

実施	2016年2月
ヒアリング対象国	インドネシア

■インドネシア共和国（ジャカルタ）

期間：2016年2月24日（水）～26日（金）

【意見交換・ヒアリング先】

① 知的財産総局（Directorate General of Intellectual Property : DGIP）

インドネシア法務人権省に属する政府機関。総局には知的財産に関する立法及び法執行機関が存在する。2014年10月16日よりDGIPによる改正案をもとに改正著作権法が施行されている。

② インドネシア反模倣協会（MIAP）

2003年に設立された団体で、不正商品の拡散防止を目的として、12業界の産業からのメンバーで組成されている。

③ 通信情報省（Ministry of Communication and Information Technology : MCIT）

2005年に旧所管の省庁が再編され、情報通信分野の政策策定と実施を行う機関として設立された。インドネシアにおいてサイトブロックをおこなうのはこの省。

④ Motion Picture Association (MPA) Indonesia

前出のタイ同様に、ハリウッドメジャースタジオ6社のコンテンツ保護を目的とした、著作権啓発活動や侵害対策をおこなっている。

⑤ インドネシア映画プロデューサー協会（Asosiasi Produser Film Indonesia : APROFI）

2014年に設立された、インディペンデントを含む映画プロデューサー40名から構成される団体で、現在MPAと協力して著作権啓発や侵害対策等をおこなっている。

⑥ インドネシアレコード産業協会（Asosiasi Industri Rekaman Indonesia : ASIRI）

1978年に設立された国際レコード産業連盟(IFPI)の加盟団体。インドネシアのレコードメーカーの95%が加盟している。

⑦ インドネシア録音協会（ASIRINDO）/Sentra Lisensi Musik Indonesia（SELMI）

ASIRINDOは集中管理団体のひとつで楽曲の管理をおこなっており、SELMIはWahana Musik Indonesia（WAMI）と共に楽曲使用料徴収している機関。

⑧ Elex Media Komputindo

インドネシア最大のメディア企業であるコンパス・グラメディアグループの出版部門で、少年向けコミックをインドネシアで最も多く扱っている。現地で4大タイトルと言われている「NARUTO」、「名探偵コナン」、「ONE PIECE」、「ドラえもん」の他、数多くの日本のコミックを出版している。

■DGIP、MIAPとのミーティング

日 時：2016年2月25日（木）

場 所：知的財産総局（DGIP）

インドネシア反模倣協会（MIAP）は2003年に設立された団体で、不正商品の拡散防止を目的として、12業界からのメンバーで組成されている。主な活動は知的財産権に関する消費者への教育を政府と協力しておこなっている。主な保護対象製品は薬品、消耗品、ソフトウェア、化粧品など。著作権保護も活動対象に入る。MIAPは会員に対し啓発のノウハウについても提供している。MIAPは模倣品に関する調査を2005年、2010年、2014年にインドネシア大学経済学部と共に実施し、被害額の算出を試みた。MIAPの啓発の成功例として挙げられたのは、Indonesia Clean Mall Award（現在まで3回実施）。バンドン、ジャカルタ、スラバヤなどの模倣品販売店舗がテナントで入っていないモールを調査して奨励した。調査の結果をもとに、クリーンなモールに消費者が足を運ぶようになるというのが基本的な考え方であった。この取組みを2年ごと（計6年間）に実施している。MIAPはこの取り組みのレポートを会員に提供しているが、会員がレポートをもとに模造品が販売されているモールの店舗と取引を止めたという例は今までのところない。MIAP自体は侵害対策をおこなっていない。DGIPの文民捜査官（PPNS）の捜査一件に対する予算が、去年は最高108Millionルピア（約1,050,000円）に増えたが、彼らの扱う著作権侵害案件はまだかなり少ない。侵害サイトの閉鎖は、PPNSの役目ではなく通信情報省の管轄である。対象サイトの閉鎖要請はDGIPから、法務人権省へ提出され、それが通信情報省へという手順でおこなわれる。

■通信情報省（MCIT）とのミーティング

日 時：2016年2月25日（木）

場 所：Plaza Indonesia

2015年に設立されたAgency for Creative Economy（BEKRAF）は、クリエイティブ産業が今後の国家発展の牽引力との考えを基盤に組織された政府機関で、16分野のクリエイティブ産業をこの機関がサポートする。その16の分野には映画、アニメーション、写真、音楽、出版、パフォーマンス・アート、芸術、そしてテレビやラジオなどが含まれる。

■MPA Indonesia、インドネシア映画プロデューサー協会（APROFI）とのミーティング

日 時：2016年2月25日（木）

場 所：Plaza Indonesia

APROFIは3年前に設立された、インディペンデントを含む映画プロデューサー40名から構成される団体である。その他、インドネシア映像プロデューサー連盟（PPFI）という30年前に設立された、大手映画製作会社やテレビ局40社によって構成される団体、インドネシアプロ写真協会（APFI）という2年ほど前に設立された8社がメンバーの団体もある。

APROFIはMPAと侵害対策や著作権啓発などを協力しておこなっている。

インドネシアにおいては現在、劇場での盗撮を罰する法令は存在しないが、盗撮防止を目的としてMPAとAPROFIが制作した劇場用トレーラーが劇場で公開されている。映画のマーケットシェアは、インドネシア作品が20%に対し、外国作品が80%。ハリウッド作品はマーケットシェアの50%を占める。

ジャカルタのラトゥ・プラザ（Ratu Plaza）で摘発があり、一時海賊版販売店が無くなった。

（28日訪問時には以前と同フロアの別の場所で営業していた。）サイトブロッキングの対象となるのは、インドネシア国内の人が海外のサービスを利用して運営している侵害サイトが主である。

サイトブロッキングの方法はドメインブロッキングで、効果は2週間程度は続く。

■インドネシアレコード産業協会(ASIRI)、インドネシア録音協会(ASIRINDO)とのミーティング

日 時：2016年2月25日 (木)

場 所：ASIRI事務所

ASIRIは昨年DGIPへ25サイトに対するサイトブロッキングを要請し、その内22サイトが11月にブロッキングされた。違法音楽サイトがブロッキングの対象となるのは、これが初めてのことであった。

(一部サイトがブロッキングの対象とならなかったのは、それらサイトの名称が申請書に誤って記載されていたため。) サイトブロッキングの対象となったのは、インドネシア人がインドネシアのドメイン名で、海外にあるサーバーを利用し運営していたダウンロードサイトであった。

サイトブロッキングを要請する際に提出される証拠は、1サイトに対し最低でも100の侵害ファイルへのリンクと権利者からの委任状 (POA) で、事前にサイトに対し通知を送る必要はない。(知情性の確認は必要ない。) 近年はCDの需要が減少する一方で、Disc tarra(インドネシア全土に40店舗を展開)やAquariusなどのミュージックショップが次々と閉鎖している。これら店舗ではCDが1枚35,000ルピア(約350円)で販売されていた。海賊版対策として、ジャカルタにある9つの海賊版製造業者のうち5つにライセンスをして、海賊版品質の安価の正規版の販売が2016年1月から開始された。それら正規版はVCDで、1枚5,000ルピア(約50円)で販売されている。製品には正規版であることを証明するASIRIのホログラフィックラベルがジャケットに貼られている。著作権隣接権に係るカラオケ使用料の徴収に関しては、ASIRINODOが管理システムを開発した。このシステムを使用する事で、楽曲の使用状況をリアルタイムで把握する事ができる。現時点においてカラオケで利用されている約100,000の楽曲のうち、20,000のカラオケ用楽曲がこのシステムに登録されている。ASIRINDOはこのシステムの導入を東ジャワで進めており、現在マーケット全体の1%(12店舗)がシステムを利用している。今後の展開としては、2016年に1,000店舗、そして2017年に4,000店舗まで、システムの導入店舗数を拡大する事を目標としている。



[海賊版品質の正規版]



[[ASIRIのホログラフィックラベル]

■Elex Media (Kompas Gramediaグループ)とのミーティング

日 時 : 2016年02月26日 (金)

場 所 : Elex Media (Kompas Gramedia)

Elex Mediaは2015年よりeBookJapanと事業提携し、マンガの電子書籍に力を入れている。2014年10月に同社を訪問した際には電子書籍への関心をほとんど示さなかったが、今回の訪問では電子書籍に関する話題が中心であった。Elex MediaはeBookJapanの協力のもと「MangaMon」※というサイトをAnime Festival Asia 2015で立ち上げ、それを通して現在はジャカルタ周辺をターゲットにして日本マンガの電子書籍を販売すると共に、日本のポップカルチャーに関する情報を提供している。

※「MangaMon」サイト⇒<https://www.mangamon.id/>

現地での人気作品に関する話では、「名探偵コナン」「NARUTO」「ドラえもん」、「ONE PIECE」に加え、「進撃の巨人」「暗殺教室」「妖怪ウォッチ」「月刊少女野崎くん」「七つの大罪」の名前が挙げられた。印刷物の商品に関しては出荷のミニマムプリント量が、対前年比30%も減少している。

マンガの侵害においては、印刷物の侵害状況は以前と同じ状況で、さらにスマートフォンアプリが2、3年前から問題視されており、Elex MediaはGoogle等へアプリの削除要請を送っているそうだが、人員不足で大々的に侵害対策をおこなうのは困難な状況にあるとのこと。

■市場視察 : ラトゥ・プラザ、ブロックM、グロドック

日 時 : 2016年02月28日 (日)

場 所 : ラトゥ・プラザ、ブロックM、グロドック

邦画や洋画の海賊版をブロックMの露店で購入。

ディスク1枚の価格は10,000ルピア (約100円)。

海賊版は薄手のプラスチックフィルムの中に、ジャケット(普通紙にカラーコピーされた2つ折りのもの)に工場でプレスされたDVD-Rが封入されている。



[ブロックMで主に日本コンテンツの海賊版を販売していた露天商]

消費者へのPR・啓蒙活動

- ・教育を通してモラルを高め、侵害を軽減することは大切だ。タイ人は日本人程、責任感やモラルがない。若い世代は、特にそれらが欠けている。幼児期から国民に意識を植え付ける努力を政府が行うべき。
- ・日本製のおもちゃやカードゲームに関して、タイの子供たちは模倣品では遊ばない。海賊版で遊ぶ子供は、正規版で遊ぶ子供の輪には入れない。カードゲームに関しては、価値がカード自体に含まれている。楽しみながら遊ぶ事で、子供にモラルや責任感が植えつけられている。直接子供に教育するより、遊びながら学ばせる方が子供も学ぶ。
- ・成果を数値で測れるような取組みしか政府は行わないが、そのアプローチでは良い結果は得られにくい。税金の無駄遣いだ。

タイのコンテンツ市場について

- ・タイでは映画鑑賞者の7割が10代の若者層であり、これらの若者は海賊版を購入するより、インターネットで侵害ファイルを楽しむことを選ぶ。一方、夜の露店で海賊版を購入する世代は、映画をあまり鑑賞しない層と言える。
- ・効果的な映画の宣伝手段としてSNS（ソーシャルネットワークサービス）を活用している。昨年においては、3作品がSNS上の口コミ情報のみで、単館上映から大ヒット映画となった。その逆で、悪評が広まり、観客が全く入らなくなる作品もある。
- ・日本作品は殆どがアートハウス映画として上映される。「スウィングガールズ」もこれに含まれた。アニメーションに関しては、一般向けに公開されており、「ドラえもん」はタイで上映される毎に、人気が増している。「STAND BY ME ドラえもん」は4千万バーツ（1億6千万円弱）の興行収入が見込まれており、最もヒットしたドラえもん作品となるであろう。今までのドラえもん作品の興行収入は1千万バーツ（4千万円弱）程度に留まっていた。

その他

- ・タイの警察官は著作権法に関する知識が乏しい。また、警察官の教育に協力しても、配置換えが多いのでその努力は大抵無駄になる。
- ・4年前に映画館で盗撮を行っていた侵害者を警察へ差し出したところ、警察官はこの問題に対して全く理解がなかった。カムコーダーに証拠映像が残されていたので、最終的に告訴はできたがこの事件の判決は未だ下っていない。大抵の場合、盗撮は未成年（15歳以下）が組織に雇われて行っており、罰則も厳しくはない。幸い盗撮の問題は以前より沈静化した。
- ・タイでは、国内映画が毎年年間平均55～60作品リリースされる。2年前はその内の90%から100%近くが盗撮の被害にあった。昨年は60作品がリリースされ、その内の半分である30作品が盗撮の被害にあった。盗撮の被害にあったのは、人気作品のみだった。オンライン時代になり、アートハウス系の映画は人気が無くなり、盗撮の対象から外された。海外作品に関しては音声の違法録音も問題となる。
- ・日本政府からの働きかけがあれば、タイ政府も侵害問題の現状改善に努めるだろう。