

政策研究レポート

「チケット転売問題」の真の問題

～音楽ビジネスは直面する危機を打開できるか～

芸術・文化政策センター センター長／主席研究員 太下義之

1. 「チケット転売問題」とは何か

2017年5月12日、日本経済新聞に「高額転売 1000万円利益か」と題する事件の記事が掲載された。これは、人気の歌手などが出演するコンサートのチケットを転売目的で購入したとして、東京都迷惑防止条例違反容疑(いわゆるダブ屋行為)で男性が逮捕された事件の報道であった。そして、この記事において、チケット転売が社会問題化している、との記述があった。

これに先立つ2016年8月23日、「私たちは音楽の未来を奪うチケットの高額転売に反対します」という意見広告が朝日新聞と読売新聞に掲載された。この意見広告を契機として、「チケット転売問題」が大きく脚光を浴びることとなったのである。ちなみにこの意見広告を出したのは、一般社団法人 日本音楽制作者連盟(FMPJ)、一般社団法人 日本音楽事業者協会(JAME)、一般社団法人 コンサートプロモーターズ協会(ACPC)、コンピュータ・チケットティング協議会 の4つの業界団体である(その後、一般社団法人 日本 2.5次元ミュージカル協会も賛同者として参加)。また、この意見広告には、アイドルグループの嵐など、100組以上のアーティストが賛同者として名を連ねているほか、FUJI ROCK FESTIVAL など、国内の主要な音楽イベントも賛同者となっている。

この意見広告の中に、「チケット転売問題」についての具体的な記述があるので、以下にそれらを抜書きしてみたい。すなわち、「コンサートのチケットを買い占めて不当に価格を釣り上げて転売する個人や業者が横行している」「これらの組織的・系統的に買い占めるごく少数の人たちのために、チケットが本当に欲しい数多くのファンの手に入らない」「転売サイトで、入場できないチケットや偽造チケットが売られるなどして、犯罪の温床となっている」「ファンは高い金額を払って大きな経済的負担を受け、何回もコンサートを楽しめたり、グッズを購入できたであろう機会を奪われて」いる、というのが、業界団体の主張する「チケット転売問題」である¹。

これらの問題群はいくつかのグループに分類することができる。そのうち、もっとも分かりやすい問題が、「転売サイトで、入場できないチケットや偽造チケットが売られるなどして、犯罪の温床となっている」という項目であろう。これは明らかに犯罪行為であり、有価証券偽造の罪あるいは詐欺に該当する可能性が高い。なお、付言するならば、この「偽造」という問題は、一般的な商取引において見受けられるものであり、「チケット転売」に特有の問題というわけではない。

では、そのような「犯罪の温床」となる「チケット転売」を法律で禁止・規制すればよいということであろうか。しかし、この「チケット転売」がこれほどの社会問題になるという事実は、チケットの転売に対して膨大な社会的ニーズが存在するという事である。このように大きな社会的ニーズが存在するのに、それを全面的に規制してしまうと一体どのような事態となるかについては、歴史が貴重な教訓をもたらしている。1920年から1933年までアメリカ合衆国憲法修正第18条下において「禁酒法」が施行され、消費のためのアルコールの製造、販売、輸送が全面的に禁止された。その結果はどうなったであろうか。アメリカ国民が飲酒をしなくなって目出度し、ということであろうか。事実は全く逆で、正規の市場で酒を入手できなくなってしまったため、全国で密造酒の製造・流通および「もぐり酒場」での販売が行われるようになり、これらがマフィアの資金源となったのである。すなわち、大きな社会的ニーズがあるものを規制すると、かえってコントロールができなくなって

¹ チケット転売問題 Website<<https://www.tenbai-no.jp/>>

しまうというパラドキシカルな状況が生まれ、結果として違法のマーケットが盛況になる、ということである。さて、2017年5月10日に、業界団体は公式のチケット転売サイト「公式チケットトレードリセール」(チケトレ)を開設した²。同サイトでは、主催者が転売に合意した公演のチケットを、券面価格で転売することができる。しかし、当然のことであるが、このような公認の転売マーケットを開設したとしても、非公認のサイトが併存しているため、価格の統制は困難である。公式サイトで転売価格を券面価格に制限してしまうと、結果としてユーザーは非公認の転売サイトやオークションサイトに移行してしまうだけのことであろう。そして、この公式のチケット転売サイトは、価格が券面価格のままであるがゆえに、非公認サイトにおける安価な仕入れ先として機能してしまう懸念すらある。そして前述したとおり、公式サイト以外の転売サイトを単に規制すればよいか、という決してそうではないのである。

実は「チケット転売問題」について考察していくと、音楽業界が内包する構造的な課題にまで深掘りせざるを得ない。そこで、以下において、「チケット転売」の何が本当の問題であるのかについて、順次検討していきたい。

2. 転売チケットの価格は「不当」なのか

まず、「価格」の問題に踏み込んで検討したい。この点については、前述した「私たちは音楽の未来を奪うチケットの高額転売に反対します」という意見広告において、次のような問題が指摘されていた。

すなわち、「不当に価格を釣り上げて転売する個人や業者が横行」し、その結果、「ファンは高い金額を払って大きな経済的負担を受け」る³という課題である。要するに、転売サイトで取引される価格は「不当」な価格である、という主張である。

こうした価格をめぐる課題の背後には、「そもそも“適正な”価格とは何か？」という疑問が横たわっている。この点に関して、経済学者の大竹氏は、「経済学者にとって、チケット転売問題についての疑問は、『需要超過が発生しているのであれば、なぜ最初から高い価格でチケットを売り出さないのか？』というものだ⁴と疑問を投げかけている。すなわち、そもそも現在よりも高い券面価格が、より適切なチケットの価格なのではないか、という疑問である。

ミクロ経済学は、競争市場では需要(消費者側の「買いたい」という意欲)と供給(生産者側の「売りたい」という意欲)が一致することにより市場価格と取引数量が決定される、と説明する。すなわち、価格が上がるほど需要量が減少し、あるポイントで均衡することになる。また、価格が上がるほど供給量が増大することで、やはりあるポイントで均衡することとなる。言い換えると、現状においてコンサートのチケットに対する需要が高ければチケット価格を高くすればよい、または、チケットの供給量を増大させればよい、ということになる。ただし、コンサートの場合、会場のキャパシティやコンサートの開催日数(回数)に一定の制約がかかるため、実際問題として、需要が多いからと言って、むやみに供給量を増大することができるわけではない(もちろん、当初のチケット完売後の追加公演という手法は一般的に活用されているが)。となると、チケットの需給を均衡させるためには、チケットの価格が上昇することが条件となる。ではどうして現実においては、チケットの当初の販売価格が上昇していないのであろうか。

コンサートのチケットの当初の販売価格が比較的安価である理由としては、いくつかの理由が指摘されている。

一つには前述した経済学者の大竹文雄氏が、オバマ前大統領の大統領経済諮問委員会(CEA)の委員長も務めた、米国プリンストン大学のアラン・クルーガー教授のエッセイ⁵を引用して、その理由を説明している。クルーガー教授は同エ

² チケトレ Website <<https://tiketore.com/>>

³ 日本語として正しくは、「経済的負担をこうむる」か。

⁴ 大竹文雄「チケット転売問題の解決法」

<<https://www.jcer.or.jp/column/otake/index897.html>>

⁵ Krueger, Alan B (2001) “Supply and Demand: An Economist Goes to the Superbowl” The Milken Institute Review. , Second Quarter 2001, pp. 22-29.

ッセイにおいて、米国のプロアメリカンフットボールの「スーパーボウル」のチケットが転売サイトにおいて高額で取引されている事例をとりあげ、主催者であるNFL(National Football League)が当初からより高額なチケットを販売すればよいのではないかと、という疑問を呈している。そして、この疑問に対して、NFLの広報担当副会長は「ファンとの持続的な関係(on going relationship)を維持するため、フェアでリーズナブルな価格に設定しようとしている」(Krueger2001:25)ためであり、「長期戦略的視点(a long term strategic view)」(ibid.)が背景にあると回答している。すなわち、チケットをリーズナブルな価格に設定した方が、ファンとの持続的な関係にとって合理的であるという解釈である。

また、エンタテインメント業界に詳しい弁護士の福井健策氏は、「アーティスト・ファンの双方にある種のロマンチズムがある」と指摘する。具体的には、「ライブの盛り上がりはファンとの共同作業」であるため、チケットを「平等な条件で売り出し、最前列から最後列までみんなが楽しめるイベントにしたいという思い」がアーティストには強い、ということである。すなわち、チケットの券面価格をできるかぎり平等に設定した方が、ライブをみんなで楽しむことができるという解釈である。

さらに、その他の背景として、JASRAC(一般社団法人音楽著作権協会)の著作権使用料に関する規定も、金額の高い席を設定しづらいものとしている、という説がある。JASRACは、コンサート等における著作権使用料は「入場料がある場合の使用料は、総入場料算定基準額の5%の額とする」と規定している。ここで言う「入場料」とは、「入場者から音楽の著作物の提示について受ける対価(消費税額を含まないもの。以下同じ。)」のことであり、これはいわゆるチケット料金のことである。そして、「この対価に等級区分がある場合は、その算術平均額」とされている⁷。すなわち、仮に全席が1万円均一であればJASRACの言う「入場料」も1万円となるが、もし1席でも10万円という価格の等級をつくってしまうと、算術平均した「入場料」は一気に5.5万円に跳ね上がってしまうのである。JASRACの規定における「入場料」の定義が、単純平均ではなく「加重平均」に変更されるとすれば、著作権使用料がチケット価格の設定に影響を及ぼすという事態は解消されるのではないかと。ただし、本件は広い意味での音楽ビジネスの内部での資金配分の問題であり、あまり本質的な課題ではないように思える。

以上みてきたとおり、チケットの券面価格はリーズナブルに設定することが音楽ビジネスの慣例であり、そこには一定の合理性があるものと推測される。ただし、当初の券面価格がリーズナブルであるからといって、転売価格もリーズナブルでなくてはならない、ということにはならない。まして、高額な転売価格が「不当」であるとは裁定できないであろう。

なお、この「価格」という問題に関連して、(ファンは)「何回もコンサートを楽しめたり、グッズを購入できたであろう機会を奪われて」いる、という課題も前述した意見広告において指摘されている。

しかし、これはあくまでも供給側の目線での論理であると考えられる。たとえば、コンサートの体験は何回も回数を重ねればよいというものではなく、一回限りの特別なもので良いと考えているファンも多いはずである。また、そもそもグッズを購入するかどうかはファン個人の判断の問題であり、必ずしもチケット料金の価格設定がグッズ購入の機会を奪っているわけではない。

3. チケットを「本当に欲しい」のは誰か

では次に、「チケットが本当に欲しい数多くのファンの手に入らない」という課題について検討したい。この課題は、いち音楽ファンとして心情的にはよく理解できる。たしかに、チケットが「本当に欲しい」数多くのファンの手にわたり、コンサートを楽しむことができれば、それは素晴らしいことのように感じられる。

ただし、ここで言う「本当に欲しい」とは、具体的にはどのような状態を意味するのであろうか。あるアーティストのCDを

⁶ ITmedia「チケット高額転売問題、解決策は『いろいろある』津田大介さん・福井健策さんの見方」(2016年9月23日)

<<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/1609/23/news050.html>>

⁷ JASRAC「手続きのご案内」<<http://www.jasrac.or.jp/info/rules/pdf/4.pdf>>

たくさん所有している人が、当該アーティストのチケットを「本当に欲しい」ファンと認定できるのであろうか。または、そのアーティストの楽曲をたくさん暗唱しており、コンサートと一緒に歌うことができる人が「本当に欲しい」ファンであらうか。それともまた、当該アーティストのファンクラブの会員（しかも、会員番号のできるだけ若い人）が「本当に欲しい」ファンであらうか。

ちなみに、前述した経済学者の大竹氏によると、「チケットがどのくらい欲しいのか、的確に表すことができるのは、そのチケットを手に入れるために、最大いくら払ってもいいか、という金額だと経済学者は考えている」⁸とのことである。では、チケットをできるかぎり高く販売すれば良いのか、ということとなるのであるが、この問題に関しては、前章において検討したとおり、単に価格を高くすれば良いというものではない。

さて、現実的には「本当に欲しい」ファンを特定することは難しそうであるが、もしも仮に何らかの方法で、「本当に欲しい」ファンを特定することができたとして、それらの特定のファンたちにチケットを（適正な価格で）販売すれば、それで問題は解決するのであろうか。

実は、「特定のファンにチケットを適正な価格で販売する」という手法は、ポピュラー音楽の分野ではなく、クラシック音楽のオーケストラにおいて既に実績がある。それは、「定期会員」という仕組みである。オーケストラの「定期会員」は、一年間の定期公演のチケットをまとめて購入することによって、確実にかつ価格面でも有利に購入できるという仕組みである。たとえば、NHK交響楽団の場合、年間会員券（全9回）はS席で64,800円となっており、1回券を9回購入する場合と比較すると2割弱ほど割安の設定となっている。同時に、オーケストラの側から見ると、一年分の定期公演に関して前払いで収入を得ることができるありがたい仕組みである。

では、こうした「定期会員」のような仕組みを導入して、ロイヤリティの高いファンを特定し、そうしたファンに優先的にチケットを販売するようにすれば、「本当に欲しい」ファンにチケットが行き渡り、全てが万事目出度し、となるのであろうか。

たとえば、会員制度に制度上の欠陥が存在する場合もある。具体的には、人気の高いアーティストや団体において、仮に「定期会員」のような仕組みを導入したとしても、一人で何回も加入できるという場合、チケットの買い占めという問題が生じてしまう。実際に、本稿の冒頭で紹介した事件においても、逮捕された男性は特定のファンクラブに複数の名義で加入していたと報道されている。

また、「名義貸し」という問題が生じるかもしれない。具体的には、親戚や知人等の名前を借りて複数の登録をした個人や業者がチケットを「買い占め」してしまうという懸念がある。ただし、このようなケースの場合の対処方法としては、個人を特定して会員となる仕組みを導入すればよいであろう。加入の時点における本人確認をマイナンバーカードで行うなど、入会手続きを厳格化すれば対処できることとなる。

これらの問題は、前述した音楽業界団体の指摘する「コンサートのチケットを買い占めて」および「これらの組織的・システマ的に買い占めるごく少数の人たち」という課題に該当する。これらの買い占めは、もちろん望ましい状態ではない。もっとも、何のために「買い占め」をするのかといえば、コンサート会場を無人にしたい、または、ごく少数の人だけで楽しみたい、という理由ではなさそうである。そして、同一人物が同時に複数の席を利用することはありえないので、必ず転売という問題を伴うこととなる。すなわち、上述したとおり、購入時および公演時における本人確認を厳格化すれば、解決できる課題である。

しかし、会員制度の問題はそれだけにとどまらない。実はこの「定期会員」制度という、「本当に欲しい」ファンを特定して、チケットを配給するという仕組みそのものに大きな落とし穴が潜んでいるのである。最近、平日夜が定番だったオーケストラ公演の「平日昼シフト」が進んでいる。これは、定期会員を中心とする観客層の高齢化が背景にある。高齢者は一般的

⁸ 大竹文雄「チケット転売問題の解決法」

< <https://www.jcer.or.jp/column/otake/index897.html> >

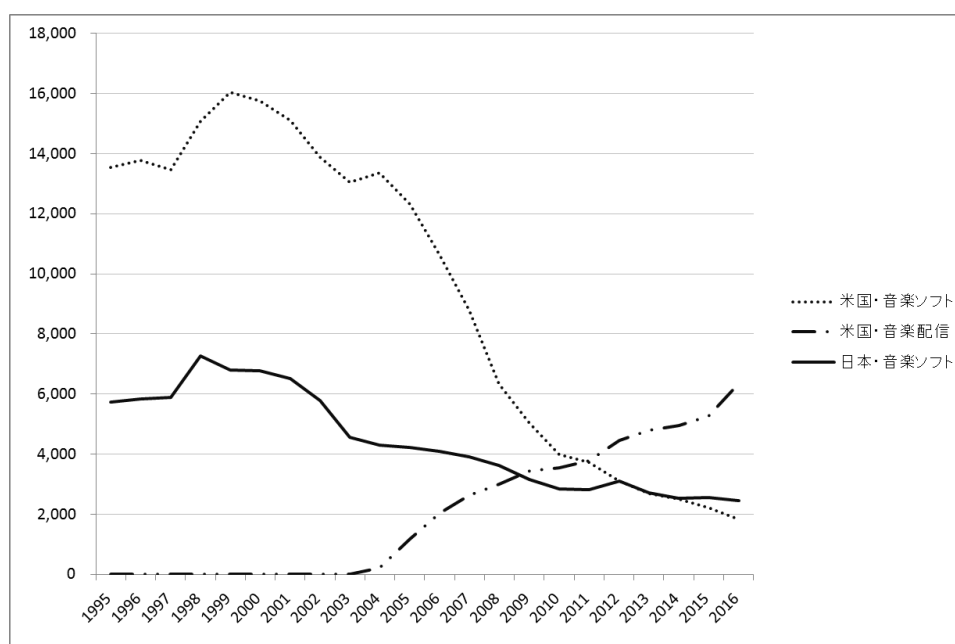
に夜の外出を好まないため、このことが主な要因でマチネ公演が増加しているのである。もちろん、オーケストラの公演以外に、演劇分野でも平日昼シフトは進んでいる。ただし、オーケストラは演劇など他の舞台芸術に比べ若い世代を呼び込めていない。その分、高齢化が定期会員減少に直結してしまうという構造的な課題がある。以上のように、平日昼シフトを観客の高齢化、さらには近い将来の世代交代の象徴的なサインと受け止めて対処しないと、定期会員ひいては観客数そのものが急減してしまい、日本のオーケストラの経営に大きな影を及ぼすことになる。近い将来、楽団の大合併が起こる可能性もあると筆者は考えている⁹。

すなわち、現時点の「本当に欲しいファン」だけにチケットを販売しては、実は観客層のすそ野を限定することになってしまい、いずれは、そのファンたちの高齢化とともに、観客の激減という現象を迎えるというリスクを内包しているのである。換言すると、静態的に現時点での「本当に欲しいファン」だけとの関係を重視すると、将来において新しいファンを開拓するという動的な対応が後手にまわってしまうという懸念である。世界のどの国も体験したことのない日本の急速な高齢化の現状を勘案すると、この問題は極めて深刻である。

4. 真の問題は「音楽業界の構造転換」

以上、「チケット転売問題」について検討してきたが、筆者はこの「チケット転売問題」とは、いわゆる「チケットの転売に関する諸問題」という表層のレベルだけではなく、音楽業界の構造的な課題の象徴であり、その背後に極めて重大な問題を孕んでいると考えている。その「重大な問題」について検討するにあたり、まずは、下図をご覧ください。

図 1 レコード産業の生産高の推移（米国と日本の比較）



（資料）米国のデータはアメリカレコード協会（Recording Industry Association of America, RIAA）“Year-End Industry Shipment and Revenue Statics”による。

1 \$ = 110 円にて換算。なお、為替相場の変動およびインフレ率は考慮していない。

日本のデータは一般社団法人日本レコード協会（『日本のレコード産業』等）による。

⁹ 朝日新聞「オケ公演、平日昼にシフト 背景に高齢化・働き方の多様化」（2017年5月1日）における太下のコメントを参照。

このグラフから理解できることは何であろうか。

第一に、音楽業界が大きな構造転換を迎えているということである。米国の音楽ソフト(CD、LP/EP、ミュージックビデオ等の Physical)の生産額(Total Physical Value)は、1999年をピークとして、それ以降は急減している。インターネットの急速に普及にともなって、2000年代前半に音楽共有サービス「ナップスター」が人気を博し、その後、アップルのiTunesやYouTubeなどが登場したことにより、かつてはCD(またはレコード)というパッケージ・メディアを通じて音楽を供給していたビジネスモデルが、従来通りには成り立たなくなっている。実際に2016年現在の米国の音楽ソフトの市場規模は、ピークであった1999年のわずか11.5%にまで縮減している。

第二に、日本の音楽ソフトの生産額も米国と同様に減少しているが、その減少の度合いが緩やかであるため、2012年頃に日本が米国を抜いて、世界最大の音楽ソフト(特にCD)の生産/消費国となっていたのである。そして、日本人はモノに対するフェティッシュなこだわりを有しているため、今後どれだけ音楽配信が進化したとしても、CDの愛好者は一定数残るであろうと推測される。

第三に、米国において2011年以降は、音楽配信(サブスクリプション、ストリーミング、ダウンロード等)の売上金額が音楽ソフトの生産額を抜いているという事実である。音楽配信の導入当初は、たとえばiTunesでダウンロードした曲は他のデバイスでは聴くことができないというような、ユーザーにとって使い勝手が悪い状況であったが、その後、だんだん縛りがとれてきて、アップル等の音楽配信事業者がDRM(デジタル著作権管理)を外すなどオープン化が進んできている。その結果、音楽ビジネスはインターネットを通じてデジタルデータで音楽を提供するというかたちに大きく舵を切ったのである。

これに別のデータを重ねるとさらに興味深い事実が浮かび上がってくる。米国の興業業界情報サービス大手のPollstarのデータベースによると、2016年度の北米(米国およびカナダ)におけるコンサートの売り上げは合計90億ドル(1\$=110円で換算すると9,900億円)に達している¹⁰。この市場規模は、音楽ソフトとの比較ではもちろんのこと、急伸びしている音楽配信の売り上げよりもはるかに大きいのである。Pollstarによると、20年前のチケット売り上げはわずか10億ドルであったとのことであり、この20年間で約9倍に急拡大していることとなる。

このようなコンサートの売り上げ拡大に、有名アーティストも同調した行動をとっている。ワシントンポスト誌によると、「ポップスの女王」とも呼ばれるマドンナが、2007年10月にワーナーミュージックから移籍して、ライブ・ネイションと10年間で1億2000万ドルの包括的契約を締結した¹¹。このライブ・ネイション社(Live Nation Inc.)とは2005年に設立された新興企業であるが、新興でありながらも、現在では米国最大手のイベント興行会社となっている。同誌によると、マドンナは「音楽ビジネスのパラダイムは変化してきており、アーティストとして、またビジネス・ウーマンとして、私はその変化に対処しなければならぬ」とコメントしている。このマドンナの移籍が一つの象徴であるが、音楽業界のビジネス構造が抜本的に変化しており、もはやCD販売ではなく、今やライブが主な収入源となってきたのである。

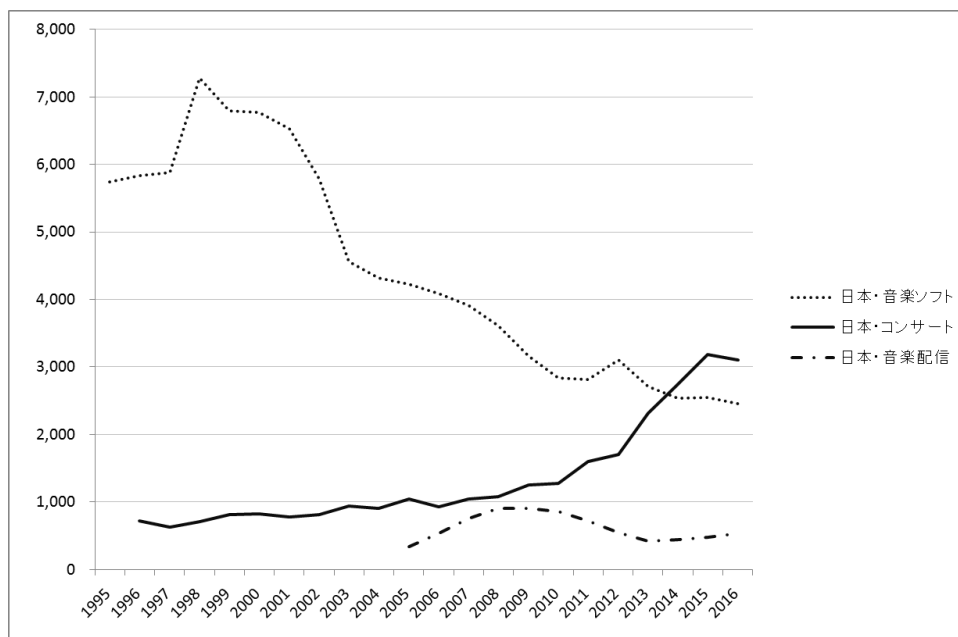
一方で、米国と同様に、日本のコンサート・ビジネスの市場規模も拡大している。下図の通り、一般社団法人コンサートプロモーターズ協会のデータによると、概ね2010年以降、日本のコンサート・ビジネスの売上額は急増しており、既に音楽ソフトの生産額を上回っている。ちなみに、このデータは、同協会の正会員社のみが調査対象であり、また、グッズなどの売上は計上しておらず、チケット売り上げのみが対象である。すなわち、日本全体のライブ市場の規模は、さらに巨大なものであると理解できる。

¹⁰ Pollstar Website < <https://www.pollstarpro.com/NewsContent.aspx?cat=&com=1&ArticleID=828813> >

¹¹ Washingtonpost (2007年10月16日) <

<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/10/16/AR2007101600917.html> >

図 2 日本における音楽ビジネスの売上額の推移（単位：億円）



（資料）「音楽ソフト」および「音楽配信」のデータは一般社団法人日本レコード協会（『日本のレコード産業』等）による。「コンサート」のデータは、一般社団法人コンサートプロモーターズ協会¹²による（会員社 62社を対象とするデータ）。

ただし、こうした音楽ソフトからコンサート・ビジネスへの移行には、実は大きな問題が潜んでいる。マドンナに代表されるように、従来型のビジネスモデルであるCDの販売等でビッグネームとなったアーティストは、現状の構造変革に対して、「ライブで稼ぐ」というビジネスモデルに転換すればよいかもしれないが、これからデビューをして売り出していくアーティストにとっては、実は確たるビジネスモデルが存在していないのである。すなわち、CDの販売が順調であった時代には、レコード会社が一方ではビッグ・アーティストを擁して、その一方で新人アーティストを発掘・育成するという、社内留保を活用した広義の金融機能を担っていたが、ビジネスパラダイムが変換していく中で、時勢に対応した新たなエコ・システムはまだ確立されていない。換言すると、次代を担う新しいアーティストを育成する仕組みの担保が、現在の音楽業界には欠けているのである。このことが、昨今のパッケージからコンサート・ビジネスへの移行、ひいては「チケット転売問題」の背後に隠された、音楽業界の極めて大きな問題なのである。

5. ブロック・チェーンの活用による音楽ビジネスの革新

本稿においては、「チケット転売」問題を入り口として考察を進めてきたが、真の問題はどうやら別のところに存在するようだ。すなわち、音楽ビジネス全体の市場規模が縮小している中で、ビジネスの主流がCD等のパッケージ販売からライブに移行しているが、これらライブを通じて得られた収益を、幅広くアーティストたちに還流するエコ・システムが未整備であるということである。

そして、チケットの価格に関しては、それが高い価格で転売されること自体が大きな問題なのではなく、当初の設定価格と転売価格の差額（増額分）がアーティストや関係者等に還元されないことが、より大きな問題なのである。

この問題に関連して、現在、ヨーロッパ等において主に美術分野で「追及権 (Resale Royalty Right)」という政策課題

¹² 一般社団法人コンサートプロモーターズ協会

が議論されている。これは、アーティストの作品が転売される場合に、作品の売価の一部をアーティストが得ることができる権利のことである。EUにおいては、2001年の欧州指令¹³によってこの追及権が導入されており、現在までにヨーロッパを中心とする世界の80か国以上で導入されている、とのことである。

現在は主に美術作品の分野で主張されているこの「追及権」という概念を、パフォーマンス・アーツの分野に拡大して位置付けてみよう、というのが筆者の考えである。すなわち、アーティスト公認の転売マーケットを開設するという提案であるが、ここまでは「チケット」とほぼ同じ概念である。しかし、筆者が提案したいのはその先の話であり、転売マーケットでは券面価格以上の設定で取引することを認め、もしも販売されたチケットに差額(増額分)が発生した場合、その一定割合をアーティストやプロモーター等に還元する、という仕組みである。このような仕組みを確立することができれば、転売価格が当初の券面価格からかなり高額な水準となったとしても、その差額に関して第三者から大きな批判がでることはないのではないかと。

上述したような、アーティスト等に差額を還元する仕組みを構築するために、「ブロック・チェーン」の活用を提案したい。「ブロック・チェーン」とは、仮想通貨であるビットコインの中核技術として考案されたものである。取引の履歴を多数の分散型の台帳(コンピュータ)で記録していく仕組みであり、新しい記録を追加する際に、既存の記録の「ブロック」をチェーン上に追加していくことから、この名称で呼ばれている。

近時においては、この「ブロック・チェーン」に関する記事がほぼ毎日のように見受けられるが、それらは、「ブロック・チェーン」という技術を既存の通貨の代用品として位置付けているものがほとんどである。ただし、「ブロック・チェーン」の持つ可能性は、単に通貨の代用品だけにとどまるものではないと筆者は考えている¹⁴。

すなわち、コンサートのチケットを一種の金融資産とみなして、これをビットコインのような時限的な仮想通貨として流通させるという仕組みの提案であり、その中核技術として「ブロック・チェーン」を活用するのである。「ブロック・チェーン」を導入することにより、転売の事実及び取引価格の情報を正確に把握することが可能となる。そして、転売価格に基づいて、券面価格との差額の一定割合を徴収し、それをアーティスト等に還元することも原理的に可能となるのである。すなわち、チケット転売に関するアーティストの「追及権」を確実に擁護し、実装することになるのである。

なお、「ブロック・チェーン」を活用するその他の利点としては、①セキュリティが強固で改竄されにくいという点、②低コストでネットワークを運営することができる点、③後述するように本人確認の仕組みと組み合わせれば、テロ対策としても有効である点、をあげることができる。

そして、「ブロック・チェーン」を活用するこの新しい仕組みは、コンサートのチケット転売問題の解決にとどまらず、その他さまざまな面でアーティストの活動を支援することができる。たとえば、「ブロック・チェーン」を活用することにより、インシヤル・コイン・オフリング(Initial Coin Offering=ICO)と呼ばれる手法でアーティストは資金調達をすることができるようになる¹⁵。

具体的には、この「ブロック・チェーン」は、コンサートを開催するための資金調達にも貢献することができる。市民プロデューサー達の資金に支えられて、ライブ・コンサートが成立するという仕組みである。すなわち、単純な経済原理に基づく

¹³ EU Directive 2001/84/EC of the European Parliament and of the Council of 27 September 2001 on the resale right for the benefit of the author of an original work of art. <

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32001L0084>>

¹⁴ 筆者は既に美術作品の分野に関して、ブロック・チェーンを活用した新しいファンドの提案を行っているが、本稿においてはこの考え方をコンサート等にも応用して考えたものである。美術分野での活用についての詳細は、REAR39号「アーカイブは可能か？」(2017年4月20日発行)所収の太下義之「文化政策としてのアーカイブ一周回遅れからの逆転のために」を参照。

¹⁵ WIRED「ブロック・チェーンを用いた資金調達法『インシヤル・コイン・オフリング』はIPOを代替するか」(2017年3月29日) <<http://wired.jp/2017/03/29/initial-coin-offering/>>

投資だけではなく、ファンとしての“思い”を投資できるようになるのである。

これら提供される資金の性質については、寄付すなわち無償提供、無利子融資、投資すなわち有利子での資金提供、その中間形態すなわち低金利での資金提供など、さまざまなタイプが想定される。当然のことではあるが、アーティストは、自分にとってより良い条件、すなわち寄付またはそれに近い条件の資金から優先的に選択していけばよいこととなる。つまり、資金の調達条件を“競り下げて”いく、「逆オークション」のような仕組みとなることが想定される。

もちろん、コンサートの開催以外でも、個別の活動をプロジェクト化して資金調達をすることが可能である。アーティストの活動の中核とも言えるCDすなわち音源の制作に関しても、「ブロック・チェーン」を活用して資金調達することができる。従来の仕組みではレコードやCDの売り上げの一部がアーティストに配分されており、結果として購入者＝聴き手が資金の提供者であったとみることができる。本提案はそれを、音楽の制作以前から「ブロック・チェーン」という技術を活用して資金調達しようというものである。

投資された仮想通貨は、第三者に売却することができる。そして、アーティストの人気が高くなれば、その“仮想通貨”の価値も上昇することが想定される。たとえば、インディーズのアーティストや地下アイドルを対象として、彼(女)らの人気はまだあまり高くない時点から支援していたファンは、仮想通貨の売却でキャピタルゲインを得ることもできるであろう。これは、お気に入りのアーティストを応援するという“思い”と、経済的価値を両立させる仕組みである。結果として、アーティストが仮想通貨を発行して、アーティストとしての活動の初期の段階から支援してくれたファンに対して、感謝の気持ちを“利益”というかたちで還元することと同義になる¹⁶。

このように考えてみると、この「ブロック・チェーン」を活用した仕組みは、従来の経済システムにおける、通貨と寄付と株式の中間形態であり、音楽ビジネスの基本構造を抜本的に変革するポテンシャルを秘めていることが理解できる。そしてこれは、音楽の創造と振興をめぐる新しい経済圏が確立する、ということをも意味する。

アーティストとファンとの経済的な関係が変化することに伴って、ファンは多様な関係性をアーティストとの間で構築することができるようになること期待される。たとえば、“ハンズオン”すなわち、自ら関与し積極的に支援を行うベンチャー・キャピタルと同様に、ファンがプロデューサーの機能を担うことも想定される。アーティストの活動全般のプロデューサーは困難であるとしても、ある特定のライブ・コンサートに関して、ファンがパトロンとプロデューサーを兼ねるという仕組みは考えられよう。この場合、当然のことながら、当該パトロンとしてのファンたちは、アーティストのプロモーションやライブの動員にも貢献することが期待される。このように、新しい仕組みを導入することによって、今までよりも結びつきが強く、ロイヤリティの高い音楽コミュニティを構築することができるのである。

なお、こうして新たに構築される「ブロック・チェーン」は、アーティストごとに立ち上げる「ブロック・チェーン」でもよいし、たとえば、音楽的傾向の似た複数のアーティストを包含したかたちでの「ブロック・チェーン」であっても良い。後者のケースは、旧来の「音楽レーベル」に相当するものとなるであろう。

6. 「東京 2020」方式を輸出商品に

本稿執筆時点(2017年5月23日)でたいへん痛ましい事件のニュース速報が飛び込んできた。英国中部の都市マンチェスターのコンサート会場でライブの終了後に自爆テロがあり、少なくとも22人が死亡という事件である。2020年に開催される東京オリンピックに関しても、テロの脅威に対して万全を期することが極めて大きな課題となるであろう。

また、2015年11月には、パリ市のバタ克蘭劇場等において同時多発テロが起き、同劇場では観客89人が死亡したほか、多数の負傷者が出た。古くは、1977年制作のアメリカ映画『ブラック・サンデー』(Black Sunday)において、アメ

¹⁶ もっとも、このような新しいかたちの投資が一般化してくれば、投資家保護の観点から、「ブロック・チェーン」に関する新たな法整備も必要となるであろう。

カ人にとって最大の娯楽であるフットボールのスーパーボウルの観客を皆殺するというテロの計画が描写されていた。すなわち、多くの人が同時に集まるコンサート会場や競技大会、いわゆる「ソフトターゲット」¹⁷においては、テロリストの標的となる懸念を否定できないのである。

本稿においては、ここまで「チケット転売問題」を出発点としてさまざまな検討を続けてきたが、チケットをめぐる問題はもはや「転売」だけに留まるものではなく、テロ対策という極めて重大な問題と関わるのである。2020年の五輪においては、会場への入場時における本人確認と荷物のセキュリティ・チェックは必須であろう。具体的には、国際線の搭乗手続きと同様に、パスポートのような証跡による本人確認と荷物の保安検査およびボディ・チェックをスムーズに実施することが必要であると考えられる。報道によると、テロ対策を背景として、日本政府はマイナンバーカードの電子証明書をスマホに移すことができるような法整備を進めるとのことである¹⁸。

2016年のリオ五輪でもチケットの転売が大きな問題となった。このようなマイナンバーカードによる本人確認と前述した「ブロック・チェーン」を組み合わせれば、仮にチケットの転売が行われたとしても本人確認を徹底することが可能となる。結果として、テロ対策にも効果を発揮することが期待される。このような「ブロック・チェーン」でチケットを販売・転売し、かつ本人確認が比較的簡便なシステムを東京五輪で確立することができれば、2020年以降に、これを「TOKYO2020」システムとして海外に輸出することも期待される。そして、そのことは東京五輪のレガシーともなるのである¹⁹。

このようなシステムを構築することには、副次的な効果も想定される。文化庁では、全国各地で実施される文化活動や文化施設の情報を集約する「文化情報プラットフォーム」(ポータルサイト)を構築し、多言語で国内外に発信することを目指している²⁰。ただし、単にポータルサイトを準備するだけでは、アーティストやプロモーターにとって、わざわざ手間をかけて情報を提供・入力することに魅力を感じられないという懸念がある。このような懸念に対して、前述したとおり、転売価格の上乗せ分のうち、一定割合をアーティストおよびプロモーター(コンサート等の主催者)に還元する仕組みを提供することができれば、自ずからコンサートの情報が集約されることになるであろう。

7. ライブの文化的意義を再考する

2017年4月29日、東京ドームで行われたポール・マッカートニーのコンサートに筆者も参加した。同日のセットリストの中には、ちょうど半世紀前(1967年)に発表されたビートルズの名作アルバム“Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band”から、“Being for the Benefit of Mr. Kite!”と“Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band (Reprise)”の2曲があった。特に前者の曲が、発表から半世紀を経てライブで演奏されたという事実は意義深いものが感じられる。インターネットで調べたかぎりでは、ポール・マッカートニーはこの曲を2013年からライブで演奏しているようである。しかし、実は同曲はビートルズによってライブで演奏されたことは無い。この曲は、パイプオルガンを録音したテープを編集して逆回転させたという奇妙な音を配しており、半世紀前の技術ではライブで再現ができなかったものと推測される。しかも、そもそもアルバム発表の前年(1966年)の8月29日、ビートルズは、サンフランシスコでのコンサートを最後にライブ活動の停止を発表していたのである。そして、“Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band”のアルバムは、タイトルにもなっている架空

¹⁷ ソフトターゲットとは、スタジアム、コンサート会場、遊園地、ショッピングモール等の大規模集客施設その他の自衛隊や警察によって防御されていない不特定多数者が集合する施設・場所のこと。

¹⁸ 産経ニュース(2017年1月6日)「スマホでカンタン購入&入場 ダフ屋阻止やテロ防止でチケットレス化へ」
<<http://www.sankei.com/politics/news/170106/pl1701060010-n1.html>>

¹⁹ このようなシステムを構築すれば会場内の安全性を高めることはできる。ただし、マンチェスターの自爆テロは会場入り口部分で行われた。つまり、会場への入場前後の群集に関する安全確保は、どのようなシステムを導入しようとも依然として大きな課題である。

²⁰ 文化庁「文化プログラムの実施について」(2017年1月12日)

<http://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka_gyosei/hoshin/2020_tantokachokaigi/pdf/shiryo_4.pdf>

のバンドが開催する架空のショーという設定となっており、アルバム全体がサイケデリックな工夫に満ちた一つの作品となっているので、同アルバムの収録曲はシングルカットされなかったのである²¹。

この“Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band”の制作に大きな影響を及ぼしたとされているのが、前年(1966年)にアメリカのビーチ・ボーイズが発表したアルバム“PET SOUNDS”である。このアルバムも、ポピュラー音楽史上において極めて重要な作品であると評価されている。そして、このアルバムは、ビーチ・ボーイズの中心的存在であったブライアン・ウィルソンが1964年12月以降ツアーには参加しなくなり、スタジオでのレコーディングに専念するようになって制作されたものである。ただし、その後2000年から2016年にかけて、上述した“Sgt. Pepper's〜”と同様に、ブライアン・ウィルソンは“PET SOUNDS”の再現ライブを世界各地で開催している。

ビートルズやブライアン・ウィルソンがライブ活動を停止したのと奇しくもほぼ同時期の1965年、クラシック音楽の世界でも、ピアニストのグレン・グールドがコンサート活動をしないという、コンサート・ドロップアウトを宣言している。すなわち、今から半世紀前の1960年代の後半に、音楽とライブの関係に極めて大きな変革が生じたのである。

一つは、多重録音、長時間録音、逆回転や早回し等のテープ・エフェクト等の、録音に係るテクノロジーの進展が、人類が未だかつて聴いたことがないような、新しいリアリティのある音風景を生み出したという点である。そして、テクノロジーが「感性の編集」のレベルに到達したことにより、旧来のロックン・ロールはロック(ミュージック)に進化したのである。

二点目は、レコードというパッケージにおいて、作品性という概念が創出されたということである。前述したとおり、ビートルズやビーチ・ボーイズは、ライブでは再現が困難な水準の作品を創作したが、このことは、アルバムのレコーディングが創造行為であり、アルバムが一つの作品として評価されることを示した。すなわち、レコードは生の演奏から独立したひとつの作品としての意味を獲得したのである。

三点目は、ライブとレコードの完全な分離・独立である。“レコード”という名称が象徴している通り、もともとは、演奏会(ライブ)の代用品として出発したレコードであるが、レコードが作品として独立するような状況においては、パッケージと演奏会(ライブ)の関係にも大きな変化が生じることとなる。すなわち、後の時代においては、本来はオリジナルであるはずのライブ演奏会(コンサート)がまるで、コピーであるはずのレコードの再現であるかのような錯覚に陥ってしまうこととなる。レコード/CDが主役となり、コンサートは特定の楽曲をあらかじめ学習した聴き手が、他の聴き手と共に同時共振的にその内容を確認・追体験する場となっていった。レコードというメディア/テクノロジーの定着により、オリジナルとコピーの逆転現象が生じていったのである。

このような変革から半世紀が経過した現在、ライブと音楽の関係が再び大きく揺らいでいる。CDというパッケージの売り上げが激減していく中で、ライブがあらためて主役に位置付けられようとしているのである。これは、音楽のデジタル化およびインターネット配信と同様、もしくはそれ以上のインパクトを音楽の世界に及ぼすことになるであろう。このような変革の時代において、現在の音楽ビジネスの仕組みを少しずつ修整するのではなく、新しい価値観に基づいて抜本的に変革する時期に来ているのではないだろうか。「チケット転売」の背後に隠された課題は大きい。

²¹ 太下義之「音楽遺産～ネットワーク社会の音楽革命～」(2003年) Arts Policy & Management No.20,
 <http://www.murc.jp/_archives/artspolicy/newsletter/no20/20_08.pdf>

－ ご利用に際して －

- 本資料は、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡ください。