



シルバニアファミリーは、ウサギやネコなど愛らしい動物の人形とミニチュアの家々で構成されるエポック社の人気玩具シリーズです。1985年の発売以来、子供から大人まで世界中で親しまれ、欧米では「Calico Critters（カリコクリッターズ）」の名でも展開されています¹。そんな微笑ましいシルバニアファミリーのキャラクターたちが、TikTok上で思いがけない“大人のドラマ”を演じ始め、大きな注目と議論を呼ぶ事態となりました。

TikTokアカウント「SylvanianDrama」とは何か

「SylvanianDrama」とは、シルバニアファミリーの人形を用いてブラックコメディ風の寸劇動画を投稿していたTikTok上の人気アカウントです。作者のThea Von Engelbrechten氏（アイルランド在住）は2021年の新型コロナ禍にこのシリーズを始め、かわいらしい動物の人形に飲酒や薬物乱用、不倫、暴力、殺人など本来は無縁の大人向けストーリーを演じさせました²。そのシュールな内容が若年層を中心に受け入れられ、TikTokで250万以上、Instagramで約100万ものフォロワーを獲得する大人気チャンネルへと成長しています³。投稿された動画の多くは数百万～数千万回再生されるほどのバイラルヒットとなり、作者はNetflixやBurberryをはじめ複数の有名企業とのスポンサー契約（タイアップ）も締結するまでになりました⁴。こうした企業コラボにより収益を得ていた点が、後述する法的トラブルの一因ともなります。

エポック社による訴訟の経緯

しかし2023年頃から、シルバニアファミリーの世界観とかけ離れた動画内容に対しメーカーのエポック社は懸念を強めていきます。まず同年10月、同社は米国デジタルミレニアム著作権法（DMCA）に基づきSylvanianDramaの一部動画に削除申立てを行い、実際チャンネルが一時停止される事態となりました⁵。Von Engelbrechten氏は自らの作品はパロディでありフェアユース（公正利用）に当たると主張して異議申立てを行い、TikTok側はチャンネルを復活させています⁶。エポック社は以降も水面下で対応を協議しましたが解決に至らず、2025年4月に米ニューヨーク南部地区連邦裁判所へ訴訟を正式提起しました⁷。訴状によれば、エポック社は被告によるシルバニアファミリー人形の無断利用について著作権侵害および商標権侵害を主張し、さらに公式コンテンツであるかのように誤認させる虚偽表示（不正競争行為）にも当たると非難しています⁸。加えて「これら不適切な動画は企業の評判に回復不能な損害を与えている」として、子供向けブランドであるシルバニアファミリーのイメージ毀損も強く訴えました⁹。一方で被告側クリエイター

は一貫して「パロディであり合法」と反論しており、著作権のフェアユース（米国法上のパロディ等に対する例外規定）に該当するとして争う姿勢を示していました^{2 6}。なお、この訴訟が日本企業とアイルランド人クリエイター間の紛争でありながら米国ニューヨークで提起された理由について明確な説明はありません。専門家は「TikTokやInstagramといった米国拠点のプラットフォーム上のコンテンツに対し、判決を直接執行できるようにする狙いだった可能性もある」と推測しています¹⁰。この提訴は7月に入るとBBCなど海外メディアでも報じられ、日本国内でも「ついに公式が動いた」と話題になりました¹¹。国内にもシルバニアファミリーの世界観にそぐわない二次創作動画が存在するため、他人事ではないと注目されたのです¹²。

争点：著作権・商標侵害 vs パロディの正当性

最大の争点は、子供向けキャラクター玩具を用いて過激なパロディ動画を作る行為が知的財産権の侵害に当たるか、それとも表現の自由の範疇として許されるか、という点でした。著作権の面では、SylvanianDramaは「シルバニアファミリー」という既存キャラクター造形物をそのまま用いているためエポック社は著作物侵害を主張しました。しかし米国法にはフェアユース規定があり、**風刺やパロディ目的の二次創作は一定条件下で著作権侵害とは見なされません**¹³。実際、本件動画シリーズのユーモアは「子供向けのかわいい人形がドラッグや暴力沙汰を演じる」というギャップそのものにあり、これは原作への批評的な風刺（パロディ）として十分に認められる可能性があります¹⁴。またユーザー層の拡大という点でも、SylvanianDramaによってむしろ原作玩具の認知度や市場が拡大した側面も指摘されています¹⁵。以上から、著作権侵害の主張に対してはパロディによるトランスフォーマティブな利用（変容的利用）との反論が成り立つ余地が大きいと見られていました。

一方、商標権や不正競争の面では別の問題が提起されました。SylvanianDramaの運営者が動画の人気を背景に複数の企業スポンサーとのタイアップ契約を結び収益を得ていたことについて、エポック社側は「自社ブランドの名声とキャラクターを利用して不当に利益を上げている」と反発しました¹⁶。特に

「SylvanianDrama」という名称自体に商標である「Sylvanian」の語を含めている点や、SylvanianDramaの投稿がNetflix・Hilton（ヒルトンホテル）など公式ブランドとのコラボ企画と誤認される恐れも問題視されたのです^{17 18}。もっとも、実際に消費者がこのブラックコメディ人形劇をエポック社の公式コンテンツと混同する可能性は低いとも考えられます¹⁹。現にSylvanianDramaの作風はあくまで大人向けであり、その過激さゆえ「公式がこんな動画を作るはずがない」という点自体が笑いのネタになっているほどです¹⁸。ただし前述のように大手企業とのタイアップ動画まで展開していたことは、周辺層から見れば「公式が公認しているのかも？」との誤解を生む余地もゼロではなく、この点は法的にも微妙なラインでした¹⁸。結果としてエポック社は著作権のみならず商標や虚偽表示の主張も含めて**包括的に法的圧力**をかけることで、ブランドイメージの保護と収益活動の差止めを図ったものと考えられます。

和解成立とその後の動き

こうした争いは約4か月に及びましたが、**2025年8月8日付で両者は和解に至り訴訟は取り下げられました**²⁰。同日付でエポック社が発表した声明にて訴訟の取り下げと和解成立が公表されています（ただし和解条件の詳細は非公開）²⁰。これにより8月14日に予定されていた米裁判所での審理は行われずに済んだようです⁷。和解後、SylvanianDrama側も動きを見せました。**8月19日をもってTikTok/Instagramアカウントの名称とプロフィール画像を変更すると**作者がSNS上で表明したのです²¹。実際にアカウント名から「Sylvanian」の文字列を外し、アイコンも公式キャラクターを想起させないものに差し替えることで、**今後はエポック社の商標を直接には用いず活動続ける**意向であると推測されます。投稿者のVon Engelbrechten氏は和解発表前の2025年1月以降、新作動画の投稿を停止していましたが⁷、今回約半年ぶりにInstagramにメッセージを投稿し上記の方針転換を説明しました²²。今後コンテンツ自体を継続するかは不明なものの、少なくとも**名称や体裁を変更することでブランドとの一定の距離を置いて活動を再開する**可能性があります。

世間の反応と考察

この騒動と和解成立のニュースに対し、インターネット上では概ね安堵と歓迎の声が上がりました。同時に「なぜ訴訟など強硬手段に出たのか」と当初のエポック社の対応を疑問視・批判する意見も少なくありません。SylvanianDramaをきっかけにシルバニアファミリー（Calico Critters）という玩具の存在を初めて知りファンになった人も多く、「エポック社は自分たちに利益をもたらした相手の手を噛んでしまった（恩を仇で返した）のではないか」という指摘もなされました²³。実際、第三者から見てもこのような人気パロディ動画は企業ブランドにとって結果的にプラスに作用していた可能性が高いとされています²⁴。エポック社にとってみればSylvanianDramaは本来ターゲットではない大人層にも製品を宣伝する効果的な販路だったとも言えるでしょう。その意味で、同社が法的措置に踏み切ったことは短期的にはブランド毀損の危機回避になりえても、長期的にはファンコミュニティとの関係悪化や機会損失に繋がりがかねない諸刃の剣でした。

もっとも、企業側の懸念にも理解できる部分があります。子供向けの可愛いキャラクターたちが薬物や暴力沙汰に及ぶ描写に対し、保護者層などが嫌悪感や不安を抱くのは無理もないからです。事実、SylvanianDramaのエピソードには家庭内暴力（DV）やアルコール・ドラッグ中毒、自傷行為といった重いテーマも織り込まれており²⁵、公式の穏やかな世界観とのギャップは非常に大きいものでした¹²。エポック社としては自社IPがそうした文脈で消費されることに危機感を抱いたのは当然と言えます。このケースはファンによる二次創作コンテンツと著作権者との距離感について考えさせられる例ともなりました。パロディやファンアートがブランドにもたらす恩恵は大きい一方で、公式イメージを損ねるリスクも孕んでいます。企業は自社IPの保護とファンコミュニティとの共存のバランスに悩むところですが、今回のように当事者同士が話し合いで落とし所を見つけたことは望ましい解決と言えるでしょう。今後、SylvanianDramaが形を変えつつ活動を続けるのであれば、ファンの創作と公式ブランドの共存の一つのモデルケースとなるかもしれません。今回の和解を契機に、企業とクリエイター双方にとってより良い関係構築のあり方が模索されていくことが期待されます。²⁴ ¹²

¹ ¹⁴ ¹⁵ ¹⁷ ¹⁸ ¹⁹ ²³ ²⁴ Dolls Gone Bad: The War over Sylvanian Drama - Plagiarism Today
<https://www.plagiarismtoday.com/2025/08/04/dolls-gone-bad-the-war-over-sylvanian-drama/>

² ⁹ ¹¹ ¹² ²⁰ シルバニアファミリーの「不適切な動画」、エポック社が和解…人気TikTokアカウントを相手に米国で訴訟 | NEWSjp
<https://news.jp/i/1330432236558156568?c=1179248089549373591>

³ ⁴ ⁵ ⁶ ⁷ ⁸ ¹³ シルバニアファミリーで殺人や不倫のコメディを投稿 エポック社が人気TikTokerを提訴したとの報道 - YouTubeニュース | ユーチュラ
<https://yutura.net/news/archives/138253>

¹⁰ ¹⁶ ²² ²⁵ Irish woman settles legal row over ‘mini soap-opera’ videos featuring Sylvanian Families toys – The Irish Times
<https://www.irishtimes.com/ireland/2025/08/08/irish-woman-settles-legal-row-over-mini-soap-opera-videos-featuring-sylvanian-families-toys/>

²¹ Irish TikToker reaches settlement in Sylvanian Drama case | Irish Legal News
<https://www.irishlegal.com/articles/irish-tiktok-reaches-settlement-in-sylvanian-drama-case>