

文化審議会著作権分科会 政策小委員会

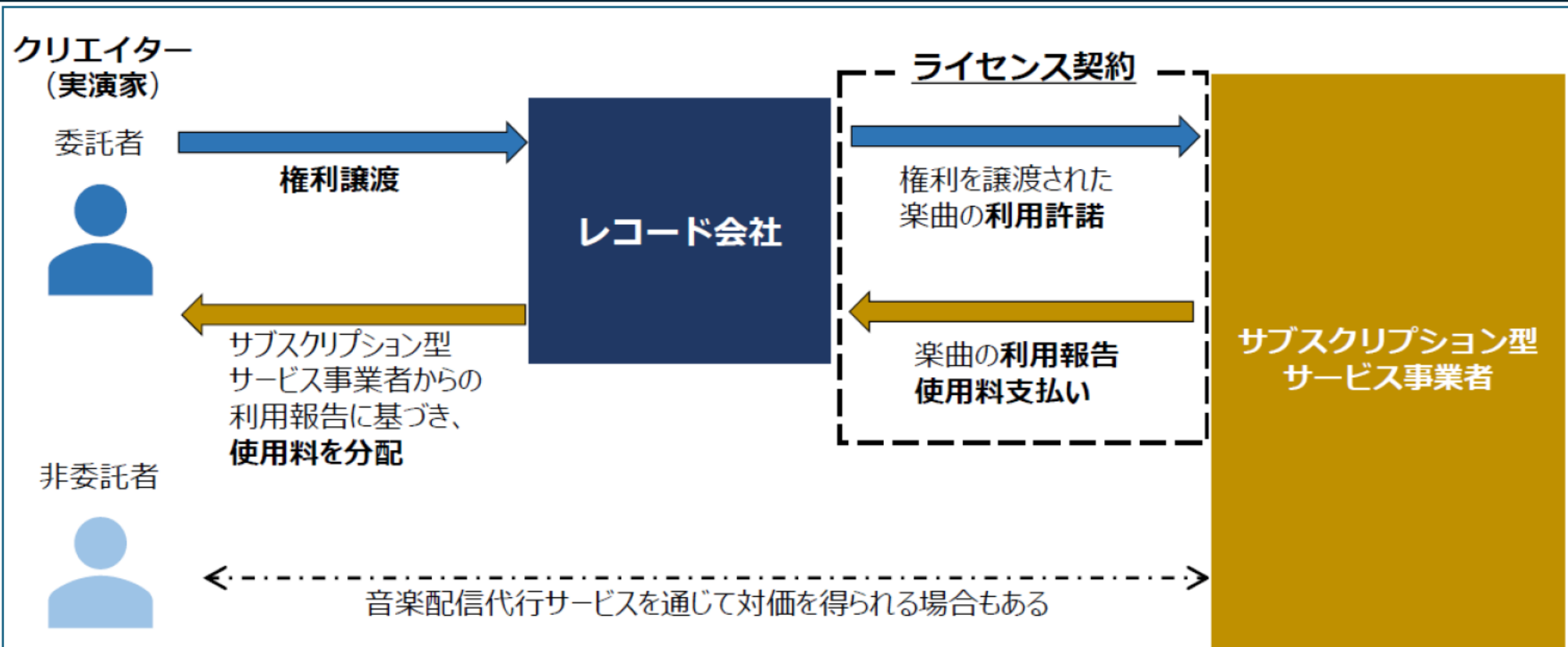
ヒアリング資料

2024年1月23日

一般社団法人日本レコード協会
専務理事 畑 陽一郎

レコードに係る対価還元の構造【サブスクリプション型】

レコード（著作隣接権）に係る対価還元については、原盤を有するレコード会社ごとの戦略の相違等から、**各々のレコード会社がサブスクリプション型サービス事業者とライセンス契約を締結**。利用許諾を与えた楽曲が利用された場合には、当該契約に基づきレコード会社に使用料（印税）が支払われ、最終的にクリエイター（専属実演家）に印税が分配される。



※ 1 委任者：レコード会社と専属実演家契約を締結している実演家。 非委任者：レコード会社と専属実演家契約を締結していない実演家。

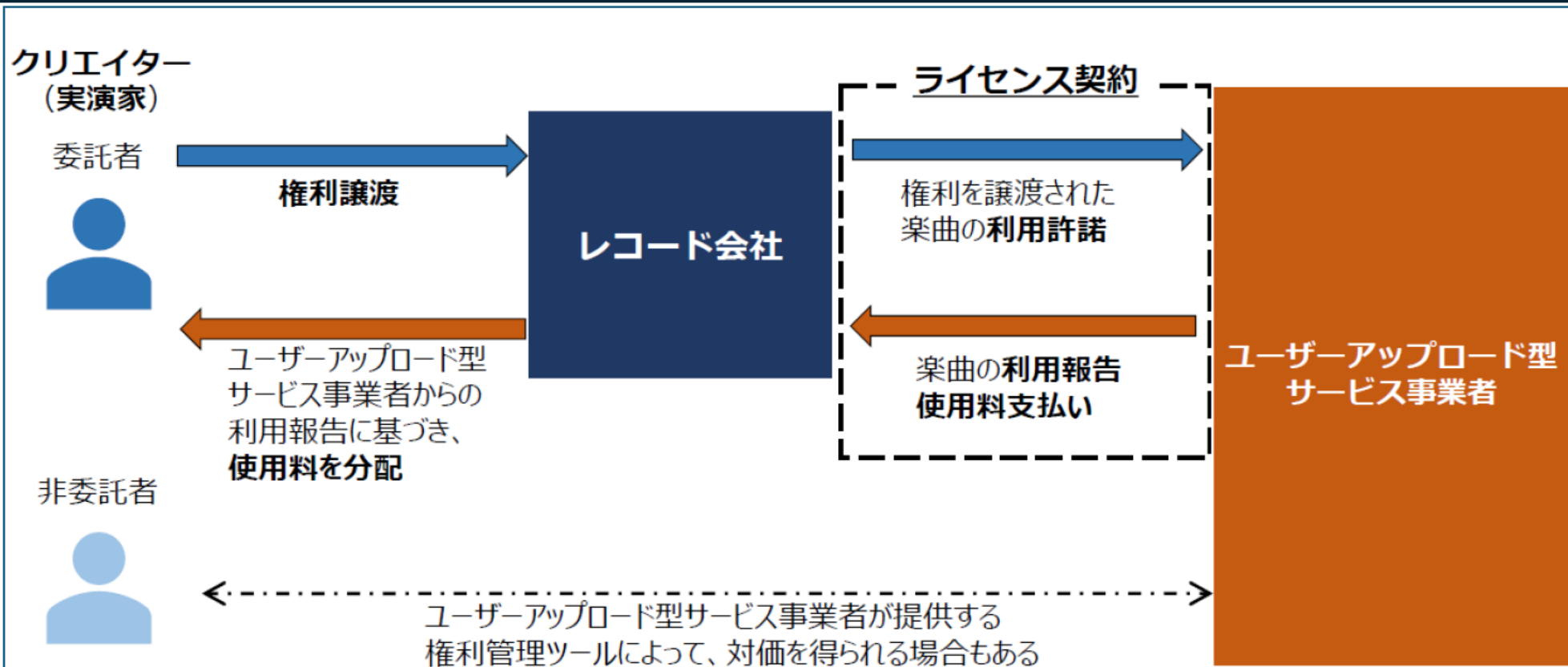
※ 2 レコード会社とクリエイターの間には芸能事務所などが存在する場合もある。

※ 3 TuneCore等の事業者が音楽配信代行サービスを提供している。

※上図及び注記は2022年第9回基本政策小委員会「資料2」から抜粋

レコードに係る対価還元の構造【ユーザーアップロード型】

レコード（著作隣接権）に係る対価還元については、原盤を有するレコード会社ごとの戦略の相違等から、**各々のレコード会社がユーザーアップロード型サービス事業者とライセンス契約を締結**。利用許諾を与えた楽曲が利用された場合には、当該契約に基づきレコード会社に使用料（印税）が支払われ、最終的にクリエイター（専属実演家）に印税が分配される。



※ 1 委託者：レコード会社と専属実演家契約を締結している実演家。非委託者：レコード会社と専属実演家契約を締結していない実演家。

※ 2 レコード会社とクリエイターの上に芸能事務所などが存在する場合もある。

※上図及び注記は2022年第9回基本政策小委員会「資料2」から抜粋

【適切な競争関係】

○既述のユーザーアップロード型デジタルプラットフォームサービスにおける包括的利用許諾契約を締結するインセンティブの偏在に伴う当事者の立場に非対称性があるという指摘に関し、DSM著作権指令においてはデジタルプラットフォームサービス事業者を一定の要件の下で著作物の利用主体とみなすことによりその責任を強化するというアプローチが取られているが、デジタルプラットフォームサービス事業者が果たすべき責任をどのように考え、また、権利者とデジタルプラットフォームサービス事業者との適切な競争関係を確保するためにどのような方法が考えられるか。

◎ **DSM著作権指令**

【第17条：保護されるコンテンツのオンラインコンテンツ共有サービスプロバイダ（OCSSP）による使用】
（いわゆる「フィルタリング条項」）

【第17条第1項の概要】

OCSSPが、利用者によってアップロードされた著作権で保護される著作物または他の保護対象物へのアクセスを公衆に与える場合、公衆への伝達行為または公衆に利用可能にする行為を行うものであることを規定

従って、OCSSPは、著作物または他の保護対象物を公衆に伝達するため、または公衆に利用可能にするために、例えば、ライセンス契約の締結により、権利者から許諾を得なければならない（※第4項に免責要件あり）



cf. 日本では、著作物等の利用主体（送信可能化の主体）は一義的には「発信者」であるが、OCSSPの主体性はサービス毎に判断される。「場の提供者」と解される場合は一定要件の下で損害賠償責任を負わない。

（参考）「第17条：フィルタリング」の免責要件について

- 主に権利者から何ら許諾を得られない場合について、OCCSPの事業規模等に応じて、免責要件を設定
- なお、有識者からは、アップロードフィルターとノーティス・アンド・テイクダウンを自動的に行う場合には過剰削除が起こりやすいため、どのように救済するかなどについては、引き続き検討が必要との意見

< OCCSPの免責要件 概要 >

OCCSPの分類			許諾を得るための最善の努力	ノーティス・アンド・テイクダウン	ノーティス・アンド・ステイダウン	アップロードフィルター
			小規模	① 3年未満 ② 1,000万ユーロ未満 ③ 500万人未満	✓	✓
中規模	① 3年未満 ② 1,000万ユーロ未満 ③ 500万人以上	✓	✓	✓	—	
大規模	① 3年以上 ② 1,000万ユーロ以上 ③ —	✓	✓	✓	✓	

日本法では未整備の要件

※ ①EUでのサービス提供期間、②年間売上高、③直近1年の平均月間ユニークビジター数

【アップロードフィルター】（第17条第4項（b））
権利者が関連する必要な情報をサービスプロバイダーに提供した特定の著作物および他の保護対象物を、確実に利用できないようにするため、専門家としての注意に求められる高度の業界水準に従って、最善の努力を払ったこと

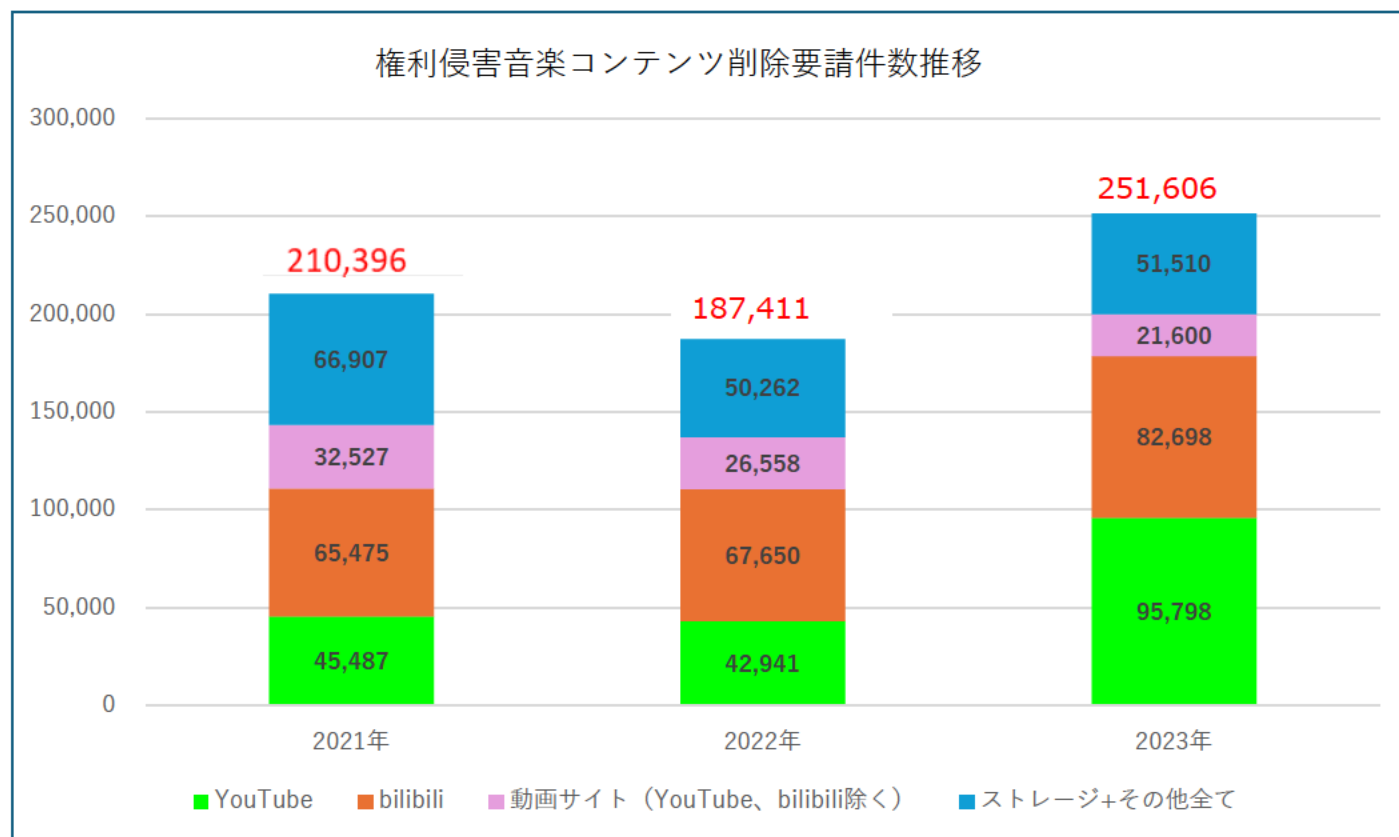
【ノーティス・アンド・ステイダウン】（第17条第4項（c））
ノーティス・アンド・テイクダウンに加え、通知された著作物又は他の保護対象物について、第17条第4項（b）に従って、将来アップロードされないよう防止する最善の努力をしたこと

※ 令和3年度文化庁調査研究事業「デジタルプラットフォームサービスにおけるクリエイターへの対価還元に関する調査」、公益社団法人著作権情報センターHP (https://www.cric.or.jp/db/world/EU/EU_02a.html#8) を基に事務局作成。

ユーザーアップロード型DSP等に対して行う 当協会の削除要請の実績

○当協会は2013年に違法対策の専任組織である「著作権保護・促進センター（CPPC）」を設置。会員レコード会社と連携して、ユーザーアップロード型等のプロバイダに対して、会員レコード会社が権利を有するレコードに係る削除要請（ノーティス・アンド・テイクダウン）などの対策を進めてきた。

○直近3年間の総件数の推移は下図のとおり。それ以前はYouTubeだけで年間数十万件を超える年もあったが、コンテンツIDの利用普及等の理由により、YouTubeの件数は減少している。



同一の人気楽曲が繰り返しアップロードされる実態①

YouTube Top3検出数推移

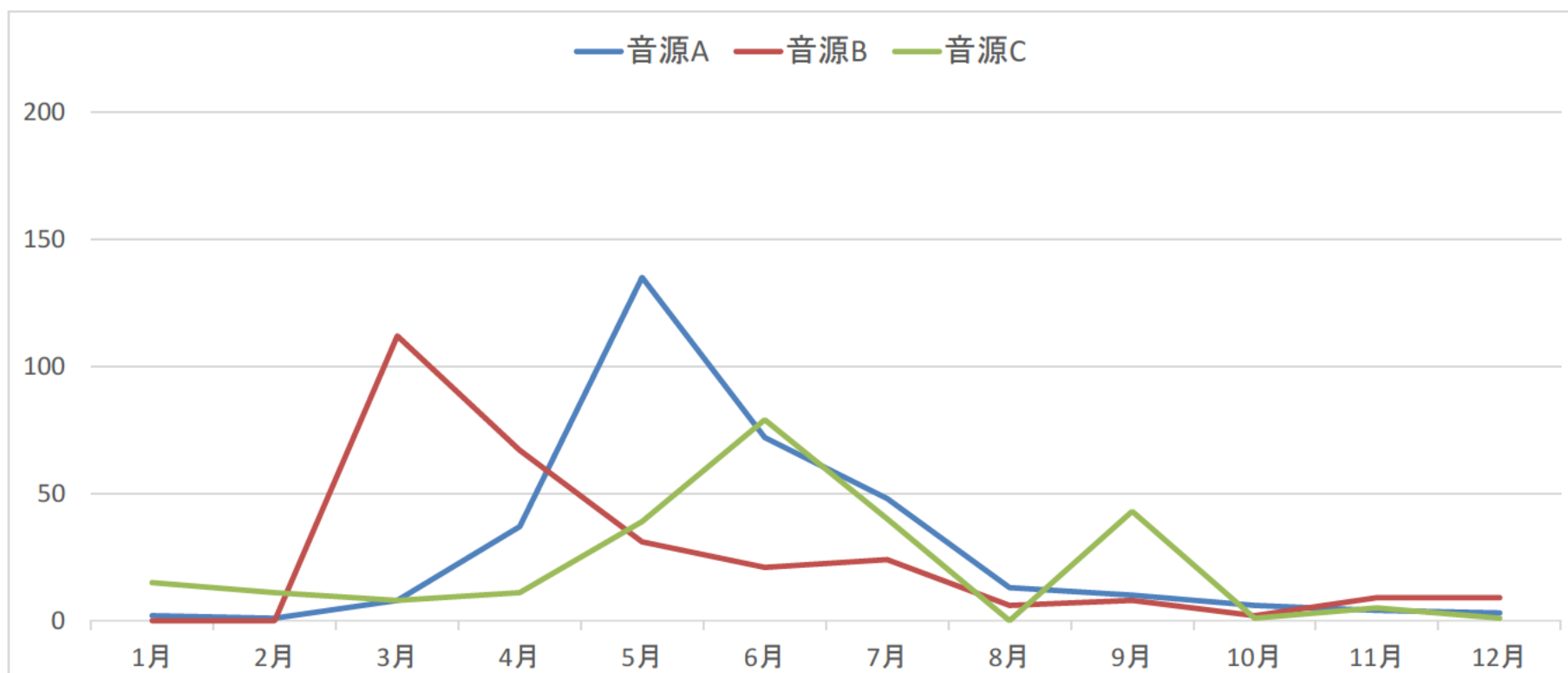
【2023年】

No.	作品	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
1	音源A	2	1	8	37	135	72	48	13	10	6	4	3	339
2	音源B	0	0	112	67	31	21	24	6	8	2	9	9	289
3	音源C	15	11	8	11	39	79	40	0	43	1	5	1	253

[2023年1月発売]

[2023年3月発売]

[1984年4月発売]



※日本レコード協会著作権保護・促進センター（CPPC）が行う削除要請の実績に基づく
上記データはコンテンツIDの管理下にあるレコードは対象外

同一の人気楽曲が繰り返しアップロードされる実態②

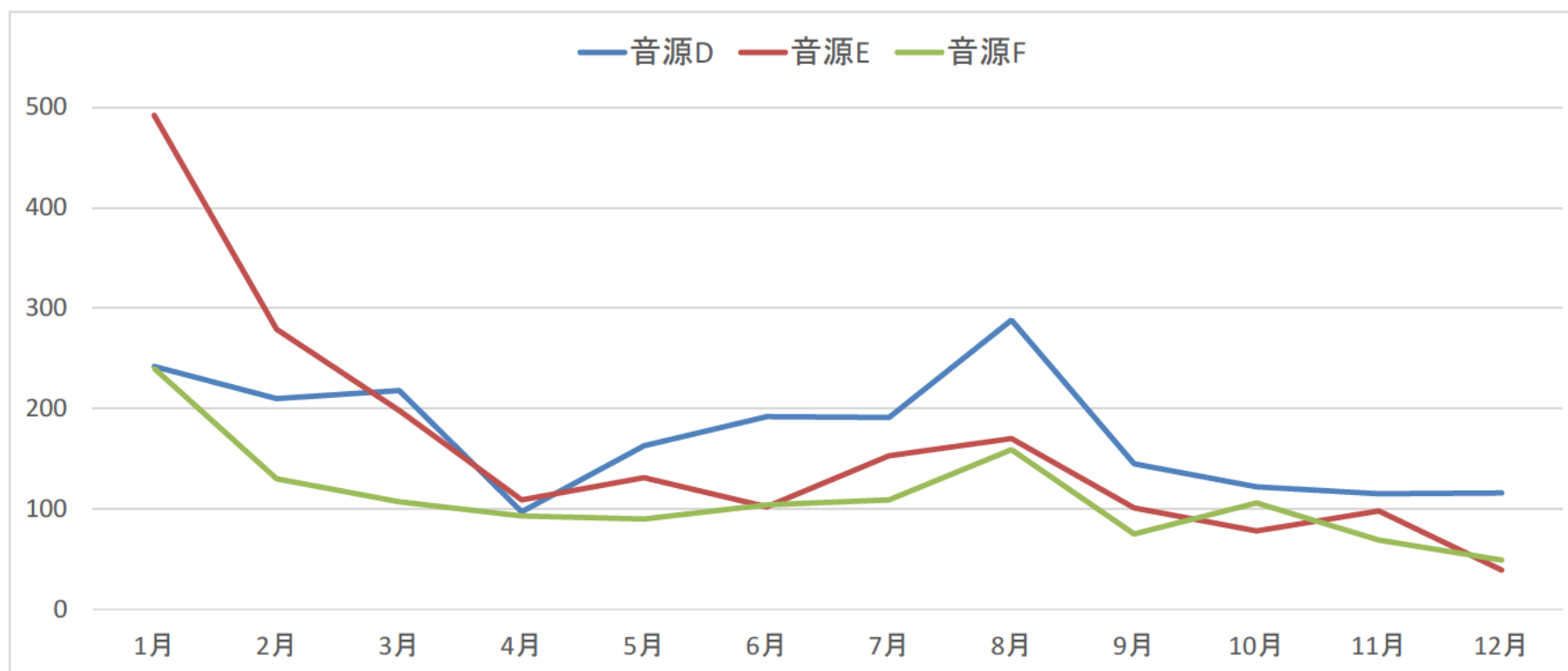
Bilibili Top3検出数推移 【2023年】

No.	作品	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
1	音源D	242	210	218	97	163	192	191	288	145	122	115	116	2,099
2	音源E	492	279	198	109	131	102	153	170	101	78	98	39	1,950
3	音源F	240	130	107	93	90	104	109	159	75	106	69	49	1,331

[2017年8月発売]

[2019年2月発売]

[2015年9月発売]



※日本レコード協会著作権保護・促進センター（CPPC）が行う削除要請の実績に基づく

【適切な競争関係】

- 大量の権利侵害コンテンツを含むユーザーアップロード・コンテンツの品揃えによりユーザーアップロード型DSPは相当の利益を得ている。その反面、権利者は侵害による不利益を被るだけでなく、違法対策の膨大な作業負荷とコストを背負っている。従って、両者間の競争関係に「歪み」が生じており、これを調整する必要があると考える。
- 具体的には、DSM著作権指令を参考に以下の検討を進めるべき。
 - ◆ ユーザーアップロード型DSPを著作物等の「利用主体」とみなす規定を導入し、プロバイダ責任の強化によるライセンス環境の改善を図るべき
(DSM第17条第1項関係)
 - ◆ ユーザーアップロード型DSPによる「ステイダウン」「アップロードフィルター」の実施とその要件を検討すべき (DSM第17条第4項関係)
- なお、上記の検討にあたっては、下記のような点について慎重な検討が必要である
 - ✓ 当該DSPに一般的監視義務が課されないこと
 - ✓ 適法利用が誤って制限されないこと

【取引の透明性】

○政府全体のデジタルプラットフォームに関する政策としては、デジタルプラットフォーム取引透明化法が令和2年に成立し、運用されているが、コンテンツの流通についてデジタルプラットフォームサービス事業者が行う取引の条件や収益の仕組みに係る透明化を促進するために、どのような取組が期待されるか。

【適切な競争関係】

○権利者がデジタルプラットフォームサービス事業者と交渉を行う際の交渉力を向上させるために、どのような手段を取り得るか。例えば、どの程度、権利者同士が共同することが許容されるか。その際、ニュースメディア事業者とニュースポータル事業者等との関係についてニュース調査報告書において示された考え方を参考にできないか。

- ・ DSM著作権指令第17条のように、一定要件の下でユーザーアップロード型DSPを著作物等の「利用主体」とみなす規定を導入し、当該DSPがライセンス契約を締結する等の責務を負うこととなれば、契約締結に係るインセンティブの偏在状態が改善され、権利者の交渉力向上と取引条件等の透明化が進む可能性がある。

- ・ インディーレーベルのレコードについては、インディーレーベルを集約する世界的なライセンス代行機関（Merlin）が代表して契約条件をデジタルプラットフォーム事業者と交渉しており、この取組によるバーゲニングパワーが期待されている。日本も複数のインディーレーベルが委任している。

【対価の妥当性】

○デジタルプラットフォームサービスにおける著作物利用について適用される料率の妥当性や、権利者間における分配の公平性について、前項や次項の取引の透明性や適切な競争環境の確保により図られる面が大きいと考えられるが、その他それに資する取組としてどのようなことが考えられるか。

【対価の妥当性】

- 何をもって「妥当な対価」と判断するのか基準が難しい。
- グローバルDSPの場合、様々な側面で環境に相違がある外国が条件の基準となる場合が多く、それを変えることは極めて難しい。

【権利管理ツールの精度】

- YouTubeのコンテンツIDはその有効性において一定の評価を得ているが、コンテンツの特定精度は完全とは言えず、別のツール（商用サービス）を併用して対価回収の網羅性を上げているレコード会社が多数ある。そのコストは権利者負担となっており、ここにも両者の関係に「歪み」が生じている。

【サブスク型DSPにおける課題】

- 関連する課題として、サブスク型サービスにおける「違法音源」に関する問題がある。
- 流通事業者を通じて、正規版のタイトル等を騙る違法音源（なりすまし配信）がサブスク型DSPに納品され、ユーザーに提供されてしまう問題が頻発している。正当な権利者は、違法行為による不利益を被り名誉を棄損される一方で、当該音源の提供者は不当な所得を得ているという問題がある。違法音源の排除は適切な競争環境を維持するために重要であり、DSPと継続協議していく必要がある。

【対価の妥当性】

○ユーザーアップロード型デジタルプラットフォームサービスが提供する権利管理ツールは対価還元の機会を増やす上で有効であると考えられるところ、権利管理ツールはデジタルプラットフォームサービス事業者の自主的な取組であり、そうした取組を積極的に促すにはどのような方法が考えられるか。

- ・各ユーザーアップロード型DSPのビジネスの成長に応じて、権利者に適切な対価が還元される有効な権利管理ツールが導入されるよう、十分に協議することが必要。その場合、DSM著作権指令第17条のような当該DSPの責任を強化する規定の導入が背景にあれば協議が有効に機能すると思われる。

【取引の透明性】

○著作権等管理事業者が行うデジタルプラットフォームサービス事業者との包括的利用許諾契約の内容が権利者にとって不透明であるとの指摘があるが、著作権等管理事業者の権利者に対する説明責任の在り方をどのように考えるか。特に、著作権等管理事業者は、使用料規程で定める使用料を上限として、個別の協議を経て利用者と契約する額で徴収を行っているが、契約の透明性の確保のために使用料規程が果たすべき役割をどのように考えるか。

- ・今般検討の対象となっているデジタルプラットフォームサービスは、レコードについては著作権等管理事業法に基づく集中管理を行っていないため、意見提出は差し控える。

【対価の妥当性】

ODSM著作権指令第18条においては、著作者及び実演家は適正かつ比例的な報酬を受け取る権利があることを保証すべき旨の規定を設けているが、こうしたルールの有効性をどのように考えるか。

- ・ DSM第18条の規定をレコード会社との関係で考えると、レコード会社は、著作者に対して著作権等管理事業者の使用料規程に従い適正な対価を支払っている。また、実演家に対しても契約で定めた適正な対価を支払っていると認識しており、特段の法制化は不要と考える。
- ・ なお、印税率は私契約の問題であり、レコード会社が当該実演家の育成や活動に対してどのような支援をし投資をしてきたかによって決まるものであるため、一概には評価できないと考える。

【取引の透明性】

ODSM著作権指令第19条においては、著作者及び実演家は、定期的に、その権利をライセンスした者等から、その著作物の利用方法や生じた収入等に関する情報が取得できることを保証すべき旨の規定（透明性義務）を設けているが、こうしたルールの有効性をどのように考えるか。

- ・ レコード会社は、著作者及び実演家に対して、そのレコードの利用方法や利用実績、対価の計算根拠になる情報やデータを十分に提供している。実演家に対しては、DX時代に適した先進的な手法で提供しているレコード会社もあり、既に透明性は担保されていると認識している。従って、特段の法制化は不要と考える。

レコード会社は、音楽に対して多大な時間、エネルギーとリソースを投資している

※IFPI（国際レコード産業連盟）発表資料を引用

レーベルは、パートナーであるアーティストに対して総合的なクリエイティブ環境と経済的なサポートを提供するなど、音楽に対する一番の投資者として重要な役割を担っている

2022年

29.7%
of revenues invested in marketing and A&R annually
「マーケティング」及び「A&R」への年間投資（対売上比）

US\$3.2bn
invested in marketing artists annually
「マーケティング」への年間投資額

The leading investors in music:
US\$7.1bn
investment in A&R and marketing annually
「マーケティング」及び「A&R」への年間投資額

US\$3.9bn
invested in A&R annually
「A&R」への年間投資額

(億米ドル)	A&R	マーケ	合計	売上比
2021	44	32	76	30.2%
2022	39	32	71	29.7%

注：グローバルメジャー3社（Universal, SME, Warner）の年間数字に基づき、シェアから全世界レコード産業の数字を推計。
・売上にはフィジカル/デジタル/シンクロ売上を含む（コンサート/商品化/二次使用料等は除外）
・A&R経費には、アーティスト印税、前払い印税、原盤制作費、A&Rスタッフ経費等を含む
・マーケティング経費には、ビデオ制作費、コンサート支援費、広告宣伝費、スタッフ経費等を含む