

・音楽ビジネスの臨界

山田 奨治

(国際日本文化研究センター・研究部・助教授)

はじめに

数ある芸術系の業界のなかでも音楽業界は、著作権の管理がもっとも整っているといっ
てよいだろう。しかし、著作権の規制力が国境や共同体の境界を越えて作用したときには、
難しい問題が生じる。それは、著作権を守るか否かといった狭隘な選択に収まらず、わた
したちは文化帝国主義の道を選ぶのかという、よりおおきな倫理的な課題をも内包してい
る。

日本のポップミュージック(Jポップ)はアジアの若者の間で人気がたかく、とくに香港・
台湾・韓国で熱狂的に受け入れられている。このエッセイでは、アジアでのJポップの人気
がどのようにして高まったのかを考察の材料にする。

結論からいうならば、Jポップはアジアの人々のほうから求めてきたもので、日本の業界
側にはほとんど無断で広められてきた。このようにして、現地の自主的な努力で出来上
った市場に、日本の音楽業界が規制の網をかけはじめたのが、ここ数年の状況である。

民衆の需要の高まりを受けて権利者が収奪をはじめると、そんな構図は、日本の国内の
音楽市場にもある。一例としてある民謡をめぐって起きた状況も紹介しながら、文化遺産
としての音楽を取り巻く状況について問題を提起したい。

Jポップはなぜアジアで人気？

1997年5月に小室ファミリーのはじめての台湾公演があった。2日間の公演で、台北のサ
ッカー場に4万人以上の若者を集めることができたという。ところで、これほどまでの小室
人気は、台湾でどのように培われてきたのだろうか。

小室作品をアジアで展開するための戦略会社にROJAMがある。小室がROJAMを作った
のは1998年だった。ROJAM設立に先立つ台湾公演は、小室が自分の実力を計るために、大
赤字を出しながら決行したのだとも伝えられている。つまり、アジアで積極的なプロモ
ーションをはじめたまえから、小室は台湾で人気があったということだ。

小室の台湾公演のケースに限らず、日本の音楽業界は、90年代の後半までアジアでは目
立ったプロモーションをしてはこなかったといっよい。プロモーションもしないのに日
本の人気アーティストがアジアでも大人気になること背景には、衛星放送やカバー曲に加
えて、アジアの国々にくまなく流通している、いわゆる「海賊盤」の音楽CDの「功績」も
ある。その点は、「海賊盤」を目の敵にしている日本の音楽業界とて、認めざるを得ないだ
ろう。

わたしは「海賊盤」という用語を括弧付きで使っている。その理由の第1は、ソフトのコ
ピー行為のメタファーとして、海賊のような殺人をも伴う犯罪を持ってくることに疑問を
感じているからである。第2に「海賊」は、文化伝播の行為に国境の網と政治のパワーが作
用したときに立ち現れるものであり、「海賊」を「海賊」として認識させようとする力のほ
うにこそ、着目をしなければならないと考えているからである。

アジアの国々では、音楽CDの「海賊盤」が100円前後という値段で売られている。最近のパソコンを使えば、音楽CDのコピーは素人でもたやすい。しかも、カラープリント技術が進んだので、音楽CDのラベルやジャケットもカラーできれいにコピーすることができる。正規盤か「海賊盤」か、素人目にはわからないような音楽CDも増えてきている。「海賊盤」音楽CDの種類はたいへん豊富で、アジアの大都市に行けばJポップの人気アーティストのアルバムは、ほとんど全部「海賊盤」で手に入る。それでも近年は規制が厳しくなったので、「海賊盤」は、以前よりもはるかに入手しづらくなっているという。

ところで、発展途上国の音楽市場での「海賊盤」音楽CDには、権利者側が決して口にしたくない、たいへんなメリットがある。それは、労せずして外国の市場が開拓されることである。

それでも市場規模が小さい間は、日本の業界もとりたてて目くじらをたてたりはしなかった。ところが、中国本土などは市場として大きなポテンシャルを秘めているので、アジアでJポップ人気がかかると、日本の音楽業界としては、そのままにしておくことができなくなってきた。そして、同じように「海賊」の「被害」を受けている他の産業と共に、政治の場で知的財産権の強化を声高に訴えはじめたのが、昨今の状況である。

アジアに違法な「海賊盤」が氾濫しているから取り締まらなければいけないというのが、権利者側のいい分である。しかしその裏には、日本から正式に購入した版權を後ろ盾にして市場を独占したい現地の業者を、後方から支援しようという思惑がある。いいかえるならば、外国の市場のコントロール権を日本に渡し、そこから生じる利益を日本へ還流しろと、日本側は要求しているのだ。

アジアではJポップばかりでなく、日本のマンガもアニメもカードゲームも大人気である。そんな現象に対して、日本の文化帝国主義だという批判が外国の知識人たちから寄せられている。そういった批判は、これまでは的はずれだった。アジアでの日本文化の人気は、文化帝国主義ではなかった。その証拠に、Jポップやマンガ・アニメなどのソフト産業は、日本の会社が関知しないところで広がってきた。日本が文化を押しつけたのではなく、アジアの人々がそれを求めた結果だったのである。

しかし、今日では日本政府が主導してアジアの国々に日本の知的財産権を守るように要求している。たとえ現地の要望もあるにせよ、市場のコントロール権や利益の還流を狙っているのだから、Jポップやマンガ・アニメは日本の文化帝国主義などではないと、これまでのようにいい切れるだろうか。日本はソフトパワーを武器にした、文化帝国主義の国に変わりつつある。わたしたちはそのことを自覚しなければならない。

民謡は誰のもの？

Jポップの例は、国境を挟んだ音楽ビジネスの現状であるが、国境をより限定された地域と読み替えるならば、似たような状況は日本の国内にもある。ある民謡をめぐる起きた一例を紹介しよう。関係者に思わぬ迷惑をかけてしまうことを避けるために、このエッセイではいくつかの固有名詞を伏せることにする。

A村には、全国的に知られた民謡Bが伝えられている。ところが民謡Bには、「正調」と呼ばれているもののほかに、一般に歌われている節回しがある。これをC節と呼ぶことにする。

C節は民謡Bをもとにして民謡研究家のD氏が作ったもので、D氏はC節の著作権をJASRACに信託している。C節はメディア等を通してよく知られているが、A村のひとびとにとっては、民謡Bのバリエーションのひとつだという認識しかない。

現代の慣習では、民謡Bの節回しを作ったD氏が著作権を主張することに何の問題もないばかりか、むしろ積極的に推奨されている。民謡の場合は、このような節回しの著作権よりも、著作者不明か著作権切れの曲の編曲著作権がJASRACに信託されているケースのほうが、むしろ多い。当然のことながら、著作権がある編曲で民謡を自由に歌うことはできない。

そのA村の博物館で無料の民謡公演が催され、そこで民謡Bも歌われた。JASRACは自慢の調査力で公演が行われたことを察知し、民謡Bについての使用料を支払うよう主催者側に警告してきた。おそらくC節の著作権がJASRACに信託されていることが、その根拠であったのだろうと推測される。

いわば、A村という共同体の外部で変容した民謡Bが、外部の権利付きでA村に帰ってきたのだ。A村の人々にとっては、先祖伝来の民謡を歌う会を催すのに、お金を要求されたことになる。ここには、音楽文化をめぐる共同体の外部からの収奪の構造が、見事なまでに現れている。ちなみに主催者側は、JASRACの要求を理不尽だとしてつぶねた。

Jポップの場合は、もと歌が日本のものだという点に違いはあるが、現地が境界を越えて受け入れた歌からお金を取るという点では変わらない。日本はこういった収奪の構造をアジアの市場で築こうとしているのだ。

A村をめぐるのは、ほかにも話題がある。東京のレコード会社Eが民謡の現地収録CDを作るために、A村にやってきた。レコード会社Eは、A村の民俗学者F氏を通して民間人の歌い手に依頼して民謡を収録し、A村の民謡といったタイトルで音楽CDを発売した。ところが、レコード会社Eは、A村で収録した歌の音楽CDを歌い手に提供しなかったばかりか、発売をしたという連絡すら歌い手に伝えてこなかった。

このケースのように、いかに優れていてもプロでない歌い手には、音楽CDの販売の収益は還元されない。業界の慣例としてそうなっているので、A村は特異な例ではない。その点は、歌い手もF氏も諒解していた。しかし、音楽CD発売の連絡すらないという点がF氏を憤慨させた。F氏は仕方がないので音楽CDを購入し、E社の承諾を得て、CDプレイヤーを持っていない歌い手たちのためにカセットテープにダビングして配った。

民謡は元来、特定の地域の生活や労働のなかから生まれたものである。地域文化の文脈から切り離されてしまうと、民謡が本来持っている味わいや伝承の形態が失われてしまう。また民謡は世代を超えて歌い継がれるなかで次第に変化し、心に残る歌詞や節回しが残ってきた。A村の人々にとってはD氏が作ったC節も、民謡Bの変化の一種に過ぎない。共同体の境界を越えた文化伝播のなかで民謡Bは多様性を獲得したのであって、A村のひとびとはそれについてとやかくはいわない。しかし、共同体の外部は、A村での催しでC節が歌われることにお金を要求するのである。

民謡には著作権がなく、みんなのものだという認識が一般的なので、全国の民謡教室で歌のお手本をCDからカセットテープにダビングする慣習が広がっている。JASRACは、こういった民謡教室をターゲットにして、違法コピーの撲滅運動を展開している。JASRACの活動は法律に沿ったものなので、それに異を唱える法的な根拠はない。しかし、民謡は民衆に歌われてこそその民謡であり、そのお手本を便利なメディア機器で複製することが、それほど悪いことなのかという民衆の通念が、一方ではある。それを違法にしている著作権法そのものが、権利者側の働きかけによって作られてきたものだから、なおさらのことである。

音楽が境界を越えて行き来するときには、このような著作権の一筋縄ではくくり切れない倫理の問題が生じることがある。民謡のような著作権が切れ、人類共通の文化遺産になっているかのような音楽においてすら、誰かに所有権がある状況が作られうる。音楽遺産を特定のひとのものにするのではなく、人類が共有できるものとするためには、本当にどうすればいいのだろうか。

おわりに

音楽業界の場合、アーティストのプロモーションにはお金がかかるというのが、業界が著作権の強化を求めてきたひとつ理由であった。たしかに、新人を世に出すにはそれなりの費用がかかる。お金をかければ音楽CDの売り上げやコンサートへの動員を増やすことができ、投資とリターンのある程度の相関関係はあるようだ。そのことが、音楽業界全体の高コスト構造を生んでいる。しかし、売れると思ってお金をかけても人気が出ないアーティストもいれば、お金をかけなくても売れるアーティストもいる。

Jポップのアジアへの広がり、お金をかけなくてもアーティストのプロモーションはできるという、革新的なビジネス・モデルの成功例を示しているのだ。つまり、実力のあるアーティストの作品は、ときには「海賊盤」やカバー曲という形をとりながらも、放置しておいても民衆の間に広がる。業界は人気が出たあとで、その規制に乗り出せばよいのである。

そのような、「海賊盤」やカバー曲を暗に認め、プロモーションに大金を投じないビジネス・モデルがあり得ることを、音楽業界はすでに知っている。しかし、それを認めることは、一貫して著作権の強化を訴えてきた業界の建前や主張の根拠を破壊する。目の前に開かれた音楽ビジネスの新パラダイムを、業界はすぐに認めるわけにはいかないのだ。

インターネットでの音楽配信サービス会社・ナプスターをめぐって起きた騒ぎは、アジアの「海賊盤」と驚くほどの類似性を持っている。ナプスターは、お金をかけない音楽頒布の成功モデルを示した。ナプスターの成功をみた音楽業界がつぎにしたことは、政府に作らせた法律でナプスターを潰し、独自の音楽配信システムを作ることだった。

Jポップに限っていうならば、日本の音楽業界はアジアでの規制をもっと厳しくしてみればよい。アジアの庶民は、音楽CDをすべて正規盤で揃えられるほどの購買力は持っていない。ライセンスされたものしかない状況での音楽の消費はコスト高になり、Jポップの人気は落ちるだろう。規制の強化は日本の文化帝国主義であるが、それによって日本文化はこれまでほど民衆に広がらなくなる。日本の音楽業界は、わずかな収益を得る一方で多くの消費者を失い、結果的に文化帝国主義は弱体化させられるだろう。

日本の規制強化を受けてアジアの音楽界は、自分たちの音楽をつくる努力をはじめるときがきている。アジアの音楽に脱Jポップを促すこと　日本の音楽業界による規制強化はそんな結果を生みかねない。音楽ビジネスの臨界では、このような逆説的な状況が生まれつつある。