

明治大学知的財産法政策研究所 (IPLPI) セミナー

「出版者の権利とその役割」

(科学研究費補助金 基盤研究 (A) 平成 23~27 年度

「コンテンツの創作・流通・利用主体の利害と著作権法の役割」)

2012 年 11 月 25 日

「プロデューサーか、プラットフォームか？ 出版社の存在理由と、

電子出版のライツ動向」

福井健策 (弁護士・日本大学芸術学部客員教授)

福井でございます。本日はありがとうございます。何か中山先生の問題提起と、それから、上野さんの今のお話を聞いただけで、皆さん今日来た意味は十分あったという感じがいたします。

よって、わたしは大変気楽にさせていただくことができるわけです。もう同じ話は繰り返しませんで、出版社とそのライツをめぐる背景や将来像のお話をいたしましょう。わたしは何時までいただけることになりますか。

金子氏 (司会) : 言ったほうがいいですか。3時半までなら。

福井氏 : いえ、50分と伺っています。わたしに3時半とか言いますと大変なことになってしまいますから (笑)。

電子書籍と出版界の現状

では、早速まいりましょう。「プロデューサーか、プラットフォームか？」ということでお話をします。まず、電子書籍と出版界の現状ですけれども、このような感じです。現在、アマゾンの「Kindle」が日本語だけで約 67,000 点の書籍をそろえているといわれています。ハテナがついているのは、出所によってだいぶ数字が違うからですけれども、わたしは今回 ITmedia eBook USER の記事の数字を利用させていただいております (スライド 2)。ソニーの「リーダーストア」が約 67,000 点、楽天の「Kobo」が約 58,000 点、凸版系の「ブックライブ」がかなり多くて 95,000 点、「GALAPAGOS STORE」も先行して多くて 79,000 点等々です。ただし、これは日本語の書籍に限った話です。例えばアマゾンの世界シェアでいうと実に 6 割を握っているという巨人でして、洋書を含めれば ITmedia のカウントだけでも 145 万 3,000 点となっています。カウントでいうならば、もっと多いのは「Kobo」でして、265 万点と大変な数です。一般に数万点規模だと電子書店のビジネスが離陸するには足りないのではないかと、いわれます。よって、まずは電子書籍の数が増えること。権利付与も大事だけれども、この点が重要になってくるわけです。

## 「デジタルシュリンク」？

さて、こうした電子書店オープンが相次ぎ、また主要端末が 10,000 円切った現在、電子出版市場あるいは出版市場は、さぞや活況を呈しているかという、必ずしもそうはなっていない、といわれます。一般に「デジタルシュリンク」という言葉で語られますけれども、コンテンツの売上が低下を続けていて、どうにも止まらない、ということがよくいわれるところです。これは日本の数字です（スライド 3）。見づらいかもかもしれません。皆さんの手元のプリントアウトはほとんど判別不可能になっているのではないかと思います（会場笑い）。この出版・雑誌が 98 年で 2 兆 5 千億円ぐらいあったといわれていますが、今は 1 兆 8 千億円ぐらいです。かなり減っております。年率 3% ぐらい落ちておりますので、年に 500~600 億円程度の売上低下でしょうか。電子出版は確かに増えていますが、市場全体で約 700 億円台に乗せただろうか、というところです。11 年度がなぜか伸び止まってしまい横ばいを経験しましたので、出版全体の下落分を埋めるには到底至っていないのが現状です。他の産業も状況は厳しくて、新聞も 10 年間で 30% 近く落ちてしまっています。一番ひどいのは音楽 CD とよくいわれるところで、有料の音楽配信の伸びが CD の下落分を埋めない状況です。ライブイベントだけ落ちません。よくライブイベントとの連携、「ライブシフト」がコンテンツ産業活性化の鍵になる、というわけですが、このことから、デジタルによるフリーの情報の流通がコンテンツの価格破壊を招き、売上を下げているのではないかという、一般に「デジタル主犯説」といわれるものが浮上しています。

ちなみに紙の本の売上低下は欧米などでもみられることで、国によっては売上の低下率は日本よりはるかに大きいところもあります。ただ、アメリカなどは電子出版の部分の伸びがかなり大きく、ひょっとするとその差を埋めていくかもしれないともいわれます。しかし、日本は電子出版の伸びがまだ十分ではありません。こうした状況の中で書店の閉鎖が全国で相次いでいるということはよく報道されるところであり、また出版社も倒産報道に接することが少なくない。

## 海賊版被害の現状

さて、このようなデジタルシュリンクですが、海賊版だけが原因というわけでもないと思います。ただ、原因の一端として海賊版の被害がやまないことがよく挙げられるところです。海賊版被害の現状をみてみましょう。もともと出版、特に漫画などで海賊版被害というと、P2P といわれる、いわゆるファイル交換技術を利用した Winny とか Share などでの漫画のフィルの流通が代表例でした。書協のかつての調査では、数十億といわれる P2P ファイル流通の中の 10% ぐらいが漫画と文芸のファイルであった、その大半は、無許諾で流通しているのであろう、といわれました。ただ最近の傾向として、もう日本の漫画の場合、海賊版の 90% までは「リーチサイトから海外のサイバーロッカー経路」に移っているといわれます。リーチサイトとは何かといいますと、ここにいったらこんな漫画がただで手に入るよ、というようなことを教えてくれるサイトです。基本的にリンクを載せているわけ

です。皆さんそこで海賊版の漫画を探します。すると、海外のサイバーロッカーといわれる、アップロードができるストレージサイトのリンクがあるので、そこからダウンロードできるわけです。

こうしたサイバーロッカーで、ニュースで記憶に新しいのは、なんとといっても **Mega Upload** です。名前からしてインパクトがありますけれども、アメリカに本拠地があり、全世界にサーバーを散らしています。いわゆる「アップロードサイト」としては代表格といわれましたが、今年の1月、**FBI** によって関係者が国際逮捕されるという大事件がありました。その時に報道された内容はかなり衝撃的です。本拠地のサーバーだけで 1,000 台あった。その 1,000 台についてそれぞれ数十台の外部メモリがぶらさがっていた。会費収入として 170 億円ぐらいを得ていて、押収された現金預金や高級外車などが 50 億円に上るといって、牧歌的な「ネットの無断アップ」のイメージとは違うわけです。一体どうやってもうけているかといいますと、誰でも自由にダウンロードできるのですが、無料でダウンロードしようとするともともなスピードにならないわけです。会費を払うとまっとうなスピードでダウンロードできるということで、会費収入を稼いでいます。これが 170 億円に達していた。

では、一方で海賊版のアップロードをどのように促進するかといいますと、報奨金をつかいます。自分がアップロードしたコンテンツが、例えば 100 万ダウンロードされれば、1,500 ドルほど報奨金を貰える。100 万ダウンロードで 1,500 ドル、12 万円ということで、1 ダウンロードで 0.1 円ぐらい。いろいろな意味でため息の出てきそうな数字ですね。かなり低い報奨金です。しかし、それねらいでみんなアップロードする。ダウンロードされやすいものをアップロードするのでいきおい漫画などの海賊版が増える、と。誤解のないように言っておきますと、サイバーロッカー自体はごく中立的な技術であり、サービスです。ただ海賊版に利用されるものも国際的にはかなり多い、という話です。

逮捕された **Mega Upload** のホームページです (スライド 4)。そのような具合なので、お金を稼ぐ場ということで宣伝しています。ドル袋をもった笑顔の男性が印象的ですが、これが逮捕前の状況です。ビフォアという感じですね。現在この **Mega Upload** のサイトにアクセスしますと、こうなります。アフターですね。**FBI** のノーティスが出てきて、男性とドル袋は一体今どこにいったのだろう、と (会場笑い)。というより、100 万ダウンロードで 1,500 ドルなので、あのドル袋に至るまで一体どれだけかかるのだ、という感じで、ひょっとしたら中身は全部 1 セント玉かもしれません (笑)。このように被害はかなり重大化しているといわれます。

さて、海外にストレージサイトもあるということで、海賊版対策はなかなか困難だ。先程申し上げたようにデジタルによって正規版価格が段々下がってくる。このような価格の低下、さらには海賊版の流通という問題、それも含めて電子書籍元年といわれる状況の中で出版社の権利が焦点化したというのが、先程来出ている話です。

## 出版社「中抜き」論

では、出版社の権利はどのようになっているか。これは先程お話が出たところですので繰り返しません。紙にしか及ばないと一般に考えられているので、海賊版退治も自ら訴権をもって自由にはできない。一方において「中抜き論」というものが台頭いたしました（スライド 5）。一体どういうものかといいますと、最初に聞いたのはグーグルブックスのところかと思いますが、最近ですとキンドルのダイレクト・パブリッシングのサービスが出たときに改めて注目を集めました。キンドルが、「皆さん、電子書籍を直接われわれに委ねてください。われわれのほうで売ることができます」と言うわけです。直売りが可能になるというサービスでして、完全パケの状態で電子書籍のファイルをアップしてくれれば、日本だと売上に対して 35%を権利者にバックします、というサービスです。

「どうやら出版社の著作権には電子の部分が含まれないらしい」とされ、それでダイレクトな電子出版もできる、ということになってしまいますと、「出版社の『中抜き』が可能になるね」ということで一部で危機感が高まったわけです。その時に議論されたのは、電子書籍の時代に出版社は不要になるのではないかと、ということです。

### 「出版社は必要なのか？」

こうした中で、もちろん隣接権が何か役に立つかという話も出てくるわけですが、その前に浮かんできたのが、そもそも「出版社が不要になる」と危機感を語るけれども、出版社って必要なのか、と。こんな失礼なことを言うのはわたしではありません。この夏に東京国際ブックフェアでシンポジウムがあり、わたしは司会を仰せつかりました。その時の企画者が出版社の団体で、今会場に来ている気もするのですが（笑）、タイトルがこれだったんですね。出版社が自らこのタイトルを思いつく。「これでやって大丈夫ですか」と聞いたところ、「おもしろいからいいんじゃないでしょうか」（笑）。その時、ある種ホッとしましたね。出版社の方がそのマインドをなくさない限りは、おそらく日本の出版界は大丈夫だろう、と。

出版社は必要なのか。これが語られるときに、出版社は一体日本の出版文化にとってどのような機能を果たしているのか、という「出版社の機能論」を避けて通ることはできません。そして、それはおそらく本日の出版社の権利を考える上でも常に忘れてはならない前提ではないかと思えます。

今までも何度も紹介しているところですから、駆け足でいきますと、理念上はこんな機能を果たしているのではないかと、ということが考えられます（スライド 7）。例えば①。作家を発掘し育成する「発掘・育成機能」です。これは『週刊少年ジャンプ』の前の編集長に伺ったのですが、編集部員おひとり当たりがデビュー前の作家さんを常時 20 人ぐらい抱えているそうです。これは標準より多い数か少ない数か、わたしは分かりません。これだけの数の方を抱えて、一緒にどうやったらデビューにこぎ着けることができるのか、生き残れるのか、と考えていく「発掘育成機能」です。直接的には「編集者」の機能です

けれども、それだけの数を抱えるということになると、果たしてフリーランスの編集者だけでできる話なのかどうか。ある程度内部蓄積をもった組織体でないと、ひょっとしたら難しい話なのかもしれません。

あるいは、②。作品の創作をサポートする「企画・編集機能」です。先程上野さんのお話にもありましたけれども、「実はわれわれが書いていますから」という話ですね。出版社の方々とお酒なんかを飲みまして、2軒目ぐらいになると出てくる話題です（会場笑い）。そういう、なかなか表には出せない部分の関与もあるけれども、堂々と表に出せるサポート部分もある。代表的な言葉、象徴的な言葉は「校閲」です。この言葉には一種の畏敬をもった響きがあるわけです。この機能に作家は一体どれだけ助けられているか分からない。そういう機能をとときに果たします。あるいは「ブランド機能」、あるいは「マーケティング機能」ですね。二次展開で窓口を務める「マネジメント・窓口機能」、そして、これらすべてコストがかかる話ですから、コストを誰かが当初において負担をしないと、少なくとも「いま述べたような作品の作り方」はできません。

実際にはこのような作品の作り方がどのぐらい行われていて、これからどれだけ必要とされるのかが1つの論点になるだろうと思います。しかし、このような作品の作り方をするにはコストがかかります。それは以前より低下しているかもしれませんが、かかります。そして、作品が必ず売れるということは何の世界のどの神様も保証してくれませんから、失敗リスクがあります。すると、コストと失敗リスクを負担するという機能、「投資・金融機能」というものが理論的には考えられます。この話をすると、「日本で今それを負担しているのは取次なんじゃないか」とか、またおもしろい論点に入っていくわけですが、今理念として語りました。どうせこれ全部はおろか、ごく一部しか果たしていない出版社ももちろんいるわけで、あくまでも理念上の話です。

さて、実名を出して申し訳ないのですけれども、具体例がないとなかなか話ができないものですから、例えば先程のキンドル・ダイレクト・パブリッシング（KDP）です。KDPを例にとれば、完パケでの納品を求めています。ePubあるいはHTMLあるいはXMDFでのかたちでの納品しか受け取らないわけですから、少なくとも「ゼロから一緒に創作しよう」という発想では行われていません。つまり、この部分の機能というのは、KDPには基本的にない。

アマゾンのビジネスがノーリスクでここまで来た、なんて言う気はさらさらないですよ。彼らは大変なリスクをとって何年にもわたる初期の赤字を耐え抜いて、今日の地位を築き上げたのです。ですから、当然コストはかかっているし、彼らはリスクを冒した。しかし、新たな作品に関していえば、KDPはこの部分のコストをさほどは負担していません。なぜならば、理念上は、ファイルを受け取って、在庫リスクもなしに配信するだけだからです。そうしますと、この部分がないままに「中抜き」が行われるというのは、ひょっとしたらいいとこ取りなのではないか、と。もっとも、それを「中抜き」と呼ぶこと自体、電子書店の方々は「われわれはそんなことを意図していないし、心外です」とおっしゃるかもしれ

れませんから、あくまでの理念上の「中抜き」です。いい作品が生まれたら、その作品が生まれる過程のところは無視して、「預けてくれたら、われわれが売って、いつもより高い印税を払いますよ」と。創作コストを負担できれば高い印税を払えますよね。これはクリームスキミングじゃないか、と。おいしいところ、上にたまったクリームだけのすくい取りではないか、という議論は確かにありえそうです。

本当にそうなのか。あるいは、そうだったらまずいのか。クリームスキミングってなぜ悪いと言われるかといえば、必要なコストを負担しない第三者に高収益の部分だけをもっていかれると、この必要コストを負担できなくなってくるからです。例えていうと、出版社がおいしいところをとられると収益構造が悪化しますから、創作のコストを負担できなくなって、要するにおもしろい本が減るかもしれない。その過程で出版社の倒産というつらい局面もあるのでしょうけれども、それ以上におもしろい本が減るかもしれない。そうなのか。それとも、デジタル化の今、ひょっとしたら挙げた機能そのものに、あまりコストがかからなくなっており、組織体としての出版社が担う必要はないのか。少なくともそれは徐々に変化していく過程にあるのか。このようなことが問題としては問われるのかも知れません。

いずれにしても、これがわたしの今日の最初の問題意識です。わたしは挙げたような機能がとても気になります。なぜなら、日本の出版界はこれまで非常に多様な、豊かな出版物を生み出すという意味で、世界でも類例をみない成功を収めてきたとわたしには思えるからです。ですから、その部分が今後どうなっていくのか、ということにとっても関心があります。

### 「隣接権は役に立つのか？」

出版社の隣接権議論もそうした中で登場するわけです。「今のままでは海賊版対策も十分とれないじゃないか」あるいは、「『中抜き』だって起きてしまう」、「じゃあ、やっぱりわれわれにも権利がほしいじゃないか」という意識は、隣接権提案の背景には存在するでしょう。

こうした意識は理解ができます。わたしは先程ご紹介いただいたとおり、出版権の拡充のほうをより支持して、「これこそ正解だ」と。もっと言うと「契約こそ本丸だよ」ということを言い続けてきました。それは真実ですから、今でも揺るぎはありませんけれども、隣接権にも特に反対ではありません。海賊版訴権程度のものであれば与えてもいいのではないか、という気持ちはもっています。

もってはいますが、導入論には批判もあるところです。批判は上野さんが精細にご紹介いただいたので簡単におさらいだけしますと、例えば「それは、海賊版対策の役に立つの？」「海外にもって行って、その権利は役に立つの？日本だけの権利じゃないの？」という批判。あるいは、「それは契約で対応すればいいじゃないか」、「契約で頑張ってデジタルの権利をとるなり、海賊版対策できるような地位を得ればいいじゃないか」という意見。そし

て、「出版社といってもまちまちだよ」という指摘。先ほどの出版社の機能の話でも、それを確かに満たしている会社もあれば、全然満たしていない所もあるわけで、「何で一律に権利を与えるんだ？」という意見ですね。そして、例えば漫画家の赤松健さんなども常々指摘されているところですけども、「漫画原稿をはじめ、権利が分散化されることで、作品の死蔵が増えるのではないか」という危惧。これは非常に重大な指摘です。このようなことに対して、中川勉強会は、「契約をはじめ、隣接権の運用のガイドラインを作成する」とか、「契約慣行の是正」といった対策を方向性として打ち出しているようです。

### 出版契約の現状

どうやら、契約のあり方と隣接権の議論は切っても切り離せない存在に思えるわけです。ということで、出版社の契約というのは今どうなっているのか、出版契約の現状について簡単におさらいをしてみたいと思います。別に契約書＝契約ではありませんけれども、ここでは特に、契約書がどうなっているかということを眺めてみたいわけですね(スライド8)。

そもそも締結率が低かった。書協という団体が2005年に実施した出版契約に関する実態調査があります。これは学習参考書を除いた数字だったと思いますけれども、その時点での過去1年間の新刊書で書面での契約締結率は5割を切っています。最近もう一度調査をしまして、たしか7割ぐらいまで上がったように記憶しています。間違っていましたら、どうぞご指摘ください。しかし、あくまでも新刊書の数字です。つまり、この時点での既刊書はもっと低いわけです。雑誌の場合、ほとんどゼロという状況がありました。出版契約書の内容をわれわれはこれから語るわけですけども、そもそも世の中にある膨大な本のうちで出版契約書が存在しているものは、明らかに半分にも届かない。契約期間が過ぎているものも多いでしょうから、今現在効力が残っている出版契約書はさらに少ないと思います。

交わした場合どうなるかといいますと、書協は新書式というものを2010年に発表しております。電子出版についてだいぶ踏み込みました。従来は「出版社に電子出版の優先権がありますよ」というような言葉で、電子の独占的権利があるかどうかよく分からない書き方になっていました。これがいけないという意味ではないです。おそらく日本型のあいまいなる共存モデルとは相性がよかったな、という感じがします。しかし、もうあいまいではいけないという判断があったのでしょう。一歩進んで独占的な許諾という表現になり、条件もある程度は明示されるようになりました。

つまり、「この契約書を交わしていれば、出版社の判断だけで電子出版は行えるよ」というところまでできました。これは権利の一元管理に向かって一歩進んだことになります。先程の隣接権とは、考えようによっては逆の方向です。隣接権は、直接的には利用にノーと言える人をもうひとり増やす話です。他方、独占許諾は、1社のイエスによって電子出版できるようにしよう、という方向の話です。そのほか、二次利用の処理なども出版社に委ねることになっていて、これは従来から変わりません。

さて、期間です。日本の場合これから焦点になっていくと思うのですが、書協の新書式は契約期間のところは空白です。では、各社が何年とそこに書き込むかがポイントになってくる。やはり、書協が先程の調査のときにこの点もアンケートを集めております。契約書を交わしたという半数に満たない例の中でも、記載された契約期間の最多は「3年間」です。全回答者中の3分の1ぐらいです。5年以下が回答者中の70%ということで、短い。これも書協だったと思いますが、諸外国の出版契約の現状について調べたことがあります。文化審議会にレポートされたものでしたか（注：[http://www.bunka.go.jp/bunkashingikai/kondankaitou/denshishoseki/10/pdf/shiryo\\_4\\_1.pdf](http://www.bunka.go.jp/bunkashingikai/kondankaitou/denshishoseki/10/pdf/shiryo_4_1.pdf)）、欧米では著作権の保護期間中という超長期の出版契約書が主流である、という報告がされています。また、電子出版については微妙な扱いもあるのですが、一般的な傾向としては、多くの権利を出版社が得る契約が多い。どうも欧米では期間も非常に長いし、権利もより幅広くとる実態があるようだ、と。それと表面的に比較するならば、日本の出版社の契約は随分優しかった、ということになり、また、そこには「契約期間切れの出版物の問題」というものが大きく横たわるわけです。

「そりゃあ欧米のように、出版社に買取に近い状態で権利が集まっていれば電子出版も進むよね」と思います。しかし、日本の今の議論は、むしろ逆ではないでしょうか。先ほどご紹介したような、隣接権を通す代わりに出版契約の慣行を見直しましょう、という意見を伺います。詳細な議論に参加していないので誤解かもしれませんが、出版契約書の内容を出版社にとってより弱い方向に明確化していく動きのように、わたしには聞こえました。弱いこと自体は構いませんが、そうすると権利が分散化される方向に進むのではないかと。仮にそちらに進むとすると、権利の一元化という電子出版にとっては本丸のテーマとは逆だな、と思えるのです。隣接権に異論はありません。海賊版訴権ぐらいであれば害はないとわたしは思いますから、とれたらいいと思います。しかし、その議論の影響で肝心の電子出版の活用について、むしろ権利が分散化して、滞るような方向にいくとすれば、気をつけたほうがいいでしょう。

### 価格決定権を誰が持つか

さて、以上は1つの問題提起ですけれども、同じ背景でライツを巡ってはもう1つ大きな動きが進行中です。隣接権に劣らないほど、ひょっとしたらもっと重要な問題点かもしれませんので、その点を後半ではご紹介したいと思います。それは本の値段の話です。本の価格決定権ということになります。一般に、アマゾンが日本に本格上陸するといわれたときに、日本でも本の価格破壊が起きるのではないかと、という議論が生じました。最近の日本経済新聞の報道では、アマゾンが、「われわれは決して価格破壊を仕掛けたわけではない」と反論していらっしゃる。そうかもしれません。しかし、事実だけを見れば、アマゾンがキンドルで電子書籍の展開を進めたときに、その価格は一律で9.99ドルのケースが多く、従来の本の値段よりだいぶ低かった。これは実をいうと、電子書店、電子書籍だけの

問題ではありません。今世界的にコンテンツの価格破壊が進んでいると指摘されることがあります。

デジタル化、ネット化の中で情報の製作コスト、流通コストはどんどん低下します。そのためデジタル・コンテンツは低価格化し、非デジタルのコンテンツも価格競争にさらされる結果、通常は価格破壊が進行するわけです。代表例として音楽 CD です。日本では再販制度の影響もあり、音楽のフルアルバム CD が、今アマゾン上で 2,000 円台の前半ぐらいで売られているのではないかと思います。同じ作品のアマゾン USA での価格をみますと、500 円台から 800 円ぐらいまでです。ですから、国内の 4 分の 1 から 3 分の 1 ぐらいですね。このような価格破壊、いわばフリー化の問題というのは、電子書籍に限らず起こっていることです。

さて、このような中で 10 月 22 日に日本経済新聞に注目すべき記事が掲載されました。それは、「出版社によって電子書籍の価格が指定されると、違法の可能性がある」という記事でした。ご存じのとおり、紙の本を例にとれば、出版社は書籍を小売店に向かって「卸して」いく（注：通常は販売委託）。卸す過程でその小売価格を指定・拘束すると、独禁法上の問題を生じます。なぜならこれは「再販価格維持行為」といって、独禁法が原則としては禁止していることにあたりそうだからです。しかしながら、書籍では現実にはこれはできていますし、常態化しています。なぜかといいますと、レコードや新聞あるいは書籍については、過度の価格競争が起きると文化に対して悪影響を及ぼす、という考え方の下に、再販価格維持行為は特に許されているからです。これを略称で再販制度などということがあります。

さて、公正取引委員会の解釈では、この再販制度、再販価格維持を許すという例外に電子書籍は当てはまりません。これ自体まだ司法の判断を経たわけではないですけれども、公取はそのように考えています。

こうした中で、アメリカではアップル発でエージェントモデルという考え方が登場しました。本を卸して小売店に売らせるならばその価格は「再販価格」になるであろうが、出版社が電子書店をエージェントとして販売委託で電子書籍を売るのであれば、これは再販ではない。エージェントである以上は、電子書店は代理人として介在しているだけで、直接の売り主は出版社である、という理解ですね。出版社が自ら売るのであれば、自ら価格を決めるのは再販には当たりません。どのメーカーも直販するときには価格設定します。アップルも端末等を売るときに行うのと同じように、これはできるであろう。このような考え方の下に出版社が価格を設定してよろしい、というモデルが普及し始めました。

これに対して、日本経済新聞の先程の記事によりますと、公取は以下のように言ったことになっています。「ただ、電子書籍の場合には、出版社は在庫リスクを負っていない」。なぜなら電子だからです。「出版社が在庫リスクを負っていないときには、委託販売であっても再販とみなす（＝価格指定できない）」のだそうです。わたしは公取に直接伺ったわけではないので、あくまでも日経の記事を信頼するとそう書いてある、ということです。在

庫リスクを負っていない場合、委託販売でも再販になる、という点は、日本語として分からなかったのですけれども、何らかの理由があるのかもしれませんが。取引企画課の見解ということになっています。つまり、「電子書籍の価格は出版社が決めるべきではない」というようなニュアンスの、あるいは、「そうするとリスクがあるよ」というような記事になっています。

さて、以上は電子書籍の価格を誰が決めるべきか、という大きな問題につながっています。日本だけではなく、アメリカでも EU でもこれをめぐっては独禁法上の論争が起きています。

米国では、司法省が今年の4月に訴訟を起こしましたし、EUにおいても長らく調査が進んでおり、最近和解の方向性が報道されています。今日は純論理的な話に入るつもりはありません。ただ、1点、わたしは日経の記事を読む限り、この視点を見いだすことができなかった。この視点が抜け落ちているのではないかと思ったことがあります。それは、出版社が価格設定にこだわっているということのみに記事の焦点を当てているけれども、もし出版社が価格設定をしないのだったら、その価格決定権はどこに行くのか、という点です。それは現実においては、中山先生がおっしゃったように日本に3,000~4,000ある大中小の出版社の手から、10かそれ以下の、ひょっとしたら近い将来3つ程度に集約されるかもしれないプラットフォーム（電子書店）に、価格決定権が移ることを意味するようにわたしには思えます。

### 争点となる電子書店契約の条項

そして、これは電子書店と出版社のライツを巡る本質的な論点につながるように思えるのです。というのは、今現在、表に出てくる隣接権論争の裏でもう1つ大きな論争が進行しています。それは各電子書店と出版社との契約交渉で、今まさに佳境なわけです。あまり報道はされませんが、特に海外系のプラットフォームが出版社に示す契約書には、かなり強い条項が含まれている、といわれます。報道されたところから拾ってきた、あるいは先程のKDPなどは利用規約を公表していますから、そのようなものから拾ってきた争点になりがちな電子書店契約の条項をいくつかご紹介します（スライド10）。

例えば、電子書店側、プラットフォーム側が提示する契約書式ではよく、出版社は権限をもっているすべての電子書籍を電子書店に提供することが求められる。要するに、全作品提供義務を科されることが多い。あるいは、そこまではいかないにしても、他のプラットフォームに提供した電子書籍は必ずうちにも提供しなさい、という一種の「最恵国待遇」が求められます。

最恵国条項。日本史の授業を思い出しますね。幕末のいわゆる不平等条約で、よそに有利な条件を与えたら、うちにも与えなさいというもの。実際、米国司法省やECが、アップルや出版社に対して独禁法の調査を行った際には、この最恵国条項も大きな焦点になっていたのです。つまり、電子書店側が、「うちに一番有利な条件を出しなさいよ」と言ってい

るわけで、「それで公正な競争を保てますか」という観点で調査対象になっております。また、一回ある電子書店に出した電子書籍を、その後出版社は取り下げることができるのか、あるいは、一回売り出したらずっとその電子書店で売っていかなければならないのか、ということも争点になりえます。

あるいは、販売経路です。電子書店側は、いったん提供を受けた電子書店は、あらゆるサイトやあらゆるデバイスで自由に売ることができる、と書きたいでしょう。出版社側はしばしば「いや、どのサイトで売るかとか、どのデバイスにバンドルして売るかというのは、個別に確認をとって欲しいのだけれど」というような交渉をします。

また、販売された電子書籍についてユーザーの利用範囲を広くとるか、狭くとるかが争点になりますけれども、しばしば問題になるのは、「永久の再ダウンロード」という言葉です。電子書店の契約書では、ユーザーに対して購入した書籍の再ダウンロードを永久に認めてよいという形が多いでしょう。つまり、一回電子書店が売った書籍というのは、その後、ユーザーがデータをなくしたり、端末を買い替えても、もう一回ダウンロードできる。何年たってもダウンロードできる。このような条件が契約書には入りがちです。ところが、先程の書協の出版契約書式を思い出していただきたいのですが、出版社は作家との間でそんな権利は確保していません。そんな条項は現在、少なくとも明文では少ない。この再ダウンロードを果たして電子書店に認めるのか。認めるとすれば、出版社と作家との契約を、これまでの内容から変更して結び直す必要が出てくるかもしれません。

そして、価格です。日経の報道では、エージェントモデルによって出版社側が指定する場合の話が出ていましたが、実際には電子書店の契約では必ずしもそうはなっていません。もう1つ多いのは、電子書店側が自由に指定できる、という書店側が指定するタイプです。また、ここでも最恵国条項のパターンもあります。よその書店と同じか、それより安い値段でうちに提供しなさい、というわけです。

スライドの最後にある準拠法と管轄ですけれども、これも契約上は重要な問題ですが、ここではスキップいたしましょう。

さて、常に同業他社と同等か、それより有利な条件でコンテンツを仕入れ、売ることができる。小売店にとっては理想ですね。誰だってそうしたいに決まっている。しかし、普通はそんな条件をメーカー側にのませることができる小売業者は少ないでしょう。それは圧倒的な物流支配力を握っている場合に限られるはずです。もし、ある電子書店がひとたびこの契約書をのませてしまえば、その契約自体を破棄してプラットフォームと縁を切ることを出版社が選べば別ですけれども、そうでない限り、以後は電子書店による差別化とかサービス内容にかかわらず、常に最多のコンテンツが最安値で入ってくるわけです。それは果たして自由競争でしょうか。この観点は今後問題になってくるかもしれません。

### **本の流通を支配するのは誰か**

これまでの話を整理してみましよう。今日われわれは、隣接権という切り口から、本の

流通を誰がコントロールすべきかという話をしているかと思います。さて、本の流通を今後現実に支配しそうなのは誰でしょうか。プラットフォーム、電子書店は、既に以下のものを電子書籍の世界では握っています。まず、どの本を売ることの選択は書店の自由です。出版社に対しては、よそに出したものはうちにも出さない、と義務づけるかもしれないけれども、逆に出版社が提供した本を売ることの選択は電子書店側の自由です。そして、書店のサイトにそれをどう配置することも自由です。また、非常に重要なポイントとして、どのようなアルゴリズムで順位付、ランキングを行うかが、電子書店側の自由になっています。そして、このランキングはおそらく決定的です。なぜなら、現在われわれは検索を行って、上位10位内とか最初のページに登場したコンテンツ以外にはほとんど興味を持たないからです。ですから、アルゴリズムによって上位にヒットしない電子書籍は、売上の点では上位の本との差がどんどん広がっていく可能性があります。この部分をプラットフォームは既に押さえている。それにプラスして価格設定決定権まで握るとすると、かなり強いでしょう。流通についてはプラットフォームが相当押さえているという気がします。

これに対して、電子書籍に限らず、コンテンツの流通を支配されることにいち早く危機感を表明したのはEUであります。「ゲグライゼーション」という言葉があります。世界のすべての情報流通がグーグルなどごく少数の、寡占プラットフォームによって握られてしまい、序列付けされてしまい、その中に載ってこないものは存在しないのにも等しいことになってしまうのではないかと、といった文脈で登場する言葉です。こうした危機感の最初の代表的な表明だったのは、2005年だったでしょうか。当時フランス国立図書館長だったジャン・ノエル・ジャンヌネーという方が書かれた『Googleとの闘い』という本です。この本をきっかけにEUでは全欧州横断の電子図書館、「ユーロピアーナ構想」が立ち上がり、積極的な孤児作品対策や権利のデータベースの整備等の対策が進んでいるところです。

果たして少数のプラットフォームによって価格決定も含めた本の流通が握られたときに、われわれがこれまで享受してきた本の多様性、文化の多様性はどうなっていくのか。ひょっとしたら、より売れる本に、今まで以上に確実に売れる本に出版社の発想は偏っていかざるをえなくなるのではないかと。このようなことも視点としては存在するのでしょうか。

### ルールメイカーとしてのプラットフォーム

さて、なぜこのようなことを最後にお話ししたかといいますと、今日われわれは法制度の中で著作権隣接権というものをどう位置づけるか、という議論をしています。これはとても重要な論点であり、おそらく今日のお話は多くのヒントに満ちたものになるでしょう。しかし、同時に、現代において情報のルールというのは法律によってどれぐらいつくられているのだろうか、情報のルールメイカーは現代において一体誰なのか、ということも忘れてはならない視点だと思います。今、現実にビジネスと情報社会を動かしているのは、果たして国家が作る法でしょうか。それとも、プラットフォームが取り決める利用規約やポリシーといわれるルールでしょうか。

といいますのは、このような予測がされています。今出版社はプラットフォームとの間で、そのコンテンツを売るための契約交渉を続けています。これはかなり激論になるものもあれば、すんなり通るものもありますが、とにかく、現在は個別の契約交渉が進んでいます。しかし、出版社がプラットフォームとの間で契約交渉ができるのは今だけだ、という予測もあるのです。例えば2年後、次かその次ぐらいの更新期には、もう個別の契約交渉なんかさせてもらえないのではないかと。どうなるのかといいますと、その時には利用規約が画面上に表れて、それをクリックするだけで終わるのではないかと、という予想です。

なぜか。ほかがみんなそうだからです。既にアップルでいえばiTunesも、コンテンツのプロバイダーは彼らプラットフォームの利用規約をクリックするだけです。個別の契約交渉なんかありません。アプリのApp Storeも同じです。そして、電子書籍でも直販を可能にしたKDPは既に利用規約をクリックするのみです。今は電子書店立ち上げのためにコンテンツをそろえなければいけませんから、各電子書店は出版社と個別の交渉をしているけれども、その先に「ずっとこれからも個別契約を出版社とやっぺいこう」という予定が存在しているとは考えにくいわけです。いずれは、同意をクリックをするかしないか、という判断しか出版社側はできなくなるかもしれません。我々多くのネットユーザーと同様に。

そうしたときに、すべての利用ルールはそこに書かれているわけです。出版データを誰がもつか、隣接権の議論と関わりなくそこに書くことができます。誰がどんな権利をもっているか、それはどのような条件でか、そこに書かれています。もちろん法律の役割がなくなることはありませんけれども、ひょっとしたら今後情報のルールメイクの中心は寡占プラットフォームのポリシーや利用規約の部分にグッと寄っていくのではないかと。プラットフォームと、何らかの理由で正面から交渉できる力をもったプレイヤーとだけがルールメイクを図っていき、その力をもたない者はルール作りの会場から姿を消していくのではないかと。そのようなことも感じながら日々の業務を行っています。

気になるのが、そんな時代が仮に来たら弁護士の仕事ってどうなのかな、と（笑）。ひょっとしたら、これからは交渉がすべてを決める時代になるから、弁護士業務の未来は明るいかもしれません。他方、利用規約をクリックするかしないかだけの時代なら、弁護士なんかもう要らないかもしれません。今日会場には、若手の法律家の方も何人もいらっしやっているかと思います。皆さん、これからそのようなプラットフォームと交渉する側に立つのか、それともプラットフォームの中に入って、ルールメイクする側に立つのか。考えてみるのも良いかもしれませんよ。わたしはもう手遅れですから、インディーズでやっていますが（笑）。

最後に、プラットフォーム契約の実例をご紹介します。キンドル・ダイレクト・パブリッシングの利用規約は誰でもみることができる公表された情報ですから、ご紹介しても構わないでしょう。かなりプラットフォーム側に有利に書かれているということを申し上げましたが、どのぐらい有利か、具体的にイメージをもってもらうためにご紹介

します。例えば、個人が、あるいは出版社が KDP を通じて提供した書籍については、価格設定はアマゾンが自由に行います。条文を申し上げますと、価格設定という箇所にあります。5.2.1 項には、それを無料で配るのもアマゾンの独断でできるよ、無料のプロモーションも可能、と書いてあります。その場合、当然ロイヤリティは払われません。また、ご紹介した永久のダウンロードは、可能と明記があります。そして、どんなチャンネルでどう売るかは無制限で自由とあります。原則は全世界で売ってよい。この辺が 5.5 項です。また、何か契約違反があって、相手に損害を与えたときに、作品を提供したコンテンツホルダー側は無制限の責任を負います (5.8 項)。しかし、アマゾン側は負う責任に上限額があります (8 条)。つまり、アマゾンは一定限度の責任しか負いません。もめたらどうなるか。米国法で判断します。そして、アメリカで仲裁を行う、あるいは、裁判を行って判断する、と書かれています (10.1 項)。

さて、今日の議論のメインはおそらく隣接権のお話になりましょう。わたしも後半は是非その論争にどんどん加わっていきたいと思うわけですが、背景として、価格設定や本の流通はこれからどこが担っていくのか、一体近未来に情報のルールメイクの主役を担うのは国家の法なのか、それともプライベートセクターなのか。こうした視点も忘れてならないように思います。そんなことを考えながらわたしからのご報告を終えたいと思います。どうもありがとうございました (拍手)。