

# 印刷会社 のための 知的財産

連載  
第5回

## 裁判例紹介

### 事件名： 会社案内企画流用事件

東京高裁平成7年1月31日  
平成6年（ネ）第1610号 損害賠償等請求控訴事件  
（原審：東京地裁平成6年3月30日判決  
平成3年（ワ）第12736号）

#### ◆実務上のポイント

パンフレット等の企画を流用された場合、写真やイラスト等の著作物がなくとも、素材の選択や配列を保護する編集著作権によって保護を受けられる場合があります。

#### ◆本件を取り上げた理由・趣旨

取引先に企画のプレゼンテーションを行った結果、採用されなかったのに、しばらく経って発行された取引先の印刷物を見れば、取引先は勝手に企画の内容を使っている...企画提案を行う会社であればそんな経験もあるかもしれません。著作権は表現を保護するものでありアイデアは保護対象ではありませんから、イラストや写真等の明確な著作物が含まれない場合は、企画の内容を流用されることを防ぐのは困難です。しかし、企画の内容がパンフレット等の編集物であれば、素材の選択や配

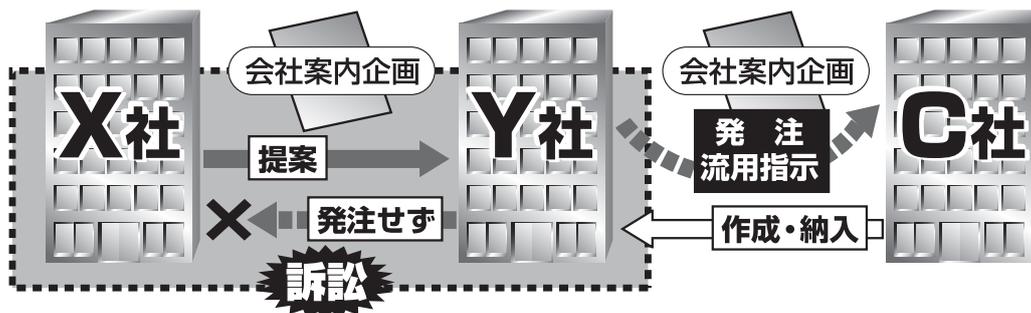
列という表現を保護する編集著作権を根拠として企画の流用に対抗することができる場合があります。

本件は、まさに提案した会社案内の内容を流用された広告会社が編集著作権を根拠に保護された事例であり、企画の流用の防衛策として参考になる事例と言えるでしょう。

#### ◆事件の概要

広告の企画・制作等を業務とする会社Xは、土木建設業者である被告Y社が会社案内を作りかえる意図のあることを知り、Y社の要望に基づき会社案内のラフ案と企画書を作成してY社に提出しました。Y社は、見積金額が高いことを理由にX社に会社案内を発注しない旨を通知し、以前より付き合いのあるC社（訴外）に会社案内を作成させて配布しました。

X社は、自社が提出した会社案内のラフ案は編集著作物であり、C社に作成させた会社案内はその複製である



として、Y社を複製権の侵害を根拠に訴訟を起こしました。

一審の東京地方裁判所は、X社の案と実際の会社案内にはテーマやレイアウトにおいて類似性を認めましたが、「その素材である写真、イラスト及び記事については基本的に全く異なる素材を用いて」とあり、「素材が全く異なるものについて、編集著作物の著作権が及ぶものとは解することはできない」として、X社の請求を棄却しました。これに対しX社が控訴したところ、東京高等裁判所はX社の主張を認め、Y社に対し会社案内の使用差止めと損害金の支払を命じました。

## ◆判決要旨

### ①判決・主文

- ・Y社は、C社作成の会社案内を出版、配布してはならない。
- ・Y社は、X社に対し損害金（企画料、デザイン料及びディレクション料）を支払え。

### ②X社作成会社案内の編集著作物性について

X社作成の会社案内の特徴は、「企業理念、業務内容、実績、企業の概要等を通じて企業の実態を表現するに当たり、イメージ写真を（中略）記事内容を展開して行く上のつなぎ目場面において、また、記事内容自体を象徴するものとしてそれぞれ使用し、さらに、空白部分ないしは白を多く用いることにより、（中略）全体として、優しさと簡素を基調とした会社案内としての特徴を顕現しているものと評価することができ」、「各イメージ写真は、その全体の構成中に占める位置及び記事内容の重要性等に照らして、（中略）会社案内の特徴を決定づける中心的な役割を果たしているもの」であるため、「素材の選択及び配列に創意と工夫が存するものと認められることから」、X社作成の会社案内は編集著作物に当たると判断しました。

### ③C社作成会社案内における複製の成否について

裁判所は、両会社案内が「記事内容の配列及び各種記事に対する配当頁数の同一という基礎的な共通性」がある上に、「同一頁の同一箇所におけるイメージ写真の選択」や「特徴的イメージ写真」に「強度の類似性」が見られることや、「同一頁及び同一箇所における余白ないし白地部分の活用」といった両会社案内を特徴づける構成の類似性からみて、具体的な素材の選択及び配列に強度の共通性があるため、「両会社案内の間に編集著作物としての同一性が存する」として、C社が作成した会社案内は、X社作成の会社案内の複製にあたりと判断しました。

## ◆解説

企画提案する印刷会社にとって企画の流用は深刻な問題です。本件は会社案内のような編集物の企画の流用に対し、編集著作権という対抗手段があることを示す判決として注目すべき判決です。

編集著作権とは、編集著作物を保護する権利であり、通常の著作権と同様に権利者以外の者が勝手に複製したりすると権利侵害となります。そして編集著作物とは、編集物で素材の選択や配列によって創作性を有するもののことをいいます。本件のような会社案内の他、典型的な例として百科事典、詩集、年鑑等があげられます。印刷会社に身近な例で言えば、商品カタログやパンフレットなども素材の選択や配列に創作性があれば編集著作物といえるでしょう。詩集においては、その素材である収録されたそれぞれの詩は著作物ですが、編集著作物として認められるためには素材が著作物であるかどうかは問われません。ただ素材の選択や配列による表現であればよく、また、その配列方法自体が高度である必要はないと考えられています。

本判決の特徴として、X社作成の会社案内とC社作成の会社案内の素材は異なる部分が多いにもかかわらず、両者に編集著作物としての同一性を認めた点が挙げられます。一般的に、編集著作物は配列方法が同じでも、素材が変更されれば同一性は失われると考えられています。しかし、本判決は特徴的な素材のイメージや素材自体の選択が非常に似ていることを重視し、素材自体が異なっても両者の同一性を認めました。これは、本件においてはY社による企画の流用が明白で悪質であったため一般的な解釈よりも保護範囲を広げたと考えられます。企画を提案した時点では、素材となる文章や写真が完成品とは異なることが多いという実態に対応したものと言えるでしょう。本判決は、企画提案する会社にとって、提案した企画を編集著作権という手段により保護できる可能性を示した意義深い判決と言えます。

一方で、印刷会社はC社の立場に置かれる可能性にも十分注意しなければいけません。本件ではC社は訴訟の当事者になりませんでした。流用の事実を知らなかった場合でもC社の行為が著作権の侵害行為であることには変わりないのです。得意先より企画が持ちこまれる場合には、第三者の権利を侵害していないかの確認が必要です。現実的には難しいかもしれませんが、得意先との契約書に第三者の知的財産権を侵害していないことを保証させる旨の規定を盛り込んでおくことができれば理想的です。