

著作権法を越えて

排他的独占権に依存しない収益モデルの探求

白田秀彰

0. 情報政策としての著作権制度

0-1 民主主義政体および自由主義経済体制を前提とする限り、情報に関して採られるべき政策は「より多様な情報内容を、より多くの人に、より早く、より低廉に伝達すること」である。「情報の自由」

0-2 これまでの著作権制度は、広義の情報伝達産業のうち「パッケージ型」産業に分類しうる産業を維持する目的で設定される独占であり、独占から生じる生産者剰余を従事者間で分配するルールも規定している。

民主主義政体

ひろく国民が政治に参加することで政権の正当性と権威を維持している。国民が国政に関する情報のみならず、あらゆる判断の助けとなる情報を容易に入手できることが前提条件となっている。

自由主義経済

市場の機能を媒介として資源の最適配分を行なう経済体制。市場が理想的に機能する限り、効率的な資源配分が達成される。この市場機能を阻害する要素として「取引費用」と「情報の非対称性」が挙げられる。

0'. 情報の自由の制約

規範的理由による制約

社会的主導勢力が「望ましい」とする考え方に反する種類の情報の遮断。

現代 「名誉毀損的表現」「猥褻的表現」「危険情報」

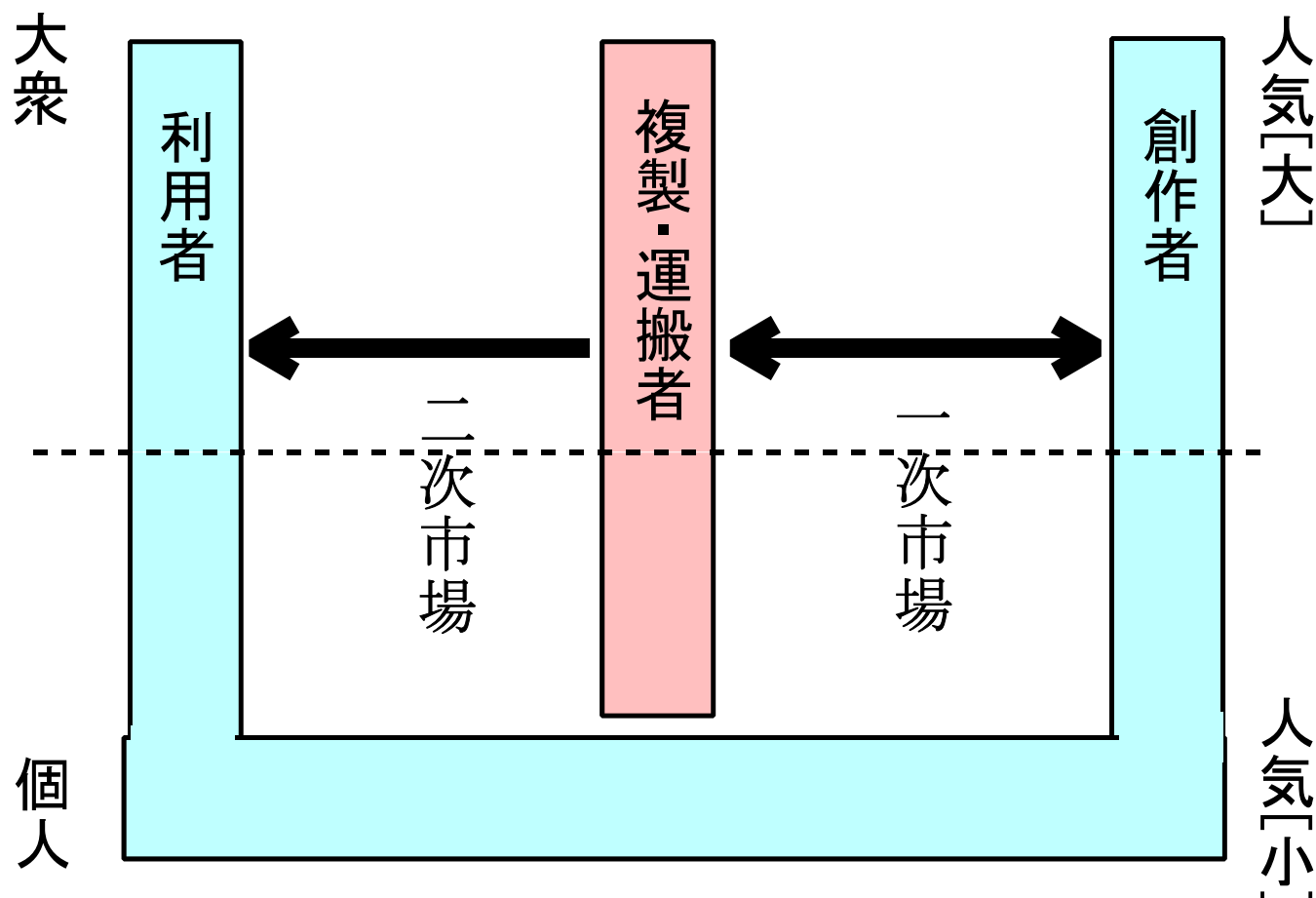
かつて 権力あるいは宗教による「検閲制度」

経済的理由による制約

知的財産権制度は経済的制約の中心となっている。情報は公共財的性質をもつため、制度的手当てがないままでは望ましい量の供給が行なわれなくなる。「知的財産権制度は、情報内容を生産した者に投資回収を可能にするための制度」と説明された。

1. 著作権が守られるべき理由はなにか？

著作権の一次市場と二次市場



複製技術以前

著作者と受け手とのあいだに存在する市場

個別注文型 医師、弁護士

空間限定型 劇場、コンサート

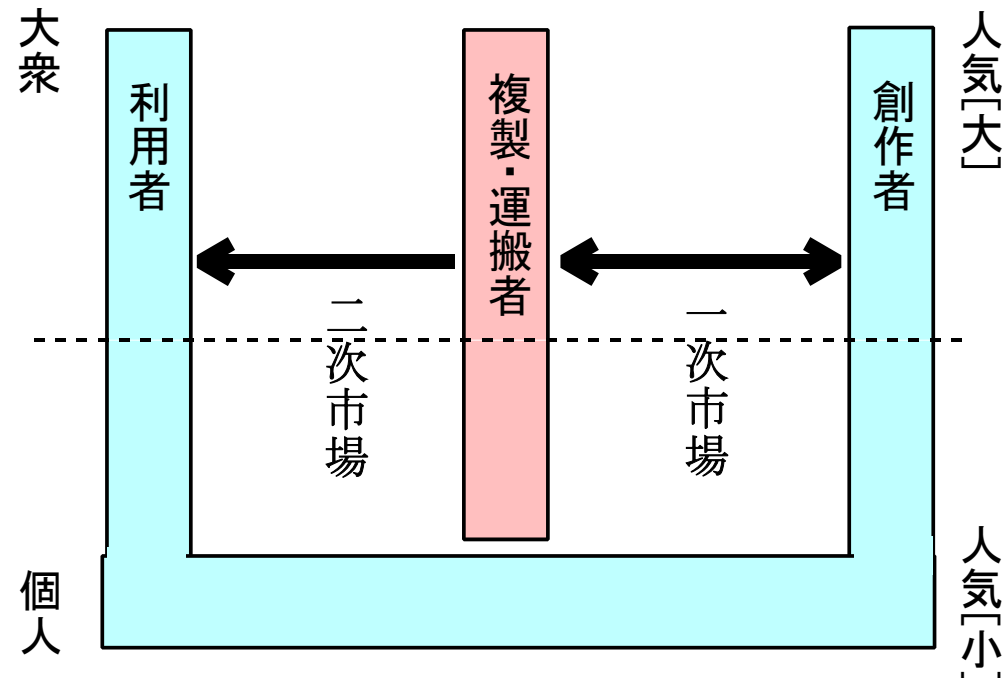
御布施型 宗教的儀式、学校

媒体固定型 書籍、絵画

複製技術以後

活版印刷術が実用化されて無形創作物の「複製物」の市場が現われる。

この段階で一次市場と二次市場が分離する。



一次市場と二次市場の分離が発生しなかった領域では、著作権法の適用がなかった。

16世紀～18世紀

印刷や出版にかかわる同業組合の内部的規約が一般的に適用される法律へ。 **出版社保護のための業法**

音をそのまま記録する方法がないため、音楽もまた楽譜(印刷物)として保護された。

書籍の一部であった図表や挿絵(版画)も保護された。

18 世紀末

自然権(法)理論の抬頭。

「至高の創造主たる著作者がみずから生み出したものを支配する当然の権利」を保護する法へと転換。

19 世紀を通じて 演劇の脚本、絵画、彫刻などが著作物に取り込まれる

音楽

18 世紀末 オルゴールや自動ピアノの発明

「楽譜」という記号による複製から「音」そのものの複製へ。
作曲者は「機械的複製」からは印税をとれなかった。

19 世紀末 蓄音機の発明

「音」そのものの複製から「演奏」の複製へ。オルゴールと同じ機械的複製といえるのか？

1930 年ころ 著作者はレコード製作の権利を占有

写真

20 世紀初頭

撮影者が**美術的効果にむけて工夫努力した作品について**、著作権による保護が与えられるとする考え方におちつく。

一次市場

著作者と複製業者のあいだに存在する市場

主として契約を基礎にした法律関係にあり、著作権法の役割は以下の部分にとどまる。

1. 譲渡の対象となる権利内容を特定する。
2. 著作者人格権、氏名表示権、同一性保持権等人格権侵害に対する差止権を規定する。
3. 出版権設定によって著作者が二重許諾することを制限する。(出版社の排他的独占権を確保)

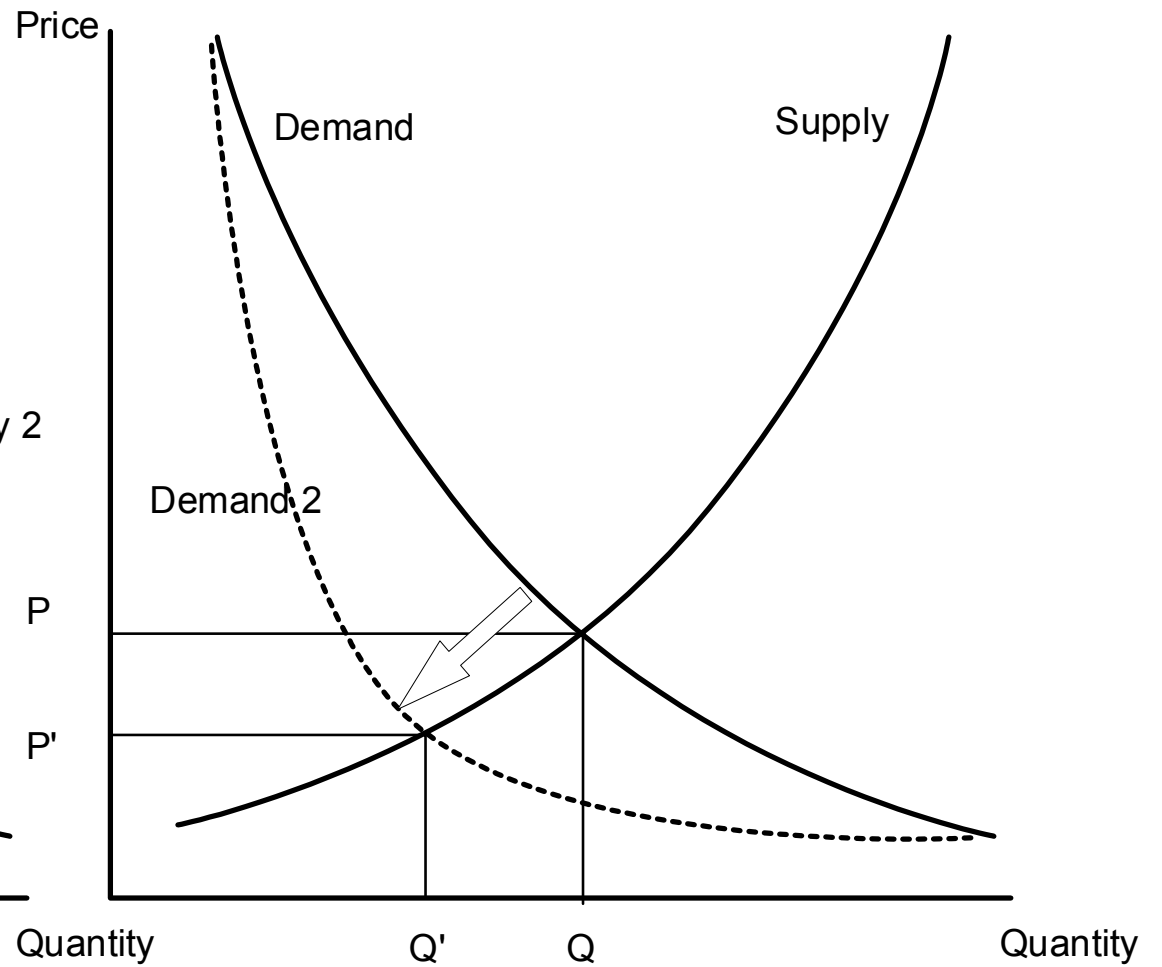
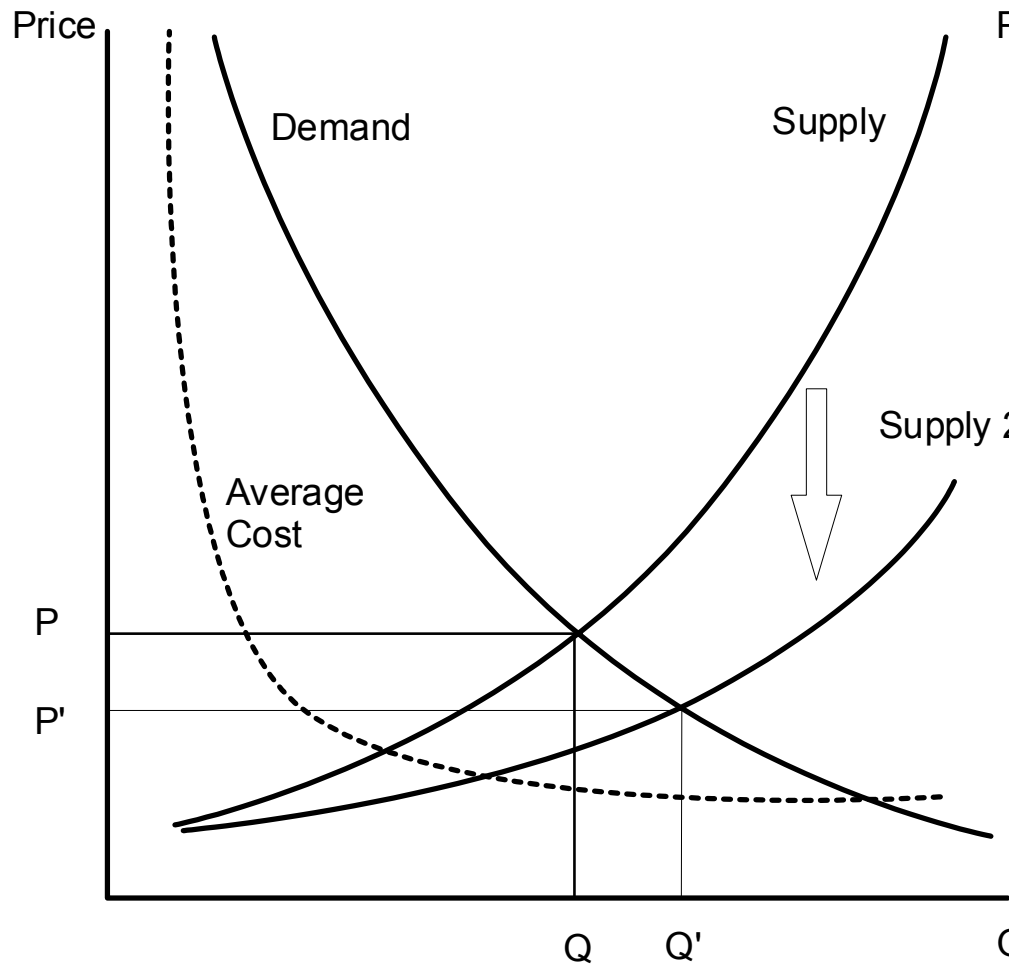
二次市場

複製業者と消費者のあいだに存在する市場

購入された創作物は、商品としての「複製物」の原料である。競争的主体(主として同業他社)が海賊版によって市場を攪乱しないようにするために、複製禁止権、すなわち**排他的独占権**が産業の基本として何よりも重要となる。

著作権法の中心的機能としての複製禁止は、二次市場においてのみ意味を持ちうる。

出版における海賊版の影響について



排他的独占権は二次市場を保護するため。

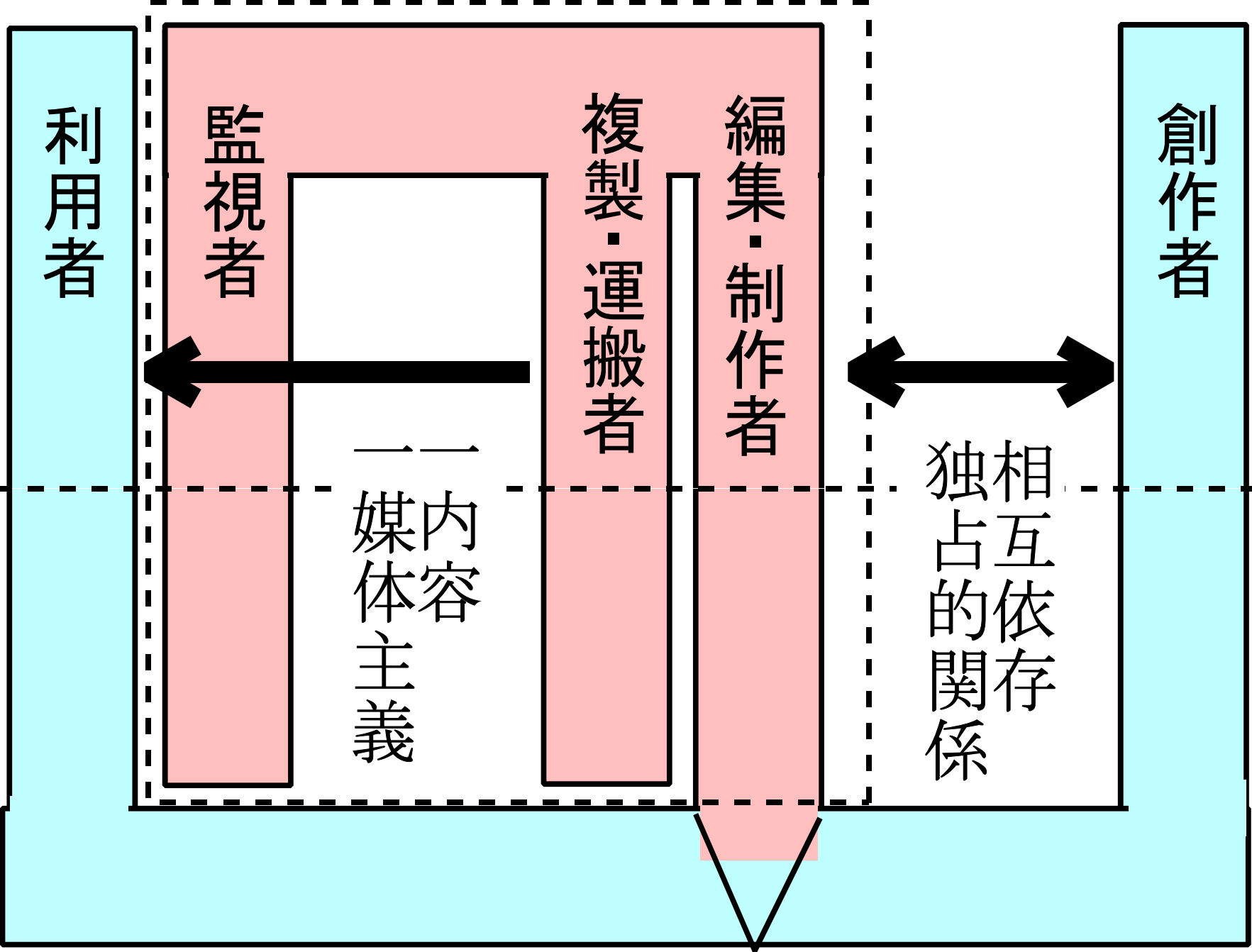
現在いわれている著作権の危機とは、**メディア企業側にとっては、排他的独占権の危機**であり、**創作者側にとっては、人格権の危機**である。

末端の利用者が自分たちで再利用能力、複製能力を持つようになってきたことがその理由。 **望ましい傾向**

著作権の存在意義は増しているともいえるが、それは一次市場の部分を中心的に保護するものでなければならない。

大眾

人氣「大」



利用者

監視者

複製·運搬者

編集·制作者

創作者

內容
媒體主義

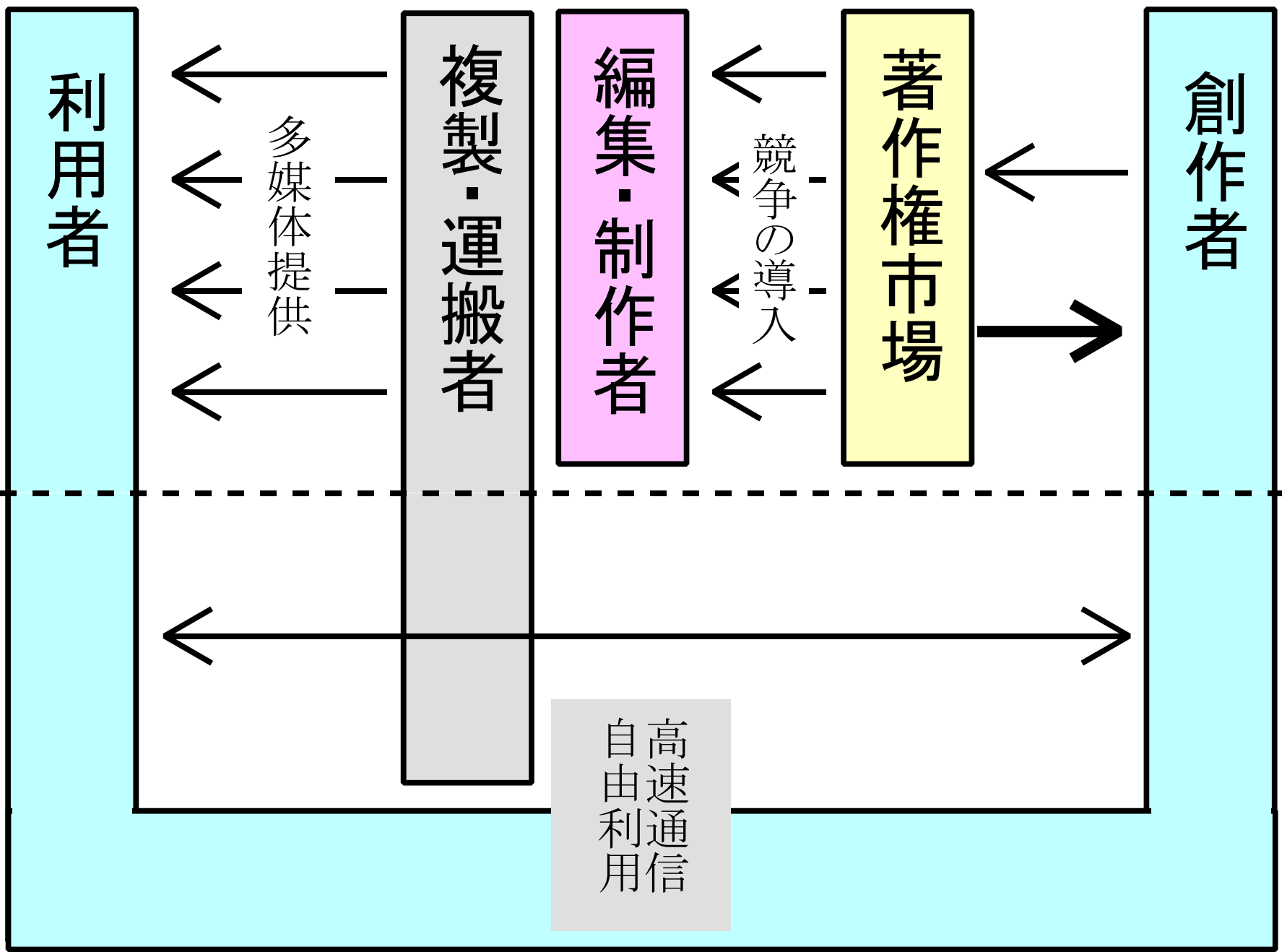
相互依存
独占的關係

個人

人氣「小」

大衆

人気「大」



個人

人気「小」

高速通信
自由利用

多媒体提供

競争の導入

利用者

複製・運搬者

編集・制作者

著作権市場

創作者

将来の市場デザイン？

著作者人格権 誰もが認める「事実」
一般的人格権での保護が可能
剽窃・盗作は一次市場の問題

一般市場にわたった作品の管理は事実上可能だろうか？
商取引に関わってこない領域の改変・翻案は
精神的自由の範疇の問題では？

著作財産権
隣接権

排他的独占権（物権） 伝達品質の問題

末端の消費者まで取り締まることは合理的に考えて実効性がない

摘発コスト、消費に対する萎縮効果

現在の著作権の問題は、末端の消費者が商業水準にある複製が可能になったにもかかわらず同業者間の取り決めに基礎にしたシステム(物権的取扱)を維持しようとしているところにある。

ちまたでいわれる
著作権の崩壊は、
排他的独占権の崩壊
でしかない。

対価請求権（債権）

権利者が合理的と考える範囲で収益を回収

徴収コストとの考量

回収すべき投資額の観測が可能

(すべての消費者剰余を獲得するのは妥当か)

流通量を観測できるポイントを押さえて代理徴収させる？

通信の課金システム

自発的支払 (?)

利用者が合理的と考える範囲で支払う

知的財の価格は利用者毎に異なる

個々の消費者剰余の観測は不可能

大きな消費者剰余は、利用者側の拡大インセンティブとして強く機能する。

市場を先占して別ルートで投資を回収する？

Netscape Navigator / Netscape Server

2. 著作権、隣接権の危機にどう対処すべきか

著作権、隣接権が守られなくなるのではない

排他的独占権の崩壊 ⇨ 情報の自由流通

情報の流通が観測可能であれば対価徴収は可能

超流通、コンテンツ ID、EMMA 等の追跡技術

a. **著作権管理システム** 人間の知識と思考の管理？

利用者の利便を減らす

(実は利用者は気にしない？)

監視システムの導入コスト

技術的回避の危険

監視活動の法的リスク

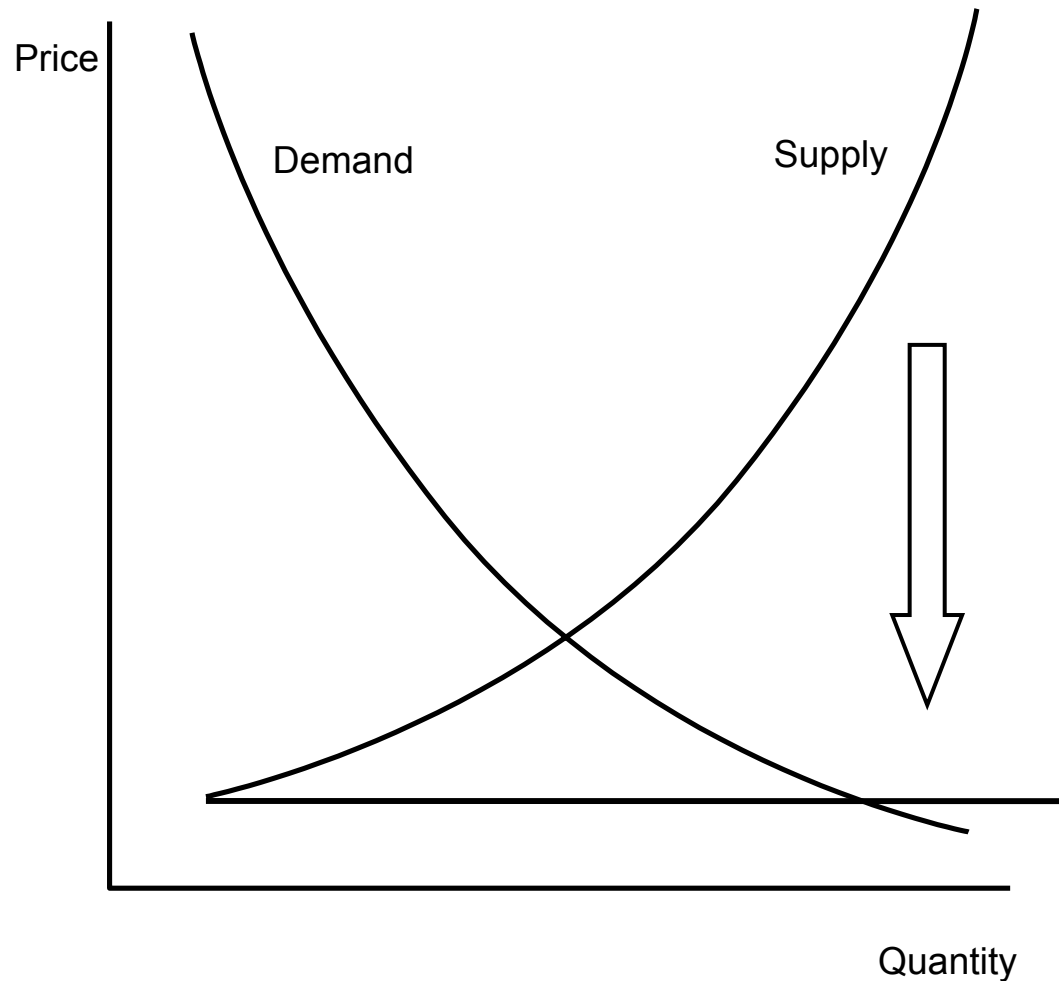
b. **流通が観測できる範囲しか徴収しない**

シェアウェアで成功は容易ではない。

フリーライドから生じる損失が大きい。

結局は倫理の問題？ (情報倫理教育)

フリーライドの問題は、生産が過小になるという副作用がなければ、本質的な問題ではなく社会的効用を向上させる。



ネットワーク環境においては、複製物の生産は過剰になることはあっても過小になることはありえない。

ネットワーク環境においては、知的財(複製物ではない)の生産が過小になるというバイアスが働くだろうか？

Thesis of Linux

「目玉の数十分なら、バグは問題ではない」

Thesis of Shirata

「頭脳の数十分なら、インセンティブは問題ではない」

c. 利用者の支払コストを低減する

プリペイド / ポストペイ

ここに工夫点があるかもしれない。

企業の存在意義は、取引に付随して発生するコストを最小化することにある。(Ronald H. Coase による「企業」の定義)

企業の正当な収益の源は、情報化にともなって付随的に発生するコストを最小化するサービスを提供すること。

1. 情報の流通コストは低減するが、検索コストは上昇する。
2. 情報の受信コストは低減するが、拒絶コストは上昇する。
3. 情報の発信コストは低減するが、秘密維持コストは上昇する。
4. 情報量が膨大になるにつれて、編集・整理等の圧縮コストが上昇する。

これらのコスト上昇に対応するサービスを開発提供することが情報化社会における企業の本質的な使命

3. 排他的独占権が崩壊する社会構造とは？

情報化 = 万人が情報流通業者、制作業者、アーティストになること。

情報化投資 = 情報化社会のインフラは利用者による自己投資で整備されている。

情報化投資のインセンティブは、コンテンツからえられる消費者剰余が大きくなることから発生する。著作権の完全管理でこの消費者剰余は消える。

ハードウェア面での市場拡大 + ソフト面での新市場
= IT 景気

利用者が自己の投資で商品の流通経路を整備してくれている。ハードウェア業界は、しばらくそれで潤った。現在、市場の中心は、通信事業者に移った。将来、形成された流通経路を高度に機能させるためのサービスが必要とされている。

情報の自由流通環境を生かした
収益システムの構築を!

5. コンテンツ制作、ハード製作両部門をもつ企業は、著作権に対してどのような態度をとるべきか

1. 情報化は**情報を自由にする**。
情報の自由に抵抗することは得策でない。
2. 企業の本質、存在理由は**コストリダクション**。
3. 著作権の排他的独占権はいまや**人工的成本**。
4. 希少な資源に対して対価は支払われる。
現在もっとも希少な資源は**消費者の「時間」**。

情報の自由流通を加速する一方、
新たに発生するコストを発見し、
事業化する。

5. 今われわれはどのような活動をすべきか

1. 複製業は利用者へ、流通業は通信事業者へ収斂する。
複製・流通部門の縮小、売却、独立化をすすめる。
2. 同業他社を媒体依存型の収益構造に縛り付ける。
3. 個人の情報受信のみならず、情報発信をもビジネス化する事業開拓へ。情報の結節点に立って、両方をマネジメントできれば、収益源を確保できる。



Empower the People!!

<http://orion.mt.tama.hosei.ac.jp/hideaki/indexj.htm>

Hideaki Shirata / Office Pririn'