

著作物再販制度の取扱いについて

平成13年3月23日

公正取引委員会

公正取引委員会は、著作物の再販適用除外制度（以下「著作物再販制度」という。）について、規制緩和の推進に関する累次の閣議決定に基づき、独占禁止法適用除外制度の見直しの一環として検討を行ってきた。その中で、平成10年3月に、競争政策の観点からは廃止の方向で検討されるべきものであるが、本来的な対応とはいえないものの文化の振興・普及と関係する面もあるとの指摘があることから、著作物再販制度を廃止した場合の影響も含め引き続き検討し、一定期間経過後に制度自体の存廃について結論を得る旨の見解を公表した。

これに基づき、著作物再販制度を廃止した場合の影響等について関係業界と対話を行うとともに、国民各層から意見を求めるなどして検討を進めてきたところ、このたび、次のとおり結論を得るに至った。

- 1 著作物再販制度は、独占禁止法上原則禁止されている再販売価格維持行為に対する適用除外制度であり、独占禁止法の運用を含む競争政策を所管する公正取引委員会としては、規制改革を推進し、公正かつ自由な競争を促進することが求められている今日、競争政策の観点からは同制度を廃止し、著作物の流通において競争が促進されるべきであると考えます。

しかしながら、国民各層から寄せられた意見をみると、著作物再販制度を廃止すべきとする意見がある反面、同制度が廃止されると、書籍・雑誌及び音楽用CD等の発行企画の多様性が失われ、また、新聞の戸別配達制度が衰退し、国民の知る権利を阻害する可能性があるなど、文化・公共面での影響が生じるおそれがあるとし、同制度の廃止に反対する意見も多く、なお同制度の廃止について国民的合意が形成されるに至っていない状況にある。

したがって、現段階において独占禁止法の改正に向けた措置を講じて著作物再販制度を廃止することは行わず、当面同制度を存置することが相当であると考えます。

2 著作物再販制度の下においても、消費者利益の向上につながるような運用も可能であり、関係業界においてこれに向けての取組もみられるが、前記の意見の中には、著作物再販制度が硬直的に運用されているという指摘もある。

このため、公正取引委員会は、現行制度の下で可能な限り運用の弾力化等の取組が進められることによって、消費者利益の向上が図られるよう、関係業界に対し、非再販商品の発行・流通の拡大、各種割引制度の導入等による価格設定の多様化等の方策を一層推進することを提案し、その実施を要請する。また、これらの方策が実効を挙げているか否かを検証し、より効果的な方途を検討するなど、著作物の流通についての意見交換をする場として、公正取引委員会、関係事業者、消費者、学識経験者等を構成員とする協議会を設けることとする。

公正取引委員会としては、今後とも著作物再販制度の廃止について国民的合意が得られるよう努力を傾注するとともに、当面存置される同制度が硬直的に運用されて消費者利益が害されることがないように著作物の取引実態の調査・検証に努めることとする。

3 また、著作物再販制度の対象となる著作物の範囲については、従来から公正取引委員会が解釈・運用してきた6品目（書籍・雑誌、新聞及びレコード盤・音楽用テープ・音楽用CD）に限ることとする。

(問い合わせ先)	公正取引委員会事務総局 経済取引局 取引部 取引企画課
	電話 03(3581)3371 (直通)
	インターネット・ホームページ http://www.jftc.go.jp

資料 1

著作物再販制度の見直しに関する意見照会・意見聴取等の状況について

はじめに

公正取引委員会は、平成 12 年 12 月 7 日に「著作物再販制度の見直しに関する検討状況及び意見照会について」を公表し、本年 1 月 25 日を期限として、著作物再販制度の存廃等の問題について国民各層からの幅広い意見を求めたほか、本年 1 月から 2 月にかけて、消費者団体（64 団体）及び著作権者団体（14 団体）から意見を聴取してきた。

これらの意見照会、意見聴取等に基づく意見の状況は、次のとおりである。

1 意見照会の状況

- (1) 著作物再販制度の存廃等の問題についての意見照会に応じて、個人及び団体から多くの意見が寄せられた。提出された意見の件数をみると、次の表のとおり、再販制度の維持を求める意見が 28,048 件、同制度の廃止を求める意見は 338 件であった。

○公正取引委員会に提出された意見の件数

対 象	再販制度維持の意見	再販制度廃止の意見
書籍・雑誌	13,388 (99.6%)	60 (0.4%)
新聞	11,787 (99.5%)	57 (0.5%)
音楽用CD等(注)	488 (94.6%)	28 (5.4%)
著作物再販制度一般	2,385 (92.5%)	193 (7.5%)
合計	28,048 (98.8%)	338 (1.2%)

(注) レコード盤、音楽用テープ及び音楽用CDをいう。以下同じ。

このほか、新聞の再販制度の維持を求める署名（計 71,154 人）が寄せられている。

- (2) 提出された意見の内容をみると、主に以下のようなものであった。

ア 書籍・雑誌

再販制度の維持を求める意見としては、文化商品である本について経済効率の面から流通制度を考えることは不適當である、再販制度が廃止されると価格競争が激化して、書店の品揃えは売れ筋のみに偏り、出版社は売れ筋のみを発行するようになる、また、地域の最寄り書店が淘汰されたり、書店間の価格差が発生する結果、特に地方の消費者、高齢者、児童等に不利益を与えるなどの指摘が寄せられている。

再販制度の廃止を求める意見としては、消費者が書店を選択する等の努力をして良い商品を安く購入したいというニーズは満たされるべきである、再販制度を廃止して市場原理に任せれば、優れた内容のものを含めたより多様な書籍・雑誌が発行され、市場の活性化につながる、また、低価格販売を行う書店や価格以外の工夫をする書店等消費者のニーズに対応した魅力ある書店が増加するなどの指摘が寄せられている。

イ 新聞

再販制度の維持を求める意見としては、再販制度が廃止されると価格競争が激化して、販売促進経費が増加する結果、販売店が経営効率化のために過疎地等において戸別配達を放棄したり、割高の価格を設定すること等により、新聞情報への平等なアクセスが阻害され、また、取材経費が圧縮されて紙面の質が低下すること等により、民主主義の基盤が維持できなくなるなどの指摘が寄せられている。

再販制度の廃止を求める意見としては、消費者のニーズの強い戸別配達を販売店が放棄するとは考えにくく、戸別配達維持との因果関係は成り立たない、競争の結果、紙面の質が低下することは市場経済の中では考えられない、再販制度が存在し、読者が販売店を選べないため、新聞販売における消費者のニーズが反映されないなどの指摘が寄せられている。

ウ 音楽用CD等

再販制度の維持を求める意見としては、再販制度が廃止されると価格競争が激化して、レコード店の品揃えは売れ筋のみに偏り、メーカーは売れ筋のみを発行するようになり、その結果、音楽文化の維持や作家・アーティストの育成が困難になる、地方のレコード店が廃業したり、レコード店間で価格差が発生することによって消費者が安心して購入できなくなり、特に地方の消費者、高齢者、児童等に不利益を与えるなどの指摘が寄せられている。

再販制度の廃止を求める意見としては、再販制度を廃止すれば、消費者がレコード店を選択して、より良い商品をより安く購入することが可能になり、結果として市場の活性化につながる、再販制度を維持することにより、インターネット等を利用した取引を内容とする今後のIT革命の流れを阻害する可能性がある、我が国のみ音楽用CD等に再販制度を必要とする特別の事情は見当たらないなどの指摘が寄せられている。

- (3) また、再販制度の存廃自体に関する意見とは別に、同制度の運用や流通・取引のあり方について、消費者利益の確保の観点から、非再販化された書籍・雑誌や時限再販期間経過後の音楽用CD等の値引販売等を消費者の目に見える形で実行すべきである、新聞について長期購読割引等料金設定の多様化を行うべきである等、現時点において是正すべき事項がある旨を指摘している意見があった。

2 消費者団体からの意見聴取等の状況

- (1) 公正取引委員会は、平成13年1月から2月にかけて、消費者団体計64団体（北海道4、東北6、東京8、中部17、近畿16、中国5、四国5、九州2、沖縄1）から著作物再販制度自体の存廃等の問題について意見を聴取したところ、全体的にみて、著作物

再販制度の廃止を求める意見が多数であった。

意見の内容をみると、著作物再販制度は消費者がより安くてサービスの良い販売店を選択することを阻害する、同制度を廃止することで企業意識が向上するとともに競争原理が働き、消費者のニーズが伝わるようになる、また、著作物について一般の商品のように価格差があっても消費者が混乱することはないなどの指摘があった。

しかしながら、新聞の戸別配達への影響や著作物の価格の上昇に対する懸念から、再販制度の維持を求める意見もあり、地域（北海道及び沖縄）によっては、このような意見が多数出された。

- (2) また、各地域において、著作物再販制度の存廃とは別に、消費者利益の確保の観点から、書籍・雑誌及び音楽用CD等について一定期間経過後は自由価格にすべきである、文化の普及等に必要なものに限って認めることとすべきであるとする意見や新聞について長期購読者に対して割引をすべきであるとする意見があった。

3 著作権者の団体からの意見聴取の状況

- (1) 公正取引委員会は、平成13年1月、書籍・雑誌の著作権者の団体8団体及び音楽用CD等の著作権者の団体6団体から意見を聴取したところ、いずれの団体においても、著作物再販制度の維持を求めるとの意見であった。

意見の内容をみると、書籍・雑誌及び音楽用CD等の再販制度に関する意見照会に応じて寄せられた意見と同様のもののほか、再販制度を廃止すると、印税収入が不安定化し、創作活動に専念できなくなるといった著作権者の利害に関わるものがあった。

- (2) また、再販制度の維持を求める意見の中でも、注文した書籍の入手期間の短縮等の流通改善や文化振興に対する国の支援等については是正すべき点を指摘するものもあった。

4 地方公共団体の議会による意見書

公正取引委員会が把握しているものとして、22の都道府県議会及び212の市区町村議会において、著作物再販制度の維持を求める意見書の採択が行われている。

意見書の内容をみると、再販制度の廃止の結果、地方の中小販売店が衰退して、著作物の入手が困難となったり、地方での著作物の価格が上昇したりする結果、情報伝達や文化水準に地域格差が発生することにより、地方の住民に不利益が及ぶことを懸念し、同制度の維持を求めるものがあった。

資料 2

関係業界における取組状況

公正取引委員会による著作物再販制度の運用の是正措置の求めに応じ、平成 10 年 4 月以降、関係業界においては、以下のような取組がみられる。

- 時限再販・部分再販等再販制度の運用の弾力化
- 各種の割引制度の導入等価格設定の多様化
- 再販制度の利用・態様についての発行者の自主性の確保
- サービス券の提供等消費者に対する販売促進手段の確保
- 通信販売、直販等流通ルートの多様化及びこれに対応した価格設定の多様化
- 円滑・合理的な流通を図るための取引関係の明確化・透明化その他取引慣行上の弊害の是正

上記について、関係各業界の主な取組状況は、以下のとおりである。

1 時限再販・部分再販等再販制度の運用の弾力化

(書籍・雑誌)

- 一部の出版社が、再販商品として発行された商品を一定期間経過後非再販化したり、一定の期間非再販化し、これらの商品について、出版社、取次及び書店（インターネット上の書店を含む。）のそれぞれが単独又は共催で値引販売のセールを実施したり、一部の書店で常設コーナーを設置して値引販売する動きがみられる。
- 一部の出版社が、しかけ絵本、実用書等の商品について当初から非再販商品として発行したり、週刊誌・月刊誌、年鑑、時事用語事典等の需要期間が比較的短い商品について当初から時限再販期間を設定して発行する動きがみられる。
- 関係業界において、本年 4 月以降、再販制度の運用の弾力化等が一層推進されるよう、出版社向けの手引を作成する。

(新聞)

- 一部売りの新聞について、時限再販の導入を検討している新聞社がみられる。

(音楽用 CD 等)

- メーカーは、平成 10 年 4 月以降、いわゆるシングル盤及び洋盤アルバムを中心として従前発行後 2 年間であった時限再販期間を 1 年又は 6 か月に短縮してきているところであるが、これに加え、売上げの多くを占める邦盤アルバムについても、平成 13 年 2 月から 6 月までの間に、ほとんどのメーカーが時限再販期間を 1 年に短縮し、また、シングル盤及び洋盤アルバムについてもより多くのメーカーが 6 か月に短縮することを実施又は検討している。

- 関係業界において、商品が非再販となっているか否かを認知しやすくするため、本年4月以降、時限再販期間や当初から非再販商品として発行された商品の価格の表示方法を変更する。
- 時限再販期間経過後の商品の値引販売については、平成10年4月以降、大手レコード店等がメーカーの協力を得て実施する動きがみられる。
- 当初から非再販商品として発行することについては、従来からインディーズ商品について実施されていたが、平成12年7月以降、一部メーカーが洋楽ポピュラー、クラシック等について実施しており、邦楽を含めて他のメーカーでも実施を検討しているところがある。

2 各種割引制度の導入等価格設定の多様化

(書籍・雑誌)

- 雑誌については、出版社において、月刊誌等の年間購読者等を対象に、前払割引定価の設定、図書券の提供、送料の無料化等のサービスを実施する動きがみられる。
- 書店において、書籍・雑誌の図書館納入・大量一括購入・長期購読・外商等の場合に値引きを行う例がみられる。また、関係業界において、平成13年4月以降、これらの値引きが再販制度の下でも実施可能であることを確認する。

(新聞)

- 新聞社において、学校教育教材用や大量一括購読者向けに、割引定価の設定を行う動きがみられる。また、長期購読者に対して購読料の一括前払・口座振替等、一定の条件を満たす場合に割引定価の設定を行うことや、スポーツ紙又は出版物とのセット販売による割引定価の設定を行うことを検討する動きがみられる。
- 販売店において、朝刊・夕刊単独の価格を設定したり、一定の条件を満たす購読者に対して独自の価格を設定する例がみられる。

(音楽用CD等)

- 従前よりも価格帯の幅が広がったり、設定される価格のばらつきが大きくなる傾向にあり、また、旧音源等を利用した1,000～2,000円程度の廉価盤商品の発行も拡大している。
- レコード店において、図書館、学校、カラオケ教室等に販売する場合に値引きを行う例がみられる。また、関係業界において、平成13年4月以降、これらの値引きが再販制度の下でも実施可能であることを確認する。

3 再販制度の利用・態様についての発行者の自主性の確保

(書籍・雑誌)

- これまで業界で再販契約違反に対する措置の助言機関としての機能を果たしていた再販売価格維持契約委員会を改組し、平成12年1月以降、同委員会を出版再販研究委員会

- として、著作物再販制度の弾力運用等について調査研究・広報を行う組織に衣替えした。
- 関係業界において、非再販商品の発行・流通が容易に行われるようにするため、平成13年4月以降、以下の取組を実施する。
 - ① 再販契約書のひな型及びこれに沿った再販契約書について、出版社が再販商品として発行した商品を非再販化する際の取次への通知義務を削除する。
 - ② 出版物の価格表示自主基準における非再販商品の表示方法を緩和・簡素化する。
 - ③ 取次において、再販商品と非再販商品との間に差異を設けることなく取り扱うことを明らかにするなど、非再販商品の取扱方針を明確化する。

4 サービス券の提供等消費者に対する販売促進手段の確保

(書籍・雑誌)

- 書店が懸賞によらないで提供することができる景品類の最高額が取引価額の3%から5%に引き上げられたほか、書店において、ポイントカード制(購入額に応じて一定のポイントを与え、ポイント数に応じて金券の提供等を行うもの)を実施する動きがみられる。

(新聞)

- 新聞社において、長期購読者等に対して、自社発行書籍の割引販売、インターネット等を利用した情報配信サービスの割引提供等を実施又は検討する動きがみられる。
- 従前景品提供は禁止されていたが、二度の基準の見直しにより、懸賞によらないで提供することができる景品類の最高額が取引価額の8%又は6か月分の購読料金の8%のいずれか低い金額まで引き上げられた。また、販売店において、ポイントカード制を利用して、長期購読者に対し景品提供を行う動きがみられるほか、累積したポイントを新聞の購読料金の支払いにも充当できる仕組みを、可能なところから広げていくことを検討している新聞社もみられる。

(音楽用CD等)

- 多くのレコード店で、ポイントカード制が実施されており、消費者へのサービス提供の手段として定着している。

5 通信販売・直販等流通ルートの多様化及びこれに対応した価格設定の多様化

(書籍・雑誌)

- インターネットを利用した通信販売が増加しているほか、電子書籍事業(書籍のコンテンツを電子データの形で配信する事業等)やオンデマンド出版事業(あらかじめ書籍のコンテンツを電子データとして保存し、注文に応じて極めて少ない部数から印刷・販売する事業)を実施する動きがみられる。このうち、インターネットを利用した通信販売に関しては、送料の無料化・割引やポイントカード制を実施する事業者もみられる。

(新聞)

- 一般日刊紙についてもコンビニエンスストア等の販売取扱箇所を増やす取組がみられる。また、インターネット上にホームページを開設し、ニュース配信、検索、購読申込の受付等のサービスを実施している。

(音楽用CD等)

- インターネットを利用した通信販売が増加しているほか、音楽配信事業（音楽のコンテンツを電子データの形で配信する事業）を実施する動きがみられる。このうち、インターネットを利用した通信販売に関しては、送料の無料化・割引やポイントカード制を実施する事業者もみられる。

6 取引関係の明確化・透明化その他取引慣行上の弊害の是正

(書籍・雑誌)

- 出版社、取次、書店間でVANやインターネットを利用した注文・在庫・販売情報の電子化、物流の効率化等が進み、注文処理の迅速化や事業経営の効率化（販売動向の把握等）を図っているところである。大手取次においては、客注の処理を専門に行う子会社を設けて迅速化・効率化を図っているところもある。
- 返品を減少を図るため、一部の出版社において、通常よりも書店マージンを高くする代わりに、書店が返品するときは仕入額よりも低い価格でしか受け取らないとする返品部安入帳制（いわゆる責任販売制）を導入したり、一部の大手取次において、書店の希望する部数を満数出荷する代わりに返品率の制限を設けるシステムを導入している。

(新聞)

- 職業セールススタッフの登録や定期的な研修、セールスチームの法人化等、セールス方法の改善のための取組を実施している。

(音楽用CD等)

- 従前から、メーカーが共同で受注・物流会社を設立しており、原則として注文の翌日に全国のレコード店に配達できるシステムが構築されている。