

# 基礎研 レポート

## 「著作権に厳しい」ディズニーがキャラクターを積極提供

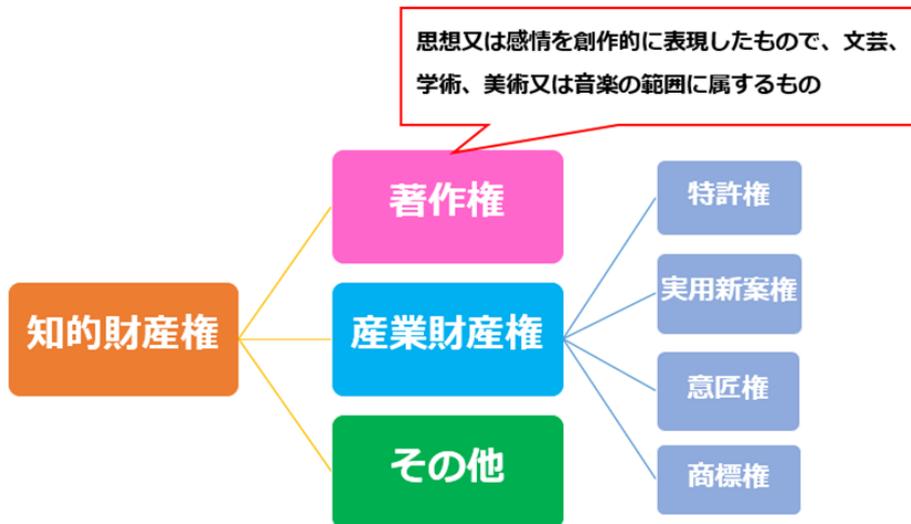
どんな CSR 活動をしているのか

生活研究部 研究員 廣瀬 涼  
(03)3512-1776 hirose@nli-research.co.jp

### 1—はじめに

ディズニー社にとって、ミッキーマウスをはじめとしたキャラクターの IP (Intellectual Property) = 知的財産権は、会社にとって最もプライオリティの高い資産である。ディズニーの歴史は著作権なくして語れない。

図1 知的財産権と著作権の関係<sup>1</sup>



出所：公益社団法人著作権情報センターホームページ「著作権って何？」（はじめての著作権講座）  
より引用し、著作権の意味を筆者加筆

まずは、ミッキーマウスが誕生する6年前の1922年に誕生したジュリアス・ザ・キャットについて触れよう。ウォルト・ディズニーにとって最初のアニメーションスタジオであるラフオグラム・フィルムが作成したジュリアス・ザ・キャットは、フィリックスガムでおなじみの1919年に誕生したフィリックス・ザ・キャットに類似していることから著作権侵害として訴えられ使用できなくなった。

また、1927年に生み出されたオズワルド・ザ・ラッキー・ラビットも2006年に権利が返還された今でこそ、世界中のディズニーパークスでの活躍の機会や最新アニメが作られるようになったが、1928年に配給先のユニバーサル・ピクチャーズと製作費に関して交渉が決裂し、以来所有権を失っていた。このような過去があるからこそ、ディズニー社はIPを重んじており、「ディズニーは著作権に厳しい」というイメージが構築されてきたのである。

## 2——小学校のプールに描かれたミッキーマウスは著作権侵害か

ディズニー社とのキャラクターをめぐる著作権侵害の事案としては、日本では1987年に滋賀県の小学校で、卒業記念にプールの底に描かれたミッキーマウスの絵がディズニー社から著作権を侵害しているとして、塗りつぶされてしまったという事例がある。当時のサンケイ新聞によれば、ディズニー側は

*「無断使用は一切認められない。事前に許可を得てからやるべきだった。子供たちには気の毒だが、他人の権利を知る教訓になったと思う」*

とコメントしている<sup>2</sup>。また、昨年動画配信サービス「ディズニー+」で配信されたドキュメンタリー番組「ミッキーマウス：ザ・ストーリー」では、1989年にフロリダの保育園の壁に描かれたディズニーのキャラクターを消すように著作権侵害を訴えたことが触れられている。結果だけを見れば「子どもたちのために描かれた絵が消された」と穏やかではない話のように聞こえるが、彼らは自社の宝ともいえるIPを守ろうとしたに過ぎない。

ディズニーのキャラクターが子どもたちの施設で描かれるのは、「その施設が子どもたちにとって楽しい場所であると思ってもらいたい」「そのキャラクターを見る事で子どもたちが安らぎを感じてほしい」との施設側による思いからである。もちろんディズニー社も、自社のキャラクターが子どもたちにとってどれだけ大切な存在かは当然認識しており、特に医療現場において自社のキャラクターがもたらすマジカルな効用を長年にわたって提供してきている。今回はディズニーがCSRの一環として、自社キャラクターやコンテンツを如何に活かしているか紹介したいと思う。

## 3——ケース1「スターライト製ディズニーデザインの病衣の提供」

2023年6月19日、ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社は、認定NPO法人 難病ネットワークと協力し、ディズニーが病気と闘う子どもたちを支援するNGO団体スターライト・チルドレン・ファンデーションと協力して制作しているスターライト製ディズニーデザインの病衣を、国内6病院に日本で初めて提供したことを発表した<sup>3</sup>。これは、病気と闘う子どもたちとその家族に、「安らぎと楽しいひと時をお届けすること」を目的としたもので、今回はテスト導入として、ミッキーマウス、ミニーマウス、ドナルドダック、グーフィーの病衣が、国内6病院で順次提供される。病気と闘う子どもにとっても、サポートする保護者にとっても、慣れない環境に不安を感じる事が多い中で、病院での時間が前向きで希望を持つことができるよう長年米国ウォルト・ディズニー本社が取り組んできた。キャラクター・デザインの病衣提供を通じた支援は、2018年から米国内で本格的にスタートし

ており、スターライト・チルドレン・ファンデーションと協力し、全米 500 以上のこども病院や小児医療施設に提供してきた。子どもたちが病院での生活の中で、快適さと病衣を選ぶ小さな楽しみの提供につながっている。

#### 4——ケース2「インタラクティブな壁紙」

また、2022 年 9 月 20 日には、神奈川県立こども医療センターにディズニーのキャラクターをあしらったインタラクティブな壁紙を日本で初めて提供している<sup>4</sup>。外来待合室や重症心身障害児施設の壁紙には AR 機能が搭載され「Disney Team of Heroes アプリ」を使用することで、ゲーム、インタラクティブな物語、アニメーションのキャラクターとの出会いなど、子どもたちにとって病院の待ち時間が退屈にならないような仕組みづくりがされている。他にも医師や看護師のスタッフバッジにディズニーキャラクターがデザインされたり、入院中の子どもたちが少しでもポジティブな経験ができるように動画配信サービス「ディズニー+」が提供されている。この取り組みは 2023 年 6 月 19 日より国立成育医療研究センターでもはじまり、同センターには国内最長となる約 80 メートルのインタラクティブな壁紙が提供されている<sup>5</sup>。ちなみに主な壁紙をデザインしたのはジョーイ・チュウというデザイナーで、東京ディズニーランドのイツアスモールワールドや東京ディズニーセレブレーションホテルなどのアートを担当している。

#### 5——ケース3「ディズニーカスタムメイドな MRI 装置」

このような病院での入院生活の不安を取り除く取組み以外にも、2021 年にはヘルスケア製品・医療関連機器を中心とする電気機器関連機器メーカーであるフィリップス社と、MRI 装置に関して提携することを発表している。欧州全土の 6 つの病院で、ディズニーのカスタムメイドなアニメーションが導入された MRI 装置を実働させ、子どもたちの検査における心理的不安の軽減が期待されている<sup>6</sup>。MRI 検査特有の音や閉鎖空間は大人でさえも不安になるほどで、子どもへのストレスは計り知れない。ディズニーキャラクターのアニメーションを見ている間に検査が済むのならば、子どものストレスは大きく軽減されるだろう。

図2 キャラクターから得られる 8 つの効能

- |        |         |
|--------|---------|
| ① やすらぎ | ⑤ 存在確認  |
| ② 庇護   | ⑥ 変身願望  |
| ③ 現実逃避 | ⑦ 元気・活力 |
| ④ 幼年回帰 | ⑧ 気分転換  |

出所：相原博之（2007）『キャラ化するニッポン』講談社現代新書 より引用

（不安感や苦痛の軽減に繋がったり、嫌なことへ立ち向かう活力となる 5 つの効能を筆者が赤字で表記）

バンダイキャラクター研究所が行った「第 1 回キャラクターと癒し調査 (2000 年)」<sup>7</sup>によれば「あなたはキャラクターに何を望みますか？」とのキャラクターの効能についての質問に対して、回答者の 7 割が「やすらぎ」と回答している。また、エッセイストの相原博之は、著書『キャラ化するニッポン (2007 年)』<sup>8</sup>の中で、我々がキャラクターに期待している効用を 8 つ挙げているが、筆者は其中でもやすらぎ、庇護、現実逃避、元気・活力、気分転換の 5 つの効用は、我々がキャラクターの存在によって不安感や苦痛の軽減に期待したり、嫌なことへ立ち向かう活力となる理由であると考えている。

辛いことを乗り越えなくてはいけない病院の生活では、子どもたちは日々病氣と併せて不安や孤独、心細さとも闘わなくてはならない。そのなかでディズニーのキャラクターがいつも寄り添ってしてくれるのならば、子どもたちの安らぎや勇気に繋がるだろう。

## 6——ケース4「メイク・ア・ウィッシュ®(Make A Wish)」

また、ディズニー社は、このような医療施設以外での支援にも努めてきている。読者の皆さんは「メイク・ア・ウィッシュ (Make A Wish)」というボランティア団体をご存じだろうか。メイク・ア・ウィッシュとは英語で「ねがいごとをする」という意味で、当団体は 3 歳から 18 歳未満の難病と闘っている子どもたちの夢をかなえ、生きるちからや病氣と闘う勇気を持ってもらうことを目的に 1980 年にアメリカで設立された。

きっかけは、7 歳の男の子の夢を叶えることにあった。米国アリゾナ州に住む、クリス・グレイシアスという 7 歳の男の子は警察官になるのが夢だったが、白血病にかかり、学校に行くこともできなくなってしまった。この少年の話聞いた警察官たちは、本物そっくりの制服とヘルメットとバッジを用意し、クリスを名誉警察官に任命した。これら警察官たちの協力により駐車違反の取り締まりや、ヘリコプターで上空からの監視をするなどクリスの夢がかなった瞬間だった。5 日後、クリスは亡くなり、警察ではクリスのための葬儀が行われた。クリスの夢の実現に関わった人々は、他にも、大きな夢を持ちながら、難病のため夢をかなえることができない子どもたちがいるに違いないと考え、メイク・ア・ウィッシュが設立されたのだ<sup>9</sup>。

メイク・ア・ウィッシュの活動は、「警察官になりたい」「野生のイルカと泳ぎたい」などの難病と闘う子どもたちの夢を実現するために、さまざまな手配や支援をすることである。43 年以上前に米国カリフォルニア州・アナハイムにあるディズニーランド・リゾートで最初のメイク・ア・ウィッシュが叶えられて以降、ディズニーは世界最大のメイク・ア・ウィッシュの活動の協力者として、これまでに重い病氣と闘う子どもたちとその家族のために、15 万件という驚くべき数のディズニーに関する願いを叶えてきた。メイク・ア・ウィッシュは、設立されるきっかけとなった 1980 年 4 月 29 日を記念し、毎年同日を「ワールド・ウィッシュ・デイ」と制定し、活動を記念しているのだが、今年ワールド・ウィッシュ・デイに先立ち、4 月 28 日にディズニーとメイク・ア・ウィッシュの両者の関係に敬意を表し、ディズニーランド内にあるメインストリート U.S.A. に特別な 3 つのウィンドウを設置した。メインストリート U.S.A. のウィンドウは、創設者のウォルト・ディズニーやその家族、アトラクションを建設するイマジニア<sup>10</sup>など、過去 1 世紀にわたりディズニーに多大な貢献をした人物に捧

げられてきたが、非営利団体に捧げられた初めてのウィンドウは、ディズニーとメイク・ア・ウィッシュが長年にわたって築いてきたユニークで特別な関係を表わしている。今回設置された3つの窓は過去、現在、未来のウィッシュキッズ（メイク・ア・ウィッシュが支援する子供）に、前述したメイク・ア・ウィッシュ創立のきっかけとなったクリス・グレイシアス、そしてディズニーランドで最初のウィッシュキッズとなったフランク・サラザールにささげられた窓となっている<sup>11</sup>。セレモニー当日は2023年2月にメイク・ア・ウィッシュ・アメリカの全米理事に任命されたテーマパーク部門責任者ジョシュ・ダマロも参加した。

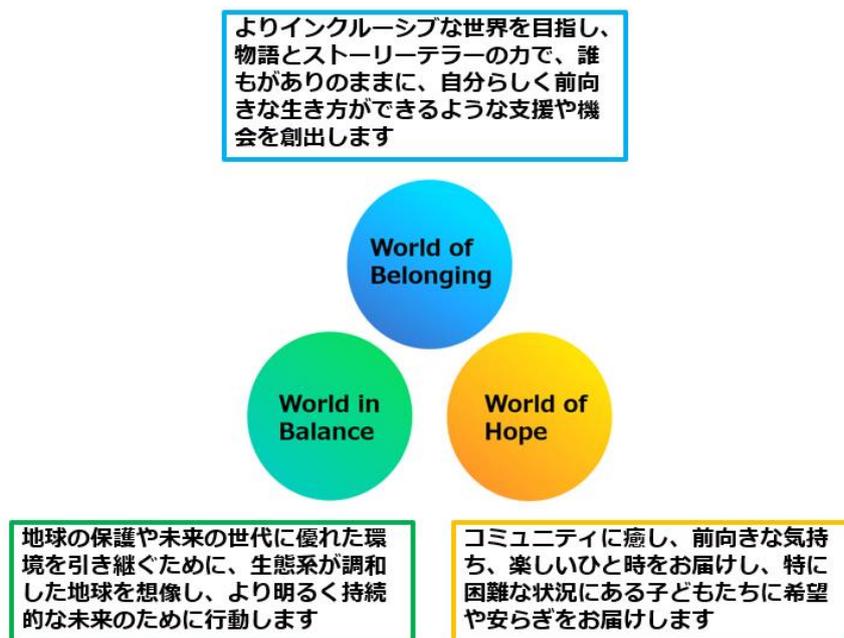
このような難病の子どもたちがディズニーパークスで楽しむことができるように、ディズニー社とメイク・ア・ウィッシュが支援する以外にも、ディズニーファンがメイク・ア・ウィッシュ活動を支援することができる取り組みも存在する。例えば、2016年2月、ディズニーランド60周年を記念し、最大100万ドルをメイク・ア・ウィッシュに寄付するプロジェクト「Share Your Ears」が行われた。このイベントでは、誰かがテーマパーク内で売っているミッキーの耳がついたカチューシャ通称「ミッキーイヤー」を身につけた写真をハッシュタグ「#ShareYourEars」を付けてTwitter、Facebook、Instagramに投稿するたびに、ディズニーから1枚につき5ドル、最大100万ドルをメイク・ア・ウィッシュに寄付される内容であった。ちなみに、このイベントは1か月足らずで100万ドルに到達したが、ディズニーの粋な計らいで当初予定の100万ドルから2倍の200万ドルが寄付されることとなった<sup>12</sup>。他にも2020年には世界中のディズニーテーマパーク内で“Wishes Come True Blue Color Collection”というグッズのシリーズがリリースされ、グッズ売上の25%がメイク・ア・ウィッシュに寄付されている。

## 7—おわりに

冒頭で述べた通り、ディズニー社の著作権に対する意識は、消費者に過度に「ディズニーは著作権に厳しい」という印象を構築してきたが、自社のキャラクターが意図していない所で勝手に商用的に使われていたり、キャラクターイメージを損ないかねない商品にイラストされてしまうリスクを考えると、それは当然のことと言えるだろう。特に老若男女幅広い層から支持されているからこそ、自社が想定する「キャラクターのイメージ」が外部組織の無断使用によって損なわれてしまうことは大きな損失を生みかねない。

一方で、本レポートで述べた通り、ディズニー社は自社のキャラクターが子どもたちに希望を与える存在だと認識しているからこそ、自社のIPを子どもたちに希望を与える手段として活用している。図3は、ウォルト・ディズニー・カンパニーが掲げるCSRの3つの目標<sup>13</sup>であるが、今回紹介した事例は3つの内、コミュニティに癒し、前向きな気持ち、楽しいひと時の提供、特に困難な状況にある子どもたちに希望や安らぎを届ける事を目標とする「World of Hope」に分類される。このようなCSR活動がより多くの消費者に認知され、一部の消費者の間で築かれてしまった歪んだ「ディズニーの著作権」に対するイメージが変わっていくことを一ファンとして望んでいる。

図3 ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社の CSR の目標



出所：ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社ホームページ ソーシャル・レスポンシビリティ  
より引用し、筆者作成

<sup>1</sup> <https://www.cric.or.jp/qa/hajime/>

<sup>2</sup> サンケイ新聞「プールの絵著作権違反」 昭和 62 年 7 月 10 日号 23 頁

<sup>3</sup> ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社 プレスリリース「<最も必要とされるときに、安らぎと楽しいひと時を子どもたちへ> スターライト製ディズニーデザインの病衣を日本で初めて提供 岩手・群馬・東京・神奈川・静岡の国内 6 病院でテスト導入を開始」 2023 年 6 月 19 日 <https://www.disney.co.jp/corporate/news/2023/20230619>

<sup>4</sup> ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社 プレスリリース「ディズニー、認定 NPO 法人 難病のこども支援全国ネットワークと協力し 神奈川県立こども医療センターにディズニーのキャラクターをあしらった壁紙を日本で初めて提供 ～病気と闘う子どもたちに、安らぎと楽しいひと時をお届け～」 2022 年 9 月 20 日 <https://www.disney.co.jp/corporate/news/2022/20220921>

<sup>5</sup> 国立研究開発法人 国立成育医療研究センター 「新着情報 ディズニーから壁紙や、ムービーシアターなどのご寄付をいただきました」 2023 年 6 月 19 日 <https://www.ncchd.go.jp/news/2023/0619.html>

<sup>6</sup> The Walt Disney Company Europe, Middle East & Africa Philips and Disney join forces to improve the healthcare experience of children 2021 年 3 月 3 日 <https://thewaltdisneycompany.eu/philips-and-disney-join-forces-to-improve-the-healthcare-experience-of-children/>

<sup>7</sup> バンダイキャラクター研究所編（バンダイキャラクター研究所時代レポート, Vol.1. 「キャラクターと癒し調査」結果報告書 バンダイキャラクター研究所, 2000.10

<sup>8</sup> 相原博之（2007）『キャラ化するニッポン』講談社現代新書

<sup>9</sup> 公益財団法人 メイク・ア・ウィッシュ オブ ジャパンホームページ <https://www.mawj.org/about/make-a-wish-story/>

<sup>10</sup> ディズニーのテーマパークのデザインや設計をする人々のこと。“イマジネーション（想像力）”と“エンジニア（技術者）”を組み合わせた造語。

<sup>11</sup> The Walt Disney Company *Disney and Make-A-Wish® Celebrate Longstanding Relationship and 150,000 Disney Wishes Granted on World Wish Day®* 2023 年 5 月 1 日 <https://thewaltdisneycompany.com/disney-and-make-a-wish-celebrate-longstanding-relationship-and-150000-disney-wishes-granted-on-world-wish-day/#:~:text=The%20date%20marks%20the%20anniversary,kids%20and%20their%20loved%20ones.>

<sup>12</sup> Disney Parks Blog *Disney Parks Doubles Make-A-Wish Donation to \$2 Million, Thanks All Who Participated in #ShareYourEars* 2016 年 3 月 18 日 <https://disney Parks.disney.go.com/blog/2016/03/disney-parks-doubles-make-a-wish-donation-to-2-million-thanks-all-who-participated-in-shareyourears/>

<sup>13</sup> 米国ウォルト・ディズニー・カンパニーもウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社も同じ CSR の目標を掲げている。