

著作権分科会政策小委員会 ヒアリング

2023年12月22日

株式会社 NexTone

代表取締役COO 荒川 祐二

取引の透明性

○ 政府全体のデジタルプラットフォームに関する政策としては、デジタルプラットフォーム取引透明化法が令和2年に成立し、運用されているが、コンテンツの流通についてデジタルプラットフォームサービス事業者が行う取引の条件や収益の仕組みに係る透明化を促進するために、どのような取組が期待されるか。

○ DSM著作権指令第19条においては、著作者及び実演家は、定期的に、その権利をライセンスした者等から、その著作物の利用方法や生じた収入等に関する情報が取得できることを保証すべき旨の規定（透明性義務）を設けているが、こうしたルールの有効性をどのように考えるか。

取引の透明性

○ 著作権等管理事業者が行うデジタルプラットフォームサービス事業者との包括的利用許諾契約の内容が権利者にとって不透明であるとの指摘があるが、著作権等管理事業者の権利者に対する説明責任の在り方をどのように考えるか。特に、著作権等管理事業者は、使用料規程で定める使用料を上限として、個別の協議を経て利用者と契約する額で徴収を行っているが、契約の透明性の確保のために使用料規程が果たすべき役割をどのように考えるか。

当社においてもプラットフォームとの間の契約には守秘義務契約があり、無制限に開示が可能というわけではないが、当社は権利者への説明責任を果たすため、プラットフォームから使用料に関する情報について開示の承諾を取ることで、権利者への説明責任を可能な限り果たしている。

したがって当社においては、これまで権利者から「デジタルプラットフォームサービス事業者との包括的利用許諾契約の内容が権利者にとって不透明であるとの指摘」を受けたことはない。

【参考資料】

当社がプラットフォーム（YouTube）より承諾を得たうえで、権利者向けに契約条件の説明に使用している資料。

徴収方式（※従来の方式にバッククレームが追加）

プリクレーム

初回請求です。作品届を頂き次第、NexToneからYouTubeに作品情報を登録しています。登録した時点から申し立てが開始され請求対象になります。

ポストクレーム

2回目の請求です。プリクレームで徴収出来ていない使用料を四半期内の始めに遡って請求します。

NEW

バッククレーム

作品競合が解消された作品を含む動画や、作品登録が遅れて、申し立てが付いていない動画などの使用料を請求します。

クロージング バランス

バッククレーム期間終了後に、どの権利者からも申し立てが行われておらず、未払いとなっている動画分の使用料を請求します。

【参考資料】

当社がプラットフォーム（YouTube）より承諾を得たうえで、権利者向けに契約条件の説明に使用している資料。 ※実際には具体的な料率を開示している

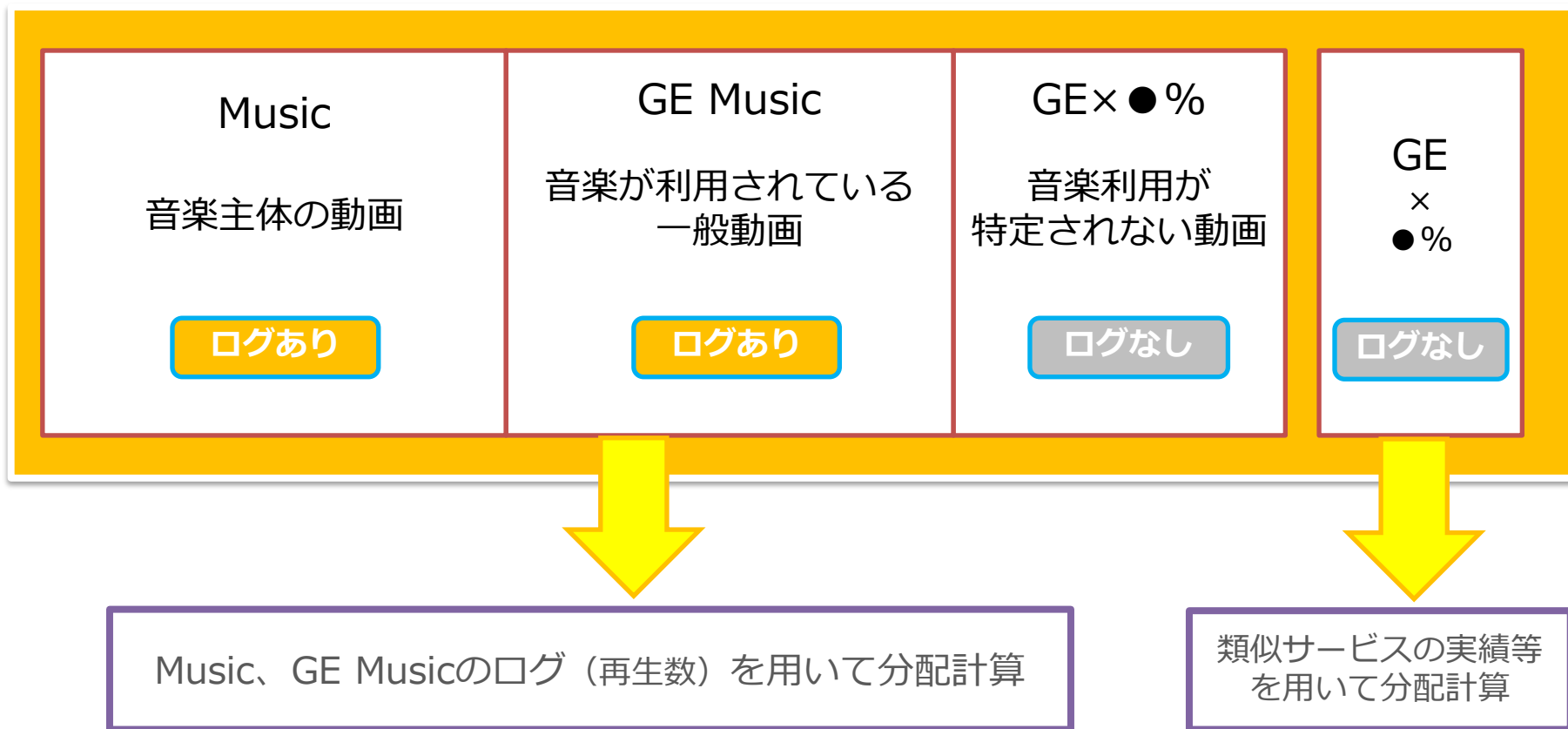
分配条件（※手数料を控除して分配）

AVOD 広告サービス	Music (音楽主体の動画)	● ● %
	GE Music (音楽が利用されている一般動画)	● ● %
	GE (音楽利用が特定されない動画)	● ● %
SVOD 月額有料サービス YouTube music premium YouTube premium	Music (音楽主体の動画)	● ● %
	GE Music (音楽が利用されている一般動画)	● ● %
	GE (音楽利用が特定されない動画)	● ● %

【参考資料】

当社がプラットフォーム（YouTube）より承諾を得たうえで、権利者向けに契約条件の説明に使用している資料。 ※実際には具体的な料率を開示している

分配方式（AVODの場合）



取引の透明性

○ 著作権等管理事業者が行うデジタルプラットフォームサービス事業者との包括的利用許諾契約の内容が権利者にとって不透明であるとの指摘があるが、著作権等管理事業者の権利者に対する説明責任の在り方をどのように考えるか。特に、著作権等管理事業者は、使用料規程で定める使用料を上限として、個別の協議を経て利用者と契約する額で徴収を行っているが、契約の透明性の確保のために使用料規程が果たすべき役割をどのように考えるか。

現状、デジタルプラットフォームサービスにおいては、使用料規程が契約の透明性確保のために果たす役割は小さくなっていると思料する。

デジタル分野においては、使用料規程が想定するような典型的な配信サービスは既にコモディティ化しており、各プラットフォーマーはさまざまなサービスやメニューを付加的に提供することで他社との差別化を図っている。

したがって、使用料規程が契約の透明性確保のために果たすべき役割は依然として変わらないものの、全てのサービスを先回りして使用料規程を定めることができない以上、自ずからその果たす役割には限界があると言わざるを得ない。

【参考資料】

当社使用料規程より当該箇所を抜粋

8.1.1.4. サブスクリプション形式

音楽についてサブスクリプション形式の配信を行う場合の月額使用料は、1 サービスあたり、以下のとおりとします。

(1) 通常の利用形態の場合

情報料または広告料等の収入あり	① 月間の情報料および広告料等収入の8%に、著作物利用率を乗じた額 ② 60円に総加入者数を乗じた額に、著作物利用率を乗じた額のいずれか多い額
情報料および広告料等の収入なし	60円に総加入者数を乗じた額に、著作物利用率を乗じた額

ただし、契約促進を目的としてサービスの加入者に対して提供される1か月以内の無料期間については、使用料の評価対象から除外するものとします。また、利用方法に何らかの制限があるサービスについては、8.1.1.4.(1)に定める料率または額の範囲内で、利用者と協議の上、その使用料を決定するものとします。

(2) (1)を超える無料期間（6か月以内）や機能を提供するサービス

情報料または広告料等の収入あり	① 月間の情報料および広告料等収入の12.5%に、著作物利用率を乗じた額 ② 95円に総加入者数を乗じた額に、著作物利用率を乗じた額のいずれか多い額
情報料および広告料等の収入なし	95円に総加入者数を乗じた額に、著作物利用率を乗じた額

ただし、サービス内容に鑑みて、8.1.1.4.(2)に定める料率または額を適用することが相当でない場合は、当該料率または額の範囲内で、利用者と協議の上、その使用料を決定するものとします。

8.2.9. 「サブスクリプション形式」とは、ダウンロード形式またはストリーム形式にかかわらず、サービス登録会員を対象とした聴き放題（見放題）サービス、またはそれに準じたサービスにより、サービス登録期間中に限り、コンテンツを受信者に選択させる方法等により利用させる形式をいいます。ただし、ラジオ型配信（一斉送信型）を除きます。

【参考資料】

当社より権利者へ著作権使用料を分配する際の添付データ（サンプル）

放送利用

作品コード	作品名	種目	利用者	番組名	利用秒数	利用回数	放送年月日
N00000000	〇〇	TT	株式会社テレビ北海道	AAAAA	48	1	2022/12/21
N00000000	〇〇	TT	東北放送株式会社	AAAAA	48	1	2022/12/24
N00000000	〇〇	TT	株式会社テレビ東京	AAAAA	48	1	2022/12/18
N00000000	〇〇	TT	テレビ愛知株式会社	AAAAA	36	1	2022/12/24
N00000000	〇〇	TT	テレビ大阪株式会社	AAAAA	48	1	2022/12/22
N00000000	〇〇	TT	株式会社T V Q九州放送	AAAAA	48	1	2022/12/22
N00000001	▲▲	TT	株式会社 I B C 岩手放送	BBBBBBBBBB	10	1	2022/10/10
N00000001	▲▲	TT	株式会社中国放送	BBBBBBBBBB	10	1	2022/10/16

【参考資料】

当社より権利者へ著作権使用料を分配する際の添付データ（サンプル）

YouTube動画における利用実績詳細データ

作品コード	作品名	動画ID	動画タイトル	動画の期間内再生数	サービス情報	国コード	利用期
N00000000	〇〇	0DPpuFk111	AAAAAAAAAA	111,599	YouTube	JP	20204
N00000000	〇〇	DwYG_Z0999	BBBBBBBBBBBBBBBBBBBB	16,158	YouTube	JP	20204
N00000000	〇〇	O6zeY5tk	CCCCCCCCCCCC	10,707	YouTube	JP	20204
N00000000	〇〇	0DkRG1o	DDDDDDDDDD	7,689	YouTube Premium	JP	20204
N00000000	〇〇	Dgg99_wbhbq	EEEEEEEEEEEE	7,061	YouTube Premium	JP	20204
N00000000	〇〇	fff2a3FLsQ	FFFFFFFFFFFFFF	6,135	YouTube	JP	20204
N00000000	〇〇	aaa5wxcfDU	GGGGGGGGGG	5,487	YouTube	JP	20204
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

🔍 <https://www.youtube.com/watch?v=〇〇〇〇〇〇〇〇>

緑の枠の部分に動画IDを入れることによってどのような動画で使用されているかを閲覧することも可能です。

※マーケティングデータとして、再生数の多い動画の情報をご提供しています。
サウンドレコーディングアセットまたはミュージックビデオアセットに紐づく動画を上位100位まで出力します。

【参考資料】

当社が権利者へ無償提供している著作権使用料分析ツール「cross」

著作権使用料分析ツール「cross」



<主な機能>

- ・ 最大過去3年分の分配額推移
- ・ 利用形態別の使用料シェア率
- ・ 作品の使用料ランキング
- ・ 多彩なフィルター条件設定
- ・ フィルター条件の保存
- ・ 複数事業部分配額の集計
- ・ 集計結果のダウンロード
- ・ YouTube動画のURL情報
- ・ 作品が利用された「放送番組名」「放送局名」「放送利用秒数」の表示

対価の妥当性・公平性

○ デジタルプラットフォームサービスにおける著作物利用について適用される料率の妥当性や、権利者間における分配の公平性について、前項や次項の取引の透明性や適切な競争環境の確保により図られる面が大きいと考えられるが、その他それに資する取組としてどのようなことが考えられるか。

○ ユーザーアップロード型デジタルプラットフォームサービスが提供する権利管理ツールは対価還元の機会を増やす上で有効であると考えられるところ、権利管理ツールはデジタルプラットフォームサービス事業者の自主的な取組であり、そうした取組を積極的に促すにはどのような方法が考えられるか。

対価の妥当性・公平性

○ DSM著作権指令第18条においては、著作者及び実演家は適正かつ比例的な報酬を受け取る権利があることを保証すべき旨の規定を設けているが、こうしたルールの有効性をどのように考えるか。

「適正な報酬」についての拠り所がなく、音楽業界で慣習的に設定されている水準が「適正な報酬」と評価されるおそれがあるため、抽象的なルールでは真に権利者が「適正かつ比例的な報酬」を受け取ることは難しいのではないかと思料する。

適切な競争関係

○ 既述のユーザーアップロード型デジタルプラットフォームサービスにおける包括的利用許諾契約を締結するインセンティブの偏在に伴う当事者の立場に非対称性があるという指摘に関し、DSM著作権指令においてはデジタルプラットフォームサービス事業者を一定の要件の下で著作物の利用主体とみなすことによりその責任を強化するというアプローチが取られているが、デジタルプラットフォームサービス事業者が果たすべき責任をどのように考え、また、権利者とデジタルプラットフォームサービス事業者との適切な競争関係を確保するためにどのような方法が考えられるか。

○ 権利者がデジタルプラットフォームサービス事業者と交渉を行う際の交渉力を向上させるために、どのような手段を取り得るか。例えば、どの程度、権利者同士が共同することが許容されるか。その際、ニュースメディア事業者とニュースポータル事業者等との関係についてニュース調査報告書において示された考え方を参考にできないか。