

「SylvanianDrama」訴訟劇の舞台裏：シルバニアファミリーが TikTok クリエイターを提訴、和解に至るまで

Genspark

概要（エグゼクティブサマリー）

エポック社（シルバニアファミリー／米国名 Calico Critters の権利者）は、TikTok 等で「大人向け」寸劇を展開して人気を博したアカウント「SylvanianDrama」（運営者：Thea von Engelbrechten）に対し、2025 年 4 月 7 日、米ニューヨーク南部地区連邦地裁に著作権侵害・商標侵害・不正競争を提起した。訴状は DMCA を通じた削除・異議申立ての応酬やブランドタイアップ活用の経緯を詳細に記し、差止・損害賠償（1 作品あたり最大\$150,000 の法定損害金）など広範な救済を求めた。8 月 8 日、原告は訴えを自発的に取り下げ（without prejudice）、双方が費用を各自負担とする旨の処理が公表され、エポックは和解成立を通知（内容は非開示）。被告側は同日、アカウント名・プロフィール画像の変更方針を示した。フェアユース（パロディ）や Rogers テストの適用範囲、Warhol 判決後の「変容性」評価、Jack Daniel's に伴う Rogers 制限など現行法理の交錯が示唆される一方、世論は権利保護とファン創作の自由の線引きを巡って割れ、広告主側への含意も大きい。国内では、ブランド世界観と齟齬する「燃やす」演出等の炎上事例や、エポック社による個人製作品の販売注意喚起・コミュニティ規範の整備が進んでおり、本件は二次創作・UGC の実務ルール形成に波及しうる。ArsTechnica（訴状）[1](#) BBC（取下げ報道）[2](#) Epoch（和解リリース JP）[3](#)

1. 当事者（エポック社と「SylvanianDrama」）の実像

エポック社は 1985 年から「シルバニアファミリー」を展開し、米国・カナダでは Calico Critters として知られる。作品世界は「可愛らしさ」「健全さ」が核で、緑豊かな家々で暮らす動物キャラクターによる穏やかな物語線がブランド資産である。他方で「SylvanianDrama」は 2021 年頃に始動し、無邪気な外見のドールに濃厚な大人向けスケッチ（飲酒・薬物・不倫・暴力・殺人等）の物語を演じさせ、ポップな BGM と強いギャップで笑いとショックを両立させた。TikTok で 250 万人超、総いいね 6800 万超、Instagram で 100 万人規模まで成長し、Burberry、Marc Jacobs、Hilton、Netflix など有力ブランドとのスポンサード投稿も実現している。運営者はアイルランド在住の Thea von Engelbrechten 氏。自身の世代的悩み（ダイエット、自己像、恋愛、職業観）を小さな「森の住民」に投影する語りは、同世代視聴者の

共感を得たと語っている。BBC（背景と数値）[16](#) Vulture（人気化の過程・スポンサー例）[17](#)

画像・動画例（参考）

- 画像：Vulture 掲載のコラージュ（SylvanianDrama の世界観）Vulture[18](#)
- 画像：BBC 記事内の公式写真（ブランドの「健全」表象）BBC[19](#)
- 動画例：元恋人に便器を投げる等の過激プロット TikTok（例 1）[20](#)／車での轢過描写 TikTok（例 2）[21](#)（いずれも Vulture 記事の文脈）Vulture[17](#)

2. 和解の事実関係（公式発表と手続）

- 訴訟経過：原告は 2025 年 4 月 7 日に SDNY へ提訴。7 月以降、報道とともに注目が高まる。8 月 8 日、被告の答弁期限当日に原告が自発的取下げ(without prejudice)を行い、各自費用負担でのクローズ処理。被告は同日、SNS で「8 月 19 日にアカウント名とプロフィール画像を変更」する旨を公表。NBC[22](#) BBC[2](#)
- 公式発表：エポック社は 8 月 8 日付で和解成立を公表（内容は非開示）。日英の PDF プレスリリースが公式サイトで公開されている。Epoch JP リリース PDF[3](#) Epoch EN リリース PDF[4](#)
- 手続文書：取下げ（Notice of Dismissal）は第三者アーカイブ等で確認でき、「without prejudice」「各自費用負担」の記載がある。BBC（当該文書へのリンク付き報道）[2](#) ArsTechnica（Notice リンク付き）[23](#)

3. 法的争点の多角的分析

3.1 著作権侵害の成否（玩具を使う動画の保護対象と侵害構成）

- 侵害構成（原告主張）：Calico Critters（シルバニア）に係る著作物（立体造形等の視覚芸術作品）を無許可に複製・公衆送信・二次的著作物化し、かつ商業的に利用した点をもって 17 U.S.C. § 106 違反(侵害)。救済は差止・法定損害金最大\$150,000/作品、利益返還、弁護士費用等を求める。ArsTechnica（訴状 PDF）[1](#)
- 著作権の対象：既製品のドールであっても、その造形（著作物性）が認められるのが一般的。たとえば Mattel v. Walking Mountain (9th Cir. 2003) では、バービー人形の写真作品をめぐる、被告作品はパロディとしてフェアユースに該当すると判断されたが、前提として原告の保護対象性は問題なく肯定されている。米 Copyright Office 要約 PDF[7](#)

3.2 フェアユース（パロディ）の成立可能性

- 法基準：17 U.S.C. § 107 は、利用目的と性格、原著作物の性質、量と質、利用の市場効果の 4 要素で判断。商業的であることは不利要素だが決定打ではない(Campbell v. Acuff-Rose、2 Live Crew 事件)。パロディのために「連想可能性」を確保する限度での拝借は許容されうる。Cornell LII（条文）[5](#) U.S. Copyright Office 要約 PDF[6](#)
- 本件適用：SylvanianDrama は「健全」なブランド像をもつドールに大人の醜態を演じさせるギャップ笑いで、原著作物の理念（世界観）に風刺的に切り込む性格が強い

い。Vulture や BBC が記述する具体的プロット（便器投擲、車で轢く等）やテーマ（メンタルヘルス、浮気、薬物、身体像、経済苦）から、対象作品（ブランド世界観）への批評・風刺の性格は明白で、変容性（transformative use）の主張は比較的強い。他方、Warhol v. Goldsmith（2023）以降、第一要素の「目的と性格」評価は「新規の目的・意味」だけでなく、被用目的の近接性や代替市場への侵食可能性も厳格に問われやすい。SylvanianDrama の動画は本来の児童向け玩具市場と視聴者・用途が大きく異なり、代替危険は限定的と考えられるため、第四要素（市場代替）も被告に有利に働きうる。Vulture¹⁷ BBC¹⁶ Harvard Law Review（Warhol 評）²⁴

- 評価の分水嶺：純粋に著作権面だけを見れば、専門家・ブロガーの分析はパロディ・変容性の有力性を指摘（Plagiarism Today/IPKat）。もっとも、動画の一部は過激な暴力描写・犯罪描写も含むため、プラットフォーム規約やブランド安全性の観点（著作権とは別次元）ではグレーが残る。Plagiarism Today²⁵ IPKat²⁶

3.3 商標・不正競争（虚偽の出所表示・虚偽の後援：Lanham Act § 1114/1125(a))

- 原告の懸念：被告が「Sylvanian」を含むアカウント名やエポックのマーケ画像をプロフィールに使い、さらに Sephora、Burberry、Netflix、Hilton、Taco Bell 等のスポンサー投稿で当該ドールを用いたことにより、出所・後援の誤認（false endorsement）を招く、ないし正規ライセンス機会を篡奪（ブランド希釈や機会損失）したという主張。ここは著作権よりも原告が「勝ち筋」を見出しやすい論点とする見解もある。ArsTechnica（記事）²³ Vulture（スポンサー列举）¹⁷ Plagiarism Today²⁵
- 法理の射程：本件の動画は「表現的作品」だが、商標の用法が「作品内の言及（表現）」か「出所表示としての利用」かで基準が変容。Rogers v. Grimaldi は表現の自由と商標権の調和テストを示したが、Jack Daniel's（VIP）判決を踏まえ近時は「商標を出所表示として使う場合」には Rogers が及ばない方向に整理が進む。被告の用法（アカウント名、プロフィール画像、スポンサー投稿の態様）が「出所表示」寄りと評価されれば、原告に有利。逆に、作品内での言及や識別に必要な範囲の「記述的用法／指名的フェアユース」に留まるなら被告有利。実際のスポンサー・表現態様の細部が勝敗を左右した可能性がある。Skadden（Rogers 制限の解説）⁸

3.4 DMCA とプラットフォーム経緯

- タイムライン：2023 年 10 月 23 日頃に原告が TikTok へ DMCA 削除要請→TikTok がフェアユース判断の補足資料を要請（12/11 頃）→原告が反論提出（2024/2/21 頃）→TikTok が 2024/4/9 頃に被告アカウントを削除・無効化→被告が 4/25 頃にパロディ主張のカウンターノティス→以後 11 カ月の交渉ののち訴訟提起（2025/4/7）。訴状 PDF¹ Vulture¹⁷
- 留意：DMCA は商標問題を扱わないため、商標由来の懸念に基づく削除は適合しない。他方、著作権面ではプラットフォームの初動（無効化）→異議で復活という流れは、パロディ・フェアユースの成否が争点であることを示唆する。Plagiarism

Today²⁵

4. 世論・ファンコミュニティの反応

- オンライン全般の空気感：広告・マーケ領域では、「提訴により批判はクリエイターやスポンサーでなく原告（エポック）に向かった」との観測がある一方、法的・ブランド保護の観点から原告の行動を理解・支持する声も目立つ。スポンサー側は共同被告化されておらず、直接的なレピュテーション毀損は限定的だったとの分析も提示された。MarketingBrew¹¹
- ファンコミュニティ（Reddit r/sylvanianfamilies）：スレッドでは、スポンサー付動画での商標・後援誤認のリスクを指摘し、営利化がフェアユースの領域を狭めるとの実務的懸念が多数派。他方、「まずは名称変更や広告停止の要請など、訴訟以前のソフトな解決策が望ましかった」とする中間的意見もみられる。コミュニティは概ね「権利保護の必要性」と「ファン創作の自由」のバランスを模索する姿勢。Reddit¹⁰
- 報道視点：BBC、NBC、ArsTechnica、Vulture 等は数字・手続・スポンサー関係・過去 DMCA の推移を客観的に整理。Irish Times や Irish Legal は和解に至った旨を報じ、当日被告側のアカウント名変更予告投稿も確認されている。BBC² IrishLegal.com²⁷ ArsTechnica²³

5. 広範な意味合いと日本への影響

5.1 クリエイター×権利者×スポンサーの実務インプリケーション

- クリエイター側：著作権面でパロディ主張が有望でも、商標・後援誤認（Lanham Act § 1125(a)）は弱点になり得る。アカウント名でのブランド名使用、プロフィール画像への公式素材流用、スポンサー投稿における第三者 IP の同時使用は、Rogers 保護の外へ押し出されやすい。命名・ビジュアル・クレジット・ディスクレーマーの設計、スポンサー素材の透明な区分が重要。Skadden⁸ Vulture¹⁷
- 権利者側：パロディに即時に強権発動すると逆風も招く。名称・プロフィールの是正、スポンサー投稿に限った禁止・監修導入など「段階的コンプライアンス」を提示し、ファン創作の裾野を守りつつ「出所誤認・希釈・ブランドセーフティ」に絞り込んで対処する方針が得策。和解での「名称変更」「公式画像の不使用」「スポンサー投稿での第三者 IP 併用ルール」等は実務的落とし所になりやすい（本件和解内容は非開示だが、被告が名称・画像変更に言及）。BBC²
- スポンサー側：第三者 IP の混在は「後援誤認」の地雷。事前承認・法務レビューは必須。広告契約書に「第三者 IP の使用禁止/ライセンス証明義務」「事前審査」「ディスクレーマー挿入」「補償条項」を標準化するのが推奨。SylvanianDrama 事案ではスポンサーへの直接的しつぺ返しは限定的だったが、常に安全とは言えない。

MarketingBrew¹¹

5.2 日本での「不適切動画」とエポック社の対応

- 国内炎上の象徴例：女性ファッション誌 LARME の 10 周年動画で、シルバニアを

「燃やす」演出等が批判され公式謝罪・公開中止に至った。世界観と著しく齟齬する表現はファンコミュニティのみならず一般社会の受容性を欠き、ブランドセーフティの観点で即座にレッドラインに触れる可能性が高い。スポニチ [12](#) Asami 経営ブログ（解説） [13](#)

- エポック社の基本姿勢：個人製作品の販売事例への注意喚起では、同社の商標・著作権を無断利用した販売行為を侵害と明示し、トラブル回避のため「販売は控え、私的範囲で楽しむ」よう求める。コミュニティガイドラインでも、法令・公序良俗・第三者権利への配慮、公式アカウント利用規約・ガイドラインの順守等を掲げる。国内でも「営利化」「公序良俗違反」「ブランド毀損」の3領域を重点管理する姿勢が読み取れる。エポック社・注意喚起 [14](#) 森のお家・コミュニティガイドライン [15](#)

6. 事件の帰結と今後の展望

8月8日の自発的取下げ（without prejudice）は、法的には「本案判断がないまま手続終了」を意味し、将来の再提訴の扉を完全に閉ざすものではない。他方で、エポック社の「和解成立」公表と被告による名称・画像変更の予告は、実務的に当事者間の行動規範が何らか合意された可能性を示唆する。今後は、(1) 被告アカウントのブランディング（名称・ビジュアル）是正、(2) スポンサー投稿における第三者IPの扱い明確化（不使用/許諾取得/ディスクレーマー）、(3) 作品内の表現はパロディの範囲に収める工夫、といった「調和モデル」へ寄せていくのが合理的だろう。類似事案でも、著作権のパロディ保護と、商標・後援誤認リスクの最小化を両立する設計が新たな標準になると見込まれる。BBC [2](#) ArsTechnica [23](#)

補論：SylvanianDramaの表現スタイルと人気要因の詳細分析

- 表現設計：小動物の無垢なビジュアルに、フェイクアイラッシュや衣装、強い字幕（例：「My marriage is falling apart」）を重ね、軽快なポップスの上で「修羅場」を演じさせる。可愛いと残酷の衝突（incongruity）が笑いの核。TikTokの短尺・高速展開と相性が極めて良い。BBC [16](#) Vulture [17](#)
- 共感軸：Z世代女子の生活テーマ（不安、自己像、ダイエット、恋愛の承認、サステナビリティ）を小劇場化し、自己風刺とカタルシスを提供。運営者本人の語り（「自分をネタにしている」「誰かを馬鹿にしていない」）が受容性を補強した。BBC [16](#) Vulture [17](#)
- マネタイズ：有力ブランドとのタイアップにより、単なる「ファン芸」から「広告プラットフォーム」へと位相が転換。ここが法的リスク（商標・後援誤認）と衝突点を作った。人気の飛躍とリスクの増幅が同時進行したと総括できる。Vulture [17](#) NBC [22](#)

事件タイムライン（主要トピック）

- 2023/10/23 頃：TikTokにDMCA削除通知（原告）→プラットフォームの追加照会→原告がフェアユース否定の説明（2024/2/21）→アカウント無効化（2024/4/9）

→被告カウンターノートイス（2024/4/25）。訴状 PDF [1](#)

- 2025/4/7：SDNY に提訴（著作権・商標・不正競争）。訴状 PDF [1](#)
- 2025/7 中旬：英 BBC ほか国際報道が相次ぎ注目化。BBC（訴訟報道）[16](#)
- 2025/8/8：被告答弁期限日、原告が自発的取下げ（without prejudice・各自費用）／エポック社は和解成立を公表（内容非開示）／被告は名称・プロフィール画像の変更を予告。BBC [2](#) Epoch リリース JP [3](#)

参考：各プレイヤーへの実務チェックリスト

- クリエイター
 - アカウント名に原商標を含めない、プロフィールに公式素材を用いない、スポンサー投稿で第三者 IP を使わない／ライセンス明示／ディスクレーマー付与。MarketingBrew [11](#)
 - 作品内の表現は「対象（ブランド世界観）への批評・風刺」との関連性を示す（連想可能性を超えた過度の拝借は避ける）。Campbell 要約 [6](#)
- 権利者
 - 段階的是正要求（命名・ビジュアル・スポンサー領域の3点セット）→未達時の法的手当てへ。パロディ圧殺と映らぬよう対象領域を限定。IPKat [26](#)
- スポンサー
 - クリエイター契約に第三者 IP 条項・事前審査・補償条項を標準化。法務とマーケの連携を常時運用。MarketingBrew [11](#)

日本語圏向け補足リンク

- シルバニア公式（世界観の確認）Sylvanian Families 公式 [28](#)（記事文脈にて BBC も同旨説明）BBC [16](#)
- 日本語報道の要約（弁護士ドットコム転載）Yahoo!ニュース [29](#)

最後に

本件は、UGC/二次創作が巨大化・商業化したときに、著作権のパロディ保護と商標の「後援誤認・出所表示」領域が鋭くぶつかる現代的なケースでした。司法判断に至らず和解（取下げ）で収束したことは、当事者にとって実務的な「行動規範」合意の余地が大きいことを示します。今後、似たクリエイションの現場では、(1) ネーミングとビジュアルの線引き、(2) スポンサー投稿の第三者 IP 回避/許諾/明示、(3) 作品内での批評・風刺の明確化、の3本柱が国際的な安全運転の定石になるでしょう。国内でも、炎上事例の教訓とエポック社の注意喚起・コミュニティ規範の周知が、ファン創作の持続可能性を高める鍵となります。