

# Google の著作権 侵害対策

## 資料 3

Google

### Google の著作権侵害対策

### 目次

|     |                                 |     |                                         |
|-----|---------------------------------|-----|-----------------------------------------|
| ページ |                                 | ページ |                                         |
| 3   | イントロダクション                       | 33  | Google のウェブ検索                           |
| 4   | YouTube                         | 35  | 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         |
| 7   | 検索                              | 37  | ノーティス・アンド・テイクダウンと降格シグナル                 |
| 8   | Google Play                     | 37  | 大量のリクエストに対する大規模な処理について                  |
| 9   | 広告                              | 40  | Trusted Copyright Removal Program パートナー |
| 10  | 政府や業界との取り組み                     | 40  | 著作権侵害による削除通知のランキングへの活用                  |
|     |                                 | 42  | 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条件の削除        |
| ページ |                                 | 42  | 業界基準の確立                                 |
| 11  | 業界の状況とオンラインイノベーション              | 43  | 合法的代替手段の視認性の向上                          |
| 16  | Google の著作権侵害対策に関するポリシー         | 44  | Google 検索による差用の発見と透明性の重視                |
|     |                                 | 45  | DMCA の差用例                               |
|     |                                 | 47  | 透明性                                     |
|     |                                 | 48  | 検索と著作権侵害: その現実                          |
| ページ |                                 |     |                                         |
| 17  | 数字で見る著作権                        | ページ |                                         |
|     |                                 | 50  | Google Play                             |
| ページ |                                 | 52  | 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 Google Play  |
| 20  | YouTube                         | 52  | 音楽                                      |
| 21  | コンテンツクリエイターへの YouTube の影響       | 52  | 映画とテレビ                                  |
| 25  | YouTube がコンテンツ産業にもたらすメリット       | 53  | 書籍と雑誌                                   |
| 26  | YouTube がサポートする権利者による著作権コンテンツ管理 | 53  | アプリとゲーム                                 |
| 26  | コンテンツ ID                        | 54  | Google Play の著作権侵害対策                    |
| 28  | YouTube の著作権ポリシー                |     |                                         |
| 30  | YouTube 著作権センターと著作権侵害による削除通知    | ページ |                                         |
| 31  | YouTube コンテンツ検証プログラム            | 55  | 広告                                      |
| 31  | YouTube が重視する透明性と差用防止           | 56  | Follow the Money                        |
| 31  | YouTube の異議申し立て通知手続き            | 56  | ベストプラクティス                               |
| 32  | 通知の差用例                          | 57  | AdSense                                 |
|     |                                 | 58  | DoubleClick                             |
|     |                                 | 59  | AdWords                                 |
|     |                                 | ページ |                                         |
|     |                                 | 60  | 結論                                      |
|     |                                 | 61  | 詳細情報へのリンク                               |

## イントロダクション

YouTube

検索

Google Play

広告

政府や業界との取り組み

## イントロダクション

インターネットは、クリエイター、そのコミュニティ、コンテンツ産業に利益をもたらし続けており、Google も、その成功において重要な役割を担っています。現在、Google のサービスはユーザーにより多くのコンテンツを提供し、権利者にさらに多くの収益をもたらしていますが、その一方で著作権侵害行為との闘いもこれまで以上に激化しています。Google は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、著作権に関する報告・管理ツールの開発に多大な投資を続けています。また、他業種のリーダーシップを取る企業との協力の下、IT 企業がどのように著作権侵害対策に取り組むべきか、指針を示していきたいと考えています。本報告書では、こうしたいくつかの取り組みについてはもちろん、Google の製品とサービスが世界中のクリエイターに様々な機会を創出しているという事例についてご紹介させていただきます。

## YouTube

YouTube により、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、80 か国を上回る国々において、数百万人に及ぶコンテンツクリエイターが YouTube パートナープログラムを通じて自らの YouTube 動画から収益を得ており、年間 10 万ドル以上の収益を上げる YouTube チャンネルの数は対前年比で 50 %も増加しています。これまでに YouTube は音楽業界に 30 億ドル以上もの利益をもたらし、YouTube のコンテンツ ID システム(ユーザーがアップロードした動画を特定し、権利者のコンテンツ管理の改善を図る)はその開始以降、パートナーに 20 億ドル以上もの利益をもたらしています。



ここで例として、YouTube を利用して動画を公開し、オンラインチャンネルの構築に成功している 2 人のクリエイターをご紹介します。

#### タイラー・ワード(米国)

数百万人のファンに支持され、3 つのレコーディングスタジオを持ち、自身のエンターテインメントネットワークの立ち上げを計画するタイラー・ワードは、5 年前に YouTube の評判を知り、彼自身とその他無名のアーティストが歌った「We Are the World」の非公式バージョンの動画を投稿しました。これは、ハイチ地震の被害者への支援を呼びかける目的でリメイクされたものでした。当時、この動画は YouTube 史上最も検索された動画となりました。これをきっかけにワードは数ヶ月にわたってその他のカバー曲を投稿し、遂にはオリジナル曲を発表するに至りました。多くのファンが彼の曲に飛びつき、それ以降、ワードは数枚のアルバムをリリースし、世界各国でツアーを展開しています。彼のチャンネルの登録者は現在、200 万人近くにのぼり、動画再生回数は 4 億 3,000 万回を上回っています。何千もの音楽レーベルと音楽出版社とライセンス契約を結ぶ YouTube だからこそ、ファンがタイラーの作品のようなコンテンツをアップロードすることができるのです。



写真提供: タイラー・ワード

#### SSIN(韓国)

SSIN は韓国有数のビューティ・クリエイターの 1 人で、そのエッジの効いたスタイルとずば抜けた個性で有名です。彼女の YouTube 動画は 93 万人以上もの登録者に閲覧され、その再生回数は 1 億 4,000 万回を上回っています。YouTube での成功を 1 つのきっかけとして、彼女は本の出版や数々の講演、テレビ番組への出演といった多彩な活動を通じて、メイクアップに関する情報を提供しています。世界的なものとなりつつある韓国のトレンドの波に乗り、SSIN は、ニューヨーク、アブダビ、東京など世界各地でファン交流イベントを開催し、韓国では 2015 年の YouTube FanFest Korea に出演しました。



写真提供: SSIN

YouTube のコンテンツ ID はクリエイターに  
20 億ドル以上の利益をもたらしています。

YouTube ではまた、コンテンツ ID に 6,000 万ドル以上もの投資を行ってきました。この著作権およびコンテンツ管理ツールからなる専用システムを通じて、権利者は YouTube 上の自身のコンテンツを管理することができます<sup>1</sup>。YouTube にアップロードされた動画は、コンテンツ ID システムが持つデータベースと照合されます。このデータベースは、著作権保有者が YouTube に登録した参照ファイルから構成されており、一致を検出した動画に対し、収益化、トラッキング、ブロックの中から著作権保有者が選択したポリシーを適用します。これまでに 8,000 以上の権利者がコンテンツ ID を利用して YouTube 上のコンテンツを管理しており、90 % を優に上回る権利者が著作権保護された素材を含む動画の収益化を選択しています。このようなパートナーには、テレビ放送局、映画会社、ソングライター、レコードレーベルなどが含まれます。例えば、音楽業界に関しては、サウンドレコーディングへの申し立てに関して 95 % 以上で収益化が選択されています。コンテンツ ID に対する継続的な投資により、機能の改善が進められています。音声のみを対象とした検出システムからスタートしたコンテンツ ID は、動画の検出にも対応できるようになり、現在ではメロディーの検出まで可能になっています。あわせて、システムを欺こうとする常習犯の企てを阻止できる能力も高まっています。

コンテンツ ID はまた、クリエイターが YouTube を有効に活用する上でも不可欠なものとなっています。YouTube の音楽エコシステムの中でも最もダイナミックな部分の 1 つは、ファンによってアップロードされるトリビュート、バックステージ動画、リミックス、マッシュアップ、コンサートクリップです。コンテンツ ID とレーベル、出版社、ソングライターによるライセンス付与により、権利者は、クリエイターがお気に入りの音楽をリスペクトできるようにしているばかりでなく、新たな収益をも生み出しています。実際に音楽業界の YouTube における収益のうち、ファンによるアップロードからの収益がその 50 % を占めています。

YouTube では、コンテンツ ID に  
6,000 万ドル以上もの投資を行ってきました。

## 検索

Google 検索は、インターネット上で公開されている膨大な数のウェブページを体系化し、インデックスを付与しています。世界中で毎日、35 億回を上回る検索が Google 検索で行われており、Google 検索は世界で最も広く利用されている検索エンジンとなっています。世界各国の 10 億人以上の人々に対して正規版のコンテンツを検索することをサポートしており、Google 検索を多くの方に利用していただくことは権利者にも実質的利益をもたらしています。例えば、Google 検索と Google ニュースを通じた新聞社のウェブサイトへのリンクに対するクリックは、毎月 100 億回以上に上ります。

ウェブ上には 60 兆以上のアドレスが存在していますが、著作権侵害と何らかの関係があるアドレスはそのうちのごくわずかに過ぎません。しかしながら、Google 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多くの取り組みを行っています。そのうちの主な取り組みを、以下に簡単にご紹介します。

### ユーザーが実際に入力したメディア関連のクエリに対する検索結果の適正化:

Google のエンジニアたちの努力のおかげで、ユーザーから毎日送信されるメディア関連のクエリに関しては、その大部分に対して合法サイトのみを含む結果を表示しています。

### 削除通知と降格シグナル (demotion signal):

メディア関連のクエリに対して、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<sup>2</sup>。こうした「ロングテール」検索に関して、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。第一に、権利者とその執行代理人が削除通知を効率的かつ大量に送信でき (毎日数万通)、これら通知を平均 6 時間以内に処理できる最新ツールを開発しています。第二に、有効な大量の削除通知を受け取るサイトに対して降格シグナルを使用し、こうしたサイトが検索結果に表示される順番を格下げしています。

### 合法的な代替手段の提示:

Google では、簡便で魅力的な、合法的代替手段を提供することも、著作権侵害と闘うための最善の手段の 1 つであると考えています。そこで Google では、検索結果の一部として、ユーザーに合法的代替手段を提示する様々なイニシアティブに着手しています。これには、ユーザーを合法的なコンテンツ購入手段へと導く、映画や音楽の検索に対する広告の提供も含まれます。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」検索の検索結果に商品を反映させるための、SEO (検索エンジン最適化) 技術の使用法に関する理解を深める取り組みも実施しています。



2. 例えば、ユーザーは「マイティ・ハリー」という映画を「マイティ・ハリー」無料ダウンロードという検索でも 1 万 4,000 回も実行しています。詳細および事例に関しては、25 ページと 26 ページを参照。

## Google Play

Google Play はアプリやプレミアムエンターテインメントを提供するオンラインストアです。ユーザーが、好みのアプリ、ゲーム、映画、音楽、書籍などを、ウェブ上や自身のデバイス上で探し、楽しみ、共有できる場となっています。また、ゲームやアプリの開発者にとっても、世界 190 か国以上に 10 億人を上回るアクティブユーザーを持つ Google Play は、世界中でユーザーを獲得するための重要な配信プラットフォームであると同時に、収益を創出するためのプラットフォームともなっています。2014 年 2 月から 2015 年 2 月までの間で開発者は、Google Play 上で 70 億ドルも稼ぎ出しています。例えば昨年、Google Play から利益を得た開発者として次のような企業が挙げられます。

**BabyFirst (米国)** Google Play でのアプリの販売を通じて、乳児、幼児、そして両親を対象とした教育コンテンツを配信する米国企業です。そのダウンロード回数は 3,000 万回を上回り、Google Play でのダウンロード回数はその他のプラットフォームを 40 % 以上、上回っています。アプリのリマーケティングページを 10 か国語に翻訳し、Google Play のプラットフォームが提供するその他のツールを使用することで、同社は全アプリのダウンロード回数を 50 % 増加させることに成功しています<sup>3</sup>。

**The Guardian (英国)** 英国の大手新聞社のアプリで、使いやすい単一のインタフェースを通じて、ユーザーに同社の記事使用のライセンスを提供しています。The Guardian のアプリは、通知やベータ版テストといった Google Play や Android の機能を活用することで、ユーザーエンゲージメントの向上を進めています。また、記事に対するユーザーの関心を高めるために、Android Wear による試聴も実施しています。Android の機能を通じてユーザーエンゲージメントの向上は、Google Play でのアプリの評価を 4.0 から 4.4 に引き上げるのにも寄与しています。



3. 詳しくは、<https://goo.gl/1m-M23> を参照。



2014 年 2 月から 2015 年 2 月までに、開発者は  
Google Play 上で 70 億ドルも稼ぎ出しています。

2015 年には、Google Play の提供国に新たに数十カ国が加わり、著作権を侵害するアプリの報告および削除に関する手続きの改善を引き続き進めています。Google Play のポリシーでは、著作権の侵害を禁じており、Google Play は著作権を侵害するコンテンツを削除し、ポリシーに違反するデベロッパーを排除する措置を講じることで、積極的にそのポリシーを実践しています。

## 広告

Google では、ウェブパブリッシャーや広告主を対象に、ブランドの知名度の確立、新規顧客の獲得、および新たな収益源の創出を図るための広告プラットフォームをいくつか提供しています。Google は、業界全体にわたる広告基準の向上に向けてベストプラクティスの確立を目指し、その他業界大手との協力を進めてきました。例えば、2015 年からは 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ています。その目的は、著作権侵害や模倣品の販売を意図したウェブサイト上へのオンライン広告の掲載を防止するためのベストプラクティスとツールを開発することにあります。これは、2013 年に Google が、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参加した、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を踏まえた取り組みにあたります。

Google の広告ポリシーは、著作権を侵害する作品を配信するサイトが当社の広告サービスを利用することを禁止しています。2012 年以降、AdSense プログラムから著作権ポリシーの違反を理由としてブラックリストに掲載されたページは 9 万 1,000 件を上回ります。その大半は、Google 独自の予防的スクリーニングプロセス (Proactive Screening Process) によって検知されたものです。同じく 2012 年以降に、著作権侵害を理由に凍結された AdSense アカウントの数は 1 万 1,000 件を上回ります。

## Google Ads

## 政府や業界との取り組み

Google では、オンライン著作権侵害に対処し、ユーザーを合法コンテンツに導くための最善の手段に関して、世界各国の政策立案者との間で積極的な議論を行っています。昨年の事例について、いくつかご紹介します。

- 2015 年 10 月、IPEC による著作権侵害に対処し、創造産業の継続的成長を図るための計画にあたる、知的財産執行に関する共同戦略計画 (Joint Strategic Plan on Intellectual Property Enforcement) の策定に関するパブリックコメントに対し、意見提出をしました<sup>4</sup>。その中で、Google が著作権侵害と模倣行為への対処において講じてきた自発的な措置について説明するとともに、米国政府の知的財産執行への取り組みの効率性と効果を向上させる上で、こうした措置がいかに IPEC の利益に合うものであるかということに言及しました。
- 2015 年 4 月、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・テイクダウン手続きの運用の向上を目的とした、米商務省インターネット政策タスクフォース (Internet Policy Task Force) のマルチステークホルダープロセス (MSP) に参加しました<sup>5</sup>。一連の議論は、DMCA のノーティス・アンド・テイクダウン手続きのベストプラクティスに関するリストの公表として実を結びました。
- 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 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意図に署名しています。この意図への署名者は、広告サービスの「不正サイト」との関与防止を目的とした、明確かつ透明な原則の確立に取り組んでいます。

また Google では、著作権侵害コンテンツ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な協力を展開しています。いくつかの事例をご紹介します。

- 2015 年 10 月、Google は、CASBAA (アジア、マルチチャンネル・オーディオビジュアルコンテンツ制作・配信産業協会) 会議の中で、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の構築に関するワークショップに参加しました。アジア地域における著作権侵害への対応に「Follow the Money」アプローチを導入する最善の方策などが、このワークショップで取り上げられました。
- 2015 年と 2016 年の 4 月、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を対象とした WIPO (世界知的所有権機関) のワークショップに参加しました。
- 2015 年 2 月に Google は、英国の産業間共通団体と共同で、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<sup>7</sup>。

4. Katherine Orenas, "Development of the Joint Strategic Plan on Intellectual Property Enforcement, FR Doc. 2015-21290," August 2015, <http://www.gpo.gov/AD7707>.

5. DMCA 41, Google 等の協賛をオンラインサービスバイザーを対等に、著作権侵害の申し立てに対する金銭的責任に際するサービスバイザーを規定する米国の法律です。同法の要件の一つとして、サービスバイザー (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、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制限しなければなりません。権利の電子複製引分けをはじめとするその他の法域の法律でも、サービスバイザーに対して同様の義務が規定されています。

6. United States Patent and Trademark Office, "U.S. Commerce Department Announces Digital Millennium Copyright Act Multistakeholder Forum Results," April 2015, <http://www.gpo.gov/AD7707>.

7. JICWERS, "Minimising Risk of Digital Display Advertising Misplacement," February 2015, <http://www.gpo.gov/AD7707>.

## 業界の状況と オンラインイノベーション

Google の著作権侵害対策に関するポリシー

## Google の著作権侵害対策

## 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により多くの人々によって制作されています。創造産業のこの活況は、世界的に巨額の収益をもたらしています。例えば、世界的に見て、8 兆ドルを上回る商取引が毎年、オンラインで行われています<sup>8</sup>。欧州全域におけるオンラインミュージック、書籍、映画、ゲームの大きな成長は、2003 年から 2013 年までの間に 360 億ユーロを上回るデジタル収益を生み出し、創造産業の全収益を 12 %増加させました<sup>9</sup>。南アジアでは、今後 10 年間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<sup>10</sup>。米国では、インターネットは経済成長における最大のサクセスストーリーの 1 つとなっており、過去数年間における GDP 成長の 15 %に寄与しています<sup>11</sup>。

インターネットにより、コンテンツクリエイターにとっての新たな収益源が創出され、ユーザーがコンテンツを消費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、一度にテレビドラマの全シーズンを合法的に視聴し、Spotify や Google Play Music でアーティストのライセンス付与された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、各国間の文化的コンテンツの輸出において空前の成長を続けており、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、コンテンツ産業にとって望ましいものとなっています。この 1 年間だけでも音楽産業の売上高は 6.9 %増加し、250 億ドルを上回る収益を得ました<sup>12</sup>。アマチュアであれプロであれ、あらゆるタイプの創造的活動がこの新たな機会によって変化を遂げつつあり、デジタルツールとオンライン配信によりコストの低下が実現されています。

Google は、消費者がデジタルコンテンツを合法的に入手するための新たな手段の創出において、最前線に立ち続けてきました。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、消費できるようなプラットフォームを構築し、オンラインメディアを収益化するための画期的で新た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

## 業界の状況と オンラインイノベーション

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

9. Katherine Oxman, "Development of the Joint Strategic Plan on Intellectual Property Enforcement," FR Doc. 2015-21290, August 2015. <http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/FR-2015-08-21/pdf/2015-08-21.pdf>.

10. Olaf Acker, Florian Gröpe, Laura Kroppmann, Thierry Lefort, "The digital future of creative Europe: The impact of digitization and the Internet on the creative industries in Europe," May 2015. <http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/FR-2015-05-21/pdf/2015-05-21.pdf>. <https://techdirt.com/skyrising2/>.

11. Aikawa, "The ASEAN Digital Revolution," 2015. <https://goo.gl/H936W>.

12. McKinsey Global Institute, "Internet matters: The Net's sweeping impact on growth, jobs, and prosperity," May 2011. <http://goo.gl/164Y84>.

13. Music Business World, "\$25 Billion: the best number to happen to the global music business in a very long time," December 2015. <http://goo.gl/CAKHd>. IFPI, "Digital music in figures," 2015. <http://goo.gl/12qPss>.

## Google の著作権侵害対策

使用するデジタルアーティストを成功に導くための Google の努力の成果は、2016 年(第 58 回)のグラミー賞授賞式で、世界中のオーディエンスの心を捉えたとして成功を認められた、YouTube セレブリティやアーティストの数に表れています<sup>14</sup>。

ウェブがもたらした創造性の成長と便益はまた、コンテンツの制作と消費を巡る従来の物理的な境界をも打ち壊してきました。現在、人々はかつてないほど国外のコンテンツとつながり、それを消費しています。例えば、2015 年の韓国 YouTube の K-POP 動画の視聴回数の 95 %は、国外からのものでした<sup>15</sup>。また、グローバル・イノベーション・インデックスは、国のイノベーション度を判断する上でのデータポイントとして、「YouTube へのアップロード数」を使用するに至っています<sup>16</sup>。

知的財産権の侵害に対するコンテンツクリエイターの闘いに関して言えば、コンテンツを消費する簡便で合法的な形態を広く普及させることが、特に有効な対抗策の 1 つとして挙げられます。音楽業界は、広告付きの無料ストリーミングサービス(YouTube、Spotify、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額制サービス(YouTube Red や Google Play Music 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、ストリーミングコンテンツの合法的フォームの普及が著作権侵害率の低下につながる事が実証されています<sup>17</sup>。Netflix もオーストラリアなどの国で同様の効果を上げています。2015 年の調査では、オーストラリアにおいて、ライセンスを受けたビデオオンデマンド等のサービスが開始されたことにより、映画・テレビ番組の著作権侵害が減少したことが明らかにされています<sup>18</sup>。英国の規制機関、OFCOM(情報通信庁)の 2015 年 11 月の調査でも、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、ユーザーが視聴できる作品数を増加させることや、テレビ番組や歌、映画の

## 業界の状況と オンラインイノベーション

14. Saba Hamdy, "The music industry is all about its new digital stars, and the Grammy proved it," February 2016, <<http://goo.gl/0E73ZD>>.

15. "It's for Gangnam Style: #10YearsOnYouTube," May 2015, <<http://goo.gl/KAZDW4>>.

16. The Global Innovation Index, 2015, <<https://goo.gl/n1wLH1>>.

17. Oviya, "The Carrot or the Stick?" October 2015, <<https://goo.gl/VXK65B>>; MediaVision, "Music Sweden File Sharing & Downloading," 2011, <<http://goo.gl/XTHVH5>>; Spotify, "How Spotify study sees encouraging downwards trend in music piracy in the Netherlands," July 2013, <<http://goo.gl/mvYk6>>; Billboard, "Streaming Services Make Inroads Into Piracy Down Under, Spotify's Will Page Tells Bigroom," September 2014, <<http://goo.gl/0Ht0j0>>; TorrentFreak, "Spotify Helps to Beat Music Piracy, European Commission Finds," October 2015, <<http://goo.gl/kvPmD5>>.

18. Ariel Bogle, "Report: Piracy levels drop in Australia thanks to Netflix, Stan and Foxtel," September 2015, <<http://goo.gl/Xw0R00>>.

## Google の著作権侵害対策

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<sup>19</sup>。このように、コンテンツの配信サービスと権利者が、ユーザーがアクセス可能な合法コンテンツを検索できるよう、レパトリーの検索機能を向上させることによって著作権侵害に対して効果をもたらすことができます。

著作権侵害行為に対処する効果的なもう 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)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のことです<sup>20</sup>。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<sup>21</sup>。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するだけでなく、こうしたサイトへの広告を遮断するための業界全体におけるベストプラクティスの確立に向けた取り組みを進めることで、オンライン著作権侵害に対抗しています。

簡便で合法的なコンテンツの形態の普及向上と、業界大手や法執行機関の「Follow the Money」アプローチの採用に向けた取り組みの結果、オンラインで消費される不正音楽の割合は、2012 年の 35 %から 2018 年には 10 %未満に減少するものと予測されます<sup>22</sup>。実際、これらの取り組みにより、英国ではインターネット上の著作権侵害は大幅に減少しました。英国知的財産庁(IPO)の 2016 年 7 月の報告書によれば、英国のユーザーが違法に

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、消費できるようなプラットフォームを構築し、オンラインメディアを収益化するための画期的で新たなアプローチを開拓しています。

## 業界の状況と オンラインイノベーション

19. IDATE, "Online Content Study: Changes in the distribution, discovery, and consumption of lawful and unauthorized online content," November 2015, <<http://goo.gl/mv0R00>>.

20. Mike Weatherley, "Strides in the right direction," July 2015, <<http://goo.gl/0Lx4M>>.

21. TorrentFreak, "Three Large File-Sharing Sites Announce Shutdown," March 2016, <<https://goo.gl/0M0R00>>.

22. IDATE, "Online Content Study: Changes in the distribution, discovery, and consumption of lawful and unauthorized online content," November 2015, <<http://goo.gl/mv0R00>>.

映画、音楽その他のコンテンツにインターネット上でアクセスする割合は、IPO がインターネット上での著作権侵害の割合を調査し始めた過去 5 年間で最も低くなり、一方で Spotify、Netflix、YouTube などの合法的なサービスのみを使ってコンテンツにアクセスしているユーザーの割合もその 5 年間で最も高くなったとことです<sup>23</sup>。このように、全般的にインターネット上の著作権侵害は減少傾向にあると思われますが、こうした前進を受けてもなお、Google はインターネット上の著作権侵害との闘いを引き続き重要視しています<sup>24</sup>。

23. Intellectual Property Office, "Online Copyright Infringement Tracker Latest wave of research Mar 16 - May 16," July 2016, <<https://goo.gl/TPtPPT>>.

24. IDATE, "Online Content Study: Changes in the distribution, discovery, and consumption of lawful and unauthorized online content," November 2015, <<https://goo.gl/mw6C31>>.

全般的に、インターネット上の著作権侵害は減少傾向にあると思われますが、こうした前進を受けてもなお、Google はインターネット上の著作権侵害との闘いを引き続き重要視しています。

## Google の著作権侵害対策に関するポリシー

以下に挙げる原則は、コンテンツの提供および著作権侵害対策への取り組みの拡大と向上に向けた、当社社員の人的リソース、時間、経費およびコンピューティングパワーへの多額の投資に関する指針となるものです。

### より多くのより優れた合法的代替手段を創造すること

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、さらに優れた、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、創造産業の収益の向上を推進し、ユーザーを合法的代替手段に導くよう努めています。

### Follow the Money (金の動きを追え)

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、そのマネー・サプライ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。

### 効率的かつ効果的で、拡張性があること

Google では、より広く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、早期に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を理由とする検索結果の削除依頼を処理することが可能となっています。平均所要時間は 6 時間を下回ります。検証のために提出されるページ数が倍増しているにもかかわらず、この所要時間に変化はありません。

### 濫用防止対策

残念ながら、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。

### 透明性の提供

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依頼件数を開示しています。透明性の向上に向けたこうした措置が、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提供となることを願っています。

Google がこれまで創出した金額

Google がこれまで投入したリソース



70億ドル<sup>以上</sup>

2014 年 2 月から 2015 年 2 月までの間に、Google Play が当社プラットフォームを利用するデベロッパーにもたらした金額。



30億ドル<sup>以上</sup>

これまでに YouTube が音楽業界にもたらした金額。



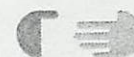
20億ドル<sup>以上</sup>

YouTube のコンテンツ ID システムがその開始以降、権利者にもたらした金額。ファンがアップロードしたコンテンツを権利者がコンテンツ ID を通じてマネタイズした収益が、音楽業界の YouTube による収益の約 50 % を占めます。



5,000万<sup>以上</sup>

コンテンツ ID データベースの有効参照ファイル数。



8,000<sup>以上</sup>

コンテンツ ID を使用し、コンテンツの管理と収益化を行うパートナーの数。2014 年の報告時に比べ 38 % 増加しています。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ます。



6時間

Google 検索に対する DMCA リクエストを処理するのに要する平均時間。

Google がこれまで取ったアクション



**5億5,800万**

のユーザーからのリクエスト

デジタルミレニアム著作権法(DMCA)の要件に従って、2015 年だけで Google の検索結果から削除することを要請されたウェブページの数、前年から 60 % 増加しています。Google は、こうしたウェブページの 98 % 以上を削除しています。残りの 2 % 弱、約 1,100 万ページに関しては、申し立てに不備がある、あるいは間違った申し立てであると判断し、却下しています。



**670,000**

の広告が掲載を認められず

2015 年 9 月から 2016 年 3 月までの間に著作権侵害を理由に掲載を認めなかった Google AdWords サービスの広告数。



**98%**

の問題が解決

YouTube における著作権問題のうち、コンテンツ ID によって解決されたものの割合。権利者が、削除通知の送信を必要とすることなく、コンテンツを管理・コントロールするための新たな手段となっています。コンテンツ ID による申し立ての 90 % 以上が収益化を要求しており、YouTube パートナーにとっての大きな収益源となっています。

YouTube

コンテンツクリエイターへの YouTube の影響

YouTube がコンテンツ産業にもたらすメリット

YouTube サポートする権利者による著作権コンテンツ管理

コンテンツ ID

YouTube の著作権ポリシー

YouTube 著作権センターと著作権侵害による削除通知

YouTube コンテンツ検証プログラム

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

通知の濫用例

## YouTube

YouTube により、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ありとあらゆるものに及んでいます。毎日、何億時間分もの動画が YouTube で視聴されており、世界中のクリエイターたちの手で制作された動画の再生回数は数十億回にも達しています。YouTube が真の世界的プラットフォームであることは間違いありません。80 カ国以上で各国版が制作されており、ユーザーは 76 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。世界的に普及した結果、YouTube の動画再生の 80 %は米国国外からのものとなっています。

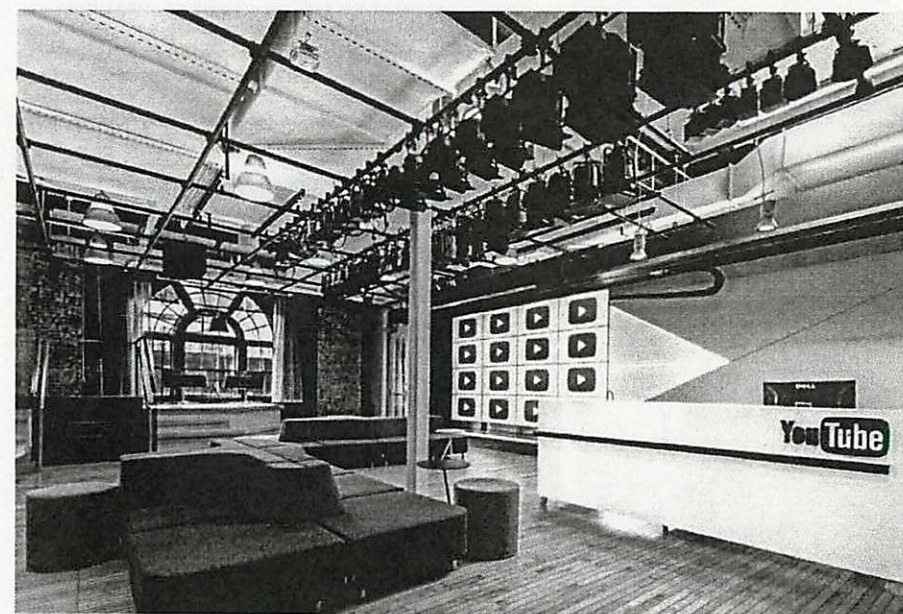
### コンテンツクリエイターへの YouTube の影響

YouTube からは新世代のコンテンツクリエイターが登場しています。現在、YouTube のパートナープログラムを通じて動画から収益を得ているチャンネルの数は、インディーズ系のミュージシャンやクリエイターから、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まで含めて、80 カ国以上で数百万に上ります。YouTube がコンテンツクリエイターにもたらす収益額は増加を続けています。例えば、YouTube で年間に 10 万ドル以上の収益を得るチャンネルの数は、前年比で 50 %増加しています。

こうしたコンテンツクリエイターの多くは、YouTube での成功をきっかけとして、まったく新しい収益源やビジネスチャンスを手に入れています。YouTube の広告からの収益分配に加えて、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消費者向け製品にまで至り、ニューヨーク・タイムズ紙のベストセラー本リスト入りを果たしているケースもあります<sup>25</sup>。

<sup>25</sup> Lisa Ekdar, "Young and quirky YouTube stars hit traditional book publishers," September 2015, <http://go.gd/1ttrpcc>; Ellen Zamenant, "Getting YouTube Stars to Sell Your Product," February 2016, <http://go.gd/1edM4G6>.

こうしたクリエイティブコミュニティへの投資と支援を進めるために、Google は YouTube Space をロサンゼルス、ニューヨーク、ロンドン、パリ、東京、サンパウロ、ベルリン、ムンバイ、トロント、リオデジャネイロに開設しています。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、画期的で実験的な作品作りのためのツールやアドバイスを活用することができます。また、業界のエキスパートの手ほどきを受けたり、コーヒーを片手に YouTuber 仲間と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。2015 年 10 月の時点で、YouTube Space で 1 万 2,000 本以上の動画が制作されており、10 億回を上回る再生回数と 9,000 万時間以上の再生時間を記録しています。



写真：ニューヨークの YouTube Space。詳しくは、[youtube.com/space](http://youtube.com/space) をご覧ください。

YouTube に関する最も刺激的な事柄の 1 つは、世界中の人々が YouTube を利用して自分の情熱や創造性を表現し、それをキャリアへと変えていく方法にあります。YouTube で成功を収めているクリエイターについて、最新の事例をいくつか紹介します。

#### リンジー・スターリング(米国)

リンジー・スターリングは、エレクトロニックアーティスト、バイオリニスト、ダンサー、作曲家として活躍しています。YouTube でファンを開拓し、世界各国でツアーを行い、第 1 回の YouTube ミュージック・アワードを受賞したほか、2014 年のビルボード・ミュージック・アワードのトップダンス/エレクトロニックアルバムにもノミネートされました。現在、登録者数は 8,000 万人を上回り、『Lindsey Stirling』と『Shatter Me』の 2 枚のアルバムをインディーズレベルからリリースしています。Red Rocks などの会場ではチケットがソールドアウトになるなど、そのツアーも脚光を浴びています。先頃発表された初の著作『The Only Pirate at the Party』は 1 月 31 日のニューヨーク・タイムズ紙ベストセラー本リストのハードカバーノンフィクション部門に登場しています。モバイルゲームにも進出するなど、その活躍の場をさらに広げています。先頃、フォーブス誌で、世界で最も稼ぐ YouTuber の 1 人として紹介されました。



写真提供:リンジー・スターリング

#### キャッシー・ホー(米国)

キャッシー・ホーは、YouTube でも最大のヘルス&フィットネスチャンネルの 1 つである Blogilates を開設するクリエイターです。登録者数は 300 万人を上回り、従来のフィットネスの指導とレシピ、料理、ライフスタイルを組み合わせたトピックを取り上げています。Blogilates チャンネルは 2 年連続で Streamy Awards の Best Fitness Channel に輝き、昨年にはその著作『Hot Body Year Round』も出版されています。昨年 12 月からは、米国の 24 Hour Fitness において、彼女のメソッドである POP ピラティスのクラスが開講されています。彼女自身が考案し YouTube の配信チャンネルで公開された POP ピラティスは、今や人気のある運動の 1 つとなっています。

#### カート・ヒューゴー・シュナイダー(米国)

カート・ヒューゴー・シュナイダーは、その登録者数が 700 万人を上回る YouTube の音楽コミュニティの中心的人物の 1 人です。プロデューサー、ディレクターとして彼の名は YouTube を超えて広がっています。リクストン、アヴィーチー、ハンター・ヘイズ、ジェイソン・ムラースほか多数の有名アーティストとのコラボレーションを展開しています。素晴らしいミュージシャンでありながら、彼の情熱は動画の制作に向かい続けています。ブレイクアウトした 20 人以上の YouTube クリエイターやミュージシャンを自身の YouTube チャンネルで取り上げており、その中には、サム・チョイ(6 年前)、タイラー・ワード(4 年前)、アレックス・グート(4 年前)などがあります。世界各国のファンと触れ合う様々なイベントにも登場しており、最近ではアジアでの YouTube FanFest にも参加しています。



写真提供:カート・ヒューゴー・シュナイダー

#### バイリンガルちか(日本)

日本を代表する教育コンテンツのクリエイターで、彼女が手がける人気英語レッスン動画は 50 万を上回る登録者数を記録しています。その実証的で楽しい動画は世界中で多くのファンを獲得し、最近では国連の Sustainable Development Action キャンペーンの Change Ambassador(改革大使)に任命されています。

#### ハンナ・トリグエル(英国)

リーズでストリートミュージシャンとして音楽キャリアをスタートさせた彼女は、現在では YouTube で 5,300 万回以上の再生回数と 40 万人以上の登録者数を記録しています。大学の最終学年のときから、英国国内で何度かツアーを行い、2 枚の EP をリリースしています。YouTube には世界中からアクセスできるため、彼女が一度も訪れたことのないベトナムで、シングル『Head-rush』がナンバー 1 に輝きました。



写真提供:ハンナ・トリグエル

#### My Cupcake Addiction(カップケーキ中毒) / エリス・ストラチャン(オーストラリア)

オーストラリアのゴールドコースト出身の彼女は、地元のマーケットでカップケーキの販売を始め、2011 年にカップケーキの焼き方と盛り付けのチュートリアルを専門とする YouTube チャンネル『My Cupcake Addiction(カップケーキ中毒)』を開設し、世界各国の 270 万人を上回る登録者に向けてキッチンを公開しています。スキットルズレインボーケーキの焼き方に関する動画は、2,400 万回に迫る再生回数を記録しています。ユニークなレシピを取り上げ、そのレシピで誰でも簡単にカップケーキを作れるように彼女独自のアプローチは、世界中のスイーツ好きからなる多様なファンの間で人気を博しています。

## YouTube がコンテンツ産業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、YouTube でのファンとのレコード音楽の共有を推進しています。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権利者には報酬が支払われます。これまでに YouTube は、音楽業界だけでも 30 億ドルを上回る利益をもたらしており、ファンによるアップロードはこうした収益の 50 %を占めるに至っています。

音楽ファンが不正な音楽ソースではなく YouTube を選ぶその 1 回 1 回が、著作権侵害に対する勝利となります。Sandvine による 2015 年 9 月の調査では、合法的な動画サービスに使用されるインターネット帯域幅が全体的に増加する一方で、ビットトレントなどに使用される帯域幅は減少していることから、オンライン著作権侵害は合法的オンライン活動の新たな出現により減少傾向にあると考えられることが示されています<sup>26</sup>。YouTube とその他のオンラインコンテンツサービスは、ユーザーを魅力的でアクセスしやすい合法的代替手段に誘導することにより、若い音楽ファンの消費習慣の形成を支援する上で重要な役割を果たしています。実際に、YouTube は 2013 年 2 月以降、ユーザーを合法コンテンツに誘導することに成功しており、ビルボード誌の Hot 100 チャートでは人気音楽ランキングの決定に YouTube の再生回数が取り入れられています<sup>27</sup>。本報告書の執筆時点で、21 本の YouTube 動画の再生回数が 10 億回を上回っています。昨年、この回数を上回った動画は 3 本しかありませんでした。YouTube で最も再生回数の多い動画の中には、メジャーレーベルと契約しているアーティストの動画も含まれています<sup>28</sup>。

26. Torrent Freak, "BitTorrent Traffic Shows Signs to Slow Down," September 2015, <<https://www.gizmo5.com/>>.

27. Billboard Top 100 FAQ, <<http://www.billboard.com/faq>>.

28. YouTube Playlist, "One Billion Club," <<https://www.youtube.com/playlist?list=PL4FGEQ3116>>.

YouTube は、これまでに 30 億ドルを上回る利益を音楽業界にもたらしています。

## YouTube がサポートする権利者による著作権コンテンツ管理

### コンテンツ ID

2007 年に YouTube は、権利者がオンライン上で自身のコンテンツを効率的に管理することができる著作権管理システム、コンテンツ ID を開発し、その運用を開始しました。これにより、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コンテンツが含まれる動画特定し、その動画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。

現在、YouTube にアップロードされた動画は、コンテンツ ID を介して、全部で 600 年以上にも及ぶ音声・映像の参照コンテンツと照合され、また著作権問題の 98 %以上がコンテンツ ID により解決されています。具体的に音楽産業を見てみると、報告されたサウンドレコーディングへの申し立ての 99.5 %がコンテンツ ID により自動的に処理されています。つまり、0.5 %の事例を除いて、コンテンツ ID が作品を自動的に特定し、著作権保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、保有コンテンツの参照ファイル(音声のみ、または映像と音声)、コンテンツ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。YouTube はその内容に基づき、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ます。この技術により、コンテンツが自動的に特定され、そのコンテンツに対して権利者の希望する措置が自動的に適用されます<sup>29</sup>。

29. <<https://www.youtube.com/yt/faq/#faq03>>.

音楽業界の YouTube からの収益の約 50 %をコンテンツ ID が占めています。

権利者は、アップロード動画が自身のコンテンツと一致した場合の措置を、次の中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<sup>30</sup>。

コンテンツ ID が著作権保有者に提供するオプションにより、コンテンツ ID は著作権侵害に限定されない、著作権管理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コンテンツがアップロードされた場合でも、権利者に収益がもたらされます。実際に、コンテンツ ID による申し立ての 90 %以上が収益化につながっています。収益化の結果として、音楽業界の YouTube からの収益の約 50 %をコンテンツ ID が占めており、権利者に 20 億ドルもの利益をもたらしています<sup>31</sup>。音楽業界で、この規模と効果に匹敵するものはありません。現在、コンテンツ ID の有効な参照ファイル数は 5,000 万以上にのぼります。

コンテンツクリエイターがコンテンツ ID から直接のメリットを得た例を、いくつかご紹介します。

- 韓国レコード産業協会 (RIAK) は、韓国の国内外のファンに 80 年代と 90 年代の韓国のトップヒットソングをリスペクトするための新たな手段を提供しています。実際、こうした古いヒットソングのカバーをはじめとするファンの制作したコンテンツが、現在、YouTube における RIAK の再生時間と収益の 90 %以上に寄与しています。
- コンテンツ ID によって、日本のアニメスタジオである日本アニメーションは、同社の 70 年代のクラシックタイトルの 1 つが中東で多く視聴されていることを発見しました。コンテンツ ID により、新たなファンを見つけることができたため、日本アニメーションでは新たなグローバルでのコンテンツ配信戦略の検討に入り、この作品の中東での正式な展開も検討されています。
- インド最大の音楽レーベル・映画会社の 1 つである T-Series は、同社のボリウッドのヒット作品の音楽動画や予告編、プレイリストなどをオンラインで配信する主要プラットフォームとして YouTube を使用しています。YouTube を使用することにより、メインチャンネルの登録者数は 1,000 万人を上回り、77 億回以上の再生回数を記録しています。その 60 %以上はインド国外で再生されたものです。コンテンツ ID は、YouTube で新進のタレントを発掘する目的にも使用されています。コンテンツ ID を用いて自社のヒットソングをカバーする動画を見つけているのです。同社はこれまでに、シャリー・セシヤ、アルジュン・ザック・ナイトといった YouTube シンガーを発掘し、パートナーシップを結んでいます。

30. 詳しくは、<https://goo.gl/mzDGrS> を参照。

31. Christophe Moller, "YouTube: No other platform gives as much money back to creators", April 2016, <http://goo.gl/R99QoF8>.

コンテンツ ID はユーザーにとっても価値あるものです。著作権保有者がユーザーのアップロード動画の収益化または追跡を選択した場合、ユーザーは引き続き既存の作品を自由にリミックスし、様々な形の新たな創作物をアップロードすることができます。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<sup>32</sup>。異議申し立てがなされる割合は 1 %を下回りますが、そのうち再検討を経てコンテンツ所有者が肯定的に同意し、公開を許可した割合は、3 分の 1 を上回っています。

32. 詳しくは、<https://goo.gl/03BuhT> を参照。

## 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、誰の著作権も侵害していません。しかしながら、YouTube は、著作権についてユーザーを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開発しています。その

コンテンツ ID は、権利者に  
20 億ドルもの利益をもたらしています。

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多く設けられています。

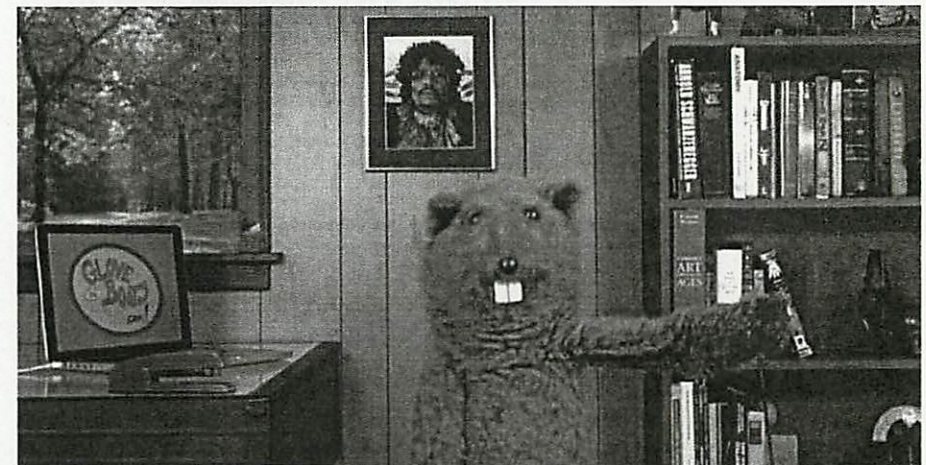
1. 有効な著作権侵害による削除通知を受けて、YouTube が動画を削除した場合、ユーザーにその旨を通知し、その動画をアップロードしたユーザーのアカウントに「著作権侵害の警告」を適用します。
2. 「著作権侵害の警告」が適用された場合、ライブストリーミングの配信や 15 分を超える動画のアップロードなど、誤用される恐れのある機能へのアクセスができなくなります。
3. オンラインによる「コピーライトスクール」の受講を完了することにより、ユーザーは著作権について学び、アカウントへの違反警告の期限切れを待つ権利を取得します。
4. 違反警告を 3 度受けた時点で、当該ユーザーのアカウントは停止され、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。

コンテンツ ID で異議申し立てが  
なされる割合は 1 %を下回ります。

## 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 98 %以上がコンテンツ ID により解決されています。残りの 2 %は、権利者から DMCA 削除リクエストを通じて手動で YouTube に送信されたものです。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、YouTube ユーザーが著作権について学べる幅広い情報を提供しています。

YouTube 著作権センターで著作権について説明するグループとグループ  
(youtube.com/yt/copyright/)



## YouTube コンテンツ検証プログラム

使いやすい公開ウェブフォームに加えて、YouTube は、定期的に大量の著作権侵害による削除通知を提出する必要がある、これまでの提出において高い精度が実証されている権利者を対象に、コンテンツ検証プログラムを提供しています。動画について YouTube の著作権チームへ報告するための簡便なインターフェースを備えたこのプログラムにより、権利者は YouTube 上の自らのコンテンツを検索し、著作権侵害が疑われる動画を簡単に特定することができます。コンテンツを特定した場合は、権利者はプロセスの効率化を図る一元的で合理的な手段を通じて、YouTube がそのコンテンツの所在を特定し、検証し、削除するのに十分な情報を簡単に提供することができます。

## 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、コンテンツクリエイターとユーザーに対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、コンテンツまたはアカウントに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 削除リクエストが不当であると考えた場合は、著作権保有者が誤った要求を行った可能性があることを反証する目的で、ウェブフォームから異議申し立て通知を提出することができます<sup>33</sup>。著作権保有者が訴えを起こさなければ、その動画は復元されることがあります。

<sup>33</sup> <https://goo.gl/3W3oe> を参照。

著作権問題の 98 %以上が  
コンテンツ ID により解決されています。

## 通知の濫用例

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 YouTube における著作権管理について理解を深め、コミュニティとしてのベストプラクティスを構築できるよう、YouTube はプラットフォーム上で著作権侵害の申し立てを濫用した例を公開しています。

- 大手清涼飲料水会社より、YouTube のニュースチャンネルを対象とした削除通知の送信がありました。コマーシャルからの抜粋がそのコマーシャルに批判的な報道に含まれていたことが理由でした。動画は削除しませんでした。
- カリフォルニア州のある市より、市長を批判する目的で、市議会の公開動画の一部を使用している市民を対象とした削除通知の送信がありました。動画は削除しませんでした。
- 大手ニュースネットワークより、ニュース映像からの短い抜粋を含む大統領選挙運動の動画を対象とした削除通知の送信がありました。動画は削除しませんでした。
- カナダの大手テレビネットワークより、ジャスティン・トルドーのインタビュークリップを批判するカナダ保守党の中傷キャンペーン広告について、削除依頼の送信がありました。動画が公正な取り扱いによって保護するにあたり十分な理由について、依頼者側が説明できなかったため、申し立てを却下しました。
- 英国のウェディングフォトグラファーより、彼の作品に不満を持った顧客が制作した動画について、削除依頼の送信がありました。公正な使用により動画を保護するか否か依頼者に検討を促しましたが、返答が一切なかったため、動画は削除しませんでした。
- ベルギーのアクアティック・パークより、動物虐待に抗議する動画について、削除依頼の送信がありました。動画にこの施設のイルカショーの振り付けが含まれていたことが理由でした。振り付けが著作権保護の対象としてふさわしいと考えられなかったため、申し立てを却下しました。

YouTube は、コンテンツの削除に際して、  
コンテンツクリエイターとユーザーに対して  
できる限り透明性を確保するよう取り組んでいます。

## Google のウェブ検索

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  
ノータイス・アンド・テイクダウンと降格シグナル  
大量のリクエストに対する大規模な処理について  
Trusted Copyright Removal Program パートナー  
著作権侵害による削除通知のランキングへの活用  
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条件の削除  
業界基準の確立  
合法的代替手段の視認性の向上  
Google 検索による濫用の発見と透明性の重視  
DMCA の濫用例  
透明性  
検索と著作権侵害:その現実

## Google のウェブ検索

世界中で毎日、35 億回を上回る検索が Google 検索で行われており、Google 検索は世界で最も広く利用されている検索エンジンとなっています。世界各国の 10 億人以上の人々が合法的なコンテンツを発見するのをサポートしていることから、Google 検索の人気の高まることで、権利者にも明確な利益をもたらしています。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。

ウェブ上には 60 兆以上ものアドレスが存在していますが、著作権侵害と何らかの関係があるアドレスはそのうちのごくわずかに過ぎません。とはいえ、Google では、その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多大な取り組みを行っています。こうした主な取り組みについて、以下に簡単に紹介します。

### ユーザーが実際に入力したメディア関連のクエリに対する検索結果の適正化:

Google のエンジニアたちの取り組みのおかげで、ユーザーから毎日送信されるメディア関連のクエリに関しては、その大部分に対して合法サイトのみを含む結果を表示しています。

### 削除通知と降格シグナル:

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」検索に関して、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。第一に、権利者や執行代理人が削除通知を効率的かつ大量に送信でき(毎日数万件)、これらの通知を平均 6 時間以内に処理できる最新ツールを開発しています。第二に、有効な大量の削除通知を受け取ったサイトに対して降格シグナルを使用し、これらのサイトが検索結果に表示される順番を格下げしています。

### 合法的な代替手段の提示:

前述のとおり、Google では、簡便で魅力的な、合法的な代替手段を提供することも、著作権侵害と闘うための最善の手段の一つであると考えています。そこで Google では、検索結果の一部としてユーザーに合法的な代替手段を提示する様々なイニシアティブに着手しています。これには、ユーザーを合法的なコンテンツ購入手段へとリンクする、映画や音楽の検索に対する広告の提供も含まれます。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」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)技術の使用法に関して、ユーザーの理解を深める取り組みも実施しています。

## 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

メディア関連のクエリの大部分に関しては、その検索結果のトップページには合法サイトしか表示されません。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。

それにもかかわらず、批評家の中には、映画のタイトルやパフォーマーの名前に「見る」や「無料」や「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」検索の結果に注目して、誤解を招きかねない説明を行う者もいます。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、2015年の Google 検索における、相対的頻度について見ていくことにしましょう<sup>34</sup>。

「スター・ウォーズ/フォースの覚醒」は、「スター・ウォーズ/フォースの覚醒を見る」よりも 402 倍多く検索されています。

「テイラー・スウィフト」は、「テイラー・スウィフト ダウンロード」よりも 4,534 倍多く検索されています。

「ゲーム・オブ・スローンズ」は、「ゲーム・オブ・スローンズ ダウンロード」よりも 784 倍多く検索されています。

「PSY 江南スタイル」は、「PSY 江南スタイル ダウンロード」よりも 104 倍多く検索されています。

「マッドマックス」は、「マッドマックス ストリーミング」よりも 836 倍多く検索されています。

「インサイド・ヘッド」は、「インサイド・ヘッドをストリーミングする」よりも 1,055 倍多く検索されています。

「ピクセル」は、「ピクセルを見る」よりも 240 倍多く検索されています。

「インターステラー」は、「インターステラーを見る」よりも 145 倍多く検索されています。

「ターミネーター: 新起動/ジェニシス」は、「ターミネーター: 新起動/ジェニシスを見る」よりも 134 倍多く検索されています。

「チャッピー」は、「チャッピーを見る」よりも 320 倍多く検索されています。

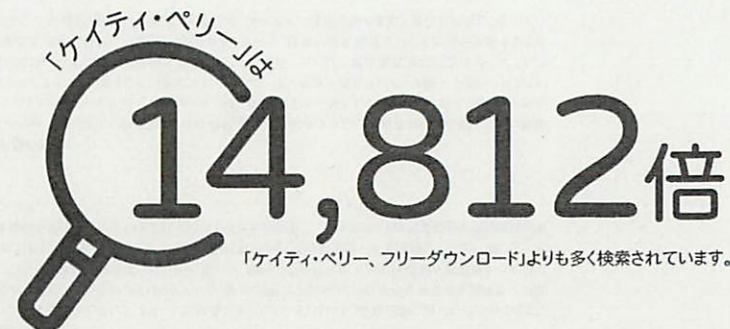
「アバター」は、「アバターを見る」よりも 132 倍多く検索されています。

「オデッセイ」は、「オデッセイをオンラインで見る」よりも 189 倍多く検索されています。

「キングスマン: ザ・シークレット・サービス」は、「キングスマン: ザ・シークレット・サービスを見る」よりも 162 倍多く検索されています。

34. これらクエリの中には、アメリカレコード協会 (RIAA) やその他の権利者団体が参照しているものも含まれます。

検索クエリの相対的頻度については、Google トレンド <https://www.google.com/trends/> を利用して比較できます。



## ノーティス・アンド・テイクダウンと降格シグナル

ユーザーが実際に送信するメディア関連のクエリの大部分に関しては、その検索結果に著作権を侵害する素材へのリンクは含まれていません。しかしながら、Google では、検索アルゴリズムだけでは著作権を侵害する素材へのリンクをすべて排除できない稀な「ロングテール」検索に焦点を当てた取り組みを続けています。

何が著作権の侵害にあたるか否かを判断することが、いかに複雑な問題であるかを考えれば、Google が権利者の協力なくして、著作権を侵害するコンテンツにつながるリンクを特定することは不可能です。テキストの段落グラフや写真、動画、音声記録、ソフトウェアはほとんどすべて、著作権法によって保護されている可能性があります。また著作権法では一般に、著作権保有者の異論があったとしても、パロディや引用などその一部の使用が認められています。Google は検索結果に著作権を侵害するページへのリンクが含まれることを望んでいませんが、このように認められている使用や反論の余地のない使用を、著作権を侵害するような使用と区別するには、著作権保有者の協力が不可欠です。

幸いにも Google は、著作権者や執行代理人から著作権侵害による削除通知を受け取るための効率的で、拡張性のあるシステムを構築しています。こうした通知は、オンラインサービスプロバイダーに適用される、デジタルミレニアム著作権法 (DMCA) やその他の同様の法律に準拠した手続きに従って送信されます。これにより、検索結果から削除すべきページを把握できるだけでなく、Google が大量の有効な通知を受け取るサイトに対して、検索結果に表示される順番を格下げする通知を適用する基準となるデータを入力することができます。

## 大量のリクエストに対する大規模な処理について

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、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<sup>35</sup>。Google のコンテンツ削除に関するウェブフォームは、著作権に関するリクエストを含む、様々な種類の削除リクエストに対応しています。当社がウェブフォームに求める内容は、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。

35. ウェブフォームやプロセスに関する詳細については、support.google.com/legal を参照。

2012 年以降、著作権侵害を理由として、検索結果からウェブページを削除することを要請した報告機関の数は 7 万を上回ります。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。

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、著作権保有者から検索結果からの削除リクエストを受けたページ数は大幅に増加しています。実際に、現在 Google は、1998 年から 2010 年までの 12 年間の合計よりも多くの数のウェブページを対象とした、削除リクエストを毎週受け取っています。2015 年だけで 5 億 5,800 万ページ以上を対象とした削除リクエストが寄せられました。Google は、検証に応じてその 98 % を削除しています。残りの 2 %、約 1,100 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。

著作権保有者と執行代理人の数が増加し、Google に送信される通知の件数が増加していることを踏まえば、ノーティス・アンド・テイクダウン・システムの効果と成功は明らかです。インターネットの急速な成長が続き、新たな技術の出現により、著作権保有者や執行代理人がより安価かつ迅速にオンラインで著作権侵害行為を発見できるようになるにつれて、この数字は、増加の一途をたどるものと予測されます。しかし Google は、通知

現在 Google は、1998 年から 2010 年までの  
12 年間の合計よりも多くの数のウェブページを  
対象とした、削除リクエストを毎週受け取っています。

件数の増加にかかわらず、従来よりも迅速にリクエストに対処し、効率的にコンテンツを削除できるよう、さらなる取り組みを続けています。現在では、検索結果に関する削除リクエストの平均処理時間は 6 時間を下回っています。

## 2014 年から 2015 年における検索結果に関する 削除リクエスト件数上位 10 位(報告機関)

|                                                 |             |
|-------------------------------------------------|-------------|
| Degban                                          | 137,980,363 |
| BPI (British Recorded Music Industry) Ltd.      | 114,178,735 |
| Rivendell                                       | 86,385,612  |
| MarkMonitor AntiPiracy                          | 64,937,338  |
| Remove Your Media LLC                           | 45,271,922  |
| AudioLock.NET                                   | 34,743,069  |
| Takedown Piracy LLC                             | 32,182,148  |
| Recording Industry Association of America, Inc. | 28,839,216  |
| Skywalker Digital, Ltd.                         | 26,569,567  |
| Fox Group Legal                                 | 23,708,671  |

## 2014 年から 2015 年における検索結果に関する 削除リクエスト件数上位 10 位(著作権保有者)

|                             |             |
|-----------------------------|-------------|
| BPI LTD Member Companies    | 122,398,730 |
| MG Premium Ltd.             | 65,292,591  |
| RIAA member companies       | 28,522,280  |
| Metropolitan                | 26,687,603  |
| MG Content RK Limited       | 25,054,971  |
| Fox                         | 23,709,981  |
| VIZ Media LLC               | 23,637,119  |
| Froytal Services Ltd.       | 20,978,747  |
| DMM.com Labo, Ltd.          | 18,414,070  |
| Dreamroom Productions, Inc. | 17,228,268  |

## Trusted Copyright Removal Program パートナー

コンテンツの削除に関するウェブフォームに加え、Google は、適切な通知を提出しているとの実績が実証されており、かつ毎日数千ページ分の削除リクエスト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ソリューションを提供しており、提出プロセスを合理化する目的で、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リクエストを継続的に提出することができます。現在、毎年大量の通知を提出している TCRP パートナーの数は 114 を上回っています。

## 著作権侵害による削除通知のランキングへの活用

Google は、著作権保有者からの通知を受け、検索結果からページを削除することに加え、一定のサイトに関して受け取る著作権侵害による削除通知の有効件数を、検索結果のランキングを考慮する際の数百ものシグナルのうちの 1 つに織り込んでいます。その結果、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に関しては、検索結果の下位に表示されるようになっていきます。ランキングを変更することにより、ユーザーが合法的で質の高いコンテンツソースをより簡単に発見することができるのと同時に、著作権侵害コンテンツからユーザーを遠ざけることが可能です。ある調査では、合法サイトが検索結果に目立って表示されることにより、ユーザーは著作権侵害コンテンツではなく合法的なコンテンツの消費を選択するようになることが示されています<sup>36</sup>。

36. IDATE, "Online Content Study: Changes in the distribution, discovery, and consumption of lawful and unauthorized online content," November 2015, <<http://goon.gl/mw0C3i>>

Google は検索結果に関する削除リクエストを  
これまでになく速く処理しています —  
現在、平均処理時間は 6 時間を下回っています。

このプロセスに関しては、大きな効果が実証されています。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<sup>37</sup>。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。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んでいます。

Google では、著作権侵害による削除通知の有効件数をランキングのためのシグナルとして使用する一方で、具体的な削除リクエスト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過ぎません。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。

現在、毎年大量の通知を  
提出している TCRP パートナーの数は  
114 を上回っています。

<sup>37</sup> TorrentFreak, "Google's New Search Indexing Hits Torrent Sites Hard," October 2014, <http://goo.gl/n7AIG1>.

削除通知を大量に受け取っているサイトは、  
検索結果の下位に表示される場合があります。

## 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。その他のユーザーが以前に入力した類似のクエリに基づき、入力に補完されるのです。関連検索では、その他のユーザーが以前に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。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います。

## 業界基準の確立

Google は、検索エンジンに関する著作権侵害対策について業界基準の確立を推進するために、多くの取り組みを行ってきました。例えば、2014 年と 2015 年に Google は、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、米国商務省の特許商標庁 (USPTO) と電気通信情報庁 (NTIA) が主催したマルチステークホルダープロセスである Internet Policy Task Force に参加しました。そのプロセスの一環として、Google は送信者と受信者双方に対する DMCA のノーティス・アンド・テイクダウン手続きの効率性向上に向けたベストプラクティス文書の作成に寄与しました<sup>38</sup>。

<sup>38</sup> United States Patent and Trademark Office, "U.S. Commerce Department Announces Digital Millennium Copyright Act Multi-stakeholder Forum Results," 7 April 2015, <http://goo.gl/7Ehbb1>.

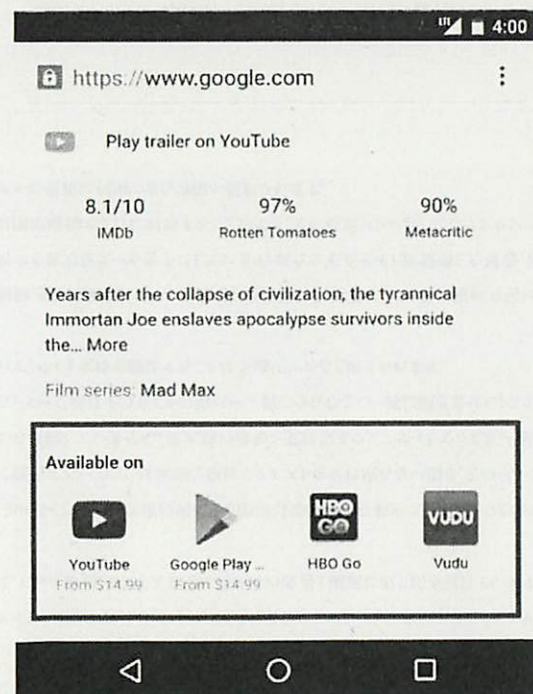
2016 年 5 月には、Google 検索から  
降格サイトへのトラフィックが平均で  
89 % 減少していることが判明しました。

## 合法的代替手段の視認性の向上

Google は、検索結果から著作権侵害ページを削除することや、有効な削除通知をランキングのためのシグナルとして活用することに加え、公式なコンテンツソースが検索結果に優先的に表示されるよう促す新たな戦略を数多く展開してきました。

ユーザーをコンテンツのライセンスコピーに誘導する「カード」

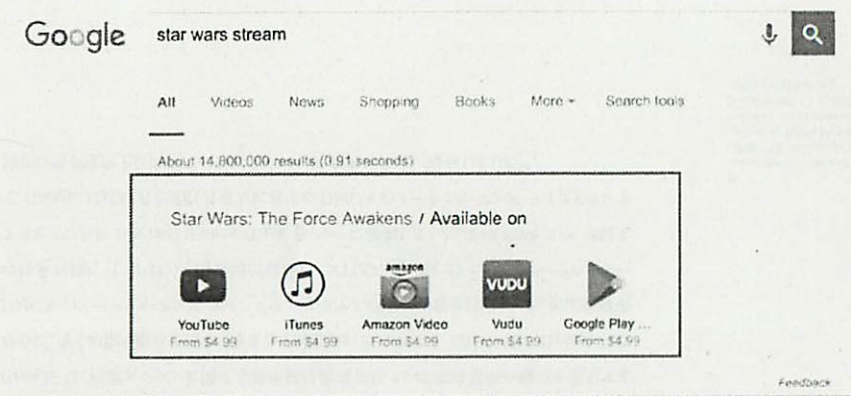
Google で映画、ミュージシャン、アルバム等を検索すると、多くの場合、検索結果のトップまたはその付近に「カード」が表示されます。このカードは、ユーザーのクエリに対して情報、画像、簡潔な答えを提供するものです。Google では、カードを活用し、ユーザーにすぐにコンテンツをオンラインで視聴してもらえるような、広告主向けの新たな手段の試験を行っています。例えば、映画「マッドマックス」のクエリに対してこのようなカードが表示されます。Google はこのカードに、映画のライセンスコピーの借り出しや購入が可能な様々なサイトへのリンクを示すことができます。



映画「マッドマックス」の検索に対して表示されるカード

「ロングテール」な購入重視のクエリに対するウォッチアクション(Watch Action)

ユーザーがメディアを消費する目的で検索を行う場合、こうしたクエリに対してユーザーを合法的なソースに誘導する新たなアクションフォーマットが表示される場合があります。例えば、「スター・ウォーズ ダウンロード」のクエリに対しては、検索結果のトップまたはその付近にカードを表示し、ユーザーを YouTube, Vudu, Amazon Video などから映画を視聴する合法的選択肢に誘導します。「スター・ウォーズ ストリーム」などのクエリに対しても同様のカードが表示されます。「スター・ウォーズ」といったタイトルのみのクエリと比較すれば、こうした検索を行うユーザーは比較的小数であるとはいえ、このような「ウォッチアクション」カードにより合法的なコンテンツソースへのアクセスが促進されている状況は喜ばしい限りです。



このようなユーザーをコンテンツのライセンスコピーに誘導する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<sup>39</sup>。Google は、著作権者やコンテンツ配信サービスとの共同の取り組みが継続し、検索結果におけるコンテンツのライセンスコピーの視認性が向上していくことに期待しています。

## Google 検索による濫用の発見と透明性の重視

Google では、著作権侵害を理由とする削除プロセスの濫用を発見し、これを防止するよう取り組んでいます。著作権侵害による削除リクエストの件数が増加するに従って、削除通知の濫用と誤りを発見することが困難になる一方で、その重要性は高まっています。Google が受け取る削除リクエストには、不備のあるものや不完全なもの、紛れもない濫用

39. 例として、Music Business Association と共同で、音楽ウェブサイト上の検索エンジン最適化に関するガイドラインを発行しています。Music Business Association, "SEO for Music Websites (Part III)", 2014年。http://go.gl/6PFGUJ。

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 に提出された著作権侵害による削除リクエストの 3 分の 1 近く (28.4 %) に、その有効性に関して明らかな疑問が生じる内容が見られました<sup>40</sup>。こうした状況に対して Google は、場合に応じて、検索結果からの URL の削除を拒否したり、これまでに削除したコンテンツを復元したりしています。2012 年から 2015 年までの間に Google が検索結果からの削除を拒否したり、復元したりしたウェブページの数 は 1,100 万を上回ります。

## DMCA の濫用例

著作権侵害による削除プロセスを通じて提出されたリクエストのうち、明らかに無効であった例をいくつかご紹介します。いずれの場合も、検索結果から該当する URL を削除しませんでした。

- 米国の大手映画会社より、公認の大手オンラインメディアサービスに投稿していることを理由に、Internet Movie Database (IMDb) から自社の公開した作品に関するページと公式予告編を削除するよう要請がありました。
- 大手映画会社の代理を務める米国の報告機関より 2 度にわたり、大手新聞社のサイトに掲載された映画レビューを削除するよう要請がありました。
- 英国の自動車教習所より、教習を行っている都市や地域に関するアルファベット順リストを競合他社が模倣していることを理由に、Google 検索からその競合他社のホームページを削除するよう要請がありました。
- 米国のある会社より、会社の不当かつ不公平な待遇について投稿している従業員のブログへのリンクを検索結果から削除するよう要請がありました。
- 音楽レーベルの代理を務める著作権侵害対策会社より、タイトルに「コーヒー」の言葉が含まれる数十ものホームページをリストから削除するよう要請する著作権侵害に関する申し立てがありました。これらウェブページと確認された著作物とは、何ら関連はありませんでした。

Google が検索結果からの削除を  
拒否したり、復元したりした  
ウェブページの数 は 1,100 万を上回ります。

40. Jennifer M. Urban, Jas Karaganis, Benjamin L. Schuchman, "Notice and Takedown in Everyday Practice," March 2016, <http://goo.gl/HYTH18>

- エジプトの公職の志願者と称する個人より、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 ページを削除するよう要請する著作権侵害に関する申し立てがありました。
- ある詩人より、当人のオンラインにおける著作権行使の取り組みに関する批評およびコメントを対象とした削除通知の送信が繰り返されました。
- 著名な児童書出版社より、児童文学における統的比喩の使用を巡る批判的議論での抜粋の使用を対象とした、削除通知の送信がありました。
- 署名に関する著作権を主張する医師より、医師開業免許の差し止めに関する文書を対象とした削除通知の送信がありました。

Google では、濫用の防止に向けた取り組みを特に重視しています。Trusted Copyright Removal Program に関しては、Google の大量送信メカニズムを通じて不適切な通知を繰り返して送信した場合には、このプログラムにおけるパートナーの一時的、または恒久的な資格停止措置を実施しています。削除通知の数が伸び続けるに従って、不適切な通知や通知の濫用を発見することがますます大きな課題となりつつあります。この課題に対処するために、Google では、これまで以上に多くのリソースを投資し続けています。Google の透明性レポートも、このレポートで使用されているデータに関するジャーナリスト、ウェブマスター、その他一般の利害関係者による検証により、通知の濫用の発見に有益なものであることが実証されています<sup>41</sup>。

ウェブマスターは、誤った著作権侵害を理由とする削除通知により、サイトのページが Google 検索の結果から削除されたと判断する場合に、それに反論する通知を提出することができます。サイトのページが削除通知の対象となった場合、ウェブマスターは Google が提供する 2 つの手段を通じて通知を確認することができます。まず、サイト管理者が Google Search Console を使用している場合は、Console 上で通知を確認することができます。次に、一般公開されている透明性レポートからも、特定のドメインが受け取った著作権侵害による削除通知を確認することができます。

41. IP1 (11), <https://www.google.com/transparencyreport/> を参照。

## 透明性

Google は、検索結果から素材を削除する場合、ユーザーおよび一般の人々に削除リクエストの依頼者は誰か、その理由は何かを伝えるべきだと考えています。Google が受け取る検索結果からのアイテムの削除を求める法的リクエストの大半は、著作権侵害の申し立てを理由としたものです。そこで Google では、透明性の確保に向けて以下の措置を講じています。

1. 透明性レポートの維持。2012 年、透明性レポートのサイトに著作権侵害による削除通知に関する詳細情報を追加しました<sup>42</sup>。毎日更新されるこのサイトでは、Google が削除を要請されたウェブページの総数のほか、誰が、どの著作権保有者の代理として、どのウェブサイトに関して通知を提出したかを確認することができます。
2. ウェブマスターへの削除通知。サイト管理者が Google Search Console を使用していれば、該当するドメインのウェブページが削除通知を受け取った場合に、ウェブマスターは Console 上で通知を確認することができます<sup>43</sup>。
3. Lumen への通知のコピーの提供。2002 年以降、検索結果に対して Google が受け取った著作権侵害を理由とする削除通知の各コピーを非営利団体である Lumen に提供しています。Lumen では、Google や Twitter を含めた多様なソースからの著作権侵害による削除通知をまとめることにより、著作権保有者が提出する削除通知に関する調査と検証を推進しています<sup>44</sup>。
4. 検索結果からの削除に関するユーザーへの情報提供。著作権侵害の申し立てにより削除された結果をユーザーが検索した場合には、Google は以下の通知を表示しています。

米国デジタルミレニアム著作権法 (DMCA) に基づいて受領した申し立てに応じて、このページから 1 件 (または複数件) の検索結果を削除しました。希望される場合には、LumenDatabase.org から削除の根拠となった DMCA による申し立てを確認することができます。

42. Google, "Transparency Report: Removal Requests," January 2016, <https://goo.gl/2l1W2Q>.

43. Google, "Webmaster Tools," 2016, <http://goo.gl/2s5TP>.

44. Lumen Database, <http://lumen-database.org/>.

## 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慮する際、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。  
Google 検索は、音楽や映画、テレビの著作権を侵害するメディアに夢中になっているファンがこうしたサイトに行き着くための手段ではありません。2011 年の調査によれば、Pirate Bay などのサイトへのトラフィックに主要検索エンジン (Yahoo, Bing, Google 合わせて) が占める割合は 16 %を下回ります。先頭の comScore の統計でも、この数字は実証されています<sup>45</sup>。Google が英国の PRS for Music と共同で実施した調査でも同様に、検索エンジンからのトラフィックが、著作権侵害サイトが事業を維持していくための要因となっていないことが確認されています<sup>46</sup>。Computer & Communications Industry Association が発表した調査報告でもこうした結果を確認することができます<sup>47</sup>。
2. 検索を通じて著作権侵害サイトを削減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するためのものではありません。インターネット上には 60 兆を上回るウェブアドレスが存在し、収益が得られる限り、著作物を公開する新たなサイトが今後も必ず登場してはくれます。最近の調査によれば、こうしたサイトの複製は簡単かつ安価に行えるため、複製サイトを表示させないようにするには、これらサイトの基盤となるビジネスモデルの撲滅に焦点を当てねばなりません<sup>48</sup>。実際に、英国の知的財産犯罪捜査チーム (PIPCCU) 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ます<sup>49</sup>。しかし、広告に關与する一部の営利企業が依然として、著作権侵害サイトを支え続けています。2016 年 1 月の European Observatory on Infringements of Intellectual Property Rights の報告書には、少数の広告仲介者が著作権を侵害している疑いのあるサイトの 90 %超の広告に關与しており、それが依然としてこうしたサイトの主な収益源になっていると記されています<sup>50</sup>。検索に重点を置くのではなく、「Follow the Money」アプローチを講じることが、著作権侵害に対処する上で特に期待できる手段です。
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 は、あるサイトに関して十分な数の著作権侵害を理由とする削除通知を受け取った場合、検索結果における同サイトの表示順序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。サイト全体の削除は非効率的であり、合法的な素材に対する検閲につながりかねません。例えば、ブログサイトには、数十万人ものユーザーによる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、不注意にも著作権を侵害する素材が含まれている可能性があります。その一方で、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、何万ものドキュメント、ファイル、その他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るといえます<sup>51</sup>。Google が最大数の著作権侵害による削除リクエストを受け取るサイトでも、著作権侵害が確認されるページ数は、Google がインデクシングしているそのサイトの総ページ数のうちのほんの一部に過ぎません<sup>52</sup>。

Google の既存の著作権侵害による削除の枠組みでは、著作権保有者に対して、検索結果から著作権侵害ページを削除するための効果的かつ効率的な手段が提供されています。サイト全体の削除またはブロックは、同じサイトに表示されている合法的なページもすべて削除してしまうことから、言論の自由を侵害するだけでなく、非生産的でもあります。サイト全体の削除は、検索エンジンが検索結果から正当に削除できない合法的なサイトやソーシャル・ネットワークへの著作権侵害を促すに過ぎません。著作権侵害や模倣行為を目的とした「不正」サイトに対しては、多くの専門家、政策担当者、業界アナリストが「Follow the Money」アプローチの方がより効果的な対抗手段であるとの見解を示しています。

45. Techdirt, "Study on file with authors, NERA Economic Consulting. A secondary analysis published by Techdirt," 2011, <http://goo.gl/XESoa>; ComScore, 2015, <http://www.comscore.com/>.

46. BAE Systems Defence, "The Six Business Models for Copyright Infringement," June 2012, <http://goo.gl/4yVZd>.

47. CIPA, "The Search Fixation: Infringement, Search Results, and Online Content," 2013, <http://goo.gl/2V5SgH>.

48. Northeastern University, "Economics: Determining the Effect of Anti-Piracy Measures for Music-Click Hosting," 2013, <http://goo.gl/2V5SgH>.

49. Mike Weatherley, "Strides in the right direction," July 2015, <http://goo.gl/1T71yPS>.

50. European Observatory on Infringements of Intellectual Property Rights, "Digital Advertising on Suspected Infringing Websites," January 2016, <http://goo.gl/6f8bix>.

51. Techdirt, "Yes, There Are Many, Many, Many Legal Uses Of Bittorrent," October 2012, <http://goo.gl/2V5SgH>.

52. Google Transparency Report, 2016, <https://google.com/transparencyreport>.

最後に、サイト全体の削除は法の原則よりも過剰な個人検閲を優先することから、間違ったメッセージを発信することになります。ある国の国内法違反(著作権侵害)に対処するために、こうした過度に広汎なアプローチを受け入れることは、その他の法律の違反(国王に対する侮辱、反体制的な政治スピーチなど)に対しても同様にサイト全体の削除による救済を求める声を助長することになります。著作権とはかけ離れた文脈で、言論の自由の原則、新たなサービスの出現、オンラインによる世界的な情報の自由な流通を危険にさらすことにもなりかねません。

#### 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。

もう 1 つの神話があります。それは、Google が著作権を侵害している疑いのあるコンテンツに関して、ウェブをフィルタリングするツールを開発し、事前に検索結果から画像や動画、テキストを削除できるというものです。こうしたシステムは実現不可能だけでなく、不必要でもあります。1 つ問題なのは、ある場所である時期に著作権の侵害であ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エンティティに付与されていることが多く、著作権の所有者が変われば、異なるライセンスや権利者が別のアプローチを取る可能性もあります。

Google 検索に関するより根本的な問題は、Google がオンラインで利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 の動画サイトにあたる YouTube とは対照的です)。Google 検索では、ウェブページ上のテキストや動画、リンクにインデックスを付与しています。Google は、これまでに著作権侵害による削除通知の対象となったのと同じ音楽や動画を特定するために、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のダウンロードを行っていませんし、またこのようなことは不可能です。Google がこうした措置を取ろうとしても、不正サイトは簡単に Google のインデックス・クローラー(Indexing Crawler)のファイルへのアクセスを遮断し、取り組みを無効化することができます。

こうした前例のないフィルタリングへの取り組みは、著作権保有者と共同で開発した既存のメカニズムを考慮すれば不要でもあります。これまでに詳しく述べたように、すでにノーティス・アンド・テイクダウンにより(先行して送付される削除通知を考慮した降格シグナルの利用と合わせて)、不正サイトの問題に対処しており、検索クエリに対してはほとんどそ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」への取り組みも成功を取っています。

## Google Play

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 Google Play

音楽

映画とテレビ

書籍と雑誌

アプリとゲーム

Google Play の著作権侵害対策

## Google Play

Google Play は、アプリとゲーム、書籍、映画とテレビ、音楽、ニューススタンド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、スマートフォンでエンターテインメントを検索し、購入し、楽しむことができます。Google Play はあらゆる大手レコードレーベル、出版社、映画会社と提携し、ユーザーが様々な Android デバイスで楽しめるよう、何百万もの楽曲や書籍、何千もの映画やテレビ番組、ニュースソースを提供しています。

Google Play のアクティブユーザーは、世界 190 か国以上 10 億人を上回り、創造産業に大きなビジネスチャンスをもたらしています。2015 年 5 月の時点で、Play ストアから世界各国でダウンロードされたアプリは、600 億以上にも上ります。昨年 Google Play は、新たな国へも急速に拡大しました。現在、Play Music は 62 か国で、Play Movies は 105 か国で、Play Books は 75 か国で利用することができます。Google Play は、コンテンツクリエイターにとっての大きな収益源となっています。2014 年 2 月から 2015 年 2 月までの間に、開発者に 70 億ドルを上回る利益がもたらされています。

## 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 Google Play

Google Play の各チャンネルから、ユーザーは著作権者から許諾を得たコンテンツに直接アクセスすることができます。ユーザーにとっては、著作権侵害に代わる魅力的な代替手段となっています。

### 音楽

Play Music では、ユーザーに対し、4 つのサービスを 1 つにまとめて提供しています。定額サービスに加入すれば、3,500 万もの楽曲と広告をサポートするラジオサービスがすべて聴き放題となります。ロッカーには、ユーザーが自身の音楽コレクションをオンライン上に無料で保存することができます。ストアからは気に入った音楽を購入することができます。Google Play には、Scan and Match 機能も搭載されています。ユーザーは自身の音楽コレクションを素早く簡単にクラウドに構築し、インターネットに接続された任意のデバイスからアクセスすることができます。Play Music の定額サービスでは、月額料金でオンデマンドにより数百万もの楽曲を聴くことが可能です。

これらの製品は、音楽産業の収益を後押ししています。世界各国の権利者と提携した結果、世界中のオーディエンスが Google Play Music を利用できます。2014 年 5 月から 2015 年 5 月までの間に、Google Play Music の登録者数は 2 倍以上に増加しました。

### 映画とテレビ

Google Play は、200 以上の世界的な映画およびテレビ番組配信サービスと提携し、公開されて間もない数万本もの映画やテレビ番組を提供しているほか、ユーザーエンゲージメントの推進を図る目的で、デジタルフォーマットを活用した画期的な機能を提供しています。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、ある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しい情報が提供されます。

## 書籍と雑誌

Google Play は、500 万以上のタイトルを購入できる、世界最大規模の電子書籍ストアでもあります。米国の大手出版社のほとんどすべてを含む 4 万 8,000 以上の出版社がパートナープログラムに参加し、Google Play 上で自社の書籍のプロモーションを展開しています。また Google ニューススタンドでは、世界各国の大手出版社との提携により、ウォール・ストリート・ジャーナル、ニューヨーク・タイムズ、フィナンシャル・タイムズ、インディア・トゥデイ、マニラ・プレティンなど 3,000 以上のニュースソースを利用することができます。こうしたパートナーシップにより、ユーザーが様々なデバイスで定期刊行物を楽しむことのできる新たな手段が發展するとともに、雑誌や新聞のための新たな市場が創出されています。

## アプリとゲーム

Google Play は、アプリ開発者に対して、数百万人ものユーザーを基盤とし、こうしたユーザーと接触できる無料のプラットフォームを提供しており、開発者に経済的チャンスをもたらす原動力となっています。Google Play では、100 万以上ものアプリとゲームを利用することができ、そのダウンロード件数は 600 億を上回っています。

アプリとゲームがクリエイターにもたらす利点に加えて、最も人気の高いアプリの中には、ライセンスを受けた音楽、映画、テレビ番組をユーザーに配信しているアプリもあります。例えば、以下のようなアプリです。

- Netflix の Android 版は 2011 年に公開されました。登録ユーザーはテレビ番組や映画のストリーミングを楽しむことができます。
- HBO GO では、登録ユーザーは HBO がライセンスを受けたテレビ番組や映画をスマートフォンやタブレットで楽しむことができます。
- 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に加えて、登録ユーザーはライセンスを受けた膨大な音楽カタログにアクセスすることができます。

Google Play は、ゲーム開発者に向けて、自身のクリエイティビティを公開し、アプリをゲームに直接販売できるプラットフォームを提供しています。Google Play Games は、モバイルゲームネットワークとして前例のない速度で成長を続けています。Android ユーザーの 4 人に 3 人が Google Play Games のゲームを利用しており、2014 年 12 月から 2015 年 5 月までの半年間だけでも、1 億 8,000 万人以上の新規ユーザーを獲得しています。

## Google Play の著作権侵害対策

Google Play は、そのサービスから著作権侵害コンテンツを削除するための厳密なポリシーに従って運営されています。Google Play では、著作権侵害コンテンツを発見し削除するための、予防策と対応策の両方が講じられています。予防策としては、Google Play ストアにアップロードされたアプリが一定の基準を満たしているかどうかチェックされています。対応策としては、予防策で見落とされた可能性のある、著作権侵害が疑われるアプリに関して通知を行えるウェブフォームをユーザーに提供しています。外部のウェブフォームからリクエストが送信された場合は、Google の専門チームが通知内容を検証し、適切な措置を講じています。2014 年 9 月から 2015 年 9 月までの間に、ウェブフォームによる通知を受け、著作権侵害を理由に Play ストアから削除されたアプリとゲームは約 1 万本に上ります。

---

Google Play では、著作権侵害  
コンテンツを発見し削除するための、  
予防策と対応策の両方が講じられています。

---

## 広告

Follow the Money

ベストプラクティス

AdSense

DoubleClick

AdWords

## Google の著作権侵害対策

## 広告

## 広告

Google は、ウェブパブリッシャーや広告主を対象に、ブランドに対する認知度の確立や、新規顧客の獲得、新たな収益源の創出を図るための広告プラットフォームを複数提供しています。他の業界パートナーとの提携を進めることにより、Google は安全なオンライン広告に関する業界基準の確立を支援してきました。また、著作権侵害サイトによる当社サービスの利用を遮断することにも熱心に取り組んでいます。

## Follow the Money

オンライン著作権侵害をおもに行う不正サイトへの対抗策としては、そのマネー・サプライを遮断することが特に有効な手段の 1 つとして挙げられます。こうしたサイトはほぼ例外なく営利企業のサイトであり、その運営者に利益がもたらされる限り、著作権侵害に対する様々な戦略はほとんど効果を上げません。Google は、オンライン広告の世界的リーダーとして、自社の広告サービスから不正サイトを根絶除去するための取り組みを行っています。また、他の広告大手と連携し、オンライン広告業界全体の水準の向上を目的としたベストプラクティスの構築を進めています。例えば、英国、フランス、イタリア、東南アジアなどの地域において、規制機関や他の業界大手と連携し、著作権侵害の疑いのあるウェブサイトへの広告掲載の取り止めを推進する、自主規制の原則の策定を進めてきました<sup>53</sup>。

53. JH WERS, "Minimizing Risk of Digital Display Advertising Misplacement," February 2015. <<http://goo.gl/3F1kkk>>

## 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<sup>54</sup>。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。

54. IAB, "Quality Assurance Guidelines," November 2011. <<http://www.iab.com>>

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<sup>55</sup>。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。

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<sup>56</sup>。さらに 2015 年 2 月に Google は、Digital Trading Standards Group (DTSG) という英国の産業界間団体と協力して活動を行いました。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確実に防止するために、自主規制によるオンライン広告に関するベストプラクティスの構築を目的とするグループです<sup>57</sup>。

## 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 200 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、著作権侵害に何ら関与していません。AdSense 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を禁止しており、Google は、不正パブリッシャーの根絶を目的として AdSense ネットワークの積極的なモニタリングを実施しています。

55. The White House, "Coming Together to Combat Online Piracy and Counterfeiting," July 2013. <<http://goon.gl/096x10R>>.

56. Trustworthy Accountability Group, "TAG Anti-Piracy Working Group," <<http://goon.gl/096x10R>>.

57. DTSG, "Minimizing Risk of Digital Display Advertising Misplacement," February 2015. <<http://goon.gl/096x10R>>.

2012 年以降、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、9 万 1,000 を上回るサイトを AdSense プログラムから排除しています。その大半は、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。Google はまた、著作権侵害を理由に、1 万 1,000 超の AdSense アカウントを凍結しています。AdSense のほとんど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について報告することのできるリンクが含まれています。著作権保有者はまた、ウェブフォームを利用して、Google へ違反を通知することも可能です。Google は、Google 検索に関する有効な著作権侵害を理由とする削除通知を受け取った場合は必ず、それに該当するページを、今後 AdSense 広告の掲載を禁じるブラックリストに掲載しています。

Google は、著作権侵害に主にかかわる不正サイトとのビジネスを望んではおらず、継続的な取り組みの成果として、不正サイトの発見と AdSense からの排除に成功しています。不正サイトを見逃してしまう可能性がないわけではありませんが、データに基づけば、AdSense ネットワーク上の不正サイトの数は限りなくゼロに近いものと思われます。例えば、著作権保有者が Google 検索に関する著作権侵害を理由とする削除通知において特定したページのうち、AdSense 広告が表示されていたページの割合は 1 %をはるかに下回ります。Google は、こうした不正を発見した場合は勿論、AdSense パブリッシャーに対しても然るべき措置を講じています。

## DoubleClick

DoubleClick では、広告主とウェブパブリッシャーの双方にオンライン広告プラットフォームソリューションを提供しています。大手広告主、広告代理店、大手パブリッシャー、広告ネットワークが DoubleClick サービスの主な顧客です。こうした顧客は、実質的に著作権侵害にかかわる不正サイトを運営した前例のない企業ばかりです。とはいえ、Google では万が一に備え、パブリッシャーが DoubleClick を利用して、著作権侵害が確認されているページに広告を掲載することを防止するよう努めています。

## AdWords

AdWords は、Google のプレミアム広告製品です。Google の検索結果の隣に掲載される広告や、ウェブ上のパートナーサイトのネットワークに掲載されるテキスト広告を提供しています。Google は、検索結果への著作権侵害広告の掲載は一切認めておらず、著作権侵害広告の根絶に向けた対策の開発とその実施に向けて、全社規模で人的資源と技術資源を惜しみなく投じてきました。2015 年 9 月から 2016 年 3 月までの間に、Google が著作権侵害の疑いにより許可しなかった広告の数は 67 万件を上回ります。ユーザーは即応性のあるウェブフォームを用いて、著作権侵害であると思われる広告を Google に通知することもできます。

## 結論

[詳細情報へのリンク](#)

## 結論

現在、Google のサービスは、ユーザーに対しては従来よりも多くのコンテンツを、権利者に対しては従来よりも多くの収益を提供するとともに、著作権侵害行為に対する対策を強化しています。YouTube や Google Play といった製品を通じて、Google は、世界各国の何百万人ものコンテンツクリエイターが収益を創造し、世界中のオーディエンスに作品を提供し、そのコンテンツを管理できるよう支援してきました。その一方でユーザーに対しては、お気に入りのコンテンツのライセンスコピーを検索するための使い勝手の良いプラットフォームを提供しています。Google 検索により、日常的なユーザーが探したいと思う情報を検索できるよう、ウェブサイトのインデクシングと体系化を進めるとともに、検索結果に著作権侵害サイトへのリンクが含まれないよう多大な努力を重ねています。また、広告サービスを通じて、数百万にのぼるウェブパブリッシャーと企業によるウェブ広告をサポートするとともに、他の業界大手との共同で、業界全体の広告水準の向上を目的としたベストプラクティスの確立に向けた取り組みを継続しています。規制機関および他の業界大手との取り組みを通じて、テクノロジー企業の著作権侵害対策に関する基準の確立を支援するとともに、将来に向けてこの基準を継続的に向上させていく所存です。

## 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://www.google.com/transparencyreport/removals/copyright/>

YouTube 著作権センター

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

Google の法的な削除リクエストに関するウェブフォーム

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

Google