ＩＳＦＪ２０１０　政策フォーラム発表論文

電子書籍市場の拡大に向けて[1]

～権利集中管理機構の設立～

東北大学　西澤昭夫研究会　産業分科会

尾形洋平　加藤佑貴　後藤優佳　高野菜津子
高橋梢　高橋大介　辰巳琢哉　戸田元貴　水澤杏奈

２０１０年１２月

[1]本稿は、２０１０年１２月１１日、１２日に開催される、ＩＳＦＪ日本政策学生会議「政策フォーラム２０１０」のために作成したものである。本稿の作成にあたっては、西澤教授（東北大学）をはじめ、多くの方々から有益且つ熱心なコメントを頂戴した。特に黒田客員教授（東京経済大学）には、発表会において大変有益なコメントを頂いた。ここに記して感謝の意を表したい。しかしながら、本稿にあり得る誤り、主張の一切の責任はいうまでもなく筆者たち個人に帰するものである。

ＩＳＦＪ２０１０ 政策フォーラム発表論文

電子書籍市場の拡大に向けて

～権利集中管理機構の設立～

２０１０年１２月

要約

本稿は、これからの日本の電子書籍市場の発展に寄与するための方策について検討と実証を行い、政策提言を試みるものである。

現在の日本の電子書籍市場は種々の問題によって、欧米の電子書籍市場に比べて発展が遅いといわれる。中でも一番複雑な問題は、出版者と著作権者の間の権利処理に関する問題であり、現行の契約のままでは既刊の書籍を電子書籍にすることすらできない。欧米においては、別段の契約の変更もなく既刊の書籍の電子書籍化が可能であったことから、市場初期からコンテンツが豊富に整備されており、それが市場の発展を後押しする要因となった。以上から、日本の電子書籍市場においても既刊の書籍を電子書籍化する事が電子書籍市場の発展に有効なのではないかと考えた。

まず、第１章において現状の電子書籍産業の問題点を明らかにした。こと日本において、電子書籍という概念は以前より存在していたが、それらはコンテンツのジャンルや対応端末の点において偏ったものであり、昨今言われているような紙の書籍に替わる可能性を秘めた新しい電子書籍の伸びは米国や欧州に比べて鈍い事が解った。消費者は電子書籍の利用に消極的であるが、その原因のひとつとして特に我々はコンテンツの価格に注目した。そして、従来の出版業界における慣習と著作権が複雑に関係し、権利処理について非効率が存在しているのではないかという結論に至った。

第２章からの分析では、以上の問題点を実証する事からアプローチした。まず、既刊の書籍を電子化する際にかかる費用が存在する事を実証するため、著者権者と出版社の間で従来の出版権と電子出版についての権利契約を同時に契約する包括契約による契約が行われ始めた 2007 年を境に、それ以降と以前における電子書籍の価格について複数のサンプルから比較調査を行った。これにより、包括契約が行われる以前に発行された書籍が電子書籍化される際にかかる権利調整の費用が確かに存在し、価格のうち一定の割合を占めることが確認できた。

次に、この権利処理にかかる費用を削減するための手段として権利集中管理機構を設立した際の効果について検証した。この機構設立に伴って既刊の書籍を電子書籍化すると、従来の方法よりもコンテンツの価格低下が起こることが判明した。そののちに、社会余剰を最適化するための権利集中管理機構への最適な登録料を求め、社会余剰そのものの算出を試みた。

以上の分析結果をもとに、第 3 章においては政策提言として、電子書籍の権利集中管理機構の設立提言を試みた。目的とする著作権集中管理機構には、機能のよく似た日本音楽著作権協会（略称 JASRAC）をモデルとして据え、電子書籍の権利処理をよりスムーズかつ低費用で行うための条件を追加した。なお、モデルとした JASRAC は各方面から非効率やガバナンス能力の杜撰さが指摘されているため、電子書籍の権利集中管理機構設立に際してそれらの指摘を改善し、出版者と消費者の双方にとってよりよい機構設立のための方策を盛り込むことも試みた。

最後に、以上から導かれた最適な機構モデルを設立するための方法を示し、日本の電子書籍市場全体の発展を促進するための政策提言を行う。

目次

はじめに

第１章　現状分析

第１節　市場概況
第２節　費用構造の違い
第３節　電子書籍化の権利問題

第２章　分析

第１節　電子化にかかる取引費用
第２節　権利の集中管理についての考察
第３節　社会余剰の分析

第３章　政策提言

第１節　電子書籍市場における権利集中管理機構
第２節　権利集中管理機構設立の留意点
第３節　政策実現に向けて

先行論文・参考文献・データ出典

はじめに

日本の書籍出版の歴史は古く、出版業界の登場は江戸時代寛永年間（1622～1644）まで遡る。その後明治時代に入り、書籍が庶民にも容易に入手できる時代となった。そのころには「委託制」と「再販制」の 2 つの制度を軸とする今日の流通体制が出来上がったのである。その間には絶えず出版の技術の発展が傍にあり、流通組織の整備と出版技術の成熟をもって今日の日本の出版文化を支える礎を築きあげた。

その動きは現代に至って加速している。2010 年、アメリカの電子機器産業を中心とする革新の一端によって、新たな「電子書籍」という概念が以前よりも強く大衆に意識されるようになった。

電子書籍はネットワークを介して電子データとなった書籍を入手し、ディスプレイ上に文書を表示させる機能を持った端末によって、読み手に書籍や雑誌を提供する事を可能にするというものである。

この電子書籍が出版業界を取り巻く周辺環境に与える影響は甚大である。まず、電子書籍は従来のような「用紙に印刷された本」という形を取らない。近年のディスプレイの技術発展もまた凄まじく、紙面にインクで印刷された質感そのままに投影する事も可能である。これによって、出版にあたり紙や印刷機といったコストを必要としないため、消費者にとっては書籍の価格がより抑えられるのではないかと期待ができる。出版社にとっても実体がない電子書籍の売れ残りや在庫の心配をする必要はない。また、電子書籍は読者と著者の間に取次などの中間媒体組織を必要としない。

書籍の価格に上乗せされた中間媒体組織のコストもまた同じように削減できると考えられている。

では著者にとっての影響はどうか。現在の国内の出版業界において、出版で著者が得ることのできる収益（印税）は、書籍の価格全体の約 10%程度である。上記で見たように、電子書籍による出版では、出版社や著者と読者の間のコストを大きく削減でき、それぞれが手にすることのできる便益が増えると考えられる。実際に、我々が調査を行ったとある電子書店（web 上の電子書籍販売店）では特定の条件下で著者に価格全体の 70%の印税を設定している。さらに、出版社や著者と電子書店との間のコストやリスクが減った事で、個人でも気軽に電子書籍を執筆して販売することが可能になったのである。

電子書籍の登場は以上のような可能性を秘めた大きな機会である。活発な電子書籍市場を実現する事により著者は価格や利便性の面から、今以上に多くの作品と触れることができる。たくさんのアマチュアが著者として参入でき、出版の幅は大いに広がるだろう。

しかしながら、日本の電子書籍市場は上記のような青写真通りではない。統一的なプラットフォームが不在で、各出版社が手探りで電子書籍を出版しなければならないため、コンテンツの数が伸びにくいという現実がある。また、日本の出版業界に適した統一的な電子書籍規格はいまだ不在である。世界的な流れの中で独自の規格を貫き通すことはリスクが大きいと判断した出版社・家電各社は慎重な姿勢を保ったままである。結果として電子書籍のコンテンツは価格が高止まりしたままになっている現実がある。

とはいえ、上記の統一的なプラットフォームや統一的な電子書籍規格についての問題は徐々に調整が進んでいる。特に規格については、特定の組織の利益と直接結びつかない（＝オープンな）規格として、既に米国を中心として広く採用されている規格が存在し、日本の出版社を中心とする作業部会が日本語での出版業界に対応させるべく調整に励んでいる。

しかし依然として日本の出版業界が電子書籍に対応するにあたってどうしても避けて通れない問題が放置されている。それが本稿で着目する「著者と出版社間のコスト」に関する問題である。

本稿で述べるように、日本の著作権法下においては既刊の書籍を電子書籍化するにあたっては既存の権利に関する取り交わしのほかに、再度著者との契約が必要である。

新しい電子書籍の概念が登場するまでの 2009 年から過去 10 年間だけでも、日本では 80 万冊の新刊が発行されているが、それぞれの著者と逐一契約を結びなおすコストは莫大なものとなる。本稿において、この権利調整のコストを減少させる仕組みを考案し、ひいては社会余剰とこれからの電子書籍市場の発展を促進する可能性が存在することに焦点を当てたい。いまだ著作権の切れていない無数の既刊の書籍が市場に出回るようになれば、電子書店上のコンテンツの数は飛躍的に増加し、電子書籍市場全体の成長を加速させることができる。なにより、権利調整のコストが問題で電子書籍にしないまま眠らせておくのは、消費者と著者・出版社双方にとっての価値の喪失といえるのではないだろうか。

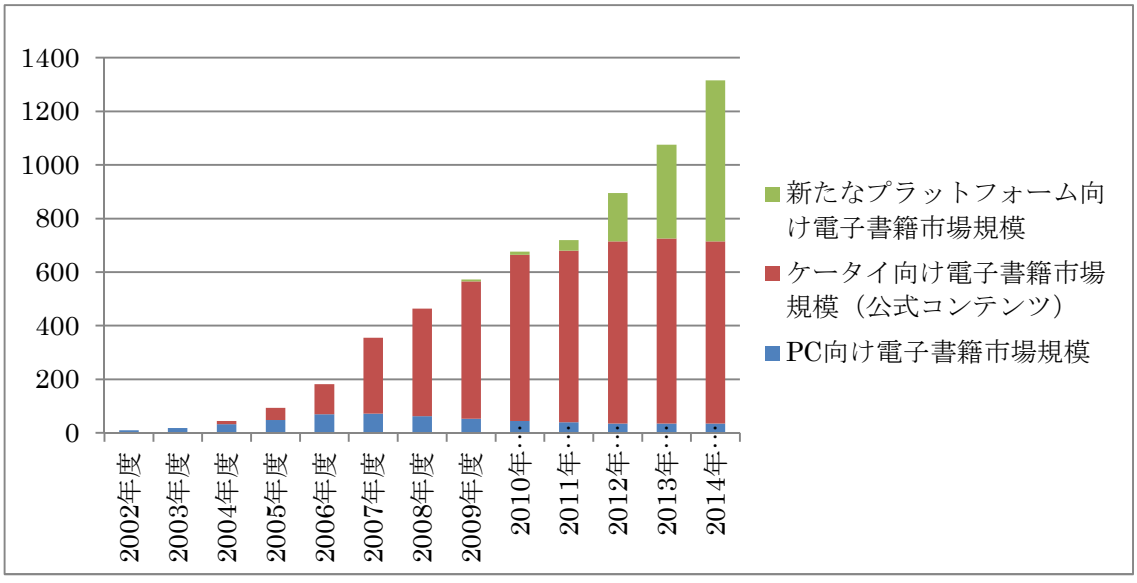
このような現状を踏まえ、本稿ではより活発な電子書籍市場の発展を通して、読み手と著者により多くの価値を提供できるようにするための問題点を明らかにしたい。以上のことを問題意識として、本稿では権利調整にかかるコスト削減のための方策を分析し、提言する。

第1章 現状分析

第1節 市場概況

2010 年電子書籍機能を強化した米 Apple 社の iPad が登場したのを皮切りに、世界中で電子書籍市場への関心が高まっている。電子書籍市場は数年で約 10 倍に拡大するなど、急成長が期待されている。2009 年度の電子書籍市場規模は 574 億円と推計され、2008 年度と比較し、23.7%の増加となっている。成長率は、2006 年度から 2007 年度の 195%、2007 年度から 2008 年度の 131%と比較すると、その伸びは鈍化しているものの、市場は順調に成長しているといえる。これにより、日本国内の電子書籍市場規模は 2014 年度には 1300 億円に達することが見込まれる。

図 1- 1　電子書籍の市場規模の推移と予測（2002 年度～2014 年度）

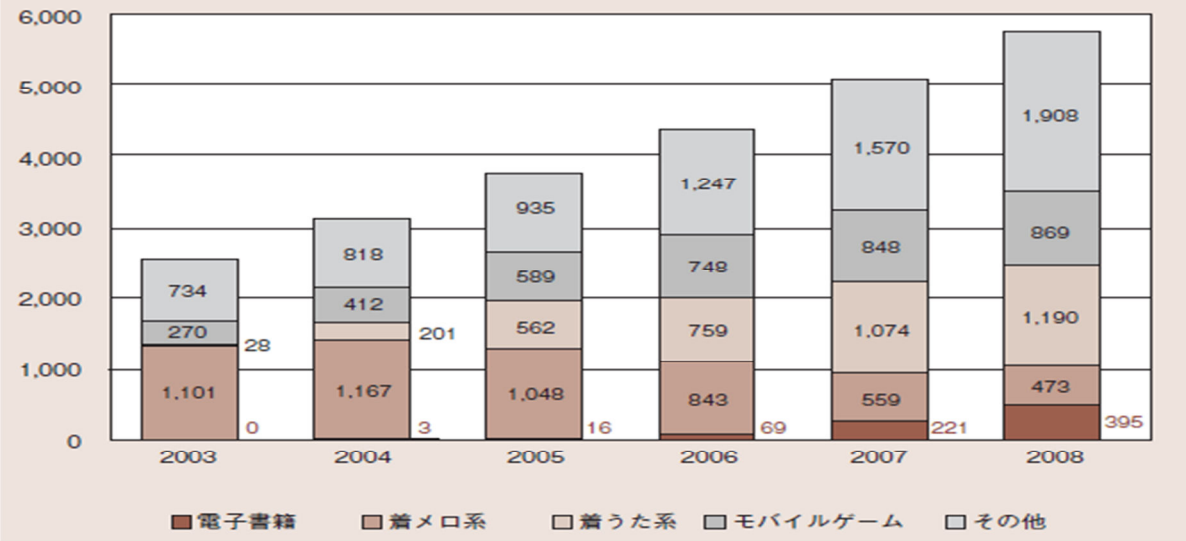


出典：株式会社インプレス R&D

本節では、米アマゾン・ドットコム社の電子書籍リーダー、キンドル 2 の電子書籍ビジネスのあり方を参考に、日本における電子書籍の普及の条件を検討する。現行機種のキンドル 2 は電子書籍端末キンドルの最新型として 2009 年 2 月に発売され、キンドル専用回線を用いて、通信料無料で電子書籍コンテンツのダウンロードを可能にする。コンテンツはアマゾンの専用電子市場キンドルブックスから購入でき、最新のベストセラーを含めた 35 万冊以上の書籍が入手可

能である。価格設定は紙の書籍と比較して４割ほど安く設定されている。キンドルは専用の端末が必要であるものの、アマゾンという認知度の高いオンライン書店からワンストップで書籍を探して購入できるなど利便性に富んでいる。さらに、価格も紙の書籍より安く設定されていることから、購入にあたって経済的なインセンティブが働く形になっている。ソニーのリブリエ、パナソニックのワーズギアなど、日本でも電子書籍専用端末が販売されていたのだが、2008 年に相次いで撤退している。撤退した大きな理由が、キンドルでは多くの新しい書籍が紙の書籍の発売と同時に電子化していたのに対し、これらの端末ではできなかったことがあげられる。このように専用端末を使ったサービスが廃れる一方で、携帯電話向けの電子書籍市場は 2004 年以降拡大しており、2008 年には 395 億円ほどの市場に成長している。

図 1- 2



出典: 総務省「モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果」

これらから、日本では電子書籍専用端末として、スマートフォンを含めた携帯電話が一定の地位を占めていると考えられる。しかし、日本の電子書籍サービスにおいては、コンテンツがコミックに偏っているのが実態である。携帯電話やスマートフォン向けの電子書籍コンテンツは、コミックが約 8 割以上を占めており、その大半は成人向けでニッチな層をターゲットとしている。また、携帯電話向け有料サイトで提供される記事は、紙の書籍の代替サービスといえるレベルまでに達していない。携帯電話のような小さな画面では、文字の読みにくさや目の疲れやすさ、一度に表示できる情報量の少なさなど、紙に比べて不便な問題がある。さらに、キンドルにおいてアマゾンが提供している電子書籍の探しやすさ、購入のしやすさなどの利便性を高めるサービスも不足している。

このように、日本の電子書籍市場は拡大傾向にあるものの、米国ほど端末やサービスが十分に進んでいない。ではなぜ日本の電子書籍市場の普及は米国に比べ遅れているのか。

現在の電子書籍の利用層は、金銭的余裕と知識欲の両方がある世代や、一部のコアなマンガファン、読書家などに限られており、非利用者の多くは情報や読書にあまり投資しない人々である。電子書籍市場の発展には非利用者の電子書籍の利用が必要である。彼らが電子書籍を利用するためにはどうすればよいのか。

非利用者が電子書籍を利用しない理由の一つに、電子書籍コンテンツの価格問題が考えられる。インプレスジャパンのある雑誌講読者 9500 人を対象にした調査（2010 年 6 月時点）によると、「紙の出版物が電子化された場合、電子書籍の妥当な価格は」という質問に対して、「紙の

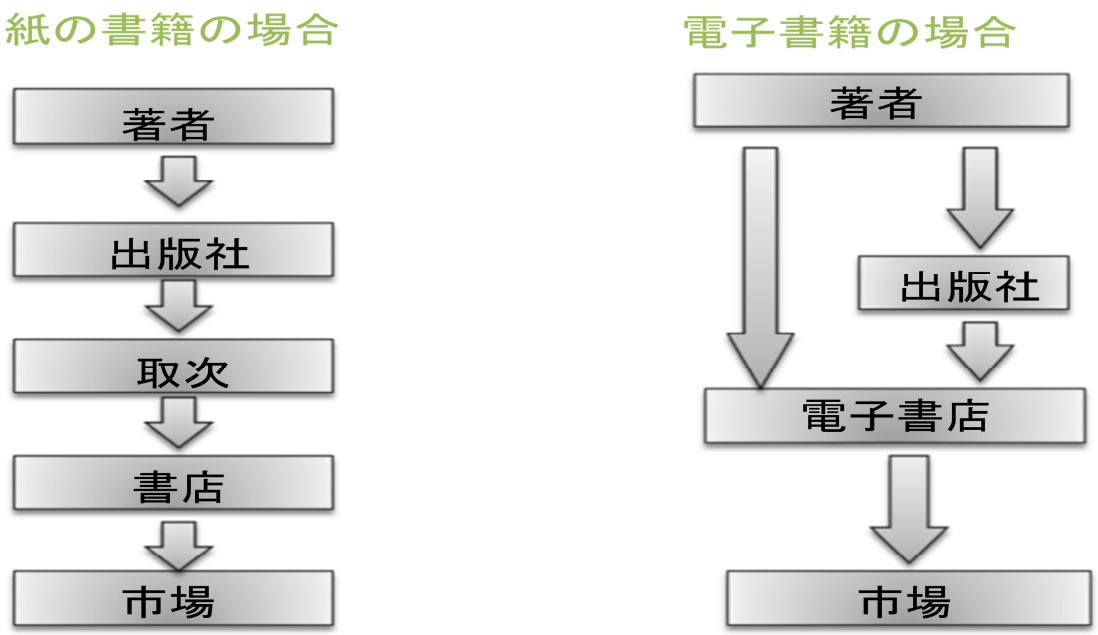
出版物の半額程度」という回答が 53.8%と最も多く、他の回答は「30%以下」という回答が 30.9%、「70%程度」という回答が 2.6%であった。つまり消費者の半数以上は電子書籍の価格帯は紙の書籍よりも半額以下に安くなることが妥当と考えているのである。

しかし現在市場に出回っている電子書籍は紙の書籍と価格があまり変わらないものが多く、高止まりしている、若しくは電子書籍のほうが高い価格で販売されているケースさえある。なぜそういったことが起こるのか。次節において、紙の書籍と電子書籍の流通経路から費用構造の違いを検討する。

第2節 費用構造の違い

まず前提として流通経路の違いを取り上げる。電子書籍は著者から出版社、取次、書店という経路を経て市場に出回る。一方、電子書籍は取次が必要なく著者から出版社、次に電子書店を経て市場という流れや、更には出版社さえ必要なく著者から直接電子書店に配信され消費者の元に届くと言う経路さえある。つまり、流通段階においてステークホルダーが大きく異なっている。

図 1- 3



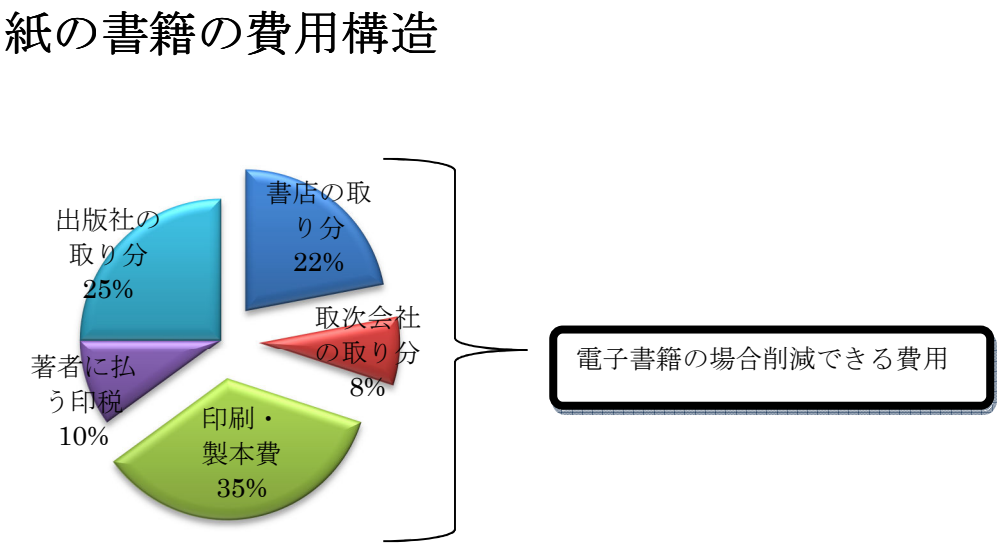
出典: 『電子書籍の衝撃　本はいかに崩壊し、いかに復活するか？』[2010]より西沢昭夫研究会が作成

紙の書籍にかかる費用はまず固定費として初期費用がある。その内容はデザイン・DTP 費、版を重ねるごとに増える印刷・製本費、出版社の経費（宣伝広告費、人件費はじめ在庫用の倉庫代、家賃等を含む）である。さらに変動費として、書店の取り分（25%前後）・取次会社の取り分（8~10%）がある。売り上げから初期費用と変動費を差し引いたものが出版社の利益となり、一般的なもので 20~25%、書籍の売り上げによっては 0%~40%程度となる。

電子書籍は、発行部数や電子書籍店によってバラつきはあるが、一般的に固定費としての初期費用は 10%程で、変動費である書店の取り分（30%）や著者に払う印税（25%）が大きな割合を占める。

紙の書籍と比べて電子書籍はその性質上、印刷・製本費、在庫費用など出版社の経費、取次会社の取り分といった費用が発生しない。もちろん、電子書籍という形態を取ることで新たに発生する費用もある。まずは書籍を電子データ化する費用であるが、これは個人レベルでも必要な道具をそろえることで容易に電子化が可能であり、出版社が作品を電子化する際にも、高価格の決定的な要因であるとは考えづらい。次に電子書籍化にあたって必要な組版にかかる費用である。これは電子化にあたって配置のズレの手直しや目次振りなどがあるが、相対的に大きな費用ではない。よってこれらの費用は大きく価格に影響していないといえる。

図 1- 4



出典:『電子書籍の衝撃　本はいかに崩壊し、いかに復活するか？』[2010]より西澤昭夫研究会が作成

そこで、電子書籍価格の高止まりの要因を探るため我々がとある出版社に聞き込み調査を行ったところ、「電子書籍のコストで大きいのは権利の調整にかかる人件費のコスト」であるといった回答を得られた。実際に、総務省・文化庁・経済産業省による「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」においても、権利処理に係る取引費用を効率的かつ円滑に行うことが重要視されている。

そこで権利処理に関わる費用の内訳について見てみると、権利者の調査、許諾所得の交渉、使用料などの徴収などがあり、それらの費用は価格決定者である出版社や配信事業社が負担している。紙の書籍と比べて様々な費用が削減されており、尚且つ書籍制作の際の費用も大きな影響がないとすると、電子書籍価格の高止まりの見えない要因は、この権利処理にかかる費用ではないかと考えられる。

上記のことから本稿では書籍電子化に関する権利問題に着目する。したがって、次節で紙の書籍と電子書籍にまつわる権利を整理し、問題を明らかにしていく。

第3節 権利問題

まず、現行の著者と出版社の間の出版契約関係についてみる。一般的に著者と出版社の間に取り交わされる契約は、著作権八十条に規定されている「出版権設定契約」を締結する種類の契約であるとみられている。著作権法八十条は出版権について、

著作権法第八十条
出版権者は、設定行為で定めるところにより、頒布の目的をもつて、その出版権の目的である著作物を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を専有する。

としている。つまり、この出版権が出版者に認めているのは、「著作物を原作のまま印刷その他の機械的又は科学的方法により文書又は図画として複製する」という行為のみであって、既存の書籍を電子化によって複製する行為は出版権の範疇にはない。そのため出版社は、準物権的権利である「出版権」を持っていても、電子化する権利は持っていないのが原則である。

また、出版権は「出版社が電子ネットワークを通じて電子化された書籍を配信する」ことも認めていない。これを出版社が行うためには、著作権法 23 条 1 項の規定する公衆送信権に基づいた権利処理が必要とされる。この公衆送信権は著作権法上では、

著作権法第二十三条

1　著作権者は、その著作物について、公衆送信（自動公衆送信の場合にあっては送信可能化を含む。）を行う権利を専有する。

2 著作権者は、公衆送信されるその著作物を受信装置を用いて公に伝達する権利を専有する。

※公衆送信行為は、著作権法により「公衆によつて直接受信されることを目的として無線通信又は有線電気通信の送信」行為と定義される。（著作権法 2 条 1 項 7 号の 2）

と規定されている。つまり、以上の 2 点の権利の観点から、現在の慣習では出版社が電子書籍を配信することはできず、新たに契約を取り交わす必要がある。

後でも詳しく述べるように、権利の契約を再度取り交わすには大きな費用がかかる。著作権が残っているものの、その著作権者が誰なのかわからない“孤児作品”など、著作権者の行方が分からないケースなどにおいて、その身元を探しだすまでの労力は並大抵のものではない。また、日本の出版業界では従来から著者と出版社間における出版権の契約が口約束によって行われてきたという背景が、更に権利調整を難しくしている。2006 年の書面での契約締結率が 45.9%、というデータが示すように、書面契約は全体の半数以下という割合であった[2]。著作権者と出版社が電子書籍出版に関する契約書を交わしていれば電子出版の窓口は出版社になるが、そうでない場合は既存の紙書籍を電子化する際に、最終的な決定権の所在がまた曖昧になってしまう。さらに身元が判明したとしても、著作権者が必ずしも契約に応じるとは限らないため、そのための交渉にも労力を割く必要があるのである。このような既刊の書籍作品が現状において無数存在している以上、たとえ自社の出版物であるとはいえ、すべての既刊の書籍について契約を結び直すことは非常に難しいのである。

[2]2006 年　日本書籍出版協会調べ

以上の考察から、本稿ではコンテンツの高価格傾向の原因はこの権利の複雑さによる調整のコストにあるのではないかという結論に至った。そこで、まずは次章からの分析においてその権利調整コストが実際に高価格化の要因となっているかを検証することから問題点の確定を図りたい。

第2章 分析

前章では、権利調整にかかるコストが電子書籍の高価格につながっているということを述べた。本章では、そのような既刊の書籍の電子化にかかる権利調整のコストを削減することによって、長期的には電子書籍市場全体の価格を低下させ市場全体の拡大につながる施策の検討を行う。

まず、権利調整にかかるコストを R.H.Coase が定義した「取引費用」という概念を用いて、具体的な内容を定義する。さらに、権利の契約形態の違いによる電子書籍の価格差をもとに取引費用を算出し、権利の集中管理による取引費用の削減とその効果を検証する。

第1節 電子化にかかる取引費用

第1項 取引費用の定義

2007 年以降、電子書籍の普及に伴い、書籍の電子化についても著作権者との出版契約の際に同時に契約を結ぶ出版社が増えてきている。本稿ではこの契約形態を包括契約[3]と呼ぶ。それ以前は紙の書籍を出版する時点で電子化について契約を結んでいないことが多かったため、既刊の書籍を電子化するには著作権者と再度契約を結ぶ必要があった。契約を結ぶためには著作権者を特定し、契約書を著作権者に送付するか、もしくは著作権者の元を直接訪問して交渉し、著作権者の同意を得なければならない。大手出版社では対象となる書籍が数万点にも及ぶので、それぞれの著作権者と契約を結ぶことは容易ではない。さらに、著作物は権利者が一人ではなく、複数の著作権者の権利が発生しているケースが多い。二人以上の著作権者が作成した「共同著作物」[4]、著作物を翻訳、変形させた「二次的著作物」[5]、百科事典、雑誌、新聞、詩集などの「編集著作物」[6]などである。また、著作権は著作権者の生存期間および死後 50 年までを保護期間の原則とする[7]、ということになっている。これは著作権者の死後、著作権の相続を前提としたものである。権利の相続人を探し出す場合、権利者へのアクセスは困難なものとなる。このような著作物と権利者の分離と権利関係の複雑化により、著作物の利用許諾には多くの労力と時間がかかる。

さて、取引の契約にかかる費用について「取引費用」という経済学的な概念が存在する。取引費用の定義については諸説あるが、アメリカの経済学者 R.H.Coase は取引費用の定義について

[3] アメリカでは著作権自体を一括譲渡することを指すが、本稿では単に出版契約時に電子化の契約についても同時に締結するということを指す。
[4] 著作権法第 2 条第 1 項第 12 号
[5] 著作権法第 11 条
[6] 著作権法第 12 条
[7] 著作権法第 51 条 2 項

「買い手が売り手を見つけ出し、買い手は売り手によって提供されるものを知り、売り手は買い手が買いたいものを知らなければならない。双方が相手の提示する価格を知り交渉し,契約を締結し、その条件が観察されるようにしなければならない。市場が確立され、専門のディーラーとブローカーが交換過程の手助けをするために登場する。私はこれら全ての活動のコストを取引コスト[8]と呼ぶ。」と述べている。[9]つまり Coase の規定する取引費用とは、1.検索と情報のコスト、2.交渉と意思決定のコスト、3.監視と強制のコストである。[10]Coase は市場取引において取引費用を論じているが、本稿では出版契約においても一部同様の費用がかかると考える。

以上のことを踏まえ、本稿では 1.検索と情報のコストに着目し、これを取引費用とする。この取引費用を具体的に見ると、「検索費用」と「調査費用」の 2 つに分けられる。[11]「検索費用」は著作物の権利者は誰であるのか、連絡先はどこであるのかを明確に知るための費用である。「調査費用」は権利者が利用許諾をする意思があるのか、あるのならばどのような条件かを探るための費用である。

本稿ではこの定義に従い、次項からの分析を進めていく。

第2項 取引費用の算出

まず、契約形態によって生じる価格差は次の図のように示される。

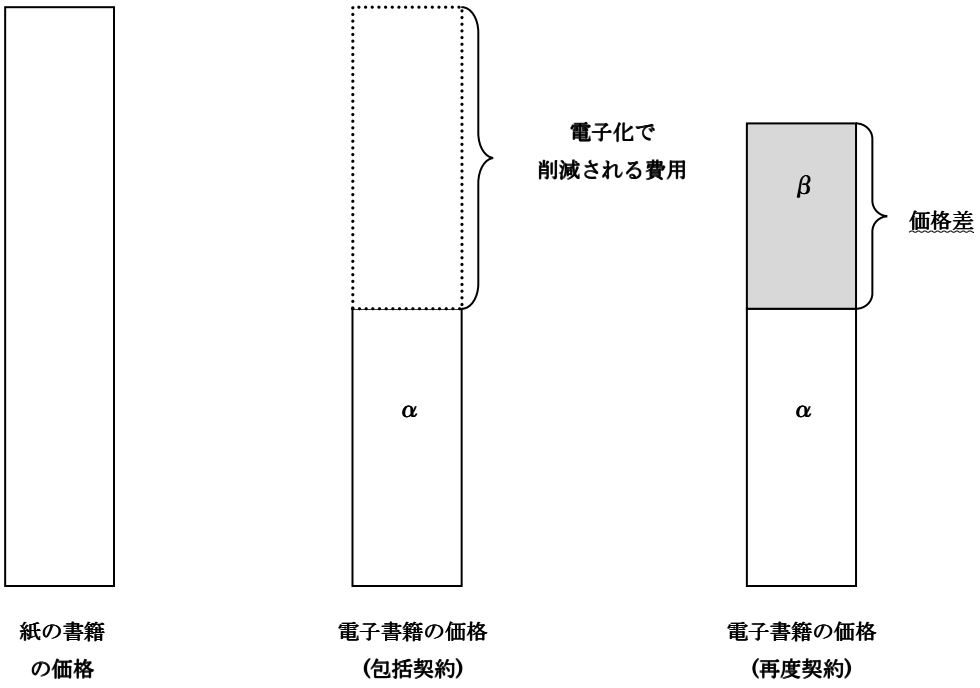


図 2- 1　契約形態によって生じる価格差

出典：西澤研究会作成

[8] 本稿では取引コストと取引費用は同義として扱い、これ以下は取引費用で統一する。
[9] 引用 R.H.Coase 『The Institutional Structure of Production』（1992）
[10] 引用 林紘一郎『著作権の法と経済学』(2004)
[11] 引用 澤田尚志『著作物利用許諾契約の取引費用と方式主義に関する研究』(2007)

電子書籍の価格αの内訳は、著者の印税、出版社の取り分、流通費用(取次、書店)[12]である。これらは、発行部数や電子書店、出版社によって多少のバラつきはあるが、契約形態にかかわらず内訳の割合はほぼ等しい。電子書籍の主な経費は、DTP 費、デザイン費、電子化の費用、権利処理費用が挙げられる。この権利処理費用は先に述べた検索費用と調査費用が大きな比重を占めており、これらはすべて出版社の取り分から捻出される。既刊の書籍を電子化する場合、すでにデザインなどが施されているため DTP 費とデザイン費はほとんど必要ない。電子化の費用についても低額で収まることが多いとされる。[13]しかし権利処理費用については先に述べたような権利処理の複雑さにより低額に抑えることは難しい。例えば、2010 年 10 月に某出版社が年内に 2 万点の書籍の電子化を目指し、同社が抱えるほぼ全ての著者に電子化についての契約書を送付していることがわかった。このように既刊の書籍を電子化する際には著者一人ひとりにコンタクトを取り、許諾を得ることが必要となるので多額な費用がかかる。これらは全て権利処理費用にあたるといえる。よって、削減可能で価格差に影響が大きい費用は権利処理費用であると考えられる。したがって電子化契約を再度結んだ場合と、包括契約を結んだ場合の価格差であるβが存在するならば、それは電子化契約にかかる取引費用だといえる。この取引費用の削減分を価格に反映させれば低価格化を実現できるのではないだろうか。本章では電子化契約にかかる取引費用βについて分析を進めていく。

では、実際に既刊の書籍を電子化するための契約にどれほどの取引費用がかかっているのかを求めていく。そこで、新たに電子化契約を結ぶことによって配信された電子書籍の価格と、包括契約によって配信された電子書籍の価格を比較することによって取引費用の算出を行う。この分析では調査対象を小説の文庫本に限定した。理由としては、価格水準が昔と今で大きな違いが見られないことが挙げられる。なお、出版社は文庫本を出版する際にも単行本とは別に著作権者と電子化契約を結んでいる。

上記の 2 つの価格を区別するために、2007 年以降に文庫本で出版され、その後電子化されたものを(i)、2004 年以前に文庫本が出版されたものを(ii)とする。[14]このように定義した理由として、先に述べたような契約方法への移行が進む中で、(i)については、2007 年以降に電子書籍の市場規模が急速に拡大していること[15]、出版社への聞き込みを行ったところ包括契約開始時期の平均が 2007 年であったこと、(ii)については、電子書籍の普及以前には出版契約の際に電子化の権利は結んでいないと推測されることが挙げられる。

(i)については、2007～2009 年まで 1 年ごと、(ii)については、1980 年代、1990 年代、2000 年代(2000～2004 年)で 10 年ごとに紙の書籍と電子書籍の価格を調査し、それぞれの紙の書籍と電子書籍の価格差とその値下がり率を算出した。なお、調査対象とする書籍情報の抽出は 3 つの電子書店を対象に無作為に行った。

計算方法としては、

(価格差)=(紙の書籍の価格)－(電子書籍の価格)

(値下がり率)＝(価格差)÷(紙の書籍の価格)×100　を用いた。[16]

---

[12] 出版社が自社の配信サイトで配信する場合はこの費用はほとんどかからない。

[13] データ出典：田代真人 http://agora-web.jp/archives/1113972.html#more

[14] 2005、2006 年については(i)と(ii)のどちらにも当てはまる場合が多いと考えられるので、分析の対象には含めないこととする。

[15] 本稿第１章第１項　図２参照

[16] 現在の価値を基準とするため、物価水準の変化は考慮しないものとする。

調査結果は以下の通りである。

表 1　(i)における調査結果

	2007	2008	2009	全体
データ数	25	25	25	75
価格差平均(円)	131	158	191	160
値下がり率平均	20%	24%	30%	25%

出典：西澤研究会作成

表 2　(ii)における調査結果

	80 年代	90 年代	00 年代	全体
データ数	30	45	25	100
価格差平均(円)	-76	32	100	19
値下がり率平均	-19%	6%	18%	2%

出典：西澤研究会作成

この調査結果から、年代が古くなるほど価格差は小さくなり、値下がり率も低くなっていることがわかる。これは年代の古い書籍ほど著作権者の特定が困難になり、検索費用が高くなるためだと考えられる。

次に、(i)と(ii)の結果をまとめると以下のようになる。

表 3　(i)、(ii)における調査結果の比較

	価格差平均(円)	値下がり率平均
2007～2009 年　…(i)	160	25%
1980～2000 年代 …(ii)	19	2%
(i)-(ii)	141	23%

出典：西澤研究会作成

(i)-(ii)より価格差平均は 141 円で、値下がり率平均は 23%となった。この結果の具体例を以下に示す。

表 4　具体例

作品名・著者名	価格(紙)	価格(電子)	価格差(円)	値下がり率
『死神の精度』伊坂幸太郎著	570 円	420 円	150 円	26%
『あ・うん』向田邦子著	439 円	420 円	19 円	4%

出典：西澤研究会作成

この結果から、電子化契約を再度結んだ場合と、包括契約を結んだ場合では電子書籍の価格差とその値下がり率の双方に大きな違いが生じていることがわかる。すなわち、出版社が著者と電子化契約を再度結んだ場合、余分な取引費用が発生し結果的にコンテンツの価格を押し上げてしまっているということが実証された。

第2節 権利の集中管理についての考察

前節では、電子化の際に契約を再度結んだ電子書籍と包括契約を結んだ電子書籍の価格差から取引費用の具体的な数値が示された。取引費用を削減するための施策として著作権の集中管理を提案し、その効果を考察する。著作権の集中管理によって、権利者が書籍データを第三者機関に登録することで出版社が取引費用をゼロにすることができる。権利者が登録する際に生じる登録費用と現著作権法制における取引費用が社会的余剰にどのような影響を与えるかを比較しながら分析を行う。先行研究による理論モデルを用いて分析を進め、本稿では最終的に第 1 節にデータによって得られた取引費用をもとに具体的な取引費用を算出する。

第1項 先行研究のレビュー

著作権に関する取引費用と社会的余剰に関する先行研究としては澤田[2007]が挙げられる。澤田は著作権全体における無方式主義と方式主義[17]の社会余剰への影響を検討している。ここで取り上げられている方式主義はその性質から、権利を一箇所に集め許諾に関する窓口となっている点で、権利集中機構と通ずる部分があると考えられる。しかし、ここで行われている議論は著作権を発生させる段階においてのものであり、業界毎、特に出版業界において権利集中機構を設置した場合の社会余剰を分析した研究はまだない。したがって本稿では権利集中機構の設立が、既存の書籍を電子書籍化する際に与える影響を分析していく。

第 2 項　取引費用と登録費用

現在の著作権法では、著作権（第 21 条から第 28 条までに規定されている権利）は、複製権や公衆送信権、翻訳権などさまざま支分権の束により構成されているが、他人がこのような支分権の内容に該当する行為「利用行為」をする場合には、権利制限規定の適用があるなどの特別の事情がない限り、その行為ごとに著作権者の許諾を受けなければならず、著作物の利用許諾契約に取引費用がかかる。そこで書籍における権利集中機構を設置し、書籍データを登録すること

---

[17]方式主義と無方式主義は著作権の発生要件に関する形式である。著作権法制における「方式主義」とは、「著作権の権利発生要件として表示や登録などの一定の方式の履行を必要とする法制」を意味する。それに対して、「無方式主義」は「著作権は著作者人格権および著作権の享有には、いかなる方式の履行をも要しない。 つまり、著作物を著作もしくは発表した時点で著作権が発生する」というものである。日本は「文学的及び美術的著作物の保護に関するベルヌ条約」に加盟している。この条約において著作権の発生要件として無方式主義を義務付けており、日本は無方式主義を採用している。しかし、条約上の義務は外国の著作物についてのことであり、国内著作物の保護に関しては「著作物の本国における保護あはその国の法令の定めるところによる」（ベルヌ条約第 5 条）との規定がある。従って、国内著作物について本国で著作物の表示や著作物の登録等の一定の方式を要求しても、ベルヌ条約に違反するものではないと澤田[2007]は指摘している。

によって、この取引費用をゼロにした場合の比較分析を行う。権利集中機構を設置した場合、新しくかかる費用として書籍データを登録する際にかかる費用が生じる。これを登録費用とする。

現行の著作権法に則った場合を Type A とし、権利集中機構を設置した場合を Type B とする。Type A では出版者は著作物の利用許諾契約に取引費用がかかる。ここで出版者が負担する取引費用を c とする。Type B では著作権者が登録費用を支払うことによって、取引費用を 0 とすることができる。ここでの登録費用は r とする。ここで議論を単純化するために、登録費用 r を負担すれば、取引費用 c はゼロとなるものと仮定する。取引費用を c とし、登録費用を r として Type A・Type B を比較すると、Type A で登録されていない著作物が、登録される場合にコストの面で差異を生ずる。また、c と r はは書籍価格に占める割合（0<c,r<1）であり、これらをまとめると表 2-4 のようになる。

表 2-4　コストの整理

Type A			Type B		
著作物	著作権者	出版者	著作物	著作権者	出版者
個別交渉	0	c	集中管理	r	0

出典：澤田[2007]を基に西澤研究会が作成

Type A においては著作権者の主観にかかわらず取引費用 c が出版者に発生する点が挙げられる。一方、Type B において登録がなされれば、著作権者が登録費用 r を負担することにより、取引費用 c をゼロにすることができる。

これより以下では、Type A において利用者に取引費用 c が発生していた状態と、Type B において著作物を登録することにより著作権者に登録費用 r は発生するが取引費用 c が軽減される状態とを比較して、著作権者と権利集中管理機構の利用者双方の余剰を高めるような取引費用 c と登録費用 r の関係についてモデルを用いて分析していく。

ここでの著作者は前提として、合理的経済人として活動し、著作物の利用の対価の獲得を目的としている。また、市場は著作物の性質から独占市場であると仮定する。

取引費用 c は著作物ごとに一定と考える。登録費用 r は定額で実費相当と考え、登録費用 r を負担することにより取引費用 c がゼロとなると仮定する。

１つの著作物の市場 q=a－p が存在し、１つの著作物は a の価値を有し、0≦a≦1 の範囲で一様に存在しているものと考える。ここで、a の著作物が生み出す便益は、一辺 a の三角形によって求められるので、a の著作物が生み出す価値は$\frac{1}{2}\times a^2$ である。

第 3 項　TypeA で取引費用ゼロの場合

著作者は利潤最大化行動により p＝ $\frac{1}{2}a$ とするので、社会的余剰（以下「s」という。）は、死荷重の分だけ減少する。

よって、a の著作物が生み出す s は、独占価格を前提とすれば、

$(\frac{1}{2}a)^2+(\frac{1}{2}a)^2\times\frac{1}{2}=\frac{3}{8}a^2$ となり、a＝1 の著作物が生み出す s は$\frac{3}{8}$、a＝0 の著作物が生み出す s は 0 である。

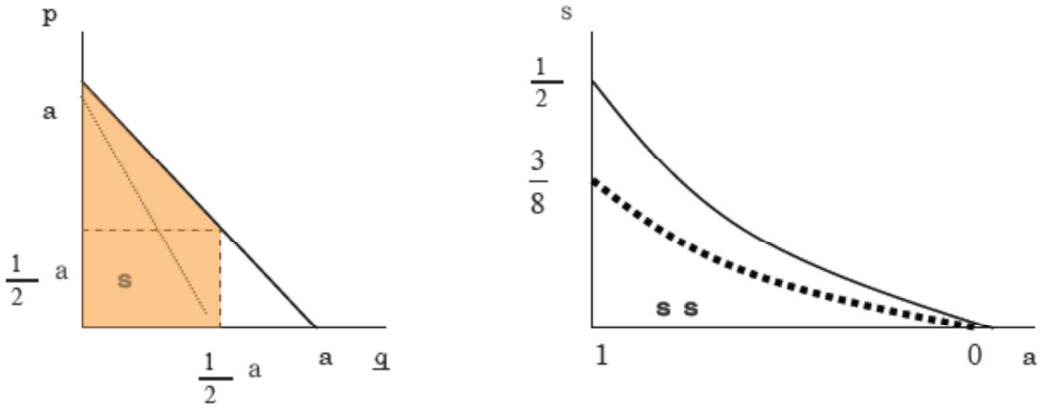
これを、社会全体の余剰（社会余剰。以下「ss」という。）としてみた場合、図 2-2 となる。この場合の横軸は、価値の高い a＝１から順に a＝0 まで著作物を並べていったものであり、縦軸は、ひとつの著作物が生み出す s を意味している。

仮に、著作物の生み出す価値全てが消費されれば、s は最大で$\frac{1}{2}$となる。ところが、独占価格を前提とすると、 a ＝１の著作物が生み出す s は最大で$\frac{3}{8}$であり a=0 の著作物が生み出す最小の s ＝0 までを太い点線で示すと、社会余剰の面積が ss となる。

この面積を計算すると、ss＝$\frac{1}{8}$ となる。

このとき全ての著作物が創作・公表される。

図 2-2　　取引費用ゼロの余剰　　取引費用ゼロの社会余剰



出典：澤田[2007]

第 4 項 TypeA で取引費用がかかる場合

次に、Type A で取引費用がかかる場合の ss を求める。取引費用 c は著作物ごとに一定と考える。

さて、取引に c がかかる場合、a という著作物を生み出す作者が利潤を最大化する価格は$\frac{(a-c)}{2}$である。

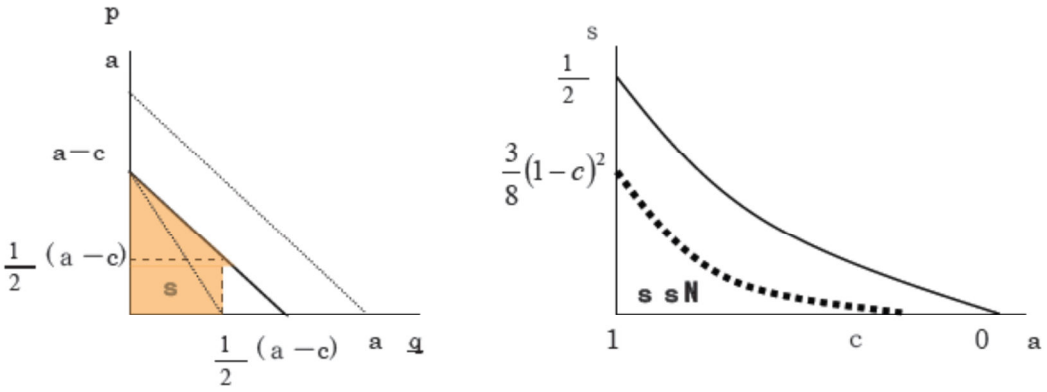
この著作物の生む s は$\{\frac{(a-c)}{2}\}^2+\{\frac{(a-c)}{2}\}^2\times\frac{1}{2}=\frac{3}{8}(a-c)^2$である。

このときに、a＝1 の著作物の生み出す s は、$\frac{3}{8}(1-c)^2$ である。

また、a＝c の著作物の生み出す s は、0 となる。
a＝１から a＝c までの著作物を公表され、社会余剰(ssN)が求められる。

$$ssN=\int_c^1 \frac{3}{8}(1-c)=\frac{(1-c)^3}{8}$$

図 2-3　　TypeA の余剰　　TypeA の社会余剰



出典：澤田[2007]

第 5 項　TypeB で登録費用がかかる場合

次に、Type B で登録費用がかかる場合の ss を求める。
ここで、登録費用 r（定数）は実費とする（登録費用を以下「r」という。）また r の負担により c＝0 とする。ただし、$r<\frac{1}{4}$である。（著作権者側の便益が r と等しくなった段階で登録のインセンティブは消失するため。）

まず、利潤を最大化する価格 $p=\frac{1}{2}\times a$ を前提に、著作権者が r を負担しつつ創作・公表するための条件を考えると、作者の受け取る利潤は、$\frac{1}{4}a^2$ であるから、この利潤が正となる場合、つまり$\frac{1}{4}a^2>r$ となる場合である。

これを解くと、 $a=\sqrt{4r}$となり、著作物を創作・公表するのは、a＝1 の著作物から、$a=\sqrt{4r}$の著作物までとなる。

さて、登録に r がかかる場合、a という著作物を生み出す作者が利潤を最大化する価格は、$\frac{1}{2}a$ である。
この著作物の生む s は、
$(\frac{1}{2}a)^2-r+(\frac{1}{2}a)^2\times\frac{1}{2}=\frac{3}{8}a^2-r$ である（図 2-4 参照）

このときに、a＝１の著作物の生み出す s は、$\frac{3}{8}-r$

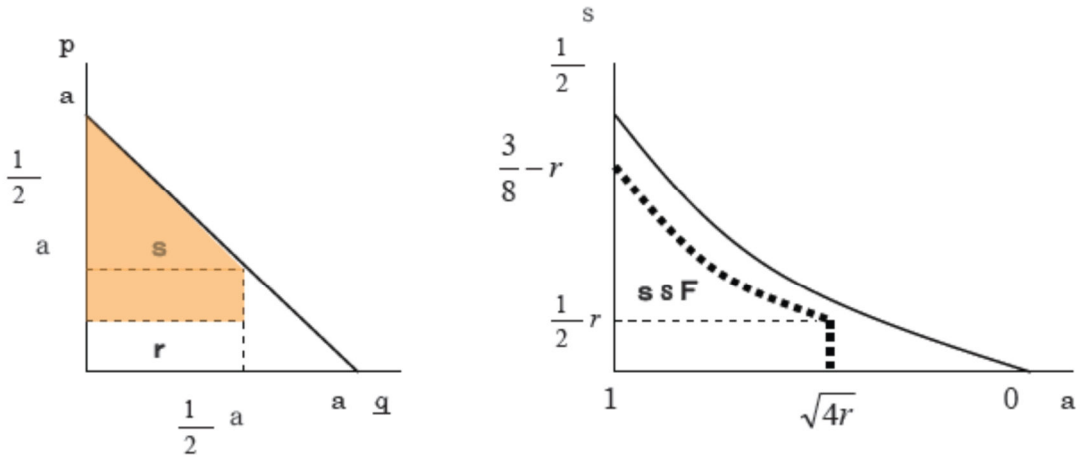
また、$a=\sqrt{4r}$の著作物の生み出す s は、$\frac{1}{2}r$ となる。

a＝１から $a=\sqrt{4r}$までの著作物が公表され、社会余剰 ssF が計算できる。

それゆえ、Type B で r がかかる場合の ss を計算すると、

$ssF=\int_{\sqrt{4r}}^{1} \frac{3}{8}a^2 - r = \frac{1}{8} - r + \sqrt{r^3}$ である。

図 2-4　TypeB の余剰　　TypeB の社会余剰



出典：澤田[2007]

第 6 項　著作権者と利用者の余剰

前項までの分析で TypeA と TypeB それぞれの社会余剰を求めた。所与の c と r の下でこれらを比較すれば、どちらが良い制度であるかわかるはずである。それでは、c と r がどのように決まったときに、Type B における社会余剰（ssF）が Type A における社会余剰（ssN）よりも大きくなるか検証する。

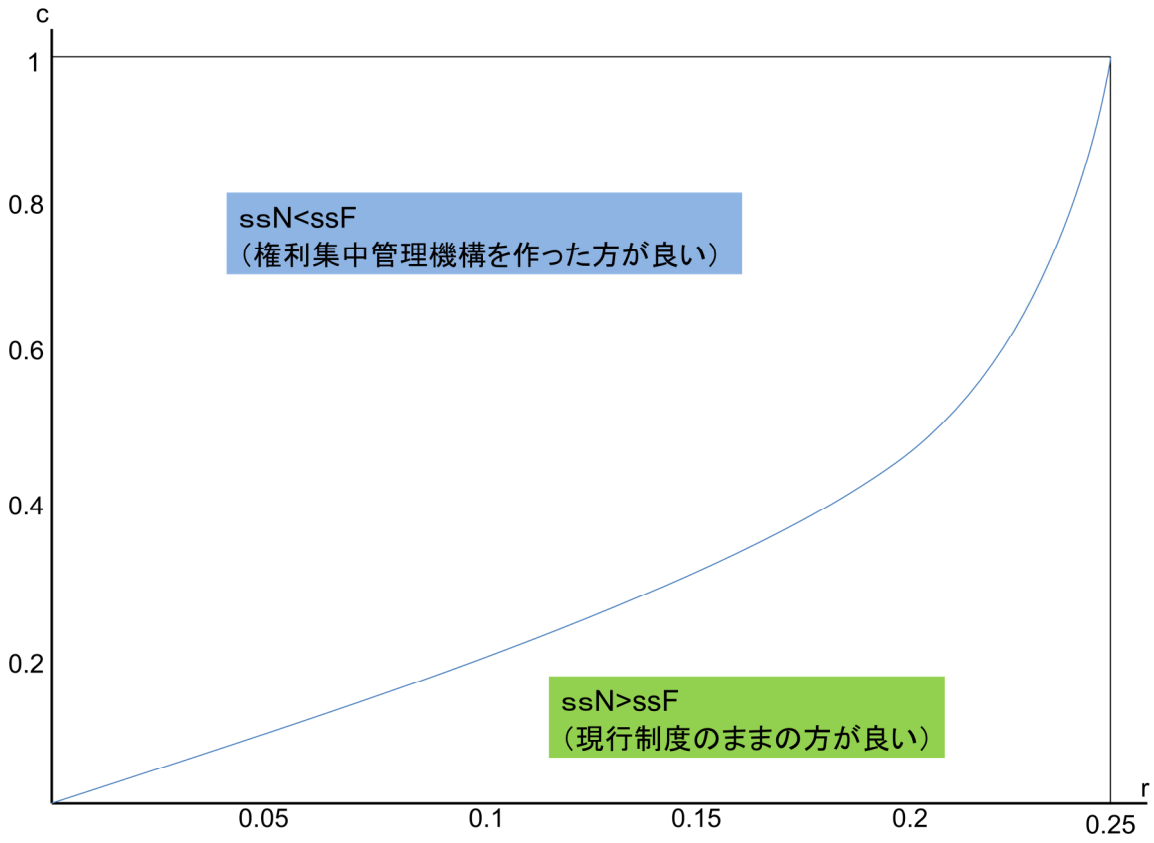
ssF＞ssN であれば、Type B の方が社会的余剰は大きい。

つまり、$\frac{1}{8} - r + \sqrt{r^3} > \frac{(1-c)^3}{8}$、ならば Type B の方がよい。

同様に、 $c > 1 - \sqrt[3]{1-8r+8\sqrt{r^3}}$　となる。

つまり、r を一定としたときに、取引費用 c（Type A のときのコスト）が高ければ Type B の方がよい。条件をグラフにすると図 2-5 のようになる。

図 2-5　取引費用と登録費



出典：澤田[2007]を基に西澤研究会が作成

このグラフは、モデルの条件の下で一定の c と一定の r が決まった場合に、Type A と Type B でどちらが社会的余剰を高めるのかということを表している。
ここまでの Type A で取引費用 c が発生する場合と Type B で取引費用はゼロになるが登録費用 r が発生する場合を比較したモデル分析の結果から、Type A の社会余剰 ssN と TypeB の社会余剰 ssF は、一定の仮定の下での、取引費用 c と登録費用 r の多寡によってその大小を決定することが分かった。つまり、Type A と Type B のどちらの社会的余剰が大きいかは、ここでは取引費用と登録費用の関係によるのである。
よって、最適な登録費用を以下で検討する。

第 7 項　最適な登録費用の算出

第 1 節において、既刊の書籍を電子化した場合と包括契約によって電子化された電子書籍の値下がり率の差が 23%というデータが得られた。本節では、23%という数値を理論モデルに当てはめることによって最適な取引費用を算出していく。本節の理論モデルにおいての取引費用は価格に占める割合と定義しているので、c=0.23 とおくことができる。

現行の契約関係での社会余剰は$\frac{(1-c)^3}{8}$であり、権利集中機構を設立した場合は

$\frac{1}{8}-r+\sqrt{r^3}$　である。

$\frac{(1-c)^3}{8}<\frac{1}{8}-r+\sqrt{r^3}$であるとき、権利集中機構を設立したほうが社会的余剰の増加が期待できる。

c=0.23 を代入し、整理すると$\sqrt{r^3}$-r+0.067933>0 とおける。r の制約条件は $0<r<\frac{1}{4}$である。この不等式を解くことによって、登録費用の上限が分かる。
制約条件のもとでの r の上限を求めると
r=0.0991584519624833 となる。
従って、価格の約 10%以下で登録料を設定したとき、権利集中機構の設立による社会余剰の増加が得られる。本稿においては出版社と著作権者がこの登録費用を折半する負担することを仮定する。出版社や著作権者は登録費用を背負うことになるが、取引費用の削減により最終的に最低でも 13%のコスト削減効果と社会余剰の増加が期待できれば、著作権者や出版社は著作権集中管理機構に登録するインセンティブをもつことになる。

第3節 社会余剰の分析

前節では著作権の集中管理によって、著作権者と利用者の余剰が確保される上での最適な登録料の水準を算出した。その際、登録料が発生する代わりに取引費用が最低 13%コストの削減されることがわかった。本節においては議論を単純化するために 13%のコストが削減できるとし議論を進めていく。第 3 節では独占的競争市場における製品の差別化が需要を拡大させることについての研究をもとに、取引費用の削減がもつ経済効果について調べている。具体的には電子書籍市場における取引費用の削減の影響と流通量の変化に伴う市場の拡大によって、権利集中管理機構の利用者と消費者の社会的余剰がどのように変化するか検証する。

第1項 先行研究のレビューと本稿の位置づけ

電子書籍において固定費の削減が余剰に与える影響を分析した研究はほとんどない。本項では独占的競争市場における製品の差別化について検証している矢野[2001]をレビューする。

独占的な性格が強い側面を持ち、多数の企業が差別化された独自の製品を競争的に販売している市場を独占的競争市場と呼ぶ。矢野[2001]では、独占的競争市場において水平的な製品の差別化が、市場を拡大する効果について考察している。独占市場とは違い、参入が個々の企業の利益がなくなるまで発生し、差別化された製品の導入が追加的な社会余剰を生み出す。また、ここでは各企業が価格を戦略的に設定し、ベルトラン競争[18]を行った場合を仮定している。
矢野[2001]における独占的競争市場の考察を、本研究では電子書籍市場において新規参入が増加したケースにあてはめる。前節では権利集中管理機構の設立によって、登録料が発生する代わりに取引費用が大幅に削減されることがわかった。さらに、著作権者と利用者の余剰が確保される上での最適な登録料の水準を算出した。第３節ではそれを受けて、取引費用の削減によって権利

[18] 矢野[2001]では各企業が個別に価格戦略を行っている場合を検討しているため、本稿でもその仮定を用いた。ちなみにベルトラン競争とはある市場を数社の生産者が寡占している状況下で、生産者のうち最も低い価格を提示した者が市場での需要を独占する（同価格の生産者間では需要は均等には分配される）場合において、利得最大化を目指すために生産者が決める価格に関する理論である。

集中管理機構の利用者と消費者の社会的余剰がどのように変化するか検証する。ここで検証を進めていくために前提を以下のように設定する。

まず独占的競争市場は次のような性質をもつ市場である[19]。

・多数の売り手
同じ顧客の集団を相手に競争する多数の企業がある。
・製品差別化
個々の企業は、ほかの企業と少なくともわずかに異なる製品を生産する。従って、各企業は価格受容者ではなく、右下がりの需要曲線に直面する。
・参入の自由
企業は制限なく市場に参入(あるいは市場から退出)できる。

電子書籍がこのような性質をもっており、マンキュー経済学などでも書籍市場が独占的競争市場であるとしているため、本稿では電子書籍市場を独占的競争市場であるとする。その上で、以下を仮定する。

限界費用はゼロ
高い取引費用と低い可変費用で自然独占に近づく
著作権は管理機構が管理するため、参入障壁は低い

以上から、独占的競争市場をもとにしたモデル分析を行う。
ただし、モデルの容易な創出のために、どの企業も同様な需要条件や技術条件に直面すると仮定する。また、企業数を N、取引費用を f、需要拡大効果と需要分散効果を兼ね備えた需要関数 $D^N(p)$、個別企業の平均需要関数を $d^N(p)$とし、この需要曲線は単純な右下がりのグラフであるとする。需要拡大効果と需要分散効果については第 3 項で詳しく説明する

第 2 項　製品差別化の経済効果

ここでは、電子書籍市場の均衡状態が取引費用の削減によって引き下げられ、価格が下がることを求める。
ある企業 x への個別の需要を z とすると、
$z=d^N(p)$　とあらわせる。
また、価格の最適化がおこなわれるので、
$mr^N(y^N,p^N)=c=0$　$(\because mc=0)$　という条件が仮定される
長期均衡点において

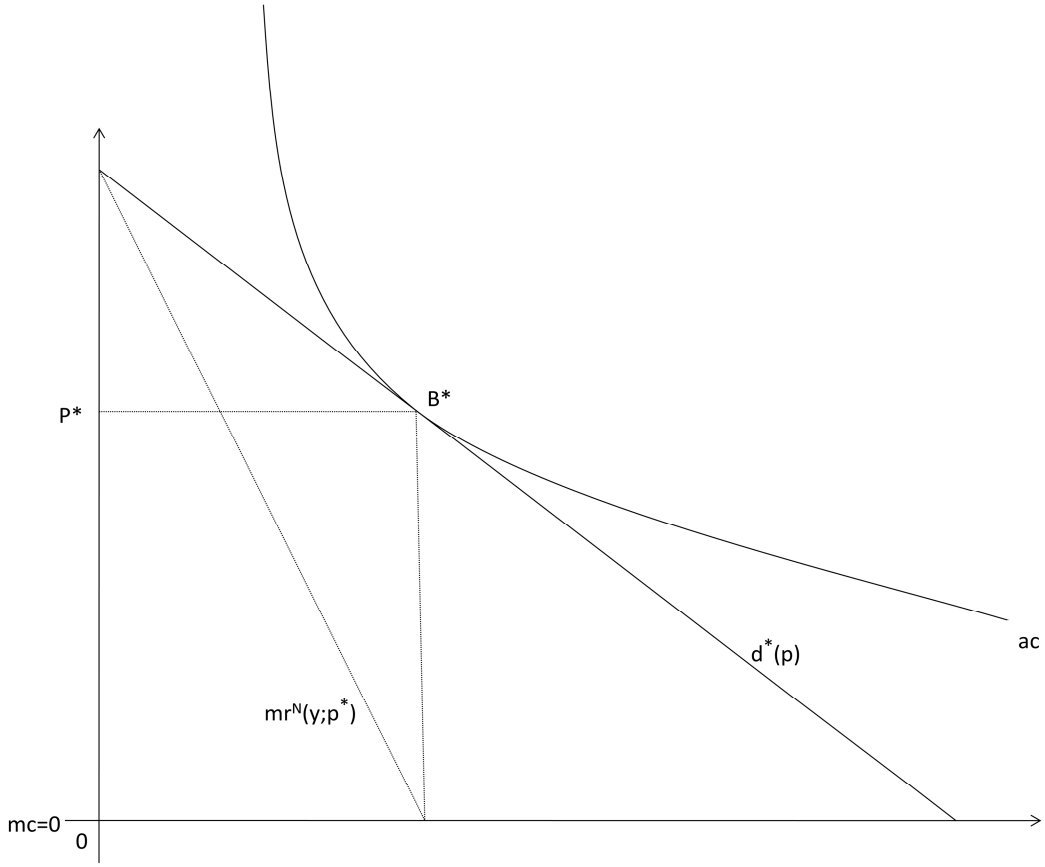
均衡点における販売量は $y^N=d^N(p^N)$であるから、$ac=\frac{f}{d^N(p^N)}$　となる。

これより、$p^*=ac=b(p^*;N^*)=\frac{f}{d^*(p^*)}$　を満たす価格 p と企業数 N が調整される。

以下が長期均衡における独占的競争市場の図である。

[19] 独占市場の特徴は『マンキュー経済学』P498 による。

図 2-6　長期均衡



さて、このとき権利集中管理機構の設立によって平均総費用が下がった時の効果を検証する。

まず、下がった後の平均総費用を ac`(<ac)= $\frac{f}{d^{**}(p^{N**})}$とする。

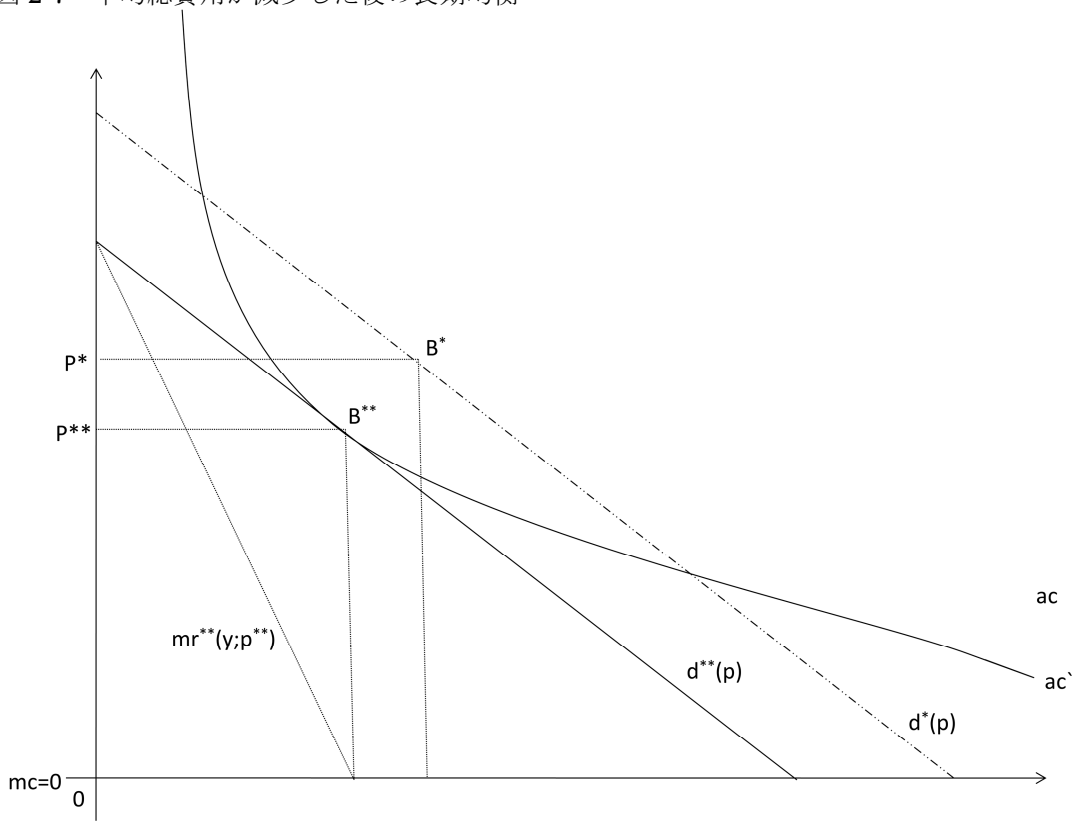
このとき需要曲線が ac と一致するまで左にシフトするから、

$\delta(p^{**};N^{**})<\delta(p^{*};N^{*})$　とかける。

このときの市場価格は、

$p^{**}=b(p^{**};N^{**})<p^{*}$　となり、価格が下がる

図 2-7　平均総費用が減少した後の長期均衡

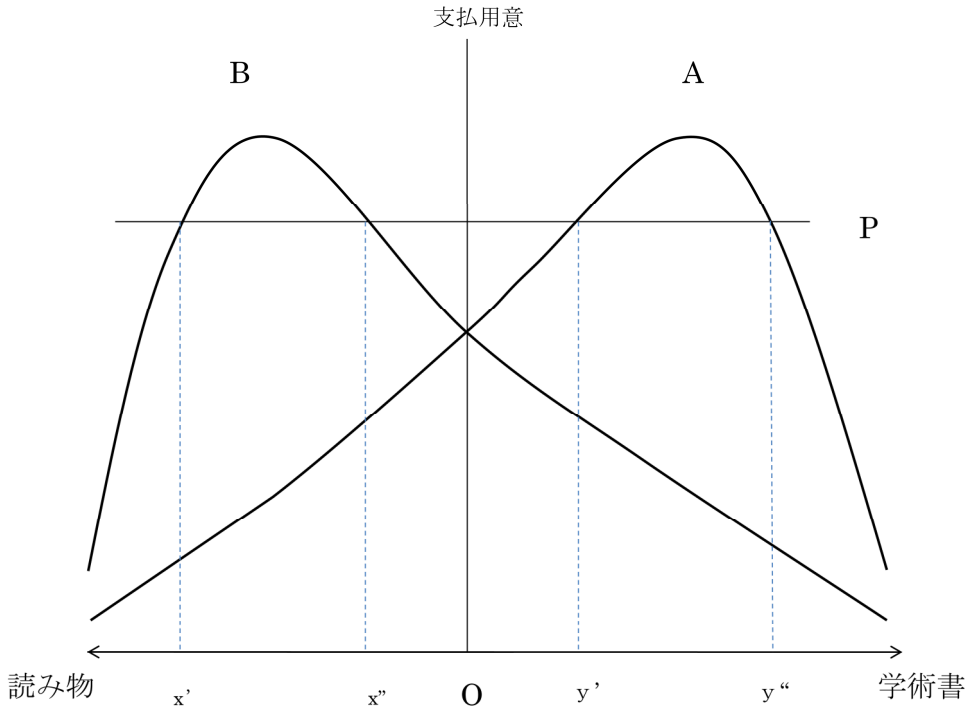


第 3 項　社会余剰の分析

前項の検証から、取引費用が下がった場合に平均総費用曲線の下方シフトが起こり、書籍の価格が低下、新規参入の増加が発生することが分かった。本項では参入の結果としておこる需要拡大効果と追加的な社会余剰について検証する。

書籍市場においては同じ書籍という商品でも全く代替性が異なり、消費者は様々な選好を持つ。同じ価格帯でも、学術書は児童書の代替材にはなり難い。同じ学術書といっても様々な種類があり、その中でも代替性の高いものから低いものまで存在している。消費者がどのような書籍を購入するのかを単純化して表す。ある価格の書籍の価格が水平線 P で示されるとする。価格 P において横軸に読み物としての意味合いが強い書籍 x から学術書としての意味合いが強い書籍 y とする。縦軸に支払用意をとり、消費者 A,B の選好を表わす曲線を示した。（図 2-9）

図 2-8　種類に関する選好の異質性

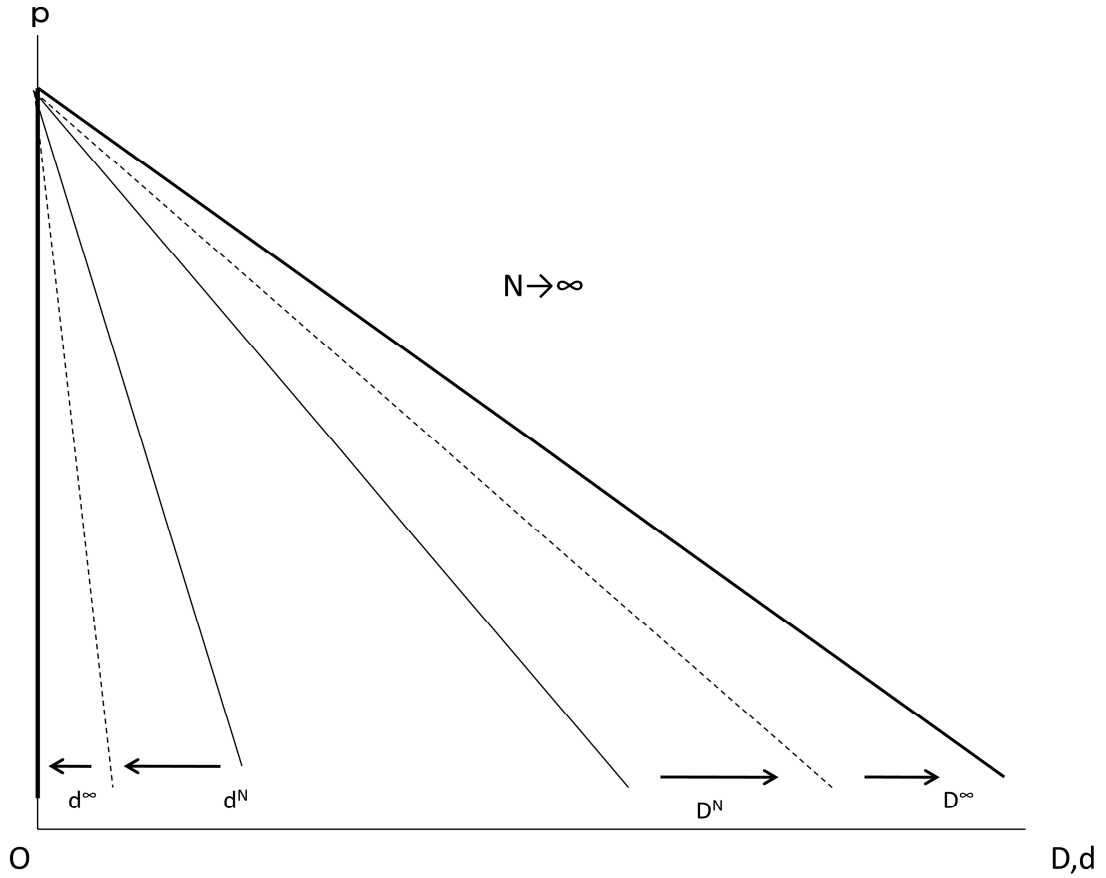


消費者 A,B はこのような書籍から最も支払用意が最高点の書籍を購入する。しかし品揃えが少ない場合、消費者 A は y’から y”までから消費者 B は x’から x”までから最も消費者余剰の高くなる書籍を購入する。その範囲に書籍が存在しない場合、購入しないことを選択する。

消費者の好みは非常に多様なので、支払用意の曲線は無数にひける。したがって差別化された様々な種類の書籍が増えるほど、新しい顧客が創造され、電子書籍という財全体への需要が拡大する。これを需要拡大効果と呼ぶ。他方、より好みにあった電子書籍が配信されるようになれば、それまで買っていた商品からの需要のシフトがおこる。この効果を需要分散効果と呼ぶ。

この二つの効果の説明するために全部で N 種類の財が提供されているとして電子書籍全体の需要を D^N とし、平均価格 p との関係で $D^N(p)$と表す。そして、個別企業の平均需要を d^N とし同じく平均価格 p との関係で $d^N(p)$と表す。この二つの需要曲線の変化を表したのが下図である。

図 2-9　電子書籍市場全体の需要曲線と個別企業の平均需要曲線



需要分散効果が発生するのは、N が増加すると価格創出効果が弱まるからである。まず、電子書籍市場全体の需要 D^N は、新規参入により製品数が増えるにつれ、極限需要曲線 D^∞ に無限に近づく。また、各企業はたがいに対照的な製品需要に直面していると仮定するとき価格を一定に設定するのなら、$d^N(p)=\frac{1}{N}D^N(p)$ となる。したがって、電子書籍市場全体の需要が D^N から D^∞ にシフトしていくとき、個別企業の需要曲線は左にシフトしていく。

固定費の削減によって新規参入が促され製品の種類が増えることによって上記のような需要の変化がみられると考えられる。

これより､需要創出効果によって総需要曲線が右にシフトしたときの社会余剰のモデル分析を行う。ここでは長期均衡においての社会余剰分析を行う。

まず２節の分析から、登録費用 10%を著作者が負担することで、取引費用が 13%削減された場合を仮定する。電子書籍市場全体の総需要を D*、その際の市場価格を P*とし、D*との接点を B*とおく。権利集中機構を設置した際、需要創出効果により、総需要は D**にシフトとする。このとき需要曲線の左シフトによって価格が下がるが、具体的には取引費用の削減の影響で 0.87P*となる。

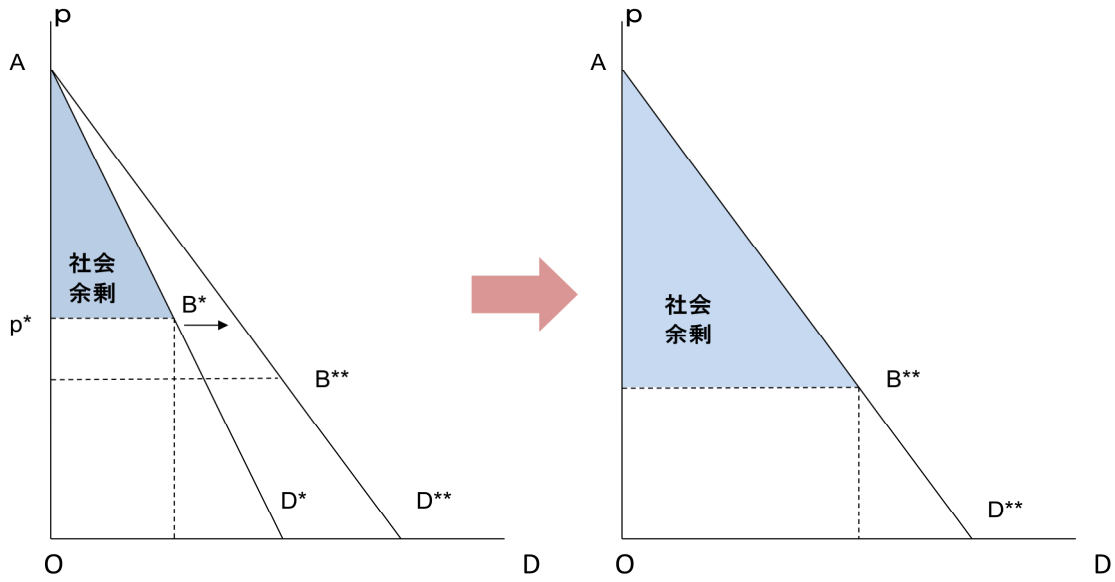
その時の D**との交点を B**とおく。両需要曲線の縦軸との交点は A とする。

D*においての社会余剰を S*とおくと $S^*=P^*B^*\times AP^*\times\frac{1}{2}$ である。

D**においての社会余剰は S**とおくと、$S^{**}=0.87p^*B^{**}\times 0.87P^*B^{**}\times\frac{1}{2}$ となる。

P*B*< 0.87P*B*、AP*< 0.87P*であるため、S*<S**となる。したがって、需要創出効果により、社会余剰が増加するということが分かる。

図 2-10　社会余剰の分析



第3章 政策提言

第1節 電子書籍市場における権利集中管理機構

第１項　政策提言

前章の分析によって、書籍電子化には取引費用が発生しており、電子書籍の流通過程において権利の集中管理を行うことで取引費用が削減され、最適な登録費用を設定したときに新規参入の促進と市場拡大が起こると同時に、社会余剰が増加することが分かった。

ここから、権利集中管理機構の設立は社会需要の増加に有効な手段であるといえる。

このような権利集中管理機構と同じ性質をもつと考えられるものとしては、「日本電子書籍出版社協会」や「電子出版制作・流通協議会」などがすでに設立されているが、これらは出版社や印刷会社らが設立したものであり、出版業界全体の発展を目標としているというよりは、あくまで電子書籍によって危ぶまれる自らの権利の確保を目指すものであると言えよう。実際に彼らの提案している仕組みは、自らの利益ばかりを追求したものだという批判もある。変革の過渡期にある出版業界においては、自社の生き残りが優先事項であり、利害関係者自らが、業界全体の発展を目指すような権利集中管理機構の設立を自発的に行うのは今後も難しいと考えられる。

ゆえに政策によって国主導で権利集中管理機構の設立を行うことは、複雑な権利調整の問題を早期に解決し、特定の業種に偏らない出版業界全体の発展が促進され、より多くの余剰を生み出すことにつながるという点で有意義である。

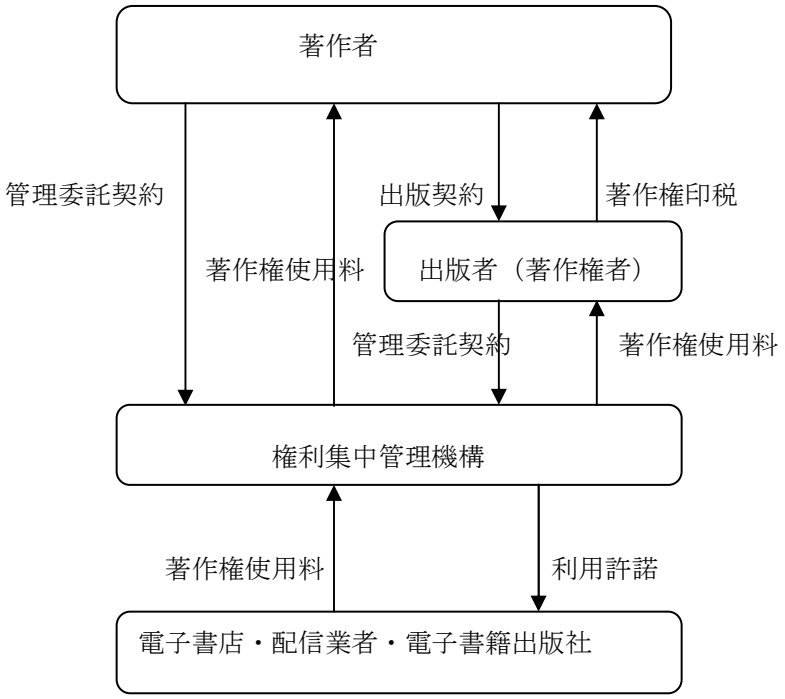
それを受けて本稿では電子書籍市場における権利集中管理機構の設立を提言する。

ここでいう権利集中管理機構とは、著作権者による登録などを受けて、既刊の紙の書籍に関する著作権の所在を明らかにすると同時に、出版者や電子書店業者を含めて、それらが紙の書籍を電子化する際の権利交渉にかかる取引費用を削減し、電子書籍出版の円滑化を図るものである。

以下に、電子出版業界において著作権集中管理機構を設立した場合の、著作権者を含めた権利集中管理機構の契約関係の概要を示していく。（図 3-1）

権利集中管理機構は、配信可能な作品をあらかじめ作家や出版社から集めた上で、著作権の使用料率を決めておく。電子書籍を配信したい企業は使用料を払うことで電子化の許諾を得る仕組みで、電子化に伴う利益は機構が著作権者に分配する。これにより、電子書籍を配信したい事業は作家一人ひとりに許可を得る手間が省け、低費用でサービスを展開できるようになる。これにより、出版物の著作権を持つ作家や、作家から委託された出版社が電子化に関する著作権を権利集中管理機構に一任する仕組みが出来上がる。

図 3-1



出典：西澤研究会が作成

また、著作権管理の対象になり得るものは、現在市場に流通している出版物を利用するだけでなく、絶版書籍の場合など、著作権情報の入手が困難な場合がある。さらに、現に流通している出版物の場合であっても二次利用しようとする場合に、著作権の所在を確認する相手が著作権者か出版社なのかを特定できない場合がある。よって権利の所在を明確にする仕組みが必要とされている。権利集中管理機構の設立は権利処理にかかる取引費用を減らし、コンテンツの流通合理化を図ることができる。

具体的な政策としては、第 2 章 2 節 7 項の分析結果より著作権者負担としての登録料を 10%以下に設定することが考えられるが、権利集中管理機構の運営がこの 10%でまかなっていけるかという問題は今後さらに検討を行う必要性がある。

第 2 節　権利集中管理機構設立の留意点

次に権利集中管理機構設立にあたってその留意点について考察する。そこで先例として JASRAC についてレビューし、さらに電子出版業界について考えていきたい。まず、課題としては主に２点があり、１つは権利整備について、もう１つは権利の一極集中に関する危険性について挙げられる。以下より政策提言の補足として、それらの課題の整理と解決策の提案を行っていく。

第1項 音楽業界に見る権利集中管理機構の先例

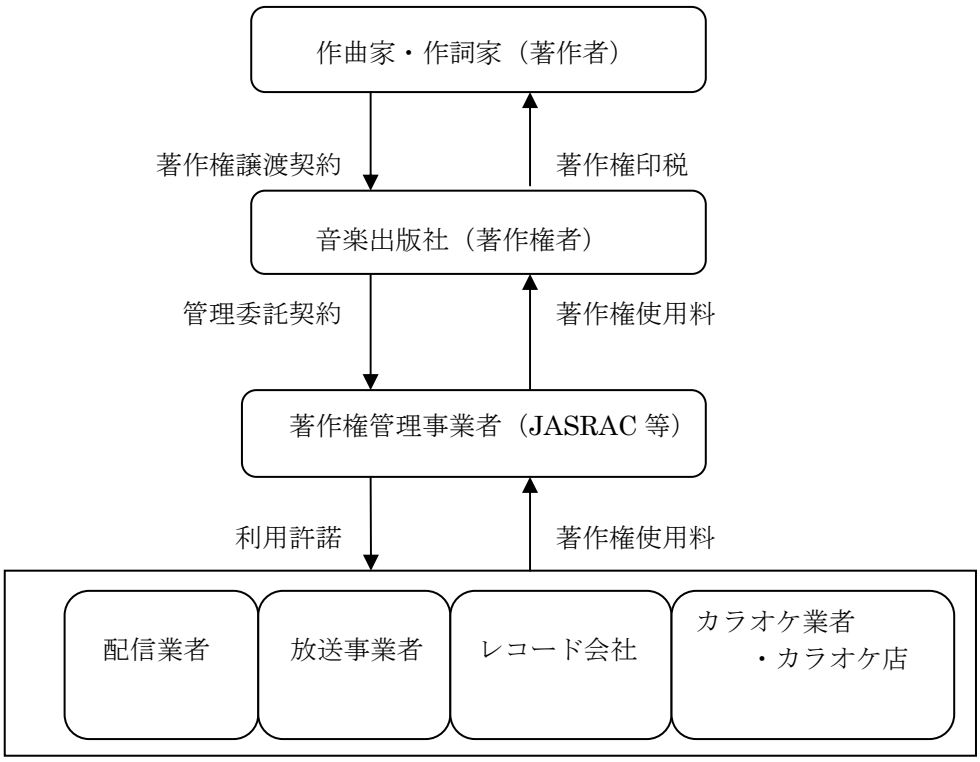
まずは音楽業界における権利集中管理機構である日本音楽著作権協会（以下 JASRAC）について見てみたい。音楽業界には大量の著作物が存在しており、特に音楽配信の分野において多数の配信事業と管理事業の取引が行われる。その際、大量のコンテンツをひとつひとつ契約、取引をしなければならず、権利処理にかかる費用が膨大となり、コンテンツの流通が複雑・非効率的であることが問題であった。

電子出版においても、著者と出版社、または著者と配信事業間においてコンテンツの契約・取引は各々が取り組んでおり、権利処理に莫大な費用がかかっている点などが音楽業界と共通している。さらにはその流通システムや、著作権と後に触れる「著作隣接権」の関係性の点などにおいても、出版業界と音楽業界との共通項は多く存在しており、JASRAC について考察することは有効であるといえる。

まず前提として、JASRAC の基本的な働きとしては、権利情報の集中処理をすることで、著作権情報データベースが配信事業者と著作権管理事業者の権利処理にかかる重複処理を一元化することができ、また、コンテンツを集中管理することによってレコード会社と配信事業者間の音楽コンテンツの流通がスムーズにすることができる。

そこでさらに著作権者等を含めた詳しい契約関係をまとめると図 3-2 のようになる。

図 3-2



出典：「著作権の法と経済学」より西澤研究会が作成

音楽業界においては、作詞・作曲を行った著作者は、著作権を譲渡し、その対価として印税を受け取る契約を音楽出版社と結ぶ。音楽出版社は、JASRAC 等の著作権等管理事業者と管理委託契約を結ぶ。管理委託契約とは著作権等管理事業法で定義されている信託契約と委任契約の総称で、いずれの契約の形式でも著作権管理事業者に許諾の権限を付与する。

このような契約により、音楽出版社は、主に管理事業者が使用者から直接徴収する著作物使用料を受け取る。音楽出版社は、著作者との著作権譲渡契約に基づき、著作者に印税を支払う。音楽出版社と著作者の著作権譲渡契約は、作品ごとに結ばれている。

第2項 権利整[20]備について

前項の音楽著作権の許諾概要を参考に、電子出版業界に関する課題について考えた場合、権利の未整備という点が挙げられる。

JASRAC は、楽曲の使用を希望する利用者に対し、その可否を決定できる権利を著作権所有者から著作権管理委託という形で委託されている。従って、多くの場合利用希望者は著作権所有者ではなく JASRAC に使用の申請をし、手続きを踏んだ上で利用可能となる。

この制度を電子出版業界に当てはめた場合、考慮しなければならないのは「著作隣接権」についてである。

著作隣接権とは著作物の創作者ではないが､著作物の伝達に重要な役割を果たしている実演家、レコード製作者、放送事業者、有線放送事業者に認められた権利のことである。以下の表は著作隣接権をまとめたものである。

表 3-1

著作物の複製に関する権利	複製権
著作物の送信に関する権利	上演権 演奏権 上映権 公衆送信権（放送権，有線放送権，自動公衆送信権）伝達権 口述権 展示権 頒布権 譲渡権 貸与権（公共貸与権，輸入権）
著作物の派生に関する権利	二次的著作物の作成に関する権利（翻訳権，編曲権，変形権，翻案権） 二次的著作物の利用に関する権利

出典：「コンテンツの権利管理システムに想定される権利とその相関関係」（2004）

また、作詞家や作曲家が作った音楽を録音し、ＣＤのもとになる原盤製作者を「レコード製作者」と呼び（著作権法第 2 条 1 項 6 号)、レコード会社のほか、音楽出版社やプロダクションなどを含む。音楽業界ではこのレコード製作者に著作隣接権が認められているため、レコード製作者が JASRAC に権利管理委託を行えるのである。

しかし電子出版業界においては出版社に著作隣接権が認められていない｡ゆえに電子出版業界において最終原稿を持つ出版社が著作権管理機構に権利管理委託を行えないという問題がある。

よって権利集中管理機構設立の際の法整備として､出版社に著作隣接権を付与することを提案する｡このように曖昧な権利関係を整備することで権利集中管理機構の運営をより円滑にするだけでなく､違法複製などに対して出版社が差止請求を行えるようになるという利点もある。

また書籍の性質上、著作権・著作隣接権に止まらず産業財産権などにもその権利関係の範囲が広がっており､それらの調整のための相互調整の方法と権利をネットワーク状に関連付けるような仕組み作りも今後の検討課題としてあげられるだろう。

20

第3項 権利の一極集中に関する危険性について

現在 JASRAC に関してさまざまな議論が取り沙汰されているが、大きくまとめると問題は２点に分けられる。１つは「権利行使のあり方」についての問題であり、もう１つは組織としての「不透明性」の問題である。
前者（権利行使のあり方）については、
・ 利用料・徴収金額の妥当性
・ 原著作権者からも利用料を徴収するなど柔軟性に欠ける運用
・ 生演奏などを提供する零細飲食店に対する強硬な取立て手法
などがある。

後者（不透明性）における批判は、
・ 年間一千億超という著作権使用料に対して開示情報が少ない点（とくに配分に関して）
・ 他の公益法人に比べ役員報酬が突出して高額である点
・ 天下りの温床である点
・ 役員選出の方法が非民主的である点
などが挙げられる。
ディキシット（2000）が示すように、契約執行の根底には「力の脅威」が存在するが、特に JASRAC と著作権者のようにエージェント関係[21]にある者同士の間には「非対称な情報[22]」が存在するため、強制力は、「誤用の危険性を含んでいる」といえる。上記の２つの問題点も、誤用が起こっているとは一概に判断できないが、JASRAC の権限が巨大化したことによって「非対称な情報」が存在することに原因があると考えられる。
これらの問題はその性質から、電子出版業界においても同様に起こり得る。しかし、対策の方法によっては権利の集中管理による利点が消失し、反対に利用許諾手続きの煩雑化が起こり著作物利用のモチベーション低下を招く上、さらには市場全体を縮小させることにもつながりかねない。

以上の点を踏まえて権利集中管理機構の２つの問題点を解決する、理想的な運営方法について提案を行いたい。

まず、権利行使のあり方に関して考えていく。一つの案としては、著作権者がより自分の意向に合った管理手法を選択できるよう、利用料など著作権者の形態や要望に合わせた契約内容を数種類用意する。それぞれの契約部門毎に一定の権限を付与した上で管理委託契約を結ぶことで、利用料などにおいてより柔軟な対応が可能となるだろう。

または「非対称な情報」を解決することに重点を置き、作者や出版関係者等が定期的に会合を行う機会を設けることも有効だと考えられる。利害関係者を含めて権利集中に関する議論を活発化させることによって、より良い契約関係の構築につながると同時に、次に述べる不透明性の問題の解決策ともなりうるのではないか。

次に不透明性に関してだが、これは情報開示を現在よりも徹底して行う、監査制度をより強力なものにする、などの対策が考えられる。さらには外部チェック機能を働かせる手段として、新たに諮問機関を設立するというのも有効な対策である。もしくは信託業務を別会社に委託するなど、JASRAC も含む権利集中管理機構全体に民営の要素を取り入れるという案も今後の検討事項となり得るであろう。いずれの対策がより有効であり実現可能かというのは今後さらに詳しく検討していく必要性があるが、電子書籍の著作権者の保護を第一の前提として、不透明性の改善を図っていくことが望まれる。

---

[21] ガバナンス構造における関係性を表しており、本稿においてはエージェントが権利集中管理機構、著作権者はプリンシパルと位置付けられる。
[22] 「取引の一方の関係者が相手方の属性、たとえば熟練度や選好について知らない場合（逆選択）、あるいは相手方の行動、たとえば努力を観察できない場合（モラルハザード）など」ディキシット（2000）

第３節　政策実現に向けて

本稿は、第１項において提示した政策提言を、総務省・文化庁・経済産業省に提案する。これら三省庁は「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」を設立し、電子書籍出版の制度に関する重要事項を調査及び審議しているが、具体的な政策の立案やそれらを行った場合の経済学的分析を行う段階には至っておらず、まだ現状分析の途中段階にあるといえる。現状の市場拡大傾向からもわかるように、近い将来電子書籍に関する議論は活発化し、複雑な権利問題の処理に対するなんらかの政策が必要となってくることは明白である。したがって、電子書籍の登場に伴って大きな変化の渦中にある出版業界の発展と、さらには著作権者や消費者らの余剰の増大のため、本稿の政策提言は有効であると考える。

本稿が電子書籍出版、ひいては出版業界全体に関する議論を進展させ、これまで多くの文化的価値を我々に与えてきた書籍がより良い形で発展していくことを期待してやまない。

先行論文・参考文献・データ出典

《先行論文》

矢野誠（2001）『ミクロ経済学の応用』岩波書店
澤田尚志（2007）『著作物利用許諾契約の取引費用と方式主義に関する研究』政策研究大学院大学知財プログラム

《参考文献》

佐々木俊尚(2010)『電子書籍の衝撃　本はいかに崩壊し、いかに復活するか？』ディスカヴァートゥエンティワン
遠山正朗(2002)『情報通信技術と取引コスト理論』白桃書房
村瀬拓男(2010)『電子書籍の真実』マイコミ新書
西田宗千佳(2010)『iPad Vs Kindle 日本を巻き込む電子書籍戦争の舞台裏』
株式会社三菱総合研究所(2010)『平成２１年度コンテンツ取引環境整備事業（デジタルコンテンツ取引に関するビジネスモデル構築事業）報告書』
村瀬拓男(2010)『出版社の立場から見た、デジタル出版物の流通に関する問題点』
蔡星慧『 日本の出版取次構造の歴史的変遷と現状－取次機能の分化と専門化の観点から－』
長谷川秀記(2006)『電子書籍の著作権』
著ロナルド・H・コース　訳 宮沢健一　後藤晃　藤垣芳文（1992 年）『企業・市場・法』東洋経済新聞社
著アビナッシュ・K・ディキシット　訳　北村行伸（2000 年）『経済政策の政治経済学 - 取引費用政治学アプローチ - 』日本経済新聞社
編著 林紘一郎（2004）『著作権の法と経済学』頸草書房
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（2010）『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報告（案）』
文化審議会著作権分科会基本問題小委員会(2009)『日本におけるデジタルコンテンツ流通の円滑化と集中処理について―音楽配信及び電子出版業界の発展とその課題―』
増田雅史(2010)『Google Books 問題にみる出版業界の現状と課題』
法政大学　奥西好夫　2001 年度「組織行動論（人事・組織経済学）」第３講　取引費用とルール
中村竜哉　(2004)『取引コストの定義について』小樽商科大学学術成果コレクション Barrel　商学討究 第 55 巻 1 号 p157-169
ポール・クルーグマン/ロビン・ウェルス（2007）『ミクロ経済学』
N・グレゴリー・マンキュー（2005）『マンキュー経済学』
『パテント』2004 年 5 月号　p 17　コンテンツの権利関係システムに想定される権利とその相関関係

《データ出典》

『社団法人　著作権情報センター』http://www.cric.or.jp/index.html

アクセス日時：2010 年 10 月 19 日
『一般社団法人日本音楽著作権協会 JASRAC』http://www.jasrac.or.jp/
アクセス日時：2010 年 10 月 28 日
『社団法人日本書籍出版協会』http://www.jbpa.or.jp/
アクセス日時：2010 年 10 月 25 日
電子書店パピレス http://www.papy.co.jp/
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
ビットウェイブックス http://books.bitway.ne.jp/meng/cp.php?req=top&site=book
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
電子文庫パブリ http://www.paburi.com/paburi/
アクセス日時：2010 年 10 月 28 日
講談社 BOOK クラブ http://shop.kodansha.jp/bc/
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
光文社 http://www.kobunsha.com/
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
文藝春秋 http://www.bunshun.co.jp/
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
集英社 http://www.shueisha.co.jp/
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
双葉社 http://www.futabasha.co.jp/
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
PHP 研究所 http://www.php.co.jp/
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
祥伝社 http://www.shodensha.co.jp/
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
角川書店 http://www.kadokawa.co.jp/
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
東京創元社 http://www.tsogen.co.jp/np/index.html
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
中央公論新社 http://www.chuko.co.jp/
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
朝日新聞出版 http://publications.asahi.com/index.shtml
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
幻冬舎 http://www.gentosha.co.jp/
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
小学館 http://www.shogakukan.co.jp/
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
新潮社 www.shinchosha.co.jp/
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
早川書房 www.hayakawa-online.co.jp/
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
河出書房新社 www.kawade.co.jp/

アクセス日時：2010 年 10 月 27 日
二見書房 www.futami.co.jp/
アクセス日時：2010 年 10 月 27 日