

AR/VR がもたらすスポーツ生放送への影響～米国著作権の観点から

光永眞久 (バックアルター法律事務所 / カリフォルニア州・ニューヨーク州弁護士)

The Effect on Live Sports Streaming Via AR/VR – in Terms of Copyright in the U.S.

Masabisa Mitsunaga

Buchalter, A Professional Corporation / Attorney-at-Law

【要旨】 アメリカにおいてはAR/VRによるスポーツの放送が多く行なわれている。このようなAR/VR技術を用いたスポーツの生放送がアメリカ著作権法上、どのような問題を生じうるかにつき、主に著作物性とその侵害時の放送側の主張に関して、検討を行なう。まず、生放送が行なわれる映像に著作物性が認められるかという観点から、FixationとOriginalityについてAR/VR以前の判例に照らしながら検討する。その上で、実際に生放送を行なう際に生じうる著作物の映り込みに対して、放送側が反論の際に主張するであろうde minimisやFair Useについて紹介する。

【キーワード】 AR VR 生放送 著作権

【Abstract】 In the U.S., some companies broadcast sports streaming (including live streaming) via AR/VR. This article addresses some issues under the U.S. Copyright Law, especially (i) copyrightable and (ii) claims from a broadcaster. First, motion pictures of such live streaming shall be copyrighted in view of “fixation” and “originality”, using some cases before developing AR/VR technology. Second, it introduces “de minimis” and “fair use” as claims from broadcaster when a copyright owner claims the violation of its copyright.

【Keywords】 AR VR Live streaming copyrights

1. はじめに

アメリカにおいては、AR/VR技術により、会場に足を運ばずとも様々なスポーツを観戦することが可能となっている。たとえば、スポーツのVRを提供するNextVR社は、プロバスケットボールのNBA、サッカーのチャンピオンシップなどと提携し、VR動画を提供している。また、生放送ではないが2016年のリオデジャネイロオリンピックでは、開会式・閉会式の他、バスケットボール、体操などの決勝・準決勝がVRで提供されていたようである¹。生放送という観点では、VRストーリーミング会

社の360 Designs社では、ライブストーリーミングVRのドローン“Flying EYE”を実際に75000ドルで販売しており²、機材さえそろえば、撮影した動画を即時にVRに生放送できる技術が整いつつある。本稿では、このような技術が米国著作権法上どのような問題を生じさせるかについて、著作物性とその侵害時の放送側の主張に絞って検討する。

2. アメリカ連邦著作権法における著作物とAR/VR

2.1. アメリカ連邦著作権法における著作物

アメリカ連邦著作権法³102条a項は、著作権に

よって保護される著作物は、“in original works of authorship fixed in any tangible medium of expression, now known or later developed, from which they can be perceived, reproduced, or otherwise communicated, either directly or with the aid of a machine or device” (現在知られているかまたは将来開発される有形的表現媒体であって、直接にまたは機械もしくは装置を使用して著作物を覚知し、複製または伝達することができるものに固定された、著作者が作成した創作的な著作物⁴⁾)と規定されている。ここでは、要件のいくつかとして、(1)fixationおよび(2)original worksが挙げられていることから、以下ではこの2つについて検討する。

2.2. Fixation

アメリカ連邦著作権法上規定されている Fixation は、日本法にはない概念である。Fixation 要件が課されている理由は、一般的には、固定された作品のみが複製により不正利用されうるからであると説明されている。Fixation は、アメリカ連邦著作権法 101 条によれば、“its embodiment in a copy or phonorecord, by or under the authority of the author, is sufficiently permanent or stable to permit it to be perceived, reproduced, or otherwise communicated for a period of more than transitory duration” (著作者がまたはその許諾を得て、通過的期間以上の期間にわ

たって著作物を覚知し、複製または伝達することが可能な程度に永続的または安定的に、著作物をコピーまたはレコードに収録したとき⁵⁾)に成立すると規定されている。

では、AR/VR においてこの要件はどのように考えればよいか。VR に関する判例として、FireSabre 判決⁶⁾を紹介する。被告である Sheehy は、中学校の technology instructor である。Sheehy は、インターネット上における仮想空間であるセカンドライフを教材として利用することにした。そこで、セカンドライフ内の地形や景観を変えることのできる (terraforming) 3つの島を購入し、生徒のためのバーチャル教室を作成した。原告である FireSabre は、セカンドライフなどの3次元バーチャル空間向けの開発用コンテンツを制作する会社であり、Sheehy から上記提案を受け、最終的に6島について、Sheehy のために駅、カフェ、音楽ショップなどを作成した。両者の関係が悪化した後、FireSabre は、FireSabre が作成したものは著作物であり、Sheehy がセカンドライフ内でこれらを配置しているのは著作権侵害である、と主張し訴訟を提起したのが本件事案である。Sheehy が購入した島の一部のスクリーンショットは、以下のようなものである (図1)⁷⁾。被告 Sheehy は、terraforming されたものは fixation されておらず、著作物として保護されないと反論した。

判決では、被告 Sheehy の主張を認めなかった。

図 1



まず、ビデオゲームのデジタル画像を“all portions of the program, once stored in memory devices anywhere in the game, are fixed in a tangible medium”⁸⁾ (ゲームのどこかの記録媒体に一度保存されれば、全てのプログラムの部分は、有形的表現媒体に固定されている)とした先例を引用した上で、FireSabre のデザインは、サーバに保存され、一定期間セカンドライフ内で閲覧可能となっており、“for a period of more than transitory duration” (通過的期間以上の期間) 保存されていることは明らかであるとした。また、これらのデザインが、黒板に描かれた絵や粘土細工で作られた彫刻と区別できないとも述べている。

このように、VR 上の内容であってもサーバ等の記録媒体に記録されることにより、Fixation が認められるのが一般的であると考えられ、AR でも同様と考えられる。

では、それが「生放送」である場合、Fixation はどのように考えればよいか。アメリカ連邦著作権法 101 条では、前記の定義に続いて、“A work consisting of sounds, images, or both, that are being transmitted, is “fixed” for purposes of this title if a fixation of the work is being made simultaneously with its transmission.” (本編において、送信される音声、映像またはその両者からなる著作物は、送信と同時に固定されている場合には「固定」されている⁹⁾) と規定している。そのため、生放送や生演奏についても、同時固定がなされていれば固定要件を満たすと考えられる。また、同時の「固定」についても、“for a period of more than transitory duration” (通過的期間以上の期間) 以上に存在していればよく、永続している必要はない上、RAM への保存であっても Fixation の要件は満たしていると考えられている。一般的な AR/VR の生放送の場合には、個々のユーザに配信される前に配信サーバ等に固定されていると思われる。従って、一般的には、スポーツの生放送であっても、Fixation 要素は満たされるものと考えられる。

2.3. Originality

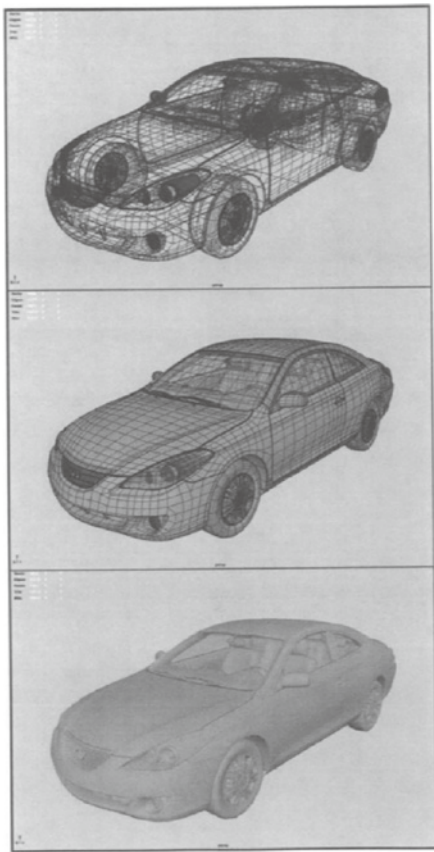
Fixation の要件とは別に、アメリカ連邦著作権法

は著作者による Originality を要求している。Feist 判決¹⁰⁾では、日本の著作権法と同様、この創作性には特許の要件である新規性までは不要であり、著作者によって他の著作物とは独立して作成され、かつ最低限の創作性があればよいとしている。本稿では、デジタルメディアと Originality に関する著名な判例として、Meshwerks 対 Toyota Motor Sales USA 事件¹¹⁾を紹介する。事案は以下のとおりである。2003 年に、トヨタと広告代理店は、2004 年モデルの広告キャンペーンを企画した。このキャンペーンでは、ウェブサイトや他のメディアで使用するために、トヨタ社のデジタルモデルを使用することにした。「デジタルモデル」とは、車の写真の代わりとして、マウス操作等で車の色や車の形を変更することができるようなものをいう¹²⁾。

「デジタルモデル」が開発される前は、些細なデザインチェンジが行なわれたときであっても、再度被写体の写真撮影を行なわなければならなかった。しかし、デジタルモデルの開発により、そのようなマイナーチェンジが行なわれても、再度の写真撮影等を行わずに済むようになった。この「デジタルモデル」を作成するためには、「Digitizing」と「Modeling」といった作業が必要となる。Digitizing とは、対象物を描写するために物理データポイントを収集することであり、Meshwerks は、トヨタ車をグリッド化し、その点を計測した。図 2 のとおり、車体のデータは、グリッド化され、それぞれの車はワイヤーフレームで表現されている。ただ、これだけでは広告で利用できる状態にはならないので、実際の車の形になるべく似せるべく手作業で造形を行なう「Modeling」が必要となる。Meshwerks は、データポイントではおおよそ 90% が再現できるが、当時の技術下で正確に計測できないホイールやヘッドライト、ドアハンドルやトヨタのエンブレムなどを、手作業で、写真を基に造形するという作業や、三次元の車体を二次元のコンピュータ表現にするために様々な工夫を行なっている。このような作業には車 1 台あたり 80 時間から 100 時間の作業が必要となると述べられている。

本件訴訟で、Meshwerks は、トヨタのある特定のテレビ広告の一部としてこのモデルを利用するこ

図 2



とができる契約を締結してただけで、トヨタを含め第三者に対し、Meshwerksのワイヤーフレームモデルを他の広告で使用する許可を与えておらず、トヨタが他の媒体でMeshwerksが作成したモデルを使用することは著作権法違反であると主張した。ここで、本訴訟では、Meshwerksが作成したワイヤーフレームモデルが著作物として保護されるかが争点となった。

結論としては、判決では、MeshwerksのワイヤーフレームにOriginalityを認めなかった。社会に対して新しいものに寄与したことに対する報酬と、他者に対して新しい創作物を作成・追加および発展させることのバランス上、オリジナルの表現のみが保護されるとした上で、著作権は作者の労働の対価ではないとしている。また、前掲のFeist判決のOriginalityの定義を挙げ、Meshwerksのモデルは、トヨタが製作した物から独立して創作されたといえ

るかが最大の問題であるとした。そして、Meshwerksのモデルは、トヨタ車をデジタル的に忠実にコピーしたトヨタ車そのものであり、独立した創作物ではないとした。事実とアイデアはパブリックドメインであり、科学や有用な芸術の発展のために開かれていなければならない、たしかにMeshwerksはデジタルモデルに対して多くの時間や労力を使ったが、著作権は最終目的物のみを対象とし、プロセスを対象とするものではないから、労力を使ったということは著作物性には無関係であるとした。

また、Meshwerks判決で引用されているSkyy判決¹³も、現実にあるものをデジタル化した場合の創作性を考えるに当たって参考となる判決である。原告Ets-Hokinは被告Skyy Spiritsのウオッカボトルを広告用に撮影した。写真それ自体は、撮影の際のアンクル、光、背景などで著作物として保護されるものの、対象物であるボトルが同一で、アンクル、光、背景などが異なる被告の写真は著作権侵害に当たらないとした。これは、事実とアイデアはパブリックドメインであり、科学や有用な芸術の発展のために自由利用をさせなければならないとしたためである。

この2つの判例は、AR/VRにおけるスポーツ生放送に対して、大変興味深い示唆を与える判例である。すなわち、AR/VRにおいてスポーツ生放送を提供する会社は、その会社によってAR/VRに投射される映像は、「光、アンクル、背景」等によって、その配信する映像の著作物性が認められる。これは、放送局がテレビでスポーツ生放送を行なっている際に、その放送映像に対して著作物性が認められることと一致する。現在、「360度放送」といわれるような、視点を水平方向に自由に変更できるようなAR/VRも提供されている。一般的には、固定されたカメラで360度角度を変えられるような形で提供されていることから、「光、アンクル、背景」等をカメラ設置者である放送側が取捨選択しており、そこに放送側の著作物性を認めることができるのではないかと考えられる。では、さらに進んで、ユーザが自ら視点を選べるほど技術が進んだ場合はどうであろうか。すなわち、技術の進歩により、AR/VRのユーザが、画面上でスタジアムの行きたい場所に

行き、そこに座り、あるいはその場所に飽きたら別の場所に移動するような状況も作出できるようになるのではないかと推測している（本稿では、現在の固定型360度放送と区別するため、「全方位生放送」と呼ぶことにする）。そこでは、ユーザに対して、あたかもスタジアムにいるかのような状況を作成することができるのである。スタジアムの中をあらゆる角度から再現し、固定視点ではなくユーザが行きたいところに行くことができる全方位生放送の場合、その放送を行なう会社に対して、創作性は認められるのであろうか。Meshwerks 判決の論旨からすると、事実とアイデアはパブリックドメインであり、放送側は当該放送を行なうために多大なる時間や投資、労力を行なったであろうが、当該スポーツのプレイという「事実」をデッドコピーとして再現しているだけであり、なんらの Originality を当該放送に加えていないと評価されるのではないかとと思われる。すなわち、放送側や技術者が、スポーツ会場に足を運んだ状況に近づけようとすればするほど、著作物として保護されにくい状況になるのである。このパラドックスは、デジタル技術により発生する問題ではないものの、デジタル技術により、さらに「事実」に近づけることが可能となっているように思われる。技術進歩により、旧来著作物として保護されていたものが、かえって創作性がないとして保護されなくなるという事態が発生するということを示したのが、Meshwerks 事件なのである。

そして、前掲のとおり、スポーツ生放送におけるAR/VRも、ユーザに対して臨場感を提供すればするほど、創作性が薄まっていくことになりうる。全方位生放送はスポーツの試合の「プレイ」などを忠実に再現しているにとどまり、Originalityがない、すなわち著作物性が否定されるとなると、次に、そのコピーをユーザが行なった場合にどうなるかという問題が生じる。著作物性が無いものをユーザが複製しても、放送側はユーザに対し著作権法違反を問うことができないという帰結に至る。つまり、そのまま全方位放送を複製することが著作権法上は可能になってしまうのである。更に言えば、たとえば、その放送を、ユーザが体験したように「録画」してYouTubeにアップロードした場合、全方

位生放送の会社は著作権を主張できない可能性が高いと考えられる¹⁴。全方位生放送を行なう会社は、スポーツ試合という事実をユーザに提供しているにすぎず、ユーザが体験している視点は、放送側に Originality があるとするとは考えづらいからである。むしろ、ここでは、実際にスポーツの試合会場に足を運んでチケットを購入したファンが動画を撮影しYouTubeにその動画をアップロードしているのと類似する。つまり、ユーザが体験し、ユーザが画面で見たものを録画した映像は、著作権法的には、ユーザが取捨選択し、アングル等を決定した、ユーザの著作物ともなりうるのである。現実には試合に足を運んだファンがiPhoneなどで撮影した動画をYouTubeなどにアップロードすることを主催者側が禁止するためには、チケット購入時の規約で禁止することになるだろうが、それと同様に、全方位生放送を視聴しているユーザは、利用規約等により、契約上アップロードを禁止されるにとどまるのではないかとと思われる。全方位生放送では、その著作物性が否定されるのであれば、当該放送会社が現実の試合のチケットを提供するのと同様に、法律関係としても、チケットを購入したファンと同等の規制に終始せざるを得ない。

では、AR/VRにて全方位生放送がなされた場合、どの部分に放送側の著作物性が認められうるのであろうか。まず、AR/VR上に表示されるメニューに対する Originality も考えられうる。「電源オン/オフ」「再生」「一時停止」などのボタンに画像を使用した場合には、その画像に著作権が認められる可能性も考えられるが、性質上、仮に創作性が当該画像に認められたとしても、Thin copyright であり、デッドコピーでない場合には侵害を争うのは比較的難しいと想像される。また、そのメニューのレイアウト（再生ボタンや電源のオンオフボタン等の配置）に関する創作性が認められる余地はあまり広くない。次に、サッカーであればゴール時や野球のホームラン時などで、通常のテレビ放送同様、リプレイ映像を挿入したり、あるいは解説を提供したりするであろう。その場合リプレイ映像のアングル等は、ある程度放送側が選んだ視点による放送であれば著作権が認められうると考えられる。そのため、このよう

なりプレイ映像や解説内容を含んでYouTubeにアップロードした場合には、生放送を実施する会社あるいは解説者等が著作権違反を問うことは当然可能であろう。

2.4. Authorship

旧来の著作物に関しては、その著作者が誰であるかは非常にわかりやすいものであったが、プラットフォームが提供する著作物の著作者が誰かはやや分かりにくいところがある。一般的には、プラットフォームは Terms of Service や End User License Agreement を利用時に同意することになるが、多くはプラットフォーム内での活動によって創作された権利は全てプラットフォームに譲渡される旨の文言があり、それに従ってプラットフォームが権利を保有することになる。一方で、著作者をユーザとして認めながら、プラットフォームがそれを使用する全ての権利を有すると規定するケースもある。スポーツの生放送のような場合にも、たとえばユーザがお気に入りの場面を保存できるような機能もありうるであろう。仮に提供する生放送に著作物性が認められる場合、すなわちそのアングル、光、絞り等に創作性があるとされる場合には、ユーザが撮影した当該画像等は二次著作物として対応されることになると考えられる。そして、Terms of Service や End User License Agreementなどでプラットフォームへ権利の譲渡が定められている場合には、全ての権利はプラットフォームへ譲渡されることになる。

なお、日本で法制度改変の際に多く問題となる著作者人格権は、Lanham Act（連邦商標法）でカバーされうる領域もあるが、アメリカ連邦著作権法上の保護は非常に薄い。同法 106 条 e 項 1 号では、“those rights may be waived if the author expressly agrees to such waiver in a written instrument signed by the author”（著作者が署名した文書をもって放棄に明示的に同意する場合には、放棄することができる）と規定している¹⁵。当該条文が Lanham Act でもカバーされるものに適用があるかどうかは別問題だが、Terms of Service や End User License Agreement に同趣旨のことが記載されれば、少なくともアメリカ

連邦著作権法における著作者人格権についてはユーザが行使用することは困難となると考えられる。

3. 侵害場面と抗弁

3.1. 侵害に対して考えられる抗弁

スポーツ生放送において著作物が映り込んだ場合、たとえばスタジアムで行なわれるスポーツであれば、不意に他人の著作物が映り込むケースは、観客席でプレート掲げなどの場合に限られるであろうが、マラソンなど外部で行なわれる競技では、他人の著作物が映り込むケースも少なくはないと思われる。このような著作権侵害が起きた場合の処理に関しては、従来のテレビ番組での生放送であろうが、AR/VR であろうが、取り扱いに大きな違いはないが、実際に起こりうることから、以下では放送側の抗弁として考えられる de minimis および Fair Use の抗弁を簡単に検討する。

3.2. de minimis

de minimis とは、他者の権利をほんのわずかだけ侵害した場合に、責任を問わないとするものであり、著作権法上でこの概念が使用されるのは 3 類型あるといわれている¹⁶。第 1 類型は、侵害がとても些細なものであるがゆえに、法的責任を課さないという類型である。第 2 類型は、複製行為がとても僅少部分に限られているので、複製行為の要件である「Substantially similarity（実質的類似性）」の基準を満たさないという類型である。この類型は、実質的類似性の要件の基準を、de minimis の概念の側面から言い換えたものである。第 3 類型は、Fair Use の抗弁に関連する。後述のとおり、Fair Use の抗弁に「(3)著作権のある著作物全体との関連における使用された部分の量および実質性」が含まれるが、使用された部分は僅少であれば、Fair Use に該当し、著作権侵害の責任は問われないことになる。

3.3. Fair Use の抗弁

アメリカ連邦著作権法で定められる Fair Use は、(1)使用の目的および性質（使用が商業性を有するかまたは非営利的教育目的を含む）、(2)著作権の

ある著作物の性質、(3)著作権のある著作物全体との関連における使用された部分の量および実質性、および(4)著作権のある著作物の潜在的市場または価値に対する使用の影響を主な要素として判断される¹⁷。多くの事案では、(1)と(4)が主な争点となっている。まず、(1)に関しては、1994年のプリティーマン事件判決¹⁸で用いられた、「Transformative Useか否か」を重視する法理が有力である。Transformative Useかどうかは、批判やパロディーなどで用いられており、原作品に新たな情報や視点を加えているかどうかや、新しい表現や意味を追加することによって原作品が変化したかどうかなどにより判断される。また、(4)に関しては、AR/VRに関するそもそもの潜在市場が現時点ではあまり存在していないことから、裁判所は、証拠が存在せず市場が存在しないと判断する可能性もあれば、未定義の市場において潜在的な可能性があると判断してFair Useは侵害を認める可能性もある¹⁹。Fair Useの一番の問題点は、適用の可否が不透明であり、使用の時点でFair Useに該当するかが明確ではないことにある。

映り込みに関する判例としては、Ringgold事件がある²⁰。原告のRinggoldはコンテンポラリーアーティストであり、“Church Picnic Story Quilt”の著作者である。これは、絵画がはめ込まれたようなシルクのキルトであり、ジョージア州アトランタでFreedom Baptist Churchが開催した1909年の日曜学校のピクニックが描かれている。実物の作品は、アトランタにあるThe High Museum of Artに所蔵されており、この美術館が、非独占的に作品をポスターにできる権利の許諾を受けていた。そして、おそらくこの美術館で販売されたであろうポスターが、テレビ局HBOで放映されたROCという番組で利用されたとして、著作者は訴訟を提起したのが本件事件である。そのポスターは、番組で利用された教会のホールの壁に飾られており、教会でのリサイクルを待つシーンで合計9回、それぞれ1.86秒から4.16秒、合計26.75秒の間、ポスターが画面に映り込んでいた。セリフ上も、演技上も、カメラワーク上も、ポスターに注目が集まるようなものではなかったが、画面中央にポスターが映っていたと認定

されている。

本件で、被告側は、前掲のde minimisとFair Useを主張したが、双方ともに認められなかった。まず、de minimisについては、(複製物としてではなく)販売されたChurch Picnic Story Quiltのポスターそれ自体がテレビ番組のセットとして掲示されていることから、それが複製行為として侵害を構成するほどに至っているかどうか、すなわちフォーカス、光、カメラアングル等の要素から著作物である作品を時間的に感得しうかが問題となった。ポスターが映り込んだ合計26.75秒のうち、最も長いものは、4秒から5秒ほどであり、上部は見えないものの、80%以上の部分のポスターが見える状況であった。この場面では演者に焦点が当たっており、ポスターには完全には焦点が合っていないものの、視聴者は、飾られているポスターが池にいるアフリカ系アメリカ人の大人と子供が描かれているものであると感得できると認定している。判決では、3秒以上実質的に全画面に映されたのであれば著作物はフィーチャーされており、3秒以下で実質的に全画面に映されていない場合—「背景」として利用されていても、著作物を背景として利用した以上テレビ番組は利用料を支払うべきとするアメリカ議会図書館の利用規定も引用しつつ、26秒から27秒利用した本件では、de minimis copyingではないとした。

次に、Fair Useについては、(1)使用目的につき、作品は番組内でも飾る目的で使用されていて、その利用自体がTransformativeではないとしている。(3)使用量については、de minimisに該当しない場合には使用量や実質性をFair Useの際に考慮することになり、ポスターが感得できる時間やいくつかの場面では全体が映されているものの焦点が合っていないが、被告に対して有利な要素とはならないとしている。(4)潜在市場に関しては、本件地裁判決では被告側に有利に判断したが、作品をセット背景として利用する場合のライセンス市場に関してネガティブな影響が出るとしている。

以上から、本件の作品の利用において著作権侵害に該当すると判断された。

AR/VRのスポーツの生放送の場合には、その著作物の映り込みが、番組の「背景」としてある意味

で意図され映り込まれたものではなく、たとえばマラソンにおける街中の著作物が映り込むなどのケースではないかと考えられる。この場合、本判決よりは、当該著作物が著作権者の許諾を得て街中に掲示されており、またスポーツの実況中継という目的であれば(1)要件は放送業者側に有利に働くのではないかと考えられる。また、(3)については、固定カメラで著作物が大きく全体が映る場合には、通常はスポンサーのような形での提供が多いと思われる、一方でマラソンのような街中での生放送の場合には、映り込む秒数はある程度制限されるのではないと思われる。ただし、何らかの中継地点のような場合には、本判決のように26秒でも著作権侵害が認められたことを考慮し、できるかぎり著作物を感得できないようなカメラアングル等の工夫を行なった方が安心であろう。

4. 利用規約との関係について

2.3で言及したとおり、仮にVR等による全方位生放送が、将来的にあたかも会場にいるかのように動き回れる場合には、その放送等業者の著作物性が否定される可能性も考えられる。その場合にユーザに対して何らかの規制を放送側がかけるとするならば、それは利用規約等での対応になるであろう。すでにデジタル化されたものであることから、複製利用はさらに容易ではあろうが、その二次利用をどのような形で許諾するかは、SNS等でユーザー同士で広めることによる広告効果や、試合後配信する番組への提供の有無などから検討することになる。特にアメリカでは、チケットで実際に観戦しているスポーツファンが携帯電話で試合模様を撮影しSNS等にアップロードすることは比較的許されている場合が多いと思われる。そのため、AR/VR等による全方位生放送もそれに準じるのであれば、画面の静止画・動画撮影もOKとするようにも思われるが、放映権の関係を考えれば、おそらく利用規約で禁止されるケースが多くなるのではないと思われる。

5. まとめ

AR/VRによる観戦は、実際の生でのスポーツを見る観客が減少するおそれがあるとの指摘もあるが、LiveLike社が提供するプラットフォーム²¹では遠方に住む友人とVRでスポーツを観戦することも可能となり、いままでにはないスポーツ観戦体験ができるようになっている。技術の発達により、一人でも多くのスポーツファンを増やすだけではなく、そのマネタイズによる還元が行なわれ、そのスポーツがより多くの人を魅了できるようになることが望ましい。現在の技術では著作権法で放送側の映像が保護されうる可能性が高いと思われるが、将来的には、AR/VRによるスポーツの全方位生放送は、ある事象をデジタル化するだけにとどまらず、「事実をそのまま事実として投影する」ことができるようになり、著作権法上古くも新しい視点からの問題を提供ようになる。このようなAR/VRの技術の発達が、将来的に著作権法上どのように対応していくことになるのか、今後も目が離せない。

注

- 1 https://vrinside.jp/news/rio_vr/
- 2 <http://360designs.io/product/flying-eye/>
- 3 Title 17 of United States Code 以下、本項では「アメリカ連邦著作権法」とする。
- 4 公益社団法人著作権情報センター、山本隆司訳「外国著作権法アメリカ編」http://www.oric.or.jp/db/world/america/america_c1a.html#102 (2018年10月15日)
- 5 山本・前掲注4
- 6 FireSable Consulting LLC v. Sheehy, No.11-CV-04719 (CS), 2013 (S.D.N.Y. September 26, 2013)
- 7 判決文より。 <http://www.crisona.com/iplaw/cases/11-cv-04719.pdf>
- 8 Stern Electronics, Inc. v. Kaufman, 669 F.2d 852, 855 n.4 (2d Cir. 1982)
- 9 山本・前掲注4
- 10 Feist Pubs., Inc v. Rural Telephone Service Co., Inc., 499 U.S. 340, 345-346 (1991)
- 11 Meshwerks, Inc. v. Toyota Motor Sales, USA, Inc., 528 F.3d 1258 (10th Cir. 2008)
- 12 同判決文より。 <https://www.ca10.uscourts.gov/opinions/06/06-4222.pdf>
- 13 Ets-Hokin v. Sky Spirits, Inc., 323 F.3d 763, 765 (9th Cir. 2003)
- 14 選手等のパブリシティも禁止の根拠として考えられるが、本稿の主題から外れるため、ここでは論じない。
- 15 山本・前掲注4
- 16 Ringgold v. Black Entertainment Television Inc., 126 F.3d 70 (2nd Cir. 1997).
- 17 アメリカ連邦著作権法 107条。翻訳は山本・前掲注4。
- 18 Campbell v. Acuff-Rose Music, Inc., 510 U.S. 569 (1994)

19 Braian D. Wasson (2015) *Augmented Reality Law, Privacy, and Ethics* Massachusetts: Singress

20 前掲注 16.

21 LiveLike 社ホームページ <https://livelikevr.com/>