

文化財動画を YouTube で公開する際の注意点

矢内一正（一橋大学大学院）

Things to Consider When Releasing Videos About Cultural Resources on YouTube

Yanai Kazumasa (Hitotsubashi University, Graduate School of Law)

- ・文化財動画／Cultural resource videos
- ・ユーチューブ／YouTube
- ・著作権／Copyright
- ・フェア・ユース／Fair use
- ・プライバシー／Privacy
- ・侵害排除／Enforcement

1. はじめに

(1) 想定する読者

本稿の対象とする読者は、国または地方自治体等において文化財関連事業に従事する職業人のうち、自ら「文化財動画」を制作し、これを YouTube にて公開しようとする者である。筆者は、民間企業（東宝株式会社および株式会社 TBS テレビ）においてコンテンツの制作やその利活用（違法動画対策を含む）に関する実務経験を積んできた者だが、本稿では、YouTube の利用規約の内容を点検しつつ、「これをしてはいけない」とか「これはダメ」ではなくて、筆者の経験も踏まえながら、「これは大丈夫」とか「ここまで OK」を差支えない範囲で述べたいと思う。そして、それについて若干のコメントを添えたいと思う。

(2) コロナ禍と動画配信

2021年1月現在、我が国の各劇場では、新型コロナウイルスの感染拡大を防止するために、全国公立文化施設協会（公文協）の「劇場、音楽堂等における新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドライン」¹⁾を受容するかたちで、引き続き「収容人数の50%以下」といった入場制限が行われている。しかし、これではビジネスとして成立しない（公演単体で黒字化するのは難しい）ので、その50%の空席分を「配信」で補おうとする動きが活発化している。インターネットの世界はボーダレスであり、いきな

り海外に展開することもできるので、むしろ「配信」に勝機を見出そうとする興行主も多いが²⁾、これまであまり経験のなかったことだけに、そのプラットフォームの選定や権利処理の仕方に右往左往しているというのがライブエンタテインメント業界の内幕である。

各地の文化財関連施設においても、同様に、減少した来場者に対する情報発信を補うことを目的として、各施設の取り扱う文化財を紹介したり、その文化的意義を解説したり、さらには発掘調査の様子を紹介したりする動画（以下「文化財動画」）を制作し、これを YouTube 上で「配信」しようとする動きが活発化している。奈良文化財研究所が文化庁と共同で開発した「文化財動画ライブラリー」は、散在する文化財動画の閲覧の便を図るために、全国遺跡報告総覧と YouTube を連携させたものであるが³⁾、このようなプラットフォームが開発されたことも、コロナ禍でそのような動きが活発化していることの傍証といえよう。

2. YouTube の利用規約を読む

(1) 規約の変更

早速だが、ふだん読み飛ばしがちな YouTube の利用規約（以下「本規約」）を読んでみよう。これから読み進めるものは、YouTube（正確には Google LLC）が2019年12月10日付で更新した日本語のテキスト⁴⁾だが、必要に応じて英語の原典も点検する。

なお、2021年1月現在、米国版の改定作業が進められており、それを反映させるかたちで2021年半ばに日本版も改定されることが予定されているが⁵⁾、筆者が見る限り、文化財動画を取り扱うあなたにはほとんど影響がなさそうだ。その後も随時変更されることはあるだろうが、本規約の末尾に「(…) 重要な変更を加える場合は合理的な事前の通知を行い、変更点を確認する機会を提供します」とあるので、いきなり大幅な変更が加えられることはないし、「適及的には適用されません」ともあるので、もしあなたに関する変更があったとしても、その変更前にしたことについて事後的に本規約違反とみなされることはないだろう。

(2) 本契約の範囲

本規約を斜め読みすると、途中から「本契約をよくお読みになり」だとか「お客様は、本契約および適用される法律を遵守する限り、本サービスにアクセスして利用できます」というように、「本規約」から「本契約」に変化していることに気づくだろう。「本契約」の定義については、文中に「本サービスの利用には、本規約、YouTube コミュニティガイドラインおよびポリシー、セキュリティ、著作権のポリシー（以下、あわせて「本契約」）が適用されます」とあるが、意味が取りづらい。英語の原典を確認すると“Your use of the Service is subject to these terms, the YouTube Community Guidelines and the Policy, Safety and Copyright Policies (together, the “Agreement”).”と書かれており、be subject toの目的語がA, B and (a, b and c) という構造になっていることがわかる。すなわち、①本規約 (these terms)、②コミュニティガイドライン (the YouTube Community Guidelines)、③各種ポリシー (the Policy, Safety and Copyright Policies) の3つから成るものが本契約 (the Agreement) である。そうすると、あなたがYouTube にアクセスして利用するにあたっては、基本的にはこの3つと「適用される法律」を遵守する必要がある。

(3) コミュニティガイドライン

コミュニティガイドラインのページ⁶⁾に飛んでみると、まずその概要が示される。そこには「このガイドラインでは、YouTubeで許可されること、禁止されることが定められており、動画、コメント、リンク、サムネイルなど YouTube プラットフォーム上のあらゆる種類のコンテンツに適用されます」という案内文に続けて、図1のように、「スパムと欺瞞行為」「デリケートなコンテンツ」「暴力的または危険なコンテンツ」「規制品」といったテーマ別にページが階層化されている。例えば、「ヘイトスピーチ」のページを開いてみると、「YouTube はヘイトスピーチを容認しません。次のいずれかの特性に基づいて個人や集団に対する暴力や差別を助長するコンテンツは削除されます」「年齢、カースト、障がい、民族、性同一性や性表現、国籍、人種 (…)」というようなことが書かれている。このように、文化財動画を取り扱うあなたにはおよそ関係のない常識的なことが延々と記されているのだが、少し関係しそうなものが、「暴力的で生々しいコンテンツ」と「その他ポリシー」の2つである。念のため点検しておこう。



図1 YouTube コミュニティガイドライン

まず、前者（暴力的で生々しいコンテンツ）は、「下記の説明のいずれかに該当するコンテンツは、YouTube に投稿しないでください」としたうえで、その具体例として、「(…) 死体 (…) などを含み、視聴者に衝撃や不快感を与えることを目的とする映像、音声、画像」「手足の切断などの大怪我を負った

死体の映像」を挙げている。だとすると、例えば、地域の遺跡から出土した人骨を紹介する文化財動画を YouTube で公開する際には、その紹介の仕方が視聴者に衝撃や不快感を与えるものになっていないか事前に確認が必要である（ふつうに紹介していればまったく問題ない）。

後者（その他ポリシー）には、次のような毛色の異なる内容が記されている。「(…) 長期間使用されていないことが判明したアカウントは、通知なく YouTube に返還される場合があります。使用されていないと判断されるのは、次のような場合です」[6か月以上、サイトにログインしていない／動画コンテンツを一度もアップロードしていない／動画やチャンネルを積極的に閲覧したり、コメントしたりしていない]。つまり、あなたが6か月以上ログインせず、その YouTube アカウントが休眠状態だとみなされた場合には、いきなりアカウントが停止したりする。そうすると非常に不格好なので、あなたが退職するときや、しばらく公開の予定がないときは、放置されないよう注意したい。

なお、コミュニティガイドラインに初めて違反した場合には、1 回限りの「警告」を受けることになる。その後は、いわゆる「3 ストライク」制になっており、3 回目のストライク（ガイドライン違反）を受けると、チャンネルが削除される。逆に言うと、万一何らかのミスでストライクを受けたとしても、3 回までは大丈夫である。

(4) 各種ポリシー

次は、各種ポリシーのページ⁷⁾ である。ここで重要なのは、ずばり「著作権」と「プライバシー」である。コミュニティガイドラインに違反していても、他人のプライバシー等を侵害する内容であれば、動画が削除され、アカウントが停止したりする。YouTube の「これは大丈夫」とか「ここまで OK」を検討するうえでも肝になるところなので、これらについては後で詳述する。

「著作権」と「プライバシー」以外で実務上よく相談を受けるのが「商標」である。例えば、考古学

者へのインタビューの様子を撮影した際に、彼／彼女の着衣に有名ブランドのロゴが表示されていたとする。そのロゴはおそらく商標登録されているが、このインタビュー動画を YouTube で公開することは、有名ブランドの商標権を侵害するだろうか。この点、YouTube は「商標」のページ⁸⁾ で「YouTube は、クリエイターと商標権所有者との間の商標権に関する争議を仲裁する立場にはないことをご理解ください」などと投げやりな態度を示し、直接話し合うことを強く推奨している。つまり、有名ブランドからクレームを受ける可能性があるわけで、これを回避するためには、いちいちロゴの部分を変フォーカスするなどの対応をしなければならないのだろうか。

私たちがなぜ「Dior」とか「HERMES」といった有名ブランドの衣服を買うのかというと、それが「Dior」とか「HERMES」の商品だからである。語弊を恐れずに言えば、「商標」とは、「これは Dior の商品である」を示す文字やロゴ等のことであり、商標法は、他人が勝手にそのような文字やロゴ等（特許庁に登録のあるもの）を使用して偽物の Dior の商品を販売したりすることを禁止する法律である。大雑把にこのような理解で良い。そうすると、考古学者の着衣に有名ブランドのロゴが表示されている動画をあなたが YouTube で公開したとしても、その衣服を販売したりするものではないので、およそ商標権を侵害するようなことにはならない。文化財動画の画面に偶然現れる他人の商標については、いずれも同じように考えて良い。すなわち、デフォーカスなどの対応は不要である。あまり神経質になる必要はない。

(5) 本規約

本規約の話に戻ろう。

しかし、なんとも全体的に読みにくい日本語になっている。おそらく英語を逐語的に（あるいは Google 翻訳で？）和訳したものだからである。それが如実に現れているのが末尾の「本規約において、「含みます」または「含まれる^{ママ}ます」とは、「含みま

すむが、それらに限定されません」という意味です」^{ママ}という一文だ。英文契約の実務に慣れている人であれば、文中で“include”や“including”と書いてあったとしても、それは“include without limitation”や“including but not limited to”の意味だ（限定列挙ではなく例示列挙である）と言いたいのであろうことが理解できるが、そうでない人には意味不明だ。逆に、原典の英語は比較的静謐な文章になっているので、意味の取りづらいつ箇所は原典に当たるのがよい。

面白い取決めとして、「本サービス上で、または本サービスを通して、YouTube コンテストのポリシーとガイドラインに従っていないコンテンツを実施してはならない」というのがある。反対解釈すれば、「YouTube コンテストのポリシーとガイドラインに従えば、YouTube 上でコンテンツを実施してもよい」である。さっそくこの「YouTube コンテストのポリシーとガイドライン」⁹⁾を開いてみると、意外とあっさりとした内容で、YouTube のプライバシーポリシーと「本契約」を遵守するほか、賞金の金額等や「YouTube がコンテンツのスポンサーではないこと」を定めた「公式ルール」とコンテンツ用の「プライバシーポリシー」を制定すれば、YouTube 上でコンテンツを開催してよいと謳っている。

最も重要な取決めは、末尾の「準拠法」である。日本版では次のとおり記されている。「本規約または本サービスに起因または関連して生じるすべての申し立てについては、カリフォルニア州法が適用されるものとし（ただしカリフォルニア州の抵触法の規則を除く）、米国カリフォルニア州サンタクララ郡の連邦裁判所または州裁判所においてのみ訴訟を起すことができます。お客様と YouTube はこれらの裁判所の対人管轄権に同意するものとします」。すなわち、準拠法は米国カリフォルニア州法で、管轄裁判所は米国カリフォルニア州サンタクララ郡の連邦裁判所または州裁判所である。

3. フェア・ユースの法理

(1) 準拠法

あまり語られないことだが、YouTube を規律する法律は、米国カリフォルニア州法なのである。つまり、YouTube 上の著作権とプライバシーに関する問題を考えるにあたっては、米国著作権法（連邦法）と米国カリフォルニア州法に照らして検討する必要がある。

(2) 米国著作権法

米国は、1989年に著作者人格権の保護を要求するベルヌ条約に加盟したが、翌1990年に制定した視覚芸術家権利法（Visual Artists Rights Act）により、視覚芸術著作物（work of visual art）の著作者にしか著作者人格権を認めていない。この視覚芸術著作物には、1点物の絵画、デッサン、版画、彫刻または写真等が含まれるが、映画や音楽や脚本はこれに含まれず、職務著作物も明示的に除外されている（米国著作権法101条A）。さらに、著作隣接権制度が存在しないなど、我が国の著作権法とは異なる部分が多いが、最大の相違点はフェア・ユース（fair use）の存在である。

(3) フェア・ユース

我が国の著作権法は、複製、上演、演奏、上映、公衆送信、頒布、譲渡、貸与、翻案といった利用行為を定め、たうえで、著作権者の許諾を得ることなくこれらの利用行為をすることを禁止している。しかし、例えば、私的使用（著作権法30条）、図書館等における複製（同法31条）、教科用図書等への掲載（同法33条）、時事の事件の報道のための利用（同法41条）など、あらかじめ定められた例外的な場面では、その禁止権が及ばない（著作権が制限される）という建付けになっている。

一方の米国著作権法は、その例外的な場面を一般的に定める規定（一般的な権利制限規定）を置いているのである。これがフェア・ユース（fair use）の法理である。具体的には、米国著作権法107条に定められる次の4つの要素により判断されることとな

表1 フェア・ユースの4つの判断要素

No.	判断要素
1	利用の目的と特性（その利用が、商用か非営利の教育目的かなど）
2	著作物の性質
3	著作権で保護されている作品全体の利用割合と、利用部分の本質性
4	著作物の潜在的市場または価値に対する使用の影響

る。すなわち、①使用の目的および性格（使用が商業性を有するかまたは非営利的教育目的かを含む）、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係における使用された部分の量および実質性、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である¹⁰⁾。

これが何に関係してくるのかというと、例えば、あなたの制作した文化財動画に他人の著作物（応接間の掛け軸とか街中で流れる音楽など）が写り込んでいたとする。その文化財動画をYouTubeで公開することが著作権を侵害するか否かについては、雪月花事件¹¹⁾や著作権法30条の2（付随対象著作物の利用）ではなく、まずはこの4つの判断要素から検討することになるのである。そうすると、私見ながら、あなたが制作するような性質の文化財動画については、概ね非侵害という結論が導かれるように思う。YouTubeは、動画付きの詳細なフェア・ユースガイドライン等も公表しているが¹²⁾、そちらも非常に参考になる。

4. プライバシーの保護

(1) カリフォルニア州での発展

米国で「プライバシーの権利」という概念と、これを保護すべきであるという主張が登場したのは、1890年にハーバード・ローレビューに掲載されたウォーレンとブランドイズの共著「プライバシーの権利」であるとされる¹³⁾。彼らの主張に対して、ニューヨーク州の裁判所は「プライバシーの権利」の存在を否定したが、州議会はプライバシー保護法を制定した¹⁴⁾。一方のカリフォルニア州では、控訴裁判所が1931年に「プライバシーの権利」は合衆国憲法およびカリフォルニア州憲法によって保障されている「幸福追求の権利」の一部である」との判決を

下している¹⁵⁾。このように、米国におけるプライバシー権の発展は、州ごとに異なり、一様ではなかったが、カリフォルニア州では、主にコモン・ローの領域で発展をしていった。直近では、2018年6月に制定され、2020年1月に施行されたカリフォルニア州消費者プライバシー法（CCPA）が記憶に新しいが、カリフォルニア州は米国の中でもプライバシーの保護に厳格な州であるとされる。

(2) YouTube上のプライバシー侵害

そのためか、YouTube（Google LLCの本社はカリフォルニア州サンタクララ郡内に所在する）におけるプライバシーの保護も手厚いものになっている。プライバシーを侵害された者は、「プライバシー侵害の申し立て手続き」というページ¹⁶⁾から動画の削除を申請することができる。YouTubeは、この申し立てを受けた際に考慮する要素について、「顔写真、音声、フルネーム、政府発行の個人番号、銀行口座番号、連絡先情報（例：自宅の住所、メールアドレス）など、個人を一意に特定できるコンテンツは削除の対象となります。また、プライバシー違反として削除の判断をする際には、公共性や報道価値なども考慮されます」と述べている。なお、「一意に特定できる」とは「他人が個人を特定するのに十分な情報が動画に含まれていることを意味します。単に動画に写っている個人が確認できるだけでは、一意に特定できるとは見なされませんので注意してください。たとえば、下の名前だけで他の情報が含まれない場合や、チラッと映っているだけでは、一意に特定できるとは言えません」とのことである。

したがって、あなたの制作した文化財動画に地域住民がチラッと映っていたり、「鈴木さんが」「山田さんは」というような会話が合ったとしても、あるいは表札が写り込んでいたとしても、さして気にす

る必要はない。発掘調査の現地説明会等に訪れた市民の顔が写りこんでいたとしても、通常その顔から彼／彼女の住所・メールアドレス等がわかることはなく、公共性も高いので、映像の中でフルネーム・住所・メールアドレス等を無断で明らかにしていない限り、YouTube 上でのプライバシー侵害には当たらない。また、かりに「甲野太郎さんは××市の下町のご出身で、18歳の時にこの村に越してきて、郵便局のとなりにお住まいでした」というような発言があったとしても、甲野太郎が故人であれば、プライバシー侵害の申立てができるのは生存する本人（またはその法定代理人）だけなので、まず問題はないだろう。

5. おわりに

あなたが文化財動画を YouTube 上で公開するにあたっては、以上までのようなことのほか、既成楽曲を使用することも最後に付言しておきたい。YouTube と JASRAC、YouTube と NexTone との間には、それぞれ包括契約（プランケット・ライセンス）が存在する。すなわち、JASRAC と NexTone が管理する既成楽曲については、YouTube がその著作権使用料を支払っているため、基本的には自由に使用することができるのである。ただし、この包括契約でカバーされているのは、JASRAC と NexTone が管理する既成楽曲の作詞・作曲（著作権）の部分であることに注意が必要だ。実演家の権利やレコード製作者の権利（著作隣接権）は、カバーされていない。したがって、市販・配信されている既成楽曲の音源（カラオケ音源を含む）を使用することは NG であるが、例えば、地元出身の歌手の歌を中学生が合唱したものや、あなたがピアノの弾き語りで歌ったものを使用することは OK である¹⁷⁾。もっとも洋楽（外国曲）については、いわゆる「シンクロ権」（Synchronization Rights、その楽曲を映像に同期させて使用する権利）の処理が別途必要になるので、基本的に使用は NG である。その他注意点は JASRAC が公表している「YouTube 等の

動画投稿サービスでの音楽利用について」と題する文書¹⁸⁾をご確認いただきたいが、まとめると、ビートルズの合唱やボブ・ディランの弾き語りは NG だが、AKB48 の合唱や井上陽水の弾き語りは OK だという整理になる。

なお、YouTube には「コンテンツ ID」というプログラムが存在し、フィンガープリントの技術で自らのコンテンツ（映像・音声）と一致する動画をたちどころに捕捉することができるようになっている（これをすり抜けるために、額縁のような枠を付けた動画とか画角やピッチを変えた動画が YouTube 上に大量に違法アップロードされているのは、お気づきのとおりだが、フィンガープリントの技術も日々進化を遂げており、このような枠付き動画もずいぶん捕捉されるようになってきている）。放送局や映画会社やレコード会社といったコンテンツホルダーは、この「コンテンツ ID」を用いて YouTube 上の違法動画を検知している。検知したものは、①収益化、②ブロック、③追跡のいずれかのポリシーを選択できるようになっており、多くの場合は②が選択され、アップロードと同時にブロックがかかる仕組みになっている。現在の YouTube の運用上あなたが「コンテンツ ID」を取得することは難しいかもしれないが、これの簡易的な仕組みである「コピーライトマッチツール」なども存在する。今回のコロナ禍を機に、文化財動画の配信本数は増加しそうだが、その一方で違法動画対策を怠ってしまうと、いつの間にかあなたの文化財動画が YouTube 上で他人のものになってしまうこともあり得る。上述した枠付き動画などは、まさに他人が「自分のものだ」としてアップロードし、再生回数に応じた収益を得ているのである。転ばぬ先の杖、早めに対策を講じることをお勧めする次第である。

【注】

- 1) 公益社団法人全国公立文化施設協会「劇場、音楽堂等における新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドライン」（全国劇場・音楽堂等総合情報サイト内、

- 2020年9月)〈https://www.zenkoubun.jp/covid_19/files/0918covid_19.pdf〉(2021年2月8日最終閲覧)
- 2) 定塚遼「ライブが出来ないどうする コロナ禍の対応 主催3社長に聞く」朝日新聞朝刊東京本社版 2020年12月20日、25面
 - 3) 奈良文化財研究所文化財情報研究室「文化財動画ライブラリーの公開について」2020年8月25日(<http://hdl.handle.net/11177/7811>, 2021年2月8日最終閲覧)
 - 4) YouTube「利用規約」(YouTube サイト内、2019年12月)〈<https://www.youtube.com/static?template=terms&hl=ja&gl=JP>〉(2021年2月8日最終閲覧)
 - 5) Updates to YouTube's Terms of Service by the YouTube Team, Nov. 18, 2020
<https://blog.youtube/news-and-events/updates-to-youtubes-terms-of-service/>, last visited Feb. 8, 2021
 - 6) YouTube「コミュニティガイドライン」(YouTube サイト内)〈<https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/>〉(2021年2月8日最終閲覧)
 - 7) YouTube「ポリシー、セキュリティ、著作権」(YouTube サイト内)〈<https://support.google.com/youtube/topic/9223153>〉(2021年2月8日最終閲覧)
 - 8) YouTube「商標」(YouTube サイト内)〈https://support.google.com/youtube/answer/6154218?hl=ja&ref_topic=6154211〉(2021年2月8日最終閲覧)
 - 9) YouTube「YouTube コンテスタのポリシーとガイドライン」(YouTube サイト内)〈<https://support.google.com/youtube/answer/1620498>〉(2021年2月8日最終閲覧)
 - 10) 山本隆司編著・奥邨弘司著『フェア・ユースの考え方』25頁(太田出版、2010年)
 - 11) 東京高判平成14年2月18日判時1786号136頁
 - 12) YouTube「YouTubeでのフェア・ユース」(YouTube サイト内)〈https://support.google.com/youtube/answer/9783148?hl=ja&ref_topic=2778546〉(2021年2月8日最終閲覧)
 - 13) 戎能道孝=伊藤正己編著『プライバシー研究』87頁〔戎能道孝〕(日本評論新社、1962年)
 - 14) 茶園成樹「パブリシティ権の現状と課題」コピライト708号2頁、4頁(著作権情報センター、2020年)
 - 15) 戎能=伊藤編著・前掲注(13)89頁〔伊藤正己〕
 - 16) YouTube「プライバシー侵害の申し立て手続き」(YouTube サイト内)〈<https://support.google.com/youtube/answer/142443?hl=ja>〉(2021年2月8日最終閲覧)
 - 17) 一般社団法人日本音楽著作権協会「動画投稿(共有)サイトでの音楽利用」(JASRAC サイト内)〈<https://www.jasrac.or.jp/info/network/pickup/movie.html>〉(2021年2月8日最終閲覧) 参照
 - 18) 一般社団法人日本音楽著作権協会「YouTube等の動画投稿サービスでの音楽利用について」(JASRAC サイト内、2020年9月)〈<https://www.jasrac.or.jp/news/20/interactive.html>〉(2021年2月8日最終閲覧)