

音楽出版社が音楽の著作物の創作と利用開発に果たす役割について

社団法人音楽出版社協会
会長 朝妻一郎

本日はこうした機会を与えていただきまことに有難うございます。音楽出版社の立場から著作権の保護期間に関し意見を申し述べさせていただきます。

1. まず最初に申し上げたいのは世界標準採用は知財立国の最低条件の一つということです。

すでに何度も申し上げてきたことであり、また言われてもいることですが、著作権保護期間 70 年は、知財ビジネスの国際展開を積極的に進めていこうとしている日本が国際社会での主要な競争相手である米国、EU(欧州連合)などと対等な立場に立つ最低限のルールです。

『知的財産戦略大綱』に、「『知的財産立国』とは、発明・創作を尊重するという国の方向性を明らかにし、無形資産の創造を産業の基盤に据えることにより、わが国経済社会の再活性化を図るというビジョンに裏打ちされた国家戦略である。」とあります。さらに、「発明や著作物等の成果を知的財産として適切に保護し、有効に活用する経済・社会システムを構築することが必要である。」としています。このような国家戦略を推進しようとしているとき、その基盤である知財が財産である期間を国際比較の中で短いまま放置することは、国家戦略の放棄にも等しいものです。

すでに、著作権保護期間 70 年は、アメリカ、EU 諸国をはじめ、メキシコ、ブラジル、アルゼンチン、ロシア、イスラエル、オーストラリア、そして後れているアジアでも韓国が延長を予定しているなど、わが国と文化交流が行われているほとんどの国で実施されています。

映画、音楽、アニメ、漫画、ゲームなどが海外で高い評価を受け、また広く受け入れられています。今後、この動きが拡大することが予想されますが、保護期間 70 年を採用している主要国において、わが国の著作物のみ 50 年で保護が打ち切られることとなります。

それだけではありません。わが国において、これら 70 年を採用している国の著作物の保護もまた 50 年で打ち切られることとなります。文化の輸入は、輸入国の国民の文化享受を豊かにし、それは必ず新たな創作へと結びついていきます。にも

かわらず、その著作物について使用料を払わないで済ませることは、法律的にはなんら問題がないとしても、文化国家を標榜することを躊躇させるものがあることは確かだと思われま

今年7月、欧州委員会は、実演家及びレコード製作者の権利の保護期間を50年から95年に延長すること、著作物の保護期間の算出方法について関係する著作者のうちもっとも長命な著作者の死後70年間とする2点を、欧州議会に提案しました。

ECはこの提案の理由のひとつとして、レコード市場の縮小（過去5年間で30%減）、音楽配信がその代替となりえていないことを挙げ、「ヨーロッパのレコード産業は新人に投資するために必要な安定的収入源の確保という課題に直面している」（提議書）としています。また、実演家についても社会的処遇を改善する必要があると述べています。

日本では、実演家、レコード製作者の権利は著作隣接権として別の権利として規定されていますが、いずれにしても、ECはヨーロッパにおける音楽産業の振興のために保護期間延長を進めようとしています。文化は産業であり、しかもヨーロッパの将来にとって重要な産業だということです。その振興のために保護期間を延ばそうと提案しているわけです。

保護期間が著作者の創作のインセンティブになるかどうかという議論もありますが、それとは別に文化産業という視点から、保護期間が如何にあるべきか考える必要があると思います。

2. 次に音楽出版社が著作物の創作と利用開発・流通促進に果たす役割について述べさせていただきます。

音楽出版社は、作詞家、作曲家など著作者から譲渡を受けた音楽著作物をできるだけ多く、広く使われるようプロモートすることを主要業務としています。もうひとつは、使用料の徴収、分配などの管理業務です。

広く、多く使われるということは、つまりヒットさせるということです。ヒットさせることによって、著作物はスタンダード楽曲になって行きます。音楽出版社は、譲渡を受けた管理楽曲の中から、できるだけ多くのスタンダード楽曲を作ることを目指します。

スタンダード楽曲をわかりやすくいえば、たとえば『ホワイト・クリスマス』がよい例です。クリスマスの季節になると毎年世界中で数多く演奏され、コンスタントに使用料を生み出し続けています。

ヒットのきっかけはいろいろな場合がありますが、それがスタンダード楽曲になるには、幅広く多様なメディアを通じて広がるのが望ましいのはいまでもありません。レコード発売され、コンサートで歌われ、放送で流され、映画やテレビドラマの主題歌や挿入歌になり、コマーシャルに使われ、カラオケで歌われ、着メロ、

着うたになり、自分で演奏したい人たちのための楽譜が発売される...そうになるとさまざまな相乗作用が生まれ、その音楽は長く世の中に流れ続けます。また、さまざまな歌手、演奏家を取り上げることになり、そこでまた新しい魅力が発見され、さらに広がり続け、誰もが聞いたことがあり、しかも心惹かれるスタンダードが生まれます。

音楽を作るのは作詞家、作曲家ですが、ヒットさせ、スタンダード楽曲にするのは音楽出版社です。もちろん、もとの作品がそれだけのものでなければなりません。ヒットし、スタンダードになりうる力を持った作品をその力どおり、あるいはそれ以上のヒット、スタンダードにするのは音楽出版社です。そのために、音楽出版社は、先に申し上げたようなさまざまなメディアに接触し、売り込み、あるいはそれらを組み合わせるためにさまざまな手を打ちます。それが音楽出版社の大きな役割です。

広く、多く使われるほど、著作権使用料は、それに比例して多くなります。音楽出版社は、使用料を著作者と契約に従って分け合いますが、音楽出版社は分け合った収入のうち必要な経費を除いたかなりの部分を次のヒット、スタンダード作りに投資します。

つまり、作詞家、作曲家、シンガー＆ソングライターなど新しい才能を発掘し、作品発表の場を与え、あるいは原盤制作を行います。そのためには、著作権保護期間は長いほどいいのです。なぜなら、スタンダードといわれる作品は、長い生命力を持っているものだからです。

ほとんどの著作物は、作られたそばから消えて行きます。音楽の世界で言えば、5年、10年と使われ続ける作品は、全体から見ればまれでしょう。作者の死後50年、70年歌われ続ける作品は、間違いなくかけがえのない傑作です。著作権保護期間は、これらかけがえのない作品のためにこそあります。

そして、この数少ない傑作、ヒット作品、スタンダード作品が生み出す使用料が、次のヒット、スタンダード作りの元手になるのです。新しい才能を発掘し育成するという創造のサイクルをスムーズに循環させる原資でもあります。

これらのかげがえのない、人類の文化遺産とでも言うべき作品を保護し、その生み出す収入を次の傑作、スタンダード作品を生み出す糧として生かすために、保護期間はできる限り長く設定されるべきです。(とにかく長い生命力を持つ貴重な作品を十分な期間保護することが重要です。)

保護期間が短く、早くパブリック・ドメインになったほうが著作物は多く使われるという意見をよく聞きますが、音楽出版社の役割ということから考えると、保護期間が長いほど作品は多く使われる可能性を高めていると思います。

音楽に限らず、著作物はたくさんあります。本来の魅力を発見されないまま埋もれてしまう作品も少なくありません。また、ヒットしながら、その後忘れられた作品もあります。これらを発掘し、改めて世の中に出すのも音楽出版社の大事な仕事

です。これを音楽出版社では、楽曲の再開発と呼び、重要な仕事と位置づけています。

グループサウンズ時代のヒット曲『亜麻色の髪の乙女』が40年後に島谷ひとみによってオリジナルを超えるヒットになり、坂本九の『明日があるさ』が38年後にチャートの1位になるなど再開発による代表的なヒットを筆頭に、多くの曲が発売時以上の注目を浴びるようになっていきます。そのいい例が、徳永英明による「VOCALIST」シリーズで、このヒットがきっかけとなり過去の作品をアルバムで取り上げる企画も目立ちます。

楽曲の再開発を繰り返すことも、スタンダード作りの方法です。同じ作品が、時間を経て、まったく別の歌手や演奏家の手によって表現されることによって、別の魅力が生まれ、また逆に、オリジナルの魅力も再発見されるということも起こります。

こうした作業を音楽出版社が行うのは、それによって利益が生み出されるからです。使われなければ1円の収入もない楽曲が、レコード化されたり、コマーシャルに使われれば、その収入はそのまま音楽出版社と著作者の利益になります。だからこそ音楽出版社は、いつでもプロモートできるように、楽譜やオリジナルのレコードなど、その楽曲の資料を整えています。

それも、保護期間内のことです。保護期間が終われば、いくら使われても収入になりません。音楽出版社は、いまの時代ならあの曲をまた売り出せるのではないか、このアーティストに歌わせたらあの曲もまた生き返るのではないか、といったことを考えているのを保護期間終了と同時にやめざるを得ません。たくさんの資料を保存する必要もありません。誰かが、オリジナルの楽譜を手に入れたいと思っても難しくなってしまうでしょう。サイクルの早い音楽の世界では、常に誰かがサポートする必要があります。

3. 次に音楽著作権の利益は単に輸入、輸出という見方だけではないということについてお話したいと思います。

音楽著作権や知財ビジネスは圧倒的に輸入超過であり、保護期間を延長しても出て行くものばかり増えるだけだ、という意見があることは承知しています。しかし、それは、最初でも申し述べましたとおり知財立国を国家戦略と位置付けている国の考え方自体と、日本のクリエイターの力を自ら否定するものです。

そしてまた、輸入によって日本の企業がベネフィットを得るケースもあります。日本の会社が、『ブルームーン』、『A列車で行こう』、『シング・シング・シング』、『ニューヨーク・ニューヨーク』といったスタンダードをはじめ、『風と共に去りぬ』や『オズの魔法使い』を初めとするMGM映画の映画音楽、『007』シリーズや『大脱走』などのユナイテッド・アーティスト映画の映画音楽など約5万曲の外国曲の日本と東南アジアの権利、そしてポール・アンカの『ダイアナ』や『ユー・アー・マイ・デスティニー』、プラターズの『オンリー・ユー』、ビーチ・ボーイズ

の『ファン・ファン・ファン』といった1950年代後半から60年代半ばにかけてのヒット曲約1,000曲の日本地域の権利をそれぞれ買収し著作権存続期間保有している、といった例です。

しかし、同じ外国曲を保有しているのに、我々はこれらの曲が生み出す使用料を外国の出版社より短い期間しか受け取ることができません。新しい才能の発掘、育成、スタンダードの創出という創造のサイクル活動を順調に進行させることに回るべき原資が、外国の出版社に比べて少なくなってしまう。

今後、デジタル化、ネットワーク化がさらに進む中で、音楽出版カタログの売買も大きなビジネスになっていくのは間違いありません。しかし、売り手が企業だったり、ファンドであれば、単純に金額の多寡で我々にもチャンスはありますが、もし作詞・作曲家が売り手だった場合は、日本が他の国より保護期間が短い、イコール自分たちの作品に対する尊敬の気持ちが少ない、というように感情的に判断され、値段以前に買い手として認めてもらえないといったことが起きることも予想されます。

繰り返しになりますが、世界と同じルールで著作権ビジネスを行うよう制度を整えることがぜひ必要です。