金を請求、受領することができるのは文化庁長官が指定する団体に限られ、私的録音については社団法人私的録音補償金管理協会（SARAH）が指定管理団体となっており、私的録画については社団法人私的録画補償金管理協会（SARVH）が指定管理団体となっている。
- ・録音にかかる補償金は、SARAHから著作権者、実演家、レコード製作者を代表する3団体に分配された後、個々の権利者に分配される。また、録画にかかる補償金は、SARVHから著作権者、著作隣接権者の15団体に分配された後、個々の権利者に分配される。
- ・SARAH及びSARVHが受領した補償金の一部は、著作権制度に関する普及・啓発や著作物の創作の振興といった権利者全体のためになるような事業（共通目的事業）に活用されている。

資料：JASRACホームページ（<http://www.jasrac.or.jp/info/private/index.html>）

図表18 著作者・コンテンツ流通事業者・ユーザーの関係



注：集中管理事業者には、仲介事務だけを行う純粋な仲介事業者も想定されるが、本図表ではその説明は除外している。

は関係各者の数が限定的でそれぞれの顔が見えている場合であり、不特定多数が参加する仕組みの場合は、権利者団体（著作権管理事業者、非一任型の管理団体、権利者団体等）などの集中管理を担う事業者が介在して、①利用許諾、②権利者情報・コンテンツ情報（利用条件等含む）の提供、③使用料の徴収・分配、④利用情報の整備・提供をすることが必要である。

なお、このような仕組みは、音楽分野においては、JASRACなどの著作権管理事業者の運営する仕組みとして既にできあがっている。

2) 著作権情報の整備から集中管理へのステップアップ

前節の図表18で説明したような仕組みが構築され、機能していくために必要なことは何であろうか。前述のとおり、音楽コンテンツにおいては、既にこのような仕組みが構築されており、商業ベースでうまく機能している。

音楽コンテンツ以外のコンテンツ分野で、このような仕組みを機能させるために、まずはコンテンツの利用の促進を目的としたデータベースの整備・充実化を図るべきである。

ここで提案するコンテンツの利用促進を目的としたデータベースは、法制度による強制的なものではなく、コンテンツの利用促進を望む権利者が、自らの所在情報、連絡先などの「権利者情報」、及び、コンテンツを利用するに当たっての条件（認められる利用目的、利用方法、利用範囲、使用料率、その他の条件）、保持している権利の内容などの「コンテンツ情報」をボランティアに登録する仕組みである。

「権利者情報」を整備するだけでは、利用者が権利者との間で、どのような利用目的や利用方法、利用範囲を認めるのか、使用料を徴収するのか、徴収する場合どのよ

うな水準にするか等について、確認した上で、権利者ごと、コンテンツごとに、個別に交渉することが必要になり、そのために相応の労力、コスト、期間が必要になると考えられる。従って、権利者が、予め、コンテンツを利用するに当たっての条件等を「コンテンツ情報」として明示しておくことが必要である。

権利者から提供される「権利者情報」と「コンテンツ情報」をもとに、コンテンツの利用にかかるデータベース（以下、「コンテンツ利用データベース」と言う。）を構築し、利用に供するためには、情報の収集方法、データベースの整備方法、運用のためのルール（登録、利用手続き等）を決めることが必要である。

そのようなコンテンツ利用データベースを構築し、適切な運用を図っていくためには、膨大なコストと労力がかかるものと考えられる。現在、著作権管理事業者、著作権管理団体、権利者団体等で整備しているデータベースを活用し、コンテンツ利用データベースを構築することが現実的かつ望ましいと考えられるが、データベースを構築する主体や運営主体、管理・責任主体をどうするのか、また、コスト負担の方法をどうするか、対象とするコンテンツ分野をどうするかなど、実現に当たっては多くの解決すべき問題があると考えられる。

本来、営利利用を目的としたコンテンツ利用データベースについては、受益者負担の考え方にに基づき、権利者、利用者において必要なコストを負担することが望ましいと考えられるが、現在、音楽コンテンツのみで著作権管理事業者による集中管理制度が成り立っている状況に鑑みると、そのような仕組みの構築は難しいものと考えられる。

従って、営利利用目的であるか、非営利利用目的であるかに関わらず、コンテンツ利用データベースについては、一定の形ができあがって、軌道にのるまでは、NPOや行政関与の必要性も含めて検討する余地があるものと考えられる。

例えば、著作物の創作の振興及び普及に資する事業の一環として、社団法人私的録音補償金管理協会

（SARAH）や社団法人私的録画補償金管理協会（SARVH）が実施している共通目的事業の枠組みのなかで、コンテンツ利用データベースの構築及び運用を位置付け、コンテンツ利用データベースの構築やその運用に必要な費用負担を検討してみることも一案である。

コンテンツ利用データベースは、様々なコンテンツ分野を対象に整備されることが望ましいが、その実現性については、既存の取り組みや蓄積、コンテンツの属性、権利者の考え方による部分が大きいと考えられる。また、利用条件等も含めた「コンテンツ情報」の整備までを行うことが難しい場合は、まずは「権利者情報」を整備した上で、「コンテンツ情報」の整備を図ることにより、集中管理を目的とした仕組みへのステップアップを図ることが望ましいと考えられる。

3) 権利者によるユーザーの創作への積極的関与

著作者・コンテンツ流通事業者・ユーザーのそれぞれのメリットが増大する仕組みを構築し、コンテンツの持続的な創造と利用のサイクルを維持・発展させていくためには、上記で挙げたコンテンツ利用データベースの構築・運用に加えて、創作の意欲を持つユーザーが単なる利用者からクリエイターにステップアップしていくことを支援する仕組みも必要であると考えられる。

クリエイターの育成支援施策などは、既に様々な機関で取り組んでいるところであるが、今後は、著作者等の権利者自らが、コンテンツの利用も含めて、コンテンツ人材の育成など、ユーザーの創作に対して積極的に関与していくことが必要ではなからうか。そうすることにより、コンテンツのクリエイターの裾野を広げるとともに、創作の質を向上したり、より付加価値のあるコンテンツを生み出す源泉になり、その結果、これらの取り組みがコンテンツの持続的な創造と利用のサイクルの維持・発展に寄与するものと考えられる。

5 | おわりに

コンテンツの利用促進を図ると言っても、既にできあがった産業構造やビジネスモデルを所与のものとして、

また、現行の著作権法制度を変えずに現在の状況を変えていくことは、なかなか難しいものである。

コンテンツの利用を促進し、文化振興的な観点だけでなく、経済発展的な観点からもコンテンツの創作や利用を図っていくためには、コンテンツ利用のためのインフ

ラがきちんと整備された上で、著作者・コンテンツ流通事業者・ユーザーなど関係者それぞれが努力をしていくことが必要であり、今後、試行錯誤を繰り返しながら、コンテンツの利用促進に向けた取り組みを継続的に行っていく必要がある。

【注】

¹ ここでは、一次利用以外のすべての利用形態を指す。

² 正確には二次利用以降の複次利用であるが、ここでは「二次利用」とする。以下、同様。

³ 実演家が行う実演を収録して制作した原盤の独占的利用を目的として、レコード製作者が実演家（または実演家が所属するプロダクション）から実演に関わる著作権法上の各種権利（録音権・録画権・放送権・有線放送権・譲渡権・貸与権・送信可能化権等の著作隣接権、二次使用料請求権等）の譲渡を受ける契約。権利の譲渡を受けたレコード製作者は原盤を制作し、「音を最初に固定した者」として、著作隣接権（複製権、送信可能化権、譲渡権、貸与権）及び報酬請求権（商業用レコードの放送二次使用料、貸与報酬、私的録音録画補償金を受け取る権利）を保有する。

⁴ 音楽出版社、プロダクション等がレコード製作者となった場合、原盤を使用してレコード・ビデオ等を独占的に複製・頒布することを目的として、レコード会社がレコード製作者と原盤供給契約あるいは原盤譲渡契約を結ぶ。原盤供給契約の場合、原盤に係る各種権利（所有権、レコード製作者の著作隣接権、アーティストの実演に関わる著作隣接権等）はレコード製作者に帰属し、レコード会社に原盤の使用許諾がなされる。原盤譲渡契約の場合には、原盤に関わる上記の権利がレコード会社に独占的に譲渡される。原盤供給と譲渡契約のいずれが採用されるかはレコード製作者とレコード会社との力関係によって決まるが、現状では原盤譲渡契約が多く、レコード製作者が保有する権利は契約に基づいてレコード会社に移転する。

⁵ 音楽著作権等の資産評価手法と当該著作権を用いた資金調達に関する調査研究会「平成17年度音楽著作権等の資産評価手法と当該著作権を用いた資金調達に関する調査研究報告書」

⁶ パソコン上でレコーディングや編集、加工処理を行なったりするためのデジタル・オーディオ・プロダクション・システム。Digidesign社が開発・販売している。もともと、同社の音声波形編集ソフト「Sound Designer」とオーディオ・インターフェース「Sound Tool」を原型として、90年代初頭にプロ用のレコーディング・システムとして開発されたのが始まりである。

⁷ 特定の映像コンテンツを制作するために、映画配給会社、放送局、広告代理店、出版社などのメディア関連企業や一般企業などが共同で出資し、作品の著作権は各社が出資比率に応じて共同で保有し、キャラクター商品化権や興業権などの「窓口権」は参加した企業がほぼ独占できる仕組み。製作委員会は、民法上の任意組合であり、組合員は無限責任を負う。

⁸ 「営業管理権」とも呼ばれる。例えば、テレビ番組の場合、テレビ番組を本放送以外に利用する際の利用許諾、権利処理、配分等の事務手続きを優先的に行う権利であり、著作権法上規定された権利ではない。

⁹ 窓口業務とは、テレビ番組を二次利用する権利を第三者に使用許諾し使用料を徴収し、これらを配分する業務とされる。

¹⁰ 著作権法では、実演家の著作隣接権として録音権・録画権を規定している。これらの権利は、映画の製作時に実演家からの録音・録画の許諾を得た場合は、以後の利用（録音・録画、放送、有線放送、送信可能化）については、原則として権利が働かないことになっている。（著作権法第91条、第92条、第92条の2）。

¹¹ 契約によって予め決められた期間において決められた回数の放送をする権利

¹² 放送事業者は、第23条第1項に規定する権利を害することなく放送することができる著作物を、自己の放送のために、自己の手段又は当該著作物を同じく放送することができる他の放送事業者の手段により、一時的に録音し、又は録画することができる。（著作権法第44条1項）

¹³ 米国YouTube, Inc.が運営する動画投稿サイト。同サイトでは、ユーザーが、自分で撮影若しくは制作したオリジナルの動画などが投稿されている。最近、日本のテレビ番組やアーティストのプロモーション用ビデオなどの動画が関係権利者に無断かつ大量に投稿されている状態にあり、サイトにアクセスすれば誰でも自由に閲覧できる状況になっている。

¹⁴ <http://www.riaj.or.jp/report/mediauser/pdf/file2006.pdf>

¹⁵ 放送事業者は、その放送又はこれを受信して行なう有線放送を受信して、その放送に係る音又は映像を録音し、録画し、又は写真その他これに類似する方法により複製する権利を専有する。（著作権法第98条）

¹⁶ 放送事業者は、その放送を受信してこれを再放送し、又は有線放送する権利を専有する。（著作権法第99条）

¹⁷ 放送事業者は、その放送又はこれを受信して行な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専有する。（著作権法第99条の2）

¹⁸ 私的録音録画補償金制度では、支払いを受けた補償金のすべてを権利者に分配することが困難なため、総額の2割以内を「著作権及び著作隣接権の保護に関する事業」及び「著作物の創作の振興及び普及に資する事業」のために支出することが法律で定められている。具体的には、著作権制度に関する教育及び普及啓発のためのパンフレットや小冊子の作成、セミナーや研修会の実施、著作権及び著作隣接権の保護に関する国際協力、著作権制度に関する調査研究、著作物の創作の振興及び普及に資する事業などに使われている。

【参考文献】

- 株式会社C&R総研「コンテンツ制作・流通サービス活性化に関する調査報告書」(平成17年3月)
 「文化審議会著作権分科会報告書」(平成18年1月)
 三井トラスト・ホールディングス「日本の映像コンテンツ産業について～拡大が期待されるテレビ放送の二次利用～」(調査レポート2006/夏 No.54)
 公正取引委員会「デジタルコンテンツと競争政策に関する研究会」報告書(平成15年3月)
 デジタル時代の著作権協議会著作権ビジネス研究会「著作権等の権利関連団体における情報管理のあり方」報告書(平成16年4月)
 ユビキタスネット社会の制度問題検討会「ユビキタスネット社会の制度問題検討会」(平成18年9月)
 文化庁長官官房著作権課 著作物流通推進室長 川瀬 真「デジタルコンテンツの流通促進と著作権契約上の課題」(デジタルコンテンツの流通とその課題 平成16年10月)
 株式会社日本総合研究所「理数教育用教材に適した素材の保有状況並びに教材流通のための適切な著作権処理のあり方についての調査研究」報告書(平成16年3月)
 総務省 情報通信政策局情報通信政策課コンテンツ流通促進室/受託 財団法人マルチメディア振興センター「放送コンテンツのネットワーク流通促進に向けた権利クリアランスの実証実験に関する調査」(平成17年3月)
 中島 孝次、栃窪 孝也、千々谷 真英、宮川 聡、掛札 栄昭「ブロードバンドネットワークにおけるコンテンツ配信のための著作権管理機構の開発」
 著作物の流通・契約システムに関する研究会「平成15年度 著作物の流通・契約システムの調査研究」報告書(2004年3月)
 社団法人日本経済団体連合会「エンターテインメント・コンテンツ関係者の戦略的コラボレーションに向けて」(2006年4月)
 民主党総務部門平成「通信と放送の融合を展望した将来ビジョン」(平成18年6月)
 過去の放送番組の二次利用の促進に関する検討会「過去の放送番組の二次利用の促進に関する報告書」(平成16年6月)
 コンテンツ流通促進検討会「コンテンツ流通促進検討会報告書」(平成14年7月)
 経済産業省文化情報関連産業課「コンテンツ産業の現状と課題」(平成17年2月)
 gooリサーチ「第4回ブロードバンドコンテンツ利用実態調査」に関する調査結果(2006年8月)
 総務省「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」調査報告書(平成18年6月)
 総務省「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」調査報告書(平成17年1月)
 総務省「情報通信白書」平成14年版、平成18年版
 鹿毛丈司「音楽著作者と原盤権ケーススタディ」(2004年10月)
 鹿毛丈司「音楽ビジネス・自由自在」(2003年4月)
 安藤和宏「よくわかる音楽著作者ビジネス 基礎編」(2002年3月)
 今井秀樹「ユビキタス時代の著作者管理技術」(2006年10月)
 八代英輝「日米著作者ビジネスハンドブック」(2004年12月)
 社団法人私的録音補償金管理協会(SARAH)「私的録音に関する実態調査」(平成18年3月)
 財団法人デジタルコンテンツ協会「コンテンツ利活用促進のための制度課題研究報告書」(平成18年3月)
 音楽著作権等の資産評価手法と当該著作権を用いた資金調達に関する調査研究会「平成17年度音楽著作権等の資産評価手法と当該著作権を用いた資金調達に関する調査研究報告書」
 社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会等「2006年ファイル交換ソフト利用実態調査結果」(2006年6月)
 JASRACホームページ (<http://www.jasrac.or.jp/info/private/index.html>)
 社団法人日本音楽著作権協会プレスリリース(2006.10.20)
 日本経団連タイムスNo.2826(2006年8月24日)
 インプレス INTERNET Watch(2006年8月7日)
 社団法人日本レコード協会プレスリリース(2006年9月11日)
 実演家著作隣接権センタープレスリリース(2006年9月12日)
 インプレス Internet Homepage(2006年9月12日)
 文化庁ホームページ