

スペイン情報誌 OCS NEWS

まさめ
真覚久美子/カルロス・アバティン(弁護士)

なるほどこれでなっとく！「著作権」アニメとマーチャダイニング (NO.249 Octubre 2007)

今日、日本のアニメとマンガは世界的な産業になっています。日本のアニメの特徴は、ほとんどの作品が、週刊誌などで長期間連載されたマンガを原作にしていること。その結果、ストーリー性がしっかりした作品が多くなっています。

スペインでも「アルプスの少女ハイジ」や「マジンガーZ」で育った世代が親になり、また日本アニメを放送していないテレビ局は皆無に等しいので、家族で楽しむ最も身近な日本文化となっているとも言えるでしょう。「マンガ」や「アニメ」は世界共通語で、世界中で日本がどこにあるか知らなくても、ポケモンを知る人は多いですし、愛知博で行われた日本のマンガ・アニメの登場人物になりきる「第3回世界コスプレサミット」ではスペインを含む7か国40名が参加、EXPOドームの3000席は満員御礼でした。

そんな流れで最近増えているのがマーチャダイニングと呼ばれる商品群。マーチャダイニングとは商品計画、商品化計画という意味ですが、ここではライセンスを受けて生産された商品を表します。例えばアニメのDVDやスペイン語に翻訳されたマンガや関連製品。最近では輸入品だけではなくライセンスを得てスペインで作られた「ドラえもん」や「ハム太郎」のドリンクがスーパーに並んでいたり、スペイン市場で最も人気がある玩具のひとつがバンダイの「聖闘士星矢（セイントセイヤ）のフィギュアであることもその人気を表しています。

しかしこのような人気は反面、作者・メーカー・販売元などの権利を無

視したニセモノブランドなどで有名な「模倣品」という特許権・実用新案・意匠権・商標権を侵害する製品や、音楽・映画・放送番組・ゲームソフトなどの著作権を侵害する「海賊版」などを生み出しています。これらの製品は、品質が保証されておらず、安全面で問題があったり、音や画像の品質が悪かったりすることが往々にしてあり、権利侵害の上に消費者に直接的な被害をもたらす問題を起こしています。

では具体的にはどんなことが起きているのでしょうか？例えば、ネット上では日本で放送されたばかりのアニメシリーズがすぐにスペイン語字幕つきで公開され、中にはダウンロードしなくても好きなときに山ほどあるリストから好きなものを無償で見られるサイトもあります。また最近ではスペイン各地で行われている「マンガサロン」で販売されている商品のほぼ70%が模倣品や海賊版で、店舗でも本物とニセモノと一緒に並んでおり、深刻な問題になっています。当然ながらこれらを売ることも買うことも違法です。しかし中にはパッケージまで似せて作る悪質な例もあり、気をつけなくては分かりません。

そこで例として日本のオリジナルのフィギュアを含むおもちゃの簡単な見分け方をご紹介します。おもちゃの場合、「S T」という日本玩具協会の安全保証マークがついていることです。これはヨーロッパのC Eマークに該当するもので、日本製品に義務付けられています。またドラゴンボールなど特定の商品には著作権者の証紙（小さなシール）が外箱に貼られていますので、メーカー名の表示とともに、本物を見分けるひとつの目安として是非スペインの方にも教えてさしあげてください。

ひとりひとりが知的財産権法制度の意義や重要性について本当に認識していくこと。これが日本経済を大きく脅かす海賊版・模倣品対策にとっても大切だと私たちは考えます。記事の内容や著作権についてのご要望ご相談がありましたらお気軽に下記までメールをお送りください。

次号のテーマは「ビデオゲーム」です。お楽しみに。

なるほどこれでなっとく！「著作権」 ビデオゲーム（コンピューターゲーム）

（NO.250 Novembre 2007）

世界で初めて家庭用ゲーム機が誕生してから今年で25年。アメリカで始まったこの業界も今ではすっかり日系企業が目立ちます。中でも今年の6月25日、ここ数年ヒット商品を出し続けている任天堂の時価総額がソニーを抜いたことは、任天堂の取扱商品のほとんどがビデオゲームであることから、日本製品の世界的な人気の高さを表していると言えるでしょう。

ビデオゲームもアニメやマンガ同様、子供用だけではなく頭脳ゲームや簡単なボタン操作で遊べるものが増えて、世界中の老若男女が楽しめる内実共に充実した、海外輸出市場におけるコンテンツ産業の中核となる、日本の誇れる知的財産権です。一般的なのは家庭用ゲーム機や、ゲームセンターで遊ぶものですが、最近ではオンラインゲームというネットを通して世界のプレーヤーと一緒に遊べるものもあります。

ニュースを見て驚かれた方も多いと思いますが、10月4日、アメリカで起きた著作権裁判の判決によると、24曲の音楽ファイルをインターネット上で違法に共有したとして、ミネソタ州在住の女性に罰金22万ドル（約2500万円）の支払いが命じられました。1曲につき約100万円の罰金です。この件で私たちが学ばなくてはいけないことは、インターネットを使うときのルールやマナーではないでしょうか？「ネットで不法な行為をしても、皆やっている事だし、きっと自分は大丈夫」と思っているも今回の件で、警察は必要であれば誰がいつ何をしたかを突き止め、罰することができるということがはっきりしました。

一方、ビデオゲームを無料でダウンロードして、非営利目的で個人が楽しむことは合法とされていますが、多くの場合パスワード取得のためメールアドレスを含む個人情報を記入しなくてはなりません。

ここで要注意なのは、このように収集された個人情報も多くの場合、本人に無断で売買されることです。その結果、spam（スパム）という営利目的のメールを無差別に日々大量配信されたり、あなたのコンピューターのハードディスクにsniffers（スニファーズ）のようなソフトを勝手に入力し、あなたのコンピューターのハードやデータに危害を及ぼしたり、またそのゲームをコピーして友人に貸したため、その人のコンピューターにも危険が及ぶかもしれません。これらのことは共有ファイルを使って遊ぶゲームの場合も同様です。

ゲームソフトの価格が高いとは言え、このような個人的な損害とゲームメーカーや権利者に及ぼす経済的損害の上に、今回のアメリカ人女性のようなことも起きうる可能性を改めて認識すべきです。

オンラインゲームやダウンロードして買うゲームがオリジナルかどうかを見分けるには、メーカーのコピーライト表示や事前に利用規約に合意する必要がある、ユーザーサポートがあることなどが挙げられます。お金を払うソフトだからと安心するのではなく、このようなことをチェックすることも大切です。

インターネットや街頭で売られている海賊版ゲームはCDやDVDの形態が多く、最新作が安く買えるということが魅力です。中には何十ものゲームが1本になっているものや、その機種では発売されていないゲームが遊べるものなど、オリジナルには無いような内容のものもあります。ところが説明書が入っていないことは元より、データが入っていなかったり、関係のない映画などの映像のみが入っていることもあり、泣き寝入りになるのもよくあることです。

ゲームの弊害が報道されることもありますが、指を細かく動かす必要のあるビデオゲームが老人痴呆症の予防に効果があるという報告もあります。秋の夜長、家族そろって一緒にゲームをするのも良いコミュニケーション

になるのでは。正規のソフトで大手を振ってお楽しみください。

なるほどこれでなっとく！「著作権」グラフィックデザインと最新テクノロジー

(NO.251 Dicembre 2007)

グラフィックデザインとは、文字を使った情報伝達方法で、文字の形・大きさ・色・並べ方などをデザインして、商品パッケージや印刷物、広告やロゴマークなどに個性を持たせ、美しく見せるものです。人間にとっては最も身近なアートであるのに芸術大学では教えない、いわゆる純粋芸術ではなく応用芸術です。

このアートについては考えたことが無い人でも、これらのデザインの効果で私たちが商品やサービス、時には政党までを選んでいることに気づかれるのではないのでしょうか。

一方、コンピューター上で表現されるインタラクティブデザイン（観客との間に相互の作用や対話をもたらす新しい表現方法）、モーショングラフィック（従来のグラフィックデザインに動きや音を加えた表現方法）、ウェブデザインの中でもグラフィックデザインは欠かせません。これらのメディアは平面だった媒体をより広範囲に広げ、今日では情報伝達と美術の融合として作品の展覧会も行われています。

これらのグラフィックデザインは主に著作権法や商標権法で保護されています。あまり知られていないのは、デザイナーがクライアントによって依頼されたグラフィックデザインを、デザイン料をもらって納品しても、このデザインの著作権は原作者に引き続き既存することです。

ですからきちんとした譲渡や合意を表す契約書を結ばずにこのデザインを使用・複製・改変することは違法になります。お店の名前のロゴを作っ

もらい、その後も自由に広告や看板などに使えるようにするには、契約書を交わしてからにしましょう。

同じ文章でも書体を変えるだけでイメージが変わります。これらの書体もグラフィックデザインです。書体によってはコンピューターソフトに含まれていて無料で使えますが、反面ウェブ上にはデザイナーに著作権が帰属する書体もたくさんあります。「コピー」と「貼り付け」という簡単なキー操作で切り張りできる、ガードのかかっていないデータだから使って良いということではないということです。

ではこのような違法行為はどのようにコントロールできるのでしょうか？スペインのグラフィックデザイナー協会は正しい利用法を作成しこのような行為に対処しています。世界知的財産権協会も数年前からどのような規制を作るべきか議論を交わしていますが、まだ規制はできていません。このようなテーマについてはスペインの裁判所でも日々争われていますが、裁判所に提出された証拠を基に裁判官や裁判長が法に照らし合わせて解釈し判決を出しています。

先日、中国で知的財産権の仕事をしている友人から聞いた話では、2003年にトヨタが、中国の自動車メーカーがトヨタのロゴに良く似たマークを使って車を販売していることに対し商標権侵害だと訴えたところ、裁判官は「車は高い商品なので消費者は買う時には慎重に検討して買うからマークを見間違えることは無い」という判断だったそうです。日本の裁判所で争ったらまず確実に侵害していると判断されるほど似通ったマークでも中国では全く反対の判決が下りたということは、この法律の解釈の違いを表した一例になると思います。

また中国やアメリカでは、故意に他企業のロゴを商標として登録し、その会社が中国に進出しようとした時には権利をこの会社から買わないと営業できないという理不尽なことも起きているそうです。驚くべき話ですが

同じようなことはスペインでも起こりかねます。なぜならスペインにおいてもまず権利を持っている人に権利があるからです。これはたとえ日本では著名なマークでも、スペインで商売をするにはまず登録する必要があるということです。

なるほどこれでなっとく！「著作権」 アートと権利

(NO.252 Enero 2008)

世界は今空前の現代アートブーム。中でもアジアの現代アートは欧米で大人気。スペインでも日本人作家の、草間彌生さん・奈良美智（よしとも）さん・村上隆さんなどのトップアーティストをはじめ、数々の若手作家の作品があちこちで展示されています。

2003年、ニューヨークのオークション会社サザビーズでは、村上隆さんのウェイトレス姿の等身大美少女フィギュア『Miss Ko2』が50万ドル（約5800万円）で落札されました。これは当時の日本現代美術作品の最高額でした。このように現代アート作品を投資目的で買う人も増えているそうです。そこで今回はアートと権利についてご説明します。

1枚の絵を買ったとしましょう。この絵には著作権と作品の所有権という権利があります。買った人は所有権を得ます。具体的にはこの作品を展示・貸与・譲渡して収益を得ることができる権利です。しかしこの絵をポスターやカレンダーにするような著作権は作者の権利で、日本では特別にこの権利の譲渡契約を結ばない限り作者に帰属します。一方スペインでは作者には道德権利があり、この権利を譲渡、売買することは絶対にできません。例えば日本人作家がスペインで個展をし、販売した作品に関して作者には以下のような権利が生じます。

●作者がその作品がどのように普及すべきかその方法を決める権利。

これはその作品が作者の意思によって初めて展示されたときに生じる権利で、例えば作者がその作品を以後一切公衆の場で展示しないという判断をした場合、作者の生存中と死後70年間保護される権利です。

●作品の作者名の表記を、本名・ペンネーム・サイン・匿名など具体的に指定する権利。これは作者が作者名をどのように表記して欲しいか選べる権利です。

●作者がその作品の現状について知る権利。これは作品がどこにどのようにして保管または展示されているかを知る権利で、作者の生存中は作者が、以後永遠にその遺族が知る権利を有します。

●作品のいかなる変形、変更、部分使用を禁じ、配慮ある対処を求める権利。この権利はスペインの裁判で多々争われますが、作品の所有者であっても作者に無断で写真を撮って作品を変形したり、部分的に印刷物やホームページなどに使ってはいけないということです。

●第三者が得た権利を尊重しながら必要と思われる作品の手直しをする権利。これは作者がアーティストとして進化した場合、その作品が文化財産として保護されている場合を除いて所有者の許可の元、手直しができる権利です。

●作者が知的または道徳的信条を変え、ある作品を市場から抹消したい場合、所有者に事前に賠償することにより作品を市場から抹消できる権利。別名「後悔の権利」。作者に正当かつ妥当な目的があればこの作品が展示されていることでプロの作家生命に影響を及ぼすという判断で、展示しないようにすることができる権利です。例えばその作品を作成した頃は当たり前でも、それが現在の道徳ではいけないことと判断されるような題材になった場合です。

●その作品が作者にとって唯一のまたは珍しい作風の作品であり、それが第三者の所有にある場合、作者がそれを見る権利。これは作者が希望すれば所有者の都合に合わせて決められた場所や方法で作品を見ることができるとい権利です。

しかしここで重要なのは作者が所有者にアンソロジーの展覧会を行うた

めにその作品の貸し出しを依頼したり、その展覧会のカタログにその作品を含むことができることです。道德権利の損害に対して、スペインの裁判では多額の賠償金の支払いが命じられることがあります。また作品の形状が油絵なのか、デジタル作品またはマルチメディア作品なのかによっても該当する権利は異なります。詳しく知りたい方はご相談ください。

なるほどこれでなっとく！「著作権」 デジタルコンテンツ

(NO.253 Febrero 2008)

デジタルコンテンツとは、映像・音楽・画像・文章などをデジタル形式で記録したコンテンツで、マンガ・アニメ・映画・放送・音楽・ゲーム・オンラインゲーム・アミューズメント・インターネット関連・携帯電話・新聞・図書出版など幅広い分野にわたるものです。

1982年にCDが発売されてからカセットテープやレコードはすぐに市場から無くなり、あっという間に私たちの日常にデジタルのものがあふれ、今やアナログという言葉さえあまり聞かなくなっていました。そんなデジタルのすごいところは、複製しても劣化しないことや、コンピューターならではのインタラクティブと呼ばれる、双方向性が挙げられます。

情報や意見、議論の記録をウェブ上に残すブログはその代表的なもので、日本の広告代理店に勤める友人の話によると、その情報発信力や波及力にはすごいパワーがあり、今日企業が新商品を発表する際、記者会見の代わりにカリスマ性を持つブログを開いている方たちをお招きし、商品紹介をしたほうが宣伝効果があるということでした。スペインでも青少年のブログへのアクセスが頻繁に行われていることに注目し、政府は青少年が無記名で健康とドラッグについて気楽に相談できるブログを起しました。これはデジタルコンテンツならではの試みと言えるでしょう。

今回はそんなブログやホームページにおけるデジタルコンテンツのアドバイスをします。

1 自分で作ったコンテンツを使うこと。その権利は当然のことながらあなたにあるからです。

2 他人のホームページやブログのコンテンツを無断で使用しないこと。フリーコンテンツや公のドメインなど一部のケースを除いては、事前に許可を得なくてはいけないコンテンツがほとんどです。コピーする前に確認しましょう。はじめに説明したようにコンテンツは幅広い分野にわたっています。議論の対象を説明するために、ある特定の画像や映像をコピーして使う場合も気をつけなくてはなりません。

3 オンラインでダウンロードできるビデオや音楽でコピーライト表示が無いものにも気を付けてください。何故ならそのコンテンツが海賊版であるかかもしれず、それをコピーすることは著作権法に反するからです。

4 デジタル化した文章も要注意です。例えば図書館のコンテンツのように一般公開されていても、使用するには著作権が存在します。

5 「表現の自由」という権利を「人のプライバシーや尊厳、または法律」に反するようなことに使わないで下さい。スペインでは実際に判例があり、これも犯罪になります。また自分のコンテンツだけでなく、自分のブログに書き込まれた内容についてもその責任はあなたにありますので、コントロールが必要です。

続いてあなたのデジタルコンテンツはどのように守れるかについて説明します。あなたのコンテンツが不正にコピーされた場合、それがあなたのものであると証明するのは実際大変なことです。スペインには知的財産権の登記所があり、ここにコンテンツを登録すればもし裁判などで争う場合

には重要な証拠になります。しかし中には自分で作ったコンテンツではないのに登録し、権利を悪用しようとする人もあります。またコンテンツの種類に該当する著作権協会に登録するという方法や、テクノロジーの力を借りてあなたの権利を守る方法もありますが、常に抜け道を探す人がいてなかなか良い結果を生み出していません。

www.myfreecopyright.comというホームページに登録するという方法もありますが、実際にどの程度法的に有効なのかは、スペインに関する限り判例が無いので分かりません。最低誰でもできることは「画像、文章などの無断転写は禁止。荒らし・中傷目的の方などはご遠慮ください。」などあなたの意思を明確に表示することでしょう。正しい使い方でデジタルコンテンツを楽しんでください。

なるほどこれでなっとく！「著作権」 音楽

(NO.254 Marzo 2008)

スペインで近年密かに人気を博している日本の音楽は「アニソン」。アニメやテレビゲームの主題歌・挿入歌・イメージソングの総称で、この「アニソン」がきっかけになって「J-POP」と呼ばれる比較的若者向けの日本のポップスに人気は広がっているようで、今の日本人ミュージシャンの一番人気は坂本龍一ではなくGackt（ガクト）。世界には彼のノンオフィシャルファンクラブがあり4000人弱の会員がいるのですが、この半数以上がスペイン語圏、特にスペイン人だそうです。また「カワイイ」部門では、浜崎あゆみ・大塚愛・倅田來未なども人気です。

今回はそんな音楽について。音楽著作権とは歌詞やメロディーを作った作詞家・作曲家の権利を指します。一方歌手や演奏者を著作権法では実演家といい、実演家は録音権・録画権・送信可能化権・貸与権・貸与による報酬請求権・二次使用料請求権・私的録音録画補償金請求権、といった権

利を持っています。簡単に言うとCDを作って販売したり、演じているコンテンツをテレビやインターネットなどで使用する権利です。最新ニュースとしては今年の2月14日に欧州委員会が現在50年間である実演家の著作権保護期間を95年に延長しようと提案したことです。高齢社会やリバイバルブームでローリングストーンズなどのミュージシャンの活躍が見られる昨今、50年では本人の生存中に期間が切れることがあるようで、この夏正式に決まると言われている。

音楽の取得方法として最近では圧倒的にインターネットやP2P（ピアツーピア：不特定多数のコンピューターが相互に音楽・映像などを共有・交換するインターネットの利用形態、またはそれを可能にするソフトやシステム）の利用が一般的になりました。合法的には事前に料金を支払うもの、著作権を扱うレコード会社などの許可の下に無料でダウンロードできるもの、またネットを通してミュージシャンが直接無料で音楽を提供する場合もあります。この反対が権利者に無許可で不法ダウンロードを行うことです。残念ながらブロードバンドの発達とともにこのような不法行為は日々多くの人によって行われているというのが現実です。

2008年IFPI（国際録音産業連合）統計によると、スペインはヨーロッパで最も共有ファイルで音楽をやり取りしている国で、35%がP2Pを利用しているそうです。驚くのは中国でなんと99%が無料ダウンロードされた音楽だそうです。

当然ながらこのような海賊版問題は深刻で、世界で20曲ダウンロードされた曲の1曲だけがきちんと著作権を支払ったという統計もあります。またこの他に海賊版CDの販売も挙げられます。以前の記事でも取り上げましたが、これらの影響で世界におけるCDの売り上げは6年連続下降しており、去年は前年比23%減でした。EIAA（ヨーロッパ・インテレクチュアル・パブリシティ協会）によるとヨーロッパ平均35%に対してスペインのインターネット利用者の58%が音楽をダウンロードし、2

003年に1億8000曲、2007年には12億曲ダウンロードしたことを示しています。

このような深刻な事態を政府が見逃すはずはなく、取り締まりは日々厳しくなっています。例えばフランスでは2007年11月から不法ダウンロードを頻繁に行っているユーザーのインターネットを接続できないようにしています。600万人のブロードバンド利用者がいるイギリスもフランスに倣（なら）う法改正を発表しました。

一方アメリカでは3回目の記事でお知らせした、音楽ファイルの違法な共有で罰せられた女性と同様の訴訟が現在2万6000件あります。一方P2Pで、コンテンツと一緒にウィルスを自分のコンピューターにダウンロードしてしまう危険性にも要注意です。

そして何よりも音楽の無い生活を想像してみてください。不法行為が増えれば増えるほど音楽では食べていけないミュージシャンが世界中にあふれ、新しい音楽を作って発表することもできなくなっているのです。正しい音楽の使用はミュージシャンや音楽を作るたくさんの人たちを応援していることになります。音楽を大切に。

なるほどこれでなっとく！「著作権」 ファッション

(NO.255 April 2008)

ファッションと著作権というと、まず思い浮かぶのが偽ブランドではないでしょうか？スペイン政府も力を入れているので、バッグやアパレルの偽物検挙数は毎年増えており、今年3月の大規模検挙では靴・ジーンズ・スーツ・Tシャツなど45ブランドの総数23万点、2億ユーロ相当の偽物が押収されました。

これらの製品は先進国はもちろん、発展途上国や第三諸国でも販売され、今日では麻薬よりも儲かると犯罪者は考えているそうです。以前は安かろう悪かろうで偽物は見分けやすかったのですが、最近ではオフィシャルショップで偽物が本物と一緒に並べられて販売されたというケースもあり、油断大敵です。購入の際はオフィシャルウェブでデザインや価格を事前チェックして、価格が安い場合は避け、またオークションでの購入には特に気をつけましょう。

今日本で人気のスペインブランドはバレンシアガ、ロエベ、シビラ、ザラ、カンペールなど、一方スペインで人気の日本ブランドはオニツカタイガー、Y-3、エビスジーンズなどが挙げられます。

創造力と革新性が重要なファッションは、知的財産権に密接な関係がある分野で、デザイン画、イラスト・テキスタイル・キャラクターデザイン、型紙など幅広い分野にわたる異なった権利があります。

まず3Dのバッグデザインや2Dの服飾・テキスタイルデザインなどは、工業製品として意匠権の対象に、そして応用美術作品として著作権で保護することができます。またスペインとEUでは、これらのデザインが市場で受け入れられるか見分ける間の一定期間、登録せずに権利を保護するシステムがあります。

ファッションはシーズンごとに様変わりしていくという特質から、中小企業や個人デザイナーの権利を守るために考えられた法律です。最終的に人気があって長続きしそうなデザインを登録すれば、EUでは3年間、またデザインコピー防止のために出願してから30か月は保護されるというシステムもあります。

アパレルメーカーなどに勤務するデザイナーの描いたデザイン画は本来作者に帰属しますが、実際には給与を代償に会社側に譲渡するように決め

られている場合が多いようです。フリーのデザイナーが会社に依頼されて起こしたデザインには作者にデザイン画の権利や服についての意匠権がありますので、契約書でこれらの権利が誰に帰属するのかをはっきりさせることが重要です。

一方、特許にできる分野としては、テキスタイルの製造技術などがその良い例で、これらの権利は他社とライセンス契約をしてロイヤリティをもらうことができますし、独自に開発した市場調査・生産および販売戦略などのコンピュータープログラムは、世界を制覇するブランドメーカーにとって特許化することのできる大切な企業秘密と言えるでしょう。例えばアパレルメーカー、「ザラ（ZARA）」はスペイン版トヨタ生産方式と呼ばれる独自のシステムを生み出し、これはアメリカの複数大学で研究対象になるほど独創的で、その結果オーナーのオルテガ氏は一代にして世界長者番付の8位に輝きました。（フォーブス2007年）

著作権法で守られる著作物としては、デザイン画、イラスト・テキスタイル・キャラクターデザイン、型紙などがありますが、スペインではいずれも独自に創造されたものであることが証明できれば自動的にそして瞬時に権利は保護されます。

一方、マンガやアニメのキャラクターがTシャツにプリントされ量産される場合の原画は著作物ですが、プリントされたTシャツは二次的利用になるので、たった1枚でも著作者の許諾が無くては製作できません。これらの偽物を買わないようにするには、①コピーライトを確認する。②キャラクターのつづりを確認する。③一般的に偽物のプリントは黄色とオレンジ色の発色が悪いので注意する。④目や髪の色を変えるなど、イラストの一部を変更してあることが多いので注意する。⑤素材・プリントの品質が悪いので注意する。といった点をチェックすることが大切です。

なるほどこれでなっとく！「著作権」 建築

(NO.256 Mayo 2008)

スペインを代表する現代建築家は、メリダの国立ローマ古代博物館やプラド美術館新館などをデザインし、1996年には建築界のノーベル賞と呼ばれるプリツカー賞を受賞したホセ・ラファエル・モネオ。またTGVリヨン駅、バレンシア芸術科学都市をデザインしたサンティアゴ・カラトラヴァや、横浜港国際旅客ターミナル、愛知万博のスペイン政府館をデザインしたアレハンドロ・ザエラ・ボロなど。他にもたくさんの建築家たちが世界で活躍し、今スペインは注目を集めています。

一方世界で最も著名な日本の現代建築家は、95年プリツカー賞を受賞した安藤忠雄で、表参道ヒルズや92年のセビーリャ万博の日本政府館は彼の作品。また同年開催されたバルセロナ・オリンピックの会場となったパラウ・サンジョルディは磯崎新の作品。彼はその後もラ・コルーニャのドムス（人間科学館）、バルセロナのカイシャ・フォーラムなどすばらしい建築物をスペインで生み出しているが、今その最新作、ビルバオの複合施設イソザキ・アテアをめぐって前出のカラトラヴァ氏・ビルバオ市役所・磯崎新氏の間で裁判になっている。

問題は、磯崎氏のイソザキ・アテアの歩道とつなげるためにカラトラヴァ氏がデザインしたスビスリ橋から、ビルバオ市役所が許可を得ずに橋の手すりをなくしたことで、橋のデザインは対称的ではなくなり、本来の性質を変えたという理由でカラトラヴァ氏が市役所を訴えたもの。磯崎氏のスペインの事務所は、「連結のプロジェクトは彼らが勝手に作り上げたものではなく、従ってカラトラヴァ氏と市役所の問題だ」と表明。

カラトラヴァ氏は現代における橋梁（きょうりょう）デザイナーの最高峰の一人で、ニューヨークの近代美術館で『彫刻から建築へ』という個展

を行ったこともあり、この橋はスペインの知的所有権法で守られる芸術作品であると考えています。

具体的には著作権人格権の、同一性保持権の侵害に該当し、これは作品の変形・修正・合理的利益や声望を損なうと考えられる行為を禁ずるもので、些細なことでも変更されると、著作者が著作物に与えたいと思う意味に影響を与えることになりかねないので事前の許可が必要だ、という決まりです。

氏は今回、損害賠償を要求するとともに、作品の手すりをデザインどおりにすること、そしてもしそれが実行できない場合には、より多くの損害賠償を請求しています。現在は判決待ちですが、これは建築が知的所有権法で守られていることを表す良い例です。

この場合の建築とは、独創的で、その形状が創造性を表現したものでなくてはなりません。従って建築基準に達しているだけの建物で、建築家の個性が見られない場合は該当しません。法律で守られるのは、プロジェクト、図面、模型、そして建築・工学作品のデザインです。建築物が含まれないのは、事前に上記の段階を踏まえずに建築を行うことは不可能で、建築物はプロジェクトの再生または派生物と考えられるためです。

この他にもベルン協定第二条により、スペイン政府はスペインにおける外国人建築家の建築物を保護する義務があります。例えば日本の建築家がスペインで建築した場合、手続き無しでその作品は著作権人格権と世襲財産法で保護されるということで、侵害された場合にも有効です。

人々を見とれさせる、驚嘆させる建物や建築作品こそが芸術作品と解釈される建築ですが、著作権によって保護されるべき作品かどうかという判断は実際には非常に難しいものです。しかしガウディのサグラダファミリアのように誰が見ても驚くような作品があることも事実です。

このような建築を写真や映画の被写体にする、絵の題材にすることは著作権の侵害にはならず、またこれらの写真、絵、映画を販売したり広めることもできます。禁止されているのは、これらの写真などを元にこの建築に似通った作品を作る、派生させることです。春風の中、建築を楽しむ散歩に出かけられてはいかがでしょうか。

なるほどこれでなっとく！「著作権」 実演家と演奏者

(NO.257 Junio 2008)

音楽のビデオクリップやフラメンコなどを居心地の良い部屋で大画面に写して見るのも楽しいですが、コンサートホールの生演奏や劇場で見るミュージカルなどの生のエンターテインメントには、他には変えられない感動があります。そんな魅力を表すエンターテインメントの中で最近増えているのが音楽フェスティバル。今年マドリッド郊外のアルガンダ・デル・レイで6月27日、28日、7月4日～6日に開催される『ロック・イン・リオ』は世界最大のロックフェスティバルとして有名です。

これは発展途上国の子供たちの援助のためにリオデジャネイロで1985年に初めて開かれた巡回フェスティバルで、2004年のリスボンでは8万5000人の観客を集め、マドリッドにも世界中から名だたるアーティストが出演する予定で、多くの観客を感動させることでしょう。

今回のテーマは実演家と演奏者。具体的には、演じる・歌う・読む・朗読する・演技する・またはある作品を何らかの方法で実施する人を指します。これらのアーティストたちは、著作権人格権で自分の実演を録音・録画する複製権、不特定多数の人々に、事前にそれぞれに作品実物を頒布することなく、著作物へのアクセスを可能にする公衆伝達権、自分の実演の録音物または録画物を公衆の利用に供する頒布権、著作物に対して行われる翻訳、脚色、その他の修正で、別の著作物を生み出す変形権といった権

利を保護されています。これらの著作権人格権の侵害は、新人でも伝説的なアーティストでもその人のイメージや、威厳を傷つけることが多いようです。ですから侵害された場合には経済的な賠償を請求するよりも、全国的なメディアを通して謝罪広告や謝罪を放送してもらったほうがより価値があると言えるでしょう。そうすることによって人々はアーティストがどこで演じても、このアーティストの本質的な演技の質を見分け、応援することでしょう。

スペインの著作権法では、これらの権利に対して実演家や演奏者が報酬を得る権利をうたっています。一般的にはこれらのアーティストが登録している著作権を管理する団体が、公表：事前に公表されていない作品または録音された実演を複数の人がアクセスできる時、賃貸：限られた時間経済的な利益を得て作品のオリジナルまたはコピーにアクセスできる時、私的複製：複製した人の個人使用のために複製することによって得た著作権収益を実演家や演奏者に分配します。アーティストの権利の有効期間は、その作品が演じられた日または録音された日から50年です。

今日多くの実演家と演奏者たちが心配しているのは、海賊版と私的複製に対する報酬についてです。海賊版対策としては、DVDなどのソフトに対するI V A（付加価値税）の減税を求めて国との長い戦いが続けられています。これは減税されればソフトの単価が下がり、消費者が買いやすくなるという考えです。

私的複製で問題になるのは、消費者は例えば個人が買ったCDを私的利用のために複製することは著作者にあまり経済的な損失を与えることはないであろうと考えていることです。アーティストの報酬についての法律は、スペインでは1987年からあり、またソフトの他にも1992年からはアナログのハードと文学・音楽・オーディオビジュアル作品を複製することのできる機器に対しても補償金が定められました。

今日では世界のあちこちでDVD-RやCDなどの『記録媒体』やI-padやDVD録画機のようなデジタル方式の録音または録画の機能を有する『機器』の購入時に補償金を加算して徴収するシステムもありますが、一般市民の中には反対派が多く、また管理団体の分配方法にも問題があるなど、多くの争点を抱えています。

料金が加算されることにより高嶺の花になってしまっただけでは意味が無いことは明確ですが、簡単には解決しそうにありません。大切なのは実演家や演奏者は、演じる国における自分の権利を知って、正しく利用されるように契約書などをチェックすることでしょう。

なるほどこれでなっとく！「著作権」 造形芸術

(NO.258 Julio 2008)

「すべてはまねから始まる」。芸術の世界ではよく使われる言葉。絵を習う時にうまい絵に似せて書くことによって、構図の取り方、配色や描き方の技術などを学ぶ模写は欠かせません。しかし出来上がった模写絵に自分のサインを入れると盗作になりますのでご用心。最近日本で起きた例では、2006年度芸術選奨文部科学大臣賞を受賞した画家、和田義彦の作品がイタリア人画家、アルベルト・スギの盗作であったとして、授賞が取り消されたことが挙げられます。

一方金銭的・宗教的・権威付け・名誉または名声を貶めることなど他者を偽る意図をもって芸術品を模倣した作品は贋作（がんさく）です。2007年10月にロンドンクリスティーズのオークション寸前に出品予定の奈良美智（なら・よしとも）の作品が贋作と判ったという例がありますが、これらはあくまでも氷山の一角。このようなことは古くは古代ギリシャ時代に著名な作家の作った彫刻のコピーを家に飾ることが社会ステータスの証だったことや、巨匠の許可の下、流派にのっとなって弟子が書いた作品は、

どちらがオリジナルかわからなくなるほどの出来栄えだったということなど、枚挙にいとまがありません。

最近ではネットオークションで贋作を販売するケースもあるようです。気軽に利用できる反面、本物か見分けるのは難しいもの。気を付けたいものです。

著作権としての初めての規制は、ニュルンベルク議会とベニス上院がアルブレヒト・デューラーに対して作者を特定するサインまたはモノグラム（普通は氏名の頭文字）のコピーを禁じたことです。一方スペインでは1847年に文学所有権法で造形芸術家が作家と同じような独自の権利を認められました。そして歴史の中でオリジナルと盗作の概念は変わってきたのです。

オリジナリティーとは画家または彫刻家の個性を現したものと理解されますが、一方オリジナルとは客観的なすべての斬新なものと解釈することもあり、この場合同じテーマで書かれた作品はオリジナルかどうかという問題が派生します。オリジナルか盗作か明確なケースもありますが、中には裁判官の解釈次第という場合もあります。

造形芸術作家にとってのもうひとつの問題は、著作権の譲渡でしょう。多くの場合作家は、ギャラリーに作品の全権を依頼することにより、広告媒体におけるイメージの使用や、マーチャンダイジングを展開するといった複製権も失ってしまいます。

このような場合、唯一できる守りの行動は、ギャラリー・美術館・財団などと作品について交わす契約書によるものです。作家の中には細かい条項によって著作権をうたう契約書は作品の販売に不利になると考える人がいますがそれは大きな間違いで、詳細をうたわないために金銭的だけではなく道徳的にも失うものが大きい場合があります。

また著作権は作者とそして作者から許可を得た人のみが交渉することができるものです。したがってそれ以外の第三者によって許可された著作権は無効になります。何をどのような条件で譲渡するのか明確にすることはとても重要です。細かく説明することなく「知的所有権すべてを譲渡する」という条項は不法です。ただし注文によって創られた作品は例外で、この場合は明確にした、またはすべての権利を譲渡するのが一般的です。

このような問題はコンクールの出展作品にもよく起こります。参加者は出展作品のすべての著作権を譲渡することが参加条件になっている場合があります。この場合、参加は誰にも強制された行為ではありませんが、参加作品を超えた広い解釈の権利の利得が見られます。もしもこのような条件に疑問があれば、主催者に説明を求めたほうが良いでしょう。

造形芸術家が一国の文化を形成する基礎であるということを忘れてはなりません。誤った使い方を恐れて何も対策を打たないのではなく、インターネットのような新たな通信技術を、事前に手順を踏んで法的保護をした上で最大限に利用し、作品をより多くの人に知ってもらうべきです。

なるほどこれでなっとく！「著作権」 写真

(NO.259 Septembre 2008)

有名人がプライベートな写真をマスコミで使用するために億単位のお金を要求することがありますが、この場合は人物の肖像権。写真の著作権とは、写真を撮った時から撮影者にできる権利。著作権法は国によってまちまちですが、ここでは全般的な視点でこの権利が私たちの日常に、どのように関係があるかを説明します。

本・新聞・雑誌・彫刻・建築作品・写真・ポスター・地図・広告・映画・演劇・ダンス・宝石・玩具などの著作権によって保護されている作品の全

部及び一部の写真を撮ることは、作品の複製をすることになり、著作権侵害になるので事前の許可を求める必要があり、無断に使用すると、損害賠償や裁判費用を請求される可能性があります。

また、写真作品の複製・デジタル化・コピー・デジタル作品の複製・コラージュを作る・写真に着色など新たな要素を加える・芸術家の写真を撮りギャラリーに展示する・絵葉書にする・ウェブで使用する・メールで送るといった行為も事前の許可が必要です。

ではどのような場合には自由に使うことができるのでしょうか？詳しくは確認が必要ですが、一般論としては次のような例が挙げられます。

- 公衆の場に建つ建築物を写真に撮って発表、配布する。
- 公衆の場に常設されている芸術作品。ただし許可の必要がないのは、彫刻や伝統工芸品で、壁画や絵画は一般的に許可が必要です。
- 新聞記事などのデイリーニュースを補足する写真。この場合は作者と作品名を表示する必要あり。
- 引用または批評に付随する写真。この場合も作者と作品名を表示する必要あり。
- 保護されている作品の写真をその作品の販売のために使用する。
- 保護されている作品を背景にした写真。これはこの作品があくまでも付随的な場合で、例えば政治家の集合写真の背景にピカソの絵が写っているというような場合です。しかしこのような写真を売るときは許可が必要です。
- 私的な写真は、一般的にプライベートな範囲で楽しむために使用し、インターネットやその他のマスメディアを使わなければ大丈夫です。

最も一般的な著作権侵害は、派生作品です。これはオリジナルの作品を基に新たな作品を作ること、多くの場合このような行為は作品のイメージや評判、そして作者の名誉を傷つけています。

例えばコンピューターを使ってオリジナル作品に着色する、背景や文章などを加えるといったデジタル操作を行い、できた作品は無許可の派生作品です。

最後に、人やブランドを写真に撮る時に伴う問題について。人の写真ではプライバシーの権利、未成年の保護などの問題が含まれますが、何より重要なのはその写真をどう利用するか。例えばオートクチュールの洋服を着て宝石を身に着けたモデル、舞台衣装を着た俳優、スポンサーブランド入りの服を着たスポーツ選手などを撮影した写真。いずれの場合も商業目的である人の肖像権を使う、私的情報の流布、ある人があるブランドを支持していると示唆する、ある人に偽ったイメージを与えるといった点に問題がないか、十分な注意が必要。ブランドの場合、写真にブランドが含まれていることを禁じているのではなく、その写真の使用方法によっては、使われたイメージとブランドの権利者の間に混乱を起こす場合があります。

例えば、ブランドの権利者がその写真のスポンサーになっているように混乱させること。このような行為は、写真の使用者が利益を得るためにブランドの名声を利用していると解釈することができるので不法です。より身近な例としては、個人が撮った有名人の写真をオークションにかける、ブログやサイトで流布する、G o o g l eのようなサイトの第三者の写真を二次使用することも不法です。

権利と義務は背中合わせ。人の写真の権利を尊重し自分の写真に責任を持ち、具体的な使用方法に関して疑問があれば権利者や専門家に問い合わせ、該当する法律をよく理解してから使用することをお勧めします。

なるほどこれでなっとく！「著作権」 映画

(NO.260 Octobre 2008)

映画といえば、先日の『ベネチア国際映画祭』のコンペティション部門に北野武監督『アキレスと亀』、宮崎駿監督『崖の上のポニョ』、押井守監督『スカイ・クロラ』が選ばれ、『サン・セバスティアン国際映画祭』では是枝裕和監督『歩いてても歩いてても』がコンペティション部門に出品という、世界的な権威ある映画祭だけにうれしいニュースがありました。

このような映画祭の授賞式の時に延々と続く受賞者たちを見てもわかるように、映画作りにはたくさんの分野のプロがかかわっており、有名な『黒澤組』のようにこれらの人々が一体になって、それぞれの歯車をうまくかみ合わせ、多くの人たちの心に残る作品ができます。このような総合芸術である映画ほど著作権と密着な関係にあるコンテンツはありません。

代表的な権利は映画の著作権。スペインでは作者の死後70年を経過するまでの間、一方日本ではその映画の公表後70年を経過するまでの間存続するという著作権法54条1項が、2004年1月1日から施行。この年、著作権保護期間が50年から70年になったことで、『1953年問題』と呼ばれた、53年に公開された作品は50年か70年かという問題が起きました。

判決は50年。またこの頃から著作権の保護期間が切れた作品を『パブリックドメイン』と呼ぶようになりました。多くの場合、このような映画の著作権は映画の製作会社に帰属しますが、気を付けなくてはならないのは1本の映画には他にもさまざまな権利があるということです。

昨年末からのハリウッドにおける脚本家組合のストライキは、まだ皆さんの記憶に新しいことでしょう。これはDVD・インターネット・iPo

dなど映画を楽しむことができる方法が増えたことに伴い、権利の見直しを求めて行われたもので、ストライキ中ハリウッドが大混乱したことは、脚本が映画製作に大変重要であることを示しています。

この他にも俳優やスタントマンによる演技に対する著作権、衣装や美術デザイン、特撮映像・特殊メイク・音楽、映像や音楽に使われた新たな技術、字幕など様々な権利があります。その権利の種類も幅広く、上映権・公衆送信権・頒布権・譲渡権・貸与権・翻訳権・二次的著作権・意匠権・商標権などなど。また映画のプロデューサーには視覚芸術の撮影物（編集前のフィルムや撮影中写真など）に対する排他的権利が帰属する場合があります。

一方映画のプロモーション活動関係の権利も大切です。広告デザイン、テレビスポット広告、インタビューや、アイデンティティとなる映画タイトルのロゴも世界の人々の目に触れる大切な要素です。また、スーパーヒーローの登場人物やアニメ作品のキャラクターにはマーチャンダイジングの展開が行われることもあり、これも個別の権利です。

このように複雑な権利が絡み合う作品が2か国以上の共同作品であると、該当する国々の法律に従わなくてはならない場合があります、より複雑になります。

映画好きの人たちはしばしば、映画のあるシーケンスやショットが他の映画に似ている、原作の小説・漫画・ミュージカル・演劇などと内容が違ふという議論をし、実際脚本の独創性に問題がある場合もあります。また勝新太郎主演の『座頭市』のリメイクであるビートたけし主演の『座頭市』のような場合は、原作と派生作品といった異なった権利があります。

これほどの人たちがかかわって作る映画界に、スペインで大変なことが起こりました。9月19日付Metro Directo紙によると、「ス

ペインは世界で4番目にダウンロードを行っている国で、20本中18本の映画をダウンロードしている」とあります。そこでSEGAをはじめとする著作権管理団体や主要映画会社20社とマイクロソフト社が行った上級裁判所への上告に対してマドリッド州裁判所の決定（582/2005）は、「P2Pからリンクしたウェブからコンテンツをダウンロードするのは不法ではない」。EUの考えに反するこの決定が今後様々な問題を引き起こすことが予想されます。この続きは近々リーガルスタジオのホームページでご説明します。

なるほどこれでなっとく！「著作権」 インテリアデザイン

（NO.261 Novembre 2008）

インテリアデザインと一口に言っても、その分野はとても幅広く、例えばイサム・ノグチの照明器具や庭園デザイン、内田繁の山本耀司（ようじ）ブティック一連やメトロポリタン・モントリオール美術館などに永久保存されているさまざまなコレクション、ハビエル・マリスカルによる愛知万博スペイン館内の空間と展示デザイン、フィリップ・スタルクのエリゼ宮内のミッテラン大統領専用室インテリア、テレンス・コンラン卿のハビタやコンランショップ、仁木洋子のトヨタ自動車のモーターショウブース、草間彌生がこの夏ラ・ビレット公園で行ったフランス初の大規模インスタレーションなどなど。

これは映画と並んで知的財産権と深いかわりのある分野で、単にそのデザイン製図だけではなく、グラフィックデザイン、模型制作、必用な技術の適用、家具の素材やデザイン・その創造や利用の知識、色彩知識、照明技術、庭園、舞台、美術などさまざまな分野が関係しています。当然のことながら一つのプロジェクトにインテリアデザイナーと建築家他様々なプロが共同で仕事をするケースもあります。

もしも自宅のインテリアデザインを依頼したら、デザインにはたくさんの要素がありますがその中にはきっと我が家だけのアイデアがあるでしょう。このような権利の所在を明確にすることも大切です。スペインでは一般的にインテリアデザインの発注契約書に権利のことが書かれています。

またこのようなインテリアデザインはプロジェクトごとにデザイン専門家の同業組合によって保護されていて、権利を明確にし、マネを防いでいます。しかしインテリアデザインの権利の保護が広範囲にわたることは明確で、芸術的な作品であればデザイナーの著作権が適用される他にも、他社によりデザインされた家具の工業デザイン権、プロジェクトデザインに使用された企業のロゴの商標権や、特許権によって保護されるものもあるでしょう。

いろいろな権利がかかわっている例として、ショーウィンドウのデザインで家具や置物を使った場合。インテリアデザインは自分でしたオリジナルでもその図面を登録するには、使用した家具などの個々のコピーライトを確認し、写真撮影や家具の複製をすることに問題が無いか、事前に確認する必要があります。そして該当するコピーライトを図面に記入して、何が自分のデザインで、何が自分に属さない権利であるかを明確にして登録をしなくてはなりません。

プロジェクトの模倣やコピーは残念ながらよく起きる問題で、多くの場合その問題点は、すべての創造者は他の創造物にインスピレーションを受けているというところにあり、どこまでがインスピレーションで何がコピーか細かく検討しなくてはなりません。それは、前世紀の何かと現代の有名家具店のカタログを参考にするのでは、全く意味合いが違うからです。

一方、『インスタレーション』と呼ばれる現代美術の分野は、ある特定の空間にオブジェや装置、光などを用いてその空間全体を作品として表現する芸術で、前述したような条件をかなえる必要は無く、やはり空間をデザ

インした作品ではありますが、この場合は著作権で保護されます。

科学的、芸術的、文化的な側面はインテリアデザインにおいて重要なかぎになることがあります。それは例えばヨーロッパのCE認証のように、使用する製品の安全面に注意することはもとより、身障者対応、自然環境に関する規則などをはじめとした、国ごとに決められたさまざまな法律に従ってデザインしなくてはならないからです。インテリアデザインにおいて健康と生活の質は重要な2つの軸。このような配慮はますます重要になってきます。

私たちの日常をとり囲むインテリアデザイン。快適で美しく、機能的な空間は、生活にクオリティを与えますが、また社会の仕組みやコミュニケーションにも大きく関係し、身体的・精神的・心理的な健康を求めることにもつながります。身近なだけに大切にしたいものです。

なるほどこれでなっとく！「著作権」 演劇とパフォーマンス

(NO.262 Dicembre 2008)

演劇は人類史の初期からある最も古い芸術表現方法で、俳優がストーリーなどをその場にいる観客に対して演技するもの。演劇も映画のような総合芸術で、著作権や著作者人格権は原作・脚本・振付・音楽・舞台美術・衣装デザイン・メイクに、また実演権は演出・出演者・音楽など、他にも意匠権や商標権など様々な権利が関わります。

日本では、高校演劇全国大会で上演された創作劇が優秀賞作品として高い評価を得たものの、実はある劇団のいくつかの作品の設定、展開、キャラクター、振付に共通点があり、著作権を侵害していることが分かったという例がありました。

また著作権法には非営利目的での上演、演奏、上映等には著作権者の許諾を得る必要が無いとありますが、具体的には営利を目的とせず、観客から料金を取らず、出演者にも報酬が支払われてはなりません。しかしスペインでは、このような上演に対しても制作費の10%を請求する著作権管理団体があり、支払わなければ裁判に訴えられ、多くのアマチュアや演劇を勉強する人たちなどがこの行為に反対しています。

一方よく勘違いしやすいのは、原作が『ドン・キホーテ』のように著作権が切れている物でも脚本の著作権は別にある場合です。ですから作品を選んだらまず管理団体に条件を問い合わせ、もしもこのような団体に登録されていない場合は、著者と直接コンタクトして、事前許可を得ましょう。合わせて劇中に流す音楽についても著作権の確認をすることをお勧めします。

スペインの知的財産権の法律では、演劇・ミュージカル・振付・パントマイムそして劇作品全般を保護していますが、パフォーマンスについては特に明記されていません。したがってパフォーマンスを保護するにはこれらのいずれかの分類で行わなくてはならず、問題が生じます。

パフォーマンスとは1960年代に始まった美術・視覚芸術の一分野で、時間・場所・パフォーマーの体・観客との関係の4つを基本要素とした表現方法です。

先日スペインで公演を行った『山海塾』のように、全身白塗りで表現する『舞踏』は日本独自のパフォーマンス。代表的なアーティストは2006年に100歳になられてなお踊りつづける大野一雄。彼は1929年スペインの舞姫、ラ・アルヘンチーナ（1890～1936）の来日公演を見て感動し、半世紀を経て彼女を讃える作品『ラ・アルヘンチーナ頌（しょう）』を上演。土方巽（ひじかた・たつみ）演出のこのソロ作品は世界で大きな衝撃をもって受け入れられ、1994年まで世界各地で119回の

公演を重ね、そして『舞踏』は、『B U T O H』として世界中に広く知られるようになりました。多くの『舞踏』は即興が大切で、アイデアは事実を考えず感じることでした。そんな舞踏はどのように分類できるのでしょうか。パフォーマンス・ダンス・それとも演劇？このような表現はヨーロッパでもとても好評で、ヨーロッパの芸術家たちによって脚色もされました。しかしどこまでがインスピレーションで、何がコピーでしょうか？答えはとても難しく、具体的には一つずつ境がどこにあるか、どのように著作権を守るか検討しなくてはなりません。

時にはパフォーマンスが絵画・ビデオ・彫刻・演劇・音楽などに関連することがあります。したがって著作権を一括して管理団体に保護してもらうことは難しく、パフォーマンスアーティストたちが集まってインターネットでデータベースを作り、そのパフォーマンスアートが、どのような人が演じるものか、上演時間や使用する道具などを明確にし、誰が作者であることを明確にしています。これらは新たな芸術や伝統芸の分類に入れることができないため、結果としてこのような困難が逆に作品にオリジナリティを要求し、新たな技術をもたらすことにもなります。

芸術の秋。各地で様々なフェスティバルが開催されていて、アーティストの生の演技を満喫する良い機会。ぜひお出かけ下さい。

なるほどこれでなっとく！「著作権」 電子出版物

(NO.263 Enero 2009)

電子出版物とは、従来のインクを使った印刷物ではなく、パソコン・携帯電話・携帯情報端末などで読むことができる電子化された出版物です。

書籍よりも先にポピュラーになった電子出版物は電子辞書。小さな1台で複数言語の辞書に医学辞典なども入るという情報量の多さと検索のしやす

すさ、携帯性は旅先でも大変便利なもの。知らない言語も音声出力すれば、通訳として活用できます。ハード面でも改良が進み、今日では写真や絵をカラーで見る、ページを指で送ることも可能になり、より可能性を拡げています。日本では利用できるハードの種類も増え、電車の中で電子出版の小説やマンガを読む人たちがとても増えました。

このような電子出版物の著作権は一般的には著者にありますが、契約によってはその作品の印刷物の出版社にあるケースもあります。原作の著作権が切れていても翻訳本の場合の著作権、また原作がアニメの場合、そのキャラクターの版權も見逃せません。電子化のために紙媒体をスキャンする場合、紙媒体のレイアウトの権利(版面権)というもう一つの権利があることも考慮すべきです。

近年主流になっている印刷用に用意したDTPデータを、電子書籍用のデータに変換し電子化する方法でこの問題は避けられます。一方コンテンツの課金方法の整備は2000年代になって改良されてきましたが、いまだに複雑で新作の電子出版化を難しくしています。

今日世界のあちこちで図書館、大学などが所蔵する版權フリー作品の電子化を進めています。これらの多くはサイトを通じて利用者登録をすれば自由にダウンロードできます。また日本の「青空文庫」のような民間の電子図書館計画も盛んです。インターネットの普及はこのような電子出版によって古典作品、稀少本や絶版になった本などを、世界中から多くの人々が利用し、文化を分かち合う仕組みを作り出しました。

電子出版の新たな利用方法も増えています。例えば作家が自分のブログで作品を紹介して読者の感想を募ったり、中には読者の要望を取り入れて登場人物やストーリーを変更していくというのは電子出版ならではの。無名の作家が廉価で自分の作品をインターネット上で販売したり、<http://www.bubok.com> のように無料で作品公開ができるサイトもあ

ります。一方出版社が本の初めの部分や解説をインターネットで公開し、印刷された出版物の販売プロモーションに使うこともあります。

しかしながらこのような手軽さは問題も起こしています。「書籍検索サービス」は電子化された書籍の中を検索したり、PDFとしてダウンロードできるサービスで、タイトルや作者名が分からなくても内容で検索できる利便性が特徴ですが、一定の条件下において著作権所有者の許可がなくても素材を複製・配布できる「公正使用の原則」を主張する企業と、著作権侵害の疑いで訴える著者・出版社団体の間で係争が起きています。またある作家たちは著書をインターネットで公開し、読者は自由にダウンロードしていたのですが、時間が経つとともに作品に人気が出てきたので、ある日突然ダウンロードを有料にし、中には無料の期間にダウンロードした作品の利用方法について作者が読者を訴えるケースも出てきました。当然のことながらこのような行為には反対意見が多く、問題視されています。

最後に電子出版の影響について特筆すべき例を挙げましょう。1つは電子出版による学校教育。従来の黒板とチョークに代わって、今日ではタッチパネルの画面を使用し、著作権フリーの作品に音や音楽、映像を組み合わせた教材が使われるようになってきました。印刷物の教材はまだ多いですが、今後はより新たな工夫が必要でしょう。もう1つは電子出版が新たな芸術表現方法を生み出した例です。M I D I P o e tのような新たなソフトウェアの開発によって行う、詩と映像を合わせた映像詩という表現方法があります。このような新たな表現方法はどんどん増え、より人々を楽しませてくれることでしょう。

なるほどこれでなっとく！「著作権」 広告

(NO.264 Febrero 2009)

この連載を始めて早2年半。今回で著作権についての連載は終了し、次回からはスペインで産業財産権と呼ばれる商標権、特許権、意匠権について5回連載します。お楽しみに。

広告とは、新聞・雑誌・テレビ・ラジオの媒体広告、折込やダイレクトメール、セールスプロモーションにPR、屋外や交通広告、インターネット広告のようなメディアを通してある情報を宣伝すること。著作権で最も問題が多いのがこの分野です。

日本の経済産業省の特定サービス産業動態統計によると、2007年度の広告売り上げは約5兆8000億円。そんな日本の広告の中で世界的にその品質の高さが認められているのが「インタラクティブ広告」。双方向性が特徴で、07年のカンヌ国際広告祭でユニクロ社の[UNIQLOCK]が「サイバー部門」のグランプリと、メディアの枠を超えてアイデアを審査する「チタニウム部門」でグランプリを受賞、今までに世界214か国2億2000万人以上がアクセスし、多くの人が自分のブログにリンクしているという画期的な代表例。変わったところではNECの「デジタルサインボード」という顔認識技術を使って、ディスプレイの前に立った人の顔から性別と年齢層を自動判断して、随時適切な広告を表示するというもの。

混乱してはいけないのは広告の著作権とは別に特許や意匠権として権利化できる広告技術や商業メソッドがあることで、たとえば前述の「デジタルサインボード」を使った広告技術や、タクシーの前部座席の後ろ側に付けられた広告の掲示方法などは特許として登録することができ、それらの媒体に載せられる広告は、使用される写真や音楽などの著作権とは別に、

広告を作品として登録することが可能で、登録後は「C o p y r i g h t © 2 0 0 9 L E G A L S T U D I O . A l l R i g h t s R e s e r v e d .」というようにコピーライト表示に登録した年度を加えて表示し、保護できます。

新製品やサービスの広告を作るために広告代理店はたくさんの企業秘密を扱い、それらは厳重に守られる必要があります。例えばあるファッションブランドのキャンペーン。広告代理店はモデル、ヘアメイク、スタイリスト、照明、カメラマンなどを使って商品の広告写真を撮りますが、これらのスタッフ全員と事前に秘守義務契約を結ぶ必要がありますし、その他のすべての広告制作過程も注意が必要です。

しかし時には知らずに似通った広告を作っている場合もあります。大切なのは今までの連載記事同様、該当する権利を確認し適切な処理をすることです。

また広告には通常複数の著作権がある他、商標権、肖像権、パブリシティ権、不正競争防止法なども関ることがあるので注意が必要です。例えば芸術大学の生徒が授業でモデルのヌード写真を撮り、後日彼はこの時の写真を広告代理店に売り、その広告代理店はその写真を広告に使い、写真のモデルはある日マドリッド中の屋外広告に巨大な自分のヌード写真が使われているのを目にして、裁判を起こしました。結果、生徒に写真の著作権はあるものの、モデルのプライバシー権が認められ、モデルに無許可で広告という本来の目的以外の利用を行った生徒が損害賠償金を支払い、広告は撤去されました。

広告制作をお金を払って依頼しても、その広告のすべての権利が依頼主に帰属しないことも要注意です。例えば新聞広告用に作成した広告を雑誌に転用する場合、雑誌に掲載する著作権は基本的にはそれを作った人または組織に帰属します。したがって問題を起こさないためにも、広告主はす

すべての媒体の著作権を得ることのできる契約を事前に結ぶべきでしょう。いずれにしても契約内容にかかわらず著作人格権は作者に帰属します。

この他にも著作権侵害や法規制すれすれの比較広告などいろいろなケースがあります。比較広告は、公正な比較を基に適切な表現で消費者に誤認させないことが大切です。誰よりも最新の、際立った宣伝を目指す広告。今後もますます最新テクノロジーを使った広告媒体や新たな伝達方法が増え、人々を楽しませることでしょう。

なるほどこれでなっとく！「産業財産権」 特許

(NO.265 Marzo 2009)

知的財産立国を目指す日本ですが、他社とは差別化した革新的な製品・サービスを作り出すのに重要なのが特許権。世界知的所有権機関（WIPO）によると、昨年の国別国際特許出願件数で日本はアメリカに続く2位。企業別トップ10内の日本企業はパナソニック・トヨタ・富士通。

特許とは産業上利用することができる新規の発明を独占的、排他的に利用できる権利。基本的には特許庁に出願して必要な条件を満たしているかどうかの審査を経て特許原簿に登録されると発生し、他人はその発明を許可無く使用・製作・販売・頒布することはできません。また逆に発明、考案、創作しても、それが特許権の権利をとっていない時は、他人に真似されたり、使用されても訴えることはできません。出願することができるのは、発明者・考案者・創作者自身、または特許を受ける権利を承継した者に限られます。また特許には大きく分けて国内特許・欧州特許・国際特許があります。

世界三大発明は火薬・羅針盤・印刷術ですが、では発明とは何でしょう？日本は発明の定義を法律の条文で与える数少ない国の1つです。特許法で、発明は「自然法則を利用した技術的思想の創作のうち高度のもの」と定義

されています。多くの国において、発明の定義は、法律の条文ではなく判例と学説によって与えられています。従って、裁判官や国によって解釈の仕方に違いを生み、問題が後を絶ちません。

その代表例はコンピューターソフトウェアの特許。日本とアメリカでは特許として登録することができますが、ヨーロッパではまだ認められていません。スペインでは知的財産の著作物として登録することができますが、発明として特許の登録はできません。

著作権の保護対象は著作物の表現形式であるのに対し、ソフトウェアの価値はその内在的な技術思想です。またソフトウェアには『機能性』が備わっているので著作権法だけでは保護できないとされています。

しかし著作権には良い点もあります。自動保護・より長期にわたる保護期間・ソフトウェアの改良を更新することが可能・権利者は何の義務も果たす必要が無い・維持費が安い。一方マイナス点は、知的財産の登録出願において、その反対を立証された場合以外はあなたが創作者であると推定されること。

欧州議会は欧州特許条約でコンピューターソフトウェア自体に特許保護を与えることを明確に否定することによって、数多くの国内条約にある不透明度と調和不足に終止符を打とうとしていますが、その反面ヨーロッパ企業のアメリカ企業に対する競争力と市場優位性を脅かしていることは否めません。

もう1つ問題が多い分野はビジネスモデル特許。98年からアメリカでビジネス方法であっても特許となりうることが明確になり、純粋なビジネス方法でも特許になるとの誤解が生まれたことから、米国でビジネス関連発明の出願が急増。

日本でも2000年に前年比で4倍以上の出願がありましたが、実際には拒絶査定率は約92%に達し、それらの出願の多くは発明であること・新規性があること・進歩性があることという、特許には欠かせない最低条件3つをかなえていず、拒絶されました。

スペイン法は、商業活動のための図面・規則・方法は特許にできないと制定しています。無形の要素と有形の要素を組み合わせた結果斬新に見えるものができたとしてもそれだけでは登録できず、インターネットなどの情報技術と、創造性のあるビジネスモデルを組み合わせ、初めて特許の可能性が出てくるということです。

誰にも時に面白いアイデアが浮かぶことがあります。学歴が無くても素晴らしいアイデアを持っている人たちはたくさんいて、そのようなアイデアもプロの助けを借りれば発明として特許化でき、自国のみならず世界経済の発展に役立つこともあるでしょう。素敵なアイデア、眠っていませんか？

なるほどこれでなっとく！「産業財産権」 実用新案

(NO.266 April 2009)

実用新案とは「小さな発明・ユーティリティモデルズ」とも呼ばれる、物の形状・構造・組み合わせの新しく独創的なアイデア（考案）を独占的に製造、販売することができる法的権利です。前回ご紹介した特許に比べ、日本とスペインを含む43か国のみで適用されています。その特徴としては、出願してから権利発生までスペイン・日本共に特許は平均4、5年かかるところ、実用新案は日本で約4か月、スペインでは約8か月という短期間ででき、かかる費用も安いことから小発明の権利保護に適しています。また実用新案の有効期間は日本・スペイン同様10年、一方特許は20年ですので、ライフサイクルの短い商品に適していると言えるでしょう。

実用新案の歴史は古く、日本では1905年、スペインでは1929年から。日本の特許法第一条には、「この法律は、発明の保護及び利用を図ることにより、発明を奨励し、もって産業の発達に寄与することを目的とする」とあります。発明者は、自分の発明を他人に盗まれないよう秘密にしておこうとするので、一定期間、一定の条件のもとに特許権や実用新案権という独占的な権利を与えて発明や考案の保護を図る一方、その発明や考案を公開して利用を図ることにより、新しい技術を人類共通の財産としていくことを定めて、これにより技術の進歩を促進し、産業の発達に寄与しようというものです。

したがって世界の大企業が発明から生まれたと言っても過言ではないほど、特許や実用新案は大切なものです。日本の実用新案で有名なのはパナソニックの二股ソケット。スペインではモップの水を絞るバケツがありますが、これらの例で分かるように実用新案はソケットやバケツなど既存の製品や道具、装置などに新たな機能や効果、手を加えることによって、時間やお金、手間を省き、またより衛生的にするなど、そのものをより便利にする「考案」と呼ばれるアイデアを指します。したがってちょっとしたヒントから「考案」が生まれることも多く、「発明研究会」や「発明学校」などもあり、小学生から主婦まで様々な人々が日常生活に密着した斬新な実用新案を生み出すことも多々あります。

実用新案の独占権が認められるには、特許権と同様、新規性（新しいものであること）、進歩性（従来あるものから容易に考え出せないこと）を備えていることが必要です。また、特許法の保護対象とは異なり、技術的思想の創作のうち高度のものであることを必要とせず、自然法則を利用した技術的思想の創作で形状・構造・組み合わせに係るもので、方法に係るものは対象となりません。

実用新案権は早期権利保護を図る観点から、書類など形式的な面をクリアし、特許出願時に行われる実体調査（権利有効性の審査）無しで権利化

されるため、中には権利として無効なものも当然含まれてきます。とはいえ実用新案は中小企業が少ない費用で既存の製品に特徴を持たせ、他社製品と差別化するのにオススメです。パッケージなどに「実用新案申請中 申請番号〇〇番」と記せば権利としては確立できていなくても、いち早くその考案を利用し、他者に真似されることを防止できるでしょう。また特許と並行して実用新案を出願することにより、より強力に権利保護を行おうとするケースも見られます。

スペイン特許庁の発表によると、2008年の特許・実用新案の出願数は前年に比べ増えており、実用新案の売買もよく行われていることから、経済不況が逆に多くの人に発明や考案を権利化し、一獲千金の可能性を求めさせているのではという見方もあるようです。あなたの素晴らしいアイデアが店頭に並び大成功することがあるかもしれません。しかしながら登録されていなければ意味が無いことをお忘れなく。

なるほどこれでなっとく！「産業財産権」 意匠権

(NO.267 Mayo 2009)

意匠権とは日本の法律では「物品の形状、模様若しくは色彩またはこれらの結合で、視覚を通じて美感を起こさせるもの」を、一方スペインや欧州共同体では「製品またはその構成部品の線、輪郭、色彩、形状、模様の構造、素材または装飾等を含む外観の特徴」としており、外から見えない状態にある構成部品の形状は対象外となります。

共通するのはスペイン語で意匠権のことを工業デザインと呼ぶとおり、この権利を得るには、「工業的に大量生産できること」です。工業デザインは応用美術でもあり、ニューヨークのMOMAなど近代美術館で作品が展示されることも多々あります。日本のデザイナーでは、バタフライ・スツールや札幌冬季オリンピック聖火台などユニークな形態と意外な実用性を

兼ね備えた作品で有名な柳宗理（やなぎ・そうり）氏、エンツォ・フェラーリなどの超高級車をはじめ、ロボット、都市計画のデザインなど、幅広いジャンルで活躍する奥山清行氏、スペイン人では豪華で華やかな靴のデザイナーのマノロ・ブランク氏、家具のデザインで世界的に人気のあるパトリシア・ウルキオラ女史、家具やリヤドロのデザイナーのハイメ・アヨン氏などなど。

意匠権は大きく分けて国内・欧州・国際があります。日本において意匠は登録後に意匠公報に掲載されて第三者に公表されます。このため、登録よりも販売時期が遅れる場合には、意匠が模倣されてしまう危険があります。そこで、意匠法は秘密意匠制度を設け、意匠登録から3年以内に限り、登録意匠を秘密にすることを認めています。一方欧州共同体意匠権ではこのようなシステムはなく、その代わりに無登録共同体意匠制度と呼ばれる、出願手続き無しに3年間は自動的に権利を守る決まりがあります。このことは市場導入後商品の売れ行きを見て、改めて登録すべきかどうかを判断できるチャンスを与えます。

日本では1998年に法改正が行われ、組物の意匠制度（システムキッチンのような複数の品物を組み合わせて1セットになる物品のデザインは56種まで1度に登録できる）、部分意匠制度（独創的なデザインを持っている部分模倣もまた模倣である）、関連意匠制度（準備段階で作成されたデザインを正式デザインと関連するものとして意匠登録できる）という点で模倣対策にもなっています。

一方、スペイン意匠権で特徴的なのは、二次元や三次元の出願が可能で、同じ分類であれば1度の出願、1回の出願料で50種類までの製品デザインが登録できることです。また装飾品の出願を二次元で行う場合、出願分類が異なっても1度で50種類までのバリエーションを登録することもできます。

スペインのアリカンテにあるOHIM（欧州共同体商標意匠庁）で登録できる欧州共同体意匠権の特徴は、意匠分類が同一であることを条件に、複数の意匠を一出願に含めることができること、1度登録すれば欧州共同体の加盟国が増えても自動的にこれらの国でも権利が保護されることが挙げられるでしょう。無効になると欧州共同体全体に及んでしまうというデメリットもありますが、登録になった時のメリットは大きなものです。

国際意匠権とはヘーグ協定の制度に基づいて守られる権利で、日本や米国は加盟していませんがスペインは加盟しており、1度の登録ですべての加盟国において保護されます。

有効期間は日本が登録から20年なのに対し、スペイン・欧州共同体・国際意匠権は5年毎に更新する必要があり、一部例外を除いて最高25年まで延長が可能です。

特許権や実用新案権が技術的なアイデアを保護するのに対して、意匠権は商品デザインを保護します。デザインの優劣は製品の売り上げを左右するだけではなく、市場の倫理や要望を消化し、社会貢献や環境保護イノベーションを反映する必要不可欠なものとなりました。良いデザインに囲まれて、美をたくさん感じましょう。

なるほどこれでなっとく！「産業財産権」 商標権

(NO.268 Junio 2009)

商標とは、TOYOTAやIBERIAのような文字商標、プレイボーイのうさぎのような図形商標、コカコーラのビンのような特徴的な商品の形状や不二家のペコちゃんのように店舗に設置される立体的な看板など立体的形状を登録できる立体商標やこれらを組み合わせたもの、またはこれらと色彩との結合マークです。

またスペインでは音も商標登録できますが、日本の特許庁は来年度に向けて、「音響・匂い・味・手触り」も商標としての機能を発揮できるよう法改正を検討しています。日西間では義務ではありませんが、権利が取得された名称やロゴマークには登録商標を示す®やアメリカ商標規定のトレードマークを意味するTM、サービスマークを意味するSMをつけることもあります。

このような商標は製造者を明確にする、品質を保証する、そして商標をつけることがそのまま売り上げに貢献する宣伝広告の機能を持っています。したがって商標の権利を持たない第三者が同一または類似の登録商標を商品やサービスに使用することは、商標侵害になります。

例えば露天商の売る偽ブランド品。今日マフィアが武器や麻薬よりも刑罰が軽く、簡単な資金源になるということで力を入れている分野。またその裏にはこれらの商品を低賃金で人権を無視した条件で作らされる子供たちなどがいます。そして正規の商品を作る工場で働く人たちの仕事をなくすことや、オリジナル商品の信用を失うことにもつながり、多くの社会問題を生み出しています。

ちなみにこのような商品をスペインで買って、日本に持ち込もうとして摘発されると、このコピー商品は没収され、関税法の規定（5年以下の徴収もしくは、500万円以下の罰金）により厳しく罰せられることとなります。また偽ブランド品をネットオークションやフリーマーケットなどで販売しようとしても同様に罰せられるほか、民事事件で損害賠償請求を受ける恐れもあります。一方スペインではこのような場合、6か月から2年以下の懲役と、6か月から24か月相当の罰金の両方が科せられます。安くて魅力的なこのような商品は今日とても安易に手に入れることができますが、自分で使うために買ったとしても、背景にはこんないろいろな問題があるということをお忘れなく。

商標登録も他の知的財産同様、国内・欧州・国際商標がありそれぞれの法律によって保護されていますが、最近は規則を国際的に統一し、世界的に知的財産侵害物品の取り締まりを強化しようとしています。また大企業や様々な協会や管理団体も取り締まりに余念がありません。

中小企業が会社を起こし、サービスを提供する名称も決めてカタログや名刺などの印刷物を作ったり、広告を打ったり、ドメインも確保しウェブも作って順調な滑り出しをしたと思ったのもつかの間、この名称がある大手企業の登録商標に類似していると訴えられ、この大手企業の知名度のお陰でこの中小企業が顧客を獲得したということで、裁判で負けるケースがありました。この企業はせっかくいろいろと投資した名称を変更せざるを得なくなったばかりでなく、新たにまたすべてを作り直すという余計な出費をしなくてはなりません。このケースで学ぶべきことは、独自のサービスや商品を提供する場合、またその名称を企業名にする場合、事前に知的財産権の専門家に調査を依頼し、問題なければ出願してから会社の登記やその他の作業を始めるべきということです。

商標登録は日本とスペインの場合ニース協会に加盟していますので、この協定に従って、第1類から第34類までが商品、第35類から第45類までがサービスの区分になっています。例えば、「バッグ」は第16類、「レストラン」は第43類になります。商標出願には分類毎に費用がかかりますが、急がば回れ。まずは出願されることをお勧めします。

最終回 なるほどこれでなっとく！「産業財産権」 不正競争防止法

(NO.269 Julio 2009)

産業財産権の最後にご紹介するのが、スペインでは不公正競争、日本では不正競争防止法と呼ばれる権利で、日本の法律では「事業者間の公正な競争及びこれに関する国際約束の的確な実施を確保するため、不正競争の

防止及び不正競争に係る損害賠償に関する措置等を講じ、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする」とあり、経済産業省の管轄、スペインは法務省です。

具体的には市場競争が公正に行われるように、商品表示・著名表示・営業表示・高品質や原産地を不法に表示したり、商品形態やマークを不法使用した粗悪品や模倣品を取り締まる、営業秘密やドメイン名、競業者の誹謗や中傷をめぐる争いを取り締まるための法律で、消費者・競業者・市場を守ります。

不正競争防止法では、保護する対象に対して具体的な行為の禁止事項を定めることで、信用の保護など、商標権、商号権、意匠権等では十分に守りきれない範囲の形態を、不正競争行為から保護することができます。

例えばデッド・コピー。日本では最初に販売された日から3年以内の他人の商品の形態を模倣した商品の譲渡・貸し渡し・譲渡や貸し渡しのための展示・輸出・輸入を行う行為を禁じていて、意匠登録や商標登録をしていない場合でも、実際に商品を発売し、一定の条件を満たす場合には不正競争防止法違反を主張して保護を受けることができます。

このことは侵害を見つけたら直ちに訴訟を起こせるというメリットがあると言えるでしょう。従って、絶対的な効力を持つ産業財産権と、効力が相対的ではあるけれども、産業財産権で保護できないものを保護できる可能性がある不正競争防止法の両方で訴訟を起こすことや、両者を使い分けることも可能です。

不正競争防止法は日進月歩のIT時代への対応を行い、無形の技術・ノウハウ・アイデアの保護に重要性をおき、年々改正されています。デジタルコンテンツのコピー管理技術やアクセス管理技術が無効にすることを目的とする機器やプログラムを提供する行為を禁じる法律が適用された判例

では、任天堂とゲームソフトメーカー54社が、違法に複製されたゲームソフトを「ニンテンドーDS」で使えるようにできる機器を扱う5社に対し、不正競争防止法に基づく輸入・販売の差し止めを求めた訴訟の判決が東京地裁であり、裁判長は「被告が販売した機器により、原告側のソフトの販売が邪魔され、営業上の利益を侵害された。原告側の訴えには理由がある」との判決を下しました。

一方、任天堂イベリカはコンピューター関連製品を販売するチェーン店による被害を通報、スペイン警察は今年2月に複数の地方にある15の店舗を捜査し、マジコン1150個を押収しました。また5月には任天堂とソニーの訴えによりスペインの知的財産権侵害特捜部・地方警察などがゲーム販売を行う大手フランチャイズ2社のマドリッド、セビーリャ、バリャドリッド、マラガ、サラマンカ、レオン、ラ・コルーニャにおける計22店舗で一斉取り締まりを行い、92万2000ユーロ相当の3万点を押収した件は、スペインで同様に不正競争防止法を適用するための一時措置です。

不正競争防止法は、広い権利形態を保護することから、今日日本における知的財産訴訟の約1/4近くを占めるに至っており、またスペインでも経済恐慌に伴い、企業間の不公正競争に該当する訴えが今年の前半だけで数倍に増えています。

販売マニュアルや設計図などの営業秘密の流出などは年々国際化しており、在職時に得た情報を退職後に漏洩（ろうえい）する行為も不正競争防止法で取り締まられます。たとえ本人に誰かに危害をもたらす意思が無くても、むやみに社内情報などをネットで公開したりすると大変なことになるかもしれませんからお気をつけて。長らく続きましたこの連載も今回が最後、ご愛読ありがとうございました。（^{まさめ}真覚久美子/カルロス・アバティン(弁護士/2010/05/10)

