

CULTURE & ARTS BULLETIN

ディ・ウォーホル財団からライセンスを受け、2016年にプリンスが亡くなった際に出版した記念誌の表紙に、「Orange Prince」を使用しました。しかし、当該記念誌にゴールドスミスの名前はクレジットされず、また、出版社からゴールドスミスへの報酬が支払われることもありませんでした。

アメリカの著作権法においては、「Fair use」（フェアユース＝公正利用）という原則が存在し、批評やニュース報道など、一定の著作物の使用は著作権の侵害を構成しないことが定められています²。著作物の使用がフェアユースとして救済されるか否かは、①使用の目的及び性質（使用が商業性を有するか又は非営利の教育目的であるかを含む。）、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及び実質性、並びに④著作権のある著作物の潜在的市場又は価値に対する使用の影響の4つの要素を考慮して判断されることとなります。

特に、①の要素に関しては、著作物の使用がオリジナルの作品と異なる目的や性格（purpose or character）を持つかが問題となり、それが変容的（Transformative）なものであれば、この①の要素は満たされると考えられることとなります。そのため、アートの文脈において、ウォーホル以外にもジェフ・クーンズやリチャード・プリンスなどの著名な芸術家が、他者の著作物を使用して制作した作品について、それらが変容的であってフェアユースの法理により許容される著作物の使用といえるか否かが、これまでもたびたび争われてきました。

本件において、第一審の連邦地方裁判所は、「Orange Prince」が十分に変容的であることを認め、アンディ・ウォーホル財団による著作権侵害を認めませんでした。しかしながら、第二審の控訴裁判所は、上記4つの考慮要素の全てがゴールドスミスにとって有利であることを認め、同財団による著作権侵害を認定しました³。

そして、連邦最高裁判所は、控訴審の判断を支持し、「変容的」であると認められるか否かは程度の問題であることを強調し、ウォーホルのプリンス・シリーズに新たな表現、意味、メッセージが付与されていることは認めつつも、それによって著作物の使用が直ちに変容的であると認められるわけではないとの考えを示し、むしろ、アンディ・ウォーホル財団による出版物へのライセンス付与は、ゴールドスミスの写真と大部分で同じ目的を共有し、その使用の性質は商業的であって、同財団による出版社へのライセンス付与についてフェアユースの法理は適用されないと判断しました。

本判決は、フェアユースの法理によって認められる著作物の使用の範囲について、連邦最高裁判所が限定的な判断を示したものといえ、米国著作権法に関連する同種の場面における判断に際して、非常に重要な指針となるものといえそうです。

(高橋 悠)

² アメリカ著作権法 107 条

³ 連邦地方裁判所は「各プリンス・シリーズ作品は、プリンスの写真というよりも、「ウォーホル」として直ちに認識される」と述べフェアユースの法理の適用を認めましたが、控訴裁判所はこの第一審の判断について、「マーティン・スコセッシの最近の映画「アイリッシュマン」が明らかに「スコセッシ作品」であることは、彼が原作のライセンスを得る義務を免除するものではない」と述べて、これを排斥しています。

CULTURE & ARTS BULLETIN

2. ステマ規制が 10 月からスタート

実際は企業から依頼された広告であるにもかかわらず、それを隠してインターネット上の投稿等を行う、いわゆるステルスマーケティングに対する規制（ステマ規制）が、2023 年 10 月 1 日に施行されます⁴。10 月以降、「一般の消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」に該当するステマは、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景表法」といいます。）における禁止行為である不当表示（景表法 5 条 3 号）に該当するものとして、規制されることとなります。

消費者庁が公表した運用通達⁵によれば、「一般の消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」とは、事業者の表示であるにもかかわらず、そのことを明らかにしないこと等により、事業者の表示であることを判別することが困難となる表示をいいます。

規制対象となる「事業者の表示」には、事業者の従業員が行う表示のほか、事業者が一般の消費者やブローカー等の第三者に依頼して、SNS 上や口コミサイト上等に商品レビュー等を表示させる場合も含まれます。また、事業者が第三者に対して、ある内容の表示を行うよう明示的に依頼・指示していない場合であっても、第三者の表示内容について、客観的に事業者と第三者との間に第三者の自主的な意思による表示内容とは認められない関係性がある場合には、事業者が表示内容の決定に関与した表示と評価される点に留意が必要です。

＜第三者の自主的な意思による表示と認められない例＞

- ✓ 事業者がインフルエンサーに対して、SNS を通じて商品レビューをするように依頼をし、商品が無償提供したところ、当該インフルエンサーが事業者の方針や意向に沿った内容のレビューをした場合。
- ✓ 事業者がタレントに対して、商品の口コミをブログに投稿すれば今後同社の CM に起用することを客観的にほのめかす行動をとったところ、当該タレントが事業者の方針や意向に沿った内容の投稿をした場合。

＜第三者の自主的な意思による表示と認められる例＞

- ✓ EC サイトに出店する事業者が購入者に対して、当該 EC サイトのレビュー機能による投稿に対する謝礼として、次回割引クーポン等を配布する場合であっても、事業者と当該購入者との間で、当該購入者の投稿内容について情報のやり取りが直接又は間接的に一切行われていない場合。
- ✓ 事業者が不特定の第三者に対して試供品等の配布を行った結果、当該不特定の第三者が自主的な意思に基づく内容として SNS にレビューを投稿した場合。

⁴ 「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」の指定及び「『一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示』の運用基準」の公表について（消費者庁、https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms216_230328_01.pdf）

⁵ 「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」の運用基準（消費者庁、https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms216_230328_03.pdf）

CULTURE & ARTS BULLETIN

また、「一般消費者が当該表示であることを判別することが困難である」かどうかの判断は、一般消費者にとって事業者の表示であることが明瞭となっているかどうかを表示内容全体から判断することになります。

<一般消費者にとって事業者の表示であることが不明瞭である例>

- ✓ 文章の冒頭に「広告」と表示しているにもかかわらず、文中に「これは第三者として感想を記載しています。」と事業者の表示であるかどうか分かりにくい表示をする場合。
- ✓ 動画において事業者の表示である旨の記載をする際に、一般消費者が認識できないほど短い時間において当該事業者の表示であることを示す場合。
- ✓ SNS の投稿において、大量のハッシュタグを付した文章の記載の中に、「広告」等の当該事業者の表示である旨の表示を埋もれさせる場合。

<一般消費者にとって事業者の表示であることが明瞭である例>

- ✓ 「広告」、「宣伝」、「プロモーション」、「PR」といった文言による表示を明確に行う場合。
- ✓ 「A社から商品の提供を受けて投稿している」といったような文章による表示を行う場合。

消費者庁による調査の結果、ステマ規制の不当表示の違反が認められた場合には、一般消費者に与えた誤認の排除、再発防止策の実施、今後同様の違反行為を行わないことなどを命ずる措置命令を受けることとなります（景表法7条1項）。そして、当該措置命令に違反した場合には、2年以下の懲役または300万円以下の罰金に処せられます（景表法36条1項）。

YouTube や Instagram 等の SNS で活躍するタレントやインフルエンサーといった著名人の影響力は、ますます拡大していくことが見込まれます。そして、企業が当該著名人やその SNS の影響力を活用して商品やサービス売り出すことのメリットは大きく、今後も、様々な方法で当該著名人に広告を依頼するケースが増えていくものと考えます。ステマ規制は、企業広告と個人の私的な投稿が混在する場において、消費者による自主的で合理的な商品選択の可能性を確保するために、事業者による表現に一定の制限を加える重要な規制となることが予想されます。上述のとおり、ステマ規制違反には措置命令や罰則が定められているうえ、違反行為によるレピュテーションリスクも看過できないところ、（とりわけ BtoC ビジネスを展開する）企業は 2023 年 10 月までに当該規制に対応する準備を進めることが重要です。

（瀧山 侑莉花）

CULTURE & ARTS BULLETIN

3. 同性婚訴訟、全国5地裁の第一審判決

2019年、同性婚を認めていない現行制度は憲法に反するとして、婚姻届が受理されなかった日本国内の複数の同性カップルが国に損害賠償を求める訴訟（「結婚の自由をすべての人に」訴訟）が全国5地裁で提起されました。

この度、2023年5月30日に名古屋地裁判決、同年6月8日に福岡地裁判決が出たことで、全国5地裁の第一審判決が出揃いました。損害賠償請求はいずれも棄却していますが、違憲性については大阪地裁が「合憲」、東京地裁・福岡地裁が「違憲状態」、札幌地裁・名古屋地裁が「違憲」と判断が分かれています。

2021年3月17日、最初の判決となった札幌地裁は、「異性愛者と同性愛者の違いは、人の意思によって選択・変更し得ない性的指向の差異でしかなく、いかなる性的指向を有する者であっても、享有し得る法的利益に差異はないといわなければならない。そうであるにもかかわらず、…同性愛者に対しては、婚姻によって生じる法的効果の一部ですらもこれを享受する法的手段が提供されていない」として、異性愛者と同性愛者の区別取扱いは「合理的根拠を欠く差別取扱い」に当たり、憲法14条1項に違反すると判示しました。

続く大阪地裁は、2022年6月20日、「憲法24条1項は『両性』、『夫婦』という文言を用いており、異性間の婚姻を前提とするもの」とし、憲法14条1項についても、同性愛者と異性愛者との間に存在する享受し得る利益の差異は、「婚姻類似の制度やその他の個別的な立法上の手当てをすることによって更に緩和することも可能である」などとし、憲法違反はないと判断しました。

2022年11月30日、東京地裁は、法制度の構築は第一次的には立法府の立法裁量に委ねられているとして、同性間の婚姻を認めていない諸規定が憲法に違反するとはいえないとしながらも、「現行法上、同性愛者についてパートナーと家族になるための法制度が存在しないことは、同性愛者の人格的生存に対する重大な脅威、障害であり、個人の尊厳に照らして合理的な理由があるとはいえず、憲法24条2項に違反する状態にある」という考え方を示しました。

そして、2023年5月30日の名古屋地裁判決では、多くの自治体が登録パートナーシップ制度を導入している現状などを踏まえ、「家族の形態として、男女の結合関係を中核とした伝統的な家族観は唯一絶対のものであるというわけではなくなり、…わが国でも同性カップルに対する理解が進み、これを承認しようとする傾向が加速している」と指摘しました。その上で、「同性愛者を法律婚制度の利用から排除することで、大きな格差を生じさせていながら、その格差に対して何ら手当てがなされていないことについて合理性が揺らいできているといわざるを得ず、もはや無視できない状況に至っている」と述べました。そして、同性間の婚姻を認めていない民法及び戸籍法の諸規定につき、「同性カップルに対して、その関係を国の制度によって公証し、その関係を保護するのにふさわしい効果を付与するための枠組みすら与えていない」などとして、憲法24条2項に違反するという判断を示しました。さらに、「性的指向という、ほとんどの場合、生来的なもので、本人にとっては自ら選択ないし修正する

CULTURE & ARTS BULLETIN

おり、料金は一般的なシネコンの鑑賞料の2~3倍以上である。

筆者も”プレミアム”な映画体験を味わいに、先日同映画館に足を運んだ。上映開始前に過ごすロビーには高級ホテルのロビーのような洗練された空間にゆったりとしたソファが置かれ、それだけでもラグジュアリーな気分になる。料金には、ウィルカムコンセッション（ポップコーンと飲み物のセット）が含まれており、映画館定番のポップコーンと飲み物を片手に映画を楽しめる。シアターの座席は一般的なシネコンの約2倍の大きさのゆとりのあるシートで、疲れを感じることなく映画に集中できる。また、音響設備は故坂本龍一氏が監修し、上質な音響環境で鑑賞することも作品に没入できることの重要なポイントである。

だが、なぜ今、一般的なシネコンの料金の2~3倍以上もの高級路線の映画館が新たにできたのだろうか。本号のコラムでは、映画館と映画鑑賞の文化史をたどりながら、昨今の映画鑑賞の在り方について筆者なりに考察したい。

米国で映画をスクリーンで観ることができるようになったのは、主に中産階級向けに歌やダンス、奇術などのプログラムを行っていたヴォードヴィル劇場に、投影式キネトスコープが導入されるようになった1896年頃である。この頃は、まだトーキー技術が発展していなかったため、サイレント（無声）映画の上映に合わせて生伴奏をするプログラムであった。

1905年頃になると、店頭の劇場で朝から晩まで映画を間断なく上映する興行形態が生まれ、より安価な入場料（基本的にはニッケル硬貨1枚=5セント）で入場できたことから「ニッケルオデオン」と呼ばれる劇場が席卷した。ニッケルオデオンはそれまでなかった常設映画館としての役割を果たし、5年の間に全米の映画館数は1万館以上にものぼった。こうして米国では未曾有の映画ブームが巻き起こった。サイレント映画中期には、映画の長編化に伴い、場面を説明したり、時には台詞を喋る「説明者」が登場した。

1910年代に入ると、ニッケルオデオンは過当競争となり衰退し、ヴォードヴィル劇場や一般の劇場が実質的な映画館として機能した。ニッケルオデオンのブームが去っていく中、1915年頃からは巨大映画館ピクチュア・パレス（映画宮殿）が建設され、1920年代にかけて建設ラッシュが到来する。ピクチュア・パレスは、ニッケルオデオンの10倍もの収容人数を有し、建物は贅を尽くした装飾で彩られている。入場料も、ニッケルオデオンの5~40倍と高額だった。この頃は、まだサイレント映画の時代であったため、館内には巨大オルガンなど豪華な音楽設備が設置された。

1930年代に入ると、トーキー（発声）映画の技術が導入され、ピクチュア・パレスの音楽設備は無用の長物となった。また、大恐慌が重なり、入場料を引き下げざるを得ず、次第に中規模のトーキー映画館に取って代わられていく。

サイレント映画の時代には、興行形態や映画館の規模、入場料は区々であるものの、音楽演奏や「説明者」が台詞を喋るなど、実演性・体験性の高いプログラムであったという点で共通する。

これに対し、トーキー映画が主流となると、上映に合わせた音楽演奏も「説明者」も映画館から姿を消し、実演性・体験性の要素を排除した再現性の高いプログラム

CULTURE & ARTS BULLETIN

へと移行していった。

その後、1950年代頃には駐車場などに設置された巨大スクリーンに投影された映画を車の中から観るドライブ・イン・シアターが黄金期を迎える。1960年代にはテレビの普及により、映画館入場者数が激減し、作品の製作本数も減少した。1980年代頃からは、作品一本ごとの収益を上げるため、一本ごとの製作・予算を集中させ、シネマ・コンプレックスで効率的に上映するという興行形態が主流となっていく。技術革新により音響環境が格段に向上することにより、再現性はより高まる一方、シネマ・コンプレックスでは全国同時上映が可能となり、空間としての均質化が進み、体験性は失われていくこととなった。

ここまで映画館の歴史を辿ってきたが、テレビの普及以降、映画は映画館だけでなく、自宅でも観ることができるようになった。テレビ放映、HDD、DVD、Blu-rayなど映画館以外の鑑賞媒体が広がり、昨今は新型コロナウイルスの流行による巣籠もりの影響もあり、サブスクリプションによる映画のネット配信サービスが主要な鑑賞媒体になりつつある。

ネット配信サービスでの映画鑑賞は、場所的制約からも時間的制約からも完全に解放され、好きな時に好きな場所で映画を観ることができるようになった。他方で、ネット配信サービスでは、通勤中にスマートフォンで映画を観ることもでき、映画を観るという行為は日常の行為の一部となりつつある。また、映画を一時停止して区切って観たり、倍速で観たりした経験がある人も多いようであり、製作者の意図しない中断やスピードで鑑賞するという意味では作品の再現性が低下するともいえる。

ここで、冒頭の全席プレミアムシートの映画館の話に戻りたい。なぜ、低価格で好きな時に好きな場所で映画を観ることができる時代に、ピクチャ・パレスを彷彿とさせるような高級路線の映画館が新たにできたのか。それは、映画鑑賞という行為自体が、日常に入り込み、体験性・再現性が低下しつつあるからこそ、上質な音響環境で高い再現性を維持しつつ、映画鑑賞の前後の過ごし方、空間作りも含めて体験性の高い、非日常の鑑賞体験を提供することに価値が見出されるからだと思われる。

もちろん、多様な鑑賞の在り方があって良く、どちらが良い悪いという話ではないが、映画館での鑑賞体験も大事にしたいと思う。

(佐藤 真澄)

CULTURE & ARTS BULLETIN

【編集後記】

- ◇ 先月広島で開催された G7 サミットの首脳声明には、ジェンダーに関する項目が設けられ、「あらゆる人々が性自認、性表現あるいは性的指向に関係なく、暴力や差別を受けることなく生き生きとした人生を享受できる社会を実現する」ことが明記されました。また、6月16日には、LGBT 理解増進法案（LGBT 法案）が可決・成立し、本号のトピックでとり上げた同性婚訴訟に関する判決だけでなく、社会ではますます LGBTQ の問題に対する関心が高まりを見せています。関心の程度や捉え方は人それぞれですが、いずれにせよ当事者を含め全ての国民が憲法上の権利を平等に享受することができ、多様性を受容することのできる寛容な社会への発展が望まれます。
- ◇ 森・濱田松本法律事務所 文化芸術プラクティスグループでは、皆さまのご意見等をお待ちしております。CULTURE & ARTS BULLETIN / MHM Culture & Arts Journal への掲載内容へのご質問のほか、誌面への感想、取り上げてもらいたいテーマ等のご要望も大歓迎です。

（編集担当：小田 大輔、野々口 華子）