

# 印刷物の制作依頼と著作権

長野県知財総合支援窓口 久保 順一

## 1. はじめに

印刷物の発注方法として、イメージや概要のみを提示し、具体的な項目や説明の文言（テキスト）、レイアウト、図、写真等の作成は印刷業者に依頼する場合があります。このような場合の著作権の取扱いについて考察しました。

## 2. 著作権の説明

著作物は、人の思想や感情を創作的に表現したものです。また、それを創作した人を著作者といます。

特許、実用新案、意匠、商標の産業財産権は特許庁に登録しなければ権利が発生しませんが、著作権は著作物を創作した時点で発生します。権利期間は、著作者の死後70年間または発表後70年間です。（例外として、映画は70年間）これらをまとめると以下ようになります。

	種別	対象	権利期間	
知的財産権	著作権	思想又は感情を創作的に表現したものであり、文芸・学術・美術・音楽の範囲に属するもの。（コンピュータプログラムを含む）	死後70年 公表後70年 映画は70年	
	産業財産権	特許権	自然法則を利用した技術的創作のうち、高度のもの	出願から20年
	実用新案権	自然法則を利用した技術的創作	出願から10年	
	意匠権	美観・独自性のある物品の形状・模様・色彩に関するデザイン	登録から20年	
	商標権	商品や役務に関する名称（ブランド）やマーク	登録から10年で、更新可	

## 3. 印刷物の著作権

印刷物は、テキスト、写真、イラスト、地図等およびそれらの組合せの編集・レイアウトから出来上がっています。その印刷物の著作権は、それぞれの部分の著作物および複数の著作物の集合体であると考えられます。そして、印刷会社（受注者）が作成した場合には、印刷会社が実施した内容に応じた著作権が、創作と同時に発生します。

## 4. 自治体の発注仕様書、契約書

印刷会社の著作権の扱いを把握するため、公表されている自治体の発注仕様書や

契約書の内容をインターネットで調査しました。著作権について記載されている場合の文言を以下に抜粋します。（著作権の項目がない場合もあります。）

なお、自治体が「発注者」、印刷会社が「受注者」に該当します。

例1：

- ・納品は、印刷物のほか、撮影した写真のデータ及びPDFに変換した成果品をCD等の媒体で納品する。
- ・著作権は、全てA市に帰属する。

例2：

- ・Eメールによるデータ引き渡しを基本とする。
- ・B市の広報紙にふさわしいデザインとする（デザイン料は受注者負担とする）。
- ・B市が示したイメージを受注者がデザイン（カット含む）する。なお、デザイン料は受注者負担とし、著作権はB市に帰属するものとする。

例3：

（著作権の譲渡等）

第X条 受注者は、印刷物等が著作権法（昭和45年法律第48号）第2条第1項第1号に規定する著作物（以下「著作物」という。）に該当するときは、当該著作物に係る同法第17条第1項に規定する著作権（同法第27条及び第28条で規定する権利を含む。以下「著作権」という。）のうち受注者に帰属するものを印刷物等の納品時に発注者に無償で譲渡するものとする。

（著作者人格権の制限）

第Y条 受注者は、発注者に対し、次に掲げる行為をすることを承諾する。

- (1) 著作物の内容を公表すること。
- (2) 著作物の内容を維持、運営、管理、広報等のため必要な範囲内で複製し、又は改変すること。
- (3) 著作物を写真、模型、絵画その他の媒体により表現すること。
- (4) 著作物を公表するときに著作者名の表示をしないこと。

2 受注者は、あらかじめ発注者の承諾又は合意を得ることなく印刷物等又は著作物の内容を公表してはならない。

3 受注者は、発注者が著作権を行使するときは、著作権法第19条第1項又は第20条第1項に規定する権利を行使してはならない。

例4：

- (1) 原稿及び写真については、データ支給を行う。
- (2) デザインはその使用にあたり、問題がないよう商標調査等を行ったうえで作成すること。
- (3) 本業務に伴って発生する、成果物に関する著作権、版權、その他の権利は、すべてD市に帰属するものとする。

## 5. 政府の考え方の紹介

平成29年7月25日閣議決定「平成29年度中小企業者に関する国等の契約の

基本方針」により、国等が、物件及び役務の発注に当たっては、「知的財産権の財産的価値について十分に留意した内容とするように努めるものとする。」が加えられました。

これに基づいて、経済産業省中小企業庁が官公庁への啓発を行い、以下の内容のチラシが作成されています。

官公需における印刷発注では、

## 著作権の権利範囲を明確化して財産的価値に留意しましょう！

### 【官公需における印刷発注の問題】

### 【留意事項】（注：筆者追記）

<b>一律の権利譲渡</b> 調達目的の達成のために著作権を譲渡させることが本当に必要なのか十分に検討されず、一律に著作権の全てが国や自治体等に譲渡されています。	適 正 化 →	<b>譲渡・利用範囲の検討</b> 調達目的に不要な著作権を受注者残すこと（コンテンツ振興法第25条を参照）で、調達コスト削減や著作物の二次的活用の促進ができ、また、受注者の著作物制作に係るインセンティブも向上します。
<b>不明確な権利範囲</b> 著作物の利用目的や期間等が仕様書などで明確化されておらず、著作権の譲渡・利用範囲が特定されていません。		<b>権利範囲の明確化</b> 仕様書等にて著作物の利用目的や期間を明確化し、著作権の譲渡・利用範囲を特定することで、財産的価値の算定や権利処理に関するトラブルを未然に防ぐことができます。
<b>権利の無償譲渡</b> 著作権は知的財産権であり、納品物に係る所有権とは別の財産的価値を有しているにも関わらず、その譲渡・利用が無償で行われています。		<b>財産的価値に配慮</b> 著作権の譲渡・利用範囲が明記された仕様書等により見積もりを依頼することや、契約書から「無償で譲渡利用する」旨の記載を削除することで、著作権の財産的価値に配慮した契約内容となります。

## 6. 終わりに

経済産業省中小企業庁では、官公需を対象に印刷業者に配慮した啓発を行っています。しかし、このことは民間企業にも共通することと解されます。

発注者側が優越的な立場にあるように思われがちですが、むしろ受注者側の立場を配慮した契約を結ぶことで業務の質の向上が図られ、ひいては双方の発展と利益に繋がると考えられます。公平かつ長期的な視野に立った対応が望まれます。

以上