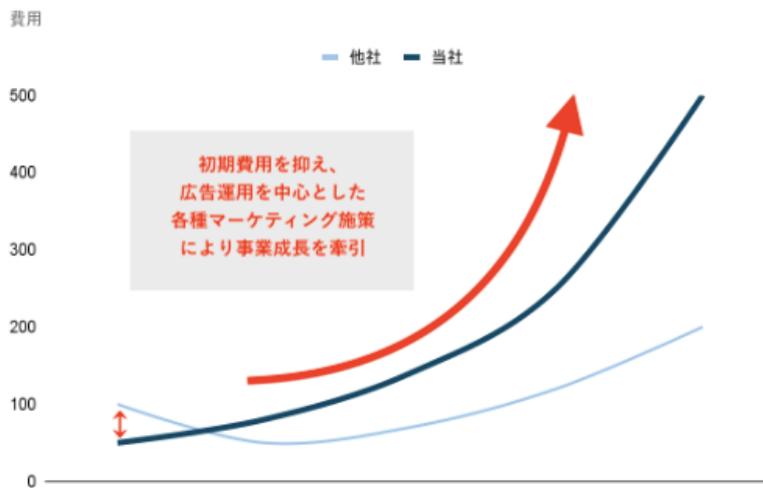


## 成果物の取扱いについて

広告運用・成果報酬広告の初期費用の一部として発生した成果物について、著作権は当社に帰属します。また、著作物の使用範囲は当社商流に限定しており、他社商流での使用は原則として禁止しております。

### ■方針背景

当社はグロースマーケティングを支援領域としており、制作単体でマネタイズする制作会社とは異なるビジネスモデルを採用しています。サービス立ち上げ時や事業拡大期におけるコストを削減するため、広告配信準備にかかる初期費用を抑え、バナーや動画を始めとする広告クリエイティブも広告運用費や成果報酬費に内包し、運用費や成果報酬費だけでマネタイズするビジネスモデルとなっています。制作の外注が主流である業界において、あえて内製化することで、スピーディーかつ成果にコミットした支援を実現しています。そのため、成果物の他社商流での流用が横行すると、当社のビジネスモデルが成立しなくなるため、他社商流での使用は原則として禁止しております。



### ■著作権について

著作権とは、さまざまな「創作的な表現」を守るための権利です。たとえば、デザイン、イラスト、写真、文章、音楽、プログラムなどが該当します。著作権者は、自分の作品の利用方法を決定する権利を持っています。

#### Ⅰ 著作者人格権

著作者の人格を守るための権利で、「内容を勝手に変更されない」「名前の表示方法を決められる」などの権利が含まれます。この権利は譲渡できません。

公表権	著作物を公表するかどうか、またその公表方法を決める権利
氏名表示権	著作物に氏名を表示するかどうか、また表示方法（本名・ペンネーム）を決める権利

同一性保持権	著作物のタイトルや内容を無断で変更されない権利
--------	-------------------------

## II 著作権(財産権)

著作物を経済的に利用し、対価を得るための権利です。他人に譲渡したり、許可（使用許諾）を与えたりすることが可能です。以下は著作権の一例です。

複製権	著作物を印刷、写真、録音、録画などの方法でコピーする権利
公衆送信権	著作物をインターネットなどを通じて公衆に送信する権利
頒布権	複製物を譲渡・貸与する権利
譲渡権	著作物の原作品や複製物を公衆に譲渡する権利

### ■ 法的規制について

当社が制作した成果物の著作権は当社に帰属し、使用範囲は当社商流に限定されます。そのため、他社商流での利用には原則として当社の許可が必要です（著作権を譲渡した場合はこの限りではありませんが、著作権費用をいただかない代わりに当社に帰属させております）。

したがって、著作権法により複製、公衆送信、頒布などの権利が著作権者に保障されており、個別契約に記載されている使用目的（商流）の範囲から逸脱する利用は、著作権侵害となるだけでなく、契約違反として損害賠償の対象となります。

### 具体例

広告代理店（制作会社）がA社（飲料メーカー）向けにテレビCMを制作。このCMにはナレーション、BGM、映像演出などの著作物が含まれている。A社が自社ブランドの一部をB社（OEM先）に卸していたため、B社が自社ブランドの販売促進目的で、同じCM映像を自社のWeb広告に使用した事例。

CMは「A社商品用」として制作された著作物であるため、B社による使用は著作権者（広告代理店）の許諾外の利用であり、「使用範囲を限定する契約」があった場合は契約違反にも該当する。