

# 私的録音補償金対象範囲拡大の 是非について<sup>1</sup>

---

DRM に関する実証分析を通じて

大阪大学 山内直人研究会 産業政策分科会

池浦 拓  
岡山 康太  
加藤 達也  
黒川 あゆみ  
小坂 泰子

2008年12月

---

<sup>1</sup> 本稿は、2008年12月20日21日に開催される、ISFJ日本政策学生会議「政策フォーラム2008」のために作成したものである。本稿の作成にあたっては山内直人教授（大阪大学）を始め、神隆行教授（大阪学院大学）、古川彰教授（立命館大学）、八木匡教授（同志社大学）等、多くの方々から有益且つ熱心なコメントを頂戴した。ここに記して感謝の意を表したい。しかしながら、本稿にあり得る誤り、主張の一切の責任はいうまでもなく筆者たち個人に帰するものである。

## 要約

近年、iPod 等の「ハードディスク内蔵型録音機器」が急速に普及している。この機器は従来の音楽再生機器に比べて小型であり、また他の録音媒体に比べて容量が大きい。そのため、以前に増して音楽を複製して時間や場所を問わず聴くことができるようになり、我々の音楽を楽しむスタイルも変容を遂げつつある。

著作権法では、個人的な使用を目的とした音楽複製については、自由に行えると定められている。だが、近年の音楽録音機器・媒体の開発・普及に伴って、私的複製の規模が拡大してきた。さらに、デジタル機器については高品質での録音が可能となり、こうした録音行為の普及や規模の拡大は、音楽 CD の売上に影響を与える等、アーティスト等の著作者やレコード会社に経済的な損失を与えているとの主張がなされるようになった。その経済的不利益を補償するために、1993 年から「私的録音補償金制度」が実施された。この制度は、デジタル方式の機器・記録媒体を用いて録音を行う場合には、複製行為自体を自由とする代わりに権利者に対して補償金を支払うこととするものである。具体的には、DAT、DCC（いずれもカセットテープ）、MD、オーディオ用 CD-R、オーディオ用 CD-RW の 5 種類の録音媒体とそれらの録音機器に課金されている。

しかし現在、前述のように音楽録音機器・媒体の市場は更なる変化を遂げ、補償金の課金対象外となっているハードディスク内蔵型録音機器が市場における主流となってきた。そのため、私的録音補償金の徴収額が減少し、権利者が適正な対価を得られていないとして、JASRAC（社団法人日本音楽著作権協会）等が課金対象の拡大をハードディスク内蔵型録音機器にも求めている。これに対し、録音機器・媒体のメーカーや消費者らは反対意見を述べている。その主張として、消費者の購入コストの増大やメーカーの売上減少が予想されること、オンライン配信技術・市場拡大の阻害、法律の解釈、課金不平等の問題を挙げている。これら双方の主張により、文化庁主導の下、2006 年 4 月に「第一回著作権分科会私的録音録画小委員会」が開かれ、ハードディスク内蔵型録音機器にも補償金の課金対象を拡大すべきか否かという議論がなされ始めた。以後、幾度も会議は重ねられているが、初めて議論がなされてから 2 年以上経った現在でも結論には達していない。

こういった議論がなされているにもかかわらず、ハードディスク内蔵型録音機器への補償金対象範囲拡大の是非を経済学的見地から検証した論文は見当たらない。本稿では権利者、メーカー、消費者等、各々の視点からではなく、音楽市場の社会厚生を最大化するという観点から補償金制度拡大の是非を検討する。

まず、Kinokuni (2004) の理論のレビューを行う。Kinokuni (2004) では、ソフトウェアを生産する企業が DRM（コピーコントロール CD を始めとするデジタル著作権管理）を行える、つまり行うインセンティブがある場合と、そうでない場合について、それぞれ音楽市場における社会厚生を最大化する理論モデルを構築し、それを最大化する補償金率を求めている。その結果、社会厚生を最大化する補償金率は、DRM が行える場合は正である可能性があり、DRM が行えない場合では 0% となった。つまり、補償金が必要かどうかは DRM がソフトウェアを生産するレコード会社にとって実施しうるものであるかということに依存していると分かった。

そこで次に、DRM がレコード会社にとって、利潤増加の観点から導入されうるものであるかを判別すべく、DRM の代表例であるコピーコントロール CD であることが、その CD の売上に対し影響を与えているのかを検証する実証分析を行った。分析にあたり田中 (2004) を先行研究とした。田中 (2004) では CD の週ごとの売上枚数の自然対数値を被説明変数とし、一方その CD がコピーコントロール CD であるかどうかを示すダミー変数を説明変数として回帰分析を行っている。ここで使われているモデルに改良を加え、我々が分析を行った結果、シングル CD の場合はコピーコントロール CD ダミーが負に有意に、アルバムの場合は有意に働かなかった。つまり、DRM は CD の売上を増加させるとは言えないという結果になった。

実証分析の結果と DRM によって不利益を被る消費者のことをふまえると、レコード会社には DRM をかけるインセンティブがなく、また先の Kinokuni (2004) の理論により、その場合は補償金を課す必要がないということが分かった。この2つの分析結果から、補償金の課金対象範囲をハードディスク内蔵型録音機器まで拡大させるべきでないという結論が導かれる。

以上の結果を基に、我々は音楽市場における社会厚生を最大化するための政策として、以下の3つを提言する。第一に、ハードディスク内蔵型録音機器をはじめとする補償金の対象範囲拡大は行わず、現在課金対象となっている音楽機器に対しても補償金は課さないこととする。そのため、これらの私的録音補償金制度の廃止に向けて、成立前提となった著作権法第30条第2項を撤廃する。第二に、著作者の楽曲制作のインセンティブを増加させるべく、著作者への利益配分の見直しを行うため、著作権管理事業者間での競争を促す提言を行う。競争を促すためには、現在 JASRAC が放送局や動画サイト運営企業等と結んでいる包括的許諾契約を廃止させることを提言する。また、それを可能にするため、放送局がすべての使用楽曲数を効率的に著作権管理事業者に報告するのを可能にするフィンガープリント技術の普及促進を提言する。最後に、今後の音楽市場の変化と、それに伴って変わる著作権使用料と印税の枠組みの展望を添える。

以上、本稿の分析・政策提言が著作物を保障する法体系、並びに音楽著作権管理事業の改善に貢献し、我が国における音楽文化が技術進歩との調和の下により良い方向へと発展することを願う。

## 目次

### はじめに

## 第1章 現状・問題意識

- 第1節 私的録音補償金制度の概要
- 第2節 私的録音補償金制度成立の経緯
- 第3節 私的録音補償金の対象範囲拡大に関する議論
- 第4節 補償金対象範囲拡大の問題点
- 第5節 複製規制技術の発展について
- 第6節 海外諸国の動向
- 第7節 問題意識

## 第2章 先行研究・理論

- 第1節 仮定
- 第2節 理論モデル
- 第3節 結論

## 第3章 実証分析

- 第1節 分析モデルと変数の説明
- 第2節 分析結果と考察

## 第4章 政策提言

- 第1節 私的録音補償金制度の廃止
- 第2節 予想される反論—著作者の楽曲制作のインセンティブに関して
- 第3節 著作者の楽曲制作のインセンティブを向上するためのアプローチ—音楽著作権管理事業の現状から
- 第4節 今後の音楽市場—音楽配信ビジネスの隆盛

### おわりに

### 参考文献・データ出典

### 図表

# はじめに

著作権法では、個人的に楽しむためであれば著作物の私的な複製が許可されている。人々は、音楽を手軽に享受することができる当たり前の財として自由に楽しんできた。また、音楽産業における近年の目を見張る技術発展に伴い、私達の音楽を楽しむ形態は日々変化を遂げている。最も大きな変化としては、レコード等のアナログ機器を経て、1980年代にCD、MD等のデジタル音楽機器が急速に広がったことが挙げられる。このデジタル技術によって特に恩恵を受けたのは、消費者の私的複製行為である。従来のアナログ録音方式は、雑音等外部からの影響を受けやすく、楽曲を保存、複製する際に劣化が生じてしまっていた。これに対し、デジタル方式での録音では、手軽に高品質を保ったままの保存、複製がCDを正規に購入するよりはるかに安価に行えるようになった。

その結果、大量に私的複製がなされるようになり、著作者が著作物に対して持つ権利が侵害されるという主張がなされるようになった。これを受けて文化庁主導の下、著作権法の見直しがなされ、1992年の著作権法一部改正により、デジタル方式での私的複製には対価としての補償金を支払う義務が課され、同時に「私的録音補償金制度」が始まった。しかし、これまで補償金の課金対象外であったハードディスク内蔵型録音機器<sup>2</sup> (iPod<sup>3</sup>等)の普及によって、補償金の対象範囲が見直され始めている。政府は「著作権分科会私的録音録画小委員会」を設け、ハードディスク内蔵型録音機器への補償金課金対象拡大の是非を議論している。だが、音楽市場に存在する著作者、消費者、各レコード会社やメーカー等の複数にわたる経済主体が異なった利害関係にあることから議論は非常に複雑なものとなり、解決を迎えないまま数年を経ている。

そこで本稿では、この私的録音補償金制度拡大の是非を検証するため、音楽市場に存在する各経済主体の損益を包括的に捉えたアプローチが必要ではないかと考えた。音楽市場の社会厚生を最大化するという経済学的な見地から分析を試み、そこから得られた結果を基に、今後の問題解決に向けた政策を提言する。

なお、本稿の構成は以下の通りである。まず、第1章では私的録音補償金制度の現状と問題意識について述べる。第2章では先行研究 Kinokuni (2004) の理論を紹介し、その結果を踏まえ、第3章において、私的複製を制限する DRM が音楽 CD の売上に与える影響を実証分析にて検証する。実証分析の先行研究としては田中 (2004) を用いた。第4章では第3章にて得た分析結果を踏まえ、私的録音補償金制度、ひいては音楽産業のあり方について政策を提言する。第5章において、分析における問題点や今後の課題を述べ、結びとする。

<sup>2</sup> 小型ハードディスクを使用したデジタル方式の音楽ファイルを再生する音響機器で、携帯電話会社の音楽配信サービスやインターネットの音楽販売サイトからの購入や、CD等から直接取り込んだ音楽ファイルを再生するのに用いられる。他に同様の機能を持つものとして、フラッシュメモリ内蔵型録音機器もある。

<sup>3</sup> アップル社によって開発・製造及び販売されているハードディスク内蔵型録音機器である。日本では最大の販売シェアを誇る

# 第1章 現状・問題意識

## 第1節 私的録音補償金制度の概要

私的録音補償金制度とは、消費者の私的複製によって生じるとされる権利者の不利益を補填するために設けられた制度である。sarah（私的録音補償金管理協会<sup>4</sup>）のホームページによると、「従来自由かつ無償であった私的な録音について、権利者の被る経済的不利益を補償するため、政令で指定されたデジタル方式の機器・記録媒体を用いて行う場合には、録音自体は自由としつつ、権利者（作曲家や作詞家等の著作権者、歌手や演奏家、俳優等の実演家、レコード製作者）に対して補償金を支払うこととするもの<sup>5</sup>」とされている。著作権法の一部改正により、新たに1993年6月1日から実施された。現在、私的録音補償金課金の対象となっているのは、DAT<sup>6</sup>、DCC<sup>7</sup>、MD<sup>8</sup>、オーディオ用 CD-R<sup>9</sup>、オーディオ用 CD-RW<sup>10</sup>の5種類の録音媒体と、その録音機器であり、補償金は購入時の販売価格に予め盛り込まれている。補償金率は文化審議会の諮問を経て文化庁長官が許可するもので、録音媒体では基準価格<sup>11</sup>の3%<sup>12</sup>、録音機器の場合は基準価格<sup>13</sup>の2%とされ、その録音機器を用いて録音することができる媒体の数によって上限金額が決定される<sup>14</sup>。これらの補償金は、sarahが各社メーカーやJEITA（電子情報技術産業協会<sup>15</sup>）から補償金を一括徴収し、JASRAC（日本音楽著作権協会<sup>16</sup>）、芸団協（日本芸能実演家団体協議会<sup>17</sup>）、RIAJ（日本レコード協会<sup>18</sup>）という3団体を通じ、それぞれ著作権者、実演家、レコード製作者へと配分する（図1）。また、補償金は著作者へと還元される他、各著作物の私的録音状況の正確な

<sup>4</sup> 1993年3月に現文部科学、経済産業両大臣からの許可を受け設立された社団法人。補償金制度のうち、私的録音に関する事業を請け負う。補償金額の算出等の他に、共通目的事業、その他著作権制度に関する調査研究等も行う。

<sup>5</sup> sarah HP より (<http://www.sarah.or.jp>)

<sup>6</sup> デジタル・オーディオ・テープの略。

<sup>7</sup> デジタル・オーディオ・カセットの略。

<sup>8</sup> ミニ・ディスクの略。

<sup>9</sup> コンパクト・ディスク・レコーダブルの略。

<sup>10</sup> コンパクト・ディスク・リライタブルの略。

<sup>11</sup> カタログに表示された価格の50%のことである。

<sup>12</sup> TDKの音楽用CD-R（20枚組1,773円）の場合、一枚に付き約2.7円が補償金として織り込まれている。

<sup>13</sup> カタログに表示された価格の65%のことである。

<sup>14</sup> 録音可能媒体種類数が一つであれば1,000円、二つであれば1,500円となる。

<sup>15</sup> 2000年、日本電子工業振興協会と日本電子機械工業会の統合により設立された社団法人。電子情報技術産業の統合的な発展に資し、日本経済の発展と文化興隆への寄与を目的とした団体。

<sup>16</sup> 1939年設立。主な業務として、著作権管理や、著作物使用料の分配、私的録音補償金の権利者への分配等がある。

<sup>17</sup> 1965年に芸術文化の発展に寄与することを目的に設立した、俳優、歌手、舞踊家、舞台監督等の実演家の団体で構成された民間の公益法人。芸能に関する調査研究、情報発信、研修等を主な事業とする。

<sup>18</sup> 1942年に文化庁所管の公益法人として設立。レコード製作者の権利擁護、レコードの適正利用の円滑化を図り、日本の音楽文化の発展を目的とする。

補足が困難なことを理由に、全ての著作者への間接的な分配を実現するため、徴収額の 2 割は共通目的事業基金<sup>19</sup>に当てられる。

## 第2節 私的録音補償金制度成立の経緯

次に、この私的録音補償金制度が成立に至った経緯について述べる。著作物を複製する権利は、著作権法第 21 条<sup>20</sup>において著作者のみの専有な権利とされているため、複製するには著作者の許諾が必要となる。ただし、家庭内等の限られた範囲内で個人的に使用するための複製に限っては、同法第 30 条<sup>21</sup>にて認められている。よって、従来、音楽を家庭内で録音し、楽しむことは無償であった。かつて私的複製は、手間がかかる上オリジナルの CD に比べて音質の落ちるようなアナログ録音方式（カセットテープ等）が主流であったが、近年のデジタル技術の発展により、手軽に高品質を保つ複製、保存が可能となった。私的複製は人々にとってごく一般的な音楽利用形態の一つとなったのである。1990 年代のパーソナルコンピューターやデジタルオーディオ機器を用いたデジタル録音方式の台頭により、私的複製を行う人々は爆発的に増加し<sup>22</sup>、個人については零細であっても、全体としてみれば私的複製が無視できない程の規模となってきている。ここに、音楽業界におけるオリジナル CD の売上低迷（図 2）も相まって、私的複製が著作者の本来受けるべき利益を阻害しているとの主張がなされるようになった<sup>23,24</sup>。そこで、1991 年 12 月、著作権審議会第 10 小委員会<sup>25</sup>が補償金制度導入を提言する報告書をまとめて公表し、その後文化庁の検討を経て、著作権法第 30 条の一部改定<sup>26</sup>をもって、著作者が被る経済的不利益を補填するための制度として私的録音補償金制度が始まった。デジタル方式の録音機器を用いて行う私的録音に関しては、その複製の対価として、相当の補償金を著作者に支払う義務が課されるようになったのである。

<sup>19</sup> 著作権保護のための啓蒙活動や、著作権制度に関する国際協力事業等。この事業に関しては情報開示が不十分であるという指摘もなされている。

<sup>20</sup> 著作権法第 21 条 著作者は、その著作物を複製する権利を専有する。

<sup>21</sup> 著作権法第 30 条 著作権の目的となっている著作物は、個人的に又は家庭内その他これに準ずる限られた範囲内において使用することを目的とするときは、次に掲げる場合を除き、その使用する者が複製することができる。

<sup>22</sup> デジタル録音行為を行っている人の割合は、1997 年度は約 24.7%、2001 年度は約 39.6%、2005 年度は約 45.5%と推移している。文化審議会著作権分科会報告書より。

<sup>23</sup> 音楽 CD 売上低迷要因については、人々の娯楽形態が多様化したためであり、私的複製は関係ない等様々な主張がある。

<sup>24</sup> 同様に、音楽 CD 売上低迷要因の一つとして、CD 購入よりも安価に楽曲を楽しめるという性質から、日本独自の音楽産業であるレンタル CD 産業の存在も主張される。

<sup>25</sup> 1987 年、私的録音、録画に関する事項を調査審議する目的で文化庁が設置。

<sup>26</sup> 著作権法第 30 条第 2 項 私的使用を目的として、デジタル方式の録音又は録画の機能を有する機器（放送の業務のための特別の性能その他の私的使用に通常供されない特別の性能を有するもの及び録音機能付きの電話機その他の本来の機能に附属する機能として録音又は録画の機能を有するものを除く。）であつて政令で定めるものにより、当該機器によるデジタル方式の録音又は録画の用に供される記録媒体であつて政令で定めるものに録音又は録画を行う者は、相当な額の補償金を著作権者に支払わなければならない。

## 第3節 私的録音補償金の対象範囲拡大に関する議論

このように現在、私的録音補償金制度は運用されているが、現行の制度には多くの問題<sup>27</sup>も生じている。その中でも最大の問題のひとつが、現行の制度が近年の音楽市場の急速な変化に対応できていないという点である。

近年、iPodをはじめとする「ハードディスク内蔵型録音機器」が爆発的に売上を伸ばしている（図3）。それらはCD-RやMDと比べて多くの楽曲<sup>28</sup>を保存することが可能であること等、従来の録音媒体に比べ圧倒的な性能を持つため、音楽業界における中心的な位置を占めつつある。またそれに伴って、近年MDやCD-R等の録音媒体の売上げが減少傾向にある<sup>29</sup>。しかし、ハードディスク内蔵型録音機器は、録音機器、再生機器、録音媒体のそれぞれの機能を兼ね備えているにも関わらず、現行の制度においては補償金が課せられていない。そのため、私的録音補償金全体の徴収額は年々減少傾向にある（図4）。JASRAC等の権利者側は補償金の減少が権利者の楽曲制作に対するインセンティブに悪影響を及ぼす可能性があるとして主張している。

このような問題点が生じ、ハードディスク内蔵型録音機器にも補償金の課金範囲を拡大すべきか否かという議論が現在なされている。文化庁主導のもと、2006年4月に第一回著作権分科会私的録音録画小委員会が開かれた。以後、幾度も会議は重ねられ、2008年5月に行われた会合<sup>30</sup>において、文化庁は「将来的には補償金制度の縮小、廃止を目指すことを前提に、当面は暫定的にハードディスク内蔵型録音機器を補償金制度の対象とする」方針を盛り込んだ妥協案を提示した。しかし、同年7月に行われた会合においては、案に賛成の権利者側、反対のメーカー、消費者側ともに各々の利益を主張し合い、一步も譲らない姿勢を見せている。その結果文化庁自体の制度方針も定まらず、補償金対象範囲の拡大に対する結論は出していない。

## 第4節 補償金対象範囲拡大の問題点

ハードディスク内蔵型録音機器が補償金課金対象に取り込まれていないことで補償金徴収額が減少しているとの主張がある一方で、対象範囲拡大によっても新しい問題が生じるといった懸念がある。複製者やメーカーの損失、ハードディスク内蔵型録音機器への法律の解釈、課金不平等の問題等をめぐる主張である。これらの問題の詳細を以下の1から4で述べる。

<sup>27</sup> 問題点はこの章で述べたものの他に、補償金分配の不透明性や制度の認知不足等も挙げられる。

<sup>28</sup> CD-Rの最大の記憶容量は890MB。一方、これまで売り出されたiPodの中で最大の記憶容量を持つものは2007年に発表されたiPod classicで160GBである。曲単位に換算すると、CD-Rの最大保存曲数は一般的な曲の場合は約200曲で、iPod classicでは35000曲以上となる。（一般的な楽曲のmp3での容量を4.5MBとして計算した。）

<sup>29</sup> JRIA（社団法人日本記録メディア工業会）の調査による。

<sup>30</sup> 対象機器や補償金率等を査定する独立評価機関についても審議がなされた。



## 1. 複製者、メーカーが被る損失

ハードディスク内蔵型録音機器補償金によって、複製者は録音機器の購入コストが上昇し、またハードディスク内蔵型録音機器を製造するメーカーにとっては売上が減少することが予想される。

## 2. オンライン配信技術・市場拡大の阻害

インターネットを經由して楽曲等を提供する音楽配信の市場は、近年のハードディスク内蔵型録音機器の普及とともに成長を遂げており、次世代のコンテンツビジネスのカギを握る重要な市場であると考えられている。もし、補償金が iPod 等のハードディスク内蔵型録音機器に課され、それらの売上が減少すれば、音楽市場において重要性を増している音楽配信の拡大にも水を差すことになる。

## 3. 著作権法解釈の問題

先にも述べたように、ハードディスク内蔵型録音機器は録音機器、再生機器、録音媒体のそれぞれと同等以上の機能を兼ね備えている。つまり、ハードディスク内蔵型録音機器はその3種の機能を有していることから音楽機器・媒体において従来なかった特殊な位置づけにあると言える。また、現行の著作権法では補償金は「録音のための機能のみ有するもの」に限って課される。これまで、オーディオプレーヤーやコンポーネント<sup>31</sup>といった録音以外の機能を有するものは「本来の機能に附属する機能として録音機能を有するもの」と捉えられ、補償金の対象外であった。今回問題となっているハードディスク内蔵型録音機器も、音楽を再生する機能や音楽以外のデータを保存する機能等を有するため、今までは「本来の機能に附属する機能として録音機能を有するもの」に分類することができる。そのため、法的には「補償金は課されない」のだが、こうした機器の大部分が音楽を楽しむために使用されている現状から「録音のための機能のみ有するもの」へとシフトしていると解釈されれば「補償金を課すべき」と主張することもできるのである。

## 4. 課金不平等の問題

また一方で、課金不平等という問題もある。ハードディスク内蔵型録音機器を著作物の録音以外を目的として使用する人も存在する。例えば、自身が撮影した写真、文書データ等の保存や、自身のオリジナル楽曲を楽しむための使用する場合等がそれに当たる。このような人々は、著作物の複製を行っていないにも関わらず補償金が課されることになり、不当に多くの金額を支払っているという問題が生じる。この指摘に対して、sarah や JASRAC は返還金制度の存在を主張している。返還金制度とは不当に徴収された補償金を消費者へと返還する制度である。しかし、実際に返還請求がなされたのは 2005 年の 1 件<sup>32</sup>のみであり、この制度はほとんど利用されていない。これには、制度自体の認知度不足や手続きの煩雑さ、また実際に返還される金額よりも手続きにかかる費用のほうが大きい<sup>33</sup>という理由が挙げられる。このように、課金不平等の問題に対して返還金制度が十分に機能しているとは言えない。

<sup>31</sup> 通称コンポ。ステレオで、チューナー、アンプ、CD プレーヤー、スピーカー等が、それぞれ独立した機器で、個人が自由に選んで組み合わせることができるもの。

<sup>32</sup> 家族の姿を撮影、記録した DVD-R 4 枚について申請。1 枚あたりの補償金は 1.87 円。4 枚合計で 8 円が返還された。

<sup>33</sup> この 2005 年の例で、かかった費用は郵送料 80 円であった。これは返還金制度によって返還された金額の 8 円を上回る。

これら 1 から 4 の問題に加え、権利者の主張する問題を含めた上で、JASRAC 等の権利者側、JEITA 等のメーカー側、消費者側の 3 者を交えた議論が長らく交わされているが、未だ補償金対象範囲拡大に関する合意形成はなされていない。

## 第5節 複製規制技術の発展について

現在、SCMS (Serial Copy Management System)<sup>34</sup>やコピーコントロール CD (以下、CCCD) に代表される、音声・映像ファイルに複製制限をかけ管理する「デジタル著作権管理 (Digital Rights Management, DRM)<sup>35</sup>」技術が存在する。今日、音楽や映像等多くの著作物はデジタルデータとして生産され扱われるのに対し、DRM はそれらデジタルデータの同一データを複製できない<sup>36</sup>ように設計されたシステムである。音楽、映像データの流通・再生に制限を加え、著作者の承諾を得ない違法な配布・交換等をコントロールし、著作権を保護することを目的とし、先にも述べたようなデジタル化に伴う高品質で手軽な私的複製への対抗策として、注目を集めてきた。一般的なのは、楽曲情報のパソコン等への取り込みを不可能にする CCCD で、各レコード会社が独自に開発<sup>37</sup>し、採用するかどうかを決定する。日本では 2002 年にエイベックス・グループが他に先駆けて導入し、その後 SME 等<sup>38</sup>が追随した。しかし、CCCD は音質の低下や、オーディオ機器によっては正常に再生出来ないという問題点も主張されている。その結果、2004 年にすべての CD をコピーコントロールにしていたエイベックス・グループは、CCCD を作品ごとに取り入れる運用弾力化を発表、その後も CCCD の完全撤廃を公表するレコード会社が相次いだ。また技術発展が目覚しい今日では、これらの規制技術と、それを破る技術とがいたちごっこの様相を呈している。これらの技術開発には多大な費用がかかることからメーカーが被る負担は増加する。また、録音に制限がかかることで消費者が気軽に音楽を楽しめなくなり、音楽 CD の正規購入にも悪影響を与える可能性が示唆されており、音楽市場を衰退させるのではないかという懸念もされている。

そのため、JEITA は私的録音補償金制度そのものを、技術進歩から生じる音楽環境の変化に応じて見直す必要性があると主張している。いたずらに規制を掛けるのではなく、DRM 等の複製規制技術を用いて、消費者の著作物利用回数に応じてその都度課金し、個別の消費者から直接権利者に著作権料を支払うシステムの提案である。また一方で、第 3 節で述べたように、文化庁が「将来的には補償金制度の縮小、廃止を前提に、当面は暫定的にハードディスク内蔵型録音機器を補償金制度の対象とする」方針を盛り込んだ妥協案を提示したが、その縮小後の対策として、DRM を適用し私的複製を制限することを検討している。このように、DRM と補償金の問題は密接に関係していると言える。

<sup>34</sup> デジタルオーディオ機器に盛り込まれた、不正コピー防止機能のひとつ。

<sup>35</sup> メモリーカード等の記録媒体に内蔵されたり、音声、映像ファイルの転送ソフトに組み込まれたり、実装形態は様々である。

<sup>36</sup> 厳密に言うとは複製は可能であるが、その複製されたものを再生や閲覧すること不可能になる。

<sup>37</sup> これにより、様々な種類のコピーコントロール CD が存在する。SONY DADC 社の key2audio や、ビクターエンタテインメント開発のエンコード K2 等。

<sup>38</sup> SME とは、ソニーミュージックエンタテインメントの略。他に、代表的なものとして EMI ミュージック・ジャパン、ワーナーミュージック・ジャパン等が挙げられる。

## 第6節 海外諸国の動向

この私的複製を巡る議論は、日本同様海外でも注目されている。現在、欧州を中心に約 20 カ国以上が補償金制度を取り入れている。しかし、フランス、ドイツでは高い補償金率が課されている一方、アメリカでは iPod への課金がなされない等、各国の足並みは揃っていない。そもそも前提となる著作権に関する規定が各国で様々であるため、またこの私的録音補償金問題は文化、産業、法等関連する分野が多岐に渡るため非常に錯雑な問題とされている。ただ、最近の海外で一致する動向として、日本で補償金制度の代わりとして検討されていた DRM は撤廃の方向にあり、ただ単に消費者の著作物利用を技術的に制限するという方法は廃れてきている。また、イギリスの EMI グループが DRM 等著作権保護技術を施さない楽曲のオンライン配信を全世界で開始する等、パッケージ CD だけでなく音楽配信でもその流れは強くなってきている。

## 第7節 問題意識

この様に、iPod を代表とするハードディスク内蔵型録音機器への私的録音補償金制度の対象範囲拡大に対する問題は、音楽市場に存在する様々な立場の人々の損益に直接影響を及ぼすため、非常に複雑な問題となっている。また、現行法上、補償金の適用は対象機器の機能に基づいているが、2008 年 5 月に出された改正案では補償金課金対象を機器の「主たる要件」としている。つまり、改正案においてはハードディスク内蔵型録音機器等、主に録音、録画のために使用される機器類が、全て課金の対象とされる。この改正案が採択されると、技術革新が目覚ましい現在では、今後、ハードディスクドライブを搭載したパソコン<sup>39</sup>等、多機能製品までも補償金対象範囲に含まれる可能性があり、無秩序無制限に課金対象範囲が拡大されるとも懸念されている。しかし、実際に著作者が不利益を感じていることもまた事実であり、このまま合意もなされずいたずらに議論を続けているだけでは著作者が新しく楽曲を提供すること、ひいては音楽における文化の衰退を引き起こす可能性も否めない。このことは、国民を文化の享受者とした前提のもとに設立された、著作権法の成立目的として掲げられている「文化発展への寄与」に逆行するものである。

先にも述べたように、人々に豊かさを創出する技術進歩がもたらすこうした新しく複雑な問題に対して、先進各国の足並みは揃っていない。そのため、他の国に先駆けて、わが国においてこの問題を検証することには意義があると考えられる。

また、このハードディスク内蔵型録音機器に対する補償金対象範囲の拡大の是非について検証された論文は本稿以外に見当たらない。

そこで私たちは、この私的録音補償金制度の対象範囲拡大に関する議論に対して、付随して検討される DRM 導入等も含めた、包括的な視点からの取り組みが必要ではないかと考えた。権利者、オリジナル CD の消費者、複製者、メーカーといった現在の音楽市場に存在する各経済主体の損益を総合的に考慮する、社会厚生を最大化という観点から、文化庁が推し進める補償金対象範囲拡大の是非を検討したい。

<sup>39</sup> パーソナル・コンピューターの略。

## 第2章 先行研究・理論

この章では、本稿で用いる理論のレビューをする。私的録音補償金制度について書かれた論文は数少なく、その上、補償金制度と関連性の高いコピープロテクト（DRM）についても考慮して分析を行ったものは Kinokuni (2004) のみである。よって本稿では、Kinokuni (2004) の理論を紹介し、その結果を利用する。

Kinokuni (2004) では、コピープロテクト（DRM）が行われる場合と、そうでない場合について、それぞれ社会厚生を最大化する補償金率を理論的に導出している。本稿ではその結果を利用し、次章で行うコピープロテクト（DRM）に関する実証分析の結果と合わせて、私的録音補償金の望ましいあり方を検証する。

なお、この私的録音補償金制度対象範囲拡大の是非に対して DRM を含めた包括的な視点から実証分析を行った論文は、本稿の他には見られない。

### 第1節 仮定

理論モデルを紹介にあたり、まず前提となっている仮定について説明する。それぞれの仮定は以下のとおりである。

- 仮定 1 : ソフトウェアを生産するソフトウェア企業、ハードウェアを生産するハードウェア企業、録音媒体を生産するメディア企業の 3 社のみが存在する市場を考える。
- 仮定 2 : 潜在的なソフトウェア利用者（消費者）の分布は、範囲が  $[0,1]$  である密度  $\eta (\geq 1)$  の一様分布として表され、それぞれの利用者は、オリジナルかコピーのどちらかのソフトウェアを 0 ないし 1 単位消費し、その決定は以下で示す各場合における効用関数の大小に依存する。
- 仮定 3 : オリジナル利用者は、ソフトウェアを利用するために、ソフトウェアとそれを再生するためのハードウェアを 1 単位ずつ購入しなければならない。
- 仮定 4 : コピー利用者は、ソフトウェアをコピーするための録音媒体と、再生用にハードウェアを購入しなければならない。
- 仮定 5 :  $x$  ( $0 \leq x \leq 1$ ) に位置する利用者（消費者）の効用関数は次のように定義される。

$$U_x = \begin{cases} \alpha x - p_h - p_s & \dots \text{オリジナルを利用した場合} \\ \beta x - p_h - p_m & \dots \text{コピーを利用した場合} \\ 0 & \dots \text{何も利用しない場合} \end{cases}$$

ただし、 $\alpha (>0)$  はオリジナル 1 単位の消費で得られる効用、 $\beta (>0)$  はコピー 1 単位の消費で得られる効用、 $p_s$ 、 $p_h$ 、 $p_m$  はそれぞれソフトウェア、ハードウェア、録音媒体 1 単位あたりの価格であるとする。また、 $\alpha > \beta$  とする。

仮定6:  $c (> 0)$  をオリジナルの生産に関する限界費用とし、一般性を失わないため、オリジナルの生産以外では生産コストはかからないものとする。ただし、

$$\frac{\alpha - \beta}{2} < c < \frac{3\beta(\alpha - \beta)(4\alpha + \beta)}{(4\alpha - \beta)(3\alpha + \beta)}$$

とする。

仮定7: ハードウェア企業、メディア企業はそれぞれ定められる1単位あたりの補償金率に従い、補償金をソフトウェア企業に支払う。ハードウェア企業から支払われる補償金の比率を  $t_h$ 、メディア企業から支払われる補償金の比率を  $t_m$  とし、また、 $\tau = t_h + t_m$  であるとする<sup>40</sup>。

仮定8: ソフトウェア企業がコピープロテクトされたソフトウェアを生産する場合、すなわち DRM を採用する場合、ソフトウェア企業はその開発費用  $F (\geq 0)$  を負担しなければならないが、その結果利用者はコピーを全く消費できなくなる。このとき、補償金制度も必要がなくなる。

仮定9:  $\tau_{\min}$ <sup>41</sup> は、ソフトウェア企業が DRM をかけるかかけないかが無差別になるような利潤をもたらす補償金率である。すると、 $\tau < \tau_{\min}$  のときソフトウェア企業は DRM をかけたほうが利潤が大きくなるため、DRM をかける。また、 $\tau > \tau_{\min}$  のときはその逆でその補償金率に合意できるため、ソフトウェア企業は DRM をかけない。

## 第2節 理論モデル

以上の仮定をもとに、先行研究の理論モデルをレビューする。

### 1. コピープロテクト (DRM) が行えない場合

社会厚生  $W(\tau)$  は次のように表される。

$$W(\tau) = \eta \int_{1-\frac{D_s}{\eta}}^1 (\alpha x - c) dx + \eta \int_{1-\frac{D_h}{\eta}}^{1-\frac{D_s}{\eta}} \beta x dx \dots \textcircled{1}$$

$D_s$ 、 $D_h$  はそれぞれ、各企業の利潤最大化問題を解くことによって求められる各生産物の価格におけるソフトウェアの需要量、ハードウェアの需要量とする。ただし、

$$D_s = \frac{\eta \{3\alpha(\alpha - \beta) - (3\alpha - \beta)c - (\alpha - \beta)\tau\}}{6\alpha(\alpha - \beta)}$$

$$D_h = \frac{\eta \{3\alpha\beta - \beta c - (2\alpha + \beta)\tau\}}{6\alpha\beta}$$

<sup>40</sup> ハードウェア企業、メディア企業の利潤はそれぞれに課される補償金ではなく、 $\tau$  に依存するため、補償金率は2社の代表とソフトウェア企業との間の交渉ゲームによって決められる。

<sup>41</sup>  $\tau_{\min}$  の値は、補償金率決定に際して、DRM 実施を条件として行使するソフトウェア企業の交渉力が強いほど、また開発費用  $F$  が小さいほど、大きくなる。詳しくは Kinokuni (2004) を参照されたい。

となっている。

ここで、理解を促すため①式を次のように変形する。

$$\begin{aligned}
 W(\tau) = & \eta \int_{1-\frac{D_s}{\eta}}^1 (\alpha x - p_h - p_s) dx + \eta \int_{1-\frac{D_s}{\eta}}^1 (p_h - t_h) dx \\
 & + \eta \int_{1-\frac{D_h}{\eta}}^{1-\frac{D_s}{\eta}} (p_h - t_h) dx + \eta \int_{1-\frac{D_s}{\eta}}^1 (p_s + t_h - c) dx + \eta \int_{1-\frac{D_h}{\eta}}^{1-\frac{D_s}{\eta}} (t_h + t_m) dx \\
 & + \eta \int_{1-\frac{D_h}{\eta}}^{1-\frac{D_s}{\eta}} (p_m - t_m) dx + \eta \int_{1-\frac{D_h}{\eta}}^{1-\frac{D_s}{\eta}} (\beta x - p_h - p_m) dx
 \end{aligned}$$

右辺第 1 項は、オリジナルの利用者全体の効用を表す。第 2 項はオリジナルの利用から得られるハードウェア企業の利潤であり、第 3 項はコピーの利用から得られるハードウェア企業の利潤であり、第 2、3 項を合わせるとハードウェア企業全体の利潤となる。同様に、第 4 項はオリジナルの利用から得られるソフトウェア企業の利潤であり、第 5 項はコピーの利用から得られる最後ソフトウェア企業の利潤であり、第 4、5 項を合わせるとソフトウェア企業全体の利潤となる。また、第 6 項はメディア企業の利潤であり、第 7 項はコピーの利用者全体の効用を表す。よって、①式で表される社会厚生は、消費者（利用者）の効用と各企業の利潤の総和であるということを表している。

補償金率  $\tau$  に関して社会厚生  $W(\tau)$  を微分すると次のようになる。

$$W'(0) = -\frac{\eta(9\alpha - c)}{18\alpha} < 0$$

$$W''(\tau) = -\frac{\eta(4\alpha + 5\beta)}{18\alpha\beta} < 0$$

よって、 $\tau$  が 0 以上であるとき、 $W'(\tau) < 0$  となり、社会厚生を最大化する補償金率は 0 であるということが分かる。

## 2. コピープロテクト (DRM) が行える場合

この場合、ソフトウェア企業は補償金率に合意できないときに DRM を行う。DRM を行ったときの社会厚生  $W^{CP}$  は次のように表される。

$$W^{CP} = \eta \int_{1-\frac{D_s^0}{\eta}}^1 (\alpha x - c) dx - F = \frac{5\eta(\alpha - c)^2}{18\alpha} - F \dots \textcircled{2}$$

ここで、 $D_s^0$  は DRM の実施状況下でのソフトウェアの需要量であり、 $\eta(\alpha - c)/(3\alpha)$  となっている。

また、ここでも②式を次のように変形する。

$$\begin{aligned}
W^{CP} = & \eta \int_{1-\frac{D_s^0}{\eta}}^1 (\alpha x - p_h - p_s) dx + \eta \int_{1-\frac{D_s^0}{\eta}}^1 (p_h - t_h) dx \\
& + \eta \int_{1-\frac{D_s^0}{\eta}}^1 (p_s + t_h - c) dx - F
\end{aligned}$$

右辺第 1 項は、オリジナルの利用者全体の効用を表し、第 2 項、第 3 項はそれぞれハードウェア企業、ソフトウェア企業の利潤を表す。ここでは、コピーの利用者が存在せず、メディア企業も利潤をあげられないということに注意したい。以上から、②式で表される社会厚生は、消費者（利用者）の効用と各企業の利潤の総和を表している。

結果を考察すると、まず  $\tau_{\min} \leq 0$  のとき、補償金率  $\tau$  は 0 以上を想定しているため、 $\tau > \tau_{\min}$  となり、ソフトウェア企業は DRM をかけない。また、社会厚生を最大化する補償金率は 0 である。なぜなら、

$$W(0) - W^{CP} = \frac{\eta \{ 7\alpha^2(\alpha - \beta) - c \{ 14\alpha(\alpha - \beta) - c(7\alpha + 13\beta) \} \}}{72\alpha(\alpha - \beta)}$$

が正であることが、仮定 8 により成り立つからである。

また、 $\tau_{\min} > 0$  のときは、 $\tau > \tau_{\min}$  かつ  $W(\tau_{\min}) \geq W^{CP}$  である限り、社会厚生を最大化する補償金率は  $\tau_{\min}$  となる。

よって、ソフトウェア企業が DRM を行えるという状況下では、社会厚生を最大化する補償金率は 0 以上となる可能性がある。

### 第3節 結論

以上、2つの分析から、ソフトウェア企業が DRM を行えない場合は補償金を課す必要がなく、逆に DRM が行える場合は補償金を課すべきである可能性があるという結論が得られる。

この理論分析の結果から、最適な補償金のあり方を探るためには、ソフトウェア企業、つまりレコード会社が DRM を行うインセンティブがあるかどうか、つまり DRM が CD の売上に対して影響を与えているかどうかの検証を行う必要性が出てくる。そこで次章では、DRM が CD の売上に影響を与えているかを実証分析によって検証する。

## 第3章 実証分析

以上の理論分析より、レコード会社が DRM を導入するインセンティブがない場合は、補償金率が 0% の時に社会厚生が最大化され、そうでない場合は補償金率が 0% 以上になる可能性があることが分かった。つまりハードディスク内蔵型録音機器に対しての補償金は DRM を導入するかどうかによるということになる。そこで、DRM が CD の売上に対しどのような影響を及ぼすかについて実証分析を行い、補償金率の議論の前に DRM を導入するインセンティブがあるかどうかについて検証することとした。

先にも述べたように、DRM とは、私的複製を制限するために開発された技術であり、実際、文化庁でも過去に著作権を保護する一手段として DRM 導入の検討がなされたことがある。DRM を導入する前提として、「消費者の私的録音、複製行為が権利者の利益を阻害している」という権利者側の主張がある。この前提の上で、消費者の私的複製を制限することによって、消費者にオリジナル CD 購入を促し、著作物に対する正当な対価を権利者へと配分するという名目で、DRM が導入されている。つまり DRM が導入されることで、私的複製が減少し、CD の売上が増加することが期待されている。さらに、その結果、権利者の利益が増加することが予想される。そこで我々は、DRM の必要性を検討するに当たり、DRM が本来の目的を果たしているかどうか、つまり DRM が CD の売上増加をもたらしているかどうかを実証分析によって検証していく。DRM が CD の売上増加をもたらすのであれば、DRM は権利者やメーカーの利潤を増加させるため、DRM を導入するインセンティブが生じるが、逆にそうでないならば、消費者の不満を高める DRM は導入する必要はないと考える。

### 第1節 分析モデルと変数の説明

前節の問題意識から、DRM が CD の売上を増加させているかどうか実証分析にて検証する。

分析するにあたり、DRM が CD 等の著作物の複製の実態数をどれだけ減少させて、そしてその結果、権利者の利益をどれだけ増加させているかを把握するのは困難である。しかし、DRM のかけられた CD とそうでない CD を比較することにより、DRM の効果を検証できるのではないかと考えた。現在発売されている CD には、複製可能な CD と私的複製を制限する CCCD が存在する。CCCD が本来の目的を達成しているのであれば、私的複製が減少するので、DRM がかかっていない通常の CD より CCCD のほうが売上は大きくなると考えられる。

そのため、以下のように分析を行った。



## 第一項 分析モデル

CCCD が CD の売上に対し影響を与えるかどうかの先行研究に関しては田中（2004）がある。

田中（2004）では説明変数にアーティストの人気を示す指標、プロモーションの程度を示す指標、ジャンルを示す指標を用いて推定式を設定し、CCCD を採用することが CD 売上の増加に影響を与えるかどうかを分析している。

本稿では先行研究に倣い、上記の説明変数にさらに CD の特性を示す指標を新たに加えた上で、推定式を設定し、CCCD が導入される 2002 年 3 月以前と以後のデータ（2001 年 4 月～2005 年 3 月まで）を用い CCCD を採用することが CD 売上を増加させているかどうか分析する。以下に推定式を示す。

（推定式）

$$\ln y = \alpha + \sum_{i=1}^N \beta_i \chi_i + \varepsilon$$

被説明変数  $y$ ：週ごとの CD の売上枚数（対数表示）

説明変数  $\chi_i$ ：各種説明変数

（CCCD ダミー、価格、経過日数、前作売上枚数（対数表示）、楽曲数、発売日からの経過日数、発売日からの経過日数の 2 乗、前作存在ダミー、初回限定ダミー、紅白ダミー、演歌ダミー、邦楽ダミー、ベスト盤ダミー<sup>42</sup>、オムニバスダミー<sup>43</sup>、両 A 面ダミー<sup>44</sup>、タイアップダミー<sup>45</sup>）

$\alpha$ ：定数項

$\beta_i$ ：各変数における係数

$\varepsilon$ ：誤差項

サンプルとして、実際に CCCD が市場に導入される 1 年前の 2001 年 4 月から 2005 年 3 月までの毎週のオリコンチャートにおけるシングル・アルバムトップ 20 に関するデータを用い回帰分析を行う。これによって CCCD が採用される 2002 年 3 月以前のサンプルも含めた上でのクロスセクション分析で検討できる。

結果としてサンプル数はシングルが 3977、アルバムでは 4019<sup>46</sup>となった。又、分析に際し、E-Views6.0 を用いて、OLS による回帰分析を行った。

データ出典に関してはオリコン、Amazon、セブンアンドワイ・CD、NHK の HP を用いた。

<sup>42</sup> ベスト盤ダミーはアルバムにおいての分析のみに説明変数として用いた。

<sup>43</sup> オムニバスダミーはアルバムにおいての分析のみに説明変数として用いた。

<sup>44</sup> 両 A 面ダミーはシングルにおいての分析のみに説明変数として用いた。

<sup>45</sup> タイアップダミーはシングルにおいての分析のみに説明変数として用いた。

<sup>46</sup> シングルとアルバムでサンプル数が違うのはデータ制約上の問題であるが、両者共に十分量のサンプル数を満たしていると考えられる。

## 第 2 項 被説明変数

2001 年 3 月から 2005 年 4 月までの毎週のシングル・アルバムのトップ 20 (オリコン調べ) の売上枚数を自然対数値で用いる。実際値ではなく自然対数値を用いたのは、実際値では不均一分散が生じる可能性があり、比較的均一な分散を確保するためである。

## 第 3 項 説明変数

### 1. アーティストの人気を示す変数

先行研究田中 (2004) の中に、アーティストの人気指標を示す変数が見受けられる。本稿でも推定式の妥当性を高めるためにアーティストの人気指標を表す変数として、紅白出場ダミー、前作存在ダミー (前作 CD があれば 1 とする)、前作の CD の売上の自然対数値、前作からの経過月数を用いる。NHK 紅白歌合戦にはその年に活躍したアーティストが出演しており人気に繋がると考えられ、紅白出場経験は正に有意と期待される。また新たに CD を発売する際、その CD 以前に前作を発売しており、それが好調な売上であった場合は、そうでない時と比較し CD の売上に対し正に有意と期待される。つまり前作の売上が好調であれば、次の CD 売上もある程度の売上が見込まれ、正に有意となると考えられる。

### 2. プロモーションの程度を示す変数

①と同様に先行研究に習い、CD にかけての宣伝費の代理変数として、CM や TV 番組、映画といったメディアとタイアップをしているかどうかのタイアップダミーを設定した。

また CD の発売の際に多くの特典等を付けた初回限定版・特別版の CD もさまざまなプロモーションがかかっていると考え、初回限定版ダミーを設定した。

このように CD に対し強くプロモーションをかける際、タイアップや限定版等の措置が取られ易くなり、TV 等での露出が多くなり、認知度も高まり、消費者の購買意欲を高める可能性が増える。その結果として、売上に対し正に有意となることが期待される。

### 3. ジャンルの特性を示す変数

CD の売上にはポップス、演歌、洋楽、オムニバス等のジャンルによって差異があると考えられるので、ジャンル別に演歌、邦楽、オムニバスのダミーを設定した。CD の購買層を考慮すると、演歌等の CD は負に有意になると期待される。

またオムニバスダミーは本分析のアルバムにおける分析のみにおいて用いた。

### 4. CD の特性を示す変数

現在シングル CD においては、両 A 面シングルというものが存在する。これらはアーティストや、レーベル側の戦略で両方の曲にタイアップ等がつく場合が多く、人気が確保される可能性が高いので、売上に対し正に有意になると期待される。

同様に、アルバムにおいては、ベスト盤であることで売上に対し正に有意になると期待されるので、ベスト盤ダミーを設定した。これらの CD の特性を示す変数を本稿での分析のオリジナリティーとする。

## 第2節 分析結果と考察

以上のモデルにおいて分析したところ、分析結果は表1、3<sup>47</sup>のようになった。以下では、モデルについて考察を行った後、CCCD についての考察を行い、音楽市場の社会厚生を最大化する観点から結論へと至る。

### 第1項 モデルの考察

まず、推定が妥当かどうかを確認するために、CCCD ダミー以外の説明変数の効果を考察する。

シングルにおいては、前作売上枚数、タイアップダミーの説明変数が正に有意に働いた。これは、前作売上枚数の多いアーティスト、つまり人気が高いアーティストの CD は、消費者に期待感を生ませ、次の作品の売上も多くなるためと考えられる。また予想のとおりタイアップされている CDの方がされていない CD よりも売上枚数が伸びることが実証された。

またアルバムにおいてはベスト盤ダミーと邦楽ダミーが正に有意となった。ベスト盤は先行発売のシングルを収録しており、そのアーティストの代表曲を多く収録することで、人気を確保でき、消費者に期待感を与え、売上が増加していると考えられる。日本では邦楽は洋楽よりも人気が高いため正に有意となったと考えられる。

次に、CD 発売日からの経過時間の説明変数と演歌ダミーが負に有意に働いた。これは、発売されて間もない週の CD は売上が多く、次第に売上が減っていくことを表している。また演歌の CD はポップスよりも人気落ちること、そして CD の主な購買層が演歌をあまり聴かない若年層であることから負に有意となったと考えられる。従って、全体的には妥当な推定式と考える。決定係数はシングルでは 0.14 程度で、アルバムでは 0.07 程度であり、高くない数字だが、CD という財は需要の不確実性が高いので、このような水準になったと考えられる。

### 第2項 CCCD ダミーの考察

ここで、この分析の中心となる CCCD ダミーを考察していく。

シングルでは CCCD ダミーが 1% 有意で負に働いた。これは、コピーコントロールのかかっていない CDの方が、CCCD よりも売上が多いことを示している。係数は -0.222778 となっており、これは、コピーコントロールをつけると、CD の売上が週ごとに約 2 割減少するというを示している。つまり CCCD は CD の売上を伸ばすどころか、逆に CD の売上を減少させる結果となった。

またアルバムにおいて CCCD ダミーは、有意ではなかった。つまり CCCD をかけても CD 売上が増加するとは言えない結果となり、CCCD 導入の目的を達成できていないと言える。

また 2004 年にエイベックス・グループが CCCD の導入を原則撤廃し、同年 SME、ワーナーミュージックも完全撤廃した。そして現在 CCCD を採用するレコード会社はほとんどなく、つまりレコード会社は CCCD を採用しても売上上昇効果はないと実感したのではないかと考えられる。つまり、これらの事実は我々の実証分析結果と整合していると考えられる。

<sup>47</sup> 基本統計量は表2、4のようになった。

しかし、上記の CCCD が売上に対し影響を与えないという考察に対し、以下3つの反論が予想される。

### 1. コピーコントロールを破るツールの存在

現在コピーコントロールを破り CCCD でも私的複製することを可能にするフリーソフト (Exact Audio Copy) が容易に手に入る。そのため、コピーコントロールそのものにも実効性がなく、もし完全なコピーコントロールがかかっていたら CD の売上は増えていたのではないかという意見がある。その影響を考慮するためフリーソフトが流通する 2003 年までのデータを下に同様の分析を行った (表 5、6)。結果やはり CCCD ダミーはシングルでは負に有意、アルバムでは有意ではない結果となった。つまり売上を増加させないのは、コピーコントロールそのものにも実効性がなかったためではないと考えられる。

### 2. CD の売上が年々減少している影響

近年音楽配信の普及等により CD そのものの売上自体が年々減少傾向にあると言われていいる。この分析においても音楽配信が飛躍的に広まる 2005 年のデータが含まれている。つまり CCCD であるから CD の売上が減ったのではなく、CD そのものの売上が減少したため CCCD の売上も減少し、結果負に有意に働いたのではないかという可能性が残る。

そのため、音楽配信が普及する以前で CCCD の撤廃がなされ始めた 2004 年 10 月以前のデータで分析を行った (表 7、8)。その結果、CCCD はシングルでは負に有意、アルバムでは有意とならなかった。つまり、CD 全体の売上が減少傾向であることを考慮に入れても CCCD であることは売上を増加させないと言える。

### 3. CCCD の音質の低下や CCCD に起因する故障

CCCD はレコード会社側の独自の技術であり、その目的上技術詳細は公表されない。そのため、それに適合するオーディオ機器でない限り、再生に関し再生不能や機器の故障、また音質の低下といった問題が存在する。つまりそのような問題が売上を減少させたのであり、そのような問題がないコピーコントロールであるならば、売上を増加させるのではないかと考えられる。

しかし実際 CCCD による音質の低下や再生不能の問題は高価なオーディオ機器でないと発生しない程度で、多くの消費者が用いる機器では問題ないとされている。多くの消費者にとって再生や音響に関する問題は大きくはなかったと考える。

## 第3項 考察のまとめ

これまで、消費者の私的録音行為は CD の売上を減らすと考えられてきた。つまり、消費者の私的録音行為を DRM によって制限することで、消費者のオリジナル CD 購入が促され、コピーコントロールをかけられた CD のほうが売上が大きくなると考えられていた。しかし、本稿の分析結果はシングルにおいては、DRM をかけても CD の売上を増やすどころか逆に減らすということを示している。この結果、CCCD に代表される DRM は開発に多大なコストがかかるだけでなく、本来の生産意図をも達成できないものである。そして権利者、メーカーにとって不利益になるだけでなく、さらに消費者の利便性も損ねるため、どの利害関係者にもメリットは見受けられないものであると考えられる。

以上の実証分析の考察から DRM は権利者やメーカーの利潤を増加させるものではないため、市場に導入するインセンティブはないという結論に達した。さらに、前章の理論分析結果から、その場合においては、補償金率が0の時社会厚生が最大化されることになる。そこで、我々の問題意識に対する結論としては、私的録音補償金制度はハードディスク内蔵型録音機器にまで拡大する必要はないということになる。さらに Kinokuni (2004) の理論はハードディスク内蔵型録音機器に限ったものではないので、以上の分析結果から、補償金制度そのものに関して廃止という方針も導き出せる。

これらを踏まえて、以下の章で詳細な政策提言を行う。

## 第4章 政策提言

本章においては、まず第1節、第2節にて分析結果を踏まえた私的録音補償金制度に対する政策を提言し、予想される反論を挙げ、それに対する見解を述べる。第3節では著作者の楽曲制作へのインセンティブに焦点を当て、それを高めるための政策を提言する。さらに、第4節では音楽市場の変化によって著作者のインセンティブが高まることに言及する。

### 第1節 私的録音補償金制度の廃止

第2章、第3章の分析結果から、私的録音補償金制度は不要であるという結論が得られた。したがって私的録音補償金制度を廃止させるために、我々は政策提言として、著作権法第30条第2項（デジタル方式の録音・録画に対する補償金支払いの義務）をはじめとする私的録音補償金制度に関する法を改定することを主張する。

以下、著作権法の具体的な改定案を述べる。著作権法第30条第2項の原文は「私的使用を目的として、デジタル方式の録音又は録画の機能を有する機器（放送の業務のための特別の性能その他の私的使用に通常供されない特別の性能を有するもの及び録音機能付きの電話機その他の本来の機能に附属する機能として録音又は録画の機能を有するものを除く。）であつて政令で定めるものにより、当該機器によるデジタル方式の録音又は録画の用に供される記録媒体であつて政令で定めるものに録音又は録画を行う者は、相当な額の補償金を著作権者に支払わなければならない<sup>48</sup>。」となっている。しかし、我々の分析によって補償金は不要であるという結論に達したため、著作権法において私的複製を制限する必要は無く、原則自由と認めた上で、私的録音補償金制度にかかわる文言<sup>49</sup>を全て廃するように改定するものとする。

この変更によって、補償金課金対象範囲は拡大されない。さらに、現状で補償金制度の対象としている MD や CD-R に関しても補償金を廃止していくこととする。

また、DRM については、分析結果より CD の売上を増加させないためレコード会社においては採択されず、この技術は自然に利用されなくなっていくものと考えられる。

さらに、上記の提言により補償金と DRM が存在しない状況となるために、自由に私的複製が行えるようになりハードディスク内蔵型録音機器の利便性が向上し、消費者がより音楽を利用しやすい環境へと変化していくと予想される。

<sup>48</sup> 著作権法より引用。

<sup>49</sup> 著作権法 104 条第 2 項から第 10 項における私的録音補償金についての内容。

## 第2節 予想される反論—著作者の楽曲制作のインセンティブに関して

しかし、第一節の提言を実行するに当たり、私的録音補償金制度拡大に賛成であった JASRAC 等の権利者側の団体からは、制度廃止によって補償金からの収入が減り、権利者へ配分される額が減少することで、著作者の楽曲制作に対するインセンティブに悪影響をもたらすという反論があがると予想される。実際、我々の理論は補償金によって見込まれる、インセンティブへの影響をはじめとする長期的な効果を考慮していない。

ただし、補償金は著作者のインセンティブを向上させているとは考えにくい。その理由は、配分される補償金の差が著作者によって大きく開いており、額自体もあまり大きなものではないためである。億単位での印税を得ているような人気の著作者でも、補償金は数百万円しか得ることができず、一方で大多数の著作者がもらえる額は1円<sup>50</sup>となっている。

これは、多くの補償金が著作者ではなく、共通目的事業や日本芸能実演家団体協議会等に割かれていることが一因となっている。こうした事情から、私的録音補償金制度は著作者の楽曲制作のインセンティブを高めているとは考えにくいのである。

## 第3節 著作者の楽曲制作のインセンティブを向上させるためのアプローチ—音楽著作権管理事業の現状から

先にも述べたように、私的録音補償金の徴収額が減れば著作者の楽曲制作のインセンティブが減少するという主張がなされている。だが、著作者の収入の大半は配分された補償金ではなく、印税である。著作者のインセンティブを減少させないためには、現在の印税収入についても見直す必要があると考える。この節では、現在の著作者の印税収入についての問題点と改善策を提言する。

### 第1項 著作者が楽曲を制作してから印税を受け取るまでの枠組み

著作者が楽曲を制作して CD が売り出され、最終的に印税が入るまでの流れには、著作者、音楽出版社<sup>51</sup>、レコード会社、音楽著作権管理事業を手がける団体・企業（代表例として、ここでは JASRAC を挙げる。）の4者が登場する。著作者が楽曲を制作し、そこから対価を得るための一般的な枠組み<sup>52</sup>は以下のようにになっている。また理解を促すため、図5を参照されたい。

<sup>50</sup> JASRAC より引用。

<sup>51</sup> 音楽出版社は①レコード会社の関連会社、②芸能プロダクションの関連会社、③放送局や広告会社等の関連会社の3つに系統が分けられる。①の例としてはソニー・ミュージックパブリッシング、②はジャニーズ出版・ミュージックマインド、③は日本テレビ音楽等が挙げられる。

<sup>52</sup> 『夢の印税生活』安藤和宏（リットーミュージック）、knowledge village「知ろう知的財産権」アドバイザー：永井健太郎（弁理士）<http://www.kv-jp.com/column/180.php> を参考にした。

1. まず、著作者は音楽出版社と著作権契約を交わし、この著作権を音楽出版社に譲渡する。この譲渡によって音楽出版社は著作権者となる。この契約に基づいて、最終的に音楽出版社が著作者に印税を分配する。
2. 次に、著作権者となった音楽出版社は CD 化するための本格的なレコーディングを行い、完成したマスターテープ<sup>53</sup>をレコード会社に譲渡する。レコード会社はマスターテープから CD を大量生産して、完成した CD を市場で販売する。  
ちなみに、レコーディングには費用が多くかかるため、音楽出版社はレコード会社から CD 売上の一部を原盤印税として受け取る。
3. その一方で、音楽出版社は著作者に印税を支払えるよう、JASRAC に著作権を信託譲渡し、その代わりに著作権使用料の徴収を代行してもらう。
4. レコード会社は JASRAC から使用許諾を受ける（CD 化して製造販売することを認めてもらう）。
5. レコード会社は、著作権使用料として CD 売上の 6%<sup>54</sup>を JASRAC に支払う。
6. JASRAC は、そのレコード会社から徴収した金額から著作権使用料を徴収する手数料として、7%の金額を差し引いて、残りを音楽出版社に送金する。
7. 最後に、音楽出版社は著作者との契約（分配比率）に基づいて、著作者の取り分を印税として支払う。

ここでは簡略化するため、CD の売上に関する印税についてのみ説明した。だが、JASRAC は、ここで記したレコード会社だけでなく、放送局、カラオケ店、レンタルビデオ店、音楽配信企業等、様々な企業に対して楽曲の使用許諾を行う。その場合は上記の流れの中のレコード会社の代わりに放送局やカラオケ店等が位置することになる。音楽はさまざまなビジネスに利用されており、個々の音楽出版社がカラオケ店や放送局等から著作権使用料を徴収するのは難しい。それに代わって、JASRAC がそれぞれから著作権使用料を徴収している。

## 第2項 音楽著作権管理事業における JASRAC の事実上の独占状態について

JASRAC は 1939 年に公益を目的とする社団法人として設立され、60 年以上にわたって、「著作権に関する仲介業務に関する法律」<sup>55</sup>により音楽著作権管理事業を独占していた。しかし、音楽産業の変化に伴って、著作権使用料や管理手数料を JASRAC が画一的に設定しているのかということ、また著作者が著作権管理団体を自由に選択できないということ等の問題点が指摘されるようになった。このような問題点を解決するために、1994 年から仲介業務法に代わる法律の検討が行われ、2001 年に著作権等管理事業法が施行された。これによって、民間企業が音楽著作権管理事業に参入できるようになり、音楽出版社自身が著作権管理を行うことも可能となった。これによって複数の企業<sup>56</sup>が参入したが、現在も JASRAC の事実上の独占は続いている。2004 年において、音楽著作権管理事業者の徴収額全体の 99.18%を JASRAC が占めている（図 6）。

民間企業が音楽著作権管理事業に参入できるようになったにも関わらず、新規参入企業のシェアが一向に増えない背景には、主に 2 つの問題が挙げられる。放送局との包括的利用許諾契約と JASRAC の管理楽曲数の多さについてである。この二つについて以下で説明する。

<sup>53</sup> 量産プレスのための原盤のこと。

<sup>54</sup> 6%という数値は JASRAC が設定したものだ。

<sup>55</sup> 1939 年に施行された。

<sup>56</sup> 代表的な企業としては株式会社ジャパン・ライツ・クリアランス (JRC)、株式会社イーライセンス等が挙げられる。



## 1. 放送局との包括的利用許諾契約について

包括利用許諾契約とは、JASRAC が放送局と結んでいる契約で、放送事業収入の 1.5% を支払えば JASRAC の管理楽曲全てを何度でも自由に使うことを認めるという内容の契約である。この契約なら楽曲を TV 番組等で使用する際、1 曲 1 曲について許諾を取って使用料を支払うという手間が省けるが、放送局が JASRAC 以外の音楽著作権管理事業者の管理楽曲を使いたい場合、使用料を別途支払わなくてはならなくなる。JASRAC の楽曲を使用するだけなら既に支払っている料金（収入の 1.5%）で済むところを、新規参入事業者の楽曲を使う場合は余計に費用がかかる。この JASRAC との包括利用許諾契約によって放送局が新規参入事業者の管理楽曲の利用を避けるようになれば、これは競争阻害要因になり得る。実際に株式会社ジャパン・ライツ・クリアランス等の新規参入企業は放送の使用料徴収の事業には参入せず、CD への録音に対する使用料とインタラクティブ配信<sup>57</sup>に対する使用料の徴収のみしか行っていない。

公正取引委員会はこのような状態が私的独占にあたるのではないかという疑いを持ち、2008 年 4 月、JASRAC に立ち入り調査を行った<sup>58</sup>。

## 2. JASRAC の管理楽曲数の多さ

JASRAC は過去 60 年間にわたって音楽著作権管理事業を独占してきたため、管理楽曲数は他社に比べ非常に多い。JASRAC の管理楽曲数は 2008 年 4 月現在、約 242 万曲<sup>59</sup>に上る。一方、業界の中でも比較的規模の大きい 2 社の管理楽曲数をみると、株式会社イーライセンスは 20170 曲<sup>60</sup>、株式会社ジャパン・ライツ・クリアランスは 5915 曲<sup>61</sup>であり、JASRAC と比べて随分少ない。我々は、この JASRAC が持つ管理楽曲数の多さが徴収額のシェアの大きさの要因となっており、新規参入の障壁となっているのではないかと考える。

JASRAC は音楽著作権管理事業者であり、第一項で述べた、著作者が楽曲を制作してから印税を受け取るまでのシステムの中に組み込まれている。JASRAC の現在の実質的な独占状態が改善され、他の音楽著作権管理事業者と適切な競争を行うようになれば、管理手数料等の料金設定が見直される可能性は高くなるだろう。また、音楽出版社は、管理手数料を抑え、より多くの著作権使用料を支払う<sup>62</sup>管理事業者を選ぶことができるようになる。そうすれば、著作者の印税収入も増える可能性があるだろう。

現在は音楽著作権管理事業者の選択肢が少なく、多くの著作権者は JASRAC が画一的に定めた額を受け取っている。この状況は著作権者や著作者が JASRAC に対し弱い立場にあると言えるのではないだろうか。このような状況が改善されれば、著作者の利益も確保され、楽曲制作のインセンティブを維持することができると考えられる。そのため、次の項で上記 1、2 の問題点に対処し、より音楽著作権管理事業者間に競争を促す具体的な政策を提言する。

<sup>57</sup> インターネット上で行われる音楽配信のこと。

<sup>58</sup> 調査が行われたが、未だ特別な措置は採られていない。

<sup>59</sup> 国内楽曲が約 107 万曲、外国楽曲が約 135 万曲。これは利用実績のある楽曲を登録したデータベース上の楽曲数である。実際の保有楽曲数は国内楽曲、外国楽曲合わせて約 735 万曲である。（JASRAC HP 「JASRAC の概要」より。  
<http://www.jasrac.or.jp/profile/outline/index.html>）

<sup>60</sup> 2008 年 11 月現在。（株式会社イーライセンス HP 「作品検索」より。[https://ssl.elicense.co.jp/piece\\_search/search](https://ssl.elicense.co.jp/piece_search/search)）

<sup>61</sup> 2008 年 9 月 30 日現在。（株式会社ジャパン・ライツ・クリアランス HP 「作品検索」より。

<http://www.japanrights.com/search/search.html?te-uniquekey=11d9cac1930>）

<sup>62</sup> 第一項、6 のステップにて。

### 第 3 項 音楽著作権管理事業者間に競争を促す具体的な政策について—包括的許諾契約の廃止、フィンガープリント技術の普及促進

我々は具体的な政策提言として、包括的利用許諾契約の廃止、またそのためにフィンガープリント技術普及の促進を挙げる。

第二項の 1 で問題点として述べた包括的利用許諾契約がなされるようになったのは、放送局が CD、レコードによって放送した大量の曲目を全て報告することが物理的に困難で、使用した曲数だけ使用料を払うということが難しかったためであった。だが、現在では JASRAC はすべての放送局に対し全曲報告を要請するようになった。このようになった背景を以下で説明する。

これまで包括的利用許諾契約を結んでしまえば、放送局は放送した全ての曲目について報告する必要はなかった<sup>63</sup>。このため、放送から得られた著作権使用料の著作権者への分配は不透明であるという指摘がなされてきた。この指摘に対応すべく、現在、JASRAC はより精緻に分配するためにすべての放送局に対し全曲報告を要請するようになった。既に NHK と一部の民間放送は全曲報告に完全移行している。また、2009 年度中には在京テレビキー局 5 社から全曲報告が始まる予定である。さらに、現在まだ対応できていない放送局についてもフィンガープリント技術といった最新の技術を活用する等して、放送した全ての曲について電子的に報告できる態勢を整えている。フィンガープリント技術とは「CD、レコードに収録された楽曲をパターン化した上でデータベースに登録し、放送されている楽曲のパターンと照合し特定する技術」<sup>64</sup>のことである。

つまり、今後、全曲報告が全ての放送局によってなされれば、包括的許諾契約を廃止し、使用した楽曲に見合った使用料を JASRAC に支払うということが可能になる。また、包括的許諾契約が廃止されれば、これまで、放送における使用料徴収の事業には参入をしていなかった音楽著作権管理事業者にとって参入が以前より容易になる。

ここで、我々は包括的許諾契約の廃止に向けて、フィンガープリント技術普及の促進を提言する。この普及を政府が補助し促進することで、いち早く全ての放送局が全曲報告に移行することができる。その後、包括的許諾契約を廃止させる。

また、放送だけでなく、動画サイトと音楽著作権管理事業者の契約についても提言をする。2008 年、動画サイトを運営している YouTube 等も、複数の音楽著作権管理事業者と包括的許諾契約を締結した<sup>65</sup>。動画サイトは放送と比較して、再生回数やアップロードされた曲数をカウントするのは容易である。そのため、包括的許諾契約を廃止し、再生回数やアップロードされた楽曲に見合った使用料を音楽著作権管理事業者に支払う契約を締結すべきである。これによって、動画サイトの著作権使用料を徴収する事業への新規参入を容易にすることができる。さらに著作権者への分配をより正確に行うことができるようになる。

### 第 4 項 管理楽曲数における JASRAC の競争優位性の改善

前述で述べた JASRAC の管理楽曲数が多いという問題点については、それを分散させる等、政策で直接的に解決するのは難しいと考えた。

<sup>63</sup> これまでは、サンプリング報告という方法で報告がされていた。これは統計学に基づき、一部のサンプルによって全体を推定するもので、放送の視聴率調査等で一般的に行われているものである。JASRAC は、民放各社から 13 週（四半期）のうち 1 週分の全曲報告をサンプルとして報告を受けている。

<sup>64</sup> JASRAC HP「放送」より。<http://www.jasrac.or.jp/bunpai/broadcast/detail1.html>

<sup>65</sup> 2008 年 3 月 27 日に初めて、株式会社ジャパン・ライツ・クリアランスが YouTube と包括的許諾契約を締結し、それに続き、株式会社イー・ライセンスも締結、さらには 10 月 23 日、JASRAC も YouTube と包括的許諾契約を締結した。また「ニコニコ動画」を展開するニワンゴも複数の音楽著作権管理事業者と包括的許諾契約を締結している。

第三項で述べた提言によって音楽著作権管理事業者間に競争を促すことが出来れば、JASRAC 以外の事業者の徴収額や新規参入も増加する。それによって、今後発表される楽曲については JASRAC ばかりではなく他の事業者が管理することも増え、著作権使用料の徴収額の差も以前より解消されるであろう。なぜならば、JASRAC が管理する楽曲数は他の事業者のそれと比較して大変多いが、JASRAC 設立当時から約 70 年にわたって蓄積してきたものであり、現在は利用される頻度の低い古い楽曲も多いのではないかと考えられるためである。

以上より、JASRAC と他の音楽著作権管理事業者との競争が活発になれば、音楽出版社は、より多くの著作権使用料を支払う管理事業者を選ぶことができるようになる。そうすれば、著作者の印税収入も増え、楽曲制作のインセンティブが向上するのではないかと考えられる。

## 第4節 今後の音楽市場—音楽配信ビジネスの隆盛

第3節の政策提言の結果だけでなく、以下で述べる音楽市場の枠組みの変化によっても印税が増し、著作者のインセンティブが増加していくと予想される。本節では、CD 販売から音楽配信へと音楽市場の枠組みが変化していることに言及し、その変化が著作者に与える影響を説明する。

### 第1項 音楽市場の変化の概要

今後の音楽市場は、現在の CD を中心とした販売方法から、インターネットを介しての音楽配信に変化していくものと主張されている<sup>66</sup>。現状では、楽曲の入手方法は小売店での CD 購入や、レンタルショップでの CD レンタルという形態が主流となっている。だが、Apple 社の iTunes Store を代表とするオンラインでのコンテンツ配信サービスを用いて、消費者が自分の聞きたい曲だけを購入し利用するという形に変化してきている（図7）。つまり、音楽の単位が、CD というパッケージ化された媒体から音楽ファイルへと変化することで、その利便性が大きく変わりつつあるのだ。

### 第2項 音楽市場が変化すると考えられる根拠

以上のように、音楽市場が音楽配信を中心とする形へと変化する理由は、音楽市場における各経済主体の立場から説明できる。

#### 1. 消費者側の理由

まず挙げられる理由は、音楽配信が主流になれば小売店に足を運ぶ必要が無いことだ。音楽配信が主流になると、インターネットに接続さえできれば、いつでもその場で手軽に音楽の購入ができる。

<sup>66</sup> 高木和夫（2006）『音楽産業の現状と今後の課題：インターネット時代の音楽配信業界』「尚絅学院大学 紀要 第53集」より。

その上、ハードディスク内蔵型録音機器を利用する際に CD を用いるならば、CD を購入してパソコンに取り込むという手間がかかる。これに対し、音楽配信を用いるならば楽曲データを購入する際、パソコンにそのままダウンロードできるため、データ管理において、より利便性が高まる。ハードディスク内蔵型録音機器は普及率を高めており、こうした利便性の向上は消費者にとって重要なものと考えられる。

また、音楽配信ならば小さい単位で曲を購入できるということも理由に挙げられる。1枚の CD に入っている全ての曲が消費者の好みに合致するとは言えず、CD を購入する場合は消費者が聴きたい曲だけでなく聴きたくない曲にまで代金を支払っていると考えられる。対して音楽配信の場合、購入は楽曲単位で行うため、聴きたい曲のみを購入することができるのである。

さらに、音楽配信の場合、CD よりも安価に購入することができる。現在で1曲単位の値段はだいたい 200～300 円であり、今後さらに下がる可能性がある。CD 店舗で売っているシングル CD は 2～3 曲程度の収録曲数に対して価格が 1,000 円超であることを考えれば音楽配信の方が割安と言えるのである。

## 2. 制作者側の理由

CD から音楽配信へと移行することで、制作工程やコストが大幅に減少する。音楽配信が中心になると、CD のプレス<sup>67</sup>代、CD ジャケットのデザイン代、輸送や保管等の流通にかかる費用、そうした工程に関わる営業活動等、あらゆるコストが減少し、その代わりにかかる費用<sup>68</sup>、宣伝費等を差し引いた上でも売上から得られる利益は CD 中心の状態と比べ増加する可能性もある。

## 第 3 項 音楽市場の変化がもたらす著作者の楽曲制作のインセンティブへの影響

第 2 項より、音楽市場は音楽配信が中心となっていくと予想されるが、この市場の変化が著作者のインセンティブを増加させる可能性があると考えられる。印税の増加という金銭的な理由からである。

制作側の理由で挙げたように、音楽配信が中心となると楽曲制作にかかるコストの多くが減少するため、著作権者の利益が増加し、ひいては著作者の印税の増加につながる可能性がある。

また、CD をプレスするという工程が消失するので、レコード会社を通さずに楽曲を販売できる著作者も登場する。自らオンラインで楽曲を販売できるようになれば、楽曲を JASRAC 等の音楽著作権管理事業に著作権を信託譲渡する必要がなくなる。そうすれば、音楽著作権管理事業者に管理手数料等を徴収されることもなくなり、楽曲の売上は全て印税として著作者自身に還元されるようになる。

さらに、販売店舗が CD 小売店からコンテンツ配信サービスへと移行することで、棚における CD 量や売り場面積といった物理的制約がなくなる。すると、店舗によっては CD を置いてもらえなかったような無名の著作者の曲が消費者の目に止まるようになり、より多くの人に音楽を聞いてもらえる可能性が創出され、楽曲の売上増加につながる可能性があると言える。

こうした理由から、音楽配信が中心となることは著作者のインセンティブに良い影響を与えると考えられる。

<sup>67</sup> 一般販売に向けて大量生産すること。

<sup>68</sup> 収録した音楽を販売用の楽曲データに変えるためのエンコード費用等。

以上、第3節、第4節で述べたように著作者の楽曲制作のインセンティブが向上されるようになれば、私的録音補償金制度を廃止しても音楽市場の衰退はないと考えられる。

## おわりに

---

現在私的録音補償金制度の拡大の是非について、さまざまな利害関係者が各立場からそれぞれの言い分を主張している。そして我々は、個々の立場に立って是非を主張するのではなく、音楽市場の社会厚生を最大化するような総合的な視点から制度拡大の是非を考えた。今後、本稿のように包括的な視点から制度を捉え、より適切な音楽市場となるよう政策を講じることが一層必要とされるだろう。

ここで本稿における理論、分析の課題を述べておく。理論では、モデルの簡略化のため独占市場を想定する等、実際の音楽市場とは異なるモデルを用いている。また、短期の分析であるため、権利者のインセンティブといった長期的な問題をモデルに組み込んではいない。また実証分析においても、データ制約上、同じ作品でコピーコントロールのかかっている CD とかかっていない CD での売上の差を見ることはできていない。そのため CCCD における完全に正確な効果を分析できているとはいえない。そして、サンプルとしてオリコンの上位 20 位を用いているため、セレクションバイアスの可能性を孕むことは完全には否定できない。また、CD という財の需要の不確実性があるにしても、分析における決定係数が低いことも今後の課題として残る。よって今後、より現実に即した理論モデルの構築、そして分析を行うことが望ましいと考える。

最後に、本稿が今後議論される私的録音補償金制度の拡大問題についての解決の一助となることを願って締めくくるとしたい。

## 参考文献・データ出典

### 《先行研究》

- Hiroshi Kinokuni (2004) ,”compensation for copying and bargaining”, Information Economics and Policy, Volume 17, Issue 3, July 2005, p. 349-p.364,*  
*Tatsuo Tanaka (2004) ,”Is strong copyright protection welfare-improving? -Case of Japan’s copy-controlled compact discs -”, Conference paper at EARIE 2004 (European Association for research in Industrial Economics 2004) in Berlin*  
 新宅純二郎・柳川範之 (2008) 『フリーコピーの経済学デジタル化とコンテンツビジネスの未来』(日本経済新聞出版社)

### 《参考文献》

- 神隆行 (1999) 『知的財産とその保護に関する経済学研究』晃洋書房  
 内田達也 (1998) 『私的録音保証金制度導入の厚生効果』「日本経済政策学会年報」  
 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング (2003) 『音楽遺産 ～インターネット音楽配信の未来～』「ARTS POLICY & MANAGEMENT No.20」  
 富士通総研経済研究所レポート (2002) 『著作権の経済学的分析に関する理論的枠組み』「研究レポート No.133」  
 林紘一郎 (2004) 『著作権の法と経済学』勁草書房  
 名和小太郎 (2004) 『デジタル著作権』みすず書房  
 安藤和宏 (2005) 『よくわかる音楽著作権ビジネス』リットーミュージック  
 安藤和宏 (1999) 『夢の印税生活』リットーミュージック  
 高木和夫 (2006) 『音楽産業の現状と今後の課題:インターネット時代の音楽配信業界』「尚網学院大学紀要 第53集」  
 山之内正 (2000) 『図解 インターネットで変わる音楽産業』アスキー  
 『週刊ダイヤモンド』ダイヤモンド社

### 《データ出典》

- sarah HP <http://www.sarah.or.jp/> 最終アクセス日 2008年11月17日  
 TDK HP <http://www.tdk.co.jp/> 最終アクセス日 2008年11月16日  
 JEITA HP <http://www.jeita.or.jp/japanese> 最終アクセス日 2008年11月17日  
 日本音楽著作権協会 HP <http://www.jasrac.or.jp/> 最終アクセス日 2008年11月18日  
 芸団協 HP <http://www.geidankyo.or.jp/top.shtml> 最終アクセス日 2008年11月15日  
 日本レコード協会 HP <http://www.riaj.or.jp/> 最終アクセス日 2008年11月18日  
 文部科学省 HP <http://www.mext.go.jp/> 最終アクセス日 2008年11月17日  
 knowledge village 「知ろう知的財産権」アドバイザー: 永井健太郎 (弁理士)  
<http://www.kv-jp.com/column/180.php> 最終アクセス日 2008年11月10日  
 株式会社イーライセンス HP <http://www.elicense.co.jp/> 最終アクセス日 2008年11月10日  
 株式会社ジャパン・ライツ・クリアランス HP <http://www.japanrights.com/> 最終アクセス日 2008年11月10日  
 BCN HP <http://www.bcn.co.jp/index.html> 最終アクセス日 2008年11月10日  
 オリコン HP <http://www.oricon.co.jp/> 最終アクセス日 2008年11月10日

NHK HP <http://www.nhk.or.jp/> 最終アクセス日 2008 年 11 月 10 日

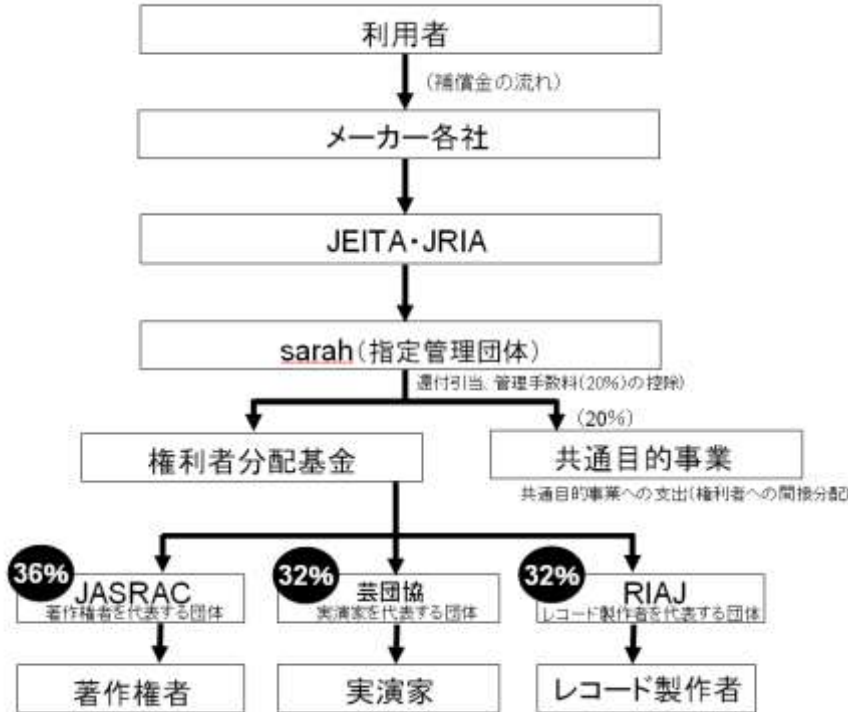
Amazon HP <http://www.amazon.co.jp/> 最終アクセス日 2008 年 11 月 10 日

セブンアンドワイ-CD HP <http://www.7andy.jp/cd/> 最終アクセス日 2008 年 11 月 10 日



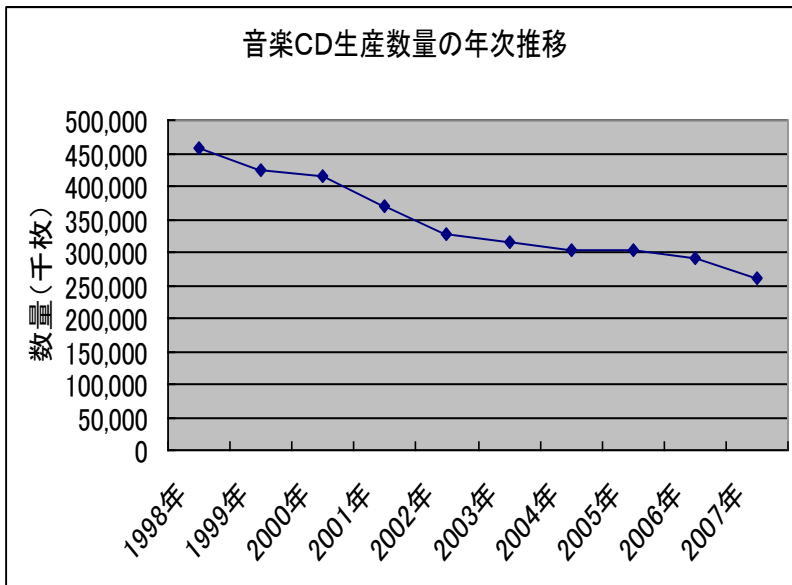
図表

図1 私的録音補償金の徴収から分配までの流れ



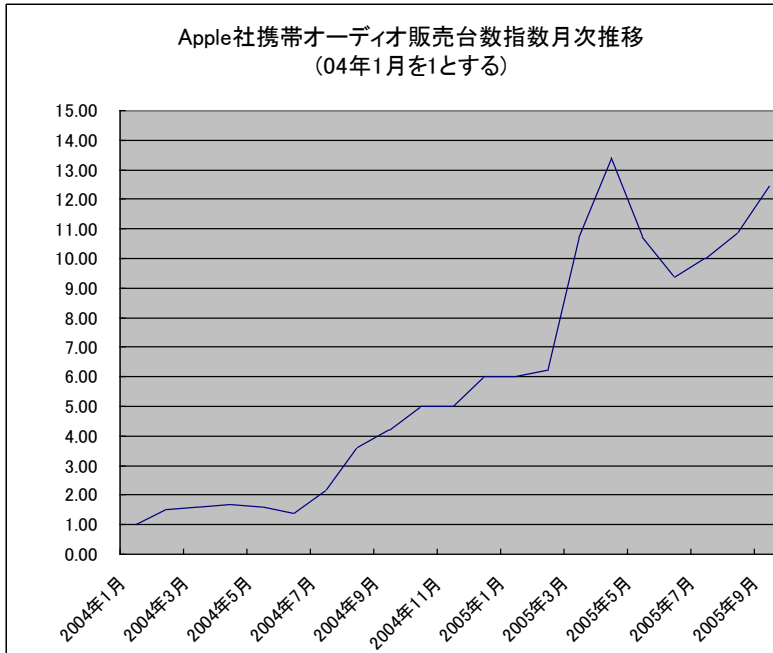
私的録音補償金管理協会 sarah HP (<http://www.sarah.or.jp/info/info11.html>) より作成

図2 音楽 CD の生産数量の推移



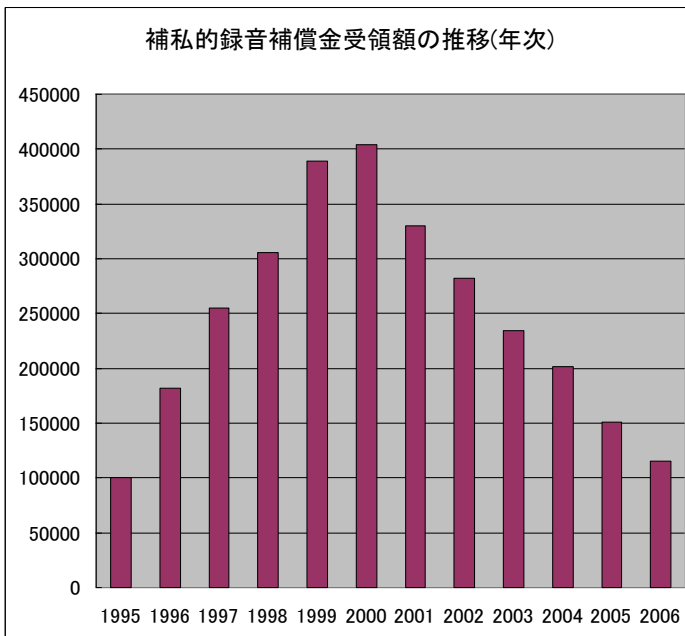
日本レコード協会 HP ([http://www.riaj.or.jp/data/cd\\_all/cd\\_all\\_q.html](http://www.riaj.or.jp/data/cd_all/cd_all_q.html)) より作成

図3 ハードディスク内蔵型録音機器販売台数指数の推移



「BCN ランキング標準パネル」04-05年 月次より作成

図4 私的録音補償金徴収額の推移



縦軸の単位は 1,000 円。

私的録音補償金管理協会 sarah HP (<http://www.sarah.or.jp/info/info11.html>) より作成

表1 シングル CD における実証分析結果

変数	係数	t 値	P値
定数項	9.958321	12.17520	0.0000
CCCDダミー	-0.222778	-5.169843	0.0000
両A面ダミー	-0.053767	-0.991471	0.3216
演歌ダミー	-0.666122	-5.644552	0.0000
邦楽ダミー	-0.060757	-0.076163	0.9393
前作売上枚数 (自然対数値)	0.137446	10.67730	0.0000
マキシシングルダミー	0.122497	0.991434	0.3216
価格	-1.70E-06	-0.015874	0.9873
紅白出場ダミー	-0.002363	-0.068739	0.9452
初回限定版ダミー	-0.048367	-1.117122	0.2641
楽曲数	0.017388	1.337466	0.1812
タイアップダミー	0.076456	2.032293	0.0422
発売日からの経過日数	-0.006230	-13.38145	0.0000
前作からの経過日数の2乗	-9.93E-09	-0.408615	0.6829
前作からの経過日数	1.04E-06	0.010051	0.9920
前作存在ダミー	-0.027565	-0.802302	0.4225
サンプル数	3977		
自由度修正済み決定係数	0.136284		

表2 基本統計量 (シングル CD)

	CD 売上枚数 (自然体数値)	CCCD ダミー	両 A 面ダミー	演歌ダミー
平均	10.050550	0.172787	0.094340	0.015590
中央値 (メジアン)	9.938758	0	0	0
標準偏差	0.798877	0.378110	0.292337	0.123897
分散	0.638204	0.142967	0.085461	0.015350
歪度	0.807164	1.731000	2.775638	7.820550
尖度	3.621449	3.996360	8.704167	62.161000
範囲	4.979172	1	1	1
最小	8.374938	0	0	0
最大	13.354110	1	1	1
合計	39971.06	687	375	62
標本数	3977	3976	3975	3977

	邦楽ダミー	前作売上枚数 (自然対数値)	マキシシングル ダミー	価格
平均	0.996731	2.600940	0.985915	1137.359000
中央値 (メジアン)	1	2.674149	1	1100
標準偏差	0.057087	1.280293	0.117854	168.727700
分散	0.003259	1.639150	0.013890	28469.036747
歪度	-17.404780	-0.469705	-8.247077	0.498286
尖度	303.926400	3.100379	69.014290	10.066890
範囲	1	7.853216	1	2325
最小	0	-2.302585	0	300
最大	1	5.550631	1	2625
合計	3964	6510.153000	3920	4518726
標本数	3977	2503	3976	3973

	紅白ダミー	初回限定版 ダミー	楽曲数	タイアップ ダミー
平均	0.393208	0.155181	3.755533	0.704300
中央値 (メジアン)	0	0	4	1
標準偏差	0.488524	0.362123	1.340832	0.456414
分散	0.238656	0.131133	1.797830	0.208314
歪度	0.437260	1.904671	1.874487	-0.895351
尖度	1.191196	4.627770	10.669030	1.801653
範囲	1	1	16	1
最小	0	0	1	0
最大	1	1	17	1
合計	1563	617	14932	2801
標本数	3975	3976	3976	3977

	発売日からの 経過日数	前作からの 経過日数の2乗	前作からの 経過日数	前作存在ダミー
平均	31.884330	110616.1	26.281180	0.965251
中央値 (メジアン)	18	15876	14.5	1
標準偏差	40.883340	1154710	30.881580	0.489912
分散	1671.447490	1333355184100	953.671983	0.240014
歪度	4.717568	32.397260	2.538045	24.610960
尖度	31.484460	1317.217000	13.674410	809.550600
範囲	412	50239695	257.300000	17
最小	3	49	0.100000	0
最大	415	50239744	257.400000	17
合計	126804	3.04E+08	65781.8	2750
標本数	3977	2751	2503	2849

表3 アルバムにおける実証分析結果

変数	係数	t 値	P値
ベスト盤ダミー	0.136495	2.369133	0.0179
定数項	10.05496	58.07069	0.0000
CCCDダミー	0.031502	0.429690	0.6675
邦楽ダミー	0.217755	2.517632	0.0119
前作売上枚数 (自然対数値)	0.103522	6.859209	0.0000
楽曲数	0.004552	0.765326	0.4442
オムニバスダミー	-0.671193	-1.702633	0.0888
価格	-1.15E-05	-0.232451	0.8162
紅白出場ダミー	0.006018	0.124087	0.9013
初回限定版ダミー	-0.025007	-0.333876	0.7385
発売日からの経過日数	-0.003170	-8.684129	0.0000
前作からの経過日数	-7.93E-06	-0.049563	0.9605
前作存在ダミー	0.080462	0.867715	0.3857
前作からの経過日数の2乗	-2.27E-08	-0.308790	0.7575
サンプル数	4019		
自由度修正済み決定係数	0.069946		

表4 基本統計量 (アルバム)

	CD 売上枚数 (自然体数値)	ベスト盤ダミー	CCCD ダミー	邦楽ダミー
平均	10.312160	0.155362	0.111222	0.723054
中央値 (メジアン)	10.110100	0	0	1
標準偏差	0.874227	0.362294	0.314446	0.447545
分散	0.764273	0.131257	0.098876	0.200297
歪度	1.137965	1.902771	2.473090	-0.996912
尖度	5.071993	4.620536	7.116172	1.993834
範囲	10.111009	1	1	1
最小	4.804021	0	0	0
最大	14.915030	1	1	1
合計	41434.260000	623	446	2898
標本数	4018	4010	4010	4008

	前作売上枚数 (自然対数値)	楽曲数	オムニバス ダミー	価格
平均	3.255480	15.951120	0.121235	2894.263000
中央値 (メジアン)	3.520461	14	0	3059
標準偏差	1.524678	10.580180	0.326441	946.420900
分散	2.324643	111.940209	0.106564	895712.519957
歪度	-0.606408	11.920370	2.320866	17.402430
尖度	3.099077	235.368200	6.386420	434.540000
範囲	7.843849	266	1	28800
最小	-1.203973	0	0	1000
最大	6.639876	266	1	29800
合計	6012.871000	63964	487	11605994
標本数	1847	4010	4017	4010

	紅白ダミー	初回限定版ダミー	発売日からの経過日数
平均	0.233449	0.131920	35.915880
中央値 (メジアン)	0	0	18
標準偏差	0.423078	0.338446	56.404820
分散	0.178995	0.114546	3181.503719
歪度	1.260209	2.175387	10.910710
尖度	2.588128	5.732308	274.357100
範囲	1	1	1837
最小	0	0	2
最大	1	1	1839
合計	938	529	144310
標本数	4018	4010	4018

	前作からの 経過日数	前作存在ダミー	前作からの経過日数の2乗
平均	405.016300	0.839754	266164.6
中央値 (メジアン)	347	1	120409
標準偏差	320.531500	0.423937	668666.8
分散	102740.442492	0.179723	447115289422.24
歪度	3.219480	4.412289	8.502389
尖度	20.789070	137.874000	87.988730
範囲	2750	11	7595536
最小	6	0	0
最大	2756	11	7595536
合計	769936	2049	507000000
標本数	1901	2440	1905

表5 2001年4月から2003年12月までのシングルにおける分析結果

変数	係数	t 値	P値
定数項	10.11019	12.43015	0.0000
CCCDダミー	-0.310866	-5.655269	0.0000
両A面ダミー	0.007890	0.116917	0.9069
演歌ダミー	-0.825701	-4.755067	0.0000
邦楽ダミー	-0.041646	-0.053091	0.9577
前作売上枚数 (自然対数値)	0.118338	7.864175	0.0000
マキシシングルダミー	0.139491	0.949942	0.3423
価格	3.60E-05	0.276258	0.7824
紅白出場ダミー	0.035062	0.865863	0.3867
初回限定版ダミー	-0.036588	-0.582458	0.5603
楽曲数	0.016111	1.116243	0.2645
タイアップダミー	0.081997	1.887905	0.0592
発売日からの経過日数	-0.009897	-13.02193	0.0000
前作からの経過日数の2乗	5.52E-08	0.887534	0.3749
前作からの経過日数	-0.000180	-1.034478	0.3011
前作存在ダミー	-0.035850	-1.058518	0.2900
サンプル数	2719		
自由度修正済決定係数	0.153845		

表6 2001年4月から2003年12月までのアルバムにおける分析結果

変数	係数	t 値	P値
ベスト盤ダミー	0.136056	1.934647	0.0533
定数項	10.04642	51.37153	0.0000
CCCDダミー	-0.019089	-0.191651	0.8480
邦楽ダミー	0.369347	3.497099	0.0005
前作売上枚数 (自然対数値)	0.113544	6.097442	0.0000
楽曲数	0.006696	0.937072	0.3489
価格	-6.26E-05	-1.066803	0.2863
紅白出場ダミー	0.001665	0.028195	0.9775
初回限定版ダミー	-0.169637	-1.757290	0.0791
発売日からの経過日数	-0.004831	-9.038656	0.0000
前作からの経過日数	0.000292	1.397779	0.1624
前作存在ダミー	0.057729	0.619951	0.5354
前作からの経過日数の2乗	-1.17E-07	-1.345610	0.1787
サンプル数	2739		
自由度修正済決定係数	0.095449		

表7 2001年4月から2004年10月までのシングルでの分析結果

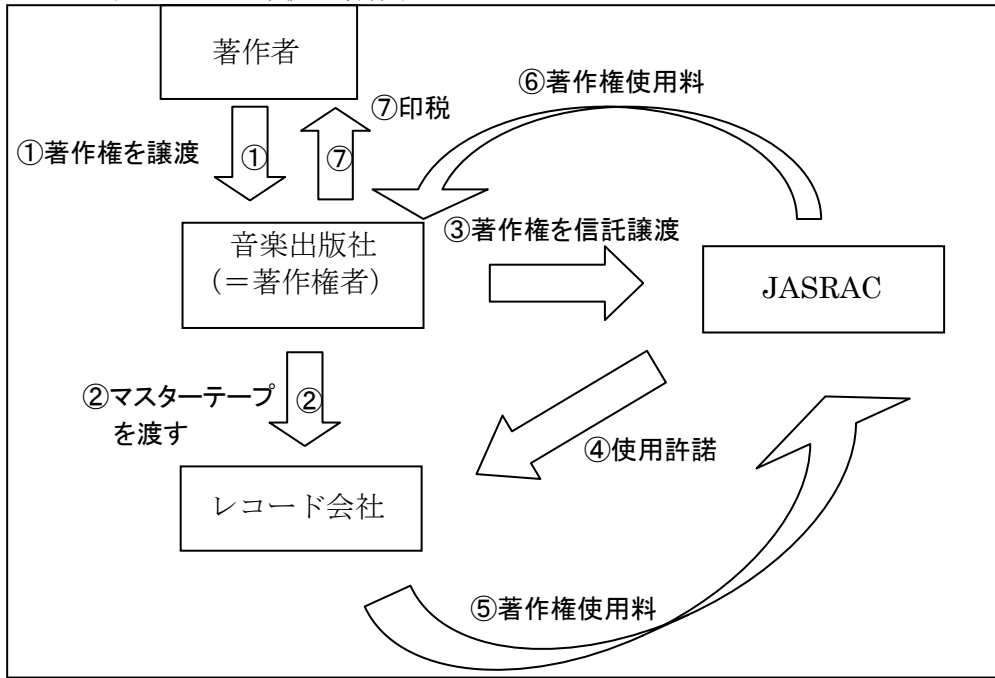
変数	係数	t 値	P値
定数項	9.896883	12.10412	0.0000
CCCDダミー	-0.263344	-5.758505	0.0000
両A面ダミー	-0.036134	-0.610238	0.5418
演歌ダミー	-0.697031	-5.119468	0.0000
邦楽ダミー	-0.017374	-0.021863	0.9826
前作売上枚数 (自然対数値)	0.134823	9.837791	0.0000
マキシシングルダミー	0.163063	1.238633	0.2156
価格	-1.39E-05	-0.120666	0.9040
紅白出場ダミー	0.003407	0.093440	0.9256
初回限定版ダミー	-0.024670	-0.509314	0.6106
楽曲数	0.024158	1.788221	0.0739
タイアップダミー	0.060601	1.517809	0.1292
発売日からの経過日数	-0.006245	-12.50692	0.0000
前作からの経過日数の2乗	-1.02E-08	-0.177662	0.8590
前作からの経過日数	1.70E-05	0.110171	0.9123
前作存在ダミー	-0.027640	-0.806770	0.4199
サンプル数	3420		
自由度修正済決定係数	0.138555		

表8 2001年4月から2004年10月までのアルバムでの分析結果

変数	係数	t 値	P値
ベスト盤ダミー	0.174771	2.826958	0.0048
定数項	10.07513	54.20588	0.0000
CCCDダミー	0.051283	0.674576	0.5000
邦楽ダミー	0.274750	2.981819	0.0029
前作売上枚数 (自然対数値)	0.103429	4.599498	0.0000
楽曲数	0.005346	0.808511	0.4189
オムニバスダミー	-0.731634	-1.712520	0.0870
価格	-5.29E-05	-0.976198	0.3291
紅白出場ダミー	0.042693	0.806216	0.4202
初回限定版ダミー	-0.086339	-1.040718	0.2982
発売日からの経過日数	-0.005096	-10.03073	0.0000
前作からの経過日数	0.000331	1.876702	0.0607
前作存在ダミー	0.060344	0.654643	0.5128
前作からの経過日数の2乗	-1.31E-07	-1.694950	0.0903
サンプル数	3433		
自由度修正済決定係数	0.096057		

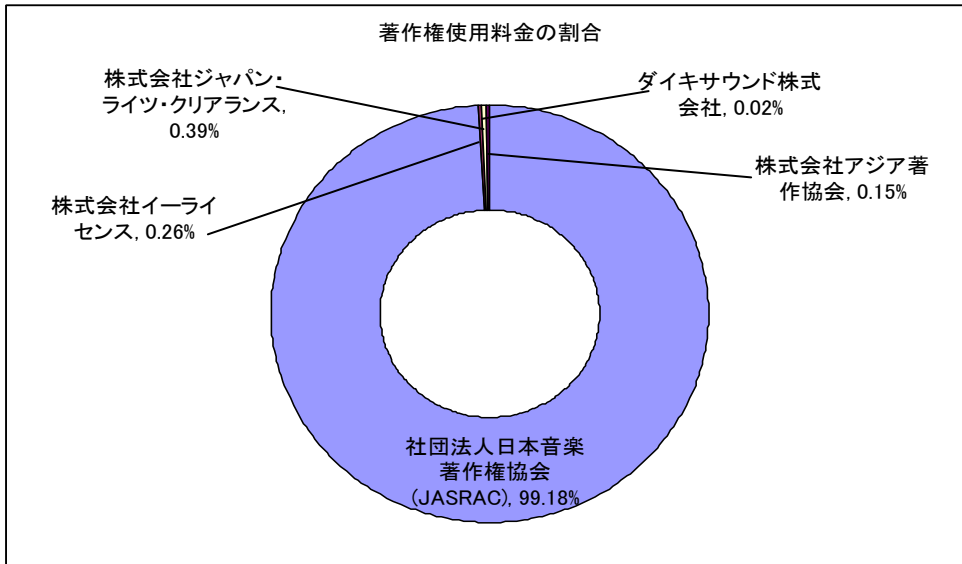


図5 CD 売上による印税が著作者に入るまでのフロー



安藤和宏 (1999) 『夢の印税生活』 (リットーミュージック)、  
 Knowledge village 「知ろう知的財産権」 ([http://www.kv-jp.com/column/2006/10/post\\_188.php](http://www.kv-jp.com/column/2006/10/post_188.php))  
 を参考に作成

図6 著作権使用料金の割合

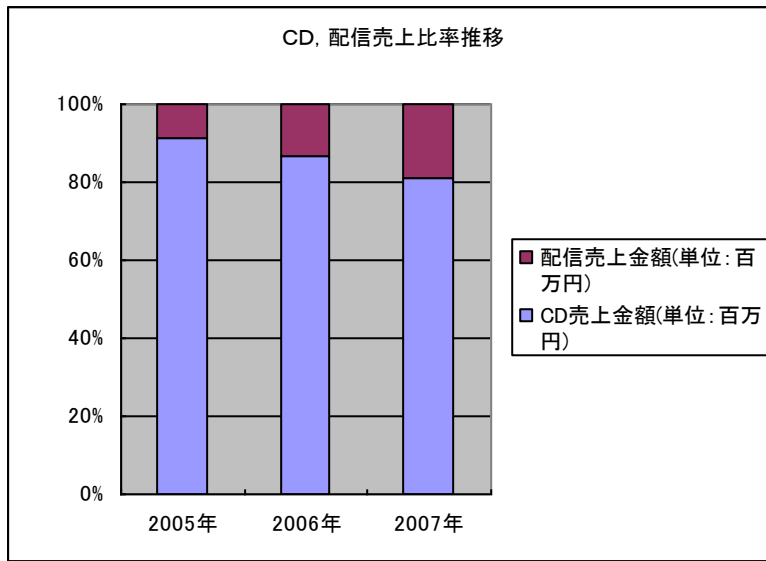


数値は 2005 年度実績のもの。

文化審議会著作権分科会過去の著作物等の保護と利用に関する小委員会第5回議事録・  
 配布資料 ([http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/bunka/gijiroku/021/07071007/001/001.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/bunka/gijiroku/021/07071007/001/001.htm))

より作成

図 7 CD、音楽配信の売上比率の推移



日本レコード協会 HP (<http://www.riaj.or.jp/data/index.html>) より作成