

コンテンツ保護基本法について

平成 16 年度コンテンツ委員会

委員長 松倉 秀実

目 次

- 1. はじめに
- 2. 主要条文とその解説
- 3. おわりに

.....

1. はじめに

平成 16 年度の弁理士会委員会にコンテンツ委員会が設置され、コンテンツ保護と弁理士との関わりについて議論をすすめることとなったが、コンテンツの保護自体、国の政策に深く関わるため、まず、委員会として積極的に政策提言を行っていくべきか否かが議論の対象となった。さらに弁理士会としてコンテンツ保護に関わる人材の育成支援を提言すべき、あるいは個々の弁理士が実務家としてコンテンツ保護に関する著作権、契約等に関わるように啓蒙・指導していくべき等、様々な意見が出たが、その議論途中で平成 16 年 5 月 14 日に、国会で「コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律」（コンテンツ保護基本法）が成立し、コンテンツ保護に関する国の基本方針が示されるに至った。

そこで、当委員会としては、このコンテンツ保護基本法を理解することで国の施策を把握することで、それに対して弁理士がなすべき仕事は何なのかを知る足がかりとすることにした。

したがって、本主要条文解説では、各会員が国のコンテンツ保護政策を理解し、その基本理念に基づいて国や地方公共団体がどのような責務を負っているのか、またコンテンツ事業者がどのように保護されるべきなのかを理解しやすいように説明することに各執筆者が心がけた。そのため、特に主要な条文のみを解説対象としていることをご理解いただきたい。

なお、コンテンツの用語には多様性があり、知的財産戦略本部のコンテンツ専門調査会では日本ブランド・ワーキンググループにおいて、「地域ブラン

ド」にまで発展した議論がなされている (<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/contents/index.html>) が、本主要条文解説では、第 2 条に定義されているように、コンテンツはあくまでもエンターテインメントに関わるものとして捉えた。

本主要条文解説が、今後仕事としてコンテンツ保護に関わる弁理士の理解の一助になれば幸いである。

なお、コンテンツ保護基本法の全条文は、<http://www.ipr.go.jp/suishin/contentsu.pdf> より入手可能である。

2. 主要条文とその解説

第 1 条（目的）

（目的）

第一条 この法律は、知的財産基本法（平成十四年法律第二百二十二号）の基本理念にのっとり、コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関し、基本理念を定め、並びに国、地方公共団体及びコンテンツ制作等を行う者の責務等を明らかにするとともに、コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する施策の基本となる事項並びにコンテンツ事業の振興に必要な事項を定めること等により、コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する施策を総合的かつ効果的に推進し、もって国民生活の向上及び国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

「コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律案」（以下、コンテンツ保護基本法という）は、平成 16 年 5 月 14 日、委員会成案とする動議として自由民主党、公明党、民主党の三党共同で提案され、即日実質審議入りし、即日全会一致で可決したものである。

第一条は、この「コンテンツ保護基本法」の目的を述べたものである。

まず、「コンテンツ保護基本法」は、知的財産戦略大綱に基づいて平成14年12月に制定された「知的財産基本法」の基本理念に基づいて立法されたものである。

「知的財産基本法」は、知的財産の創造、保護及び活用に関する思索を集中的かつ計画的に推進することを目的とし、知的財産の取り扱いに関する国、地方公共団体、大学等及び事業者の責務等を明確化した他、内閣に知的財産戦略本部を設置し、知的財産の創造、保護、活用及び人材の確保に関して施策を行うことを明記している。この法律に基づき、平成17年までの知的財産立国の実現を目指している。そしてその基本理念は、「知的財産の創造、保護、活用の推進により、国民経済の発展及び豊かな文化の創造・発展、経済構造改革の推進及び産業の国際競争力強化に寄与すること（第3条、第4条）であり、この基本理念に基づいて立法がされたものである。

この法律では、(1) 基本理念、(2) 国等の責務、(3) 施策の基本事項および(4) コンテンツ事業の振興に必要な事項を定めている。そしてこれらを定めることにより、コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する施策を総合的かつ効果的に推進して、最終的には、国民生活の向上及び国民経済の健全な発展を図っている。

(1) 基本理念

コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する基本理念について第3条で規定されている。

(2) 国等の責務

第4条には国の責務が規定されており、第5条には地方公共団体の責務、第6条にはコンテンツ制作を行う者の責務がそれぞれ規定されている。そして、第7条にはこれらの相互の連携、協力によりコンテンツの効果的な創造、保護及び活用の促進が図られることから、これらの者の間の連携の強化に必要な施策を講ずることが規定されている。さらに第8条には、施策実施のための法制上、財政上、金融上の措置等を講じなければならないことを明記している。

(3) 施策の基本事項

国がなすべき基本的施策（第9条～第12条、第17条～第21条、第23条、第25条）、国と地方公共団体がなすべき施策（第13条～第16条、第24条）、コン

テンツ事業者がなすべき施策（第22条）がそれぞれ規定されている。

(4) コンテンツ事業の振興に必要な事項

知的財産戦略本部への報告、推進計画への反映等、コンテンツ事業の振興に必要な事項（第26条～第27条）がそれぞれ規定されている（第26条～第27条）。

第2条（定義）

（定義）

第二条 この法律において「コンテンツ」とは、映画、音楽、演劇、文芸、写真、漫画、アニメーション、コンピュータゲームその他の文字、図形、色彩、音声、動作若しくは映像若しくはこれらを組み合わせたもの又はこれらに係る情報を電子計算機を介して提供するためのプログラム（電子計算機に対する指令であって、一の結果を得ることができるように組み合わせたものをいう。）であって、人間の創造的活動により生み出されるもののうち、教養又は娯楽の範囲に属するものをいう。

2 この法律において「コンテンツ制作等」とは、次の各号のいずれかに該当する行為をいう。

一 コンテンツの制作

二 コンテンツの複製、上映、公演、公衆送信その他の利用（コンテンツの複製物の譲渡、貸与及び展示を含む。）

三 コンテンツに係る知的財産権（知的財産基本法第二条第二項に規定する知的財産権をいう。以下同じ。）の管理

3 この法律において「コンテンツ事業」とは、コンテンツ制作等を業として行うことをいい、「コンテンツ事業者」とは、コンテンツ事業を主たる事業として行う者をいう。

本条は、「コンテンツ」、「コンテンツ制作等」、「コンテンツ事業」および「コンテンツ事業者」について定義したものである。この法律に用いられる主要な用語の意義をあらかじめ明確に定めておくことによって、法律をわかりやすくし、解釈上の疑義を少なくする意味がある。

コンテンツの定義は、ライブエンターテインメント

そのものを含む意味で、著作権法の著作物とは異なっている。特にこの法律の意図が「エンタテインメント・コンテンツ」に焦点を当て、これを産業として振興し、さらにそれを対外戦略の柱にするものであるので、「教養又は娯楽の範囲に属するもの」と規定された。この点でビジネスソフトウェア等は範疇外である。

さらにコンテンツというカタカナ語を用いたのは、一般的にコンテンツが「クリエイティブに創造された知的財産、エンターテインメント、出版に係る知的財産」を表す語として定着しており、他に適切な語も存在しないことから、この用語が用いられた。

なお、知的財産戦略本部のコンテンツ専門調査会 (<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/contents/index.htm>) では、平成16年11月24日に、「日本ブランドワーキンググループ」を発足させて、ファッション、食、地域ブランドの分野についても、エンターテインメント・コンテンツと一体に捉えて「日本ブランド」を形成し、積極的に情報発信していく戦略の検討に入っている。したがって、コンテンツ専門調査会が扱う「日本ブランド」の範疇にはエンターテインメント・コンテンツとともに、ファッション、食、地域ブランドが含まれることになるが、コンテンツ保護基本法における「コンテンツ」はあくまでもエンターテインメント・コンテンツに限られることに注意すべきである。

第3条（基本理念）

（基本理念）

第三条 コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する施策の推進は、情報記録物、高度情報通信ネットワークその他の手段を介して提供されるコンテンツが国民の生活に豊かさや潤いを与えるものであり、かつ、海外における我が国の文化等に対する理解の増進に資するものであることにかんがみ、コンテンツの制作者の創造性が十分に発揮されること、コンテンツに係る知的財産権が国内外において適正に保護されること、コンテンツの円滑な流通が促進されること等を通じて、コンテンツの恵沢を享受し、文化的活動を行う機会の拡大等が図られ、もって国民生活の向上に寄与し、あわせて多様な文化の創造に資することを基

本として行われなければならない。

2 コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する施策の推進は、コンテンツ事業が将来において成長発展が期待される分野の事業であることにかんがみ、コンテンツ事業者の自律的発展が促されること等を通じて、多様なコンテンツ事業の創出及び健全な発展、コンテンツ事業の効率化及び高度化並びに国際競争力の強化等が図られ、もって経済社会の活力の向上及び持続的な発展に寄与することを基本として行われなければならない。

3 コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する施策の推進は、高度情報通信ネットワーク社会形成基本法（平成十二年法律第百四十四号）、文化芸術振興基本法（平成十三年法律第百四十八号）及び消費者基本法（昭和四十三年法律第七十八号）の基本理念に配慮して行われなければならない。

本法律は、コンテンツの創造等の促進について、日本の産業活力維持・促進（振興）の重要な分野であるとして、基本理念や国等の責務等を定めると共に、訓示規定等を規定している。

第1項、第2項については、ここに書いてある通りであり、ここであえて説明を加える必要はないものと思われる。気をつけるべきことは、第3項の規定である。

本法律の理念において、高度情報通信ネットワーク社会形成基本法、文化芸術振興基本法、消費者基本法の基本理念への配慮が謳われている。これは、コンテンツが、産業、文化芸術、国民生活などの分野で、重要な役割を担っており、既にあるこれらの基本法の間位置に位置するとの考えから、その位置で手薄であった分野に焦点を当てようというのが、本法律の趣旨である。

また、コンテンツの保護等における施策の推進に際しては、インターネットの急速な普及によるコンテンツ流通が予測される点（第11条参照）から、高度情報通信ネットワーク社会形成基本法に配慮し、コンテンツが国民の生活に豊かさや潤いを与えるものであり、かつ、海外における我が国の文化等に対する理解の増進に資するものである（本法律案提出理由）ことから文化芸術振興基本法に配慮し、中小企業や消費者

保護（第11条参照）の視点から消費者基本法に配慮することとした。これらの法律の概要は以下の通りである。

(1) 高度情報通信ネットワーク社会形成基本法の目的（第1条）

第一条 この法律は、情報通信技術の活用により世界的規模で生じている急激かつ大幅な社会経済構造の変化に適確に対応することの緊要性にかんがみ、高度情報通信ネットワーク社会の形成に関し、基本理念及び施策の策定に係る基本方針を定め、国及び地方公共団体の責務を明らかにし、並びに高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部を設置するとともに、高度情報通信ネットワーク社会の形成に関する重点計画の作成について定めることにより、高度情報通信ネットワーク社会の形成に関する施策を迅速かつ重点的に推進することを目的とする。

(2) 文化芸術振興基本法の目的（第1条）

第一条 この法律は、文化芸術が人間に多くの恵沢をもたらすものであることにかんがみ、文化芸術の振興に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務を明らかにするとともに、文化芸術の振興に関する施策の基本となる事項を定めることにより、文化芸術に関する活動（以下「文化芸術活動」という。）を行う者（文化芸術活動を行う団体を含む。以下同じ。）の自主的な活動の促進を旨として、文化芸術の振興に関する施策の総合的な推進を図り、もって心豊かな国民生活及び活力ある社会の実現に寄与することを目的とする。

(3) 消費者基本法の目的（第1条）

第一条 この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もって国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

第6条（コンテンツ制作等を行う者の責務）

（コンテンツ制作等を行う者の責務）

第六条 コンテンツ制作等を行う者は、コンテンツに係る知的財産権に関し知識と理解を深めること等を通じて、そのコンテンツ制作等に当たっては、これを尊重するよう努めるものとする。

2 コンテンツ制作等を行う者は、そのコンテンツ制作等に当たっては、コンテンツが青少年等に及ぼす影響について十分配慮するよう努めるものとする。

第6条は、コンテンツ制作を行う者の責務を規定したものであり、第1項は知的財産への配慮について述べている。コンテンツ制作は主として著作権によって保護される側面が大きく、コンテンツ制作に際しては他人の著作物を利用する二次著作物となる場合、原著作者の著作権を尊重しなければならないことは勿論である。

また、第2項は、青少年への影響に配慮することを述べたものであり、青少年の犯罪行為に結びつきやすい、成人向描写、暴力描写等についての注意を喚起している。

第9条（人材の育成等）

（人材の育成等）

第九条 国は、魅力あるコンテンツを生み出し、又はそれを有効に活用することができる人材の育成、資質の向上及び確保を図るため、高等教育を行う機関によるコンテンツ制作等に関する教育の振興、国内外のコンテンツ制作等を行う者の相互の交流の促進、コンテンツの展示会又は品評会その他これらに類するものの開催その他の必要な施策を講ずるものとする。

本条は、基本的施策の一つである人材育成について規定している。

「魅力あるコンテンツを生み出し、又はそれを有効に活用することができる人材」とあるように、コンテンツに関連する人材に求められる能力は、創作者としての作家性や作品性等のクリエイション能力だけでな

く、プロデューサーとしての資金調達から権利許諾、販売先の確保までを総合的にプロデュースできる能力や経営能力も必要とされる。

この人材の育成、資質の向上・確保のために、国は以下の支援を行うことを規定している。

(1) 高等教育を行う機関によるコンテンツ制作等に関する教育の振興

大学、専門職大学院等の高等教育機関への支援、大学と産業界の連携・協力の促進（講師紹介等）が挙げられる。

(2) 国内外のコンテンツ制作等を行う者の相互の交流の促進

才能ある創作者やプロデューサーの海外留学や海外研修の支援を行う。

(3) コンテンツの展示会又は品評会その他これらに類するものの開催

クリエイション能力やプロデュース能力を評価する顕彰制度や、セミナーシンポジウムの開催等が挙げられる。

このようなコンテンツに関連する人材に求められる能力の中には、当然ながらコンテンツの法的保護に関する基礎的知識も含まれている。

このような人材を育成するために弁理士はコンテンツの創造、保護及び活用の各場面において、コンテンツ制作者、コンテンツ事業者、および消費者の各立場に立って積極的な助言、手続代理を行うべきであり、そのためには、弁理士が従前の特許、実用新案、意匠、商標の各出願手続に加えて、著作権およびその契約に関する全般的な知識を習得できる機会を増やすべきである（この点については平成16年度コンテンツ委員会報告書参照のこと）。

第12条（円滑な流通の促進等）

（円滑な流通の促進等）

第十二条 国は、インターネットその他の高度情報通信ネットワークの利便性が向上し、並びにその安全性及び信頼性が確保されることにより、多様な手段を活用したコンテンツの円滑な流通が促進されるよう、インターネット等により提供されるコンテンツに係る認証の技術、インターネット等に関する技術的保護手段、インターネットにお

いて高速度でかつ安定的な電気通信を可能とする技術その他のコンテンツの流通に係る技術の開発及び利用に対する支援その他の必要な施策を講ずるものとする。

2 国は、コンテンツの利用の円滑化を図るため、個人及び法人の権利利益の保護に配慮しつつ、コンテンツに係る知的財産権を有する者に関する情報、コンテンツの内容に関する情報等に係るデータベースの整備に対する支援その他の必要な施策を講ずるものとする。

本条は、本法の基本理念にのっとり国が実施すべき具体的施策のうち、コンテンツの円滑な流通等に関する施策について規定したものである。コンテンツの創造が活性化されたとしても、流通が促進されなければ、クリエイターやプロデューサー等のコンテンツ事業者に利益還元がなされないからである。流通を促進するためには、市場そのものの拡大と、拡大された市場での流通環境の整備の双方が必要であり、両者は密接に関連している。本条においては主として後者の流通環境の整備について規定をしているが、このような流通環境の整備が市場そのものの拡大につながるという側面がある。

第1項は「多様な手段を活用したコンテンツの円滑な流通が促進されるよう」にするため、国が「インターネットその他の高度情報通信ネットワークの利便性が向上し、並びにその安全性及び信頼性が確保され」た状況を作り出すように施策を講ずることを求めている。具体的施策として、

①インターネット等により提供されるコンテンツに係る認証の技術の開発及び利用に対する支援

②インターネット等に関する技術的保護手段の開発及び利用に対する支援

③インターネットにおいて高速度でかつ安定的な電気通信を可能とする技術の開発及び利用に対する支援

④その他のコンテンツの流通に係る技術の開発及び利用に対する支援

⑤その他の必要な施策が掲げられている。

インターネットによるコンテンツ流通市場を拡大するためには、認証を含めた課金の技術、映像など大容量コンテンツを高速安定に伝送可能な技術、著作権許

諸などを簡易に行うことのできる技術などが必要である。

第2項は「コンテンツの利用の円滑化を図るため」に、国が「コンテンツに係る知的財産権を有する者に関する情報、コンテンツの内容に関する情報等に係るデータベースの整備に対する支援」などを行うべきことを規定している。たとえば、総務省は、平成16年度から国立国会図書館と連携しウェブ情報のアーカイブ化を行っている。なお、保護と利用のバランスを図ることを明確にするため「個人及び法人の権利利益の保護に配慮しつつ」と規定している。特に、デジタルコンテンツは、完全な複製が容易であるという特質を有するので、著作権などの権利には十分に配慮した利用システムを整備しなければならない。

第15条（個性豊かな地域社会の実現）

（個性豊かな地域社会の実現）

第十五条 国及び地方公共団体は、地域の特性を生かしたコンテンツの創造、保護及び活用の促進を通じて、個性豊かで活力に満ちた地域社会が実現されるよう、地域の魅力あるコンテンツを生み出すための活動に対する支援、地域における映画等のコンテンツの制作の円滑化を図るための活動に対する支援その他の必要な施策を講ずるものとする。

「コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律」は、コンテンツの創造、保護及び活用の促進について、基本理念を定め、国、地方公共団体及びコンテンツ制作等を行う者の責務等を定めたものであり（第1条）、これによって、個性豊かで活力に満ちた地域社会が実現するために必要な施策を、本条において定めている。

条文によれば、「地域の魅力あるコンテンツを生み出すための活動に対する支援」「地域における映画等のコンテンツの制作の円滑化を図るための活動に対する支援」は、いずれもコンテンツの創造に関するものであるが、「その他の必要な施策」とあるように、コンテンツの保護、コンテンツの活用に関しても同様に、必要な施策が講じられることが求められる。

知的財産戦略本部が策定した「知的財産推進計画

2004」（平成16年5月27日）によれば（<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kettei/040527f.html>）、「第3章 活用分野」において、地域間の格差を解消するため、政府は、知的財産の創造、保護、活用及び人材育成のあらゆる分野において、知的財産を活用した地域振興を積極的に支援することが重要であるとの認識のもとに、「政府の『知的財産立国』への取組にあわせて、地方公共団体においても知的財産を活用した地域振興についての取組が始まったところであり、平成15年には、北海道、東京都、愛知県、大阪府、福岡県など一部の地方公共団体で、知的財産戦略本部を設置し、知的財産戦略大綱や実施計画の策定に取り組むなど、積極的な動きが出てきている。地方公共団体において、知的財産の創造、保護及び活用に関し、その区域の特性をいかした自主的な施策を策定するため、知的財産戦略本部の設置及び知的財産戦略大綱の策定等の取組を、平成16年度も引き続き、奨励する。」としている（第3章 4. (2) ①）。

また、「第4章 コンテンツビジネスの飛躍的拡大」においては、「(4) 文化遺産に関するコンテンツの作成や流通を推進する（総務省、文部科学省）」（第4章 7.）、「10. 地域等の魅力あるコンテンツの保存や発信強化を図る」（第4章 10.）として、地域におけるデジタルコンテンツの制作や流通等の取組を促進するために、地域の映像番組を制作、放送するケーブルテレビの番組制作施設等の整備の支援や、地域における伝統・文化デジタルアーカイブの拡充やネットワークの利活用の推進、地域の実情やニーズに応じた複合映画館の質的・量的な拡充やデジタルシネマの導入、地方公共団体が自主的に行うコンテンツをいかした地域づくりやまちづくりのための戦略策定や実施に向けた取組の奨励などを重点施策として実行に移しつつある。

（参考）デジタルアーカイブと地域産業振興について（経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課、平成14年3月）

http://www.meti.go.jp/policy/media_contents/index.html
総務省「情報通信政策の動向、第3章第6節」

<http://www.johotsusintokei.soumu.go.jp/whitepaper/ja/h15/pdf/F3060000.pdf>

（備考）産業構造審議会知的財産政策部会・商標制

度小委員会報告書「地域ブランドの保護について」(平成17年2月)

http://www.jpo.go.jp/torikumi/puresu/pdf/shouhyou_matome/1_houkoku.pdfにおいては、地域の事業者が協力して事業者間で統一したブランドを用いて、特定の商品の生産又は役務の提供を行う取組み(地域ブランド化)が、地域産業の競争力強化、地域ブランドの価値を上げるといった好循環を生み出し、地域外の資金・人材を呼び込むことにもなり、地域経済の持続的な活性化につながるとの認識のもとに、現行法では識別力を欠くとして登録できない商標を一定の要件の下により容易に登録可能とする商標法改正を提言し、国会への法案提出をすることが報道されている(平成17年2月)。具体的には、「地域名と商品(役務)名のみからなる文字商標は、現行商標法上、自他商品(役務)の識別力を欠くとされているが、こうした商標であっても、使用された結果、団体又はその構成員の商品(役務)を表示するものとして一定範囲の需要者に認識されるに至ったものについては、周知性を有するものとして登録を認めることが適当である。」として、現行法第3条第2項よりも緩和された要件で、一定の主体要件を満たす団体にのみ登録を認めるものである。

第16条(国民の理解及び関心の増進)

(国民の理解及び関心の増進)

第十六条 国及び地方公共団体は、コンテンツの創造、保護及び活用の促進並びにこれらにおいてコンテンツの制作者が果たす役割の重要性に関する国民の理解と関心を深めるよう、コンテンツに関する広報活動の充実及び教育の振興その他の必要な施策を講ずるものとする。

国等が国民に対して、コンテンツ制作の理解を得られるようにするために、広報活動や教育振興を行うことを規定している条項である。

国のコンテンツ保護政策は、国民の支持があつてはじめて成り立つものであるから、国民に対して積極的な施策を講ずる必要があることを述べている。

第17条(多様な方法により資金調達を図るための制度の構築)

(多様な方法により資金調達を図るための制度の構築)

第十七条 国は、コンテンツ事業者のうちコンテンツの制作を業として行うもの(以下「制作事業者」という。)がコンテンツの制作に必要な資金を円滑に調達することが困難であることにかんがみ、制作事業者がその資金を安定的に調達することができるよう、多様な方法により資金調達を図るための制度の構築その他の必要な施策を講ずるものとする。

本条は、国に対して、コンテンツの制作に必要な資金の調達方法を多様化するための施策を講じる責務があることを規定している。

コンテンツビジネスの特徴として、デジタル技術の革新やコンテンツ表現手法の高度化により制作費が増加傾向にあること、また、コンテンツ制作会社の大半が中小企業であるために、金融機関からの資金調達が困難であるといった点があげられる。

現状では、コンテンツの制作に必要な資金の調達は、放送局や広告代理店、映画会社といった流通事業者に依存している。そのため、コンテンツの制作のための資金は、自ずと流通事業者の販売能力に対応したものに限定されることになる。かかる現状では、コンテンツの制作に十分な資金を調達することは容易ではなく、安定して質の高いコンテンツを生み出していくことは困難である。

そこで、コンテンツ制作者が、広く、金融機関や一般投資家から資金を調達できるような環境を整備するよう、国に対して、制度の構築その他の必要な施策を講ずる責務を負わせたのが本条である。

最近では、コンテンツの制作のための資金調達として、商品ファンド法による資金調達や投資ファンドを活用した資金調達(信託受益証券の活用、匿名組合の活用)などが行われている。また、アメリカでは、完成保証を活用した資金調達の例もある。こうした資金の調達方法の多様化は、質の高いコンテンツの制作に不可欠であり、その整備は急務であるといえる。

第 18 条（権利侵害への措置）

（権利侵害への措置）

第十八条 国は、国内外におけるコンテンツの違法な複製その他のコンテンツに係る知的財産権を侵害する行為について、コンテンツ事業者の利益が適正に確保されるよう、コンテンツ事業者又は関係団体との緊密な連携協力体制の下、コンテンツに係る知的財産権を侵害する事犯の取締り、海外におけるコンテンツに係る知的財産権の侵害に対処するための体制の整備その他の必要な措置を講ずるものとする。

第 18 条は、権利侵害への措置について規定している。違法コピーの流通は、媒体の流通からインターネット上でのファイル交換を用いた流通に拡大しており、コンテンツ事業者の損害は国境を超えて深刻化している。

このような状況を放置することは、コンテンツ事業者の経済的損失だけでなく、コンテンツの創造意欲の減退の一因にもなるため、国がコンテンツ事業者、関係団体と連携して、取締り、体制整備等の措置を講ずる旨を規定している。

「侵害する行為」と包括的に定義したのは、公衆送信等の複製に含まれない新たな形態の侵害行為も対象とするためだと思われる。

また、海外については、国が直接取締りを行い得ないため、「体制整備」等の措置と規定したものである。

条文では措置の具体的な内容については挙げられていないが、例えば 2004 年 12 月 16 日付の知的財産戦略本部決定「模倣品・海賊版対策加速化パッケージ」(<http://www.ipr.go.jp/suishin/041216mohou-j.pdf>) 及び同日付の模倣品・海賊版対策関係省庁連絡会議決定「知的財産権の海外における侵害状況調査制度について」(<http://www.ipr.go.jp/suishin/041216zaisanken-j.pdf>) 等が含まれ、従来からの国際知的財産保護フォーラム、CODA 等の活動もこの枠組に盛り込まれるものと考えられる。

第 19 条（海外における事業展開の促進）

（海外における事業展開の促進）

第十九条 国は、コンテンツ事業の事業規模の拡大を図るとともに、海外における我が国のコンテンツの普及を通じて我が国の文化等に対する理解の増進を図ることができるよう、我が国の魅力あるコンテンツの海外への紹介、コンテンツの取引の活性化を図るための国際的な催しの実施又はこれへの参加に対する支援、コンテンツに係る海外市場に関する情報の収集及び提供その他の必要な施策を講ずるものとする。

第 19 条は、海外における事業展開の促進について規定している。

コンテンツ事業の事業規模の拡大と共に、我が国の文化等に対する理解の増進を目的とし、海外に対する我が国のコンテンツの紹介、国際的な催し（例えば東京国際アニメフェア等）の実施、参加支援と共に、海外市場に関する情報の収集及び提供等の施策を講ずる旨を規定している。

海外においてコンテンツ流通の基盤を整備するのは、一流通事業者にとっては困難な場合もあるため、国が、流通の基盤を整備する旨を規定したものである。

第 20 条（公正な取引関係の構築）

（公正な取引関係の構築）

第二十条 国は、制作事業者の大部分が中小企業者によって占められており、かつ、その業務の大部分が受託又は請負により行われていることにかんがみ、コンテンツの制作を委託し、又は請け負わせる者との公正な取引関係が構築されることにより制作事業者の利益が適正に確保されるよう、取引に関する指針の策定その他の必要な施策を講ずるものとする。

知的財産推進計画 2004 においては、「第 4 章 コンテンツビジネスの飛躍的拡大 1. 業界の近代化・合理化を支援する」として、

(1) 契約慣行の改善や透明化に向けた取組を奨励、支援する

(2) 経営、法務、財務などにおける専門人材の活用を奨励する

(3) 独占禁止法等の厳正な運用により競争政策を充実させる

(4) 弾力的な価格設定など事業者による柔軟なビジネス展開を奨励するが掲げられている。

このうち、(1)においては、漫画家等のコンテンツ創作者と流通事業者などの間の契約について、関係者の共通理解に基づく契約慣行の改善や透明化に向けた取組を奨励・支援することや、放送番組について「番組制作委託取引に関する民放連指針」の遵守徹底や「放送番組の制作委託に係る契約見本」の活用状況のフォローアップ、著作権の帰属などについて「アニメモデル契約」の活用の奨励や先進的な海外の契約例の調査などが歌われている。

そして、コンテンツの制作委託契約については、「著作権の所在や扱いにおける問題を含めた下請代金支払遅延等防止法に係る書面調査を行うとともに、取引慣行の改善や透明化に向けた関係者の自主的な取組を奨励する。」とされている。

優秀なコンテンツ制作事業者を育成するためには、その事業が経済的にも恵まれた状況になりうべきようにする必要がある。多くの中小事業者は、下請けとしてコンテンツ制作を行っており、委託者に隷属している場合が少なくない。そのために、発注条件の恣意的切り下げ・不利益変更がなされたり、権利の全部譲渡を強いられて制作事業者においてコンテンツの再利用・二次利用が十分にできない等の問題が指摘されていた。

平成15年に下請関係法が改正され、適用範囲がサービス業にまで拡大された(平成16年4月1日施行)。これにより、コンテンツの制作の委託の多くが、情報成果物制作委託として、下請関係法の適用を受けるようになってきている。具体的には契約書面の交付・保存義務、支払期日(受領日から60日以内)等の法規制を受けるようになってきている。

第21条(中小企業者等への配慮)

(中小企業者等への配慮)

第二十一条 国は、コンテンツ事業の振興に関

する施策を講ずるに当たっては、コンテンツ事業の成長発展において中小企業者が果たす役割の重要性にかんがみ、中小企業者によるコンテンツ事業の円滑な実施が図られるよう特別の配慮をしなければならない。

2 国は、コンテンツ事業の振興に関する施策を講ずるに当たっては、消費者の利益の擁護及び増進が図られるよう配慮をしなければならない。

第1項の対象となる「中小企業者」とは、中小企業基本法の定義によると解する。すなわち製造業その他の業種ごとに定められた資本および従業員の数によって、中小企業者に該当するか否かを判定する(<http://www.chusho.meti.go.jp/teigi/>)。

「コンテンツ事業の成長発展において中小企業者が果たす役割の重要性」とは、制作事業者の大部分が中小企業者によって占められており、かつ、その業務の大部分が受託又は請負により行われていること(20条)から自ずと理解できる。

「円滑な実施」とは、コンテンツ事業を実施するうえで中小企業者が被りやすい不利益を受けないようにするという意味に解する。コンテンツ事業を実施すると不利益があるということになれば、「制作事業者の大部分」(20条)を占めている中小企業者はコンテンツ事業の実施継続の意欲を失い、法目的(1条)が達成できないからである。「円滑な実施」が図られるためには、「受託又は請負により行われている」(20条)中小企業が不当に低い賃金で搾取されず、中小企業者が制作した「コンテンツに係る知的財産権」(11条。著作権等)が正当に中小企業者に帰属するように「コンテンツ事業の振興に関する施策」を講じなければならないと解する。例えば、特許法35条のように、制作委託者(大企業等か)と制作請負者である中小企業者とのうち、いずれかに利益が偏らないように配慮して施策を行なう必要がある。

本項の目的とするところを具体的に規定した法律として、下請代金支払遅延等防止法(下請法)がある。

下請法の概要(<http://www2.jftc.go.jp/sitauke/outline.pdf>)

下請法の条文(<http://www2.jftc.go.jp/sitauke/act.html>)

下請法には、下請事業者である中小企業が不当な不利益を受けることのないよう、親事業者の義務や禁止

行為を禁止している。

- ・下請代金の支払期日を定める義務（第2条の2）
- ・遅延利息支払義務（第4条の2）
- ・下請代金の額、支払期日等を記載した書面の下請事業者への交付（第3条第1項）、保存（5条）
- ・受領拒否の禁止（第4条第1項第1号）
- ・下請代金の支払遅延の禁止（第4条第1項第2号）
- ・下請代金の減額の禁止（第4条第1項第3号）
- ・返品禁止（第4条第1項第4号）
- ・買ったたきの禁止（第4条第1項第5号）

そして第3条第1項、第5条に違反した親事業者には、罰則が適用される（第10条）。

なお本項の「円滑な実施」には、制作者を不正コピーから守ることは予定されていないと解する。制作者が中小企業者であるか否かに拘らず、不正コピーによる不利益からは守られるべきだからである。不正コピーの防止等は、「円滑な流通の促進等」を規定した12条に委ねられると解する。

消費者の保護を規定した2項は、3条3項に規定されているように、消費者基本法の基本理念に配慮していると思われる。（<http://www.ron.gr.jp/law/law/syohisya.htm>）

本項に規定の「消費者の利益」とは、真の制作者の名においてコンテンツが流通することを言うとして解する。制作者名とコンテンツとの関係は、商標と商品との関係に似ていて、真の制作者以外の者の名において流通するコンテンツは、消費者に出所の混同という不利益を与えてしまうからである。例えば、著名な制作者が制作したコンテンツと信じて入手したのに、実際は無名の制作者が制作した愚作であったというケースがあり得る。

一方、コンテンツには、デジタルコンテンツに代表されるように、全くの同一品を複製（コピー）できるものが多い。したがって、コンテンツについて著作権等の正当な権利を有しない無権利者が不正コピーしたものであっても、真の制作者の名において流通するのは、消費者に出所の混同という不利益を与えることがないため、本項の規定が及ばないと解する。この点でも制作者名とコンテンツとの関係は、商標と商品との関係に似ている。

以下は、本項の立法趣旨について述べた、弁護士小川憲久氏による「中小企業のための法律コラ

ム」の抜粋である（<http://j-net21.smrj.go.jp/news/law/column/041209.html>）。

「レコードはコンテンツの代表といえます。（中略）レコード輸入権の創設は事業者の利益の増進を図るもので、現在消費者が享受している自由競争の利益を喪失させるものです。コンテンツ基本法に定める『消費者の利益の擁護及び増進が図られるよう配慮しなければならない』とは何を意味するのでしょうか。」

この小川氏のコラムによれば、本項の立法趣旨は次のように理解できる。すなわち、レコード輸入権を創設すれば、消費者が現在自由に行なっているレコードの並行輸入を不可能にし、消費者の利益の擁護及び増進が図られなくなってしまう。したがって、事業者のコンテンツ保護を重視するあまり、レコード輸入権その他の、消費者の自由な取引を阻害する施策を講じるべきではない。

第22条（コンテンツ事業者の講ずる措置）

（コンテンツ事業者の講ずる措置）

第二十二条 コンテンツ事業者は、その事業活動を行うに当たっては、基本理念にのっとり、自律的にその事業を運営し、かつ、その能力を最も有効に発揮することにより事業の効率化及び高度化を図るとともに、その有するコンテンツが広く活用されるようコンテンツの流通の円滑化に資する措置を講じ、及び国内外におけるコンテンツに係る知的財産権の侵害に関する情報の収集その他のその有するコンテンツの適切な管理のために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。

2 制作事業者は、そのコンテンツの制作の事業に従事する者（請負契約等に基づき制作事業者のために出演その他のコンテンツの制作に係る役務の提供を行う者を含む。以下この項において「制作事業従事者」という。）の職務がその重要性にふさわしい魅力あるものとなるよう、制作事業従事者の適切な処遇の確保に努めるものとする。

「コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律」は、コンテンツの創造、保護及び活用の促進について、基本理念を定め、国、地方公共団体及びコンテンツ制作等を行う者の責務等を定めたものであって

(第1条)、第2章及び第3章において定める施策は主として国または地方公共団体が行う施策であるのに対し、本条においてはコンテンツ事業者が行うべき施策について定めたものである。

第1項にいう「コンテンツ事業者」は、コンテンツの制作のほか、複製、上映、公演、公衆送信その他の利用、コンテンツに係る知的財産権の管理を業として行うものをいう(第2条第2項及び第3項)。

コンテンツの制作、利用、管理は、国や地方公共団体等が上から行わせるものではなく、それぞれの事業者が「基本理念にのっとり、自律的にその事業を運営し、かつ、その能力を最も有効に発揮することにより事業の効率化及び高度化を図る」ことは、民間の法人、個人が自発的な創作活動として、あるいは自由な経済社会における事業活動の一環として、自発的に行っていくものである。知的財産に対する意識の高まりを受けて「知的財産の取得・管理指針」「知的財産報告書」等の作成を行う企業も増えつつある。

しかしながら、わが国でのコンテンツ制作等は、ベンチャー企業を含む中小企業が行っている面が大きいが、その経営基盤は弱く、コンテンツの適切な保護や管理、円滑な流通、侵害に関する対策等が必ずしもできていない面がある。

このため、特にコンテンツ流通の円滑化、知的財産権の侵害に関する情報の収集等の措置については、事業者単独での取組のほか、業界を挙げての取組等が望まれるところであり、政府もこのような関係者間の合意形成などを促進することとしている(「知的財産推進計画2004」第4章・コンテンツビジネスの飛躍的拡大)。

たとえば、映画や放送番組などのコンテンツが、インターネット配信の手段により有効に活用されるよう、権利者等の関係者間の協議を奨励すること、法的・技術的環境の整備、契約内容に関し合意に至らなかった場合の解決手順について協議や調整の場の提供、仲裁制度、裁定制度などの手段を柔軟に採用することなどである。

ここで、弁理士としては、著作権法のみならず、商品化における意匠法、商標法、模倣対策等についての不正競争防止法等、複数の法領域にまたがる複合的な権利保護・活用を適切に行えることが求められ、さらには下請け法、独占禁止法、労働法、さらにコンテン

ツ業界の慣行などを精通することによって、こうした業界内における契約その他の業務に関わることができると期待される。またADRの普及についても期待される。またADRの普及についても期待される。

また、模倣品・海賊版問題の対策には人材・費用面で多大な負担を強いられるものであり、特に中小企業にとっては極めて対応が困難な問題であるため、模倣品・海賊版の被害実態・対策に関する情報の提供、侵害発生国・地域の当局との交渉や働きかけを効果的にを行うための官民合同ミッションの実施、主要業界団体に対する模倣品・海賊版対策委員会の設置などの組織の充実・強化の奨励などが行われている(経済産業省、文部科学省)。

第2項にいう「制作事業者」は、「コンテンツ事業者のうちコンテンツの制作を業として行うもの」(第17条)をいう。

「制作事業従事者」は、コンテンツの制作の事業に従事する者であって、制作事業者の従業員をいうほか、「請負契約等に基づき制作事業者のために出演その他のコンテンツの制作に係る役務の提供を行う者」を含むとされており、たとえば俳優、声優等の実演家や、フリーのプロデューサー、シナリオライター等の、制作事業者との契約により役務の提供を行う者などが想定されていると解される。

コンテンツ制作事業者は、ベンチャー企業を含む中小企業が多く経営基盤は弱いものであり、従業員の待遇も大手メディア等の事業者を除けばよいとはいえず、特に正社員の身分を有しない者において顕著である。

制作事業従事者の職務がその重要性にふさわしい魅力あるものとなるよう、制作事業従事者の適切な処遇を確保するためには、従業者については最低賃金法や労働基準法等、「下請いじめ」といったことに対しては独占禁止法などによる不公正な取引の排除等が図られている。処遇には金銭的処遇のほか、労働時間や労働環境、知的財産権の帰属に関する適切な処遇などが想定されるところであろう。

職務発明については、特許法第35条の改正とともに従業者による発明に関する対価の適切な契約ルールを定めることが奨励されており、また大学発明については、「知的財産推進計画2004」第2章「2. 大学等における知的財産の創造を推進する」において、知的財産に関するルールを明確化することとして、ソフト

ウェア、デジタルコンテンツ等に係る著作権については、職務著作の考え方を踏まえつつ、その取扱いルールを明確化することとされている。

コンテンツ制作事業者と制作事業従事者との関係においても同様に、職務著作の規定（著作権法第15条）、映画の著作物の著作権の帰属（著作権法第27条）を踏まえつつ、著作者人格権、実演家人格権、著作隣接権などコンテンツ特有の権利や、著作物の二次利用などにあっても取扱いルールの明確化、報酬の分配などを明確にすることが望まれている（平成15年（ネ）第6051号 各ビデオ化使用料請求控訴事件）。

また、プロダクション等に所属しない実演家等が、安全で安心して活動に取り組めるよう、実演家等の事故災害補償の在り方や労働契約によらない場合の出演契約の書面化の促進について検討し所要の措置を行うこととされている（「知的財産推進計画2004」第4章）。

第25条（国の委託等に係るコンテンツに係る知的財産権の取扱い）

（国の委託等に係るコンテンツに係る知的財産権の取扱い）

第二十五条 国は、コンテンツの制作を他の者に委託し又は請け負わせるに際して当該委託又は請負に係るコンテンツが有効に活用されることを促進するため、当該コンテンツに係る知的財産権について、次の各号のいずれにも該当する場合には、その知的財産権を受託者又は請負者（以下この条において「受託者等」という。）から譲り受けられないことができる。

一 当該コンテンツに係る知的財産権については、その種類その他の情報を国に報告することを受託者等が約すること。

二 国が公共の利益のために特に必要があるとしてその理由を明らかにして求める場合には、無償で当該コンテンツを利用する権利を国に許諾することを受託者等が約すること。

三 当該コンテンツを相当期間活用していないと認められ、かつ、当該コンテンツを相当期間活用していないことについて正当な理由が認められない場合において、国が当該コンテンツの活用を促進するために特に必要があるとしてその理由を

明らかにして求めるときは、当該コンテンツを利用する権利を第三者に許諾することを受託者等が約すること。

2 前項の規定は、国が資金を提供して他の法人にコンテンツの制作を行わせ、かつ、当該法人がその制作の全部又は一部を委託し又は請け負わせる場合における当該法人とその制作の受託者等との関係に準用する。

3 前項の法人は、同項において準用する第一項第二号又は第三号の許諾を求めようとするときは、国の要請に応じて行うものとする。

本条は、コンテンツ制作が国からの委託事業等の場合の知的財産権の取り扱いについて規定したものである。

本条は、コンテンツ版バイドール法案とも呼ばれるべきものである。バイドール法とは1980年にアメリカ合衆国で制定された法律で、正式には「Patent and Trademark Act Amendments of 1980（1980年アメリカ合衆国特許商標法修正条項）」という。バーチ・バイ（Birch Bayh）上院議員とロバート・ドール（Robert Dole）上院議員の提案によることから、『バイドール法』と呼ばれる。従来、アメリカ合衆国政府の資金によって大学が研究開発を行った場合、その研究開発の過程で生じた特許権は政府のみに帰属していたが、この法律により、大学側や研究者に特許権を帰属させる余地が認められるようになった。

本条により、国が発注するコンテンツ制作に係る委託・請負取引については、一定の条件のもと、当該コンテンツに係る知的財産権を国ではなく受託者に帰属させることができるようになった。

従来、わが国では、国が委託又は請負契約によりコンテンツの制作を行った場合、当該コンテンツに係る知的財産権は、全て国が所有することとなっていた。しかし、こうした取り扱いに対しては、①コンテンツ制作者のインセンティブの阻害、②民間における二次利用の可能性のある良質なコンテンツの死蔵、③コンテンツの全ての知的財産権を譲り受けることにより（不要な権利まで購入することになるので）、その譲渡対価による委託等に係る国の支出の高騰等が指摘されていた。

そこで、今回のコンテンツ保護基本法第25条では、

国が委託又は請負契約によってコンテンツの制作を行った場合、当該コンテンツに係る知的財産権の帰属を受託者に譲り渡すことができるようにした。ただし、国により排他的に利用されることが適当であるコンテンツについては、従来通り、国が全ての権利を留保することになる。

コンテンツ制作者が知的財産権を国から譲り受けたいと望む場合には、(1) コンテンツに係る知的財産権の種類その他の情報の国への報告(第1号)、(2) 公共の利益のための国への無償の利用許諾(第2号)、(3) コンテンツ不活用の場合の第三者への利用許諾(第3号)の3要件を満たせば知的財産権を取得できる。なお知的財産権が特許権である場合、第2号については特許法第93条の「公共の利益のための通常実施権の設定の裁定」、第3号については特許法第83条の「不実施の場合の通常実施権の設定の裁定」により担保されているといえる。

3. おわりに

弁理士としてのコンテンツへの関わり方の指針を示すべく設けられた委員会ではあったが、平成16年度は、コンテンツ業界の調査およびこの保護基本法の把握までで時間切れとなってしまった。国の知的財産戦略本部のコンテンツ専門調査会では日本ブランド保護の確立が提案されており、弁理士としても本年はさらに細分化された市区町村レベルでの地域ブランドでのコンテンツ保護に関与していくことを通じて、コンテンツ保護の法律専門家としての地位が確立されていくことが期待されている。

なお、このコンテンツ保護基本法の条文解説の執筆は、平成16年度コンテンツ委員会所属の、松倉秀実、佐藤英世、成瀬重雄、木戸良彦、古谷栄男、金原正道、弓削田博、関 昌充、伊藤 真、鈴木大介(執筆条文順)の各委員が担当した。

(原稿受領 2005.5.10)

パテントニュース・レポート

発明に新登録制度

特許と別政府方針 訴訟リスク軽減 内容や日付証明

政府は特許出願前の発明を登録・証明する新制度を創設する。企業が申請した発明について特許庁が内容と日付を証明し、データを非公開で保管する仕組み。現行の特許出願制度と併せ、特許紛争など知的財産をめぐるリスクに企業が対応しやすくするのが目的だ。6月にまとめる「知的財産推進計画 2005」に盛り込んだうえで特許法改正の検討作業に着手し、2010年までの実現を目指す。

非公開で保管 海外盗用を防ぐ

現在の日本は特許出願前の発明を証明・保護する制度がないため、特許侵害の訴えや使用差止め請求を恐れて企業が特許を出願しておくケースが多い。新制度は防衛目的の出願をなくするのが目的で、不必要な出願を減らすことで技術情報などが盗用されることを防ぎ、特許審査のスピードを速める狙いもある。

新制度は特許出願前の発明の保護や第三者による盗作防止に広く使われているフランスの「ソロー封筒」制度をモデルに導入する。仏制度は発明者が同じ内容の封筒2通を特許庁に送ると同庁が発明内容と日付を証明して1通を非公開で保管。もう1通は発明者が保管し、特許侵害で訴えられた際には手元の封筒を開けて事前に発明していたことを証明する。

国内で導入する場合の具体的な仕組みは今後詰めるが、新技術や生産ノウハウなどを幅広く登録対象とし、特許庁への申請は特許出願と同様にパソコンによる電子申請を基本とする方向だ。申請を受ける特許庁のチェック方法なども産業界の意見などを踏まえて検討する。

情報を非公開で保管するのは、公開が原則の特許出願制度のもとで情報管理の問題が指摘されているためだ。特許は出願から1年半後に全情報が公開され、特許として認められる前の技術情報でも特許庁のデータベースにインターネットを通じてアクセスすれば無償で入手できる。韓国、中国からのアクセスが多いため産業界では「日本の発明技術が盗まれている」との危機感が強い。

政府は新制度の創設を機に、企業側に特許出願と新制度の使い分けを促す考えだ。特許を確立する必要があると判断した技術などは従来の特許出願制度を利用。技術や生産ノウハウなどをめぐり他社からの権利侵害の訴えに対抗するのが主な狙いなら新制度を使うといった具合だ。

「知的財産推進計画 2005」では発明登録の新制度のほか、一国の特許庁で登録すれば世界の希望国でも登録できる「世界特許」実現を目指して、日米欧の特許審査結果を相互承認する仕組みの構築を提唱する。知的財産に詳しい人材の育成やコンテンツの流通促進支援なども盛り込む。

(日本経済新聞 2005.5.4 朝刊)