

日本レコード協会 70周年記念誌

2002年から2011年の
レコード産業





CONTENTS

- 3 会長メッセージ 一般社団法人日本レコード協会会長 北川 直樹
- 4 歴代会長メッセージ 富塚 勇
- 6 歴代会長メッセージ 依田 巽 (株式会社ドリーミュージック・代表取締役会長)
- 8 歴代会長メッセージ 佐藤 修 (株式会社ゴニーキャニオン 相談役)
- 10 歴代会長メッセージ 石坂 敬一 (株式会社ワーナーミュージック・ジャパン 代表取締役会長兼 CEO)
- 12 激変するレコード産業 音楽評論家 反畑 誠一氏
- 26 著作権制度の動向と日本レコード協会の取り組み 生野 秀年氏 (一般社団法人日本レコード協会 元専務理事)
- 40 デジタル音楽配信 今野 敏博氏 (株式会社ブックリスタ 代表取締役社長)
- 50 (財)音楽産業・文化振興財団(PROMIC)としての海外展開の取り組み 桑原 誠氏 (財団法人音楽産業・文化振興財団 専務理事)
- 52 **INTERVIEW** 「音楽ギフトカード」を振り返って 稲垣博司氏 (エイベックス・エンタテインメント株式会社 顧問)
- 56 数字で見るレコード産業界
- 64 日本ゴールドディスク大賞 歴代アーティスト・オブ・ザ・イヤー受賞者一覧
- 67 レコード産業 10年の歴史

音楽創造のサイクルを絶やさないための レコード協会



日本レコード協会は2012年4月30日に創立70周年を迎えました。これもひとえに関係各位のご支援、ご協力の賜物と厚く御礼申し上げます。

さて、この記念誌は2002年から2011年までの当協会およびレコード産業の歩みを中心に記しております。振り返りますと、かつてないほどの変動が起きた10年であったと言えます。1998年をピークにしたレコード市場の減少傾向は残念ながら続いておりますが、音楽は、お店でCDを買ってオーディオ機器で楽しむという時代から、CDというパッケージだけではなく配信でも音楽を楽しむ、オーディオ機器だけではなくパソコンで・携帯電話で・スマートフォンで音楽を楽しむ、また、オーディオだけではなく映像でも音楽を楽しむ、インターネットを利用してCDを購入したりレンタルする、あるいはソーシャルメディアでアーティストとファンが交流する…といったように、技術革新とライフスタイルの変化により音楽の楽しみ方が多種多様になってきました。

また、インターネットや携帯電話の普及により音楽配信のシェアが急速に拡大する一方で、違法配信がレコード産業に重大な影響を及ぼす事態になりました。まさに音楽創造サイクルの危機です。これは世界的に見ても大きな課題で、各国で対策が取られており、日本でも2010年には違法配信された音楽・映像のダウンロードを違法とする法制化がなされ、さらに2012年10月にはその一部に罰則が導入されました。今後、インターネット上で蔓延する著作権侵害行為が減少し、健全なインターネット社会が実現することを期待するとともに、新たな音楽や映像の創作活動に一層努めて参る所存です。また、2011年に東日本大震災という未曾有の災害に見舞われましたが、これからも「音楽の力」が被災地の方々を少しでも癒し元気づけ、復興の一助になればと願ってやみません。

日本の音楽ソフト(パッケージ)の売上は、2008年に出荷ベースでアメリカを抜いて初めて世界1位になりました。配信を加えた売上では僅差でアメリカを追いかける2位のポジションにあります。日本レコード協会は、日本のレコード産業を代表する団体として、日本の音楽文化の発展と産業の振興に努めて参ります。

今後、まず次の10年に向けて、なお一層のご指導、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

一般社団法人日本レコード協会
会長 北川直樹

新しい体制でレコード産業の課題に取り組む



富塚勇会長は2000年4月から2003年2月まで、日本レコード協会会長を務められました。

本来であれば、歴代会長としてご執筆いただくべきところですが、2011年3月に逝去されましたので、協会会長就任中の執筆記事の中から、2002年、2003年の年頭所感と、会長交替時（2003年3月）のご挨拶を紹介いたします。（すべて当協会機関紙「The Record」掲載）

2002年頭所感

60周年を機に新しい体制でレコード産業の課題に取り組む

新年明けましておめでとうございます。

皆様におかれましては、輝かしい新年を迎えられたことと心からお慶び申し上げます。

昨年は、3月に著作物再販制度の当面存置が決まり、従来の音楽流通システム、即ち、CD等のパッケージによる音楽の流通基盤は維持されたものといえます。この問題については、今後、公正取引委員会が中心となって設置した著作物再販協議会にも

参加し、より円滑なパッケージによる音楽流通を拡大していきたいと考えております。

一方、インターネットを通じた音楽の流通が大きな注目を浴び、問題を提起しています。合法的な手段によって音楽関係権利者が正当な対価を受けるというシステムは、未だ確立されていません。今、世界的に広がりを見せているのは、インターネット上で提供される、ファイル交換のための無料ソフトを利用したいわゆるP2Pといわれる個人同士の音楽ファイルの交換あるいは共有という方法です。このような方法によって著作権等のある音楽を利用することは、もちろん違法行為にあたるので、関係権利者団体とも協力しながら、強い態度でこの問題に取り組んで参ります。

この問題との関連では、昨年の臨時国会において、いわゆるインターネットサービスプロバイダーの法的責任に関する法律が成立しましたが、インターネット上の音楽の違法利用に対する取り組みにこの法律を有効に活用していきたいと考えています。

最新のデジタル技術は、われわれの生活に大きな改革と恩恵をもたらすと同時に、海賊版の製造・販売や音楽CD等の違法利用を助長し、国際条約における「著作物等の通常の利用を妨げず、かつ著作者等の権利を不当に害しない場合」を逸脱するような著作物等の利用を生み出しており、音楽文化発展の基本である「創造のサイクル」の崩壊の危機を迎えています。

レコード産業は、違法あるいは過度な複製から音楽文化を守るために、違法行為への音源提供を絶つべく、技術的にプロテクトされたCDの導入を図る時期にきていま

す。

また、昨年の臨時国会で文化芸術振興基本法が成立し、レコードの普及に対する施策の必要性も謳われています。この法律においても、文化芸術におけるレコードの重要な役割が改めて認識され、レコード製作者の権利保護のための施策が講じられることが期待されています。

当協会が設立されて60年。今、日本のレコード産業は、3年連続の対前年比割れという、かつてない厳しい状況に置かれています。しかし、当協会は、60周年を機にその活動内容と組織を見直し、新しい体制での日本のレコード産業の課題に取り組んで行くことになりました。

新しい協会へのご指導ご鞭撻をお願い致しますと共に、皆様にとって飛躍の年となるよう祈念申し上げます。

2003年頭所感

コピーライト、複製する権利をまもる

新年明けましておめでとうございます。

旧年にもまして厳しさが予想される年の幕開けであります。過ぎし1年間を振り返ってみますと、1月のファイル交換サービス運営会社へのサービス停止の仮処分申請に始まり、顕在化するCD-Rコピー問題への取り組み等、高度化されたデジタル技術によってもたらされる諸問題が世界のレコード産業に大きな影響を与えました。音楽CDが世に登場して20年余、昨年ほどレコード産業の存立基盤について考えさせられた年はなかったのではないのでしょうか。

19世紀におけるエジソンのレコードの

発明によって、それまで一握りの富裕層しか楽しめなかった音楽を、多くの人々が聴くことができるようになりました。音楽はレコードという「複製物」を通じて大衆化し、今日の音楽文化の発展につながってきました。

そして、アーティストや作詞家、作曲家等と共に音楽を生み出し、レコードを通じてその音楽を人々に届けるレコード製作者に、“コピーライト”、つまり複製権が与えられました。レコードという複製物を独占的につくる権利です。この権利こそがレコード産業が成立し得る基盤であります。

ところが、デジタル技術の発達により、今日ではパソコン等で誰もが手軽に音楽を高品質でコピーすることができるようになりました。これはレコード産業の基盤そのものが根本から脅かされることを意味します。

CDの代金は、本来それを購入した人が、「いつでも、何回でも、聴いて楽しむことができる」その「機会に対する対価」です。タダでコピーしたり、これを他人に渡したりすることを含んでいるものではありません。

レコード産業がこれからも豊かな音楽を音楽ファンに届けるためには、音楽創造のサイクルが堅持されることが必要です。

今年当協会は、音楽関係団体との連携を更に強化し、日本の音楽文化の更なる発展のために、国家戦略としても打ち出されている我々の知的財産権を尊重して頂くよう、訴えていく所存であります。

皆様の一層のご支援ご協力をお願い致しまして、新年のご挨拶と致します。

2003年3月 会長交替ご挨拶

先ずは約3年に亘る協会長在任中、一貫してご支援を頂きました皆様に、衷心より御礼申し上げます。

知的財産権の保護と拡大が国家戦略としても重要視されている時に、その任に最も相応しい方に協会長職をバトンタッチすることが出来て安堵しています。

2000年4月に協会長に就任してからほぼ3年、この間日本のみでなく世界のレコード産業が縮小を続け、今なおその傾向が続いていることは憂慮に堪えません。こうした事態をもたらした最大の要因が、デジタル技術の進展と大衆化による「音楽のフリーコピー」であることは、いかなる技術擁護論があるうとも間違いないことで、数多くの調査結果がそれを証明しています。したがってIFPIやRIAAの仕事がそうであるように、RIAJの最大の仕事は「音楽創造のサイクル」を維持するため、如何にして音楽著作（隣接）権を護るかであります。こうした信念のもとに私は在任期間中一貫して「不法コピーとの戦い」の先頭に立つことが自分の使命であると心得てきました。

日本版ナプスターと言われた、ネット上で違法なサービスを提供していた日本MMOとの法廷闘争が、本年1月29日に東京地裁にて完全勝訴の判決を得たことは、法治国家として当然とはいえ近來になり快挙でありましたし、海賊行為への音源提供を断つ技術的手段を求めて、CCCDが多くの会員各社から本格的に発売され始めたことは心強いกำลังใจです。

パッケージ、配信を問わず、メディアのセキュリティがレコード・ビジネスの生命線であることは今更言うまでも無いことで、更なる安全を求めて「DVD MUSIC」などの商品化が進められていることは、また一步の前進と言えます。

協会創立60周年を機に「RIAJ21プロジェクト」が結成され、協会運営方法のドラスチックな改革が行われました。各社の人的負担を軽くしてなおかつ仕事の効率をあげるべく、46もあった委員会および部会を僅か4つの機能別委員会に集約したわけで、事務局である協会職員には従来にない仕事の負荷がかかっておりますが、皆よくその本質を理解して任に堪え、本人自身の実力を涵養すると同時に業務の質的向上を齎しつつあると私は確信しています。

新しい会長の指導のもと、この協会事務局は更に力を蓄え、加盟各社ならびに音楽業界全般のお役に立つてまいりましょう。

依田新会長をはじめとする新しい執行部と協会事務局に、皆様からの倍旧のご支援をお願い致しまして、退任のご挨拶といたします。ありがとうございました。

会長 在任期間

2000年4月～2003年2月
(平成12年4月～平成15年2月)

音楽創造のサイクルを後世まで絶やさぬために—



日本レコード協会（RIAJ）はこの10年間、「コンテンツ」「知的財産」というキーワードを推進力に様々な課題に果敢に挑み結果を出してきた、内外に誇れる優れた業界団体だと思っています。1年5カ月の短期間ではありましたが、会長在任中に寄せられた業界各位のご協力、ご理解に改めて御礼申し上げますと同時に特にRIAJ職員の方々の皆さんの労をねぎらい、当時の印象的な出来事を回顧したいと思います。

「知財」「コンテンツ」が大きな潮流に

2001年より4年間、音楽産業・文化振興財団（PROMIC）の理事長を務め、日本の音楽の海外展開の重要性については対外的に強く訴えてきましたが、民間の自助努力が中心であり、政・官・財が連携したダイナミックな動きはほとんど見られませんでした。しかしながら、2002年2月4日、小泉総理就任後初の施政方針演説で知的財産立国宣言がなされ、レコード産業も21世紀の日本を方向付ける重要な産業のひとつに位置付けられました。製造業をエンジンに成長を続けてきた日本にとって

非常に大きな転換期となり、知的財産戦略推進事務局、知的財産基本法、コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律等、異例のハイスピードで政・官のコンテンツ産業振興の体制作りが進められていく中、私は故富塚勇会長よりバトンを受け取り2003年3月から翌年8月まで会長職を務めました。

政・官のコンテンツ振興機運を受け、2003年8月には日本経済団体連合会（経団連）産業問題委員会の中に「エンターテインメント・コンテンツ産業部会」が設置され部会長に就任しました。2003年当時、経団連にコンテンツ関連企業の会員はごくわずかでしたが、RIAJも会員となり、私は部会長としてレコード業界のみならず、映画・放送・出版・ゲームなどを含むすべてのエンタメコンテンツ産業と連携を取りながら、国への提言などを行っていきことになりました。

悲願の還流防止措置 立法化

知的財産の国際競争力を高め、産業として振興していくためには、その「創造」「保護」「活用」が重要であるというコンセンサスのもと、知的財産戦略推進事務局にRIAJからの要望を具体的に示しました。その柱となったのは「音楽レコードの還流防止措置」でした。

アジア諸国ではインターネットを通じてJ-POPカルチャーがリアルタイムで伝わるようになり、また韓国の文化開放の動きもあり、日本の音楽の海外展開には絶好のタイミングでした。一方、不正ダウンロードなどの影響で国内の音楽ソフトの売り上

げは減少の一途を辿っており、国策としてコンテンツ産業を振興するために海外展開は絶対不可欠でした。しかし、例えば海賊版率が当時90%という中国で日本と同価格の正規盤を販売しても結果は明白ですし、市場のポテンシャルを見込んで戦略的な値付けをすると、その安価な海外発売盤が日本に還流して日本のレコード会社は自らの首を絞めることになりかねないため、海外展開を躊躇していました。

音楽レコードの還流防止措置実現までの過程については本誌に生野元専務理事が詳しく寄稿されているのでそちらをご覧くださいと思いますが、その立法化のために、音楽関係諸団体との一層強固になった連携関係、音楽文化振興議員懇談会、音楽議員連盟、コンテンツ産業振興議員連盟をはじめとする国会議員の先生方、そして法案を作成された文化庁のご尽力、経済産業省、知的財産戦略推進事務局他のお力添えなどが不可欠であったことは言うまでもありません。

消費者団体、公正取引委員会、ネットユーザーやマスコミからの反対の声に、RIAJ事務局中が大変な思いで対応に追われたことと思いますが、RIAJ職員の方々が共に闘ってくれたからこそ、私は協会長として信念を曲げることなく、説明し続けることができました。特に印象に残っているのは竹島一彦公正取引委員会委員長との面会です。「還流防止措置は再販制度と二重の保護になるのでは」との公正取引委員会の意見を受け、約80分にわたる説明を行い「再販制度のないアメリカの音楽パッケージ市場はあと5年で崩壊するでしょう。日本の音楽文化の多様性が維持されている

「闘う」日本レコード協会

のはこの再販制度のおかげです」と訴え、後に了承を得ました。その時訴えたことは間違っていなかったと自負しています。

法案は閣議決定を経て2004年3月7日に国会に提出され、同年4月15日には参議院の文教科学委員会に参考人として召致されました。ここで欧米からの輸入盤制限の懸念について、会員社のご協力を得て示せるすべてを誠心誠意、説明しました。当時野党であった民主党の参議院議員の鈴木寛先生が「正に今日の場合は国会でございまして、正に、さらに文教科学委員会でございます。日本国続く限り今日の議事録は永遠に残るわけでありますが、その席で依田会長から先ほど、いわゆる輸入盤をめぐる法運用の在り方について明確に五大メジャーの意向が示された。と。(中略)極めて意味のあることではないかなというふうに思っております」とご発言くださいました。この言葉に私は身の引き締まる思いと同時に、ご理解、ご支援いただいた全ての方の思いを背負っていることを改めて心に刻みました。同法案は参議院にて全会一致で可決され、同年6月1日の衆議院文部科学委員会にも参考人として出席、6月3日の衆議院本会議で可決されました。

翌2005年1月1日からの施行を前に私は会長職を辞しましたが、佐藤修会長に安心してその先の運用をお願いし、レコード会社悲願のアジア本格進出の道が開かれました。大変な苦勞ではありましたが、この法律制定の経験が今も RIAJ の財産となり活きていると聞き、大変嬉しく思います。

現レコチョコクの成功

もう1点、印象的だったのは現レコチョコクの成功です。データ通信サービスを推進力に一気に携帯電話の利用に弾みがついた2000年以降、着信メロディが大きな市場を形成しましたが、音楽を制作、宣伝しているレコード会社には全く収益にならないという構造に危機感を覚え、またその先にある音源そのものの配信を視野に入れて、レコード会社が原盤権を抛にきちんとビジネス還元を得られる仕組みを作ろうと、2001年7月、エイベックス ネットワーク〈現・AMI〉、ソニー・ミュージックエンタテインメント、ピクチャーエンタテインメントの3社でレーベルモバイル〈現・レコチョコク〉を設立し(追って東芝EMI〈現・EMIミュージック・ジャパン〉、ユニバーサルミュージックも出資)、当協会会員を中心に14社共同で、同年10月に着信メロディ配信サイト「レコード会社直営♪」をオープン。2002年12月にスタートした「着うた®」配信サービスは2003年に大ブレイクし、ユーザーの支持を得ることができました。音楽の楽しみ方の多様化を提供しつつ、不正ダウンロードに負けないインパクトをレコード業界が先手を打って発信できたものと自負しています。これは当協会の事業ではありませんが、RIAJの活動を通じて業界がよくまとまっていたからこそ、機を逸することなく業界横断の事業プラットフォームを構築できたのだらうと思います。

2012年10月1日には有償著作物等の違法ダウンロード行為に罰則を科す改正著作権法が施行されることになりました

が、デジタル・ネットワーク時代においてレコード製作者の権利を正当に守るための道は未だ半ばです。しかし日本は音楽ソフトのフィジカル(パッケージ)売上で世界一、配信を含めても首位のアメリカと僅差と、世界がうらやむマーケットとなりました。これは RIAJ がコンテンツ産業のキープレーヤーとして、またレコード産業のシンクタンク機能を持つ優れた業界団体として機能してきたことによる大きいと思います。

会員各社はこの多様性を誇る日本の音楽創造のサイクルを絶やさぬよう、目利きとプロデュース力、クリエイティビティを切磋琢磨し結果を出すことで、RIAJ とレコード産業を支えていただいた皆様に恩返しするべきと今後も肝に銘じていきたいと考えています。

会長 在任期間

2003年3月~2004年8月
(平成15年3月~平成16年8月)

プレゼンスを高めるー打って出る日本レコード協会



前任の依田会長は、政・財・官界に於いて、特別に強力な個人的な存在感を持った、レコード業界の人間としては唯一の人でした。その依田さんから急遽協会会長職を引き継いだ私としては、彼のパフォーマンスを追従しようもなく、私なりの会長を務める事になりました。

引き受けた時の言葉は「喜んでやる訳ではないが、やる以上一所懸命やる」でした。心懸けた事は、外部との折衝の場には協会長の立場で積極的に参画し、RIAJのプレゼンスを高める事。1972年に洋楽宣伝課長会議に参加以来、業務委員、理事、副会長として各種委員会の委員、委員長を務めてきたので、RIAJで経験した仕事量は、誰にも負けない自負はありました。それら経験を通して私が持っていたRIAJの理解は次の様なものでした。

発足時のRIAJは、音楽業界に於いて圧倒的な立場でした。その後多くの権利者団体が設立され、相対的にその絶対的地位からいささか退いたとは言え、RIAJの持つ歴史は業界団体としては最古であり、RIAJの従業員数、年間予算は最大です。また、理事会、執行委員会以下各協会加盟社員で各種委員会を構成し、その委員会が実行する事業に多くのエネルギーを費やしてきました。

以上の様な条件からRIAJは自分達で計画を立て、会員社の会費による少なからぬ予算により、会員社が協同で事業を実行する事が出来る自己完結能力を持った団体でした。他者に金銭の補助を受けず、自分達だけで事業を進められる協会だったので

す。ところが大きな変化がおきました。

2002年に政府が知財立国宣言をしたので、従前の重厚長大な産業から、知財コンテンツによる立国が方向づけられたのです。

政府が方向を示すと、各省はそれに基づいて各々が計画を立案します。文部科学省は当然として、特に産業の側面から経済産業省は様々な施策を打ち出しますし、海外との問題から外務省も独自の案を示します。依田さんの時代は依田さんの固有の力で対応出来たのですが、私にはその裏付けはありません。政府関係者と話してみると、海外進出のコンテンツと言って頭にあるのは、アニメ・マンガ・ゲーム・ファッション・映画等で、どうも音楽はそれらの付随と考えられている感じがしたのです。各省が動き出すという事は、金を使って事業をするという事です。その中に入れなくて、大きな動きから置いてけぼりを食う不安を感じました。

そこで、「打って出る日本レコード協会」を標榜し、あらゆる機会に積極的に参加し、発言する事に努めました。文化庁文化審議会著作権分科会委員は当然として、今迄になかったコンテンツ海外流通促進機構副代表幹事、外務省海外審議会委員、経産省コンテンツグローバル戦略研究会委員、映像産業振興機構(対象に音楽も含まれている)の理事に任命され、全ての会議に出席し主張しました。彼等からすると小さな産業団体であるRIAJ、及びレコード業界への理解を深めてもらう必要がありました。

これらの活動が一挙に効果として表れたかどうかはともあれ彼等が政策を検討する時に音楽も入れなくてはいけないという意識を持つ事にはそれなりの役割を果たした

会長 在任期間

2004年8月～2007年6月
(平成16年8月～平成19年6月)

と思っています。

政府の知財立国宣言以前、協会長の海外出張は、IFPI（国際レコード産業連盟）の理事会出席が主でしたが、宣言以降はそれからの日本のコンテンツ産業にとって非常に重要な中国、韓国への出張機会が一挙に増えました。在任中、中国は五回訪問しましたが、その多くは博覧会、イベントへの参加でした。2005年に北京で開催された経済産業省主体の対中官民合同ミッションは、官民が合同で中国政府に協力と要請を行うもので、「国際知的財産保護フォーラム」は非常に興味深いものでした。多品目の海賊版に関する議題が中心でしたが、経産省の官僚の仕事の詰め方を大変頼もしく感じました。固より数多くある問題がそれらの事で一挙に解決する訳ではないのですが、会談を重ねる事で人間関係が構築され、信頼関係が生まれるのは大切な事だと感じました。2007年に中国政府は、日本のレコードの中国での発売について、IFPIに代わってRIAJを認証団体に認可しますが、これもそれらの活動の賜物と考えています。

2006年にソウルの韓国文化コンテンツ振興院（KOCCA）を訪問した時は大変驚かされました。韓国のハード産業の業種別の国際マーケット・シェア（例えば、自動車、電気製品等）を示し、それらの高い数字に比し、コンテンツ産業のシェア（例えば映画、音楽等）の低さを並べ、院長は自分の仕事は、この低いコンテンツ産業のシェアをハード産業並みに上げる事だと明言し、その為には業種毎の戦略を立て、政府の予算を含んだ全面的な後押しは約束されると自信満々に説明するのです。その時は

半信半疑で聞いていましたが、その後の発展を見ると、それらが本気だったと理解しました。

前述のKOCCAが推進するコンテンツ振興策の充実振りに脅威を感じて日本経団連エンターテインメント・コンテンツ産業部会部会長の依田さんが中心になり、RIAJが主査として、各コンテンツ産業の業種をまとめたポータル・サイトを立ち上げました。

前に述べましたが、2002年に政府が知財立国宣言をして以来、毎年知的財産戦略本部が推進計画を発表します。その中にRIAJの要望を出来るだけ多く反映してもらう事が課題になります。しかし、各業種横断する具体的な提案はなかなか難しく、一方レコード業界に特化した事業は、RIAJが自己完結型の団体として永年活動して来た為に他者の金を引っ張り出して事業を進めるという発想に欠けている体質だった事もあり、いきおい著作権思想の普及という様な抽象的なテーマになりがちでした。そこで考え出したのが古いSP原盤アーカイブのデジタル化です。この件については前から問題意識を持っていました。レコード業界にとっては大事なテーマであるものの、内容的に深く関わる会社と全く関係ない会社の差が激しく、RIAJが予算をつけて行う事業かどうかについては悩ましく、結論が出しにくかったのです。

そこで2007年に、文化庁に提案して、予算を頂き、各権利者団体と歴史的音盤アーカイブ推進協議会（HIRAC）を創設し、事業化を進めました。時期的に、SP原盤が散逸、金属盤の腐敗という問題から最後の機会に間に合った事は幸いでした。現在、デジタル化した音源の国会図書館等での試

聴回数が大きく上昇している事は大変喜ばしいことです。このプロジェクトは、私がポニーキャニオンというSP音源を持っていない会社の社長だったことがRIAJ内で説得力を持ったと思っています。

悩ましかった問題は、海外メジャーからレコードの公衆演奏権の確立と、徴収を強く迫られた事です。予想される作業量によるコストと収入を考えると大きなメリットが考えられず、特別な対策は立てられませんでした。

やり残した事は沢山ありますが、一番残念なのは放送二次使用料の水準が、著作権隣接権者という事で、著作権者より相当低い事の是正です。

レコードが放送で使用されるとき権利に関して、著作権法上は、著作権者は許諾権、隣接権者は報酬（二次使用料）請求権を持っており、権利の性質に違いがあります。その違いなどを理由として、放送事業者から隣接権者に支払われる放送二次使用料額の水準は、著作権と隣接権の対象範囲の違いを考慮しても、著作権者に支払われる使用料水準に追いついていないと言わざるを得ません。しかし、放送局が放送事業を成立させるためにはレコードが不可欠です。良い音楽に良い詞と曲は不可欠ですが、それだけでは事業は前に進みません。そして、作品を商品にするために、レコードを制作し、製造し、宣伝するレコード会社の投資によって仕組みが成立しているのです。

このような観点から、隣接権者に支払われる放送二次使用料の水準は著作権者と同等であって然るべきと考えていますが、前に進めることができなかつたのが残念です。

スローガンは、“主張するRIAJ、行動するRIAJ”



2007年7月より2011年5月まで会長を務めさせていただきました。私が東芝EMI時代に仕えてきた二人の偉大なる先達、高宮さんと乙骨さんの到達した職責を自分が踏襲するというのを考えると、不思議な感慨を味わったことを憶えています。100%外資の会社からは協会長を出さないほうがいいと思う、と自分で言っていたのに自分になるのは首尾が一貫しないことだな、と悩んだこともありました。

①レコード産業個社の権益と立場をまもる
②レコード産業個社の発展と挑戦を支援する
③協会がすぐれたシンクタンクとなる
の三つを目標におきました。これは2000年頃の故富塚会長の意をほぼ継ぐものであったわけです。その目標達成のためには積極的な姿勢、優秀なプロパーの確保と育成、そして議論の場が必要です。スローガンは、“主張するRIAJ、行動するRIAJ”としました。

課題

大きな課題は三つです。(デジタル時代を迎えつつも)パッケージを中核とするレ

コード産業の再生と更なる発展、つまりパッケージとデジタルの共生的発展を何とか実現しよう、という大きなテーマが第一の課題です。そして違法ダウンロードの撲滅、が第二の題材。2010年1月1日から発効した新レギュレーション「違法アップロードからダウンロードしたら違法」のルールの成立は大きな前進でしたが、あくまでも啓蒙的措置であり、罰則規定は依然ありませんでした。今般、罰則規定が定められたのは大変な出来事です。著作権保護思想からも道徳律確立の点からも音楽創造のサイクル蘇生の面からも、とに角とてもいいことです。国会議員、官僚の皆さんの努力、協会および関連団体の方々の主体的行動と協力に深く感謝します。さて三つ目は財政再建です。IFPIの年会費を下げてもらうことと、会員社を増やすこと、それと年収増強のための収益の上がるチャンネルの新たな解釈による確保です。ジョン・ケネディ IFPI 会長には無理強を聞いてもらい気の毒なことをしましたが、IFPI 年会費はとにも角にも下げることに成功しました。協会役員の皆さんの力技は大したものでした。

レコード券(音楽ギフトカード)停止

これは辛いことでした。レコチョコさん、ソニー・ミュージックさんの大いなる協力、数社からの CFO クラスの人材の頭脳とアイデアの提供をいただいて、レコード券ビジネスの廃業と混乱制止、整理を完遂することができました。事例研究、法律の解釈、金融の諸問題、顧客に対する諸事項の説明、一般に告知する広報の在り方、等々

の難問を関係者各位は驚くほどの能力、誠実さ、責任感、そしてチームワークで乗り越えました。この産業界の人材の確かさとキャパシティに改めて感服した次第です。

海外活動

IFPI 関係ではロンドン、ニューヨーク、香港、その他では上海、北京などを訪れました。IFPI の会長を務めていたジョン・ケネディ氏は元々弁護士で、1990年代にアラン・レヴィー社長の招きでポリグラム・UK の社長に就いた人として、結構気のおけない付き合いをしたもんです。ケネディは銀座のうかい亭の鉄板焼きステーキが大好きで、ロンドンのピカデリーにも大きな BENIHANA ・レストランができたので今度一緒に行こう、と言っていたのにアツという間に辞めてしまったので叶いませんでした。IFPI 会議では、日本のことは日本独自に RIAJ がやる、IFPI の基準を押しつけないように、と強く主張しました。現 RIAJ 理事の畑さんは大活躍でした。美麗なブチ・ホテル THE DUKES のバーで IFPI 会議の日本側成功を祝って畑さんとウォッカ・マティーニを飲んだのはいい思い出です。ルシアン・グレンジ社長、マックス・ホール西欧・日本地域社長などのユニバーサル勢も IFPI でよく働くので感心しました。会議においては大きな声でよく喋ることが必要なんだな、と改めて IFPI 会議で気付きました。ニューヨークではソニービルの、かの有名な迎賓室を IFPI 会議用に借りられたのでイイ気分でした。この豪華な特別室で盛田さんや大賀さんが日本パワーを発揮したのだ、と思うと感慨ぶ

としました。

かいものがありました。

北京や上海では北京音楽情報センター（JAMIC・当時）の朱根全さんにお世話になり、色々教えてもらいました。中国国家版權局の役人と会議をしたり、2008年の上海万博を見学したり、日本館の人気に嬉しくなったり、演説をしたり、とかなり忙しかったです。事務局の阿部さんの顔の広さには随分と助けられました。

本格的な高級中国料理を経験した時には、日本のそれとは大分異なるので印象的でした。シウマイとか海老チリなどは全くなく、マーボドーフも出ません。知らない料理ばかりで、中でもとりわけ大きいナマコには驚きました。12センチくらいの長さで2～3センチの太さ。毛もついています。我慢して2本食べたら同席の日本人も中国人も“お好きのようなので是非！”と皆私にくれるので参りました。ナマコは中国では大層贅沢な食材なのだそうです。予想していましたが中国人は白酒（バイチュウ）で乾盃をやるのが習慣ですね。白酒は50～60度のアルコール度で、小さいおちょこで飲むとはいえ、強烈です。40代、50代の男性が飲みっこを仕掛けてきましたが私もウォッカやジンで日頃きかえていますので、勿論応じました。“中国の名誉のために勝つ”とスピーチして飲むので、かなり大袈裟です。10杯くらいで大体勝ちました。何にせよ競争は面白いことです。

山田公使と一緒に審査員をした“中国人による日本語歌唱の日本の歌コンテスト”も興味津々でした。嵐のレパートリーやB'zの歌を中国の若者がとても上手に歌います。中国人にこれ程日本のポップスが浸

透しているのか、と感動した次第であります。

交流

音楽文化振興議員懇談会会長の島村宜伸先生とは協会の役員等と共に食事会、飲み会、民謡の会、パーティなどで多面的に御交誼を頂戴しました。先生の麻生総理大臣に対する篤いコーチングは政治家として見事なものだったが、音楽文化興隆のための我々に対する御指導も有難かった。先生は持ち前の江戸っ子の男らしさで必ず約束をまもり、ベツトラ・デ・オチアイ（今や人気で予約のとれないレストラン）や銀座の割烹などに連れて行ってくださった。日本酒を傾けつつ中曽根大勲位のことや政治諮議を伺うのはとても楽しかったと記憶しています。

杉良太郎さんと知り合えた、といえますか仕事を通じて情誼を頂いたのも特別の経験でした。東日本大震災の際、難儀する方々を励まし、炊きだしを提供する行為には感服したのですが、その杉さんが違法ダウンロード撲滅を目的に罰則規定立法化に向けて協会をサポートしてくれ、強力なロビイングをやって下さったのは千軍万馬の味方を得たも同然でした。正義漢そのもので、困っている人をみると助けないわけにはいかぬ、という杉さんは、まさに男が惚れる男そのもの、でした。

終わりに

4年弱の会長任務はやり甲斐のあるものでした。私はこの間に「共棲のマーケティ

ング」と「棲み分けのマーケティング」を構築し、CDパッケージとデジタルの双方の発展を期しました。然し、ことは容易である筈もなく、今現在（2012年7月）、CDパッケージとDVDは比較的好調であります。デジタル・ビジネスは厳しい状況にさらされています。でもイイ感じも出現しています。アイドル系ビジネスの隆盛、これはCD、DVD、デジタルと多岐にわたって好調です。それに加えて“大人ミュージック（エイジ・フリー）”も益々拡大しています。又、洋楽も含めて“ストラテジック・カタログ”展開は軌道にのってきました。

円高、デフレ、少子高齢化、増税、発電量問題、更にはギリシャ金融危機に端を発する欧州の経済問題、中国問題、世界不況、と難題は果てしなくあります。けれど困難はいつの時代にもあるのです。問題に打ち勝つか、馴れて内包化してしまえばいい（場合も多い）のです。為替や貿易差損、資源問題もほとんどない平和的な産業分野が音楽ビジネス、著作権ビジネスです。叡智を尽くして、できれば楽観的に新たな成功に挑戦しましょう。RIAJの大活躍に期待します。

会長 在任期間

2007年7月～2011年5月
(平成19年7月～平成23年5月)

激変するレコード産業

2001~2011年の歩みを総括 「転換と融合」~「改革と構築」へ

音楽評論家 反畑 誠一氏

この原稿はデスクトップ型 PC で文字入力した。机上には、ノート PC、スマートフォン、iPod、Reader、電子辞書。引き出しには、2004年に購入した iPodU2 バージョン、FM ラジオ付ウォークマンが入っている。薄型オーディオプレーヤーからは NHK ロンドンオリンピック 2012 放送テーマソング『風が吹いている』（いきものがかり）が流れている。待望の iPad2 を間もなく手に入れるつもりだ。21 世紀のショーウィンドウ状況の中で、今回のテーマである日本のレコード産業界の 10 年間を総括し、今後の展望を考察してみることにする。キーワードは、「デジタル」「ネット」「コンテンツ」である。

生産金額 6,075 億円を記録した 1998 年

「音楽／文化」の拡張と拡散の 1990 年代を経て、21 世紀の到来に無限の期待感が膨らんだ。1998 年、日本のレコード産業界は史上最高の売り上げを記録している。シングル 20 タイトル、アルバム 28 タイトルがミリオンセラーを記録し、ディスク、カセットの生産金額は 6,075 億円に達したからである。主なヒット曲を列挙すると、『長い間』（kiroro）、『ジェットコー

スター・ロマンス』（KinKi Kids）、『誘惑』（GLAY）、『ALIVE』（SPEED）、『さまよえる蒼い弾丸』（B'z）、『終わりなき旅』（Mr.Children）、『花葬』（L'Arc-en-Ciel）などであった。アルバムでは、『181920』（安室奈美恵）、『pure soul』（GLAY）、『Love again』（globe）、『さくら』（サザンオールスターズ）、『The Ones』（マライア・キャリー）、『SHINE』（LUNA SEA）など多種多様であった。

さらに翌 1999 年、宇多田ヒカルはアルバム『First Love』をリリースした。総出荷枚数は国内外合わせて 990 万枚に達するという驚異的な記録を樹立。これに連動するようにシングル 10 タイトル、アルバム 30 タイトルがミリオンセラーを達成し、生産金額は約 5,700 億円に達した。この活況の中で迎えた新しい世紀の未来予想図には、「テレビ電話」「壁掛けテレビ」「電気自動車」「リニアモーターカー」「宇宙旅行や惑星間移動」「一家に 1 台コンピュータや家庭内ロボット」などが挙げられていた。確かにコンピュータを含む電子情報機器は、今や「1 人複数台」のレベルに達している。米国では 2002 年にはインターネットの利用者数は 1 億 480 万人に達し、その後毎年約 6% のペースで利用

者は増え続けている、などである。

当然、「情報革命」と言われる新時代ならではのスーパースターや地球規模のヒット・ソングが生まれる土壌は十二分にあったはず。しかしテクノロジーと音楽創作との相関関係は、蓄音機を実用化した発明王エジソンの時代と何ら変わりはなく、その後も技術革新が先行していく。

積極的にアクションを起こした RIAA

まず 2001 年 10 月 23 日、apple 社は Macintosh 専用の携帯型デジタルオーディオプレーヤー、iPod を発表。翌 2002 年、Windows に対応した第 2 世代を発売した。「iTunes のライブラリーに収めた音楽を外へ持ち出す」というコンセプトで音楽の聴き方、楽しみ方に新しい時代の到来を具現化した。この動きに呼応するかのようには日本では翌 2002 年、「着うた®」サービスが開始され、「音楽配信ビジネス」が立ち上がった。この年(旧)日本レコード協会（現・一般社団法人）は創立 60 周年を迎えた。レコード産業は音楽市場の主軸であることには変わりはないが、PC（パーソナルコンピューター）と携帯電話の普及が音楽パッケージの流通のみならず、消費構造に

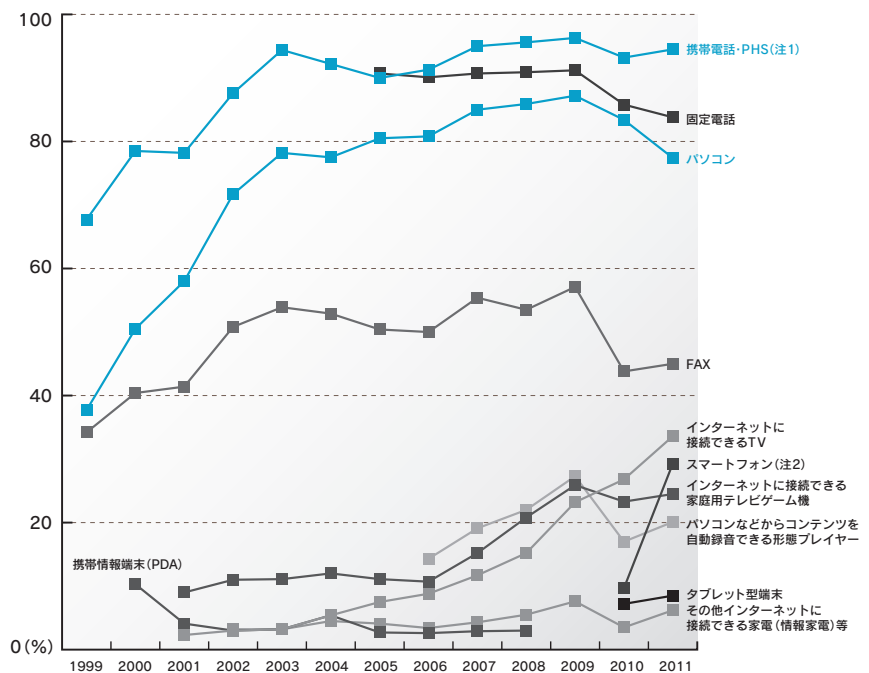
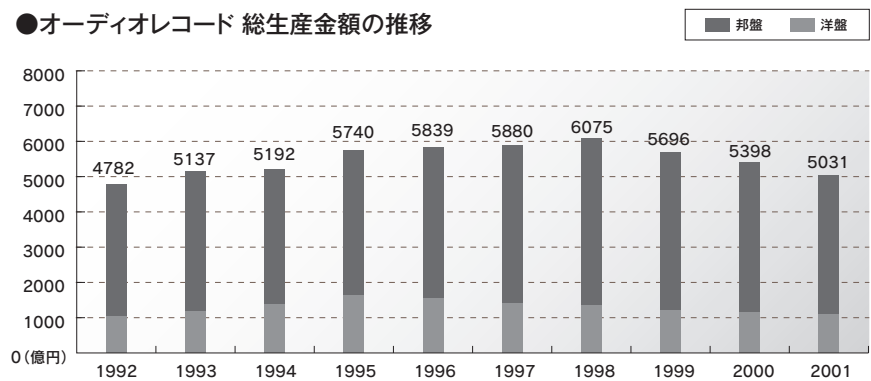
至るまで計り知れない規模とスピードで大変革を強いることになった。「デジタル・ネットワーク技術が普及していったとき、最初に影響を受けたメディアは音楽でした。音楽ファイルはサイズが小さくネットワーク技術の容量が小さかった初期の頃から、インターネット上の交換がとても容易だったからです。この動きに対して、積極的にアクションを起こしたのが、米国レコード協会(RIAA・1952年設立)でした」と『デジタル時代の著作権』の著者、野口祐子弁護士は指摘する。その具体的活動は、「音楽が多数無断で交換されているP2Pソフトウェアのプロバイダーに対して訴訟を提起したり、ファイル交換を行っているユーザーを数千人単位で訴えたり、キャンペーンを行ったり、レコード産業の構造を守るために、必死の活動を展開しました」と紹介している。

「音楽配信」サービスの変遷

そこで、日本のレコード産業の転換期における「音楽配信サービスの変遷」を年代順に振り返っておこう。

ちなみに日本の音楽市場においてインターネット経由の「音楽配信」を手掛けたのは1996年。『名もなき詩』

●オーディオレコード 総生産金額の推移



(注1)「携帯電話・PHS」には、平成21年末以降は携帯情報端末(PDA)も含み、平成22年末以降はスマートフォンを内数として含む。なお、スマートフォンを除いた場合の保有率は89.4%である。

(注2)「スマートフォン」は「携帯電話・PHS」の再掲である。

出典 総務省 平成23年通信利用動向調査

(Mr.Children)、『Don't wanna cry』(安室奈美恵)、『あなたに逢いたくて~ Missing You ~』(松田聖子)など23曲もミリオンヒット(シングル)が続出した年である。まず(株)ミュージック・シーオー・ジェーピーが「デジタル権利センターとデジタル・モール(デジタル・コンテンツ配信業)」を運営し、音楽などのデジタル・データをネットワークを介してユーザーの手にまで直接送り届ける事業を始めた。設立には、NTT、伊藤忠商事、ホリプロ、インプレスなど12社が加わった。具体的には1999年9月1日からMP3方式の(デジタル技術によって音響データを扱うための圧縮技術の一つ)音楽コンテンツを有料配信するサービスがスタートした。当初配信する曲目数は約450曲。1曲あたりの価格は200~300円であったという。

もう一つ、IT企業を中心に新たなサービス事業を模索する動きもあった。そのような情勢下、レコード業界は、健全な音楽創造サイクルを維持しながら事業拡大に取り組む必要に迫られていた。そこで2001年7月、「権利者・アーティストそして音楽ファンを繋ぐ事業を自らの手で創出する」ことを目的に、主要レコード会社の共同出資による事業会社「レーベルモバイル(株)」が設立された。出資会社は、主要レコード会社12社。参加会社は取引レコード会社等を含む82社に達した。資本金は1億7,000万円。2009年には、(株)レコチョクへ改称し現在に至っている。今や世界的にも比類のない成功事例として注目されているが、設立当初は「着メロ」サービスからのスタートだった。

「着メロ」と「レコチョク」の誕生

レコード会社単体での事業展開としては、1999年12月1日に開設し、年の瀬も迫った12月20日からサービスを開始した音楽配信サイト、「bitmusic」の存在であろう。12月19日、ソニー(株)が「bitmusic」の楽曲データの転送(openMG)と再生(ATRAC3フォーマット)に対応した新製品デジタルオーディオプレーヤー「メモリースティックウォークマンNW-MS7」を発売。楽曲管理ソフト「OpenMG JukeBox」も同梱。翌20日、石井竜也の新课などを含む邦楽44タイトルのサービスを開始した。その(株)ソニー・ミュージックネットワークが運営する老舗は、2007年7月6日正午で業務を終了し、以降はすべての楽曲販売を(株)レーベルゲート運営の「mora」に移行。

(株)レコチョクの最初の事業だった「着信メロディ」にも言及しておく必要がある。略称「着メロ」は、PHS事業者だった(株)アステル東京が商標登録している。1996年11月、(社)音楽電子事業協会・著作権委員会業務用カラオケワーキンググループ委員、ソフトウェア委員会のマルチメディア研究部会副会長だった松川政裕さんが、頭打ちの傾向が出始めたカラオケ業界の新規事業プランとして「携帯電話着信音のMIDI(電子楽器にとっての楽譜)データ化とその配信及び課金」構想を発表したのが発端と言われている。実用化は1998年11月、デジタルフォングループ(現ソフトバンクモバイル)が着信メロディ配信サービス「スカイメロディ」サービスを始めたのが第1号だと言われている。

米国を抜き世界第一位のCD市場に

いきなり「音楽配信事業」の分野を入口としたのは、日本レコード協会が集計した2002~2011年の「CD・音楽ビデオ市場の生産実績」を見ると一目瞭然であるからだ。

CD、音楽ビデオの実績は、10年間右肩下がりが続き、2,819億円、最盛期の46%にまで縮小してしまった。ところが集計を開始した2004年度以降、音楽配信の売り上げは2009年まで続伸し、下げに転じた2011年度でも720億円を売り上げている。同様に音楽ビデオもやや減ったが702億円に達し、総売り上げは3,539億円を維持している。その結果、CDの売り上げでは、あの米国を抜いて世界第1位になり、2012年度も続いている。

ところで、米国が衰退した原因は、iTunes等の音楽配信の普及にあると指摘されている。その現象は2009年頃から指摘されていた。ニューヨークの五番街からレコード専門店「タワーレコード」が姿を消し、CDは量販店「ウォルマート」の片隅に並べられているだけ、という現地レポートを耳にするようになった。倒産の最大の原因は、「音楽配信」説もあるが、米国には定価販売を維持する再販制度がなく、総合ディスカウントショップがCDやDVDを薄利多売して客を奪い合う傾向が20年間も続いたからだという見方もある。

米国のみならずレコード産業が世界的に縮小している状況で、2009年のトップの5市場規模を2006年と比較するとそれぞれ次のようになる。1位米国=70% 2位日本=90% 3

位英国＝86% 4位独国＝93% 5位仏国＝73% (IFPI・国際レコード産業連盟調べ)。

「再販売価格維持制度」と CCCD

日本が1位になったことは驚くべきことではあるが、「喜ばしいことではなく、単に米国の落ち込みが日本より大きかったからだと言われる。日本のレコード産業は2005年から2007年まで3年連続増加したものの2008年から再び減少が続いている」

(配信会社関係者)。落ち込みのプレーキ役は、日本の「再販売価格維持制度」、いわゆる「定価販売」が可能な制度であり、音楽CD、音楽テープ、レコードは、書籍、雑誌、新聞と同様、著作物保護の観点から定価販売が認められている。

2002年、コピーコントロールCD (CCCD) をエイベックス、SMEなどが採用した。同年3月13日に第1号であるBoAのシングルCD『Every Heart- ミンナノキモチ-』(エイベックス(株)、現・エイベックス・エンタテインメント(株)) がリリースされた。目的は違法コピー防止にあった。しかし音楽クリエイター達からの抗議や「一度PC等でリッピングした上で、そのデータをCD-Rに焼いた方が安全」という認識から、レンタルや違法ダウンロードで事が足りるという意見が続出。売り上げが20%もダウンしたレーベルもあり、2年足らずで中止となった。

「韓流ブーム」の変遷

BoAの名前が出てきたのをきっか

けに、昨今の韓流ブームについて見解を述べよう。BoAは16歳で歌手デビューし1年後に来日。日本のスタッフと共に日本語詞でCDを発売した。韓流ブームのきっかけはアジア通貨危機による韓国経済の破綻(1997年)であった。韓国は官民を挙げて韓国ドラマや映画などコンテンツの輸出を推進し、韓国政府も積極的にコンテンツ産業振興策を推進した。中国語圏で人気を獲得した日本のトレンドイ・ドラマなどの対外的な市場価格の上昇や香港映画の衰退などが追い風になった。その結果、韓国の大衆文化(映画・ドラマ・音楽)に対する人気が高まり、韓流ブームが形成された。それは台湾での「韓流熱風」に始まり、中国語圏でも「ハンリュー」になり韓国へ逆輸入されるほど広まった。

しかし当時の韓国政府は、日本の大衆文化の流入をかたくなに制限していた。具体的には、テレビでの日本語の流行歌やアニメの放送禁止であった。1988年9月17日～10月2日、第24回夏季ソウルオリンピックの開催を機に徐々に気運が高まり、1998年に第1次日本大衆文化の解放が実現。マンガ、4大国際映画祭受賞映画の放送、上映等が認可された。ヴェネツィア国際映画祭で金獅子賞に輝いた北野武監督の『HANA-BI(花火)』がソウル市内大学路の映画館で上映されたのを目の当たりにしている。

翌1999年、第2次解放が実施され、2000席以下の歌謡公演(ただし放送、レコード、ビデオ等の販売は不可)に許可が出た。続いて2000年の第3次解放では歌謡公演などの席数制限が撤廃になり、8月26、27日、日本の人気デュオCHAGE&ASKA



『スピード アップ/ガールズパワー』
KARA
(ユニバーサルミュージック)

が日本語による単独の大規模コンサートをソウル市オリンピック公園チャムシル体操競技場で開催。約2万人を動員した。

一方韓国からは、同年1月、韓国映画『シュリ』が東京で公開され話題を集める。さらに2002年には「FIFAワールドカップ2002日韓共催」が実現するも、日本語解放は封印されたままだった。そして2003年1月、韓国映画『猟奇な彼女』の公開と挿入歌『I believe』（歌唱：シン・フンスン）。さらに4～9月にかけてNHK-BS2でTVドラマ『冬のソナタ』が放送され、韓流ドラマ・ブームのきっかけとなる。この盛り上がりを受けていたかのように2004年1月、第4次解放が発表になり、映画の全面解禁、レコード、CD、テープ等の販売も認められた。さらに秋からは、NHK総合で『宮廷女官チャングムの誓い』が1年間にわたって放送され男性ファンも虜にした。このドラマは、香港、中国、台湾、ベトナム、タイでも放送され韓流ブームを巻き起こしている。コンテンツ産業振興策の成果であろう。

「還流防止措置法」の施行

韓国の現在の総人口は約5,000万人（外務省調べ）。BoAが日本デビューした当時より増えている。当時のCD市場はミリオンヒットもあり、彼女のアルバムも50万枚を突破しており、魅力的な市場であった。「日本の大衆文化規制」の緩和に伴いJ-POPの輸出先としてレコード会社は積極的に市場開拓を模索していた。課題の一つは、内外価格差による廉価のCDアルバム等の日本市場への商品還流であった。

都内のディスカウントストアの一角に「還流CD販売コーナー」が特設された時期である。原盤ライセンスされた商品が逆輸入され、「二重価格」現象が起きてしまった。

そこで、日本レコード協会は、近年、台湾、中国、韓国及び香港島の地域における需要の高まりを受け、レコード会社各社がアジア地域のレコード会社に対し積極的に原盤のライセンスを認証するにあたり、当該地域の物価水準に応じて製造、販売されるライセンスレコードが日本国内に還流し、国内販売されている同一商品の販売を阻害することによって著作権者及び著作権隣接権者（以下「権利者」という）が経済的な不利益を受けることを防止し、我が国の音楽文化の海外への積極的な普及促進を図ることを趣旨とした運動を積極的に展開。その結果、2004年通常国会で、著作権法改正（音楽レコードの還流防止措置）が可決され、2005年1月1日から施行された。『冬のソナタ』に端を発した韓流ブームが超大型台風のように発達していく中での歴史的な動きであった。

K-POPの歴史もたどっておく必要がある。エレジー（哀歌）の女王・李美子（イ・ミジャ）。『釜山港へ帰れ』など100曲以上のヒット曲がある国民的歌手、趙容弼（チョー・ヨンピル）日本にもファンが大勢いる国際派歌手、パティ・キム（金）らは日韓ポピュラー音楽交流の架け橋的な人物。もう一つは「トロット」「ポンチャック」という2つの歌謡ジャンルの存在。

これらの流れに乗って、1996年、テクノ・ダンスユニット、クローン（CLON）が来日。続いて1998年、SMエンタープライズ所属の男性6人

組、神話（シンファ）が日本デビューを果たし、2007年日本ゴールドディスク大賞ザ・ベスト・エイジアン・アーティスト賞を受賞した。2007年12月10日、JASRAC（現・一般社団法人日本音楽著作権協会）は、KOMCA（韓国音楽著作権協会）と両国が管理する音楽著作物に関する歴史的意義のある相互管理契約を締結。翌年1月1日から契約が開始され、韓国のアイドル、BoA(2001～)、東方神起(2004～)、ピ(RAIN,2005～)、少女時代、KARA(2010～)、2PM(2011～)らへと繋がっていく。なお中国音楽著作権協会(MCSC)とは1996年に演奏権を、2003年に録音権の相互管理契約を終えている。テクノサウンド、ヒップホップ、ダンスミュージックが特徴である韓流ブームによる日本市場での売上高は100億円以上にのぼると予測する。

『世界に一つだけの花』の快挙

再び日本の音楽市場の動向に注目してみよう。まず市場の縮小状況をミリオンセラーの作品数と内容で検証してみる。シングル楽曲から始めよう。2002年は『H』（浜崎あゆみ）1作品のみ。翌2003年、『世界に一つだけの花』（SMAP）、『COLORS』（宇多田ヒカル）の2作品。

注目すべきは『世界に一つだけの花』であろう。2003年3月5日にリリースされたSMAPにとっては35枚目のシングルCD。作詞・作曲は、シンガー・ソングライターの槇原敬之。元は2002年7月24日にリリースしたアルバム『SMAP015/Drink!Smapp!』に収録されていた曲だった。「依頼を

受けて最初に提出した作品をボツにされ、締め切りが迫る中で書き上げた作品だった」という。世間一般に知れ渡ったのは、まず前年9月放送の『SMAP×SMAP 特別編』「同学年」で木村拓哉が挿入歌としてこの曲を歌い話題を呼んだことが始まり。さらに草彅剛主演のドラマ『僕の生きる道』（フジテレビ系）の主題歌に起用されたことで火が付き広く知れ渡った。人気絶頂のSMAPとドラマの主題歌の組み合わせというヒット曲創出の構図は1990年代と同じだった。

なおこの『世界に一つだけの花』は、著作物の使用料によって決まるJASRAC金賞（第1位）を2年連続（2004,2005年 注：集計に1年ずれがある）して受賞。この10年間で最大のヒット曲になった。ちなみに2年連続は1988、89年の『命くれない』（瀬川瑛子）に次いで2度目になる。

2003年のアルバム部門では13タイトルがミリオンを達成しており、その中で『レット・ゴー』（アヴリル・ラヴィーン、カナダ）、『女子十二楽坊～Beautiful Energy～』（女子十二楽坊、中国）、『t.A.T.u.』（t.A.T.u.、ロシア連邦）の外国アーティスト3組の活躍は異彩を放っていた。3組とも来日し公演を行っている。

2004年のシングル部門は、『さくら（独唱）』（森山直太朗）、『虹／ひまわり／それがすべてさ』（福山雅治）、『花』（ORANGE RANGE）の男子3組が独占。いずれも自作品。ドラマの主題歌やCMソングに起用されていた。アルバム部門は12タイトルがミリオンを達成した。『UtadaHikaru SINGLE COLLECTION VOL.1』（宇



『世界に一つだけの花』
SMAP
(ビクターエンタテインメント)



『Flavor Of Life』
宇多田ヒカル
(EMI ミュージック・ジャパン)

多田ヒカル)、『エキソダス』(Utada) が注目の2枚だ。前者はデビュー曲『Automatic』から『Addicted To You』などの大ヒットシングル曲を収録。後者は彼女の世界デビューアルバム。残念ながら『ビルボード』チャート最高位160位にとどまった。平井堅も『LIFE is…』(通算5枚目、『大きな古時計』などを収録)、『SENTIMENTALovers』(通算6枚目、『瞳をとじて』など11曲収録)の2枚が同じくミリオンを達成した。両者ともR&Bを基調にしているがJ-POPという新たな領域の開拓に貢献した。

シングルCD氷河期に突入

2005年からシングルCD氷河期に入る。シングルは『青春アミーゴ』(修二と彰)の1枚のみ。アルバム部門は14タイトルあり、ヒップホップグループ、ケツメイシは『ケツノポリス3』『同4』、Mr.Childrenも『四次元 Four Dimensions』『I♥U』、ポルノグラフィティは『サウダージ』『PORNO GRAFFITTI BEST RED'S』のそれぞれ2枚がミリオンに達する快挙を成し遂げた。ただしミスチル『四次元…』は収録されている4曲全てが映画、テレビ子供向け番組、CMなどのタイアップ付きで、通算25枚目のシングルCDと数えられているが、日本レコード協会認定ではアルバム部門の扱いになっている。

2006年に入るとCD市場はさらに縮小。シングルは『Real Face』(KAT-TUN)のみ。前年に引き続きジャニーズ事務所所属の男性アイドルたちがシングル市場を支える状況が続

く。アルバム部門も同様で、7タイトルしかなく、逆風の中でデビューから6年目になる倅田来未はBEST盤2枚と『Black Cherry』をリリースし気を吐いた。特にドラマ『恋のつぼみ』(フジテレビ系)の主題歌『ブスの瞳に恋してる』は発売前から100万ダウンロードを記録し話題になった。CD市場の下降が続く中で、音楽配信市場は着実に伸長し、2004年の150億円(推計)から3年間で約3.5倍の535億円に達した。アルバム部門では、絢香は『三日月』などが入っている初アルバム『First Message』を、男性デュオのコブクロは『NAMELESS WORLD』をリリースし新風を送り込んでくれた。この2組は翌2007年には、コラボした自動車のCMソング、『WINDING ROAD』のヒットで存在感を存分に発揮した。

『千の風になって』ヒットの背景

2007年も同様で、シングルは『千の風になって』(秋川雅史)だけであった。アルバム部門も6組。そのうち坂井泉水が急逝したZARDの『Golden Best ~ 15th Anniversary ~』を含めてベスト盤が半分を占めた。この3年連続の出荷枚数の下落現象要因はどこにあるのだろうか。ここに2015年の日本の音楽市場と年齢構成比率を予測した数字がある。10代以下は2,358万人、39歳以下は6,740万人。40歳以上はなんと7,034万人に達するという。世界でも突出した高齢化社会が目前に迫っているのだ。日本レコード協会は3年前から大人の音楽「エイジフリーミュージック」キャンペーンを展開してきた。死生観

をモチーフにした『千の風になって』は象徴的な1曲であろう。

世界を駆け巡ったと言われるこの詩は、1932年、メアリー・フライという名の女性によって作られたという説もあるが作者不詳のまま広まった。英国では、1989年、北アイルランドでIRA（アイルランド共和軍）のテロにより命を落とした当時24歳だった兵士が「わたしが死んだ時に開封してください」と両親に託していた封筒に残されていたことが、1989年3月10日付けのデイリーミラー紙で取り上げられ「国中を魅了する詩」として大きな感動を呼んだというエピソードがある。

日本では、直木賞作家で作詞家でもある新井満が原詩の中にある「I am a thousand winds that blow」から『千の風になって』というタイトルをつけ、作曲も手がけた。2003年8月28日付けの朝日新聞朝刊「天声人語」にも取り上げられ認知度が徐々に高まり、2006年末のNHK紅白歌合戦で秋川雅史が歌唱したことで国民的ヒット曲になった。この流れは、翌2007年にリリースされた秋元順子が歌った『愛のまままで』のスマッシュヒットに結びついた。彼女は61歳6か月の年齢でNHK紅白へ初出場を果たした。

「大人の音楽」市場とベスト盤

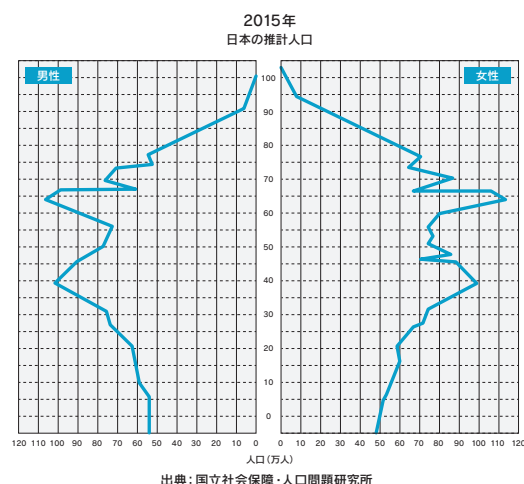
この「大人の音楽」市場は、2008年のアルバムセールスに波及していった。ミリオンを達成した9枚の中に、徳永英明『VOCALIST3』と、多数のアーティストのオムニバスアルバム『R35 ♡ Sweet J-Ballads』の2枚が入っ

たことである。徳永英明（1961年生まれ）の『VOCALIST』シリーズは、1970年代からリリースされた女性ヴォーカリストのヒット曲を男性歌手の徳永が新たな編曲で歌うという画期的な企画で2005年に第1弾をリリースした。ジャンルはフォーク、ニューミュージック、J-POP。徳永の卓越した歌唱力と坂本昌之とのコラボによるアレンジの妙味で独特の領域を確立した。『VOCALIST3』は2007年8月15日にリリースされ翌年4月にはアナログ盤も発売された。収録楽曲は、『恋におちて -Fall in Love』（小林明子）、『PRIDE』（今井美樹）、『まちぶせ』（荒井由実）、『CAN YOU CELEBRATE?』（安室奈美恵）などのJ-POP13曲であった。

一方の『R35 ♡ -』は、2006年8月に発売された洋楽コンピレーションアルバム『R35 Rock&Pops Super Hits』（2枚組）の邦楽版。キャッチコピーは「もう一度、妻を口説こう」。1990年代前半にヒットしたJ-POPのバラード16曲を収録している。トレンドドラマ、アニメ、CMなどとのタイアップがメガヒットの方程式と言われた時代にリリースされた楽曲がベスト盤のごとく並んでいた。マーケティング力と企画力が新たな市場開拓に結び付いた好事例であった。

デジタル・ダウンロードと人気

2009年、ついに2年連続してミリオンシングルが皆無の状態が続いた。アルバム部門も5作品だけ。しかもベスト盤が3組も占めた。そのような状況での光明は、拡張が続くデジタル・ダウンロードの分野から「歌姫」になっ





『to LOVE』
西野カナ
(エスエムイーレコーズ)

た西野カナが台頭してきたことである。デビュー2年目、2009年6月にリリースした初アルバム『to LOVE』でシンガー・ソングライターとしての地位を確立。2011年には総ダウンロード数が2,500万に達した。一方、ミリオン作品の中で特筆すべきは絶大な人気を誇るEXILEの『EXILE BALLAD BEST』とジャニーズ事務所所属の5人組「嵐」の『All the BEST!1999-2009』であろう。まずは2001年CDデビューのダンス・ボーカルユニットEXILEから。2002,2004年に続く3枚目のベスト盤になる。「きみと聞きたくなかった…きみに逢いたくなかった…」を掲げた今回のアルバムの目玉は、シングルでも大ヒットした情熱的なバラード『Ti Amo』を軸に『ただ…逢いたくて』など14曲入りCDとビデオクリップ、メイキング映像を収録したDVDをセットにした豪華2枚組であった。勢いづいたEXILEはさらに、2009年12月に7枚目のアルバム『愛すべき未来へ』もリリースし、こちらもミリオンセラーを達成した。

デビュー10周年を迎えた「嵐」もデビューシングル『A・RA・SHI』から26thシングル『明日の記憶 / Crazy Moon ~キミ・ハ・ムテキ~』まで、発表した全てのシングル曲を収録。さらに10周年の感謝の気持ちを込めて「嵐」が作詞した新曲『5×10』も加えた3枚組『ALL the BEST! 1999-2009』がJ-Stormから発売された。彼らの活躍はコンサートを含めた音楽活動のみならずテレビ、映画、ラジオ、雑誌・書籍、CMなど広範囲に及び、2000年代を代表するアイドルグループに成長した。

900億円に達した音楽配信市場

もう一組、特筆したい異色の男性4人組GReeeeN（グリーン）がいる。2008年にリリースした2ndアルバム『あっ、ども。おひさしぶりです。』でミリオンを達成していた。今ではメンバー全員が歯科医免許を取得しているが当時は在学中ということもあり、実写映像は皆無のまま宣伝プロモーションを展開したにもかかわらず、楽曲が独り歩きした。収録された13曲の中にはテレビドラマ『ROOKIES』の主題歌『キセキ』やNHKドラマ8『七瀬ふたたび』の主題歌『君想い』などがあり売れ行きを牽引した。2009年にも『塩、コショウ』で2年連続してミリオンセラーを達成という快挙を成し遂げた。15曲中7曲がタイアップ付き。11枚目のシングル『遙か』は映画『ROOKIES ~卒業~』の主題歌に起用されていた。

シークレットトラック『髭、コソウ』というタイトルはモバイルサイトを活用して決めたそうだが、時流を捕えるのが巧みだ。また彼らの楽曲がゲーム機にも活用されるなど汎用性のある点も時代のニーズに合っていた。

話題の1曲『キセキ』は、JASR AC賞でも第3位にランクイン。翌2009年度の集計では第1位を獲得している。ちなみにこの年の第1位は青山テルマがSoulJaとコラボした『そばにいるね』（2008年1月23日発売）。第2位は、SFロボットアニメの主題歌『創聖のアクエリオン』だった。日本レコード協会の認定によると『そばにいるね』は、「着うた®」部門では3ミリオン（300万ダウンロード）、「着うたフル®」は200ミリオ

ンの認定を受けている。続伸し続けてきた音楽配信市場は2008年にはついに900億円台に達し、CDの減収を補うほど成長した。

「貸与権」法制化から23年

同時に市場の変化も進んでいく。まず音楽CDのレンタル市場である。1985年の法改正で、著作者がその著作物の複製を公衆に貸与できる権利「貸与権」が法制化され、日本特有の「貸レコードビジネス」が軌道に乗った。あれから23年。この貸レ市場はどう変わったのだろうか。日本レコード協会が2008年に実施した全国CDレンタル店の実態調査によると、店舗の大型化が進み、レンタル用CDアルバムの在庫が増加していた。シングル在庫は減少し、総在庫数のアルバムとの対比は前年の13対87から9対91になった。書籍レンタル兼業店(コミックを含)が大幅に増加し、全体の24%になった。

CDのレンタル店舗数は、1989年の6,213店をピークに毎年減少を続け、2008年6月末現在で3,051店と前年比2.0%減、1989年対比で50.9%減となった。また2008年1月から6月までの間に、新規開業店は215店、閉店は280店と、495店が入れ替わっていた。まとめとしてCDはシングル対アルバム、映像はビデオ対DVDの在庫率が大きく変わり、コミックを含む書籍レンタル店舗が大幅に増えるなど、市場のニーズに合わせて変化していることが分かった。

昨今ライフスタイルを提案する大スペースの複合型レンタル店が増えており、市場の活性化に貢献している。

音楽ビジネスとイノベーション

次に避けては通れない音楽コンテンツ・ビジネスが浮上してきた。apple社が開発及び配布したメディアプレーヤー(動画及び音楽の再生・管理ソフト)の普及である。リリースされたのは2001年1月で、まず音楽再生・管理ソフトからスタートし、10月23日にMacintosh専用のオーディオプレーヤーとして発表。翌2002年Windows対応もリリースされた。コンセプトは「iTunesのライブラリに収めた全部の曲をポケットに入れて持ち出す」であった。したがって最初に「iTunesありき」で、その点が先行していた他のデジタル音楽プレーヤーとは大きく異なった。故スティーブ・ジョブズは、有名なiPodのプレゼンテーションで「なぜ音楽なのか?音楽が好きだからです。好きなことをするのは最高でしょう」と語っていた。音楽と最新のテクノロジーが一体となって音楽ビジネスにイノベーションをもたらしたのである。

市場の拡大という視点では、インターネット動画共有サービス。米国から発信した「YouTube」と日本の「ニコニコ動画」であろう。Youは「あなた」、Tubeは「テレビのブラウン管」という意味。2005年2月に設立された。きっかけは創立者チャド・ハーリらが友人にパーティーのビデオ映像を配る方法として考えた技術を使い、「皆で簡単にビデオ映像を共有できれば」と思いついたからだという。しかし既存メディアの著作権侵害や違法コンテンツのアップロードなどが相次ぎ訴訟問題が多発。日本では2006年10月、著作権管理団体・事業者が集中的に削



『初音ミク』
(クリプトン・フューチャー・メディア)
ill.by KEI © Crypton Future Media, Inc.
www.crypton.net

除要請を行い約3万件のファイルが削除された経緯がある。

2008年1月、GoogleとNTTドコモの提携により、FOMA904iシリーズ以降の端末で「YouTube」の視聴が可能になった。その後も違法投稿、削除が繰り返される中で、2009年1月、就任したオバマ大統領の公式チャンネルで動画をダウンロードできるようになり、社会的地位を確立していった。日本でも同年11月5日、尖閣諸島沖で起きた中国船衝突映像が投稿され、既存のメディアにも取り上げられたことで存在が認知されるきっかけになった。

バーチャルアイドル、初音ミク

そのYouTubeに対抗して開発された「ニコニコ動画」は、動画配信サイトで配信されている画像の特定の再生時間上にユーザーがコメントを投稿し表示できる機能があり、それに付随してユーザーやアップロード者同士が交流できる機能を多数備えているところが特色である。話題の「初音ミク」という女性バーチャルアイドル・キャラクターは、ヤマハ(株)が開発した音声複合技術及び応用商品 VOCALOID (ボーカロイド) 2 を用いたクリプトン・フューチャー・メディア(株)が販売するコンピューターソフトのキャラクターである。このソフトにメロディーと歌詞を入力すると、サンプリングされた声を元に歌声が合成される。これがニコニコ動画で世に広まった。音楽制作の分野における技術革新の一端であろう。

違法配信の実態と著作権法改正

日本レコード協会が発表した2010年度の「音楽メディアユーザー実態調査」によると、「動画配信サイト」にこの半年間で、①2人に1人がYouTubeを、②4人に1人がニコニコ動画を、音楽を楽しむために利用した③無料動画配信サイトから音楽ファイルをダウンロードした人は4人に1人で平均32.6曲。プロモーション手段として動画配信サイトの役割は大きい一方、一方で購入の阻害要因や違法ダウンロードのソースになっている。

このように音楽コンテンツの入手方法が多様化する環境下で、CD等の売上げの下降減少に歯止めがかからない。違法配信された音楽や動画の複製行為(ダウンロード)が看過できないほど甚大な規模に達していると判断した政府は、2009年9月、「違法アップロード」に加えて「違法配信された音楽・映像のダウンロードも違法にあたる(ただし刑罰なし)」という法改正を行い2010年1月1日施行に踏み切った。

その間レコード産業界の構造的変革は、販売・製造部門まで波及し、東芝EMI(株)(現・株)EMIミュージック・ジャパン)が2006年12月に同社御殿場工場及びカスタム部を分割したのを最後に、レコード会社が直営する製造工場は無くなった。2010年8月には、音楽CDショップHMVの旗艦店とも言える東京・渋谷店が閉店した。販売部門への影響を象徴するような出来事であった。リコメンデーション機能を活用して人気を獲得したインターネット通販企業amazon.comの人気と成長ぶりも見逃せない。

CD不況の救世主になった AKB48

激動が渦巻く中で新世紀の節目を迎えた2010年。シングル部門に待望のミリオンセラーが生まれた。新たなヒットの方程式から発生した「会いに行けるアイドル」AKB48の18作目のシングル『Beginner』である。この歌のキャッチコピーは「今回のAKBは、かなり、ヤバイ!」。作詞はブームの仕掛け人でもある秋元康。作曲は井上ヨシマサのゴールデンコンビ。CDは前作の『ヘビーローテーション』に続き2種類の通常盤と劇場盤を同時発売。ジャケットから収録内容まで異なるという手の込みようだ。それだけに限らずチームの指名戦で1位になった「MINT」が通常盤Aと劇場盤に収録されている『君について』を歌うなど商品化計画も万全である。「僕らは夢見てるか? 未来を信じているか?」。まさに青春の応援歌。

今や国民的アイドルグループとして、社会現象にもなったAKB48だが、活動の出発点は2005年12月8日、東京都千代田区秋葉原に創設したAKB48劇場での初公演からだった。翌2006年10月、シングル『会いたかった』でメジャーデビューを果たし、以来ヒットの最前線を疾走し続けている。メンバーは結成当時は24人だったが、現在は研究生を含め100名余の大所帯になっている。またSKE48、NMB48、HKT48など姉妹プロジェクトも存在し、CDセールス面でも実績を上げている。ファンが直接参加できる「総選挙」「握手券」「ソロ活動」などの行動指標を提示した市場開拓法で21世紀らしい成功パターンを創出した。その結果、2011

年10月26日にリリースした23枚目のシングル『風は吹いている』でCDの売り上げ総枚数は1000万枚を突破した。

2010年のアルバム部門でのミリオンはわずか3枚のみだったが、嵐『僕の見ている風景』と、いきものがかり『いきものばかり～メンバーズBESTセレクション～』が次年にも続くような輝きを放っていた。特に前年度からの活躍を継続している「嵐」はAKB48と共に、21世紀のスーパーアイドルとしてCD市場の屋台骨を担う存在になった。

この勢いは新たな10年の幕開けにふさわしい記録の樹立に結び付く。2011年、AKB48が『桜の木になろう』から『上からマリコ』まで6枚(シングル5枚、アルバム1枚)連続でミリオンセラーを達成。しかも独占である。アルバム部門でも『ここにいたこと』で嵐『Beautiful World』共々ミリオンセラーになった。一方では久々に洋楽の分野からレディー・ガガ『ザ・フェイム』が名を連ね、EXILEも『願いの塔』で実力を発揮した。

3.11 東日本大震災と「音楽力」

じつはこの2011年は、「3・11 東日本大震災」という未曾有の災害に被災した年で、音楽産業界も甚大な被害に遭った。紹介したアルバム部門のタイトルは全て関連があると思える。アーティスト共々音楽に関わる人々は様々な形態で救援活動に関わったが、しばしば「音楽力」の真価を問われた場面もあった。改めて記しておきたい1曲がある。福島県出身のロックミュージシャンたち猪苗代湖ズが作り演奏し



『ヘビーローテーション』
AKB48
(キングレコード)



『Born This Way The Remix』
Lady Gaga
(ユニバーサルミュージック)

歌った『I love you & I need you ふくしま』のことだ。メンバーは、筋内道彦（風とロック）、松田晋二（THE BACK HORN）、山口隆（サンボマスター）、渡辺俊美（TOKYO No.1 SOUL SET）の4人だ。前年裏磐梯高原で開かれたイベント「風とロックの芋煮会」で結成され、歌っていた曲である。被災後の彼らの行動は素早かった。経費削減のため名古屋に住む音楽仲間のスタジオに集合し、レコーディングを行い僅か9日間で完成させた音楽は全国へ配信された。それも全国47都道府県からの代表が「ふくしまが好き！」という声を収録した映像付きで。顔ぶれの中には、阿部寛、風間杜夫、笑福亭鶴瓶、福島県出身の西田敏行らがいた。AC（旧公共広告機構）のCMスポットが続く中、人間味あふれるメッセージ映像だった。

1曲CDはタワーレコードから420円で発売され利益の全額が福島県災害対策本部へ寄付された。同時に彼らは福島県の被災地を中心にチャリティ・ライブを展開し、年末のNHK紅白歌合戦にも出場した。作品や演奏のクオリティは別として、デジタル、ウェブ時代ならではの行動力、スピード力で好事例を残してくれたことを評価したいと考える。デジタル化のメリットとデメリットを論ずるときに参考になるであろう。

日本人音楽家たちの「金メダル」

海外展開に照準を合わせると、視覚障害者でありながら2009年ヴァン・クライバーン国際ピアノコンクールで日本人として初優勝した辻井伸行の活躍は絶賛に値する。さらに2010年

第53回グラミー賞ではクラシックピアノ奏者内田光子の最優秀インストゥルメンタル・ソリスト賞の受賞を筆頭に、ジャズピアニスト上原ひろみ、ロックギタリスト松本孝弘、箏奏者松山夕貴子の3者も各専門部門で大挙して受賞した嬉しい知らせもあった。

野田首相も知的財産立国を標榜する中で11年目を迎えた「Japan Expo」。漫画・アニメ・ゲーム・音楽などの日本の大衆文化と書道・武道・茶道・折り紙などの伝統文化を含む日本の文化をテーマに、2000年から仏パリ郊外で開かれている総合的な日本文化の博覧会である。現在では、ロンドン、シンガポールでも開かれるようになり、J-POPの世界的ブレイクが期待されている。アニメ、コスプレ、ビジュアル系ロックバンドへの関心が高く、ある程度の実績を上げつつあるようになったが決定打は出ていない。K-POPに後れをとらないようにしたい。

「転換と融合」～「デジタル式浪漫」へ

総括に入る。パッケージコンテンツ、CD市場の縮小が10年間続き、売上高は最盛期の約3分の1まで減った。好調だった音楽配信市場も4年前の水準に戻り、2010年から減少に転じた。この危機的状況を打破しようと原因の一つとして指摘されてきた「違法ダウンロード」対策第2弾として2012年10月から施行の罰則強化が決まった。「違法に配信されたものであると知りながら、音楽・映像を私的に使用する目的で複製する行為」を権利侵害とし、2年以下の懲役又は200万円以下の罰金、あるいはその併科と規定した。具体的適用には様々な

問題が残されているが、著作権保護の観点からすれば、啓発材料になるだろう。

またテレビ、ラジオ等の既存の電波メディアはデジタル化への移行で、コンテンツが多様化したことで不足をきたし、視聴者離れが起きている。一方では、多機能型携帯電話スマートフォンの急速な普及と SNS (ソーシャル・ネットワークワーキング・サービス)、mixi、モバイル向け GREE (グリーン)、Mobage (モバゲー)、世界最大の会員数を持つ Facebook (フェイスブック)、Myspace (マイスペース) などが目白押し状態にある。音楽が情報化し、合法、非合法は関係なく無料で入手できる環境下になり、「タダで手に入る物にはお金は払わない」(前出：野口祐子氏)という風潮が蔓延している。

音楽配信サービスもその煽りを受けて、端末を選ばず楽曲が再生できる「コピー制限撤廃」「定額制の導入」が計画されている。レコード産業はどこへ向かうのだろうか。ダウンゴの創業者、川上量生代表取締役会長は、JASRAC シンポジウム「大いなるガラパゴス第 2 弾 日本型の新たなデジタル市場の開拓に向けて～コンテンツホルダーや権利者はプラットフォームとどう向き合うか～」のパネリストとしての発言の中で「米国の戦略は、コンテンツの権利をすべて確保した後にハード機器を出してきた。このままでは日本のコンテンツも持ち去られる」と警告した。その標的と思われる iTunes には、今は亡きスティーブ・ジョブズの「なぜ音楽なのか? 音楽が好きだから」という名言を先に紹介した。このせめぎ合いは今日でも課題として残っている。

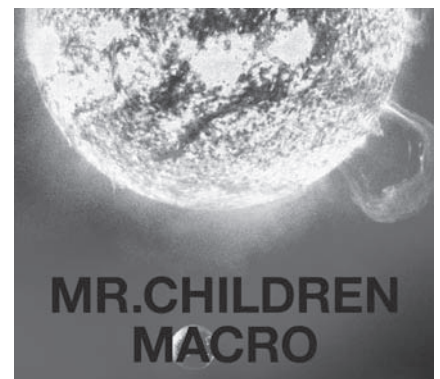
「転換と融合」の 10 年間を振り返りつつ、近未来を展望するならば、ガラパゴス現象などとは無縁の世界一音楽が好き日本人ならではの「デジタル式浪漫」の創出ではなかろうか。333 m の東京タワーが「昭和浪漫」の象徴とするならば、「平成浪漫」は 634 m にまで高くなった東京スカイツリーであろう。東京スカイツリーには「ハイテク浪漫」が創出されてくるような夢が湧く。

今年、デビュー 20 周年目の節目を迎えた Mr.Children が、ベストアルバム『Mr.Children2001-2005<micro>』『Mr.Children2005-2010<macro>』で見事ミリオンセラーを達成した。ヒット曲の創出は～終わりなき旅～だが快挙である。

例えば W・ブライアン・アーサーは著書『テクノロジーとイノベーション～技術が進化する仕組みを解き明かす～』で、「テクノロジーの発展は人類を幸せにしているのか。テクノロジーが発展すればするほど、我々はジレンマに行き当たる」と指摘している。レコード産業に置き換えるならば、音楽 CD が商品化されてから 30 年。容量は 650MB であった。PSP(プレイステーション)のメモリースティックは 2GB ～ 4GB。1GB は 1,000MB ないし 1,024MB の情報量に値する。さらに Blu-ray Disc に至っては片面 2 層で 50GB という大容量だ。大規模な構築ステージのイノベーションが期待される。



『Mr.Children 2001-2005 <micro>』
Mr. Children
(トイズファクトリー)



『Mr.Children 2005-2010 <macro>』
Mr. Children
(トイズファクトリー)



音楽評論家
反畑 誠一

立命館大学産業社会学部客員教授
(「ポピュラー音楽概論」)、
日本音楽著作権協会理事、
日本レコード大賞常任実行委員

2002年-2011年

著作権制度の動向と 日本レコード協会の取り組み

生野 秀年氏(一般社団法人日本レコード協会元専務理事)

はじめに

筆者は、2000年7月、(株)ソニー・ミュージックエンタテインメントから当協会法務部部長に就任し、2010年5月に専務理事を退任するまでの約10年間、文化庁の文化審議会著作権分科会(以下、「著作権分科会」)委員としての活動などを通じて、著作権制度への対応に取り組んだ。2002年~2011年の著作権法改正のうち、「音楽レコードの還流防止措置」及び「違法配信からの私的録音録画(ダウンロード)違法化」に関する法改正は、当協会が中心となり関係他団体等との連携の下、関係省庁や国会議員など多くの関係者の協力・支援により実現したものである。

現行著作権法が制定された1970年以降、技術の進歩や著作物等の利用態様の変化などに応じて、法改正による権利強化が図られてきたが、近年は、デジタル化・ネットワーク化の発達・普及に伴う違法配信の常態化等により、権利の実効性はむしろ年々低下しているのが実態である。それだけに、著作権制度の意義や重要性は益々高まっていると言え、当協会が法改正の経験から得た貴重なノウハウを生かしながら、その内容を不断に見直し、関係他団体等とともに、適切な権利保護が可能な制度に改めていく必要がある。

当時、筆者が多くの関係者より頂戴したこの上ない協力・支援に改めて感謝しながら、過去10年間の著作権制度の変遷、当協会の取り組み、今後の課題などについて、レコード製作者の立場からの整理を試みた。

2002年-2004年

我が国の「WIPO実演・レコード条約」加入

01年度の著作権分科会は、96年の世界知的所有権機関(WIPO)外交会議で採択され、我が国が未加入であった「WIPO実演・レコード条約」に関する法改正対応を中心に検討を行った。「WIPO実演・レコード条約」については、インタラクティブ送信に関する権利(送信可能化権)を規定しているなど、レコード等の保護強化に大きく資するデジタル化・ネットワーク化対応の条約として、当協会は、我が国の加入と条約発効が早期に実現することを強く期待していた。01年12月、著作権分科会は、審議経過の概要を取りまとめ、そこで提言されている実演家人格権の付与など、「WIPO実演・レコード条約」関連他の著作権法改正案が02年の通常国会で可決・成立した。この法改正により、「WIPO実演・レコード条約」加入の条件が整い、02年7月、我が国は、同条約の加入を果たし、新条約対応はすべて完了した。なお、「WIPO著作権条約」と「WIPO実演・レコード条約」の発効は、いずれも30カ国の加入が必要とされていたが、「WIPO著作権条約」については02年3月に、「WIPO実演・レコード条約」については同年5月に加入国数の条件を満たし、それぞれ発効した。このように、02年は、著作権制度において、我が国のみならず、国際的にも非常に意義のある年となった。



日本レコード協会 元専務理事

生野 秀年 (はへの ひでとし)

1972年 学習院大学法学部政治学科卒業、CBS・ソニーレコード(株)(現在の(株)ソニー・ミュージックエンタテインメント)入社。

1999年 (株)ソニー・ミュージックエンタテインメント制作業務推進グループ本部長。

2000年 日本レコード協会 法務部部长。

2001年 同 事務局长兼法務部部长、同 常務理事。

2004年 同 専務理事。

2010年 日本レコード協会退任

2002年6月成立 著作権法改正(概要)

(1) 放送事業者等への送信可能化権の付与

送信可能化権を放送事業者及び有線放送事業者に付与した。

(2) 実演家人格権の付与

実演家人格権として、氏名表示権及び同一性保持権を付与した。

(3) レコードの保護期間終期の起算点の変更

レコードの保護期間終期の起算点を、これまでの“レコードの音が最初に「固定(録音)」された時”から“レコードが最初に「発行(発売)」された時”に変更した。

(4) WIPO実演・レコード条約締結に伴う規定整備

(省略)

※施行日:(1)は2003年1月1日、(2)(3)(4)は2002年10月9日から施行

「プロバイダ責任制限法」施行

著作権法以外の動きでは、02年5月、インターネットにおいて著作権等の侵害があった場合、プロバイダの損害賠償責任を制限し、発信者情報の開示を請求する権利を定めた法律「プロバイダ責任制限法」(01年11月成立:正式名「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律」)が施行された。インターネットにおける音楽コンテンツの違法利用者への損害賠償請求など、レコード製作者等が実施する権利の執行活動に必要となる、発信者情報の開示に関する手続きを定めた極めて重要な法律

であり、適切な運用を図るためにはプロバイダを初め関係者の連携、協力が必要不可欠である。03年1月、当協会は、権利侵害への迅速な対応が可能となる、同法ガイドラインに基づく「著作権関係信頼性確認団体」に認定された。

我が国の「知的財産立国」宣言

日本経済が91年のバブル崩壊後の、いわゆる「失われた10年」を経ても依然不況による閉塞感から脱却できずにいた中で、02年2月、小泉純一郎総理（当時）は、施政方針演説で我が国の「知的財産立国」を宣言、「我が国は、(…)研究活動や創造活動の成果を、知的財産として、戦略的に保護・活用し、我が国産業の国際競争力を強化することを国家の目標とします」と述べ、日本経済の活性化のために、発明やコンテンツなどの知的財産の創造を産業の基盤に据えることを国家戦略の方針とした。政府は、同年同月、「知的財産戦略会議」を設置、同年7月、「知的財産戦略大綱」を決定し、同年12月、「知的財産基本法」を成立させるなど、知的財産立国の実現に向けた体制作りを進めた。

02年度の著作権分科会は、知的財産戦略として示された政府全体方針に関する事項等を中心に検討を行い、03年1月、審議経過報告を取りまとめ、そこで提言されている次の著作権法改正案が同年の通常国会で可決・成立した。

2003年6月成立 著作権法改正（概要）

(1) 映画の著作物の保護期間の延長

映画の著作物の保護期間を、「公表後50年」から「公表後70年」に20年間延長した。

(2) 教育に係る権利制限の拡充

授業の過程での児童生徒等による複製などを権利者の許諾なく行えるようにした。

(3) 著作権侵害に対する司法救済の充実

権利者による「侵害行為の立証負担」、「損害額の立証負担」の軽減措置を講じた。

※施行日：2004年1月1日から施行

コンテンツビジネス振興が国家戦略の柱に

「音楽レコードの還流防止措置」法改正へ

03年に入り、我が国の知的財産の振興に向けた動きはさらに加速する。政府は、「知的財産基本法」に基づき、03年3月、「知的財産戦略会議」を引き継ぐ形で「知的財産戦略本部」を設置、同年7月、同本部は、270項目の施策からなる「知的財産の創造、保護及び活用に関する推進計画（知的財産推進計画）」を策定した。「知的財産推進計画」は、毎年更新され、各省庁はそこに盛り込まれている施策等の検討や実施などの受け皿として取り組んでおり、著作権制度については、文化庁の著作権分科会がこれを担っている。また、03年7月、「知的財産戦略本部」の下に「コンテンツ専門調査会」を設置、コンテンツビジネス振興を国家戦略の柱とするための検討に着手し、04年4月、「コンテンツビジネス振興政策」により振興のための具体策を提言、この提言を受けて「知的財産推進計画2004」及び「知的財産推進計画2005」（のコンテンツ関連施策）が取りまとめられた。立法院においては、03年12月、自由民主党が「コンテンツ産業振興議員連盟」を設立、同連盟が中心となり、04年6月、「コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律」を成立させた。さらに、民間においては、03年8月、日本経済団体連合会（以下、「日本経団連」）が産業問題委員会の下に「エンターテインメント・コンテンツ産業部会」を設置、依田巽当協会会長（当時）が部会長に就任した。エンターテインメント・コンテンツ振興のための会議体が日本を代表する経済団体内に設置されることは以前では考えられないことであった。当協会は、同年9月、日本経団連に加盟した。

03年度の著作権分科会は、03年1月の審議経過報告で継続検討課題となった事項を中心に検討を行った。そして、04年1月にまとめられた報告書で提言されている、当協会が長い期間に亘って立法化に取り組んできた「レコード輸入権」（＝「音楽レコードの還流防止措置」）他の関係者間合意が形成された事項などを盛り込んだ次の著作権法改正案が同年の通常国会で可決・成立した。なお、「音楽レコードの還流防止措置」

については、立法過程における議論等を踏まえ、衆参両院で附帯決議が付され、欧米からの洋楽CDの輸入が阻害されるなど、消費者の利益が侵害される事態が生じたときは、見直しを含めて再検討が必要などとされた。

2004年6月成立 著作権法改正(概要)

(1) 音楽レコードの還流防止措置の創設

国外でライセンス製造された国内販売禁止レコードで、国内レコードと同一のものを、権利者の許諾なく、国内販売禁止レコードと知りながら、国内での頒布目的で輸入することなどは、著作権または著作隣接権の侵害行為とみなされ禁止されることとなった。但し、輸入等の禁止対象となるのは、「還流により権利者の利益が不当に害される場合」、「日本の最初の発売日から7年を超えない範囲内で政令で定める期間を経過していない」(注)などの要件をすべて充たす場合とされた。(注) 2004年11月公布の政令で、当該期間は「4年」と定められた。

(2) 書籍・雑誌の貸与権に係る経過措置の廃止

書籍・雑誌の経過措置を廃止し、書籍・雑誌の貸与による公衆への提供について貸与権が及ぶこととした。

(3) 罰則の強化

著作権等の侵害に係る罰則に関して、個人については、懲役「3年以下」を「5年以下」に、罰金「3百万円以下」を「5百万円以下」に引き上げるとともに、これらを併科できることとした。また、法人については、罰金「1億円以下」を「1億5千万円以下」に引き上げた。 ※施行日：2005年1月1日から施行

「音楽レコードの還流防止措置」 法改正までの経緯

著作権分科会において、「レコード輸入権」(＝音楽レコードの還流防止措置(以下、「本措置」))の導入を正式な検討に付す前提として、当協会は、文化庁より、日本経団連と協議を行い、本措置導入に関する合意を得ることを求められていた。日本経団連は、99年の「譲渡権」に関する法改正の際、著作物等の輸入権に相当する「国際消ししない譲渡権」とすることに反対した代表的な関係者であった。01年6月、当協会は日本経団連に対し、日本の音楽レコードの還流問題に関する検討の申し入れを行い、02年5月より正式な協議

が開始され、当協会から制度の具体的在り方の提言を行う等の検討を重ねていった。当時、日本の音楽がアジア各国で人気が高まり、特に韓国では04年1月から日本大衆文化開放により日本語CDの販売解禁が見込まれる一方、アジア各国から低価格の日本音楽CD等が一定数量の規模で日本に還流している実態があったため、本措置の導入は日本のレコード産業の喫緊の課題であった。

本措置に関する当時の立法環境は、政府においては、02年2月の小泉純一郎総理(当時)による「知的財産立国」宣言を初め、コンテンツビジネス振興を国家戦略の柱とする方針が出され、また、03年7月、経済産業省「コンテンツ産業国際戦略研究会」の「中間とりまとめ」で輸入権創設の早急な検討が必要と提言され、さらに、同年同月、知的財産戦略本部の「知的財産推進計画」で、04年度以降必要に応じて本措置の法改正案を国会に提出すると記載されるなど、徐々に整いつつあった。03年11月、当協会は日本経団連より、還流問題解決のために、輸入を制限する最小限度の著作権法の措置を講ずることは止むを得ないとの回答を得て、文化庁より求められていた関係者間合意が成立するに至った。立法府においては、04年1月、超党派による「音楽議員連盟」臨時総会で本措置導入を求める特別決議を採択、自由民主党は、知的財産政策小委員会「著作権に関するワーキングチーム」が本措置の導入を提言、民主党は、同年2月、「知的財産制度改革推進議員連盟」が本措置の導入を決議するなど、立法化に向けた動きが加速していった。

一方、著作権分科会においては、当協会と日本経団連との関係者間合意を受けて、本措置の検討が開始されたが、03年11月、消費者団体代表者から、本措置の導入は日本の消費者利益を著しく侵害するもので反対であるとの意見表明が行われた。また、同年12月、公正取引委員会は、本措置の創設は競争政策上問題がある旨の意見表明を行っており、この段階においても法改正の目途はついていなかった。04年1月、著作権分科会は、報告書を取りまとめ、本措置について、還流防止のために何らかの措置が必要であるとの意見が多数であったが、欧米諸国等の音楽レコードに対する影響や他の著作物への拡大を懸念するなどの意見を

踏まえた検討が必要であるとした。当協会会員社等は、音楽CDの時限再販期間のさらなる短縮など、消費者利益の向上のための施策を積極的に図り、また、文化庁は、公正取引委員会との意見調整を粘り強く進め、改正法の内容について、国内発売から一定期間経過後の同一レコードの輸入は自由にするなどの調整を行ったことにより、最終的に、本措置導入に関する公正取引委員会の了承取り付けを実現した。本措置の改正法案は、04年3月、閣議決定し、同年の通常国会で可決・成立したが、その過程は、マスコミやネットユーザー等から多くの厳しい批判を受け、また、審議会や国会においても激しい議論が行われるなど、難産の末の法改正であった。

本措置導入に反対した立場の懸念については、集約すると次の2点に整理されよう。1点目は、「我が国は音楽CD等の再販制度を有しており、本措置の導入によって国際的にも価格競争が制限される結果、日本の音楽CDが高止まりするのではないか」との懸念であり、2点目は、「欧米からの洋楽輸入CDが日本に入らなくなり、音楽ファンが海外の多様な音楽を楽しむ機会を損なうのではないか」との懸念であった。しかし、1点目の懸念については、再販制度と本措置の制度趣旨は全く異なるものである上、日本のレコード会社は従来からも音楽CD等の再販制度の弾力的な運用等に最大限努力しており、価格の高止まりは想定し得ない。2点目の懸念については、海外のメジャーレーベルが権利行使しない旨を表明していること、また、欧米諸国は日本と物価水準に大きな差がないため、本措置行使の要件である「権利者の利益が不当に害される場合」に該当せず、基本的に本措置の対象とならない。事実、この2つの懸念については、当協会が当時行った説明、声明などのとおり、本措置施行から現在（12年6月）までの間、何らの問題も生じておらず杞憂であったことが証明されている。当協会は、日本音楽レコードの海外ライセンス拡大に向けて「アジア音楽市場拡大委員会」（現在の「海外市場拡大委員会」）設置等の施策を講じて本措置の目的の実現に引き続き取り組んでいる。

「ファイルログ事件」 レコード会社の勝訴確定

01年11月、(有)日本エム・エム・オー（以下、「日本MMO」）による日本初のファイル交換サービス「ファイルログ」のサービスが開始され、02年1月、当協会会員レコード会社等19社（以下、「レコード会社19社」）は同社に対し、市販音楽CDからのMP3ファイルをサービスの対象としないことを求める仮処分を東京地方裁判所に申請した。同年4月、同裁判所は同社に対し、上記MP3ファイル情報を利用者へ提供してはならないとの仮処分命令を下した。日本音楽著作権協会（以下、「JASRAC」）も著作権者として、同裁判所に、レコード会社19社と同様の仮処分を申請、同裁判所が同様の仮処分命令を下した。また、同年2月、レコード会社19社は同社に対し、市販CDからのMP3ファイルをサービスの対象にしないこと、並びに同社及びその代表者に対し、損害賠償を求める本案訴訟を同裁判所に提起した。03年1月、同裁判所は、同社のサービスがレコード会社19社の送信可能化権を侵害しており、また、同社及びその代表者は連帯して損害賠償責任を負うとの中間判決を下し、同年12月、市販CDからのMP3ファイルの送受信の停止及び約3千7百万円の損害賠償を命ずる終局判決を下した。日本MMO側は東京高等裁判所に控訴したが、同裁判所は、05年3月、控訴棄却を言い渡し、レコード会社19社の勝訴が確定した。JASRACにおいても、東京地方裁判所に本案訴訟を提起、レコード会社19社と同様に勝訴が確定した。本件判決において、裁判所が日本MMOに対し、同社が送信可能化権の侵害の主体であることを明確に断じたことの意義は大きく、その後、我が国で同様なサービスを提供する事業者は出現していない。

著作権分科会が 「著作権法に関する今後の検討課題」を取りまとめ

04年度の著作権分科会は、我が国が既存の条約への対応をほぼ終えたところで、今後優先して対応すべき著作権法上の課題を大局的・体系的な観点から抽出・整理し、05年1月、「著作権法に関する今後の検討課題」として取りまとめた。課題全体の検討には少なく

とも3年程度は要するとされ、今後の検討課題の基本問題として、「私的録音録画補償金の見直し」、「私的使用目的の複製の見直し」、「保護期間の見直し」など、当協会が継続して取り組んでいる著作権制度に係る重点課題が掲げられている。著作権分科会は、現在においても、この「著作権法に関する今後の検討課題」を中心に、知的財産戦略本部からの提言など緊急を要する課題を対象に検討を行っている。

2005年-2006年

「私的録音録画に関する抜本的な見直し」 検討開始

05年度の著作権分科会は、05年1月に取りまとめられた「著作権法に関する今後の検討課題」のうち、緊急に検討を要する課題として、「私的録音録画補償金の見直し」、「権利制限の見直し」（特許審査手続等）他の検討を行った。

現行の「私的録音録画補償金制度」は、その創設から10年以上経過し、私的録音に用いられる機器等が、補償金の対象であるMDから、対象でないパソコンやiPod等の機器等に移行、私的録音の飛躍的増加傾向に拘わらず、補償金の徴収額は、ピーク時（00年）の約40億円から04年には約20億円に半減するなど、機能不全の状態にあることが関係権利者団体等を中心に指摘されていた。このような背景の下、著作権分科会において、ハードディスク内蔵型録音機器等の追加指定やパソコン等のいわゆる汎用機器・記録媒体の取り扱いなどに関する検討を開始、議論はiPod等の携帯用オーディオ・レコーダーの追加指定の是非に集中したが、現在の補償金制度が抱える制度上・運用上の様々な問題点やDRM技術の進展による状況の変化が指摘され、結論を得ることはできなかった。

06年1月、著作権分科会は、報告書を取りまとめ、その中で、「私的録音・録画についての抜本的な見直し及び補償金制度に関してもその廃止や骨組みの見直し、更には他の措置の導入も視野に入れ、抜本的な検討を行うべき」であり、「平成19年度中には一定の具体的

な結論を得るよう、迅速に行う必要がある」とした。

06年度の著作権分科会は、06年1月の報告書に基づき、私的録音録画に関する抜本的な見直しのために、06年3月、「私的録音録画小委員会」を設置し、「補償金制度の見直し」及び「著作権法第30条の範囲の見直し」について検討を開始した。同年6月の同小委員会で、当協会は、私的録音問題に関する考え方について、補償金制度は現行法が広く私的複製を許容しているもとは必要不可欠であるが、抜本的には、著作権法第30条の改正により、零細かつ権利者の利益を不当に害さない私的複製の範囲を明確に限定すべきであり、例えば、①商業用レコードを購入者以外の人が使用する目的で行う複製、②有料配信されるレコードを購入者以外の人が使用する目的で行う複製、③権利者の許諾を得ずに違法に複製・頒布又は公衆送信されたレコードの複製については、許容されるべきでない旨の意見表明を行った。その後、③が法改正の対象として検討が進められることとなる。06年度の著作権分科会では、「著作権法に関する今後の検討課題」に掲げられた課題以外に、「IPマルチキャスト放送の著作権法上の取扱い」、「罰則の強化」、「輸出行為の取り締まり」に関する課題を早急に検討する必要が生じた。

IPマルチキャスト放送「放送の同時再送信」が 「有線放送」と同じ扱いに

05年は、ライブドアによるニッポン放送株大量取得、楽天がTBSに対して提携交渉を行うなど、「通信と放送の融合」の名の下、IT企業が放送事業者にアプローチする動きがマスコミを大いに賑わした。06年に入り、「通信と放送の融合」の動きはさらに本格的となるが、「通信と放送の融合」関連の著作権の課題で、最も緊急かつ重要な課題は、「IPマルチキャスト放送の著作権法上の取扱い」であった。IPマルチキャスト放送は、通信回線を用いた放送サービスで、視聴者が選局した番組のみが最寄りのIP装置から配信される仕組みから、著作権法上「自動公衆送信」に当たるとされた。このため、有線放送では、レコードや実演の利用で権利者の許諾権が制限されていたり、そもそも権利が付与されていなかったりしているのに対して、IPマルチキャスト放送は、レコード製作者や実演家の許諾権（送

信可能化権)の処理を個別に行う必要があった。関係放送事業者は、IPマルチキャスト放送が、有線放送とほぼ同様の放送サービスであるにも拘わらず、権利処理において、有線放送より不利な扱いを受けているため、著作権法上も有線放送と同じ扱いとするための法改正を訴えた。

06年4月、当協会は、著作権分科会「IPマルチキャスト放送の著作権法上の取扱い等」に関する関係者ヒアリングで、当該放送のレコード利用の円滑化を図るためには、当協会が開始予定(同年10月に実施)の「放送番組のインターネット利用に関するレコードの集中管理事業」(送信可能化権の一任型管理)の許諾手続きにより行うべきであり、我が国の知的財産戦略に逆行する権利切り下げによるものであってはならない旨の意見表明を行った。しかしながら、06年6月、知的財産戦略本部の「知的財産推進計画2006」において、2011年の地上デジタル放送への全面移行のために、IPマルチキャスト放送による放送の同時再送信について、著作権法上「有線放送」と同様の扱いにするため、2006年中のできるだけ早い国会に著作権法の改正案を提出するとされ、「放送の同時再送信」の部分について、レコード製作者と実演家の許諾権としての送信可能化権を改める方向が示された。それを受けて、著作権分科会においても、同様なまとめが行われたが、一方で、有線放送による放送の同時再送信について、これまでレコード製作者及び実演家は無権利であったところ、「新たに報酬請求権を付与することが適切である」とされた。

06年8月、著作権分科会は、報告書を取りまとめ、そこで提言されている「IPマルチキャスト放送の同時再送信の円滑化」を含む次の著作権法改正案が同年末の臨時国会で可決・成立した。

2006年12月成立 著作権法改正(概要)

(1) IPマルチキャスト放送の同時再送信の円滑化

IPマルチキャスト放送による「放送の同時再送信」について、レコード製作者と実演家の送信可能化権を許諾権から補償金を受ける権利へ改めた。(一方、有線放送による放送の同時再送信について、レコード製作者及び実演家に新たに報酬請求権を付与した。)

(2) 権利制限の拡大(障害者、特許審査手続・薬事行政手続・機器の保守修理等)

(省略)

(3) 輸出行為の取り締まり

海賊版と知りながら業として「輸出」又は「輸出の目的をもって所持」することについて侵害とみなす行為として明確に取り締まり対象となった。

(4) 罰則の強化

著作権等の侵害に係る罰則に関して、個人については、懲役「5年以下」を「10年以下」に、罰金「500万円以下」を「1千万円以下」に、また、法人については、罰金「1億5千万円以下」を「3億円以下」に引き上げた。

※施行日：2007年7月1日から施行(ただし、(1)のIPマルチキャスト放送の同時再送信に係る改正については、2007年1月11日から施行)

2007年-2009年

「骨太方針2007」で デジタルコンテンツ流通促進法制整備を決定

07年2月、我が国の経済財政政策の重要事項を検討する「経済財政諮問会議」の有識者議員(4名)が意見書を提出し、過去のTV放送番組を例に、貴重なデジタルコンテンツの多くが利用されず死蔵しているとの問題意識から、「世界最先端のデジタルコンテンツ流通促進法制(すべての権利者からの事前の許諾に代替しうる、より簡便な手続き等)を2年以内に整備すべきである」と提言した。この提言は同年6月に閣議決定された「経済財政改革の基本方針2007」、いわゆる「骨太方針2007」に反映され、「デジタル化、ネットワーク化の特質に応じて、著作権等の保護と利用の在り方に関する新たな法制度や契約ルールを検討を進め、世界最先端のデジタルコンテンツ流通の法制度等を2年以内に整備する」と明記された。また、同年5月、知的財産戦略本部の「知的財産推進計画2007」においても同趣旨の内容が記載された。この「骨太方針2007」におけるデジタルコンテンツ流通促進法制整備の決定は、我が国のコンテンツ振興策について、文化的な視点による「権利保護」重視から、経済的・

産業的な視点による「利用」（＝流通）重視に大きく舵を切った象徴的な決定として、その後の各分野におけるコンテンツ流通促進策等の検討や提言に大きく影響したと指摘されている。

「保護期間の在り方」検討開始

07年度の著作権分科会は、主要な検討課題として、「デジタルコンテンツ流通促進法制」、「権利制限の見直し」、「補償金制度の見直し」、「著作権法第30条の範囲の見直し」、「保護期間の在り方」、「利用の円滑化方策」などの検討を進めた。

「補償金制度の見直し」については、著作権保護技術を施した機器等の扱いを含め、メーカー委員と権利者委員の意見の隔たりが大きく、結論を得ることができなかったため、同年10月、これまでの議論を整理し、対応策の基本的な考え方や委員間の合意の形成の状況などを「中間整理」としてまとめた。一方、「著作権法第30条の範囲の見直し」については、当協会が法改正を主張していた「違法録音録画物、違法配信からの私的録音録画」に関し、同「中間整理」で、その実態から通常の流通を妨げており、ベルヌ条約のスリーステップテスト（(i) 特別の場合、(ii) 著作物の通常の利用を妨げない、(iii) 著作者の正当な利益を不当に害しない）との関係や違法サイト等の対策により効果があると思われることなどの理由から、「第30条の適用を除外することが適当であるとする意見が大勢であった」と整理の上、法改正の方向でまとめが行われたが、利用者保護の観点から、「違法サイトと知った上での録音録画に限定」することや「罰則なし」などの法律上の手当てが必要とされた。また、「適法配信事業者から入手した著作物等の録音録画物からの私的録音録画」に関しても、第30条の適用を除外する方向で整理された。

「保護期間の在り方」については、07年3月、「過去の著作物等の保護と利用に関する小委員会」を設置し、著作権の保護期間に関して、国際的な調和の観点などから欧米諸国の水準に合わせて、現行の「著作物の死後50年」を「著作物の死後70年」に延長するか否かを中心とした検討が開始され、また、保護期間

を延長した場合の利用円滑化方策についても併せて検討が行われた。同年5月、当協会は、同小委員会関係者ヒアリングで、レコード保護期間を延長する必要があること、その理由として、レコードの保護期間（発行後50年）は、著作権の保護期間（死後50年）と比べて短く設定されているため格差を是正する必要があること、また、レコードは、リマスタリング等の投資が不可欠であるため、保護期間延長によって過去のレコードの商品化へのインセンティブが働くことなどの意見表明を行った。著作権等の保護期間の延長問題は、延長に賛成の立場では、06年7月、当協会を含む権利者17団体による「著作権問題を考える創作者団体協議会」が設立され、同年11月、保護期間を延長すべき旨の要望書を文化庁に提出、これに対し、延長に慎重ないし反対の立場では、同年11月、弁護士や作家等による「著作権保護期間の延長問題を考える国民会議」が発足し、同年同月、議論を尽くさずに保護期間の延長を決定すべきでない旨の要望書を文化庁に提出するなどの動きもあり、「補償金制度の見直し」同様に、立場による意見の隔たりの大きさから着地点が見いだせない状態での議論が続いた。

著作権法以外の動きでは、07年5月、「映画の盗撮の防止に関する法律」が議員立法によって成立、同年8月から施行された。法改正前は、映画館で映画を盗撮している者を見つけて止めさせようとしても、盗撮した者が著作権法第30条を根拠に、私的に楽しむために録画していると主張した場合、効果的な対応策がとれなかった。この法改正により、映画館における盗撮は著作権法第30条を適用せず、複製権の侵害として刑事罰（10年以下の懲役、1千万円以下の罰金またはこれらの併科）の対象となる。ただし、この法律の適用には、映画館等における有料上映及び有料上映に先だって行われる無料上映の映画であること、日本国内で最初の有料上映日から8カ月以内であることなどの条件が付いている。

「権利制限の一般規定」、「ネット法」の導入が提言される

08年に入り、デジタルコンテンツ流通促進法制に関連して、政府、民間、立法府からの提言が相次いだ。

内容としては、簡易な許諾手続きによるコンテンツ利用や新規ビジネスモデルに柔軟に対応できる法制度などを特徴とする提言が多く見受けられる。

政府は、同年3月、知的財産戦略本部の下に「デジタル・ネット時代における知財制度専門調査会」を設置、同年5月の検討経過報告において、①コンテンツの流通促進方策、②権利制限の一般規定（日本版フェアユース規定）の導入、③ネット上に流通する違法コンテンツへの対策の強化を検討課題として、同年末までに報告書のとりまとめを行うとした。②権利制限の一般規定（日本版フェアユース規定）の導入については、我が国の著作権法は、著作物の利用目的等に応じて個別に権利制限規定を設けているところ、個別規定に該当しない著作物の利用で、権利者の利益を不当に害しないものであっても形式的には権利侵害となり、著作物の円滑な利用を阻害しているなどの指摘とともに、米国著作権法第107条（フェアユース規定）に代表される、一定の包括的な考慮要件を定めた上で、権利制限に該当するかどうかは裁判所の判断に委ねる方式の権利制限規定（権利制限の一般規定）を導入すべきとの要請が、近年、著作物を利用する事業者等からなされていた。同年10月の同調査会関係者ヒアリングで、権利者の立場から日本芸能実演家団体協議会実演家著作隣接権センター（CPRA）参考人が、当該規定の導入に伴う違法行為の蔓延や権利者の訴訟費用等の負担の増加に対する懸念から、慎重な検討を求める意見表明を行った。しかしながら、同年11月の同調査会報告書は、著作権法に定める枠組みが社会の著作物の利用実態やニーズに適切に対応できるために、「権利者の利益を不当に害しないと認められる一定の範囲内で、公正な利用を包括的に許容し得る権利制限の一般規定（日本版フェアユース規定）を導入することが適当である」とした。

民間では、08年3月、「デジタル・コンテンツ法有識者フォーラム」が「ネット法」の導入を提唱、「ネット法」の中核として、①ネット権の創設（例えば、映画は、映画製作者をネット権者と定め、全ての権利者を代表して権利行使できるようにする）、②収益の公正な配分の義務化、③フェアユースの規定化を掲げ、著作権法に限定しない法制度を特別立法により制定すべきと提言した。また、同年9月、民間の組織に国会議

員も参加した「デジタル・コンテンツ利用促進協議会」が設立され、さらに、同年11月、弁護士などの有識者や著作権ビジネスの実務家による「ネットワーク流通と著作権制度協議会」が設立された。立法府では、08年4月、自由民主党が知財戦略調査会に「デジタル・ネット時代の著作権に関する小委員会」を設置し、ネット法やフェアユース規定の導入などを検討、同年7月の中間論点整理では、フェアユース規定の導入は極めて有意義と評価した。

「補償金制度の見直し」、「保護期間の在り方」 結論得られず

「違法配信からの私的録音録画 （ダウンロード）違法化」法改正へ

08年度の著作権分科会は、主要な検討課題のうち、「補償金制度の見直し」については、メーカー委員と権利者委員の意見の隔たりが依然大きく、合意が見込まれなかったため、同年5月、文化庁が合意形成に向けて具体的な制度設計を含めた補償金制度の提案を行った。その概要は、著作権保護技術の発達・普及を前提に、補償金制度は将来縮小に向かうが、当面補償金制度での対応を検討する必要がある分野としては、基本的に録音自由である「音楽CD」からの録音と、権利者の要請により策定された技術でない「ダビング10」を採用している「無料デジタル放送」からの録画とすること、また、補償金の対象機器に、「携帯用オーディオレコーダー」と「HDD内蔵型録画機器」を新たに追加することなどとしている。文化庁提案に対し、権利者委員は一定の結論として評価したが、メーカー委員は、著作権保護技術が施されている機器は補償の必要がないこと、また、放送のタイムシフト録画や音楽CDのプレイスシフト録音は補償の必要性が立証されていないこと、さらに、文化庁提案は補償金制度の縮小より、むしろ拡大の可能性があるなどの理由を挙げて受け入れを拒否したため、最終的に結論を得ることはできなかった。

「違法録音録画物、違法配信からの私的録音録画」については、第30条の適用から除外する法改正が必要とした上で、中間整理に対する意見募集の結果を踏まえ、中間整理における利用者保護策に加え、法改正内

容の周知徹底、適法サイト等に関する情報の提供や「識別マーク」の推進の実施などが必要とされた。08年2月、当協会は、ユーザーが安心して音楽配信を利用できる環境整備策として、レコード会社が許諾した正規の音楽配信サイトを簡単に識別できる「エルマーク」の導入を開始し、立法環境の整備を進めていた。なお、中間整理で第30条の適用を除外する方向であった「適法配信事業者から入手した著作物等の録音録画物からの私的録音録画」については、私的録音録画の将来像や補償金制度の見直しに関する合意がないままの先行は問題との意見から、法改正対象から除外された。

「保護期間の在り方」については、著作権の保護期間に関して、国際的な制度調和を初めとするいずれの論点も、延長に肯定的な立場と否定的な立場からの意見が様々に出されたため意見集約に至らず、今後は、整理された論点等について検討を深めるなど検討を続けることが適当とされた。なお、レコード等の著作隣接権の保護期間に関しては、著作隣接権に固有の論点を検討しつつも、まずは著作権の保護期間の在り方についての議論を中心とした検討を進め、その動向を踏まえて併せて検討することが適当とされた。「利用の円滑化方策」については、デジタルコンテンツ流通促進法に関連して、著作権不明の場合等の利用円滑化方策として、現行の裁定制度の改善策などがまとめられた。

09年1月、著作権分科会は、報告書を取りまとめ、その提言を踏まえた次の著作権改正法案が同年の通常国会で可決・成立した。なお、下記(1)の改正については、国会等における議論を踏まえ、衆参両院の附帯決議が付され、文化庁及び当協会などの関係者に対し、法改正内容の周知徹底、適法配信識別マーク「エルマーク」の普及促進などの取り組みが求められている。また、著作権法第30条の範囲から除外する行為のうち、「違法録音録画物からの私的録音録画」については、当初、法改正の方向であったが、被害実態も極めて限定的である等の観点から法案提出時に除外された。

2009年6月成立 著作権法改正(概要)

(1) 違法配信からの私的録音録画(ダウンロード)
違法化

違法なインターネット配信による音楽・映像を違法と知りながら複製(ダウンロード)することを私的使用目的でも権利侵害とした(罰則なし)。

(2) 海賊版の頒布の申出の侵害化

海賊版と承知の上で行う頒布の申出(広告行為)を権利侵害とした(罰則あり)。

(3) 権利制限規定関係

国立国会図書館における所蔵資料の電子化、インターネット販売等での美術品等の画像掲載、送信の効率化等のための複製、インターネットで情報検索サービスを実施するための複製、情報解析研究のための複製、電子機器利用時に必要な複製などを権利者の許諾なく行えるようにした。

(4) 裁定制度関係(デジタルコンテンツ流通促進法に関連)

著作者不明等の場合の裁定制度(著作者が所在不明等の場合に文化庁長官の裁定で利用する制度)の申請者に対し、裁定結果が出る前に供託金により暫定的な利用を認めるとともに著作隣接権者も同制度の対象とした。

(5) 障害者の情報利用の機会の確保

視覚障害者向け録音図書作成主体を拡大、聴覚障害者向け映像作品の字幕等の付与及び発達障害等で利用困難な者に応じた方式での複製も可能にした。

※施行日:2010年1月1日から施行

「知的財産推進計画2009」で「権利制限の一般規定」の導入明記

09年に入り、「ネット法」の導入に関する議論については、国際条約との関係を含め立法可能性に疑問が呈されるなどから、徐々に沈静化していった。同年4月、「ネットワーク流通と著作権制度協議会」が「コンテンツの流通方策」及び「権利制限の一般規定(日本版フェアユース規定)」に関する提言を行った。前者については、放送コンテンツを対象に、現行法を変更することなく、権利者団体と製作者団体による協議組織で対価の基本的配分割合の合意形成に向けた取り組みを促進すべきであることなどを、後者については、導入の目的、適用範囲等の慎重な検討や司法救済など整備すべき制度等の問題の解決を待たず先行的に導入することは相当でないとするなどを提言しており、これまでの簡易な許諾手続き、あるいは権利制限の一般規定導入によるコンテンツの流通促進や新規ビジネス創出などを図

る提言とは一線を画す内容となっている。

09年度の著作権分科会は、主要な検討課題のうち、デジタル・ネット時代における知財制度専門調査会から提言された「権利制限の一般規定」の導入について、09年5月より集中的な検討を開始した。同年8月、当協会を含む音楽関係7団体は、「権利制限の一般規定」関連団体ヒアリングで、実質的に権利者の利益を不当に害しない利用は許諾等の対応がされており、特段の問題は生じていないこと、また、実質的に権利者の利益を侵害する事例まで拡大適用される恐れがあることなどの問題点を理由として挙げて、当該規定の導入に反対の意見表明を行った。しかしながら、同年6月策定の「知的財産推進計画2009」では、権利制限の一般規定（日本版フェアユース規定）の導入に向け、ベルヌ条約等の規定を踏まえて検討を行い、2009年度中に結論を得て、早急に措置を講ずると記載された。そのことから、政府のこの導入方針を前提に、著作権分科会は、導入の方法論について検討を行う役割であることが認められる。

一方、未解決の重要検討課題である「補償金制度の見直し」及び「保護期間の在り方」については、09年度の検討において実質的に進展はなかった。なお、補償金制度に関連して、09年11月、補償金の適用に関する初の訴訟が提起された。これは、(株)東芝が発売するアナログチューナー非搭載のDVDレコーダーについて、同社は補償金支払の必要性に疑義があるとの理由から、補償金の支払いを拒否していたため、私的録画補償金管理協会（SARVH）は補償金（又は補償金相当額の損害賠償金）の支払いを求めて東京地方裁判所に同社を提訴したものである。同年9月、文化庁は、SARVHの照会に対して、当該録画機器が補償金対象となる特定機器に該当するとの見解を示していた。

2010年－2011年

著作権分科会が「権利制限の一般規定」法改正に向けたまとめ

10年度の著作権分科会は、主要な検討課題として、「権利制限の一般規定」を中心に、「技術的保護手段の見直し」についての検討を行い、それぞれ中間まとめを行った上で意見募集を行い、11年1月、09年度及び10年度の2年度分の報告書を取りまとめた。

「権利制限の一般規定」については、10年5月策定の「知的財産推進計画2010」において、10年度中の法制度整備が明記されたことを受け、法改正に向けた具体案のまとめが行われた。報告書では、著作物の利用形態等の多様化や社会状況の変化等に鑑み、個別権利制限規定の解釈や改正等による解決には今後一定の限界があり得ること、また、民法上の一般規定等に解決を委ねるよりも著作権法の枠内における解決を可能とする方が現状より規律の明確化を図れることなどから、権利制限の一般規定を導入する意義は認められるとした。なお、「権利制限の一般規定」により権利制限される利用行為の類型は、①著作物の付随的な利用（例：写真や映像の撮影に伴ういわゆる「写り込み」）、②適法利用の過程における著作物の利用（例：CDへの録音許諾を得た場合におけるマスターテープ等中間過程での複製など）、③著作物の表現を享受しない利用（例：技術の開発や検証のために、著作物を素材として利用するなど）を対象とすることが適当とされた。

「技術的保護手段の見直し」については、現行著作権法では、保護技術のうち、著作物等に信号を付加する方式のコピーコントロール技術が対象となっており、著作物等を暗号化することによって、著作物等の視聴等を制限する保護技術、いわゆる「アクセスコントロール技術」については対象外となっている。しかしながら、近年、アクセスコントロールの回避装置・プログラムの氾濫によってコンテンツ産業に大きな被害が生じており、特にゲーム業界では、マジコンと呼ばれる回避装置等を用いた違法ゲームソフトの使用により、多大な被害が生じていると指摘されていた。著作権分科会で検討の結果、映画のDVD等に用いられるCSS等の「暗号型」技術やゲーム機・ゲームソフト用の保護

技術について、複製等の支分権の対象となる行為を技術的に防止又は抑止する「機能」を社会的に有していると評価される保護技術については、技術的保護手段の対象とするなどの方向での法改正が適当とされた。一方、アクセスコントロールを含む技術的制限手段の回避装置等については、不正競争防止法による一定の範囲の規制が行われていたが、11年5月、同法の改正により規制が強化され、規制対象として、これまでの「技術的制限手段の回避機能「のみ」を有する装置等の提供行為」に、「技術的制限手段の回避機能以外の機能を有する装置等であっても、それを回避することにより視聴等を可能とする用途に供するために行う提供行為」が新たに追加され、また、当該装置等の提供行為について刑事罰の導入が行われ、同年12月から施行された。「権利制限の一般規定」と「技術的保護手段の見直し」は、12年の通常国会における法改正に向けた作業が現在進められている。

なお、「補償金制度の見直し」及び「保護期間延長問題」は、著作権法制上の引き続きの重要課題として、まずは検討の場の構築等に向けて努めていくべきと整理されているが、「保護期間の延長問題」に関連して、11年9月、EU理事会は、レコード（及びレコードの実演）の保護期間を50年から70年に延長することを採択し、加盟国は2年以内に国内法を改正する必要があるとされた。このような国際的な状況の大きな進展を踏まえ、我が国においても、早急に「保護期間延長問題」に取り組むとともに結論を得る必要がある。

11年度の著作権分科会は、主要な検討課題のうち、「著作権法第30条（私的使用のための複製）」については、関係者ヒアリングを通じて論点整理を行った。11年7月、当協会は、当該ヒアリングで、ネット上の違法な音楽流通抑止のために、「違法配信からの私的録音録画（ダウンロード）違法化」に関する規定について、刑事罰を導入する法改正が必要であること、私的録音録画実態に適合した補償金制度とするための見直しを早急に行うべきであることなどの意見表明を行った。また、「国立国会図書館からの送信サービスに関する権利制限規定」については、国立国会図書館からの送信先や送信出版物の範囲などを検討し、12年1月、同年の通常国会における法改正に向けたまとめ

が行われた。

知財高裁が「私的録画補償金訴訟」判決下す

SARVHが(株)東芝に対し、アナログチューナー非搭載のDVD録画機器に関する私的録画補償金の支払いを求めて09年11月に東京地方裁判所に提起した訴訟について、10年12月、同裁判所は、SARVHの請求を棄却する判決を下し、当該機器については補償金対象の特定機器に該当するが、補償金の徴収及び支払いに関するメーカー等の「協力義務」は法的拘束力を伴わない抽象的な義務（訓示規定）であり、東芝はSARVHに対する支払い義務を負わず、東芝の不法行為は成立しないとした。SARVHはこの判決を不服として即刻、知的財産高等裁判所に控訴したが、11年12月、同裁判所はSARVHの控訴を棄却した。同裁判所は、「協力義務」については、1審の判決と異なり、違反の経緯や態様によっては損害賠償責任が成立する可能性もあるとしたが、1審が当該機器を補償金対象の特定機器に該当するとしたことを否定し、そのため東芝の不法行為は成立しないとした。SARVHはこの判決を不服として、最高裁判所に上告及び上告受理申立をした。

音楽不正ダウンロードの規模は正規の音楽配信売上の10倍

10年1月、「違法配信からの私的録音録画（ダウンロード）違法化」に関する改正著作権法が施行された。当協会は、著作権分科会報告書や衆参両院の附帯決議に基づき、政府や関係他団体等と連携して、法改正内容の周知徹底や適法配信識別マーク「エルマーク」の普及促進などの施策に精力的に取り組んでいる。

違法な音楽配信は、旧ナプスターに代表される「検索サーバー型」ファイル交換サービスから、Winnyなどの「非検索サーバー型」ファイル交換サービスへ、さらに、モバイル向け違法音楽サイトの登場など、技術の進歩に伴う質的な変化とともに、量的拡大も一層進行している。近年、動画配信サイトが人気を集めているが、当協会の調査（10年8月）によると、音楽ファイルの不正ダウンロード源で最も利用率が高いのは、

動画配信サイトであり、約30%の利用者が、直近半年間に用いている。その他を含め音楽ファイルの年間不正ダウンロード数は、43.6億ファイルと推定され、これは2010年の正規の有料音楽配信のダウンロード数の約10倍の規模に上ることが判明した。このため、違法対策をさらに実効性あらしめるための法改正の取り組みが必要であるが、それには、「違法配信からの私的録音録画（ダウンロード）違法化」に関する規定に刑事罰を導入することの他、「プロバイダ責任制限法の見直し」がある。同法の見直しについては、総務省が10年9月に「プロバイダ責任制限法検証WG」を設置し、検討を行った。同年11月、当協会は、関係者ヒアリングで、一定のプロバイダに侵害防止のための合理的な措置を義務付けること、発信者情報開示請求手続きの簡素化などについて、法改正の必要がある旨の意見表明を行ったが、11年7月、検討結果（同WG提言）の取りまとめが行われ、現時点では法改正する必要性は見受けられないとされた。一般論として、プライバシー、表現の自由、通信の秘密の保護などは極めて重要、かつ尊重すべきであることは理解するものの、当協会は、権利者の深刻な被害への合理的な対応策の必要性を主張しているものであり、検討結果は、加害者（違法利用者）への手厚い保護に対し、被害者（権利者）の救済の面で不十分であり、著しくバランスを欠くものと言わざるを得ない。当協会が今後も継続して取り組むべき重要課題である。

おわりに

過去10年間（2002年～2011年）のレコード製作者等を取り巻く環境の変化と著作権制度の対応状況を振り返ると、デジタル化・ネットワーク化の本格的な発達・普及に伴う負の側面が突出し、プライベート・コピーや違法なコンテンツ流通などが歯止めなく増加の一途をたどり、レコード製作者等の権利者の権利の実効性が急速に低下していく中で、著作権制度については、本来の制度趣旨から遊離した議論等によって、適切な対応が行われなかったと評価せざるを得ない。このため、レコード製作者等の権利者が今後に取り組むべき様々な課題のうち、次の2点が特に重要で

あると考える。

1点目は、ネット上の音楽等コンテンツ流通の健全化である。既述のとおり、インターネットは、まさに音楽の無法地帯と化している状況にあり、このままの状態が続けば、音楽産業は成り立たなくなり、ひいては豊かな音楽文化は消失することとなる。当協会が年度の重点施策の1丁目1番地として様々な対応に取り組んでいるが、当面の法制度対応としては、「違法配信からの私的録音録画（ダウンロード）に係る刑事罰の導入」や「プロバイダ責任制限法の見直し」が必要であり、また、中長期的には、著作権教育・啓発活動を官民一体となり徹底的に行うことがとりわけ重要と考える。これまでの日本人の遵法精神の高さからして、ネット上の音楽等コンテンツ流通の健全化は、日本が世界に先駆けて実現できるものと信じている。

2点目は、著作権制度の在り方に関する議論の方向性を、制度趣旨及び我が国の知的財産立国の方針に合致したものに是正する必要性である。政府は、02年の小泉純一郎総理（当時）の「知的財産立国」宣言に始まり、コンテンツ振興を国家戦略の柱としたものの、後半以降は、文化的視点より経済的・産業的視点を、また、権利保護より利用（流通）を重視し、簡易な許諾手続きあるいは権利制限措置の導入によってコンテンツ振興を実現しようとする考え方が、権利者を含めた深い議論もなく、経済財政諮問会議や知的財産戦略本部で決定され著作権分科会に下ろされるなど、我が国の知的財産立国の方針に逆行していると考えざるを得ないことが多かった。著作権制度の趣旨は、著作者等の権利の保護を図ることを通じて文化の発展に寄与することであり、ここ数年間の制度の趣旨から遊離した議論に一旦区切りをつけて原点に立ち返り、その共通認識のもと、著作権の根本問題である「私的録音録画補償金制度の見直し」や「著作権等の保護期間延長問題」などの課題解決に取り組まねばならない。現在、レコード製作者等の関係権利者は、今後10年間を著作権制度が充実・強化した期間と言えるようにするためのスタートポイントにいるものとする。

(追記)

2012年(6月)の通常国会で、当協会が最重要な法改正課題として取り組んできた「違法配信からの私的録音録画(ダウンロード)に係る刑事罰の導入」を含む次の著作権法改正案が可決・成立した。

(1) 違法配信からの私的録音録画(ダウンロード)に係る刑事罰の導入(2年以下の懲役若しくは2百万円以下の罰金、又はこれを併科)、(2)いわゆる「写り込み」(付随対象著作物としての利用)等に係る権利制限規定の整備、(3)DVDなどに用いられるCSS等の暗号型技術を保護の対象に追加する、技術的保護手段に係る規定の整備、(4)国立国会図書館からの送信サービスに関する権利制限規定の整備 など。

なお、施行日については、(1)(3)は2012年10月1日、(2)(4)は2013年1月1日から施行

デジタル音楽配信

2002年～2011年の歩みを総括

株式会社ブックリスタ 代表取締役社長 今野 敏博氏

2002年から2011年までのデジタル音楽配信を総括して語る、というテーマをいただいたわけではあるが、これは、まさしく21世紀における音楽ビジネスの大きな部分を語るに等しい事である。

本当に身に余る事だと思いつながら、1998年からおよそ12年間、レコード会社のインターネットと音楽配信に携わってきた自分が、改めて自分のやってきた仕事を総括する意味も含めて取り組んでみたいと思う。

何しろ10年前と比較して、状況は相当複雑化しており、私だけでは正確に総括出来ない部分も多いが、実際に音楽配信サービスを立ち上げてきた人間の、思いも含めてご理解いただきたいと思う。

音楽配信以前の状況

2002年からのデジタル音楽配信を語る前に、1990年代の音楽とネットワークの状況と、更にはインターネットにおける音楽配信のスタートの状況を振り返ってみたい。

1982年に音楽用に世の中に登場したCDは、その後、データ用のCD-ROMとしても普及していった。

1990年代に入ってから、CD-

ROMドライブ搭載のパーソナルコンピュータも増え、音楽用CDを聞く事も出来てきて、音楽とコンピュータが接点を持ち始めたのである。

その一方でネットワークも進化していった。Nifty-Serveや、PC-VANなどのクローズドのパソコン通信が展開していたが、90年代になると、オープンなインターネットが登場した。パソコン通信と異なり、グラフィックスや音も文章と同時に扱える様になり、表現力は飛躍的に進化をとげたのである。

レコード業界の中でも、このインターネットを販促・宣伝や広報活動に使えないか、という動きがおこり、1995年3月には、ソニー・ミュージックエンタテインメントが、「BIG-TOP」（ピクトップ＝サーカスの大テントの意味 現Sony Music Online Japan）というサイトを立ち上げた。また、翌月には東芝EMI（現EMI Music Japan）が、「To Make It」を立ち上げた。どちらもCDの発売情報を中心とした、プロモーションサイトではあるが、既に音楽を試聴出来る機能は持っていた。もちろん、その音質においては、その当時の電話機程度。30秒の音声サンプルをダウンロードして聞くという、ごくシンプルなもの

であった。

その後、インターネット上では、多くの実験的な試みが行われた。

坂本龍一は、1995年11月に武道館のライブを、ストリームワークスと言う発売されたばかりのソフトを使用して生中継している。

さらに1998年8月には佐野元春が、「～有料オンラインライブ“地下室からの接続”」というイベントを行った。これは、初の有料インターネット中継で価格は300円。約700人が中継を楽しんだ。今や、ユーストリーム（2007年に設立された動画共有サイト）などで日常的に行われているストリーミング配信であるが、当時は非常に実験的な試みであった。筆者もその場にいたが、世の中の注目度は高く、日経産業新聞の一面で大きく取り上げられたほどである。

一方、ダウンロードで音楽を流通させる試みも盛んに行われていた。MP3（エムピースリー、MPEG Audio Layer-3）という規格は、デジタル技術によって音響データを扱うための圧縮技術の一つであり、この技術が90年代後半になって、パソコンの世界の中で広く使われ始めた。CDの音源はそのままでは一曲が50MB以上もあり、当時のネットワーク環境

やパソコン環境では、使用出来なかったのである。

そうした技術発展により、アメリカにおいて、多くのベンチャー企業が音楽配信事業に参入してきた。その中で最も大きなサイトは、MP3.com（エムピースリードットコム）であり、ピーク時には2500万人の登録ユーザを抱え、一日400万曲を80万のユーザに届けていたと言う。

また、音源ファイルの共有・交換の仕組みも登場し、Napster（ナップスター）やGnutellaなどのファイル交換ソフトが多くのユーザに浸透していった。こうしたサービスは、音楽ファイルを共有しようとする人がサーバに登録し、今度は音源ファイルを手に入れようとする人がサーバにアクセスして、欲しい音源ファイルを自由にダウンロード出来る仕組みであった。それらのサービスは、爆発的なユーザ数を獲得していったが、その流通している音楽ファイルの90%以上が、著作権を無視した、いわゆる「海賊版」であった。

それは大きな社会問題となり、米国レコード協会らは、Napster社を提訴（Napster訴訟）し、Napster社は敗訴。その後、このサービスは姿を消した（2001年2月）。インターネッ



株式会社ブックリスタ 代表取締役社長

今野 敏博

1981年4月、CBS・ソニー（現ソニー・ミュージックエンタテインメント）入社。洋楽販促、邦楽制作などを経て、1998年から同社のインターネット部門の責任者となる。その後、(株)ソニー・ミュージックネットワーク代表、(株)レーベルゲート代表取締役執行役員社長、(株)レーベルモバイル（現 ㈱レコチョク）取締役・代表執行役社長などを経ながら、「着うた®」「着うたフル®」の開発に携わる。2010年11月には、(株)ブックリスタ代表取締役社長に就任。現在は電子書籍の普及に力を注いでいる。

ト社会における、大きな衝撃的イベントであった。

そのころ日本においては、リットーミュージックなどが、曲数は限定されてはいたが、音楽配信を試みていた。

インターネットでの音楽配信のスタート

アメリカにおいて、先に書いたように、ファイル交換ソフトの普及によって、不正な MP3 ファイルが蔓延してしまい、正規の課金モデルによる音楽配信の仕組みがアーティストやレコード会社から待望されていた。

そこで、1999年のクリスマスシーズンに向けて、アメリカのメジャーレコード各社が、音楽配信を開始するだろうと、様々な噂が飛びかっていた。ところが、レコード会社による本格的な音楽配信の開始は、日本が世界で最初になったのである。

1999年8月の読売新聞は、年内にソニー・ミュージックエンタテインメントが、音楽配信を始める、という記事を掲載している。これは、アメリカによる不正ファイルの蔓延の状況を見て、日本がそのような状況になる前に正規の音楽配信を定着させてしまうこと、また、技術的な仕組みをアメリカに先駆けて日本で確立させてしまおうと言うことが目的であった。

その bitmusic (ビットミュージック) と名付けられたサービスは、1999年12月20日にスタートした。WindowsPC 向けの音楽ダウンロードサービスで、サウンドファイル形式は、ソニーが開発した ATRAC 3 (アトトラックスリー)、著作権保護のシステムである DRM (ディーアールエム = Digital Rights Management) の

仕組みは、同じくソニーが開発した OpenMG (オープンエムジー) であった。因みに OpenMG の規格は、当時、音楽配信に求められるセキュリティ要件の仕様を策定していた団体であった SDMI (エスディーエムアイ Secure Digital Music Initiative) の仕様に準拠している。

その仕組みによって、コピー回数やコピー台数などを細かく管理する事が出来たのである。

当時は世界中の多くの会社が DRM を開発して、その仕組みの優位性を競っていた時期でもあった。その背景には不正のファイルの蔓延があったのである。

12月20日に配信されたのは、石井竜也の新曲など44曲。価格帯は350円が多かった。(後に邦楽200円、洋楽150円が中心の価格帯になった) 配信初日のダウンロード数はおよそ1000、その多くは関係者のダウンロードだった。

ダウンロードされた楽曲は、パソコンを通じてデジタルオーディオプレーヤーである、「メモリースティックウォークマン NW-MS7」に転送して聞く事が可能であった。

翌年、2000年の2月には、IBM 社の DRM、EMMS (Electronic Media Management System) を使用した配信も開始したが、サウンドファイル形式はこれも ATRAC3 であった。

これ以降、その流れを受けて日本国内では各レコード会社が順次音楽配信を開始することになる。2000年3月には、エイベックス株式会社が @music (アットミュージック) という名前でサービスを開始して、ビクター

エンタテインメントも続いた。

また、それらのサービスのバックエンドを受け持つ会社としてレーベルゲートが、レコード各社と、ソネット (現ソネットエンタテインメント) の出資のもと、2000年4月に設立され、その後も多くのレコード会社が出資参加した。

様々な試み

2000年は、「第一次音楽配信元年」と呼んでいい年であった。

インターネットがどんどん生活の中に浸透していく中で、音楽配信は新しいビジネスのあり方の象徴とも言うべき存在であり、それを目指して世界中の様々な企業が参入したのである。音楽配信のシステム開発を提供する株式会社リキッドオーディオジャパンは、東京証券取引所に新設されたベンチャー企業向け株式市場のマザーズにおいて、第一号の上場企業として株式を公開した。(1999年12月22日) そして、翌月の2000年1月末に東京の都内のホテルにて、「マザーズ上場記念パーティ」を開き、大きな話題となった。

携帯電話を使った音楽配信が、いち早く登場したのもこの年である。

DDI ポケット (現ウィルコム) は、2000年11月に PHS を使った音楽配信サービス「Sound Market」を開始した。音楽以外にも落語、漫才、英会話など幅広い音声コンテンツを供給していたのは、携帯電話サービスならではのであろう。

Sound Market では、三洋、日立製作所、富士通並びに日本コロムビアが開発した、移動体通信端末向けの音

楽配信システム「ケータイ de ミュージック」が採用された。

サウンドフォーマットはMP3形式。DRMには「UDAC-MB」(Universal Distribution With Access Control-Media Base)という技術を使用していた。

2001年1月15日には、NTTdocomoが、「M-Stage Music (エムステージミュージック)」というPHS向け音楽配信のサービスを開始した。当初の配信楽曲数は、約500曲。サウンドファイル形式は、AAC (Advanced Audio Coding、現在多くの音楽配信に使われている)。DRMには、松下電器産業がユニバーサルミュージック、BMG、ATTなどと共同開発した「EMDLB(イーエムディーエルビー)方式が採用された。対応端末は、松下通信工業製のPHS端末であるPicwalk (ピックウォーク) P711mであり、音楽コンテンツのストリーミングとダウンロードに対応し、内部のSDカードに保存する仕組みであった。なお、この端末はデータ通信に特化していて、音声通話には対応していなかったため、音楽は聞けるが電話をする事が出来なかったのである。

NTTdocomoと松下通信工業が設立したPHS端末に音楽配信をサービスする会社「エアメディア」には、その後ソニーと伊藤忠商事が出資し「トライノーツ」に社名変更している。そして2001年4月に発売された、ソニーの配信システムに対応したシャープ製のPHS端末Picwalk SH712mは、通話する事が出来て、メモリースティック (ソニーのメモリーカード) を介してパソコンに音楽ファイルを転

送し、再生する事も可能であった。

またインターネットの音楽配信にも新たな動きがあり、2001年2月にはドゥーブ・ドットコム (du-ub.com) という会社が設立されサービスを開始した。この会社は株式会社東芝の100%出資で、運営は東芝EMI (現EMI Music Japan) に託された。この会社は、インターネットの音楽配信のプラットフォームを開発運用し、音楽配信のポータルサイトを運営する事を目的とした。サウンドファイル形式はAAC、ATRAC3、WMA (Windows Media Audio) を採用し、DRMは、主にEMMSとマイクロソフトのWMT (Windows Media Technologies) を採用した。

このサービスは、東芝EMI以外にも、株式会社ワーナーミュージック・ジャパン、ユニバーサルミュージック株式会社 (現ユニバーサルミュージック合同会社) などが参加した。これによって、日本のインターネットの音楽配信は、ソニー・ミュージックを中心としたグループと、東芝EMIを中心としたグループに二分してしまつたのである。

一方、アメリカにおいても、レコード会社が自ら音楽配信を行う動きが出てきた。仏Vivendi Universalと、ソニー・ミュージックエンタテインメントが、共同出資し、音楽配信サービス会社を設立した。それが、PressPlay (プレスプレイ) 社である。本社はニューヨークにあり、2001年12月にサービスを開始した。Yahoo!、MP3.com、MSNミュージック、Roxioを通じて配信を始めたのである。

それに対して、独Bertelsmann (当

時メジャーレコード会社であったBMGの親会社) および英EMI Groupは、米RealNetworks、米AOL Time Warnerと共にMusicNetという音楽配信サービス会社を設立し、同じく2001年12月にβ版を発表した。

PressPlayとMusicNetの両陣営は、スタート時点ではそれぞれの楽曲しか無いという、不十分な状態にあった。その後お互いのレコード会社ともライセンス契約を結ぶ事になるが、ユーザに対して最初から魅力的なサービスは提供できなかったのである。

「着うた®」の誕生

様々な音楽配信サービスが登場し、レコード各社も自ら配信ビジネスを始めたが、インターネットにおける音楽配信はすぐにはビジネスとなるような売り上げをあげる事は出来なかった。というのも、当時の日本のネットワーク環境から考えると至極当然である。

2000年時点で、普通の家庭のインターネット環境では、一曲ダウンロードするのに、なんと約16分もかかっていた。それも通信環境に左右される事が多く、ほとんどのユーザにはハードルが高いものであった。また、デジタルオーディオプレーヤーである「メモリースティックウォークマンNW-MS7」について考えてみると、メモリーカードへの保存という先進性は持つものの、付属した標準的な容量のメモリーカード (メモリースティック) は64MBであり、収録時間はおよそ80分。CDアルバム二枚も収録出来ないという少ない容量であった。

PHSを使った音楽配信もダウン



2002年11月レーベルモバイルがKDDI(株)との共同会見を行い、「着うた®」のサービス開始を発表。当時ビクター・エンタテインメント(株)の加藤裕一氏が登壇

ロード一曲に要する時間は、同様に約16分かかっていた。様々なスペックが音楽配信を推し進めるまでには、熟していなかったのである。

一方、携帯電話におけるインターネットサービスである、NTTdocomoのi-mode(iモード)は、1999年2月からスタートしていて順調にユーザを増やしていった。様々なサービスがある中で、特に大きくマーケットを広げていたのは、着信メロディーのサービスであった。着信メロディーは、音楽そのものではなく、電子楽器の演奏データであるMIDI(Musical Instrument Digital Interface)信号をダウンロードするサービスである。そのデータは実音よりはるかに小さく、当時の携帯電話網でも十分にストレスなくダウンロードする事が出来た。着信メロディーが単音から和音に進化している時期であり、それとシンクロして爆発的な伸びを記録していた。ところが各レコード会社がヒット曲作りに汗水を流しても、着信メロディーサービスからは、自らがサービスを立ち上げない限り、一銭の利益も得る事が出来ないのである(作詞家、作曲家には著作権料が支払われるが)。過去には、同様の事業にカラオケがあり、このままでは、その二の舞になる事は必至であった。

そうした状況の中、2001年1月、とあるインターネット音楽配信サービスの定期会議終了の際に、レコード各社の配信現場のメンバーが、会社を越えて話し合う機会があった。メンバー全員が今の状況に非常に危機感をいだいており、来るべく携帯電話の進化の為に、携帯電話サービスの会社設立の重要性を再認識し、大いに語り合った

のである。

そこからの行動はすざましく早かった。7月にはレーベルモバイル社(現レコチョク)が、エイベックスネットワーク(現エイベックス・マーケティング)、ソニー・ミュージックエンタテインメント、ビクターエンタテインメントの三社によって設立され、すぐに東芝EMI(現EMI Music Japan)、ユニバーサル・ミュージックが参加した。当初は、エイベックスネットワーク内に場所を借りてのスタートで、何よりもスピードが重視された。

レーベルモバイル社は、さっそく9月に着信メロディーのサービス「レコード会社直営♪」(略称レコちょく♪)を開始する。この際には14社のレコード会社が参加しており、各レコード会社のお墨付きの着信メロディーをどこよりも早く配信する事を、他のサービスとの差別化の特徴としていた。10月には、携帯電話における音楽の無償の試聴サービスも開始した。これは、「Pho-dio(フォーディオ)」という技術と、試聴音源に対応した番号(Mコードという名称)を活用して、各社の試聴音源をそのまま携帯電話で聞けるものであった。

こうした携帯電話サービスで順調にユーザ数を伸ばしていったが、最終的には実音の音楽の配信こそが、レーベルモバイル(現レコチョク)の目的である事は明白であった。

その時、ソニー・ミュージックエンタテインメント内の研究グループが、携帯電話における音楽配信の技術検討を行っており、KDDI株式会社との間で技術見込みを得ていた。そのサービス名称「着うた®」と共に、レーベルモバイル社内にて早急な検討が行わ

れ、2002年12月3日に世界初となる「着うた®」サービスがKDDIとの間で開始された。

サイト名は「レコード会社直営♪サウンド」で、当初の楽曲数は約500。宇多田ヒカル、浜崎あゆみ、ケミストリーなどのアーティストの楽曲が含まれていた。価格帯は、100円前後が多かった。

サービスインの当日から、今までの音楽配信サービスからは考えられないようなダウンロード数を記録し、あっという間に「着うた®」サービスはユーザの間に定着したのである。

「着うた®」は、<30秒から45秒>の着信音に使用出来る実音の音楽ファイルのダウンロードサービスである。その<30秒から45秒>という長さは、当時の通信環境と通信料金から、ユーザの負担を十分に考え抜いて決定した長さであった。

それは、ダウンロード時間もなんとか待てる時間であり、通信料金も抑えたものであった。当時は通信料金の定額制というものはなく、大きなファイルをダウンロードしてしまうと、大変な負担をユーザに強いるものだったからである。また、音質もCD音源から圧縮してはいるが、ダウンロード時間もかからず、かつ音楽的にも満足出来るように何度もチューニングがなされた。

2003年に入ってから楽曲もどんどん追加され、KDDIの販促活動と相まって「着うた®」サービスは、どんどん広がっていった。3月には、レーベルモバイル（現レコチョク）は、今までの総合サイトに加え、洋楽専門の着うたサイト「絶対！洋楽」をスタートさせ、7月には、映像の配信サービ

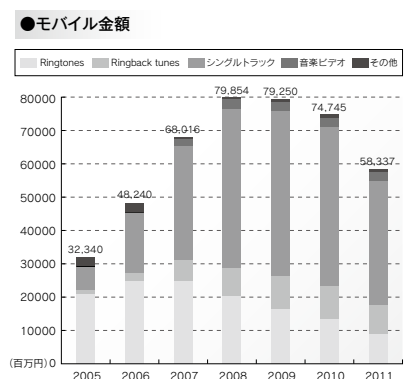
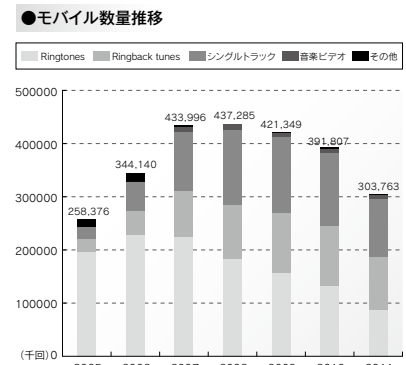
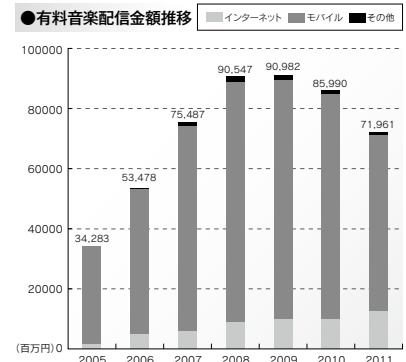
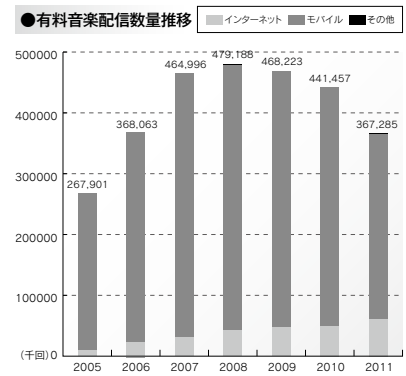
ス「着ムービー」の配信もいち早く開始した。

レーベルモバイル（現レコチョク）はKDDI以外の携帯電話会社とも、サービスの準備を進め、2003年12月からボーダフォン（現ソフトバンク）、2004年2月からはNTTdocmoでの「着うた®サービス」を開始した。さらに2004年4月には、ジャズ&クラシックサイト「a tempo」、演歌歌謡曲サイト「絶対 演歌・歌謡曲」などサービスの多様化を図っていった。

この「着うた®」サービスの快進撃の要因を考えてみると、世界のどこにも無かったサービスを自らリスクを取って立ち上げ、ユーザフレンドリーな価格設定、使用方法を提供し、各レコード会社の協力を得て、配信コンテンツを揃える事が出来たからであると思う。更に数ある音楽配信の中でも、そのスタートのタイミングが世の中の動きと連動していたからであり、通信環境、携帯電話の技術革新など多くの要因がからみあって、ユーザの支持を得る事に成功したのだと考える。特にダウンロード速度が速い第三世代の携帯電話の普及とシンクロ出来た事は、大きな要素であったと言える。

こうした活動が評価され、2004年2月にはデジタル作品の優秀作を表彰する「AMD Award」の第9回目の大賞を、レーベルモバイルとKDDIが「着うた®」で受賞した。

その後、レーベルモバイルだけではなく、MTIやドワンゴなどの各社が、「着うた®」のビジネスに参入して、さらにマーケットは広がっていった。2004年7月にはKDDIにおける「着うた®」ダウンロード数が累計で一億





2004年2月「着うた®」が
第9回 AMD Award 大賞を受賞

を突破するというまさに爆発的なヒットとなった。さらに2006年1月には、レーベルモバイル（現レコチョク）の「着うた®ダウンロード数の累計が3億を突破した。（携帯電話会社3社の合計）

やがて2009年2月1日に社名を「レコチョク」に変更した。

「着うた®」から「着うたフル®」へ

「着うた®」がく30秒から45秒の長さであったのは、当時の通信環境や通信料金から考えられたものであったが、気軽に着信音に使用するには価格の安さも大きな要素であった。

2005年には「着うた®」の市場は323億円にまで成長していた。しかし「着うた®」は着信音として使用するばかりでなく、新曲の試聴という役割も大いに果たした。そうすると、短くされた「着うた®」だけでは物足りず、フルサイズの楽曲のダウンロードが求められてくるのである。

その為に、クリアにしなくてはならない問題点はいくつか存在したが、何と言っても通信料金の改定であった。当時の通信料金では、フルサイズの楽曲ダウンロードにかかる通信料金が軽く1000円、2000円を越えてくるのである。それは、ユーザから全く支持されないサービスである。2004年6月にKDDIは、「ダブル定額」というポケット通信料定額サービスを導入した。これは、それまであった定額サービス「EZフラット」の料金をさげ、さらにユーザに使いやすいサービスであった。これによって、さらにリッチなコンテンツを携帯電話にて楽しむ環境が揃ったのである。

2004年11月、「着うたフル®」という名称のフルサイズの音楽配信がKDDIにて開始した。

これには、レーベルモバイル（現レコチョク）をはじめ、Music.co.jp（ミュージック・シーオー・ジェーピー、現エムティーアイ）、ダイキサウンド、ファンダンゴなど数社が参入した。価格帯は様々で200円から400円までの大きな幅があった。

しかし「着うた®」に対して「着うたフル®」の配信には、各レコード会社の理解を得るのにある程度の時間が必要であった。「着うた®」はあくまでも携帯電話用のサービスの一種であり、試聴の役割が大きいのでCDの販売とはコラボレーションし易いが、「着うたフル®」は、楽曲そのものの配信であるから慎重に進めたいというのがその主旨であった。インターネットでは既にフルサイズの音楽配信は始まっていたが、携帯電話サービスの爆発力を感じて、そういう主旨の意見も存在したのである。

しかし「着うたフル®」サービスのユーザへの浸透が増すに従って、楽曲数も順調に増加していった。2005年8月よりソフトバンクにて、2006年6月からはNTTdocomoにて、サービスが開始された。

2006年では、「着うた®」が246億円に対し「着うたフル®」が180億円の市場だったが、2008年には「着うた®」が202億円、「着うたフル®」が476億円と急成長した。

ここに、音楽の売り方のWindow（販売の販路）が飛躍的に増える事となった。音楽配信の無い時代では、まずはシングル盤が発売され、次にアルバムが発売するという、ごくシンプル

な Window しか存在しなかった。し
いて言えば、さらにはベスト盤を発売
するというだけである。

ここである楽曲の販売例をあげる
と、まずは「着うた®」の切り取り方
が違うバージョンを多い時は 10 パ
ターン以上配信する。それも少しずつ
配信時期をずらしたりして、最大のプ
ロモーション効果を得ようとするので
ある。そして配信の販売状況を見なが
ら一か月後に「着うたフル®」を配信
し、さらに一週間後にシングル盤を發
売する。更にその一ヶ月後にミュー
ジックビデオを配信したりするので
ある。こうしたスケジューリングでは、
Window の数が多いので、何度もプ
ロモーションの山を作る事が出来るの
である。こうした Window を沢山持
つプロモーション手法は、主には映画
のプロモーションの方法であったが、
配信が定着した現在では、音楽の世界
でも普通に行われている。また、「配
信限定シングル」と称して、配信のみ
での楽曲の販売を行い、評判が良けれ
ば、CD アルバムに収録して販売する
方法も良く使われる。

配信の売り上げは、そのアーティスト
トや楽曲にもよるが、全体の 2 割～
3 割である事を考えると、こうしたデ
ジタルの配信とパッケージのコラボ
レーションが、今後ますます重要に
なってくると思われる。

iTunes と iPod

日本において「着うた®」「着うた
フル®」のサービスがマーケットを広
げている間に、アメリカにおいても重
要な動きがあった。

iTunes (アイチューズ) は、

apple 社が開発・配布している、動画
および音楽の再生・管理ソフトウェア
である。現在 (2012 年 7 月現在)
では、バージョン 10 まで進化してい
る。このソフトウェアは、2001 年 1
月に apple 社製のコンピュータ、マッ
キントッシュの為にリリースされた。
この時点では、音楽の再生・管理ソフ
トとしては最後発と言っても良く、そ
の性能も純粋なジュークボックスソフ
トに過ぎなかった。当時、リキッドオー
ディオやマイクロソフトのジューク
ボックスソフトが広く浸透しており、
性能も高いものがあった。

2001 年 10 月 23 日に apple 社か
ら、iPod (アイポッド) が発売された。
これは今や説明は不要であろうが、携
帯型音楽プレーヤーである。発売当時
は、マッキントッシュ専用の音楽プ
レーヤーであり、「iTunes の音楽ラ
イブラリを外に持ち出す」事をコンセ
プトとしていた。それまでに先行する
音楽プレーヤーは多数存在していた
が、それらと違うのは、iTunes との
優れたシンクロ機能や、中央にある大
型のスクロールホイールを使った分か
りやすくシンプルな UI (ユーザイ
ンターフェイス) であった。

扱うサウンドファイルの形式は AAC
など。DRM は、apple が開発した
FairPlay (フェアプレー) を使用して、
つながる iPod の数やコピー回数を管
理している。

2002 年 7 月には WindowsOS に
対応した iPod の販売を開始したが、
その際にライブラリソフトは
Musicmatch Jukebox が同梱され
ていた。Windows 版の iTunes がリ
リースされるのは、2003 年 10 月頃
である。

iTunes は、当初 CD からリッピング
(音楽などのデータをパソコンに取り
込む事) した音楽ファイルを管理・再
生するだけであった。iTunes と
iPod はシームレスなシステムを構築
し、ユーザは快適に自分のライブラリ
を楽しむ事が出来たが、新しい音楽を
得るには CD を購入するか、他のダウ
ンロードサービスを利用するかしかな
かった。

そうした中、2003 年 4 月 28 日に
アメリカ国内で iTunes Music Store
(アイチューズミュージックストア、
現 iTunes Store) のサービスを開始
し、音楽のダウンロード販売を始めた。
iTunes Music store は、プレーヤー
である iTunes の内部からアクセス
し、これもユーザにとってはシームレ
スに使える構造になっていた。価格帯
は当初は、一曲 0.99 ドル (99 セント)
であった。(後に 0.69 ドル、0.99 ド
ル、1.29 ドルの価格帯に広がった。)

このサービス開始にあたって、何故
apple 社は充分な音楽コンテンツを集
める事が出来たのであろうか? それは
当時の音楽業界の事情が絡んでいた。
先にも書いたように、アメリカの当時
の音楽業界には 5 メジャーと呼ばれ
るレコード会社 (2012 年現在 4 メ
ジャー) が存在し、各々が
PressPlay と MusicNet という音楽
配信サービス会社を設立し、音楽配信
を開始していた。しかし、サービス当
初どちらのグループも相手側に楽曲を
ライセンスしなかった (後にライセン
スを行う) ために楽曲が揃わなかつた
り、使い勝手が悪かったりで、ユーザ
の支持を得られず大きなマーケットを
形成できないでいた。その一方では海
賊版やファイル共有ソフトの浸透とい

う課題に悩まされ続けていた。

そんな状況の中、apple 社の CEO (当時) のスティーブ・ジョブズ (2011 年没) は自ら 5 メジャーのトップと交渉を開始した。ジョブズが提案したのは、一曲 99 セント (0.99 ドル) で、基本的には曲単位 (アルバム販売もあったが) の販売というシンプルなものであった。特に当初は市場の 5 パーセントしかないマッキントッシュのみを対象であるサービスである事を強調し、レコード会社のトップを口説き落とすとした。

iPod の売り上げ増加と相まって iTunes Music Store は順調にマーケットを広げていった (2004 年 3 月には累計 5000 万曲が販売された事が発表されている)。2004 年 6 月に iTunes Music Store は、フランス、ドイツ、イギリスで販売開始し、10 月にはその他の EU 9 ヶ国でも販売開始をした。

日本においては iPod が 2001 年 11 月に発売されていたが、iTunes Music Store は、遅れて 2005 年 8 月 4 日にサービスインした。東芝 EMI (現 EMI Music Japan) やエイベックスネットワークなどレコード会社 15 社が参加をしたが、ソニー・ミュージックエンタテインメントは楽曲提供を見送っている (現在も SME やある特定のアーティストは楽曲の提供をしていない)。販売の価格帯は、200 円と 150 円である。

2006 年 9 月にはアメリカ国内で映画配信サービスを開始し、Store の名称を iTunes Store に変更した。その後も売り上げを順調に伸ばし、多くの日本のレコード会社も参加したが、アメリカにおける圧倒的なシェアを日本

では得る事はなかった。それは日本においては、携帯電話における音楽配信が圧倒的であったからである。

2010 年 11 月からは日本でも映画配信サービスも開始し、多くのハリウッドメジャーの映画会社、日本の主要映画会社が参加している。

2012 年 2 月、日本国内にて全楽曲を iTunes Plus という規格で配信を開始した。これは、256kbps AAC Non-DRM (著作権保護ソフトを使用しない) の配信であり、250 円がその価格帯である。

様々な音楽配信の登場 ＝リングバックトーンなど

先に書いたとおり、日本における音楽配信市場は「着うた®」「着うたフル®」の登場により、携帯電話向けの音楽配信が圧倒的となり、90 パーセント程度を占めた。2007 年の時点では、有料音楽配信市場は 754 億円 (レコード協会調べ) であり、その中で 680 億円は携帯電話での売り上げである。

そのような状況の中で携帯電話向けに様々な音楽サービスが登場した。代表的なものはリングバックトーンである。リングバックトーンは相手を呼び出す時に鳴る、いわゆる「呼び出し音」の事あり、RBT と略される事もある。ここに自分の好きな楽曲や、語りなどを設定する事が出来るサービスである。

NTTdocomo はリングバックトーンのサービスを「メロディーコール」という名称で、2003 年 9 月から開始したが、当初は著作権料などの支払いスキームなどが難しく、楽曲の提供

が少なかったが、2006 年 1 月に月額でコンテンツごとに課金する仕組み (月額コンテンツ課金) が導入され、レーベルモバイル (現レコチョク) が「レコード会社直営 トコール」のサイト名で参入し、本格的なマーケットがひろがった。先行してスタートしていた KDDI の「EZ 待ちうた」と共に大きな売り上げとなり、2007 年には 61 億円、2008 年には 85 億円、2009 年には 98 億円の市場を形成していった。2009 年 9 月にはソフトバンクもこのサービスを開始することとなり、それによって 2010 年には、ついに 100 億円を越える市場まで成長した。

また、聞き放題のサブスクリプションモデルのサービスも登場した。アメリカにおいて、Realnetwork 社が、Rhapsody (ラプソディー) という音楽ストリーミングサービスを開始した。また、Napster 社は 2003 年倒産したが、それをアメリカの Roxio (ロキシオ) 社が全資産を買収し、音楽配信サービスを開始した。そして日本においては、Napster 社が、タワーレコードと合併で「ナップスタージャパン株式会社」を設立。2006 年 10 月から、日本初めての月額定額制の聞き放題サービスを開始した。洋楽を中心に配信曲は 1000 万弱であり、音楽ファンの人気を博したが、残念ながら十分に会員を獲得することが出来ず、2010 年 5 月にそのサービスは終了している。

ガラケーからスマホの時代へ

スマートフォン (smartphone) は、インターネットとの親和性が高くパソ

コンの機能をベースとして作られた多機能の携帯電話である。日本においては「スマホ」と略される事が多い。元々は、カナダの Research In Motion (RIM) 社の「ブラックベリー」という端末が代名詞であったが、2007年6月29日にアメリカにて apple 社が発売した、iPhone によって真のスマートフォンの時代が訪れた。iPhone は同社の音楽プレイヤー iPod をベースに作られ、携帯電話の機能、タッチパネルの導入により、まるで小型のコンピュータを持ち歩いているような環境を作り上げた。iPhone のオペレーティングシステムは iOS (アイオーエス) と呼ばれ、その後のタブレット型コンピュータ、iPad (アイパッド) にも使用されている。iPhone は、その後 2007年9月9日に累計販売 100万台を突破し、2008年6月において累計販売 600万台に達していた。日本においては同年7月11日にソフトバンクモバイルが iPhone3G を販売するに至った。

一方、検索最大手の Google (グーグル) は、スマートフォンやタブレット PC の為のプラットフォームを開発し、無償での提供を始めた。これにより 2008年10月より、アンドロイド OS を搭載したスマートフォンが続々と登場することとなった。

これらの動きによって、2012年4月～6月における日本でのスマートフォンの普及率は、約 20%。それまでの携帯電話はフィーチャーフォンまたはガラパゴス携帯(略してガラケー)と呼ばれ、スマートフォン市場が急速に拡大している。それによって、それまで携帯電話各社(キャリア)が形成してきた、携帯電話上のコンテンツ市

場が大きく変化して、キャリアの影響力が低下し、今までパソコンのインターネットマーケットにより近づいてきている。フィーチャーフォンのユーザの多くが、スマートフォンに転向しているが、フィーチャーフォンにおけるサービスが引き継がれる割合は低く、従来の「着うた®」「着うたフル®」市場は急激にシュリンク(収縮)してきている。その為にスマートフォンにおける音楽配信を強化していく事が、音楽業界にとって急務である。

聞き放題サービスなど新たなビジネスモデル構築へ

スマートフォン市場において、2010年4月には、(株)レーベルゲートがアンドロイド向けの音楽配信を開始し、他の会社も続いた。

その中でレコチョクは、2011年6月から、au のスマートフォン向けに新しいサービスを開始した。「Lismo unlimited powered by レコチョク」である。これはスマートフォンを対象とした音楽のストリーミングサービスで、月額定額制である。

スマートフォン市場が大きく拡大しているなかで、他の新しいサービスも続々と登場している。まずは、Spotify (スポティファイ) である。2008年スウェーデンで誕生した Peer to Peer (ピアトゥピア) 技術をベースにした、聞き放題の定額制(サブスクリプション)音楽ストリーミングサービスである。イギリスや北欧などで多くのユーザを獲得し、近く日本でのサービスを開始すると言われている。

また、2012年7月にソニーは Music Unlimited (ミュージックアンリミテッド) というサービスを日本に

おいても開始した。月額 1480 円にて 1000 万曲(現時点ではほぼ洋楽)をストリーミング再生出来るサービスである。

これら以外にも様々な音楽サービスが開始される見込みであり、新たなるビジネスモデルの構築が必要になってきている。

(財)音楽産業・文化振興財団(PROMIC)としての海外展開の取り組み

財団法人音楽産業・文化振興財団 専務理事 桑原 誠氏

(財)音楽産業・文化振興財団(PROMIC)は、日本とアジアをはじめとした世界各国との音楽における文化交流、産業振興の推進を目的として、1993年3月に通産省(現経済産業省)と文部省(現文部科学省)両省の認可を受け設立されました。

音楽諸団体、賛助会員各社のお力添えを頂きながら、設立20年を迎えようとしております。今回は、その後半の10年間(2002年頃～現在)の諸活動を振り返りながら、PROMICとしての海外展開への取り組みに関する一端をご報告させていただきます。

中国、韓国との交流事業

PROMICは、主要事業の一つとして、中国(北京、上海)及び韓国(ソウル、済州)に於いて、日本音楽の普及と著作権の啓蒙等を目的とした日本音楽の視聴施設「日本音楽情報センター・コーナー」の運営及び運営協力を行なって参りました。(sarah助成事業として北京1999年、ソウル、済州2000年、上海2001年に開設)

2002年、「日中国交正常化30周年」、「サッカーワールドカップ日韓共同開催」、「日韓国民交流年」。以降、2004年、「韓国における日本語の歌全面開放」、「日本音楽著作権協会が中国音楽著作権協会(MCSC)と録音権分野の相互管

理契約締結。2005年、「還流防止措置施行」、「日韓友情年」、「中国北京等で大規模な反日デモの発生」等々。

2000年代前半も日中、日韓に於いては様々な強風が吹き続けましたが、北京(JAMIC)、ソウル(JMIC)をはじめ各センターは、日本からアーティストや音楽関係者を招いてのイベント、セミナー等を積極的に行ない、ポップスからクラシックに至るまで幅広いジャンルにわたり日本音楽の魅力をご紹介し、日本音楽の情報発信拠点として現地における日本音楽ファンを増やして参りました。(2005年時点ではセンター4か所の会員数は合計3万人に迫っています)

この時期、日本からも度々ミッションを組み、特に中国における音楽関係者、政府関係者等と意見交換や市場調査等を行ないましたが、これらの活動もセンターが現地の拠点として実務面でのご協力をさせて頂きました。(2003年10月「日中音楽関係者ビジネス交流会」、2004年11月「日本音楽産業界中国音楽市場調査団」等)

当時、音楽産業としてもまだ未知の領域が大きかった中国、韓国において、日本音楽の情報発信拠点として、また現地の官民関係者との交流窓口として、センターの果たした役割は大きかったと思います。文化交流拠点として在外公館からも高い評価を頂き、北京

(JAMIC)は2003年、ソウル(JMIC)は2006年、それぞれ日本国特命全権大使表彰を授与されました。

クールジャパンムーブメント

2003年頃から、中国、韓国のJ-POPファンからのリクエストに変化が起こり始めます。もっとアニソンを紹介して欲しいという要望が次第に強くなって来ました。JAMICが制作していたFM番組「音楽新幹線」等へのリクエストにもこの傾向は顕著でした。

この現象の要因としては、インターネットの普及も密接に関わっていたと思われます。元来人気の高かった日本アニメですが、日本で番組が放送された直後にはインターネットのファンサイトにより海外でもそのまま視聴されるようになり、日本人アーティストが歌うオリジナルの主題歌や挿入歌が本物として支持されるようになって行っただけです。

各センターでもそのようなリクエストに応え、アニソンアーティストやアニメ制作者を招聘しライブやセミナー等を活発に開催。それらが契機となりライセンス発売やコンサート等が決まった事例も多々ありました。

このアニメに関する傾向は中国や韓国に限ったものではなく、同時期に世界各地においてアニメやマンガを中心

とした J-POP カルチャーイベントが数多く開催されるようになりました。

次第に音楽的ジャンルも広がり、イベントとしての開催規模も拡大しながら、クールジャパンブームが世界中で話題になっていったのはご存知の通りです。



ももいろクローバZ ライブステージ

現在、「JAPAN EXPO」(仏)や「ANIME EXPO」 「SAKURA CON」(米)等をはじめ、世界中で開催されている大規模な Jカルチャーイベントは 30 を越えると言われていています。これらのイベント出演等を足掛かりとして、アニソン、アイドルに限らず、ロック、ポップス系アーティストに至るまで、日本アーティストはアジア、欧州、北米、南米など世界中でその活動の場を拓けています。

しかし、これら海外で開催されているイベントは、アーティストへの招聘条件等が充分でないケースも多く、アーティスト側の持ち出しにより実現しているものも少なくありません。状況は次第に改善されてはいますが、海外におけるアーティストの諸活動がより密接に実ビジネスに結び付いていけるよう、国や地域毎に環境整備を進めて行く事が課題と言えるでしょう。

「東京国際ミュージックマーケット」(TIMM)

環境整備への取り組みとして、現在、

PROMIC としての主要事業である「TIMM」に関してご説明させていただきます。

「東京国際ミュージックマーケット(TIMM)」は、2004年にアジア圏に於ける音楽による文化交流、産業振興のイベントとして始まりました。(当時は「東京アジアミュージックマーケット(TAM)」) 2007年、「4thTAM」から経済産業省が推進する「JAPAN 国際コンテンツフェスティバル(CoFesta)」のオフィシャルイベントに選定され、この年より、海外からバイヤーを招聘して行なう商談会を柱とした産業振興イベントに内容を刷新致しました。

CoFesta 初年度はアジアを対象として開催しましたが、翌 2008 年からは欧米からも多くのバイヤーを招聘。2009年には名称も「第6回東京国際ミュージックマーケット(6thTIMM)」と改め、世界規模の産業振興イベントを目指し現在に至っております。

当事業は、経済産業省の委託事業として、日本レコード協会をはじめ音楽諸団体皆様のご協力、ご後援を頂き開催しておりますが、回を重ねる度に規模も拡大し、国内で開催される唯一の音楽国際見本市として認知されるようになりました。昨年 2011 年「8thTIMM」に於いては、80名の海外バイヤーを招聘し、商談会には国内外合わせ 54のブースにご出展頂きました。また、開催期間3日間でショーケースライブに 29組のアーティストにご出演頂き、海外バイヤーから大好評を博しました。肝心の出展社の成約状況も、配信やライブ等の伸長が全体を大きく押し上げ、前年を上回る成果を挙げております。

海外展開を進める上で、特に近年は

フィジカルからアーティスト稼働へと軸が移行しており、今後は今まで以上にレコード会社とプロダクション、音楽出版社が協力連携しあい、アーティスト稼働を中心としながらパッケージや配信、マーチャン販売等のアーティストに係るビジネスをセットにした展開を図っていく事が必要だと思われま

併せて、音楽以外のコンテンツや国内一般企業等との組み合わせによる、プラットフォーム型の海外展開も推進していくべきと考えます。今年度(2012年)「9thTIMM」は、「TIFFCOM」、「TIAF」、「CMT」と商談会会場を共有しての開催となり、映画やアニメ等、音楽以外の海外バイヤーとのマッチングに大きな期待を寄せております。音楽はどのようなコンテンツともコラボレーションできます。そんな「音楽」が持つ特性を十分に活かしながら海外展開の仕組みを構築していく上で、「TIMM」がその一助となれば幸甚です。



財団法人音楽産業・文化振興財団 専務理事

桑原 誠

1978年 中央大学法学部卒

1978年 (株)サウンドズマーケティングシステム 入社

1987年 アポロン音楽工業(株) 入社

1993年 (株)東芝EMI(現 EMIミュージック・ジャパン)入社

2005年 (財)音楽産業・文化振興財団出向
2009年より現職

「音楽ギフトカード」を振り返って

誕生日のプレゼントや新入学・就職のお祝いなどに利用され、愛されてきた「音楽ギフトカード」が、2010年、前身の「レコード券」から23年の歴史に幕を閉じました。音楽コンテンツ販売を取り巻く環境がめまぐるしく変化する中、「音楽ギフトカード」はその役割を終えるまでどのような意味で発行され、どんな役目を果たしてきたのでしょうか。

日本レコード協会副会長、マーケティング委員会委員長、株式会社ジャパンミュージック・ギフトカード会長それぞれの立場で、「音楽ギフトカード」振興に深く関わってきた稲垣博司氏（エイベックス・エンタテインメント株式会社顧問）に語っていただきました。

一まず「音楽ギフトカード」がどのようにして始まったのか教えてください。

稲垣氏 実は始まりには、RIAJは携わっていないんですよ。もともと小売業の方たちが自主的に始めたサービスでした。文具券やおもちゃ券、ビール券など様々な業界でサービス券がこれまで発行されていますが、それに類するものとして、東京都レコード商組合の皆さんが1971年に「レコード券」をスタートされました。これが始まりです。翌年、全国レコード商組合連合会がこれを引き継ぎまして、東京だけでスタートしたものが全国共通で使えるものになりました。レコードの小売業というのは、もともとメーカー主導型で出来たネットワークなんです。レコードメーカーのOBがレコード店をやったりと、小売りと製造が非常に近い状態ではあったんですね。業種によってはメーカーと小売りがそれぞれ平行にスタートする場合もあるし、逆に、販売業の方がメーカーにもなるというケースもあるかと思うんですが、レコードの場合は製販一体というのがずっと続いてい

ました。小売業のほうから始まった「レコード券」ですが、運用が行き詰ったということで、RIAJに何とか一緒にやってもらえないかという話がきました。そこからRIAJがこの券についてインボルブし始めたというわけです。我々も、それではお金の面と、運用のノウハウでお手伝いしましょう、ということで1987年に、日本レコード普及株式会社という新しい会社を作りました。この会社は、当初はRIAJ会員が51.3%、日本レコード振興株式会社が48.7%という比率でしたが、後にRIAJ会員が増資をしています。この時期は僕も直接的にはタッチしていませんが、「レコード券」が暗礁に乗り上げたものですから、他に選択肢はなかったと思うんです。当初は止むにやまれぬ措置だったと思います。儲かるというビジネスでもありませんでした。しかし、需要拡大というのは製造業、販売業共に重要なことですから、その目的で、RIAJでパブリシティと宣伝費的なものも計上してやっていこうと。そういう覚悟を決めたということですね。

一本格的に株式会社として事業がスタートし、翌年、名称がレコード券から「音楽ギフトカード」に変わりました。さらに株式会社設立から3年後の1990年に、累計1000万枚を超えました。

稲垣氏 非常に上手くいっていたときでした。歴代この会社は、会長をRIAJの副会長が務め、社長はレコード会社のOBを専従で配しました。取締役は、だいたいレコード会社5社くらいから出ていました。そういう機関運営をしていたんです。専従のスタッフもレコード会社から行った人が多かったですね。最盛期には30名くらいはいたでしょうか。結構大所帯でやっていました。

一ちょうど80年代終わりから90年代初めというのは、レコード業界自体も売り上げが右肩上がりに伸びていました。

稲垣氏 そうです。ちょうどCD景気ですね。CDは1982年に発売されて

1985年にはSONYがD-50というポータブルのプレイヤーを出したのですが、それをきっかけに売り上げがぱっと伸びました。非常に良かった時代ですね。

一ギフトカードの役目やあり方も時代によって様々変わってくるかと思いますが、この時期の「音楽ギフトカード」が持っていた役割とは、どのようなものだったのでしょうか。

稲垣氏 「音楽ギフトカード」としてというより「世の中」という見方をしたいと思います。「ギフト」としての使われ方で、より需要が伸びるんじゃないかというごく一般的な考え方ですね。どちらかというと図書券に近いと思います。3兆円規模の図書券に対して「音楽ギフトカード」は7000億8000億でしたから規模は全然違うんですけども。でも、お祝いやご褒美に「音楽ギフトカード」をプレゼントすれば、貰った人は喜んでくれるんじゃないか、その人の好きな音楽を買ってもらえるんじゃないか。図書券がそうであるように……。そういう考え方で、需要を増やそうとしたんですね。

一音楽は、感情に訴えかけてくるものですが、「音楽ギフトカード」というものにその気持ちに乗せて渡すことが出来るのはとても素敵なことですね。

稲垣氏 そうですね。それと、図書券よりも「音楽ギフトカード」のほうが、メディアに乗りやすかったと思います。特にラジオに。ラジオは音楽が殆どですから親和性があったんでしょうね。リスナーへの賞品として「音楽ギフトカー

ド」を差し上げる、という使われ方がとても多くなりました。具体的にどのくらいのパーセンテージかというのはわかりませんが、それで需要は結構伸びていたと思いますね。ラジオ局は喜んで使ってくれました。

一时期的にもちょうど第2FMの開局ブームで、音楽がますます生活の身近な所に入ってきました。そういう流れの中で1993年には「音楽ギフトカード」が累計で2000万枚を超え、1994年には1万円という高額セットも発売になりました。このあたりは攻めの姿勢が目立ちますね。

稲垣氏 新しい会社となって再スタートを切り、その会社には全国のレコード小売の方やだいたい全部のレコード会社が出資してますから、そういう意味では一つのストラクチャーがガチッと組み合ったんでしょう。ここは積極的に転じていこうということになりました。用途の広がりに合わせて、1万円の高額セットや特典つきなど、カードの種類を増やしました。デザイン的にも、アーティストのカードを採用しました。テレホンカードでそれまでアーティストをデザインしたものが結構あって人気がありましたから、それを「音楽ギフトカード」で運用すれば、競争力が上がるし商品価値が高いと考えたんですね。1997年のことです。…でもこの辺に、落とし穴もあったんですけどね。どんどん積極的に広げていったツケが後になってどどっときました。一般化するつもりはありませんが、成功の裏側に破壊というものが待っていた。だから、それは誰のせいというわけでもありませんが、やっぱり反省点は残り

ますね。ちょっと調子に乗り過ぎて、勢いよくやり過ぎたんじゃないか、拡大し過ぎたんじゃないかと。こうなるともう、需要拡大というより、会社の経営的なことになりますね。「音楽ギフトカード」のような金券というのは、半額を必ず大蔵省（現：財務省）に供託金として納めておかななくてはなりません。どれくらい売り上げとして戻ってくるかということの資金需要というのはなかなか読むのが難しい、非常に特殊なビジネスなんですよ。その特殊性を考えると、やみくもに拡大策を取るべきではなかったのではないかと。結果論からはその辺のことは言えるわけです。あくまで結果論ですが。

一90年代の半ばは上昇気流に乗っていた音楽業界、そして「音楽ギフトカード」ですが、90年代終わりに近づくとつれてその勢いに変化が見られるようになってきました。音楽業界自体の変化は、どのように感じていますか？

稲垣氏 ユーザーインターフェイスが変わったということでしょうね。他の新しいものが出てきたということです。CD自体がデジタルですから、デジタルtoデジタルで、劣化しない形でいくつも音がコピーできる。著作権の問題もありますけれども、家庭内録音であれば法的には問題ないとされています。ところがその“家庭内録音”という範囲が抽象的なんですね。それを逸脱するコピーが行われていると、パッケージ自体の売り上げがやっぱり頭打ちになってきます。従来のアナログがCDになったときに、昔のアナログのカタログをCDにすることによって市場がまた活性化できました。そのことで、

アナログの音源を多くお持ちの方にとっては「また CD で買い直さなきゃならない」ということで、当時そういうクレームもありました。しかし、従来のアナログのレコードとプレイヤーを、マーケットから消してしまったわけじゃない。どちらもあったんです。良いほうを選んでくれといったらユーザーが CD を選んでくれた。そのことによる活況があった。それが一段落してくると、CD が本来持っているデジタル to デジタルの音が劣化しないという点が、コピーという形で、逸脱した可能性のある使われ方が出てきたということです。ある意味では、もしかしたら最初から CD にコピーコントロールをつけておいたほうがよかったのかもしれないですね。途中、コピーコントロールをつけた会社もありました。でも最初からつけたほうが良かった。開発した SONY やらフィリップスやらはそこまで考えてなかったと思うんですね。でも、映像のパッケージはちゃんと最初からコピーコントロールをつけているんですよ。映像作品のほうがプロテクションという意味では進んでいるという可能性があるでしょうね。情報量の差という面でも、音と映像では 200 倍くらい違いが有るんですよ。映像作品だとレンタルで借りてきたものをそれほどコピーしないと思うんですよ。それに対して音楽は、何回でも聴きたいからコピーをしてしまう。これには情報量の差も関係している面があると思うんです。音楽作品は反復鑑賞に堪えうる程度の情報量だから。

一ところが実際には、映像パッケージは最初からコピーコントロールを掛けていて、CD は掛けていなかったと。

稲垣氏 映像は、フォーマットづくりが非常に上手くいっていると思うんです。いわゆる家庭内におけるソフトという面から考えると、35 ミリがあり、β があって、VHS があって、レーザーディスクが出て、DVD が出て、ブルーレイが出て。音楽ソフトを見ると、アナログがあってオープンリールがあって、カセットがあって CD になって。そのあともいろんなフォーマットを展開してはいるんですが、デファクトスタンダードにはなっていないんですよ。そこの技術的な問題点もあるのかもしれませんが、もう少しハイクオリティかつハイファイの、誰にでもわかりやすいものがあれば。スピーカーも4台じゃなくて2台で、とか、そういうものが開発できていたら、パッケージももっと伸びていたんじゃないかと思うんですね。ただ、これはハイファイオーディオで、という話です。若い人は、音楽を芸術的な側面よりもひとつの情報として捉える傾向もあると思います。音質がどうでも、携帯のダウンロードの音で十分という、そういう価値観もありますからね。カラオケで覚えるためにはそれで十分だと。ですから、今申し上げたのは、芸術的な鑑賞に堪えうるハイファイオーディオという面での話だと思ってください。今、活字の世界もまた、これからデジタルの網にかかってきてどうなっていくのか。本も 1997 年くらいから発行部数は落ちているんです。音楽と同じような道筋をたどっていくんじゃないかと思えますね。その中で、映像は比較的上手くやっているんじゃないかっていう気がしています。…僕は常にそういう比較をしたいと思うんです。

一音楽業界として、というよりユーザーから見た場合にどうなのかという視点でお考えなのですね。

稲垣氏 まあ、いろいろあるんですけど、「音楽ギフトカード」を閉めざるを得なかった理由は、調子良くイケイケドンドンのときに拡大志向に入り過ぎたということと、我々が CD の次に来る、という可能性を感じられるような、これというスタンダードなパッケージが出来ていないがゆえだと思うんですね。では配信はどうかというと、順調に伸びてはいましたが、こちらの準備が整わないうちにスマートフォンに移行するユーザーが急激に増えたことで、配信の対前年の伸び率は落ちてますからね。伸び率でいうと、むしろパッケージより落ちています。新しいスマートフォンになったとしても従来のフィーチャーフォンのカタログをそのまま移行できるような新しいユーザーサービスを、我々も今やり始めているところです。

一今後、「音楽ギフトカード」の代わりになるようなものが新しく生まれる可能性はあるでしょうか？

稲垣氏 配信でそういうことをやりたいと思っているいろいろ研究したんですけども、余地はあるかもしれませんが、ないとは言いきれないと思います。たとえばポイント制のもの。家電製品とか至るところでポイント制のサービスが利用されていますが、あの形のサービスは検討の余地があると思います。「音楽ギフトカード」のクロージングの部分はすごく重要だと思うので、改めて言っておきたいのですが、2004 年に商号を変えて株式会社ジャパン

ミュージック・ギフトカードになりましたが、黒字倒産の危険がすぐありました。もし債務不履行になったら、RIAJがメディアや一般のみなさんにどう指弾されるのかという怖さもありましたし、株主に対しての負担をどうするかということ、終了に際しての周知徹底をしなければいけないときに、集中して換金を要求された場合にどういう対処をしたらいいかということもありました。経営的に非常に困難な判断を迫られました。それをレコード各社、特に大手といわれている会社を中心となって、よく頑張ったと思うんですね。レンタルの法案が出来たのが1985年。あのときに初めてレコード業界が一致団結した。それから2001年に再販の存続が暫定的に認められた。そして、株式会社ジャパンミュージック・ギフトカードのクロージング。この3つが、レコード業界で起きた出来事のうち、各社が協力し合った大きな出来事だと思いますね。それだけ大変なことでした。レコード会社の新しい経営者は、それらの歴史を知らなければピンと来ないかもしれませんが、こういった重要な出来事があったことを刻んでおいて欲しいですね。別に、僕たちが頑張ったってことを言いたいわけじゃなくてね(笑)、大変だったんだよということ。レンタル法案のこと、再販の存続が暫定的に認められたこと、そして「音楽ギフトカード」の終了。この3つは、70年の歴史を振り返る中でも、ぜひ記憶に留めておいてもらいたいですね。

ジャパン・ミュージック・ギフトカード沿革

1971年

東京都レコード商組合が「レコード券」の発行を始める。

1972年

全国レコード商組合連合会がこれを引継ぎ、同年の関西券の発行により全国共通となる。

1987年

日本レコード普及株式会社設立。
日本レコード協会加盟レコードメーカー全社の資本参加により、製販一体にて事業を推進することとなる。

1988年

社団法人(現・一般社団法人)日本レコード協会の協力を得てギフト券ネーミングキャンペーンを実施し、名称を「音楽ギフトカード」と決定。デザインも変更。

1990年

商品券取締法廃止に伴い、前払式証券の規制等に関する法律が施行され、同法規定の前払式証券の発行業者として認可を受ける。500円券に加え、新たに1000円券を発行。当年累計1000万枚を超える。

1993年

累計2000万枚突破。

2000年

全国楽器小売商組合連合会の販売網で「音楽ギフトカード」の取り扱い開始。

2004年

「株式会社ジャパン・ミュージック・ギフトカード」に商号変更。ショッピングサイト開設。

2010年

3月末 音楽ギフトカードの発行終了。

8月末 音楽ギフトカードの利用終了。

9月末 株主総会の決議により解散。



エイベックス・エンタテインメント株式会社顧問
稲垣 博司

1941年12月12日生まれ。三重県出身。早稲田大学卒業。

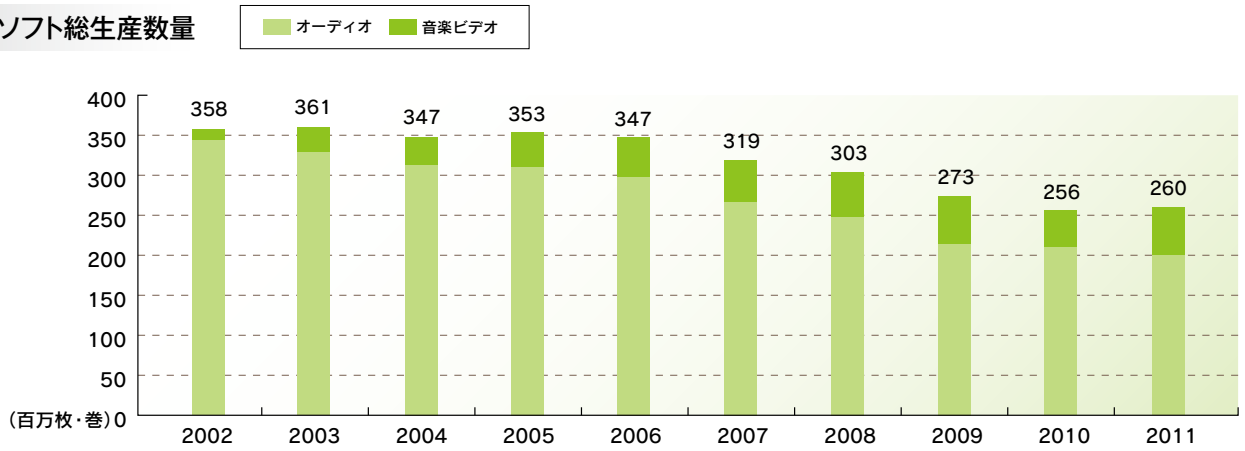
1964年渡辺プロダクション入社。70年CBS・ソニー(株)(現ソニー・ミュージックエンタテインメント)入社。

代表取締役副社長などグループ会社要職を歴任。98年同グループ退社、(株)ワーナーミュージック・ジャパン代表取締役会長就任。04年同社退社、エイベックスグループ入社。

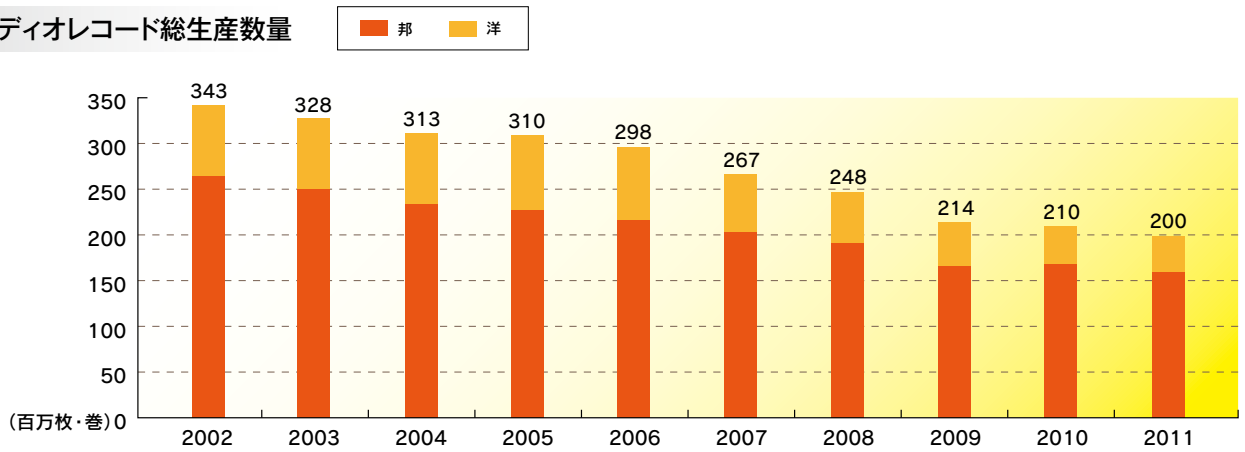
05年～11年エイベックス・マーケティング(株)代表取締役会長、並びにエイベックス・エンタテインメント(株)取締役。

現在はエイベックス・エンタテインメント(株)顧問、一般社団法人日本レコード協会顧問。

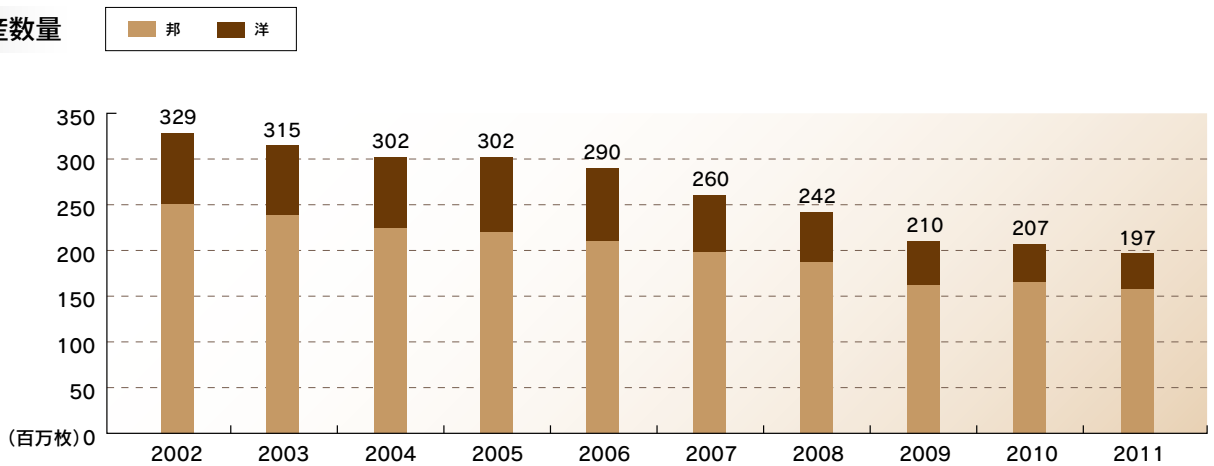
●音楽ソフト総生産数量



●オーディオレコード総生産数量



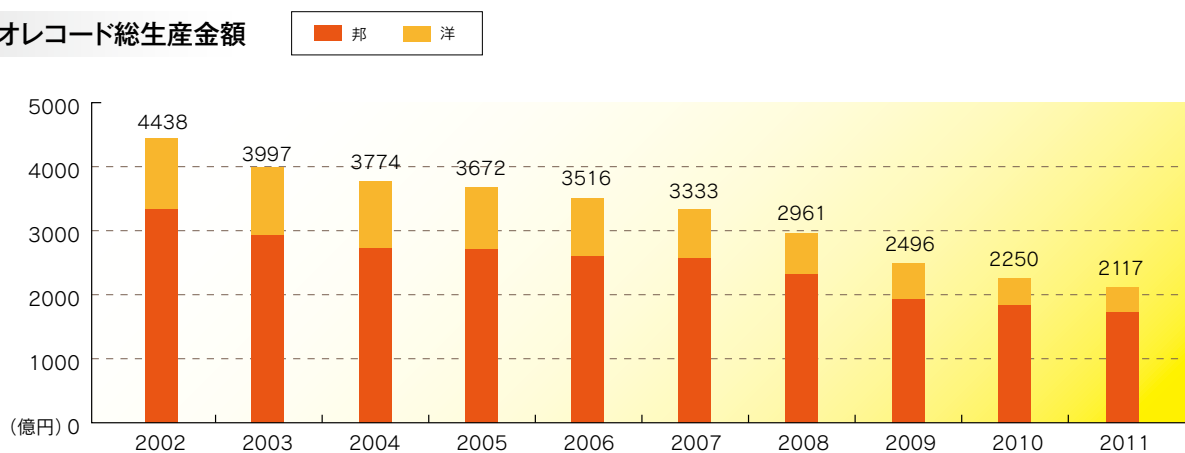
●CD生産数量



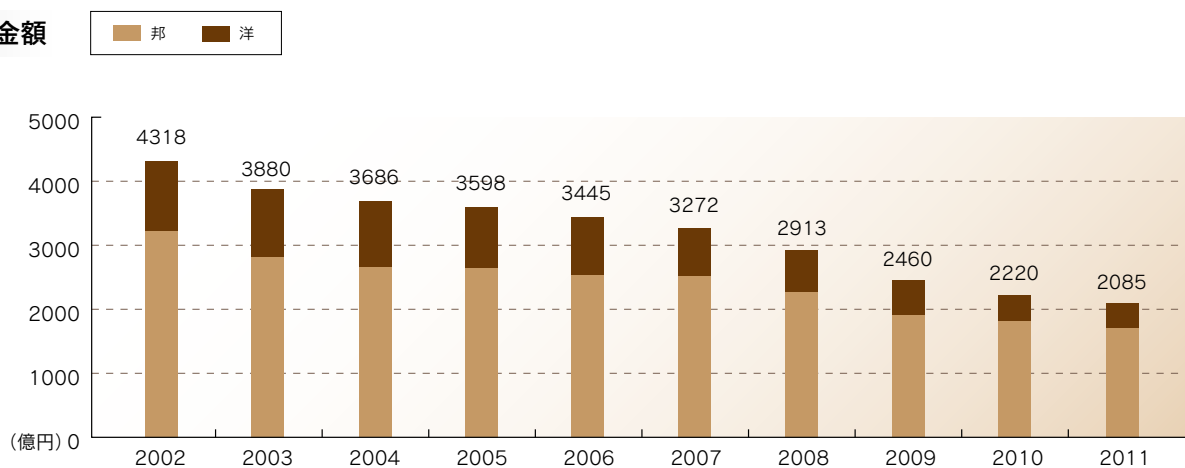
●音楽ソフト総生産金額



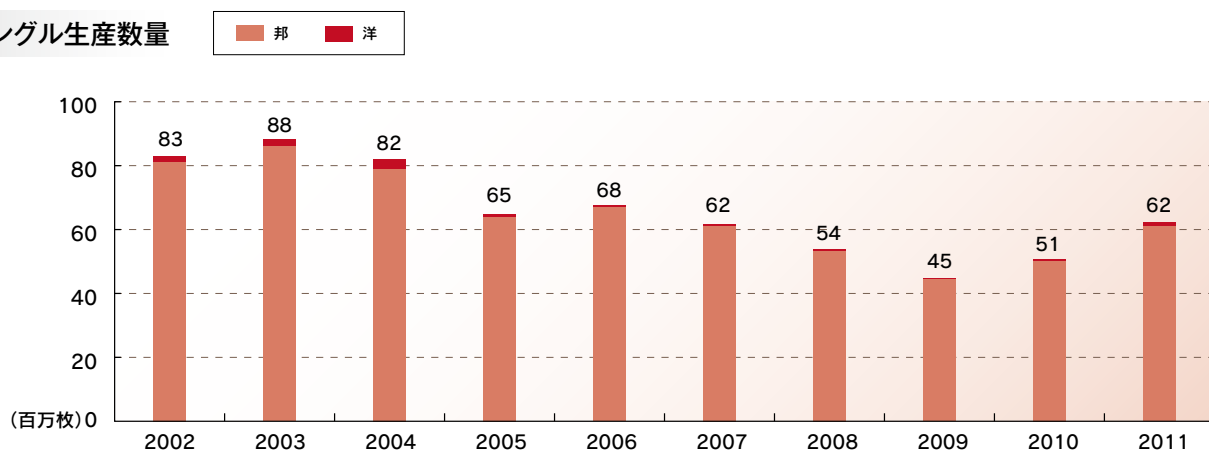
●オーディオレコード総生産金額



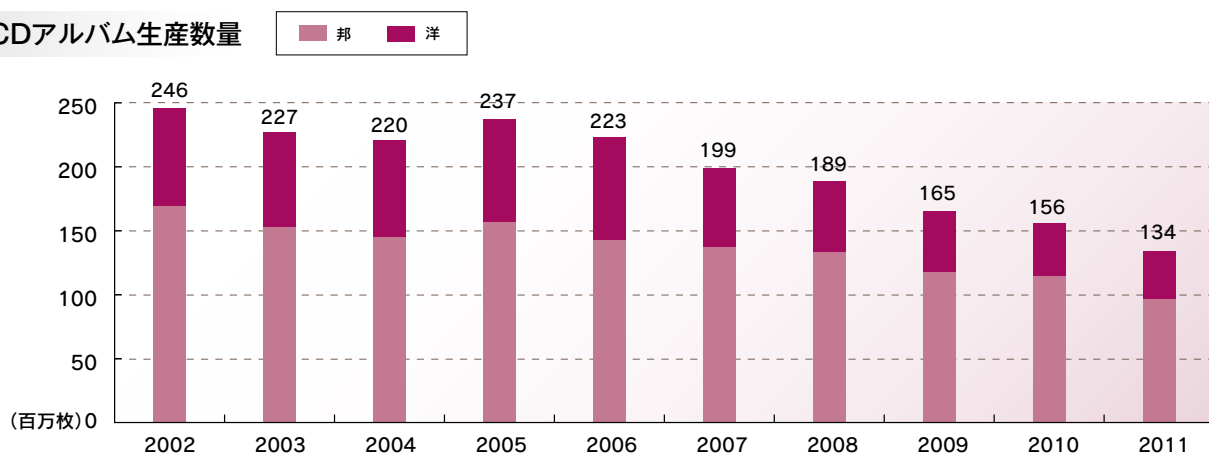
●CD生産金額



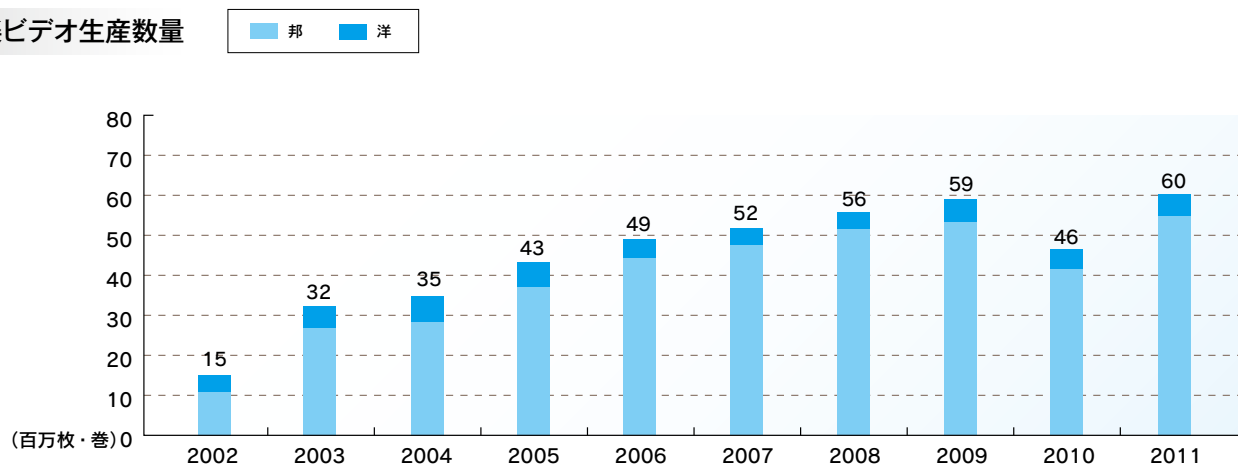
●CDシングル生産数量



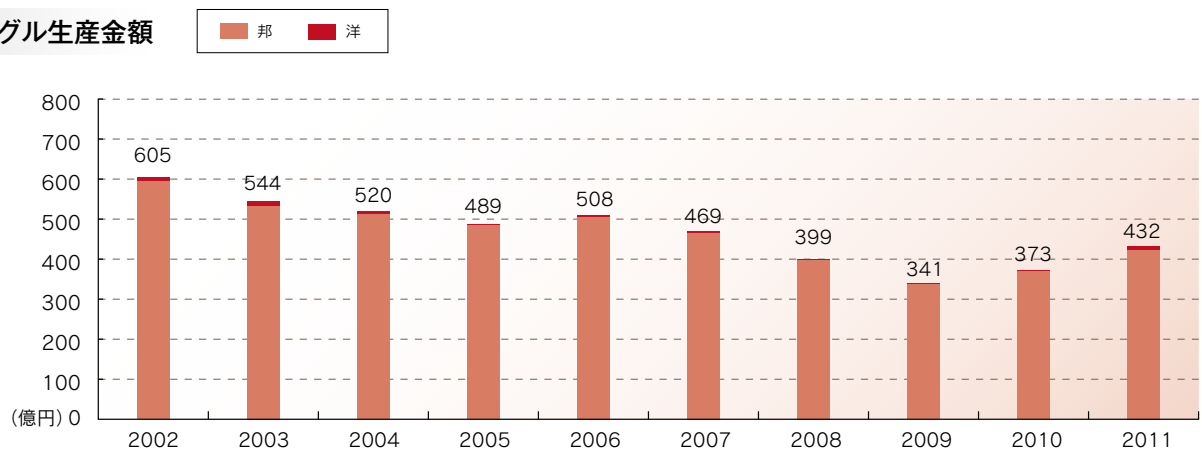
●12cmCDアルバム生産数量



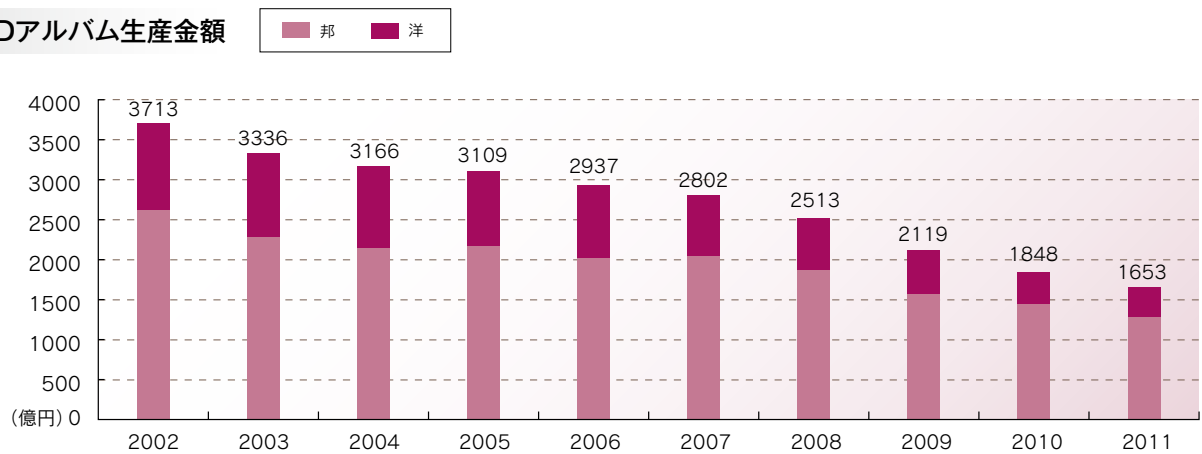
●音楽ビデオ生産数量



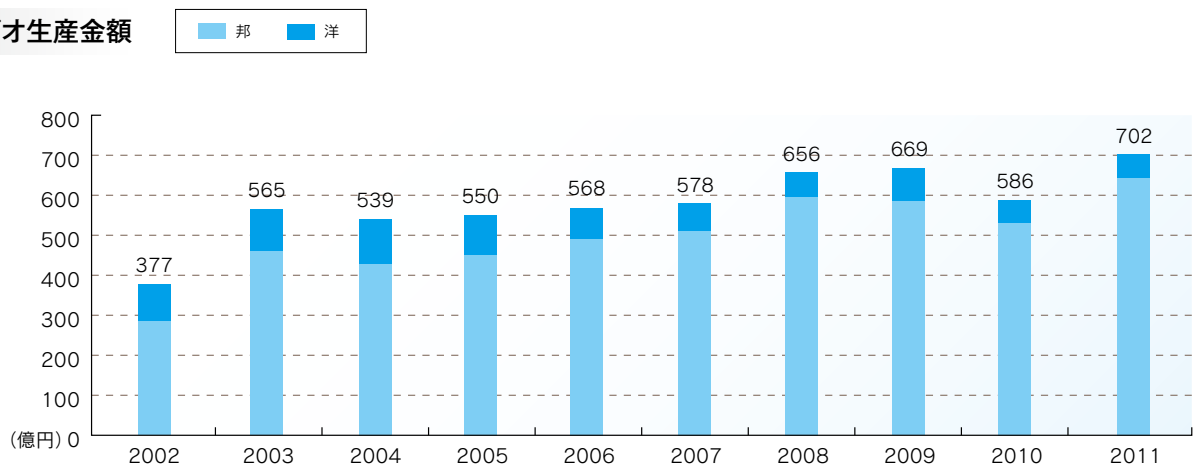
●CDシングル生産金額



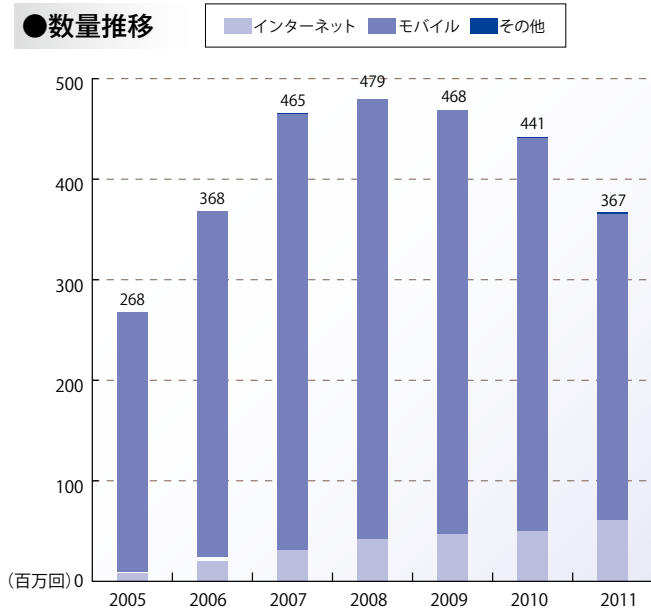
●12cmCDアルバム生産金額



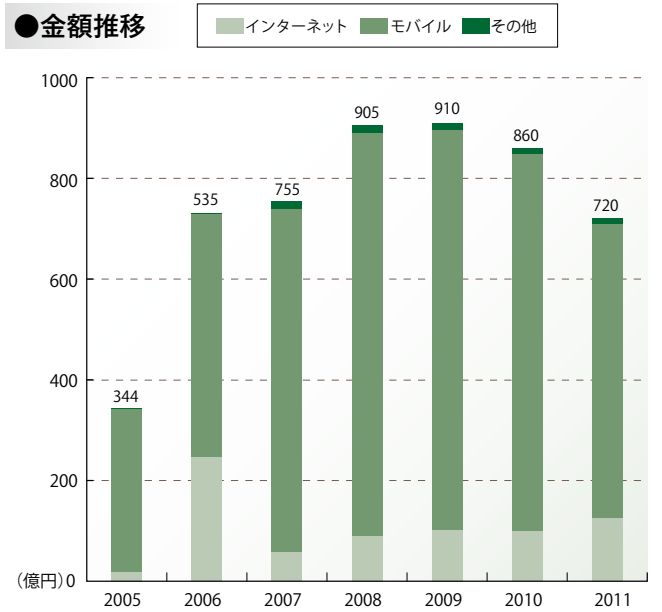
●音楽ビデオ生産金額



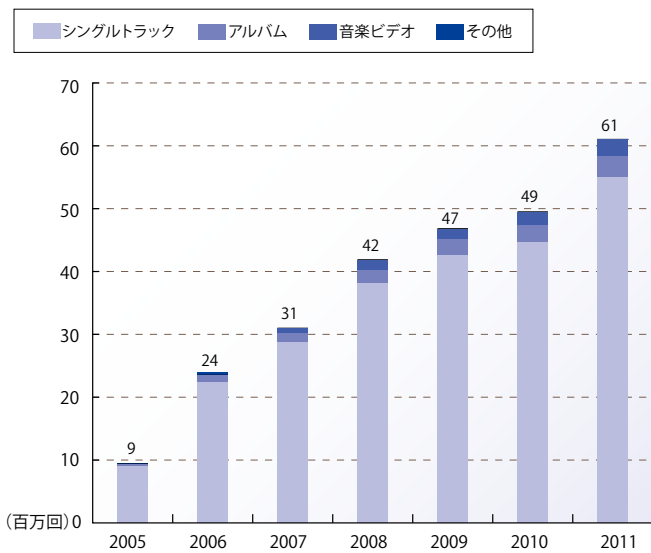
●数量推移



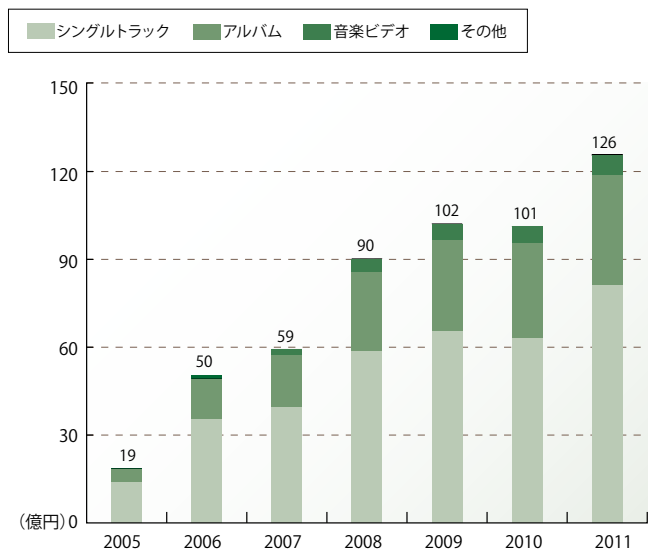
●金額推移



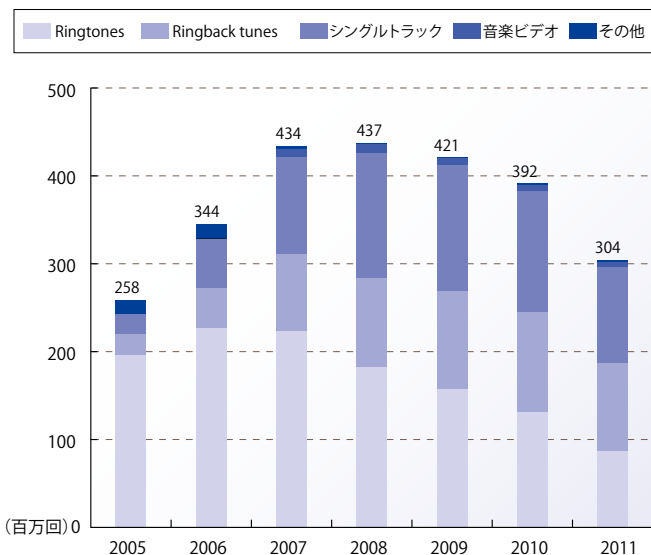
●インターネットダウンロード数量



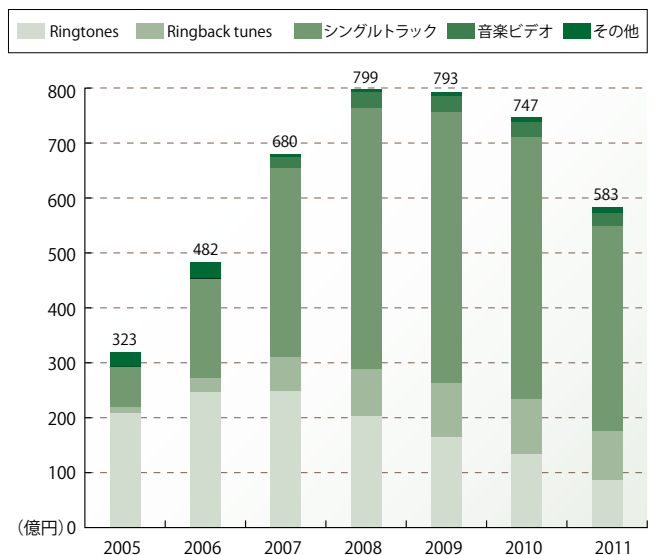
●インターネットダウンロード金額



●モバイル数量

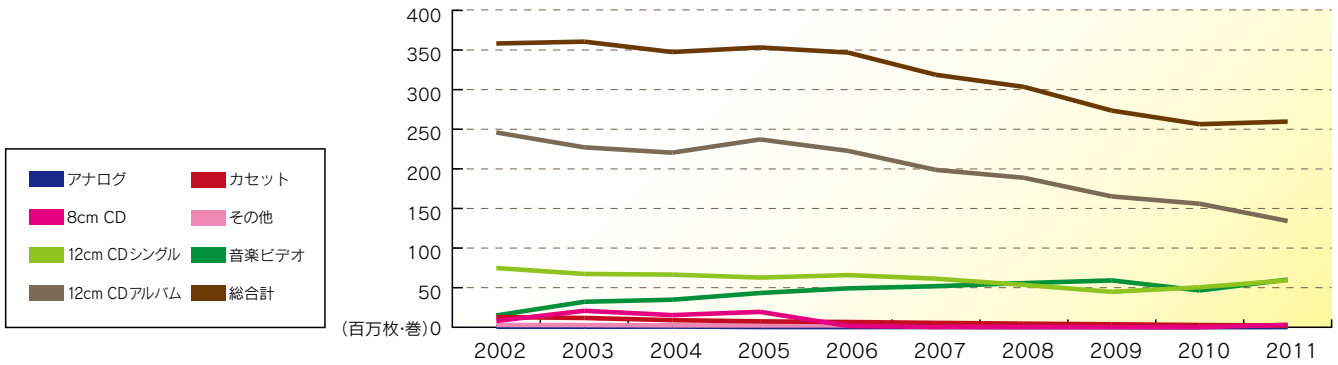


●モバイル金額

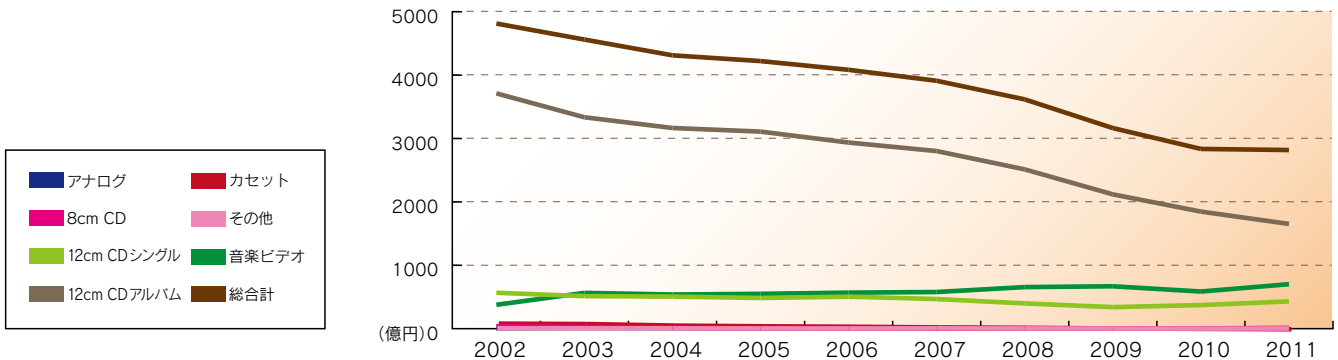


●オーディオレコード種類別 生産数量の推移

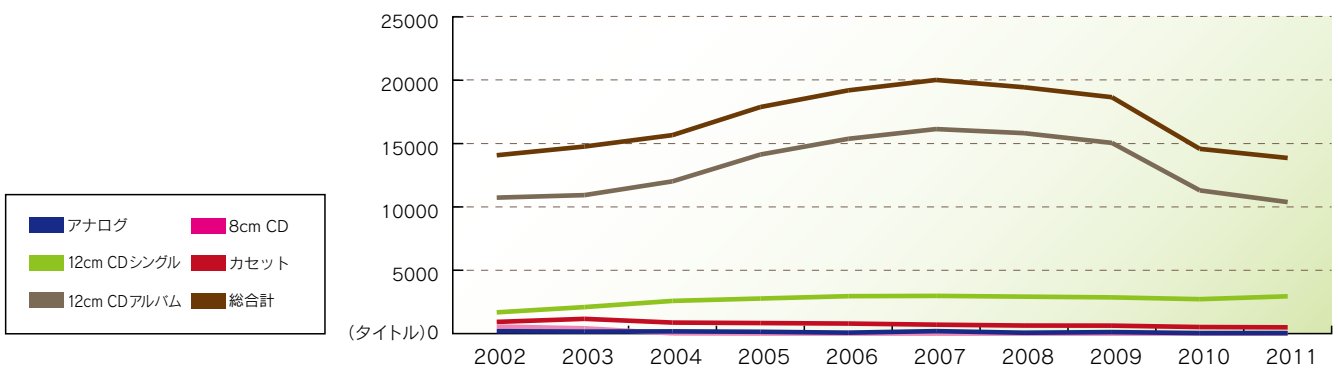
※数値は四捨五入により内訳と合計が一致しない場合がある。
 ※その他は、SACD、DVDオーディオ、DVDミュージック、MDの合計



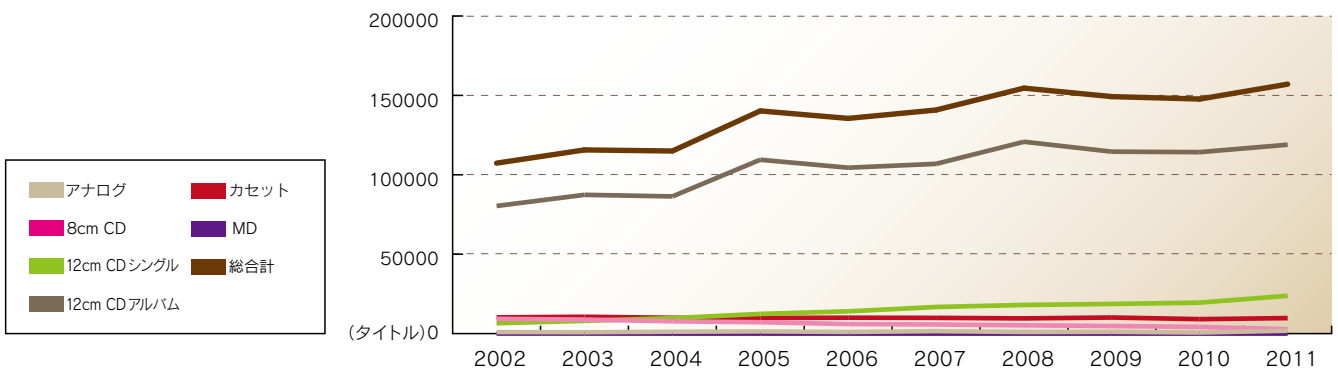
●オーディオレコード種類別 生産金額の推移



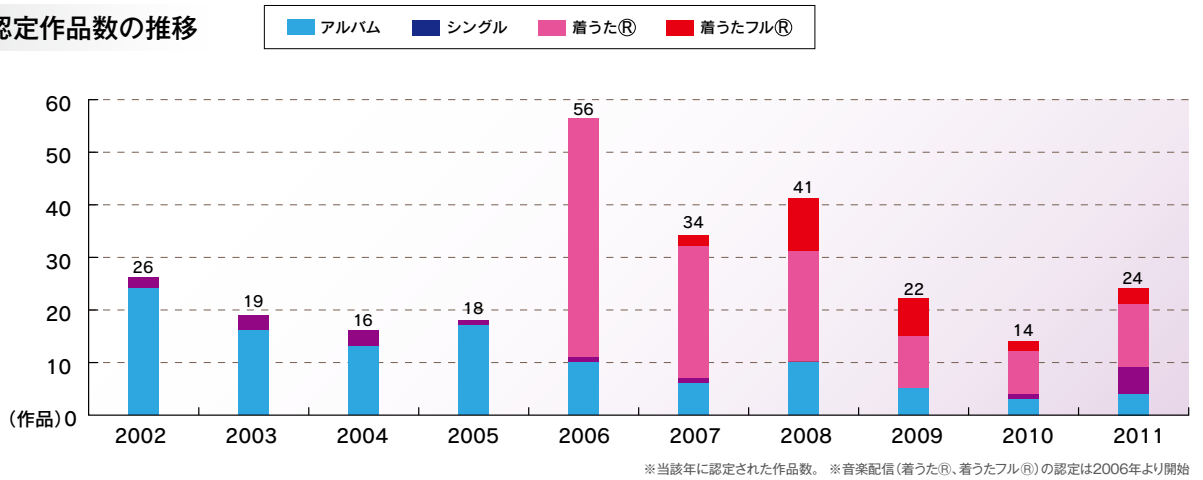
●オーディオレコード種類別 新譜数の推移



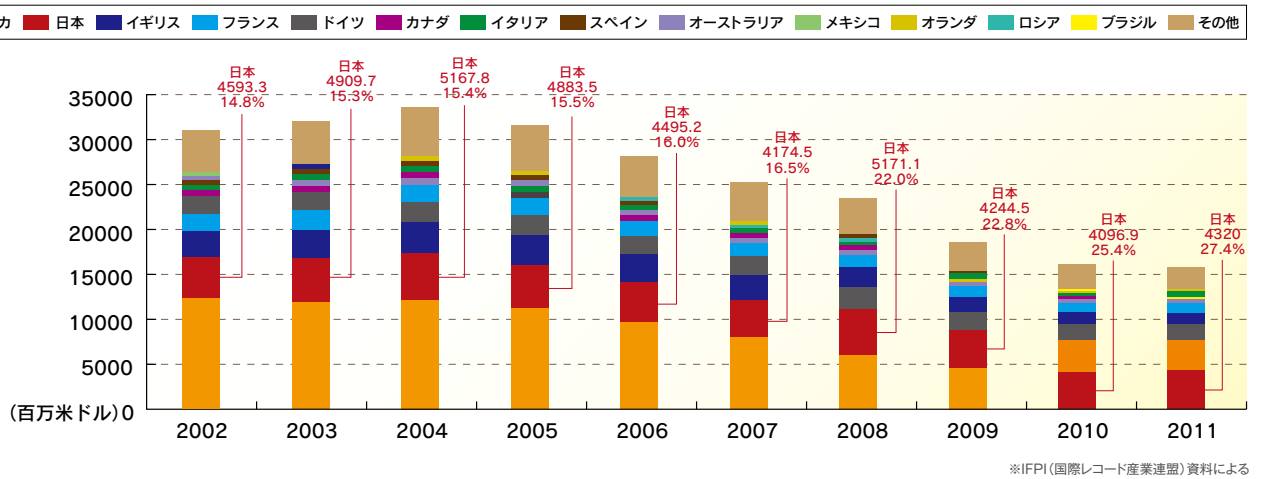
●オーディオレコード種類別 カタログ数の推移



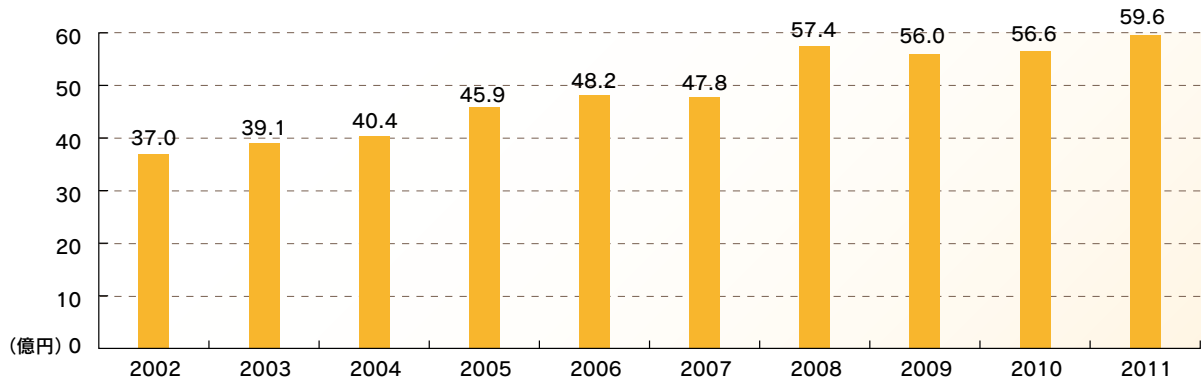
●ミリオン認定作品数の推移



●世界市場における主要各国の音楽ソフト売上の推移

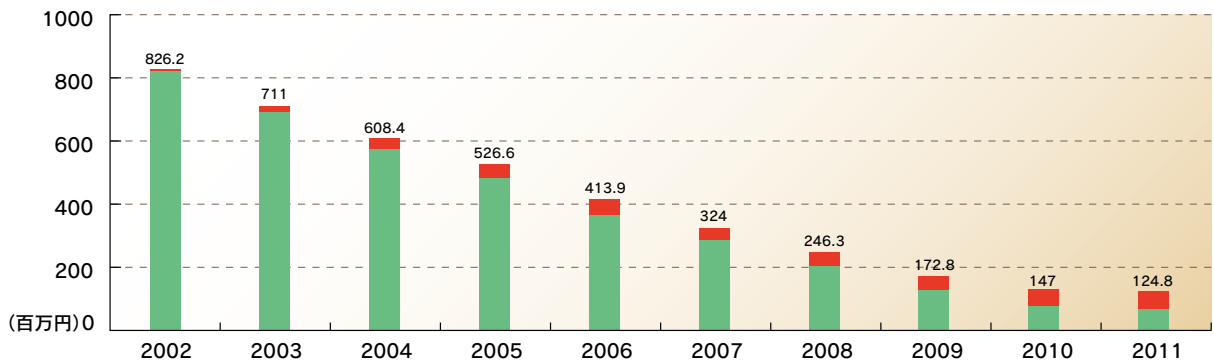


●二次使用料

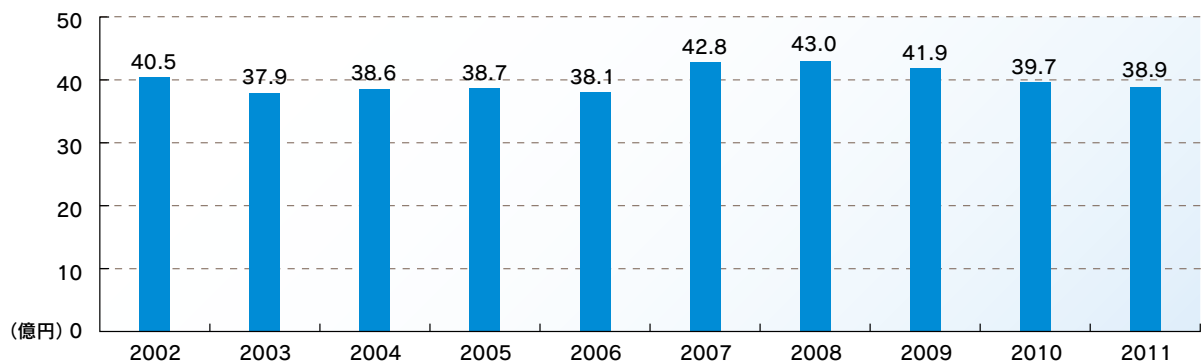


●私的録音・録画補償金

■ 私的録音補償金 ■ 私的録画補償金



●貸レコード使用料・報酬



THE JAPAN GOLD DISC AWARD 1987-2006

第1回 1987年

邦楽 **中森明菜**
ワーナー・パイオニア



洋楽 **マドンナ**
ワーナー・パイオニア



第6回 1992年

邦楽 **CHAGE and ASKA**
ホニーキャニオン



洋楽 **ガンズ・アンド・ローゼズ**
MCA ビクター



第2回 1988年

邦楽 **レベッカ**
CBS・ソニーグループ



洋楽 **ザ・ビートルズ**
東芝 EMI



第7回 1993年

邦楽 **CHAGE and ASKA**
ホニーキャニオン



洋楽 **マドンナ**
ワーナーミュージック・ジャパン



第3回 1989年

邦楽 **BOØWY**
東芝 EMI、ビクター音楽産業、徳間ジャパン



洋楽 **ボン・ジョヴィ**
日本フォノグラム



第8回 1994年

邦楽 **WANDS**
ポリドール、東芝 EMI、B-Gram RECORDS

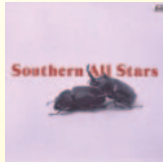


洋楽 **ザ・ビートルズ**
東芝 EMI



第4回 1990年

邦楽 **サザンオールスターズ**
ビクター音楽産業



洋楽 **マドンナ**
ワーナー・パイオニア



第9回 1995年

邦楽 **trf**
エイベックス・ディー・ディー



洋楽 **マライア・キャリー**
ソニー・ミュージックエンタテインメント



第5回 1991年

邦楽 **松任谷由実**
東芝 EMI



洋楽 **マドンナ**
ワーナー・パイオニア



第10回 1996年

邦楽 **trf**
エイベックス・ディー・ディー



洋楽 **マライア・キャリー**
ソニー・ミュージックエンタテインメント



第11回 1997年

邦楽 安室奈美恵
エイベックス・ディー・ディー、東芝 EMI

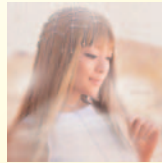


洋楽 ミー・アンド・マイ
東芝 EMI



第16回 2002年

邦楽 浜崎あゆみ
エイベックス



洋楽 BACKSTREET BOYS
ゾンバ・レコーズ・ジャパン



第12回 1998年

邦楽 GLAY
PLATINUM RECORDS、ホリドール



洋楽 セリーヌ・ディオン
ソニー・ミュージックエンタテインメント



第17回 2003年

邦楽 宇多田ヒカル
東芝 EMI



洋楽 アヴリル・ラヴィーン
BMG ファンハウス



第13回 1999年

邦楽 B'z
ルームスレコーズ



洋楽 セリーヌ・ディオン
ソニー・ミュージックエンタテインメント

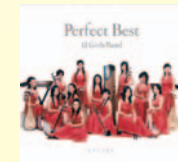


第18回 2004年

邦楽 浜崎あゆみ
エイベックス



洋楽 女子十二楽坊
プラティア・エンタテインメント



第14回 2000年

邦楽 宇多田ヒカル
東芝 EMI



洋楽 セリーヌ・ディオン
ソニー・ミュージックエンタテインメント



第19回 2005年

邦楽 ORANGE RANGE
ソニー・ミュージックレコーズ



洋楽 QUEEN
東芝 EMI



第15回 2001年

邦楽 浜崎あゆみ
エイベックス



洋楽 ザ・ビートルズ
東芝 EMI



第20回 2006年

邦楽 倅田来未
エイベックス・エンタテインメント



洋楽 O-ZONE
エイベックス・エンタテインメント



THE JAPAN GOLD DISC AWARD 2007-2012

第21回 2007年

<p>邦楽 倅田來未 エイベックス・マーケティング・コミュニケーションズ</p>	<p>洋楽 ダニエル・パウター ワーナーミュージック・ジャパン</p>
------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------

第24回 2010年

<p>邦楽 嵐 ジェイ・ストーム</p>	<p>洋楽 ザ・ビートルズ EMI ミュージック・ジャパン</p>
----------------------------------------	-----------------------------------------------------

第22回 2008年

<p>邦楽 EXILE エイベックス・マーケティング</p>	<p>洋楽 アヴリル・ラヴィーン BMG JAPAN</p>
--------------------------------------------------	--------------------------------------------------

第25回 2011年

<p>邦楽 嵐 ジェイ・ストーム</p>	<p>洋楽 レディー・ガガ ユニバーサル ミュージック</p>
----------------------------------------	---------------------------------------------------

第23回 2009年

<p>邦楽 EXILE エイベックス・マーケティング</p>	<p>洋楽 マドンナ ワーナーミュージック・ジャパン</p>
--------------------------------------------------	--------------------------------------------------

第26回 2012年

<p>邦楽 AKB48 キングレコード、デフスターレコーズ、AKS</p>	<p>洋楽 レディー・ガガ ユニバーサル ミュージック</p>
---------------------------------------------------------	---------------------------------------------------

備考:社名・アーティスト名はすべて受賞当時のもの。

日本ゴールドディスク大賞について

日本ゴールドディスク大賞は、日本レコード協会が70周年を迎える本年、第26回目を迎えました。この賞は、直接アーティストと音楽ファンを結びつけるレコードの売上数という客観的なデータを持って、その年の音楽産業の発展と活性化に寄与した「アーティスト」や、その「作品」制作に携わった方々を、敬意と感謝を込めて顕彰するものです。そのデータは、正味売上実績(総出荷数から返品数を差し引いたもの)と有料音楽配信の売上実績を対象とし、公認会計士によって厳正に確認されています。



レコード産業	日本レコード協会	諸制度	メディア環境 他	
ソウル「日本音楽情報センター」 新装オープン 上海「日本情報センター」 開設	創立60周年	WPPT加入 知的財産基本法成立		2002
「着うた®」開始	音楽DVDキャンペーン レコード基本情報のEDI (電子情報交換システム)		地上デジタル放送開始 iPod累計出荷 100万台超	2003
「着うたフル®」開始	北青山に移転	著作権法一部改正 還流防止措置成立		2004
	有料音楽配信実績 公表開始		ブロードバンド普及	2005
			ワンセグ本放送開始	2006
高音質CD	歴史的音盤アーカイブ推進 協議会設立		iPhone 発売	2007
	エルマーク導入		「ダビング10」開始	2008
	CDショップ大賞		docomo、softbank、auが スマートフォン発売	2009
	一般社団法人に移行	著作権法一部改正 違法配信からの私的録音録画 (ダウンロード)違法化		2010
ジャパン・ミュージック・ ギフトカード解散	虎ノ門に移転 ミュージック・ジャケット大賞 SP盤の歴史的音源公開 (国立国会図書館)	EUレコード 保護期間延長	地上アナログ放送廃止	2011
	創立70周年	著作権法一部改正 違法配信からの私的録音録画 (ダウンロード)の一部罰則化		2012



日本レコード協会70周年記念誌 2002年から2011年のレコード産業

発行日：2012年9月28日 発行：一般社団法人 日本レコード協会 〒105-0001 東京都港区虎ノ門 2-2-5 共同通信会館9階 TEL 03-5575-1301 FAX 03-5575-1313
第2版：2019年2月26日