

John Barnes, Sports and the Law in Canada, Third Edition (1996)

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-10-03 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/2297/30230

《翻訳》
ジョン・バーンズ
「カナダにおけるスポーツと法」(3)

John Barnes, Sports and the Law
in Canada, Third Edition (1996) Chapter 3

西村 秀二

目次

はしがき

判例一覧

第1章 スポーツの公的規制(Public Regulation of Sports)

A. スポーツとスポーツ法

B. 国家的利害関係：歴史的テーマ

C. 行政的プログラムと政策

1. 権限の分配

2. 連邦政府

a. 健康とアマチュアスポーツ法(The Fitness and Amateur Act)

("FAS Act")

b. その他の政策：フットボール、ホッケーと国際関係

c. その他のプログラム

3. 州政府

D. 資金調達

1. くじ(Lotteries)

2. 慈善スポーツ

3. スポンサーシップとタバコ産業

E. 制定法上の規制

1. 概論

a. 連邦法

b. 州法

2. 非合法的なスポーツ

3. 格闘技スポーツ—ボクシングの問題
4. 競馬
5. ボーティング(Boating)
6. 狩猟と魚釣り (以上、金沢法学 53 巻 2 号)

第2章 アスリーートの権利

A. 概論

1. カナダの権利と自由憲章
2. 人権法
3. 救済手段

B. 平等権

1. 性差別
2. 障害を持つアスリート
3. 先住民と明らかな少数民族
4. 出生地
5. フランス語使用者の利害関係

C. 適格性と懲戒

1. 私的協会
2. アマチュア資格と経済的事実
3. 適格性と選抜
4. 懲戒
5. ジュニアホッケー
6. マイナーホッケー
7. カナダ大学間スポーツ連合

D. ドーピングコントロール

1. 序論—ベン・ジョンソンと Dublin 検査
2. 禁止リスト—カラカスからカナダアンチドーピング機構(CADO)へ
3. スポーツにおけるドーピング罰則に関するカナダの政策
—カナダスポーツ倫理センター
4. 無益性、矛盾、有害性
5. 異議申立と司法審査

E. 紛争の解決 (以上、金沢法学 54 巻 1 号)

第3章 スポーツビジネス

A. 概論

1. スポーツ経済とスポーツマーケティング
2. 権利と財産

B. プロスポーツ

1. チーム所有権と被雇用者
2. 収入と課税
3. 公的助成金
4. テレビジョン契約
5. 独占権、需要独占、保有権

第4章 競争法と労働法

A. 競争法

1. 概論
2. 6条と48条
3. プレーヤーの拘束
4. フランチャイズ拘束

B. トレードによる拘束

C. アメリカの独占禁止法—NFL(the National Football League)の事例

1. 概論
2. プレーヤーの拘束
3. 労働者の適用除外(the Labour Exemption)
4. フランチャイズ拘束

D. 労働法

1. 概論
2. 労働関係法(the National Labor Relation Act)
3. カナダの労働法

第5章 カナダフットボールリーグ(the Canadian Football League)

A. 法的歴史

1. 概論
2. リーグの拡大と縮小
3. プレーヤーの拘束と選手会

B. CFL規制

C. 団体交渉協定(Collective Bargaining Agreement)

D. その他の問題：懲戒権と薬物検査

第6章 ナショナルアイスホッケーリーグ

A. 法的歴史

1. 概論
2. 国際アイスホッケー協会
3. 選手会

4. 年金事例

- B. NHL 規制—フリーエージェント補償金
- C. 団体交渉協定
- D. その他の問題

第7章 メジャーリーグ

- A. コミッショナー
- B. 独占禁止法の適用除外(Antitrust Exemption)
- C. 選手交渉(Player Relations)
- D. その他の問題

第8章 ナショナルバスケット協会

- A. 概論
- B. プレーヤー拘束
- C. サラリーキャップ制度(Salary Cap)
- D. その他の問題

第9章 選手契約

- A. 標準選手契約
 - 1. 概論
 - 2. 構成と取り消し(Formation and Avoidance)
 - 3. 契約違反を生じさせること
 - 4. 内容：権利と義務
- B. 救済手段と施行
- C. 報酬と交渉
 - 1. 契約交渉
 - 2. 特別約款
 - 3. 代理人
 - 4. 所得税

第10章 スポーツ傷害：刑事責任と民事責任

- A. 暴行と刑事責任
 - 1. スポーツ暴行の種類
 - 2. プレーヤーの刑事責任
 - 3. 刑事暴行における承諾
 - 4. 抑制と改善
- B. スポーツ傷害の民事責任
 - 1. 概論
 - 2. 故意による不法行為：民事暴行と侵害

3. 私法上の過失と危険の引受け
 - a. 一般的理論
 - b. 不法行為上の損害賠償請求権と免責
4. 関係者の責任
 - a. プレーヤーがプレーヤーに民事訴訟を提起すること
 - b. 観客がプレーヤーに民事責任を提起すること
5. 施設管理者の責任
 - a. 建物の所有者の責任—プレーヤー
 - i. 制定法
 - ii. コモン・ロー
 - b. 観客が建物の所有者に民事訴訟を提起すること
 - c. プレーヤーが管理者に民事訴訟を提起すること

—組織、管理・監督、予防
6. 指導者と監督者の責任
 - a. 学校と教員
 - b. コーチ、指導者、健康指導者
 - c. 競技役員
 - d. 両親
7. 組織の責任
 - a. アマチュアクラブと法人格なき社団
 - b. プロチチーム
8. 医療上の過失
9. 結果責任(Products liability)
10. 生活妨害(Nuisance)責任
- C. その他の損失補償システム
 1. 保険
 2. 労働者の損失補償(Compensation)
 3. 刑事傷害損失補償

注

第3章 スポーツビジネス

その全収益は、一般大衆の夢とゲームへの興味に依っているのである。・・・この事業の本質的要素は、第1にチーム、第2にそ

の上でプレーする氷、そして第3に一連のゲームのお膳立てをする対戦チーム、である。当該チームのメンバーはプロフェッショナルであるということ、私は付け加えなければならない。

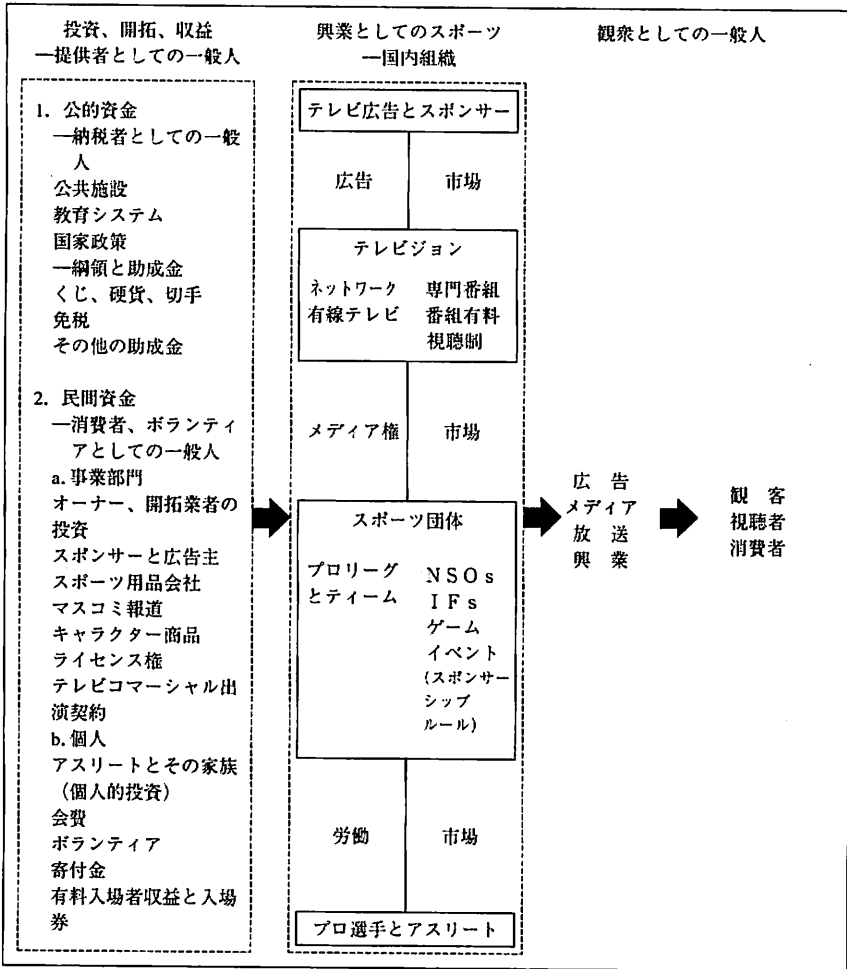
A. 概論

1. スポーツ経済とスポーツマーケティング

ゲームとレクリエーションには、資産運営と用具・サービスの製造・販売とが常にリンクされてきた。ビクトリア朝時代の末期には、実収の増加と定期的な娯楽様式として確立されたものの、その経済活動には、商品化された観戦スポーツのための大衆市場が含まれることとなった²⁾。カナダ並びに世界中に広まったスポーツは、現在、積極的な参加者と受動的な視聴者の両者を満足させる派手な商業環境³⁾のもとに営まれている。スポーツ用品の製造・販売⁴⁾、その広告と宣伝のための主要な媒体としてのテレビジョンである一般大衆向け娯楽としてのスポーツイベントのプロモーション並びに“フィットネスビジネス”が、その事業には含まれている。先進諸国においては、スポーツに関連する活動が、国家経済のうちの0.5%から2.5%の割合を占めている⁵⁾。スポーツは、北アメリカの22番目の大企業であり、合衆国とカナダの会社は、2000年までに、スポーツに関連する広告に138億ドルを費やすことになるともされている⁶⁾。スポーツを構築する権限は、国家から国境を越えたスポンサーとメディアに、転換されたのである。

図1では、興行としてのスポーツに焦点を合わせ、開拓と市場との結びつきに関する要因の輪郭が示されている。スポーツ産業資本主義の最終目的は、市場の開拓と一般消費者を魅了することによって、その成長を維持することである。プロリーグやチームを含むスポーツ団体は、アスリートのサービスを確保して、競技大会を開催し、イベントを売り込むのである。これには、テレビジョンへの放映権の販売が含まれており、テレビジョンも同様に広告時間を販売するのである。スポーツのパフォーマンスを受け入れているより広範な産

図1
スポーツの経済組織



業部門は⁷⁾、スポーツ用品会社に限定されるものではなく、その提携が、イベントの直接制作やチームの所有権にまで及ぶ一般企業も含まれている。この利害関係の共生は、マスコミ関係の巨大複合企業・スポンサー・広告主・利益増進に携わっているスポーツ団体にも生じ得るものである。競技形態は、

時として、各々のパートナーの要請に合わせて修正されることもある。アスリートによるパフォーマンスもまた、共通するパイによって太ることに貢献しており、正当なパイの一切れのために交渉することとなる。ここでは、プロ意識と労働市場での取引が、営利主義からの当然の結果とされている。各々の企業もしくは選手の参加は、スポーツの持つ長所を世俗的成功に結び付けようとするものであり、異なる市場レベルに基づいた取引は、時として、代理人や中間プロモーターによって促進されることとなる。

また図1は、スポーツ活動のためにどのような助成金が、任意的・非任意的な一般人の寄付金から得られているかを、説明している。国家経済は、民営化の特恵による商業構造を維持している⁹⁾。他方、納税者は、公共団体と設備建設のための助成金を含む政府のプログラムを介して、全てのスポーツの発展に寄与している。私的な助成金の典型的な要因は、その活動レベルに応じて多様なものとなっている。個人アスリートと地方のチームは、任意的な支援とささやかな資金集めから恩恵を受けているにすぎず⁹⁾、その大部分は、参加者やその家族による個人的出資に頼っている。国民スポーツ協会(“NSOs”)は、典型的には会費と企業スポンサーに頼っている。国際競技連盟(“IFs”)、メジャーゲーム並びにプロリーグは、更に入場券とテレビ放映権、キャラクター商品やその使用ライセンスからの収益を当てにしている。1980年代の国際オリンピック委員会(“IOC”)による起業家の開拓は、商業的可能性を示唆していた¹⁰⁾。1976年に、アメリカのABC放送(“ABC”)は、モントリオール夏季オリンピックの放映権を、2500万ドルで購入したが、1988年のカルガリー冬季オリンピックの時には、3億900万ドル支払った。1992年までに、IOCと主催者の年間収益は、4億5000万ドルに達した¹¹⁾。これには、企業スポンサーのうちから選択された企業が、当該オリンピックのロゴとマークを使用できる国際的権利を取得するというオリンピックプログラム(“TOP”)も含まれていた。

“スポーツマーケティング”には¹²⁾、“スポーツのマーケティング”と“スポーツを介したマーケティング”という2つの側面がある。マーケティングと

は、需要を調査することと顧客の満足度を維持することによって、収益を生み出すこと並びに目的を実現する組織的な一連の行為である。それには、要望とニーズを調査すること、企画とそれにふさわしい広報活動による製品・サービスを提供すること、営業の手法、価格と報酬の設定が含まれている。スポーツのマーケティングは、スポーツ団体自身の成果とサービスを振興するために利用されてきた手法に関連している。プロリーグにおいては、メンバーチームの力量を均一にするための協調的経済体制が、それに取り込まれている。他方、スポーツを介したマーケティングにおいては、より幅広い企業が、スポーツ活動や有名人並びにそれに付随する知名度をターゲットとしている一般人に及ぼす手段として、利用するのである。テレビの広告主は¹³⁾、注目度・営業上の信用度並びに販売を促進することを目指し、もし企業目的が実現されなければ、他のメディアや放送を選ぶことができる。イベントスポンサーは、スポーツ団体によって保有されている資産に付随している宣伝ライセンスを購入する。スポンサーは、それによって金銭価値を追求し、協会の持つ権利に対して、投資家が負うリスク、独占権並びに確実性の保障を要求するのである。

2. 権利と財産

スポーツ団体は、財産権の保護を得ようとしているが、それは、無料の営利的言論や情報を利用する権利の要求を受け入れる余地のあるものである。ビジネスは、広く認められたスポーツとの結びつきを商業化可能なスポンサー交渉協定によって獲得することもできるし¹⁴⁾、公認された相互関係という意味を含んでいる“便乗宣伝”(ambush marketing)によって達成することもできよう。スポーツ団体は、便乗を、権限が与えられた権利価値を下げる海賊行為的な寄生と看做しているが、巧妙な便乗は、法的救済等をくぐり逃げることもできる。

販売促進ライセンス契約には、付与された権利と予期されたメディア報道のレベルを明記すべきであり、支払料、契約期間、譲渡権¹⁵⁾、もしくは更新と終了理由を盛り込むべきである。スポンサーやスポーツ団体は、互いの財産を利用する権利を要求することもできる。イベントのタイトルで指名されたあるい

は“オフィシャルサプライヤー”もしくは“オフィシャル製品”として指定された最大のスポンサーは、小規模なスポンサーを承認もしくはライバル会社を拒否する権利を要求することができる。ライセンスによって認められた関係は、組織、リーグ、名称、チーム、啓発プログラム、製品、ロゴ、その他の商標、出版、販売促進・厚遇の増進、トロフィー、償金等に関連しうる。すなわち、当該契約は、施設¹⁹⁾、設備（例えば、スコアボード）、参加者の日常着等も含めた宣伝権を認可することができるのである。当該スポンサーシップがイベントに関連している場合には、そのライセンスには、両当事者の組織的な責任が規定されなければならない、かつ担保保険と民事責任上の損害賠償の問題が盛り込まねばならない²⁰⁾。ライセンスとスポンサーシップは、一般法上の規制とスポーツ団体の規約に従わねばならないことから、個々のアスリートによって交渉された相反する保障問題を生じさせる¹⁹⁾。

各種の訴訟は、オーナーや使用权取得者の独占権を保護している。スポーツ団体は、現在、その名称と商標を登録し、それらを商標異議申立手続とその侵害訴訟によって守っている¹⁹⁾。カナダフットボールリーグ(“CFL”)に所属する Baltimore チームは、“Colts”という名称の過剰使用に関するナショナルフットボールリーグ(“NFL”)との衝突において、これを正式に主張した²⁰⁾。1982年に、カナダオリンピック協会(“COA”)は、商標法9条(1)(n)(iii)の意味における²¹⁾ “公共企業体”²²⁾に該当するとされ、“類似した”商標に異議を唱える権利を獲得した。COAは、それ以降、100語以上の未承認使用²³⁾、商品・ロゴ・絵文字の使用を禁止することに熱心である²⁴⁾。すなわち、それらの不正使用は、一業者がその商品は別物であると偽る場合に適用されるコモンロー上の詐称通用訴訟によって提訴することができるのである²⁵⁾。営業権を保有するオーナーは、商品・サービスの由来、同一性に関する紛らわしい表示や虚偽表示によってもたらされる損害賠償請求訴訟を起こすのである。事業企画の不正流用は、秘密漏えいとなり²⁶⁾、ライバル会社による訴訟は、契約関係の妨害を意味することになる。著作権上の創作産物と独創的表現物は、著作権によって保護され

る²⁷⁾。財産権に基づく訴訟以外でも、ライバル会社は不当競争として提訴される²⁸⁾。

National Hockey League v. Pepsi-Cola Canada Ltd. 事件で²⁹⁾、暴力団風の3名のアイスホッケー選手に対して“私のような洒落たファッションをしろ”と Don Cherry に言わせる CBC による Pepsi-Cola の後援する競技会のテレビ広告に対して、NHL は異議を申し立てた。NHL サービス社は、260万ドルで、リーグとチームシンボルを使用する権利を供与する“NHL の公式ソフトドリンク”としてのライセンスを Coca-Cola 社と結んでいた。もっとも、NHL は、CBC の“カナダアイスホッケーナイター”という番組でのソフトドリンク広告の独占権を Pepsi に許諾していた Molson Breweries に放映権を売却していた。従って Pepsi は、NHL のゲームに関して幾らかの合法的関連性を取得していたのである。Pepsi の競技会では、NHL の諸都市とプレーオフシリーズの結果（例えば“6地区のカルガリー”）に関するスクラッチカードとボトルキャップが使用された。ボトルラベルとテレビ広告には、“プロアイスホッケーのプレーオフ予備選手は、ナショナルホッケーリーグと関係しないのみならず、後援もされていない”という免責条項が含まれていた。Hardinge 裁判官は、当該競技会において法律違反はなく、Pepsi は、Coke と NHL サービス社との間の契約を妨げてはいないと判示した。そこでは商標は使用されておらず、免責条項の規定によってリーグとは無関係であった。Hardinge 裁判官は、同競技会ではリーグによる正式な認可に関する何らの虚偽表示もないとして、詐称通用の訴えを却下した。分別のある視聴者は、Cherry 氏の Pepsi® 広告でのトークを“面白いパロディー”と看做すであろう³⁰⁾。

B. プロスポーツ

1. ティーム保有権と被雇用者

メジャーリーグのフランチャイズ権は、純利益の見込みによって決定される価値を資産計上する高額な財産である。1995年には³¹⁾、Toronto Blue Jays は、1億4600万カナダドルと評価され、Montreal Expos は、7600万カナダドルと

評価されていた。NHL ティームの評価額は、Toronto Maple Leafs の 9000 万カナダドルから、Edmonton Oilers の 4200 万カナダドルまで分かれていた。評価額の基本的指針は、フランチャイズ展開にかかる加盟料³²⁾と売却価値から得られる。Ottawa Senators の NHL への加盟には、5000 万カナダドルかかった。Toronto Raptors と Vancouver Grizzlies のプロバスケット協会(“NBA”)への加盟料は、1 億 2500 万カナダドルであった。Marcel Aubut's 社が、Quebec Nordiques をデンバーの Comsat Entertainment Group に売却した時には、その価格は 7500 万カナダドルであった³³⁾。

メジャーリーグチームを保有するためには、初期の買収と当該スポーツの不確実性に耐えうる多額の資本準備金を必要とする。図 2 では、チームオーナーとその関連業界からの利益をリストアップすることによって³⁴⁾、地域によって出資されている非営利団体として維持されている CFL の 3 チームを指摘している。リーグ側としては、私的な保有が好ましい。その理由は、財務情報の開示が限定されていること、その費用負担を負わせられること、少数の個人で支配することができること、の 3 点にある。CFL での個人保有は、企業が一連の財政的危機に直面していることから、急速な流動化が見られる。その例として、Ottawa Rough Riders の過程をたどってみる。1987 年に、現地投資家による共同経営会社が Riders を買収したが、フランチャイズ権を維持するためにリーグから撤退した 1991 年シーズンの途中で、当該役員は、200 万カナダドルの損失を被った。デトロイト出身の不動産開発業者 Bernie Gliberman は、NHL の Ottawa Senators を設立した Terrace Investm-Ents 社の Bruce Firestone に譲渡するまで、2 年間 Ottawa Rough Riders を保有した。1994 年のシーズン終了時までには、Riders は 300 万カナダドルの債務をかかえ、破産した。シカゴ出身のスポーツ興行主 Horn Chen は、その時にチームを買収しようとし、1 カナダドル当たり 14 セントで買い取ることで債権者との和解を申し出た³⁵⁾。

チームは、個人事業主もしくは合名会社として保有することができるが、

図2
メジャーリーグチームの所有権

リーグとチーム	主たるオーナー	企業利益	アリーナ(公営又は私営)
NHL			
Calgary Flames	H.N.Hotchkiss	企業連合：石油、不動産	Olympic Saddledome (公営)
Edmonton Oilers	P.Pocklington	不動産、食品、石油	Northlands Coliseum (公営)
Montreal Canadiens	Molson	ビール、化学薬品、小売	Molson Centre (私営)
Ottawa Senators	R.Bryden	Stormont(Terrace)Cap. Corp.	Corel Centre (私営)
Toronto Maple Leafs	S.Stavro	Knob Hill Farms (食料品)	Maple Leaf Gardens (私営)
Vancouver Canucks	J.E.McCaw	Orca Bay Sport and Ent. (Northwest)	General Motors Place (私営)
Winnipeg Jets(1995) ¹	B.Shenkarow	共同経営：不動産、放送	Winnipeg Arena (公営)
MLB			
Montreal Expos	C.Brochu	企業連合：食品、信用組合、 市、州	Olympic Stadium (公営)
Toronto Blue Jays (1995)	Interbrew	ビール	SkyDome (私営)
NBA			
Toronto Raptors	A.Slaight	ラジオ放送	SkyDome (私営)
Vancouver Grizzlies	J.E.McCaw	Orca Bay Sport and Ent.	General Motors Place (私営)
CFL(1995)			
B.C.Lions ²	B.Comrie	Brick Warehouse furniture	B.C.Place (公営)
Baltimore Stallions ³	J.Speros	レストラン、娯楽	Memorial Stadium (公営)
Birmingham Barracudas ⁴	A.L.Williams	保険	Legion Field
Calgary Stampeders ⁵	L.Ryckman	Ryckman Financial Corp. (Westgroup)	McMahon Stadium (私営)
Edmonton Eskimos	地域、非営利団体		Commonwealth Stadium (公営)
Hamilton Tiger-Cats	D.Macdonald,G.Grant	銀行、放送	Ivor Wynne Stadium (公営)
Memphis Mad Dogs ⁴	F.Smith	Federal Express	Liberty Bowl
Ottawa Rough Riders ⁵	H.Chen	小売とスポーツ娯楽	Frank Clair Stadium (公営)
San Antonio Texans ⁴	F.Anderson	材木	Alamodome (公営)
Saskatchewan Roughriders	地域、非営利団体		Taylor Field (公営)
Shreveport Pirates ⁴	B.Glieberman	不動産	Independence Stadium
Toronto Argonauts	Interbrew	ビール	SkyDome (私営)
Winnipeg Blue Bombers	地域、非営利団体		Winnipeg Stadium (公営)

注

- 1 Jerry Colangelo によって所有されていた Phoenix Coyotes として 1996 年に移転した。
- 2 1996 年に売却された。
- 3 Montreal Alouettes として 1996 年に移転した。
- 4 1996 年に活動を停止した。
- 5 1996 年にリーグによってフランチャイズ権が吸収合併された。

会社もしくは合資会社によって責任を限定するのが、より一般的である。会社、その他の法人を設立することは、様々なタイプの現実的な支配を可能とする独立した法的根拠を付与することになる³⁹⁾。会社は、個人³⁹⁾もしくはその一族³⁹⁾が有している大多数の株式保有によって“非公開” (“closely held”)とすることも可能である。それ故、経営上の意思決定は、支配的見解によって直接的な影響を受ける。オーナーは、時として名声と税の優遇を求め、かつ彼らがビジネスのより確実な成功を取める路線を目指して、スポーツに足を踏み入れる。その結果、名声を獲得する者もいるが、屈辱的な没落の憂き目に会うこともある³⁹⁾。Marold E. Ballard の人生は、まさにその適例である。1971年から72年にかけて、Ballard の持ち株会社は、Maple Gardens Ltd. (“MLG”)と Toronto Maple Leafs⁴⁰⁾を買収したが、同時に Ballard は、Gardens の有価証券と金銭窃盗並びに脱税の罪で、3年間の自由刑を言い渡された⁴¹⁾。Ballard は、MLG の幾つかのスポーツに関連する子会社を差し押さえられたが、1980年代の中頃、Leafs のお粗末な競技成績にもかかわらず3000万カナダドル以上の年収を実現した。また、Ballard の断続的な体調不良は、MLG 株価の大幅な急騰をもたらした⁴²⁾。Ballard は、慈善団体のために委託していた MLG の彼の株式を残したまま、1990年に死亡した⁴³⁾。1994年に、食品業界の有力者で、MLG の会長かつ遺言執行者であった Steve Stavro は、査定評価額に基づいた相当な価格でその株式を購入することによって、MLG の私的な支配を得ようとした。その株式の購入は、Stavro の会社である Knob Hill Farms Ltd. とその子会社である Ventures によってなされることとなっていた。これに対して、慈善団体のための任務を果たしていた少数株主と公益管財人は、公開入札にすればより高額の市場価格を得られることを申立て、この買収を繰り延べる命令を獲得した⁴⁴⁾。Stavro による支配は、彼が最初に提案した1株につき34カナダドルよりも、Ballard の利益となる50カナダドルを支払うことに同意した1996年4月に承認された。

更に重要な支配形態は、相対的に安価な制作費のためにチームの保有を目

指しているメディア、ケーブル会社を含む多角企業によるものである。株式会社もしくは複合企業は、その組織内で収益と損失を割り当てることができる。従って、例えばテレビジョンネットワークによって保有されているチームは、市場価格以下の引受権が認められているローカル局の低収益を計上することができる。1991年に、Labatt Breweriesは、追加的株式の45%を取得するために6700万カナダドルを支払うことによって、Toronto Blue Jaysの90%の株式を取得した⁴⁵⁾。Labattの収益には、実況中継とテレビジョンチャンネルの所有が含まれていた。Blue Jays以外にも、Labattは、The Sports Network(“TSN”), Le Réseau des sports(“RDS”), the Toronto Argonautsも所有していた。またその収益の41%は、Sky Domeからのものであった⁴⁶⁾。ビール広告とテレビ番組の供給にふさわしい媒体を提供することによって、スポーツは、Labattの広範囲な品ぞろえに貢献していたのである。もっとも、Labattのスポーツに関連する企業業績は、その一般業績にほとんど影響を及ぼさなかった。1995年に、Labattは、スポーツと娯楽資産を売却することを企画していたベルギーのビール会社Interbrew SAによって買収された⁴⁷⁾。

企業は、フランチャイズ権の所在地や経営を経済的要因によって決定する。経営陣は、業績と採算性に基づいて評価し、目的を達成できなかった監督は、即座に“対外的な経歴を得るために交代させられる”⁴⁸⁾。チームの保有権は、次第に巧みな内部会計を実践している多角的事業のエリート集団に集中していくことになる。このような構造は、チームが数百万ドルのサラリーを支払うことを可能にする一方で、労使関係に影響を及ぼすことになる。短い競技経歴の間に資本還元を行おうとしているプレーヤーは、チームの背後にある豊富な積立金網と対比すると、ストライキに耐えることはできず、相対的に組織化されていない。オーナー間にある打算的羨望は、共通の利害関係の欠如を示唆してはいるものの、彼らは、金銭に対する献身さとオーナー一族内で金銭を保持するという点では一致している。

2. 収入と課税

チームは、4種類の一般的収入源を有している。すなわち、ラジオやテレビのローカル局とのネットワーク契約⁴⁹⁾、ライセンス供与とキャラクター商品⁵⁰⁾、スポンサーシップと広告、スタジアムやアリーナでのファンの消費、である。4番目には、入場券、豪華な客室のレンタル、プログラムや人目を引く商品、飲食物、駐車場、売店等の収入も含まれる。また、チームは、新たなフランチャイズ権とフランチャイズ権価格の上昇利益に課せられる入会金を分担する。1993年のメジャーリーグ野球(“MLB”)の総収入は、18億ドルであった。そのうち Toronto Blue Jays は、8800万カナダドルの収入を得、Montreal Expos は、4600万カナダドルの収入を得た。1993年度の NBA と NHL のチーム収入の平均値は、4600万ドルから3100万ドルであった。これらの収入は、チームの運営費に充てられねばならず、それには最大のコストを占めている選手契約とその他の人件費も含まれている。その他の運営費として、スタジアムの使用料、管理費、マイナーリーグチームに対するスカウト活動費と選手育成費、旅費、キャンプ費、保険代、リーグ分担金と設備費等がある。収益のほとんどは、地元チームによって得られているにもかかわらず、特定の収益については、リーグが協定している⁵¹⁾。いずれにせよ、このような協定を結ぶことは許容される。ライセンス収入は、通常均等に分配される。これに対して、1試合の有料入場者数の分配については、リーグ間で異なった運営がなされている。例えば、NFL のアメリカンリーグでは、ビジターチームに40%が、MLB のアメリカンリーグでは20%が、ナショナルリーグでは約9%が、ビジターチームに交付されている。1991年以降、CFL での1試合の有料入場者数収益は、その純益(“net gate”)の10%をビジターチームが受取るというポストシーズンの分配方式に依っている⁵²⁾。だが、NHL と NBA では、リーグに支払われるごく一部を除いて、1試合の有料入場者数収益の全部をホームチームが独占している。この分配方式には、スタジアムとプレーヤーの権利が関連している。スタジアムのレンタル契約は、通常、入場券収入の歩合に基づいており、権利収益と特別室の賃貸収益については、特別な措置が図られてい

る⁵³⁾。ライセンス供与の増加からの収入は、交渉の対象とされており、選手協会を巻き込んだ大規模な訴訟は⁵⁴⁾、世界的に公認された製品の販売において生じている。

プロチームは、その高額な税法上の優遇措置のゆえに、魅力的な投資とされてきた。当該チームが、会社の一部問として運営されると、損益は全般的な課税額を減少させるために、当該会社の組織内で分割することができる。もっとも、損失は、通常、個々の株主に負担させる(“flow through”)ことはできない。また、当該チームが合名会社として保有されているか⁵⁵⁾、もしくはアメリカ税法上の特別小規模会社(“S-Corporation”)として運営されている場合には⁵⁶⁾、他の収益の含み損として損金処理することができる。アメリカ税法上の伝統的な利点は、資本コスト方式で経費としての固定資産を年次計算できることである⁵⁷⁾。フランチャイズ権を買収・再設立するに際して、買い手は、少なくとも買収価格の90%を選手契約に割当て、その後平均的に5年間で減価償却している⁵⁸⁾。1976年以降、フランチャイズ権価格の50%が選手契約に割り当てられているにすぎず、買い手は、通常、以前のオーナーによって割り当てられていた金額ベースを上回ることはないとされている⁵⁹⁾。

広報・宣伝業務においてスポーツを利用している会社の収益は、許容されている控除額によって影響を受ける。チームを後援するために合理的な金額は、広告費として減価償却することが認められている⁶⁰⁾。もっとも、1994年以降、例えばゲーム入場券料や特別観覧席のレンタル料のような合理的な接待費のうちの50%が、控除できるようになった⁶¹⁾。

3. 公的助成金

スポーツ団体は、非課税措置・課税控除⁶²⁾、競争法上の特別措置⁶³⁾、更には施設や開発プログラム⁶⁴⁾に対する公的助成金によって恩恵を受けている。プロチームは、1960年以後相次いでいるスタジアムやアリーナの公共建設によってとりわけ利益を享受している⁶⁵⁾。モントリオールのオリンピックスタジアムは、10億カナダドルかけて1976年に開業され、トロントのスカイドームは、

オンタリオ州に3億8000万カナダドルの債務を負わせ、(当初の見積額の5倍である)6億カナダドル以上かけて、1989年に完成した。1994年に、オンタリオ州は個人投資家の連合事業体との長期の交渉を終え、同ドームの純収益額の60%を支払うという22年社債とともに、1億5100万カナダドルで、同ドームを売却した⁶⁶⁾。スカイドームへの投資に関するオンタリオ州納税者の損失は、約3億カナダドルと見積られる。このような公的寛大さは、ウイニペグ、マニトバ州並びに連邦政府が、新たなアリーナを建設するために、1億2000万カナダドルと見込まれる“save the Jets”キャンペーンに応じた1995年まで引き継がれた⁶⁷⁾。

スタジアムとそれに関連するインフラの建設費を負担するがゆえに、都市はプロティームを引き留めもしくは獲得する必要がある⁶⁸⁾。フランチャイズ権を承認するに際して⁶⁹⁾、リーグは、可能性のある都市間で争奪戦を引き起こすチームの希少性を創設する。リーグは、移転に関する公式な規制を維持してはいるものの⁷⁰⁾、移転が例外というよりもむしろ原則となっており⁷¹⁾、より小さな市場における効率的な販売収益よりも、チームオーナーによるチームからの撤退という選択を是認している。リーグは、実入りの良い人口地域への移転を認可しており、定着している地元への独占に介入してはいない。フランチャイズ権が財政的に堅実な場合でも、増収の可能性があれば、伝統的な地域にこだわることはない。ブルックリンドジャースが、1957年にロサンゼルスに移転したとき、ドジャースは温暖地域への道を開き、チームの残留と助成金という地方自治体の政策における重要な課題をもたらした⁷²⁾。

都市は、市民としての誇りを進展させるプロティームを獲得しようと努力し、“メジャーリーグ”もしくは“ワールドクラス”の所在地として評価されようとする⁷³⁾。公共投資は、名声や独自性を高めることはできるが、財政的観点から正当化できることはまれである。フランチャイズ権の広範囲にわたる経済的研究によれば、その経費を軽視し、チームの存在に起因する新たな消費を暴騰させる傾向が見られる⁷⁴⁾。その他の開発計画は、助成金を得られるエリー

ト企業⁷⁹⁾と富裕層がより多くの利益を生じさせることができるものであり、市民としての義務から資金を奪うという時代錯誤な施策と言えよう。それにもかかわらず、おそらく都市は、スタジアムからの直接的な利益や税金を得ることができると思うのであろう。チームを維持するためには、資産評価を向上させるための手立てを講じ、例えば融資金・還付金・州のくじからの財政的支援・損害補償さらには有利なレンタルや利権の分配などのインセンティブを提示することが必要となる⁸⁰⁾。他方で、チームオーナーは、フランチャイズ権の差し迫った権利譲渡を申立てること、もしくは新しい活動の場への移転をほめかすことによって、有利な取引を要求することができる。

このように、チームオーナーが強力な影響力を保持しているにもかかわらず、批判的な人々や反対派の市民は、そのプロジェクトを継続することにつき賛否を問い、あるいは公益を保護するために他の救済手段を行使することができる。都市の支出費に対しては、資金の不正使用として異議を申し立てることもできるのである⁸¹⁾。また、企画・立案過程において、当該プロジェクトを見直す機会も与えられている⁸²⁾。更には、移転を制限するという反トラスト法の改正案も提案されている⁸³⁾。スタジアムの賃貸借契約の条件は、現在のフランチャイズ権を保有することの便宜を図ることにある。Edmonton Northlands v. Edmonton Oilers Hockey Corp. 判決で、Oilers は長期にわたる使用許諾契約を条件としていたが、より有利な条件を目的とした交渉を開始し、時に応じてHamilton もしくはMinneapolis へ移転する意思があることを公表した。エドモントン市は、アルバータ州の裁判権から抜け出すことを防ぐための仮差止命令を得て、Northlands コロシウムが、営業権・スポンサーシップの解除、広告契約上の損害によって取り返しのつかない損失を被るという主張をして、勝訴した。

4. テレビジョン契約

テレビジョンは、スポーツ経済⁸⁴⁾並びにそのイベントの企画・制作に基本的な影響を及ぼしている⁸⁵⁾。ゲームがテレビで放映されると、チームはスポン

サーシップやスタジアム広告から収益を挙げることができ⁸³⁾、幾つかのリーグは、テレビ放映権の売上金から巨額の費用を埋め合わせている。北アメリカの契約では、この収益がその大部分を占めており、とりわけ野球においては国際的な市場が重要なものとなっている⁸⁴⁾。放送局は、広告主⁸⁵⁾や受信契約者を魅了するためにスポーツを当てにしており、アクセス権を獲得するための手段として、新たなリーグを開催さえしている。例えば、イギリスのサッカーの一部リーグは、より利益の挙がるテレビ放映契約を獲得するために、プレミアリーグとして再編成された。その後、同権利を、ルパード・マードックのスカイ衛星ネットワークが獲得した。1995年に、マードックのニューズ・コーポレーションは、無料衛星ネットワークと有料テレビ放送を支配するための手段として、ラグビーの国際スーパーリーグを創立しようとした⁸⁶⁾。

スポーツ放送における法的問題としては⁸⁷⁾、無形財産権の保護・契約の更新⁸⁸⁾・放送電波と通信市場を規制している法定規制制度の妥当性が⁸⁹⁾、挙げられる。1970年代まで、メジャーリーグの主要な表現手段は、従来型の全国的放送網であった。現在では、技術の進歩と規制変更によって、例えば無料衛星放送、ケーブルテレビ、有料もしくは番組有料視聴制などの多様な放送網が提示されている。現在の放送網には、私的・公的通信網⁹⁰⁾、全国向け・地方向けケーブルシステム、衛星受信方式、専門チャンネル等が含まれている。穏当な著作権料の支払いを課されているケーブルテレビによって、全国向け放送を地方向けの地上波放送としているアメリカの“Superstations”も存在している⁹¹⁾。1984年に、カナダラジオテレビ電気通信委員会(“CRTC”)は、The Sports Network(“TSN”)を専門チャンネルとして認可した⁹²⁾。TSNは、1989年に基幹のケーブルテレビに移行し、全国向けスポーツの唯一の公益事業として、1993年に1億1900万カナダドルの収益を挙げた⁹³⁾。1994年6月に、CRTCは地方向けスポーツ公益事業と番組有料視聴制のアイスホッケーチャンネルの許可申請を否定したが、後に個人向け直接番組を配信する一括契約による番組制作事業を認可した⁹⁴⁾。

“テレビ放映権”(“television rights”)は、通常売買されるにもかかわらず、実際にはスポーツイベントにおける直接的財産自由権は存在しない。独占的に録画することの唯一の障害は、スタジアムによって制約を受けている行為と契約上の条件である。例えば、公道におけるアラソン走については、独占的権利はない⁹⁵⁾。身体的競技やゲームは、瞬間的・流動的なものであり、予測不可能であるがゆえに著作権では保護されない⁹⁶⁾。不正流用に対する賠償は、主催者に認められた財産権もしくはアスリートの人格権に基づくかねばならない⁹⁷⁾。著作権による保護は、認可されていない特定の録画を利用することもしくはテレビ番組の制作のみを対象としている。すなわちその保護は、再放送・再送信もしくはデータ形態において録画された映像の使用⁹⁸⁾を規制する権利である。著作権は、フィルム・録画テープ・同時録画によって作成された画像に具体化されており⁹⁹⁾、同権利は、電波による再放送¹⁰⁰⁾もしくはケーブルテレビによる番組の再放送¹⁰¹⁾によって、侵害されうるのである。Titan Sports Inc. v. Mansion House (Toronto) Ltd. 判決で¹⁰²⁾、有線テレビで放送された世界プロレス協会の試合の興行主は、同時録画された衛星信号の海賊版を作成した認可されていない酒場に対する差止命令を得た。裁判所は、音楽著作権の取得を含む制作の企画と経費を指摘し、認可されていない放送に対する周波数の変更と警告という著作権を保護するための措置にも言及している。

リーグの会長もしくはコミッショナーの権限は、リーグの安定性と全てのチームに十分なテレビ放映収入を確保する手腕に、関心を向けがちである。図3では、メジャーリーグにおける最近のテレビ契約の概要を示し、異種のスポーツによって得られている広範囲な収入を例証している。NHLは、アメリカの伝統的なネットワークとの契約を確保することに失敗している点が、注目すべきことである¹⁰³⁾。NFLの全面的な一括契約は、40億4200万ドルの収益をもたらし、各チームに、1年に4000万ドルを提供した。ルパード・マードックのFox Networkは、放映権の占有シェアにつきCBSより高値をつけ、1956年以来継続していたCBSとの関係に終止符を打った。CBSは、1989年から1993

図3
メジャーリーグのテレビ契約

リーグ	ネットワーク	収入 (百万カナダドル)	年度	備考
NHL	CBC/RC	250	1994-98	Molson によって保有されているカナダでの全国向け放送
	TSN/RDS			
	Fox	155	1995-99	月曜日のナイター、プレーオフの1回戦
	Quatre Saison			
	ESPN	80	1992-97	Canadiens の平日ゲーム
	CHCH,Global	51	1995-99	Molson;Leafs の地方向け放送
MLB	Fox	575		
	NBC	475		
	CBC/RC/Baton			Blue Jays と Expos のゲーム放送
	TSN/RDS/QS			
	ESPN	455		
	Fox Sports-Liberty	172	1997-2000	
NBA	NBC	750	1994-98	
	CTV		1995-97	Raptors と Grizzlies のホームゲーム
	BCTV			Grizzlies の地方向け放送
	CITY TV/CKVR			Raptors の地方向け放送
	TNT/TBS	352	1994-98	
CFL	CBC	15	1995-97	Grey Cup のプレーオフ 25ゲーム
	TSN		1995-97	40ゲーム
	ESPN(2)		1995-97	Grey Cup のプレーオフ 21ゲーム
NFL	Fox	1580	1994-98	1997年スーパーボールのNFCゲーム
	ABC	950		1995年スーパーボールの月曜ナイター
	NBC	880		1996年と1998年のスーパーボールのAFCゲーム
	ESPN	520		
	TNT	490		

年までの期間の10億1000万ドルの契約において重大な損失を被った後、MLBとの提携を打ち切った。1994年から95年の間、MLBは、広告販売からの純収益の80%をリーグに支払うという条件でNBC並びにABCと提携したが、この“The Baseball Network”という事業は、収益が3億3000万ドルに達しなかったため、やはり打ち切りとなった。野球での悲観的な財政的見通しは、MLBが10億6800万ドルに値するネットワークとの5年間の一括契約を公表した1995年11月に、取り除かれた。NHLは、1970年代にNBCと短期契約を結んだ。その後、アメリカのチームは、地方向けの有線放送権の販売に重点を置き、1985年から1992年まで、ESPN並びにSports Channel Americaの全国向け有線放送と一連の低価格契約を結んだ。NHLは、子会社であるMolstar Communicationsに“Hockey Night in Canada”をCBCと共同で¹⁰⁴⁾制作させるMolsonに、カナダにおける全国向け放映権を売却した¹⁰⁵⁾。このMolsonの放映権は、放映しないチームもあることを条件としていた¹⁰⁶⁾。

テレビ放映権の一括契約と共有は、リーグが制作を規制し、全国網の広告という条件を決めることができるようにしているアメリカの反トラスト法の適用除外のもとで¹⁰⁷⁾、認められている。もっとも、この適用除外は厳格で狭義に(“narrowly, with beady eyes and green eyeshades”)解釈されている¹⁰⁸⁾。1961年のSports Broadcasting Actの1条によれば¹⁰⁹⁾、プロのフットボール・野球・バスケットボール・アイスホッケーのチームは、それぞれのリーグによって取り決められた共同協約によって、各々のゲームのスポンサー付きテレビ放映権を売却することができる。同法の2条は、プロチームがホームでプレーしている時のゲームを、地方向けに放映しないことを許可しているが¹¹⁰⁾、同法の3条は、“金曜日と土曜日に競技している大学もしくは高校のフットボール対抗戦の会場から75マイル以内にあるテレビ局から”秋のプロフットボールゲームを放映することを許可する協定を、適用除外としていない¹¹¹⁾。反トラスト法の適用除外は、そこに記載されている4つのプロスポーツに限定されており、大学対抗連盟によって主催されたテレビ放送には適用されない。Nat. Collegiate

Athletic Assn. v. University of Oklahoma 判決で¹¹²⁾、最高裁は、フットボールの放送網を規制する NCAA の包括的協定を検討した。これは、放映されるゲーム数を制限し、放映価格を設定するという放送網とホームチーム間の契約条件を規定していた。最高裁は、そのような集中管理は、価格競争・視聴者による選択を不当に制限するものであり、大学フットボールの独自のブランドを生み出すという NCAA の目的によっては正当化されないとした。またそれは、リーグ内での統一性もしくは公正な競争条件を促進する規定に相当するものではなく、単に大学が収入を得る機会を制限するものにすぎなかった。更には、ゲームが 24 時間放映されていることから、ライブ映像の観客動員数を保護するものでもなかったのである。この NCAA 判決以降、大学フットボール連盟¹¹³⁾を構成しているメジャーな大学フットボールは、単独のテレビ放送契約を締結することができるようになり、競技連盟と大学は、異なる放送網との個別の一括契約を受け入れることができるようになった。

プロリーグにおける収益の分配は、地方向け放送のチームによる独占権並びにケーブルテレビ・番組有料視聴制テレビからの収入配分方法によって影響を受ける¹¹⁴⁾。これらの源泉は、通常、ネットワーク契約に適用される均等な分担に左右されるものではない。NFL では、全収入のほとんどが、地域ごとのゲームを放映しているネットワークによってもたらされているため、チーム資産は比較的均等である¹¹⁵⁾。だが、MLB では、権限を集中できないことに悩まされており、地方市場の規模の点において、深刻な格差が存在している。各チームは、ホームゲームを Superstations によって侵略されているのである¹¹⁶⁾。アメリカンリーグでは、各チームがケーブルテレビ収入の 20% を分け合っているのに対し、ナショナルリーグでは、ビジターチームが特定のゲームに関するケーブルテレビ収入の 25% を受取っている。Superstations で放映される MLB のチームは、平等に分担している基金にささやかな支払をおこなっている。NBA では、リーグは WGN-TV でのシカゴブルズの放映に関心を持っているが、Superstations に登場する機会を制限する規定を適用しようと

する試みは、反トラスト法の適用除外によって保護されないこととなった¹¹⁹⁾。

地方向けテレビ放映権とケーブルテレビ契約は、収入面での格差と細分化されたテレビ視聴様式をもたらした。反対派の議員は、リーグが無料テレビでのスポーツ観戦を維持するという“公的責任”を放棄することになるとして、反トラスト法の適用除外を疑問視している¹²⁰⁾。リーグは、伝統的なネットワークから利益を得ており、それとの縁を絶つことはありえないであろうが、ケーブルテレビと有料テレビは何百万人ものネット上の入場券を販売するチャンスを提供するものであり、チームオーナーは、これを主要な配送システムとすることを切望しているのである。

5. 独占権、需要独占、保留権

本節では、商品の供給と労働市場の規制という2面におけるプロリーグ特有の経済的側面に言及することとする¹²¹⁾。一般的なエンターテイメント市場並びにグラウンド上の競技においては競争が主流であるにもかかわらず、スポーツ関連組織では様々な独占的特性が見られる。通常、単独のメジャーリーグが、特定のスポーツにおける優れたイベントの独占的供給を提供することになり、当該チームは、特定の領域におけるリーグ商品の唯一の供給者となる。他方、労働市場においては、フリーエージェント宣言によって被用者の緩和された制限が行われてはいるが、伝統的チームは、特定のプレーヤーを獲得・保有する独占権を認めているリーグ規定によって、(買手重視の)需要独占権を保持し続けている。サラリーは、プレーヤーが進んで保留賃金を受諾するように、ギャンブル的でないオプションを上回らせ、当該プレーヤーに高い能力と高収入の可能性を認める他のチームからのオファーを受諾させないようにしている。保留されている限り、他のチームにとっての当該プレーヤーの価値範囲内まで、サラリーがアップされることはない。最大の“限界収益商品”(“marginal revenue product”)が達成されることはない。

放出の制限と賃金の抑制によって、リーグは、ライバルが羨むような魅力的な利益を実現している。ライバル経営者は、定期的にメジャーリーグの独占的

地位にチャレンジし¹²⁰⁾、それによってプレーヤーにサラリーの急騰をもたらした。だが、ひとつのリーグの独占的な地位は、全面的合併、えり抜きの選手の獲得もしくはライバルリーグの大失敗によって、直ちに回復した。メジャーリーグは“自然的独占”(“natural monopolies”)であり、最も才能のある者がゲームでフェイスオフした時に、そのメンバー全員の地位が向上することを示唆しているのかもしれない。通常は、政府によって、過度の独占事業を規制する手段が採られる¹²¹⁾。だが、これは通常の基準と競争法の禁止の支配を受け、そのような監視から特典を享受しているリーグには適用されていない¹²²⁾。競争法における救済措置は、ライバルリーグからの勧誘が禁止され、プレーヤーが意味のない拘束を受けている場合にのみ、問題となるにすぎない。

プロリーグは、その共同利潤を最大限に高め、相対的な財政上の平等を維持しようと努めているメンバーチームによるカルテルもしくは協同組合方式の協会として、運営されている。チームは別であっても、経済的には互いに依存している。なぜなら、その一般収入と評価は、各チームの誠実性とパフォーマンスの影響を受けるからである。各チームは、売却できる魅力的な商品を保有するために、有望なリーグの対戦相手を必要としているのである。結果が不確定である以上、試合のみが料金を支払っている一般人にとって価値があるのだから、各チームは、リーグに属しているチームのプレー上の競争力に関心をもつのである。また、収入とプレーヤーの利益は、プレーオフに出場して優勝することによって増加するのであるから、各チームは、各々のチームの成功のみに関心をもっている。もっとも、いかなる犠牲を払ってでも優勝することを追求することは、カルテルの廃止を意味することとなる¹²³⁾。

試合は、リーグ戦で構成されており、加盟チームの利益となるようパフォーマンスを向上させ、興味をそそるものでなければならない。秩序だった試合を促進するために、リーグは3種類の異なるタイプから成る国内の手筈を整える¹²⁴⁾。すなわち、ゲーム日程と選手の標準化規定、懲戒規定、競技力とチームの財政状態を均一化する方策である。北アメリカリーグの加盟チームは、

通常、チームオーナーによって任命された社長もしくはコミッショナーの指示による支配を受けている。この連盟は、各チームの事業運営を規制しているリーグ規定と附属細則によって維持されている。幾つかのリーグ規定は、主にオーナーやその経営に影響を及ぼす、例えば収益の分配、フランチャイズ権保有者の認可・資格、チームの所在地や移籍といった問題を、扱っている。その他の経済的方策は、プレーヤーの労働市場にかかわるものである。リーグ内のどのチームとも交渉することができるというプレーヤーの自由は、例えば保有権、交渉リスト、ジュニア選手のドラフト制度というエントリーシステムによって、制限されている。サラリーキャップ制は、給料に制限を課しており、あるチームと契約した選手の移籍は、標準的選手契約条項、将来の雇用交渉を阻んでいる“不当交渉”(“tampering”)の禁止、放出されたプレーヤーに対する優先権主張を許している“ウエーバー制”(“waivers”)によって、制限されている。最も広く知られている拘束は、様々な形態における保留システムである。アイスホッケーと野球のメジャーリーグにおける保留条項は、かつてはチームが選手との永久契約を維持することを許していた¹²⁹⁾。フリーエージェント宣言は、現在大抵の場合、選手の元のチームに支払われねばならない補償金によって阻止されている。そのようなチームは、契約期間に適合させることや第一先買権を行使することによっても、選手を保留することができる。

保留とその他の拘束は、ゲームの完全性とリーグの経済的生き残りに不可欠なものとして、チームオーナーによって擁護されている。これに対する倫理的威嚇(moral threat)は、建前上は人気のある対戦相手とのプレーヤーによる交渉によってもたらされうるが、これは長期契約と不当交渉ルールによって解消することができた。最終的な威嚇(death threat)も、理論上の問題や近時の歴史的資料に基づいて、軽視されている。従来から論じられているように、保留制度は、プレーヤーの継続性とそれと競合する同質性を保障することによって、経済的崩壊を回避するものである。もっとも、保留制度はプレーヤーのトレードを可能としており、フリーエージェント宣言との唯一の違いは、プレーヤー

の貢献度に相当する財産権もしくは価値（“レンタル料”）が、チームに帰属するという点である¹²⁶⁾。どちらのシステムにおいても、プレーヤーはその貢献度を最も高く評価するチームに移籍し、そのチームが、より裕福な市場の1つになりうるということである。歴史的には、幾つかのチームが優勝することを牛耳っているため、保留制度が価格の一致を達成することはなかった。同様に、採算性はわずかなフランチャイズ権に限定されている。チームの必要性和プレーヤーの好みに一致した才能ある者の自由市場での配分は、競争のバランスという点では効果的である可能性がある¹²⁷⁾。フリーエージェント宣言の時期は、チームの勝率¹²⁸⁾や優勝争いもしくはプレーオフに出場するチームの売上高にさほどの変化をもたらしてはいない。保留制度の実質的効果は、チームのコスト削減にある。弱小チームの経済的生き残りは、プレーヤーを犠牲にすることによって促進され、成功を収めるチームの収益は、公開市場交渉で引き抜かれる選手のサラリーを支払う必要がなくなることによって、増加するのである。各チームの相互依存関係は、競争力を確保するためのお膳立てを必要とするが、そのための負担と補償金は、プレーヤーの犠牲によるべきではない。収益の分配は、チームが財政的にうまくいっている間のフリーエージェント宣言を可能とする明らかな手段であるが¹²⁹⁾、それは、地元の利益性のみに関心を向けているチームによる抵抗を受けることもあるのである。

注

第3章

- 1) Toronto Hockey Club v. Arena Gardens of Toronto, Ltd., [1925] 4 D.L.R. 546(Ont. C.A.) at 546-47 per Masten J.A.
- 2) W. Vamplew, Pay Up and Play the Game: Professional Sport in Britain, 1875-1914(Cambridge: Cambridge University Press, 1988), pp.48-56. 第1章 B も参照。
- 3) A. Hall, et al., Sport in Canadian Society(Toronto: McClelland & Stewart, 1991), pp.103-33; R. Gruneau and D. Whitson, Hockey Night in Canada: Sport, Identities and Cultural Politics(Toronto: Garamond Press, 1993), pp. 223-46; S. Hugh-Jones, "A Survey of the Sport Business" The Economist, July, 25, 1992, pp.1-19; B. Houlihan, Sport and International Politics(Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf, 1994), pp.152-72.
- 4) W. Andreff and J-F. Nys, Economie du sport, 2e éd.(Paris: Presses Universitaires de France, Que sais-je?, 1994), pp.71-97.
- 5) 前掲書 p.3.
- 6) C. M. Brooks, Sports Marketing: Competitive Business Strategies for Sports (Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1994), pp.31-32.
- 7) 広く知られたスポンサーとしては、Molson, Labatt, News Corp. Ltd., McDonald's, Coca-Cola, Pepsi, Phillip Morris, AT & T, Panasonic, Sony, IBM, Royal Bank, VISA, Federal Express, Disney と大手自動車メーカー等がある。
- 8) 連邦によるスポンサーシップ政策については、第1章 D,3 を参照。
- 9) W. F. Stier, Fundraising for Sport and Recreation(Champaign: Human Kinetics Publishers, 1994), その方法や事業は、どのようなものであってもよく、例えば、販売、コンクール、ショー、晩餐会、富くじ、洗車等も含まれる。
- 10) J. A. Lucas, Future of the Olympic Games(Champaign: Human Kinetics Books, 1992), pp.73-83.

- 11) Hugh-Jones, 前注3, p.18. 2000年から2008年までの冬季・夏季オリンピックのアメリカでの放映権料として、1995年にNBCは3億60万ドル支払った。
- 12) Brooks, 前注6; B. J. Mullin, et al., *Sport Marketing*(Champaign: Human Kinetics Publishers, 1993).
- 13) Coca-Cola v. The Sports Network(1992), 44 C.P.R.(3d) 478 (Ont. Gen. Div.) (Blue Jaysのゲームにおけるコカコーラの広告契約が更新されなかった; TSNは、ペプシと新たな契約を結んだ)。
- 14) Canadian Sport & Fitness Marketing, Inc., *Marketing Policy Reference Manual* (March 1993). L.L. Bean, "Ambush Marketing: Sports Sponsorship Confusion and the Lanham Act" (1995), 75 Boston U.L. Rev. 1099も参照。
- 15) Cineplex Odeon Corp. v. Labatt Brewing Co., unreported, May 12, 1995(Ont. Gen. Div.)(ライブステージショーのスポンサーシップ; 譲渡に必要な相手方当事者の同意)。
- 16) Oland Breweries Ltd. v. Trade Centre Ltd.(1984), 65 N.S.R.(2d) 204, 6 C.P.R.(3d) 104(T.D.)(アリーナでのディスプレイ広告契約の更新; ライバル会社のディスプレイを阻む差止命令が否定された)。
- 17) 第10章Bを参照。
- 18) 第1章D, 第2章C, 3を参照。
- 19) All England Lawn Tennis Club(Wimbledon) Ltd. v. Nike International Ltd. (1984), 1 C.P.R.(3d) 185(T. M. Opp. Bd.); Montreal Baseball Club Ltd. v. Spécialités de Boulangerie Ltée.(1986), 8 C.P.R.(3d) 426(T. H. Opp. Bd.) ("Youppi"); Leaf Confections Ltd. v. Maple Leaf Gardens Ltd.(1986), 12 C.P.R.(3d) 511(Fed. T. D.); affd.(1988) 19 C.P.R.(3d) 331(Fed. C. A.); Detroit Lions Inc. v. B. C. Lions Football Club(1987), 14 C.I.P.R. 53(T. M. Opp. Bd.); Carleton Univ. v. Thibeault(1987), 14 C.P.R.(3d) 442(T. M. Opp. Bd.) ("Raven"); Ont. Gymnastic Fed. v. Aetna Life & Casualty of Can. Ltd.(1987)

- 15 C.I.P.R. 132(T. M. Opp. Bd.)(“Swimfit” “Gymfit”); Stadium Corp. of Ont. Ltd. v. Wagon-Wheel Concessions Ltd.(1989), 24 C.I.P.R. 24 (Fed. T. D.) (“Skydome”). H. A. S. Novelties Ltd. v. Argonaut Football Club Inc. (1983), 74 C.P.R.(2d) 81(Fed. T. D.)も参照。
- 20) Indianapolis Colts v. Metropolitan Baltimore Football Club, 34 F. 3d 410 (1994). News Ltd. v. Australian Rugby Football League Ltd., (1996), ATPR ¶ 41-466(Fed. C. of Austr.)(ARL ティームの財産権); revd. Oct. 4, 1996 (大法廷) も参照。
- 21) R.S.C. 1985, c.T-13.
- 22) Registrar of Trade Marks v. Can. Olympic Assn., [1983] 1 F.C. 692, 139 D.L.R. (3d) 190, 67 C.P.R.(2d) 59(C.A.).
- 23) R.B. Latham, “Explosion of Section 9(1)(n) Notices” (1985), 2 C.I.P.R. 74; G. Gaikis, “The Constitutionality of Section 9 of the Trademarks Act” (1988), 5 C.I.P.R. 141; J.G. Fogo, “Notes from Canada; Going for Gold” (1990), 80 T.M.R. 431.例えば、Can. Olympic Assn. v. Allied Corp., [1990] 1 F.C. 769, 28 C.P.R.(3d) 161(C.A.); Can. Olympic Assn. v. Konica Canada Inc., [1992] 1 F.C. 797, 85 D.L.R. (4th) 719, 39 C.P.R.(3d) 400(Fed. C. A.)を参照。San Francisco Arts & Athletics Inc. v. U.S. Olympic Committee, 107 S. Ct. 2971 (1987)(“オリンピック” という用語の使用を禁じられたゲイ・ゲーム) も参照。
- 24) 例えば、Can. Olympic Assn. v. Jack Buckler Aquatics Ltd.(1991), 36 C.P.R. (3d) 279(T. M. Opp. Bd.); Can. Olympic Assn. v. Logo-Motifs Ltd.(1993), 51 C.P.R.(3d) 564(T. M. Opp. Bd.); Can. Olympic Assn. v. Technequip Ltd. (1994), 55 C.P.R.(3d) 281(T. M. Opp. Bd.)を参照。
- 25) Centre Ice Ltd. v. National Hockey League(1994), 53 C.P.R.(3d) 34(Fed. C. A.); Sport Maska Inc. v. Carstar Sports Group Inc.(1994), 57 C.P.R.(3d) 323 (Que. Sup. Ct.). Trademarks Act, 前注 22, s.7 も参照。

- 26) *Pharand Ski Corp. v. Alberta*(1991), 37 C.P.R.(3d) 288, 333 and 532(Alta. Q. B.).
- 27) Copyright Act, R.S.C. 1985, c.C-42. *Football League, Ltd. v. Littlewoods Pools, Ltd.*, [1959] 2 All E.R. 546(Ch. Div.)(備品リスト); *Goldner v. Can. Broadcasting Corp.*(1972), 7 C.P.R.(2d) 483(Fed. T. D.)(ボーリング試合の形式); *B.C. Jockey Club v. Standen*(1983), 146 D.L.R.(3d) 693(B.C.C.A.)(競馬情報); A. Dorion, “Ne tirez pas sur la juge brésilienne ou la protection des chorégraphies sportives en droit d’auteur” (1994), 7 Cah.prop.intell.99 を参照。
- 28) Competition Act, R.S.C. 1985, c.C-34, s.52 (誇大広告), s.53 (賞品), s.59 (販売促進競争), s.60 (抗弁) ; Business Practices Act, R.S.O. 1990, c.B.18, s.2 (不公正な取引)。
- 29) [1992] 6 W.W.R. 216, 92 D.L.R.(4th) 349, 42 C.P.R.(3d) 390(B.C.S.C.); affd. [1995] 5 W.W.R. 403, 122 D.L.R.(4th) 412(B.C.C.A.). *National Hockey League v. Pepsi-Cola Canada Ltd.*(1993), 102 D.L.R.(4th) 80(B.C.S.C.); affd. (1995), 122 D.L.R.(4th) 421(B.C.C.A.)(Pepsi は費用の増額を供与した) も参照。
- 30) 前掲判例, at 92 D.L.R. 372, per Hadinge J. *Cardtoons, L.C. v. Major League Baseball Players Assn.*, 868 F. Supp. 1266(1994)(パロディーカード; パロディースピーチ) も参照。
- 31) M.K. Ozanian, et al., “Suite Deals” *Financial World*, May 9, 1995, p.42 (年次調査)。
- 32) 拡大するためには、リーグの収益を分担する“共同経営者”を加えることになる。新たなチームがリーグの収益性を向上させることを保障しなければならぬ現会員によって、加盟料が保障されることになる。
- 33) *The Globe and Mail*, Toronto, May 26, 1995. 共同経営会社は、Carling O’Keefe Breweries からチームを買収するために、1988年に1500万カナダドル支払った。

- 34) 北アメリカチームのオーナーシップに関する歴史については、J. Quirk and R.D. Fort, *Pay Dirt: The Business of Professional Team Sports*(Princeton: Princeton University Press, 1992), pp.378-478 を参照。
- 35) *The Globe and Mail*, Toronto, March 10, 18, 1995; *Re Ottawa Rough Riders of Professional Football Club*(1995), 54 A.C.W.S.(3d) 1063 (Ont. Gen. Div.) (売却に関する裁判所の承認)。
- 36) R.B. Beamish, "The Impact of Corporate Ownership on Labor-Management Relations in Hockey" in P.D. Staudohar and J.A. Mangan, eds., *The Business of Professional Sport*(Urbana: University of Illinois Press, 1991), p.202.
- 37) Edmonton Oilers の Peter Pocklington については、D. Mills, "The Blue Line and the Bottom Line: Entrepreneurs and the Business of Hockey in Canada, 1927-90" in Staudohar and Mangan, 前掲書、pp.175, 186-99 を参照。
Sullivan v. Nat. Football League, 34 F. 3d 1091(1994)(NFL の政策は、一般人へのチーム株式の売却を許さない); *NHL By-laws*, 34 条 (一般人へのオーナー株式売却の規制) も参照。
- 38) Molson 一族については、Beamish, 前注 36, pp.207-10 を参照。*D. Cruise and A. Griffiths, Net Work: Exploding the Myths of Pro Hockey*(Toronto: Viking, 1991)(Norris 一族); *Primex Investments Ltd. v. Northwest Sports Enterprises Ltd.*, [1996] 4 W.W.R. 54(B.C.S.C.)(Griffiths 一族) も参照。
- 39) 有名な奇術師も含まれている; イギリスの故 Robert Maxwell; フランスの Bernard Tapie; L.A. Kings と Toronto Argonauts のかつてのオーナーである Bruce McNall.
- 40) *820099 Ont. Inc. v. Harold E. Ballard Ltd.*(1991), 3 B.L.R.(2d) 113(Ont. Div. Ct.) and 123(Gen. Div.)(1980 年代後半における商取引に関連する少数株主による訴訟)。
- 41) W. Houston, *Ballard: A Portrait of Canada's Most Controversial Sports Figure* (Toronto: Seal Books, 1985) pp.98-122.

- 42) The Globe and Mail, Toronto, Nov.1, 1986.
- 43) Ballard Estate v. Ballard Estate(1991), 3 O.R. (3d)65, 79 D.L.R. (4th) 142(C.A.)(遺言受託者の権限；普通株の担保を免れている Knob Hill からの融資による Molson への借入金返済；Knob Hill は株式を購入する選択肢を受け入れた)。
- 44) Re Ballard Estate(1994), 20 O.R. (3d)189(Gen. Div.). 査定人は、NBA Raptors からのスタジアムの共同使用の申入れを知らなかった。
- 45) The Globe and Mail, Toronto, Nov.2, 1991.
- 46) The Globe and Mail, Toronto, May 19, 1995 (Onex Corp. による株式公開買付)。
- 47) The Globe and Mail, Toronto, June 7, July 18, 1995. TSN と RDS は、後に連合事業体によって買収された。
- 48) 監督の不当解雇に関する多くの訴訟のうち、Neilson v. Vancouver Hockey Club Ltd.(1988), 51 D.L.R. (4th)40(B.C.C.A.)(チームが“保証契約”を打ち切った；他のチームに雇用されることによって所得が減少した損害；裁定によって64,364カナダドルまで減らされた)；Murray v. Jets Hockey Ventures(1996), 63 A.C.W.S. (3d) 467(Man. Q.B.)を参照。
- 49) メジャーリーグの収入総額については、M.K. Ozanian, “The \$11 Billion Pastime” Financial World, May 10, 1994, p.50; Ozanian, 前注 31 を参照。
- 50) M.J. Greenberg, Sports Law Practice, Vol.1(Charlottesville: The Michie Company, 1993), pp.599-642.
- 51) ライセンス供与、商標権、映画上映権などの分野において、“リーグは事実上、個々のチームによる経済的活動を先取りしている”。：Chicago Pro. Sports Ltd. v. Nat. Basketball Assn., 754 F.Supp.1336(1991) at 1339 per Will D.J.; at 1339-42 も参照。
- 52) CFL Constitution(1995), art.7. 毎年の最大支払額を 12 万 5 千カナダドルとする方式は、以前の“1試合の有料入場者数均等出資” (“gate equalization

pool”)に代えられた。

- 53) Quirk and Fort, 前注 34, pp.144-54.
- 54) National Football League Players Assn. v. National Football League Properties Inc., No.90 Civ. 4244(S.D.N.Y. 1991), 1991 U.S. Dist. LEXIS 6109; Flee Corp. v. Topps Chewing Gum, Inc., 658 F.2d 139(1981).
- 55) Income Tax Act, R.S.C. 1985(5th Supp.), c.1, s.96.
- 56) Internal Revenue Code, s.1361(定義), s.1366(通り抜け課税控除). 会計上の操作と保有権の有するその他の利益については、A.Zimbalist, “Baseball Economics and Antitrust Immunity” (1994), 4 Seton Hall J. of Sport L. 287 at 296-301 を参照。
- 57) Income Tax Act, 前注 55, s.20(1)(a), (b)を参照。
- 58) J. Quirk and R.D. Fort, Pay Dirt: The Business of Professional Team Sports (Princeton: Princeton University Press,1992), pp.88-124,Laird v. United States, 391 F.Supp. 656(1975); affd. 556 F.2d 1224(1977); First Northwest Industries of America, Inc. v. Commissioner of Internal Revenue, 649 F.2d 707(1981); Selig v. United States, 565 F.Supp.524(1983); affd. 740 F.2d 572(1984)を参照。
- 59) Internal Revenue Code, s.1056.
- 60) No.511 v. M.N.R., 58 D.T.C. 307(I.T.A.B.)(プロ野球チームを後援した製材会社);No.608 v. M.N.R., 59 D.T.C.(I.T.A.B.)(野球チームを後援したビール会社). Browning Harvey Ltd. v. M.N.R.,[1983] C.T.C. 2341, 83 D. T.C. 311(T.R.B.)(スコアボードが経費とされた);Derome v. M.N.R.,[1992] 1 C.T.C. 2693(T.C.C.)(カイロプラクティッククリニック;マイナーアイスホッケーチームのための経費が控除されなかった) も参照。
- 61) Income Tax Act, 前注 55, s.67. 1, am.1995, c.3, s.17(控除額が80% から 50%に減少された).
- 62) 第1章D, 2; 第3章B, 2を参照。
- 63) 第3章B, 4; 第4章; 第7章Bを参照。

- 64) 第1章 C, D ; 第3章 A, 1 を参照。
- 65) Quirk and Fort, 前注 58, pp.126-37, 154-63.
- 66) The Globe and Mail, Toronto, Nov.15, 1991; March 17, 1994. B. Kidd, "Toronto's SkyDome: "The World's Greatest Entertainment Centre"" in J. Bale and O. Moen, eds., The Stadium and the City(Keele: Keele University Press, 1995), p.175 も参照。
- 67) The Globe and Mail, Toronto, June 15, 1995.
- 68) 競争はトレーニング施設にまで広がる。P. Edwards, "How Much Does That \$8 Yankee Ticket Really Cost?" (1991), 18 Fordham Urban L.J.695 at 702 (Toronto Blue Jays の新スタジアムにおける Dunedin, Fla による投資)。
- 69) R.G. Noll, "Alternatives in Sports Policy" in Government and the Sports Business (Washington, D.C.: The Brookings Institution, 1974), p.412.
- 70) 第4章 A, 4; C, 4 を参照。
- 71) K.S. Schimmel, et al., "Professional Team Sport and the American City: Urban Politics and Franchise Relocations" in A.G. Ingham and J.W. Loy, Sports in Social Development: Traditions, Transitions and Transformations (Champaign: Human Kinetics Publishers, 1993), p.211.
- 72) N.J. Sullivan, The Dodgers Move West(New York: Oxford University Press, 1987).
- 73) D. Whitson and D. Macintosh, "Becoming a World-Class City: Hallmark Events and Sport Franchises in the Growth Strategies of Western Canadian Cities" (1993), 10 Soc. Of Sport J. 221; R. Gruneau and D. Whitson, Hockey Night in Canada: Sport, Identities, and Cultural Politics(Toronto: Garamond Press, 1993), pp.234-46.
- 74) J.L. Crompton, "Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication" (1995), 9 J. of Sport Management 14. Quirk and Fort, 前注 58, pp.172-76; W. Andreff and J-F. Nys, Economie du

sport, 2e éd.(Paris: Press Universitaires de France, Que sais-je?, 1994), pp.112-21 も参照。

- 75) Peter Pocklington によって運営された一般事業の公的な企業救済については、The Globe and Mail, Toronto, Dec.6, 7, 1993 (Gainers—1 億 7200 万カナダドル ; Fidelity, Trust—3 億 5900 万カナダドル)。
- 76) 1987 年から 1994 年までの間に、オタワ市は、オタワ Rough Riders に対して 400 万カナダドルの救済金を提供した : The Ottawa Citizen, June 20, 1994.
- 77) Re Gilbert and Municipality of Metropolitan Toronto(1985), 50 O.R.(2d) 654 (Div. Ct.).
- 78) Re Ottawa-Carleton(Regional Municipality) Official Plan Amendment 8(1991), 26 O.M.B.R.132 (Palladium の開発業者が、道路やインフラのコストを支払うことに同意した)。その後改名した Corel Centre と Ottawa Senators は、大手銀行団とオグデンスタジアムの管理会社から資金提供を受けた。
- 79) J. Beisner, "Sports Franchise Relocation: Competitive Markets and Taxpayer Protection" (1988), 6 Yale L. and Policy Rev. 429; J. Wilson, Playing by the Rules: Sport, Society and the State(Detroit: Wayne State University Press, 1994), pp.255-60.
- 80) (1993), 23 C.P.C. (3d)49(Alta. Q.B.); affd. (1994), 23 C.P.C. (3d) 72 and 83 (Alta. C.A.)(差止命令は、市民や第三者に害を及ぼすことに基づいている)。City of New York v. Jets Football Club, Inc., 394 N.Y.S.2d 799(1977); Ottawa Rough Riders Inc. v. Ottawa(City)(1995), 59 A.C.W.S. (3d)581(Ont. Gen. Div.)も参照。
- 81) W. Andreff and J-F. Nys, Le sport et la television(Paris: Dalloz, 1987).
- 82) B.G. Rader, In Its Own Image: How Television Has Transformed Sports(New York: The Free Press, 1984); J. Gorman and K. Calhoun, The Name of the

Game: The Business of Sports(New York: John Wiley & Sons., 1994), pp.51-85, 240-42.

- 83) Gorman and Calhoun, 前注 82, pp.124-27.
- 84) R.V. Bellamy, "Issues in the Internationalization of the U.S. Sports Media: The Emerging European Marketplace" (1993), 17 J. of Sport and Social Issues 168.
- 85) CoCa-Cola Ltd. v. The Sports Network(1992), 44 C.P.R.(3d) 478(Ont. Gen. Div.)(TSN は、Blue Jays のゲームにおける広告に関して Pepsi と新たな契約を結んだ；Coke は第一先買権と任期権を主張した；職務執行命令は拒否された)。
- 86) News Ltd. v. Australian Rugby Football League Ltd.(1996), ATPR ¶41-466 (Fed. C. of Austr.); revd. Oct.4, 1996 (大法廷)。
- 87) R.A. Garrett and P.R. Hochberg, "Sports Broadcasting and the Law" (1984), 59 Ind.L.J.155; J-P. Blais, "The Protection of Exclusive Television Rights to Sporting Events Held in Public Venues: An Overview of the Law in Australia and Canada" (1992), 18 Melb. U.L.Rev.503. スポーツ団体による販売権の実際面については、Canadian Sport & Fitness Marketing, Inc., Marketing Policy Reference Manual(March 1993), pp.145-66 を参照。
- 88) Western Broadcast Holdings Ltd. v. Winnipeg Football Club(1982), 20 Man. R. (2d) 181(Q.B.)(西部の CFL 試合のラジオ放送；差止命令は拒否された)；CoCa-Cola Ltd. v. The Sports Network, 前注 85 (広告契約)。CHML/CKDS v. Telemedia Communications Inc. (1988), 65 O.R. (2d) 753(H.C.J.) (ラジオ契約が独占的な権利であった) も参照。
- 89) Broadcasting Act, S.C.1991, c.11; P. Trudel and F. Abran, Droit de la radio et de television(Montréal: Les Editions Thémis Inc., 1991).
- 90) 1993 年から 94 年まで、CBC は、同社の総番組制作費 3 億 700 万ドルのうち、スポーツ番組に 7400 万ドルを充てていた：CBC Annual Report, 1993-94, "Financial Report".

- 91) Copyright Act, 17 U.S.C.s.111(c), (d)(1988)によれば、ケーブルテレビが番組を再送信するには著作権の強制許諾を必要とする。
- 92) CRTC Decision, 1984-339. CRTC Decision: 1987-898 (RDS(“Réseau des sports”)の認可): 1987-901 (基幹的ケーブルテレビへの移行); 1992-807 (RDSによるLabattの保有); 1994-602, 1994-603 (2001年まで更新されたRDSとTSNの認可)も参照。
- 93) The Globe and Mail, Toronto, Aug.27, 1994. TSNは、スポーツ団体から直接的に幾つかの権利を獲得し、アメリカのケーブルテレビ網からその他の権利を得て、CTVやCBCによって伝統的に放映されなかったメジャーなイベントを競り落とした。
- 94) CRTC Decision, 1994-287; CRTC Decision, 1995-907.
- 95) WCVB-TV v. Boston Athletic Assn., 926 F.2d 42(1991)(商標が混和する可能性はない)。
- 96) Copyright Act, R.S.C.1985, c.C-42, s.3(1)(f)(すべての文学・演劇・音楽・芸術作品の電気通信上の著作権)。再生されたスポーツの保護の必要性については、Can. Admiral Corp. Ltd. v. Rediffusion Inc., [1954] Ex.Ct.R.382 (モンリオール Alouettes の試合のテレビ中継; “あなたは対象を全く規制することはできない; あなたはフットボール選手に関する権限を有していない”, at 395); Re Royalties for Retransmission Rights of Distant Radio and Television Signals(1990), 32 C.P.R.(3d) 483 at 489-90 (連邦認証協会) (“白鳥の湖の演技結果に賭ける者は誰もいない”, at 490, per Linden J.A.)。
- 97) 第2章C, 2; 第3章A, 2を参照。Baltimore Orioles, Inc. v. Major League Baseball Players' Assn., 805 F. 2d 663(1986)(プレーヤーのパブリシティ権は、著作権法による先買権によって獲得される)。
- 98) ニュース放送におけるわずかな抜粋は、公正な扱いとすることができる: British Broadcasting Corp. v. British Satellite Broadcasting Ltd., [1991]

3 All E.R.833(Ch.Div.).

- 99) Copyright Act, 前注 96, s.3(1.1).
- 100) Can. Admiral Corp. Ltd. v. Rediffusion Inc., 前注 96.
- 101) Canada–United States Free Trade Agreement. Implementation Act, S.C.1988, c. 65, ss.61–65.
- 102) [1991] 1 F.C.448(T.D.). Nat. Football League v. McBee & Bruno's Inc., 792 F.2d 726(1986)(中継のないゲームを見せるために衛星放送受信アンテナを使用していたレストランに対する差止命令)も参照。
- 103) J. Gorman and K. Calhoun, *The Name of the Game: The Business of Sports* (New York: John Wiley & Sons, 1994), pp.75–77.
- 104) 1988年に結ばれた6年契約では、CTVはキー放送局の販売経路としての競争相手であった。The Globe and Mail, Toronto, May 31, June 28, 1988を参照。
- 105) S. Young, *The Boys of Saturday Night: Inside Hockey Night in Canada*(Toronto: Macmillan, 1990), esp.pp.157–68, 208–13 (Imperial Oilは、1976年にスポンサーから撤退した; “Canadian Sports Network”は、1986年に番組制作を止めた)。
- 106) *Jets Hockey Ventures v. Molson Breweries of Canada Ltd.* (1989), 63 D.L.R. (4th) 119(Man. Q.B.); affd. (1990), 66 D.L.R. (4th) 767(Man. C.A.).
- 107) 第4章Cを参照。それ以前の判決については、U.S. v. Nat. Football League, 116 F.Supp. 319(1953); U.S. v. Nat. Football League, 196 F.Supp.455(1961)を参照。
- 108) *Chicago Pro. Sports Ltd. v. Nat. Basketball Assn.*, 961 F.2d 667 at 672(1992), Per Easterbrook C.J.
- 109) 15 U.S.C.ss.1291–95(1988). L.S. Sobel, *Professional Sports and the Law*(New York: Law–Arts Publishers, 1977), pp.575–634; R.A. Garrett and P.R. Hochberg, “Sports Broadcasting and the Law” (1984), 59 Ind. L.J. 155 at 186

-93; U.S. Football League v. Nat. Football League, 634 F.Supp. 1155,644 F. Supp.1040(1986); affd. 842 F.2d 1335(1988)を参照。

- 110) Blaich v. Nat. Football League, 212 F.Supp. 319(1962)(優勝決定戦について認められた放映中止); Hertel v. City of Pontiac, 470 F.Supp. 603(1979)(平等な保護を奪われていない住民); WTWV, Inc. v. Nat. Football League, 678 F.2d 142(1982)(放映しないことは、チームの領域に入り込んでいるというメッセージとして適用することができる)。
- 111) Colorado High School Activities Assn. v. Nat. Football League, 524 F.Supp. 60(1981); affd. 711 F.2d 943(1983)(s.1293(3)におけるゲーム会場を知らせる義務)。
- 112) 468 U.S.(1984); affg. 707 F.2d 1147(1983); 546 F.Supp. 1276(1982)。
- 113) Assn of Independent T.V. Stations, Inc. v. College Football Assn., 637 F. Supp. 1289(1986)。
- 114) R.G. Noll, "The Economics of Sports Leagues" in G.A. Uberstine, ed., Law of Professional and Amateur Sports(New York: Clark Boardman, 1988), ch.17, pp.17-18, 32-33; G.W. Scully, The Business of Major League Baseball(Chicago: University of Chicago Press, 1989), pp.107-10.
- 115) 中継放送は、通常ビジターチームのエリアでされ、入場券が完売されない限りホームチームの開催地では放映されない。地方局による放映の可能性は、無料でテレビ観戦できることを明らかにすることになり、入場券を完売させないインセンティブを与えることになる。
- 116) J. Helyar, Lords of the Realm: The Real History of Baseball (New York: Ballantine Books, 1994), pp.265-67, 397-404, 522-23, 557-59; Expos と Blue Jays の保有権については、前掲書 pp.400-01 を参照。
- 117) Chicago Pro. Sports Ltd. v. Nat. Basketball Assn., 961 F.2d 667(1992); affg. 754 F.Supp.1336(1991); 808 F.Supp.646(1992), Chicago Pro. Sports Ltd. v. Nat. Basketball Assn., 874 F.Supp. 844(1995)も参照。

- 118) Sports Programming and Cable Television, Hearings before the Subcommittee on Antitrust, Monopolies and Business Rights(H.M. Metzenbaum, chairman), 101st Cong., 1st Sess. (Nov.14,1989); J. Wilson, *Playing by the Rules: Sport, Society and the State*(Detroit: Wayne State University Press, 1944), pp.312-16. S.F. Ross, "An Antitrust Analysis of Sports League Contracts with Cable Networks" (1990), 39 Emory L.J. 463 も参照。
- 119) J. Cairns, N. Jennett and P.J. Sloane, "The Economics of Professional Team Sports: A Survey of Theory and Evidence" (1986), 13 J. of Econ. Studies 3.
- 120) J. Quirk and R.D. Fort, *Pay Dirt: The Business of Professional Team Sports* (Princeton: Princeton University Press, 1992), pp.294-361.
- 121) B. Kidd, *The Political Economy of Sport*(Ottawa: CAHPER Monograph/University of Calgary, n.d.), p.48; J.C.H. Jones and D.K. Davies, "Not Even Semitough: Professional Sport and Canadian Antitrust" (1978), 23 *The Antitrust Bulletin* 713 at 740. S.F. Ross, "Monopoly Sports Leagues" (1989), 73 *Minn. L. Rev.*643 も参照。
- 122) 第4章・第7章Bを参照。
- 123) ティームオーナーのモチベーションと共同体の経営状態については、W. Vamplew, *Pay Up and Play the Game: Professional Sport in Britain, 1875-1914*(Cambridge: Cambridge University Press, 1988), pp.75-153, 174-80を参照。オーナーの被信託者としての任務に関する理想的考え方については、*Professional Hockey Corp. v. World Hockey Assn.*, 143 *Cal. App. 3d* 410, 191 *Cal. Rptr.*773(1983)(リーグの利益を守り、私利私欲に走らない義務)を参照。
- 124) H.G. Demmert, *The Economics of Professional Team Sport*(Lexington: D.C. Heath, 1973), pp.15-16.
- 125) 第6章A, 1, 2 ; 第7章B, Cを参照。
- 126) S. Rottenberg, "The Baseball Players' Labor Market" (1956), 64 *J. of Pol.*

Econ. 242 at 247, 255-56.

- 127) Cemmert, 前注124; T.N. Daymont, "The Effects of Monopsonistic Procedures on Equality of Competition in Professional Sport Leagues" (1975), 10(2) Int. Rev. of Sport Soc. 83; J.C. Jones, "The Economics of the National Hockey League" in R.S. Gruneau and J.G. Albinson, eds., Canadian Sports: Sociological Perspectives(Don Mills: Addison Wesley(Canada) Ltd., 1976), p.225, p.249; M. El-Hodiri and J. Quirk, "The Economic Theory of a Professional Sport League" in R.G. Noll,ed., Government and the Sports Business(Washington, D.C.: The Brooking Institution,1974),pp.33. M. Boucher, "Le marché des joueurs de la ligue nationale de hockey: une approche économique" (1983), 59 L'Actualité économique 753 も参照。
- 128) Quirk and Fort, 前注 120, pp.284-93; Scully, 前注 114, pp.87-93; A. Balfour and P.K. Porter, "The Reserve Clause in Professional Sports: Legality and Effect on Copetitive Balance", 42 Labor L. J. 8.
- 129) 収益の分配のデメリットのひとつは、ホームチームのプレーヤーの収益取得価値を減少させ、当該プレーヤーの給与上限を減少させることである。