

令和4年12月26日判決言渡 同日原本領収 裁判所書記官

令和3年(ワ)第33431号 損害賠償金請求事件

口頭弁論終結日 令和4年11月7日

判 決

5 原 告 エス・アンド・ケー株式会社  
被 告 A  
同訴訟代理人弁護士 辻 居 弘 平  
加 藤 尚 敬  
石 原 知

主 文

- 10
- 1 被告は、原告に対し、5万円及びこれに対する令和3年4月19日から支払済みまで年3パーセントの割合による金員を支払え。
  - 2 原告のその余の請求を棄却する。
  - 3 訴訟費用は、これを4分し、その1を原告の負担とし、その余を被告の負担とする。
  - 15 4 この判決は、第1項に限り、仮に執行することができる。

事実及び理由

第1 請求

20 被告は、原告に対し、6万6666円及びこれに対する令和3年4月19日から支払済みまで年3パーセントの割合による金員を支払え。

第2 事案の概要

1 事案の要旨

25 本件は、原告が、被告の運営するオンラインストアにおける別紙画像目録1記載①ないし⑦（以下、番号に従って「本件画像①」、「本件画像②」などということがある。）及び同目録2記載の各画像（以下、これらを総称して「本件商品画像」といい、本件画像①ないし⑦と併せて「本件各画像」ということがあ

る。)を複製した画像の掲載が、本件各画像についての原告の著作権(公衆送信権)を侵害するとして、不法行為に基づく損害賠償として、著作権法114条3項により算定される損害金6万6666円及びこれに対する令和3年4月19日(最終の不法行為の日)から支払済みまで民法所定年3パーセントの割合による遅延損害金の支払を求める事案である。

2 前提事実(当事者間に争いのない事実並びに後掲各証拠及び弁論の全趣旨により容易に認められる事実)

(1) 当事者

原告は、「SCANPAN」(スキャンパン)ブランドのデンマーク製キッチン製品及び調理器具についての日本国内の正規代理店として、当該製品等の輸入及び販売を行っている株式会社である。

被告は、インターネット上のショッピングモールにおいて、「B」とのストア名でオンラインストア(以下「被告ストア」という。)を運営する者である。

(2) 被告ストアにおける本件各画像の利用等(甲2、3、11)

ア 本件画像①ないし⑦の各画像は、「SCANPAN」ブランドのノンステイックフライパン(以下「原告商品」という。)を用いて調理をしている写真や、原告商品に共通する性能、特長などを紹介する写真、画像及び説明文等から構成されている。また、本件商品画像の各画像では、商品ごとに、中央に原告商品の写真が、右下にスポンジの写真が、それぞれ配置されている。

イ 被告は、被告ストア内に、原告商品のうちの1商品について、一つのウェブページを作成し、当該各ウェブページにおいて、本件画像①ないし⑦の各画像及び本件商品画像のうち当該商品に相当する画像1点をそれぞれ複製した画像を掲載して、送信可能化及び公衆送信した(なお、後記のとおり、被告ストアにおける本件各画像の掲載期間については当事者間に争いがある。)

ウ 被告は、被告ストアにおいて、前記イの商品を6万0025円（消費税込み）で販売していた。

### 3 争点

(1) 本件各画像の著作物性及び著作権者（争点1）

5 (2) 著作権侵害についての被告の故意又は過失の有無（争点2）

(3) 損害の有無及びその額（争点3）

### 4 当事者の主張

(1) 争点1（本件各画像の著作物性及び著作権者）について  
(原告の主張)

10 ア 本件各画像は、原告が日本の代理店として長年日本市場に原告商品を販売してきた経験を踏まえ、日本の消費者に伝えるべき大切なことを表現として具現化したオリジナルなものであって、次のとおり、いずれも著作権法上の保護の対象となる著作物である。

15 なお、本件各画像にはスキャンパン本社から提供された画像も使用されているが、それは全体のうちの一部にとどまり、本件各画像に表現されているものは原告独自の発想に基づくものである。

#### (ア) 本件画像①

20 ブラック、ゴールド及びレッドの配色は高級感及び贅沢感を、クラシックな書体は時代を超えたエレガントさを表現しており、これらを組み合わせることで全体として上質な料理という印象を与えることを目指している。背景にかすかに見える「Made in Denmark」の表示は、仰々しくなく、さりげない上品な表現であることを示唆している。白い枠で囲んだ写真をばらばらに配置した構図は、消費者が撮った料理のスナップショットのように見せることで、消費者が原告商品を既に生活の一部として使用していることを想像できるようにしたものである。配色やフォントで高級感を表現しながらも、餃子、卵焼き、パンケーキといったごく

25

ベーシックな料理を採用したのは、日本の消費者が普段作っている一般的な料理も、原告商品を使えば更においしくなることを示すための意図的、クリエイティブな選択である。

(イ) 本件画像②

5 本件画像①に使用した配色、フォント及び「Made in Denmark」の表示を繰り返し使用して、日本の消費者に届けたい洗練されたメッセージと  
10 している。「スキャンパン」が国際的に認知されたブランドで、様々な国の消費者が「良い商品だ」と感じていることを示すために、市場国を表す国旗を多数配置しつつ、メイン市場国、サブ市場国の違いにより国旗の大きさを変化させている。また、国旗の横にスキャンパンのブランド  
15 ロゴを大きくあしらって、国際的に通用するブランドであることを強調している。さらに、中華鍋とアジア料理を組み合わせ、「世界の食卓」というコンセプトとバラエティの多さを表現している。スキャンパン社の中華鍋の写真を用いつつ、他の創造的な表現を組み合わせることで、  
原告オリジナルなイメージに仕上げている。

(ウ) 本件画像③

20 本件画像①に使用した配色、フォント及び「Made in Denmark」の表示を繰り返し使用して、日本の消費者に届けたい洗練されたメッセージとしている。グレーとブルーを基調とし、厳しい表情の作業員などを被写体とすることで、真面目で誠実、北欧の力強い職人技及び高品質なハンドクラフトであるとの印象を与える写真を選択した上、白い縁取りをやめてプロフェッショナルな印象に仕上げ、原告商品が丁寧に作られていることを消費者に伝えている。男性が作業している写真はスキャンパン社から提供されたものであるが、他の創造的な表現を組み合わせることで、  
25 原告オリジナルなイメージに仕上げている。

(エ) 本件画像④

本件画像①に使用した配色、フォント及び「Made in Denmark」の表示を繰り返し使用して、日本の消費者に届けたい洗練されたメッセージとしている。この画像では、熱伝導率が非常に均一であるため鍋を振る必要がないことを、オリジナルな文章と写真で表現した。この点を強調するため、写真には動きがないものを選んでおき、ローストチキンを被写体として採用し、驚くほど多様な調理ができることを表現している。

(イ) 本件画像⑤

本件画像①に使用した配色及びフォントを繰り返し使用して、日本の消費者に届けたい洗練されたメッセージとしている。この画像では、環境にやさしいとの印象を与えるライトオリーブグレーの背景を選び、緑の木の絵や各種の情報ロゴを加えて、安全性、エコロジー、健康的な生活を連想させるようなデザインにしており、独創的な表現といえる。

(ロ) 本件画像⑥

ブラック、ゴールド及びホワイトを基調とし、全体的にクラシックで洗練された印象としている。フォントには、バランスと読みやすさを考えて、太くなく、大きめのサイズを採用した。テキストの色は、消費者に原告商品の長所を強調するためにゴールドを選択した。背景には、製品との視覚的なつながりを保ちつつ、消費者が自然に明るい色のテキストに目を向けるよう、落ち着いた黒色の写真を選んだ。

(ハ) 本件画像⑦

本件画像①に使用した配色、フォント及び「Made in Denmark」の表示を繰り返し使用して、日本の消費者に届けたい洗練されたメッセージとしている。本件画像⑦には、ノンスティック調理器具に通常使用しない黒く硬いスポンジの写真を追加して、他社製品よりもコーティングが丈夫であることをアピールしている。この表現は、「丈夫な商品」というイメージを裏付けるための原告オリジナルなものである。また、文章中の

赤色は、消費者にこのスポンジの長所を強調するために選択したものである。

(ク) 本件商品画像

原告商品を構成する商品を変化させつつ、その商品と本件画像⑦で紹介されている黒いスポンジとを被写体とした写真である。このデザインは、「丈夫な製品」という表現を継続しつつ、消費者に対し、原告商品と一緒にこのスポンジを購入し、使用することを推奨するためのものである。前記(キ)のとおり、通常は、この黒く硬いスポンジをノンスティック調理器具に使用することはなく、このような形での推奨は、原告独自の発想に基づく表現である。

イ 原告は、令和元年9月頃、株式会社いつも（以下「いつも社」という。）に対し、インターネット上で原告商品を紹介及び販売することを目的とするウェブサイトの制作及びオンライン販売のマーケティングに関するコンサルティング等を依頼した。いつも社は、原告商品の性能、特長及び保証制度などを詳細に説明する画像及び説明文等からなる本件各画像を完成させ、原告との合意に基づき、令和2年3月30日、本件各画像の著作権を原告に譲渡した。

したがって、原告は、本件各画像の著作権者である。

(被告の主張)

フライパンを宣伝する画像は、誰が作成しても似たような構成になる。本件各画像もありふれた表現であって、創作的な表現ではないから、著作権法上の保護の対象となる著作物に当たらず、原告がこれらについて著作権を有することもない。

(2) 争点2（著作権侵害についての被告の故意又は過失の有無）について

(原告の主張)

被告は、本件各画像を自ら創作していないのに、被告ストアにおいて利用

していた。一方、原告は、自身が運営するオンラインストアにおいて、本件各画像に関する権利は著作権法等により保護されており、原告の許可なく使用できない旨を掲載していた。これらの事実関係に照らせば、被告が本件各画像について自由に利用できる素材であると誤信することはあり得ないから、  
5 被告には、本件各画像に係る原告の著作権侵害について故意がある。

仮に被告に故意がなかったとしても、被告に過失があるのは明らかである。

(被告の主張)

争う。

(3) 争点3 (損害の有無及びその額) について

10 (原告の主張)

ア 損害の発生について

被告は、令和2年12月頃から令和3年4月19日までの間、被告ストアにおいて、自らが取り扱う商品を販売する目的で、本件各画像を複製し、ウェブページ1ページに合計8点を掲載して、送信可能化及び公衆送信し、  
15 これにより、本件各画像に係る原告の著作権(公衆送信権)が侵害され、原告に本件各画像の使用料相当額(著作権法114条3項)の損害が生じた。

イ 使用料相当額について

毎日新聞社、朝日新聞社などの新聞社や株式会社アフロ(以下「アフロ社」という。)などの写真提供会社が提供している画像レンタルサービスでは、画像8枚を6か月間利用する場合の使用料は17万6000円から35万2000円である。このような画像レンタルサービスは、再利用を前提として収集した素材を広く一般に提供し、その対価を得ようとするものであり、特に商業的利用の場合には比較的低額な使用料となっている。これに対し、本件各画像のように、特定の商品の販売促進目的で特別に制作された著作物は、広く一般に利用を許諾して対価を得ることを目的とする  
25

ものではなく、仮に第三者に利用を許諾するとすれば、一定の取引関係を前提とし、その取引条件の一環として利用許諾することになるから、使用料は画像レンタルサービスよりも高額となるはずである。

5 また、原告は、いつも社に対し、本件各画像のデザイン制作料等として、約700万円を支払った。この金額には、デザイン制作料だけでなく、デザインのコンセプトに至るまでの相談料も含まれている。このほか、原告は、スキャンパン本社から提供された製品説明文の翻訳、広告画像制作のためのデータの用意、製品の写真撮影などのために費用と時間を要した。

10 さらに、被告ストアは、通信販売用のウェブサイトで、誰もがいつでもアクセスできるものであるから、掲載されていた期間が比較的短期間であったとしても、相当数の者が閲覧した蓋然性がある。そして、被告は、無断でデッドコピーした本件各画像を利用して、顧客を誘引しようとしたのであって、その目的及び態様は極めて悪質である。

15 これらの事情を踏まえると、本件各画像の使用料相当額は合計6万6666円を下らない。

#### ウ 被告の主張について

被告は、ペイレスイメージズ社が提供する画像レンタルサービスの使用料を指摘して、原告の主張する使用料相当額が高額に過ぎると主張する。

20 しかし、前記イのとおり、これらの画像レンタルサービスで提供される画像は、広く一般に提供して利益を得ることを目的として撮影、作成されたものであって、特定の商品の宣伝のためのものではないし、クリエイティブなデザインオプション（グラフィックデザイン、フォント、カラー設定など）は含まれていない。また、一般に、画像レンタルサービスで提供される画像は、アマチュア写真家や趣味的写真愛好家などから広く無償又は安価に提供を受けた素材が基となっている上、画像レンタルサービス業界における競争が激しいこともあって、その使用料も低額に設定されてい

25



る。

したがって、被告が指摘する使用料の水準は、本件各画像の使用料相当額算定の参考にならない。

#### エ 小括

5 以上によれば、著作権法114条3項により算定される損害額は、6万6666円を下らない。

#### (被告の主張)

##### ア 損害の不発生及び因果関係の不存在について

10 被告は、被告ストアに本件各画像を掲載した後、すぐに原告から指摘を受けたため、これらの掲載をやめた。そのため、本件各画像の掲載期間は数日程度にすぎず、立ち上げたばかりの被告ストアを閲覧する者もほとんどいなかった。

したがって、原告に損害は発生していないし、仮に原告に損害が生じていたとしても、被告の行為との間に因果関係はない。

##### 15 イ 使用料相当額について

原告は、本件各画像を第三者に使用させて、その使用料を収受することをしていないようであるから、利用許諾の実績を参考にすることはできない。

20 そこで、裁判例で参照された使用料等を参考にすべきところ、ペイレスイメージズ社が提供する画像レンタルサービスでは、画像1点当たりの使用料は400円ないし5000円（消費税別途）とされている。そして、写真家が撮影した写真について、本件各画像よりも創作性、芸術性が高いにもかかわらず、使用料相当額は1点当たり1万円と認定した裁判例があること、被告が被告ストアに本件各画像を掲載していた期間は数日（原告の主張を前提としても数か月）にとどまることを考慮すると、画像1点当  
25 当たりの使用料相当額が5000円よりも低額となることは明らかである。

## ウ 原告の主張について

原告は、新聞社が提供する画像レンタルサービスにおける報道写真の使用料の水準を指摘する。しかし、本件各画像は、原告が原告商品を販売するために作成したものであり、報道目的で撮影した写真とは撮影目的、作成に要する費用、労力の点で全く異なる。また、新聞社が提供する画像レンタルサービスではプロのカメラマンが撮影した写真そのものが商材となっているのに対し、本件各画像は原告商品の販売促進のためのものであって、画像そのものが商材となっているものではない。すなわち、第三者が販売促進用の本件各画像を利用して、原告から仕入れた原告商品を販売すると、原告は原告商品の販売を通じても利益を得ることになるのであるから、商材そのものである報道写真の使用料よりも、本件各画像の使用料のほうが低額となることは明らかである。

## 第3 当裁判所の判断

### 1 争点1（本件各画像の著作物性及び著作権者）について

(1) 著作権法2条1項1号は、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」と定めている。もっとも、この表現の創作性の程度については、高い独創性や、学術性や芸術性が高いことまで要求されているのではなく、その表現に作成者の個性が何らかの形で現れていれば足りると解するのが相当である。また、厳密な意味での文芸、学術、美術又は音楽の範疇に属するものでなくとも、これら四つの範疇に代表される知的、文化的包括概念に含まれていれば足りると解するのが相当である。

(2) 以上を前提として、本件各画像が著作権法2条1項1号所定の著作物に当たるか否かを検討する。

#### ア 本件画像①ないし④の創作性について

(ア) 証拠（甲11）によれば、本件画像①ないし④について、以下の点を

認めることができる。

本件画像①ないし④では、いずれも、上部は濃い金色系、中央部から下は薄い金色系の背景とした上で、上部に黒色と赤色の文字で原告商品の長を要約した短文を記載し、中央部に調理中の写真、画像等を配置し、下部に当該長をやや詳しく記載している。さらに、文字の書体、配色や背景の構成、配色として洗練された印象を与えるものを選択するとともに、これらを同一にすることで、画像同士の間で統一感を与えている。その一方で、本件画像①では、「カリカリ♪」、「フワフワ♪」との文言を付加した上で、餃子、卵焼き、パンケーキを調理している写真を傾け、かつ、一部を重ねて配置することで軽快な印象を作出し、本件画像②では市場国の国旗を掲げて視覚的に強く印象付け、本件画像③及び④では逆に安定感を与えるように写真を整然と掲げている。

(イ) 前記(ア)において指摘した本件画像①ないし④の構成及び内容等に照らせば、本件画像②及び③にスキャンパン本社から提供された写真が用いられていることを考慮しても、本件画像①ないし④には、書体、配色、掲載写真・画像の選択、配置などの点において、原告商品の販売促進のための画像としての相応の工夫がされており、その表現に作成者の個性が現れているといえるから、思想又は感情を創作的に表現したものと認められる。

#### イ 本件画像⑤の創作性について

(ア) 証拠(甲11)によれば、本件画像⑤について、以下の点を認めることができる。

本件画像⑤は、上部は濃い金色系、中央部から下は薄い緑色ないし灰色系の背景とした上で、上部に黒色と赤色の文字で原告商品の長を要約した短文を、中央部に原告商品の素材の長及び有害物質を含有しない旨の文言等を記載し、中央部右側に飲料用アルミ缶に係る容器包装の

識別表示の画像を、下部に有害物質を含有しない旨を示す画像 2 点と掌に載せられた緑の木の画像 1 点とを配置したものである。文字の書体、配色や上部の背景の構成、配色を本件画像①ないし④と同一にすることで、これらの画像との間で統一感を与えている。また、原告商品の素材の特長や有害物質を含有しない旨の文言を記載するだけでなく、同旨の画像を併せて配置することで、これらの特長を視覚的にも強く印象付けるものとなっている。

(イ) 前記(ア)において指摘した本件画像⑤の構成及び内容等に照らせば、本件画像⑤には、書体、配色、掲載写真・画像の選択などの点において、原告商品の販売促進のための画像としての相応の工夫がされており、その表現に作成者の個性が現れているといえるから、思想又は感情を創作的に表現したものと認められる。

#### ウ 本件画像⑥の創作性について

(ア) 証拠（甲 1 1）によれば、本件画像⑥について、以下の点を認めることができる。

本件画像⑥は、黒色系の背景に、白色及び金色の文字で、原告商品の特長を 5 項目の箇条書きで記載したものである。背景にうっすらと調理器具が表示されているほか、表題の一部のフォントサイズを大きくしたり、強調したい文言を金色で表示したりしている。

(イ) 前記(ア)において指摘した本件画像⑥の構成及び内容等に照らせば、本件画像⑥には、書体、配色などの点において、原告商品の販売促進のための画像としての相応の工夫がされており、その表現に作成者の個性が現れているといえるから、思想又は感情を創作的に表現したものと認められる。

#### エ 本件画像⑦の創作性について

(ア) 証拠（甲 1 1）によれば、本件画像⑦について、以下の点を認めるこ

とができる。

本件画像⑦は、上部は濃い金色系、中央部から下は薄い金色系の背景とした上で、上部に黒色と赤色の文字で原告商品を手入れするためのスポンジをプレゼントする旨を、中央部から下部にかけて当該スポンジの特長をそれぞれ記載し、中央部右側に当該スポンジの画像を配置したものである。文字の書体、配色や背景の構成、配色を本件画像①ないし④と同一にすることで、これらの画像同士の間で統一感を与えるものとなっているほか、強調したい文言を赤色で表示している。

(イ) 前記(ア)において指摘した本件画像⑦の構成及び内容等に照らせば、本件画像⑦には、書体、配色、掲載写真の選択などの点において、原告商品の販売促進のための画像としての相応の工夫がされており、その表現に作成者の個性が現れているといえるから、思想又は感情を創作的に表現したものと認められる。

#### オ 本件商品画像の創作性について

(ア) 証拠（甲 1 1）によれば、本件商品画像について、以下の点を認めることができる。

本件商品画像は、背景全体を白色とした上、原告商品の各商品それぞれについて、当該商品の写真を柄ないし持ち手が右上になるような向きにして中央に、スポンジの写真を右下に配置した画像である。いずれの画像も、背景全体を白色としたことで、各商品とスポンジの形状、色調、質感が認識しやすくなっていると同時に、各商品の向きと配する位置とを同一にすることで、原告商品の全てにわたって統一感を与えるものとなっている。

(イ) 前記(ア)において指摘した本件商品画像の構成及び内容等に照らせば、本件商品画像においては、商品の撮影に当たって相応の工夫がされているほか、商品とスポンジの配置などの点についても、原告商品の販売促

進のための画像としての相応の工夫がされており、その表現に作成者の個性が現れているといえるから、思想又は感情を創作的に表現したものと認められる。

#### カ 小括

5 以上のとおり、本件各画像は、いずれも作成者の思想又は感情を創作的に表現したものと認められ、前記アないしオにおいて認定した本件各画像の構成及び内容等にかんがみれば、専ら美術の範疇に代表される知的、文化的包括概念に含まれるものであると認めることができる。

10 したがって、本件各画像は、著作権法2条1項1号所定の著作物に当たると認められる。

(3) 証拠（甲4、11、12）によれば、本件各画像は、いつも社が、原告との間で締結した令和元年9月30日付けウェブサイト関連業務契約に基づいて新規に作成した上、令和2年3月30日頃、成果物として原告に納品したものであること、当該契約において、成果物のうち新規に作成されたデザインの著作権は、検収完了時をもって、いつも社から原告に譲渡するとされていることが認められる。

20 以上によれば、いつも社が本件各画像を新規に作成したことに伴って取得し、保有していた本件各画像に係る著作権は、令和2年3月30日頃、原告に譲渡されたと認められるから、同日頃以降の本件各画像の著作権者は原告というべきである。

#### 2 争点2（著作権侵害についての被告の故意又は過失の有無）について

25 被告は、本件各画像を自身で創作していないことを認識していた以上（弁論の全趣旨）、本件各画像を複製及び公衆送信するに当たり、本件各画像の著作権者が誰であるのか、著作権者がその利用を許諾しているかどうかを調査、確認する注意義務があったというべきである。

証拠（甲9）によれば、原告が楽天市場に開設していたオンラインストアの

ウェブページには、本件画像①ないし⑦の各画像と同一ではないものの、当該各画像を構成する文言や素材の配置、内容、配色を変更した画像が掲載されていた上、原告により作成されたコンテンツ（画像、映像、デザイン、ロゴ、テキスト等）に関する権利は著作権法により保護されており、許可なく使用できない旨が記載されていたことが認められる。これらの事実関係に照らせば、被告は、自身が販売しようとする商品のブランド名ないし画像そのものを手掛かりとして、インターネット上の情報ないし画像を検索することにより、本件各画像の著作権者が原告であり、かつ、これを利用するには原告から許諾を得なければならないことを、容易に認識できたと認められる。

以上のおり、被告は、本件各画像の著作権者や利用許諾の有無を確認する注意義務があり、しかも、これらを調査、確認をすることが容易であったにもかかわらず、その調査、確認を怠って漫然と被告ストアに本件各画像を複製及び公衆送信したと認められるから、被告には、少なくとも本件各画像に係る原告の著作権を侵害したことについて過失があるというべきである。

### 3 争点3（損害の有無及びその額）について

#### (1) 損害の発生について

前提事実(2)イ及び証拠（甲2）によれば、被告は、少なくとも令和3年3月頃、被告ストアにおいて、原告商品のうちの1商品について、一つのウェブページを作成し、本件画像①ないし⑦の各画像及び本件商品画像のうち当該商品に相当する画像1点をそれぞれ複製した画像を掲載して公衆送信したことが認められる。

この点に関し、原告は、被告ストアにおける本件各画像の掲載期間は、令和2年12月頃から令和3年4月19日までの間であったと主張するが、これを裏付ける的確な証拠はなく、採用することができない。そうすると、掲載期間については、被告が自認する数日程度を限度として認めることができるにとどまる。

以上によれば、原告は、数日程度にわたる被告の上記行為により、本件各画像についての使用料相当額の損害を被ったと認められる。

(2) 使用料相当額について

5 ア 本件において、原告が、本件各画像を含め、自己が著作権を有する著作物を第三者に有償で利用許諾していたと認めるに足りる証拠はないから、実際の利用許諾例に準じて使用料相当額を算定することはできない。

この点、原告は、新聞社や写真提供会社が提供する画像レンタルサービスにおける使用料を根拠として、本件各画像の使用料相当額は合計6万6666円を下らないと主張するので、以下検討する。

10 (ア) 原告商品は、特長、材質、製造方法、メーカーなどが同一である複数のフライパンの一群からなる商品であるところ（甲11）、被告ストアにおける本件各画像の利用態様も、原告商品が等しく備える特長等を紹介する本件画像①ないし⑦の各画像と、本件商品画像のうち被告ストアで販売している商品に相当する画像1点を複製した上、送信可能化及び公衆送信したというものであることが認められる（前提事実(2)ア、イ、甲2）。

15 20 そして、本件各画像は、商品群からなる原告商品のネット通販用広告画像、すなわち販売促進資料として作成されたものと認められることから（甲11）、原告商品の販売と無関係に本件各画像を使用することは通常考え難く、仮に原告が第三者に本件各画像の利用を許諾するとすれば、原告も主張するとおり、原告商品の日本国内の正規代理店として、原告商品の再販売契約をするに当たり、その販売促進資料として本件各画像全体を利用許諾するような場合が想定される。

25 (イ) この点、原告が指摘する新聞社の画像レンタルサービスにおいて、具体的にどのような写真や画像が提供されているのかを認めるに足りる証拠はないが、一般的に、新聞社が提供する写真は、いわゆる報道写真に



みられるように、ある事件や事象の一瞬を捉えているなど、構図やシャッターチャンス等に高度な工夫を凝らした創作性の高いものや、他の手段では入手が困難な希少性の高いものである可能性があるといえる。

また、アフロ社が提供する画像レンタルサービスについては、上記の  
5 ような報道写真とは異なる性格の画像も提供されていることがうかがわれるものの（甲7）、やはり、実際にどのような写真や画像が提供されているのかは、本件証拠上、明らかではない。

(ウ) その一方で、被告が指摘するペイレスイメージズ社の画像レンタルサービスについてみると、証拠からうかがわれる具体的な画像の内容（甲  
10 19）のほか、用途としてウェブや印刷物のワンポイントとしての利用が掲げられていること（乙3）にかんがみれば、このサービスにおいて低額な使用料で提供されているのは、汎用性のあるウェブサイト用の素材である可能性が高いといえる。

もともと、商業的利用の可否など、その余の使用条件については、本  
15 件証拠上、判然としない。

(エ) これに対し、前提事実(2)ア及び前記(ア)のとおり、本件各画像は、商品販売ページを見た顧客の購買意欲を高めるように、原告商品を用いて調理している様子を撮影した写真や特長等を述べた文言、画像などを配置した原告商品に特化した販売促進目的の画像であって、報道写真とも、  
20 ペイレスイメージズ社が提供する汎用性のあるウェブサイト用の素材とも、性格及び目的が大きく異なる。また、前記(ア)において説示したとおり、原告が第三者に本件各画像を利用許諾することが想定されるのは、原告商品の正規代理店として、原告商品の再販売契約に当たって販売促進資料として利用されるような場合であるから、専ら写真、画像等の利用許諾に伴う使用料をもって収益を上げるというビジネスモデルに基づ  
25 き設定された使用料の水準が妥当するともいい難い。これらの事情に照

らせば、原告及び被告の双方がそれぞれ指摘する画像レンタルサービスにおいて規定されている使用料の水準が本件においてそのまま妥当するとはいえない。

5 その一方で、上記のとおり、本件各画像については、原告商品の再販売契約に伴う販売促進資料との位置付けで利用許諾されることが想定されることからすると、本件各画像の使用料のみによって本件各画像の取得費用を回収したり、原告商品の再販売によって第三者が得られる利益を超えたりするような高額な使用料が設定されるとは考え難い。

10 このほか、本件各画像は、報道写真のように高度の創作性を有しており代替可能性が小さいとまではいえないものの、原告商品に特化した販売促進資料として工夫して作成されたものであり（前記(ア)）、相応に創作性を有する著作物であること（前記1）、被告ストアにおける販売商品数は1点であり、本件各画像の利用期間も短期間であったとうかがわれること（前記(1)。もっとも、後記ウのとおり、数か月間にわたって利用  
15 許諾されることを前提とした水準とするのが相当である。）、本件各画像の利用に当たっての将来の使用料額を定める場面ではなく、原告の許諾を何ら得ることなく本件各画像を利用した被告に対する損害賠償を請求する場面での金額の算定であることなどを総合考慮すると、本件各画像の使用料相当額は合計5万円と認められる。

20 イ 原告は、本件各画像の使用料相当額を算定するに当たり、いつも社に本件各画像のデザイン制作料等として約700万円を支払ったことを考慮すべきであると主張する。

25 しかし、原告がいつも社に委託したのは、ウェブサイト関連業務及び検索エンジン最適化サービスであり、本件各画像の制作業務はその一部を構成するにすぎないと認められるところ（甲11）、本件各画像のデザイン制作のみに要した費用を認めるに足りる的確な証拠はない。

したがって、本件各画像の使用料相当額の算定に当たって、原告が主張する金額を考慮することはできない。

ウ 被告は、他の同種事案において、写真家が撮影した写真1点当たりの使用料相当額は1万円と認定した裁判例があり、このような写真よりも芸術性、創作性の程度が低い本件各画像の使用料相当額はより低額になると主張する。しかし、各判決は、その訴訟における主張、証拠から認定された事実関係に基づいて判断されているものであるから、その認定及び判断が本件訴訟においても直ちに妥当するとはいえない。

また、被告は、本件各画像の使用料相当額を算定するに当たり、被告が本件各画像を被告ストアに掲載していた期間が数日にとどまることを考慮すべきと主張する。しかし、前記ア(ア)のとおり、原告が第三者に本件各画像を利用許諾することが想定されるのは、原告商品の正規代理店として、原告商品の再販売契約に当たって販売促進資料として利用されるような場合であるところ、こうした契約の契約期間は、最低でも数か月間とされるのが通常と考えられる。そうすると、本件において、被告が本件各画像を被告ストアに掲載していた期間が数日程度にとどまっていたとしても、本件各画像の使用料相当額を算定するに当たっては、少なくとも数か月間にわたって利用が許諾されることを前提とした水準とするのが相当である。

よって、被告の上記各主張はいずれも採用することができない。

#### 第4 結論

以上によれば、原告の被告に対する請求は、著作権侵害を理由とする不法行為に基づく損害賠償として、損害金5万円及びこれに対する令和3年4月19日（不法行為の後の日）から支払済みまで民法所定年3パーセントの割合による遅延損害金の支払を求める限度で理由があるからこの限度で認容し、その余は理由がないから棄却することとして、主文のとおり判決する。

東京地方裁判所民事第29部

裁判長裁判官

5

---

國 分 隆 文

裁判官

10

---

間 明 宏 充

裁判官

15

---

バ ヒ ス バ ラ ン 薫