

文化審議会著作権分科会国際小員会：平成27年11月20日

資料3-2

価格差別論と権利制限の意義

神戸大学大学院法学研究科

前田 健

ProCD v. Zeidenberg, 86 F.3d 1447 (1996)

- 原告・控訴人 ProCD
- 被告・被控訴人 Zeidenberg
 - SelectPhoneというデータベース(著作権の対象ではない)を販売
 - 個人的用途には、1セットあたりおよそ\$150で、商業用にはより高い価格で販売。
 - 被告は、本件データベースの個人版を購入し、ライセンス契約の内容を無視して、データベース内の情報を転売した。

争点

- シュリンクラップ契約の有効性
- 契約で、著作権の内容を上書きすることが許されるか
(17U.S.C. § 301(a)の解釈)

ProCD v. Zeidenberg, 86 F.3d 1447 (1996)

- 「SelectPhoneのデータベースは、編纂に1000万ドル以上を要し、維持にはさらにお金がかかる。本データベースは、ある利用者にとっては、他の利用者にとってより、はるかに価値のあるものである。氏名・名称、住所、SICコード(産業分類コード)の組合せがあれば、メーカーは将来的な顧客のリストをつくることもできる。メーカーや小売業者は、このような住所録に対して、専門の情報仲介業者に高い価格を支払うであろう。一方、ProCDはより安い代替品を用意することも可能である。特に何も売るものを持っていない人々にとっては、このデータベースは、長距離電話サービスに電話することの代わりか、知らない街に引っ越した旧友を探す手段か、地域の電話帳の電子媒体での代わりでしかないのである。ProCDは価格差別を行うことを決め、個人的用途の一般公衆には低い価格(5つのディスクのセットでおよそ150ドル)でデータベースを売り、商用には高い価格で情報を売ったのである。…」
- ProCDが単一の価格を課すことにより、利益を上げそのコストをすべて回収しなければならなかったら、すなわち、もし商業的利用者に一般公衆より高い価格を課すことができないとしたら、ProCDは価格を150ドルよりもかなり上げる必要がある。そうすると、売り上げの減少が生じ、たとえば、その情報を200ドルと評価していた消費者は損害を受けることになるかもしれない。現在の契約のもとでのそれらの人たちの消費者余剰は50ドルであるが、価格が大幅に上がれば購入をやめるかもしれないのである。もし、市場において消費者集団の需要の価格弾力性が高いとすると、利益を確保するためには、商業的ユーザーをのみを対象とした価格を設定せざるを得なくなることになり、その場合には、すべての消費者が損失を被ることになる。これは、商業的利用者も同じで、ProCDが消費者の市場からコスト回収することができないため、商業的業者向けのリストの価格も跳ね上がるのである。」

ProCD v. Zeidenberg, 86 F.3d 1447 (1996)

- 「しかしながら、価格差別が作用するためには、販売者が鞆取取引(arbitrage)をコントロールできる必要がある。航空会社がチケットを休暇利用客に、ビジネス旅行客よりも安く売るために、早期購入割引・土曜滞在割引などを用いてカテゴリーを区別している。映画の製作者は、時間によって市場を分割し、最初に映画館で公開し、次に、ペイ・パー・ビュー、その次はビデオ・テープとレーザーディスクの市場、最後にケーブルテレビ、コマーシャルテレビである。コンピュータソフトウェア場合は、より難しい。誰でも小売店に入ってきてパッケージを購入することができるからである。顧客は、「商業的利用者」とか「消費者」などのタグを身に付けてくれているわけではないのである。とにかく、仮に店の入り口に「商業的利用者検知器」を置くことができたとしてもそれでも十分ではなく、なぜなら消費者がソフトウェアを買って商業的利用者に転売することができるからである。このような鞆取取引のため、価格差別が不可能となり、ProCDが誰かに売る際の最低価格を釣り上げざるを得なくなるのである。
- 商品の内容を下手にいじくったり利用者自身に仕分けさせる—たとえば、現在のデータを、商業的利用者にとってのみ魅力的となるよう高い価格で供給し、2年前のデータを安い価格で供給する—代わりに、ProCDは契約の枠組みに移行することができる。消費者向けの製品の箱に、このソフトウェアは同梱のライセンスに記された制限に従うと明示する。そして、そのライセンスは、CD-ROMディスクにも同様に記録され、同じくマニュアルにも印刷され、ソフトウェアを走らせるたびに利用者画面にそれが現れる。ライセンスは、アプリケーションプログラムとリストの利用を、非商業目的に限定するというものである。」

ProCD v. Zeidenberg, 86 F.3d 1447 (1996)

- ProCD判決の評価

- 著作物性のないデータベースについて、シュリンクラップ契約により保護することの正当化根拠として、価格差別論を持ち出している。
- 独占が存在するときに、価格差別が一定の条件下で社会厚生を増大させる場合があることにはコンセンサスがある。
 - 独占者が単一の価格を課すより、価格差別を認めた方が望ましい場合もある。
- 一方、本件でそもそもデータベースの独占が正当化されたかには疑問の声もある。

価格差別とは

- William W. Fisher III, *When Should We Permit Differential Pricing of Information?*, 55 UCLA Law Review 1 (2007)
 - 価格差別: 同一の財又はサービスについて、異なる消費者に異なる価格を課すこと

– 価格差別の種類

- ① 一次価格差別: 個々の購入者のWTP(支払意思額)についての情報をもとに価格差別
- ② 二次価格差別: 個々の購入者の購買行動の差をもとに価格差別。異なる単位、異なる量で販売すること(“バージョン分け”)による価格差別(例: 映画の時間的な価格差別、地理的な価格差別、)
- ③ 三次価格差別: グループ分けによる価格差別(例: 学生割引)

– 価格差別の条件

- ① 市場を支配できること
- ② 鞘取引(arbitrage)を禁止できること
- ③ その財についての評価価格の違いに基づいて、顧客を区別できること

} 著作権があれば、①、②は満たされる。
しかし、権利制限があるときには、②が満たされなくなる場合がある。

著作権法と価格差別

- 消尽と価格差別

- First Sale Doctrine(消尽)

- 教育版と通常版による価格差別

- *Adobe Sys. v. One Stop Micro, Inc.*, 84 F. Supp. 2d 1086 (N.D. Cal. 2000)

- 教育版のソフトウェアを廉価で購入し、高価で転売したことが著作権侵害に問われた。被告は、First Sale Doctrineにより著作権侵害とはならないと主張。
 - 裁判所は、原告と被告との契約は、売買ではなくライセンス契約であると認定。したがって、First Sale Doctrineの適用はなく、ライセンス契約違反で著作権侵害となる。
 - ②Arbitrageを禁止することができ、価格差別が認められた例。

著作権法と価格差別

- 消尽と価格差別

 - 国内版と国外版による価格差別

 - *Quality King Distribs. v. L'Anza Research Int'l*, 523 U.S. 135 (1998)

 - ヘアケア製品のラベルが著作物。国内外で価格差別をしていた。米国外で適法に頒布された場合に消尽が認められ、製品の輸入は著作権侵害にならないとされた。

 - ②Arbitrageを禁止することができなかった例。価格差別が禁止された例。

 - ただし、最高裁は、価格差別を保護することが望ましい政策か否かは、著作権法の文言の解釈には関係しないと述べている。

著作権法と価格差別

- シェアリングと価格差別
 - 参照: Michael J. Meurer, *Copyright Law and Price Discrimination*, 23 *Cardozo Law Review* 55 (2001)
 - 著作物の「シェア」 1個の複製物をもとに複数の人がその著作物を使用すること
 - 例: 私的複製 転売 レンタル 図書館
 - 価格差別論の文脈だと、シェアリングは鞆取引の禁止の回避となる。

著作権法と価格差別

- シェアリングと価格差別

- *Sony Corp. of America v. Universal City Studios, Inc.*, 464 U.S. 417 (1984)

- テレビ番組の録画(タイムシフト)は、フェアユース。(=テレビ番組のタイムシフトに別途課金することはできず、価格差別ができない)

- *Williams & Wilkins Co. v. United States*, 420 U.S. 376 (1975), *aff'g*, 487 F.2d 1345 (Ct. Cl. 1973)

- 連邦機関(NIH)の図書館における複製は、フェアユース。(=図書館での複製に別途課金できない。あるいは、図書館と一般利用者への書籍販売で価格差別することもできない。)

- *American Geophysical Union v. Texaco*, 60 F.3d 913 (2d Cir. 1995)

- 会社の図書館における複製は、フェアユースにあたらぬ。(=会社に課金することにより、会社での利用者と一般利用者との間で価格差別を実行できる。CCCは従量課金による価格差別を実行していた。)

著作権者による価格差別は推進されるべきなのか？

- Wendy J. Gordon, *Intellectual Property as Price Discrimination: Implications for Contract*, 73 Chi. Kent L. Rev 1367 (1997)
 - 著作権による独占は、インセンティブとアクセスのトレードオフをもたらすが、価格差別が実行できる場合、その両立が可能になるかもしれない。
 - 著作権の存在により、鞘取取引が禁止でき、価格差別が可能になっている一方で、私的使用の例外や、消尽法理により、価格差別が禁止される場合もある。
 - 価格差別が望ましいは場合があるが、それは独占が望ましい時にその弊害を緩和するので。そもそも独占が望ましくない時には、価格差別も望ましくない。
(ProCD事件についての指摘)

著作権者による価格差別は推進されるべきなのか？

- Fisher III, 55 UCLA Law Review 1 (2007)
 - 価格差別が、一般的に、総社会厚生を増大させるか減少させるかを述べることはできない。
 - しかし、高く課金するグループと安く課金するグループを適切に分離でき、その結果、流通する著作物の量が増えるなら、価格差別を許容した方が望ましい。(逆に言えば、総流通量が増えないなら価格差別は望ましくない)
 - ① 高い価格を払ってもいいグループの方が市場が大きい。
 - ② グループの間の利潤の差が大きい。
 - ③ 価格の上昇による需要量の減少が緩やか(需要曲線が凹関数)

その他、価格差別のもたらす不公平感の問題を指摘する一方、学生価格と通常価格の差を設けるときのように、学生の需要を拡大させることによる正の外部効果がある場合も指摘している。

著作権者による価格差別は推進されるべきなのか？

- Meurer, 23 Cardozo Law Review 55 (2001)
 1. 価格差別により、著作権者の利潤が増加し、創作への投資が十分に行えるようになる。このような見解が、価格差別の擁護者からは唱えられる
 - しかし、著作権者が自らの投資に由来するすべての社会的価値を回収できなくても、インセンティブが過少になるとは言えない。
 2. 価格差別は、創作のインセンティブとアクセスのトレードオフを解消できる。
 - Fisherの指摘と同様、価格差別が総流通量を増やすとは限らない。
 3. レントシーキング
 - 権利者が価格差別を維持するためには、価格差別がない状態よりもコストがかかることが多い。この費用が巨額な場合、社会的な無駄となる。

日本法への示唆

- 自炊代行サービスは著作権侵害か
 - 知財高判平成26年10月22日・H25(ネ)第10089号
 - 著作権侵害を肯定し、ここでの複製は私的複製にも当たらないとの判断。
 - 解釈論の当否はさておき、実質的には以下のような利害対立があったものと整理することができる。
 - 紙の書籍だけほしい人と紙の書籍と電子書籍を両方ほしい人の間で価格差別をすることができるのか。
 - 価格差別を許した方が、権利者の利潤はあがり、より多くの人が書籍を手にすることができるようになるのか。

日本法への示唆

- 私的録音録画補償金制度(30条2項)
 - 本制度の持つ経済的な意義
 - 本制度が正当化できるとしたら、たとえば、以下のようなストーリーが真実の時である。
 - 政令で定めるデジタル録音録画機器への複製を行う者と、それを一切行わない者とは、同じ著作物を購入した場合でも、その著作物に対する支払意思額が大きく異なる。
 - そのようなとき、一定の場合には、両者の間で価格差別を行った方が、私的複製を望まない者に対する価格を下げられる一方、私的複製を多く行う者(そしてそれに見合っただけ高い価格を支払っても構わないと考えている者)に高く課金することができ、より多くの者に著作物を届けることができる。
 - そして、このような価格差別を行うことにより、社会が得られる便益は、私的録音録画補償金制度の運営コストより大きい。そして、権利者は、私的録音録画補償金制度より運営コストの安い価格差別を行う手段を持たない。

ご清聴ありがとうございました。

- 参考文献

- 前田健「著作権の間接侵害論と私的な利用に関する権利制限の意義についての考察」知的財産法政策学研究40号179頁(2012)