

平成 22 年度コンテンツ産業人材発掘・育成事業（有望若手映像等人材海外研修事業）
プロデューサーカリキュラム

企画開発契約

E&R 総合法律会計事務所

弁護士

四宮隆史

目 次

1. はじめに	3
2. 企画開発の段階で行うべきこと	4
2-1. 企画開発の進行過程	4
2-2. 企画開発の体制	4
2-3. 共同企画開発契約における法的留意点（企画開発の初期段階）	5
(1) 企画の特定	5
(2) 権利の共有	5
(3) 各権利者との対外的窓口の設定	5
(4) 報告義務	5
(5) 表明保証	6
(6) 費用の拠出	6
(7) 企画開発体制が変容した場合の対応	7
(8) 期間	7
(9) 譲渡禁止	7
(10) 秘密保持	8
(11) 助成金を得るための条件	8
(12) その他	8
3. 原案、原作の発掘	9
3-1. 原案について	9
(1) 「原案」の法律上の捉え方	9
(2) サブミッション契約	9
3-2. 原作	10
(1) 原作利用契約	10
(2) オプション権契約	11
(3) オプション権契約の留意点	12
Contents of“Option Right”（オプション権の内容）	12
Exercise of Option（オプション権の行使）	12
Right to Engage in Preproduction（製作準備を行う権利）	13
No Obligation（義務の不存在）	13
Information（情報の提供）	13
3-3. 企画書の作成	13
4. 脚本の獲得または作成	15
4-1. 脚本家との契約について	15
4-2. 脚本家契約の内容	15

(1)	映画の特定	15
(2)	脚本の執筆業務の委託	15
(3)	業務の遂行	15
(4)	権利の譲渡	16
(5)	宣伝、販売促進活動への協力	16
(6)	対価の設定	16
	成功報酬方式	16
	印税方式	17
(7)	保証	17
(8)	クレジット	17
(9)	確認事項	18
(10)	権利行使	18
(11)	リライトの場合	18
4-3.	著作者人格権不行使特約	18

1. はじめに

プロデューサーが映画製作を企図する場合、企画開発（デベロップメント）の段階を極めて重要なフェーズとして捉える必要がある。特に「法的リスクの回避」という点においては、もっとも重要なフェーズといっても過言ではない。企画開発というプロジェクトの初期段階で処理しなかった、または、処理できなかった **Legal Issues** を事後的に処理することは非常に困難であり、想像以上に時間と労力を要する作業となる。

企画開発段階で登場するプレイヤーとしては、原作者、リサーチャー（取材協力者）、脚本家、原案を作成した者、構成作家、ストーリーアナリスト（企画協力者）、アソシエイトプロデューサー、監督などが挙げられるが、それぞれが有する法律上の権利が異なるため、各役割と立場に応じたケアが必要となる。

本稿によって企画開発段階において生じ得る主要な法的問題点についての一定の理解を得て、トラブルの「火種」を残さず、慎重に企画開発を進めて頂ければ幸いである。

2. 企画開発の段階で行うべきこと

2-1. 企画開発の進行過程

- ①企画の選択、立案。
- ②（原作がある場合）原作の権利者（作家、出版社、出版エージェント）との交渉、許諾。
- ③モデルとなる実在の人物またはその遺族からの許諾。
- ④脚本家の選定。
- ⑤シノプシス、トリートメントの作成。
- ⑥予算の見積もり、収支シミュレーションの作成。
- ⑦企画書の作成。
- ⑧脚本の作成、修正。
- ⑨監督、主要キャストの候補選定。
- ⑩資金調達。

2-2. 企画開発の体制

プロデューサースキームで、資金力に限界のあるインディペンデントプロデューサーが自ら企画開発費を負担する場合は、小規模なプロジェクトにならざるを得ない。小規模なプロジェクトは事業的な広がりがないため、より小規模にシュリンクし、かえって出資者や事業パートナーを確定するのが難しくなる傾向にある。

スタジオスキーム（広義）のように大手映画会社が企画開発費の全部または一部を負担する場合や、国際共同製作契約の締結により海外のパートナーと一定割合で企画開発費を分担する場合は、事業規模を見積もりやすく、スキームを構築しやすい。

このように、企画開発について「どこと、どのような契約を締結し、どこが、どのような形で企画開発費を負担するか」といった要素によって、全体のプロジェクトスキームの「大枠」はほぼ確定する。そこで次では、国内外を問わず、他社とパートナーシップを組んで、共同で企画開発を行う場合の契約上留意すべき点を概説する。

2-3. 共同企画開発契約における法的留意点（企画開発の初期段階）

(1) 企画の特定

対象となる企画の概要を特定する（契約書の構成においては、別紙などで特定することが多い）。企画開発の初期段階なので、詳細を記載する必要はなく、「タイトル」「原作名」などの「どの映画の企画なのか」が明確であるための最低限の要素を記載すれば足りる。

(2) 権利の共有

共同企画開発契約も「製作委員会」と同様、法的性質は民法上の任意組合と解釈される場合が多いといえる。このため、企画開発の過程で発生した物（企画書、トリートメント、脚本など）の所有権、著作権などの財産的権利は当事者間で共有するのが原則だが、一部の生成物または成果物については共有にせず、一方当事者の単独保有とする旨を定めることも可能である。

(3) 各権利者との対外的窓口の設定

原案を立案した者、原作者（小説家、漫画家など）、脚本家などの権利者との交渉窓口としての役割をどちらが担うかを定める。スタジオスキーム（広義）またはプロデューサースキームの場合、インディペンデントプロデューサーと原作者、脚本家との関係性が強い場合が多いため、対外的な窓口としての役割は主体となるインディペンデントプロデューサーが担う場合が多いといえる。ただし、対外的な窓口をプロデューサーが担う、ということは、リスクも同時にプロデューサーが担うという意味であるから、「権利者から明確な許諾を得ることはプロデューサーの責任において行う」旨を契約書に明記される場合もある。

相手方が海外のプロデューサーやスタジオである場合、日本の脚本家を選定する際に相手方が設定した一定の基準（これまでに担当した作品数、担当した映画の興行収入などのトラックレコード、など）をクリアした候補者から選定するよう要求される場合もある。

なお、共同企画開発契約を締結する時点で、すでに一方当事者が原作者や脚本家と単独で契約を締結してトリートメントの作成などの初期行動を起こしている場合が想定され得る。このため、すでに契約を締結している権利者に対して、今後は共同企画開発の形態で進めていく旨を通知し、承諾を得ることが必要となる。

(4) 報告義務

共同企画開発である以上、それぞれの役割を、どの程度果たしているかの確認を随時取りながら開発を進めていくべきであるから、定期的な報告義務を定めておくことは重要である。

(5) 表明保証

日本国内であっても、相手方の財務状況や過去の実績などが明らかでない会社と共同企画開発契約を締結する（＝組合を組成する）ことには、一定の慎重を期す必要がある。リスクを回避する手段として、契約書上に、「適法に存在し、契約を締結できる権限と地位を有すること」や「企画開発を継続できない事由が存在しないこと」などを相手方に表明させ、保証させる「表明保証条項」を盛り込むことが必須といってもよい。

また、相手方からの「持ち込み企画」であった場合は、当該企画に「紛争の種」になるような要素が存在しないことの確認をし、万が一かかる要素が表面化して企画開発がストップした場合には、すべて相手方の責任と費用において解決する旨を保証させることも重要である。

実例としては、脚本家からの持ち込み企画で、すでに脚本の第一稿も完成している段階で、プロデューサーが当該脚本家と共同で企画開発を行う旨の覚書を締結し、脚本の改訂を進めていたところ、突然、当該脚本の原作者と名乗る人物からクレームが入り、当該原作者と当該脚本家との間のトラブルが解決していないということが発覚し、企画開発がストップしてしまった、という事例もあった。また、映画のタイトルと同名タイトルの小説を書いた作家から、企画開発中にクレームが入り、一時、企画開発がストップしたという事例もある。

よって、すでに、シノプシス、トリートメント、企画書、脚本の初稿などが存在する企画の場合、その企画を進める段階ですでに関わった法人、個人が存在する可能性があるため、その確認をしながら企画開発を進める必要がある。

(6) 費用の抛却

企画開発費を、どちらがどの程度負担するかが、共同企画開発契約においてもっとも重要なポイントとなる。

大手映画会社とインディペンデントプロデューサーの共同企画開発の場合は、映画会社が主に費用を供出し、プロデューサーは金銭ではなく労働力を提供する、という関係性になる場合が多い。そして、かかるプロデューサーが提供した労働力を「労務出資」として金銭的に評価し、開発された企画が生み出す収益を当該労務出資の割合に応じてプロデューサーに分配する、という内容の契約になる。

そもそも、何をもちて相互が負担する「企画開発費」というかの定義を定めておくことも重要である。相互の役割を果たすにあたって発生した費用（交通費、通信費など）は、各自の負担とする場合が多い。映画は「脚本」があって初めて製作が可能になる、という観点から、脚本開発のためのリサーチ費用、シナリオハンティングのための諸費用は、相互が「企画開発費」として抛却した金銭から賄われる場合が多いといえる。

(7) 企画開発体制が変容した場合の対応

企画開発段階は、まだ何も始まっていないに等しい段階であるから、あらゆる要素が「決定」ではなく暫定的で、変更を求められる可能性が高い、という心づもりでいることが大切である。たとえば、企画開発の最終段階になって、出資者や海外のコプロデューサーから、脚本家や監督を変更してほしいと要求された場合にも柔軟に対応できるよう、脚本家や監督候補に「変更する可能性がある」旨をあらかじめ伝えておくべきである。

また、企画開発パートナーを変更することが望ましい、という事態も想定し得るから、共同企画開発契約を解除した場合であっても引き続き企画開発が進められるような取り決めを契約上定めておくことも重要である。この場合、一定の精算金が発生することはやむを得ないが、客観的にみて合理的でない高額な精算金を要求されないよう、精算金の上限を定めておくことも重要といえる。

(8) 期間

映画は「ナマモノ」であり、5年、10年と長期間にわたって企画開発を行うことが必ずしも望ましくない題材も多いといえる。また、想定している監督、脚本家、主要キャストのスケジュールや「旬」の度合いによって、期間を限定して、その期間内に相互に納得がいく企画開発ができなかった時は、いったん関係性をばらして、別のパートナーと企画開発を進めた方が望ましい、ということもあるだろう。

この場合、期間満了によって共同企画開発契約を終了させたあと、その時点まで生成した成果物や、企画の取扱をどうするかについて、あらかじめ定めておくことが望ましい。プロデューサー主導型で、もっぱらプロデューサーと原作者や脚本家がミーティングを重ねて企画開発を行ってきた場合は、一定期間経過後、企画はプロデューサーに専有させることが多い。

(9) 譲渡禁止

契約上の地位や権利を、相手方の承諾なく第三者に移転し、担保に供してはならないという規定は、一般的な契約書においても必ず定められるところだが、特に国際的な共同企画開発契約の場合は、突然、海外のパートナーが事業譲渡や合併などにより別の法人に契約上の地位や権限が移転した旨が通知される、という事態もまれに発生するので、契約上の地位や権限を移転させる場合は、必ず「事前に」「書面で」通知することを求める必要がある。

(10) 秘密保持

一般的な秘密保持はもちろんのこと、プロジェクトの概要をリリース（公表）するタイミングは相互の了解を得た上で行うべきであるが、特に海外のパートナーとの間では、リリースの方法などについての事前の狭義もなく、当該国の企画マーケットに出展されてしまう、といった事態も想定し得るので、かかる事態が発生しないように契約書上に明確にしておく必要がある。

(11) 助成金を得るための条件

ヨーロッパでは国際共同製作プロジェクトに対する助成金制度が整備されているが、助成金を得るために契約書に盛り込まなければいけない規定や条件（当該国の出資割合が高いこと、撮影の大半を当該国で行うこと、など）が存在するので、助成金の申請を行う際には当該国の助成金制度を正確に把握し、その条件を契約書に盛り込む、という作業が必要になる。

(12) その他

海外のパートナーとの共同企画開発契約の場合は、どちらの国の法律に基づいて解釈されるのか（準拠法）、どちらの国の言語によって作成された契約書を正本とするのかが、紛争の事前予防という意味では重要となる。

また、米国のパートナーと契約する場合は、外国公務員に対する賄賂を禁止する、海外腐敗行為防止法（Foreign Corrupt Practices Acts=FCPA）の遵守を求められることがあるが、日本法においても不正競争防止法第 18 条において外国公務員への賄賂供与の禁止規定が存在するので、FCPA 遵守を求められることで、特に過大な義務を課せられるものではない。

3. 原案、原作の発掘

3-1. 原案について

(1) 「原案」の法律上の捉え方

国によって多少の相違点はあるものの、日本に限らず、諸外国においても単なるアイデアは著作物ではないと解されている。これは、アイデア段階では具体性や明確性に欠けるため、かかる具体性のないものに著作権という排他的な権利を認めてしまうのは「文化の発展」という観点から望ましくない、という考えに基づく。よって、逆にいえば、具体的かつ明確な内容で、何らかの形で表現されているアイデアは、著作物として扱われる可能性がある。たとえば、活字で表現されたシノプシス（ストーリーの概要）は、アイデアの範疇に入るものから、著作権で保護するのが妥当なほどに具体的なものまで存在するだろう。

よって、一応、書面化されたものがある場合は、アイデアレベルのものであっても著作物と捉えて、権利処理をした上で企画開発を進めることが望ましい。

なお、「原案」は著作物ではないから対価は発生せず、「原作」は著作物だから対価が発生する、という理解をしているプロデューサーを見かけることがあるが、これは誤りである。原案であっても著作物として経済的価値を有するものも存在する。映画製作の実務上、原案とクレジットするか、原作とクレジットするかの問題と、権利処理が必要か否か、対価を支払うべきか否かの問題は別個のものであるから、書面化されて具体性、明確性のあるアイデアやコンセプトには、権利処理をすべきか否かの一応の検討を行う必要がある。

(2) サブミッション契約

主に脚本家が、アイデアやコンセプト、シノプシス、トリートメント、未完成の脚本などをプロデューサーにひとつの企画として提出する際に、当該脚本家とプロデューサーの間で「サブミッション契約」(Submission Agreement もしくは Submission Release) と呼ばれる書面を交わすことがある。日本では決して一般的な名称の契約ではないが、欧米ではよく使われ、契約書の形式よりも、脚本家からプロデューサーに宛てたレター形式での提出を求める場合の方が多い。

内容としては、次の各要素を脚本家とプロデューサーが相互に確認するものが多い。

- ①当該脚本家がプロデューサーに提出する素材（シノプシスやトリートメント、シナリオ）は、プロデューサーが日々大量に受け取っている素材と類似するものである可能性があること、および、プロデューサーがすでに企画開発している内容と類似している可能性があること。
- ②プロデューサーが当該脚本家の企画に類似している企画を映画化しても、当該脚本家がプロデューサーに報酬の要求などは行わないこと。

③当該脚本家が提出した素材の権利はすべて当該脚本家にあるから、当該脚本家が別のプロデューサーと一緒にこの企画を映画化しても、プロデューサーは当該脚本家に対してクレームしないこと。

④当該脚本家が提出した企画を映画化しなければならない義務をプロデューサーに課す趣旨はないこと。

⑤もし当該脚本家が提出した企画が、具体的でないなどの理由で法律上保護されるべき財産的価値がないと認められる場合には、当該脚本家に承諾を得ることなく、プロデューサーが当該企画を利用して構わないこと。

サブミッション契約は「Quit Claim」（権利放棄の同意書）と同様の効果をもたらすが、すべての権利を放棄させる内容の「Quit Claim」に比べて、企画の権利は提案者にすべて残ることを前提にしつつ、当該企画と類似した企画が映画化されても提案者は異議を申し立てない、というバランスの取れた内容になっている。

3-2. 原作

(1) 原作利用契約

近年の映画は、特に、小説や漫画などを原作とすることが多く、『電車男』（05）のようにインターネット上の掲示板での書き込みを原作とするものもあれば、「ブログ小説」といわれる、必ずしも「プロの作家」が書いた小説でないものを原作とする映画も製作されている。

原作を書いた小説家や漫画家は、著作権法上、映画との関係では原著作者（著作権法第 28 条）に該当する。そして、原著作者は「その著作物を…映画化し、その他翻案する権利を専有する」（著作権法第 27 条）と規定されているため、小説や漫画を原作にして映画を製作する場合は、当該小説家や漫画家から、映画化のための許諾を得なければならない。

さらに、著作権法第 28 条は、映画の原著作者は映画の著作者と同じ権利を有する旨を定めており、原著作者に該当する原作者は、映画との関係でもかなり強い権限を有する立場にある。仮に、原作者の許諾を得ずに映画製作を行った場合は、原作者が映画の公開を差し止めることが法律上可能である。こういった観点からも、原作者から映画化の許諾を得ることは非常に重要だ。

具体的には、「原作利用契約書」「映画化権許諾契約書」といった名称の契約を、原作となる小説の著作者である小説家、または、小説家から映画化交渉の対外的窓口を付与されている出版社や出版エージェントとの間で締結しなければならない。この際、当該出版社や出版エージェントが、本当に映画化交渉の窓口権や映画化権そのものを有しているのかを確認するか、契約書上その権限を有していることを出版社や出版エージェントに保証させることが重要である。

映画ビジネスは、映画館での興行だけではなく、Blu-ray や DVD などのビデオグラム（セル／

レンタル) やテレビ放映などの二次利用からの収入で成り立っているため、「映画化」の許諾だけではなく、映画をさまざまな形で二次利用することも含めた許諾を得る必要がある。また、追加の報酬(印税、ロイヤリティ)の有無や、期間の設定(映画の著作権存続期間と同一の期間を設定する場合が多い)などが重要な要素となる。

なお、米国では、Literary Purchase Agreement というタイトルのように、原作の映画化権をプロデューサーが買い取る(譲渡)内容の契約が多いが、日本においては、譲渡ではなく、あくまでも映画化権のライセンスを原作者から得るにとどまるのが通常である。

(2) オプション権契約

映画製作を行う場合に、原作者や出版社と「オプション権契約」という名称の契約を締結するケースは、ここ数年で、日本においても一般的なものとなりつつある。

「オプション権」とは、原作を映画化するための「予約権」の意味を有する。すなわち、「オプション権契約」とは、映画を製作する側も当該小説や漫画を原作とした映画を製作することが決定しているわけではなく、原作者側も今すぐに原作の独占的な映画化権を許諾するのはためらわれる、という場合に、「一定期間のみ、当該小説を原作に映画化するか否かを検討する権利を映画製作者に付与するが、当該期間中に映画化を決定しない場合は、他の映画製作者に映画化権を付与する」という、あくまでも映画化をする「予約権」を映画製作者に付与する内容の契約である。

オプション権を取得するためにも対価が発生し、一般的には、原作の映画化権を取得する場合の対価の10%から15%である場合が多い。そして、オプション権の行使期間が定められ、オプション権を付与された者は当該期間内に映画化するか否かの決定をしなければならない。

映画製作者は、このオプション権行使期間内に、脚本家、監督、主要キャストの候補者との交渉を行い、当該原作の映画化が実現可能か否かを検討する。もし当該期間内に結論が出ない場合は、さらに追加の対価を支払って、オプション権行使期間を延長することができる。

仮に、オプション権行使期間内に、映画化しないと判断を下した場合であっても、すでに支払ったオプション権付与の対価は返還されないが、映画化を決定して改めて原作の映画化権の対価を支払う場合には、すでに支払済みのオプション権の対価は、かかる映画化権の対価の一部として充当される。

オプション権契約は、原作者にとっても、映画化しなくても対価が発生するし、映画化できる場合は映画と連動して原作の出版物が売れる可能性がある、という意味で、決して不利な契約ではないし、映画製作者にとっても、すぐに映画化を決定するのではなく、資金調達や、監督、脚本家、主要キャストなどの目星をつけてから映画化に向けてプロジェクトを起動できる、という意味で効率のよい契約だといえる。

しかし、近年では、半年から1年、場合によっては数年間のオプション権を付与したにもかかわらず、結果的にオプション権が行使されず、映画化が実現しないという事例が多く出ており、

原作者や交渉窓口となっている出版社が、オプション権契約ではなく、すぐに原作利用契約を締結したい、と主張する場合も増えつつある。

(3) オプション権契約の留意点

企画開発段階で映画化するか否かも決まっていないため、オプション権契約は簡易なものでも足りるが、可能な限り映画化することも見越して、映画化した場合に必須となる条件（海外との合作にすることの承諾、印税の有無、など）もオプション権契約の段階で契約書に盛り込んでおくことが望ましい。

Contents of “Option Right”（オプション権の内容）

オプション権の内容を構成する要素は、以下の通りとなる。

- 映画化権のみか、映画の商業的利用権も含むか。
- 独占的か、非独占的か。
- オプション権を行使する地域（映画の製作および利用の地域）に制限があるか。
- オプション権の行使可能な期間。
- オプション権購入の対価。
- 続編を作る権利や、リメイク権までも含むか。

Exercise of Option（オプション権の行使）

オプション権を行使する方法、また、オプション権を行使した場合にどのような効果が生じるか（行使した者は、次に何を行えばいいか）などを明確にしておくことが必要となる。

- オプション権を行使する時の対価。
- 書面による通知で行使するのか、誰に対して行使するのか（原作者か、出版社か）。
- オプション権の行使が効力を発生する時点をいつとするか（書面による通知が到達した時、など）。
- オプション権行使期間の延長は可能か。
- オプション権行使期間を延長する場合の延長期間と対価。

Right to Engage in Preproduction（製作準備を行う権利）

オプション権契約を締結する意味は、映画化が可能か否かを検討するための猶予期間を付与してもらうことにある。このため、オプション権行使期間中に、映画化を進めるための準備、資金調達スキームの検討、各方面への出資のオファーなどの製作準備活動を行う権利があり、これらの活動によってオプション権が行使されたものとみなされない旨を契約書に明記することが必要となる。

No Obligation（義務の不存在）

オプション権行使期間の延長を繰り返した結果、映画化できない場合も有り得るので、あらかじめ「映画化する権利を付与されたにすぎず、映画化する義務までを負うものではない」旨、明確に契約書に記載しておくことが重要といえる。

Information（情報の提供）

映画の企画開発やプリプロダクションがどの程度進んでいるのかを原作者が確認したい、換言すれば「本当に映画化されるのか？」を確認したい、という要請から、企画書、シノプシス、トリートメント、シナリオの草稿を、原作者または出版社の要求に従って提出することを求められる場合がある。この場合、プロデューサーとしては、映画のクリエイティブな面において、原作者と協議は行うものの、最終的な決定権限はプロデューサー側にあることをあらかじめ確認しておくことが重要となる。

3-3. 企画書の作成

プロデューサーは、原作のオプション権を取得した上で、当該原作をもとに、どのような映画製作を予定しているかを記載する「企画書」を作成し、脚本家、監督、主要キャスト、出資候補の会社や個人にプレゼンをして、参加者を募っていく。

「企画書」は、以下のような項目によって構成される。

- 映画の意図、コンセプト。
- ストーリーの概要。
- 脚本家、監督、キャストの候補者。
- プロジェクトスキーム（製作委員会の構成）。

- 配給会社。
- 公開予定時期。
- 製作費の予算や収支シミュレーション。

この際、企画書に、脚本家や監督の写真や実績、キャストの宣材写真が使われることが多いが、必ずしも企画書に掲載することの許諾を得て使用していない場合が多い。企画書に、あくまでも「仮」という前提で使用する場合であっても、特にキャストの宣材写真を使用する場合には、キャストの肖像権やパブリシティ権(著名人の氏名や肖像が有する顧客吸引力に対する財産的な権利)に留意し、所属プロダクションの了解を得るか、了解を得られない場合には「対外秘の機密資料」であることを企画書に明記した上で、出資候補者などに企画書を提示するよう心がけるべきである。

この企画書作成段階で行っておくべき権利処理としては、実在の人物をモデルにしたり、実際の出来事をモチーフにした映画を製作したりする場合に、当該人物またはその遺族、並びに関係者から映画製作についての承諾を得る、という作業が重要となる。

モデルとなる実在の人物が生存している場合には、プライバシー権や肖像権といった、その人物に専属する人格権が働く。人格権は、著作権などの財産的な権利とは異なり、対価を支払って取得する、という性質のものではないため、誠意をもって映画製作の意図を説明し、決して当該人物の名誉や信用を傷つけるものではないことを理解してもらい、承諾を得ることが大切である。もちろん、あくまでも当該人物をモデルにただけであり、名前もキャラクターも異なる場合には、当該人物から承諾を得なかったからといって、必ずしも肖像権侵害、プライバシー権侵害になるとは限らない。しかしながら、「どういう場合に権利侵害となるか」のメルクマール(基準)は存在しないし、映画のプロモーションなどの展開も想定して、なるべくモデルとなった人物にも映画化に協力してもらえよう努力することが望ましい。

なお、人格権は相続されないので、モデルとなった人物がすでに他界している場合には、当該人物のプライバシー権、名誉権自体をクリアする必要はない。ただし、刑法第230条第2項において「死者の名誉毀損罪」が成立する余地が定められているし、遺族が、亡くなった人物の名誉が毀損されたことで遺族自身の名誉も傷つけられた、と主張する可能性がある(ただし、かかる主張が認められる余地は非常に少ない)、モデルとなった人物がすでに他界している場合でも遺族へのケアは必要である。

4. 脚本の獲得または作成

4-1. 脚本家との契約について

脚本家は、原作小説の小説家と同じく、映画との関係では「原著作者」（著作権法第 28 条）に該当し、映画の著作権者を「モダンオーサー」と呼ぶのに対し、「クラシカルオーサー」と呼ばれる。前述のように、法律上、原作者は映画に対しても強い権利を有するが、脚本家も法律上は映画に対して原作者と同じ権利を有している。よって、原作者との契約においてケアすべき点は、脚本家との契約においても同じくケアすべきである。

もちろん、すべての脚本家が、著作権法上の原著作者に該当するとは解されない。たとえば、テレビドラマの場合は数名の脚本家で各話の脚本を分担して執筆することもあり、このような場合に、それぞれの脚本家が当該テレビドラマの原著作者に該当するとは解されないであろう。映画においても、スタジオや製作会社の社員が脚本を執筆する場合は「法人著作」（著作権法第 15 条）が成立して会社が権利者となる可能性が高いし、フリーランスの脚本家であっても、プロデューサーや監督からの指示を受けながら執筆作業のみを受託して行う場合には、当該脚本家のオリジナル性が薄いため、原著作者とは解されない可能性が高い。

脚本家に対する報酬については、原著作者三団体（協同組合日本シナリオ作家協会、協同組合日本脚本家連盟、社団法人日本文芸家協会）と社団法人日本映画製作者連盟との間で、劇場用映画が二次利用された場合の追加報酬の覚書が締結されており、これらの団体のメンバー同士で契約する場合には、この覚書に記載された追加報酬を脚本家に支払うことになる。ただし、これらの団体のメンバーではない会社と脚本家の契約では、必ずしもこの覚書に沿った報酬を定める必要はない。とはいえ、実務上は、この覚書に定められた報酬が自動的に契約書に記載されることが多い。これは、その方が報酬を支払う側にとっても経理処理をスムーズに行えるからであろう。

4-2. 脚本家契約の内容

(1) 映画の特定

(2) 脚本の執筆業務の委託

(3) 業務の遂行

- 執筆のスケジュール、納期を明確に定める（第一稿、第二稿などの各稿のスケジュールを定める場合もある）。
- 原作が存在する場合は、原作の内容を不当に改変しないことを求めるか否か。
- 執筆作業の進捗状況の報告義務。

(4) 権利の譲渡

完成した脚本の権利は、すべて映画製作者に譲渡する旨を定めておくことが重要だ。映画を二次利用する場合、特に海外に販売またはリメイク権をライセンスする場合には、「Chain of Title documents」という権利処理が完全になされていることを示す書類を提示する必要がある。脚本家に脚本の権利が残っている映画は、海外の配給会社に拒否される可能性が高い。

(5) 宣伝、販売促進活動への協力

脚本家の氏名や経歴などを宣伝媒体に掲載することや、テレビ、ラジオ、イベントなどに出演することの許諾をあらかじめ得ておく意味がある。

(6) 対価の設定

対価は、まず執筆業務に対する委託報酬は固定の金額が支払われ、その後、映画が商業利用された場合に「印税」として追加の報酬が支払われる旨、定められるのが一般的である。追加報酬の定め方には大きく分けてふた通りあり、ひとつは、プロデューサーが稼得する純利益の一定割合を追加報酬とする場合（成功報酬方式）と、もうひとつは、プロデューサーあるいは映画製作者側に利益が発生するか否かにかかわらず、DVDの出荷数などに応じたロイヤリティを支払う場合（印税方式）が存在し、日本では後者の方が一般的といえる。

成功報酬方式

①固定費は、契約締結時と脚本納品時の2回に分けて支払われるのが一般的だが、もう2、3段階に分けて細分化する場合もある（たとえば、初稿完成時、準備稿完成時、映画撮影開始時など）。

②追加報酬は、映画の商業利用によりプロデューサーが稼得する総収入から諸経費を控除した残額（純利益）の5%から10%を、映画の劇場公開後、四半期ごとに支払う、といった内容となる。

③前述の固定費と追加報酬以外に脚本家に支払うべき報酬が存在しないことを確認することも重要である。特に、社団法人日本映画製作者連盟（以下、映連）の会員各社と協同組合日本シナリオ作家協会間に締結された、昭和49年12月20日付の映画の脚本家契約についての「申合せ」、および協同組合日本シナリオ作家協会、協同組合日本脚本家連盟および社団法人日本文芸著作権保護同盟と映連の会員各社間で締結された、昭和58年3月31日付「ビデオの複製、販売に関する覚書」などに基づく支払は行わない旨を念のため明記することが必要である。

印税方式

①協同組合日本脚本家連盟が使用料規程をホームページ上などで公表しており、その基準を遵守する形で下記のような印税の料率が設定される。

- ビデオレンタルおよび DVD レンタル。
税抜卸売価格（円）×本数×90%×3.35%
- 出来高払いによるビデオレンタルおよび DVD レンタル（PPT など）。
税抜取得金額×3.35%
- ビデオセルおよび DVD セル。
税抜小売価格（円）×枚数×90%×1.75%
- 業務用ビデオ。
税抜取得金額×3.5%
- テレビ放送（第一次配給）。

地上波放送	¥●●
BS 放送	¥●●
CS 放送	¥●●

②固定費と印税以外にプロデューサーに支払義務がないことを確認する。特に印税方式の場合は、映画の二次利用の方法も含めて詳細に規定されるので、定められた方法以外の二次利用では追加で対価の支払いは発生しない旨を定めることも重要である。

(7) 保証

脚本家もエージェント会社に所属していることが多いので、かかる会社と契約をする場合は、当該会社が有効かつ完全に脚本家を保証する権限と地位を有していることを保証させるとともに、脚本の中で第三者の権利を侵害しないことを保証させることも重要である。

(8) クレジット

クレジット表記は、脚本家によって希望する表記方法は異なるので、脚本家の要望に応じた表記を約束することになる。

(9) 確認事項

脚本が完成することで、契約書上定められた固定費を支払うのは当然としても、諸事情により当該脚本に基づく映画製作が実現できないことも想定し得る。よって、プロデューサーに当該脚本に基づいて映画製作を行う義務は存在しない旨を念のため確認することも重要である。

(10) 権利行使

著作権の譲渡を受けても、著作者人格権は譲渡不能な権利であるから脚本家に留保される。このため、著作者人格権を行使しない旨を合意しておくことも重要である（著作者人格権不行使特約の有効性については、次の「著作者人格権不行使特約」を参照）。

(11) リライトの場合

脚本は、初稿を執筆した脚本家が途中で外れ、別の脚本家が第二稿以降を担当することもある。また、脚本が完成したあとでも、出資各社の要望や、海外の共同プロデューサーからの要望などによって、あらためて別の脚本家に依頼して最初から書き直しをする、といった事態も頻繁に起こり得る。よって、かかる可能性も想定した上で、別の脚本家によってリライトする可能性もあること、その場合は精算金として一定の金額を脚本家に支払うが、リライトされた脚本に対して脚本家がクレームをつけるなど何らの権利行使もしない旨の同意を得ておくことが望ましい。

4-3. 著作者人格権不行使特約

前述のように、脚本家は映画の著作物の原著作者であるから、著作権法上、著作者人格権（著作権法第 18 条、第 19 条、第 20 条）が認められる。著作者人格権とは、以下の権利を総称したものをいう。

- 公表権（著作権法第 18 条）
- 氏名表示権（著作権法第 19 条）
- 同一性保持権（著作権法第 20 条）
- 名誉声望保持権（著作権法第 113 条第 5 項）

よって、脚本家との契約においては、上記 4 つの著作者人格権に配慮した規定を盛り込むことが望ましい。

まず、公表権とは、著作物を公表するか否かを決定する権利(他者の公表行為を禁止する権利)

に加え、公表の時機や方法も決定することができる権利と解されている。そのため、脚本家との契約においては、映画の劇場公開日をあらかじめ明記する場合がある。

氏名表示権とは、「著作物の公衆への提供・提示に際し」、自らが著作者である旨表示するよう請求する権利である。脚本家との契約においては、クレジットタイトル上の表記（たとえば、「脚本家 ●●」など）を具体的に明記する場合が多い。

同一性保持権とは、著作物の「題号」や「内容」に関して、他人が意に反する改変を行うことを禁止する権利である。そのため、脚本家との契約においては、映画の商業的利用にあたって、フィルム編集などを行う必要がある場合には、事前または事後に脚本家にも通知するなどの行為を要する旨定める場合がある。

いわゆる「スウィートホーム事件」の控訴審判決（東京高判平成 10 年 7 月 14 日）は、（監督とプロデューサーとの係争ではあったが）同一性保持権に関する明示の契約がない場合に、プロデューサー（映画製作者）がビデオ化およびテレビ放映の際にビスタサイズの映画をスタンダードサイズにトリミングし、画面の一部を切断したことについて、監督が同一性保持権侵害を主張できるか、について争われた。

同事件で裁判所は、監督がビデオ化に伴って編集作業が行われることをあらかじめ了解していたこと、編集内容に合理性が認められること、プロデューサーが製作総指揮として編集などに携わっており、それについて監督が異議を述べなかったこと、などの諸事情を勘案し、最終的に、プロデューサーが行った編集は、「著作物の性質並びにその利用の目的および態様に照らし止むを得ないと認められる改変」（著作権法第 20 条第 2 項第 4 号）であったと判断している。同判決は、監督との関係のみならず、脚本家との関係においても参考にすべき判決といえる。

また、名誉声望を保持する権利に配慮し、映画の宣伝などにおいて、脚本家の監督意図を尊重し、また監督の名誉を害さないように、との規定を盛り込むことも多い。

以上のように、著作者人格を行使されたくないと考え、脚本家との契約において、あらかじめ「本映画の利用について著作者人格権を一切行使しないことを同意する」といった、著作者人格権不行使の特約を定める場合が多い。しかし、事情によって、かかる特約の有効性が否定される場合があるので留意が必要である。