



ホワイトペーパー



emusic

ブロックチェーンで
音楽配信を改革

04.02.2019

免責事項

eMusic トークンは、トークンセール、およびプロジェクトの一環であり、本書に記載するブロックチェーンによる音楽配信プラットフォームの機能の一部を構成するものです。当社は、eMusic トークンの価値を意図的に上昇させるよう設計しているわけではなく、また予めそうなるよう計画（企図）しているわけでもありません。eMusic は、eMusic トークンがいかなる「投資機会」となることも意図しておらず、購入者は、eMusic トークンを投資機会とみなすべきではありません。eMusic トークンは、いかなる法域においても「証券」として取り扱われることを意図しておらず、お客様はトークンの購入にあたっては、そのことをよく理解してください。

eMusic トークンは、投資機会や証券ではなく単なるソフトウェア、すなわちお客様が電子的形式で保存するコンピュータコードです。トークン購入者は、当社の新プラットフォームの一部となる多くの機能を利用できるようになります。eMusic トークンは、当社製品の一部であり、当社はこの製品に強い誇りを持っています。お客様は、eMusic トークンを購入することによって、当社のコミュニティに参加し、当社プラットフォームを利用する世界中のお客様と交流することができます。お客様におかれましては、当社の見解を尊重し、この見解と矛盾するような eMusic への言及や取り扱いを行わず、音楽コミュニティの構築の成功に向けてご協力いただきますようお願い申し上げます。

また、当社は、当社の弁護士から、下記の事項を記載するように言われております。受領者は、以下のすべてを明示的に認め、これに同意します。eMusic の見解は以下の①、②に示す通りです。①トークンセールが証券または投資取引の申し出を意図していないこと。②本ホワイトペーパーは (i) トークンセールに関する投資または融資の基礎を形成し、またはこれらを誘引することを意図していないこと、(ii) 何らかの契約の基礎を形成し、または証券もしくはその他商品の売却の申し出もしくは購入の申し出の勧誘を構成することを意図していないこと、および (iii) いかなる形式の推奨もしくは意見、または法律、財務、税務、投資もしくはその他に関する助言をも構成せず、そのようなものとみなされるべきではないこと。

このホワイトペーパー（「本ホワイトペーパー」）は、eMusic.com Switzerland AG（「当社」）が提案するトークンの生成および販売（「トークンセール」）に関する特定の情報を提供する目的にのみ使用されます。重要なことは、本ホワイトペーパーは、eMusic の業務内容やしきみについて検討したり議論したりするためにのみ作成されたものです。トークンセールは、継続的な技術やしきみの改善・改良に関する協議および検討、ならびに特定の重要な条件（特定の法律および規制上の要件を満たすこと、技術および資金調達に関する十分な取り決め、ならびにその他の条件を含む）の影響を受けます。これらは、それぞれ変更される可能性があります。これらは、トークンセールの遅延または不成立の原因となる場合があります。

本ホワイトペーパーは、いかなる状況下でも、当社、当社の事情、資産、負債、見通しもしくは業務、または当社もしくはトークンセールに関係するその他の事項に関していかなる保証または表明も構成せず、また、本ホワイトペーパーの内容は作成時のものであって、それ以降の状況については変更や変化があり正確で

なくなっている可能性があります。本ホワイトペーパー、または本ホワイトペーパーに記載された情報もしくは本ホワイトペーパーとともに提供される情報について、上記のような（明示的または黙示的な）保証が担保されたものでないことをご理解ください。

当社は、本ホワイトペーパーに記載されたいかなる情報についても更新する義務をもたず、これを明示的に放棄します。また当社は、本ホワイトペーパーに記載された情報または言及された事項に対して影響する可能性がある事項の発生もしくは把握について、受領者またはその他あらゆる者に通知する責任をもちません。

当社またはトークンセールについて、受領者が本ホワイトペーパーに記載された情報を検証し、または当社およびトークンセールを評価するために合理的にみて必要な質問や追加情報を求める場合は、当社までご連絡ください。ただし、受領者は本ホワイトペーパーを受領したとしても、その内容は当ホワイトペーパー作成時のものであり、その後の環境変化などによって、ホワイトペーパーの記述内容にも変更が生じる場合があることを理解してください。

受領者は、本ホワイトペーパーを受領または確認することによって、上記の事項、ならびに本ホワイトペーパーに記載され、または本ホワイトペーパーとともに提供される情報およびその他の事項の正確性が保証されるものではないことを認め、これに同意することとします。



目次

CEOからのメッセージ	5
ミッション&ゴール	6
eMusicについて	7
主な業界用語と定義	8
バランスを欠く音楽業界	9
eMusicが目指す業界での役割	13
eMusicブロックチェーンの配信ネットワーク	15
ブロックチェーンの概要	21
eMusic トークンセールと経済的側面	30
ロードマップ	32
私たちについて	33
アドバイザー	34
法務 & コンプライアンス	35
eMusic トークンを購入する可能性がある方向けの 重要な検討事項	36

CEOからのメッセージ

eMusicは1998年、初の合法的なデジタルミュージックストアとして発足しました。これまでの長い期間、実に多くの変化があり、多くの課題に直面してきましたが、コアとなるミッションに変わりはありません。それは、音楽ファンの皆さんに最良の価格で最高の独立系音楽を提供しながら、それを創り出すアーティストを支援することです。

公正な料金体 eMusic は、ますます異端的存在になっています。デジタル技術とストリーミング技術の進展は音楽業界を救う力になったかもしれませんが、それとともに一部の有力プレイヤーによって音楽がコモディティ化することは大きく懸念される点でもあります。

何時間も音楽を聴いているのに、好きなミュージシャンの手に渡るのはわずかな料金だけで、その利益を損ねてしまうのはなぜでしょうか？また、利益優先のアルゴリズムが提供するプレイリストやお勧めには素敵な曲がありますが、その提供元が一部のレーベルだけなのはなぜでしょうか？

多くの大切なメンバーの皆さんか eMusic はオンラインで街のレコードショップと同じような体験ができるという声が寄せられています。私たちは、かごの中からお買い得品や隠れた宝物を探すといった懐かしい体験を大切にしたいと考えています。しかし、業界全体の報酬や選択肢の問題を解決できなければ、それはできません。音楽会社が利益を守ろうとして競争を制限すれば、そのなわばり争いの結果としてアーティストとファンの両方が痛手を負うこととなります。

業界には問題が多く、今が変革すべき時で

eMusicには状況を変える唯一無二のチャンスがあります。私たちが目指そうとしている健全な音楽業界は、クリエイター、消費者、提供者のすべてが恩恵を受けられるべきである、と考えています。

その力になってください！



Tamir Koch
eMusic CEO

ミッション & ゴール

曲が 生まれてから最初のファンが耳にするまで、今日の音楽サプライチェーンには多くの阻害要因、中間者、非効率が存在します。

「私たちのミッションは音楽配信のインフラを内側から再構築し、ファン、アーティスト、サービスのプラットフォームにおける供給と報酬の不均衡を改善することです」

まずは、再編されたブロックチェーンベースの音楽配信プラットフォームが提供するメリットを eMusic メンバーにお届けし、より広い音楽業界へとそのメリットを広げていきます。

プロジェクトがもたらすもの：

- eMusic メンバー向けのまったく新しい機能とリワードプログラム。
- 完全な透明性を持った音楽配信システムをあらゆる音楽プロデューサー、クリエイター、プロバイダーに提供。アマチュアや DIY アーティストから数千のアーティストを抱えるメジャーレーベルまでを対象とします。
- 効率性と自動化により収益を向上させるプラットフォームで、音楽サービスプロバイダーとストリーミングサービスは既存のコンテンツ事業者とより収益性の高い契約を締結可能。
- ロイヤリティや権利保有者データを管理するツールにより、アーティストはすぐに資金を入手して柔軟に権利の再配分が可能。
- 新しい形の音楽業界と既存の提供者や販売者とを円滑に結び付けるインフラの確立。音楽ファンのリスニング習慣（ストリーミングやダウンロード）を変えることなく、アーティストや権利保有者がアクセスできるファン層を最大限に広げます。

卸売レベルでブロックチェーンテクノロジーを導入し、最初に当社のミュージックストア、続いて音楽業界へと広めることで、高い成功の可能性を確信しています。

- eMusic が考えるミッションを実行し続け、独立系アーティストや一般の人々からのアーティストへのアクセスを支援して促進。
- アーティスト、演奏者、ソングライター、その他の権利保有者が業界全体で直接受け取る利益を大幅に増加。
- 音楽業界があらゆるビジネスモデルのさまざまな音楽サービスプロバイダーをサポート可能。
- どのような消費形態であっても消費者の音楽の選択を保護して促進。

03

eMusic について

1998

年以来、eMusic は独立系ミュージックの発掘やデジタルダウンロードサービスを中心とし、世界各国 4,700 万の音楽ファンにサービスを提供し、数万の独立系レーベルと関係を構築してきました。

独立系アーティストとそのファンから支持を受け、世界数百万のメンバーの皆様に音楽を提供しながら、意外な発見、お目当てのアーティストとのつながり、価格の手頃さによって、その提供範囲を広げています。

1998

eMusic は世界初の MP3 ダウンロードサイトとして iTunes の 5 年前の 1998 年からサブスクリプションによるダウンロード販売を開始。

2006

1 億回の MP3 ダウンロードを達成。

2008

2 億 5,000 万回の MP3 ダウンロードを達成、iTunes に次いで第 2 位。

2009

メジャーレーベルコンテンツの提供を開始。

2014

メインストリームの配信ビジネスから離れ、当初の独立系の配信に立ち戻る。

2015

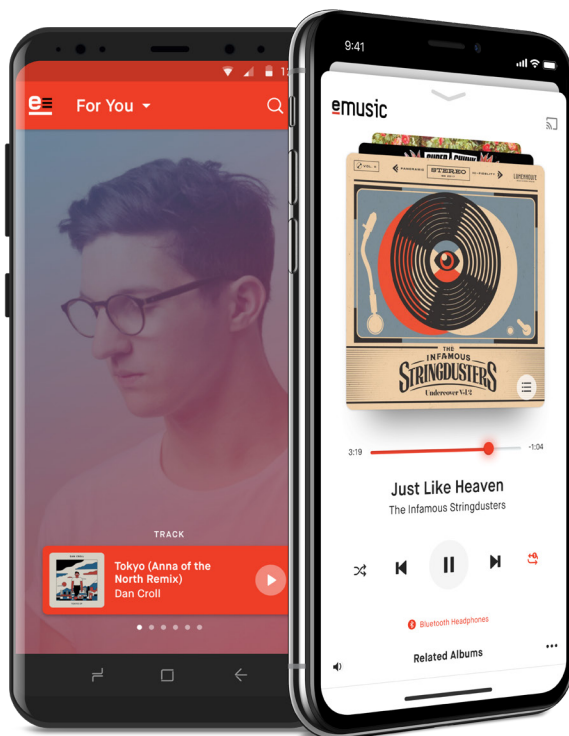
クラウド対応のダウンロードストレージと管理システムを提供開始。

2016

オーディオブック専用アプリ (eStories) でオーディオエンターテインメントベースを拡大。

2017

新しくアップデートしたアプリによるリブランド、リデザイン、リローンチ。



04

主な業界用語と定義

本書では、今日の音楽業界の構造を論じながら、eMusic が目指す業界の新たな形の概略を述べています。その中で用いられるいくつかの主な用語と定義を以下に取り上げます。

アーティスト	音楽を作るあらゆるミュージシャンやミュージングループを略してアーティストと称する。ソングライター、作曲家、演奏家も含まれる。
音楽アセット	楽曲、アルバム、EP、その他の形態で、販売、ストリーミング配信やライセンス提供することを目的としてリリースされた音楽。
レーベル	アーティストや音楽アセットを管理する代表者。音楽アセットの制作やリリースサイクルのプロモーションを担当する。多くの場合、音楽アセットのマスター録音の著作権を所有する。
パブリッシャー（発行者）	ソングライターや作曲家に支払われるロイヤリティを回収して配分するとともに、音楽アセットの商業利用や著作権侵害を監視する。一般的に、アーティストはパブリッシャーと契約を結び、両者の間でロイヤリティを分け合う。パブリッシャーにはレーベルから（販売、ストリーミングによる）ロイヤリティが機械的に支払われ、そこからアーティストに支払いが配分される。
PRO (Performance Rights Organization、演奏権管理団体)	音楽アセットの販売から機械的に得られるロイヤリティと異なり、PROは、音楽アセットが放送された場合や、販売店、レストランやバーなどの公の場で生演奏された場合に曲の使用料を回収する。
ディストリビューター（卸業者）	ディストリビューターはレーベルと契約を交わしてコンテンツをミュージックストアやストリーミングサービスに提供する。レーベルはプラットフォームにおける楽曲のマーケティングやプロモーションを担当し、ディストリビューターは可能な限り多くのプラットフォームに楽曲を提供する役割を担う。アーティストが Spotify、Apple Music、Pandora などで音楽を配信するにはディストリビューターを介する必要がある。サービスに対する報酬はビジネスモデルによって異なり、前払い制や歩合制がある。ほとんどのアーティストはディストリビューターを利用し、レーベルと契約するのは一部である。
サービスプロバイダー	ダウンロード販売のデジタルストア（eMusic、Beatport、7Digital、iTunes など）のほか、ストリーミングやラジオサービス（Spotify、Pandora、Deezer、Apple Music、YouTube、Amazon Music など）を含む。サービスプロバイダーは、あらゆる顧客向けの窓口として一般の人々に音楽を提供する。

バランスを欠く音楽業界

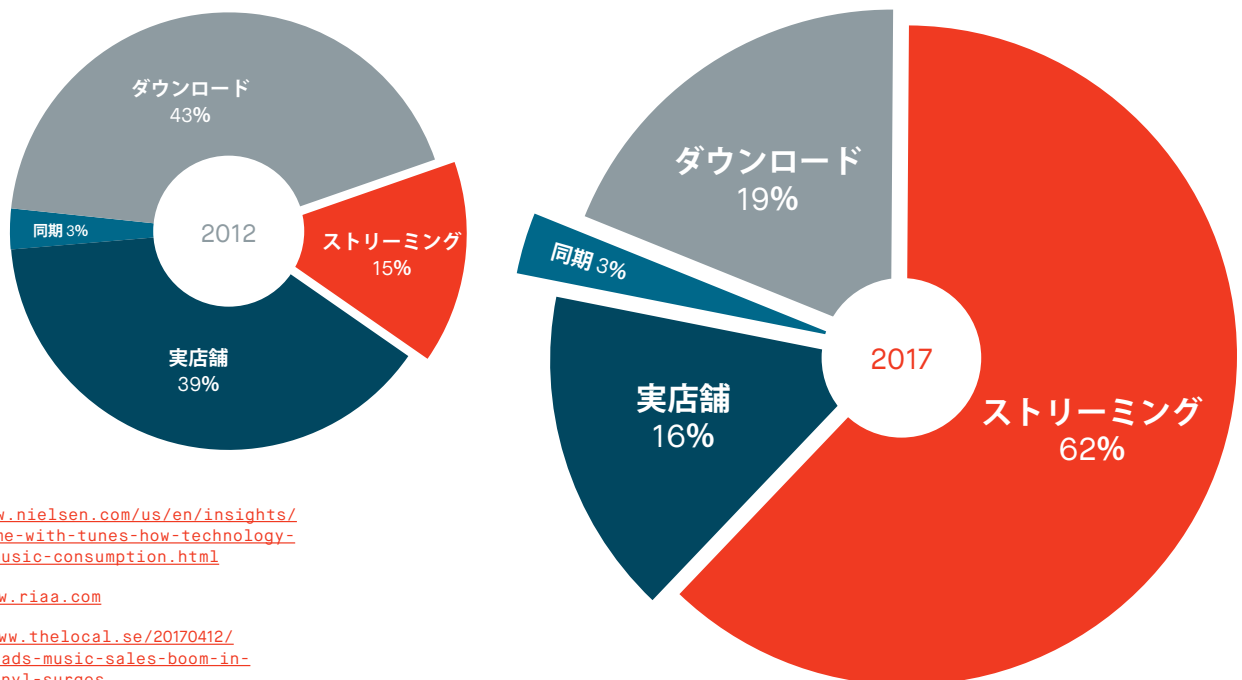
私たち

は音楽の消費者として、通勤時、ジム、オフィス、バーやレストランなどで、これまでになく多くの音楽を聴いています。イヤホン、携帯電話、Bluetooth スピーカー、AI 家電、スマートウォッチなどを使うことで、音楽はこれまで以上に日常生活に溶け込んでいます。米国民は 2017 年に毎週平均 32.1 時間も音楽を聴いています。たった 2 年前までは 8 時間ほどでした。¹

世界はストリーミング

今やストリーミングはダウンロードや実店舗での販売を上回り、米国の 2017 年の音楽売上の 62% を占め、わずか 15% だった 2012 年から 47% もの増加を見せています。² 他の多くの国でもストリーミングの優勢はさらに顕著で、その先頭に行くスウェーデンでは昨年提供された音楽の 82% がストリーミングによるもので³、日常に浸透していることが明らかです。いつの時代も、音楽リスナーには音楽を所有したいと考える人が多数いますが、マスマーケットの動向は明らかに、オンデマンドのコモディティと化する音楽の将来像を指し示しています。

図1—米国の音楽マーケットシェア



1 // <http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2017/time-with-tunes-how-technology-is-driving-music-consumption.html>

2 // <http://www.riaa.com>

3 // <https://www.thelocal.se/20170412/streaming-leads-music-sales-boom-in-sweden-as-vinyl-surges>

立ちはだかる問題

最近話題をさらった BBC3 ビデオで Liam Gallagher は、最近の番組で「もう誰もレコードを買わなくなった」ので、自分でハーブティーを作らざるをえないと嘆いていました。Gallagher のいつもの不良っぽいマンチェスターなまりの独白は、おかしく辛辣なものでした。このロックスターによると、お茶を入れる係が「90 年代には 4 人ほどいた」と言います。

Gallagher 氏が言うように、レコードが売れば、制作に関わったあらゆる人が金持ちになり、少なくとももともな暮らしができた、そんな時代があったのです。しかし今はそうではありません。音楽の消費傾向が完全にデジタル化された、何でもありな体験に進む中、現役のアーティストは帳尻を合わせるのが難しくなっています。

レコードからカセット、CD からデジタルの時代へ移り、買い手と売り手の関係は比較的シンプルなものになっています。支払った曲の料金はサプライチェーンのすべての参加者に配分され、その割合は貢献度に応じて決まります。このモデルでは、レーベル、ディストリビューター、サービスプロバイダーは、比較的調和のとれた共生関係にあります。レーベルはアーティストの商品を自社の目録に加え、その見返りとしてアーティストは、売り込みやマーケティングを通じて自分の才能を世に知らしめます。ディストリビューターは、サービスプロバイダーが顧客の需要に応えられるように在庫を抱えています。

制限のないストリーミングモデルにおける利益の扱いは、これほど簡単ではありません。消費者が指先だけでほぼあらゆる音楽に手が届く環境は、ストリーミング配信の両端に位置するサービスプロバイダーとアーティストにとって、コストがかかります。無料の広告提供によるデジタル音楽が拡大する中で損失が続き、メジャーレーベルとそのパブリッシャーであるパートナーは、業界に強力な財政面の統制を維持しようとやっきになり、そのしわ寄せはサプライチェーンの両端が受けています。

無限に利用できるコンテンツのカatalogを提供する一方で、Sony, Warner, Universal のビッグ 3 は、ストリーミングサービスと契約して、音楽業界で最も高い収益を上げています。2011 年の例では Sony が Spotify にコンテンツの提供を認める契約を締結し、3 年間の期間に先立って年あたり 4,200 万ドルの前金と 900 万ドル以上の広告収入を約束しました。⁵

この金額を得るために必要なストリーミング再生数

\$ 1,472.00

(国内最低賃金)

Google Play	216,471
Apple Music	230,000
Spotify	334,545
Pandora	1,132,308
YouTube	2,102,857

「消費者が指先だけでほぼあらゆる音楽に手が届く環境は、ストリーミング配信の ...」

4// <https://www.facebook.com/bbcthree/videos/10155150996425787/>

5// <https://www.theverge.com/2015/5/19/8621581/sony-music-spotify-contract>

収益がアーティストに届かず、音楽ファンにも役立っていない

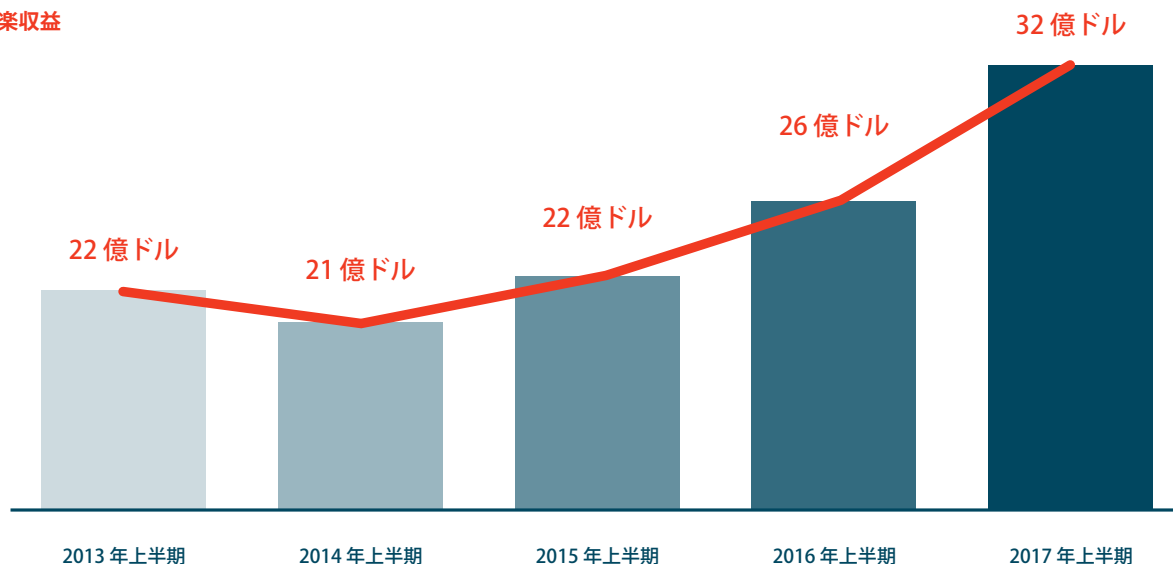
表面的に、レーベルの保証金と広告収入の割当は業界にとってプラスの材料とされます。さらに多くの音楽を制作し、アーティストを発掘するための現金を手に入れられるからです。しかし、ご存知のようにメジャーレーベルの商業ニーズは、必ずしも多様性を保証しません。むしろ、レーベルの利益が拡大し、最も成功を収めた、つまり「売れる」アーティストだけを支援してプレイリストに載せたり、注目やお気に入りのアーティストとして売り出すことが多くなっています。2017年、米国のストリーミングの93%は、提供されている上位2%の曲で占められています。

Spotifyなどのストリーミングサービスプロバイダーにとって、メジャーレーベルの出資者から度重なる借入をすることは収益を上げるプロセスにおいて大きな障害であり、これは最近の株式上場と関連資料からも見てとれます。⁷ Spotifyが音楽市場のトップへと躍進したのは、収益よりもむしろ資本注入がその原動力でした。このような成功がこうした巨大な損失を伴っているとは、信じがたいことです。私たちはもう Rdio に飽きてしまい、Pandora や Soundcloud に心を奪われつつあります。状況は明白です。現在のシステムではサービスプロバイダーは、Apple、Google、Amazon のように、音楽ストリーミングサービスを提供するために代わりの収益源を持たなければ、あるいは贈賄に大きく肩入れするのではありません、苦しい競争を強いられるのです。どちらをとっても最終的に、消費者の選択に大きな制約を課す結果となります。

サービスプロバイダーが利益を上げられなければ、彼らが提供するコンテンツの所有者であるアーティストも苦しい状況になります。ストリームごとのロイヤリティ率を定める計算方法は、サービスプロバイダーの総収益（広告収入と有料会員との割合によって不明瞭になる）に依存しているため、ストリーミングプラットフォームでアーティストがどれだけ稼げるか予測するのは困難です。そこで、アーティストがストリーミングで得られるロイヤリティを把握するには、「デジタルロイヤリティ」に示される数値をととき確認するしかありません。

図2 — 米国の音楽収益

出典：RIAA



6//<http://www.buzzangleMusic.com/wp-content/uploads/BuzzAngle-Music-2017-US-Report.pdf>

7//<https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1639920/000119312518063434/d494294df1.htm>

このように透明性を欠き、報酬のミスマッチが起こるのは、ストリーミングサービスプロバイダーからの支払いを管理する隠されたアルゴリズムによるもので、これまでのところ音楽を市場に提供する複雑なプロセスを簡素化し、アーティストがサービスプロバイダーと直接協力できるようにする試みも成果をあげていないようです。それでも2017年は、米国の音楽売上が過去10年間で最高を記録しました。音楽は購入対象となっているのです。業界はもっと健全であるべきです。

お金の行き先は？

アーティストとサービスプロバイダーとの従来の契約方式では、大部分がストリーミングによって音楽を聴き、それによって収入が得られるという状況をまったく考慮していませんでした。実物販売とデジタルダウンロードを主とする業界では、すべての関係者が売上ごとの収益に応じて、相応の取り分を受け取っていました。ストリーミングサブスクリプションを主体とする業界では、一部の者だけに利益が保証され、その他には保証されません。その最たるものがアーティストです。つまり、アーティストやソングライターに残された取り分は十分な額ではありません。

図3 — ストリーミングの収益フロー

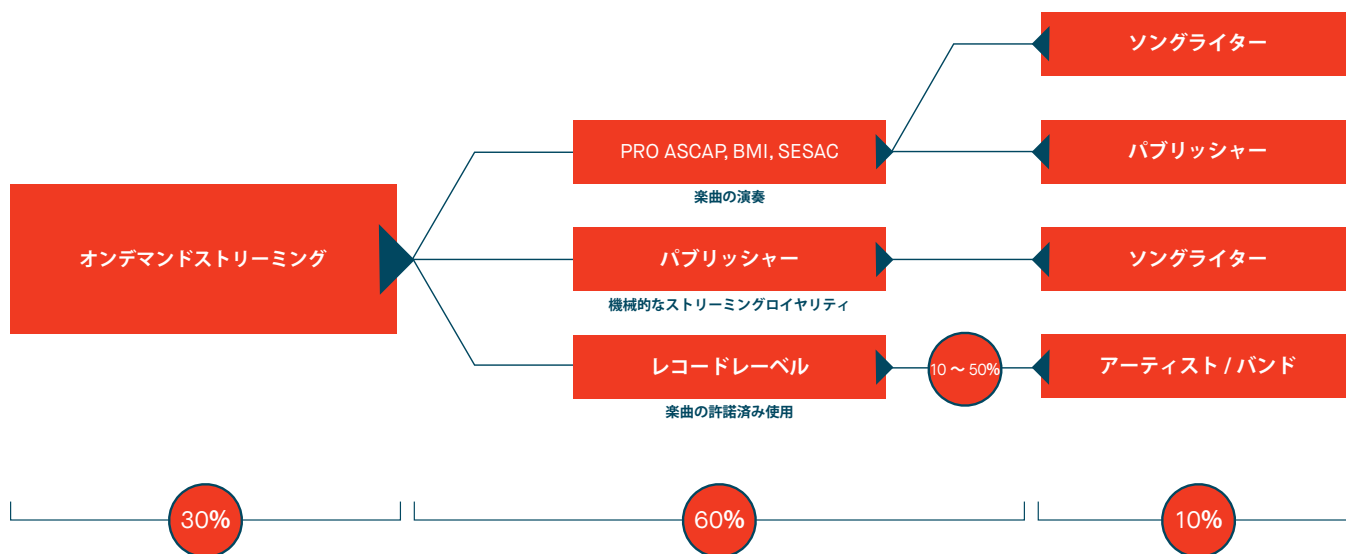


図4 — 現在の配分



06

eMusic が目指す業界での役割

eMUSIC はダウンロード販売されるデジタル音楽の独立プロバイダーとして上位に位置し、4,700万を超えるお客様にサービスを提供し、9億4,500万曲を販売しました。違いが分かり、多くは iTunes、Google Play、Amazon MP3 といった万人受けを狙った商業主義のストアを避けたい利用者である音楽愛好家に長く親しまれている eMusic は、音楽の販売から有効な収益を上げられる企業はほとんどない市場において、引き続き利益を上げています。

eMusic の成功は、発見、アーティストとのつながり、価値を意味するブランドとして、メンバーの皆様の心に根づいたことにあります。また、プリペイドサブスクリプションモデルも、レーベルとアーティストとが好ましい形で収益を分かち合うのに役立っています。

私たちは、音楽をダウンロードして自分のものにしたい音楽ファンへのサービス向上に、さらに力を入れていきます。

しかし、簡単に手に入る音楽がその他の利用形態を上回り、今後も市場で優位を占める勢いです。私たちの役割は、単に業界の1つの要素であるだけに留まりません。私たちと同じような存在にとって役立つ基盤を作り、よりよい形で多くの収益と選択肢が得られるようにしようとしています。eMusic が独立系ミュージックのコミュニティを専門に長きにわたり信頼できるブランドとして手にした力をさらに高めることが願いです。音楽業界の分散化への動きは避けられないものと予測されます。eMusic はこの中で革新的な存在を目指し、ブロックチェーンへと完全に移行する初のメジャーミュージックプラットフォームとして、お客様と音楽業界全般に向けてサービスの向上を図ります。

ブロックチェーンとは、仲介業者が関わる手続きにより複雑化したサプライチェーンやその他の経済構造をシンプルにし、取引のデジタル化によって効率性を高め、その成果を公開台帳に保管・管理する仕組みです。特定の組織・企業に限定される中央集権型ではなく、相互に直接やり取りできる仕組みであると業界の先駆者たちは語っています。

ブロックチェーンで解決できると言われる問題を抱える業界として、音楽業界は最適な例でしょう。音楽業界を構成する契約、取引、資産、関係者の結び目をほどこき、より合理化されて透明性のある自律的な構造へと転換することは、ミュージシャン、レーベル、サービスプロバイダーだけでなく、音楽ファンを含めたすべての人にとって利益となるはずですが、

「音楽業界の分散化への動きは避けられないものと予測されます。eMusic は、ブロックチェーンへと完全に移行する初のメジャーミュージックプラットフォームを目指します」

事実として、私たちは分散型の解決策を追及する中で、評価がさまざまな多くのプロジェクトに出資しています。疑わしく残念な「すぐに金になる」方法を除けば、音楽消費者へのサービス向上とアーティストへの報酬アップ、中間者の削減という、私たちと共通の目的を持った優れたプロジェクトは多く存在します。

しかし、ブロックチェーンをベースとした多くの音楽プロジェクトは、音楽業界の経済の現実を無視し、他の新興プロジェクトだけでなく、Spotify、Apple Music、Amazon、QQ Music、KuGou といった大手のサービスとも直接競合しています。このようなサービスからユーザーやコンテンツクリエイターをどれだけ引きつけられるかによって成功が決まることから、これは非現実的なアプローチで、ほぼ不可能と言える莫大な仕事です。卸売の段階でブロックチェーンテクノロジーを採用することで、ブロックチェーンの圧倒的なメリットを実証し、既存のお客様をリードしたいと考えています。自らのプラットフォームだけでなく、業界のすべての関係者に相互の利益をもたらすインフラの提供を図りながら、直近の目標としては他のサービスと直接競合するのではなく、お客様へのサービス向上に努めることが狙いです。

「eMusic の確立されたブランドと信頼されるサービスプロバイダーが提示するメリットにより広く採用が進むと確信しています」

eMusic の確立されたブランドと信頼されるサービスプロバイダーが提示するブロックチェーン主導の音楽業界の明らかなメリットにより、広く採用が進むものと確信しています。

ブロックチェーンソリューションの採用と導入に向けて独自の立場にある eMusic :

- 相互にサポートしたいと考える独立系レーベル、アーティスト、ファンによる受容力のあるアクティブなコミュニティ。
- 熱心な音楽ファンによる確立された協力的なコミュニティを利用できる消費者サービス。
- 膨大なコンテンツカタログと数千の音楽レーベル / 組織との関係。 [eMusic.com](https://emusic.com) にアクセス
- 当社のクレジットベースのプラットフォームとプラン体系は、トークンベースのシステムに容易に移行が可能。

これらのメリットを活かし、eMusic の歴史にまったく新しい一章を記します。

eMusic ブロックチェーンの 配信ネットワーク

eMUSIC ブロックチェーンの導入プロジェクトの中心となるのが、多くのメンバーが長らく期待してきた待望の機能の導入です。

既存のカタログ配信インフラとコンテンツ事業者との関係を活かし、新たなセルフパブリッシング式の配信プラットフォームを実現します。eMusic のストアはこれを活用して、他の一般的なサービスプロバイダーを通じてシームレスな配信を可能にします。

メリットの概要

	eMusic メンバー	アーティスト
ローンチ後の 提供内容	<ul style="list-style-type: none"> 消費力の拡大 新しいプロモーションインセンティブ eMusic を通じた多様な音楽のプロモーション 	<ul style="list-style-type: none"> 直接受け取る利益の増加 支払われたロイヤリティをすぐに入手 新しい配信ネットワークにアクセス ファンベースのインセンティブ
	<ul style="list-style-type: none"> 「アンチストリーミング」の感情を排除 既存のアプリ / サービスを利用 アーティストに直接出資 収益をシェア 	<ul style="list-style-type: none"> 容易な権利管理 透明性のある販売 / ストリーミングデータ 新しい出資チャネル
	レーベル	サービスプロバイダー
	<ul style="list-style-type: none"> 直接受け取る利益の増加 バックカタログからの収益 自動レポート 監査可能 依存関係の減少 シンプルな契約 	<ul style="list-style-type: none"> 直接受け取る利益の増加 シームレスな技術統合 多様なカタログ 「ビッグ 3」からの解放 市場の均衡

eMusic メンバー

現在および将来の eMusic メンバーに対して、eMusic は引き続き、曲を探して視聴し、割引価格で購入したり、お勧め曲を探して同じ好みを持つファンとのコミュニティへアクセスできる場となります。ミュージッククラウドストレージサービスの提供も続け、すべての音楽コレクションをさまざまなデバイスで同期し、再生できます。ブロックチェーンへの移行は、バックオフィスの運用効率と事業の経済性向上による補足的な機能によって、もっぱらメンバーへのサービス向上がもたらされます。

既存のカタログのほか、新しい配信プラットフォームでは、多くの新しいアーティストを発見できます。最初は独立系、その後は拡大に伴い有名アーティストも加えていきます。ブロックチェーンテクノロジーへの移行で節減が可能になることで、アーティストやレーベルを引きつけ、販売ストアに提供するための資金が増えます。

「独立系の音楽制作者は、販売状況やロイヤリティの管理などに必要なあらゆるツールを利用でき、カタログ管理のハブとして eMusic を利用できます」

ブロックチェーンへの移行でディスカウントのインセンティブが高まることで、ロイヤリティワードの形で小売り向けに信用を集め、柔軟な支払いオプションを提供できます。

アーティストやアルバムを業界にプロモーションするファンの声も強まります。eMusic の配信プラットフォームで購入すると収益が権利保有者に直接届くので、音楽ファンは好きなアーティストの長期的な成功に直接貢献し、アーティストとしてのビジョンの持続を支援できます。現時点では、私たちが健全な音楽業界の鍵と考えるアーティストへの直接支援の手段は、コンサートチケットや商品販売だけです。

配信プラットフォームを通じて外部のサービスプロバイダーへ提供されるコンテンツが増えれば、レーベルやアルゴリズムの契約内容よりも、ファンが聞きたい・見つけたいと思う曲やプロモーションが増えるでしょう。このことは、これまで道義的な面からストリーミングプラットフォームの利用に抵抗があった、少数ながらも主義主張のある音楽消費者にとって特に魅力的な点となります。私たちの戦略的ビジョンは、好みのアーティストに不利益になると感じることなく支援ができる環境を目指しています。

アーティスト

アーティストは、サービスプロバイダーに曲をアップロード、保存したり、配信を管理できるようになります。また、eMusic ストアですぐにコンテンツを販売できます。さらに、プラットフォームの拡大とともに、ストリーミングとダウンロード販売サービスも、サービスプロバイダーの大規模ネットワークを通じて配信が可能になる見込みです。

プラットフォームに登録して、ファイルの保存とホストに伴うコストにあてる少額の料金とブロックチェーンインフラの維持と更新のための管理費用を支払えば、自分の音楽アセットをアップロード（インジェスト/リンク）して、標準のメタデータ要件に従い、コンテンツの配信方法と配信先を選べるようになります。

ブロックチェーンテクノロジーが備える台帳機能により、コンテンツ所有者は権利保有者の ID と、権利保有者個人またはグループに対する将来の収入から得るロイヤリティの割合を記録できます。協力者や権利保有者をプラットフォームに招待する機会が得られ、セットアップの方法について詳細な指示が与えられます。この他にも所有者は、権利保有者のレコードの 1 つを使って、最終的にソングライター、プロデューサーなど、eMusic プラットフォーム外部の関係者にロイヤリティを配分することが可能です。

所有者の音楽アセットは、ブロックチェーン上の変更不可のレコードという形で存在します。このエントリへのあらゆる更新内容はブロックチェーンで公開・記録されるので、完全な透明性が保証されます。

独立系の音楽制作者は、販売状況やロイヤリティの管理などに必要なあらゆるツールを利用でき、カタログ管理のハブとして eMusic を利用できます。eMusic ストアのセルフパブリッシングは、多くがミュージシャンで構成されるユーザーコミュニティから長らく要望されてきた機能です。

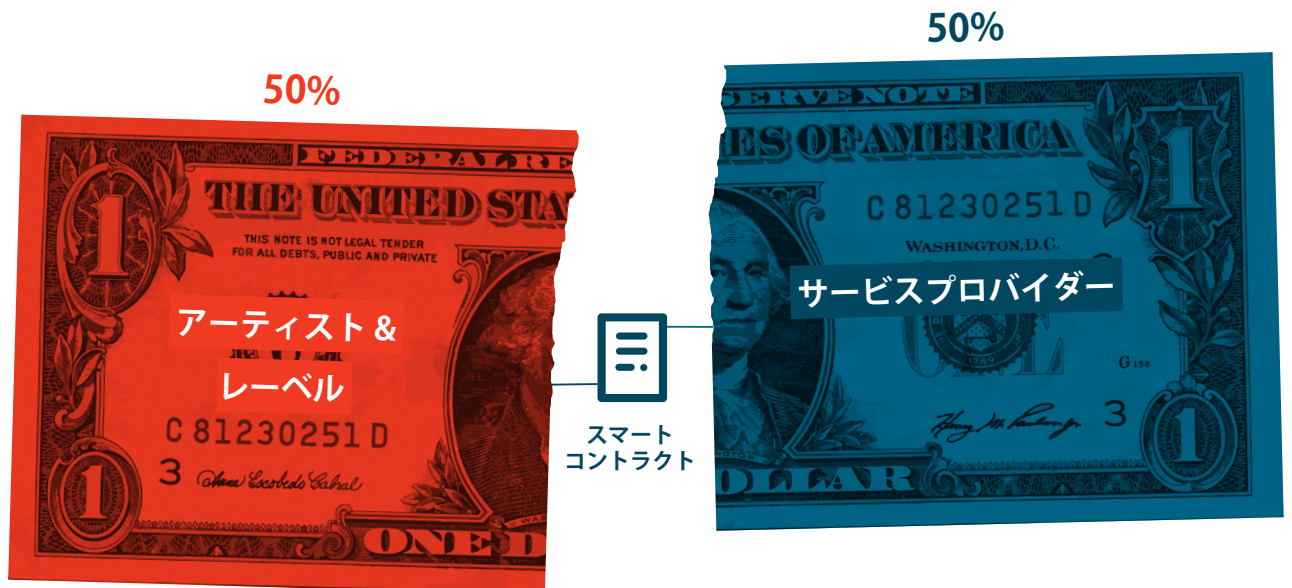
音楽アセット所有者は、カタログのあらゆる項目をダッシュボードスタイルのインターフェイス上で管理し、コンテンツを配信するサービスプロバイダーを選択でき、配信方法としてストリーミング、ダウンロード、ライセンス提供を指定し、どれだけの価格にするかを選べます。

eMusic ブロックチェーンプラットフォームで配信する場合、音楽アセット所有者は eMusic ストアおよび音楽アセットを公開する外部の販売プラットフォームと収益を半々で配分することに同意することになります。音楽アセット所有者は、権利保有者の詳細を随時更新できます。ファイルの保存と提供、ブロックチェーンインフラの維持と更新のために、少額のプラットフォーム料金が必要です（再生や配信機能の拡大は含まない）。

eMusic ストアと外部のサービスプロバイダーでの売上はプラットフォームによって記録され、音楽アセット所有者のブロックチェーン台帳への記録内容は毎日定期的に更新されます。このため、権利保有者は、完全に透明性のあるデータと収益の継続的なフローを知ることができます。

eMusic ブロックチェーンプラットフォームでは、権利保有者はロイヤリティの支払いをすぐに手にすることができます。このような流動性は、音楽家として生計を維持するために資金を必要とする、大多数のミュージシャンやクリエイターの役に立ちます。ほとんどのアーティストは、現状のようにロイヤリティの支払いを手にするまで何ヶ月や何年も待つ余裕はありません。

図 5 — 新たな配分比率



なぜ 50 : 50 (フィフティ : フィフティ) なのか

現状では、独立系アーティストは、任意の数のディストリビューターからコンテンツを配信し、自分の音楽の販売やストリーミングから得た収益の最大 70% (場合によってはそれ以上) を手にすることができます。売上が増えても、再生回数やプロモーションは増加していません。プレイリストを支配するのは、依然として大手レーベルだからです。このプラットフォームと私たちの構想はアーティストとサービスプロバイダーの双方のニーズに対応し、独立系ミュージックの適切なプロモーションインセンティブを提供する必要があります。プロセスから得られた効率性の向上を共有し、売上を等しく分割して報酬として配分することは、現在のメジャーレーベル契約から多くのサービスプロバイダーが大きな借りを持つコンテンツ所有者へと会話やインセンティブをシフトし始める支えとなります。収入を等しく分割することで、eMusic で配信されるアーティストはプロモーション支援の交渉を有利に進められ、大手の販売プラットフォームで曲を紹介する利益主導のアルゴリズムで優先度を増すことができます。

レーベル

当初、eMusic の配信プラットフォームは無名のアーティストやバンドの曲を配信して拡大してきました。拡張に伴い、より大規模なバッチインジェスチョンツールを提供して、独立系や大手に支援されるミュージシャンを取り込み、最終的にはメジャーレーベルを引きつけることが期待されます。現在の数千の eMusic レーベルパートナーにとっては、すでにカタログがシステムにインジェストされており、このプロセスは円滑に進むでしょう。

プラットフォームからレーベル全体のカタログを提供するうえでの法的な課題に対処するため、音楽の権利関連の法律家やその他の業界専門家と密接に連携して、バックカタログコンテンツを取り込むためのクリアリングハウスサービスを設けます。また、関連する権利契約に対してはロイヤリティの流れが滞ることのないように取り組みを進めます。

eMusic を通じたコンテンツ配信により、レーベルは完全自動のロイヤリティ報告 / 配分システムを利用できるメリットがあります。音楽アセットデータを入力すれば、ロイヤリティの流れをテリトリごとに絶えず更新して、費用と時間のかかる手作業の報告は不要になります。

レーベルは外部のパブリッシャーや PRO とオフチェーンで協力してバックカタログコンテンツを管理できますが、ブロックチェーンがもたらす透明性と監査のしやすさによって監督業務の必要性が減少するので、パブリッシャーの役割は明らかに縮小します。

このような態勢で、eMusic はレーベルのディストリビューターとして機能し、すべての大手サービスプロバイダーからなる配信ネットワークにアクセスを提供することで、eMusic を通じた配信を選んだレーベルが可能な限り多くのプラットフォームで音楽を提供できるようにします。

音楽を市場に提供するプロセスは複雑です。途中のそれぞれの段階で、レーベルの音楽アセットの利益は吸い取られ、リリースは遅れ、時にはリリースできなくなります。MusicWeek が 2016 年にまとめたところでは、上位 100 のヒット曲を作るのに平均で 4.53 人のライターが必要であるといっています。⁹ 多くのミュージシャン、プロデューサー、技術者が制作に関わり、ソングライターとパブリッシャーには少なくとも 7 種類の契約が伴います。たった 1 曲でもサービスプロバイダーに届くまでに膨大な中間者を経ることになります。アルバムとなればなおさらです。

8//https://gallery.mailchimp.com/364c74469991394a30cb4601f/files/listomania_Winners_Losers_Battle_Spotify_Playlist_Supremacy_2.pdf

9//<http://www.musicweek.com/publishing/read/songwriting-why-it-takes-more-than-two-to-make-a-hit-nowadays/068478>

ブロックチェーンベースの配信システムは、リリースプロセスをレーベルとサービスプロバイダーの2つのシンプルな契約に減らします。さらに、レーベルにおいては決済代行サービスや外部報告サービスなど、多くのサードパーティのサービスプロバイダーにかかる費用も削減が可能です。最終的には、レーベルとレーベルが抱えるアーティストに還元される利益が増加します。

売上はオープンな分散型データベースで追跡され、いつでもだれでもアクセスが可能で、かつてないほどの透明性が得られます。曲がどこで販売され、聴かれているか、ほぼリアルタイムで確認できます。

図6 — eMusic のロイヤリティの流れ



サービスプロバイダー

eMusic を配信パートナーとすることは、既存のカタログとディストリビューターを利用するので、サービスプロバイダーにとって無理のないプロセスです。サービスプロバイダーとして eMusic の配信プラットフォームを利用する条件として、1) プラットフォームへの支払いに暗号通貨を利用し（互換性のあるウォレットがある）、2) コンテンツ作成者が選んだ配信方法をもとに特定のサービスプロバイダーが販売する権利を持つカタログインベントリを公開する基本 API を解釈する手段を用意できる必要があります。このプロセスは、支払いが関係者の間で直接リアルタイムでなされることを除き、現在の音楽ディストリビューターやアグリゲーターとの対応と違いはありません。

私たちが望むのは真に双方の利益をもたらす業界です。サービスプロバイダーが、レーベル契約を理由に優先的に売り込むコンテンツだけに制約されることのない世界です。すべてのコンテンツが同等であれば、音楽業界全体は、財務面でも音楽的な多様性の面でもより健全になります。バランスと平等を目指す当社のミッションに従い、サービスプロバイダーはプラットフォームで配信されるコンテンツの販売とストリーミングによる収益を 50/50 の配分で手にします。これは私たちと手を組むのに大きなインセンティブとなり、収益のわずかに 30% ほどしか受け取れない一部のメジャーレーベル契約に限られることなく、私たちが提供したいと考える多様なカタログを提供するでしょう。

「eMusic は引き続き、曲を探して視聴し、割引価格で購入したり、お勧め曲を探して同じ好みを持つファンのコミュニティへアクセスできる場となります。ブロックチェーンへの移行は、補足的な機能によって、メンバーへのサービス向上をもたらします」

Pandora や Spotify など大手のサービスプロバイダーに対して、私たちのブロックチェーンプラットフォームの導入が簡単であるというつもりはありません。すべてのプラットフォームを完全に網羅して接続できるように、eMusic はオフチェーンで参加するサービスプロバイダーとの連携に多量のリソースを投入しています。

将来的に、すべてのサービスプロバイダーを基礎から統合し、ブロックチェーンベースのシステムを完全に導入してもらい、eMusic から提供するすべてのコンテンツをオンチェーンで管理したいと考えています。サービスプロバイダーへのブロックチェーンの統合は、プロジェクトの初日から可能になります。eMusic ストアが試験的にこの取り組みを進めます。eMusic への報告をブロックチェーンに移行する外部サービスプロバイダーも収益の配分が増し、この技術ならではのメリットである監査能力、セキュリティ、自律性、対等の取引といったメリットが得られるので、eMusic と同じく支出を抑えることができます。

eMusic ストアにとって、この配信プラットフォームは世界の音楽制作者を引きつけ、利用者に多くの新しい音楽を提供するエキサイティングな新しい機会となります。

現在の大手サービスプロバイダーが eMusic のコンテンツを配信しやすくするだけでなく、新しいサービスプロバイダーや新興事業者を引きつけて発展を促し、音楽ファンの利益となる多様性、競争、消費者の選択に寄与したいと考えています。

08

ブロックチェーンの概要

eMUSIC

のブロックチェーンプラットフォームに関連するすべてのコンポーネントは、イーサリアムネットワーク上で稼働します。ブロックチェーンには、以下の図に示すように、すべてのやり取りで相互作用する2つの促進要因として、スマートコントラクトとeMusicトークンがあります。

スマートコントラクト

ブロックチェーンエコノミーは、「スマートコントラクト」と呼ばれるものによって機能しています。これは（入出力を持つ）簡単なコンピュータプログラムで、変更不可のレコードとして存在して、公開データベースに共有されます。これには、特定のトランザクションに必要なあらゆるデータの組み合わせが含まれます。

音楽アセットに関するものであることから、新しいeMusicのエコシステムの活用に必要な2つのスマートコントラクトを想定しています。これらとともに、サプライチェーンにおいてアーティスト、レーベル、サービスプロバイダー、音楽愛好家の間で重要な役割を果たします。

スマートコントラクトは自律性、信頼性、安全性を実現し、ピアツーピアのトランザクションをベースにしています。関連するデータは最初に2者間の法的協定として確立され、頻繁に更新されるか、リアルタイムで実行されます。



スマートコントラクト 1- コンテンツ

配信プラットフォームの中心的なスマートコントラクトが、「コンテンツ」スマートコントラクトです。配信プラットフォームはこのスマートコントラクトを利用して、音楽アセットのレコードを維持します。各サービスプロバイダーへアセットをどこにどのように公開するか、権利保有者が誰か、各権利保有者が受け取れる収益の割合が記録されます。

コンテンツスマートコントラクトの主な用途は、アーティストがeMusicの配信プラットフォームに音楽アセットを公開して販売やストリーミングができるようにすることです。

アーティストとレーベルはコンテンツスマートコントラクトを交わし、関連する音楽アセットにはプラットフォームおよび他のスマートコントラクトに対して使われるIDが与えられます。

現在のブロックチェーンのパフォーマンスは制約があることから、収益を権利保有者のウォレットに自動的に送るだけでは実用的ではありません。このため、「オンデマンド」の引き出し機構が採用されています。

スマートコントラクト1-コンテンツ（続き）

権利保有者はコンテンツスマートコントラクトにアクセスして、収益を引き出します。コンテンツスマートコントラクト自体に収益は含まれず、他のスマートコントラクトからの収益の引き出しが許可されています。

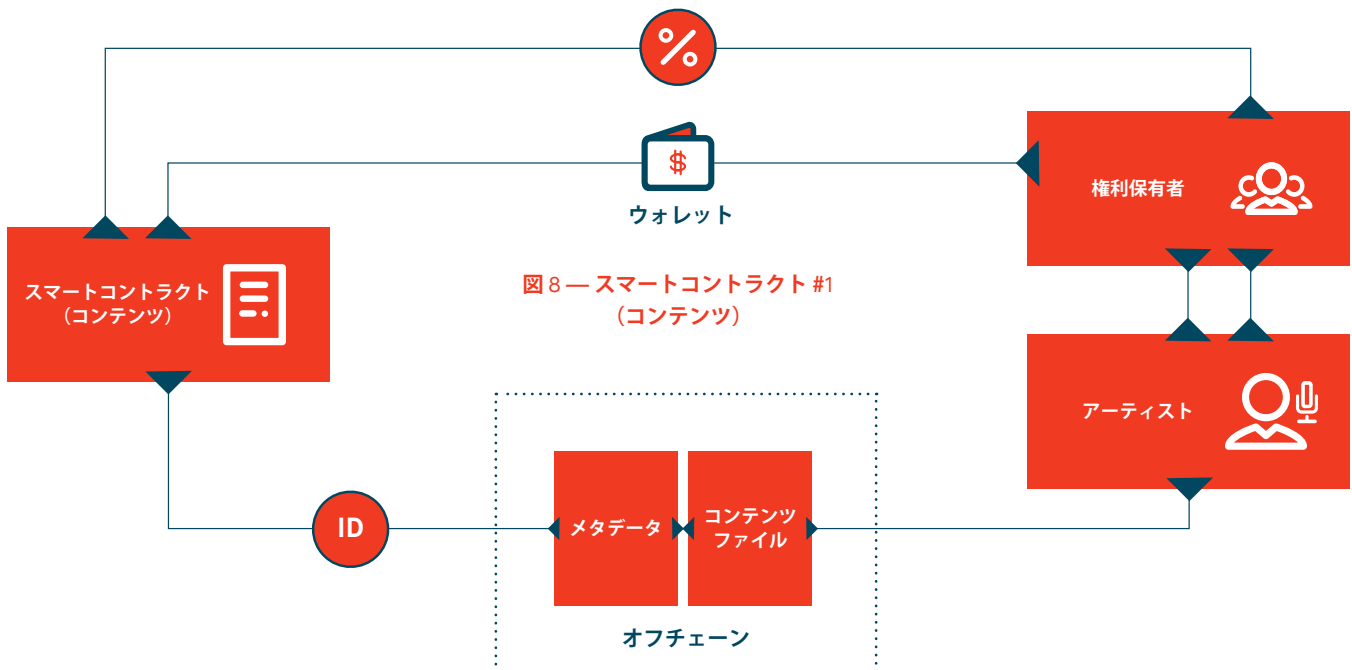


図8—スマートコントラクト #1
(コンテンツ)



スマートコントラクト2-セールス

セールススマートコントラクトは、サービスプロバイダーのデータとサービスを通じて販売/ストリーミングされた音楽アセットの売上を収集して報告します。

提供初日から、eMusic ストアで試験運用されます。販売ポイントで販売やストリーミングが発生すると、音楽アセット ID を含むデータがオフチェーンでデータベースに記録されます。定期的に（eMusic ストアは毎日）、サービスプロバイダーはセールススマートコントラクトを更新します。



スマートコントラクト 2-セールス（続き）

このとき、音楽アセットの販売およびストリーミングで発生した売上を ID とともに送信し、アセットごとの法定通貨額とその期間の販売 / ストリーミング数も記録されます。

売上が報告されてセールススマートコントラクトに送信されると、音楽アセット ID ごとに支払い額が計算され、セールススマートコントラクトに保存されます。

以上が完了すると、権利保有者が売上を引き出せるようになります。権利保有者が売上を引き出すと、コンテンツスマートコントラクトはセールススマートコントラクトから支払い額を取得して、配分された売上を権利保有者に付与します。

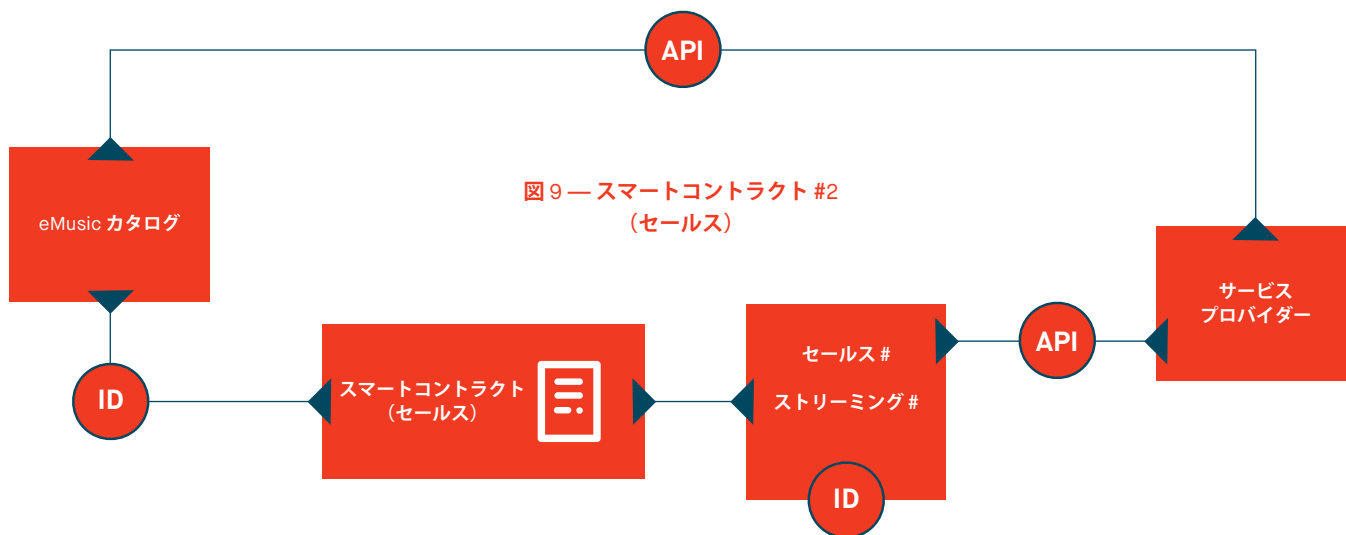
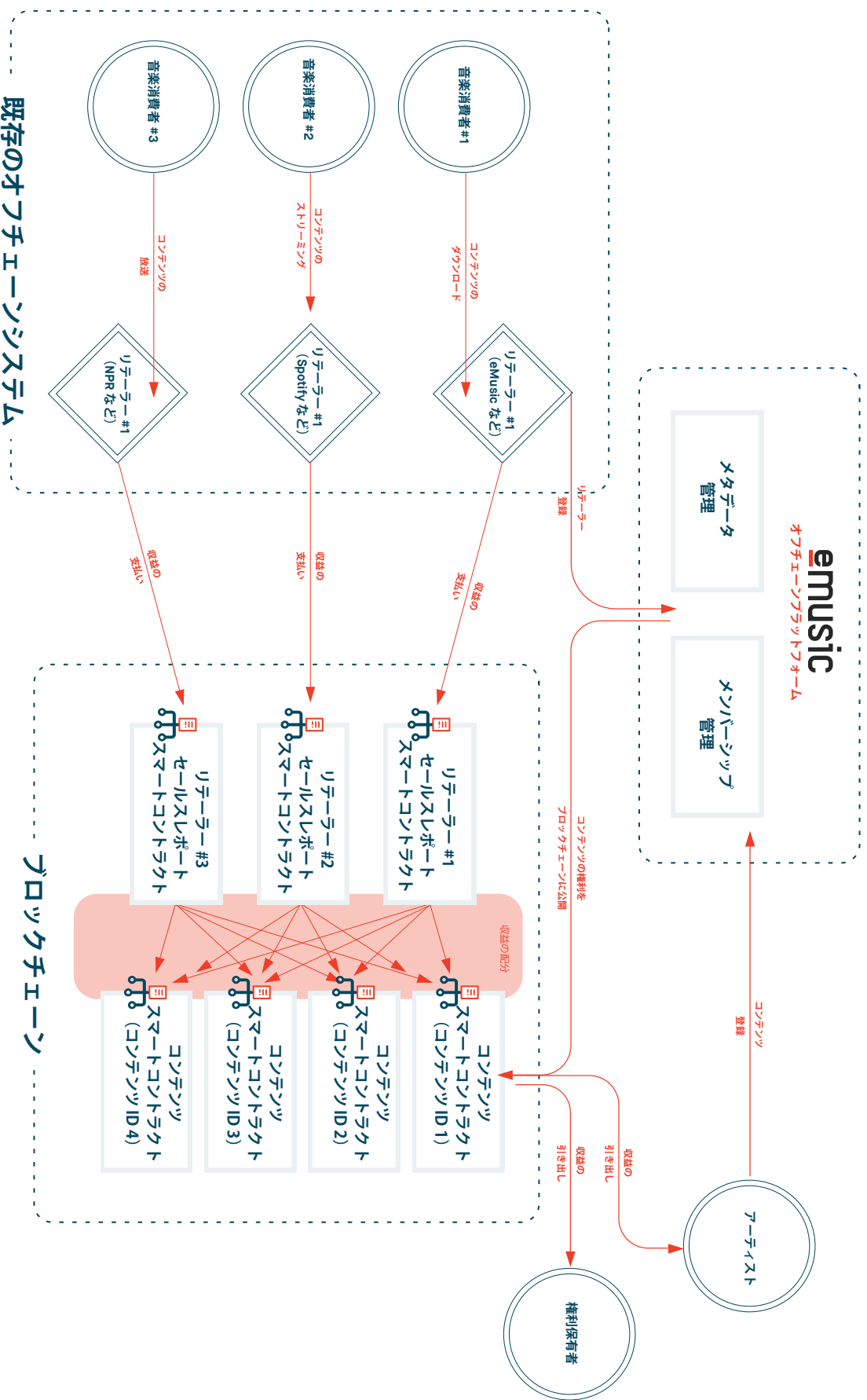
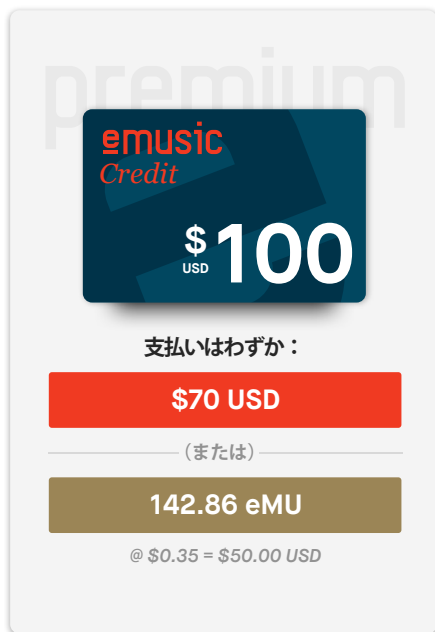


図 13— 技術概要



emusic トー クンの概要

ブロックチェーンプラットフォームにおける取引とやり取りを効率よく行うためには、金銭的価値を持つ通貨の受け渡しが必要になります。



新しいセールスデータの入力など、スマートコントラクトを更新する場合、権利保有者情報を変更する場合、新しい音楽アセットをリリースする場合などには、通貨が必要です。暗号通貨のイーサと関連するブロックチェーンはこの点で標準的な媒介として優れた機能を持ち、新しいブロックチェーンプロジェクトの大半で利用されています。イーサリアムブロックチェーンの主な特徴は、アプリケーションの柔軟性にあります。開発者はブロックチェーンの基本構造をもとに、「トークン」と呼ばれるデジタルアセットで独自のインターフェイスを使用して、まったく新しいアプリケーションを構築できます。つまり、あらゆる分野や産業の開発者がニーズに合わせてこの技術をカスタマイズし、独自のデジタル通貨を作ることができるのです。

eMusic が導入する独自のイーサリアムベースの ERC-20 トークンは、当社の新しい音楽エコシステムにおいてのみ使用できるデジタルアセットです。

現在の eMusic のシステムアーキテクチャをブロックチェーンテクノロジーをベースとするシステムに移行するうえで重要な最初のステップは、現行システムからトークンベースのシステムへお客様の移行を始めることです。現行システムでは、サブスクリプションによって購買力が得られますが、「クレジット」は 1 ヶ月で期限切れになり、持ち越せません。トークンベースのシステムでは、期限切れにならない暗号通貨トークンを額の多少にかかわらず購入でき、eMusic のお客様は、多彩な方法と選択肢を利用して、音楽を購入して他のアーティストやファンと交流ができます。

eMusic トークンの保有者でもある eMusic メンバーは、トークンをいつでも eMusic ストアのクレジットに引き換えることができます。eMusic トークンからクレジットへの交換にはボーナス（法定通貨による）が付加され、メンバーの購買力が高まり、さらに高い割引率で購入できるようになります。また、ストアクレジットと異なり、eMusic トークンには使用期限がないため、eMusic トークンを貯めておいて、好きなときに eMusic のクレジット残高を増やすことができます。

ビジネス面からは、eMusic トークンは音楽の事前購入とも考えられます。eMusic のメンバーシップの価格構成はそのままに、一部のお客様にとって足加となる要素をはらむ定期サブスクリプションモデルに留まらず、ビジネスモデルを進化させることができます。



* 価格は変更の可能性あり

図 11 — トークンによる支払い

トークンを使って既存のクレジットシステムの代わりとし、最終的に置き換えるだけでなく、トークンは音楽業界の新しいエコシステムを活性化させると期待されます。「クレジット」ではなし得なかった形でトークンを利用することも可能です。この新しいエコシステムの成長は、現在と将来のお客様にトークンの身近な用途をお知らせすることで加速できると考えています（プラットフォームで提供される数百万曲のダウンロードやストリーミング、新しいエキサイティングな形でのファンの参加など）。

初期機能

トークンをダウンロード音楽の購入に使うほか、プラットフォームを利用するトークン保有者は、トークン発行時点から、トークン販売の直後に提供される次の追加機能（「初期機能」）を活用できます。

- **トークン限定販売：**eMusic は定期的にトークン保有者に限定価格で特別な楽曲やアルバムを提供します。
- **限定コンテンツ：**トークン保有者だけが入手できるコンテンツです。

- **クラウドストレージ**：指定された額のトークンを購入すると、一定期間クラウドに音楽コレクションを好きなだけ保存することができます（以前は、一部のクレジットマネーサブスクリプションを購入したお客様に限られていました）。
- **利用者特典**：他のメンバーと交流したり（曲のプレイリストを作成して共有するなど）、他のメンバーをプラットフォームに紹介したりすると、お客様に追加のトークンが与えられ、プラットフォームでの購買力が増加します。
- **ウィッシュリストの授与**：トークン保有者だけが利用できる特別なコンクールを実施し、トークン保有者は「ウィッシュリスト」の一部を獲得できます（フルアルバム 5 枚までなど）。
- **セルフパブリッシング**：プラットフォームの開始初日から、この機能の一部を利用できるようにします。初期試験段階では、アップロードに対してトークン（額は未定）が与えられます。導入後の初期期間にアップロードされたすべてのコンテンツは、権利管理機能が完成したときに eMusic ストアで提供されます。その後、eMusic トークン保有者は、eMusic オンラインストアの「フロントページ」に掲載されたセルフパブリッシングコンテンツに投票できます。
- **カスタマーサポート**：クレジットをトークンに交換する既存のお客様と、プラットフォームを新規に利用するお客様向けにカスタマーサポートを提供します。デジタルウォレットソフトウェアの使い方、トークンの送受信方法、個人で暗号鍵を管理するためのベストプラクティスなど、さまざまなサポートを実施します。

補足機能

初期機能に加え、トークンの使用について補足的な機能（「補足機能」）を開発します。

- **レビュー評価とユーザー対話の向上**：トークンを使用するユーザーは、他のユーザーや業界レポートによるレビューの品質を評価することができます。コミュニティの議論への貢献や貴重なレビューをした場合、誤ったデータを知らせてプラットフォームの品質の向上に貢献した場合、新しいアーティストをプラットフォームに紹介した場合などに、eMusic からトークンが贈られます。
- **プロモーション**：まとまった量のトークンをアーティストに提供してプラットフォームから配布することで、熱心なファン向けのマーケティングツールとして利用することができます。これまでには不可能だったさまざまな形で、ファンへのインセンティブや支持の獲得に利用できます。
- **権利交換**：トークンを使用して、アーティストの権利、楽譜、記念品など、音楽関連のアセットを、eMusic プラットフォームで使用可能な他の音楽関連アセットを入手する権利と交換できます。これにより、eMusic プラットフォームのセルフパブリッシング機能が強化されます。アーティストとレーベルはトークンを使用して、eMusic プラットフォームのスマートコントラクトを通じて曲を公開して管理できます。この新しいシステムは、ひどく分かりにくい既存のシステムとは対照的に、ロイヤリティ支払いの明細が明らかで、監査がしやすく、透明性があります。将来的に、権利保有者は、ロイヤリティの一部またはすべてを、プラットフォーム上で好きなように使用できるトークンで保有できるようになります。
- **権利の監視**：ダウンロードしたコンテンツにデジタル「すかし」が入れられるので、eMusic プラットフォームを利用する著作権保有者は海賊版を特定できます。
- **貸プラットフォーム**：オンラインでの販売力を高めたい独立系実店舗で、現在 eMusic エコシステムに参加していない販売店などの、提携していないサードパーティは、プラットフォームに参加し、トークンを使用して個別の「ストア」で販売する eMusic カタログにコンテンツを追加でき、プラットフォームをフルフィルメントメカニズムとして活用できます。

- **素早い流動化**：アーティストはプラットフォームを使用して、アーティストの寄付による曲を作成して配信し、収益を災害支援やその他の緊急事態の慈善基金調達に使用することができます。
- **クラウドファンディング**：アーティストが新曲を作り（あるいは自分が権利を持つ既存の曲を利用して）SEC による規制に則したクラウドセールを通じた資金調達が可能なクラウドファンディングプラットフォームを開発します。こうした権利の購入に参加するには、トークンで料金を支払う必要があります。

トークンの購入を希望する方には、このホワイトペーパーの更新版で補足機能の開発状況が知らされるほか、メールやソーシャルメディアでも情報が伝えられます。

補足機能の開発と実装にかかる資金には、手元の現金、従来のサブスクリプションプランによるこれまでの売上と（プラットフォームの移行が完了するまで）将来の売上、トークン売上（下記参照）の収益が充てられます。

サードパーティ機能

補足機能とは別に、eMusic トークンによって提携外のサードパーティが提供する追加技術の使用が可能になります。これは、デジタル「アゴラ」や音楽業界の関係者向けのオープンマーケットプレースの概念と似たものです。外部アプリケーションプログラムインターフェイス（API）の統合により、eMusic が関与したり eMusic のリソースを使用することなく、eMusic エコシステムが拡張され、ピアツーピアのやり取りが促進されます。提携外の企業は、プラットフォーム向けの API を作成することで、利用者にプラットフォームで商品やサービスを購入してもらうことが可能です。コンサートチケットの購入や、音楽情報の入手（または提供）、アーティスト関連商品の販売などが考えられます。その他の優先されるサードパーティ機能（「サードパーティ機能」）は次のとおりです。

- トークンなしでも可能ではあるが、はるかに手間のかかる作業をトークンで効率化します。たとえば、プラットフォームに接続するサードパーティ API を作成してインターネットにアクセスするすべてのユーザーに提供しながら、eMusic トークンの保有者だけに割引やその他特典を提供できます。これはクロスプロモーションを目的として行う場合や、すべての関係者に相互に利益となる広範な戦略提携の結果として行うことが考えられます。
- サードパーティは API を使用して、プラットフォームを通じて商品やサービスの支払いができます（チケット、商品、同期の機会など）。
- 紙のクーポンと同じく、eMusic トークンを当事者間で直接交換して、サードパーティが商品やサービスと引き換えに eMusic トークンを受け取れます。追加でシステムの統合は不要です（eMusic トークンは広く使用されて受け入れられている ERC 20 標準をベースとしているため）。これは一般のサードパーティにも、特定のコンテンツやプロモーションを目的とする永続的または期間限定で eMusic が提携するサードパーティにも機能します。

現在のクレジットベースのシステムから完全にトークンベースのシステムにすべてのお客様を移行するには、いくらかの時間がかかると考えられます。正確な予測は不可能ながら、現在の予想では、すべてのお客様をトークンモデルに移行し、現在のクレジットシステムを終了するまでに、初期機能の提供開始から約 1 年かかるものと見えています。その間、引き続き法定通貨ベースのクレジットサブスクリプションのサポートを継続します。

	eMusic 機能	eMusic トークン	法定通貨
トークン セール後 すぐに利用可能	アラカルト購入	Ⓜ	○
	サブスクリプション	Ⓜ	○
	その場でクレジットと引き換え	Ⓜ	×
	追加クレジットの購入	Ⓜ	○
	ロイヤリティリワード	Ⓜ	×
	紹介ボーナス	Ⓜ	×
	限定コンテンツにアクセス	Ⓜ	×
	ロイヤリティ支払い	Ⓜ	○
	ファンへのインセンティブ	Ⓜ	×
	クラウドファンディングに参加	Ⓜ	×
	サードパーティ統合	Ⓜ	×



**The Sunshine Makers (旧
Motion Picture Soundtrack)**
The Heliocentrics

メンバー価格：\$4.99
メンバー価格で30%割引

Ⓜ 12 eMU @ \$0.35 = \$4.20 USD

キャンセル

購入の確認



図 12 — トークンによる支払い

09

eMusic トークンセールと 経済的側面

eMUSIC

は、初回販売分のトークンを2つに区分けして提供する一方で、追加のトークンを作成して将来販売する権利を有します。

関係する管区の法に従い、主たるトークンの販売は一般に公開されます（「メインセール」）。トークンの販売対象は eMusic の現在の利用者と利用予定者のほか、次をはじめとするプラットフォームの任意の利用者が含まれます。(1) 音楽をリリースしたいアーティスト、(2) eMusic プラットフォームにカタログを掲載したいミュージックレーベル、(3) 曲を購入、または好きなアーティストを投票や「いいね」で応援したい音楽愛好者、(4) 音楽業界一般のサポーターおよび関係者。


各トークンの価格は約 0.39 米ドルです（または、ビットコイン（「BTC」）またはイーサ（「ETH」）の販売時の同等価格）。米ドルで販売されるすべてのトークンの最低価格は 20,000,000 ドル、最高価格は 70,000,000 ドル（「ハードキャップ」）とされ、当初販売されるのは 60,000,000 ～ 200,000,000 トークンとなります（下記の「メインセール」と「プリセール」を考慮）。

現在のお客様のほか、音楽業界のプロフェッショナルなど、プラットフォームの成功のために多額の資金を投じたいと考える方々の支援が、確固としたユーザーコミュニティと独立して持続できるエコシステムの構築に不可欠であると考えています。強力なプラットフォームサポーターの支持を得るため、メインセールに先立つプリセールで 150,000,000 トークンを販売します（「プリセール」と「メインセール」を総称して「トークンセール」）。これらの支持者の参加を促すため、プリセールの購入者にメインセールトークン価格の 10% ～ 25% のボリューム割引を行います。

さらに、関係する管区の法に従い、適用法に遵守した販売とするために、eMusic の少数の戦略的および技術的アドバイザーに、eMusic への貢献を考慮してトークンが与えられます（これらのトークンの合計は、ハードキャップに到達した場合のすべてのトークンの 3% 未満）。これらのトークンは、eMusic の事業経費として会計処理されます。eMusic はこれらのトークンを受け取るアドバイザーに対し、法の条件に従ってトークンが国内での収入であることに同意することを求めます。eMusic または提携会社の従業員への主たる報酬として使用することや、法務、会計その他の専門アドバイザーへの支払いにトークンが使用されることはありません。

トークンセールのすべての購入者とその他すべてのトークン受領者は、厳正な「KYC（顧客審査）」、「AML（マネーロンダリング防止）」と制裁リストの確認が適用されます。これは、eMusic に代わり、適切な確認サービス業者によって行われます。

ボリューム割引を受ける購入者や、貢献を考慮してトークンが付与されたアドバイザーは、これらのトークンを随時プラットフォームで使用することができます。ただし、その他の利用や譲渡が認められるまでの少なくとも 6 か月間は、トークンを使用せずにおくものとします。6 か月経過後に譲渡する場合の例は次が予想されます。(a) 音楽プロモーターやマネージャーから、プロモーターが代理を努める 1 名または複数のアーティストへ、(b) ミュージックレーベルから曲の通常の購入者への特典や割引として、(c) 継続セールス（下記参照）の停止を受け、音楽業界の内部関係者やアドバイザーから、eMusic プラットフォームに関心を持ち（知り）一度に相当額のトークンを手にしたいと考えるプラットフォームサポーターへ。

	EMU (シンボル)
ソフトキャップ：\$2,000 万	
ハードキャップ \$7,000 万	
総供給量：500,000,000	
1 トークンあたりの価格：\$0.39	

プリセールすべての購入者が監視対象となり、投資ファンドや金融投資会社と思われる購入者には販売をしません（投機または金融関連の目的だけでトークンを購入する、ベンチャーキャピタルファンドなど）。プリセールの協定に従い、すべてのトークンが作成されてメインセールの購入者に提供されるまでは、トークンはプリセールの購入者の手には渡りません。

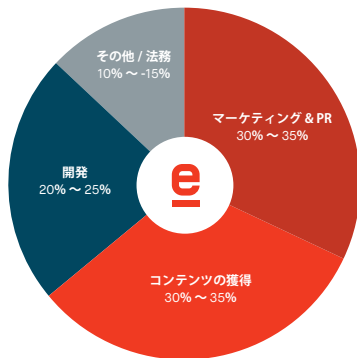
eMusicの既存客や見込客でトークンを購入しなかった（または購入したトークンをすべて使ってしまった）お客様がプラットフォームを利用するために十分なトークンを入手できるように、当初の販売価格がそれに近い価格で追加のトークンを提供する予定です。このような継続セールスは、KYCやAMLのための確認を含め、メインセールと同じ条件で行われます。

トークンの作成と配布時点で、トークン所有者はただちに、音楽を購入した初期機能を利用する権利が得られます。将来的にプラットフォームの補足機能が追加されない場合も、トークンは引き続き、音楽ダウンロードとファン活動といった、eMusicが約20年にわたり提供してきた主たる商品の対価として利用が可能です。

トークン収益の使途

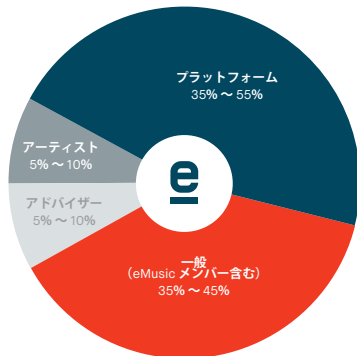
初期トークンセールで得られた収益は、次の目的に使用されます。

- ➔ 配信およびクラウドファンディングプラットフォームの開発
- ➔ アーティスト、利用者、権利保有者をプラットフォームに引きつけるためのマーケティングおよびPR
- ➔ コンテンツの獲得（新人および有名アーティストによるコンテンツ、権利保有者が所有するコンテンツ、eMusicと中国政府との契約に基づく独自の中国コンテンツなど）
- ➔ TGEにおける規制環境への適合



TGEの割り当て

- ➔ 一般：35% ~ 45%のトークンを一般購入向けに用意。現在、過去と将来のeMusicメンバーを対象
- ➔ アーティスト：5% ~ 10%のトークンをプラットフォームで配信するアーティストに付与
- ➔ プラットフォーム：35% ~ 55%のトークンを予約し、ロイヤリティインセンティブ、紹介報酬、コミュニティ構築やその他プロモーション活動に使い、一部を将来のトークンセールに使用。
- ➔ アドバイザー：5% ~ 10%の当初販売トークンを顧問委員会向けに確保（使用できるのは6ヵ月経過後）。

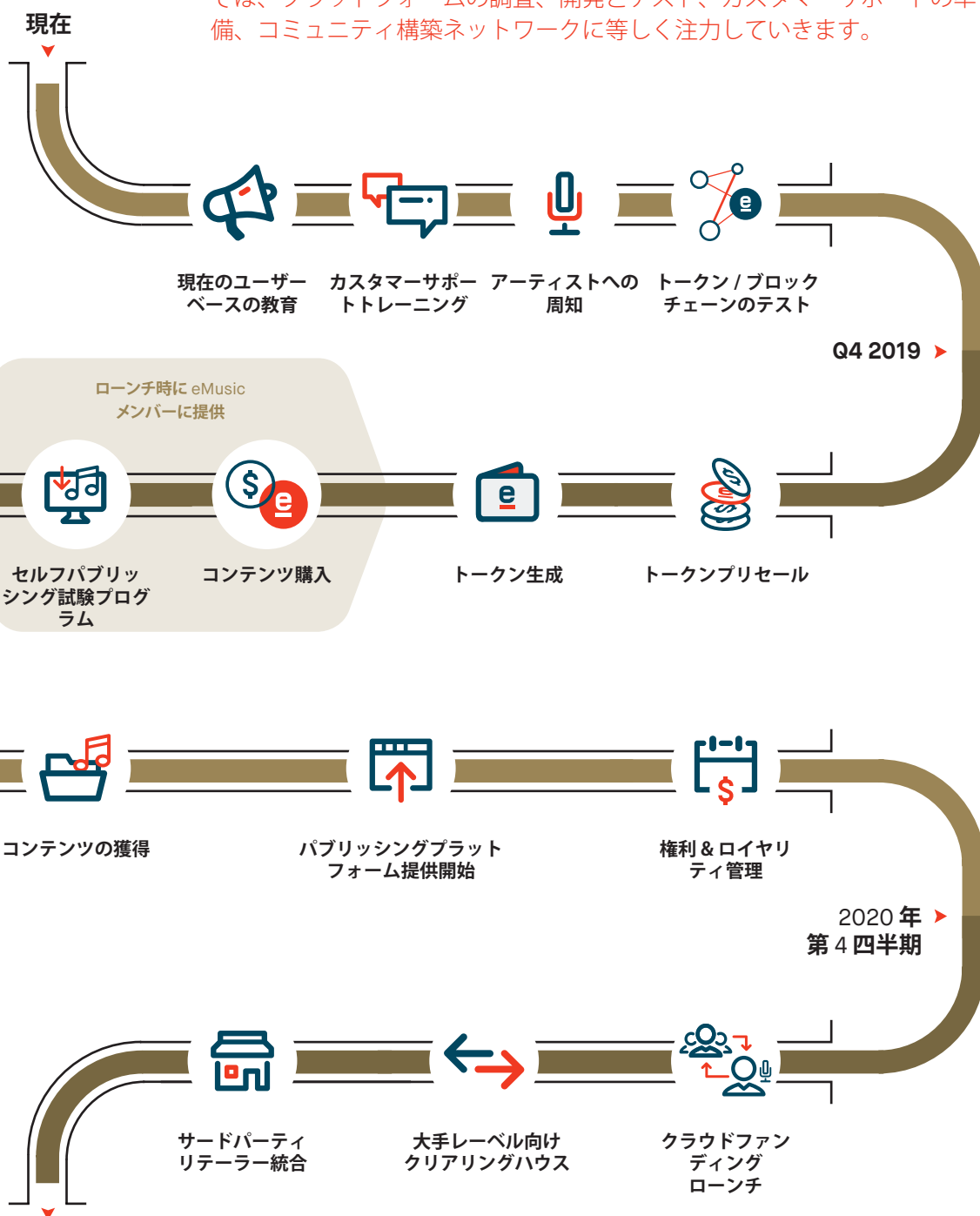


eMusicでは、当初販売価格がそれに近い価格で追加トークンを提供します。トークンが「焦げ付く」ことはありません。トークンコントリビューションの時期と詳細について、[Webサイトの最新情報と発表](#)をご覧ください。

10

ロードマップ

トークンが作成されて配布されるとすぐに、トークン保有者は eMusic プラットフォームで曲の購入が可能になります。eMusic トークンの作成までは、プラットフォームの調査、開発とテスト、カスタマーサポートの準備、コミュニティ構築ネットワークに等しく注力していきます。



11

私たちについて

CEO の Tamir Koch が率いるコアチームとアドバイザーは、合計で 10 億ドルを超える規模のプロジェクトのエグジット & 資金調達に関わっており、その中には以下を含むブロックチェーンプロジェクトが 30 以上含まれています。Wepower, Adhive, Elysian, Wemark, INS.world, Cool Cousin, Tron, Change Bank, iOLite, Blackmoon Crypto, Zeex, Tatatu, Wings, Bancor, Firmo network, Matchpool, Flixo, Orbs, Cartesi, Blox, Coinstarter, Liberdty, MW, Adex.network, HighIOT, Capitalise



Tamir Koch
CEO

23 years of entrepreneurship and leadership; Two previous successful exits.

#Eclectic



Michael Juskiewicz
CFO

Over 15 years investment banking experience. Specialty in public and private capital raising and M&A.

#Alternative



Matt Downing
CMO

More than 20 years of experience, including launch of SiriusXM Streaming Services.

#80sAlternative



Brandon Schmidt
Label Relations

#Post-Punk



Ricardo Cabret
Lead Front End Developer

#JazzLover



Eric Chang
UX Designer

#TeenyBopper



Daniel Karni
System Architect

#Hamilton #OnRepeat



Adriana Gunczler
UX Jr. Designer

#IronicTeenyBopper



Ashi Atlas
Product Manager

#Metalhead



Guilherme Birk
Mobile Developer

#ShuffleButton



Shauli Bracha
QA Engineer

#EvenMoreOfAMetalhead



Sam Zelitch
Community Manager

#Experimental



Nir Peled
CTO

More than 16 years leading software and engineering teams.

#ProgRock



Matt Robinson
AVP Product

Multi-platform product specialist. 10 years experience bringing B2C software to market.

#90sHipHop



Bryan Farevaag
Creative Director

10+ years of UX/UI experience, Oprah Magazine, gusterly and Random House. Faculty at SVA.

#Dadrock



Lara Peterson
AVP Marketing

10+years marketing for consumer brands. Amex, XM Radio, ooVoo

#HipHopHero



Ori Erez
Blockchain Expert

10 years leading technology projects in the fintech industry including invest.com.

#RootsRevival

12

アドバイザー



Bill Campbell

Founder Barefoot Media.
Former head of digital for
Sony Music, later UMG.



Richard Blackstone

Former Board member
of Avex, Inc.(Japan),
Worldwide Chairman/
CEO Warner/Chappell,
CCO at BMG, President
Zomba Music.



Jeff Van Driel

Former CEO Naxos of
America and Executive
Producer at
Suite 28 Records.



Sean Koh

Head of Asia & American
Entertainment, founder of
Koherent Record.



Mike Belitz

CEO and President of
Ultimate Support Systems
and Radial Engineering.



Yaron Adler

Founder We Group,
Incredimail. Chairman
of Crowdfunding
platform Exit Valley.



Oded Federbusch

Crowdfunding expert.
Advisor Exit Valley.
Founder We Group. Owner,
f.r.a.l.y holdings ltd.



**Sebastian
Stupurac**

Co-Founder WINGS;
Adviser to AdEx,
Blackmoon Crypto,
INS.world.



Stas Oskin

Co-Founder WINGS,
Technology strategy
and partnerships.



Daniel Santos

CEO Token Advisors.
Former executive
Citigroup, Barclays
and Renaissance Capital.



Julia Della Scala

Blockchain expert and Far
East community leader.



Ran Sharon

Serial Entrepreneur,
Founder of Clariter,
Internet Investment Fund,
and Kornelius Group

法務 & コンプライアンス



David Rabbi

国際的ブロックチェーン規制 / コンプライアンスのエキスパート。暗号通貨とスマートコントラクトの慣行および ALM/KYC のあらゆる側面に精通した企業法務担当者。



Susan Joseph

法務相談、ソートリーダーシップとブロックチェーンのアドバイザー。ブロックチェーン配信担当エグゼクティブディレクター。

DLX Law

ブロックチェーンおよび分散台帳テクノロジーを専門とする企業向け法律事務所。主に SEC コンプライアンスのアドバイスをする。

Walder Wyss

スイスのリード・コンプライアンス・アドバイザー。

会計



EY

Building a better
working world

eMusic トークンを購入する可能性がある方向け

の重要な検討事項

eMUSIC

トークンの購入を検討される方は、以下の重要な検討事項を熟読し、内容を理解してください。

1. 開発の失敗または中止

不確実、予見不可能および/または克服不可能な技術上の複雑性および困難によって、eMusic プラットフォームまたはその構成要素の一部の開発が、いずれかの時点で何らかの理由（資金不足を含む）により失敗または中止となる場合があります。タイミング次第では、開発の失敗または中止により、eMusic プラットフォームの一部または全部が使用できなくなり、eMusic トークンの有用性に悪影響を与える場合があります。

2. 限定的な情報開示

eMusic プラットフォームのさまざまな技術仕様およびパラメータは、eMusic トークンの販売前および販売後の両方において、更新および変更される場合があります。本ホワイトペーパーには、eMusic および当社に関する重要な情報が記載されていますが、当社が単独裁量によって必要とみなす場合、上記の情報のすべてが修正または更新されることがあります。当社は、eMusic プラットフォームの開発（開発の進捗および予定のマイルストーンの達成を含む）について、本ホワイトペーパーを定期的に更新する義務を負わず、また、eMusic プラットフォームに関して当社が随時作成するすべての情報について適時かつ完全なアクセスを提供する義務を負いません。

3. 規制環境の変化

eMusic トークンに類似した暗号通貨トークンは、さまざまな法域の規制当局による精査を受けており、または精査を受ける可能性があります。当社は、eMusic または eMusic トークンに関連して、1 つ以上の規制当局から随時照会、通知、警告、要求または裁定を受ける場合や、あらゆる行動を停止または中止するように命令される場合があります。その結果、eMusic プラットフォームまたは eMusic トークンの開発、マーケティング、プロモーション、使用、その他等が重大な影響を受け、妨げられ、または終了する場合があります。いかなる法域の規制政策も変更される可能性があるため、いずれかの法域において規制当局が eMusic プラットフォームおよび eMusic トークンに関して好ましい見解を取っていたとしても、その見解は、いつでも撤回または変更される可能性があります。eMusic トークンは、さまざまな法域において、仮想商品、デジタルアセットもしくはデジタル証券、または通貨として随時定義される可能性があります。したがって、現地の規制要件により、特定の法域での売買や保有が禁止される可能性があります。

4. eMusic トークンが意図する用途、証券としての販売または売却の否定

eMusic トークンは、eMusic プラットフォーム内部での使用以外で価値を有することを意図していません。eMusic トークンの購入者は、いかなる所有権、投票権、経営権、財産権またはいかなる収益もしくは利益の共有権も受け取りません。eMusic トークンが意図する用途は、音楽のダウンロードまたはストリーミング、アーティストのサポート、および趣味が合う音楽ファンとの交流のために eMusic プラットフォームへ参加するよう促すことです。当社は eMusic トークンが証券であると考えていないため、eMusic トークンは、1933 年連邦証券法またはいかなる州の証券法に基づく販売登録も行っていません。連邦証券取引委員会またはいかなる州の証券当局も、eMusic トークンの販売条件を審査していません。当社は eMusic トークンの販売には証券販売が関連しないと考えておりますが、この見解にかかわらず、連邦または州の証券当局は、eMusic トークンの販売が証券法の対象になると決定する可能性があります。eMusic トークンの購入者は、eMusic トークンが証券であるという決定によって悪影響を受け、証券法を遵守しなければならない場合があります。

5. 暗号学に関する進歩

暗号化に関する進歩（暗号解読、または量子コンピュータの開発等の技術の進歩など）によって、イーサリアム仮想マシンおよび eMusic プラットフォームなど、暗号学をベースにしたすべてのシステムに対するリスクが生じる可能性があります。これにより、eMusic トークンの盗難、紛失、消失、破壊または評価減が発生する可能性があります。暗号化の未来、または上記の進歩によるリスクを相殺できるような未来のセキュリティ上のイノベーションについて、予測することは不可能です。

6. アプリケーションプログラムインターフェース

eMusic プラットフォームは、外部のアプリケーションプログラムインターフェース (API) の統合を通じて、関連会社ではないサードパーティが提供する追加機能を使用可能にします。これにより、eMusic のリソースに関係なく、および当該リソースを使用することなく、eMusic のエコシステムは拡大します。当社は、サードパーティによる機能の開発、マーケティング、運営またはその他を完全にコントロールすることはできません。その結果、eMusic プラットフォームが、eMusic トークン購入者の最大の利益に留意していないサードパーティによって、影響を受ける可能性があります。あるいは、サードパーティによって eMusic に関する機能の開発が行われない場合があります。この場合、eMusic は、API の提供による利益を得ることはありません。

7. ソースコードの瑕疵等

当社は、eMusic プラットフォームのソースコードに瑕疵がないこと、または今後も瑕疵が存在しないことを保証することはできません。いかなる時点においても、eMusic プラットフォームのソースコードは、瑕疵、誤り、欠陥、脆弱性およびバグ (総称して「瑕疵等」) を含む場合があります。これらの瑕疵等によって、ユーザーが一部の機能を使用できなくなる場合、ユーザーの情報が暴露される場合、またはその他 eMusic プラットフォームが悪影響を受ける場合があります。当該瑕疵等は、eMusic プラットフォームの利便性および/またはセキュリティを損ない、ひいては eMusic トークンの価値に悪影響を与える可能性があります。当社は、eMusic プラットフォームのソースコードの改善、最適化および完成に向けて勤勉に取り組むものとします。しかし、当社は、eMusic のソースコードにおいて識別された瑕疵等に対して、当該瑕疵等を軽減するために十分な方法で対処できることを保証しません。

8. ソースコードの更新

eMusic プラットフォームのソースコードは、当社によって随時更新、修正、改変または変更されません。当社は、当該更新、修正、改変または変更の正確な結果を予測または保証することはできません。そのため、いかなる更新、修正、改変または変更も、eMusic プラットフォームの運営または eMusic トークンの有用性に悪影響を与えるような予期しない結果または意図しない結果につながる可能性があります。

9. 秘密鍵

eMusic トークンへのアクセスに必要な秘密鍵を紛失するか破壊すると、取り返しがつかない事態が生じる可能性があります。固有の公開鍵および秘密鍵の両方を所有する者のみが、ローカルウォレットまたはオンラインウォレットを通じて eMusic トークンを管理することができます。購入者は、自身のウォレットに含まれる秘密鍵を保護する責任を負います。購入者の当該秘密鍵が紛失、欠損、漏えい、破損、その他棄損すると、その範囲で当社または他のいかなる者も、購入者による関連 eMusic トークンへのアクセスや回復を支援することはできません。

10. 流動性

eMusic トークンは、何らかの個人、団体、中央銀行または国家組織、超国家組織もしくは準国家組織から発行される通貨ではなく、何らかの実物資産またはその他の信用による裏付けもありません。市場における eMusic トークンの流通および取引は、関連する市場参加者間で eMusic トークンの価値についてなされる同意に依拠しています。当社またはその他いかなる者も、購入者またはその他いずれかの eMusic トークン保有者から eMusic トークンを購入する義務を負いません。当社は、eMusic トークンの流動性または市場価格について、いかなる保証も行いません。eMusic トークン購入者が eMusic トークンの売却を希望する場合、当該購入者は、相互に合意した価格で購入する意思がある購入者を 1 人以上見つけなければなりません。このプロセスには、費用と時間がかかる可能性があります。いかなる時も、暗号通貨取引所またはその他の公開市場において、eMusic トークンが取引のために上場することはありません。当社には、eMusic トークンがいずれかの暗号通貨取引所またはその他の取引所に上場するための措置をとる意図はありません。

11. 競争

サードパーティ (当社よりも非常に多くのリソースを有するサードパーティを含む) が、ブロックチェーンによる音楽配信のための競合プラットフォームを個別かつ無関係に開発する場合があります。当社は、いかなる場合でも、eMusic プラットフォームとの競争を目的とした競合他社の取り組みを排除、予防、制限または最小化することはできません。