

---

---

# 「地域コンテンツ制作活用ガイドブック Ver. 2」

平成21年7月

四国コンテンツ連携推進会議

---

---

<b>1 はじめに</b>	<b>2</b>
(1) 本書の位置づけ	3
(2) 地域コンテンツとは	3
(3) 地域コンテンツの利活用の前提	3
<b>2 映像作品をつくるには</b>	<b>4</b>
(1) 映像制作の流れ<企画から制作、発表まで> 映像制作にあたってのポイント、留意事項等をフロー図にまとめたガイダンス	4
(2) 制作ノート<セルフチェックシート/コンテンツメタデータ> 制作、利用における関係者間の交渉をスムーズにするためのセルフチェック	6
(3) これだけはおさよう<撮影マナー・編集上の留意点> 撮影シーンでの最低限の配慮が必要な事項を紹介	8
<b>3 実際につくってみましょう</b>	<b>9</b>
(1) 制作マニュアル（撮影編教材）：制作協力：(株)愛媛CATV	9
(2) 制作マニュアル（編集編教材）：制作：四国コンテンツ連携推進会議事務局	10
<b>4 つくった映像を見てもらいましょう</b>	<b>11</b>
(1) 著作権について	11
(2) 契約書のつくりかた（契約書フォーマット）	15
(3) 地域での利活用の可能性	16
(4) 地域コンテンツ利活用シミュレーション	17
参考資料：映像作品を楽しむには<権利と義務、フェアユース>	19
<b>5 地域コンテンツ制作支援の仕組み</b>	<b>22</b>
<b>6 地域コンテンツ利活用支援の仕組み</b>	<b>24</b>
<b>7 その他</b>	<b>26</b>

# 1 はじめに

---

---

今やブロードバンドインターネットや携帯電話は、身近なコミュニケーションツールとして、私たちの生活に深く浸透しはじめています。ブログやSNS、動画共有サイトの進展に伴い、さまざまな分野での情報発信や交流を促進しています。私たちの住む地域の身近な写真や動画が、元気な人と地域をつくる新たな文化資源として、注目されはじめています。

四国コンテンツ連携推進会議では、地域の人々を作る映像、画像、音声等を、地域資源としての“コンテンツ”として着目し、より楽しみ、広めていくための仕組みづくりについて検討を進めています。

四国コンテンツ連携推進会議では、平成19年度から3ヶ年を主たる活動期間としています。コンテンツをつくり、流し、見るという3つの段階を想定した上で、その支援を行っていきます。

初年度は、地域をテーマとした動画コンテンツの制作支援を行うハンドブック(「地域コンテンツ制作活用ハンドブック ver.1」)を作成いたしました。動画コンテンツは、ブロードバンドの進展に伴い今後益々の浸透が期待されています。更に2年目にあたる本年度は、コンテンツを流し、見るという段階で地域コンテンツを幅広く活用するための視点を盛り込みつつ、ハンドブックの改訂(「地域コンテンツ制作活用ハンドブックver.2」)を行いました。

本書は、地域コンテンツを制作するためのノウハウから著作権処理方法、地域での円滑な相互利活用のための手続き方法等について記したもので、映像制作初心者の方はもちろん、ハイアマチュア、セミプロの方々にも役立つ手引書のひとつとして、ご活用いただけることを目的としています。

地域コンテンツが持つ可能性は、今後より高まっていくものと考えています。そのため、本書は多くの皆さまからご意見やご要望をいただきながら、より使いやすく改良を重ね、共に成長する生きた活用書としてご参照いただければ幸いです。

本書の作成にあたりましては、四国コンテンツ連携推進会議・ガイドライン部会メンバーから多くのご支援をいただいたことを紹介させていただくとともに、この場を借りてお礼を申し上げます。

四国コンテンツ連携推進会議 ガイドライン部会長 村井 礼  
(四国大学 准教授)

---

---

# 1 はじめに

## (1) 本書の位置づけ

本書は、初心者の方から専門的知識、技術をお持ちの方まで様々な人々が地域コンテンツを制作、発表、相互利活用ができるような仕組みづくりのための手引書となるよう想定しています。

なお、本書は、より多くの方々が楽しく、トラブルなく地域コンテンツの制作、活用に関われるよう、映像制作のノウハウから著作権処理方法、円滑な相互利活用のための手続き方法等の基本的な内容を示したものです。

そのため、個別の事情や状況を含む全てのケースに対応することを保証するものではありません。

多くの皆さまからご意見やご要望をいただきながら、より使いやすく改良を重ね、共に成長する生きた活用書となることを目指すものです。

## (2) 地域コンテンツとは

地域の文化芸術、観光地、特産物をはじめグルメ情報から生活情報まで特定地域に特化した情報や話題を当該地域の企業、地方公共団体、住民等が主体となって制作した映像コンテンツ。

特に通信、放送メディアを通じて地域内外に放送番組、映像記録、映像資料、Web素材、広告・広報素材などとして送受信されるコンテンツを想定しています。

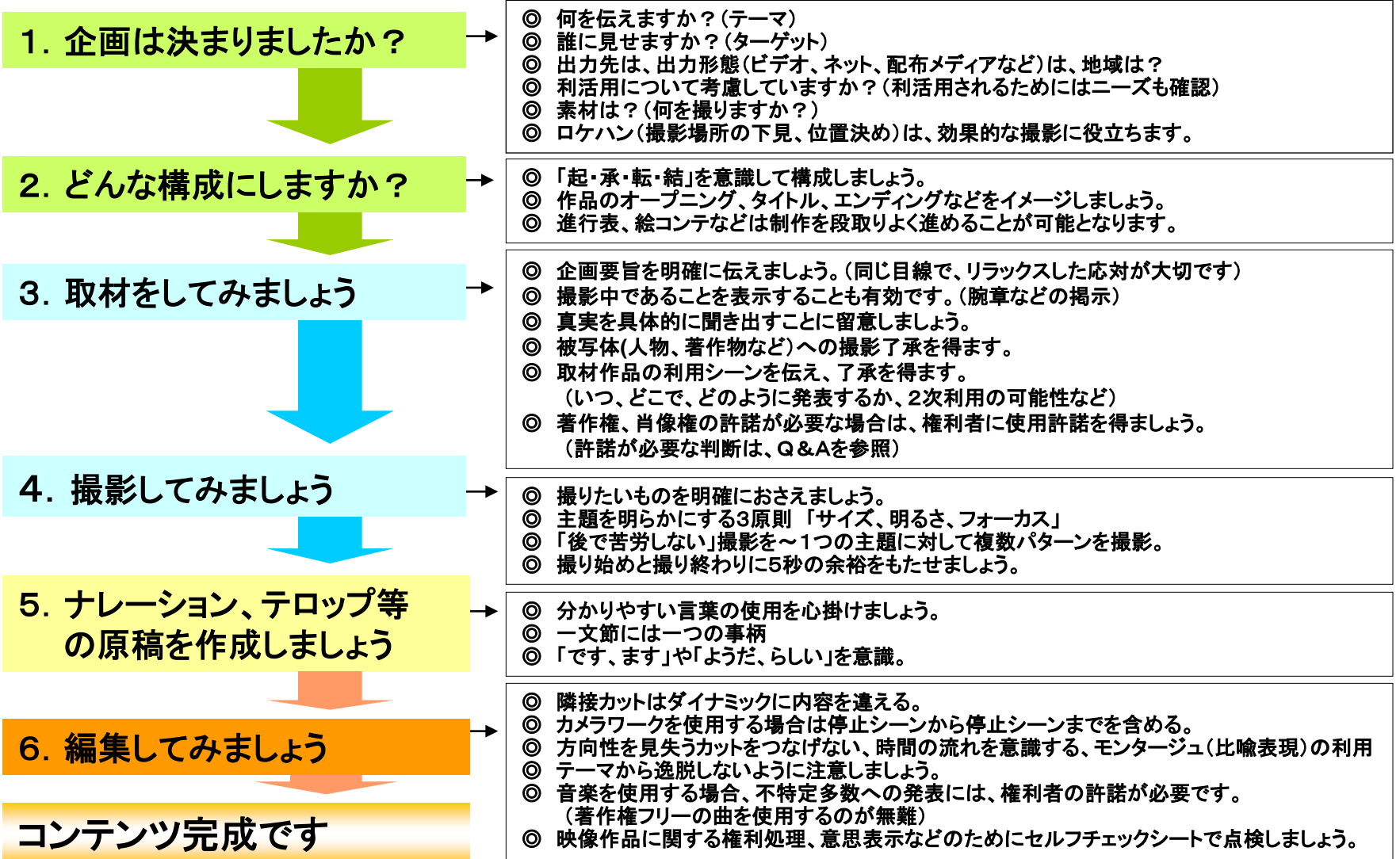
## (3) 地域コンテンツ利活用の前提

本書では、地域の人づくり・街づくりを最優先目的として、制作者と利活用者が無償で地域コンテンツのやりとりを行うことを前提とし、そのために必要となるノウハウや支援について記述しています。これにより、より多くのコンテンツが幅広く使われることで地域での人づくり・街づくりに貢献することができ、コンテンツそのものが高価に取引されることよりも更に大きな恩恵(例えば地域に共感を持って頂くことでの観光客の増加や住民の転入、特産品の販売等の促進)を地域にもたらすことができると考えています。

## 2 映像作品をつくるには

### (1) 映像制作の流れ<企画から制作、発表まで>

映像制作に際し、留意事項やノウハウ的な事項を流れ図として組み込みました。詳細は、eラーニングソフト(3 実際につくってみましょう 制作マニュアル(撮影編及び編集編教材))と併用でご覧いただけます。



## ■ こんな感じで進みます

前ページの映像作成フロー図をもとに、映像制作のイメージを持っていただくために、シミュレーションをしてみました。

### 1. 企画は決まりましたか？

私は〇〇大学3年生。大学の実習で「松山へようこそ！」と題し、3分間のPR映像を作成することになりました。この映像は来月入学してくる新入生の歓迎会で披露する予定です。何を撮ろうか迷ったけど受験で疲れた新入生には癒しが大事。やっぱりここは「道後温泉」をテーマにし、松山の情緒豊かな雰囲気を感じてもらおうことにしました。これなら松山の観光PRにもなるかな。

### 2. どんな構成にしますか？

「道後温泉」という名前は知っていても実際どんなところかを知らない新入生も多いはず。ここは新入生にも興味を持ってもらえるようオープニングで引きつけなければ。まずは「足湯」につかっている私の「足」のアップから始めよう！…余計引いちやうかも…？道後温泉本館、商店街のお店、おしゃれなショップも撮りたいし…エンディングはお土産紹介にしようかな。

### 3. 取材をしてみましょう

実際、道後温泉に行ってみて改めて観光客の多さにびっくり！まずは道後温泉の管理事務所に行き趣旨を伝えて撮影許可を取り、さっそく本館前で人力車を引いてくれるカッコいいお兄さんに道後温泉の魅力をPRしてもらおう！撮影趣旨や用途を伝えると満面の笑顔で快く引き受けてくれました。商店街のおみやげ屋さんにも思い切ってインタビュー。「松山に来る若い人たちのためになるなら」とこちらも撮影OK。みんな優しくて私が癒されました。

### 4. 撮影してみましょう

やはりメインは本館前。朝、昼、夜と同じ場所から本館前を撮り、時間の移り変わりで雰囲気がどう変わるか感じてもらうことに。からくり時計も外せないアイテム。からくり時計が動き出す瞬間をアップの映像と遠くから見る映像の2つのパターンで撮影しました。

### 5. ナレーション、テロップ等の原稿を作成しましょう

撮影も終わり、次は原稿作り。伝えたいことはたくさんあるけど、ここは簡潔に分かりやすく。松山の雰囲気をより醸し出すため、みんなに分かる程度の方言を交えながらナレーションを入れることにしました。

### 6. 編集してみましょう

四国コンテンツ連携推進会議のe-ラーニングソフトで勉強したムービーメーカーで編集に挑戦！でも、いざ映像と映像をつなげようとするとう時間の配分が上手くない…。人力車のお兄さんのインタビューの後に商店街のおみやげ屋さんのインタビューを持っていきたいけど、話が少し似てるので間をあけた方がよさそう…。気をつけてはいたけれど、けっこう鮮明に街を歩く人の顔も映っていたので、個人が特定できないよう工夫をしなければ。著作権フリーの曲の中から雰囲気にマッチした音楽を探して…

### コンテンツ完成です

セルフチェックシートで出来上がったコンテンツの確認をして、これでバッチリ！完成したコンテンツを新入生歓迎会で披露すると「早く行ってみたい！」「帰省するときはあのお土産を買って帰ろう」と評判も上々でした。さあ次はどんな松山の名所を撮ろうかな…？

## 2 映像作品をつくるには

### (2) 制作ノート<セルフチェックシート>

映像制作にあたって権利処理上必要となるチェック項目について、以下に「セルフチェックシート」として示しています。

公開の際の再確認、さらには別の利用者が映像を利用する際の意味表示のための映像付属データとして、作品とともに流通することを想定しています。

営利・非営利関係なく、不特定多数への公開を目的とした映像作品の制作にあたっては、関係する著作権者への総合的な配慮が必要になります。本チェックシートは、撮影や編集時において予めチェック(自己点検)作業を行うことで、公開後の様々なクレームやトラブルを未然に防ぐことを目的としています。

なお、基本的には、チェックシート内容すべてをクリアすることが理想ですが、実際の制作においては様々なケースが発生することも想定され、この点検項目や撮影時や編集時では思いが及ばない場合も多々あることを了知願います。

コンテンツ作成			
1	制作者は自分自身である	Yes・No	Yes→2へ No→制作者の許可を得てください
2	共同制作の場合、制作者全員の同意を得ている	Yes・No	Yes→3へ No→制作者全員の許可を得てください
3	人物は写っていない	Yes・No	Yes→4 No→3-Aへ
3-A	映っている場合、その人物の許可を得ている	Yes・No	Yes→4 No→3-Bへ
3-B	許可を得ていない場合、個人が特定されない工夫をしている	Yes・No	Yes→4へ No→映っている人の許可を得るか個人が特定されないよう工夫を施してください
4	他者が作成した映像を使用していない(映りこんでいない)	Yes・No	Yes→5 No→4-Aへ
4-A	映像の権利者に許可を得ている(著作権フリーのものを除く)	Yes・No	Yes→5へ No→映像の権利者に許可を得てください
5	既存のキャラクターを使用していない(映りこんでいない)	Yes・No	Yes→6 No→5-Aへ
5-A	使用している場合、権利者に許可を得ている(著作権フリー/フェアユースのものを除く)	Yes・No	Yes→6へ No→権利者に許可を得てください
6	ストーリー、キャラクター設定等で依拠している(真似ている)作品はない	Yes・No	Yes→7 No→6-Aへ
6-A	依拠している(真似ている)場合、原権利者に許可を得ている	Yes・No	Yes→7へ No→権利者に許可を得てください
コンテンツ編集			
7	音楽を使用していない	Yes・No	Yes→8 No→7-Aへ
7-A	楽曲の権利者に許可を得ている(著作権フリー/フェアユースのものを除く)	Yes・No	Yes→8へ No→楽曲の権利者に許可を得てください
8	文章を使用していない	Yes・No	Yes→9 No→8-Aへ
8-A	その文章はオリジナルである	Yes・No	Yes→9 No→8-Bへ
8-B	他者の文章を取り込んでいる場合、著作権者の許可を得ている。もしくは引用であることを明示している	Yes・No	Yes→9へ No→許可を得るか引用であることを明示してください
9	タイトルと作品の内容に相違はない	Yes・No	Yes→10 No→タイトルと作品の内容を合わせてください
10	チャプターは合っている	Yes・No	Yes→11へ No→チャプターに整合性を持たせてください
コンテンツ利活用			
11	作品が第三者により編集・加工されることに同意する(素材として利用することを含みます) ※ 利活用は様々なメディアが考えられ、メディアによっては作品の同一性を維持することが難しい場合もあります。	Yes・No	Yes→12へ No→終了
12	同意する場合、利活用されることを(素材として利用することも含め)権利者に許可を得ている	Yes・No	Yes→13へ No→第三者に利活用に関する権利者の許可状況を伝えて下さい(メタデータに記載)
13	同意する場合、第三者との間に契約書締結を条件とする	Yes・No	Yes→14へ No→15
14	契約書が用意されている/作成済みである	Yes・No	Yes→15 No→付属の雛形を参考に契約書を作成してください
クレジットの挿入			
15	クレジットの挿入は利用者の判断に任せる	Yes・No	Yes→終了 No→16へ
16	利用者にはクレジット挿入を希望する	Yes・No	Yes→終了 No→終了

## 2 映像作品をつくるには

### (2) 制作ノート<コンテンツメタデータ>

「コンテンツメタデータ」は、映像作品の内容をその他の利用者に明示することができるデータシートです。

はじめて制作される方には馴染みのないものかと思いますが、こうした内容を詳細に記録しておくことにより、自身の作品の保存・管理、公開の際の再確認、さらには別の利用者が映像を利用する際の内容確認、交渉において非常に効率的、効果的に進めることが期待できます。

本データはそうした保存、流通を助けるための映像付属データとして、前ページの「セルフチェックシート」と併せて作品とセットで流通されることを想定しています。

#### コンテンツメタデータ 記入例

コンテンツメタデータ		
1	タイトル(15文字以内)	蘇れ! ●●みかん
2	内容(50文字以内)	昭和初期まで栽培されていた●●みかん。生産高向上や品質安定化のなか、生産されなくなった昔ながらのみかんを点在する木で栽培し、魅力を再発見。
3	キーワード(5ワード以内)	●●みかん 農作物 昭和初期 △△製法
4	ジャンル	祭事・イベント 生活情報・観光情報 自然・風景 ニュース ドラマ ドキュメンタリー Howto 歴史資料 その他( )
5	対象視聴対象	児童(6~12歳)向け 男性向け 女性向け 一般視聴者等
6	商業的内容の有無	無・有(内容: )
7	放送済 or オリジナル番組	放送番組(全国) 放送番組(地上波ローカル) 放送番組(GS,CATV) ネット配信 携帯配信 未発表番組 その他
8	放送日時(放送済番組の場合)	年 月 日 時~ 時
9	放送回数(放送済番組の場合)	回
10	収録時間	1時間 30分
11	原著作者(問合せ窓口)	四国 太郎
12	制作者(権利者と異なる場合)	
13	保管場所	放送局 プロダクション 公共機関 個人 その他
14	品質	HD DV/DVC SD(アナログ)
15	保管パッケージ (音声が別の場合)	SVHS/SVHS Hi8/8mm βCAM DV/DVC HDCAM 他テープ媒体( ) DVD BD HDD フィルム その他( ) DAT MD その他( )
16	ファイル形式(ファイルの場合)	MOV AVI ASF WMV RM Mpeg1 Mpeg2 Mpeg4 その他( )
17	提供可能方法	インターネット 放送(TV、CATVなど) 配布メディア(DVDなど) その他(具体的には )
18	クレジット挿入内容	制作者(著作者) 撮影場所 制作日(20**年〇〇日〇〇月) その他作品に関する事項があれば

シーン別メタデータ													
撮影内容(対象)	撮影日	撮影場所	撮影者	撮影時間	素材としての提供可否	素材総時間	連絡の可否	要許諾の著作権者、著作隣接権者(権利処理の要不要)					備考
								原作、脚本著作権者	映像著作権者	音楽(BGM)著作権者	実演権者	その他肖像権者等	
1 昭和初期の●●みかんの栽培風景(1)	1940年頃	△△村	不明	不明	要確認	2分11秒	可		■資料館				
2 昭和初期の●●みかんの栽培風景(2)	1940年頃	△△村	不明	不明	要確認	1分01秒	可		■資料館				
3 ●●みかんを手掛けていた山田ハナさんのインタビュー(1)	H20 1/18	△△村	四国太郎	13時頃	可	20分19秒	可	四国太郎	四国太郎			山田ハナ	

## 2 映像作品をつくるには

### (3) これだけはおさえよう<撮影マナー・編集上の留意点>

映像作品の制作にあたって、撮影にあたる際に、最低限の配慮が必要な事項について、以下に示します。

#### ① 撮影前の許認可・届出

公共空間での撮影や危険な作業を行う場合には、原則、公共機関への撮影許可申請、届出等が必要ですので、周囲の人々、環境への迷惑がかからないよう、撮影前後の配慮を忘れないようにしましょう。

原則として事前許可・届出等が必要なもの：

- 公園の撮影使用：地元市町村公園管理部門への使用許可申請
- 道路使用許可：所轄の警察署に届出
- 公共施設(官公庁、美術館、博物館、ホール、図書館等)：行政機関、地元公共団体への使用許可申請
- 駅構内、民間建築物、廃屋等：所有会社、個人等への許可、調整
- 火気等の取り扱い：火気使用承認申請書(日時、場所、火気種別、目的)を所轄の消防署に届

#### ② 取材先・出演者との交渉・調整

インタビュー取材先：撮影時の撮影方法、内容等の確認、使用方法の連絡等の事前説明  
出演者：台本等各種構成検討、打合せ、リハーサルの実施

#### ③ 撮影時

許可や届出が済んでいるから何をやってもよい訳では決してなく、居合わせた人々への配慮を常に心がけましょう。  
景勝地、観光地での長時間の場所の占有、イベント参加者の接写など、よい絵を撮るために周囲を全く顧みないということがないように、細心の配慮をもって、撮影に臨みましょう。

#### ④ 編集時

音楽は、BGMや音響効果として映像作品の印象やアクセント効果を高める有効な手段ですが、公開作品での利用には著作権者の許諾が必要です。また、インターネット、放送、劇場等、どこで公開するかによって使用可能な楽曲、許諾方法が異なります。音楽利用の手続き等については、社団法人日本音楽著作権協会(JASRAC：<http://www.jasrac.or.jp/>)のホームページ等からご覧いただくことができます。

現在は、効果音や各種BGMとして、許諾不要の音楽CD、音楽ファイル等も多く、そうした機関、事業者からの利用も有効です。ただし、使用にあたっては制限事項や条件等のある場合もあり、留意が必要です。

### 3 実際につくってみましょう

#### (1)制作マニュアル(撮影編教材):制作協力:(株)愛媛CATV

四国コンテンツ連携推進会議では、愛媛CATVの協力のもと、音声、動画による制作マニュアル「ビデオ制作ワークショップ～目指せ！ハイ・アマチュア～」(<http://www.ict-tokushima.jp/videoworkshop/>)を作成しておりますので、ご参照ください。

#### ビデオ制作手順

- 企画(企画、構成、設計 作品の8割がココで決まる)
- 取材(リアルな取材を心がける)
- 撮影(臨機応変)
- 原稿作成(分かりやすくをモットーに)
- 編集(作品の補正、手法で表現を助長)
- 評価(「次」へのステップ)

#### 構成

- 分かりやすく、興味をひく、意図を伝える。
- 起承転結を心がける。



```
graph TD
    作品 --> 起_シーケンス
    作品 --> 承_シーケンス
    作品 --> 転_シーケンス
    作品 --> 結_シーケンス
    起_シーケンス --> 起_シーン1
    起_シーケンス --> 起_シーン2
    承_シーケンス --> 承_シーン1
    承_シーケンス --> 承_シーン2
    転_シーケンス --> 転_シーン1
    転_シーケンス --> 転_シーン2
    結_シーケンス --> 結_シーン1
    結_シーケンス --> 結_シーン2
    起_シーン1 --> 起_カット1
    起_シーン2 --> 起_カット2
    承_シーン1 --> 承_カット1
    承_シーン2 --> 承_カット2
    転_シーン1 --> 転_カット1
    転_シーン2 --> 転_カット2
    結_シーン1 --> 結_カット1
    結_シーン2 --> 結_カット2
```

#### 設計

- 作品のオープニング、タイトル、エンディングをイメージする。



#### 撮影---サイズとアングル

サイズ: フル、ウエスト、バスト、アップ、クローズアップ

アングル: ハイアングル、アールベム(高ずり)、ローアングル

人物の場合: 小さい、悪戯、大きい、威厳

人物以外: 説明的、叙情的

#### 構図---イマジナリーライン、方向性

イマジナリーライン  
2人の対話者の間を結ぶ仮想的線、あるいは人物、風景等の進行方向に引かれた虚線の線という撮影時、カメラは原則としてこの線を越えて撮影しない。(位置関係、方向性)においてとまどいが生じる)

方向性を示す画面の構図



#### 取材時の注意事項

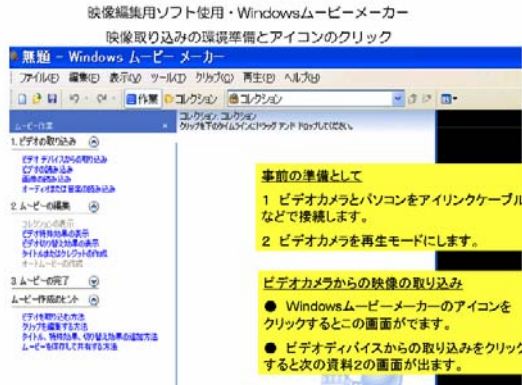
- 真実を具体的に聞き出す。(質問の要旨を明確に)
- 企画意図を明確に伝える。
- 作品の利用シーンを伝えた承を得る。(どこで、いつ、どのように発表するか、二次利用の可能性)
- 肖像権のクリア
- 著作権のクリア(著作の在処と許諾、表示手法の確認)

「ビデオ制作ワークショップ～目指せ！ハイ・アマチュア～」画面(<http://www.ict-tokushima.jp/videoworkshop/>)

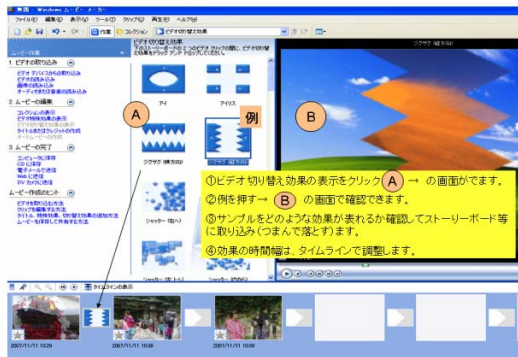
### 3 実際につくってみましょう

## (2)制作マニュアル(編集編教材):制作:四国コンテンツ連携推進会議 事務局

四国コンテンツ連携推進会議では、映像編集についてのマニュアルを作成しておりますので、ご参照ください。



ビデオ(場面)を切りかえる効果 2



タイトルやクレジット表示にアニメーションを使う



音楽の取り込み 2



「映像編集用ソフトWindowsムービーメーカーの使い方(四国コンテンツ連携推進会議編)」画面

## 4 つくった映像を見てもらいましょう

---

---

### (1) 著作権について

#### ① 映像コンテンツの制作に関するQ&A

##### Q1 著作物とは

**A1** 思想又は感情を創作的に表現したものであって、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するものを言います。著作権法上は、言語、音楽、美術、映画等の著作物が例示されています。ただし、裁判で判断される場合を除き、明確に判別される機会はありません。

- 「映画の著作物」に含まれるもの : 劇場用映画, DVD, コンピュータゲーム, ホームビデオで撮影された映像等
- 「映画の著作物」に含まれないもの : テレビの生番組, コンビニ等の監視カメラの映像

##### Q2 著作者とは

**A2** 著作物を創作する者を言います。例外として、職務著作の場合は法人等が著作者になる場合があります。

##### Q3 著作権者とは

**A3** その著作物に関する著作権(複製権等)を有する者を言います。著作者が著作物を創作したときは、著作者人格権と著作権の両方を有するので、著作者は著作権者でもあるわけです。又、著作者が著作権を譲渡した場合には譲り受けた者が著作権者になります。なお、絵画等を購入した場合は、絵画の所有者にはなりますが、著作権は著作者にそのまま留保されているので、購入者が著作権者になるわけではありません。

##### Q4 無方式主義とは

**A4** 特許権等の産業財産権と異なり、出願等を行わなくても、著作物の完成と同時に著作者に著作者の権利が発生します。これを無方式主義と呼びます。

## 4 つくった映像を見てもらいましょう

### Q5 著作権と著作者人格権の違いは

A5 著作者には、創作した著作物の財産的価値を保護する著作権と、創作者の人格的価値を保護する著作者人格権があります。著作権は他人に譲渡等することができますが、著作者人格権は一身専属と言って他人に譲渡等することができません。

著作者人格権	公表権、氏名表示権、同一性保持権
著作権	複製権、上演・演奏権、上映権、公衆送信権、口述権、展示権、頒布権、譲渡権、貸与権、二次的著作物(翻訳・編曲・変形・翻案)の創作及び利用に関する権利

### Q6 著作物の保護期間は

A6 原則として、著作者の死後50年となります。例外として、無名・変名の著作物等は、原則として、著作物の公表から50年となります。なお、映画の著作物の場合は公表後70年となっています。

### Q7 著作物の利用許諾とは

A7 利用とは、複製等著作権の効力が及ぶ行為をいいます。著作権者は、他人に対し、その著作物の利用を許諾することができます。例えば、映画の著作物をインターネット上で公開するためには、複製権や公衆送信権の利用許諾を受ける必要があります。

## 4 つくった映像を見てもらいましょう

---

---

### Q8 著作権を侵害された場合の対処は

**A8** 著作権者等は著作権を侵害する者又は侵害するおそれがある者に対し、その侵害の停止又は予防(「差し止め」といいます。)を請求することができます。例えば、自分が作った映像を他人に無断でインターネット等に公開された場合は、それを差し止めるよう請求することができます。又、損害が発生した場合には損害賠償請求をすることもできます。さらに、侵害者は10年以下の懲役若しくは1千万円以下の罰金が科される場合があります、侵害者が法人であった場合は3億円以下の罰金に処される場合があります。

### Q9 実演家の権利とは

**A9** 映画の著作物を製作する場合、出演した俳優や歌手等にも実演家としての権利が認められます。

### Q10 肖像権とは

**A10** 人の形・姿(いわゆる肖像)や名前が有する権利を肖像権と言います。法律上、明文の規定はなく、判例の積み重ね等によって認められてきた権利です。肖像権には人格的な保護を目的とする側面と財産的な保護を目的とする側面があります。個人を特定し得る態様で、本人に無断で撮影することは肖像権の侵害に当たります。

### Q11 パブリシティ権とは

**A11** 肖像権のうち、財産的な保護を目的とする権利をパブリシティ権と言います。顧客吸引力の高い有名人等に限り認められる権利です。

## 4 つくった映像を見てもらいましょう

### ② 映像コンテンツの利活用に関するQ&A

#### Q1 契約が成立するのは

**A1** 両者の合意があれば、契約書等の書面がなくても契約が成立します。契約書や覚書等は契約の成立のために必要不可欠というわけではありませんが、契約の成立や契約内容について争いがあった場合には、客観的な証拠として大きな意味を持ちます。

#### Q2 利活用の際し、許諾すべき著作権は

**A2** 動画の場合、状況に応じて以下の権利を許諾する必要があります。

また、著作者人格権は譲渡等できないため、契約上でその行使について取り決めることが必要です。著作者人格権について、特に取り決めをしない場合には、利用許諾を受けた場合であっても、その著作物の内容を改変等できないこととなります。加えて、以下とは別に該当する動画における肖像権等は許諾を得ている必要があります。

放送やホームページでの公開	公衆送信権、複製権(工程上も含め複製の必要がある場合)
公の場での上映	上映権、複製権(工程上も含め複製の必要がある場合)
媒体等での頒布	頒布権、複製権(工程上も含め複製の必要がある場合)
作品や素材の編集利用(二次的著作利用)	複製権、同一性保持権、二次的著作物(翻訳・編曲・変形・翻案)の創作及び利用に関する権利

なお、以上の現在の主な利活用方法として想定できる範囲のものです。これに対して新しいメディアの登場等により想定外の利活用が発生し、再度許諾が必要になる可能性があります。

自分以外の権利者が関係する場合に必要な応じた確認ができるよう、連絡先等を把握しておくようにしましょう。

## 4 つくった映像を見てもらいましょう

### (2) 契約書のつくりかた

映像制作の委託や、著作物としての映像の利用許諾についての契約書の雛形を右に示します(有償で提供する場合と無償で提供する場合で記載が異なります)。

契約は、著作権者にとっては、その権利保護と報酬の確保、利用者にとっては、それを利用して新たな著作物を作ることの保証となり、お互いのメリットとデメリットを共有するために有効なものとなります。

前ページで示したように、両者の合意があれば、契約書等の書面がなくても契約は成立するため、契約書や覚書等は契約の成立のために必要不可欠というわけではありませんが、契約の成立や契約内容について争いがあった場合には客観的な証拠として大きな意味を持ちます。

なお、本書では無償での提供を念頭においていますが、有償の場合は、例えば以下のような実際の利活用における条件を細かく指定することになります。

- ・ 上映、放送等の回数
- ・ 上映、頒布等の方法、場所
- ・ 複製数、複製したものの扱い
- ・ 取得する対価 等

#### 契約書

四国コンテンツガイドライン部会(以下「甲」という。)と四国コンテンツ連携推進会議(以下「乙」という。)とは、映像制作業務の委託に関し、以下のとおり契約を締結する。

##### 第1条 (委託)

乙は、甲に対し、以下の映像作品(以下「本著作物」という。)の製作を委託し、甲はこれを受託した。

- (1) タイトル: 四国コンテンツストーリー
- (2) テーマ: 観光用ビデオ
- (3) 映像種別: 実写映像
- (4) 収録時間: 15分

##### 第2条 (納入)

1 甲は、乙に対し、平成21年6月30日までに、本著作物を以下の方法で納入する。

- ・ 納入媒体: DVD
- ・ 納入個数: 1個

2 乙は、前項の納入を受けた後速やかに納入物を検査し、納入物に瑕疵がある場合や、乙の企画意図に合致しない場合は、その旨甲に通知し、当該通知を受けた甲は、速やかに乙の指示に従った対応をする。

3 乙は、納入物を、利用が終わる次速やかに甲に返却する。

##### 第3条 (権利の帰属)

本著作物の著作権は甲に帰属する。

##### 第4条 (利用許諾)

甲は乙に対し、本著作物を下記形態で利用することを許諾する。

- (1) 上映  
上映場所: 四国コンテンツ連携推進会議  
上映期間: 平成22年3月31日まで
- (2) ホームページにおける掲載  
サイト名: 四国コンテンツ連携推進会議  
掲載期間: 平成22年3月31日まで

##### 第5条 (著作者人格権)

1 乙が本著作物の内容・表現又はその題号に変更を加える場合(拡大、縮小、色調の変更等も含む。)には、あらかじめ甲の承諾を必要とする。

- 2 乙は、本著作物を利用するに当たっては、以下のとおり著作者の表示をしなければならない。  
・ 四国コンテンツ

##### 第6条 (保証)

甲は、乙に対し、本著作物が第三者の著作権その他第三者の権利を侵害しないものであることを保証する。

##### 第7条 (その他)

本契約に定めのない利用態様については、甲乙別途協議の上、利用の可否、対価等につき決するものとする。本契約締結の証として、本契約書2通を作成し、甲乙記名捺印の上、各自1通を保持する。

平成\_\_年\_\_月\_\_日

甲 住所

氏名

乙 住所

印

## 4 つくった映像を見てもらいましょう

### (3) 地域での利活用の可能性

地域には制作したコンテンツを「流し、見る」ための様々なメディアがあり、実際に一般の方々が作成された地域コンテンツを利活用しているケースもみられます。

制作したコンテンツが地域で大いに役立つよう、そのような地域コンテンツ利活用の可能性についても、あらかじめ知っておくとよいでしょう。

#### <地域コンテンツ利活用の可能性> ※1・2

分類	用途	特徴	可能性
自治体	ホームページ等から提供	イベント、地域情報。コンテンツをそのまま利用。非営利が条件。	★
放送局(地)	ニュース、情報番組で放送	ニュース、地域情報の素材等。利用尺は5分未満と短いものが多い。	★★★
放送局(CATV)	情報番組で放送	地域情報。コンテンツをそのまま利用。著作権を処理してあることが要件。	★★★
PA・SA、道の駅	観光情報のコーナー	イベント、地域情報等。基本的にそのまま利用。尺は10～60分程度。	★★
文化施設	研究資料、展示紹介の素材	歴史資料や地域情報等。そのまま(必要部分だけ)利用。非営利が要件。	★
観光系NPO	ホームページへの掲載等	観光情報、地域情報。権利処理はされていること。	★★
運輸	拠点や車内での情報提供	行政情報等公共性の高い情報。主に素材として利用。	★

※1 いずれも商業性があると判断できるものを除きます。

※2 上表の各項目は、地域コンテンツ利活用アンケート(H21. 3実施)において回答のあった団体から取りまとめたものであり、全ての団体にあてはまるものではありません。

★★★ アンケート回答団体の1/2以上で地域コンテンツ利用の可能性がある  
★★ アンケート回答団体の1/4以上で地域コンテンツ利用の可能性がある  
★ アンケート回答団体の一部で地域コンテンツ利用の可能性がある

## 4 つくった映像を見てもらいましょう

### (4)地域コンテンツ利活用シミュレーション

以下はあくまで想定ですが、地域住民が制作したコンテンツの利活用については様々な可能性が考えられます。様々な利活用を考えて、地域を盛り上げましょう。

#### ケース：地域興し

地元特産農作物を題材として、農作業における様々なノウハウから、特産品の歴史、(郷土をはじめとする)調理法等を取材

##### Action

素材として利活用すると  
新たな効果も

##### 作り込み

60分程度で編集

地元特産農作物をPRする内容で再編集

農家の方と栽培法の部分を編集

##### 利活用先

自主研究成果として公開

販売所等で、農作物と共に繰り返し上映

ホームページ等で公開

##### 効果

地元特産農作物のPR効果

特産農作物の売上が向上

次世代を担う若い農業希望者が増加

#### ケース：地域社会(文化伝統)

地域古来の祭りを題材として、祭りの様子を毎年撮影するだけでなく、その歴史・由来や神社等に保存されている文献資料等についても取材

##### Action

素材として利活用すると  
新たな効果も

##### 作り込み

祭りの紹介部分だけ10分程度に編集、素材も提供

5分程度の紹介コンテンツに編集

資料等を追加して編集しなおす

##### 利活用先

CATVでイベント告知とあわせ特番

観光NPOのホームページ等で公開

地元資料館等で上映・展示

##### 効果

祭りへの参加者が増加し、活性化

地域外からの関心向上

文化の保存と更なる研究の促進

## 4 つくった映像を見てもらいましょう

### ケース：地域社会（人づくり）

孫が所属する地元少年サッカークラブ、せっかかずっと観戦してビデオも撮っていたので活動記録としてアルバムの的にまとめてあげよう

#### Action

素材として利活用すると  
新たな効果も

#### 作り込み

60分程度で  
編集

試合の2分間ダイジェストを毎回  
編集

#### 利活用先

サッカークラブ  
のイベントで上映、インター  
ネット配信

CATVの地域情報番組で放送

#### 効果

選手父兄に  
喜ばれ、親密  
なお付き合い  
に発展

クラブの認知  
度が向上、入  
部希望者が  
増加

町ぐるみで応  
援、地域のコ  
ミュニケーシ  
ョン活性化

### ケース：教育

長らく取り組んできた趣味の地域風土の研究。写真とかビデオも撮りためてきたので、こゝらで成果をわかりやすく映像資料も使って残そう。

#### Action

素材として利活用すると  
新たな効果も

#### 作り込み

20分程度に  
編集するとともに、素材も  
整理

整理した素材  
を提供

5～10分程度  
の紹介コンテ  
ンツに編集し  
て提供

#### 利活用先

研究者が集  
まる会合で発  
表

地元資料館  
等で展示

自治体等を経  
由して学校の  
教材として使  
用

#### 効果

他の研究者  
の映像も相互  
紹介し研究が  
深化

地域の歴史  
映像資料の  
充実化

子供たちの地  
域への興味・  
意識を喚起

## 4 つくった映像を見てもらいましょう

### 参考資料:映像作品を楽しむには

#### <権利と義務、フェアユースの考え方>





私たちが日ごろ何気なく楽しんでいる映像作品ですが、インターネット時代においてはわたしたちが自分で映像作品を制作、公開、利用する場合、自分の著作権者の権利を守りつつ、様々な利用しあえるコンテンツ共有環境が求められています。

いわゆるフェアユースと呼ばれる考え方ですが、その代表的なものがクリエイティブコモンズで、コンテンツの利用条件を、柔軟かつ分かりやすく表示するためのライセンスです。クリエイティブ・コモンズ・ライセンス(CCライセンス)を使うと、あなたの著作物の権利を保持しながら、同時に他のひとびとに制作者の著作物を自由に複製したり配布する権利を、制作者が著作者であるというクレジットを明記し、— 制作者がここで指示した条件に従う限り、与えることができます。例えば、著作者である制作者によって「改変」を禁止されていないクリップなら、利用者はその映像を利用して新たなクリップを製作することができます。ライセンスは、クリエイティブコモンズ(<http://www.creativecommons.jp/>)の選択画面から2つの質問に答え、作品の管轄地と作品の形態を選択することで、特別な許可は必要なく、作成、使用できるものです。

#### ① 権利

- 複製: 本作品を複製、頒布、展示、実演することができます。
- 二次著作物: 二次的著作物を作成することができます。

#### ② 上記許諾の条件

-  表示 : 作品を創作した人(原著作者)の氏名、作品のタイトルなど、原著作者のクレジットを表示しなければなりません。
-  非営利 : 営利目的で利用してはなりません。
-  改変禁止 : 作品を改変、変形または加工してはなりません。
-  継承: もしあなたがこの作品を改変、変形または加工した場合、利用者はその結果生じた作品をこの作品と同一の許諾条件の下でのみ頒布することができます。

#### ③ 備考

- 再利用や頒布にあたっては、この作品の使用許諾条件を他の人々に明らかにしなければなりません。
- 著作[権]者から許可を得ると、これらの条件は適用されません。

## 4 つくった映像を見てもらいましょう

---

クリエイティブコモンズジャパン (<http://www.creativecommons.jp/>):

クリエイティブ・コモンズ・ジャパンは主に日本においてクリエイティブ・コモンズ・ライセンスの普及・実践を行うために活動する組織の名称です。2004年3月から国際大学GLOCOMをホストとしてCreative Commons Public Licenseの日本語訳を行い、2006年3月には組織として独立するために事務局準備会を発足しました。

2007年7月25日に東京都の認可を受けNPO法人化。クリエイティブ・コモンズ・ライセンスが日本において教育機関や企業、そして個々人の情報発信者の方達による柔軟な著作権表現が普及していくための様々な活動を行っています。

クリエイティブコモンズ・ライセンス:

作品の利用を許諾する人と、許諾を受けて使う人との約束ごと、つまり利用許諾の条件の雛型(見本)です。その約束は著作権法その他の法律で守られています。ライセンスを自分の作品に適用するかどうか(マークをつけるかどうか)は、各人の判断に任されています。(前頁参照)

クリエイティブコモンズ・ライセンスは米国の著作権法をベースに作られており、各国の著作権法にあわせてローカライズ(ローカルルールの調整)がされています。日本の特徴としては、米国等では同一性保持権の行使が名誉毀損等にあたるような変更がなされたりした場合に限定されているのに対して、著作者人格権に同一性保持権が設定されており、厳密性が高いことが挙げられます。このため日本では、クリエイティブコモンズ・ライセンスを採用する場合、日本的な著作者人格権については「行使しない」という形式をとっています。

よって、クリエイティブコモンズ・ライセンスを適用する場合、同一性保持についてはこれらの基準に沿って判断がされることとなる点は留意しておく必要があります。

最近ではオンライン百科事典Wikipediaでクリエイティブコモンズ・ライセンスが採用(同プロジェクトのライセンスをクリエイティブ・ライセンスに切替)される等、普及も進みつつあります。

## 4 つくった映像を見てもらいましょう

---

---

### <フェアユースの動向>

米国の著作権法では、著作権者の利益等を損なわない範囲で利用促進等の公益を得ることを目的とした著作物の利用（フェアユース）について、著作権法上の制限を受けないこととしています。これについては日本でも法制化の検討が行われており、昨今のめまぐるしい技術革新によって様々なメディアが登場する中で、著作物が新しいメディアでも公正に利用できるような対応策となる点で期待されています。

一方で、フェアユース規定の適用範囲については常に議論の的となっています。特に2008年10月に和解に至った米Google社の書籍の全文検索サービスの件は顕著な例といえます。本件では同社が行っている書籍を全文検索可能として検索結果に広告等を表示するサービスについて、米国で市販されていない絶版書籍は書籍をスキャンしてデータベース化する、データベースを有料で提供する、広告を表示する等の商用利用が可能となることで和解案が示されました（但し同社は得た収益の63%を著作者に支払います）。

日本では現時点で同様のフェアユースに関する規定はなく、文化庁では文化審議会著作権分科会に小委員会を設置し「日本版フェアユース規定」についての議論を開始していますが、慎重な対応を求める意見も多く、今後幅広い意見の収集と検討が要求されています。

## 5 地域コンテンツ制作支援の仕組み

---

---

四国コンテンツ連携推進会議では、四国総合通信局と連携し、地域コンテンツの生産力を高めるための取り組みとして、映像制作研修会を計画的に開催するとともに、さらに効果的な研修会の開催と地域の継続的な活動として定着を図ることを目的として、「地域コンテンツ制作支援パッケージ」を作成しています。

### (1) 支援対象

地域文化の継承やイベント等の情報発信、映像制作をとおして地域づくり、人づくりを目指すための映像制作研修会を開催される主催者

四国内の地方自治体、自治会、市民団体、NPOなど

### (2) 支援内容

#### ① 映像機材の貸し出し

デジタルビデオカメラ、三脚の貸し出し。なお、機材運搬費は主体で負担

#### ② 映像制作に関する資料の提供

地域コンテンツ制作活用ハンドブック、映像制作、編集に関するeラーニングコンテンツ

#### ③ 研修講師の紹介

地域コンテンツ制作支援パッケージに登録された映像制作、編集などの研修講師について、開催地や開催内容等からふさわしい講師を紹介します。主催者と紹介講師との間で派遣条件などを協議、合意の上で、講師派遣となります。

#### ④ その他

その他研修会の開催に関する施設(設備)などについてのご相談や紹介なども順次対応することを検討しています。

※ 支援内容の流れは次ページ図をご参照ください。

# 5 地域コンテンツ制作支援の仕組み

地方自治体、自治会、市民団体、NPOなど

四国コンテンツ連携推進会議事務局

地域文化の継承やイベント等の情報発信のための映像制作研修会の開催を検討

## 撮影研修

① 機材調達

② 講師手配

## 映像編集

③ 講師手配

④ 会場手配

撮影機材の不足等

① 撮影機材の貸出要請

①' 機器貸出

機材搬送経費（修復があれば負担）

② & ③ 講師の派遣相談、要請

②' & ③' 登録講師の紹介

資料の提供

②' & ③' 協議、合意

編集設備のある会場を希望したい

④ 研修会場の情報収集

④' 開催地周辺に核当施設があれば、窓口等を紹介

## 地域コンテンツ制作支援パッケージ



①' デジタルビデオカメラ (HDDカメラ)  
最大10台  
三脚10却

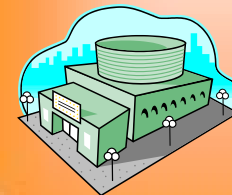


②' & ③' 登録講師  
氏名  
所属(役場)  
派遣条件  
講義分野 など



地域コンテンツ  
制作活用ハンドブック

e-ラーニング用  
コンテンツ



④' 施設の状現  
席数  
使用料金  
連絡先  
レイアウト  
設備

主催者、日程、研修内容、旅費等  
登録講師

## 6 地域コンテンツ利活用支援の仕組み

---

---

四国コンテンツ連携推進会議では、四国総合通信局と連携し、より多くの地域コンテンツが利活用されることを目的として、制作者や利活用者の希望に基づいて相互に紹介する等、「地域コンテンツ利活用支援パッケージ」を作成しています。

### (1) 支援対象

- a. 制作者：  
地域コンテンツを制作して、それを広く利活用可能なものとして提供する団体等
- b. 利活用者：  
公に情報発信するメディアを通じて、地域コンテンツを利活用した情報発信を希望する団体等

四国内の地方自治体、自治会、市民団体、NPO、生産者組合、商店街組合、学校など

### (2) 支援内容

#### ① 利活用先等のDB作成

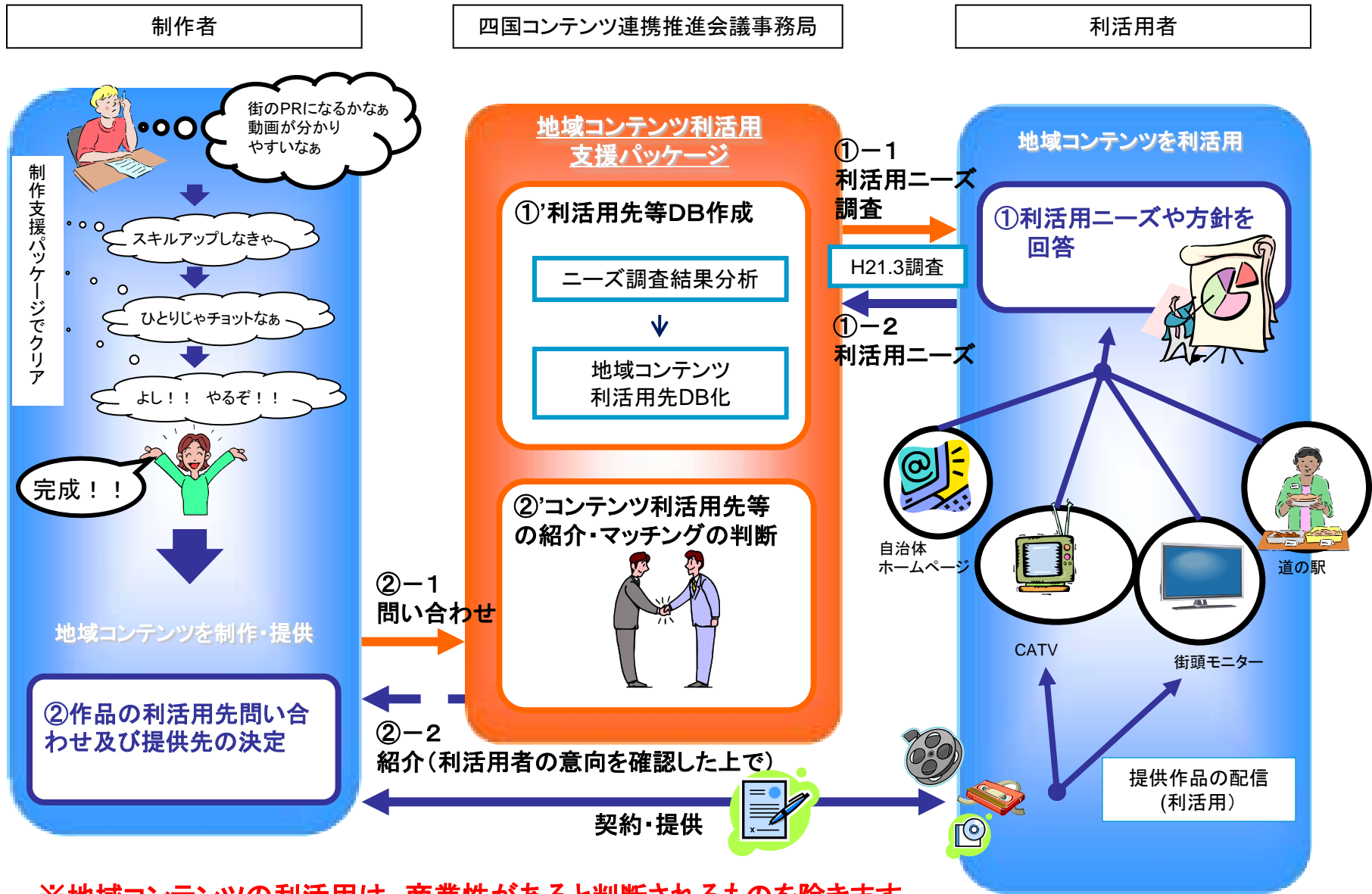
制作者からの問い合わせを通じたニーズの収集、或いは利活用者に対するニーズ調査(平成21年3月実施)結果より利活用の可能性のある団体等ごとに取り扱い条件及び方針等を整理・把握したデータベース(非公開)を作成し、地域コンテンツの利活用促進と利活用を目指した地域コンテンツの制作を促します。

#### ② 利活用先等の紹介

上記DBをとおして、制作者からのコンテンツの利活用先の問い合わせに対して、利活用者の意向を確認した上で提供先の紹介或いは相互マッチングの判断など、実際の利活用促進に向けた支援を行います。

※ 支援内容の流れは次ページ図をご参照ください。

## 6 地域コンテンツ利活用支援の仕組み

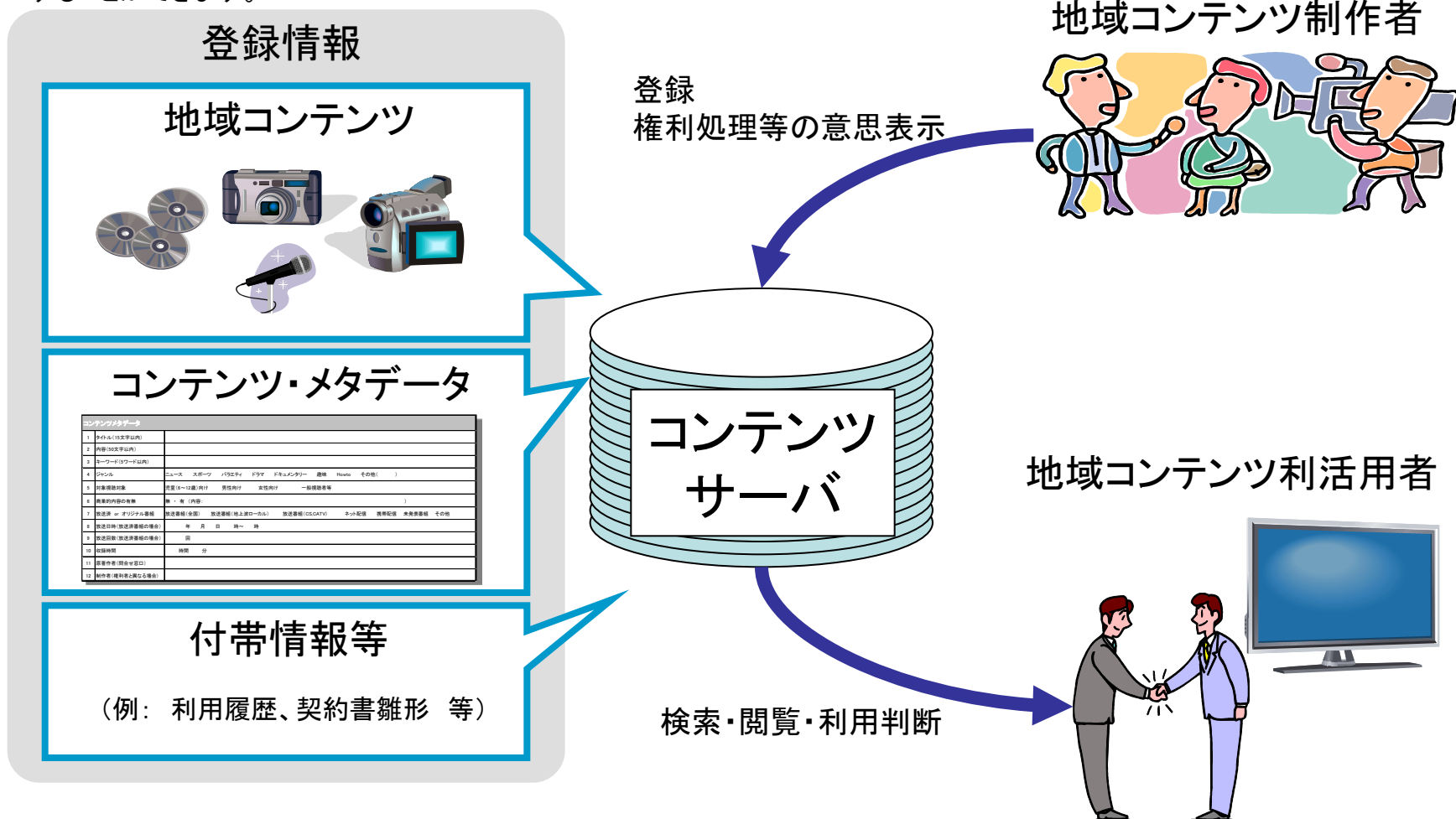


※地域コンテンツの利活用は、商業性があると判断されるものを除きます

## 7 その他

### 地域コンテンツを活用した地域づくり、人づくりをさらに加速する仕組みづくり ～地域コンテンツサーバによる仕組みづくり～

コンテンツサーバは、地域コンテンツを有効に活用することができる仕組みのひとつです。地域コンテンツ制作者が地域コンテンツ(コンテンツのデータ本体)とその内容を示すコンテンツ・メタデータ等を登録するもので、利活用者はコンテンツサーバ等を介してコンテンツの閲覧と情報収集が可能となります。四国コンテンツ連携推進会議では、地域コンテンツサーバの構築を目指す方に、これまで取り組んできた成果を紹介等することができます。



---

---

## ■ 本ガイドブックについて

### (1) 制作者

四国コンテンツ連携推進会議

### (2) 地域コンテンツ制作支援・利活用支援パッケージ等に関するお問い合わせ先

四国コンテンツ連携推進会議 事務局

(総務省 四国総合通信局 情報通信振興課 コンテンツ流通促進担当)

〒790-8795 松山市宮田町8-5

URL: <http://www.soumu.go.jp/soutsu/shikoku/con-shikoku/index.html>

groupmail : [shikoku-contents@soumu.go.jp](mailto:shikoku-contents@soumu.go.jp)

TEL: 089-936-5061

FAX: 089-936-5014