

日本におけるパロディと 知的財産権に関する一考察



辻本法律特許事務所
弁護士 辻本 良知

第1 はじめに

他者の著作物、登録商標、商品等表示、あるいは外観や表現等（以下、単に「表現物等」と言う。）に一定の改変を加え、同表現物等又は同表現物等と何らかの関連性を有する事象を揶揄したり風刺したりする表現形式としてパロディというものが存在する。パロディの表現態様や目的等は実に多様であり、営利目的によるものから政治的イデオロギー的なメッセージを含むもの、あるいは特段の意味を有することなく単なる自己実現的なものやユーモアに特化したものまで存在する。

パロディは上記のように他者の表現物等を揶揄したり風刺したりするものであるから、パロディの対象とされた原表現物等の表現者にとって心地の良いものでないことは想像に難しくなく、そのため、原表現物等の表現者との間で紛争となることも珍しくない。しかも、この場合の他者の表現物等はパロディによる揶揄や風刺の対象たり得べきものであるのだから、少なくともある程度は社会一般に知られているものであることが多く、パロディをめぐる紛争がテレビや新聞等のニュースで報道されたり、世間から好奇の目をもって注目されたりすることも多々あるところである。

このようなパロディにつき一定の社会的意義を肯定して立法又は裁判例等により保護している国も存在するが、我が国では特段の法的な手当てはなされていない。

そこで、本稿は、我が国において問題となった具体的事例を紹介しつつ、パロディと知的財産権との関係につき検討することを目的とする。

第2 パロディに関する裁判例等

1 総論

本稿の冒頭においても指摘したように、パロディには実に多種多様なものが含まれており、表現を変えるならば、社会は実に多種多様な表現を「パロディ」と呼んでいる。もっとも、社会がパロディと呼ぶ表現に共通する要素は存在するはずであり、そのような要素の抽出を試みるならば、①少なくともある程度は社会一般に知られている他者の何らかの表現物等（原表現物等）の存在、②原表現物等に対する改変、③原表現物等を想起させる別の表現物等の成立の各要素を挙

げることができるであろう。この点に関して、我が国においてパロディと呼ばれている表現の要素として、揶揄、風刺、ユーモア等を挙げるのは妥当でない。なぜなら、本稿において紹介する具体例においても、揶揄や風刺やユーモア等の各要素が入っているとは必ずしも言い難いものがあるし、そもそもこれらの各要素は表現者にとっても表現の受け手にとっても極めて主観的なものでありメルクマールとして適さないからである。

上記①～③の各要素に従い我が国において問題となった具体的事例を抽出するならば、例えば、特許権や意匠権の侵害が問題となる場合のみならず、著名人の氏名や肖像等が有する顧客吸引力ないし経済的価値を保護法益とするパブリシティ権¹に対する不法行為の成否が問題となる場合もパロディの問題として把握し得る可能性が認められる。

もっとも、本稿においては紙幅の制約もあることから、以下においては商標法、不正競争防止法、著作権法の各法領域において問題となった具体的事例のみ紹介することとする。

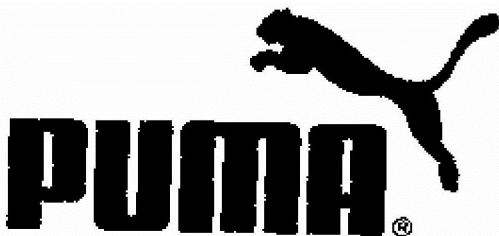
2 商標法との関係で問題となった具体的事例

(1) 知財高裁平成22年7月12日判決（シーサー事件）

【本件商標】



【引用商標C】



原告の有する本件商標が、引用商標Cとの関係で商標法4条1項15号（混同を生ずるおそれ）に該当するか等が争われた件につき、知財高裁は次のとおり判示した。

「本件商標と引用商標Cとは、生じる称呼及び観念が相違し、外観も必ずしも類似するとはいえないものにすぎない点、原告が経営する沖縄総合貿易が主として沖縄県内の店舗及びインターネットの通信販売で本件商標を付したTシャツ等を販売するに止まっており、販売規模が比較的小規模である点に鑑みると、本件商標の指定商品たるTシャツ、帽子の取引者及び需要者において普通に払われる注意力を基準としても、本件商標を上記指定商品に使用したときに、当該商品が補助参加人又は補助参加人と一定の緊密な営業上の関係若しくは補助参加人と同一の表示による商品化事業を営むグループに属する関係にある営業主の業務に係る商品であると誤信されるお

1 最高裁平成24年2月2日判決（ピンクレディ事件）