

Googleの 著作権侵害 対策



Googleの 著作権侵害 対策

2018 年 11 月

	はじめに	5
	Google の著作権侵害対策に関する原則	7
	業界の状況とオンラインイノベーション	8
	数字で見る著作権	11
	政府や業界との取り組み	14
	YouTube	17
	YouTube がコンテンツクリエイターに与える影響	18
	YouTube が音楽業界にもたらすメリット	20
	YouTube がサポートするクリエイターと権利者による著作物管理	23
	コンテンツ ID	23
	コンテンツ ID とライブストリーム	28
	著作権一致ツール	28
	YouTube 著作権ポリシー	28
	YouTube 著作権センターと著作権侵害による削除通知	29
	YouTube コンテンツ検証プログラム	29
	ストリームリッピング	30
	YouTube が重視する透明性と濫用防止	30
	YouTube の異議申し立て通知手続き	30
	無効な通知の例	30
	YouTube のフェアユース保護	31
	Google のウェブ検索	32
	著作権侵害サイトはメディア関連の検索結果にほとんど表示されない	33
	合法的な代替品の提示	33
	大量の要請に対する処理	36
	Trusted Copyright Removal Program パートナー	37
	著作権侵害サイトの表示順位降格	38
	英国の自主的行動規範	39

オートコンプリートと関連検索からの著作権侵害に関連する検索用語の削除	40
合法的代替手段の視認性の向上	40
Google の画像検索へのアップデート	42
Google 検索による濫用の発見と透明性の重視	43
無効な DMCA 要請の例	44
透明性を通じた著作権侵害による削除の理解	45
インデックスに登録してされていない URL	46
検索と著作権侵害：その現実	47
 Google Play	50
著作権侵害に対してより優れた合法的代替手段を提供する	51
映画とテレビ番組	51
書籍と雑誌	52
アプリとゲーム	52
Google Play の著作権侵害対策	53
 広告	54
Following the Money	55
ベストプラクティス	56
AdSense	57
Google Marketing Platform と Google アドマネージャー	58
 新しい形態の著作権侵害に対する対策	59
Kodi アドオン	60
ストリーミングの濫用	60
その他の Google 製品での著作権侵害	61
 結論	62
詳細情報へのリンク	63



はじめに

インターネットは、人類の歴史上これまでなかった形で、世界中の人がつながり、創造し、新しい芸術作品を配信することを可能にしてきました。Google も、あらゆる種類のコンテンツの合法的配信を可能にし、著作権侵害対策にもこれまで以上に力を入れることで、その成長と成功において重要な役割を担っています。

著作権侵害を減らすためには、著作権侵害コンテンツに対してより多くの優れた合法的代替手段を提供すると同時に、より効果的な著作権侵害対策ツールが必要です。例えば、2018 年に行われた世界規模の調査によると、調査対象となったほぼすべての国とコンテンツ分野で、著作権侵害にかかわったインターネットユーザーの比率が減少している一方、合法的なコンテンツへの支払い額は増加しています。¹ Google はこの傾向に甘んずることなく、引き続きインターネット上における著作権侵害という課題を真剣に受け止め、著作権で保護されたマテリアルに関する報告・管理ツールに多大な投資を行っています。また、IT 企業がどのように著作権侵害対策に取り組むべきか指針を示すため、他業種のリーダーシップを取る企業と協力しています。本報告書では、こうした取り組みや、Google がどのようにして世界中のクリエイターに様々な機会を創出しているかについて説明します。

¹ Institute for Information Law, "Global Online Piracy Study," August 2018, <<https://goo.gl/mPPT7Q>>

2018 年に行われた世界規模の調査によると、
調査対象となったほぼすべての国とコンテンツ分野で、
著作権侵害にかかわった
インターネットユーザーの割合は減少し、
合法的なコンテンツへの支払い額は増加しています

Google の著作権侵害対策に関する原則

以下に挙げる 5 つの原則は、当社社員の人的リソース、時間、費用および IT への多額の投資に関する指針となるものです。

1. より多くのより優れた合法的代替手段の創造

著作権侵害は多くの場合、消費者の需要が合法的な供給によって満たされないときに起こります。著作権侵害に対抗する最善の手段は、さらに優れ、さらに簡便で合法的な代替手段を提供することです。こうした代替手段は、法の執行による試みよりもはるかに高い効果を上げることができます。Google Play Music、YouTube などのように、Google が魅力的なユーザー体験を提供する製品を開発することで、クリエイティブ産業の収入の拡大を推進し、ユーザーを合法的代替手段に導くよう努めています。また、Google は、他の合法サービスが信頼性の高い高速ストリーミングを顧客に提供するにあたって必要となるクラウドインフラストラクチャを供給することにより、さらに大きなエコシステムを支えています。

2. Follow the Money（不正サイトの金銭サイクル）

オンライン著作権侵害にかかわる不正サイトを運営しているのも商業的企業です。したがって、その供給元を断つことが効果的な対抗手段の 1 つとなります。Google はその第一人者として不正サイトを Google が提供する広告やペイメントサービスから排除・根絶し、業界全体におけるベストプラクティスの確立を支援しています。

3. 効率的かつ効果的で、拡張性があること

Google では、より大規模に機能する著作権侵害対策の実施に取り組んでいます。例えば、2010 年という早い時期に Google は、著作権侵害による検索結果の削除プロセスの合理化に向けて多額の投資を開始しました。その結果、手続きが改善され、毎週数百万件の割合で著作権侵害による検索結果の削除要請を処理することが可能となっています。

4. 濫用防止対策

検閲や、競争を妨げる目的で、虚偽の著作権侵害の申し立てが行われる場合があります。Google では、オンライン著作権侵害との闘いに取り組むと同時に、政治的な理由や競争的な理由による削除要請など、偽りの申し立てを確実に発見し排除するよう取り組んでいます。

5. 透明性について

Google は透明性の提供に取り組んでいます。外部機関が作成した透明性報告書では、Google は、著作権保有者や政府から受け取った、当社サービスからの情報削除を求める要請件数を開示しており、オンラインコンテンツに関する規制を巡る継続的な議論への情報を提供しています。²

² 詳細については、<<https://transparencyreport.google.com>> をご覧ください。

業界の状況とオンラインイノベーション

現在では、これまで以上に、より多くの音楽、動画、書籍、アプリ、ソフトウェアがより多くの場所でより多くの人々によって制作されています。³ クリエイティブ産業のこの活況は、世界的に巨額の収入をもたらしています。2017 年から 2022 年の期間のデジタル動画収入は 640 億ドルから 1,190 億ドルに増加すると予想されており⁴、2015 年から 2017 年までの世界の音楽ストリーミングによる収入は 2 倍以上に増加しました。⁵ 他の音楽業界報告書では、2017 年だけでも世界のストリーミング収入は 41% を超える増加を見せ、業界全体の 8% を超える成長に貢献したと報告されています。⁶

これらの傾向は、世界中でも同様に見られます。東南アジアでは、2025 年までにデジタル製品とサービスによって、この地域の GDP が 1 兆ドル増加すると予測されています。⁷ 27 の EU 加盟国では、オンライン登録動画収入が年間 128% 増加しました。⁸ インターネットが経済成長を牽引している米国では、デジタル経済は経済全体より 370% 速い成長を見せており、米国の GDP に年間 1 兆ドル以上貢献しています。⁹ 実際に、最近行われた調査によると、米国内に 1,480 万人いる個人クリエイターが 2016 年にアートや他の作品をオンライン掲載したことから得た収益は 60 億ドル近くに達しました。¹⁰ また、2018 年の南米の業界レポートでは驚異的な 18% の成長が記録され、この主な要因はストリーミング収入の 49% の増加であり、これは世界のどの地域よりも高い成長率でした。¹¹

インターネットにより、クリエイターにとっての新たな収入源が創出され、ファンが動画、音楽などのメディアを鑑賞する方法は根本的に変化しました。人々は今や Netflix や Google Play を通じ、テレビドラマの全シーズンを視聴し、Spotify や Google Play Music でアーティストの一連の楽曲をストリーミングすることができます。YouTube などのサービスは、空前の規模で各国間の文化的コンテンツを輸出しており、かつてないほど多くの国と言語にまで拡大しています。こうした変化はクリエイター、消費者、クリエイティブ産業にとって望ましいものとなっています。

デジタル動画からの収入は、
2017 年から 2022 年の間で 640 億ドルから
1,190 億ドルに増加し、
世界の音楽ストリーミングによる収入は
2015 年から 2017 年の間で 2 倍以上に増加しました

3 Computer & Communications Industry Association, "The sky is rising," October 2014, <<https://goo.gl/4geQaK>>

4 Juniper Research, "OTTs Vs TV Networks ~ 3 Winning Strategies," <<https://goo.gl/AxbsMt>>

5 PwC, 'Perspectives from the Global Entertainment & Media Outlook 2018-2022,' June 2018, <<https://goo.gl/LCf3Yj>>

6 International Federation of the Phonographic Industry, "Global Music Report 2018," April 2018, <<https://goo.gl/bDix9X>>

7 At Kearney, "The ASEAN Digital Revolution," 2016, <<https://goo.gl/1O8J6W>>

8 European Audiovisual Observatory, "Trends in the EU SVOD Market," November 2017, <<https://goo.gl/XN2Z68>>

9 Bureau of Economic Analysis, "Defining and Measuring the Digital Economy," March 2018, <<https://goo.gl/b5QyxT>>

10 Re:Create Coalition, "Inaugural Study Finds Nearly 15 Million Americans Earning Billions in the New Creative Economy," February 2018, <<https://goo.gl/FVvtEg>>

11 IFPI, "Global Music Report 2018: State of the Industry," April 2018, <<https://goo.gl/7CNAdj>>

12 YouTube for Artists, “Exploring Latin music’s explosive YouTube growth,” November 2017, <<https://goo.gl/kHeqVr>>

Google は、ユーザーが合法的にエンターテインメントやカルチャーを発見し、購入し、楽しめるプラットフォームを構築しています。またオンラインメディアを収益化するための画期的なアプローチを開拓しています。そのプラットフォームを使用するデジタルアーティストを成功に導くための Google の取り組みは、YouTube によって世界中でラテンアメリカ音楽の人気の爆発したことからも明らかです。2017 年の 1 日当たりの YouTube におけるラテンアメリカ音楽動画の再生回数は急増し、インドで 316%、インドネシアで 268%、フィリピンで 257%、エジプトで 206%、イスラエルで 150%、英国で 120%、オーストラリアでは 116% 増加しました。¹²

合法的な音楽、動画などのメディアを便利に利用できることが、著作権侵害を軽減する最も効果的な対策の 1 つです。音楽業界は、広告付きの無料ストリーミングサービス（YouTube Music、Spotify Free、Pandora など）、ダウンロードストア（Apple の iTunes など）、オンデマンド型の定

簡単にアクセスでき楽しめる合法的な音楽、動画などのメディアが、著作権侵害に対する最も効果的な対策の 1 つです

13 Copia, “The Carrot or the Stick?” October 2015, <<https://goo.gl/VXEe58>>; Mediavision, “Music Sweden File Sharing & Downloading,” 2011, <<http://goo.gl/XTUVH>>; Spotify, “New Spotify study sees encouraging downwards trend in music piracy in the Netherlands,” July 2013, <<https://spotifyblog.com.wordpress.com/uk/2013/07/17/adventures-in-netherlands/>>; Billboard, “Streaming Services Make Inroads Into Piracy Down Under, Spotify’s Will Page Tells Bigsound” September 2014, <<http://goo.gl/UGstju>>; TorrentFreak, “Spotify Helps to Beat Music Piracy, European Commission Finds,” October 2015, <<https://goo.gl/kvFuvD>>

14 University of Amsterdam Institute for Information Law, “Global Online Piracy Study” July 2018, <<https://goo.gl/X2ddDU>>

額制サービス（YouTube Music Premium や Spotify Premium など）をはじめとする様々な音楽サービスにライセンスを付与することで、こうしたアプローチの有効性を実証しています。これにより、メディアは、様々な価格帯にいる膨大な数のファンを幅広く獲得できます。

このような著作物のライセンス付与がインターネット上の著作権侵害に対して効果を持つことは明らかです。例えば、スウェーデン、オーストラリア、オランダにおける Spotify の成功により、これらの国では著作権侵害率が大きく低下し、合法的なストリーミングメディアをより普及させることにより著作権侵害率が低下することが実証されています。¹³ この効果を実証する事例は他にも多数あります。

- 2018 年にアムステルダム大学が作成した報告からも、2014 年から 2017 年の期間にヨーロッパで合法コンテンツに対し支払われた金額が増加すると同時に、著作権侵害率が低下したことがわかっています。¹⁴

15 EY, “Un manque à gagner a minima de 1,18 milliard d’ euros,” June 2018, <<https://goo.gl/eZHMMyW>>

16 Coalition of Creators and Content Industries, “Piracy observatory and digital content consumption habits 2017,” April 2018, <<https://goo.gl/sVu6WY>>

17 Australian Government Department of Communications and the Arts, “Consumer survey on online copyright infringement 2018,” August 2018, <<https://goo.gl/nsWDbZ>>

18 IDATE, “Online Content Study: Changes in the distribution, discovery, and consumption of lawful and unauthorised online content,” November 2015, <<https://goo.gl/PYxmg2>>

19 Mike Weatherley, “Strides in the right direction,” July 2015, <<http://goo.gl/s0Lo4M>>

20 TorrentFreak, “Three Large File-Sharing Sites Announce Shutdown,” March 2016, <<https://goo.gl/OMFpND>>

21 これらの業界の取り組みの詳細については以下を参照してください：<https://www.betterads.org>

22 Better Ads Standards の詳細については以下を参照してください：<https://www.betterads.org/standards>

23 TorrentFreak, “Chrome’s Default ‘Ad-Blocker’ is Bad News for Torrent Sites,” July 2017, <<https://goo.gl/DbNqYn>>

- フランスの調査によると、2017 年の著作権侵害件数は 2016 年と比較して 8% 減少しました。また、著作権を侵害しているコンテンツのストリーミングの件数は前年に比較して減少しており、コンテンツに対して料金を支払う傾向が強くなっています。¹⁵
- 2018 年にスペインの著作権侵害対策団体が報告したところによると、不正なコンテンツにアクセスしたユーザー数は大幅に減少しています。¹⁶ オーストラリア政府が行った調査でも、2018 年の著作権侵害件数は全体的に減少しています。¹⁷
- 英国の規制機関、OFCOM（情報通信庁）の調査でも、著作権侵害をさらに減少させるためにコンテンツ配信サービスが寄与できる点をいくつか挙げています。例えば、権利者と協力して、作品数を増加させることや、テレビ番組や歌、映画のリリースからそれをダウンロードできるまでの期間を短縮したりすることなどが含まれます。¹⁸

著作権侵害を防止するもう 1 つの手段として、著作権侵害サイトの収入源を断つ「Follow the Money」が挙げられます。英国の知的財産犯罪捜査チーム（PIPCU）が行った 2015 年の推定によれば、広告収入を遮断することで、著作権侵害サイトの 95% は閉鎖を余儀なくされるということです。¹⁹ 実際にこのアプローチの効果はすでに実証されています。例えば、2016 年 3 月、欧州で特に人気の高いファイル共有サイトのうち 3 つのサイトが、広告を通じてそのサービスを収益化することが困難になったことを理由に閉鎖しました。²⁰

Google は、関係業界大手と共同で「Follow the Money」アプローチを展開し、Google の広告サービスから著作権侵害サイトを排除し、Coalition for Better Ads などの団体を通して業界の広告基準の普及に努めることで、オンライン著作権侵害の対策を講じています。^{21,22} また、Google は、業界品質標準に従わないウェブページからの広告が、著作権侵害サイトに圧倒的に多いことが事例により明らかであることから、これらの広告を排除する広告ブロッカーを Chrome ブラウザに組み込みました。²³ この結果、合法的な事業のインセンティブが増加するという好循環が Google 独自の広告ネットワークを超えて大きく拡がりました。

数字で見る著作権

Google が これまで創出した収入



30億ドル以上

他のユーザーの動画で自分のコンテンツが使用されることについて、コンテンツ ID を通して収益化した権利者に YouTube が支払った金額。

Google の 取り組みの範囲



1億ドル以上

人材確保およびコンピューティングリソースを含め、コンテンツ ID を開発するために Google が投資した金額。



18億ドル以上

2017 年 10 月から 2018 年 9 月までに YouTube が音楽業界に支払った広告収入は 18 億ドルを超えました。音楽業界が YouTube から得た広告収入の合計額は 60 億ドル以上になります。



9,000 以上

コンテンツ ID を使用し、作品の管理と収益化を行うパートナーの数。これらパートナーには、大手ネットワーク放送局、映画会社、音楽出版社、レコードレーベルなどが含まれ、Google のコンテンツ ID データベースに 8,000 万個以上の有効な参照ファイルを提供しています。

Google がこれまで取ったアクション



8 億 8,200 万件の URL を評価

2017 年だけで、コンテンツ所有者が Google に通知した URL 数は約 8 億 8,200 万件でした。Google はこうしたウェブページの 95% を削除し、情報が欠けている、正しくない、または濫用と見なしたおよそ 5,400 万件の削除要請を却下しました。



1,000 万件を超える

著作権侵害の疑いがあるために 2017 年に Google が却下した広告は 1,000 万件を超えました。



著作権問題の 98% がコンテンツ ID を使用して処理されています

2017 年に YouTube で行われた著作権侵害の申し立ての 98% がコンテンツ ID を通じて申請されました。コンテンツ ID により、クリエイターは削除通知を行わずに、作品を管理することができます。コンテンツ ID による申し立ての 90% 以上が収益化を行っており、YouTube パートナーにとっての大きな収入源となっています。

政府や業界との取り組み

政府や業界との取り組み

Google は、どうすればオンライン著作権侵害を防止し、合法的なコンテンツとユーザーをつなげられるかについて、世界中の政策立案者と積極的に討議しています。最近の事例について、いくつかご紹介します。

- 2017 年 9 月に Google は、フランスの小規模著作権保有者のための「ワンストップショップ」を構築するため、国立映画センター（Centre National du Cinéma）およびフランス著作権保護連盟 ALPA とのパートナーシップに参加しました。これにより、フランスの著作権保有者は、YouTube のコンテンツ ID や検索の Trusted Content Removal Program などの大規模著作権保有者および組織向けに設計されたツールを使ってコンテンツを保護できるようになりました。
- 2017 年 2 月 に は、Google は、Motion Picture Association、British Phonographic Industries Ltd、Microsoft Bing や他のクリエイティブ産業の代表と共に、Voluntary Code of Practice に参加しました。Voluntary Code of Practice では、英国知的財産局と協力して、著作権侵害対策としての検索エンジンの自主的な取り組みの有効性を評価するとともに、業界内の協力を強化しています。2 つの検索エンジンは、現在まですべての四半期ごとの外部機関による有効性試験に合格しています。
- 2016 年 3 月、Google は Australian Digital Alliance（ADA）と共同で、キャンベラにおいて著作権フォーラムを主催し、業界リーダーや政策立案者、国際的専門家たちがこれに参加しました。オーストラリアおよびニュージーランドの政府関係者や政府顧問にとっては、著作権法の改定に関する専門家と会談し、彼らからその経験を学ぶ機会となりました。
- 2015 年に Google は、デジタルミレニアム著作権法（DMCA）のノーティス・アンド・テイクダウン・システムの運用改善を目的とした、マルチステークホルダープロセスである米国商務省の Internet Policy Task Force に参加しました。²⁴ これらの討議の結果、DMCA ノーティス・アンド・テイクダウン手続きのベストプラクティス一覧が作成されました。²⁵
- 2015 年 3 月、Google はフランス文化・通信省が開始した「Follow the Money」プロセスへの支持を表明しました。IAB France の一員として Google は、オンライン著作権侵害に対処するためのベストプラクティスに関する憲章に署名しました。この憲章への署名者は、広告サービスの「不正サイト」との関与防止を目的とした、明確かつ透明性のある原則の確立に取り組んでいます。

²⁴ DMCA は、Google 等の適格なオンラインサービスプロバイダーを対象に、著作権侵害の申し立てに対する金銭的責任に関するセーフハーバー条項を規定する米国法です。同条項の要件の 1 つとして、サービスプロバイダー（この場合、Google）は、一定の要件を満たした請求を受理した場合には、著作権侵害の疑いがある素材を削除、またはそれへのアクセスを遮断しなければなりません。欧州の電子商取引指令をはじめとするその他の法域の法律でも、サービスプロバイダーに対して同様の条項が規定されています。

²⁵ United States Patent and Trademark Office, “U.S. Commerce Department Announces Digital Millennium Copyright Act Multistakeholder Forum Results,” April 2015, <<https://goo.gl/NQZB2r>>

26 The White House, “Coming Together to Combat Online Piracy and Counterfeiting,” July 2013, <<https://goo.gl/86x1QE>>

- 2013 年 7 月、Google はホワイトハウスの知的財産執行調整官（IPEC）オフィスやその他大手広告ネットワークと共同で、著作権侵害と模倣行為への対処を目的とした広告ネットワークに関するベストプラクティスおよびガイドラインに参加しました。こうしたベストプラクティスに基づき、広告ネットワークでは、主としてオンライン著作権侵害にかかわるウェブサイトが広告ネットワークによる広告プログラムへ参加することを禁じるポリシーを掲げ、それを維持していく予定です。²⁶

27 EU Growth, “Memorandum of Understanding on online advertising and intellectual property rights,” July 2018, <<https://youtu.be/5-yXMWk3cW0>>

- 2018 年 6 月、Google は、様々な広告事業者、著作権保有者および業界団体が参加する連合に参加して、欧州委員会との自主的覚書（MoU）に署名しました。MoU は、著作権侵害および模倣行為にたずさわるサイトやアプリへの広告収入を断ち切る「Follow the Money」戦略を支持しています。Google は、数か月にわたる交渉に積極的に参加し、MoU²⁷ に署名した唯一の大手テクノロジー企業です。

また Google では、著作権を侵害する作品を特定するプロセスを標準化し、オンライン広告主のためのベストプラクティスを構築する目的で、その他業界大手との積極的に協力しています。いくつかの事例をご紹介します。

- 2018 年 5 月には、Google は、オーディオビジュアルサービスやその配信のためのセキュリティ技術を提供する欧州企業団体 Audiovisual Anti-Piracy Alliance とパートナーシップを結びました。Google は、欧州全土に拠点を置くこの連盟の加盟企業と連携した継続的な取り組みやベストプラクティスを通して著作権侵害と闘っています。

- 2015 年以来、Google は Trustworthy Accountability Group（TAG）の著作権侵害対策ワーキンググループに参加しています。TAG の依頼で作成された 2017 年の報告書では、デジタル広告業界が講じてきた著作権侵害対策により、著作権侵害サイトの収入は 48 ～ 61% 減少しました。²⁸

28 Trustworthy Accountability Group, “About the Certified Against Piracy Program,” <<https://goo.gl/SQ1we5>>

- 2015 年以来、Google は、著作権の価値とイノベーションの推進方法に焦点を当てた、ASEAN 加盟国の専門家と知的財産当局（IPO）を対象とした WIPO（世界知的保有権機関）のワークショップに参加してきました。

- 2015 年 2 月に Google は、英国の産業横断団体と共同で、Digital Trading Standards Group（DTSG）の提唱を行いました。これは、著作権侵害が疑われるウェブサイトへの広告の掲載を防止するための、オンライン広告に関する自主規制的なベストプラクティスの原則の構築を目的としたものです。

YouTube



YouTube

表現する場所をあらゆる人に提供し、その声を世界中に届けるという YouTube の使命のもと、世界中の人々が動画を制作し、公開し、共有することが可能となっています。現在、YouTube には毎分、400 時間以上分もの動画がアップロードされており、そのテーマも政治からコメディ、スポーツから宗教までとありとあらゆるものに及んでいます。毎月、モバイルデバイス、家庭のテレビ、またはコンピュータから 19 億人を超えるユーザーが YouTube にアクセスします。毎日、10 億時間分もの動画が YouTube で視聴されており、動画の再生回数は数十億回にも達しています。YouTube は真の世界的プラットフォームなのです。90 カ国以上の各国版が提供されており、80 もの様々な言語（インターネット人口の 95% をカバーする）で YouTube を利用することができます。再生時間の 70% 以上はモバイルデバイスから操作されています。新興市場向けの Google アプリ、YouTube Go は現在では 140 カ国で利用されています。このようなグローバルリーチの結果、YouTube の再生時間の 85% は米国以外で発生しています。

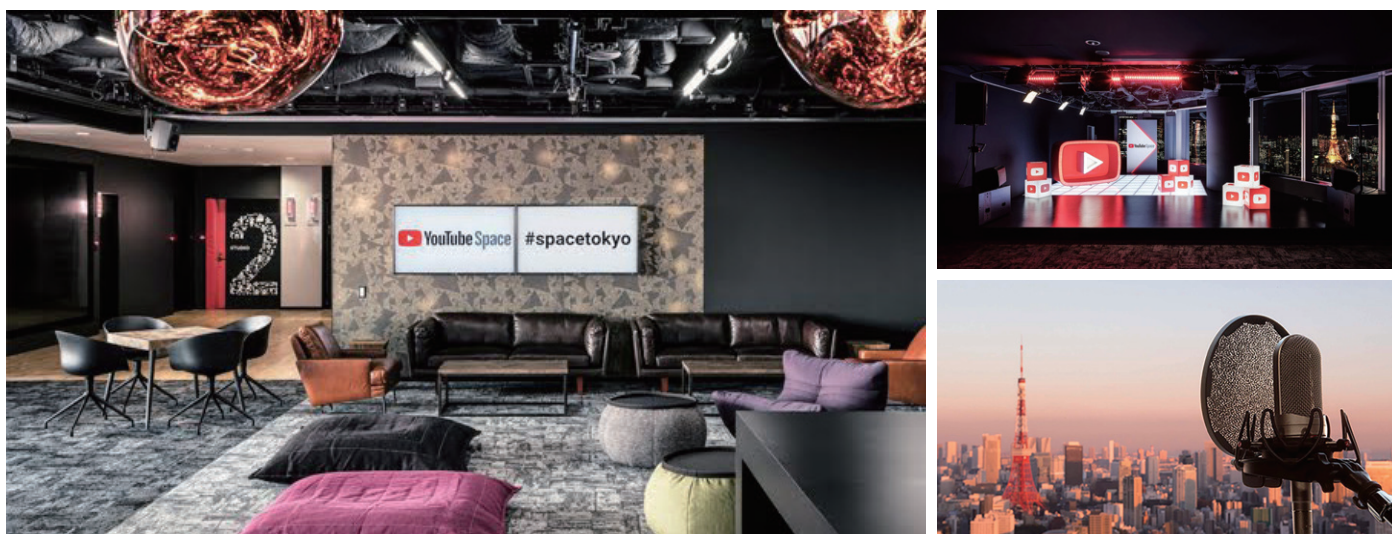
YouTube がコンテンツクリエイターに与える影響

現在、90 カ国以上で数百万に上るチャンネルが、YouTube 動画から収入を得ています。これには、世界的大手のレコードレーベル、映画会社、報道機関のチャンネルから、基本的に地域の小規模事業であるインディーズ系のミュージシャンやクリエイターが含まれます。YouTube がクリエイターにもたらす収入額は増加を続けています。YouTube で年間に 10 万ドル以上の収入を得るチャンネルの数は前年比で 40% 増加し、年間 10,000 ドル以上の収入があるチャンネルの数は 35% 以上増加しました。

こうしたクリエイターの多くは、YouTube での成功をきっかけとして、まったく新しい収入源やビジネスチャンスを手に入れています。YouTube の動画の上または横に表示される広告から得られる分配収入に加えて、トップクリエイターたちは自らの成功を、新しいプロジェクトへ多様に展開しています。その範囲はブランドとのエンドースメント契約からベストセラー書籍にまで至ります。例えば、10 代のクリエイター、JoJo Siwa はウォールマートや Claire's などの小売業者と提携して、彼女のトレードマークであるヘアリボンを世界中のファンに販売しています。JoJo のフォロワーは、JoJo が訴えているいじめ防止のメッセージへの支持をこのヘアリボンを着用して表明します。²⁹

29 AdAge, "Q&A with the Girl Behind that Big Hair Bow", December 2017, <<https://goto.gl/tqDFbS>>

こうしたグローバルなクリエイターのコミュニティへの投資と支援を進めるために、Google は YouTube Space をベルリン、ドバイ、ロサンゼルス、ムンバイ、ロンドン、ニューヨーク、パリ、リオデジャネイロ、東京、トロントに開設しています。YouTube Space は、YouTube クリエイターが無料で利用できる共同制作施設で、業界の専門家から学んだり、コーヒーを片手にクリエイター同士でアイデアを共有したり、最新の機器を使用して優れた次の動画を制作したりすることもできます。YouTube Spaces で動画を制作する前に、クリエイターは著作権に関するトレーニングを受け、他のアーティストが制作した作品に敬意を払うためのルールを理解することが求められます。2018 年 8 月の時点で、YouTube Space で制作された動画は 26,000 本を超え、再生回数 30 億回、再生時間 1 億 5,000 万時間を超えています。



東京の YouTube Space の写真
詳細については、youtube.com/space をご覧ください。

YouTube が音楽業界にもたらすメリット

YouTube は、大手レコードレーベルはもとより、数百もの著作権管理団体、インディーズレーベル、音楽出版社と提携し、ファンが YouTube 上で音楽やミュージックビデオをシェアすることを支援しています。音楽業界のパートナーとのライセンス契約と、コンテンツ ID などのツールの提供により、ファンが YouTube にアクセスし、音楽動画を再生するのに応じてクリエイターや権利者には報酬が支払われます。2017 年 10 月から 2018 年 9 月までに YouTube が音楽業界に支払った広告収入は 18 億ドルを超えました。音楽業界が YouTube から得た広告収入の合計額は 60 億ドル以上になります。成長を続ける サブスクリプションサービスである YouTube Music Premium から得られる収入と、ファンが投稿した動画の収益化から得られる収入と相まって、YouTube は業界にとって有意義であり、拡大する収入源となっている他、世界中のファンと交流できる強力なプラットフォームを提供しています。

YouTube と、最近立ち上げた YouTube Music は、ファンが自分の好きな音楽の合法的な提供元を見つけ、共有、視聴するために最初にアクセスするサイトです。例えば、2018 年 7 月の時点で、テイラー・スウィフトのミュージックビデオ「Shake It Off」は 250 億回以上再生され、これは大手ストリーミングサービスの 10 倍を超える数です。³⁰ 再生回数が 10 億回を超えた YouTube 動画は 100 個を超えましたが、2015 年にこの領域に達した動画はわずか 15 動画でした。³¹ MIDiA によると、ミュージックビデオの再生回数が 10 億回に達するまでの時間は、2010 年の 10 分の 1 に短縮されています。³² ファンが YouTube を利用してお気に入りのアーティストやアルバムにアクセスする傾向が強いことを認識した音楽業界では、ビルボードトップ 100 チャートや英国の Official Charts Company のランキングに YouTube 再生回数を含めるようになりました。また、YouTube は、44 カ国で独自のヒットチャートを作成し、トレンドの音楽、最も人気のある曲やアーティスト、ミュージックビデオを発表しています。³³

YouTube は広告費だけでも
60 億ドル以上音楽業界に貢献しています。

30 Taylor Swift, "Shake It Off,"
<https://youtu.be/nfWlot6h_JM>;
Headline Planet, "Taylor Swift's 'Shake
It Off' Reaches 200 Million Spotify
Streams," July 2018,
<<https://goo.gl/LfWFKo>>

31 YouTube Playlist, "One Billion Club,"
<<https://goo.gl/Q6KHJ6>>

32 2010 年には、ミュージックビデオの再生回
数が 10 億回に達成するまでに平均 1,841
日かかっていましたが、2017 年には平均
でわずか 171 日でした。Mark Mulligan,
"State of the YouTube Music Economy
2.0: A Turning Point for All Parties,"
August 2018, <<https://goo.gl/5oHPrU>>

33 YouTube for Artists, "YouTube charts
launch in 44 countries," May 2018,
<<https://goo.gl/yRGDaE>>

YouTube はまた、458,000 人という記録的な数のユーザーが世界中で同時にライブ動画を見たという Beyoncé の Coachella 公演に代表されるような、大規模音楽イベントにテクノロジーとオーディエンスを提供しており、人気音楽イベントにとって YouTube 上でライブ配信することは重要な目標になっています。アーティストである Childish Gambino は、ミュージックビデオ「This is America」（後に各賞を受賞）を、テレビ番組 Saturday Night Live でのライブパフォーマンスとタイミングを合わせて初公開しました。この同時初公開の結果、この動画は発表後 1 週間で 8500 万回再生され、米国、英国、オーストラリア、南アフリカ、アイルランド、ノルウェーを含む 11 カ国の YouTube Songs チャートで 1 位にランキングされ、ポップカルチャーの歴史に残る大ヒットとなりました。³⁴

34 Billboard, "Beyonce's Coachella Set Is the Most-Viewed Performance on YouTube Live Stream," April 2018, <<https://goo.gl/opEV5U>>; YouTube Music Charts & Insights, May 2018, <<https://goo.gl/BUzeGM>>

35 ABC News, "Pop Star Justin Bieber Is on the Brink of Superstardom," November 2009, <<https://goo.gl/f1w1So>>; YouTube for Artists, "Camila Cabello: Made in Miami," February 2018, <<https://goo.gl/zamXxU>>; YouTube for Artists, "Dua Lipa: From sharing covers to being covered," June 2017, <<https://goo.gl/6uA8Pz>>

36 YouTube for Artists, "Stormzy: Gang Signs & Prayer," September 2017, <<https://goo.gl/PcZntR>>; YouTube for Artists, "YouTube at The Great Escape," May 2017, <<https://goo.gl/qikMYM>>

37 Engadget, "YouTube's 'Artist on the Rise' program spotlights new music stars," May 2018, <<https://goo.gl/vSqWjD>>

38 YouTube for Artists, "New official artist channels on YouTube," January 2018, <<https://goo.gl/NQtNqJ>>

39 詳細は以下をご覧ください:
<<https://charts.youtube.com/>> and
<<https://goo.gl/TVspXb>>

40 YouTube for Artists, "YouTube and Ticketmaster," November, 2017, <<https://goo.gl/5tghuJ>>

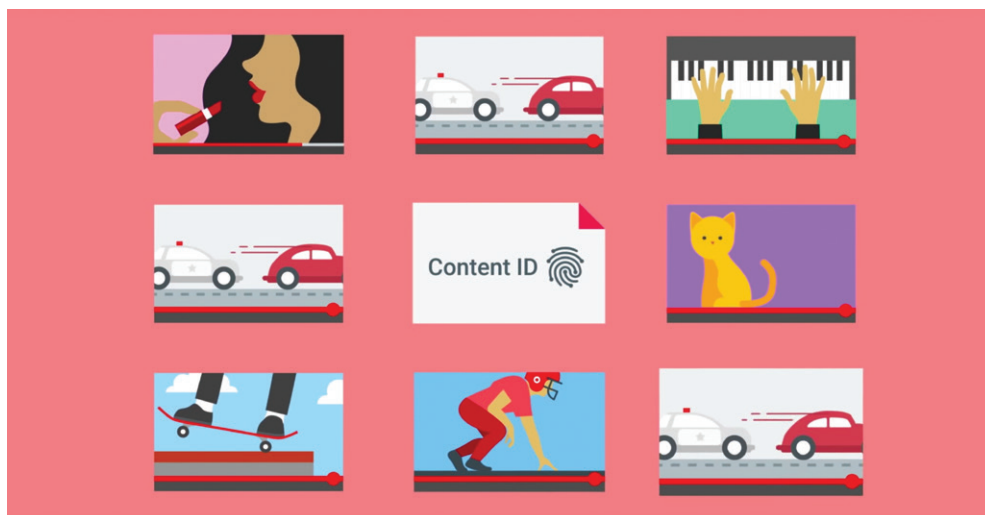
41 YouTube Creator Blog, "VidCon 2018: Helping creators earn more money and build stronger communities," June 2018, <<https://goo.gl/n55G9R>>

YouTube は、新人アーティストや、あらゆる音楽ジャンルに非常に効果的なプロモーションを提供するプラットフォームでもあります。Justin Bieber、Camila Cabello、Dua Lipa などの有名な先駆者に続いて YouTube でデビューすることは、音楽業界の新人ミュージシャンにとって、確立されたキャリアパスであり、重要な登龍門となっています。³⁵ 英国のグライムミュージックは YouTube を通して注目されるようになり、Skepta や Stormzy などの先駆者を中心に、新人のラッパーにスポットを当てるチャンネルによって人気に火が付きしました。³⁶ YouTube は、キャリア上あらゆる段階にいるアーティストがもっと発掘されるよう支援するために、Artist on the Rise という新しいプログラムを開始しました。このプログラムでは、毎月新人のミュージシャンやバンドをトレンドングタブで取り上げ、多様なラインナップで旬な音楽を新しいオーディエンスに紹介しています。³⁷

また、アーティストとその作品を紹介するだけでなく、データ指向の画期的な方法でファンを獲得できるよう支援もしています。2017 年より YouTube は、ファンが 1 つのチャンネルでお気に入りのアーティストの作品すべて（公式ビデオからライブ公演、各曲、アルバムなど）を簡単に見つけられる公式アーティストチャンネルを立ち上げました。³⁸ アーティストは、YouTube Music Insights や YouTube Analytics のようなサービスを利用することにより、今後のリリースやツアーの計画、ファンへのグッズ販売、ライブストリーミングなど重要なイベントに備えることができます。³⁹ YouTube はアーティストや作曲者が YouTube Analytics に直接アクセスできるようレーベルや出版社がサービスを提供することを推奨しています。YouTube は、2017 年に Ticketmaster と共同で、YouTube にアーティストの公式ミュージックビデオと今後のコンサート予定を表示する機能を構築しました（日本未対応）。ファンは 1 回クリックするだけで Ticketmaster のサイトに行ってイベントのチケットを購入できます。⁴⁰ YouTube は Teespring とも協力してクリエイターが作ったグッズを YouTube チャンネルから直接ファンに販売できるサービスも開発しました。⁴¹

**YouTube上で起こる
著作権問題の98%以上は
コンテンツIDにより処理されました**

YouTube がサポートするクリエイターと権利者による著作物管理



著作権保有者はコンテンツ ID を使用して YouTube 上のコンテンツを簡単に識別し管理できます：
youtu.be/9g2U12SsRns

コンテンツ ID

2007 年に YouTube は、権利者が YouTube 上で自身の作品を効果的に管理し、モニタリングするために必要な世界で初めての著作権管理システム、コンテンツ ID の運用を開始しました。コンテンツ ID を使用すると、権利者は、ユーザーがアップロードした動画の中に自身のクリエイティブ作品が含まれる場合に自動的に通知され、その動画が検知されたときにそれをどのように取り扱うかを事前に選択することができます。

YouTube 上で起こる著作権問題の 98% 以上が、ノートイス・アンド・テイクダウン手続きではなく、コンテンツ ID により処理されています。2017 年にコンテンツ ID に登録された申し立ての 98% 以上が自動的に処理されています。つまり、コンテンツ ID が作品を自動的に特定し、著作権所有者による介入を必要とせずに、彼らが希望する措置を自動的に適用しているのです。

コンテンツ ID の仕組み:権利者は、保有する作品の参照ファイル（音声のみ、または映像と音声）、作品の内容を説明したメタデータ、コンテンツ ID が一致するコンテンツを発見した場合に適用する措置（ポリシー）をあらかじめ登録します。システム内の参照マテリアルライブラリには、8,000 万を超える数の音声と映像のファイルが含まれています。

その後、YouTube はユーザーによってアップロードされた動画を参照ファイルと照合し、作品を自動的に特定し、そのコンテンツに対して権利者の希望する措置を自動的に適用します。⁴² 権利者は、アップロードされた動画が自身の作品と一致した場合の措置を、以下の 3 つから選択することができます。

1. 収益化する。
2. そのままにし、動画の再生に関する統計データを追跡する。または
3. YouTube から完全にブロックする。⁴³

これらのポリシーは、コンテンツがどのように利用されているかによって柔軟に適用できます。権利者は、動画で使用されているコンテンツの量、あるいはコンテンツが動画に占める割合を基にルールを設定できます。著作権を侵害していない可能性がある動画に申し立てが送信されないよう、自動的に対処するのではなく、特定の申し立てを確認するという選択肢もコンテンツ ID のユーザーには提供されているため、柔軟に対応できます。

コンテンツ ID が著作権保有者に提供する複数の選択肢により、コンテンツ ID は海賊版対策に限定されない、収入を生むためのツールとなっています。コンテンツ ID により、適切な許可を得ていない作品がアップロードされた場合でも、クリエイターと権利者に収入がもたらされます。2017 年には、権利者はコンテンツ ID で申し立てたうちの 90% の割合で収益化することを選択しており、権利者に収益源が新たに提供されています。音楽業界では、権利者は、コンテンツ ID 申し立てのうち 95% を超える割合で、収益化を選択しています。コンテンツ ID を通して、他のユーザーの動画で使用されているコンテンツを収益化している権利者に支払われた金額は 30 億ドルを超えています。コンテンツ ID の規模と有効性は、予想もしなかった画期的な形でファンが曲や動画を再利用することから収益を得られる効率的な方法を提供しています。⁴⁴

42 詳細は以下をご覧ください:
<<https://goo.gl/A48tna>>

43 詳細は以下をご覧ください:
<<https://goo.gl/nzDGrS>>

44 Christophe Muller, "YouTube: 'No other platform gives as much money back to creators,'" April 2016,
<<http://goo.gl/N9QoF8>>

45 “Spencer’ s Home Depot Marriage Proposal,”
<<https://youtu.be/l4HpWQmEXrM>>

46 Billboard, “Alan Walker: From Bedroom Producer to Official Sia Remixer,” December 2016,
<<https://goo.gl/sCFKuN>>;
“Alan Walker - Faded,” December 2015,
<<https://youtu.be/60ltHLz5WEA>>

47 詳細については以下をご覧ください:
<<https://goo.gl/9Y92sG>>

48 詳細については以下をご覧ください:
<<https://youtu.be/QuOn93KPlr4>>

49 Billboard, “A Meme Pushes Fleetwood Mac’ s ‘Dreams’ Onto Hot Rock Songs Chart,” April 2018,
<<https://goo.gl/yJzc45>>

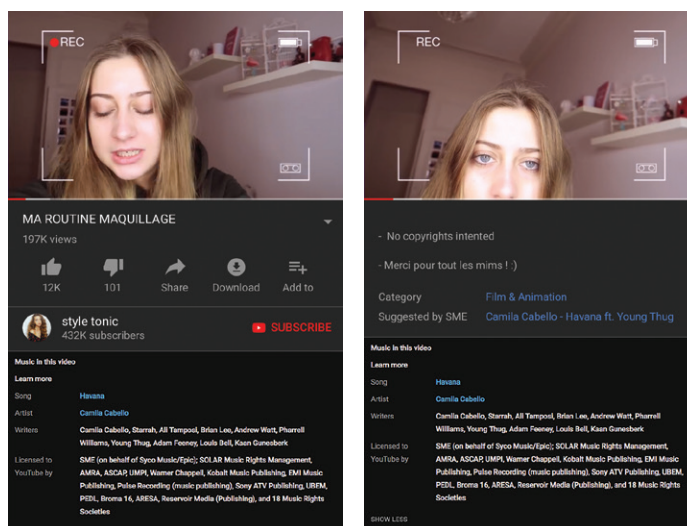
50 Le Figaro, “I Will Survive de Gloria Gaynor cartonne depuis la victoire des Bleus en Coupe du monde,” July 2018,
<<https://goo.gl/MDmz5p>>

これらの「非公式動画」からアーティストは多額の配当金を得ることができます。オーストラリアのインディーポップシンガー、Betty Who の曲「Somebody Loves You」は、1,400 万回以上再生されたプロポーズ動画の背景に流れていたことから注目を浴びました。⁴⁵ イギリスのアマチュア EDM プロデューサー、Alan Walker は、YouTube クリエイターが作成した動画内で無償で再利用できるよう自分のトラック「Fade」を NoCopyrightSounds という名の YouTube チャンネルから配信しました。このチャンネルは大人気となって世界中からファンを獲得し、大手レーベルとのレコード契約を結ぶまでになり、公式アップロード版は 20 億回近く再生されました。⁴⁶ 新しい音楽をファンが見つけられるよう、YouTube ではコンテンツ ID データを使用してファンがアップロードした動画に、曲名、演奏者、作曲者、所属するレコードレーベルや音楽出版社などの、曲に関する情報が表示されます。⁴⁷ コンテンツ ID では、他のユーザーによりアップロードされた権利者のコンテンツを使用する動画から、権利者の公式チャンネルにたどりつけるよう、自動的にリンクすることもできます。⁴⁸

YouTube は、ミームやダンスの分野でも、新しい方法でヒット作を生んでいます。Rae Sremmurd の「Black Beatles」や Drake の「In My Feelings」はシングルとしてリリースされる予定はなかったのですが、ファンが作成しコンテンツ ID を申し立てていたダンスビデオが数千万回再生された結果、ヒットチャート第 1 位にランク入りしました。同様の成功例としては、Maître Gims の「Sapés Comme Jamais」、Zay Hilfiger の「Juju on that Beat (TZ Anthem)」、iLoveMemphis の「Hit the Quan」、Silentó の「Watch Me (Whip/Nae Nae)」、Pharrell Williams の「Happy」、Beyoncé の「Single Ladies (Put a Ring on It)」、Bauer の「Harlem Shake」、Ayo and Teo の「Rolex Challenge」、Soulja Boy の「Crank That (Soulja Boy)」が挙げられます。過去にリリースされた曲が再ヒットする例もあります。1977 年にリリースされた Fleetwood Mac の「Dreams」は、人気ミームで使用されたことから Billboard の Hot Rock Songs ヒットチャートの上位に再登場しました。⁴⁹ フランスの男子サッカーチームが 2018 年のワールドカップで優勝した際は、ファンが記念動画を制作し、1978 年にリリースされた Gloria Gaynor の「I Will Survive」を使用したことで、この曲の人氣が再燃しました。⁵⁰

また、YouTube はコンテンツ ID の継続的な改良にも努めており、高水準の著作権管理ツールとしての質を維持すべく、コンテンツ ID に 1 億ドル以上を投資しています。動画の縦横比や縦横の向きを変更したり、音声を高速／低速再生するなどして検知されないよう工作しても、コンテンツ ID は検知できます。⁵¹ 機械学習の発達により、著作権で保護されているメロディー、動画、音声を検知できるようになったため、カバー演奏、リミックス、再アップロードが検知され、権利者は、「申し立て」、「追跡」、「YouTube からの削除」のいずれかの措置を取ることができます。公式の録音とは違っていても曲のメロディーが認識できるため、クリエイターや権利者は、拡大する YouTube のカバー演奏コミュニティから大きな利益を得ています。

51 Fast Company, “YouTube is using AI to police copyright—to the tune of \$2 billion in payouts,” July 2016, <<https://goo.gl/5emYdZ>>



「この動画の音楽」には、コンテンツ ID のデータと技術が使用されており、ファンが動画の中の音楽が気に入ったときにその情報を入手できます。

YouTube は、サービス開始以来、才能のあるアマチュアミュージシャンがカバー曲をアップロードして新しいオーディエンスを獲得することを支援し、最終的にはオリジナルの音楽を作曲するきっかけにもなってきました。ティーンエイジャーの姉妹、Chloe x Halle が Beyoncé の曲「Pretty Hurts」を歌った動画の再生回数は 1,500 万回を超え、コンテンツ ID を通して音楽出版社から申し立てを受けました。⁵² この動画を目に留め気に入ったビヨンセがレコードレーベルとの契約を提案し、オリジナル曲を収録した最初の EP がリリースされました。⁵³ 自分の好きな曲のギターカバー曲を投稿した韓国の高校生 Sungha Jung は、登録ユーザーが 500 万人を超え、オリジナルの曲を収めたアルバムを複数リリースし、世界ツアーを開催するまでになりました。⁵⁴ YouTube は、曲がカバーされることにより、作曲者、出版社、演奏者のすべての利益になると考えているため、コンテンツ ID を使用することによって、公式の録音でなくても、曲の構成と一致する部分が認識されれば、動画からすべての関係者が収益を得ることができます。⁵⁵

52 Chloe x Halle, “Beyoncé – ‘Pretty Hurts’ (Chloe x Halle Cover),” December 2013, <<https://youtu.be/uPwuduhx0vw>>

53 Rolling Stone, “How Chloe x Halle Caught Beyoncé’s Ear,” June 2016, <<https://goo.gl/xBa899>>

54 Rappler, “Sungha Jung: Growing up on YouTube,” February 2016, <<https://goo.gl/vNYmRM>>

55 コンテンツ ID の詳細については、以下をご覧ください: <<https://goo.gl/iLnmJc>>

56 コンテンツ ID の異議申し立ての詳細については、以下をご覧ください:
<<https://goo.gl/6lBubT>>

57 BBC, "White noise video on YouTube hit by five copyright claims," January 2018, <<https://goo.gl/ZtoQqS>>

58 Wikimedia Foundation, "Can Beethoven send takedown requests? A first-hand account of one German professor's experience with overly broad upload filters," August 2018, <<https://goo.gl/9xwnma>>

59 コンテンツ ID の対象とならないコンテンツの詳細については、以下をご覧ください:
<<https://goo.gl/7NLHeE>>

60 YouTube Creator Blog, "Update: Improving Content ID for creators," November 2016, <<https://goo.gl/u4GehP>>

コンテンツ ID は、通常、著作権保有者と動画をアップロードしたファンの両方にとってメリットのあるものですが、あらゆるコンテンツフィルタリングシステムと同様、誤認識が発生する可能性もあります。動画をアップロードしたユーザーがコンテンツ ID による申し立てを受け、それを不当だと考える場合には、異議申し立てを選択することができます。⁵⁶ コンテンツ ID で異議申し立てがされる割合は 1% を下回りますが、そのうち 60% 以上でアップロードしたユーザーの異議が受理されています。ユーザーによる異議申し立てにより、YouTube の一致検出技術と著作権保有者の著作権管理方法の両方で、改善の余地がある箇所が明らかになります。例えば、オリジナルのホワイトノイズトラックを制作しているオーストラリアのミュージシャンは、異なるホワイトノイズによって生成されたコンテンツ ID の申し立てに対し異議を申し立てました。⁵⁷ クラシック音楽のパブリックドメイン（公有財産）録音をアップロードしたドイツの音楽教授は、録音の著作権保護期間が過ぎていたにもかかわらず複数の音楽レーベルからコンテンツ ID 申し立てを受けたため、異議を申し立てました。⁵⁸

YouTube は、パブリックドメインに帰属する作品や、十分に識別できない音声や動画などの無効なコンテンツ ID 参照マテリアルを無効化することを目指しています。⁵⁹ 過去数年間、YouTube は、自動審査と人間による審査を組み合わせることで無効な申し立てを事前に検知できるよう投資してきました。また、コンテンツ ID 申し立てに異議申し立てがされている間も引き続き動画から収益を得ることができるようにするなど、すべての関係者に対する公平性を改善するよう、異議申し立て手続きを改善してきました。⁶⁰

コンテンツ ID で異議申し立てが
される割合は 1% を下回ります

コンテンツ ID とライブストリーム

コンテンツ ID の改良に継続的に取り組んだ結果、すべての YouTube ライブストリームを照合して著作権で保護されたコンテンツと一致させることができるようになりました。これには、スポーツイベントやミュージックフェスティバルのようなライブ放送も含まれます。例えば、フジロックフェスティバルは 2018 年に YouTube を使ってライブ配信されましたが、権利者はライブコンテンツ ID を使用して不正なストリームをプラットフォームから排除しました。⁶¹ スペインの LaLiga などの多くの人気スポーツリーグでは、生放送された試合全体をコピーした動画を、コンテンツ ID を使用して自動的に検知、ブロックしています。⁶² コンテンツ ID データベースに存在するコンテンツが認識されると、コンテンツが検知されなくなるまで、ライブストリーミングの代わりにプレースホルダー画像が表示される場合があります。著作権を侵害しているライブストリーミングが強制終了され、YouTube チャンネルの所有者はライブストリーミング機能に一時的にアクセスできなくなることもあります。⁶³

著作権一致ツール

YouTube は、コンテンツ ID 一致検出システムの機能を活用して、YouTube 上に再アップロードされたクリエイターの動画とほぼ同一の動画を検出する著作権一致ツールを立ち上げました。⁶⁴ YouTube に同一の動画がアップロードされると、その動画を初めにアップロードしたクリエイターには、参照ファイルを YouTube にアップロードすることなく、自身の動画がアップロードされたことを通知されます。クリエイターは、一致する動画を確認して、削除要請やアップロードしたユーザーに連絡することを選択できます。これにより、クリエイターは、YouTube 上で作成した作品の管理権を確保し続けることができます。クリエイターは、この新しいツールを使用することにより著作権管理を簡素化でき、高い品質の動画を制作することに集中できます。

YouTube の著作権ポリシー

YouTube にアップロードされたコンテンツの大部分は、どの著作権も侵害していません。しかしながら、YouTube は、著作権について教育する役割を重く受け止めており、著作権侵害行為を防止するための強力なインセンティブを設けています。その結果として、YouTube には、著作権侵害の防止と常習犯の根絶を目的とした次のようなポリシーが設けられています。

1. 著作権侵害による有効な削除通知を受けて、YouTube が動画を削除した場合、ユーザーにその旨を通知し、その動画をアップロードしたユーザーのアカウントに「著作権侵害の警告」を適用します。
2. オンラインによる「コピーライトスクール」の受講を完了することにより、ユーザーは著作権について学び、アカウントへの違反警告の期限切れを待つ権利を取得します。
3. 違反警告を 3 度受けた時点で、当該ユーザーのアカウントは停止され、そのアカウントにアップロードされた動画はすべて削除されます。

61 Japan Forward, “Fuji Rock 2018 Livestream Highlights: Enjoy Japan’s Most Famous Rock Festival from Home,” July 2018, <<https://goo.gl/5rzxoJ>>

62 Vozpópuli, “LaLiga se vale de Google para evitar el piratería del fútbol en YouTube,” May 2017, <<https://goo.gl/hP434N>>

63 コンテンツ ID とライブストリーミングの詳細については、以下をご覧ください: <<https://goo.gl/PH9SZk>>

64 著作権一致ツールの詳細については、以下をご覧ください: <<https://goo.gl/VRxWU3>> および <<https://goo.gl/cSi4gJ>>

YouTube 著作権センターと著作権侵害による削除通知

YouTube では、著作権問題の大部分はコンテンツ ID により解決されていますが、残りの 2% は DMCA 削除要請を通じて解決されます。著作権保有者や代理人は、YouTube 著作権センターを通じて著作権侵害を理由とする削除通知を提出することができます。著作権センターでは、簡便なウェブフォームのほか、⁶⁵ 著作権について学べる幅広い情報を提供しています。

⁶⁵ 削除通知を送信するための Google のウェブフォームについては、以下をご覧ください: <https://www.youtube.com/copyright_complaint_form>

2017 年に YouTube が 300,000 名以上の削除要請者から受け取った DMCA 削除要請は 250 万件を超え、削除が要請された動画 URL は 700 万件を超えました。大多数のケースでこのようなコンテンツは削除されますが、手続きを誤解している申し立て、あるいは純粋に手続きを濫用している要請も多数あります。YouTube は、これらの削除要請を慎重に審査し、追加情報を求めるか、300,000 以上の動画に対する削除要請を却下しています。



YouTube 著作権センターについて説明した動画をご覧ください:

<https://youtube.com/yt/about/copyright>

YouTube コンテンツ検証プログラム

ウェブフォームの使い易さに加えて、YouTube は、定期的に著作権侵害による多くの削除通知を提出する必要があり、これまでの申請において高精度で実証されているクリエイターや権利者を対象に、コンテンツ検証プログラムを提供しています。このプログラムを使用すると YouTube 内をより簡単に検索でき、著作権の侵害が疑われる動画をすばやく特定できます。また、ユーザーインターフェイスがアップグレードされ、コンテンツ ID の検索機能と統合されたこのコンテンツ検証プログラムを使用すれば、クリエイターや権利者は YouTube 上の作品を効率的かつ効果的に管理できます。

ストリームリッピング

「ストリームリッピング」とは、作品（通常は音楽作品）を複製するために、ストリーミングメディアをダウンロード可能なフォーマットに変換する方法を指します。これは、サイト、ツール、アプリ、サービスなど様々な技術形体を使って行うことが可能です。これにより、YouTube の広告や支払いというエコシステムの外でコンテンツが使用され、YouTube やそのコンテンツパートナーに悪影響を与える可能性があります。YouTube の利用規約では、YouTube または各著作権保有者からの合意書を事前に取得していない限り、動画をダウンロードまたは複製することは禁止されており、この行為を防止するための技術的な対策を講じています。YouTube は、利用規約に違反し、著作権を侵害しているツールまたはサービスの通知を受けた場合、YouTube API(該当する場合) へのアクセスを無効化するなどの措置を取ります。さらに、音楽業界と協力して、ストリーミングリッピングを行っている組織を特定して対処します。また、YouTube の商標を侵害しているストリーミングリッピングサイトに対しても措置を取ります。

YouTube が重視する透明性と濫用防止

YouTube の異議申し立て通知手続き

YouTube は、コンテンツの削除に際して、できる限り透明性を確保するよう取り組んでいます。こうした理由から、動画に何かしらの措置を講じた場合は、ユーザーに対して通知を行っています。動画をアップロードしたユーザーが、自分の動画に対して著作権保有者が提出した DMCA 削除要請が不当であると考えた場合は、著作権保有者が誤った要請を行った可能性があるとして反証する目的で、ウェブフォームで説明することができます。⁶⁶ 著作権保有者がアップロードしたユーザーに対し訴訟を起こさなければ、その動画は復元されることがあります。

⁶⁶ 異議申し立て通知の詳細については、以下をご覧ください：
<<https://goo.gl/CKW3se>>

2017 年には、20 万本を超える動画を対象とする 15 万件あまりの異議申し立てが YouTube に送られました。権利者が正当でない異議申し立てを確認したり応答したりする負担を減らすため、YouTube では、異議申し立てを慎重に審査し、合法的に必要な要素がすべて含まれているだけでなく、動画を復元する正当な理由があるかを確認するために投資しています。YouTube に送信される異議申し立ての 3 分の 2 以上が基本的な審査に合格せず、著作権保有者の時間を無駄にしないよう、却下されます。

無効な通知の例

YouTube は、こうしたツールの濫用を深刻に受け止めています。ツールの濫用が判明したパートナーは、ツールを利用することができなくなります。YouTube コミュニティと著作権保有者が揃ってコミュニティとしてベストプラクティスを構築できるよう、著作権削除要請の濫用や拡大解釈の例を以下に公開します。

- ある大手ファストフード会社は、人気のあるミュージックビデオの削除要請を送信しました。ミュージックビデオには、レストランでの一場面に、黒塗りされたその会社のロゴが写っていました。YouTube は、フェアユース（公正使用）によるロゴの使用が保護されているか否かを検討するようこの会社に依頼しましたが、それ以来回答がありませんでした。この場合、動画は削除されませんでした。
- もう1つの例では、米国のノベルティギフト会社から、アンパサンド（&）の形をしたまな板の販促動画に対し、似た形のまな板のデザインを侵害しているという削除要請を受けました。著作権で保護されているのは創作的な表現であって、アイデアは保護されません。この場合、動画は削除されませんでした。
- トルコのコンテンツネットワークの社員が、複数の反政府ニュースチャンネルに投稿されたアゼルバイジャン政府を批判する動画を削除するよう個人的な判断で要請しました。動画は一旦削除されましたが、後に復元されました。このコンテンツネットワークは、それ以上濫用による削除が行われないようアゼルバイジャンの営業所を閉鎖しました。
- 故人となったフランスの建築家の孫が、建築家が設計した建築物の復旧について議論する動画の削除を要請しました。この要請者は、その建物の写真の使用が著作権違反の例外によって保護されない理由を説明できませんでした。この場合、動画は削除されませんでした。

YouTube のフェアユース保護

上記のように、YouTube は、明らかなフェアユースまたは公正な取り扱い、あるいは類似する著作権侵害の例外に当たるとされる動画の削除要請を受けることがあります。米国の法廷では、権利者には、著作権削除通知を送信する前に、フェアユースを考慮に入れる責任があるという判決が下されたため、多くの場合（著作権削除通知全体に対しての比率は非常に小さいとはいえ）、YouTube では権利者にこの分析を行ったか確認を取っています。

YouTube では、著作権削除要請から公正な使用を守るための新しい取り組みも実行しており、非常に稀なケースとして、YouTube での「フェアユース」の模範例になると考えられる動画の制作者に、この取り組みへの協力を依頼したことがあります。⁶⁷ この取り組みを通して、YouTube は、動画を公正使用していたのに削除通知を受け、著作権侵害の訴訟を起こされていたら最高で 100 万ドルの訴訟費用を負担することになっていたであろうクリエイターを免責しました。これにより、クリエイターが自分の作品を保護する機会が保証され、YouTube 上のクリエイターコミュニティが公正な使用の重要性と同時に公正な使用原則の限界も理解する上で有意義な判例が示されました。

⁶⁷ フェアユースの詳細については、以下をご覧ください: <<https://goo.gl/J4t2eH>>



Google のウェブ検索

世界中のユーザーが Google の検索を使用して 1 年間に何兆回という検索を実行しています。実際に、何十億人という世界中のユーザーが、検索機能を使ってライセンス許諾のある動画、音楽、画像などのメディアを見つけています。例えば、Google 検索と Google ニュースでは毎月、新聞社のウェブサイトへのリンクに対して 100 億回以上のクリックがあります。さらに Subscribe with Google などのサービスを利用することで、これらのサイトにアクセスしたユーザーを定期購読プログラムに誘導することもできます。

著作権侵害サイトはメディア関連の検索結果にほとんど表示されない

検索インデックスは何千億というウェブページで構成されており、ウェブページが著作権侵害にかかわっているのは、ほんの極小数です。メディア関連のクエリであっても、ほぼすべての検索結果のトップページには合法的な結果のみが表示されます。これは、Google 検索の動力であるアルゴリズムのたゆまぬ改善と、著作権侵害による削除通知に的を絞った優先的な順位付けに対する権利者の取り組みの成果であると言えます。

合法的な代替品の提示

Google では、高品質の合法的代替品を便利に利用できるようにすることが、著作権侵害に対する最も効果的な対策の 1 つであると考えています。これに従い、Google は、検索結果の一部として合法的な代替品を提示するイニシアチブを多数立ち上げました。これには、コンテンツを購入する合法的な方法にユーザーを導いたり、映画や音楽の検索に対する広告の提供、合法的なコンテンツ購入手段や地域の映画館の上映時間に関する情報提供も含まれます。Google ではまた、著作権保有者や音楽サービスと共同で、現状では商品が表示されない可能性のあるロングテールな検索の検索結果に対して商品を反映するための、SEO（検索エンジン最適化）技術の活用に関して、ユーザーの理解を深める取り組みも実施しています。

Google 検索と Google ニュースでは毎月、
新聞社のウェブサイトへのリンクに対して
100 億回以上のクリックがあります

68 注：上位検索キーワードは Google の 2017 年の『Year in Search』レポート <<https://trends.google.com/trends/yis/2017/GLOBAL>> から抽出されています。検索キーワード比較データは、2018 年 1 月から 8 月までに行われた検索を基にしています。

検索キーワードの相対的な頻度は、Google Trends tool を用いて比較できます。以下をご覧ください。<https://www.google.com/trends/>

それにもかかわらず、映画のタイトルや演者の名前に「見る」、「無料」、「ダウンロード」といった条件を加える、一般的とは言い難いロングテールな検索の結果に注目して、誤解を招きかねない説明を行う批評家もいます。このような議論の第一の問題は、現在、多くの合法的サービスでは、オフライン再生できるよう映画の再生またはダウンロードが許可されており、無料の場合もあることです。このような種類の検索キーワード自体が、著作権侵害を示すものではありません。第二に、こうしためったにないクエリに対する検索結果に、潜在的に問題のあるリンクが含まれる可能性があるとはいえ、こうしたクエリがいかに稀なものであるかについても考慮する必要があります。この点について、Google 検索上位における、相対的頻度について見ていくことにしましょう。⁶⁸

2017 年に Google で最も検索回数が多かったミュージシャン上位 3 位

「ariana grande」は、「ariana grande torrent」よりも **7,184 倍**多く検索されています。

「linkin park」は、「linkin park free download」よりも **5,269 倍**多く検索されています。

「lady gaga」は、「lady gaga torrent」よりも **3,785 倍**多く検索されています。

2017 年に Google で最も多く検索されたテレビ番組上位 3 位

「stranger things」は、「stranger things watch free」よりも **15,474 倍**多く検索されています。

「13 reasons why」は、「13 reasons why watch free」よりも **7,277 倍**多く検索されています。

「big brother brasil」は、「big brother brasil torrent」よりも **30,473 倍**多く検索されています。

2017 年に Google で最も多く検索された曲上位 3 位

「despacito」は、「despacito torrent」よりも **2,927 倍**多く検索されています。

「shape of you」は、「shape of you torrent」よりも **2,017 倍**多く検索されています。

「perfect」は、「perfect torrent」よりも **1,732 倍**多く検索されています。

2017 年に Google で最も多く検索された映画上位 3 位

「it」は、「it free download」よりも **3,313 倍**多く検索されています。

「wonder woman」は、「wonder woman watch free」よりも **10,719 倍**多く検索されています。

「beauty and the beast」は、「beauty and the beast watch free」よりも **8,021 倍**多く検索されています。

2018 年アカデミー賞ノミネート作品

「lady bird」は、「lady bird watch free」よりも **11,707 倍**多く検索されています。

「the post」は、「the post free download」よりも **10,353 倍**多く検索されています。

「three billboards outside ebbing, missouri」は、「three billboards outside ebbing, missouri watch free」よりも **20,274 倍**多く検索されています。

「the shape of water」は、「the shape of water watch free」よりも **8,588 倍**多く検索されています。



「ariana grande」は「ariana grande torrent」よりも

7,184倍

多く検索されています



「stranger things」は「stranger things watch free」よりも

15,474倍

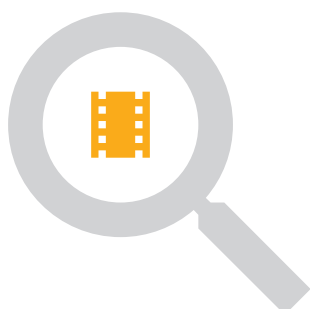
多く検索されています



「despacito」は「despacito torrent」よりも

2,927倍

多く検索されています



「it」は「it free download」よりも

3,313倍

多く検索されています

Google では、検索結果に著作権を侵害するコンテンツへのリンクが含まれることを望んでおらず、著作権を侵害するウェブページが表示されないよう真剣に取り組んでいます。こうした主な取り組みには、クリエイターや権利者と協力して、著作権を侵害するコンテンツにリンクされた検索結果を特定し、削除し、合法的な代替品を提示することが含まれます。

大量の要請に対する処理

メディア関連のクエリの大部分に対して、クリーンな結果を表示しているとはいえ、結果に疑わしいリンクが含まれてしまう場合もわずかながらあります。こうしたロングテールな検索では、Google では著作権保有者と共同で、この問題に対処するためのいくつかの手段を講じています。Google では、著作権保有者による著作権侵害を理由とする削除通知の提出をサポートするために、Google のほぼすべてのサービスに関して著作権保有者が削除通知の送信に使用できるオンラインウェブフォームに関する合理的な送信プロセスを構築しています。⁶⁹

⁶⁹ Google のウェブフォームや削除通知の送信方法の詳細については、以下をご覧ください。 :
<<https://support.google.com/legal>>

ウェブフォームでの申請に必要な内容は、DMCA やその他同様の法律に準拠しており、世界各国の著作権保有者が Google に通知を送信するための、簡便かつ効率的なメカニズムを提供するものとなっています。2011 年以来、135,000 人を超えるユーザーが、著作権を侵害しているウェブページを検索結果から削除するよう要請しました。⁷⁰ Google では、こうしたサービスの提供に対して著作権保有者に料金を請求したことはありません。著作権侵害による削除通知の受け取りと処理に関するプロセスの改善に向けて、多額の資金を投じ、多くの技術的取り組みを続けています。

⁷⁰ Google Transparency report: Content Removals Due to Copyright, <<https://transparencyreport.google.com/copyright>>

Removing Content From Google

This page will help you get to the right place to report content that you would like removed from Google's services under applicable laws. Providing us with complete information will help us investigate your inquiry.

If you have non-legal issues that concern Google's [Terms of Service](#) or Product Policies, please visit <http://support.google.com>

We ask that you submit a separate notice for each Google service where the content appears.

What Google product does your request relate to?

- ☐ Blogger/Blogspot
- ☐ Google+
- ☐ Web Search
- ☐ A Google Ad
- ☐ Google My Business (reviews, questions & answers (Q & A), and business listings)
- ☐ Drive and Docs
- ☐ Google Play: Music
- ☐ Google Play: Apps
- ☐ Google Shopping
- ☐ Image Search
- ☐ Google Photos and Picasa Web Albums
- ☐ YouTube
- ☐ See more products

著作権保有者や代理人を対象とした提出ツールの提供を開始して以降、著作権を侵害している 30 億件以上の URL を検索結果から削除しました。2017 年だけでも、586,000 の独自ドメインまたはトップレベルサイトからおよそ 8 億 8,200 万のウェブページに対する削除要請が寄せられました。削除要請が送信された URL の数は 9% 減少し、削除要請が送信された URL の数が前年比で増加し続けてきた、長期にわたる傾向が逆転しました。Google は、検証した上でこれらのウェブページの 95% 以上を削除しました。残りの 5,400 万ページに関しては、情報が不足している、該当するページを発見できない、結論としてその素材が著作権を侵害していないといった理由から、ウェブページの削除を拒否、またはその復元を行っています。

Google は、著作権を侵害している
30 億件の URL を
検索結果から削除しました

Trusted Copyright Removal Program パートナー

コンテンツの削除のためのウェブフォーム開設に加え、Google は、適切な通知を提出しているという実績が実証されており、かつ毎日数千ページ分もの削除要請を継続的に提出する必要がある著作権保有者を対象としたツールを提供しています。これは、提出プロセスを合理化する目的で用意しているもので、Google 検索に関する Trusted Copyright Removal Program (TCRP) を設定しています。これにより、著作権保有者や執行代理人は大量の削除要請を継続的に提出することができます。2017 年の時点で、TCRP パートナーの数は 178 を上回っており、これらパートナーが削除通知の大部分を提出しています。

著作権侵害サイトの表示順位降格

著作権保有者からの通知があった場合、Google はページを検索結果から削除するだけでなく、特定のサイトについて送信された有効な削除通知の数を、検索結果の表示順位を決定する際に検討する、数百あるシグナルの中の1つとして考慮に入れます。このため、有効な削除通知が大量に送信されたサイトは、検索結果に表示される順位が低くなります。削除された URL が1つでもあるとドメイン全体に影響するため、この「降格シグナル」により、DMCA 削除通知の効果が拡大されます。

Google が有効な著作権侵害による
削除通知を大量に受け取っているサイトは、
検索結果のずっと下位に表示されるようになっています

コンテンツパートナーによって上映中、または興行リリースの準備中と認識されている映画の題名などの場合は、著作権で保護された作品の特性から、降格シグナルがさらに拡大される場合があります。降格シグナルにより、ユーザーは合法的で高品質のコンテンツ提供元をより簡単に特定することができるため、著作権を侵害するコンテンツからユーザーを遠ざけることができます。ある調査では、廉価で合法的なコンテンツがどれだけ簡単に利用できるかどうか、ユーザーが海賊版のコンテンツではなく正規のコンテンツを選択する行動に影響を与えることが示されました。⁷¹

⁷¹ Institute for Information Law, "Global Online Piracy Study," August 2018, <<https://goo.gl/mPPT7Q>>

このプロセスに関しては、大きな効果を実証されています。2014 年に降格シグナルの改善に着手してすぐに、主要なトレントサイトの1つが、検索エンジンからのトラフィックが最初の週に 50% 減少したことを認めています。⁷² 2016 年 5 月には、Google 検索から降格サイトへのトラフィックが平均で 89% 減少していることが判明しました。また、このことは 2016 年から 2017 年に削除通知を受けた URL の数が 9% 減少した結果の原因になった可能性もあります。こうした成功を糧に、Google は、DMCA 降格シグナルの改善と刷新に取り組み続けています。現在まで、降格シグナルにより、65,000 以上のウェブサイトの表示順位が降格されています。2017 年末までに、週平均 500 のウェブサイトの検索結果の表示順位が降格され、この降格は世界中の検索結果に適用されます。また、著作権を侵害するサイトが新しいドメインにユーザーを転送することで表示順位降格措置をすり抜けようとする工作を防止する対策も強化しました。

⁷² TorrentFreak, "Google's New Search Downranking Hits Torrent Sites Hard," October 2014, <<https://goo.gl/o7Ai61>>

2017 年末までに、週平均 500 の ウェブサイトの検索結果の 表示順位が降格されました

Google では、検索結果ではサイト全体の表示順位が降格されますが、具体的な削除要請を受け取らない限り、そのページを検索結果から削除していません。最大数の通知を受け取るウェブサイトでさえも、「通知の対象となる」ページ数はそのサイトの総ページ数のうちのごく一部にすぎません。こうした状況において、サイト全体を削除することは不適切であると考えられます。

削除通知と降格シグナルを併用した効果的な処理により、著作権保有者は不正サイトに対する強力なツールを手に入れています。新たな不正サイトが登場した場合、著作権保有者は削除通知でこれに対処することができ、その結果、Google にはランキングのためのシグナルの更新に利用できる情報が提供されます。

英国の自主的行動規範

最近、Google が、Microsoft や英国の大規模な権利者団体と共に参加している、自主的行動規範の一部として、Google の降格シグナルの効果が検証されました。⁷³ 規範の中心は、検索エンジンが「著作権を侵害するコンテンツに対する検索結果内での視認性を低減する目標」に達するかどうかという点でした。これまでに、Google の検索結果は 4 回の検証を受けました。降格シグナルなどの取り組みが功を奏して、メディア関連検索では合法的な結果が表示され、Google 検索は優秀な成績で検証に合格し、IPO と合意したしきい値をはるかに下回る値を記録しました。

73 U.K. Intellectual Property Office, “Search engines and creative industries sign anti-piracy agreement,” February 2017, <<https://goo.gl/fgwii2>>; a redacted version of the code is available here: <<https://goo.gl/zkg4AH>>

オートコンプリートと関連検索からの著作権侵害に関連する検索用語の削除

オートコンプリートはクエリの「補完」を図る、Google 検索の便利な機能です。他の人が入力した類似のクエリに基づき、入力が補完されるのです。関連検索では、他の人が入力したことがあるクエリの中から、類似すると思われるクエリが表示されます。いずれの機能でも、表示されるテキストは Google 自体から提案されたものではなく、他のユーザーが検索したキーワードを反映しています。Google では、オートコンプリートと関連検索に著作権侵害との関連性が高い検索用語が表示されないよう措置を講じており、今後も継続していく意向です。

Google では、
オートコンプリートと関連検索に著作権侵害との
関連性が高い検索用語が表示されないよう
措置を講じており、今後も継続していく意向です。

合法的代替手段の視認性の向上

著作権侵害を撲滅する最適な方法は、合法的なコンテンツの可用性を向上することです。Google では、Google の検索結果において公式の作品がより普及されるよう、新しい戦略を多数導入しています。

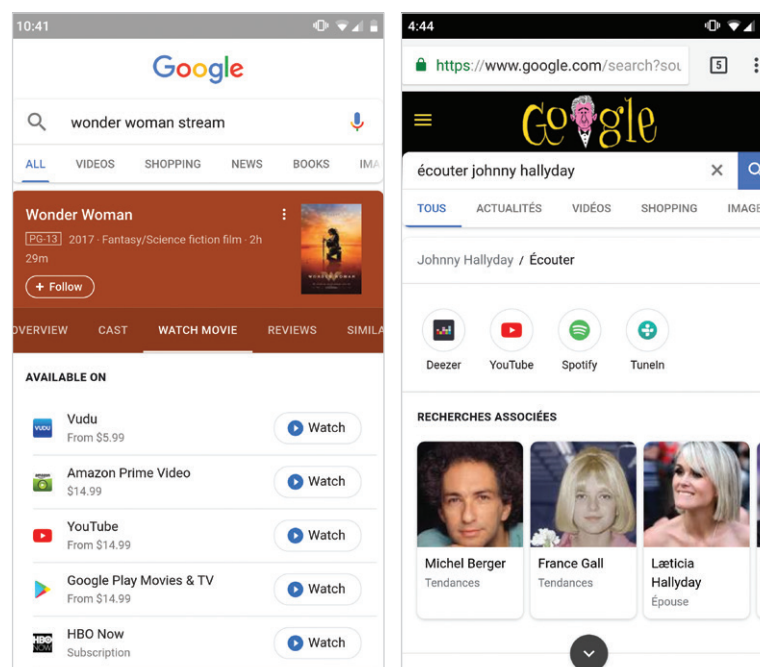
「ナレッジグラフ」によりユーザーを使用許可取得済みの作品に誘導

映画、ミュージシャン、アルバム等を検索すると、多くの場合、検索結果のトップまたはその付近に「カード」が表示されます。このカードは、クエリに対して情報、画像、簡潔な答えを提供するものです。Google では、カードを活用し、ファンにすぐにコンテンツをオンラインで視聴してもらえるような、クリエイターと権利者向けの新たな手段の試験を行っています。

「ロングテール」な購入重視のクエリに対する Watch and Listen アクション

ユーザーがメディアを視聴する目的で検索すると、検索キーワードからユーザーを合法的なコンテンツ提供元に誘導するためのグラフが新たに表示されることがあります。例えば、映画「ワンダーウーマン」を検索した場合、映画をストリーミング配信で再生するか、レンタルする、あるいは正規のコピーを購入するといった様々なサービスにリンクされたカードが表示されます。このグラフは、映画の「ストリーミング」または「ダウンロード」という検索キーワードを入力したときにも表示され、類似した音楽関係の検索キーワードを入力したときにも表示されます。Watch and Listen Action により、ユーザーは使用許可取得済みのオンラインの映画や音楽を簡単に検索できます。⁷⁴

74 このサービスは、地域のパートナーシップを通じて提供されているため、Watch Action 機能とパートナーのコンテンツの提供状況は地域によって異なります。

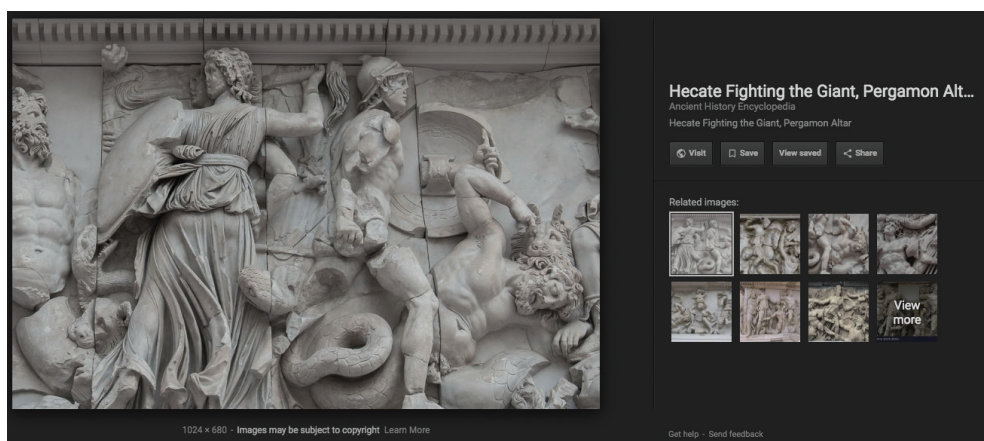


ユーザーを使用許可取得済みのコンテンツに誘導するこのような取り組みを拡大していくためには、音楽、テレビ、映画の公式サイトの側でも、検索エンジンによる効果的なインデクシングが施されるよう、さらなる取り組みを進めていく必要があります。⁷⁵ Google は、検索結果における使用許可取得済みの作品の視認性を向上するため、著作権保有者やコンテンツ配信サービスとの共同の取り組みを継続していきます。

75 例えば、Google は、Music Business Association が、音楽ウェブサイトのための検索エンジン最適化ガイドラインを出版するのを支援しました：Music Business Association, “SEO for Music Websites (Part II)” , May 2014, <[https:// goo.gl/ xNG9h8](https://goo.gl/xNG9h8)>

Google の画像検索へのアップデート

「ナレッジグラフ」や Watch Action などのイノベーションが登場するはるか前から Google は画像検索機能を導入していました。画像検索の当初からの目的は、ユーザーが、写真、芸術作品、ミーム、GIF などのオンライン画像を通じて情報を見つけられるようにするとともに、画像のクリエイターや所有者に多くのトラフィックを導くことでした。Google は、ユーザーからのフィードバックを基に、長年にわたって画像検索の改良を重ねてきました。最近の Google 製品では、写真家やストック写真業界と直接提携して、画像が見つかったウェブサイトの文脈で画像が表示されるよう、改良されてきています。また、Google の画像検索結果に画像が表示されたときは、必ず作者やクレジットメタデータも表示されるよう情報が追加されています。このようなアップデートにより、クリエイターが様々な方法で注目されたり、作品に興味を持ったユーザーとつながることができるようになっています。



Google 検索による濫用の発見と透明性の重視

Google では、著作権侵害による削除手続きの濫用の検知と防止に取り組んでいます。著作権侵害による削除要請の件数が増加するに伴い、適切でない要請や削除通知の濫用を検出することは容易でなくなっていますが、同時に、その重要性は高まっています。

Google に送信される削除要請には、不備のあるものや情報が足りないものをはじめ、純粋に濫用を目的とするものが含まれています。カリフォルニア大学バークレー校とコロンビア大学による大規模な調査によれば、Google に送信された著作権侵害による削除要請の 3 分の 1 近く (28.4%) で、その有効性に明らかな疑問を抱かせる特性が見られました。⁷⁶ このような状況の場合、Google は、検索結果から URL を削除することを拒否したり、これまでに削除したコンテンツを復元する決定を下すことがあります。2017 年に Google が検索結果からの削除を拒否した、あるいは復元したウェブページの数 は 5,400 万を超えました。

YouTube と同様、Google の検索でも、適切でない、または濫用を目的とした削除要請に対する審査機能として、異議申し立て手続きが重要視されます。2017 年に、ウェブサイト所有者によって送信された 26,000 件を超える意義申し立てに対応して、検索インデックスに復元された URL 数は 210,000 を超えます。

2017 年に Google が検索結果からの削除を拒否した、
あるいは復元したウェブページの数
は 5,400 万を超えました

76 Jennifer M. Urban, Joe Karaganis, Brianna L. Schofield, "Notice and Takedown in Everyday Practice," March 2017, <<http://goo.gl/HYTDUS>>

無効な DMCA 要請の例

以下は、著作権侵害による削除手続きを使って送信された、明らかに無効な要請の例です。いずれのケースでも、検索結果から問題の URL は削除されていません。

- エジプトの公職候補と称する個人より送られてきた著作権侵害申し立てでは、エジプトのニュースサイトから当人の逮捕記録に関する 2 ページにわたる記事を削除することが要請されていました。
- 音楽レーベルを代表する著作権侵害対策実行事務所は、おそらくは記事内に「ダウンロード」という単語が出てくるという事実を理由として、作品のリリースについて述べた複数の記事の削除要請を送信しました。
- ウクライナの政治家は、当人の政治的手腕を批判した複数の記事の中で自身の肖像画像が使われていることに対して、著作権侵害の申し立てを送信しました。
- ある企業は、その企業が Google に対し複数のウェブページを検索結果から削除するよう要請したことについて述べた記事の中で、その企業の製品の画像が使用されたことに対し著作権侵害の申し立てを登録しました。
- ある詩人より、自身のオンラインにおける著作権行使活動に関する批判および意見を対象とした削除通知が繰り返し送信されました。
- 著名な児童書出版社より、ある評論家が児童文学における銃のイメージの使用について述べた中で引用したことに対し、削除通知が送信されました。
- 自分の署名に著作権を主張する医師より、その医師の医師開業免許の差し止めに関する文書に対する削除通知が送信されました。

不正確な、あるいは、濫用的な通知を検知することは容易ではありませんが、Google は、濫用の防止に真剣に取り組み、この問題に対応するため、より多くのリソースの投資を続けていきます。Trusted Copyright Removal Program では、大量送信メカニズムを使って、無効な、あるいは不備のある通知を繰り返し送信したパートナーをプログラムから凍結、あるいは一時利用停止する措置を取ってきました。また、コミュニティが無効な削除要請を特定し異議申し立てできるよう、透明性ツールを構築しました。

透明性を通した著作権侵害による削除の理解

Google は、検索結果から URL が削除された場合、誰が削除要請を送信したか、また要請が送信された理由を公開する必要があると考えています。この理由は、検索結果から項目を削除するよう Google に送信されるほぼすべての法的要請の根拠が著作権侵害の申し立てであるからで、Google は透明性を保証するために以下の手続きを取っています。

1. Google 透明性レポートの維持 2012 年、Google は、著作権侵害による削除通知に関する詳細情報を透明性レポートサイトに追加しました。⁷⁷ 毎日更新されているこのサイトには、削除要請が送信されたウェブページの総数と、著作権保有者の代表として誰が通知を送信したか、また対象となったウェブサイトが掲載されています。Google の透明性レポートに記載されているデータは、ジャーナリスト、ウェブマスターや、関心を持つ一般人が検証し、透明性レポートも通知の濫用を検知する上で有用であることが証明されています。⁷⁸

2. ウェブマスターに削除を通知 ウェブサイトの運用者が Google の検索コンソールを使用している場合、運用者のドメインにあるウェブページに対し削除通知が送信されると、ウェブマスターは検索コンソールで通知を受け取ります。⁷⁹ ウェブマスターが検索コンソールを使用していない場合は、透明性レポートにそのドメインで受け取った削除通知が記録されています。ウェブマスターが、適切でない著作権侵害による削除通知によって自分のサイト内のページが Google 検索結果から削除されたと判断した場合は、これらのツールを使用して異議申し立てを送信できます。

3. Lumen に通知の複写を提供 2002 年以来、Google は、Google に送信された著作権侵害を理由とする検索結果からの削除通知のすべての複写を、非営利団体である Lumen に提供してきました。Google や Twitter などの複数のソースから著作権侵害による削除通知を Google と共同で収集してきた Lumen は、著作権保有者によって送信された削除通知の調査研究を支援しています。⁸⁰ Lumen は、最近、評判管理会社が、違法ではないがクライアントに不利となる情報を削除するために、どのように DMCA 通知や日付を偽造したウェブサイトを利用しているかについて特化して調査しています。⁸¹

⁷⁷ Google Blog, "Transparency for copyright removals in search," May 2012, <<https://goo.gl/rhNAM6>>

⁷⁸ 詳細については、以下を参照してください: <https://transparencyreport.google.com/copyright>

⁷⁹ Google Search Console, <<https://www.google.com/webmasters/tools>>

⁸⁰ Lumen Database, <<https://lumendatabase.org>>

⁸¹ Lumen, "Bad Reviews: How Companies Are Using Fake Websites to Censor Content," August 2017, <<https://goo.gl/eNnuYL>>

Google は、検索結果から URL が削除された場合、
誰が削除要請を送信したか、
またその理由を公開する必要があると考えています

4. 結果が検索結果から削除されたことをユーザーに通知する ユーザーが検索し、著作権侵害の申し立てによってその結果が削除されていた場合は、以下の通知が表示されます。

- ・ 米国デジタルミレニアム著作権法に従って送信された著作権侵害の申し立てを受けて、このページから1つの検索結果が削除されました。削除の原因となった DMCA 申し立ては [LumenDatabase.org](https://lumen.law.stanford.edu/) で参照できます。

In response to a complaint we received under the [US Digital Millennium Copyright Act](#), we have removed 1 result(s) from this page. If you wish, you may read the [DMCA complaint](#) that caused the removal(s) at [LumenDatabase.org](https://lumen.law.stanford.edu/).

インデックスに登録されていない URL

Google では毎年膨大な数の URL に対する削除通知を処理していますが、これらの URL の大部分は、Google の検索結果に1度も表示されたことがない URL です。これは、Google では、送信された時点でインデックスに登録すらされていない URL の削除通知も受理するからです。その上、Google は、検索結果に URL が表示されないよう予防的に対処し、同じドメインの他のページの表示順位を降格します。ある報告組織は、大量のインデックスに登録されていない URL を送信しました。ある例では、インデックスから削除された URL の約 82% がそもそもインデックスにありませんでした。⁸² 事実、2017 年に最も多くの URL を送信した3つの組織すべてで URL の 98% がインデックスに登録されていませんでした。これらの組織は3組織合計で 312,479,799 の URL の削除通知を送信しましたが、これらの URL の大部分である 306,892,799 がそもそもインデックスに登録されておらず、Google の検索結果に1度も表示されていませんでした。Google はこれらの通知に対する対応を続けていますが、これらの3つの組織は Google がブロックしている URL の数が、Google 検索結果に表示される著作権侵害の疑いがあるリンクの数を表す適切な数値ではないと主張しています。

82 See: "Google Inc. - Additional Comments [Amended]" in the U.S. Copyright Office's Section 512 Study, February 2017, <<https://goo.gl/CSJxX6>>

ある例では、インデックスから削除された
URL の約 82% がそもそも
インデックスに登録されていませんでした

検索と著作権侵害：その現実

著作権侵害の問題に対処する上で検索エンジンが果たすことができる役割を考察する際、評論家はしばしばいくつかの重要な現実を見落としています。

1. 検索は著作権侵害サイトへのトラフィックの主要要因ではない 著作権を侵害するメディアを利用しようとする意図のある音楽や映画、テレビのファンは、Google 検索を利用して著作権侵害サイトにアクセスしません。MPAA の調査によると、著作権侵害サイトへのトラフィックのうち、検索エンジンから誘導されたトラフィックは約 19% のみで、⁸³ 合理的仮定を適用すると、この調査のデータから、この数字は 7% に近いと考えられます。⁸⁴ さらに、Google が英国の著作権管理団体、PRS for Music と共同で行った調査により、著作権侵害サイトのビジネスは検索エンジンからのトラフィックに依存していないことが確認されました。⁸⁵ 同様の結果が、コンピュータおよび通信業界連盟 (Computer & Communications Industry Association) が発行した調査でも確認されました。⁸⁶

2. 検索を通じて著作権侵害サイトを撲滅することは不可能である 検索エンジンは、ウェブ上のコンテンツを制御できません。膨大な量のウェブページが Google のインデックスに登録されており、利益が得られる限り、著作権で保護された作品を公開することを目的とした新たなサイトが今後も必ず登場してきます。こうしたサイトは少額の資金で簡単に複製できるため、これらサイトを消し去るためには、その基盤となるビジネスモデルを根絶することに焦点を絞るべきです。⁸⁷ 世界中の法執行機関と政府は、このことに気付き始めています。例えば、Google は、欧州の不正サイトの収入源を断ち切ることを目的とした 2018 年の覚書 (MoU) に署名した際、欧州委員会の副会長、Andrus Ansip 氏は、「私は常々、『Follow the Money』アプローチを強く支持し、業界の代表者と積極的かつ緊密に活動してきました。MoU は 知的財産権の行使に向けた主柱となるものです。このアプローチは効果があることが証明されています」と述べ、このアプローチの有効性を称賛しました。⁸⁸ 検索に注目するのではなく、「Follow the Money」アプローチを取ることが、著作権侵害対策として最も効果が期待できます。

83 MPAA, "Understanding the Role of Search in Online Piracy," September 2013, <<https://goo.gl/KMDQYy>>; See also: DisCo, "MPAA: Online Demand for Movies is a Problem," September 2013, <<https://goo.gl/1S2LdS>>

84 19% は、テレビまたは映画関連を検索し、20 分間以内に著作権侵害サイトにアクセスした人の割合を示します。検索エンジンでコンテンツを見つけるまでの時間として 20 分間は非常に長い時間であると言えます。これは、ユーザーが検索結果ではなく、他の方法を使って著作権侵害サイトにアクセスしたことを示している可能性があります。この調査によると、この数字は、関連検索の 7 分以内では 10% 未満に、1 分以内では 2% 未満に減少します。調査では、検索の 42% で検索キーワードにドメイン名が含まれていたことから、ユーザーがすでに著作権侵害サイトを知っていて、ナビゲーション目的で検索を使用していたと報告されています。このため、時間枠を 20 分から 7 分に短縮し、ナビゲーションのための検索を正しく除外した場合、検索エンジンによって影響を受けたセッション数は 7% に減少します。

85 BAE Systems Detica, "The Six Business Models for Copyright Infringement," June 2012, <<https://goo.gl/S1XKUr>>

86 CCIA, "The Search Fixation: Infringement, Search Results, and Online Content," 2013, <<https://goo.gl/ZVSg0r>>

87 Northeastern University, "Clickonomics: Determining the Effect of Anti-Piracy Measures for One-Click Hosting," 2013, <<https://goo.gl/sKsRMv>>

88 European Commission, "Statement by Vice-President Ansip at EU Blockathon 2018 on the Memorandum of Understanding on online advertising and intellectual property rights," June 2018, <<https://goo.gl/4CEMSL>>

3. サイト全体の削除は非効率的であり、行き過ぎた検閲である

Google にすでにある、著作権侵害による削除フレームワークを使って、著作権保有者は検索結果から著作権侵害ページを効果的かつ効率的に削除できます。Google は、あるサイトに関して十分な数の著作権侵害による削除通知を受け取った場合、このサイトの検索結果内の表示順位を降格させる可能性があります。これを理由に検索結果からサイト全体を削除することはありません。サイト全体を削除すれば Google の運用上の負担は減りますが、この方法は効果が薄く、合法的なマテリアルの検閲に簡単につながる危険性があります。

例えば、ブログサイトには、数十万人ものユーザーが作成した何百万ものページが含まれています。ソーシャルネットワーキングサイトや e コマースサイト、クラウドコンピューティングサービスも同様です。こうしたページのすべてに、著作権を侵害するマテリアルが不注意によって含まれている可能性があります。いくつかの調査によれば、「著作権侵害サイト」の申し立てがあるサイトであっても、そこから何万ものドキュメント、ファイル、その他の種類のコンテンツが毎日、合法的にダウンロードされています。⁸⁹ 多くの場合、Google に多数の著作権侵害による削除要請が送信されているサイトであっても、著作権侵害が確認されるページの数は、Google がインデックスに登録しているそのサイトの総ページ数のごく一部にすぎません。⁹⁰

また、サイト全体を削除すると、法の原則よりも、過剰な民間検閲を優先しているという誤解を招きます。1つの国内法（著作権）の違反に対しこのような過度に広汎な措置を取ると、他の法律違反（皇室侮辱罪、反体制的言論など）を理由にサイト全体を削除するという措置を求める動きを促進することになります。これにより、言論の自由の原則や新たなサービスが生まれる可能性が危険にさらされ、著作権からかけ離れた文脈で、世界のオンライン情報の自由な流れを妨げることになりかねません。

最後に、サイト全体を削除したりブロックすることは、言論の自由に影響を与えるだけでなく非生産的でもあります。欧州委員会が主導した調査によると、大規模な著作権侵害サイトを閉鎖しても、新しい著作権侵害サイトが複数現れてそれに取って代わる「ヒドラ効果」が生まれるだけです。著作権侵害サイトが増殖すると、著作権侵害サイト対策がさらに困難になり、経費も増加します。⁹¹ 同様に、検索結果からサイト全体を削除しても、検索結果から合理的に排除できない合法的なサイトやソーシャルネットワークで発生する著作権侵害が増加します。多数の専門家、政策立案者、業界アナリストは、著作権侵害や模倣品を専門とする「不正な」ウェブサイトへの対策として、「Follow the Money」アプローチの方が、より効果的な手段であるという意見で一致しています。

89 TechDirt, “Yes, There Are Many, Many, Many, Many Legal Uses Of BitTorrent,” October 2012, <<https://goo.gl/X6SMEZ>>

90 詳細については、以下の Google 透明性レポートをご覧ください: <<https://transparencyreport.google.com>>

91 Luis Aguiar, Jörg Claussen, Christian Peukert, “Catch Me if You Can: Effectiveness and Consequences of Online Copyright Enforcement,” January 2018, <<https://goo.gl/PXFWq5>>

4. Google 検索は著作権侵害コンテンツを事前にフィルタリングできない

ウェブをフィルタリングして著作権を侵害している疑いのあるコンテンツを特定するツールを Google が開発し、検索結果から画像や動画、テキストを予防的に削除できるはずであるという説は正しくありません。そのようなシステムは実現不可能であり、必要でもありません。問題は、ある場所である時期に著作権を侵害すると特定されたものが、別の場所で別の時期に表示された場合においても違法であるかどうか確認する手段がないことです。フェアユース、パノラマの自由、引用の例外などの著作権に対する例外により、コンテンツの使用が認められたり、許可されたりする場合もあります。著作権は様々な地理的地域において様々な事業体に付与されていることが多く、著作権の保有者が変われば、異なるライセンサーや権利者が別の申し入れをする可能性もあります。

検索に関するより根本的な問題は、Google がオンラインで使用できるすべてのメディアファイルのコピーを保有しているわけではないということです (Google が動画をホスティングしている YouTube とは対照的です)。Google 検索では、ウェブページのテキスト、画像、リンクにインデックスが登録されます。過去に著作権侵害による削除通知が送信された音楽や動画と同じものかを特定するために、Google がインターネット上のあらゆる音声ファイルや動画ファイルをダウンロードすることはありません。Google が仮にこのような壮大な措置を取ろうとしても、不正サイトは簡単に Google のインデクシングクローラーによるファイルへのアクセスを阻止し、この作業を無効化することができます。

インターネットをフィルター処理して著作権を侵害している作品を事前に特定すると、これまでにない濫用に検索機能がさらされることになります。悪意のあるユーザーが、他のユーザーが作成し所有するファイルの保有権を主張できるようになるでしょう。ノーティス・アンド・テイクダウン手続きの規模を考えると濫用を防止すること自体十分に困難ですが、セルフイー、ソフトウェアコード、電子メール、3D 印刷、CAD ファイルからの膨大な量のアイテムを事前にフィルター処理することは不可能です。

著作権保有者と共同で開発したメカニズムがすでにあることを考えると、このような前例のないフィルタリング作業は不要でもあります。これまでに詳しく述べたように、過去に送信された削除通知を考慮に入れた表示順位降格シグナルに加え、ノーティス・アンド・テイクダウンにより不正サイトの問題にはすでに対処しており、大多数の検索キーワードの検索結果に不正サイトは表示されていません。継続的な「Follow the Money」対策も成果を上げています。

Google Play



Google Play

Google Play は、書籍、ゲーム、映画、テレビ、音楽、ニュースなどの多彩なチャンネルを通じて、ユーザーと多様なコンテンツやアプリをつなぐオンラインストアです。Google Play では、コンピュータやタブレット、スマートフォンを使ってエンターテインメントコンテンツを検索、購入し、鑑賞することができます。また、Google Play は、多数の大手レコードレーベル、出版社、映画会社と提携して、Android デバイスユーザーに、何百万もの楽曲や書籍、何千もの映画やテレビ番組、ニュースを提供しています。

Google Play のアクティブユーザー数は、190 カ国以上、10 億人を上回り、クリエイティブ産業に大きなビジネスチャンスをもたらしています。2017 年 5 月から 2018 年 5 月の間で、Google Play ストアから世界各国でダウンロードされたアプリの数は 940 億を超えます。昨年、Google Play は、新たな国々へも急速に拡大し、Play Movies は 117 カ国で、Play Books は 75 カ国で利用することができます。このように、Google Play は、コンテンツクリエイターにとって大きな収入源となっています。

著作権侵害に対してより優れた法的代替手段を提供する

合

Google Play ユーザーは、Google Play の各チャンネルから、著作権利用許諾を得た映画、テレビ番組、本、雑誌、アプリ、ゲーム等に直接アクセスすることができ、ユーザーにとって、著作権侵害コンテンツに代わる魅力的な代替手段となっています。

映画とテレビ番組

Google Play は、大手制作会社を含む 200 以上の世界的な映画およびテレビ番組配信会社と提携し、最近公開された数万本もの映画やテレビ番組を提供しています。また、ユーザーエンゲージメントの普及を進める目的で、デジタルフォーマットを活用した画期的な機能も提供されています。例えば、映画やテレビ番組を一時停止すると「情報カード」が表示されて、場面に出演している俳優や、使われている音楽に関する詳細情報が提供されます。

書籍と雑誌

Google Play は、500 万冊以上の電子書籍を 75 カ国で購入できる世界最大規模のストアでもあります。また、ニュース出版社と提携して、読者を購読者に転換し、Google とウェブ全体で読者との関係を維持する包括的なプラットフォーム、Subscribe with Google を立ち上げました。ニュースの購読が面倒だと感じるユーザーが多く、出版社にとって商機を逃す原因となっているため、重要な取り組みになります。Subscribe with Google を利用すると、アカウントを登録したり、新しいパスワードを覚えたり、新しくクレジットカード情報を入力したりしなくてすむため、ニュース刊行物の購読に必要なログインや支払い手続きが大幅に簡略化されます。こうしたパートナーシップにより、読者にとっては様々なデバイスを使って定期刊行物を読むことができる新しい方法が提供され、雑誌や新聞には新たな市場が創出されます。

アプリとゲーム

毎月 10 億人ものアクティブユーザーが利用する Google Play は、アプリデベロッパーに大きな経済的チャンスをもたらす無料のプラットフォームです。Google Play では現在、毎月 80 億以上もの新しいアプリが世界中でインストールされています。2016 年 5 月から 2017 年 5 月の間で、インストール数が 100 万を超えたデベロッパーの数は 35% 増加しました。

アプリとゲームがクリエイターにもたらす利点に加え、最も人気の高いアプリの中には、著作権利用許諾を得た音楽、映画、テレビ番組をユーザーに配信しているものもあります。例えば、以下のようなアプリです。

- Netflix は、登録ユーザーにテレビ番組や映画を提供しています。
- HBO GO の契約者は、HBO が著作権利用許諾を得たテレビ番組や映画をスマートフォンやタブレットを使って見ることができます。
- Spotify は登録制の音楽サービスで、広告サポートの無料アクセスや、契約によるアクセスが可能であり、登録ユーザーはライセンスを受けた膨大な音楽にアクセスすることができます。

Google Play は、ゲームデベロッパーが自分のクリエイティビティを披露し、開発したアプリをゲーマーに直販できるプラットフォームを提供しています。2018 年 3 月の時点で、ゲームをインストールした Android ユーザーの数は、前年比で 2 倍以上に上っています。

Google Play の著作権侵害対策

Google Play のポリシーでは、著作権の侵害、不法なストリーミングへの誘導、あるいはユーザーを欺いて他のアプリに成りすますことが禁じられています。クリエイターや著作権保有者は、自分の権利を侵害する Google Play 上のコンテンツについて Google に通知することもできます。この予防策とノーティス・アンド・テイクダウン手続きを組み合わせることで効果を上げることができます。

Google Play では、Google のポリシーに違反するコンテンツを事前に削除することに加え、予防策で検出されなかった、著作権を侵害している可能性のあるアプリをクリエイターや著作権保有者が Google に通知できるウェブフォームを提供しています。削除要請が送信されると、専任担当者が通知を審査し、適切な措置を取ります。また、削除ツールや削除手続きの濫用を防止するため、ウェブフォームを使って削除要請を送信したユーザーに認証を求めるよう変更されました。2017 年にノーティス・アンド・テイクダウン手続きを通して Play ストアから削除されたアイテムは 14,000 以上に上ります。

2017 年にノーティス・アンド・テイクダウン手続きを
通して Play ストアから削除されたアイテムは
14,000 以上に上ります

廣告



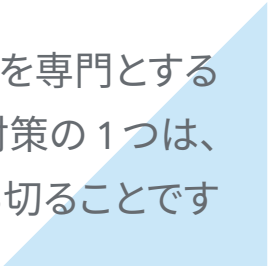
広告

Google は、広告主がブランドに対する認知度の向上や、新規顧客の獲得、新たな収入源の創出を図るため、いくつかの広告プラットフォームを提供しています。Google は安全なオンライン広告に関する業界基準を確立するため、業界パートナーとの協業を進めています。また、著作権侵害サイトが当社のサービスを利用できないよう、ブロックすることにも取り組んでいます。

Follow the Money（金の動きを追う）

著作権侵害サイトは、ほぼ例外なく営利目的の企業であり、サイトが収益を上げられる間は著作権侵害対策の効力は限られています。オンライン著作権侵害を専門とする不正サイトに対する最も効果的な対策の一つは、資金源を断ち切ることです。オンライン広告のリーダーである Google は、Google の広告サービスから不正サイトを追放し、根絶することを目標に取り組んでいます。また、他の大手広告業者と連携し、オンライン広告業界全体の水準向上を目的としたベストプラクティスの策定を進めています。例えば、欧州連合、英国、フランス、イタリア、東南アジアなどの地域の規制機関や他の業界大手企業と連携し、著作権侵害の疑いのあるウェブサイトに表示されないようにする、自主規制の原則の策定を進めてきました。⁹²

⁹² 上記の「政府や業界との取り組み」セクションもご覧ください。



オンライン著作権侵害を専門とする
不正サイトに対する最も効果的な対策の1つは、
その資金源を断ち切ることです

ベストプラクティス

2011年4月、Googleは、Interactive Advertising Bureau（IAB）の品質保証認定プログラムへの準拠を認定された初の企業のうちの1社となりました。このプログラムに参加する広告会社は、ブランドセーフティの構築を目的として、広告主による広告内容とその掲載に対する管理の向上を図る措置を講じています。⁹³ このプログラムは、広告主とその代理人がウェブ上における自社の広告の掲載場所を管理できるようサポートするものです。

93 IAB, "IAB Launches First and Only Quality Assurance Certification for Ad Networks And Exchanges," April 2011, <<https://goo.gl/Vg7TWx>>

2013年7月、Googleはホワイトハウスの知的財産執行調整官（IPEC）オフィスやその他大手広告ネットワークと共同で、著作権侵害と模倣行為への対処を目的とした広告ネットワークに関するベストプラクティスおよびガイドラインに参加しました。⁹⁴ こうしたベストプラクティスに基づき、各広告ネットワークでは、主としてオンライン著作権侵害にかかわるウェブサイトが広告ネットワークによる広告プログラムへ参加することを禁じるポリシーを掲げ、それを維持していく予定です。業界全体にわたる協力を進め、ベストプラクティスを通じて著作権侵害サイトの収入源を遮断することにより、こうしたサイトの金銭的インセンティブの低下を促します。

94 The White House, "Coming Together to Combat Online Piracy and Counterfeiting," July 2013, <<https://goo.gl/86x1QE>>

2015年からGoogleは、Trustworthy Accountability Group（TAG）の著作権侵害対策ワーキンググループとの継続的な協議に参加し、ベストプラクティスの構築を進めています。このワーキンググループにおいても、広告主、権利者、プラットフォームが一致団結し、著作権侵害サイトや模倣品販売サイトへのオンライン広告の掲載を防止するための、新たなベストプラクティスの構築とツールの開発を目指した重点的な取り組みが行われています。⁹⁵ TAGは、参加する著作権保有者が、著作権を侵害しているURLに関する情報を統一された形式で送信できるメカニズムも提供しています。ほぼすべてのケースで、広告はこれらの手続きによって不正サイトのURLからすでに削除されています。まれに削除されていない場合でも、通常は48時間以内に措置を取ることができます。

95 Trustworthy Accountability Group, "TAG Anti-Piracy Working Group," <<https://goo.gl/oeKrlI>>

Googleは、業界と政府の双方と協力してFollow the Money（金の動きを追う）という戦力を進めています。2015年2月に、Googleは、Digital Trading Standards Group（DTSG）と呼ばれる英国の業界横断団体と共同で、著作権侵害が疑われるウェブサイトには広告が表示されないよう、オンライン広告主のための自主規制的なベストプラクティスの原則を規定しました。⁹⁶ 2018年6月、Googleは、さまざまな広告業界、著作権保有者、業界組織が集結した連合に加盟し、欧州委員会の自主的覚書（MoU）に署名しました。この覚書は、著作権侵害および模倣品販売にたずさわるサイトやアプリへの広告収入を断ち切る「Follow the Money」戦略を推進するものです。

96 DTSG ブランド安全性の詳細については、以下をご覧ください: <<https://goo.gl/narFxp>>

AdSense

ウェブコンテンツの収益化を図る目的で、AdSense を利用するウェブパブリッシャーの数は 250 万を上回ります。AdSense は、オンラインパブリッシャーが利用する、Google の主要な広告配信サービスとなっています。パブリッシャーの圧倒的多数は、著作権侵害に関与していません。AdSense では以前より、パブリッシャーが AdSense を利用して著作権侵害コンテンツを含むページに広告を掲載することが禁止されており、Google は、不正パブリッシャーの根絶を目指して AdSense ネットワークの積極的な監視を実施しています。

2012 年以来、Google は、AdSense プラットフォームにおける著作権ポリシーの違反を理由として 13,000 を超える AdSense アカウントを凍結し、10 万サイトを上回るサイトを AdSense プログラムから排除しています。この大部分は、AdSense 独自の予防的スクリーニングによって検知されたものです。AdSense のほぼすべての広告フォーマットには、著作権保有者が Google のポリシーに違反するサイトを通報することができるリンクが含まれています。著作権保有者は、ウェブフォームを使用して Google に違反を通知することも可能です。Google では、有効な削除通知を受け取った場合は必ず、それ以降そのページが AdSense 広告に掲載されないようブラックリストに登録しています。

著作権保有者が著作権侵害を理由として
検索結果からの削除通知を送信したページのうち、
AdSense 広告が表示されていた
ページの割合は 0.1 % を下回ります

Google は、著作権侵害を主な目的とする不正サイトとの取引を望んでおらず、継続的な取り組みの成果として、不正サイトの特定と AdSense からの排除に成功しています。不正サイトが見逃される可能性は皆無ではありませんが、統計によると、AdSense ネットワーク上にある不正サイトの数は限りなくゼロに近いものと考えられます。例えば、著作権保有者が著作権侵害を理由として検索結果からの削除通知を送信したページのうち、AdSense 広告が表示されていたページの割合は 0.1% をはるかに下回ります。当然ながら、こうした不正が検知された場合、AdSense パブリッシャーに対しても然るべき措置が取られています。DMCA 削除通知を処理するための検索ツールと統合することで、有効な DMCA 通知を受け取ったページへの広告掲載は停止されます。これには、検索結果での表示順位が降格されたサイト全体での広告の停止も含まれます。また、分類子を使用して侵害の疑いのあるサイトを検知し、その後、人間による審査を実行しています。これらの取り組みを通し、2017 年には 7,000 サイトで AdSense が無効化されました。

Google Marketing Platform と Google アド マネージャー

Google Marketing Platform とアド マネージャーを通して、Google は、広告主とウェブパブリッシャーのため、一連のオンライン広告プラットフォーム解決策を提供しています。これらのサービスの主要な顧客は大手広告会社、広告代理店、大手出版社、広告ネットワークです。このような種類の営利団体が著作権侵害を主な営業形態とする不正サイトを運用していたという例は事実上皆無ですが、Google は、万が一に備えて、著作権を侵害していると認識されたページにこれらのサービスを利用してパブリッシャーが広告を表示できないよう予防策を講じています。



Google 広告は Google の主要広告製品で、Google 検索の横に広告が表示され、ウェブ全体にわたりパートナーサイトのネットワークに文字広告が表示されます。Google では、著作権を侵害するサイトの広告が検索結果に表示されることを絶対に許さない方針を取っており、多大な人員と技術リソースを会社をあげて投入し、著作権を侵害する広告を根絶する対策の策定と実施に努めています。著作権侵害、または著作権を侵害するサイトにリンクしている疑いがあるために 2017 年に Google が却下した広告は 1,000 万件を超えました。クリエイターや著作権保有者は、Google 広告に掲載されている、自分の権利を侵害していると感じた広告をウェブフォームを使って Google に通知することもできます。⁹⁷ ある広告に対し、有効な DMCA 削除通知が送信された場合、その広告が Google 広告に永久に表示されないよう仕様が変更されました。

97 詳細については、以下をご覧ください：
<<https://goo.gl/477ex3>>

著作権侵害、または著作権を侵害するサイトに
リンクしている疑いがあるために
2017 年に Google が却下した広告は
1,000 万件を超えました

新しい形態の著作権侵害に対する対策

新しい形態の著作権侵害に対する対策

Kodi アドオン

Kodi ボックスなどのオープンソースメディアプレイヤー上の違法ストリーミング対策では、著作権侵害に対しバランスのとれたアプローチを取る重要性や、そのための課題が明らかになりました。オープンソースセットトップボックス自体は合法で、Kodi メディアプレイヤーを開発した XBMC Foundation はストリーミングを使った著作権侵害を防止するための措置を講じてきました。にもかかわらず、Kodi ボックスを使って、著作権を侵害する作品にアクセスできるアドオンが著作権侵害サイトによって開発されました。Google は、このような形態の著作権侵害を防止するため様々な対策を講じています。

Google ショッピング：Google ショッピングから、疑わしいアドオンが付加されたセットトップボックスを削除しました。

Play ストア：Play ストアを予防的にスキャンして、著作権を侵害するサイトにアクセスする Kodi アドオンが一般ユーザーに提供される前に削除しています。

ストリーミングの濫用

Google では、ここ数年、Google ドライブから配信される著作権侵害ストリーミングの特定に注力してきました。具体的には、このような非合法ストリーミングに対処するため、濫用技術を専門とする初の専属チームを結成しました。また、米国の映画制作会社や映画業界連盟だけでなく、自社が提供するサービスが海賊版商品と競合していると感じている米国および欧州連合のストリーミングプロバイダなどの外部関係者とも討議しました。外部パートナーから提供されたデータを基に、Google ドライブで行われる問題行動のパターンを検知することに成功し、Google ドライブのアーキテクチャやポリシーにも多数の変更が加えられました。問題のあるアカウントを特定し、措置を取り、ストリーミング活動の疑わしい変化を検知するためのモニタリングを設定して、必要に応じて特定のファイルに措置を取ることが可能になりました。

Google ドライブに対するポリシーの行使が強化された後も、Google マップをはじめとする他の製品を濫用しようとする著作権侵害が検知されました。⁹⁸ Google ドライブに対し取った措置をこれらの他の製品に対し適用することで、侵害の疑いのある活動を大幅に抑制できました。

98 TorrentFreak, "Spammers Populate Google Maps with Pirate Links," April 2017, <<https://goo.gl/mmMLu8>>

その他の Google 製品での著作権侵害

他の製品の公開ウェブフォームから送信される著作権侵害を理由としたコンテンツ削除通知の件数は少数です。2017 年に Google によって削除された URL 数は以下の通りです。

- **Google ドライブ** : 4,000,000 近くの URL を削除
- **Google フォト** : 200,000 以上の URL を削除
- **サイト** : 200,000 近くの URL を削除
- **Blogger** : 150,000 以上の URL を削除
- **MyMaps と Google マップ** : 4,000 近くの URL を削除
- **Google ショッピング** : 1,000 以上の URL を削除



結論

Google のサービスは、今までになく多くのユーザーとコンテンツをつなげ、今までになく多くの収益をクリエイターや権利者に提供し、著作権侵害行為に対する対策を今まで以上に強化しています。Google は、YouTube や Google Play を通して、世界中に何百万人もいるコンテンツクリエイターが、世界中のオーディエンスに作品を提供し収益できるよう支援してきました。Google の新しい検索機能に加え、これらのプラットフォームが導入されたことにより、ユーザーは、使用許可取得済みのお気に入りの音楽、動画、書籍などの作品に、より簡単にアクセスできるようになりました。コンテンツ ID や検索結果降格シグナルのような業界を先導するツールを構築し、政策立案者と連携し、不正サイトの収入源を断ち切る業界標準を確立することにより、Google はオンライン著作権侵害に対する局面を変えつつあります。Google は、継続的なイノベーションとパートナーシップを通して著作権侵害サイトを根絶すると同時に、今日のインターネット上で共有される財産を創造するクリエイターのコミュニティを支えています。

詳細情報へのリンク

詳しくは、以下のリンク先をご覧ください。

Google 透明性レポート

<https://google.com/transparencyreport/removals/copyright/>

YouTube 著作権センター

<https://youtube.com/yt/copyright/>

Google 法的な削除要請ウェブフォーム

<https://support.google.com/legal>

Google