

2012(平成24)年4月5日  
情報通信審議会情報通信政策部会  
「デジタル・コンテンツの流通の促進等に関する検討委員会」

# 「クラウド・コンピューティング」 について

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)  
運営委員 椎名 和夫

# 1. クラウドコンピューティングに対する期待

Q. クラウドコンピューティングについてあなたの認識を教えてください。

今まで知らなかったけど、そんな便利なシステムがあるんですね。すごく興味深いです。

クラウドのことを今回初めて知りました。便利そうですが、音楽はCDで聞きたいですね。

活用してます。いつでもどこでも音楽を聴けるので音楽を楽しむ幅が広がってうれしい。

クラウドを経由した音楽を通じて友達ができることもあるので、活用したいですね。

クラウドという言葉知っていましたが、内容は今回初めて知りました。便利そうですね。

単純に持ち運ぶ必要がない楽さがいいと思いますが、音楽の媒体が変わってしまいますね。

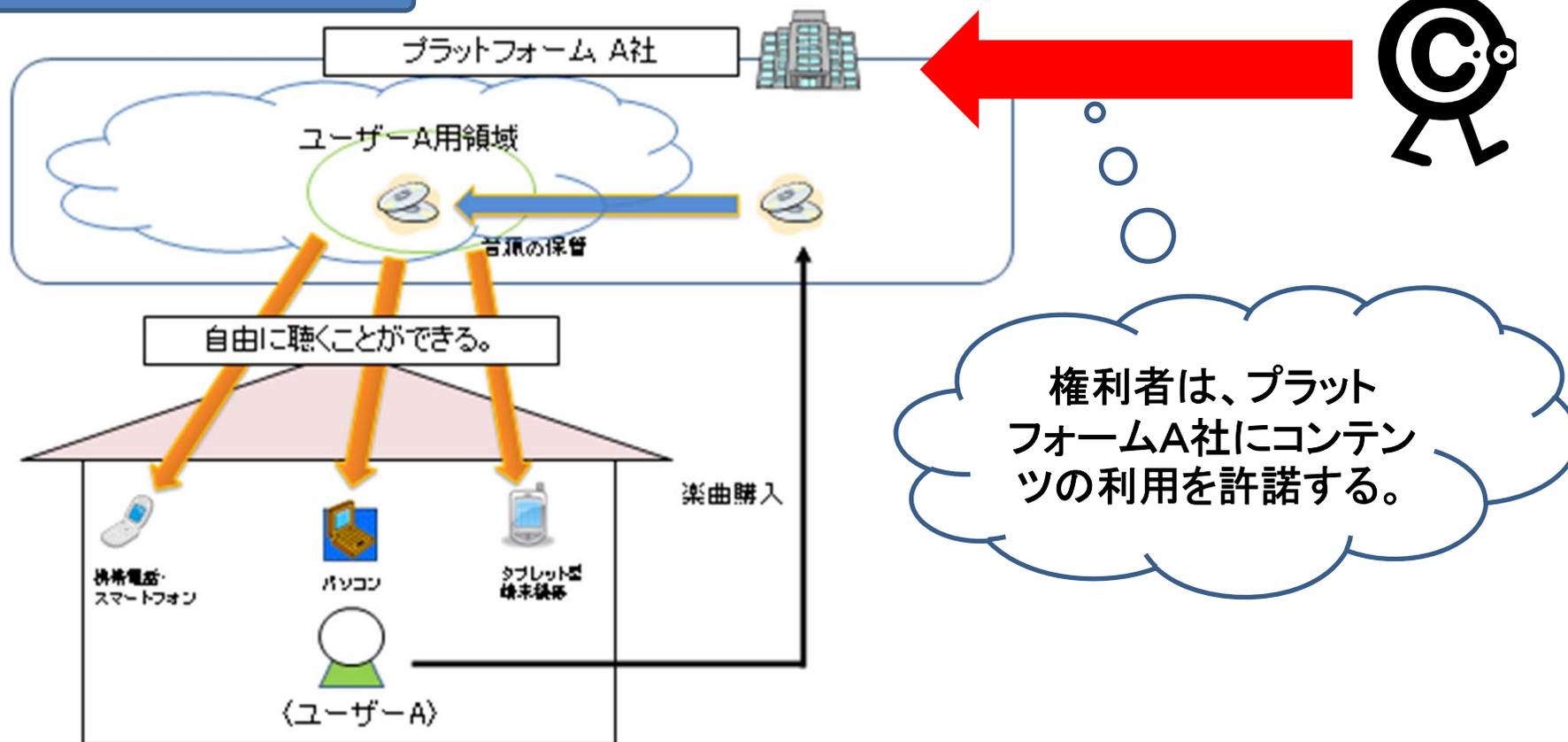
今までクラウドのことは知りませんでした。興味があるので機会があれば使ってみます。

クラウドの普及で今後もっと音楽配信が主流になりそうですね。



## 2. クラウド型サービスとは①～音楽サービスを中心に～

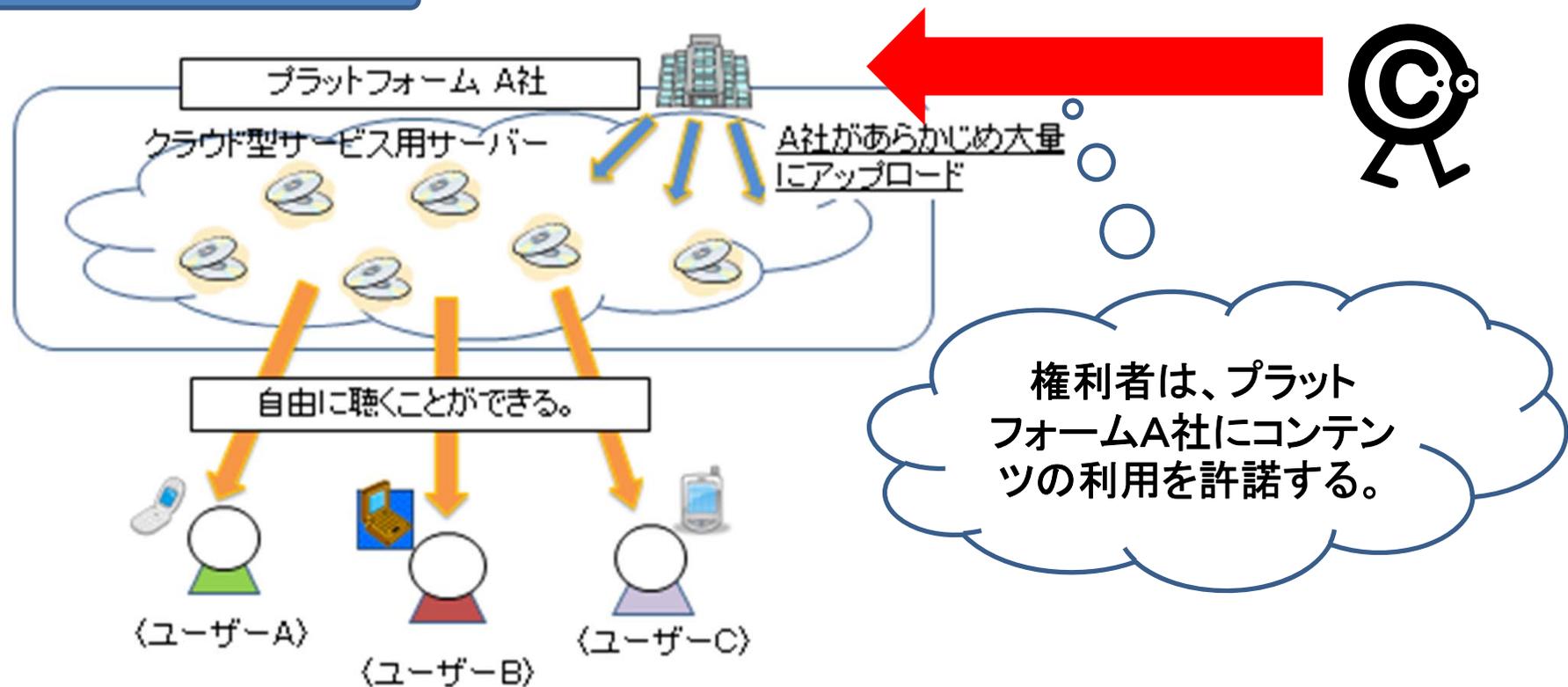
### A類型



○コンテンツをユーザーに提供するプラットフォームが、クラウド型サービス用のサーバーを用意し、ユーザーは、そのプラットフォームから購入した楽曲を、サーバーに保管しておき、自己の所有する携帯電話やスマートフォンなどの端末機器において、自由に聴くことができる。

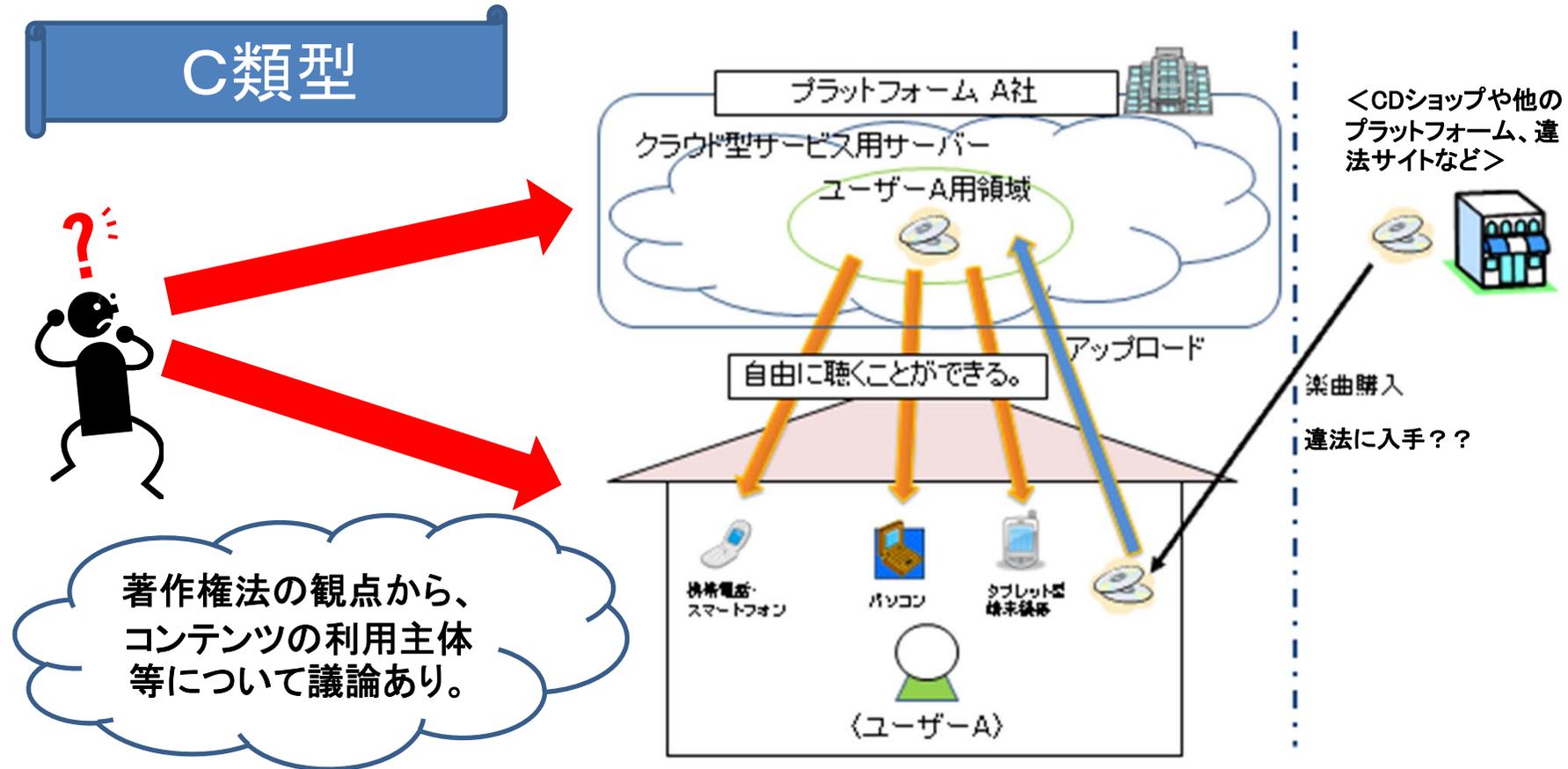
## 2. クラウド型サービスとは②～音楽サービスを中心に～

### B類型



- コンテンツをユーザーに提供するプラットフォームが、自社のクラウド型サービス用のサーバーに、大量の楽曲をアップロードしておき、ユーザーは、自己の所有する携帯電話やスマートフォンなどの端末機器において、自由に聴くことができる。
- 月額定額制により、楽曲を、ストリーミング形式で、聞き放題となっているサービスが多い。

## 2. クラウド型サービスとは③～音楽サービスを中心に～



○ユーザーが、合法、違法の別を問わず既に入手した楽曲を、プラットフォームが用意するクラウド型サービス用サーバーにアップロードなどし、ユーザーは、自己の所有するスマートフォンなどの端末機器において、自由に聴くことができる。

○「違法」は論外としても、このようなクラウド型サービスでは、著作権法の観点から、コンテンツの利用主体や『私的使用のための複製』(著作権法30条1項)との関係などの議論がある。

## 2. クラウド型サービスとは④～音楽サービスを中心に～

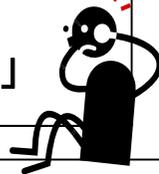
類 型	サービス名	運営会社	主なサービス内容
A	Amazon Cloud Drive	アマゾン	<p>○Amazon MP3 Storeを通じて購入したMP3形式の楽曲をCloud Driveに保管することができ、アプリケーションソフトCloud Playerを用いて、アンドロイド搭載のスマートフォンや、パソコンなどで、ストリーミング形式で聴いたり、ダウンロードしたりすることができる。</p> <p>○ユーザーは、Cloud Driveに音楽、映像、画像及び文書を、無料で5GBまで保管することができる。Amazon.comのアカウントを通じて、あらゆる端末機器でダウンロードやプレビューすることができる。</p>
C	Music Beta	グーグル	<p>○ユーザーは、音楽CDやネット配信からパソコンに取り込んだ楽曲をグーグルのデータセンターに最大2万曲を保管でき、アンドロイドを搭載した携帯電話やスマートフォンなどで、いつでも聴くことができる。(入手が合法?違法?は識別できない)</p> <p>○複数の端末機器で楽曲を聞くことができ、端末機器のハードディスクに保存しなくてよい。</p>
A+C'	i Cloud	アップル	<p>○iTUNES Music Storeで購入した楽曲や電子書籍などを、米国内にあるAppleのデータセンターのサーバーに保存し、ネット経由で、同一ユーザーが保有するiPhone、iPadやMacなどで、いつでも楽しむことができる。1ユーザーあたり5GBまで無料でデータセンターの記憶容量を利用できる。</p> <p>○iTUNES Matchでは、年間24.99ドルの料金で、iTUNES Music Storeで購入した楽曲だけではなく、ユーザーの所有する音楽CD(違法、適法は問わない)を、iTUNES Music Storeで提供される約1800万曲と自動的に照合し、マッチした曲が高音質のファイルとして保管される。</p>
B	Spotify	Spotify	<p>○四大メジャーレコードやインディーズレーベルなどと契約を結び、約1500万曲以上の楽曲が提供されている。</p> <p>○ユーザーが、パソコンやスマートフォンに専用ソフトウェアをインストールすると、端末機器に、好きな時間に好きな楽曲がストリーミング配信され、楽曲を聴くことができる。</p> <p>○広告が入る無料会員か、月額定額制の有料会員かによって、使用できる端末機器のほか、再生時間や回数の制限に違いがある。</p>
B	LISIMO UNLIMITED	au	<p>○auのスマートフォンに、専用アプリをインストールし、洋楽を中心に約100万曲が、月額1,480円の定額料金で聴き放題になる。</p> <p>○携帯電話回線(3G)やWi-Fiを通じて、楽曲を端末機器にダウンロードすることなく、聴くことができる。また、一度聴いた楽曲は、地下鉄など圏外でも、一定曲数を聴くことができる。</p>

※新聞記事やウェブサイトからの情報を基にまとめているため、実際に提供されるサービスとは異なる可能性がある。 6

### 3. いまドキの中高生は「音楽はネットから」が当たり前

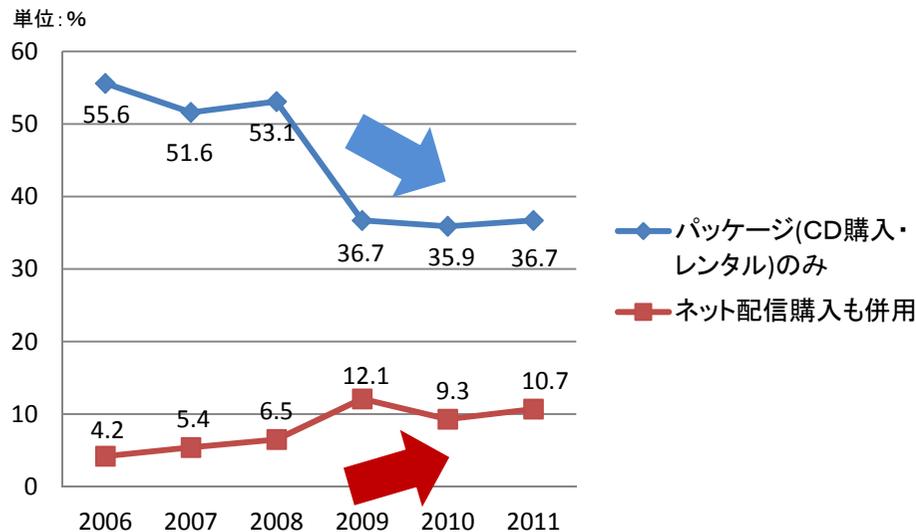
○芸団協CPRAが実施した「有名人の肖像に関する調査」\*のグループインタビューにて...

司会者 「皆さんは、CDを何枚持っていますか？」  
中学生 「えっ...何曲ってことですか？」



○いまドキの中高生は、音楽CDを所有する(CDの枚数)よりも、ネットを通じて聞くこと(1曲ごと)が当たり前に。  
○ネットが当たり前の中高生が大人になった時には、音楽はネットから聴くものに。

○しかも、パッケージのみから音楽に接触する割合は減少しているが、ネット配信からの購入も併用する割合は、着実に上昇している。



音楽ユーザーの動向が、ネット配信にシフトしつつあるのであれば、有料音楽配信の売上は、順調に伸びるはず...

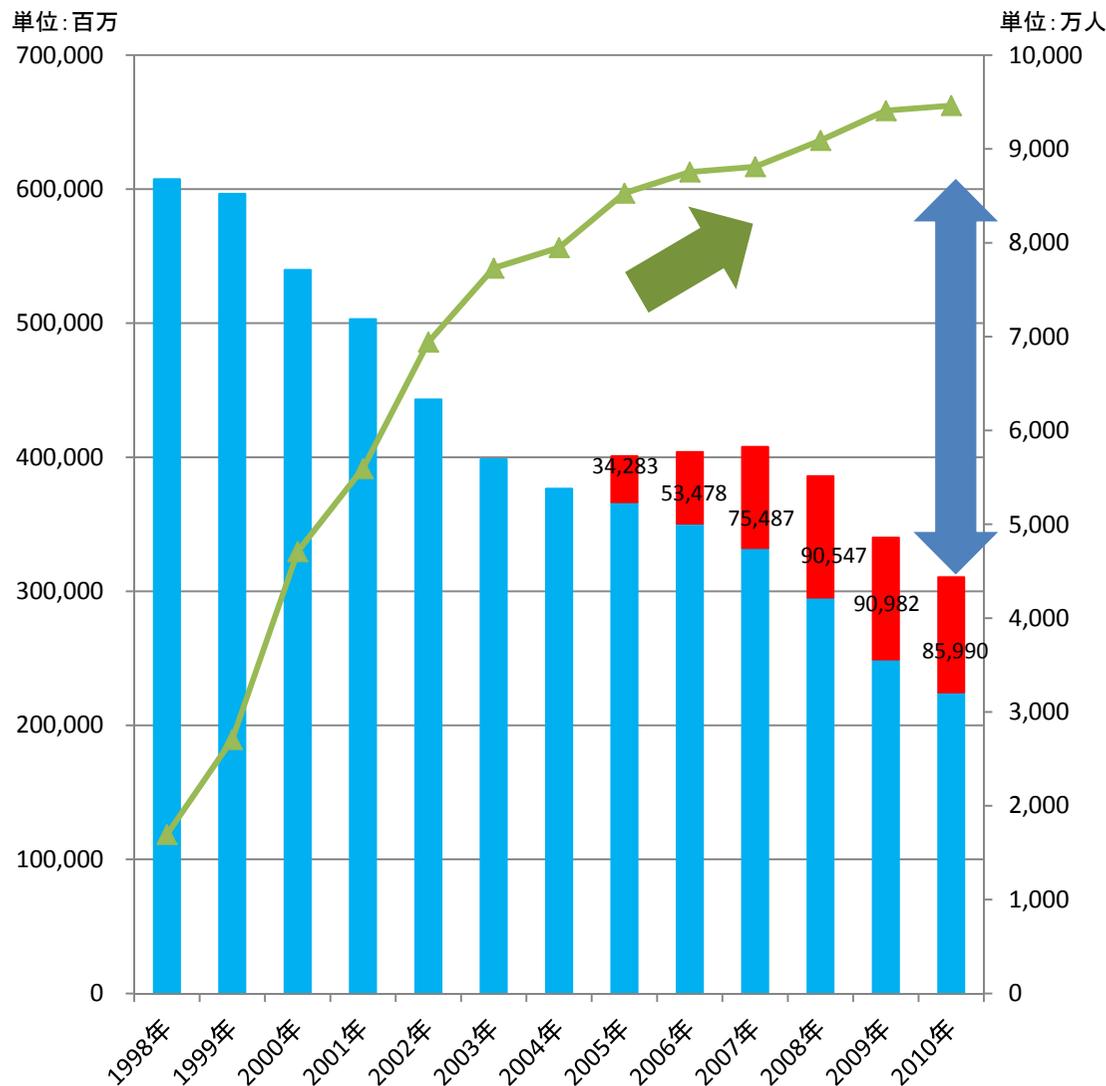
ところが...

※日本レコード協会『音楽メディアユーザー実態調査報告書』を基に作成

※「有名人の肖像に関する調査」結果報告書は、芸団協CPRAウェブサイト(<http://www.cpra.jp/web2/plazaweb/news/2012/120127.html>)から閲覧可能。

## 4. インターネットの普及と有料音楽配信の売上実績

○インターネットユーザー数は順調に伸びたが、有料音楽配信の売上実績は、ここ数年は「踊り場」状態に。



○有料音楽配信実績は、音楽ソフトの生産金額の減少を穴埋めするほど拡大していない。



- 有料音楽配信売上実績
- 音楽ソフト(CD、カセット)の生産金額の推移
- ▲ インターネットユーザー数

※「音楽ソフトの生産金額」および「有料音楽配信売上実績」は、日本レコード協会公表の数字による。「有料音楽配信売上実績」のデータは2005年から。

※「インターネットユーザー数」は、『情報通信データブック2012』79頁(NTT出版、2011)による。

## 5. クラウド型サービスに対する懸念

ネットワークにおいて「プラットフォーム」の力が圧倒的となり、自分のサービスのユーザーを増やし、市場シェアを拡大するために、コンテンツを「エサ」にするようなことになれば、権利者への対価の還元は危うくなる。

○インターネットでは、ユーザーが、コンテンツにたどり着くために用いるサービスを提供する「プラットフォーム」(例えば、検索サービス、SNS、動画サイトおよびコンテンツ販売のストアなど)が、コンテンツの流通を担っている。

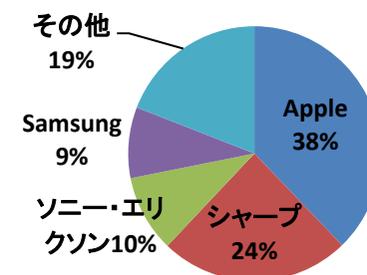
○クラウド型サービスを、活性化し、又は底上げするとされるスマートフォンやそのOSのシェアを見ると、「プラットフォーム」の独占化・寡占化の兆しも見える。



○端末機器やそのOSのシェアの拡大によって、インターネット上のユーザーが、その「プラットフォーム」に囲い込まれる。  
○有料でコンテンツを提供する場合であっても、プラットフォーム側がコンテンツの価格を決定し、しかも、コンテンツのユーザーからの対価から数十%も取るとも言われている。  
○現状、「プラットフォーム」は、アメリカのネット企業に支配されており、コンテンツの対価が、国外に流出することになれば、わが国のコンテンツ産業そのものが疲弊することもある。

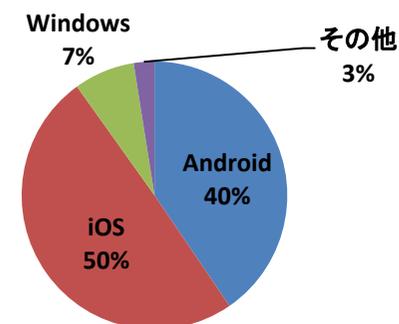
### 〈参考資料〉

スマートフォンメーカー別国内出荷台数シェア  
(2010年度)



※『情報メディア白書2012』163頁(ダイヤモンド社、2012)より

スマートフォン契約者数におけるOSシェア  
(2011年3月末)



9  
※『情報メディア白書2012』222頁(ダイヤモンド社、2012)より

## 6. クラウド環境に向けた取組

- 「クラウドコンピューティングの活用は、著作物の管理をサーバ側で一括して行うことができることから、使用許諾などの処理をスムーズに行える可能性がある」（『クラウドコンピューティングと日本の競争力に関する研究会報告書』29頁（経済産業省、2010））
- 「クラウド型サービスであれば、誰がどこで音楽を聴いているか把握できるので、例えば年に5回までなら同じ曲をコピーできる、といったルールを着実に実施する仕組みをつくることもできます。こうした仕組みを作ってしまうと、その中で音楽を聴くたびに対価を払って、楽しむという文化がユーザーに浸透していくのだと思います。したがって、まずは権利者とプラットフォームとの間で、コンテンツを利用する約束事と、それが担保される権利行使の方法を決めることが大切です」（CPRA TALK003「クラウドコンピューティングについて、村井純氏に聞く」(<http://www.cpra.jp/web2/plazaweb/talk/2011/talk003.html>))



このようなクラウドコンピューティングの特性を活かし、ユーザーからの期待にも応えつつ、権利者への対価の還元を可能とする、次のような効率的な仕組みを考えてはどうか？

- ICTを活用した権利処理
  - 権利の集中管理による円滑化
  - 実態に則した「元栓から蛇口」による権利処理
  - 「日本版プラットフォーム」創設の可能性
- など