

人的資本経営時代の知財法務

従業員のコンテンツ利用と知財・労働法務

ユアサハラ法律特許事務所
弁護士 瀬戸 一希

第1. はじめに

企業の活動において、様々なコンテンツが活用されるようになってきている。企業が自社のウェブサイトやSNSを有し、コンテンツを利用してサービスや商品の宣伝・広告を行うことは、今日では何ら珍しくない。さらに、近年ではより消費者と近い距離での宣伝を行うため、いわゆる「公式SNS」を企業が運営する例も見られる。その他、SNS上での非公式の商品の愛称¹や、企業自身の期待していなかったコーポレートキャラクターや楽曲などが思わぬ人気を博する例も、昨今の情報化社会では珍しくない。

こうした企業活動において、企業内部の人材が、コンテンツを利用することになる。コンテンツの重要性が向上していることで、コンプライアンスに抵触するような利用があれば、宣伝広告の反響は、却って企業イメージや業績へのダメージを生じるリスクも増している。その意味で、企業内の人材が、その業務において、コンテンツと適切に係るよう、知財・労務の双方の観点からの適切な体制整備をすることが、今日の企業活動では重要化してきた。以上を踏まえ、以下では企業活動における従業員のコンテンツ利用における、知的財産法に係るリスクを概観する（第2）。その上で、必要となる企業のリスク対応について、検討する（第3）。

第2. 従業員のコンテンツ利用に関する知的財産リスク

1. 従業員によるコンテンツの社内での共有

企業は情報収集のために、様々なコンテンツを契約によって取得していることが多い。典型的には雑誌や新聞の購読である。もっとも、著作権によって保護される新聞記事などが、安易に自社のイントラに共有されることが、かねてから問題視されてきた²。こうした状況は、インターネットの普及に伴い、1990年代後半から指摘されている。その後も東京地判平成20年2月26日（平成19年（ワ）第15231号）のように、旧社保庁において、関係する新聞記事が内部のシステムで共有されていたことで、著作権侵害に基づく損害賠償が請求されるといった事例も存在してきた³。

しかし、上記の問題状況は、社会的に十分な浸透がされているとはいえない。近年、知財高判令5年6月8日（令和4年（ネ）第10008号）事件、知財高判令和5年6月8日（令和4年（ネ）

1 知財高判令和5年12月26日（令和5年（行ケ）第10079号）を参照。

2 日本新聞協会「ネットワーク上の著作権について」（https://www.pressnet.or.jp/statement/copyright/971106_86.html（2025年4月21日・最終閲覧））（1997年）。