

令和2年度文化庁委託事業

「個人クリエイターの権利情報集約化及び
利用円滑化のための調査研究」
報告書

令和3年3月
株式会社日本総合研究所

目次

1 本調査研究の実施方針.....	1
1.1 本調査研究の背景及び目的	1
1.2 本調査研究の実施体制	2
1.3 本調査研究の実施方針	4
2 ターゲット像の設定に係る調査.....	6
2.1 非委任者の定義	6
2.1.1 権利の種別に応じた定義.....	6
2.1.2 著作権法の一部を改正する法律案におけるレコード・レコード実演の権利制限（令和3年3月末時点）	6
2.2 非委任者の実態	8
2.2.1 利用実績の分析	9
2.2.2 アンケート調査に基づく分析	15
3 権利情報登録に係る関連事例の調査.....	25
3.1 情報の登録を伴う関連サービス	25
3.1.1 音楽分野における関連事例	25
3.1.2 その他の分野における取組み	53
3.2 権利管理団体等における真正性担保の取組み	59
3.2.1 権利管理団体における取組み	59
3.2.2 その他の事業者・団体による取組み	60
4 権利情報登録窓口の在り方の検討.....	63
4.1 法改正を前提としない仕組み	63
4.1.1 インセンティブ設計に係る検討内容	63
4.1.2 真正性の担保の在り方に関する検討内容	64
4.1.3 ユーザーインターフェースのイメージ	70
4.2 法改正を踏まえた仕組み	73
4.2.1 ターゲット像	73
4.2.2 権利情報登録の手間を削減するための機能	74

4.2.3 真正性の担保の在り方	74
4.2.4 ユーザーインターフェースのイメージ	75
4.3 簡易的な検証	79
4.3.1 権利情報登録窓口での登録意向	79
4.3.2 画面の改善点や追加の機能	82
4.3.3 音楽権利情報検索ナビ上とする非委任者の意思表示	85
5 今後の検討課題及び次年度の実証に向けた提言	86
参考資料	88

1 本調査研究の実施方針

1.1 本調査研究の背景及び目的

平成 29 年度から令和元年度にかけて、「コンテンツの権利情報集約化等に向けた実証事業」（以下それぞれ「平成 29 年度実証事業」、「平成 30 年度実証事業」、「令和元年度実証事業」という）が実施され、音楽分野において散在する権利情報の集約化および権利情報を一括検索できるシステムの構築に向けた検討及び実証事業がなされた。実証事業では、散在する権利情報のうち、著作権や著作隣接権を管理する団体が保有する権利情報を中心に、データベース（以下、「基本 DB」という。）に統合し、放送事業者や個人クリエイターなど音楽の利用者などが、各団体に散在する権利情報を一括して確認することを可能にする検索システム（以下、「一括検索サイト」という。）を構築した。

他方で、インターネットの普及やプラットフォームの拡充に伴い、現在では多くの人や団体がインターネット等を通じて著作物を創作し、発信することが可能になっている。今後、著作権や著作隣接権を管理する団体に権利管理を委託しない権利者（非委任者、いわゆるアウトサイダー）が増加することが予想され、非委任者の権利情報を集約化することが求められる。

そのような中で、著作権や著作隣接権を管理する団体が保有する権利情報に加えて、基本 DB に非委任者の権利情報を集約化することが求められる。しかしながら、非委任者の楽曲・CD 商品に関する権利情報は、当該非委任者の申告なしには把握することが難しい。一方で、「平成 30 年度実証事業」における一括検索サイトの公開時に、当該サイトの利用者からは、権利情報を登録する仕組みに対する要望が寄せられ、非委任者が自ら権利情報を登録する仕組みの可能性が示唆された。そこで、「令和元年度実証事業」では、情報提供ページを設け、試行的に、権利情報を権利者等が自ら登録する仕組みのニーズを検証したところであるが、単純に情報提供のフォームを設けるだけでは十分な量の権利情報の登録を促すことはできず、インセンティブ設計や登録に際しての手間の削減などが課題となることが示唆された。また、登録された権利情報の真正性の問題など、仕組みを実装するためには、更なる検討が必要であることが明らかとなった。

本調査研究は、これまでの検討や取組みを踏まえつつ、非委任者の権利情報集約化及び利用円滑化を図るため、権利情報を登録・許諾する窓口の設置に向け、権利情報の登録のニーズや課題、仕組みについて調査・検討した。

1.2 本調査研究の実施体制

本調査研究の推進にあたり、MINC 及び同構成団体である「日本音楽著作権協会」、「日本芸能実演家団体協議会・実演家著作隣接権センター」、「日本レコード協会」と「NexTone」、更に、日本レコード協会に加盟していないインディーズ・レーベルの団体である「インディペンデント・レーベル協議会」及び「インディペンデント・レコード協会」、日本レコード協会加盟社が販売に関与しないレコード情報の提供者として「日本音楽出版社協会」、ネットクリエイターの団体である「日本ネットクリエイター協会」、システム構築及び運用を担う「株式会社ジャパンミュージックデータ」、そして文化庁著作権課著作物流通推進室から成る「権利情報集約化等協議会」（以下、「協議会」という。）を設置し、関係者が緊密に連携し、調査研究を推進した。なお、協議会の運営は、株式会社日本総合研究所が担当した。

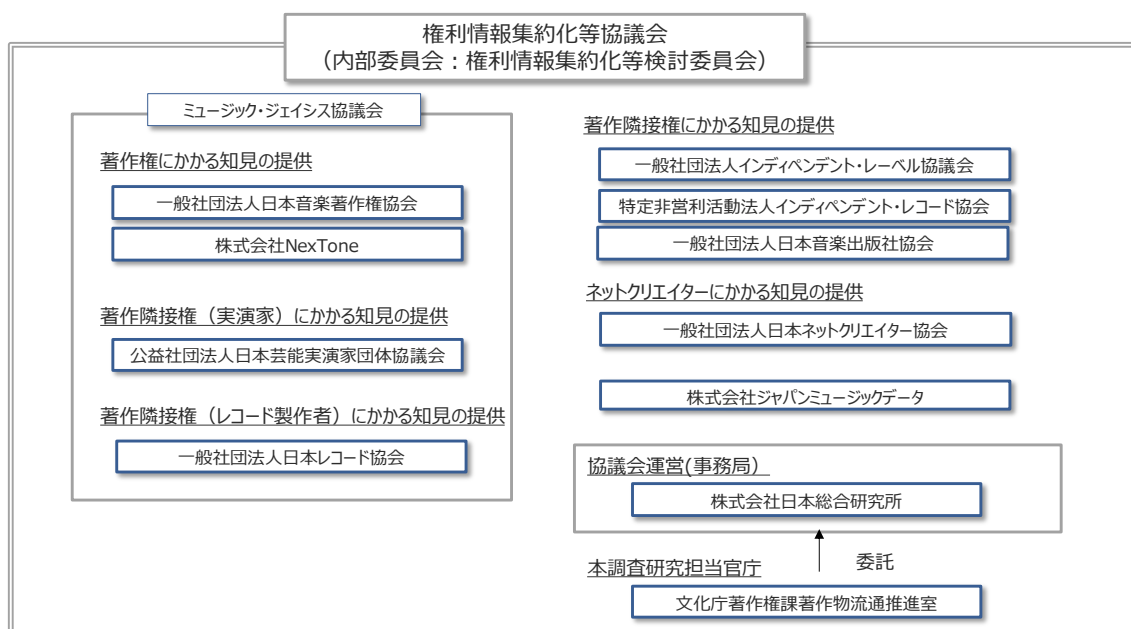


図 1.1 権利情報集約化等実証事業協議会の体制

表 1.1 権利情報集約化等検討委員会 構成員等一覧（順不同・敬称略）

区分	組織名	ご所属・役職等	氏 名
座長	KTS 法律事務所	弁護士	末吉 亙
構成員	一般社団法人日本音楽著作権協会	常任理事	須子 真奈美
	株式会社 NexTone	代表取締役 COO	荒川 祐二
	公益社団法人日本芸能実演家団体協議会 実演家著作隣接権センターCPRA	常務理事・運営委員	椎名 和夫
	一般社団法人日本レコード協会	常務理事・事務局長	畑 陽一郎
	ミュージック・ジェシス協議会	幹事	三田 あけみ
	一般社団法人インディペンデント・レーベル協議会	理事・事務局次長	宮城島 隆弘
	特定非営利活動法人インディペンデント・レコード協会	理事長	長野 文夫
	一般社団法人日本音楽出版社協会	専務理事	高嶋 裕彦
	一般社団法人日本ネットクリエイター協会	専務理事	仁平 淳宏
	株式会社ジャパンミュージックデータ	代表取締役社長	渡邊 博一
オブザーバー	文化庁	文化庁著作権課 著作物流通推進室長	日比 謙一郎
		文化庁著作権課 著作物流通推進室 室長補佐	木南 秀隆
		文化庁著作権課 著作物流通推進室 流通推進係長	渡辺 優加
事務局	株式会社日本総合研究所	リサーチ・コンサルティング部門 コンサルタント	五味 健太郎
		リサーチ・コンサルティング部門 コンサルタント	後藤 鉦一郎
		リサーチ・コンサルティング部門 コンサルタント	磯田 賜

1.3 本調査研究の実施方針

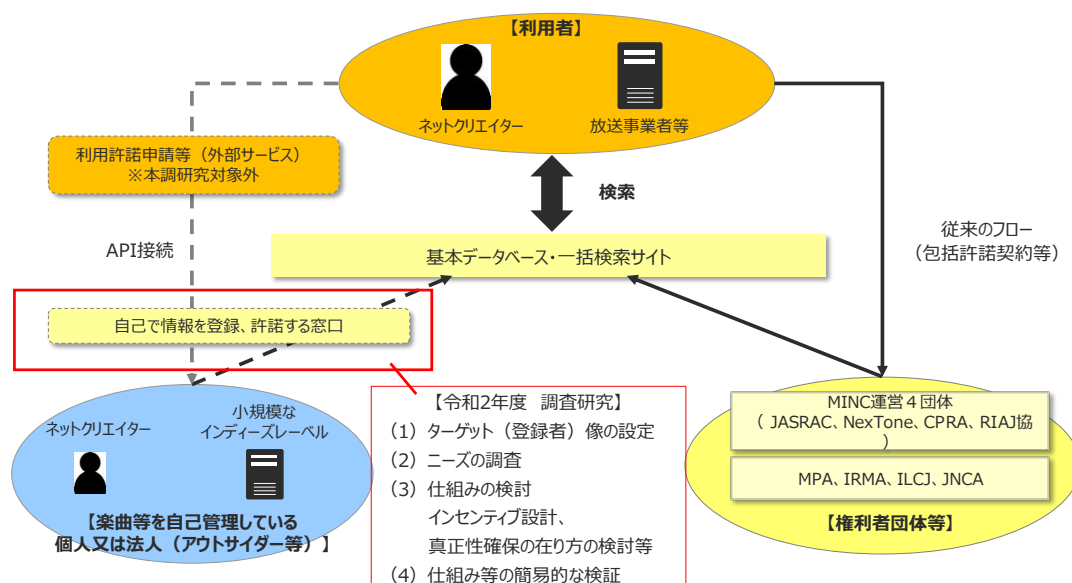
本調査研究では、非委任者の楽曲等の権利情報集約化及び利用円滑化を図るため、権利情報の登録窓口の実装を目指して調査・検討を行うとともに、今後のシステム構築に向けた要求要件を抽出し、取りまとめを行った。

本調査研究では、登録者像の設定、登録ニーズの調査、具体的な仕組みの検討、仕組み等の簡易的な検証を実施した。本調査研究は、放送番組の同時配信等に係る文化審議会における検討¹と並行する形で進められ、調査研究の開始当初は、放送番組の同時配信等に係る著作権法の改正（以下、「法改正」という。）を前提としない形で検討を行った。

本調査研究では、放送番組のインターネット同時配信等に係る文化審議会における検討の進捗を踏まえて、検討の方向性を転換し、法改正を前提とした権利情報登録窓口の在り方の検討を行った。そのため、本調査研究報告書では、権利情報登録窓口について法改正を前提としないもの、法改正を前提とするものの2つの仕組みに関する検討内容をまとめた。まず、第2章では、権利情報登録窓口への登録者像を明確化するための調査結果をまとめている。ここでは、法改正を前提としない仕組み、前提とした仕組みの両方に関する調査結果を示す。次に、第3章では、権利情報登録に係る関連事例の調査結果を示す。第4章では、法改正を前提としない仕組み、前提とした仕組みのそれぞれに関する検討内容を示す。ここでは、ターゲット像など、法改正を前提とすることによって変わりうる点についても必要に応じて言及している。なお、法改正を前提とした仕組みについては、本調査研究報告書執筆時点（令和3年3月末時点）の状況を踏まえたものになっている。第2章において、本報告書執筆時点での法改正の検討状況を示すが、今後法案が可決・成立し、施行日までに更なる制度の具体化がなされることとなる。そのため、法改正を前提とした仕組みについて検討してはいるものの、制度の具体化を待って、詳細化しなければならない点が多い。最終章では、今後の検討課題及び次年度の実証に向けた提言をまとめているが、提言も、本報告書執筆時点での法改正の検討状況を前提としたものであり、今後法案が可決・成立し、施行日までに更なる制度の具体化がなされることで、状況が大きく変化する可能性もあり、その点留意されたい。

¹令和2年12月2日に、「放送番組のインターネット同時配信等に係る権利処理の円滑化に関する制度改正等について（報告書）」が文化審議会著作権分科会基本政策小委員会「放送番組のインターネット同時配信等に係る権利処理の円滑化に関するワーキングチーム」において取りまとめられ、パブリックコメントを経て、文化審議会著作権分科会において、令和3年2月3日に、「放送番組のインターネット同時配信等に係る権利処理の円滑化に関する報告書」として取りまとめられた。なお、報告書の内容を踏まえた著作権法の一部を改正する法律案が2021年3月5日に閣議決定され、国会に提出されている。

図 1.2 本調査研究の全体像²



² 各事業者・団体の略称は、次のとおりである。

株式会社 NexTone (NexTone)、一般社団法人日本音楽著作権協会 (JASRAC)、公益社団法人日本芸能実演家団体協議会 実演家著作隣接権センター (芸団協 CPRA)、一般社団法人日本レコード協会 (RIAJ)、一般社団法人インディペンデント・レーベル協議会 (ILCJ)、特定非営利活動法人 NPO インディペンデント・レコード協会 (IRMA)、一般社団法人日本音楽出版社協会 (MPA)、一般社団法人日本ネットクリエイター協会 (JNCA)

2 ターゲット像の設定に係る調査

2.1 非委任者の定義

本調査研究では、著作権等管理事業者に権利管理を委託・委任していない権利者を「非委任者」³と呼ぶ。以下では、権利の種別に応じた、非委任者の定義をするとともに、仕組みの検討の前提となる、現在検討が進められている法改正に係る動向を説明する。

2.1.1 権利の種別に応じた定義

まず、著作権については、権利管理団体である JASRAC や NexTone に委託・信託していない権利者が非委任者となるが、作品単位で考えると、作詞・作曲家個人としては非委任者であっても、作詞・作曲家と著作権譲渡契約を締結している音楽出版社が委任者となっており、作品自体の著作権は、各団体が管理していることが多くある。この点、本調査研究では、権利情報の集約化と利用の円滑化を目的としているため、利用者視点で見れば、音楽出版社と契約している作詞・作曲家の作品については、あまり利用にあたっての障害はないように思われる。そのため、音楽出版社と契約している作詞・作曲家は、著作権の観点⁴からは、登録者像として想定するのは適当ではない。

次に、レコード製作者の権利については、特に、放送番組のネット配信に関する送信可能化権の集中管理への委任に関して説明する。当該集中管理への委任に関しては、レコード会社の発売会社・販売会社の組み合わせによって判断される。発売会社又は販売会社が日本レコード協会会員社（メジャーレーベル）の場合は、日本レコード協会に当該集中管理を委任することとなる。発売会社が IRMA、ILCJ、JNCA、MPA などの団体の会員又は委任者の場合⁵も、日本レコード協会による集中管理の対象となる。

2.1.2 著作権法の一部を改正する法律案におけるレコード・レコード実演の権利制限（令和 3 年 3 月末時点）

特に、本調査研究に係る法改正の事項としては、レコード・レコード実演の利用円滑化に係る補償金付き権利制限が挙げられる。

文化審議会著作権分科会が令和 3 年 2 月 3 日に公表した「放送番組のインターネット同

³ そのほか、同様の意味で「アウトサイダー」、「ノンメンバー」といった言葉が使用されることがあるが、本調査研究では、非委任者で統一することとする。

⁴ ネットクリエイターの団体からは、ネットクリエイターの作品の著作権について音楽出版社が管理しているが、原盤権はネットクリエイターが持っているような場合、音楽出版社が連絡窓口となり、ネットクリエイターへの利用者からの連絡を仲介しているの指摘もある。登録者像として、このようなネットクリエイターを対象とすべきかは、仕組みの検討の際に論じることとするが、当該クリエイターのレコードに関する権利情報を集約化の対象から外すのは適当ではない。

⁵ 個人で直接日本レコード協会に委任する者も委任者となる。

時配信等に係る権利処理の円滑化に関する報告書」⁶では、レコード・レコード実演の利用円滑化のため、「円滑に許諾を得ることができないと認められるレコード・レコード実演（商業用レコード（送信可能化されたレコードを含む。）に係るものに限る。以下同じ。）に関して、通常の使用料相当額の補償金を支払うことを前提にした権利制限規定を創設すること」が示された。同報告書では、制度改正の対象とするレコード・レコード実演の範囲として、次に掲げる2つの条件を満たすものを対象とすることを基本とすると示されたところである。

①著作権等管理事業者（日本レコード協会及び芸団協 CPRA）による集中管理が行われておらず、

②音楽分野の権利情報プラットフォーム上（音楽権利情報検索ナビ）で適正な使用料（例えば、著作権等管理事業者の使用料規程と同等の額）で確実に許諾する旨の権利者の意思表示がされていないもの

同報告書では、集中管理がなされていない、つまり非委任者が権利を有するレコード・レコード実演から、一定のものを除いたレコード・レコード実演が権利制限の対象となることが示されたところであり、一定のものとして音楽権利情報検索ナビ上で適正な使用料で確実に許諾する旨の意思表示をしたものが権利制限の対象から除かれることが示された。

文化審議会著作権分科会「放送番組のインターネット同時配信等に係る権利処理の円滑化に関する報告書」（令和3年2月3日）

① 基本的な考え方

○ 放送（報酬請求権）と同時配信等（許諾権）の制度上の差異に起因して同時配信等での利用が困難となるという課題を解決するため、円滑に許諾を得ることができないと認められるレコード・レコード実演（商業用レコード（送信可能化されたレコードを含む。）に係るものに限る。以下同じ。）に関して、通常の使用料相当額の補償金を支払うことを前提にした権利制限規定を創設することとする。

○ 対象とするサービスの範囲については、権利者団体からは「同時配信」と「追っかけ配信・見逃し配信」を明確に区分すべき（後者は慎重に検討すべき）という意見も示されている一方で、放送事業者からは見逃し配信を含めた柔軟な対応が求められているところ、補償金により権利者への適切な対価還元がなされることを踏まえると、視聴者の利便性を重視し、「同時配信・追っかけ配信・見逃し配信」を全て対象に含めることが適当である。

○ 制度改正の対象とするレコード・レコード実演の範囲については、「①著作権等管理事業者（日本レコード協会及び芸団協 CPRA）による集中管理が行われておらず、かつ、②音楽分野の権利情報プラットフォーム（音楽権利情報検索ナビ）上で適正な使用料（例えば、著作権等管理事業者の使用料規程と同等の額）で確実に許諾する旨の権利者の意思

⁶ https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/chosakuken/pdf/92818201_02.pdf

表示がされていないもの（※）」を対象とすることを基本とする。ただし、③日本の著作権等管理事業者が管理（相互管理契約に基づくものを含む。）をしていない外国原盤については、我が国の権利情報プラットフォーム（音楽権利情報検索ナビ）上での意思表示を求めるのは現実的ではないところ、権利処理窓口が明らかとなっている場合にまですべて権利制限を行うのは適当ではないと考えられることから、慎重に取扱いを精査の上、適切に対象範囲を確定する必要がある。

（※）現状では、権利情報プラットフォーム（音楽権利情報検索ナビ）に上記のような権利者の意思表示を行う機能は整備されていないところ、今後、そのような機能が整備されることを想定して、②の事例を記載している。

○ なお、上記のように、今回の制度改正の対象者は、いわゆる「ノンメンバー」（著作権等管理事業者による集中管理が行われていない者）から、更に一定のものを除いた者を指すところ、放送事業者から見た場合に、許諾を得るためのアクセスが困難であるという点を捉えて、便宜上「被アクセス困難者（仮称）」と呼称することとする。

その後、文化庁において法改正の作業が進められ、令和３年３月５日に閣議決定された「著作権法の一部を改正する法律案」で示された改正後の条文の案は下記の通りである。

（商業用レコードの放送同時配信等）

第九十六条の三 放送事業者、有線放送事業者又は放送同時配信等事業者は、商業用レコード（当該商業用レコードに係る前条に規定する権利（放送同時配信等に係るものに限る。以下この項及び次項において同じ。）について著作権等管理事業者による管理が行われているもの又は文化庁長官が定める方法により当該商業用レコードに係る同条に規定する権利を有する者の氏名若しくは名称、放送同時配信等の許諾の申込みを受け付けるための連絡先その他の円滑な許諾のために必要な情報であつて文化庁長官が定めるものの公表がされているものを除く。次項において同じ。）を用いて放送同時配信等を行うことができる。

２ 前項の場合において、商業用レコードを用いて放送同時配信等を行つたときは、放送事業者、有線放送事業者又は放送同時配信等事業者は、通常の使用料の額に相当する補償金を当該商業用レコードに係る前条に規定する権利を有する者に支払わなければならない。

３ 前項の補償金を受ける権利は、著作権等管理事業者であつて全国を通じて一個に限りその同意を得て文化庁長官が指定するものがあるときは、当該著作権等管理事業者によつてのみ行使することができる。

2.2 非委任者の実態

一口に非委任者といっても、一つの商品・作品には複数の権利者が存在することがあり、

権利情報の登録者は、多様となる。また、様々なジャンルや法人・個人の別など多種多様であり、権利情報登録窓口への登録インセンティブなど異なってくると考えられる。そこで、以下では、商品・楽曲の利用実績の分析を通じた利用視点からの非委任者像の分析、非委任となっている権利者へのアンケートを通じた当事者視点からの非委任者像の分析を行う。

2.2.1 利用実績の分析

非委任者といった場合、非常に対象が多い。基本 DB への登録を促すうえでは、まずは利用実績が高いものを中心にデータの登録をうながしていくことが、音楽の利用者視点では、有用である。他方、利用実績が高いと言っても、音楽には様々な利用シーンがある。利用の円滑化の観点からは、多様なシーンでの利用を円滑化することが望ましいが、実績の多さを判断することは難しい。本調査研究では、昨年度「音楽権利情報検索ナビ」でアクセスの多かった放送分野での利用実績データを基に分析した。

(1) 分析データの概要

放送事業者が著作権等管理事業者に対して報告している楽曲の利用実績データ（以下、「放送実績データ」という。）を日本レコード協会より提供を受け分析を行った。放送実績データの分析にあたっては、委任者・非委任者を識別する必要がある。そのため、他の商品情報や権利情報のデータベースと放送実績データを照合し、分析データを作成した。

表 2.1 分析データ概要

データセット		概要	
名称		項目	
放送実績データ		年月	2019 年 2 月
		データ提供元	日本レコード協会
		データ概要	利用楽曲数： 111,114 曲（延べ）
照合データ	基本 DB	年月	2018 年度 (2019 年 2 月公開時点)
		データ概要	CD 商品数：503,740 件 楽曲数：6,140,512 件
	eCATS	年月	2018 年 12 月
		データ概要	CD 商品数：500,655 件 楽曲数：6,403,952 件
	ISRC-DB	年月	2020 年 10 月
		データ概要	4,128,808 件

(2) データベース別の照合数

権利管理の状況を明らかにするため、基本 DB と照合を行った。日本レコード協会会員社以外が発売会社となっている商品については、レコード製作者の権利に関する集中管理の状況を判断するため、発売会社名及び販売会社名が必要となる。そのため、日本レコード協会会員社が発売会社となっている商品に収録された楽曲以外のものについて、当該情報を有する、基本 DB 以外のデータベースとも照合を行った。照合結果は、次の通りである。

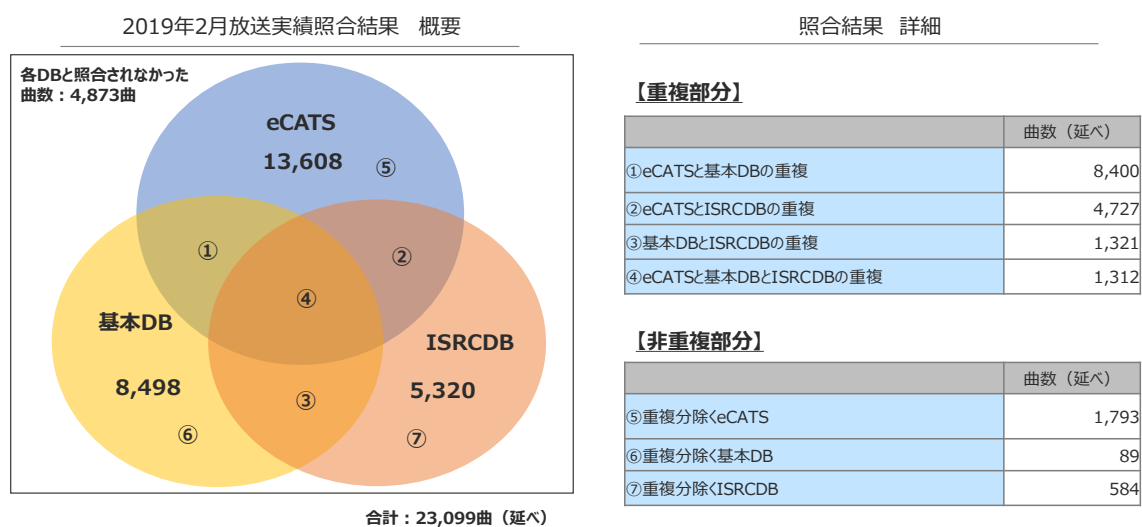


図 2.1 2018 年度基本 DB 等照合結果

(3) 委任者・非委任者数

基本 DB にある権利情報を基に利用された楽曲の権利管理の状況を集計した。レコード製作者の権利に関しては、集中管理されているものが 80%以上となっているが、一部非集中管理のものがある。

著作権に関しては、放送に係る利用分野権利管理の状況を集計した。作品コードが付いていないため不明となったものが多いが、非委託となったものは極めて少ない⁷。なお、著作権に関して非委託となったものには、パブリックドメインとなった作品が多く含まれている。また、著作権等管理事業者への委託範囲が変更中でデータベースに変更した内容が反映されていないと見受けられる作品も存在する。

⁷ 本調査研究では、日本レコード協会より放送実績データの提供を受けた。放送事業者から著作権等管理事業者への利用楽曲の報告の際には、作品コードの入力は、任意となっている。

表 2.2 権利管理の状況別の利用楽曲数

権利管理の種別		内訳			
レコード製作者 の権利	著作権	延べ曲数	比率	合計	比率
集中管理（有）	委託	75,116	67.6%	92,133	83%
	非委託（※）	127	0.1%		
	個別問い合わせ	0	0.0%		
	不明	16,890	15.2%		
非集中管理（無）	委託	8,669	7.8%	17,420	16%
	非委託	0	0.0%		
	個別問い合わせ	0	0.0%		
	不明	8,751	7.9%		
不明	委託	445	0.4%	1,561	1%
	非委託（※）	4	0.0%		
	個別問い合わせ	0	0.0%		
	不明	1,112	1.0%		
合計		111,114	100.0%		

※パブリックドメインとなっている曲を含む。

（4）非委任者等の楽曲の利用実績

以下では、放送実績データを基に非委任者等（委任・非委任が判別できなかったものを含む）の商品⁸の利用回数や利用時間を分析する。

① レコード単位の利用実績

商品ごとに付番されている品番を基に商品の利用回数の順位を分析した（図 2.2）。また、商品ごとの利用回数の全利用回数に占める割合を上位から積み上げ、累積の利用回数の比率を算出した。累積の比率の算出にあたっては、同一の順位の商品があれば、当該同一順位の商品の利用比率も足し合わせている。以降、商品別のレコード利用時間、発売会社別商品の利用回数や利用時間の分析を行っているが、すべて同様である⁹。

図 2.2 を見ると突出して利用回数が多い商品が存在しており、全商品の利用回数の大半を占めているように見えるが、累積の比率を見ると利用回数が 37 回以上の商品が全体の利用回数の 30% となり、全体の 60% となるまで累積の比率が指数関数的に増加している。更に、累積比率が 60% から 100% となるまでの間、一気に比率が増加している。つまり、特定の商品が多く使われているわけではなく、多様な商品が少数ながら多く使われているということである。

⁸ 判別不明な理由としては、当該不明となった商品の情報が基本 DB や e-CATS にないことなどから発売会社名が特定できなかったことなどが挙げられる。基本 DB などに情報を拡充していくことが重要であることから、ここでは判別不明となった商品を含めて分析を行う。そのため、非委任者が発売した商品の状態を正確に示しているものではない点は留意されたい。

⁹ 各グラフで順位の数異なるが、同一順位に複数の商品が存在する場合は、重複を削除してグラフ化している。他方で、累積比率の算出には、同一順位の商品の利用回数や利用時間の比率も積み上げている。

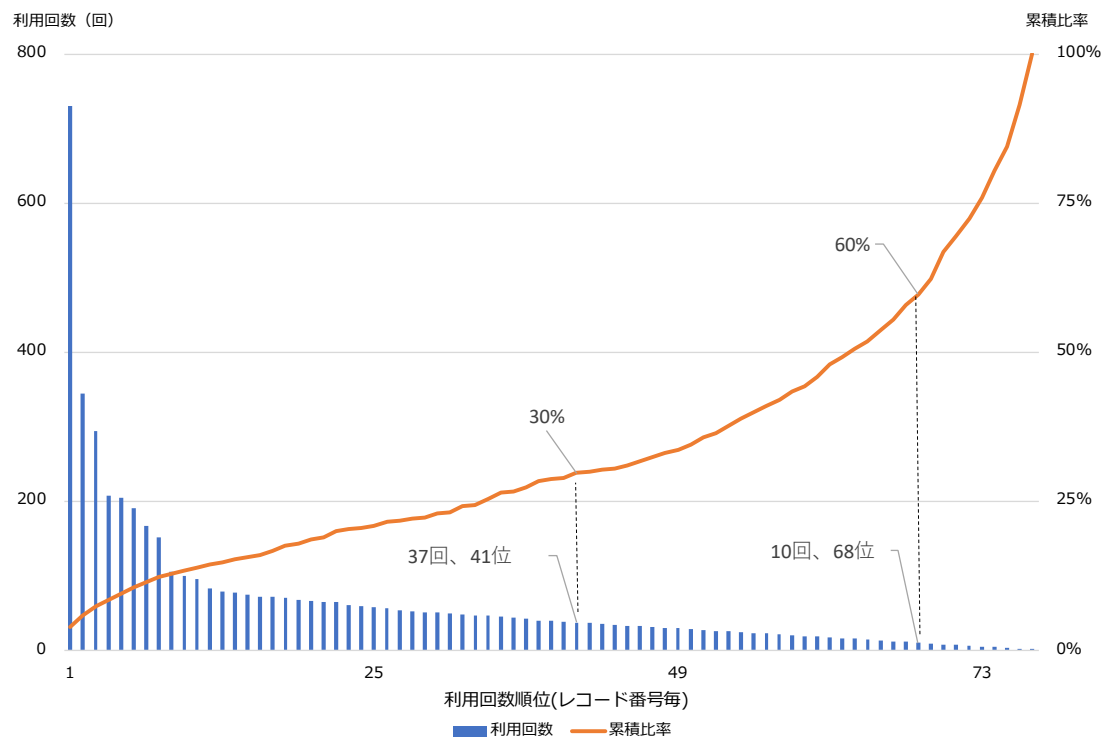


図 2.2 商品別のレコード利用回数順位・累積比率

一方で、商品別のレコードの利用時間を見ると、異なった傾向が見られる（図 2.3）。商品別のレコード利用回数順位・累積比率の場合、同一順位の利用回数となった商品が多かったが、利用時間で見た場合、同一順位となる商品が少ないことが一因である。ただし、利用時間が比較的少ない商品が大半である点は、商品別のレコード利用回数と同様である。

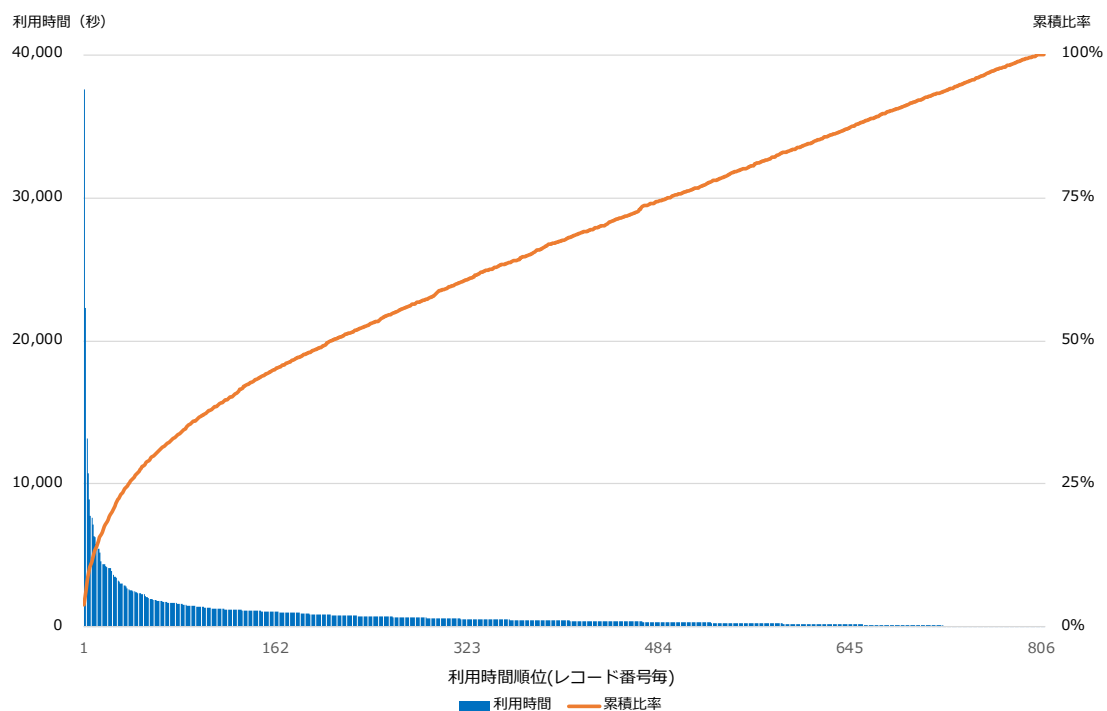


図 2.3 商品別のレコード利用時間順位・累積比率

② 発売会社単位の利用実績

利用された商品の利用回数を発売会社別に集計したものが、図 2.4 である。14 位までで全体の利用回数の 60%を占めており、商品別の利用回数・利用時間と異なり、少数の発売会社の商品が多く使用されている。放送事業者系の音楽出版社の発売商品が多く使用されていることが一因である。

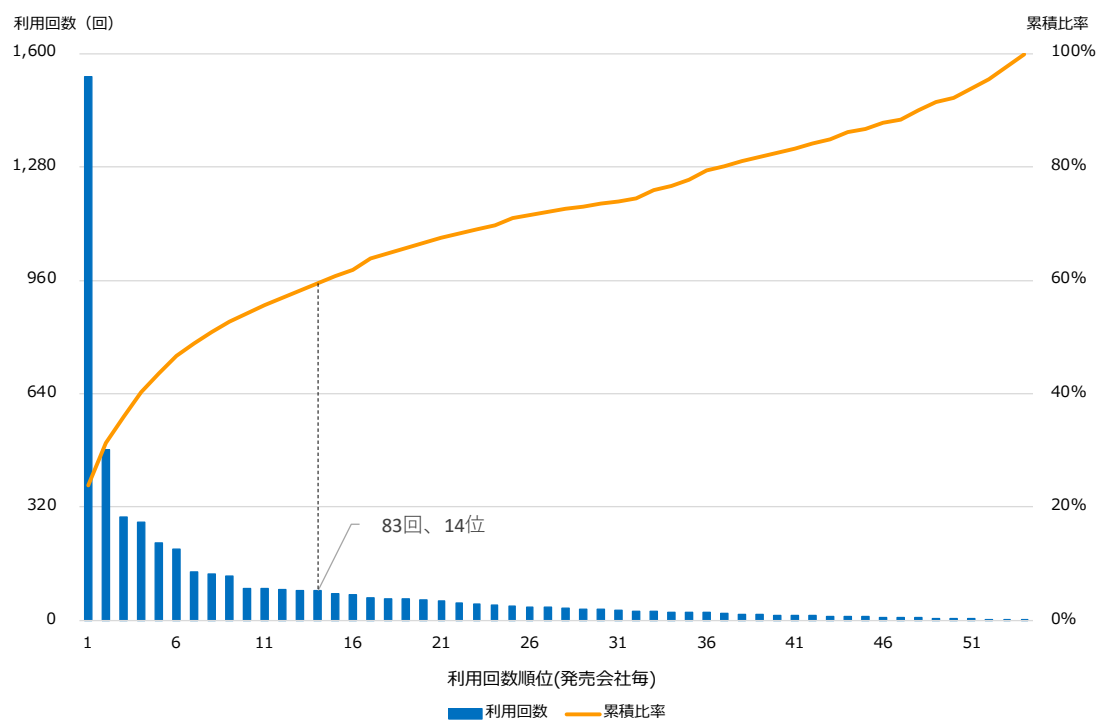


図 2.4 発売会社ごとのレコードの利用回数順位・累積比率

また、発売会社ごとの利用時間についても同様の傾向が見られる（図 2.5）。

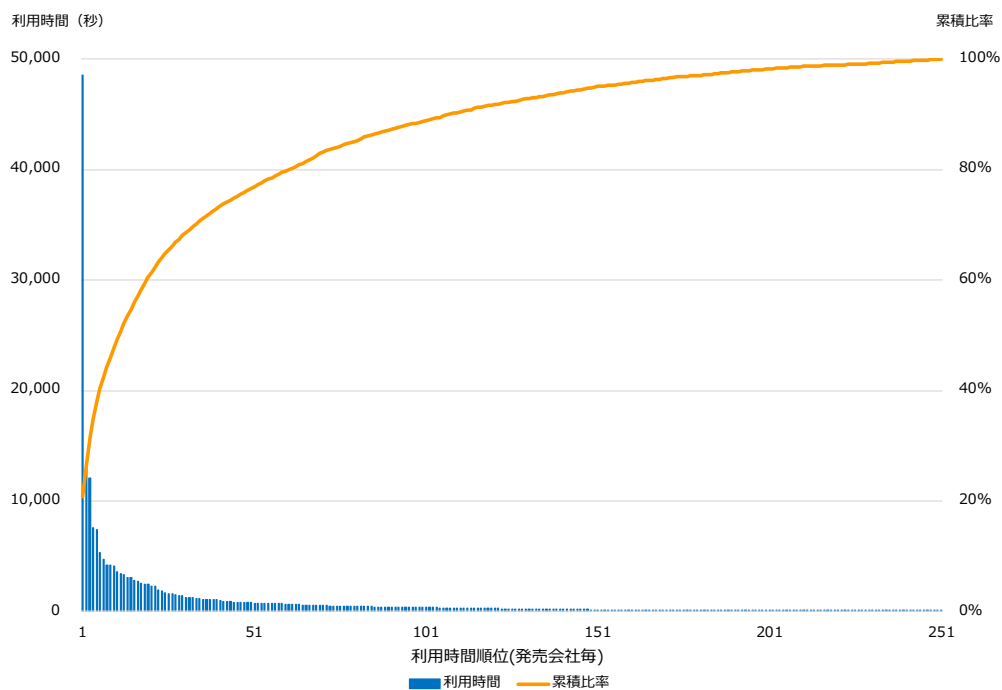


図 2.5 発売会社ごとのレコードの利用時間順位・累積比率

2.2.2 アンケート調査に基づく分析

非委任者の実態を把握するため、アンケート調査及びヒアリングを実施した。

(1) アンケート調査の実施

非委任者に関してアンケート調査を実施し、非委任となっている理由などを調査した。

表 2.3 レコード製作者の権利等に係る非委任者へアンケート

項目	内容
目的	主にレコード製作者の権利に関して非委任者となっているレコード会社等の特徴、商品情報や権利情報の登録の促進に向けた課題の抽出
対象	ジャパンミュージックデータが保有するレコード会社（レーベル名の場合あり）のリストと、日本レコード協会から提供を受けたレコード会社別の送信可能化権の委任状況を判別するためのリストを照合し、レコードに関する非委任者のリストを作成。 シーデージャーナルが保有する連絡先リストと委任者のリストを照合し、連絡先がある非委任者を抽出。 送付件数：2,885 件
有効回答数	181 件
調査期間	3 月 15 日から 3 月 22 日 18 時

(2) 回答者の概要

1) 会社・レーベル設立年

設立年でみると、2010 年～2014 年に設立されたレコード会社・レーベルが多かった。なお、設問では、会社の設立年を質問したが、レーベルの設立年の回答もあった。

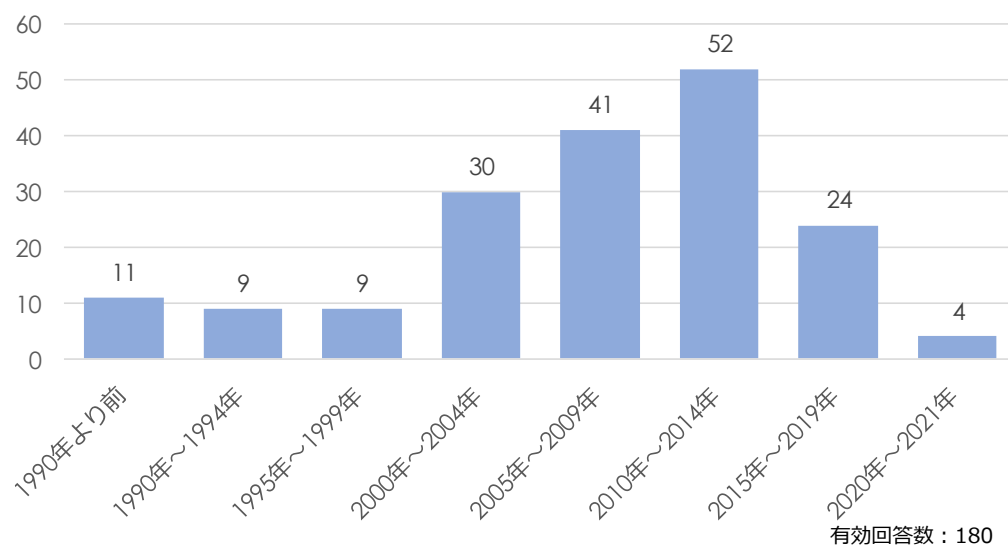


図 2.6 会社・レーベル設立年次

2) 業務内容

今回のアンケートでは、レコードの発売会社に対して、アンケートを実施したことから、レコード製作を業務内容とする会社・レーベルは、当然多い。一方で、音楽出版業務やアーティストのマネジメントなど、著作権や実演家の権利に係る業務を行っている会社・レーベルも半数弱いた。

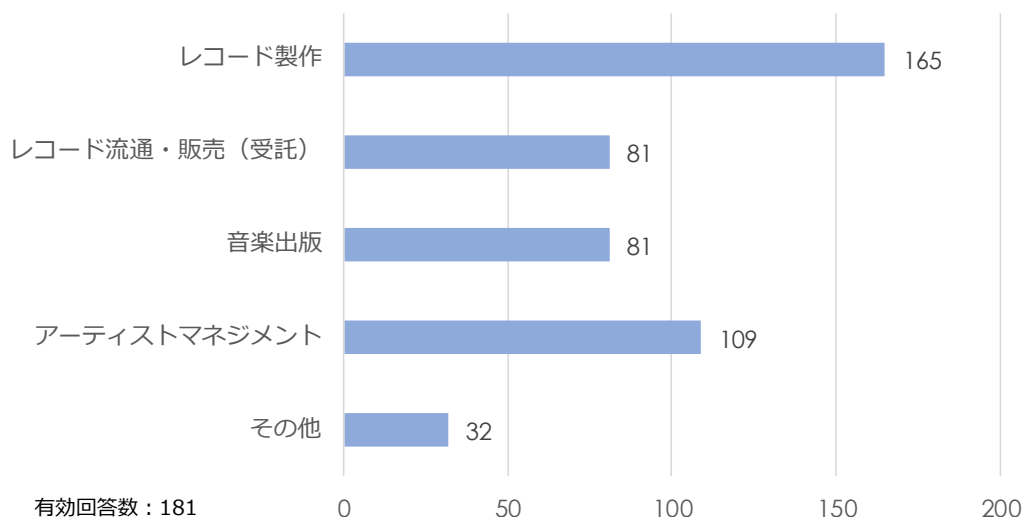


図 2.7 主な業務内容（複数選択可）

業務内容の組み合わせ別でみると、レコード製作を主体業務としつつ、流通・販売の受託や音楽出版、アーティストマネジメントのいずれかを業務としているところが多い。

表 2.4 業務内容組み合わせ別の件数

レコード製作	レコード流通・ 販売（受託）	音楽出版	アーティスト マネジメント	件数	比率
○	○	○	○	29	16%
○	○	○	×	9	5%
○	○	×	○	20	11%
○	○	×	×	16	9%
○	×	○	○	26	14%
○	×	○	×	11	6%
○	×	×	○	26	14%
○	×	×	×	28	15%
×	○	○	○	0	0%
×	○	○	×	1	1%
×	○	×	○	2	1%
×	○	×	×	4	2%
×	×	○	○	4	2%
×	×	○	×	1	1%
×	×	×	○	2	1%
×	×	×	×	2	1%
合計				181	

3) CD 発売タイトル数

1年に1タイトル以上を発売していると回答した会社・レーベルが多かった。なお、今回の調査では、CDの発売が一定程度されている会社・レーベルを対象にアンケートを送付したため、一般的に、このような分布になるわけではない点には、注意されたい。

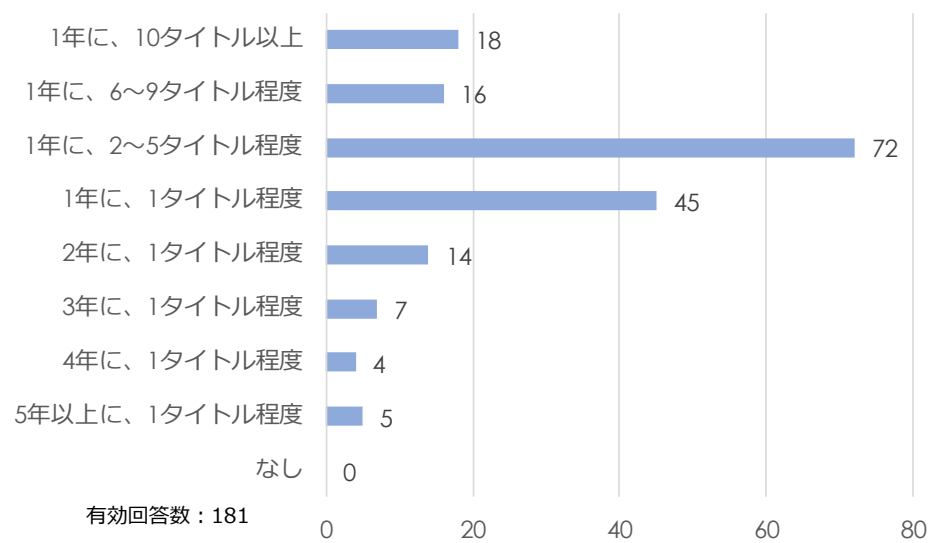


図 2.8 CD 発売タイトル数

4) 配信アルバムタイトル数

CD 同様に、1 年に 1 タイトル以上を発売していると回答した会社・レーベルが多かったが、CD の発売タイトル数の回答と異なり、配信なしと回答した会社・レーベルが一定数存在した。

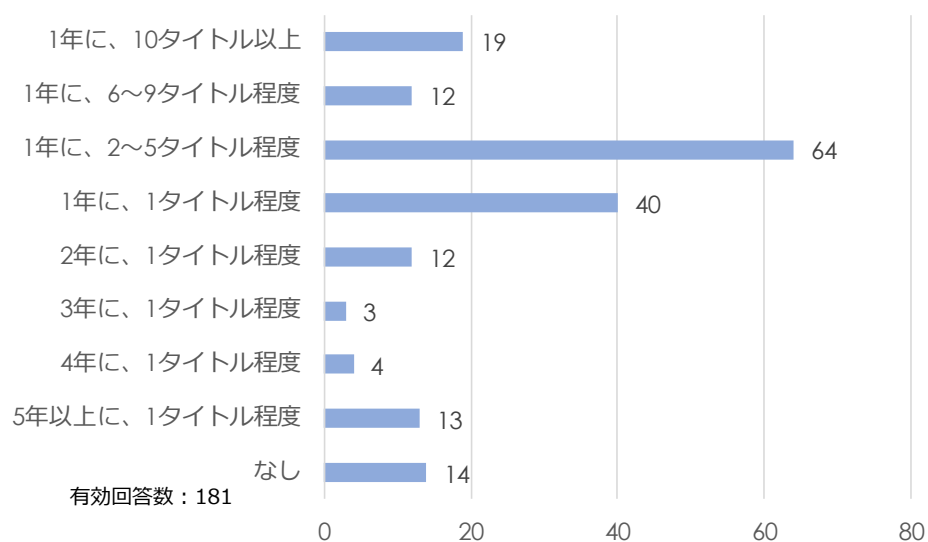


図 2.9 配信アルバムタイトル数

5) CD 流通・販売方法

CD ショップに自社で流通・販売することが多いレコード会社・レーベルは、約 60%程度となった。また、Amazon などのネットショップでの直接登録することが多いレコード会社・レーベルは、40%程度であった。販売会社などを利用し、流通させていることなどが利用として考えられる。

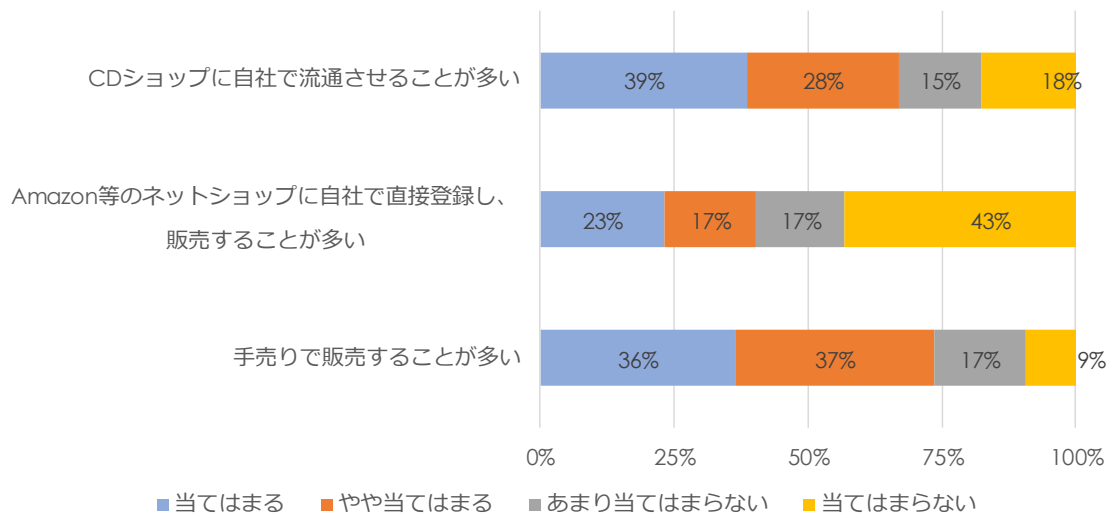


図 2.10 CD 流通・販売方法

6) 配信登録・デリバリー方法

配信登録・デリバリー方法としては、圧倒的に委託することが多い。

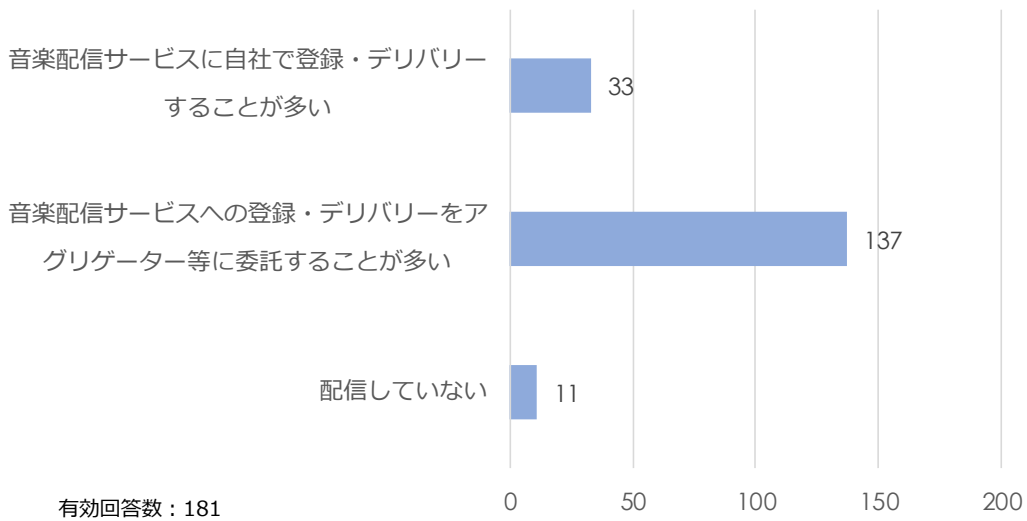


図 2.11 配信登録・デリバリー方法

(3) 委任状況

1) 著作権

約 3 分の 1 が、契約している音楽出版社が委任・委託している場合を含めて「すべて委

任・委託している」と回答した。一方で、約 15%が「すべて委任・委託していない」と回答するなど、著作権に関する非委任者が一定数いることが分かった。

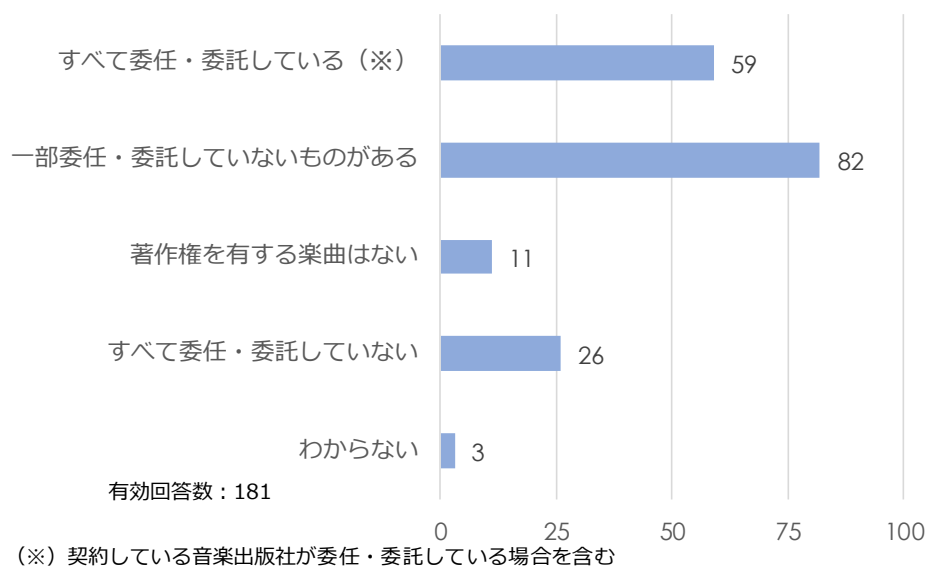


図 2.12 著作権管理の委任・委託状況

2) 実演家

「すべて委任・委託している」が約 15%程度となり、「一部の实演家について、委任・委託していない」を含めても、50%に満たない。一方で、「委任・委託していない」が 45%となり、かなりの数の所属アーティストについて委任・委託していない状況がうかがえる。なお、今回、レコード会社の担当者がアンケートに回答しており、実演家本人が直接委任・委託している場合、当該担当者がそのことを知らないといったこともありうる。

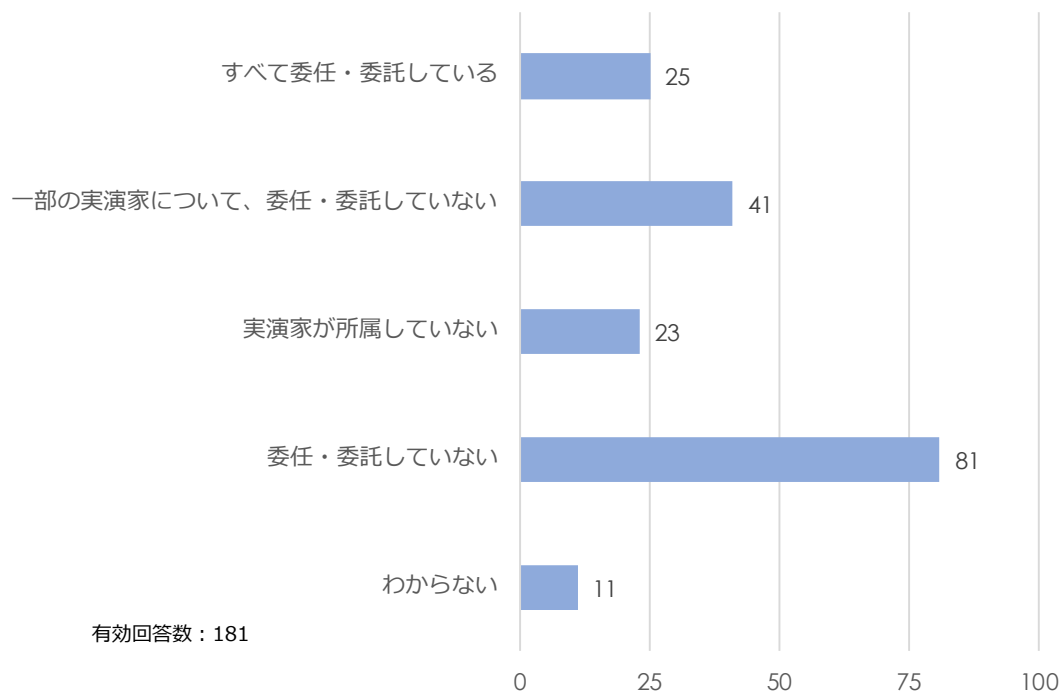


図 2.13 実演家の権利管理の委任・委託状況

3) レコード製作者の権利

今回の調査では、レコード製作者の権利に関して非委任者となっている会社又はレーベルについて、アンケートを送付した。他方で、アンケートの回答では、「委任・委託している」と回答した会社又はレーベルが約 30%程度存在した。対象を抽出したリストにはレーベル名が記載されており、日本レコード協会の委任状況のリスト上では当該レーベル名がなかったため非委任者としてアンケート送付の対象となったが、実態としては当該レーベルが属するレコード会社は委任者であったことなどが原因として考えられる。

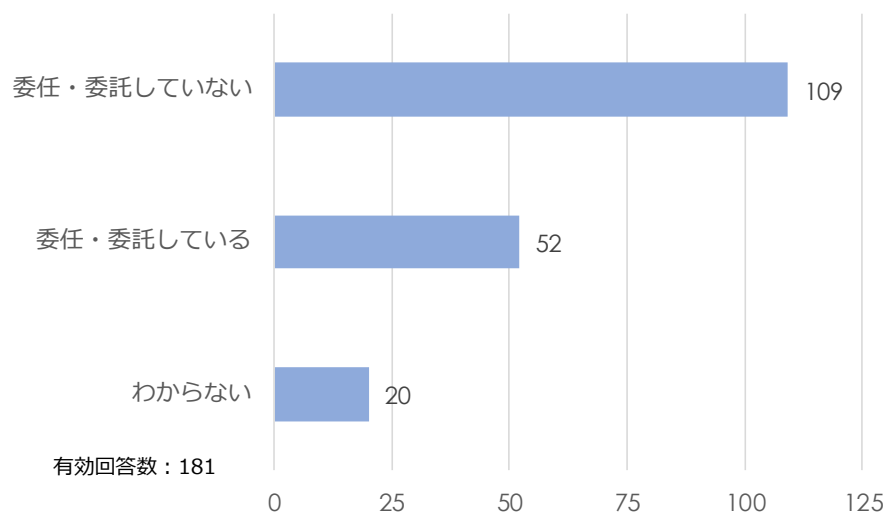


図 2.14 レコード製作者の権利管理の委任状況

(4) 非委任者となっている理由

レコード製作者の権利管理について、非委任と回答した者に、商業用レコードの二次使用料の分配制度に関する認知状況や非委任者となっている理由を尋ねた。

1) 商業用レコード二次使用料分配制度の認知状況

まず、商業用レコード二次使用料分配制度については、約 75%が「知っていた」と回答した。

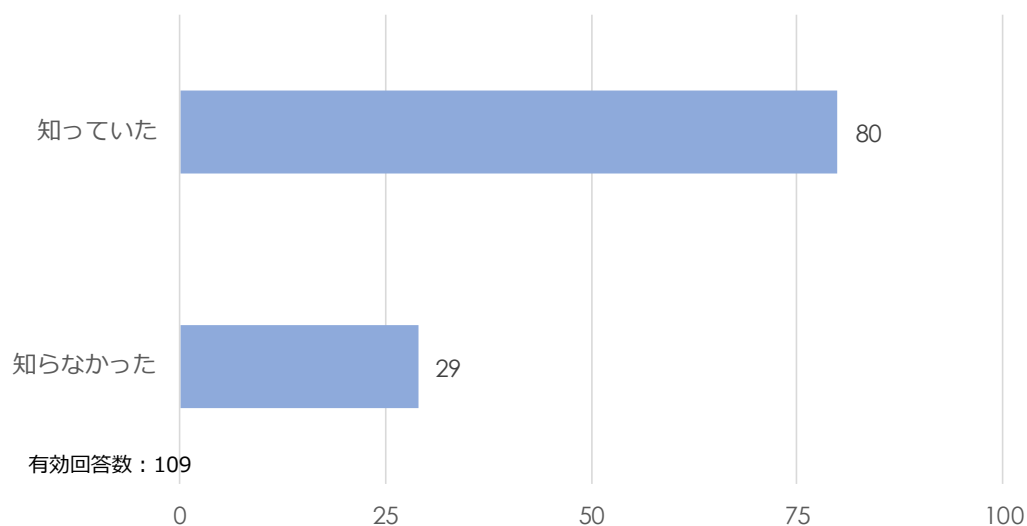


図 2.15 商業用レコード二次使用料分配制度の認知状況

2) レコード製作者の権利管理の非委任の理由

レコード製作者の権利に関して非委任となっている理由は、分配を受けられる方法知らない、分配を受けられる団体を知らないなど制度に関する認知・理解が不足していることを示す回答が約 45%、委任手続の手間が理由との回答が約 40%、放送で使用されないと思っているか、使用されても少額しか分配を受けられないと感じているとの回答が約 65%となった。

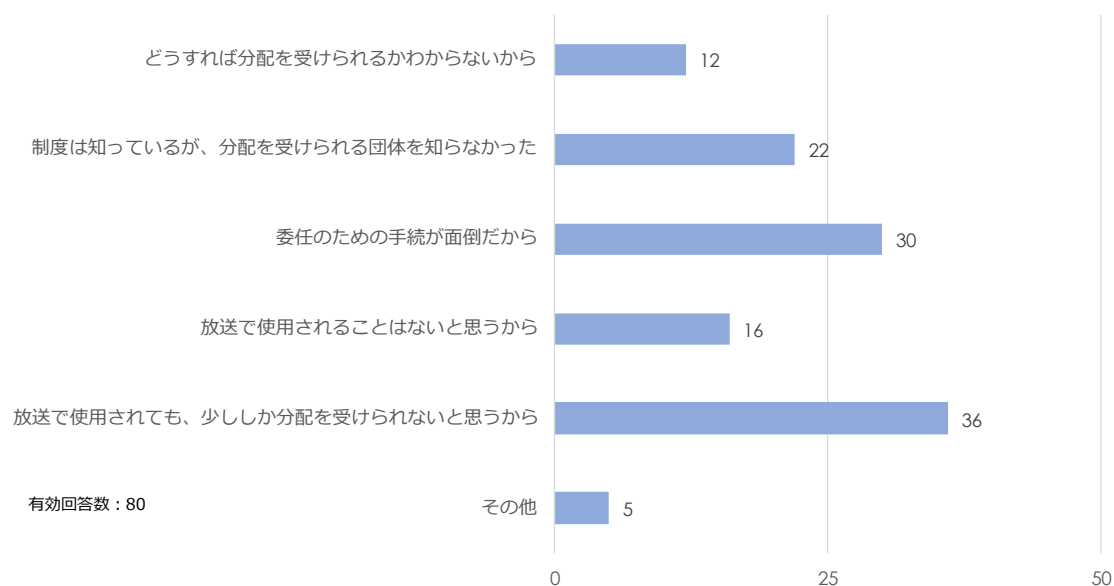


図 2.16 非委任の理由（複数回答可）

この点、非委任者となっているレコード製作者にヒアリングしたところ、いくつかの類型が抽出された。まず、アンケートの通り、制度に関する知識・理解の面の問題があり、制度に対して理解を深めた結果、委任する方向性で社内の検討を進めていると回答した会社があった。他方で、放送で使用されることがあまりないと考えている会社など委任することのメリットを見いだせないため、あまり制度のことを調べてないといった回答もあった。

3 権利情報登録に係る関連事例の調査

解決策の仕組みを検討する際に参照すること、仕組みに求められる要件を洗い出すことを目的として、他の類似登録サービスや他分野における情報登録サービス等の実態・課題等を調査した。

表 3.1 関連事例一覧

分類	登録者	名称（社名）	区内・外
音楽	主に レコード会社	ジャパンミュージックデータ	国内
		CD ジャーナル/（株）シーディージャーナル	
	ネットクリエイター	ニコニコ動画（ドワンゴ）	
		ピアプロ	
	レコード製作者・ 作詞・作曲家	Auddly（Auddly）	国外 （瑞典）
	音楽ファン等	Discogs（Zink Media）	国外 （米）
	権利者全般	MusicBrainz	国内外
その他	個人 （名刺管理）	Eight（Sansan）	日本
	個人 （家計簿管理）	Moneyforward（Moneyforward）	

3.1 情報の登録を伴う関連サービス

3.1.1 音楽分野における関連事例

（1）e-CATS / ジャパンミュージックデータ

1) サービス概要

ジャパンミュージックデータでは、レコード会社・レーベルなどから送られてくるサンプル盤などを基に、無料で、商品情報をデータベース化している。

項目		内容
基本情報	サービス名等	e-CATS

	サービス開始年		2013 年 4 月
サービス 内容	概要		商品情報や楽曲に関するメタデータのデータベースを構築、提供している。 併せて、店頭視聴機や配信サイトなどへの視聴音源の提供を行っている。視聴音源の作成にあたっては、同時にフィンガープリントを生成している。
	ユーザ	権利者	レコード会社・レーベルが中心
		利用者	小売店舗、配信事業者、フィンガプリント関連事業者など
利用料金			データの提供者から料金を取っていない

2) 特徴

e-CATS では、レコード会社・レーベルから情報の登録に伴い料金を取っていない点が特徴である。また、レコード会社・レーベルから送られてくるサンプル盤や新譜案内書、レーベルコピーを基に、データの登録・精査を行っている。特に、ジャパンミュージックデータでは、データの精査に力を入れており、現品（サンプル盤）を基に、人手で二重・三重に、情報の正確性を確認している。

(2) CD ジャーナル

1) サービス概要

CD ジャーナルは、株式会社シーディージャーナルが提供する音楽に特化した雑誌・メディアである。

表 3.2 CD ジャーナルの概要

項目		内容
基本情報	サービス名	CD ジャーナル
	サービス開始年月	雑誌版：1985 年 3 月 WEB 版：2002 年 2 月
サービス 内容	概要	音楽に特化した雑誌・メディア ※レコード会社・レーベル等から送られてくるサンプル盤等を基に、商品情報等をデータベ

			ス化し、情報検索システムとして、外部に提供している。
	ユーザ	権利者	レコード会社・レーベル 等
		利用者	音楽ファン
利用料金			購読料（紙媒体） 広告掲載費

2) 特徴

雑誌版は、日本で発売するオールジャンルの音楽の中から、編集部がピックアップした作品を紹介している。ターゲット層は、20～60 代の男女である。ウェブ版は、年齢層などの軸ではターゲット層を設けていないが、コアな音楽ファンが閲覧している。雑誌版同様に、オールジャンルを取扱っており、注力ジャンルを設けず、すべて同じ扱いで紹介している。

紹介する商品・楽曲は、もともとは、音楽 CD が発売された 1984 年頃からレコード店向け「CD 総カタログ」をメジャー中心に製作していたが、時代の流れとともに、インディーズが増え、積極的に紹介している。オールジャンルでかつ、メジャーとインディーズ関係なく紹介していることにメリットを感じたレコード会社やレーベルから、紹介の依頼が来る。その際、サンプル盤をレコード会社・レーベルから送ってもらい、編集者が実際に視聴し、記事化する。その過程で、商品情報などのデータが自社に集約化される。なお、個人・法人に関わらず CD ジャーナルでは、楽曲を紹介しており、法人化していないレーベルの情報も保有している。メディアとして商品・楽曲、アーティストのプロモーションが行える点が高いインセンティブとなり、小規模なレコード製作者・レーベルからも情報が集まってくる点が大きな特徴である。

(1) niconico：コンテンツツリー

1) サービス概要

コンテンツツリーとは、ドワンゴが運営する niconico の投稿作品に対する機能の一つで、作品の元になった親作品や、作品をもとに作られた子作品をツリー形式で表示するものである。2011 年に開始し、現在までサービスを継続している。ニコニコ動画やニコニコ静止画など niconico で作品を投稿した人かつプレミアム会員（月額 550 円）または本人確認を実施済の無料会員が、自分の作品をツリーに追加できる。登録は本人に限るが、閲覧はすべての人が出来る。

表 3.3 ニコニコ動画 コンテンツツリー概要

項目		内容
基本情報	サービス名	コンテンツツツリー
	サービス開始年	2011 年
サービス内容	概要	ニコニコ動画など、各種ニコニコサービスに投稿された作品間の派生関係を明示する機能。
	ユーザ	権利者
		権利者以外
利用料金		無料



(出所) ニコニコ動画「上海アリス幻楽団 クリエイター奨励プログラム用親作品動画sm29953063」より引用

図 3.1 コンテンツツツリー：一例

2) 特徴

真正性を担保するために、コンテンツツリーを登録できるのは、作品を投稿した本人に限られる。また、コンテンツツリーに登録する方法はとてもシンプルで、作品投稿時もしくは投稿後に、「親作品として登録する」もしくは、親作品を検索して特定し「この作品の子作品として登録する」と設定するだけで登録が完了する。親作品の投稿者は、紐づけられた子作品が不適切であると感じた場合はその子作品とのツリーを消すこともできる。またコンテンツツリーに登録し、さらに niconico の提供する「クリエイター奨励プログラム」に登録すると、自分の投稿した作品だけでなく、その子作品の閲覧数やコメント数といった人気も反映した奨励金が支払われるというインセンティブ設計となっている。



表 3.4 コンテンツツリーの特徴の概要

真正性等の担保	登録者は投稿者本人（ネットクリエイター）に限られる
インセンティブの付与	作品をコンテンツツリーに登録し、さらに「クリエイター奨励プログラム」に登録しておく、自身のコンテンツ（親作品）だけでなく、親作品を利用した他人の他コンテンツ（子作品）の閲覧数やコメント数も反映した奨励金が得られる。
登録者の負担軽減	投稿した動画ページから 3 回程度ボタンを押すだけで登録できる

(3) ピアプロ

1) サービス概要

ピアプロとは、音声合成ソフト初音ミクなどを製造販売するクリプトン・フューチャー・メディアが運営するコンテンツ投稿サイトである。「ピアプロ」は「ピアプロダクション (Peer Production)」の造語であることから分かるように、クリエイターたちが協業して、新たなコンテンツを生むというコンセプトのもと運営されている。音声合成ソフトが発売された当初、クリエイター同士で作品の無断利用などのトラブルになる事例が多発し、それをコミュニケーションで解決しようと作られたプラットフォームである。情報を登録できるのは、作品を投稿する本人のみで、情報を閲覧できるのは本人に限らずサイトを閲覧したすべての人となっている。



図 3.3 ピアプロ：トップ画面

表 3.5 ピアプロサービス概要

項目			内容
基本情報	サービス名		ピアプロ
	サービス開始年		2007 年
サービス内容	概要		クリプトン・フューチャー・メディアが運営する音楽、歌詞、イラストなどのコンテンツ投稿サイト
	ユーザ	権利者	ピアプロに作品を投稿するネットクリエイター本人
		権利者以外	すべての人（閲覧やコメントが可能）
利用料金			無料

2) 特徴

ピアプロでは、投稿作品の情報を登録できるのは投稿者自身に限られているため、情報の真正性は高いと考えられる。作品を投稿する際に投稿者自身が、作品を他者も使ってよいかというライセンス条件を設定できる仕組みになっており、投稿作品は、ピアプロ会員であれば投稿者の設定に従って自由に利用することができる。しかし投稿作品を利用し、新たに作

品を投稿した場合、元の作品を利用した旨の記載は任意となっている（運営は「使わせてもらいました」のメッセージを記載し、元作品の URL を表記することを推奨している）ことや、子作品はサービスをまたいでニコニコ動画でアップロードされているケースが散見されることから、作品同士の関係を一目で把握するのは難しくなっている。作品投稿時に記載する情報は以下の通りで、必須なのは作品タイトル、タグ、ライセンス条件の3つだけとなっており、登録者の負担は非常に少ないと考えられる。

piapro 投稿作品 コラボ はじめの 新規投稿 ブログ

作品のアップロード 投稿の入力 内容の確認 完了

作品情報の入力

作品のカテゴリ 1つ選択。後で変更可能

☒ 歌詞
☐ 小説
☐ その他

作品のタイトル 必須 後から変更可能

文字数：0-1,000

タグの選択 必須 10個まで。後で変更可能

使用キャラクター

よく使われるタグから選択

タグの自由入力

※半角文字は自動的に、全角文字に置き換えられます

ライセンス条件 後で変更出来ません

あなたの作品が誰かに使われる場合の権利について決めます。

ライセンス対象者は、以下のライセンス条件の範囲内で、あなたの投稿作品を再複製・再配布できるものとします。

☒ 非営利目的に限りませ

☒ あなたの氏名表示を省いて良いですか？

☐ いいえ 氏名表示 (64文字以内)
※氏名を入力するときはその後の空欄等にご注意下さい

☒ 作品の改変を許可しますか？

☐ はい
☒ いいえ
※歌詞で「替え歌」の投稿を許可したい場合は、「はい」を選んでください

☒ オリジナルライセンスを付けますか？

☐ はい
☒ いいえ

☐ ライセンス条件を付けずに投稿する

作品のカテゴリについて

- ・ 歌詞 歌詞や詩などを投稿する場合
- ・ 小説 小説を投稿する場合
- ・ その他 歌詞・小説以外の文章作品の場合

16:12 投稿可能なキャラクターについて

投稿する作品に付くタグ (クリックで削除)

残り10/10個

オリジナルライセンスとは

ピアプロ投稿作品に対して投稿者の方が独自に付与したライセンスのことです。たとえば、「動画以外に使わないでください」「使ったときは必ず連絡してください」などの、細かな条件を作品に対してつけることができます。

16:12 オリジナルライセンス記入要領

戻る リセット 内容の確認

(出所) ピアプロpiapro公式ウェブサイト

図 3.4 ピアプロ：作品情報登録画面

表 3.6 ピアプロの特徴の概要

真正性等の担保	登録は投稿者本人に限られる
インセンティブの付与	特になし

登録者の負担軽減	作品カテゴリ、作品タイトル、説明文、タグ、ライセンス条件が記載でき、必須なのは作品タイトルとタグ、ライセンス条件のみ
----------	--

(4) Auddly

1) サービス概要

Auddly は、楽曲の権利者に対して正確な楽曲権利情報の登録・管理を促し、適正な楽曲使用料の分配を促進するスウェーデン発のサービスである。音楽プロデューサーやソングライター、アーティスト、アーティストのマネージャーの経験者である創業者 3 人が、クリエイターの支援を行うことを目的に立ち上げた。管理機能として、楽曲権利情報およびメタデータの収集、レーベルコピーの作成支援に加えて楽曲のフレーズや歌詞のアイディアの保管機能も備えており、クリエイターが Auddly を利用するだけで楽曲制作に集中できるように設計されている。サービスの利用料金は、個人が無料、レコード会社やマネジメント会社などの団体は月額 85 ドル（約 9,000 円）となっている。

表 3.7Auddly サービス概要

項目		内容
基本情報	サービス名	Auddly
	サービス開始年	2016 年頃
サービス内容	概要	
	作詞・作曲家、レコード製作者、音楽関連会社に向けて、適正な楽曲使用料の流通（配分額の決定）と正確な楽曲関連情報の管理（楽曲権利情報およびメタデータの収集、レーベルコピーの作成）を目的としたサービスを提供している。	
	ユーザ	権利者
権利者以外		-
利用料金		個人：無料 団体：月額 85 ドル（約 9,000 円）

Auddly へログイン後、トップ画面は SONGS（楽曲の一覧）と IDEAS（素材の管理）の 2 つのタブに分かれており、右上の NEW SONG というボタンから新規楽曲が登録できる。

SONGS では、自分の携わっている作品が一覧として表示され、楽曲名をクリックすることで詳細を閲覧・編集できる。IDEAS では、楽曲の素材として音源や歌詞をアップロードすることができ、一括で管理できる。



図 3.5Auddly：トップページ（楽曲一覧/素材管理）

NEW SONG ページでは、楽曲名、自分の権利者としての役割が設定できる。



図 3.6Auddly：楽曲権利情報の登録（1/3）

前ページで楽曲名等を入力し、CREATE ボタンを押すと、音源の登録、楽曲のステータス等が一覧表示、登録できる画面が表示される。



図 3.7Auddly:楽曲権利情報の登録 (2/3)

CREATORS タブでは、自分の他にこの楽曲の制作に携わったクリエイターを登録できる。既に Auddly にサインアップしている人の場合はアカウントをこの楽曲に紐づけ、サインアップしていない人の場合はメールアドレスを通じて招待できる。

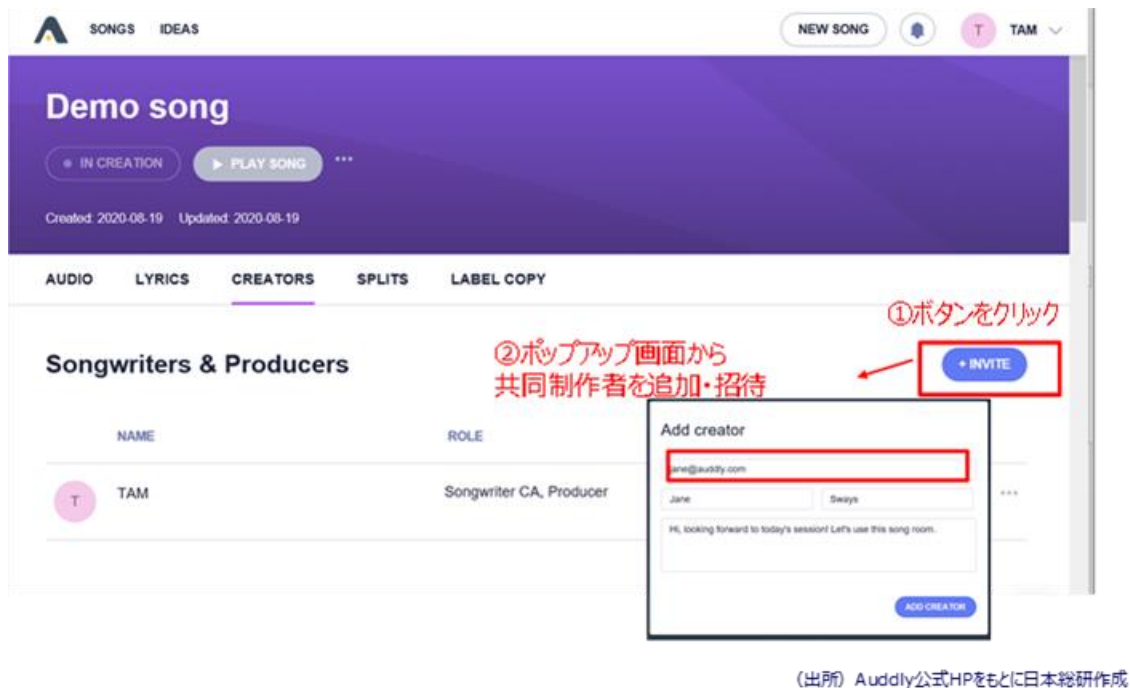


図 3.8Auddly：楽曲権利情報の登録（3/3）

2) 特徴

Auddly では音源データをアップロードしたユーザが、その音源を使用してつくられる楽曲の作成に関わる人のアカウントを invite し、その楽曲に紐づけていく形で情報を追加していくため、基本的に権利者のみが登録に関わるという点で登録情報の真正性を担保している。楽曲に紐づけられる形で情報が追加されていくので、何度も同じ情報を入力する手間がない。さらに一部の権利団体に所属している権利者は、公式で認証を実施できることから、より登録情報の確からしさを担保している。Auddly の各ページの右上から My Setting ボタンをクリックし、所属している権利管理団体を選択し、自分の IPI もしくは IPN を入力できる。



図 3.9 Auddly ; アカウント登録（権利者の本人確認）

2020 年 9 月現在、Auddly において公式で権利者の本人確認が出来るのは、3 か国 4 団体
に所属している権利者のみとなっている。

■ 作詞・作曲家、音楽出版者の権利管理団体

国名	権利管理団体名	認証方法
イギリス	PRS for Music	IPIとメールアドレス
アイルランド	IMRO（注1）	団体HPへログイン

（注1）Irish Music Rights Organizationの略称名

（例）PRS for Music

■ 作詞・作曲家、音楽出版者の権利管理団体

国名	権利管理団体名	認証方法
イギリス	PPL（注2）	団体HPへログイン
スウェーデン	SAMI（注3）	団体HPへログイン

（注2）Phonographic Performance Limitedの略称名
（注3）Svenska Artisters och Musikers Intresseorganisationの略称

（例）PPL

図 3.10 Auddly ; アカウント登録（権利者の本人確認）連携済み団体

また、Auddly ではサービス利用のインセンティブとして、楽曲が利用された場合の分配
割合の提案機能と、レーベルコピーの生成を促進する機能が提供されている。まず分配割

合の提案機能は、SPLITS タブで確認でき、この楽曲の作詞・作曲家間での権利利用料の分配額の提案・承認をすることができる。この割合決定により、両者が所属している権利管理団体へスムーズに申請できるように促す意図で作られている。

① 分配割合の提案

NAME	SPLIT	CHANGE FROM PREVIOUS	STATUS
TAM	0.00	0.00%	Accepted
Jane Sways	0.00	0.00%	Accepted
Total:	0.00% (100.00% to share or split equally)		

② 提案が共同制作者に承諾されたことを表示

③ 作詞・作曲者間でコメントのやり取りができる

(出所) Auddly公式HPをもとに日本総研作成

図 3.11 Auddly：楽曲の作詞・作曲者間での分配割合決定

LABEL COPY タブでは、楽曲の作詞・作曲家及び音楽出版者並びに演奏家、ISRC の情報を入力することができ、それらをレーベルコピーの形で印刷することができる。このレーベルコピーにより、各権利者が所属する権利管理団体へ楽曲情報をスムーズに申請できる。

(注1) International Standard Musical Work Code : 国際標準音楽作品コード
(注2) International Standard Recording Code : 国際標準レコーディングコード

図 3.12 Auddly : レーベルコピーの生成

表 3.8 Auddly の特徴の概要

真正性等の担保	・ 権利管理団体より付与される IPI¹⁰もしくは IPN¹¹を入力することで権利者の本人確認を実施 ・ ある楽曲の権利者として登録された権利者のみ、その楽曲に関する情報を入力できる ・ 編集履歴が残る
インセンティブの付与	・ 楽曲の権利情報およびメタデータを登録することができ、レーベルコピーの形式で入力を補完・出力できる ・ 作詞・作曲家間で権利使用料の分配率を提案、受諾することができ、合意が取れば情報を権利団体へ提出することができる ・ 楽曲情報登録以外に、楽曲制作の作業スペースを提供することで、当サービス上で楽曲制作に関する管理が完結するようにしている
登録者の負担軽減	楽曲の権利者として登録された人が、情報を逐次追加する仕組み

(5) Discogs

1) サービス概要

Discogs は、世界中の音楽ファンを対象とした音楽データベースの編集・閲覧サービスで

¹⁰ Interested Parties Information : 作詞・作曲家および音楽出版者に割り当てられる国際的な識別番号

¹¹ International Performer Number : 実演家に割り当てられる国際的な識別番号

ある。2000 年頃に、アメリカでプログラマー兼 DJ である創設者が、音楽愛好者へ向けた情報サイトが元となっている。Discogs の特徴は、音楽データベースに紐づいたマーケットプレイス機能であり、データベース上で気になった作品をクリックするだけで、マーケットプレイスページから購入することができる。

表 3.9 Discogs サービス概要

項目		内容	
基本情報	サービス名	Discogs	
	サービス開始年	2000 年	
サービス内容	概要		
	・世界中の音楽ファンを対象とし、音楽データベースの編集、閲覧を目的としたサービス。 ・音楽 DB に紐づいたマーケットプレイス機能があり、アカウント保持者は DB 上で気になった商品を、マーケットプレイス上で簡単に検索することができる。		
	ユーザ	権利者	-（登録は可能）
		権利者以外	音楽ファンをメインに、すべての人
利用料金			なし データベース閲覧のみ：ログイン不要 情報編集、マーケットプレイス、コミュニティの利用：要ログイン

サービスのトップ画面はログイン不要で閲覧ができ、上部のタブからデータベースの検索、マーケットプレイス、コミュニティページへの移動が出来る。



図 3.13 Discogs : トップページ

サービスの検索画面はログイン不要で閲覧でき、アーティスト、リリースアイテム、レーベル名等で検索し、検索結果を一覧できる。

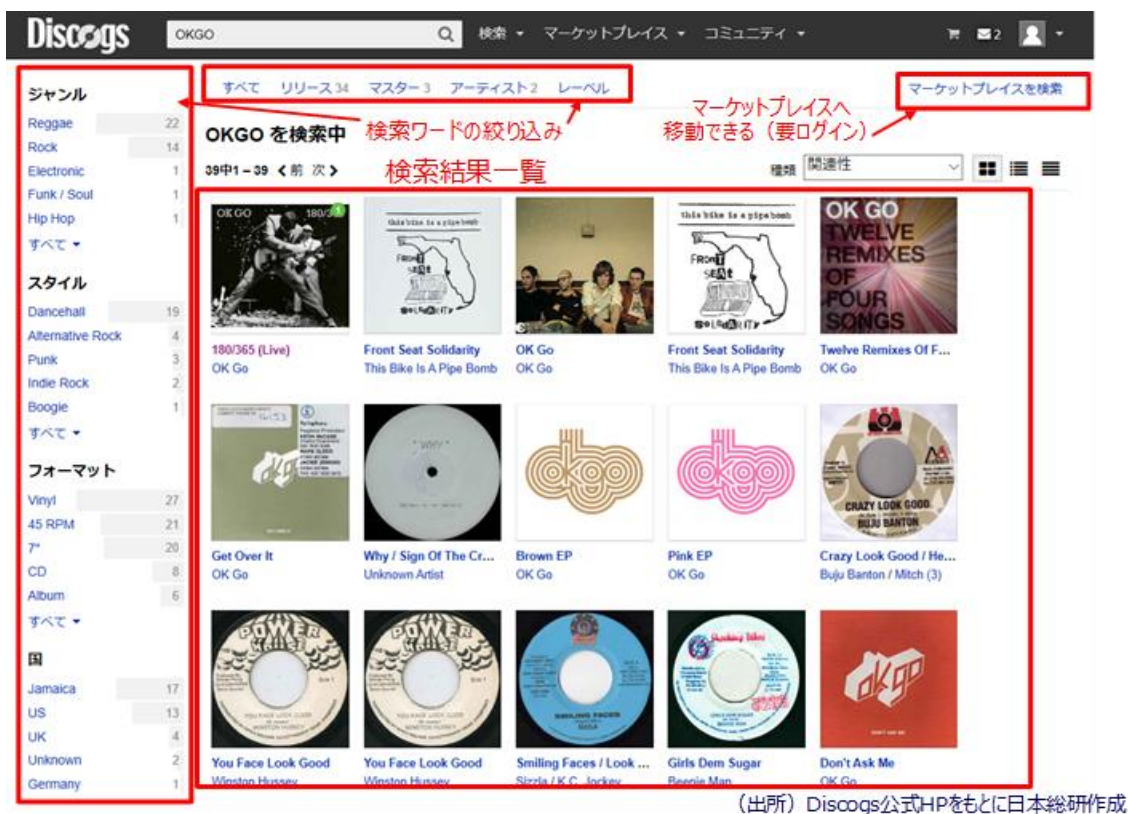


図 3.14 Discogs : 検索結果表示

検索結果一覧から、各アルバムなどがまとめられた個別ページへ遷移できる。個別ページでは、アーティスト名、アルバムタイトル名、楽曲名、アルバムに参加しているアーティスト（歌手、作詞・作曲家、実演家、ミキサー、プロデューサー、マネージャーなど）が参照できる。

OK Go - Oh No
ジャンル: Rock
スタイル: Pop Rock, Indie Rock
年: 2005

アーティスト名-アルバム等タイトル名
楽曲のジャンル
スタイル
発売年

Master Release
マスターリリースを編集
ほしい物リストへすべて追加
マーケットプレイス
レコード・CD
価格 ¥143,110 (送料別)
商品をお出品

データの編集 (要ログイン)
ほしい物リストへの追加 (要ログイン)
マーケットプレイスで参照 (要ログイン)

アルバム等に収録されている楽曲一覧

収録曲	長さ
Invisible	3:30
Do What You Want	3:06
Here It Goes Again	2:59
A Good Idea At The Time	3:14
Oh Lately It's So Quiet	3:00
It's A Disaster	3:21
A Million Ways	3:13
No Sign Of Life	3:48
Let It Rain	2:56
Crash The Party	2:24
Television, Television	2:39
Maybe, This Time	3:15
The House Wins	4:15
9007 XXX	3:45

アルバムに参加しているアーティスト一覧

アーティスト	役割
Danm Kulesh, Jr.	Art Direction, Vocals, Guitar, Piano, Keyboards, Percussion, Written-By
Tore Johansson	Engineer, Mixed-By, Producer
Howard Willing	ADR, Producer
Tim Nordwind	Bass, Vocals, Written-By
Jens Lindgärd	Engineer, Producer
Andy Duncan (2)	Guitar, Piano, Keyboards, Vibraphone, Vocals, Written-By
Mary Fagot	Art Direction
Free Trade Agency	Booking
Highland Touring	Booking
Dan Konopka	Drums
Rasmus Kihlberg	Engineer
David Carlsson	Engineer
Peter Lindgärd	Engineer
Surja Park	LAYOUT
The Nordberg Group USA, Inc.	Management

同タイトルのバージョン違いを参照可能

バージョン (22)	レーベル	カタログ番号	国	年
Oh No (CD, Album)	Capitol Records	CDP 7243 5 78800 2 2	US	2005
Oh No (CD, Advance, Album, Copy Prot., Promo)	Capitol Records	CDPQ 7087 6 19371 2 1	US	2005
Oh No (CD, Album)	Capitol Records, Capitol Records	7243 5 78800 2 2, 578 8002	Europe	2005
Oh No (CD, Album)	Capitol Records	0946 3310122 7	Argentina	2005
Oh No (CD, Album)	Capitol Records	7243 5 78800 2 2	Brazil	2005
Oh No (CD, Album)	Capitol Records	72435 78800 2 2	Canada	2005
Oh No (CD, Album)	Capitol Records	7243 5 78800 2 2	Indonesia	2005
Oh No (CD, Album)	Capitol Records	CDP 0946 3 39606 2 1	US	2005
Oh No (CD, Album)	Capitol Records	7243 5 78800 2 2	Canada	2005
Oh No (CD, Album, Copy Prot.)	Capitol Records	CDP 7243 5 78800 2 2	US	2005
Oh No (CD, Album, Copy Prot., Promo)	Capitol Records	0946 3 31012 2 7	Europe	2005
Oh No (CD, Album, Copy Prot., Promo)	Capitol Records	0946 3 45728 2 8	Europe	2005
Oh No (CD, Album, Enh.)	Capitol Records	TDCP-66424	Japan	2005
Oh No (CD, Album, Promo)	Capitol Records	CDP 7243 5 78800 2 2	US	2005
Oh No (CD, Album)	Capitol Records, Capitol	00946 374543 1.0	Indonesia	2005

(出所) Discogs公式HPをもとに日本総研作成

図 3.15 Discogs : DB 個別ページ

アカウント作成にはメールアドレスとパスワードを入力して新規登録するか、Facebook または Google アカウントを利用するかを選択が可能である。ログインすることで、DB の 情報登録、マーケットプレイス、コミュニティ等の機能を利用できる。

ほしいアイテムをDBと紐づけてリスト化できる (マーケットプレイスで検索しやすくなる)

自分のお気に入りアイテムや、集めているレーベル等をリスト化できる

Discogs

検索 + マーケットプレイス + コミュニティ

ダッシュボード コレクション ほしい物リスト リスト 投稿 下書き エクスポート

所持しているアイテムをDBと紐づけ一覧できる (マーケットプレイスに出品することもできる)

DBへの情報登録 (詳細説明)

自分の投稿、コレクション、ほしい物リスト、マーケットプレイスでの注文アイテムをCSV形式でDL

一次保存しておいた登録情報の再読み込み

Discogsへようこそ!

新しく作成したアカウントを使ってDiscogsを適用するための4ステップ

必要な情報をカスタマイズし、一覧にして確認できる

メールの環境設定を確認

プライバシー設定を確認

コレクションにリリースを追加

ほしい物リストにリリースを追加

+ モジュールを追加する

(出所) Discogs公式HPをもとに日本総研作成

図 3.16 Discogs : ログインページ

楽曲情報の登録ページでは、アーティスト名、楽曲タイトル名、レーベルや関係者のクレジットが投稿できる。Discogs 独自の詳細なガイドラインを参照しながら楽曲関連情報を登録することが求められる。

DiscogsのDB編集ガイドライン

- 1) 利便性
- 2) アーティスト
- 3) タイトル
- 4) レーベル・カタログ
- 5) バーコード & Identifiers
- 6) フォーマット
- 7) 国
- 8) リリース日
- 9) ジャンル・スタイル
- 10) クレジット
- 11) リリース・ノート
- 12) 収録曲
- 13) 画像

ヘルプ内を検索

(出所) Discogs公式HPをもとに日本総研作成

図 3.17 Discogs : 楽曲情報の登録ページ (1 / 2)

同じ内容だが、発売国やフォーマットが違う場合、DB 内で紐づけて登録できる。

DiscogsのDB編集ガイドライン

- 1) 利便性
- 2) アーティスト
- 3) タイトル
- 4) レーベル・カタログ
- 5) バーコード & Identifiers
- 6) フォーマット
- 7) 国
- 8) リリース日
- 9) ジャンル・スタイル
- 10) クレジット
- 11) リリース・ノート
- 12) 収録曲
- 13) 画像

ヘルプ内を検索

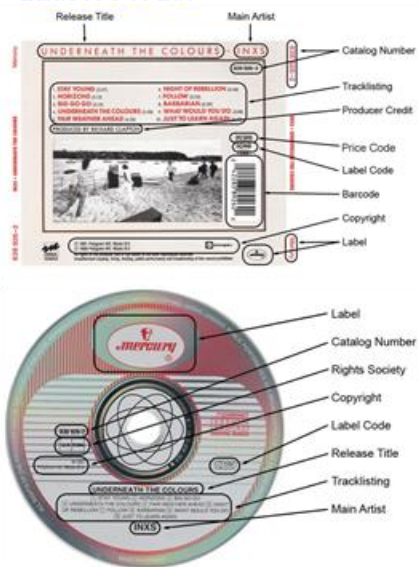
(出所) Discogs公式HPをもとに日本総研作成

図 3.18 Discogs : 楽曲情報の登録ページ (2 / 2)

2) 特徴

Discogs で楽曲情報を登録するには、厳格なガイドライン (Submission Guidelines) に則った記述をすることと、他ユーザーからの投票 (Voting System) の結果、投稿内容が正しいと認められることという2つの条件をクリアする必要がある。特に Voting System では、Discogs ユーザーのサービス利用頻度や行動に応じて、投票可能かどうかをシステムが判別しており、投稿内容の評価の確からしさを担保している。また投票の内容も、間違っている度合いによって評価に複数段階があり、投稿者が間違いを是正できるよう促す仕組みとなっている。

■ 投稿ガイドライン抜粋



■ Voting System概要

投票可能者の適格性	詳細
- 新規ユーザーは投票できない。 - ウェブサイトへの継続的なログイン、DBの閲覧、他者の投稿への的確なコメント等、システムが適格性を判断する。	一度投票可能になったら永続的に投票可能なわけではなく、一定期間投票権を行使しないまましていると、システムから排除される。
投票内容	詳細
Complete And Correct	リリース、アーティスト、またはラベルのデータは模範的である。
Correct	リリース、アーティスト、またはラベルのデータはガイドラインで提示された最低限の正しい情報を含んでいる。
Needs Minor Changes	リリース、アーティスト、またはラベルのデータはいくつかの軽微な修正の必要がある。
Needs Major Changes	リリース、アーティスト、またはラベルのデータはいくつかの重要な修正の必要がある。
Entirely Incorrect	リリース、アーティスト、またはラベルのデータが不完全もしくは間違いが多すぎるため判断不能である。

(出所) Discogs公式HPをもとに日本総研作成

図 3.19 Discogs:情報の真正性

Discogs でのインセンティブ機能として、音楽データベースへの情報登録を継続的に行うなど貢献度が高いユーザーをシステムで判定し、Contributors ランキングのページに掲載している。



図 3.20 Discogs:インセンティブの設計

表 3.10 特徴の概要

真正性等の担保	・厳格なガイドラインに則った情報提供・登録が求められる。登録した情報の一次情報として、CDのジャケット写真等のデータを同時に提供する必要がある ・提供情報は、他ユーザーからの投票対象となる。真正性が低いとされた情報は却下される ・真正性の低い情報を投稿する傾向にあるユーザーは、新規投稿に制限がかかる。投稿を改善すると、制限が解除される
インセンティブの付与	・DBの構築に寄与できる ・正しい情報の登録等に貢献した際にポイントを獲得することができ、その合計点に応じてユーザーのランク付けがなされる。上位者はサービス上のリストにアカウント名が載る ・DB掲載情報と紐づけてマーケットプレイスでCD等を売買できる
登録者の負担軽減	同じ商品のバージョン違いの情報を登録する際は、オリジナルデータに紐づけて登録することができる

(6) MusicBrainz

1) サービス概要

MusicBrainz は、コミュニティベースで運営されている、楽曲に関する情報の登録・閲覧が出来るオンラインデータベースである。CDDDB（Compact Disc DataBase）の商業化の動きに対抗して設立されたアメリカの MetaBrainz Foundation が 2000 年にサービスを立ち上げた。データベースにアクセスできるソフトウェアを使用することで、無償で CD 等との楽曲情報をマッチングできる。

表 3.11 MusicBrainz サービス概要

項目		内容
基本情報	サービス名	MusicBrainz
	サービス開始年	2000 年
サービス内容	概要	
	・コミュニティベースで運営されている、楽曲に関する情報の登録・閲覧ができるオンラインデータベースの一つ。 ・DB にアクセスできるソフトウェアを使用することで、無償で CD 等と楽曲情報をマッチングさせる機能を持つ。	
	ユーザ	権利者
権利者以外		誰でも登録、閲覧可能
利用料金		なし データベース閲覧のみ：ログイン不要 情報編集：要ログイン

トップページからは、ログイン不要で属性に応じたデータベースの検索ができる。



図 3.21 MusicBrainz : トップページ

アーティスト名で検索すると、該当するアーティストの詳細属性を参照できる。

MusicBrainz

ID名 My Data

Search Artist

About Us Products Search Editing Documentation English

Search Results

Last updated: 2020-10-06 11:49 UTC

Previous 1 2 3 4 5 ... 43 Next

Found 1,054 results for "ok go"

Name	Sort Name	Type	Gender	Area	Begin	Begin Area	End	End Area
OK Go	OK Go	Group		United States	1998	Chicago		
OK・OK・OK	OK・OK・OK							
OK (french indie band)	OK	Group		France				
OK? (USA anarcho punk band)	OK?	Group		United States				
OK (techno, "On the Strength" track)	OK							
O.K. (appears on a japanese electronic compilation)	O.K.							
O.K.	O.K.							
OK (The Cardiff Based indie band)	OK	Group						
O.K. (German band)	O.K.	Group		Germany				
Go!Go!Go!	Go!Go!Go!	Group		United Kingdom				
Ok City Ok	Ok City Ok	Group			2001			
OK・ZTEIN・OK	OK・ZTEIN・OK	Group			2011			
OK Vancouver OK	OK Vancouver OK	Group		Vancouver				
Go Go Go Go!	Go Go Go Go!							
Andy Ross (US guitarist/keybordist for OK Go)	Ross, Andy	Person	Male	United States	1979-03-08			
GO!GO!7188	GO!GO!7188	Group		Japan	1998-06	Kagoshima	2012-02-10	Tokyo
Go Go Girls	Go Go Girls	Group						

(出所) MusicBrainz公式HPをもとに日本総研作成

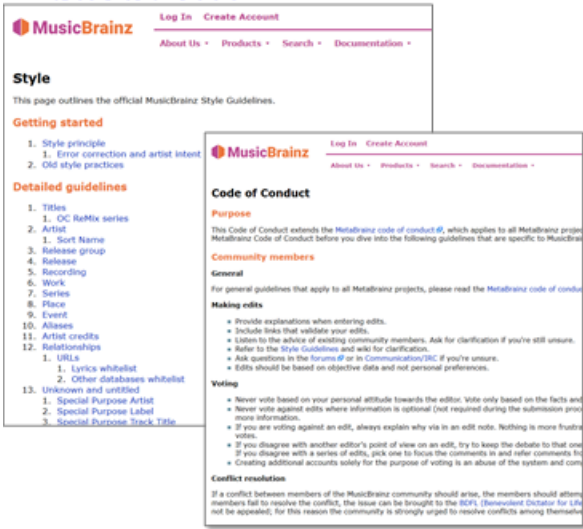
図 3.22 MusicBrainz : 検索結果表示

アーティストの個別ページでは、アーティストの説明と作品が一覧できる。

2) 特徴

MusicBrainz に情報提供する際はガイドライン (MusicBrainz Style Guidelines)、コンダクト (Code of Conduct) を参照した上で投稿するよう促す仕組みになっている。情報の真正性は、他ユーザーからの投票によって判定され (Voting System)、その結果に応じて修正・削除が行われる。

■ ガイドライン、コンダクト



■ Voting System概要

投票可能者の適格性	詳細
・アカウント登録2週間以上かつ10以上の投稿が投票で承認されているユーザー	新しく提供された情報は約1週間投票期間にかけられる。投票結果に応じて修正・削除される

投票内容	詳細
Yes	新しい編集を行うよりも編集を修正するのに時間が掛かる場合を除いてこちらを選ぶようにアドバイスされている 特に以下の2パターンの場合 ・完璧に近い場合 ・良くはないが変更点がある場合
No	・現在あるデータの方がましである場合 結果が集積すると、提供情報が却下される

(出所) MusicBrainz公式HPをもとに日本総研作成

図 3.25 MusicBrainz : 情報の真正性

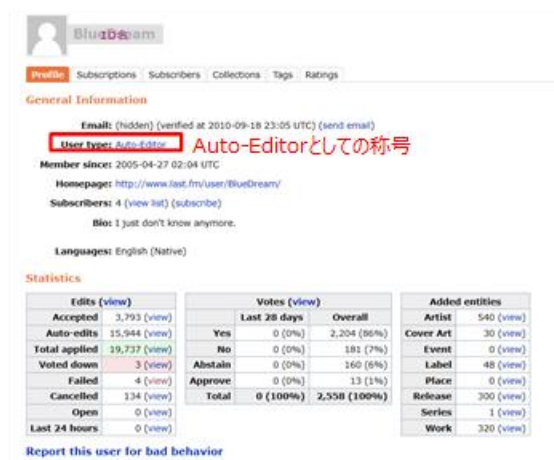
MusicBrainz のデータベースは、MusicBrainz Picard といったソフトウェアを用いることで、情報を参照できる。

ユーザーは、楽曲に関する情報提供の成果に応じて、Auto-Editor と呼ばれる称号 (この称号を持つユーザーは MusicBrainz のデータベースへ提供した情報を、Voting System のプロセスを経る必要なく、データベース上に掲載することができる) を得ることができ、より情報の登録を迅速に行うことができる。

■ MusicBrainz Picard概要



■ Auto-Editorのアカウント例



(出所) MusicBrainz公式HPをもとに日本総研作成

図 3.26 MusicBrainz：情報の参照方法とインセンティブ設計

表 3.12 特徴の概要

真正性等の担保	・ガイドラインに則った情報提供・登録が求められる ・登録された情報の真正性を採点するシステムが備わっており、編集された後約 1 週間の投票期間が設けられている。真正性が低いとされた情報は却下される
インセンティブの付与	・DB の構築に寄与できる ・CD のディスク ID が収録されており、CDDB としての利用が可能である ・情報提供の成果に応じて、Auto-Editor となることができ、他ユーザーの投票を経ないで情報を登録することができるようになる
登録者の負担軽減	既に DB に存在するアーティストと紐づけて新規情報を追加することができる

3.1.2 その他の分野における取組み

(1) Eight

1) サービス概要

Eight は 2012 年 Sansan 株式会社が提供を開始した、個人向けオンライン名刺管理サービスである。Web サイトとスマートフォンアプリ (iOS/Android) で提供されており、名刺デー

タ以外に顔写真や職歴が登録できる。手元にある紙の名刺をスマートフォンアプリのカメラや専用の高速スキャナに通すことで、データを取り込むことができる。サービス利用は基本無料だが、名刺裏の情報まで網羅したデータの管理機能や、データのダウンロード機能を使いたい場合は、月額 480 円または年額 4,800 円を支払う必要がある。

表 3.13 Eight サービス概要

項目		内容
基本情報	サービス名	Eight
	サービス開始年	2012 年
サービス内容	概要	個人向けオンライン名刺管理アプリ。名刺をカメラで撮影するだけで、情報をサービス上に取り込むことができる。
	ユーザ	権利者
		権利者以外
利用料金		基本無料 ¹² 有料（月額 480 円または年額 4,800 円）：名刺の裏面まで情報を網羅する、データの DL を可能にする等の機能付き

ウェブサイトでは、ログイン後、カメラやスキャナから取り込んだ名刺を連絡先として一覧できる。一覧からクリックで個人のページへ遷移することで、さらに詳細な職歴を見ることができる。

¹² BtoC だけでなく、BtoB でもマネタイズしている。企業向けとしては、プレミアムサービスの提供、広告サービス、ビジネスイベントなどにより収益を得ている。



(出所) Eight公式HPをもとに日本総研作成

図 3.27 Eight: トップページ

2) 特徴

データを取り込むために、スマートフォンのカメラ機能や、コワーキングスペースに設置してある専用スキャナ、名刺を郵送するとスキャンをしてくれる登録代行サービスなど多様な手段が用意されており、登録の手間が徹底的に削減されている。また、名刺交換した相手もサービスを利用していた場合、相手の近況を確認できる通知機能・SNS 機能も備わっている。

■ 名刺の登録方法

スマホのカメラ	• Eightのアプリを立ち上げカメラで名刺を撮影することにより、自動で名刺情報を登録
専用スキャナ	• 専用スキャナをPCと接続して、自動で名刺情報を登録 • 提携しているカフェやコワーキングスペース、携帯ショップなどに専用スキャナが設置されており、利用することが可能
出張スキャン	• 専任スタッフが指定した日時・場所に訪問し、スキャナで読み取り。 • 提携会社による有料サービスとして提供 • 500枚まで3,000円 • 501枚以上から50枚毎に300円 • 派遣費：一律1,000円（東京23区内）
郵送スキャン	• 提携会社へ名刺を郵送し登録（有料）

（注1）相手が自身の名刺を登録した場合、自動的に当該相手の名刺が連絡先に追加される。
（注2）カメラで撮影した画像を自動で識別できなかった情報は、Eight側で目視確認の上、手入力で補正される。

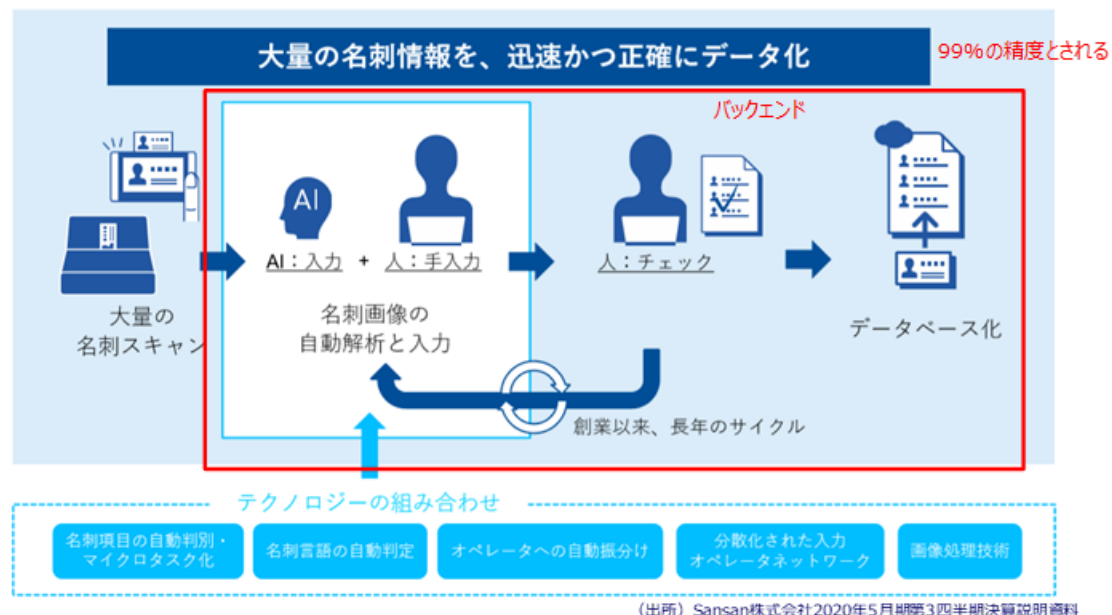
■ 通知機能・SNS機能



（出所）Eight公式HPをもとに日本総研作成

図 3.28 Eight：主な機能

取り込まれた画像データは、人が目視で認識し内容を手入力することに加えて、AIによる画像解析といったテクノロジーを駆使した仕組みにより、Eight 内部における名刺の処理速度を高速化・高精度化している。



（出所）Sansan株式会社2020年5月期第3四半期決算説明資料

図 3.29 Eight：名刺データ化の高度化

表 3.14 特徴の概要

真正性等の担保	名刺の情報をそのまま参照するもしくは本人が情報を登録する仕組みになっている
---------	---------------------------------------

インセンティブの付与	・名刺を一括で管理でき、相手によって名刺以上の付加データを閲覧することができる ・名刺交換相手とお互いに近況を伝え合うことができる
登録者の負担軽減	・カメラ機能を使って名刺の写真を取り込むだけで情報が登録される ・新規登録時に、名刺交換経験のある人が自分の名刺を既に取り込んでいる場合、それを参照することができる

(2) MoneyForward ME

1) サービス概要

MoneyForward ME は、株式会社マネーフォワードが提供する、個人向け家計簿・資産管理サービスである。2012 年頃サービス提供が開始され、ウェブサイトおよびスマートフォンアプリ（iOS/Android）で基本無料で使用できる。データを一年以上遡りたい場合や、連携する金融機関口座やクレジットカードの制限を 11 件以上に増やしたい場合は有料プラン（月額 500 円）となる。

表 3.15 MoneyForward ME サービス概要

項目		内容
基本情報	サービス名	MoneyForward ME
	サービス開始年	2012 年頃
サービス内容	概要	MoneyForward ME は株式会社マネーフォワードが提供する、個人向け家計簿・資産管理サービスである。
	ユーザ	権利者
		権利者以外
利用料金		基本無料 有料（月額 500 円）：一年以上前のデータを閲覧可能、金融機関やサービスとの連携制限なし（11 件以上）等

2) 特徴

MoneyForward ME では、金融機関やクレジットカード会社と API 連携したデータと、自ら入力したデータにより、出入金を一覧できる。また口座ごとの預金残高や、クレジットカード

ードの利用額を一括で確認でき、各サービスへ個別にアクセスする手間が省ける。



図 3.30 MoneyForward ME:サービス画面

表 3.16 特徴の概要

真正性等の担保	- 金融機関やカード会社と API を連携させることで、データをじかに参照することができる - アカウントを登録した本人のみ情報登録ができる
インセンティブの付与	情報を登録するほど、蓄積した情報から自分の収支を把握することができる
登録者の負担軽減	金融機関やカード会社と連携させることで、情報を自ら登録する手間を省くことができる

3.2 権利管理団体等における真正性担保の取組み

真正性担保の取組の検討にあたり、権利管理団体や配信サービス事業者等の既存の取組を調査した。以下では、まず、権利管理団体における取組を示し、その後、配信サービス事業者等の取組を示す。

3.2.1 権利管理団体における取組み

著作権等管理事業者などの権利管理団体における入会や委任の申請時における真正性等の確認書類を調査・整理した。

表 3.17 権利管理団体における取組み

			著作権		著作権隣接権（レコード製作者）		著作権隣接権（実演家）
			JASRAC	NexTone	IRMA	ILCO	MPN
			信託契約	管理委託契約	委任	会員	会員
必要書類	契約関係	契約書	著作権信託契約申込書	管理委託契約申込書 (発行後3ヶ月以内有効)	委任状（代表者の実印を押印）	委任状、入会申込書	管理委託契約書
				著作権譲渡契約書写し			
		印鑑証明	印鑑登録証明書 (発行後3ヵ月以内の原本1部)		印鑑証明書 (委任状に押印した実印の証明となるもの) (取得後3ヶ月以内)	印鑑証明	印鑑登録証明書
	本人確認等書類	身元確認書類	戸籍謄本 (発行後3ヵ月以内の原本1部)	法人登記簿謄本 (発行後3ヶ月以内)	法人：登記簿謄本 個人事業主：日本国籍＝住民票 (*)外国籍＝記載事項証明(*)	法人：登記簿謄本 個人：住民票	個人番号（マイナンバー） 記載書類 (個人番号カードのコピー／通知 カードのコピー／個人番号が記載さ れた住民票のいずれか1点) 身分証明書のコピー
		その他	本人写真1枚 (撮影後3ヵ月以内のもの1枚、縦 4cm×横3cm)				
	コンテンツ認証 関連書類	自己申告情報	作品利用申告書 第三者に利用された作品についての 「作品届」		カタログ一覧または、カタログ掲載の ホームページアドレス		
		証明情報	CD等、第三者利用を証明する資 料各種		サンプル盤1枚	商品サンプル	
	その他		履歴書		預金口座等入金依頼書	アーティストのプロフィール等	

すべての団体で共通するのは、本人確認書類は、必ず求めており、法人・個人に応じた書類の提出を求めていることである。一方で、コンテンツと本人の結びつきを担保するための書類等（本報告書では、「コンテンツ認証関連書類」と呼ぶことにする。）に関しては、管理する権利に応じて、異なっている。著作権の団体では、第三者による利用に関する証明書類を求めている一方で、レコード製作者の団体では、入会申請時にサンプル盤の提供を求めている。実演家の団体では、入会・委託時には、特段コンテンツと本人の結びつきを担保するための書類等の提出は求めている。

3.2.2 その他の事業者・団体による取組み

(1) ISRC 事務局による取組み

日本レコード協会（ジャパンミュージックデータが事務局受託）は、レコーディング（オーディオレコーディング及び音楽ビデオレコーディング）の識別に利用される ISRC（International Standard Recording Code）の日本における登録機関となっており、ISRC の申請にあたり真正性を担保するための書類の提出が求められている。ISRC は、レコード業界におけるデータベースを繋ぐ 1 つのキーとなる情報として使用されている。

表 3.18 ISRC 取得に係る真正性担保の取組

		原盤権
		RIAJ
		ISRC
契約関係	契約書	I S R C 申請書（web申請）
	印鑑証明	印鑑証明書（発行3ヶ月以内）
本人確認等書類	身元確認書類	個人：住民票写し原本（発行3ヶ月以内） 法人：商業登記簿謄本 （事業目的に「音楽製作」に類する記述があるもの、発行3ヶ月以内） 謄本目的欄に「音楽製作」に類する記述がない場合は念書 謄本記載の本支店以外の事業所を連絡先とする場合は、事業所一覧を提出
	その他	大規模製作者：商品一覧（向こう1年、過去1年） 小規模製作者：ISRC発番希望対象楽曲リスト
コンテンツ認証関連書類	自己申告情報	会社HP、または、あれば個人のHP
	証明情報	以前はCDのTOC(Table Of Contents)情報を確認する為、サンプル盤の送付が責務となっていたが、TOC情報に不備が多い為現在は中止
その他		大規模製作者：ISRC発番後、速やかに登録者専用webよりISRC発番楽曲のメタデータ報告を行う （事務手数料：A/V22,000円／年） 小規模製作者：発番したい楽曲のメタデータをISRC事務局に申請し、入金確認後事務局にて発番 （事務手数料：330円／曲）

ISRC の発行形態には、ユーザが発行・管理する U プランと事務局が発行・管理する J プランがある。前者は、「オーディオ又は音楽ビデオレコーディングを定期的に製作又は発売している実績がある、あるいは 50 レコーディング以上の定期的な製作又は発売予定があること」を申請の要件としており、大規模なレコード製作者向けのプランとなっている¹³。一方で、後者は、「オーディオ又は音楽ビデオレコーディングを定期的に製作又は発売している実績が無く、将来の製作又は発売レコーディング数も限られているレコーディング製作者の負担軽減の為に開始されたサービス」であり、比較的小規模なレコード製作者向けのプランになっている。

ISRC のプランの申請にあたっては、権利管理団体の取組みと同様に、登記簿謄本などの身元確認書類の提出を求められる。大規模なレコード製作者向けの U プランでは、登記簿謄本の事業目的欄に音楽製作に類する記述があること、記述がない場合は念書の提出が必要となっている。小規模なレコード製作者向けの J プランでは、登記簿謄本の事業目的欄に音楽製作に類する記述があることは求められていない。U プランでは、ISRC の一部のコー

¹³ 一般社団法人日本レコード協会「ISRC ホームページ」<<https://isrc.jmd.ne.jp/application/select.html>>

ドを登録者に渡し、ユーザが付番管理することになるため、音源製作を主たる事業目的としないユーザに一部のコードを渡して、勝手に偽の ISRC を作成されては困るということが、理由としてある。

両プランとも、誓約にもとづいてユーザ登録する形となっており、レコーディングする楽曲の権利が申請者に帰属するか、都度確認はしていない。不正があった場合は、日本レコード協会から指導を行うことになっている。

(2) アグリゲーターによる取組み

音楽配信サービスへの登録を代行しているアグリゲータにおいては、配信する楽曲だけでなく、同時に権利情報の登録を求めている場合が多い。当該音源ファイルや権利情報を受けつけている観点からも、真正性担保の方法は、参考になると考えられる。

例えば、TuneCore Japan¹⁴では、配信審査の際に、一般社団法人 著作権情報集中処理機構（CDC）が構築しているフィンガープリントシステムを利用している。配信登録希望者から送られてきた音源ファイルを基にフィンガープリントを抽出し、CDC が保有するフィンガープリントシステムに当該楽曲が存在するか等を確認することで、真正性を担保しようとしている。

また、TOWER CLOUD¹⁵では、カバー楽曲を配信登録する場合に、必要に応じて、著作権管理事業者への申請書のコピー等の書類提出を求めることや、コンピレーション作品の登録の禁止等がガイドラインに定められている。

◆TOWER CLOUD におけるカバー曲の扱い

カバー楽曲を配信登録する場合には、著作権について、正当な権利者から本サービスに係るコンテンツの利用に必要な許諾を受けていることが条件となります。場合により、著作権管理事業者への申請書のコピー等の書類提出が必要となります。

カバー曲のアーティスト名、アルバム名、楽曲名にオリジナルアーティストの表記を使用しないでください。

カバーによるボーカル無し楽曲（オリジナルがインストゥルメンタルの場合を除く）はカラオケコンテンツとみなされ、配信を行えない可能性があります。

¹⁴ TuneCore Japan は、2012 年 2 月に設立されたチューンコアジャパン株式会社が提供するアグリゲーションサービスである。登録料は、配信する楽曲の種別（シングル・アルバム等）、配信期間に応じて異なるが、シングルで 1 年間の配信の場合、1,551 円となっている（2021 年 3 月末時点）。出所：TuneCore Japan ホームページ<<https://www.tunecore.co.jp/>>

¹⁵ TOWER CLOUD は、株式会社レコチョクとタワーレコード株式会社が 2019 年 12 月に共同で設立した株式会社エッグスが提供するアグリゲーションサービスである。Apple Music や Spotify、LINE MUSIC、レコチョクなどの音楽配信サービスでの音楽配信が可能となっている。登録料は無料で、音楽配信サービスにおいて配信（ストリーミング再生）された楽曲の販売収益のうち 70%が利用者に還元される。タワーレコードの強みを生かし、同社の店頭やオンラインショップでの販売、同社のフリーマガジンやソーシャルメディアを活用したプロモーション支援など、多面的にアーティストやレコード会社を支援していることが特徴である。出所：TOWER CLOUD ホームページ<<https://towercloud.jp/about.html>>

◆TOWER CLOUD で登録が禁止されている音源・楽曲

- ・過去にリリースされたことがある楽曲主体で再編成されたアルバム（＝コンピレーション）
- ・パブリックドメイン（著作権が切れた楽曲）を使用した音源（カバーやリミックス等）
- ・権利者に許諾を得ているかを確認できないカバー音源
- ・1 音源に複数の楽曲が含まれているメドレー音源
- ・メインアーティスト以外のアーティストがリミックスしているリミックス音源
- ・VOCALOID™製品を使用した音源
- ・コンテンツの宣伝を目的として、曲の一部を切り出した楽曲や、アルバム、個々の曲、または他のコンテンツの宣伝を目的とした音声が増加されている楽曲
- ・サブリミナル音源であることを公言する楽曲

（出所） TOWER CLOUD ホームページ

4 権利情報登録窓口の在り方の検討

4.1 法改正を前提としない仕組み

権利情報登録のインセンティブ設計、登録された権利情報の真正性担保の在り方について検討を行うとともに、ユーザーインターフェースのイメージを作成し、法改正を前提としない権利情報登録窓口の在り方に関する議論を行った。以下では、インセンティブ設計、真正性担保の在り方に関する検討内容を示すとともに、ユーザーインターフェースのイメージを説明する。なお、本節で示す検討内容は、最終的に法の改正を前提とした仕組みの在り方への検討へと方向性が転換されたため、検討委員会で合意が取れているものではない。

4.1.1 インセンティブ設計に係る検討内容

「令和元年度実証事業」において、音楽権利情報検索ナビに情報提供窓口を設け、試行的に権利情報登録窓口の可能性を検証した。情報提供ページのプロモーションが不足しており、対象となる権利者が認知していなかった可能性があるが、権利者からの情報提供が少なかった。登録するインセンティブが不足していることも情報提供が少なかった理由として考えられることから、インセンティブ設計の在り方に関して仮説を構築した。

インセンティブとしては、多種多様なものが想定されるが、権利者が情報を登録する場合、音楽の制作・プロモーションに係る機能を提供し、当該プロセスに付随して情報を集めるなどの方法が考えられ、情報登録に際して、直接的に金銭を与えること以外の可能性も含めて、広く検討を実施した。

表 4.1 インセンティブ設計の選択肢

			楽曲制作管理の簡素化	権利情報登録の ワンストップ化	統合マーケティング ツール
概要			- 他の権利者間の分配率の可視化 - 楽曲制作の作業領域の提供 等	権利情報を一度登録すれば、他のサービス等で再度権利情報を登録する必要がなくなる	- 検索履歴を確認でき、自身の楽曲が使われる可能性を把握できる - 放送事業者等への新譜案内サービスに必要な情報登録の電子化
登録者			権利者	権利者 （※他サービスとの接続の際は、原盤権を有する権利者のみ接続可とする）	権利者
インセンティブの種類	金銭的	直接的	分配率に係るため他の参加者含めて登録が促進される	-	-
		間接的	他のサービス等で楽曲を配信するときなどに権利情報登録の手間が削減される	他のサービス等で楽曲を配信するときなどに権利情報登録の手間が削減される	楽曲の売上向上に資する
	非金銭的		-	-	-
機能・システム			- 分配率の設定機能 - 作業領域（ストレージ等の提供）	アグリゲーターや音楽配信サービス等と基本DBとのAPI接続	検索履歴の可視化機能
参考			Auddlyが類似事例として考えられる	- Facebook等のSNSや携帯キャリアなどの情報に基づくアプリ・サービスのユーザー登録の権利情報版 - 他には、電力会社が提供する引越時の電力・ガス・放送など各社サービスの住所変更一括変更サービスなどが近いイメージ（東京電力「引越連絡帳」など）	- 検索履歴の可視化は、Google Analyticsなどアクセス解析ツールのイメージに近い - 新譜案内サービスは、ジャパムミュージックデータが実施しており、その延長線上の機能の位置づけ

4.1.2 真正性の担保の在り方に関する検討内容

内閣府や経済産業省において、行政手続や法令等で本人確認が求められるサービスにおける本人確認手法のガイドラインが定められている。内閣府「行政手続におけるオンラインによる本人確認の手法に関するガイドライン」では、「デジタルアイデンティティガイドライン（SP800-63-3）」を基にした保証レベルを基にレベルの定義がされている。これらのガイドラインは、コンテンツ分野の本人確認等の考え方として参考になる部分がある。そこで、これらのガイドラインを参考にしつつ、コンテンツ分野の特徴を踏まえて、真正性の担保の在り方を検討した。

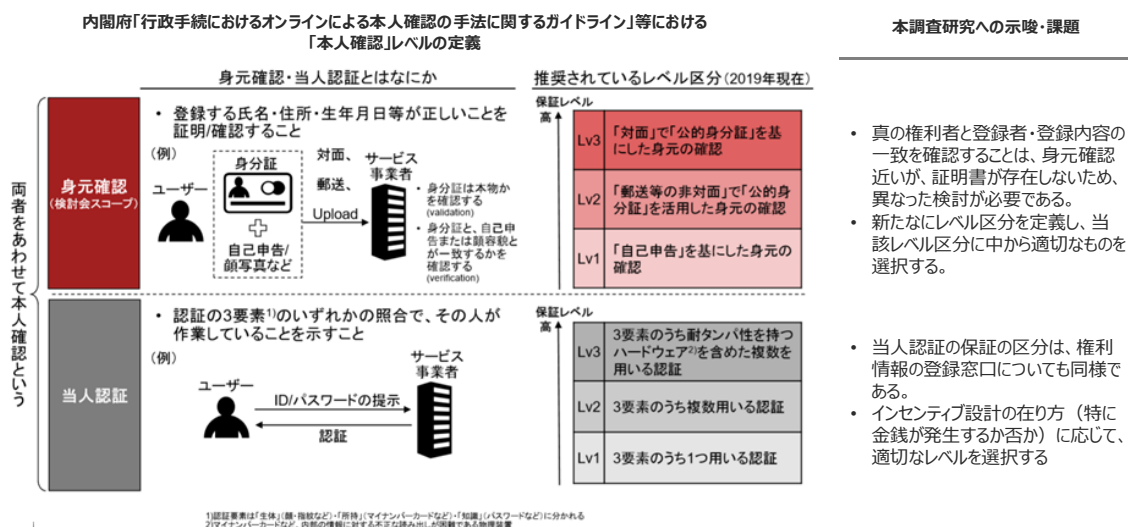


図 4.1 権利情報の真正性の担保の在り方の検討の方向性¹⁶

¹⁶ 経済産業省「オンラインサービスにおける身元確認手法の整理に関する検討報告書」を一部加筆修正

(1) 認証に関する要素

情報セキュリティなどの分野では、認証要素が既に整理されており、今回の検討にあたって参考になると考えられる。そこで、具体的な手法をイメージしながら、一般的な認証要素の考え方が応用可能か検討を行った。

表 4.2 認証の考え方

	一般的な認証要素（当人認証）		音楽の権利情報に関する認証要素への応用可能性
	認証要素	概要	
手段による分類	知識認証	本人しか知りえない情報による認証（パスワード等）	・音楽の制作段階で、電子透かしを楽曲に組み込んでおき、当該電子指紋を権利者が保有しておくなどが考えられるか。（アイデア）
	所有物認証	本人しか持ちえない「物」による認証（カード情報等）	・サンプル盤の提出が該当する。
	生体認証	顔など個人の身体特徴を用いた認証 (顔・指紋認証 等)	・音楽自体の特徴で言えばフィンガープリントなどがあるが、生体認証と異なり本人と音楽の紐づけは担保されていない。 ・今回のケースとは異なるが、全曲報告などでの活用が当該認証要素の考え方の応用例である。
	時刻認証	時刻を用いた認証 (タイムスタンプなど)	・コンテンツの存在証明などに考え方が既に生かされている。
主体による分類	第三者証明	正当な権限を有する第三者による証明	・著作権の信託契約にあたり提出される CD が該当する。 ・Auddly においてレコード製作者が実演家等を招待するものが該当。

(2) 権利ごとの認証レベル

検討委員会で合意が取れたものではないが、議論のたたき台として検討委員会で提示した、権利の種別ごとの認証レベルを以下に示す。

1) 著作権関連

著作権については、既存のアグリゲーター等の実務を参考にしつつ、課題を解決する形でレベルを定めるなどの対応など、現状の権利管理団体や事業者の実務を参考にしつつ、認証のレベルを検討した。

表 4.3 著作権関連の認証レベル

レベル	概要（コンテンツ認証関連）		認証要素	備考
	自己申告情報	証明情報		
レベル4	○	CD 等第三者利用証明情報	・ 第三者証明	・ JASRAC 会員申込に該当。 ・ 第三者利用がない場合は、レベル3 で対応。
レベル3	○	①音源等アップロード＋フィンガープリント・DB 等とのマッチング（コンテンツフィルタリング） ②コンテンツの存在証明	・ 生体認証 ・ 時刻認証	・ 存在証明を、既に配信されている楽曲の配信日時で代用する場合は、レベルを若干落とす（2～3 の間） ・ 作詞家の場合は、歌詞のマッチング（技術的な課題要検討） ・ フィンガープリント・DB 等の網羅性に課題。 ・ 運用コストの面で課題あり。
レベル2	○	音源等アップロード＋フィンガープリント・DB 等とのマッチング（コンテンツフィルタリング）	・ 生体認証 ・ 時刻認証	・ TuneCore や YouTube 等の確認方法。 ・ 楽曲の創作日時と権利情報の登録日時が著しく乖離した場合など、既に第三者が違法に登録しており、誤ってブロックされる可能性あり。 ・ 運用コストの面で課題あり。
レベル1	○	なし	なし	

2) レコード製作者の権利関連

レコード製作者の権利については、サンプル盤を用いた認証を基本としつつ、配信限定楽曲についてはフィンガープリント等を用いた認証を行っていくといったことについて、検討委員会で議論した。

表 4.4 レコード製作者の権利関連の認証レベル

レベル	概要（コンテンツ認証関連）		認証要素	備考
	自己申告情報	証明情報		
レベル4	○	サンプル盤の送付	所有物認証	・RIAJ、IRMA、ILCJ 確認方法。 ・配信限定楽曲の場合、サンプル盤がない可能性あり。
レベル3	○	①音源アップロード＋フィンガープリント・DB 等とのマッチング（コンテンツフィルタリング） ②コンテンツの存在証明	・生体認証 ・時刻認証	・配信前に存在することの存在証明が望ましい。 ・存在証明を、既に配信されている楽曲の配信日時で代用する場合は、レベルを若干落とす(2～3の間)。 ・フィンガープリント・DB等の網羅性に課題。 ・運用コストの面で課題あり。
レベル2	○	音源アップロード＋フィンガープリント・DB 等とのマッチング	・生体認証 ・時刻認証	・TuneCore や YouTube 等の確認方法。 ・楽曲の創作日時と権利情報の登録日時が著しく乖離した場合など、既に第三者が違法に登録しており、誤ってブロックされる可能性あり。 ・運用コストの面で課題あり。
レベル1	○	なし	なし	

3) 実演家の権利関連

レコード製作者が関与していることを基準とすることや、実演家同士の相互監視による申告方式とすることなど、多様な意見が検討委員会の構成員から出た。

表 4.5 実演家の権利関連の認証レベル

レベル	概要（コンテンツ認証関連）		認証要素	備考
	自己申告情報	証明情報		
レベル3	○	レコード製作者（プロデューサーを含む）による実演家の招待、情報の登録又は追認	第三者証明（時刻認証）	・招待方式は Auddly が該当。 ・実演家同士の相互監視による申告方式も Auddly に準ずるのでは。 ・レコード制作管理表の提出等が該当。 ・レコード製作者＝実演家の場合、第三者による証明にはなっていないが、レコード製作者として真正性が確認されていれば問題ないと思うがどうか。 ・発売前であればなお真正性が高い。 ・CD に記載されていることが確認できればより真正性が高い。（FA の場合はそれだけでも問題ないか）
レベル2	-	レコード製作者（プロデューサーを含む）による実演家の招待又は情報の登録	第三者証明（時刻認証）	・FA の場合は、レベル3 と同等。 ・NFA の場合は、レコード製作者のみによる情報の登録では参加した NFA の抜け漏れのリスクも考えられることから、レベル2 とした。 （抜け漏れがあっても事後的に NFA から申告があり、レコード製作者により追認されればレベル3 になる） ・発売前であればなお真正性が

				高い。
レベル1	○	なし	なし	

4.1.3 ユーザーインターフェースのイメージ

以下では、インセンティブの検討内容を踏まえつつ、登録窓口の画面イメージを作成した。インセンティブの検討内容では、様々な仕掛けが挙げられたが、権利情報の登録画面に加えて、検討委員会構成員等からの意見を踏まえ、特にニーズがありそうな機能を中心に、画面イメージを作成した。画面イメージは、設定画面、著作権情報登録画面、他のサービス等へ情報を連携できる機能である情報提出画面、音楽の利用者からの許諾申請を受け付ける画面からなる。以下では、それぞれ、主要な画面についてイメージを示す。

(1) 設定画面

一つの商品や作品には、著作権者、レコード製作者、実演家など複数の権利者が係る。そこで、設定画面では、関係する権利者や情報の登録者になりうる人などを個別に招待できるページを設けた。

基本情報	氏名	連絡先	区分	利用状況
つながり	xx 太郎	xxx@gmail.com	音楽出版社	利用中

※連絡先を追加すると、招待メールが行く想定。
契約しているマネージャーや音楽出版社などの場合、
編集権限を持たせることが可能。

図 4.2 設定画面

(2) 著作権情報登録画面

著作権情報登録画面では、作品名や作詞・作曲家名、音楽出版社名など、音楽権利情報検索ナビ上で表示するために必要な情報を入力する。

設定	著作権等 管理情報	情報 提出先	許諾申請 受付
著作権 レコード製作者 の権利 実演家	作品名	作詞家	作曲家
	△△	△△	△△
	音楽出版社		
	△△		
	区分	管理状況	許諾条件
支分権	演奏	自己管理	不可
	録音		自由記述の想定
	・		
	・		
放送	自己管理	無条件で可能	

※設定の「作品一覧」から遷移してくる想定。
若しくは、「作品一覧」のページを設けて、
個別の作品の情報登録ページに遷移する。

図 4.3 著作権情報登録画面

(3) 情報登録・情報提出先

情報提出先画面は、ISRCの申請や録音利用申込など、権利情報の提出が必要となる、他のサービス等に対して、本登録窓口に登録しておけば、手軽に情報を送信する機能の画面である。

図 4.4 情報登録・情報提出先

情報の提出先としては、次の表に掲げられたものが考えられる。

表 4.6 レコード会社・レーベルにおける権利情報の提出先一覧

【凡例】委託：権利管理等を団体に委託、-：委託・非委託を問わない

情報の登録シーン・媒体		概要	情報登録・提出先	当該音源・作品における権利管理の状況		
				作詞・作曲	レコード製作者	実演家
制作段階	レーベルコピー	・レーベルコピー		-	-	-
	JANコード取得	・商品流通に関する識別コードの申込み		-	-	-
	ISRC取得	・ISRCの申込み	日本レコード協会 (事務局：ジャパンミュージックデータ)	-	委託 (注2)	-
	録音利用申込	・著作権管理事業者への録音利用申請	JASRAC、NexTone	委託	-	-
	新譜案内書	・放送事業者やCDショップ等への案内	ジャパンミュージックデータ	-	-	-
	配信サイトへの登録 (アグリゲーター含む)	・音楽配信に先立っての情報の登録	アグリゲーター等	-	-	-
分配段階	正味出荷実績報告	・日本レコード協会加盟社以外の委託者における放送二次使用料の分配のためのデータ	レコード製作者の権利管理団体	-	委託	-
	レコード制作管理表	・参加した実演家を把握するための書式	実演家団体	-	-	委託

(注1) レコード製作者が関与する情報の登録シーンを抽出。

(注2) 音楽配信サービスによっては、権利管理の状況にかかわらずISRCの登録が必須となっている。

4.2 法改正を踏まえた仕組み

2.1 で説明した法改正動向を踏まえた権利情報登録窓口の在り方の検討を行った。以下では、当面想定するターゲット像や情報登録の手間削減の方法、真正性担保の在り方に関する検討内容を示す。また、本報告書執筆時点では、法案の段階であり、今後具体化される点も多く、機能としては不十分ではあるが、これらの検討を踏まえて、作成可能な範囲で、モックアップを作成した。

4.2.1 ターゲット像

まず、改めて当面想定するターゲット像を明確化した。権利情報の登録は、理想的には、広くすべての権利者が登録できるようにすることが望ましいが、差し当たって想定すべき登録者像を明確にし、段階的にそれぞれのターゲットにあった仕組みとしていくことが重要であると考え。そこで、当面想定するターゲット像を整理した。

主に、放送で使用される可能性が高い権利者の商品・作品を中心に、登録を促進することを想定する。特に、登録を促しやすいターゲットをさしあたり想定することとする。

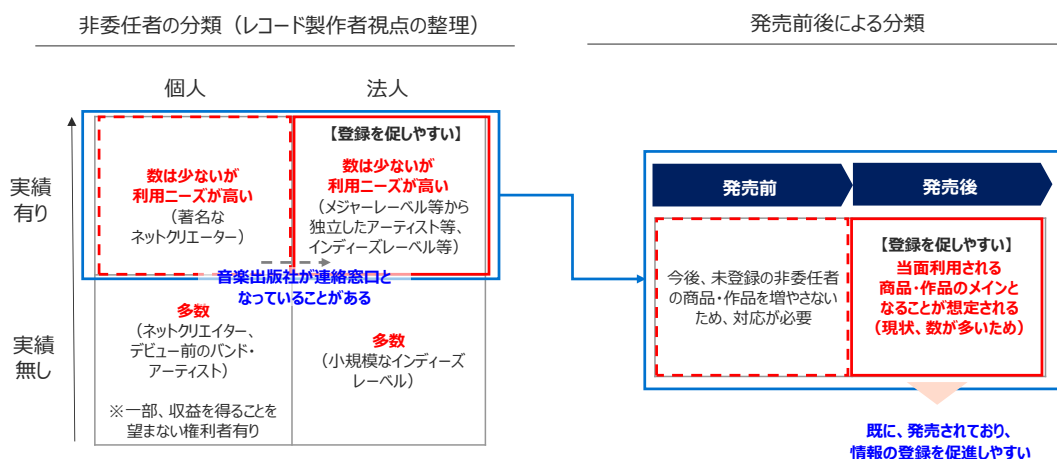


図 4.5 当面想定するターゲット像

4.2.2 権利情報登録の手間を削減するための機能

商品情報・権利情報の登録をどこまで削減できるかが、登録意向を高めるためには、重要である。基本 DB にはないものの、商品販売・配信マーケット等から取得可能なデータの下データとしての活用や登録代行などの機能等を仕組みを設けることで情報登録の手間を削減することが考えられる。

表 4.7 情報登録の手間削減のための機能等概要

項目	概要	詳細
既存データの活用	既存の他のデータベース等から API 等を利用して、データを取得	Amazon や Apple Music など、商品販売・配信マーケットが API でメタデータを提供している。 当該 API を取得して、入力しなければいけない情報を削減する。
	デフォルト設定	よく使う情報をデフォルト設定し、手入力を削減する。
登録代行 (エスコート)	音楽出版社（特にネットクリエイター関連）やレコードの販売会社等による発売会社等の権利者の情報登録代行	音楽出版社やレコードの販売会社等が、発売会社等の情報の登録を代行する。 当面は、IRMA、ILCJ、JNCA 等の会員社に協力を依頼することとする。 その際、真正性担保のための確認書類は、削減することとする →既に、一定の取引関係等があるため。

4.2.3 真正性の担保の在り方

法改正を前提としない仕組みにおいて、真正性担保の在り方に関する検討内容を示したが、法改正を前提とした場合、まずは既存の権利管理団体の実務をベースとして、各種確認を実施していくこととなった。ただし、既存の権利管理団体の方法にとらわれず、実験的に他の方法を試行してみてはどうかといった意見や、配信のみしか行っていない権利者の場合、レコード製作者の団体が現状求めているサンプル盤の提出を求めることは現実的ではないなどの課題もあり、登録対象者を拡大することを見据えて、引き続き検討が必要である。

4.2.4 ユーザーインターフェースのイメージ

権利情報登録窓口への登録意向の把握や機能・画面の具体化のため、画面遷移や主たる機能の動作などが画面上で確認できるモックアップを作成した。

画面は、設定、著作権管理情報の2つに大きく分かれ、著作権管理情報は、よく登録する情報を設定する「デフォルト」画面、登録した情報が一覧で見られる「登録情報一覧」画面、商品・配信アルバム単位で情報を登録する「商品情報」画面、作品単位で情報を登録する「作品登録」画面に分かれる。以下では、商品登録画面、作品登録画面を説明する。なお、レコード・レコード実演の非委任者のうち、音楽権利情報検索ナビ上で適正な使用料で確実に許諾を出す旨の意思表示をしたものは、法改正により新たに設けられる権利制限規定の対象から除外されることが、文化審議会において検討されていたが、改正法案では、「文化庁長官が定める方法により当該商業用レコードに係る同条に規定する権利を有する者の氏名若しくは名称、放送同時配信等の許諾の申込みを受け付けるための連絡先その他の円滑な許諾のために必要な情報であつて文化庁長官が定めるものの公表がされているもの」となっており、今後文化庁において具体化されることとなる。そのため、モックアップでは、当該法改正に対応する画面のイメージまでは作成していない。ただし、後述する簡易的な検証の際に、法案の内容を説明するとともに、当該意思表示の意向を確認している。

(1) 商品情報登録画面

商品登録画面では、音楽権利情報検索ナビ上で、商品情報として表示している情報と同様の項目を入力する。将来的には、改正著作権法案で示された「その他の円滑な許諾のために必要な情報であつて文化庁長官が定めるもの」に係る情報登録画面へ、「保存して著作隣接権情報登録画面へ」のボタンから遷移することを想定している。

商品情報登録画面のスクリーンショット。画面には、CD商品タイトル、配信商品タイトル、品番（CBCD-12345）、POS、アーティスト、発売会社名、販売会社名、発売日（年/月/日）、税抜き価格（円）、ジャンル、セット数、収録曲数、総収録時間（00:00:00）などの入力フィールドが配置されている。下部には「保存して収録作品登録へ」と「保存して著作隣接権情報登録へ」のボタンがある。右上には「ページTOPへ」のボタンも表示されている。

図 4.6 商品情報登録画面

また、商品情報登録画面では、右上のボタンより、ネットショップや配信サイトで販売・配信している商品・楽曲の情報を、APIにより取得する機能をモックとして構築した。品番やPOSなどのコード情報を入力し、ネットショップや配信サイトに当該情報があれば、自動的に情報を取得し、表示させる機能イメージを構築した。

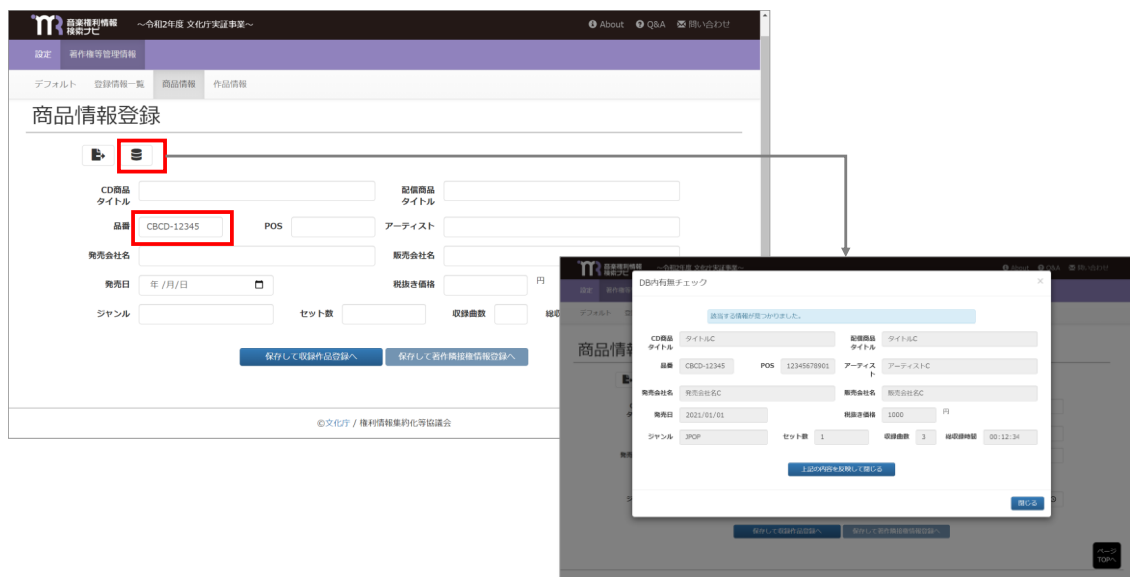


図 4.7 APIによるデータの自動取得機能

(2) 作品情報登録画面（作品情報一覧）

作品情報登録画面画面では、作品ごとに、作品名やアーティスト名、作詞・作曲家などの情報が入力できる。

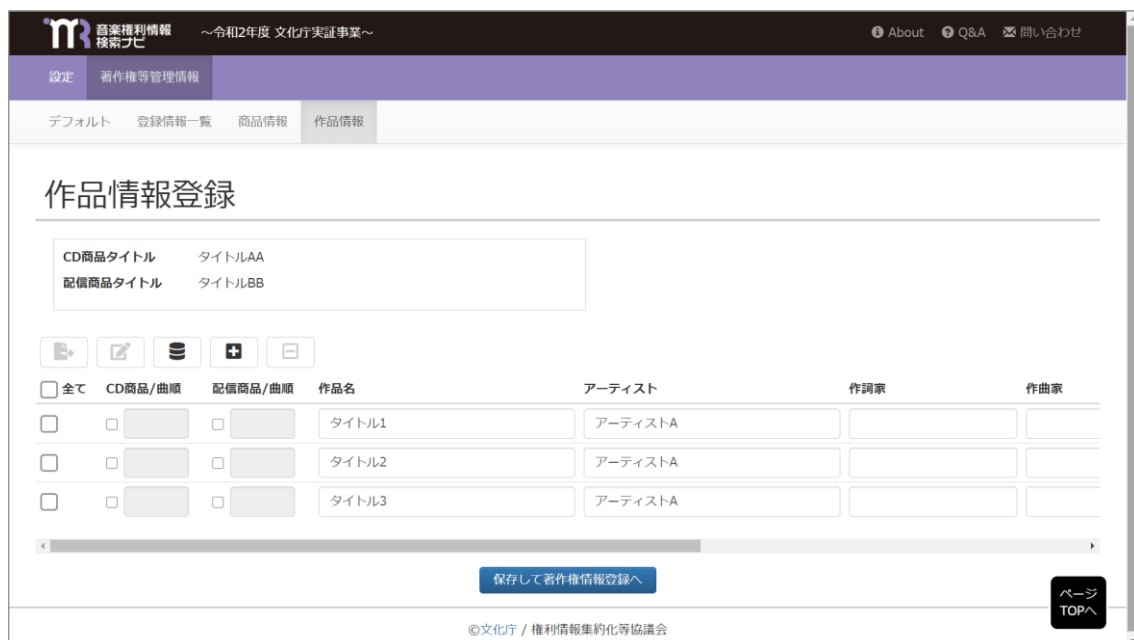


図 4.8 作品情報登録画面

(3) 作品情報登録画面（支分権情報一覧）

当該画面では、作品情報登録画面から支分権情報一覧の画面に遷移し、著作権の支分権の情報を入力することができる。自己管理している場合は、作品ごとに許諾の条件の設定、委託・信託している場合は、管理団体が入力される。

CD商品タイトル タイトルAA
配信商品タイトル タイトルBB

表の見方

☐ 全て	作品名	演奏	録音	出版	興行	ビデオ	映画	広告	ゲーム	放送	配信	通カラ
☐	タイトル1											
☐	タイトル2											
☐	タイトル3											
☐	タイトル4											
☐	タイトル5											
☐	タイトル6											
☐	タイトル7											

保存

ページ TOPへ

図 4.9 作品情報登録画面（支分権情報一覧）

4.3 簡易的な検証

法改正を前提とした権利情報の登録窓口の画面イメージに基づいて、アンケート及びヒアリングを実施し、登録意向の把握やシステムの課題等を調査した。

4.3.1 権利情報登録窓口での登録意向

(1) 登録意向

2.2.2 において示したアンケートでは、併せて画面イメージを用いた登録意向の調査を実施した。アンケートでは、音楽権利情報検索ナビ上で利用者から検索され、表示されること、音源を利用したい人から連絡が来ること、権利情報の登録を求められる他のサービス等へボタン一つで登録できることの3つのメリットを提示し、それぞれについて登録の意向を確認した。

アンケート結果では、いずれのメリットに関しても90%以上が登録したい。まあまあ登録したいと回答しており、高い登録意向が確認された。一方で、登録意向について、3つのメリットの間に大きな違いは見られなかった。この点、アンケートでは大きな差異はなかったものの、レコード会社へのヒアリングでは、意向に差異があった。多くのレコード会社で商品情報や権利情報の登録を求められる他のサービス等にボタン一つで情報を登録できる機能へのニーズが高かった。ヒアリングでは、当該機能のイメージを説明できた一方で、アンケートでは、具体的なイメージを説明していないため、アンケートとヒアリング結果の回答に差異が発生したものと考えられる。

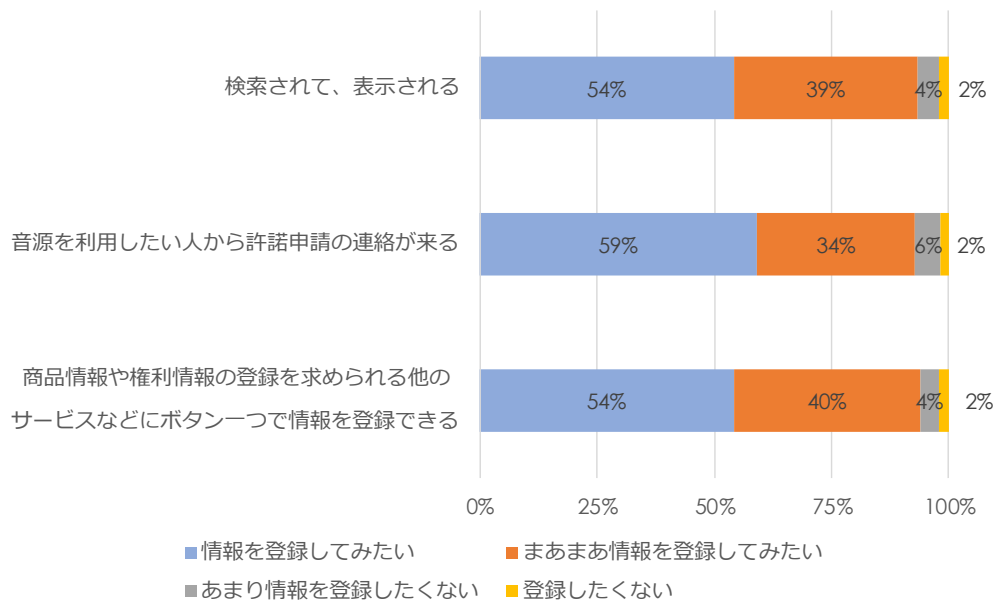


図 4.10 メリットごとの登録意向

(2) CD 発売タイトル数別の登録意向

CD の発売タイトル数別に登録意向を分析すると、CD の発売タイトル数と登録意向の間に僅かながら相関関係が見てとれる。

まず、商品情報・権利情報を登録した結果、検索されて、表示されることがメリットとしてある場合の登録意向であるが、CD の発売タイトル数が多いほど、登録に後ろ向きな回答が多くなる。ただし、登録への前向きな回答と CD の発売タイトル数との間には関係性は見られない。

表 4.8 CD 発売タイトル数別登録意向：「検索されて、表示される」

	情報を登録してみたい	まあまあ 情報を登録してみたい	あまり 情報を登録したくない	登録したくない	件数
1年に、10タイトル以上	72%	17%	6%	6%	18
1年に、6～9タイトル程度	58%	29%	9%	4%	45
1年に、2～5タイトル程度	50%	46%	3%	1%	72
1年に、1タイトル程度	63%	31%	6%	0%	16
2年に、1タイトル程度	43%	57%	0%	0%	14
3年に、1タイトル程度	57%	43%	0%	0%	7
4年に、1タイトル程度	50%	50%	0%	0%	4
5年以上に、1タイトル程度	20%	80%	0%	0%	5
なし	0%	0%	0%	0%	0
件数	98	71	8	4	181

次に、商品情報・権利情報を登録した結果、音源を利用したい人から許諾申請の連絡が来ることがメリットとしてある場合の登録意向であるが、検索されて、表示されることがメリットとしてある場合と同様、CDの発売タイトル数が多いほど、登録に後ろ向きな回答が多くなる。また、登録への前向きな回答とCDの発売タイトル数との関係性も、検索されて、表示されることがメリットとしてある場合と同様である。なお、レコード会社へのヒアリングの中では、著作権を管理している音楽出版社へ許諾申請ができるといい、との意見が多く聞かれた。コンピレーションアルバムやカバー楽曲を制作する際に、自社又は自社で契約している音楽出版社が著作権を管理していない楽曲を使用することとなり、管理している音楽出版社を特定し、許諾の申請をする必要がある。その際、まずは、JASRACやNexToneの検索サイトで検索し、音楽出版社を特定しているが、権利管理団体の検索サイトでは、連絡先までは記載されておらず、当該音楽出版社に連絡を取るのに相当な手間がかかっているとのことである。そのため、音楽権利情報検索ナビで、音楽出版社が検索でき、連絡が取れるようになるといいとの意見が出たが、本設問の音源を利用したい人から許諾申請の連絡が来ることを自社から連絡することもできると考え回答した結果、意向が高くなった可能性もある。

表 4.9 CD 発売タイトル数別登録意向：許諾申請の連絡

	情報を登録してみたい	まあまあ 情報を登録してみたい	あまり 情報を登録したくない	登録したくない	合計
1年に、10タイトル以上	72%	17%	6%	6%	18
1年に、6～9タイトル程度	58%	29%	9%	4%	45
1年に、2～5タイトル程度	60%	36%	4%	0%	72
1年に、1タイトル程度	56%	38%	6%	0%	16
2年に、1タイトル程度	50%	50%	0%	0%	14
3年に、1タイトル程度	71%	29%	0%	0%	7
4年に、1タイトル程度	50%	50%	0%	0%	4
5年以上に、1タイトル程度	40%	40%	20%	0%	5
なし	0%	0%	0%	0%	0
合計	107	61	10	3	181

最後に、商品情報や権利情報の登録を求められる他のサービスなどにボタン一つで情報を登録できることがメリットとしたあった場合の CD 発売タイトル数と登録意向の関係であるが、こちらも他の2つのメリットと同様の関係が見られる。

表 4.10 CD 発売タイトル数別登録意向：情報連携

	情報を登録してみたい	まあまあ 情報を登録してみたい	あまり 情報を登録したくない	登録したくない	合計
1年に、10タイトル以上	67%	22%	6%	6%	18
1年に、6～9タイトル程度	56%	33%	7%	4%	45
1年に、2～5タイトル程度	49%	47%	3%	1%	72
1年に、1タイトル程度	75%	25%	0%	0%	16
2年に、1タイトル程度	43%	57%	0%	0%	14
3年に、1タイトル程度	71%	29%	0%	0%	7
4年に、1タイトル程度	50%	50%	0%	0%	4
5年以上に、1タイトル程度	20%	60%	20%	0%	5
なし	0%	0%	0%	0%	0
合計	98	72	7	4	181

以上の通り、CD の発売タイトル数が多いレコード会社・レーベルほど、登録に後ろ向きな回答が多くなる。その理由として、登録する CD の数が多ければ多いほど、手間が多くなるため、登録への意欲が削がれてしまうことが考えられる。この点は、ヒアリングの中でも同様の意見があった。他方で、CD の発売タイトル数と登録に前向きな回答の間には、関係性が見られなかった。この点、他の要因が影響していると考えられる。ヒアリングの中では、過去発売された商品が多い場合、情報の登録意向が減退するとの趣旨の意見があった。登録画面で入力する情報は、商品や楽曲をリリースする際に必要となる情報と重なる部分があり、同じタイミングで入力するのであれば、多少は手間に感じなくなるが、過去発売した商品について改めて情報を入力することは、より負担に感じる要因になっているとも考えられる。レーベルコピーが作成されており、表計算ソフトなどで一元的に情報を管理している場合に、当該表計算ソフトの情報を権利情報の登録窓口で入力しなおすことなく、そのまま取り込めるのであれば、負担が減るとの意見がヒアリングの中で出たが、アンケートで回答する際に、そのような機能がありうるということがイメージにあったことも推測される。そのため、レーベルコピーの作成、保管・保存状況の違いによって、CD の発売タイトル数と登録に前向きな回答の間に関係性が見られなかった可能性がある。

4.3.2 画面の改善点や追加の機能

アンケートでは、画面の改善点や追加の機能に関する設問は設けていないが、画面イメージ（モックアップ）を用いた、レコード会社や個人クリエイター、関連する団体等へのヒアリングの中で、追加の機能や画面の改善点に関する示唆が抽出された。

表 4.11 主な画面の改善点や追加の機能

項目		課題・ニーズ	ターゲット別ニーズ	
大項目	小項目		レコード会社	個人クリエイター
登録する情報の内容	必須・任意の情報の仕分け	必須・任意の別を表示する。 特に、価格は、売り方（販売サイトの違いや手売りと小売店での販売の違いなど）によって異なることがあり、誤解を招く懸念があり、任意としてほしいの要望あり。	中	中
	確定・未確定情報の別	発売前に情報を入力できるようにする場合、タイトルや価格など未定のことが多い。その場合、公開・非公開の設定ができるようにする。	中	低
権利情報の登録方法	作品単位での登録	作品登録画面で商品・配信アルバムのタイトルが上部に表示されており、作品単位での登録ができないように見えるため、作品単位で登録できるように見える UI とする。	中 (配信限定の場合、単曲の場合も多いため)	高 (作品単位で権利情報を把握していることが一般的)
	エクセル等の取り込み	レーベルコピーとして権利情報登録窓口で登録を求める情報を整理しており、当該シートを取り込めると手間がなくなるため、取り込めるようにする。	高 (特に、CD 又は配信楽曲の発売数が多いレコード会社の場合)	低
他サービス等との情報連携	データ取得元の拡充	Amazon や Apple Music 以外で販売・配信等してい	中	中 (Spotify やニ

項目		課題・ニーズ	ターゲット別ニーズ	
大項目	小項目		レコード会社	個人クリエイター
		る場合もあり、取得元を拡充する。		コニコ動画など)
	他サービス等への情報登録	ISRC の取得申請のための情報登録、配信サイトやアグリゲータへの情報登録が、権利情報登録窓口を通じてできるようにする。	高	中 (CCDB との連携はニーズあり)
楽曲の利用者からの連絡	音楽出版社との連絡	音楽出版社への連絡をできるようにする。 ※現状、音楽権利情報検索ナビでは、著作権者への連絡先はない。	高	低
	その他の利用者からの連絡	連絡先情報を充実する。 ※現状、音楽権利情報検索ナビでは、連絡先としてレコード会社への HP を掲載している。	低～中 (利用の許諾を出さない場合も多いので、問い合わせを限定できるといい)	低～中

4.3.3 音楽権利情報検索ナビ上とする非委任者の意思表示

アンケートでは、個別に設問を設けなかったが、ヒアリングでは、今回の法改正によるレコード・レコード実演の補償金付き権利制限規定に関して調査をした。改正法案の第96条第1項では、非委任者のうち、「文化庁長官が定める方法により当該商業用レコードに係る同条に規定する権利を有する者の氏名若しくは名称、放送同時配信等の許諾の申込みを受け付けるための連絡先その他の円滑な許諾のために必要な情報であつて文化庁長官が定めるものの公表がされているもの」は、権利制限の対象外となるとされており、この点、文化審議会における検討段階では、音楽権利情報検索ナビ上で適正な使用料で確実に許諾を出す旨の意思表示をする（公表する）ことが、検討されていた。公表方法やその内容は、今後文化庁長官が定めることとなっているため、確定事項ではないが、ヒアリングでは、音楽権利情報検索ナビ上で意思表示することが求められると仮定して、権利者に意見を聞いた。

レコード製作者の権利に関して非委任者となっている、レコード会社及び個人クリエイターにヒアリングをする中で、音楽権利情報検索ナビで意思表示をしない、又は現状判断がつかないとの意見が多かった。音楽権利情報検索ナビで意思表示をしないと回答した理由としては、放送番組であまり使用されないと考えているため、手間をかけて音楽権利情報検索ナビ上で意思表示をするメリットが見いだせないことや放送事業者による利用が妨げられるといったことが挙げられる。また、現状判断がつかないと回答した理由としては、意思表示することによるメリットとデメリットがわからず、現時点では判断ができない、といったことが挙げられる。特に、補償金の対象になった場合、いくらぐらい分配を受取れそうか、適正な使用料とはいくらぐらいかが、具体的にわからないと判断ができないとのことであった。

一方で、今回のヒアリングをした会社の中では、数は多くないが、音楽権利情報検索ナビ上で意思表示をし、権利制限の対象から外れたいとの回答もあった。そのことができるのであれば、音楽権利情報検索ナビ上に商品情報・権利情報をぜひ登録したいとの意見も一部あった。その理由としては、放送番組で望まない利用のされ方をすることで、レーベルやアーティスト、楽曲のイメージが低下することを懸念しているため、利用のされ方に応じて、許諾を出せるようにしたいということがある。文化審議会における検討の段階では、適正な使用料で確実に許諾を出す旨の意思表示が想定されていたが、権利者としては、利用の態様をコントロールできるかが、重要なポイントとなる。

他方で、利用者、特に放送番組に音を入れている音響効果の担当者視点では、確実に許諾がでるとしても、個別に許諾を得なければならないのであれば、利用はしない可能性が高いとの意見がある。番組制作過程では、極めてタイトな時間の中で、選曲・音入れをしており、個別に連絡している時間がないことや真正性が担保されていてもやはり不安があること、追加で使用料を支払っていいかは放送局側の現場担当者の判断にゆだねられることなどが理由として挙げられる。

5 今後の検討課題及び次年度の実証に向けた提言

(1) 当面の権利情報登録窓口の検討の方向性

本調査研究では、音楽分野において散在する権利情報の更なる集約化及び利用円滑化のための権利情報登録窓口の設置に向けた調査・検討を行った。本調査研究と同時並行で文化審議会における同時配信等に係るレコード・レコード実演の利用円滑化に係る検討が進められ、本調査研究においても、当該検討を踏まえつつ権利情報登録窓口の検討を行うこととなった。同時配信等に係るレコード・レコード実演の補償金付き権利制限の制度は、法案成立後、施行日までに具体化されることとなる。音楽権利情報検索ナビ及び本調査研究で検討した権利情報登録窓口においても、今回の調査研究と同様に、制度の具体化と並行して、検討や開発を進めていくことが重要となる。その点、本調査研究においては、スモールスタートで、出来ることから小さく始めていくことで、法改正を踏まえた仕組みの検討を行ってきた。引き続きスモールスタートで、今後の検討・開発を進めていくことが適当であろう。

また、今回ヒアリングやアンケートを実施する中で、今般の法改正による同時配信等に係るレコード・レコード実演の補償金付き権利制限規定の創設はもとより、既に長年運用されてきた商用レコードの放送二次使用料に係る制度の認知や理解に関する啓発が足りていないことも明らかになった。また、非委任者となっているレコード製作者へのヒアリングの中では、音楽権利情報検索ナビの取組を認知していなかった方が多かった。音楽権利情報検索ナビ上で、適正な使用料で確実に許諾する旨の意思表示をした非委任者は、レコード・レコード実演の補償金付き権利制限の対象外となることから、文化審議会での検討段階で示されていたが、同時配信等に係るレコード・レコード実演の補償金付き権利制限規定の周知・啓発と併せて、音楽権利情報検索ナビ・権利情報登録窓口の普及・啓発が今後重要になると考えられる。

(2) 権利情報の更なる登録促進に向けた検討

本調査研究では、法改正を前提としない権利情報登録窓口の在り方、及び前提とした在り方の双方を検討した。改正著作権法の施行に向けて、差し当たっては、前述した同時配信等に係るレコード・レコード実演の補償金付き権利制限規定に係る音楽権利情報検索ナビとしての対応を進めていくこととなるが、一方で当該法改正への対応に留まらず、権利情報の更なる集約化に向けた検討を行うことも有用であると考えられる。特に、本調査研究の中で、これまで音楽権利情報検索ナビは、権利情報を「一括で検索」できる点が音楽の利用者を中心に評価されていたが、権利者視点では、権利情報を「一括で登録」できる仕組みが強く求められていることがヒアリングから明らかになった。レコード・レコード実演の補償金付き権利制限規定に係る音楽権利情報検索ナビとしての対応と並行して、具体化に向けた調査検討を行っていくことが、更なる権利情報の集約化に向けて有用であると考えられる。

(3) 集中管理の促進へ向けた取組み

本調査研究では、権利情報の集約化及び利用の円滑化を促進するため、非委任者の実態調査や権利情報登録窓口の検討を行った。検討委員会の中では、今後の課題として如何に集中管理を進めていけるかが、権利情報の集約化と併せて重要な課題として提起された。この点、非委任者等へのアンケート・ヒアリングからは、集中管理を進めるにあたっての課題が浮き彫りになった。今回の調査では、レコード会社・レーベルを中心にアンケート調査を実施し、ヒアリングを行ったが、特に著作隣接権に関する委任の促進に関して課題が明確になった。商業用レコードの放送二次使用料の分配額が少ないと思っていることやそもそもどの程度分配を受けられるか不透明であり、集中管理への委任に後ろ向きになっていることが調査から明らかになった。他方で、放送実績データの分析からは、一部のレコード会社（発売会社）の商品は、多く使用されているものの、大多数は少ない回数又は時間しか使用されていないことが明らかになった。その意味では、どれだけ分配を受けられそうか権利者にイメージを持ってもらうことも重要である一方で、委任に係る手続や委任後の手間の削減（例えば、分配を受けるための情報登録の手間削減等）などの取組みが一層重要であると考えられる。この点は、権利情報登録窓口とも検討課題が共通する面もあり、権利情報登録窓口の検討と併せて、解決策を検討していくことが有用であると考えられる。

参考資料

(1) 委員会等開催概要

表 0.1 権利情報集約化等検討委員会の概要

回	開催日	主な議題
第1回	令和2年10月8日(木)	・開会挨拶・文化庁、委員 ・座長選出 ・本調査研究の進め方(案) ・ターゲット像の設定に関する検討 ・インセンティブ設計、真正性の担保に関する論点洗出 ・自由討議
第2回	令和2年11月4日(水)	・画面イメージを用いた仕組みの検討 ・自由討議
第3回	令和2年11月26日(木)	・これまでの議論の振り返り ・著作権法改正に検討状況に係る情報共有 ・画面イメージ及びインセンティブ設計の在り方の検討 ・真正性担保の検討の方向性 ・自由討議
第4回	令和2年12月16日(水)	・真正性担保の在り方の検討 ・その他の論点 ・自由討議
第5回	令和3年3月8日(月)	・第4回検討委員会での議論を踏まえた検討の方向性 ・著作権法の一部を改正する法律案について ・改正著作権法を踏まえた権利情報登録窓口の在り方(3月8日時点) ・自由討議 ・閉会挨拶

(2) アンケート調査

1) アンケート調査対象の抽出方法

表 0.2 調査対象の抽出方法

項目	内容
(1) 非委任者となっているレーベルの抽出	ジャパンミュージックデータ (jmd) が保有する発売会社リスト (約 13,000 レーベル) と日本レコード協会から提供を受けたレコード会社別の送信可能化権の委任状況を判別するためのリスト (2021 年 2 月 19 日時点) を照合し、レコード製作者の権利に関する非委任者となっているレーベルを抽出
(2) 非委任者となっているレーベルの絞り込み	①で抽出したリストと jmd が保有する商品情報に関するデータベースを照合し、非委任者となっているレーベルのうち、以下の A 又は B を満たすレーベルを抽出 A) 2020 年に 1 作品以上 & 2019 年に 3 作品以上リリースしているレーベル【1,400 レーベル】 「直近で定期的に作品をリリースしているレーベル」 B) 上記 A) 以外で、2000 年～2019 年までのリリース数が 3 作品以上のレーベル【5,000 レーベル】 「直近では積極的に作品をリリースしていないが、過去に複数タイトル発売していたレーベル」
(3) 連絡可能なレーベルの抽出	②で抽出したリストを対象として、シーディージャーナルのデータベースに連絡先があるレーベルを抽出 (3,337 件) うち、メールを送付エラーとなったもの等を除き、最終的にメールの送付ができたものが、2,885 件。

2) アンケート項目

表 0.3 アンケート項目

大項目	小項目	設問	選択肢
基本情報	会社名	あなたが所属している会社名を教えてください。	自由記述
	会社の設立年	あなたが所属している会社の設立は、何年（西暦）ですか。	自由記述
	主たる事業内容	あなたが所属している会社の事業内容を教えてください。（複数回答可）	音楽出版、アーティストマネジメント、レコード製作、レコード流通・販売、その他
	レーベル名	あなたが所属している会社のレーベル名を教えてください。	自由記述
商品・楽曲について	CD 発売タイトル数	あなたが所属している会社で製作し、発売した【CD】のタイトル数はどれくらいですか。	-1 年に 10 タイトル以上 -1 年に 6～9 タイトル程度 -1 年に 2～5 タイトル程度 -1 年に 1 タイトル程度 -2 年に 1 タイトル程度 -3 年に 1 タイトル程度 -4 年に 1 タイトル程度 -5 年以上に 1 タイトル程度 -なし
	配信アルバム数	あなたが所属している会社で製作し、配信した【配信アルバム】のタイトル数はどれくらいですか。	-1 年に 10 タイトル以上 -1 年に 6～9 タイトル程度 -1 年に 2～5 タイトル程度 -1 年に 1 タイトル程度 -2 年に 1 タイトル程度 -3 年に 1 タイトル程度 -4 年に 1 タイトル程度 -5 年以上に 1 タイトル -なし
	CD の流通・販売	どのように、CD を流通・	※マトリックスの設問

大項目	小項目	設問	選択肢
	方法	販売していますか。	-CD ショップに自社で流通させることが多い -Amazon 等のネットショップに自社で直接登録し、販売することが多い -手売りで販売することが多い -当てはまる -やや当てはまる -あまり当てはまらない -当てはまらない
	配信楽曲の登録・デリバリー方法	どのように、国内外主要音楽配信サービスへの配信楽曲の登録やデリバリーをしていますか。	-音楽配信サービスに自社で登録・デリバリーすることが多い -音楽配信サービスへの登録・デリバリーをアグリゲーター等に委託することが多い -配信していない
権利の管理について	権利管理団体への委任状況（著作権）	貴社または貴社に所属するアーティストや作詞・作曲家が権利を有する著作権の権利管理を権利管理団体（JASRAC、NexTone など）に委任・委託していますか。	-すべて委任・委託している -一部委任・委託していないものがある -すべて委任・委託していない -著作権を有する楽曲はない -わからない
	権利管理団体への委任状況（実演家の権利）	貴社または貴社に所属する実演家（アーティストやミュージシャン）が権利を有する【実演家の権利】の権利管理を権利管理団体（※）に委任・委託してい	-すべて委任・委託している -一部の実演家について、委任・委託していないものがある -委任・委託していない

大項目	小項目	設問	選択肢
		ますか。 ※日本音楽事業者協会（JAME）、音楽制作者連盟（FMPJ）、映像実演権利者合同機構（PRE）、演奏家権利処理合同機構 MPN	-実演家が所属していない -わからない
	権利管理団体への委任状況（実演家の権利）	貴社または貴社に所属するアーティストなどが権利を有する【レコード製作者の権利】の権利管理を権利管理団体（※）に委任・委託していますか。 ※日本レコード協会（RIAJ）、インディペンデント・レコード協会（IRMA）、インディペンデント・レーベル協議会（ILCJ）、日本音楽出版社協会（MPA）、日本ネットクリエイター協会（JNCA）など	-委任・委託している -委任・委託していない -CD や配信音源を作っていないので権利を持っていない -わからない
	商業用レコードの放送二次使用料に関する認知度	レコード製作者の権利管理を委任・委託していないと回答した方にお聞きします。一般に販売されている CD や配信音源などが放送番組で使用された場合、CD や配信音源などの製作者は、一定の条件の下、上記団体から使用料の分配を受けることができます。あなたは、このような制度を知っていましたか。	-知っていた -知らなかった
	委任していない理由（制度を知	知っていたと回答された方にお聞きします。委任し	-どうすれば分配を受けられるかわからないから

大項目	小項目	設問	選択肢
	っていた方)	ていない理由は何ですか。 (複数回答可)	-制度は知っているが、分配を受けられる団体を知らなかった -委任のための手続が面倒だから -放送で 사용되는 ことは ない と思う から -放送で 使用 されて も、少 し しか 分配 を 受け ら れ な い と思う から その他
商品や権利情報の登録	レーベルコピーの作成	レーベルコピー(※)を作成していますか。※楽曲名や作詞・作曲家、アーティスト名などを記入したエクセルなどを含みます。	-必ず作成している -概ね作成している -あまり作成していない -作成していない
	レーベルコピーの保管状況	レーベルコピーは、保管・保存していますか。※楽曲名や作詞・作曲家、アーティスト名などを記入したエクセルなどを含む	-ほぼすべて保管・保存している -概ね保管・保存している -あまり保管・保存できていない -全く保管・保存できていない -レーベルコピーを作成していないので、保管・保存していない
	サンプル盤の保管状況	サンプル盤を貴社で保管していますか。	-ほぼ保管している -まあまあ保管している -あまり保管していない -全く保管していない -配信しかしていないなどの理由によでサンプル盤は作成していない
	ISRC の取得	ISRC は、取得していますか。	-自社で申請し、取得している

大項目	小項目	設問	選択肢
			-アグリゲーターなど配信サービスへの登録代行業者等が申請し、取得している -取得していない -その他
	権利情報登録窓口への登録ニーズ	※音楽権利情報検索ナビや権利情報窓口のイメージを説明した後、質問（説明文は次ページに掲載）。 貴社が製作したCDや配信楽曲の情報を登録することで、次の3つのメリットがある場合、「音楽権利情報検索ナビ」に情報を登録してみたいと思いますか。メリットごとに教えてください。	※マトリックスの設問 -検索され、表示される -音源を利用したい人から許諾の連絡が来る -商品情報や権利情報の登録を求められる他のサービスなどに情報をボタン一つで登録できる -情報を登録してみたい -まあまあ登録してみたい -あまり登録したくない -登録したくない
	その他自由記述	その他、音楽著作権の管理や商品情報・権利情報の登録についてご意見があれば、ご自由に記入ください。	自由記述

※権利情報登録窓口への登録ニーズに関する質問の説明文

文化庁では、「音楽権利情報検索ナビ」という音楽の商品情報や権利情報を一括で検索できるサイトを構築し、昨年度まで実証実験を実施しました。実証実験では、2 か月間で 10 万アクセス数を記録し、商品情報や権利情報の検索のため特に放送局や番組制作者様に多くご利用いただきました。

現在、「音楽権利情報検索ナビ」に、権利者様自ら商品情報・権利情報を登録できる画面の設置を検討しています。

そこで、昨年度構築した「音楽権利情報検索ナビ」の商品情報・収録曲情報の【検索結果表示画面】を見た後、現在検討している【商品情報・権利情報の登録画面】を確認し、商品情報や権利情報を登録してみたいか、回答ください。

【昨年度構築】音楽権利情報検索ナビ / 商品情報・収録曲情報表示画面

音楽権利情報検索ナビでは、CD商品で約51万アルバム、約**624万楽曲**、配信楽曲で約**292万楽曲**の情報を公開しました。商品情報・収録曲の情報、権利情報が確認できます。

ゆきのねいろ feat. 初音ミク

品番：KRCD-4
POS：4511820085994
レコード会社：クリプトン・フューチャー・メディア(株) / -
※集中管理： [登録者](#) [非登録者](#)
[このCD商品の情報提供を行う場合はこちら](#)

発売日：2013/02/05
セット数：1
収録曲数：6

税抜価格：¥1,111
収録曲数：6

ジャンル：ポップス歌謡曲
総収録時間：27'40"

[用語の説明](#)

収録曲非表示

曲順	メドレー	曲名	IV	収録時間	アーティスト	ISRC	JASRAC 作品コード	NexTone 作品コード	著作権 管理情報	情報提供
1	0	Counterclockwise	V	4'20"	nyuryu feat.初音ミク	-	-	-	自己管理楽曲	追加 ・ 変更
2	0	廃都アトリエスタにて	V	5'34"	cosMo@暴走P feat.讃音レン・讃音リン	-	-	-	自己管理楽曲	追加 ・ 変更
3	0	うさぎのワシャンカ	V	4'03"	あつぞうくん feat.初音ミク	-	-	-	自己管理楽曲	追加 ・ 変更
4	0	snow draws	V	5'07"	えのやつく feat.初音ミク	-	-	-	自己管理楽曲	追加 ・ 変更
5	0	スノー・マン	V	4'05"	ムジカデリック feat.讃音リン	-	-	-	自己管理楽曲	追加 ・ 変更
6	0	白い雪のプリンセスは (Orchestra ver.) (Special Track)	V	4'28"		-	166-9920-3	N00036777	管理情報	追加 ・ 変更

閉じる

【現在検討中】商品情報・権利情報の登録画面 / 商品情報登録画面

商品情報を入力いただくと「音楽権利情報検索ナビ」で検索されるようになります。

©文化庁 / 権利情報集約化等協議会

【現在検討中】商品情報・権利情報の登録画面 / 商品情報登録画面（自動反映機能）

AmazonでCDを販売していたり、Apple Musicで配信されている場合は、
品番を入力し、ボタンを押すと、自動で情報を反映できます。

©文化庁 / 権利情報集約化等協議会

【現在検討中】商品情報・権利情報の登録画面 / 作品情報登録画面

商品情報に加えて収録曲ごとに情報を登録することができます。
AmazonでCDを販売していたり、Apple Musicで配信されている場合、
商品情報同様に、自動で情報を反映することができます。

(3) 用語集

表 0.4 用語集

用語	概要
原盤	原盤とは、音楽 CD 等を複製するマスターとなる歌唱・演奏等の音を収録した録音テープ、ディスク等を指す。この原盤に関する著作隣接権等の権利を有する者を原盤権者という。原盤権者は、レコード製作者の著作隣接権として「複製権」「送信可能化権」「譲渡権」「貸与権」「放送二次使用料を受ける権利」等を有する。
サンプル盤	レコード会社がプロモーション等の目的で、試聴してもらうために「貸与」している CD。市販される CD と同じ内容のジャケット写真、ブックレットを使用していることから、パッケージの情報をデータベースに登録する目的で利用している。
レーベルコピー	CD, DVD 等のパッケージ内容（発売日、価格、レーベル名、アーティスト名、収録曲情報（曲名、収録時間、ISRC、作詞・作曲者）等）が記載された書類。
API	「Application Programming Interface」の略で、コンピュータプログラムの機

用語	概要
	能やデータなどを、外部の他のプログラムから呼び出して利用するための手順やデータ形式などを定めた規約のこと。
ISRC	「International Standard Recording Code」の略。国際標準レコーディングコード。レコーディング（オーディオレコーディング及び音楽ビデオレコーディング）の識別に利用される唯一の国際標準コード。ここで言う「レコーディング」とは「収録及び編集の作業によって得られた成果」を指し、バージョン違い（リミックス）やタイム違いをはじめとする「視聴覚的に識別できるもの」は全て異なるレコーディングとして扱われる。
JASRAC 作品コード	JASRAC における作品管理上の番号。国内作品は数字 8 桁、外国作品は 8 桁のうち、左から 2 桁目がアルファベットとなる。（出所：JASRAC ホームページ）