

# アメリカにおける音声の法的保護に関する一考察

## Analysis on the Legal Protection of Human Voice in the U.S.

安藤 和宏\*  
ANDO Kazuhiro

### 【抄録】

近年、AI技術の急速な発展により、有名人の声を模倣した合成音声が無断で生成・利用される事例が世界中に広がっている。アメリカでは、音声自体は著作権法の保護対象とならないため、録音物の著作権、パブリシティ権、ランナム法等を通じて、音声の保護が図られている。

著作権法では、生成AIの学習目的で著作物を複製する行為がフェア・ユースに該当するかが重要な争点となっている。2025年に公表された著作権局の報告書では、学習目的の使用は、多くの場合、変容的と評価されうることから、フェア・ユースの判断においてAI企業に有利に働く可能性が高いと指摘している。これと軌を一にするように、2025年6月にはアンソロピックおよびメタといったAI企業が被告となった訴訟で、生成AIに学習させる目的で既存の著作物を複製する行為は、高度に変容的であるとして、フェア・ユースを認める判決が相次いで下された。

他方、パブリシティ権は有名人の声を保護しうる重要な手段であり、Midler v. Ford Motor Co.では、声の模倣がアイデンティティーの不正使用と評価された。さらに、2024年に制定されたテネシー州のELVIS法は、AIによる声の不正使用に対し、レコード会社にも訴権を認める等、より積極的な保護を図っている。加えて、ランナム法による声の保護も有効な手段である。Waits v. Frito-Lay, Inc.では、有名人が持つ独特の歌声を模倣したコマーシャルを放送する行為は、不正使用と虚偽の推奨に該当し、法的責任に問われうることを明確にした。

なお、声の法的保護に係る立法においては、表現の自由との調整を図ることが重要であり、アメリカで採用されているロジャーズ・テスト等の判断基準は立法政策上の参考になる。日本においては、生成AIが引き起こす法的問題への政府の対応は緩慢であり、AI時代に適応した音声保護の制度設計が急務である。

## I. はじめに

2023年7月、人気アニメ「名探偵コナン」の主人公・江戸川コナンの「声」と称した、アニメとまったく関係のない流行曲の動画が動画共有アプリ「TikTok」等に投稿された。この動画は、AIによって生成された合成音声を使用して

作成されたものであった。コナン役を演じている声優の高山みなみの所属事務所「81プロデューズ」によると、音声の使用は一切許可していないという。このように、ユーザーが有名なアーティストや声優、タレントの音声を生成AIに学習させ、本人そっくりの歌声で楽曲を歌唱させた動画をTikTokやYouTubeに投稿したり、

\* 東洋大学法学部 教授  
Professor, Department of Law, Toyo University

Spotify や Apple Music を通じて配信したりする事例は、枚挙に暇がない。この現象は日本だけでなく、世界中で起きている。

アメリカでは、2023年4月4日に TikTok ユーザーの Ghostwriter977 が Spotify や Apple Music, YouTube 等で公開した「Heart on My Sleeve」<sup>1)</sup> という曲が物議を醸し出した。なぜなら、この曲を聴いた多くのリスナーは、カナダ人アーティストである Drake (本名: Aubrey Drake Graham) と The Weeknd (本名: Abel Makkonen Tesfaye) が歌唱した新曲であると思い込み、瞬く間に SNS 上で拡散された結果、短期間で数百万回という再生回数を叩き出したからである。しかし、実際には彼らはこの曲を歌唱しておらず、AI 音声合成ソフトで生成された合成音声で使用されていた。

この事態を問題視した Drake と The Weeknd の所属レコード会社であるユニバーサル・ミュージック・グループは、「Heart on My Sleeve」の冒頭に、音楽プロデューサーの Metro Boomin のプロデューサー・タグ<sup>2)</sup>である「If Young Metro don't trust you, I'm gon' shoot you」という短い音声フレーズが含まれていたことを根拠に、当該フレーズの著作権侵害を主張し、Spotify や Apple Music, YouTube 等のプラットフォームに対して、DMCA に基づく削除要請を行った<sup>3)</sup>。その結果、「Heart on My Sleeve」はすべての主要な配信サイトから削除された。

この楽曲は TikTok ユーザーの Ghostwriter977 によって新たに創作されたものであるため、ユニバーサル・ミュージック・グループは楽曲や録音物の著作権侵害を主張することはできなかった。したがって、プロデューサー・タグは、結果としてユニバーサル・ミュージック・グループに有利な展開をもたらした極めて幸運な偶

発的要因であったといえるだろう。換言すると、有名人の声を模倣した合成音声の生成・利用に対する権利行使がいかに困難であるかを象徴するような事件であった。

このような状況において、日本および海外では音声に対して、どのような法的保護を与えているのかを分析・考察することは喫緊の課題であるといえよう。本稿では、アメリカにおける著作権法、パブリシティ権、ランダム法による音声の保護を紹介・解説し、最後に日本法に対する若干の示唆を行うこととしたい<sup>4)</sup>。

## II. 連邦著作権法による保護

### 1. 保護客体としての録音物

著作隣接権制度を持たないアメリカ著作権法の下では、オリジナリティーの要件を満たした録音物は著作権の客体となる<sup>5)</sup>。音楽著作物が収録されている録音物の場合、歌唱・演奏を提供するアーティストと、レコーディングを準備し、サウンドを収録・編集するプロデューサーが共同著作者の地位を取得すると考えられている。つまり、アーティストは録音物の著作者として、法的保護を受けることができるのである。

しかしながら、アーティストとレコード会社が締結するレコーディング契約には、録音物はレコード会社の職務著作物となるという条項が必ず入っている。そして、レコード会社は、この条項に基づき、アーティストが作成する録音物の著作者となり、アーティストは著作権法上、何の保護も受けることができないと主張する<sup>6)</sup>。したがって、レコード会社とのレコーディング契約に基づいて作成された録音物の利用に対して、アーティストが権利行使をすることは難しい状況にある<sup>7)</sup>。

録音物の著作者に付与される排他的権利は、複製権、翻案権、デジタル音声送信による公の実演権であり、デジタル音声送信以外の実演に対する権利は認められていない。したがって、アメリカでは録音物を無償かつ自由に放送や有線放送に利用することができる。日本とは異なり、レコード製作者や実演家には二次使用料請求権が認められていないのである。ただし、デジタル音声送信による公の実演権は認められているので、一定のインターネットによる音楽配信に対しては権利行使することができる。

AI 企業は、AI 音声合成ソフトに学習させるために、既存の録音物をコンピュータに入力して、音声データベース（音声コーパス）を作成する必要がある。この場合、当該行為は録音物の著作者が保有する複製権の侵害になるかが問われることになる。アメリカ著作権法には、日本法の 30 条の 4 のような例外規定がないため<sup>8)</sup>、多くの AI 企業は学習のために録音物を複製する行為は、フェア・ユースに該当すると主張する。

## 2. フェア・ユースの抗弁

著作権侵害訴訟において厳格に制定法を適用すると、学術および有用な技芸の進歩を抑制する可能性がある<sup>9)</sup>。著作権法で認められた権利行使が法目的の達成を妨げるという状況は、決して好ましいことではない。したがって、このような場合に、法は使用者にフェア・ユースという積極的抗弁を認め、社会的に公正と認められるような著作物の使用については、著作権侵害に問わないこととした。

フェア・ユースは、著作権侵害責任の抗弁として機能するものであるため、被告が原告作品の著作権を侵害したことが前提となる。被告が原告からライセンスを受けていたり、原告作品

と被告作品との間に、実質的類似性（substantial similarity）が認められない場合は、著作権侵害が成立していないため、フェア・ユースの抗弁を行う必要はないし、その意味もない。あくまでもフェア・ユースは、原告作品の著作権侵害が認められる場合に、被告の積極的抗弁として機能する。

裁判所はフェア・ユースの判断の際に、著作権法 107 条に基づき、以下の 4 つのファクターすべてを考慮しなければならない。ただし、裁判所は必要に応じて、誠意の欠如や業界慣習といった他のファクターを考慮することができる<sup>10)</sup>。

- ① 使用の目的と性格（そのような使用が商業的性格を持つものか、非営利の教育目的のものかを含む）
- ② 著作物の性質
- ③ 著作物全体との関連における使用された部分の量と重要性<sup>11)</sup>
- ④ 著作物の潜在的市場または価値に対する使用の影響

第 1 ファクターは、どのような目的で著作物が使用されるのか、そしてその使用はどのような性格を持つものかを問うものである。実際には、(1) 具体的な使用目的は何か（批評、解説、ニュース報道、教授、研究、調査等）、(2) 商業目的か、非商業目的か（さらに非営利の教育的か）、(3) 使用された著作物は変容されているかを考察する。

第 2 ファクターは、使用される著作物の性質、具体的には (1) 創작성 (creative)、(2) 情報性 (informational)、(3) 機能性 (functional) に着目するものである。使用される作品の創작성が高ければ高いほど、フェア・ユースの成立に不

利に働き、情報性や機能性が高ければ高いほど、フェア・ユースの成立に有利に働く。一般的に、創作性の高い作品とはフィクション小説、音楽、絵画、彫刻等を指し、情報性の高い作品とは学術論文、歴史小説、ノン・フィクション小説、伝記、地図のような事実に立脚した作品（factual work＝事実に基づく著作物と呼ばれる）をいう。また、機能性の高い作品としては、コンピュータ・プログラムが挙げられる。

第3ファクターは、被告が原告作品を必要以上に利用しているかどうかを問うものである。具体的には、被告が利用した部分が、原告作品全体の内、どの程度の量を占め、どの程度の重要性を持っていたかを調べることになる。つまり、被告による利用が、その量と質の観点から見て、フェア・ユースとして認められるような合理的なものであったかが問われることになる。したがって、2段落程度の引用で済むものを2ページも引き写したり、あるいは作品の最も重要な核となる部分をそのまま転載することは、原則として、フェア・ユースの成立に不利なものとなる<sup>12)</sup>。

第4ファクターは、被告による使用が原告作品の潜在的市場や価値に悪影響を与えるかどうかを問うものである。もし、悪影響が認められる場合、創作活動へのインセンティブが損なわれることになり、「学術および有用な技芸の進歩を促進する」という著作権法の目的を達成できないおそれがある。そのため、このファクターは、4つのファクターの内、最も重要な要素といわれている<sup>13)</sup>。ただし、このファクターによる分析に際しては、フェア・ユースによって公衆が受ける利益と、権利行使によって権利者が受ける利益を比較衡量する必要がある<sup>14)</sup>。前者が大きく、後者が小さい場合は、フェア・ユース

の成立に有利に働き、逆の場合はフェア・ユースの成立に不利に働く。

### 3. アメリカ著作権局の報告書

それでは、既存の著作物を生成 AI の学習目的で複製する行為は、フェア・ユースに該当するのであろうか。アメリカ著作権局は2025年5月9日に公表した「著作権と AI 第3部：生成 AI 学習」という報告書において、この問題について詳細な検討を行っている<sup>15)</sup>。著作権制度において著作権局が果たす役割は大きく、この報告書は、今後の裁判例や議論に大きな影響を及ぼすものと考えられる<sup>16)</sup>。報告書の概要は以下の通りである。

第1ファクター（使用の目的と性格）：生成 AI の基盤モデルに大規模かつ多様なデータセットを用いて学習させる行為は、多くの場合、変容的（transformative）と評価される。著作物の本来の目的は、人間による享受や教育を目的として作品を伝達することにあるのに対し、多くの AI モデルは、これらの目的とは異なる機能の実行を意図して設計されている。たとえば、ある言語モデルは、ユーザーと多様なトピックについて対話を行い、訂正フィードバックを提供することによって、外国語学習の支援等に用いられる可能性がある。なお、海賊版や違法アクセスによって入手した著作物を意図的に使用した場合には、フェア・ユースの判断において不利な事情として考慮されるものの、それ自体が直ちにフェア・ユースを否定する決定的要素にはならない。

第2ファクター（著作物の性質）：生成 AI モデルの学習においては、表現的な著作物と機能的な著作物、公表済みの著作物と未公表の著作

物が頻繁に混在して使用されるため、モデルの特性や学習対象となる著作物の内容によって、その事実関係は個別具体的に異なる。言語モデルは、小説のように高度に創造的な著作物と、コンピュータ・コードや学术论文のように事実性・機能性の強い著作物の双方を用いて学習させることが多い。したがって、対象となる著作物がより創造的・表現的である場合や、未公表である場合には、このファクターはフェア・ユースの成立に対して否定的に作用する傾向がある。

第3ファクター（著作物全体との関連における使用された部分の量と重要性）：生成AIの開発においては、通常、著作物全体が複製され、その表現内容が学習目的で使用されるため、このファクターはフェア・ユースに不利な方向に作用する。しかしながら、変容的な目的が認められ、かつ効果的にさまざまな状況に対応できる能力をAIに習得させるために大量の著作物を学習させる必要がある場合には、著作物全体の複製も合理的な使用と評価される可能性がある。特に、学習手法や運用上の設計により、複製された著作物の内容が一般ユーザーにほとんど、あるいはまったく提示されないような場合には、第3ファクターはフェア・ユースに不利にならない可能性がある。

第4ファクター（著作物の潜在的市場または価値に対する使用の影響）：生成AIを学習させる目的で著作物を複製する行為は、当該著作物の市場または経済的価値に対して重大な潜在的損害を及ぼすおそれがある。学習データの著作物と実質的に類似したAI生成物を出力することが可能なモデルにおいては、当該生成物が元の著作物の直接的な代替物となりうるため、販売機会の喪失を招く可能性がある。

さらに、AI生成物が個々の著作物と実質的に

類似していない場合であっても、学習データと作風や様式の類似する著作物が生成・流通されることにより、当該市場における著作物の価値が希釈化（dilute）するおそれがある。市場への影響を評価するにあたっては、生成AIの学習目的のためにライセンスを受けることが可能であるかも重要な考慮要素となる。実際、一部の分野では、著作物の学習利用に関する自発的なライセンス供与がすでに行われている。したがって、ライセンスの選択肢が現に存在する場合、または今後存在しうる合理的な可能性がある場合には、生成AIを学習させる目的で著作物を複製する行為は、第4ファクターにおいて不利に評価される傾向がある。

結論として、現時点において著作権局は、政府による積極的な介入は行わず、ライセンス市場の自律的な発展を引き続き見守るべきであると勧告している。もっとも、将来的に特定の種類の著作物や特定の利用状況において、市場の失敗（market failure）が明らかになった場合には、拡大集中許諾制度（Extended Collective Licensing, ECL）等、対象を限定した制度的な介入が検討されるべきであると報告している。

#### 4. アンソロピック判決<sup>17)</sup>とメタ判決<sup>18)</sup>

アメリカ著作権局がこの報告書を公表した翌月である6月23日と25日にカリフォルニア州北部地区連邦地方裁判所で、生成AIに関する重要判決が相次いで下された。いずれの訴訟も、AI企業が生成AIに学習させる目的で、他人の書籍を無断で複製した行為が著作権侵害に当たるかが争点となった。生成AIの利用過程は、既存の著作物をAIプログラムに入力して学習させる「学習・開発段階」と、ユーザーがAIに指

示を与えて生成物を出力させる「生成・利用段階」に大別される。今回問題となったのは、前者の学習・開発段階における著作物の無断複製である。両判決とも、著作物の複製はフェア・ユースに該当し、著作権侵害には当たらないと判断したため、国内外で大きな議論を呼ぶこととなった。

6月23日に判決が下されたのは、作家3名らがAI企業のアンソロピックを提訴した事件である。原告らは、被告のアンソロピックがAIチャットボット「Claude」の学習のために原告らの書籍を無断複製したことが著作権侵害に当たると主張した。アンソロピックは当初、多数の違法サイトから700万冊を超える海賊版書籍をダウンロードした。その後、生成AIの学習のために大手出版社とライセンス交渉を始めたが、その交渉は立ち消えてしまった。アンソロピックは、その代わりに大手書籍流通業者や小売業者から数百万冊の書籍を数千万ドルの費用を投じて購入し、生成AIの学習に限らず、将来的にさまざまな目的に使えるようにするために、サーバー上にデジタル・ライブラリーを構築した。

裁判所は、大手書籍流通業者や小売業者から適法に購入した書籍をAIチャットボット「Claude」およびその前身モデルの学習のために使用した行為は、極めて変容的であり、フェア・ユースに該当すると判示した。一方、恒久的かつ多目的のデジタル・ライブラリーを構築するために、海賊版書籍をダウンロードする行為については、フェア・ユースの抗弁を認めず、他の手段で合法的に入手可能な著作物をあえて海賊版サイトから入手する行為は、それ自体が本質的かつ回復不能なほどに著作権侵害であると判示した。

6月25日に判決が下されたのは、作家13名

がAI企業のメタ・プラットフォーム（以下、メタ）を提訴した事件である。原告らは被告のメタがAIモデル「Llama」の学習のために原告らの書籍を無断複製したことが著作権侵害に当たると主張した。メタは当初、出版社と交渉して、学習用データのライセンスを取得しようと試みたが（予算も最大1億ドルを検討）、出版社が作家から二次使用の権利を得ていないことがわかり、ライセンスの取得を諦めた。その代わりに、違法サイトであるシャドー・ライブラリー（書籍、学術論文、音楽、映画等を無料で提供するオンライン上のリポジトリ）から海賊版書籍をダウンロードしたが、その中には出版社からライセンスを受けることができる書籍も含まれていた。

裁判所は、メタの行為を高度に変容的と評価して、フェア・ユースに該当するとした。原告らが主張した市場希釈化（market dilution）の理論は有望であると評価しつつ、著作物の潜在的市場または価値に対する使用の影響の立証が不十分であるとして、原告らの主張を退けた。なお、市場希釈化とは、(1)生成AIが著作物を学習すると、主題や分野において、当該著作物にとって間接的な代替物（indirect substitution）となるコンテンツが容易に生成されるようになる、(2)大量に作成されるAI生成物によって、本来の著作物の市場価値やライセンス収入が減少する、(3)その結果、著作権者が享受すべき市場の機会や利益が不当に奪われる現象を指す。著作権局も前述した報告書において、市場希釈化理論に言及しており、フェア・ユースの認定に不利に働くことを明言している。

アンソロピック判決とメタ判決は、フェア・ユースの第1ファクター（使用の目的と性格）について、どちらも被告のAI企業が生成AIの

学習のために既存の書籍を複製することは「高度に変容的」とであると判示した。この判断は、著作権局の見解と整合的である。一方、第4ファクター（著作物の潜在的市場または価値に対する使用の影響）については、著作権局の報告書と両判決とで、ライセンス市場に対する見解が分かれることとなった。前述した通り、著作権局の報告書では、ライセンスの選択肢が現に存在する場合、または今後存在しうる合理的な可能性がある場合、生成AIを学習させる目的で著作物を複製する行為は、第4ファクターにおいて不利に評価される傾向があると指摘している。しかしながら、アンソロピック判決では「著作権法は著作者に対して、新たに発展しつつある学習用データのライセンス市場を独占的に与えているわけではない。」<sup>19)</sup>と判示し、メタ判決では「(ライセンス)市場が存在している、あるいは発展する可能性があるかは関係がない。なぜなら、この市場に対して、原告らは法的に独占する権利を有しているわけではないからである。」<sup>20)</sup>と述べ、ライセンス市場の存在や発展可能性を重視しなかった。原告らにとって、両判決が示したライセンス市場に対する見解は、極めて厳しいものであったといえる。

権利者側はこれまでAI企業と学習利用に関するライセンス交渉を進めてきたが<sup>21)</sup>、この判決によって、今後はその動きが停滞する可能性がある。コンプライアンスを重視して契約締結を目指す企業がある一方で、契約を結ばずに静観する企業や、今回の判決を受けて無断利用を加速させる企業も出てくるだろう。いずれの訴訟も最終的に確定した判決に至っていないが、今後舞台は控訴裁判所に移る可能性が高い。控訴裁判所がライセンス市場の存在や発展可能性、あるいは市場希釈化理論に対してどのような判

断を下すのか、今後の動向が注目される。

### Ⅲ. パブリシティ権による保護

#### 1. 権利の内容と重要裁判例

一般に、芸能人やスポーツ選手等の有名人は、その社会的評価、名声、印象等が商品やサービスの宣伝や販売促進に望ましい効果（これを顧客吸引力、グッドウィルという）を与える場合には、そのような使用に対して、自己の氏名や肖像等をコントロールする権利を持っている。これをパブリシティ権という。

アメリカにおけるパブリシティ権は、判例によって形成されてきたコモン・ロー上の権利であり、不正競争法理の一類型として位置づけられている<sup>22)</sup>。事実、アメリカ法律協会が1995年に公表した不正競争（第三次）リステイトメントにパブリシティ権に関する条文が盛り込まれており、その46条において、人の氏名、肖像、その他の特徴(indicia)を無断で商業目的のために使用することによって、人のアイデンティティの商業的価値を冒用する者は法的責任を負うと規定している。

現在、アメリカではカリフォルニア州を含め、24の州が制定法によってパブリシティ権を規定している<sup>23)</sup>。他の州はコモン・ローによって氏名・肖像等を保護しているが、カリフォルニア州のように制定法とコモン・ローによって保護する州もある。このように各州が独自の法律によって保護しているため、パブリシティ権の保護対象や存続期間は州によって大きく異なっている。たとえば、フロリダ州法は保護対象を「氏名、肖像、写真」に限定しているのに対し<sup>24)</sup>、カリフォルニア州法は「氏名、声、サイン、写真または肖像」と規定しており<sup>25)</sup>、フロリダ州

に比べてその保護対象は広い。

著作権法は音声を保護対象としていないため、AI 音声合成ソフトで生成された合成音声の使用に対して、模倣された音声の持ち主が著作権侵害を主張することは難しい。一方、音声をパブリシティ権の保護客体とする制定法やコモン・ローを持つ州であれば、合成音声の使用に対して、パブリシティ権の侵害を主張することは十分に可能であろう。実際、第 9 巡回区連邦控訴裁判所は「声は、顔と同じくらい独特かつ個人的なものである。」と述べて、著名歌手である Bette Midler の歌声に対してパブリシティ権を認め、商品の宣伝広告のために彼女の歌真似を利用することは、不法行為になると判示している。以下にこの事件を解説することにしよう。

### Midler v. Ford Motor Co.<sup>26)</sup>

#### 【事案の概要】

原告の Bette Midler は、1973 年にグラミー賞を受賞した有名な歌手であり、映画『ローズ』ではアカデミー賞にノミネートされたこともある女優である。被告の Ford Motor 社とその広告代理店である Young & Rubicam 社は、1985 年に Ford Motor 社のリンカーン・マーキュリーという自動車の宣伝広告のために、30 秒と 60 秒のテレビ・コマーシャルを制作することになった。被告らは、若い購買層に向けたコマーシャルにするために、Midler の大ヒット曲である「Do You Want To Dance」を使用することに決め、Midler のマネージャーにライセンスを求めたが、「コマーシャルには許諾しない。」と断られてしまう。そこで被告らは、Midler のバック・ボーカルとして 10 年間活動している別の歌手に Midler そっくりに歌唱してもらい、このバージョンをテレビ・コマーシャルとして放送した。

テレビ・コマーシャルで流れた曲は、多くの人々が Midler の歌唱と間違えるほどオリジナルに似ているものだった。Midler は被告らに対し、パブリシティ権の侵害及びランダム法上の不正競争違反を主張し、カリフォルニア州中部地区連邦地方裁判所に訴訟を提起した。一審では Midler の歌声の模倣を防止する法原則はないと判示し、Midler の請求を棄却したため、Midler が上訴した。第 9 巡回区連邦控訴裁判所は以下のように判示し、一審判決を破棄、差し戻した。

#### 【判旨】

もし被告らにとって Midler の歌声に価値がなかったら、なぜ被告らは Midler に歌唱を依頼したのであろうか。もし被告らにとって Midler の歌声に価値がなかったら、なぜ被告らは熱心に別の歌手に Midler の歌真似をさせたのであろうか。被告らが求めていたのは、Midler とわかる特徴なのであり、その価値は Midler が直接コマーシャルを歌唱するとき、市場が Midler に支払うものなのである。

声は、顔と同じくらい独特かつ個人的なものである。人間の声は、アイデンティティーが明らかにされる方法の中でも最も明白なものの一つだ。われわれは電話で二言、三言話しただけで、すぐにどの友人がかけてきたのかがわかる。歌手は歌の中で自分自身を明示しているのである。彼女の歌声を模倣するという事は、彼女のアイデンティティーを略奪するという事なのだ。当裁判所は、商品を宣伝するためのあらゆる声の物真似に対して訴訟が提起できるとまで判示する必要もないし、そうしない。われわれは、プロの歌手の特徴ある声が広く知られており、かつ、製品を販売するために故意にその声が模倣された場合、販売者は他人のものを盗

用し、カリフォルニア州で不法行為を行ったと判示するのである。

この判決は、声の模倣 (voice imitation) に関する著名な裁判例であり、アメリカにおけるパブリシティ権の発展において大きな役割を果たした画期的な判断として高く評価されている。なお、本事案は、コマーシャルに「歌唱は Bette Midler ではありません。」といった disclaimer が表示されていなかった事例である。もし、そのような表示がなされた場合、他人の声の模倣がどこまで許されるのかは判然としない。したがって、本判決の射程がどこまで及ぶかは明確ではないが、それでもパブリシティ権の法理に大きな影響を与えたことに異論を挟む者はいないだろう。

## 2. 表現の自由との調整原理

アーティストの音声や芸術作品に無断使用される場合、パブリシティ権による音声の保護と表現の自由との調整が必要となる<sup>27)</sup>。たとえば、有名アーティストのスピーチを批評するために、コメディアンが当該アーティストの話し方や声自体を真似ることがあるが、このような場合にパブリシティ権と表現の自由との調整が必要になる。この問題に関する最重要裁判例が *Comedy III Productions, Inc. v. Gary Saderup, Inc.*, 25 Cal. 4th 387 (Cal. 2001) である<sup>28)</sup>。

### **Comedy III Productions, Inc. v. Gary Saderup, Inc.**

#### 【事案の概要】

原告の *Comedy III Productions* は、*The Three Stooges* として知られるコメディアン等の肖像等の権利を有している。被告の *Gary Saderup* は、

有名人の木炭画を専門とする芸術家であり、*The Three Stooges* を被写体とする木炭画を制作し、*Saderup* と *Gary Saderup, Inc.* はその木炭画から製作したリトグラフと T シャツを販売し、75,000 ドルの利益を上げた。原告の *Comedy III Productions* は *Saderup* と *Gary Saderup, Inc.* に対して、彼らの行為がカリフォルニア州民法 990 条等に違反しているとして、ロサンゼルス郡高等裁判所に訴訟を提起した。一審、二審とも原告が勝訴したため、被告らがカリフォルニア州最高裁判所に上訴。最高裁は被告らの行為の違法性を認めたが、表現の自由との調整については、次のように判示して、変形的使用テストを採用した。

#### 【判旨】

作品に顕著な変形的要素 (transformative elements) が含まれている場合、その作品は連邦憲法修正第 1 条による保護に特に値するだけでなく、パブリシティ権が保護する経済的利益と衝突する可能性は低くなる。指摘されているとおり、有名人の容姿のパロディや歪曲の表現は、その有名人のファンの目から見れば、有名人を描写した従来の表現物の代替品としては適さないため、通常、パブリシティ権が保護しようとする有名人を描写した商品の市場を脅かすものではない。したがって、そのような作品に対する連邦憲法修正第 1 条の保護は、州がパブリシティ権の行使を通じて保護しようとする利益に優越する。それでもなお、パブリシティ権の保有者は、有名人が持つ伝統的であり、ほぼ代替可能な肖像を描写した商品を製作する独占的権利を引き続き行使することができるのである。

カリフォルニア州最高裁は、このように判示

して、パブリシティ権と連邦憲法修正第 1 条が保障する表現の自由との調整原理として、変容的使用テストを採用した<sup>29)</sup>。この変容的使用テストは、著作権法 107 条に規定するフェア・ユース条項の第 1 ファクターである「使用の目的と性質」に由来するものである。前述したように、第 1 ファクターを検討する際に、裁判所は「使用された著作物は変容されているか」を考察する。カリフォルニア州最高裁は、連邦憲法修正第 1 条と著作権法が表現の自由と創作活動を促進するという共通目的を有していることに着目し、パブリシティ権と表現の自由との調整弁として、フェア・ユースの変容的使用テストを採用したのである<sup>30)</sup>。なお、変容的使用テストについては、この判決において、次のような判断基準を定立した。

「作品が十分に変容的 (transformative) かどうかを判断するにあたり、とりわけ判断が難しい場合には、次のような補完的な検討が裁判所にとって有用になることがある。それは『問題となっている作品の市場性や経済的価値が、主として描かれた有名人の名声に由来するものか』という問いである。この問いの回答が『いいえ』である場合、通常はパブリシティ権の侵害には該当しない。作品の価値が、芸術家の創造性や技術、評判といった、有名人の名声とは異なる何らかの要素から主に生じているのであれば、その作品には連邦憲法修正第 1 条による保護に値する十分な変容的要素があるものと推定される。もっとも、この問いの回答が『はい』の場合であっても、連邦憲法修正第 1 条による保護が受けられないわけではない。当該作品がなお変容的である可能性も残されているのである。」<sup>31)</sup>

このようにカリフォルニア州では変容的使用テストが採用されているが、このテストが全米で統一的に使用されているわけではない。この他にもロジャーズ・テスト<sup>32)</sup>、主要使用目的テスト (Predominant Purpose Test)<sup>33)</sup>、関連性テスト (Relatedness Test)<sup>34)</sup>等が採用されており、各州が異なるテストを用いて、パブリシティ権と表現の自由との調整を図っている。

さて、パブリシティ権の保護は州法に委ねられているため、有名人の氏名・肖像等に係る新たな問題が生じた場合、各州は迅速かつ適切な対応をしなければならない。周知の通り、AI 技術の急速な発展は、個人の肖像や声の模倣・生成を容易にしたため、有名人の肖像や声の無断使用という深刻な社会問題を引き起こしている。既存の州法では対応できない事態が次々に生じたため、州法を改正して、この問題に対処する州も現れている。その代表例がテネシー州である。テネシー州は既存の個人権利保護法を改正し、声も保護対象に加えることで、アーティストやクリエイターの権利を保護するための法的枠組みを整備した。この改正法が有名な ELVIS 法 (Ensuring Likeness Voice and Image Security Act) である。

### 3. ELVIS 法

音楽都市ナッシュビルを州都とするテネシー州は 1984 年に個人権利保護法 (Personal Rights Protection Act of 1984) を制定したが、2024 年 3 月 21 日に同法を改正し、従来の保護対象である名前、写真、肖像に声 (voice) を新たに加え、保護対象を拡大した。この法律は、同州メンフィス出身の大スターであるエルヴィス・プレスリーにちなんで、ELVIS 法と呼ばれている。

この法律は、人々の声や肖像を不正使用から

保護することを目的とするもので、2024年7月1日に施行された。ELVIS法では、声を「媒体上にある音であって、実際の声であるか、あるいはその人の声の模倣であるかにかかわらず、特定の個人に容易に識別・帰属可能なもの」と規定している<sup>35)</sup>。したがって、AI音声合成ソフトで生成された合成音声が特定の個人を容易に識別できるものであれば、保護対象となる。

ELVIS法は、以下の行為を規制対象としている。すなわち、(1) 個人の名前、写真、声、または肖像を、公開、実演、配布、送信、または公に利用可能にする行為、(2) 個人の名前、写真、声、または肖像を広告、募金活動、寄付や購入の勧誘のために使用する行為、(3) 個人の写真、声、または肖像を無許可で生成することを主な目的または機能とするアルゴリズム、ソフトウェア、ツール、その他の技術、サービス、またはデバイスを配布、送信、または提供する行為である。

なお、個人の名前、写真、声、または肖像の権利は、本人の死後10年間存続するが、その後の2年間に、遺言執行者、譲受人、相続人、または受遺者による商業目的での使用がなされなかったことが証明された場合、権利は終了する。つまり、この期間内に名前、写真、声、または肖像が商業的に使用されていないと、その後の権利行使ができなくなるのである。

この法律で興味深いのは、個人だけでなく、アーティストと専属レコーディング契約を締結しているレコード会社も、アーティストの声や肖像の無断使用に対して、訴訟を提起することができる点である。レコード会社は多大な労力、時間、費用をかけてアーティストを売り出す。そのため、アーティストの声や肖像が無断使用されると、レコード会社は多大な損害を被るお

それがある。そのため、ELVIS法はレコード会社に対しても、専属アーティストの声や肖像の無断使用に対する訴権を認めたのである。

したがって、仮にテネシー州で冒頭の事例が起きた場合、歌声を模倣されたDrakeとThe Weekendだけでなく、彼らの所属レコード会社であるユニバーサル・ミュージック・グループも、「Heart on My Sleeve」を公表したTikTokユーザーのGhostwriter977に対して、ELVIS法違反を主張して、訴訟を提起することができる。アーティストが一般ユーザーに対して訴訟を提起することは、心理的なハードルがあるが、レコード会社には所属アーティストの権利を守るためという大義名分があるため、ユーザーへの提訴に躊躇しない。したがって、この規定はかなり実務に則した法律規定といえるだろう。

なお、ELVIS法は、報道・言論の自由に配慮した例外規定を設けている。すなわち、個人の名前、写真、声、または肖像に対する使用が次のいずれかに該当する場合、連邦憲法修正第1条によって保護される限度でフェア・ユースとみなされ、権利侵害には当たらない。第一に、ニュース、公共の関心事、またはスポーツの放送や報道に関連して行われる使用<sup>36)</sup>。第二に、コメント、批評、学術的目的、風刺、またはパロディ目的で行われる使用。第三に、映像著作物において、個人の声や肖像等を本人として表現するための使用。第四に、一時的または偶発的な使用。第五に、上記の著作物のための広告または商業的告知での使用である<sup>37)</sup>。

ELVIS法は、生成AIによる個人の声や肖像の不正使用を防ぐことを目的としているため、世界中から注目を集めている。なお、イリノイ州でも、2024年8月にELVIS法と概ね同じ内容の法律が制定された。一方、カリフォルニア

州では、2024年9月にハリウッドの映画スタジオ等の企業が俳優のデジタル・レプリカ（人物の姿、声、動き、またはその他の特徴をデジタル技術によって再現した仮想的な表現）を制作・使用する場合、本人から明確な同意を得ることを義務づけたり、亡くなった俳優のデジタル・レプリカを制作・配布する場合、家族または遺産管理者から事前の同意を得ることを義務づける法律が制定されている。このようにアメリカでは、AI技術の急速な進展に対応するための法律が次々と制定されている<sup>38)</sup>。

#### 4. パブリシティ権による保護の問題点

著作権法は声自体を保護対象としていないため、生成AIによる個人の声の不正使用を防ぐには、声を保護対象としているパブリシティ権の方が格段に適している。とはいえ、パブリシティ権による保護にもいくつかの問題点が指摘されている。

第一に、パブリシティ権の保護は州法に委ねられているため、保護期間や保護対象、権利内容が統一されておらず、州によって保護のレベルが異なるため、法的安定性や予測可能性に欠けるだけでなく、フォーラム・ショッピングが起りやすいことである<sup>39)</sup>。特に死後のパブリシティ権を認めている州は多くないため、そのような州では生成AIによる有名人の声を模倣した合成音声の問題が生じやすい。したがって、多くの学者がパブリシティ権の保護を目的とした連邦法の制定を提言している<sup>40)</sup>。

第二に、パブリシティ権では、DMCAに基づくNotice and Takedownによる救済を受けることができないことである。冒頭の「Heart on My Sleeve」の事例では、ユニバーサル・ミュージック・グループは、プロデューサー・タグの著作

権侵害を主張し、Spotify、Apple Music、YouTube等のプラットフォームに対して、DMCAに基づく削除要請を行った。一方、アーティストがパブリシティ権侵害を主張する場合、プラットフォームに対して、DMCAに基づく削除要請を行うことはできない。したがって、パブリシティ権による保護では、合成音声の配信行為に対して迅速な救済に欠ける点が指摘されている<sup>41)</sup>。

とはいえ、ELVIS法のような生成AIによる個人の声や肖像の不正使用を防ぐことを目的とする制定法は、著作権法による保護よりもはるかに効果的であり、かつ、実効性が高い。したがって、当面は各州がELVIS法をモデル法として、統一的な州法の制定を進めつつ、最終的には連邦議会が個人の名前、写真、声、肖像等を保護対象とする連邦法の制定を目指すのが有効な政策であろう。

## IV. ランハム法による保護

### 1. ランハム法 43条(a)

最後に、不正競争法による音声の保護について見てみよう。アメリカでは、各州がコモン・ローや制定法によって不正競争行為を規律している。たとえば、カリフォルニア州法では、民法3369条に不正競争に関する条項を設けている。ただし、アメリカでは不正競争について州法だけでなく、連邦商標法であるランハム法(Lanham Act)によっても規制を設けている。ここではランハム法による音声の保護について見てみよう。

ランハム法は、「連邦議会は、諸外国との通商、および各州間ならびにインディアン部族との通商を規定する権限を有する。」（下線は筆者）という連邦憲法1条8節3項（いわゆる州

際通商条項)にその根拠を持つ連邦法である。したがって、州内の商標登録や侵害行為を規律する法律は州毎に存在するため、アメリカでは商標法による商標の保護は二重構造になっている。たとえば、町に一つしかないレストランの店名をアメリカ特許商標庁 (USPTO) に商標登録を出願する意義は乏しく、他州にビジネスを拡大する予定がない限り、州の登録機関に出願・登録すれば十分である。

ランハム法の目的の一つは、商品やサービスに関する不実表示から消費者や競業者を保護することである。ランハム法の連邦憲法上の根拠条文を見ればわかるとおり、その内容は「通商を規定する」ものであればよく、登録商標の規律に限定する必要はない。そのため、以下の通り、ランハム法には不正競争法の規律が含まれている。

ランハム法 43 条 (虚偽の原産地表示, 虚偽の記述, および希釈化の禁止)

(a) (1) 何人も、商取引において、商品、役務もしくは商品の容器に対して、またはそれに関連して、言葉、用語、名称、シンボル、標章もしくはこれらの組み合わせ、または虚偽の原産地表示、事実についての虚偽もしくは誤認を生じさせる記述、または事実についての虚偽もしくは誤認を生じさせる表示を使用し、それが次のいずれかに該当する場合、当該行為によって損害を受けた、または受ける可能性があると信じる者からの民事責任を負うものとする。

(A) その者と他人との関連、関係もしくは連携について、または他人の商品、役務もしくは商業活動の出所、後援もしくは承認について、混同もしくは誤認を生じさせるか、または欺くおそれがあるとき、

(B) 商業広告もしくは販売促進において、その者または他人の商品、役務または商業活動の性質、特徴、品質もしくは原産地を不実表示しているとき

このようにランハム法 43 条 (a) は商品、役務、商品の容器だけを対象とするものではなく、これらに関連した①言葉、用語、名称、シンボル、標章もしくはこれらの組合せ、②虚偽の原産地表示、③事実についての虚偽もしくは誤認を生じさせる記述、④事実についての虚偽もしくは誤認を生じさせる表示、とその規制対象がかなり広範囲にわたっていることも特徴の一つである。また、問題となっている標章の登録が要件となっていないため、この条文の適用範囲は広く、ランハム法の中でも最も多く利用されている条文である。

たとえば、他人の音声を自分の商品やサービスを推奨するために利用する場合は、ランハム法違反になる可能性がある。なぜなら、ランハム法 43 条 (a) は商品、役務、商業活動の承認について、混同や誤認を生じさせる場合は民事責任を負うと規定しているからである。そのため、自分の音声テレビやラジオのコマーシャルに無断で利用され、特定の商品や役務を推奨していると誤認されたアーティストは、同条項に基づいて救済を求めることができる。

## 2. 重要裁判例

一般的に、ランハム法 43 条 (a) の保護対象は、氏名や肖像、ニックネームだけでなく、独特な歌声や容貌にまで及ぶとされている<sup>42)</sup>。したがって、有名ミュージシャンの歌声や有名俳優の後姿も、本人と識別できるほど顕著な特徴を持つ場合は、同条項の下で保護対象となりうる。

たとえば、ベール・ラーによるアニメのアヒルの声<sup>43)</sup>やウッディー・アレンの特徴的な後姿<sup>44)</sup>は、裁判例によって、不正競争法の下で保護に値すべきアイデンティティーであると認められている。有名ミュージシャンの歌唱の模倣に対して、ランハム法 43 条(a)による保護が認められた裁判例として、有名なのがトム・ウェイツ事件である。

### Waits v. Frito-Lay, Inc.<sup>45)</sup>

#### 【事案の概要】

Tom Waits は、有名な歌手であり、作詞・作曲家であり、俳優である。彼のしゃがれた声は、一ファンに「1 クオートのバーボンを飲み、一箱分のタバコを吸い、一箱分のかみそり刃を飲み込んで、3 日間寝ないで過ごした後の声のようだ」と言わしめる程の特徴のあるものであった。1970 年代初期に活動を始めてから、Waits は 17 枚以上のアルバムを発表し、アメリカ、カナダ、ヨーロッパ、日本、オーストラリアでツアーを行った。Waits は、芸術的な一体性が損なわれるとして、コマーシャルの出演または歌唱は絶対にしないというポリシーを持っていた。

ドリトス・ブランドの食品を製造・販売している Frito-Lay 社とその広告代理店である Tracy-Locke 社は、Frito-Lay の新商品の広告宣伝のために、1976 年の Waits のヒット曲「Step Right Up」を使用することに決め、Stephen Carter という歌手に Waits そっくりに歌わせた。このコマーシャルは 1988 年の 9 月と 10 月に 250 のラジオ局で放送された。コマーシャルを聴いた Waits は、自分そっくりに歌われたことにショックを受け、Frito-Lay 社と Tracy-Locke 社の行為はランハム法上の虚偽の推奨 (false endorsement) 等に該当するとして、被告らに対し、カリフォル

ニア州中部地区連邦地方裁判所に訴訟を提起した。一審では Waits の請求が認容されたため、被告らが上訴。第 9 巡回区連邦控訴裁判所は次のように判示して、被告らの上訴を棄却した。

#### 【判旨】

ランハム法 43 条(a)は、現在、他人による商品や役務の提携、後援、または承認について、消費者を欺くおそれのあるいかなるシンボルや標章の使用を明示的に禁止している。さらに、1988 年改正法の立法経緯を見ると、「商標」の定義における当初の用語である「シンボルまたは標章」を維持したことにより、これらの用語が独自の音声や外観等を含むものとして広く解釈する司法判断を議会が是認したことが明らかにされている。有力な判例とそれを承認した後の議会の意思を踏まえ、芸能人の特徴的な声の無断模倣に基づくものを含め、虚偽の推奨の主張は、43 条(a)の下で認められると結論づける。

被告らは、Waits と競業関係にないため、Waits にはランハム法の虚偽の推奨に基づく訴訟を提起する当事者適格がないと主張する。しかし、この主張は常識に反するものである。なぜなら、虚偽の推奨がなされることによって商業的に損害を受ける有名人は、競業者であることはめったになく、ランハム法によってそのような行為を禁止することに最も適した状況にある者だからである。

ランハム法の下で当事者適格を有するためには、原告は不法行為者とされている者と実際の競業関係にある必要はないと当裁判所は宣言する。当事者適格があるかという決定的な問題は、原告が虚偽の広告に対して保護されるべき合理的な利益を有しているか否かにかかっている。われわれは、商標権者のように、俳優はその仕

事の成果と自分の名前を適切に同一視させることに対する合理的な利益を持っており、それゆえ、原告は 43 条(a)における当事者適格を有するという結論を下すものである。

この判決は、(1) 条文中の「シンボルまたは標章」は、視覚的要素だけでなく、特徴的な音声等の聴覚的要素も含む、(2) ランハム法43条(a)に基づく不正競争を申し立てる原告の当事者適格は、被告と実際の競業関係になくとも満たされる、(3) 有名人の独特の歌声を模倣したコマーシャルを放送する行為は、不正使用と虚偽の推奨による法的責任に問われうる、ということを認めた注目すべきものである。

この判決では、一審で認定された懲罰的損害賠償金 200 万ドルの妥当性も争点の一つとなった。裁判所は、被告が原告のコマーシャルのための出演や実演をしないというポリシーを知っていたこと、Tracy-Locke 社の副社長は訴訟リスクがあることを知りながら、あえて歌真似のバージョンを Frito-Lay 社に薦めたこと (Tracy-Locke 社は歌真似ではないバージョンも同時に作成していた)、Frito-Lay 社も原告の事情をよく知っていたながら、歌真似のバージョンを選択したことを重く見て、一審判決を支持した<sup>46)</sup>。

カリフォルニア州では、明確かつ説得力のある証拠によって、被告が抑圧や詐欺、悪意によって罪を犯したことが証明された場合に、懲罰的損害賠償が認められる<sup>47)</sup>。したがって、懲罰的損害賠償の認定においては、被告による抑圧、詐欺、あるいは悪意の証明が必要となる。本件において、裁判所は、コマーシャルに絶対出演しないという原告の強固なポリシーを知りながら、あえて原告の歌声を模倣した録音物を制作し、放送したことに被告の悪意を見出した。巨

額な懲罰的損害賠償が認められた訴訟としても、注目すべき判決である<sup>48)</sup>。

### 3. ロジャーズ・テスト

アーティストの氏名や声が芸術作品に無断使用される場合、ランハム法による氏名や声の保護と表現の自由との調整という難問が生じることとなる。この場合、多くの裁判所で採用されているのがロジャーズ・テストである<sup>49)</sup>。このテストは、公衆による混同を防止するという公益が表現の自由という公益を上回った場合にのみ、問題となっている商標の使用に対して、ランハム法が適用できるとするものである。したがって、表現の自由という公益が上回った場合、裁判所はランハム法を適用せず、原告の請求を棄却することになる。まず、このテストを定立した *Rogers v. Grimaldi*, 875 F.2d 994 (2d Cir. 1989)を見てみよう。

#### Rogers v. Grimaldi

##### 【事案の概要】

原告の Ginger Rogers は、国際的に有名なアーティストである。彼女の名声は、1930 年代と 1940 年代に Fred Astaire と一緒に主演した一連の映画である『Top Hat』や『The Barkleys of Broadway』によって築き上げられた。彼女の名前がエンターテインメント業界において、莫大な観客動員力を持つことは疑いがない事実である。

1986 年 3 月、被告の Alberto Grimaldi は、『Ginger and Fred』という映画をアメリカ国内で製作・配給した。この映画は、Rogers と Astaire を真似て、イタリアにおいて Ginger と Fred として知られるようになった、架空のイタリア人ダンサー、Pippo と Amelia の全盛期を描いたものであった。Rogers は Grimaldi に対して、ラン

ラム法 43 条(a) 違反等を主張して、ニューヨーク州南部地区連邦地方裁判所に訴訟を提起した。一審では原告の請求を棄却したため、原告が第 2 巡回区連邦控訴裁判所に上訴した。

### 【判旨】

一審は、芸術的表現として認められうるあらゆる題号に関して、ランナム法を適用することができないとしたが、これではひどいごまかしから公衆を十分に保護することはできない。しかしながら、代替手段テスト（筆者注：題号が作品の内容と極めて密接に関連しているため、著作者がその作品の内容を表現する別の手段を持たない場合、連邦憲法修正第 1 条の懸念が生じるとするテスト）も表現の自由という公益に十分に対応することができないのである。一般的には、公衆による混同を防止するという公益が表現の自由という公益を上回った場合にのみ、芸術的表現に対して、ランナム法が適用できると当裁判所は考える。有名人の名前を使った題号が誤認を生じさせていると主張されている事案においては、問題となっている作品とまったく芸術的関連性を持たない場合、あるいは何らかの芸術的関連性があったとしても、その題号が明らかに作品の出所または内容について誤認させるものである場合に限って、通常、ランナム法の適用は正当化されるのである。

このように、裁判所は (1) 被告による商標の使用が問題となっている作品とまったく芸術的関連性を持たない場合、または (2) 多少の芸術的関連性があったとしても、被告による商標の使用が作品の出所または内容について誤認させる場合に限り、ランナム法は適用され、それ以外の場合にはランナム法は適用されないという

ロジャーズ・テストを定立した<sup>50)</sup>。冒頭の事例である「Heart on My Sleeve」は芸術的表現であるため、この法理に基づくと、Drake や The Weekend がランナム法違反を主張する場合、最初にロジャーズ・テストをクリアしなければならないことになる。

なお、ここで注意すべきは、Jack Daniel's Props. v. VIP Prods. LLC, 599 U.S. 140 (2023) において、連邦最高裁が「ランナム法が最も重視する方法、すなわち被告が自己の商品の出所表示として原告の商標を使用している場合には、ロジャーズ・テストは適用されない。」<sup>51)</sup> と判示したことである。この事件では、VIP Prods. LLC という玩具会社が著名なウイスキーである Jack Daniel's の象徴的なボトルとラベルを模した犬用玩具を製造・販売していた。ボトルに貼られた「Jack Daniel's」という商品名は「Bad Spaniels」に、「Old No.7 Brand Tennessee Sour Mash Whiskey」というフレーズは、「The Old No.2 On Your Tennessee Carpet」に変えられていた。

連邦最高裁は上記の判示に続けて次のように述べている。「VIP は Jack Daniel's をもじった商品名やフレーズを自己の商品の出所表示として使用した。したがって、権利侵害の主張は混同のおそれがあるかどうかにかかっている。しかしながら、第 9 巡回区連邦控訴裁判所が強調したように『Bad Spaniels』が有する表現的側面を無視するわけにはいかない。VIP は Jack Daniel's を風刺したり、からかったりするために、出所表示としての機能を超えて、Jack Daniel's をもじった商品名やフレーズを使ったのである。そして、このようなメッセージは混同の有無を判断するうえで重要である。なぜなら、消費者は、風刺されている製品の製造元が、自らその風刺を行っているとは考えにくいからである。」<sup>52)</sup>

このように連邦最高裁は、被告が自己の商品の出所表示として原告の商標を使用している場合、ロジャーズ・テストは適用されず、ランナム法の下で被告による商標の使用が混同のおそれを生じさせるか否かが判断されると判示している。有名アーティストの歌声を模倣した合成音声を使用して楽曲をリリースする場合、再生回数を稼ぎたいクリエイターは当該アーティストの氏名や肖像を使用する可能性が高い。その場合、これらが楽曲の出所表示として使用されていれば、ロジャーズ・テストは適用されず、ランナム法の下で混同のおそれの有無が判断されることになるため、歌声を模倣されたアーティストにとっては、かなり有利な展開となる<sup>53)</sup>。

## V. 日本法への示唆

以上、アメリカにおける著作権法、パブリシティ権、ランナム法による音声の保護について紹介・解説してきたが、これらを踏まえて、最後に日本法への若干の示唆を行いたい。

第一に、アメリカ著作権局やメタ判決が言及している市場希釈化 (market dilution) 理論について、早急に検討・考察を加える必要がある。著作権局の報告書が指摘するように、学習データとして使用された著作物と様式 (スタイル、作風、フォーマット等) が類似する AI 生成物が市場に大量流通することにより、コンテンツの供給過多が生じ、人間による創作物の市場価値やライセンス収入が大幅に減少するおそれがある。このような現象は、もはや抽象的な懸念にとどまらず、現実生じつつある問題である。たとえば、Spotify, Apple Music, YouTube 等のプラットフォームでは、すでに大量の AI 生成物が配信されており、コンテンツ市場の希釈化

が進行している<sup>54)</sup>。人間の創作物と AI 生成物との間で、市場の「パイ」の奪い合いが始まっているのである。このような状況にいかに対応すべきかは、日本においても喫緊の政策課題であり、早急に本格的な議論を開始すべきであろう<sup>55)</sup>。

第二に、生成 AI による合成音声をもたらす諸問題に対応するための法制度を早急に整備する必要がある。その際、参考とすべき立法例として挙げられるのが、アメリカの ELVIS 法である。ELVIS 法は、生成 AI による声や肖像の無断複製、いわゆるディープ・フェイクや音声クローンに対する法的規制を初めて明文化した法律であり、特に音楽業界等を中心に強い支持を集めている。同法の注目すべき点は、生成 AI による声や肖像の無断使用に対する規制のみならず、無断生成を主目的とする AI ツールの提供者や配布者に対しても民事責任を問う条項が導入されている点にある。こうした包括的なアプローチは、今後の制度設計において重要な示唆を与えるものである。他方で、ELVIS 法の条文には不明確な表現や広範な適用可能性が含まれており、表現の自由や創作活動に対して過度な制約を及ぼす懸念も指摘されている<sup>56)</sup>。そのため、今後の裁判例の蓄積や条文の解釈運用が制度の実効性とバランスの確保において極めて重要となろう。

第三に、立法に際しては、表現の自由との適切な調整を図る必要があることを忘れてはならない。たとえば、ELVIS 法は報道・言論の自由に配慮し、一定の例外規定を設けている。また、パブリシティ権と表現の自由の調整手法としては、ロジャーズ・テスト、主要使用目的テスト (Predominant Purpose Test)、関連性テスト (Relatedness Test) 等、各州がさまざまな判断基準を

採用している。さらに、ランダム法においても、ロジャーズ・テストをはじめとする表現の自由との調整原理が機能している。音声の法的保護が正当な表現活動に対して過度な萎縮効果を及ぼすことのないように、慎重かつ適切な立法上の配慮が求められる。

なお、紙幅の関係で詳しく取り上げることができなかったが、非合意による性的画像や生成 AI によって作成された、個人を誤認させる写真・映像(ディープ・フェイクを含む)の公開を禁じる連邦法である Take It Down Act が 2025 年 5 月 19 日に成立した。また、連邦議会では、生成 AI 技術を用いたデジタル・レプリカから個人の権利を保護することを目的とした NO FAKES ACT (Nurture Originals, Foster Art, and Keep Entertainment Safe Act) が審議されている<sup>57)</sup>。

一方、日本においては、生成 AI によって引き

起こされる法的課題への政府の対応は、依然として緩慢であると言わざるを得ない。現時点でもなお、問題の本質的把握に努めている段階にとどまっており、アメリカの動向と比較すると、その対応は著しく後れを取っている印象を否めない。もはや、議論のための議論を重ねている余裕はない。氏名、肖像、声といった人格の象徴的要素が、生成 AI によって無断で使用されているという深刻な事態を、これ以上看過することは許されない。かかる状況を踏まえれば、早急に法的整備を進める必要があることは明白であり、本稿の結びとしてその必要性を強く指摘しておきたい。

付記：本研究は JSPS 科研費 24K04673 の助成を受けたものである。

## 注)

- 1) 「Heart on My Sleeve」の大ヒットを契機に、その後、YouTube や Tik Tok 等の配信サイトがディープ・フェイクの動画や音楽で溢れるようになった。
- 2) プロデューサー・タグとは、事前に録音されたプロデューサーの音声であり、プロデューサーがプロデュースする録音物との関係を示すために当該録音物に冒頭に挿入する、短くて特徴的な音声のことをいう。
- 3) アメリカ著作権法は、オンライン・サービス・プロバイダー (OSP) の法的責任を制限する条項を規定している (512 条)。OSP は免責条項の適用を受けるために、権利者から侵害主張の通知を受けた場合、Notice and Takedown の手続を遵守しなければならない。具体的には、OSP が権利者から著作権侵害の通知を受領した場合、速やかに著作権侵害が主張されている素材を削除またはブロックしなければならない。Notice and Takedown の手続については、安藤和宏『アメリカ著作権法』(弘文堂・2025 年) 347-350 頁を参照。
- 4) 日本法における声の法的保護については、安藤和宏「音声の法的保護に関する一考察」三村量一先生古稀記念論集『知財法の未来』(日本評論社・2024 年) 701 頁、今村哲也「音声の法的保護と知的財産法」コピライト 765 号 (2025 年) 2 頁、今村哲也「声の知的財産法による保護に関する一考察」特許研究 79 号 (2025 年) 8 頁、中島基至「人声権 (Right of Human Voice) の生成と展

- 開」Law & Technology 106 号 (2025 年) 1 頁、成原慧・荒岡早馬「AI と『声の権利』」Law & Technology 106 号 (2025 年) 13 頁、田邊幸太郎「生成 AI 時代における『声』の保護に関する検討」三村量一先生古稀記念論集『知財法の未来』(日本評論社・2024 年) 745 頁、佐藤豊「生成 AI による実演の学習、実演類似のものの生成及び生成結果の利用に対する規律の一考察①」コピライト 760 号 26 頁、佐藤豊「生成 AI による実演の学習、実演類似のものの生成及び生成結果の利用に対する規律の一考察②」コピライト 761 号 44 頁を参照。
- 5) 録音物が保護の客体として連邦著作権法に規定されたのは 1972 年 2 月 15 日である。それまでは、州のコモン・ローまたは州の刑法によって保護されていた。
- 6) 安藤和宏「アメリカ著作権法における職務著作制度の一考察——録音物の著作者は誰か——」事業者と法創造 6 巻 3 号 (2010 年) 307 頁参照。
- 7) 安藤・前掲注 (3) 268-270 頁参照。
- 8) 日本著作権法第 30 条の 4 は、「著作物に表現された思想又は感情を自ら享受し又は他人に享受させることを目的としない場合には、その必要と認められる限度において、いずれの方法によるかを問わず、利用することができる。」と規定している。アメリカには、日本法の非享受利用に類似する概念として、非表現的利用 (non-expressive use) がある。これは Matthew Sag が提供している概念で、複製を伴うが、その著作物の表現的側面を

- 享受する形で伝達しない利用をいう。そして、Sag は生成 AI の学習目的で著作物を非表現的利用する場合、フェア・ユースの認定において、利用者に有利に判断されるべきと主張している。See Matthew Sag, *Fairness and Fair Use in Generative AI*, 92 FORDHAM L. REV. 1887 (2024).
- 9) 連邦憲法 1 条 8 節 8 項（特許・著作権条項と呼ばれている）は、「連邦議会は、著作者および発明者に、一定の期間に限り、それぞれの著作（writings）および発明（discoveries）に対し、排他的権利を保障することによって、学術および有用な技芸の進歩を促進する権限を有する。」と規定しているため、著作権法の目的は「学術および有用な技芸の進歩を促進する」こととされている。
- 10) MARSHALL LEAFFER, UNDERSTANDING COPYRIGHT LAW 563 (8th ed. 2024).
- 11) ほとんどの文献が substantiality を「実質性」と訳しているが、一般に使用されている言葉ではなく、抽象的でわかりにくいいため、本稿では「重要性」という訳語を用いることにする。
- 12) Leaffer, *supra* note 10, at 570-571.
- 13) Harper & Row Publishers, Inc. v. Nation Enterprises, 471 U.S. 539, 565-566 (1985).
- 14) MCA, Inc. v. Wilson, 677 F.2d 180 (2d Cir. 1981).
- 15) <https://www.copyright.gov/ai/Copyright-and-Artificial-Intelligence-Part-3-Generative-AI-Training-Report-Pre-Publication-Version.pdf>.
- 16) 著作権局はこの報告書に先立ち、2024 年 7 月 31 日に「著作権と AI 第 1 部：デジタル・レプリカ」、2025 年 1 月 29 日に「著作権と AI 第 2 部：著作物性」という報告書を公表している。
- 17) Bartz v. Anthropic PBC, No.C24-05417-WHA (N.D. Cal. June 23, 2025).
- 18) Kadrey v. Meta Platforms, Inc., No. 23-cv-03417-VC (N.D. Cal. June 25, 2025).
- 19) Anthropic PBC, No. 3:24-cv-05417-WHA, slip op. at 28.
- 20) Meta Platforms, Inc., No. 23-cv-03417-VC, slip op. at 27.
- 21) ニューヨーク・タイムズがアマゾンと AI 学習のための記事利用でライセンス契約を締結する等、ライセンス市場の形成が進む中で、この裁判所の判断は権利者側にとって大きな痛手となった。
- 22) アメリカ法につき、安藤和宏「米国法における有名人の歌真似 (sound-alike) 録音物の違法性に関する一考察」知的財産法政策学研究 21 号 (2008 年) 171 頁、茶園成樹=小泉直樹「アメリカ不正競争法リストイメント試訳 (6)」民商法雑誌 112 巻 3 号 (1995) 464-482 頁、新井みゆき「物のパブリシティ権」同志社法学 52 巻 3 号 (2000) 162 頁、豊田彰『パブリシティの権利 (II)』(日本評論社・1995 年) 1 頁参照。なお、内藤篤=田代貞之『パブリシティ権概説 (第 3 版)』(木鐸社・2014 年) はアメリカ法を網羅的に解説している。
- 23) 具体的には、ニューヨーク州、カリフォルニア州、ワシントン州、ネバダ州、ユタ州、アリゾナ州 (軍人のみ)、サウスダコタ州、ネブラスカ州、オクラホマ州、テキサス州 (死者のみ)、アーカンソー州、ルイジアナ州 (亡くなった軍人のみ)、ウィスコンシン州、イリノイ州、インディアナ州、ケンタッキー州、テネシー州、アラバマ州、オハイオ州、ハワイ州、ペンシルベニア州、マサチューセッツ州、ロードアイランド州、フロリダ州である。
- 24) Fla. Stat. § 540.08.
- 25) Cal. Civ. Code § 3344 (a).
- 26) Midler v. Ford Motor Co., 849 F.2d 460 (9th Cir. 1988).
- 27) Michael D. Murray, *Deceptive Exploitation: Deepfakes, The Rights of Publicity and Privacy, and Trademark Law*, 65 IDEA 124, 177-188 (2025).
- 28) この事件については、中島基至「米国 California 最高裁パブリシティ権判決の概要と考察」三村量一先生古稀記念論集『知財法の未来』(日本評論社・2024 年) 531 頁が詳しく解説している。
- 29) 変容の使用テストについては、奥邨弘司「生成 AI 時代のパブリシティ権——序論 (上)」コピライト 764 号 (2024 年) 38-39 頁参照。
- 30) Comedy III Productions, 25 Cal. 4th at 404-405.
- 31) *Id.* at 407.
- 32) Rogers v. Grimadli, 875 F.2d 994 (2d Cir. 1989).
- 33) Simeonov v. Tiegs, 602 N.Y.S.2d 1014 (N.Y.Civ. Ct. 1993), *Doe v. TCI Cablevision*, 110 S.W.3d 363 (Mo. 2003).
- 34) Jordan v. Jewel Food Stores, Inc. 743 F.3d 509 (7th Cir. 2014).
- 35) Tenn. Code Ann. § 47-25-1102(6).
- 36) この例外規定に基づき、報道番組や新聞記事が有名人の写真や声を使う場合、それが報道目的である限りは、本人の許可なしでも違法にならないとされている。また、公の関心事やスポーツ報道も含むため、政治家やスポーツ選手に関する報道も例外規定の対象となる。
- 37) この条文は、本項の例外規定で認められている作品を広告や告知のために他人の氏名、写真、声、肖像を使用する行為については、法的責任を問わないとする規定である。たとえば、有名歌手を風刺するパロディ映画のテレビ CM で、本人そっくりの声を使ったシーンが紹介される場合、この予告編は風刺作品の広告に該当するため、権利行使の対象とはならない。
- 38) アメリカの立法状況については、奥邨弘司「生成 AI 時代のパブリシティ権——序論 (下)」コピライト 765 号 (2025 年) 38-43 頁参照。
- 39) Jon M. Lee, *Harmonizing Intellectual Property in the Age of AI-Generated Music*, 85 OHIO St. L. J. 953, 961-962 (2024). なお、フォーラム・ショッピング (forum shopping) とは、当事者が自分に有利な判決を得るために、複数の裁判管轄 (フォーラム) の中から最も有利と思われる裁判所を選んで訴訟を提起する行為を指す。
- 40) See e.g., Fallon Jones, *Tune In or Tune Out: AI Developments Urges Federal Proposal for Voice Protection in Right of Publicity*, 28 U. DENV. SPORTS & ENT. LAW J. 31 (2024).
- 41) Vaughn Gendron, *A New Frontier: The Music Industry's Struggle Against Generative AI*, 33 U. MIAMI BUS. L. REV. 161, 172-173 (2024).
- 42) See S. Rep. No. 101-515 at 44.
- 43) Lahr v. Adell Chemical Co., 300 F.2d 256 (1st Cir. 1962).
- 44) Allen v. National Video, Inc., 610 F. Supp. 612 (S.D.N.Y. 1985).
- 45) Waits v. Frito-Lay, Inc., 978 F.2d 1093 (9th Cir. 1992).
- 46) *Id.* at 1105-1106.
- 47) Cal. Civ. Code § 3294 (a).

- 48) Waits 判決は、初めて懲罰的損害賠償が認められたパブリシティ権の訴訟である。See Patrick Buckley, *The Implication of Waits v. Frito-Lay for Advertisers Who Use Celebrity Sound-alike*, 68 ST. JOHN'S L. REV. 241, 246-247 (1994). なお、不法行為のリステイトメント（第2版）908条には「懲罰的損害賠償の算定の際には、事実認定者は被告の行為の性質と被告が持つ財産を適切に考慮することができる。」と記載されている。被告が巨大企業であったことも200万ドルという巨額な賠償金が認められた要因であろう。
- 49) ロジャーズ・テストについては、安藤和宏「アメリカにおけるパロディ商標の一考察」特許研究59号（2015年）24-28頁、宮脇正晴「標識法と表現の自由——米国商標法におけるロジャーズ・テストを題材に」日本工業所有権法学会年報37号（2013年）173頁を参照。
- 50) このロジャーズ・テストは、現在では第2巡回区以外の巡回区の裁判所でも広く採用されている。たとえば、第6巡回区連邦控訴裁判所が担当した、公民権運動で有名な Rosa Parks の名前を無断で曲の題号に使用した行為が不正競争責任（43条(a)）に問えるかが争点となった *Parks v. LaFace Records*, 329 F.3d 437 (6th Cir. 2003), 第8巡回区連邦控訴裁判所が担当した、被告の出版社が発行しているユーモアな雑誌に原告が製造・販売する「Michelob Dry」というビールのパロディ広告を裏表紙に掲載した行為が商標権侵害等に該当するかが争点となった *Anheuser-Busch, Inc. v. Balducci Publications*, 28 F.3d 769 (8th Cir. 1994)等多数ある。
- 51) *Jack Daniel's Props.*, 599 U.S. at 153.
- 52) *Id.*
- 53) Gendron, *supra* note 41, at 174-175.
- 54) AI生成物と人間の手による創作物が市場で競合するという指摘は枚挙に暇がない。See e.g., Lee, *supra* note 39, at 972. 生成AIによって作成された有名アーティストの合成音声が増えれば、本物の声と区別がつかなくなり、商標法の文脈でいう希釈化現象が発生する可能性がある。See Edward Lee, *AI and the Sound of Music*, 134 YALE L.J.F. 187, 217 (2024).
- 55) アメリカでは、2024年4月に、ビリー・アイリッシュやニッキー・ミナージュ等、200名を超えるアーティストやソングライターが署名したオープンレターを Artist Rights Alliance という団体がAI企業やデジタル音楽プラットフォームに送っている。この抗議文には、生成AIによってアーティストの創造性や権利が侵害され、収益が希釈化することに対する懸念や、アーティストの声や肖像の利用にはアーティストの同意と公正な対価が必要であることが記載されている。また、多くの音楽出版社やレコード会社がアンソロピック等のAI企業に対して、著作権侵害を主張して、訴訟を提起している。
- 56) See Lee, *supra* note 54, at 231-232.
- 57) See Jones, *supra* note 40; Jane C. Ginsburg and Graeme W. Austin, *Deepfakes in Domestic and International Perspective*, 48 COLUM. J.L. & Arts 297 (2025).