

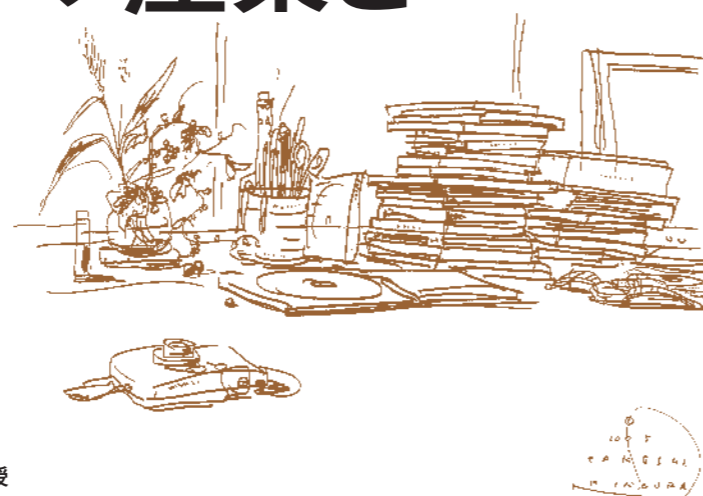
[特集論文— I]

日本のコンテンツ産業と政策のあり方

Perspectives
on the Japanese Content Industry
and the Government's Policy

岸本周平 *Kishimoto Shuhei*

国際大学グローバル・コミュニケーション・センター客員教授



アニメやゲームソフトなど日本のソフトパワーは世界市場を席卷している。今ほど日本文化が大衆レベルにおいて海外に浸透している時期はなかったであろう。2004年に出された政府の「新産業創造戦略」では、コンテンツ産業は強い国際競争力を持つ先端的な新産業分野として位置づけられ、さまざまな構造改革を進めていくことが求められている。本稿では、まずコンテンツ産業の中核である映像産業を事例に、寡占的メディアと下請の制作事業者との関係など、その現状と問題点を上げ、公正な取引環境を確立するための条件を考える。次に、コンテンツ産業にとって不可欠な著作権に関する諸条約を紹介しつつ、著作権ビジネスをめぐる国際環境を概観する。国益としてのブロードバンド・インターネット時代のメディア戦略を構築し、また、日本の国家としての広報戦略はいかにあるべきかを提起する。

強い競争力を生かし世界で勝ち抜く先端的な新産業、社会の変化に対応した市場ニーズに応える新産業および地域再生を担う新産業の3本柱を設定し、ダイナミックな産業構造転換を図るための国家戦略である。コンテンツは燃料電池、情報家電、ロボットとともに先端的な新産業分野に位置づけられている。そのため、ブロードバンドや海外市場などの新しいフロンティアを立ち上げるとともに、デジタルシネマの普及推進、人材育成、コンテ

ンツの流通経路の多様化などを通じ、コンテンツ産業の構造改革を進めることが求められている(図1)。

その後、2005年6月にリバイスされた「新産業創造戦略2005」では、今後取り組むべき課題として次の3分野が重要視されている。まず、コンテンツ流通の共通基盤を整備し、ブロードバンドを活用したコンテンツ流通を拡大するために、課金認証や著作権処理などのサービスを複合的に提供する「共通統合事業基盤」を形成する。また、海外との連携を図り、日本のソフトパワーを強化するために、東京国際映画祭において、「アジアコンテンツ産業セミナー」などを開催する。さらに、著作権法などコンテンツに関する諸制度について、コンテンツの流通拡大やコンテンツ産業振興の観点から見直しを行う。

コンテンツ制作の現状

コンテンツ産業の中核である映像産業の流通ルートは、映画興行と地上波テレビ放送が主流である。映画の場合は、流通機能を担う配給事業が東映、東宝、松竹の大手3社によって寡占的な状況になっている。日本の映画製作は通常、テレビ局や配給会社、出版社が出資をする「製作委員会」がプロダクションに制作委託をし、著作権は各出資者が共有する。プロダクションの資金調達はこの製作委員会に依存し、かつ興行収入は川下の劇場から配給会社へと優先的に配分される。したがって、映画の制作事業者であるプロダクションはきわめてハイリスク・ローリターンビジネスモデルを強いられている

図1 新産業創造戦略

目標

	2001年		2010年
コンテンツ産業市場規模	11兆円	➔	15兆円
うちデジタルコンテンツ国内市場規模	1.9兆円	➔	6.3兆円
海外輸出・ライセンス規模	0.3兆円	➔	1.5兆円

アクションプログラム

新しいコンテンツ市場を立ち上げるにより、コンテンツ産業のフロンティアを拡大する

コンテンツ産業の国際展開の促進による日本ブランドの確立

ブロードバンドを活用した市場の立ち上がりの加速化、市場としての確立

コンテンツ産業の構造改革により、強靱な産業構造を構築する

デジタルシネマの普及推進による映像産業の構造改革

プロデューサー・クリエイター人材の育成によるコンテンツ生産力の強化

流通事業者と制作事業者の間の公正な取引環境の確立

制作事業者の資金調達環境の整備によるビジネス展開の拡大

1 公正な取引環境の確立が望まれるコンテンツ産業

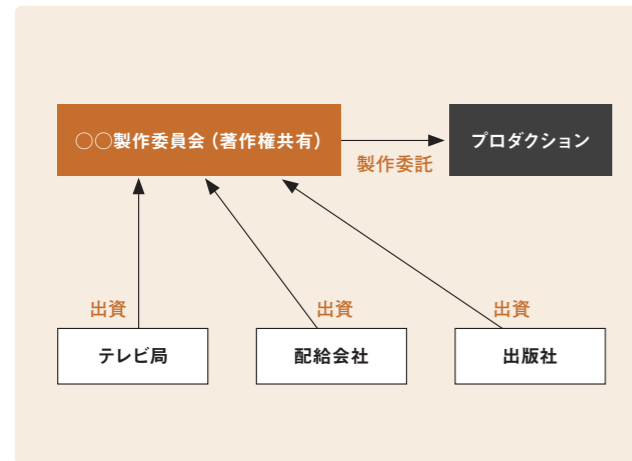
新産業創造戦略とコンテンツ

2004年5月に策定された政府の「新産業創造戦略」は、

図2 産業構造の現状——映画（製作委員会モデル）

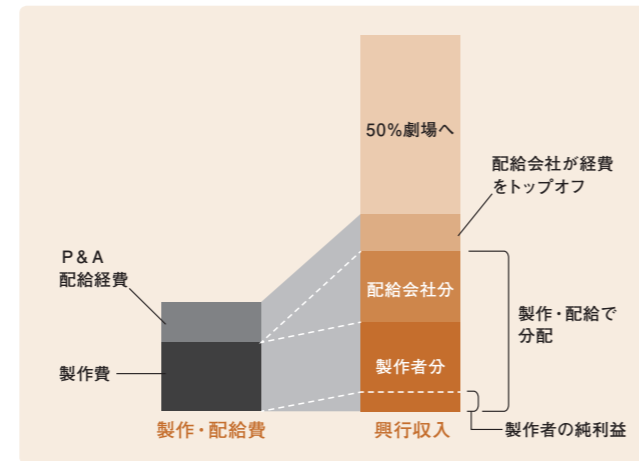
映画制作事業者の資金調達、配給会社やテレビ局等の流通部門に依存。また、興行収入は川下から優先的に配分されるため、制作事業者はきわめてハイリスク・ローリターンを強いられている

日本の映画製作における一般的なスキーム（製作委員会方式）



(出所) 兼山錦二 (1995) 「映画界に進路を取れ」ジブシー幾何学。

興行収入に占める製作者の純利益



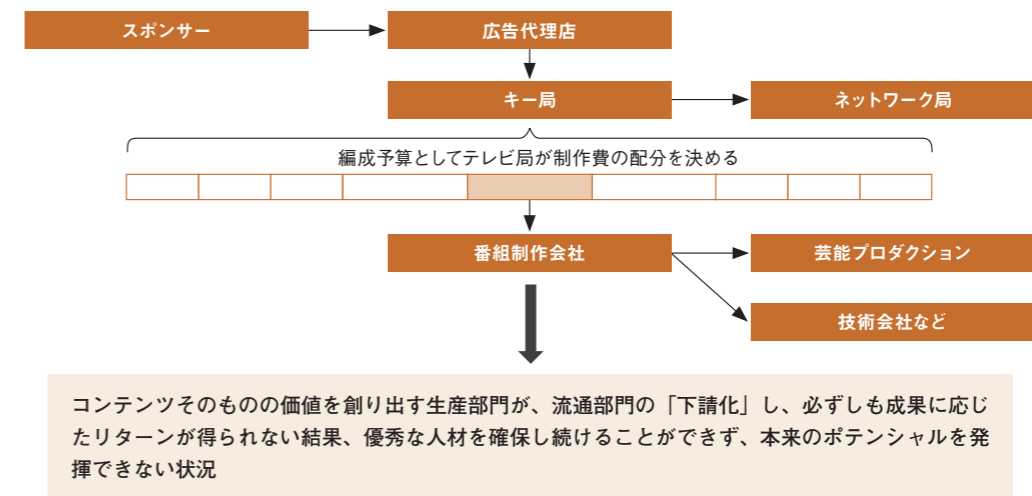
(図2)。
地上波テレビ放送は、NHKおよびフジテレビ、日本テレビ、TBS、テレビ朝日、テレビ東京の民放5系列によって流通機能が担われている。テレビ局は寡占的であり、さらに加えて自らも制作機能を持っているため、中小企業者が大多数である制作事業者に比べて圧倒的に強い立場に立っている。したがって、明らかに独占禁止法（以下、独禁法）上の「優越的地位」にあるといえる（図3）。

たとえばアニメーションは、30分番組が1週間に60本程度放映されているが、1本当たり800万~1200万円が制作会社に支払われる制作費の相場といわれている。これでは制作費が賸えず赤字になるが、二次利用、特にグッズのロイヤルティや海外への番組販売で収支トントンにするというビジネスモデルである。テレビ局によっては制作費を400万円に抑えたいと、著作権まで取ってし

まうという極端な例もある。
この結果、コンテンツの制作会社とテレビ局の間では報酬のアンバランスが見られる。『日経エンタテインメント!』の件費調査によれば（2003年9月号）、テレビ局の最も高い平均年収はフジテレビで1497万円（平均年齢39.8歳）であり、アニメ業界でトップの東映アニメーションの平均年収707万円（平均年齢40.2歳）の倍以上となっている。アニメ業界2番手のトムス・エンタテインメントの平均年収は482万円（平均年齢33.6歳）であるが、制作会社の多くはもっと低い給与水準で仕事をしている状況である。
もっとも、コマーシャル収入に関しては次のような状況にあるため、今後もテレビ局の高収益状況が続くかどうかは予断を許さない。メディア別に広告費の推移を見ると、1955年当時は新聞広告が全体の6割近くを占め、テレビ広告はゼロに等しかった。しかし、10年後の1965

図3 産業構造の現状——テレビ番組（広告モデル）

映像産業の中核をなす地上波テレビ番組制作では、テレビ局が得た広告費が番組制作費の上限となる。また、制作費は渡し切りのため、当該番組のクオリティや視聴率の結果は、短期的には制作事業者の報酬に反映されない



年には両者はほぼ拮抗し、それぞれ全体の3分の1程度になった。テレビ広告のシェアは最近でも同様に3分の1だが、新聞広告はすでに2割を割り込んでいる。一方で、インターネット広告は現在数パーセント程度であるが、今後の急速なブロードバンド化を考えるとテレビ広告は新聞広告と同じ運命をたどり、インターネット広告がいずれ主流となる日が来るであろう。
それに追い打ちをかけるように、DVR（ハードディスク内蔵型のDVDレコーダー）の普及が広告主の行動を変えつつある。視聴者は1週間分のテレビ番組をDVRに全部録画しておいて、週末など好きなときに好きな番組を取り出して観ることができる。しかも、ほとんどの人がCMスキップ機能を使うと予想されるため、テレビ広告に多額の費用をかける意味がない。NHK文化研究所のアンケート調査によると、DVRの普及に伴って、74%の広告主がテレビ広告に対する考え方を見直

すと答えている。現在の民放の放送収入は番組提供料（制作費、電波料等）とスポット広告の比率が55：45となっている。スポット広告はほぼ全額利益であるため、今後スポット広告が減少することによる経営への影響は看過できない。

著作権と公正な競争

コンテンツ産業が発展するためには、著作権をめぐる問題が解決される必要がある。著作権法上はコンテンツを制作した者が著作権を原始的に獲得する。しかし、制作会社がテレビ局などの流通事業者によって、一方的に著作権を譲渡させられるという問題が指摘されている。あるいは、BS・CS放送やビデオなど各種の二次利用権を処理する権利（業界では「窓口権」と呼ばれる）をテレビ局が一方的に押さえてしまうという批判も多い。

2002年、著作権の処理をめぐるNHKと全日本テレビ番組製作社連盟（ATP）が紛争を起し、ATPが公正取引委員会に駆け込むという事態が起きた。論点は下請制作会社との委託取引契約に関するもので、「制作された番組の著作権をNHKに譲渡し、その番組の著作権がNHKに帰属することが問題にならないか」というものであった。公正取引委員会は、2003年1月に「取引条件を示さずに著作権を自らに一方的に譲渡させること」や「二次利用に係る収益の配分が不当に低いなど、番組制作会社に対して不当な利益を与える場合」は優越的地位の濫用として独禁法上問題となるとの見解を発表した。一方で、NHKは自主的に委託取引契約方針を見直し、まず、それまで口頭で行ってきた番組制作会社への業務発注を「文書」で行うこととした。また、委託取引契約においても番組制作会社に著作権を認めたり、アニメ番組に関しても権利の共有や権利収入配分の可能性を示唆した。この決定は一步前進したものと評価できる。民放テレビ各局に関しては、局ごとに区々さまざまではあるが、著作権の取扱いにおいて、下請制作会社に不利益な扱いをしているテレビ局も多い。このようなビジネスモデルを改善するために、政府は独禁法や後述の下請代金支払遅延等防止法による競争政策を活用すべきである。

独禁法の適正な執行

クリエイター側を強くするには、まず、著作権法上の「発意と責任」を有する制作会社に著作権が原始的に所属すること、したがって、制作会社が著作権を譲渡するときには適正な報酬が与えられるという当たり前のことがビジネスの前提となるべきである。そして、交渉の過程で「取引上優越的な地位」にあるテレビ局などがその地位を利用して、制作会社に不当な不利益を与えるような場合には独禁法による事後規制で対応するべきである。先に述べたように、アニメ番組を1本400万円で買い叩いたうえ、テレビ局が著作権まで譲り受けるケース

などは明らかに独禁法違反となろう。

2002年4月の経済産業省のアンケート調査によれば、著作権関連分野以外にも多くの独禁法違反となりうる事例が見られる。たとえば、成果物を納入後、あらかじめ定められた代金を一方的に減額する、番組で使用した楽曲の代表出版権をテレビ局の子会社に帰属させる、テレビ局主催のイベントの入場券や映画の前売り券を買わせる、テレビ局内部のゴルフコンペに賞品を出させるなどである。独禁法による事後規制を行う際には、どのような場合に法律違反になるかが明確にわかるガイドラインが必要不可欠である。そのうえで、公正取引委員会が市場監視と厳正な法執行を行うべきである。

下請代金支払遅延等防止法の改正

さらに、制作会社を応援するために下請代金支払遅延等防止法（以下、下請法）が改正され、2004年4月1日からサービス分野における下請取引（コンテンツの作成や役務の提供）も下請法の対象となった（図4）。その結果、テレビ局などの元請事業者には次のような義務が法律上発生する。まず、下請代金の支払期日は、下請事業者から成果物を受領した日から60日以内、かつ、できる限り短い期間内において定めなければならない。さらに、下請取引において、書面交付が発注のつど、しかも発注後すぐに必要となる。その場合、原則として「下請事業者が委託された作業の内容」「下請代金の額」「支払期日」「支払方法」等を記載しなければならない。そのうえで、元請側に対しては、以下の項目が禁止事項として規定されている。①不当な受領拒否、②下請代金の支払遅延、③下請代金の不当な減額、④不当返品、⑤同種または類似の内容に対して通常支払われる対価に比べて著しく低い下請代金の額を不当に定めること、⑥物品の購入強制、⑦不当な経済上の利益の提供要請、⑧不当なやり直し、等である。しかも同法は報告徴収権、立入検査権を行政側に与え、違反行為がある場合は勧告や社名

図4 流通事業者と制作事業者の間の公正な取引環境の確立

コンテンツそのものの価値を創り出す生産部門が流通および消費段階におけるボトルネックにより「下請化」し、必ずしも成果に応じたリターンが得られず、本来のポテンシャルを発揮できない状況。公正な競争環境を確保し、生産部門の活性化を通じて、コンテンツがさまざまな流通ルートを通じて戦略的に活用され、価値の最大化・知的創造サイクルの拡大循環の実現を目指す

下請法（2004年4月施行）成立を機会に競争政策のエンフォースメント強化を図る

- ・下請法施行に伴う競争政策の充実
 - ・政令、省令、コンメンタル対応（どういった行為類型が下請法の適用範囲となるか等）
 - ・下請法に係る検査業務についての運用体制強化
- ・役務委託ガイドラインの改訂・充実
 - ・下請法改正で対応できなかった親事業者による権利の取り上げ、窓口権等による二次利用の制限、制作協力の範囲、未使用素材等の取扱い等について規定を行う
- ・モデル契約の策定
 - ・アニメ（放送局—プロダクション）のモデル契約に加え、アニメ制作（元請—下請）等についての契約見本について普及・促進等を実施する

公表・罰金等の処置ができる強力な法律である。

制作事業者による資金調達環境の整備

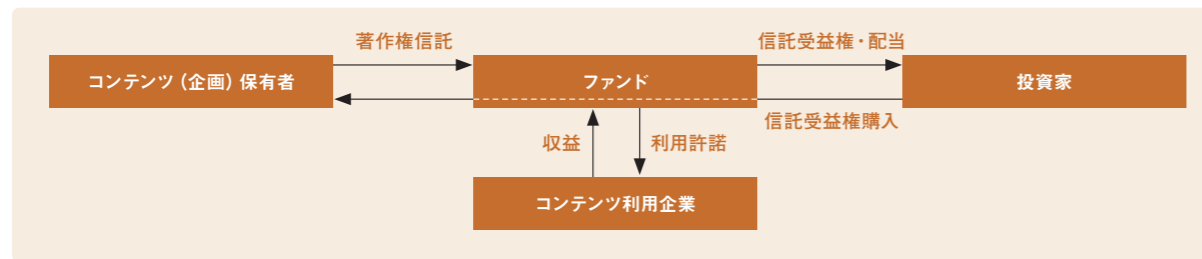
前述のとおり、テレビ番組、映画などの映像系コンテンツ制作の資金は流通機能を有するテレビ局、映画会社あるいは大手広告代理店などに依存している。制作事業者が流通ルートを開拓するリスクを負って、自ら資金調達を行い、コンテンツを制作するケースはきわめてまれである。ブロードバンド時代には、1つのコンテンツをさまざまなメディアに提供して利益を最大化するという「ワンソース・マルチユース」型のビジネスモデルが可能となる。つまり、制作事業者優位の時代になるはずである。そのためには、制作事業者が金融機関や一般投資家からも資金を調達して、自らビジネスリスクを取る必要がある。しかし、物的担保を持たないコンテンツ制作事業者にとって、これまで多様な資金調達の手段は限られていた。

その意味で、2004年12月施行の改正信託業法によって、著作権を含む知的財産権が受託可能財産になったことは特筆されるべきである（図5）。今後は信託のスキームを使うことで、これまで特定目的会社（SPC）を組成するために要した費用が割安になる。また、日本政策投資銀行によるコンテンツビジネスへの融資・債務保証制度が2004年度に創設された。しかし、まだまだ多くの制度上・慣行上の障害が存在している。たとえば、映画制作資金を一般投資家から公募する事業者は商品ファンド法の規制対象になるが、本制度の認可要件が厳しいため、活用事例がほとんどない。したがって、民法上の任意組合、商法上の匿名組合などを活用してファンドを組まざるをえないが、これらに対する税法上の規定や通達が整備されていないため、税の適用について不確実性が高すぎる。まず、商品ファンド法上の人的構成要件等の許可要件を緩和するとともに、国税当局に対して問合せに答える義務を課すノーアクションレター制度を適用すべきである。

図5 制作事業者による資金調達環境の整備

大多数が中小企業であり、物的担保等を持たないコンテンツ制作事業者が、自らリスクを取ってビジネスをすることが可能となるよう資金調達手法の多様化を図る

- ・ 信託業法の改正
知的財産の信託可能化、一般事業会社の参入解禁
- ・ 商品ファンド法上の許可要件の緩和
許可要件の緩和（人的構成要件等）
- ・ 政策金融による補完
日本政策投資銀行による融資・債務保証制度の創設（2004年度）
- ・ 完成保証制度の検討



コンテンツに対する投資環境を整えるにあたって、さらに重要なのは完成保証制度である。「実際にコンテンツが完成しないリスク」は一般の投資家の手には負えない。映画制作の場合、監督の意向などで実際の費用が予算を大きくオーバーしたり、制作スケジュールが大幅に遅延することを回避するために、米国では完成保証会社が予算やスケジュールを管理することが常識になっている。

あおぞら銀行の挑戦

これまで、三井住友銀行がテレビ番組の放映権を資金化するビジネスを始めたり、みずほコーポレート銀行がブランドの証券化を始めたりするほか、知的財産を担保に融資をする動きも見られる。また、2000年のみずほ証券の「ゲームファンドときめきメモリアル」はマネックス証券を通じて個人投資家からゲーム制作資金を募つ

た画期的な商品であった。そのほか、株式会社ジャパンデジタルコンテンツ（JDC）の「東京マルチメディアファンド」も任意組合と匿名組合契約を使った成功事例の1つである。最近、JDCは1口5万円からのアイドルファンドを個人向けに発売し、注目を集めている。

以上のような新しい動きのなかでも、1998年から「デジタルコンテンツファンド」を立ち上げ、ゲームソフトなどに投資を始めていたあおぞら銀行にはコンテンツ産業へのプロジェクト投資という点で一日の長が認められる。今では、民法上の組合である親ファンド（50億円）から、ゲーム、映画、アニメなどを対象とする子ファンドが作られている。これまで、約30件、約20億円の投資実績で、全体で120%の回収率を見込んでいる。案件の7割程度が成功しており、特に2003年の映画『呪怨^{じゅおん}』は2館でスタートし、最終的に全国130館での公開、海外での大ヒットとハリウッド版リメイク権の販売などで好成績を上げた。投資リターンは国内収益のみで約5倍、

海外収益を含めれば約10倍程度が期待できる。

そのほか、コンテンツビジネスでもトラックレコードがきっちりしている場合は十分ビジネスとして投資の対象になる事例も作った。原正人がプロデュースした映画『突入せよ！「あさま山荘」事件』にあおぞら銀行は1億2000万円の出資と融資を行った。資金の配分方法は、子ファンドから2000万円出資し、テレビ権とビデオグラム権を担保に1億円の融資をした。結果として、本件は興行のほか、ビデオやDVDの収入も含めると120%のリターンが見込まれる案件となった。『失楽園』『金融腐蝕列島 呪縛』、古くは『戦場のメリークリスマス』などで成功している名プロデューサーの同氏のトラックレコードを考えれば、ローリスク・ハイリターンの投資であるといえる。

プロデューサーがすべての鍵

ブロードバンド時代にはコンテンツの流通ルートが増加するため、コンテンツに対する需要が増加する。つまり、コンテンツホルダー優位の時代になるはずである。しかし、前述のように制作者が自らのリスクで資金確保できない場合、「ワンソース・マルチユース」のビジネスモデルが確立できない。その結果、1つのコンテンツ制作に充てられる資金が減少し、質の低下が起きる可能性も否定できない。この隘路を断ち切るには、クリエイターの特質を生かした作品の創作に関与しつつ、市場動向がわかり、自己のリスクで資金調達ができ、制作終了後の販路開拓も可能な独立系のプロデューサーが必要である。プロデューサーはコンテンツの目利きができ、監督や俳優に人脈があり、貸借対照表が読めて、プロジェクトマネジメントは朝飯前、しかも、ファンドレイジングのできる魅力的なキャラクターを持つスーパーマンでなければならない。ハリウッドはこのようなプロデューサーを大勢有しており、映画産業を米国最大の輸出産業にしているのである。

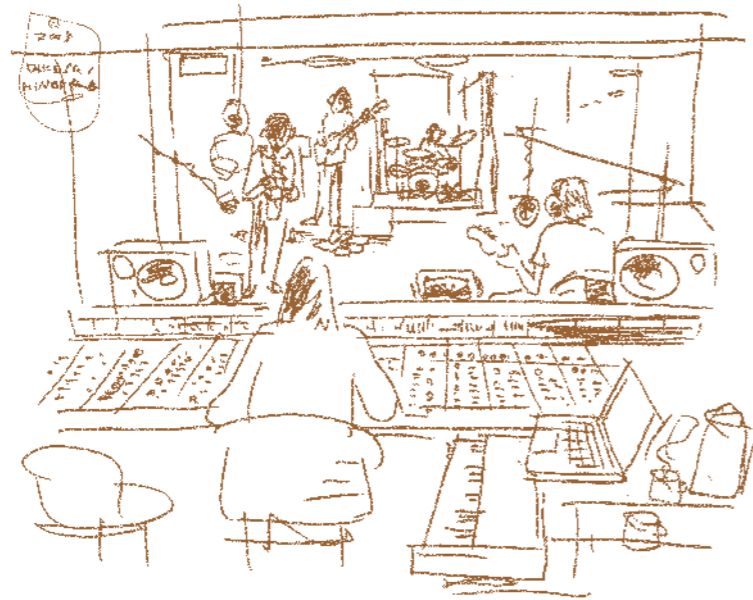
では、このような人材はどうすれば作り出せるのか？

米国では、多くの一流大学や大学院に映像に関する学部があり、企画開発、資金調達、マーケティング、制作プロデュース、プロジェクトマネジメントなどの基礎的な知識を学ぶことができる。その数は全米で約600校に及ぶ。プロデューサー候補生たちは、成功すれば巨万の富を稼げるというニンジンを目の前にぶら下げられ、ひたすら厳しい競争を戦い抜くのである。巨額の成功報酬と競争がプロデューサーを育てている。

一方、欧州では一味違う方法が試みられている。国際市場に向けた映画制作を志すヨーロッパのプロデューサーのための教育研修機関として、1993年にACE（Ateliers du Cinema Europeen）が創設された。独立系プロデューサーはメジャー系映画スタジオ所属であれば難なく得られる制作進行に関する助言や人脈、情報などとは無縁であることが多い。ACEは独立系プロデューサーにそのようなアクセスを提供することを目的としており、ファイナンス、法律、マーケティング戦略、脚本編集スキルなどのセミナーを提供している。さらに、現役で活躍中の独立系プロデューサーから直接アドバイスを受けるチャンスも与えられる。すでに100人を超える卒業生を輩出している。日本でもコンテンツプロデューサーを体系的に育てるべき時期に来ているのではないだろうか。

その意味では、角川出版事業振興基金信託（100億円）が2002年から映像コンテンツのプロデュース事業を対象に「コンテンツビジネス出資プロジェクト」を創設したことは注目すべき動きである。対象は実写またはアニメ映画、テレビ番組、ゲーム、その他のブロードバンドコンテンツのビジネスプランである。同基金信託の審査を受け、合格したプロデューサーに対して、総予算の50%未満で上限3億円の出資が行われる。日本で初めてのプロデューサーに着目した支援措置が創設された。これまでに、第16回東京国際映画祭の特別招待作品になった『囃^{から}伊右衛門』など7本の作品に出資が行われている。

今後、優秀なプロデューサーを核に、クリエイター側



が自ら資金を集め、成功報酬を得られるようなコンテンツ産業界を日本に作り出すことが急がれるが、その胎動はすでに始まっている。

クロス所有規制とコンテンツ産業

2004年にコンテンツ産業が「新産業創造戦略」に取り上げられるまでになったが、それまでの流れを振り返ると、日本経団連エンターテインメント・コンテンツ産業部会発足（2003年8月）、コンテンツ産業振興議員連盟設立（2003年12月）、知的財産戦略本部コンテンツ専門調査会「コンテンツビジネス進行政策」とりまとめ（2004年3月）、「コンテンツ事業促進法」公布（2004年6月）と官民を問わず、着実なコンテンツ産業振興が推進されてきたことがわかる。

一般市民からも日本のポップカルチャーの持つソフトパワーやその基礎となるコンテンツ産業への関心が強まってきた。ちょうどそのタイミングで、ライブドアとフジサンケイグループのニッポン放送をめぐる買収騒動が起きた。この騒ぎは、会社経営と資本市場のあり方を私たちに考えさせるきっかけを作ってくれた。さらに、テ

レビ局と新聞社が同一の資本関係にあることにも気づかせてくれた。「なぜ、ほかのテレビ局はそれぞれ新聞社が親会社なのに、フジテレビの親会社はラジオ局のニッポン放送なんだろう、しかも産経新聞社はフジテレビの子会社になっている……」と。

私たちの常識では、テレビ局は新聞社の子会社であり、5大新聞が民放のキー局5チャンネルを支配しているはずであったが、フジサンケイグループだけは支配の順序が引っくり返っていた。しかし、この日本の常識は世界の非常識である。先進国では、新聞と放送の兼営は異常なことなのである。米国では、1975年から1つの市場のなかで、新聞社と放送局を両方所有、経営することは法律で全面的に禁止されてきた。背景には、自由で多様な言論こそが民主主義の基礎であり、新聞とテレビのような市民に影響力の強いメディアが同じ資本系列になって相互の批判が行われなくなることは、民主主義の自殺であるとの考え方がある。メディアの集中排除原則のなかでも、この規制はクロス所有規制（cross ownership regulation）と呼ばれ、特に重要視されてきた。日本のように「5大新聞＝5大ネットワーク」という状態は明らかにクロス所有規制違反となる。

ところが2003年になって、米国の連邦通信委員会（FCC）が、各種の放送事業に関する所有規制を緩和する提案をした。そのなかに、このクロス所有規制の緩和策も含まれていた。すなわち、「1つの市場に4局以上のテレビ局があれば、今後、新聞と放送の兼営を承認する」。当然のことながら、この規制緩和については、上院議会商務委員会をはじめ、消費者団体なども猛反発し、米国では大きな騒ぎになった。それほど重要な規制なのである。なお同件は訴訟になり、2004年6月24日の高等裁判所の判決で「FCCの分析には欠陥がある」との理由でFCCに差し戻された。FCCが再チャレンジするという動きはまだない。

筆者の知る限り、上記の報道を日本のテレビや新聞で目にしたことがない。新聞社とテレビ局が同一の資本系列になったときに、報道の実態がどうなるかを日本の現状が最もよく示している。日本にクロス所有規制のないことが、先進国との比較でテレビ局の権力を強くさせているのではないか。そして、結果としてテレビ局は独禁法上の「優越的地位」にあつて、制作事業者との公正な取引環境を確立する妨げになっているともいえる。コンテンツ産業の振興を国家戦略の柱にするのであれば、クロス所有規制の導入から始めるべきである。

2 著作権ビジネスをめぐる国際環境

著作権に関する条約

著作権は、それぞれの国の国内法（著作権法）によって保護される。しかし、ブロードバンド時代が訪れるはるか昔から著作物は国境を超えて利用されることから、条約を結んで著作権を保護する必要があった。その歴史は古く、1886年にベルヌ条約（文学的及び美術的著作物の保護に関するベルヌ条約）が締結されている。日本

は1899年に著作権法を制定し、ベルヌ条約に加盟した。ベルヌ条約の原則は、①内国民待遇、②無方式主義、③遡及効である。まず、同盟国が外国人の著作物を保護する際には、自国民と差別してはいけない。無方式主義とは、著作権が守られるためには、登録や作品の納入、著作権の表示などの方式が不要であるということである。また、条約発効前に創られた著作物にも条約は適用される。2003年1月現在、加盟国は149カ国であり、最近では、1992年に中国、1996年韓国、1997年インドネシア、1998年シンガポールがベルヌ条約に加盟している。

一方、著作権の保護を受けるためには、著作権の表示など一定の方式を必要とする考え方をとる国もあり、ベルヌ条約の無方式主義との調整が課題とされてきた。そのために、1952年にユネスコが中心となり、万国著作権条約が締結された。この条約によって、方式主義をとる国においても、著作物に©マーク、著作権者名、最初の発行年を一体的に表示していれば、無方式主義の国の著作物を保護できることになったのである。もちろん、内国民待遇の原則をとっている。ただし、ベルヌ条約とは異なり、不遡及主義である。日本は1956年に本条約を締結した。2003年1月現在で加盟国は98カ国である。

著作隣接権に関する条約

著作権は「著作者の権利」であるが、「伝達者の権利」としての著作隣接権という権利がある。これは、テレビやラジオ、レコードなどの録音・録画技術の発展、普及から歌手、俳優、演奏家などの実演家やレコード製作者の権利を守るためのものである。国際的に著作隣接権を保護するため、1961年に「実演家、レコード製作者及び放送機関の保護に関する国際条約（ローマ条約）」が作られた。

同条約が保護する対象は、①実演家の許諾を得ない実演の放送、録音・録画の防止等、②レコード製作者への複製権の付与、③実演家またはレコード製作者への商業

用レコードの二次使用料請求権の付与、④放送事業者への放送の再放送権、録音・録画権等の付与である。日本は1989年に加盟した。2003年1月現在の加盟国は69カ国である。

なお、後述するが、米国では著作隣接権は保護されないため、ローマ条約には加盟していない。

TRIPS協定 (知的所有権の貿易関連の側面に関する協定)

TRIPS (Trade-Related Aspects of International Property Rights) 協定は1995年に発効したWTO (世界貿易機関) 協定の付属書の1つであり、著作権、特許、商標等の知的所有権の国際的な保護を目的とするものである。WTO協定は1986年から開始されたGATT (関税及び貿易に関する一般協定)・ウルグアイ・ラウンド交渉の結果作成され、WTOの設立、加盟国間の貿易関係を規律するための制度上の枠組み提供、関税その他の貿易障害の軽減などを目的としている。

TRIPS協定のうち、著作権および著作隣接権に関する内容に関しては、①ベルヌ条約の保護内容の遵守、②コンピュータ・プログラムおよびデータベースの著作権による保護、③コンピュータ・プログラム、映画およびレコードの貸与に関する権利の付与、④実演家、レコード製作者および放送事業者の保護が主なものである。2002年8月現在、144カ国・地域がWTO協定を締結している。

TRIPS協定の背後にある国際政治の動向

このTRIPS協定が締結された背景には米国の国益を優先する国家戦略があった。これまでの国際的な著作権条約は、著作権関係の条約 (ベルヌ条約等) と著作隣接権関係の条約 (ローマ条約) とに分類することができる。一方、TRIPS協定には著作権も著作隣接権も含まれている。なぜこのような形になったかという点、米国では前

述のとおり、著作隣接権が認められておらず、米国の国内法における権利の保護対象に合わせて協定を作ったからである。

まず、著作権は大きく分けて、無断で改変されない権利などの人格権と無断でコピーされない権利などの経済的な著作権の2つがある。ベルヌ条約は両方を対象とし、多くの国では両方の権利が保護されているが、米国では人格権は保護されない。したがって、TRIPS協定は人格権を対象にしていない。ローマ条約が対象としている著作隣接権には、レコード製作者の権利、実演家の権利および放送事業者の権利が含まれる。

米国では著作隣接権は認められないが、レコードが著作権の対象になっているので、米国のレコード製作者は著作権より弱い著作隣接権で保護される他国のレコード製作者より強い保護を受けている。TRIPS協定では著作隣接権という概念は用いられず、放送事業者の権利は認められず、実演家の権利も少なくなっている。米国の強大な政治力により、国際的な著作権のルールが改変されてしまったのである。¹⁾

WIPO (世界知的所有権機関)

WIPO (World Intellectual Property Organization) は、国際的な知的所有権の保護を促進するために、国連の専門機関として1970年に設立された。活動の中心は、国際条約の加入と各国内法との調和を図るとともに、開発途上国に対し知的所有権を通じた産業の発展を援助することである。本部はスイスのジュネーブにあり、加盟国は177カ国 (2001年3月現在) である。

これまで著作権や著作隣接権の国際的な保護のため、各種の条約が締結されてきた。また、ベルヌ条約のような基本的な条約も、技術の変化に応じておおよそ20年ごとに改正されてきている。一方で、ベルヌ条約は改正のためには全会一致の原則が適用されるため、条約加盟国が増加するにつれて改正が困難になってきた。そこで、

最近のデジタル化・ネットワーク化の進展など社会の変化に対応してベルヌ条約を補強するために付属条約が検討されることになった。その結果、次に説明するWIPO著作権条約とWIPO実演・レコード条約が1996年に締結された。

WIPO著作権条約

この条約はベルヌ条約20条の特別の取り決めとして位置づけられており、主な内容は以下のとおりである。

- ・コンピュータ・プログラムの保護
 - ・データベースの保護
 - ・著作物の譲渡権
 - ・コンピュータ・プログラム、映画の著作物、レコードに関する商業用貸与権
 - ・公衆送信権 (インターネット等を用いてインタラクティブ送信を可能にする行為およびアクセスに応じてサーバーから送信する行為)
 - ・写真の保護期間の延長
- などである。

ちなみに、日本の著作権法では以上のすべてについて対応済みとなっている。インターネットへの対応について日本の著作権法が世界の最先端の水準にあることはあまり知られていない。逆にソフト・パワー大国の米国は著作権の保護が進んでいるイメージだが、著作権法の水準は相当低いというのが実態である。日本がベルヌ条約に加盟したのが1899年であるのに対して、米国の加盟は約1世紀後の1989年であるし、ローマ条約にはまだ加盟していない。また、ほとんどの国で保護されている実演家の権利である著作隣接権は米国では保護の対象になっていない。日本で著作物を無断でサーバーから送信されない権利が保護されるようになったのは、WIPO著作権条約の締結される10年前の1986年からである。

WIPO著作権条約では、さらに、送信行為だけでなく、その前段階の送信可能化 (サーバーにアップロード

された状態) も権利の対象とされたが、世界に先駆けて日本政府は1997年に著作権法を改正し、送信可能化権を保護している。米国で「ナップスター事件」が裁判になったのは、送信可能化権が著作権法上保護されていないからである。日本国内で、ナップスターのソフトを使ってファイルの交換を行えば、明らかに著作権法違反になる。

WIPO実演・レコード条約

WIPO著作権条約の議論が始められた時点では、WIPO実演・レコード条約を作成することは想定されず、著作権の基本条約であるベルヌ条約の実質的な改正を議定書方式で行うことが目的であった。しかし、ここで著作権保護に関して米国が特殊な国であることが影響をもたらしたのである。

前述のとおり、米国の著作権法の水準は低いが、イメージとしては著作権者がたいそう優遇されているように受け取られている。その原因は、世界的には実演家やレコード製作者、放送事業者などの権利は著作隣接権で保護されているのに対して、米国では著作隣接権が全く保護されていない。一方で、歴史的にレコード業界は米国内で強い政治力を有していたため、レコードを著作物として保護する法制度を獲得しているからである。一般的に著作隣接権は著作権よりも弱い権利であるが、米国のレコード製作者は著作権を有するため、他国のレコード製作者よりも強い権利を保有することになる。その大きなギャップを埋めるために、米国はWIPO著作権条約の対象にレコード製作者の権利を盛り込むように提案したのである。しかし、レコード製作者の権利は著作隣接権によって保護することが国際的なフレームワークであるため、多くの国が反対せざるをえなかった。

両者の妥協の産物として、WIPO実演・レコード条約が締結されたのである。なお、実演家の権利を保護するローマ条約に米国が加盟していないことから、WIPO実

演・レコード条約はローマ条約の特別な取り決めと位置づけることができず、全くの独立した条約として締結された。主な内容は次のとおりである。

- ・実演家の権利
 - ・人格権
 - ・生実演にかかる固定権、放送権、公衆への伝達権
 - ・レコードの実演家・レコード製作者の権利
 - ・複製権
 - ・譲渡権
 - ・商業的貸与権
 - ・公衆送信権（送信可能化権のみ）
 - ・放送および公衆への伝達に関する報酬請求権
- などであるが、日本はほとんど対応済みである。

著作権と不正コピー

デジタルコンテンツ産業においては、不正コピー（digital piracy）の問題が頭痛の種である。デジタルコンテンツは技術的に複製が容易であり、何万回コピーされても品質が劣化しない。コンテンツが違法にコピーさ

れて、ネットワークを通じて広く流通した場合には権利者の経済的な損失が予想される。実際、音楽CDの売上減少の背景には不正コピーの問題が指摘されている。権利者や制作者がブロードバンド市場へのコンテンツ提供を躊躇している理由には、前述の権利処理問題に加え、不正コピーの防止が困難という問題も大きいと考えられる。実際、ナップスターやヌーテラのようなP2P（Peer to Peer）技術を用いたソフトウェアで著作権者に無断で著作物を取引することは、日本の著作権法上は違法であるが、違法行為の摘発が技術的には難しい。

一方で、コンテンツ保護のセキュリティを向上させるための方策はビジネスモデルとしても、また技術的にも、続々と登場している。たとえば、コンテンツを暗号化し、コンテンツの再生時に暗号を解読する鍵（ライセンス）を受け取る方式や、コンテンツに電子透かし（electronic watermark）を使って権利情報などを埋め込む技術などである。

そもそも、ネットワーク上のコンテンツ流通においては、①権利者から制作者（right→content）、②制作者から提供事業者（content→conduit）、③提供事業者か

ら利用者（conduit→consumer）という多層的な商取引が前提となる。しかも、多種多様なコンテンツ提供の手順、取引のフォーマットなどが存在し、権利許諾、対価分配などの事務処理コストが莫大なものになる可能性がある。したがって、このような多層的な商取引の帳票情報交換インターフェイスを統一し、製造業で通常行われているようなEDI（Electric Data Interchange）²⁾を導入すべきである。

その結果、①取引に関する事務処理コストが大幅に削減される、②各事業者が個別にシステムを構築・運用する場合に比べて効率化される、③各商取引間での帳票の統一化を促進することによりDRM（Digital Rights Management）³⁾の適用が容易になる、④コンテンツ制作者、提供事業者の新規参入が容易になるなどの効果が期待できる。

以上のようなメリットのあるEDI化をブロードバンド市場で促進するとともに、コンテンツ保護のセキュリティを向上させるための電子透かしや公開鍵暗号方式などの技術も同時に開発、導入することが望まれる。

インターネット上の著作権侵害に対する国際裁判管轄と準拠法

国境のないインターネット上で著作権侵害が起きた場合、国際裁判管轄や準拠法をどうするかという問題が生じるが、現在でも国際的に十分な議論は行われていない。これまでは「加害行為地」や「損害発生地」という基準を用いてきたが、インターネット上での著作権侵害では必ずしも明確に定義できない。

裁判管轄についての法的予測可能性を高めるためには、権利者と利用者間のライセンス契約等のなかには、あらかじめ合意管轄条項を盛り込むという方法が有効であると考えられる。いずれにしても、インターネット上の名誉毀損やプライバシー侵害の場合などと平仄を取りつつ、ハーグ国際司法会議等の議論を見守る必要がある。準拠法に関しては前述のベルヌ条約が「保護国法主義」

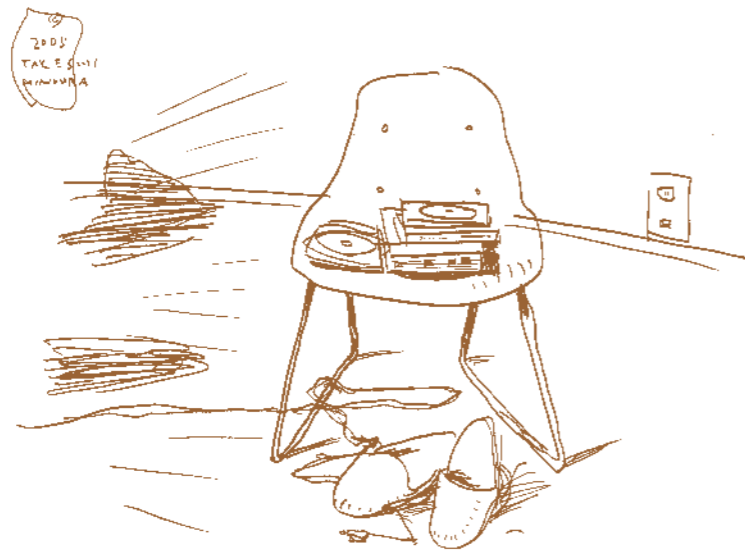
を採用しているが、インターネット上での著作権侵害の場合に適用されるかどうかは明確ではない。今後、ベルヌ条約の「保護国法主義」の明確化を国際的に推進すべきであろう。

3 国家の広報戦略とコンテンツ産業振興

日本のソフトパワー

国境のないブロードバンド・インターネットの時代にあつて、多国籍のメディア・コングロマリット同士の過酷な競争が繰り返されている。そのなかで、AOLタイム・ワーナーグループに所属するCNNが米国流のものの見方、考え方というフィルターを通した「報道」を世界中に流している。時として、ステレオタイプな日本観に基づく「ニュース」がアジア各国で放映されることがある。日本の国益を考えたときに、ブロードバンド・インターネット時代のメディア戦略を構築する必要を痛感する。

幸い、アニメやゲームソフトを通じて、日本文化に基づく思考法、感受性などが国際化しつつある。たとえば、『ポケットモンスター（ポケモン）』はテレビアニメが世界68カ国、25言語により放送中で、全米では2～11歳の子どもの向けテレビ番組視聴率ランキングで1位をキープしている。3作の劇場用映画は海外での興行収入が2億3800万ドル、国内では4作で221億円。任天堂の「ゲームボーイ」は2001年までに1億台を全世界に出荷し、ポケモンゲームソフトは累計7200万個を出荷している。カードゲームの全世界向け出荷は130億枚以上であり、以上のほか、3万8000点の商品アイテムによるライセンス料などをトータルすると、ポケモンの市場規模は2兆円に達する。ポケモン以外にも、『バイオハザード』や『鉄拳』など日本のゲームのキャラクターを主人公にして、





ハリウッドで実写映画を製作するような動きも芽生えている。

その際に想定されるマーケットは世界市場である。ソニーや任天堂のゲームソフトの海外売上比率はすでに8割を超えている。大手6社の平均でも海外売上比率は78%であり、2001年度中に1億5404万本を海外に輸出している。目をアジアに転ずれば、アニメやゲームのみならず、日本のトレンドードラマやポップスなどのポップカルチャーが席捲している。

クール・ブリタニア運動に学べ

民間ビジネススペースの自発的な世界への情報発信も重要であるが、その土台には国家としてのメディア戦略がなければいけない。英国のブレア首相が就任して最初に行った政策の1つが「クール・ブリタニア (Cool Britannia) 運動」であった。これは「英国」が世界から持たれているイメージを一新させようという「英国」ブランドの広報戦略の確立を目的とするものである。そのために、芸術的産業の振興を目指す政府直轄プロジェクトチーム「Creative Industries Task Force」が1997年に、「英国」ブランドの再興を図るための首相直属機関である「Panel 2000」が1998年に設立された。国家のアイデンティティを再構築したうえで、国家広報のターゲットを明確にし、ミレニアムプロジェクトやウェブ

サイト「Planet Britain」を立ち上げ、BBC放送との協力などの具体的なプロジェクトを推進していった。⁴⁾ブレア政権の強力な政治的指導力を背景に、「New Britain (ニュー・ブリテン)」構想の提唱者であるマーク・レナードなどの民間人と各省の官僚とのコラボレーションにより大きな成果を上げている。

経済的には停滞が続いている日本であるが、今ほど海外で日本文化が大衆レベルにおいて浸透していることは歴史上なかったであろう。これまでの自然発生的な成果を活用し、特にアジア地域を中心に国家の総合的広報戦略を構築することが重要である。中国が台頭してくるなかで、アジア諸国の仲間としてどのような国家として進んでいくのか、明確な日本のアイデンティティを確立し、メッセージを発信していかなければならない。アジア諸国との歴史的な和解を進めるという文脈からも、その作業が急がれる。**H**



岸本周平 (きしもと・しゅうへい)

1956年生まれ。80年東京大学法学部卒業、大蔵省入省。95年プリンストン大学客員研究員。通産省出向、財務省理財局国庫課長、内閣府政策参与、トヨタ自動車渉外部担当部長などを経て、現職。中央大学大学院公共政策研究科客員教授を兼務。主な著書：『中年英語組』(集英社新書)、『アジア政治経済論』(共著、NTT出版)、『日本の東アジア構想』(共著、慶應義塾大学出版会)。

注

- 1 岡本薫 (2002) 『インターネットの著作権』 全日本社会教育連合会、pp.210-211。
- 2 EDIとは、商取引に関する情報を標準的な書式に統一して、企業間で電子的に交換する仕組みのことをいう。
- 3 DRMとは、デジタルデータの著作権を保護する技術を指す。具体的な実装形式はさまざま、メモリーカードなどの記憶媒体に内蔵される場合や、音声や動画のプレーヤーソフトに組み込まれる場合、送受信・転送ソフトに組み込まれる場合、およびそれらの組合せがある。
- 4 再定義された英国のアイデンティティは次のとおりであった。①Reliability and Integrity、②Creativity and Innovation、③Free Speech and Fair Play、④Openness to the World、⑤World Heritage。