no.635
2001年 6/1
アミューズメント通信
JUNE 1, 2001

ゲームマシン

GAME MACHINE
Game Machine Magazine is published twice monthly on the 1st and 15th of the month by Amusement Press, Inc., Yachiyo Bldg., 2-2-1, Nakazaki-Nishi, Kita-ku, Osaka,530-0015 Japan. Subscription rate: Overseas (air mail) - US$ 180.00 / year.
NO part of this magazine may be reproduced without expressed permission. 禁転載

毎月2回(1日・15日)発行　昭和56年10月17日 第3種郵便物認可　㈱アミューズメント通信社　〒530-0015 大阪市北区中崎西2―2―1　八千代ビル　☎06(6314)0309　FAX06(6314)3821　定価400円 年間購読料9,880円(送料共、消費税込)

3社で初の合同プライズ展開始

健全化が旗印

セガ社、システムサービス、エイコー

㈱セガ（本社東京、佐藤秀樹社長）、システムサービス㈱（本社東京、佐藤隼夫社長）、㈱エイコー（本社東京、辻谷博男社長）の三社は合同で景品の新作展示会「プライズコラボレーション」を五月十五日、東京の後楽園プリズムホールで開催した。

三社はこれまで各社単独で開催してきたプライベートショーを一つにまとめ、来場するオペレーターやディストリビューターへの利便を図るとともに、展示会運営の効率化を目的として合同開催することになったもの。景品の合同展は初の試みとなる。

東京会場を皮切りに十八日大阪のマイドーム、二十一日札幌のサッポロファクトリー、二十二日仙台のメイフェアプラザ、二十四日名古屋の中小企業振興会館、二十五日福岡のパビヨン24で開催する（全国六会場）。

東京会場では開会式を行ない、セガ社の森啓二常務執行役員が「景品だけの合同展が初めて実現した。不正商品を排除し健全な景品市場を育成していくためにも、この展示会が果たす役割は大きい」と挨拶。システムサービスの佐藤社長は「ゲーム場に行けば人気キャラの商品が入手できるという状況を十年かけて作ってきた。三社で切磋琢磨しAM機用景品の位置づけを確固としたものにしていきたい」、エイコーの辻谷社長は「景品市場の発展のため喜ばれる製品開発に一層努める」と述べ、三氏がテープカットを行なった。

3社合同の景品新作展で、上は（左から）システムサービスの佐藤隼夫社長、セガ社の森啓二常務執行役員、エイコーの辻谷博男社長

会場ステージでは三社が語り合う〝トークセッション〟が行なわれた。その中で景品市場の課題について、エイコーの上中譲治常務は「輸入品などの景品で販権がないのにあるように見せかけて販売する者がいるが、これに歯止めがかけられないのが現状だ。また高額景品の使用も問題だ。それらの流通経路を断つことが必要」と語った。

森氏は「違法景品と知りながら使用している業者もいる。啓蒙活動を含め業界全体で取り組むべき大きな課題だ」、佐藤氏は「オペレーターへの情報提供のあり方も考える必要がある」と語った。

また景品市場について佐藤氏は「ロケ売上げの約四〇％をプライズマシンが占めており、景品への力の入れ方がロケ収入のキーポイントになる」、上中氏は「物販品より良質のものを開発しようとする企業努力が景品市場を支えている」、森氏は「景品ビジネスの円滑化にはイーコマースなどの充実が大事」と語った。

なお合同展は今後も継続するとともに、他の景品メーカーにも参加を呼びかけるとしている。

展示内容はセガ社が「パラッパラッパー」など新キャラ五種類、システムサービスがシリーズ新作のほかナムコ、タイトーの協力による景品、エイコーはサンリオキャラの新製品など、秋にかけての新作を多数披露した。

3協会「活性化特別委」

問題点列挙の中間報告

高額景品問題など、結論を急がずにと

JAMMA、AOU、NSAの三協会による「活性化特別委員会」（竹内哲郎委員長）は、これまでの会合で出された意見を中間報告書「AM産業の活性化に向けて」としてまとめた。四月九日の三協会幹部懇談会で発表したとしている。

同委員会は昨年九月の三協会幹部懇談会（非公開）で設置することを申し合わせ、その手続きなど明らかにされないまま十一月二十八日に第一回会合を開き発足、今年三月十九日まで七回の会合を開いてきたもの。委員はJAMMAから九名、AOUとNSAから各五名の十九名で構成。事務局はJAMMAに置かれており、オブザーバー二名もいる。

中間報告書によると、同委員会は「AM産業が取り組むべき課題、直面する問題を洗い出し検討」しており、「実現の可能性にとらわれず、またあえて性急に結論をまとめることはせず、今後の検討の中で適切な方向性を導き出したい」と前置きした上で、業界の問題点、ゲーム場の運営方法やゲーム機などについての意見をまとめている。

その中で「景品提供営業」の問題が最優先課題としている。報告書では「高額景品の提供はベイアウト率を異常に低くしなくてはならなくなり、プライズマシンのギャンブル化を招く。それは店舗経営者の私腹となりエンドユーザー（プレイヤー）が許すはずがない。この状態が続けば業界として景品提供の権利を失うおそれがある」とし、「ベイアウト率を低く設定できるプライズマシンは扱わないなど、業界全体の自浄努力の仕組みを作ることが必要」と提言している。

またゲーム機の供給とプライズマシンへの業界仕入れについて、「特定のヒットジャンルのゲーム機と短期的売上げの偏重により、ゲームの品種不足、一般プレイヤー離れ、売上げ減少、購売力低下などを招き〝業界縮小スパイラル〟に陥った。プライズマシンへの業界挙げての活力も適正な収益性を妨げている」と分析。

開発面については、安易に景品に頼らずゲーム性や楽しさを追求したもの、マニアでなく一般プレイヤー向けの入門機的なものなどが必要としている。また専用キャビネットの大型TVゲーム機やその他アーケードゲーム機の規格を統一し、ゲームソフト交換ができるようにしたり、部品の再利用や転用、消耗品の共通化などを図るべきだと提言している。

風営法規制緩和への対応については、「業界全体の意思統一がなく、業界団体の影響力もない。業界を取り巻く環境への危機意識を持たず、対応不足を認識しないなど鈍感な体質に問題がある」と指摘。さらにAMショーとAOUエキスポについても「慣習化を是正し、開催の必要性や目的を抜本的に見直す必要がある」としている。このほか消費税問題、機械や施設のネットワーク化など多岐にわたって提言し、今後ようにしたり、部品の再利用や転用、消耗品の共通化などを図るべきだと提言している。

セガ社構造改革、業務用は

販売、OPとも効率化

家庭用海外子会社など20社整理へ

㈱セガ（本社東京、佐藤秀樹社長）は四月十九日、東京都内で証券アナリスト向け説明会を開き当面の同社構造改革など明らかにした。一月三十一日に業績予想の修正、構造改革推進本部設置など発表したのに続くものであるが、今回は業績予想修正はなく、財務と事業の改革をどう進めるかという計画に関するもの。

事業改革のうちAM事業では、二〇〇二年三月期で売上高千百億円以上、営業利益率九％以上（期末店舗数五百二十八店）を計画。二〇〇三年三月期では千二百億円以上（五百四十三店）を、二〇〇四年三月期では千三百五十億円以上（五百七十八店）をめざすとのこと。ゲーム場経営では既存店の前年度対比売上高が九七％でも維持できる効率経営を実現させ、現在のシェア一七％を三年後には二〇％に高める。業務用販売では試用販売、予約販売、イーコマースなどにより一層の効率化を実現し、シェア二八％を三年後三五％に高める。また異業種との新業態展開など新規市場を開拓するとしている。

家庭用、ネットワーク関係のコンテンツ事業では、任天堂「ゲームキューブ」ゲームソフト開発を含め、二〇〇二年三月期売上高は六百二十億円以上、営業利益率〇％以上（開発費百四十五億円）を計画。二〇〇三年三月期には九百五十億円以上、営業利益率二〇％以上（開発費百五十億円）を、二〇〇四年三月期には千二百億円以上、営業利益率三〇％以上（開発費百六十億円）を目標とする。

家庭用海外子会社はゲームソフト販売会社に特化していく。ネットワーク事業会社は欧米で縮小し、ISAOに資源を集中させる。なお子会社、関連会社計五十七社のうち方針に合わない二十社を整理する。

ゲーム場経営分社を含むセガ社自体では、人件費、宣伝費を六十億円削減し二百二十億円とする。社員千八十一名を来年三月までに七百人へ大幅削減する。以上が「セガ構造改革」のあらましとなっている。

香山哲共同COOは具体的な資金調達の枠組みについて、「有価証券や不動産の売却など進める。聖域は設けない」とし、本社ビル売却も検討することを明らかにした。

なお大赤字の原因となり、生産を中止した家庭用「DC」は、三月一日から値下げになり、日本で一月末に三十七万台あったのが十二万台まで減ったこと、米国でも百二十万台あったのが八十二万台に減少、欧州でもよく売れており、在庫は一月末の二百万台から半分の百万台まで減ったことも明らかになった。

コナミ、3月期決算

「遊戯王」で収益伸ばす

業務用、ゲーミングは大幅にダウン

コナミ㈱（本社東京、上月景正社長）は五月八日に業績予想の上方修正をしたのに続き、十日に今年三月期決算（連結、単独とも）を発表。ゲームカード「遊戯王」がさらに伸ばしたため増収増益となったが、家庭用、業務用とも後退した。

連結子会社はKCEO、コナミ・オブ・アメリカ社など三十一社（前年も同じ）。コナミマーケティング、ビープルなど五社が加わり、清算したコナミ・ド・ブラジル社など五社が除外された。

連結決算では売上高が前年比一六・九%増の千七百十四億八千万円、経常利益が一七・一%増の三百六十四億二千七百万円、最終利益は一八・七%増の二百十七億八千百万円とさらに伸ばした。

部門別売上高は、CS（家庭用ゲームソフト）が三・四%減の五百九十一億七千五百万円、AM（業務用AM機）が三二・四%減の百七十一億二千八百万円、GM（海外カジノと国内メダルゲーム向けゲーミング機）が三四・五%減の八十五億千一億七千六百万円、PS（パチンコ用液晶装置）が一一・三%増の百四十六億六千五百万円、CP（遊戯王など）ゲームカードが二一七・六%増の六百五億二千五百万円、新設HE（ビープルなど）が四十七億三千二百万円、AO（ゲーム場経営とレンタル）が六・八%増の四十八億千七百万円、金融その他が二二・七%増の十九億三千百万円だった。

営業利益は全体で四百五十五億九千万円あるが、うちその大部分を「遊戯王」が稼いでいる。CPが一七六・七%増の三百六億千四百万円、CSが五一・八%減の七十四億五千四百万円、PSが三五・五%増の四十二億三千二百万円、AMが二五・三%減の三十九億百万円、金融その他が三億八千百万円だった。

営業損失はGMの四億二千五百万円、HEの三億九千三百万円、AOの業赤字だった。

コナミでは今期、コナミスポーツ（旧ビープル）を核とするHE事業の拡充、パチスロ市場への本格参入、海外カジノ市場のシェア拡大を主な柱とする計画を明らかにした。

「遊戯王」は米国でも開始し、CP事業の安定成長を図る。AM事業にも力を入れるが、AOでは直営二十店について「アンテナショップとしての役割を終えたため、収益性を犠牲にすることなく順次有力オペレーターに譲渡していく」との意向を示した。

なお開発子会社のKCEOは六月からコナミ・コンピュータエンタテインメント大阪に、ケイシーイー東京は八月から同東京に改称する。またナプスは六月からコナミスポーツライフに改称する。

二〇〇二年三月期業績予想はコナミスポーツが加わるため、中間期で売上高千億円、経常利益百億円、中間利益九十五億円、中間期で売上高二千五百億円、経常利益四百億円、最終利益二百四十億円と、大幅増収増益を見込んでいる。

単独決算では今年三月期の売上高は一四・一%増の千四百八十四億七千百万円、経常利益は三一・二%増の三百三十二億三千百万円、当期利益は一一・一%増の百八十億六百万円、新設HE（ビープルなど）が四十七億三千二百万円、AO（ゲーム場経営とレンタル）が六・八%増の四十八億千七百万円、金融その他が二二・七%増の十九億三千百万円だった。

営業利益は全体で四百五十五億九千万円あるが、うちその大部分を「遊戯王」が稼いでいる。CPが一七六・七%増の三百六億千四百万円、CSが五一・八%減の七十四億五千四百万円、PSが三五・五%増の四十二億三千二百万円、AMが二五・三%減の三十九億百万円、金融その他が三億八千百万円だった。

営業損失はGMの四億二千五百万円、HEの三億九千三百万円、AOのケイ管業、その他AM営業とレンタル・リサイクル（ゲオ部門）はほぼ予想どおりの売上高となったが、映画興行がヒット作不足などで予想を下回った。またゲーム場は、固定資産の除去、売却損が一部発生したものの、売り上げ減から予想を下回ることになった。また当期利益については

ソニー、3月期決算
ゲーム部門赤字
今期半ばに黒字化見込み

ソニー㈱（本社東京、出井伸之会長）は四月二十七日、第四・四半期（二－三月期）と今年三月期の連結決算を発表。パソコンなどエレクトロニクス部門は好調だったが、ゲーム部門は五つの四半期連続の営業赤字で、年間では過去最大の営業赤字となった。

第四・四半期でのゲーム部門の売上高は、前年同期比二四・七％増の千九百十四億三千万円と盛り上げたが、営業損失は百六十二億三千四百万円（前年同期は二百五十九億六千七百万円）といずん赤字にとどまった。

年度決算でのゲーム部門の売上高は前年比〇・九％増の六千六百九億千六百万円、営業損失は五百十一億千八百万円（前年は七百六十九億三千五百万円の利益）と大赤字に転じた。

連結子会社のSCEは昨年三月「PS2」を国内出荷した後、十月に北米で、十一月に欧州で出荷した。一方「PSone」を七月に国内で、九月に北米と欧州で出荷している。「PS2」は今年三月までに一千万台出荷しているが、ゲームソフトの売り上げは減少している。

地域別に見た場合、日本では「PS2」、「PSone」の本体が伸びたが、ゲームソフトが減少し、全体で横ばいの売り上げとなった。北米ではゲームソフトが減少したが、本体が伸ばしたため、全体で増収になった。欧州では本体が伸ばしたものの、ゲームソフトの減収で全体に減収となっている。円高の影響でゲーム部門の売上高はほぼ前年並みとなった。

営業赤字はゲームソフトの減収、「PS2」立ち上げに伴う費用の計上などによるもの。ソニーによると、ゲーム分野の売上原価は、原材料費や減価償却費など「PS2」本体の製造関連費用で増加しており、また販売管理費も昨年一月のSCE完全子会社化により生じた無形固定資産と営業権償却費などで増加した。

なお今年三月期での本体出荷台数は、「PS」と「PSone」が計九百三十一万台（前年度九八百五十万台）で累計は八千二百二十三万台に達した。「PS2」は九百二十万台（四百十一万台）ーム分野見通しについては、「PS2」と「PSone」の本体をそれぞれ年間二千万台、一千万台出荷し、ゲームソフトの増収も見込まれるので大幅増収になる、としている。また「PS2」本体の事業赤字で、年間では過去最大の営業赤字となった。パソコンなどエレクトロニクス部門は好調だったが、ゲーム部門は五つの四半期連続の営業赤字で、年間では過去最大の営業赤字となった。

第四・四半期でのゲーム部門の売上高は、前年同期比二四・七％増の千九百十四億三千万円と盛り上げたが、営業損失は百六十二億三千四百万円（前年同期は二百五十九億六千七百万円）といずん赤字にとどまった。

年度決算でのゲーム部門の売上高は前年比〇・九％増の六千六百九億千六百万円、営業損失は五百十一億千八百万円（前年は七百六十九億三千五百万円の利益）と大赤字に転じた。

連結子会社のSCEは昨年三月「PS2」を国内出荷した後、十月に北米で、十一月に欧州で出荷

大川功氏の合同社葬

3会場に8千人が参列

「ネットワークへの遺志継ぐ」と福島会長

三月十六日に死去したCSKの創業者で名誉会長、セガ社の会長兼社長の大川功氏のCSK・セガグループ合同葬が四月二十六日、東京の新高輪プリンスホテルをメイン会場に大阪と名古屋の計三会場でしめやかに行なわれた。

大阪会場は中之島の国際会議場、名古屋会場はヒルトンホテルで、それぞれ東京会場のもようが衛星中継で大型スクリーンに映し出された。東京会場に約五千五百名、大阪会場に千五百名、名古屋会場に五百名の計七千五百名が参列した。

東京会場では黙とうの後、大川氏の生前をしのぶ写真や講演する姿などをまとめたビデオが上映された。

続いて福島吉治CSK会長兼セガ社会長、高原慶一朗ユニチャーム社長、谷井昭雄松下電器産業元社長、奥島孝康早稲田大学総長、田渕節世野村証券元会長の五氏が弔辞を読んだ。また小泉純一郎首相、米国マイクロソフト社のビル・ゲイツ会長からの弔電が紹介された。

福島吉治氏が葬儀委員長として挨拶、「CSKグループ全体で売上げ一兆円という目標達成を目前にして、大川は桜の花とともに散った。今彼を失うことは痛恨の極みだが、世界のネットワーク時代の頂点に立つという大川の遺志を受け継ぎ、鉄壁の構えで挑戦していく」と述べた。

喪主である大川氏の妻、房子さんが挨拶、「主人は、会社に来た人にはたとえ掃除のおじさんであっても頭を下げなければいけないとよく言っていた。サービスはわが社の命なりというのが大川功の経営哲学のベースになっていた。男気、色気、かわいげという三つの男の魅力を生かしきった幸せな人生だったと思う」と述べた。

この後参列者による献花が行なわれた。ソニーの出井伸之会長、東芝の西室泰三会長、中曽根康弘、羽田孜両元首相、大相撲の九重親方、歌手の森進一夫妻ら各界の著名人が大勢参列し、大川氏の交際の幅広さをうかがわせた。

大川功氏合同葬のようす。弔辞を読む福島吉治会長（上）

セガ社「岐阜GIGO」

女性客向け工夫

5年ぶり、本格リニューアル

セガ社のオペレーション子会社、㈱セガ・アミューズメント東海（本社名古屋、丹野成仁社長）運営のAM施設「岐阜GIGO」が店内を改装、四月二十八日リニューアルオープンした。

店内は柳ヶ瀬商店街にある映画館ビルの一～三階での運営で、同商店街が明るい雰囲気にこのはどリニューアルした。

機に、店の内外装などを一新したもので、九四年六月オープン以来の全面改装となる。

改装のテーマコンセプトを〝女性にやさしいAM施設〟としてポップで明るい雰囲気に一新し、新コーナーなどを設けた。

外観はカラフルなLED電飾で演出。店内一階に「ピコ」を設置した無料の「キッズコンピューター」コーナー、二階に「DC」による無料インターネットコーナー、三階には女性とカップルのみに限定したシール機の「プリントギャラリー」などのコーナーをそれぞれ新設。またパウダールームも新たに設けた。

機械設置台数は約百九十台で、機種構成はTVゲーム機とメダルゲーム機がそれぞれ七十台、プライズマシン三十台、AM自販機十台、占い機その他十台となった。

柳ヶ瀬は往年の活気がなく沈滞傾向が続いているが、同店は同ビルの映画館や隣りの百貨店などにより人が集まる立地にあり、安定した運営を続けている。

西野秀人氏

グローリー工業

新社長に西野氏

尾上社長は会長就任予定

グローリー工業㈱（本社兵庫県姫路市、尾上寿男社長）は四月二十七日、西野秀人副社長が社長に昇格することになったと発表した。尾上寿男社長は代表権のある会長に就任する。昨年十二月に東証一部上場を果したことから、新規事業開拓に力を入れることになった。

西野秀人氏（にしの・ひでと）は六三年関西学院大商卒、グローリー工業入社。八九年取締役、九二年常務、九五年専務を経て二〇〇〇年六月から副社長。兵庫県出身。六十歳。

六月二十八日就任予定。

人事異動

カプコン

（6月22日）取締役（顧問）小田民雄▽同（同＝元大阪証券取引所理事長）北村基二▽同、ドリームインキュベータ社長掘紘一▽常勤監査役（住友信託銀行業務推進部審議役）山口省二▽同（執行役員財経部長）小西繁男▽監査役、中央三井信託銀行顧問中山好雄▽退任（常務）常務執行役員青木隆▽同（同）同吉田昌稔▽同（同）同船水紀孝

退任（常勤監査役）河本文朗▽同（監査役）山本鎮彦▽同（同）門脇精

コーエー

（6月1日）管理本部長（副本部長）執行役員人事総務部長三輪保夫▽同本部副本部長兼SIS部長、財務経理部長森島悟

▼機構改革＝管理本部と財務本部を統合、管理本部とする

（6月26日）会長（社長）襟川恵子▽社長（専務）ソフトウェア事業部長小松清志▽専務（常務）SP本部長伊従勝▽取締役最高顧問（会長）襟川陽一▽退任（常務）堀口大典

コナミ

（6月21日）代表取締役（取締役）執行役員専務山口憲明▽取締役、高知工科大学副学長水野博之▽退任（取締役）執行役員専務北上一三▽同（同）同永田昭彦▽同（同）同木戸秀二▽同（同）同太田護▽同（同）執行役員小平茂雄▽同（同）吉田明彦

KCEO

（6月27日）取締役、コンシューマソフトウェア事業部長梅崎重治▽同、コナミ執行役員専務北上一三▽監査役、同常勤監査役大沼昇

ケイシーイー東京

（6月28日）取締役、コナミ執行役員専務北上一三▽監査役、同常勤監査役大沼昇▽同、コナミマーケティング監査役橋本和久

サミー

（6月1日）執行役員、SP営業本部営業統括部長小宮隆

（6月22日）社長室管掌（社長室長）常務中山圭史▽管理本部・監査室管掌（管理本部長兼AM事業本部管掌）常務崎野清文▽取締役兼執行役員（上席執行役員）SP研究開発本部長吉田賢吉▽取締役AM事業本部管掌、サミーUSA社長鈴木義河村芳隆▽管理本部副本部長（管理本部副本部長）執行役員片山靖浩

テクモ

（6月20日）監査役、くらした動物病院院長倉下剛▽同、独協医科大学付属病院第二外科学内助手柿原康晴▽退任（常勤監査役）岡田一夫

バンダイ

（6月26日、GMはゼネラルマネージャー）取締役、執行役員キャラクタート イ事業部GM上野和典▽同、同メディア統括部GM東聡▽退任（取締役）河合洋▽同（同）中川和昭

バンプレスト

（6月26日）専務、バンダイ取締役兼ユニフアイブ社長中川和昭▽監査役、自閑博巳▽退任（副社長）中原外則▽同（監査役）東正利▽同（同）福田祐介

ハピネット

（6月22日）執行役員会長（会長）代表取締役CEO河合洋▽同社長（社長）同COO苗手一彦▽同副社長（副社長）取締役CIO作田隆▽同（同CFO）同藤井恒雄▽同（同）同トイ&ライフ事業部長玉川勝の助▽取締役（顧問）入交昭一郎▽同、執行役員マルチメディア事業部長石川徹郎▽同兼執行役員CFO、経営戦略室リーダー浅津英男▽退任（監査役）東聡

ラウンドワン

（6月28日）取締役（監査役）寺本俊孝

社名変更

BLDオリエンタル㈱（旧・オリエンタル産業㈱）＝大阪市平野区平野上町一丁目一の五、☎6793-5701、越智泰社長。

事務所移転

㈱アピエス＝大阪市中央区本町橋八番七号、フジタビル3F、☎6941-2822、長堀真美社長。

中古ソフト訴訟

映画の著作物ではあるが頒布権は消尽するとした大阪の控訴審判決

家庭用TVゲームソフトのメーカー側が中古ソフト販売業者を相手どって、「映画の著作物」としての「頒布権」を根拠にして中古ソフトの販売禁止を求めて提起した訴訟に関する控訴審判決。

控訴人は㈱アクトと㈱ライズ、被控訴人は㈱カプコン、コナミ㈱、㈱スクウェア、㈱ナムコ、㈱ソニー・コンピュータエンタテインメント、㈱セガで、控訴審の大阪高裁は三月二十九日、メーカー側の主張を認めた大阪地裁判決（九九年十月七日）を取り消し、頒布権は消費者段階で消尽するとの理由で、中古ソフト販売はメーカー側の著作権を侵害しないとの逆転判決を言い渡した。また東京高裁でも三月二十七日、メーカー側に中古ソフトの販売差止請求権が存在しないことを確認する控訴審判決（本紙第633、634号掲載）が出されている。

主文

一　原判決を取り消す。

二　被控訴人らの請求をいずれも棄却する。

三　訴訟費用は、第一、二審とも、被控訴人らの負担とする。

事実及び理由

第一　控訴の趣旨

主文同旨

第二　事案の概要

事案の概要は、次に当審主張を付加するほか、原判決中の「第二事案の概要等（原判決七頁九行目から四三頁八行目まで）」のとおりである（ただし、原判決一五頁四行目の「検甲一ないし六」の次に「。枝番号を含む。」を加える。）から、これを引用する。

（控訴人らの当審主張）

一　ゲームは映画の著作物ではない。

1　著作物の一類型としての映画の著作物には、「映画の効果に類似する視覚的又は視聴覚的効果を生じさせる方法で表現され」た著作物であって、「物に固定」されたものを含むものとされている（著作権法二条三項）。

右にいう「映画の効果に類似する視覚的又は視聴覚的効果を生じさせる方法で表現され」た著作物といえるためには、単に、影像が連続して動いているように見えるだけでは足りず、NGフィルム選別、シナリオに従った粗編集、細編集、音づけ等の映画製作過程を通じて初めて「著作者の思想、感情に基づいた一貫した流れのある影像が表現されていること」が必要である。我が国の著作権法上の映画の定義に関する規定は、ベルヌ条約ストックホルム会議の成果を受けて起草されているところ、同会議においては、各画面（カット）をいかにつなぎ合わせて（モンタージュ）、思想感情を伝えるために全体を構成するかという映画表現の手法（PROCESS）により表現されているものを映画的著作物とするものとされていたからである。

また、右にいう表現が「物に固定」されているとは、特定の有体物を媒介として、一定の内容の影像が常に一定の順序で再生される状態を指す。ここにいう「固定」の語は、著作権法二条一項一四号にいう「固定」と同様の解釈をすべきである。法が映画の著作物の要件として「固定」性を要求した趣旨は、テレビの生放送を映画の著作物に含めないためであるこれを、テレビ放送を含む映像表現全体に適用できるように抽象化していえば、実際に上映したときに初めて具体的な連続影像群が特定されるような映像表現を映画の著作物から除外するために「固定」性の要件を設けたというべきである。

また、映画の著作物に関する著作権法の規定が劇場用映画の利用について映画製作者による配給制度を通じての円滑な権利行使を可能とすることを企図して設けられたものであることからすると、著作権法は、多数の映画館での上映を通じて多数の観客に対して思想・感情の表現としての同一の視聴覚的効果を与えることが可能であるという劇場用映画の特徴を備えた著作物を映画の著作物として想定しているものと解すべきであり、映画の著作物といい得るためには、当該著作物ないしその複製物を用いることにより、同一の連続影像が常に再現される（常に同一内容の影像が同一の順序によりもたらされる）ものであることを要するというべきである。

本件各ゲームソフトは、一定の内容の影像が常に一定の順序で再生されるものでなく、ゲームをプレイすることによってモニターに映し出される映像表現がプレイヤーによるコントローラーの操作等に応じて生成し、生成と同時に消滅してしまうものであるから、映画の著作物に該当しない。

2　ゲームは、プレイヤーが達成すべき一定の事象が設定されていて、プレイヤーによる右の事象達成を目的としての主体的かつ能動的な競技行動（自分の行う「選択」及び選択に従っての「実行」と相手方の競技行動（相手方の行う「選択」及び選択に従っての「実行」）が連続的に行われ、その「選択」と「実行」の優劣により勝敗が決せられ、プレイヤーが「選択」と「実行」の連続及びその結果としての勝敗に一喜一憂し、楽しみつつ何度も継続することが可能となるものである。プレイヤーによる「選択」と「実行」とが発生し、これを前提に相手方プレイヤーも「選択」と「実行」を行い、新たな「一定の効果」を現出させるという「選択」と「実行」の連続、その結果としての勝敗がゲームの本質的な要素である。ゲームの本質をコンピュータとモニターを利用して実行可能としたものがテレビゲームである。テレビゲームのソフトがプレイヤーによる選択、実行の連続という本質的な要素を備えていることは自明であり、「勝」、「負」が設定され、負ければゲーム・オーバーとなる。

これに対して、映画は、映画製作者の完成された表現形式であって、製作者が完成した映画表現を視聴者に鑑賞させる表現形式である。映画の視聴者は、基本的に受動的な鑑賞を行うにすぎず、達成すべき事象もなければ、そのための「選択」と「実行」、「勝敗」も存在せず、「勝・敗」という観念を容れる余地がなく、中途で終了し得ず、映画鑑賞のために所定時間を必要とし、所定時間で必ず完了するのであり、ゲームソフトと異なる。

二　本件各ゲームソフトは頒布権付の映画の著作物に該当しない。

1　ベルヌ条約ストックホルム規定

同規定の採択に際し、映画の著作物となるためには連続影像という視覚的効果があるだけでは足りず、カットやモンタージュ等の映画的手法に適合したものでなければならないことが確認された。画面上に表示される連続影像が一定の内容及び順序によるものとしてあらかじめ定められていることのないゲームソフトは頒布権を有する映画の著作物に該当しない。

2　頒布権と配給制度

映画の著作物にのみ頒布権を認めるという例外的な取扱いが認められたのは、実態的に映画の配給権という形での商慣習が成立しており、商慣習としての配給権イコール頒布権という発想に基づき、十分詰めないまま、国際会議の趨勢とこれに基づいて定められたベルヌ条約の規定に従い、立法がされたことによる。そして、劇場用映画フィルムの場合、経済的な効用度が高く、一本のフィルムの上映によって多額の収益を上げることができるため、映画の著作物が化体されたオリジナルコピーともいうべき映画プリントの物品的価値に着目して、その行先を指定する権利としての頒布権を認めたのである。したがって、上映による収益が予定されておらず、配給制度、配給権と無関係な本件各ゲームソフトは頒布権が認められるべき映画の著作物に該当しない。

3　頒布権と大量流通

著作権は、少量の複製物しか製作されず、製作された複製物の経済的効用が劇場用映画のオリジナルプリントに比肩するものに限定される。ゲームソフト（の複製物）は、大量に生産され、大衆に対し大量に販売される（平成九年のゲームソフト新品売上本数は一億本を超えている。）のであって、極めて少数の複製物が製作され、映画館にのみ供給される映画の著作物とは著しく流通形態が異なっている。また、大量に生産され大衆に対し大量に販売される動産の流通経路のすべてにわたって製作者にコントロール権を与えることは実際問題として非現実的である。仮にそのようなコントロール権が貫徹されるとすれば、我が国の民法・独占禁止法等を含めた法秩序・法体系が保障しようとしている商品の自由な流通が根底から脅かされ、商品の自由な流通を阻害し、権利者に過大な保護を与える弊害が生じることになる。複製物が多数製造され、公衆への譲渡が予定される著作物には本、音楽CD、プログラムなど他にもたくさんあるが、本件各ゲームソフトのみに頒布権を認めるのは他の著作物と

比較して保護内容に均衡を失することとなる。

4　頒布権と公衆提示目的

WIPOが一九七八年に発行した逐条解説（和訳一九七九年）は、ベルヌ条約（一四条に関し）映画はもちろん上映のために製作される」、「映画を上映のために提供できる国を制限し（頒布権）」とし、ベルヌ条約（一四条の二に関し「頒布権（上映のための提供）」としており、上映目的のない映画の頒布はそもそも同条項の予定する範囲にないことを明らかにしている。映画であっても、現在のビデオカセットのような、劇場以外の目的ではなく家庭内で鑑賞する目的のものの譲渡をコントロールするようなことはもとより想定されていなかった。まして、個人の家庭内使用がよりいっそう明らかなゲームソフトにおいてをやである。

法二条一項一九号は、映画の著作物を含む著作物一般に関する頒布概念として前段（「複製物を公衆に譲渡し、又は貸与する」こと）を規定し（以下「前段頒布」という。）、映画の著作物のみに適用される「頒布」概念として後段（これらの著作物を公衆に提示することを目的として当該映画の著作物の複製物を譲渡し、又は貸与する後段頒布」という。）。後段頒布は映画の著作物にのみ認められた特別の規定であり、これは法二六条という特別の扱いを認めるためにのみ作られた規定である。したがって、後段頒布こそ頒布権というべき特別な規定の内容をなす頒布の意義でなければならない。しかしながら、後段頒布は公衆への直接的な譲渡・貸与でなく、上映など公衆へ提示する目的を有する者に対する譲渡・貸与すなわち配給を意味する。これは、立法当時の映画が劇場において多数の者の需要を一時に満たすという利用形態を前提としていたわけで、その限りでの強力なコントロールの根拠であり得えたわけである。

これに引き換え、ゲームソフトは、配給制度もないし、劇場用映画やテレビ放送用映画のように公衆提示目的で譲渡されるわけではない。したがってゲームソフトの販売では、そもそも頒布権の対象となる後段後段頒布はなされておらず、頒布権侵害が生じる余地がない。

5　頒布権と貸与権

昭和五九年に貸与権が創設されたことをゲームソフトの頒布権肯定に結びつけることは誤りである。貸しビデオは、貸与権によって規制することができる。しかし、映画の著作物の頒布権による規制の必要性がない。ゲームソフトは、映画の著作物に当たらないとした場合でも、公衆への貸与につき貸与権で規制でき、不都合はない。

6　頒布権と投下資本回収

頒布権は、投下資本の回収一般のために認められているわけでなく、劇場用映画の利用・流通形態の特殊性すなわち配給制度が頒布権の認められる根拠であり、配給以外の多様な機会など存在せず、想定もされていない。

著作物についての各支分権は、投下資本の回収の多様な機会を保障するために付与されているわけではない。多くの消費者が価格を評価し、価格効能比を考慮して購入するという行動に出るかどうかが投下資本回収の可能性の決め手であり、製作者がいかに巨大な資本を投下しても、その投下資本を回収できるかどうかは市場が決めることである。

三　頒布権の内容及び消尽

仮に万が一、本件各ゲームソフトにつき頒布権が認められるにしても、頒布権は第一頒布に適用されるのみで、その後の再頒布には及ばない。本件各ゲームソフトの複製物が最初に適法に流通に置かれた後は、その複製物について頒布権は消尽する。

1　著作権法による著作権の保護も社会公共の利益との調和の下において実現されなければならない。一般に譲渡においては、譲渡人は目的物について有するすべての権利を譲受人に移転し、譲受人は譲渡人が有していたすべての権利を取得するものである。著作物の複製物が市場での流通に置かれる場合も、譲受人が著作権の複製物につき著作権者の権利行使を離れて自由に再譲渡をすることができる権利を取得することを前提として取引行為が行われる。仮に、著作物の複製物について譲渡を行う都度著作権者の許諾を要するということになれば、市場における商品の自由な流通が妨げられ、かえって著作権者自身の利益を害する結果を来し、ひいては「文化的所産の公正な利用に留意しつつ、著作者等の権利の保護を図り、もって文化の発展に寄与することを目的とする」（法一条参照）という著作権法の目的にも反することになる。他方、著作権者は、著作権の複製物を譲渡するに当たって著作物の複製物の利用の対価を含めた譲渡代金を取得し、著作物の利用を許諾するに当たって許諾料を取得するのであるから、著作物の利用許諾の代償を確保する機会は保障されているということができ、著作権者又は許諾を受けた者から譲渡された著作物の複製品について、著作権者が流通過程において二重に利得を得ることを認める必要性は存在しない。

2　ベルヌ条約における映画の著作物に関する頒布権は、最初の公衆への頒布行為に適用されるのみであり、いったん頒布された後の再頒布には及ばない。

すなわち、WIPOにおけるベルヌ条約議定書の検討のための事務局文書では、「この規定の頒布権とは著作物の最初の公衆への頒布行為に適用されるのみであり、いったん頒布された後の再頒布には及ばない（BCP／CE／I／3パラ123、124）」と説明されており（平成七年二月著作権審議会マルチメディア小委員会ワーキング・グループ検討経過報告ーマルチメディアに係る制度上の問題について。乙二一。）、ベルヌ条約上頒布権は第一頒布に限定されることを当然の前提としている。ベルヌ条約が頒布権right of distributionについて規定しているのは、映画の著作物として翻案された作品と映画の著作物のそれぞれに関してである（一四条(1)及び第一四条の二(1)）。しかし、条約の英語版と仏語版には差異がある。英語版では、「distribution」という語が用いられているが、仏語版では「mise en circulation」という表現が用いられている。英語の「distribution」は二通りに解釈できる。すなわち、第一回目の頒布だけか、以後の一切の頒布をも合わせ意味するかである。しかし、「mise en circulation」（「流通に置くこと」）は第一の頒布のみを意味する。この関係で留意すべきなのは、同条約の第三七条一項（c）の下で「多数の言語版の解釈上意見の違いがある時は、仏語版が優先する」ということである（乙二一、二二。枝番を含む。以下同様。）。

3　著作物の複製物の譲渡について著作権が及ぶ形になっている法制度を取る国では、例外なく、第一販売で権利が消滅する消尽やファーストセールドクトリンなどの法理が認められている。このことは、米国や欧州連合諸国のみにとどまらず、韓国などのアジア諸国やロシアなどの旧共産圏諸国でも例外でない。また、WIPOなどの国際会議でも頒布権が国内消尽することは当然の前提となっており、WIPO著作権条約もその前提のもとに頒布権の規定が設けられている。

4　ゲームソフトのレンタルは貸与権の規定でカバーできるし、外国（特にドイツなど）における消尽理論は、当初著作権について判例で認められ、その後特許権等について認められたものであり、被控訴人ら指摘の立法の経緯や著作権審議会の報告書は、単に、頒布権の消尽について、立法府や行政府が明確な解釈を示さず、司法にその解釈をゆだねたことを示しているにすぎず、頒布権が消尽しないとする根拠にならない。

四　他の法律、制度等との関係

中古品の所有権の帰属にかかわらず、これを販売することが違法という主張は、極めて特異であって、憲法、独占禁止法、民事執行法、古物営業法と矛盾するものであり、我が国の法制全体の中で整合性を有しない。

1　憲法上の問題

財産権の不可侵は憲法二九条が保障するところである。財産権の剥奪又は財産権の本来の効用の発揮を妨げるような制限は許されない。

譲渡できるということは所有権における本質的な内容であり、所有者に対して譲渡を禁止するには極めて高度の合理的目的、公共の福祉の必要性がなければならない。法律が譲渡を禁止するのは、麻薬など禁制品、健康に害を与える食品など公共の福祉の面から合理性があり、その必要性が高い場合に限られている（麻薬取締法、食品衛生法など）。

本件各ゲームソフトは、著作物の複製物であるとともに動産であり、譲渡によって社会に危険を及ぼすこともない。本件各ゲームソフトの所有者である控訴人らがその譲渡を禁止されるという所有権の制限を受けるべき実質的理由はない。本やCDと同様にゲームソフトは著作物の複製物であるとともに商品であり、商品の自由な流通は確保される必要があることはいうまでもない。

2　民事執行法上の取扱

ゲームソフトが頒布権の付着する著作物の複製物として著作者の許諾なく譲渡できないのであれば、差押、売却もできなくなり、差押禁止動産とすべきことになり、しかし、民事執行法は頒布権の付着する著作物の複製物について差押禁止動産としていない（民事執行法一三一条参照）し、差押禁止動産とする合理性、必要性も全くない。

3　古物営業法上の取扱

古物営業法は、古物の買受けなどの場合に、原則として、相手方の住所・氏名などを確認などする義務を定めつつ、一定の金額未満のものなどを例外とし（一五条一項）、さらにその例外として「特に当該確認又は交付の必要があるものとして国家公安委員会規則で定める古物に係る取引をする場合」を定め（一五条一項一号括弧書）、古物営業法施行規則は、「確認等の義務を免除する古物等」について「国家公安委員会規則で定める古物」として「専ら家庭用コンピュータゲームに用いられるプログラムを記録した物」とし（一六条二項二号）、「専ら家庭用コンピュータゲームに用いられるプログラムを記録した物」とは、「テレビゲーム、パソコンゲーム等のゲームソフトのことで、カセット式、フロッピー式等型式を問いません。」とされており（警察庁生活安全局生活安全企画課監修・財団法人全国防犯協会連合会編著『新古物営業法 ―実務の手引き―』（東京法令出版一九九六年）、古物営業法五条一項三号に関し、古物営業法五条一項三号に関し、一条で「古物の区分」について一号から一三号まで規定しており、一〇号で「道具類（…磁気記録媒体、蓄音機用レコード、磁気的方法又は光学的方法により音、影像又は プログラムを記録した物等）」と規定している。ゲームソフトがこれらの規定に該当することは明らかである。すなわち、古物営業法はゲームソフトの中古販売が合法であることを前提にしている。

4　独占禁止法上の問題

著作権法は、かなり政策的要素の強い法であり、その解釈に当たって、権利者と社会一般の利益の調和、つまり創作へのインセンティヴを確保しつつ社会の発展を阻害しない調和点を模索すべきであって、競争法的な要素も十分考慮されるべきである。ゲームソフトに消尽しない頒布権を認めると、自由な流通を阻害する結果を招来することになり、ゲームソフトの市場における公正な競争を阻害し、著作権法が映画の著作物に頒布権を与えた趣旨を逸脱する結果を招来するから、独占禁止法に違反する（同行為は独占禁止法第二三条

の著作権法による権利の行使と認められない。）。また、中古ゲームソフトの販売を頒布権に基づいて禁止することは権利の濫用に該当する。

5　環境問題

環境問題が深刻であるがゆえに、国際機関レベル、国家レベル、地方自治体レベル、企業レベル、市民レベルで非常に多様で懸命な努力が行われている。製品の再使用は環境保護の一つの柱であるから、中古品違法論は環境保護の促進に真っ向から背馳するものである。ゲームソフト業界だけが人類的課題を尊重しないことが許されると考えるべきでない。したがって、環境保護の観点からも中古販売を禁止することを容認するような著作権法の解釈は正当といえない。

（被控訴人らの当審主張）

一　映画の著作物の該当性

1　表現方法の要件

表現方法の要件において求められているのは、「映画の効果」に「類似する視覚的又は視聴覚的効果を生じさせる」という「方法で表現されていること」である。

（一）映画の効果

ここでいう「映画の効果」とは視聴覚的側面における効果である。

法二条三項の文言のうち「映画の効果に類似する視覚的又は視聴覚的効果を生じさせる方法で表現され」との部分は、ベルヌ条約ストックホルム会議における公式提案にあった「works expressed by a process producing visual effects analogous to those of cinematography」との部分を採用したものであるが、その意味するところは、「映画の視覚的効果に類似する視覚的効果を生じさせる方法により表現された作品」という意味であり、法二条三項にいう「映画の効果」が映画の視覚的又は視聴覚的効果をいうことが明らかである。

（二）視覚的又は視聴覚的効果

「映画」とは、「多数の静止画を連続投影することにより眼の残像現象を利用して動きのある画像として見せること」（岩波書店『広辞苑第五版』）であり、この「映画」の一般的な定義にもみられる「目の残像現象を利用して動きのある画像として見せる」という視覚的な「効果」及びトーキー映画におけるような連続影像と音声・背景音楽・効果音等との同期による聴覚的な「効果」こそが法二条三項にいう「映画の効果」である。

（三）映画の効果に「類似する」視覚的又は視聴覚的効果

法二条三項にいう「映画の効果」とは、「目の残像現象を利用して動きのある画像として見せる」という視覚的な「効果」及びトーキー映画における連続影像と音声・背景音楽・効果音等との同期による聴覚的な「効果」であるから、これに「類似する」視覚的効果又は視聴覚的効果を生じさせる方法で表現されているかどうかが問題となり、また、「類似する」ものであることが求められているのであるから、必ずしも「同一」である必要はない。

（四）視（聴）覚的効果が「表現方法」に求められる。

法二条三項は、「映画の効果に類似する視覚的又は視聴覚的効果を生じさせる方法で表現されること」を求めているのであって、表現の内容たる「思想・感情」や表現の方法たる「利用態様」におけるとの類似性が求められているのではない。

ベルヌ条約ストックホルム規定は、ブラッセル規定の「映画に類似する方法で得た（映画に類似する過程により製作された）produced by a process analogous to cinematography」という表現を「映画に類似する方法で表現されたexpressed by a process analogous to cinematography」という表現に変更した。

法二条四項（写真の著作物の定義）は、「この法律にいう『写真の著作物』には、写真の制作方法に類似する方法を用いて表現される著作物を含む」と規定しており、映画の著作物とは異なり、「製作方法」の類似性に着目した定義規定となっている。映画の著作物に関する法二条三項と写真の著作物に関する法二条四項とは意識的に書き分けられた。

したがって、劇場用映画とは全く異なる「思想・感情」を表現するような「表現方法」が問題となり、また、「類似する」ものであっても、その表現方法が類似していれば映画の著作物で表現物の利用態様が異なっても、表現方法の視聴覚的効果において類似性があれば映画の著作物となる。

（五）要件の充足

本件各ゲームソフトは以上のような表現方法の要件をすべて備えている。

2　内容の要件

（一）法二条三項が著作物性を求めた理由

法二条三項が特に著作物性を求めて内容の要件が必要であることを明示した理由は、ストックホルム会議の結果を踏まえ、著作物性のない単なる録画物を映画の著作物から除外することを明らかにするためである。

（二）視覚的効果における創作性の内容

映画の著作物に求められる創作性は、独創性の有無を問わないものであり、他の著作物に求められる創作性と同じである。

一九〇八年のベルリン改正条約の段階では映画の著作物のみに著作物一般と異なる特殊の創作性を求めるという考え方が存在しており、劇映画のように「出来事（incidents の組合せ）によって独創的性質を付与されていることが映画著作物たることの要件であった。ローマ改正条約は、単なる風景や街頭の雑件を写実的に撮影したものもまた映画著作物の概念のなかに含めることとするとともに、独創性を有する映画と独創性を欠く映画とを共に映画著作物であるとしつつ、その保護の内容に区別を設け、この考え方が旧著作権法の昭和六年（一九三一年）改正の際アニメーション映画には、監督（演出家）は、あらかじめ自己の演出意図を絵コンテ等によって表現し、ショットの構成やタイミング、カメラワークを含む作品成立にかかわるすべての表現要素を示した絵コンテをいわば作品の完全設計図として具体的な影像が作成されていくので、実写映画におけるフィルムの切貼りによる編集が絵コンテ段階で行われているといえる。ゲームソフトの著作者は、ゲーム画面において何を描き、どのような視覚的又は視聴覚的な効果を持たせるのか、また、どのような場面状況になったときにどのような影像を表示させ、それをどのように展開させていくのか等をあらかじめ絵コンテ等により詳細にわたって設計・演出し、そこに作品の創作意図を表現していくのであるから、著作者の意図を創作的に表現する編集行為は、プレイヤーの操作!選択による変化をも織り込んだ上で、あらかじめ設計・演出された視覚的又は視聴覚的表現をプレイヤーの操作によって前提としつつ、高度の創作性を持ったものである。そして、本件各ゲームソフトはプレイヤーの操作を前提としないで連続影像が展開される部分とプレイヤーの操作を前提として連続影像が展開される部分とが有機的に連結して全体として一つの著作物を形成している。プレイヤーは、あらかじめゲームソフトの著作者によって創作・演出された視覚的効果又は視聴覚的効果及び基本的な操作!選択用内において、限られた操作・選択肢内にするにすぎず、プレイ中の画面において表現される影像は、プレイヤーの操作によって異なるとはいえ、その細部にわたるまでゲームソフトの著作者によって視覚的又は視聴覚的効果が創作・演出されているものであり、ゲームソフト著作者によって想定されていない視覚的又は視聴覚的表現が画面上に生じることはない。本件各ゲームソフトの一連の連続影像は、プレイヤーの操作による選択を前提としつつ、ゲームソフトの著作者によって創作・演出されているものであって、ゲームソフト著作者自身の視聴覚的表現行為が行われ、その視聴覚的表現行為において著作者の思想・感情の創作性がある表現が十分認められる。

3　存在形式の要件

（一）固定を求めることの意味

著作権法は映画の著作物についてのみ物に固定されていることを要件としている。

ベルヌ条約は映画の著作物自体の定義においては固定を要件としていない。ストックホルム規定以前のベルヌ条約は、「舞譜及び無言劇の著作物」について固定性を要求していた。ストックホルム会議で、舞譜及び無言劇の固定の要件を廃止するとともに、一般的に、同盟国は全部又は一部の著作物についてそれが有形物に固定されていることを保護の要件とすることができる旨の規定を設けた。この規定は、法律によっては、著作物を確認し、他人の提供したものとの混同を避けるため固定を必要とし、同盟国にその裁量の余地を与えるものである。右のとおり、同盟国が保護の要件として固定を求めることができるとの意味は、著作物と他人の著作物との混同を避け、その著作物の存在を立証するという点にある。

（二）わが国が映画の著作物に固定を求めた理由

右のとおりベルヌ条約(2)において著作物一般に関する規定として固定性を求める権能が国盟国として留保されたため、条約上、わが国はこれを活用し、テレビの生放送番組のように、放送と同時に消えて行く性格のものを映画の著作物として保護しないことにした。わが国が映画の著作物に固定性を求める国内立法をした動機がテレビの生放送を排除する点にあったことは明白である。固定性の要件は、生成と同時に消滅していく連続影像を映画の著作物から排除するために機能するものにすぎず、著作物が何等かの方法により物に結びつくことにより、その存在、内容及び帰属等が明らかとなる状態にあれば、右固定性の要件を明示的に行って、法二条三項を設けた。

（三）カット、モンタージュ等

右の創作性は「視覚的又は視聴覚的効果を生じさせる表現方法」において求められるものであるが、そのことは、カメラワークの工夫、モンタージュあるいはカット等の手法、フィルム編集などなんらかの知的な活動が行われ、創作性がそこに加味される必要があることを意味する。ベルヌ条約ストックホルム会議において、ウルマー博士がカットやモンタージュ「等」の映画的手法に適合したものでなければならないと説明したものでも、カットやモンタージュだけに限定して創作性の有無を判断するという趣旨ではなく、カメラワークその他の視覚的又は視聴覚的効果を生じさせる方法も含まれる。

（四）内容の要件の充足

本件各ゲームソフトにおいて、著作者が視点及び視線方向を設定し、ある視点から見た三次元的な影像を描くとともに、登場人物の動き等に合わせて視点及び視線方向をダイナミックに移動させ、さらにズームイン・ズームアウト等の技法を用いることによって迫力のある影像を創作しており（カメラワークの工夫）、また、その登場人物の動き方を創作し、光源の位置を設定して明暗及び影をつけ、その明暗及び影を登場人物等の動きに合わせて変化させるライティング（照明演出）を行い、背景及び操作対象の登場人物以外の登場人物をも動画によって表現し、さらに影像と音響・音声効果を同期させ、どの段階で視点の切替え（アングル切替え）や場面の切替え（カット）を行うか、ある状況において次にどのような影像を画面に表示させて一つのシーン（場面）を構成するかの創意工夫（モンタージュ）をしている。

本件各ゲームソフトの製作の手法はアニメーション映画に近い。

件を充足する。

（三） 本件各ゲームソフトは、著作者により創作された一つの作品としてCD－ROMという媒体に固定され、プログラムに基づいて抽出された影像についてのデータがディスプレイ上の指定された位置に順次表示されることによって全体として連続した影像となって表現され、そのデータがCD－ROM中に記憶されており、本件各ゲームソフトの海賊版やこれを模倣した他のゲームソフトが現われたとき、他のゲームソフトとどのようにして区別されるのかを明らかにすることができるから、その存在、内容及び帰属等が明らかとなる状態にある。

なお、本件各ゲームソフトにおいては、プレイヤーによるコントローラの具体的操作に基づいて、画面上に表示される影像の内容や順序がプレイヤーによって選択され、各回のプレイごとに異なるが、いずれも、当該ゲームソフトのプログラムによってあらかじめ設定された範囲内であり、著作者によって創作されていない影像が画面上に表示されることはないのであるから、常に同一の影像及び音声が連続して現われないからといって、物に固定されていないということはできない。

二 頒布権の消尽

1 著作権法の条文の構造上からして消尽論を適用する余地はない。

（一） 著作権法は、著作物一般については頒布権を認めず、著作権を侵害する行為によって作成された物を情を知って頒布する行為を著作権侵害行為とみなす旨の規定を設けている（法一一三条一項二号）反面、映画の著作物についてのみ、他の著作物一般には認められていない頒布権を認め（法二六条一項）、映画の著作物をその複製物により頒布する権利を著作権者に専有させている。このことは、とりもなおさず著作権を侵害する行為によって作成された物であるか否かを問わず、映画の複製物により頒布する権利を著作権者に専有させることを意味し、映画の著作物の消尽論を適用する余地はない。

（二） 現に、映画の著作物の頒布権は、特許権と異なり、第一譲渡後も消尽しない権利として一般的に理解されてきたのであり、その行先を指定する権利として認められている。複製物の行先等をコントロールする権限を認めることは、最初の譲渡に関してこそ、実質的な意義がある（平成一〇年一二月の著作権審議会第一小委員会のまとめ。甲一一。）。

（三） 昭和五九年の著作権法の改正により、著作物一般について認められた貸与権（二六条の二。現行法二六条の三）は、複製物が適法に譲渡された後であっても行使できることが当然の前提となっているところ、貸与権の対象となる著作物や映画の著作物が明示的に除外されたのは、映画の著作物には貸与を含む頒布権が認められており、改めて貸与権を定める必要がなかったことが明らかかであって、立法担当官もその旨を明言している（甲七九）。著作権法は、「頒布」の定義規定を二条一項一九号に設け、「有償であるか又は無償であるかを問わず、複製物を公衆に譲渡し、又は貸与することをいい」と譲渡と貸与とを一体のものとして定義した上、二六条において、頒布権を認めたのであるから、譲渡と貸与とで区別し、一方については消尽するが他方については消尽しないと解釈する余地はない。

2 法二六条の立法趣旨からして消尽論を適用する余地はない。

（一） 映画の複製物が譲渡によって流通することを前提とし、複製物の所有者による譲渡の自由に対し、著作権者保護の観点から制限を加えようとしているところにある。著作権法は、映画の著作権者に対し、複製物の最初の譲渡にとどまらず、その行先を指定する権利としてのその頒布権を認めたのであり、その頒布権の具体的内容には、頒布先、即ち譲受人又は借受人を限定したり指定したりすること、頒布場所を限定・指定したりすること、時間的に頒布期間を限定することが含まれる。

（二） 法二六条は、「譲渡」と「貸与」との複合概念である「頒布」について著作権者にコントロールする権限を認めたものであり、「貸与」についてのみ著作権者のコントロールを認めたものではない。このことは、頒布権が複製物の「貸与」による流通だけでなく、複製物の「譲渡」による流通を前提とし、これを著作権者のコントロールの下に置くのが法二六条の立法趣旨であることを意味している。

すなわち、実質的にみても、複製物の所有者と著作権者とが一致する場合には、頒布権を認めなくとも、その者は、複製物の所有権によって当該複製物の利用、収益、処分をコントロールすることができ、頒布権が格別の意味を持つのは、複製物の「所有者」と「著作権者」とが分離する場合においてであって、法が複製物により公衆に譲渡する権利を認めたのは、著作権者でない者により複製物が公衆へ譲渡されることを想定しこれに対しても著作権によるコントロールを行おうとしたからであって、それ以外に理由はない。映画の著作物については、その著作権が法二九条一項により原則として映画製作者に帰属しており、また、劇場用映画のフィルム原版の所有権も映画製作者に帰属するから、原則としてフィルム原版の所有者と著作権者が一致する。フィルムの所有者と著作権者とが分離するのは、映画製作者又はその許諾を受けた者によって当該フィルムの第一譲渡がなされた後のことであり、法二六条が複製物の譲渡を著作権者によるコントロールの下に置いたのも、第一譲渡後のフィルムの所有権移転を想定しているからであって、そうでなければ頒布権に実質的な意味はない。

3 法二六条の二の立法経過からして消尽論を適用する余地はない。

（一） 一般の著作物については、平成一一年の著作権法改正により「譲渡権」が認められたが、右譲渡権は「譲渡権を有する者又はその許諾を得た者により公衆に譲渡された場合」には消尽することになっている（法二六条の二第二項一号）。これに対し、映画の著作物については、かような明文による例外規定は設けられておらず、従来から著作物の行先を指定する権利としての頒布権が認められていると解されている。この頒布権が一般に販売されている市販ソフトとしてのビデオ・カセット等に適用があることは、少なくとも解釈として異論がない（東京地裁平成六年七月一日判決知裁集二六巻二号五一〇頁など）。映画の著作物を収録したビデオ・カセット等は、既に現行著作権法施行以前から商品化され、ある程度の普及をみているところ、これに頒布権が存在しないという解釈論を取る余地はない。

（二） もっとも、立法論としては、頒布権を市販のビデオ・カセット等にそのまま認めていくことについては、将来のビデオ・ソフトの利用発達程度あるいは利用態様に鑑みて、法改正を要するのではないかとの指摘もあり、譲渡権創設の審議過程において、頒布権が劇場用映画の配給という実態を踏まえた権利であってビデオ・ソフト等の円滑な流通を図るために権利が消尽するとすべきではないかとの意見や、映画の著作物がビデオ化された後も頒布権が消尽しないことを前提とした流通秩序が既に存在することから引き続き頒布権を消尽しないこととする必要があるとの意見があり、様々な議論があったが、頒布権が消尽するかどうかということは取引秩序に重大な影響を与えることであって、従来の映画の著作物の取扱を変更すべき決定的な理由も見出し難いとの理由から、平成一一年改正においても、従来の規定を維持することになったという経緯がある（平成一〇年一二月の著作権審議会第一小委員会の審議のまとめ。甲一一。）。

4 劇場用映画について第一譲渡行為により消尽しない頒布権が認められるにもかかわらず、映画の著作物の消尽するという解釈は取れない。

本件各ゲームソフトが映画の著作物に該当するにもかかわらずこれらについて頒布権の消尽を認めるという解釈を取った場合、少なくとも劇場用映画については第一譲渡行為により消尽しない頒布権が認められるから、同じ映画の著作物について、消尽する頒布権と消尽しない頒布権という二つの異なった権利を認める結果となる。しかしながら、平成一一年の著作権法改正に伴い、映画以外の著作物についての譲渡権に関し、第一譲渡行為後に消尽することが明文で規定された（法二六条の二第二項）ことをも考慮すると、同じ頒布権について、条文の規定もなしに消尽を認めるものと消尽を認めない第二のという異なった権利を認める解釈をすることは、解釈論の域を越えたものであり、認められない。

5 特許権に関する最高裁判所平成九年七月一日判決（民集五一巻六号二二九九頁・BBS事件）で示された国内消尽論に関する論旨は本件には適用されるべきでない。

（一） BBS事件最高裁判決では、傍論において特許権の国内消尽について論旨が展開されているが、特許法とは異なり、著作権法は映画の著作物についての頒布権が第一譲渡行為後においても消尽しないことを前提にしているのであるから、特許権に関する右判決を引用して、右頒布権について国内消尽を論ずること自体がそもそも的外れである。

（二） のみならず、実質的にも、BBS事件最高裁判決の論旨は映画の著作物についての頒布権に適用されるべきでない。

BBS事件最高裁判決の「一般に譲渡においては、譲渡人は目的物について有する全ての権利を譲受人に移転し、譲受人は譲渡人が有していた全ての権利を取得するものであり」「市場での流通に置かれる場合でも、譲受人が目的物につき特許権者の権利使を離れて自由に業として使用し再譲渡などをすることができる権利を取得することを前提として、取引行為が行われる」（譲渡当事者間における合理的意思の推認ないし特許権者による黙示の許諾）は著作物の複製物の譲渡においては成立していない。

特許権においては、特許製品は発明が反映された「物自体」の利用価値・交換価値に着目して取引されるのが通常であり、「実施」概念も「物自体」の使用価値・交換価値を中心にして構成されている（特許法二条三項一号）ため、「譲受人が目的物につき特許権者として使用し再譲渡などをすることができる権利を取得することを前提として、取引行為が行われる」ものであり、これに対しても、著作物は「物自体」の使用価値・交換価値に着目して取引されるのが通常であり、「実施」概念も「物自体」の使用価値・交換価値を中心にして構成されている（特許法二条三項一号）ため、「譲受人が目的物につき特許権者として使用し再譲渡などをすることができる権利を取得することを前提として、取引行為が行われる」ものであり、これに対しても、著作物は「物自体」の利

Prize Forum

プライズフォーラム

遊びに師なし。遊んで食えば山も尽きる。

——アミューズメントの業界ではゲーム機のコピー品に対して早くから毅然とした態度をとってきた、と聞くけど、景品についてはどうもはっきりさせていないみたいね。コピー品を見分けるのが大変なのかしら。

——TVゲームについては家庭用よりももっと早くから著作権法など、業界内で良く勉強していたので、TVゲームのコピー品についてはかなり早く解決できたと言って良いと思う。

——キャラクターを使用した景品ではライセンスタッグが、目立つところに付いているし、コピー品が混じりこむ余地はないはずでしょう。

——キャラクターの使用は漫画やアニメの著作権利用と見られていて、当然ライセンスが必要になる。業界でも以前ライセンスを受けずに勝手に作って警察に取り調べられたという事件があるんだ。「ごまちゃん」事件、「クレヨンしんちゃん」事件など。ゲーム場の経営者の中にはそういうキャラクターを知らずに、「今若者の間で流行っている」と言われるまま買って景品として使った、ということもあったらしい。

——テレビのキャラクターなんかは、テレビを見る時間帯によるから知らなかったってこともあると思うけれど、知らなかったでは済まないでしょう。知ってやったのなら、とうぜん処罰されても仕方がないけれど。

——そうなんだ。法律上は、知らなかったということは弁解にもならないんだ。景品を扱うにはいろんなことを知っておくということも大事なことだね。

——そこまで分かったとしてもコピー品が景品に混じりこんでくる、ということが問題なのね。コピー品を作る業者はキャラクターの許諾料を払わない分安く作れるし、買うほうにとってはコピー品なら本物よりも安く仕入れることができる。でもコピー品はライセンスするほうの監視がないから粗悪な場合が多いわ。それにプレイヤーとしてもせっかく手に入れた景品が偽物だったらいやだわ。

——コピー品が混じりこんでくるのはいろいろなケースが考えられるけど、ゲーム場の経営者としては、まずはライセンスタッグを良く確認することが事なことだね。ライセンスタッグが偽物だったら作った業者は厳しく責任が問われる。景品の仕入れには信用のある業者を選ぶ目も必要だし、だまされないように日頃から勉強しなくてはいけないね。

SegaPrize! 梅雨も吹き飛ばせ、セガのプライズ

こぱむだコレクション
スーパージャンボ お祭りぬいぐるみ
入数3種38個入 OP価格 30,000円
©クーリア

アンパンマン
フィギュアライト
入数4種44個入 OP価格 30,000円
©やなせたかし／フレーベル館・TMS・NTV

プライズシリーズコレクション 6月

UFOキャッチャー800プライズ

こぱむだコレクション スーパージャンボ お祭りぬいぐるみ	J1131	38個入/OP価格30,000円
セサミストリート スーパージャンボ ダンスコスチュームぬいぐるみ	J1132	38個入/OP価格30,000円
SUZU-SEA スーパージャンボ 抱き枕くら	H1095	44個入/OP価格30,000円
ルーニー・チューンズ スーパージャンボ 浮き輪クロック	H1096	44個入/OP価格30,000円

UFOキャッチャープライズ

タマゴフレンズ シーンぬいぐるみ	B1258	50個入/OP価格30,000円
すしおぐらし ぬいぐるみ	B1259	70個入/OP価格30,000円
森永チョコボール キョロちゃん 日本の夏ぬいぐるみ	B1260	60個入/OP価格30,000円
カリメロ サマースタイルぬいぐるみ	B1261	60個入/OP価格30,000円
セサミストリート コレクションドールサマースタイル	B1262	75個入/OP価格30,000円
スーパーホーム GOGOリンショッキー ぬいぐるみ	B1263	48個入/OP価格30,000円
サンリオキャラクター アロハパップ	D1205	60個入/OP価格30,000円
すしおぐらし 風鈴	D1206	60個入/OP価格30,000円
アンパンマン フィギュアライト	D1208	44個入/OP価格30,000円
ドラえもん キャラクター おしゃべりタイマー	D1209	44個入/OP価格30,000円
エビちゅ うちわでパタパタぬいぐるみ	B1100	45個入/OP価格30,000円

プチプライズ

サンリオキャラクター マスコットストラップ サマースタイル	L1181	100個入/OP価格30,000円
コカ・コーラ 携帯ストラップ	L1182	130個入/OP価格30,000円
ルーニー・チューンズ パッケージスタイルサマー キーチェーンフィギュア	L1183	120個入/OP価格30,000円

●掲載の写真は開発中のものです。実際の商品と一部異なる場合がございます。また、商品名、入数、商品番号、OP価格等も予告なく変更する場合がありますのでご了承ください。

株式会社セガ 東京都大田区東糀谷2-12-14 本社3号館 プライズ部 カスタマーリレーション課
お問い合わせは 今すぐお電話かFAXで 電話 03(5737)7541 FAX 03(5737)7744
パソコンユーザーはインターネットで ぷらいずぷらいずのページにアクセス! http://www.sega.co.jp/prize/

BANPRESTO

ウルトラマンシリーズ ビッグサイズソフビフィギュア

確かな造形、そして大迫力のビッグサイズ。シリーズ展開によりコレクション性も抜群!!

それぞれの宿敵キャラをアソート。第1弾、第2弾を集めることにより あの名場面を再現できる!

1 ウルトラマンシリーズ ビッグサイズソフビフィギュア 1
4月発売予定 OP価格：32,000円 入数:42/全3種
©1966,1996 円谷プロ

ウルトラマン VS バルタン星人
ウルトラセブン VS キングジョー
ウルトラマンティガ VS イーヴィルティガ

ウルトラマンシリーズ ビッグサイズソフビフィギュア 2 2
5月発売予定 OP価格：32,000円 入数:42/全3種
©1967,1996 円谷プロ

株式会社バンプレスト プライズ事業部 〒271-0092 千葉県松戸市松戸1230-1 ピアザ松戸 PHONE：047-367-7131 ダイヤルイン プライズ最新情報満載!バンプレストホームページ http://www.banpresto.co.jp/
※写真と商品とは、多少異なりますのでご了承ください。

MARVEL COMICS ©2001 Marvel Characters, Inc. All rights reserved.

SPIDER-MAN

1963年に誕生した正義のヒーロー、スパイダーマン。以来テレビシリーズやアニメとして何度も制作され、世界中でダントツの人気と知名度を誇ります。そして西暦2002年、映画として日本公開予定。話題いっぱいのキャラクターです。

スパイダーマン ぬいぐるみ
ついに、あのスパイダーマンがぬいぐるみになって新登場です。オールドファンもなっとくの仕上がり。
(3種／66個入り) OP価格¥30,000 SS1413
スタンダードサイズ 商品サイズ 約18cm
※誌面の商品は、監修中につきデザイン・カラー仕様等変更になる場合がありますのでご了承下さい。

SYSTEM SERVICE CO.,LTD.
お申し込みはお電話かFAX、または、インターネットで TEL.03-5951-6600 FAX.03-5951-3449 eコマースサイト：www.fans-web.com
システムサービス株式会社 〒171-0014 東京都豊島区池袋2-48-1 信友山の手池袋ビル4F FANSホームページ：www.fans.co.jp

EIKOH PRIZE NEWS 6月発売

アミューズメント初登場の日焼けしたキティちゃんが仲間入り!! 夏の日差しと共に登場です!!

ハローキティTシャツコレクションドール
OP価格 30,000円 7種類 70個入
ハローキティ日焼けタイプ(ピンク・イエロー)X各12
ハローキティ日焼けタイプ(ホワイト・ブラック)X各8
ハローキティノーマルタイプ(ブルー)X12
ハローキティノーマルタイプ(パープル)X10
ハローキティノーマルタイプ(レッド)X8
※色はTシャツの色を表示しています。
©1976, 2001 SANRIO CO.,LTD.

前回好評のサンリオスタードールがキラキラ素材&BIGになって新登場!!
約31cm
©'76,'96,'01 SANRIO
サンリオBIGきらきら星ドール
OP価格 32,000円 4種類 40個入

カラフル素材がまさにかき氷風な可愛いキティちゃんのデザインバッグ登場！ 夏を感じさせるアイテムです♥
約27cm
©1976, 2001 SANRIO CO.,LTD.
ハローキティかき氷風バッグ
OP価格 30,000円 ヘッダー付OPP袋入 6種類 60個入

今回のおじゃる丸たちは楽しくリゾートもフラダンス!! ウクレレさんも加わって新登場!
約32cm
©丈丸りん・NHK・NEP21
おじゃる丸ハワイアンドール
OP価格 30,000円 8種類 68個入

絵本の1コマを再現した、じゃがいぬくんジオラマぬいぐるみ登場!! どの場面かは絵本の中から探してネ!
約21cm
©SUGIYAMA&St.WORKS
じゃがいぬくん仲良しドール
OP価格 30,000円 4種類 68個入

※商品仕様の変更がございます。ご了承ください。

EIKOH 株式会社エイコー AM販売部 〒130-0004 東京都墨田区本所1-3-13 TEL 03-3624-1183 FAX 03-3622-6235

プライズ インフォメーション

ＳＪダンスコスチュームぬいぐるみ
セサミストリート
セガ社

ＳＪ（スーパージャンボ）シリーズで、高さ40㌢の大型ぬいぐるみにダンス衣装を着せたもの。エルモとゾーイのキャラ2種。38個入りＯＰ価格３万円。６月発売。

©Sesame Workshop. Sesame Street Muppets ©The Jim Henson Company

こげぱん くつろぎぬいぐるみ
システムサービス

こげぱんに２つの小さなキレイパンをぶら下げたもの。イスの背もたれに掛けると２つのキレイパンが背中のツボを刺激。２種類60個入りでＯＰ価格３万円。８月発売。

©2001 SAN-X CO., LTD.

サンリオビビットカラー浴衣ドール
エイコー

ハローキティのぬいぐるみに浴衣を着せたデザイン。浴衣はハイビスカスをあしらった鮮やかな配色。高さ21㌢。４タイプある。60個入りＯＰ価格３万円。６月発売。

©SANRIO CO., LTD.

ＤＸ デジモンテイマーズぬいぐるみ
バンプレスト

デジモン新シリーズで約30㌢のぬいぐるみ。クルモン、ギルモン、レナモン、テリアモンの４種類。42個入りでＯＰ価格３万２千円。８月上旬発売。

©本郷あきよし・東映アニメーション

うちわでパタパタぬいぐるみ
エビちゅ
セガ社

ぬいぐるみキャラがミニうちわであおぐようすをデザイン。ぬいぐるみは高さ15㌢で３種。単３乾電池２本使用。45個入りでＯＰ価格３万円。６月発売。

©伊藤理佐／双葉社／GAINAX／PLDC／G・TAC

ハムスター倶楽部 トイレロールカバー
システムサービス

ハムスターキャラが上に乗ったトイレロールペーパーカバー。キャラは３種でカバーは赤、青、ピンクの３色。60個入りＯＰ価格３万円。８月発売。

©めで鯛・あおば出版

どーもくん夏の雑貨セット
エイコー

どーもくんのキャラを風鈴３種と蚊取線香２種のコミカルなしぐさにデザインした５種類のアソート。ボックス入り。60個入りでＯＰ価格３万円。６月発売。

©ＮＨＫ・ＴＹＯ

ポケットモンスター ３ＷＡＹウォッチ
バンプレスト

ポケモンキャラの腕時計だが、ベルトを外すと置き時計やキーホルダーにもなる。キャラ部分は約４㌢。３種70個入りＯＰ価格３万円。８月発売。

©Nintendo・CREATURES・GAMEFREAK・TV TOKYO・SHO-PRO・JR KIKAKU

の保護を目的として、映画に類似する視覚的効果を生ずる方法で表現された著作物で固定されているものを映画的著作物とみなすものとしていたが、同会議は、単なる影像の連続を感得せしめるものとしての映画の類似性よりも、より著作物性に重点を置いた影像のモンタージュやカット等の手法的な類似性によって映画類似の著作物を捉えようとしたものである。このことによって、著作物の例示の上ではテレビジョン著作物をも含めて固定のいかんにかかわらず映画に類似する方法で表現されているものは映画としての保護の対象となるが、国内法は保護の要件として固定を要求することができるものとなった。

エ　現行著作権法は、以上のベルヌ条約ブラッセル規定に即応し、同条約ストックホルム改正規定をも踏まえて立法されたものであり、保護すべき著作物の一として映画の著作物を明示的に規定し、独創性を有する映画と独創性を欠く映画とを区別しないこととし、映画の効果に類似する視覚的効果を生ずる方法で表現されたものであることを要するとともに、テレビの生放送番組のように放送と同時に消えて行く性格のものを映画の著作物として保護しないということで固定の要件を規定し、現行法二条三項を設けた。

(2)　右の立法経過に照らすと、ベルヌ条約が、映画の著作物と同様のものとし、次に、著作物性に重点を置いた影像のモンタージュやカット等の手法的な類似性によって映画類似の著作物を捉えてテレビジョン著作物をも含めて固定のいかんにかかわらず映画に類似する方法で表現されているものが映画としての保護の対象となるが、国内法で固定を要求することができるものとし、現行著作権法がこれに基づきテレビの生放送番組のように放送と同時に消えて行く性格のものを映画として保護しないことにより、産業上の技術の発達を図る点が眼目であって、特許法による発明の保護は社会公共の利益との調和の下において実現されなければならないものである。そして、資本主義経済の繁栄と拡大の前提をなす所有権の絶対と自由契約を内容とする自由な商品生産・販売市場の維持、保護は、産業の発達と経済の繁栄を達成するという社会公共の利益の重要な前提をなしている。

しかるところ、特許制度自体、研究開発上の自由競争を促すことにより産業の発達と経済の繁栄との達成を目的とするものであって、特許権それ自体の保護が自己目的化することは避けなければならないこと、第一に、自由な商品生産・販売市場を阻害する態様となる限りにおいて権利消尽の原則が認められ特許権の効力が否定されるのは、市場経済の本質に根ざし、特許法も当然の前提とする商品取引の自由という原則に基づくもので、特許法の明文の法律の規定の有無にかかわらない論理的帰結であり、第二に、特許権の効力を権利者以外の行為に及ぼすことが自由な商品生産・販売市場を阻害する態様となる限りにおいて権利消尽の原則が働くのであるから、特許権の権利者及び特許権の権利者以外の者の行う生産、使用、譲渡等の具体的行為態様の如何により権利消尽の原則の適用の有無が定まり、特許権の内容である生産、使用、譲渡等をする権利の効力を及ぼすことの有無が定まることとなる。

(二)　著作権においても、ことは同様であって、有形的な商品取引の行われる場合、すなわち著作物自体又は著作物の有形的再製物（複製物。以下単に「複製物」という。）につき商品取引の行われる場合、自由な商品取引という公共の利益と著作権者の利益との調整として、消尽の原則が適用されると解するのが相当である。

ただし、(1)　著作権法による著作物の保護は、社会公共の利益との調和の下において実現されなければならないものであるところ、著作物又はその複製物について譲渡等を行う都度著作権者の許諾を要するということになれば、市場における商品の自由な流通が阻害され、著作物又はその複製物の円滑な流通が妨げられて、かえって著作権者の利益を害する結果を来し、ひいては「著作者の権利及びこれに隣接する権利を定め、これらの文化的所産の公正な利益に留意しつつ、著作者等の権利の保護を図り、もって文化の発展に寄与する」（法一条参照）という著作権法の目的に反することになり、(3)　他方、著作権者は、著作物又はその複製物を自ら譲渡するに当たっては、著作物の利用の対価を含めた譲渡代金を取得することができるし、また、著作物の利用を許諾するに当たっては、著作権料を取得することができるのであるから、著作権者が著作物を公開することによる代償を確保する機会は保障されているものということができ、したがって、著作権者から譲渡された著作物又はその複製物について、著作権者が二重に利得を得ることを認める必要性は存在しないという（複製物。以下単に「複製物」という。）ことができる（前記最高裁判所判決参照）からである。

すなわち、著作権法は、著作物の公正な利用に留意しつつ、著作者の権利の保護を図り、もって文化の発展に寄与することを目的とするものであり、そもそも、「思想及び感情を創作的に表現したものであって、文学、学術、美術又は音楽の範囲に属するもの」である著作物自体、公衆に広く公開・利用・鑑賞されることを本来的目的として包含しており、その内実に沿った利用を認める一方、著作者の権利を保護することにより、創作のインセンティブを図り、もって社会と公衆の文化の発展を図る点が眼目であって、著作権法による著作物の保護は社会公共の利益との調和の下において実現されなければならないものである。そして、資本主義経済の繁栄と拡大の前提をなす所有権の絶対と自由契約を内容とする自由な商品生産・販売市場の維持、保護は、商品社会の利益の大きな部分を占めるものであり、現代資本主義市場経済の下における著作権の保護は、自由な商品生産・販売市場の発展のうちにその実現が保障される関係となっている。

したがって、第一に、自由な商品生産・販売市場を阻害する態様となる限りにおいて権利消尽の原則が認められ著作権の効力が否定されるのは、市場経済の本質に根ざし、著作権法も当然の前提とする商品取引の自由という原則に基づくもので、著作権法の明文の法律の規定の有無にかかわらない論理的帰結であり、第二に、著作権の効力を権利者以外の行為に及ぼすことが自由な商品生産・販売市場を阻害する態様となる限りにおいて権利消尽の原則が働くのであるから、著作物の権利者及び著作権の権利者以外の者の行為態様の如何により権利消尽の原則の適用の有無が定まり、著作権の各種支分権の効力を及ぼすことの有無が定まることとなる。

(三)　被控訴人らは、著作物については物に化体された表現物に着目した取引が行われるとして、特許権との違いを強調し、権利消尽の原則に関するBBS事件最高裁判決の法理が著作物一般に適用されるべきでないと主張する（前記第二の被控訴人の主張第二の5）が、著作物の性質上、物に化体された表現物に着目した取引が行われることは当然としても、その本数が約一億本、販売額約五三七七億円（国内約三八九九億円、海外約一四七八億円）で、中古品は、売上本数が約四〇〇〇万本、販売額約一三九五億円であり、前記映画の配給とは全く異なる流通、取引形態を取っている。

控訴人らの主張は、劇場用映画の配給制度を慣行として維持・運営しており、映画フィルムの配給権とこれを上映するために映画館（興業者）に一定期間貸し出すことをいうと観念されていた。そして、映画フィルムは、経済的な効用度が高く、フィルムによって多額の収益を上げることができ、右のような配給制度の下で取り引きされている実態に照らすと、流通に大きな影響力を与える頒布権を認めても、取引上の混乱が少ないと考えられた。その結果、行先を指定する権利として、頒布先（譲受人又は借受人）、頒布場所、頒布期間を限定したり指定するものとしての頒布権が認められた（法二六条）。

(2)　また、新たに、法二条一項一九号は、映画の著作物を含む著作物一般に関する「頒布」概念として前段（「複製物を公衆に譲渡し、又は貸与する」こと）を規定し、「前段頒布」という）、映画の著作物のみに適用される「頒布」概念として後段（これらの著作物を公衆に提示することを目的として当該映画の著作物の複製物を譲渡し、又は貸与すること）を規定（以下「後段頒布」という。）した。

(3)　一方、現行著作権が制定された昭和四五年当時、放送事業者によって製作されたフィルム、ビデオテープは存在したが、本件のようなゲームソフトは存在せず、訴外任天堂が「ファミリーコンピューター」を発売した昭和五八年頃から、ゲームソフト（の複製物）は、大量に生産され、直接、家庭に対し大量に販売され、平成九年のゲームソフト新品は、売上本数が約一億本、販売額約五三七七億円（国内約三八九九億円、海外約一四七八億円）で、中古品は、売上本数が約四〇〇〇万本、販売額約一三九五億円であり、前記映画の配給とは全く異なる流通、取引形態を取っている。

(二)　右事実によれば、控訴人らの主張するように、法二六条は、劇場用映画の配給制度という取引実態を踏まえて、映画の著作物について頒布権という特別の支分権を認めて作られた規定であるところ、本件各ゲームソフトの流通、取引形態は、右劇場用映画の配給制度とは全く異なるものであるということができ、直ちに、本件各ゲームソフトが頒布権を有しない映画の著作物に該当するとすることはできない。けだし、本件各ゲームソフトが映画の著作物に該当する以上、法二六条が適用されることになるのは当然であって、明文によって認められる権利を否定するにはそれだけの十分な理由付けが必要であるところ、右事由は、未だ本件各ゲームソフトについて頒布権を否定するに足りるだけの理由に至っていないというべきだからである。

なお、平成一一年法律第七七号による改正により、映画の著作物以外の著作物について譲渡権の規定が新設されたが（法二六条の二）、ことに照らしても、控訴人らのような解釈を採ると、本件各ゲームソフトは、法二六条、二六条の二のいずれにも該当しないことになり、著作物のうち唯一譲渡権の認められないものを肯定するという不相当な結果を招くことになる。

三　争点3（頒布権の消尽等）について

1　前記のとおり、当裁判所は、本争点については、消尽を積極に解する控訴人らの主張に左たんするものである。

すなわち、被控訴人らは、本件各ゲームソフト（各パッケージに中古販売を禁止する旨が記載されている。右取扱いは一般的に平成一〇年頃から始められた。）を一次卸店を通じて、卸店、小売店を経由して最終ユーザーに譲渡されるまでの各販売につき許諾（黙示的）をしたものであるところ、控訴人ライズは、フランチャイザーである控訴人アクトの指導の下に、本件各ゲームソフトにおいては、プレイヤーの操作を前提としないで連続影像が展開される部分と、プレイヤーの操作を前提として連続影像が展開される部分とが有機的に連結して、全体として一つの著作物を形成しており、いずれも、アニメーション映画の技法を使用して製作されていること、以上の事実が認められる。

右の事実によれば、本件各ゲームソフトは、アニメーション映画におけるのと同様、ショットの構成やタイミング、カメラワークを含む作品品成立にかかわるすべての表現要素をまとめた編集行為が絵コンテ段階で行われ、プレイヤーの操作・選択による変化をも織り込んで、著作者の意図を創作的に表現する編集行為が存在しているのであり、プレイヤーによる操作を前提としつつ、これを想定した上で著作者がいかに見せるかという観点から視聴覚的効果を創作的に表現しているというべきであって、前記引用にかかる原判決記載のとおり、本件各ゲームソフトは、視聴覚的効果に類似する視覚的効果を生ずる方法で表現され、かつ、創作性があって著作物性を有し、右表現がプログラム化されてCD－ROMに収録されて固定されているから、映画の著作物に該当するというべきである。

(二)　控訴人らは、前記第二の一2のとおり、劇場用映画を典型とする映画の著作物と本件各ゲームソフトとの相違を指摘し、本件各ゲームソフトは映画の著作物に該当しないと主張する。

控訴人らが指摘強調する右の相違点それ自体は、当裁判所もこれを肯認するに吝かではないが、これらはもっぱら表現の内容たる思想・感情ないし表現物の利用態様における相違をいうものであるから、前記(一)で説示したところに照らすと、これらの相違点があることをもって、本件各ゲームソフトが映画の著作物に該当するとの前記判断を左右することはできないというべきである。

控訴人らの主張は、劇場用映画から抽出した特質をもって映画の著作物の要件とした上で、本件各ゲームソフトが映画の著作物に該当しないとするものであって、独自の限定解釈を前提とするものというほかない。

二　争点2（頒布権の有無）について

1　著作権法は、映画の著作物について、著作権者が頒布権を専有する旨を定めており（法二六条一項）、映画の著作物の中で頒布権を認めるものとそうでないものとの区別をしていない。したがって、争点1で判断したとおり、本件各ゲームソフトが映画の著作物に該当する以上、著作権者である被控訴人らは本件各ゲームソフトについて頒布権を有することになる。

2　控訴人らは、本件各ゲームソフトについては頒布権を認める前提を欠き、頒布権付の映画の著作物に該当しないと主張する（控訴人らの当審主張二）。

(一)　現行著作権法二条三項の制定過程でベルヌ条約の規定が反映され、その趣旨を内容とする立法がされたことは前記認定のとおりであるところ、証拠（甲一七、二六、乙六の1ないし3、一一の1ないし3、五七、六八ないし七七、七九、八〇）及び弁論の全趣旨によれば、さらに、次の事実が認められる。

(1)　旧著作権法は映画著作権の内容として頒布権の規定を置いていなかったが、現行著作権法への改正に際し、ベルヌ条約ブラッセル規定（一九四八年）が映画の著作物について頒布権を認めていたから、これに即応して、映画の著作物の頒布権を定める必要があった。一方、右改正の当時、劇場用映画について、映画製作会社や映画配給会社は、オリジナル・ネガフィルムから少数のプリント・フィルムを複製し、映画館経営者に対してプリント・フィルムを貸し渡すにとどめ、上映期間が終了した際に返却させ、あるいは指定する映画館へ引き継がせるといった形態の配給制度を慣行として維持・運営しており、映画フィルムの配給権とこれを上映するために映画館（興業者）に一定期間貸し出すことをいうと観念されていた。そして、映画フィルムは、経済的な効用度が高く、フィルムによって多額の収益を上げることができ、右のような配給制度の下で取り引きされている実態に照らすと、流通に大きな影響力を与える頒布権を認めても、取引上の混乱が少ないと考えられた。その結果、行先を指定する権利として、頒布先（譲受人又は借受人）、頒布場所、頒布期間を限定したり指定するものとしての頒布権が認められた（法二六条）。

(2)　また、新たに、法二条一項一九号は、映画の著作物を含む著作物一般に関する「頒布」概念として前段（「複製物を公衆に譲渡し、又は貸与する」こと）を規定し、「前段頒布」という）、映画の著作物のみに適用される「頒布」概念として後段（これらの著作物を公衆に提示することを目的として当該映画の著作物の複製物を譲渡し、又は貸与すること）を規定（以下「後段頒布」という。）した。

(3)　一方、現行著作権が制定された昭和四五年当時、放送事業者によって製作されたフィルム、ビデオテープは存在したが、本件のようなゲームソフトは存在せず、訴外任天堂が「ファミリーコンピューター」を発売した昭和五八年頃から、ゲームソフト（の複製物）は、大量に生産され、直接、家庭に対し大量に販売され、平成九年のゲームソフト新品は、売上本数が約一億本、販売額約五三七七億円（国内約三八九九億円、海外約一四七八億円）で、中古品は、売上本数が約四〇〇〇万本、販売額約一三九五億円であり、前記映画の配給とは全く異なる流通、取引形態を取っている。

(二)　右事実によれば、控訴人らの主張するように、法二六条は、劇場用映画の配給制度という取引実態を踏まえて、映画の著作物について頒布権という特別の支分権を認めて作られた規定であるところ、本件各ゲームソフトの流通、取引形態は、右劇場用映画の配給制度とは全く異なるものであるということができ、直ちに、本件各ゲームソフトが頒布権を有しない映画の著作物に該当するとすることはできない。けだし、本件各ゲームソフトが映画の著作物に該当する以上、法二六条が適用されることになるのは当然であって、明文によって認められる権利を否定するにはそれだけの十分な理由付けが必要であるところ、右事由は、未だ本件各ゲームソフトについて頒布権を否定するに足りるだけの理由に至っていないというべきだからである。

なお、平成一一年法律第七七号による改正により、映画の著作物以外の著作物について譲渡権の規定が新設されたが（法二六条の二）、ことに照らしても、控訴人らのような解釈を採ると、本件各ゲームソフトは、法二六条、二六条の二のいずれにも該当しないことになり、著作物のうち唯一譲渡権の認められないものを肯定するという不相当な結果を招くことになる。

三　争点3（頒布権の消尽等）について

1　前記のとおり、当裁判所は、本争点については、消尽を積極に解する控訴人らの主張に左たんするものである。

すなわち、被控訴人らは、本件各ゲームソフト（各パッケージに中古販売を禁止する旨が記載されている。右取扱いは一般的に平成一〇年頃から始められた。）を一次卸店を通じて、卸店、小売店を経由して最終ユーザーに譲渡されるまでの各販売につき許諾（黙示的）をしたものであるところ、控訴人ライズは、フランチャイザーである控訴人アクトの指導の下に、

ゲームソフト販売店を開設して営業し、本件各ゲームソフトを最終ユーザーから購入した上、一般公衆に対して販売したことが認められる（前記引用に係る原判決記載の前提となる事実、検甲一ないし六の各一、弁論の全趣旨）から、本件各ゲームソフトは、小売店を経由して最終ユーザーに譲渡され、いったん市場に適法に拡布されたものということができ、そうすると、権利消尽の原則という一般的原則により、被控訴人らは、少なくとも最終ユーザーに譲渡された後の譲渡につき頒布禁止の効力を及ぼすことができないというべきである。

以下にその理由を述べる。

2　著作権法の領域において消尽の原則が適用されるのは同法も当然の前提とする商品取引の自由という原則に基づく。

(一)　特許権に権利消尽の原則が認められることは一般に承認されている。特許権の消尽理論は、特許権の効力を特許製品の流通過程に及ぼすことが自由競争ないしは取引の安全を害することとなることから、特許権者と一般公衆の利益との調整を特許製品が流通に置かれる時点で考慮するものということができる。特許制度の目的は、権利者に独占的な実施を認めることによりその利益を保証して発明へのインセンティヴを増すことにあるが、その効力は常に公共の利益とのバランスにより決定されなければならず、商品が転々流通することは産業発展にとって必須であるので、特許権がそれを阻害するような制度であってはならないという優れた判断から権利消尽の原則という理論が肯定される（最高裁判所平成九年七月一日判決・民集五一巻六号二二九九頁［BBS事件］参照）。

すなわち、特許権は、発明の保護及び利用を図ることにより発明を奨励し、もって産業の発達に寄与することを目的として認められたものであり、特許発明の保護範囲を明確にした上で公開するという方法で、一方では特許発明者に公開の代償として一定期間の独占的利用権を与えてこれを保護することにより研究開発のインセンティブを図り、他方、万人がこれを共通の知識資源として研究開発する道を開いて自由競争を行わせることにより、産業上の技術の発達を図る点が眼目であって、特許法による発明の保護は社会公共の利益との調和の下において実現されなければならないものである。そして、資本主義経済の繁栄と拡大の前提をなす所有権の絶対と自由契約を内容とする自由な商品生産・販売市場の維持、保護は、商品社会の利益の大きな部分を占めるものであり、現代資本主義市場経済の下における著作権の保護は、自由な商品生産・販売市場の発展のうちにその実現が保障される関係となっている。

したがって、第一に、自由な商品生産・販売市場を阻害する態様となる限りにおいて権利消尽の原則が認められ著作権の効力が否定されるのは、市場経済の本質に根ざし、著作権法も当然の前提とする商品取引の自由という原則に基づくもので、著作権法の明文の法律の規定の有無にかかわらない論理的帰結であり、第二に、著作権の効力を権利者以外の行為に及ぼすことが自由な商品生産・販売市場を阻害する態様となる限りにおいて権利消尽の原則が働くのであるから、著作物の権利者及び著作権の権利者以外の者の行為態様の如何により権利消尽の原則の適用の有無が定まり、著作権の各種支分権の効力を及ぼすことの有無が定まることとなる。

(三)　被控訴人らは、著作物については物に化体された表現物に着目した取引が行われるとして、特許権との違いを強調し、権利消尽の原則に関するBBS事件最高裁判決の法理が著作物一般に適用されるべきでないと主張する（前記第二の5）が、著作物の性質上、物に化体された表現物に着目した取引が行われることは当然としても、その本数が約一億本、販売額約五三七七億円（国内約三八九九億円）で、中古品は、売上本数が約四〇〇〇万本、販売額約一三九五億円であり、前記映画の配給とは全く異なる流通、取引形態を取っている。

(二)　前記のとおり、第二に、著作物の権利者及び著作権の権利者以外の者の行為態様の如何により権利消尽の原則の適用の有無が定まり、著作権の各種支分権の効力を及ぼすことの有無が定まることとなる。

(三)　被控訴人らは、著作物については物に化体された表現物に着目した取引が行われるとして、特許権との違いを強調し、権利消尽の原則に関するBBS事件最高裁判決の法理が著作物一般に適用されるべきでないと主張する（前記第二の5）が、著作物の性質上、物に化体された表現物に着目した取引が行われることは当然としても、その本数が約一億本、販売額約五三七七億円（国内約三八九九億円、海外約一四七八億円）で、中古品は、売上本数が約四〇〇〇万本、販売額約一三九五億円であり、前記映画の配給とは全く異なる流通、取引形態を取っている。

(二)　右事実によれば、控訴人らの主張するように、法二六条は、劇場用映画の配給制度という取引実態を踏まえて、映画の著作物について頒布権という特別の支分権を認めて作られた規定であるところ、本件各ゲームソフトの流通、取引形態は、右劇場用映画の配給制度とは全く異なるものであるということができ、直ちに、本件各ゲームソフトが頒布権を有しない映画の著作物に該当するとすることはできない。けだし、本件各ゲームソフトが映画の著作物に該当する以上、法二六条が適用されることになるのは当然であって、明文によって認められる権利を否定するにはそれだけの十分な理由付けが必要であるところ、右事由は、未だ本件各ゲームソフトについて頒布権を否定するに足りるだけの理由に至っていないというべきだからである。

なお、平成一一年法律第七七号による改正により、映画の著作物以外の著作物について譲渡権の規定が新設されたが（法二六条の二）、ことに照らしても、控訴人らのような解釈を採ると、本件各ゲームソフトは、法二六条、二六条の二のいずれにも該当しないことになり、著作物のうち唯一譲渡権の認められないものを肯定するという不相当な結果を招くことになる。

三　争点3（頒布権の消尽等）について

1　前記のとおり、当裁判所は、本争点については、消尽を積極に解する控訴人らの主張に左たんするものである。

すなわち、被控訴人らは、本件各ゲームソフト（各パッケージに中古販売を禁止する旨が記載されている。右取扱いは一般的に平成一〇年頃から始められた。）を一次卸店を通じて、卸店、小売店を経由して最終ユーザーに譲渡されるまでの各販売につき許諾（黙示的）をしたものであるところ、控訴人ライズは、フランチャイザーである控訴人アクトの指導の下に、

また、法二六条と同時に制定された法二条一項一九号は、「頒布」の定義として、「有償であるか又は無償であるかを問わず、複製物を公衆に譲渡し、又は貸与することをいい、映画の著作物又は映画の著作物において複製されている著作物にあっては、これらの著作物を公衆に提示することを目的として当該映画の著作物の複製物を譲渡し、又は貸与することを含むものとする。」と規定し、映画の著作物を含む著作物一般に関する「頒布」概念としての前段頒布と映画の著作物だけに関する「頒布」概念としての後段頒布とを定めている。

しかし、後記(二)の平成一一年の改正に至るまでは、現行著作権法には、権利の消尽に関する規定は存在しなかった。

なお、現行著作権が制定された昭和四五年当時、放送事業者によって製作されたフィルム、ビデオテープは存在したが、本件のようなゲームソフトは存在していなかった。

(2) 昭和五九年の著作権法の改正により、映画の著作物を除く著作物の著作権者に貸与権を認める旨の規定(二六条の二)が設けられ、さらに、平成一一年法律第七七号による改正により、右の貸与権の規定が二六条の三に繰り下げられ、新たに譲渡権に関する現行の法二六条の二が設けられた。この規定は、映画の著作物を除く著作物一般について、著作権者に「その著作物をその原作品又は複製物の譲渡により公衆に提供する権利を占有する。」として、譲渡権を認めるとともに(一項)、この譲渡権は、譲渡権を有する者により譲渡された複製物等には及ばないことを明記し、譲渡権が第一譲渡によって消尽することを明らかにしている(二項)。

前者の昭和五九年の改正は、貸レコード業が昭和五六年に登場して急速に全国に広がり、その利用者の多くが借りたレコードからテープに録音するため、レコードの売上げが減少し、著作者、実演者、レコード製作者の経済的利益に影響を与えるという事態が生じたことを契機として、貸レコード以外の著作物の複製物の貸与も対象とする一般的な内容の権利として貸与権の規定が設けられたものである。また、後者の平成一一年の改正は、一九九六年(平成八年)一二月に採択されたWIPO著作権条約(乙二四、二五)が著作物一般に頒布権を認めたことから、我が国の著作権法においても、著作物一般に頒布権を認める必要があるとの判断により、前記の規定が新設されたものである。

(3) ベルヌ条約に定められた頒布権が第一頒布後の消尽を否定するものであることを示唆する資料はなく、むしろ、ベルヌ条約上頒布権は第一頒布に限定されることを示唆する資料が存在する。すなわち、WIPOにおけるベルヌ条約議定書の検討のための事務局文書では、「この規定の頒布権とは著作物の著作物の最初の公衆への頒布行為に適用されるのみであり、一旦頒布された後の再頒布には及ばない(BCP/CE/1/3パラ123、124)」と説明されており(平成七年二月著作権審議会マルチメディア小委員会ワーキング・グループ検討経過報告―マルチメディアに係る制度上の問題について。乙二一)、少なくともベルヌ条約上の頒布権が第一頒布後の消尽を否定するものであるとはいい難い。

また、各国の立法例をみると、控訴人らが主張するように、多くの国では、映画の著作権を含む著作権一般について頒布権を認める場合には、第一譲渡ないし公衆への最初の提供によって消尽するとの法制が採られていることが認められる(乙二六ないし三二)。

(4) 以上の諸点を総合すると、法二六条所定の頒布権には本来権利消尽の原則が働くが、前記のような配給制度に該当する商品取引形態(後段頒布)は、流通に置かれる取引の態様からして自由な商品生産・販売市場を阻害する態様となならないといえるから、権利消尽の原則の適用されない例外的取引形態というべきであり、このような取引については右の原則は適用されず、著作者の権利が及ぶと解するのが相当であり、昭和四五年に法二六条により映画の著作物について頒布権が導入されながら、その消尽について何らの規定もされなかったのは、劇場映画に関する配給制度という我が国特有の取引形態を前提とすれば、このような映画の著作物に頒布権を認め、その消尽について特段の定めをしなくても、取引上の混乱を生じることはないと考えられた結果であるということができる。

すなわち、映画の著作物についても、第一譲渡により適法に公衆に拡布された後にはその譲渡のように、およそ前記の配給制度が予想していないような場合(前段頒布)には、前記1、2で説示した原則どおり頒布権は消尽し著作権の効力が及ばないものと解し、配給制度に相応した後段頒布についてのみ権利消尽の原則の適用されない頒布権を認め、公に上映する目的で映画の著作物の複製物が譲渡又は貸与された場合には、著作者の権利が及ぶと解するのが相当である。平成一〇年一二月の著作権審議会第一小委員会の報告(甲一一)その他立法担当者等の見解において、映画の著作物の頒布権が消尽しないという趣旨をいう部分は、その内容を否定するものであるとして了解することが可能である。

また、法二六条の頒布権に含まれる貸与権も、権利消尽の原則によって否定される対象とならないというべきである。けだし、前記昭和五九年の貸与権規定の制定経過に明らかなとおり、貸与権は、複製権と密接な関係を有し、複製利用を内容とする著作権の特質を反映した権利というべきところ、このような貸与権が第一譲渡により消尽するとすれば、一回の許諾に対応した対価のみで複数の複製を許諾したのと同様の結果を招くことになり、不当だからである。

この点につき、被控訴人らは、法二六条所定の頒布権に、消尽するものと消尽しないものの二種類を認めることは許されないと主張するが、右に説示したところに照らすと、被控訴人らの主張は理由がない。

(5) また、被控訴人らは、法二六条の二、三の譲渡権及び貸与権の規定の新設に際し、映画の著作物が明文で除外されたことの反対解釈として、映画の著作物の頒布権は例外なく消尽しないと解すべきであると主張する。

右の立論は、形式論理としては一理あり、これをむげに否定することはできないけれども、立法としては、消尽しない頒布権が認められる映画の著作物の範囲を明確にすることを避け、これを解釈に委ねて立法的に解決することを留保したものと考えることが可能であって、前記のような解釈が十分成り立つというべきである(この点については、本件のような紛争を防止するためにも、前記の映画の著作物の概念をも含めて、早期に立法的解決が図られるべきである。)。

(6) 以上によれば、本件各ゲームソフトについて、権利消尽の原則の適用が排除される余地はないということになり、被控訴人らの前記主張は採用することができない。

4 被控訴人らは、実質面等からしても本件各ゲームソフトに消尽しない頒布権を認めるのが妥当と主張する(前記第二の被控訴人らの主張二6)。

(一) 証拠(甲二二、三二)によれば、ゲームソフトは、プロデューサー、ディレクター、キャラクター・デザイン担当者、映像担当者、サウンド担当者、プログラマー、シナリオライター等多数の者が組織的に製作に関与し、多額の費用と時間をかけて製作される場合も多く、右のような傾向は、ゲーム機の高性能化とも相まって最近では一層顕著になってきており、ゲームの内容も影像・音楽の技術的な進歩による視聴覚的表現方法の向上が著しく、映画との差が小さくなり、本件各ゲームソフトについてみても、その製作に多大な費用(本件各ゲームソフトの宣伝広告費を除いた平均製作費は約九億五〇〇〇万円程度に達する。)、時間及び労力を要したものであることが認められる。

右事実によれば、本件のようなゲームソフトは、多数の者により多額の費用と時間をかけて製作される場合も多く、本件各ゲームソフトについても、その製作に多大の費用、時間及び労力を要したものであることが認められ、この点では劇場用映画に類似するということはできる。

しかしながら、一方、証拠(乙五七)によれば、ゲームソフトの複製物は、大量に生産され、直接、大衆に対し大量に販売され、平成九年のゲームソフト新品は、売上本数が約一億本、販売額約五三七億円(国内約三八九九億円、海外約一四七八億円)であり、劇場映画の配給制度とは全く異なる方法で流通していることが認められ(なお、中古品は、売上本数が約四〇〇〇万本、販売額約一三九五億円である。)、この方法による投下資本の回収ができる流通実態を取っているといい得るから、当然に流通実態の全く異なる劇場用映画と同一方法による投下資本の回収の機会を与えることに合理性があるということはできない。

そうすると、被控訴人らゲームソフトの著作権者は、第一段階の販売(譲渡)の機会に、適正な価格を設定することにより、投下資本の回収を図ることが可能というべきであるから、前記の事実があるからといって、権利消尽の原則を排除する根拠とすることはできないというべきである。

(二) また、本件各ゲームソフトの各パッケージに中古販売を禁止する旨が記載されているが、このような記載により中古業者がユーザーから新品又は中古品のゲームソフトを購入した後にした販売の効力(所有権移転等の効力)を法律上否定できないことは明らかであり、また、権利消尽の原則は、取引の客観的態様・性質により適否が定まるものであって、取引当事者の個別的意思表示よりその適否が左右されるものでないから、右記載により権利消尽の原則の適用を排除し得ない。

(三) 新品又は中古品のゲームソフトを購入したユーザーが、これを中古業者に売却して出捐した資金の一部を回収した上、新たに新品又は中古品のゲームソフトを業者から購入する(業者が販売する)ことは、後者の購入が経済的に貸与の機能を果たすといえる面がないではないが、前者の売却と後者の購入とは別の物品について行われている上、いずれも所有権移転行為であることはいうまでもないから(自由な商品生産・販売市場を阻害しないということは法律上の問題として考えられるべきである。)、権利消尽の原則が適用されることに変わりはない。

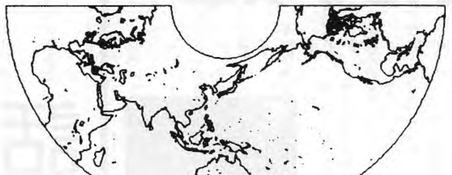
5 ゲームソフトの複製物は、大量に生産され、直接、大衆に対し大量に販売され、本件各ゲームソフトは、一次卸店を通じて、卸店、小売店を経由して最終ユーザーに譲渡されたものであるから、劇場用映画におけるような例外的商品取引形態でなく、いったん市場に適法に拡布されたものということができ、そうすると、権利消尽の原則という一般的原則により、被控訴人らは、少なくとも最終ユーザーに譲渡された後の譲渡につき頒布禁止の効力を及ぼすことができないというべきである。

四 結語

以上によれば、原判決は不当であり、本件控訴は理由があるから、主文のとおり判決する。

大阪高等裁判所第八民事部
裁判官 若林 諒
裁判官 西井和徒
裁判長裁判官鳥越健治は転補のため署名押印することができない。
裁判官 若林 諒

海外ニュース
INTERNATIONAL AMUSEMENT NEWS



遊園施設メーカーの

チャンス社が再生申請

ファイナンス会社との契約条項改善へ

米国チャンス・インダストリーズ社(カンザス州ウィッチト、リチャード・チャンス社長兼CEO)が四月十八日、連邦破産法第十一章(チャプターイレブン)の手続きを申請、経営危機を表面化させた。子会社のチャンスライド社は世界的に有名な遊園施設メーカーで、チャンスインダストリーズ社の大黒柱となっているが、九九年以来規模を縮小させている。

チャンス社は六〇年設立の乗物機(ライド)メーカーで、ウィッチト工場からメリーゴーラウンド、豆汽車などさまざまな遊園施設を世界中に送り出した。新製品開発も意欲的で、最近では「エイビエイター」、「ケイオス」、「スリングショット」、「ビッグデッパー」、「インバーター」などがある。このため最盛期には二百六十人も雇用していたが、九九年以後は約半分に減らしている。四月十九日、裁判所による保全命令が出ているが営業は継続中。

チャンス社は九九年以来、コスト削減などを進めてきたが、ファイナンス会社と結んできた「メーカー責任条項」のためこんな事態になったとしている。その契約条項とは、発注した遊園地側が代金をファイナンス会社に支払うことができない場合、メーカーは納品した遊園施設を取り戻した。今後は経営再建計画を作成し、債権者による承認をめざす。すべての手続きに、チャンス社は六十日ないし九十日かかると見ている。

チャプターイレブンの手続きは、日本の民事再生(旧法では和議)によく似ているが、日本の民事再生申請が倒産を意味するのに対し、チャプターイレブン申請は必ずしも倒産を意味しない。ショースキャン社は倒産されたが、重要な契約事項を変更するためにも用いられる場合がある。チャンス社の場合は、「メーカー責任条項」が大きな理由になっており、必らずしも倒産したことにはならないが、そのためには債権者と円満に話合がつくことが大きな条件となる。

ミッドウェー社

四半期赤字続く

業務用、家庭用とも下落

米国ミッドウェーゲームズ社(シカゴ、ニール・ニカストロ社長)は五月二日、第三・四半期(一―三月)決算を発表、五つの四半期連続しての赤字となった。同社は今年から年度決算期を六月から十二月に変更することも発表した。

一―三月期の売上高は前年同期比五七%減の二千三百七十二万ドル、営業損失は三九%増の二千百三十九万ドル、純損失は一二五%増の二千百八十五万ドルだった。

部門別売上高は、業務用が五九%減の千百八万ドル(うち完成品タイプは五五%減の千一万ドル)、家庭用ゲームソフトが五五%減の百十三万ドルだった。

家庭用の内わけはPS用が七一%減の四百三十二万ドル、PS2用が九十五万ドル、N64用が六一%減の二百八十一万ドルなど。

第三・四半期中に同社は、低迷する業務用から家庭用次世代機向けへと開発資源を振りむけ、業務用ではカウンタートップ(卓上型)タッチスクリーンのゲーム機を懸賞金付きトーナメントで展開するよう方向付けている。従ってミッドウェー社は今後さらに、家庭用ゲームソフトに重点を置くことになるが、家庭用の業績も業務用と同じく悪化している。

「スラストエアー」が

実際に営業運転

キングスドミニオンで

「スペースショット」で有名な米国S&Sパワー社(ユタ州ローガン、スタン・チェケッツ社長)が開発した「スラストエアー2000」が遊園地に導入された。バージニア州ドスウェルにあるバラマウンツ・キングスドミニオンで「ハイパーソニックXLC」と名付けられ、三月二十二日に営業運転を開始した。

XLCというのは「エキストリーム・ラウンチ・コースター」の略で、極端な発進方法を採るローラーコースターのこと。圧縮空気で急進発進し、コースを垂直に上昇した後、次にはコースを垂直に下降する、という究極のローラーコースターで、切り換える(左に写真)。

すでに実験を終え、順次遊園地に導入されることになっていた。

発進時には一・八秒間に時速ゼロから百二十八キロに達する。コースは上昇、下降以外にもこうあり、全長約四百八十七メートル。八人乗り車両を使用する。この遊園地では毎週末運転し、五月二十八日からは毎日運転に下降する。この遊園地で運転し、五月二十八日からは毎日運転に

International Trade Show

E3 (Los Angels, U.S.A.)	May. 17-19	
TiLE (London, UK)	Jun. 12-15	
Asian Amusement Expo'01 (Hong Kong)	Jul. 11-13	
TAMA-GTI Expo (Taipei, Taiwan)	Jul. 12-15	
Salex 2001 (Sao Paulo, Brazil)	Jul. 20-22	
EXIME (Mexico City, Mexico)	Jul. 25-26	
China Amusement Expo'01 (Beijing, China)	Aug. 1-4	
Expolonia'01 (Warsaw, Poland)	Sept.11-13	
JAMMA Show (Tokyo, Japan)	Sept.20-22	
FER Interazar'01 (Madrid, Spain)	Sept.26-28	
AMOA Expo'01, Fun Expo (Las Vegas, U.S.A.)	Oct. 4-6	
Preview 2002 (London, UK)	Oct. 10-12	
29th ENADA (Rome, Italy)	Oct. 10-12	
World Gaming Expo'01 (Las Vegas, U.S.A.)	Oct. 17-19	
IAAPA 2001 (Orlando, U.S.A.)	Nov. 14-17	
EELEX 2001 (Moscow, Russia)	Dec. 13-15	
2002		
Interschau'02 (Dusseldorf, Germany)	Jan. 10-12	
IMA'02 (Nurnberg, Germany)	Jan. 15-18	
ATEI, ICE, Euro Show (London, UK)	Jan. 22-24	

AAMA表彰の4TVゲーム機

米国AAMAがASI01で表彰したTVゲームは次のとおり。ダイヤモンド賞=IT社「ゴールデン・ティーフォー・T2」。プラチナ賞=ミッドウェー社「クドウェー社「タッチマスルージン・エグゾティカ」、ター・インフィニティ」。コナミ「ダークシルエット・サイレントスコープ」。

ゲームコム社が

フェリス社吸収

グローバルVR社とは解約

米国ゲームコム社(テキサス州アーリングトン、ケリー・ジョーンズ会長)は一月十日にグローバルVR社(カリフォルニア州サンノゼ、ミリン・バーカー社長)を株式交換方式で取得することで合意していたが、実施期限を過ぎたため解約したと四月十日に発表した。

その代わりゲームコム社は四月十八日、フェリスプロダクションズ社(アリゾナ州フェニックス、ボブ・フェリス社長)を同じように株式交換方式で取得することで合意した。これも手続が必要だが、実施するとなれば両社は合併し、ケリー・ジョーンズ氏がゲームコム社の会長兼CEOにとどめる計画。

フェリスプロダクションズ社はPC仕様の業務用ゲーム機、シミュレーターの開発メーカーで、ゲームコム社にすれば十分にグローバルVR社に代わるものになる。

五月三日、ゲームコム社は先の合意に基づきフェリス社を取得したと発表した。しかしエンタテイメント・テクノロジーズ&プログラム社(ETP)が先に三月十五日、フェリス社の資産を取得することで合意し、四月十七日にフェリス社がその合意を解約していた。このことからETP社はフェリス社、ゲームコム社の両方を相手どって訴訟を起こしている。

ゲームコム社によるM&A(企業の合併・買収)はなかなか前へと進まない。

乱射事件の遺族ら

メーカーを訴える

九九年五月、米国コロラド州リトルトンのコロンバイン高校で二人の生徒が銃を乱射し、教師一名と生徒十二名を射殺した事件で、遺族が四月二十四日また損害賠償を求める訴訟を起こした。

事件当時に遺族たちは銃を乱射した生徒の親に対して訴訟を起こしていたが、今回はこういう事件を起こす原因を作ったとしてTVゲームメーカーを訴えたもの。

訴えられたのは米国任天堂、SCE、セガ・オブ・アメリカ社、AOLタイムワーナー社、IDソフトウェア社、GTインタラクティブ社と「ドゥーム」の作者たち。訴えによると、犯人の生徒二人はこれらのメーカー、作者の影響を受けたとされている。

同様の訴訟はケンタッキー州パデューカの高校で起きた銃の乱射事件でも起こされたが、連邦地裁は訴えを却下した。却下されても訴えを起こすのは、こうした犯罪について割り切れない思いを持つ遺族が多いことを示すといえよう。

話題のマシン

新趣向採用TVシューティング

翼が分離し攻撃

タクミ／タイトー「ナイトレイド」

㈱タイトー（本社東京、西垣保男社長）から「GネットシステムⅢ」第十三弾として、㈱タクミコーポレーション（本社東京、藤本智秋社長）開発TVシューティングゲーム「ナイトレイド」が五月下旬発売となる。

これは横画面、縦スクロールで、攻撃や操作方法、得点システムなどに新しい試みを採り入れたもの。八方向レバーと三つのボタンを操作する。

攻撃面では、自機の翼を分離させると〝ハグランチャー〟となり、自動的に次々と敵機に当たり撃破していくのが特徴。これは使用時間に制限があるが、途中でレバーを上下左右に激しく動かせばエネルギーがたまり、ハグランチャーによる攻撃がさらに続いていく（三十回撃破まで）。なおメインショットはオート連射でき、発射形態が扇状など三段階に変わる。ボムは画面全体への攻撃で無敵となる。

得点システムは、ハグランチャー攻撃時に出る十一万八千円。アイテムによる倍率が加算されるが、アイテムを取らないとマイナスがゲージに表示され、その時に敵を撃破した得点は減点されるというもので、最終的に得点がマイナスや0にもなる。

ゲームカードOP価格一万八千円。

ナイトレイド

戦国伝承2001

「ネオジオ」ソフト

忍者アクション

SNK「戦国伝承2001」

㈱SNK（本社東京、北野一成社長）から、「ネオジオ」ソフトの武器アクションゲーム「戦国伝承2001」が五月下旬発売となる。

これは戦国時代の武将が現代に蘇り武力で世界を制覇しようとするもの。同様に蘇った忍者がやってくるというもの。プレイヤーは八方向レバーと四つのボタンで忍者を操作する。

忍者キャラは四人いて一人を選択。各キャラにより雷光、火炎、分身攻撃など得意技が異なる。攻撃は剣と素手を基本とし、〝忍ゲージ〟がたまると忍術、アイテムを取ると手裏剣など投げる武器が使える。またレバーとボタンの組み合わせにより、大小のジャンプ、ダッシュでの攻撃もできる。

敵に近づいてボタンを連打すると、キャラのアクションが四段階に変わっていく。また接近すると自動的に敵をつかんだ状態になり、ボタンとレバーで敵を左右に投げ分けることができる。

連続攻撃でコンボゲージが増え（一定時間たつと減る）、敵を倒せば高得点となり一定量以上になれば得点倍率が上がる。体力ゲージかタイマー切れで一人アウト、二人アウトでゲーム終了。六ステージ構成。

ゲームカートリッジOP価格八万八千円。

メダル飛ばしゲーム機

大人向けに改良

こまや「ベガスショット」

㈱こまや（本社神戸市、尾上芳郎社長）から、メダルゲーム機「ベガスショット」が三月下旬発売となった。

これは「のっけてケロ」を大人向けバージョンにしたもので、盤面イラストを夜のラスベガスの雰囲気に変え、キャビネットの配色が紫と黒などを使い重厚な感じになった。用意している。

遊び方は前作と同じ。ボックス右側からメダルを投入すると、手前中央の発射台に転がり落ちる。パッドを叩くと、その力に応じてメダルが前方へ飛び、小さな皿に乗るとその時に表示されているデジタル数字の枚数だけメダルが払い出される。キャビネットのサイズは前作と同じで、OP価格二十九万八千円。大人用に高さ四十㌢の台（オプション）で価格一万円）を

ベガスショット

ブロック崩しシューティング

敵弾も打ち返す

彩京の「ガンバリッチ」

㈱彩京（本社東京、藤本光三会長）から、TVゲーム機「ガンバリッチ」が六月発売となる。

これはブロック崩しを基本にシューティングゲームを加えた新しい趣向のゲーム。縦画面で八方向レバーと一つのボタンを操作する。

画面下部に表示されたフリッパーをボタンで閉じさせてパックを打ち返し、上部のブロックを破壊していく。パックを打ち返してレバーを倒すと、パックがその方向へ軌道を変える。

三ステージを一ワールドとし計七ワールドで構成。前半四ワールドは順番がランダムに変わる。ステージが進むと敵キャラが出現し攻撃してくるが、敵弾も打ち返してくる。フリッパーのすぐ下にプレイヤーキャラがいて、これに敵弾が触れると破裂するものや二回当てないと壊れないもの、アイテムを使わないと破壊できないものなどがある。パックを最下部に落とすかタイマー切れで自機を一つ失う。持ち機数制。基板販売で価格未定。

ガンバリッチ

新500円硬貨と2000円紙幣対応で新登場。

自動回収機能付きメダル貸・両替機
MODEL AC-1200T
見やすい表示と大型セレクトボタンを装備。タイマー式自動回収機能やエラー箇所表示機能ですばやく対応。また、選択ボタンで貸出し枚数や金額と両替を自由に設定可能。
表面パネルは1台からでもフリーデザイン可能。（AC-1200T、AC-2200Tとも）

高額紙幣対応両替機
MODEL AC-4000T
リサイクル式高額紙幣処理装置を搭載した両替専用機。もちろんタイマー付自動回収機能で貸出し終了やメダル・硬貨を回収しますので閉店後の作業がスムーズ。

自動回収機能付き両替機
MODEL AC-2200T
回収作業の煩わしさを解消するタイマー式自動回収機能やすぐれた信頼の高性能制御ユニットを装備。

高額紙幣対応メダル貸・両替機
MODEL AC-3000T
タイマー付自動回収機能やデータ記憶機能をはじめ、リサイクル式紙幣対応で釣り銭用紙幣の補充の回数が少なくてすみます。また、お客様へのサービスとして確率設定可能な回転式アタリ機能を内蔵。

AsahiSeiko® お客様各位● 弊社製品は1台からでもご注文を賜ります。ご注文、お問合せは本社営業部までご連絡ください。
信頼と技術のふれあい 旭精工株式会社 本社／〒107-0062 東京都港区南青山2-24-15 PHONE:03-3401-6181/FAX:03-3408-7420 ホームページ http://www.asahiseiko.com
謹告●当社の全製品は特許権、意匠権、著作権などによって保護されています。したがまして権利侵害については、民事上・刑事上の罰則規定が適用されます。

話題のマシン

カプコンから2作目

キャラ2人追加

「カプコンVSSNKプロ」

㈱カプコン（本社大阪、辻本憲三社長）から、TV格闘ゲーム「カプコンVSSNK・ミレニアムファイト2000プロ」が六月五日発売となる。

これは同社とSNKの格闘ゲームキャラが対決するもので、SNKキャラはSNKの許諾により使用。前作に新キャラを加え攻撃方法などをバージョンアップした。

新キャラは「ストリートファイターZERO」シリーズの〝ダン〟と、「餓狼伝説」シリーズの〝ジョー〟の二人。また前作での隠しキャラが最初から使用できるようになった。

ダンは得意の挑発のほか、飛び道具、対空技や突進技などを駆使。ジョーはムエタイを基本とした格闘スタイルで、強力な蹴りによる必殺技、竜巻を発生させる飛び道具などを使い、攻守のバランスがとれた戦い方をする。

またターボスピードがオプション画面で四段階から選べるようになり、最大スピードは「ストⅡターボ」並みになる。このほか各キャラの攻撃内容が調整され、対戦のバランスが少し変わった。

なお二人でチームを組む「ペアマッチモード」もある。

「ナオミ」基板でOP価格二十四万八千円。

カプコンVS SNKプロ

バイクゲーム「ワイルドライダーズ」

目的地まで逃走

セガ社、メダル機「はしれ！パトカー」も

㈱セガ（本社東京、佐藤秀樹社長）から、TVバイクアクションゲーム機「ワイルドライダーズ」が五月下旬発売となった。

「ワイルドライダーズ」は開発子会社のワウ・エンターテイメントが開発している。

プレイヤーは暴走チームのエースライダーとなって、追ってくる警部との距離が縮まらないよう目的地まで逃走するというもの。「ナオミ2」基板によるアニメポリゴン画像（トゥーンレンダリング技術）で、アメリカンコミックの雰囲気を出している。

専用キャビネットを使用し、バイク形ハンドルとブレーキのフットペダルを操作する。表示される指定個所でハンドルを引くとジャンプ、押すとスライド走行するという新しい試みの操作方法を採用。跳ね橋を跳び越えたり、タンクローリーの下をくぐり抜けたりすることもでき、これに成功すれば警部との距離（画面上部に表示）を大きく引き離し、転倒やクラッシュすると距離が縮まる。指定個所でなくてもジャンプやスライドができる。

途中で漫画の一コマが入り、ストーリー性を加える。制限時間やチェックポイントはなく、警部との距離表示が0になってつかまるとゲーム終了。い出される。敵の攻撃を受けたり他車と衝突するとゲーム終了。メダル一枚で一ゲーム。コンティニューもできる。OP価格二十五万八千円。

ワイルドライダーズ

TV落ち物パズルゲーム

アイドル映像で

セイブ「グラビアコレクション」

㈲セイブ開発（本社東京、浜田均社長）から、TVパズルゲーム「グラビアコレクション」が五月中旬発売となった。

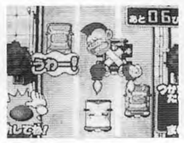
これはパックにアイドルの真鍋かをりの映像を採用しており、同社では「ZEPPINシリーズ」第一弾として、今後のゲーム画面の背景にアイドルを使っていくとしている。

上部から三つ一組で落ちてくるカラーボールの配置を変えながら下部に積み上げ、縦、横、斜めに同色ボールを四つ以上並べて消していくゲーム。途中で〝おじゃま球〟が現れるが、周囲のボールを消すとカラーボールに変わる。ボールの積み重ねのため、予期しない転がり方をして連鎖消しが起きやすくしてある。

消したボール数と連鎖数で得点が変わり、得点はタイマー数に置き替えられる。そのタイマー数の時間だけ、アイドルの映像が楽しめる。日によって難易度が変わるシステムを搭載している。基板セット販売でOP価格二十九万八千円。

グラビアコレクション

はしれ！パトカー



新500円硬貨と2000円紙幣対応で新登場。

4ウェイ電子コインセレクター
MODEL AF-654
新500円硬貨はもちろんあらゆるコインやメダルに幅広く対応。投入コインのデータをセレクターがプログラムし記憶しますので選別精度が安定。また、旧500円硬貨受入れ有無の切替えスイッチが付いています。

新500円硬貨3.5インチ電子セレクター
MODEL AD-622E
投入コインから得たコインデータを元にセレクターが選別基準をプログラムし記憶するため安定した選別精度を誇ります。また、旧500円硬貨受入れ有無の切替えスイッチが付いています。

2,000円紙幣対応コンパクト紙幣識別機
MODEL GBS-204
新紙幣対応で1金種または4金種のモデルを選択できます。識別は光方式を採用、読取精度が高く信頼性に優れていますので安心して利用できます。スタッカーは約300枚の紙幣収納が可能です。

AsahiSeiko® お客様各位● 弊社製品は1台からでもご注文を賜ります。ご注文、お問合せは本社営業部までご連絡ください。
信頼と技術のふれあい 旭精工株式会社 本社／〒107-0062 東京都港区南青山2-24-15 PHONE:03-3401-6181/FAX:03-3408-7420 ホームページ http://www.asahiseiko.com
謹告●当社の全製品は特許権、意匠権、著作権などによって保護されています。したがまして権利侵害については、民事上・刑事上の罰則規定が適用されます。

まるちかめらあいず MULTI CAMERA EYES No.376

有田佐市

Ludus Tonalis〈23〉

音楽書の売れ行きがもうひとつで、音楽之友社が倒産するのではないかとかヤマハが音楽之友社を合併して子会社にするのではなかろうかとか、音楽雑誌ではシェア一〇〇%に近い「レコード芸術」を出版している音楽之友社の経営が危機に瀕しているという記事が毎日新聞で報ぜられている。

コトは音楽雑誌だけではなくて、程度の差はあるにせよ大中小すべての出版にかかわる企業に及んでいる。

社会全般にわたって、食うことにはそう困らない生活水準なので、プアな人ほど日常茶飯事に追いまわされて気づかない人が多いが、このところわが国では貧富の差が急速に拡がり、今まで所謂中流であると人々のかぶっていた人もいたりの部分が二つに分れるものだが、今は店の奥に形成するように社会階層内の変動がすすんできている。

ニューブアから路上生活までの距離はそう遠いものではない。

昨年の年末、神田の古本屋を回って見て驚いたのは、水道橋から神保町にかけての古本屋の親父さんの風体が殆んど路上で生活をしている人たちと変らなかったことと、通路にも山積みされている汚れた膨大な本、まるで廃芥の山に囲まれた路上生活者という趣きの古書店が多くなっている。

以前は古本屋の親父は店の奥のカウンターを前にして、値づけの本をぱらぱらと捲ったり、煙草を喫ってお茶を飲んだり、オフとは殆んど本の質には関係なく新刊書を中心として汚れが目立たない出前でとった珈琲を楽しみながらパイプをくゆられ、それを定価の五割の値で売る。売れない本にじっと座っているほどの落着いた気分を失い、店の前の道路に出て、店に入る客がいないかと右左と道を観察したり、店の入口の辺りで店の前を通る人を店に入って本を買ってくれないかと祈るような気持でじっと立っていたり、どちらにしても店の奥ではなくて店の前の方に出ている親父が多くなっていた。

古本屋でも貧富の差が激しくついてしまった。

ただ問題なのは、富の方の古本屋でも、今クローズアップされてきたブックオフで本を仕入れてきたりしていることである。

周知のごとく、ブックオフとは殆んど本の質には関係なく新刊書を中心として汚れが目立たない本は定価の一割で買いいうとするのである。そういう人たちが出てくるほど街の新刊書店の経営は苦しい状態に陥っている。

本は他の商品と違い、単なるモノではないから素人が手を出しても失敗するのが関の山だと冷やかしていた従来の古本屋のかなりの部分の店が、ブックオフによって足をすくわれてしまった。

神田の古本屋でも、店親父が確固たるポリシーをもって、本に対して、本に対する狂気にも似た熱意を常に失うことなく、売れない本は迷うことなく、売れないものは、自分の専門分野については日々勉強を怠ることなく、自分の勘でコンピューターに勝つことが出来る品揃えをしている店は今の困難な時代においても、その店は文字通り光り輝いている。ただ残念なことにはそういう店の数はごく限られたものでしかない。

問題は結局人の勘を形成しているヒンタードの広さと深さによるもので、コンピューターにインプットされている知識の量よりも膨大な要因を、コンピューターよりも遙かに速く判決断を下せる勘である。

おもいもかけず『レコード芸術』から話題般のことへと外れてしまったのだが、『レコード芸術』へ話をもどして、昭和三十年代から昭和一年に結婚するまで、省略してレコ芸とよばれるこの雑誌は私が毎月心待ちにしてその発行日を待っている雑誌のひとつであった。結婚してからは、結婚してからは感じで眩惑を生じそうなようにレコードを聴くなり、それにつれてレコードも以前のようには大量に購入しなくなり、レコ芸も購読しなくなっていた。

丁度アヴァンポップスの追っかけが終る頃、一九九六年八月、新聞の広告欄でレコ芸の特集「名曲名盤三〇〇選」という名曲名盤三〇〇選」というのが目にとまり、久々にレコ芸を購入した。

この「名曲名盤三〇〇選」は九六年八月九月、九七年八月九月、九八年八月九月と三箇年にわたり掲載されたので計六冊になる。

昭和三十年代でも、レコ芸は一年毎に部厚く重くなり、雑誌の中でもその重厚さをもてあましていたものだが、今回レコ芸を購入して更に重厚さを増しているのに驚く。それほど毎月出されているCDの数が多くなっているのだ。しかもこれはクラシックだけに限ったものであるが、それ以外のジャンルも考えれば気か遠くなってしまう。

私はジャズはほんのちょっとつまみ食いをしただけでクラシックを聴く時間が無くなってしまうので意識的に避けているのだが、ジャズはジャズだけでスイングというこれもまた重厚な雑誌が毎月発行されている。

クラシックでも一九六六年から一九九六年にかけて、間で気になるものはほんのたまに購入したことはあるのだが、約三十年のブランクがあったので、三十年前のクラシックのLPに関する知識では大海の海水をスプーンですくっているような感じで眩惑を生じそうなものだった。

ABLE CORP.LTD.

新時代のマシンを生み出す
トータルサプライヤー……エイブルコーポレーション

チャンスシリーズ第8弾

新製品
●専用景品によりインカムアップ!!
●90cmくらいの景品陳列も可能
●だれでも遊べる簡単なゲーム

特許申請中(景品払出機構／玉排出機構)
エイブル

新製品
老・若・男・女、だれもが楽しめる!!
●BB弾で悪者たちを撃ちまくれ!!
●設定得点になるとダーツに挑戦
命中した番号の景品をGET!!

エイブル

各種好評発売中

●正統派&斬新マシン登場!
●アルゼ製人気パチスロをシリーズ化
●液晶サブゲームも次々と投入!!

セタ/エイブル

スーパーライブボディ
(メダルゲーム用汎用筐体)

新製品
●ポーカー、スロット、麻雀、花札、競馬等
●TVメダルゲーム基板が入ります
●オペレーターのオーダーメードを承ります

エイブル

株式会社エイブルコーポレーション
ABLE CORPORATION, LTD.
〒171-0014 東京都豊島区池袋4-8-3
TEL 03(3988)2061(代) FAX 03(3986)5180
★インターネットホームページ http://www.able-corp.com

JUNE 1

Game Machine's Best Hit Games 25

■TVゲーム機──ソフトウェア (VIDEO GAME SOFTWARE)

前回	機種名(メーカー名) MODEL (MANUFACTURER)	評価(RATING)
1	1 機動戦士ガンダム 連邦VS ジオン(カプコン／バンプレスト Naomi) Mobile Suit Gundam (Capcom/Banpresto)	8.53
2	2 ストリートファイター ZERO 3 アッパー(カプコン／セガ社 Naomi) Street Fighter Zero 3 Upper (Capcom/Sega)	6.64
❸	– バーチャストライカー 3(セガ社 Naomi) Virtua Striker 3 (Sega)	6.61
❹	– プロギアの嵐(ケイブ／カプコン) Progear (Cave/Capcom)	6.33
5	4 ミスタードリラー グレート(ナムコ) Mr. Driller Great (Namco)	5.80
6	3 バーチャストライカー 2 バージョン2000(セガ社 Naomi) Virtua Striker 2 ver.2000 (Sega)	5.53
7	5 ギルティギア X(サミー Naomi) Guilty Gear X (Sammy)	5.24
❽	– スーパーワールドスタジアム 2001(ナムコ) Super World Stadium 2001 (Namco)	5.18
❾	15 ストリートファイター Ⅲサードストライク(カプコン) Street Fighter Ⅲ 3rd Strike (Capcom)	5.00
10	6 鉄拳タッグトーナメント(ナムコ) Tekken Tag Tournament (Namco)	4.93
⓫	13 ハイパービシバシチャンプ(コナミ) Hyper Bishi Bashi Champ (Konami)	4.89
12	9 バーチャストライカー 2 バージョン99(セガ社) Virtua Striker 2 ver.99 (Sega)	4.80
13	12 ザ・キング・オブ・ファイターズ2000(SNKネオジオ) The King of Fighters 2000 (SNK)	4.78
14	10 パワースマッシュ(セガ社 Naomi) Virtua Tennis (Sega)	4.76
15	7 テトリス(セガ社) Tetris (Sega)	4.69
⓰	20 上海・昇龍再臨(タイトーGネット) Shanghai Climbing Dragon (Taito)	4.56
⓱	18 スーパーワールドスタジアム 2000(ナムコ) Super World Stadium 2000 (Namco)	4.54
18	11 カプコン VS SNK(カプコン Naomi) Capcom vs. SNK (Capcom)	4.50
⓳	21 対戦ホットギミック フォーエバー(彩京) Mahjong Hot Gimmick Forever* (Psikyo)	4.45
20	14 対戦ホットギミック 3(彩京) Mahjong Hot Gimmick 3* (Psikyo)	4.34
21	16 ダイナマイトベースボール 99(セガ社 Naomi) Dynamite Baseball 99 (Sega)	4.33
㉒	23 ギガウイング 2(タクミ／カプコン) Giga Wing 2 (Takumi/Capcom)	4.30
23	22 ストライカーズ1999(彩京) Strikers 1999 (Psikyo)	4.29
㉔	26 バーチャNBA(セガ社 Naomi) Virtua NBA (Sega)	4.20
㉕	41 マーヴル VS カプコン 2(カプコン Naomi) Marvel vs. Capcom 2 (Capcom)	4.13

*The Traditional Japanese Games or Japanese Quiz Game, etc

■完成品タイプのTVゲーム機 (DEDICATED VIDEOS)

前回	機種名(メーカー名) MODEL (MANUFACTURER)	評価(RATING)
1	1 太鼓の達人(ナムコ) Taiko no Tatujin (Namco)	8.50
❷	4 ヴァンパイアナイト(SD／DX)(ナムコ) Vampire Night (SD/DX) (Namco)	8.09
3	3 シャカっとタンバリン!(セガ社 Naomi) Syakatto-Tambourine (Sega)	7.51
❹	6 スリルドライブ 2(2P／SD／DX)(コナミ) Thrill Drive 2 (2P/SD/DX) (Konami)	7.50
5	2 ダービーオーナーズクラブ 2000(セガ社) Derby Owners Club 2000 (Sega)	7.48
❻	7 東京バス案内(セガ社) Tokyo Bus Route (Sega)	7.13
7	5 モーキャップボクシング(コナミ) Mocap Boxing (Konami)	6.82
❽	13 バトルギア 2(タイトー) Battle Gear 2 (Taito)	6.75
❾	20 ニンジャアサルト(ナムコ) Ninjya Assault (Namco)	6.69
10	10 ドラムマニア・フォースミックス(コナミ) Drum Mania 4th Mix (Konami)	6.62
11	9 バーチャファイター 3tb(セガ社) Virtua Fighter 3 Team Battle (Sega)	6.56
⓬	17 ザ・ハウス・オブ・ザ・デッド 2(DX／UP)(セガ社) The House of The Dead 2 (DX/UP) (Sega)	6.45
⓭	15 コンフィデンシャルミッション(SD／DX)(セガ社) Confidential Mission (SD/DX) (Sega)	6.33
14	14 スタントタイフーン(タイトー) Stunt Typhoon (Taito)	6.00
⓯	22 リッジレーサーVアーケードバトル(ナムコ) Ridge Racer V Arcade Battle (Namco)	5.89
16	8 ザ・警察官(コナミ) Police 911 [Police 24/7] (Konami)	5.83
⓱	27 ザ・タイピング・オブ・ザ・デッド(セガ社) The Typing of The Dead (Sega)	5.58
⓲	25 ゴルゴ13 奇跡の弾道(ナムコ) Sniper 13-Miracle Trajectory (Namco)	5.14

■その他アーケードゲーム機 (OTHER ARCADE GAMES)

前回	機種名(メーカー名) MODEL (MANUFACTURER)	評価(RATING)
1	1 劇的美写(日立ソフトウェアエンジニアリング／セガ社) Gekitekibisya (Hitachi Software Engineering/Sega)	8.83
2	2 めちゃキレイ!(アトラス) Mecha Kirei! (Atlus)	8.67
❸	4 チャオッピ!(オムロン) Chaopi (Omron)	8.29
4	3 フラッシュショット(オムロン) Flash Shot (Omron)	8.27
5	5 キャンバスショット(オムロン) Canvas Shot (Omron)	8.13
❻	9 フォト&シール・キララ 2(メイクソフトウェア) Photo & Seal Kilala 2 (Make Software)	7.78
7	6 フォト&シール・クルクル(メイクソフトウェア) Photo & Seal Kuru Kuru (Make Software)	7.71

評価 (RATING) 調査ロケーションの設置機種を売上げと人気度から見たランク付けで、各オペレーターの判断によるデータを集計、その平均値を示したもの。数字の意味は10：これ以上ない爆発的な人気と売上げ、9：すばらしい人気と売上げ、8：大変いい人気と売上げ、7：いい人気と売上げ、6：まあいい人気と売上げ、5：平均的なもの、4：平均以下(以下省略)

SEGA®

待望の新作ついに登場！
スパイクアウトシリーズ
スパイカーズバトル
SPIKERS BATTLE™
生き残ることが最強の証だ！
Original Game ©SEGA
©SEGA/AMUSEMENT VISION,LTD.,2001

4人対戦のバトルロイヤル形式！ NAOMI™
戦略性の高いエキサイティングなバトルが可能！
申込締切 6月14日
7月中旬発売予定
業界初の4P通信協力プレイで好評を博した「スパイクアウト」シリーズの最新作がついにリリース！前作の操作システムや世界観をそのまま活かし、バトルロイヤル形式の対戦ゲームとして新たに生まれ変わりました。

目指せ！水上の覇者!!
WaveRunner™ GP
ウェーブランナーGP
NAOMI™
予約締切 6月15日
8月上旬発売予定
あのマリンジェットの水上レースゲームがよりエキサイティングになって登場!!
マリンスポーツの世界でナンバーワンの地位を持つヤマハ発動機株式会社の協力により、2000年モデル「GP1200R」をゲーム中でリアルに再現しました。
ライバルのたてる引き波に気をつけろ！
引き波とは艇が走ったあとに水面にたつ波のこと。このゲームでは、実際と同じようにライバルが作った引き波に影響されるので、ライバルの動きにも注意しよう！
水上の変化を見逃すな！
コースの水位は周回ごとに変化していて、今まで水没していたジャンプ台が2周目に出現する、という現象も起きる。コースの変化に合わせて、うまくラインを取って走ろう！
仕様（概要）：
1,230(W)×2,700(D)×2,300(H)
AC100V 1300W 450kg
©CRI/SEGA,2001

NAOMI™2
ビーチスパイカーズ
VIRTUA BEACH VOLLEYBALL
真夏の人気スポーツ・ビーチバレーボールがアーケードゲームに!!
多彩な動きを駆使した熱いラリーの応酬が、1レバー+2ボタンで簡単に操作可能。ビーチバレーボールファンのみならず、すべてのゲームファンを熱狂させる新感覚のスポーツゲームです。
7月発売
1ボードで最大4人同時プレイ可能！
©CRI/SEGA,2001
真夏の太陽、澄んだ青空、飛び散る白い砂。
リゾート感あふれる、
陽気で過激な新スポーツゲーム登場。

お客様とのコミュニケーションを大切に！
遊びはプライズマシン＋雰囲気はカーニバルマシン、
新発想のカーニバルプライズマシン登場!!
スーパージャジャステーション™
本サイズ：1,533(W)×4,589(D)×2,362(H) AC100V 700W 18人用

あの、ダンシングフィーバーがゴールドに輝いて再び登場!!
SEGA
DANCING FEVER™ GOLD
ダンシングフィーバーゴールド
1,370(W)×1,300(D)×2,045(H)mm
325kg AC100V 530W
©SEGA 2000,2001
DANCE☆MAN appears courtesy of AVEX INC.

クラッキンDJ PART2™
Hitmaker
新曲22曲を追加!!
初めてプレイする人にもわかりやすい、新システムのレッスンチューン（練習曲）で誰でも楽しく簡単にDJレッスンをすることができます。また、「スーパーリミックスバージョン」を追加し、上級プレイヤーをも唸らせます。
© SEGA/Hitmaker, 2000 2001
あのDJ体験ミュージックゲームのNEWバージョンが
曲ジャンルを大幅に広げて はやくも登場!! NAOMI™

SEGA® 株式会社セガ

本社3号館 東京都大田区東糀谷2-12-14 電話03(5737)7539(国内販売部)
電話03(5737)7541(プライズ販売部)
電話03(5737)7544(海外販売部)
札幌販売 札幌市豊平区豊平五条3-2-34 電話011(841)0250(直通)
関西販売 大阪府豊中市豊南町東2-5-3 電話06(6334)5336(直通)
九州販売 福岡県福岡市博多区博多駅南5-7-5 電話092(452)6843(直通)
名古屋販売 愛知県名古屋市名東区社が丘1-804 電話052(702)3003(直通)
●ここに記載されている製品の内容は、予告なしに変更される場合もございますので、ご了承下さい。

すべてのアミューズメント情報がここに。
sega-am.com™
URL: http://www.sega-am.com

Konami Results Good, Except For Coin-Op

Konami Corp., Tokyo, posted ¥171,480 million in consolidated revenue, up 16.9% over the preceding year, and ¥21,781 million in final net income up 18.7%, for the fiscal year ended March 2000. In the consolidated results posted on May 10, 31 subsidiaries were included with five new subsidiaries being added and five old ones closed.

A breakdown of revenue shows that coin-op amusement games accounted for ¥17,128 million, down 32.4%, gaming machines ¥8,510 million, down 34.5%, home videos ¥59,175 million, down 3.4%, pachinko devices ¥14,665 million, up 11.3%, card games such as "Yugio" ¥60,525 million, up a huge 117.6%, new fitness business ¥4,732 million, arcade operation ¥4,810 million, up 6.8%, and "Others" ¥1,931 million, up 22.7%.

The hit sales of "Yugio" game cards was the result of the TV series being rebroadcast and lead to further growth in revenue. However, revenue from coin-op videos and gaming devices turned downward significantly. Although the drop in home videos was small, the high cost of development is a serious concern. A breakdown of operating income was as follows: home videos ¥7,454 million, down 51.8%, coin-op amusement games ¥3,901 million, down 25.3%, game cards ¥30,614 million, up 176.7%, pachinko devices ¥4,232 million, up 35.5%, and others ¥381 million. A breakdown of operating loss was as follows: gaming machines ¥425 million, fitness business ¥393 million, and arcade operation ¥176 million.

Revenue from overseas accounted for ¥20,327 million, down 27.0%, and its ratio to overall revenue decreased to 11.9% from 19.0%. Konami will put the fitness business of Konami Sports (former People) to full operation, and develop "Yugio" operations in the USA within this year. The company also revealed plans to sell all of its 20 arcades, since they "ceased to play their part as antenna shops."

Konami forecast ¥250,000 million in consolidated revenue and ¥24,000 million in final net income for the fiscal year to end March 2002.

Konami also reported ¥148,470 million in non-consolidated revenue, up 14.1%, and ¥18,042 million in net income up 11.1%, for the fiscal year ended March 2001. Konami does not show its forecast for non-consolidated results for the fiscal year to end March 2002.

Sony Shows Huge Home Vid Loss

Sony Corp., Tokyo, posted ¥7,314,824 million in consolidated revenue, up 9.4% over the preceding year, and ¥16,754 million in final net income down 86.2%, for the fiscal year ended March 2001. According to a breakdown of consolidated results, the home video game division (ie. SCE) shows ¥660,916 million in revenue, up 0.9%, and ¥51,118 million in operating loss (vs. ¥76,935 million in operating income in the preceding year).

Although consoles for "PS2" and "PS one" sold well in Japan, the USA and Europe, game software sales were sluggish. Furthermore, due to high marketing costs associated with the launch of the "PS2", capital investments for upgrading manufacturing facilities etc., the company incurred a huge loss. However, according to Sony, this year should see good growth in software sales due to the ironing out of problems in the console manufacturing process.

Although stand-alone results of the home video game division were not shown, it seems likely that it will return to profitability by mid-2001.

Sluggish Market Hurts Banpresto

Banpresto Co., Ltd., Matsudo, Chiba, posted ¥31,721 million in consolidated revenue, down 5.6% from the preceding year, and ¥1,624 million in final net income, up 40.9%, for the fiscal year ended March 2001. The results including six subsidiaries were announced on May 5.

A breakdown of revenue shows that coin-op games, prizes and arcade operation accounted for ¥19,326 million, down 14.0%, home videos ¥6,707 million, up 7.4%, and "Others" ¥6,822 million, up 7.5%. Although the operating income earned by the amusement division was ¥2,197 million, down 6.6%, and home videos ¥1,374 million, the "Others" section incurred ¥672 million in operating loss. Revenue from overseas was not shown.

Although the amusement division is operating arcade games, kiddie rides, prizes and others, it incurred poor results because of the sluggish market. The division intends to concentrate its energy on games and prizes for kids.

Banpresto is forecasting ¥33,000 million in consolidated revenue and ¥1,200 million in final net income for the fiscal year to end March 2002.

Capcom Coin-Op Results Up

Capcom Co., Ltd., Osaka, posted ¥49,082 million in consolidated revenue, down 4.8% from the preceding year, and ¥6,007 million in final net income, down 38.1%, for the fiscal year ended March 2001. 10 subsidiaries are included in its consolidated results posted on May 15.

A breakdown of revenue shows that coin-op games sales accounted for ¥7,531 million, up 40.2%, home videos ¥31,727 million, down 11.3%, and others (arcade operation, pachinko devices, and movie film) ¥10,246 million, down 5.2%. Operating income from home video games and "Others" were ¥7,404, down 39.1%, and ¥1,797 million, up 117.3%, but coin-op games incurred an operating loss of ¥57 million (improved from a loss of ¥2,027 million in the preceding year).

Revenue from overseas accounted for ¥15,194 million, down 26.4%, and its ratio decreased to 31.0% from 40.0%.

Although it had a hit with the coin-op video "Capcom vs. SNK" etc., there were also several flops. In the home video games category, "Dino Crisis 2" for "PS", "Onimusha" for "PS2", etc. were hits, but the cost of development also increased correspondingly. While four new arcades were opened, five existing arcades were closed.

Capcom is forecasting ¥60,000 million in consolidated revenue and ¥6,000 million in final net income for the fiscal year to end March 2002.

Capcom also reported ¥37,488 million in non-consolidated revenue, up 1.6%, and ¥2,749 million in net income, down 35.1%, for the fiscal year ended March 2001. Capcom is forecasting ¥48,000 million in non-consolidated revenue and ¥4,000 million in net income for the fiscal year to end March 2002.

Sammy Shows Favorable Results

Sammy Corp., Tokyo, posted ¥78,275 million in consolidated revenue, up 63.7% over the preceding year, and ¥10,748 million in final net income, up a huge 330.3%, for the fiscal year ended March 2001. With the addition of four new subsidiaries, the company now has 10 subsidiaries in total. On May 15, it announced its business results and plan for the coming three years.

A breakdown of revenue shows that pachislot/pachinko accounted for ¥69,104 million, up 63.6%, coin-op amusement games ¥4,209 million, up 30.6%, home videos ¥3,950 million, up 99.4%, and "Others" (arcade operation, music business, CG business) ¥1,011 million, up 177.8%. Revenue from overseas was not shown, since it occupied only less than 10% of total. The pachislot/pachinko division registered operating income of ¥24,296 million, up 115.0%. However, coin-op games incurred a loss of ¥179 million, home videos a loss of ¥278 million, and "Others" a loss of ¥592 million.

Sammy is increasing its pachislot/pachinko production capacity, aiming to increase its share in this field. It also intends to strengthen its amusement business. Sammy forecast ¥118,000 million in consolidated revenue and ¥15,100 million in final net income for the fiscal year to end March 2002.

Game Machine
Editor: *Masumi Akagi*
Amusement Press, Inc.
Yachiyo Bldg., 2-2-1,
Nakazaki-Nishi, Kita-ku,
Osaka, 530-0015 Japan
faxphone (81) 6-6314-3821
Email: editor@ampress.co.jp
Web site: http://www.ampress. co.jp/
© 2001 Amusement Press, Inc.

FILLMORE GAMES
FILLMORE GAMES
! VIDEO GAME PCBS (Used)
!! DELUXE VIDEOS
& SIMULATORS (Reconditioned)
FOR SALE
Visit our web site for more information
www.fillmoregames.com
tosh@fillmoregames.com
Fillmore Games
26 Hagiharadai Nishi 1, Kawanishi,
Hyogo 666-0006, Japan.
Tel: +81(727)91-1955 Fax: +81(727)91-1933

CAPCOM

ブッ壊ス。

この夏、危険因子が電脳空間(サイバースペース)へ侵入(ライン)する。

この戦いは常に、
イーブンとは限らない。
先手、状況を的確に把握しろ。
敵の数、位置関係、体力、
武器、残弾数を同時に確認、
さらにフィールド内で遮蔽物として
使えそうなものをチェック。
…生き残るために、
コンマ2秒で判断を下せ。

HEAVY METAL NETWORK SYSTEM

HEAVY METAL™

Geomatrix

ヘビーメタル ジオマトリックス

Heavy Metal is a trademark owned by Metal Mammoth Inc. Used with permission. Copyright, Trademark & Other Intellectual Property Rights Notices Heavy Metal TM and © 2001 Metal Mammoth, Inc. Simon Bisley TM and © 2001 Kevin Eastman Studios, Inc. © CAPCOM CO., LTD. 2001 ALL RIGHTS RESERVED.

チームプレイでデスゲームに挑め!!

対戦か、チームか?2筐体で最大4人同時対戦!
<1対1(VS. MODE)><1対2・2対2・2対CPU(TAG MODE)>のマルチ対戦システム搭載!
そして<1対CPU(1人プレイMODE)>の3つのモードで状況を選ばない対戦形式を実現!

多彩な攻撃アクションによるハイスピードバトル!
フィールド上の銃、剣、トラップ…etc.多くの武器・アイテムを駆使し、多彩なバトルスタイルを組み立て敵に立ち向かえ!

世界最高峰のファンタジー・コミック・マガジンの<HEAVY METAL>が電脳空間(サイバースペース)に新登場!!
<HEAVY METAL>誌のオーナー"ケビン・イーストマン"がストーリー原案とキャラのラフデザインを担当。そして同誌の看板的アーティスト"サイモン・ビズリー"が全てのキャラデザインを手掛け、カプコンがゲームを制作するという夢のタッグが実現。

本物の[重・金・属サウンド]がバトルにビートを叩き込む!!
メタル界のカリスマ的存在"メガデス"や"ハルフォード"を始め超一流バンドが、このゲームのために集結、鋼鉄のバトル・サウンドを響かせる!

NAOMI™

画面は開発中のものです。

株式会社カプコン
〒540-0037大阪市中央区内平野町3丁目1番3号 <AM国内販売> 〒163-0411東京都新宿区西新宿2丁目1番1号(新宿三井ビル11階) TEL.(03)3340-0730 FAX.(03)3340-0701
★アクセス簡単!!カプコンiモードサービス:[カプコンパーク]●Imenu→メニューリスト→ゲーム／占い→ゲーム→カプコンパークへアクセスして下さい。
CAPCOM FAX 通信 FAX: 06-6947-4540 知りたい情報満載!!24時間いつでも引き出せます。★<カプコンホームページ> http://www.capcom.co.jp/★<ヘビーメタルホームページ> http://www.heavymetalgeomatrix.com/