



JMUSIC開設5周年記念事業

日・韓著作権ビジネスシンポジウム

- ◆ 主催：日本大使館 公報文化院 日本音楽情報センター（JMUSIC）
（財）音楽産業・文化振興財団（PROMIC）
- ◆ 協力：JASRAC（日本音楽著作権協会）・ザ・ライムライトミュージックコンサルティング・Universal Music Publishing
- ◆ 日時：2005年6月3日(金) 15:00～18:00
- ◆ 場所：日本大使館 公報文化院 3階 ホール

日本側：（社）日本音楽著作権協会 ネットワーク課長 宇佐美和男
「デジタルネットワーク時代の音楽著作権の問題点」

韓国側：Universal Music Publishing 代表理事 チョ・ギョチョル
「改正著作権法の施行に関する著作権ビジネスの未来」

韓国側：ザ・ライムライトミュージックコンサルティング
代表理事 カン・ジェドク
「デジタル・メディアに関わる日・韓著作権ビジネスの新たなマーケット」

(社)日本音楽著作権協会 (JASRAC) 送信部ネットワーク課 課長 宇佐美 和男

デジタルネットワーク時代の音楽著作権の問題点

本日は「デジタルネットワーク時代の音楽著作権の問題点」と題して、日本におけるネットワーク上の音楽著作権のビジネス利用の対応や問題点についてお話しします。日本でも音楽はいろいろなシーンで使われています。

演奏、放送、映画、出版物、CD、インターネット、レンタルCDなどがあります。

韓国でも同じような扱われ方をされていると思います。

音楽は著作物と呼ばれ、作詞家や作曲家が作った財産です。その著作物は、法律で保護されており、その法律に従って、JASRACが権利者から財産を預かり管理をしています。JASRACは1939年に設立されて以降、音楽著作権に関する管理事業を行っています。国内外約200万曲以上のデータベースを整えて、全国に21の支部を設置してきめ細かい管理をしています。また、近年では音楽著作権の思想を普及させるために、文化事業を実施し、無料のコンサートを実施するなど、国民への社会還元も実現しています。JASRACのように、日本で著作権の管理事業を行うためには、著作権等管理事業法が適用されます。管理事業法は作詞家・作曲家など、委託する者を保護し、著作物の利用の円滑化を図ることを目的とした法律です。

かつての日本では、自由に管理事業を行うことができませんでした。しかし、2002年4月にこの法律が施行されて以来、一定の条件を満たせば、その管理事業に参入することが可能となりました。登録が拒否される場合とは、法人でない場合、取消しから一定年限が経過していない場合などの委託者保護の観点から適切でない場合であり、それ以外は基本的に認められます。

管理事業を行う者は、この法律にのっとり、作詞家・作曲家との委託契約や使用料率を定めた使用料規程の届出などが義務付けられています。JASRACも管理事業法に基

づき、作詞家・作曲家の委託者と契約を締結した著作権信託契約約款があります。

JASRACの信託契約約款では、JASRACが管理をするための取り決めをしています。

管理事業法では、誰もが事業に参入することが可能ですから、JASRAC以外にも管理事業者が存在しています。ですから、作家は権利や利用形態を区分して、権利をそれぞれ別に預けることが可能になります。例えば、放送はJASRACに、インターネットは他の著作権団体に預けるといった作家側の選択が可能となっています。

なお、音楽出版社とは作家から著作権を預かり、その運用をする会社です。JASRACは利用に対して管理をしますが、音楽出版社はその利用を促進するためのプロモートを行っています。つまり、JASRACはその音楽、演奏だったり、録音だったりという利用に対して管理をするのに対して、音楽出版社はその利用を促進するために、プロモーター活動などを展開します。作家にとっては、JASRACに預けるだけでなく、音楽出版社に委託することによって、その利用を促進させるというメリットがあります。

では、JASRACはどのような権利に基づいて著作権を管理をしているかと言いますと、日本の著作権法に基づいています。

著作権法で保護される著作物は、思想または感情を表現した音楽などの芸術の範囲に属しているものを言います。著作者は当然にそれを創った作詞家・作曲家になります。音楽などの著作物はイメージを伴うことが多いため、名誉声望を傷つけるような使われ方や作家の意にそぐわない使われ方をされないように保護しています。これを著作者人格権といいます。

JASRACが管理している権利は、財産権としての著作権です。

権利は利用される形態ごとに分けられており、様々な音楽使われ方に対応しています。これらは作家の死後50年間保護されます。ですから、例えば作詞家・作曲家がなくなった後でも50年間は権利者に許諾を得なければ使うことが出来ません。

また、一部、著作法には制限規定があります。私的複製や学校における教育目的の複

製であれば、許諾を受けずに自由に使うことができます。

著作権法には作詞家・作曲家の権利保護に加え、著作物を伝える側の権利として著作隣接権があります。著作隣接権には演奏家、レコード製作者、放送事業者の権利が含まれています。著作隣接権者は複製権やインターネットにおける送信可能化権などを持っています。ですから、音楽の配信の事業者が、CD音源を使って音楽を配信したいと言う場合には、JASRACのような作詞家、作曲家の団体（著作権者）に手続きをとるのが一つと、この著作隣接権者すなわちレコード会社など（著作隣接権者）から許諾が得られなければ配信することができません。

これらの著作権や著作隣接権の権利侵害があった場合には、民事・刑事それぞれの責任が規定されており、民事は利用禁止や損害賠償の請求権、刑事は懲役や罰金刑があります。

日本国内においても外国の楽曲がたくさん使われており、諸外国においても日本の楽曲がたくさん使われています。著作権や著作隣接権の国際条約に各国が加盟し、それぞれ相互管理することで国際間の管理が可能となります。この表は各国際条約における日本と韓国の比較です。WPPTすなわち著作隣接権に関する国際条約は、現在韓国は締結していませんが、近く韓国も締結するだろうと推測しています。

これまでが、日本の著作権に関する法律の枠組みでした。

次にインターネットでの音楽の配信についてお話しします。音楽流通の変遷を見ますと、インターネットや携帯電話の普及により、音楽の使われ方が大きく変わってきました。日本でのインターネットや携帯電話を使った音楽ビジネスには次のようなものがあります。CD音源を直接パソコンや携帯電話にダウンロードしたり、携帯電話の呼び出し音をダウンロードするサービスがあります。日本にもリングバックトーンのサービスがありますが、韓国が一番最初にスタートしたと聞いています。インターネットで音楽を利用する場合には、著作権法に基づき、作詞家・作曲家の著作権は複製権

や公衆送信権が働き、レコード会社などの著作権隣接権も送信可能化権が働きます。

JASRACでは、このようなインタラクティブ配信に対して利用者の団体と協議し、利用に適した使用料規程を制定しています。大きく分けて、音楽、歌詞楽譜、音楽以外に付随する利用（映画など）に関するもの、非商用利用（個人などの利用）の4項目に分かれています。それぞれダウンロードの規定とストリームの規定に分かれています。

ダウンロードは配信の対象となるパソコンや携帯電話に複製をするために、ストリームよりは高い使用料となっています。日本で最も多く利用されている音楽配信は、携帯電話への着信音サービスで、CD音源を切り取った「着うた」というサービスです。

「着メロ」は一曲20円から30円です。このときのJASRACの使用料は一曲5円です。このビジネスはコピーコントロールがかかっているので、買った人は友達同士で交換することができません。ですから、買った人は友達が気に入ったとしてもその人はまた買わなければなりません。そうなりますと、携帯電話会社はパケット通信料が手に入りますし、販売事業者はきちんとその販売をすることができますし、著作権者もきちんと著作権収入を受け取ることができるシステムが整うこととなります。

現在、インタラクティブ配信の許諾事業者数は約900事業者、サービスは4,000サービスを超過しています。このうち、ほぼ9割が携帯電話の着信音配信の事業です。

JASRACではインタラクティブ配信については1999年から管理を開始しています。1999年当時の使用料は年間約3億4000万円でしたが、昨年度には約92億7000万円となり、このうちのほとんどが着信音サービスです。仮に著作権料を1曲5円とした場合、年間17億回から18億回ほどダウンロードされた計算となり、利用の多さを物語っています。

これは、2002年度と2004年度のJASRACの使用料収入の推移です。2002年度と2004年度のJASRACの全体収入は、それぞれ1060億円から1108億円に推移しています。そのうち、インターネットと携帯電話の配信による収入が2002年度には76億円、2004年度には92億円に達しています。そして、売上げ全体に占める割合は、2002年度の7%から2004年

度には8%に増えています。2年前には「着メロ」の使用料が非常に多かったのですが、新たに「着うた」というサービスが出てきましたので、2004年度にはその比率が多くなっています。インタラクティブ配信の割合が伸びていることや、そのインタラクティブ配信がバラエティーになってきたことがお分かりいただけると思います。

このように大量に使われるインターネット上の音楽に対応するために、JASRACでは、5つのシステムを組みまして、独自にネットワークストラシステムという管理システムを構築して運用しています。多量に利用される音楽に対して、このシステムを活用することで、円滑に利用者は申請をすることができ、また作詞家、作曲家に円滑に分配することが可能になります。

音楽を合法的に利用することが望ましいですが、違法利用も行われています。ネットワークストラシステムの中のJ-MUSEは、ネット上の違法利用に対して監視を行うシステムです。J-MUSEは24時間インターネット上を巡回し、音楽ファイルの所在を確認し、手続きのないサイトの情報を収集してきます。また歌詞が記載されているサイトやP2Pの利用にも対応しています。

JASRACでは実際に収集された情報に基づき著作権の侵害があることが確認された場合、運営者への警告や、法律に基づいたISPへの違法ファイル削除要請を実施しています。

この削除要請により2年半の間に約84,000の違法ファイルが削除されました。

ISPへの削除要請はプロバイダ責任制限法という法律に基づいています。

プロバイダ責任制限法は、著作権侵害や名誉毀損となる情報が流通された場合に、ISPは発信者として責任を負ってしまいますが、ISPに一定の義務を課し、それを履行することでISPの責任を回避させるというものです。

インターネット上での違法利用には、P2Pというものがあります。ファイル交換は個人と個人がデータをやり取りする技術ですが、そのファイルが音楽などの著作物であり、それを不特定多数に公開しているということになりますので、これは日本では違法行

為になります。日本ではWinMXやWinnyといったファイル交換ソフトがあります。国によっては、私的複製ということで法律違反にならない国もあるようですが、これは日本では私的複製ではありません。日本では、このような違法利用に対して法的措置を実施しています。刑事事件7件、民事事件は1件でしたが、いずれもJASRACが勝訴しました。

日本ではインターネットで音楽を利用することになってから、5年以上経過しました。JASRACとしては、これに対応し権利処理ができるよう、常に体制を整えてきました。インターネット上の音楽の利用形態は日々変化しており、これに対応できるようにする必要があります。そのいくつかの問題点をお話します。CDから音楽配信という形になりますけど、音楽配信の場合は直接パソコンや携帯電話に配信されてしまうために、そこからいったいどういう風に伝わるのか不安な状況にあります。携帯型HDDプレーヤーが普及し、非常に多量の音楽を携帯することができるようになりました。昔は、アナログレコードをテープにダビングするとしても、非常に時間がかかっていたために、あまり損害がなかったといえます。しかし、今では家庭にパソコンがあって、誰でも簡単にCDを作成できるようになりました。日本にはレンタルショップがたくさんあります。ユーザーをレンタルショップからCDを借りてきて、家でおなじCDを作ることができます。一枚程度でしたら、あまり被害にならないでしょうが、たくさん作る場合大きな被害になります。このように、新技術が従来のビジネスにあっていないという状況が生じています。このような状況に対応するために、新たな利用に対して権利者は迅速に対応をする必要があります。先ほど、例に挙げました着メロのようにすべての事業者や権利者が損をしない構造、すなわちWIN-WINの構造を作ることが大切だと思います。そのためには、コピーコントロールのような技術的な保護手段を上手に活用し、かつ利用者にとって使い勝手が良いような保護された仕組みを構築することが必要だと思います。

こうした知的財産の保護は、結果的に作家や演奏家、音楽家のモチベーションに繋がります。また、いい音楽が出来上がれば、結果国民の文化の向上につながっていくと思います。

以上

ここから質疑応答・・・

質問1： 「着メロ」と「着うた」、そして「リングバックトーン」の使用料はいくらですか。 そのうち、JASRACが徴収するのはいくらですか。

答え：

「着メロ」と「着うた」の料金は、情報料の7.2%と5円のいずれか高いほうになる。だから、「着うた」の場合は、日本では100円から200円で販売されているので、7.2円とか10円とかの使用料になる。「リングバックトーン」は月額200円などのサービスになっており、その使用料金は、これはストリーム形式で利用しているので情報料の3.5%や4.5%となっている。

質問2： 韓国では、著作権者と著作隣接権者の区分なしに、同じく配信権を認めています。日本では著作権者の場合、公衆送信権、著作隣接権者の場合は、送信可能化権が認められるとおっしゃいました。この二つの違いにつきましてお話しください。

もう一つ質問がありますが、映像著作物に対して著作権者が有する放送事業関連の権利について、問題が起きていないのかについてお話しください。

答え：

作詞家、作曲家の著作権者は公衆送信権を持っている。公衆送信権には放送とインターネット上などの自動公衆送信の2つがある。著作権者は放送利用に対する権利を持っているし、インターネット上で流す場合の自動公衆送信に対する権利も持っている。一方、著作隣接権には放送利用に対する許諾権はなく、報酬を請求する権利のみ

であるが、インターネットで流す場合には、送信可能化権という許諾権がある。これが大きな違いである。

2つ目の質問は映像の権利の話したが、映像の権利そのものは著作権の権利だ。放送会社が持つ映像の権利は放送局自体が著作権者ということになる。これについて、問題が起きて訴訟があったかどうかは分からない。トラブルにはなりやすい部分だと思う。

改正著作権法の施行に伴う著作権ビジネスの未来

現在、レコード市場が急激に低迷していることは、周知の通りだ。レコード市場の規模は、2000年の4104億ウォンから2003年には1833億ウォンと、55%減少した。年間生産量も2000年の2億8328万4000個から2003年には1億8657万1000個と、約34%減少した。200万枚以上の販売高を記録するミリオンセラーが出ていた活況の時代から、50万枚以上が売れるレコードもほとんどみられない不況の時代へと突入した。レコード販売が困難になった歌手はコンサートに目を向けるようになり、コンサート文化が発展するといったプラス面もあった。2002年度からレコード市場が急激に落ち込んだことを受け、そのレコード市場の急激な低迷の原因を見つけるために腐心した。音楽の直接の原因と間接の原因が上げられるが、間接の原因には文化の変化がある。従来は、放送を聴いてCDやカセットテープを買って音楽を聴くという単純な文化だったが、今は、ゲームやモバイル、デジタルカメラ、映画産業の発展を通じて多様なコンテンツが生まれ、人々は多様なコンテンツを楽しむようになったのである。

音楽の直接の原因は、消費者の音楽に対する期待水準が高くなり、ニーズが変化したことである。言い換えれば、タイトル曲以外はあまりいい曲がないといったレコードのクウォリティーに対する不満が浮上したのである。また、従来は音楽を鑑賞するためにレコードを購入したが、今はホームページのバックミュージックとして使ったり、仕事をする際インターネットに接続して音楽を流しておいたりする、音楽をバックミュージックとして使う傾向が新しく生まれている。このような音楽に対するニーズの変化はインターネットで音楽を無料で配信したため、生じたものである。その代表例としては、ボックスやソリバダが上げられる。それで、ボックスを相手取っては複製

権、配信権の侵害で訴訟が起こされ、ソリバダを相手取っては複製権侵害幫助行為を行ったとして訴訟が起こされた。これに対し、ボックスは、これは放送であり、放送をするための複製だったと主張した。さらに、ボックスは「ボックスはコンテンツ文化を普及させており、レコード業界の従来慣行や現在の法律を持ってボックスの事業を判断するということは文化の発展を妨げる旧態依然とした行為である」と反発した。ソリバダもまた、「ソリバダはプログラムの提供者であり、ファイルを聴取するのは使用者の判断によるものである。違法のファイルを聴取するか合法のファイルを聴取するかは、彼らが判断すべきことであり、わが社がとやかく言う問題ではない」と主張した。この訴訟は長期間続いた。その結果、ソリバダに対しては仮処分判決が下され、サーバー差し押さえを行ったが、同社はスーパーピアという新しいサービスの形で事業を継続させた。政府としては、デジタル技術の発展およびコンテンツ文化の普及のためにはソリバダやボックスを支持しなければならないが、世界に類を見ないほどの低迷が続いているレコード市場を再生させるためには、著作権の保護は喫緊の課題である。結論として、コンテンツを積極的に保護することになったが、これにはボアや冬ソナタといった韓流ブームも大きく寄与したといえる。韓国では大きな収益を生み出せなかったコンテンツが、海外では大きな収益を生み出したことにより、コンテンツの重要性に対する政府の認識が高まったのである。さらに、海外からの通商圧力が大きかったことも一因となっている。韓国のオンライン市場の95%が違法だという、海外からの特に米国からの圧力は非常に強いものであった。こうしたことから、政府はコンテンツ産業を積極的に保護し、音楽産業を育成しなければならないとの結論を下した。

その第一次的な措置として取られたのが、著作隣接権者に対する配信権の付与であった。2004年4月にそのことを公表し、2005年1月17日から発効した。これに前後してボックス社は敗訴し、ソリバダは有料化を宣言した。実際、著作権者にはすでに配信権

が与えられていたので、著作隣接権者に配信権が与えられることは当然取られるべき措置であったといえる。しかし、著作権者への配信権の付与と著作隣接権者への著作権の付与には大きな違いがある。著作権侵害は、基本的に親告罪に該当する。著作権が侵害された著作権者が直接異議を申し立てない限り、法的に争うことができない。著作権者を代弁するKOMCAとは異なり、KOMCAも積極的な活動を行ったが、レコード会社はこれが事業の存続にかかわる問題だったので、非常に強力な措置を取った。このため、インターネット利用者は違法侵害者になることを恐れ（実際に数人は訴えられていた）、強く反発した。これは後で詳しく述べることにする。それから2ヵ月後の2005年3月に、国会で著作権の全面的な改正案に対するヒヤリングが開催された。同ヒヤリングでは、著作物を「文学、学術または芸術の範囲に属する創作物」から「人間の思想や感情を表現した創作物」へと定義を変え、著作物の概念をより幅広いものにすることが提案された。さらに、デジタル環境に対応して、公衆送信権の概念を設定した。まず、放送と配信の概念を包括する公衆送信権の概念を設定した後、この公衆送信権を放送権、配信権、デジタル音声送信権などに細分した。これに加え、著作者には公衆送信権を包括的に与えるとともに、著作隣接権者には報奨請求権や配信権などを与えた。もう少し説明を加えると、放送は伝統的な意味の放送概念に限定した。同時性は有するが、双方向性やオーダーメイド型は有していない。地上波、ケーブル、衛星放送、DMB(Digital Multimedia Broadcasting)などが、これに当たる。配信は、同時性は有していないのに対して、双方向性やオーダーメイド型を有している。ボックスや放送インターネットの再放送、インターネット映画館などがこれに当たる。デジタル音声送信は、易しく言えば、ウェブキャスターである。ウェブを通じた放送であるが、これは同時性を有する。ウェブの特徴である双方向性を有しており、放送がいったん終わるとまた聞くことができないので、オーダーメイド型ではない。このように、放送、配信、デジタル音声送信の3つに細分して、著作権を管理しようとする取り組みが

行われている。それ以外の重要な改正案としては、親告罪の廃止が上げられる。著作権者は侵害を主張しなくても、ある行為が侵害に当たる場合、政府すなわち検察が法的な制裁措置を取ることができるようにした。これについては、現在、常設取締り班を設け、持続的な侵害行為に対処するという措置が話し合われている。

国際規約に合わせて、実演家に対して人格権、配布権、放送権を与えた。さらに、委託管理業を公益性を強化するために、著作権の委託管理業の許可および義務を補強する条項が設けられた。また、著作権審議調整委員会の役割が強化され、これまでは紛争の調整や著作権の教育および広報が主な業務だったが、これからは著作権情報センターを設け、技術的な保護措置や著作権管理情報の標準化、システムの構築運営など多様な業務を担当することになった。

次は、KOMCAに関連した問題点を見ていきたい。第一に、KOMCAの規定を改正して、音楽出版社も正会員になれるようにし、音楽出版社の代表も理事に選出されるようにしてほしいという要請があった。2004年10月にCISAC（著作権協会国際連合）総会が行われた際、国際出版社協会との会合があったが、この会合でこのことが大きな案件となっていた。2004年12月に日本のMPAJ(Music Publisher's Association of Japan)が韓国を訪問した際行われたJASRACとKOMCAとの交渉で、音楽出版社の理事会進出問題が取り上げられたとうかがっている。全世界の著作権構図が、協会と作家、出版社の3者構図になっており、お互いけん制や協力を通じて成長しているが、韓国の場合、音楽出版社の歴史が浅く、そのような認識が浸透していないため、様々な副作用が起きている。そのため、音楽出版社のKOMCAへの進出問題が大きく取り上げられたのである。

第二に、配信権について、曲別に承認を行ってほしいということである。KOMCAはCP(事業者)から売上高の数%を徴収している。使用に関するレポートは、正確な曲名ではなく、何かのテレビドラマの背景音楽とかだれだれのコマーシャルとかという風にレポートが作られる。そのため、徴収は行ったが、誰に配分すべきなのか分からない

場合が多く発生する。だから、曲別に承認を行うことを要請している。

第3に、配分内訳書に必要な情報を明記してほしいということである。これは、作家や出版社が理解できるより詳しい配分内訳書を作ることを要請している。

第4に、未確認勘定を運営することである。権利が確認できない曲がある場合、外国では未確認勘定を運営して、著作権料の配分を先送りして、きちんと確認した後、配分を行うが、韓国ではこの制度が設けられていない。

第5に、Cue-sheetを認めることである。Cue-sheetとは、映画やテレビに使用された音楽についてどのメディアでどの曲が使用されたのかを、まとめたものである。それを提出すれば、それに基づいて著作権料が配分されるのではなく、著作権料を受け取るためには、KOMCAが求めている様式に基づいていちいちその内容を書き写さなければならない。また、KOMCAはそれをもって放送局に確認をするという大変複雑な手続きを取っている。

第6に、KOMCAは著作権管理団体であるので、著作者の名前で曲を管理すべきだということである。現在、KOMCAは歌手の名前で曲を管理している。もちろん、KOMCAにとっては、放送局から受け取る資料が歌手の名前になっているので、やむを得ないかもしれないが、そうすると、一つの曲が50回リメイクされたとすると、その都度登録しなければならない事態が生じる。これは、著作権を管理する団体としては、合理的な方法ではない。

第7に、Catalogue登録を行うことである。海外の場合、20世紀フォックス、ウォルトディズニーなど大きなCatalogueは非常に膨大な量の曲を保有しているが、このようなCatalogueがA出版社からB出版社に移る際、その膨大な量の曲を再登録するのは、合理的でない。そのため、Catalogue登録を行うことにより、自動的に移してほしいということだ。

第8に、競合の解決のための期間を、国際的基準に合わせて、十分(60日)与えてほしい

ということである。競合というのは、一つの曲に対して二人以上の人が権利を主張することだ。海外では、これを解決するために60日の期間が与えられているが、韓国では3日、5日で解決することを迫られる場合が多い。

こうした問題を解決するために、次のような団体が様々な取り組みを行った。KOMCA(韓国音楽著作権協会)、JASRAC(日本音楽著作権協会)、MPAJ(日本音楽出版社協会)、この問題解決に向けた業務を主導的に行ったKMPA(韓国音楽出版社協会)、BMG,EMI、ソニーなどのメジャー出版社のIMPA(国際音楽出版社協会)、メジャーでない出版社の集まりであるICMP(国際音楽出版社連盟)、メジャーではないがアジアの大きな出版社が集まって作ったAMPS(アジア音楽出版社協議会)、KOMCAやJASRACのような協会の集まりであるCISAC(著作権協会国際連合)である。

次は、音楽産業振興法の制定案について、見ていきたい。主要制定内容は、次の通りである。まず、レコードの定義に、電子的に再生して聴けるように製作されたものが含まれたことである。現在、それは音源と呼ばれているが、それをレコードと定義したことがユニークである。レコード製作者にとっては、歓迎すべきことだ。

第2は、文化観光部の長官が音楽産業の発展に向けた中・長期基本計画を立てて施行することである。すなわち、これは政府が音楽産業の発展に向けて積極的に取り組むことを意味する。

第3は、文化観光部長官がレコードの流通促進に向けて、品質認証を行い識別表示を付着させたことである。これは、政府が違法レコードを根本的に根絶させるということだ。

第4は、文化観光部長官が大衆音楽公演を支援できる条項を新設したことである。

第5は、レコードのオンラインサービス提供業を市長、群主、区役所長に届け出るようにしたことである。違法業者であると判断された場合は、届出証を発行しないとされているが、これはまだ確定していない。

第6は、レコードのオンラインサービス提供者がレコード違法複製などを防止する技術的措置を取ることを、遵守事項として定めることである。これは、レコード業界にとっては非常に歓迎すべきことである。

この中で、2番目の文化観光部長官が中長期的基本計画を立てることについて、もう少し詳しく見てみたい。この中長期細部施行計画には、創作活動の活性化、輸出促進や雇用創出、技術の開発や普及、流通の専門化および流通構造の改善、起業への支援および産業の育成、専門人材の養成、インフラ構築、国際協力、違法流通に対する指導や取締り、非営利民間団体の違法レコードに対する自主的な監視活動、その他の関連企業の健全なる発展および育成が含まれる。この取り組みがどのような結果をもたらすかは、まだ分からない。しかし、韓国の優れたデジタル技術に加え、政府のこのような強力な後押しがあるとすれば、韓国の音楽産業の発展に良い影響を与えると思う。インターネットユーザーの立場を見ると、非常に面白い言葉が多い。No Music, No Blog(音楽がなければ、ブログもない)、国民犯罪作りプロジェクトなどだが、これらは結局取り締まりを行うだけで代案がないということを物語っている。KOMCAや文化観光部はインターネットユーザーに対してホームページに質問の答えを掲載するなど、それなりの誠意ある対応をしてきたが、違法合法だけを定めることは問題がある。質問に対して答えるだけの対応は、その答えに対する質問がまた出てくるので、これには限界がある。こうしたことから、著作権審議調整委員会の広報や情報センターの運営などを法律で定めたことは、望ましいといえる。最も激しく対立した問題は、私的複製に関する問題だと思う。私的複製の限界はどこまでなのか、それが問題となる。友達とCDを一緒に聴くことも私的複製に当たるのかなどのことである。この配信に関する部分は、配信という概念があるので私的複製に限定することはできない。私的な配信を包括的に私的利用と見るとすれば、それに関する基準を法律で定めることは、非常に困難である。なぜならば、インターネットは個人的な空間でもあるが、多くのイ

インターネット利用者によって共有される開かれた空間であることを考慮すれば、完全な私的な空間とみなすことはできないからである。

法律の制定は、一定の原則を準用しなければならないので、法的には違法行為に当たるが、社会的慣行としては違法行為に当たらない部分まですべて考慮することはできない。その法制度と利用者間の距離を縮めていくために、広報や新しいビジネスモデルが必要である。

次は、この新しいビジネスモデルについて話したい。サイワールドでどんぐりを買って音楽をダウンロードしたりしてバッグミュージックとして使用するのに、500ウォン程度かかる。また、リングバックトーンのサービスを利用するのに800ウォンから1200ウォン程度かかるが、このことに対して、インターネットユーザーは反発していない。その理由は、その費用を支払って自分たちが満足できる結果を得たと思うからである。現在、著作隣接権者に配信権が与えられたことに対して、インターネットユーザーが強く反発しているのは、新しい収益ビジネスモデルが提示されていないまま、いきなり違法だと取締りを行ったためだと思われる。多くのひとが個人ホームページを製作している。この人たちは、よく電話をかけてきてユニバーサル音楽を使うのにいくらかかるのかという質問をする。その中には、数十万ウォンも出せるという人たちもいる。このような部分に対して、どのような収益ビジネスモデルを構築していくべきかという問題も、今後取り上げるべき課題であると思う。信託管理団体の効率性問題も、今後議論していかなければならない。政府が許可を与え、ある原則に沿って信託管理団体が徴収を行っているが、レコード製作者としては、自分たちが製作して販売しているレコードに対して、著作権信託管理団体が一律に金額を決めて手数料を与えるから全部預けてほしいというのは理不尽であるはずだ。このようなレコード会社の反発も少なくないので、このことも議論していかなければならない。

現在、メロンやミュージックオン、ドシラクが最も新しいビジネスモデルということ

ができる。ソリバダやボックスが無料で音楽を提供していたので、去年は無料で事業をスタートさせたが、今は有料化している。月額制も取っているが、レコード業界ではこの月額制は見直すべきだと思っている人が多いらしい。今後、音楽産業振興法が成立すれば、この音源もレコードに定義されるだろうが、このレコードを月いくら出せば無制限でダウンロードできるというのも問題だという指摘が多い。これからは、サービスが量ではなく質で勝負する時代とならなければならない。サイワールドやリターンバックトーンのように、シングルCDを買うようにインターネットやモバイル環境を通じて購入し、その購入したものを楽しめるようなビジネスモデルがどんどん構築されることを期待する。

次は、著作権ビジネスの未来について、話したい。これは、デジタル環境があまりにも急速に変化しているため、これは非常に難しいテーマである。これまでは、LP時代からCD時代に移行するのに、長い期間がかかり、CDから配信すなわちデジタル音源に移行するのに、長い期間を要した。しかし、これからデジタル音源から何に変わっていくのかは、誰もわからない。その都度、合理的な法制度の補完やビジネスモデルの開発およびシステムの構築が求められる。現在は、本格的なユビキタス時代に突入したといえる。これからは、従来のPCを通じたダウンロードやストリームなど、言い換えれば、デジタル環境における原始的な形のサービスから抜け出すだろう。速度や容量もまた、ほとんど無制限に増加する上、サービスも様々な形のものが提供されるだろう。特に、人工知能の発達を受け、構造自体が自己発展や自己増殖を行うシステムが作られる予定だ。だとすれば、技術的な措置でこのようなことをすべてカバーできるかどうか考えてみるべきだ。法制度やレコード業界で保護しようとする者は限られている反面、使用者はますます増加する。このような状況中では、著作権が著作権者や著作隣接権者だけが関心を持つ特殊な領域にとどまれば、今後かなりの副作用が起きると予想される。もちろん、コンテンツの多様化を受け、著作権者の収入は増

えるだろう。しかし、きちんとした収益モデルなしに、技術の発展が著作権に反対する方向に進むとすれば、果たして著作権が生き残ることができるだろうか。これは、疑問である。

また、現在はそれぞれの国の著作権法によって、著作権が保護されているが、将来的にはインターネットやモバイル環境によってボーダレス化が進むと思われる。翻訳機の登場とともに、音声命令を通じたユビキタス時代が訪れ、これによりボーダレス化が進み、国際基準の制定が求められると思われる。この国際基準について教育を行い、著作権は保護されるべきものだということを認識させなければならない。国民一人一人がこうした認識を有してこそ、急速に発展している著作権の環境が著作権を守れる方向で構築されると思う。

以上

ここから質疑応答・・・

質問1. 音楽出版社がKOMCAの会員になっていないが、このことがプロモーションの妨げとなっているのでしょうか。

答え:

現在、音楽出版社はKOMCAの準会員として登録されている。準会員だとしても、KOMCAの会員であるため、KOMCAを通じて著作権料が配分される。私たちが、音楽出版社がKOMCAの理事会に進出しなければならないと強く主張している理由は、世界の著作権業が協会と出版社と作家の3者構図へと発展しているからである。韓流などもあって、海外と歩調をあわせなければならない状況にあるが、韓国のシステムは海外のシステムとは異なる。そうなると、海外との情報交換も困難になる。

現在、KOMCAの売上高は550億ウォンに達している。このように規模が大きくなったので、これからは韓国国内のローカル団体にとどまらず、国際的な団体になる必要がある。国際的な団体になるためには、国際基準を満たさなければならないので、音楽出

版社を理事会に進出させ、出版社の協力を得て、国際基準を満たすべきである。しかし、KOMCAの内部規定により、音楽出版社の理事会進出への道が閉ざされているので、これを是正ほしいといっているのである。しかし、KOMCAとしては内部規定を改正するためには、理事会の発議と総会の認可が必要である。ところが、理事会や総会は全員作家で構成されており、国際基準に対する認識のない作家が出版者を受け入れることは非常に困難である。そのため、私たちは、KOMCAが国際基準を満たすことになれば、収入もはるかに増加し国際的な地位も向上すると説得してきた。これからも、説得を続けていくつもりだ。こうしたことから、出版社の理事会進出を主張するのであって、現在KOMCAから著作権料を受け取っていないとか、不利益を被っているからではない。

デジタルメディアを通じた韓日著作権ビジネスの新しい市場(デジタルメディアを含む、変化する音楽環境の中での 韓日著作権ビジネスについて)

今日はいくつかの事例を上げながら、韓日著作権ビジネスの新たな可能性について話していきたい。さらに、もはや逆らうことのできない潮流となっているデジタルメディア環境の中で音楽というコンテンツがどう流通し消費されるかについて、皆さんと考えてみたい。

1) 韓国の著作権の現況

2005年1月に改正された著作権法は一層厳しくなり、個人のブログやミニホームページに音楽をつけるのを始め、インターネットカフェのバックミュージックさえも取締りの対象となった。これはあまりにも当然な措置であるにもかかわらず、インターネット利用者は現在までも強く反発している。合法性を論じる前に、これまで無料で使用していたコンテンツを有料化したことに対して、利用者は反発したのだろう。先月、KMPAすなわち高麗音楽出版協会で行ったいくつかの大手広告主がインターネット音楽使用に関する問題点を指摘して、大きな反響を呼んだ。これまで一度製作されていた広告が広告主のホームページでほぼ半永久的に使われたことに対して、新しい著作権法に合った新しいルールの定めが必要なのは当然のことだったが、広告主は強く反発した。結果として、大型広告主の広告ストリーミングは中止されたが、音楽使用の範囲や限界に対する議論は今も続いており、まだ、一部の広告主のホームページでは依然として広告がストリーミングで流れている。

日本ではJASRACの体系的なシステムや科学的な意思決定により、著作者の権利がきちんと管理されているとうかがっている。日本の音楽市場の著作権環境がきちんと整備

されているのに対して、韓国は著作権環境は整備が今始まったばかりの段階にある。日本ではカフェなどのお店で流している音楽に対しても、著作権料を徴収しているというが、韓国では非常に多くの店でコンピューターの音楽ストリーミングサービスを利用している。ストリーミングサイトにリンクさえすれば、レコードを買う必要もなく、音楽の使用にお金を支払う必要もないのが、韓国の現状である。カフェなどのお店だけでなく、放送においても音楽使用の正確な集計が行われていないため、著作権者の権利がかなり無視されている。恥ずかしいことながら、これが2005年の韓国の音楽著作権市場の現状である。広告に音楽を使用することは、広告主の商業活動と密接な関係があるため、広告音楽市場は音楽著作権のルールやシステムが急速に整っている市場の一つだ。広告オーディオプロデューサーを務めている私も、膨大な曲を保有しているユニバーサルミュージックパブリッシング社とは一週間に一度は連絡を取っている。これは、広告音楽著作権がそれだけきちんと守られているからだと思う。

2) 韓国の広告音楽市場

韓国の広告音楽市場は、ベルン協約が発行した1996年以前までは、世界著作権協約(UC)のルールに基づいた比較的劣悪な環境にあった。そのときは1897年以前に発売されたアーティストのレコードは一切お金を支払わず音楽を使用できた、現在としては想像もできない環境であった。私が、第一企画に入社した1994年度頃までも、ビートルズやビージース、イーグルズなどのアーティストの曲は無料で使用されており、一部の勇敢な広告人は同時代のアーティストの曲も無断で使用したりしていた。広告音楽が本格的に市場で管理され始めたのは、1996年以後、すなわちベルン条約が発効してからだ。著作権が著作者の死後50年間保護されるようになり、広告市場は新たな変化を迫られるようになった。いつでも自由に音楽を使ってきた広告主は、音楽使用料を支払わなければならないことに強く反発したが、これは新たな基準を設ける上で避けて通れない一種の通過儀礼であった。1996年以後、広告市場では急速に音楽に関する基

準が作られ始めた。このルールの整備には、広告オーディオプロデューサーやパブリシング業界の関係者が大きく寄与したと思う。

それでは、これからいくつかの事例を通じて、韓国の著作権市場についてお話ししたい。「キャディ・キャンディ」は、私たちが幼い頃見ていたアニメーションだったので、その主題歌は韓国人にも童謡として受け止められている曲だ。この曲は韓国の生命保険会社のコマーシャルで使用されたが、このコマーシャルは大韓民国広告大賞の大賞を受賞した。そして、この「キャンディ・キャンディ」の主題歌は私が勝手に選んだ2004年最高の広告音楽でもある。この曲がこのコマーシャルに使用されるまで、どんな紆余曲折があったのか、今年の夏が私にとっていかに苦しい夏であったか、話してみたい。1960年代と1970年代には、日本のアニメーションは放送で紹介されたものの、日本語の主題歌はもとより、アニメーションの中で出てくる日本語の看板までも徹底して韓国語に直してから放送されていた。そのキャンディキャンディの主題歌を作詞したのが、童謡作家であるユン・ソクジュン氏であり、主題歌を編曲したのが、「マ・サウォンとその楽団」のマ・サンウォン氏だ。1960年代から1980年代にかけて、両氏は数多くの作品を韓国の実情に合わせて翻案、編曲した。

ところが、問題はここから始まった。韓国音楽著作権協会に著作権使用を問い合わせたら、担当者と私は非常におかしい状況に直面してしまった。韓国音楽著作権協会には、作詞ユン・ソクジュン、作曲マ・サンウォンで登録されていたのだ。しかし、これが日本の曲だということは周知のことであるため、その場しのぎで韓国音楽著作権協会を通じてクリアランスを行うことはできないと思った。日本のキングレコード社のパブリッシングカンパニーであるセブンシーズ社を通じて、韓国の権利出版社がSMエンタテインメントだということを知ったときも、私は大丈夫だと思った。韓国映画モンジョンギ(夢精期)にも使われた曲であり、モンジョンギの著作権がSMエンタテインメントを通じて難なく解決されていたので、私たちは解決を楽観していた。

しかし、SM社が日本の権利出版社であるテレビ朝日ミュージックを通じて問い合わせたら、残念ながら、答えは「ノー」だった。「キャンディ・キャンディ」は、これまで日本でさえも一度も広告に使用されたことのない曲だった。苦境に陥っている人を勇気付けるためのアニメーションが商業的に使用されることにより、その意図が歪曲されたくないという原作者の意志からだった。すでに、撮影は行われており、このことはあらかじめ広告主と協議できなかった内容であったため、大きなショックを受けた。数日悩んだ末、日本に向かった。日本の権利出版社を訪れ、この曲が今回のコマースシャルにおいていかに重要であるか、説明した。担当者は、私の言葉に心を動かされ、いろいろ最善を尽くしてくれたが、やはりだめだった。

その夜、通訳者と私はビールを買ってインターネットカフェに行った。そこで、原作者である名木田恵子氏に手紙を書いた。その内容は、次の通りである。

「私は広告業に携わっておりますが、私の広告の音楽が人々に勇気を与えてこの仕事に携わってきました。「キャンディ・キャンディ」の背景音楽は、日常生活に疲れきった韓国人たちを慰められる唯一の曲だと思います。幼い頃から、なじみのある曲．．．多数の韓国人はその曲が日本のアニメーションの主題歌である前に、私たちの心の歌だと思っております。先生が商業的な使用に対して懸念されることは、よく理解できます。だとすれば、先生の著作権料に私たちも少しずつお金を出し合って、それを福祉財団に寄付をするのはいかがでしょうか。先生の美しい曲が、韓国人たちと一緒にできることを心から願っております。」

このように2枚の手紙を出してから、数日後、奇跡のようなことが起きた。先生から返事があり、許可が降りたのだ。地球上で初めて「キャンディ・キャンディ」の背景音楽を使ったコマースシャルはこうして作られた。約束通り、名木田先生の著作権料は全額、福祉財団に寄付された。昨年、広告業界では、「「キャンディ・キャンディ」の精神で働こう!」という言葉がはやった。私は、そのとき真心で事を進めば、不可能はな

いとこの教訓を得た。このクリアランス過程は広告主にとっても私個人にとっても、良い思い出だった。

ちなみに、名木田先生はこれ以上「キャンディ・キャンディ」の音楽をどの広告にも使用することを承認しないとおっしゃい、このことは新聞にも載せられた。

時間が経ち、その年の冬になり、LGテレコムを担当する GumGum 企画から電話がかかってきた。「フランダースの犬」の著作権について聞きたいことがあるとの電話だった。私は、日本音楽著作権クリアランスエージェントでもないし、二度とそのような難しいことに巻き込まれたいくなかったので、そのことを断った。しかし、断りきれず、また受け持つことになった。「キャンディ・キャンディ」のケースと同様に、翻案を行った方が音楽著作権協会に著作権者として登録されていた。その翻案者には直接電話をかけ、このような理不尽なことは是正されるべきだと申し上げた。

いつも物心両面で助けてくださるセブンシーズ社の社長のおかげで、その曲が日本コロムビア・ソングズによって管理されていることを知ることができた。それで日本に行って、著作権業務をきちんと解決することができた。韓流の主演、ペ・ヨンジュンが主演したLGテレコムのLALALAキャンペーンはそのように始まり、今も続いている。

前述した二つのケースは、日本と韓国の音楽著作権のビジネスを正していく歴史的な事例だと思う。最近、「マジンガーZ」の著作権もまた、韓国音楽著作権協会から富士パシフィックコリアへと移管されたと聞いた。個人的な見解だが、私は過去の誤った情報により著作者として登録された多くの元老音楽家の方を非難したくはない。それは、歴史がそうさせたと思うからである。結局、その方たちもまた誤った歴史の被害者ではないだろうか。ただ、新しい時代を生きる子孫たる私たちには、誤った歴史を正す義務があると思う。そして、そのような誤った歴史をただすことによって整った新時代の正しいルールは、両国の著作権ビジネスに新しい時代を切り開いてくれるだろう。

今年は、日韓国交樹立40周年に当たる年であり、日韓友情の年でもあると聞いた。様々な外交的な懸案により、いろいろな問題もあったが、音楽人同士は昔から友達であったと思う。弊社が昨年初め、発売した「The Indigo」という日本アーティストグループがいる。「The Indigo」のボーカルを担当している田岡美樹さんとはこの頃簡単な韓国語と日本語を交えてコミュニケーションをしており、彼女は今年の夏に一ヶ月間韓国を学ぶために韓国を訪れる予定だ。来年は、韓国語だけで歌うレコードを企画している。知り合ってから一年しか過ぎていないが、「The Indigo」を通じて、両国の若者の心を垣間見ることができる。韓流であれ、日流であれ、これからは日韓両国の若者がより深い友情を分かち合う関係になれると信じている。

日本のアーティストの曲が日本語のまま韓国で放送されるには、まだ多くの制約がある。しかし、広告には様々な形で使われている。Mondo Grosso、FPM、INSTANT SITRON、The Indigo、Towa Teiの曲が使われている。

4) メディアを通じたミュージック

韓流の主演である冬ソナタ...冬ソナタによる韓流はすごいものであった。ユニバーサルミュージックパブリッシングコリアや弊社のパートナーであるキングレコードセブンスーズ社も、冬ソナタの著作権により膨大な収益を上げた。

また、年初に大きなヒットとなった韓国ドラマ「ミアンハダ、サランハンダ」(ごめん、愛してる)で、パク・ヒョシンが歌った「雪の華」は、原曲が中島美嘉の曲である。ちなみに「ミアンハダ、サランハンダ」(ごめん、愛してる)のドラマOST(オリジナルサウンドトラック)を制作した会社は、この一曲でモバイルだけで多大な収益を上げたという。その収益は中島美嘉のレコード収益を、ひいてはドラマOSTアルバム収益をはるかに上回ったという話もある。

は、日本の音楽市場を通じてアジアを代表するアーティストとなり、セブンやビ、シン・スンフンなどのアーティストも日本市場を通じて、自分たちの音楽の実力を試そう

としている。また、映画「殺人の思い出」では岩城太郎音楽監督、南極日記では「リング2」の音楽監督だった川井憲次、「ウェルカムドンマクコル」ではあの名声の高い久石譲が音楽作業に参加するなど、映画音楽関係者の交流はいつにも増して活発に行われている。音楽のテーマにおいては、両国の壁が取り払われて久しいと思う。

広告音楽においては、Mondo GrossoやFantastic plastic machine、Remedios、the indigo、hotei tomoyasuなどのアーティストの音源がコマーシャルのバックミュージックとなって、デジタル音源市場の多くの支持を得ている。日韓両国のアーティストの数多くの名曲が日本や韓国の国民をどう魅了するか、非常に期待される。さらに、彼らの名曲がデジタル音楽市場でどう拡大再生産されていくのか、非常に注目される。

レコード市場は、日本や韓国において、過去に類を見ない不況期に突入し、多くの人たちが音楽ビジネスの存続自体を懸念している。最近、音楽市場では、ドラマやコマーシャル、映画を通じて一つの音源がデジタル環境でマルチユースされる傾向を示している。かつては、レコード販売やコンサートを通じた伝統的な収益創出方法しかなかったが、今はモバイルや有無線環境で消費される第2次音源市場が急速に拡大している。

韓国の音楽市場においても、デジタル音源市場のリーディンググループであるYBM ソウル音盤、YEDANGエンタテインメント、SMエンタテインメントの株価は、年初に比べ大きく上昇した。数日前、SKテレコムがYBMソウル音盤を買収したが、改正された著作権法の啓蒙期間が切れる7月から、大々的な著作権の取締りが行われる場合、これらのリーディンググループは、さらなる成長を遂げられると思われる。弊社も、市場の流れに沿ったアイテムの開発や新しいビジネスモデルの開発に取り組んでいる。

今の時代は、音が全くない真空のような状態は、もはや想像できない。すでに、我が人生において、音楽は水や空気のように欠かせないものとなっている。レコード市場の短期的な不況は、新しいデジタル音源市場というキーワードを通じて市場が再編す

る過程を反映しているだけだ。いまだに、過去の惰性から抜け出せずにいるミュージックビジネス業界の関係者や、音楽はただで手に入れるものと思っているリスナーがいるなら、今すぐ広場に出てきてほしい。その広場の中で、私たちは新時代に見合った新しいルール作りに乗り出そうとしている。創作者の権利がきちんと保護され、それを通じて良質のコンテンツが拡大再生産される好循環を築き上げること、それがすなわち、私たちが今日この場でシンポジウムを開催した主な目的ではないだろうか。

以上

ここから質疑応答・・・

質問1

アニメーションの主題歌をコマーシャルに使用するために、著作権者を説得したとおっしゃいましたが、広告主を説得するのがよりよい方法ではないでしょうか。

答え：

アニメーション音楽著作権部門において、宮崎駿監督のアニメーションの音楽はコマーシャルでの使用が禁止されている。個人的に好きなので聴いているだけだ。音楽の著作権問題を解決するために、著作権者を直接説得したこの2つのケースは、非常に困難な作業過程であった。また、これは韓国のシステムがきちんと整っていないため、問題解決のために取らざるを得なかった苦肉の策でもあった。これからは、著作権問題を解決するために、著作権者を直接説得するということは、あまりないだろう。広告音楽の使用において、広告主の意見が反映されるのは、当然のことだと思う。ただ、韓国の広告制作環境において問題となっていることは、制作期間やクリアランス期間が非常に短いということだ。すでに制作が始まってから、音楽の使用が不可能な状況に直面する場合、音楽パブリッシング業界関係者やオーディオプロデューサーは困ってしまう。すでに、広告主の許諾を得た音楽を変えようとする、広告主は代行社に、

代行社はオーディオプロデューサーに異議を唱える。オーディオプロデューサーは著作権管理団体にほとんど泣きながら頼む。このような悪循環は、クリアランス過程が非常に短いため生じていると思う。今は、このような状況を改善するために、様々な取り組みが行われていると聞いたが、もう少し時間的な余裕を持って意思決定がなされる環境を作り上げることが唯一の解決策であると思う。

広告主のパワーは、広告業界においては非常に大きいため、実際、その権力に逆らうことはほとんど不可能である。

(了)

(注) 一部質問の録音状況が悪く掲載されていませんが、ご了承下さい。