

電子書籍市場と電子書籍に対応した 著作権にかかる著作権法改正

鈴木 香織^(*)

電子書籍元年といわれた 2010 年から既に 5 年が経過している。その間、着実に電子書籍市場は、成長を続けている。電子書籍は、デバイスの普及が先行していく中で、コンテンツの普及が遅れていた。このような状況が起こっている背景には、海賊版に対する対応策の遅れや、法整備の遅れなどがあると思われる。そこで、法整備を行うことにより「紙媒体による出版文化の継承・発展と、健全な電子書籍市場の形成を図り、我が国の多様で豊かな出版文化の更なる進展に寄与することを目的」とし、そのような海賊版への対応を強化することになった。平成 26 年 5 月 14 日に平成 26 年法律第 35 号として公布された(施行日平成 27 年 1 月 1 日)改正法では、「電子書籍に対応した著作権の整備」が盛り込まれている。本稿では、著作権法改正にかかる経緯と、改正の内容、そして、改正の影響について電子書籍市場の現在を背景に検討を行うものである。

- I. はじめに
- II. 著作権法改正にかかる議論
- III. 改正の内容
- IV. 電子書籍市場の現在
- V. 著作権法改正後の課題
- VI. おわりに

I. はじめに

電子書籍元年といわれた 2010 年から既に 5 年が経過している。その間、着実に電子書籍市場は、成長を続けている。しかしながら、流通量の増加以上に、出版物にかかる海賊版も増加しており、出版関係者の頭を悩ましていた。なお、平成 23 年度に電通総研および書協により行われた試算では、書籍の不正流通による国内の被害額は 270 億円(内コミックが 224 億円、雑誌を含まず)とされている。

電子書籍は、デバイスの普及が先行していく中で、コンテンツの普及が遅れていた。このような状況が起こっている背景には、海賊版に対する対応策の遅れや、法整備の遅れなどがあると思われる。そこで、法整備を行うことにより「紙媒体による出版文化の継承・発展と、健全な電子書籍市場の形成を図り、我が国の多様で豊かな出版文化の更なる進展に寄与することを目的」とし、海賊版への対応を強化することに

なった。

電子出版に関する法整備のあり方について議論が続けられてきたが、文化審議会著作権分科会出版関連小委員会において平成 25 年 12 月に取りまとめられた「文化審議会著作権分科会出版関連小委員会報告書」(以下、「出版小委報告書」という)を踏まえた著作権法の改正が、第 186 回通常国会において平成 26 年 4 月 25 日に成立し、同年 5 月 14 日に平成 26 年法律第 35 号として公布された(施行日平成 27 年 1 月 1 日)。

この法律改正では、「電子書籍に対応した著作権の整備」が盛り込まれている。

電子出版に関する法整備のあり方として、レコード会社等に与えられている著作隣接権を出版者に付与すること等については、出版社(以下、書籍や雑誌などを製作する会社のみを示す場合を「出版社」といい、著作権法上の「出版者」と表現を分ける。)の多くが期待を寄せていたものの、こちらは採用されることはなかった。

海賊版対策を作家等の著作権者は主体的に行うことができるが、これに加えて著作権設定者も主体的に対策が講じられるようになることで、デジタル化に伴う市場の縮小現象である「デジタル・シュリンク⁽¹⁾」への対応に幅ができることになるとされる。同じコンテンツ市場の中でもアナログからデジタルへの変換がおこなわれていく中で、デジタル・シュリンクの影響を

(*) 校友、株式会社スズキアンドアソシエイツ代表取締役社長、東京理科大学/文教大学非常勤講師

(1) 久保雅一「デジタル・シュリンクのメカニズムに関する考察—デジタル化がもたらすコンテンツ産業の縮小現象の解明(特集デジタルコンテンツの時代)」日本知財学会誌(2011)52～67頁。なお、同氏は、「デジタル・シュリンク」の反対概念である「デジタル・イクスパンション」(Digital-Expansion)についても言及しており、一般社団法人日本知財学会第 12 回年次学術研究発表会において、コンテンツのデジタル化に伴う市場の拡大について 2010 年以降のゲーム市場の状況を参照し、その可能性について示唆している。

受けてきた音楽市場等とは異なる動きが見られるようになるかもしれない。

本稿では、著作権法改正にかかる経緯と、改正の内容、そして、改正の影響について電子書籍市場の現在を背景に検討を行うものである。

II. 著作権法改正にかかる議論

電子書籍を出版するにあたって中心的な役割を担う、出版者の法的取り扱いについて議論が行われてきた。

平成 22 年「デジタル・ネットワーク社会における出版物の利活用の推進に関する懇談会」が、総務省、文部科学省、経済産業省の三省により合同で開催され、電子出版のインフラ整備に関する各省の役割分担を決めた報告書が提出された。それを受けて、文化庁は具体的な施策の検討を行うことになった。そして、「電子書籍の流通と利用の円滑化に関する検討会議」が設置され、①デジタル・ネットワーク社会における図書館と公共サービスの在り方に関する事項、②出版物の権利処理の円滑化に関する事項、③出版者への権利付与に関する事項に関し議論され、平成 23 年に「電子書籍の流通と利用の円滑化に関する検討会議報告」が公表された。同報告では、「出版者への権利付与に関する事項」に関し議論がされたが、出版者への権利付与に対し、積極的な意見と消極的な意見があり見解が分かれた。結局、ここでは電子出版に関する施策についていくつかの案が提示されたものの、具体的な方向性については示されなかったといえる。その後、平成 25 年 5 月 13 日から、文化審議会著作権分科会出版関連小委員会が開催されるようになり、具体的な施策について検討が開始された。同小委員会では、「出版者への権利付与等」について①著作隣接権の創設、②電子書籍に対応した出版権の整備、③訴権の付与(独占的ライセンスへの差止請求権の付与

の制度化)、④契約による対応が話し合われた。平成 25 年 5 月から 12 月まで全 9 回の検討がされ、その中では、関係する計 15 団体からのヒアリングや中間まとめに関する意見募集も実施した。平成 25 年 12 月には、「文化審議会著作権分科会出版関連小委員会報告書」が公開され、電子書籍に対応した出版権の整備を行うことが決まった。

なお筆者は、過去に「出版者に著作隣接権を付与し、さらに、著作権等管理事業者としての役割を担ってもらう必要がある。」との見解を示したことがある⁽²⁾。

出版者に著作隣接権を与えた場合、我が国のような安価で高品質のブロードバンド環境下においては、デジタルにおける侵害問題の拡大懸念は大きく、また、著作権者の権利の一部を譲渡、独占契約を結ぶことが出来たととしても、出版者が労をとって作り上げた版面に掲載されている素材が、「パブリックドメインを編集したもの」や、グルメ情報等の「事実情報中心のコンテンツ」のような著作権の保護範囲や効力が問題になるようなものであった場合、経済的価値があっても保護に限界があることから、版面に対しての権利から報酬を受け取れる制度があってもよいと考えていた⁽³⁾。

しかし、結論として著作隣接権を出版者に与えるという方式は採用されることなく、出版権を公衆送信権にまで対応させることで、電子出版向けの法整備は固まった⁽⁴⁾。

III. 改正の内容

「文化審議会著作権分科会出版関連小委員会報告書」の内容を受けて、著作権法の改正がおこなわれることとなった。本案は、第 186 回通常国会において平成 26 年 4 月 25 日に成立し同年 5 月 14 日に平成 26 年法律第 35 号として公布された(施行日平成 27 年 1 月 1 日)。

-
- (2) 筆者の考え方を整理したものとして、拙稿「電子書籍時代における出版者と著作隣接権」日本大学知財ジャーナル 4 号(2011 年)51～61 頁、拙稿＝安田和史＝清水利明(監修)久保雅一「デジタル時代における出版と著作隣接権」知財学会誌(2011 年)68～74 頁。拙稿＝安田和史＝清水利明「ダイレクトパブリッシングと著作権法」一般社団法人情報処理学会(2012 年)参照。
 - (3) なお、音楽にかかる著作隣接権と異なり、出版と著作隣接権に関する条約が無いことから、著作隣接権を付与できるようになったとしても、外国における権利侵害への対応ができないという問題があった。そこで、出版者には、著作権および著作隣接権についての著作権等管理事業者としての役割を併せて担ってもらうことも考えていた。これにより、出版に係る著作隣接権が海外において行使できないという問題を補うことができると考えていたのである。更に、出版に係る著作隣接権が新たに権利として認められたことで権利の処理が煩雑化する可能性があるが、著作権等管理事業を行うことで、そのような問題についても補うことができると考えていた。
 - (4) 出版小委報告書 27 頁「日本書籍出版協会が、企業内複製やイントラネットでの利用などに権利を及ぼすことを目的として求めていないことが明らかとなり、頒布目的ではない利用態様には権利を及ぼすべきではないとの意見で収斂した。加えて、「特定の版面」に対象を限定した権利の法制化に反対する意見が多勢を占め、日本書籍出版協会からも、海賊版対策が可能な方策が講じられるならば、『特定の版面』に対象を限定した権利にはこだわらないとの意見が表明された結果、『特定の版面』に対象を限定した権利の法制化に向けた合意形成には至らなかった。」と説明されている。なお、出版権の改正で対応したことについて、中山信弘『著作権法』434 頁脚注 15(有斐閣、第二版、2014 年)は支持する。

改正著作権法における出版権の取り扱いがどのように変わるのかについて、以下解説する。なお、従来の著作権法にも出版権の設定に関し、第79条に規定されている。しかしながら、この出版権の規定は、電子出版物には及ばないとする解釈が一般的であった⁽⁵⁾。そこで、以下のように改正することで、電子出版に対応が可能となったものである。

1. 出版権の設定(改正第79条第1項関係)

(1) 出版権を設定する者

出版権を設定する者について、「第二十一条に規定する権利を有する者(以下この章において「複製権者」という。)」とされていたが、「複製権者を有する者」に「公衆送信権を有する者(第二十三条第一項)」を加え、これを「複製権等保有者」とした。

(2) 出版権の設定の対象となる出版行為

出版権の設定の対象となる出版行為および公衆送信行為として、「紙媒体による出版やCD-ROM等による出版(第一号出版権者)」と「インターネット送信による電子出版(第二号出版権者)」が明文化された。

「出版行為」については、「(電子計算機を用いてその映像面に文書又は図画として表示されるようにする方式により記録媒体に記録し、当該記録媒体に記録された当該著作物の複製物により頒布することを含む。)」として、紙媒体による出版やCD-ROM等による出版が明文化された。

「公衆送信行為」については、「当該方式により記録媒体に記録された当該著作物の複製物を用いて公衆送信(放送又は有線放送を除き、自動公衆送信の場合にあつては送信可能化を含む。以下この章において同じ。)を行うこと」として、「インターネット送信による電子出版」が明文化された。

出版者は、従来からインターネット上の海賊版に対して、無権利の状態が続いていたが、二号出版権者の地位を得ることで、主体的に海賊版対策をすることができることになった。著作権者からみれば、二号出版権者の地位を出版者に許諾することで、インター

ネット上の海賊版対策を委ねることができるようになったといえる。

2. 出版権の内容(改正第80条第1項及び第3項関係)

出版権者は、次に掲げる権利の全部又は一部を専有するとされており、公衆送信を行う権利を占有することになるので、インターネット上の海賊版を自ら差し止めることができるようになった。

一 頒布の目的をもつて、原作のまま印刷その他の機械的又は化学的方法により文書又は図画として複製する権利(原作のまま前条第一項に規定する方式により記録媒体に記録された電磁的記録として複製する権利を含む。)

二 原作のまま前条第一項に規定する方式により記録媒体に記録された当該著作物の複製物を用いて公衆送信を行う権利

これによりインターネット上の海賊版に対し、出版権者による迅速な対応ができるようになることが期待される。

なお、出版権者は複製権等保有者の承諾を得た場合に限り、他人への当該著作物の複製または公衆送信の許諾が可能になった(改正第80条3項)。これは、いわゆる「サブライセンス」を出版権者に認めたものである。出版権者にサブライセンスが認められるのかということについては議論があったが、出版者が配信システムを必ずしも有しているとは限らず、配信事業への対応への負荷をかけるのは適切ではないと思われる。こういった状況に鑑みて、「サブライセンス」について条文上明確化された⁽⁶⁾。これに対し、「個別の配信事業者への再許諾ごとに著作権者の承諾が必要ということになるとすれば、実務上大きな問題が生じる。出版権設定契約期間中に新規の配信事業者が立ち上がったときに、その都度承諾をとることは、数千タイトルを出している出版者ではまず不可能である⁽⁷⁾」との問題を指摘するものもある。たしかに、配信チャンネルへのサブライセンスを都度契約することは利便性を欠くといえることから、契約段階で最初から配信先について

(5) 加戸守行『著作権法逐条講義』516頁(著作権情報センター、六訂新版、2013年)、作花文雄『詳解著作権法』466頁(ぎょうせい、第四版、2010年)参照。なお、改正前の出版権であったとしても、法解釈によりCD-ROM等による電子出版を含む可能性について述べているものとして、中山信弘『著作権法』434頁脚注15(有斐閣、第二版、2014年)では、同氏作旧版335頁にて、「本来であれば法改正で対処すべきであるが、解釈としてもCD-ROM等による出版も含めることも可能」としていた。また、渋谷達紀『著作権法』505頁(中央経済社、2013年)でも、「類推適用すべきである」としている。

(6) 出版小委報告書33頁参照。

(7) 村瀬拓男「出版権のこれまでとこれから：実務の観点から(特集クラウド・電子書籍と著作権)」ジュリ1463号(2014年)59頁参照。

の限定を行わない等の包括的な契約の設定が必要になると思われる。

3. 出版の義務(改正第 81 条関係)

出版権者は、出版権の内容(第一号出版権者および第二号出版権者)に応じて、以下の義務を負うことになる(設定行為に別段の定めがある場合を除く)。(1)原稿の引渡し等を受けてから6月以内にその出版権の目的である著作物について出版行為又は公衆送信行為を行う義務(改正第 81 条 1 項 1 号イ)、(2)その出版権の目的である著作物について慣行に従い継続して出版行為又は公衆送信行為を行う義務(改正第 81 条 1 項 1 号ロ)。従来の出版権についても、出版権付与を受けた者が義務を負うことになっていたが、電子書籍に対応した出版権についても、義務を負うことになった。

これらの義務に違反した場合には、出版権の消滅の請求(改正第 84 条第 1 項及び第 2 項関係)が可能である。なお、義務違反があった場合に消滅請求を紙媒体と電子出版を同様に考えるのか、それぞれを別に考えるかという問題があるが、法制小委の議論では「紙媒体での出版と電子出版で分けて考え、義務違反に対応する権利のみ消滅するとの意見が多勢を占め⁽⁸⁾」たとされており、文化庁もそのように説明している⁽⁹⁾。

義務違反が生じる場合について、出版社が気になるのは、原稿の引き渡し後6か月以内に紙媒体の書籍を発行した後に、6か月が経過してしまった場合、作家等から消滅請求を受け、別の配信業者が電子配信をしてしまうことであろう。仮に出版社が、紙媒体で発行し、紙媒体の売上が下がるところに電子配信を開始したいと考えている場合には、この期間に関し注意が必要であり、場合によっては電子出版の時期を長くする等の契約による手当が必要になると思われる。しかし、紙媒体が先に出版され、電子書籍が後から配信されるというようなビジネスモデルが、いつまでも続くかはわからないため、一時的な問題に過ぎないかもしれない。

4. 著作物の修正増減(改正第 82 条関係)

著作者は、①その著作物を第一号出版権者が改めて複製する場合、②その著作物について第二号出版権者が公衆送信を行う場合に関し、正当な範囲内であれば、著作物に修正又は増減を加えることができるとし、従来の出版権の制度と同様の考え方が、電子書籍に対応した出版権についても踏襲されている。

5. 電子書籍に対応した出版権の存続期間

従来の出版権の存続期間は、原則として、設定行為で定めるところによるものとされている(第 83 条第 1 項)。また、設定行為に定めがないときは、出版権は最初の出版後3年を経過した日に消滅することとされている(同条第 2 項)。電子出版に対応する出版権についても、これらの考え方を踏襲する規定となっている⁽¹⁰⁾。

6. 電子書籍に対応した出版権の制限規定

出版権の制限(第 86 条関係)では、出版権の内容に合わせて、著作権の制限規定を出版権の目的となっている著作物の複製又は公衆送信について準用することとされた。

7. 権利関係の明確性の確保

従来の出版権制度同様に、登録制度が整備されている。しかしながら、利便性の点で問題があり実務上、使いやすい制度に再整備する必要があると思われる。なお、出版権の登録の申請書に「対価の額又はその支払の方法若しくは時期の定め」(令第 32 条第 2 号)を記載することに関し、従来から登録を躊躇する要因になっているとの指摘があったことから当該規定が除外されることになった。また、それについて出版権登録申請書の様式(規則別記様式第七)について所要の整備がなされた。

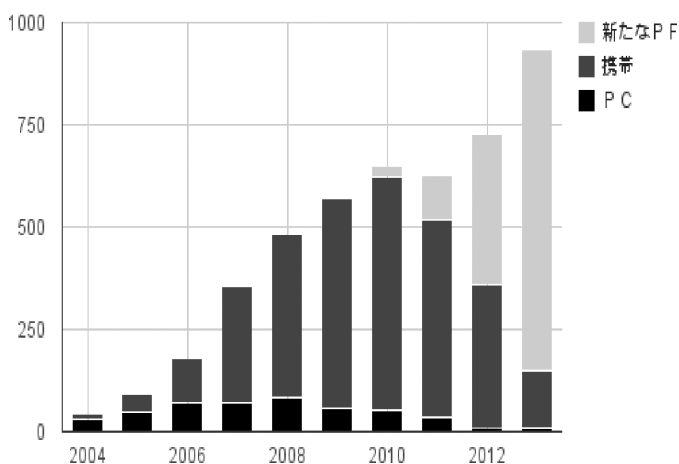
(8) 出版小委報告書 35 頁参照。

(9) 文化庁「平成 26 年通常国会著作権法改正等について」参照。
(http://www.bunka.go.jp/chosakuken/26_houkaisei.html)

「紙媒体による出版と電子出版の両方の権利を有し、両方の義務を負う出版権者が、一方のみ義務に違反した場合、著作者は義務違反に対応する権利のみ消滅を請求することができる」と説明する。

(10) 雑誌に関して出版権を設定することの困難性が従来の出版権制度から指摘され続けているが、出版小委報告書 35-36 頁によると雑誌に関しては存続期間の契約について、「実際の契約に当たっては、雑誌の発行期間等に合わせた短期間の存続期間を設定したり、当事者間の契約(債権的合意)により出版態様を雑誌に限定したりすることなどの工夫」をすることが対応策の一つとして示されているが、実効性には疑問がある。

電子書籍市場規模



単位(億円)

参考: インプレス総合研究所電子書籍ビジネス調査報告書 2014

西暦	PC	携帯	新たなPF
2004	32	12	0
2005	48	46	0
2006	70	112	0
2007	72	283	0
2008	82	402	0
2009	55	513	0
2010	53	572	24
2011	37	480	112
2012	10	351	368
2013	7	140	789

IV. 電子書籍市場の現在

1. 電子書籍市場の現状

我が国の電子書籍の市場規模に関しインプレス総合研究所は、2013年度936億円との推計をしている。これは、前年比でいうと28.3%増であり、電子雑誌市場と合わせると1,000億円を超える規模に成長していることが伺える。なお、米国では既に4,000億円市場に達している。

電子書籍市場は、2004年時、パソコン向けと携帯向けをあわせても44億円程度の市場でしかなかった。2005年以降、徐々に市場を伸ばしていき、パソコン向けの市場は2008年にピークを迎え82億円にまで到達した。そして、2009年以降になると、パソコン向けの市場は縮小している。代わって、携帯(いわゆるガラケー)向け市場が拡大しており、2010年にピークを迎えて572億円となったが、2011年以降は、新たなプラットフォーム向けの市場に代替されていくことになる。2010年から徐々に増えてきた新たなプラットフォーム向けの電子書籍は、2012年から2013年にかけて倍近い市場拡大を見せている。このように、携帯向け市場は、新たなプラットフォームと比較すると、携帯向け市場は衰退期に入ったといえる。逆に新たなプラットフォーム向けの市場は、大きく拡大を続けており、市場が成長期にあるということが分かる。今後

は、デバイス毎の利用状況や、消費者がどの配信プラットフォームから電子書籍を購入するか、どのような料金形態で利用するかなどが、市場拡大のポイントになってくると思われる。

パソコン向け市場と携帯向け市場の大きな違いは、デバイス向けの加工の有無である。携帯向け市場は、画面の大きさに制約があることから、それに合わせてコンテンツの分割の必要等があった。逆に、新たなプラットフォーム向けとして、スマホ・タブレット・電子書籍専用端末等バリエーションが増えてきているが、こちらの場合は画面サイズの制約を受けない。その為、コンテンツをデバイス向けに加工するコストは大幅に減ったといえる。また、コンテンツについても、人気コンテンツが電子書籍で登場するようになった。例えば、講談社の『進撃の巨人』は、電子書籍としても販売部数が伸びている。あるいは、小説の中でも2013年に大ヒットドラマとなった半沢直樹の原作者である池井戸潤のシリーズ小説は、電子書籍の販売としてベストセラーを獲得している⁽¹¹⁾。

2. 電子コミックの現状

従来から電子書籍市場をけん引してきたコンテンツはコミックの分野であった。コミックは、電子書籍としての流通量も多く、さらに、デジタル市場における二次利用の幅が広い人気のコンテンツであるといえる

(11) 経済産業省商務情報政策局(監修)＝一般財団法人デジタルコンテンツ協会(編集・発行)『デジタルコンテンツ白書2014 クラウド化するコンテンツ～価値創出のメカニズム～』163頁(一般財団法人デジタルコンテンツ協会、2014年)参照。

が、その反面、様々な形の海賊版が大量に出回っているという問題を抱えている⁽¹²⁾。

電子コミックは、携帯向けコンテンツとして、日本の電子書籍市場をけん引してきた。なお、携帯向けコンテンツの市場が拡大した理由としては、多くのコンテンツ事業者が携帯を中心に配信を進めてきたことが挙げられる。たしかに、コンテンツをデジタル配信することについては、違法コピーなどについての警戒感がコンテンツ事業者にあったと思われる。しかしながら、携帯向けであれば、端末に制約があり海賊版が出にくい。加えて、キャリア決済などを利用することで、安定的に収益を回収することができる。つまり、携帯向け配信は、権利者がコンテンツを配信しやすい環境が整っていたのである。現在は、携帯向けから、新たなプラットフォームに向けたコンテンツに市場が代替され、多様なデバイスへの配信が可能になったことから、更なる市場拡大が期待されている。さらに、配信プラットフォームも拡大を見せており、成長の勢いを増していくことが予想できる。例えば、コミック市場が展開しているのは、スマホアプリ市場である。特に期待が高まっているのは、LINE 株式会社(<http://line.me/ja/>)が提供している「LINE マンガ」が挙げられる。LINE マンガは、無料通話・無料メールのためのスマートフォンアプリである「LINE」の連携サービスとして、2013年4月開始されたサービスである。LINE は、アプリのユーザー数が膨大であることから、プラットフォームとしての価値が大きい。今後は出版社との連携により、多くのコンテンツが配信されていくことになると思われる。

LINE 社は、講談社と小学館、電子書籍取次のメディアドゥの3社と資本業務提携し、漫画を海外配信するための合弁会社「LINE Book Distribution」を設立することで基本合意をした。デジタルプラットフォームを利用すれば低コストで海外への市場展開が可能になると考えられることから、このような展開は、コンテンツの海外進出に期待を寄せているクールジャパン

戦略にも沿うものであり、注目される⁽¹³⁾。

3. 電子専門書・学術書の現状

電子書籍化を期待されるのは、膨大な情報量と物理的な大きさの問題がある他、利用者による引用に関するニーズが大きい、専門書や学術書の分野である。これらの分野は、欧米では電子化が先行し、大学図書館などに向けて、電子学術書の購入が増えている。

学術書に特化した電子書籍サービスとしては、「KaLib」(<http://www.kalib.jp/>)がある。

「KaLib」は株式会社杏林舎が運営する学術書を専門に扱う電子書籍販売サイトであり、学協会の学術雑誌や、出版社の専門書および自費出版書籍など、学術に関する数多くの専門書籍を取り扱っている。報道によると、現在6000ダウンロードを突破し、2004年度の利用者数の見込みが15000人とのことである。また、主に学校教員を対象とした指導書、教育技術書、ワークブックなどの教育専門書を発行している出版社である「明治図書出版株式会社」は、「明治図書オンライン」(<http://www.meijitosho.co.jp/>)で、DRMフリーの電子書籍の販売を行っている。これは、DRMを利用することにより違法コピーへの対応は進むものの、アプリケーションやデバイスによっては閲覧できないものも出てしまうことから、様々な環境下での利用を進めるためにこのような対策をとったものであると思われる。

我が国において、専門書等の電子化が進むことは、「書籍の内容が検索にかかるようになること」や「持ち歩きの利便性」、「引用の利便性」というような利用者の利便性が向上し、我が国の研究活動の発展が期待される。また、英語化された資料のアーカイブが進めば、海外からの日本研究が進むことも考えられる。

このように、専門書や学術書は一冊の出版物の重量も重く、キーワード検索のニーズも高いことから、電子書籍化することは期待されている所であるが、日本においては十分な環境があるとはいえないのが現状である。

(12) 海賊版対策が柱となっている新しい著作権制度であるが、あくまで原作・原画そのままの利用形態を想定しており、書籍がデジタル利用される形態の広がりが進む中で、出版物のデジタル利用という枠組みの中でいえば、極めて狭い電子出版物を対象とした規定であるといえよう。例えば、コミック・コミュニケーション株式会社(<http://www.comi2.co.jp/index.html>)は、同社が提供する「コミコミ」というコミュニケーションツールアプリで、人気漫画の吹き出しを書き換えて送信できるサービスを提供している。これらは、マンガ作品のコマ割りでの利用契約が必要となるが、こういう利用については、利用者との間で商品化権契約等コンテンツを二次利用する契約で対応がされることになると思われる。

(13) LINE 社のニュースリリースでは、従来の海外への漫画展開の課題として「海外のマンガを取り巻く環境においては、特にアジア圏を中心に、日本の魅力あるマンガ文化へのニーズが多岐あるにも関わらず、デジタルコンテンツをグローバル展開しているプラットフォームが少ないことから正規版コンテンツがなかなか手に入らず、海賊版の横行が未だ改善されていないのが現状です。また、日本の出版社においては、海外でコンテンツのニーズがあるにもかかわらず、資金面や人材雇用面などで容易に海外展開ができない」ことを挙げている。<http://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2014/822>

専門書や学術書については、海賊版の問題はあまり顕在化していないように思われることから、法制度の問題ではなく、むしろ過去の作品も含めると、多くの専門書や学術書が電子化されておらず、絶版になっているものも多く存在していることから、それらをどのように流通させるのかという問題がある。

4. 電子雑誌の現状

電子雑誌に関しては多くのビジネスモデルが提供されるようになってきていることが特徴的である。中心となっているのはサブスクリプション型のビジネスモデルである。なお、サブスクリプションとは、いわゆる「定額制」を指しており、月額料金等が設定され、そのサービスの範囲内において「読み放題」ということになる⁽¹⁴⁾。

具体的なサービスでいうと、NTTドコモ(<https://www.nttdocomo.co.jp/>)は、電子雑誌が月額400円で読み放題になるサービス「dマガジン」を、提供している。出版各社から人気の雑誌の提供を受けているが、閲覧できるページ数は雑誌により異なる。NTTドコモが提供しているサービスであるが、キャリアフリーでサービスを利用できる。また、KADOKAWA(<http://www.kadokawa.co.jp/>)直営の総合電子書籍ストア「BOOK☆WALKER」では、古典や歴史小説からミステリーやホラーといった角川文庫収録のさまざまなジャンルの書籍100冊と、角川書店が編集する2つの電子雑誌『文芸カドカワ』（12月3日創刊）、『小説屋 sari-sari』が、月500円(税別)で読み放題になるサービスを提供している。

株式会社オプティム(<http://www.optim.co.jp/>)は、タブレット向けの定額制電子書籍サービス「タブレット使い放題 powered by OPTiM」を行っており、月額利用料500円で提供している。このサービスの特徴は、新刊を提供せず、最新号から1号遅れたもの(準新刊)を提供するものであり、準新刊の提供によるセカンドマネタイズを実現するビジネスモデルを提供している。

雑誌の電子版については、様々な問題が法改正に伴

う審議会での議論の中でも指摘されてきた。例えば、連載小説などは、雑誌を連続で買い集めることで、後に販売される一冊の書籍と同一の内容のものが出来上がってしまう。これらがインターネットでまとめてアップロードされてしまえば、書籍の販売にダメージを与える可能性があり、ルール作りや技術的対応等が求められるであろう。また、改正著作権法下の出版権を雑誌に関して締結しようと考えたと、大手出版社は、大量の著作権者との契約が必要になることが予想されることから、雑誌に関しては新しい制度の利用が進まない可能性もある。

5. 配信事業者の電子書籍市場への影響

(1) 販路としての力を増すネット書店

Amazonは、書籍の出版における影響力が極めて強い。とりわけ、Amazonでの検索エンジンで検索された際に、上位に表示されることは、出版物の売上に大きな影響がある。

朝日新聞社の2014年8月28日記事によると、Amazonは、電子書籍の販売条件で出版社の「格付け」を行い、Amazonに有利な条件で契約した出版社の書籍を、読者に優先的に紹介する新たな仕組みを導入した。この仕組みは、出版社がAmazonに支払う販売手数料の高さ、電子書籍の品ぞろえの充実度などに応じて出版社を4ランクに分け、ランク上位の社の電子書籍をホームページ上で目立たせたり、読者の購入履歴などに応じて「おすすめ」としてメールなどで紹介しやすくしたりするものである。出版社は、市場の支配力を背景としている脅しであるとして、反発をしている。なお、この動きは、我が国のみならず、先行して欧米で見られている現象である。米国においてAmazonは、米国の代表的な大手出版社⁽¹⁵⁾であるアシェット・ブック・グループ(<http://www.hachettebookgroup.com/>)との交渉において、価格決定権については出版社側にあるとしたものの、値下げなどを認めた書籍については、販売促進などの分野で有利になるとの契約をしている。これは、出版社らが電子書籍の価格決定

(14) 一般社団法人日本知財学会(<http://www.ipaj.org/>)コンテンツ・マネジメント分科会は、担当理事の久保雅一氏を中心に2014年からサブスクリプション型のコンテンツ配信モデルについて研究を進めている。音楽配信の分野では、Spotify(<https://www.spotify.com/>)、動画配信については、日本テレビが日本向け事業を買収したHulu(<http://www.hulu.jp/>)[日本]、<http://www.hulu.com/>[US])などを中心に研究が進められている。出版関連のサブスクリプション型ビジネスモデルについては、本文中に掲載する。

(15) 米国には、大手の出版社が概ね5社存在しており、前述したアシェット(Hachette)に加え、ハーバークリンズ(Harper Collins)、マクミラン(Macmillan)、ペンギン(Penguin)及びサイモン&シュスター(Simon & Schuster)がある。

権を持ち続けることについて、電子書籍の値下がりを防ぐ談合にもなりかねないとの指摘⁽¹⁶⁾もあった中で、販売促進との関係において値下げを認めるとの契約になっており、我が国においても参考となる事例といえる。しかしながら、電子書籍の単価設定は、電子書籍を販売する事業においてのみ成立するものであり、例えば電子雑誌に見られるように、サブスクリプション型のビジネスモデルが電子書籍全体に広がることになれば、販売という従来の概念は成立しないこととなることも考えられるため、これらの動きも過渡的な問題の一つに過ぎないのかもしれない。

(2) ビジネスモデルに与える変化

今後は、従来の出版社だけでなく、一般のユーザーや作家本人が独自に電子出版物を発行する 경우가あろう。いわゆる「ダイレクトパブリッシング(Direct-Publishing)」である。ダイレクトパブリッシングをサポートするサービスを提供するものとして、具体的には、Amazonを代表とするオンライン書店等が提供する電子書籍用自費出版(Electronic-Self-Publishing)サービスを利用するような形態(作家が出版社を介さずに、配信事業者を通して消費者に電子書籍の配信を行う形態)を指す狭義のものの場合もあれば、他方で、Webで情報発信されている電子書籍端末で読み込むことが可能な文書全てを包含するものを広く含める広義のもの(作家が出版社を介さずに、インターネット上で消費者に直接的に電子書籍の提供を行う形態)がある。

ダイレクトパブリッシングを行うことにより、一方では、出版界はフラット化し、誰もが簡単に作家として出版が可能になること、安価なコストで出版が可能になること、出版社を介さないことから印税の還元率が上がること、場合によってはメジャーデビューの道が開けることなどのメリットが指摘されている⁽¹⁷⁾。

なお、Amazonのようなサービスが登場することにより、従来出版社が行ってきた出版事業を水平分業することが可能になったということが指摘できよう。例

えば、出版の企画および編集作業だけ行うような事業者も出現する可能性がある。例えば、出版については、Amazon等のサービスを利用して電子出版を行い、それ以前の創作段階におけるサポートを行う事業者等が想定される。出版行為そのものはPRとして捉えて無料で配信され、出版物の創作活動および二次利用に関するビジネスで稼ぐという方法も考えられる。

今後は、出版ビジネスは技術やサービスの展開を背景としながら、「どこで儲けるか」が最大の課題であるといえよう。例えば、都度配信(販売)型、サブスクリプション型、貸与型等が中心となると思われるが、それらを組み合わせたものなど様々な方式が考えられると思われる。同じコンテンツの分野でも、ソーシャルゲームは、ゲーム内でのアイテム課金等により、市場が大きく成長していることからすると、電子書籍の分野においても、新たな課金モデルが生まれ市場を大きく成長させる可能性はあると思われる。そもそも、現在の電子書籍のコンテンツは、紙媒体で出版される内容がそのまま電子書籍フォーマットに流し込まれるものが主流であるが、電子書籍を閲覧できるデバイスの性能を考えれば、電子書籍のコンテンツにおける表現の可能性は極めて大きいものであると期待できるし、創作されるコンテンツの表現の幅が広い分、新たな課金システムが生み出される可能性は大きいと思われる。

V. 著作権法改正後の課題

(1) 出版権者に課せられる出版物創作に係る義務と責任

著作権法が改正されたことにより、電子書籍に対応した出版権の設定が可能になった。これにより、配信事業者であるAmazonや、配信事業以外の部分をサポートするような事業者も、出版権の設定ができる場合がある。

例えば、これらの事業者が出版権の設定を行った場合において、彼らの義務や責任はどうなるのだろうか。従来の判例を参酌すると、我が国では、権利が与えら

(16) Appleおよび大手出版社らが、電子書籍の価格の引上げ等の行為を行ったことがシャーマン法1条に当たるとして、2012年4月に米国司法省が民事訴訟を提起している。本件は、小売業者が価格決定権を有する契約方式(卸売モデル)から、出版社が価格決定権を有する契約方式(代理店モデル)に変更したことが、電子書籍の価格の引き上げなどの行為を行ったことになるとして問題となった事案である。

United States of America v. Apple Inc. et al., case number 1:12-cv-02826, in the United States District Court for the Southern District of New York.

公正取引委員会競争政策研究センター「電子書籍市場の動向について」(2013年6月26日)では、22頁以下では、本事案について詳細な報告がなされている。なお、既に大手出版5社は電子書籍の購入者に1億6600万ドルの支払いで和解しており、その他は控訴中である。

(17) 佐々木俊尚「電子書籍の衝撃」ディスカヴァー・トゥエンティワン(2010年)参照。

れていないのにもかかわらず、出版者の義務は重い。これについて、出版者に与えられる権利は、著作権者の複製権の一部について許諾を受けて出版許諾契約を締結し、出版する権利を認められる程度の地位しか認められない場合においても、出版者は、著作権者と共に紛争に巻き込まれることが多いという問題がある⁽¹⁸⁾。このような出版者の置かれている現状について、「権利なき義務、自由なき責任」と評する者もいた⁽¹⁹⁾。

出版者に義務や責任を生じさせている背景としては、出版物の創作から流通に継続的にかかわっていることや、経済的な理由などが考えられる。しかし、これらの業務は垂直統合型の従来の出版社であるからこそということなのかもしれない、場合によっては同様の義務や責任が課せられない場合があるのかもしれない。

これまでの判決では、①作者の著作権侵害につき事情を知らずとも、作者の著作権侵害の有無について調査義務があったとしたもの⁽²⁰⁾、②予め作者に対して注意を促す等の監督責任があったとしたもの⁽²¹⁾、③名誉棄損について点検する義務があったとしたもの⁽²²⁾、④作者から著作権侵害が無いことについて保証を受けていたが、それでも出版者は調査確認の義務が免れないとしたもの⁽²³⁾等がある。

これらの状況に鑑みると、権利が無い出版者が著作権等を侵害しているか否かの調査義務を負っているのにもかかわらず、出版権を設定した事業者に対して義務や責任が軽くなるということは考えにくいという考え方もありうる。また、出版に関し、創作段階において深く関わりが認められる場合に限り、著作権の確認を行う義務と責任を負わせるべきとの考え方もありうる。前者の考え方によれば、配信事業者は出版社が従来から負っている義務や責任を果たす必要があるので、出版権を設定することはリスクであると考えて、出版権を設定しない選択をする場合もあると思われる。後者の考え方によれば、配信のみ行う事業者は、たとえ出版権を設定していたとしても、それはあくまで配

信後の海賊版に対する対応を行うためであり、創作段階からの関わりが少ない(あるいは無い)以上、創作者による創作段階における著作権侵害等についての確認義務や責任は生じないとの考え方もできよう。ただし、どちらの考え方を採用するとしても、配信している電子書籍について、権利侵害が判明した場合には、当該サイトからの削除をすることなどの義務は少なくとも生じると思われる。

(2) 電子書籍に対応した出版権制度と海賊版対策

出版権制度が電子対応した最大の価値は海賊版対策を出版権者が主体的に行うことができることである⁽²⁴⁾。海賊版の殆どは、デジタルで流通していると思われることから、改正された出版権制度は、デジタルで流通している違法な出版物への対応が出版権者により主体的に進められることを前提としていると思われる。つまり、インターネット上の海賊版対策ができない出版者に、第二号出版権者の地位を与える意義は少ないと思われる。

出版権制度は、書籍の発行においては、ある程度有効に機能する制度であると思われる。しかしながら、雑誌については、出版権の設定が理論上可能であるにも関わらず多くの場合利用されていない現状⁽²⁵⁾がある。それにもかかわらず、改正後の出版権制度もそれを把握しながら十分な手当てがされていないという問題がある。そもそも、出版物に関し、海賊版の中心は、コミック雑誌のコンテンツである。通常、連載中の人気コミックの作品であると、作品が掲載されている雑誌が発売される日より前に海賊版がインターネット上で流通している状況がある⁽²⁶⁾。しかも、カラー版になっていたり、各国の言語に翻訳されていたりする。なお、情報誌などについては、さらに多くの著作権者が関わっており複雑な状況がある。こういうコンテンツについては、理論上は出版権の対象に含まれても、

(18) 個人よりも経済力のある出版者を巻き込んだ方が訴訟を有利に展開しやすく、更に、流通に置いているのが出版者であることから、回収、断裁、廃棄までおよぶ抜本的な解決には、出版者をも巻き込まなければ抜本的な解決が図れないとする学説がある。三山裕三「著作権法詳説」424頁(LexisNexis, 第7版, 2007年)参照。

(19) 平井彰司「出版の現在」文化審議会著作権分科会基本問題小委員会資料(2010年)116頁参照。

(20) 東京地判平成2・4・27判時1364号95頁[樹林事件]参照。

(21) 東京地判平成2・6・13判時1366号115頁[薬学書事件]参照。

(22) 東京地判平成13・12・25判時1792号129頁[聖母エヴァンゲリオン事件]参照。

(23) 東京地判平成14・4・15判時1792号129頁[ホテル・ジャンキーズ事件]参照。

(24) 出版小委報告書20-21頁では、「電子書籍の流通を増やす努力をする者や、海賊版対策を行う者、著作者の意向を形にして流通させる者が権利の主体となるべきとの意見が示された。」と説明する。

(25) 出版小委報告書28頁では、日本書籍出版協会の意見として「雑誌に出版権設定契約が行われた事例がない」との意見が示されている。

(26) 出版社が、紙媒体と電子書籍を同日に配信したとしても、既に海賊版が出ているのであれば、どちらの販売も難しくなる。

実務上利用されることが無ければ実質的に対象から外れているのと同じことであり、その場合、海賊版対策としての効果は不十分であると批判できる⁽²⁷⁾。

なお、著作権を運用面で補完するものとしては、対抗要件を具備するための登録制度をより利便性の高いものにするのである。現在の登録制度でも、著作権の設定等については登録の対象となっているが実際の利用は進んでいない⁽²⁸⁾。登録されれば、第三者に対抗することができる。この制度は、著作権設定者にとっては、あまり使い勝手の良い制度とはいえないのが現状である。まず、著作権にかかる登録免許税の納付に、3万円かかる⁽²⁹⁾。たしかに、1冊の書籍であれば、適切な価格であるとも考えられるが、連載中の作品の全てについて登録を検討した場合、価格は極めて高くなる。また、登録の原因について第三者の許可、同意又は承諾を要するとき(共同著作物など、著作者・著作権者が複数存在する場合)は、これを証明する書類が必要となっているが、複数の著作者・著作権者が関わる雑誌などの登録をする際の書面の準備に係るコストはかなり高いと思われる。さらに、虚偽申告に関し、罰則が無いことも、問題があることから真の権利者の救済措置が制度として盛り込まれるべきであると考ええる。こういった問題を解消しなければ、著作権制度は機能不全を起こす可能性がある。

また、登録制度については、国際的な海賊版対策にとっても有用なものにすべきである。例えば、海賊版の削除申請において、申請者が真の権利者であるかサイト側から確認を求められる場合がありうる⁽³⁰⁾。そのような場合において、わが国の登録制度がどこまで

サイト側を納得させられるかという問題はあるものの、権利者情報を示す証明書類の一つとして機能するようにシステムを整備することは、海賊版への対応に苦しむ企業を実務上サポートすることになるとと思われる。

具体的な方策としては、登録申請システムをオンライン化することが挙げられる⁽³¹⁾。また、オンライン申請の入力時にアルファベットでの入力を求め、英文の登録証をダウンロードして証明書として利用できるようにする工夫などがあってもよいのではないかと考える。

VI. おわりに

電子書籍市場は、コンテンツの多様化や多くのプレイヤーによる市場参入により、数年で様相が変わっていくことになるだろう。今後は、作品が消費者へ届くまでの経路や、収益をどのようにあげるかということ等への関心が高まり、様々なビジネスモデルが生み出され、トライアルが行われていくと思われる。同じコンテンツにアクセスする場合においても、品質やサービス等によって、課金方式が異なるようになってくるとと思われる。例えば、同じコンテンツを視聴する場合であっても、品質や視聴環境が異なるとともに、無料で視聴することができる利用者もいれば、月額定額制で視聴する利用者もいる。あるいは、都度、料金を支払う利用者もいるなど、複数の料金設定による視聴環境が同時に提供されることになるとと思われる。このような状況については、コンテンツの価格が引き下げられたとみることもできなくはないが、むしろ、ビジネ

(27) 出版小委報告書 30 頁では、海賊版対策を効果的に行う考え方として「雑誌掲載時に著作権設定契約を締結する際に、雑誌の発行期間等に合わせた短期間の存続期間を設定したり、当事者間の契約(債権的合意)により出版態様を雑誌に限定したりすることによる対応が考えられる。また、雑誌の発行後に、他の出版者から単行本などで発行が行われる場合についても、雑誌についての存続期間を短期間とすることで著作権を終了させ、新たに別の出版者と設定契約を締結したり、著作権を存続させたまま、当該権利の設定を受けた者から再許諾したりすることによる対応が考えられる」との説明がなされているが、前掲注 7・村瀬 60 頁では、「あまり現実的な方策ではない」として批判する。理論上利用することができる制度だったとしても、その利便性が悪く、実務上利用されない制度であるのならば意味をなさないと思われる。

(28) 前掲注 7・村瀬 57 頁「年数万点の新刊書籍が出版される中で、登録が行われるのは年数点である」と述べる。

(29) なお、米国では、米国著作権局[U.S. Copyright Office] (<http://www.copyright.gov/>)での手続き費用が 35 ドルと日本よりも安価に設定されている。

(30) 例えば、海外の違法行為を行うサイトに対し、作家の著作権に基づいて削除申請を行おうとすると、サイト側から作家のパスポートのコピーなど個人情報の提供を求められる場合がありうる。作家の個人情報を提供することのリスクは勿論のこと、変名で行っている作家は、本名が明らかになってしまう等のリスクもある。

(31) 金子敏哉「著作権のこれまでとこれから：研究者の立場から(特集クラウド・電子書籍と著作権)」ジュリ 1463 号(2014 年)54 頁は、著作権を巡る運用面の課題として、登録制度に関し「オンラインでの登録申請を可能にするとともに、国立国会図書館の書誌情報やデジタルアーカイブとのリンク等について、今後具体的な検討が進められることが強く期待される」と述べる。出版小委報告書 36 頁脚注 70 でも「アーカイブ化されている書籍の書誌情報によって特定したりすること」等が具体的な意見として示されているが、明細書の記載情報のみならず、アーカイブされたコンテンツにリーチさせることができる制度にすることは権利者情報の明確性という観点においてきわめて重要な指摘であるといえる。なお、米国では、米国著作権局[U.S. Copyright Office]の eCo システムでオンライン申請および登録が可能である。

ス全体を包括的に見て十分な利益を生み出すようなビジネスモデルとして提供される必要があると思われる⁽³²⁾。

電子書籍の市場が進化を続ける中、著作権を電子出版に対応するという改正が行われた。これにより出版権者が主体的にインターネット上の海賊版対策を行うことが可能になることから、健全な電子書籍市場の形成が期待されている。ただし、法整備はされたものの、本文中に挙げた解釈上、実務上の課題も残っている。今後、電子書籍に対応した出版権に関する契約書のひな型などは、実務上の課題を織り込みながら、進化させていくことが急がれる⁽³³⁾。さらに、インターネット上の海賊版対策が電子書籍に対応した出版権制度によりどの程度の効果がみられるようになったのかについては、改正後、早い時期に検証を行う必要があると思われる。

電子書籍の配信プラットフォームについてはネット書店の最大手である Amazon が中心になる事が有力な見通しであるようにも思われるが、LINE 等も有力な配信先の一つであり、どのような配信先が優位性を獲得できるのか、まだ答えは出ていない。このような拡散的な状況が続くことも考えられるが、いくつかの成功事例や巨大な資本を背景に配信プラットフォームが収斂していくことも考えられる。ただし、一極集中が行われるような場合には、独占禁止法上の問題等も意識する必要があると思われる。

電子書籍に対応した出版権が整備された以上、第二号出版権者による海賊版対策への期待がもたれるところであるが、グローバルに展開する海賊版に対して、

わが国の出版社はどれだけの対抗力を有しているのだろうか。既に、大手出版社は、海賊版対策の経験が十分にあると思われるが、中小の出版社が同じレベルの海賊版対策ができるかといえば疑問もある。そのため、出版物に係る海賊版についての実態的な調査と実行力のある海賊版対策の検証について、政府の主導により継続的に行う必要があると思われる⁽³⁴⁾。

以上

(32) 自由民主党政務調査会知的財産戦略調査会「知的財産戦略調査会の提言とりまとめ」（平成 26 年 5 月 27 日）7 頁、コンテンツ小委員会「コンテンツ小委員会 7 の提言」では、海外における最も効果的な海賊版対策として「海外の市場で受け入れられる程度に、リーズナブルな価格で、いわゆる正規版が供給されることである。」とし、「円滑かつ低価格で著作物の利用が行われるような環境を整備しなければならない。」とあるが、これは単純にコンテンツの価格を引き下げるといっていいものであってはならないと思われる。様々な収益モデルを背景として、ビジネス全体として見たときに十分な利益を生み出すことができる環境を作り出したうえで、リーズナブルな価格でのコンテンツ配信を目指す必要があると思われる。

(33) 日本出版協会は、WEB 上で出版権設定契約ひな型 2015 年版を 3 種類公開している。

<http://www.jbpa.or.jp/publication/contract.html>

これは、改正法が施行される 2015 年 1 月 1 日以降に発行される出版物を対象としてつくられたものである。なお、出版契約書①は、電子書籍に対応した出版権によってカバーできる紙媒体、電子媒体での出版全てを対象としている者である。出版契約書②は、紙媒体での出版のみを予定している場合を対象としている。出版契約書③は、配信型の電子媒体のみを対象としており、CD-ROM や DVD 等によるパッケージ商品などは対象となっていない。この出版契約書③については、配信のみを行うような事業者も出版権設定の対象となっていることから、そのような事業者が出版権の設定をする場合に利用できるものであると思われる。また、海賊版対策をすることができない出版社は、配信部分の出版権を他者に委ねざるを得ない状況も考えられる。

(34) 経済産業省は、コンテンツ産業において初の業界横断的なマンガ・アニメ海賊版対策を行っている。2014 年 7 月 30 日から、日本のマンガ・アニメの正規版コンテンツのリンク集「Manga-Anime here」(<http://manga-anime-here.com>)をオープンするとともに、約 580 作品を対象に 5 ヶ月に渡る集中的な海賊版削除を開始しており、出版社及びアニメ関連企業による「マンガ・アニメ海賊版対策協議会」が発足し、「Manga-Anime Guardians Project (MAGP)」が推進されている。なお、この事業は、経済産業省平成 25 年度補正予算「コンテンツ海賊版対策強化事業（コンテンツ流通促進に向けた海賊版対策支援事業）」の委託事業として、一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構 (CODA) が実施しているものである。

経済産業省ニュースリリース (2014 年 7 月 30 日)

<http://www.meti.go.jp/press/2014/07/20140730001/20140730001.pdf>