

本教材の利用について

- 本教材は、平成28年度 特許庁産業財産権制度問題調査研究「デザインの創作活動の特性に応じた実践的な知的財産権制度の知識修得の在り方に関する調査研究」（請負先：国立大学法人大阪大学 知的財産センター）に基づき作成したものです。
- 本教材の著作権は、第三者に権利があることを表示している内容を除き、特許庁に帰属しています。また、本教材は、第三者に権利があることを表示している内容を除き、クリエイティブ・コモンズ 表示 - 非営利 4.0 国際 ライセンスの下に提供されています。



- 本教材は、できる限り正確な情報の提供を期して作成したのですが、不正確な情報や古い情報を含んでいる可能性があります。本教材を利用したことにより損害・損失等を被る事態が生じたとしても、特許庁、国立大学法人大阪大学 知的財産センター及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

[本教材の利用に関するお問い合わせ先]
特許庁 審査第一部 意匠課 企画調査班
TEL : 03-3581-1101 (内線2907)

パート11

表現を守る デザイン創作と著作物（2）

「デザイナーが身につけておくべき知財の基本」

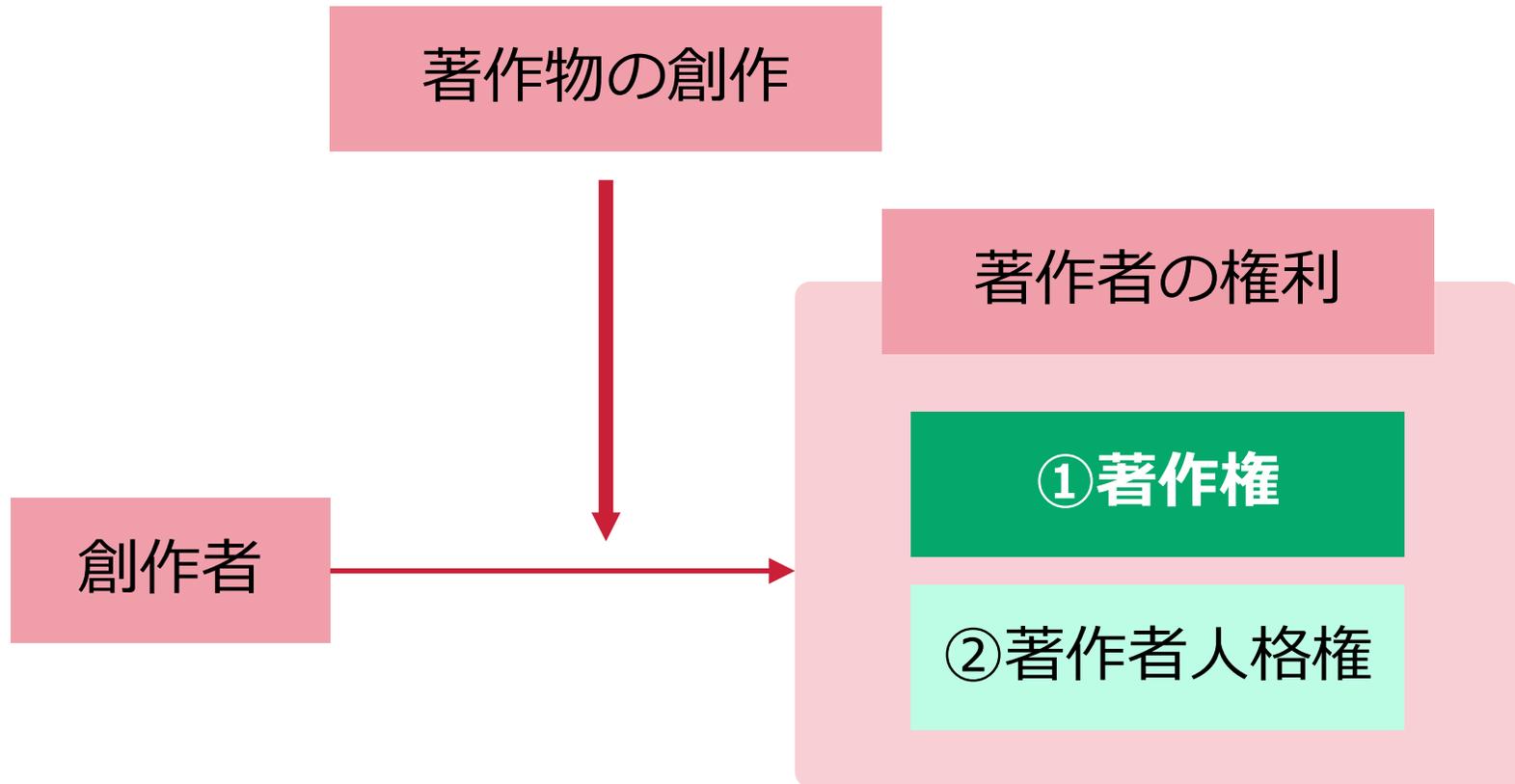
- 11-01 著作権とは
- 11-02 著作物の保護期間
- 11-03 CASEの考え方

- D君は、デザイン学科の仲間と一緒に作ったキャラクターを用いたパンフレットやTシャツを作成して配布・販売している。しばらくすると、デザイン学科の仲間とは関係がないX君が、このキャラクターを用いたSNS上で利用可能なスタンプを作成し、そのスタンプをネット上で販売し始めた。また、このキャラクターは、学園祭キャラクターを紹介するY君のホームページで取り上げられたが、そのホームページにおいて評価は低く、批判的なコメントがなされている。さらに、D君は、このホームページを見たZ君から、このキャラクターは自分が作ったキャラクターと類似しており、著作権侵害であるから、パンフレットやTシャツの販売を直ちに止めるように、との主張を受けた。

11-01 著作権とは

11-01 著作権とは

- 著作権とは、自分の創作した著作物を無断で利用されないという権利。
- 他人の著作物を利用するためには、その他人から許諾を受ける必要があり、著作権者は、その著作物の利用を許諾して、対価を得ることも可能。



11-01 著作権とは

- 著作権は、たくさんの権利（支分権という）の総称。
- 著作物に対する利用行為を全て規制できるわけではない点に注意。

コピーを作ることに関する権利

★複製権

コピーを公衆に渡して伝えることに関する権利

★譲渡権
貸与権
頒布権

直接又はコピーを使って公衆に伝えることに関する権利

上演権・演奏権
上映権
★公衆送信権
口述権
展示権

二次的著作物の創作・利用に関する権利

翻訳権・★翻案権
二次的著作物の利用権

複製権

- 複製権とは、手書き、印刷、写真撮影、複写、録音、録画など、どのような方法であれ著作物を、複製＝「形にあるものに再製する」ことに関する権利。
- すなわち、他人に無断で著作物をコピーされない権利といえる。

複製の判断

複製

には…

依拠性

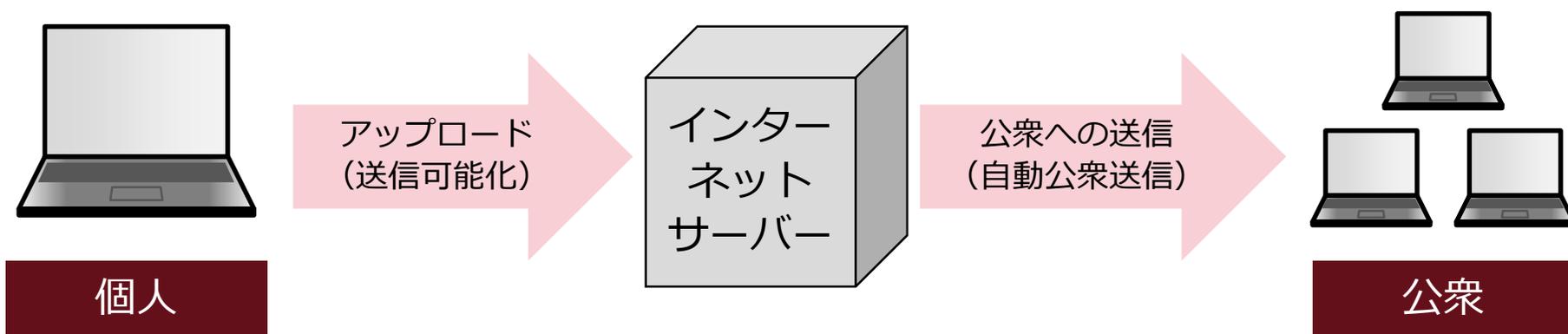
が必要



独立した創作であれば、たとえ同じ表現となっても、複製には当たらない

公衆送信権

- 公衆送信権とは、著作物を公衆向けに「送信」することに関する権利であり、具体的には、①テレビ、ラジオなどの「放送」や「有線放送」、②インターネットなどを通じた「自動公衆送信」などを対象とする。
- なお、公衆送信権は、サーバー等の「送信」だけでなく、その前段階行為である、サーバー等へのアップロード行為などにも及び、これを「送信可能化権」という。
- すなわち、他人に無断で著作物をインターネット送信されたりホームページ掲載されたりしない権利といえる。



譲渡権

- 譲渡権とは、著作物の原作品・複製物を公衆に販売等することに関する権利。
- すなわち、他人に無断で著作物を公衆に譲渡されない権利といえる。

消尽

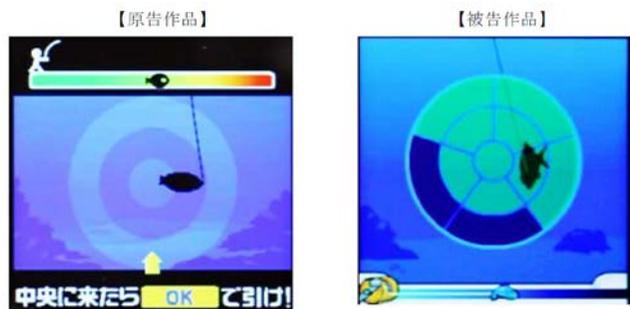
- 消尽とは、いったん適法に譲渡されたものについては譲渡権が働かなくなること。
- 例えば、店頭で売られている書籍を買った場合、譲渡権は消滅するので、その書籍自体の転売は自由に行える。一方、その書籍を複製して、そのコピーを転売することはできない。

翻案権

- 翻案権とは、著作物に翻訳、編曲、変形、脚色、映画化などにより創作性のある修正、変更、増減等を加えて、もとの著作物の表現の本質的な特徴を維持しつつ、新たな著作物を生み出す行為に関する権利。
- すなわち、他人に無断で二次的著作物を創作されない権利といえる。
- 翻案権が及ぶかどうか、実際の判断は難しい。

裁判例：〔魚釣りゲーム事件〕知財高判平成24年8月8日（平成24年（ネ）10027号）

ゲーム画面（魚の引き寄せ画面）に翻案権が及ぶかどうか問題となった。



出典：裁判所ウェブサイト（原審である東京地判平成24年2月23日（平成21年（ワ）34012号）より）

裁判例：〔プロ野球ドリームナイン事件〕知財高判平成27年6月24日（平成26年（ネ）10004号）

ソーシャルゲーム内のカードに翻案権が及ぶかどうか問題となった。



出典：裁判所ウェブサイト

11-02

著作物の保護期間

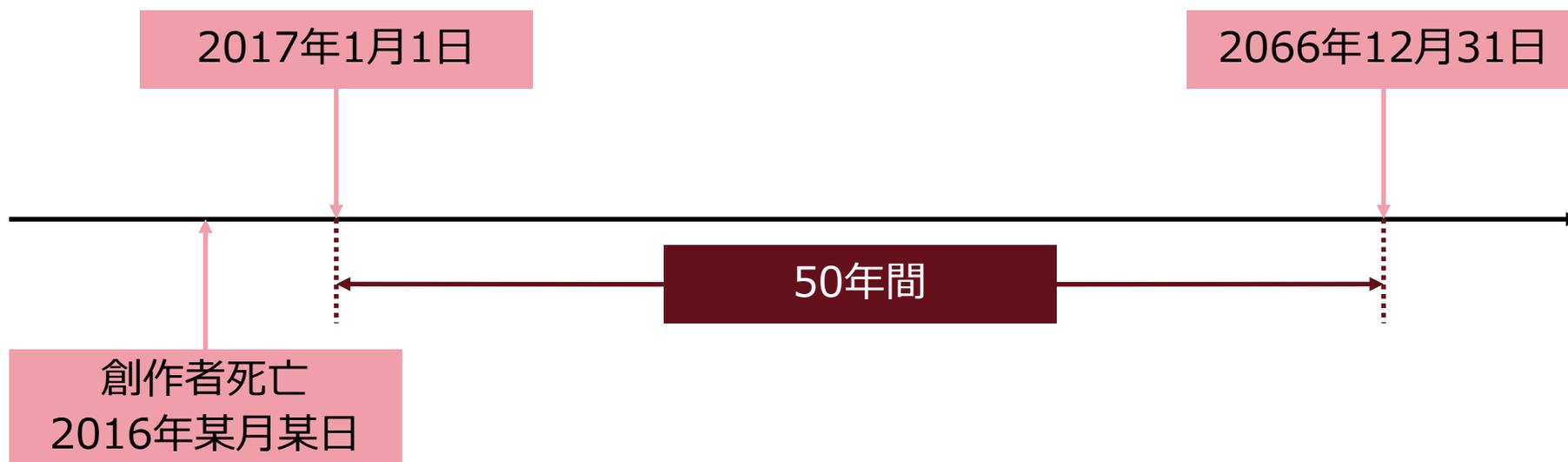
11-02 著作物の保護期間

- 著作権法上の権利には一定の存続期間が定められており、この期間を著作物の保護期間（著作権の存続期間）という。
- 著作物の保護期間は、著作者が「著作物を創作したとき」から、「生存している期間」+「死後50年間」が原則である。例外は下図のとおり。

著作物の種類	保護期間
無名・変名の著作物 (周知の変名は除く)	公表後50年 (死後50年経過が明らかであれば、その時点まで)
団体名義の著作物 (著作者が法人か個人かは問わ ない)	公表後50年 (創作後50年以内に公表されなかったときは、 創作後50年)
映画の著作物	公表後70年 (創作後70年以内に公表されなかったときは、 創作後70年)

11-02 著作物の保護期間

- 著作物の保護期間は、計算方法を簡単にするため、すべての期間は死亡、公表、創作した年の「翌年の1月1日」から起算する。例えば、創作者が2016年に亡くなった場合は、2017年1月1日から起算して、50年後の2066年12月31日まで保護される。



11-03 CASEの考え方

- D君は、デザイン学科の仲間と一緒に作ったキャラクターを用いたパンフレットやTシャツを作成して配布・販売している。

D君の行為

- パンフレットやTシャツの作成 → 複製
- パンフレットやTシャツの販売 → 譲渡

前提：このキャラクターは共同制作されたものであり、共同著作物に当たる。
→ 原則として、著作権者全員の合意がなければ著作権を行使することができない。

- しばらくすると、デザイン学科の仲間とは関係がないX君が、このキャラクターを用いたSNS上で利用可能なスタンプを作成し、そのスタンプをネット上で販売し始めた。

X君の行為

- SNS上で利用可能なこのキャラクターを用いたスタンプを作成
→ 複製権あるいは翻案権侵害
- スタンプのネット上での販売
→ 公衆送信権侵害

- また、このキャラクターは、学園祭キャラクターを紹介するY君のホームページで取り上げられたが、そのホームページにおいて評価は低く、批判的なコメントがなされている。

Y君の行為

- Y君のホームページで取り上げる
 - 複製権・公衆送信権侵害
ただし、引用として権利制限規定の適用※があれば、著作権侵害には当たらない。
- 批判的なコメントを付ける
 - 支分権が対象とする行為ではないため、著作権侵害には当たらない。
なお、名誉毀損に該当する可能性もあるが、コメント内容が真実ではなかったり、人身攻撃に及ぶような場合等に限られるだろう。

※：引用の目的上正当な範囲であれば、他人の著作物を著作権者の許諾なしに引用して利用することができる。社会的・文化的に有益な表現活動を支える趣旨である。

- さらに、このホームページを見たZ君から、このキャラクターは自分が作ったキャラクターと類似しており、著作権侵害であるから、パンフレットやTシャツの販売を直ちに止めるように、との主張を受けた。

Z君の主張（複製権・翻案権侵害）に対する対抗手段

- 類似性
 - 同一性のある部分の認定
 - 同一性のある部分に創作性があるかどうかを判断
 - 表現上の本質的特徴を感得できるかどうかを判断
- 依拠性
 - D君らとしては、独自に創作したものであることを立証する。
 - なお、実務上、創作時に、創作日を明らかにするため、「確定日付」が利用されることがある。