



® 令和5年 2月3日(金)
(2023年)

No. 15828 1部377円(税込み)

発行所

一般財団法人 経済産業調査会

東京都中央区銀座2-8-9 (木挽館銀座ビル)

郵便番号 104-0061

[電話] 03-3535-3052

[FAX] 03-3535-5347

近畿支部 〒540-0012 大阪市中央区谷町1-7-4

(MF天満橋ビル8階) [電話] 06-6941-8971

経済産業調査会ポータルサイト <https://www.chosakai.or.jp/>

特許ニュースは

- 知的財産中心の法律、判決、行政および技術開発、技術予測等の専門情報紙です。

定期購読料 1カ年61,560円 6カ月32,400円
(税込み・配送料実費)

本紙内容の全部又は一部の無断複写・複製・転載及び入力を禁じます(著作権法上の例外を除きます)。

目次

☆ヴァーチャルモデルに関する法律問題…… (1)

ヴァーチャルモデルに関する法律問題

高樹町法律事務所

弁護士 桑野 雄一郎

第1 はじめに

CG技術の進化に伴い、建物や背景などについて写真と見分けがつかない高精度の描写が可能となっていることは周知のことであるが、近年ではさらにそれが人物の描写にも及ぶようになってきている。昨年公開された映画「アバター：ウェイ・オブ・ウォーター」のように、映像の世界ではいわゆるモーション・キャプチャーの手法を用いて実在の人物と連動

させた形で人物、擬人化された動物や空想上の生物等をCGにより描写する表現が使われるようになって久しい。しかし、最近ではCG技術を駆使し、実在しない架空の人物を精緻に描写することにより、あたかも実在する人物であるかのように表現することも可能となっている。

ファッション写真の世界においては、このような架空の人物のCGをファッションモデルとして、実

弁理士法人
三枝国際特許事務所

代表社員 弁理士 林 雅仁*
社員副所長 弁理士 齋藤 健治。 社員副所長 弁理士 中野 睦子*
社員副所長 弁理士 岩井 智子。 社員副所長 弁理士 菱田 高弘*

化学・バイオ部

淀谷 幸平* 藤田 雅史。 森嶋 正樹* 北野 善基* 東野 匡容* 兼本 伸昭* 池上 美穂*
難波 泰明 河合 永文* 八木 祥次 柴垣 善行 岩澤 朋之* 野村 千澄 内藤 勝志

機械・電気部

松野 陽介 西橋 毅 安藤 有貴* 齊藤 美咲 洗 理恵*
新田 研太 木村 豊 鶴 寛 植田 慎吾* 奥山 美保*

知財情報室

前田 智子

商標・意匠部

松本 康伸* 田上 英二。 小川 稚加美* 中村 剛* 志賀 未知子。
吉川 麻美。 森山 彰子 佐々木 章江。 森 康輔 羽鳥 慎也。

◎東京オフィス

*特定侵害訴訟代理可能

◆弁理士募集中心 (化学・バイオ部門)◆

詳細は下記HPよりご覧下さい



<https://www.saegusa-pat.co.jp>

SAEGUSA & PARTNERS

大阪オフィス

〒541-0045 大阪市中央区道修町1丁目7番1号 北浜コシビル
TEL : 06-6203-0941(代) FAX : 06-6222-1068 e-mail : mail@saegusa-pat.co.jp

東京オフィス

〒100-0013 東京都千代田区霧が関3-8-1 虎の門三井ビル9F
TEL : 03-5511-2855 FAX : 03-5511-2857 e-mail : tokyo@saegusa-pat.co.jp

際の風景の写真と合成することにより、あたかもその場において実在のモデルを撮影した写真と見分けがつかない、写真とCGの合成物(以下「写真加工物」という。)を作成したり、実在のモデルを撮影した写真と合成することにより、実在のモデルと一緒に撮影されたかのような写真加工物を作成したりすることが行われている。このように、CGにより作成された架空の人物を「ヴァーチャルモデル」と称している。

【図】は株式会社Awwが発表し、現在InstagramをはじめとするSNSの世界を中心に活躍している日本初のヴァーチャルモデルと言われている「imma」(イマ)である。

【図】 imma (イマ)



ご覧のとおり、immaは実在の人物と区別をすることが極めて困難なほど精緻に描かれた、そしてモデルとしても魅力的なCGである。実はこの「写真」は実在の人物を撮影した写真に、3DCGで作成した人物の頭部を合成して作成された写真加工物であるが、現在ではこのような「写真」全体をCGで作成することも容易に可能である(このような方法で作成したものを以下「疑似写真」という。)

本稿はこのようなヴァーチャルモデルを利用した写真加工物及び疑似写真をめぐる権利関係や法律上

の問題点について考察するものである。

第2 企業にとってのヴァーチャルモデルのメリット

このようなヴァーチャルモデルは、企業が広告で利用する場合を想定すると、実在のモデルを利用するよりも以下の点で非常に魅力的であると考えられる。

(1) 製作コストが低廉になる可能性がある

実在のモデルを使って広告写真を作成する場合、モデルを選出し、出演交渉をする作業に加え、実際の撮影日時・場所にモデルを拘束することによる出演料、カメラマン、ヘアメイク、スタイリスト等の費用、スタジオやロケを行うための撮影場所に伴う費用も発生することになる。

これをヴァーチャルモデルに代替した場合、精緻なCGの製作費の方が実在のモデルを利用した広告写真の製作費よりも低廉かどうかは现阶段では一概には言えないかもしれないが、少なくとも将来的には効率的な製作技術の進展による製作コストの大幅な削減が予想される場所である。

(2) 延長使用料等が不要となる可能性がある

実在のモデル、特にプロのモデルの写真の広告への利用については、例えばクール(4半期)単位などの利用期間の定めが設けられており、そのような利用期間の定めのない契約例は、著作権フリー素材のような例外的な場合を除くとほぼ皆無といってよい。また、モデルの肖像権、さらにそこから派生する権利とされているパブリシティ権は法的には他人に譲渡することができない一身専属権と解されており、広告主である企業がこれを買取することは法的に不可能である。よって、定められた利用期間を越えて使用する場合には改めてその許諾を得ること、そしてそれに伴い多くの場合追加の使用料(いわゆる延長使用料)の支払が必要となる。

これに対してヴァーチャルモデルについては、架空の人物であるため肖像権やパブリシティ権は観念できず、主に問題となるのは法的に譲渡可能な著作権のみである。従って広告主である企業としては当該著作権の譲渡を受けることにより、い

わば延長使用料等を支払うことなく未来永劫利用することも可能ということになる。

(3) 長期間にわたる独占的な利用が可能となる可能性がある

実在のモデルについては、使用許諾期間中は競業関係にある他の企業の広告への出演を禁止すること(いわゆる「競合」)が一般的に行われているが、逆にいうと競業関係にない他社への出演まで禁止することは、モデル自身の出演活動の過剰な制約になってしまうこともあり、通常はない。よって企業としては自社の広告に出演しているモデルが他社の広告にも出演すること自体は一定の範囲で容認せざるを得ない

さらに、実在のモデルの場合、上記(2)とも関係するが、肖像権やパブリシティ権は上述のとおり一身専属権であるため、当該モデルが死亡するとこれらの権利は消滅すると考えられている¹。従って、写真の著作権の問題さえ解決すれば、モデル本人の死亡後は誰でもその肖像写真を商業利用することが法的には可能である。

しかしヴァーチャルモデルの場合は、著作権譲渡(61条1項)を受けることにより競合関係にない他社による利用も阻止することができることに加え、ヴァーチャルモデルを創作したCG製作者の死後(又は職務著作が成立する場合は公表後)70年(51条2項、53条)という長期間にわたり独占的権利である著作権による保護を受けることが可能となる。

(4) 経年等による変化とは無関係である

実在のモデルの場合には、新たに撮影をしようとすれば経年による加齢、そして体形や頭髪等の外貌の変化が、またそれが広告主である企業にとって必ずしも歓迎できない態様である場合も避けられないが、ヴァーチャルモデルの場合には永遠に現在の状態を維持すること、理想的な経年による変化を加えることも、また実在のモデルではあり得ない、時間を逆行させて若返らせることも可能である。広告主である企業によっては展開する商品について、同じモデルを、ターゲットとするあらゆる消費者層に対応した形で設定年齢等を

適宜変更するなどして活用し、訴求することが可能な、まさに万能の理想的なモデルとして活用できることになる。

(5) スキャンダル等のリスクを回避することができる

実在のモデルについては、様々なスキャンダルにより広告への利用を停止しなければならない事態も想定されるが、ヴァーチャルモデルについてはそのようなリスクはない。常にクリーンなイメージを保ち続けることも、また一定程度ブラックなイメージを伴いつつも倫理的な一線を決して超えることがないという確実な保証が得られるモデルを確保することができるという点も大きな魅力となる。

ヴァーチャルモデルについては広告主である企業にとっては以上のように様々なメリットがある。もちろん、実在するモデルにはこれらの問題点を踏まえてもそれを凌ぐ大きな魅力があるのであり、ヴァーチャルモデルの以上のメリットはその一方において非常に機械的、非人間的で魅力がないという見方があるのも当然である。

しかし、このような点を魅力と感じる企業によりヴァーチャルモデルが利用される場面は今後もますます拡大するものと考えられるところである。

第3 ヴァーチャルモデルに成立する法的な権利

1 ヴァーチャルモデルに成立する権利(1) 疑似写真の場合～写真との対比

(1) 疑似写真としてのヴァーチャルモデルについては、ヴァーチャルモデルを含む疑似写真全体が写真の体裁は取っていても著作権法上は美術の著作物(10条1項4号)に該当する。

写真の場合は、広告写真として利用された段階で公表されたことになる(4条1項)ため、未公表の写真についてのみ認められている展示権(25条)は認められないこととなる。これに対して疑似写真の場合は、美術の著作物である以上、たとえ広告に使用され、公表されたとしても展示権は認められることになる。

もっとも、展示権が認められるのは「原作

品」による場合に限られるところ、そもそもCGとして製作された疑似写真について「原作品」というものを観念できるのかという疑問がある。そして、疑似写真がCGである以上、それを一般的な美術の展示のように他人による鑑賞に供する方法はディスプレイ等にこれを表示する以外に方法はないわけであるが、かかる利用方法はもはや「展示」ではなく著作物であるCGを映写幕その他のものに映写すること、すなわち「上映」(2条1項17号)に該当する結果、対応する支分権は展示権ではなく上映権(22条の2)になるものと考えられる²。展示権については原作品の所有者が行う展示行為が展示権侵害にならない旨の例外規定があるが(45条1項)、民法上所有権の対象となる物は有体物に限られており(民法85条)、CGのような有体物ではないデジタルデータについては所有権も成立せず、所有者も観念できないことからすると、著作権法上も展示権が成立するのは有体物としての美術の著作物に限られると考えられる。

(2) このように疑似写真を閲覧に供させることが上映権の対象となるとすると、非営利目的で、観衆から対価を徴収せず、無報酬で行う場合は上映権の侵害にはならないことになる(38条1項)。

有体物としての美術の著作物の場合、所有者以外の者が行う展示行為は38条1項の要件を充足したとしても展示権の侵害となるのと比較するとやや不均衡な印象はあるが、著作権法上美術の著作物や展示権の規定がCGのようなものを想定していないのでやむを得ないものと考えられるところである³。

(3) また、写真加工物の場合も同様であるが、疑似写真の作品全体とは別に、ヴァーチャルモデルそのものについて、いわゆるキャラクターのビジュアル面について裁判例で認められている美術の著作物としての著作権法上の保護も認められると考えられる⁴。

なお、このほか、ヴァーチャルモデルが広告に利用される場合には商標登録することにより

商標権による保護が、意匠登録することにより意匠権による保護が、さらに不正競争防止法上の商品等表示としての保護がそれぞれ考えられるところであるが、本稿では割愛する。

(4) 以上の権利について、CGの製作者が著作者として著作権及び著作者人格権を取得することになる(17条1項)。

なお、写真については一般的にはカメラマンが著作者であり著作権者であると考えられているが⁵、ファッション写真の世界では、写真製作に際してヘアメイクやスタイリストが主導的立場に立っていることがある。すなわち写真製作の依頼を受け、モデルを選び、モデルが身につける衣装やヘアスタイル、メイク、背景や小道具などを決定し、撮影に際してのポージング等の指示をし、カメラマンに対してどのような態様で撮影するかを指示をし、撮影された写真の中から依頼者に対して成果物としてどの写真を納品するかを選別をし、また撮影された写真に対する修正(いわゆるレタッチ)を行う場合にレタッチを行うレタッチャーに対してどのようなレタッチを行うかの指示をするという作業を全てヘアメイク、スタイリストが行っている場合である。

このような場合、作成された写真について、カメラという機材を操作し実際に撮影したカメラマンが著作者であることは否定できないとしても、ヘアメイクやスタイリストも著作者たり得るのではないかと考えられるところである⁶。

そして、疑似写真の作成に際して、ヘアメイクやスタイリストがその専門家としての知識を活用し、ファッション写真の製作と同様の関与をし、CG製作者に対して具体的な指示を行い、これに基づいて疑似写真が製作された場合には、当該疑似写真はCG製作者と、かかる関与をしたヘアメイクやスタイリストによる共同著作物ということになると考えられる。

2 ヴァーチャルモデルに成立する権利(2) 写真加工物の場合

以上に対し、写真加工物の場合は成立する権利

関係はやや複雑なものとなる。

(1) 著作権について

まず、加工する対象となる写真は写真の著作物(10条1項8号)として著作権の対象となり、原則としてその撮影者(基本的にはカメラマンが)が著作者として著作権及び著作者人格権を取得することになる。

次に、これを加工してCGと合成させる行為は、基本的に翻案に該当するので、写真加工物は元になった原著作物である写真を翻案することにより創作した二次的著作物(2条1項12号)と考えられる。

従って写真加工物については、ヴァーチャルモデルを製作しこれを組み込む等の加工を行ったCG製作者が著作者として著作権を有すると共に、元になった写真の著作者も原著作物の著作者として著作権を有することとなる(28条)。

(2) 肖像権・パブリシティ権について

【図】のように、実在のモデルの写真の頭部をCGに置き換える形でヴァーチャルモデルが製作された場合、頭部以外の部分についてはモデルの肖像権が及ぶことになる。もちろん、ヴァーチャルモデルに利用されるモデルについては頭部が置き換えられることにより個人を特定することは事実上不可能であることから、要保護性は必ずしも高いものではないかもしれないが、だからといって肖像権が否定される理由はないであろう。

また、モデル業界においては、いわゆる手や足など、頭部以外の身体の一部のみを撮影させる、いわゆるパーツモデルが存在しており、これについては通常のモデルと特に変わることはない契約実務が行われているところである。

このようなパーツモデルは、当該パーツについて一般的な人物にはない魅力を有しており、それを維持するために当該パーツのメンテナンスにも費用と時間をかけているのが通常であり、だからこそプロのモデルとしての出演依頼があることからすると、当該パーツについて顧客吸引力があること、従ってパブリシティ権が成立することを否定することは困難と考えられ

る。

写真加工物におけるヴァーチャルモデルにおいて、頭部を置き換える形で肖像写真を利用されるモデルについても、当該頭部との合成がしやすい身体的特徴や、衣装等を身につけたその身体自体の魅力、顧客吸引力があることは否定できないのであり、このことからするとパーツモデルと同様にパブリシティ権も認められるものと考えられる。

なお、写真加工物の中には、ヴァーチャルモデルを実在のモデルと共演させる形で作成されるものもあり、この場合ヴァーチャルモデルと共演する実在のモデルについて肖像権、そしてパブリシティ権が認められることは特に問題はないと考えられる。

第4 ヴァーチャルモデルに関する契約実務の考察

以上を前提に、疑似写真の場合と写真加工物の場合の各々につき、ヴァーチャルモデルに関する契約において注意すべき点について述べることとする。

1 疑似写真についての契約条項

(1) 著作権譲渡に関する条項

疑似写真は基本的に美術の著作物であり、後述する職務著作の問題を別にすれば、CG製作者が著作者として著作権及び著作者人格権を原始取得することになる。従って、広告主である企業としては、将来的にわたりヴァーチャルモデルを独占的排他的に利用する権利を取得するため、CG製作者から著作権譲渡を受けることが必須ということになる。

また、企業としては将来にわたり利用したいのは製作された当該疑似写真ではなく、そこに描かれているヴァーチャルモデルなのであるから、著作権譲渡を受ける際には、その対象となる著作物が疑似写真そのものにとどまらず、キャラクターのデザインとしてのヴァーチャルモデルも含まれている旨も明確にすることが望ましいと考えられる⁷。

さらに、ヴァーチャルモデルについては、将来的な利用に際して、髪型、体系を含めてその外貌に改変が加えられる可能性、さらに上述の

ように実在の人物における加齢による変化、場合によっては若年化させることによる変化などが生じる可能性がある。従って、かかる改変に備え、一般的に著作権譲渡に際して行われている譲渡の対象となる支分権として27条及び28条に定める権利を特掲することは必須である(61条2項)。

ここまでは一般的に行われる契約実務であると考えられるが、ヴァーチャルモデルに関してはこれだけでは不十分である。

(2) 同一人物と認められる人物像の製作を禁止する条項

実在の人物における加齢による変化、場合によっては若年化させることによる変化に相当する改変を加えた場合、著作権による保護が認められていたキャラクターの議論を踏まえると、このような改変が加えられた場合に著作権法上の同一性・類似性が認められるか、すなわち本来の著作物の本質的特徴を直接感得することができるかについて疑義がないわけではない。

例えば、10代後半を想定したヴァーチャルモデル(A)と、その40年後の姿を想定し、外貌を大きく変容させたヴァーチャルモデル(A')があった場合、両者は同一人物と判できる程度の特に顔を中心とした共通点は認められるものの、服装、髪型を含めた外貌には大きな変化があるという場合、(A')が(A)を複製または翻案したものと認められるとは限らないであろう⁸。おそらく従来のキャラクターに対する著作権法上の解釈からすると、複製権・翻案権侵害には該当しない、似て非なるものを描いたパロディー作品と位置づけられる可能性が高いのではないかと考えられる。

そうすると、27条及び28条に規定する権利を含む著作権譲渡を受けるだけでは不十分であり、著作権譲渡をしたヴァーチャルモデルと同一人物と認められる人物像のCGの製作を禁止する旨の条項を設けることも必要ということになる⁹。

(3) 職務著作の成立を阻止する条項

CG製作者に対して著作物の製作を委託する場合、企業としては職務著作(15条1項)が成立する方が、自身が著作者となり、著作権及び著作者人格権を原始取得することができるという点で望ましいと考えられている。契約実務でも職務著作の要件を充足しない場合でも成果物の著作者は企業になり、著作権及び著作者人格権が企業になる旨の条項を(法律上はかかる条項は無効で、これらの権利を原始取得するのはCG製作者であり、せいぜい著作権について企業に承継取得させる旨の合意としての効力が認められるにとどまるにもかかわらず)設けている例を見ることも少なくない。

しかし、企業としてはヴァーチャルモデルの著作権の保護期間、すなわち独占的排他的にヴァーチャルモデルを利用できる期間はより長くしたいのが一般的である。そして、この観点からすると、職務著作を成立させる(この場合保護期間は53条により公表から70年となる。)よりも、職務著作を成立させずCG製作者から著作権譲渡を受ける(この場合保護期間は51条2項により創作者、すなわちCG製作者の死後70年となる)方が望ましいということになる。職務著作は、仮に客観的にその要件を充足している場合であっても契約等において別段の定めが設けてある場合には成立しないとされているので(15条1項)、CG製作者との契約では職務著作の成立を阻止する条項を設けておくべきであろう。

(4) 著作者人格権に関する条項

著作者人格権については上述のとおり譲渡することが法的に不可能な一身専属権であることから、著作権譲渡を伴う契約実務ではこれを放棄する、あるいは行使しない旨(不行使)の条項を設けることが一般的に行われている。しかし、一身専属権という法的性質の権利について、放棄はもちろんのこと、不行使という条項についてもその有効性は甚だ疑問である。

特に、ヴァーチャルモデルという著作物については、通常の著作物について一般的に予想さ

れる範囲を遙かに超える幅広い改変が行われる可能性があることを考えると、放棄や不行使という簡略かつ一方的な条項で解決を図ることは疑問があるところである。

従って、ヴァーチャルモデルがいわば架空の人物であることを明確にした上で、①当該ヴァーチャルモデルが衣装、ヘアメイク、メイクアップ、衣装等を変えて様々な形で「出演」を行うことがあること、また設定する年齢等を変化させることに対応し、実際の人物における場合と同様の改変がなされる可能性があること(同一性保持権(20条))、②これらが広告等の形で公表される可能性があること(公表権(18条))について事前に包括的に許諾を得ることが望ましい対応と考えられる。また、③クレジット表記については、広告用の擬人化されたモデルという性質上製作者の使命は表示しないこととするとか、企業のWebサイト等での表示にとどめ、広告そのものには表示しないこととする(氏名表示権(19条))といった条項を設けることになると考えられる。

ヴァーチャルモデルという著作物の特徴を踏まえ、このようなきめ細かい条項を設けている限りその有効性についても疑義は生じにくいものと考えられる。

2 写真加工物についての契約条項

写真加工物については、加工の対象となる写真については現在広告写真で行われている一般的な著作権譲渡の条項で足りるものと思われる。

また、加工されることで「出演」をする美術の著作物としてのヴァーチャルモデルについての契約条項は疑似写真について述べたのと同様の条項で足りるものと思われる。

さらに、頭部をヴァーチャルモデルに置き換えられる、あるいはヴァーチャルモデルと共演をする形で出演をする実在のモデルについての契約条項は、現在行われている実在のモデルに関する出演契約と同様の契約条項での対応で足りると考えられる。

第5 最後に

ヴァーチャルモデルについては、我が国ではまだ広告への大々的な展開には至っていないが、海外での広告実務を見ている限り、その出演領域は今後一気に拡大する可能性がある。本稿では「写真」に類似する静止画のみを前提とした議論にとどめたが、技術的にはヴァーチャルモデルを動画に出演させることも可能であり、実際に一部ではヴァーチャルモデルが出演した動画も製作されているところである。このような動画については、映画の著作物に関する著作権法上の規定との関連も含め、権利関係はさらに錯綜することが予想されるところである。

以上の状況を踏まえ、ヴァーチャルモデルについての権利関係の考察、そしてその利用実績の拡大はその立法的な解決よりも先行することが当然に予想されるため、あるべき契約条項についての検討は急務と思われるところである。

本稿はまだ法的な議論があまりなされていないこの問題についての試論の域を出ないものであるが、諸賢の検討によるさらなる議論の深化に期待するところである。

- 1 ただし、海外の著名人については、死亡後もその肖像写真を広告に利用することについては一定の対価を支払う実務が存在している。
- 2 観覧に供させる方法が「展示」ではなく「上映」に該当するのだとすると、もはや美術の著作物ではなく映画の著作物(10条1項7号)と評価すべきではないかという議論もあり得ると考えられる。しかし、一般的に映画の著作物とは経時的に変化をする、いわゆる動画・映像を指しており、静止した状態のCGを映画の著作物と評価するのは困難であろう。上映権の対象となる著作物に限定がないことから、原作品というのが観念できないので展示権による保護は受けられず、上映権による保護が受けられるもの、という美術の著作物の特殊な類型と位置付けることになると考えられる。
- 3 なお、いわゆるNFTトークンを利用して、デジタルデータについてもいわば疑似所有権的なものを観念する技術が開発されており、立法論的にはこのような疑似所有者による疑似展示としての上映について、所有

者による展示を認めた45条1項に準じて権利侵害を否定することも立法論的には考えられるところである。このような場合に同項を類推適用するという解釈論もあり得るが、やや解釈の域を超えている感は否めないであろう。

を用いた顔認証などの技術を踏まえ、どういう共通点が認められれば同一人物と認められるかを要件として具体化することが望まれるところである。

—おわり—

- 4 いわゆるポパイ事件に関する最高裁判決（最高裁平成9年7月17日判決・民集51巻6号2714頁）は、具体的な漫画を離れた登場人物のいわゆるキャラクターを著作物ということはできないとする一方で、複製というためには、第三者の作品が漫画の特定の画面に描かれた登場人物の絵と細部まで一致することを要するものではなく、その特徴から当該登場人物を描いたものであることを知り得るものであれば足りるとしてポパイの絵に対して原作の絵についての複製権侵害の成立を認めている。
- 5 いわゆるパロディ事件に関する最高裁判決（最高裁昭和55年3月28日判決・民集34巻3号244）をはじめ、写真の著作権侵害の成否が問題となった裁判例の大半はいずれも撮影をしたカメラマンが著作者、そして著作権者として原告となっている。
- 6 拙稿「ファッション写真の著作権」(2012年10月22日) <https://www.kottolaw.com/column/000464.html> 参照。なお、理論的には共同著作物（2条1項12号）ということになると思われる。
- 7 一般的に製作委託契約に基づく製作物の著作権譲渡を受ける際には成果物のみならず中間成果物や当該成果物の構成要素たる著作物の著作権も譲渡の対象である旨が明示的にまたは少なくとも黙示的に合意されていると解される。しかし、ヴァーチャルモデルについては後述するとおりキャラクターとしての著作権譲渡が主目的であり、また後述するとおり従来のキャラクターに対する著作権保護の範囲を超える保護を契約上も受ける必要があることからすれば、キャラクターに対する著作権も（というよりむしろそれが）譲渡の対象であることを明確にすることが望ましいと考えられる。
- 8 上記注4のポパイ事件判決がいう「その特徴から当該登場人物を描いたものであることを知り得る」と認められるかが問題となるであろう。
- 9 かかる条項を設けても、どの程度の共通点が認められると「同一人物」と評価されるのかという問題があり、この点については現在各分野で利用されているAI