

印刷会社 のための 知的財産

連載
第11回

裁判例紹介

事件名：

セキスイハイム 広告写真事件

大阪地裁判決平成17年1月17日判決
平成15年(ワ)第2886号 損害賠償等請求事件

◆実務上のポイント

本件は、写真家が広告制作会社からの依頼を受け、広告主の商品PR誌に使用する目的で写真を撮影し、当該写真を広告制作会社に引渡した行為は、①黙示の著作権譲渡と解釈できるか、②当初使用許諾していた態様に類似した媒体への写真使用は、使用許諾範囲内と解釈できるか、等が主に争われた事件です。

裁判所は、黙示の著作権の譲渡はなく、また類似媒体への当該著作物の使用は使用許諾の範囲外であると判断しました。

◆本件を取り上げた理由・趣旨

印刷会社や広告制作会社のような制作物発注者とカメラマンやデザイナーのような制作物受注者との間で当該制作物の著作権譲渡や使用範囲をめくり争われるケースは多いのではないのでしょうか。その原因の一つとして、受発注の際、互いに著作権譲渡の有無や当該著作物の使用範囲に関して明確に取り決めていないことが考えられます。

今回ご紹介する事件においても、制作物(写真)の取り扱いについて上記の点について明確な取り決めをしないまま取引をした結果、係争となったもの

です。

将来、他の媒体に再使用される可能性のある制作物については、権利の取扱いを含めた可能な範囲での合意をし、それを書面にしておくことが大切です。また、今回の判決では、使用許諾の範囲についても実務上の参考となる判断基準が示されています。使用許諾範囲が明確でないようなケースにおいて、一つの指針となるでしょう。

◆事件の概要

原告： X(写真家)

被告： Y1(広告制作会社である株式会社日本エスピー・センター)

Y2(広告主である積水化学工業株式会社及びセキスイハイム大阪株式会社)

Xは、Y1の依頼を受け、Y2の商品のPR誌「ユーザー評判記」に掲載するための写真を撮影し、Y1に引渡していました。その後、Y1は当該写真を所持していたところ、Y2から当該写真を使用したいとの申し出があり、Y1はXの許諾を得ずに当該写真フィルムをY2に貸し出し、Y2はXに無断で且つXの氏名を表示せずに新聞広告に使用(少なくとも8回にわたり、広告ページ全10段広告にXの撮影し

た写真合計17点を掲載)しました。

これを知ったXは、当該行為は著作権(複製権)と著作者人格権(氏名表示権)を侵害していると、Y1とY2に対し損害賠償(1000万円)並びに当該写真フィルムの返還を請求しました。

◆判決主文

- (1) Y1とY2の行為は著作権侵害であり、Y1はその損害を賠償せよ(68万円を支払え)
- (2) その他の請求(著作者人格権侵害に基づく損害賠償請求・返還請求)はいずれも棄却(認めない)。

◆判決理由の要旨

本件で主な争点となった(1)著作権譲渡の有無、(2)著作権の使用許諾の範囲についての判断が示されました。また、その他の争点として(3)著作者人格権侵害についての判断もされました。

(1) 著作権譲渡の有無について

【Y1・Y2の主張】

以下の理由から、Y1はXから当該写真の著作権を黙示に譲渡されていたので、著作権を侵害していないことを主張しました。

- ① Xの写真撮影の対価として支払ってきた金額は、当該写真の著作権及び写真フィルムの所有権の譲渡の対価が含まれた代金として合理的である。

- ② 宣伝広告業界においては、撮影された写真の著作権及びそのフィルムの所有権は発注者(Y1)に譲渡することが一般的である。

【裁判所の判断】

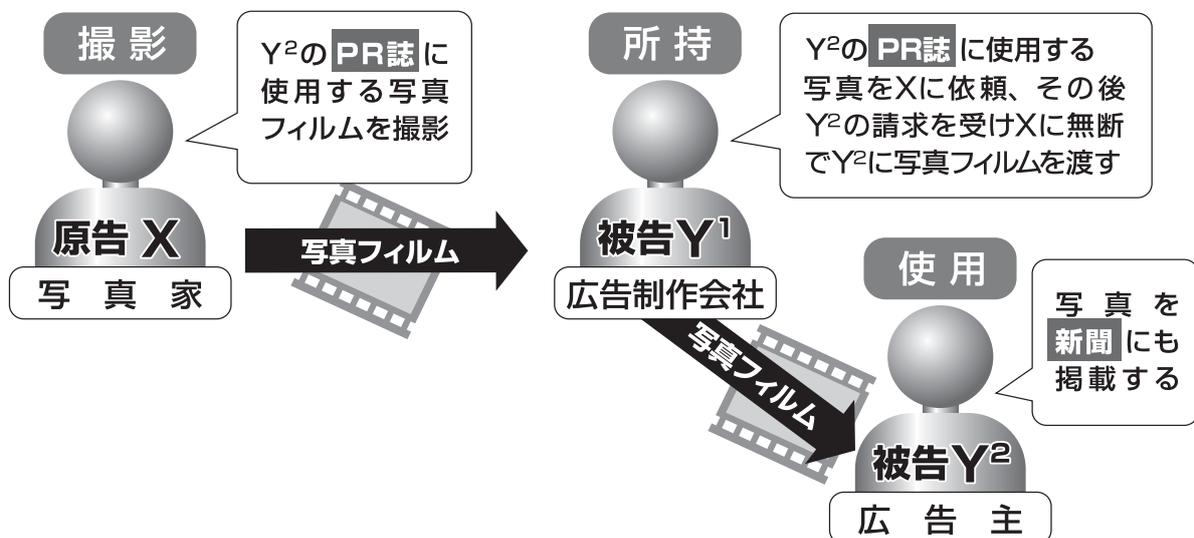
本件においては、Y1・Y2の主張を認めず、著作権譲渡はなかったと判断しました。

- ① 「本件写真がY2の商品PRを目的とするものであるからといって、著作権を譲渡することに直接結びつくものとはいえない」、② 「写真撮影の対価の金額決定は、種々の事情を背景に当事者間の合意によってされるもの」であり、当該対価が「写真の著作権の譲渡の対価を含むものであると直ちにいうことはできない」、③ 「慣行が存在したとしても、直ちに著作権譲渡があったと認められない」、④ 「XがY1に譲渡する旨の合意が両者間に存在していたことを認めるに足りる証拠はない」、として黙示の著作権譲渡を否定しました。

(2) 著作権の使用許諾の範囲について

【Y1・Y2の主張】

Y2の商品PR誌「ツーユー評判記」の制作のために依頼したもので、Y2の宣伝広告のために使用される写真であり、当該写真が「ツーユー評判記」以外の態様(新聞)で使用されることも十分に考えられるとして、当該写真を「ツーユー評判記」の掲載に限定することなく、Y2の商品の宣伝のために使用することを許諾していたと解するべきだと主張しました。



【裁判所の判断】

本件においては、使用許諾範囲は「ツュー評判記」への使用にのみ限定（Y1・Y2の主張を否認）されるとしました。

「著作権者が、その著作物を、ある特定の媒体に使用する前提で使用を許諾した場合に、これと同様の目的であり、また類似の媒体であるからといって、別個の媒体に使用することまで許諾したものと直ちにいうことができないのは当然である」と判示しました。また、本件写真をY2の宣伝広告一般の媒体に使用することについて「明示的な合意がなかった以上、Xがその旨許諾していたことを認めるには足りない」と判断しました。

（3）著作者人格権侵害について

【Y1・Y2の主張】

本件使用においてXの氏名を表示しなかった行為は、著作権法19条3項に規定する「著作者名の表示は、著作物の利用の目的及び態様に照らし著作者が創作者であることを主張する利益を害するおそれがないと認められるときは、公正な慣行に反しない限り、省略することができる」に該当するとして、著作者人格権侵害を否認しました。

【裁判所の判断】

本件においては、著作者人格権の侵害はない（Y1・Y2の主張を肯定）と判断しました。

本件写真は、①Y2の商品の宣伝広告のために用いられたものであり、「一般に、広告に写真を用いる際には、撮影者の氏名は表示しないのが通例」であり、Xが「これによって特段損害が生じたとか、不快感を覚えたといったことはなかった」として、「Xが創作者であることを主張する利益を害することなく、公正な慣行にも合致するものといえるから、著作権法19条3項によって原告の氏名表示を省略する場合に該当する」と判断し、著作者人格権侵害はなかったものと判断しました。

◆ 解説

（1）著作権譲渡について

広告制作会社（Y1）は、業界の慣習など様々な

事情をもって、黙示の著作権譲渡があったことを主張しましたが、裁判所は、明確な合意ではないとして認めませんでした。

印刷会社においても、カメラマンに撮影を委託するケースがあるわけですが、このような場合に著作権を印刷会社に移転しておきたいときには、書面によりその旨を定めておくことが望まれます。しかしながら、制作者との関係で著作権を譲渡してもらえない場合も考えられ、このような場合には、今後想定される制作物（写真）利用についての使用許諾を得ておくといよいでしょう。

（2）使用許諾範囲について

本件では、商品PR誌へ著作物の使用の許諾を得ていた者が、商品PRという当初の目的と同様で且つ新聞という当初の媒体に類似していたとしても、異なる媒体に著作物を使用することは使用許諾の範囲外であることを明示しました。使用許諾の範囲は、明確な合意がない場合、その範囲の解釈が問題となります。今回の判決では、当初使用許諾された媒体以外への使用は認めないとししました。よって、この判決に従えば、当初予定していた使用方法や異なる媒体に使用する際には、改めて著作権者に使用許諾を得ておくことが望ましいと考えられます。

（3）著作者人格権について

著作権と著作者人格権は別個の権利であり、著作権の譲渡や使用許諾があったからといって、氏名表示権等の著作者人格権に配慮しなくてよいというものではありません。また、著作者人格権は、譲渡できる権利ではありません。従って、トラブルを未然に防ぐという観点からは、氏名を表示しないこと等、人格権に関係する行為については、事前に著作者に確認しておくことが望ましいと言えるでしょう。

（4）まとめ

印刷業界や広告業界においては、そもそも契約書を締結して取引を行うということが少なかったわけですが、近年、権利意識が高まっている中、この事件のような争いが増えることが予想されます。従って、今後はきちんと契約書を締結し、権利の帰属や使用許諾、さらには著作者人格権の取り扱いなどについて合意しておくことが大切になっていきます。