

JVA REPORT

4

'14 APRIL
NO.163

MAIN REPORTS

- 2013年統計調査結果報告
～総売上金額2517億7000万円、前年比97.4%～
- イギリス、ドイツにおける非営利上映について
寄稿:明治大学コミュニケーション学部准教授 今村哲也先生
中央大学法学部准教授 堀江亜以子先生

SCIENCE FICTIONS

LOVE STORY

EDUCATION

ANIMATION

ACTION

KIDS

MUSICAL

CONCERT

HOW-TO

TV SHOW

一般社団法人 日本映像ソフト協会 会報



2013 年統計調査結果報告	2
第 331、332 回定例理事会開催報告	5
寄稿「イギリスにおける映画の著作物の非営利上映について」	5
寄稿「ドイツにおける非営利上映と権利制限規定について」	8
私的録画補償金(クレーム基金)分配申請社について	11
違法対策活動報告	
「ファイル共有ソフト等を使用した著作権法違反事件」	11
コンテンツ海外流通促進機構	12
リレーエッセイ ⑩	13
日誌に見る協会の動き	13
月間売上統計(1 月、2 月)	14
異動	14
経産省からのお知らせ	14

総売上金額 2517 億 7000 万円、前年比 97.4% ブルーレイは 124.1%と伸長を継続

業務部会統計調査委員会では、2013年下半期の統計調査を実施し、上半期の結果と併せて「統計調査報告書Vol.77」をまとめ会員各社等へ配布した他、3月14日（金）午後1時30分からJVA会議室において記者発表会を開催し、一般へ公表した。またその一部を協会ホームページに掲載し一般公開している。

以下に本報告の概要を掲載する。

<2013年（1月～12月）の実績について>

1. 2013年のビデオソフトの総売上は2517億7000万円で前年比97.4%となった。（図1）

ビデオソフトの総売上金額をメディア別に見てみると、DVDビデオが1629億8800万円で前年比87.2%と前年を割り込む一方で、ブルーレイが887億8200万円で前年比124.1%と伸長したが、DVDビデオの落ち込みをカバーするまでには至らなかった。DVDビデオとブルーレイの売上金額における構成比は64.7：35.3となり、前年の72.3：27.7と比較してみてもブルーレイの存在感が増大してきている。（表1）

2. ビデオソフト全体の売上金額を流通チャネル別に見てみると、「販売用」「レンタル店用」「業務用」のそれぞれの割合は、72.9：26.6：0.4となり、年々「販売用」の比率が増してきている（前年の比率は70.7：28.8：0.5）。（表4）

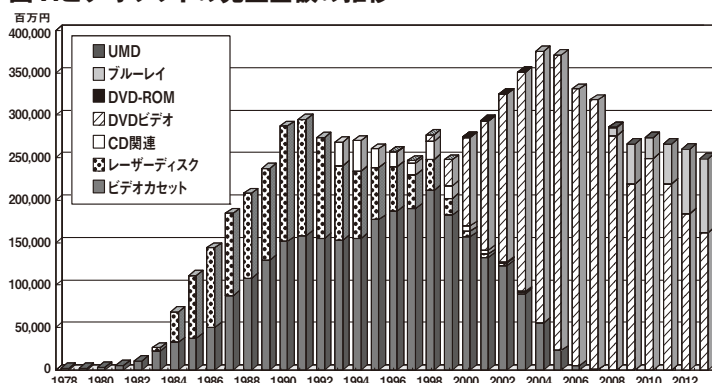
3. ビデオソフト全体（DVDビデオとブルーレイの合計）の「販売用」の売上金額は1836億3100万円で前年比100.5%となり、前年をわずかに上回った。「販売用」の上半期の前年同期比は103.6%だったのに対し下半期が97.8%と割り込んだ。特に下半期のDVDビデオの「販売用」が前年同期比81.7%と落ち込み、これが年間通しての「販売用」の伸長にブレーキを掛けた形となった。

「販売用」の全体金額におけるDVDビデオとブルーレイの割合は54.1：45.9となり、ブルーレイの割合が半分近くまでに増大してきている。（図2、表4）

4. ビデオソフト全体の「販売用」の売上金額をジャンル別に見てみると、『日本のアニメーション（一般向け）』が33.3%を占めて構成比1位、前年比114.8%と好調だった。構成比2位は『音楽（邦楽）』で26.6%を占めたが前年比96.9%と前年には及ばなかった。また構成比11.1%を占めて3位となった『洋画』も前年比90.1%にとどまった。4位（構成比6.1%）の『邦画』は同128.1%と伸長した。（表5）

ジャンルごとの売上金額に占めるブルーレイの割合

図1.ビデオソフトの売上金額の推移



▼表1.ビデオソフトの売上金額

摘要	合計金額	構成比	前年比	合計数量	構成比	前年比
DVDビデオ	162,988	64.7%	87.2%	62,720,185	76.5%	91.6%
ブルーレイ	88,782	35.3%	124.1%	19,310,531	23.5%	118.7%
業ビデオソフトの 総売上務用	251,770	100.0%	97.4%	82,030,716	100.0%	96.8%

▼表2.DVDビデオの流通チャネル別売上

	DVDビデオの売上金額			DVDビデオの売上数量		
	金額	構成比	前年比	数量	構成比	前年比
販売用（個人向）	99,367	61.0%	86.3%	33,306,124	53.1%	92.2%
レンタル店用（個人向）	62,678	38.5%	88.8%	29,014,029	46.3%	90.9%
業務用	943	0.6%	78.3%	400,032	0.6%	103.8%

▼表3.ブルーレイの流通チャネル別売上

	ブルーレイの売上金額			ブルーレイの売上数量		
	金額	構成比	前年比	数量	構成比	前年比
販売用（個人向）	84,264	94.9%	124.7%	17,287,219	89.5%	121.6%
レンタル店用（個人向）	4,411	5.0%	111.6%	1,987,503	10.3%	97.8%
業務用	107	0.1%	324.2%	35,809	0.2%	292.8%

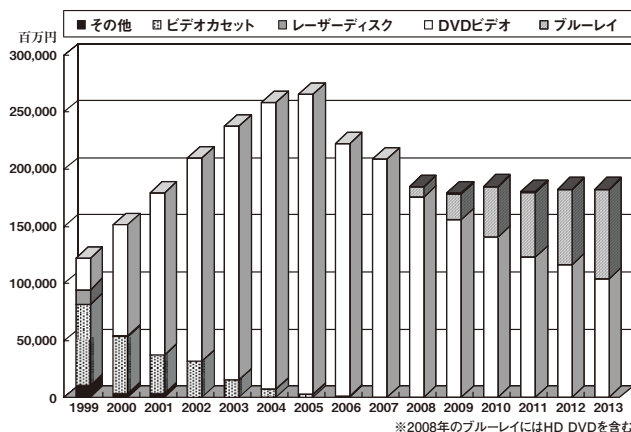
▼表4.ビデオソフト全体の流通チャネル別売上

	ビデオソフト全体の売上金額			ビデオソフト全体の売上数量		
	金額	構成比	前年比	数量	構成比	前年比
販売用（個人向）	183,631	72.9%	100.5%	50,593,343	61.7%	100.5%
レンタル店用（個人向）	67,089	26.6%	90.0%	31,001,532	37.8%	91.3%
業務用	1,050	0.4%	84.8%	435,841	0.5%	109.6%

<本調査についての注意点>

- 本調査は、JVA正会員社が発売、販売するビデオソフトの出荷段階の売上をまとめている。
- 返品分は、金額、数量ともに調査時点において差し引いている。
- ブルーレイとDVDビデオのコンボ作品はブルーレイにカウントしている。
- ジャンル分けの「日本の子供向け（アニメーション）」などにある「子供向け」とは、目安として10歳以下の子供を対象とした作品としている。

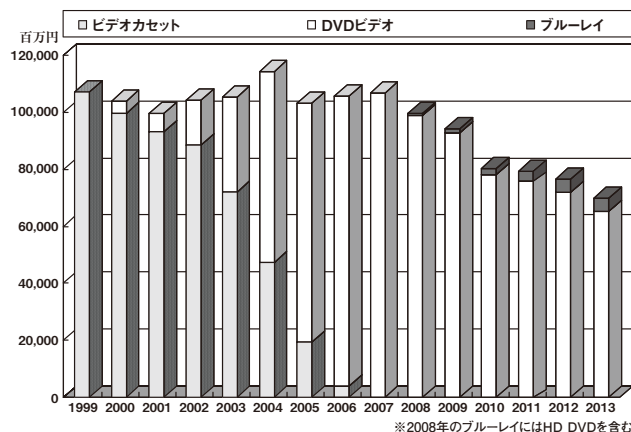
図2.「販売用」売上金額の推移(メディア別)



を見てみると、『日本のアニメーション（一般向け）』は前年の68.1%から73.9%と上昇し、DVDビデオからブルーレイへの移行が一層進んでいる様子が見える。また『音楽（邦楽）』も16.7%から29.5%へ増大、『邦画』も32.4%から38.1%に上昇してきている。一方で『洋画』は52.5%から52.8%と変化は少ないが、過半をブルーレイが占めている。

5. ブルーレイ全体の売上金額における「販売用」「レンタル店用」「業務用」の割合は、94.9：5.0：0.1で、相変わらず「販売用」の売上が圧倒的に高くなっている。それぞれの前年比は「販売用」が124.7%、「レンタル店用」が111.6%、「業務用」が324.2%といずれも大きな伸長が続いている。（表3）

図3.「レンタル店用」売上金額の推移(メディア別)



6. ブルーレイの「販売用」売上金額をジャンル別構成で見ると、構成比1位は53.6%を占める『日本のアニメーション（一般向け）』で、前年比も124.6%と好調が続いている。またこれに続く『音楽（邦楽）』も17.1%を占め、前年比170.6%と大きな伸長を示している。3位（構成比12.8%）の『洋画』は同90.6%と前年を割り込むこととなったが、4位（同5.0%）の『邦画』は前年比150.6%、5位（同4.1%）の『日本のTVドラマ』も同133.2%となるなど少しずつジャンルの広がりが感じられる結果となった。（表7）

7. DVDビデオの売上金額における「販売用」「レンタル店用」「業務用」の割合は、61.0：38.5：0.6で、前年と比較して大きな構成比の変化はなかった。それぞれの流通チャンネル別売上金額の前年比は86.3%、88.8%、78.3%

で、いずれも前年を1割以上割り込んだ。（表2）

▼表5.ビデオソフト全体(DVDビデオ+ブルーレイ)の流通チャンネル別ジャンル別売上

百万円

ジャンル	販売用	構成比	前年比	レンタル店用	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	11,133	6.1%	128.1%	9,622	14.3%	95.7%
日本のTVドラマ	9,537	5.2%	92.5%	4,225	6.3%	74.3%
洋画(TVドラマを除く)	20,411	11.1%	90.1%	15,038	22.4%	93.7%
海外のTVドラマ	6,297	3.4%	96.0%	8,640	12.9%	91.8%
アジアの映画	1,019	0.6%	67.1%	679	1.0%	56.1%
アジアのTVドラマ	3,097	1.7%	59.8%	7,623	11.4%	85.5%
日本のアニメーション(一般向け)	61,062	33.3%	114.8%	13,167	19.6%	98.3%
海外のアニメーション(一般向け)	2,868	1.6%	121.0%	1,466	2.2%	79.6%
日本の子供向け(アニメーション)	3,377	1.8%	109.1%	2,732	4.1%	67.9%
日本の子供向け(アニメーション以外)	2,469	1.3%	111.6%	847	1.3%	77.2%
海外の子供向け(アニメーション)	1,086	0.6%	99.8%	697	1.0%	120.6%
海外の子供向け(アニメーション以外)	5	0.0%	83.3%	0	0.0%	—
音楽(邦楽)	48,802	26.6%	96.9%	4	0.0%	21.1%
音楽(洋楽)	1,348	0.7%	44.0%	3	0.0%	6.7%
ビデオカラオケ	42	0.0%	116.7%	0	0.0%	—
芸能・趣味・教養	8,527	4.6%	81.5%	1,733	2.6%	85.2%
スポーツ	482	0.3%	92.9%	15	0.0%	88.2%
学校教育・企業教育・語学教育	159	0.1%	50.0%	3	0.0%	—
成人娯楽	5	0.0%	100.0%	1	0.0%	—
その他	1,905	1.0%	180.2%	594	0.9%	421.3%
計	183,631	100.0%	100.5%	67,089	100.0%	90.0%

8. DVDビデオの「販売用」の売上金額は993億6700万円で前年比86.3%となった。これをジャンル別の構成で見ると、構成比1位は『音楽（邦楽）』で34.6%を占めたが、好調だった前年に比べると前年比82.1%と奮わなかった。第2位（構成比16.0%）の『日本のアニメーション（一般向け）』も、ますますブルーレイへの移行が進んでいることから前年比は93.9%にとどまった、第3位（構成比9.7%）の『洋画』も同89.5%、第4位（構成比7.9%）の『芸能・趣味・教養』も同81.2%にとどまった。（表6）

9. ビデオソフト全体（DVDビデオとブルーレイの合計）の「レンタル店用」の売上金額は670億8900万円で前年比90.0%だった。（表4、図3）

このうちDVDビデオの「レンタル店用」の売上金額は626億7800万円で前年比88.8%となり、ビデオソフト全体の「レンタル店用」の93.4%を占めた。売上金額をジャンル別に見てみると、構成比1位は20.7%を占めた『日本のアニメーション（一般向け）』だったが、前年比は98.8%とわずかに前年を下回った。2位（19.4%）は『洋画』となったが同89.2%、3位（14.0%）の『邦画』も同94.0%、4位（13.8%）の『海外のTVドラマ』も同91.8%となり、ほぼすべてのジャンルにおいて前年を下

回る事となった。DVDビデオの「レンタル店用」の売上数量においては、2901万4029枚で前年比90.9%となった。レベニューシェアリングの導入率の高い『洋画』（構成比22.1%、前年比88.8%）、『海外のTVドラマ』（同22.0%、105.7%）、『アジアのTVドラマ』（同21.3%、80.9%）が上位を占め、この3ジャンルで全体の65.4%を占めた。（表6）

一方、ブルーレイの「レンタル店用」の売上金額は44億1100万円で、「レンタル店用」全体の6.6%を占めるに過ぎない。ジャンル別売上金額の構成では『洋画』が65.6%、『邦画』が18.9%を占め、この2つのジャンルに集中している。（表7）

以上

▼表6.DVDビデオの売上金額

百万円

ジャンル	合計金額	構成比	前年比	販売用	構成比	前年比	レンタル店用	構成比	前年比
邦画（TVドラマを除く）	15,916	9.8%	103.0%	6,894	6.9%	117.3%	8,789	14.0%	94.0%
日本のTVドラマ	10,238	6.3%	76.5%	6,048	6.1%	78.6%	4,179	6.7%	73.8%
洋画（TVドラマを除く）	21,843	13.4%	89.4%	9,636	9.7%	89.5%	12,144	19.4%	89.2%
海外のTVドラマ	13,643	8.4%	91.9%	5,014	5.0%	92.0%	8,625	13.8%	91.8%
アジアの映画	1,250	0.8%	56.8%	635	0.6%	62.4%	614	1.0%	51.9%
アジアのTVドラマ	10,359	6.4%	77.4%	2,738	2.8%	61.0%	7,621	12.2%	85.6%
日本のアニメーション（一般向け）	29,124	17.9%	95.8%	15,909	16.0%	93.9%	12,944	20.7%	98.8%
海外のアニメーション（一般向け）	2,513	1.5%	81.1%	1,238	1.2%	78.8%	1,210	1.9%	82.3%
日本の子供向け（アニメーション）	5,804	3.6%	86.3%	3,068	3.1%	114.1%	2,690	4.3%	67.5%
日本の子供向け（アニメーション以外）	2,428	1.5%	85.0%	1,582	1.6%	89.9%	844	1.3%	77.2%
海外の子供向け（アニメーション）	1,689	1.0%	108.7%	1,008	1.0%	101.5%	672	1.1%	121.5%
海外の子供向け（アニメーション以外）	5	0.0%	83.3%	5	0.0%	83.3%	0	0.0%	—
音楽（邦楽）	34,548	21.2%	82.3%	34,426	34.6%	82.1%	4	0.0%	21.1%
音楽（洋楽）	1,053	0.6%	40.5%	1,047	1.1%	41.0%	3	0.0%	6.7%
ビデオカラオケ	45	0.0%	104.7%	42	0.0%	116.7%	0	0.0%	—
芸能・趣味・教養	9,566	5.9%	81.7%	7,828	7.9%	81.2%	1,726	2.8%	84.9%
スポーツ	492	0.3%	94.3%	477	0.5%	94.5%	15	0.0%	88.2%
学校教育・企業教育・語学教育	263	0.2%	39.9%	158	0.2%	49.7%	3	0.0%	—
成人娯楽	6	0.0%	120.0%	5	0.0%	100.0%	1	0.0%	—
その他	2,203	1.4%	215.6%	1,609	1.6%	183.0%	594	0.9%	421.3%
計	162,988	100.0%	87.2%	99,367	100.0%	86.3%	62,678	100.0%	88.8%

※「その他」のジャンルは不明分を含む

▼表7.ブルーレイの売上金額

百万円

ジャンル	合計金額	構成比	前年比	販売用	構成比	前年比	レンタル店用	構成比	前年比
邦画（TVドラマを除く）	5,072	5.7%	144.4%	4,239	5.0%	150.6%	833	18.9%	119.2%
日本のTVドラマ	3,540	4.0%	133.8%	3,489	4.1%	133.2%	46	1.0%	219.0%
洋画（TVドラマを除く）	13,669	15.4%	95.4%	10,775	12.8%	90.6%	2,894	65.6%	119.2%
海外のTVドラマ	1,298	1.5%	115.8%	1,283	1.5%	116.0%	15	0.3%	100.0%
アジアの映画	449	0.5%	84.7%	384	0.5%	76.5%	65	1.5%	232.1%
アジアのTVドラマ	361	0.4%	51.0%	359	0.4%	52.1%	2	0.0%	10.5%
日本のアニメーション（一般向け）	45,456	51.2%	124.3%	45,153	53.6%	124.6%	223	5.1%	74.6%
海外のアニメーション（一般向け）	1,886	2.1%	161.2%	1,630	1.9%	204.0%	256	5.8%	69.0%
日本の子供向け（アニメーション）	351	0.4%	78.0%	309	0.4%	75.7%	42	1.0%	100.0%
日本の子供向け（アニメーション以外）	890	1.0%	194.7%	887	1.1%	195.8%	3	0.1%	75.0%
海外の子供向け（アニメーション）	103	0.1%	85.8%	78	0.1%	82.1%	25	0.6%	100.0%
海外の子供向け（アニメーション以外）	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—
音楽（邦楽）	14,386	16.2%	170.5%	14,376	17.1%	170.6%	0	0.0%	—
音楽（洋楽）	313	0.4%	61.9%	301	0.4%	59.5%	0	0.0%	—
ビデオカラオケ	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—
芸能・趣味・教養	706	0.8%	85.9%	699	0.8%	85.1%	7	0.2%	—
スポーツ	5	0.0%	35.7%	5	0.0%	35.7%	0	0.0%	—
学校教育・企業教育・語学教育	1	0.0%	—	1	0.0%	—	0	0.0%	—
成人娯楽	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—
その他	296	0.3%	166.3%	296	0.4%	166.3%	0	0.0%	—
計	88,782	100.0%	124.1%	84,264	100.0%	124.7%	4,411	100.0%	111.6%

※「その他」のジャンルは不明分を含む

第331、332 回定例理事会開催報告

第331回定例理事会は、2月4日（火）午後2時より協会会議室において開催された。

議事の要旨は次の通り。

第1号議案 2014年度事業計画書（案）承認の件…承認

第2号議案 出向者人事（案）承認の件…承認

第3号議案 「2014年度音楽著作権管理者養成講座」開催の後援名義使用承認の件…承認

その他、報告事項は次の通り。

各分会報告について、2013年上期・下期私的録画補償金分配額について、2014年賀詞交歓会開催結果について、画像デザインに関する意匠権拡大についての意見提出について、2013年12月度ビデオソフト売上速報について、2013年12月度映像配信統報告について、DVD・BD

ハード出荷実績について、その他、海外コンテンツ流通促進機構（CODA）の海賊版対策に向けた取り組みについて、映連年間統計、レコ協年間統計、5月9日開催予定の第38回JVAゴルフコンペ概要について。

第332回定例理事会は、3月4日（火）午後2時より協会会議室において開催された。

議事の要旨は次の通り。

第1号議案 2014年度収支予算書（案）承認の件…承認
その他、報告事項は次の通り。

各分会報告について、2013年統計調査報告書について、2014年1月度ビデオソフト売上速報について、2014年1月度映像配信統報告について、その他。

著作権関連 COPYRIGHT

「非営利無料の映画の上映に関する諸外国の法制度とその運用」については、昨年8月号の本誌で、フランスについて獨協大学の長塚真琴先生に解説いただいた。本号では、世界で最初の著作権法「アン・アクト」の母国であるイギリスについて明治大学の今村哲也先生に、フランスとともに大陸法系の主要国であるドイツについて中央大学の堀江亜以子先生に解説をお願いした。

寄稿：「イギリスにおける映画の著作物の非営利上映について」

明治大学コミュニケーション学部准教授 今村 哲也

はじめに一本稿の目的

我が国では、映画の著作物を上映することは、著作権者の許諾権の対象に含まれる上映権の侵害になるのが原則である。しかし、非営利、無償、無報酬といった一定の要件を満たす行為については、非営利上映として適法となる（38条1項）。この規定の背景には、社会が著作物を享受する機会を増やす点で望ましいという考慮があるが、他方で、現行法制定時には、たとえば、町中での上映会といった状況も、それほど容易には行われていなかったという前提事実もある¹。ところが、今日では、ビデオやDVDの媒体や簡易な上映の設備が普及したため、誰でも容易に上映会を開催できる状況にあり、商業的な上映との競合が問題となる場合も考えられる。こうした状況に対する立法的な対応に関しては、適用範囲をより限定することも含めて（例：「行政・司法・立法目的の上映」、「学校等の授業での上映」に限定する）、かねてから議論があるところである²。

本稿では、ビデオソフトの利用に関して、おそらく我が国と概ね同程度の社会的状況であると推察されるイギリスの著作権法の下で、映画の著作物の上映（特に非営利性との関係）が、どのような取扱いがなされているのかを整理し、上記に述べたような問題に対して、比較法的示唆を得ることを

目的とする。具体的には、映画の著作物に関する権利関係を概観した上で、上映権の適用範囲と制限規定について解説しつつ、得られた若干の示唆について最後に触れる。なお、映画が放送を通して伝達されるような場合、イギリスでは「公衆への伝達権」に関係する問題も生じる。本稿でも、部分的に言及するが、典型的には、映画の著作物が収録されたビデオソフトを観客の目前で再生する上映のケースを念頭に置きながら解説する。

1. 映画の著作物の上映をめぐる権利関係

映画は、著作物として保護の対象となっている（1988年CDPA³ 3条。以下、単に条文番号を示す場合には、この法律の条文を示すものとする）。法律では、「何らかの手段で動く映像を再生することができるあらゆる媒体における収録物」と定義されている（5条B）。定義上、映画は、収録された内容が著作物であるかどうかにかかわらず、著作物として保護される。ただし、既存の映画から複製した映画が、独立して著作権の保護を受けることはない（5条B（4））。

映画の著作権者は、映画を公に上映することを許諾する権利を有している（19条（3））。無断で公に上映すると、映画の著作権の侵害になる。また、映画作品には、構成要素と

¹ 文化庁著作権課「映画の著作物」の「非営利・無料の上映」に関する考え方（平成14年11月27日）＜http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/bunka/gijiroku/013/021102a.htm>。

² 文化審議会著作権分科会法制問題小委員会（第7回）議事要旨（平成14年11月27日）＜http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/bunka/gijiroku/013/021201b.htm>。

³ Copyright Design and Patent Act 1988, c.48。

しての小説や演劇その他の発行済の著作物（シナリオ、台本など）、音楽（サウンドトラックの音楽など）、美術作品（舞台装置のデザインなど）などの著作物も含まれる。映画の製作者はこれらの権利を処理することが必要である。

他方、映画により著作物を提供するという行為は、映画に収録されている著作物の「実演」に含まれる（19条（2）（b））。そのため、収録された内容に著作物が含まれている場合において、映画を公に上映することは、これらの著作物の著作権を侵害することも考えられる（19条（1））。

なお、実演家の承諾を得て映画が作成された場合、実演家は映画の上映について許諾権を有しないので、本稿で想定しているような状況において、実演家の上映権の侵害の問題は基本的に生じない（187条参照）。

2. 公の上映等における「公（in public）」の概念

映画の著作物の上映、その他の著作物の実演に関して、上映権の侵害になるのは、それが公になされた場合のみである。立法の際、政府としては家庭内又はそれに準じる範囲を除いたすべての利用を対象に含めて定義することが求められたが、そのような定義は設けずに、裁判所にその判断を委ねることにしたとされる⁴。いずれにしても、本稿で問題としているビデオソフトの上映に関して、著作権の侵害となるかどうかについては、公という概念の解釈が重要な要素となる。

公の判断について有効なテストとして言われているものは、第一に、観客の結びつきが、家庭内又は個人的な関係によるものなのかどうか、それとも公衆としての生活の側面によるものなのか、というものである⁵。

第二に、著作権者に対する影響も、重要な要素として考慮されるといわれる。著作権者からみて、当該観客を公衆の一部として認めることが妥当である場合、なかでも、通常何らかの形式で料金を支払っているという状況であれば、実演等が公になされたことを示唆する、といわれる⁶。この第二の解釈の方向性は、オーストラリアの判例（ホテルの個室におけるビデオの無料視聴サービスに対する訴訟）に端を発する傾向のようであるが、公という制定法上の要件を、合計すれば公衆となること、あるいは、商業目的で個人的に利用される場合と広く解する結果となると指摘されている⁷。このように権利者に有利な解釈の方向性があるのは、同条の文言を解釈する上で、著作物が創作したものの価値を保護するという観点から重要な要素となると理解されている、という事情がある⁸。

観客の相互の結合関係の性質や、著作権者に対する影響のほかにも、さまざまな要素が考慮されるが、事案ごとの判断によるところが大きく、どれも公かどうかの判断において決定的要素を示すものではない。公衆一般が自由に参加できる場合には、ほとんどのケースで公となるが、クラブの構成員やそのゲストのように、公衆の一部に限定されている場合で

も、公となりうるといわれる⁹。他方で、ゲストとしての観客がいるからといって、必ずしも公の実演等にはならないともいわれる。また、観客の人数も重要な要素であるが、少数であっても、公に該当する場合はあるとされる¹⁰。実演等について、金銭的利益が発生したかどうか、考慮要素にはなるが、決定的なものではないし、入場料の有無については、ほとんど重要な要素ではないようである¹¹。そして、実演等の場所も、個人の家でそれがなされたり、逆に公共の場所でそれがなされたりなど、ケースバイケースであるため、公かどうかの判断について、決定的な要素にはならないようである¹²。

以下、イギリスの代表的な著作権法のテキストに示されていた公の実演等に関する事例のなかから公に該当すると認定された幾つかのものを紹介する¹³。ただし、公の判断は、いずれもそれぞれの事案の事実関係にもよる。

- ・村の婦人会が演劇の実演を行ったが、実演者はすべて近隣の婦人会の構成員であり、構成員以外は出席せず、入場料も必要なかった事例（ただし、事実上すべての成人女性がその婦人会に加入する資格を有していた）¹⁴。
- ・作業時間中に工場で労働者にスピーカーで音楽レコードやラジオを演奏した事例¹⁵
- ・一般公衆が視聴できない状況で、11名の被用者の前で、説明のためにビデオカセットを上映した事例¹⁶
- ・ホテルのラウンジでオーケストラ用音楽を演奏していた場合において、聴衆はホテルの滞在者と食事をしていた一般人であったという事例¹⁷
- ・パブの空きスペースでテレビを上映した事例¹⁸
- ・社交クラブのメンバーとそのゲストからなる聴衆に対して音楽を演奏した事例¹⁹
- ・レコード売上の向上を目的と効果にして、一般人が入場料も招待もなしに出入りするレコード店でレコードを演奏していた事例（大部分のレコード店経営者は同様の場合にレコード演奏を停止せずに必要なライセンス料を支払っていたという事実が存在した）²⁰

3. 上映権に関する例外規定

1988年CDPAは、各種の著作権の例外規定を置いている。ここでは、映画の著作物の上映権との関係で適用される可能性がある幾つかの規定について説明する。

（1）教育機関における教育目的での映画の上映

教育機関において、教師及び生徒、教育機関の活動に直接関係する者からなる観客に対して、教育（instruction）を目的として、映画を上映することは、著作権侵害との関係では、公への上映に該当せず、映画の著作権侵害を構成しない（34条（2））。放送や録音物も同様）。映画以外の著作物についても、類似の例外規定が存在する（34条（1））。なお、生徒の親であるからといって、必ずしも教育機関の活動

⁴ Laddie, Prescott and Vitoria, *The Modern Law of Copyright and Designs*, vol.1 (4rd edn, LexisNexis Butterworth, 2011) p.742 (以下、Laddie et alとする)。 ⁵ K Garnett, J R James & G Davies, *Copinger and Skone James on Copyright* (16th edn, London: Sweet & Maxwell, 2011) p.499.(以下、K Garnett, et alとする) ⁶ K Garnett, et al, p.500. ⁷ Laddie et al, p.742. ⁸ See, K Garnett, et al, p.500 ⁹ Ibid. ¹⁰ Ibid. ¹¹ Ibid. ¹² Ibid. ¹³ Ibid, pp.500-501. ¹⁴ Jennings v Stephens [1936] Ch.469. ¹⁵ Ernest Turner, etc. Ltd v Performing Right Society Ltd [1943] Ch. 167. ¹⁶ Australian Performing Right Association Ltd v Commonwealth Bank of Australia (1992) 25 I.P.R. 157. ¹⁷ Performing Right Society Ltd v Hawthornes Hotel (Bournemouth) Ltd [1933] Ch.855. ¹⁸ Football Association Premier League Ltd v QC Leisure [2008] EWHC 1411 (Ch). ¹⁹ Performing Right Society Ltd v Rangers F.C. Supporters Club [1975] R.P.C. 626. ²⁰ Performing Right Society Ltd v Harlequin Record Shops Ltd [1979] 1 W.L.R. 851.

に直接関係する者とはいえないという注意規定が存在する（34条（3））。たとえば、授業の過程で必要な映画を観る場合、上映権の許諾は必要ないことになろう。これに対して、教師及び生徒が観客であったとしても、娯楽映画を鑑賞するような場合には、教育目的とはいいがたいので、許諾が必要となる²¹。

(2) フェア・ディーリング(公正使用)

1988年CDPAは、①非商業的な研究又は私的学習の目的（29条）、②批評又は評論の目的（30条（1））、③時事の報道の目的（30条（2））の利用を著作物の「フェア・ディーリング（公正利用）」とし、これらに該当する利用行為は、著作権侵害に該当しないとす。この3つのタイプのうち、非商業的な研究又は私的学習の目的のフェア・ディーリングについては、映画の著作物の利用は対象に含まれていない。映画の著作物についてフェア・ディーリングが成立する余地があるのは、②批評又は評論の目的、③時事の報道の目的の場合の利用である。

フェア・ディーリングが成立するための「フェア」の判断には、さまざまな要素が考慮される。フェアの定義について明確な基準を示すことは不可能であるが、（a）権利者による著作物の利用と商業的に競合するかどうか、（b）著作物の状態（公表されているか、されていないか）、（c）利用された著作物の量及び重要性は、特に重要な要素であると指摘されている²²。なお、フェア・ディーリングが成立するためには、十分な出所明示を行う必要があるが、録音物、映画又は放送を時事の事件を報道する場合には、一定の要件の下で、出所明示を不要としている（30条（3））。

したがって、映画の著作物の上映についても、批評又は評論の目的や、時事の報道の目的としてなされる場合には、フェア・ディーリングとして権利者の許諾を得なくてよい場合があると思われる。ただ、利用目的が限定されていることや、フェアの要件を考慮すると、映画そのものを全体として上映する行為がフェア・ディーリングとして許される場合は、想定しにくい。

(3) その他の例外規定

映画の上映との関係で適用される余地もあるものとしては、著作権資料の付随的挿入（31条）、議会手続及び裁判手続など一定の手続を目的とした利用（45条、46条）、法定の権限に基づいて行われる行為（50条）に関する規定がある。

なお、放送が視聴される場所への入場について料金を支払っていない観客に放送を公に上映することは、放送、放送に挿入されている一定の録音物、放送に挿入されている映画の著作権を侵害しない（72条（1）（a）-（c））。ただし、放送等に含まれる文芸、演劇、音楽又は美術の著作物には、同規定の適用はない²³。結果として、文芸、演劇、音楽又は美術の著作物を全く含まない放送でないかぎり、パブやカフェなどで放送を視聴さ

せる場合には、一定のライセンス処理が必要となる²⁴。なお、映画が含まれる放送を公衆に見せるような場合（例：パブでサッカーの試合の放送をみせる）、イギリスの法律では、公の上映権（19条（3））と公衆への伝達権（20条）の2つの権利が重複的に問題となる可能性があるようだが、映画に関して上記の72条（1）（c）が適用されるのは公の上映権であり、公衆への伝達に関しては適用されないとした最近の判例がある²⁵。

4. 上映のライセンス

映画等を含むビデオソフトについて、公の上映に該当する場合には、権利者からライセンスを得る必要がある。ライセンスの管理をする団体がある場合、それらに申請をすることになる。DVDなどに収録されている映画やテレビ番組のコンテンツを施設やイベントなどで上映する場合、Motion Picture Licensing Company（MPLC）²⁶あるいはFilmbank²⁷などの組織からライセンスを得ることができる場合がある。また、映画に音楽が含まれている場合には、PRS for Music²⁸等からのライセンスも必要となる。ミュージックビデオを上映する場合には、PRS for Musicおよび Video Performance Limited（PPL）²⁹により運営されている）からライセンスを得られる場合がある。

なお、イギリスでは、通常のライセンスの円滑化と促進を図るための「著作権ハブ（Copyright Hub）」³⁰という仕組みを提供するウェブサイトを構築している。このサイトでは、映画に限らず、各種の著作物の利用について、ライセンスを得る上で必要な情報を提供するポータルサイトの役割を果たしている。誰でも使える仕様を目指しているもので、素人でも閲覧しやすい。今後の更なる発展が望まれる。

まとめ

本稿では、ビデオソフトの利用に関して、イギリスの著作権法の下で、映画の著作物の上映が、どのような取扱いがなされているのかを整理し、考察した。我が国と異なり、上映権の侵害の成否に、非営利性といった要件は特になく、公という概念が上映権侵害を判断する上で重要な役割を果たしていること、さらに、公の概念の解釈について、著作権者への影響という観点を踏まえた実質的な考慮を行う解釈の方向性があることも分かった。

また、イギリスにおける映画に関する著作権の例外規定の適用範囲をみると、日本の権利制限規定と比較して限定的であるように思われる。本稿では紙幅の都合であえて触れなかったが、EU指令との関係で例外規定の再考を迫られてきた経緯もある。他方で、「著作権ハブ」設立の取組みも含めて、できるだけライセンス制度の発展を促進することで、著作物の利用をライセンス市場をベースとして拡大しようとする

21 Laddie et al., p.889. 22 Ibid., p.867. 23 Laddie et al., p.915. 24 K Garnett, et al., pp.656-657. イギリスのTVライセンス(TV Licencing)の制度の中で、一定の著作権処理がなされているのかと推察されるが、詳細は不明であり、今後の課題としたい。 25 Football Association Premier League v QC Leisure [2008] EWHC 1411 (Ch). 26 MPLCのウェブサイト: <http://www.themplc.co.uk/> 27 Filmbankのウェブサイト: <http://www.filmbank.co.uk/> 28 PRS for Music のウェブサイト: <http://www.prsformusic.com/> 29 PPLのウェブサイト: <http://www.ppluk.com/> 30 著作権ハブのウェブサイト: <http://www.copyrighthub.co.uk/> 著作権ハブとは、既に業界ごとに行われている電子的な著作権取引をリンクさせることで、著作権ライセンスを合理化し、クリエイターや権利者とユーザー間の取引を容易にする非営利のシステムのことである。詳しくは、情報通信総合研究所編「平成24年度文化庁委託事業 諸外国における著作物等の利用円滑化方策に関する調査研究報告書」(2013年)207頁以下参照[情報通信総合研究所・今村哲也執筆部分]参照。

る傾向が見てとれる。たしかに、権利の制限規定は、社会が著作物を享受する機会を増やす部分もあるだろう。しかし、他方で、その分野の市場におけるライセンスの発展を阻害し、社会が著作物を享受する機会を実質的に損なうという副作用も考えられる。そのため、権利制限に関しては、他の先進国の立法などもみながら、社会の実態に即した制度設計を検討することが求められるであろう。

○プロフィール

今村哲也(いまむら てつや)
明治大学情報コミュニケーション学部准教授
経歴

早稲田大学大学院
法学研究科博士後期課程研究指導終了(博士(法学))
2006年 明治大学情報コミュニケーション学部専任講師
2010年 明治大学情報コミュニケーション学部准教授
2011年 ロンドン大学クイーンメアリー校ビジティングスカラー
2012年 ロンドン大学高等法学研究所(IALS)
ビジティングフェロー

寄稿:「ドイツにおける非営利上映と権利制限規定について」

中央大学法学部准教授 堀江 亜以子

1. はじめに

わが国の著作権法は、第38条1項において、「公表された著作物は、営利を目的とせず、かつ、聴衆又は観衆から料金(いずれの名義をもつてするかを問わず、著作物の提供又は提示につき受ける対価をいう。以下この条において同じ。)を受けない場合には、公に上演し、演奏し、上映し、又は口述することができる。ただし、当該上演、演奏、上映又は口述について実演家又は口述を行う者に対し報酬が支払われる場合は、この限りでない。」として、無償、非営利、無報酬である場合には、公の無形的再生行為について自由に行うことができる旨を規定している。

これに対し、旧著作権法の制定段階から、日本法に多くの影響を与えてきたと考えられるドイツ法において、公の無形的再生行為に対する権利制限規定は、様相をかなり異にしているように思われる。すなわち、現行のドイツ著作権法第52条は以下のように規定している¹。

「第52条 公衆再生

(1) 公表された著作物を公衆に再生することは、その再生が主催者の営利を目的とせず、参加者が無料でその参加を許され、かつ、著作物の口述又は上演・演奏の場合にあっては実演芸術家(第73条)がいずれも特別な報酬を受けないときは、許される。この再生に対しては、相当なる報酬を支払うものとする。青少年援助、社会扶助、老人介護及び福祉の事業並びに収監者監護の催し、並びに学校行事においては、それら催さないし行事が、社会福祉上又は教育上定められたその目的に基づいて明確に限定された範囲の者にのみ開放されるものと認められるときは、この報酬の義務は、消滅する。ただし、その催さないし行事が第三者の営利を目的とする場合は、このかぎりでない。この場合には、その第三者が報酬を支払わなければならない。

(2) 発行された著作物を公衆に再生することは、教会又は宗教団体の礼拝又は教会の祝典に際しても、許される。ただし、その主催者は、著作者に相当なる報酬を支払わなければならない。

(3) 著作物を公衆に上演し、公衆提供し、又は放送すること、及び映画の著作物を公衆に上映することは、常に権限を有する者の同意を得た場合にかぎり許される。」

上記第52条3項によれば、ドイツでは、いかなる場合においても、映画著作物の上映に際しては許諾を要すると解すべきものである。この点について、実際にどのように解され、またそれはどのような理由によるものかを調べてまとめたのが、本稿である。ドイツの非営利上映に対する考え方を理解する上で、ドイツ著作権法の立法及びその改正過程について知ることが不可欠である。そのため、以下では、まずドイツ著作権法制定の過程について、特に上映権を中心軸に概観し、その後、制限規定の立法・改正過程における議論について述べることにする。

2. ドイツ著作権法の概要と映画著作物

ドイツにおいて映画の上映権が認められたのは20世紀初頭のことである。1871年、当時のドイツ帝国において著作権法が制定され、その後、ベルヌ条約の成立に伴い、「1901年7月19日の文学の著作物及び音楽の著作物の著作権に関する法律(LUG)」、「1907年1月9日の造形美術の著作物及び写真の著作物の著作権に関する法律(KUG)」および「1901年7月19日の出版権に関する法律」が制定された。この時点では、未だ映画については何ら規定されていなかった。しかし、1908年にベルヌ条約ベルリン改正において、当時の新たな複製・再生技術の発展に適應するため、映画の保護についての規定が加えられた。これに対応するため、ドイツは、1910年にLUG及びKUGの改正を行った。LUGには、文学作品を映画に利用する行為に関する権利等が規定され、KUGには、映画そのものについての権利、すなわち、映画著作物の公の上映、複製、頒布に関する権利を含む、映画著作物の権利を規定する第15a条が加えられた。

しかし、KUGに規定された上映権は、あくまでも無声映画を念頭に置いた、映画著作物に表現された内容を映像として再生する行為であり、20世紀前半にトーキー映画が生まれて

¹ 本稿におけるドイツ著作権法の日本語訳は、著作権情報センターのウェブサイトに掲載されている本山雅弘訳(<http://www.cric.or.jp/db/world/germany.html>)による。

くると、映画に含まれる言語表現には権利が及ばず、著作権法の一般原理やLUGの一部規定を適用を要するなど、保護の欠缺を巡って問題が生ずることとなった²。

その後、1965年に当時の西ドイツにおいて新たに成立したのが現行著作権法である。現行法において初めて、映画は統一的な著作物として扱われるようになり、映画音楽の利用などについての一部の例外を除いては、それまでの問題状況は改善された。

現行ドイツ著作権法は、その保護の対象を大きく著作権 (Urheberrecht) と著作隣接権 (Verwandte Schutzrechte) に分けて、それぞれ第1章、第2章として規定し、さらに、これらの規定ではカバーすることが難しいものについて、第3章「映画に関する権利」として、第88条から第95条に特別の規定を置いている。

著作権法によって保護される著作物は、第2条に規定されている。第2条1項は、著作権法の保護対象を「文学、学術、及び美術の著作物」とした上で、特にこれに該当するものを例示的に列挙し、同条2項において、著作物を「個人的かつ精神的な創作のみ」に限定している。映画の著作物は、同条1項6号に挙げられており、ここには「映画の著作物と類似の方法により作成される著作物」も含まれるとする。

ここにいう映画とは、画像あるいは画像と音声の連続であり、写真もしくは写真類似の画像が互いに接して連なっていることによって、動く画像という印象を生じさせるものをいい、この画像と音声の連続によって形成されるものの中に、個人的精神的創作性があるものが映画著作物であると解されている³。また、日本法とは異なり、映画著作物が物理的に固定されることも必須の要件とはされていない⁴。「映画の著作物と類似の方法により作成される著作物」としては、コンピュータゲームや、アニメーションフィルム、マルチメディア製品等が挙げられている。ただし、ゲームに関しては、94条及び95条による動画の保護で足りるとする判例も見られるという⁵。

著作権に含まれるのは、おもに、著作者人格権と利用権である。利用権の通則である第15条は、利用権を、有形的な形態における利用 (第15条第1項) と無形的な形態において公衆に再生する権利 (第15条第2項) とに分類し、第2項に「著作者は、さらに、その著作物を無形的な形態において公衆に再生することについて、排他的権利 (公衆への再生の権利) を有する」とし、同条3項に、「再生は、それが公衆における多数の構成員に向けて行われるとき、公衆への再生であるという。公衆に属する者とは、著作物を利用する者又は他の者で著作物が無形的な形態において知覚可能なものとされ若しくは提供されているものと、個人的な関係によって結ばれていないすべての者をいう。」と規定している。上映権は、同条1項に含まれる権利として、第1号に、口述権、上演・演奏権とともに列挙されている。これらの権利の具体的な内容については、第19条が規定しており、映画の著作物について、第15条3項に規定する「公の再生」が行われる場合に、第19条4項に規定される「上映権」の対象となる。

上映権について、第19条第4項は、「上映権とは、造形美術の著作物、写真の著作物、映画の著作物又は学術的もしくは技術的方法による描写を、技術的装置によって公衆に知覚可能なものとする権利をいう。上映権は、これらの著作物の放送又は公衆提供を公衆に知覚可能なものとする権利 (第22条) を含まない。」と規定する。この第1文により、上映権の対象となる著作物は映画の著作物に限られない反面、脚本や音楽のように、映画著作物の製作に際して利用された著作物には、上映権は及ばないと解されている。また、対象となる再生行為については、KUG第15条1項1文に規定されていた「機械的若しくは光学的装置」による「職業的」な上映に限らず、一般的な「技術的設備」による「公の」上映について、権利が及ぶものとされている⁶。

3. ドイツにおける権利制限規定と上映権

利用権の制限に関しては、第44a条から第63a条までに制限規定が列挙されている。そのうち、既に紹介した第52条が、「公衆再生 (Öffentliche Wiedergabe)」に対する権利の制限について規定している。

公の無形的再生行為に関する権利制限規定として、日本法においても第38条に規定が存在するが、同条1項が、無償、非営利、無報酬による、上演、演奏、上映又は口述については、無許諾かつ補償金の支払いなくして利用可能であることに比較して、ドイツ著作権法52条は、以下のような点が相違する。

1) たとえ無償、非営利、無報酬の無形的再生行為であっても、公に行われるものである限り、報酬を支払うことが原則であること (第1項2文・第2項)

2) 上記の報酬義務を免除される場合が、催ししないし行事の目的等により限定されていること (第1項3文)

3) 舞台における上演、公衆提供、放送、公の上映については、「公表された著作物」 (ein veröffentlichtes Werk) という限定がなされておらず、また再生行為にあたっては「常に」 (stets) 同意が必要とされること (第3項)

1965年の著作権法草案の策定に当たって出された立法趣旨 (Bundestag-Drucksache IV/270) 及び制定当時の条文によれば、第52条は、従来、LUG第27条において規定されていた、非営利目的かつ無償の催しのために利用される場合の権利制限の内容に修正・増減を加えたものである。当初、第52条1項において、権利が制限される公の無形的再生行為として、同項第1号に、無償、非営利かつ無報酬の再生行為は、原則として自由であり、ただし第三者の営利目的の場合には報酬を支払うべきであること、第2項に、教会その他の宗教団体の儀式もしくは行事における公の再生は、報酬の支払いを条件に無許諾で利用しうることを定め、同条第2項 (現在の第3項に当たる) は、その例外としておかれていた。著作物の舞台上の上演、放送及び映画の著作物の公の上映が例外とされた理由として「第2項は現行法 (§ 27 Abs. 2 LUG) に沿ったものであり、これによると著作物の舞台における上演は、上演の自由から除外されている。この例外的取扱い、著作物

2 Schricker " Urheberrecht Kommentar " 3.Auflage, Vor§§88ff. Rdnr6 3 id.1.§2 Rdnr185 4 id.1.§2 Rdnr181 5 id.1.§2 Rdnr183 6 id.1.§19 Rdnr46

の舞台における上演は非常に大きな費用を要するものであり、開催者（興行者）に対し、著作権者に対する使用料の支払いを要求されうるのであるとの考えによる。同様のことが放送及び映画著作物の上映にも該当するため、本草案は、これらの利用行為を舞台上演と同様に扱っている。」と述べている⁷。

第52条が現行に近い内容に改正されたのは、1985年のことである。著作権によって保護されている著作物を無償で公に再生する行為について、青少年の保護、社会扶助、高齢者介護及び福祉事業、収監者監護、並びに特定の学校行事に限って認めるべきである、との趣旨から、旧第1項1号を新たに第1項として、上記の目的の場合を除いて、報酬の支払いを原則として、無許諾での利用を認める内容とし、旧第1項2号を第2項に、旧第2項を第3項に改めた。しかし、その際、公の上映に関しては、何ら議論の対象となっておらず、条文も従来のままである。

その後、2003年改正の際に、第3項に公衆提供が加えられた。これは、著作物をインターネット上において提供する行為は、非常に多くの場合において営利目的なしに行われ、それ故に報酬請求権の承認のみでは、著作権者の権利が過度に縮小されてしまう、という理由からであった⁸。第3項における、公衆提供とそれ以外の再生行為との間において、何らかの整合性が検討された痕跡はなく、映画著作物の公の上映に関しては、学説上も従来の解釈を変えてはいないようである⁹。

以上のことから、ドイツにおいては、映画の公の上映に関しては、一貫して、著作権者の許諾を要するものとされていると考えられる。ただし、映画上映に際して、同時に映画音楽及びその脚本に記された台詞が俳優の実演によって知覚可能化される限りにおいては、第19条4項の上映権ではなく、第21条の録画物又はレコードによる再生の権利の対象となるため、映画音楽の作曲家及び脚本家については第52条の制限が有効とされうると解されている¹⁰。

4. 利用許諾者

ドイツ著作権法は、著作権者について第7条に、「著作権とは、著作物の創作者をいう」と規定し、また第29条1項により、死因処分を理由とする執行における譲渡の場合又は遺産分割の方法によって共同相続人に譲渡される場合を除き、著作権の譲渡は認められないものとしている。このため、著作権者以外のものが著作物を利用するに当たっては、使用权の許与（第31条）によるのが原則であり、職務上創作された著作物についても、著作権者から利用権の許与を受けて利用される。映画の出演者などの実演家については、73条以下に実演芸術家の保護について規定されている。

しかしながら、映画の著作物に関しては、第89条により、映画製作者に、映画の著作物、翻案物その他の映画としての翻案物又は映画の著作物の解作物を、全ての使用方法によ

て使用する排他的権利が許与され、実演芸術家の有する権利についても、第92条により、映画製作者に許与される。

そして、第94条「映画製作者の保護」第1項は、「映画製作者は、映画の著作物が収録されている録画物又は音声付き録画物を、複製し、頒布し、又は公衆への上映、放送若しくは公衆提供のために使用することについて、排他的権利を有する。映画製作者は、さらに、当該録画物又は音声付き録画物の歪曲又は短縮で、それに関する自らの正当な利益を危うくすると評価されるすべてのものを、禁止する権利を有する。」と規定し、さらに第2項において、「この権利は、譲渡することができる。映画製作者は、その録画物又は音声付き録画物を自らに留保された個々の又はすべての使用方法によって使用する権利を、他人に許与することができる。」と規定する。なお、第94条の規定は「動画」（Laufbilder）についても準用される（第95条）。

ドイツにおける映画に関係する著作権管理団体には、Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten (GVL)、Verwertungsgesellschaft für Nutzungsrechte an Filmwerken mbH (VGF)、Gesellschaft zur Wahrnehmung von Film- und Fernsehrechten mbH (GWFF)、Gesellschaft zur Übernahme und Wahrnehmung von Filmaufführungsrechten mbH (GÜFA)の4つが存在するが、これらの団体は、主に複製権及び賃貸権に関する権利管理を主としている。ボルノ映画等の管理をしているGÜFAのみ、上映権についても管理の対象としているようであるが、GÜFAの使用料規程は月単位であり、1回限り無償・非営利の上映に関する扱いについては明らかではない。よって、通常、映画の上映については映画製作者の許諾が必要となる。しかし、映画音楽や脚本については、映画の著作物とは別個の許諾が必要となり、個別の権利について、各々の契約相手との許諾契約を締結しなければならない。映画音楽の再生¹¹行為については、作曲家が音楽著作権の管理団体であるGesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA)にその権利の委譲を行っている場合は、その限りにおいて、GEMAが権利行使に当たっている。実務上、映画館はGEMAとの間に包括的契約を締結しているようである¹²。ただし、上述のとおり、映画音楽及び脚本については、第52条の制限の対象となり得る。

○プロフィール

堀江 亜以子(ほりえ あいこ)

1998年3月 東京都立大学社会科学部研究科
基礎法学専攻博士課程 満期単位取得退学(修士(法学))
1998年4月 東京都立大学法学部助手
2000年4月 福岡大学法学部講師
2005年10月 福岡大学法学部准教授
2014年4月 中央大学法学部准教授
所属学会
日本工業所有権法学会
著作権法学会
日本私法学会

⁷ S. Amtliche Begründung zum Sechsten Abschnitt (Bundestag-Drucksache IV/270) ⁸ BR-Drs. 684/02; Kabinettsbeschluss vom 31. Juli 2002 ⁹ Schricker/Loewenheim "Urheberrecht Kommentar" 4. Auflage 2010, Fromm/Nordemann "Urheberrecht" 10. Auflage 2008, Mestmäcker/Schulze "Urheberrechtskommentar" Band 1.1 § 52 UrhG Rdnr 34, Dreier/Schulze "UrhG" 4. Auflage 2013 § 52 Rn 17 ¹⁰ Mestmäcker/Schulze "Urheberrechtskommentar" Band 1.1 § 52 UrhG Rdnr 35 ¹¹ Fromm/Nordemann "Urheberrecht" 10. Auflage 2008, § 19 Rdnr 28 ¹² id 10, § 19 Rdnr 32

私的録画補償金（クレーム基金）分配申請社について

私的録画補償金は、私的録画補償金管理協会から私的録画著作権者協議会に分配され私的録画著作権者協議会がクレーム基金を控除した残額を映画製作者の各権利者団体を経由して映画製作者に分配されることになっている。地上アナログ放送停波以降は、特定機器・記録媒体のメーカーから私的録画補償金が支払われていないため、補償金分配業務を延期していたが、このたび私的録画著作権者協議会から、私的録画補償金から控除して預かっていたクレーム基金を戻入金として分配する旨の報告があった。従来、クレーム基金からの戻入金は、分配する私的録画補償金に組み入れて分配してきたので、今回も下記の通り分配を行った。

対象期間は、2012年4月1日から9月末日までと、2012年10月1日から2013年3月末日までの期間で、この対象期間に当協会の正会員であり、対象著作物（映像作品）の権利者であって他に該当している申請団体がない（映連や民放連などの他団体と重複していない）権利者から申請を受け付けた。申請は2013年9月末日で締め切れ、2014年2月末に分配を行った。今回、申請があり分配を行った社は以下の7社だった。

NBCユニバーサル・エンターテイメントジャパン（同）／ギャガ(株)／キングレコード(株)／東映ビデオ(株)／(株)パップ／バンダイビジュアル(株)／(株)ポニーキャニオン

違法対策活動 ANTI-PIRACY

「ファイル共有ソフト等を使用した著作権法違反事件」 一斉集中取締りを実施

全国の45都道府県警察は、ファイル共有ソフト等を通じた、映画、音楽、アニメ、漫画、ゲーム、ビジネスソフト等の著作権法違反事件について、平成26年2月25日から27日までの間に一斉集中取締りを実施した。この一斉取締りでは、全国で123箇所を捜索し、33人が逮捕された。このうち、当協会の会員社の作品が関連する事件は下表の10件となった（2月28日午後4時現在）。

ファイル共有ソフト等を使用した著作権法違反の一斉取締りは、平成21年に初めて実施されてから今回で5回目であり、当協会を含め不正商品対策協議会の参画団体も本取締りに協力してきた。同種事犯の効果的な取締りが今後も全国規模で継続され、また一層推進されることが期待されている。

事件概要(JVA関連)

	警察 (所轄)	被疑者			事件概要	
		住所	性別	年齢	ソフト等	コンテンツ種別
1	愛知県警 (豊川警察署)	愛知県 江南市	男性	41	Share	アニメーション
2	茨城県警 (常総警察署)	東京都 目黒区	男性	23	Cabos	アニメーション
3	岐阜県警 (郡上警察署)	愛知県 豊橋市	男性	28	Share	アニメーション
4	群馬県警 (高崎警察署)	徳島県 小松島市	男性	33	Share	アニメーション
5	群馬県警 (前橋警察署)	大分県 大分市	男性	53	Share	アニメーション
6	佐賀県警 (諸富警察署)	熊本県 熊本市	男性	32	Share	アニメーション
7	山口県警・広島県警合同 (広島県佐伯警察署)	広島県 広島市	男性	不明	Share	アニメーション
8	神奈川県警 (鎌倉警察署)	埼玉県 さいたま市	男性	38	Share	アニメーション
9	静岡県警・山梨県警合同 (静岡県富士宮警察署)	静岡県 富士宮市	男性	40	Share	アニメーション
10	栃木県警 (鹿沼警察署)	埼玉県 草加市	男性	31	Share	アニメーション

また1月、2月の間、ビデオレンタル店を中心した違法行為の調査活動としては、群馬県、千葉県、東京都、山梨県、愛知県、滋賀県、大阪府、兵庫県、福岡県、佐賀県、熊本県の151店舗について調査、折衝を行った。調査結果は下表のとおりとなった。

1月～2月 実地調査による調査実績

調査店	151店
営業店数	63店
違法行為	海賊版所持
確認件数	セル用商品のレンタル転用
海賊版確認数	0枚
違法行為確認率	25%

調査状況一覧表

調査地区	内 訳			海賊版・サンプル版頒布所持			セル商品の レンタル転用
	許諾店	無許諾	廃業等	所持店	確認数	回収数	
群馬県	7		4				
千葉県	7		5				1
東京都	1		44				1
山梨県	2	1					2
愛知県	13		3				
滋賀県	9		1				
大阪府	1	1	1				2
兵庫県	5		17				
福島県	15	2	9				7
佐賀県	1						1
熊本県	2						2
合 計	63	4	84	0	0	0	16

インドネシアと台湾でフェア開催

不正商品対策協議会（ACA）が国内で実施している不正商品撲滅キャンペーン「ほんと？ホント！フェア」。CODAではこの海外版を数年前より中国などで実施しているが、本年はインドネシアと台湾で開催した。まず2月1日、インドネシア・ジャカルタ中心部にあるショッピングモール「fXスティルマン」にて、「ほんと？ホント！フェアinジャカルタ」を、日本国文化庁とインドネシア知的財産権総局（DGIPR）の主催で開催した。

ステージ・イベントでは、同国で3代目の「知財大使」に任命されているトップ女優で歌手のブンガ・チトラ・レスタリさん（愛称・BCL）のミニ・ライブとトークショー、DGIPR職員を解説者とした「著作権〇×クイズ」などが行われた。BCLが歌いだすと、ステージ周辺だけでなく、2階の買い物客や従業員も吹き抜けの手すりから身を乗り出して見入るなど、彼女の人気の高さを痛感した。

会場ではまた、正規品と模倣品の比較展示や、コンテンツの利用状況に関するアンケート調査、昨年より放映されている現地初の日本との共同制作特撮ヒーロー番組「ガルダの戦士・ビマ」の特製うちわの配布、テレビ番組や映画、アーティストPVなどの日本コンテンツの上映が行われた。

「fXスティルマン」は、JKT48 Theaterがあり、去年は11月15日から1ヶ月間、日本レコード協会が「J-MusicLAB」をオープンした地元の人気スポット。ASEAN諸国において、日本の政府機関が初めて主催に名を連ねる著作権普及啓発イベントとなったこのフェアには、若年層を中心に延べ3,000人が来場する賑わいを見せ、著作権保護の大切さを幅広くPRする良い機会となった。

2014年度も、ASEANにおいて同様のイベントを継続して開催すべく調整を重ねている。今後もASEANでのCODAの活動にご注目をいただきたい。

また2月22日には、台湾・台北で初の「ほんと？ホント！フェアin台北」が、CODAと台湾国際創意及科技協会（TIFOCAT）の共催、日本国経済産業省の協力等に

より、「華山1914」を会場に開かれた。

台湾は親日的な国民性で知られ、日本コンテンツに興味のある人も多いが、残念ながらその裏返しとして、海賊版のマーケットも大きくなっていった。このため、この3年間CODAは海賊版業者との戦いを続け、現在では店頭で堂々と日本コンテンツの海賊版が売られる事例はほぼなくなっている。車の両輪に例えられる侵害対策と正規流通だが、このように、侵害対策にめどが立った台湾で、次のステップとして正規流通の促進をテーマに、今回のイベントを行ったものである。

当日は、人気アイドルグループ「飛輪海」の辰亦儒（ケルビン）が「日台コンテンツ流通促進大使」に、現地では「天気女孩」として知られているガールズユニット「ウェザーガールズ」が「日台著作権保護大隊」に任命され、桐畑CODA代表も参加して、屋外ステージにて任命式が行われた。

ステージ周辺には、AVEX、KADOKAWA、トーハン、セガ、ソネット、ソニー・コンピュータエンタテインメント、BANDAI、黒剣製作公司などの在台湾日本コンテンツ企業のブースが並び、来場者には、さまざまなジャンルの最新の日本コンテンツを楽しんでもらった。

また、隣接する映画館を借り切り、「日本コンテンツ正規流通の時代～台湾からアジアへ～」をテーマとしたフォーラムも開催。まず、フジテレビジョンの田信癸氏と黒剣製作公司の畑山篤氏を講師として、台湾を起点としたテレビ番組の海外展開についてお話しいただいた。続いて映画監督の陳文彬氏より「映画の中の日台交流」との講演をいただき、日本をテーマにした映画が大変多い台湾で、映画監督としての思いをお話しいただいた。最後に、フジテレビキッズの入江伸子氏より「40年間愛され続けるキャラクター」として、ガチャピンの海外展開等をご紹介いただいた。

今回の台北でのイベントは、「正規流通」へのアプローチとしては小さな一歩かもしれない。しかしながらこの一歩は、日本コンテンツの海外展開の確固たる歩みにつながるものと確信している。

▼一般消費者が参加した著作権〇×クイズ（ジャカルタ）



▼辰亦儒とウェザーガールズを囲んだ屋外ステージ（台北）





キングレコード(株) 佐藤広春氏からのご紹介

●谷野 方英 氏

(株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント 知的財産戦略グループ 契約1部部長)

「シンガポールと沖縄」

最近たまたまシンガポールと沖縄を訪問する機会を得ました。シンガポールは昨年11月のAFA（アニメ・フェス・アジア）2013。沖縄は2月にXファクターのオーディションです。どちらもWEBを含めて様々なメディアで詳しい記事や報告がなされているので、私が今更ご紹介する必要はないのですが、私見を交えた余談、感想などを少しだけお付き合い下さい。

まずはシンガポール、日本から約8時間ですが時差は約1時間（日本が1時間早い）、赤道近くなので11月でも暑い。でも感覚的には日本の真夏と殆んど同じ！日本の夏が熱帯化していることを思わぬところで実感できました。

フェスの会場はショッピング・モールも隣接しているサンテック・コンベンションセンター。コスプレのまま地下鉄に乗ってやって来る若者が多い。日本だとコスプレは会場で「着替える」イメージですが、ここでは家からコスプレ状態で会場に来て、そのままモールで買い物や食事をしている。すれ違う人達にも写真を撮られて楽しそう。ライブを観るとファンの応援の仕方が日本とそっくり。ペンライトの振り付けまで同じで歌も日本語で合唱するなどさすがアニメ・ファンは熱心。スマホで写真バシバシ（一応撮影禁止ですが）なのが国内ライブとの違いといえば違いでした。

ブース・エリアでは刀（或いはソード？）がアイテムとして人気のようで、あちこちのショップで売られていました。進撃の巨人、ワンピース、ロボット系アニメ、ソード・アート・オンラインなどの影響でしょうか。

外に出て街を歩くと高層ビルに不思議なオブジェ様のものがあったり、ビルの谷間に利用されていない土地があたり、或いは敷地の地形に対して妙な角度で建物が建てられたりとちょっと？な街づくりが目につきます。聞けば風水の成せることとか。地元ではビジネスでもプライベートでも、大

切なことには風水が非常に重視されるらしく、そういうことかと納得。また、ユニクロなど洋服店でなぜかダウンジャケットを売っている。冷房ガンガンな建物はあるけれどそこまでは、と思ったがこちらは中国からなどの観光客向けらしい。でも買っている人を見たことはなかったのですが。

続いて沖縄、2月でも春のような気候は過ごし易い。プロ野球のキャンプが6～7球団は来ている模様で、野球観戦を兼ねた観光客も多い。Xファクターの会場はコザ（沖縄市）。米軍基地の直ぐ隣でかつては賑わったようだが、商店街はどの店もシャッターが閉まったまま。しかもかなり以前からのようでシャッター自体も錆びている。夜は多少店も開くのかも知れないが、これがシャッター商店街かと悲しい実態を目の当たりにする。

オーディションは最終段階で、4組が競演していました。長期にわたるブートキャンプ形式のオーディションは日本では初めてではないだろうか。何れの出演者もいつデビューしてもおかしくない程に実力がついている、と素人の私には思えてしまう。テレビ画面で見るとより小ぶりな印象の会場で家族、友人達が応援に駆け付け何だかアットホームな雰囲気での選考でした。多分この原稿が掲載される頃には投票による結果も出ていることかと。

1泊の弾丸ツアーのような訪問なので、今回はブルーシールアイスを食べる機会がなかったのは残念。ゴーヤ、ソーキ、ラフテー、チャンプルー、スーチカーなどなど琉球ネーミングの食事と泡盛は少しだけ堪能できました。

最後に話は全く変わりますが、自宅から歩いて20～30分の地下にあのリーニア新幹線の路線ができ、近くに通気口、退避口もできる計画があるとのこと。ご近所では早くも電磁波や振動などの心配がなされていたり、情報開示のための署名が町内会で回付されたりと自分とは無縁と思っていた超ハイテクを少しは理解しなくてはと思っております。

▼日誌に見る協会の動き

[1月]

- 6日 年初業務開始日
- 8日 新年賀詞交歓会(アルカディア市ヶ谷)
- 14日 関西地区連絡協議会新年賀詞交歓会
- 15日 中部地区連絡協議会新年賀詞交歓会
- 29日 国会図書館からの説明会
- 30日 業務部会幹事会及び新年会

[2月]

- 4日 定例理事会
- ACA企画広報委員会

5日 マーケティング委員会

- 7日 著作権部会及び新年会
- 12日 総合連絡委員会
- 24日 ACA企画広報会議
- 27日 業務部会幹事会

[3月]

- 3日 ACA企画広報会議統計調査委員会
- 4日 定例理事会
- 5日 マーケティング委員会
- 6日 ACA企画広報部会
- 7日 権利者団体対応委員会

7日 著作権部会

- 法制度委員会
- 11日 総合連絡委員会
- 「映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査」DEG合同ミーティング
- 12日 eメディア部会「DECE Ultra Violet説明会」
- 14日 業務使用対策委員会
- 2013年統計調査結果についての記者発表
- 19日 映像配信統計担当者ミーティング
- 26日 統計調査委員会
- 27日 業務部会幹事会

統計

2014年1月度

	1 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千枚)									1 月 ~ 1 月 の 累 計							
	金 額	構成比	前年 同月比	数 量	構成比	前年 同月比	新作数	前年 同月比	売上金額の 増減社数	金 額	構成比	前年 同期比	数 量	構成比	前年 同期比	新作数	前年 同期比
販売用	6,511	57.0%	84.0%	1,813	47.4%	74.0%	434	104.1%	増 15社 減 16社 その他 1社	6,511	57.0%	84.0%	1,813	47.4%	74.0%	434	104.1%
レンタル店用	4,837	42.3%	96.1%	1,994	52.2%	115.7%	472	92.2%		4,837	42.3%	96.1%	1,994	52.2%	115.7%	472	92.2%
業務用	74	0.6%	53.2%	16	0.4%	57.7%	47	276.5%		74	0.6%	53.2%	16	0.4%	57.7%	47	276.5%
DVDビデオ	11,422	68.4%	88.4%	3,823	77.6%	91.0%	953	100.7%	増 18社 減 10社 その他 4社	11,422	68.4%	88.4%	3,823	77.6%	91.0%	953	100.7%
販売用	4,895	93.0%	99.8%	978	88.5%	93.6%	190	132.9%		4,895	93.0%	99.8%	978	88.5%	93.6%	190	132.9%
レンタル店用	363	6.9%	68.8%	125	11.3%	78.6%	50	122.0%		363	6.9%	68.8%	125	11.3%	78.6%	50	122.0%
業務用	7	0.1%	700.0%	2	0.2%	677.1%	0	—		7	0.1%	700.0%	2	0.2%	677.1%	0	—
ブルーレイ	5,265	31.6%	96.9%	1,105	22.4%	91.8%	240	130.4%		5,265	31.6%	96.9%	1,105	22.4%	91.8%	240	130.4%
合 計	16,687	100.0%	90.9%	4,929	100.0%	91.2%	1,193	105.6%		16,687	100.0%	90.9%	4,929	100.0%	91.2%	1,193	105.6%

◎今月の売上報告社数……32社 (*前年同月の報告社数32社 無回答社………1社 ◎売上金額の増減社数……前年同月との比較。その他とは増減なし、または前年同月の報告がない場合
◎DVDビデオおよびブルーレイの新作数の「業務用」には不明分を含む。また「レベニューシェアリング」用の作品数は新作数の合計値から除いている。

2014年2月度

	2 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千枚)									1 月 ~ 2 月 の 累 計							
	金 額	構成比	前年 同月比	数 量	構成比	前年 同月比	新作数	前年 同月比	売上金額の 増減社数	金 額	構成比	前年 同期比	数 量	構成比	前年 同期比	新作数	前年 同期比
販売用	5,985	57.1%	89.2%	2,276	50.0%	111.0%	383	89.3%	増 11社 減 19社 その他 2社	12,496	57.1%	86.4%	4,088	48.8%	90.9%	817	96.6%
レンタル店用	4,408	42.1%	98.6%	2,243	49.3%	118.9%	516	84.6%		9,245	42.2%	97.3%	4,237	50.6%	117.4%	988	88.1%
業務用	81	0.8%	117.4%	30	0.7%	73.5%	32	213.3%		155	0.7%	74.5%	46	0.6%	66.9%	79	246.9%
DVDビデオ	10,474	62.6%	93.1%	4,548	78.1%	114.3%	931	88.3%	増 16社 減 11社 その他 5社	21,896	65.5%	90.6%	8,371	77.8%	102.4%	1,884	94.2%
販売用	5,929	94.8%	113.9%	1,143	89.5%	102.7%	208	99.5%		10,824	93.9%	107.1%	2,122	89.0%	98.3%	398	113.1%
レンタル店用	318	5.1%	134.3%	132	10.3%	150.9%	15	37.5%		681	5.9%	89.1%	256	10.8%	104.3%	65	80.2%
業務用	10	0.2%	500.0%	2	0.2%	147.4%	0	—		17	0.1%	566.7%	5	0.2%	237.0%	0	—
ブルーレイ	6,257	37.4%	114.9%	1,278	21.9%	106.2%	223	89.6%		11,522	34.5%	105.9%	2,383	22.2%	99.0%	463	106.9%
合 計	16,731	100.0%	100.2%	5,825	100.0%	112.5%	1,154	88.6%		33,418	100.0%	95.4%	10,754	100.0%	101.6%	2,347	96.5%

◎今月の売上報告社数……32社 (*前年同月の報告社数32社) 無回答社………1社 ◎売上金額の増減社数……前年同月との比較。その他とは増減なし、または前年同月の報告がない場合
◎DVDビデオおよびブルーレイの新作数の「業務用」には不明分を含む。また「レベニューシェアリング」用の作品数は新作数の合計値から除いている。

異動

● J V A 事務局人事

2014年2月24日付

八十河 恒治 業務部部长

(株)ポニーキャニオンより出向)

佐藤 祝二 前 業務部部长

(株)ポニーキャニオンへ復職)

経産省からのお知らせ

経済産業省大臣官房調査統計審議官より「特定サービス産業動態統計調査」についてのお願いが当協会宛てにきています。本調査の平成26年分の関係用品を J V A 会員社宛てに郵送されたとのことです。平成26年 1 月分からの調査につき、引き続きご協力をお願いいたします。

<問い合わせ先>

経済産業省大臣官房調査統計グループサービス動態統計室
03-3501-1093 (直通)

特定サービス産業動態統計調査についてのURL

<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/tokusabido/index.html>

一般社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2014年4月2日現在

■ 正会員(33 社)

アスミック・エース(株)
(株)アニプレックス
アミューズソフトエンタテインメント(株)
ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)
エイベックス・ピクチャーズ(株)
(株)エスピーオー
(株)NHK エンタープライズ
NBCユニバーサル・エンターテイメントジャパン(同)
(株)KADOKAWA
ギャガ(株)
キングレコード(株)
(株)JVC ケンウッド・ピクチャーエンタテインメント
(株)小学館
(株)ショウゲート
松竹(株)
(株)ソニー・ピクチャーズエンタテインメント
(株)ソニー・ミュージックエンタテインメント
(株)第一興商
TCエンタテインメント(株)
東映ビデオ(株)
東宝(株)
東宝東和(株)
(株)東北新社
20世紀フォックス
ホームエンターテイメントジャパン(株)
日活(株)
(株)バップ
(株)ハピネット
パラマウント ジャパン(同)
バンダイビジュアル(株)
(株)ポニーキャニオン
ユニバーサルミュージック(同)
(株)よしもとアール・アンド・シー
ワーナーエンターテイメントジャパン(株)

■ 協賛会員(20 社)

(株)一丸堂印刷所
(株)IMAGICA
エイベックス・マーケティング(株)
カルチャー・コンビニエンス・クラブ(株)
(株)キュー・テック
(株)金羊社
(株)ケンメディア
(株)JVC ケンウッド・クリエイティブメディア
(株)ジャパン・ディストリビューション
システム
(株)星光堂
ソニー PCL (株)
大日本印刷(株)
東芝デジタルフロンティア(株)
東洋レコーディング(株)
(株)徳間ジャパンコミュニケーションズ
日本出版販売(株)
日本レコードセンター(株)
(株)富士フィルムメディアクレスト
(株)ムービーマネジメントカンパニー
メモリーテック(株)