

## Q : 10 『特定用語』、『写真』などの使用について

以下の件について教えてください。

- 1 募集広告に、例えば「韓流スター〇〇がよく行くレストラン！」等、有名人が利用したり、勧めたりする旨の表示をすることができますか。
- 2 ツアータイトルにTV番組の名前を使用してもいいですか。また、ツアーのポイントとして「秘密のケンミンショーで紹介された◆◆」というような表示ができますか。
- 3 アメリカ周遊コースの中の「アトランタ」をアピールするために、当社が現地で撮影したアトランタの街並みの写真をパンフレットに掲載しようと考えていますが、その写真の中に「コカ・コーラ」社の大看板が鮮明に写り込んでいます。著作権等の問題が生じないでしょうか。

## A

一つ目のご質問ですが、【規約第8条（1）、（2）、運用基準5（2）】に規定されている「特定用語の使用基準」から、次のように考えられます。

旅行業者は、募集広告等において商品の特長や優位性を表現するために様々な用語を用いる場合があります。例えば、「当社だけ」、「豪華な〇〇」、「〇〇でNO. 1」、「特別に〇〇」など、優位性を意味する用語や「〇〇さんがおススメする」、「〇〇が高評価」などの推賞を意味する用語等を用いる場合です。

消費者は、その用語から受ける印象から商品の内容について一定の評価をし、商品選択をするケースが多いことが考えられます。したがって、それらの用語のニュアンスが実際の商品内容と違っていたり、消費者に誤認をされるような表現であってはなりません。ですから、ご質問にあるような用語を用いる場合には、それらが具体的事実である場合にのみ使用することができます。使用する用語が客観的に事実であることを確認の上、表示してください。

また、芸能人の氏名を使った場合は、パブリシティ権の侵害にあたるおそれがありますので、これらについても注意が必要です。

二つ目の質問ですが、広告に放送番組やレストラン、書籍、著名人などを無許可で引用する場合は、パブリシティ権、肖像権、著作権、商標登録等の侵害にあたるおそれがありますので、あらかじめ弁護士に相談し分野ごとの法律を確認する又は許諾をとるなどの対策が必要です。

三つ目のご質問は、いわゆる写真の「写り込み」についてだと思いますが、これについては、平成24年6月に一部著作権法の改正（平成25年1月1日施行）が行われ、「付随対象著作物」として利用が可能となりました。しかしながら、「写り込み」の状態によっては著作権の侵害に当たる場合もあり、注意が必要です。

## 【参考】

■肖像権、パブリシティ権は明文規定がなく判例上認められてきた権利です。

肖像権：自分の肖像を他人に使わせない人格的権利のこと

パブリシティ権：著名人がその氏名、肖像その他の顧客誘引力のある個人識別情報の有する経済的利益ないし価値（パブリシティ価値）を排他的に支配する財産的権利のこと

■著作権法 第30条の2（付随対象著作物の利用）

写真の撮影、録音又は録画（以下この項において「写真の撮影等」という。）の方法によって著作物を創作するに当たって、当該著作物（以下この条において「写真等著作物」という。）に係る写真の撮影等の対象とする事物又は音から分離することが困難であるため付随して対象となる事物又は音に係る他の著作物（当該写真等著作物における軽微な構成部分となるものに限る。）以下この条において「付随対象著作物」という。）は、当該創作に伴って複製又は翻案することができる。ただし、当該付随対象著作物の種類及び用途並びに当該複製又は翻案の態様に照らし著作権者の利益を不当に害することとなる場合は、この限りでない。

2. 前項の規定により複製又は翻案された付随対象著作物は、同項に規定する写真等著作物の利用に伴って利用することができる。ただし、当該付随対象著作物の種類及び用途並びに当該利用の態様に照らし著作権者の利益を不当に害することとなる場合は、この限りでない。