

---

※このページは「広告 Vol.414 特集：著作」のアーカイブです。最新号については[こちら](#)をご覧ください。



特集：著作

広告  
Vol.414

2020年3月26日発行  
価格2,000円(税込)

オリジナリティや作家性、著作物の保護や利用のあり方など、「著作」についての様々な視点を集めました。また、本特集にまつわる問題提起としてオリジナル版とコピー版の2冊を同時発売します。

[『広告』最新号発売のお知らせ](#)

発行：株式会社博報堂

[販売店一覧を見る](#)

[Amazonで購入する](#)

※オリジナル版のAmazonでの販売分は完売しました。各取扱書店による通販での購入をご希望の方は[こちら](#)をご覧ください。

『広告』著作特集号の全記事をコンテンツ投稿サービスのnoteで随時公開しています。

[『広告』著作特集号 全記事公開を見る](#)

目次

---

※このページは「広告 Vol.414 特集：著作」のアーカイブです。最新号については[こちら](#)をご覧ください。



特集：著作

広告  
Vol.414

2020年3月26日発行  
価格200円(税込)

オリジナリティや作家性、著作物の保護や利用のあり方など、「著作」についての様々な視点を集めました。また、本特集にまつわる問題提起としてオリジナル版とコピー版の2冊を同時発売します。

[『広告』最新号発売のお知らせ](#)

発行：株式会社博報堂

[販売店一覧を見る](#)

[Amazonで購入する](#)

※コピー版のAmazonでの販売分は完売しました。各取扱書店による通販での購入をご希望の方は[こちら](#)をご覧ください。

『広告』著作特集号の全記事をコンテンツ投稿サービスのnoteで随時公開しています。

[『広告』著作特集号 全記事公開を見る](#)

目次

著作（こちらで無料公開中）

- 34 著作とオリジナリティ  
作詞家 いしわたり淳治 × 『広告』編集長 小野直紀
- 35 著作権は文化のためになっているか
- 36 山寨（バクリ）  
中国ウィキペディア「百度百科」より翻訳転載
- 37 バクリと中国  
バクリ文化研究家 艾君（アイジュン）インタビュー
- 38 中国と日本の「ホンモノとニセモノ」  
陳曉夏代 インタビュー
- 39 椅子にとって著作とは  
ウェグナーの『Yチェア』に見る、椅子のオリジナリティ

著作（こちらで無料公開中）

- 34 著作とオリジナリティ  
作詞家 いしわたり淳治 × 『広告』編集長 小野直紀
- 35 著作権は文化のためになっているか
- 36 山寨（バクリ）  
中国ウィキペディア「百度百科」より翻訳転載
- 37 バクリと中国  
バクリ文化研究家 艾君（アイジュン）インタビュー
- 38 中国と日本の「ホンモノとニセモノ」  
陳曉夏代 インタビュー
- 39 椅子にとって著作とは  
ウェグナーの『Yチェア』に見る、椅子のオリジナリティ



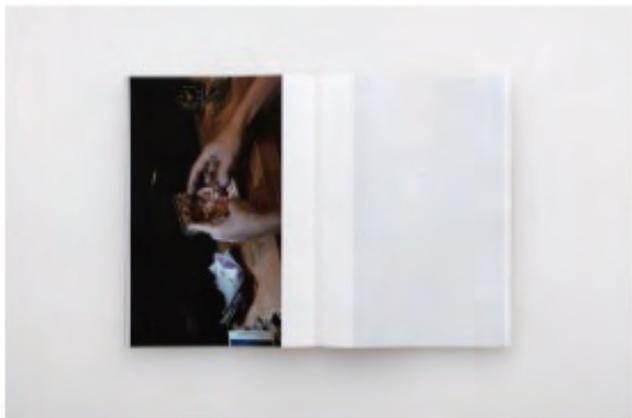
- 40 引用なき名作は存在しない  
映画における「昇華行為」と「オマージュ」
- 41 文壇のヒエラルキーと「バクリ」の境界線  
小説家 島田雅彦 インタビュー

- 40 引用なき名作は存在しない  
映画における「昇華行為」と「オマージュ」
- 41 文壇のヒエラルキーと「バクリ」の境界線  
小説家 島田雅彦 インタビュー

- 42 類型のなかに、いかに自分の型を見出すか 落語家 春風亭一之輔 インタビュー
- 43 創造性を高める契約書  
写真家ゴッティンガムが示す共同著作のビジョン
- 44 振動する著作
- 45 プロデューサーの著作性  
アゲハスプリングス代表 玉井健二 インタビュー
- 46 組織著作のアイデンティティ  
プリキュアはなぜ愛され続けるのか
- 47 なぜ日本はコンテンツビジネスが下手なのか
- 48 独占か、共有か。特許とITの50年史
- 49 コピーと戦うファッション・ロー
- 50 現代美術とフェア・ユース  
アプロプリエーションと向き合う著作権法
- 51 著作権管理は、音楽文化を生かすか、殺すか
- 52 これからの著作権  
法律家 水野祐 × THE GUILD代表 深津貴之 × 『広告』編集長 小野直紀
- 53 文化的遺伝子は自由に繁殖したがる

- 42 類型のなかに、いかに自分の型を見出すか 落語家 春風亭一之輔 インタビュー
- 43 創造性を高める契約書  
写真家ゴッティンガムが示す共同著作のビジョン
- 44 振動する著作
- 45 プロデューサーの著作性  
アゲハスプリングス代表 玉井健二 インタビュー
- 46 組織著作のアイデンティティ  
プリキュアはなぜ愛され続けるのか
- 47 なぜ日本はコンテンツビジネスが下手なのか
- 48 独占か、共有か。特許とITの50年史
- 49 コピーと戦うファッション・ロー
- 50 現代美術とフェア・ユース  
アプロプリエーションと向き合う著作権法
- 51 著作権管理は、音楽文化を生かすか、殺すか
- 52 これからの著作権  
法律家 水野祐 × THE GUILD代表 深津貴之 × 『広告』編集長 小野直紀
- 53 文化的遺伝子は自由に繁殖したがる





## 本誌におけるCCライセンスの付与について

本誌では、記事ごとにクリエイティブ・コモンズ・ライセンス(以下CCライセンス)の付与/非付与を行っています。

CCライセンスは、インターネット時代のための新しい著作権ルールで、作品を公開する作者が「この条件を守れば私の作品を自由に使って構いません」という意思表示をするためのツールです。CCライセンスを利用することで、作者は著作権を保持したまま作品をより制約が少ない形で流通させることができ、受け手はライセンス条件の範囲内で再配布やリミックスなどをすることができます。

## 本誌におけるCCライセンスの付与について

本誌では、記事ごとにクリエイティブ・コモンズ・ライセンス(以下CCライセンス)の付与/非付与を行っています。

CCライセンスは、インターネット時代のための新しい著作権ルールで、作品を公開する作者が「この条件を守れば私の作品を自由に使って構いません」という意思表示をするためのツールです。CCライセンスを利用することで、作者は著作権を保持したまま作品をより制約が少ない形で流通させることができ、受け手はライセンス条件の範囲内で再配布やリミックスなどをすることができます。



たとえば、文章の分野で言えば、Wikipediaのコンテンツは全てクリエイティブ・コモンズ・ライセンスのもとで利用できます。また、学術論文の世界においては、CCライセンスは広く浸透しており、2014年時点で120万本以上に採用されています(出典:「Current Awareness Portal」ウェブサイト)。現在ではさらに利用が広がっており、日本でも多くの

たとえば、文章の分野で言えば、Wikipediaのコンテンツは全てクリエイティブ・コモンズ・ライセンスのもとで利用できます。また、学術論文の世界においては、CCライセンスは広く浸透しており、2014年時点で120万本以上に採用されています(出典:「Current Awareness Portal」ウェブサイト)。現在ではさらに利用が広がっており、日本でも多くの

本誌においては、特集である「著作」にまつわる記事の制作過程で得た以下の3つの視点を踏まえ、各記事の執筆者および取材先と協議し、それぞれの意思を尊重したうえでCCライセンスの付与を行なうか否か、付与する場合はどの種類のCCライセンスにするかを決定しました。

- 1 著作者・著作権者が「自身の著作物がどう扱われるか」に意識的であることが重要だという視点。
- 2 著作物がより広がることで、その著作物の「価値発揮の総量」の増加につながるという視点。
- 3 著作物のオープンで自由な利用（再配布や二次創作など）が、文化および産業の発展に寄与するという視点。

上記の視点とは異なる考え方も心に留めたうえで、今回の取り組みをとおして本誌の内容が世に広く伝播し、教育機関や企業、団体での利用、新たな創作物における活用などポジティブな展開につながることを期待しています。

#### クレジット(敬称略・五十音順)

発行人:藤井 慶太  
編集長:小野 直紀  
ゼネラルマネージャー:岩代 孝之  
編集部:飯田 菜々子、大塚 結良、林 翔太、増田 謙治、宮坂 隆行、宮脇 弘子、山蘭 玲

デザイン:上西 祐理(電通)、加瀬 透、牧 寿次郎  
アートワーク:原田 裕規『One Million Seeings』

本誌においては、特集である「著作」にまつわる記事の制作過程で得た以下の3つの視点を踏まえ、各記事の執筆者および取材先と協議し、それぞれの意思を尊重したうえでCCライセンスの付与を行なうか否か、付与する場合はどの種類のCCライセンスにするかを決定しました。

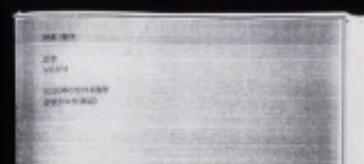
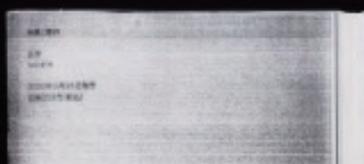
- 1 著作者・著作権者が「自身の著作物がどう扱われるか」に意識的であることが重要だという視点。
- 2 著作物がより広がることで、その著作物の「価値発揮の総量」の増加につながるという視点。
- 3 著作物のオープンで自由な利用（再配布や二次創作など）が、文化および産業の発展に寄与するという視点。

上記の視点とは異なる考え方も心に留めたうえで、今回の取り組みをとおして本誌の内容が世に広く伝播し、教育機関や企業、団体での利用、新たな創作物における活用などポジティブな展開につながることを期待しています。

#### クレジット(敬称略・五十音順)

発行人:藤井 慶太  
編集長:小野 直紀  
ゼネラルマネージャー:岩代 孝之  
編集部:飯田 菜々子、大塚 結良、林 翔太、増田 謙治、宮坂 隆行、宮脇 弘子、山蘭 玲

デザイン:上西 祐理(電通)、加瀬 透、牧 寿次郎  
アートワーク:原田 裕規『One Million Seeings』





監修：水野 祐

構成／文：猪谷 誠一、猪谷 千香、大野 友資、小笠原 健、川代 紗生、木村 剛大、黒柳 勝喜、酒井 瑛作、佐藤 大介、高橋 克則、田中 裕子、谷口 晋平、土田 貴宏、照沼 健太、西谷 格、西田 宗千佳、松下 久美、村山 佳奈女、山本 友理、レジ

取材／インタビュー：艾君、荒川 祐二、安藤 和宏、いしわたり淳治、海老澤 美幸、岡田 秀則、金井 倫之、ゴッティンガム、小松 隼也、島田 雅彦、春風亭 一之輔、数土 直志、玉井 健二、陳曉 夏代、東宝(大田 圭二、高橋 亜希人、吉川 哲矢)、中川 隆太郎、野村 正昭、深津 貴之

協力：上村 哲史、小林 翼、小松 香里、世羅 孝祐、外川 敬太、森村 芳永、山本 京輔、山本 侑樹、渡辺 紺

音声反訳：雑賀 玲衣

翻訳：アイ・アンド・エイ、福大

校閲／DTP：鷗来堂(浅尾 美由貴、飯村 彩子、加藤 奈津子、松倉 宏子、松山 真維、宮田 佳祐、夜久 隆之)、篠原 亮、鈴木 雅子、外川 倫也、野村 佳緒理

印刷／製本：八紘美術(五十嵐 和宏、河合 正博、児玉 武志、寺本 さつき)

印刷設計：尾野製本所

監修：水野 祐

構成／文：猪谷 誠一、猪谷 千香、大野 友資、小笠原 健、川代 紗生、木村 剛大、黒柳 勝喜、酒井 瑛作、佐藤 大介、高橋 克則、田中 裕子、谷口 晋平、土田 貴宏、照沼 健太、西谷 格、西田 宗千佳、松下 久美、村山 佳奈女、山本 友理、レジ

取材／インタビュー：艾君、荒川 祐二、安藤 和宏、いしわたり淳治、海老澤 美幸、岡田 秀則、金井 倫之、ゴッティンガム、小松 隼也、島田 雅彦、春風亭 一之輔、数土 直志、玉井 健二、陳曉 夏代、東宝(大田 圭二、高橋 亜希人、吉川 哲矢)、中川 隆太郎、野村 正昭、深津 貴之

協力：上村 哲史、小林 翼、小松 香里、世羅 孝祐、外川 敬太、森村 芳永、山本 京輔、山本 侑樹、渡辺 紺

音声反訳：雑賀 玲衣

翻訳：アイ・アンド・エイ、福大

校閲／DTP：鷗来堂(浅尾 美由貴、飯村 彩子、加藤 奈津子、松倉 宏子、松山 真維、宮田 佳祐、夜久 隆之)、篠原 亮、鈴木 雅子、外川 倫也、野村 佳緒理

印刷／製本：八紘美術(五十嵐 和宏、河合 正博、児玉 武志、寺本 さつき)

印刷設計：尾野製本所

用紙提案：廣和紙業(新井 康雄)

用紙提案：廣和紙業(新井 康雄)

配本：NSI(伊藤一年)、ジェイトップ(中村雅仁)、  
リンクル(鈴木靖広)

配本：NSI(伊藤一年)、ジェイトップ(中村雅仁)、  
リンクル(鈴木靖広)

ウェブデザイン：奥田 透也

ウェブデザイン：奥田 透也

謝辞：上條 昌宏、坂本 龍一

謝辞：上條 昌宏、坂本 龍一



### 販売店一覧を見る

#### Amazonで購入する

\*オリジナル版のAmazonでの販売分は完売しました。  
各取扱書店による通販での購入をご希望の方は  
こちらをご覧ください。

Images: "Untitled (Copy/Original #120-532)",  
2020 ©Gottingham

Image courtesy of the collaborator and  
Studio Gottingham

### 販売店一覧を見る

#### Amazonで購入する

\*コピー版のAmazonでの販売分は完売しました。  
各取扱書店による通販での購入をご希望の方は  
こちらをご覧ください。

Images: "Untitled (Copy/Original #120-532)",  
2020 ©Gottingham

Image courtesy of the collaborator and  
Studio Gottingham