

著作権制度の今後のあり方について

(一パロディ等の創作物、キャラクター商品化権、 権利の集中化を中心に一)

A Study of Future Copyright System
(mainly Creative Work of parody, collage etc., Character Merchandising Right and
Agency control for Copyrighter)

梅 林 勲
Isao UMEBAYASHI

1. はじめに

四天王寺大学紀要人文社会学部・教育学部・経営学部第58号(2014年9月)において、「著作権制度の現状の問題と今後のあり方について」と題して、著作権制度の抱える様々な問題や課題について執筆させて頂いた。

本項においては当該紀要において論じることのできなかつた、パロディ等の創作物、キャラクター商品化権、権利の集中化について今後の制度のあり方について様々な観点から考察を行ってみたいと思う。

本項を執筆している現在、日米間でTPP交渉が長期間に渡り精力的に行われている。TPP交渉が何かを知らない人も多々存在するが、マスコミで取り上げられるのは主として、農産物や牛・豚肉の関税、自動車部品の関税問題である。しかし、TPP交渉では知的財産も大きなテーマの一つとなっている。

医薬品の開発データ保護期間を長くして、医薬品特許の保護期間を実質延長したいという先進国と、新興国の対立は深い。著作権に関しても保護期間の延長や、著作権侵害に関わる刑事告発に関し、アメリカが中心となり求めている親告罪から非親告罪化も争点の一つである¹。

著作権侵害の親告罪から非親告罪化については、重大な問題を抱えている。2012年6月20日に成立した改正著作権法では、海賊版と知りながら映像と音楽のファイルをダウンロードした場合、2012年10月から刑事罰の対象となり、懲役2年以下か200万円以下の罰金、海賊版アップロードの場合は、懲役10年以下か1,000万円以下の罰金である。2010年の法改正にて違法とされたが刑事罰は見送られていた²。

この問題はネットでも話題になっているが、親告罪から非親告罪化については事態を更に深

- 1 「TPP、3月合意へ機運 日米、協調を模索 米共和党など、態度軟化 事務レベル協議を再開」日本経済新聞、2015年1月29日、「法務Q&A著作権保護で利害交錯 TPP、どうなる知財 非親告罪化危ぶむ声も」日本経済新聞、2015年2月16日
- 2 「ニュースがわからん! 海賊版ダウンロードに罰則がつくね ユーチューブの視聴は問題ないという見解だよ」朝日新聞、2012年6月29日

刻にさせる。そもそも著作権侵害は原則刑事事件であり、一般の人が刑務所に入る可能性が大いにありうるのである³。

これまではグレーなゾーンに関して、著作権者、概ね企業側の判断で、自己に実利があるかどうかで放置する、或いはクレームを行った後話し合いで解決することが一般的といえた。

杞憂かも知れぬが、これからは有名なアーティスト、或いは社会的地位のある人や有名人が当局から、話題性のある事件として取り調べを受ける可能性が大いに懸念される。これでは人々が委縮して新しい文化は生まれてこない原因の一つになってしまう。

初めからあまり明るくない話題になったが、明るい話題も生まれている。

福岡に拠点をおく(株)レベルファイブから、2013年7月11日に発売されたニンテンドー3DS専用ゲームソフトの「妖怪ウォッチ」⁴の登場キャラクターは、ポケモン、マリオ、ハローキティ、ガンダム以来登場が待たれていたキャラクターのニューヒーローとして、キラコンテンツに育つ期待が持たれる。

バンダイが発売する「妖怪ウォッチ」のメダル玩具は、生産数量が2015年3月末までに累計2億枚を突破すると報じられ、発売1年余りで異例の売り上げ記録となり、バンダイの電子玩具「たまごっち」を超えるヒット商品となった。商品は品切れが続出し⁵、メダルの種類によっては高額なプレミアムが付くものもあり、家電量販店では高値でメダルを買い取るコーナーを設ける所もあった。

日本のポップカルチャーは、欧米や東南アジアなどのアジアで浸透し、日本に対する親近感を増すための共感型や観光型の効果を發揮しているが、中でも東南アジアで最も経済発展が著しいタイでは、日本のポップカルチャーが最も長く深く親しまれてきており、タイに根付いてきている。

タイで日本のポップカルチャー系のイベントを手がけるジーユークリエイティブは、J-POPのイベント「ジャパン・フェスタ」を2005年からタイで開催しているが、2014年8月30日、31日に首都バンコク中心部の大型商業施設「セントラル・ワールド」前で開催した10回目の「ジャパン・フェスタ」では32日間で約25万人が訪れた。2000年以降コスプレを含めた日本のファッションは人気で、日本文化関係のイベントはほとんど日常化しているという⁶。

個人の創作に関しては、アマゾン・ドット・コムや画像編集ソフト大手アドビシステムズなどIT（情報技術）大手が、個人の創作活動の事業化を支援するサービスを始めた。

アマゾン・ドット・コムは、未発表の原稿の一部を1カ月間公開し、読者が好きな作品を3つ選ぶ形で投票し、人気のあるものからデジタル出版するサービスを始めた。

3 著作権法第119条～124条

4 「(株)バンダイ 妖怪ウォッチ、妖怪メダランド」の公式サイトは、(<http://yw.b-boys.jp/member/menus/index/>)

5 「『妖怪』メダル生産2億枚 『たまごっち』超す売上高 バンダイ、月末見通し」日本経済新聞、2015年3月13日

6 「夕刊文化 ポップカルチャータイに根付く 日本発、音楽・アニメ・イベント次々」日本経済新聞、2014年10月28日

また、アドビシステムズは、創作活動を行う人材の評価・紹介サービスを始めた。個人が過去の業績や作品を登録でき、発注者や買い手がネット上でニーズに合った作家や作品を探す。作家への発注者などからの評価、編集ソフトの利用実績などから個人や作品の特性を分析し、発注者が最適な作家を見つけられるようにしたのである。

日本でもSNS（social networking service、インターネットにおける社会的交流サイト）LINEが感情表現などに使えるイラストを簡単に自作して売れる仕組みを整えているという⁷。

この他にも同様のサービスを考えているIT関係の企業は多く、日本で、2007年9月に公開されたピクシブ(株)の運営するイラスト投稿SNSのpixiv（ピクシブ）⁸の会員数は、2010年6月の段階で200万人を突破したと言われている。

2015年3月20日には、京都経済同友会の発案で、京都市内で現代アートの大型イベント「PARASOPHIA（パラソフィア）」の第1回大会が開催され、21の国と地域から40組の作家が参加して、ユニークなアートイベントが開かれた。この大会ではほとんどの作品が撮影OKで、撮った写真、映像はSNSや動画投稿サイトなどに公開できるようになっていた⁹。

法律や会計の専門家も日本のアートやカルチャーを、専門領域から支える活動をする人たちが登場し、活動の場が広がっているとのことである。

デザインやコンテンツの権利の重要性が増し、IT技術の進歩により作品のやりとりが容易になった反面、権利処理が複雑になり、アーティストの抱えるトラブルの処理、コンテンツ関係の権利の管理や契約書の作成、締結、二次利用の複雑な関係の権利処理、知的財産の会計処理など弁護士、会計士がアートと関わる事案は増している。中には、法律上の問題だけでなくクリエイターの支援を行う弁護士も現れている¹⁰。

様々な近時の話題を述べてきたが、このような動きに法制度が追いついていくためにも、数年来問題になっている課題のほんの少しだけだが、自分なりの提案をしてみたい。

2. 芸術としての準二次的創作物及び芸術家の権利の保護

準二次的創作物とは筆者の考えた言葉であるが、念頭においているものとしてはパロディ、コラージュ、デフォルメ、カリカチュア、パステイーシュ、オマージュである。

このうちパロディに関しては、著作権法上認めている国もあるが、日本ではこれを認める法がなく、また、判例でも著作権侵害とされている¹¹。

7 「個人の創作 事業化支援 アマゾンなど米IT大手 ネットで買い手とつなぐ」日本経済新聞（夕）、2014年11月20日

8 pixiv (<http://www.pixiv.net/>)

9 「文化&スポーツ・美/京都パラソフィア開幕 自ら考え自由に鑑賞」日本経済新聞（夕）、2015年3月20日

10 「ばーそん/弁護士・会計士アートを支える 二次利用の規約づくり・著作権管理など相談 ネット普及、ニーズ高まる」日本経済新聞（夕）、2014年11月21日

11 「マッド・アマノ パロディ事件」最高裁昭和51(オ)923号（昭和55年3月28日最高裁判所第三小法廷判決）、民集34巻3号244頁、最高裁ホームページ（http://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/283/053283_hanrei.pdf）

本項においてはこれら準二次的創作物と著作権との関係を述べるに当たり音楽、著作権法では楽曲と音源についてから話を進めていきたい。

日本テレビ系列にて日曜朝7時より放映される番組に「所さんの目がテン！」という長く続いている番組がある。この番組において2015年1月25日「所さんの目がテン！ 第1260回アイドルの科学・第3弾」という特集が組まれた¹²。

内容は理系アイドルグループ「リトマス」を売り出すためにヒット曲を作ろうというもの、音楽制作集団スクランブルズ、立教大学経営学部・佐々木宏教授の協力によって楽曲作りと共に、人々の心に響く歌詞はどうやったら作れるのでしょうかというコンセプトによって番組が作られた。そこで大いに興味を引いたのが、ほとんどの人々の心に残る名曲が、パッヘルベル¹³という17世紀の作曲家が作った曲の「カノン進行」によっているということである¹⁴。筆者がネットで調べたところでも次のような有名なロングセラーの名曲が現れてきた。

「ラブソングはとまらないよ／いきものがかり」「さくら／森山直太朗」、「恋するフォーチュンクッキー／AKB48」、「負けないで／ZARD」、「TOMORROW／岡本真夜」、「First Love／宇多田ヒカル」、「少年時代／井上陽水」、「青春の影／チューリップ」、「クリスマス・イブ／山下達郎」

この番組でも作曲に関しては「カノン進行」をベースにセカンダリーダミナントという意外性を組み入れる。そして、作詞に関しては佐々木宏教授が作る過去のヒット曲を分析したビックデータを活用するのである。このようにして出来上がった楽曲と「リトマス」によって実演された音源は、この曲が歴大なデータと制作のプロ集団によって非常に技術的に創られたものだと理解しているのに、聞いていて心地の良い感動を覚える。所ジョージの目頭は心なしか熱くなっていたような感じがする。

カノン進行について語られた内容はインターネットに数多く掲載されており、You Tubeにおいては「カノンメロデー／You Tube」というものを視聴することが出来る¹⁵。

楽曲の世界に関しては、この「カノン進行」だけでなく、音楽ジャンルという概念で、ジャズ、カントリー&ウエスタン、フォークソング、民謡歌謡、演歌等一曲マスターすれば後の曲は非常に歌いやすいという、曲調がよく似たものはたくさんある。特に演歌やフォークソングなどは、カラオケの指示に従えば知らない曲でも歌えるものが多々ある。

一時期ミーシャ（MISA）に代表される女性のR&Bブームが生じ、1990年代頃よく似た曲をベースに歌うアーティストがたくさん登場した。その延長線上に宇多田ヒカルや小柳ゆきがあらわれる。

これは筆者が抱いたイメージだが、その後アンジェラ・アキや元ちとせ、鬼束ちひろといったアーティストが現れるが、初期の女性のR&Bや若い頃の中島みゆきや荒井由実の雰囲気が感じられることがある。福山雅治の歌には中村雅俊や小椋佳のイメージが湧き、平原綾香が歌う「アリエスの星」を初めて聞いた時には椎名恵を思いだして懐かしい気持ちがあった。

12 「所さんの目がテン！／MEGATEBN！ニュース」（<http://www.ntv.co.jp/megaten/>）

13 ヨハン・パッヘルベル（Johann Pachelbel、ドイツの作曲家、1653.9～1706.3）

14 「NAVERまとめ：日本の音楽がカノンに侵されている」（<http://matome.naver.jp/odai/2133071023008842301>）

15 「You Tube.jp／カノン進行メドレー」（<https://www.youtube.com/watch?v=CWk4o8X45bo>）

また、法律をテーマにして人気が出てシリーズ化されたテレビドラマに、男女二人の弁護士が活躍するフジテレビ系列の「リーガルハイ」という番組がある¹⁶。

当該シリーズにて楽曲の盗作事件が訴訟になるのが取り上げられた。そこでは盗作かどうかを判断するのに、コンピューターによるメロディーの波長分析を行っていた¹⁷。

ここで違和感を覚えたのは実際ここまでやれば先ほど述べたような事例からして、およそ盗作でないと言い切れる曲は無くなるのではないかと感じたことである。この番組は実際の訴訟事件を参考に制作していると思われるので、事実そのようなことが行われるのであろうが、これはアメリカにおけるヒップホップのサンプリング事件を参考にしているのではないかと思った。アメリカにおけるヒップホップのサンプリング事件における作曲家やアーティストとメジャーレーベルの激しい戦いは、「表現の自由VS知的財産権®／著作権が自由を殺す？」¹⁸において多くの頁を割いて詳細に述べられている。

長々と音楽について述べてきたが、このような事情が視覚的な作品になると状況は一変してしまう。先にも紹介したが視覚的な美術、芸術としては絵画、イラスト、マンガ、劇画、彫刻、立体建築物、版画、リトグラフ、写真等がある。音楽の世界では許されることでもこのような美術、芸術の世界では基本的に許されないと思われる。確かに〇〇派と呼ばれるジャンルはあるが、音楽のそれとは少し違うものである。

著作権法ではこのようなジャンルの著作物は著作権法10条1項4号、5号、7号、8号にいう美術の著作物に該当すると考え、これらの準二次的創作物の扱いについて論じてみたいと思う¹⁹。

注)

著作権法10条1項

四 絵画、版画、彫刻その他の美術の著作物

五 建築の著作物

七 映画の著作物

八 写真の著作物

まずアメリカのアンディ・ウォーホル²⁰について少し触れたい。以前から彼の作品は日本においては間違いなく合法的な著作物とは認められないと確信を持っていた。

ウォーホルの作品の多くは写真のコラージュやデフォルメのようなものが多く、実際ウォー

16 オフィシャルサイト (<http://www.fujitv.co.jp/legal-high/index.html>)

17 シーズン1 第2話「著作権訴訟はカネになる!？」2012年4月24日 (<http://1wordworld.blog26.fc2.com/blog-entry-418.html>)

18 「表現の自由VS知的財産権®／著作権が自由を殺す？」ケンブリュー・マクロード著、田畑暁生訳、青土社、2005年8月9日

19 「実務者のための著作権ハンドブック」著作権法研究会編著、社団法人著作権情報センター、2005年11月、7頁～9頁、「エンタテインメントと著作権 出版・マンガビジネスの著作権」福井健策編、森野雄一郎著、社団法人著作権情報センター、2009年2月25日、42頁～45頁

20 アンディ・ウォーホル (Andy Warhol, 1928.8～1987.2、アメリカの画家、版画家、ポップアーティスト)

ホルは、自由に雑誌から映像を取り、それを拡大してシルクスクリーンで複写して明るい色を付けた作品にタイトルを付けていた。有名なマリリン・モンローの作品もその一つである。これはアメリカの著作権法の権利制限規定が「制限列举方式」でなく「フェアユース（公正利用）の規定」によるものと一応の説明が出来るのかもしれないが、当然著作権侵害絡みのトラブルは数多く抱えており、原作者に対し自分の作品を手渡し、使用料の支払いに合意していることもある²¹。

日本でもTPP交渉において、交渉が難航している一つに知財交渉があり、先に述べたように、その中で著作権侵害の「非親告罪化」がテーマになっているとして取り上げられている。現在非親告罪派が優勢で、NHKニュースで日本も「非親告罪化」で調整に入ったと伝えられた²²。この点に関しては、日本経済新聞が法務特集で取り上げ次のような問題を指摘している。

「Q 日本文化を海外に売り込むクールジャパン戦略にも影響はありそうですか。

A 懸念されているのは著作権侵害の『非親告罪化』だ。現行の著作権侵害は著作権者が告訴しなければ捜索できない親告罪だ。TPPでは海賊版などを牽制するため、告訴なしで捜査を開始できる非親告罪にする案が検討されている。

一方、日本のアニメ、漫画、音楽文化は、有名な作品に敬意を表して似たような創作をするオマージュやパロディーがその裾野を広げている面もある。海外に進出したコミックマーケットや歌声合成ソフト『初音ミク』を使った二次創作化も、こうした著作権のグレーゾーンから生まれた。クールジャパン推進のためにも、『非親告罪化で警察が文化活動に介入しやすくなるのは望ましくない』（漫画家で電子書籍配信サービス会社も経営する赤松健氏）との声もある。」²³

また、この問題に関しては、2015年3月13日、漫画家の赤松健や、青空文庫の大久保ゆう、ダウンゴ 会長室室長の甲斐頭一、著作権分野を重点領域とする弁護士福井健策などが合同記者会見を開き、知財交渉についての米国提案に強い懸念を示した²⁴。

新聞報道等によれば全ての場合に非親告罪化を適用するかどうかは、当該国の判断に任せるとの妥協案が出ているようだが、著作権と総称される個々の支分権の何れについてという判断になり、例えば複製権侵害の場合に、その中の事例を取り上げて親告罪、非親告罪とするというような法制度にするのは法技術的に無理があると思われる。

このようなところからも、さらには著作権法第2条1項でいう定義「著作物 思想又は感情を創作的に表現したものであつて、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するものをいう。」

21 ケンブリュー・マクロード前掲 (18)、52頁～53頁

22 「TPP交渉 著作権侵害は『非親告罪』で調整 / 2月11日12時17分」 (<http://www3.nhk.or.jp/news/html/20150211/k10015379371000.html>)

23 「法務Q&A 著作権保護で利害交錯 / TPP、どうなる知財・非親告罪化危ぶむ声も」 日本経済新聞前掲 (1)

24 「CNET / JAPAN / 二次創作やパロディを守るために—TPPの「知財」交渉に漫画家や弁護士が緊急声明」 (<http://japan.cnet.com/news/business/35061759/>)

に立ち返り、課題に取り上げた準二次的創作物を著作権法においてどのように取り扱うべきかを考えなければならない時期に来ていると思われる。

そこで、準二次的創作物として念頭においているものとしての、パロディ、コラージュ、デフォルメ、カリカチュア、パステーション、オマージュについて、一般的に言われている定義から述べていきたい。

なお、準二次的創作物の制度についての解説を進めやすくするため、長くなるが様々な所から定義を引用させて頂いたことをお断りする。

パロディ (parody)

広辞苑（第六版）の記載によれば、「よく知られた文学作品の文体や韻律を模し、内容を変えて滑稽化・諷刺化した文学。」「広く絵画・写真などを題材としたものにもいう。」とある²⁵。

月刊パテント2013年4月号においては、パロディに関する特集が組まれ詳しく紹介されている。

「著作権法におけるパロディに関する議論の出発点としての定義としては「他の著作物を想起させ、想起させることが何らかの意味をもっている作品」と広く捕らえて議論・検討するのが妥当と考えている。

『想起』という語を用いるのは、具体的な表現を用いているか否か、あるいは、表現の本質的特徴が感得できるか否かを問わず、広く他の著作物を想起させるものをパロディの問題の俎上にあげるべきと考えるからである。また、「何らかの意味をもっているもの」というのは、想起させることが新たな作品の意味・価値として一定の役割を担っているということであり、必ずしも、中心的・主要な役割を果たしているものに限定する必要はなく、補助的、付加的な役割を担っている場合も含め議論の対象とすべきと考えるからである。そして、その役割が、批判・論評の対象としてなのか、笑い（ユーモア）の対象としてなのか等の点を問うことなく広く議論の対象とすべきであるので、これ以上の限定を付す必要はないと考えるのである。……例えば、物まねなどにおける俳優やスポーツ選手の容貌・容姿、コスチューム、動作を想起させることも含まれるであろうし、社会風刺のように現実の事件や史実を想起させることで意味を持つものもある。」²⁶

「パロディの類義語には、『風刺画 (caricature)』があり、これは『人物や静物の風刺的又はグロテスクなデッサン、絵画。ある欠点を、グロテスクに誇張して変形したもの』と定義される。……『模作 (pastiche)』また、パロディの類義語とされる。……『別の作家、別の画家、別の音楽家等の手法を模倣した文学的・芸術的作品』と定義されている。『パロディ』、『風刺画』、『模作』という三つの用語の法的な区別については、長年議論の対象となってきた。H. Desbois は、『パロディ』は音楽的作品に、『模作』は文学的作品に、「風刺画」は美術作品に、それぞれ関連付けられると述べた。一方、フランスの最高裁判所に当たる破毀院は、「パロディ」は「パロディ化された作品から即座に区別される」ために「模作」とは異なる一方、「風刺画」は「風刺化された作品の仲介により人物を嘲笑する」

25 「No.22 パロディ考」東京理科大学大学院／MIPイノベーション研究科/知的財産戦略専攻 (<http://most.tus.ac.jp/mip/column/detail.php?i=363>)

26 「具体的事例から見る日本におけるパロディ問題」月刊パテント2013.4月号Vol. 66 No. 6、伊藤真、日本弁理士会、2013年4月10日、4頁～17頁

ためのものであるとするなど、Desboisとは異なる見解を示し。……パロディの権利は、フランス知的財産法L.122-5条4項(8)において言及されている。』²⁷

コラージュ (collage)

「現代絵画の技法の1つで、フランス語の「糊付け」を意味する言葉である。通常の描画法によってではなく、ありとあらゆる性質とロジックのばらばらの素材（新聞の切り抜き、壁紙、書類、雑多な物体など）を組み合わせることで、例えば壁画のような造形作品を構成する芸術的な創作技法である。作品としての統一性は漸進的な並置を通して形成される。コラージュは絵画と彫刻の境界を消滅させることを可能にした。』²⁸

「複数の紙片や物体を接合すること。この技法は20世紀初頭、G・ブラック、P・ピカソらのキュビズム期の作品制作に導入され、以降ダダ、シュルレアリスムなどの作家たちにとって重要な意味を担う技法として、特に重要視されることとなる。この技法への典型的な誤解として、先行して与えられる何らかのイメージあるいは対象を、基底となる任意の平面上に複数の断片を配置することでつくりあげるといった言説が考えられるが、この技法の本質はそのようなものではない。』²⁹

デフォルメ (déformer)

「絵画や彫刻などで、対象を変形して表現すること。変形(する)^[1]。歪曲(わいきょく)(する)。現代日本では、対象の特徴を誇張、強調して簡略化省略化した表現方法との意味で用いることもあるが、これは日本独特の用法であり、本来のフランス語には誇張や簡略化の意味合いはなく、力学、地質学、数学などにおける「変形(する)」という意味で使われている。原始美術、近代美術、戯画、風刺画、イラストレーション、漫画、アニメと世界各地のあらゆる時代のさまざまな絵画表現に見られる表現手法である。……あくまで作り手の主観の反映として意図して変形させた造形表現である。よって、単に現実的ではない造形を指してデフォルメと呼ぶのは妥当ではない」³⁰

「絵画などで対象物を変形させて表現する行為。フランス語」³¹

カリカチュア (caricature)

「人物の性格や特徴を際立たせるために(しばしばグロテスクな)誇張や歪曲を施した人物画のこ

27 「フランスの知的財産制度におけるパロディ」月刊パテント2013.4月号Vol. 66 No. 6、モンルワ幸希(著訳)、Guylene KIESEL(著)、18頁～28頁。なお、「月刊パテント2013.4月号Vol. 66 No. 6」においては、その他辛昌桓による「韓国におけるパロディ」(29頁～39頁)とする論考が掲載されている。なお、日本弁理士会ホームページ「月刊パテント2013年4月号・目次」(<http://www.jpaa.or.jp/?p=21205>)からも閲覧できる。

このほか、平成25年3月、文化審議会著作権分科会法制問題小委員会「パロディワーキングチーム報告」(http://www.bunka.go.jp/chosakuken/singikai/housei/pdf/h25_03_parody_hokokusho.pdf)がある。

28 「コラージュ」ウィキペディア (<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%B3%E3%83%A9%E3%83%BC%E3%82%B8%E3%83%A5>)

29 「artscape / 現代美術用語辞典1.0 / コラージュ」(http://artscape.jp/dictionary/modern/1198163_1637.html)

30 「デフォルメ」ウィキペディア (<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%83%87%E3%83%95%E3%82%A9%E3%83%AB%E3%83%A1>)

31 「ピクシブ百科事典/デフォルメ」(<http://dic.pixiv.net/a/%E3%83%87%E3%83%95%E3%82%A9%E3%83%AB%E3%83%A1>)

と^[1]。滑稽や風刺の効果を狙って描かれるため、現在ではしばしば戯画、漫画、風刺画などと訳されまた同一視されるが、もともとは16世紀イタリアに出現したと考えられる上のような技法・画風を指して使われた言葉である^[32]

「事物を簡略な筆致で誇張し、また滑稽化して描いた絵。社会や風俗に対する風刺の要素を含む。漫画。戯画。風刺画。カリカチュール（三省堂大辞林）」

「人物または擬人化された動植物を題材にして、滑稽、ユーモア、諷刺などの効果をねらった絵。ペンや絵筆による略画か、版画やイラストレーションなどの形式をとり、外観の特徴を誇張あるいは歪曲して描き、説明の寸言が付される場合もある。戯画、諷刺画、漫画などと実際には重複し、区別しがたい。」^[33]

パスティーシュ (pastiche)

「パスティーシュ（仏: *pastiche*）は、作風の模倣のこと。パスティッシュ、パステーシュなどの表記もある。文体や雰囲気など、先駆者に影響を受けて作風が似ること」^[34]

「音楽・美術・文学で、先行作品の主題やスタイルを模倣・借用・混成などして作った作品。パスティーシュ。パロディー（三省堂大辞林）」^[35]

オマージュ (homage)

「芸術や文学においては、尊敬する作家や作品に影響を受けて、似たような作品を創作する事。また作品のモチーフを過去作品に求めることも指す。しばしば「リスペクト」（尊敬、敬意）と同義に用いられる。」^[36]

「とある作品や作者に対して強い尊敬・敬意を持った人が、それらを仰ぎ賛辞を送る目的で別の作品を制作することである。多くの場合は影響を受けた作品の要素の引用を伴うが、まったく引用や影響が見られない作品でも、その作家なりの尊敬の形として制作されたものはオマージュとして発表される場合もある。・・・『～に捧ぐ』』というような形で影響を受けた対象を明記することもあるが、明記せずに気がついた人だけ「ああ、あの作品から影響を受けたんだな」と思わせるような作り方をする場合もある」^[37]

現実には、上記項目の中でもパロディ以外は著作権法上あまり詳細な議論は行われていな

32 「カリカチュア」ウィキペディア (<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%AB%E3%83%AA%E3%82%AB%E3%83%81%E3%83%A5%E3%82%A2>)

33 「Weblio辞書／カリカチュアの意味・解説」(<http://www.weblio.jp/content/%E3%82%AB%E3%83%AA%E3%82%AB%E3%83%81%E3%83%A5%E3%82%A2>)

34 「パスティーシュ」ウィキペディア (<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%83%91%E3%82%B9%E3%83%86%E3%82%A3%E3%83%BC%E3%82%B7%E3%83%A5>)

35 「Weblio辞書／パスティーシュの意味・解説」(<http://www.weblio.jp/content/%E3%83%91%E3%82%B9%E3%83%86%E3%82%A3%E3%83%BC%E3%82%B7%E3%83%A5>)

36 「オマージュ」ウィキペディア (<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%AA%E3%83%9E%E3%83%BC%E3%82%B8%E3%83%A5>)

37 「ニコニコ大百科／単独記事オマージュ」(<http://dic.nicovideo.jp/a/%E3%82%AA%E3%83%9E%E3%83%BC%E3%82%B8%E3%83%A5>)

い³⁸。何れもがパロディと類似しているかパロディの議論の範疇に収めることが出来るからかもしれない。話は更に複雑になるが現代アートはこのような問題だけでは終わらないことである。筆者はマルセル・デュシャン³⁹の作品展示会の駅に据え置いてあるチラシを見て、すばらしいアートだと思い沢山のチラシを持って帰った⁴⁰。後にこれが単にピカピカに磨いた便器を置いてあるだけのものと分かり驚いた⁴¹。このような作品は日本では何らかの法的な問題が指摘される危惧があり、公の場で表現されることを見る事が出来ないのではないかと思う。

現代3Dプリンターが益々身近なものとなりつつあり、週に1度発行されるコレクター向けの雑誌には全巻買い揃えると3Dプリンターが完成できるものも出版されている。ここで問題になっているのがデータとプリンターによって生まれる立体が、造形表現の観点からどう考えればいいのか。或いはデータを送信すること自体が芸術としての表現行為なのかということである。

1960年頃から設計図などを元に業者に立体物等を作らせる「発注芸術」⁴²というのや、美術家の富井大裕が行う、展示室に置かれた指示書に従って鑑賞者が挑戦すると一つの「形」が現れるという「指示書芸術」というものもあるそうである。

2008年5月、ニューヨーク、サザビーズで、フィギュア作品「マイ・ロンサム・カウボーイ」が、約16億円（当時のレート、約1,500万ドル）で落札され、サブカルチャーを代表するような作品を発表している村上隆は、現代アートの成功者で現代アートを商業化している芸術家でもあるが、発注芸術家の一人でもある。その村上隆に関しては、FACEBOOKで、こんなことが言われている。

「アメリカ・ポップアートを下敷きに日本美術を アニメ・マンガ・フィギュア風にデザインし直し、巨大化する。立体は受注に出す。絵は若い衆を動員して描かせる。これが彼の「再構築」でアート・ビジネスだ。別に構わん、村上隆の技量でおやりになってるのだから。彼の思う処の「世界基準」のアート・ビジネス工場を日本に押し広げるつもりなのか（伴清一郎）」⁴³

このようなものから出来る造形がアートなのかという疑問に対して、美術評論家の暮沢剛己は「表現は多様化し、絵画や彫刻のように形式がアートであることを保証するわけではない。そうなると、新しい価値を提示できているかが判断のよりどころになるだろう」と話している⁴⁴。

38 福井健策編、森野雄一郎前掲 (19)「エンタテインメントと著作権 出版・マンガビジネスの著作権」、162頁～163頁において、「パロディー、オマージュなど」と題して解説がある。

39 マルセル・デュシャン (Marcel Duchamp, 1887.7～1968.10、フランスの芸術家)

40 「マルセル・デュシャンと20世紀美術」(国立国際美術館、会期2004年11月3日～12月19日)

41 ケンブリュー・マクロード前掲 (18)、142頁～143頁

42 「artscape / Artwords・発注芸術」(<http://artscape.jp/artword/index.php/%E7%99%BA%E6%B3%A8%E8%8A%B8%E8%A1%93>)

43 <https://www.facebook.com/seiichiro.ban/posts/232870583469592>

44 「文化・アートとわいせつ 狭間で／3Dプリンター用性器データ送信」朝日新聞、2014年7月23日、なお、「2040年の新世界／3Dプリンタの衝撃」(齊藤隆央訳、ホッド・リップソン、メルバ・カーマン著、東洋経済新報社、2014年12月12日)という本も出版されている。

現代アートに関しては、2014年8月、愛知県美術館にて全身ヌードの写真を発表した鷹野隆大の作品に、匿名の市民からクレームが出て、県警から作品の撤去を命じられ、2013年森美術館で開催された会田誠の展覧会では、一部の作品が性暴力表現だとして市民団体が抗議したという事件が起きている。その他、2014年1月にはストリートアートとして、大阪の道路標識にステッカーを貼ったイタリア在住の日本人女性が道路交通法違反で逮捕されるという騒ぎが起きた⁴⁵。

不謹慎かも知れぬが筆者は当該ストリートアートが面白いと感じてしまった。確かに一般人からすれば、本物の道路標識ではないと誤解する危惧も感じられる。しかし、これが正規の道路標識の一つと認定されるようになれば、道路標識を見過ごして一方通行の道路に入り込むことも逆に減るのではないか。

作家の「表現の自由」という意味では、猥褻が問題になりマスコミに取り上げられ注目されることがあったが、今後、文化の著作物としてのアートには様々な形態が現れてくると思われる。例えば「初音ミク」に代表される音声合成ソフトの「ボーカロイド」もその一つである。技術が更に進歩して人が一切関わらないで、コンピューターソフトが自分でアートを作り出すのもそう遠くない時代に来ていると思われる⁴⁶。

このような多様なアートに対する法制度の対応として、準二次的創作物を取り扱う法改正も早期に必要なのではないか。この点、暮沢剛己の発言は準二次的創作物を制度的に如何に認めるかについても、重要な意味を持っている。

ここではこれら全てをパロディに代表される準二次的創作物として、美術、芸術的な創作のために著作権法上認めるための制度について考えてみたい。

まずこれら準二次的創作物を制度化するに際して参考になるのが、著作権を制限する引用の規定である。マッド・アマノのパロディ事件においても引用が持ち出されたが、本件は著作権の制限規定ではないので引用の規定は、制度を考える上での参考である。また、商標や意匠を登録するに際しての制限の項、著作者人格権の規定も参考になる。それら条文を以下に紹介す

45 「夕刊文化・作家の『表現の自由』、市民が反発／現代アート許容の範囲は？」日本経済新聞（夕）、2015年3月9日

46 「初めての初音ミク・電子の歌姫 誰もが創作者に」朝日新聞、2014年8月25日、「be repor / 『ボーカロイド』人気の秘密」朝日新聞、2011年9月3日、「be on Sundry / うたの旅人 仮想歌手に5千人熱狂、初音ミク『ワールドイズマイン』、ユーザーが曲も人気も生んだ 米国で初公演した仮想歌手の『ワールドイズマイン』」朝日新聞、2011年9月10日、「若者50年の足跡 / 『聴く』『歌う』から『創る』へ [音楽] 舞台はネットに」日本経済新聞、2014年11月30日、「ソフトで作曲 授業に浸透中 高校、必修化をきっかけに 楽器が苦手でも簡単 感覚的な操作、表現力育む」日本経済新聞（夕）、2014年12月19日

る⁴⁷

注)

著作権法第32条1項(引用)

公表された著作物は、引用して利用することができる。この場合において、その引用は、公正な慣行に合致するものであり、かつ、報道、批評、研究その他の引用の目的上正当な範囲内で行なわれるものでなければならない。

著作権法第113条6項(著作者人格権の侵害とみなす行為)

著作者の名誉又は声望を害する方法によりその著作物を利用する行為は、その著作者人格権を侵害する行為とみなす。

商標法第4条1項7号(商標登録を受けることができない商標)

次に掲げる商標については、前条の規定にかかわらず、商標登録を受けることができない。

7 公の秩序又は善良の風俗を害するおそれがある商標

意匠法第5条1号(商標登録を受けることができない商標)

次に掲げる意匠については、第三条の規定にかかわらず、意匠登録を受けることができない。

1 公の秩序又は善良の風俗を害するおそれがある意匠

即ち、準二次的創作物の制作にあたっては、まず以下の要件を明確にする。

- ① オリジナル(原型)となる著作物が公表されている。
- ② 上記で定義した準二次的創作物であること。
- ③ なお、準二次的創作物の定義は上記で引用解説したレベルで留め置いてもよいと思われる。後の判例の積み重ねで微妙な創作物の判断を積みかねて行けばいい。
- ④ 準二次的創作物の制作方法、構成、造形が公正な慣行に合致すること。
- ⑤ オリジナル(原形、原型)となるものの改変、利用、翻案等が目的に照らし正当な範囲であること。
- ⑥ 付従性に関しては裁判例に基づけば、オリジナル(原型)が従って準二次的創作物が主であるということになる。この点に関しては後述する。なお、準二次的創作物の性質上明瞭区分性の適用は困難な場合が多いと思われるので、ここでは要件にしない⁴⁸。

47 「引用」に関しては、福井健策編、森野雄一郎前掲(19)「エンタテインメントと著作権 出版・マンガビジネスの著作権」152頁～161頁、及び「エンタテインメントと著作権 映画・ゲームビジネスの著作権」福井健策編、内藤篤、升本喜朗著、社団法人著作権情報センター、2009年8月20日、80頁～82頁に詳しく解説されている。

「著作者人格権」に関しては、福井健策編、森野雄一郎前掲(19)「エンタテインメントと著作権 出版・マンガビジネスの著作権」62頁～64頁、及び福井健策編、内藤篤、升本喜朗前掲「エンタテインメントと著作権 映画・ゲームビジネスの著作権」56頁～57頁、「音楽ビジネス著作権入門／著作者人格権」佐藤雅人、ダイヤモンド社、2008年9月26日、172頁～180頁に詳しく解説されている。

48 前掲(11)「マッド・アマノ パロディ事件」

⑦ これら以外に要件として

1. 当該作品が公の秩序又は善良の風俗を害するおそれがないこと、また、社会慣行からして準二次的創作物の作品として認められること。
2. 当該作品が新しい創作性及び新しい価値を提示できているか⁴⁹。
3. 当該作品が、非営利性を持つものであり、オリジナル（原形、原型）の持つ、潜在的市場を含め市場価値を損う、或いは奪っていないか、又は影響を与えないか⁵⁰。なお、芸術家といえども市場価値が付くことは自己の名声、作品の評価に繋がるものであり、この場合の非営利性とは、商業性、事業性を持たず大量に生産されるものではないという意味である。
4. オリジナル（原形、原型）の著作者、若しくは権利者の名誉又は声望を害する方法によりその著作物を利用する行為となっていないか。

以上かなり窮屈な要件であるが、これらを満たした準二次的創作物は適正なアート作品とみなすことにする。

準二次的創作物であることを示すため当該作品には、自己の名称を公表するとともにオリジナル（原形、原型）の著作者、若しくは権利者の名称を記すこととする。例えばOriginal Copyの略として、著作物なら（OP）著作者名・作品名・公表年月日、マルセル・デュシャンの作品「泉」⁵¹のような工業デザイン等なら（OP）製造又は販売会社名・商品名を何れかに表記する。

但し、これはあくまで著作権法本来の「文化的所産の公正な利用に留意しつつ、著作者等の権利の保護を図り、もつて文化の発展に寄与することを目的とする。」⁵²、「著作物とは、思想又は感情を創作的に表現したものであつて、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するものをいう。」⁵³という理念に沿ったものであり、準二次的創作物であることを示すための要件で、「引用」という著作権の権利を制限するための規定ではない。

次に当該準二次的創作物に市場的価値がついて売却された場合、当該創作者は、売却価格からオリジナル（原形、原型）の著作者、若しくは権利者に対し、いわば報酬を支払うこととす

49 アメリカ著作権法第107条「フェア・ユース」の規定より、4要素の第1要素である「『利用の目的及び性格（その利用が商業的であるかどうかの別を含む。）』に基づき、その検討は、新作品が単に原創作物の目的に取って代わるだけのものか、又は、それが新たな表現、意味、もしくはメッセージをもって原作品を変更する「変形的」なものか、及び、その程度に焦点を当てる。」という理論（トランスフォーマティブ・ユース [Transformative use]）を参考とした（合衆国最高裁判所判決要旨CAMPBELL, AKA SKYYWALKER, ET AL.v.ACUFF-ROSE MUSIC, Inc.・http://www.softic.or.jp/lib/cases/Campbell_v_Acuff.html）。

50 アメリカ著作権法第107条「フェア・ユース」の規定より、第4要素「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」、及び第1要素「使用の目的および性質（使用が商業性を有するかまたは非営利的教育目的かを含む。）」を参考とした（CRIC 公益社団法人著作権情報センター・アメリカ編／<http://www.cric.or.jp/db/world/america.html>）。

51 「アート／ART・ダダ『マルセル・デュシャン』」（<http://artprogramkt.blog91.fc2.com/blog-entry-75.html>）

52 著作権法第1条（目的）

53 著作権法第2条1項1号

る。

これは著作隣接権者たる実演家やレコード製作者に認められる二次使用料に関わる報酬請求権（著作権法第95条、第97条）、貸しレコードについての報酬請求権（著作権法第95条の3、第97条の3）と同じ効力を持つが、オリジナル（原形、原型）の著作者、若しくは権利者が存在することに鑑み、強制許諾の結果の許諾料として請求できるものである。

但し、本件強制許諾は、著作権法第67条に規定される強制許諾の一類型とされる「裁定による著作物の利用」とはことなり、市場価値がついて作品が売却された場合に、許諾使用料が発生する根拠とするものである。

注)

著作権法第67条（著作権者不明等の場合における著作物の利用）

公表された著作物又は相当期間にわたり公衆に提供され、若しくは提示されている事実が明らかである著作物は、著作権者の不明その他の理由により相当な努力を払つてもその著作権者と連絡することができない場合として政令で定める場合は、文化庁長官の裁定を受け、かつ、通常の使用料の額に相当するものとして文化庁長官が定める額の補償金を著作権者のために供託して、その裁定に係る利用方法により利用することができる。

アメリカ著作権法第115条においては、「レコードの制作および頒布にかかわる強制使用許諾」という規定があるが、第115条(b)(1)において、次のような規定がある。

「本条に基づいて強制使用許諾を受けようとする者は、著作物のレコードの作成前またはレコードの作成後30日以内でその頒布の前に、その意思の通知を著作権者に送達しなければならない。著作権局の登録その他の公の記録が著作権者を明らかにせず、かつ、通知を送付することができる住所を記載していない場合には、意思の通知を著作権局に提出すれば足りる。通知は、その形式、内容および送達方法において著作権局長が規則により定める要件をみたさなければならない。」⁵⁴

日本において準二次的創作物が売却される場合、同様の通知義務を創作者に課すのである。

次に作品が転売された場合について考える。この場合に考慮しなければならないのが芸術家の「追及権」である。

日本の著作権法は益々産業財産権としての色合いを強め、産業界からの要請に基づき、法の改正により様々な支分権が新しく発生し、権利処理が複雑化している。

しかし、大量生産される製品により多額のロイヤリティが入る権利者とは異なり、一点物、或いはそれに近い作品を発表するアーティストの声は小さく、自分の創作した作品に高額な市場価値が付いても、消尽という理論により、アーティストに何らメリットのないことが多い。

この点に関し、ヨーロッパでは2001年9月27日のEU指令により、EU加盟国において追求権が制度化されている。ただ、弊害として追求権の制度により、イギリスを含めたヨーロッパの美術品市場が、中国やアメリカに流れ、EUにおける美術品市場を弱体化させるものとして専

54 「著作権データベース・アメリカ編」社団法人著作権情報センター（<http://www.cric.or.jp/db/world/america.html>）

門家から懸念もされている⁵⁵。

追及権とは、次のように定義されている。

「追及権とは (Droit de Suite/ Resale Royalty Right (artists resale right)/ Folgerecht)

追及権は一般に、著作者あるいはその相続人等が、公開競売やディーラーの仲介によって行なわれる販売の際に支払われる美術の原作品の対価の一部を徴収することができる権利であり、譲渡不能とされる。」⁵⁶

筆者は、準二次的創作物の制度とともに、欧州における制度を参考に追求権の制度も導入すべきであると提案する。これにより準二次的創作物が転売された場合にも、追及権に対し強制許諾使用料が発生するようにするのである。この場合、強制許諾使用料の徴収は、著作権法第95条5項、第97条3項の規定が参考になる。

著作権法第95条

5 第一項の二次使用料を受ける権利は、国内において実演を業とする者の相当数を構成員とする団体（その連合体を含む。）でその同意を得て文化庁長官が指定するものがあるときは、当該団体によってのみ行使することができる。

著作権法97条

3 第一項の二次使用料を受ける権利は、国内において商業用レコードの製作を業とする者の相当数を構成員とする団体（その連合体を含む。）でその同意を得て文化庁長官が指定するものがあるときは、当該団体によつてのみ行使することができる。

準二次的創作物といいつながらも実質的な「デッドコピー」や「パクリ」と言われる、支分権という「複製権」、「翻案権」を侵害している作品、或いはオリジナル（原形、原型）に対し新たな価値（新規性）や独創性を与えるものでなく、「同一性、類似性」のみが認定されるものは、本項における準二次的創作物とはいえない。

これに対し、準二次的創作物という性質から、「依拠性」に関しては通常の著作権侵害とは異なり、新たな価値（新規性）や独創性を与えるものであれば、問題にする必要はないという考えを取り入れることとする。

また、パロディやカリカチュア、オマージュには、広義、狭義何れの意味でもオリジナル（原形、原型）のアイデアや思想のみを反映しているもの、そもそもアイデアや思想すら取り入れていない作品も存在する。このような場合には、新たな著作物として本項の制限、或いは適用を受けないことは当然である。

55 「日経BP / 知財AWARENESS/永澤亜希子のパリ発・知財戦略」(http://chizai.nikkeibp.co.jp/chizai/etc/20121017_nagasawa.html#02)

56 「欧州の追求権制度」文化審議会著作権分科会国際問題小委員会報告資料、小川明子 2012.9.7 (http://www.bunka.go.jp/chosakuken/singikai/kokusai/h24_02/pdf/siryoushita.pdf)

3. キャラクター商品化権 (Character Merchandising Right)

ミッキーマウスを初めとする数多くのキャラクターを抱えるディズニーは、アメリカで作りに上げたアニメーションやキャラクター商品、テーマパークを世界に発信、展開するというのがビジネスの手法であったが、ここ数年は各国のアイデアや地域性を踏まえた商品、技術展開に力を入れ始めている。

特にディズニーにとり重要な市場である日本においては、2013年10月にファン感謝イベント「D23 EXPO」を初めてアメリカ以外の日本で開催した。

日本法人ウォルト・ディズニー・ジャパンは2008年から大人ディズニー戦略を展開し、女性をターゲットに子供向けではない、シックな色合いのアクセサリ、革素材のバッグ、スマホケースなども開発し、日本の国内店舗の商品の8割が日本オリジナルになっている。この他、先進国の少子高齢化に対応するため大人や男性を取り込む新しいキャラクター戦略を進めている⁵⁷。

キャラクターの横綱ポケモンは相変わらず強い力を見せており、(株)ポケモンが作り出した「ポケモン経済圏」は累計売上高で4兆3,000億円になるという(うち海外が55%)。2014年度末の数字で、ゲームソフト販売2億6,200万本、テレビアニメ世界93カ国、地域で放送、映画興行収入約712億円、カードゲーム販売世界74カ国、215億枚以上、ライセンス製品世界300社以上と契約、4,500アイテムを販売と驚異的な数字を示し、2014年11月21日に発売された「ポケットモンスター・オメガルビー・アルファサファイア」⁵⁸は、11月16日時点の国内予約本数だけで116万本に達した。また、最新作は当初から海外展開を念頭におき、英語、スペイン語など7カ国の言語に対応させている。ゲーム市場が未開拓な地域では、テレビアニメで浸透を図りその後安価なカードゲームを投入、続いてゲームソフトの市場構築を図るという戦略をとっている⁵⁹。

ゲームソフトが原作でポケモンに続くキャラクターといわれる「妖怪ウォッチ」は、2014年度末の数字で、ゲームソフトがシリーズ累計600万本以上を出荷、コミックは全5巻で390万部、ゲーム攻略本などの関連書籍は500万部突破、玩具は妖怪メダルが2014年度内に1億5,000枚突破、音楽ではテレビアニメ曲CDが2曲で50万枚超(ダウンロードを含む)となっており、2014年12月20日公開の映画も前売り券が100万枚超売れた。

生みの親のレベルファイブ社は、海外でもアニメ、玩具等を組み合わせたメディアミックス型の事業展開を考えており、2014年10月にはテレビアニメからスタートして韓国に初の海外進出をした。同社の社長は将来的に「『ドラえもん』のように普遍的に愛される存在にしたい。」

57 「be report / ディズニーの新ビジネス戦略 ウォルトからの年賀状 日本初を世界に」朝日新聞、2014年1月4日

58 2014年11月21日発売のニンテンドー3DS用ゲーム(公式サイトは<http://www.pokemon.co.jp/ex/oras/>)

59 「ビジネスTODAY/横綱ポケモンが底力『妖怪ウォッチ』旋風の中、ゲーム新作 世代・国越え4兆円経済圏」日本経済新聞、2014年11月22日

と語っている⁶⁰。

テレビ放映から2014年度で35周年となった「ガンダム」は、大阪中心部にガンダムオタクの大人たちが集まるバーが2年ほど前に誕生している。

放映開始翌年の1980年から販売が開始されたガンプラ⁶¹と呼ばれるガンダムのプラモデルは2014年3月までの販売数は計4億3,400万個、関連商品を含む売上は2011年度447億円、2012年度652億円、2013年度802億円と増えており、2011年度から製作の腕を競う世界大会も毎年開催されている。2014年7月から8月にかけては、過去最大級の展覧会が大阪文化館・天保山で、朝日新聞、創通、サンライズ、バンダイなどの主催で開催された⁶²。

以上述べた話題からも分かるように、ディズニーキャラクター、ポケモン、ガンダム、ここでは触れなかったがサンリオのハローキティやスーパー・マリオ、ミッフィー、スヌーピーなどは、それぞれが一つの商圏を作り上げているのである。

余談になるが2014年10月8日付日本経済新聞の経済面のコラム「一目均衡」で「スーパー・マリオの稼ぐ力」という話題が出た。面白いと思い読んでみたが、記者のユーモアに笑ってしまった。アメリカの著名投資家の一人マリオ・ギャベリー氏を取り上げていたのである⁶³。

キャラクター経済圏は、当初著作権法が予定していなかった現象ではないかと思われる。そこで本項ではこれらキャラクターを、どのようにして経済財産として扱うべきかについて考えてみたい。

まず制度化のためにキャラクターとは何かを述べる。

キャラクターについて小林生央は、大別すると「漫画、アニメーション等の視覚的表現を伴う著作物の登場人物（ファンシフルキャラクター）」、「商品化等の目的で単体で創作され視覚的に表現された（オリジナルキャラクター）」、「小説等の言語の著作物の登場人物（フィクショナルキャラクター）」を意味することもあり、多義的に使われているとする⁶⁴。

また、牛木理一は、(1) ファンシフルキャラクター、(2) フィクショナルキャラクター、(3) 実在人物（パーソナリティ）、(4) 動物、建築物、自動車、航空機、雑誌の表紙、人形、商品それ自体など、現実の物体で表現されているもの、(5) 標章、サービスマーク、シンボルマーク、ネーミング、ワードなど、図形や文字や記号であらわされているもの、(6) 企業団体などの名前や略称などで、文字だけで表現されているもの、(7) その他の分類に属さないもの全てとして、牛木理一の独創による分類としている。（これはまさに一億総キャラクター化である。）

60 「『妖怪ウォッチ』海外加速へ レベルファイブ日野社長に聞く 映画盛況、欧米進出も」日本経済新聞、2014年12月20日

61 創通の登録商標

62 「ガンダム時空超す魅力 放映35年 ファン多彩 親子2代や外国人も バー談義に花 プラモ販売増 過去最大級の展覧会」朝日新聞、2014年7月11日

63 編集委員三反園哲治執筆

64 「一著作権—キャラクターの保護」月刊パテント2006.1月号Vol. 59 No. 1、小林生央、日本弁理士会、2006年1月10日、57頁 (http://www.jpaa.or.jp/activity/publication/patent/patent-library/patent-lib/200601/jpaapatent200601_057-059.pdf)

更に、牛木理一は、「(1) ファンシフルキャラクターについて、形態で表現されているキャラクター（視覚的キャラクター）であるところ、さらに次の3つに分類されるだろうとしている⁶⁵。

- ① 漫画として新聞、雑誌、本、インターネットなどに掲載される静止上の人物
- ② 映画、TV、VTR、DVD、インターネットなどに登場する動画上の人物
- ③ 特に登場する場のない、それ自体で完結している人物

上記③の人物については小林生央のいう、「商品化等の目的で単体で創作され視覚的に表現された（オリジナルキャラクター）」と同じキャラクターを指しているものと思われる。

オリジナルキャラクターの代表格と言えるものは、サンリオのハローキティである。ハローキティは、1974年11月1日生まれで40歳を過ぎている。

現代のハローキティは、入社2年目に三代目デザイナーに就いた山口裕子のデザインによるもので、毎年40回ほどのサイン会を続け、サンリオの稼ぎ頭のタレントを扱うように、積極的に活動を続け2006年には女性として初めてサンリオの取締役についた。ハローキティは、1980年代中頃にサンリオのキャラクターとして成長し、2000年頃から海外でも人気が出始めた⁶⁶。

ハローキティ以外にも企業が企業イメージの向上や販売促進のために考案する「カンパニーキャラクター（カンキャラ）」として、不二家の「ペコちゃん・ポコちゃん」、ヤンマーの「ヤン坊・マー坊」、道頓堀にあるグリコの巨大看板のシンボルであるランナー「ゴールインマーク」⁶⁷が有名である。

その他にも最近話題になっているものに、各地の町興しのため活躍している通称「ゆるキャラ」などがある⁶⁸。なお、「ゆるキャラ」という言葉は、漫画家・エッセイストのみうらじゅんが命名したとされている。

キャラクターの法的保護に関しては、「著作権制度の現状の問題と今後のあり方について」⁶⁹において解説した。また、小林生央「著作権—キャラクターの保護」⁷⁰や、牛木理一「キャラクター戦略と商品化権」⁷¹でも詳しく述べられているので本項では省略する。

65 「商品化権と知的財産連の関係-抱える課題と対策-」知的財産管理2008年4月号、牛木理一、日本知的財産協会（<http://www.u-pat.com/body1-31.pdf>）、3頁

66 「文化／キティ 進化するアイドル◇サイン会・数々のコラボ・・・こう見えて、仕事選んでます 山口裕子」日本経済新聞、2014年10月17日

67 江崎グリコの商標でもある
(江崎記念館・赤箱とゴールインマーク／<http://www.glico.co.jp/kinenkan/sogyo/sogyo3.html>)

68 「わからん！全国各地のゆるキャラなぜ増えているの？ 人気が出ると、町のPR効果は抜群。グッズも売れるよ」朝日新聞、2013年12月26日、「『ゆるキャラ』巡るトラブル続発 商標・著作権の管理急務」日本経済新聞、2014年12月22日

69 四天王寺大学紀要・人文社会学部・教育学部・経営学部第58号、4頁～9頁

70 小林生央前掲（64）

71 発明協会、2000年11月17日

次にキャラクタービジネスについて定義したいと思うが、筆者は、キャラクタービジネスは、1990年代から本格的に始まったものと思っている。第二次大戦前、戦後にも漫画等のキャラクターを利用した玩具や文具は存在し、当時の物がオークションや蚤の市に出れば有名なキャラクターほどプレミアが付くが、それとは異なる。

キャラクタービジネスとは、1) 漫画、アニメ、映画、或いはテレビゲーム等で人気の出たキャラクターを知的財産の対象として捉え、積極的に波及効果を狙った戦略的なコンテンツビジネス、或いは商品化の展開を行う、2) 当初から戦略的な展開を目的として様々なメディア、コンテンツを利用し、波及効果の大きいキャラクターを作り上げる、3) 企業PR、企業イメージアップのため、自社製品の販売促進のためのキャラクター作り、いわゆる企業キャラクターの創造を積極的に行い、中には他社に商品化権を与える等の波及効果まで狙う、4) キャラクター商品化権の管理、海賊版の取り締まり、キャラクターデザインを事業として行う、5) キャラクタービジネスに対する投資、ファイナンスを行い、配当を得ることを目的とする、といった要素により構成されていると定義できるものと思う。

牛木理一は、あらゆる商品やサービスのための顧客誘引媒体として利用されるキャラクターの種類の多様化によって、商品化権の定義は一件困難になりそうであるけれども、種類を問わず定義することが許されるならば、次のようになるであろうとしている。

即ち「商品の販売やサービスの提供のためにキャラクターを媒体として利用する権利」とし、WIPO⁷²が1991年に行った世界各国の現状分析をもとに、1993年11月に発表された「レポート」を紹介しつつ、その中で「キャラクターマーチャンダイジングの概念」として、次のように定義されているとしている⁷³。

「架空のキャラクターの創作者、または、許諾を受けた第三者によって、キャラクターの重要な個人的特徴を種々の商品やサービスに使用または二次的に使用して、消費者となる見込みのある人々に、そのキャラクターへの好感ゆえに商品を手に入れたいとか、サービスを利用したいという欲求を起こさせることを目的とするものである。」

さらに、このレポートでは「架空のキャラクターに関するものを『キャラクター・マーチャンダイジング』、実在人物に関するものを『パーソナリティ・マーチャンダイジング』、混成された第三の範疇に属するものを『イメージ・マーチャンダイジング』と呼んでいる」とも述べている⁷⁴。

実際のキャラクターを使用するビジネスとして考えられるものは、2003年6月、経済産業省文化情報関連産業課が公表した「アニメーション産業の現状と課題」において、ポケットモンスターを例に挙げたアニメ作品のビジネスの広がりとして、示した以下のような事業が参考になる。

72 WIPO（世界知的所有権機関、World Intellectual Property Organization）、日本事務所のホームページは、(<http://www.wipo.int/about-wipo/ja/offices/japan/>)

73 原文は「CHARACTER MERCHANDISING/Report prepared by the International Bureau/WO/INF/108 Original English, Date December 1994 (http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/activities/pdf/wo_inf_108.pdf)

74 牛木理一前掲（64）、10頁

- ① ゲーム化権（ゲームソフト、ゲーム機）
- ② 商品化権（玩具、食品、文具）
- ③ 出版権（本、雑誌）
- ④ 地上波放送権
- ⑤ BS、CS放送権
- ⑥ 映画化権
- ⑦ 海外番組販売権
- ⑧ ビデオ・DVD化権
- ⑨ インターネット送信権

映画ビジネスの二次利用としては、次のようなものが挙げられている⁷⁵。

- ① ビデオグラム化（ビデオテープ、DVDなどで複製・頒布）
- ② テレビ放送
- ③ インターネットや携帯電話での配信
- ④ 海外販売
- ⑤ マーチャндаイジング（キャラクターの商品化など）
- ⑥ コミック化
- ⑦ ノベライゼーション（小説化など）
- ⑧ 舞台・ミュージカル化
- ⑨ 続編・リメイク版の制作
- ⑩ テレビシリーズ化

以上ここまでキャラクター商品化権の制度化を考えるに当たり必要な事項を述べてきたが、キャラクター商品化権の制度化について考察してみたい。

まず、牛木理一の「商品化権と知的財産権の関係 -抱える課題と対策-」において、次の2点が法制度的な議論として紹介されている。

第1点としては次のようなものである⁷⁶。

「マンガやアニメのキャラクターに焦点を絞った場合、平面物から立体物への変更によって人形やぬいぐるみという商品化利用の歴史があるところ、それは著作物から工業物品への転用という応用美術としての保護の問題に発展する。

そして、この問題はわが国では、昭和45年著作権法の改正審議時に議論となっており、次の第1案と第2案とが著作権制度審議会から文部大臣に答申が提出されている。

第1案は、応用美術について、著作権法による保護を図るとともに現行の意匠法など工業所有権制度との調整措置を積極的に講ずる方法としては、次のように措置することが適当と考えられる。

75 福井健策編、内藤篤、升本喜朗前掲（47）「エンタテインメントと著作権 映画・ゲームビジネスの著作権」12頁～14頁

76 牛木理一前掲（65）、13頁～14頁

—以下略—

第2案は、上記の調整措置を円滑に講ずることが困難な場合には、今回の著作権制度の改正においては以下によることとし、著作権制度および工業所有権制度を通じての図案などのより効果的な保護の措置を、将来の課題として考慮すべきものとする。

- (1) 美術工芸品を保護することを明らかにする。
- (2) 図案その他の量産品のひな形または実用品の模様として用いられることを目的とするものについては、著作権法においては特段の措置を講ぜず、原則として意匠法など工業所有権制度による保護に委ねるものとする。ただし、それが純粋美術としての性質をも有するものであるときは、美術の著作物として取り扱われるものとする。
- (3) ポスターなどとして作成され、またはポスターなどに利用された絵画、写真などについては、著作物あるいは著作物の複製として取り扱うこととする。』

牛木理一によれば、第1案は意匠権等との関係で総合的な検討を要することから実現困難として、第2案が採用されたが、この問題の解釈は、将来の課題として残されたままとなっているとのことである。同氏は著作権制度審議会の立場として、今後も第2案を維持する方向を示しているとはいえ、今日に至るまでこの課題は未解決のまま放置されており無責任のそしりは免れないと批判している

なお、第2案(2)において、実用品としてデザインされたものでも、それが純粋美術としての性質を併せ持つのであれば、意匠法の保護対象となると同時に、美術の著作物として著作権法で保護することができるとしたのは重要なことであるとして注目している。

第2点は、1995年6月に開かれた国際知的財産保護協会（AIPPI）モンテリオール総会における議題に関するものである⁷⁷。

「AIPPI⁷⁸は、Q. 129として『マーチャングデザインの法的側面』を、1995年6月に開かれたモンテリオール総会の議題の一つとし、筆者も日本部会から発言した。

同総会では、AIPPIの決議として次のような勧告が出されたが、この内容は、同決議の委員長が商標法専門の弁護士であったことから、偏向するようになったといえる。

- ① AIPPIは、マーチャングデザインを規制する特別法の採用は勧告しない。ただし、この決議においてすでに述べた各項目に示したように、標章、不正競争等を規制する上記諸法を、必要ならば修正を加えた上で解釈適用することを勧告する。
- ② AIPPIは、マーチャングデザインの規制については、商標法が最も適切なものと認められるべきであるが、マーチャングデザイン特別法とはいえないその他の諸法による保護も除外されるべきではないと解する。』

77 牛木理一前掲（65）、12頁～13頁

78 国際知的財産保護協会（AIPPI・International Association for the Protection of Intellectual Property）
一般社団法人日本国際知的財産保護協会（AIPPI・JAPAN）のホームページは（<http://www.aippi.or.jp/aisatsu.html>）

本議題は若干の修正はあったものの、特別法の採用はせず、商標法等を解釈適用する、或いは商標法の利用が最も適切として賛成多数で可決された。牛木理一は、多種多様な対象を保護しようとしている商品化権問題を、商標法を中心に解決しようとするのは、理論的にも実務的にも無理があるとの観点で、最後まで反対の意思を通したとのことである。

結局本件は昭和45年の著作権法改正時の審議会以来、日本では公式に議論されることはなく、また、実際の実務はAIPPIの出した決議に基づいて運営されつつある。

漫画やアニメのキャラクターは一般に、著作権法、不正競争防止法、商標法、意匠法に基づいて保護され、実在人物のキャラクターはこれら以外にも判例法によるパブリシティ権に基づいて保護されるとされている⁷⁹。

実際の最近の傾向として欧米各国では、商標権の範囲がどんどん追加されている。従来は「商品」や「役務」について、出願できるのは「文字」、「図形」、「記号」、「立体」、「それらの結合」、「それらと組み合わせた色彩」であったが、欧米には出願できるのものとして、「音」、「動き」、「ホログラム」、「色彩」、「位置」、「匂い」、「触感」といったものがある。

日本でも改正商標法が2015年4月1日に施行され、新たに「音」、「動き」、「ホログラム」、「色彩」、「位置」の5つが加わった。アメリカで認められている「匂い」、「触感」は今回見送られたが、何れ追加されるのではないかと思われる。実際久光製薬はテレビCMの「ヒ・サ・ミ・ツ」のメロディーを新商標として出願するが、アメリカでは「ミントの香り」を「匂い」の商標として登録済みである⁸⁰。

なお、2015年改正商標法に関しては、特許庁ホームページ⁸¹や日本弁理士会ホームページ⁸²において詳しい解説がなされている。

デザインを保護するためには意匠法を利用するが、登録まで半年から1年かかり、1件あたり年2万円弱の維持費用が必要なうえ、1ブランドだけで年数百件のデザイン違いが生まれ、半年で商品寿命が尽きるものが大半といわれるファッションの世界では活用しにくいといわれ、フランスのエルメスは、2011年、人気バッグの「ケリー」、「バーキン」を立体商標で登録した⁸³。

デザインが立体商標で登録されたものとしてはこの他、文字や図形が付されていない容器に

79 「ピンク・レディー事件」最高裁平成21(受)2056（平成24年2月2日最高裁判所第一小法廷判決）、民集第66巻2号89頁/www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/957/081957_hanrei.pdf

80 「法務／音や動き登録商標に新たな活用工夫次第 東レ 独自技術の視覚化、久光 CMのメロディー」日本経済新聞、2015年3月23日、「ビジネス法最前線! メールマガジン総集編（2014年1月～2014年12月）／音も登録商標に ～商標法改正のポイント～」栄光双書、吉田興平、弁護士法人栄光総合法律事務所、87頁～89頁

81 「平成26年特許法等改正説明会テキスト・平成26年特許法等の一部を改正する法律について」特許庁 (https://www.jpo.go.jp/torikumi/ibento/text/pdf/h26_houkaisei/h26text.pdf)

82 「JPAА 日本弁理士会・『解説・商標法改正について・商標法平成26年度改正の概要（ポイント解説）』」<http://www.jpaa.or.jp/?p=24357>

83 「知財戦略フロンティア/模倣品に悩むファッション業界 デザイン保護へ権利意識高める 立体商標登録の動きも 法的保護、欧州が先行」日本経済新聞、2015年1月26日

についてコカ・コーラのコンツァーボトル⁸⁴の形状が日本初の立体商標登録として認められ⁸⁵、Hondaの「スーパーカブ」の形状についても最近認められた⁸⁶。

キャラクターに関するものとしては、不二家の「ペコちゃん」、「ポコちゃん」が1998年5月に立体商標の第一号として認められ⁸⁷、日本ケンタッキー・フライド・チキン(株)のカーネルサンダースの立像、早稲田大学の大隈重信像といったものがある。

このように商標の適用範囲がどんどん追加され、本来保護期間がある著作物や意匠、特許、実用新案に関し、当該権利者たる企業の重要かつ著名な知的財産については、使用を継続する限り事実上保護期間の制限をなくすという現象が起きている。さらには、知財保護を促すという名目で、商標の登録料を25%引き下げることが検討されている⁸⁸。

視覚的なキャラクターに関しては、判例によって著作物性が認められないと言われながら、オリジナルの権利者以外の者が、許諾なく商品化することは複製権の侵害とされるという奇妙な現象が起きている。それゆえ上記で述べたオリジナルキャラクターの代表格と言えるサンリオのハローキティなどは、知的財産上どのような扱いになるのかグレーな存在である。

立体商標の制度は企業のニーズや欧米諸国の制度に習うため、1997年4月から導入されたが、当該時に著作権、意匠権、特許権、実用新案権との関係が審議された。しかし、この時の内容は、立体商標と他の権利の権利者が異なった場合に、これら抵触する権利関係の調整を図ったものである⁸⁹。

サンリオ及びハローキティで商標出願・登録情報を検索すると493件の登録があり、ハローキティに関する商標は、ほぼ全てハローキティの図と「HELLO KITTY / ハローキティ」の文字がセットになっている⁹⁰。ディズニーに関しては、ディズニー及びミッキーマウスで検索すると165件の登録があり、とりわけミッキーマウスに関しては、初期のミッキーマウスのアニメの図とMICKEY MOUSEの文字で、ディズニー・エンタープライゼス・インクによって登録されている⁹¹。

84 「日本コカ・コーラ(株)ホームページ／コカ・コーラの歴史」(http://www.cocacola.co.jp/history/_story/bottle.html)

85 「文字や図形が付されない容器での立体商標として日本初、コカ・コーラコンツァーボトルの立体商標が認められる ―知的財産高等裁判所が判断―」Coca Cola 日本コカ・コーラ(株)ホームページ (http://j.cocacola.co.jp/corporate/news/news_000453.html)

86 「スーパーカブの形状が日本で立体商標登録認可 ～乗り物として初の快挙達成～」HONDAホームページ、2014年5月26日 (<http://www.honda.co.jp/news/2014/c140526.html>)

87 「不二家の歴史(平成から現代)」不二家ホームページ (<http://www.fujiya-peko.co.jp/company/company/history03.html>)

88 「商標登録料25%下げへ 特許庁、知財保護促す」日本経済新聞、2015年2月5日

89 「平成8年法律改正(平成8年法律第68号)第5章 立体商標の導入」特許庁 (http://www.jpo.go.jp/shiryou/hourei/kakokai/pdf/h8_kaisei/h8_kaisei_5.pdf)

90 「特許情報プラットフォーム」独立行政法人工業所有権情報一研修館 (<https://www.j-platpat.inpit.go.jp/web/all/top/BTmTopSearchPage.action>)、2015年3月現在

91 「特許情報プラットホーム」2015年3月現在

サンリオのハローキティを始めとするビジネスはライセンスによって成り立っている。サンリオの有価証券報告書はデザイン・キャラクターを使用する権利の許諾、対価という表現を使っているが、実際には原則、登録商標を各事業者が使う際に使用許諾料（ロイヤリティ）を徴収という、基本的には商標の使用許諾に寄っているようである⁹²。

2014年3月期サンリオ決算説明会メモにおいても、当時の辻邦彦副社長から次のようなことが述べられている⁹³。

「辻：経営学者のフィリップ・コトラーは、これから品物売るにはブランドが必要である、と言っている。ブランドがないような商品は海外に持っていても売れはしない。ブランドは貸してくれるものではない。例えばルイヴィトンブランドを貸してくれない。だがサンリオはキャラクターブランドを貸し出して海外進出の助けをしている。

辻：私はなるべく弱い企業に助けたいという意志だが、最近では有名な企業にキャラクターブランドを貸して海外進出を助けたいといっているのが、“僕でないほうの社長”（下村）の意志である。

辻：ブランドもキャラクターも1種類だけでは無理。少なくとも20種類のキャラクターを一緒に出していけないといけない。例えばメロディファンはキティグッズを買わない。最低でもグッズは5種類から10種類のキャラクターを出すとそれぞれを全部買いついてくる。そのような難しい時代になってきている。単一のキャラクターブランドをつけるだけでは駄目で、たくさんのブランドをそろえる必要がある。」

このような状態では、パブリックドメインとなった著作物とキャラクター使用权との関係がグレーなままとなり、さらにはオリジナルキャラクターを含め著名なキャラクターは、商標法と不正競争防止法で期限なしに、継続使用される限りいつまでも保護されるから事足りるとなってしまう虞がある。そこで著作物とは切り離れたキャラクターの使用权について、キャラクタービジネスの振興・保護を目的として新しい制度を考察してみたい。

なお、本項では上記で定義したキャラクタービジネスを前提として考える。また、一般に使われるキャラクター商品化権という用語をタイトルで使用したが、商品化権とした場合、狭義の意味で玩具や文具、食品等のグッズに限定されることとなる可能性があるため、本来はキャラクター事業化権と称すべきかと思われる。

ついで対象となる権利化されるキャラクターは、取りあえず視覚的なキャラクターに限定し「漫画、アニメーション等の視覚的表現を伴う著作物の登場人物（ファンシフルキャラクター）」、「商品化等の目的で単体で創作され視覚的に表現された（オリジナルキャラクター）」とする⁹⁴。

牛木理一は、ファンシフルキャラクターについて、形態で表現されているキャラクター（視

92 「Business Journal / サンリオ、好調の原動力・ライセンスビジネスが岐路に～独自戦略支えた次期社長が急死」 (http://biz-journal.jp/2013/11/post_3452.html)

93 「GitHub 2014年3月期サンリオ決算説明会メモ 説明会サマリー」 ohtake/blog-ameba (https://github.com/ohtake/blog-ameba/blob/master/20140527-kessan_201403.md)

94 小林生央前掲 (64)、57頁

覚的キャラクター)として、1) 漫画として新聞、雑誌、本、インターネットなどに掲載される静止上の人物、2) 映画、TV、VTR、DVD、インターネットなどに登場する動画上の人物、3) 特に登場する場のない、それ自体で完結している人物と3つに分類する⁹⁵。

権利化するキャラクターの定義としてはこうなるが、実在の人物である俳優やタレント、アーティスト(歌手)、アイドル、スポーツ選手もキャラクター化して登録は可能とする。

特に俳優、タレントはパブリシティ権との関係があるので、ここでいう「映画、TV、VTR、DVD、インターネットなどに登場する動画上の人物」としてのキャラクター登録をし、本人が持つパブリシティ権とは区別する。アーティスト(歌手)、アイドル、スポーツ選手達の場合はその境界が難しいので、キャラクター登録の際、事業者との間で自身の持つ一般的なパブリシティ権との調整を契約で行う必要が出てくる。

キャラクター事業化権の内容は、先に紹介した、1) ゲーム化権(ゲームソフト、ゲーム機)、2) 商品化権(玩具、食品、文具)、3) 著作権(本、雑誌)、4) 地上波放送権、5) BS、CS放送権、6) 映画化権、7) 海外番組販売権、8) ビデオ・DVD化権、9) インターネット送信権、10) 映画ビジネスが考えられる。

また、二次利用的なものとしては重複するものがあるかもしれぬが、1) ビデオグラム化(ビデオテープ、DVDなどで複製・頒布)、2) テレビ放送、3) インターネットや携帯電話での配信、4) 海外販売、5) マーチャンダイジング(キャラクターの商品化など)、6) コミック化、7) ノベライゼーション(小説化など)、8) 舞台・ミュージカル化、9) 続編・リメイク版の制作、10) テレビシリーズ化といったビジネスが考えられる。

当初の制度ではキャラクター及びキャラクター事業化権は、当該範囲で行い制度の活用が行われた後、必要性がある都度改正していけばよいものと思われる。

登録の方法であるが、商標法類似の制度に近くてもよいと思われる。つまり継続して事業が行われていることが前提で、数年に一度の更新制度を設ける。商標のように事業ごとに類を分けて個別に登録する制度にするという方法もあるが、キャラクター事業化権の性格からして類別の登録の必要はないものと思う。しかし、著作権者等の意向で事業のジャンルに制限を設けてキャラクター登録をする、或いは複数の事業者が異なったジャンルの事業別にキャラクター登録する、権利関係者の話し合いで、複数の事業者が一括して全ての事業についてキャラクター登録をするということも可能かと思われる。

他の第三者との利害調整の問題で、他の第三者はキャラクターに関して商標登録を可能にする。当然キャラクター事業化権者が商標登録を行うのがビジネスを行う上で最も強い効力を発揮する。ただし、キャラクター事業化権と第三者たる商標権との利害の調整は必要で、商標の登録は不正競争防止法第2条1項1号(周知表示混同惹起行為)、1項2号(著名表示冒用行為)、1項3号(商品形態模倣行為)に該当するようなもの⁹⁶、或いは商標法でいうところの識別力、

95 牛木理一前掲(65)、3頁

96 「不正競争防止法の概要と改正」経済産業省ホームページ(<http://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/unfair-competition.html>)

特にキャラクターとの識別力がなく、かつキャラクター事業化権者の商品・事業と混同を生じるおそれがある商標のような場合には登録ができないこととする⁹⁷。

例えば、オリジナリティが強く著名性がある「ガンダム」、「ハローキティ」、「ポケモン」等の名称を、キャラクター事業化権者が登録していない分野に第三者が商標登録することはできない。これは現状でも同様のことと思われる。しかし、テレビドラマのタイトルなどはオリジナリティの強くないものがあり、キャラクター事業化権者の商品・事業と混同等が起きなければ第三者が商標登録して、商品・役務を提供することは可能である。

キャラクター事業化権で配慮すべきことは、キャラクターに漫画家、イラストレーター等の原著作者がいる、或いは実在の人物の実演家等がキャラクターの場合には、当該原著作者、実演家等に事業収入に応じた一定の報酬請求権を認めるべきである。

最後に著作権との関係を述べる。キャラクター事業化権で認められている商品・事業によって生み出される商品やコンテンツには著作権が並行して認められる。オリジナルキャラクターの場合も同様である。キャラクターに原著作物がある場合には、当然原著作物にも著作権が存在する。

これらの著作物は、全て当該著作物の保護期間のみ保護されるものとする。キャラクター事業化権者は、事業を継続している限りキャラクターの事業化を行うことができるが、事業化によって生み出された商品やコンテンツは、保護期間が切れることによってパブリックドメインとなり著作権フリーとする。

何れの者も当該著作物を利用することは自由になるが、利用できるのはパブリックドメインとなった作品そのものであり、事業化権者の事業が継続している限りパブリックドメインとなった作品の続編、或いは二次的著作物等を作ることできない。また、当該作品を第三者が販売等する場合には、原著作者、オリジナルの事業化者の表示を行うとともに、当該作品が著作権の保護期間が切れていることを明示する。

こうすることによって、保護期間が切れたコンテンツを利用者が安価に入手することが可能になり、また、事業化権者が再発売しない商品やコンテンツを、第三者がレトロ商品として発売してコレクターや研究者が入手することができるようになる。

著作権の保護期間は50年或いは70年であり、その間に人気が下降したキャラクターは逆に人気復活して、事業化権者は当該キャラクターを利用して新しいビジネスを起こせることになるかもしれない。また、準二次的創作物についても、事業化権者が当該創作者と話し合いを行い、新しいキャラクターを創造・登録する、或いは新しい事業展開を行うことも可能である。

事態は少し異なるが、バンダイナムコは1980年代に人気を博した「ゼビウス」、「ギャラクシアン」、「パックマン」、「ドルアーガの塔」など、旧ナムコが業務用ゲーム機向けなどに開発した、17作品のキャラクターや音楽などの利用権を他社に登録制で開放する。登録後制作に着手する企業は事前に企画書の提出が必要だが、公序良俗に反しなければ原則ノーとは言わないとのことである。バンダイナムコは、これにより自社の資金や人手だけでは難しい、埋もれた人

97 商標法第3条、4条

気作品の再活性化を図る狙いがある。もちろん二次創作もオーケーである。バンダイナムコは、完成したゲームやアプリを有料配信する場合に売り上げの数%を受け取り、無料配信の場合にはゲームやアプリ内に広告枠を設定し、広告収入を分け合う⁹⁸。

事業化されているキャラクターに関連した新しい創造を考えるアーティストにとっては、これによって永遠にキャラクターを利用した新しい文化・芸術を創造できないという不安があるが、この問題は前項にて提案した準二次的創作物の制度が適切に機能すれば解決できるのではないか。

以上、新しい制度を提案するには不足している部分が多々あると思うが、キャラクター商品化権からさらに踏み込んだキャラクター事業化権によって、著作権の保護期間の延長問題、法律によりグレーゾーンに収まり事実上保護期間が切れても第三者が利用できない著作物の問題について、少しでも参考になればと思う次第である。

4. 権利の集中化

前二項に関しかなりの頁を割いてしまい、紙幅に余裕がなくなった関係からも、本項に関しては現状に関する簡単な説明と、筆者の感じる所を述べるだけとし、本項の問題に関しては機会があれば別に検討をすることとしたい。

著作権の集中管理は、著作権の保護と著作物の利用の円滑化を図る最適な方法であるとの観点から、ヨーロッパにおいて発達した。世界で最古の集中管理団体としては、フランスの演劇作家・作曲家協会（SACD）だが、その前身であるが演劇法律事務所が1777年に創設されている。音楽の分野では、社団法人日本音楽著作権協会（JASRAC）の手本ともなった団体、フランスの作詞家・作曲家・出版者協会（SACEM）が1851年に創設されたが、その後、欧州を中心に音楽の演奏権に関する集中管理団体は、次々と創設される。

日本では、1939年「著作権に関する仲介業務に関する法律」（「仲介業務法」）の制定と同時に大日本音楽著作権協会（旧JASRAC）が、小説については大日本文芸著作権保護同盟（後に社団法人日本文芸著作権保護同盟⁹⁹）が設立され、その後も脚本に関しては1974年に協同組合日本放送作家組合（現協同組合日本脚本家連盟）、1991年に協同組合日本シナリオ作家協会が仲介業務の許可を受けている。

その後、音楽のみならず、文芸作品、美術作品、実演、レコードなどの分野に集中管理が定着していくが、集中管理団体の権利濫用を防止するなどの観点から、仲介業務法や、実演家又はレコード製作者に係る権利などの行使について著作権法にて指定団体制度等が設けられ、一定の規制が行われているようになった。

しかし、仲介業務法は、1939年の制定以来基本的に改正されておらず、規制の対象となる著作物の範囲や、業務実施・使用料等の規制内容が現状を反映していないという問題の指摘や、

98 「懐かしゲーム 利用権を開発 バンダイナムコ バックマンやゼビウス 音楽やシナリオ、自由に眠る知財、収益源化」日本経済新聞、2015年3月31日

99 2003年9月30日に解散。業務は日本文藝家協会著作権管理部と、特定非営利活動法人・日本文藝著作権センターに引き継がれた。

政府全体の規制緩和政策の観点から、見直しが求められているようになり、1999年7月に「著作権審議会権利の集中管理小委員会専門部会—中間とりまとめ—」が公表されたのち、「著作権等管理事業法」が2001年10月に施行される。

これにより著作権等の管理事業は、仲介業務法の対象であった小説、シナリオ、楽曲を伴う歌詞及び楽曲の4分野でしか認められなかったものが、全ての著作物を対象として、著作物の権利の「代理」、「取次」、「信託」を委託、一任された者を規制することになった。

また、許可制を廃止して届出制を採用し、従来の包括的信託だけでなく支分権の委託も可能とし、複数の団体による管理もできるようにして、事業者の新規参入が出来るようにした。音楽ではJASRACの独占であったところに「ジャパン・ライツ・クリアランス」、「イーライセンス」が参入している¹⁰⁰。

仲介業務法時代の1998年当時、委託者数は日本文芸著作権保護同盟（919名）、日本脚本家連盟（1,393名）、日本シナリオ作家協会（328名）、日本音楽著作権協会（11,283名）であったが、著作権等管理事業法が施行後は、それぞれ日本文藝家協会は、会員数2,456名（2014.8.1）、著作権管理委託者数は3,721名（2014.8.1）、日本脚本家連盟は会員数約1,500名（2015）、一般社団法人日本シナリオ作家協会は会員数371名（2013.6.25）、日本音楽著作権協会は、信託契約数が16,617（2014.4.1）となっている。

現在、公益社団法人著作権情報センターのホームページのデータベース¹⁰¹には、著作権等管理事業に関わる関係団体、機関などが31掲載され、業務の内容や所在地も知ることが出来る。これら関係団体、機関の利用項目は多義に渡り、「音楽」、「小説・脚本」、「美術作品」、「写真」、「デザイン」、「出版物」、「雑誌」、「実演」、「レコード、CD等」、「放送」、「ビデオ」、「映画」、「広告用ビデオ等映像の発注及び映像の利用」、「出版物（新聞・書籍・雑誌等）の複写」、「私的録音・録画補償」、「コンピューターソフトウェア」、「ソフトウェア全般」、「肖像権」となっている。

これら以外、「エンタテインメントと著作権 映画・ゲームビジネスの著作権」によれば、以下のような関連団体・組織一覧が権利集中化に関して挙げられている¹⁰²。

協同組合日本映画監督協会（映画監督）、有限責任中間法人日本動画協会（AJA、アニメ）、社団法人コンピューターエンターテインメント協会（ACCCS、テレビゲーム）、不正商品対策協議会（海賊版・模倣品）、日本国際映画著作権協会（ACA、海賊版）、映像産業振興機構（映像コンテンツ）

キャラクターについては、商品化権の成立とライセンサーの団結を目的とする一般社団法人日本商品化権協会（JAMRA）¹⁰³が1976年8月結成され、放送、広告、映画配給、アニメ制作、

100 「改訂版図解でわかるデジタルコンテンツと知的財産権」日本能率協会マネジメントセンター、黒田法律事務所・黒田法特許事務所編著、2004年7月15日、226頁～227頁、著作権法研究会編著前掲（19）「実務者のための著作権ハンドブック」98頁～102頁

101 <http://www.cric.or.jp/db/list/index.html#book>

102 福井健策編、内藤篤、升本喜朗前掲（47）、224頁～227頁

103 公式サイトは（<http://www.jamra.org>）

原作者関係、出版社関係、著作権窓口関係、エンタテインメント関係、スポーツ関係、ライセンス関係、その他一般の企業、団体74社、者（2015.5）から構成されている。

また、一般社団法人日本音楽事業者協会、公益社団法人日本芸能実演家団体協議会、一般社団法人日本音楽制作者連盟の3団体によって2009年4月に、一般社団法人映像コンテンツ権利処理機構¹⁰⁴が設立され、2011年7月には、一般社団法人映像実演権利者合同機構、一般社団法人演奏家権利処理合同機構（MPN）が社員となり、5団体によって構成されることになった。

aRmaは、映像コンテンツの二次利用に係る円滑な権利処理の実現、デジタルネットワーク上のコンテンツ流通の促進、これによる実演家への適正な対価の還元の実現に寄与することを目的とし、映像コンテンツに関し、1）二次利用に関する許諾申請の窓口業務、その他二次利用に係る手続き処理、2）不明権利者の探索、通知、3）二次利用に係る収益配分の在り方に係る調査研究、4）権利処理に係る理解促進、啓発、5）二次利用に係る報酬等の徴収、分配及びこれらに関連する業務を行っている。

「著作権審議会権利の集中管理小委員会専門部会—中間とりまとめ—」によれば¹⁰⁵、そもそも1989年、WIPO国際事務局が独自にまとめた研究報告書「著作権及び著作隣接権の集中管理」によれば、著作権等の権利の管理形態は、権利者自身が管理する「自己管理」と権利者が管理機関に権利の行使を委任する「集中管理」に大別され、その「集中管理」については、管理機関が権利者から権利行使の委託を受け、「著作物の使用を監視し、使用を希望する者と交渉し、適当な使用料と交換に許諾証を発行し、使用料を徴収し、権利者に分配する」ことと定義している。

また「著作権審議会権利の集中管理小委員会専門部会—中間とりまとめ—」では、著作権等管理事業に伴う権利の集中管理は、デジタル化・ネットワーク化技術の発達により、以下のよう傾向から一層加速しつつあるとしている。

- (1) 特別の施設設備等を有しない者でも容易に著作物等の利用を行うことができるようになった。
- (2) 著作物等を一度に大量に利用するようになったこと。
- (3) 著作物等の利用形態が拡大したこと。

このように著作物の利用に関し、世界的に権利の集中化による利用の促進の研究と、権利者への利益還元を目的とした制度の構築が今現在進展しているところであり、日本では2010年1月1日に改正著作権法の施行により、従来著作権者にだけ定められていた裁定制度と同様の制度が、著作隣接権者不明等の場合にも創設された。

結果、1）広く権利者情報を掲載している名簿、名鑑、検索サイト等を閲覧、2）広く権利者情報を保有している著作権等管理事業者、出版社、学会等に照会、3）日刊新聞紙への掲載

104 英文名「audiovisual Rights management association（略称：aRma [アルマ]）」、公式サイトは<http://www.arma.or.jp/about-us/>

105 著作権審議会権利の集中管理小委員会
（著作権情報センター・http://www.cric.or.jp/db/report/h11_7/h11_7a_main.html）

又は著作権情報センターのウェブサイトへ30日以上期間継続して掲載する等、の公衆への権利者情報の提供の要請といった、権利者捜索の相当の努力をした上で、権利者不明等の場合における裁定の申請を行い、かつ、あらかじめ文化庁長官の定める額の担保金を供託した場合には、裁定又は裁定をしない処分を受けるまでの間、著作物等を利用することができることとされた（著作権法第67条の2、第103条関係）¹⁰⁶。

運用上、1）及び2）の要件とその証明方法が緩和され、権利者不明の著作物は公表後一定期間を超えるものについては、3）の要件について期間を半分程度に短縮する等の措置が取られることを望む。

このように著作物一般の利用の促進、二次利用やネットでの流通に関して種々の方策が採られつつあり、年に数度は新聞紙上にIT技術とデジタルネットワークを駆使した、著作権の一極集中管理の記事が掲載されるようになり、状況に応じた適切な法改正と諸制度の浸透及び発展で数年前に話題になった、少なくとも著作権に絡んだ「ネット新法」の必要性はなくなったものと思われ、議論に上ることもなくなった。

5. おわりに

筆者の知人が大学卒業後デザイン学校に通っていた。モンスターの造形や絵画の力に優れ、学校主催の展示会で知人の作品が展示されることになった。知人は喜んで数点の作品を出したが、内1点がスーパーマリオシリーズに登場する「大魔王クッパ」の顔の部分をリアルな存在にデフォルメしたように見えるものであった。

他の作品は問題とされなかったが、当該作品は問題とされ出展取消となった。筆者も見せてもらったが造形的に面白いもので営利性もないので、任天堂と話をして作品を完成させて展示できないのかと話したが、面倒だからということでそのまま完成せずに処分されてしまった。

次いで、学校での催し物の際に、子供がミッキーマウスの絵を描いて張り出したところ比較的大きなものだったらしく、ディズニーの代理人らしき人が来て取り外させたという話や、飲食店で、テレビの受信装置に不具合が生じ、その間何気なく行っていたDVDによる顧客サービスが法律に反していると忠告を受け、すぐに取りやめたという話を聞いたこともある。このようなこと全てが許されていていいという訳ではないが、著作権侵害が非親告罪化されようとしており、著作物の取り扱いが本来の著作権法の趣旨から外れ、益々難しくなっている。

「エンタテインメントと著作権 出版・マンガビジネスの著作権」の著者、森野雄一郎は、「筆者あとがき」でこんなことを言っている¹⁰⁷。

「本書は、『出版・マンガビジネス』というタイトルになっていますが、出版の世界には単なるビジネスとしてではなく、文化の一翼を担っているという自負・気概をもって取り組んでいる方が多いと思います。よく『コンテンツビジネス』という言葉が使われますが、

106 「平成21年通常国会 著作権法改正等について」文化庁ホームページ (http://www.bunka.go.jp/chosakuken/21_houkaisei.html)

107 前掲 (19)、192頁

出版の世界で作家・クリエイターの血と汗の結晶である『作品』を単なる『コンテンツ』と捉えている方は少ないのではないのでしょうか。著作権法は法改正を重ねて『産業法』の衣をまとうようになりましたが、この世界の仕事をしているとそんな衣を脱いだ著作権法の本来の『文化法』としての姿を感じさせられることが多いです。私が出版の世界の仕事をしていて親近感を覚えるのはそんなところにあると思っています。』

数年前から電子書籍の流通が盛んになり、紙の媒体を前提にした出版権だけでは処理することができず、電子書籍に関する出版権も著作権法改正で認められ、2015年1月1日から施行されたが¹⁰⁸、この時も出版権を一体型にして利益を稼ぎたい出版社と、「紙だけ」と「電子だけ」の出版権を求める作家等との間で議論がおき、結局一体型、別々型の双方の形をとることで落ち着いた¹⁰⁹。

この他、場所もとらずいつでも貸出してもらえる便利なツールとして、電子図書館のニーズも高まっているが、法制度がおいつかない状況となっている¹¹⁰。

本論にても述べてきたが、産業と文化に挟まれて様々な問題を抱え、制度がどんどん複雑化する著作権法だが、その問題の一つを解決する試みとして、上記のような法整備の提案をさせて頂いた。

このような問題は国際的なルールの枠組みで話し合いが行われるべきだが、著作権の国際ルールたるベルヌ条約の加盟国は160カ国を超え、条約の改正は全会一致が必要で事実上の機能不全を起こしており、WIPOの場や多国間の通商交渉の場にて研究や議論・話し合いが行われることを期待する。

最後に著作権法本来の意味を伝える日本、アメリカ、フランスの条文を掲げる。

日本著作権法第一条（目的）

この法律は、著作物並びに実演、レコード、放送及び有線放送に関し著作者の権利及びこれに隣接する権利を定め、これらの文化的所産の公正な利用に留意しつつ、著作者等の権利の保護を図り、もつて文化の発展に寄与することを目的とする。

アメリカ連邦憲法第1条8項8号

連邦議会は、著作者（author）および発明者に対して、それぞれ著作（writing）および発明に対する排他的権利を一定の期間に限り付与することにより、科学および有用な技芸の振興を促進する……権限を有する¹¹¹。（To promote the Progress of Science and useful Art by securing for limited Times to Authors and Inventors the exclusive Right to their respective Writings

108 「平成26年通常国会 著作権法改正等について」文化庁ホームページ（http://www.bunka.go.jp/chosakuken/26_houkaisei.html）、「著作権法の一部を改正する法律案（概要）」文部科学省ホームページ（http://www.mext.go.jp/b_menu/houan/an/detail/1345237.htm）

109 「文化／電子書籍の『出版権』信頼関係の構築重要」日本経済新聞、2014年4月8日

110 「電子図書館 民間力借りる 貸し出しに印刷・出版のシステム 普及へ法整備が課題」朝日新聞、2014年1月7日

111 「アメリカ著作権制度の概要とコンテンツの法的保護」インフォテック法律事務所、山本隆司（<http://www.itlaw.jp/DCAJ.pdf>）

and Discoveries;¹¹²⁾

フランス著作権法では、法典に規定する精神の著作物として最初に次のものがあげられている¹¹³⁾。

第112の2条

(1) 書籍、小冊子その他の文芸、芸術及び学術の文書

以上

112 「米国憲法に規定された発明者の独占権」月刊パテント2002.2月号Vol. 55 No. 2、野中克彦、日本弁理士会、2002年2月10日、51頁～59頁 (https://www.jpaa.or.jp/activity/publication/patent/patent-library/patent-lib/200202/jpaapatent200202_051-052.pdf)

113 「著作権データベース・フランス編」社団法人著作権情報センター (<http://www.cric.or.jp/db/world/france.html>)