

## Vol.122 著作権侵害と非侵害、その境界とは

---

大阪高裁（平成31年（ネ）第500号）

原審 大阪地裁（平成29年（ワ）第6322号）

「・・・そして、上記①の宣伝文句は、以上のビジネスモデルによる顧客の利便性を消費者に分かりやすく表現しようとしたものと認められるが、不要になる事項を文字（単語）で抽出し、その文字（単語）の上に「×」を付すことはありふれた表現方法であるし、「検査なしスグ買える！」という表現は、眼科での受診（検査）なしでコンタクトレンズをすぐ買えるという旧大阪駅前店のビジネスモデルによる利便性を、文章を若干省略しつつそのまま記載したものにすぎず、そこに個性が現れているということとはできない上に、強調したい部分に着色等したり、「！」を付したりするなどして強調することもありふれた表現方法にすぎない。以上より、上記①に創作性があるとは認められない。」

（下線は筆者による。）（以上）

---

Japan Package Design Association

© JPDA All Rights Reserved.