

《 論 説 》

実演家に衡平な報酬を

——ブダペスト宣言を受けて——

安藤 和宏

- I. はじめに
- II. レコーディング契約の問題点
- III. 音楽業界の現状
- IV. 実演家が衡平な報酬を確保するためには
 - 1. レコード会社との交渉による契約条件の改善
 - 2. 司法による救済
 - 3. 法改正による解決
 - (1) 報酬請求権プラス指定団体アプローチ
 - (2) 著作権契約法アプローチ
- V. むすびに代えて

I. はじめに

2014年11月、音楽家ユニオンの世界組織である国際音楽家連盟 (The International Federation of Musicians, 通称 FIM)⁽¹⁾は、ハンガリーの首都ブダペストで世界会議を開催し、音楽配信ビジネスにおける実演家の報酬について議論を行った。この会議では、法律上、音楽配信に対して、実演家に利用可能化権 (the right to authorize the making available of their performances on the Internet or other networks) や報酬請求権が与えられているにもかかわらず、衡平な報酬が支払われていないことが問題視され、この状況を是正すべく、以下に掲げるブダペスト宣言を採択した⁽²⁾。

(1) FIMは1948年に設立されたプロの音楽家団体の世界組織であり、本部はフランスのバリにある。

〈ブダペスト宣言〉

音楽配信サービスは音楽業界を変えている。しかしながら、実演家はその売上げから正当な報酬を受け取っていない。現代の法制度は、実演家に対してインターネットやその他のネットワーク上の実演の利用に関して、利用可能化権と報酬請求権を与えている。実演の利用に対して実演家に支払われる報酬は、衡平かつその価値に見合ったものでなければならず、さらにほかの権利者の報酬とバランスが取れていなければならない。音楽配信の収入に関して、実演家とレコード製作者間の報酬シェアを50:50にするというのは、これらの条件を満たしている。

しかしながら、現実はこれにほど遠い。音楽配信サービスによる実演の利用に対して、実演家が受け取る報酬は、衡平でなく、その価値にも見合っておらず、他の権利者の報酬ともバランスが取れていない。この状況は改善されなければならない。消費者を含む他の関係者と同じように、実演家にとって公正な環境が構築されるために、新しい枠組みを構想、発展、推進する必要がある。

この目的のために、11月20日と21日にブダペストで開催された音楽配信に関する国際音楽家連盟の会議の参加者は、実演家と彼らの代表者に対して、音楽家のコミュニティーがサポートするあらゆる正当な方法によって、音楽配信サービスによる実演の利用に対して、実演家が衡平で価値に見合い、バランスの取れた報酬を獲得するために、可能な限り広範な連携を呼びかける。

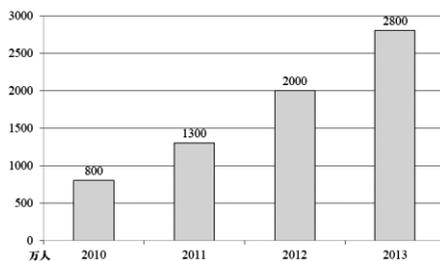
このような動きを受けて、2015年7月から「Fair Internet for Performers」というキャンペーンが国際的な音楽家団体によって開始された。このキャンペーンは、実演家が音楽配信サービスによる実演の利用に対して、衡平な報酬を獲

(2) 実演及びレコードに関する世界的所有権機関条約(WPPT)10条・14条は、実演家及びレコード製作者のそれぞれに対し、「利用可能化権」と称して「有線または無線の方法により、公衆のそれぞれが選択する場所及び時期において利用が可能となるような状態に置くこと」についての排他的許諾権を与えている。また、WPPT15条は、実演家及びレコード製作者のそれぞれに対し、「公衆伝達」(実演の音又はレコードに固定された音若しくは音を表すものを放送以外の媒体により公衆に送信すること)について報酬請求権を与えている。

得するための法制度を EU 加盟国に導入しようというものである。ヨーロッパ諸国においては、実演家とレコード製作者との間には交渉力の差が歴然と存在し、著作権契約法といった法制度を導入しないと、事態は改善されないという共通認識が実演家にある。

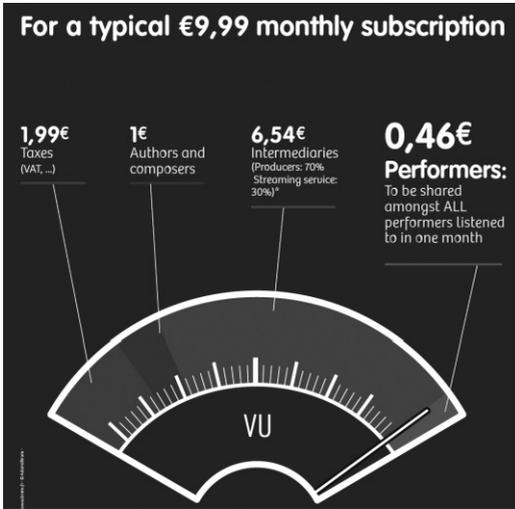
このような実演家の運動には、2003年にスウェーデンでサービスが開始された Spotify に代表されるサブスクリプション・サービスの成功が大きく関係している。図表 1 は、世界における有料のサブスクリプション・サービスの加入者数の推移である。これを見ると、加入者数は2010年の800万人から2013年の2,800万人に大幅に急増している。ネット環境が整っていれば、定額で好きな音楽を好きなだけ聴くことができるため、サブスクリプション・サービスは消費者にとって大変魅力的である。また、Spotify をはじめとする配信事業者は多くのメジャー・レーベルや独立系レーベルとライセンス契約を締結し、加入者に魅力ある音楽を提供しているため、音楽ビジネスは CD やダウンロード配信からサブスクリプション・サービスに大きく移行しているのが現状である⁽³⁾。

しかしながら、ブダペスト宣言で指摘されているように、音楽配信サービスによる実演の利用に対する実演家の報酬は衡平ではなく、多くの実演家は事態が改善されなければ、失業を余儀なくされるという切実な危機感を持っている。図表 2 は Adami というフランスの実演家団体が作成し、「ル・モンド (Le Monde)」という新聞に掲載したサブスクリプション・サービスの原価構成を表した図である。これを見ると、サービス料9.99ユーロのうち、実演家の取り分はたった0.46ユーロ (全体の4.6%) であるが、レコード製作者の取り分は4.58ユーロ (6.54ユーロ×70%) であり、全体の45.8%を占める。実にその差



図表 1 サブスクリプション・サービス加入者数の推移 (有料)

(3) ビートルズの楽曲も2015年12月24日から Spotify や Apple Music、Google Play といったストリーミング・サービスで聴けるようになった。



図表 2

は10倍となる。

本稿は、音楽配信サービスの現状を踏まえ、レコード会社と実演家（またはプロダクション）とのレコーディング契約の問題点を指摘し、実演家が音楽配信サービスにおいて、衡平な報酬を確保するための方法をさまざまな観点から検討するものである。次章では日本の音楽業界におけるレコーディング契約の問題点

について詳しく説明することにしよう。

II. レコーディング契約の問題点

アーティストがCDに収録するためにレコーディングを行う場合、レコード会社とアーティスト（または所属プロダクション）は、実演の収録に関する契約（以下、レコーディング契約という）を締結する。この契約では、アーティストはレコード会社に対して、アーティストが実演家として保有している実演に係る著作権隣接権、具体的には録音権、録画権、譲渡権、貸与権、送信可能化権を譲渡する。アーティストから著作権隣接権を譲り受けたレコード会社は、レコーディングで収録された実演を利用して、レコードやビデオとして発売したり、音楽配信したりすることができるようになる。

レコード会社は、アーティストから実演の利用許諾を受けて、実演が収録されたレコードやビデオを発売することも可能であるが、実務上はアーティストから実演に係る著作権隣接権を譲り受けるのが一般的である。レコード会社としては、実演が収録された原盤の権利と実演の権利を集約することによって、原

盤の経済的価値を高めたいという思惑があるからだ。そして、レコード会社はアーティストに対して、レコーディングにおける歌唱・演奏と、実演に関する権利の譲り受けの対価として、アーティスト印税（歌唱印税、実演家印税と呼ぶこともある）を支払う⁽⁴⁾。

一般的なレコーディング契約では、レコード（CD）について、アーティスト印税の計算式を次のように規定している。なお、容器代は税抜小売価格の10%が相場である。また、出荷枚数に80%を乗じるのは、レコードショップから出荷枚数の20%が返品されるという想定に基づくものである。

$$(\text{税抜小売価格} - \text{容器代}) \times 1 \sim 2\% \times \text{出荷枚数} \times 80\%$$

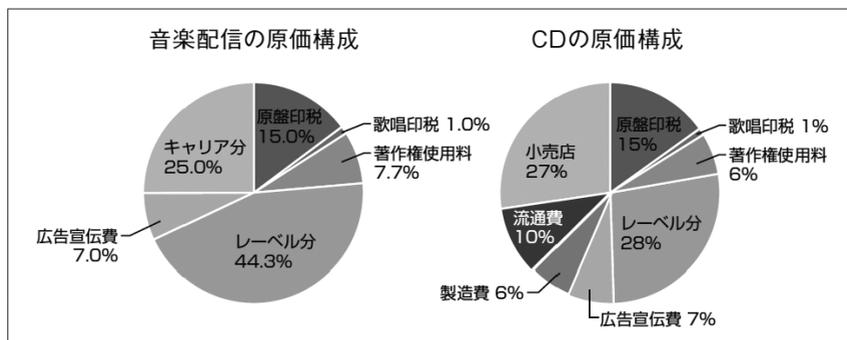
インターネットの普及とテクノロジーの発展により、2000年代に入ると、音楽配信ビジネスが急速に広まっていった。とりわけ、2003年にアップル社がアメリカで開始した iTunes Music Store（現在の iTunes Store）は、ほとんど普及していなかった有料音楽配信を大きな収益を上げるまでに引き上げた。これを受けて、レコード会社はレコーディング契約においてアーティストから譲り受ける権利に送信可能化権を加え、ダウンロード配信についての印税の規定を盛り込むようになった。現在、最も多く見受けられるのが以下の計算式である。

$$\text{税抜配信価格} \times 1 \sim 2\% \times \text{ダウンロード数} \times 100\%$$

ほとんどのレコード会社は、ダウンロード配信はパッケージ商品と同じく、音源の商品形態の一つであると主張し、レコード（CD）と同一の印税率（1～2%）を適用している。しかし、音楽配信とCDでは原価率・利益率が大きく異なるので、この主張にはまったく説得力がない。

図表3は、音楽配信とCDの原価構成を比較したものである。音楽配信にはCDのような製造、在庫、輸送、返品にかかる費用が不要なため、その分、レコード会社の取り分は大きくなる。つまり、音楽配信はCDよりも原価率が低

(4) 安藤和宏『よくわかる音楽著作権ビジネス 4th Edition 基礎編』(リットーミュージック・2011年) 10頁。



図表 3

く、利益率が高いのである。しかしながら、レコード会社はCDより利益率が高い音楽配信についてもレコード（CD）と同じ印税率を適用することによって、アーティストに支払う印税をできるだけ抑えようとしている。アーティストは音楽配信の利益率が高いことを指摘して、印税率を上げるように主張しているが、ほとんどのレコード会社は耳を貸そうとしないのが現状である。

2015年に入ると、日本ではAWA、LINE MUSIC、Apple Music、Google Play Musicといったサブスクリプション・サービスが次々に開始された。サブスクリプション・サービスといえば、前述したように2008年にスウェーデンで発祥したSpotifyが世界を席卷しているが、日本ではレコード会社が原盤をライセンスしないためにSpotifyはサービスを開始できない状況にある。しかしながら、日本のレコード会社が出資するAWAやLINE MUSICがサービスを開始したことで、音楽業界はにわかにサブスクリプション・ビジネスに大きな期待をかけるようになった⁽⁵⁾。

レコード会社はサブスクリプション・サービスの開始を受けて、レコーディング契約の中に、ダウンロード配信に加えて、ストリーミング・サービスの印税計算式を入れるようになった。現在、最も多く見受けられるのが以下の計算式である。なお、配信サービス利用料は、レコード会社が配信事業者から受領するライセンス料に基づき、レベニューシェア率を使って算出する。

配信サービス利用料×1～2%×視聴回数

この計算式を見れば分かるとおり、レコード会社はサブスクリプション・サービスについても、レコード（CD）と同一の印税率（1～2%）を適用することによって、アーティストに支払う印税をできるだけ抑えようとしている。

なお、いくつかのレコード会社は、さらに劣悪な条件をアーティストに提案している。たとえば、あるメジャー・レーベルは著名なアーティストに対して、「レコード会社が受領する原盤使用料×1～2%×80%」という条件を提示している。「レコード会社が受領する原盤使用料」とは、サブスクリプション・サービスを提供する配信事業者からレコード会社に支払われる原盤使用料（ライセンス料）のことである。現在、原盤使用料は配信事業者の会費収入の50%が相場なので、アーティストが受領する印税額は上記の計算式による印税の半分以下になる。なお、印税計算式に「×80%」が入っているのは、出荷控除と同じように、80%を乗じることによって、支払額を少なくすることが目的である。

上記のように、日本の音楽業界におけるレコーディング契約が規定する音楽配信に対するアーティスト印税は、配信事業者の収入から見ると、全体の0.5～2%であり、Adamiが作成したサブスクリプション・サービスの原価構成と比べても、さらに低い数字となっている。それではなぜレコード会社はアーティストやプロダクションの主張に耳を貸そうとしないのであろうか。次章では、音楽業界の現状を紹介することによって、その理由を説明することにしよう。

(5) AWAは、サイバーエージェントとエイベックス・デジタル株式会社の共同出資によって設立されたAWA株式会社が提供するインターネット音楽配信サービスである。2015年5月27日にサブスクリプション型定額サービスを開始した。一方、LINE MUSICは、エイベックス・デジタル株式会社、株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント、LINE株式会社の三社共同出資により設立された会社であり、2015年6月11日にサブスクリプション型定額サービスを開始した。なお、6月30日にはユニバーサル・ミュージック合同会社が資本参加している。

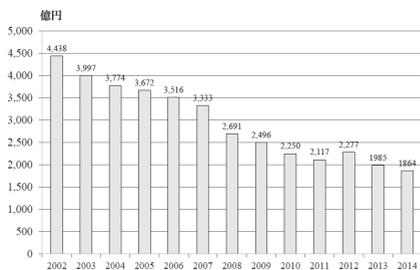
Ⅲ. 音楽業界の現状

メジャー・レーベルのレコード売上げは、1998年をピークに減少の一途をたどっている（図表4）。2014年における音楽ソフト（レコード+音楽ビデオ）の総生産金額は2,542億円であり、これはレコード売上げのピーク時である1998年の6,075億円に比べると41.8%である。つまり、この16年間で音楽ソフトの市場規模は4割に減少したことになる。ただし、この数字には日本レコード協会加盟社の流通網を使わないインディーズの売上げは含まれていない。

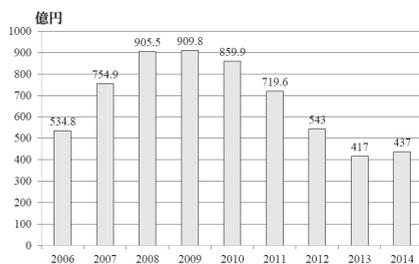
ここで注目すべきは、2014年の音楽配信の売上げが437億円（前年比105%）となり、2009年以來5年ぶりに昨年実績を上回ったことである（図表5）。売上げが好転したのは、PC配信・スマートフォンでのダウンロード配信が好調だったことが主な理由であるが、サブスクリプション市場が79億円（前年比257%）と大きく伸長したことも起因している。一時期は、ダウンロード配信では音楽業界を救うことができないと失望感が広がり始めていた音楽業界であるが、サブスクリプション・ビジネスの躍進に一縷の望みをかけ始めているのが現状である。

次にパッケージと音楽配信の世界シェアを見てみよう。国際レコード連盟（IFPI）の調査によると、2013年の日本のパッケージ売上げは全世界シェアの31%を占めている（図表6）。2位のアメリカは17%に留まり、以下、ドイツ（13%）、フランス（8%）、イギリス（7%）と続く。日本の売上シェアが31%というのは、驚異的な数字である。日本は世界3位の経済大国であるが、それでも全世界のCDの31パーセントが日本で売られているのは驚くべき事実である。

一方、音楽配信の世界シェアを見ると、2013年のランキング1位はアメリカであり、全世界シェアの45%を占めている（図表7）。2位はイギリスの10%、以下、日本（8%）、ドイツ（5%）、オーストラリア（4%）、フランス（4%）と続く。アメリカが音楽配信の売上げで全世界シェアの半分近くを占めているという事実も驚きである。このようにパッケージ売上げに依存する



図表4 オーディオレコード生産金額の推移



図表5 有料音楽配信売上額の推移

順位	国名	シェア
1	日本	31%
2	アメリカ	17%
3	ドイツ	13%
4	フランス	8%
5	イギリス	7%
6	カナダ	2%
7	オーストラリア	2%
8	イタリア	2%
9	ブラジル	2%
10	オランダ	1%

図表6 2013年パッケージ売上げ

順位	国名	シェア
1	アメリカ	45%
2	イギリス	10%
3	日本	8%
4	ドイツ	5%
5	オーストラリア	4%
6	フランス	4%
7	カナダ	4%
8	スウェーデン	2%
9	韓国	2%
10	ノルウェイ	1%

図表7 2013年有料音楽配信売上げ

日本と音楽配信にシフトしたアメリカはとてども対照的であるが、日本とアメリカのシェアを合計してみると、パッケージ市場では48%、音楽配信市場では53%となり、全世界の売上げの約半分が日本とアメリカで占められている。

近年、韓国から多くのアーティストが来日して、音楽ビジネスを展開しているが、日本の音楽市場が海外から見て巨大マーケットであることがその理由である。一方、日本から見るとアメリカ以外の国々はマーケットの規模が小さく、日本人アーティストにとって魅力あるものではない。したがって、日本人アーティストは海外に出るより、日本で活動した方が効率的と言えるだろう。一昔前は日本からアメリカに音楽活動の拠点を移して、世界的なアーティストを目指すという動きがあったが、今は日本でパッケージを売った方が効率よくビジネスを展開できるため、海外に活動の場を移すアーティストは減少している。

国際レコード連盟 (IFPI) の調査によると、2014年における日本のパッケー

ジの売上比率は全体の82.1%であり、前述したように日本のレコード産業がパッケージ売上げに大きく依存していることが分かる。全世界の売上比率を見ると、パッケージの売上比率が高い国は、日本（82.1%）、ドイツ（76%）、オーストリア（74.7%）、フランス（67.9%）、ベルギー（63.6%）、スイス（57.8%）である。一方、音楽配信の売上比率が高い国は、ノルウェー（83.7%）、スウェーデン（83%）、アメリカ（73.2%）、インド（65.2%）、オーストラリア（63.6%）、韓国（60.4%）である。Spotifyの発祥の地であるスウェーデンが2位になるのは理解できるが、ヨーロッパの中でもパッケージの優位な国が意外に多く、興味深い結果となっている。

前述のとおり、アメリカではパッケージの依存度が低く、音楽ビジネスの中心は音楽配信にシフトしている。具体的には、iTunesに代表されるダウンロード・モデル、Spotifyに代表されるインタラクティブ・ストリーミング・モデル、そしてPandora Radioに代表されるノン・インタラクティブ・ストリーミングモデルである。一方で、日本ではなかなか音楽配信が期待したように広まらない。北欧やアメリカでストリーミング型モデルの音楽配信が流行しているのに、日本ではストリーミング型モデルの音楽配信が展開できないのは、どういう事情によるものだろうか。

日本のレコード会社は他社、とりわけ異業種の企業に対して、警戒心が強く、保守的である。メジャー・レーベルのライセンス・ビジネスに対する消極性や異業種の事業者に対する閉鎖性は、まさに音楽配信ビジネスに対する考え方に如実に反映されている。これは、アップル社が日本で音楽ダウンロード販売サービスであるiTunes Music Storeを展開しようとした時にもビジネスの障害となって現れた。日本のレコード会社は、アップル社の音楽配信サービスについてDRMが不十分であり、そのまま受け入れることはないコメントし、積極的に原盤をライセンスしなかったのである。しかしながら、2005年8月4日に日本での配信が開始されると、サービス開始後4日間で100万ダウンロードを突破する等、iTunes Storeは瞬く間に一般ユーザーに受け入れていった。最後まで自社配信にこだわってライセンスを拒み続けたのは国内大手レーベル

のソニー・ミュージックであったが、ついに2012年11月7日、iTunes Storeはソニー・ミュージック系列の主要邦楽アーティストの楽曲配信を開始した⁽⁶⁾。国内主要レーベルが出そろうまでに実に7年以上の歳月を要したのである⁽⁷⁾。

しかしながら、前述したように、2015年に入ると、日本ではAWA、LINE MUSIC、Apple Music、Google Play Musicといったサブスクリプション・サービスが次々に開始された。CDの売上げが期待できない現状では、多くのレコード会社はサブスクリプション・ビジネスが音楽業界の生命線であると考え始めている。したがって、実演家がサブスクリプション・サービスに対する印税率が低すぎると主張しても、レコード会社は一切耳を貸さないし、今後も貸すつもりはないだろう。

IV. 実演家が衡平な報酬を確保するためには

それでは実演家が音楽配信サービスによる実演の利用に対して、衡平な報酬を確保するためには、どうすればよいのであろうか。本章では(1)レコード会社との交渉による契約条件の改善、(2)司法による救済、(3)法改正による解決、という3つの方法を考察してみたい。

(6) ソニー・ミュージックの音楽配信に関するビジネス戦略に対しては、「特に最大手のソニーミュージックと親会社ソニーの罪は大きい。自社のハードとソフトの連携を気にするがあまり、多くの人気邦楽アーティストを抱えているにもかかわらず、新しい配信サービスなどに積極的にコンテンツを提供してこなかったのだ」「ソニーはソニーのハードに楽曲や映画を入れて楽しんでもらうという戦略にこだわり、その間に、ユーザーは他の便利で手軽な楽しみ方に移行してしまった」という厳しい批判がなされている。週刊ダイヤモンド編集部・清水量介・森川潤『誰が音楽を殺したか?新しい収益モデルを構築せよ』(2013年・ダイヤモンド社)4頁。

(7) ソニー・ミュージックエンタテインメントに所属する電気グルーヴの石野卓球はTwitterで「本日からiTunes Storeで僕のソロや電グルのタイトルがほぼ買えるようになりましたとさ。遅せーよ!」「あと2日遅らせて11/9のベルリンの壁崩壊の日に合わせてれば良かったのにね。ベルリンの壁崩壊時に例えるとソニー側が東、Apple側が西」とソニー・ミュージックの対応の鈍さを痛烈に批判している。

1. レコード会社との交渉による契約条件の改善

最も理想的な方法は、レコード会社との交渉によってレコーディング契約における印税率の条件を改善することである。しかしながら、一部の交渉力の強いアーティストを除いて、この方法の実現可能性はほとんどないといってよい。音楽業界では、レコード会社とアーティストとの間の交渉力の差は歴然として存在するため、アーティストが音楽配信に係る印税条件の改善を主張しても、レコード会社はまったく受け入れない。

では、アーティストを擁するプロダクションや原盤制作に従事する音楽出版社の権利者団体がその交渉力を行使して、音楽配信に係る印税条件を改善する方法は効果があるだろうか。実は、この方法はすでに失敗している。一般社団法人日本音楽事業者協会、一般社団法人日本音楽制作者連盟、一般社団法人日本音楽出版社協会の3団体で組織する日本音楽団体協議会（略称、音団協）は、2006年11月からメジャー・レーベルの代表者を順次訪問し、原盤の「音楽配信使用料」に関する要望書を手渡して、原盤の音楽配信に対して適正な使用料を設定することを要請したが、無視されてしまったのである⁽⁸⁾。以下、要望書の一部を抜粋しよう。

この新しい流通形態においては、音楽配信に特有の経費が生じることは理解しておりますが、従来のCDのような製造、在庫、輸送、返品といった物品販売に伴う負担がなく、旧譜に関しては宣伝の必要もありません。従って、音楽配信使用料について、これまで同様の、またはそれに準じた契約条件を適用するのは合理性を欠くものであり、すでに締結されている、あるいは今後締結される原盤契約に、音楽配信による利用とその利益配分について新たに「音楽配信使用料」を設定する必要があります。

このような音団協の切実な要望も功を奏さず、メジャー・レーベルは新たな

(8) 安藤・前掲注(4) 291頁参照。

使用料を設定することなく、音楽配信に対して、レコード (CD) と同一の印税率を適用し続けているのが現状である。また、プロダクションは原盤権利者であったり、レーベルを経営したりしているため、アーティストと利害関係が一致するとは限らないという権利者団体が持つ構造的な問題もある。したがって、レコード会社との交渉により契約条件が改善されることは不可能に近いと言わざるを得ない。

2. 司法による救済

周知のとおり、契約自由の原則に基づき、契約当事者は、自らの欲するところに従って契約上の権利義務を自由に定めることができる。そして、この契約自由の原則は、①契約を締結し、または締結しない自由、②契約締結の相手方を選択する自由、③契約の内容を決定する自由、④契約締結の方式からの自由から成ると解されている。したがって、契約当事者が合意した内容は原則として有効であるが、自由競争が強者による弱者支配を生み、不平等な社会をもたらすということが認識されているため、この原則はさまざまな形で制限を受けている。本稿で特に問題となるのは、公序良俗に反する契約内容は無効になる旨の民法90条の規定である。

それでは、レコード会社とアーティスト間で、レコード会社が音楽配信による実演の利用に対して、印税率1～2%を支払うというレコーディング契約を締結した場合、裁判所は「この条項は公序良俗に反するので無効である」というアーティストの主張を認めるだろうか。実は、レコード会社とプロダクションまたはアーティストが締結したレコーディング契約における対価の相当性を巡る訴訟が2件存在する。BOOM事件 (東京地判平成19年1月19日・判時2003号111頁)⁽⁹⁾とHEATWAVE事件 (東京地判平成19年4月27日・平成18年(ワ)8752)⁽¹⁰⁾である。これらの事件は契約締結時には存在していなかった送信可能化権が契約解釈上、譲渡の対象となるかが争われた事件であるが、どちらの判決でも対価性が維持されているという結論が下されている。

BOOM事件では、裁判所は「新たに譲渡の対象となる送信可能化権につい

ても、その対価性が確保されていることが必要である」と認めながら、ダウンロード数に応じて、一定の算定式に従った印税が支払われていることから、「送信可能化権を譲渡対象とした場合においても、音源配信による比例的な対価の支払がされているから、従前のCD等の販売に準じて対価性がなお維持されているとみることができる」として、対価の相当性について問題はないという結論を下している⁽¹¹⁾。

HEATWAVE 事件では、レコード会社とアーティストが締結したレコーディング契約は、「音源配信を含む新たな頒布形態について、SME（被告のソニー・ミュージックエンタテインメントのこと：筆者注）による一方的な実演家印税

- (9) 本事件の判例評釈として、山本隆司「新たに創設された未知の利用方法に対する権利の帰属」判例時報2021号185頁（2009年）、田中豊「契約当時存在していなかった送信可能化権が譲渡の対象とされたか—いわゆる原盤譲渡契約および専属実演家契約の解釈—」コピライト561号23頁（2008年）、岡邦俊「判批」JCA ジャーナル55巻10号（2008年）62頁、升本喜郎「エンタテインメント訴訟における主張・立証活動」コピライト556号（2007年）10頁、藤野忠「著作隣接権譲渡契約の締結後に法定された支分権の帰属—レコード原盤音源送信可能化権確認請求訴訟—」知的財産法政策学研究19号（2008年）332頁等がある。
- (10) 本事件の判例評釈として、市村直也「最近の音楽ビジネス事情と著作権—作詞家、作曲家、実演家の視点から—」コピライト577号2頁（2009年）、田中・前掲注（9）、藤野・前掲注（9）、岡邦俊「判批」JCA ジャーナル54巻6号（2007年）72頁等がある。
- (11) これは、フランス法の強制ロイヤリティー制度のアプローチと類似のアプローチといえよう。フランス法では、著作権移転の対価は、ロイヤリティーによる報酬を原則とする（131の4条1項）。1957年法で導入されたこの強制ロイヤリティー制度は、一括払いの報酬と引き換えに商業的価値のある著作権を手放してしまう著作者を守ることを目的としている。著作者は、ロイヤリティーによる報酬によって、作品の商業的成功の恩恵を受けることができる。但し、フランス法はロイヤリティーのパーセンテージに関する制約は設けていないので、当事者は具体的なロイヤリティー・レートを自由に決めることができる。つまり、フランス法はロイヤリティーの多寡については介入せず、ロイヤリティーによる報酬をもって、著作者の利益が守られるとするのである。安藤和宏「アメリカ著作権法における終了権制度の一考察—著作者に契約のチャンスは2度必要か—」早稲田法学会誌58巻2号（2008年）82頁、Stéphane Gregoire（瀬川信久訳）「フランスの著作財産権とデジタルの諸問題」知的財産法政策学研究5号（2005年）147頁参照。なお、岡・前掲注（10）65頁は、文化審議会著作権分科会報告書（平成18年1月）133頁にある「利用権付与の対価の決定方法として、利用者が取得する収益に比例した方法が採られている場合には、利用契約に含めて解してもそれほど問題は生じないと思われる。」という記述が、本判決が採用した手法に合致していると指摘している。

額の決定を認めているものではなく、新たな頒布形態の特殊性等に応じた相対的な率による実演家印税が支払われるべきことを規定しているものと解される」としながらも、具体的な理由を示すことなく、「本件契約が定めている音源配信に対する印税率が低いものと認めることはできない」という結論を下している。

この2つの事件は、音楽配信による実演の利用に対する報酬が契約書に規定されていなかったのもかわらず、レコード会社が一方的にCDと同じ印税率と算定方法を適用したことが訴訟の大きな要因である。これらの判決を見ると、アーティストが音楽配信による実演の利用に対する報酬は、対価性が維持されていないと主張しても、裁判所がこれを認める可能性は低いだろう。まして、レコード会社とプロダクションとのレコーディング契約において、音楽配信の印税率が明記されている場合は、対価性が維持されていないと判断される可能性はさらに低いといえる。したがって、司法による救済には、大きな期待を持つことができないというのが現状である。

3. 法改正による解決

(1) 報酬請求権プラス指定団体アプローチ

日本の著作権法では、ウェブキャストとサイマルキャストは自動公衆送信として位置づけられており、レコード製作者と実演家には送信可能化権という独占的排他権が与えられている。しかしながら、実演及びレコードに関する世界的著作権関係条約（以下、WTTP という）の条文を見ると、ウェブキャストとサイマルキャストは利用可能化ではなく、公衆への伝達に含まれるという解釈が正しいように思われる⁽¹²⁾。以下、WPPT の条文を見てみよう。

(12) この問題に関しては、上野達弘「クラウド時代における公衆送信権の国際的検討（講演録）」『著作権ビジネスの理論と実践Ⅳ』175頁以下に詳しい解説がなされている。

第10条（固定された実演の利用可能化権）

実演家は、レコードに固定されたその実演について、有線又は無線の方法により、公衆のそれぞれが選択する場所及び時期において利用が可能となるような状態に置くことを許諾する排他的権利を享有する。

第14条（レコードの利用可能化権）

レコード製作者は、そのレコードについて、有線又は無線の方法により、公衆のそれぞれが選択する場所及び時期において利用が可能となるような状態に置くことを許諾する排他的権利を享有する。

この条文の規定から明らかなように、利用可能化権の対象行為になるためには、ユーザーが場所と時期を選択できることが必要となる。しかしながら、ウェブキャストとサイマルキャストは、送信行為自体はユーザーからのリクエストに応じて行われるものの、予め用意された番組プログラムが送信されるだけで、ユーザーが過去に送信された番組プログラムをリクエストすることはできない。つまり、ユーザーが時期を選択することはできないのである⁽¹³⁾。

したがって、ウェブキャストとサイマルキャストは利用可能化ではなく、公衆への伝達として位置づけられるべきであると思われる。その場合、権利者には許諾権ではなく、報酬請求権が与えられることになる⁽¹⁴⁾。実際、欧州情報社会指令3条やオランダ法⁽¹⁵⁾、ドイツ法⁽¹⁶⁾でもそのように解釈されている⁽¹⁷⁾。また、WTTPを解説するヨーロッパの主要なコメンタールにおいても、ウェブキャストとサイマルキャストは公衆への伝達に分

(13) 黒田智昭「公衆への伝達の概要（日本法とWPPT）について」Oh FARM 1号（2013年）18頁。

(14) 但し、WTTP加盟国は、国内法で条約を上回る保護を権利者に与えることができるため、ウェブキャストやサイマルキャストを公衆への伝達と位置付けた場合でも、報酬請求権ではなく、許諾権を付与することが可能である。君塚陽介「ウェブキャストを巡る状況について—欧州の法制度と現状—」CPRA NEWS68号（2013年）4頁参照。

(15) オランダ隣接権法7条1項参照。

(16) ドイツ著作権及び著作隣接権に関する法律78条2項1号と86条参照。

類されるとしている⁽¹⁸⁾。

しかしながら、日本では受信者が公衆への送信という行為をコントロールできるかが分水嶺とされたため、ウェブキャストとサイマルキャストは利用可能化権の行使対象とされてしまった。すなわち、インタラクティブ送信とは、公衆への送信の中で情報が常に公衆まで送信されている放送とは異なり、サーバーと呼ばれる送信用コンピュータに入力されている情報が公衆からのリクエストがあった場合のみ送信される形態を意味すると解されたのである⁽¹⁹⁾。

一方、アメリカでは、録音物の著作者にデジタル音声送信による公の実演権が与えられており、ウェブキャストと加入契約型のデジタル送信に対しても、権利行使ができるとされている。しかしながら、一定の非インタラクティブ送信に対しては法定使用許諾 (compulsory license) が認められており、ウェブキャストと加入契約型のデジタル送信を行う事業者は法定使用許諾制度を利用できる⁽²⁰⁾。つまり、ユーザーは録音物の著作権者と交渉してライセンスを受けてサービスを行うか、あるいは法定使用許諾制度を利用してサービスを行うかを自由に選択できるのである。

このように見てみると、ウェブキャストとサイマルキャストは

(17) 一方、フランスでは実演家とレコード製作者に許諾権を与えている (フランス知的財産法212条の1及び212条の3参照)。また、イギリスではレコード製作者に許諾を与えているが、実演家には報酬請求権を認めている (著作権、意匠及び特許法20条及び182条D1項参照)。

(18) See IRINI STAMATOUDI & PAUL TORREMAN, EU COPYRIGHT LAW 409, 413 (2014), THOMAS DREIER & BERNT HUGENHOLTZ, CONCISE EUROPEAN COPYRIGHT LAW 361 (2006)。

(19) 濱口太久未「著作権法の一部を改正する法律」コピライト436号 (1997年) 3頁。当時、文化庁国際著作権室長であった岡本薫も「放送・有線放送では、局側が常に受信機までの (公衆への) 送信を行っており、情報は常に受信機まで届いていて、受信者側は送信行為をコントロールすることができません。これに対して、インターネットなどをを用いたインタラクティブ配信では、情報はサーバーまでしか届いておらず、初めて送信が行われるのです。したがって、いわゆる『インターネット放送』は、リクエストするまで端末に送信されませんので、放送ではなくインタラクティブ送信です。」と述べている。岡本薫「著作権保護の国際的動向について (抄)」コピライト433号 (1997年) 10頁。

(20) 17 U.S.C. § 114 (d) (2)。

利用可能化ではなく、公衆への伝達として位置づけるのが妥当であろう。そして、レコード製作者と実演家には送信可能化権という許諾権ではなく、譲渡不可能な報酬請求権を与えるか、あるいはアメリカのように法定使用許諾制度を構築すべきだと考える。そして、著作権法上、商業用レコードの二次使用料請求権や貸与報酬請求権、私的録音録画補償金請求権のように、公益社団法人日本芸能実演家団体協議会を報酬の徴収・分配業務を担当する団体として指定し、レコード製作者と実演家との報酬比率を50：50にするという法改正を行うべきである⁽²¹⁾。

読者の中には「なぜ禁止権である利用可能化権ではなく、金銭債権に留まる報酬請求権にするのか」と疑問を持つ者もいるだろう。確かに利用可能化権に比べると、報酬請求権は相対的に弱い権利である。しかしながら、権利行使の実態を見ると、レコード製作者に安く買い叩かれている許諾権に比べると、報酬請求権と指定団体の組み合わせは、明らかに実演家に資する制度になっている。そして、上記のように法改正することによって、ウェブキャスティングとサイマルキャスティングによる実演の利用に対して、実演家は衡平な報酬を確保することができることになるのである⁽²²⁾。

(2) 著作権契約法アプローチ

一方、ダウンロード配信やサブスクリプション・サービスは、「有線または無線の方法により、公衆のそれぞれが選択する場所及び時期において利用が可能となるような状態に置くこと」に該当するため、実演家の送信可能化権の対象となるという現行法の規定がWTPPにも合致し、妥当である。しかしなが

(21) WTPP15条は「実演家及びレコード製作者は、商業上の目的のために発行されたレコードを放送又は公衆への伝達のために直接又は間接に利用することについて、単一の衡平な報酬を請求する権利を享有する。」と規定するだけで、実演家とレコード製作者の取り分の割合を指定していないが、ほとんどの国では実演家のレコード製作者の取分比率を50：50にしている。日本においても、芸団協と日本レコード協会が放送事業者から徴収する二次使用料は同額である。安藤・前掲注(4) 221頁。

(22) 安藤和宏「著作権保護の目的と将来像」高林龍編著『著作権ビジネスの理論と実践』(成文堂・2010年) 245頁以下参照。

ら、送信可能化権のような独占的排他権に関しては、レコード会社とアーティスト間の交渉力の格差を是正するために、著作権契約法の導入が必要となる。そして、著作権契約法を検討する際には、ヨーロッパ諸国が導入している著作権契約法が大いに参考になる⁽²³⁾。なぜなら、これらの契約法は著作者や実演家に対する衡平な報酬の実現を目指しているからである。

日本法への著作権契約法の導入に際して検討すべきは、ドイツ著作権法の相当報酬請求権制度、ベストセラー条項、そして後に知られた利用方法に関する報酬の規定である⁽²⁴⁾。相当報酬請求権制度とは、著作者は使用権の許与及び著作物の使用許諾について、合意された報酬が相当なものでない場合、契約の相手方に対して、報酬が相当になるように契約の変更を求めることができるという制度である(32条1項)。したがって、著作者と利用者の間で、著作物の使用許諾の対価を1,000ユーロにすると合意しても、それが客観的に相当でない場合、著作者は利用者に対して、相当な報酬を与えるように契約の変更を請求できる。この権利は著作者が保有するが、他人に譲渡することはできない。

ベストセラー条項(32a条)とは、著作者は契約時に相当な報酬を得ていたとしても、作品が大きな成功を収めたために、利用者の収益と著作者の報酬が

(23) 本稿ではドイツの著作権契約法を紹介するが、他のヨーロッパ諸国においても、注目すべき著作権契約法は少なくない。たとえば、2015年7月1日に施行されたオランダの著作権契約法によると、(1) 実演家は、利用権の付与に対して衡平な報酬を受け取る権利を有する、(2) 実演家は、合意した報酬と利用者が取得する作品の利用からの収益が著しく不均衡である場合、追加的に衡平な報酬を受け取ることができる。さらに2010年4月26日に公表された欧州著作権コードは、著作者はその財産権を譲渡する場合、相当な割合の報酬を受ける権利を有すると規定されている(2-3条3項)。なお、欧州著作権コードについては、上野達弘「ヨーロッパにおける著作権リフォーム—欧州著作権コードを中心に—」著作権研究39号(2012年)39頁を参照のこと。

(24) 上野達弘「国際社会における日本の著作権法—クリエイタ指向アプローチの可能性—」コピライト613号(2012年)12頁以下、Jan Bernd Nordemann「ドイツ法における職務創作と著作権契約法」『著作権ビジネスの理論と実践Ⅲ』(2013年)245頁以下、駒田泰士「著作者と実演家の契約的地位を改善せよ—ドイツ著作者契約法草案—」コピライト471号(2000年)40頁以下、同「ドイツ著作者契約法をめぐる動向」コピライト484号(2001年)29頁、三浦正広「著作者および実演家の契約上の地位の強化に関する法律」コピライト498号(2002年)42頁以下、安藤和宏「わが国著作権法における契約法規定の可能性」上野達弘・西口元編著『出版をめぐる法的課題』(日本評論社・2015年)399頁以下を参照。

著しく均衡を欠いた場合、著作者は追加的に相当な利益配分を求めることができる制度である。契約当事者が得られた収益または利益の額を予見していたかどうかは関係ない。事後的に見て、収益の大きさと報酬が著しく不均衡になった場合に適用される。著作物が大きく売れたことによって利用者が大きな利益を上げた場合、著作者はこの規定によって追加的な利益配分を受けられることから、この規定はベストセラー条項と呼ばれている。

後に知られた利用方法に関する報酬の規定（32c条）とは、未知の利用方法に関する契約が締結されていた場合、利用者が新たな利用方法に着手するときには、著作者は相手方に対して、相当な報酬を求めることができるというものである。契約の相手方は著作者に対して、著作物の新たな使用方法の着手について、遅滞なく通知しなければならない。契約の相手方が第三者に使用権を譲渡した場合でも、著作者は当該第三者に対して、相当な報酬を請求することができる。

これらの権利は実演家にも与えられている（79条2項）。したがって、レコード会社とアーティスト間で締結されたレコーディング契約において、音楽配信による実演の利用の報酬が相当でない場合、アーティストはレコード会社に対して、相当な報酬を支払うように契約を変更する同意を求めることができる。また、CDや音楽配信が大ヒットした場合、ベストセラー条項に基づいて、アーティストは追加的に相当な利益配分を求めることができる。さらに、BOOM事件やHEATWAVE事件のように、契約締結時には未知の利用であった音楽配信がその後、レコード会社によって実施された場合、アーティストはレコード会社に対して、相当な報酬を求めることができるのである。

このようにウェブキャッシングやサイマルキャッシングに関しては、実演家の権利を譲渡不能な報酬請求権にし、芸団協を指定団体にすることによって、レコード製作者と実演家の報酬シェア50：50を実現する。そして、ダウンロード配信やサブスクリプション・サービスに関しては、著作権契約法を導入することによって、レコード製作者と実演家間の交渉力の格差の是正を図り、実演家が相当な報酬を得ることができる法制度を確立する。このアプローチが

最も現実的であり、実演家が目指すべき方向であると思われる。

V. むすびに代えて

2015年12月16日と17日の両日、日本音楽家ユニオンと国際音楽家連盟は、東京青山の国連大学本部ビルのエリザベス・ローズ国際会議場において、

「ひろがる音楽ビジネスと音楽家の権利」と題したオンラインミュージックに関する国際会議を開催した。筆者は、会議の初日に「実演家に衡平な報酬を」と題する基調講演を行った。本稿はその講演を論文としてまとめたものである。当日、講演の最後に以下の2つの提言を行った。

- ① 実演家が衡平な報酬を勝ち取るためには、社会的なムーブメントを起こす必要がある。フランスの風刺画家フォランが描いた貧乏な兄妹の絵（オークションで落札されようとしている父親の絵画を見ている姿）が追及権創設のきっかけとなったように、日本でも大々的なキャンペーンを行う必要がある。
- ② 権利者団体で研究会やワークショップを開催し、他国の法制度や実務に関する情報を収集し、ベストな立法政策を提言すべき。

実演家の労働運動に関しては、日本は欧米に比べると一歩も二歩も遅れている。日本の実演家とその関係者は英知を集め、優れた法政策を提言すべきである。本稿がその実現に向けた議論の一助になれば幸いである。

付記 本稿は平成27年度科学研究費補助金（基盤研究（C））「音楽配信にかかるレコード保護の総合的研究」による研究成果の一部である。



フォランのデッサン