

# クリエイターへの適切な対価還元

2017年11月29日

一般社団法人 電子情報技術産業協会

法務・知的財産部会

著作権専門委員会

## 本小委員会の審議事項 「クリエイターへの適切な対価還元等 に関すること」

現行制度を取り巻く環境変化を紹介しつつ、契約と技術を利用した適切な対価還元によるWin-Winの世界が実現していることを紹介します

## 1. 問題提起

### ① 世の中で何が起きているのか

「総体として大量に私的複製が生じている」のか

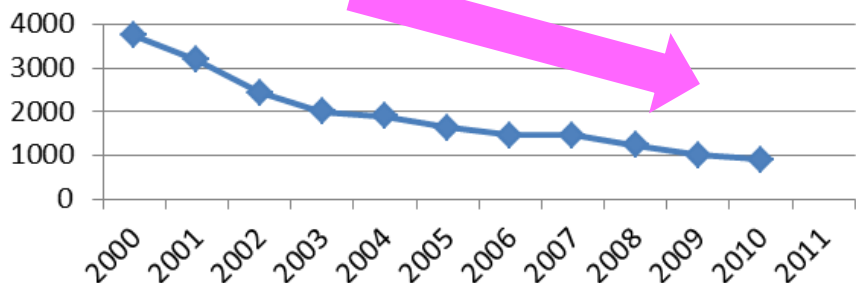
### ② 諸外国はどのような状況なのか

補償金制度は「国際的にみれば、国民的な納得感がみられる制度」なのか

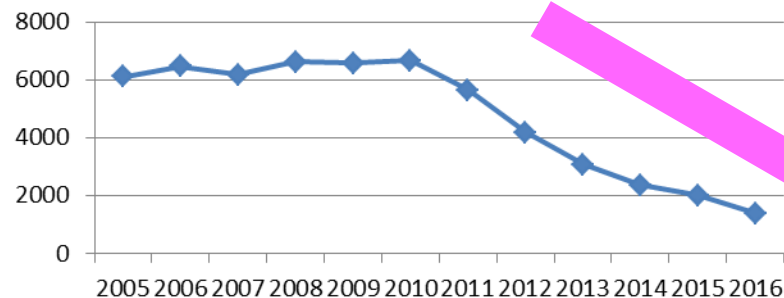
## 2. 目指すべき方向性

# 関連製品の出荷統計①

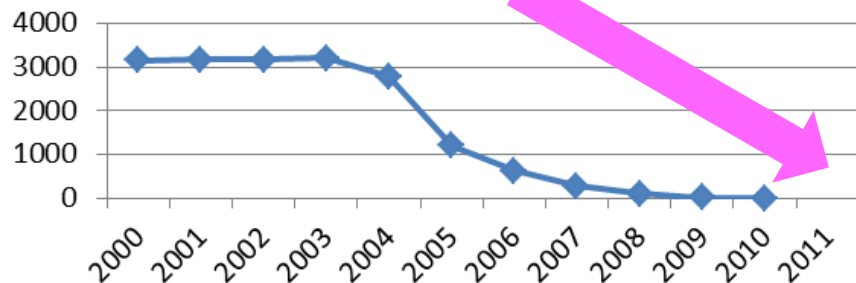
## ラジカセ(単位:千台)



## デジタルオーディオプレーヤ (単位:千台)



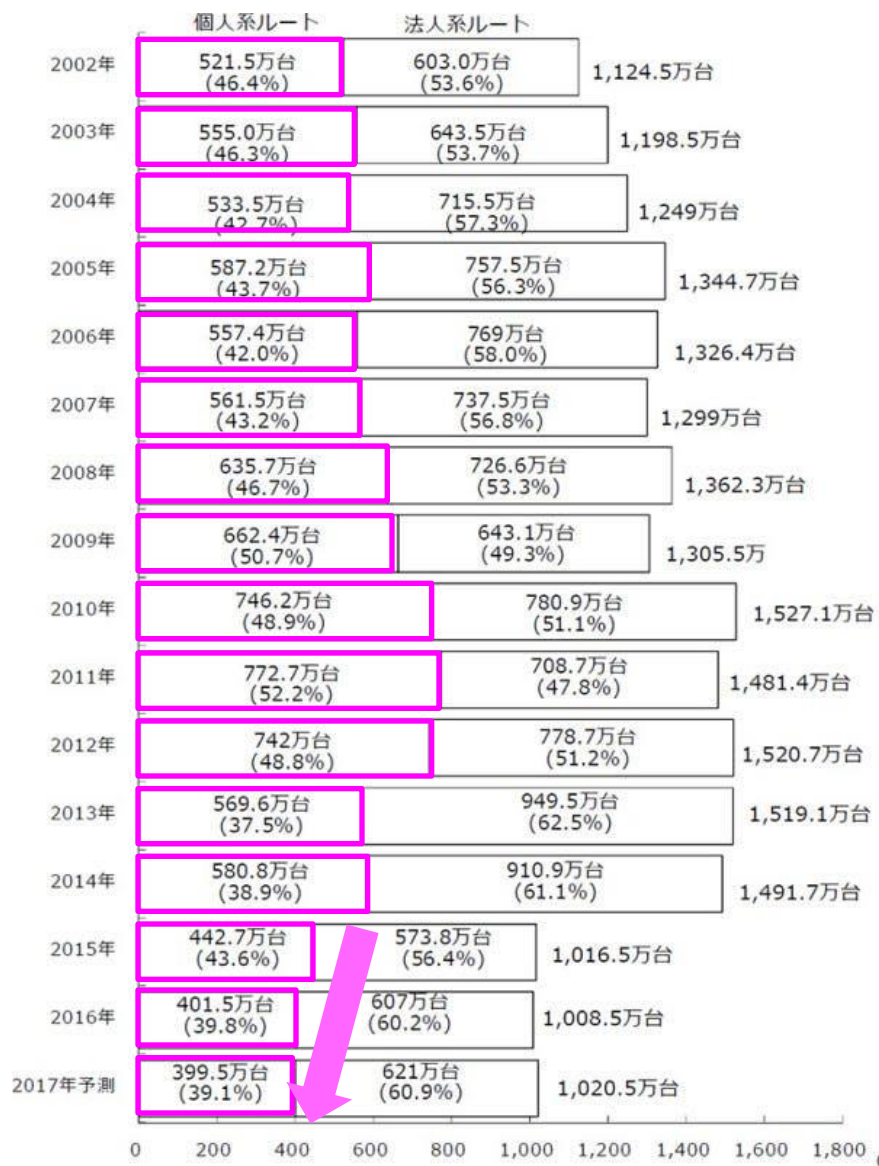
## MD(単位:千台)



JEITA民生用電子機器国内出荷統計より

ラジカセは4分の1、MDは市場消滅、  
デジタルオーディオプレーヤも3分の1以下に激減。

# 関連製品の出荷統計② (パソコン)



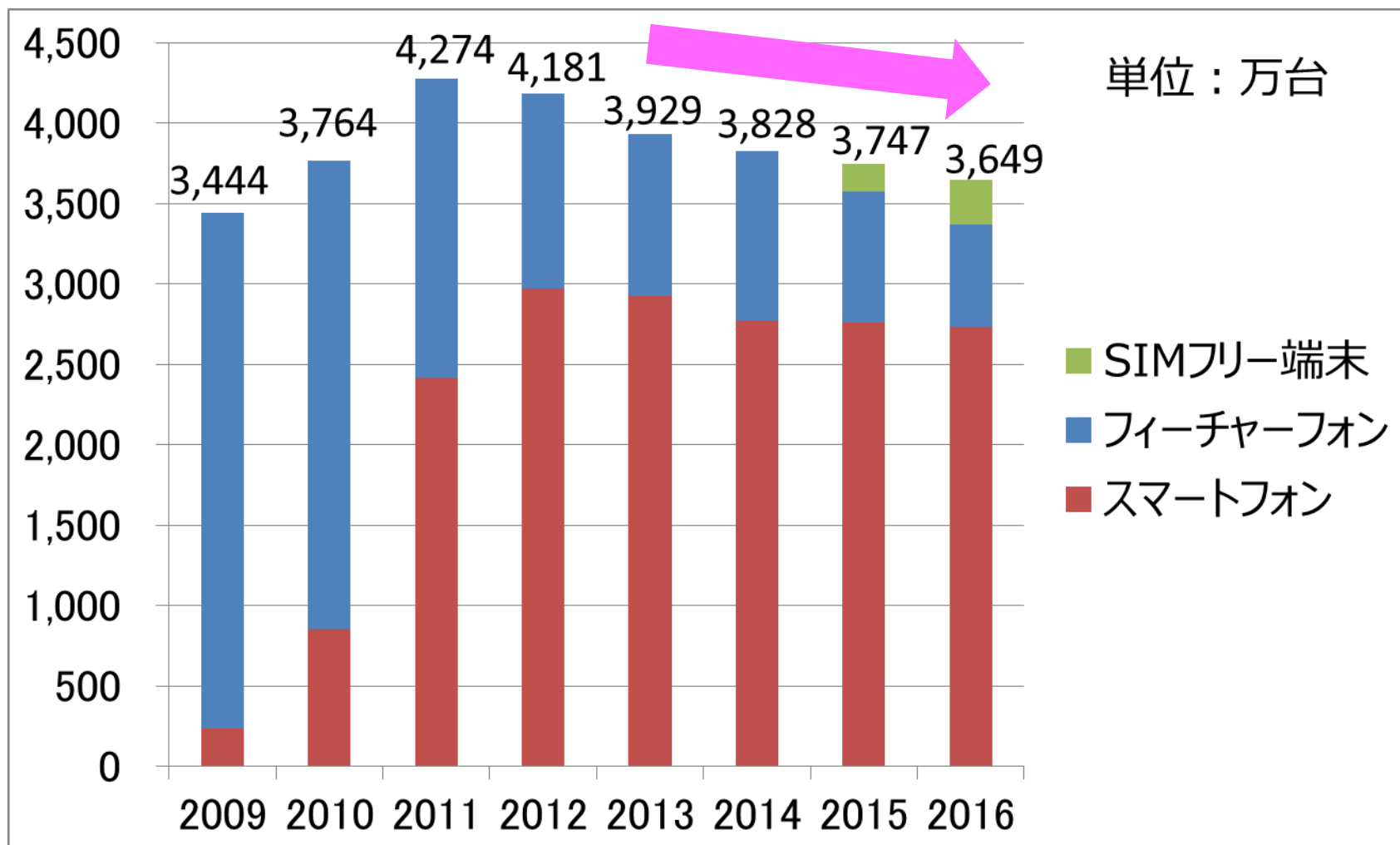
日経トレンドネット「3年ぶりにプラスに転じたパソコン市場 復活は本物？」(2017/4/24)

<http://style.nikkei.com/article/DGXMZO15401510X10C17A4000000?channel=DF260120166490>

※左図：MM総研調べ（強調は筆者による）

パソコン個人向けルートも縮小が続く。

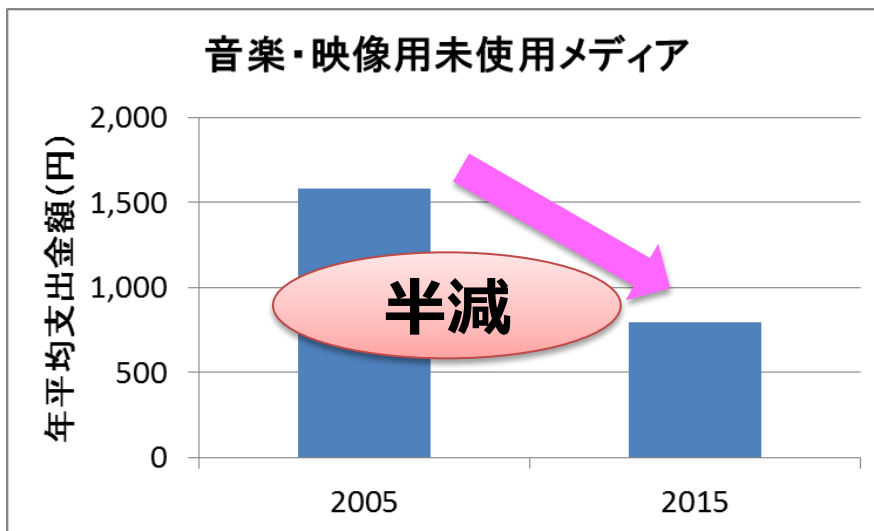
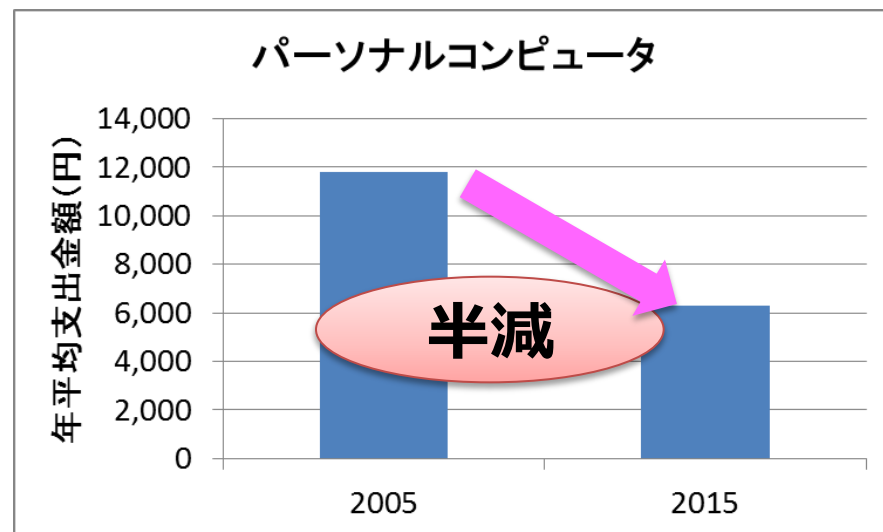
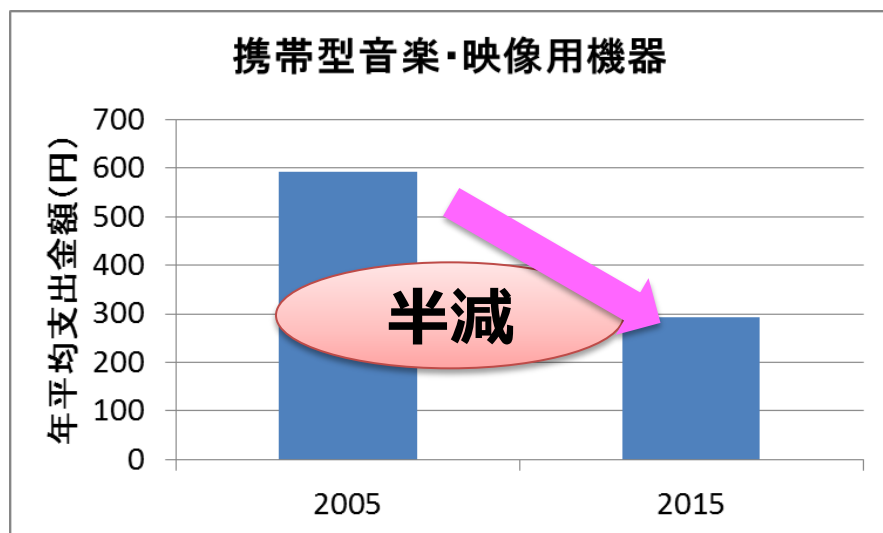
# 関連製品の出荷統計③（携帯電話）



MMRI「国内携帯電話端末出荷概況（2009年～2016年）」<https://www.m2ri.jp/news/detail.html?id=239> ほかより  
 (但し、2015年のSIMフリー端末は2016年公表値を元に計算し、追加。)

**携帯電話も減少傾向。スマートフォンも既に頭打ち。**

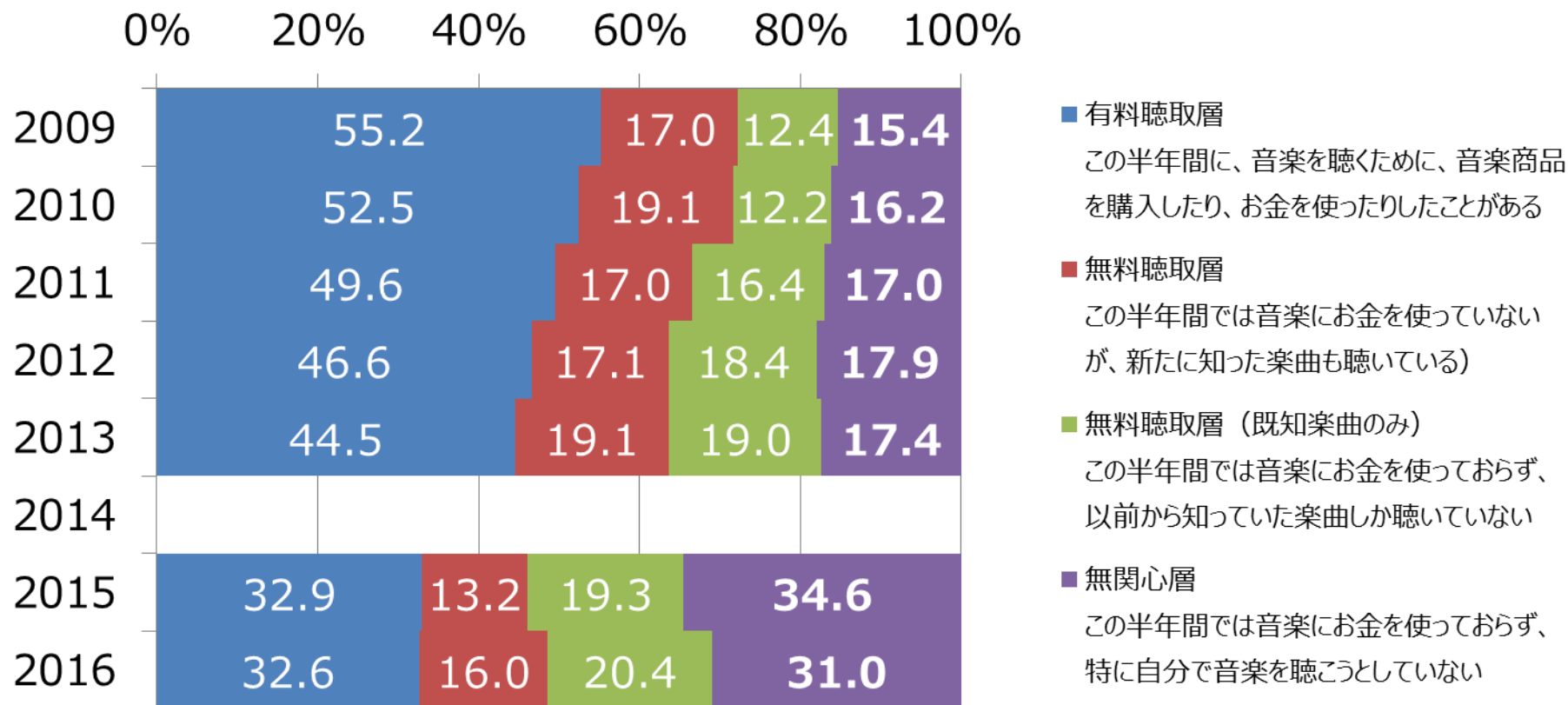
# 消費支出動向からも同じ傾向が読み取れる



出典：総務省統計局「家計調査(家計収支編)」, <http://www.stat.go.jp/data/kakei/2.htm>

私的複製に用いられる「機器への消費支出」は10年前から激減。

# 進む音楽離れ



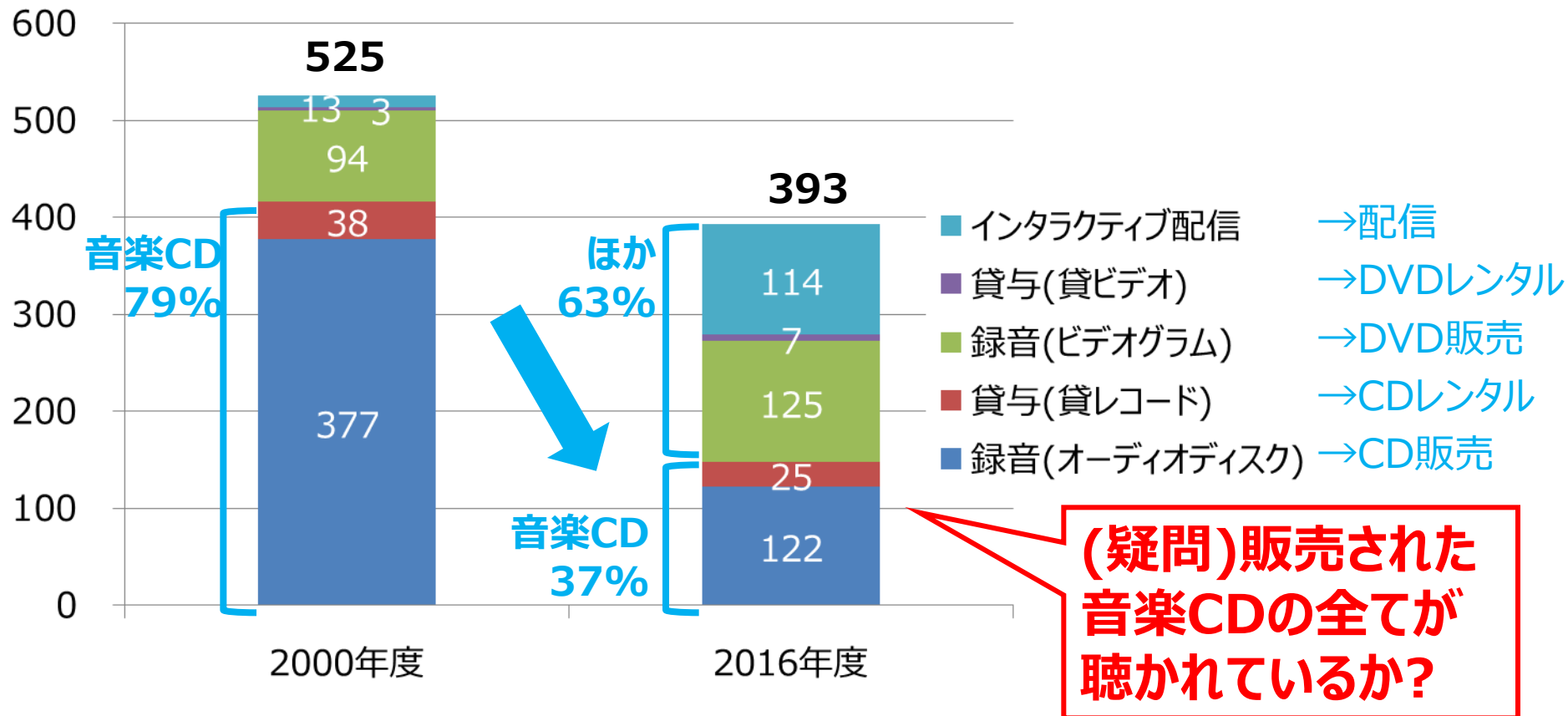
日本レコード協会「音楽メディアユーザー実態調査」(2013年度・2015年度・2016年度)  
<http://www.riaj.or.jp/f/report/mediauser/>

**音楽に関心の無い層が2年連続で3割超え。**



# 音楽CDの相対的地位低下


## JASRAC著作権使用料（億円）



「2000年度JASRAC事業の概要」([http://www.jasrac.or.jp/release/01/05\\_2.html](http://www.jasrac.or.jp/release/01/05_2.html))、及び  
「2016年度事業報告」([http://www.jasrac.or.jp/profile/disclose/pdf/2016/2016\\_report01.pdf](http://www.jasrac.or.jp/profile/disclose/pdf/2016/2016_report01.pdf))より

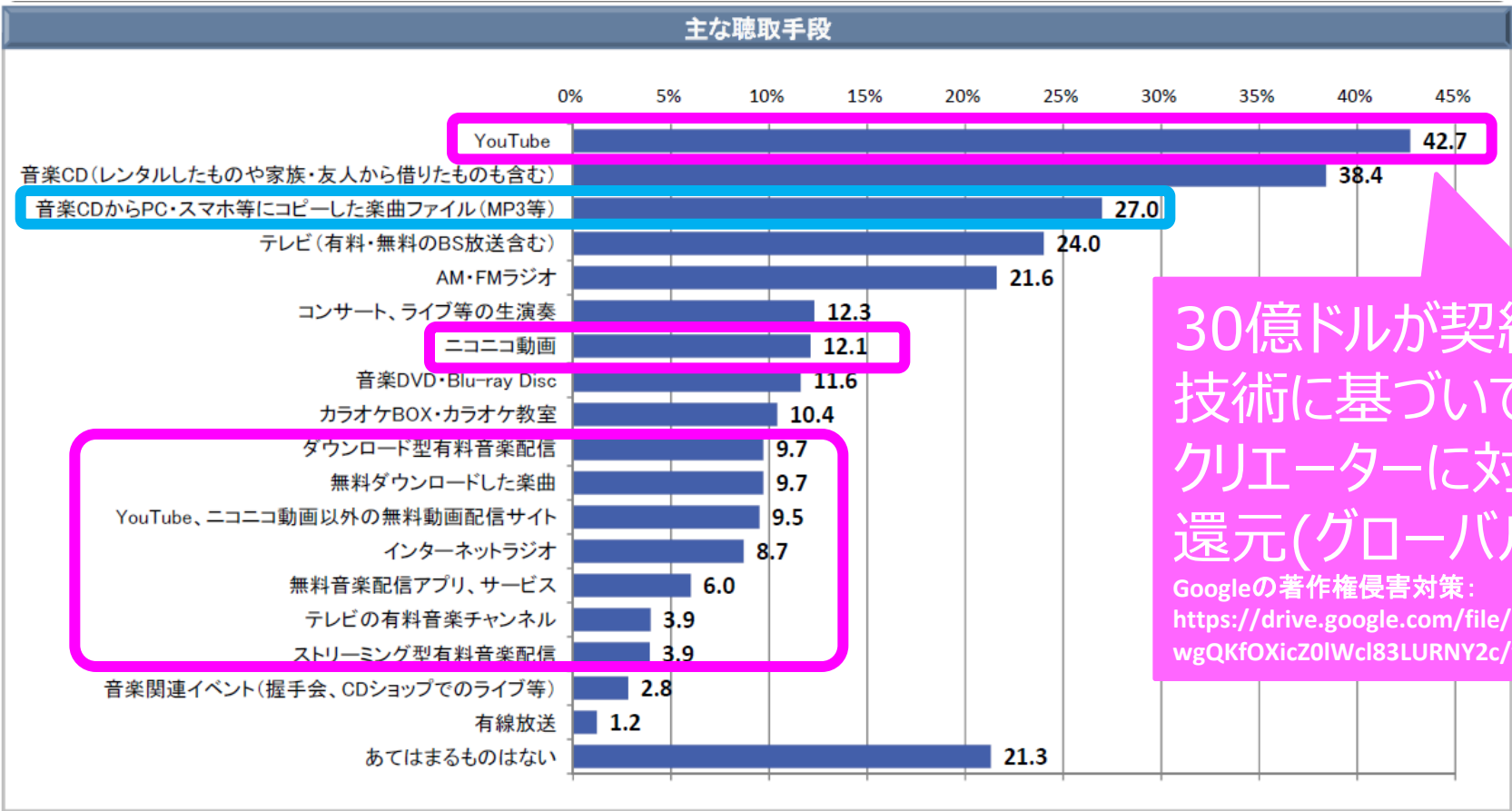
音楽CDはかつては8割を占めたが、今や3分の1に過ぎない

# 他のランキングと全く異なるCDランキング

	オリコン CDシングル 2015年間ランキング	レコチョク ランキング 年間ランキング2015	2015 年間USEN HIT J-POPランキング
1	僕たちは戦わない(AKB48) 	R.Y.U.S.E.I.(三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE)	R.Y.U.S.E.I.(三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE)
2	ハロウィン・ナイト(AKB48) 	Dragon Night(SEKAI NO OWARI)	あなたに恋をしてみました(chay)
3	Green Flash(AKB48) 	あったかいんだからあ♪(クマムシ)	もしも運命の人がいるのなら(西野カナ)
4	唇にBe My Baby(AKB48) 	もしも運命の人がいるのなら(西野カナ)	私以外私じゃないの(ゲスの極み乙女。)
5	コケティッシュ渋滞中(SKE48) 	Darling(西野 カナ)	Dragon Night (SEKAI NO OWARI)
6	今、話したい誰かがいる(乃木坂46) 	シェイク・イット・オフ～気にしてなんか いられないっ!!(テイラー・スウィフト)	君がくれた夏 (家入レオ)
7	太陽ノック(乃木坂46) 	君がくれた夏(家入レオ)	あったかいんだからあ♪(クマムシ)
8	命は美しい(乃木坂46) 	トリセツ(西野カナ)	Summer Madness(三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE)
9	青空の下、キミのとなり(嵐)	ひまわりの約束(秦 基博)	夜空。feat. ハジ→ (miwa)
10	Don't look back ! (NMB48) 	Happiness(シエネル)	トリセツ (西野カナ)
	<a href="http://www.oricon.co.jp/special/48546/2/">http://www.oricon.co.jp/special/48546/2/</a>	<a href="http://recochoku.jp/special/100350/">http://recochoku.jp/special/100350/</a>	<a href="http://www.usen.com/news/release/2015/20151207_64.html">http://www.usen.com/news/release/2015/20151207_64.html</a>

ひとりで複数枚のCDを買う社会現象はランキングを塗り替えるほど大規模  
CD100枚が買われても、大量の私的複製が生じるわけではない

# 主な聴取手段のトップはYouTube



30億ドルが契約・技術に基づいてクリエイターに対価還元(グローバル)  
 Googleの著作権侵害対策:  
[https://drive.google.com/file/d/0B\\_gwgQKfOXicZ0IWcl83LURNY2c/view](https://drive.google.com/file/d/0B_gwgQKfOXicZ0IWcl83LURNY2c/view)

4 ベース:全員

日本レコード協会「2016年度音楽メディアユーザー実態調査」(2017年4月)より  
<http://www.riaj.or.jp/f/report/mediauser/2016.html>

聴取手段トップはYouTube、それ以外にも多様な配信サービス。  
 コピーしたものを聴いている人は今や3割以下。

# 1 ①「今何が起きているのか」

メーカーの  
関連機器の  
出荷台数

大幅減少

消費者の  
関連機器への  
消費支出

大幅減少

音楽離れ  
配信の台頭

音楽CDの地位  
大幅低下

技術・契約  
による  
対価還元

既に主流

こうした状況を踏まえて  
クリエイターへの対価還元を考えるべき

# 1. 問題提起

① 世の中で何が起きているのか

「総体として大量に私的複製が生じている」のか

② 諸外国はどのような状況なのか

補償金制度は「国際的にみれば、国民的な納得感がみられる制度」なのか

# 2. 目指すべき方向性

# 世界の補償金制度の導入状況

補償金制度/徴収額		国数	
導入国	€100万以上	18	イタリア、オーストリア、オランダ、 <b>カナダ</b> 、クロアチア、スイス、スウェーデン、スロバキア、チェコ、デンマーク、 <b>ドイツ</b> 、ハンガリー、 <b>フランス</b> 、ベルギー、ポーランド、ポルトガル、リトアニア、 <b>ロシア</b>
	€100万未満*1	17	<b>アメリカ合衆国</b> 、ウクライナ、エストニア、ギリシャ、スロベニア、 <b>日本</b> 、パラグアイ、ブルガリア、ラトビア、 <u>アイスランド</u> 、 <u>エクアドル</u> 、 <u>コートジボワール</u> 、 <u>スペイン</u> 、 <u>ナイジェリア</u> 、 <u>ブルキナファソ</u> 、 <u>モロッコ</u> 、 <u>ルーマニア</u>
非導入国*2		139	アイルランド、アゼルバイジャン、アラブ首長国連邦、アルジェリア、 <b>アルゼンチン</b> 、アルバニア、アルメニア、アンティグア・バーブーダ、アンドラ、イエメン、 <b>イギリス</b> 、イスラエル、 <b>インド</b> 、 <b>インドネシア</b> 、ウズベキスタン、ウルグアイ、エジプト、エルサルバドル、 <b>オーストラリア</b> 、オマーン、カーボベルデ、ガイアナ、カザフスタン、カタール、ガーナ、ガボン、カメルーン、ガンビア、 <b>韓国</b> 、北朝鮮、ギニア、ギニアビサウ、キプロス、キューバ、キルギス、グアテマラ、クウェート、クック諸島、グルジア、グレナダ、ケニア、コスタリカ、コモロ連合、コロンビア、コンゴ、コンゴ民主共和国、 <b>サウジアラビア</b> 、サモア、サントメ・プリンシペ民主共和国、ザンビア、ジブチ、ジャマイカ、シリア、シンガポール、ジンバブエ、スーダン、スリナム、スリランカ、スワジランド、赤道ギニア、セネガル、セルビア、セントクリストファー・ネイビス、セントビンセント・グレナディーン、セントルシア、タイ、タジキスタン、タンザニア、チャド、中央アフリカ、 <b>中国</b> 、チュニジア、チリ、ツバル、トーゴ、ドミニカ共和国、ドミニカ国、トリニダード・トバゴ、トルクメニスタン、トンガ、ナミビア、ニウエ、ニカラグア、ニジェール、ニュージーランド、ネパール、ハイチ、パキスタン、パチカン、パナマ、パヌアツ、パハマ、バルバドス、バーレーン、バングラデシュ、フィジー、フィリピン、ブータン、 <b>ブラジル</b> 、ブルネイ、ブルンジ、ベトナム、ベナン、ベネズエラ、ベラルーシ、ベリーズ、ボスニア・ヘルツェゴビナ、ボツワナ、ボリビア、ホンジュラス、マケドニア、マダガスカル、マラウイ、マリ、マルタ、マレーシア、ミクロネシア、 <b>南アフリカ</b> 、 <b>メキシコ</b> 、モーリシャス、モーリタニア、モザンビーク、モナコ、モルドバ、モンゴル、モンテネグロ、ヨルダン、ラオス、リビア、リヒテンシュタイン、リベリア、ルクセンブルク、ルーマニア、ルワンダ、レソト、レバノン、 <u>ノルウェー</u> 、 <u>フィンランド</u> 、 <u>トルコ</u>
ベルヌ条約締約国		174	※ <b>朱字の国はG20 (EUを除く19カ国)</b>

156

139

補償金徴収額が€100万を超える国は1割（174カ国中18国）

G20のうち、事実上制度凍結のカナダ\*3を除けば、わずか4カ国に過ぎない

\*1 オランダ補償金協会の報告書に2015年の補償金徴収額の記載がない国(下線)を含む  
 \*2 国家予算方式を採用している国(下線) 及び 分配のない国(斜体下線)を含む  
 \*3 現在CD-R/RWのみが対象。録音用媒体以外への私的複製を補償なしとする法改正が成立、徴収額は急速に減少中。

# 独：多くの訴訟⇒制度に対する納得感？

製品	原告	被告	開始	終了	法廷	判決の種別
1音声機器	ZPÜ	製造・輸入業者	1977	1983	最高裁	棄却
2CDライター	ZPÜ	製造・輸入業者	1998	2001	シュツットガルト地裁	和解
3ライン入力のないMP3機器	ZPÜ	製造・輸入業者	2006	2007	DPMA	認容
4パソコンⅡ	ZPÜ	製造・輸入業者	2007	2017	最高裁	一部棄却
				-	ミュンヘン高裁	係属中
5携帯電話Ⅰ	ZPÜ	製造・輸入業者	2007	2016	最高裁	認容
6音声・映像機器	ZVEI	ZPÜ	2008	-	ミュンヘン高裁	係属中
7データ用CD及びDVD	IM	ZPÜ	2008	-	ミュンヘン高裁	係属中
8音声・映像機器	ZPÜ	製造・輸入業者	2008	2016	最高裁	認容
9携帯電話Ⅱ	ZPÜ	製造・輸入業者	2010	2015	DPMA	和解
10パソコンⅢ	BITKOM	ZPÜ	2010	2017	最高裁	棄却
11パソコンⅣ	Zitco	ZPÜ	2012	2013	ミュンヘン高裁	和解
12パソコンⅤ	ZPÜ	製造・輸入業者	2011	-	ミュンヘン高裁	係属中
				2017	-	憲法裁
13フラッシュメディアⅠ	ZPÜ	製造・輸入業者	2011	2017	最高裁	認容
14フラッシュメディアⅡ	IM/BITKOM	ZPÜ	2012	-	DPMA	係属中
15外付けHDDⅠ	ZPÜ	製造・輸入業者	2012	-	DPMA	係属中
16外付けHDDⅡ	IM/BITKOM	ZPÜ	2013	-	DPMA	係属中
17外付けHDDを接続できるTV	ZVEI	ZPÜ	2013	-	DPMA	係属中
18パソコンⅥ	ZPÜ	製造・輸入業者	2015	-	DPMA	係属中
19パソコンⅦ	ZPÜ	製造・輸入業者	2016	-	DPMA	係属中
20タブレット	ZPÜ	製造・輸入業者	2016	-	DPMA	係属中

※JEITA会員調べ(2017.9.10時点)

【略語】ZPÜ: 徴収団体、BITKOM, ZVEI, IM: 事業者団体、DPMA:連邦特許庁仲裁委員会

# 仏：多くの訴訟⇒制度に対する納得感？

製品	原告	被告	開始	終了	法廷	判決の種別
1磁気記録媒体	製造・輸入業者	SORECOP, Copie France	1988	1990	パリ高裁	棄却
2磁気記録媒体	製造・輸入業者	SORECOP	1991	1994	最高裁	棄却
3CD-ROM	検察, 権利者団体	事業者	1999	2001	グルノーブル高裁	認容
4ビデオカセット	Copie France	製造・輸入業者	2000	2001	パリ高裁	認容
5音声・映像カセット	Copie France	製造・輸入業者	2001	2001	最高裁	認容
6音声・映像カセット	Copie France, SORECOP	製造・輸入業者	2001	2004	最高裁	認容
7CD-R、DVD-R	小売業者	製造・輸入業者	2005	2005	ボビニー商業裁	認容
8記録媒体	SORECOP, Copie France	製造・輸入業者	2007	2007	パリ高裁	認容
9記録媒体	SIMAVELEC	フランス政府	2006	2008	国務院	第6決定取消
10CD-R、DVD-R	小売業者	製造・輸入業者	2007	2008	最高裁	一部棄却
11オーディオ・ビデオ	UFC Que Choisir, Familles de France, CLCV, SITI, 小売業者, 製造・輸入業者, SORECOP, Copie France	フランス政府	2007	2010	国務院	第8・10決定取消
12業務用TV機器	TV局, 製造・輸入業者, SIMAVELEC, SNSII, SECIMAVI, 小売業者	フランス政府	2009	2011	国務院	第11決定取消
13記録媒体	製造・輸入業者	Copie France	2012	2012	最高裁	憲法裁へ
14記録媒体	製造・輸入業者	Copie France	2012	2013	憲法裁	認容
15マルチメディアプレイヤー、携帯電話、タブレット等	Copie France	製造・輸入業者	2013	2014	パリ高裁	認容

消費者団体

※BARDEHLE PAGENBERG調べ (2017.11.17時点, 判決を調査(未判決の事件を含まない))

(次ページにつづく)

【略語】 SORECOP 徴収団体(録音)、Copie France 徴収団体(録画)、UFC Que Choisir, Familles de France, CLCV: 消費者団体、SITI, SIMAVELEC, SNSII, SECIMAVI, SFIB, GITEP TICS: 事業者団体



# 仏：多くの訴訟⇒制度に対する納得感？

	製品	原告	被告	開始	終了	法廷	判決の種別
16	タブレット	SFIB, GITEP TICS, SNSII, 製造・輸入業者	フランス政府	2011	2014	国務院	第13決定取消
17	タブレット	製造・輸入業者, SFIB	フランス政府	2012	2014	国務院	棄却
18	マルチメディアプレイヤー、携帯電話、タブレット等	製造・輸入業者, SIMAVELEC, SNSII, GITEP TICS, SECIMAVI	フランス政府	2013	2014	国務院	棄却
19	メモ리카ード、携帯電話	製造・輸入業者	Copie France	2014	2016	最高裁	棄却
20	携帯電話	製造・輸入業者	Copie France	2010	2017	パリ高裁	棄却

## 【仏 消費者団体のその他の活動の例】

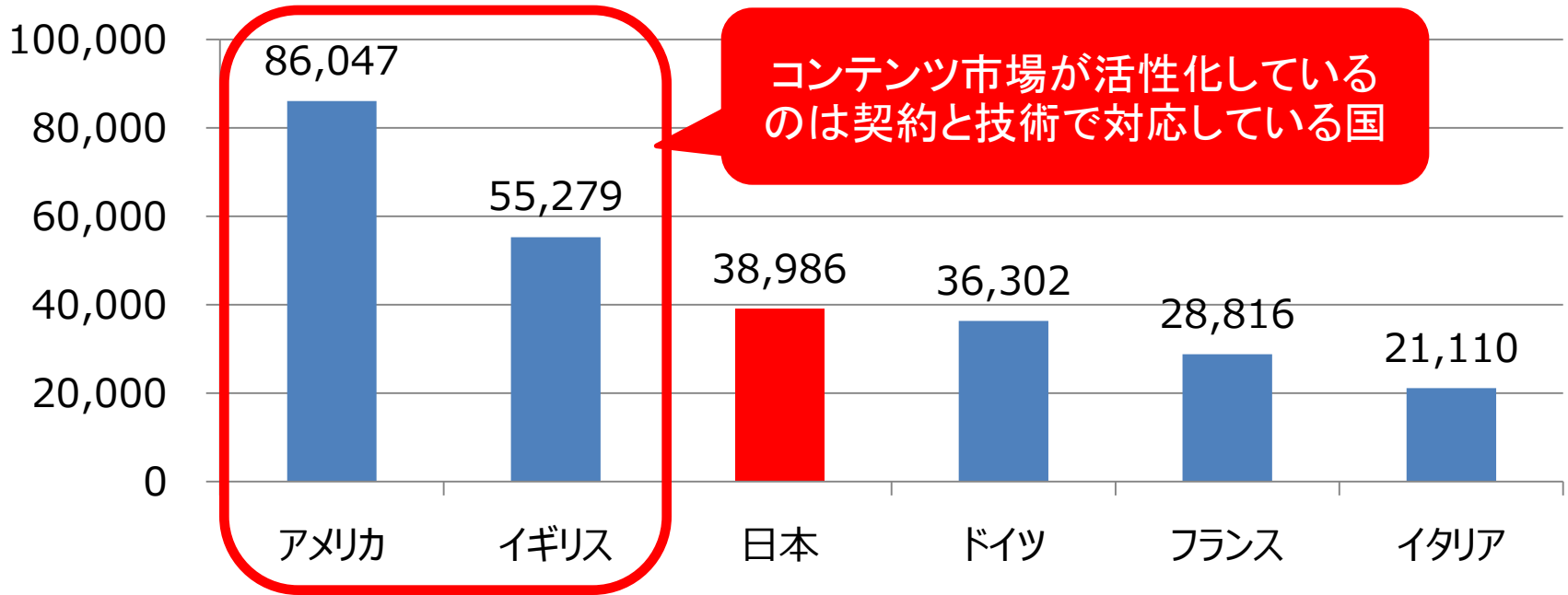
- 2014年11月25日、消費者団体 UFC Que Choisir (ユーエフシー・キュー・シュエジーア) は独自の調査レポート「Copie Privée : le vrai préjudice... des consommateurs français!」(私的複製：フランスの消費者の本当の危機！) を公開し、次の4点を要求している。
  - ① 消費者の意見が実際に反映されるようにするための私的複製委員会の徹底的な改革
  - ② 対象製品と補償金額を定めるための客観的手法の確立
  - ③ 私的複製の実態を反映させるための使用実態調査の早期立ち上げ
  - ④ 全ての段階での透明性の確保

(<https://www.quechoisir.org/action-ufc-que-choisir-copie-privee-le-vrai-prejudice-des-consommateurs-francais-n12085/>)



# 補償金制度でコンテンツ市場は活性化しない

## 国民1人当りの音楽・映像市場規模（円）



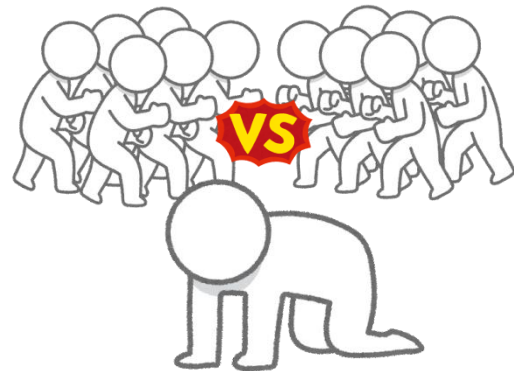
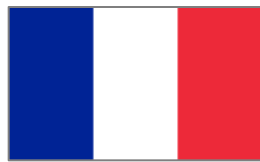
(株)ヒューマンメディア「世界各国・地域のメディア・コンテンツ市場の規模(2015年)」  
([http://www.humanmedia.co.jp/database/PDF/database2017\\_02.pdf](http://www.humanmedia.co.jp/database/PDF/database2017_02.pdf))より、映画興行、テレビ放送、映像ソフト・セル、映像ソフト・レンタル、映像配信、音楽ソフト・セル、デジタル音楽配信、ラジオ放送の市場規模を抜き出し、それぞれ2015年の人口で除して計算。

「アメリカ・イギリス」> 日本 > 「ドイツ・フランス・イタリア」

# 1 ②「諸外国はどのような状況なのか」

- 補償金制度がない国or補償金徴収額€100万未満の国が圧倒的多数派

- 訴訟に苦しむ補償金大国 独・仏
- 市場規模も米・英の後塵



補償金制度を導入しても機能している国はごく一部  
 導入国でも訴訟が頻発・コンテンツ市場活性化にも繋がらない

## 1. 問題提起

### ① 世の中で何が起きているのか

「総体として大量に私的複製が生じている」のか

### ② 諸外国はどのような状況なのか

補償金制度は「国際的にみれば、国民的な納得感がみられる制度」なのか

## 2. 目指すべき方向性

# 契約と技術による解決の実例①

カテゴリ		使用料 (主なもの)	出典
インタラクティブ配信	ダウンロード	㊦再生可能な期間 <u>等に制限がない</u> 場合	JASRAC - 第11節1(1)①ダウンロード形式
		㊧受信先の記憶装置から <u>他の記憶装置への複製ができない</u> もので、受信先において当該データの再生可能な期間が7日を超え30日までの場合	
		㊨受信先の記憶装置から <u>他の記憶装置への複製ができない</u> もので、受信先において当該データの再生可能な期間が7日までの場合	
	ストリーミング (主として音楽により構成されるもの)	月間の情報料および広告料等収入の <u>3.5%</u>	JASRAC - 第11節1(1)②ストリーム形式

<http://www.jasrac.or.jp/profile/covenant/pdf/royalty/royalty.pdf>

**配信は複製を考慮して対価設定済み**  
**(音楽CDも同様に対価設定可、使用料規程を活用すればプライバシーの問題なし)**

# 契約と技術による解決の実例②

○ YouTube : 「コンテンツID」技術を用いた対価還元  
30億ドルが契約・技術に基づいてクリエイターに対価還元(グローバル)

○ Google Play Music : 「ファミリーライブラリ」サービス  
コンテンツ提供元と再交渉→双方合意してサービス開始  
→家族間共有からも対価還元を実現

Google Play 「ファミリーライブラリ」でコンテンツを家族  
と共有しよう

2016年7月28日木曜日

本日 Google は、Google Play の新機能、「ファミリーライブラリ」を発表しました。  
この機能によって、Google Play ストアで購入したアプリやゲーム、映画や TV 番組  
を、本人と家族5人まで無料で共有できます。もちろん、購入したコンテンツの中か  
ら共有したいもの、したくないものを自由に選ぶことができ、また、Android、iOS、  
ウェブなど、デバイスを問わず利用できます。

多様な対価還元が契約と技術により既に解決されている

# 目指すべき方向性

- 音楽CDが主であった時代の一括一括の補償金制度ではなく、
- 権利者の意思を反映できる／権利者の選択肢を増やすことのできる「契約と技術」を用いて、
- ユーザーの利便性とクリエイターへの適切な対価還元の両立を目指すべき

# クリエイターへの適切な対価還元のあり方

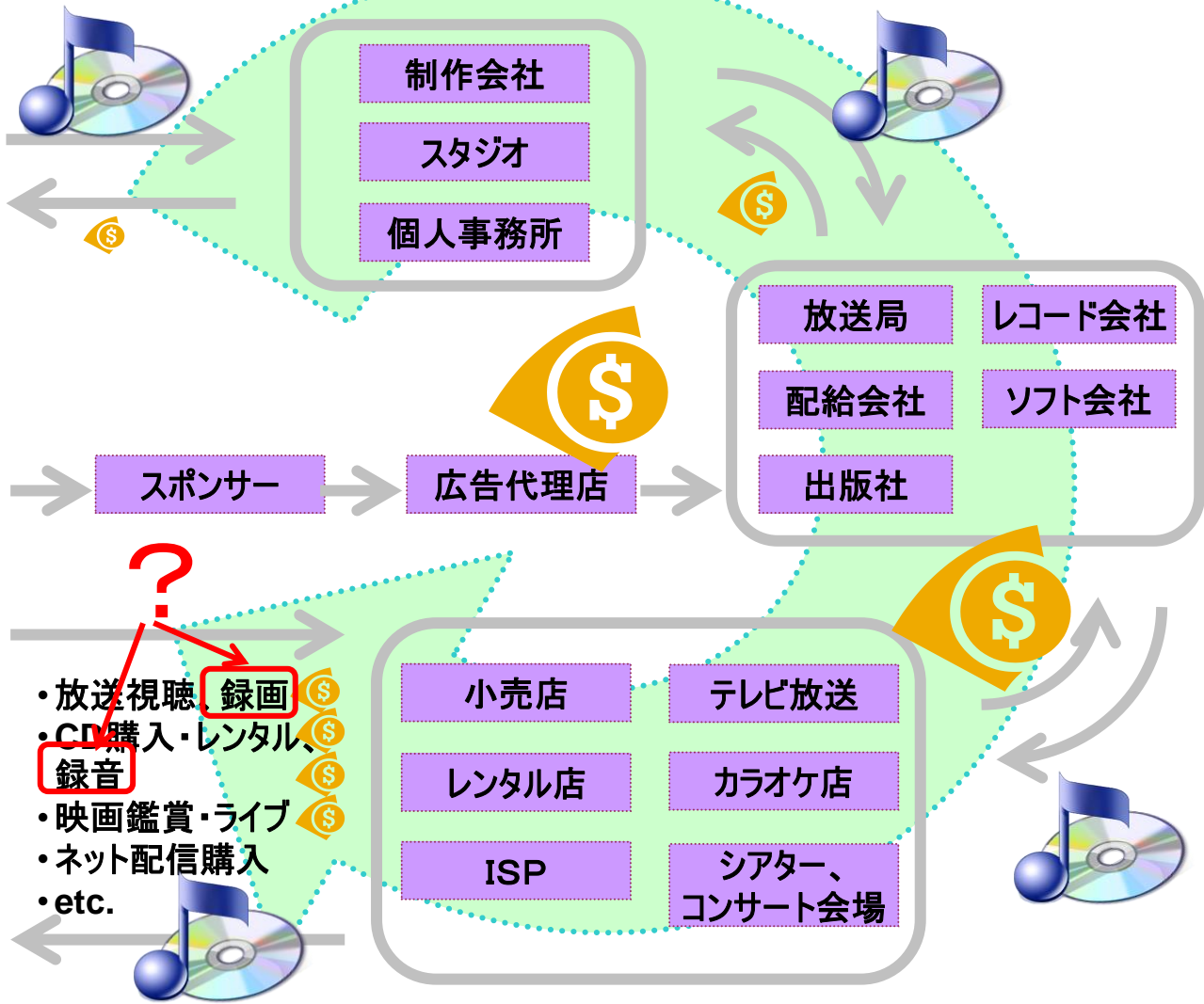
クリエイター



UGC  
ニコニコ動画  
YouTube



ユーザー





## (参考) クリエーター育成基金について

- **事実上、補償金制度を維持・存続・拡張させるための仕組みとして導入するのであれば、賛成できない**
- **クリエイター育成の趣旨に合った制度設計や財源の確保が必要**