

## 私的録音録画に係るクリエイターへの対価還元についての現状

平成 28 年 6 月

「クリエイターへの適切な対価還元に関する主な論点」に挙げられた 1 つ目の論点である「私的録音録画に係るクリエイターへの対価還元についての現状」を把握するため、本小委員会では、コンテンツの種類や流通態様の差異に留意しつつ、コンテンツの流通に係る契約実態や技術的動向等についてヒアリングを実施した。

私的録音に係るクリエイターへの対価還元についての現状及び私的録画に係るクリエイターへの対価還元についての現状をそれぞれ、以下のとおり整理する。

### 1. 私的録音に係るクリエイターへの対価還元についての現状

#### (1) 音楽コンテンツの流通の概観

消費者が音楽コンテンツを入手する主な流通形態として、パッケージ販売、ダウンロード型音楽配信、ストリーミング型音楽配信及びパッケージレンタルの 4 つがある。

パッケージ販売は、レコード会社が著作権者及び実演家と使用許諾契約を締結し、レコード原盤を制作する。CD ショップ等の小売店がレコード会社との販売契約により、商品を仕入れ、その商品を消費者に再販売するという流通モデルになっている。ダウンロード型音楽配信の流通モデルは、音楽配信事業者又はレコード会社が、権利者とそれぞれ使用許諾契約を締結することでダウンロード販売するコンテンツを収集し、消費者がコンテンツをダウンロードする際に課金をして購入代金を得る仕組みとなっている。ストリーミング型音楽配信については、音楽配信事業者又はレコード会社が、著作権者及びレコード会社とそれぞれ使用許諾契約を締結することでストリーミング配信するコンテンツを収集する点は、ダウンロード型音楽配信と同様であるが、消費者がコンテンツの複製物を所有するわけではなく、月額利用料を支払い配信事業者のサービスを利用してコンテンツを視聴することが基本のモデルとなっている。パッケージレンタルの流通モデルは、CD レンタルショップが、著作権者、実演家及びレコード会社とそれぞれ貸与許諾契約を締結し、レンタル商品を仕入れて消費者に貸与し、レンタル料金を得るモデルとなっている。

【音楽コンテンツの市場規模】（日本レコード協会発行「日本のレコード産業 2016」より）

<数量>

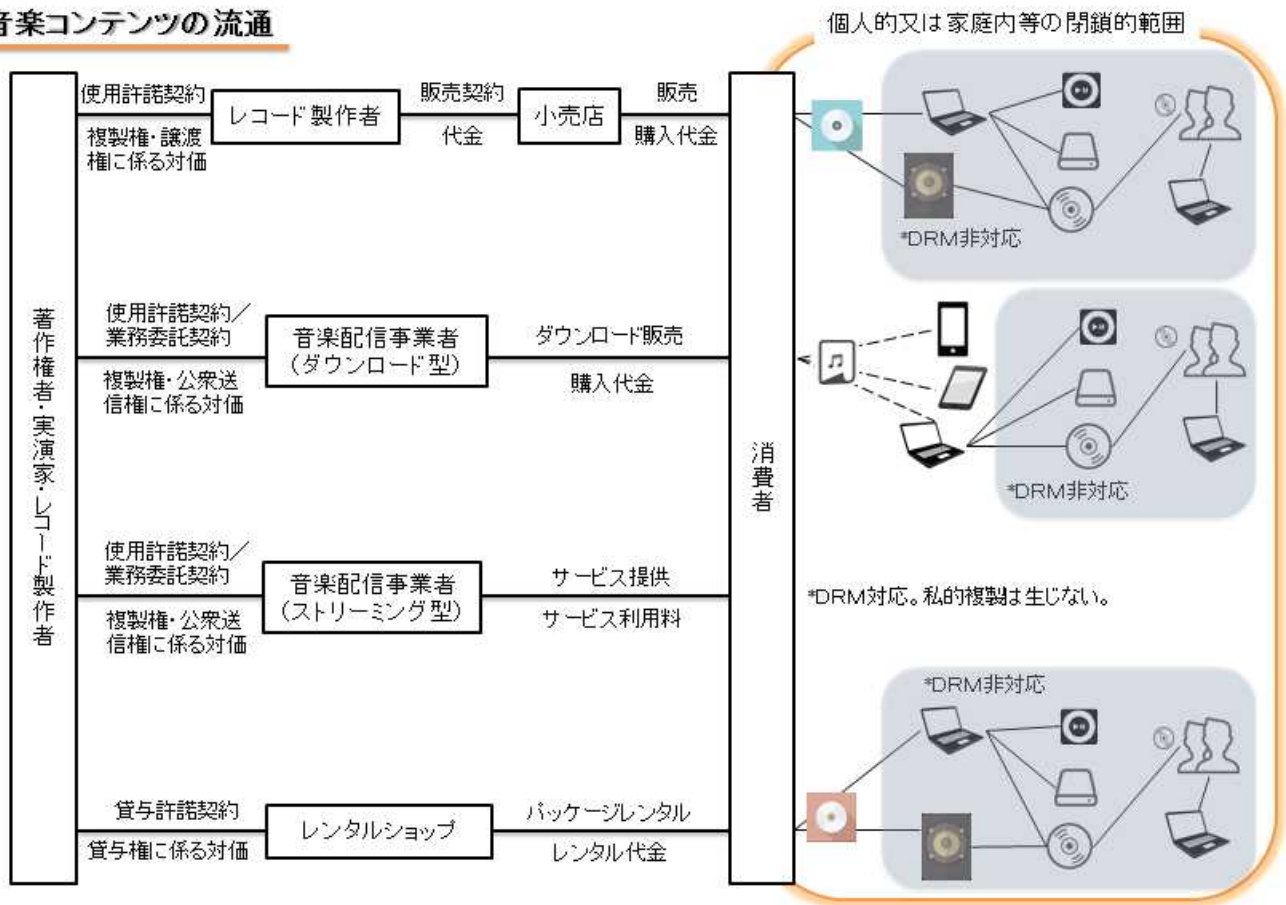
CD パッケージ（千枚） 2015 年生産実績		デジタル配信（千回） 2015 年有料音楽配信売上実績	
シングル	55,144	シングルトラック DL*	114,869
アルバム	112,696	アルバム DL	8,437
CD 合計	167,839	合計	123,306

<金額>

CDパッケージ（百万円） 2015 年生産実績		デジタル配信（百万円） 2015 年有料音楽配信売上実績	
シングル	41,688	シングルトラックDL*	18,992
アルバム	138,422	アルバムDL	9,229
—	—	ストリーミング	12,392
CD合計	180,110	合計	40,613

\*シングルトラックごとの売上実績であるため、シングルCDとは集計方法が異なる。  
また、“着うた”は含まない。

音楽コンテンツの流通



(2) DRM（デジタル著作権管理）技術

消費者がCDにより楽曲を入手するパッケージ販売やパッケージレンタルについては、消費者が入手した楽曲を複製する場合のDRM技術に対応しておらず、消費者は自由に複製することが可能である。ダウンロード型音楽配信についても、現在はDRM技術をかけずに配信しており、消費者は、購入した楽曲を自由に複製することが可能である。

一方で、ストリーミング型音楽配信については、一般的には、複製を防止する措置が講じられており、消費者が私的複製をすることはできない。

### (3) 私的録音に係る対価について

消費者が入手楽曲の複製を行うことが技術的に可能となっているパッケージ販売、ダウンロード型音楽配信及びパッケージレンタルについて、現状、私的録音に係る対価は消費者への提供価格に含められておらず、また、小売店や音楽配信事業者、レンタルショップ等が権利者に支払うライセンス料等にも、私的録音に係る対価は含められていない。

なお、ストリーミング型音楽配信については、前述のとおり、消費者が楽曲の複製を行うことが技術的にできないため、私的録音に係る対価は問題とならない。

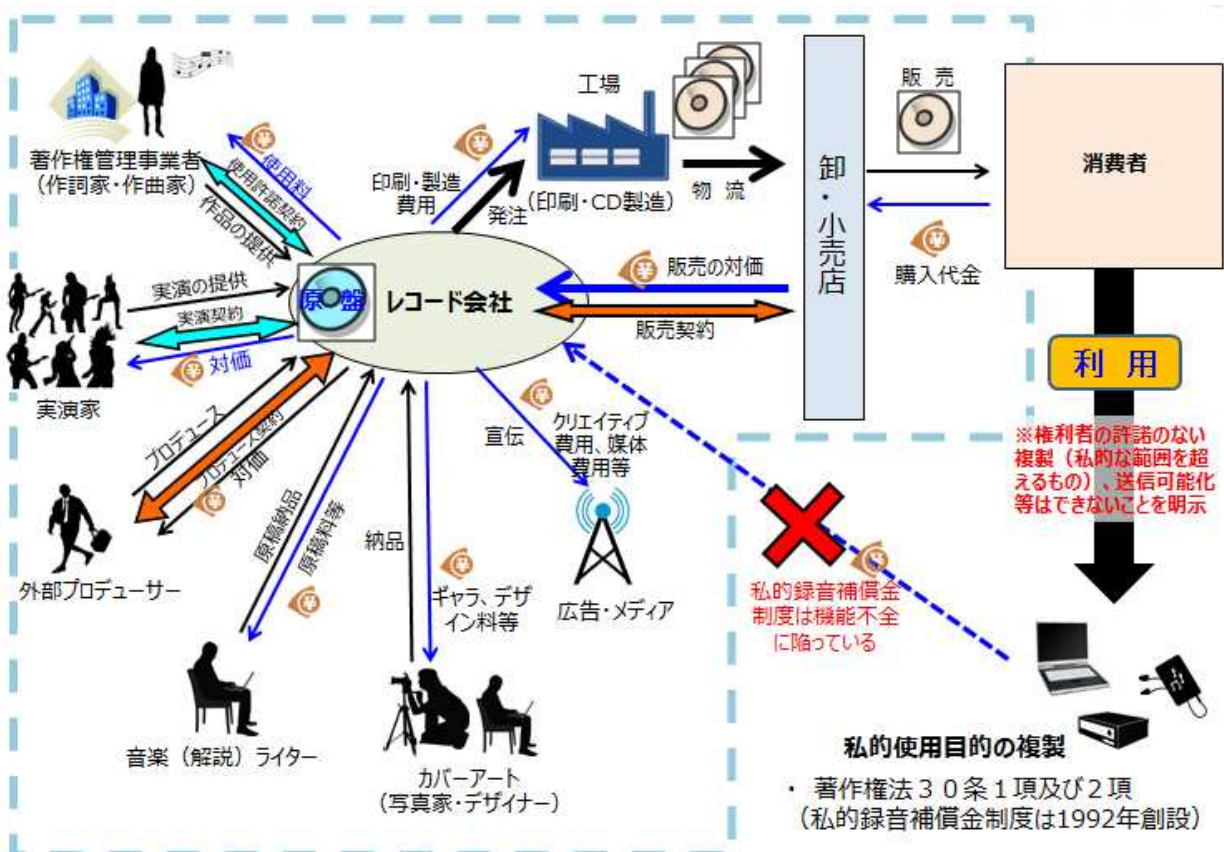
### (4) 各流通モデルにおける契約実態等

#### ①パッケージ販売

音楽パッケージの制作・流通は、一般的には、レコード会社が主体となって行われる。まず、原盤を制作するため、レコード会社は、音楽の著作権について著作権等管理事業者等と使用許諾契約を締結し、原盤制作に係る作品の複製権及び譲渡権の許諾を受ける。また、実演家とも契約をし、原盤を制作する。著作権等管理事業者等や実演家、場合によってはプロデューサー等に対して、レコード会社からはそれぞれの契約に基づいた対価が支払われる。

卸・小売店はレコード会社と販売契約を締結し、それに基づきパッケージ商品を仕入れ、小売店は仕入れた商品を消費者に再販売して代金を得ることとなる。この際の音楽パッケージの価格は、各著作権者等への複製権及び譲渡権の対価に加え、パッケージ商品の制作に要した様々な経費を考慮して決定されているが、私的録音の対価についてはこれに含められてはいない。その背景として、私的録音に係る補償は、著作権法第30条第2項に規定される私的録音録画補償金制度により担保されてきたという歴史的経緯がある。

【パッケージビジネスの流れと対価の支払い】(平成27年度第4回小委員会 レコード協会提出資料抜粋)



## ②ダウンロード型音楽配信

ダウンロード型音楽配信の契約形態は、レコード会社が配信業務を配信事業者に委託する業務委託契約と配信業者がレコード会社の許諾を受けて楽曲を配信する原盤使用許諾契約の2種類が主流となっている。業務委託契約の場合には、レコード会社がダウンロード代金を決定し、販売手数料等を配信事業者に支払うこととなる。また、楽曲の著作権使用料は、レコード会社が著作権等管理事業者等に支払うこととなる。原盤使用許諾契約の場合には、配信事業者がダウンロード代金や配信態様を決定し、契約に基づきレコード会社に使用料を支払う。この場合には、楽曲の著作権使用料は配信事業者が支払うこととなる<sup>1</sup>。

配信事業者の多くは、かつては1課金1ダウンロードでDRM技術をかけてサービスを提供していたが、現在は、消費者の利便性向上のため、1課金につき複数台のデバイスでダウンロードが行えるサービス(マルチデバイス・ダウンロード)を提供している。また、ダウンロードした楽曲にはDRM技術が施されていないため、消費者は自由に私的複製を行えることとなっている。

権利者から配信事業者に対する許諾の範囲は、事業者の行う複製、公衆送信、消費者が楽曲をダウンロードする際に生じる複製である。これに対し、ダウンロード後に生じる消費者の私的録音は私的複製に該当するとして契約には含まれていない。

なお、1課金1ダウンロードを実施していた時期の1曲あたりの価格と、DRM技術を解除しマルチデバイス・ダウンロードを実施している現在の1曲あたりの価格を比較すると、現在の価格の方が低い。

## ③ストリーミング型音楽配信

ストリーミング型音楽配信についても、ダウンロード型音楽配信と同様に、業務委託契約と原盤使用許諾契約の2種類が主流となっている。

ストリーミング型音楽配信については、DRM保護技術ではなく、データ伝送経路に暗号をかけることで、データが複製されないようなセキュリティ技術が実装されている。

また、多くのストリーミング型音楽配信サービスにおいては、1課金につき1IDを発行し、IDとパスワードが認証されればサービスを楽しむことができるとなっており、結果として、異時に複数デバイスでのサービス利用が可能となっている。

## ④パッケージレンタル

パッケージレンタルについては、CDレンタル店が、著作権、実演家の権利、レコード会社の権利について、それぞれ著作権等管理事業者から貸与に係る許諾を得てサービスを実施している。著作権については、店舗基本使用料に売上にに基づき算出した使用料を加えた額がJASRACに支払われており、実演家の権利については、店舗ごとの月額固定使用料及びCDの仕入れ時に1枚ごとに上乗せされた使用料が芸団協に支払われている。また、レコード製作者の権利については、CDの仕入れ時に1枚ごとに使用料が上乗せし

<sup>1</sup> ダウンロードに係る著作権使用料について、一部の管理事業者において、DRM技術を施す場合の使用料率を低く設定している場合がある。これは、配信事業者がDRM技術を施すにあたってのコストを負担していることに鑑み、一定の控除を設けるという趣旨によるものだと説明されている。

て徴収されており、レコード協会に支払われている。

権利者からレンタル店に対する許諾の範囲は、貸与権のみであり、レンタルCDを消費者が複製する行為は私的複製に該当するため、使用許諾契約の範囲外である。

【CDレンタルに係る対価の支払い】（平成27年度第4回小委員会 CDV-JAPAN提出資料抜粋）



## 2. 私的録画に係るクリエイターへの対価還元についての現状

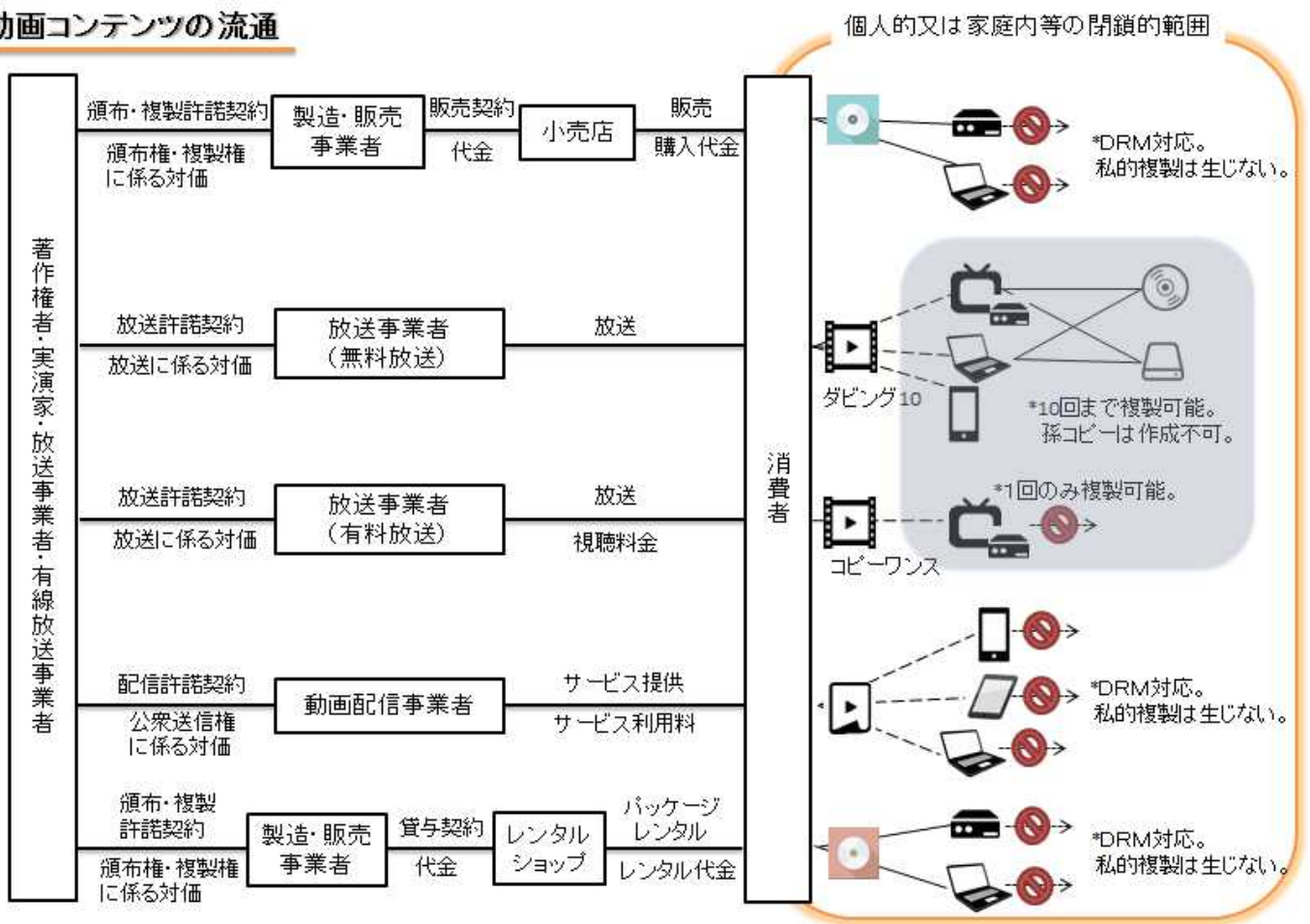
### (1) 動画コンテンツの流通の概観

消費者が動画コンテンツを入手する主な流通形態として、パッケージ販売、無料放送、有料放送、動画配信及びパッケージレンタルの5つがある。

パッケージ販売については、DVD等のパッケージの製造・販売事業者が権利者の許諾を得てパッケージを製作し、これを小売店が消費者に販売する流通モデルとなっている。無料放送及び有料放送については、放送事業者が著作権者等から放送の許諾を得て動画コンテンツを自社制作するなどして、消費者に対し無料又は有料で放送する。動画配信は、配信事業者が配信許諾契約を映画製作者等と締結し、多くの場合有料で消費者に対して動画コンテンツを配信するモデルとなっている。パッケージレンタルは、DVD等のパッケージの製造・販売事業者が権利者の許諾を得てパッケージを製作してレンタルショップにこれを貸与し、レンタルショップが消費者にレンタルするモデルである。

動画コンテンツのうち、特に商業用映画については、映画館等での興行後、5タイプの流通モデルにおいて二次利用を行うことで、投下資本を回収し収益の最大化を図るといふ特徴を有しており、それぞれの流通モデルにおいて複製をコントロールすることによりビジネス上の利益を確保するという要請が強い。

### 動画コンテンツの流通



## (2) DRM技術

動画コンテンツについては、放送による流通モデルを除いては、DRM技術により消費者が私的複製を行うことを禁止する措置がとられている場合がほとんどである。放送におけるDRM技術は関係者により取り決められたARIB TR-B15「BS/広帯域CS デジタル放送運用規定」(下表参照)に従い導入されており無料放送の場合と有料放送の場合とで異なる。無料放送については、孫コピーを禁止し複製の回数を10回までに限定する、ダビング10のルールが採用されている。一方、有料放送については、一般的には、複製の回数を1回に限定するコピーワンスのルールが採用されている(ペーパービューについては、コピーネバーのルールを採用する場合もある)。

### 【ARIB TR-B15「BS/広帯域CS デジタル放送運用規定」】

(平成27年度第5回小委員会 スカパーJSAT 株式会社提出資料抜粋)

#### 5.4 コンテンツ保護に関する運用規定

##### 5.4.1 送出運用規定

- デジタルコピー制御記述子の copy\_control\_type が01の時は、表5-3に示す規定に従って運用すること。

表5-3 コンテンツ保護に関する運用規定

サービス形態	デジタルコピー制御情報を用いた世代制限			出力保護	個数制限 コピー可
	制約条件なしにコピー可	1世代のみコピー可	コピー禁止		
有料放送					
ペーパービュー*4 ・1番組や特定の番組群に視聴料を支払う	運用可	運用可	運用可	運用可*2	運用可*3
月額め等有料放送	運用可	運用可	運用不可	運用可*2	運用可*3
コンテンツ保護を伴う無料番組	運用可	運用可	運用不可	運用可*2	運用可*3
上記以外*1	運用可	運用不可	運用不可	運用不可	運用不可

\*1: 無料かつコンテンツ保護を伴わない番組の場合が該当する。  
 \*2: デジタルコピー制御情報が「制約条件なしにコピー可」の場合にのみ運用可能。  
 \*3: デジタルコピー制御情報が「1世代のみコピー可」の場合にのみ運用可能。  
 \*4: 本表におけるペーパービューとは、編成番組毎(シリーズを含む)で料金設定が可能なサービスをいう。したがって、STD-B25 第1部 2.1.3 料金設定方式に記載されるペーパービュー(Impulse PPV)のみならず、ティアによる Call Ahead PPV も含まれる。

## (3) 私的録画に係る対価について

動画コンテンツの流通においては、技術的に、私的録画が生じ得る場面は放送に限定されている。そのため、無料又は有料放送以外の3モデルにおいては、私的録画が行われることはなく、私的録画に係る対価は問題とならない。放送においては、上述のとおり、無料放送でダビング10が、有料放送でコピーワンスが採用されることが一般的であるが、放送事業者から権利者に支払われる対価は放送に係る対価であり、消費者の行う私的録画に係る対価は含まれていない。

## (4) 各流通モデルにおける契約実態等

### ①パッケージ販売

パッケージ販売の場合、DVD等のパッケージの製造・販売会社は、映画製作者等と頒布・複製許諾契約を締結した上で、パッケージ小売店と販売契約を締結して、小売店に販売をする。消費者がパッケージを購入する代金は、製造・販売会社が権利者に支払う使用料を含めた対価として設定される。

## ②無料放送

無料放送においては、放送事業者は、著作者や実演家、レコード会社、映画製作者等から放送の許諾を得て使用料等を支払う。無料放送の場合は、消費者が視聴に際しての対価を支払うことはなく、放送事業者は広告収入により放送事業を行っていることから、権利者への対価の支払いは、広告収入を基に行われることとなる。放送事業者が権利者から得る使用許諾の範囲は、消費者の行う録画行為の対価は含まれていない。

## ③有料放送

有料放送についても、無料放送の場合と同様に、放送事業者は権利者と放送許諾契約等を締結し<sup>2</sup>、放送に係る対価として権利者に使用料を支払っている。無料放送と異なる点は、消費者から直接、放送に係る対価を徴収している点である。

## ④動画配信

動画配信は、動画配信事業者が権利者と配信許諾契約を締結し、公衆送信に係る対価を権利者に支払う。動画配信事業者は、消費者から配信に係る対価を収受するか、無料動画配信の場合には広告収入を得ている。配信される動画コンテンツにはDRM技術が施されており、多くの場合、複製を行うことは禁止されているため、私的録画に係る対価は問題とならない<sup>3</sup>。

動画配信には、ユーザーが視聴権を購入するセル形式のモデル（EST）、視聴期間が限定されたレンタル形式のモデル（TVOD）、期間内定額の複数コンテンツ見放題モデル（SVOD）、広告附帯形式の無料配信モデル（AVOD）の4つの分類があると言われている。

商業用映画の収入として大きいモデルはESTモデルである。ESTモデルにおいて消費者が動画コンテンツを視聴する方法は2種類あり、動画コンテンツをダウンロードしデバイスに保存した上で視聴する方法と、ダウンロードとストリーミングを併用し、通信環境が良好な場合はストリーミングで視聴し、通信環境の悪い場所ではダウンロードデータを視聴するという方法である。ダウンロード形式の場合には、ダウンロードした動画コンテンツが複製できないようDRM技術が施されている。ストリーミング形式の場合には、公衆送信されるデータを複製できないようDRM技術が施されている。いずれの視聴形式も共通して、視聴者にIDを発行し、認証されたデバイスでなければ視聴できない仕組みを

<sup>2</sup> 有料放送番組について、映画作品を提供するか否かを判断するにあたって、DRM技術によるコピー制限の程度が判断要素の一つになる場合がある。

<sup>3</sup> 一部のサービスにおいて、ダウンロードした動画を特定のメディアにムーブできる機能を持つものがある（いわゆるコピーができるわけではない）。この場合には作品を提供するか否かを判断するにあたって、DRM技術によるコピー制限の程度が判断要素の一つとなりうる。



採用するサービスが標準となっている。

また、近年成長著しいモデルがSVODモデルであるが、SVODモデルにおいても、ストリーミングの際に送信データを複製できないようDRM技術が施されていることから、私的録画に係る対価は問題とならない。

#### ⑤パッケージレンタル

パッケージレンタルについては、DVD等のパッケージの製造・販売事業者は、映画製作者等と頒布・複製許諾契約を締結し、レンタルショップは製造・販売事業者と貸与契約を締結して、レンタルショップが消費者にDVD等のパッケージをレンタルする。製造・販売事業者とレンタルショップ、レンタルショップと消費者の間でそれぞれ行われるパッケージのレンタルについては、映画製作者等と製造・販売事業者の間の契約で処理されている。消費者がパッケージのレンタルを受ける代金は、レンタルショップ及び製造・販売会社を通じて権利者に支払う使用料を含めた対価として設定される。

(以上)