

# APA 著作権 レポート

APA著作権レポートVol.4は、APAホームページ  
<http://apa-japan.com>にてダウンロードできます。

## vol.04

### index

- ◆最新訴訟事件の概要、広告写真の二次使用と無断転用事例 …… 1
- ◆著作権裁判を体験して 小川弘之（正会員） …… 2
- ◆「著作権裁判の中での、被告等の主張と大阪地方裁判所の判断」 …… 5
- ◆著作権問題に関する座談会 …… 8
- ◆日本写真著作権協会（JPCA）からの報告 …… 11

流通社会変貌の昨今、著作権問題が話題になることが多くなりました。またデジタル化の波により、著作権擁護あるいは管理というものが一段と複雑になってまいりました。

今回は、広告写真の二次使用と無断転用の裁判事例がありました。その裁判の中で、特に広告写真家の著作権そのものの裁判所の判断が示された貴重な事例でしたので、本号にてご報告します。

## ◆最新訴訟事件の概要、広告写真の二次使用と無断転用事例

正会員、小川弘之氏がPR紙に掲載するために依頼されて広告用住宅写真を撮影した。そのポジを広告制作会社に預けていたところこの広告主の大手企業により、その写真が全国版の新聞広告に転用されたケースである。小川氏に無断で使用されたことから、同氏がその損害賠償を広告主と広告制作会社に対して、請求した事件である。

### APA著作権顧問弁護士

三戸岡耕二



#### <広告写真家の法的保護の状況>

上記の事例のように写真家が広告写真撮影の依頼を受け、写真家が依頼に従って商品広告写真を撮影し、そのポジをその広告制作会社に預けていたような場合、法的には、その写真家の撮影した広告写真について、広告写真家はいかなる法的な保護を受けているのか明らかにしたいと思う。それは広告写真家自身が、依頼を受けて広告写真を撮影した場合、法的にいかなる保護が受けられているのかという状況を、十二分に認識したうえで依頼者である広告制作会社と十分に協議し納得した上で撮影した写真を預けるべきであるからである。そして、まさにその協議の内容を後日の紛争を避けるため、明確に書面化することが、契約書を作成しておくということにほかならないのである。

以下には、依頼を受けて広告写真の撮影をしその写真を、依頼主に提供した写真家が、法的にどのように保護されているのかを具体的に説明することにする。法的に説明する場合、重要な点は法律（著作権法）によって保護されている点と、当事者の合意によって約束された契約によって保護されている点に関する2点である。

#### (1) 著作権法について

著作権法は、「何人も思想及び感情を表現し、作品を創造した

ときは、その著作物について著作権を取得する。」と規定している。この規定により、写真家が、商品広告写真を撮影した時は、その撮影した写真の著作権を有することになる。それでは、著作権とは、具体的にどのような権利であろうか。

著作権には、著作者人格権と著作財産権とがある。著作者人格権は、いわばその著作物ないし著作権者の個性から起因する権利であって、①氏名表示権、②勝手に改変されないことを認める同一性保持権、③他人が勝手に公表できない権利の公表権などが認められる。著作財産権は、著作権の財産的側面に関する権利であり、複製権や放送権や上映権、展示権などが存在する。

従って、写真家は自ら撮影し、創作した広告写真について、撮影すると同時にこのような著作権を有する著作権者となるのであり、その著作権の使用収益処分に関し、絶大な権利を保有することになる。

#### (2) 契約について

このようにして取得した広告写真の著作権について、広告制作会社との間にその処遇（使用、収益、処分）について協議し約束をする事が契約に他ならない。

このような契約書を作成せず、漫然と写真のポジを広告制作会社に預けたことにより、取得した著作権を依頼主である広告制作会社に譲渡したものと誤解されるような事も起こっている。これを避けるため契約書は必ず作成することにし、契約書の作成にあたっては、自ら取得している著作権の処遇について誤解や紛争が生じないように明確な意志を表示し、相互に納得のいく合意を得る事が全ての前提である。前述したようにこの約束を後日の紛争を未然に防ぐため、書面しておくのが、契約書の作成に他なら

ない。合意の内容が明記されており、両者のサインがあれば、法律的に完全に有効な契約であり、契約書というタイトルや捺印も不要である。

契約書作成にあたり紛争を回避するために当事者双方で確認しておいた方が良いと思われる事項は、次の点である。

- ①著作権が写真家にあること
- ②写真の使用に関し、使用媒体・サイズ・回数・期間・再使用や二次使用について・返却日
- ③報酬など、撮影料・使用料
- ④契約日
- ⑤紛失事故や損害事故に関する損害の賠償に関すること

### <写真家の意識改革の必要>

若い写真家の意見によれば、この契約の時点で著作権のことを話題にすれば、依頼主から今後の仕事の依頼が請けられなくなり、このような契約の締結を申し入れることは出来ない、との意見が多数寄せられた。このような、若い写真家の意見に対し法律問題とは言えないが、写真家の意識に関して次のように考える。

広告制作会社および写真家は、依頼主の商品の販売促進のために共同してよりよい広告媒体を作出するものであろう。広告制作会社と写真家が、「主従の関係にあるという意識をまず払拭し、共に対等の立場に立って共同して、当該商品のより良い販売促進のための広告を作成するのだ。」という高い意識を持つべきである。

最近、大手広告制作会社では、そもそも広告写真には創作写真のような著作権が認められるのかどうか話題になっているという。また広告制作会社の中に発注者側に著作権があるという、写

真家にとって不利な契約書を用意し個々の写真家と契約しようとしている状況があることを漏れ聞いている。このままでは、今後、一部の著名な広告写真家を除いては、写真の著作権が認められないことから仕事が得られず、廃業に迫られるような危機的な状況が目前に迫っているように思えてならない。個々の写真家についてのここで述べたような著作権や契約書に対する意識改革の必要もさることながら、APAとしてもこの問題が協会にとって最優先課題であることに会全体が意思統一して、広告業界の意識改革を図るべく会を挙げて対応しなければこの危機的状況を脱出できないと思う。

そもそも広告業界は、広告写真家と広告制作会社が協調して広告写真の著作権を一緒に守っていこうとするべきである。広告写真家と広告制作会社が広告写真の著作権の帰属を争うようなことをせず、法律で定めるところに従って、広告写真の著作権が広告写真家に帰属することを双方で確認した上で、広告制作会社が如何に相当な料金を負担して、同広告写真をその商品広告の為に有効に利用するかとの観点から、互いにその役割を尊重し合わなければ広告業界の発展はない。

この広告写真家と広告制作会社の関係を個々の会員に意識させるだけでなく、相手側の広告制作会社を含む広告業界にも周知させることが必要である。会として具体的に写真家が使い易い契約書の雛形を作り、会員をはじめとして広告写真家にどんどん広めていくべきだろう。更に、広告写真家がいい仕事ができるように、対外的に文書を出すべきである。この為に協会は組織を再構築し、このための担当部署を確立する等個々の写真家を、会として援護し踏み込んでバックアップする体制・システム作りをする必要がある。

## ◆著作権裁判を体験して

小川弘之（正会員）

### 小川弘之略歴

1947年生まれ  
1969年 神奈川大学工学部中退  
1973年 ㈱GT・SUN入社  
1975年 フォトスタジオ・ヒロ設立  
1998年 「文化住宅」キャノンサロン銀座・札幌・大阪にて個展  
2001年 「桜・銀橋・通り抜け」キャノンサロン大阪にて個展



写真の著作権とは、撮影者のプロ・アマを問わず、シャッターを切った瞬間から撮影者本人に発生する権利と責任をさす。

写真集や個展など自らの目的のために公表する場合でも、被写体の肖像権や人権にかかわる公表には、撮影者が責任を負わなければならないのは当然である。また、他者がその写真を使用する場合は、使用者も前述の責任を負うことはもちろん、加えて撮影者の許諾を必要とし、著作権（財産権）や人格権は侵害してはならない。

これら（写真に対する法的概念）は、全ての写真作品に当ては

まることであり、広告写真については例外を認める法律など、どこにも存在しない。あえて、広告と強調したいのは、この業界では、これまで著作権侵害が当たり前のように誤認識されてきているからである。

広告制作会社からの依頼で撮影された写真の多くが、撮影者の知らないところで、印刷媒体に使われたり、売買されている。撮影者は、偶然、目に入ることでもなければその事実を知ることもない。著作権侵害が大手を振って横行している業界である。

著作権侵害は印刷媒体への無断転用だけではなく、撮影者に無断で現像所に複製現像を依頼するなど、日常的に行われている。ライブラリーから借りたフィルムでさえ公然と複製されていると聞く。

こうした複製フィルムは、広告制作会社が複製費用を負担したとして、クライアントの要求に有料で応じている。私の知る限り、一点15,000円～35,000円と用途別の料金設定までされている。

複製による著作権侵害を1枚1枚のフィルム点数に換算すれば、天文学的な数字になり、撮影者に支払われるべき金額は想像を越えた数字になるだろう。

※

97年3月、私は広告制作会社からの依頼で住宅メーカーのPR誌のために撮影した写真のうち、17枚が99年～02年にかけて、計8回、近畿2府4県200万部発行の新聞広告面に無断掲載されていることをPR誌の仕事を受注後4年目に知ることとなった。

そのことを依頼主である広告制作会社の担当者に尋ねたところ、新聞広告は、現在、産休中である前任者から引き継いだものであり、詳しい事情がわからないとの返事であった。新聞広告の制作は同社とは関係のない制作会社であった。

私はとりあえず現在の担当者に新聞広告への写真転用について聞き覚えがなかったことを伝えて、著作権について説明するだけにとどめた。その理由は、すべての経緯を知る前任者の職場復帰後に解決する方がよいと考えたからである。

その後、季刊誌であったPR誌の撮影は順調に進んでいたが、事態は急変した。2002年2月、担当者から私が著作権について説明、主張したことに対して、「著作権を主張しないカメラマンを捜します」という理由によって降ろされたのである。

前任者は1年間の産休中であり、復帰に支障があってはという私なりの配慮から問題解決を復帰後と考えていたが、事の結末がこうした形で葬り去られてはならないと思い、制作会社に対して著作権侵害とその後の対応について企業としての姿勢を問いただすことを決めた。

しかし、担当者に説明を求める機会を失い、新聞広告の制作は私のあすかり知らない、住宅メーカーの下請け会社であり、この時点では経緯がわからないだけでなく、どの新聞に、写真が何点使用されたのかも調べようもなく、事実確認ができなかった。

証拠になる物証もなしに訴えても、誠実な対応はないと思い、まず手がかりとして、新聞広告を制作した会社を探すことから始め、事のいきさつを説明し、掲載新聞の全ての原稿のコピーを入手することから始めなければならぬと考えた。

情報収集に手をつくした結果、運よく同社の名刺のコピーを手に入れることができた。早速電話を掛けて新聞広告に使われている写真は無断使用であって、著作権侵害であることを伝えた。続いてフィルムの入手先を問うが明確な返答はなかった。しかし、フィルムの入手先は誰が著作権を侵害したのかを知る上で重要であり問いつめたところ、制作会社ではなく、住宅メーカーからの支給であることがわかった。

要求した掲載新聞のコピーについては、曲折はあったが手元に送られて来た。ところが新聞社名がわからず問い合わせても答えてもらえないので、仕方なく府立図書館に保存されている6カ月前までの新聞を繰って探すことにした。

一社二社と調べるうち、ようやく4社目で送られてきたコピーとおなじ紙面を発見した。7カ月以前のものについては市立図書

館に保存されているマイクロフィルムから検索した結果、送られてきたコピー以外には使用されていないことを確認できた。発行部数を新聞社に問い合わせたが、発行部数は代理店にしかわからないと言われたため、さらに紙面を住宅メーカーに売った広告代理店を探し当て、問い合わせた結果、近畿全域、200万部ということがわかった。

私はこのデータをもとにして制作会社に経過説明の目的で内容証明郵便を送った。内容は概ね次の通りである。

「私としては著作権の取り扱いについて納得できないことがあり、一連の写真について他社への貸出しを許諾したり、著作権を譲渡した覚えもなく、当方で確認した新聞広告への掲載は無断使用であり、又この経緯について担当者に話したところ、著作権の主張を理由に仕事を外された。このことは御社の結論として判断して相違ありませんか」というものである。

その後、返信されてきた回答文には一応の謝罪の意を表す内容はあったものの、会社としては写真について「買い取り」が基本であり、担当者が私に伝え忘れていたことが今回の問題を引き起こした原因であるといった内容であった。

私はかつて、他の仕事先においても「買い取り」という言葉を耳にしたことはなく、私が請求した撮影料の中には著作権の買い取り料金が含まれていたというのであれば、なおさら納得できないと思った。

しかし、相手が主張する「買い取り」を伝え忘れていたというのであれば、著作権は現在も私に帰属していると判断し、同社の社長宛に使用した写真の損害賠償金の支払いとフィルムの返却を求めた一回目の催告書を三戸岡弁護士から送付したのである。

この催告書に対する回答文には、著作権とフィルムは取得したものであり、求めには応じられないと明確に書かれており、話し合いに応じたいと書かれていた。

私としては「買い取り」や「取得した」といった表現を使って、私との見解の相違をさらに大きくしているような回答に対して、話し合いなどあったものではなく、どう考えても誠意ある対応とは考えられるものではなかったため、二回目の催告書を送付したがなしのついでであった。

この間、APA知的所有権部会でPR誌と新聞広告のコピーを検討した結果、著作権侵害有りとの結論を得て、この時点から三戸岡弁護士に今後の対応について全面的協力をお願いすることになった。さらに知的所有権部会で検討を加えられ、「広告業界には制作会社とカメラマンの外にクライアントと制作会社の関係性があり、まずもってクライアントの著作権に対する認識が大切である」との方針を決定した。

それにより「今回の新聞広告は、当初のPR誌の後に企画された別媒体であり、クライアントが企画し、PR誌の制作とは関係のない制作会社に下請けさせていたこと。また、新聞広告には広告主の社名が入っている以上、紙面に対する広告主の責任は免れないなど、クライアントにも大きな責任がある」との結論に達し、クライアントにも事実経過を説明する通知書を送付した。



これに対する回答文には「制作会社と小川カメラマンとの間に著作権の争いがあり、その結果次第で、著作権侵害があれば遺憾である」と書かれていた。

こちらとしては、クライアントにも個別の責任があるとの判断にもとづき、引き続き催告書を送付したが、これには回答はなく、三戸岡弁護士と協議のうえ、その2カ月後の03年3月、両社を大阪地裁に提訴することに踏み切ったのである。

※

この時点まで、私は段階を踏んで制作会社に著作権侵害について訴えてきたにもかかわらず、制作会社の結論は最初からの決定事項であり、どの時点に於いても私の著作権は無きものとして取り扱われており、話し合いの糸口など、始めからなかったのである。

提訴後、裁判所に提出された被告の主張は、「広告写真の著作権」「買い取りの慣行」「著作権譲渡の有無」「法人等の業務に従事する者」「過失相殺」「事実認定」等について述べられていたが、あらゆる角度から正当性を主張するあまり、自家撞着に陥っていた感がある。

さらに、事実と反するでっち上げをもとに書かれた非難中傷は、事実認定にも影響することでもあり、事件発覚当時から付けていたメモや手帳をもとに、被告から提出された書面全部にわたって、事実反論を書き上げるのに役2カ月を要した。被告からの事実無根のでっち上げや非難中傷的発言はしつこく最終段階まで続き、私は結審直前にも書き温めていた反論文書を自ら裁判所に足を運んで提出はしたものの、最後はこうした被告の発言につきあうことに倦んでしまい、相手にするのも馬鹿馬鹿しく、放置したほどである。

被告の主張から受けた印象としては、著作権に対する認識の低さ以前に、すべてが著作権侵害を正当化するための言い訳であり、発注者が常に上位にあるといった誤った権利意識が根底にあると感じた。

広告写真にはクライアントからのレポートに対して、利用価値が大きく、複製、つまり「著作権は金になる」という側面があり、企業の利益優先論理が著作権侵害の温床になっているといえるだろう。出版業界では依頼の撮影であっても、経費と撮影に必要な条件を提供したうえで、印刷の終了後はフィルムは完全に返却され、広告業界とは隔絶の差がある。私は、本事件の本質は著作権を売り物にして利益を上げる実体にあると考えるのだが、この点については裁判の中でも解明されることはなかった。

※

さて、提訴までの1年間はここに書いたとおりであるが、判決まではそれからさらに2年を費やすことになった。前半の1年は、和解の為に費やされ、後半の1年は判決のために費やされたのである。この間、APAはもとより、多くの支援者から署名を集め、毎日新聞の社会面に大きく報道されたことも判決に大きな影響を与えたと思う。それに反して、裁判の過程で、こちらの体制に不

備をかかえたまま判決に至ることになり、当初の目的からは後退せざるを得ず、自分自身、何かやり残したまま終結したような感が強く、残念というしかない。

現在、著作権の行使は最終的には個人の判断と選択の問題にされているが、それは著作権について成熟した土壌があった上での話であり、正当な主張を封殺したり、排除しようとする現実の中では“きれいごと”にしかすぎないと思う。たとえば、最近、出回っている契約書の中に著作権帰属の条項が記されている目的は、訴えがあった時のために著作権取得の契約書が必要だからであるとしか考えられない。この契約書は受注契約が対になっているか、セットになっていて、全てにサインして提出しなければ仕事を受注できない仕組みになっている。仕事を取るか、著作権を取るかをあからさまに選択させるものであり、契約成立の結果は火を見るよりも明らかである。

このありさまを個人の問題にしておくのは酷すぎる話である。サインした人を容易に非難することはできないし、著作権のためには勇気ある行動を、といっても何も始まらないと思う。不可能と分かっている、皆で行動しなければ意味がないというもグチとしか聞かえない。問題にすべきは発注者であり、著作権帰属の目的が何にあるかと言うことであり、現状と事実をあからさまにしていくしかないと思う。

また、1枚の写真の著作権が有名無名によって左右されるというまことしやかな話は駆け出しのカメラマンの著作権を認めないばかりか、優越的なカメラマンからも排斥されることであり、暴論である。1枚の写真を前に、この写真は著作権を認めるか、認めないか、ということを決めるのかということである。

本裁判においても被告から「広告写真には著作権はなく、転用されても仕方がない」と提起されたが争点にはならなかった。

著作権の有無や帰属が他者の勝手な判断によって左右された時に著作権の侵害が起こる。本稿の書き出しで写真の著作権はプロ・アマを問わず、シャッターを切った瞬間から云々と書いたのは、そのことが著作権の基本だからである。

※

カメラマンの間でも著作権の認識に温度差がある。紀行写真やフォトジャーナリストなど、自らのテーマをもとに先行投資している写真家にとっては著作権収入が全てであるのに比べて、広告写真では、先に受注があり、著作権が受注の妨げになることを理由に黙しているケースが大半である。

こうした状況が続いてきたため、今さらという気持ちにもなり、本来、写真家の収入になるべき著作権侵害による損害にも気づかされずしてしまったことがこの問題に対する意識の低さを支えてきた。

今回の裁判でも被告が主張した「買い取りの慣行」は、このような状況を反映したものである。しかし判決では、長年の慣行があったとしても著作権者の合意がなければならぬと判断された。もしこの判断が逆転していれば大変なことになっていたと思う。

※

あらためて、この裁判で明らかにされたことは、広告制作会社の主張する「広告写真の著作権と帰属」について裁判所が退けたこと。

契約書等によって写真家自ら著作権を主張しないからといって、またフィルムを預けていたからといって、それらの慣行を著作権侵害が起こった理由にすることはできないという判決が下されたこと。

撮影料による「買い取り」についてもそのような慣行があったとしても、著作権者の合意がなければ著作権を譲渡したことにしないとする判決が下されたことです。

これらの判決は、著作権の理念を厳密に適用したものであり、広告写真業界に於いて写真撮影を発注したり、使用する側の責任が大きく問われた結果になっています。

何年も前から写真家による契約書の提出が叫ばれてきましたが、広告写真に関しては成果は出ていません。

現在では逆に、制作会社の方から写真家にとって不利な著作権帰属の契約書が出回っている始末です。

問題は契約書を交わす上で、著作権者の権利が尊重されているかどうかであり、この点について相手の意識変革がなければ契約書はむしろ写真家にとって脅威にしかならないのです。

今、求められているのは、個々人が著作権法に基づき公正に契約を交わせるような環境づくりです。

## 「著作権裁判の中での、被告等の主張と大阪地方裁判所の判断」

(被告主張は、裁判所に提出された書面から抜粋)



### 「被告の主張」

◆本件写真は、「宣伝広告のための素材としてのみ使用される商業写真」であり、制作会社の営業戦略上、他の媒体に使用することは当然であり、その写真を引き渡すと言うことは、このような事情に合意していたからである。(日本エスピーセンター)

◆過去100名以上の外部カメラマンに発注してきたが、著作権は基本的に、日本エスピーセンターに譲渡されていることを前提として、取り扱ってきた。従って他の企画に写真を使用した場合でも、担当者がカメラマンに連絡したこともあるが、追加的に金銭を支払ったことはなく、カメラマンからの特段の異議が述べられたこともなく、紛争も生じなかった。(日本エスピーセンター)

◆過去20年間、原告と付き合ってきたが、原告から明確に著作権、フィルムの所有権を主張されたことはなかった。(日本エスピーセンター)

◆宣伝広告の業界においては、特定商品を撮影した、宣伝広告を目的とした素材写真は「買い取り」が慣行であり、著作権は譲渡されていた。(日本エスピーセンター)

◆日本エスピーセンターが、調達した写真については、制作費を支払っている以上、法的に適切な「買い取り」がなされていると信じていた。(積水化学工業)

◆本件のごとき特定商品の宣伝広告を目的とした写真は、契約書、口頭の明示的な合意がない限り「買い取り」が一般的な慣行である。(積水化学工業)

◆特定商品の宣伝広告を目的とした写真は、他に利用価値(汎用性)がなく、本件写真を新聞広告に使用したことは、なんら原告の権利を侵害するものではない。(積水化学工業)

◆特定商品の宣伝広告を目的として撮影された写真の著作権は、特に反対の明示的な合意がない限り、その撮影者が誰であれ、撮影を委託した者に帰属していると理解していた。(積水化学工業)

◆本件写真は特定商品の宣伝広告を目的としたものであり、思想性や、独創性がないことを考慮すれば、著作権は日本エスピーセンターに帰属している。(積水化学工業)

◆撮影現場に於いて、原告は担当者の指揮監督の下で、撮影という労務を提供するものであり、「法人等の業務に従事するもの」にあたるから、著作権は日本エスピーセンターに帰属している。(日本エスピーセンター)

◆「故意、過失の不存在」「過失相殺」——被告準備書面から要約原告は「著作権について主張もせず」「フィルムの管理もせず」「フィルムの返却」も要求してこなかった。

過去20年もの間、本件写真の取引と全く同じ形態で、取引が繰り返されてきたことに対し、被告日本エスピーセンターには、著作権が厳酷に留保されていることの予見可能性がなく、被告には故意過失が認められず、損害賠償義務を負わないというべきである。これらの事情からすれば、原告には然るべき、過失相殺がなされるべきである。

### 「裁判所の判断」

#### 1 争点(1) (本件写真の作者者) について

(1) 著作権法15条1項は、法人等において、その業務に従事す

る者が、法人等の指揮監督下における職務の遂行として法人等の発意に基づいて著作物を作成し、これが法人等の名義で公表されるという実態があることに鑑み、同項所定の著作物の著作者を法人等とする旨を規定したものであり、したがって、同項により法人等が著作者とされるためには、著作物を作成した者が「法人等の業務に従事する者」であることが要件とされている。ここで、法人等と雇用関係にある者がこれに当たることは明らかであるが、これが争われ、あるいは直ちに雇用関係があるとはいえない場合には、その者が同項の「法人等の業務に従事する者」に当たるか否かは、法人等と著作物を作成した者との関係を実質的にみたとときに、その者が、法人等の指揮監督下において労務を提供するという実態にあり、法人等がその者に対して支払う金銭が労務提供の対価であると評価できるかどうかを、業務態様、指揮監督の有無、対価の額及び支払方法等に関する具体的事情を総合的に考慮して、判断すべきであると解される。

(2) そこで、本件契約に基づく写真撮影及びフィルム引き渡しまでの過程について検討するに、乙第11号証（B作成の陳述書）、証人Bの証言及び原告本人尋問の結果によれば、原告が、本件契約に基づいて写真を撮影し、そのフィルムを被告エスピー・センターに引き渡すまでの経過は、概ね、以下のようなものであったと認めることができる。

ア 取材前に、原告が被告エスピー・センターに出向き、取材先の間取り等を下に、打合せを行う。

イ 取材先には、同被告の担当者と原告が赴き、事前の打ち合わせを踏まえ、同担当者と原告が協議をしながら写真を撮影する。撮影枚数は、1軒当たり約180枚程度である。

ウ 撮影したフィルムは、原告が持ち帰り、現像所に依頼して現像した上、原告において、「ツーユー評判記」への掲載に適した写真約20枚を選び出して、そのフィルムを同被告に引き渡す。この選別には、同被告は直接関与しない。

引き渡さなかったフィルムは、原告において破棄する。

(3) 上記(2)で認定した、本件契約に基づく写真撮影からフィルム引渡しまでの過程を前提として検討するに、これに照らしても、原告が本件契約の履行として行った行為は、写真を撮影した上で、掲載される「ツーユー評判記」に適切なものを選び出し、そのフィルムを被告エスピー・センターに引き渡すというものであって、その性質は、単なる労務の提供というべきものではなく、むしろ仕事の完成とその引き渡しというべきものである（なお、同被告自身、本件契約が請負契約というべきことを争っていない。）。したがって、原告が、同項にいう「法人等の業務に従事する者」に当たるとすることはできない。

また、著作物の作成者が、法人等からその作成を依頼され、その指揮命令に従いながらこれを作成し、かつ、その著作権を法人等に原始的に帰属させるという認識を有していた場合には、その作成者を同項にいう「法人等の業務に従事する者」に当たるとすることができるとしても、本件において、原告が、撮影した写真の著作権を同被告に原始的に帰属されるという認識を有していたこ

とを認めるに足りる主張も証拠もないから、結局、原告が、同項にいう「法人等の業務に従事する者」に当たるとすることはできない。

そして、本件写真を撮影したのが原告であることは当事者間に争いが無いから、本件写真の著作者は、原告であるというべきである。

## 2 争点(3) (本件写真の著作権の譲渡の有無) について

(1) ア 被告らは、本件写真の性質や、原告及び被告エスピー・センターの事情並びに認識に照らせば、両者間において、本件写真の著作権を同被告に譲渡する黙示の合意が存在したと解すべきであると主張する。

しかしながら、著作権を譲渡することは、元の権利者が、その著作物の使途を管理し、また、その使用者から収益を得る権利と機会を失うことを意味するから、本件写真が「セクスイツューユーホーム」の宣伝広告を目的とするものであるからといって、原告がその著作権を同被告に譲渡することに直接結びつくものとはいえない。

また、同被告側の事情は、原告にとって、直ちに、本件写真の著作権を同被告に譲渡する動機となるものではない。

したがって、被告らの上記主張は直ちに採用することができない。

イ 被告らは、本件契約に基づく写真撮影の対価として、1軒当たり8万円を支払っていたところ、この金額は、撮影した写真の著作権の譲渡の対価も含むものとして合理的であると主張し、Bも、上記金額は著作権の譲渡の対価を含むものであると証言し、同人が作成した陳述書である乙第11号証にも、同旨の記載がある。

しかしながら、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るから、上記の金額が撮影した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。また、上記Bの供述は、後記(2)で判示するとおり、平成14年7月8日当時の被告エスピー・センターの認識を示すものとしても採用することはできないが、仮にこれが本件契約時の同被告の認識を示すものであったとしても、原告も共通の認識を有していたと認めるに足りる証拠はないから、やはり著作権の譲渡があったと認めるには足りない。

したがって、被告らの上記主張は直ちに採用することができない。

ウ 被告らは、本件契約締結当時、宣伝広告業界においては、特定の商品等の販促物の素材として、写真家に写真撮影を発注する場合、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に譲渡することが一般的であり、被告エスピー・センターも、設立以来そのように取り扱ってきたと主張する。

しかしながら、撮影した写真の著作権を譲渡するか否かは、著作権者の意思にかかるものであるから、仮に、そのような慣行が存在したとしても、本件において、直ちに著作権の譲渡があったと認めるには足りない。

また、被告らは、被告エスピー・センターが、約20年間にわ



たり原告に写真撮影を発注してきたが、本件紛争までは、原告が、これらの写真の著作権を主張したことはなく、同被告との信頼関係が崩れていく過程において、初めて本件写真の著作権を主張し始めたとも主張する。

しかしながら、同被告による原告撮影の写真の使用態様が、原告の意とするところに反しなければ、そもそも紛争は生じることではなく、原告において著作権の主張をする必要も生じないものであるから、長年にわたって著作権の主張をしなかったからといって、これが著作権を譲渡していたからであるということもできない。

なお、被告らは、原告が、その撮影した写真の著作権について、全く管理をしていない旨主張するが、これも、直ちに、原告が著作権を譲渡していたことを示すものということとはできない。

したがって、被告らの上記主張は直ちに採用することができない。エ そして、他に、本件写真の著作権について、原告が被告エスピー・センター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。

(2) ア 一方、Bが作成し、平成14年7月8日付で被告エスピー・センター名義で原告に送付した書簡(甲3)の中には、(日) 本件写真の著作権及びその取り扱いに関して原告に迷惑や不快感を与えたことに対する謝罪、(月) 多くの写真家とは「買い取り」契約を締結しており、同被告の担当者も同様の意識で原告に依頼をしたこと、この際、詳細な条件確認を怠ったことが問題発生の原因となったこと、(火) セキスイツーユーホーム大阪の担当者から、本件写真の貸し出し依頼があった際、その用途を確認せず、本件写真が新聞広告に掲載されていることを知ってから、同社に抗議や使用料金の請求をしなかったことの謝罪、(水) 当時の同社の担当者に対し、経過報告と共に、原告が撮影した写真について無断使用は禁ずる旨の申し入れを行い、了承を得たこと、が記載されていることが認められる。

上記の記載は、いずれも、被告エスピー・センターが、本件写真の著作権を自らが有していると認識していたならば、いずれもその認識と矛盾する内容であるから、上記の記載が存在することにより、平成14年7月8日当時において、被告エスピー・センターは、原告と同被告が、本件写真の著作権について、原告が同被告に譲渡する旨の合意が存在するとの認識を有していなかったと推認することができる。

イ この点につき、被告らは、上記書簡は、原告からの抗議を受けた同被告が、紛争が被告セキスイハイム大阪に拡大することを防止するために、原告の主張に配慮した表現をとっているものであって、必ずしも被告エスピー・センターの認識を正確に現したのではなく、同被告は、本件写真の著作権を譲り受けたと認識していたと主張し、これに沿う証拠として、乙第11号証及び証人Bの証言がある。

しかしながら、確かに、写真撮影を依頼する広告制作会社と写真家の関係上、広告制作会社が写真家の主張に配慮した表現を用いることはあり得るとしても、上記書簡の上記供述は、同被告が

本件写真の著作権を有することは明らかに矛盾する内容といふべきであるから、被告等の上記主張は採用することができない。

(3) 以上のとおり、本件写真の著作権について、原告が被告エスピー・センター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く、かえって、平成14年7月8日の段階では、同被告も、そのような認識を有していなかったことが認められるところであるから、この点についての被告らの主張は理由がない。

### 3 争点(4)(本件写真の使用許諾の有無)について

被告らは、本件写真の性質や、原告及び被告エスピー・センターの事業並びに認識に照らせば、原告は、本件写真を、「ツーユー評判記」の掲載に限定することなく、「セキスイツーユーホーム」の宣伝広告のために使用することを許諾していたと主張する。

しかしながら、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、個別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。

そして、上記3(1)で検討したところに照らしても、本件において、原告が、本件写真を、「ツーユー評判記」の掲載に限定することなく、「セキスイツーユーホーム」の宣伝広告のために使用することを許諾していたと認めるに足りる事情はない。

また、証人Bは、同被告から原告への写真撮影の依頼は、「セキスイツーユーホーム」の宣伝広告のための写真撮影の依頼であって、「ツーユー評判記」への掲載に限定する趣旨ではなかったと証言する。しかし、同人の証言や、同人が作成した陳述書である乙第11号証によれば、原告への写真撮影依頼は「ツーユー評判記」へ掲載する写真であることを前提とするものであったことは明らかであり、また、仮に同人の前記証言を採用するとしても、この点につき原告と同被告との間に明示的な合意がなかった以上、上記証言は同被告の認識を述べるにすぎず、原告がその旨許諾していたことを認めるには足りない。

なお、証人Bは、同被告の担当者が、取材先に対し、撮影した写真を「ツーユー評判記」以外にも、新聞等で使用することがある旨を説明したと証言し、これを原告が聞いていたこともあり得ると証言するが、可能性を述べるにすぎないものであるから、被告らの上記主張を裏付けるものとはならない。

そして、他に、原告が、本件写真を、「セキスイツーユーホーム」の宣伝広告一般のために使用することを許諾していたと認めるに足りる証拠はない。

したがって、この点についての被告らの主張は理由がない。

### 4 争点(6)(被告らの故意又は過失の有無)について

(2) 被告エスピー・センターについて

被告エスピー・センターは、広告制作会社であるところ、広告制作会社は、その業務上、他社が作成した著作物である写真や文

章等を取り扱って利益を得ているのであるから、そのような著作物の著作権について十分な注意を払って事務処理をすべき義務を負うものというべきであり、その顧客からの求めに応じて保管してある写真フィルムを貸し出す際には、その写真の著作権者或使用許諾の有無範囲を調査し、顧客が予定している使用態様が著作権者から予め得ている使用許諾の範囲外であるおそれがある場合には、自ら著作権者から使用許諾を得るか、顧客に対し、別途著作権者から使用許諾を得る必要があることを伝える等の手段により、顧客による著作権の侵害が発生することのないよう、細心の注意を払うべき義務があるものと解すべきである。

これを前提として検討するに、被告エスピー・センターは、本件写真の撮影者が原告であることを知っており、また、前記3で検討したとおり、本件写真の著作権について、原告から譲り受ける旨の合意は存在せず、さらに、前記4で検討したとおり、原告は、本件写真を「ツーユー評判記」以外に使用することを許諾したとは認められないのであるから、本件写真を「ツーユー評判記」以外に使用するためには、改めて著作権者である原告から許諾を得る必要があるものである。仮に、同被告が、本件写真の使用許諾の範囲として、「ツーユー評判記」への使用に限定されず、「セキスイツーユーホーム」の広告一般への使用について許諾を受けていたと信じていたとしても、前記3（1）及び4で検討したところに照らせば、同被告がそのように信じるのが相当であったというべき事情はなく、同被告がそのように信じたことに過失があったというべきである。そして、同被告は、セキスイツーユーホーム大阪に本件写真のフィルムを貸し出すに際し、上記（1）

ウのとおり、本件写真について、これを使用するには別途著作権者の許諾が必要である旨を伝えたり、示唆したりしたことは全くなかったのであるから、同被告は、顧客により著作権侵害の発生を防止するための注意義務に違反したというべきである。

したがって、同被告は、本件使用による原告の著作権（複製権）の侵害について、過失があるものというべきである。

## 5 争点（8）（過失相殺の可否）について

被告エスピー・センターは、原告が、その撮影した写真の著作権について、全く管理を行わず、むしろ、著作権が同被告に譲渡されたと見られても仕方のない態度をとっているとして、過失相殺がされるべきと主張する。

しかしながら、これまで認定した事実に照らしても、また本件に現れた事情に照らしても、原告が、その撮影した写真の著作権が同被告に譲渡されたと見られても仕方のない態度をとったと認めることはできない。また、争点（9）のとおり、確かに、原告は、同被告に引き渡した本件フィルムの管理は行っていないが、フィルムの所有権と写真の著作権は個別のものであるから、原告が本件フィルムの管理を行っていないからといって、著作権の管理を怠っているということとはできない。

そして、他に、本件使用による原告の著作権侵害に関し、原告が何らかの注意義務に違反し、これが侵害行為に結びついたと認めるに足りる具体的主張も証拠もない。

したがって、この点についての同被告の主張は理由がない。

（株式会社エスピーセンターについては、著作権侵害とされたが、積水化学工業株式会社については却下されました。）

---

---

## ◆著作権問題に関する座談会

日 時：2005年2月21日

場 所：APA会議室

参加者：小川勝久（知的所有権事業部部長）石田研二（同部副部長）・高橋義太郎（同部担当委員）・城ノ下俊治（同部担当委員）・小川弘之・前田宗男・川眞田光夫・AMIY MORI・森健太郎（スタジオAMIY）・村田徹（スタジオAMIY）三戸岡耕二（担当弁護士）

この写真の著作権はどこにあるのか。その所在を明確にすることは、写真家としての生命を守るべき問題でもあります。また、デジタル化というシステムが業界の常識となった現在では、この問題の解決なくしてはグローバルという観点からも世界に遅れをとってしまうことが予測されます。一枚のポジを保管していればよかった時代から、著作権によって写真を管理する時代へ。今回は座談会という形式でこのテーマについて語っていただきました。

### ◎写真の著作権は今、誰の手にあるのか

**石田** 今回、著作権をテーマとした座談会で進行役を務めさせていただきます石田です。毎月一度、著作権相談会というものがありまして、三戸岡先生をお招きして著作権についての事や裁判について皆さんの提言になれば…ということでの話を伺ってきました。



その一端として『著作権レポート』にまとめようという話が持ち上がりまして今回の座談会となった訳です。では、最初に著作権部長からお願いします。

**部長** 著作権というのは遠い部分の事だと思っていらっしゃる方が多いと思いますが、今回ご出席いただいた小川さんは、著作権の問題で悪戦苦闘をなさった方です。この問題は今後、どういう形で皆さんに降りかかってくるかわからないものです。小川さん



の判決を機に、少しでも著作権を理解していただきたい、近づいていただきたいと思って座談会を開くことにしました。今回ご出席の小川さんは、著作権のことで三戸岡先生に色々ご相談されたそうですが。

**小川** 私は電話で仕事を受けるんですが、今までの経験上、著作権を話して理解していただける相手には話をしてきました。しかし過去に映画村を2~3日かけて取材撮影をした時に未現像のフィルムを東京に持ち帰りたいと言われた時はさすがに断りました。その後現像しセレクトしたフィルムを渡して、著作権について話した上で、フィルムの返却を求めたのですが、お膳立てをしたのはこちらだからといわれて口論になったのです。フィルムは返ってきません。それ以後わかろうとしない相手には「著作権が発生する」なんていう込み入った話はとりたてて言わないことにしたのです。その辺は僕は信じて仕事を引き受けてフィルムを渡すしかありません。でもどうゆうところに、どう使用したかを後になって聞いても結果として「覚えが無い」という返答になってしまう。

**石田** 本来は、著作権というものが最初にあって、どういうところに使用するのかということが明確にされていなければいけないはずですよ。

**小川** 使用目的がはっきりしていなければ撮影には入れませんので、今石田さんがいわれたような事は事前にクリアされています。

今回の場合、私のフィルムを制作会社から借り出して新聞広告を作る時点で私に承諾を取るべきなんです。発覚した時にはすでに8回使われていました。

**石田** 具体的にどういうアクションをおこされたんですか。

**小川** 証拠となる新聞広告を入手するのに苦労しましたが、それをもとに私がフィルムを渡した制作会社に内容証明を送り、著作権侵害があったことを伝えました。返って来た回答文には、一応の謝罪はあったものの当社としては「買い取り」が基本であり、そのことを伝え忘れていたと書かれていたので、2回目の催告書では、損害賠償金とフィルムの返却を求めたのですか、これに対しては著作権は取得したものであり、求めには応じられないという回答が返って来ました。

**石田** 諦めたんですか。

**小川** 撮影料を支払ったのだから著作権は譲渡されたのも同然だという相手のいい分には納得出来るわけもなく、その点について三戸岡先生とも相談しました。事実、撮影依頼があった時点で、使用目的は明確にされているし、請求書にも媒体名を明示しています。撮影の受注とフィルムの引き渡しにおいて、何に使ってもよいと解釈出来るようなところは、どこにもありません。

**三戸岡** 写真が撮影されたということが、当然、この写真の著作権という権利は小川さんの方に発生している訳です。それで、小川さんの方から業界紙や雑誌広告など、さまざまな場で広告のために使う訳ですが、その時のやりとりというか契約というか…。取引に関して小川さんの方がどういう対応をされるかということ

によって結果が決るんです。

今回の件では、基本的には小川さんが写真を撮ったということで小川さん固有の著作権はある。それで、小川さんが何らかの形で某社に譲るという意思表示をするか、あるいは明確に表示しないまでもにしても意思表示をしたと思われるような状況になっていれば、扱いは違って来るわけです。

**石田** クライアントはよく、「撮影料なり何なりを取っているということは、譲るという趣旨じゃないか」とか、「商品広告のための写真なんだから、ここに渡っているということは他への使用を承諾しているということじゃないのか」という考えを持ちがちですが。

**三戸岡** きちんとしたやりとりが行われていないんです。著作権がどの時点で相手方の方に移ったかという事に関しては、相手側に弁護士が4~5人ついてやっていますが非常に難しい。

**部長** 向こう側の弁護士は何と言っているんですか。

**三戸岡** 法律的な総力を挙げて小川さんの著作権を否定してかかったという感じがします。

**石田** 裁判官はどうなんでしょう。

**三戸岡** 判決時に察したところでは証拠その他を照らして、非常に適切な評価をしていると思いました。写真を撮影したのは小川さんで、何らかの理由でその著作権がE社に譲渡されてしまっているが、それを認めることはできないんだと。相手側も色々な請求というか、方便を使って反論はしますが、これに対して逐一取り上げて否定すれば、相手からの非難をかわしたというのが本件だと思います。

**部長** この件で一番の焦点は何なのでしょう。

**三戸岡** 写真撮影者側に著作権があるというのは法律で決めてる事なので問題はありません。ただ、写真を撮ったカメラマンの方が、自分の撮った写真や作品に対する思い入れというか、著作権についての注意意識を高めるといことが重要だという事です。どんな写真にしても、著作権は誰の手にあるのか。その所在を明確にしておくことは大切です。

**川真田** 私は大阪で実際に公判を傍聴したんですが、今、関西でも非常に著作権裁判が増えているんです。APAの視点としては、小川さんの判決をきっかけに取り組んでいくべきじゃないかと思えますね。あと、私が思うところでは、著作権に関して一番遅れているのはカメラマンではなく、広告制作会社とか原画を撮ってもらう人じゃないでしょうか。良識が低いと感じます。

**部長** そういった事もすべて含めて勉強する事が必要だと思います。東京だけでなく、APAは全国展開をしていますから、そういうネットを使うなりレポートを使うなりして発信していくべきだと思います。まあ、それを実行するためにはAPAで専従の人を迎えなければ難しいでしょうが。

**小川** 仕事の入り口で著作権について話したとすると、必ず口論になってしまう。そこにメスを入れないとダメなんじゃないかな。正しい事なのに発言すると仕事を外される。仕事を断られる。これは大問題ですよ。

**MORI** 私の場合、最初の10年間は騙されっぱなしでした。撮って渡した写真に対して「お前の写真は使えなかった」と言われて。でも、そう言われた写真が世の中に出回っていた。色々な方に相談したりもしたんですが、代理店の人に「今の段階でそんな事を言ったら潰されちゃうぞ。もう仕事がどこからもこないよ」って。だから、それが慣行で常なんだと思って、この業界ですとそうしてきました。でも、誰かがやらないとそれが止まらないんだというのが今の気持ちです。

とは言っても、個人は弱い立場ですから後ろ盾と言いますか、APAのような強力な組織をバックボーンとして向かっていなくてはと思います。ちゃんと守ってくれるのなら、月10万お支払いしても惜しくないですよ。

**三戸岡** 著作権をきちんと明確にするという事は、ビジネスパートナーである広告主としても信頼関係という面で大切な要素を持っていますよね。

## ◎デジタルという時代を迎え、今すべきことは…

**部長** 今、デジタルということで広告の世界は新しい歩みを始めていますが、著作権ということではよほどきちんとしておかないと大変な事になるでしょう。たとえば、この写真をリースで借りました。一次加工して街へ出しました。それをもう一度借りて二次加工してまた出しました…となると、じゃあ、著作権は一体どこへ行くんだ？ということになる。だからこそ、こういう会を全国規模でやっていかないと。

**MORI** APAという協会をコアとして、ぜひ広く展開していただきたいと思います。でも、現在のところでは正直な話、協会としてそういう事に対する意識がまだ低いような…。

**部長** 確におっしゃる通りです。でも、総会やこうした場を通して著作権という意識をもっと高める努力は続けていきたいですよ。いや、続けなくちゃいけない。なんといっても、こちらは“写真家協会”なんだから。

**MORI** そうですね。本当にそう思います。

**部長** 三戸岡さんと一緒になって、少しでも啓蒙活動を活発にしていきたいですよ。

**前田** 僕は38歳くらいの時に著作権ということを知り始めました。というのも、新聞社にあるフォトジャーナリストがいたんですが、会社を辞めてフリーになったんです。それで自費で海外へ行って写真を撮って出版社に売るということをしていたんです。その時、写真は当然、貸すものとしていた。いわゆる財産権ですから。それで媒体料をとって飯を食べていた。ポスターで使えばお金が貰える。新聞に使えばそこでまたお金が貰える。同じ写真でお金が貰える訳です。だけど、僕が広告業界ですとやってきて、そういう話は周りでも聞いたことがない。

**MORI** 哀しいですよ。

**森** 一つ、よろしいですか？あの、著作権というものを浸透させるためには、まずそのノウハウを知らなくちゃならないと思うん

です。まず、契約書というのが必要になってきますが、それをどう書けばいいのか分からない。だから、たとえば契約書のたたき台というか、サンプルがあってもいいんじゃないかな。それで「こういう契約をいただいたんだけど…」という写真家がいたとして、どうしたらいいかと悩んでいる時、通して相談することができる窓口をAPAでつくる。APAの方から指導するシステムをつくる。こういう指導をしているので契約の方をお願いしますというような、APAの著作権事務局の方からフォトグラファーのクライアントなり雑誌社へ行っていただく。そういう仕組みをつくれないものでしょうか。

**部長** 現状では無理がある。でも、APAが社団なんだから、本来は真剣にやらなくちゃいけない問題なんだ。

**MORI** でも、この段階でとりあえず声は上がった。

**部長** うん、とりあえずきっかけだね。小川さんの著作権に関する判決をきっかけに、色々考えてもらおうというのが今回の座談会なんだけど。当然、予算の問題も改めて考えなくちゃいけないだろう。

**MORI** でも、著作権事務局云々というのは、一番大きくならなくちゃいけないセクションですよ。それは写真家にとってもそうだし、今後のAPAにとっても重大なことだと思う。

**部長** 写真家には著作権という法律があるんだよ…という事が浸透すれば、これはすごい武器になりますよ。そもそも写真家ってというのは、だいたいが感覚人間だから。著作権とか言うことに対してまったく能力がないんですよ。

**森** だからこそ、APAが立たなくちゃ。写真家のための協会なんだから。

**MORI** 先ほど、契約書のサンプルとか指導とか言う話が出ましたけれど、若い写真家たちは絶対的に興味を持っていますよ。そういう事は、若い人ほど口にしてる。つまり、今後の写真界を語るには、著作権なくして語れないというところまで来ているのでは？

**部長** 若い人に伝えるには、自分が分かっているだけで伝えられない。だから、どういう形であっても、僕は前に進まなきゃ…歩かなきゃいけないと思う。

**村田** 部長はこうやって前向きに考えておられるし、それに賛同する人もいます。色々なエリアとか工夫の仕方可能性はあると思いますね。

**石田** 著作権の認識ということで、さまざまな意見が出たようですが、皆さんやはり、訴求していくべき今後の大きな課題として捉えていらっしゃることを感じました。最後に部長から括りの言葉をいただけたらと思いますが。

**部長** 今日はお忙しい中、お集まりいただきましてありがとうございました。話の中に、とても熱い情熱を感じることができました。すごく意義のある座談会だったと思います。どういう形をとるか、システムを構築するかは今後の課題ですが、とにかく明日の写真家たちのために、この会を最初の一步としてスタートさせ、今後の展開につなげていきたいと考えています。





## —経団連「ポータルサイト構想」の解説—

知的所有権部長 堀切保郎  
JPCA常務理事 瀬尾太一

### ■著作権と流通の今

知的財産流通を目指して、社会が動き出している。政府が国の政策として行う、数々の施策も、やっと実務としての機能を備えてきた。しかし、我々写真家など、個人の作家に、その流れが直接、感じられる事は少ない。それはなぜなのか。また、この急激に社会が変化している時代に、何が必要なのか、経団連が取り組んでいる知的財産流通促進のためのポータルサイト構想を例にとり、現在の著作権流通の流れを追ってみたいと思う。

### ■流通するコンテンツとは？

日本写真著作権協会（以下JPCA）は、前年度の流通基盤促進分科会（経団連）に参加し、これからのコンテンツ流通促進には、何が 필요한のか、議論を重ねてきた。その中で見えてきたことは、コンテンツといっても、大きくふたつに分けられる。ひとつは劇場公開される映画や放送など、企業による流通の確立したコンテンツであり、もうひとつは個人の創るいわゆる「作品」である。前者は宮崎駿監督によるアニメなど、輸出品として、既に日本の重要な特産物となっている。問題なのは後者である。膨大な量の個人作品は、業界内の評価に頼ることが多く、一般に知られることが少ない。また、個人という経済的、時間的な制約のために、売り込みすらままならないのが現状である。このようなコンテンツは、一次使用があればよいほうで、多くは未使用のままに眠ることすらある。コミック、文芸、美術、写真など、その分野は多くにまたがるが、そのようなコンテンツをどう流通させてゆくかが、現在のポイントであろう。またこのような状況を、アナログ資産のデジタル化という問題が、いっそう複雑にしている。簡単にいえば、モノクロのオリジナルプリントで作品を蓄積していた作家が、アナログであるが故に、なかなか利用が進まず、結果、写真が利用されないような状況である。

### ■個人と企業

企業の参加により完成してゆくコンテンツは比較的流通しやすく、個人で完結するコンテンツが、流通しにくい現状だということ述べた。

経団連のコンテンツ流通促進のためのポータルサイト構想において、JPCAはこの点を改善できる機能と構成を提案している。多くの分野の利害があり、実現性はあくとしても、この提案により、問題点はより明確になるだろう。次に、JPCAの提案している構想を説明してゆこう。

### ■写真家のこれから…

社会がコンテンツに注目し、そして、流通に関して動き出していることは理解していただけたら。しかし、個人の著作者は、このような環境の変化を、ただ待っているだけでよいのだろうか。写真家個人に必要と思われることを、上げてみたいと思う。

まず、写真に強い表現性が求められている、ということである。誰が撮影しても同じようだと利用者を感じるものは、流通しにくい。その作家個人の表現が現れていることで、どんなに狭い範囲であれ、使いたいと思われる利用者が現れる可能性がある。それはもしかしたら、ヨーロッパの小さな企業であるかもしれないのだ。

次に、個人と団体の関係を挙げたい。今まで、写真家はほとんどすべてを個人で行うことができた。利用者を探すことや、利用後の約束なども含めて、個人で完結する仕事だった。しかし、ここに来て大きく変わったことは、個人でどうしようもないことが、個人に影響を及ぼす時代になった、ということである。これは単なるAPAという団体のPRではない。例えば、毎年のように改正される著作権法に、写真家個人の意見を反映させることは不可能に近い。やはり団体としての写真家という業種が、大きな声を持たない限り、その声はかき消されてしまう。また、流通経路の構築にしても、画像保護技術の開発にしても、個人でできるような予算規模ではないし、また、一度できたとしても、その継続と改善は個人の扱える範囲を超えるであろう。総じていうと、一匹狼だけいられた時代から、本質的には自由な個人の表現であるとしても、業種としての協調が必要になった時代へ移行した、といえる。今まで懇親が重要性を持っていた業種団体も、現在、社会状況の変化によって、その存在意義を変えてきていることを認識しなければならないだろう。

最後に、JPCAのことについてふれたい。前述したような社会背景を基に、JPCAは団体でしかできないことに、取り組んできた。IDの発行とそれを利用したデータベース、画像保護技術の開発、経団連や文化庁、経産省との交流など、写真家がみずから発言し、社会に提言する問題が多いことを理解していただきたいと思います。

## 著作権相談室のご案内

APAでは平成10年（'98）年から担当弁護士による著作権の相談窓口を開設しています。

ほとんどの場合、口約束だけで仕事を始める事が多い私たちは、契約書を交わす習慣がありませんので、思わぬところでビジネストラブルや知的所有権の侵害に遇うことがあります。またマルチメディアの発展でインターネット上での知的所有権の侵害や無断使用、その他、数多くの新しい問題も起こっています。これらは著作権思想の普及や啓蒙がまだ足り

ない結果といえますが、著作権者である私たちの無知も原因のひとつです。

私たちはすでに、何件かの相談を解決してきました。トラブルでお悩みの方、著作権について知りたい方はぜひご相談ください。

### ■インフォメーション

- ・相談日 毎月第3月曜日  
(変更になる場合があります)
- ・場所 APA事務局 (9F APAルーム)
- ・利用資格 APA会員に限る
- ・相談料 無料

- ・担当 三戸岡耕二 (担当弁護士)  
堀切保郎 (部長)  
小杉俊幸 (副部長)

### ■利用方法

- ・相談内容を文書にて事前にAPA事務局に提出して下さい。(所定の用紙は事務局にあります)
- ・内容精査の上相談日を決定し通知
- ・相談日に個別面談を実施します。
- ・急を要する件については電話にて対応します。
- ・調査費用や訴訟その他の費用など別途発生するものは相談者負担となります。

APA著作権レポート vol.04

©APA2005 Printed in Japan 本誌掲載の写真・記事の無断転載を禁じます。

発行日 2005年(平成17年)10月31日 発行所 社団法人 日本広告写真家協会 〒104-0045 東京都中央区築地2-1-17 陽光築地ビル9F

TEL.(03)3543-3387 FAX.(03)3543-3317 <http://apa-japan.com>

発行人 長友健二 編集人 小川勝久 編集 社団法人 日本広告写真家協会 知的所有権部 印刷・製本 ホクエツ印刷株式会社