

CD コピー問題について

今回の発表は、エイベックスが昨年3月にコピーコントロールCD（以下 CCCD）を初めて採用してから一年余りが過ぎたということで、CDのコピー問題について発表したいと思います。

音楽業界は98年をピークに縮小を続けています。そんな中、その低迷に歯止めをかけるために導入されたのが CCCD でした。しかし依然としてセールスの下降は続いています。

それでは、CCCD は全く意味の無いものなのでしょうか。まずは日本で CCCD が導入された背景について考えて見たいと思います。その背景としては、CD-R への不正コピーが急速に増加したことが挙げられます。レコード会社はマスターテープ（原盤）から CD を複製して販売するという独占的な権利を持っているので、その権利が侵されてしまうという危機感を持つ様になりました。エイベックスの山田敏瑛企画広報課長は、「2 年前頃から、CD 発売から2週目以降に急速にセールスの伸びが鈍るという現象が顕著に見え始めた」と話しています。その要因として考えられる不正コピーを防ぐため、欧州で普及していた、イスラエルのミッドバー・テック社（現在は米マクロビジョン社に吸収された）のコピー防止技術「Cactus Data Shields」を採用したのです。

しかし、CCCD 導入はユーザーやアーティスト側から、少なからず反発を招きました。それは、「音質が CD より悪いのではないか」という声でした。音質についてエイベックスは「CD に比べて劣ってはいない」と言っています。合法的に私的録音をしていたユーザーからも「私的録音ができなくなって不便」という声があがっています。それについては今のところ回答は無いようです。

一方で、コピー防止技術は進化しています。6月末にリリースされるマクロビジョン社の新技術は、コピー制限のレベルをレコード会社が選択できるなど、音質も CD との差がさらになくなっていくそうです。東芝 EMI やビクターエンタテインメントをはじめ、各社が採用の検討をしているそうです。ソニー・ミュージックエンタテインメントは03年1月に新機能として、「レーベルゲート CD」を発表しました。これはパソコンのハードディスクに1度だけ無料でコピーできる機能のことです。

最近になって、エイベックスでは2週目以降の売上急落が徐々に解消されているそうです。しかし、全体の CD 売上減少はまだ止まっていません。CCCD は、コピー防止という面で効果が出ていますが、音楽業界を甦らせる要因には、まだなっていないようです。

参考文献

(編)著者名	刊年	書名	出版社
日経 BP 社編集部	2003 年 7 月 4 日発行	日経エンタテインメント！ 2003 年 7 月号 No.76	日経 BP 社