



City Research Online

City, University of London Institutional Repository

Citation: Imamura, T., Ando, K., Ueno, T., Tamura, Y., Rademacher, C., Bonadio, E., Mimler, M. & Terahara, J. (2024). International Workshop 'Video Games, Fan Culture and Intellectual Property'. *Journal of Information and Communication Studies*(23), pp. 1-54.

This is the published version of the paper.

This version of the publication may differ from the final published version.

Permanent repository link: <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/32873/>

Link to published version:

Copyright: City Research Online aims to make research outputs of City, University of London available to a wider audience. Copyright and Moral Rights remain with the author(s) and/or copyright holders. URLs from City Research Online may be freely distributed and linked to.

Reuse: Copies of full items can be used for personal research or study, educational, or not-for-profit purposes without prior permission or charge. Provided that the authors, title and full bibliographic details are credited, a hyperlink and/or URL is given for the original metadata page and the content is not changed in any way.

City Research Online:

<http://openaccess.city.ac.uk/>

publications@city.ac.uk

特集 報告

情報コミュニケーション学部主催

国際ワークショップ

「ビデオゲーム、ファンカルチャー、知的財産」

International Workshop

‘Video Games, Fan Culture and Intellectual Property’

開催日時：2023年5月30日（火）

言語：英語／日本語（クラウド型遠隔同時通訳サービス）

会場：明治大学駿河台キャンパス グローバルフロント1階 多目的ルーム

付記：本国際ワークショップの実施の経費の一部は、大和日英基金助成金による助成による。

◆ディスカッサント

- 安藤和宏氏（東洋大学教授）
- 今村哲也氏（明治大学教授）
- 上野達弘氏（早稲田大学教授）
- 田村善之氏（東京大学教授）
- クリストフ・ラーデマッハ氏（早稲田大学教授）
- エンリコ・ボナーディオ氏（ロンドン大学シティ校リーダー）
- マーク・ミムラー氏（ロンドン大学シティ校上級講師）
- 寺原 潤氏（セガサミーホールディングス株式会社 法務知的財産本部 副本部長）

1. 開催趣旨の説明

今村 本日は、ゲームとファン活動、そして知的財産権をテーマとして、ワークショップとセミナーを行います。今日は昨日ほどひどい天気でもなく、多くの方にご参加いただき感謝しています。うまく司会進行ができないかもしれませんが、皆様のご協力とご支援に感謝しております。はじめに、このワークショップの趣旨について説明したいと思います。

日本は早くからゲーム機を導入しており、アーケードゲームも社会的な出会いの場として今でも人気があります。セガのメガドライブや、任天堂のゲームボーイなどは、ビデオゲームのイノベーションを牽引してきました。著書『コンソールウォーズ』で知られるブレイク・J・ハリス氏は、CNNの記事において「ハードウェアからソフトウェア、コントローラー、文化に至るまで、コンソールゲームにこれほど大きな影響を与えた国はない¹」と述べています。

現在の日本のゲーム市場は、およそ2兆円の規模がありますが（2022年）、日本のビデオゲーム会社の主戦場は海外にあり、世界のゲーム市場の規模は約22兆円とも推計されています。そうしたゲーム市場は、供給されるゲームそれ自体の消費を通してだけでなく、たとえば、ゲーム作品に関するさまざまな二次創作や、ゲームキャラクターのコスプレ、そして最近流行の「ゲーム実況」など、ゲームファンによる多種多様な活動によっても支えられています。

コンテンツとしてのビデオゲームは、著作権その他の知的財産（IP）により保護されています。この点について、ファンによるゲームコンテンツの二次利用は、とくに著作権などの知的財産に抵触する場合がありますが、企業側のゲーム作品のプロモーションのことを踏まえた場合、ファン活動を許容

¹ CNN, How Japan changed video games forever (November 13, 2017) <<https://edition.cnn.com/2017/11/12/asia/future-japan-videogame-landmarks/index.html>> (2023年5月30日閲覧)。

することが利益につながる場面もあります。今回のワークショップとセミナーの目的は、ビデオゲーム分野におけるファンカルチャーと知的財産との関係において、どのような法的論点があるのかを議論するとともに、国内外の状況について共有することにあります。また、ロンドン大学シティ校と明治大学情報コミュニケーション学部との学術交流を進めていくきっかけになることも企図しています。

2. 登壇者のご紹介

今村 時間が限られていますので、本日の登壇者のお名前と肩書だけをご紹介します。司会を務めます明治大学の今村です。日本からのスピーカーをアルファベット順にご紹介します。

東洋大学からは安藤和宏先生です。安藤先生は学会やこのワークショップの関係で台湾から一時帰国されています。音楽著作権の研究の第一人者で、深い学識に加えて長年の実務の経験もお持ちです。

早稲田大学からは上野達弘先生です。上野先生の著作権法でのご活躍は、すでにご存知の方も多いと思いますが、著作権法の分野に精通した有名な専門家でいらっしゃいます。

東京大学の田村善之先生にもご登壇いただいております。田村先生は知的財産権のことなら何でも知っているこの分野の最も著名な専門家でございます。私が改めてご紹介する必要はないでしょう。

早稲田大学からはクリストフ・ラーデマッハ先生もご登壇いただいております。数々の大学で学び、驚くほど親切で、物腰が柔らかく、知的財産分野の幅広い知識をお持ちです。日本語も堪能でいらっしゃいますが、私とはいつも英語でメールをやりとりされています。

はるばる英国から2人のスピーカーをお招きしております。まずはロンドン大学シティ校のエンリコ・ボナーディオ先生です。幅広い分野の専門知識

をおもちで、世界中を飛び回り、さまざまな分野で学問的な貢献をしている先生です。本日は、AIにまつわる諸問題についての洞察についてもお話しいたします。

同じくロンドン大学シティ校のマーク・ミムラー先生です。スーツケースが先週木曜出発したロンドンから火曜日になっても届かないという不運な出来事にもかかわらず、ミムラー先生はプロフェッショナルな態度で臨まれています。スーツケースは現在シンガポールにあるようで、お着替えがないようでございますが衛生面では問題ないようです。

ゲーム事業を含むセガサミーホールディングスからは寺原潤様にご参加いただいております。寺原様は明治大学で実施した日本レコード協会の寄付講座の講師として3年間、私たちの学生たちにゲームと知的財産についての授業をしてくださいました。寄附講座で寺原先生の講義を受けた明治大学の学生は、実に4000人を超えております。



3. ゲームと知的財産

今村 それでは本日、予定された議題に従って進行いたします。日本におけるビデオゲームに関連するファン活動は、単にゲームの遊戯を楽しむというだけでなく、さまざまな社会的、文化的、経済的影響があります。思いついたものを挙げると、先ほど述べたゲーム実況や、ゲームキャラクターのコスプレのほか、二次創作、アニメにもよく見られる聖地巡礼による地域振興、e-sportsなどが挙げられます。また、SNS上ではさまざまなゲームコミュニティがありますし、それはグローバルにも展開しています。それらは、ゲーム会社によるゲーム機およびゲームソフトの販売市場のほかにも、さまざまな二次的市場を生み出しているでしょう。また、ゲームの生産・消費とは直接に関係のない他の主体にも、費用や便益や利益を生じさせているでしょう。こうした二次的市場や、外部経済の存在が、豊かなゲーム市場の背後にあるということができると思います。

このイベントは学部生を主なターゲットとしているので、基本的なことからお伺いいたしますが、ゲームビジネスを展開する上で必要となる知的財産権には、いろいろとあると思います。たとえば、どのような知的財産権があり、どのように活用されているのでしょうか。まず寺原さんをお願いします。

寺原 先ほどお話がありましたように、ゲーム業界では知的財産（IP）が不可欠です。知的財産と一口に言っても、その保護の枠組みには様々な法律が関係してきます。

例えば、映像や音楽、ストーリーなどは著作権で保護されており、非常に重要です。次に考慮すべきは商標です。ゲームタイトルはIPとなりうるものです。ゲームそのものだけでなく、ゲームタイトルやキャラクタを元にした商品・グッズ展開もたくさんあります。商標権を取得しておかないと、権利侵害を指摘される可能性があります。ですから、実務的には商標権の取得

が必要な場合があります。

意匠権も重要です。日本には画面デザインの保護制度があります。ゲーム画面上の特定のデザインは、著作権とともに意匠権で保護することができる場合があります。

あまり知られていないかもしれないが、ゲーム会社は特許権にも力を入れていることがけっこうあります。ゲーム会社などの関係者が、特許権に関する裁判に巻き込まれることもあります。過去には、コロプラ、任天堂、コナミ、サイゲームスなど、著名な企業の間で特許をめぐる裁判がありました。日本のゲーム業界では特許が積極的に取得・活用されており、これらの裁判例は特許の効果的に活用されている一例ともいえます。

こうした伝統的な知的財産の他に、他の権利も活用されることもあります。代表的なものとしては、不正競争防止法が挙げられます。

今村 安藤先生は特に音楽の分野にお詳しいと思うのですが、ゲームにおける音楽著作権の重要性、実務における権利処理についてご案内ください。

安藤 その話をする前に、最近の任天堂のビジネス戦略について、少しばかりお話したいと思います。任天堂は10年くらい前に、これまでは消極的だった自社のキャラクター IP について、今後はより積極的に活用していくという方針を発表しました。その成果が最近、次々に現れています。今年公開された映画『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』は世界中で大ヒットしましたし、2021年にはユニバーサル・スタジオ・ジャパンに任天堂のテーマパークである「スーパー・ニンテンドー・ワールド」がオープンしました。さらに2023年2月17日には、ユニバーサル・スタジオ・ハリウッド内に「スーパー・ニンテンドー・ワールド」がオープンしています。さらに、シンガポールにもこのテーマパークがオープンする予定です。このように、任天堂はビデオゲームに登場するキャラクターの IP を積極的に活

用して、世界中でビジネスを展開しています。

先ほど今村先生がご紹介したとおり、私は音楽著作権が専門です。30年ほど前、私がゲーム会社と仕事をしていた頃は、今とは状況が大きく異なっていました。当時、ゲーム会社は内製志向であり、多くのゲーム音楽は社員が作っていました。もちろん、『ドラゴンクエスト』のゲーム音楽を作曲したすぎやまこういちさんのような例もありましたが、今と比べるとかなり例外的でした。初代スーパーマリオブラザーズのゲーム音楽を担当したのは任天堂の社員の近藤浩治さんでしたし、『ファイナルファンタジー』のゲーム音楽は、スクウェアの社員だった植松伸夫さんが手がけました。

多くのゲーム音楽が内製で作られていたのには理由がありました。それはJASRACがゲーム音楽の利用について、ゲーム会社に対して使用料を免除しなかったからです。ゲーム会社は、作曲家に作曲料を支払っているのに、さらにJASRACに著作権使用料を支払わなければならない。これは二重払いになってしまうため、ゲーム会社にとっては大きな負担となります。そのため、長い間、ゲーム会社はJASRACの会員にゲーム音楽の制作を依頼することができなかったのです。

しかし、2001年に著作権等管理事業法が施行され、作家や音楽出版社は支分権の一部を自己管理することができるようになりました。さらに、その後、JASRACは著作権信託契約約款を改訂し、ゲーム会社によるゲーム音楽の使用に対して、使用料を免除するという規定に変更されました。その結果、多くの優秀な作曲家がゲーム音楽を手がけるようになったわけです。

例えば、昨年任天堂から発売された『ゼノブレイド3』というゲームは180万本を超える大ヒットとなりました。このゲーム音楽は複数の作曲家が担当していますが、その中心となる作曲家はJASRACの会員である光田康典さんです。余談ですが、ゲーム音楽が買い取りではなく、音楽出版社が管理するというビジネス・モデルになった契機は、1999年にスクウェアから発売された『クロノ・クロス』です。このゲーム音楽は、当時スクウェアを

退社したばかりの光田康典さんが手がけ、私の会社が著作権を管理しています。

当時、光田さんと私は何度もスクウェアに足を運んで、ゲーム音楽を買い取りではなく、音楽出版社が管理すべきことを説得しました。その結果、『クロノ・クロス』のサントラ盤CDは10万枚以上の大ヒットとなり、スクウェアは各地で『クロノ・クロス』のゲーム音楽をオーケストラが演奏するコンサートを主催し、大きな収益を上げました。2019年と2020年には『クロノ・クロス』発売20周年を記念して、東京、名古屋、大阪でライブツアーが開催され、その様子はU-NEXTによってライブ配信されました。さらにDVDとBlu-rayとして発売されています。

このようにゲーム音楽はコンテンツとして大変価値が高く、世界中に多くのファンが存在します。現在は、ゲーム会社もゲーム音楽の価値を認識するようになり、貴重なIPとして、積極的に活用するようになりました。ここまで来るのに20年以上の歳月がかかりましたが、関係者の一人としては感慨深いものがあります。

今村 特許をめぐっては、つい最近、株式会社コナミデジタルエンタテインメントが、株式会社サイバーエージェントの子会社である株式会社Cygamesが提供しているゲーム「ウマ娘 プリティーダービー」について、特許権侵害で40億円に及ぶ損害賠償と、ゲームの生産、使用、電気通信回線を通じた提供の差し止めを求めて訴訟提起をしたことが大きな話題になりました。本日は、この問題については触れませんが、オンラインゲームの場合、継続的にゲーム遊戯をしているゲームファン、そしてアニメファンもいます。そのため、特許権の行使が単に市場における財の供給に影響を与えるというだけでなく、文化的・社会的な影響をもつということは、今回の、「ゲーム、ファンカルチャー、知的財産」、という問題に関係するかもしれません。この点について、ご意見のある方はいらっしゃいますか。それでは田

村先生、お願いいたします。

田村 はいどうもありがとうございます。まず大きな問題は、日本のゲームの特許が非常に戦略的に取られているってことが大きな問題だと思います。具体的にはゲームのルールのようなところとかコンセプトみたいのところまで特許が成立しているということが問題ではないかと思います。本来はそのコンセプトとか、日本でも、特許庁の審査というのはかなり抽象的なコンセプトだけでは特許はとれないんですね。それにもかかわらず、その特許について何かハードウェアと協働しているとかハードウェアを少し特定しているかのような形で弁理士さんがクレームドラフティングすると特許が取れるようになります。弁理士さんが非常にクレームドラフティングを苦勞して、抽象的なものが、ハードウェアを動かしているかのように書けば、特許が取れるようになります。その場合特にヨーロッパと違う日本の問題は、そのハードウェアと協働すると書いてあるところに進歩性とか新規性が備わる必要がないということなんです。そこがヨーロッパとアメリカと違うところです。その結果、ゲームの用途とかコンセプトのところにだけ、新規性なり進歩性があるようなものまで、特許が成立しています。その結果、非常に戦略的にゲームのコンセプトを独占したいという人たちが特許を使えるようになってこれが大きな問題だと思っています。本来特許の数を減らすべきだろうと思います。それは決してゲーム会社の悪いところじゃないんですね。特許庁の方針と裁判所の一部がこのような方針をとっているので、その問題が起きているということなんです。以上です。

今村 田村先生、ありがとうございます。ではボナーディオ先生が手を挙げられていたようなので、ご発言をお願いします。

ボナーディオ As far as patents and videogames are concerned, I just

want to raise an issue about the breadth of the claims in some games-related patents because some of these claims seem to be too broad - which might prevent others competitors from entering the market, basically. In particular, I found a US patent owned by Namco which protects a method for avoiding unnecessary wastage of time in video games. In other words, this patent covered auxiliary games which players can enjoy while waiting for the main game to be uploaded, which has given Namco the company exclusive rights to putting minigames in loading screens. Well, because of the fact that the claims in this patent are quite broad, some commentators believe that this patent has discouraged, let's say, any type of interaction from occurring during loading screens until the expiration of the patent in 2015. It has also been noted that it is because of this patent that for many years, loading screens were so boring and static and that when the patent expired, other video game publishers have become more creative with the loading screens. So I think this is an example which teaches us that it's dangerous to patent inventions with two broad claims in this sector, because basically this may disincentive the development of further video games.

日本語訳：特許とビデオゲームに関して、いくつかのゲーム関連特許のクレーム（特許請求の範囲）について問題を提起したいと思います。というのも、これらの請求のいくつかはあまりにも広すぎるように思われ、基本的には他の競争者が市場に参入するのを妨げる可能性があるからです。特に、ビデオゲームでの不必要な時間の浪費を避ける方法を保護するナムコが所有する米国特許がありました。簡単にいうと、この特許は、プレイヤーがメインゲームがアップロードされるのを待っている間に楽しめる補助ゲームに及ぶもので、ナムコ社はローディング画面にミニゲームを置く独占権を有していました。そして、この特許のクレームはかなり広範囲に及んでいるため、こ

の特許が2015年に失効するまで、ローディング画面中にいかなる種類のインタラクションが生じることも抑止していたとする論者もいます。また、この特許のせいで、何年もの間、ローディング画面が非常に退屈で静的なものであったこと、そして特許が失効すると、他のビデオゲームパブリッシャーはローディング画面についてより創造的になったことも指摘されています。これは、この分野において、広すぎるクレームを持つ発明の特許化することの危険性を教えてくれる例だと思います。なぜならこうしたことは基本的に更なるビデオゲームの開発を抑制する可能性があるからです。

今村 それでは、他に今の特許の問題についてコメントがあればお願いいたします。

上野 特許権の場合は著作権と違って国ごとに発生している場合が多いと思います。つまり、著作権は世界中で同じような権利がだいたい存在するのに対して、特許権は出願した国でだけ発生するわけです。1カ国だけで特許を持っているということも多いのではないかと思います。

一方で、オンラインゲームはユニバーサルに世界中で行えることが多いように思います。かつてフィンランドの会社が提供しているオンラインゲームが日本の特許権を侵害するかという訴訟がありましたが、2021年に和解してしまい、裁判所の判断が示されませんでした。このように、どこで特許発明を実施していると言えるのかが大きな問題になるところです。5月26日にも知財高裁がFC2に関する大合議判決を出しましたが、それとの関連も含めて、どこで特許発明を実施しているのかという問題はゲームの世界でも大きな問題になると思います。以上です。

4. コンテンツの著作権

今村 ありがとうございます。それでは、次のテーマに入りたいと思います。コンテンツの著作権ということで、ゲーム会社についてゲームパブリッシャーとディベロッパーに分けて話がなされることがあります。基本的な話かもしれませんが、両者はコンテンツの著作権に関してどのような関係が一般的でしょうかという質問です。まず、寺原さんから一言お願いできますでしょうか。

寺原 一般的にはパブリッシャーとディベロッパーが分かっていたときに、ディベロッパーはスタジオと言われることもあるのですが、だいたいゲームを販売して売り上げを得るパブリッシャーがゲームの開発コストを負担します。コストを負担したからには、やはり知的財産も含めた成果物を自分のものにしたいと考えます。ですから、このご質問に関しては、通常であればコストを負担したパブリッシャーが、著作権を契約上開発スタジオから譲り受けることになるのが一般的だろうと思います。

今村 ありがとうございます。この件について安藤先生、追加のご発言はありますでしょうか。

安藤 今、寺原さんがお話しされたとおり、一般的にはパブリッシャーがディベロッパーに対して、ゲームの開発費を払って、ゲームの製作を委託します。なので、パブリッシャーが発売元、ディベロッパーが開発元という位置づけになります。ゲームの著作権ですが、ディベロッパーからパブリッシャーに譲渡されるのが一般的だと思います。ただし、ディベロッパーの交渉力がとても強い場合には、例外的にディベロッパーが著作権を保有することもあるようです。

ディベロッパーの名前はあまり表に出てこないで、どんな会社があるのか、みなさん、あまりピンと来ないかも知れません。例えば、『New ポケモン スナップ』というゲームは、パブリッシャーが株式会社ポケモンですが、ディベロッパーはバンダイナムコスタジオです。このゲームは任天堂グループではなく、バンダイナムコグループであるバンダイナムコスタジオが作っているわけです。先ほど私がお話しした『ゼノブレイド3』のディベロッパーはモノリスソフトという任天堂の子会社です。このゲームのパブリッシャーは親会社の任天堂です。このように、パブリッシャーとディベロッパーが分かれているゲームはかなりあります。

5. ゲームとマーチャンダイジング

今村 ありがとうございます。その他はよろしいでしょうか。そうしましたら、次に「ゲームとマーチャンダイジング」というテーマで、ビデオゲーム関連のマーチャンダイジングの具体例について考えてみましょう。

例えば、キャラクターグッズ、書籍、ゲーム音楽、アニメや映画、eスポーツ、先ほど挙げましたが、他にもあるでしょうか、ということで、こちらの質問は寺原さんになると思いますが、本来的なゲームビジネスに対するこういったマーチャンダイジングの規模感を教えていただければと思います。また、本来のゲームソフトの販売や本体の販売に対するマーチャンダイジングの規模感のようなものを教えていただければと思いますが、いかがでしょうか。

寺原 マーチャンダイジングの具体例としてここに挙げていただいているものは、だいたい主要なものは押さえていただいていると思いますが、その他にはたとえば最近コロナでできていなかった、ゲームを遊んでいるファンが集まるゲームイベントがあります。それはゲームで対戦をする場合もあるの

ですが、それ以外のファン同士の交流を楽しむようなものもあったり、コラボカフェと皆さん聞いたことがあるかどうか分かりませんが、人気のキャラクター一色で店内が埋め尽くされた、あるいはメニューやコースターのようなものを含めてキャラクターグッズで埋め尽くされている夢のような空間、これもイベントの一種です。

あと、弊社はクレーンゲーム機の UFO キャッチャーも作っていますし、その景品も作っています。ある意味、あれもキャラクターグッズ展開です。皆さんゲームセンターに行かれたことがあるかどうか分かりませんが、あの景品はものすごく種類があるのです。ああいったものも、少なくともわれわれのグループにおいては一つのマーチャンダイジングの典型的なパターンとしてあります。

あと、一番くじは皆さんコンビニで知っていますよね。あれも結構キャラクターをどんどん、いろいろなチャンネルで展開していこうとしたときに、コンビニはものすごく皆さんとたくさんの接点を持っている場所なので、ああいったところで IP を露出していくのも一つマーチャンダイジングの重要な形かと思います。

今後に関しては、NFT ですね。いわゆるブロックチェーンテクノロジーを使った、デジタルでありながら唯一無二の財産と言えるようなもの、これを一つの IP のキャラクターグッズとして販売いくことについて、いくつかの企業は試みています。ただ、これが結構難しく、特に欧州で、このブロックチェーンに関する技術が、非常に電力を消費するというので環境によくないと、そこについてももう少し技術が環境に配慮されたものになるまで、企業は積極的に導入するべきではないのではないかとおっしゃるファンの方もいると思います。

あるいは、一度マーケットプレイスに出たデジタルアートが転売をされる過程であたかも投機の対象であるかのように扱われて、ちょっとしたバブルが以前あったわけですが、そういうところに企業が IP を展開していくこと

についても批判的な向きがあったりと、結構この辺は慎重にならざるを得ない状況もあるかなと。

さらに、メタバースという話になってくると、先ほどのブロックチェーンテクノロジーを生かしてゲーム内のアイテムが全ていろいろな取引の対象になってくるとも考えられたときに、これをキャラクターグッズと言っているのかどうか分かりませんが、最近ちょっとメタバースの議論については下火になってきていますが、ある意味、ゲームなりキャラクターを軸としたビジネススキームというものがどんどん増えていく可能性はあるかなと。

規模感に関して言うと、例えば、このゲームの売り上げがこれぐらいで、だいたい何割ぐらいがキャラクターグッズの売り上げになるようにということ、なかなかあらかじめ決められないですよ。やはり、ヒットビジネスですから、そのゲームは何本売れるのかというようなことについて、当然予測はするのですが、なかなか予測どおりに行かないというのが正直なところでして。ただ、だいたいこれぐらい売れそうだから、これぐらいのコストを掛けて利益はだいたいこれぐらいと、ある意味予想のようなものを、実際にグッズを作って下さるライセンスの方と話をしながら、だったらビジネスになるとか、これは厳しいといったことを話しながら、実際にマーチャндаイジングのビジネスを進めているというのは、間違いなくそのとおりです。

安藤 ゲーム会社はかなり広範にメディアミックスを手がけています。最近の成功例でいうと『ウマ娘』ですね。あのゲームは最初からメディアミックスを考えて、ビジネスを展開しました。確か、最初はマンガだったと思います。ゲームの開発が少し長引いたという事情があるようですが、マンガ化、アニメ化、ゲーム化と次々に展開していきました。

若い方は意外かと思われるかも知れませんが、実はパチンコとパチスロにゲームやアニメ、マンガのキャラクターが使われると、権利者にはかなりの収益になります。これはアニメーションのデータですが、去年のアニメ市場

のデータを見ると、48%が海外売上、24%がマーチャндаイジング、パチンコ・パチスロが11%となっています。つまり、アニメ業界で言うと、パチンコ・パチスロは11%の売上シェアを占めている重要な収入源なのです。

ゲームソフトがヒットすると、アニメ化されます。パチンコ・パチスロにキャラクターを使用するには、原作者の許諾が必要なので、ほかの二次利用に比べるとハードルは高くなりますが、パチンコ・パチスロ市場は大きいので、ゲーム会社にとってはとても魅力的です。パチンコ・パチスロが好きな人は、『北斗の拳』や『宇宙戦艦ヤマト』といったアニメのキャラクターをお店で見たことがあると思います。同時にゲーム音楽やアニメ音楽も使われることが多いので、作曲家や音楽出版社にとっても大きな収益源になっています。

今村 ありがとうございます。マーク・ミムラー先生が質問があるそうなので、お願いします。

ミムラー Yes, thank you. Teraharasan. I'm very interested specifically in merchandising strategies in relation to which markets you trigger globally for merchandising. Because I have a feeling that merchandising is more done over here for video games than it is in the west. As an example we have bought a Pokemon toy here for Enrico san's daughter, which we cannot get in Europe. So is there something specific about the Japanese market for marketing which is why you trigger marketing first here? And do you see, like, growing opportunities also in Western markets as well for merchandising, which I would find great.

日本語訳：はい、ありがとうございます。寺原さん。私は特に、グローバルにどの市場でマーチャндаイジングを促進するかについてのマーチャндаイジング戦略に非常に興味を持っています。なぜなら、こちらでは欧米よりも

ビデオゲームに関するマーチャダイジングがより行われているような気がするからです。例として、私たちはエンリコさんの娘さんのために、ヨーロッパでは手に入らないポケモンのおもちゃをこちらで購入しました。では、マーケティングを最初にここで始める理由となる、日本市場のマーケティングに特有の何かがあるのでしょうか。また、欧米市場でもマーチャダイジングの機会が増えていると思いますが、それは素晴らしいことだと思います。

寺原 ご質問ありがとうございます。実は、日本のマーケットと欧米のマーケットは好まれるものが非常に違うのです。欧米でキャラクターグッズを展開すると、だいたいTシャツが多いです。日本ではもっと細かくいろいろなものがあって、先ほどUFO キャッチャーのぬいぐるみのお話もありましたが、ぬいぐるみがものすごく売れるのです。

実は、最近海外からお客さんがいらっしゃって、日本のUFO キャッチャーを遊んでみると、このぬいぐるみはすごくいいのではないかと、UFO キャッチャーでうまく取れなかったけれども欲しいという方がとてもたくさんいて。われわれはそれも一つのビジネスチャンスではないかと考えています。

実際たくさんラインナップがあるものですから、今まで欧米の方々が、その商品ではキャラクターグッズなかったよねといったものについても、日本からどんどんそういったものが出ていく流れが今後できてくるのではないかと、少なくともわれわれはそこにチャレンジする価値はあります。

6. ファン活動に対する知的財産権の行使

今村 ありがとうございます。それでは次のテーマ「ファン活動に対する知的財産権の行使」に入ります。今回のファン活動という点では、ここか

ら中心になってくるのですが、まず、ゲーム会社が特に注意しているファン側の活動がいろいろあると思います。ゲームはやはりゲームを遊ぶのが一番のファン活動だと思いますが、ゲームキャラを利用した二次創作、いわゆるファンフィクションの類、コスプレ、最近話題のゲーム実況、聖地巡礼、SNSで発信するなどあると思います。

他にも活動はいろいろあると思いますが、時間の都合もあり、他のファン活動はまた思い付いたらお話しいただくことにして、今、挙げましたファンフィクション、コスプレ、ゲーム実況などについて、ゲーム会社は具体的などのような場合にファン活動に対して知的財産を行使するのか、答えにくいかもしれませんが教えていただければ、ファンとしては非常に助かるわけです。特に、ゲーム会社から見たNG、これをやれば本当に訴えますよ、というような例があったら教えていただけると、これもファンとしては非常に予測可能性が高まり助かります。この点について、引き続き寺原さんにお伺いできればと思います。

寺原 大きく二つあって、ゲーム作品あるいはキャラクターは、本当にそれを開発した人からしたらわが子のようにかわいい存在です。ですので、キャラクターなりがおとしめられるような二次創作については、やはりキャラクターのイメージを守る意味で非常に重要と思っています。ただ、例えば、セガならセガが出したものだとは勘違いされるような二次創作であると、やはり、被害が非常に大きくなるわけですが、これは明らかにファンが一部の楽しみのためにやっているということであれば、もちろん許可はできないとしても黙認という形をとることは、重要なファンの方々であることには違いないので、時には必要なと思います。

あとは、先ほど来ゲーム、ストーリーというようなお話がありますが、ストーリーを楽しみにしていられる方々がいるとなると、例えば、重要なゲーム上のストーリーの局面は、ゲームを早く進めている人と遅く進めてい

る人で、知っている知らないの違いがあるわけです。ネタバレと言え
皆さんよりよく理解できるかもしれませんが、そういったことは、やはり、
われわれとしては配慮いただく、例えば、ゲーム実況などで動画を配信い
ただくとしても、ネタバレを含みますと分かりやすく表示していただいて、
うっかりネタバレしてしまってファンの方が悲しい思いをすることを防ぐこ
とについて協力をしていただきたいと思います。

今村 ありがとうございます。最近ゲーム実況に関して事件があったと伺っ
たのですが、安藤先生、それについてお話しただけででしょうか。

安藤 これはネット上でも相当話題になったので、ご存知の方も多いと思
います。52歳のYouTuberが『STEINS;GATE』というゲームのプレイ動画
をゲーム会社が設定しているガイドラインに違反して、YouTubeにアップ
ロードし、広告収益を得ていました。最近では、ゲーム会社がゲームの二次
利用に関するガイドラインを定めて、プレイ動画のアップロードが認められ
ているケースも増えています。しかし、今回の事件では、いわゆるネタバレ
動画をYouTubeに投稿したために、極めて悪質な行為として、逮捕され
たといわれています。また、このYouTuberはアニメの「STEINS;GATE」
や「SPY × FAMILY」の動画も無断で編集し、字幕やナレーションを付け
「ファストコンテンツ」としてアップロードしていたそうです。

昔と違って、ゲーム会社はゲーム実況についてガイドラインを設けている
ため、ユーザーはガイドラインに従うかぎり、その範囲内で自由にゲーム実
況ができます。一般的なガイドラインでは、営利目的によるゲーム実況は許
可されていません。ただし、広告収入や投げ銭は営利目的とみなされていな
いため、収益化できることが多いようです。

ゲーム会社にとって、ユーザーにネタバレされてしまうと、ゲームの売
上に深刻な影響を与えるため、一般的にはガイドラインで禁止することが

多いようです。特にアドベンチャー・ゲームのようなストーリー重視のゲームのネタバレをされると、ゲームの売上に響くのは事実だと思います。『STEINS;GATE』のガイドラインにも「エンディング、またはエンディング近辺の画像の使用は禁止いたします。」という規定があったようです。

一方、タイム・パフォーマンスを重視する今の若者は「てっとり早く内容を知りたい」と思うので、ファスト映画やネタバレコンテンツに惹きつけられてしまいます。再生回数を上げて広告収入を増やしたい YouTuber にとって、ネタバレコンテンツは手っ取り早く稼げる編集動画なわけです。したがって、今後もそういう YouTuber は手を変え品を変え、ネタバレコンテンツをアップしていくと思います。

今村 ありがとうございます。ファン活動と知的財産権の行使のバランスについての考え方について、田村先生と上野先生に続けてお伺いしたいと思います。

田村 どうもありがとうございます。では、田村から。この問題を考えるときには、1 番目に絶対に知的財産権の侵害にならない領域、2 番目に知的財産権侵害になるかもしれないけれども使い次第によっては権利が制限される場合、3 番目に許諾がないと知的財産権を必ず侵害するという、この三つに分けた方がいいと思います。

あまりゲームに関してはないかもしれませんが、同人の活動ですと小説家というのがあります。小説のとき続編を書く場合には、私は、これは文章で書けば必ずセーフになる領域だと思っています。ただ、続編だけでも漫画で描いたりすると、キャラクターの画像を使ったりしなければいけないので、何か特別な理由がない限りは侵害になるという第2類型に入ってしまうと思います。

ゲームの場合は先ほどからお話しされているような使い方は、全て映像は

使っていますので、どうしても2番目に入ります。そのときに使い方次第でセーフになる2番目の領域なのか、それとも必ず許諾を得なければいけないのかと考えなければいけません。

そのときに、一つ私がすごく重要視しているのは、先ほどのマーチャндаイジングの話です。なぜかという、先ほどもお話がありましたが、私の理解では、おそらく採算がとれるゲーム、開発費用を回収できるゲームはたぶん5割を割っているのではないかと思います。よく知らないのですが。だから、ゲーム会社としてはヒットしないといけなくて、ヒットさせたところからヒットしなかったものの開発費用も全部回収している状況です。そうだとすると、ヒットするためにファン活動とのコラボレーションが非常に重要です。そこがまず1点。

2点目は、さっきからお話があったように、どういう場合にゲーム会社の利益になって、どういう場合に不利益になるのかというのは、かなりセンシティブな問題で微妙な問題で、なかなかはっきり裁判所で決めるような話ではないと思います。そうなってくると、定型的に絶対ゲーム会社が許諾してくれなさそうだけれども、世の中のためにはあった方がいいような利用の仕方については、それは著作権の制限をする。フェアユースの典型ですが、日本はフェアユースがないので、仕方ないので引用で考える。そのときは、例えば、ゲーム会社の制作過程を批判するというタイプのものについては著作権を及ぼしてしまうと、ゲーム会社が自分に都合のいい批判しか許しませんので、そういった場合には問題なので、2番目の領域で著作権を制限する。

他方、ウィンウィンの関係になるだろう、つまり、ゲーム会社も合理的な使い方だったら許すよねというタイプのファン活動です。多くのものはそれに入ってくるのではないかと思います。それは、私はゲーム会社の権利が及んでよくて、それでもし過度にファン活動を禁止するようなところがあれば、たぶんそれはヒットしない。それですまわせればいいのではないかと思います。それがベースです。

そうは言いつつも、その上で、例えば、環境が非常に整ってきて、これは必ずセーフだというような状況が出てくると、はっきりゲーム会社がオッケーというルール、ガイドラインを出していない場合でも、黙示で許諾が成立したりとか、そういった話になってくるのではないかと思います。基本は、ウィンウィンの関係があるところはセガさんが出しているようなガイドラインで決めていくのは、僕は決して悪くないと思っています。

今村 ありがとうございます。上野先生、引き続きお願いします。

上野 一般論として、日本は非常に二次創作が盛んな国ですよ。中には形式的には著作権侵害に当たるような二次創作であっても、黙認されているものがかなり多いのではないかと思います。ただ、不思議なのは、日本人というのは決まりができるとそれをきっちり守ろうとする傾向があるように思いますし、「間違いがあってはいけない」という慎重な文化もあるような気がするのですが、コミケやその他さまざまな二次創作が、非常に大規模かつ商業的に行われているという点で、これは海外から見ても不思議に映るようです。

今はイギリスのプリマス大学にいらっしゃる Simone Schroff さんが、かつて早稲田大学に1年ぐらい滞在してこの問題について研究して、最近「どこで線を引くのか日本におけるファンとパイレーツ、海賊版の違い (Where to draw the line: the difference between a fan and a pirate in Japan)」という論文を英語で書いていますが、そこには、どうして日本でそのような大規模で商業的なファン活動が明示的な許諾がなく黙認によって成立しているのかという関心があるようです。結局、それは何かある特定のコミュニティーの中で共有されている考え方があるのかもしれませんが、そこでは、ある一線は絶対に超えてはいけない意識も共有されている一方で、ここまでは許されるということも共有されているのかもしれませんが。それは海外から見ると

非常に面白い現象なのだろうと思っています。

ただ、やはり特にビジネスにおいては、どのような場合に適法かという安心感も必要だと思いますので、ゲーム実況に見られるように、ガイドラインなども有益なのではないかと思います。以上です。

今村 この点はすごく大事なので、外国の状況も含めてお伺いできればと思います。ラーデマツハ先生、ボナーディオ先生、ミムラー先生、この知的財産権の行使とファン活動のバランスについて、海外の状況も含めて先生方のご意見を伺えればと思います。

ラーデマツハ I'll be very brief and aim to leave more time for my foreign co-panelists. Actually, I just wanted to pick up briefly on what Professor Ueno said on the lack of clear guidance between copyright piracy and permissible fan art in Japan. Indeed, as a foreign observer, this absence is interesting. If you look into other areas of IP law, Japan tends to have a lot of guidelines and government guidance, for example when it comes to trade secret misappropriation or other forms of unfair competition, patents, designs, or trademarks. In all these areas, we see long guidebooks published by the government. But in this particular area of copyright law, there's really nothing. And also from a foreign perspective, this is indeed an interesting lack of guidance that the Japanese government is permitting when it comes to fan art and copyright enforcement. I can imagine that the spoilers that were mentioned earlier are an economically harmful activity from the perspective of game companies that like to promote successful games. At the same time, I also think they are a way of a user commenting on the product based on using copyright protected content, which does feel like a type of fair use. If you comment on a movie

and that comment results in providing spoilers, that might be something that has some resemblance of similarity here. At the very least, I think that the legal analysis would yield different outcomes, depending on which country one looks into.

日本語訳：手短におはなしし、海外からのパネリストのために時間を割きたいと思います。上野先生がおっしゃった、日本では著作権侵害と許されるファンアートの中に明確な指針がないことについて、簡単に取り上げます。実際のところ、外国人としては、その不在は興味深いものです。他の知的財産法の分野を調べると、日本には多くのガイドラインや政府による指針があることが分かります。たとえば、営業秘密の不正取得やその他の不正競争行為、特許、意匠、商標などに関してです。これらの分野では、政府によって長大な指針が公表されています。しかし、著作権法という特殊な分野では、本当に何もありません。また、海外の視点から見ても、ファンアートや著作権の行使に関して日本政府が指針を示していないことは興味深いです。先に述べたようなネタバレは、売れているゲームを宣伝したいゲーム会社からすれば、経済的に有害な行為であることは想像できます。しかし同時に、著作権で保護されたコンテンツの利用に基づいて、ユーザーが当該商品についてコメントする手段でもあるため、フェアユースの一種であるとも感じます。映画についてコメントし、そのコメントが結果的にネタバレを提供することになるのであれば、それも似たような話になるかもしれません。少なくとも、どの国を調べるかによって、法的分析は異なる結果をもたらすと思います。

ミムラー Thank you. I found the point very interesting with regards to spoilers as well, of course that was something that I wasn't all too worried about. I was also wondering with regards to spoilers as being do the fans appreciate that as well if it's actually been done or not? Because there's one point in saying that the right order could go against this. But

also we're talking about fan activities such as a community that plays together. Is there some sort of sanctioning by the community itself? Sort of like not in an IP sense, but sort of like in a shaming sense in the sense that "you shouldn't do that. We cast you out of our community if you do that." So this is the non enforcement points that I would raise. Another point that I found interesting to see as well from the discussion in Japan, from Tamura-san and Ueno-san was the discussion on guidelines. Because then the question is of course again, I like to tap into this community part that video games of course are subject to intellectual property but of course as a cultural phenomenon should be obviously kind of like co joint and obviously there is a lot of input win win situation, as you said. To what extent do these guidelines actually are they too restrictive? Are they more restrictive than exceptions or so forth actually permit and so forth? They do bring clarity but I'm sometimes a bit wary about the fact that they might be over prescriptive with this regard. But user is always in a weaker position, I find at this point. As of to the European scenario, to talk about one interesting point that relates to a fan activity I don't know shall we talk about streaming video games already and. Is the current implementation of the Digital Single Market Directive in the European Union, of course, with the legendary Article 17, which tries to regulate and gives liability to online service providers, of course, like the YouTube or the Twitters. And there has been sort of like some fears as well, whether those people that provide us on YouTube or on Twitch sorry, I'm old, so I don't know Twitch very well. Whether they sort of like what their activities are how they are supposed to be addressed because there seems to be a lot of focus in Europe on this part of putting more onus on intermediaries, on YouTube and so forth to regulate this as well.

So a question that probably I would sort of bounce well to Teraharasan is to what extent is that an opportunity to do in Japan as well? If you find sort of like content you don't like, do you go to the streaming companies? Sorry it was more a question than a comment, but I just found it very interesting, the discussion here. Thank you.

日本語訳：ありがとうございます。ネタバレに関しても、その点は非常に興味深く感じました。そのことについてあまり気にしていませんでした。また、ネタバレに関して疑問に思っていたのは、実際にネタバレが行われたとしても、ファンはそれを高く評価しているのかということです。正しい順序に反する可能性があると言うのは一理あるのですが、私たちは一緒にプレイするコミュニティーなどのファン活動についても話しているからです。コミュニティー自体による何らかの制裁はあるのでしょうか。知的財産的な意味ではなく、「そんなことをしてはいけない。そんなことをしたら、私たちのコミュニティーから追放しますよ」という意味での恥のようなものです。つまり、私が提起したいのは非強制的な点です。

日本での田村さんと上野さんの議論でもう一つ興味深かったのは、ガイドラインに関する議論です。また質問になってしまうのですが、私はこのコミュニティーの部分をうまく取り入れたいのですが、ビデオゲームはもちろん知的財産の対象ですが、文化現象としては明らかに共同体のようなものであるべきであり、仰ったような win-win の状況となるような、明らかに多くのインプットがあるということです。これらのガイドラインは実際にどの程度制限的なものなのでしょうか。それらは実際に許されている例外などよりも厳しいものなのでしょうか。確かにこうしたガイドラインは明確さをもたらしますが、この点に関しては過度に杓子定規なものになっているのではないかと少し懸念することがあります。現時点では常にユーザーの方が弱い立場にあると思います。

ヨーロッパの状況に関してファンの活動に関連する興味深い点についてお

話しましょう。ビデオゲームのストリーミングについては、もうすでに話していたでしょうか。欧州連合におけるデジタル単一市場指令の昨今の導入は、YouTube や Twitter などのオンラインサービスプロバイダーを規制し、責任を与えるという有名な第 17 条を伴うものです。また、YouTube や Twitch で私たちに情報を提供してくれる人たちにも、ある種の不安のようなものがありました。申し訳ありませんが、私は年をとっているので、Twitch のことをよく知りません。彼らの活動がどのようなものであるか、また、どのように対処すべきかについて、ヨーロッパでは媒介者にもっと責任を負わせること、YouTube などでこれを規制することに多くの焦点を当てているようです。

そこで、私が寺原さんに尋ねたいのは、日本でも同様のことをする機会がどの程度あるかということです。好きではないコンテンツを見つけた場合、ストリーミング会社に連絡しますか。すみません、これはコメントというより質問でしたが、この点の議論がとても興味深いと思いました。ありがとうございます。

今村 その点に何かコメントがあれば、お答えいただけますか。

寺原 分からなかった部分があります。

今村 今の質問点を簡単にミムラー先生、繰り返していただけますか。

ミムラー Oh, yes. Do you if you find issues that you talked about harm that would harm you, at least the interpretation was like that. Would you go to internet service providers, to YouTube to sort of take down? Is that something that you do in your practice as well in Japan.

日本語訳：はい。あなたが話した問題が、少なくとも解釈としてはそうなる

わけですが、あなたの会社に害を及ぼすものを見つけた場合、実際にインターネットサービスプロバイダーや YouTube に連絡して削除を求めるなどの対応をしますか。これは、日本の実務の中でも行うことがありますか。

寺原 実際のところガイドラインを出していて、こちらに書いてあるとおりですが、内部的に、特に深刻なものについてプラットフォームに対して削除申請するワークフロー、社内の業務の流れが実はあったりはします。

基本的にはガイドラインを違反しているものの中でもより深刻なものということですが、難しさは、この手続きは法律に則ってやっていると本当に何年掛かるか分からないことになるので、基本的には各プラットフォーム、Twitter なら Twitter、YouTube なら YouTube が用意している削除プログラムに乗っかってやらなければいけないんですね。その削除プログラムで著作権侵害についてどこまで早期に対応してもらえるか、あるいは外部のオピニオンをもらわないと対応しませんというような非常に慎重な対応をしているところもあって、そういう難しさがあります。

今村 では、ボナーディオ先生、続けてお願いします。

ボナーディオ Just wanted to give a comment. In relation to creations made by fan fiction people. They are often copyrightable also because the level of originality required in most jurisdictions is quite low. But are fan fiction people interested in copyrighting their own creations? Not often. Take fansub. What I read about fansub is that these people have developed their own rules and social norms. They do translate original works from Japanese to English, especially in the field of comics. Some scholars have highlighted the fact that this is an example of IP negative space where fansub people don't want to take legal action when their works

are imitated. So I guess fan fiction people in general are not interested in enforcing their copyright. Indeed, they do what they do because they have passion and it is a pleasure for them to do that - they advance their own culture. What about fan fiction people violating the moral rights of the creators of the upstream work, for example video game developers? I think if the fan fiction works do prejudice the honor or reputation of the author (e.g., by using the main videogame character in a pornographic context), a legal action focusing on the violation of the moral right of integrity may materialise. But to the best of my knowledge this has not happened yet.

日本語訳：コメントをしたいと思います。ファンフィクションを作る人々に関連してです。これらの作品は、多くの法域で必要とされるオリジナリティのレベルがかなり低いため、著作権の対象となることが多いこととなります。しかし、ファンフィクションを作る人々は自分たちの創作物に著作権を持つことに興味があるのでしょうか。あまりないでしょう。たとえば、ファンサブについてです。ファンサブに関して私が読んだことによると、これらの人々は自分たちのルールや社会規範を発展させています。彼らは、特にコミックの分野で、日本語のオリジナル作品を英語に翻訳します。一部の学者は、ファンサブの人々が自分たちの作品が模倣された場合に法的行動を取りたがらない知的財産の「ネガティブスペース」としてこの事実を強調しています。ですから、一般的にファンフィクションを作る人々は自分たちの著作権を行使することに興味がないと思います。実際、彼らは情熱を持ってそれを行っており、それを行うことが彼らにとって楽しみであり、彼ら自身の文化を前進させています。では、ファンフィクションを作る人々が、例えばビデオゲーム開発者のような川上の作品の作者のモラルライツを侵害することについてはどうでしょうか。ファンフィクションの作品が作者の名誉や評判を損なう場合（例えば、主要なビデオゲームキャラクターをポルノ的な

文脈で使用するなど)、モラルライツとしての同一性保持権の侵害に焦点を当てた法的措置が実際に行われる可能性があります。しかし、私の知る限り、このようなことはまだ起こっていません。

7. ゲーム実況

今村 ありがとうございます。これまでの議論の中でありましたゲーム実況の話に入りたいと思います。ゲーム実況についての対応について、まずセガサミー様におけるガイドラインの状況やその特徴が何かあれば教えていただきたいと思います。

また、ゲーム実況か否かにかかわらず、ファン活動に対して個別にライセンスを出す場合があるのかという点もお伺いできればと思います。その上で、全体で議論をしていきたいと思います。まず寺原さん、お願いします。

寺原 ガイドライン、どこか弊社ならではの内容があるかと言うと、特にそういうところはないというか、これまでお話しさせていただいたとおり、主にネタバレとキャラクターをおとしめるような表現は避けてくださいとお願いしているぐらいの内容で、実は、個人のお客さまに対して個別の使用許諾はいたしませんということも、このガイドラインの中で言っています。

やはり、個人のお客さまと個別にお取引をすることになると、それこそ数や条件、クオリティーなど、企業として安定的なお取引が難しそうな部分があるので、その点に関しては原則としてお断りすることもこのガイドラインの中で言っています。

今村 ありがとうございます。ちなみに、YouTuber などの動画投稿者に提供動画のような、いわゆる案件のようなもので依頼するケースはありますか。

寺原 ございます。今日いらっしゃっている方々は、たぶん1度ぐらい見たことがあるのではないかと思います、やはり、すごく面白いのです。ゲームを遊んでいるだけと言えそうなのですが、実際それだけではなく、本当に上手な方はすごいと羨望のまなざしで見ることがあれば、そんなに上手ではなくても親しみがわくというか、一緒になってゲームを遊んでいるような感覚になれるところで、ゲームそのものだけではなく、そこに対してすごく付加価値が付与されていると思いますし、それ自体が企業にとってゲームを楽しんでいらっしゃるとい、何よりの証拠であり、それを見ていただくことによって、このゲームは面白そうだと思っていただく一番手っ取り早い方法なのかと思います。

今村 ありがとうございます。上野先生、田村先生に、まずこうしたガイドラインに対する法学的視点からの評価をコメントいただければと思います。上野先生からお願いします。

上野 寛容的利用については田村先生からお話があると思いますので、私からはガイドラインの法的性質についてコメントしたいと思います。というのも、ガイドラインといっても二つあると思うからです。

まず、国が定めるガイドラインや業界が定めるガイドラインは、いわゆるソフトローということで特段的な拘束力はないと思います。これに対して、今回の、先ほどご説明があったような企業が定めているガイドラインは、権利者がこういう場合であれば利用してもいいですよと表明しているものと理解できますので、これはいわばオープンライセンスに当たるもので、法的な許諾効果が発生するのではないかと思います。

したがって、後者のようなガイドラインは非常に有効です。これに従ってユーザーが行為を行っても明白に合法だと明らかになるからです。ただ、そのような権利者によるガイドラインがない場合は、なお残された課題となる

のかと思います。以上です。

田村 それでは田村からお話しします。私は上野先生が先ほど提起した問題で、同人誌と今回のゲームに関するファン活動の二つを比べるのはすごく面白いと思います。私はあまりゲームの活動について詳しくないので間違えているかもしれませんが、モデルとして二つのこともあり得ると思います。モデルを考えると注意すべきことは二つあって、一つは、裁判所などで第三者で合理的に判断できるのか、どこに判断したらよいのかという問題です。お話を聞いている分には、かなりゲーム関係のファン活動はさまざま多岐にわたっていて、どういう場合に許諾していいかの判断がかなり難しいような気がしました。まず判断をどこにさせるかということが一つになります。

もう一つはソフトローというか、規範（ノーム）が世の中にどの程度あるのかということだと思います。同人については、理由ははっきり分からないことがあるのですが、ガイドラインがなくてももはや一定のノームができていて、コミケの中では何をやってもは言い過ぎですが、まあまあセーフ。外に出るとかなりまずいという感じの中で。あと、コミケの中も、それなりの使い方の規範はあると思います。そういったものは、私の感覚からいくとコミュニティの中からノームが生まれてきて、あるいは場合によってはそのノームに違反するとしっぺ返しが怖い、評判が悪くなって漫画自体の売りに影響するといった形でできてきたものだと思います。そういったものについては、さっきから私が言っている第3類型に入れてしまうのはよくなくて、もともと第3類型は許諾で発展してきたノームではないので、そういったときはノームを規範の中に吸い上げる必要がある。第2類型のところ、例えば、日本では仕方がないので引用で考える。アメリカならフェアユースで考えるようにすべきだと思います。

他方で、私の知る範囲は、このゲームの活動は、今、オンゴーイングで話が進んでいて、同人と状況が違っていると思うのは、ウィンウィンの関係に

ある、経済合理的に行動するとかなりのものを許諾するだろうと考えられるということがあります。さらに同人との違いがかなり複雑だと。そうなるくと、私は基本的に第3類型で育っていくべきではないかと。そして、ある一定のラインで、だんだんそうやって出てくると、みんなも寛容の利用で、今でもそうでしょうが、かなり自由にやってくると、ガイドラインを企業が出さなくてもみんなやるようになってきます。そうするとガイドラインを作るインセンティブがなくなって、その辺の時点から黙示的許諾、さらには寛容の利用、フェアユース、あるいは引用に育てていく、そういうソフトローの発展形態をたどるべきではないかと思っています。

今村 ありがとうございます。ゲームについてはゲーム自体の実況という側面もありますが、ゲーム音楽なども含まれていたりすると思います。音楽の場合、YouTubeの例で言えば、ライセンスとコンテンツID (Content ID) などの仕組みで、ゲーム音楽ではなく純粋な音楽の部分について、処理されている部分もあったり、あるいはそういう対応があるかと思いますが、ガイドライン的なゲームの実況の対応との違いについて、安藤先生のお考えを伺えればと思います。

安藤 まず、一般的な音楽とゲーム音楽のYouTube上の取扱いの違いですが、コンテンツIDについてお話すると、先日TBSの宇内アナウンサーが、『SEKIRO: SHADOWS DIE TWICE』というゲームの実況をした後に、TBSのスタッフが間違えてコンテンツIDを「有効」に設定してしまったため、この実況動画の映像と一致する動画をYouTubeにアップしていた世界中の動画配信者に対して、著作権の申し立てが行ってしまい、大変な騒ぎになりました。

この事例でお分かりのとおり、コンテンツIDとはコンテンツの権利を保護するための認証技術であり、著作権者が自分の所有するコンテンツを含ん

だ YouTube 上の動画を発見するためのシステムです。TBS は権利を保有していないゲームについて、間違えて権利主張してしまったために、このような事態になったわけです。

コンサートやライブなどの動画では、音楽の権利者がコンテンツ ID を「有効」に設定して、収益化しています。音楽の権利者が自分の音楽で収入を得るのは当然だからです。ただ、気をつけなければいけないのはゲーム音楽です。ゲーム音楽の権利者だからと言って、コンテンツ ID を「有効」に設定してしまうと、ゲーム実況 YouTuber たちに著作権の申し立てが行ってしまうのです。

そうすると、ゲーム会社としては、せっかくゲーム実況によってゲームが広まっているのに、作曲家からゲーム実況 YouTuber に対して、著作権の申し立てが行ってしまうのは困るということで、コンテンツ ID を「有効」に設定しないでくださいと言われていました。ただし、そうするとゲーム音楽の権利者に収益が入らなくなってしまいます。JASRAC は YouTube 上の音楽利用について集計して分配していると言っていますが、まったくあてになりません。なので、最近では、コンテンツ ID を「有効」にするけれども、プレイ動画に対して、収益化の設定を行うことにより、ウィンウィンの状況にしようとゲーム会社と調整しています。

今村 ありがとうございます。では、海外におけるゲーム実況の動画の法的な扱いについて、ラーデマツハ先生かボナーディオ先生かミムラー先生、時間の関係もあって、どなたか 1 人、海外におけるゲーム実況がどのように法的に扱われているか、寛容的に野放しになっているか、ガイドラインがあるのかとか、そういうことも含めてコメントをいただければと思います。

ミムラー I have my Japanese teacher Taka-sensei here, so I have to be, Taka-sensei, thank you. I think that the situation is similar to the one in

Japan. You get the guidelines as well. Yesterday I looked at the guidelines from the N company and they pretty much prescribe the same points as well. I mean, one point that I prematurely said earlier on was of course the greater focus now in Europe on intermediaries, on the YouTube and Twitches to sort of do that. But obviously the video game companies would not enforce if you stay within those guidelines. There's also equally like a lot of appreciation as again, a similar win win situation. It's always funny out a win win situation, of course, because video game companies similarly see this as a promotion of their activities and it is a kind of like almost like influencer marketing, you could say, for those companies. So one thing to look at, of course, is, as I said, is the implementation of the Digital Single Markets directive, the greater focus on intermediaries. But if I would talk about that, I would waste the rest of the time. So I'll say that. But it is an interesting development that is happening with this regard.

日本語訳：私の日本人教師のたか先生がここにいるので、たか先生、ありがとうございます。この状況は日本のそれに似ていると思われそうですし、ガイドラインもあります。昨日、N社のガイドラインを見て、ほぼ同じポイントを示していることが分かりました。私が早まって先に述べた点ですが、ヨーロッパでは今、媒介者、つまりYouTubeやTwitchなどに、大きな注目が集まっています。しかし、ビデオゲーム会社は、それらのガイドラインを守っていれば、権利行使はしません。多くの場合、Win-Winの状況として評価しているからです。ビデオゲーム会社もこれを自社の活動の宣伝と見ていますし、それは一種のインフルエンサーマーケティングと言えるでしょう。だから注目すべきは、デジタル単一市場指令の実施、媒介者への重点の強化です。ただ、これについて話すと、残りの時間を無駄にさせていただきますので、その点だけ指摘しておきます。この点については興味深い進展があります。

今村 ありがとうございます。YouTube で音楽の分野ですとコンテンツ ID といった仕組みで収益化ということがあり得ると思いますが、YouTube などにおけるファンによるゲーム実況の収益化に対してゲーム会社がどう考えているか、あるいは、収益の一部をゲーム会社に還元する仕組み、これは動画共有サイトではまだないと思いますが、そういったものの必要性というか、今の話でいくとないだろうという気はしたのですが、あるかもしれませんし、その辺どう考えますかという点をまず寺原さんにお伺いした後に、さっきの繰り返しになるかもしれませんが、安藤先生にも音楽の分野と比較して一言コメントをいただければと思います。

寺原 ゲーム実況のファンの収益化ですね。基本的な考え方は、やはりわれわれが自分たちのビジネスだと思っているところと重複するかどうかというところですね。彼らがわれわれのゲームの一部に含みながらも、やはり彼らはわれわれと同じビジネスをやっているわけではないというか。そういうこともあるし、先ほど来お話を挙がっているゲーム実況自体がゲームのプロモーション効果にもなっているところもあるので、提供動画であればもちろんこちら報酬をお支払いすることもあるでしょうし、それ以外の部分で彼らの動画に収益が上がったとして、ビジネス上は大きな問題がないというか、むしろそういったものが彼らのモチベーションの一部になるとか、あるいは、ああいう活動すること自体、お金の掛かる場合もあり、お金を掛けたことによってもっと内容が充実して面白いものになることもあり得るでしょうから、それをわれわれとして制限する必要性があまりないですね。

あと、先ほど来皆さまからあるお話で、ゲーム業界がプロモーションになる部分で許容している、これは間違いなくそのとおりですが、それ以外の部分で、もし一つ何かゲーム業界にゲーム実況動画の許容をよりしやすい理由があるとしたら、別にゲーム動画を見たからといって、全く同じゲーム体験ができるわけではないというのは、もしかしたら少し違うかもしれないですね。

漫画やアニメになると、映像が見られればよいとか、音楽なら音楽が聞ければよいということになるのですが、ゲーム自体は自分がコントローラーを操作してキャラクターになり切ってゲームに没入していく、ああいう感覚自体は、もしかしたら実況動画を視聴しただけでは得られない。実際に売り上げとゲーム実況の相関関係が確認されたわけではないですが、ゲーム実況が世の中に多く出回ることによってゲームの売り上げが下がるというか、ゲームを買おうと思っていた人が実況を見たからもういいやとなるかどうかという、そこについても議論が違う方にあるのかと思っています。

安藤 今、寺原さんがおっしゃったとおりなんですね。ゲームとの違いで言うと、音楽は聴いてしまうとおしまいなので、YouTube 上で収益化を図ることは当然です。今、CD があまり売れていません。Spotify や Apple Music のようなサブスク配信で音楽を聴く人が増えています。YouTube 上にも無数の音楽がアップロードされています。ここで収益を上げなかったら、レコード会社やプロダクション、ミュージシャンはどこで収益を上げればいいのかという話です。

一方、ゲームに関しては、今、お話があったように、YouTube 上で収益化を図るというよりは、YouTube でゲーム実況を見てもらった後で、自分で買ってもらう、自分でプレイしてもらうというビジネス・モデルです。なので、そこでゲーム実況に対して強い制約をかけても、ゲーム会社としてはあまりメリットがないだろうということです。

もう一つ重要なことは、インフルエンサーのような影響力の大きい人にゲーム実況をしてもらうと、ゲームの売上が伸びるということです。例えば、人気タレントがCM に出演すると、CM で宣伝している商品やサービスの売上が上がります。そのため、企業はタレントの事務所に年間 3,000 万円、高いと 5,000 万円もの契約金を払います。最近では、企業が売上増加を図るために、人気 YouTuber に商品やサービスの宣伝をしてもらうことが

増えています。人気の高いゲーム実況 YouTuber に新作ゲームのプレイ動画をアップロードしてもらえると、ユーザーの認知度が高まり、ゲームの売上に貢献することになります。

最後に指摘したいのは、音楽と違ってゲームは、どういうゲームなのかパッケージを開けて、あるいはダウンロードしてプレイするまで分からないということです。なので、ユーザーは面白いそうだと思って、お小遣いをはたいて買ったゲームがつまらないために、中古ゲーム店に駆けこんで売り払うということがあります。いわゆるクソゲーと言われるものです。インターネットが普及する前は、ゲームに関する情報が少なかったためによく起こりました。

しかし、今ではゲーム実況のおかげで、「このゲームはなかなか面白そうだな。買ってプレイしてみようかな」というように、洋服の試着まではいかないにしても、ゲームに関する重要な予備知識を得ることができます。したがって、ゲーム実況はゲーム購買のインセンティブになっている面があると思います。

先ほどお話した通り、音楽は一度聴けば内容は分かっけてしまいます。もちろん、YouTube で気に入った音楽を改めて CD やダウンロードで購入する人もいるでしょう。しかし、インターネット上で無償で聴ける音楽をあえてお金を出して買う人がどれほどいるのでしょうか。

一方、音楽に比べると、ゲームの場合はウインウインでうまくいっていると思います。物を売るためにはとにかく宣伝が必要です。ゲーム実況は広告宣伝費がかからない上に、多くのゲームファンにゲームの情報がリーチします。なので、私としては現状のウインウインの関係を継続したまま、ゲーム産業を発展させた方がいいと思っています。

8. レトロゲーム問題 (1) : 需要と供給

今村 ありがとうございます。音楽とゲームとの比較で非常に大事な視点が見えてきたのではないかと思います。論点があと二つ残っているので、これをやってしまいたいと思います。

実は、今の点も上野先生や田村先生からコメントをいただこうかと思ったのですが、次のテーマに入ります。レトロゲーム問題です。ゲーム会社が違法なゲーム機やエミュレーターに対してどういう対応を取っているのか、そして、レトロゲームを遊びたいというマーケットの需要はゲーム会社にとってどれぐらいのインパクトがある需要で、どのように展開しているのか、この点を寺原さんに簡単にご案内いただければと思います。

寺原 レトロゲームに関しては、皆さんもゲームを遊んだときに、アーカイブやライブラリーのような感じで複数のレトロゲームが遊べるサービスが各プラットフォームから提供されていることがあって、それで遊んだことがある方もいるのではないかと思います。実は、それはそれでビジネスとしてあるとして、ただ、それ自体がものすごく、ゲームのメインストリームになってくるかという、そこまでの規模にはなっていないのです。やはり、オールドファンがノスタルジーに浸れるような、そういう、いくつかあるゲームの楽しみ方の一つという範疇を出ないというのは、これはそうなのだろうと。

コピー品の被害で言うと、実は、最近、AmazonとかいろいろなECサイトで、小さなゲーム機の中に数千タイトルのゲームソフトが収録された海賊版ゲーム機が結構出回ることがある。昔はゲーム1本入れるので目いっぱいなぐらいカートリッジのデータ容量が小さかったですが、どんどん簡単に、それぐらいのものなら数千本入れられるような容量のメディアを作れるようになって、形としては非常に多くのタイトルが権利侵害を受けるような状況

になっている。しかも、そこにはこれまで出てきたような、何か付加価値が付与されているかという、別にそういうわけでもなく、ただコピーされたものが普通に遊べてしまうだけなので、これは取り締まる必要があるだろうということで、実は、業界団体でゲームメーカー同士が連携をして対応するようなこともしています。

レトロゲームに関して言うと、レトロゲームそのものではなかなか大きな売り上げを生み出すことは難しいのですが、温故知新と言いますか、昔はやったキャラクターの何かどこかをアップデートすれば、今うけるかもしれないというようなことをゲーム業界は考えたりします。だから、結構、リメイクとかあると思いますが、昔懐かしいゲームが新しく現代版にリニューアルされて戻ってきましたというようなものは、もしかしたらそのゲーム性が、何か普遍的なものがあれば、今の世の中、再度楽しんでいただけるのではないかと、そういうきっかけとして考えることはあるかなと思います。

9. レトロゲーム問題 (2)：権利者不明ゲーム

今村 ありがとうございます。私も小さいミニファミコンのようなものや、昔のゲームが遊べるカセットはたくさん持っているのですが、ゲーム機が壊れてしまって遊べないから、何か遊べるコンソールを購入して子どもたちと遊ぶのですが、まさにノスタルジックな気持ちになります。

ゲームは割と日本では歴史があるわけですが、権利の所在が不明確となっているゲーム作品の利活用に困難が生じる問題があると思います。こういったものについてのゲーム会社の対応について知りたいことと、ゲーム会社が倒産したようなケースではゲームコンテンツの著作権はいったいどのような状態になっているのかという点です。これについて考えてみたいと思います。

また、先週成立したばかりですが、令和5年著作権法改正で未管理公表著

作物などに関する裁定制度が新設されたことが、権利者不明ゲームの問題についてどのような影響があるのか、上野先生、田村先生に、関連することについてコメントをいただければと思います。

まず、寺原さんから権利者不明となっている場合はどうするのか、お伺いできればと思います。いかがでしょうか。

寺原 結論から言うと、どうしようもないですね。本当にゲーム業界全体が、勢いがあってタイトルとメーカーがたくさんあった時代からすると、今は本当にある意味淘汰されてきている。新しい方々も出てきているけれども、古いタイトルを持っていても会社が続かなくていなくなってしまった、プレイヤーたちもたくさんいる中であって、その人たちの権利が果たしてどこに行ってしまったかというのは分かりようがない。まさにそういう状況があるからこそ、昨今の著作権について法改正の議論がなされているのだらうと思いますが、メーカーによってもそこは変わらないです。

ただ、業界内でいろいろな情報が飛び交いますので、もしかしたら皆さんよりは情報を持っているかもしれませんが、それも程度の問題で、皆さんと変わらない問題があるのはそのとおりだと思います。

今村 ありがとうございます。この点は、ゲーム音楽も当然関わってくると思うのですが、日本の音楽について、ゲーム音楽は世界でも影響力を持っている重要なコンテンツだと思います。ゲーム音楽について、ゲーム会社が倒産したような場合、音楽の著作や音源の利用に困難を生じることがあるかという点について、安藤先生にお伺いできればと思います。

安藤 今、寺原さんがおっしゃったように、どこが権利を持っているのか分からなくなってしまうケースはかなりあると思います。冒頭でお話ししたとおり、今では少なくなったとはいえ、いまだにゲーム音楽は買取契約でゲー

ム会社が著作権を持っている、あるいは職務著作物としてゲーム会社が持っているケースがまだまだ多いんですね。そういう場合、倒産するとどこに権利が行ってしまったのか、なかなか外部からは分からない、判然としないことがあるので、買取契約のマイナス面はそこにもあると思います。

一方、JASRAC や NexTone にゲーム音楽の管理をしてもらおうと、権利の所在は簡単に分かります。作詞者、作曲者、音楽出版社といった権利者情報は著作権管理事業者のデータベースに載るので、権利の所在が不明になることはまずありません。なので、JASRAC や NexTone にゲーム音楽の著作権を管理してもらった方が対応しやすいのかなと思います。

ただ、実際問題として中小のゲーム会社が倒産することはあるのですが、大手のゲーム会社が倒産することはまずないです。例えば、『ボンバーマン』という有名なゲームの音楽の権利は私の会社が持っているのですが、あれはハドソンが開発したゲームです。ただ、2005年にコナミの子会社になり、2012年にコナミデジタルエンタテインメントに吸収・合併されています。なので、このゲームの著作権はコナミデジタルエンタテインメントが持っています。セガサミーさんもそうです。2003年12月にサミーがセガを買収して、セガサミーとなりました。

このように大手のパブリッシャーは倒産するのではなく、吸収・合併によって、権利が移行することが多いので、大手のパブリッシャーは倒産によって権利の所在が不明になるケースは少ないと思います。どちらかと言うと中小のゲーム会社が倒産してしまって、権利の所在が分からなくなってしまったというケースの方があるような気がします。

今村 ありがとうございます。それでは、昨今の法改正との関係も含めて上野先生と田村先生、それぞれコメントをいただければと思います。

上野 わたしから先にコメントさせていただきます。一般論として、目の前

に利用したいコンテンツがあるのに権利者が分からないので使えないというのは非常にもったいない話です。そこで、日本法には、権利者不明の場合の裁定制度があり、相当な努力を払っても権利者と連絡できなかった場合には文化庁長官から裁定を受けることができますが、なかなかハードルが高いということで、今回5月26日に公布された新しい改正が実現しました。したがって、その施行後は、ひょっとしたらレトロゲームの再利用に資するかもしれないと思います。

ただ、今回の改正は「未管理公表著作物」ということで、団体によっても管理されておらず、権利者の意思がよく分からないものだけが対象になります。したがって、ネット上に落ちている写真のように、アマチュアの作品については適用対象になるかと思うのですが、商業的なコンテンツであったものがどこまで対象になるのか少し気になるところです。

いずれにしてもその施行は3年後になっていますので、まだまだそれに向けた準備が必要だと思います。以上です。

田村 ありがとうございます。田村です。先ほどからの私のお話の延長でいくと、権利者が不明という場合も著作権があるとうまく市場で解決できない場合なんですね。この場合にはやはり何かしなければいけないと思います。今回の改正は非常に重要なすごく大きな一歩だったと思いますが、それでもまだこのタイプのものについては、なぜそのような手続きをとる必要があるのか、ほぼほぼ権利者は利益を感じていないかもしれないですね。だから、本来はこういったものについては一般的著作権制限する、フェアユースの規定があるときに、アメリカでこれをどうするか知りませんが、少なくとも日本で仮にフェアユースがきた場合には、私は権利者不明のものはフェアユースでセーフにしていいだろう、それは誰も困らない、むしろ利用できるからいいだろうと思いますね。だから、今回の改正は非常に大きな一歩ですが、まだまだ日本の法制はやらなければいけないことがあると思います。

ボナーディオ Just to add a reflection on Europe, we have a directive on Orphan Works of 2012 which says that if after a diligent search has been carried out and the copyright owner is not found, the orphan work can get the status of orphan work across the whole EU and therefore can be exploited digitally at EU level. I wonder whether in Japan there is a similar obligation to carry out a diligent search before being able to exploit the orphan work.

日本語訳：ヨーロッパに関する考察を少し加えると、2012年に孤児著作物指令が出されましたが、これによれば、入念な調査が行われても、著作権者が見つからない場合、その孤児作品はEU全域で孤児作品としてのステータスを得ることができ、EUレベルでデジタル利用が可能になります。日本でも、孤児著作物を利用する前に入念な調査を行う義務が同様に存在するのだろうかになります。

上野 日本の著作権者不明の裁定制度がEUの2012年オーファンワークスの指令に相当するものだと思いますが、今回の改正はむしろデジタル統一市場指令における、いわゆるECL (Extended Collective License) すなわち拡大集中許諾に近いものだろうと思います。ですので、権利者が不明であるとまで言えなくても、強制許諾を受けられることができる制度になります。

10. フェアユース

今村 ありがとうございます。それでは、時間も迫ってまいりました。先ほどフェアユースという言葉が最後に田村先生から出ましたけれども、この点について、米国のフェアユースは、ここであらためてお話しするまでもなく非常に柔軟な権利の制限の一般的な規定として、有効にアメリカで活用されているわけです。ファン活動に対してもアメリカではひょっとしたら多く

フェアユースで問題が議論され、あるいは解決されているかもしれません。

日本の著作権法にはフェアユースの規定がありませんので、ソフトローや契約、寛容の利用といった形で現状対応しているのが、ファン活動と著作権との解決策になっているかと思います。こういったことも含めて、最後に、必要であればフェアユースの問題に触れながら、先生方からお1人ずつコメントをいただいて、このワークショップを閉じさせていただきたいと思います。順番として上野先生からラーデマツハ先生、田村先生と、座っている順番にいきたいと思います。

上野 ありがとうございます。フェアユースについては日本でも10年以上議論してきて、その結果、日本にはアメリカのようなフェアユース規定はできなかったわけですが、その代わりにユニークな柔軟な権利制限規定はできたわけです。それが、実はフェアユース以上に明確性を与える権利制限規定になったことも事実ではないかと思います。しかし、なお、アメリカのフェアユース規定のようなものが必要であるという見解もあると承知しており、田村先生もそのお1人であるかと思っています。

私自身も、権利制限規定カタログの最後に「受け皿規定」という形で一般規定があってもいいのではないかと考えているのですが、なかなかこの議論は再開されないかも知れませんね。ただ、そうした規定ができれば、今日議論になっていたような問題についても少しは対応できるのかもしれません。

いずれにしても今日はこのような機会をいただき大変勉強になりましたので、御礼申し上げます。どうもありがとうございました。

ラーデマツハ I would like to echo my colleagues, this has been a very interesting workshop for me and I have been learning quite a bit. I mentioned earlier that fair use might be a tool that might lead to other conclusions when it comes to finding the balances between copyright

owners' and copyright users' interests. The translation seemed to indicate Professor Ueno saying that the Japanese system is more flexible than the US fair use regime. That seems a little bit misleading. I don't think the Japanese system is more flexible. I think it's more detailed and more prescriptive. Just to make sure that there's no misunderstanding caused by translation here. In the beginning of the session, we heard some comments about patents. Some of my co-panelists expressed the concern that having too broad patent protection can stifle innovation and can lead to a too powerful position of patent owners. So, looking a little bit back in time, I recall that in 2018 we had a conference where a representative from Sony was lamenting that the tightened standards for eligible subject matter made it at least less predictable and in effect also harder to obtain patent protection in the biggest market for game related innovation, i.e. in the United States. And so if we think about patents, well, there has been some developments that made it more difficult for innovators to obtain broad protection. You mentioned that copyright is probably the most important tool amongst the canon of IP rights for game producers. And my sense has been, and continues to be, that in Japan copyright owners tend to enjoy quite a good lobby, quite a good level of protection for a number of reasons that I don't think we can go into today. If people are concerned about finding the right balance, then focusing on copyright is key, and I will be very happy to leave my colleagues to explore this further. Thank you very much.

日本語訳：同僚の皆さんと同じ意見でして、私にとってこのワークショップは非常に興味深いものであり、多くのことを学ぶことができました。先ほど述べたように、フェアユースは、著作権者とその利用者の利益のバランスを見つける際に、他の結論につながる可能性のあるツールかもしれません。通

訳によると、上野教授は日本の制度が米国のフェアユース制度よりも柔軟であると述べているように思われましたが、それは少し誤解を招くかもしれません。私は日本の制度がより柔軟だとは思いません。もっと細かくて、より厳格であると思います。通訳による誤解がないように確認するため念のために述べておきます。

セッションの始めに、特許についてのコメントがありました。共同パネリストからは、広範な特許保護を持つことがイノベーションを阻害し、特許権者の力が強すぎる状況につながる可能性があるという懸念が示されました。そこで、少し過去にさかのぼってみると、2018年にソニーの関係者が、特許適格性の基準が厳格化されたことで、ゲーム関連のイノベーションの最大の市場、すなわち米国では、少なくとも予測可能性が低くなり、事実上、特許保護を受けることも難しくなったと嘆いていたカンファレンスがあったことを思い出します。特許について考えてみると、イノベーターが広範な保護を得ることをより困難にするような進展もあったわけですね。ゲームプロデューサーにとって、著作権は知的財産権の中で最も重要なツールであるという発言もありましたね。

そして、私の所感では、日本では著作権者が非常に優れたロビー活動を行っている傾向があり、今日ここで述べることはできないと思いますが、さまざまな理由から非常に高いレベルの保護を受け続けています。もし人々が適切なバランスを見つけることを問題にするのであれば、著作権に焦点を当てるのが重要となります。ありがとうございました。

田村 田村です。私はこのフェアユースの問題を考えると、先ほどからお話ししているように、どこに判断させるべきなのかということが最も大事だと思います。候補としては市場、つまり権利者とユーザーの間に、2番目が立法、3番目が裁判所と、大きく分けて三つあるのですが、どうしても立法には、今、ラーデマッハ先生がお話ししたようなロビイング問題が絡んで

きます。決して私はロビイングする方を悪く言っていない。今の日本の予算の状況で官庁の情報収集能力はどうしても限りがありますから、ロビイングは非常に大切なことだと思います。でも他方で、ロビイングする方としない方がいますので、そこが大きな問題だと思います。

上野先生はいつも 2018 年改正をほめるけれども、あれは経済産業省のバックアップがあるというところで、ニュービジネスフレンドリーな制限規定ができたと思います。他方、今回、今日議論しているのは、ユーザーフレンドリー型の規定は全く進展がないわけです。それはやはり立法の限界だと思うのです。

他方で、今日お話ししたのは、どうもこのゲームの話は私の理解ではウィンウィンシチュエーションの中で、しばらく市場で規範が形成するのを待っているのではないかという気がしています。問題は、先ほど申し上げたとおり、結構規範ができてくると途中でガイドラインを作らない、あるいは、そもそも寛容の利用で始める、黙示的許諾で始める、そのときこそ規範化が必要なのです。でも、そのときに「わざわざ立法を通す必要があるの？」というのが私の問題意識で、立法を通すと、ゲーム業界の方はオッケーと言っていますが、ゲーム業界以外の権利者の方が「そんなところで緩くされたら、うちが」という心配が起こったり、境界線上での騒ぎがどうしても起こるので、その時点でさっと裁判所に吸い上げていただければ、裁判所がどう動くか、実は分からないのですが、しかし、立法過程よりは期待が持てるので、フェアユースはぜひあってほしい。

上野さん、あまり 2018 年の改正をほめると、よかったよかったとみんな言っているじゃないと言われるので、もう少し批判的な立場に立っていただきたいなと思います。

ミムラー Some words of thank you to the organizer, Imamura-san. Thank you so much for organizing everything. It's great. And it's an honor to be

here with my Japanese colleagues and to speak to you. What I found very interesting about this conference is obviously this workshop is part of a publication that we are seeking to do, a research handbook on interactive entertainment law. And one chapter is on fan activities. And part of this fruitful discussion will be filtering into the chapter that we're writing. So I appreciate all the comments that we have very insightful. What I find very interesting as well that albeit, as you know, learned kind of like rigid ways of looking at exceptions, that a lot of fan activities are possible and very creative indeed in comparison to what we have in the west have to say that might be like, obviously part also from cultural differences as well. That's something that we want to look at as well. But it's very nice to see that most activities are done normally in conjunction with the writer as possible to do that. One thing that sort of like I want to see is what I find interesting with regards to fair use is the influence, at least in some Western jurisdictions, of fundamental rights. Where we say, like, should the discourse about a fan feature a character of a video game. It's not just an IP, right, but it's also a cultural icon that people want to have conversation with, that they want to make parody of and so forth. So sometimes you will find certain users that the right holder may not be too preferable with. And of course, the question is then to what extent do legislators in courts allow this or not? So albeit the great and wonderful activities that are possible there's, of course might be useful to go back to freedom of expression as well, to sort of create a balance. Because we've had, of course, with my two predeceasing speakers that lobbyists, of course, have the lobbies and they do their job and it's fair and right that they do that, but what is the lobby of the users?

日本語訳：主催者の今村さんへの感謝の言葉を述べさせていただきます。いろいろ

ろと企画をしていただいてどうもありがとうございます。そして、日本の同僚たちとここに來られて、皆さんとお話できることを光榮に思います。

このワークショップは私たちが出版をしようとしているインタラクティブエンターテインメント法に関する研究ハンドブックの一部でもあり、その一つの章はファン活動に関するものとなります。今回の有益な議論の一部は、私たちが執筆している章に反映したいと思っていますので、大変洞察に満ちたコメントをいただいて大変感謝しています。

また、興味深かったのは、日本では著作権の例外について厳格な捉え方があるにもかかわらず、多くのファン活動が行われており、西洋のそれと比較して非常にクリエイティブであるということです。これは部分的には文化的な違いからも影響を受けていることは明らかです。そうしたことも私たちが検討していきたいことの一つです。多くの活動が可能な限り作家と連携して行われているのはとても素晴らしいことです。

また、フェアユースに関して興味深いと思うのは、少なくとも欧米のいくつかの法域では、基本的権利の影響があるということです。例えば、ファンがビデオゲームのキャラクターについての議論をする場合、それは単なる知的財産ではなく、また人々が対話をしたり、パロディを作ったりしたいと考える文化的アイコンでもあります。そのため、時には権利者が好ましくないと考えられるユーザーが存在することがあります。そして、裁判所がこれをどの程度それを許容するかが問題となります。ある種のバランスを生み出すために、表現の自由に立ち返ることも役立つかもしれません。私の前に話された2人のスピーカーによれば、ロビイストはロビー活動を行い、自身の仕事をするわけで、それは公正で正しいことではあります。では、ユーザーのためのロビーというものはどうなるのでしょうか。

ボナーディオ Thank you. I echo the words of thanks by Marc. It is an honour to be here. And I just wanted to make a comment on fair use

of copyrighted works in Europe. Because as you know, the fair dealing exceptions in Europe are less broad than in the US, because in Europe we have a closed list system of exceptions. Also such exceptions have been interpreted narrowly by the Court of Justice of the European Union. So I'm not sure whether, if there is a case on the use of video game works by fan fiction people in Europe, there will be a finding of fair dealing by a court because of the way these exceptions have often been interpreted in Europe. Probably an exception which might be invoked is the pastiche one which is mentioned in the EU Info Society directive of 2001 (article 5). Pastiche is different from the parody exception because in the case of parody, you mock, you make fun of an existing work while in the case of pastiche, you kind of praise the previous work instead. So I guess it could accommodate scenarios where fan fiction people in Europe create derivative works based on the upstream work, thus entering into a dialogue with the latter. The pastiche exception might do that job, but we are still waiting for some clarifications from judges in Europe.

日本語訳：ありがとうございます。マークの感謝の言葉に同感です。ここにいることを光栄に思います。私からはヨーロッパにおけるフェアユースについてコメントしたいと思います。ご存知の通り、ヨーロッパにおけるフェアディーリングの例外は、アメリカよりも狭い範囲に限られています。なぜなら、ヨーロッパでは、権利の例外に関する限定列挙制度を採用しているからです。

さらに、これらの例外はEU司法裁判所によって非常に狭く解釈されてきました。そのため、ヨーロッパでファンフィクションの人々がビデオゲームの著作物を使用する事案があった場合、これらの例外の解釈の仕方により、裁判所でフェアディーリングと認められるかどうかは不明です。適用される可能性がある例外は、2001年の情報社会指令（Info Society directive of

2001) の第 5 条に記載されているパステイーシュでしょう。パステイーシュは、パロディの例外とは異なります。なぜなら、パロディの場合は既存の作品をからかったり、笑いの対象にするのに対し、パステイーシュの場合は既存の作品を称賛するような形になるからです。

つまり、ヨーロッパのファンフィクション関係者が、川上の作品をベースに二次創作を行い、川上の作品と対話する、といった状況に対応できるのではないのでしょうか。パステイーシュの例外はその役割を果たすかもしれませんが、私たちはまだ欧州における裁判官の説明を待っているところです。

安藤 今日は大変楽しい時間を過ごさせていただきました。私はエンターテインメント業界に入って 34 年経ちます。その間、ゲーム会社の方々と一緒に仕事をさせていただきました。ハドソンとは 1999 年に発売された『プラネットドブ』というゲームと一緒に作らせていただきました。任天堂、スクエニ、コナミ、ナムコ、タイトー、アトラスといった大手のゲーム会社の方々とは、ずいぶんゲーム音楽の仕事をさせていただきました。この 34 年間でゲーム会社のスタンスはずいぶん変わったと思います。一言でいうと、柔軟になりました。最初の頃は「うちは買取しかやらないから」と門前払いだったのが、今では「権利はお任せしますので、一緒にやりましょう」という感じです。

私がゲーム業界をずっと見ていて感じたことを最後にお話したいと思います。それはファンのゲームに対するロイヤリティー、つまり作品に対する忠誠心です。愛情と言ってもいいかもしれません。先ほどお話しましたが、2019 年と 2020 年に開催した『クロノ・クロス』発売 20 周年コンサートツアーは、大変な盛り上がりでした。20 年前に発売されたゲームソフトがいまだに多くのファンに愛されている。これは驚きです。

私はゲーム会社がこのファンに作品に対するロイヤリティーというか、愛情を大切にしなければならぬと思っています。ファンの気持ちを汲んでと

どうか、ファンと一緒に作品を盛り上げていく。続編やスピンオフもファンの要望やリクエストを取り入れていく。ファンコミュニティサイトやファンクラブを運営してもいいと思います。『クロノ・クロス』ファンクラブなんて作ったら、ファンは喜ぶと思います。

そういう意味では、現状のウィンウィンの状況を壊すべきではない。なるべく共存共栄を図るべきです。ゲーム会社がゲームの著作権を持っている限り、どこで収益化を図るかはゲーム会社が決定することができます。あらゆる利用からお金を取ろうとすると、ゲームは広がりません。一方で、ネタバレ実況のようにルールを踏み外した利用に対しては、一定の制裁が必要です。権利行使のグラデーション、つまり、白・グレイ・黒の領域の決め方が今後ますます重要になっていくと思います。

最後に、ゲーム会社のみなさんにはゲームファンの方々のロイヤリティー（忠誠心）を重視かつ尊重したビジネス戦略を考えていただきたいことをお伝えして、私の挨拶とさせていただきます。本日はどうもありがとうございました。

寺原 あらためまして、本日はこのような貴重な機会を頂き、ありがとうございます。今しがた安藤先生からお話があったところを受けてではありませんが、やはり知的財産権という独占権を与えてくれる法律があることによって、私の所属する会社、メーカーは、さまざま権利を得るわけですが、結局のところ、それをどう使うかなんですよね。最初に特許の話が出てきたのは非常に興味深いと思いますが、本当に国によってはすごく広い権利が認められてしまって、それをそのまま行使すると、みんながそれぞれに制限を受けるといふか、この製品のこの技術はすごくいいけれども一方ここがまいちだとか、他の製品はこの技術がいいけれどもここは駄目だなという、みんなで線を引き合うといふか、それはお客さんにとっていいことなのかと思ってしまうわけです。

だからゲームの本質のようなところは差別化を図る上で非常に重要なので、そこをしっかりと持った上で権利行使するのが大事ですが、それ以外の、ある意味汎用性のあるというか、些末な技術に関して広い権利を取って、それをどんどん振り回していくことは、やはり、企業としては控えなければいけないのだろう。場合によっては会社同士でクロスライセンスという形でお互いが権利をとったことをリスペクトし合うことはあってもいいのかもしれませんが、それがあある意味戦争のようなことが、お客さまを含めたマーケット全体に悪い影響を与えるような使い方は避けるべきだと思います。著作権に関してもファンの方々が楽しむことも含めて市場全体が盛り上がっていくところに関して、権利を持っているからといって水を差すようなことを、われわれ権利者がすることは控えるべきではないか、本当にバランス感覚をもって権利を運用することが非常に大事なんだと本日あらためて考えました。ありがとうございました。

今村 先生方、どうもありがとうございました。時間がまいりましたので、本日はちょうどいい雰囲気になっているところで、これでおしまいにさせていただきます。

あらためて、ご登壇者のかたがたにお礼を申し上げまして、これにて第1部のワークショップを終わりにさせていただきます。

以上