

Web 表現教育と著作権

— 情報発信演習における法規制ケーススタディ —

中西 裕

概要

学校教育において Web ページ制作が行われる際の著作権や肖像権といった法的な問題について、現実に現場で起こったケース15例を検討した。個人の非営利的な Web 制作で他人の著作物を利用する際の環境が十分に整っていないことを指摘し、その解決策を示唆する。

1. はじめに

学校教育の場面で Web ページの制作が指導されることは、現在一般的におこなわれている。情報教育の一環として行われることも多いが、初等中等教育の場面においては調べ学習の成果を文書化するためのオーサリングツールとしてもしばしば利用されている。Web ページ制作を学校教育の中で実施することの役割も次第に変化してきた。Blog などの様々な CMS 〈注1〉 やコンテンツ作成ソフトの充実に伴って、Web 制作技能そのものが目的化するような演習はすでに過去のものになり、現在では主として次のような目的で Web 作成演習が行われている。

- ・ WWW 自体のしくみを理解しコンピュータ処理のメンタルモデルを形成する。
- ・ テキスト、画像、音声などさまざまな形態のファイルを、複数のソフトウェアを駆使して扱うことを通してパソコン処理の全般に亘る技能を習得する。
- ・ Web ページを持つことの容易さを体験し、個人が世界に向けて情

報発信できる時代について考える。

- ・配色やレイアウトといったデザインを学び、総合的な表現技能を習得する。
- ・プロジェクト実現の過程を学習する。
- ・情報発信そのものにまつわる法的な問題や人権に係る問題を学習する。

ここでは、最後に挙げた情報発信にまつわる法律的な問題、特に著作権の問題を中心に取り上げ、学校現場での具体的な事例について検討する。

2. 前提

まず、学校における Web 制作指導と著作権に関する基本事項を確認しておく。わが国の現行の著作権法は、1970年に「昭和45年5月6日法律第48号」として制定された。米国においては2000年にデジタル情報を大きく視野に入れた「デジタルミレニアム著作権法 (Digital Millennium Copyright Act)」が施行され、所謂「フェアユース (公正利用)」の範囲が縮小されたが、わが国では旧来の著作権法を時代に合わせて改正する方法でデジタル技術の発展に対応しようとしている。著作権を巡る現在の世界的な傾向として、著作権保護期間の延長など、著作権者の権利がより守られる方向に向かっていることは間違いない。このことが新しい文化の誕生と発展を育む方向に機能するか、それを殺ぐ方向に機能するかは議論の分かれるところだろう。著作権を守りすぎることによって文化の発展を阻害することを防ぐため、わが国の著作権法においてもフェアユースに該当する利用に関して著作権者の権利が制限されている(第三十～五十条)。主なものを挙げると、

- ・私的使用
- ・図書館における複製
- ・引用
- ・教科用図書等への掲載
- ・学校その他の教育機関における複製等

- ・点字による複製
 - ・営利を目的としない上演等
 - ・報道のための利用
 - ・公開の美術の著作物等の利用
- などがある。

Web制作演習において、授業の指導者と受講者だけが授業の時間内のみアクセス可能であるような形でWebページを作成した場合には、そこに他人の著作物が使用されていたとしても「学校その他の教育機関における複製等」に該当するため著作権の処理は特段必要とならない。しかし、授業の受講者以外もアクセスできる場合や、授業時間外にいつでもアクセスできるような形でコンテンツをサーバに蓄積する場合には、教育利用にも私的利用にも当たらず、インターネット上に開かれたWebサイトと同じ法的な規制の対象となる。これはWebサーバが校外・学外からアクセスできない環境にあったとしても同様である。

そこで、学校教育においてWeb制作演習を行う場合、受講者が作成して公開するコンテンツが他人の著作権や肖像権を侵害していないかという点については、指導者は細心の注意を以って指導に当たらねばならない。

3. ケーススタディ

以下、具体的な事例について検討していきたい。以下の事例はいずれも、筆者がこれまで授業を担当したK女子大学「文芸メディア演習」、T女子短期大学「ネットワーク演習」、Y女子大学「情報処理基礎Ⅳ」、Y女子短期大学「情報ネットワーク演習」、および現任校の就実大学「インターネット・コミュニケーション」の授業の中でWebコンテンツ作成を扱い、実際に学生指導の中で直面したケースである。

Web制作については、掲示板やblogをメインコンテンツとするものは避け、受講者は特定のテーマを持ったコンテンツを作成するという形で情報発信を行う。Web制作の技能習得そのものを主目的とせず、企画を立案し、作業を計画し、企画を実現し、評価するという過程を学習

することを目的としている。このような Web 制作演習のあり方については、以前に論じた〈注2〉のでここでは繰り返さない。また情報発信の企画としての当否という部分では論じるべきことも多いが、本論ではそれにはできるだけ触れず、学習者の設定したテーマに関して法的にその可否を検討していくこととする。

なお、ここに掲げる解釈は、判例や著作権情報センター等の著作権関連団体の見解、著作権を持つ企業等とのやりとり等に基づく私見である。法解釈は専門家であっても見解の分かれる場合が多く、以下のケースが常に結論として正しいと言うことはできないが、必要に応じて幅を持った解釈として記述してあるので、学校現場で不適切な指導を行わないための参考としていただければ幸いである。

下記のケースのいくつかは、著作権法等の条文だけでは判断できず裁判所の判断を待たねば結論は出せない種類のものである。しかし、現実にはこれらのケースのような非営利的な利用に関して裁判に発展して判例が出ることはほとんどない。したがって、著作物の非営利的利用に関して広大なグレーゾーンが存在しているのが現状である。

民主主義社会において、市民は法の主人であり法の実現のために市民が役割を担うべきとする考え方がある〈注3〉。その意味においては、グレーゾーンに属する「リスクを持ったコンテンツ」をあえて Web に掲載して問題を提起することも市民の役割のひとつとも考えられるが、こと学校教育の場面においてはリスクのあるコンテンツを生徒・学生に作成させるべきではないだろう。以下のケーススタディはこのような前提に沿って記述したものである。

○ Case01 「本を紹介するサイトを作りたいので本の表紙の写真を掲載したい」

書物の装丁は装丁家の表現物であって、ほとんどの場合は著作権性を有している。単純な文字のみの装丁で著作権がないと言える物もあろうが、

逆にそのような装丁の本であれば表紙をスキャンして Web に掲載したいとは思わないであろう。したがって、ほとんどの場合、権利者に無断での掲載は不可能である。

商用の Web サイトにおいて書物の表紙写真が掲載されているケースは少なくないが、ニュースサイトでは「報道」としての公正利用が成り立つし、出版元に許可を取って紹介記事を掲載している場合や「アフェリエイト広告」としてあらかじめ写真利用を許諾されている場合など、それぞれに著作権処理はクリアになっているはずである。このような事例を以って個人利用も無許可で可能とする考えは成り立たない。

○ Case02 「キャラクタグッズを集めています。私のコレクションを紹介するページを作りたい。」

キャラクタ自体が著作物であるかどうか、という部分で事情が分かれる。

マンガのキャラクターがそれだけで独立して著作物と認定されるかどうかについては、有名な判例がある。「サザエさん事件」（東京地裁昭和51年5月26日）である。この判例によれば、「サザエさん」の漫画の特定の一コマ一コマの映像そのものが著作物であるというだけでなく、一連のサザエさん作品を通じて役割・容貌・姿態などから各登場人物自体の性格が一貫した恒久的なものとして表現されていることを以って、キャラクタそのものにも著作権が発生するという考え方を示したものである。つまり、漫画の一コマを写し取った場合に著作物の複製にあたるというだけでなく、独自に構図や姿勢や表情をつけて描いたとしても、その絵を人が見て「サザエさん」と感得し得ればそれも著作物の複製に当たるということである。したがって、キャラクタグッズのコレクションの写真を公開するためにはキャラクタの著作権を管理する会社などの許諾を得る必要がある。

なお、サンリオ系のインターネットプロバイダ「株式会社サンリオ

ウェブ」では、同社のオンラインサービス「サンリオワールド」のユーザ向け Q&A の中で、「商品で使われているサンリオキャラクターの写真を撮って使うのは問題ありませんか？」という質問への回答として、個人がホームページ上などでサンリオキャラクターグッズの写真を利用することを条件付きで認めている。すなわち、自分で写真を撮って使う場合であっても、原則として著作権法で認められている「私的利用」の範囲を超えて使用することはできないとした上で、「次の条件を全部満たす場合に限って、ホームページへの掲載を認めています。」と具体的な掲載条件を記している（右引用参照）。この内容を見ると、サンリオキャラクターのイメージを損なうような使い方はできないが、サンリオファンがキャラクターグッズを好意的に紹介するといった使い方であれば可能であることがわかる。

この Q&A ページにはサンリオワールド社と並んでサンリオ社自体の著作権表示もあり、同社のキャラクターについて個人サイトでの使用条件を提示してあらかじめ包括的に利用許諾を行うことで

〈掲載の条件〉

- ・個人（企業や団体ではなく）のホームページであること
- ・他人（サンリオを含む）が撮った写真をその許可なしに掲載しないこと
- ・営利目的の掲載ではないこと（自分や他人の事業等の広告宣伝の目的で掲載する場合や、顧客を掲載ホームページに誘導する目的で掲載する場合も、営利目的の掲載となります。）
- ・サンリオおよびサンリオの関連会社や提携会社の権利、利益を害するような掲載をしないこと
- ・サンリオキャラクターや商品の信用、イメージ等を害するような掲載をしないこと

（サンリオワールド内「著作権についての Q&A」より）

<http://www.sanriowave.com/world/ka/sonota/qa.html>

ファンサイトを育成し、広報効果を上げようとする方針が読み取れる。

○ Case03 「私の持っているぬいぐるみを写真に撮って紹介したい。」

個々のぬいぐるみが著作権を持つかどうかの判断が必要なケースである。明確なのは、ミッキーマウスのようなキャラクタもののぬいぐるみについては前項で述べたように許諾が必要だということである。

そうではなく単純に「犬」「くま」「うさぎ」のような一般的な形状のものであれば著作権はないと考えられるので、自分で写真を撮れば（写真の著作権処理がクリアであれば）Web上に利用可能である。とはいえ、学生が紹介したくなるものであれば何かしらデザインに特異なものを持っている場合が多いだろう。その場合はかなりグレーな部分となる。著作権のあるなしについてメーカ側と見解が対立する場合も考えられるので念のため許諾を取るほうが無難であるといえる。

実際にあったケースとして、某社製のぬいぐるみを他のぬいぐるみや食べ物等と一緒にデジタルカメラで撮影し、台詞をつけて4コマ漫画風の作品を作りたいというものがあった。これについて学生本人が、某社に電話で問い合わせ、使用目的やWebの公開範囲（学内）、ほのほのとしたタッチの物語を作ること、キャラクタのイメージを損なう使い方はしない旨を述べて許諾を求めたところ、「ぬいぐるみが弊社の著作物であることを認識していただいておりますので、使用していただいて構いません。ただし、HP内のどこかに弊社のキャラクターであることを明記して下さい」との許諾を得られたというケースもあった。制作会社側ではサザエさんのようなそのキャラクタの性格付けを保証する背景世界のないキャラクタ（つまり著作物と主張できるかどうかグレーであるようなキャラクタ）についても著作権を主張したいのであり、それを認識した上で正面から依頼すれば気持ちよく許諾してもらえるケースも少なくない。「無断利用しても事実上問題はないだろう」と問題をうやむやにするよりは、著作権の処理ということを学習者に体験さ

せることのほうがむしろ教育的な意味があるだろう。

○ Case04 「ぬいぐるみを抱いた写真を公開したい。」

前項のケースと重なるが、写真に写ったぬいぐるみに著作権があるかどうかが問題になる。キャラクタもののぬいぐるみを抱いている場合などは、そのぬいぐるみがはっきり写っていればやはり権利処理が必要になると考えられる。もちろん、著作権のあるぬいぐるみの写真を無許可で掲載するための抜け道として「ぬいぐるみが主ではなく、モデルが主である写真にぬいぐるみがたまたま写りこんでいるだけ」というレトリックを弄することは、健康な発想ではない。

○ Case05 「おいしいレストランを紹介したい。お店の写真は載せてもいいか？」

店そのものは建築物である。建築物も著作物の一種であるが、著作権法第四十六条に建築の著作物はそれを建築物として複製する場合以外は自由に利用できることが謳われている。一般に屋外にある店の外観や、たとえショッピングモールのような私有地内にある店の外観であっても、ショッピングモール自体が誰にでも出入りできる状態であれば私有地であるなしに係らず、公開の場所と考えて外観写真は自由に利用できると考えてよいだろう。

○ Case06 「ディズニーランドのシンデレラ城の写真を掲載したい。」

この場合は前項の「公開の場所にある建築」とは若干意味が異なり、入場料を徴収して入場を許可されているテーマパークという「閉鎖された私有地」つまり管理区域の中にある建築を撮影した写真ということになる。この場合は著作権の問題としてではなく所有権の問題としてテーマパークの管理者が写真撮影の可否やその公開の可否を決することができるため、ディズニーに対して許諾を求める必要が出てくる。しかし、

東京ディズニーランドを経営する株式会社オリエンタルランドにその許諾を求めて明快な回答が得られないケースもあった。これはオリエンタルランド自身が米ディズニー社から著作権の許諾を受けて運営しているという構造によって判断の難しいケースもあるようである。

テーマパークの中で明確に園内の写真の Web 利用のレギュレーション（規定）を定めているのは三井グリーンランドを経営するグリーンランドリゾート株式会社である。同社 Web サイト上の「著作権に関するご注意」というページには、次のような Q&A が掲載されている。

Q 2. 園内での写真を掲載したい。

A. 「OKです（ただし、条件付）」

遊園地園内は、著作権法上の管理区域であり、管理区域内で撮影する場合は管理者の意向に従う事が必要とされております。当社では、当社施設のみが写っている場合には、非営利目的に限り使用を承諾いたします。ただし、キャラクター、芸能人などが写っている場合は、上記 Q 1 と同じく当社の判断で許可することはできません。

引用者注：「上記 Q 1」とは、「ショーの様子を写真を使ってホームページで紹介したい」とする質問に「NGです」と回答した Q&A。

（「三井グリーンランド」公式サイトより

<http://www.greenland.co.jp/greenland/right.htm>）

○ Case07 「ブロックおもちゃで作った作品の写真を掲載したい。」

ブロックおもちゃのパーツのひとつひとつの著作権性ということはかなり薄いといわざるをえないだろう。しかし、ブロックおもちゃについてメーカーが著作権を主張する場合がある。1999年、インターレゴ社が中

国メーカーを相手取りレゴブロック製品の著作権を侵害したとして中国で訴訟を起こし、この裁判ではレゴ社のブロックのいくつかが形状から著作権を持つと認定されている。わが国における直接的な判例はないが、ブロックおもちゃのパーツの一つひとつは意匠として工業的所有権で処理される性質のもので、そのパーツそのものが著作物という解釈は無理があると思われるが、いかがだろうか。しかし中国での例を考えればこれもグレーな部分といわざるを得ない。

学生から某外資系玩具メーカーの日本支社にブロック作品の写真掲載について許諾を求めたことがあるが、このときは学内イントラネット上での公開であれば問題ないとの回答を得た。しかし、これは在外本社への確認を厭うての回答と見ることもでき、許諾というよりは事実上の黙認に近いものとも考えられる。

○ Case08 「ビーズ細工の作品を見せるページを作りたい。」

1個1個のビーズのパーツそのものについては、前項のブロック玩具パーツ以上に著作権の薄いものであり、著作権を主張することはほぼ不可能と思われる。したがって、自分でデザインしたビーズ細工については掲載に特に許諾は必要ないと考えられる。

しかし、そのビーズ細工が組み立てキットである場合、キットのデザインには著作権が認められる場合が多いだろうから、許諾を取る必要が出てくる。欧米を中心とするビーズキットメーカーでは、キットの完成品の Web への写真掲載について、レギュレーションを掲載しているケースもあり、一定の条件を満たす掲載方法について包括的な許諾を与えているので、このような場合は個別の許諾申請は不要である。

ただ、教育的な意味で重要なのは、オリジナルの価値を認識させることだろう。組み立てキットの写真を掲載するよりは、拙いものであっても自分でデザインしたビーズ細工を発表して自分が著作者になることの意義を説きたいものである。

○ Case09 「面白いパズルを紹介するページを作りたい。自分で買った市販のパズルの写真を撮って掲載することは可能か？」

ジグソーパズルのように、完成すると著作物が現れるものについては当然権利処理が必要になるが、たとえばプラスチックや木片のピースを組み合わせて長方形を作ったり、T字型を作ったりするような種類のパズルであれば、ひとつひとつのピースに関しては著作権はないものと思われる。

○ Case10 「きれいな香水のビンが好きです。香水ビンの写真を撮って掲載したい。」

香水ビン自体は一般的には香水を格納するための実用的な容器であって、純粹美術としての著作権はかなり薄いものといわざるを得ず、一般的には許諾の必要はないと考えられる。ただし、特に美術的な価値のあるようなデザインである場合や、ビン自体に他の著作物を利用しているといったような場合は注意を要する。

○ Case11 「商品パッケージの写真を掲載したい。」

パッケージにキャラクターが印刷されていたり、著作権のある絵や写真が印刷されていたりすれば著作権の問題が発生する。しかし、描かれているのが商品名のロゴのみといったような場合は、ほとんど著作権は認められない。もちろんロゴは意匠法で守られるデザインであるが、一般に個別の文字の字体そのものについては（書道作品のように明らかに純粹美術としての性格を持ったものを除けば）著作物とは認めがたい。昨今、コンピュータ用文字フォントメーカーも自社のフォントについて商用利用を禁じたり別途料金を請求したりするケースが増えているが、これは著作権の問題というよりは、文字フォントというデータ商品の使用許諾条件（つまり契約）の問題と捉えるべきだろう。

Case12 「有名人の似顔絵を自分で描いて掲載したい」

これはグレーゾーンの中でもかなり判断の難しい部分といえるだろう。似顔絵は肖像画の一種であり、写真と同じく描かれた人物の肖像権が発生する。描かれているのが有名人である場合、プライバシーとしての肖像権だけでなくパブリシティ権（肖像を使用することによって利益を得る権利）も発生する。もし裁判で争うならば、似顔絵を描いた側の報道の自由、表現の自由と、肖像権・パブリシティ権の間の軽重の問題や、似顔絵がどれほど似ているか、デフォルメの度合いがどうか、というところが争点となるだろう。

関連の判例としては、「『新ゴーマニズム宣言』の肖像権侵害事件」（東京地裁平成14年5月28日）がある。東京地裁判決では「本件漫画における原告の似顔絵は、原告の顔写真をもとに描かれているものではあるが、原告の容貌ないし姿態を正確に表現しようとするものではなく、他のキャラクターと同様に被告Aの漫画家としての技術により主観的に特徴を捉えて描く似顔絵であるとみるのが相当であり、似顔絵自体により原告を指すと一見して判別できず、その容貌ないし姿態の情報を取得させ、公表したとは認め難く、原告の肖像権を侵害するとは認められない。」「名誉権、プライバシー権等とは別に似顔絵の公表自体が個人の人格権を侵害するか否かについては、全体の文脈を踏まえて、表現の目的、表現の方法、表現の内容、当該似顔絵から一般読者が受ける印象、当該個人の社会的地位、作者と当該個人との関係等の諸事情を総合考慮して判断すべきであり、社会通念に照らし、作者の表現の自由を尊重してもなお当該似顔絵の公表が相当性を逸脱する場合には、似顔絵の公表自体が違法性を帯びると解すべきである。」〈注4〉と述べられている。つまり、似顔絵には肖像画としての写実的な似顔絵と、漫画として「主観的に特徴を捉えて描く似顔絵」とがあり、後者においては、似顔絵が表現の自由の相当性を逸脱しない限りは肖像権の侵害に当たらないという判断を示しているのである。

「主観的に特徴を捉えて描く似顔絵」の条件は何か、という問題もあり、この判例を以って全ての「デフォルメされた似顔絵」が肖像権侵害に当たらないと即断することはできないので、授業の場面での運用には慎重を要する。Web ページ中での役割が単に写真の代替物であるに過ぎない場合などは肖像画としての似顔絵ということになるだろう。

そもそも、写真が自由に使えないからその代替物として似顔絵を描こう、という発想自体に問題があるのであり、似顔絵によって何事かを表現しようという発想があって初めてプライバシーという名の人権をも凌駕する「表現の自由」を主張できるはずである。特に高等教育の場面にあっては学習者にこの両者の違い考えさせること自体が、重要な意味を持つ教育内容となる。

Case13 「肉じゃがのレシピを掲載したいがレシピに著作権はあるのか？」

料理は著作物ではなく、また料理の作り方そのものという意味でのレシピも著作物ではないが、レシピを書いた文章そのものは著作物である。したがって、書物や他のサイトからレシピを書いた文章をそのまま写すといったことをすれば著作権法違反になるが、肉じゃがのような一般的な料理の作り方を自分の言葉で書いた場合は、たとえ既存のものにその作り方が類似していたとしても著作権の問題にはならない。

ただし、調味料の配合や調理時間といった料理のレシピそのものが非常に特異、独特であるようなオリジナリティの高いものである場合、それを模倣したり公開したりしてよいかどうかには慎重になるべきだろう。あくまでオリジナルの創出者を尊重するという考え方は重視すべきである。

Case14 「昭和初期以前のアンティーク着物の柄の可愛らしさを伝えるサイトを作りたい。」

矢絣などの伝統的な柄には著作権はないと考えてよいだろう。またデザイナーが図案を描いて作られた着物柄であっても、一般的には著作権法ではなく意匠法によって守られるべきものである。これについては「佐賀錦袋帯事件」（京都地裁平成元年6月15日）の判例がある。その判旨の中で「実用品の模様として利用されることを目的とする美的創作物については、原則としてその保護を意匠法等工業所有権制度に委ね」（注5）るべきとしている。純粹美術としての性質がなく実用品である範囲のものについては、着物の柄を写真に撮って掲載することは問題ない。もちろん、商店に展示されている着物を写真に撮る場合などは、所有権の問題として所有者の許可を取るべきだろう。

Case15 「スポーツカーの写真を撮って掲載したい。」

車のデザインは著作物とはいえないので、写真を撮って Web ページに掲載することは無許可で行える。ただし、たとえばディーラーのショールームに置いてある車を撮影する場合などは前項同様に写真撮影そのものの許諾を取る必要があるだろう。また、路上を走っている車を撮影する場合などは当然のことながらナンバープレートをモザイク処理するといったプライバシーへの配慮が必要となる。

クラシックカーや熱気球など希少性の極めて高いものについて、写真が無許可で商業利用した場合などは所有権の問題としてトラブルに発展することがあるが、個人の Web での非営利的利用についてはほぼ問題ないと考えてよいだろう。

4. 考察

インターネットを基盤とするさまざまなコミュニケーション技術の中でも、情報社会に与えた影響とインパクトはWWWにおいて最大と言えるだろう。インターネット上に Web ページを持つことで、政治的な権限も社会的な影響力も資本も持たない一個人が、世界を相手に情報発信

することが可能になった。これは人類史上きわめて大きな変革であり、現在はこの初期の混乱の只中にいるといえるだろう。blogを含めて無数の個人運営の非営利的な Web サイトが存在し、そこでは著作権法上もしくは肖像権等の人権上問題となり得るコンテンツが横行している。その問題の大半は本来許諾の必要なものを許諾なく利用しているケースである。著作権法違反が犯罪として成り立つためには権利の侵害を受けた側の告訴が必要であり、このことが「権利者に訴えられなければ問題ない」という運用を助長している。

前述したように著作権のあり方は商行為との関係で判例化するのが現状であるため、個人の Web サイトでの非営利的利用についてどこまでをフェアユースとして認めるべきかということ自体が議論の俎上に上りにくい。現在のところ、事実上のフェアユースとして働いているのは「黙認の構造」である。権利者にとって損害を感じない利用についてはあえて問題にしないが、直接に許諾を求められれば個人利用のようなビジネスの対象とならないものについては個別に対応すること自体を嫌う、という傾向がある（もちろん著作権者にはそのようにする権利がある）。そこで多くの個人サイトでは「指摘されたら削除すればよい」といった感覚で著作物を扱うことが多くなるのである。通常の個人の Web サイトの運営上はこの考え方で事実上大過ないかもしれない。しかし学校教育においては黙認を前提として生徒・学生に Web 制作をさせるわけにはいかない。

そこで必要になるのが、個人の Web 利用に対する著作権処理のしくみの整備である。これについては音楽著作権の分野が一步先んじている。日本音楽著作権協会（JASRAC）では同協会に管理委託されている楽曲について、個人でも簡単に著作物利用の権利処理を行える仕組みを作っている。特に個人向けの料金設定をしているところが特徴であり、たとえば個人が自分の Web ページ上で1曲の管理楽曲を演奏するための料金は1ヶ月1曲150円という価格である（注6）。

著作物の権利管理団体は現在その数を増しており、「言語の著作物」「美術の著作物」「写真の著作物」等についても管理団体を通して利用申請が可能になってきている。しかし、音楽の著作物に比べて利用料金が高く、個人が非営利的な目的のために使うということを想定されていない場合が多い。今後個人の Web ページに他人の著作物を掲載することが簡単な手続きによって可能になってくれば、著作物の適正利用が促進されることになるはずである。小遣い銭程度で支払い可能な金額を設定すれば、あえて著作権法違反のリスクを冒すよりは著作権処理をして利用するという方向に個人を誘導することができる。また、著作権管理団体だけでなく、前述したサンリオウェブ社やグリーンランドリゾート社のように、通常グレーゾーンになってしまいそうなケースについて、個人の Web 利用についてのレギュレーションを定める企業が増えることを望みたい。

「黙認」から「包括的許諾」や「個人向け利用料設定」へと、個人利用の際の著作権処理が簡便化することが個人の Web サイトを反社会的、脱法的なものにしないために必要な行程である。生徒・学生が一生懸命に著作権法の抜け道を探して脱法のスキルを身に付ける方向ではなく、法の精神を尊重して知的所有権や人権の大切さを学べる方向に導くべきである。

5. 最後に

高等教育においては、著作権処理の具体的な手法を学ぶこともさることながら、知的所有権を巡ってこのような問題があるのだということを学ぶことこそに意味があると、指導を担当する者は認識すべきだろう。そのためには、遵法を前提に表現を行うことは必要なことであるが、そのことを指導するだけで終わらせるべきではなく、知的所有権を法的に保護することの意味と同時に、起こりうる弊害、芸術や表現の自由に関する問題点に気づかせることが重要である。

したがって、指導者は単に、条文や判例や、本論のようなケーススタディをもとにして、学習者に直ちに法的な適否を指導するのではなく、学習者から提示された表現内容にどのような問題があり、それをどのようにクリアすべきか、ということを学習者とともに考え、学習者が自ら解決できるように導くことが必要である。

注

- 1 Contents Management System (CMS) とは、Web コンテンツの作成更新を支援するシステム。
- 2 中西裕「情報教育を通じた『社会人へのレディネス』育成」－e-learning の目的と手法への一提言－（平成16年1月「戸板女子短期大学研究年報 No.46」）
- 3 田中英夫・竹内昭夫「法の実現における私人の役割」（法学協会雑誌 88-89, 1972年）。
- 4 「日本ユニ著作権センター」判例集
<http://www.translan.com/jucc/precedent-2002-05-28.html>
- 5 「著作権判例百選（第二版）」（別冊ジュリスト No.128有斐閣1994平成6）
- 6 平成18年11月現在。ただし JASRAC では音源は管理しないため、楽曲を自分の Web サイトで流したりダウンロードさせたりするためには、自分で演奏するか MIDI などの仕組みを使ってデジタル音楽を自作する必要がある。

就実表現文化 第一号(通巻第27号)(非売品)

平成十八年十二月二十日 印刷

平成十八年十二月二十五日 発行

編集兼 就実大 学
発行者 表現文化学会

〒551-8566 岡山市西川原一-161-1

電話〇八三二七-1181-1(代)

印刷所 株式会社 藤井印刷所

〒551-8566 岡山市京町四-1-13

電話〇八三二二-10638(代)