

# フランスにおける電子書籍の価格規制 —電子書籍と再販制度について—

海外立法情報課 服部 有希

## 【目次】

はじめに

### I 法律の背景

- 1 ラング法の成果
- 2 音楽市場における価格支配

### II 電子書籍価格規制法の概要

- 1 電子書籍価格規制法の適用対象
- 2 発行者の義務
- 3 電子書籍の販売条件
- 4 発行者と小売業者の関係
- 5 その他の規定

おわりに

翻訳：電子書籍の価格に関する2011年5月26日の法律  
第2011-590号(抄)

## はじめに

電子書籍を取り巻く状況は、めまぐるしい発展と変化の中にある。出版社が次々と電子書籍事業に乗り出し、多様な電子書籍端末が発売され、電子書籍の利用環境は整いつつあると言える。一方で、電子書籍市場は、いまだ発展段階にあり、今後の趨勢を見極めるのは困難である。こうした中で、電子書籍をめぐる議論は、政府、出版社、著作者、そして電子書籍事業への参入を図る多様な企業を巻き込み、ますます活発に

なっている。

日本でも、2010年11月に文化庁の下に「電子書籍の流通と利用の円滑化に関する検討会議」が設置された。この会議では、主に電子書籍に関する図書館等の公共サービスの在り方、出版物の権利処理の円滑化及び出版社の権利等について検討が行われた。2011年12月には、検討結果の報告が取りまとめられ、電子書籍に関する法整備に向けた準備が進行している<sup>(1)</sup>。

フランスにおいては、2008年から、文化・コミュニケーション省を中心として、電子書籍に関する法整備が検討されてきた。この中で最も強く主張されたことは、日本の検討会議の視点とは大きく異なり、電子書籍の価格規制制度の確立であった<sup>(2)</sup>。特に、電子書籍の発行者（出版社等）が電子書籍の価格を決定し、その価格を小売業者が遵守するという制度の必要性が主張された。

このような制度は、いわゆる再販売価格維持制度（以下「再販制度」）にあたる。再販制度とは、「メーカー（生産者）が取引先である卸売業者や小売業者と再販売価格維持契約を結び、その商品の再販価格（定価）を指示し、その価格を維持する制度<sup>(3)</sup>」である。再販価格（定価）を遵守させる行為は一般に「再販行為」と呼ばれるが、公正な競争を妨げるおそれがあるため、再販行為を原則禁止としている国が多い。

(1) 電子書籍の流通と利用の円滑化に関する検討会議『電子書籍の流通と利用の円滑化に関する検討会議報告』2011.12.21. <<http://www.bunka.go.jp/bunkashingikai/kondankaitou/denshishoseki/pdf/houkoku.pdf>> 以下、インターネット情報は、2012年2月29日現在である。

(2) 例えば、2008年6月30日に文化・コミュニケーション省の委員会が作成した次の報告書がある。Bruno Patino, *Rapport sur le livre numérique*, juin 2008. <<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/conferen/albanel/rapportpatino.pdf>>

(3) 著作権情報センター編『著作権事典』出版ニュース社, 1999, p.124.

フランスにおいても、再販行為は原則として禁止されている<sup>(4)</sup>。ただし、例外として、印刷物の書籍について再販行為を可能にする「書籍の価格に関する 1981 年 8 月 10 日の法律第 81-766 号<sup>(5)</sup>」が存在する<sup>(6)</sup>。この法律は、1981 年当時の文化大臣ジャック・ラング (Jack Lang) の名を取りラング法と称される。電子書籍の価格規制は、このラング法をモデルとして検討が進められた。こうして 2011 年 5 月に、「電子書籍の価格に関する 2011 年 5 月 26 日の法律第 2011-590 号<sup>(7)</sup>」(以下「電子書籍価格規制法」)が制定された。

本稿では、第 I 章において、電子書籍価格規制法成立の背景を概観した上で、第 II 章において、同法の概要を解説する。また、本稿末尾に同法の翻訳を付す。

## I 法律の背景

フランスの電子書籍市場の規模は、2009 年の総売上額が約 4900 万ユーロであり、出版業

全体の総売上額約 28 億ユーロに対して、約 1.8% となる<sup>(8)</sup>。フランスの電子書籍市場は、印刷物の書籍市場と比べていまだ小規模であると言えるが、なぜ現時点で規制が必要とされたのであろうか。この点について、電子書籍価格規制法案の審議の際の元老院(上院)及び国民議会(下院)の委員会報告において、法案提出の背景が提示されている。その背景とは、印刷物の書籍市場におけるラング法の成果と書籍市場に先行して電子化が進展した音楽市場の状況の 2 点である<sup>(9)</sup>。

### 1 ラング法の成果

ラング法は、印刷物の書籍に対して小売価格の設定を義務づける法律である<sup>(10)</sup>。同法により、書籍の発行者と輸入業者は、定価を定める義務を課せられる。さらに、小売業者は、この定価を遵守しなければならない。なお、小売業者は、定価の 95% から 100% の間で販売価格を設定してよいとされており、実質的には 5% までの割引が認められていることになる。(ラング法

(4) 商法典 L. 第 420-1 条において、価格の人為的な引上げ又は引下げによって市場の自由な作用による価格の決定を妨げることを禁止しており、同法典 L. 第 442-5 条において、製品若しくは財物の再販価格、役務の提供価格又は商業マージンに対して、直接的又は間接的に最低指標を強制した者に対して、15,000 ユーロの罰金刑を科すと規定している。

(5) Loi n° 81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre

(6) ラング法を含めた諸外国の書籍再販制度については、以下を参照。梶善登「諸外国の書籍再販制度—理論と実際—」『レファレンス』699号, 2009.4, pp.49-72. <[http://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo\\_999613\\_po\\_069903.pdf?contentNo=1](http://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_999613_po_069903.pdf?contentNo=1)>

(7) Loi n° 2011-590 du 26 mai 2011 relative au prix du livre numérique

(8) Observatoire de l'économie du livre, *Économie du livre, le secteur du livre : chiffres clés 2009-2010*, Service du livre et de la lecture, Direction générale des médias et des industries culturelles, mars 2011, p.1. <[http://www.centrenationaldulivre.fr/IMG/pdf/Chiffres-cles\\_2009-2010.pdf](http://www.centrenationaldulivre.fr/IMG/pdf/Chiffres-cles_2009-2010.pdf)> なお、調査方法等が異なるため単純には比較できないが、日本の電子書籍の市場規模は、2010年で約 650 億円である。これに対して、日本の出版業界全体の総売上額は、約 1 兆 8700 億円である。したがって、日本の電子書籍の市場規模は、出版業界全体の総売上額に対して約 3.4% となる。インターネットメディア総合研究所編『電子書籍ビジネス調査報告書 = eBook marketing report. 2011』インプレス R&D インターネットメディア総合研究所, 2011, p.16.; 『出版指標年報』全国出版協会出版科学研究所, 2011, p.3.

(9) 本稿第 I 章で解説する法案提出の背景等については、主に次の上院及び下院の委員会報告を参照した。Colette Mélot, *Rapport N° 50 (2010-2011)*, Octobre 2010. <<http://www.senat.fr/rap/110-050/110-050.html>>; Hervé Gaymard, *Assemblée nationale Rapport*, N° 3140, 2011. <<http://www.assemblee-nationale.fr/13/pdf/rapports/r3140.pdf>>

(10) Michael Martinek (宗田貴行訳)「EUにおける書籍拘束価格をめぐる攻防 - 果てしなき物語?」『法学研究』77 卷 3 号, 2004.3, pp.45-73.

第1条)。また、印刷物の書籍は、時限再販（一定期間経過後、自由な価格で販売できる制度）が可能である。小売業者は、2年以上前に発行又は輸入され、最後に仕入れられてから6か月以上経過した書籍については、5%以上の割引が可能となる（ラング法第5条）。

2009年に文化・コミュニケーション省に提出されたラング法の成果に関する報告書<sup>(11)</sup>によれば、ラング法制定の背景には、次の3つの意図があったとされている。すなわち、書籍に関する国民の平等、販売網の維持、創作と出版の多様性の維持である。書籍に関する国民の平等とは、書籍をあらゆる場所で均一の価格で購入できるということである。販売網の維持とは、地方にまで拡散した緻密な販売網を流通面で不利な地域においても維持し、誰もが書籍を購入できるようにすることである。創作と出版の多様性の維持とは、例えば難解な文芸作品や専門書などの著作者や、そのような書籍を取り扱う出版社が活動を維持できるようにすることである<sup>(12)</sup>。書籍の価格規制が、全国均一価格の達成に資するのは当然として、その他の2点の意図については、1970年代のフランスの書籍市場の状況が影響を与えたとされている。

フランスは、1970年代まで書籍の推奨価格制度をとっていた。これは、発行者が小売業者に対して推奨価格を提示するという制度であった。推奨価格は、強制的なものではなかったが、当時、ほぼすべての小売業者が推奨価格に従っており、実質的にはラング法と同様の効果が発

生していた。しかし、1974年に、大規模小売店が推奨価格から20%引きで販売を開始した。この事態に対し、出版社組合と書店組合は、書籍の割引販売がもたらす影響調査を行った<sup>(13)</sup>。その結果、割引販売に伴う2点の危険性が指摘された。まず、価格競争の圧力に耐えられない小規模小売店が姿を消し、書籍の入手手段が限定される危険性が挙げられた。さらに、取り扱われる書籍が、ベストセラー本やガイドブックのような大衆受けするものに集中してしまい、購入可能なタイトル数の減少を招くおそれも指摘された。実際に、価格競争の圧力により、小規模な小売業者は、ベストセラー本を仕入れ値同然で提供し、需要の少ない書籍の値段を上げるざるを得なくなった<sup>(14)</sup>。これにより、例えば難解な文芸作品等の入手が困難となった。これは、長期的に見れば、出版される作品の多様性と出版社の多様性とを危険にさらすことになりかねないものであった。このような状況を背景として、1981年にラング法が制定されたのである。

前述の2009年の報告書は、ラング法のもたらした影響を肯定的なものと結論づけている<sup>(15)</sup>。例えば、ラング法制定以後、書籍の小売店数は、一定した値を保っている<sup>(16)</sup>。2009年現在で、全国に約25,000箇所の書籍売り場が存在し、そのうち書籍販売を事業の中心としているものが3,500から4,500程度である<sup>(17)</sup>。また、2009年の購入場所別の売上総額において、小規模小売店での購入は、全体の24.7%を占めている。こ

(11) Hervé Gaymard, *Situation du livre, Évaluation de la loi relative au prix du livre et Questions prospectives, Rapport à la Ministre de la Culture et de la Communication*, Conseil du livre, Mars 2009. ([http://www.centrenationaldulivre.fr/IMG/pdf/rapport\\_annexes1-3.pdf](http://www.centrenationaldulivre.fr/IMG/pdf/rapport_annexes1-3.pdf))

(12) *ibid.*, p.43.

(13) 調査は、全国出版社組合（Syndicat national de l'édition :SNE）とフランス書店組合連盟（Fédération française des syndicats de libraires:FFSL）の要請に基づき実施されたものである。*ibid.*, p.40.

(14) Martinek 前掲論文, p.53.

(15) Gaymard, *op.cit.* (11), pp.54-72.

(16) *ibid.*, p.55.

(17) *ibid.*, p.29.

の数値は、2009年の購入場所別の売上総額において、文化関連の商品に特化した大規模小売店 (*grande surface culturelle spécialisée*) が占める22.1%という割合や、食品等も販売するスーパーマーケットのような大規模小売店 (*grande surface non spécialisée*) が占める20.7%という割合と拮抗するものである<sup>(18)</sup>。このような数値に基づき、2009年の報告書は、書籍の販売網の多様性の維持が実現されているとみなしている<sup>(19)</sup>。また、同様に、この報告書では、創作と出版の多様性の維持も実現されていると結論づけられている。例えば、2009年現在で、約60万タイトルの書籍が購入可能であり、年間約6万タイトルの新刊書籍が出版されている。1年間に刊行されるタイトル数は、1970年から2007年の間で約3倍となった。また、出版社の数については、2009年時点で、何らかの形で出版を行う組織が少なくとも5,000程度は存在し、このうち出版業を専門に営むものだけでも約1,000社を数える<sup>(20)</sup>。

電子書籍価格規制法制定の背景の1つには、以上のようなラング法の成果を、電子書籍市場でも実現したいという意図がある<sup>(21)</sup>。

## 2 音楽市場における価格支配

電子書籍価格規制法案提出のもう1つの背景として、上院及び下院の委員会報告で指摘されたものは、音楽市場で過去に実際に起こった事態である。

音楽市場では、2003年頃から音楽ファイルのダウンロード販売に代表される電子化が急速

に進んだ。中心となったのは、外国の国際的な企業である。外国の企業は、比較的安価に音楽商品を提供することで、音楽市場でのシェアを拡大した。一方で、フランス国内の事業者は、音楽市場における電子化の発展に上手く対応することができなかった。その結果、音楽ファイルの価格の支配権は、外国の企業に握られることになった<sup>(22)</sup>。

このような事態において最も問題視されたのは、価格の支配権を獲得した企業が、音楽作品の創作に携わらない企業であった点である。このような企業は、音楽商品を顧客の吸引を目的として通常の値段よりも安く販売される「おとり商品 (*produit d'appel*)」として利用し、音楽とは関係のないサービスの販売から得る収入 (例えば広告収入など) で利益を出すという戦略をとった。おとり商品を利用した戦略は、音楽作品の文化的価値を貶めると共に、音楽産業に携わる事業者や著作者の得る報酬を減じる結果となる。長期的に見れば、これが作品の質や多様性を損ない、音楽産業全体の衰退をもたらす可能性もある<sup>(23)</sup>。

電子書籍価格規制法の検討において最も懸念されたことは、音楽市場と同様の事態が電子書籍市場において発生することである。こうした事態を避けるために、電子書籍の創作に携わる企業に価格の決定権を付与することが最優先課題とされた<sup>(24)</sup>。そして、後述するとおり、最終的に電子書籍価格規制法は、電子書籍の価格決定権を電子書籍の発行者 (出版者等) に付与することとなる。

(18) Observatoire de l'économie du livre, *op.cit.* (8), p.2.

(19) Gaymard, *op.cit.* (11), pp.55-58.

(20) *ibid.*, pp.58-60.

(21) Mélot, *op.cit.* (9), <http://www.senat.fr/rap/110-050/110-0506.html>

(22) 代表的な海外の企業としては、アップル社が挙げられる。同社の提供するコンテンツ配信サービスである iTunes Store は、音楽ファイルのダウンロード販売の拡大に大きく貢献した。Patino, *op.cit.* (2), p.20.

(23) Gaymard, *op.cit.* (9), p.16.

(24) Patrick Zelnik et al., *Création et Internet, rapport au ministre de la culture et de la communication*, Janvier 2010, p.6. <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/104000006/0000.pdf>

## II 電子書籍価格規制法の概要

電子書籍価格規制法は、全10か条であり、同法の適用対象を定義した上で、発行者の義務、電子書籍の販売条件及び発行者と小売業者の関係について規定している。

### 1 電子書籍価格規制法の適用対象

電子書籍価格規制法の適用対象となる電子書籍は、電子形態で販売される著作物であって、同じ内容がすでに印刷され、又は印刷することができるものとしている（第1条）。つまり、電子版と印刷版が、どちらが先に存在するかは問わず、両方とも存在する電子書籍又は存在する見込みがある電子書籍が対象となる。

このように、電子書籍価格規制法は、あらゆる電子書籍を適用対象としているわけではない。これは、適用対象の明確化のためだけではなく、電子書籍の割引販売が同じ内容の印刷物の売上げに影響を及ぼすこと（電子書籍による印刷物の書籍市場の侵害（cannibalisation））を防ぐ意図に基づくものである。さらに、あらゆる電子書籍の価格を一律に規制することに反発する関係者も存在し、その点に対する考慮がなされたためでもある<sup>(25)</sup>。なお、電子版が先に存在する場合として想定されるのは、電子版を基にしたオンデマンド出版や電子版の売行きが良い場合のみ印刷版を発行するという販売戦略をとる場合などである<sup>(26)</sup>。

適用対象となる電子書籍の印刷版と電子版は、原則として、同じ内容で同じ構成を用いたものでなければならない。ただし、電子版と印刷版に異なる部分があっても、それが「電子版に固有の付随的な要素」を欠く程度の差異で

あって、書籍の本質的な部分に関係しないものであれば、両者は、同内容かつ同じ構成のものといみなされる。この電子版に固有の付随的な要素といみなされるものは、植字及び組版の変更、付属の検索エンジンのような図説や本文への到達手段、スクロール又はページ送りの方式、理解補助目的の補足的な文章又は文章とは異なる種類の補足的データ（特に、音声、音楽、動画、静止画）である。なお、この電子版に固有の付随的な要素については、今後の技術の進歩に対応できるように、法律ではなく2011年11月10日のデクレ第2011-1499号（デクレは政令に類するものである）第1条で定められている<sup>(27)</sup>。

### 2 発行者の義務

発行者は、第1条の定義に該当する電子書籍を発行する場合、その価格を決定し、これを公衆に周知しなければならない。この義務を課せられる発行者は、フランス国内向けに販売目的で電子書籍を発行する者であって、フランスに住所を有するものである（第2条第1項）。

電子書籍は、同タイトルであっても提供内容、入手方法及び利用方法に応じて価格差を設けても構わない（第2条第2項）。これらの基準の詳細は、前述のデクレ第2条により次のように定められている。

提供内容は、一又は二以上の電子書籍の全部又は一部及び付属機能のことを指す。例えば、複数の電子書籍を一つにまとめた形で提供する場合と単独で販売する場合とで、価格差を設けることが可能となる。入手方法については、電子書籍が取り外し可能な記録媒体を用いて提供されるか又はダウンロード若しくはストリーミングによりオンラインを介して提供されるかと

(25) Gaymard, *op.cit.* (9), p.17.

(26) *ibid.*, pp.66-67.

(27) Décret n° 2011-1499 du 10 novembre 2011 pris en application de la loi n° 2011-590 du 26 mai 2011 relative au prix du livre numérique.

いう点が考慮される。例えば、同じ電子書籍であっても、ストリーミングによって閲覧するものと CD-ROM で閲覧するものとの価格差を設けることができる。利用方法については、個人利用であるか又は集団利用であるかという点、電子書籍の利用可能期間並びに電子書籍の印刷、複製及び電子書籍端末への転送機能に関連するものである。例えば、複製源となるファイルからの複製可能回数により価格差を設けることができる。また、技術的保護手段の使用の有無や、その使用程度によって価格差を設けることもできる。ここで想定されている技術的保護手段は、違法なファイルの配布元を特定する技術、ページの印刷や文章のコピー・アンド・ペーストを制限する技術などである<sup>(28)</sup>。

なお、第1条の規定に該当する電子書籍であっても、第2条第1項及び第2項が適用されない場合がある（第2条第3項）。それは、データベースへのアクセス権を販売する場合のようなライセンス販売方式の電子書籍であり、かつ、研究機関や大学図書館のような教育施設において、職業上、研究上又は高等教育上の目的で集団利用に供されるものである。こうした規定を置いた理由は、ライセンス販売方式の電子書籍においては、発行者が小売業者を兼ねている場合が多く、提供相手と提供内容に応じて価格を変えることが販売の際の重要な交渉手段となっている点を考慮したためである。

### 3 電子書籍の販売条件

フランス国内に居住する購買者に電子書籍を販売する小売業者は、発行者が定めた電子書籍価格を遵守しなければならない（第3条）。つまり、外国の小売業者も、フランス国内向けに

電子書籍を販売する限り、発行者が定める価格を遵守しなければならないことになる。ラング法では、前述のとおり5%の割引や時限再販に関する規定が存在したが、電子書籍価格規制法にはそのような規定は置かれなかった。

一方で、電子書籍価格規制法では、ラング法で規定されているものと同様の景品付販売 (*vente à prime*) に関する規定が置かれた（第4条）。景品付販売とは、「製品、財物又はサービスから成る景品を、即時又は一定の期日までに無償で得る権利を与えるような製品若しくは財物のあらゆる販売若しくは販売の申込み又はあらゆるサービスの提供若しくはサービスの提供の申込み」<sup>(29)</sup>のことである。フランスでは、景品付販売は、原則として禁止されている。この禁止の適用除外が認められるのは、景品が販売の対象である商品又はサービスと同一のものである場合及び景品が低額又は見本である場合である<sup>(30)</sup>。

電子書籍の景品付販売が可能となるのは、上述の適用除外の条件を満たした上で、電子書籍を発行する者（第2条に規定する発行者）から電子書籍の提供を行う者（第3条に規定する小売業者）すべてに対して、同時に同じ条件で景品付販売が提案される場合である。つまり、景品付販売の許可や景品内容の差異を利用して、発行者が特定の小売業者のみを優遇することが禁止される。これは、ラング法とほぼ同様の規定となっている<sup>(31)</sup>。この規定には、景品付販売を利用して、実質的な割引販売が行われることを防ぐ意図がある<sup>(32)</sup>。

### 4 発行者と小売業者の関係

小売業者は、価格を自身で決定できなくなるにより電子書籍の販売から得る利益を管理

(28) Gaymard, *op.cit.* (9), pp.74-75.

(29) この景品付販売の定義は、消費法典 L. 第 121-35 条第 1 項に基づくものである。景品付販売は、同項により原則として禁止されている。大橋麻也「フランスの不正競争防止法制（2・完）」『早稲田法学』85(2), 2010, p.178.

(30) 景品付販売の適用除外は、消費法典 L. 第 121-35 条第 1 項のただし書き及び第 2 項に規定されている。

できず、取引の自由が制限される。電子書籍価格規制法は、このような小売業者の不利益を補う規定を定めている（第5条）。

発行者は、電子書籍を販売する小売業者に対して、定価に見合う手数料（*remise commerciale*）を支払う必要がある。発行者は、この手数料を小売業者が電子書籍の販売に際して提示するサービスの質（*service qualitatif*）を考慮して決定しなければならない。サービスの質とは、小売業者が電子書籍の販売促進及び頒布に貢献している程度のことであり、単に販売数量を考慮するわけではない。もし販売数量だけが考慮されるとなると、大衆受けするベストセラー本が優先的に取り扱われ、出版物の多様性が失われるおそれがあるからである。

この規定は、ラング法第2条を参考としたものであり、印刷物の書籍においても同様の規定が存在する。サービスの質を考慮する際の基準は、印刷物の書籍については、書店組合や出版組合等の関係者団体間の協定で定められている<sup>33</sup>。具体的には、書籍の品揃え、顧客への書籍に関する助言を行う販売員の存在、全国的又は地域的な書籍の販売促進運動等への参加状況などが考慮される。この協定に従い実際に支払われている手数料は、書籍の販売価格の25%から40%となっている<sup>34</sup>。電子書籍に関するサービスの質は、電子書籍価格規制法では具体的に規定さ

れていないが、印刷物の書籍の場合と同様の事項が考慮されるものと推測される。

なお、電子書籍の販売に伴う小売業者への手数料の基準は、電子書籍価格規制法の法案段階では、印刷物と同様に関係者団体の間の協定に基づくとされていた。しかし、電子書籍に関する事業者すべてについて代表者団体が存在しているわけではない点や、協定の存在が今後の電子書籍技術の発展の妨げになる可能性などが考慮され、当該規定は削られた<sup>35</sup>。

## 5 その他の規定

電子書籍価格規制法では、著作者の保護のために次のような規定を置いている。発行者は、電子書籍の商品化又は販売の際には、出版契約によりこの書籍の利用から生じる報酬が正当かつ公平であることを著作者に保障しなければならない。さらに、発行者は、この報酬の計算について明示的で透明性のある方法により著作者に報告しなければならない（第6条）。

電子書籍価格規制法に違反した場合の刑罰については、次のように規定されている。電子書籍の価格決定義務を怠った発行者及び発行者が定めた価格に従わなかった小売業者、すなわち電子書籍価格規制法第2条及び第3条に違反した者には、最高450ユーロの罰金刑が科せられる（第7条）<sup>36</sup>。

(31) 印刷物の書籍について景品付販売が認められるのは、書籍の発行者又は輸入者が、景品付販売を、同時に同じ条件ですべての小売業者に対し提案する場合のみである（ラング法第6条）。ラング法では、委託販売（*vente par courtage*）、定期購読（*vente par abonnement*）、通信販売（*vente par correspondance*）の場合にも、景品付販売が認められているが、これらの販売方法は印刷物の書籍に特有のものであるため、電子書籍価格規制法ではこのような規定は置かれていない。

(32) Gaymard, *op.cit.* (9), pp.81-82.

(33) 現在有効な協定は、2008年6月26日に締結された次の協定である。Protocole d'accord sur les usages commerciaux de l'édition avec la librairie, 2008. <[http://www.sne.fr/img/file/pdf/Protocole\\_UC\\_26\\_juin\\_2008.pdf](http://www.sne.fr/img/file/pdf/Protocole_UC_26_juin_2008.pdf)>

(34) Syndicat national de l'édition, *Usages commerciaux*. <<http://www.sne.fr/editeurs/vendre-un-livre/usages-commerciaux.html>>

(35) 協定に基づかない場合に、手数料の基準をどのように決定するかという点については、2012年3月現在のところ少なくとも法律及びデクレでは規定されていない。

(36) 刑罰の詳細は、デクレで規定されている。Décret n° 2012-146 du 30 janvier 2012 relatif aux infractions à la loi n° 2011-590 du 26 mai 2011 relative au prix du livre numérique.

電子書籍価格規制法の適用状況については、国会議員で構成される調査委員会が調査を実施する。調査委員会の構成は、下院議員2名及び上院議員2名の計4名である。政府は、この調査委員会への諮問を経た後で、電子書籍市場全体の拡大状況について検討し、同法の適用に関する年次報告書を毎年議会に提出する。報告書には、関連産業全体に関する影響調査も記載される。報告書では、電子書籍に対する固定価格の適用が、合法的な提供方法の拡大をもたらすことで読者にとって有益となっているか否かという点と、著作者に対する正当で公平な報酬を保障することで、この法律自体の目的である文化的多様性の確保を達成できているか否かという点について確認を行う（第8条）。

#### おわりに

電子書籍価格規制法は、電子書籍を再販制度の対象とした点で、他国に類を見ない法律である<sup>(37)</sup>。例えば、日本の公正取引委員会は、電子書籍は再販制度の対象に含まれないという見解を示している<sup>(38)</sup>。その趣旨は、独占禁止法の規定上、再販制度は「物」を対象としており、ネットワークを通じて配信される電子書籍は、「物」ではなく情報として流通するものであるため、再販制度の対象とならないというものである。

また、EU法上も、電子書籍を含む電子的方法によるデータファイルの販売は、「財物の引渡し (livraison de biens)」ではなく「サービスの提供 (prestation de services)」とみなされており、原則として割引販売が可能である<sup>(39)</sup>。

電子書籍価格規制法案は、2010年9月8日に提出されたが、外国の小売業者の活動も制限するものであり、EU域内における開業の自由及びサービスの提供の自由について定めるEU法に抵触するおそれがあると指摘されていた<sup>(40)</sup>。この点について、欧州委員会は、EU指令<sup>(41)</sup>に基づき2010年9月13日と2010年11月4日の2度にわたり電子書籍価格規制法案の送付を受け、これに対してそれぞれ2010年12月13日と2011年1月31日に意見を表明した。特に問題となったのは、電子書籍価格規制法の目的である文化的多様性の保護<sup>(42)</sup>が、開業の自由及びサービスの提供の自由の制限を正当化するものであるか否かという点であった。EU法上、判例により、これらの自由に対する制限的な措置が正当化されるためには、公益上の差し迫った理由が必要とされている<sup>(43)</sup>。欧州委員会は、電子書籍価格規制法案に対する意見の中で、文化的多様性の保護という目的が、一定の条件の下で、公益上の差し迫った理由を構成し得る可能性があること示唆した。その上で、欧州委員会は、電子書籍価格規制法が定める制限がこの目的に

(37) 電子書籍価格規制法案審議の際の上院の委員会報告によれば、少なくともこの報告の時点で他国に類似の法律は存在しないとされる。Mélot, *op.cit.* (9) (<http://www.senat.fr/rap/110-050/110-0504.html#toc41>)

(38) 公正取引委員会「よくある質問コーナー (独占禁止法関係)」(<http://www.jftc.go.jp/dk/qa/index.html#Q14>)

(39) これは、EU付加価値税指令 (directive n° 2006/112/CE) 第24条及び第56条に基づくものである。

(40) この点に関しては、特に、EU運営条約 (traité sur le fonctionnement de l'Union européenne) 第49条及び第56条、EUサービス指令 (directive n° 2006/123/CE) 並びにEU電子商取引指令 (directive n° 2000/31/CE) との整合性が問題となった。

(41) フランスは、情報社会におけるサービスに関する規定の通知手続を定めるEU指令 (directive n° 98/34/CE) に基づき、電子書籍価格規制法案を欧州委員会に通知した。

(42) 文化的多様性の保護という電子書籍価格規制法の目的は、EU運営条約第167条並びにユネスコ文化的表現の多様性の保護及び促進に関する条約 (Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions) に基づくものである。

(43) Case C-55/94, Reinhard Gebhard v. Consiglio dell'Ordine degli Avvocati e Procuratori di Milano, 1995 E.C.R. I-4186. (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:61994J0055:EN:PDF>)



対して適切ではなく、また、実現される目的との均衡もとれていないのではないかという留保を示し、最終的な意見を表明する前に、フランスに対して欧州委員会の指摘を考慮するよう求めた<sup>(44)</sup>。

電子書籍価格規制法は、このような欧州委員会の意見を考慮した上で2011年5月26日に制定された。電子書籍価格規制法の制定からおよそ半年後に、施行規則となる2011年11月10日のデクレ第2011-1499号（前述）が制定された。欧州委員会は、このデクレについて特に意見を表明せず、電子書籍価格規制法は、予定ど

おり施行されることとなった<sup>(45)</sup>。しかし、外国の企業等が欧州司法裁判所に提訴する可能性も十分に残されており、今後の動向は不透明である。

電子書籍価格規制法は、電子書籍の多様性と電子書籍市場の健全な発展のために制定された。かつてラング法が欧州各国における同様の法律の参考となったという経緯がある<sup>(46)</sup>。はたして電子書籍価格規制法が各国の法律及び国際的な市場形成の可能性もある電子書籍市場に対してどのような影響を与えるのか、今後とも注視していく必要があるだろう。

(はっとり ゆうき)

---

(44) 欧州委員会の意見に関する部分については、次の委員会報告を参照した。Gaynard, *op.cit.* (9), pp.23-27.

(45) “La loi sur le prix unique du livre numérique entre en vigueur,” *Le Monde*, 16 Novembre 2011, p.16.

(46) Frederick Van der Ploeg, “Beyond the Dogma of the Fixed Book Price Agreement,” *CESifo Working Paper*, no.949, May 2003, p.17. (<http://www.cesifo-group.de/portal/pls/portal/docs/1/1189736.PDF>)

# 電子書籍の価格に関する 2011 年 5 月 26 日の法律第 2011-590 号（抄）

Loi n° 2011-590 du 26 mai 2011 relative au prix du livre numérique

海外立法情報課 服部 有希訳

## 第 1 条

この法律は、電子書籍が一又は二以上の著作者により創作された精神の著作物<sup>(1)</sup>である電子書籍であって、電子形態<sup>(2)</sup>で販売されると同時に印刷物の形態で出版され、又は電子版に固有の付随的な要素を除く当該電子書籍の内容及び構成を用いて印刷することができるものについて適用する。

この法律の適用範囲を受ける書籍の特徴は、デクレで定める。

## 第 2 条

フランスにおいて商業的に頒布することを目的として電子書籍を発行する者で、フランスに住所を有するものはすべて、あらゆる形態の単品販売又は一括販売について、公衆への販売価格を定めなければならない。この価格は、公衆に周知される。

この価格には、提供内容及び入手方法又は利用方法に応じて差を設けることができる。

利用ライセンスの形態で提供され、かつ、当該電子書籍に異なる内容及び機能を付加する提供物の中に第 1 条に規定する電子書籍が組み込まれている場合には、第 1 項の規定は、当該電子書籍に適用しない。この項に規定する特例の対象となる [利用]<sup>(3)</sup>ライセンスは、転売以外の適切な必要によりこれを購入する

公的施設内又は私的施設内に限定して集団的な利用に供し、かつ、職業上、研究上又は高等教育上の目的で提供しなければならない。

この条の適用方法は、デクレで定める。

## 第 3 条

フランスに居住する購買者に電子書籍の提供を行う者は、第 2 条に規定する条件に従って定められた販売価格に従う義務を負う。

## 第 4 条

電子書籍は、消費法典 L. 第 121-35 条の規定に従い、第 2 条に規定する発行者が当該景品付販売を第 3 条に規定する者すべてに対し、同時に同一の条件で提案する場合に限り、景品付販売をすることができる。

## 第 5 条

第 2 条に規定する発行者は、フランスに居住する購買者に電子書籍の提供を行う者に提示する定価に応じた商業手数料を決定するため、フランスに居住する購買者に電子書籍の提供を行う者が各自の販売環境において公衆に向けた [電子書籍販売の際の] 振興活動、仲介活動及び助言活動による電子書籍の販売促進及び頒布のために提供するサービスの質の重要性を考慮する。

以下、注はすべて訳者注である。

(1) 精神の著作物 (œuvre de l'esprit) は、法律上は明確に定義されていない。ただし、知的所有権法典 L. 第 111-1 条においては、「精神の著作物の著作者は、この著作物について、自己の創造であるという事実のみに基づき、排他的で万人に対抗することができる無体財産権を有する」と規定されている。また、同法典 L. 第 111-2 条では、精神の著作物に該当するものとして、書籍、講演、戯曲、舞踏、楽曲、映画、絵画、建築、写真、ソフトウェア等が列挙されており、これらの著作物について、著作者の権利が保護されるとしている。

(2) 電子形態 (forme numérique) の書籍には、オンライン上で販売される電子書籍の他に、CD-ROM や USB メモリ等の記録媒体に記録されたものが含まれる。

(3) [ ] 内は訳者補記。以下同様。

## 第6条

知的所有権法典 L. 第 132-5 条の末尾に次の一項を加える。  
「出版契約により、電子書籍の商品化又は頒布の際に、この書籍の利用から生じる報酬が正当かつ公平であることを著作者に保障する。発行者は、この報酬の計算について、明示的で透明性のある方法により著作者に報告する。」

## 第7条

この法律の規定に対する違反した者は、違警罪<sup>(4)</sup>とし、これに科する罰金刑は、コンセイユ・デタ<sup>(5)</sup>の議を経るデクレで定める。

## 第8条

文化問題を担当する委員会が所属する者の中から指名する国民議会議員及び元老院議員

各2人をもって組織する調査委員会は、この法律の実施状況に関する調査を担当する。政府は、調査委員会への諮問を経た後、毎年7月31日までに、関連産業全体についての影響調査を含めて、電子書籍市場の拡大の状況を検討した上で、この法律の実施状況に関する年次報告書を議会に提出する。

この報告書では、特に、電子書籍の取引に対する固定価格の適用が、豊富で、多様、かつ魅力的な合法的提供〔方法〕の拡大をもたらすことにより読者にとって有益となっているか否か、並びにこの法律の追求する文化的多様性〔の確保〕という目的の達成を可能にし、創作物及び著作者への正当かつ公平な報酬〔の支払〕を促進しているか否かについて検証する。

(第9条～第10条 略)

(はっとり ゆうき)

(4) 犯罪には、刑罰が重い順に、重罪 (crime)、軽罪 (délit)、違警罪 (contravention) の3種類がある。違警罪は、その重さにより第1級から第5級までの罪があり、第5級が一番重い。第7条に規定する罰金刑は、電子書籍法の施行規則である2012年1月30日のデクレ第2012-146号により第3級違警罪に分類されている。第3級違警罪の罰金の額は、最高450ユーロである。

(5) コンセイユ・デタ (Conseil d'État) は、行政裁判所であると同時に、法律問題に関する政府の諮問機関でもある。「国務院」と訳されることもある。