

デジタルプラットフォームと ニュース記事・報道機関

—記事配信取引の適正化に向けて—

■京都大学 大学院 法学研究科 教授

和久井 理子 Masako Wakui

さまざまな公的役割を担ってきた新聞社等の経済的存立基盤が危ぶまれている。ニュース消費と広告がデジタルプラットフォーム (DPF) 上で行われるようになり、新聞社らの得る収入が減少しているのである。ヤフー等有力な DPF 事業者と新聞社らの間では、記事配信契約等が締結されているが、その取引については、支払額の算定方法が合理性を欠き、支払額が一方向的に低い水準に設定されているという疑義がある。これが妥当するのであれば、個々の新聞社等の努力で克服可能とは考えられず、適正化に向けた施策—新聞社等間の共同行為 (団体交渉等) 許容、著作権契約法による規律、著作権集中管理、独占禁止法による規制、特別法制定等—を講じる必要がある。

キーワード

報道 ジャーナリズム デジタルプラットフォーム (DPF) 独占禁止法 著作権法

1. はじめに

新聞社をはじめとする報道機関は、知る権利に奉仕し、権力を監視し、コミュニティを形成・維持することを含むさまざまな公的役割を担っている。ソーシャルメディアを通じて、誰もが事実、論評等を行うことができるようになりはしたが、独立性を組織的に保ち、正確性、人権への配慮等を含む法的社会的要請に 대응することを期待し得る発信者としての報道機関の役

割は、失われてはいない。インフルエンサーと呼ばれるなど、個人による虚偽・誤解を含む情報の拡散や、特定の政治家・企業等と関係を持ち、これらに有利な見解を流通させることが容易になっている今日、報道機関の役割は、以前にも増して重要になってさえいる。

ところが、近年、報道機関—新聞社、通信社、雑誌出版社、テレビ・ラジオ局 (以下、「新聞社等」)—の経済的存立基盤が危殆化している。新聞社等は、購読・視聴料と広告収入を収入源として事業を行うが、

このいずれもが近年、顕著に減少しているのである。デジタルメディアの興隆が収入減少の理由の一つであることは、明らかであると思われる¹⁾。

日本においてデジタルニュースを利用者に提供する事業を営むのは、主として、ヤフーのようなニュース・ポータル事業者である²⁾。ヤフーと同じZホールディングスの傘下にあるLINE、検索エンジン市場で8割近いシェアを占めるグーグルも³⁾、ニュース記事を提供する。これらの事業者は、いずれも、ニュース記事を一般利用者に無料で配信し、ニュース記事等を媒体としてデジタル広告を掲載して収入を得るデジタルプラットフォーム(以下、「DPF」)である。

DPFは、基本的に、取材せず、記事も書かない。ヤフー、LINEらは新聞社等と締結した記事配信契約に基づき、写真等を含む記事の配信を受け、これを自社が設定したフォーマットに合わせて表示し利用している。グーグルも、「グーグルニュースショーケース」開始以来、日本の新聞社の多くと契約を締結するに至っている。DPFから配信契約に基づく支払いが十分に行われていれば、新聞社等の収入上の打撃は緩和されていたはずである。ところが、支払額や算定方法がヤフーのように有力な地位を持つDPF(以下、「主要DPF」)にとって有利なものであり、その他取引条件についても新聞社等に不利益な内容のものとなっている可能性が指摘されるようになってきている⁴⁾。

本稿では、記事配信取引に関する問題のいくつかを取り上げて課題を明らかにし、記事配信取引の適正化に向けて、いかなる措置を講じることができるかを検討する。

2. 記事配信取引を巡る諸課題

記事配信取引については、ランキングの一方的決定、新聞社等の記事提供者名の表示方法(新聞社等のブランドの希薄化)、二次使用に係る契約条項、決裁・記事作成につきDPFが提供する一定のサービス

等を用いることの義務付けなど、さまざまな課題があり得るが、紙幅の都合上、本稿では、①新聞社等への支払額と算定方法、②トラフィック流入、③①・②に係る情報提供(透明性)のみを取り上げる。

(1) 支払額および算定方法

主要DPFらの新聞社等への支払額は、低いとされる。下山(2019)らによれば、ヤフーの支払額は、ページビュー(PV)当たり0.025円(地方紙)～0.2円強とされる⁵⁾。このように金額が低いこと、中でも競合DPFの単価、個人としてブログを書く者(ブロガー)の得る広告収入、新聞社等が自社サイトで広告を出した場合に得られる広告収入等と比較して、かなり低いことなどが指摘されている⁶⁾。

支払額の算定方法については、ニュース記事を利用してDPFが得る収入のうち、どの程度の割合を新聞社等に配分しているかが問題になる。DPFは、少なくとも、①ニュース記事掲載ページに広告を掲載することからDPFが得る収入、②ニュース記事閲覧が同一DPFの他のページ・サイト閲覧行動を引き起こし、そのようにして閲覧されたページ等に掲載された広告からDPFが得る収入、③ニュース記事閲覧者がDPFの他のサービス(検索、決済サービス等)を利用する場合に、DPFがこれらのサービス提供を通じて得る収入、④ニュース記事を閲覧させることを通じてDPFが取得する個人データの利活用を通じて得られる収入ないし利益、⑤ニュース記事配信者としての信頼などがDPFのブランドに与える付加価値を得ているはずである。しかし、主要DPFらは、これらのうち直接的な広告収入(上記①)のわずかな一部しか新聞社等に提供していないようである。例えば、ヤフーについては、トップニュースとして掲載される新聞見出しとこれをクリックした後に表示されるページ(記事のかんりの部分および写真が利用されている)に掲載される広告から得られる収入を、新聞社等に対する支払基礎に含まないことがあるようである。上記

②—⑤につき全く支払いを行っていないのであれば、それ自体、問題であるが、直接的な広告収入(上記①)も一部しか算定基礎とされていないのであれば、対価算定方法の公正さは、さらに疑わしい。

ヤフーについては、かような支払水準・計算方法は、デジタルメディアが主要なニュース接触方法となるはるか前に決められたものといわれる。当時は、ヤフーやそのグループ会社が提供するデジタルサービスも限られていただろう。予想されなかった態様での活用や収入獲得が行われるようになれば、これを反映させて契約条項を見直すのが公正であろうが、十分には行われてこなかった可能性がある。新聞社等には見直しを要請したが拒絶された例もあるようであり、そうだとすれば、対価の一方的決定も行われていることになる。

これらの点について、EUデジタル単一市場における著作権指令(以下、「EU著作権指令」)⁷⁾ 18条とこれを国内法化等したEU加盟国の法令では、DPFに対し新聞社等に適正かつ比例的な報酬の支払いを義務付けるに至っている。そして、フランス競争当局は、無料でライセンスすることに応じなければDPFの提供するサービス上で新聞記事等を表示しないこととしたり、さまざまなサービスで利用しながらGoogleニュースショーケースという一定のサービスについてのみ対価を支払うこととしたりして、適正な対価支払義務を免れようとしたGoogleの行為を競争法違反行為に当たるとして緊急の仮措置を命じた⁸⁾。その後、当局は、確約決定を行い、Googleは公正な支払いを行うことなどを確約した⁹⁾。

(2) 対価としてのトラフィック流入?

支払額が低いとの指摘に対するDPFの典型的な反論は、DPFがあるがために、新聞社等のウェブサイトの閲覧数が増えているのであり、こうしたトラフィック流入という見返りを新聞社らに与えているというものである。このような主張は説得的か。

支払額の低さを補うに足るトラフィック流入をもたらしているか否かは、広く詳しく実態解明をしなければ分からない。もっとも、ヤフーについては、デザインからして、さほどのトラフィック流入はないと考えられる。

第一に、ヤフーでは、ヤフーニュース上で記事の全文が表示され、利用者には新聞社等のサイトを閲覧する理由がない。ヤフーは、新聞記事全文表示に続けて5件の記事見出しを「関連記事」として表示することを新聞社等に認めており、これをクリックすると新聞社等のウェブサイトが表示される(トラフィックが流入する)。しかし、関連記事が表示されるのは、全文表示ページの末尾であり、しかも、表示は小さい。「関連記事」直下に表示される「こんな記事も読まれています」見出しの方がはるかに目立ち、写真もあって、興味を引く表示となっている¹⁰⁾。ちなみに、「こんな記事も読まれています」の下に表示される見出しをクリックすると、表示されるのはヤフーニュース(全文)である。関係する記事の表示について、ヤフーは、自己のサービスを記事提供者のサイトよりも有利に扱う自己優遇を行っている。このような理由から、関連記事の表示を通じたトラフィック流入も、低い支払額を正当化するのに十分とは、考えにくい¹¹⁾。

(3) 透明性(情報提供)

新聞社等には、①記事の利活用・収益に係る情報も、②他の新聞社等に比して差別的に扱われていないかを確認するための情報も、十分には提供されていないようである。PV数、したがって支払額に大きく影響する表示順序(ランキング)等表示方法の詳細も詳しくは明らかにされていないという。

この点について、EU著作権指令は、透明性確保も義務付けた(19条)。フランス競争当局Google確約決定ではGoogleの収益、インプレッション数等の情報を提供することが義務付けられた¹²⁾。日本でも、知的財産に係る契約においては利用・収益についてライ

センサーの監査等を認める条項を置くことはまれでない¹³⁾。主要 DPF と新聞社等との取引では、このような規定が全く置かれなかったら、特異な力関係が作用していることを疑わざるを得ない。

新聞社等が提供した記事と利用状況(上記①)に係る透明性の欠如には、次の問題がある。第一に、利用および収益に関する情報を確認する手段がなければ、新聞社等は、契約の規定ののっとりた支払いが行われているのかを確認できない。第二に、表示方法があらかじめ具体的かつ詳細に定められていなければ、支払額を小さくするよう操作したり、自己の意に沿わない行動をとる新聞社等に対して報復する手段として利用されたりする可能性がある。このような報復の可能性があるというだけで、新聞社等は、交渉上不利になり、法的手段の利用も、批判する言論も、萎縮しかねない。

これに対して、差別がないことを確認できる情報(上記②)は、他社との取引内容の開示を求めることになると思われ、この義務付けに対してはさまざまな見解があり得よう。ただ、報道という特別な社会的公的役割を持つ品質(中でも自由と独立性の維持)保持の必要性に鑑みれば、具体的で十分な正当化事由がない限り、DPF が特定の新聞社等を不利に扱うことは禁じられるべきである。そして、かような禁止ルールを実効的なものとするためには、取引条件の一般的なまたは公的・仲裁機関等に対する開示と検証が不可欠である。

この点については、ニュースメディアを含むコンテンツ提供者と戦略的重要性を占める DPF との間の行動規範に係る公表文書において、英国市場競争庁・情報通信省がパブリッシャー間で差別をすべきでないとの考えを示していること¹⁴⁾、フランス競争当局が「**グーグル確約決定**」では差別を禁じるとともに確約遵守状況を監視する監視受託者に対する広範な情報提供義務を課していることが注目される¹⁵⁾。新聞社等との共同行為や著作権の集約的管理も恣意的な差別の予防になり

得るのであり、このような対応を可能とする諸外国の立法動向(後述)が注目される。

3. 記事配信取引の適正化に向けて

配信取引は、報道機関の持続可能性、したがって市民・社会・政治に重大な影響を持ち得るが、日本では、このような課題の存在がほとんど知られていない。実態解明と問題意識の共有が必要である。守秘義務が壁になり、実態解明は、市民・企業・研究者には行い得ない。公的機関による解明または一定の情報の開示義務付けが求められる。

実態解明が行われ、課題が実際にあることが明らかになった場合、どのような手段により記事配信取引の適正化を行うことができるだろうか。

(1) 契約による解決と限界

主要 DPF については、個社による交渉・契約に委ねておいて解決が図られるとは考えにくい。個々の新聞社等と主要 DPF の間には、取引上の地位の格差があるためである。

主要 DPF にとってすれば、ある新聞社に取って代わる代替的取引先は豊富に存在するのであり、譲歩すべき理由はない。これと対照的に、新聞社等は、主要 DPF の提供するサービス(ヤフーニュース、グーグル検索等)を通じてニュースに接する利用者に情報を届けようとすれば、主要 DPF との取引は避けられない。紙媒体の利用が減少し、新聞社等自身のデジタルサービスの利用者数も十分でない中、新聞社等は、主要 DPF が一方的に設定する不利な取引条件等も応諾せざるを得ないものと考えられる。

(2) 新聞社等間の共同行為(団体交渉等)

i) 共同行為の意義

新聞社等が共同して交渉・契約上のルール・原則を設定したり、共同で交渉等をしたれば、交渉力格

差問題を緩和させることができる可能性はある。DPFは、広告収入を得るために何かしらのコンテンツを提供する必要があるところ、ニュース記事は全体としては重要なコンテンツである可能性が高い¹⁶⁾。それにもかかわらずDPFが強い交渉力を持っているとすれば、既に述べたように、DPFにとって個々の新聞社等は他の新聞社等で代替可能であり、特定の社と取引する必要はないためである。そこで、新聞社等が共同してDPFに対峙することにすれば、力関係が変わる可能性はある。

このような共同行為による解決は、行政・立法機関の介入を要さないものであり、報道の自由・独立性維持の観点から優れている。共同して交渉・契約に臨めば、これらを行う上で必要な法律・経営、データ等に関する知識の偏在や、DPFによる差別的取り扱いの問題も緩和されよう。

ii) 共同行為の限界

もっとも、このような解決手法には、限界があり得る。第一に、主要DPFにとっては広告主に訴求可能な関心(アテンション)を引き付けるコンテンツであれば何でもよく、コンテンツ提供者間の競争はより広い範囲で行われている可能性がある。この場合には、より広い範囲から参加を得て共同行為を行わない限り、力関係は大きくは変わらない。

第二に、提供するコンテンツの種別と内容、ビジネスモデル、DPFとの関係性などが異なるために、報道機関(新聞社等)の間でも、共同行為は難しい可能性がある。中でも「囚人のジレンマ」が協力を阻害する可能性がある。このジレンマは、共同してDPFに対して強硬な態度に出ている状況下(例えば高い配信料の提示時)、個社は、共同行為に加わらず、若干、DPFに歩み寄ることで(若干安い配信料とすることで)、DPFと良い関係を築き、共同行為参加時よりも大きな利益を稼ぐことできる——つまり逸脱するインセンティブがある——ことから生じる。このような誘

引に直面し、かつ、他社も同種の誘因に直面しているという認識は、協力関係の成立を妨げ得る。

iii) 独占禁止法との関係

協力行為の内容、参加する新聞社の地位(市場において集合的に占める地位)等にもよるが、共同行為には独占禁止法(3条、8条等)に抵触するおそれもある。この点については、独占禁止法の適用を除外する法律の立法も課題になろう。オーストラリアでは**団体交渉を認める競争法改正(Bargaining Code 制定)**¹⁷⁾がなされるとともに、オーストラリア競争消費者委員会による適用除外決定(小規模新聞社等に対する)が行われており¹⁸⁾、ドイツ競争制限禁止法も新聞社の一定の共同行為について競争法の適用を除外する(30条2b)。米国・カナダでは適用除外立法の動きがある¹⁹⁾。フランスでは相当規模の新聞社等が加盟する団体がグーグルらと交渉・契約を行っている²⁰⁾。

このような立法が行われるまでは、日本では、**公正取引委員会(公取委)令和3年度相談事例集・事例1(2022年6月公表)**に示された考え方に沿って、許容されている取り組みを進めることが期待される。この事例において、公取委は、契約事項状況確認のための情報提供要請を共同で行うこと(開示は個社に対して行われる)、契約ひな型を共同で策定すること(ただし、価格等の具体的内容には踏み込まず、採否は自由とする)等には、独占禁止法上の問題はないとした。前述のように新聞社等の自発的取り組みによる解決には報道機関の独立性等の観点から優れた点があるし、公的介入を行うとしても、あるべき交渉・取引関係が明らかになっている必要がある。公取委が認めた範囲であれば、競争を実質的に制限する効果もないだろうし、団体内部ないし共同行為参加者間で差別的・排他的行為が行われ自由が抑圧される問題が生じるとも思えない。

(3) 著作権法による規律

i) 著作権契約法

EU著作権指令により、DPFは、新聞社らに公正に対価を支払い、その基礎となる情報を開示する義務を負うことになった。さらに、フランス競争当局は、このような義務の違反を競争法違反とした(2(3)参照)。

一般に、排他権(排他的に著作物を利用できる権利)の付与は、取引せざるを得ない取引相手(回避不能な取引相手、unavoidable trading partner)が⁸、一方的に不利な条件を課す問題の解決手段には、ならない。契約内容に立ち入った規律が必要となる²¹⁾。

しかしながら、日本の著作権法には、このように契約関係を規律するルール(著作権契約法)がほとんどない²²⁾。また、一般的に適用される著作権法を改正して、著作権者の権利・交渉力を強めることにはむしろ、懐疑論が強いようである。創作活動の促進が喫緊の課題となる中で、排他権を設定するだけで交渉・契約は私人に任せきりでよいのかとの疑問はあるが、当面のところ、日本では、記事配信取引の適正化を進める上で著作権法上の規定に依拠することは難しいのかもしれない。

ii) 著作権集中管理

著作権集中管理は、権利者の発見、交渉・契約等の費用と遵守状況監視等を含む一連の取引費用を削減するとともに、個々には交渉力を持ちにくい権利者の地位を強めるための制度である。ドイツでは、**集中管理団体 Corint Media**がDPFとの交渉、仲裁申立て等を行っている²³⁾。

日本でも、著作権等管理事業法の下、ニュース記事についても集中管理を行う体制の構築が可能ではある。新聞記事の一部については、新聞著作権協議会が企業・団体内部での限定的利用について部分的に集中管理を行っている²⁴⁾。DPFへのライセンスについて集中管理を実現するためには、誰がこのような機能の担い手になるのか、担い手が現れたら十分な数の新聞社

等が著作権管理を委託等するのか等が問題になる。新聞社等に寄託等を義務付ける法令は存在しないし、有力な新聞社等が共同で一定の機関に管理を排他的に委ねることを取り決めれば独占禁止法に違反する可能性がある。このような問題・制約を克服できれば、集中管理制度の利用は、優れた解決方法となる可能性はある。

(4) 独占禁止法による規制

i) 優越的地位の濫用

主要DPFが新聞社等にとって不利な取引条件を一方的に課す行為は、独占禁止法2条9項5号ハ(優越的地位の濫用)に該当し19条に違反しないか。前述した行為が現に行われているとすれば、回避できない取引相手として優越的地位にある主要DPFが、対価等について新聞社等の不利益となるように取引条件を一方的に設定する2条9項5号ハ該当行為を行っているといえる。このような行為によって新聞社等の自由で自主的な取引が妨げられている。主要DPFは、日本中の新聞社等を相手方として広範にかような行為を行っており、取引上の地位が強くないDPFでは設定できないような有利な条件でニュース記事を得て競争上有利に立っている。新聞社等は、自らデジタル版を提供するDPFの競争者でもあるところ、非常に低い額でニュース記事を手し、ニュース記事は無料という観念を広めて新聞社等の存続可能性を危うくすることは、潜在的競争者を排除する効果も持ち得る。このような行為が公正な競争を阻害するおそれ(公正競争阻害性)を持つことは、明白と思われる。

これに対しては、新聞社等の売り上げに占めるDPFからの支払額の占める割合が低く、取引依存度が高くなく、したがって優越的地位にないという反論が考えられる。しかし、支払額が低いことは、優越的地位とその濫用の結果である可能性があるものであり、もっぱら取引依存度によって優越的地位の有無を判断するのは、誤りである。また、紙媒体での提供サービ

スとデジタルメディア関連サービスは区別され、交渉担当者は各サービスごとに別途存在している上に、新聞社等にとってはデジタルメディア関連サービスの重要性が増しているのであるから、新聞社等の収入総額を分母として取引依存度を計算するのも誤りである。DPFの優越的地位は、インターネットを通じた記事提供における重要性を見て評価すべきである。

ii) 独占禁止法による規制の利点

主要DPFが上記のような行為を行えば独占禁止法に違反する、ということをはっきりとすれば、著作権法によることなく、配信契約の適正化を図り、ニュース記事提供に関する取引・交渉上のルールを確立することができる。このようなルールは、報道分野外のクリエイティブ産業でも参考になる前例となろう。

公取委は、優越的地位濫用規制を慎重に運用してきており、中でも価格の当否(特に買ったたき行為)をそれ自体として非難することには慎重な傾向がある。価格を含む取引条件の適否を適切に判断する上で必要となる情報・専門的知見の量に鑑みれば、このような慎重な姿勢は一般的には首肯し得る。もっとも、独占禁止法上の規律は対価設定行為にも従来から及んできた²⁵⁾、著作権管理団体という特殊な事項に関してはあるが著作権分野では米欧の競争当局が取引条件の裁定等を行うことがまれではない²⁶⁾。規制分野に属さないがために規制官庁が存在せず、事業活動を主管する官庁を設置することも考えにくい中、競争当局がギャップを埋める役割を果たしてきたともいえそうでもある。十分なリソースを確保すれば、契約締結前の交渉過程に注目して濫用性を判断したり、行動規範(code of conduct)、仲裁制度等を排除措置命令・確約決定等を活用したりすることで、公取委にも一定の対応を行うことは可能と思われる²⁷⁾。

報道の自由・独立性を維持しつつ、配信契約の適正化を図るという難しい課題を解決する上で、公取委ほど適した地位にある行政機関は存在しないのではない

か。公取委は、法律の規定にのっとり事業者に対する立入検査等を行うことができる人員・能力を持つ稀有な中央官庁である。公取委は、内閣から独立して職権を行使し、許認可等の権限も持たない。これらのことから、報道機関に対する政治的影響力の行使や「貸し借り」関係が生じるおそれも小さい。

(5) 特別法の制定等

(透明化、公正な対価の支払い義務付け等)

著作権法、独占禁止法にも、共同行為にもよることなく、あるいは、これらと並行して、特別法を制定し、その執行のための仕組みを設けることも、理論上、可能である。このような制度・施策を取るのであれば、報道機関の独立性に十分に配慮するものとする必要がある。



Masako Wakui

和久井 理子

京都大学 大学院 法学研究科 教授
シャープ株式会社法務本部的知的財産権センター・ライセンス部、大阪市立大学大学院法学研究科准教授、同特任教授、立教大学法学部特任教授等を経て、2019年4月から現職(経済法担当)。

注

- 1) 公正取引委員会(公取委)「デジタル・プラットフォーム事業者の取引慣行等に関する実態調査(デジタル広告分野)について(最終報告)」121頁(2021年2月17日)、橋元良明『日本人の情報行動2020』236頁(2021)、和久井理子「新聞とデジタル・プラットフォーム」土田和博ほか編『現代経済法の課題と理論—金井貴嗣先生古稀祝賀論文集』(2022)等。
- 2) さしあたり和久井・前掲注1) 449-451頁。
- 3) デジタル市場競争会議「モバイル・エコシステムに関する競争評価中間報告」192頁(2022年4月26日)。
- 4) 公取委・前掲注1) 134頁以下等。
- 5) 下山進『2050年のメディア』165頁(2019)、小嶋麻友美「「ヤフーに罪はない」巨大プラットフォームと伝統メディアの愛憎劇」(東京新聞、2020年7月6日 TOKYOWeb)等。
- 6) 筆者による新聞社等に対する聞き取り調査(2021年12月24日、2022年1月7日・2月10日・同22日・同28日・3月2日・同15日・同17日・同22日・同25日・同31日・4月1日・同14日・同15日・同27日・5月12日・同27日・6月1日・同9日(主要なもの))。以下、本項における記述につき同様。
- 7) EU指令2019/790号。著作権情報センターによる全訳<https://www.cric.or.jp/db/world/EU/EU_02a.html>がある。
- 8) フランス競争当局2020年4月6日の決定(20-MC-01)。その後、当局は、本命令違反に対して制裁金も賦課した。2021年7月12日の決定(21-D-17)。
- 9) フランス競争当局2022年6月21日の決定(22-D-13)。
確約については日本語試訳(和久井)<https://researchmap.jp/multidatabases/multidatabase_contents/detail/235726/441eb2ffa5f15cbea9fd961fc28deaba?frame_id=786754>がある。
- 10) Yahoo! Japanニュース<<https://news.yahoo.co.jp/>>2022年8月14日閲覧。
- 11) 重複・類似するページのうち正規のページがどれかを検索エンジンに明らかにする「カノニカルタグ」を、ヤフーは、自社ページに付しており、この結果として、グーグル検索の結果上もヤフーニュースが表示されることが多くなっていることが指摘される。梶田陽介「ヤフーニュース“提供社締め付け”で求心力低下」ZAITEN2022年5月号16-17頁。
- 12) 前掲注9) 附則1。
- 13) 三菱UFJリサーチ&コンサルティング「知的財産のライセンス契約に伴うロイヤルティ監査に関する調査研究報告書(特許庁産業財産権制度問題調査研究報告書)」47頁以下(2011)。
- 14) Competition and Markets Authority & The Office of Communications (UK), Platforms and content providers, including news publishers: Advice to DCMS on the application of a code of conduct (November 2021) 9.
日本語で一部の訳(和久井)<https://researchmap.jp/multidatabases/multidatabase_contents/detail/235726/bb711d11a1f8c4f137c81d9ca6a81690?frame_id=786754>がある。
- 15) 前掲注9) 10項および附則3・17項。
- 16) See, e.g., News Media Association (UK), New Academic Paper Finds News Content Drives £1 bn In Annual UK Revenues For Tech Platforms (13 May 2022), <<http://www.newsmediauk.org/Latest/new-academic-paper-finds-news-content-drives-1-bn-in-annual-uk-revenues-for-tech-platforms>> accessed 14 Aug 2022.
- 17) Treasury Laws Amendment (News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code) Act 2021.
- 18) オーストラリア競争消費者庁2021年4月21日決定(Country Press Australia)。
- 19) Journalism Competition and Preservation Act of 2021, S. 673, 117th Cong. § 2 (b) (2021-22) (US), An Act respecting online communications platforms that make news content available to persons in Canada, C-18, 44th Parl. § 11 (2021).

注

- 20) L'Alliance de la presse d'information générale, L'Alliance et Google concluent de nouveaux accords pour la rémunération des droits voisins (4 mars 2022) <<https://www.alliancepresse.fr/actualite/lalliance-et-google-concluent-de-nouveaux-accords-pour-la-remuneration-des-droits-voisins/>>
- 21) フランス競争当局グーグル事件(上記2(1)参照)に見られるように、支払義務を抽象的に課しても、問題が解決しないことはある。ただ、著作権法上のルールが存在したからこそ、競争当局は、比較的容易にグーグルの行為を不当と評価できた。
- 22) 上野達弘「著作権法における契約法」(著作権法学会研究大会2022年5月21日資料) 20頁 <<http://www2.odn.ne.jp/~aaf77690/activity/ueno2.pdf>>等。
- 23) Corint Media, Corint Media files an application with the Arbitration Board against Google for a determination of the remuneration amount (22 July 2022) <<https://www.corint-media.com/en/corint-media-files-an-application-with-the-arbitration-board-against-google-for-a-determination-of-the-remuneration-amount/>>
- 24) 新聞著作権協議会「新聞著作権協議会とは?」 <<https://www.ccn.jp/what.html>>
- 25) 長澤哲也『優越的地位濫用規制と下請法の解説と分析 第4版』181頁以下(2021)。
- 26) 田中裕明「著作権管理団体による支配的地位の濫用」神戸学院法学39巻3・4号532頁以下(2010)等。
- 27) 英国競争市場庁は、前掲注14)所掲文書公表等を通じて、そのような任務を引き受ける準備をしているように見える。