

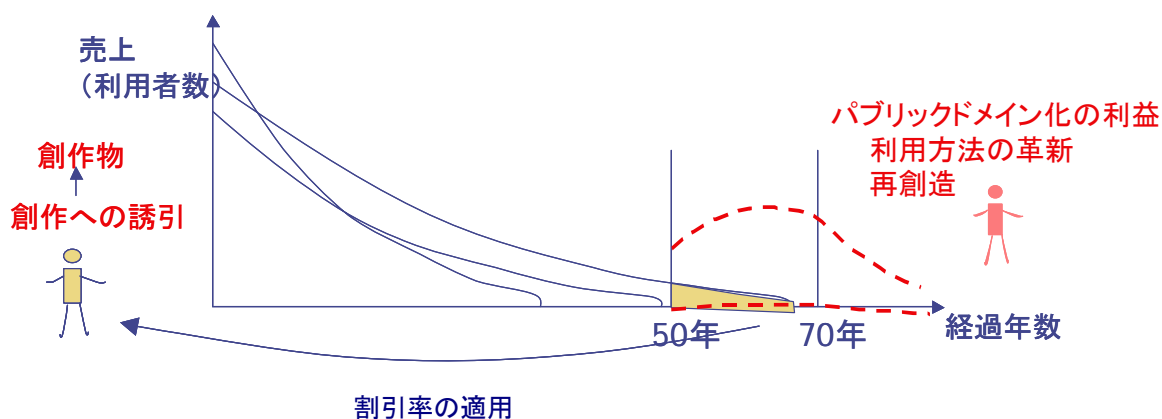
## 著作権保護期間に関する意見

慶応大学経済学部准教授 田中辰雄

1.

創造への誘因を与えるためには保護期間は長い方がよく、利用と再創造を促進するためには保護期間を短くしてパブリックドメイン化した方がよい。保護期間を長くすべきかどうかは、この二つの利益の比較考量で決めるべきである。以下、この二つを比較していく。

図 1 保護期間延長問題の概念図



2.

創造への誘因の大きさと誘因メカニズムは、次の式で表現される。

$$(i) \quad (ii) \quad (iii) \\ (A \text{ 期間延長で得られる収益の増加}) \times (B \text{ 割引率}) \rightarrow \text{新たな創作物}$$

- (i) A の期間を延長して得られる収益とは、図 1 の網掛けの部分である。
- (ii) B の割引率とは将来の収益は現在の収益よりも価値が低いからである。  
 # 通常の人には「10 年後に 10 万円もらえるという約束」と、「現時点で 10 万円もらえる約束」の二つから一つを選べと言われると、現時点の方を選ぶ。10 年間の間に利子がつくからであり、さらに将来の不確実な収益はあてにできないからと考えても良い。
- (iii)  $A \times B$  で計算される誘因の増加によって新たな創作物が創造されれば、これが期間延長からもたらされる社会全体の利益となる。

経済学者の議論は上記 3 点(i)(ii)(iii)の検討となる。便宜上(ii)、(i)、(iii)の順に述べていく

### 3. —(ii)B 割引率—

アメリカのエルドレッド裁判では 17 人の著名経済学者が保護期間延長に反対の意見書を提出した (Akerlof et al.(2003))。その主張は次の 2 点に要約される。

(1)割引率として市場利子率 (7%) を使うと、50 年以上先の収益は現在価値にすると 1/200 以下になってしまう。したがって、そのような遠い将来の収益増加が現時点の創作の誘因になるとは考えられない。

(2)仮に誘引になるとしても、誘引はこれから創作される作品だけにあてはまる。既存作品はすでに創作されてしまっているので、権利期間を伸ばすことには全く意味が無い。延長するならこれから創作される作品だけに限るべきである。

この二つのうち、(1)は割引率を論拠にしている。企業活動では割引率の適用して現在価値を求めることは会計原則にも取り入れられていて当然のことである。ゆえに、創作が企業の投資活動である場合 (映画、ビデオゲーム、商業ソフトウェア)、この割引率の論理には説得力がある。すなわち、企業は保護期間が 70 年に延びても、映画・ビデオゲーム・ソフトウェアへの投資を増やすことはないだろう。また、(2) は理論的に正しい。

この 17 人の経済学者の意見書は、17 人も著名経済学者が意見を一致させたという点で話題を集めた。具体的な経済政策についてこれだけ多くの著名経済学者が意見を一致させた例は稀だからである。

ただ、割引率として市場利子率を使うことには異論がありうる。企業は市場利子率でよいが、創作主体が個人である場合 (書籍、音楽、絵画など) には割引率はもっと低いかもしれない。孫の収入とは孫の幸福であり、これを市場利子率では割り引かないだろうからである。その場合は、A の期間延長から得られる収益そのものを見る必要がある。書籍、音楽、絵画のなかではデータとして書籍が一番整備されているのでこれを見る。

### 4. —(i) A 期間延長で得られる収益の増加—

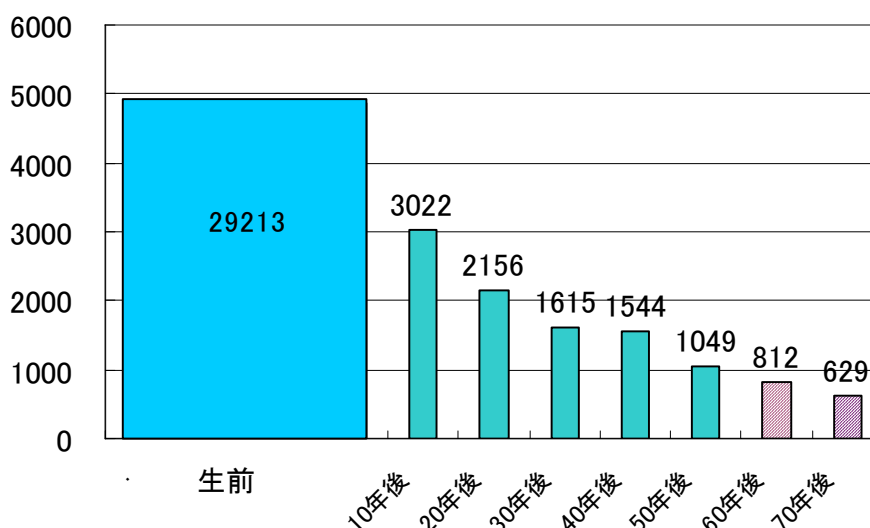
書籍については丹治氏が日本について詳細なデータベースを作成している。世界的にも書籍のライフサイクルについてこれだけ広範にまとめたデータは知られておらず、資料価値が高い (以下は、丹治 (2008)、田中(2008) による)。

(1) データの作り方は次のとおりである。昭和物故人名録から 1957~1966 年に死去した物故者の名前をとり、これを国会図書館の書籍データベースに入力して、その人の生前と没後の出版点数を収集した。同じタイトルの作品であっても版を変えて出版された場合は、新たな出版がなされたと考えて、点数にカウント

する。このようにして計算した出版点数は、大雑把に言って売上げ部数に比例的になると期待できる。そこで大体の傾向は捕まえることができる。

- (2) その結果によれば、ほとんどの作品は没後 50 年たつと出版されなくなっており、50 年を超えて出版されている本はごくわずかしかない。したがって、保護期間延長の結果収益の増加を得られる作品はごくわずかである。
- (3) どれくらいわずかであるか示すためにライフサイクルを示すと下の図 2 のようになる。物故者の生前の出版物は 29213 点あり、死後 10 年間にさらに 3022 点、さらに次の 10 年に 2156 点と減少していく。この減少をそのまま外挿すると、60 年後、70 年後にまで残る出版物の量を計算できて、それは 1421 点 (=812+629) となる。これが全出版点数に占める割合は 3.7%程度である。実際にはこの推定は過大であり<sup>1</sup>、丹治氏に従って過大傾向を修正すると 2%程度になる。ここからさらに現在価値への割引を行うと、割引率を低めに 1%と見積もっても延長にともなう収益の増加率はさらに下がって 1%以下になってしまう。すなわち、保護期間を 20 年延長することによる収益の増加率は 1%程度、大きめに見つもっても 2%を超えることは無い。収入が 2%増えることが創作の誘因になるかといえは疑問である。

図 2 出版点数の分布



- (4)無名作家ではなく、ベストセラー作家のような人に限れば作品は長命で、期間延

<sup>1</sup> 過大になる理由は、次の 2 点である。1)物故者は物故者名簿に載るということから後世から見た有名人であり没後出版されている可能性が高い。実際には物故者リストに載らない作者が多くいて、彼らの出版物は生前だけにとどまり、ほとんどは没後出版されない。2) 国会図書館の納本率が 1990 年代に上昇したので、出版点数の減少率がかさあげされている。図 2 の 40 年後があまり減っていないのがその表れである。

長による収益増加が大きいのではないかという疑問があるかもしれない(アメリカでそのような主張がなされることがある)。しかし、生前の出版点数が多い人に限って計算しても結果は変わらなかった。これは生前の「売れっ子」が後世でも「売れっ子」になるとは限らないからである。

(5)50年を超えて出版される作品がごく一部にとどまることは、次の計算を試してみてもわかる。物故者リストの中で著作物のある人(1710人)を現時点での出版点数の順にならべると、上位1%(17人)で総出版点数の45%を占める。上位5%(86人)で出版点数の75.1%を占める

まとめると「A期間延長で得られる収益の増加」そのものが小さいということである。収益の伸び率で見たとき、増加は1~2%にとどまる。これが誘因になると言えば普通の理解から言えば疑問である。

ただ、それでもわずかな収益の増加でも創作者が敏感に反応する可能性はある。これも確かめる必要がある

#### 5. -(iii)

保護期間延長で実際に創作が活発したかどうかは、過去の保護期間延長の前と後を比べればわかる。たとえば、アメリカが過去に保護期間を50年に延長した際、その前後で職業的な作家の数が変わらなかったという報告がある(Khan(1998))。このような研究を積み重ねればよい。ここでは映画の例をとりあげる(田中・中(2008))。欧州を中心に映画の保護期間はすでに延長されており、その前後の変化を追跡できる。

式としては次の式を推定する。

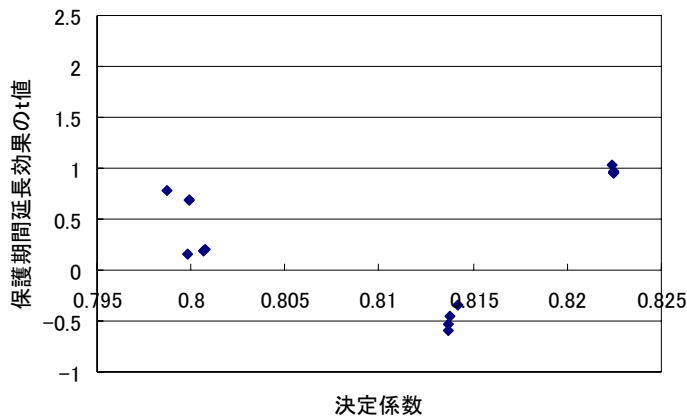
人口当たり映画製作本数=

$$a + b * \text{保護期間延長} + \text{その他の要因 (一人当たり GDP、利子率、時間)}$$

この式で保護期間延長の係数bが統計的に有意に正であれば、保護期間延長によって映画製作本数が増えたことになる。OECD諸国のデータを使って推定した結果、bは統計的に有意にならなかった。bの統計的有意性はt値で示され、t値が2を超えると有意になるが、図3に見るように2を超えることは無かった(図で点が複数あるのはその他の要因をいろいろ変えた場合である)。なお、海外には保護期間延長で映画制作が増えたという報告があるが(Png and wang(2006)、それは例外的で採用できないことがわかっている。

すなわち、保護期間を変えても映画の創作は刺激されていない。

図3 保護期間延長効果の係数のt値と決定係数 : 人口100万人あたり  
映画製作本数



## 6. パブリックドメイン化の利益—本の出版

一方、保護期間を延長しない場合の利益とはパブリックドメイン化の利益である。この大きさの推定例も報告されている。パブリックドメイン化の利益は次の4点である。

### (i)利用の拡大（独占からの解放）

独占でなくなるため、複数の利用者が利用できる事の利益。

小説が複数の出版社から出される、翻訳版が複数の翻訳者でなされるなど。

### (ii)利用方法の革新（新市場の開拓）

青空文庫—インターネットを通じた新しい小説の流通形態

格安DVD—DVD レンタルショップに足を運ばないような顧客（高齢者）を開拓

### (iii)再創造

元の作品を下敷きにしたさまざまな二次創作、翻案など

### (iv)取引費用の削減

許諾を得るための費用が無くなる。

許諾がとれないがための死蔵作品（orphan works）が生じなくなる。

このうち、(ii)~(iv)の事例はこの審議会ですでに何度も議論になっていると思われるので、(i)の利用の拡大についてのヒールド教授の研究を中心に報告する

### (i)利用の拡大

パブルックドメイン化すると誰でも利用できるようになるのであるから、収益をあげることができず、商業出版社が手を出さなくなり、逆に利用が妨げられるのではないかという懸念がある。これが本当かどうかを確かめるためにヒールド(2008)はアメリカの書籍について保護期間内の作品とパブリックドメイン化した作品の出版状況の比較を

行った。表1がその結果である。著作権が保護された書籍のなかで出版されているものは42%で残り58%は絶版中であった。一方、パブリックドメイン化された作品では、出版されているものが61.5%で絶版中のものが38.5%であった。すなわち、パブリックドメイン化された作品の方が出版されている可能性が高いことになる。ヒールド教授は得られたデータをさまざまな観点から検討した結果、パブリックドメイン化すると商業的に出版されなくなるから、国民の利用が妨げられるというのは事実ではなく、逆にパブリックドメイン化すると国民はより多く作品を利用できるようになると結論付けている。これは作品が独占から解放され、多くの流通業者が競争的にその作品の流通を試みるからと考えられる。

表1 出版中である度数

	著作権が保護された書籍	パブリックドメイン
合計	1480 100%	938 100%
出版中	622 42.03%	577 61.51%
絶版	858 57.97%	361 38.48%

(ii)利用方法の革新（新市場の開拓）

青空文庫

- ・インターネットという新しい媒体で本を読む
- ・書籍数6000以上。閲覧数（上位1000作品の閲覧数450万人/年）,2007
- ・絶版本の復活
- ・海外利用、視覚・聴覚ハンディ者への福音、全文検索

格安DVD

- ・販路の革新（書店・街頭で売る）、ビデオ屋にこない顧客層の開拓
- ・売り上げ規模（田中のヒアリング調査による）

月に15万本ほどと言われる（推定）。年に180万本になる

例 カサブランカ：

	格安DVD累積 売り上げ本数	DVD・ビデオの レンタル回数	いかに多くの人が 作品を楽しんだか （新しい客層）
カサブランカ	6万本	5千回/年	

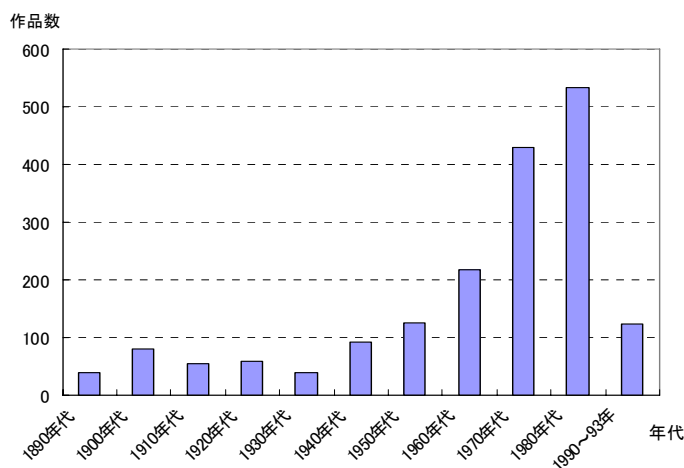
この二つの利用方法による利益は権利者の得べかりし利益ではない事に注意。  
なぜなら、パブリックドメイン化しなければ、このような利用方法（市場）は、出な

かったからである。これら新しい利用方法はイノベーターが開拓した市場である。

### (iii)再創造

元の作品を下敷きにしたさまざまな二次創作、翻案など

図4 シャーロック・ホームズに関するパロディ等の作品数(10年ごとの集計)、太下(2008)より



### (iv)取引費用の削減

パブリックドメイン化すると許諾を得るための費用が無くなる。

許諾がとれないがための死蔵作品 (orphan works) を防げる。

## 7. まとめ

(1) 期間延長の論拠は創作者の収益増加による創造への誘因であるが、実際にはその効果はきわめて弱い。(i)50年以上先の収益はそもそも小さく、(ii)現在価値に割り引くとさらに小さくなって、保護期間延長による収益増加は書籍の例では1~2%程度になる。(iii)このような小さな誘因では創作刺激効果はおそらく乏しいと考えられる。実際に映画制作では保護期間延長の前後で映画制作数は増えていない。

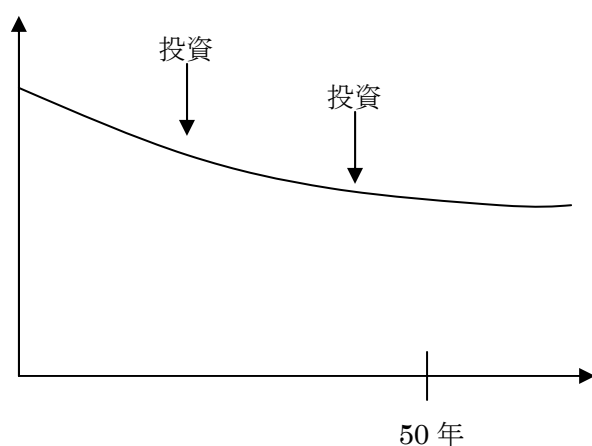
(2) パブリックドメイン化の利益は確かに存在している。(i)パブリックドメイン化すると作品の供給は進む。商業的に引き合わなくなって供給が減るということはなく、供給が増えてより多くの人とその作品を利用できるようになる。(ii)青空文庫や格安DVDのような新しい利用形態が生まれ、新たな市場が開拓される。(iii)パロディ・翻案など二次創作、そして再創造が可能になる、(iv)許諾者が見つからないことによる死蔵作品が減る。

(3) 保護期間延長による創作刺激効果は不明瞭ではっきりしない。一方、保護期間を伸ばせばパブリックドメインの利益ははっきり損なわれる。したがって、比較考量すれば保護期間は伸ばさない方がよいだろう。

補足：ミッキーマウス問題

「每期、権利者が継続投資を行い、非常に長命であり続けている著作物」

→ 「保護期間が切れると投資誘因が失われるので期間延長すべき」と言えるか？



反論（1）あまりに例外である

一般に芸術活動は例外的成功者を目指して行われる。しかし、どの分野にどの時代でもスターがいて若い創作者はそれをめざすのであり、例外とはその程度の例外である。これに対し、ディズニーは映画・書籍・音楽・絵画その他全分野を含めて、エンターテインメントの過去 100 年の歴史のなかでただ一つしかない。あまりに例外すぎる。そのような極端な例外にあわせて全著作物についてのルールを定めるべきではない。

反論（2）保護を外したときの得失は不明

- ・再創造や新市場開拓のプラス効果も考えるべき

新たな解釈を加えたミッキーマウス（悪漢、不良、悩める、アジア的）

孫悟空やルパン、ホームズのようなキャラクター化する

- ・またオリジナルの損害は限定的かもしれない

グッズ販売は一定の損害が生じる

ディズニーランド本体は、情報財では無いので、偽者をつくっても偽者はどこまでも偽者で本物にはかなわない可能性あり。



文献

- Brief of George A. Akerlof et al.(2003) as Amici Curiae in Support of Petitioners at 12, Eldred v. Aschcroft, 537 u.s. 186(2003) No.01-618.
- Png, I.P.L., and Qiu-hong Wang,2006, “Copyright Duration and the Supply of Creative Work”, Department of Information Systems, National University of Singapore, April 2006.
- 太下義之、2008、「シャーロックホームズから考える再創造」田中辰雄・林紘一郎編『著作権保護期間一延長は文化を振興するか』勁草書房 2008 第3章
- 田中辰雄、2008、「本のライフサイクルを考える」田中辰雄・林紘一郎編『著作権保護期間一延長は文化を振興するか』勁草書房 2008 第2章
- 田中辰雄・中裕樹、2008、「保護期間延長は映画制作を増やしたのか」田中辰雄・林紘一郎編『著作権保護期間一延長は文化を振興するか』勁草書房 2008 第6章
- 丹治吉順、2008、「本の減び方：保護期間中に書籍が消えてゆく過程と仕組み」田中辰雄・林紘一郎編『著作権保護期間一延長は文化を振興するか』勁草書房 2008 第1章
- ヒールド、ポール、J. 2008、「保護期間延長は社会厚生を高めたか：アメリカの場合」田中辰雄・林紘一郎編『著作権保護期間一延長は文化を振興するか』勁草書房 2008 第5章