

ニュースコンテンツの配信をめぐる 著作権法上の論点

Distribution of News Content Issues under Copyright Law

慶應義塾大学大学院法務研究科 教授

石岡克俊

ISHIOKA Katsutoshi

Professor, Keio University Law School

1. はじめに

ここ数年、欧米諸国やわが国において、新聞社や放送局等の報道機関（ニュースメディア事業者）とニュース配信を行うデジタルプラットフォーム（ニュースプラットフォーム事業者）との間で対立が広がっている。

ニュースプラットフォーム事業者は、かねてより自らのインターネットサイトにおいて、これらニュースメディア事業者のニュースコンテンツや画像・映像コンテンツのリンクを貼ったり、見出しや断片的な記事を掲載したりするなどして、自らのニュースサイトを編成・構築してきた。試みにグーグル社の検索サイトの検索結果や同社のニュースサイトを見ると、大量のニュースコンテンツが集められていることに気づく。そこには、ニュースメディア事業者のニュース本文そのものはもちろん、見出しや抜粋などが数多く表示されている。

ニュースコンテンツの流通・配信については、ニュースコンテンツの享受をめぐる消費者行動の変化や、消費者のメディア利用の変化にともなう流通ないし配信実態の変容を受け、ニュースプラットフォーム事業者の重要性が増大する一方、ニュースメディア事業者にとっては新聞や雑誌等の購読料・視聴料収入やこれら既存媒体のもとにおける広告収入が激減するなど、収益構造の面で事業の存続も危ぶまれる深刻な状況に直面している。

消費者のニュースプラットフォームにおけるコンテンツの利用状況や、ニュースプラットフォーム事業者とニュースメディア事業者の取引のあり方いかんによっては、消費者が質の高いニュースコンテンツを享受することが困難になるおそれがあるなど、国民生活において重要な役割を担うニュースコンテンツの提供に大きな支障をきたすこととなり、ひいては民主主義の根幹を揺るがしかねないとの懸念が指摘され、問題となっている。

ここでは、巻頭のこの場を借りて、この問題の著作権法上の論点を主として取り上げ、その現段階を見ていく¹⁾。

2. ニュースコンテンツの配信

インターネット上におけるニュースコンテンツの一般的な閲覧方法には、消費者が配信者のウェブサイトやアプリに直接アクセスしてニュースコンテンツを閲覧する方法と、消費者がある特定のウェブサイトにアクセスした後、このウェブサイトに掲載されている他のウェブサイトの URL ないしリンクを利用することで、他の配信者のウェブサイトにアクセスしてニュースコンテンツを閲覧する方法とがある。

また、インターネットを介したウェブサイトやアプリでのニュースコンテンツの配信サービスには、「ニュースポータル」と「インターネット検索」の2つがある。前者は、ウェブサイトの運営形態にかかわらず、提供元の異なる複数のニュースコンテンツの一部（たとえば、見出しや記事の文章・画像の一部）を並べて表示するとともに、それらのニュースの全文を配信またはニュースの全文を掲載するニュースメディアサイトの URL 情報を提供するサービスである。後者は、利用者が入力したクエリ（検索用キーワード）にもとづく検索の結果（インターネット検索結果）としてニュースコンテンツの抜粋（スニペット）等のかたちで表示するものをいう。

ニュースプラットフォーム事業者が提供するサービスには、これらニュースポータルおよびインターネット検索の両サービスが含まれている。ニュースプラットフォームのうち、ニュースポータルにはニュースコンテンツの配信者としての側面とニュースコンテンツへのアクセス手段の提供者としての側面を有しているが、インターネット検索は専ら後者の側面のみが認められる。

3. ニュースポータル

ニュースポータルを介した配信には、①ニュースポータルでニュースコンテンツの全文を表示するものと、②ニュースポータルではニュースコンテンツの見出しのみを表示し、このニュースコンテンツの全文を配信元のニュースメディアサイトへのリンクを提供することでこの見出しを選択（クリック・タップ）した消費者を配信元のニュースメディアサイトに遷移させるもの（これを「送客」という）がある。ここでは、ニュースポータル事業者は、ニュースメディア事業者からニュースコンテンツの配信ないし利用について許諾を受け、ニュースコンテンツを消費者に向けて配信する。

このように、ニュースポータルでニュースコンテンツの全文を提供する場合、ニュースポータル事業者からニュースメディア事業者に対し、ニュースコンテンツの利用について対価（許諾料）が支払われる。他方、消費者はニュースポータルを無料で利用し、ニュースポータル事業者は消費者がニュースポータル事業者の運営するウェブサイトやアプリを閲覧した際にニュースコンテンツとあわせて表示されるデジタル広告により収益を得ている。

4. インターネット検索

消費者は、インターネット検索を介してニュースメディアサイト上またはニュースポータル上のニュースコンテンツにアクセスする場合には、インターネットの検索結果として、スニペット等ニュースコンテンツの一部がリスト化されて表示され、これとあわせてニュースメディアサイト上またはニュ

ースポータル上にニュースコンテンツのリンクが消費者に提供される。消費者は、この表示されたスニペット等に付されたリンクを選択(クリック・タップ)することで、ニュースコンテンツにアクセスし、目的のニュースコンテンツを閲覧する。

このように、消費者がインターネット検索を介してニュースメディアサイト上またはニュースポータル上のニュースコンテンツにアクセスする場合、インターネット検索結果にはニュースコンテンツの抜粋(スニペット)等が表示されるわけだが、インターネット検索事業者はニュースメディア事業者やニュースポータル事業者にかかる利用に対する対価を支払っていない。ニュースプラットフォーム事業者は、ニュースコンテンツとあわせて表示されるデジタル広告により収益を得ている。

5. 「軽微」利用！？

わが国では、現状、インターネット検索事業者とニュースメディア事業者との間でニュースコンテンツの配信ないし利用に関する契約は結ばれていない。

なぜか？インターネット検索事業者は、インターネット検索結果におけるニュースコンテンツの利用がわが国の著作権法にそもそも抵触しないと考えているからである。したがって、インターネット検索結果におけるニュースコンテンツの利用について、インターネット検索事業者とニュースメディア事業者の間で利用許諾契約は締結されず、対価も支払われない。

こうした取扱いが通用している理由は、著作権法の中にある。わが国の著作権法47条の5には「電子計算機による情報処理及びその結果の提供に付随する軽微利用等」に関する規定があり、これは、インターネット検索事業者がインターネット検索の目的上必要と認められる限度で、検索結果の提供に付随する著作物の軽微利用につきこれを許容するものである。この条項は、いわゆる著作権者の権利制限に関わるものであり、その権利が制限されるための要件として、著作物の利用が「検索情報の特定又は所在に関する情報を検索し、及びその結果を提供する」行為に「付随」するものであり、かつ、その利用が「軽微なもの」に限るとされている(同法47条の5第1項参照)。この規定のもと、ニュースコンテンツについても、インターネット検索の結果として数行程度の抜粋(スニペット)やサムネイルを表示するなどの利用については、一般的に権利が制限されると解されており²⁾、実際、大半のニュースメディア事業者は、インターネット検索における著作物利用について交渉さえもしていない。

もちろん、インターネット検索結果における利用であれば無条件に権利が制限されるわけではなく、「……当該公衆提供等著作物の種類及び用途並びに当該軽微利用の態様に照らし著作権者の利益を不当に害することとなる場合」(同法47条の5第1項但書)には、権利制限の適用を受けない。いかなる場合がこれに該当するかについては、「著作権者の著作物の利用市場と衝突するか、あるいは将来における著作物の潜在的販路を阻害するかという観点から、最終的には司法の場で具体的に判断される」ものとされている³⁾。

インターネット検索結果におけるニュースコンテンツの利用について、著作権法との関係では、同法47条の5第1項但書にいう「著作権者の利益を不当に害することとなる場合」に該当するか否か、すなわち、ニュースメディア事業者のニュースコンテンツ利用市場との衝突の有無が当面問題となろう。具体的には、インターネット検索結果におけるニュースコンテンツの利用が、ニュースメディア事業者のニュースコンテンツの流通・配信による売上げや利益を害することとなるかである。

ニュースメディア事業者の売上げは、自らのニュースコンテンツを直接消費者に販売する収入とデジタル広告収入とからなるが、近年、無料でニュースコンテンツを享受する消費者を前に、前者の収入は大幅に減少し、後者も前者の収入を埋め合わせるどころか、むしろニュースプラットフォーム事業者の送客に多くを依存せざる得ない状況が生み出されている。ニュースコンテンツの利用によるニュースメディア事業者への影響の因果をどう説明していくかが、ニュースメディアの今後を占う鍵となる。

6. むすびにかえて——権利・交渉・対価

インターネット検索について、軽微利用による権利制限は認められないとの解釈が採られることとなれば、ニュースメディア事業者にニュースコンテンツの流通・配信の権利が認められ、ニュースプラットフォーム事業者にその対価を求める契機となるだろう（すでに対価の支払いがあるニュースポータルに対する交渉においても重要な根拠となり得る）。

権利の行使が認められたとしても、ニュースプラットフォーム事業者との取引条件をめぐる交渉の場が設けられなければならない。しかし、ニュースメディア事業者は、すでに市場支配力や優越的な地位を有するニュースプラットフォーム事業者に依存しており、交渉力等の面で大きな格差がある。こうしたなか、円滑かつ適切な交渉を具体化するため、海外ではカルテルを許容する立法措置が採られたり、わが国においてもニュースメディア事業者がニュースプラットフォーム事業者と個別に交渉を行うことに代え、ニュースコンテンツにかかる著作権管理事業者が、複数のニュースメディア事業者のニュースコンテンツにつき、一括して当該ニュースコンテンツの利用についての取引条件を交渉する方策などが提案されている。

取引条件の中心は、対価の水準となる。ここでの対価は売手の数も買手の数もきわめて少ない（相対取引）交渉を通じて決まる。知的財産権の集中管理を伴う市場では、しばしばこうした特徴を備える取引が行われる。たとえば、商業用レコードの二次使用について著作隣接権者に支払われる二次使用料の価格決定（著作権法 95 条および 97 条）や、私的録音録画補償金制度（同法 104 条の 2 以下）・授業目的公衆送信補償金制度（同法 104 条の 11 以下）における補償金額の決定が行われている。若干スキームを異にするが、商業用レコードの二次使用については放送事業者・有線放送事業者と文化庁長官が指定する唯一の隣接権団体とがそれぞれ協議して年毎の価格が決定されており、かつ、この売手と買手の共同行為については独占禁止法の適用除外が規定されている。

市場価格とは異なり、交渉によって形成される価格（相対価格）の適正さをいかに確保するかが、ニュースメディア事業者のビジネス、ひいてはジャーナリズムの持続可能性にとって重要な意味をもつことになる。

注)

- 1) この問題については、近時、公正取引委員会により『ニュースコンテンツ配信分野に関する実態調査報告書』（2023 年 9 月 21 日）が公表されている。この報告書の位置付けと独占禁止法上のポイントについては、拙稿「ニュースコンテンツの配信をめぐる取引と独占禁止法」『公正取引』878 号（2023 年 12 月号）41 頁以下を参照。また、かつて拙稿「言論市場と独占禁止法」日本経済法学会編『日本経済法学会年報』43 号（有斐閣、2022 年）57 頁以下において、ニュースコンテンツをめぐるニュースメディア事業者とニュースプラットフォーム事業者間の取引上の課題を「新たな問題」として若干触れている（同・68-69 頁）。
- 2) 加戸守行『著作権法逐条講義』（著作権情報センター、七訂新版、2021 年）416-417 頁。
- 3) 同上・418 頁。