

模型に関する知的財産についての若干の考察

—— スケールモデルに関する商品化許諾を中心に ——

麻 川 倫 広^{*}

目次

- I はじめに
- II 模型とは何か？
- III 関連する知的財産法の検討
- IV 若干の考察
- V 結びに代えて

I はじめに

筆者は、幼少期から戦艦、自動車、ロボット、城郭、鉄道等の「模型」に親んできた。幼少期を過ごした 1990 年代、地元東九州の片田舎にも郊外にショッピングモールが進出しつつあったが、ハレの日の家族のお出かけといえは街の百貨店での買い物であり、北九州市小倉北区にある某百貨店¹⁾のエスカレータを登って模型売場に行き、積み上げられたプラモデルの箱やガラスケースに並べられた鉄道模型を眺めるのは何よりの楽しみであった。今では、百貨店の模型売場や街の模型店はすっかりその数を減らしてしまったが²⁾、模型はプラモデルや鉄道模型のみならずフィギュア、ミニチュア等、多様な進化を遂げている³⁾。

『一橋法学』（一橋大学大学院法学研究科）第 24 巻第 2 号 2025 年 8 月 ISSN 1347-0388

※ 特許庁審判部第 15 部門審判官

- 1) 当該百貨店の模型部を運営していた井田博氏が、プラモデルの黎明期から模型業界に深く関わり、イベントの開催や模型雑誌の創刊等、プラモデルの発展に寄与したことを知ったのはごく最近のことである（井田博『日本プラモデル興亡史——子供たちの昭和史』109-137 頁、158-168 頁（文藝春秋、2006）、小林昇『日本プラモデル六〇年史』15-17 頁（文藝春秋、2018））。
- 2) 某百貨店の模型売場も 2000 年頃には姿を消した。

ところで、ミニカーや鉄道模型等のパッケージや説明書をよく見てみると、「商品化許諾済」といった、模型の商品化にあたり、自動車メーカーや鉄道会社等から許諾を得た旨の記載をよく見かける。では、この許諾の法的根拠とはいったい何なのだろうか。本稿は、模型に関する知的財産について、特に実在するものを一定の縮尺（スケール）で再現する「スケールモデル」に焦点を当て、その商品化許諾にどのような知的財産法が関わるのか、近年の仮想空間における知的財産の保護に関する議論等も参考にしつつ検討し、若干の考察を行うものである。

II 模型とは何か？

1 模型の本質

そもそも、「模型」とは何か。「模型」に関する知的財産について検討する前に、まずは、この点を整理しておきたい。本稿は主に趣味としての「模型」を議論の対象とするが、本来、模型の意味するところはそれに留まらない。「模型」は何らかの対象を模倣し、具象化したものとされ⁴⁾、対象を忠実に再現することを基本とする。人類は古くから、現実・空想を問わず様々なものを具現化して模型を作ってきたが⁵⁾、その目的・用途は、仏像・彫刻のような宗教・芸術的な利用、原子模型・地球儀のような事象を可視化する学術・教育的な利用、建築模型・食品サンプルのような事前評価に用いる工業・商業的な利用等多岐にわたる。では、なぜ、このような対象を「模」す行為が趣味の1ジャンルを形成するのだろうか。

趣味としての模型の楽しみ方として、例えば、プラモデルやジオラマ等の「工作」、無線操縦の模型飛行機や鉄道模型等の「操作」、さらに、フィギュアやミニチュア等の「蒐集・鑑賞」があげられる⁶⁾。ところで、幼児期の子供達は、乗り

3) 模型の多様な展開や流通形態の変化については、IIで詳しく触れる。

4) 小川伸「模型」加藤周一編『世界大百科事典（改訂版）』28巻183頁（平凡社、2007）、ウィキペディア日本語版「模型」（<https://ja.wikipedia.org/wiki/模型>、2025年5月3日最終閲覧）。

5) 人類最古の模型として、ドイツ南西部の旧石器時代の遺跡から発掘されたマンモスの牙で作られた人の彫像があげられる（Nicholas J. Conard, *A female figurine from the basal Aurignacian of Hohle Fels Cave in southwestern Germany*, NATURE 459, 248-252 (2009)）。

物や台所を模した玩具を用いて、ごっこ遊びに興じる。子供の扱いやすさや安全性等を考慮してデフォルメされた「玩具」に対し、「模型」はリアリティを追求するため、より精密に再現されている点で相違するが⁷⁾、対象を「模」すことで、その対象を「模」擬的に体験する点は模型・玩具ともに共通する⁸⁾。そして、このような「模」擬的な体験こそが模型の「本質」であり、老若男女を魅了してやまない理由の1つといえるのではないだろうか⁹⁾。

2 模型の発展と展開

では、主に趣味としての模型はどのように発展・展開してきたのだろうか。前節でも触れたとおり、何らかの対象を模す行為は古くから様々な目的で行われてきたが、趣味としての模型のルーツをたどっていくと、例えば、18世紀以前の欧州のドールハウスや船舶模型、日本の雛人形等にたどりつく¹⁰⁾。これらは職人の手によるいわゆる工芸品であったが、19世紀に入ると、欧州や米国で玩具が工場で大量生産されるようになり、玩具産業が誕生する。そして、これらの玩

- 6) 田宮俊作『田宮模型の仕事』129-130頁(ネスコ、1997)は、人が模型に夢中になる要素として、工作の面白さ、実物への「思い」、そして、物を雲の上から眺めような「神様の視点」を与える点を指摘する。また、神野由紀ほか編著『趣味とジェンダー——〈手づくり〉と〈自作〉の近代』13-31頁[神野由紀ほか](青弓社、2019)は、作るという行為が人間の本質的な営みであり、生活に特段必要でなくなっておお、趣味という特殊な行為として残っていると指摘する。
- 7) アラン・レビー著(豊田菜穂子訳)『英国おもちゃの博物館』9頁(ハタインターナショナル、1984)。本稿では「模型」と「玩具(おもちゃ)」を区別するが、後述する意匠の「物品」や商標の「商品」を含め、これらが一括りに扱われることが少なくない。
- 8) アントニア・フレイザー著(和久洋三訳)『おもちゃの文化史』8-17頁、224頁(玉川大学出版部、1980)は、玩具の本質の1つは「模倣性」であると指摘する。
- 9) 同様の見解を述べたものとして、石井守「自動車デザイナーが語るミニカー概論 第1回 “デザインの意味”や“造形の妙”を自動車模型で観察」M-BASE(2023年3月2日)(<https://www.mikipress.com/m-base/2023/03/2794/>, 2025年5月3日最終閲覧)。
- 10) フレイザー(和久訳・前掲注8)19-46頁、67-70頁、195-197頁、是澤博昭『決定版 日本の雛人形——江戸・明治の雛と道具六〇選』83-131頁(淡交社、2013)、ハリナ・パシエルプスカ著(安原実津訳)『ドールハウス——ヨーロッパの小さな建築とインテリアの歴史』7-27頁(バイインターナショナル、2017)。PACMIN Studio, *The Remarkable History of the Miniature*, Jun. 24, 2022, <https://www.pacmin.com/news/2022/06/217278/>, last visited May 3, 2025, Dogwatch Art Co., *A Brief History of Ship Modeling*, Oct. 15, 2023, <https://dogwatchart.com/blogs/sea-stories/a-brief-history-of-ship-modeling>, last visited May 3, 2025.

具メーカーによって19世紀末から20世紀はじめにかけて、鉄道や自動車等の精巧な金属製の模型が生産されようになる¹¹⁾。船舶模型についても、20世紀に入り、個人で組み立てることができる木製のキットが販売されるようになった。また、模型飛行機は人を乗せて飛ぶ航空機の実現に向けた試作・研究の道具として19世紀に欧州で生まれ、それが次第に趣味としても楽しめるようになったとされる¹²⁾。日本においても、20世紀はじめ頃から鉄道や飛行機等の模型が販売されるようになり、模型工作が盛んになっていく¹³⁾。

さらに、1930年代にイギリスで誕生したプラモデルは模型の普及に大きく貢献する¹⁴⁾。プラモデルは、金型の製作に大きな投資が必要なものの、射出成形¹⁵⁾による大量生産によって精密な模型を安価に提供することを可能としたからである。1950年代に米国で流行していたプラモデルが日本に持ち込まれ、国

11) フレイザー（和久訳）・前掲注8）148-159頁、レビー（豊田訳）・前掲注7）11-13頁、日本の模型七十五年史編集委員会編『日本の模型——業界七十五年史』70-71頁（東京都科学模型教材協同組合、1986）、フランソワ・テメル著（松村恵理訳）『おもちゃの歴史』99-106頁（白水社、1998）、石井・前掲注9）。

12) 七十五年史編集委員会編・前掲注11）11-14頁、井田・前掲注1）70-72頁、大村和敏「歴史にみる模型飛行機の顔さまざま（1）航空の実現を目指した試作研究の道具」WEB版日本と航空（2010年3月15日）（<https://www.aero.or.jp/culture/aviationand-culture/20100315-7547/>、2025年5月3日最終閲覧）、大村和敏「歴史にみる模型飛行機の顔さまざま歴史にみる模型飛行機の顔さまざま（2）英国紳士の遊び」WEB版日本と航空（2010年4月15日）（<https://www.aero.or.jp/culture/aviationand-culture/20100415-7497/>、2025年5月3日最終閲覧）。

13) 七十五年史編集委員会編・前掲注11）15-16頁、72-76頁、井田・前掲注1）70-80頁、松井広志『模型のメディア論——時空間を媒介する『モノ』』45-51頁（青弓社、2017）。なお、第二次大戦期には模型飛行機が科学教材として初等教育に導入された（井田・前掲注1）92頁、大村和敏「歴史にみる模型飛行機の顔さまざま（3）全体主義国家の学童教材」WEB版日本と航空（2010年5月15日）（<https://www.aero.or.jp/culture/aviationand-culture/20100515-7341/>、2025年5月3日最終閲覧）、神野ほか編著・前掲注6）232-235頁〔松井広志〕。

14) 世界初のプラモデルは1936年にイギリスで発売された模型飛行機であるとされ、従来の模型飛行機と違い飛ばないため、飛ばない鳥＝「ペンギン」と名付けられた（井田・前掲注1）20-21頁、小林・前掲注1）13-15頁）。なお、プラスチックモデル（plastic model）を意味する「プラモデル」という呼称は模型メーカーのマルサンにより商標登録され（商標登録第555762号）、登録当初は他社の使用が認められなかったが、マルサンの倒産後、日本プラスチックモデル工業組合（現：日本プラモデル工業組合）に譲渡され、今に至る（七十五年史編集委員会編・前掲注11）188-190頁、井田・前掲注1）32-36頁、小林・前掲注1）101-102頁）。

内でも生産されるようになると¹⁶⁾、競合メーカーの参入、テレビ番組や少年週刊誌とのタイアップ等もあって大流行し、百貨店や模型店のみならず、文房具店や駄菓子屋等でも販売された¹⁷⁾。

一方、大量生産を基本とするプラモデルとは別に、1980年代頃から新素材や新たな製造技術の導入による模型の新たな展開がみられる。バキュームフォームやレジンキャスト等の成形方法を用いたガレージキットと呼ばれる、より小規模な模型製作が行われるようになったのだ¹⁸⁾。さらに、近年では、CAD、3D スキャナ、3D プリンタ、レーザカッター等の設計・造型ツールが比較的安価に入手できるようになり、個人レベルでも精巧な模型を「生産」することが可能になっている¹⁹⁾。また、様々な素材を用いて身の回りのものを再現するミニチュア制作も性別や年齢を超えた趣味として人気である。

このほか、ガレージキットから発展した新たなジャンルの模型も誕生している。1990年代末期、チョコエッグと呼ばれる卵型のチョコレートのおまけとして動物の精巧なフィギュアが入ったシリーズがヒットし、それをきっかけに妖怪や恐竜等様々なシリーズのフィギュアが販売された²⁰⁾。近年でも、カプセルトイ等として、食品や日用品のミニチュアが販売されているのを見かける²¹⁾。これらのフィギュアやミニチュアの人気の背景には、緻密な造形に彩色が施された完成

15) 溶融したプラスチック（合成樹脂）を金型に高压で流し込み成形する製法。溶融した合金を金型に圧入して成形する「ダイカスト（ダイキャスト）」も、ミニカー等の模型や玩具の製造に広く採用されている（石井・前掲注9）。

16) 日本で最初の国産プラモデルについては諸説あるが、上述のマルサンが、米国メーカーの製品をデッドコピーして1958年に発売した「ノーチラス号」であるとする説が有力である（井田・前掲注1）24-32頁、松井・前掲注13）98頁、小林・前掲注1）18-28頁）。

17) 井田・前掲注1）16-63頁、124-131頁、小林・前掲注1）15-54頁。

18) 宮脇修一『造形集団 海洋堂の発想』82-128頁（光文社、2002）、松井・前掲注13）133-142頁、小林・前掲注1）109-115頁。

19) クリス・アンダーソン著（関美和訳）『MAKERS——21世紀の産業革命が始まる』106-129頁（NHK出版、2012）。

20) 宮脇・前掲注18）143-194頁、松井・前掲注13）158-165頁、小林・前掲注1）135-137頁。なお、その後、菓子メーカーとフィギュアメーカーが方向性の違い等から仲違いし、最終的に訴訟に発展している（大阪高判平成17年7月28日判時1928号116頁〔チョコエッグ事件〕）。

21) 小野尾勝彦『ガチャガチャの経済学』56-69頁（プレジデント、2023）、小林揚「専門店が相次ぐカプセルトイ事業」日経エンタテインメント！335号70頁（2025）。

品が手頃な値段で購入できる点があると考えられるが、このような精巧かつ安価なフィギュアやミニチュアは、中国を中心としたアジアの安価な労働力なしには実現しえなかったと指摘される²²⁾。フィギュアに限らず、模型の主要メーカーの所在地や生産拠点は初期の欧州・米国から日本、そして、近年では、アジア・東欧等へと変遷・展開しており、こうした地域での模型の模倣品の生産も問題となっている²³⁾。

冒頭でも少し触れたが、模型の流通形態も、百貨店や街の模型店から量販店、ECサイトへ移る一方、コンビニエンスストアや書店、100円ショップでも購入可能になる等大きく変化している²⁴⁾。個人が制作した模型をSNS等で公表するだけでなく、フリーマーケットサイト等で販売する例も多数みられる。1980年代をピークに縮小していた模型市場は、近年、大人をターゲットに再び拡大傾向にあり²⁵⁾、ビンテージ・新古品を問わずオークションサイト等における中古品の取引も活発で、一部の商品は人気の過熱のあまり、いわゆる転売ヤーの問題も起きている²⁶⁾。

22) 松井・前掲注13) 158-164頁。

23) 松井・前掲注13) 150-158頁。小林・前掲注1) 146-150頁、西花池湖南『日本プラモデル 世界との激闘史 ― アメリカを駆逐した日本ブランドに、新興勢力が強襲し始めた!』2-3頁、158-173頁(河合書房新社、2019)。もっとも、かつての日本も安価な労働力を背景に模倣品を欧米に輸出していたとの指摘もある(フレイザー(和久訳)・前掲注8) 160頁、高田忠『意匠』235頁(有斐閣、1969年))。

24) 小林・前掲注1) 151頁、MANTANWEB編集部「分冊百科：全巻購入者は存在する？ 注目から10年、市場の今を探る」(2016年1月3日)(<https://mantan-web.jp/article/20151230dog00m200036000c.html>, 2025年5月3日最終閲覧)、伊賀タウン情報YOU「本物そっくり100円ミニチュア 巣ごもり需要で追い風 伊賀市の山田化学」(2021年6月12日)(<https://www.iga-younet.co.jp/2021/06/12/40525/>, 2025年5月3日最終閲覧)。

25) 経済産業省「みなさんはどのように過ごしていますか？；コロナ禍で国内だけでなく海外でも増えるプラモデル愛好家」(2021年6月8日)(https://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/minikaisetsu/hitokoto_kako/20210608hitokoto.html, 2025年5月6日最終閲覧)、日本玩具協会「2023年度の日本の玩具市場規模が初の1兆円超え 前年度比107.1%の1兆193億円で過去最高を更新」(2024年7月9日)(https://www.toys.or.jp/toukei_siryou_data.html, 2025年5月3日最終閲覧)。

26) 日経ビジネス電子版「ガンブラはどこに消えた？ 暗躍する転売ヤー 怒るモデラー」(2022年1月26日)(<https://business.nikkei.com/atcl/seminar/19/00030/012400315/>, 2025年5月3日最終閲覧)。

3 模型のジャンルと商品化許諾

このように多様に進化する模型であるが、「模」す対象が何かという点に着目すると、例えば、乗り物のジャンルにおいて、船舶模型に鉄道や自動車の模型が、そして模型飛行機が加わったように、技術の発展や社会の変化を反映して様々に展開されてきた²⁷⁾。20世紀半ばまでは、実在するものを対象とする「スケールモデル」が主流であったが、日本では1960年頃からアニメや漫画などのキャラクターを対象とする「キャラクターモデル」が発展した²⁸⁾。特に、1970年代末期に登場した「ガンダム」のプラモデルは社会現象を巻き起こし、現在でも根強い人気を保っている²⁹⁾。模型を大きく2つのジャンルに分けるとすれば、これら「スケールモデル」と「キャラクターモデル」に大別できよう。このうち、「スケールモデル」については、従来、自動車、飛行機、鉄道、船などの「乗り物」、戦車や戦艦³⁰⁾・玩具銃などの「ミリタリー」、城郭や寺社などの「建築」といったジャンルが定番であったが、前節でも触れたとおり、近年は「食品」、「日用品」、「家具」、「家電」など身の回りのあらゆるものが模型の対象になっている³¹⁾。

ところで、模型は対象を忠実に再現する³²⁾という性質上、その対象が知的財産として保護される場合、当該知的財産の利用について権利者の許諾が必要とな

27) フレイザー（和久訳）・前掲注8）14頁、224頁は、玩具が時代の様相を映し出す鏡の役目を果たしていると指摘する。模型についても同様のことがいえよう。

28) 井田・前掲注1）51-54頁、168-174頁、松井・前掲注13）121-133頁、小林・前掲注1）47-49頁、63-70頁。日本で最初のキャラクターモデルはイマイが1960年に発売した「鉄人28号」であるとされる。

29) 井田・前掲注1）201-204頁、松井・前掲注13）126-133頁、小林・前掲注1）104-109頁、西花池・前掲注23）101-109頁、日経ビジネス電子版・前掲注26）。ガンダムのプラモデルはアニメに登場するロボットを一定のスケールで再現したスケールモデルであるとする解説もあるが、本稿ではキャラクターモデルに分類する（猪俣謙次＝加藤智『ガンブラ開発真話——そして、市場勢力は塗り替えられた』68-88頁、112-115頁（メディアワークス、2006）、松本悟＝伸吉昭治『俺たちのガンダム・ビジネス』41頁、47-55頁（日本経済新聞出版、2007））。

30) 戦車や戦艦は「乗り物」にも分類可能だが、本稿では、「ミリタリー」に分類する。

31) なお、近年、建設機械や農業機械のミニチュアの人気が高まっているが、これらは「乗り物」に分類する（日本経済新聞電子版「ミニチュア農機が『カッコいい』農業底上げに期待」（2022年5月28日）（<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUF27C100X20C22A4000000/>、2025年5月3日最終閲覧））。

る場合がある。キャラクターモデルについては、原作の漫画やアニメの権利者から許諾を得ることが初期の頃から一般的で、著作権・商品化権といった言葉が使われてきた³³⁾。これに対して、スケールモデルについては、かつては模型の商品化におおらかな時代もあったようだが、知的財産に対する意識の高まりとともに、次第に商品化に際し、許諾を要することが多くなってきた³⁴⁾。冒頭でも述べたとおり、現在では、ミニカーのパッケージや鉄道模型の取扱説明書に、自動車メーカーや鉄道会社から許諾を得た旨の表示がよく見られる。

なお、キャラクターモデルを中心とした商品化許諾と知的財産の関係については、既に多くの先行研究・概説書があり、著作権・商標権を中心に多くの議論がなされている³⁵⁾。一方で、実在する物を対象とするスケールモデルについては、関連する個別の事件や特定の法域を取り上げた先行研究³⁶⁾、あるいはライセンス事業一般についての概説書³⁷⁾はあるものの、スケールモデルに関する商品化

32) 実際には、実物をそのままスケールダウンしても、視点の違い等から実物らしく見えないため、微妙なデフォルメを加える場合があるほか、技術上の制約や機能上の都合からデフォルメを加えることも少なくなく、それがかえって独特の味わいを生むとの指摘もある(田宮・前掲注6) 146-148頁、152-156頁、小林・前掲注1) 164頁、石井守「自動車デザイナーが語るミニカー概論 第2回 ミニカーの世界のスケール(縮尺)について」M-BASE(2023年5月2日)(<https://www.mikipress.com/m-base/2023/05/3103/>, 2025年5月6日最終閲覧)、石井守「自動車デザイナーが語るミニカー概論 第4回 小さなミニカーの世界(その1)」M-BASE(2023年9月5日)(<https://www.mikipress.com/m-base/2023/09/4378/>, 2025年5月3日最終閲覧)ほか。

33) 宮脇・前掲注18) 105-109頁、井田・前掲注1) 168-174頁、小林・前掲注1) 47-49頁、63-69頁、牛木理一郎『キャラクター戦略と商品化権』10-13頁(発明協会、2000)、日本商品化権協会「商品化権とは what is merchandising rights」(https://jamra.org/what_is_merchandising_rights/, 2025年5月3日最終閲覧)。ガンダムについてもプラモデルの製品化にあたって著作権の許諾がとられている(猪俣=加藤・前掲注29) 50-64頁、松本=伸吉・前掲注29) 26-39頁)。

34) 田宮・前掲注6) 145頁、田宮俊作『伝説のプラモ屋——タミヤ模型を作った人々』153頁(文藝春秋、2007)。なお、草間文彦「日本における『コーポレイトライセンスビジネス』活性化の鍵は？」『パテント』67巻12号6-7頁(2014)によれば、企業名や商品名等の二次使用の許諾を行う「コーポレイトライセンス」は1960年代に米国で始まり、1990年代以降、自動車分野等でも活発化したとされる。

35) 牛木・前掲注33)、吉村公一「キャラクター商品の法的保護」『パテント』62巻6号63-73頁(2009)、茶園成樹=上野達弘編著『デザイン保護法』242-278頁[上野達弘](勁草書房、2022)、高林龍『標準著作権法(第5版)』101-106頁(有斐閣、2022)、中山信弘『著作権法(第4版)』224-229頁(有斐閣、2023)ほか多数。

許諾に焦点を当て、関連する知的財産法について横断的に検討したものは少ない³⁸⁾。

ところで、近時、仮想空間上における知的財産の保護の在り方について活発な議論がなされてきた³⁹⁾。「仮想空間」と「模型」は、「何らの対象を再現する」という点で通底し⁴⁰⁾、特に、現実世界を仮想空間上で再現する場合の知的財産の取扱いに関する議論から、スケールモデルに関する検討にとって有益な示唆を得られることが期待される。そこで、次章からは、このような近時の議論も参考にしつつ、スケールモデルの商品化許諾に関連する複数の知的財産法について順にみていこうと思う。

-
- 36) 伊藤真「物のパブリシティ権」田倉整古希『知的財産をめぐる諸問題』507-522頁(発明協会、1996)、小島立「商標の使用と適用除外(1)——ミニチュア模型と商標(商品等表示)の使用」*パテント* 62巻4号(別冊1号)103-111頁(2009)、奥邨弘司「3Dプリンティングと著作権——今後の議論のための序論的考察」*SOFTIC Law News* 136号1-21頁(2014)、井奈波朋子「模型を作ることの知的財産法上の問題点」*知財コラム*(2017年9月29日)(<https://www.tatsumura-law.com/attorneys/tomoko-inaba/column/?p=998>, 2025年5月3日最終閲覧)、Bill Lister, *Can trademarks be infringed by a toy?*, Appleyard Lees, Sep. 16, 2022, <https://www.appleyardlees.com/trade-marks-can-they-be-infringed-by-a-toy/>, last visited May 3, 2025.
- 37) 草間・前掲注34) 6-12頁、草間文彦『ライセンスビジネスの戦略と実務——キャラクター&ブランド活用マネジメント(第4版)』58-65頁(白桃書房、2024)。
- 38) Polina Shishkunova, *Scale models and intellectual property: does size matter?*, Garrigues, May. 4, 2021, <https://blogip.garrigues.com/en/intellectual-property/scale-models-and-intellectual-property-does-size-matter>, last visited May 3, 2025.
- 39) 岡本健太郎「メタバースによる『現実の再現』とその権利関係」骨董通り法律事務所 For the Arts (2022年6月29日)(<https://www.kottolaw.com/column/220629.html>, 2025年5月3日最終閲覧)、上野達弘「メタバースをめぐる知的財産法上の課題」*Nextcom* 52号4-13頁(2022)、青木大也「バーチャル空間における意匠保護の現状と今後——著作権法、不正競争防止法との差異を踏まえて」*DESIGN PROTECT* 137号2-8頁(2023)、関真也「メタバースにおけるオブジェクトのデザイン保護と創作活動への影響——意匠法及び不正競争防止法2条1項3号を中心に」*特許研究* 75号31-46頁(2023)、田村善之「メタヴァースにおける『実用品』の利用をめぐる各種知的財産法の交錯」*情報通信政策研究* 7巻1号101-123頁(2023)ほか多数。
- 40) 廣瀬通孝「おもちゃにリアリティを感じる理由」『ボクらの玩具(おもちゃ) BEST SELECTION 2013(晋遊舎ムック)』104頁(晋遊舎、2013)は、世界で最初のプラモデルが、飛ぶ機能を失った代わりに、より実物に近いリアルな形を再現した点について(前掲注14)参照)、重要な部分を本物らしく感じさせるバーチャルリアリティ(VR)の発想そのものだと言及する。

Ⅲ 関連する知的財産法の検討

スケールモデルの商品化にあたっては、対象となる物の外観や形状のみならず、その名称等の表示の使用も許諾の対象となりうる。このため、創作法に限らず、標識法も含めたさまざまな知的財産法が関連する可能性がある。そこで、これらの知的財産法について、キャラクターやデザインの保護に関する先行研究や概説書を参考に⁴¹⁾、スケールモデルの商品化への適用の可能性を検討していく。各法の検討にあたっては、先に述べた仮想空間における知的財産の保護に関する議論を含む学説上の議論や関連する裁判例を参考にするほか、Ⅱで触れたスケールモデルのジャンル（例えば、「乗り物」、「ミリタリー」、「建築」等）についても適宜考慮していく。なお、許諾の対象に名称等の使用も含まれるとはいえ、許諾の主たる対象は、模型の対象となる物の外観・形状であるから、まずは、このような物の外観・形状に関する創作を保護する創作法、とりわけ、キャラクターモデルの商品化許諾の根拠として取り上げられることの多い著作権法からみていこうと思う。

1 著作権法

著作権法は「文化の発展に寄与すること」を目的として、著作物等に関する著作作者等の権利の保護を図る制度である（1条）。そして、「著作物」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」と定義され（2条1項1号）、著作物として美術の著作物、建築の著作物、図形の著作物等⁴²⁾が例示されている（10条1項各号）。著作権法は、その保護対象である著作物の性質上、著作物に関する様々な行為について著作権者や著作者の権利を認めているが、模型の対象が仮に著作物であると認められた場合、模型の製造・販売には、複製権（21条）、譲渡権（26条の2）、翻案権（27条）、

41) 検討の対象とする知的財産法の選定にあたっては、牛木・前掲注33)、吉村・前掲注35)、茶園＝上野編著・前掲注35)等の先行研究や概説書を参考にした。

42) 図形の著作物の一例として、模型も例示されている（著作権法10条1項6号）。ただし、「学術的な性質を有する」という限定があるため、本稿が取り扱う「趣味」としての模型は、基本的にこれに該当しないと解される（高林・前掲注35)61頁）。

あるいは著作権人格権（18条～20条）等の権利が及ぶ可能性が高い。また、著作権の侵害判断にあたっては一般的に類似性や依拠性が問題となることが多いが、模型は対象を忠実に再現することから、これらが争点となることは少ないと思われる。

ところで、スケールモデルのジャンルのうち、「乗り物」、「ミリタリー」、「日用品」、「家具」、「家電」といったジャンルの実物の外観・形状は、いわゆるプロダクトデザインにあたり、デザインにあたっては美観のみならず、その機能等の考慮が必要とされる⁴³⁾。このため、美術の著作物のうち、絵画・彫刻などの専ら鑑賞に供される「純粋美術」に対して「応用美術」と呼ばれ、主に後述する意匠法による保護との関係から、著作権法上の保護の在り方、すなわち、著作権法が保護する「著作物」に当たるか否か（著作物性）について長年、議論されてきた⁴⁴⁾。

従前、「純粋美術と同視できる程度の美的鑑賞性を備えること」が応用美術を著作物と認める要件とする説（純粋美術同視説）が裁判例上、有力であったが、近年の裁判例では、「実用的な機能を離れて、美的鑑賞の対象となる部分を含むこと」を求める説が有力となっているとされる⁴⁵⁾。なお、このような実用性等の考慮すら不要であり、他の著作物と同様に広く著作物性を認めるべきであるとする説もあり⁴⁶⁾、そのような説に立脚して幼児用の椅子等の実用品の著作物性を肯定する判決もみられた⁴⁷⁾。しかしながら、その後の判決の主流とはなっておらず、むしろ、同じ椅子について著作物性を否定する判決が最近出たところで

43) 清水利明「プロダクトデザインと著作権——混迷する応用美術の保護範囲」感性工学 17 巻 2 号 67 頁（2019）。

44) 横山久芳「応用美術と著作権法」論ジュリ 34 号 48-55 頁（2020）、島並良ほか『著作権法入門（第3版）』41-47 頁〔横山久芳〕（有斐閣、2022）、茶園＝上野編著・前掲注 35）8-13 頁、58-67 頁〔茶園成樹〕、高林・前掲注 35）43-51 頁、中山・前掲注 35）198-223 頁ほか多数。

45) 分離可能性説、独立美的鑑賞性説などと呼ばれる。横山・前掲注 44）50 頁、奥邨弘司「応用美術の著作物性」L & T 96 号 1-10 頁（2022）、田村・前掲注 39）109-111 頁ほか。

46) 非区別性、非制限説などと呼ばれる。上野達弘「応用美術の著作権保護——『段階理論』を越えて」パテント 67 巻 4 号（別冊 11 号）96 頁、109-112 頁（2014）、横山・前掲注 44）53 頁ほか。

47) 知財高判平成 27 年 4 月 14 日判時 2267 号 91 頁〔TRIP TRAP II 事件〕。

ある⁴⁸⁾。

いずれにせよ、応用美術の著作物性を認めた裁判例は複数あるものの⁴⁹⁾、スケールモデルの対象となるような実用品の形状について著作物性が認められた例は、椅子や照明等⁵⁰⁾ごく一部に限られ、スケールモデルの主たるジャンルである「乗り物」や「ミリタリー」の実物の形状について著作物性が認められた例は、少なくとも国内では確認されていない⁵¹⁾。

48) 知財高判令和6年9月25日裁判所HP(令和5年(ネ)10111号)[TRIP TRAPⅢ事件]。当該判決をもって非区別説は終焉したと指摘する声もある(木村剛大「1つと3つの椅子を巡る判決——トリップトラップⅢ知財高裁判決による非区別説の終焉と残された課題」コピライト64巻767号29頁、32頁(2025))。

49) 例えば、模型関連では、置物の人形(長崎地佐世保支判昭和48年2月7日無休例集5巻1号18頁[博多人形事件])、漫画のキャラクターのフィギュア(京都地判平成9年7月17日裁判所HP(平成7年(ワ)1371号)[ガレージキット事件])、妖怪のフィギュア(大阪高判平成17年7月28日・前掲注20)[チョコエッグ事件])等について著作物性が認められている(井上由里子「3Dプリンタに関する著作権問題——設計図と応用美術の著作権裁判例を手がかりに」DESIGN PROTECT 105号11頁、14-16頁(2015))。ただし、ガレージキット事件では、ガレージキットの著作物性の判断の中でスケールモデルの著作物性が否定されているほか、チョコエッグ事件でも動物のフィギュアの原型について著作物性が否定されるなど、スケールモデルの著作物性を肯定した裁判例は未だ確認されていない。なお、そもそも置物の人形やフィギュアは鑑賞に供されるもので、応用美術ではなく純粋美術と捉えるべきである一方、実物を忠実に再現する模型(=スケールモデル)の場合は、創作性が認められず著作物性は否定されとする見解もある(高林・前掲注35)46-47頁、61-65頁、奥邨・前掲注36)9-10頁ほか)。

50) 知財高判平成27年4月14日・前掲注47)[TRIP TRAPⅡ事件]、東京地判令和2年1月29日裁判所HP(平成30年(ワ)30795号)[照明用シェード事件]。

51) 鳥並ほか・前掲注44)37頁[横山久芳]は、自動車のデザインは、著作権法で保護すべき文化的所産とはいえないため、著作物性が否定されとする。なお、応用美術の著作権法による保護については、国内のみならず諸外国でも長年、議論されてきた(例えば、各国での議論をまとめたものとして、THE COPYRIGHT/DESIGN INTERFACE: PAST, PRESENT AND FUTURE (Estelle Derclaye ed., 2018))。「乗り物」の著作物性が争われた例だけをみても、例えば、イタリアの下級審がスクーター(Tribunale Torino, 17 marzo 2017, n. 1900 -Vespa)やレーシングカー(Tribunale Bologna, 20 giugno 2019, n. 3973 -Ferrari 250 GTO)について著作物性を認めているほか、欧州司法裁判所が折り畳み自転車について著作物性を認めている(C-833/18, Brompton Bicycle, ECLI:EU:C:2020:79)。一方で、スケールモデルの製造販売が実物の著作権侵害に当たるか否かが争われた例では、イタリアの最高裁がレーシングカーの著作物性を否定したほか(Cassazione civile sez. I, 3 novembre 2022, n. 32408 -Brumm Models)、中国の最高人民法院も戦闘機やその模型の著作物性を否定している(2017年12月29日最高人民法院(2017)最高法民再353号[舩10戦闘機事件])。

なお、「乗り物」の車体等に描かれたキャラクター等のイラストについては著作物に該当する可能性が高く⁵²⁾、実際に著作物性が認められた裁判例も複数存在する⁵³⁾。著作権法には公開の美術の著作物等の利用に係る権利制限規定(46条)があり、屋外を移動する「乗り物」に描かれたイラストは当該規定の対象になりうるが⁵⁴⁾、それを模型として商品化する場合は、そのイラストが46条柱書の「原作品」に該当するか、その模型が46条4号の「専ら美術の著作物の複製物の販売を目的とした複製」に該当するか、といった点を検討する必要があるだろう⁵⁵⁾。

また、「食品」や「日用品」のミニチュアでは、包装や容器も再現されることが多いが、容器の形状については応用美術の観点から著作物性が認められる可能性は低い。また、包装や容器のパッケージデザインについても、同様に著作物性が認められることは少ないと思われるが⁵⁶⁾、キャラクターのイラスト等が付さ

52) 茶園 = 上野編著・前掲注 35) 242 頁 [上野達弘]。

53) 例えば、バスの車体に描かれたイラストの著作物性を認めた裁判例として、東京地判昭和 51 年 5 月 26 日無体例集 8 巻 1 号 219 頁 [サザエさんバス事件]、東京地判平成 13 年 7 月 25 日判時 1758 号 137 頁 [はたらく自動車事件] があげられる。近年は、バス以外にも鉄道、航空機等で、様々なキャラクター等とタイアップした期間限定の特別な塗装やラッピングが施される例が多数みられ、これらの模型が販売されることも少なくない。このほか、乗り物のキャラクターの外観を実際の乗り物の外観上に再現する例(大井川鐵道のトーマス号等)や、個人がアニメのキャラクターのラッピングを車体に施す例(いわゆる「痛車」等)もみられ、これらも模型化されている。

54) 東京地判平成 13 年 7 月 25 日・前掲注 53) [はたらく自動車事件] は、車体にイラストの描かれたバスが、著作権法 46 条柱書に規定される「屋外の場合」に「恒常的に設置されているもの」に該当するとした。

55) 東京地判平成 13 年 7 月 25 日・前掲注 53) [はたらく自動車事件] は、46 条 4 号の適用にあたっては「著作物を利用した書籍等の体裁及び内容、著作物の利用態様、利用目的など」を客観的に考慮すべきとして、バスの写真が掲載された児童書の販売について 46 条 4 号該当性を否定した。ただし、当該事件では原作者がバスに直接イラストを描画していたのに対し、近年、公共交通機関でみられる特別塗装やラッピングは、予め用意されたデザインを印刷したものが多く、美術の著作物の「原作品」ではなく「複製物」に当たするため、46 条柱書が適用されないとの指摘がある(津田敦司「公共空間設置著作物の利用に関する法的規律」神戸法學雑誌 73 巻 1 号 21-22 頁、40-45 頁(2023)ほか)。さらに、公開された美術作品のミニチュアの有料販売は 46 条 4 号に該当するとの見解もある(上野・前掲注 39) 5 頁)。これらを踏まえると、ラッピング車両等を模型として商品化する場合、46 条の適用を受けることは難しいように思われる。

56) 例えば、文字と柄からなる清涼飲料水のパッケージデザインの著作物性が否定された事例として東京地判平成 20 年 12 月 26 日判時 2032 号 11 頁 [黒烏龍茶事件] があげられる。

れた場合には、「乗り物」の場合と同様に著作物性が認められる可能性が高いだろう⁵⁷⁾。

最後に、「建築」については、著作権法上の著作物の1つとして例示されているものの、応用美術と同様の理由から著作物性が認められる事例は限定的である⁵⁸⁾。さらに、仮に著作物性が認められたとしても、建築の著作物については、著作権法46条2号の規定により「建築」による複製に限って著作権侵害とされ、ミニチュア等の模型の製造・販売については基本的に侵害とはならないとされる⁵⁹⁾。また、模型の対象となる著名な城郭や寺院の多くは、仮に著作物性が認められたとしても、パブリックドメインに属するものがほとんどだろう⁶⁰⁾。

2 意匠法

次に、前節でも触れた意匠法について、みていきたい。意匠法は「産業の発達に寄与すること」を目的として、「意匠」の保護及び利用を図る制度であり(1条)、「意匠」について、物品の形状、模様若しくは色彩又はこれらの結合等であって、視覚を通じて美感を起こさせるものと定義する(2条1項)。意匠法は、「意匠」の定義にある「物品」の形状等、前節でも取り上げた「プロダクトデザイン」を主にその保護対象としてきたが⁶¹⁾、令和元年改正により、新たに「建

57) 脇坂祐子「日常業務の中で考える著作権の素朴な疑問——ここに著作権があるのか、ないのか」『パテント』70巻12号5頁、11-12頁(2017)、茶園=上野編著・前掲注35)73-74頁[宮脇正晴]。

58) 茶園=上野編著・前掲注35)127-131頁[中川隆太郎]、島並ほか・前掲注44)51頁[横山久芳]。

59) 半田正夫=松田政行編『著作権法コンメンタール2』397-398頁(勁草書房、2009)、茶園=上野編著・前掲注35)127-131頁[中川隆太郎]。ただし、岡本太郎の「太陽の塔」のようなミニチュメントは美術の著作物として扱われ、46条4号該当性の検討が必要となるほか、屋外にミニチュアを恒常的に設置する場合は同条3号に該当すると解されている(加戸守行『著作権法逐条講義(4訂新版)』300頁(著作権情報センター、2003)、半田=松田編・同398-399頁、上野・前掲注39)5-6頁)。

60) なお、日本の城郭の天守閣の中には、実際には存在しなかった天守閣を20世紀以降に模擬的に建築した「模擬天守」と呼ばれるものも多数存在する。ただし、これらに果たして「著作物性」の要件である「創作性」があるのかは疑問である。

61) 意匠法上の意匠の定義には、「美感を起こさせるもの」という限定があるものの、ネジ等の部品を含めて幅広い物品の意匠が登録されている。

築物」や「画像」が保護対象に追加された。なお、創作により発生する著作権とは異なり、意匠権は特許庁への出願、審査を経て、登録されて初めて発生するほか、その保護期間も大きく異なる⁶²⁾。

前節でも述べたとおり、スケールモデルのジャンルのうち、「乗り物」、「ミリタリー」、「日用品」、「家具」、「家電」等のジャンルの実物の外観や形状は、プロダクトデザインにあたり、意匠法が従前からその保護の対象としてきたものである。また、「食品」や「日用品」の包装や容器についても多くの登録事例があるほか、「食品」の形状そのものを意匠登録する例もある。「建築」についても、上述のとおり保護対象に追加され、既に多くの意匠登録がなされているところである。

なお、意匠権は登録意匠と同一・類似の意匠の実施に及ぶところ（23条）、模型の場合は基本的に実物を忠実に再現しているため意匠そのものの類似性が争点となることは少ないように思われる。ただし、我が国の意匠法では、物品の意匠については、意匠と物品は不可分の関係にあり、「物品が異なれば意匠は別個のもの」とされ⁶³⁾、意匠の類似性の判断にあたっては、まず、出願の際に願書に記載された「物品」が同一または類似であることを必要とすると解されている⁶⁴⁾。そして、物品の類否の判断にあたっては物品の用途・機能の共通性が基準となるとされる⁶⁵⁾。このため、例えば、物品を「自動車」として意匠登録をしても、自動車の模型には基本的に意匠権の効力は及ばず、自動車模型について意匠権による保護を図るためには、別途、物品を「自動車模型」や「自動車玩具」等とした意匠登録が必要となる⁶⁶⁾。実際の登録状況をみると、「乗り物」の

62) 意匠権の保護期間が出願から25年であるのに対し、著作権の保護期間は原則として作者の死後70年と、格段に長い期間が設定されている。

63) 高田・前掲注23) 32-34頁。

64) 最判昭49年3月19日民集28巻2号308頁[可撓伸縮ホース事件]。

65) 麻生典「判批」茶園成樹ほか編『商標・意匠・不正競争判例百選（第2版）』116-117頁（2020）。

66) 出願の際に願書に記載する「物品」は、従前、意匠法施行規則旧別表第一に定められた「物品の区分」を記載することとされ、模型に関連する区分として「自動車おもちゃ」、「電車おもちゃ」等の区分があったが、令和元年改正に伴い「物品の区分」は廃止され、意匠に係る物品の用途等が明確となるように記載するものとされている（同規則7条）。

ジャンルで、鉄道会社や欧州の自動車メーカー等が、物品を模型や玩具等として、自社の鉄道車両や自動車の意匠を登録している例が確認できるものの⁶⁷⁾、その他のジャンルでは、このような登録例はほとんど確認できない。

もっとも、我が国の意匠法では、出願時に願書に記載する「物品」によって意匠権の効力が制限されるが、諸外国の制度をみると、必ずしもそのような制限はないようである⁶⁸⁾。近年、仮想空間上での意匠権の保護に関する議論の中で、我が国の意匠法における「物品」と意匠権の効力の在り方について活発な議論がなされている⁶⁹⁾。

3 特許法・実用新案法

意匠法等と同様に創作法である特許法や実用新案法についても一応検討したい。特許法・実用新案法は、意匠法と同様に「産業の発達に寄与すること」を目的として、「発明」や「考案」の保護及び利用を図る制度である。発明・考案は、技術的思想の創作（アイデア）であるところ、模型の対象となる実物の外観・形状のうち機能的な要素は、発明や考案として特許法や実用新案法によって保護される。例えば、低空気抵抗・低騒音のための車体形状、航空機のエンジンの配置、機器の放熱構造等が挙げられる。

ただし、模型は対象となる実物をなるべく忠実に再現するものの、必ずしも実物と同様の効果を発揮するわけではない⁷⁰⁾、そもそも特許請求の範囲（クレーム）の文言上、模型には特許権の効力が及ばないことも多いと考えられる。こ

67) 例えば、意匠登録第1117562号（物品：電車おもちゃ）、意匠登録1123815号（物品：自動車おもちゃ）、意匠登録第1726711号（物品：Scale model（縮尺模型））などが確認できる。

68) 本山雅弘「欧州・ドイツにおけるデザイン保護の動向とわが国の意匠法への示唆——『物品』の位置づけをめぐる」知財管理69巻4号584頁、586頁（2019）、森綾香「メタバースと意匠法」RCLIP（2022年9月1日）（<https://www.rclip.jp/publications/2022/09/01/202209column>, 2025年5月3日最終閲覧）によれば、例えば、ドイツ最高裁は、乗用車の意匠と玩具の意匠の類似性を認めているほか（BGH, Urt. v. 12.10.1995 - I ZR 191/93 - Spielzeugautos）、意匠登録された鉄道車両の画像が、鉄道車両の検査技術に関する「パンフレット」に掲載されたことについて意匠権侵害が認めている（BGH, Urt. v. 7.4.2011 - I ZR 56/09 - ICE）。

69) 青木・前掲注39）2-8頁、森・前掲注68）ほか。

のため、スケールモデルの商品化許諾にあたって、特許権や実用新案権が関わることは全くないとまでは言い切れないが、ほぼ想定されないように思われる⁷¹⁾。

4 不正競争防止法 (2条1項3号)

ここまで取り上げてきた著作権法、意匠法、そして特許法・実用新案法は、各法律で規定された知的財産権を権利者に付与する制度となっている。これに対し、不正競争防止法は、事業者間の公正な競争の確保等を目的とし、不正競争行為を規制することで知的財産の保護を図る行為規制法である⁷²⁾。具体的な不正競争行為は2条1項各号に列記されており、これらの不正競争行為により営業上の利益を侵害された者は、侵害者に対し、差止め・損害賠償を請求できる(3条、4条)。2条1項各号に規定された不正競争行為のうち、本稿で取り上げるスケールモデルの商品化許諾に関連する不正競争行為としては、1号の「混同惹起行為」、2号の「著名表示冒用行為」、そして3号の「商品形態模倣行為」の3つが挙げられる。このうち、著作権法や意匠法との関係が深い3号の「商品形態模倣行為」について、まずはみていきたい。

不正競争防止法2条1項3号に規定される「商品形態模倣行為」とは、他人の商品の形態を模倣した商品を譲渡等とする行為⁷³⁾をいい、他人が市場において商品化するために資金・労力を投下した成果を模倣し、何ら改変せずに市場に提供する行為を規制することで、個性的な商品開発、市場開拓のインセンティブの維持を図ることを趣旨とする⁷⁴⁾。2条1項3号の適用には意匠法のような登録は必要ではなく、また、著作権法のような著作物性も問われない。その代わり、保

70) 例えば、低空気抵抗・低騒音のための車体形状は、風洞実験に用いられるように模型においても実物と同様の効果を発揮しうるが、少なくとも趣味の用途において、その効果を発揮することはほぼ想定されない。

71) 模型そのものが備える機能や模型の製造技術について多くの特許・実用新案が登録されていることはいうまでもなく、実際に侵害が争われた例も存在する(大阪地判平成2年9月13日無体例集22巻3号573頁[模型用エンジンスターター事件])。

72) 経済産業省知的財産政策室編「逐条解説 不正競争防止法(令和6年4月1日施行版)」27頁(2024年4月)。

73) 模倣行為自体は、研究開発等のためにも行われるため規制の対象とはなっていない。

74) 知財室編・前掲注72)88頁。

護期間は商品の販売開始から3年間と、著作権法や意匠法等の保護期間に比べてやや短い期間となっている⁷⁵⁾。

ここで、2条1項3号に規定される「模倣」とは、他人の商品の形態に依拠して実質的に同一の形態の商品を作り出すことと定義されており、ある製品の模型を作る場合、依拠性や形態の同一性については問題にならないように思われる。ただし、従前、当該「模倣」は、同一商品間での行為をいい、実物を模型や玩具で模倣する場合は「模倣」には該当しないとする見解が多数を占めていた⁷⁶⁾。

ところで、近年の仮想空間上における知的財産の保護に関する議論では、2条1項3号も議論の対象となっており、例えば、現実空間上の物を仮想空間上で再現する場合、「模倣」に該当するか否かが議論されている⁷⁷⁾。その中で、現実空間の製品を模型や玩具等で再現する場合の「模倣」該当性についても論じられており、デフォルメを加える玩具の場合は「模倣」に該当しないと解すべきだが、精密な模型については「模倣」に当たると解すべきといった説も有力となりつつある⁷⁸⁾。

5 商標法

前節までは知的財産法のうち創作法とそれに関連する法制度について検討して

75) 保護期間が3年となった経緯については山本庸幸『要説不正競争防止法（第3版）』133-135頁（発明協会、2002）を参照。

76) 伊藤・前掲注36) 520頁、田村善之『不正競争法概説（第2版）』302頁（有斐閣、2003）、渋谷達紀『知的財産法講義Ⅲ』95-96頁（有斐閣、2005）、小野昌延＝松村信夫『新・不正競争防止法概説（第3版）上巻』281-282頁（青林書院、2020）ほか。

77) 青木・前掲注39) 6頁、関・前掲注39) 42-44頁、田村・前掲注39) 118-121頁。矢倉雄太「メタバースにおける3Dオブジェクトと形態模倣（不競法2条1項3号）」『パテント78巻3号（別冊31号）』33頁、47-51頁（2025）。

78) 田村・前掲注39) 118-119頁注50、知財室編・前掲注72) 45頁注8。なお、一般に、玩具よりも精密に再現される模型のほうが、金型の製作や塗装等の工程でより多くの労力・費用を要する。また、意匠の創作非容易性に関してではあるが、自動車を模倣して自動車玩具を製造する行為について「何ら特別な創造的努力があるというほどのことはない」と指摘する声もある（高田・前掲注23) 235頁）。さらに、模型についても何らかのデフォルメが加えられることが少なくない（前掲注32) 参照）。これらを踏まえると、玩具であっても、形態が実質的に同一と認められる場合には、模型と同様に「模倣」に該当するというべきではないだろうか。

きた。ところで、Ⅲの冒頭でも少し触れたが、乗り物を模型で再現するにあたっては、その形状だけでなく、ロゴマークやエンブレムなどの標識も再現される。また、模型のパッケージや説明書に、模型の対象となる実物の名称やメーカー名等も記載されることが多い。さらに、実物の形状そのものが標識として機能をする場合もある。このため、スケールモデルに関する知的財産の検討にあたっては、創作法だけでなく、標識法についての検討も必要となる。そこで、ここからは、商標法をはじめとする標識法について検討していくこととする。

商標法は、意匠法や特許法と同様に「産業の発達に寄与」することに加え、「需要者の利益を保護すること」を目的として、商標を保護する制度である（1条）。商標法上、「商標」は、業として「商品」を生産等する者がその商品について使用をする標章、及び業として「役務（サービス）」を提供等する者がその役務について使用をする標章と定義され、「標章」には、文字や図形、記号のほか立体的形状、さらに色彩や音等も含まれる（2条1項）。意匠法や特許法と同様に、特許庁への出願・審査を経て登録されると商標権が発生し、出願の際に指定した商品・役務について登録商標を独占的に使用することができるとともに（25条）、指定した商品・役務と同一・類似の商品・役務について、他人が登録商標と同一・類似の商標を使用することを禁止できる（37条）。

ここで、本稿で検討するスケールモデルに関連する標章は、例えば、実物の商品名だけでなく、一連の商品のシリーズ名、さらには、実物に関わる事業者の名称（ハウスマーク）等、多岐に渡る。また、名称そのもののだけでなく、ロゴマークやパッケージデザイン等も登録可能なほか、識別力を備えれば、実物の外観・形状そのものも立体商標として登録可能である。ただし、実物と模型とでは商品・役務が異なり、類似でないことが一般的であるから、別途、模型や玩具等を商品として指定した出願・登録を行う必要がある。実際の登録状況をみると、例えば、自動車メーカーが「おもちゃ」や模型等を指定商品としてハウスマークや車のエンブレム等を商標登録しているのが確認できるが⁷⁹⁾、これに限らず、模型の対象となる実物に関わる事業者が、「おもちゃ」等を含む広い範囲の商品

79) 例えば、商標登録第 1026369 号、商標登録第 4131792 号、商標登録第 4357674 号などが確認できる。

を指定してハウスマーク等を商標登録する例はよくみられる。一方で、実物の外観・形状の立体商標としての登録に関しては、識別力を備えることが要件となっているため、そもそも登録のハードルが高いが、「おもちゃ」や模型等を指定商品として乗り物や建築の外観や形状を登録している例がわずかながら確認できる⁸⁰⁾。

なお、仮に模型や玩具等を指定商品として商標登録をしたとしても、権利行使にあたっては、商標としての使用（いわゆる商標的使用⁸¹⁾）に当たるか否かが問われる可能性がある。例えば、模型に関連する裁判例をあげると、レーシングカーの車体に掲載された広告を模型上に再現するための転写シールを販売する者を広告主が訴えた事件において、裁判所は商標権の侵害を否定している⁸²⁾。また、実物に付されたロゴマークや形状そのものを模型で再現した場合に、果たして商標的使用といえるのか国内外で議論がある⁸³⁾。これらを踏まえると、たと

80) 例えば、乗り物の立体商標の登録事例として、商標登録第5195138号、国際登録第1716503号、建築の立体商標の登録事例として、商標登録第5302381号があげられる。

81) 茶園成樹編『商標法（第2版）』223-229頁（有斐閣、2023）。

82) 東京地判平成5年11月19日裁判所HP（平成5年（ワ）5655号）[Marlboro事件]。他の多くの有名企業名や標章等のシールと並列的に配置されており、標章が商品の出所を表示し又はその品質を保証する標章、即ち商標として使用されていないとして、侵害が否定された。

83) 例えば、国内では、後述する不正競争防止法2条1項1号（混同惹起行為）に関する事案ではあるが、実銃の表示や形状の玩具銃での再現について、出所識別機能・自他商品識別機能がないとした例がある（東京地判平成12年6月29日・後掲注88）[ベレッタ事件一審]、詳細は次節を参照）。また、欧州では、玩具を指定商品として商標登録された自動車のロゴマークを模型で再現することについて侵害が争われた事件で、欧州司法裁判所の判決（Case C-48/05, Adam Opel AG v Autec AG, ECLI:EU:C:2007:55）を受け、2010年にドイツ最高裁は侵害を否定している（BGH, *Urt. v. 14.1.2010 -I ZR 88/08 -Opel-Blitz II*）。さらに、近年、イタリア最高裁（Brumm Models, *supra* note 51）やドイツ最高裁（BGH, *Urt. v. 12.1.2023 -I ZR 86/22 -DACHSER*）が同様の事例で侵害を否定したほか、玩具を指定商品とした立体商標の侵害が争われた事件においても、侵害を肯定した下級審判決がドイツ最高裁によって差し戻されている（BGH, *Urt. v. 2.5.2024, I ZR 23/23 -VW Bulli, See Marcel Pemsel, Small cars, big trouble reloaded, The IPKat, Jul. 6, 2024, <https://ipkitten.blogspot.com/2024/07/small-cars-big-trouble-reloaded.html>, last visited May 4, 2025*）。また、米国では、模型ではないが、ビデオゲーム上での実在する車や航空機等の再現について商標権侵害が争われた事案で、商標法上の権利と憲法上の表現の自由とを調整するロジャーズ・テスト等により、侵害が否定された事例が多数ある一方、侵害が肯定された事例も一部に存在する（詳細は平澤卓人「VR・ARにおける商標の保護」田村善之選題『知的財産法政策学の旅』125頁、126-130頁（弘文堂、2023）を参照）。

え模型や玩具等を指定商品とした商標権を取得していたとしても、使用の態様によっては、権利行使が認められない可能性があることに留意すべきだろう。

6 不正競争防止法 (2条1項1号)

4では、不正競争防止法に規定される不正競争行為のうち、著作権法や意匠法との関係が深い2条1項3号(商品形態模倣行為)をとりあげたが、ここでは、商標法との関連性の高い2条1項1号(混同惹起行為)、2号(著名表示冒用行為)を順に取り上げたい。

まず、不正競争防止法2条1項1号に規定される「混同惹起行為」とは、他人の周知な商品等表示と同一・類似の表示を使用して、他人の商品・営業と混同を生じさせる行為をいい、周知な商品等表示に化体された営業上の信用を保護することを趣旨とする⁸⁴⁾。2条1項1号には、「商品等表示」として商号、商標、標章、商品の容器・包装等が例示されているが、模型の対象となる商品そのものの外観や形状等を含む「商品の形態」も特別顕著性や周知性の要件を備えた場合には商品等表示となり得ると解されている⁸⁵⁾。また、他人の商品・営業との「混同」が要件となっていて、これまでみてきたとおり、模型とその対象となる実物は基本的に商品としては異なるため、一見、「混同」の要件を満たさないように思われる。ただし、「混同」には、表示主体が同一であると誤信させる場合(狭義の混同)のみならず、表示主体間に密接な関連性があると誤信させる場合(広義の混同)も含まれるとされる⁸⁶⁾。

(1) ベレッタ事件

ここで、スケールモデルの商品化許諾への2条1項1号の適用を検討するにあ

84) 知財室編・前掲注72) 68頁。

85) 愛知靖之ほか『知的財産法(第2版)』413頁(有斐閣、2020)、谷有恒「判批」茶園ほか編・前掲注65) 158-159頁。模型に関する事例をあげると、大阪地判平成4年7月23日判時1438号131頁[無線操縦用模型飛行機事件]が、模型飛行機の完成時の形態と販売時の形態が、旧不正競争防止法上の商品表示(現行法の商品等表示に相当)に当たると認めている。

86) 茶園成樹編『不正競争防止法(第2版)』33-34頁(有斐閣、2019)、知財室編・前掲注72) 81頁。

たり、参考になる事件があるので少し詳しく触れたい。この事件は、イタリアの銃器メーカーであるベレッタ社と許諾先の玩具銃メーカーが、ベレッタ社の許諾を得ずに実銃のロゴマークや商品名等を玩具銃やパッケージ等に付して製造販売した複数の玩具銃メーカーに対し、2条1項1号違反等を理由として差止め・損害賠償を求めて提訴した事件である（以下「ベレッタ事件」という。）⁸⁷⁾。結論としては、一審、控訴審ともに原告（控訴人）の請求を棄却したが、その理由に違いがみられた。

① 一審⁸⁸⁾

一審は、「一般に、模型は、一定の対象物……について、本物の備えている本質的機能……を有さず、単に、その外観を縮尺ないし原寸で模するもの」であり、「本物の備える機能を有さず、外観のみを忠実に模したものであるという模型の本質的特徴から、一般に、模型の需要者は本物のそれとは異なるものであり、模型の製造販売の主体も、本物のそれとは異なるのが通常である。」として、模型の本質的特徴や本物との需要者等の相違について述べた上で、「模型の形状や模型に付された表示が本物のそれと同一であったとしても、模型の当該形状や表示は、模型としての性質上必然的に備えるべきものであって、これが商品としての模型自体の出所を表示するものでないことは、広く社会的に承認されているものである」として、模型一般における本物の表示の再現について出所表示性を否定した。

その上で、本件について「被告商品に原告実銃に付されている原告各表示と同一ないし類似の被告各表示が付されているとしても、出所表示機能、自他商品識別機能を有する態様で使用されているものではない」とした。さらに、「被告商品のパッケージ等に被告商品の外観を示す写真や図面、その商品名を示す表示が付されていたとしても、それは、当該モデルガン⁸⁹⁾がどの実銃を対象とし、ど

87) 本事件を取り上げたものとして、佐藤達文「判批」茶園成樹ほか編『商標・意匠・不正競争判例百選（第1版）』140-141頁（2007）、小島・前掲注36）103-107頁、109-111頁、井奈波・前掲注36）、今西頼太「判批」茶園ほか編・前掲注65）148-149頁ほか多数。

88) 東京地判平成12年6月29日・判例時報1728号101頁（平成10年（ワ）21508号）。控訴審が併合された類似事件の同日付判決として平成10年（ワ）21507号、同21524号。

のような外観を有するののかという当該モデルガンの内容を説明するために使用されているにすぎず、右パッケージ等に表示された被告各表示……は、いずれも出所表示機能、自他商品識別機能を有する態様で使用されているものではない」とし、結論として、「被告商品及びそのパッケージ等に被告各表示を付すことが『商品等表示』としての『使用』に当たるということはできない」として、2条1項1号該当性を否定した。

② 控訴審⁹⁰⁾

これに対し、控訴審は、2条1項1号の「混同を生じさせる行為」は「広義の混同惹起行為」をも含むとした判例⁹¹⁾を引用したうえで、「実銃を模した玩具銃を製造、販売するに当たり、実銃に付された実銃メーカーの業務に係る商品等表示の使用について、実銃メーカーの許諾を得る慣行が確立し、このような慣行の存在について取引者、需要者の認識が定着している場合には、被控訴人各商品に控訴人表示を付すことが広義の混同惹起行為に該当することもあり得るべきである。したがって、被控訴人各表示に控訴人表示を付すことが、直ちに商品等表示としての使用に当たらないということとはできない」として、模型での実物の表示の再現について、一律に「商品等表示としての使用に当たらない」とした一審の判決を否定した。

その上で、「玩具銃の商品分野において、実物の形態やそれに付された表示の使用について、実銃メーカーの許諾を得る例は、近時増加しつつあるものの、従前は長年にわたりごく少数であって、今日にあってさえ、いまだ大勢を占めるまでには至っていない」とし、「実物を模した玩具を製造、販売するに当たり、実物の形態やそれに付された表示の使用について、実物メーカーの許諾を得る慣行

89) 一審判決には玩具銃を「モデルガン」とする記載がみられるが、控訴審判決の事実認定によれば、玩具銃には、実銃の外観を模しただけで弾丸の発射機能はない「モデルガン」と、空気やガスの圧力によってプラスチック製の弾丸を発射可能な「エアースoftガン」があり、現在流通する玩具銃の多くは「エアースoftガン」であるとされる。

90) 東京高判平成15年10月29日裁判所HP(平成12年(ネ)3780号、同3781号、同3810号)。

91) 最判平成10年9月10日判時1655号160頁[スナックシャネル事件]。

が既に確立しているということは、少なくとも、玩具銃に係る玩具銃メーカーと実銃メーカーとの関係に関する限り、困難というべき」であるとして、玩具銃の商品分野での許諾慣行の確立を否定した。さらに、「我が国にはけん銃の一般市場がほとんど存在しない……上、実銃の所持には法律による厳しい規制があるのに対し、玩具銃の購入は自由であり、両者の使用目的も全く異なるのであって、その取引者、需要者が異なることは明らかである。」と指摘し、実銃と玩具銃の市場の違いを指摘した。そして、「被控訴人各商品及びそのパッケージ等に控訴人の業務に係る実銃を示すものとして周知の商品等表示である控訴人表示と同一の被控訴人表示が付されていても、その玩具銃が、控訴人の業務に係るものと誤信されるおそれがないばかりでなく、同控訴人との間にいわゆる親子会社や系列会社等の緊密な業務上の関係又は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体の業務に係るものと誤信させるおそれがあるとも認め難い」として、2条1項1号の「広義の混同惹起行為」には該当しないとした。

③ 各判決についての検討

ここで、各判決について検討すると、一審は、2条1項1号該当性を判断するに当たって、「商品等表示としての使用」、すなわち、出所表示機能、自他商品識別機能を有する態様での使用が求められるとし、玩具銃を含む模型一般における実物の表示の再現について、「商品等表示としての使用」に当たらないとした⁹²⁾。しかしながら、一審のいう模型の「本質的特徴」は模型の一面を捉えたに過ぎず、Ⅱで述べたとおり、その本質は単に外観を再現するだけでなく、それにより対象を「模」擬的に体験することにある。そして、このような模型や玩具の性質を活かして、例えば、自動車メーカーが、プラモデル、ミニカー、乗物玩具等のライセンスを行い、子供達にこれらの商品を購入してもらうことで、将来の自社製品の消費者を育成しようと試みる等⁹³⁾、商品化許諾を活用した潜在的な顧客への

92) 一審判決は、2条1項1号該当性の判断にあたり、商品等表示としての使用が必要であるとした裁判例として多くの概説書で引用されている（田村・前掲注76）・252-253頁、茶園編・前掲注86）35頁、小野・松村・前掲注76）・212-213頁、愛知ほか・前掲注85）424頁、知財室編・前掲注72）79頁ほか）。

マーケティングが実際に行われている。これらを踏まえると、模型における実物の表示の再現について、「一律に」商品等表示としての使用を否定した点には疑問が持たれる。さらに、一審は、玩具銃での実銃の表示の再現だけでなく、パッケージに実銃の商品名等を付すことについても、「商品等表示」としての使用に当たらないとしたが、この点も一般的な商慣習に照らして疑問が持たれるところである⁹⁴⁾。

これに対し、控訴審は、「商品等表示としての使用」ではなく「混同」の要件、とりわけ「広義の混同」に着目している。玩具銃に実銃の表示を付すことについて「許諾の慣行」が確立していた場合には「広義の混同」に該当することもあり得、直ちに「商品等表示としての使用に当たらない」とはいえないとして、一審の判断を否定した。その上で、「少なくとも」実銃メーカーと玩具銃メーカーの間で許諾慣行が確立していないこと、さらに、一般使用が禁止されている「実銃」と「玩具銃」の市場や需要者の相違を踏まえて、「広義の混同」を否定している。これは、模型業界においてもジャンルによっては商品化許諾が一般化しつつあった当時の状況に配慮しつつ、事案の背景⁹⁵⁾を踏まえた妥当な判決だったと評価できるのではないだろうか。本件で示された「許諾関係の存在の誤信」が「広義の混同」に含まれるという考えについては、単にそれだけで混同を認めることについて批判の声もあるが⁹⁶⁾、企業経営におけるブランド戦略の重要性が高まる中で、表示の使用許諾による「品質管理」の側面をとらえ、これを肯定する見解もある⁹⁷⁾。

93) 草間・前掲注 34) 8 頁、草間・前掲注 37) 58-59 頁。この他にも、レーシングゲーム向けにスポーツカーのライセンスを行い、ゲームユーザーにその操作を体験してもらうことで、実際の車の購買につなげるといった試みもなされている。

94) 例えば、商標の使用に関する裁判例として知られる福岡地飯塚支判昭和 46 年 9 月 17 日無体例集 3 巻 2 号 317 頁【巨峰 I 事件】では、「包装用容器の見易い位置に見易い方法で表されている標章は、内容物たる商品の商品名もしくはその商品の出所を示す標章と見られる……というのが今日の取引上の経験則というべき」と判示する。

95) 一審、控訴審の事実認定によれば、長らく玩具銃業界にはオリジナルの銃器メーカーから許諾を得る慣行はなかったが、1990 年代後半に玩具銃メーカーの 1 社がベレッタ社と独占的な許諾契約を結び、他社を相次いで訴えたという経緯がある。

96) 田村・前掲注 76) 89-90 頁ほか。

(2) 控訴審判決の各ジャンルへの当て嵌め

ベレッタ事件は、模型業界においても商品化許諾の慣行が確立しつつあった1990年代のまさに過渡期に起きた事件であった。事件から四半世紀が過ぎた現在において、スケールモデルの各ジャンルに、ベレッタ事件控訴審判決で示された判断基準（許諾慣行の確立、市場や需要者の相違）を当て嵌めてみるとどうだろうか。

まず、ベレッタ事件の対象となった銃器や戦車、戦闘機などの「ミリタリー」については、ベレッタ事件当時、玩具銃について許諾を得る例が増えているとされたほか、諸外国でも許諾を求める例があるが⁹⁸⁾、ベレッタ事件控訴審で指摘されたとおり、防衛品・銃器などと模型では取引者・需要者が大きく異なるため、広義の混同が認められるハードルは依然高いように思われる。ただし、防衛品だけでなく民生品も含めた幅広い事業を展開している企業があるほか、市場の重複も一部にはあること等⁹⁹⁾から、個別の事案では混同が生じる可能性も完全には否定できない。

次に、「乗り物」については、自動車メーカーや鉄道会社等による模型に関する商品化許諾が一般化しているほか¹⁰⁰⁾、実物と模型の市場の乖離も大きくなく、

97) 茶園成樹「混同要件」高林龍ほか編『現代知的財産法講座Ⅰ 知的財産法の理論的研究』405頁、421-423頁（日本評論社、2012）、上野達弘「混同の意味」パテント65巻13号（別冊8号）12頁、23-25頁（2012）。なお、控訴審判決で引用された最判平成10年9月10日・前掲注91）「スナックシャネル事件」は、「広義の混同」の1つとして「商品化事業グループに属する関係の誤信」をあげている。これは、旧法下において、最判昭和59年5月29日民集38巻7号920頁「フットボール・シンボルマーク事件」が、特定の表示の持つ「出所表示機能、品質保証機能及び顧客吸引力を保護発展させる」という共通の目的のもとに同表示の「商品化契約」によって結束した「同一の商品化事業を営むグループ」に属する関係が存するものと誤信させる行為も「混同」に含まれるとしたものである。「商品化事業グループに属する関係の誤信」と「品質管理」を伴う「許諾関係の存在の誤信」とは、完全に重なるものではないが、いずれも許諾（契約）を前提としており、事案によっては両方に該当する場合もあるだろう。

98) 例えば、英国防衛省がロゴ等の商品化許諾に関する手引き（Guidance）を公表している（Ministry of Defence, *Guidance on the licensing of Ministry of Defence Names, Logos and Insignia on Merchandise*, available at <https://www.gov.uk/government/publications/mod-copyright-licensing-information/guidance-on-the-licensing-of-ministry-of-defence-names-logos-and-insignia-on-merchandise>, last visited May 3, 2025）。

99) 玩具銃メーカーが自衛隊に訓練用の擬製銃を納入するといった事例もある。

需要者も一部重なる¹⁰¹⁾。さらに、交通事業者やメーカーが多角的な事業を展開する例¹⁰²⁾や模型に限らず幅広い商品化事業を行う例¹⁰³⁾、あるいは自身で模型を企画・販売する例¹⁰⁴⁾も少なくないため、「広義の混同」が認められる可能性はミリタリーに比べて高いだろう。とりわけ、大手交通事業者や主要なメーカーの名称等について混同が生じる可能性が高いと考えられる¹⁰⁵⁾。また、商品の形態は一般的に商品等表示と認められにくいとされるが¹⁰⁶⁾、例えば、高速鉄道や都市

100) 前掲注 34) 参照。もっとも、諸外国では、近年でもミニカーや模型の商品化許諾を巡る訴訟が多数みられることから、必ずしも国際的に一般化しているとはいえないのかもしれない。

101) 実物と模型で需要者が完全に重なるわけではないが、多くの場合、模型の需要者の多くが実物の需要者、あるいは潜在的な需要者であると考えてよいだろう（もっとも、警察車両や消防車両のように需要者の重なりを認めにくいものも一部にある）。

102) 例えば、多くの鉄道会社が不動産・流通・ホテル・レジャー等さまざまな事業を手掛けている。

103) 例えば、自動車メーカーによる商品化事業があげられる（草間・前掲注 34) 7-8 頁、草間・前掲注 37) 58-59 頁）。なお、この場合には、最判昭和 59 年 5 月 29 日・前掲注 97) [フットボール・シンボルマーク事件] が示した「商品化事業グループに属する関係の誤信」に該当する可能性もあるだろう。

104) 鉄道会社や航空会社、自動車メーカー等が自社で模型を企画販売する例が多数みられる。また、建設機械の模型は、もともと建設機械メーカーが顧客にノベルティとして提供していたものを、一般にも販売するようになったものが多いとされる（中京重機ブログ「建設機械のスケールモデルは中古建設機械取り扱いの原点。」（2016 年 6 月 28 日）（<https://blog.chukyo-juki.co.jp/blog/建設機械のスケールモデルは中古建設機械取り扱いの原点>、2025 年 5 月 3 日最終閲覧））。

105) 大手交通事業者や主要メーカーの名称等の周知性・著名性を認めるとともに、商品化事業やグループ事業等との関係から「広義の混同」を認めた例として、名古屋高金沢支判昭和 62 年 12 月 7 日無休例集 19 卷 3 号 530 頁 [ボルシェ事件]、東京地判平成 10 年 3 月 13 日判時 1639 号 115 頁 [高知東急事件]、東京高判平成 11 年 10 月 28 日裁判所 HP（平成 9 年（ネ）2081 号）[京王自動車事件]、知財高判平成 25 年 3 月 28 日裁判所 HP（平成 24 年（ネ）10067 号）[日本車輛事件] があげられる。また、商標の登録要件に関する事件ではあるが、乗用車のブランド名が自動車ユーザーの間で周知であることを認めた例もある（知財高判令和 6 年 8 月 5 日裁判所 HP（令和 6 年（行ケ）10007 号）[Jimmy Fan 事件]）。

106) 茶園編・前掲注 86) 20 頁。ベレッタ事件の関連事件では、実銃の形状を玩具銃で再現することについても 2 条 1 項 1 号該当性が争われたが、当該実銃の形状は商品等表示に当たらないとされた（東京高判平成 15 年 10 月 29 日裁判所 HP（平成 12 年（ネ）3811 号、同 3812 号、同 3874 号））。なお、原審（東京地判平成 12 年 6 月 29 日判時 1728 号 113 頁（平成 10 年（ネ）23338 号）ほか）は、ベレッタ事件一審と同様の趣旨で、模型における実物の形状の再現は「商品等表示としての使用」に当たらないとしている。

圏を走る通勤電車、大手メーカーの販売する自動車等の外観・形状については商品等表示と認められる可能性は十分にあるだろう¹⁰⁷⁾。

「食品」、「日用品」、「家具」、「家電」等については、許諾慣行の有無を確認できていないが、仮に慣行があると認められれば、「乗り物」と同等かそれ以上に需要者が重なるため、「広義の混同」が認められる可能性が高い。ロングセラーの食品や日用品のパッケージデザイン、家具や家電の外観・形状については、商標等表示と認められる場合も多いだろう¹⁰⁸⁾。

一方で、地方の公共交通機関や販売地域が限られる食品、あるいは海外製品については、混同の前提となる「周知性」が問われる場合があるかもしれない¹⁰⁹⁾。また、自動車や家電の外観・形状、食品や日用品のパッケージ等はロングセラー商品であっても、トレンドや製品のライフサイクル等に応じて大小のモデルチェンジが行われる¹¹⁰⁾。これに対して、模型の対象として、現在は販売されていない過去の製品が選ばれることも少なくない。このようなケースで仮に2条1項1号該当性が争われた場合、これまでのデザインに共通する特徴の商品等表示該当性や、対象となった過去の製品の現時点での周知性等が争点となるだろう¹¹¹⁾。また、そもそも「過去」に販売されていた製品を模型として販売することが、当該製品を販売していたメーカー等の「現在」の営業上の利益にどの程度影響するのかといった点も争点となる可能性がある¹¹²⁾。

107) 伊藤・前掲注36) 519頁。

108) 食品のパッケージについて商品等表示該当性が認められた事例として、東京地判平成20年12月26日・前掲注56) [黒烏龍茶事件]、家電の形態について商品等表示該当性が認められた事例として、東京地決平成11年9月20日判時1696号76頁 [iMac事件] があげられる。また、先に取り上げた知財高判令和6年9月25日・前掲注48) [TRIP TRAPⅢ事件] では、幼児用椅子の形状について著作物性が否定された一方、商品等表示該当性は肯定されている。

109) 2条1項1号の「周知性」は一地方で広く認識されていれば足りるとされる一方で、その保護範囲は当該周知地域に限られるとされる(茶園編・前掲注86) 26-27頁)。

110) 新星出版社編集部編『ロングセラー商品のパッケージデザイン』6-161頁(新星出版社、2010)、日経デザイン編『ロングセラーパッケージ大全』9-165頁(日経BP、2016)。

111) 当該製品を懐かしむ需要者の購入を見込んで模型化するのであるから、周知性は肯定される可能性が高いだろう。

112) 現在は販売されていない製品の場合、事業への直接の影響はないかもしれないが、事業者が長年、蓄積してきたグッドウィルへの影響は少なからずあるように思われる。

最後に、「建築」について検討すると、全国規模のチェーン店や都心の電波塔のような知名度の高い商業施設については、「乗り物」や「食品」等と同様に「広義の混同」が認められるとともに、名称やロゴだけでなく、店舗や施設の外観についても商品等表示と認められる可能性が高いだろう¹¹³⁾。ただし、模型の対象となることの多い寺社や城郭などの歴史的建築については、慣習上、商品化許諾を求める場合もあるようだが¹¹⁴⁾、寺社を運営する宗教法人については、判例上、宗教活動やこれに密接にかかわる事業については2条1項1号の「営業」に当たらないとされており¹¹⁵⁾、自治体等が管理する城郭も含めて2条1項1号の適用は否定されるべきだろう¹¹⁶⁾。

7 不正競争防止法 (2条1項2号)

次に、不正競争防止法2条1項2号(著名表示冒用行為)について検討する。「著名表示冒用行為」は、他人の著名な商品等表示と同一・類似の表示を、自己の商品等表示として使用する行為をいい、著名表示の冒用によって、著名表示の顧客吸引力に「ただ乗り(フリーライド)」され、著名表示と本来の使用者との結びつきが薄められたり(希釈化、ダイリューション)、著名表示のブランドイメージが汚染(ポリューション)されたりすることを防止することを趣旨とす

113) 東京地決平成28年12月19日裁判所HP(平成27年(ヨ)22042号)[コメダ珈琲事件]では、全国展開する喫茶店チェーンの店舗の外観について商品等表示性が認められた。当該喫茶店を含め、複数のチェーン店の模型が商品化許諾を得て販売されていることが確認できる。

114) 朝日新聞デジタル版「平等院、ジグソーパズル販売会社と和解 無断販売めぐり」(2020年10月12日)(<https://www.asahi.com/articles/ASNBD6583NBDPLZB00R.html>, 2025年5月3日最終閲覧)。

115) 最判平成18年1月20日民集60巻1号137頁[天理教豊文教会事件]、小野=松村・前掲注76)155-159頁、茶園=上野編著・前掲注35)154頁[中川隆太郎]。なお、宗教法人が地下鉄の駅名としての寺社の名称の使用差止めを求めた事件で、裁判所は広義の混同を否定して、請求を棄却している(東京高判平成8年7月24日判時1597号129頁[泉岳寺事件])。

116) 自治体等が管理・運営をしていれば一律に「営業」に当たらないというわけではなく、例えば、地下鉄やバス等の公営事業は「営業」に該当するといえるだろう。実際に、東京都交通局は地下鉄やバスの車両等の商品化について許諾を求めている(東京都交通局「商品化許諾」(<https://www.kotsu.metro.tokyo.jp/other/kanren/royalty/>), 2025年5月3日最終閲覧)。

る¹¹⁷⁾。2条1項2号は、このような趣旨から、1号と違って「混同」の要件がない一方で、商品等表示が「著名」であること、すなわち、「著名性」が要件となっており、周知性よりも高い知名度が求められる。

先にとりあげたベレッタ事件では、2条1項1号だけでなく2号の該当性も争われ、ベレッタ社のロゴマーク等の著名性は否定されたが¹¹⁸⁾、スケールモデルの対象となる「乗り物」、「食品」、「日用品」、「家電」等に関わる事業者の名称や商品名、ロゴマーク等の中には全国的な知名度を備え、「著名性」が認められる可能性が高いものも少なくない¹¹⁹⁾。また、2条1項2号については、「商品の形態」が商品等表示に該当する可能性は1号よりもさらに低いとされるが¹²⁰⁾、例えば、前節で例示した鉄道車両や自動車等の外観・形状のように、2条1項1号だけでなく2号の商品等表示性が認められる可能性があるものも少なからずあるだろう¹²¹⁾。ただし、2条1項2号には1号と違い、「自己の商品等表示として」使用することが要件である旨が明示的に規定されている¹²²⁾。このため、商標法における商標的使用と同様、表示の態様によっては、「自己の商品等表示として」の使用と認められず、2条1項2号の該当性が否定される可能性がある¹²³⁾。

8 その他（一般不法行為・パブリシティ権）

ここまでみてきたとおり、知的財産法の中には、創作法、標識法、さらに不正

117) 知財室編・前掲注72) 82-83頁、85頁。

118) 東京高判平成15年10月29日・前掲注90) [ベレッタ事件控訴審]。

119) 前掲注105) 参照。その他、航空会社のロゴマークの著名性を認め、2条1項2号に該当するとした事例として、東京地判平成30年9月12日裁判所HP（平成29年（ワ）43698号）[JAL事件]。

120) 小野＝松村・前掲注76) 246頁、茶園＝上野編著・前掲注35) 48頁注40 [茶園成樹]。

121) 伊藤・前掲注36) 519頁。

122) 2条1項1号についても、ベレッタ事件一審判決で示されたように、「自己の商品等表示」としての使用が解釈上求められるとする見解がある一方、混同の要件に包含されるとするとの見解もある（愛知ほか・前掲注85) 416-417頁、424頁）。

123) 例えば、伊藤・前掲注36) 519-520頁は、市販される自動車の外観形状が著名な商品等表示と認められるとしつつ、ミニチュアカーやプラモデルで外観形状を模倣することは、「自己の商品等表示として」の使用には当たらないとする。これは、ベレッタ事件一審判決と同様の見解であるが、当該判決を否定した控訴審判決等を踏まえれば、一概に「自己の商品等表示として」の使用に当たらないとは言えないのではないだろうか。

競争行為を規制する不正競争防止法のような様々な制度が存在する。これらの実定法で救済することができない場合であっても、民法の一般不法行為（709条）による救済が得られる可能性がある。ただし、既存の知的財産法上の侵害行為や不正競争行為に該当しないにもかかわらず不法行為が認められるためには、判例上、これらの知的財産法の規律するものとは異なる法的に保護された利益を侵害するなどの「特段の事情」が必要であるとされており¹²⁴⁾、一般不法行為による救済のハードルは相当高い。

ところで、個人の氏名・肖像等が有する顧客吸引力を排他的に利用する権利として「パブリシティ権」と呼ばれる権利がある。これは法令等に具体的に規定された権利ではなく、判例上、著名人等について人格権に由来するものとして認められたものである¹²⁵⁾。パブリシティ権については、従前、人以外の動物を含む「物」についても認められるかどうか盛んな議論があったが¹²⁶⁾、競走馬の名称等の無断利用が争われた事件において、最高裁は法令等による根拠がない中での不法行為の成立を否定している¹²⁷⁾。

スケールモデルについてみると、これまでに取り上げた「乗り物」、「ミリタリー」、「食品」、「日用品」、「家具」、「家電」、「建築」といったジャンルは、いずれも「物」に当たるためパブリシティ権は認められず¹²⁸⁾、先述した一般不法行為

124) 最判平成 23 年 12 月 8 日民集 65 卷 9 号 3275 頁 [北朝鮮映画著作権事件]。当該判決は著作権に関するものであるが、その射程は商標法や不正競争防止法など他の知的財産法も射程とするとされる（足立勝「著名商標の保護について——アンブッシュマーケティング規制の検討を中心に」日本大学知財ジャーナル 6 号 33 頁、35-36 頁（2013））。なお、当該判決以降、従前から高かった一般不法行為による救済のハードルが一段と高まったとされてきたが、近時、一般不法行為による救済を認めた判決が出て注目を集めている（東京高判令和 6 年 6 月 19 日裁判所 HP（令和 3 年（ネ）4643 号）[バンドスコア事件]）。

125) 最判平成 24 年 2 月 2 日民集 66 卷 2 号 89 頁 [ピンク・レディー事件]。

126) 伊藤・前掲注 36) 507-522 頁、内藤篤＝田代貞之『パブリシティ権概説』116-138 頁（木鐸社、1999）、新井みゆき「物のパブリシティ権」同志社法学 52 卷 3 号 148-200 頁（2000）、堀江亜以子「パブリシティ価値の定義と『パブリシティの権利』」東京都立大学法学会雑誌 44 卷 2 号 275-302 頁（2004）ほか多数。

127) 最判平成 16 年 2 月 13 日民集第 58 卷 2 号 311 頁 [ギャロップレーサー事件]。

128) II で取り上げた「動物」のフィギュアについても同様となる。一方で、例えば、タレントやスポーツ選手等の著名人を模したフィギュアについては、パブリシティ権の行使が認められるだろう。

による救済も含め、保護が得られる可能性は限りなく低いと言わざるをえない。

IV 若干の考察

1 商品化許諾の根拠

前章では、スケールモデルの商品化許諾に関連する複数の知的財産法について、スケールモデルのジャンルや、近年の仮想空間における知的財産の保護に関する議論等も参考にしつつ、適用の可能性を順に検討してきた。本章では、これらを踏まえて、スケールモデルの商品化許諾の根拠となる知的財産法について若干の考察を試みたい。

まず、創作法に関して、スケールモデルの対象となる物の外観・形状の多くはいわゆる応用美術にあたり、学説上の議論はあるものの、現時点では著作物性が認められる可能性は低い。このため、乗り物の車体にイラストが描かれている場合等、一部の例外を除き、キャラクターモデルの商品化許諾の根拠とされることの多い著作権法による保護を受けることは基本的に難しいといえる。代わりに、対象となる実物の外観・形状を、模型や玩具等を物品として意匠登録することで、意匠法による保護を受けられる可能性が高い。また、標識法に関しては、模型の対象となる実物に関連する名称やロゴマーク等の文字・図形商標、さらには対象となる実物の外観・形状等の立体商標を、模型や玩具等を指定商品として商標登録することで、商標法による保護を受けられる可能性がある。このため、スケールモデルの商品化許諾に際し、その根拠となりうる法定された権利は、主に意匠権、商標権の2つとなるだろう。

ただし、実際の登録状況を見ると、まず、意匠権について、スケールモデルの対象となる実物について意匠登録した例に多数あるものの、それらの意匠について、別途、物品を模型や玩具等として意匠登録した例は鉄道車両や自動車等の一部に限られる¹²⁹⁾。また、商標権についても、模型の対象となる実物に関わる事業者が、「おもちゃ」や模型等を含む広い範囲の商品を指定してハウスマーク等

129) 前掲注67) 参照。

を商標登録する例は多数あるものの、許諾元となる事業者が常に「おもちゃ」や模型等を指定商品とした商標登録を行っているわけではない。また、実物の外観・形状等の立体商標としての登録については、そもそも登録のハードルが高いうえに、「おもちゃ」や模型等を指定商品とする例はさらに限られる¹³⁰⁾。このため、実際に、商品化許諾の根拠となりうるのは、多くの場合、許諾を行う事業者のハウスマーク等に関する商標権のみであり、場合によっては、それすらないことも想定される¹³¹⁾。

2 商品化許諾契約の意義

もっとも、商品化許諾にあたって、このような法的根拠が必ずしも必要なわけではない。当事者間で商品化許諾契約が結ばれることで、当事者には契約内容に基づく権利・義務が発生するが¹³²⁾、このような契約を結ぶことの意義として、まず、許諾を行う自動車メーカー等の実物に関わる事業者は、商品化の許諾や模型の品質管理を通して、自身のブランドの毀損を防止し、価値向上につなげるとともに、マーケティング等にも活用できる¹³³⁾。一方、許諾を得る模型メーカーにとっても、自動車メーカー等からお墨付きを得ることで製品の付加価値を向上できるほか、対象の寸法等の詳細なデータを提供してもらい、より精密なモデルの作成が可能となる¹³⁴⁾。このように、当事者双方にとってメリットがあるだけでなく、より精密で高品質な模型が入手可能になることは需要者にとっても有益だろう¹³⁵⁾。また、許諾契約を積み重ねていくことで、将来的に許諾慣行¹³⁶⁾が形

130) 前掲注 80) 参照。

131) 実務では、許諾元となる実物に関わる事業者等が、模型のパッケージ等に用いられる実物の写真や、いわゆる「箱絵（ボックスアート）」の著作権を保有し、それを商品化許諾の根拠とすることもあるようである。

132) 吉村・前掲注 35) 71-73 頁は、これを「私的契約による商品化権」と呼び、キャラクター商品の法的保護に関して、実定法上の適用が必ずしも十分とはいえない現時点において、「比較的」有効な手段であるとする。

133) 草間・前掲注 34) 8-10 頁、草間・前掲注 37) 60-61 頁は、ライセンスの目的として、ブランドの価値向上や販売促進以外にも、登録商標の「使用」の実績ができる点や本業以外でのロイヤリティ収入が得られる点があげている。一方で、ライセンス商品の事故等の商品化によるリスクについても指摘しており、それらは適切な契約や保険、検査等により軽減できるとする。

成され、不正競争防止法2条1項1号における「広義の混同」が認められる可能性が高くなることも期待される¹³⁷⁾。

3 不正競争防止法による救済とパブリシティ権的価値の保護

ただし、ライセンス料負担や手続の手間を嫌う等して、無許諾で模型を製造・販売する者が一部にはいるだろう。また、ベレッタ事件のように、許諾慣行が無かった中で、許諾を得ることが求められるようになるといったことが今後も起こるかもしれない。こうした場合には最終的に紛争に発展する可能性が高いが¹³⁸⁾、このような紛争において、意匠権や商標権の行使が困難な場合、当事者が不正競争防止法による救済を求めることが想定される¹³⁹⁾。ただし、Ⅲでみてきたとおり、2条1項3号については、近年、模型による実物の再現についても模倣に該当しうるといった見解は出ているものの、実際にそれを認めた裁判例はなく、何

134) スケールモデルの設計にあたっては実物の色や寸法等のデータが重要となる。これらのデータを収集するため、実物が展示されている海外の博物館に足を運んだ、あるいは、メーカーから提供されたデータだけでは満足がいかず、実物を購入して分解した、といった逸話も聞かれる(田宮・前掲注6)90-116頁、156-159頁)。

135) もっとも、単一の模型メーカーと独占的な許諾契約が結ばれたり、許諾条件が厳しすぎたりすることで、多様な模型メーカーによる商品化が制限され、需要者の選択肢が狭まることを懸念する声もある(KOZY 商店模型事業部「マテル社について」(<https://kohmodels.harisen.jp/mattel.html>, 2025年5月3日最終閲覧)ほか)。

136) ここでの許諾関係は、単なる許諾関係ではなくⅢ6で触れた「品質管理」を伴う許諾関係である。

137) 許諾慣行のなかった頃から自動車メーカー等から丁寧に許諾をとり、信頼を獲得した模型メーカーも存在する(田宮・前掲注6)142-146頁)。当該メーカーは、前掲注134)で紹介した海外の博物館への訪問後、博物館に寄付を行っている(田宮・前掲注6)106頁)。

138) 例えば、米国では2000年代に鉄道会社と鉄道模型メーカーの間で商標権侵害の争いがあったが、無償許諾をすることで和解した(M.T.H. Electric Trains, U.P., *M.T.H. Electric Trains Settle Trademark Dispute*, Nov. 8, 2006, <https://www.mthtrains.com/news/mth-electric-trains-settle-trademark-dispute>, last visited May 3, 2025)。和解の詳細な内容は不明だが、公表されている訴訟資料等を踏まえると、鉄道会社が模型メーカーによる鉄道模型の製造販売を長年黙示的に許諾していたとして、侵害が否定されたものと推認される。

139) ベレッタ事件の当事者であるベレッタ社は、1997年に事件で争われた名称やロゴを、「おもちゃのけん銃」等を指定商品として商標登録出願し、商標権を取得しているが(商標登録第4265019号ほか)、先使用権との関係で玩具銃メーカーに対して商標権を行使できなかったものと推認される。

より保護期間が3年と短い。また、2条1項1号についても、許諾慣行の広まり等により、ジャンルや個別の事案によっては「広義の混同」が認められる可能性があることは確認できたものの、裁判例の蓄積は十分ではなく、実際に「広義の混同」が認められるかどうかは依然として不透明である。2条1項2号についても、「著名性」や「商品等表示としての使用」の要件がネックになる可能性がある。

ところで、Ⅱでも述べたが、模型の魅力は、実物を忠実に再現し、「模」疑的に実物を体験するところにある。そのような体験を実現するにあたっては、実物を忠実に再現する技術はもちろん重要だが、実物のもつ「顧客吸引力」、すなわち、Ⅲでも取り上げたパブリシティ権的な価値¹⁴⁰⁾に依るところも少なくない¹⁴¹⁾。このため、ベレッタ事件のように長年、許諾の慣行がなかったケースはさておき、顧客誘引力に「ただ乗り（フリーライド）」する行為によって、実物に関わる事業者等に何らかの不利益がある場合には、それに対する救済があってもよいように思われる。

しかしながら、Ⅲで述べたとおり、判例上、人以外の「物」についてパブリシティ権は認められていない。このような「物」のパブリシティ権的価値について、不正競争防止法の混同防止規定（2条1項1号）による救済を唱える説¹⁴²⁾や一般不法行為の解釈による救済の可能性を指摘する見解もあるが¹⁴³⁾、少なくとも現状ではそのハードルは高そうである。近年、メタバースや生成 AI 等との関係でパブリシティ権への注目が高まっているが¹⁴⁴⁾、「人」だけでなく「物」についても、改めてパブリシティ権的な価値の保護の在り方について、立法措置も含め

140) 東京地判平成10年1月21日判時1644号141頁[キング・クリムゾン事件]、堀江・前掲注126)277頁、小島・前掲注36)110頁などは、これを「パブリシティ価値」と呼ぶ。

141) 同様の指摘をするものとして、伊藤・前掲注36)518頁、小島・前掲注36)110頁。

142) 井上由里子「パブリシティの権利の再構成——その理論的根拠としての混同防止規定」筑波大学大学院企業法学専攻十周年記念『現代企業法学の研究』127-196頁（信山社、2001）、井上由里子『「パブリシティの権利」と標識法体系』日本工業所有権法学会年報25号37-61頁（2002）。

143) 吉村・前掲注35)72-73頁、エンターテインメント・ロイヤーズ・ネットワーク編『エンターテインメント法務Q & A——権利・契約・トラブル対応・関係法律・海外取引（第4版）』172-173頁〔横山経通〕（民事法研究会、2024）。

た検討がなされてもよいのではないだろうか¹⁴⁵⁾。

では、不正競争防止法等により救済されるのであれば、商品化許諾のために、費用や時間のかかる意匠や商標を登録する必要は、もはやなくなるのだろうか。例えば、粗悪な模倣品等に対する権利行使のためには、登録された権利の存在が有効であるとされる。税関での水際措置や刑事罰による救済を求める場合、意匠権や商標権のような登録された権利があることで、権利の内容が特定されやすく、当局の迅速な対応を期待できるからである¹⁴⁶⁾。また、登録された権利があることで商品化許諾の根拠も明確になり、契約交渉が円滑に進むことも期待されよう。不正競争防止法等による救済はあくまで最終手段として位置づけるべきだろう¹⁴⁷⁾。

144) 小林利明「芸名、グループ名とパブリシティ権」ジュリ1594号35-40頁(2024)、AI時代の知的財産権検討会「AI時代の知的財産権検討会 中間とりまとめ」33-34頁(2024年5月)、松尾光舟＝斉藤邦史「人工知能の時代におけるパブリシティ権の主体と客体」情報ネットワーク・ローレビュー23号85-105頁(2024)、今村哲也「講演録 音声の法的保護と知的財産法」コピライト64巻765号2-32頁(2025)ほか多数。

145) 最判平成16年2月13日・前掲注127) [ギャロップレーサー事件] は、「法令等」の根拠がある場合についてまで、物のパブリシティ権を否定するものではない(井上由里子「判批」ジュリ1291号272-273頁(2005))。例えば、現行の不正競争防止法2条1項2号には、「自己の商品等表示として」の使用といった限定がある一方で、最判平成24年2月2日・前掲注125) [ピンク・レディー事件] は、パブリシティ権を侵害する行為として、①鑑賞対象となる商品等としての使用、②商品等の差別化を図る目的での商品等への付加、③商品等の広告としての使用等の「専ら……顧客吸引力の利用を目的とする」行為を示しており、2条1項2号よりも広い範囲の行為について救済を認めている。これを踏まえると、例えば、不正競争防止法上の不正競争行為として、「専ら他人の商品等表示の有する顧客吸引力の利用を目的とする使用」を追加するのも一案ではないだろうか。なお、今村・前掲注144) 28頁は、2条1項2号から「自己の商品等表示として」の使用の要件を削除する案を提言しているが、これは救済の範囲をやや広げ過ぎているように思われる。

146) 実際に、航空会社が税関に対して商標権に基づく飛行機模型の輸入差止申立をしているのが確認できるほか(税関 Japan Customs「知的財産の輸入差止申立情報：商標権」(https://www.customs.go.jp/mizugawa_search/chiteki/index_1.htm, 2025年5月3日最終閲覧)、模倣品を輸入して販売した者が商標権侵害で逮捕された事例も存在する(読売新聞オンライン「聖火運んだ特別機の偽の模型、中国から輸入し販売…男『シンボルマークの商標登録知らなかった』」(2021年5月28日)(<https://www.yomiuri.co.jp/national/20210528-OYT1T50154/>, 2025年5月3日最終閲覧))。

147) 例えば、ベレッタ事件で不正競争防止法による保護が認められなかった玩具銃に関し、国内の銃器メーカーが、物品を「銃おもちゃ」とした意匠登録を行っていることが(意匠登録第155544号ほか)、玩具銃業界で話題になった。

4 模型を取り巻く状況の変化への対応

なお、IIで触れたように、近年、模型を取り巻く状況は大きく変化している。CADや3Dプリンタ等の普及によって、模型の設計や生産のハードルが下がったことに加え、SNSやフリーマーケットサイト等の公表・販売環境が整備されたことで、個人が趣味の延長で、自身の作品（製品）を展示・販売等して収益化することが容易になっている。模型に限らず個人の趣味とビジネスの境界は曖昧になっており、今後、このような境界領域での知的財産を巡るトラブルはますます増えていくことが予想される¹⁴⁸⁾。

他方で、過剰な権利行使が、自由な創作活動の萎縮やファンの反発を招くことも懸念される。明らかな権利侵害行為や、事業者等が長年蓄積したグッドウィルを毀損するなど事業者の営業上の利益を損なうような行為は許されるべきではないが、一定のルールの下で、ファンによる創作活動を認めることが、事業者やブランドのイメージ向上に寄与し、事業者にとって有益となる場合もあるのではないだろうか¹⁴⁹⁾。一部の事業者は商品化許諾の手続をインターネット上で公表しているが、これは主に模型メーカーのような一般の事業者を対象としている。事業にまでは到らないファンの個人的な創作活動について、アニメやゲーム等にもみられる二次創作ガイドラインのような指針を示すのも一案かもしれない¹⁵⁰⁾。

148) 実際に、個人によるミニチュア作品や改造品の販売について違法性を懸念する声がみられる（北沢剛司「ミニカーを改造して販売すると訴えられる!? ミニカー改造はどこまで許されるのか」外車王 SOKEN（2018年7月29日）(<https://www.gaisha-oh.com/soke n/minicar-litigation/>, 2025年5月3日最終閲覧)ほか)。また、主にキャラクターモデルが対象だが、既製品のフィギュアに「魔改造」といわれる極端な加工を施して販売した個人が著作権侵害で逮捕された事例や、ファッション雑貨ではあるが、リメイク品を販売していた個人が商標権侵害で逮捕された事例など、実際にトラブルに発展した事例も多数ある（週刊女性PRIME「『うる星やつら』ラム、『新世紀エヴァンゲリオン』綾波レイ、『名探偵コナン』安室透…代行業者も現れた『魔改造フィギュア』の深まる闇、法的にはグレーゾーン」（2023年1月21日）(<https://www.jprime.jp/articles/-/26572>, 2025年5月3日最終閲覧)、読売新聞オンライン「美容師の女が『リーバイス』『リー』ジーンズ商標を無断使用、バッグ自作し販売か」（2022年8月26日）(<https://www.yomiuri.co.jp/national/20220824-OYT1T50285/>, 2025年5月3日最終閲覧)ほか)。

149) 現状では、ファンによる個人的な創作活動については基本的に静観しつつ、悪質な行為については法的措置をとるといった対応がなされているものと思われる。

V 結びに代えて

本稿では模型に関する知的財産について、スケールモデルの商品化許諾を中心に若干の考察を行った。そもそも模型とは何か、といった点から出発し、模型の発展や取り巻く環境の変化を概観した上で、近年の仮想空間上における知的財産の保護に関する議論等も参考に、スケールモデルの商品化許諾に関連する知的財産法について順に検討した。

これらの検討を踏まえると、スケールモデルの商品化許諾に際し、一部の例外を除き著作権を根拠とすることは基本的に難しく、物品を模型や玩具等として登録された意匠権、あるいは、模型や玩具等を指定商品として登録された商標権が有力な根拠となり得る。ただし、実際にはこれらの権利が取得されていない場合も少なくなく、そのような中での商品化許諾契約の意義や不正競争防止法による救済、模型の対象が備えるパブリシティ権的価値の保護、さらには、模型を取り巻く状況の変化への対応等について若干の考察を試みた。

なお、本稿では国内を中心に検討を行い、諸外国については関連する裁判例を取り上げる程度にとどまった¹⁵¹⁾。しかしながら、これら諸外国の裁判例の中には、複数の法域にまたがる事件¹⁵²⁾や実物の形状や表示を模型で再現する場合の商標権侵害の是非が争われた事件¹⁵³⁾等、多くの興味深い事件がある。これらを各国の制度¹⁵⁴⁾や事件の背景等¹⁵⁵⁾も踏まえて分析することは、国内の制度の在り

150) 池村聡「『二次創作』文化を巡るアレコレ——二次創作と著作権の曖昧な関係」京女法学11号19-33頁(2017)、田島佑規「ファンアートに関する二次創作ガイドラインの在り方を考える——ネット上におけるファンアートと著作権法の関係を踏まえて」骨董通り法律事務所 For the Arts(2022年3月31日)(<https://www.kottolaw.com/column/220331.html>, 2025年5月3日最終閲覧)、今村哲也ほか「国際ワークショップ『ビデオゲーム、ファンカルチャー、知的財産』」情報コミュニケーション学研究23号1-3頁、13-38頁(2024)。なお、ガレージキットの展示販売イベントでは、出展者が主催者を通じて権利者からイベント限定で商品の展示販売の許諾を得る「当日版權」という慣行も存在する(宮脇・前掲注18)175頁、小林・前掲注1)114-115頁、ワンダーフェスティバル実行委員会「当日版權申請の手引き」(https://wonfes.jp/pdf/copyright_manual.pdf, 2025年5月3日最終閲覧)。

151) 前掲注51)、注68)、注83)、注138) 参照。

152) 例えば、Brumm Models, *supra* note 51 では、著作権と商標権の侵害が争われた。

153) 前掲注83) 参照。

方に重要な示唆を与えるだけでなく、スケールモデルの対象となる実物を扱う事業者の多くがグローバルにビジネスを展開しているなか、国際的な商品化許諾の在り方を検討する上でも有用となるだろう。また、本稿における検討を踏まえて、キャラクターモデルを含めた商品化許諾の在り方について、あるいは、二次市場における知的財産の保護の在り方について考察を深めていくのも面白いかもしれない¹⁵⁶⁾。

※本稿は、筆者が一橋大学大学院法学研究科ビジネスロー専攻で過ごした2年間に得た知見を基に書き記したものである。執筆にあたり、井上由里子教授及び知財戦略プログラムの皆様から多くの有益な助言をいただいた。この場を借りて深く感謝を申し上げる。

154) 例えば、英米法と大陸法での商品化権の比較を行ったものとして、Mary LaFrance 著 (矢野敏樹訳)「詐称通用 (パッシングオフ) と不正競争——競争法における対立とコンバージェンス」知的財産法政策学研究 37 号 1 頁、19-30 頁 (2012) があげられる。

155) 例えば、Brumm Models, *supra* note 51 等の事件の当事者となったフェラーリ社は、自動車業界で最も商品化ビジネスに注力していることで知られる (湘南人草間文彦のライセンシング日記「フェラーリのライセンス戦略」(2013 年 8 月 24 日) (<https://brandog.exblog.jp/20657178/>, 2025 年 5 月 3 日最終閲覧))。その一方で、模型の商品化に関して一社と独占的な許諾契約を結んだ結果、一時期、他社が模型を商品化できなくなるといった事態を招いたことが模型業界で話題になった (前掲注 135) 参照)。

156) 模型や玩具を含めた二次市場 (aftermarket) における知的財産の取扱いについて論じたものとして、例えば、Thomas Dreier, *Primary and After-Markets*, available at <https://www.zar.kit.edu/downloads/Publikationen/Thomas%20Dreier/Primary%20and%20After-Markets.pdf>, last visited May 3, 2025、小島・前掲注 36) 111 頁があげられる。