

載された写真には著作者名を表示していないものが多くあり、これらの写真が保護期間内のものかどうかを見極めるには著作者表示が必要であり、これは、死後起算に変更したときに円滑な権利行使を行うための大きな条件であった。

また、写真の保護期間は、旧法時代は発行後10年(著作権法全面改正の作業過程で順次延長され法改正直前には13年)であったため、写真家が存命であっても、現行著作権法施行前に権利が消滅している写真があり、写真家の団体では、このような写真の著作権保護の復活をかねて要望していた。

この二つの要請に対して、書協および雑協ではこれらを基本的に支持することとし、ただし、既存の出版物に利用していた古い写真の著作権が復活することによって、現場に混乱を生じないような運用を求めた。

## E | その他の知的財産権をめぐる諸問題

### E-1 商標法・不正競争防止法・商品化権など

出版者が自分の知的財産を侵害された場合、当事者間で問題を解決できないときは、司法判断をもとめることになる。書籍の内容、装丁・カバーデザインは、著作権法により保護されるが、著作権法の保護がおよばない場合は、他の法律に救済をもとめることが必要になる。

著作物とはみなされない題号の保護と出版物の内容の著作物性が否定された場合の問題について、いくつかの事例を紹介する。

#### ◆著作物の題号の保護

著作物や出版物の題号が、いかにして守られるかは出版者にとって大きな問題である。著作権法では題号そのものに多くは著作物性が認められないことから、著作権は及ばないとされ、著作者人格権として、著作物と題号の同一性を保持する権利を認めているにすぎない。

日本文藝家協会は、「文芸作品の題名は作者の苦心の所産であり、独創性の高い

---

57——1939年(昭和14)設立。著作権ニ関スル仲介業務ニ関スル法律(2001年(平成13)10月廃止)による許可を受けて、小説にかかる著作権の仲介業務を行っていた団体。著作権等管理事業法の施行にともない同法が廃止された際、保護同盟が仲介業務を行っていた著作物は、全面的に日本文藝家協会に引き継がれ、保護同盟は2003年(平成15)9月30日をもって解散した。

58——▶Web12 《資料：1985.7.31書協会員社あて・著作出版権委員会、1985.9.12雑協各社編集責任者あて・雑協著作権委員会》

ものも数多い。こうした作者の苦心や独創性は尊重されるべきであるが、題名を定める表現の自由も確保されなければならない。既存作品の題名が独創性が高く、その作品の評価が定まっており、その作品の名声に便乗したり、冒瀆したり、作者の感情を傷つける場合は、既存作品と同一題名を用いることは、避けることが望ましい。もっともパロディなど正当な目的であれば同一題名を用いることは差し支えないし、また、作者の責任において用いることも作者の自由である」との見解を発表(1984年4月)している。

題号が争われた事例としては、「父よ!母よ!」事件が知られている。「父よ!母よ!」の編著者が「一行詩 父よ母よ」の著者を著作権侵害と訴えたものだが、和解で終結している(東京地裁平成9年1月22日和解)。

東京地方裁判所は、同一題号は場合によっては著作者の人格的利益の侵害となるとの注目すべき見解を表明し、和解勧告の理由として次のように述べている(要旨)。

- ①同一題号の書籍の出版が、場合によっては著作者の人格的利益の侵害となる場合がある、
- ②題号のみを検討すると、高度の独創性があるとはいえず、このような題号を特定人に独占させることは、表現の自由の観点から見て相当ではない、
- ③被告の書籍の題名を「一行詩 父よ母よ」とすることには十分合理的な理由がある、
- ④両書籍はその内容、表現形式に顕著な差異があり、相互に誤認混同するおそれはほとんどない、
- ⑤以上によれば、被告には題号を模倣する意図ないし不正の目的は存在しないと認められる。

両当事者は、この和解勧告の理由を受け入れ、訴訟の終了を確認し、和解が成立した。

商標法においては、題号の取り扱いは書籍と定期刊行物とで異なる。定期刊行物の題号は、商標登録をすれば商標法による保護を受けるが、書籍については、一般的には登録は認められない。産地、販売地、品質、原材料、効能、用途などをふつうに用いられる方法で表示するだけのものは商標の登録要件を欠き、書籍の題号がただちに特定の内容を表示するものと認められるときは、それは品質を表示するものとされているからである(商標法3条1項3号、商標審査基準)。これは夏目漱石の著作権の保護期間満了にともない漱石の遺族が題号を商標登録し、作品の出版を阻止しようとしたことが契機となって措置されたものである。

商標は商品・役務の識別標識であり、その機能は、出所の識別機能、品質保証機能、広告宣伝機能であるといわれているが、書籍の題号は、著作物の内容(品質)を表示するものであって、商品である書籍の出所を表示するものではないとされているのである。

#### ❖不正競争防止法による保護

不正競争防止法ではどうだろうか。同法は、混同惹起、著名表示冒用、商品形態模倣、営業秘密不正取得、品質等誤認惹起行為などを不正競争としているが、映画の題名が不正競争防止法で争われた事件があり、出版物の題号を考えるうえで参考になる事例である。

「超時空要塞マクロス事件(東京地裁判決平成16年7月1日、東京高裁判決平成17年10月27日)」で裁判所は、要旨「映画の題名(タイトル)は、不正競争防止法2条1項1号、2号所定の『商品等表示』に該当しない。映画の題名は、あくまでも著作物たる映画を特定するものであって、商品やその出所ないし放映・配給事業を行う営業主を識別する表示として認識されるものでないからである。特定の映画が人気を博し、題名が広く知られるようになっても、そのことが特定商品や営業主が周知ないし著名になったとはいうことはできない」と判断を下している。

不正競争防止法上の「商品等表示」とは、人の業務にかかる氏名、商号、商標、標章、商品の容器もしくは包装その他の商品または営業を表示するものをいう。商標法と同様に、不正競争防止法も、内容の表示である題名は商品または営業の表示ではないとされる。

この判断には学説上の異論もあるが(土肥一史「コピライト」528号44ページ、著作権情報センター)、現状では、一般の書籍の題号について、1966年(昭和41)に出された著作権制度審議会の、「著作物の題号の保護は不正競争の防止に関する法制の問題として、別途、措置されることが望ましい」という答申が、法制度に反映されていないのである。

もっとも、シリーズもので、そのシリーズを表示する題号の場合は、商標登録や商品など表示とみなされる可能性はある。

#### ❖不法行為法理による救済

出版者が著作行為を行った場合は、出版者がその著作物の著作権者であり、編集著作物の場合は編集著作権を所有する。著作権が侵害されたときは、当然のこととして出版者が権利者として行動することとなる(たとえば、「ラストメッセージ事件」東京地裁判決平成17年12月18日)。

著作物性が否定され著作権者たりえない場合であっても、無断複製行為が民法上の一般不法行為と認められた、出版者として参考とすべき事例は多い。

車両データベース事件(東京地裁判決平成13年5月25日)では、裁判所はデータベースの著作物性を認めなかったが、被告が原告のデータベースを複製し販売したことは明らかであるとし、不法行為を構成すると判断した。

同様に、新聞記事の見出しについて著作物性を否定したが、「不法行為(民法709条)が成立するためには、かならずしも著作権など法律に定められた厳密な意味での権利が侵害された場合にかぎらず、法的保護に値する利益が違法に侵害された場合であれば不法行為が成立するものと解すべきである。…著作権法による保護のもとにあるとまでは認められないものの、相応の苦勞・工夫により作成されたものであって、…法的保護に値する利益となりうるものというべきである」として不法行為の成立を認めた判例がある(「新聞記事見出し事件」知財高裁判決平成17年10月6日)。

また、家具などの表面に貼付する木目化粧紙の原画は美術の著作物であるとして、無断複製販売した業者を訴えた事件では、裁判所は、純粹美術と同視することはできないと著作物性を否定したが、模倣販売行為を不法行為にあたと判断している(「木目化粧紙事件」東京高裁判決平成3年12月17日)。

#### ◆その他の知的財産権をめぐる諸問題

2002年(平成14)ごろから、ネットオークションなどで著作権侵害が目立つようになってきた。雑協では実態把握を進めて、04年8月には最大手のヤフーと知的財産保護プログラムを締結した。この仕組みは、登録雑誌社が侵害品を発見した場合、メールでヤフーに削除を依頼、同社が確認して削除などの対応を講じるもの。楽天、ディー・エヌ・エーとも同様の仕組みを構築する。雑協では、サイト運営社と適宜、意見交換を行い、雑誌・コミックスなどのコンテンツ侵害について事態認識を深めている。

06年2月、東京都内のコミック古本売買サイト運営者が大量のコミックを権利者に無断でスキャンし、専用サイトで無断送信していた事件で、福岡県警は運営者3人を著作権法違反で逮捕した。その後、サイト運営者は起訴され、有罪判決を受けた。電子書籍ビジネスを模した著作権侵害行為が刑事摘発されたのは初めて。コミック作家、当該出版社、そしてネット上の著作権侵害防止に精力的に取り組むコンピュータソフトウェア著作権協会など、関連団体が緊密な連携をはかり対応してきた問題であり、その成果であるといえる。

ネット、ケータイビジネスでは、関連機器の普及が一巡したことから、コンテンツ提供・配信サービス競争が激化している。その成否は人気コンテンツがカギを握る。コミック・キャラクターなどに関係の深い出版社では、今後のビジネス展開とともに、その動向に神経をとがらせている。背景には政府の知的財産推進計画があり、経団連もコンテンツ流通を活性化させるため、あらゆるコンテンツの所在を網羅するポータルサイト構築を進めている。こうした動向についても情報収集および雑誌出版社としての権利ビジネス戦略を模索する流れが強まっている。