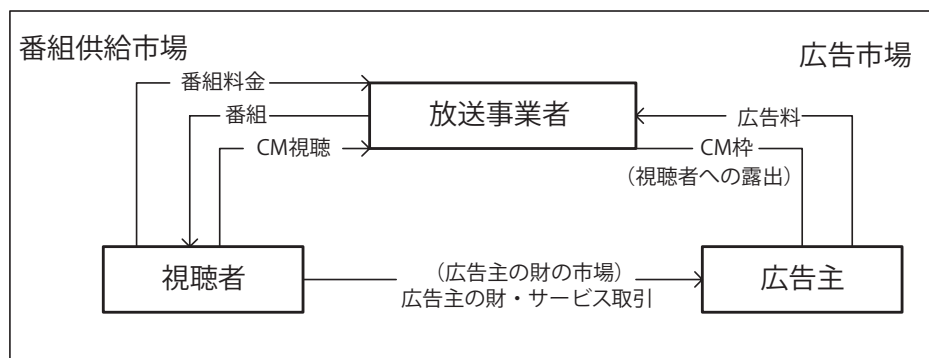


(株)毎日放送 メディア開発局デジタルセンター

そこで、放送をいろいろな角度から整理しながら、今一度、放送番組における著作権について考察する。

また、放送事業者における商品としての広告は、番組本編を提供する形態で放送されるタイム広告および番組と番組の間の時間(ステーションブレイク)を切り売り販売するスポット広告に分けられており、放送番組の製作費はタイム広告からというのがおおまかな構造になっている。



IPSJ Magazine Vol.47 No.2 Feb. 2006 143

放送番組の著作権

次に放送番組における著作権について整理する。著作者が持つ権利は、「人格権」と「財産権」の2つが基本となっており、通常は、著作者人格権と著作権(財産権)を合わせて著作者の権利と呼んでいる。著作権(財産権)および著作者人格権は、著作物を創作した時点で発生し、権利を得るための手続きを一切必要としない無方式主義をとっている(著作権法第17条第2項)。

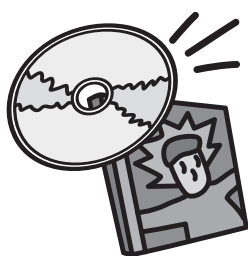
著作権(財産権)は、著作者の財産的利益を保護する権利であり、財産的価値のある著作権は、物権や債権のように、その一部または全部を譲渡したり相続したりすることが可能である(第61条)。したがって、通常、権利が発生した時点では、著作者と著作権者は同一であるが、著作権が譲渡されたり相続されたりすれば、著作者と著作権者は異なることになる。

また、著作者人格権は著作者の人格的利益を保護する権利であり、著作者以外の第三者にこの権利を認めることは適切でないことから、著作者人格権を譲渡したり、相続したりすることはできないとされている(第59条)。

さらに、テレビやラジオドラマの役を演じたり、芝居や音楽の演奏などによって、著作物を世の中に伝える人たちの権利を認め保護する制度として著作隣接権が存在する。著作隣接権は、「実演家」、「レコード制作者」、「放送事業者」、「有線放送事業者」の4者が持つ権利であり、著作隣接権も、著作権と同じで一切の手続きなしで保護される(第89条第5項)。

ところで、映像コンテンツである放送番組は多数の著作権が介在していることから権利の塊といわれている。放送番組を制作するためには、小説、論文、絵画、写真、映画、音楽等の著作物や実演やレコードなどの多数の権利物を利用する必要があるためである。これらの利用については、著作権、著作隣接権、肖像権等の権利が働くため、それぞれの権利者から事前に使用許諾を得る必要がある。このために放送事業者は放送番組の一般的な利用範囲と方法を想定して権利者団体と契約を結び、その範囲に限定した使用許諾を受けるとともに、著作権使用料を支払っている。

著作権者のなかでもモダンオーサーとよばれる番組制



作にかかわるスタッフなどについては、番組制作委託契約によって、契約をかわしている。原作、脚本、音楽などの著作権者であるクラシカルオーサーや実演家としての著作権および著作隣接権、および放送事業者と権利者団体との間で交わしている団体協約についてまとめる。

1)文芸作品(小説、随筆、詩、小説など)

ア)日本文藝家協会(著作権管理事業者)

実務協定で取り決められている事項

- ドラマ化の場合の原作使用料
- 小説(詩および短歌、俳句、川柳など)の使用料
- 小説などの朗読形式の使用料
- 演芸物の原作使用料
- 再放送時の料率
- その他(単独放送の場合の原作使用料、舞台中継の使用料など)

2)放送脚本(ドラマ脚本、構成脚本)

ア)日本脚本家連盟(著作権管理事業者)

実務協定で取り決められている事項

- 執筆委託時の最低脚本料
- 既成脚本を使用する場合の料率
- 演芸著作物の使用料
- 再放送時の料率
- その他脚本執筆についての諸条件
- 地上波局製作番組をBSデジタル社へ番組販売する場合の料率(覚書)

イ)日本シナリオ作家協会(著作権管理事業者)

- 日脚連会員の場合と同様に処理する
- BS社の局制作番組の最低脚本料や地上波番組のBS社への番組販売については、日脚連とは別途の暫定的な取り決め

3)音楽(歌詞・楽曲)

ア)日本音楽著作権協会(著作権管理事業者)

- 放送と放送に付随する限定的な録音については、JASRACとの包括的な協約により処理(外部プロダクションへの発注番組も含む)
- 平成13年度から17年度までの5年間適用する協約を締結

4)商業用(市販)レコード

ア)日本レコード協会(著作権管理事業者)

- レコード放送使用料の包括契約(2次使用および複製使用料)

イ)日本芸能実演家団体協議会(著作権管理事業者)

- レコード放送使用料の包括契約(2次使用および複製使用料)

5)実演家

ア)日本芸能実演家団体協議会(著作権管理事業者)

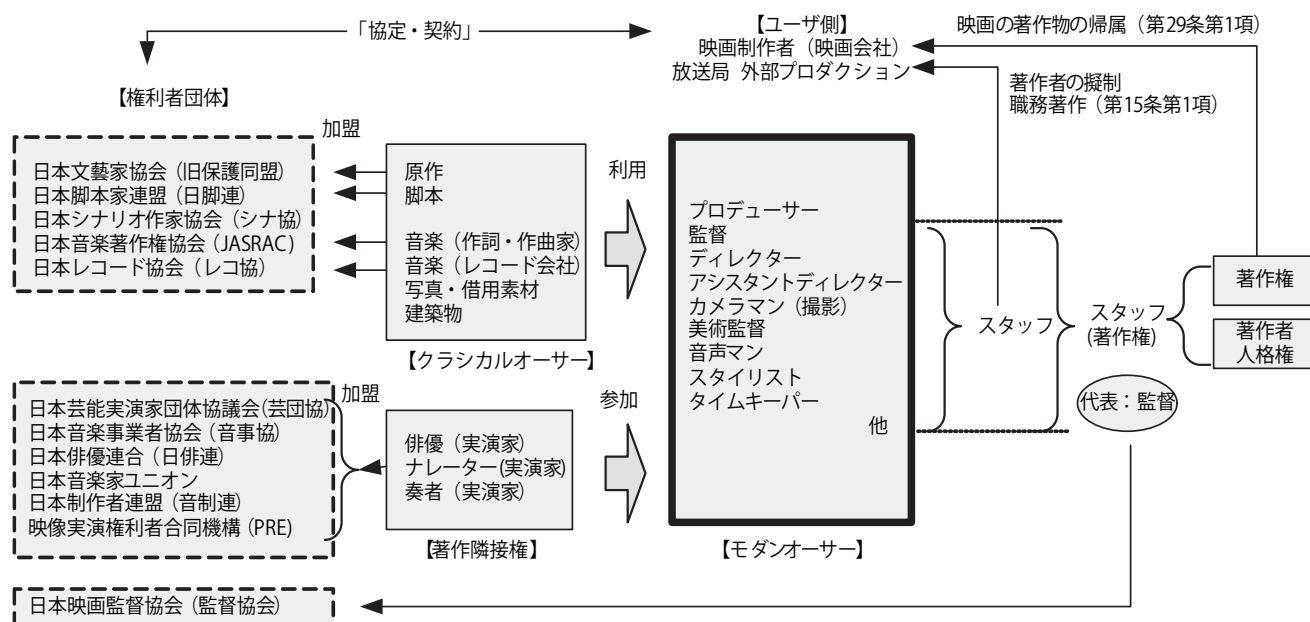


図-2 著作権から見た放送番組の構成

- ・再放送などの際の使用料（最初の放送における出演料は各社規定）
- ・地上波局制作番組のBS社への番組販売などについて暫定的規定

イ)実演家著作権隣接権センター（著作権管理事業者）

- ・再放送などの際の使用料（最初の放送における出演料は各社規定）
- ・地上波局制作番組のBS社への番組販売などについて暫定的規定

なお、これらの団体に著作者や著作権隣接権者が、非信託もしくは委任していない場合は、著作権者や著作権隣接権者と直接協議が必要になる。

以上をまとめ、図-2に著作権から見た放送番組の構成図を示す。

これら各著作権団体との団体協約については、地上波放送の利用だけでなく、地上波放送番組のマルチユースとして国内BS放送、国内CS放送、海外送出、国内ケーブルテレビ供給、市販用ビデオグラムに関しても協定が結ばれている。

放送番組の2次利用

放送番組は、ジャンルや制作形態・権利処理体系が多様である。これも放送番組の著作権が複雑とされる原因の1つと言え、放送番組を考えた場合にはぜひとも整理

しておきたい事項である。

地上波放送は総合編成である。いわば専門チャンネルではなく、ニュース番組、ドキュメンタリー、ドラマなど、さまざまなジャンルに分けることができるが、ビデオパッケージ化やネット配信などの放送番組の2次利用を考えた場合、放送番組の性質の違いによる2次利用先の違いが発生することにも注意が必要である。また、契約上などからも2次利用できる放送番組ジャンルはかなり限られてくると言える(図-3)。

次に制作形態の点から放送事業者が主体となって番組を企画・製作する局制作番組について考えてみる。この場合の収録(録音・録画)番組は、いわゆる「映画」ではないが、物に固定されていることを考えると「映画」としての条件は満たしていると言える((定義)第2条第3項、第29条第2項)のだが、第29条第3項にいう「もっぱら放送事業者が放送のための技術手段として製作する映画の著作物」というのが局製作番組の実態であり、その番組に係る権利者に対して「映画」としての利用を目的とした契約を結び、許諾を得ない限り通常の「映画」としての利用はできないのである。

現在多くの放送番組については、「映画」としての契約を結んでいないことから、放送番組は放送のみに限定された利用になっており、パッケージ化やネット配信など2次利用するためには、あらためて関係権利者に対して許諾を得る必要があるのである。もちろん、先に「映画」としての契約を結ぶのであれば、対価を支払うか支払う

番組ジャンル	一般的な番組2次利用に関する事項	ネット利用の現状
ニュース番組 天気予報 ワイドショー スポーツ ドキュメンタリー	BS・CS、海外番販への供給は可能だが、パッケージ系の2次利用には不向き。外国メディアとの契約等で制約を受ける場合もある。	ニュースは一部の海外配信やスポーツ素材を除き配信。天気は画像・テキスト情報が多数。スポーツは契約により徐々に増加傾向。ドキュメンタリーは著作権以外の問題で困難。
旅行・紀行もの	紹介した店・宿等の確認作業が必要であり、パッケージ系の2次利用は事実上不可能	Webにてテキスト・画像による情報が中心
歌謡番組	レコード会社と歌手の専属契約等により、原則不可能	
劇場用映画	原則、放送権の購入のみ	
ドラマ 情報バラエティ	放送で人気を博すことが商品として大前提 → 具体的な権利処理へ	局制作ドラマの暫定ガイドライン
アニメーション	企画・制作形態等により、2次利用の扱いが異なる	動画配信が増加
注) 上記の他、放送時のスポンサー、地上ネットワーク、スポーツなどの放送権契約等での制約も受ける		

図-3 放送番組のジャンルと2次利用(基本事項)

ことを前提とせねばならず、放送番組を広告収入にて制作しているこれまでの放送事業者のビジネスモデルを大きく変更せねばならないといえよう。

ただし、2005年3月22日に日本経団連から2006年3月31日までの期限付きで、局制作のテレビドラマをブロードバンド配信する場合のガイドラインが発表され、局制作ドラマに限って言えば配信が可能になったと言える。暫定料率の内訳は文芸著作として日本文藝家協会、日本脚本家連盟、日本シナリオ作家協会の3団体については、情報料収入の2.8%。音楽著作であるJASRACには、情報料収入と広告料収入のそれぞれ1.35%。レコードとして日本レコード協会、日本芸能実演家団体協議会・実演家著作隣接権センターには情報料収入の1.8%を、日本芸能実演家団体協議会・実演家著作隣接権センターには3%を支払うというものである。いずれも平成18年度以降の著作権使用料については、改めて協議されることになっている。

その他の番組制作形態で言えば、放送事業者が制作プロダクションに制作を委託するものや制作プロダクションが独自に制作し放送事業者がその放送権を購入するといった形態である制作委託番組や局制作番組の一部を制作プロダクションに業務委託といった形式があるが、契約によって2次利用について制限がかかっていることもある。

放送事業者としてやるべきこと

まずは、これまでのビジネスモデルにとらわれずに、新たなビジネスモデルの開発であろう。放送番組のマルチユースもその1つとするのであれば、本来、放送事業者が得意とするライツコントロールをしっかりとやるべきである。そのためには、権利情報を整理するためのデータベース構築も必要であろうし、権利の集中管理部門も必要になってくるであろう。また、ライツにかかわる業務は、実務を伴いながら経験知を重ねつつ、常にコンテンツにかかわる状況を学習しながら進めるしか手はなく、著作権法だけでなく商法・不正競争防止法・下請け法など番組制作に関係する法制や各種契約といったライツに関する専門的な人材が必要になってくるであろう。

参考文献

- 1) 菅谷 実、中村 清編著：放送メディアの経済学，中央経済社(2000)。
- 2) 稲田植輝：最新放送メディア入門，社会評論社(1998)。
- 3) 内藤 篤：エンタテインメント契約法，商事法務(2004)。
- 4) 平成14年度日本自転車振興会補助事業 デジタルコンテンツをめぐる法的課題に関する調査研究 コンテンツ保護技術とその法的評価，<http://www.dcaj.org/report/contents/contents.pdf>
- 5) 過去の放送番組の二次利用の促進に関する報告書，http://www.bunka.go.jp/1tyosaku/pdf/kakohousou_houkokusho.pdf

(平成17年12月5日受付)

