

事件名：テレビCM 原版事件	法分野：著作権法
(第一審) 東京地裁平成23年12月14日判決(平成21年(ワ)第4753号事件及び第39494号事件) <a href="http://www.courts.go.jp/hanrei/pdf/20120117132402.pdf">http://www.courts.go.jp/hanrei/pdf/20120117132402.pdf</a> (控訴審) 知財高裁平成24年10月25日判決(平成24年(ネ)第10008号 各損害賠償請求控訴事件)	
<b>【事案の概要】</b> <p>広告制作会社X(原告・控訴人)が、広告制作会社Y(被告・被控訴人)に対し、①Xが制作したとするケースデンキのテレビCM 原版(「本件ケースCM 原版」)をYがプリントした行為、当該原版を元にYが新たなCM 原版(「本件ケース新CM 原版」、「本件ケース旧CM 原版」)を作成し、これをプリントした行為、②Xが制作したとするブルボンのテレビCM 原版(「本件ブルボンCM 原版」)をYがプリントした行為がそれぞれXの著作権(複製権)を侵害するものであるとし、損害賠償を求め(第1事件)、Xの元取締役であるプロデューサーA(被告・被控訴人)に対し、上記著作権侵害の共同不法行為又は債務不履行(取締役としての善管注意義務、忠実義務違反)に基づく損害賠償を求めた(第2事件) 事案。</p>	
<b>【主な登場人物】</b> <p>広告主(ケースデンキ、ブルボン) / 広告代理店(電通) / クリエイティブ・ディレクターB(元電通、Yの監査役) / 広告制作会社Y(被告アドック) / 広告制作会社X(原告) / プロデューサーA(Xの取締役、被告A)</p>	
<b>【争点】</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 本件各CM 原版的著作権の帰属</li> <li>2. Y、Aの損害賠償責任の成否(省略) <ul style="list-style-type: none"> <li>-Y: 不法行為(著作権侵害)に基づく損害賠償責任</li> <li>A: 共同不法行為(著作権侵害)又は取締役としての善管注意義務・忠実義務違反</li> </ul> </li> <li>3. 損害額(省略)</li> </ol>	
<b>【争点に対する判断】(結論：請求棄却、控訴棄却)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 原告の主張 <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 共同著作物  テレビCMについては、著作権法の映画の著作物に関する規定とは別に著作者、著作権者を決定すべきであり、広告主、広告会社、制作会社の共同著作物である。</li> <li>(2) 職務著作  仮に本件各CM 原版的が映画の著作物であるとしても、Xの発意に基づき、AがXの職務上作成したものであり、Xの名称が制作会社としてクレジットされていることから、著作権法15条、16条但書によりXが著作者、著作権者となる。</li> <li>(3) 映画の著作物の著作権の帰属その1  仮に本件各テレビ原版が映画の著作物であり、職務著作ではないとしても、XはCM制作に必要なコンテ、企画案、監督、撮影、美術等のスタッフや企業と契約しており、その制作に関する経済的な収入及び支出の主体となっている。また、Xは、CMを完成させる義務を負い、その制作に当たり生じた事故や遅延等についても責任を負っており、著作権法29条1項を適用した場合、映画製作者となり得るのはXのみである。</li> <li>(4) 映画の著作物の著作権の帰属その2(控訴審で追加)  Aは、本件ケースCM 原版的の監督として具体的な映像表現の形成過程の全体に寄与しており、本件ケースCM 原版的の著作者である。同様に、本件ブルボンCM 原版的に関しても監督をしたBとCが著作者となる。  著作権法29条1項は、①従来から、映画の著作物の利用に関しては、映画製作者と著作者との間の契約により映画製作者に委ねられていたという実態があること、②映画製作者が自己のリスクの下に巨額の制作費を投資し</li> </ol> </li> </ol>	

ていること、③多数の著作者全てに著作権行使を認めると映画の円滑な利用が阻害されること、を立法趣旨としており、劇場用映画を念頭に規定されたものであるところ、これらはいずれも広告映像には妥当しない。

また、CM業界では、制作会社は、CM原版を複製する際のプリント業務を受注し、その収益により制作費の不足分を補うという商慣習が確立しているが、仮に29条1項を適用して広告主又は広告会社に著作権が帰属するとすると、広告主又は広告会社は制作会社に何らの対価を支払うことなく任意にプリント業務を発注できるようになってしまう。

従って、広告映像に29条1項を適用することに合理性はなく、原則通り著作者が著作権者となり、XとA～Cとの間には著作権をXに譲渡する旨の黙示の合意があるから、本件各CM原版の著作権（複製権）はXに帰属する。

## 2. 裁判所の判断

### (1) 本件CM制作の流れ

(本件ケースCM原版)

- ✓ Bが電通のオリエンに参加し、これに基づきCMコンセプトを定め、ドリフターズを起用することを決定した。(Xはオリエンに参加せず)
- ✓ Bは制作予算を作成するとともに、Aをして絵コンテを作成させ、その後電通部長らと共にケースデンキ本社でプレゼンを行い、電通はCM制作を受注した。
- ✓ Bは電通部長らと共にドリフの事務所に出向き、CM出演の了解を得た。
- ✓ Bは電通の会議(プリ・プロダクション・ミーティング)に参加し、当該会議で制作予算、制作スケジュールが決定した。(Xは会議に参加せず)
- ✓ BはCM撮影の現場で撮影作業及び編集作業を指揮するとともに、最終編集に立ち会った広告主、電通部長に対して説明を行った。
- ✓ AはXのプロデューサーとして予算管理、スケジュール管理、スタッフ選定・手配等に携わり、平成18年6月頃に本件ケースCM原版が完成した。
- ✓ 本件ケースCM原版の制作に関し、Bの指示により電通からXに対して制作費名目で2887万円が支払われた。XはBに対しクリエイティブ・ディレクター費を支払ったほか、スタッフ費、撮影機材費、スタジオ費、編集費等を支払った。電通からYに対しては、キャンプ・コンテ費名目で126万円が支払われた。

(本件ケース旧CM原版)

- ✓ 平成18年10月から平成20年1月までの間、Bの指揮で制作された。
- ✓ Aは声優リストの提出、編集室の手配等を行った。
- ✓ 本件ケース旧CM原版の制作に関し、電通からYに対して制作費名目で支払いがなされ、YからXに対し、制作費名目で支払いがなされた。

(本件ブルボンCM原版)

- ✓ Bは電通時代からクリエイティブ・ディレクターとしてブルボンのテレビCMを担当し、平成15年に電通退職後も、電通からクリエイティブ・ディレクターを依頼されており、ブルボンのテレビCMについて、企画・制作を指揮するとともに、制作会社を選定していた。
- ✓ Bは、平成17年11月以降、撮影、編集等を担当する制作会社にXを選定した。Bの指示により電通からXに対し、制作費名目で支払いがなされ、Yには制作費又はキャンプ・コンテ費名目で支払いがなされた。
- ✓ 平成19年以降は、電通からYに対して制作費名目で支払いがなされ、YからXに対し、制作費名目で支払いがなされるようになった。
- ✓ 本件ブルボンCM原版に関しては、平成19年6月から平成20年3月までの間、Bが企画・制作を指揮し、AはXのプロデューサーとして予算管理、スケジュール管理、スタッフの選択・手配等を担当した。
- ✓ 本件ブルボンCM原版の制作について、Yが電通から制作費名目で支払いを受け、Xに対して制作費名目で支払いを行った。Xはスタッフ費、撮影機材費、スタジオ費、編集費等を支払った。

### (2) 著作権の帰属

(共同著作物であるとの主張について)

本件CM原版は映画の著作物(2条3項)である以上、映画の著作物に関する規定に基づいて著作者、著作権者を認定するのが相当である。

(職務著作物であるとの主張について)

Bは本件CM 原版的な全制作過程に関与し、CM のコンセプトを定め、出演タレントを決定したのであるから、映画の著作物の全体的形成に創作的に寄与したもの(16条本文)として、著作者の一人と認められる。Bは原告の業務に従事するものとは認められず、また、テレビCMの放映では広告主の商号等が表示されることがあっても広告代理店や制作会社の商号等が示されることはないのが通常であることに照らすと、本件各CM 原版的な公表されたものとは認められないから、職務著作には該当しない。

(映画の著作物の著作権の帰属その1について)

「映画製作者の定義である『映画の著作物の製作に発意と責任を有する者』(著作権法2条1項10号)とは、その文言と著作権法29条1項の立法趣旨からみて、映画の著作物を製作する意思を有し、当該著作物の製作に関する法律上の権利・義務が帰属する主体であって、そのことの反映として当該著作物の製作に関する経済的な収入・支出の主体ともなる者であると解するのが相当である。(略)これを本件についてみるに、本件ケース CM 原版的なについて、これを製作する意思を有し、当該原版的な製作に関する法律上の権利・義務が帰属する主体となり、かつ、当該製作に関する経済的な収入・支出ともなる者としては、広告主であるケースデンキであると考えられる。」

(※一審は、電通又は広告主と認定していたが、控訴審は広告主であると改めた)

「確かに、(略)原告は、電通から、被告アドックよりも多額の支払を受けており、制作作業を担当する者を手配し、その支払を電通から受ける窓口となっていたことが認められる。したがって、被告アドックとの対比でみる限り、原告が中心的役割を担っていたようにも見える。しかし、その支払内容の明細を見ると、原告の支払の大半を占めるのは、撮影、編集関係の費用である。(略) CM 原版的な制作に当たっては、広告主の意向を反映して企画案を練り、出演するタレントを確保し、最終的に広告会社から確定した企画の了承を得て、制作費を確定させるまでの作業が重要な意味を持ち、そこまでの作業に比較すれば、その後の、撮影、編集の具体的な作業が寄与する程度は、相対的に低いものといわざるを得ない。」

「そうすると、原告は、本件ケースCM 原版的な制作の全体についてこれを請け負って作業をしていたとは認められず、その制作過程の部分的な関与にとどまるのであって、原告が本件ケースCM 原版的な作成について、相対的に比重の低い撮影、編集作業について、電通からの支払の窓口となっていたからといって、本件ケースCM 原版的な映画製作者であるということとはできない。」

(映画の著作物の著作権の帰属その2について)(控訴審判決)

「本件ケースCM 原版的なが映画の著作物である以上(当事者間に争いはない)、その制作目的が、商品の販売促進等であることを理由として、同CM 原版的なについて同法29条1項の適用が排除されるとする原告の主張は、その主張自体失当であり、採用の余地はない。」

「のみならず、(略)本件ケースCM 原版的な具体的な制作目的、制作経緯等を検討してみても、本件ケースCM 原版的なについて、映画の著作物の著作権に関して当該映画の製作者に帰属させる旨定めた同法29条1項の規定の適用を排除すべき格別の理由はない。(略)同原版的なは、15秒及び30秒の短時間の広告映像に関するものであること、他方、製作者たる広告主は、原告及び被告アドックに対し、約3000万円の制作費を支払っているのみならず、別途多額の出演料等も支払っていること、同広告映像により、期待した広告効果が得られるか否かについてのリスクは、専ら、製作者たる広告主において負担しており、製作者たる広告主において、著作物の円滑な利用を確保する必要性は高いと考えられること等を総合考慮するならば、同CM 原版的なについて同法29条1項の適用が排除される合理的な理由は存在しないというべきである。広告映像が、劇場用映画とは、利用期間、利用方法等が異なるとしても、そのことから、広告映像につき同法29条1項の適用を排除する合理性な理由があるとはいえない。」

「原告は、本件のような広告映像の場合、制作会社が、CM 原版的なのプリント(複製)を受注し、その収益により制作費の不足分を補うという商慣習が確立していることから、本件ケースCM 原版的なに係る複製権は原告に帰属すると解すべきである旨主張する。しかし、制作会社がCM 原版的なのプリント(複製)をする例があったとしても、本件において、原告が、当然に、そのプリント代で制作費の補填を受ける権利を有していると認定することはできない。」

【コメント】

- 映画製作者の一般的判示部分については、従来の裁判例（知財高判平成 18.9.13 グッバイキャロル事件）を踏襲するものであるが、従来の裁判例では、制作会社をもって映画製作者であるとする傾向にあった（前掲グッバイキャロル事件、東京高判平成 15.9.25 マクロスⅡ事件、大阪地判平成 5.3.23 山口組五代目承継式事件等）。
- テレビCMの著作権帰属については従来から争いがある（※）中で、第一審判決においては、広告代理店又は広告主であるとし、控訴審判決においては更に踏み込んで広告主が映画製作者であり、著作権が帰属する旨判断をしており、注目される。

（※）各CM関係団体の見解

日本アドタイザーズ協会（JAA：スポンサー企業の団体）は、CMの著作権者は広告主であるとする。

日本アド・コンテンツ製作者連盟（JAC：制作会社の団体）は、CMの著作権者は制作会社であるとする。

日本広告業協会（JAAA：代理店の団体）は、CMの著作権者は判然としないが、帰属問題は棚上げにして強制的、積極的な努力をすることが重要であるとする。

なお、1992年、広告主、広告代理店、制作会社、放送局により構成される全日本CM放送連盟（ACC）においてCMの二次利用について議論された際に、「CM（映像広告）の使用について」と題する指針（ACCルール、92年合意）が公表されたが、当該指針においても著作権の帰属については明確にされておらず、その一方で、広告主はCMの改訂業務やプリント業務については、当初制作を行った広告会社、制作会社へ優先的に発注することが明記されている。

- 小泉直樹「テレビCM原版的著作権帰属」ジュリスト1450号6頁知財判例速報は、控訴審判決の射程につき、「広告の制作に関する広告主、広告会社、制作会社の関与の様子は様々であり、映画製作者の認定に関する本件の判断内容のうち、本件各CM原版的制作における広告主の意向の大きさによる理由づけの部分については、今後、本件とは異なり、広告主の関与の程度が制作会社に比べて小さな事案について、広告主以外の者が映画製作者とされる余地はあろう。一方、広告主が制作費、出演料を支払っており、広告の成否のリスクを負っていることを指摘する部分については、広告一般に射程を有すると読まれるべきかもしれない。」とする。

以上