

インターネットと著作権

1. 著作権について

今回は、この監修をされている古田弁護士にお話を伺いながら進めたいと思います。

古田：「著作権」とは簡単に言うと「著作者の権利」です。

著作権法によると「著作者」とは「著作物を創作する者」（著作権法第2条第1項第2号）のことをいい、「著作物」とは「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をいう」（著作権法第2条第1項第1号）とされています。

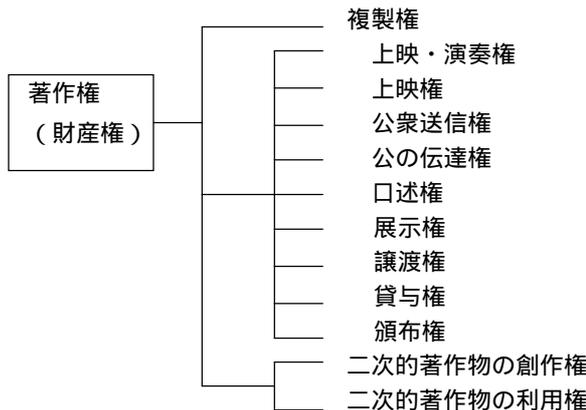
ですから、小説家とか作詞家、作曲家などの芸術作品の著作者の権利が、著作権です。もちろん、芸術の範囲とは異なる学術的な論文も著作物だと規定されていますから、これを書いた例えば大学教授にも著作権は生じます。また、著作権法第10条等には、これら小説や音楽、論文のみに留まらず、建築、写真、コンピュータプログラム、データベースなども著作物として具体的に例示がなされていますので、条文にある「文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するもの」という定義にはあまりこだわる必要はありません。

それより重要なのは「創作的に表現したもの」ということで、例えば電話帳や契約書など、誰が作成しても同じようなものになってしまうものについては「創作的に表現したもの」ではないため、著作物にはなりません。著作物たるためには、創作性が必要だというわけです。

但し、電話帳についても素材の選択や配列に工夫があって創作性が認められる場合には、理論上、編集著作物として著作権で保護される場合があります。

続いて、著作権の具体的な権利内容もご説明しておきましょう。

まず、著作権は英語で「copy right」というわけですから、著作者にはコピーする（させる）権利、すなわち複製権があります。そのほかにも下の図のように上映権、公衆送信権、譲渡権、頒布権など多様な権利によって構成されています。



古田：また、著作者固有の権利として、公表権（公表するか否かを決定する権利）、氏名表示権（著作物に著作者氏名を表示する権利）、同一性保持権（著作者の意に反して著作物の内容を変更させない権利）という権利もあります。これら著作者固有の権利のことを著作者人格権といいます。

整理しますと、著作者の権利 = 著作権は、下の図のように狭義の著作権（著作財産権と呼ぶ人もいます）と著作者人格権という大きくは二つの権利によって構成され、そしてその二つの権利はさらに様々な権利によって構成されるということです。「著作権は、権利の束である。」と言われる所以です。



古田：上で説明しましたように著作者には多くの権利が認められています。服や靴などの動産に対する所有権はある意味自然に発生し規律されてきたものですから、権利の内容がシンプルになります。一方、著作権はもともと物理的な形状のない表現というものを、「著作者等の権利の保護を図り、もって文化の発展に寄与することを目的とする。」（著作権法第1条）という政策的な目的で保護するということですから、このように多くの権利が必要となっていますし、今後も社会の実態に応じて政策的に権利内容が変容されていくことでしょう。

2. インターネットと著作権

佐々木：上の古田先生のご説明でみなさんに著作権についてご理解いただけたところで、インターネットと著作権について考えてみたいと思います。

インターネットが普及することにより著作権の事件が増えたと言われています。

それらの理由として、第一にインターネット上でやりとりされる情報はすべて電子的なデータ＝デジタルデータですから複製が容易だということです。しかもどんなに複製しても劣化することがありません。

第二に、世界中の誰でもどこからでも情報を発信することができるし、アクセスすることができるということです。地球の裏側で著作権を侵害されているということもあり得るというわけです。

第三に、インターネットの匿名性という問題があります。デジタル化された著作物は容易に複製ができて、そしてインターネットを通じて簡単に世界中に配布できるわけですが、その行為がもし著作権を侵害していたとしても、匿名でできるということです。

インターネットは日常生活を飛躍的に便利にしてくれたと思いますが、著作権＝著作者の権利という点では、著作者にとっては受難の時代とも言えます。

こういった点からも最近では著作者の利益を守るために、インターネットを利用した著作権侵害を厳しく取締り、刑事事件として立件する例が増えています。

古田先生からいくつか事件を紹介頂きたいと思います。

3. インターネットと著作権をめぐる刑事事件

古田：刑事事件として摘発される例として多いのが、インターネットを利用した海賊版販売です。音楽CDや映画のDVDソフトなどを著作者に無断でCD-RやDVD-Rという書き込み可能な記録媒体にコピーした上、インターネットのオークションサイトなどを利用して販売する行為です。

上の例は著作物をCD-Rなどの媒体に複製して販売するという著作権侵害行為ですが、今年の5月に新聞を騒がせた事件は、実際に本人がそのようなゲームソフトや映画などの違法コピーをしたわけではないのに逮捕・起訴されたという事件でした。

これは、インターネット上でファイルを交換するソフト(ファイル共有ソフトともいいます)を開発した某国立大学の助手が、ゲームソフトや映画などの違法コピーを容易にしたとして著作権法違反幫助罪で起訴されたというものです。この事件自体は9月1日に初公判が開かれる予定ですので、どのような結論になるかはまだわかりませんが、今後も著作権侵害に関する刑事事件は増えていくでしょう。

ちなみに、著作権を侵害した場合の刑事罰は、3年以下の懲役又は300万円以下の罰金(法人の業務に関し侵害した場合は法人にも1億円以下の罰金)ですから、決して軽い罪とは言えません。パソコンやインターネットにちょっと精通していれば、容易に行うことができる海賊版販売やファイル交換ですが、その代償はかなり大きいと言わざるを得ません。

4. インターネット上の著作物の流用

古田：次に問題となるケースとして多いのが、インターネット上の著作物を、著作者に無断で流用してしまうという事件です。こちらは刑事ではなく民事事件ですが、掲示板に書き込んだホテル利用の感想等を、書き込みをした投稿者に無断で本にして出版したとして、投稿者が著作権侵害を理由とした損害賠償を請求した事件がありました。

そもそも、インターネットの掲示板への書き込みが「著作物」といえるかどうか争われた事件ですが、この事件では、書き込み内容は事実の報告又は感想であって「思想又は感情を表現」したとは言えないのではないかと、また、記載内容はありふれた平凡なものであって「創作性」が認められないのではないかとという点が問題となりました。「著作物」とは「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をいう」ということですから、この定義にあたるかどうかということです。

平成14年4月東京地方裁判所は、「思想又は感情を表現」しているかという点については、「投稿者の事実に対する何らかの評価、意見等が表現されていれば足りる」、「創作性」については「投稿者の何らかの個性が発揮されていれば足りる」として、著作物性を肯定し、投稿者の請求の一部を認めました。

このケースから学び取れるのは、インターネット上に善意で公開している情報だからといって安易に使い回しはできないということです。著作権法第10条第2項では「事実の伝達にすぎない雑報及び時事の報道は(中略)著作物に該当しない。」としていますが、この判決のように何らかの評価、意見等が表現されていて、また個性が発揮されていれば著作物たり得るということでしたら、インターネット上のニュースのような事実報道記事も、多くの場合にはその事実に対する筆者の意見や評価が伴いますし、そもそも数ある事実の中から情報を取捨選択して記事にする行為自体が筆者の評価や意見の表現、個性の発揮とも言えますので、「著作物」として考えた方が安全だと思われます。重ねてになりますが、インターネット上の情報を不用意にカット＆ペーストして利用するのは著作権法上問題がある可能性が高いということです。

5. インターネット上の著作物の利用

古田：では、他人の著作物を適正に利用するにはどのようにすれば良いか、ということですが。これは「権利者の了解を得る」＝「契約する」ということになります。

しかし、権利者と言っても膨大な数の方々がいらっしゃいますし、その中から権利者を探し出して、契約するというの

は非常に大変な作業となります。そのため一部の業界では著作権を集中管理して、権利者・利用者双方の利便性を高めようとしています。音楽では例えばJASRAC（日本音楽著作権協会）が多くの楽曲を管理し、その利用条件等を公開しています。

また、文化庁では昨年度「バーチャル著作物マーケット」の実証実験を行っています。これは、著作物の権利者と利用希望者がインターネット上で「出会い」、「契約」し、「作品の受け渡し」を行うという試みです。今後もより著作物を使いやすくするための試みが続けられることと思われます。

6. まとめ

佐々木：今回は、インターネットと著作権について考えてみました。著作権を日頃意識することはあまりありませんが、非常に身近な権利です。例えば、3歳の子供が書いた絵でも著作物であれば、著作権が生じます。

そして、インターネットが普及したことにより、著作権侵害が非常に容易になっています。まずは、自分自身が誰かの著作権を侵害し、加害者にならないように、気をつける必要があります。インターネットでは多くの方々が善意でいろいろな情報を公開されています。ほとんどの場合これらの情報は、単に読んでもらう、見てもらうためだけに公開されているものであり、これを転用したり、流用することまで、認めているわけではありません。他人の創作した物を流用する場合には細心の注意が必要です。

また、今回はスペースの都合で、著作物を伝達される方々（実演家、放送事業者等）の権利（著作隣接権）については触れていません。これらの方々にも様々な権利がありますので、また機会をみてご紹介できればと思います。

本原稿は、これを利用する企業や個人の重大な経済的利益に関連する法律行為にかかわることが予想されますが、利用者は専ら自己の責任において本原稿をご利用頂きます。

些細な事実関係の違いが権利義務関係に影響を与えるため、様々な疑問点については、専門家に問い合わせることを強くお勧めします。

本原稿の内容は保証されるものではなく、利用者は本原稿の利用に起因して生じた一切の損害についていかなる請求をすることもできません。

インターネット上での取引について

1. インターネット上での取引の特徴

インターネットがなかった時代、お店まで出向かないで買い物するには、葉書や電話を利用したいわゆる通信販売が主でした。葉書の場合は、葉書や切手を買ってきたり、葉書に宛名や注文内容を書くのが面倒だったり、そして出してから届くまでに時間がかかるという不便がありました。電話の場合は、受付時間が限られていて、買いたいと思った時に注文できないという不便があったりしました。その点、インターネットでは、書き損じはないし、時間を気にする必要はないので、いつでも簡単に注文ができます。お店とご自宅が離れている方の場合、わざわざ出向かなくてもお買い物ができますし、インターネットのお店によっては、二度目からは、自分の情報や配達先等の情報を入力しなくても良くなっていたりして、そんな便利さから、インターネット取引を積極的に利用する方が増えてきています。

しかし、インターネット取引には便利である反面、利用者として注意しなくてはいけないところもあります。

例えば、お店に行けば商品の実物を確認することもできますが、インターネットでは実物は確認できません。そもそも、商品が届かなかったり、届いた商品を確認したら大きなキズがついていたり、そんなトラブルを恐れて、インターネット取引をまだ始めていない方や、始められていても知名度の高い会社のサイトだけ利用していらっしゃる方も多いと思います。

つまり、便利なインターネット取引の注意しなくてはいけない特徴の第1は、直接に相手と対面して取引することができない点が挙げられます。この特徴があるためにインターネット取引では、販売者側は自らの企業情報や商品情報を正確に開示し、購入者側は住所や氏名、年齢などの個人情報もきちんと開示する必要があります。

他にも、インターネット上で取引をする際に気を付けなければならない点として、発送先の住所の入力を間違えたり、商品個数を間違えたりしないようにすることがあります。

インターネット取引では、クリック1つで取引が成立してしまいます。実際にお店でお金を払ったり、葉書を書いて申込をしたりすれば自分の住所は間違えないのですが、キーボードで入力するとなるとというっかり間違えてしまう人も多いかもしれません。もっと深刻なのが商品個数の記載間違いで、1桁間違えてしまっただけでもお財布への影響は深刻です。

インターネット取引の注意しなくてはいけない特徴の2つ目は、取引成立までの手続の容易さといえます。

2. インターネット取引を規制する法律

第1の特徴である直接に相手と対面して取引ができないという点は、従来の通信販売にも当てはまる特徴です。

もっとも、従来の通信販売であれば、広告を出しているテレビ局や新聞社、雑誌社等のメディアに問い合わせれば通信販売業者の特定も比較的容易でした。インターネットでは、様々な方法で身元を隠すことができてしまいます。そのため、

インターネット取引においては、代金を支払わせておいて姿を消してしまう「雲隠れ」や、一流企業と関係があるように見せて消費者をだます「なりすまし」の事例が後を絶ちません。

利用者の立場では「雲隠れ」や「なりすまし」への究極の対策は、インターネット取引を利用しないということにつながってしまいます。それでは経済の健全な発展の妨げとなってしまいますので、インターネット上での取引で消費者を保護するための法律が制定されたり、従来からある法律が改正されたりしています。例えば、消費者契約法や消費者基本法（旧消費者保護基本法）、特定商取引法（旧訪問販売法）等です。事業者としてインターネット取引を行うには、これらの法律を知っておく必要があります。

「特定商取引法（特定商取引に関する法律）」は、従来「訪問販売法（訪問販売等に関する法律）」という名称でしたが、ビジネス環境の変化に応じ、規制内容をインターネット取引等の通信販売や電話勧誘販売にまで広げたため、名称が変更されました。

特定商取引法は、インターネット取引を行うにあたって知っておかなくてはならない重要なことを規定しています。

まず、通信販売業者は、広告をする場合、必ず表示しなくてはならない事項が定められています。商品の価格や支払時期・方法、返品の場合のルールなどの取引内容の他、「雲隠れ」等を防ぐために販売業者の名称、住所、電話番号等の連絡先、インターネット取引の場合は代表者名又は責任者名まで記載しなくてはならない等詳細に取決められています。

また、代金を前受けする場合は、注文を承諾する（又は承諾しない）旨の書面（電子メールでも可）を交付しなくてはなりません。これも「雲隠れ」防止の一環でしょう。

その他、消費者の意に反して申込みをさせる行為も禁止されています。これはパソコンの誤操作や勘違い等により、消費者が商品等を注文してしまうことを防ぐために設けられています。具体的には、

- （１） あるボタンをクリックすれば、それが有料の申込みとなることを明示する、
- （２） 申込みの際に、申込み内容の確認や訂正が出来るようにする、というものです。

インターネット取引を経験されたことがある方、注文ボタンを押した後、必ず確認画面が出てくることにお気づきでしたでしょうか。

３．電子メール広告を規制する法律

インターネット上での取引を拡大するためには、多くの方々にサイトへ来てもらわなくてはなりません。その効果的な方法の一つが電子メールによる広告です。ここで注意しなくてはならないのが、その重要な広告を「迷惑メール」としないことです。

電子メールを利用した広告については、いわゆる迷惑メールを防止するために「特定商取引法」や「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」によって規制がされています。表題を「未承諾広告 ～」とすることや、送信に用いた電子メールアドレスや受信拒否通知先の電子メールアドレス等を表示するというものです。

法律上は以上のルールを守れば電子メール広告を送ることはできますが、現在のビジネス実務では電子メール広告の受信を承諾した方のみお送りするオプトインメールというものが主流です。マーケティング活動上、法律だけを守って「未承諾広告 ～」という電子メール広告を送り付けることが効果的かどうかは、受け取られる方の気持ち等十分に検討する必要があります。

４．インターネットと著作権をめぐる刑事事件

第２の特徴である取引成立までの手続の容易さは、インターネット取引に特有の特徴と言っていいでしょう。手続が容易だということは、うっかり等の間違いによる注文ということも起き得ます。

例えば、ある商品を「１個」注文しようとして、「１１個」と誤って入力してしまうということがあったとします。民法９５条は、内心で表示しようとしている意思表示の内容（この場合「１個」）と実際に表示されたもの（この場合「１１個」）との間に齟齬があり、かつ、その齟齬が意思表示の重要な部分である場合には「要素の錯誤」があるとして錯誤無効が主張できるとされています。（民法９５条本文）

しかし、同条但書では表意者（この場合注文者）に重大な過失がある場合には、無効を主張することはできないと規定されています。この規定ですと注文者は「１１個」を購入するとの意思表示の無効を主張することはできない可能性があります。ところが、インターネット取引においては、「１個」を「１１個」と誤って入力してしまう可能性は高く、従来どおりに重過失により錯誤無効を主張できないとすると注文者にとって酷な結果となってしまいます。そこで、インターネット取引においては、「電子契約法（電子消費者契約及び電子承認通知に関する民法の特例に関する法律）」という民法の特例法が制定され、事業者が映像面を介して申込の意思表示内容を確認する措置をとらないかぎり（上の特定商取引法のところで書いた確認画面のことです）、民法９５条但書の規定は適用されないこととなっています。つまり、事業者から見れば、きちんと確認画面を設けないと、いつでも錯誤を主張されることにより、注文者から契約の無効を主張される可能性があることとなります。

また、インターネット取引では事業者と注文者の間が遠く離れていることがほとんどですが、民法５２６条により、通信販売のような隔地者間の契約については、承諾の通知を発信した時点で契約が成立することとされていました。しかし、電子契約法では、インターネット取引における民法５２６条の適用を否定し、通常の意味表示と同様に、相手方に到達した時点で承諾の意思表示が生じることとし、契約成立時期を承諾の意思表示が到達した時点まで遅らせています。

この規定により、商品の発送をもって承諾にかえていた事業者は、購入者の発送先の入力間違い等により商品が購入者

のもとに到達していない場合には、代金を請求することができなくなりました。事業者から見れば、インターネット取引においては、商品の発送をもって承諾にかえると契約不成立となってしまう可能性があるため、きちんと電子メール等により承諾の意思表示をすることが必要であるということになります。

5. 購入者による「なりすまし」防止策

先ほどは、事業者による「なりすまし」による利用者の危険についてご説明しましたが、「なりすまし」による危険は事業者にもあります。つまり、全く赤の他人がいたずら目的で他人の名前を語って取引をしたり、本人が反対しているのに家族が勝手にインターネット取引を行ってしまう場合、民法上は「なりすまし」の被害者である本人に帰責性がないかぎり、契約は無効となってしまいます。

購入者による「なりすまし」の危険を避けるためには、本人のクレジットカードを代金支払方法に利用する方法や、会員登録をしてパスワード管理する方法により本人しか知り得ない暗証番号やパスワードを利用して本人確認をすることが有効です。尚、パスワード管理をする場合には、会員規約などで、「パスワードは自己の責任をもって厳格に管理する」「パスワードを他人に漏洩したことにより事業者に損害を与えた場合、利用者はその損害を賠償する責を負う」といった規定を設けておくべきです。

また、注文者が未成年者の場合、親権者等の法定代理人の同意がないと、契約を取り消されてしまうこともあります。このため本人の年齢確認という行為は重要になります。なぜならば、未成年者が成年であると「なりすまし」た場合は、契約を取り消せないからです。

6. 準拠法や管轄裁判所

さらに、インターネット取引で注意しなければならないことは、顧客が日本国内にいるとはかぎらないことです。ある日突然に、見知らぬ国の裁判所から訴状が届くなどという可能性も全くないとはいえません。そこで、インターネット取引の際には、準拠法を日本法とすること、日本国内の裁判所を専属的合意管轄裁判所とすることをあらかじめ契約内容に盛り込んでおいた方がよいと思われます。

7. オンライントラストマーク・プライバシーマーク

オンライントラストマーク制度は、インターネットショッピングの事故を防止するために、商工会議所が通信販売事業者の存在を確認し、かつ、ホームページの表記が通信販売の法令等を守っている事業者であることを審査し、マーク使用を許可する制度です。このマークは事業者が販売する商品・サービス等の品質や内容、消費者と事業者の売買契約内容、事業者の経営内容を保証するものではありませんが、今後は、インターネット取引を行う上で一定の判断基準となることが予想されます。

8. まとめ

インターネット取引に関しては、ここ数年ですごいスピードで法制度が整備されました。上に名前だけ挙げました消費者基本法や消費者契約法以外にも不当景品類及び不当表示防止法や各種業法もインターネット取引には関係があります。今回は名前だけに留めさせていただきますが、実際にインターネット取引をされる際には十分に検討される必要があると思います。

民法95条

意思表示ハ法律行為ノ要素ニ錯誤アリタルトキハ無効トス 但表意者ニ重大ナル過失アリタルトキハ表意者自ラ其無効ヲ主張スルコトヲ得ス

民法526条

隔地者間ノ契約ハ承諾ノ通知ヲ発シタル時ニ成立ス

2 申込者ノ意思表示又ハ取引上ノ慣習ニ依リ承諾ノ通知ヲ必要トセサル場合ニ於テハ契約ハ承諾ノ意思表示ト認ムヘキ事実アリタル時ニ成立ス

本原稿は、これを利用する企業や個人の重大な経済的利益に関連する法律行為にかかわることが予想されますが、利用者は専ら自己の責任において本原稿をご利用頂きます。

些細な事実関係の違いが権利義務関係に影響を与えるため、様々な疑問点については、専門家に問い合わせることを強くお勧めします。

本原稿の内容は保証されるものではなく、利用者は本原稿の利用に起因して生じた一切の損害についていかなる請求をすることもできません。

—