

名称：インターネットホームページに関する著作権侵害差止等請求事件

東京地方裁判所民事第29部：平成25年(ワ)第28434号

判決日：平成26年7月30日

判決：請求認容

著作権法：112条1項

キーワード：複製権侵害、翻案権侵害

[概要]

時計修理サービスを営む原告が、時計修理サービスを営む被告に対し、被告は、被告ウェブサイトに掲載した文言（修理規約を含む。）及びトップバナー画像を作成し、同ウェブサイト構成したことにより（以下、文言、トップバナー画像及びサイト構成を、原告ウェブサイトの文言等を複製又は翻案したものであって、原告の著作権を侵害したなどと主張して、①不法行為（著作権侵害）に基づく損害賠償金1000万円の支払を求めるとともに、②著作権法112条1項に基づき、被告ウェブサイトに掲載された文言等を同サイト上で使用することの禁止を求める事案である。

[裁判所の判断]

1、原告トップバナー画像について

原告トップバナー画像と被告トップバナー画像とは、店舗名、電話番号の位置、赤色帯状の図形を設けて修理実績を文字で掲げている点、高級腕時計を二つ並べた写真を掲載している点で共通している。

しかしながら、店舗名や電話番号の位置、修理実績について目立つように赤色の帯状の図形で囲んで強調して記載することや、高級時計の修理業務という業務内容を宣伝する目的で高級時計を二つ並べることは、いずれもありふれた表現にすぎないものというべきであって、創作的な表現とは認められない。

そうすると、原告トップバナー画像と被告トップバナー画像とは、表現上の創作性のない部分において共通点を有するにすぎないというべきである。

2、原告規約文言の複製権侵害又は翻案権侵害について

(ア) 原告規約文言1ないし59のうち、被告規約文言1ないし59と共通する部分は、これらを個別にみる限り、別紙6に記載のとおり、他に適当な表現手段のない思想、感情若しくはアイデア、事実そのものであるか、あるいは、ありふれた表現にすぎないものというべきであって、直ちに創作的な表現と認めることは困難というべきである。

したがって、被告規約文言1ないし59と、原告規約文言1ないし59とを個別に対比する限りにおいては、被告規約文言1ないし59はそれぞれ複製又は翻案に当たるものとはいえない。

(イ) 原告は、原告規約文言全体の著作物性についても主張していると解される（平成26年3月5日付け原告準備書面（1）8、9頁）ので、以下、この点について検討する。

一般に、修理規約とは、修理受注者が、修理を受注するに際し、あらかじめ修理依頼者との間で取り決めておきたいと考える事項を「規約」、すなわち条文や箇条書きのような形式で文章化したものと考えられるところ、規約としての性質上、取り決める事項は、ある程度一般化、定型化されたものであって、これを表現しようとするれば、一般的な表現、定型的な表現になることが多いと解される。このため、その表現方法はおのずと限られたものとなるというべきであって、通常の規約であれば、ありふれた表現として著作物性は否定される場合が多いと考えられる。

しかしながら、規約であることから、当然に著作物性がないと断ずることは相当ではなく、その規約の表現に全体として作成者の個性が表れているような特別な場合には、当該規約全体について、これを創作的な表現と認め、著作物として保護すべき場合もあり得るものと解

するのが相当というべきである。

これを本件についてみるに、原告規約文言は、疑義が生じないよう同一の事項を多面的な角度から繰り返し記述するなどしている点（例えば、腐食や損壊の場合に保証できないことがあることを重ねて規定した箇所がみられる原告規約文言4と同7、浸水の場合には有償修理となることを重ねて規定した箇所が見られる原告規約文言5の1の部分と同54、修理に当たっては時計の誤差を日差 ± 1.5 秒以内を基準とするが、 ± 1.5 秒以内にならない場合もあり、その場合も責任を負わないことについて重ねて規定した箇所がみられる原告規約文言17と同44など）において、原告の個性が表れていると認められ、その限りで特徴的な表現がされているというべきであるから、「思想又は感情を創作的に表現したもの」（著作権法2条1項1号）、すなわち著作物と認めるのが相当というべきである。

そして、被告規約文言全体についてみると、見出しの項目、各項目に掲げられた表現、記載順序などは、すべて原告規約文言と同一であるか、実質的に同一であると認められる（表現上異なる点として、原告規約文言の「当社」が被告規約文言では「当店」にすべて置き換えられている点、助詞の使い方の違い、記載順序を一部入れ替えている箇所（別紙4の番号5、38）、表現をまとめている箇所（同別紙の番号36）、「千年堂オリジナル超音波洗浄」「千年堂オリジナルクリーニング」を「銀座櫻風堂オリジナル超音波洗浄」「銀座櫻風堂オリジナルクリーニング」としている箇所（同別紙の番号50、52）などがあるが、これらは、極めて些細な相違点にすぎず、全体として実質的に同一と解するのが相当である。また、原告規約文言と被告規約文言の相違点が上記のとおりであることは、被告が、原告規約文言に依拠して、被告規約文言を作成したことを強く推認させる事情というべきである。).

したがって、被告は、被告規約文言を作成したことにより、原告規約文言を複製したものである。

3、原告サイト構成の複製権又は翻案権侵害について

原告サイト構成と被告サイト構成は、トップ画像、困っている例を挙げている点、最下部にある無料見積もりを希望する場合のメール送信用のフォーム画面に移動するボタンがある点、業務内容を5つないし6つの特徴で説明している点、取り扱っているブランドを紹介している点、概算費用を紹介している点、原告又は被告に修理を依頼した顧客の感想を掲載している点、よくある質問としてQ&A形式で説明している点、修理依頼の流れを説明している点、無料見積もりを希望する場合のメール送信用のフォームが末尾に掲載されている点で共通している。

しかし、原告ウェブサイトは、時計修理を考えている一般消費者向けの広告用のウェブサイトであり、原告のサービス（業務）内容について基本的な説明をする必要があり、広告の対象となるサービスを分かりやすく説明するため、平易で簡潔な表現を用い、項目ごとに見出しを付し、サービスの内容はどのようなものか、他社との違いやアピールポイントなどを原告サイト構成のような順序や表現方法で記載することは広く一般的に行われているものであり、最下部にある無料見積もりを希望する場合のメール送信用のフォーム画面に移動するボタンを途中で設けて、後に掲げる部分を読まなくても顧客を誘導する方法についても一般的に行われている手法であって（乙3参照）、創作的な表現とはいえない。

したがって、原告サイト構成と被告サイト構成とは、表現上の創作性のない部分において共通点を有するにすぎないから、被告が被告ウェブサイトの構成を被告サイト構成のとおりとしたことをもって、原告サイト構成の複製又は翻案をしたと認めることはできない。

なお、原告は、原告サイト構成を編集著作物としてとらえて著作権侵害を主張していると解されるが、上述のとおり、体系的な構成それ自体は、編集著作物として保護すべきものに当たらないところ、原告は、素材又は配列についての具体的な表現物に関して原告の個性が現れていることを主張しているとはいえず、原告の上記主張は採用することができない。

以上