

令和5年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業
(諸外国のスポーツデータに係る権利関係等調査事業)
最終調査報告書

西村あさひ法律事務所・外国法共同事業
2024年3月

目次

第1	はじめに	6
1.	本調査の背景及び目的	6
2.	本調査の手法	6
第2	スポーツデータに係る権利関係の法的整理	8
1.	スポーツデータの種類	8
(1)	試合経過データ	8
(2)	成績データ	8
(3)	トラッキングデータ	9
(4)	身体データ	10
2.	米国	10
(1)	総論	10
(2)	Raw Sports Data	11
(3)	Refined Sports Data	12
(4)	各スポーツデータの該当性	13
(5)	実務上の慣行	13
3.	英国	14
(1)	総論	14
(2)	著作権	14
(3)	データベース権	15
(4)	各スポーツデータの該当性	16
(5)	実務上の慣行	16
4.	フランス	17
(1)	総論	17
(2)	主催権	17
(3)	著作権	18
(4)	データベース権	18
(5)	各スポーツデータの該当性	19
(6)	実務上の慣行	19
5.	日本	19
(1)	スポーツデータの知的財産等への該当性	19
(2)	営業秘密	21

	(3)	限定提供データ	22
	(4)	営業秘密と限定提供データの相互補完的關係	22
	(5)	各スポーツデータの該當性	23
	(6)	実務上の慣行	24
第3		肖像権・パブリシティ権に係る権利關係の法的整理	25
	1.	米国	25
		(1) 法的整理	25
		(2) 実務上の慣行	26
	2.	英国	27
		(1) 法的整理	27
		(2) 実務上の慣行	28
	3.	フランス	28
		(1) 法的整理	28
		(2) 実務上の慣行	29
	4.	日本	30
		(1) 法的整理	30
		(2) 実務上の慣行	30
第4		放映権に係る権利關係の法的整理	32
	1.	米国	32
		(1) 法的整理	32
		(2) 実務上の慣行	32
	2.	英国	34
		(1) 法的整理	34
		(2) 実務上の慣行	34
	3.	フランス	35
		(1) 法的整理	35
		(2) 実務上の慣行	36
	4.	日本	36
		(1) 法的整理	36
		(2) 実務上の慣行	37

第 5	主催権に係る権利関係の法的整理	39
1.	米国・英国・日本	39
2.	フランス	39
第 6	第三者によるスポーツデータ、ストリーミング、肖像等及びロゴの無許諾利用等による権利侵害への対応	41
1.	米国	41
	(1) データの独自収集及び利用への対応	41
	(2) データの無許諾利用への対応	42
	(3) ストリーミングの無許諾利用への対応	43
	(4) 肖像等の無許諾利用への対応	43
	(5) ロゴの無許諾使用への対応	44
2.	英国	45
	(1) データの独自収集及び利用への対応	45
	(2) データの無許諾利用への対応	46
	(3) ストリーミングの無許諾利用への対応	47
	(4) 肖像等の無許諾利用への対応	48
	(5) ロゴの無許諾使用への対応	48
3.	フランス	49
	(1) データの独自収集及び利用への対応	49
	(2) データの無許諾利用への対応	49
	(3) ストリーミングの無許諾利用への対応	50
	(4) 肖像等の無許諾利用への対応	51
	(5) ロゴの無許諾使用への対応	51
4.	日本	52
	(1) データの独自収集及び利用への対応	52
	(2) データの無許諾利用への対応	52
	(3) ストリーミングの無許諾利用への対応	52
	(4) 肖像等の無許諾利用への対応	53
	(5) ロゴの無許諾使用への対応	53
第 7	日本における方向性	54
1.	スポーツデータ	54
2.	肖像権	56

3.	放映権	56
4.	主催権(スポーツデータ及び放映権を含む。)	57

第1 はじめに

1. 本調査の背景及び目的

近年、諸外国では様々な分野で DX が進んでいるが、コロナ禍を経てスポーツ分野においても DX が加速しており、放送・配信、ファンエンゲージメント、競技力強化、選手管理、審判・判定等多くの場面で活用が進んでいる。中でも、スポーツデータ(試合経過データ、成績データ、トラッキングデータ、身体データ等)やデジタル技術を活用した新たなサービスが展開されており、欧米を中心にその市場が拡大している。

我が国においても、様々なスポーツデータが活用される可能性があるが、それらの権利性やその帰属主体等の権利の在り方は必ずしも明らかになっていない場合がある。また、多くのスポーツ団体が選手の氏名や肖像等(併せて以下「肖像等」という。)を利用した多様なサービスを展開しているほか、積極的に放送・配信サービスの活用にも取り組んでいるが、スポーツ団体によっては、選手の肖像等の利用や放送・配信のルール整備が確立されていない場合も見受けられる。

さらに、近年の米国各州を中心とした諸外国におけるスポーツベッティングの合法化と市場拡大に伴うスポーツコンテンツやデータを活用したビジネスの急速な発展によって、諸外国において、我が国のスポーツを取り巻く知的財産その他の権利物等(特に、スポーツデータ、ストリーミング、肖像等及びロゴ)が無許諾で利用等される事例が出てきている。

以上の状況を踏まえ、諸外国におけるスポーツデータ、肖像権・パブリシティ権、放映権、及び主催権に係る権利関係の法的整理の把握、並びに、諸外国における第三者によるスポーツデータ、ストリーミング、肖像等及びロゴの無許諾利用等による権利侵害への対応の把握に関する調査(以下「本調査」という。)を行った。なお、本調査は米国、英国及びフランスを対象としているが、比較検討の観点から日本における調査事項の整理についても記載している。

2. 本調査の手法

本調査は西村あさひ法律事務所・外国法共同事業¹が受託し、ヒアリング調査の補助等を目的として、一般財団法人スポーツエコシステム推進協議会に対して、本調査に関する一部業務を再委託した。また本調査では、文献や先行研究、報道等の既存情報からの調査に加えて、以下に掲げる海外のスポーツリーグ・チームその他のスポーツ団体、海外の法律事務所等に対するヒアリング等を実施し、これらの結果に基づいた分析・検討を行った

¹ 本調査には、西村あさひ法律事務所・外国法共同事業の稲垣弘則、高部真規子、濱野敏彦、小幡真之、服部啓、村松祐哉、浅野佐英子、山崎優佑、及びスコット・アルパー(メリーランド州登録)の合計9名の弁護士が関与した。

2. なお、本調査においては、各国の法令の解釈は以下に掲げる各国の法律事務所のヒアリング等関与弁護士の見解、日本国内の法令の解釈は西村あさひ法律事務所・外国法共同事業の調査関与弁護士の見解を記載している。

(米国)

- National Basketball Association (NBA) : 米国プロバスケットボールリーグ
- National Basketball Players Association (NBPA) : 米国プロバスケットボールリーグ選手会
- THINK450 : NBPA の集団肖像のライセンス管理等を行う会社
- Major League Baseball Players Association (MLBPA) : 米国プロ野球リーグ選手会
- MLB Players, Inc. : MLBPA の集団肖像のライセンス管理等を行う会社
- Winston & Strawn LLP : 米国法律事務所

(英国)

- The Football Association Premier League Limited (Premier League) : 英国プロサッカーリーグ
- Professional Footballer's Association (PFA) : 英国プロサッカー選手会
- Football DataCo Limited (DataCo) : Premier League のデータ関連会社
- Tennis Data Innovations (TDI) : ATP (Association of Tennis Professionals : 男子プロテニス協会)のデータ関連会社
- Onside Law LLP : 英国法律事務所

(フランス)

- Ligue de Football Professionnel (LFP) : フランスプロサッカーリーグ (リーグ・アン)
- Union Nationale des Footballeurs Professionnels (UNFP) : フランスプロサッカー選手会
- De Gaulle Fleurance & Associés : フランス法律事務所

(その他)

- Fédération Internationale des Associations de Footballeurs Professionnels (FIFPRO) : 国際プロサッカー選手会
- Genius Sports Limited (Genius Sports) : データプロバイダー
- Sportradar Group AG (Sportradar) : データプロバイダー
- Stats Perform : データプロバイダー

² 後記第 2 以下では、これらのヒアリング等を実施した先については特に定義等せず略称等を用いて記載する。

第2 スポーツデータに係る権利関係の法的整理

1. スポーツデータの種類

日本において、スポーツデータは一般的に以下のとおり、「試合経過データ」、「成績データ」、「トラッキングデータ」、及び「身体データ」の4種類に大きく分類して整理されている。海外のスポーツ団体、法律事務所等に対するヒアリング等を実施した結果、米国、英国及びフランスのいずれにおいても、呼称等はそれぞれ異なるものの、大枠において日本と同様の整理が可能であることが確認できた。

(1) 試合経過データ

試合経過データとは、試合中に生じた事象に関する速報ベースのデータをいう。例えば、サッカーやバスケットボールでゴールが入ったか否かといったライブデータがこれに該当する。

日本においては、例えば、野球で投手が1球投げるごとに起きた事象に関するデータ(いわゆる「1球データ」)が取引されている。日本のデータプロバイダーは日本野球機構(以下「NPB」という。)との間でライセンス契約等を締結の上、球場又は中継から試合経過を収集し、これを1球データとして、自身のウェブサイト等において、ファンや各球団等に対して有償で提供している。

なお欧米では、特に近年、市場規模が急速に拡大しているスポーツベッティング市場においてインプレイ³が人気を博している。その中で、放送・配信の方法により異なるものの、個々のプレイから「数秒以内」に収集・提供される試合経過データは、当該プレイより数秒遅延するといわれている視聴用の放送・配信よりも早い提供が可能であることから、スポーツベッティングビジネスの中で大きな価値を有している状況にある。

(2) 成績データ

成績データ(いわゆる「スタッツデータ」)とは、試合で収集したデータにより作成・整理される選手やチームの成績に関するデータをいう。例えば、サッカーにおけるゴール数やシュート決定率、野球における本塁打数や打率がこれに該当する。

成績データに基づく分析は、多くのスポーツにおいてチームを強化するための重要な役割を担っている。例えば、野球においては、成績データを統計学的に分析することにより、

³ 試合の進行中に、その後の試合展開や選手のプレイ結果等をリアルタイムで予想・予測し、その内容をスポーツベッティングの対象とする形式を指す。

選手の貢献度や戦術の有効性を評価するセイバーメトリクスという手法が広く採用されている。

作成が容易な成績データは、試合放映の画面上やスポーツ団体のウェブサイト上で公開されているものが多いものの、これを分析して作成されたデータは、一般的に公開されていないものも多く、スポーツデータビジネスの取引対象の中心となっている。

なお欧米においては、成績データは、スポーツベッティングやファンタジースポーツに広く活用されており、データプロバイダー等を介して大きな商流を形成している。

(3) トラッキングデータ

トラッキングデータとは、リアルタイムで練習中や試合中の選手のプレイを自動追尾する「トラッキングシステム」により取得されるデータをいう。近年、多くのスポーツにおいてトラッキングシステムが導入されてきており、トラッキングデータは、選手のパフォーマンス向上やチーム強化に活用されている。

2020年代に入り、欧米を中心に、野球、サッカー、バスケットボール等の多くのプロスポーツにおいて、ソニーのグループ会社である Hawk-Eye Innovations が開発した「ホークアイ」とよばれるカメラシステムが導入されており、その高度な画像解析技術がトラッキング能力の飛躍的向上に貢献している。ホークアイでは、高精度カメラで撮影した選手の三次元骨格データ(トラッキングデータの種類)の計測により、選手の姿勢や動きを毎秒 30 コマのリアルタイムで解析することが可能となっている。例えば、野球では、打者のバッティングフォームを撮影し、好調時と不調時のデータを比較して分析することにより、不調の原因を見つけることにも利用できる。

なお、そのほかトラッキングデータに該当するものとしては、例えば、MLB (Major League Baseball : 米国プロ野球リーグ)が導入する Statcast⁴によって提供される、打球速度や打球の角度、打球の捕球確率や投手のボールのスピンの率等のデータや、NFL (National Football League : 米国プロアメリカンフットボールリーグ)が導入する Next Gen Stats⁵によって提供される、パスの成功確率やラッシングヤードの予想等のデータが挙げられる。これらのデータは、試合の中継映像にも利用されており、新たな視聴価値を提供している。

⁴ Statcast とは、レーダーパネルというミサイルの追尾用に開発されたレーダーと光学カメラを用いて様々なデータを計測し、瞬時の数値化を可能とする解析ツールである(久我智也「ボクシングのダメージ、カメラと AI で可視化 MLB 発の変革」日経 XTECH 2017 年 12 月 22 日 (<https://xtech.nikkei.com/dm/atcl/feature/15/110200006/121800103/>, 2024 年 3 月 29 日最終閲覧)参照)。ホークアイで収集されたデータも反映されている。

⁵ Next Gen Stats とは、全ての選手のショルダーパッドと各スタジアムに埋め込まれた RFID デバイスを介する追跡技術を使用することにより、選手らの位置情報や移動速度等に関するデータをリアルタイムで取得し、当該データを機械学習アルゴリズムに取り込んだ分析を可能とする解析プログラムである(アマゾンウェブサービスウェブサイト(<https://aws.amazon.com/jp/machine-learning/customers/innovators/nfl/>), 2024 年 3 月 29 日最終閲覧)参照)。

トラッキングデータは、選手のパフォーマンス管理・向上やチーム強化の目的から、各チームの内部で保管・管理されていることが多い。

(4) 身体データ

身体データとは、選手の生体情報を収集して作成されるデータをいう。例えば、選手の身体能力に関するデータや、疲労度や睡眠の質といった健康状態に関するデータ、選手の走行距離や速度、加速度に関するデータ、選手の心拍数や酸素レベルのバイオメトリックデータがこれに該当する。

身体データの取得には、ウェアラブル端末が使用されることが多い。取得された選手の身体能力に関するデータや、疲労度や睡眠の質といった健康状態に関するデータは、選手ごとにカスタマイズ・分析され、専用のブラウザやスマートフォンのアプリケーション等を用いて、チーム、選手、トレーナー等に提供される。また、選手の走行距離や速度、加速度に関するデータ、選手の心拍数や酸素レベルのデータは、選手のパフォーマンスを把握する観点から重要であり、当該データを用いて分析することにより練習メニューや戦術の変更等が可能になる。このように、身体データは、選手の健康管理はもとより、過剰なトレーニングによる怪我のリスク回避や、負傷した選手の回復状況の把握、戦術の検討等にも役立てられている。

身体データも、トラッキングデータと同様に、選手のパフォーマンス管理・向上やチーム強化の目的から、各チームの内部で保管・管理されていることが多い。

2. 米国

(1) 総論

米国においては、スポーツデータの権利性を認める固有の法令は存在しない。スポーツデータが法的保護を受けるかは、当該データが著作権により保護され得るかによることになる。

米国の連邦法における著作権に関する法令(Copyright Act of 1976, 17 U.S.C. §§ 101-1332 (2018)。以下「**連邦著作権法**」という。)上、有形的媒体に固定された創作性の認められる著作物については著作権が認められる(同法 102 条(a))。その一方で、事実そのものはパブリックドメイン⁶の一部であり、著作権による保護を受けないと解されている⁷。但し、創

⁶ 著作物や発明等について、知的財産権が発生していない状態、又は知的財産権を消滅させ、社会全体の共有物と位置付けられた状態を指す(著作権情報センターウェブサイト(<https://www.cric.or.jp/qa/hajime/hajime3.html>, 2024年3月29日最終閲覧)参照)。パブリックドメインは誰でも自由に利用することができる。

⁷ Feist Publications, Inc. v. Rural Tel. Service. Co., 499 U.S. 340 (1991).

作性は最低限の創作性を有していれば肯定されるため、事実の編集著作物についても、事実の選択又は配列が最低限の創作性を有する場合には著作権が認められると解されている⁸。

これを受けて、解釈上、スポーツデータが著作権により保護され得るか否かは、①スポーツイベントを観戦しただけで収集できるような、生の事実それ自体のデータ(Raw Sports Data)か、②スポーツイベントからテクノロジーを活用して収集・生成したデータ(Refined Sports Data)かによって異なり、①は著作権により保護されないが、②は著作権(事実の編集著作物)として保護され得ると考えられている。

以下、①Raw Sports Data 及び②Refined Sports Data のそれぞれについて概説する。

(2) Raw Sports Data

スポーツの試合を行っているチーム名や選手名、試合のスコアや残り時間、ボール保持の状況や選手の成績に関するデータのように、単なる生の事実に基づくライブデータが Raw Sports Data に該当する。前記(1)のとおり、Raw Sports Data は、事実そのものであってパブリックドメインの一部であり、著作権による保護を受けないと解されている。Raw Sports Data に関する裁判例として以下が存在する。

● Nat'l Basketball Ass'n v. Motorola, Inc., 105 F. 3d 841 (2d Cir.1997)

原告である NBA が、試合に関するデータをリアルタイムで収集及び利用するモトローラに対して著作権侵害等を理由に差止めを求めた事案である。被告であるモトローラは、SportsTrax という小型の機器(情報通信ツール)を通じて、①試合をしているチーム、②得点の変化、③ボールを保有しているチーム、④フリースロー、⑤どのクォーターか、⑥そのクォーターの残り時間等のバスケットボールの試合に関するデータをファン等に対して提供していた。具体的には、テレビやラジオで試合状況をリアルタイムで把握する担当リポーターによってパソコンに入力されたデータが、ホストコンピューターを通じて、約 2、3 分置きに SportsTrax に配信されるというものであった。NBA は、モトローラの SportsTrax によるデータの収集及び利用が NBA の著作権を侵害しているなどと主張した。

これに対し、裁判所は、生の事実に基づくデータは著作権により保護されないと解し、(i)生の事実である試合自体と(ii)著作権による保護の対象となる試合の放送を区別した。その上で、モトローラが収集及び利用したデータは、試合の放送とは異なり、ディレクターやカメラマン等が関与することなく、NBA の試合観戦者であれば誰でも取得できる純粋な生の事実に基づくデータであり、当該データは著作権の保護の対象とはならないこと等を理由に、NBA の主張を認めなかった。

⁸ 前掲注 7)・499 U.S. 340。

- C.B.C. Distrib.& Mktg., Inc. v. Major League Baseball Advanced Media, L.P., 505 F.3d 818 (8th Cir. 2007)

原告である C. B. C. Distribution and Marketing (以下「C.B.C.」という。)が、被告である MLB Advanced Media (MLB の各球団のオーナーの共同出資により設立)より選手の氏名と成績に関するデータのライセンスの付与を受けた上で、当該データを利用してオンラインファンタジーゲームを提供していたところ、MLB Advanced Media が独自のオンラインファンタジーゲームを立ち上げようとした際に、当該データライセンスの更新を拒否したという事案である。C.B.C.は、自社のゲームを提供するために、ライセンスがなくとも、従前どおりデータを収集及び利用する権利があるなどと主張した。

これに対し、裁判所は、C.B.C.が収集及び利用していた選手の氏名と成績に関するデータはパブリックドメインであると判断し、C.B.C.の主張を認めた。

なお、前記のとおり、生の事実それ自体のデータ(Raw Sports Data)は著作権により保護されないため、同じスポーツイベントにおいて、第三者が自ら試合観戦して独自に Raw Sports Data を収集することを防ぐことはできない。この点への実務上の対応については後記第 6 の 1.(1)を参照されたい。

(3) Refined Sports Data

前記(1)のとおり、Refined Sports Data は、スポーツイベントからテクノロジーを活用して収集・生成したデータであり、Raw Sports Data を編集・分析したデータも含まれ得る。後記(4)のとおり、一部のトラッキングデータ等がこれに該当し得る。

Refined Sports Data の収集及び利用が問題となった裁判例は、本調査実施時点では確認できていない。もっとも、当該データは、スポーツイベントを観戦しただけでは収集することができないものであり、パブリックドメインの一部である選手やそのパフォーマンスに関する生の事実それ自体のデータでもない。そのため、これまでの米国の裁判例を踏まえると、Refined Sports Data の内容によっては、事実の選択又は配列が最低限の創作性を有するものとして、著作権の保護を受ける事実の編集著作物に当たると裁判所が判断することは十分にあり得ると考えられる。但し、著作権により保護される Refined Sports Data は、事実の編集著作物として保護されるため、データの集合物を構成する個々のデータは著作権により保護されない。

なお、著作権により保護される Refined Sports Data であっても、第三者により当該データを複製等されなければ著作権侵害には該当しないことから、第三者が自ら試合観戦して独自に Refined Sports Data を収集・生成すること(例えば、第三者が新しい技術を搭載した機器を試合に持ち込んで独自に収集・生成する場合等)を防ぐことはできない。この点への実務上の対応については後記第 6 の 1.(1)を参照されたい。

(4) 各スポーツデータの該当性

Raw Sports Data 及び Refined Sports Data について、前記 1. のスポーツデータの 4 分類に即して検討すると以下のとおりと考えられる。

試合経過データ及び成績データは、試合観戦から一般人が収集可能なものが多く、そのような生の事実を表すデータは Raw Sports Data にすぎないと考えられるが、テクノロジーを活用して収集・生成した試合経過データ及び成績データについては、事実の選択又は配列が最低限の創作性を有するものとして、Refined Sports Data に該当し、著作権により保護される可能性があると考えられる。

トラッキングデータ及び身体データは、テクノロジーを活用して収集・生成しているケースが多いように思われるが、そのような場合には、事実の選択又は配列が最低限の創作性を有するものとして、Refined Sports Data に該当し、著作権により保護される可能性があると考えられる。典型的には、トラッキングデータの一例として挙げた、ホークアイによる三次元骨格データや、MLB が導入する Statcast による打球速度や打球の角度、打球の捕球確率や投手のボールのスピンの率等のデータ、NFL が導入する Next Gen Stats によるパスの成功確率やラッシングヤードの予想等のデータは、データの選択又は配列が最低限の創作性を有するものとして、Refined Sports Data に該当し、著作権により保護される可能性があると考えられる。

(5) 実務上の慣行

米国の場合、法的には前記(4)のように整理することができるが、近年、例えばスポーツベッティングビジネスに利用される個々のプレイから「数秒以内」に収集・提供される試合経過データ等、生の事実それ自体を表した Raw Sports Data を含むライブデータの価値が高まっている状況にある。この点に関しては、例えば MLB や NBA においては、リーグ又はリーグが有償でライセンスを付与したデータプロバイダー(公認事業者)が収集・生成した Raw Sports Data と Refined Sports Data とを併せて公式データとして取り扱った上で、スポーツベッティング事業者やメディア事業者等に対してまとめて有償で提供している。リーグが公式データとしてのお墨付きを与えることで、当該データを利用してサービスを提供する事業者に対する消費者の信頼が増すこと、リーグ又は公認事業者がデータを最速で処理できる場合が多いこと等から、公式データは、スポーツベッティング事業者、メディア事業者等から望まれて利用されている⁹。

⁹ なお、後記第 6 の 1.(1)のとおり、一部の州においては、事業者がスポーツベッティング事業を行う際は、「商業的に合理的な条件」によりリーグが提供する公式データの使用を義務付ける旨の州法が存在している。

3. 英国

(1) 総論

英国においては、スポーツデータの権利性を認める固有の法令は存在しない。

また、情報に対する財産的な権利は認められない(但し、後記第6の2.(1)のとおり、管理方法によっては、英国のコモン・ロー上の「機密情報」として保護されることはあり得る。)ことから、スポーツデータについても、それ自体の財産的な権利は認められないこととなる。しかしながら、主にデータベース権(Sui Generis Right)の範囲で、データベースに一定の財産的な権利が発生する可能性がある。

(2) 著作権

英国の著作権に関する法令(Copyright, Designs and Patent Act 1988。(以下「英国著作権法」という。))上、文芸の著作物には著作権が認められる(同法1条)。そして、同法上、文芸の著作物の中にデータベースが含まれると規定されており(同法3条1項(d))、情報のデータベースであっても、当該データベースの構成要素であるデータの選択又は配列を理由として、著作権者の知的創作物を構成する限り、独創性が認められ、当該データベースには著作権が発生し得る(同法3条のA)。もっとも、データの選択又は配列に関して独創性を介在させる余地がないデータベースは著作権により保護されないため、著作権によるデータベースの保護範囲は比較的狭いと考えられる。

この点に関し、試合中の多くのデータはテクノロジーによって自動的に収集されるようになってきており、スポーツデータのデータベースは、その情報の性質に応じて定型的に情報を収集・整理する仕組みになっているものが多いと考えられる。そうすると、スポーツデータのデータベースについて、データベースの構成要素であるデータの選択又は配列に関して独創性が肯定されるケースは必ずしも多くなく、著作権による保護が容易に認められるとはいえないものと考えられる。スポーツデータに関して著作権が問題となった裁判例として以下が存在する。

● C-604/10 Football DataCo & Others v Yahoo! UK Ltd & Others [2012]

被告であるメディア事業者及びスポーツベッティング事業者らが、原告であるDataCoらに無断で、原告が提供したデータに基づき作成されたリーグの年間対戦日程表を利用していた事案において、データベースが著作権により保護されるためにはデータの「選択又は配列」に独創性が認められることが必要であり、データベースの作成に多大な労力や投資を必要としたか否か、及び「選択又は配列」がデータに重要な価値を付与したか否かは、データベースが著作権により保護されるかの判断には無関係であるとして、原告による著作権侵害の主張を認めなかった。

仮に、データベースについて著作権が生じる場合、著作権は当該データベースの作成者に一次的に帰属する(英国著作権法 11 条 1 項)。そのため、主催者が第三者にデータの収集とデータベースの作成を依頼した場合、当該第三者が著作権の一次的な保有者になる可能性が高いため、主催者がデータベースの著作権を保有するためには、契約上の取り決めにより著作権の譲渡を確実に行う必要がある。

(3) データベース権

データベースに著作権が発生しない場合であっても、データベース権(Sui Generis Right)が発生する可能性がある。データベース権は、EU データベース指令(EU directive 96/9/EC)に基づいて英国で制定された国内法(Copyright and Rights in Database Regulations 1997。以下「**英国データベース権法**」という。)を根拠に認められる権利であり、同法上、データベースの内容となるデータの入手、(入手時のデータの正確性の)認証又は提供(併せて以下「**入手等**」という。)に、量的又は質的に実質的な投資(財政的、人的及び技術的投資を含む。)がなされたことを立証できる場合に認められる(同法 13 条 1 項)。

もっとも、(i)データベースの内容となるデータの入手等のための投資と、(ii)データの作成及び(作成時のデータの正確性の)認証(併せて以下「**作成等**」という。)のための投資が区別される点に注意を要する。例えば、サッカーの試合のデータに関し、ゴールのタイミングやイエローカードの提示等の情報の収集は既に客観的に存在する事実を収集する行為であるため、当該行為に対する量的又は質的に実質的な投資があれば上記(i)「データの入手等のための投資」に該当するものが多いと考えられるが、マンオブザマッチの選出等はアナリストの主観的な要素が含まれるところ、当該選出等に対して投資しただけでは上記(ii)「データの作成等のための投資」に該当し、データベース権の保護の対象外になると考えられる。上記(i)(ii)の区別が問題となった裁判例として以下が存在する。

● Football DataCo v Stan James and Sportradar [2013] EWCA Civ 27

被告であるデータプロバイダー及びスポーツベッティング事業者が、原告である DataCo に無断で、原告のデータベース「Football Live」を利用して類似のデータベース「Live Scores」を作成した事案において、客観的なデータを記録するアナリスト等への年間 60 万ポンドの投資はデータの入手等のための実質的な投資であること、データベース権により保護されるデータベースの一部として主観的なデータが含まれていたとしても、データベース全体としてデータベース権による保護が失われることにはならないこと等を理由に、原告によるデータベース権侵害の主張を認めた。

データベース権侵害が認められるためには、(i)請求者がデータベースの内容となるデータの入手等に量的又は質的に実質的な投資を行うことによりデータベースを作成したことに加えて、(ii)相手方が同意なく、データベースの内容の全部又は量的若しくは質的に実質的な部分を利用(抽出又は再利用)したことという要件を満たす必要がある(英国データベース権法 16 条 1 項)。データベース権によって保護される範囲は著作権の保護範囲に比して広

く、データベースの内容の量的又は質的に非実質的な部分を反復的かつ体系的に利用(抽出又は再利用)することが、データベースの内容の実質的な利用と評価される場合には、上記(ii)の要件は肯定されることとなる(同条2項)。

また、著作権の場合にはデータベースの作成者に権利が帰属することになるが、データベース権の場合には、英国データベース権法上、データベースの内容となるデータの入手等を主導し、その投資のリスクを負担した主体をデータベースの作成者とみなし、当該作成者に権利が帰属する(同法13条1項、14条1項、15条)。そのため、例えば、主催者が第三者にデータベースの作成を委託する場合であっても、主催者がデータベースの内容となるデータの入手等を主導し、投資するリスクを負うことになることから、実際の作成者である第三者ではなく、主催者がデータベース権の帰属主体となる可能性が高くなる。

なお、前記のとおり、データベース権侵害は、第三者が、データベースの内容の全部又は量的若しくは質的に実質的な部分を利用(抽出又は再利用)する場合にはじめて認められる。そのため、第三者がデータベースの内容を利用するものではない場合、例えば、同じスポーツイベントにおいて、第三者が自ら試合観戦して独自に収集したデータに基づいてデータベースを作成する場合はデータベース権の侵害とはいえず、これを防ぐことはできない。この点への実務上の対応については後記第6の2.(1)を参照されたい。

(4) 各スポーツデータの該当性

データベース権について、前記1.のスポーツデータの4分類に即して検討すると以下のとおりと考えられる。

試合経過データ及び成績データのデータベースについては、その内容、種類、分析の程度等により様々なものが存在するため一概にはいえないが、その構成要素となるデータの入手等に対して量的又は質的に実質的な投資がなされている場合には、データベース権による保護を受ける可能性があると考えられる。

トラッキングデータ及び身体データのデータベースについては、特に、これらのデータ及びデータベースがテクノロジーを活用して収集・生成される場合、相当の費用をかけて大量の累積したデータを扱うケースが多く、その構成要素となるデータの入手等に対して量的又は質的に実質的な投資がなされているとして、データベース権による保護を受けられる可能性があると考えられる。

(5) 実務上の慣行

英国の場合、実務上、①主催者がデータ収集を目的とするイベントへの立入り等を制限し得ること、②主催者からの公式データがスポーツベッティング事業者、メディア事業者等に望まれていること等から、スポーツイベントの主催者(主催者が設立した別会社を含む。)又は主催者が有償でライセンスを付与したデータプロバイダー(公認事業者)が収集し

たデータを公式データとして取り扱った上で、スポーツベッティング事業者、メディア事業者等に対して有償で提供していることが多い。その場合には、通常、主催者がデータベース権の帰属主体であると整理されている。例えば、Premier League では、主催者であるリーグが設立した DataCo が、スポーツベッティングに利用するデータ及びメディアに利用するデータに関して、それぞれ別々のデータプロバイダーに対して有償で独占的なライセンスを付与した上で、公認事業者であるこれらのデータプロバイダーが当該データを収集し、他の事業者に対して有償で提供している。また、ATP (Association of Tennis Professionals : 男子プロテニス協会)が開催する ATP ツアーにおいては、主催者である ATP が設立した TDI が、スポーツベッティング及びメディアに利用するデータを収集した上で、特定のデータプロバイダーに対して有償でライセンス(スポーツベッティング関連は独占的、メディア関連は非独占的)を付与しており、公認事業者であるデータプロバイダーが当該データを他の事業者に対して有償で提供している。

4. フランス

(1) 総論

フランスにおいては、スポーツに関する固有の法令(Code du sport。以下「スポーツ法」という。)が存在し、スポーツデータは主催権に基づき広く保護され得る。また、主にデータベース権(Sui Generis Right)の範囲で、データベースに一定の財産的な権利が発生する可能性がある。

(2) 主催権

フランスにはスポーツ法が存在し、同法上、スポーツ連盟(国内競技連盟(National Federation。以下「NF」という。))及び同連盟から委任を受けたイベント主催者は、自らが主催するスポーツイベントを独占的に利用する権利、すなわち「主催権(droit d'exploitation)」を有している(同法 L333-1 条 1 項、L331-5 条 1 項)。後記第 5 の 2.のとおり、スポーツ法では主催権に含まれる権利の内容を列挙していないところ、裁判例上、主催権には「利益を生み出すことを目的とするあらゆる形態の経済活動であって、そのスポーツイベントがなければ存在しないもの」を利用する権利が含まれると解されている。

スポーツデータが主催権の範囲に含まれるか否かについて判示した裁判例は存在しないが、前記のように主催権の範囲は極めて広く解されていることからすれば、商業的利益が生じ得るスポーツデータに関する権利については、基本的には主催権の範囲に含まれると考えられる。

もつとも、後記第 5 の 2.のとおり、主催権は無制限に認められるものではなく、裁判例上、一部のスポーツイベントの結果及びスケジュールにすぎないデータについては、主催権に含まれないと解されている。

主催権の詳細については後記第 5 の 2.を参照されたい。

(3) 著作権

フランスの知的財産権に関する法令(Code de la propriété intellectuelle。以下「フランス知的財産権法」という。)上、保護対象となる著作物の種類を区別していないため、データ又はデータベースが、作者の人格が表象された創作物であると認められる場合、著作権による保護を受けることは可能である。

もつとも、スポーツデータ及びスポーツデータで構成されるデータベースの場合には、作者の人格が表象された創作物であると認められ、著作権法による保護を受ける可能性は極めて低いと考えられる。

(4) データベース権

データベースに著作権が発生しない場合であっても、データベース権(Sui Generis Right)が発生する可能性がある。データベース権は、EU データベース指令(EU directive 96/9/EC)に基づいてフランスで国内法(フランス知的財産権法¹⁰)を根拠に認められる権利であり、同法上、データベースの内容となるデータの入手等が、実質的な財政的、物質的又は人的投資によりなされたことを立証できる場合に認められる(同法 L341-1 条 1 項)。

データベース権侵害が認められるためには、(i)請求者がデータベースの内容となるデータの入手等に実質的な財政的、物質的又は人的投資を行うことによりデータベースを作成したことに加えて、(ii)相手方が同意なく、(a)データベースの内容の全部若しくは量的若しくは質的に実質的な部分を利用(抽出若しくは再利用)したこと、又は(b)データベースの内容の量的若しくは質的に非実質的な部分を反復的かつ体系的に利用(抽出若しくは再利用)したことが、データベースの通常の利用条件を明らかに超えていることという要件を満たす必要がある(同法 L342-1 条 1 項、L342-2 条)。

また、フランス知的財産権法上、データベースの作成者は、対応する投資を主導し、そのリスクを負担した主体と定義され、当該作成者に権利が帰属する(同法 L341-1 条 1 項)。

なお、英国と同様に、第三者がデータベースの内容を利用するものではない場合、例えば、同じスポーツイベントにおいて、第三者が自ら試合観戦して独自に収集したデータに

¹⁰ EU データベース指令(EU directive 96/9/EC)の内容がフランス知的財産権法の改正により成文化された(Article L 112-3 等)。

基づいてデータベースを作成する場合はデータベース権の侵害とはいえ、これを防ぐことはできない。

(5) 各スポーツデータの該当性

フランスにおいては、前記 1.のスポーツデータの 4 分類いずれについても主催権により保護される可能性が高い。但し、一部のスポーツイベントの結果やスケジュールにすぎないような成績データ(場合によっては一部の試合経過データ)は主催権により保護されない可能性がある。

なお、前記 1.のスポーツデータの 4 分類に応じたデータベース権の該当性については、基本的には前記 3.(4)の英国における検討と同様である。

(6) 実務上の慣行

フランスの場合、実務上、スポーツ連盟(NF)やリーグ等の主催者は、主催権やデータベース権に基づき、自身が独占的に有する権利の範囲内で、様々な事業者に対して、スポーツデータに関するライセンスを有償で付与し、又はスポーツデータを有償で提供している。

なお、主催者によっては、データの利用に関して特定の制限を課している場合もある。例えば、LFP では、スポーツベッティング事業者を対象とした仕様書を発行し、データ作成の際には大会・クラブの正式名称の使用を義務付ける(小文字やイニシャルを用いることを制限)ほか、データの利用に付随したクラブのロゴの使用を認めないなどの制限を課している。

5. 日本

(1) スポーツデータの知的財産等への該当性¹¹

日本法において、所有権が発生するのは有体物についてのみであり(民法206条、85条)、無体物には所有権は発生しないところ、データは無体物であるため、データには所有権は発生しない。

¹¹ データが個人情報等に該当する場合には、個人情報保護法の規制に基づいた取扱い等を行うことが必要になる。しかしながら、本調査は、スポーツデータの財産的側面からの検討を行うものであるため、個人情報保護法に基づく規制については調査対象としていない。

このように、データには所有権が発生しないが、データが知的財産に該当し、知的財産として保護・救済されることがあり得る。以下、スポーツデータの知的財産等への該当性を個別に概説する。

特許法の保護対象である発明とは、「自然法則を利用した技術的思想の創作のうち高度のもの」(特許法 2 条 1 項)である。データ自体は、通常、「自然法則を利用した技術的思想」に該当しないため、スポーツデータについて特許権が発生する可能性は低いと考えられる。

実用新案法の保護対象は、「物品の形状、構造又は組合せに係る考案」(実用新案法 1 条、3 条 1 項柱書)である。データは無体物であり、有体物である「物品」に該当せず、また、「考案」は「自然法則を利用した技術的思想の創作」であるが、データは、通常、「自然法則を利用した技術的思想」に該当しないため、データは実用新案法の保護対象にはならない。したがって、スポーツデータについて実用新案権が発生することはない。

著作権法の保護対象である著作物とは、「思想又は感情を創作的に表現したものであつて、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するものをいう」(著作権法 2 条 1 項 1 号)。しかしながら、日本において、データは事実であり、「表現したもの」には該当しないと考えられている。なお、著作権法では、データベースも著作物として保護対象としている。すなわち、データベースを「論文、数値、図形その他の情報の集合物であつて、それらの情報を電子計算機を用いて検索することができるように体系的に構成したもの」(同法 2 条 1 項 10 号の 3)と定義した上で、「データベースでその情報の選択又は体系的な構成によつて創作性を有するものは、著作物として保護する」(同法 12 条の 2)としている。しかしながら、日本において、スポーツデータで構成されるデータベースが「情報の選択又は体系的な構成によつて創作性を有する」と評価される場合は少ないと考えられている。また、データベースが著作物に該当することによって、データベースを構成する各データが著作物に該当することになるわけではない。そのため、スポーツデータ及びこれにより構成されるデータベースのいずれについても著作権が発生する可能性は低いと考えられる。

営業秘密とは、「秘密として管理されている生産方法、販売方法その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報であつて、公然と知られていないものをいう」(不正競争防止法 2 条 6 項)。スポーツデータについては、要件を満たせば営業秘密に該当することになる。

限定提供データとは、「業として特定の者に提供する情報として電磁的方法(電子的方法、磁気的方法その他人の知覚によつては認識することができない方法をいう。・・・)により相当量蓄積され、及び管理されている技術上又は営業上の情報(営業秘密を除く。)」(不正競争防止法 2 条 7 項)をいう。営業秘密と同様に、スポーツデータについては、要件を満たせば限定提供データに該当することになる。

なお、データは、知的財産のほかに、民法上の「法律上保護される利益」(民法 709 条)として保護される可能性がある。但し、著作権で保護されないデータ(スポーツデータ)や、営

業秘密又は限定提供データで保護されないデータ(スポーツデータ)が、「法律上保護される利益」に該当するか否かは、裁判例・学説上、必ずしも明らかではない¹² 13。

このように、スポーツデータが知的財産等に該当し得るのは、主に、営業秘密又は限定提供データに該当する場合である。以下、スポーツデータにおける営業秘密及び限定提供データへの該当性を検討する。

(2) 営業秘密

営業秘密とは、「秘密として管理されている生産方法、販売方法その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報であって、公然と知られていないものをいう」(不正競争防止法2条6項)。一般的には、この営業秘密の定義から、有用性、非公知性及び秘密管理性の3つが営業秘密の要件であるといわれている¹⁴。

「有用性」の要件は、公序良俗に反する内容の情報(脱税や有害物質の垂れ流し等の反社会的な情報)等、秘密として法律上保護されることに正当な利益が乏しい情報を営業秘密の範囲から除外した上で、広い意味で商業的価値が認められる情報を保護することに主眼があるため、秘密管理性、非公知性要件を満たす情報は、有用性が認められることが通常である。

「非公知性」は、「公然と知られていない」ことであり、「公然と知られていない状態」とは、当該営業秘密が一般的に知られた状態になっていない状態、又は容易に知ることができない状態をいう。具体的には、当該情報が合理的な努力の範囲内で入手可能な刊行物に記載されていない、公開情報や一般に入手可能な商品等から容易に推測・分析されないなど、保有者の管理下以外では一般的に入手できない状態をいう。

「秘密管理性」の要件を充足するためには、営業秘密保有企業が当該情報を秘密であると単に主観的に認識しているだけでは不十分である。すなわち、営業秘密保有企業の秘密管

¹² 最判平成23年12月8日民集65巻9号3275頁(北朝鮮映画事件)は、個別の知的財産法の保護の規律が及ばない成果の利用行為に対して一般不法行為該当性を否定しているため、当該判例の基準の下、個別のデータ利用行為についての一般不法行為該当性を否定する見解(田村善之「ビッグ・データの不正利用行為規制の新設について一平成30年不正競争防止法改正の解説」法学教室462号67頁(2019年))や、ビッグ・データの利用行為について、一般不法行為による保護の可能性を必ずしも否定しない見解(上野達弘「自動集積される大量データの法的保護」パテント70巻2号33頁(2017年))がある。

¹³ 大阪地判令和6年1月16日は、YouTube等において王将戦の対局者の指し手等を表示した動画の削除申請が動画投稿者の営業上の利益を侵害したか否かが争点となった事案において、被告である王将戦主催者は、反論として、自身が配信する棋譜情報をフリーライドで利用するという著しく不公正な手段を用いて主催者の営業活動上の利益を侵害すると主張したものの、①棋譜等の情報は、対局における対局者の指し手及び挙動であって、公表された客観的事実であるから原則として自由利用の範疇に属するものであり、②主催者が定めた棋譜利用ガイドラインは、棋譜の利用権等を主催者が独占的に有する旨を規定しているが、主催者が一方的に定めたものに過ぎず、原告に対して法的拘束力を有さないなどとして、棋譜情報の利用が不法行為を構成することを認めるに足りる事情はないと判示している。

¹⁴ 以下各要件の解釈につき、経済産業省「営業秘密管理指針」(2019年1月23日)6、16-17頁参照。

理意思(特定の情報を秘密として管理しようとする意思)が、具体的状況に応じた経済合理的な秘密管理措置によって、従業員に明確に示され、結果として、従業員が当該秘密管理意思を容易に認識できる(換言すれば、認識可能性が確保される)必要がある。

スポーツデータが営業秘密に該当するか否かは、ケースバイケースであるといわざるを得ない。公開されていないデータや、公開されたデータを分析することにより得られたデータについては、非公知性を充足する可能性があり、当該データを秘密として管理し、有用性を有していれば営業秘密に該当し得る。

(3) 限定提供データ

限定提供データとは、「業として特定の者に提供する情報として電磁的方法(電子的方法、磁気的方法その他の知覚によっては認識することができない方法をいう。…)により相当量蓄積され、及び管理されている技術上又は営業上の情報(営業秘密を除く。)をいう」(不正競争防止法2条7項)¹⁵。

「業として」とは、ある者の行為が、社会通念上、事業の遂行・一環として行われているといえる程度のものである場合をいう。「特定の者」とは、一定の条件の下でデータ提供を受ける者をいう。「提供する」とは、データを特定の者が利用し得る状態に置くことをいう。

「相当量蓄積され」(相当蓄積性)の「相当量」とは、個々のデータの性質に応じて判断されることとなる。社会通念上、電磁的方法により蓄積されることによって価値を有するものが該当するが、ごくわずかな量の情報である場合には「相当量」の条件を充足しない可能性がある。

「電磁的方法により…管理され」(電磁的管理性)の要件を充足するためには、データ提供時に施されている管理措置によって、当該データが特定の者に対してのみ提供するものとして管理するという保有者の意思を第三者が認識できるようにされている必要がある。

「(営業秘密を除く)」は、「営業秘密」と「限定提供データ」の違いに着目し、両者の重複を避けるために規定されたものである。

(4) 営業秘密と限定提供データの相互補完的關係

営業秘密と限定提供データの要件には、似ている面が存在する。営業秘密の秘密管理性と、限定提供データの電磁的管理性は、いずれも情報を管理する要件である点で共通する。すなわち、秘密管理性を充足するためには、「従業員が当該秘密管理意思を容易に認識できる(換言すれば、認識可能性が確保される)」必要があり、他方、電磁的管理性を充足するためには、「当該データが特定の者に対してのみ提供するものとして管理するという保有者の意思を第三者が認識できるようにされている」必要があり、いずれも、保有者の意思

¹⁵ 以下各要件の解釈につき、経済産業省「限定提供データに関する指針」(2024年2月)9-11、15頁参照。

が認識できることを必要としている点で共通している。また、限定提供データの「相当量蓄積され」(相当蓄積性)は、社会通念上、電磁的方法により蓄積されることによって価値を有するものが該当するため、営業秘密の有用性の要件に類似している。

他方、限定提供データには、営業秘密の要件である非公知性に該当する要件が存在しないため、営業秘密では保護されない公知なデータが保護され得ることになる。加えて、限定提供データの要件として、「(営業秘密を除く)」という要件により、営業秘密と限定提供データの重複が避けられている。換言すれば、営業秘密の要件を充足するものは営業秘密に該当し、営業秘密に該当しないもののうち、限定提供データの要件を充足するものが限定提供データに該当することになる。

前記を踏まえれば、営業秘密と限定提供データは相互補完的關係にあるといえる。例えば、あるデータが営業秘密の要件を全て充足していれば営業秘密として保護されるのに対して、あるデータが営業秘密に該当しない場合において、電磁的管理性等の限定提供データの要件を充足しているときは、限定提供データとして保護される。

そのため、後記(5)も踏まえると、データを知的財産として保護したいと考える場合には、データ保有者において、営業秘密の要件である秘密管理性、及び、限定提供データの要件である電磁的管理性の両方を充足する管理を行い、万が一、営業秘密として保護されないとしても、限定提供データとして保護されるようにしておくことが望ましい^{16 17}。

したがって、スポーツデータの実務においても、同様の試みにより、データを知的財産として保護していくことが考えられる。

(5) 各スポーツデータの該当性

営業秘密及び限定提供データについて、前記 1.のスポーツデータの 4 分類に即して検討すると以下のとおりと考えられる。

試合経過データ及び成績データは、例えば野球における 1 球データ等、スポーツの試合観戦により覚知することができるものが多く、それらは営業秘密の要件である非公知性を充足しない可能性がある。一方、限定提供データには非公知性の要件は存在しないため、電磁的管理性等の限定提供データの要件を充足することにより、限定提供データとして保護される可能性がある。

¹⁶ 経済産業省・前掲注 15)「限定提供データに関する指針」15 頁においても、営業秘密と限定提供データについて「実務上は、両制度による保護の可能性を見据えた管理を行うことは否定されない。したがって、事業活動における有用な情報を保有する事業者において、両制度による保護の可能性を見据えた管理を行うことが期待される」と指摘されている。

¹⁷ 営業秘密と限定提供データの「どちらに該当するのかが必ずしも明らかでない事案については、民事訴訟の実務的な対応方法として、営業秘密侵害を主位的に主張し、限定提供データ侵害を予備的に主張するというパターンが登場する可能性も考えられる」との指摘もなされている(岡村久道「平成 30 年改正不正競争防止法によるデータ保護」ジュリスト 1525 号 17 頁(2018 年))。

また、試合経過データ及び成績データを分析したデータについては、非公知性を充足する可能性があり、秘密管理及び有用性の要件も併せて充足することにより、営業秘密として保護される可能性がある。例えば野球においては、成績データを統計学的に分析することにより、選手の貢献度や戦術の有効性を評価するセイバーメトリクスという手法が広く採用されている。当該手法によって創り出されたデータについては、営業秘密として保護される可能性がある。

トラッキングデータ及び身体データは、各チームの内部で保管され、公開されていないことが多い。そのような場合に、データがスポーツの試合観戦により覚知することができないときには、営業秘密の要件である非公知性を充足し、併せて秘密管理及び有用性の要件を充足することにより営業秘密として保護される可能性がある。また、営業秘密に該当しない場合にも、「業として特定の者に提供する」ときは、電磁的管理性等の限定提供データの要件を充足することにより、限定提供データとして保護される可能性もある。

大枠としては前記のように整理することができるが、スポーツデータには、その内容、種類、分析の程度等により様々なものが存在し、その管理、利用方法等も様々である。そのため、スポーツデータが営業秘密又は限定提供データに該当するか否かについては、スポーツデータごとに個別に検討を行う必要がある。

(6) 実務上の慣行

日本の場合、実務上、リーグ又はリーグが有償でライセンスを付与したデータプロバイダー(公認事業者)が収集したデータを公式データとして取り扱った上で、事業者(データプロバイダー、メディア及びゲーム会社を含む。)に対して有償で提供していることが多い。

例えば、プロ野球においては、NPB が自ら成績データを収集し、事業者に対して有償で提供している。他方、日本プロサッカーリーグ(以下「J リーグ」という。)においては、J リーグが特定の国内データプロバイダーに対して有償でライセンスを付与しており、当該データプロバイダーが成績データを収集し、他の事業者に対して有償で提供している。

第3 肖像権・パブリシティ権に係る権利関係の法的整理

1. 米国

(1) 法的整理

米国においては、肖像権・パブリシティ権に関する定義や帰属について定めた連邦法は存在しないが、30以上の州において制定法又はコモン・ロー上の権利としてパブリシティ権が認められており、その法的性質は基本的に個々の選手の財産権と整理されている。

パブリシティ権の成立要件や保護範囲は州によって異なっている。例えば、ニューヨーク州においては、制定法上の権利としてパブリシティ権が認められており、これにより、個人の氏名、肖像、写真及び音声を広告目的等で無許諾で利用することは禁止されている。また、カリフォルニア州においては、制定法及びコモン・ロー上の権利としてパブリシティ権が認められているところ、制定法上は、個人の氏名、肖像、写真、音声及び署名が、コモン・ロー上は、その他の識別し得る特徴がそれぞれ保護されており、これらを商品・サービスの広告・販売目的で無許諾で利用することが禁止されている。

他方、米国憲法修正第1条は言論の自由を保護しているため、これによりパブリシティ権の主張が認められない可能性もある。選手のパブリシティ権に関連して修正第1条が問題となった裁判例として以下が存在する。

- *Dryer v. Nat'l Football League*, 55 F. Supp. 3d 1181 (D.Minn. 2014), *aff'd*, 814 F.3d 938 (8th Cir. 2016)

被告であるNFLが、原告であるNFLの選手に無断で、同選手が出場している試合映像や同選手へのインタビュー映像を使用して制作した視聴覚著作物について、販売や放送、映画配給会社へのライセンス等を行った事案において、当該視聴覚著作物は広告そのものとはいえないこと、当該視聴覚著作物が著作物それ自体を離れて商品やサービスを宣伝する目的のものではないこと等を理由に、修正第1条により、原告によるパブリシティ権侵害の主張を認めなかった。

- *Gionfriddo v. Major League Baseball*, 114 Cal. Rptr. 2d 307 (Cal. Ct. App. 2001)

被告であるMLBが、原告であるMLBの選手に無断で、同選手の氏名及び画像をメディアガイド等に使用した事案において、当該使用は野球の歴史の単なる断片と特徴付けられる範囲であって、一般公衆の関心の対象とはなるものの、広告の一部としてその関心を利用したものではないこと等を理由に、修正第1条により、原告によるパブリシティ権侵害の主張を認めなかった。

- *Pooley v. Nat'l Hole-In-One Ass'n*, 89 F. Supp. 2d 1108 (D. Ariz. 2000)

被告である保険会社が、原告であるゴルフ選手に無断で、同選手の氏名及びホールインワンを達成した映像を含むビデオテープを制作した事案において、当該映像の使用は、アイデアを伝えるためではなく、原告の氏名、評判及び名声を広告の文脈で、

被告の事業に対して使用したものであること、また、ビデオにおいて原告の氏名、評判及び名声を使用することは宣伝のために極めて重要で、当該映像の使用は商業目的であったこと等を理由に、修正第 1 条の例外は認められないとして、原告によるパブリシティ権侵害の主張を認めた。

また、州によっては、スポーツ放送等における個人の身元に関する情報の使用に対しては、パブリシティ権の主張を認めない法令を制定している例もある。

さらに、連邦著作権法 301 条において、著作権は、著作物と同等のコモン・ロー又は州法上の権利に優先する旨が定められているため、著作権が認められるものについてはパブリシティ権の主張が妨げられることもある。この点についての裁判例として以下が存在する。

- **Baltimore Orioles v. Major League Baseball Players Ass'n, 805 F.2d 663 (7th Cir. 1986)**
原告である球団が、試合を放送する独占的権利を有する旨の宣言的判決を求めた事案において、被告である選手会は選手の明示の同意を得ていないと主張したが、野球の試合のテレビ放送の映像は著作権法の適用対象となり、著作権が野球選手のパフォーマンスに関するパブリシティ権に優先すること等を理由に、被告によるパブリシティ権侵害の主張を認めなかった。
- **Dryer v. Nat'l Football League, 55 F. Supp. 3d 1181 (D.Minn. 2014), aff'd, 814 F.3d 938 (8th Cir. 2016)**
前記 1 点目(前頁)と同事案において、フットボール場における原告のパフォーマンス映像は著作物の一部であり、原告の肖像は著作権で保護される著作物から切り離すことはできず、著作権がパブリシティ権に優先すること等を理由に、原告によるパブリシティ権侵害の主張を認めなかった。
- **Ray v. ESPN, Inc., 2014 WL 2766187 (W.D. Mo. Apr. 8, 2014), aff'd, 783 F.3d 1140 (8th Cir. 2015)**
被告である放送事業者が、原告である元プロレスラーに無断で、原告のレスリングのパフォーマンス映像を再放送した事案において、当該映像は著作物の一部であり、原告の肖像は著作権で保護される試合映像から切り離すことはできず、著作権がパブリシティ権に優先すること等を理由に、原告によるパブリシティ権侵害の主張を認めなかった。

(2) 実務上の慣行

米国の場合、前記(1)のとおり、パブリシティ権の法的性質は基本的に個々の選手の財産権と整理されている。そのため、スポーツ団体や選手会は、各選手から肖像等(パブリシティ権)に関する権利の譲渡やライセンスを受けることにより、選手の肖像等を利用したグッズ販売等のビジネスを活発に行っている。

米国の場合、特にメジャースポーツでは団体交渉協約(collective bargaining agreement。以下「CBA」という。)の締結に関するリーグと選手会との間の交渉等を通じて、それぞれ独自のルールが定められていること等により、実務上の慣行は個々のスポーツにより異なる点に留意する必要がある。主要な例でいえば、ユニフォームの着用の有無によって選手の肖像等の管理主体が分けられている。具体的には、ユニフォームに記載されているトレードマークやロゴはチームやリーグ等のスポーツ団体が保有しているため、ユニフォームを着用する選手の肖像等は基本的に当該スポーツ団体が管理することになる。その場合には、通常、選手とチームとの間の選手契約等において、選手はチームやリーグ等のスポーツ団体によるプロモーション目的での肖像等の利用に関して事前に同意している。その上で、ユニフォームを着用する選手の肖像等の利用は、スポーツ団体のプロモーション目的に当たするため、スポーツ団体が管理すると整理されていることが多い。

選手契約においては、チームにおける選手としての肖像等の利用と個人としての肖像等の利用が区別されていることが多い。例えば、シーズン中に選手が所属するチームの承諾なくラジオ、テレビ等に出演することや商品のスポンサーを行うことが制限されていることがある。他方、リーグが広告出演することを特に禁止する業界に関するものでない限り、選手がユニフォームを着用しない個人としての肖像等を利用する場合には、選手が所属するチームの承諾は不要とする運用がなされている例も多い。

また、主要なスポーツには選手会が存在するところ、選手会が、一定人数(例えば、MLBは3名、NFLは6名)以上のユニフォームを着用していない選手の肖像等を集団肖像として管理するケースも存在する。その場合、選手会は集団肖像を商業目的で利用する権利を有する。なお、選手会が集団肖像のライセンス管理を行う事業会社を設立する場合もある例えば、NBPAはTHINK450、MLBPAはMLB Players Inc.、NFLPA(National Football League Players Association：米国プロアメリカンフットボールリーグ選手会)はNFL Players Inc.を設立している。

2. 英国

(1) 法的整理

英国においては、肖像権・パブリシティ権に関する定義や帰属について定めた法令は存在しない。そのため、肖像等を守るためには、詐称通用(passing off)、著作権法や商標法等の個別法、契約上の権利等に依拠する必要があるが、個人の肖像等の不正な商業的利用に対しては、コモン・ロー上の詐称通用に基づく請求に依拠することが多い。

詐称通用とは、自らの商品又はサービスを第三者の商品又はサービスであるかのように偽って表示する不法行為をいう。詐称通用の要件等については後記第6の2.(4)を参照されたい。

(2) 実務上の慣行

英国の場合、通常、個々の選手、又は選手個人が設立するイメージ・ライツ・カンパニー(以下「IRC」という。)が当該選手の肖像等を管理している。英国では、肖像等の商業的利用が多い有名選手は、節税効果や個人責任の限定といったメリットがあるなどの理由から IRC を設立することが多く、チームによっては選手に対して IRC の設立を求めている場合もある。その上で、選手はスポンサー契約やパートナーシップ契約をはじめとする様々な契約上の取り決めを通じて肖像等の利用に関する権利を譲渡又はライセンスしている。

一方で、通常、選手とチームとの間の選手契約等において、選手はチームやリーグ等のスポーツ団体による肖像等の利用に関して事前に同意している。その場合、選手契約においては、チームにおける選手としての肖像等の利用と個人としての肖像等の利用が区別されていることが多い。例えばクリケットでは、チームやリーグ等のスポーツ団体のスポンサーの利益を守るため、選手によるシーズン中のスポンサー契約等には大きな制限が課せられるものの、オフシーズン中には選手は自身の肖像等の商業的利用を自由に行うことができる。Premier League では、クラブとリーグに付与される肖像等の利用に関する権利は、クラブやリーグの宣伝目的等に限定されている。なお、一部の有名選手については、チームとの間で選手契約とは別に肖像等の利用に係る契約を別途締結する場合もある。

また、主要なスポーツには選手会が存在するところ、CBA に基づき、選手会が選手の集団肖像を管理するケースも存在する。近年の NFT ビジネスの急速な拡大に伴い、そのようなケースは増加していると言われている。

なお、近年、特に知名度の高い有名選手の SNS アカウント等への人気が高まっていることから、マンチェスターシティ等の Premier League 所属クラブは、これらの選手個人のアカウント等に対する管理を強めており、当該アカウント等による肖像等の利用から対価を得ようとする傾向にある。これに対して、選手側は、SNS 等を通じて、自己のアカウントは自己が管理すべきであると主張している。また、定額制のビデオオンデマンド(SVOD)サービス等で、特定の選手についてのドキュメンタリー等が放映されることも増加しており、各選手はこのような個人的なコンテンツについて、チームからの干渉等を受けずに制作できる権利を求めるようになってきている。

3. フランス

(1) 法的整理

フランスにおいては、裁判例上、肖像権は個人の私生活を尊重する権利を謳うフランスの民法(Code civil. 以下「フランス民法」という。)9条に基づく権利の一内容として認められ

ている^{18 19}。具体的には、肖像権として、各個人は自己の肖像等に対する排他的権利を有し、いかなる媒体においてもその肖像等を利用、模倣又は複製する権利を有すると解されている。フランスにおいて、肖像権は、氏名、声、肖像等、個人の人格の全ての属性に対する保護権を付与するものであると考えられているため、その範囲は広範にわたる。

なお、そのほかスポーツ法には、2017年改正により、肖像等の商業的利用に関する規定が新設された。具体的には、チーム等は、その雇用するプロスポーツ選手及びプロコーチとの間で、肖像等の利用範囲、支払われる利用料の総額の計算方法等を明示した上、肖像、氏名又は声の商業的利用に関する契約を締結することができることと規定されている(同法L222-2-10-1条1項、3項)²⁰。

(2) 実務上の慣行

フランスの場合、前記(1)のとおり、肖像権は人格的な要素を有する権利であり、本来的には選手個人に帰属する権利であると解されている。そのため、チームやリーグ等の他のステークホルダーの名称、ロゴその他の特徴的な表示と関連しない選手の肖像等については、個々の選手又はIRCが肖像権を管理している。

一方で、各選手からチームやリーグ等のスポーツ団体に対して肖像等の利用に関する権利を譲渡又はライセンスすることも認められている。一般的には、CBA等により、スポーツ団体の名称、ロゴその他の特徴的な表示と関連する選手の肖像等、いわゆる「関連肖像」(image associée du sportif)について、スポーツ団体による集団的利用を認めている。具体的には、同一媒体上に同一又は類似の方法で肖像等を利用される選手の人数が定められた基準(例えば、LFPは5人、LNB Pro A (Ligue Nationale de Basket Pro A : フランスプロバスケットボールリーグ)は3人)を超える場合に、スポーツ団体は、選手契約締結時に関連肖像の利用条件を選手に事前に通知しておくことを条件に、関連肖像の集団的利用が認められている。これに対し、定められた基準を下回る場合には、集団的利用とはいえ、スポーツ団体は選手契約等により選手から肖像等の利用に関して事前に同意を得る必要がある。

¹⁸ 肖像等の商業的利用は著作権により保護されるべきであるとの見解もあったが、判例(French Supreme Court (Cour de cassation), First Civil Chamber, 11 December 2008, n° 07-19.494)において、プロのファッションモデルを撮影した写真の商業的利用に関する契約に関し、フランス知的財産権法の適用を否定し、フランス民法9条のみが適用されると判断された。

¹⁹ フランスの裁判例上、日本のパブリシティ権に相当する権利を肖像権とは別に認めることはしておらず、肖像等の商業的価値の保護も肖像権の法律構成によって行う(隈元利佳「肖像の商業的利用における契約規制のあり方(上)」法律時報94巻9号92-93頁(2022年))。

²⁰ 同条2項では、肖像等の利用に関する法律関係は労働契約の性質を有しないと規定されており、これにより、チーム等が肖像等の利用によって生じる収益について社会保険料の負担から免れることを可能としている(隈元・前掲注19)「肖像の商業的利用における契約規制のあり方(上)」93頁)。

4. 日本

(1) 法的整理

日本においては、肖像権・パブリシティ権に関する定義や帰属について定めた法令は存在しないが、裁判例上、肖像権・パブリシティ権が認められている。

肖像権とは、一般的には「みだりに自己の容貌等を撮影されないこと、また、自己の容貌等を撮影された写真をみだりに公表されないことについて、法律上保護されるべき人格的利益」をいうと解されている(最判平成17年11月10日民集9巻9号2428頁)。肖像権の侵害に当たるかの判断に際しては、被撮影者の社会的地位、被撮影者の活動内容、撮影の場所・目的・態様・必要性等が考慮されることになる。

また、パブリシティ権とは、個人の肖像等が有する顧客吸引力を排他的に利用する権利であって、「人格権の一内容を構成するもの」であり、「専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的」で、無断で選手の肖像等を利用した場合には、パブリシティ権の侵害に当たると解されている(最判平成24年2月2日民集66巻2号89頁)。顧客吸引力の利用以外の目的がある場合であっても、肖像等の有する顧客吸引力の利用が主たる目的である場合には、上記の要件を充足すると判断される可能性がある²¹。このため、サービスの差別化や宣伝広告の目的で、無断で選手の肖像等を利用する行為はパブリシティ権侵害に当たる可能性がある。

(2) 実務上の慣行

日本の場合、前記(1)のとおり、肖像権・パブリシティ権は、いずれも人格的な要素を有する権利であり、本来的には選手本人に帰属する権利であると解されている。

もっとも、主要なプロスポーツリーグ等においては、選手はチームやリーグ等のスポーツ団体側が試合中の選手の写真や映像といった「選手活動に関する選手の肖像等」を利用することに関して事前に同意しているケースが多い²²。

例えばJリーグの場合、Jリーグに所属するクラブと選手との間で締結される選手契約(統一契約書)において、クラブが当該契約の義務履行に関する「選手の肖像等を利用してマーチャンダイジング(商品化)を自ら行う権利を有し、また協会、リーグ等に対して、その権

²¹ 最判平成24年2月2日民集66巻2号89頁 金築補足意見参照。

²² パブリシティ権の譲渡の可否を正面から判断した事案ではないものの、知財高判平成20年2月25日裁判所ウェブサイト(プロ野球選手ゲームソフト・カード事件)は、プロ野球選手らが、各所属球団に対して、野球ゲームや選手カードについて、球団が第三者に対して選手らの肖像等を利用許諾する権限を有しないことの確認を求めた事案において、選手らは、選手契約の規定に基づき、「商業的使用及び商品化型使用の場合を含め、選手が球団に対し、その氏名及び肖像の使用を、プロ野球選手としての行動に関し(したがって、純然たる私人としての行動は含まれない。)、独占的に許諾したものと解するのが相当である」として、選手らの主張を認めなかった。

利を許諾することができる」旨が規定されている(同契約 8 条 1 項、3 項)。また、Jリーグ規約では、Jリーグは、クラブ所属の選手等の肖像等「を包括的に用いる場合に限り、これを無償で使用することができる」旨、及び Jリーグは当該「権利を第三者に許諾することができる」旨が規定されている(同規約 127 条 1 項、2 項)。

ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ(以下「**Bリーグ**」という。)の場合には、Jリーグと同様に、Bリーグに所属するクラブと選手との間で締結される選手契約(統一契約書)において、クラブが当該契約の義務履行に関する「選手の肖像等を利用してマーチャンダイジング(商品化)を自ら行う権利を専有し、また協会、リーグその他の第三者に対して、その権利を許諾することができる」旨が規定されている(同契約 8 条 1 項、3 項)。また、Bリーグ規約では、Bリーグは、「クラブに所属する選手等の肖像等を包括的に用いる²³場合に限り、これを無償で使用することができる」旨、及び Bリーグは当該「権利を第三者に許諾することができる」旨が規定されている(同規約 110 条 1 項、2 項)。Bリーグの場合にはこれに加えて、Bリーグ規約上、クラブは所属選手の肖像等及び肖像等を使用した商品化権を専有する旨、並びに、Bリーグは、「Bリーグのマーク等とともに、単一もしくは複数の B クラブに所属する選手等の肖像等を使用して商品を製造・販売する場合、…当該 B クラブは、Bリーグに対して、当該 B クラブに係る商品化権をサブライセンス権付でライセンスする」旨が規定されている(同規約 109 条の 2 第 2 項、第 3 項)。

また、選手がユニフォームを着用しない肖像等を利用する場合であっても、業界慣行や内部ルールによって、選手が所属するチームの承諾が必要になる場合があるため、選手の肖像等を利用する取引を行うにあたっては、当該選手とのスポンサー契約等においてスポーツ団体から必要な許諾を得ることを義務付けるなどの対応が必要となり得る。

²³ 3名以上での利用が該当する旨規定されている(Bリーグ規約 110 条 1 項)。

第4 放映権²⁴に係る権利関係の法的整理

1. 米国

(1) 法的整理

米国において、スポーツイベントの放映権に関する定義や帰属について定めた法令は存在しない。もともと以下の裁判例により、ホームゲームの主催者が試合を放映する排他的権利を有することが明らかにされ、その後の裁判例を通じて、スポーツイベントの放映権は、イベント参加者(選手)がイベント主催者(チーム等)の被雇用者である場合には、CBA等に特段の定めのない限り、イベント主催者に帰属する財産権として認められている。

- Pittsburgh Athletic Co. v. KQV Broadcasting Co., 24 F. Supp. 490 (W.D. Pa. 1938)

被告であるラジオ放送事業者が、原告ら(ピッツバーグ・パイレーツのオーナーである Pittsburgh Athletic Company 及び同社から試合放送の排他的独占権を付与されていた General Mills 等)に無断で、球場外の好位置から協力者に試合を観戦させて実況中継を行っていた事案において、ホームゲームの主催者である Pittsburgh Athletic Company が試合を放映する排他的権利を有することが明らかにされ、原告によるラジオ放送の差止めの主張を認めた。

(2) 実務上の慣行

テレビ放送に関して、NFL の場合、1960 年までは主催者であるホームチームに試合の放映権が帰属するという考え方の下で、NFL に所属する各チームが個別に放送事業者と放映権料の交渉を行っていた。その後、1961 年に NFL が米国の 3 大放送事業者の 1 つである CBS に対してリーグの全試合を独占的に放映する権利を年間 465 万ドルで販売したところ、その背景には各チームが個別に放映権を販売することを取りやめさせ、放映権の販売権限を一括してリーグ・コミッショナーに与える合意が存在していたと認定されたことから、反トラスト法²⁵違反であると判断された。これを受けて、NFL はリーグによる放映権の一括販売を反トラスト法の適用除外とすることを求めるロビー活動を行った。その結果、スポーツの放送に関する固有の法令(Sports Broadcasting Act of 1961。以下「スポーツ放送法」という。)が制定され、主要なプロスポーツリーグ(NFL、MLB、NBA 及び NHL (National Hockey League : 米国プロアイスホッケーリーグ))におけるスポンサー付きのテレビ放送

²⁴ テレビ放送等に関する放映権のほか、インターネット放送等に関するストリーミングの配信権も含む。

²⁵ シャーマン法、クレイトン法、連邦取引委員会法等の日本の私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律に相当する複数の法令の総称を指す。

(sponsored telecasting。無料テレビ放送)に関する放映権の一括販売については、反トラスト法が適用されないこととなった。

本調査実施時点で、スポーツ放送法が適用されるプロスポーツリーグにおける放映権の販売態様としては、①主にリーグが放映権を一括販売するケースと、②主に各チームが放映権を販売するケースが存在する。NFL の場合、レギュラーシーズン及びポストシーズンの試合に関する放映権については、上記①の類型が採用されており、主にリーグが、独自提供に加えて放送・配信事業者(OTT 事業者²⁶を含む。以下同じ。)との間で放映権の販売契約を締結し、収益は各加盟チームに均等に配分されている。これに対し、MLB、NBA 及び NHL の場合、上記②の類型が採用されており、レギュラーシーズンの試合に関する放映権については、主に各チームが、Regional Sports Network 等の放送・配信事業者との間で自チームの試合に関する一部地域を対象とするローカル向けの放映権の販売契約を締結している²⁷ため、チーム間の収益格差が生じるが、ポストシーズン、オールスターゲーム等の特別なイベントや、レギュラーシーズンのうち特定の曜日・時間帯で行われるいわゆる「ナショナル」ゲームについては、リーグが、独自提供に加えて放送・配信事業者との間で放映権の販売契約を締結し、収益は各加盟チームに均等に配分されている。

なお、スポーツ放送法が条文上明示的に適用されるのは、テレビ放送のうち無料テレビ放送のみであり、テレビ放送のうちケーブルテレビや衛星放送サービス²⁸、インターネット放送等に関するストリーミングの配信のように、加入者から料金を徴収するものに関しては、スポーツ放送法は適用されず、反トラスト法の適用は除外されないと解される可能性があると考えられる。

NFL、MLB、NBA 及び NHL 以外のプロスポーツリーグやアマチュアのスポーツ団体については、スポーツ放送法は適用されず、その他の特別法も存在しない。もっとも、反トラスト法は競争事業者間における競争制限の合意を禁止する法令であるため、各チームが独立して運営されている場合はリーグを通じたチーム間の合意が反トラスト法に抵触し得るが、リーグが単一の実態として機能している場合には反トラスト法が禁止する合意が存在せず、反トラスト法違反も成立しないと考えられる。これを踏まえ、スポーツ放送法の

²⁶ インターネット回線を介してコンテンツを配信するストリーミングサービス(Over The Top)を提供する事業者を指す。

²⁷ 例えば、Amazon は会員向けに、2024 年の MLB のレギュラーシーズンのうちニューヨークヤンキースの 21 試合を独占的に配信するが、その対象は 4 州の一部地域に限定されている。

²⁸ In re Nat'l Football League's Sunday Ticket Antitrust Litig., No. ML 15-02668 PSG (SK), 2024 WL 168298 (C.D. Cal. Jan. 11, 2024)では、被告である NFL が、日曜日に行われる試合に関するローカル市場での無料テレビ放送の放映権を放送事業者である CBS 及び FOX に販売する(但し、CBS 及び FOX が制作したテレビ放送の著作権は NFL に譲渡する)とともに、その著作権を放送事業者である DirecTV に独占的に許諾し、DirecTV は NFL Sunday Ticket と称する放送パッケージをローカル市場の外で販売していた事案において、原告である Direct TV の加入者から反トラスト法違反を主張されたところ、スポーツ放送法は、地上波放送が行われていない試合の再販を制限する契約を反トラスト法の適用から除外するものとは解釈できないこと等を理由に、被告による略式判決を求める申立てを却下した。なお、当該訴訟は本調査実施時点で係属中である。

適用のないスポーツ団体については、放映権の一括販売を含むリーグ内の取り決めが反トラスト法に抵触することのないよう工夫が図られている。例えば、MLS (Major League Soccer : 米国プロサッカーリーグ)では、リーグが全加盟クラブを所有し、全ての選手契約がクラブではなくリーグとの間で締結され、各加盟クラブの運営はリーグへの出資者が行うという「シングルエンティティ」のモデルが採用されている。放映権の販売からのリーグの収益は出資者間で分配されるため、チームオーナー間の競争が生じる他の米国プロスポーツと異なり、出資者間の競争が生じにくく、リーグ全体の成長に重点が置かれている。

2. 英国

(1) 法的整理

英国において、スポーツイベントの放映権に関する定義や帰属について定めた法令は存在しない。もっとも、裁判例上、スポーツイベントの放映権は認められており、例えば「試合が行われているスタジアム内から、ラジオやテレビで試合のライブ中継を放送する権利」をいうと解されている²⁹³⁰。放映権の法的根拠は、スポーツイベントを行う施設の管理権に由来するという見解や放送に含まれる知的財産権に由来するという見解が存在する。

(2) 実務上の慣行

英国の場合、実務上、スポーツイベントの放映権は、イベント会場への入場、試合経過の撮影、及びその映像の公衆への送信についての許諾という内容で構成されている。その上で、多くの場合、主催者は、主に契約条件及びイベント会場への入場の制限により放映を管理し、記録及び放送・配信を行う権利を他の事業者に対して譲渡又はライセンスすることが可能であることから、主催者が放映権を一括して販売する一括販売方式が採用されている。

例えば Premier League では、主催者であるリーグが各チームの試合に関する放映権のパッケージを一括して販売し、収益は各加盟クラブに配分されている。各加盟クラブは、リーグの規程等により、それを履行するために必要な権利、サービス及びスタジアム内の

²⁹ BBC v Talksport [2001] FSR 53. なお、当該裁判例では、被告であるラジオ放送事業者が、原告であるBBC がスポーツイベントの主催者からラジオ放送の独占的権利を獲得するために多額の対価を支払っていたにもかかわらず、スタジアム外からテレビ放送を見ながらライブ中継と称してラジオの解説放送を行っていた事案において、スポーツイベントの放送は商品又はサービスではなく、ライブ中継という説明だけでは詐称通用の要件である営業上の信用(Goodwill)や損害は認められないこと等を理由に、原告による詐称通用に基づく差止めの主張を認めなかった。

³⁰ 裁判例上問題とされていなかったにすぎず、インターネット放送等に関するストリーミングの配信権を含まない趣旨ではないと考えられる。

施設を提供するよう義務付けられている。他方で、各加盟クラブは、自らのために試合に関するいかなる権利を他の事業者に対して譲渡又はライセンスすることも禁止されている。

一括販売方式では、一般的には、主催者がホストとなる放送・配信事業者との間で、ライブ中継の記録及び放送・配信を行う権利を一括して付与する旨の販売契約を締結する。販売態様によっては、主催者は、ホストとなる放送・配信事業者に対して、一定の領域内でのライブ中継の独占的な放映権を付与する場合もある。例えば **Premier League** では、国内に関しては、特定の放送・配信事業者に対して独占的な放映権を付与しており、これらの放送・配信事業者が自らライブ中継の記録から放送・配信までを行う。その場合、ホストとなる放送・配信事業者は、リーグに代わってライブ中継を放送・配信するが、当該ライブ中継に関する著作権はリーグに帰属する。他方で、国外に関しては、リーグが別途放映権の販売契約を締結することができる。

なお、かつては、テレビ放送等に関する放映権とインターネット放送等に関するストリーミングの配信権のパッケージに分けて販売契約が締結されていたものの、両者の融合が進み、本調査実施時点では、放送・配信事業者は、①いかなるデバイスでも視聴できるよう、あらゆる技術的手段でコンテンツを放送・配信する権利、及び、②当該事業者がライセンスされた地域においては、他のいかなる事業者も同じコンテンツを放送・配信する権利を有しないことを求めることが一般的となっている。そのため、主催者から放送・配信事業者に対しては、(i)番組の種類、放送時間、時間帯(ライブ中継、録画、ハイライト等)、(ii)エリア(地域、国内、国外)、(iii)言語、(iv)料金システム(無料、有料、PPV)、(v)リニア視聴限定かオンデマンド配信があるかといった要素の全部又は一部の組み合わせに応じて放映権が販売されている。

3. フランス

(1) 法的整理

フランスにはスポーツ法が存在し、同法上、スポーツ連盟(NF)及び同連盟から委任を受けたイベント主催者は、自らが主催するスポーツイベントを独占的に利用する権利、すなわち「主催権(droit d'exploitation)」を有している(同法 L333-1 条 1 項、L331-5 条 1 項)。後記第 5 の 2.のとおり、スポーツ法では主催権に含まれる権利の内容を列挙していないものの、主催権の根拠規定において放映権(正確には視聴覚利用権(droits d'exploitation audiovisuelle)³¹)に関して個別に規定されていることから(同法 L333-1 条 2 項)、条文上、放映権が主催権に含まれることに争いはない。主催権の詳細については後記第 5 の 2.を参照されたい。

³¹ テレビ放送等に関する放映権のほか、インターネット放送等に関するストリーミングの配信権も含むと考えられる。

なお、放映権ビジネスに関しては、フランス競争当局(Autorité de la Concurrence)によってコントロールされているほか、スポーツ法上厳格な規制が定められていることに留意が必要である。例えば、後記(2)のように放映権のマーケティングを担うプロリーグは、スポーツ法上、放映権の販売にあたって法定された入札手続を経る必要があるとされている。具体的には、プロリーグは、放映権の販売に際し、現行の契約内容と有効期限等を記載した入札通知を発行し、また、落札手続のスケジュール等を定める必要がある(同法 R333-3 条等)。

(2) 実務上の慣行

スポーツ法上、スポーツ連盟(NF)は、自らが創設したプロリーグが開催するスポーツイベントの放映権の全部又は一部を、当該イベントに参加することを条件に、各チームに無償で譲渡することができる規定されている(同法 L333-1 条 2 項)。そのため、実務上、サッカー、ラグビー、バスケットボール等の主要なスポーツにおいては、プロリーグから各チームに対して放映権が無償で譲渡されている。一方で、その場合には、同法上、プロリーグが放映権を一括販売することとされており(同法 L333-2 条 1 項)、実際には、プロリーグが放映権ビジネスを行い、それにより得た収益を各加盟チームに分配する仕組みとなっている。加えて、同法上、プロリーグは放映権のマーケティング及びライセンス管理を行う事業会社を設立することができる規定されている(同法 L333-1 条 3 項、L333-2-1 条 1 項)。

4. 日本

(1) 法的整理

日本において、スポーツイベントの放映権に関する定義や帰属について定めた法令は存在せず、放映権を認めた裁判例も存在しない。そして、一般的にはスポーツの試合やプレイは日本の著作権法上の著作物や実演の要件には該当せず、著作権法に基づく保護を受けることはないと解されている。

これに対して、解釈上、スポーツイベントの放映権が認められるとする見解がある³²。その場合、放映権の法的根拠に関しては、①施設管理権に由来するという見解、②主催者

³² スポーツイベントの放映権については、例えば、特定のスポーツイベントについてテレビ局等に放映を許可する権利と解する見解(小倉秀夫「スポーツと知的財産」パテント67巻5号71頁(2014年))や、スポーツを生中継の方法又は録音・録画した上で、放送・有線放送、インターネット配信等の方法で広く伝達する権利と解する見解(池村聡「プロスポーツと放映権」ジュリスト1514号42頁(2018年))、スポーツをライブの中継で、又は録音・録画により、番組として作成し、放送することができる権利と解する見解(多田光毅ほか『紛争類型別 スポーツ法の実務』266頁〔忠津充〕(三協法規出版、2014年))がある。

に帰属するという見解、③選手の肖像権・パブリシティ権に基づく権利であるという見解等が存在する³³。

前記①の見解は、スポーツの試合を撮影して中継するためには、イベントを行う施設の管理権者から設備・機材の持ち込みに関する許諾を得る必要があることから、放映権は施設管理権に由来するという見解である。当該見解によれば、本来的には施設の所有権を有する者に放映権が帰属することになるものの、通常、試合の主催者は、試合にかなる者の入場や設備・機材の持ち込みを認めるかという管理権も含めて、施設の所有者から試合を実施するために必要な施設を利用する権利の許諾を包括的に受けていると考えられるため、主催者が放映権の販売権限を有すると考えることが可能である。

前記②の見解は、試合の実施のために費用を投下しリスクを負担した主催者に対して、試合に関する収益が帰属するべきであることから、放映権は主催者に帰属するという見解である。

前記③の見解は、スポーツの試合を撮影して中継する場合、選手の容貌を撮影することになることから、放映権は選手の肖像権・パブリシティ権に基づく権利であるという見解である。当該見解によれば、本来的には肖像権・パブリシティ権が帰属する選手に放映権が帰属することになるものの、実務上多くのスポーツでは、リーグ規約や選手契約、大会への参加規約等において肖像権の利用許諾が行われていたり、試合の放送に異議を述べない旨の規定が設けられていたりするため、それによって許諾を受けて肖像権を管理している者が放映権の販売権限を有すると考えることが可能である。

(2) 実務上の慣行

日本の場合、前記(1)のとおり、放映権の法的根拠には諸説あり、これについて判断した裁判例も存在しない。そのため、放映権が取引対象となるような大会や試合においては、実務上、選手と所属チーム・リーグ・協会との契約や規約において、放映権の帰属・許諾主体を明確に規定していることが一般的である。

例えば、NPB の場合、セ・リーグ及びその構成球団とパ・リーグ及びその構成球団との間では野球協約が締結されており、同協約において「放送許可権」として、各球団はそれぞれのホームゲーム(主催試合)について、「ラジオ放送及びテレビジョン放送・・・、有線放送並びにインターネット及び携帯電話等を利用した自動公衆送信・・・を自由に許可する権利(放送許可権)を有する」と規定されている(同協約 44 条)。もっとも、パ・リーグでは、パ・リーグ 6 球団主催試合の放映権のうち、国外におけるテレビ放送等に関する放映権、並びに、国内及び国外におけるインターネット放送等に関するストリーミングの配信権については、パ・リーグ 6 球団が共同出資したパシフィックリーグマーケティング(以下「PLM」と

³³ 池村・前掲注 32)「プロスポーツと放映権」43-45 頁等。

いう。)が独自提供に加えて放送・配信事業者に対して一括販売を行っている。なお、各球団は PLM から放映権の一括販売に関する対価を得ている。

これに対し、JリーグやBリーグでは、Jリーグ規約やBリーグ規約において、各リーグに全ての「公式試合の公衆送信権」(Bリーグの場合は公衆送信・送信可能化権)が帰属すると規定され、ここに「テレビ・ラジオ放送権、インターネット権その他一切の公衆送信を行う権利」(Bリーグの場合は公衆送信・送信可能化を行う権利)が含まれるものとされている(Jリーグ規約 119 条 1 項、Bリーグ規約 105 条 1 号)。そして、各リーグは放送・配信事業者に対して放映権を一括販売しており、それによって得た収益を、リーグの規程等に従って、各チームに分配している。

第5 主催権に係る権利関係の法的整理

1. 米国・英国・日本

米国、英国及び日本においては主催権を明示に認める法令は存在しない。

2. フランス

前記第2の4.(2)及び第4の3.(1)のとおり、フランスにはスポーツ法が存在し、同法上、スポーツ連盟(NF)及び同連盟から委任を受けたイベント主催者は、自らが主催するスポーツイベントを独占的に利用する権利、すなわち「主催権(droit d'exploitation)」を有している(同法 L333-1 条 1 項、L331-5 条 1 項)。

フランスにおいて主催権を認める規定が創設された背景には、権利を保護するという守りの視点のみならず、権利を活用してスポーツイベントを取り巻く経済活動を促進させるという攻めの視点が存在していたと言われている。具体的には、既存の法令では、スポーツイベントから得られる商業的利益を不正行為から保護することが難しかったことから、当初、フランスの裁判所は、スポーツイベントにおけるフリーライドによる不正競争を排除することによりイベント主催者の独占権を認めることを試み、その後スポーツイベントに関する知的財産権を創設するなどの対応を模索した。しかしながら、1990年代初頭にプロスポーツが発展すると、スポーツ関係のステークホルダーの資金調達にあたり、スポーツイベントの商業的利用が重要な役割を果たすようになったことから、スポーツ特有の経済活動を促進させるためには、立法によりスポーツイベントの利用に関する独占権を保障することが必要であると考えられた。その結果、フランスでは1992年に、立法により主催者の独占利用権が認められるに至った³⁴。現在では、スポーツ法 L333-1 条が主催権の根拠規定であり、その法的性質は基本的には財産権と整理されている。

スポーツ法では主催権に含まれる権利の内容を列挙していないところ、主催権の範囲に関しては、裁判例で以下のとおりと解されている。

- Paris Court of Appeal, 14 October 2009, Sté Unibet v. Fédération Française de Tennis, n° 08/19179

被告であるスポーツベッティング事業者2社が、原告であるFFT (Fédération Française de Tennis : フランステニス連盟)に無断で、原告のロゴとテニスの試合情報を利用してスポーツベッティング事業を営んでいた事案において、スポーツ法に規定された主催権には「利益を生み出すことを目的とするあらゆる形態の経済活動であって、そのス

³⁴ 1984年7月16日制定の身体的及びスポーツ的活動の組織及び促進に関する法律(Loi n°84-610 du 16 juillet 1984 relative à l'organisation et à la promotion des activités physiques et sportives)18-1条。その後、当該法令を含む複数の法令を編纂し、2006年5月23日にスポーツ法の法律の部が制定された。

ポーツイベントがなければ存在しないもの」を利用する権利が含まれること等を理由に、原告による主催権侵害に基づく損害賠償の主張を認めた。

前記のようにスポーツ法上の主催権の範囲は極めて広く解されているため、解釈上は、スポンサーやチケットに関する権利、商品化権等が含まれると考えられている。また、前記第2の4.(2)のとおり、商業的利益が生じ得るスポーツデータに関する権利についても、基本的には主催権に含まれると考えられる。

加えて、前記第4の3.(1)のとおり、主催権の根拠規定において放映権(正確には視聴覚利用権(*droits d'exploitation audiovisuelle*))に関して個別に規定されていることから(スポーツ法 L333-1条2項)、条文上、放映権が主催権に含まれることに争いはない。また、2010年の法改正により、スポーツイベントのベッティングに関する権利については主催権に含まれることが明記された(同法 L333-1-1条)。

もっとも、主催権は無制限に認められているわけではなく、以下の裁判例において、一部のスポーツイベントの結果及びスケジュールにすぎないデータについては、主催権に含まれないと解されている。

- **Cour de cassation, Commercial Court, 20 May 2014, n°13-12.102**

被告である自動車メーカー(Fiat)と広告代理店が、Fiat500モデルの宣伝のために、ラグビーの試合結果(France 13 – England 24)とともにメッセージを記載した広告を掲載した事案において、主催権の範囲を上記のようなスポーツイベントの結果にまで拡大することは、商業の自由と競争の原則に反するとして、原告である FFR (*Fédération française de rugby à XV* : フランスラグビー連盟)による主催権侵害に基づくメッセージの差止めの主張を認めなかった。

- **Versailles Court of Appeal, March 31, 1981**

選手権のスケジュールはパブリックドメインの一部であると判断した事案³⁵。

³⁵ 主催権が法定される前の裁判例であり、スポーツイベントのスケジュールに関して判示した裁判例の一例であるため、事案の概要は省略する。なお、欧州司法裁判所においても、「特定の試合の日時及び対戦カードに関するデータは、利害関係を有する第三者に関連情報を提供するという点において、独立した情報価値を有する」と判示されている(ECJ, November 9, 2004, case C-444/02, *Fixtures Marketing*, §34)。

第6 第三者によるスポーツデータ、ストリーミング、肖像等及びロゴの無許諾利用等による権利侵害への対応

前記第1の1.のとおり、近年の米国各州を中心とした諸外国におけるスポーツベッティングの合法化と市場拡大に伴うスポーツコンテンツやデータを活用したビジネスの急速な発展によって、諸外国において、我が国のスポーツを取り巻く知的財産その他の権利物等(特に、スポーツデータ、ストリーミング、肖像等及びロゴ)が無許諾で利用等されている事例が出てきている。当該状況を踏まえ、諸外国における第三者によるスポーツデータ、ストリーミング、肖像等及びロゴの無許諾利用等による権利侵害への対応の把握に関する調査を行った。

なお、スポーツデータについては、第三者による不正取得・利用の形態として、(1)第三者によるデータの独自収集及び利用(第三者が自ら試合観戦して独自にデータを収集し利用する場合)と、(2)第三者によるデータの無許諾利用(第三者が主催者の保有するデータを何らかの方法で許諾なく利用する場合)が想定されるため、以下ではいずれについても言及している。

1. 米国

(1) データの独自収集及び利用への対応

前記第2の2.(2)のとおり、米国においては、生の事実それ自体のデータ(Raw Sports Data)は著作権により保護されないため、同じスポーツイベントにおいて、第三者が自ら試合観戦して独自にRaw Sports Dataを収集することについて、差止請求等により防ぐことはできない。また、前記第2の2.(3)のとおり、著作権で保護されるRefined Sports Dataであっても、第三者により当該データを複製等されなければ著作権侵害には該当しないことから、第三者が自ら試合観戦して独自にRefined Sports Dataを収集・生成すること(例えば、第三者が新しい技術を搭載した機器を試合に持ち込んで独自に収集・生成する場合等)も、差止請求等により防ぐことはできない。

これに対しては、スポーツベッティングに利用するスポーツデータの独自収集に関して、州法上で立法的解決を図っている例がある。具体的には、本調査実施時点でスポーツベッティングが合法化されている38の州及びワシントンDCのうち、イリノイ州、ミシガン州及びバージニア州では、事業者がスポーツベッティング事業を行う際は、「商業的に合理的な条件」によりリーグが提供する公式データの使用を義務付ける旨の州法が存在している。そのため、これらの州においては、民法上の請求権等を根拠とすることなく、州法上の義務違反を根拠として非公式データの利用排除を求めることが可能である。

他方、前記以外のスポーツデータに関しては、第三者による独自のデータ収集を防ぐためには、契約上の手当てを行うことが重要であると考えられる。

契約上の手当てについては、例えば以下のような対応が採られている。

- ① スポーツイベントの来場者向けの規約(チケット規約及びグラウンド規則を含む。)やファン向けの行動規範等で、主催者が認めた事業者以外の来場者に対して、個人的に非営利目的で使用する機器を除き、スタジアム等にオーディオ、ビジュアル又は視聴覚素材その他のデータの記録又は送信が可能な機器を持ち込むこと又は使用することを禁止し、違反した場合には今後の試合への入場を禁止する等の措置を講じる旨の規定を定めること

(2) データの無許諾利用への対応

スポーツデータ(Refined Sports Data)が著作権により保護される場合、当該データの無許諾利用は著作権侵害に該当する。その場合、当該データに係る著作権者は、著作権侵害に基づき、差止め、損害賠償等を請求することができる(連邦著作権法 502 条乃至 505 条)。著作権侵害が認められるためには、侵害を主張する側が、(i)有効な著作権の保有、(ii)相手方による著作物の創作性のある構成要素についての複製等を立証する必要がある。

さらに、個人又は団体が Refined Sports Data を不正に利用した場合、当該データに係る権利の保有者は、以下の事実を立証することにより、別途、Hot News 法理に基づく州法上の Misappropriation による差止め及び損害賠償を請求することができる可能性がある。

- (i) 何らかの費用や経費をかけて情報を生成又は収集していること
- (ii) 当該情報の価値が極めて時間的制約を受けていること(すなわち、情報の価値が短期間しか存続しないこと)
- (iii) 被告による情報の利用が、原告が当該情報を生成又は収集するために費やした労力にただ乗り(フリーライド)するものであること
- (iv) 被告による情報の利用が、原告の提供する製品又はサービスと直接競合すること
- (v) 他の主体が原告の労力にただ乗り(フリーライド)することにより、製品又はサービスを生成するインセンティブが低下し、その存在や品質が実質的に脅かされることになること

Hot News 法理に基づく州法上の Misappropriation による請求に関する裁判例として以下が存在する。

● Nat'l Basketball Ass'n v. Motorola, Inc., 105 F.3d 841 (2d Cir. 1997)

前記第2の2.(2)の1点目と同事案において、被告であるモトローラが、NBAの試合で生成された純粋な生の事実に基づく情報を収集し、自社製品に送信するために自らのリソースを費やしている場合、「ただ乗り」は存在しないことから、原告であるNBAによるHot News法理に基づくニューヨーク州法上のMisappropriationの主張を認めなかった。もっとも、同裁判所は、当事者が競合製品から事実を収集し、それを自社製品に再送信する場合には「ただ乗り」が存在し得ることを認めている。

(3) ストリーミングの無許諾利用への対応

米国において、スポーツのストリーミング映像は、テレビやラジオといった従来からある媒体によるスポーツの放送と同様に、著作権により保護され得る(Pittsburgh Athletic Co.v. KQV Broad. Co., 24 F. Supp. 490 (W.D. Pa. 1938), Wis.Interscholastic Athletic Ass'n v. Gannett Co., 658 F.3d 614 (7th Cir.2011))。そのため、スポーツのストリーミング映像が著作権により保護される場合、当該ストリーミングの無許諾利用は著作権侵害に該当する。

スポーツに関するストリーミングの無許諾利用による著作権侵害が問題となった裁判例として以下が存在する。

- **Twentieth Century Fox Film Corp. v. iCrave TV, 2000 WL 255989 (W.D. Pa. Feb. 8, 2000)**

被告であるストリーミング配信を行うウェブサイト運営事業者が、原告である放送事業者に無断で、原告のスポーツに関するテレビ番組やスポーツイベント等の放送を、アンテナを介して受信した信号を変換することにより、インターネットでストリーミング配信していた事案において、原告による著作権侵害に基づくストリーミング配信の差止めの主張を認めた。

- **NFL v. PrimeTime 24 Joint Venture, 211 F.3d 10 (2d Cir. 2000)**

被告である放送事業者が、試合映像の著作権者であった原告のNFLから受けた許諾の範囲を超えて、NFLの試合の放送をカナダに衛星放送していた事案において、原告による著作権侵害に基づく放送の差止めの主張を認めた。

- **Live Nation Motor Sports v. Davis, 2007 WL 79311 (N.D. Tex. Jan. 9, 2007)**

被告であるレーサーが、原告であるSFX Motor Sportsに無断で、原告の主催するスーパークロスといわれるオートバイレースを自己のウェブサイト上でストリーミング配信していた事案において、原告による著作権侵害に基づく損害賠償の主張を認めた。

ストリーミングの無許諾利用に対しては、当該ストリーミングに係る著作権者は、前記(2)のとおり、著作権侵害に基づき、差止め、損害賠償等を請求することができる(連邦著作権法 502 条乃至 505 条)。著作権侵害が認められるためには、侵害を主張する側が、(i)有効な著作権の保有、(ii)相手方による著作物の創作性のある構成要素についての複製等を立証する必要がある。

(4) 肖像等の無許諾利用への対応

選手の肖像等がパブリシティ権により保護される場合、当該肖像等の商業目的での無許諾利用はパブリシティ権侵害に該当し得る。その場合、当該肖像等に係る権利の保有者は、州ごとの制定法又はコモン・ローに基づき、パブリシティ権侵害の申立てを行うことができ、一般的には、差止め、損害賠償等を請求することができる。パブリシティ権侵害が認められるためには、一般的には、(i)相手方が同意なく、請求者の肖像等(アイデンティティ

を感得できるもの)を利用したこと、(ii)請求者の肖像等が相手方の商業的利益のために利用されたことという要件を満たす必要がある³⁶。損害賠償請求の場合、損害は、請求者の被った苦痛の程度と相手方の受けた商業的利益の程度を考慮して判断するものと考えられているため、請求者のステータス(名声、悪評等)の影響を受け得る。

スポーツに関する肖像等の無許諾利用によるパブリシティ権侵害が問題となった裁判例として以下が存在する。

- **Ali v. Playgirl, Inc., 447 F. Supp. 723 (S.D.N.Y. 1978)**

被告である出版社が、原告であるモハメド・アリに無断で、同選手を想起させる漫画描写を自社の発行するプレイガール誌に掲載した事案において、原告によるパブリシティ権侵害(ニューヨーク州法違反)に基づくプレイガール誌 1978 年 2 月号の頒布等の差止めの主張を認めた。

- **Palmer v. Schonhorn Enters, Inc., 232 A.2d 458 (N.J. Super Ct. Ch. Div. 1967)**

被告である事業者が、原告らであるアーノルド・パーマー等のプロゴルファーに無断で、原告らの氏名及びプロフィールをゴルフゲームに利用した事案において、原告らによるパブリシティ権侵害(ニュージャージー州法違反)に基づく原告らの氏名及びプロフィールの利用差止めの主張を認めた。

- **Ettore v. Philco Tel. Broad. Corp., 229 F.2d 481 (3d Cir. 1956)**

被告である放送事業者が、原告であるプロボクサーに無断で、原告の試合(1936 年にフィラデルフィアでジョー・ルイスと対戦したもの)を再放送した事案において、原告によるパブリシティ権侵害(ペンシルベニア州法違反)に基づく損害賠償の主張を認めた。

(5) ロゴの無許諾使用への対応

スポーツ団体のロゴが、米国の商標権に関する法令(Lanham (Trademark) Act, 15 U.S.C. §§ 1051-1141n (2018)。以下「**連邦商標法**」という。)上、商標権により保護される場合、当該ロゴの商業的な無許諾使用は商標権侵害に該当する。その場合、当該ロゴに係る商標権者は、商標権侵害に基づき、差止め、損害賠償等を請求することができる³⁷。具体的には、以下の2通り³⁸の主張が考えられる。

まず、登録商標の登録者は商標権侵害の申立てを行うことができる(連邦商標法 1114 条)。商標権侵害が認められるためには、(i)請求者が有効な商標権を保有していること、(ii)登録

³⁶ Nicholas De Palma, Sports Leagues and Video Game Licensing: Game Over or Game On? How Recent Rulings Could Possibly Devalue the NFL's Video Game Agreement, at 6 (2013).

³⁷ なお、商品又はサービスに付される標章は、各州の制定法及びコモン・ローによっても保護されており、州法上の請求を行うこともあり得る。

³⁸ その他、商標の登録及び混同の有無にかかわらず、著名商標を使用することが、当該商標を不鮮明化又は質の低下により希釈化するおそれがある場合の保護規定も存在する(連邦商標法 1125 条(c)).

標章の複製、偽造、複写、又はもっともらしい模倣(以下「複製等」という。)であること、(iii)相手方が同意なく、複製等を商業的に使用していること、(iv)商品又はサービスの販売、販売のための提供、広告等に関連して複製等が使用されていること、(v)当該使用が、混同若しくは錯誤を生じさせ、又は欺瞞するおそれがあることという要件を満たす必要がある。

次に、商標の登録の有無にかかわらず、第三者が虚偽の原産地呼称(action for false designation of origin)を使用したことを理由に請求することも考えられる(連邦商標法 1125 条 (a))。この場合、商標権侵害が認められるためには、侵害を主張する側が、(i)商品又はサービスに関連して、相手方が虚偽の原産地呼称、記述又は表示を使用したこと、(ii)当該商品又はサービスが、混同若しくは錯誤を生じさせ、又は欺瞞するおそれがあることを立証する必要がある。

2. 英国

(1) データの独自収集及び利用への対応

前記第 2 の 3.(3)のとおり、英国においては、構成要素となるデータの入手等の投資を行って作成したデータベースに対してデータベース権が発生するため、第三者がデータベースの内容を利用するものではない場合、例えば、同じスポーツイベントにおいて、第三者が自ら試合観戦して独自に収集したデータに基づいてデータベースを作成する場合はデータベース権の侵害とはいえず、これを差止請求等により防ぐことはできない。そこで、データベースに係る権利の保有者が第三者による独自のデータベース作成を防ぐためには、契約上の手当てを行うことが重要であると考えられる³⁹。

契約上の手当てについては、前記 1.(1)の米国の例(①)のほか、例えば以下のような対応が採られている。

- ② スポーツイベントの来場者向けの規約(グラウンド規則を含む。)等で、事業者を含む全ての来場者に対して、スタジアム等において撮影又は生成した全てのコンテンツの著作権その他の全ての権利、権原及び利益は、主催者側に譲渡される旨の規定を定めること
- ③ 主催者と公式データを取り扱うデータプロバイダー(公認事業者)との間の契約で、主催者が公認事業者以外によるデータの転送を禁止・防止するために合理的な努力を行

³⁹ なお、権利保有者と特定の事業者との間で、データに係る権利をライセンスする際に、排他的な取り決め(他事業者へのライセンスの拒絶)を行う場合、他事業者から、優越的な地位の濫用として競争法違反を主張される可能性がある。実際に、Genius Sports と Sportradar の間の訴訟において、Sportradar は、Genius Sports と DataCo との間での排他的な取り決めが、競争法(Articles 101 (agreements distorting competition) and 102 (abuse of dominant position) of the Treaty on the Functioning of the European Union)に違反すると主張した。当該訴訟は、Genius Sports が Sportradar に対して特定のデータに係る権利をサブライセンスすることに合意し、判決に至る前に和解したが、今後、他の事業者から、類似の排他的な取り決めに関して同様の主張がなされる可能性がある。

う旨の規定(具体的な措置としては、(i)スタジアム等で非公式にデータ収集を行うことが許可されていないこと及び非公式にデータ収集を行う者を排除することを確認する文言とともに、当該事業者が公認事業者指定された旨を全ての関連する事業者等に通知すること、(ii)スタジアム等のスタッフに対して、非公式のデータ収集の検知・防止に関するトレーニングを実施すること、(iii)非公式にデータ収集を行っている者を発見した場合には、当該事業者はその詳細を通知すること等が考えられる。)を定めること

なお、データベースを構成する個々のデータは、管理方法によっては「機密情報」として、英国のコモン・ロー上の保護を受けることがあり得る。すなわち、(i)当該情報が「必要な秘密の質」(necessary quality of confidence)を有しており、(ii)公知・公共のものでもないという要件を満たす場合には、機密情報として保護を受ける。その場合、当該機密情報の保有者は、コモン・ローに基づき、差止め、損害賠償等を請求することができる。そのため、機密情報としての保護を受ける形でスポーツデータを管理することにより、第三者によるデータの独自収集及び利用に対する法的措置を講じられるようにすることも考えられる。例えば、各チームの内部で保管・管理されているトラッキングデータや身体データは、機密情報に該当しやすいと考えられる。また、試合経過データや成績データであっても、上記要件を満たす形で厳重に保管・管理されている限り、放映等が行われるまでは機密情報として保護される可能性がある。近時、以下のような裁判例が存在することを踏まえれば、スポーツデータが機密情報としての保護を受けるためには、主催者はイベント関連の事業者等との間で適切な契約条件を課すことが重要と考えられる。

- **The Racing Partnership et al v SIS [2020] EWCA Civ 1300**

原告ら(The Racing Partnership (TRP)及びArena)は、Arenaの運営する競馬場における競馬に関して、データプロバイダーであるTRPが、場内のオッズ、馬場の状態や競争結果等の情報を独占的に収集し、スポーツベッティング事業者に対して配信する旨の契約を締結していたところ、被告であるデータプロバイダーのSports Information Services (SIS)が、スポーツベッティング事業者等へのデータの提供を含むプールベッティング(変動オッズの商品)に関するサービスを提供するToteから、競馬場の天候やコースの状態、スタート・ゴールの時間等をはじめとするデータ(上記サービスで通常提供されていないデータを含む。)の提供を受けていた事案において、被告はToteから提供された情報が機密情報に当たることを合理的に認識できなかったこと等を理由として、原告による機密情報の不正利用の主張を認めなかった。

(2) データの無許諾利用への対応

スポーツデータのデータベースがデータベース権により保護される場合、当該データベースの無許諾利用はデータベース権侵害に該当する。その場合、当該データベースに係るデータベース権者(データベースの内容となるデータの入手等を主導し、その投資のリス

クを負担した主体)は、データベース権侵害に基づき、差止め、損害賠償等を請求することができる⁴⁰(英国データベース権法 23 条、英国著作権法 96 条乃至 100 条)。データベース権侵害が認められるためには、(i)請求者がデータベースの内容となるデータの入手等に量的又は質的に実質的な投資を行うことによりデータベースを作成したこと、(ii)相手方が同意なく、データベースの内容の全部又は量的若しくは質的に実質的な部分を利用(抽出又は再利用)したことという要件を満たす必要がある(英国データベース権法 13 条 1 項、16 条 1 項)。なお上記(ii)の要件については、前記第 2 の 3.(3)のとおり、データベースの内容の量的又は質的に非実質的な部分を反復的かつ体系的に利用(抽出又は再利用)することが、データベースの内容の実質的な利用と評価される場合には肯定されることとなる(同法 16 条 2 項)。

(3) ストリーミングの無許諾利用への対応

英国においても、米国と同様に、スポーツのストリーミング映像は著作権により保護され得る(英国著作権法 1 条)。そのため、スポーツのストリーミング映像が著作権により保護される場合、当該ストリーミングの無許諾利用は著作権侵害に該当する。その場合、当該ストリーミングに係る著作権者は、著作権侵害に基づき、差止め、損害賠償等を請求することができる(同法 96 条乃至 100 条)。

英国著作権法では、侵害行為を、行為者の侵害の認識又は意図の有無を問わない「一次侵害」と、特定の認識又は認識を有していたといえる合理的な根拠を必要とする「二次侵害」に大別している。そして、著作物の複製、公衆における上映又は伝達、著作物の翻案等は著作権の一次侵害に当たることから、ストリーミング映像に関する著作権侵害が認められるためには、侵害を主張する側が、(i)有効な著作権の保有、(ii)相手方による著作権の侵害行為を立証すれば足りる。

なお、他の事業者がインターネットサービスを利用して著作権侵害行為を行っていることを実際に知っている場合には、インターネットサービスプロバイダーに対するブロックを請求することも可能である(英国著作権法 97 条)。

著作権侵害に対する抗弁としては、ストリーミングを含む放送の文脈では公正な取引(fair dealing)の抗弁の 1 つであるニュースアクセスに関する抗弁が主張されることが多い。この点に関連する裁判例⁴¹では、著作物の利用が公正な取引(fair dealing)に当たるか否かは、著作権者による当該著作物の通常の利活用をどの程度害するかにより評価されるという明確な指針を示した上で、スポーツイベントに関する放送を 8 秒のクリップ動画にして複製及び拡散したことが著作権侵害に該当すると判示された。当該裁判例を踏まえれば、スト

⁴⁰ この他にも、一般法上の主張として、スポーツデータの無許諾利用によって生じた損害について、不法行為に基づく損害賠償請求を行うこともあり得る。

⁴¹ England and Wales Cricket Board vs Tixdaq Limited [2016] EWHC 575.

リーミング映像の著作権者による無許諾利用を行う者に対する著作権侵害に基づく請求が上記抗弁により認められないケースは必ずしも多くないと考えられる。

また、英国著作権法上、著作権侵害は刑事罰の対象にもなっている(同法 107、198 条)。直近でも 2023 年 5 月に、Premier League の格安サブスクリプションを違法にストリーミング配信した 5 名に対して、合計 30 年以上の懲役刑が言い渡された例がある⁴²。

(4) 肖像等の無許諾利用への対応

前記第 3 の 2.(1)のとおり、英国においては、肖像権・パブリシティ権に関する定義や帰属について定めた法令は存在しない。そのため、肖像等を守るためには、詐称通用、著作権法や商標法等の個別法、契約上の権利等に依拠する必要があるが、個人の肖像等の不正な商業的利用に対しては、コモン・ロー上の詐称通用(passing off)に基づく請求に依拠することが多い。その場合、差止め、損害賠償等を請求することが考えられる。

前記第 3 の 2.(1)のとおり、詐称通用とは、自らの商品又はサービスを第三者の商品又はサービスであるかのように偽って表示する不法行為をいう。詐称通用が認められるためには、主張する側が、(i)第三者の商品又はサービスに係るライセンスの付与や、第三者の商品又はサービスへのエンドースメント等の取引に紐付いて重要な営業上の信用(Goodwill)を有していること、(ii)相手方の商品又はサービスに自己の肖像等が利用されることにより、消費者が、肖像等の本人がその商品又はサービスを推奨していると誤解することになること、(iii)損害を被ったこと又はそのおそれが発生したことという要件を立証する必要がある。

例えば、主催者がイベントに参加している選手の肖像等を許可なく利用した場合において、選手が当該利用された商品又はサービスを推奨しているような印象を与える方法によるものであった場合、詐称通用を根拠とする権利行使を行うことができる可能性がある。

(5) ロゴの無許諾使用への対応

スポーツ団体のロゴが、英国の商標権に関する法令(Trade Marks Act 1994)上、商標権により保護される場合、当該ロゴの商業的な無許諾使用は商標権侵害に該当する。その場合、当該ロゴに係る商標権者は、商標権侵害に基づき、差止め、損害賠償等を請求することができる(同法 14 条乃至 16 条)。商標権侵害が認められるためには、侵害を主張する側が、(i)有効な商標権を保有していること、(ii)相手方が、登録の対象となっている商品又はサービ

⁴² Geneva Abdul, Illegal streaming gang jailed for selling cut-price Premier League subscriptions, May 30, 2023 ([https://www.theguardian.com/uk-news/2023/may/30/streaming-gang-jailed-for-selling-cut-price-premier-league-subscriptions#:~:text=Five%20members%20of%20an%20illegal,least%2050%2C000%20customers%20and%20resellers](https://www.theguardian.com/uk-news/2023/may/30/streaming-gang-jailed-for-selling-cut-price-premier-league-subscriptions#:~:text=Five%20members%20of%20an%20illegal,least%2050%2C000%20customers%20and%20resellers,2024年3月29日最終閲覧), 2024 年 3 月 29 日最終閲覧)。

と同一又は類似の商品又はサービスに、登録商標と同一又は類似の標章を付していることを立証する必要がある(同法 10 条 3 項)。

3. フランス

(1) データの独自収集及び利用への対応

スポーツイベントに関するデータが主催権により保護される場合、当該データの独自収集及び利用は主催権侵害に該当する。その場合、当該データに係る主催権者は、主催権侵害に基づき、差止め、損害賠償等を請求することができる(スポーツ法 L333-1 条、フランス民法 1240 条)。侵害が認められるためには、主催権侵害を主張する側が、(i)スポーツ連盟(NF)又は同連盟から委任を受けたイベント主催者であること、(ii)侵害行為(相手方の行為が主催権の範囲内であることを)を立証する必要がある。

(2) データの無許諾利用への対応

スポーツデータのデータベースがデータベース権により保護される場合、当該データベースの無許諾利用はデータベース権侵害に該当する。その場合、当該データベースに係るデータベース権者(対応する投資を主導し、そのリスクを負担した主体)は、データベース権侵害に基づき、差止め、損害賠償等を請求することができる(フランス知的財産権法 L343-1 条以下)。当該侵害が認められるためには、(i)請求者がデータベースの内容となるデータの入手等に実質的な財政的、物質的又は人的投資を行うことによりデータベースを作成したこと、(ii)相手方が同意なく、(a)データベースの内容の全部若しくは量的若しくは質的に実質的な部分を利用(抽出若しくは再利用)したこと、又は(b)データベースの内容の量的若しくは質的に非実質的な部分を反復的かつ体系的に利用(抽出若しくは再利用)したことが、データベースの通常の利用条件を明らかに超えていることという要件を満たす必要がある(同法 L342-1 条 1 項、L342-2 条)。

データベース権侵害に基づく差止請求に関して、データベース権者は侵害者に対し、データベース権の侵害を予防すること、又はデータベース権を侵害していると主張される行為の遂行を阻止することが意図されるいずれかの緊急措置が命じられることを求めて、緊急審理(*référé*)⁴³において裁判所に提起することができる(フランス知的財産権法 L343-2 条)。その場合、本案とは異なり既判力が生じるものではないが、権利侵害があること又は権利侵害が差し迫っていることの蓋然性を立証することにより、権利を保全するための暫定的な措置命令を求めることが可能となる。

⁴³ 日本における仮の地位を定める仮処分に対応する制度と解されている(山本和彦「仮の地位を定める仮処分の特別訴訟化について」判例タイムズ 1172 号 22 頁(2005 年))。

また、スポーツイベントに関するデータが主催権により保護される場合、当該データの無許諾利用は主催権侵害に該当する。その場合、当該データに係る主催権者は、主催権侵害に基づき、差止め、損害賠償等を請求することができる(スポーツ法 L333-1 条、フランス民法 1240 条)。

なお、データベース権を侵害する行為は刑事罰の対象となり、最大 3 年の禁固刑及び 30 万ユーロの罰金が科される(フランス知的財産権法 L343-4 条)。また、データを不正に自動処理システムに入れ、又はデータを不正に抽出、保持、複製、送信、削除、若しくは修正する行為も刑事罰の対象となり、最大 5 年の禁固刑及び 15 万ユーロの罰金が科される(フランス刑法(Code pénal)323-3 条)。

(3) ストリーミングの無許諾利用への対応

2021 年 10 月 27 日、ストリーミングの無許諾利用等の取り締まりを強化する一環としてスポーツ法が改正され、スポーツイベント放送・配信の無許諾利用をより効率的に取り締まるための法的メカニズムが整備された(同法 L333-10 条)⁴⁴。

具体的には、主催者の視聴覚利用権(放映権)、又はスポーツ番組に関する視聴覚伝達企業(放送・配信事業者)の独占的な視聴覚利用権及び著作隣接権について、スポーツイベント放送・配信の無許諾利用を主目的とする又は主目的の一つとするウェブサイト起因して、重大かつ反復的な侵害が認められた場合、新たな重大かつ回復不可能な侵害を防止し又は当該侵害から救済するために、権利保有者は侵害者に対し、侵害を防止し又は停止するためのあらゆる相応の措置が命じられることを求めて、緊急審理(*référé*)又は本案の緊急手続(*procédure accélérée au fond*)において裁判所に提起することができることとなった(スポーツ法 L333-10 条 I.)。特に本案の緊急手続は、本案において緊急審理と同様の迅速かつ簡略化された手続きを可能とするものであり、既判力が生じる点において意義がある。

緊急審理又は本案の緊急手続においては、権利侵害を主張する側が、スポーツイベントを無許諾でストリーミング配信しているウェブサイトのドメインを特定した上で、(i)侵害が重大かつ反復的であること、(ii)当該ウェブサイトにフランス在住の視聴者がアクセスできることを立証する必要がある。裁判所は、特に必要な場合には、ウェブサイトのブロック又は検索結果の削除等の措置を命じることができる(スポーツ法 L333-10 条 II.)。ウェブサイトのブロックについては、(i)請求者が特定したサイトをブロックするとともに、(ii)(決定日には未だ特定されていないものについて、)命令の執行期間中にスポーツイベントの無許諾ストリーミング配信を行っているウェブサイトのブロックを可能とする旨の命令を発することができる。このように迅速な手続きにより 2 段階の措置命令が可能となるため、

⁴⁴ 主催権の根拠規定(スポーツ法 L333-1 条)に基づく請求も理論上は考えられるが、スポーツイベントのライブ放送に特有の緊急性を踏まえた規定(同法 L333-10 条)が設けられた以上、実効的な手段ではなくなった。

ストリーミングの無許諾利用への対応として前記の法的メカニズムは頻繁に活用されている。

なお、ストリーミング映像は著作権により保護され得る(フランス知的財産権法 L112-1条)ところ、ストリーミング映像が著作権により保護される場合、当該ストリーミング映像に係る著作権者は、著作権侵害に基づき、差止め、損害賠償等を請求することができる(同法 L331-1条、L331-2条、L332-1条)。また、著作権者の権利を侵害する著作物の複製又は頒布は刑事罰の対象となり、最大3年の禁固刑及び30万ユーロの罰金が科される(同法 L335-3条、L335-2条)。

(4) 肖像等の無許諾利用への対応

肖像権に対する侵害があった場合には、フランス民法 9条に基づく肖像権の侵害として、同法 1240条の不法行為に該当する旨を主張し、差止め、損害賠償等を請求をすることができる。肖像権侵害が認められるためには、侵害を主張する者が、自己の肖像等が固着、録画又は送信されたことを立証する必要がある。

(5) ロゴの無許諾使用への対応

スポーツ団体のロゴが商標権により保護される場合、当該ロゴの商業的な無許諾使用は商標権侵害に該当する。その場合、当該ロゴに係る商標権者は、商標権侵害に基づき、差止め、損害賠償等を請求することができる(フランス知的財産権法 L713-2条⁴⁵)。商標権侵害が認められるためには、(i)請求者が有効な商標権を保有していること、(ii)相手方が同意なく、(a)登録の対象となっている商品若しくはサービスと同一の商品若しくはサービスに、登録商標と同一の標章を使用していること、又は(b)登録の対象となっている商品若しくはサービスと同一若しくは類似の商品若しくはサービスに、登録商標と同一若しくは類似の標章を使用しており、混同を生じさせるおそれがあること、(iii)標章が商業的な文脈で商品又はサービスに使用されていることという要件を満たす必要がある。

なお、商標権侵害に対しては、訴訟手続きより簡便な異議申立手続きにより争うことも可能である(フランス知的財産権法 L712-3条以下)。

⁴⁵ その他、混同の有無にかかわらず、著名商標を使用することが、当該商標の特徴又は評判を不当に利用し又は害する場合の保護規定も存在する(フランス知的財産権法 L713-3条)。

4. 日本

(1) データの独自収集及び利用への対応

日本においては、第三者が自ら試合観戦して独自に収集したデータについては、当該データの収集・管理主体が第三者であるため、スポーツイベントの主催者側は当該第三者が収集したデータについて、営業秘密又は限定提供データの保有者とはならない。そこで、主催者側が第三者によるデータの独自収集及び利用を防ぐためには、契約上の手当てを行うことが重要であると考えられる。

(2) データの無許諾利用への対応

不正競争防止法上、営業秘密に関する不正競争行為(同法2条1項4号乃至9号)に対しては、不正競争行為の差止め(同法3条)、損害賠償(同法4条)、信用回復措置(同法14条)等の民事上の救済措置に加え、刑事罰(同法21条等)が規定されている。また、限定提供データに関する不正競争行為(同法2条1項11号乃至16号)に対しては、不正競争行為の差止め(同法3条)、損害賠償(同法4条)、信用回復措置(同法14条)等の民事上の救済措置が規定されている。

そのため、スポーツデータが、営業秘密又は限定提供データの要件を満たす場合には、スポーツデータについて不正競争行為を行う者に対して、これらの請求を行うことができる。

(3) ストリーミングの無許諾利用への対応

ストリーミング配信されるスポーツ映像は、カメラアングル、カメラワーク等に創作性が認められることが通常であるため、多くの場合において、著作物(著作権法2条1項1号)として著作権により保護されると考えられる。スポーツのストリーミング映像が著作権により保護される場合、当該ストリーミングの無許諾利用は著作権侵害に該当する。その場合、当該ストリーミングに係る著作権者(通常は主催者と放送・配信事業者との間の契約で定められていると考えられる。)は、著作権侵害に基づき、差止め(著作権法112条1項)、損害賠償(民法709条)等を請求することができる。著作権侵害が認められるためには、侵害を主張する側が、(i)当該ストリーミングの著作物の著作権を保有していること、(ii)相手方が、当該ストリーミングと同一又は類似の範囲に含まれるものを利用(複製、公衆送信等)したこと、(iii)相手方が利用したものは、当該ストリーミングに依拠していることを立証する必要がある。

また、ストリーミング映像が、映っている選手等の肖像権やパブリシティ権の侵害と評価される場合には、当該権利の保有者は、肖像権又はパブリシティ権侵害に基づき、差止め、損害賠償等を請求することができる。

(4) 肖像等の無許諾利用への対応

前記第3の4.(1)のとおり、選手の肖像等に関しては、裁判例上、肖像権・パブリシティ権が認められているため、肖像等の無許諾利用が肖像権やパブリシティ権の侵害と評価される場合には、当該権利の保有者は、肖像権又はパブリシティ権侵害に基づき、差止め、損害賠償等を請求することができる。

肖像権侵害が認められるためには、侵害を主張する側が、被撮影者の社会的地位、撮影された被撮影者の活動内容、撮影の場所・目的・態様・必要性等の事情を挙げて、法律上保護されるべき人格的利益が社会生活上受忍限度を超えていることを立証する必要がある。

パブリシティ権侵害が認められるためには、侵害を主張する側が、(i)肖像等を写真集等の鑑賞対象となる商品に利用していること、(ii)T シャツ等の商品の差別化のために肖像等を利用していること、(iii)肖像等をテレビCM等の広告に利用していること等の事実により、相手方が、「専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的」で、無断で選手の肖像等を利用していることを立証する必要がある。

(5) ロゴの無許諾使用への対応

スポーツ団体のロゴが商標権により保護される場合、当該ロゴの無許諾使用は商標権侵害に該当する。その場合、当該ロゴに係る商標の商標権者は、商標権侵害に基づき、差止め、損害賠償等を請求することができる。商標権侵害が認められるためには、侵害を主張する側が、商標権として登録されている当該スポーツ団体のロゴが、需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができる態様により使用されているなど、商品識別機能を果たすような態様で使用されていること⁴⁶(商標法26条1項6号参照)を立証する必要がある。

⁴⁶ 小野昌延・小松陽一郎・三山峻司編『商標の法律相談Ⅰ』115頁(青林書院、2017年)参照。

第7 日本における方向性

1. スポーツデータ

日本においては、前記第6の4.(2)のとおり、スポーツデータが営業秘密又は限定提供データの要件を満たす場合には、当該データについて不正競争行為(不正競争防止法2条1項4号乃至9号、11号乃至16号)を行う者に対して、不正競争防止法上の差止め、損害賠償等の請求が可能である。

前記第2の5.(5)のとおり、スポーツデータの4分類に即して検討すると、試合経過データ及び成績データは、例えば野球における1球データ等、スポーツの試合観戦により覚知することができるものが多く、それらは営業秘密の要件である非公知性を充足しない可能性がある。一方、限定提供データには非公知性の要件は存在しないため、電磁的管理性等の限定提供データの要件を充足することにより、限定提供データとして保護される可能性がある。

また、試合経過データ及び成績データを分析したデータについては、非公知性を充足する可能性があり、秘密管理及び有用性の要件も併せて充足することにより、営業秘密として保護される可能性がある。例えば野球においては、成績データを統計学的に分析することにより、選手の貢献度や戦術の有効性を評価するセイバーメトリクスという手法が広く採用されている。当該手法によって創り出されたデータについては、営業秘密として保護される可能性がある。

トラッキングデータ及び身体データは、各チームの内部で保管され、公開されていないことが多い。そのような場合に、データがスポーツの試合観戦により覚知することができないときには、営業秘密の要件である非公知性を充足し、併せて秘密管理及び有用性の要件を充足することにより営業秘密として保護される可能性がある。また、営業秘密に該当しない場合にも、「業として特定の者に提供する」ときは、電磁的管理性等の限定提供データの要件を充足することにより、限定提供データとして保護される可能性もある。

大枠としては前記のように整理することができるが、スポーツデータには、その内容、種類、分析の程度等により様々なものが存在し、その管理、利用方法等も様々である。そのため、スポーツデータが営業秘密又は限定提供データに該当するか否かについては、スポーツデータごとに個別に検討を行う必要がある。

この点を踏まえると、前記第2の5.(4)のとおり、スポーツデータを知的財産として保護したいと考える場合には、データ保有者において、営業秘密の要件である秘密管理性、及び、限定提供データの要件である電磁的管理性の両方を充足する管理を行い、万が一、営業秘密として保護されないとしても、限定提供データとして保護されるようにしておくことが望ましい。特に、スポーツデータの収集、解析等を行う過程で、様々なタイプのデータが創り出される場合には、営業秘密として保護され得るデータと、(営業秘密としては保

護されないもの)限定提供データとして保護され得るデータが混在する場合もあり得るため、上記のとおり両方の要件を充足する管理を行うことが有益であるといえる。

加えて前記第6の4.(1)のとおり、日本においては、第三者が自ら試合観戦して独自に収集したデータについては、当該データの収集・管理主体が第三者であるため、スポーツイベントの主権者側は当該第三者が収集したデータについて、営業秘密又は限定提供データの保有者とはならない。そこで、主権者側が第三者によるデータの独自収集及び利用を防ぐためには、契約上の手当てを行うことが重要であると考えられる。この点については、前記第6の1.(1)及び2.(1)のとおり、米国及び英国でも同様の問題が生じているところ、例えば以下のような対応が採られている。

- ① スポーツイベントの来場者向けの規約(チケット規約及びグラウンド規則を含む。)やファン向けの行動規範等で、主権者が認めた事業者以外の来場者に対して、個人的に非営利目的で使用する機器を除き、スタジアム等にオーディオ、ビジュアル又は視聴覚素材その他のデータの記録又は送信が可能な機器を持ち込むこと又は使用することを禁止し、違反した場合には今後の試合への入場を禁止する等の措置を講じる旨の規定を定めること
- ② スポーツイベントの来場者向けの規約(グラウンド規則を含む。)等で、事業者を含む全ての来場者に対して、スタジアム等において撮影又は生成した全てのコンテンツの著作権その他の全ての権利、権原及び利益は、主権者側に譲渡される旨の規定を定めること
- ③ 主権者と公式データを取り扱うデータプロバイダー(公認事業者)との間の契約で、主権者が公認事業者以外によるデータの転送を禁止・防止するために合理的な努力を行う旨の規定(具体的な措置としては、(i)スタジアム等で非公式にデータ収集を行うことが許可されていないこと及び非公式にデータ収集を行う者を排除することを確認する文言とともに、当該事業者が公認事業者に指定された旨を全ての関連する事業者等に通知すること、(ii)スタジアム等のスタッフに対して、非公式のデータ収集の検知・防止に関するトレーニングを実施すること、(iii)非公式にデータ収集を行っている者を発見した場合には、当該事業者にその詳細を通知すること等が考えられる。)を定めること

日本においても前記の例を踏まえて、各スポーツ団体において業界慣行(主権慣行を含む。)等に鑑み必要な契約上の手当てを整理し、さらには、スポーツデータに係る権利関係に対する予見可能性を高めることで、スポーツデータを利用したビジネスを促進する観点

から、当該権利関係の在り方を明文化したガイドライン等を作成・公表することが考えられる⁴⁷。

2. 肖像権

日本においては、前記第3の4.(2)のとおり、肖像権・パブリシティ権は、いずれも人格的な要素を有する権利であると解されているが、主要なプロスポーツリーグ等においては、選手はスポーツ団体側が試合中の選手の写真や映像といった「選手活動に関する選手の肖像等」を利用することに関して事前に同意しているケースが多い。

もっとも、何が「選手活動に関する選手の肖像等」に該当するかは、スポーツごとの業界慣行や内部ルールが存在する場合があることから、例えば、事業者等が選手活動に関する選手の肖像等を利用することを希望する場合、具体的にどのような利用が「選手活動に関する肖像等」の利用に該当し、当該肖像等の利用においていかなる主体から利用許諾を得る必要があるかは必ずしも明確でない場合もあり得る。

そのため、肖像権・パブリシティ権に係る権利関係に対する予見可能性を高めることで、肖像等を利用したビジネスを促進する観点から、スポーツ団体において既に業界慣行や内部ルールが確立している場合には、当該権利関係の在り方を明文化したガイドライン等を作成・公表することが考えられる。

他方で、そのような業界慣行や内部ルールが確立していないスポーツ団体の場合には、まずは、前記第3の1.乃至3.でそれぞれ言及した、海外における肖像権・パブリシティ権の考え方、集団肖像の考え方、契約や規約上の取り決めの方法等を参考にしつつ、各スポーツ団体において個々の状況に見合った肖像権・パブリシティ権に係る権利関係を整理することが考えられる。

3. 放映権

前記第4の4.(2)のとおり、放映権が取引対象となるような大会や試合においては、実務上、選手と所属チーム・リーグ・協会との契約や規約において、放映権の帰属・許諾主体を明確に規定しておくことが一般的である。他方で、放映権の法的根拠には諸説あり、これについて判断した裁判例も存在しないため、そのようなルール整備が確立していない大会や試合では、放映権の帰属について混乱が生じ、放映権ビジネスが成り立ちにくい状況

⁴⁷ 前記第2の5.(1)の脚注13のとおり、大阪地判令和6年1月16日では、王将戦主催者が定めた棋譜利用ガイドラインは、棋譜の利用権等を主催者が独占的に有する旨を規定しているが、主催者が一方的に定めたものに過ぎず、原告に対して法的拘束力を有しないと判示しており、ガイドライン等が実務に与える影響は限定的となる可能性があるものの、権利を活用したビジネスを促進するという観点からは当該裁判例を踏まえても、引き続き有用と考えられる。後記2.及び3.においても同様である。

も想定される⁴⁸。そのため、各スポーツ団体において個々の状況に見合った放映権に係る権利関係を整理し、さらには、当該権利関係に対する予見可能性を高めることで、放映権を利用したビジネスを促進する観点から、当該権利関係の在り方を明文化したガイドライン等を作成・公表することが考えられる。

4. 主催権(スポーツデータ及び放映権を含む。)

日本におけるスポーツデータ及び放映権に関する取り扱いの方向性は前記 1.及び 3.のとおりである。なお、フランスにおいては主催者の権利の保護に関する法律上の整備が進んでおり、こうした海外の動向を引き続き把握していくことは有用と考えられる。

以上

⁴⁸ 例えば、スポーツイベントの主催者が自らに放映権が帰属することを認識しておらず、映像制作会社との間で放映権が主催者に帰属することを前提としない交渉を行った結果、本来取得できるはずの放映権収入を得られていない事例が存在する。