
契約・流通小委員会（第2回目）

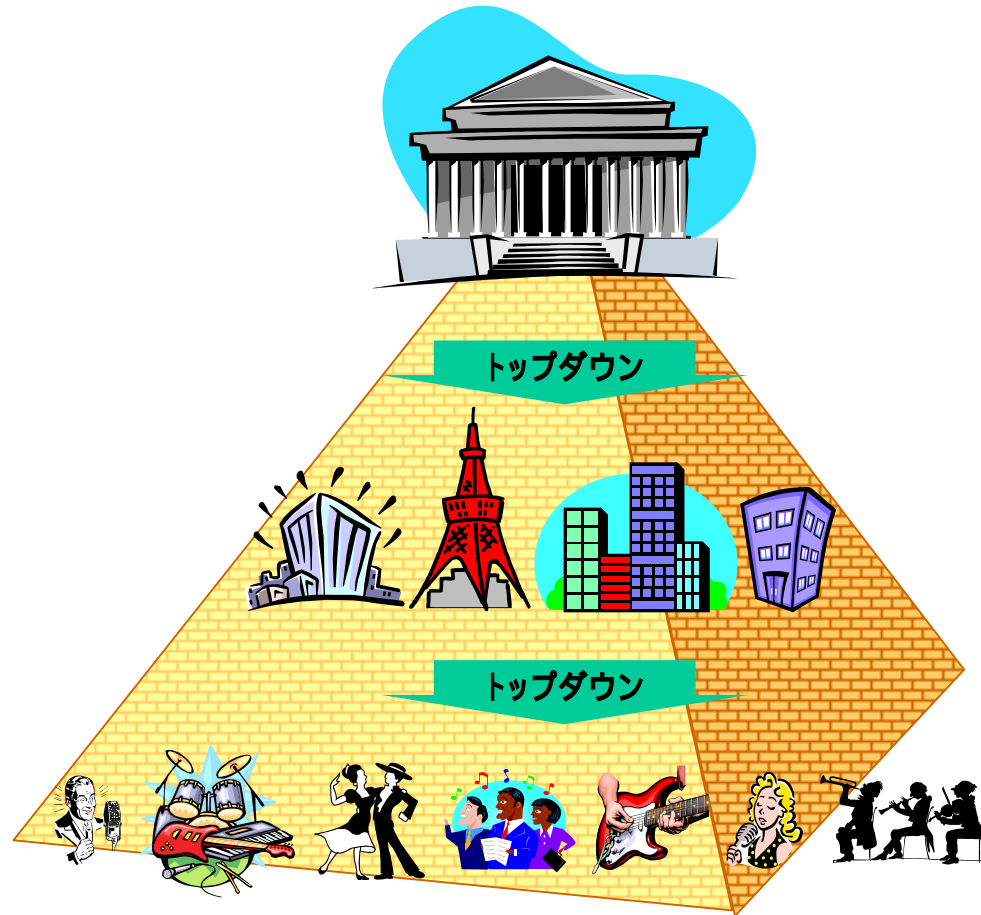
「政府に期待する支援の在り方」

“ WebCasting ” を例にとって

2002年7月29日

ソフトバンク・ブロードメディア株式会社
代表取締役 橋本太郎

今までのメディア（通信・放送）事業は、トップダウン的に“はじめにビジネスモデルありき”で始めることができた



■ 国策

- 事業関連法案の策定、また各種許認可の実施
- すなわち、官庁によるビジネスモデルの定義・運用

■ 事業者

- 法規制に則った事業の展開
- 自由度の制約はあるものの、保護された形で、寡占もしくは独占的な事業展開

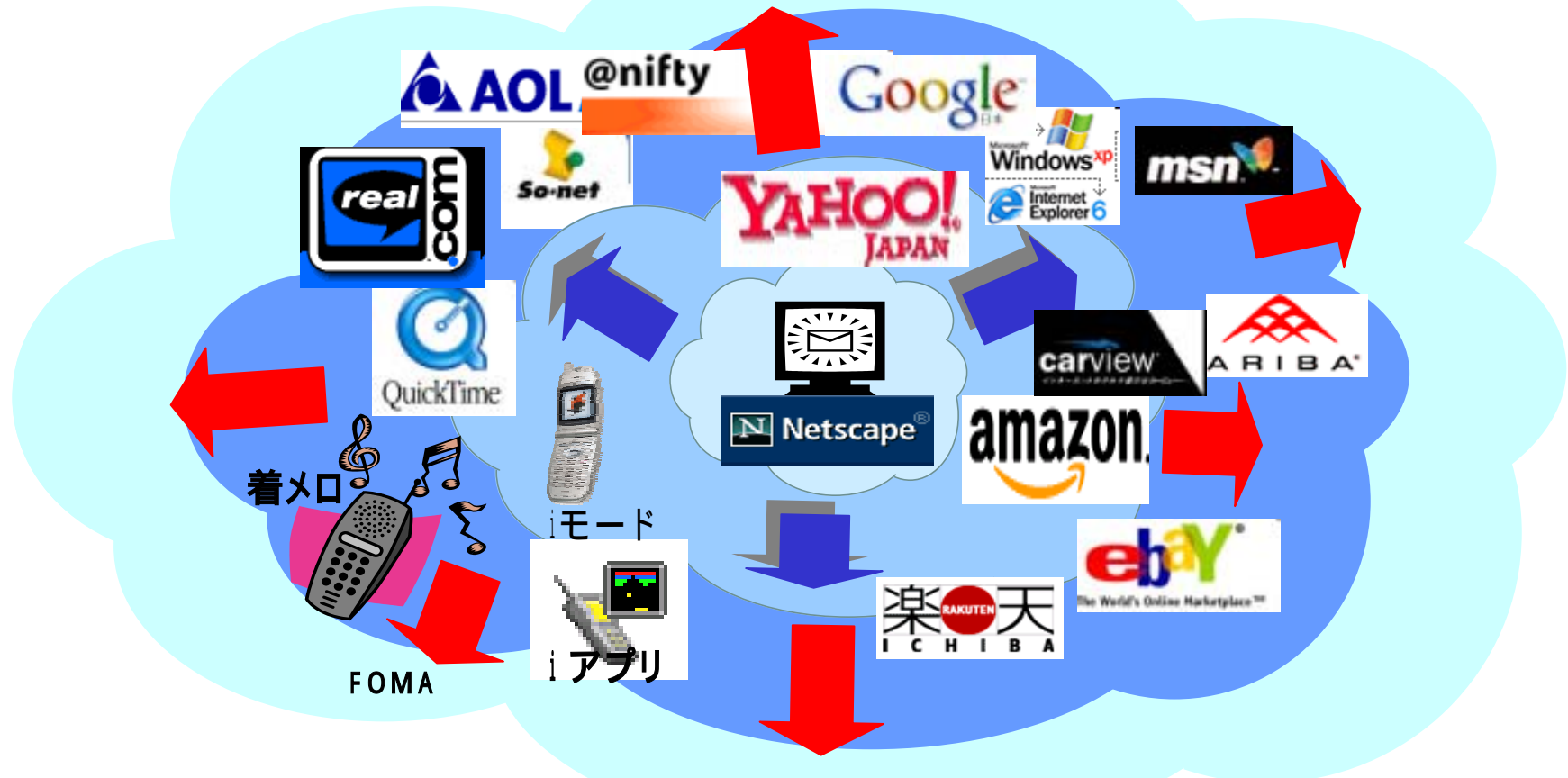
■ コンテンツ

- 与えられたビジネスモデルに沿った形での成長

- ・ 今までは、トップダウンで“ビジネスモデル”を構築することで、業界が成立・成長してきた。ある意味、外国で試行錯誤を経たビジネスモデルを雛形として、日本でもビジネスが構築できた“幸せな時代”とも言える



しかしインターネットは“複雑系”。様々なプレーヤーの参加と競争を通じ“ビジネスモデル”もどんどん進化していき、今後ブロードバンドが、これを加速する。



- たった10年前まで、インターネットとは、国立の研究機関のみが利用する、大型コンピュータとテキストのみの世界だった
- 今や携帯電話や動画にまで広がり、大企業からベンチャーまで様々な参加者を巻込む、今のインターネットの世界は、“幸せな時代”には想像もつかなかっただろう



ブロードバンド上の新たなビジネスモデルとは「自由」な発想と「自由」な競争に基づき、これから模索し進化させていくべきもの

■ インターネットに限らず、新しいメディアの登場期には・・・

- エジソンが蓄音機を発明したとき、当時の音楽関係者は猛反発。音楽家の誰もが、レコードは音楽家の収入を減らしてしまう“新しい敵”と思っていた
- 電話を発明したグラハム・ベルは、電話の用途は観劇などの情報提供と考えており、加入者同士が会話する可能性など、全く想定していなかった
- 戦後のTVの出現に、日本の映画界は所属俳優の出演を拒否。爾後の日本映画の凋落の一因となったと言われる
- ビデオデッキの販売に、ハリウッドの映画会社は猛反対。ソニーに対し8年越しの訴訟騒ぎに。しかし現在、ハリウッドの収入の半分以上はビデオから
- LDが誕生するまで、“カラオケ”という音楽の楽しみ方は、殆ど知られていなかった
- 多チャンネル放送が始まったとき、MTVのような新しい試みは、誰もが成功を予想していなかった
- 携帯電話が登場したとき、“着メロ”の誕生や流行を予測した人はいない

➤ 『守るべきものとは、一体何か？』

■ ブロードバンド上の新たなビジネスモデルとは、自由な発想と自由競争の中で、今から手探りで模索していくもの

➤ 『今こそ攻めの姿勢で切り拓く時！』

- インターネットという新しいメディアに対し、現在の知識レベルで「枠」を嵌めてしまっただけでは、将来の「市場＝収益源」を殺しかねない
- 今、仮に国主導でトップダウンで運用ルールを決めても、そのまま機能する可能性は極めて少ない



自由競争の前提として、事業者自ら著作権を尊重する「自律」的な運用ルールは不可欠

■ 著作権の尊重は最低限のモラル

- 著作者に対する敬意や報酬なしに、今後市場が健全に伸びる筈がない
- 現在、HPなどで著作権に対する無神経な行為が目につくのは極めて遺憾

■ 「自律」的な運用ルール形成が不可欠

- 「市場」の成立が著作権尊重の前提
 - 権利者が権利を主張できる「市場」が成立してこそ、著作権に対する報酬が成立する
- しかし、いくら著作権が大切と言っても、事業者が存続できない運用ルール、また利用者が納得しない運用ルールを決めてしまうと、逆に海賊版が横行する世界に
- 権利者、使用者、事業者それぞれ守るべき運用ルールが、「自律」的に形成されるのが理想
 - ビジネスモデルがトップダウンで形成されない以上、「自律」的に形成される運用ルール以外は実質的に機能しない

➤ 著作権尊重に向けては、実は“自律的な運用ルール遵守”が最も近道

- 具体的な考え方は後述

政府に支援を期待すること：基本的スタンス

- ビジネスモデルも運用ルールも、国がトップダウンで作った場合、そのままでは機能しない可能性大
- むしろ民間ベースでできてくる運用ルールを“後追い”で認定いただければ、大変ありがたいこと
- しかしながら、民間だけではうまく解決できない問題もある。例えば・・・
 - 運用ルールが不透明な場合、事業化リスクが明確にならず、そもそも事業に着手できない
 - 運用窓口などが明確にならない場合、そもそも交渉が始まらない
 - 運用ルール策定に関して、権利者・事業者・利用者の利害が対立したまま、膠着してしまう
- 民間の利害が対立した場合の調停に関しては、政府の支援を期待したい
 - 本来は民間の話し合いで新たな運用ルールができることが望ましい
 - しかし、民間での話し合いが膠着状態になった場合、高い視点から権利者・事業者・利用者の言分を調停できるのは、政府（公的機関）のみ
 - 例えば、政府が話し合いの場を設け、お互いにとって最適なビジネスモデルを構築すべく、オブザーバー的な立場からの支援をいただく、などの支援を期待したい

音楽配信の区分整理から始めよう！

ストリーミング配信、特にWebCastingの市場創造の重要性

インターネット 配信の区分	ダウンロード	ストリーミング配信	
		オンデマンド	WebCasting
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ■ ユーザーは、欲しいコンテンツを自分で探す ■ ユーザーは、コンテンツを個人のPCやプレーヤーに固定し保存し、何回でも再生可能 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ユーザーは、欲しいコンテンツを自分で探す ■ コンテンツは一回限りの提供。ユーザーは（特に操作しない限り）コンテンツを保存できない 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ユーザーは受身の視聴 ■ 特定チャンネルにチューニングできるが、流れるコンテンツは指定も予知もできず、またコンテンツも保存できない <p>➤不正コピーの心配なし</p>
例えるならば・・	<p>CDの販売</p> 	<p>CDレンタル</p> 	<p>放送(ラジオ)</p> 

性格が全く違うこの三つの配信区分を、同じ“インターネット配信”として一括りにして議論されるべきではなく、もっとWebcastingに着目する必要がある

米国は1995年の“デジタル著作権法”でWebCastingに関する運用ルールを新たに制定

■「ラジオ放送」と同じイメージのインターネット配信として、新たにWebCastingを定義

- ダウンロード、オンデマンドと「別物」として、WebCastingを“新たに定義”
 - 基本的にはいわゆる「インターネット・ラジオ局」を想定
- 著作権侵害、つまりリスナーが放送を録音する可能性、を極力排除
 - いかなる形でも番組表を流す、または番組予告をしてはならない
 - 過去の配信コンテンツをオンデマンドなどで提供してはならない
 - 同じ編成を3時間以内に放送してはならない
 - 一つの編成の中で特定のCDの中から4曲以上放送してはならない、など

■使用料の支払いスキーム（確実な権利使用料の徴収）

- 使用許諾のスキーム
 - 放送免許を持たないWebCasterは、レコード会社など権利者から使用許諾を得る必要がある
 - レコード会社は、WebCasterの依頼に応じ、「必ず」使用許諾を与える義務を負う
 - WebCasterは、（当たり前だが）権利者に確実に使用料を支払う義務を負う
- 使用料の徴収窓口として、全米レコード協会加盟各社などが“Sound Exchange”を設立
 - 全米2100レーベル、270社が参加し、2000年11月に設立。現在は全米レコード協会などの関係権利者団体の共同運営に改編。レコード会社・アーティストに収益を直分配
- 使用料率の決定は、第三者機関である著作権料率仲裁審判委員会（CARP）に委ねる

➤ 運用ルール・契約ルールを整備することにより、「新たな市場」の誕生を促した



新しい運用ルールの策定後、無数のWebCasterが誕生。ただ現在は、権利者・WebCaster・リスナーが共に満足する使用料率を模索中

■ WebCasterの百花繚乱

- 全米数千局を越える地域FM局が、全米に向けWebCastingを開始
- クラシック専門局のBeethoven.comなど、ニッチな音楽専門局の誕生
- 公共放送、地域密着放送、教育放送、宗教放送、など様々なエッジ・コンテンツが、続々登場

■ 市場拡大 = 収益機会拡大を通じた “WIN!・WIN!・WIN!”

- 権利者は、拡大する市場を新たな収益源に
- WebCasterは、お互い競争しながら、市場を拡大
- リスナーも、自分の好きな音楽やコンテンツに接する機会の増大

■ 著作権料率仲裁審判委員会(CARP)の裁定

- ただし、2002年6月20日に使用料率を勧告したものの、権利者とWebCasterの意見はまだ摺り合わず、裁判に持込まれる公算



三者三様の思惑はあるものの、市場を大きくすることで、結果として自分の取り分も大きくしようという“発想の根本”は同じ。皆が同じ土俵で努力している。



WebCasterとは、Creativity創造の一翼を担う、インターネット上のコンテンツ制作・編成者

例示

メディアの階層	WebCastingの場合	レーベルの場合	放送の場合	映画の場合
コンテンツ制作	音楽コンテンツ (外部調達)	演奏者・作詞作曲家	制作会社・俳優・脚本家	映画会社・映画監督・俳優・脚本家
コンテンツ編成	WebCaster	レーベル	テレビ局・ラジオ局	
ポータル	Yahooなど	音楽雑誌・情報誌		ピアなど情報誌
プラットフォーム	ニフティやBiglobeなどのISP	音楽スタジオ、ライブハウス	系列局（地方への配信の場合）	映画館
インフラ	NTTなどの通信会社		電波塔	

クリエイティブな世界



WebCasterは、コンテンツ制作・編成者であり、インフラやプラットフォームを提供する通信会社・ISP・ポータルのいずれとも異なったもの。また、WebCastingは、視聴者にコンテンツを提供することで対価を得る“メディア”であり、自社の広告・宣伝目的の企業HPとは全く異なる。いずれにせよ、WebCasterが栄えれば、音楽を提供する権利者も栄えることに



日本のユーザーも、実はWebCasterの登場を待ち望んでいる

■ ネット上のラジオ音楽コンテンツに対するユーザーのニーズ（ごく一例）

- 自分の聴きたい曲ばかり流れるステーションがあれば、月に数千円払うのは惜しくない(多数)
- 日本に入ってくるのが遅い欧米インディーズの音楽を聴きたい
- インストゥルメンタルばかりが流れているステーションがあったらずっと聴く
- 60年代などの古い音楽や映画音楽をまとめて聴きたい
- 特定の歌手専門のステーションなど、狭い領域のものがたくさんほしい
- ここで聞けないジャンルはない、というほど広い選択肢が欲しい
- 老父向けには尺八や懐メロ、自分にはジャズ、子供にはポップスと、家族全員で同時に聴きたい
- ライブハウス・チャンネルやストリート・ミュージシャン・チャンネルがあったら、お金を払っても聴く
- CDを買いに行く時間はないし、行っても忘れてしまう。ラジオで選択肢が広がるなら嬉しい

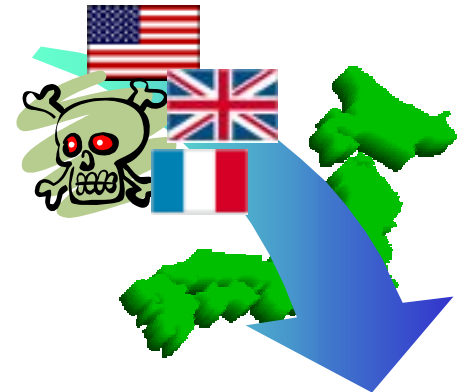
■ 音楽以外のネット上のラジオ・コンテンツに対するユーザーのニーズ（ごく一例）

- 語学の勉強に既にインターネット・ラジオを活用している
- 地方競馬やローカルのスポーツ放送の専門ステーションがあれば喜んで聴く
- 「お買い得チャンネル」や「折込チラシチャンネル」など地元スーパーや商店街のステーションが欲しい
- 「今、火を弱くしてください」などリアルタイムで教えてくれる料理番組が欲しい
- イベント情報を一日中流す「ピア・チャンネル」、天気と交通情報を一日中流すステーションが欲しい

今の日本の現状では・・・

- 送信許諾を得るプロセスでのリスクが大きく、音楽を流すことは実質不可能

- 確かにトーク番組は流せるものの、音楽のないトークは味気ないもの

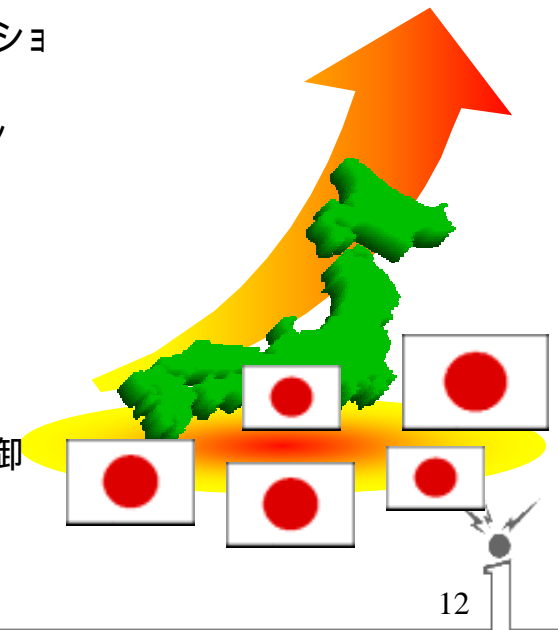


- 日本発の市場が萎縮している間に、海外発の市場に席卷されることもあり得る

- インターネットに国境はない。海外の市場でどんどん“面白いもの”が出てくるようになったら、流入を食い止めるのは不可能
 - 「健全な市場」が発展しないままだと、著作権料を払わない海賊ステーションばかりが広がる可能性も
 - 最悪の場合“世界最高のインフラ”の上を、海外コンテンツと海賊版コンテンツばかりが流れる可能性も

- 著作権を守るには、目先の損得に囚われずに、自ら発信しWebCastingという「新しい市場」を作り上げていくべき

- 先手を取って新しい市場を作り上げていくことこそが、最も効果的な防御



WebCastingという「新しい市場」の創出と発展に向けて

■ 権利者、WebCaster、リスナーが共に納得する運用ルールを

- どんな市場でも、生産者(権利者)・仲介者(WebCaster)・ユーザー(リスナー)の三者が共に満足しなくては発展しない。今こそ「市場の創出と発展」を軸に、皆が納得する運用ルール作りを

■ 「新しい運用ルール」や「新しい契約インターフェース」を検討すべき

- 運用ルールの明確化、および契約作業の簡便化なくして、WebCastingという「新しい市場」は立ち上がらない
 - 個別の数多くの事業者が、個々の楽曲使用の許諾を得るべく、個々のレコード会社と個別に交渉し、かつ個別に契約書を交わすのは、現実的には不可能かつトラブルの原因に
- 確実に権利使用料を徴収するスキームの設計を
 - 例えば放送楽曲の全数報告なども、システム的に対応可能(インターネットの利点)
 - 新たなスキーム設計を機会に、より公平な権利使用料の配分も視野に入れることも可能では？
- “安心できる事業者”という存在の確立(後述)

■ 使用料率も実態に合わせて検討すべき

- WebCastingという新しい市場がオープンした場合、小規模かつ多数の事業者がコンテンツ制作また配信を担うべく参加すると考えられる
 - 米国のインターネット・ラジオ局の多くは、小資本経営でスタートしており、“面白い”“エッジな”コンテンツの製作で、市場全体を引っ張っている
- 現在の仕組みは、少数の大資本を前提としたものではないか？ このままでは市場成長は難しい
 - 運用ルールについて、実行性に疑問の声も残る(後述)



「市場育成の視点」を持った解決策を

■ 当分は、まだまだ小さい市場

- インフラは急速に普及してきているとは言え、現在ではまだ音楽や映像などのコンテンツをブロードバンド上で楽しむ人口は必ずしも多くない
- WebCasting事業を仮に始められるようになったとしても、現在の先払いの著作権料率では、あまりに事業リスクが大きい

■ まずは市場全体の成長を優先していただきたい

- 権利者の権利は、当然尊重されるべきである。しかし同時に、回収の期間・方法を弾力的に考え、市場振興と権利価値の最大化を一致させる努力も重要と考える
- 運用ルールそのものに加え、権利料の考え方にも「市場育成」という視点を導入してはどうか
 - 例えば、権利料については、数年の間は政策的かつ暫定的な低料率を設定し、数年後の市場の拡大を待って再度改訂を義務化してみてもいいかがか
 - また併せて、現在の前払方法の課金から、実際のユーザー数に応じた課金体系を考えてみることはできないか

■ まず市場を大きく育て、そして権利者に「確実に刈り取って」いただきたい

- これら、市場育成の視点を持った解決策を早急に導入することにより、配信事業者はより大胆に事業展開が可能となる
- 結果として、市場はより急速に拡大し、権利者もより多くの利益を確保することができると思われる



権利保護に向け事業者が「自律」的に遵守すべきこと

■ 権利保護は、WebCasting事業の最低限の条件

- 権利者の持つ当然の権利への敬意と尊重は、WebCastingを始めるにあたっての最低限の前提
- 安心できる権利保護の運用ルールができてこそ、長期的な市場の発展も可能に
- **事業者自身も、権利者から見て「安心・信頼できる」存在へと脱皮が必要**

■ WebCasterが「自律」的に制定・遵守すべき運用ルール

■ 著作権尊重の「自主運用ルール」策定(案)

- 例えば“WebCasting憲章”を策定し、加盟者には著作権の尊重と、合意された運用ルールの遵守を要請。著作権を尊重しない加盟事業者は、除名処分などを検討
- 非加盟者、かつ著作権を尊重しない海賊事業者には、教育や指導、告発などの措置も

■ 事業者側の窓口一本化

- 個々の事業者が個別に権利処理を手続きするのは、権利者にとっても負担大
- 事業者側の権利処理窓口を一本化することにより、処理業務を円滑化でき、かつ運用ルールの遵守を担保できる

■ わかりやすい「契約インターフェース」の設計

- 必ずしも著作権を熟知していない新規事業者も、きちんと要点を理解し、従ってきちんと守ることのできる、新しい契約インターフェースの設計
 - 生命保険の契約インターフェースと同じ発想。わかりやすい「図表」による説明や、標準的な契約書の設計の工夫も必要



政府に期待する支援(1)：送信許諾を得るプロセスについて

■ 現在の課題：送信許諾を得るプロセスに伴う事業リスク

- 現状では送信可能化権の許諾がどこまで得られるかわからないため、そもそも事業に着手できない
 - 他の全ての権利者が合意しても、たった一人が拒否すれば、送信ができない
 - そもそも、どんな権利が随伴しているのか、その権利を処理するには誰と交渉すればよいのか、事業者側にはよくわからない
 - また問題を解決するには、どの程度の金額が請求されるかもわからない
 - あとで大きな事業リスクが顕在化する可能性がある限り、いかに有望な市場と言えども投資の決断は“不可能”

➤結果として、本来権利者に入るべき使用料も、入って来ない

■ 政府への期待：新たな「運用ルール」や「契約インターフェース」策定に向けた支援

- 事業者として期待すること
 - 新しい運用ルール： 契約により配信は原則認められ、当然ながら然るべき対価を払う
 - 契約インターフェース： 誰でも簡単に分かり、守ることができる標準的な契約書類
- 具体的には、ルールや契約インターフェースが民間の話し合いでは解決しなかった場合の、調停サポートなど

政府に期待する支援(2)：使用料設定について

■ 現在の課題：事業実態に関わらず一律の料金設定

- 権利者から見れば、同じ種類の著作物なら、全ての事業者に一律同じ値段で出す、というのはむしろ自然なこと、かもしれない
- しかし、事業者の立場からは、均一の使用料設定が必ずしも合理的でない場合が多い
 - つまり、大きな広告収入が期待できる事業者と、そうでない事業者がある
 - WebCastingでは、平均視聴者ベースが数百人レベルのニッチな専門ステーションが数多く登場することが期待される。しかし、大手WebCasterを前提とした仕組ができてしまうと、彼らは最低金額を支払うことも難しい可能性
 - 具体的には、JASRACで規定する楽曲使用の最低料金 = 1番組年間5万円も、平均視聴者数が百人未満のスタートアップのWebCasterにとっては、事業の存立を左右する負担

➤ 結果として、本来権利者に入るべき使用料も、入って来ない

- 小規模のWebCasterが視聴者の裾野が広がれば、音楽著作権使用料の徴収ベースもそれに応じて広がっていくはず。そしてニッチな分野の音楽家にも、きちんとお金が廻っていくはず
- しかし、小規模WebCasterがそもそも生存できない使用料を設定してしまった場合、いつまでたっても大規模のWebCasterが、お金を取れる楽曲を流すばかりになってしまい、なかなか著作権使用の裾野が広がらない可能性

■ 政府への期待：事業実態に応じた使用料設定に向けた支援

- 規模や事業内容に応じて、無理のない範囲で支払えるような著作権使用料率を、事業者側と権利者側の利益を最適化する形で、討議する場の設定・提供、さらに(必要ならば)料率を調整できる仕組みの構築を支援して欲しい

