

# ゲーム産業における著作権契約と ゲーム始発のコンテンツのマルチユース

会員 櫻井 利江<sup>\*</sup>

## 1. はじめに

通勤電車の中で皆さんは一体何をされますか？ 本や新聞を読む、音楽を聴く、社内の宣伝物を読む…そんな風景の中で、最近では、携帯用ゲーム機でゲームをプレイする人をよく見かけます。携帯用ゲーム機とは持ち運びが可能でどこでも遊ぶことができる家庭用ゲーム機を指し、現在では「ニンテンドー DS」や「プレイステーション・ポータブル」が広く親しまれております。特に「ニンテンドー DS (DSi, DS Lite を含む)」は国内において 2009 年までに、総売り上げ台数は 3000 万台を目前としております。これは単純に計算すると、日本人の 4 人に一人は「ニンテンドー DS」を所有していることとなります。

これら家庭用ゲーム機用のコンテンツ（ゲームソフト）は、音楽や映画と同じく著作権による保護を受けます。勿論、画像の処理や、物理制御等に特殊な技術を使用すれば、それは特許権の保護対象となりまし、パッケージに表示される標章は商標権の保護対象となりますが、やはり最も問題になりやすいのが著作権であり、ゲーム産業において著作権契約は大変重要です。

## 2. 家庭用ゲーム機業界におけるプレイヤー

本題に入る前に、今回の主体といえるゲーム業界のプレイヤーについて紹介させていただきます。ゲーム業界と括りますと大変広くなりますので、今回は特に「家庭用ゲーム機業界」に絞って書かせていただきます。

### ①ハードメーカーとソフトメーカー

家庭用ゲーム機は、ゲーム機本体、つまりハードウェアと、ゲームソフト、つまりソフトウェアによって成り立っています。以前は、「ゲームウォッチ」のようなハードとソフトが一体化したものもありましたが、現在の主流はハードとソフトが別個になっているもので、ハードウェアは大きく、Wii やプレイステ

ーション 3 のような据え置き型と、ニンテンドー DS やプレイステーション・ポータブルのような携帯型に分かれます。そして、このハードを開発・販売している会社がハードメーカーと言われており、現在はニンテンドー DS、Wii を開発・販売する任天堂、プレイステーション 3、プレイステーション・ポータブルのソニー・コンピュータエンタテインメント (SCE)、Xbox360 のマイクロソフトの 3 社が 3 大ハードメーカーとして市場を牽引しております。一方で、ゲームソフトを開発・販売する会社をソフトメーカーと呼びます。「ドラゴンクエスト」のスクウェア・エニックス、「バイオハザード」のカプコン等、テレビ CM でおなじみの会社も多いかと思えます。尚、ハードメーカーとソフトメーカーは必ずしも明確に分かれているわけではなく、ハードメーカーでもゲームソフトを開発・販売しソフトメーカーを兼ねることもあります。例えば、ニンテンドー DS のゲームソフトで、シリーズ総計 370 万本以上を売り上げた「脳を鍛える大人の DS トレーニング」シリーズを開発・販売しているのはハードメーカーである任天堂です。

### ②ディベロッパーとパブリッシャー

次に、ゲーム業界の中の仕組みとして特徴的なのがパブリッシャーとディベロッパーという分けです。ゲームソフトの企画・宣伝等を行うのがパブリッシャーで開発を行うのがディベロッパーです。実は、大ヒットした「ドラゴンクエストⅧ」はパブリッシャーがスクウェア・エニックスで、ディベロッパーがレベルファイブです。

### ③プレイヤー間の契約

上記のとおり、家庭用ゲーム機業界だけでも様々なプレイヤーが存在しており、一つの作品を作るためにこれら複数のプレイヤーが関係しあっていく必要があります。その際に重要なのが、プレイヤー間の契約で

<sup>\*</sup> コーエーテクモホールディングス(株)

す。ハードメーカーとソフトメーカーの間には、必ずライセンス契約が必要です。つまり、ソフトメーカーが自分の作ったゲームソフトを販売した場合、そのソフトを使用するときに当然、ハードを使用するわけですから、事前にハードメーカーとの間にライセンス契約を締結することが必要となります。また、ソフトメーカーがソフトを開発するに当たり、ハードウェアの機能を最大限に生かそうとすると、当然技術情報を開示してもらわなければならない、これに伴う秘密保持契約も重要です。

パブリッシャーとディベロッパーについては、力関係やケースバイケースでどのような契約が必要になるかは異なります。例えば、ディベロッパーにパブリッシャーが下請け的に作らせる場合は開発委託契約を締結します。逆にディベロッパーがパブリッシャーに対し、パブリッシングを委託する契約もあります。ポイントとしては、いずれの契約においても著作権を誰が持つかによって、その後の利益分配が大きく異なることとなりますので、これを契約書に明記することが必要です。また、権利の帰属は、海賊版等の侵害事件への対処にも影響しますし、後述するゲームソフト始発のコンテンツ展開の際の利益分配にも直接かかわってくるため、非常に重要な条項になります。

### 3. ゲームソフト始発のコンテンツの多チャンネル化

#### ①ゲームソフト始発のコンテンツの問題点

上記のようなプレイヤーによって生み出されているゲームソフトですが、通常の音楽や映画と大きく異なるのは、常にハードウェアという枠組みによる縛りがかかるという点です。ちなみに、家庭用ゲーム機において、ハードウェアのことを一般的にプラットフォームと言います。プラットフォームによる縛りとは、例えば、Wii用に開発したコンテンツ（ゲームソフト）は常に、Wiiでしか起動せず、他のプレイステーション

3等のプラットフォームでは起動しないということです。またプラットフォームも、数年ごとに新しい機種が開発されてきており（図2）、通常ですと、新しいプラットフォームにおいて、以前のプラットフォーム向けのソフトを動かすことはできませんでした。例えば、ファミコン用ソフトは、スーパーファミコンで動かない、ということです。例外的にこの常識を覆したのが、プレイステーション2でした。プレイステーション2では、これまで不可能だった、他のプラットフォーム、この場合はプレイステーション用のソフトですが、を起動させることができました。これが据え置き型プラットフォームにおいて、総計2180万台を売り上げる大ヒットを記録した要因の一つであったことは間違いありません。しかし、これはあくまで1例に過ぎず、プラットフォームという縛りがかかるゲームソフトは、本来的にそのコンテンツの二次展開が難しいのです。

#### ②多チャンネル化の必要性

一般的に家庭用ゲーム機用のコンテンツは開発に膨大な時間とコストがかかります。特に、次世代型ゲーム機と呼ばれた「プレイステーション3」等のスペックの高い据え置き型ゲーム機用のコンテンツを制作する開発費用は莫大なものです。一方で、国内ゲーム市場（家庭用ゲーム機及びそのソフト）は2年連続落ち込みをみせております（図1）。これまで堅調に売上高を伸ばし、2006年には市場規模6000億円を突破した

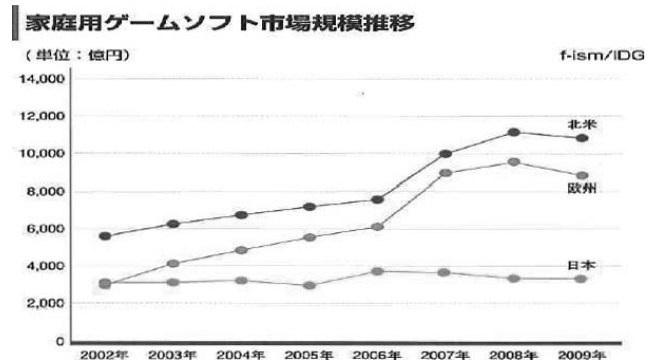


図1 出典：ファミ通ゲーム白書2010より

家庭ゲーム用プラットフォーム（据え置き型）の歴史		
<b>任天堂</b> ・ファミコン(1983) ・ゲームボーイ(1989) ・スーパーファミコン(1990) ・ゲームボーイアドバンス(2001) ・ニンテンドーDS(2004) ・Wii(2006)	<b>SCE</b> ・プレイステーション(1994) ・プレイステーション2(1999) ・PSP(2004) ・プレイステーション3(2006)	<b>その他</b> ・セガ/メガドライブ(1988) ・同/サターン(1994) ・同/ドリームキャスト(1989) ・マイクロソフト/Xbox(2001) ・同/Xbox360(2005)

図2

ゲーム市場は、日本国内にとっても重要な産業の一つであり、また日本の有力な輸出品の一つとしても注目されてきただけに、この2年連続の落ち込みは多くのメディアに取り上げられており、開発メーカーに暗い影を落としております。

そこで各開発メーカーは、開発したコンテンツを如何に効率よく多チャンネルに展開するかという点を考えなければなりません。現在に至るまで、これに対しては大きく二つの観点が重要とされてきました。一つは、コンテンツの海外展開、二つ目は、コンテンツのマルチプラットフォーム化です。

### ③ゲームソフトの海外展開

日本市場が閉塞感を見せているのに対し、欧米のゲーム市場は未だに上昇の兆しがあります。そこで、国内向けに販売した既存のコンテンツを海外市場というチャンネルにおいても販売展開できれば開発に投下した資本を効率よく回収できるわけです。ただし、国内向けに開発したコンテンツをそのまま海外に持っていくわけにはいきません。

まず、コンテンツの内容や技術的な問題があります。当然、文字情報は翻訳しなければなりませんし、海外のプラットフォームに乗せるためのプログラムの再構築も必要です<sup>(1)</sup>。更に、ゲームの内容について、文化の違い等を考慮して一部を再作成する必要も出てきますし<sup>(2)</sup>、国ごとによって内容の規制も異なります。例えば、日本国内では、CEROレーティングというレーティングが付けられます。これは、ゲームの内容について事前に審査し、ユーザーに対して、推奨年齢を明らかにするもので、現在は、全年齢対象の「A」から始まって、18歳以上推奨の「Z」まで、5段階に区分されております。(CEROレーティングは、あくまで推奨であって、「Z」指定だからといって、有害図書というわけではありません。)一方で米国では、ESRB<sup>(3)</sup>というレーティングがあります。これらのレーティングは審査機構ごとに審査の手法や内容が異なります。ターゲットのユーザー層によってどのレーティングに落とされるかは、ソフトの販売戦略上重要なポイントとなりますので、海外展開の際には、現地のレーティング審査を考慮して内容を変更する必要性もでてきます。

次に、海外で商売するために、現地のパートナー企業と行う、著作権のライセンス契約が必要です。たとえば、海外の開発会社に海外版の開発についてのライ

センスをする場合もありますし、国内において海外版を開発し、それを海外へ輸出し、海外の販売会社とdistribution agreementを締結する場合等、様々なケースが考えられます。いずれにしても一番重要なのは、開発した海外版は、元のコンテンツの翻案したものの、つまり二次的著作物に該当しますから、その権利を誰が持つのか、ということになります。国内メーカーにとってみれば、すべての権利を所有できた方が勿論有利ですが、一方で海外の開発コストを抑えるために一部の権利を海外パートナー企業に譲り渡すこともあります。ライセンス契約の際には著作権者が誰で、どのような権利を所有しているかを明確に記載する必要があります。

### ④マルチプラットフォーム

2点目のマルチプラットフォームというのは、いわゆる一つのプラットフォームに固定せずに、複数のプラットフォームでコンテンツをリリースするというものです。例えば、当社のグループ会社では、「信長の野望 天道」というゲームソフトを、当初はパソコン向けのコンテンツとして開発し、その後プレイステーション3向けに移植しております。また、昨年リリースした「真・三國無双5」というゲームでは、プレイステーション3向け及びXbox360向けを同日にリリースいたしました。これにより、特定のプラットフォームしか持たないユーザーを幅広く取り入れるようにしております。しかし、マルチプラットフォームについても、現状として、同日発売が難しいという問題点があります。ユーザーにしてみれば、発売日と同時に遊びたいと思っても、発売対象のプラットフォームが異なるために、半年、1年を待たなければならないというのは酷な話ですし、当然、競合ソフトに流れてしまう可能性もあります。同日発売が難しい原因としては、上記のとおり、開発コストが高騰しているために、複数プラットフォームに対して一度に開発リソースを掛けることができない、という理由があげられます。特に現在のプラットフォームは、プラットフォーム毎に特色が異なり、同じスペックをそのまま使用することが難しい点もこの問題に拍車をかけています。またハードメーカーとの契約の関係上、困難である、というケースも少なくありません。

#### 4. 新たなコンテンツのマルチユース（メディアミックス戦略）

##### ①コンテンツのメディアミックス

ところで、当社のグループ会社（以下、当社といいます。）では、ゲームソフトの多チャンネル化に加えて著作権のライセンスを機軸にした、ゲーム始発のコンテンツに注目した、コンテンツのマルチユースを行っておりますのでここで紹介させていただきます。当社ではこの戦略をメディアミックス戦略と称しております。メディアミックス戦略とは、端的に申し上げますと、ゲーム開発に投資した資本をゲームソフトの売上げだけでなく、二次的にコンテンツをライセンスしそこから全体の収益により回収するというものです。当社のグループ会社が2000年に販売した「遙かなる時空の中で」というコンテンツは当初はプレイステーション向けのゲームソフトでしたが、このコンテンツを使用して、CDドラマ、キャラクターソング等のメディア商品、コミック・ライトノベルといった書籍を販売しております。更に年間平均4回ほど、主としてパシフィコ横浜の大ホールにおいて、ゲームに登場するキャラクターに声を当てている声優を集めた声優イベントを行っており、2009年度においては、1年間で総計13万人を動員しており、2010年1月には「遙かなる十年祭り」と題したイベントを武道館において土日の4公演行いました。また、他社へ商品化許諾権をライセンスしており、文房具・フィギュア・ハンカチ・キャラクター衣装等、販売したいいわゆるキャラクターグッズは枚挙にいとまがありません（写真1）。更に、出資会社を募り製作委員会を形成して、2004年にはテレビアニメ「遙かなる時空の中で 八葉抄」を放映し、更に2006年には劇場版アニメ（映画）「遙かなる時空の



写真1

中で「舞一夜」を製作しました。2008年にはこの劇場版アニメを原作として、実際の俳優をキャストした舞台「ネオロマンスステージ 遙かなる時空の中で 舞一夜」を製作しております。

##### ②メディアミックスにおける著作権

このメディアミックス戦略の基軸となるのがいわゆる著作権のライセンスです。メディアミックスは、単にパートナーとなる企業を募って、ライセンスを展開していけばよい、というものではありません。マルチユースの過程では、ライセンス先の技術力と、監修による品質管理が大変重要です。これらが欠落すると、コンテンツそのものの価値が落ちてしまうのです<sup>(4)</sup>。当社は原作となるコンテンツホルダーとして、著作権を的確にコントロールすることにより、効率的かつ、効果的なマルチユースを目指しております。そして、マルチユースをしていく過程で、複数の権利者が関係することにより、原作から発展した二次的著作物がいくつも誕生してきます。これらの二次的著作物の権利を誰が所有するのか、どのように収益を分配するのかについても大変複雑な問題も起こってきます。このため、始点となるゲームソフトの開発時から、マルチユースを前提に著作権の帰属や、改変の有無、著作権料の分配の基準等をあらゆる契約に盛り込んでいくよう心がけております。

このようなゲーム始発のコンテンツのマルチユースは実は、当社だけではなく、たとえば「ポケットモンスター」「ドラゴンクエスト」「ファイナルファンタジー」「ストリートファイターズ」等と多くの作品で取り入れられております。これらもすべて著作権等の知的財産権がベースとなってマルチ展開しております。特に、上記のとおりゲーム市場自体が閉塞感を見せるなかでは、これまでのようにゲーム会社はゲームのコンテンツだけを作っていればよい、という時代ではないのです。故に、ゲーム産業の中でビジネスをしていくのに、著作権をはじめとする知的財産権の知識が非常に重要となっているわけです。

#### 5. 今後のゲーム始発のコンテンツ

最後になりましたが、最近、スマートフォンやiPadといった新たなハードが注目を浴びております。TVCMでも、家庭用ゲーム機用のソフトのCMと同じく、携帯電話向けゲームのCMが多く流れるようになってきました。ゲーム業界としても、このような新

たなプラットフォーム向けのコンテンツの開発が求められてきており、各社が自社ブランドのコンテンツの移植を次々に行っております。当社も iPhone 向けに、ゲームソフト「三國史 リターンズ」を基に移植開発した「三國史 TOUCH」を販売しており大変好評を得ております。同様に、ゲームを主要なコンテンツとする SNS も増えてきており、今後はゲーム産業のコンテンツの多チャンネル化は更に速度を増すと考えられます。更に、先日発表された「ニンテンドー 3DS」のような新たな技術開発による成果も絡んできております。このような、多チャンネル化の波の中に、私たち特許・商標そして、著作権の知識を持つ弁理士が、その力を生かすチャンスがあると、私は考えます。

## 注

(1) 例えば、欧州ではテレビの規格が PAL 規格となっており、それに合わせたプログラムの組み直しが必要であ

る。

(2) 単純な例では、キャラクターの名称を日本語名から外国名に変えたり、文化の違いに合わせて、宗教的な表現を削除したりする。例えば、カプコン社が発売する「戦国 BASARA」では主人公の織田信長を「Devil King」、伊達政宗を「Azure Dragon」と変更している。

(3) 正式名称は「エンターテインメントソフトウェアレーティング委員会」。レーティングの内容には「eC (early childhood) (全年齢対象)」「T (Teen) (13 歳以上対象)」「M (Mature) (17 歳以上対象)」などがある。

(4) 例えば、ゲーム画像をアニメ化したところ、キャラクターの顔が変わってしまった、という外見的な価値の低下や、原作とキャラクターの性格が変わってしまったという内面的な価値の低下、更には、キャラクターグッズに不具合があったというような信用力の低下などがある。

(原稿受領 2010. 7. 23)

