

第1回 スポーツコンテンツ・データビジネスの拡大に向けた権利の在り方研究会

1. 日時：2021年11月8日（月） 10:00～12:00
2. 場所：経済産業省本館17階第3特別会議室（オンライン参加：Webex オンライン会議室）
3. 出席者
 - 委員
 - 水戸 重之 TMI 総合法律事務所 パートナー弁護士 （研究会座長）
 - 阿部 達也 Bリーグ大阪エヴェッサ ジェネラル・マネジャー
 - 稲垣 弘則 西村あさひ法律事務所 弁護士
 - 猪股 宏之 税理士法人猪股会計代表 公認会計士・税理士
 - 上野 達弘 早稲田大学法学学術院 教授
 - 鯉江 隆一 株式会社共同通信デジタル スポーツデータ事業部副事業部長
 - 根岸 友喜 パシフィックリーグマーケティング株式会社 代表取締役 CEO
 - 野呂 洋子 日本ハンドボール協会 副会長、株式会社銀座柳画廊 副社長
 - 日置 貴之 スポーツブランディングジャパン株式会社 代表取締役
 - 諸橋 寛子 一般財団法人UNITED SPORTS FOUNDATION 代表理事
 - 経済産業省
 - 畠山 陽二郎 商務・サービス審議官
 - オブザーバー
 - 丹羽 恵久 ボストンコンサルティンググループ マネージングディレクター& パートナー
 - 経済産業省 経済産業政策局 知的財産政策室
 - 商務情報政策局 コンテンツ産業課
 - 事務局
 - 経済産業省 商務・サービスグループサービス政策課 スポーツ産業室
 - スポーツ庁 参事官（民間スポーツ担当）

4. 議事要旨

事務局から、資料2に沿って研究会の趣旨、検討会での検討事項や配付資料等の扱いについて説明。続いて資料3について説明。その後、委員それぞれから、研究会の趣旨・目的と論点に関してコメント。委員からの主なコメント以下のとおり。

- 10月から開幕したBリーグも、コロナの観点から観客を定員の半分しか入れておらず、ぎりぎりの状況で活動をしている。
- データビジネスの拡大を通じ、選手の人件費等々、チームの経費に資金を回すことができるとうれしい。
- Bリーグの試合が賭けの対象にされているサイトを発見した。こうした部分を権利化し、ビジネスにつなげることができれば。
- アメリカでは、選手の成績データなどの公開データの商業利用について、公開された選手の成績データはパブリックドメインに帰属していることから、表現の自由がパブリシティ権に優先するため、対価を支払うことなく利用が可能となると判断された判例がある。
- アメリカで成績データ、成績予想データ、速報データといったデータのまわりに商流ができてるのは、ファンタジースポーツの盛り上がりやベッティングの合法化を背景に、ユーザーによるデータ分析やデータ会社によるオッズデータの算定に必要な試合経過のデータ取得に対するニーズが生まれているため。
- 一方、日本ではファンタジースポーツはまだ盛り上がっておらず、ベッティングも賭博罪として刑法上違法となるため、メディアに対する商流以外のデータに関する商流が生まれていない。
- 他方、海外のベッティング事業者は日本のデータを活用し、日本のスポーツを賭けの対象にしており、そういったベッティング事業者による収益がほとんど日本に還元されていない点には大きな課題感を感じる。
- アメリカでは、スポーツベッティングの合法化を背景に放映権の価値が更に高まっている。放映権がリーグで一括販売されると反トラスト法（日本でいう独占禁止法）違反の問題が生じ得るが、アメリカでは法律により、リーグの一括販売について反トラスト法の適用が除外されることで手当てがされている。

- 日本では放映権は施設管理権に由来するという見解が通説ではあるが、法令・判例は不存在。アメリカと同様に、リーグでの一括販売なされると、独占禁止法の問題も生じ得る。
- アメリカでは、選手活動以外の領域における選手の肖像権・パブリシティ権ビジネスが大きな市場を形成している。
- 日本では、選手活動以外の領域における選手の肖像権・パブリシティ権の帰属がはっきりしておらず、各スポーツによってもルール・業界慣行がまちまちであり、球団・チームが管理している場合もあれば、球団・チームはノータッチの場合もある。そのようなルール・業界慣行は公開されているものではないため、日本企業にとって、選手活動以外の領域における選手の肖像やパブリシティ権を扱うことは難しく、事例が集積されていない。そのため、日本企業が選手活動以外の領域における選手の肖像権・パブリシティ権を使ってどのようなビジネスができるか、企業にどんなメリットが生まれるか、どのような形で収益拡大と企業価値向上に繋げるかという点の認識やアイデアが乏しく、この点も大きな課題である。

- 新しいビジネスを始める際には、①会計処理、②管理をどうするのかという問題が生じることが多い。
- スポーツコンテンツには次の4つの特徴があり、それにより会計処理が難しくなっている。

①一次販売、二次販売、派生販売、とマルチユースに使える

②長期にわたって販売が可能

③デジタル化が容易

④無形資産である

- スポーツコンテンツやデータビジネスに関しては「研究開発費等に関する会計基準」等の基準が存在する場合もあるが、明確な会計基準が存在しないこともある。そして、各々のビジネスの特殊性や個別具体性から、どの会計基準に該当するのか（しないのか）の判断が難しいことが多い。

明確な会計基準が存在しない場合では、会計上資産計上できるかの判断は将来の収益獲得と費用削減というポイントが大事になってくる。

仮に資産計上できない場合、有形固定資産（機械や器具備品等）と違い現物管理がで

きないので、その簿外のコンテンツやデータの管理には注意が必要である。

また、BSに資産としてコンテンツ等の無形資産が計上されていれば、全社的にこの資産をどう積極活用していこうかという視点になりやすいと思う。

- 著作権の対象となる著作物の定義が曖昧である。

文化庁の著作権法の逐条解説には、棋譜は将棋をする2人の共同した著作物であるという記載がある。それであればスポーツにおいても、例えば野球のピッチャーがどこにコントロールして投げるのかというのは投手のクリエイティブな作品であると判断でき、著作物にあたるという考えもあり得るのではないか。

- フィギアスケートなどの美しさを競うスポーツは、スポーツであると同時にアートでもあり、著作隣接権の対象である実演にあたるという議論もある。
- パブリシティ権の対象については、最高裁判決によって「氏名、肖像等」とされているが、「等」に何が含まれるのか不明確。
- スタッツデータが限定提供データに当たる可能性はあるが、限定提供データにあたるとしても19条1項8号ロの適用除外にあたる可能性も考えられる。

- 日本のデータプロバイダーが、海外のプロバイダーとどう共存していくかが難しい。
日本のプロバイダーは、日本の各競技団体の承諾を得た上でデータを取得し販売しているが、海外のプロバイダーの場合、承認を得ることなしにデータを取得し、同様に販売している。

海外に拠点を置いている Google などのデータを欲している企業からすると、拠点に近い場所にあるデータプロバイダー（米国であれば、Sportradar や STATS Perform など）との包括契約の中で処理できるのであれば、競技団体の承認を得ているか否かは関係なく、契約しやすいデータプロバイダーを選択する方が楽である。

- 仮に日本でもベッティングが合法化され、日本のデータ会社がベッティングデータを作成したとしても、現在国外で発生している市場を日本国産企業がとりにいくのにはハードルがある。その理由は、すでに海外のデータプロバイダーが日本国内で開催されている競技におけるベッティングデータを取得しているため、海外のベッティングオペレーターはデータ購入に困っていないこと。
- テコンドーやフェンシングのような個人競技の場合、八百長の防止が難しいというか、

勝敗などに関係している人（選手・審判など）が少ないため、買収のハードルが低いと言われている。団体競技の場合は、関係者が多いため、関係者すべてを買収することが難しく、八百長のリスクは低いと言われている。

- スタッツデータについては、その所有者が不明瞭なことが課題。
 - 資金決済法や金融商取引法は、NFT などデジタルな領域がカバーされておらず、抜け穴が多い。
 - 賭博罪の適用範囲を明確にする必要がある。
 - 日本のプロ野球の場合、選手肖像権は所属球団に帰属するので、詳細についての全体統一ルールがないのが問題。
 - 選手等への肖像権分配についての統一ルールは、ゲームなど既存市場ができあがっている部分では明確になっているが、新しい市場を作るとなれば、0 から統一ルールを作る必要がある。
 - 球場で観戦する観客が、球場から配信を行ったり、データの入力を行ったりした場合、それをどのように整理するのか。
- ハンドボール協会では、登録者の健康データを含めたデータベース作成を進めようとしている。健康な人のデータを継続的に集めることができるのは、中央競技団体の強みと認識。
- ハンドボール協会の現場や理事会は、ほとんど学校体育教師のボランティアで運営されている。そうした中には、ハンドボールの競技人口が増えることは喜ばしいが、それをビジネス化して稼ぎにつなげることには難色を示す人もいる。
- 地元の企業からの協賛金をもってハンドボールの大会をした際、地元の県協会の中では、ハンドボールの試合のために外から資金を集めてくるのは良くないという声が上がった。
- マイナーリーグの場合、人材不足や資金不足により、放送やチケットを外部の放送局やチケット会社頼まざるを得ない状況がある。放送局やチケット会社は、人材を派遣する代わりにその権利を所有するという場合が多く、結局、制作・著作と分離した状態でそこが第三者に回ってしまう。

- デジタルなどのソリューションを通じ、放送やチケットリングもリーグで行えるようになることが重要であると考える。
- 日本は強化にばかりお金を使ってしまい、事業サイドにお金を使えていない。
- 単に配信をしたり映像を出したりしているだけでは、収益につながらない。コンテンツ化することが必要。
- 国際バスケットボール連盟の3X3は、役員の6割を民間人で揃え、どうしたら儲かるリーグになるのかということを起点に、収益性を追求した仕組み作りをした。
- 特にアーバンスポーツやマイナースポーツは、新しい取り組みを積極的に出来るのでは。
- リーグスポーツは、「選手」「クラブ/球団」「競技団体・リーグ」の三者のトライアングルの相互関連により成り立つ。三者によって試合などのコンテンツが作成され、そのコンテンツの価値を最大化することで、ファンやスポンサー、放送局などからお金が入ってくる仕組み。入ってきたお金は、三者のうち誰かにだけ極端に配分されるということなく、常にトライアングルのバランスを意識した分配が成されることが重要である。
- 権利はただ持っているというだけでそれそのものが価値になるのではない。権利を活用して成長につなげ、成長から得られた価値を分配することが重要。さらに、権利の活用を進める上では、既存の仕組みや規制が障害となっていることもあるので、権利の先にある成長・分配を見通した上で、そこに至るまでの障害を取り除くための規制緩和や改革を提言できるとよい。

オブザーバーからのコメントは以下のとおり。

【経済産業省知的財産政策室】

- 当室では不正競争防止法を所管。
- 自社のデータについて一定の保護を得ながらビジネスに活用していく際に、不正競争防止法上の限定提供データという制度の活用があると考えている。今回の研究会では不正競争防止法や限定提供データのインプット等を通じて、貢献できれば。

【経済産業省コンテンツ産業課】

- コンテンツ産業課のほうでは、ゲームとかeスポーツの関係を所管しており、リアル
のスポーツでも、当然議題に上がっているような収益構造の問題であるとか、人材育
成の問題であるとかというところについても同様に考えていきたい。併せて、今日、
複数の委員の方から知的財産権であるとか著作権周りの権利保護の関係も意見が出て
いるが、コンテンツ産業課でもデジタル著作権周りの動きをしているところなので、
eスポーツとかスポーツ産業、あるいはNFTといった技術周りのことと権利関係の
整理、この2点の関係からオブザーバーとして参加させていただければ。

——了——