

知的ネットワーク時代の ネット所有権入門

MP3とCSデジタル音楽放送について想うこと

第47回

これからのコンテンツビジネス

新しいインフラが及ぼす コンテンツビジネスへの影響

この連載が始まってから、かれこれ4年が経ちました。この間、インターネット関連技術はめざましい発展を遂げ、まさに隔世の感があります。データの伝送速度は著しくスピードアップし、ストリームデータ配信技術によって、実用レベルのスムーズな映像配信も実現しました。プッシュ技術の普及により、放送型のサービスもずいぶん増え、充実してきました。

当初は一部の先端的な利用者の興味の対象に過ぎなかったインターネットも、今や実用的なインフラとして、我々の生活の中にどっしりと定着してきたように思います。

インターネットのような新たなインフラの普及は、コンテンツビジネスに大きな変革をもたらしつつあります。その1つの象徴的な例は、MP3やCSデジタル音楽放送が音楽ビジネスへ及ぼしている影響でしょう。

今回は、最近何かと話題となっているMP3とCSデジタル音楽放送に関する問題を取り上げて、インターネットなどの技術革新がコンテンツビジネスに及ぼす影響と、法的な意味について考えてみましょう。

1. これまでの音楽コンテンツの提供形態

これまで、音楽コンテンツはCDなどのパッケージ、すなわち「物」の販売を中核として行われてきました。レコード会社などのベンダーはCDなどの「物」を作ってこれを消費者に販売し、その収益を著作権者、実演家などの権利者に分配するというのが、音楽産業の基本的なビジネススキームでした。そうしたビジネススキームの下で「物」を買った消費者は、いつでも、何度

でもコンテンツを鑑賞することができるようになったわけです。このパッケージ系のビジネスは、コンテンツの提供形態という面で見れば、ベンダーが「物」を作って消費者に「物」として販売する形態ということができます。

従来型の音楽コンテンツの提供形態にはパッケージ系とは異なるものもあります。それは、いわゆる放送やコンサートです。放送やコンサート型の提供形態の場合、消費者は限定された時間に限定された回数だけ、コンテンツを鑑賞できるようになるわけです。

2. これまでの音楽コンテンツの提供形態に基づく法的な仕組み

上記のような音楽コンテンツの提供形態を前提として、著作権法に基づいて、これまでに下記のような法的な仕組みが構築されてきました。

- (1) ベンダーがCDなどの「物」を作るためには、著作権者などの権利者から複製権の許諾を受けて、使用料を支払わなければならない。
- (2) 著作権者などの権利者は、消費者が家庭内での使用を目的としてコンテンツをコピーしても、特に問題としない。【○】

ただし家庭内であっても、デジタル録音、録画に伴って、著作権などの権利者の権利に相当の影響が及ぶので、デジタル録音、録画機器の製造業者はその販売に際して、消費者から補償金を徴収して、これをまとめて、権利者団体に支払う。【○】

- (3) CDなどの「物」を購入した放送事業者は、一定の使用料さえ払えば、個別に許諾を受けなくともその「物」を用いて音楽

ネットワーク知的所有権研究会

弁護士 宮下佳之
Yoshiyuki Miyashita

を再生して放送することができる。【⑤】
 (4) いわゆるインタラクティブな送信によってコンテンツを配信するためには、権利者の個別の許諾が必要である。【⑥】

インターネットなどのインフラの普及により、上記のビジネススキームは根底から覆される可能性があります。ベンダーがコストをかけて「物」を作らなくとも、消費者が勝手に「物」を作って、勝手にお金を支払って、しかも勝手に顧客名簿に名前と住所を書いていってくれるシステムが容易に構築できるようになり得るからです。そうしたシステムのほうが効率的だし、消費者にとっても便利であろうことは疑いのないところです。

このようなビジネススキームの変貌に伴い、法的な仕組みも見直しが必要となってきました。前述の仕組みは、ベンダーが製造販売する「物」を中心に構築されているわけですが、インターネットなどのネットワーク環境では、ベンダーは必ずしも上記のような「物」の製造者ではないからです。

3.MP3の効用と問題

最近、インターネット上でMP3と呼ばれる圧縮技術を用いて圧縮された音楽データを配信するウェブサイトが急激に増えてきました。MP3(MPEG AUDIO Layer III)は、MPEGと呼ばれる動画圧縮技術を音楽の圧縮に応用したもので、高度の圧縮を可能としながらCDに迫る音質による再生を実現する、大変優れた技術であると言われています。

MP3の音楽データをダウンロードした消費者は、MP3用のプレーヤーさえあればいつでも何度でも音楽を鑑賞できますから、このデータは経済的にはベンダーが販売す

るCDなどの「物」に代替しうるものと言うことができます。

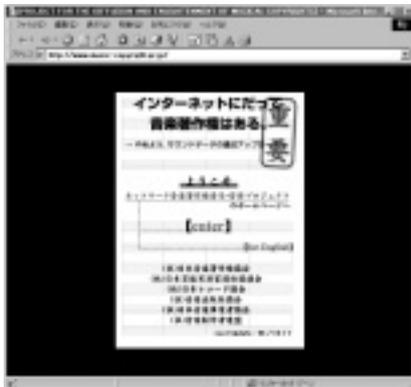
MP3のような音楽データがネット上で容易に入手できるようになれば、消費者としては便利です。わざわざレコード店まで行かなくともコンテンツを入手できるし、音楽データをハードディスクなどに記録しておけば、好みの楽曲を好みの順番で再生したりもできるし、そのほか工夫次第で多様な音楽の楽しみ方ができるようになるからです。

MP3自体は音楽の付加価値をより一層高めてくれるツールとなる可能性のあるものですが、残念ながら、今までのところインターネット上で提供されているMP3の音楽データの相当数は、著作権者などの権利者に無断で提供されている違法なものと言われています。MP3が便利で魅力的であるがゆえに、従来型のビジネススキームに重大な支障が及びつつあるのが現状なのです。

MP3などの音楽データの配信は、従来型の音楽コンテンツが持つ提供形態のうち、パッケージ系と同様の経済的な効果をもたらすものでありながら、物をベンダーが作らないという根本的な違いがあります。【⑥】



- 【①】 著作権法第30条1項によると、「著作物は、(...)個人的に又は家庭内その他これに準ずる限られた範囲内において使用すること(以下「私的使用」という。)を目的とする場合には、(...)その使用する者が複製することができる。」と規定されています。ただし、「個人的」又は「家庭内」であれば、目的や用途の如何を問わず、一切複製権が及ばないという法制度は、世界的にはまれであるようです。
- 【②】 著作権法第30条2項によると、「私的使用を目的として、デジタル方式の録音又は録画の機能を有する機器(...)であつて政令で定めるものにより、当該機器によるデジタル方式の録音又は録画の用に供される記録媒体であつて政令で定めるものに録音又は録画を行う者は、相当な額の補償金を著作権者に支払わなければならない。」と規定されています。
- 【③】 著作権法によると、実演家やレコード製作者は、適法に販売されたCDなどを用いたレコード演奏が放送に使用されること自体をやめさせることはできず、単に「二次使用料」と呼ばれる対価を権利者団体を通じて放送事業者から回収することしかできないものとされています。一方、著作権者は公衆送信権という権利を持っているので、建前上は自分の著作物が放送に使用されることをやめさせることができるはずですが、音楽著作物の独占的な管理団体であるJASRACと放送事業者間での包括的な許諾契約が既に存在しているために、放送事業者は事実上は使用料さえ支払えば、レコード演奏を放送に使用できるようになっています。
- 【④】 1997年の著作権法改正により、著作権者、実演家、およびレコード製作者のいずれに対しても、インタラクティブな送信を可能とする行為をやめさせることのできる権利(この権利は「送信可能化権」と呼ばれています)が認められました。
- 【⑤】 もっともサーバーにMP3のデータを蓄積する際に、著作権者の複製権、実演家の録音権、およびレコード製作者の複製権をそれぞれ侵害することになり、また同時に、著作権者の公衆送信権、実演家の送信可能化権、及びレコード製作者の送信可能化権を、それぞれ侵害することになります。



JASRACや日本レコード協会など6団体で結成された「ネットワーク音楽著作権普及・啓発プロジェクト」のホームページ。

URL <http://www.music-copyright.gr.jp/>

権利者側とすれば、そこで「ベンダーが物を作らなくとも、データをダウンロードさせることによって消費者に『物』を作らせているのだから、自分が『物』を作っているのと同じことではないか」などと言って、消費者がダウンロードすることに対するベンダーの責任を追及したり、「違法なMP3のデータが蔓延していることを知りながらプレーヤーを販売する者は、違法行為を助長することになる」^⑩といった理由で、MP3プレーヤーの製造業者や販売業者の責任を追及しようとしたりするわけです。

せっかくの優れた技術であっても、その技術に対応した音楽コンテンツが提供されなければ何の意味もありません。MP3のような新しい技術がその効用を十二分に発揮するためには、音楽コンテンツの提供者である権利者の協力が不可欠です。無許諾の違法なMP3データがインターネット上に蔓延して、いたずらに権利者側の反感をあおっている現状は、大変残念です。

4. CSデジタル音楽放送の衝撃

'98年の7月、レコード会社各社は、100チャンネルもの衛星デジタル音楽番組を放送している「スターデジ100」を著作権侵害で提訴しました。

この事件は、音楽産業界の根幹に係わる重大な問題を提起するものです。なぜな

ら、権利者の個別の許諾が必要ではない仕組みの下で行われている「放送」が、パッケージ系のビジネスを駆逐してしまう可能性があるからです。

つまり「スターデジ100」は、多チャンネルで音楽番組をデジタル方式で何度も繰り返し「放送」し、また事前に「放送」する楽曲の詳細をあらかじめ視聴者に連絡するなどの方法によって、視聴者がMDなどにCDと同一の音質のデータをコピーできるようにしているのですから、CDの売り上げに直接多大な影響を及ぼすことは明らかです。CSデジタル音楽放送の開始は、レコード会社各社からすればまさに衝撃的な事件であったと言えます。

この問題は権利者側からすると、MP3のケースよりもある意味でより深刻です。MP3の場合、無許諾でデータを提供する行為は著作権法に違反することが明らかですから、差し止めその他の法的措置を講じることが当然にできますが、CSデジタル音楽放送の場合には、話はそう簡単ではないからです。現在の著作権法上、「放送事業者は、レコード演奏によって音楽を『放送』する場合には、レコード製作者や実演家の個別の許諾を受けなくともよい」ことが明文で規定されてしまっているのです。^⑪

そもそも著作権法はアナログ方式の「放送」を前提とし、また放送チャンネル数もごく限られた数であることを予定していたものと考えられます。したがって、デジタル方式の「放送」であって100チャンネルもの放送チャンネルを使用しているCSデジタル音楽放送に、従来のルールを適用することには相当疑問があります。しかも、視聴者の手元にCDと同様の音質のデータを提供することを目的とするものである以上、「パッケージを売る代わりに音楽データを配信しているに過ぎず、パッケージの販売と

⑩ 許諾されていない利用を防止するための技術的手段を回避する行為を制限すべきだとの議論は従来からなされており、WIPO著作権条約という条約にも、加盟国がそのための法的な措置を講ずべきだという規定が盛り込まれています。日本でもそのための法改正を検討中です。MP3プレーヤーの製造業者や販売業者の責任を追及する根拠も、許諾されていない利用を防止するための技術的手段を回避する行為に対する根拠とほぼ同様であろうと思われます。

⑪ もっとも、すでに記述の通り、無償で放送できるというわけではなく、二次使用料と呼ばれる対価を、権利者団体である日本レコード協会と日本芸能実演家団体協議会に対してそれぞれ支払う義務はあります。

同等のものだ」と考えることにも合理性があるように思われます。

しかし一方で、CS デジタル音楽放送によって多様なコンテンツが提供される魅力も、否定しがたいものがあります。視聴者は好きな音楽データを、自宅にいらいつでも容易に入手できるし、ベンダー側もパッケージ系のコンテンツの提供形態と比較して、より低額なコストで音楽コンテンツを提供できるようになる余地もあります。

CS デジタル音楽放送のケースでも、MP3のケースと同様に、いたずらに権利者の反感をあおってしまった結果、せっかくの魅力的なインフラの普及にブレーキがかかってしまっているのは残念です。

5. 新たなルール作りに向けて

コンテンツビジネスを取り巻く技術的および社会的な環境は、日々めまぐるしく変化しています。そうした変化に法律は必ずしもタイムリーに対応することはできません。ある意味でコンテンツビジネスに関係する法律は、常に色あせた、古びた内容のものにならざるを得ないのです。

したがって、我々のような法律家の責務は、そうした法律の条文の一字一句に拘泥することなく、「関係する人々にとって、より望ましいルールはどうあるべきなのか」を客観的にかつ正確に分析するように努め、柔軟にしかし矛盾なく、条文を解釈できるようにすることだろうと思っています。そしてコンテンツビジネスに係わる方々は、法律家に「条文はどうなっているのか」と問うよりは、「どのような解釈が可能か。そのような解釈で、関係者を説得できるか」を問うべきだろうと思います。我々は、あ

る意味でこれまで誰も経験していない新たな問題に直面しているのであって、過去を振り返っても答えは見つからないのです。我々自身が議論を深めて、望ましい新たなルールを作っていかなければならないのだという自覚を持つことが重要だと思います。

それでは新たなルールを作り上げる際に、どのようなことを考えるべきなのでしょう。私は常々、コンテンツビジネスを推進する際には「北風と太陽」の教訓を思い起こすべきではないかと考えています。つまり、無理に既存のコンテンツを使おうとすると、権利者側は身を守るために頑な態度をとるようになり、結局魅力的なコンテンツが集まらないのではないかとということです。逆にコンテンツ提供者の立場に配慮し、適切な見返りが得られるようにすれば、魅力的なコンテンツは自然に集まるということです。インターネットがこれだけ普及したのは、世界中の人々が積極的に魅力的なコンテンツを提供したからですが、これは誰かが権利者の意向を無視して、無理矢理にコンテンツを集めたからではなく、コンテンツの提供者にとってインターネット上での情報発信者が望ましいものであったからにほかなりません。

人々を動かすのは、腕力ではなく、魅力なのです。

e-mail  ip-law@impress.co.jp

皆様からのご質問、ご意見は、こちらのメールアドレスで受け付けております。お待ちしております。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp