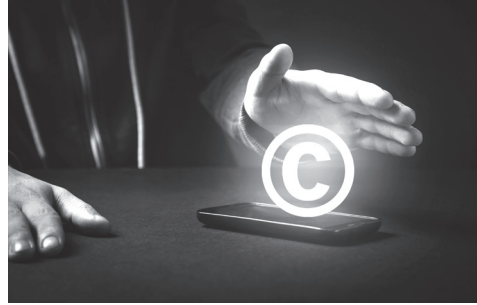


知らないでは済まされない

企業におけるSNS活用と著作権法上の留意点



営業ツールとしてSNSを活用する企業が増えていますが、気をつけなければいけないのが、著作権等の侵害です。ここでは、画像や音楽を使用する際に問題になりやすいポイントと必要な手続きを解説します。

たきざわ法律事務所
弁護士
瀧澤 輝

営業ツールとして、ツイッターやインスタグラム、ユーチューブといったSNS等のサービスを活用する企業が増えていますが、著作権を正しく理解していないがゆえに、トラブルに巻き込まれるケースも多いと思います。

たとえば、著作権侵害などでユーチューブ等のガイドラインに違反し、チャンネルが削除される事態となれば、企業イメージは大きく損なわれてしまいます。本稿では、著作権法を中心として、SNS等でコンテンツ（なかでも画像・動画と音楽）を投稿するうえで、企業の担当者が知っておくべき権利関係について説明します。

画像や動画を投稿する際の注意点

画像や動画をSNS等に投稿する場合、第三者の著作権等を侵害しないことが非常に重要です。

投稿する画像や動画を担当者が一から作成するなら問題ありませんが、実際には、第三者が著作権等を保有するコンテンツ（以下「第三者コンテンツ」といいます）を利用するケースも多いと思います。

(1) 第三者の著作権を侵害しないために

第三者の著作権を侵害しているか否かは、**図表1**のフローチャートにしたがって判断します。以下、フローチャートの内容に沿って説明していきます。

① 対象となる第三者コンテンツは著作物か？

まず、利用しようと思っている第三者コンテンツが「著作物」であるかを判断します。

著作物は、著作権法に「思想又は感情を創作的に表現したものと定義されています（法2条）。事実やアイデアそのものであったり、ごくありふれた表現は著作物

ではないこととなります。

著作物かどうかの判断が難しいケースもあると思いますが、過去の裁判例や外部の専門家の意見を踏まえつつ、それでも判断がつかない場合には、著作物であることを前提に次のフローに進むのが望ましいと思われます。

② 第三者コンテンツは保護期間内にあるか？

次に、第三者コンテンツが保護期間内にあるかどうかを判断します。著作物の保護期間は、原則として「著作者の生存期間中＋その死後70年」です（法51条1項・2項）。共同著作物の場合は、最後に死亡した著作者の死後70年となります（法51条2項かつこ書）。

ただし、**図表2**のような例外があります。

③ 担当者の利用行為は支分権の対象となる利用行為か？

著作権（ここでは財産権のことを指します）の効力が及ぶ利用行為については、複製権、公衆送信権、翻案権など（これらを「支分権」といいます）として規定されています（法21条～28条）。

第三者コンテンツを利用してSNS等に投稿する場合において、特に問題になりやすい支分権は次

```
graph TD; Q1[① 対象となる第三者コンテンツは著作物か?]; Q2[② 第三者コンテンツは保護期間内にあるか?]; Q3[③ 担当者の利用行為は著作権の対象となる利用行為か?]; Q4[④ 担当者の利用行為は権利制限規定に該当しない形態での利用か?]; Q5[⑤ 著作権者である第三者から著作権に関する譲渡や利用許諾を受けていない状態か?]; Q1 -- YES --> Q2; Q1 -- NO --> NI[非侵害]; Q2 -- YES --> Q3; Q2 -- NO --> NI; Q3 -- YES --> Q4; Q3 -- NO --> NI; Q4 -- YES --> Q5; Q4 -- NO --> NI; Q5 -- YES --> RI[権利侵害]; Q5 -- NO --> NI;
```

① 対象となる第三者コンテンツは著作物か？

YES → ② 第三者コンテンツは保護期間内にあるか？

NO → 非侵害

② 第三者コンテンツは保護期間内にあるか？

YES → ③ 担当者の利用行為は著作権の対象となる利用行為か？

NO → 非侵害

③ 担当者の利用行為は著作権の対象となる利用行為か？

YES → ④ 担当者の利用行為は権利制限規定に該当しない形態での利用か？

NO → 非侵害

④ 担当者の利用行為は権利制限規定に該当しない形態での利用か？

YES → ⑤ 著作権者である第三者から著作権に関する譲渡や利用許諾を受けていない状態か？

NO → 非侵害

⑤ 著作権者である第三者から著作権に関する譲渡や利用許諾を受けていない状態か？

YES → 権利侵害

NO → 非侵害

複製権 著作物をコピーしたり、ダウンロードする場合に問題となる

公衆送信権 著作物をアップロードしたり、インターネット配信する場合に問題となる

翻案権 著作物を要約したり、新たな創作性を付与するような改変を行なう場合に問題となる

規定に該当しない形態での利用か？

複製行為や複製を伴わない伝達行為（スクリーンショット、配信、CG化など）をするにあたり、意図せず他人の著作物が写り込んだ場合や、それが写り込んだまま著作物を利用する場合には、著作権の効力が及ばないとした規定です。SNS等に投稿する画像や動画に第三者コンテンツが写り込んだ場合には、本規定を適用させることが可能と思われます。

イ 検討の過程における利用

に合致するものであり、かつ、報道、批評、研究その他の引用の目的上正当な範囲内であれば、引用して利用することができます。ただし、過去の裁判例等を踏まえるとして、明瞭区別性（引用される部分と他の部分が明確に区別されていること）や主従関係（引用される部分が従で他の部分が主の関係であること）の条件を満たす必要があります。また、あわせて出所の明示も必要になります。

なお、著作権の制限規定に該当

有無等を検討する段階での著作物の利用を認める規定です。

したとしても、後述する「著作者人格権」までは制限されません。別途、著作者人格権に抵触しないか等の検討が必要です。

この規定を利用
すること、主に
SNS等に投稿す

⑤ 著作権者である第三者から著作権に関する譲渡や利用許諾を受けていない状態か？

る前段階において、第三者コンテンツを利用することを検討するため社内企画書に

著作権の制限規定に該当しなかった場合、著作権者等と連絡を取り、著作権（財産権）の譲渡または利用許諾に関する契約を結ぶ必要があります。

第三者コンテンツを掲載することが可能になります。

ア 著作権（財産権）の譲渡
著作権そのものを譲渡してもらう方法です。譲受人が新たな著作権者となります。

公表された著作物は、公正な慣行

譲渡の契約時には、全部譲渡の前提であれば、その著作物を基に

著作物の種類	保護期間の終了時点	
	原則	例外
無名または変名（周知の変名は除く）の著作物	公表後70年 (法52条1項)	① 公表後70年より前に著作者の死後70年を経過したと認められる場合 → 著作者の 死後70年 を経過したと認められる時まで（法52条1項ただし書） ② 著作者の死亡の時点が明らかに判別できる場合 → 著作者の 死後70年 （法51条2項）
団体名義の著作物	公表後70年 (法53条1項)	① 創作後70年以内に公表されなかった場合 → 創作後70年 （法53条1項かつこ書） ② 公表後70年以内に団体名義の著作物の著作者である個人が実名または周知の変名を表示して公表した場合 → 著作者の 死後70年 （法53条2項）
映画の著作物	公表後70年 (法54条1項)	創作後70年以内に公表されなかった場合 → 創作後70年 （法54条1項かつこ書）

公表された著作物は、公正な慣行

した二次的著作物に関する権利の譲渡についても明記しておく必要があります。

イ 利用許諾

著作権そのものは著作権者に留保された状態で、利用の許諾を受ける方法です。利用許諾の契約時には、許諾範囲（許諾対象、再許諾の有無を含む）を明記すること、独占的な利用許諾なのか非独占の利用許諾なのかを明記することが重要です。

なお、第三者コンテンツが著作物の場合、著作人格権（同一性保持権、氏名表示権等）については、別途考慮が必要です。たとえば、次のような場合です。

● 著作物に改変行為を行なう場合
……同一性保持権（意に反して著作物の変更、切除その他の改変を受けない権利）

● 著作者の名称を省略する、あるいは表示する場合
……氏名表示権（著作者の名前を表示あるいは表示しない権利）

● 社会的な評価に影響を及ぼすような著作物の使い方をする場合
……名誉声望保持権（著作者の名誉等を害する方法で著作物を利用されない権利）

著作人格権は譲渡できません

ので、著作人格権の効力を制限したい場合には、多くの場合、著作人格権の不行使特約を契約条項に入れます。

(2) 注意すべき被写体の権利

著作権以外でも、他人の肖像（顔や姿）を利用する場合（偶然、他人の肖像が映り込んでしまった場合も含みます）には、肖像権やパブリシティ権について注意が必要です。

① 肖像権とは

肖像権は、みだりに自己の容ぼう姿態を撮影・公表されない権利です。肖像権侵害の判断基準は、「本人の人格的利益の侵害が社会生活上受忍の限度を超えるものか」ですが、その判断にあたっては、デジタルアーカイブ学会の「肖像権ガイドライン」が参考になります。

ただ、実務的には、本人から承諾を得るか、編集でボカシを入れることで特定を困難にするのが望ましいと考えられます。

② パブリシティ権とは

パブリシティ権は、自己の氏名・肖像がもつ顧客吸引力を独占的に利用する権利です。顧客吸引力をもつことが前提ですので、著名人の肖像を利用する場合などに

問題となります。

パブリシティ権侵害の判断基準は、「専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的とするといえるか」です。具体的には、最高裁判

次のような事例をあげています。● 肖像等それ自体を独立して鑑賞の対象となる商品等として使用する

● 商品等の差別化を図る目的で肖像等を商品等に付す

● 肖像等を商品等の広告として使用する

実務的には、本人または本人が所属する事務所の承諾を得て利用する（広告の場合には、広告出演に関する契約のなかで処理する）のが一般的でしょう。

音楽を利用する場合の注意点

投稿するコンテンツに音楽が含まれる場合、図表1のフローチャートのうち、⑤の権利処理の方法が異なる部分があります。

(1) 著作権（財産権）の処理

音楽に関する著作権は、一般社団法人日本音楽著作権協会（以下、「JASRAC」といいます）等の著作権管理団体が管理している

ケースが多く、その場合は当該著作権管理団体から利用許諾を得ることになります。

(2) 著作隣接権（原盤権）の処理

著作権の権利処理に問題がない場合でも、音楽の音源をそのまま利用するときは、著作隣接権（いわゆる原盤権）の権利処理も必要になります。音楽の場合、レコード会社が原盤権を保有していますので、レコード会社から利用許諾を得ます。

コンテンツの作成を外部事業者に委託する場合

外部事業者（フリーランスを含みます）にコンテンツの作成を委託するとき、著作権について何も合意していない場合には、コンテンツの著作権は原則として当該コンテンツを作成した外部事業者に帰属します。そのため、委託会社においては、外部事業者の作成したコンテンツを利用できるように、著作権（財産権）の譲渡または利用許諾に関する内容を業務委託契約等のなかで取り決める必要があります。

なお、委託元には、委託先が著作権侵害を行なっていないことを

確認する注意義務があると一般的には解されます。仮に、委託先の事業者が作成したコンテンツが著作権侵害をしていた場合、委託元も責任を負う可能性がある点に注意が必要です。

業務委託契約等に著作権に関する非侵害保証条項を入れるだけでなく、実際に委託先でコンテンツが作成される過程において、著作権侵害が生じていないかを確認するフローを組み込むのが望ましいと思われます。

第三者コンテンツを参考にコンテンツを作成する場合

第三者コンテンツを参考に投稿コンテンツを新たに作成した場合、著作権法上、複製権・翻案権の侵害に該当するかどうかが問題になります（図表1の③に該当する部分）。

著作権法では、偶然類似してしまったケースや、アイデアが一致しているだけのケースでは著作権侵害は否定されますので、単純に似ているだけで著作権侵害になるわけではありません。

複製権・翻案権の場合、次の2つの要件を満たすかがポイントに

なります。

① 依拠性（自己のコンテンツが第三者コンテンツに依拠していること）

複製権・翻案権侵害が成立するには、自己のコンテンツが第三者コンテンツに依拠して作成されたことが必要となります。

依拠性の認定については、類似の程度のほか、創作の先後、著作物の著名性、対象となる著作物に接する機会があるかどうか、自己の社会的立場、創作性の高低等を総合的に勘案して判断されます。

② 同一性・類似性（自己のコンテンツが第三者コンテンツと同一または類似すること）

第三者コンテンツのうち、「創

図表3 「濾過テスト」の手順

第三者コンテンツと自己のコンテンツの間で同一性を有する部分がどこかを認定する

- ▼ 同一性を有する部分が表現であるか否かを検討する
- ▼ その表現は創作性があるか否かを検討する
- ▼ 自己のコンテンツから第三者コンテンツの本質的な特徴を直接感得することができるかを判断する
- ▼ 直接感得できる場合、複製権・翻案権侵害を肯定する

作的な表現」と認められる部分のみを判断対象とします。自己のコンテンツと共通する部分について、第三者コンテンツ部分の「表現上の本質的な特徴」を「直接感得しうるか否か」という基準によって判断されます。

第三者コンテンツと共通する部分があっても、それがアイデア、事実または表現それ自体でない部分であれば、著作権侵害は成立しません。さらに、たとえ表現部分が共通していても、それが第三者コンテンツの表現上の創作性を有しない部分であるときには、やはり著作権侵害は成立しません。

なお、創作性は表現それ自体を対象に判断されるので、思想・感情のような、表現それ自体でない部分がいかにも独創的であったとしても、創作性は認められません。

実際の裁判では、この同一性・類似性を「濾過テスト」と呼ばれる方法で判断することが多いのです（図表3）。

著作権の侵害以外にもある留意すべきポイント

ここまででは、どのような場合に著作権侵害の可能性があるかにつ

いて説明してきましたが、著作権侵害に当たらないからといって安心はできません。

まず、第三者が作成したコンテンツが著作物に当たらない場合であっても、それを不正に利用することで自社が利益をあげている場合、あるいは自社が不正に利用することでコンテンツを作成した第三者の利益が下がっている場合には、不法行為が成立する可能性があります。

また、コンテンツの内容及次第では、不正競争防止法による規制なども考えられるところです。

さらに最近では、実際には著作権侵害ではなくても、そうした疑いをもたれただけで、SNS等において「炎上」するケースも多く発生しています。

これらの点を踏まえると、結論として、第三者コンテンツを参考にすることには、著作権侵害はもちろんのこと、著作権法以外の法律による規制にも十分に注意することが必要でしょう。

そのうえで、他のユーザーからの反応、炎上した場合の対応といった点を踏まえて、コンテンツを投稿するかどうかを判断することが重要です。

たきざわ ひかる 大手法律事務所一般民事事件、親族、相続事件から企業法務まで幅広い内容の業務に従事。2017年、たきざわ法律事務所を開設。自らもユーチューブによる情報発信を積極的に行なう。