

3. ネットビジネスにとって著作権は強化すべきか緩和すべきか

慶應義塾大学経済学部准教授 田 中 辰 雄

○高橋 それでは、後半のご講演に移りたいと思います。

次にご講演いただく先生は田中辰雄先生です。3ページの講師略歴にございますように、田中先生は、東京大学大学院経済学研究科終了された後、国際大学GLOCOMの助手、コロンビア大学の客員研究員を経られまして、現在は慶應義塾大学経済学部の准教授をされておられます。

本日ご講演いただくタイトルは、「ネットビジネスにとって著作権は強化すべきか緩和すべきか」です。

では、田中先生、よろしくお願いいたします。

○田中 ただいまご紹介にあずかりました慶應大学の田中辰雄です。私は、著作権についてお話ししたいと思います。前段中村先生がブロードの話、それから次に根来先生からネットビジネスに限って、それでもかなり幅のあるお話、一般的なお話を聞くことができたと思うのですけれども、私はその中でさらに焦点を絞りまして、著作権という点に話を絞ります。

根来先生から情報の民主化の論理とビジネスの論理の対決という枠組みが出ましたけれども、これもいってみれば1つの沿ったような議論であります。さっきの強化しようというビジネスの論理と、緩めて皆でもう少し利用した方がいいのではないかというユーザー側の論理が対立しているという図式になっています。

基本的にはネットワークビジネスの新しい展開ということですから、ビジネスの方に沿いながらですけれども、できるだけ一般的にお話ししたいと思います。

まず、背景にある議論ですけれども、基本的にネット上で著作権のあるもの、すなわちコンテンツを流そうというときはご承知のとおりずっと議論はございました。携帯で音楽を配信するとか、PCで音楽、動画を流すというような議論があって、新しいビジネスチャンスがあるのではないかと。それから、中村先生からお話しされましたように、通信と放送が融合してくれば、そこでコンテンツをたくさん流せば新しいビジネスが生まれる。そして、ユーザーの便益も上がるという期待があるのですが、その一方で、著作権の問題を気にしている人が非常に多い。それは、コンテンツ業界というのは違法コピーを大変警戒しておりまして、ネット配信に当たっては著作権が守られることが条件だと繰り返し繰り返し申し立てる傾向にございます。

数々のDRM、デジタルライツマネジメントシステム、著作権を保護するような方策を導入して

おります。コピーコントロールをつけたC G、C D、これは日本では結局失敗しましたけれども、その導入。D V Dでもリージョンプロテクトをかけ、それから地上波デジタルではコピーが1回しかできないコピーワンスが入っている。さまざまな法的措置がありまして、ファイル交換の開発者を訴追したり、今でいうとユーチューブについてさまざまな訴訟が起きつつあるという形になっています。

そういう議論をするのは分からないわけではないわけでございまして、今ここにあるのは音楽C Dの販売の推移でございます。一番、頭、ピークになっているところは1997年か98年ぐらいでありまして、それ以降急速に低下しております。ちょうどブロードバンドが普及してきたのが大体このぐらいですから、ネット上で流れている、あるいはコンピューターも普及してC Dコピーがされているからだという議論をするわけです。これは日本のグラフです。下がり始める起点は違いますけれども、アメリカでも同様の議論が起きております。

ちなみに日本の場合は、ピークは5億枚だったのが3億枚に減少しましたから、実に2億枚。物すごい減少ぶりでありまして、自動車の販売量が4割減ったら何が起こるかということを考えれば仰天するのは当たり前でございまして、何とかしてコピーを止めねばならないと。レコード業界さんは、我々はざるで水をすくっているようなものだ、どんどんどんどんコピーされてしまうというわけです。ネット配信には大変消極的というのが実態です。

しかし、これは本当かということでございます。著作権問題は、古くて新しい問題でもあるのです。昔からこの問題は繰り返し繰り返し議論がされてまいりました。過去の歴史では、実は新しい技術を利用する形で発展してきておりまして、必ずしもコピー型の利用方法が悪かったということになっておりません。

実は、ビデオデッキが登場したときも似たような議論がありました。当初、ハリウッドが反対しました。ビデオデッキが出ると、みんな映画館に来なくなって映画産業が崩壊するとまじめにいていた時期がございます。実際には、新たなビデオ市場というのが登場することによって映画産業は復興しました。

さらに歴史をさかのぼりますと、実はレコードが登場したときに、演奏家は反対したという記述が歴史に残っております。なぜかといえば、「レコードで聞いたらおれたちの演奏会に来ないじゃないか、だから音楽家は失業する、したがって、レコードを禁止せよ」とまじめにいていた時代がございます。しかし、実際にはレコードの普及によって音楽鑑賞のすそ野が大幅に広がり、演奏家も大いに潤ったというのが歴史なわけです。

さらにさかのぼりますと、ラジオという例がございまして、今からみるとばかばかしいですが、当初は野球中継をさせなかったという球団がございました。それは、ラジオで聞いたら球場に来ないではないかと。ロジックとしては非常に分かるのですが、今となっては大幅な間違いでありまして、ラジオで中継することによって今まで球場に来なかった女性や子供や老人もすべてファンになって、さらにみんな来るようになったというわけです。

したがって、安い費用で利用することができる範囲が拡大するということは、いってみれば既存の流通チャンネルを食うという形でカニバリズム的にマイナスにはなりますけれども、最終的にはビジネスチャンスを拡大することに終わる。したがって、新しい配信の方法を積極的に評価すべきだというのが、歴史からみると一般論のようにみえます。つまり、現状の違法コピーを警戒している課題ではないかということでございます。

こういうことをいうと、「いやいや、そんなことはありませんよ、田中さん」というように業界の人は反応するわけです。デジタル化は違うのだ。デジタル化によって、いわば劣化しなくなったのだ。それからインターネットが登場したのではないかと。インターネットによって瞬時に、世界中に数億人単位でコピーがばらまかれる。したがって、今度こそこれをとめなければ、コンテンツ産業がつぶれてしまうのだというのがコピープロダクション側の論理なのです。著作権をできるだけ強化しようという議論が出てくるわけです。

典型的な例がウィニーによるファイル交換というのでありまして、ほかにもありますけれども、ファイル交換によって非常に被害を受けているのだというのが音楽業界からの議論でありました。

ちなみに、ウィニーによる音楽ファイルのダウンロード数は、コンピューター・ソフトウェア著作権協会の調べでは1億ファイルらしいです。2億枚CDが減っていますから、仮に1CD1ファイルと対応させますと、半分ぐらいこれで説明できるという議論になっているわけです。これは本当かということです。これを調べてみましょう。

これまでの研究をみますと、音楽が中心でありまして、ざっと並べました。一つ一つはご紹介しませんけれども、2003年のブラックバーン批評。これはどういう結果かといいますと、ビッグアーティストのは少し売り上げが減る。しかし、インディーズとか新人のアーティストはファイル交換がされるとむしろ増えるという結果でした。その次のホバーホルツァーという人の研究結果は、ファイル交換によってはCDの売り上げにほとんど影響はないという結果です。

その後は私のやったもので、今日これからご紹介しますが、日本におけるウィニーによるファイル交換によってはCDの売り上げは減少していないという結果が出ております。

これは音楽でしたけれども、最近では映像の方が中心でございます。映像の方が話題になることが多いですね。地上波放送のコピーワンスというのは動画に関する議論であります。ユーチューブも動画であります。動画についての議論というのは最近研究が始まったばかりでございます。私が去年やったものがあります。それについては後で紹介します。どうなっているかということをごこれからみてみたいと思います。

音楽の場合と映画の場合、2つご紹介しましょう。これはウィニーの画面でございまして、これを知っている方は危ない方ですけれども。これは非常におもしろいソフトウェアでございまして、どのファイルがどれぐらいダウンロードされたかということが分かるようになっております。ユーチューブとかビュー数が分かるようになっております。ビュー数が多いということは、そのファイルの中身は正しい、あるいはおもしろいということですから、投票システムのような形で入っており

ますので、それを使いましてどれぐらい一個一個のファイルがダウンされたかということを調べることができます。一個一個の曲とか映画をクリックして検索しては、それを一つ一つ丹念に集めることによってダウンロードする。つまり、どれぐらい流通しているかを知ることができます。

それを書いてみるとこうなります。横軸にとりましたのが音楽のダウンロード数です。一個一個の点は曲に対応しております。横軸がダウンロード数で、縦軸がCDの売り上げ枚数です。これを見ると、見合いになっています。ダウンロード数が増えると売り上げがむしろ増えるのかと思うかもしれませんが、それは普通は逆でありまして、縦軸の方を原因にみる。売り上げが伸びますと、人気のある作品は同時にダウンロードもされる。売り上げが非常に多い音楽ファイルは、同時にたくさんダウンロードもされていると因果関係をみた方がよろしい。つまり、式形で書けば、売り上げ枚数がふえるとダウンロードが増えると。

当然、逆にダウンロードされてしまうと売り上げが減るという関係式もあるはずでありますから、右下がりの関係式もあると予想されます。ダウンロードされてしまうと売り上げ枚数が減ってくる。そうすると、交点が実現するのは、2つの直線の交点のところが実現して、1つの音楽ファイルの売り上げとダウンロード数が決まっていくだろうということになります。

そこでこの2つの直線を統計的な手法を使いまして、推定してやりましょうということになります。

もしもダウンロード数がなかったらという形で、被害の金額も枚数もここで推定できるだろうという意図のもとにこれを試みたわけです。

実際の推定に当たっては、これだけではできませんので、需要曲線と供給曲線を推定するという経済学のおなじみの手法を使いまして、各種の売り上げやダウンロードに影響を及ぼします要因、例えば演歌とかファミリー向けの音楽というのはあまりダウンロードされないだろう。ウィニーを使うような人の人気はないだろう。逆にゲーム音楽とかアニメ関係の音楽などは、パソコンのヘビーユーザーと重なる部分が多いからたくさんダウンロードされるだろうというような情報を使いながら推定してまいります。ダウンロードの傾きがマイナスであれば被害があつて、被害枚数が推定できるだろうというわけです。

こういうことをやってみました。少し細かいところは省略しますが、まず売り上げ枚数が伸びれば、たくさんダウンロードされるだろうというのはそのとおりでございます、あそこに1.5という数字がありますけれども、これはパーセンテージですので、CDの売り上げ枚数が1%伸びるとダウンロード数は1.5%増える。だから、CDの販売枚数よりもちょっと多目のダウンロードが行われているという割合であります。

問題なのは逆であります。これはダウンロード数が売り上げ枚数にどういう影響を及ぼすかという研究であります、これがマイナスになっていけば先ほどのようなグラフだったのですが、何と、あに図らんやマイナスにならないです。いろいろやってみましたけれども、マイナスになりません。むしろ若干プラスでございます。つまり、グラフの上ではこうなっていると先ほど書きましたが、

マイナスになるべきものがないとなるわけです。つまり、影響が出てこない。これは一体どうしたことか。

統計的な推定でいいますと、ブラックボックスの結果が出たみたいな感じですので、直感的に分かりやすい説明としてこのように考えてください。この中でおもしろいのは、左側のところに全くダウンロードされていないCDがあります。映画でもそうなのですが、ネット上、コピーされて流通されるものというのは偏っているわけです。例えば、アニメ作品でいくと、ガンダムとかは流れますけれども、ちびまる子ちゃんとかサザエさんは流れないわけです。やっぱりみる人たちの需要が違いますから。音楽でも同様でありまして、全く対象にならないという、オリコンで上位ベスト 30 に上がってくるにもかかわらず全く流れないというものはたくさん固まっております。これが流れないものです。ダウンロードされるものはここに固まっているわけです。

もし、このように関係式があるとなると、ここにあるダウンロードされている曲は、仮にこのような直線があったとして、もしもウィニーのようなファイル交換なかりせば、どれだけ枚数が売れていたかという、これだけの枚数が売っていたのです。ここにたくさん点があるはずですが、しかし、そこにほとんど点がありません。全くダウンロードされていない曲、それからダウンロードされた曲が、簡単にいいますと、あまり数字に変わりがないということです。それが一番直感的な説明かと思います。こここのところには全くダウンロードされていない曲が一固まりある。こここのところはすべてダウンロードされた曲がある。その平均的な値を比較すると、ほとんど差がないということです。この不自然な結果を説明するためにはダウンロードされるようなPCファンにとって好む曲が全部、普通の人たちが好む曲よりも高い、そもそもCD売り上げ枚数が高かったという大変反事実的な仮定を置かない限り説明が付きません。多分、この図からみて影響はないというのはわかりだと思えます。

第2番目に、映画の場合というのをやってみましょう。基本的な調査の概要は同じでございまして、DVDの売り上げトップテン、興行ランキングのトップテンに入った映画の作品についてどれぐらいファイル交換されて、ダウンロードされて人々にみられているかということを調査しました。

その前に、後に関連するのですが、ここでやっておきますと、ちなみにファイル交換の中で交換されているファイルは、単一ファイルのものと、分割ファイルのものがあるのですが、分割ファイルというのはどういう意味かという、映画のDVDというのは数ギガあってファイル交換に入らないので、分割してダウンロードするのです。そうでない単一ファイルにするときには画質を落として1個のファイルにして落とす。どっちが多いかということを調べたのですが、97対3で画質を落としたものであります。丸ごと流れているのは3%ぐらいでした。これで画質の比率がわかるということです。

ちなみにこれがダウンロード数の上位20位であります。やった年が年ですので、「ハウルの動く城」があつて「踊る大捜査線」があつて「電車男」がありますね。「宇宙戦争」等が並んでおります。

ちなみにダウンロードのときの時間推移ですが、どのようになっているかという、ある1個のフ

ファイルがダウンロードされているかということですのでけれども、ムービー公開中がありまして、ずっと順調にダウンロードされ続けました。これは累積値です。DVD発売後もだんだん伸びていくという形になっております。連続してつながっています。最後にどこかで恐らく飽和するのだろうと思います。

ちなみにダウンロード数とDVDの売り上げ、映画の興行収入の方はなかなかとれませんでしたので、DVDの売り上げとチェックされます。DVDのセールとダウンロードと比べてみますとこのようになります。それで注目してほしいのは、ダウンロード数とセールの比率ですね。セールというのはDVDの売り上げに対してどれぐらいダウンロードされているのかということの比率をみますと、ものすごい値の差が大きいです。「踊る大捜査線」はちょっと特殊で過去のが入っているので不確実なのですが、0.1ぐらいから3とか4ぐらいまでめちゃくちゃたくさんダウンロードされているものもあれば、全くダウンロードされていないものもあります。

ちなみに、この中で比較的ダウンロードされているものでいいますと、3.85で「マトリックス」がたくさんダウンロードされています。それから「NANA」がダウンロードされている。全然ダウンロードされていないものの筆頭は、不思議なことに「スターウォーズ」の古いやつ。昔のやつがダウンロードされていない。

下がるということは、ダウンロードされる、されないによって影響が出てくるだろうということで、先ほどの音楽と同じように書いた映画におけるダウンロード数と売り上げ枚数の散布図です。

これについて同じように直線を当てはめまして推定を行いました。このとき使った先ほどの状況の操作変数といいますけれども、例えば新アニメだったらたくさんDVDがダウンロードされる。ただし、子供向けのものはあまりダウンロードされない。特別版といって、DVDにおまけがついているものはダウンロードするよりもDVDを買いにいくだろうというようにさまざまな比率を使って説明します。

推定結果です。表の形で書いてあって見難いかもしれませんが、一番上のここをみてください。赤いところをご覧ください。Lダウンと書いてあるのはダウンロード数で、これに売り上げがどれだけの影響を及ぼしているかというと、2.1ということは、先ほどの1.5が2.1、プラスですね。プラスという意味は、DVDの場合でも売り上げ1%伸びるとダウンロード数は2.1%ふえる。2倍ぐらいの反応でダウンロードが増えているということがわかります。

そのダウンロードによって売り上げが減るかというのが右側ですけれども、これがマイナスになっていれば減るのですが、やっぱりマイナスになりませんでした。1.379。あまり影響はないですね。ほかにも条件を変えてやりましたが、なかなかありません。

先ほど話題に出ましたユーチューブについての結果も示したいと思います。ユーチューブに関しても同じようなことをやりました。映画ではなくてアニメについてやっています。ユーチューブにはビューカウント数といいますか、ビュー数がありますから、それを丹念に集めてくれば、ある作品がどれぐらいみられたかということはチェックすることができます。

そこで、一番とりやすいものとして映画は長いのは乗りませんので、大体10分単位ですから、それで比較的まとまったもので一番回数が多いのは、アニメの作品が非常に多かったので、アニメをとりました。これは一個のアニメ作品ですけれども、横軸にあるのは第1話から第12話という話数です。一番左上のものはウィニーでどれぐらい、ファイル交換でどれぐらいみられたかということでありまして、第1話から順番に下がってきます。これはどうしてかといいますと、第1話はみんなが見ます。第2話、第3話とずっとファイルは置きっ放しになって見続けますから、当然累積の形になりますから第1話から下がっていくわけです。

右側にあるのはユーチューブでございます。ユーチューブのビュー数を1話、2話、3話と並べますと、最初高かったのが下がってまた上がってくるとなっています。この下側にあるのはDVDの売り上げです。DVDは3話ずつ1本にまとまっていますから、その売り上げを書いたものでございます。

ほかにもいろいろあります。これは「ローゼンメイデン」、麻生大臣がお好きだといわれるもの。それからこれは去年ヒットしたものです。

このような作品を並べまして、調べたいことはウィニーによるファイル交換をされてただでみられてしまったもの、それからユーチューブでただでみられてしまったもの、DVDでお金を出して買ったもの、この3つの間の関係があるか。つまり、たくさんウィニーでファイルダウンロードされてしまった、あるいはユーチューブでみられてしまった、それによってDVDの売り上げが減るかということをやってみましょうと。

これは結果です。DVDの売り上げに対してウィニーによるファイル交換とユーチューブでの視聴がどういう影響を及ぼしているかということを示したのがここにきております。これをみますと、ウィニーの方はちょっとプラスだけれども、あまり有意ではない。それから、ユーチューブの方はちょっぴりマイナスなのです。これも統計的に有意ではございません。つまり、統計的に有意な関係が出てこないわけです。つまり、アニメのDVDの売り上げに関してはユーチューブでみようがみまいが、ウィニーでダウンロードされようがされまいが、あまり関係はなさそうだというのがこれで分かります。条件をいろいろ変えて推定しても結果は変わりませんでした。

まとめますと、コピーの影響はなかなか形成されません。コンテンツホルダーの方はネット上でビジネスをやろうと思うと大変コピーの悪影響を心配されます。コピーされてしまって売り上げが減ると。我々の権利が侵害されるということを心配するのですが、統計的にみると余り有意な結果が出てこない。ほとんど出てきません。なぜか。

いろいろな仮説があります。1つは、先ほどこっと画質のことをお話しましたが、厳密には、ネット上にあるものは代替財ではないという考え方があります。まず、動画の場合には明らかに画質が異なります。DVD丸ごとを流すのは、現状のネット環境では難しゅうございます。特に映画の場合は長いですから、あれを出すのは非常に難しいです。アニメの場合でも特にユーチューブ等では画質が悪いのです。あれで満足できる人はいいいのですけれども、画質が悪い。

それから、解説書や付録等がございません。音楽の場合には歌詞カードとか解説書とかあります。それからDVDの場合には付録が多くて、本物に対していろいろな資料集とかついています。ですから、完全な代替材でないという仮説が1つです。

それにしても影響がないではないかということなのですからけれども、もう1つは、需要が異なると。というのは買う人ですね。買う人はコピーが利用可能でも可能でなくても、とにかく買う。ファンが買う。買わない人は、たとえコピーが禁止されたから、では仕方がないからCD買うか、仕方がないからDVD買うかというを買わない。コピーで済ましている人はコピーで済ましている人で、コピーがないのだったらそもそも買いに行かない。その2つの需要は影響し合わないのであります。あるいは、作品でもいい。買おうと思っている作品は、コピーが利用できようができませんが買う。買わずにコピーで済まそうと思っている作品は、別にコピーが禁止されたからといって買いに行かない。需要が別だという仮説であります。

3番目には、積極的に宣伝効果があるという仮説があります。これは、流れたことによって、口コミによって広がる、あるいは認知が広がるという形です。これを支えている幾つかの断片的な事実を指摘することはできます。

冒頭にちょっとお話ししたのですけれども、アメリカの研究では音楽ファイルがネット上に流れた場合、ビッグアーティストのCD売り上げは下がる。しかし、インディーズや出始めの新人アーティストのは上がるという結果があります。これは、いってみれば口コミ効果が効いているという非常に整合的な結果です。要するに、ああいうところで流れると、そういうおもしろいアーティストがいるのか、聞いてみて気に入ったと買いに行く人が相当いるということです。そもそもビッグアーティストの場合は名前が知られていますから宣伝効果にはプラスアルファとしての意味は乏しいわけです。

それから、ユーチューブのケースで調べた場合、アニメとかでいいますと、そもそも放送されていない地域がたくさんございます。そういう人たちはユーチューブでみるわけです。気に入ると買いに行くというシナリオは1つ考えられる可能性がある。

東京ですと、アニメの場合、東京と大阪圏ですと、深夜アニメは相当30本近くありますが、ほとんどみることができますけれども、例えば青森であるとか、沖縄になりますと、みられるアニメの数がその3分の1とか4分の1ぐらいになります。そうすると、ユーチューブでみるしかないわけです。みて気に入ると買いに行くというわけです。これが宣伝効果ということであります。

それから、そもそもファイル交換にしろ、ユーザー数が少ないという議論もあります。推定数でいいますと、100万人から200万人、特にファイル交換に関しては、例のウイルス騒動でさまざまな暴露ウイルスが出て以来、大変危険なものになってしまいましたから、一般人が手を出さないものになっております。リテラシーの高い人しかできない。

そうしますと、ユーザー数に上限ができて、なかなか増えていかない。減っていないというのは確かですけれども、増えてはいないわけです。これは日本全体からみますと、そんなに多くは

ないと思います。

ここから出てくる結論は何であるか。それは、音楽ファイルや映画のDVDについて、ファイル交換によってCD売り上げやDVD売り上げが減少するという傾向は見出せませんでした。とすると、音楽配信にあってコピーを恐れて強いDRMをかける必要性は乏しいであろうと。地上波デジタルについても、動画のケースに関しても、コピーを恐れましてDRMをかけ、インターネット放送に関してはコンテンツを提供しないといっているコンテンツホルダーがいます。私の作品はネット上では流さない、どこでコピーしているかわからないからといっている人がいます。なるほどそういうこともあるかもしれませんが、どうもそれは杞憂ではないかというのがここでの差です。

では、コピー対策は何もしなくていいかということとそんなことはない。どこかある程度基準を越えて、現状において影響はないということをいっているにすぎません。多分、一定限度以上コピーがふえると、どこかで影響が出始めてくるのは確実であります。例えば、途上国における状況をみれば、恐らくそういうことは生じてくる。

ちなみに、隣の韓国では音楽のファイル交換が事実上合法です。日本の場合、ウィニーの開発者が逮捕されたりして、はっきりと違法という認識が出てきていますけれども、韓国にはウィニーのようなファイル交換が半ば合法。裁判で負けたらしいです。それを違法としようとする裁判が負けてしまったということがありまして、オールモストリーガルに近い。そうすると、CDショップはほとんど壊滅しまして、日本どころではない、ほとんど壊滅に近いぐらい下がってしまった。そこを完全に公認してしまえば悪影響は出る。しかし、現状日本は適度な圧力がかかっているのです。要するに、適度な圧力がかかっていたらよいわけでありまして、コピー体質というのは悪質な事例です。業者によるコピー品の販売とか、ホームページでも公然とコピー品がそのままダウンロードできるみたいな、そういうものを禁止しておけば、現状においては効果としては十分であると考えます。

したがって、ネットビジネスの新展開ということではいいですと、コピーの対策に力を注いで二の足を踏んでいるというのはビジネスチャンスを失うことになりはしないか。実際そういう例は我々は目の前にたくさんみているのではないか。

音楽の例をいいます。1つはアイチューンです。アイチューンは、ご承知のとおりコピープロテクトがそれまでの音楽配信に比べると格段に低いわけです。CDに焼けるとか、何度でも自分のパソコンの中でコピーできる、いろいろございました。CDに焼けるのが大変好評でした。それで、音楽配信というのはソニーだっけやっていたわけですが、大変強いDRMをかけていました。ちっとも伸びなかったわけでありまして。ウォークマンを開発したソニーがアップルに完全に一本とられてしまったと、大変悔しがっているというのであれば対策は簡単で、ソニーはたくさん音楽映像をもっているのですから、それをDRMフリーで配信すれば必ず勝てると思うわけですが、むしろコンテンツをもっているがゆえにそれができないということで大変損をしていると私などは考えています。ビジネスチャンスを失っているということです。

ちなみにもう1つ、最近新しい動きがありまして、つい先日ですけれども、欧州のEMIがDRMをかけない配信をいよいよ始めると。レコード会社自身ですから画期的だと。いってみれば驚きをもって迎えられましたけれども、私はこれは当然といいますか、起こるべくして起きたと。日本のどこかの企業こそ、ソニーこそがやるべきだったと私は思うのですけれども、そういう配信を開始したと。彼らのインタビューをみますと、ユーザーはそれを望んでいると。それによる市場拡大効果の方が大きいと思ったと彼らはいっています。私もそう思うわけです。

それから動画ですね。動画でいいですよとユーチューブですけれども、これは先ほどお話がありましたけれども、16億ドル、1,600億円という株が売れました。アメリカンドリームを実現したわけでありまして、これも違法コピーがある程度流れるのは分かっておりますけれども、これをつぶすよりは利用する方向に進むであろう。あれをつぶすよりは、コンテンツホルダーを宣伝と割り切る。あるいはもっとたくさんの人気が出てきたら、ビューカウント数に応じて金よこせという形で、あれをだんだん公認する方向に進んでいくというのがあるだろうと思います。つまり、あれから生じるマイナス効果はそんなに大きくはないということは次第に認識されるのではないかと思います。

そういたしますと、いってみれば日本で日本の著作権法は大変きつうございました。アメリカの場合はフェアユースという形でグレーゾーンが認められていますからユーチューブのようなことができるわけですが、日本の場合はそれが認められていませんので、大変きついわけです。日本の場合、対抗馬として考えられるのは、ニコニコ動画ですけれども、ニコニコ動画もいつつぶれるかわからない。法律で闘ったら、多分十中八九負けるとしか思えませんけれども、あれを生かして、大きくしていったら、そこからビジネスをあれのようなもの、あれに似たようなもの、ニコニコ動画ではなくていいですけれども、ああいうものを育てていったら、そこからユーザーにとっても、業者にとっても、コンテンツホルダーにとってもプラスになるようなものが出てくる。そういう試みを縛っている形になっている著作権法は緩めた方がよいのではないかとというのが私の考えでございます。

以上です。

○高橋 どうも分かりやすい結論でありありがとうございました。慶應義塾大学の田中先生でした。