帝国タイムス
明治33年3月3日創業　THE TEIKOKU TIMES
旬刊 2023年（令和5年）2月15日（水曜日）　第13784号

成長のための企業法務

アンビシャス総合法律事務所　弁護士　奥山倫行

第47回

著作権
（ホームページの模倣）

Q　当社のホームページと酷似したホームページを発見しました。当社なりに工夫した表現や内容もあるので、それを無断で盗用されるのは許せません。当社は相手に対してどのような要求をしていけるのでしょうか。

A　自社が苦労して作ったホームページを模倣されると気分が悪いですし、競合他社に真似られた場合には顧客の喪失や売上の減少など、現実的な損害も発生しかねません。そのため、速やかに何らかの対応をしたいところですが、闇雲に「模倣をやめろ！」と言っていけるものでもありません。本稿の内容を参考にして、何らかの要求が可能か否か、可能な場合には何を要求するかを検討したうえで、対応を進めてください。

著作権法違反か否かの検討

まず思い浮かぶのが著作権法違反に基づいて要求することですが、誤解も多い部分なので、以下の内容をご確認ください。

(1)著作権者の確認

著作権は著作物を制作した人に帰属するので、自社に著作権がなければ、権利侵害を主張することはできません。そのため、外部委託業者にホームページの全部又は一部の制作を依頼している場合や、外部のカメラマンに依頼して撮影してもらった写真を使用している場合には、これらの者との契約書を見返して、自社に著作権が帰属しているかを確認する必要があります（契約書がない場合には、これらの者との間で改めて著作権の帰属を確認する必要があります）。

(2)著作物性の確認

著作物は「思想又は感情を創作的に表現したものであって、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するもの」（著作権法2条1項1号）をいうとされています。ホームページは、文章、写真、動画、図やイラスト、音楽等、様々なコンテンツの集合体ですが、著作物に該当するものもあれば、そうでないものもあります。そのため、各コンテンツについて「創作的に表現したもの」と言えるかどうか（創作性が認められるか否か）を個別に検討する必要があります。ポイントは以下のとおりです。

①文章

経営理念、スローガン、キャッチコピー、商品やサービスの説明文等の文章があります。文章については、言葉の選択や文章の配列を工夫した独自に作成した表現の場合には創作性が認められますが、ありふれた商品やサービスの説明の場合には創作性が認められません。

②イラスト・写真・映像や動画・表・グラフ

イラストや写真、映像や動画には、作者や撮影者の思想や感情が表現されていて創作性が認められる場合が多いと思います。他方で、表やグラフは、事実やデータの説明に過ぎず、思想や感情が表現されておらず創作性が認められない場合が多いと思います。

③デザイン・レイアウト・配色

ウェブサイトのデザイン・レイアウト・配色については、商品やサービスの選択や配列に創意工夫があれば創作性が認められる余地もありますが、ウェブサイトの構成はある程度似通っており、工夫が見られたとしても思想や感情の表現というよりは、単なるアイデアや手法と考えられるため創作性が認められないことが多いと思います。

(3)著作権侵害

前記の検討を行った結果、著作権侵害が認められた場合には、相手に対して差止請求（著作権法112条）、損害賠償請求（民法709条）、不当利得返還請求（民法703条、同法704条）、名誉回復等の措置請求（著作権法115条）、刑事責任の追及（著作権法119条等）といった方法をとることが可能です。

他の法律違反か否かの検討

自社の商号や商標、ロゴ、商品名、サービス名なども無断使用されていないかを確認してください。これらが無断使用されている場合には、会社法、商標法、不正競争防止法、民法といった著作権法以外の法律に違反している可能性がありますので、その点も検討する必要があります。

対応を進める際の留意点

以上の分析を行ったうえで、具体的な対応を進めていくことになります。その際に留意していただきたい点がありますので、以下の内容をご確認ください。

(1)証拠を確保したうえで対応を進めること

自社のホームページと相手のホームページのスクリーンショットをとって、一見して比較対照できる証拠を確保したうえで対応を進めてください。万が一、裁判手続を利用する場合に備えて予め証拠を保全しておく意味合いもありますが、自社が問題視している部分を相手に明示して修正等の対応を促すためにも必要な作業です。

(2)獲得目標を明確にすること

対応を進めていく際には、獲得目標を明確にしてください。ホームページがまるまる真似されたような場合でない限り、相手が「真似していない」「ありふれた表現で著作権侵害に該当しない」と反論してくることが予想されます。そうなった場合、差止請求、損害賠償請求、名誉回復のための謝罪や公表など、あれもこれも欲張ってしまうと、対応して貰えるものも対応して貰えません。そのため、「どうしてもここと、ここだけは変更して貰おう。相手が争ってきたらそれ以上は望まない」など獲得目標を明確にしたうえで、対応を進めていく必要があります。

(3)獲得目標に応じて接触方法を考えること

気持ちはわかりますが最初から「模倣をやめろ！やめないと刑事告訴するぞ」などと強気なボールを投げてしまうと相手の反発を生みかねません。内容証明郵便、通知書、連絡文、手紙、メール、電話、FAXなど様々な通信手段がありますが、獲得目標に応じて適した方法を柔軟に選択して相手への接触を試みてください。当然、獲得目標に応じて文章の表現も考える必要があります。

(4)深追いせず落としどころを考えつつ進めること

模倣行為の違法性や悪質性の程度、自社が被った損害の程度によっては、刑事告訴等を視野に入れて徹底抗戦することも検討せざるを得ません。しかし、相手が開き直っている場合、どちらの主張が正しいか最終的に決着をつけるためには裁判手続を利用しなければならなくなりますが、費用、時間、労力などの負担を考えると裁判手続の利用は慎重に考えざるを得ません。そのような場合には、獲得目標のうち「模倣している部分だけ差し替えてくれれば、損害賠償や謝罪までは求めない」など、自社がある程度満足できる落としどころを設定しながら、対応を進めていくのが良いと思います。

札幌市中央区大通西11の4の22　第2大通藤井ビル8F、電話011-210-7501
HPはこちらから