

I. はじめにー肖像財産権(パブリシティ権)について

肖像には本人に無断で撮影をされない、撮影された肖像を無断で使用されないという権利が判例上認められています。これを人格権としての肖像権といいます。さらに、著名人等の肖像には、顧客吸引力、言い換えると経済的価値(商業的な利用価値)があることから、これを法的に保護するため、無断で商業目的に使用されないという権利も判例上認められています。これを財産権としての肖像権(肖像財産権=パブリシティ権)といいます。以下では人格権としての肖像権を「肖像権」と、財産権としての肖像権を「肖像財産権(パブリシティ権)」と記載することにします。

モデルについても、肖像を商品の宣伝や販売促進に使用させ、その対価を取得することが経済活動として成り立っているのは、そこに顧客吸引力=経済的価値(商業的な利用価値)があるからに他なりません。したがって、モデルの肖像についても人格権としての肖像権に加えて肖像財産権(パブリシティ権)が成り立ちます。

なお、肖像というと顔だけを考えがちですが、手・足・髪・後姿等のパーツについても肖像財産権(パブリシティ権)が否定される理由はありません。

以上の肖像権・肖像財産権(パブリシティ権)に加えて、モデルの出演内容によっては著作権法上の実演家の権利(著作権法第4章第2節)が成立する場合がありますので、この点も注意が必要です。

II. 権利の帰属

IIに記載したとおりモデルの肖像については肖像権・肖像財産権(パブリシティ権)が成り立ちます。モデルエージェンシーと専属契約しているモデルの肖像財産権(パブリシティ権)については独占的・排他的にモデルエージェンシーに帰属しますので、肖像を使用する目的が何であって必ず事前にモデルエージェンシーの許諾を得なければなりません。許諾を得ずに使用した場合、許諾の範囲を超えて使用した場合は肖像財産権(パブリシティ権)の侵害となり契約上のペナルティが科されますので注意が必要です。

III. 契約について

1. 契約当事者

- ①モデルエージェンシーと専属契約しているモデルの肖像使用に際しては、肖像を使用する主体となる使用者(広告主・広告会社・制作会社等著作権者)が契約当事者となり、モデルエージェンシーとの間で契約をしてください。
- ②モデルエージェンシーが確認していない契約書・覚書等をモデル本人と直接取り交わした場合、内容によってはその契約書・覚書等が無効となる場合もあります。
- ③肖像はモデルエージェンシーから許諾を得た範囲内でのみ使用することができます。トラブルを回避するためにも、契約書や出演内容を網羅した発注(受注)確認書を作成し、許諾の範囲について書面で確認してください。
- ④モデルエージェンシーから得た許諾の範囲を超えて肖像を使用してしまった場合、肖像を使用する主体となる広告主・広告会社・制作会社がその責任を免れることはできません。**契約までもキャスティング会社に任せてしまうのではなく広告主・広告会社・制作会社が契約当事者となり、許諾の範囲を直接確認した上で契約当事者として責任を持って肖像を使用してください。**

IV. 競合について

第三者への出演を制限することはモデルの活動に対する大きな制約となりますので、以下のルールに従い、モデルエージェンシーの許諾を得てください。

- ①企業競合をかけ独占的に肖像を使用する場合は専属契約料、商品競合をかけ制限する場合は拘束料が別途発生します。
 - ②媒体の性質上、Webサイトでの肖像使用に競合をかけることはできません。
 - ③「競合無し」の案件については、競合の管理はいたしません。出演歴の申告にはお応えできません。
- 商品カテゴリー・競合期間について、担当者独自の制約によるトラブル例が報告されております。再度ご確認ください。
- 適切な拘束料もなく「競合あり」の発注が多く見受けられますが、不必要に出演範囲を狭められることは、モデルエージェンシーとモデルにとって死活問題となります。
- 競合をかける場合は競合料(専属契約料・拘束料)を別途お支払ください。

- 《競合とは》
- 同業他社または同一カテゴリー製品の広告媒体への出演を制限すること。
 - 出演制限に対し拘束料が発生します。
 - 同業他社の広告すべてに出演できない場合は、専属契約となります。
 - 他社製品の広告に出演できない場合は、アイテム数によって拘束料がUPします。
 - 他社製品とは同一商品群を言います。
 - 漠然とした分類は避けてください。(例:通信機器・トイレタリー・食品など)
 - *写り込む物はすべてが競合の対象と言われるクライアントがありますが、特段の発注と拘束料がない場合は、競合対象とはなりません。(例:自動車に競合を掛けた場合、タイヤやカーナビなどのパーツ・装備品は競合の対象にはなりません。)
- 《競合の期間》
- 出演媒体の使用期間と同じ。
 - 媒体の使用前、放映前、ならびに終了した出演先に競合をかけることはできません。
 - 過去の出演歴を遡って申告することは、契約上合理性に欠け、露出前の出演先のお問い合わせについては機密保持の義務に反する行為となる場合がありますので、お応えできません。
 - 使用期間外に競合をかける場合は、別途拘束料を保障していただきます。
- 《競合なしの場合》
- モデルエージェンシーは競合管理をいたしません。

以上

V. 期間の延長・媒体の追加

モデルの肖像を許諾の期間・範囲を超えて使用する場合は、必ず1ヶ月以上前に書面にて申請し許諾を得てください。

- ①1ヶ月以上前に申請がない場合は、当初の契約期間にて使用を終了するものとみなします。
- ②条件その他の理由によりモデルエージェンシーが許諾をしない場合があります。
- ③許諾をする際には特段の合意をしない限り追加の肖像使用料が発生します。

VI. 無断使用に対する賠償・違約金について

- ①許諾を得ないで、また許諾の範囲を超えて肖像を使用することは肖像権・肖像財産権(パブリシティ権)の侵害となります。この場合、判例上使用差止請求が認められているほか、不法行為(民法709条以下)の規定に基づき損害賠償請求が認められています。悪質な事例では謝罪広告等の名譽回復措置の請求が認められることもありますので、注意が必要です。
- ②許諾を得ないで、また許諾の範囲を超えて肖像を使用した場合に違約金を請求させていただきます。金額は使用の程度・期間を勘案して決めますが、正規の使用料の2倍以上になるのが通例です。

- ③許諾を得ずに使用期間延長、媒体やURLの追加等、契約外使用をした場合は無断使用者にトラブルの全責任を負っていただきます。この責任にはモデルエージェンシーに対する違約金は当然のこと、競合等の制限による新たな契約者の使用を妨げた場合の損害の責任も含まれます。

肖像使用に関する注意点

- ①肖像の「買い取り」には応じられません。使用期間の制限のない契約には応じられません。すべての媒体に適正な期限をもって契約してください。
- ②身体の一部であっても肖像権・肖像財産権(パブリシティ権)が及びます。モデルの顔を切り取る・モザイクを施すなどした肖像であっても、無断で使用すれば肖像権・肖像財産権(パブリシティ権)の侵害となります。また、人物の特定が困難となる改変をすることは、人格権の侵害となりますので、改変を行う際には許諾を得て対価をお支払いください。なお、改変についてはお断りする場合もあります。
- ③肖像以外の氏名・音声・経歴の使用についても、事前にモデルエージェンシーの許諾を得てください。肖像の無断使用はもちろんのこと、これらについても無断使用はトラブルの原因となりますので注意が必要です。
- ④モデルの肖像使用は、使用者(広告主・広告会社・制作会社等著作権者)が管理可能な範囲内とさせていただきます。特に、デジタルコンテンツは複製・転載・改変などの加工が容易なため、無断転載等のトラブルが後を絶ちません。第三者による不正使用が発覚した場合は、使用者の責任において削除要請などの対応を行っていただきます。
- ⑤著作権とモデルの肖像権・肖像財産権(パブリシティ権)は別個独立の権利です。著作権者(広告主・広告会社・広告制作会社及び撮影者)であっても、肖像使用は事前に許諾を得た範囲内に限られ、無断で使用すれば肖像権・肖像財産権(パブリシティ権)の侵害となりペナルティが科されます。

- 著作権者といえども、モデルの肖像を含む広告成果物(コンテンツ)を無断で第三者に使用許諾を与えることや関連会社のサイトに無断で複製・転載することはできません。URLの第一階層が、許諾されていない第三者のアドレスの場合は無断使用と判断いたします。【一階層= <http:///>に続く 次のスラッシュまでのURL / 】
- 撮影者は、自身に著作権があることから「自分の作品」として自由に使用できると誤解しがちですが、モデルの肖像を勝手に使用することはできません。テスト撮影による写真や動画等の成果物(コンテンツ)を第三者に使用させたり、譲渡したりする場合、自身のWebサイトやSNSなどに使用する場合もモデルエージェンシーの許諾が必要です。

- ⑥ミュージックビデオなど
ミュージックビデオはダウンロード配信により、半永久的に視聴可能となる媒体です。またコマーシャルの素材となることも多く、モデルの出演に際しては、契約当事者間で必ず下記確認してください。

- ◆使用目的
プロモーションのみの使用 → 出演契約
CMにも使用 → スポンサー企業を含めた広告使用契約
(制作後に広告素材となることが決まった場合は追加契約が必要です)
- ◆プロモーションの使用期間
- ◆プロモーションの内容・規模
TV番組
Music TV
コンサート会場
店頭モニター
街頭モニター
映画館
アーティストのサイト
レコード会社のサイト
CD付録特典映像DVD 他
- ◆WEB配信形式
ストリーミング配信
ダウンロード配信・・・課金の場合は別途契約となります。
トラブルを回避するためには、プロモーションの内容・WEB配信形式など詳細を事前にお知らせいただく必要があります。

以上

- ⑦雑誌の電子配信
●雑誌のデジタル版(=電子配信)を販売する場合は事前に許諾をおとりください。
●雑誌の販促を目的とする以外に雑誌コンテンツを使用する場合は別途許諾をお取りください。
●雑誌の販促を目的とする以外、ライセンス契約誌にコンテンツを転載する場合は別途許諾をお取りください。
- ⑧Web
肖像を許諾なく、インターネット上にアップロードすることは「肖像権」の侵害となります。
●デジタルコンテンツは複製・転載・改変が容易なことから、利便性が高い反面、ひとたび、Webサイトとして配信されれば、コンテンツの拡散を防ぐことが困難になる危険性を孕んでいます。サイトの著作権者にはコンテンツに含まれる権利が侵されないよう特段の注意を払っていただくようお願いいたします。Webサイトでも肖像使用の最終的な責任は著作権者に負っていただくこととなりますので、契約の際にはより一層注意してください。
●許諾されたURLと一致しないWebサイトで使用された場合、契約外使用として違約金が科せられます。使用するURLの第一階層をすべてお知らせください。また、同一のスポンサー名・商品名を冠した同一レイアウトのWebサイトであっても、URLが違う場合は他者の使用と判断されます。特に、ショッピングモール等通販サイトやグローバルサイトのURLについてはご注意ください。【一階層=<http:///>に続く 次のスラッシュまでのURL / 】
●Webサイトの管理・保護、サーバー内のデータ管理の最終責任は著作権者にあります。データの不正使用を防止する義務と不正使用が起こった場合の対応と処理、契約期間後もサイトにアクセスが可能な状態、すなわちサーバー内のデータの削除を怠ったことに起因するトラブルについても著作権者に責任を負っていただきます。
●Web広告にモデルの肖像を使用する場合は契約期間の終了と同時にすべてのWebサイトでの使用を終了させてください。使用許諾を与えた関連企業のサイト、バナー広告・リターゲティング広告等のサイトで継続して肖像が使用されている場合は、延長使用料をお支払いいただきます。
●アフィリエイト
アフィリエイト広告は肖像管理が及ばない危険性が高いため、肖像使用は原則お断りさせていただきます。アフィリエイトに対し、自社サイト内に使用されているモデルの肖像を無断で使用しないよう警告を行ってください。万が一、アフィリエイトが肖像権・肖像財産権(パブリシティ権)を侵害した場合は使用者(広告主・広告会社・制作会社等著作権者)の責任において対処していただきます。アフィリエイト広告に自社サイトの使用期間を経過したモデルの肖像が使用されている場合は使用料をお支払いいただきます。

●アーカイブ

肖像を含むCM作品・雑誌のバックナンバー・制作物等コンテンツをアーカイブ(記録目的)として当初の使用期間を超えて掲載する場合は、別途、許諾をおとりください。尚、アーカイブの存在によって、モデルの将来の出演に支障をきたす場合はアーカイブでの使用をお断りさせていただきます。

その他の注意点・お願い

◆年少者の出演について

主旨

「年少者・児童の出演に関するガイドライン」は子供モデル・タレントの需要の増加と低年齢化に対応して、子供たちの保護と健全に育むマネジメントを目的に作成しております。肖像財産権(パブリシティ権)についての理解と企業間の取引におけるルール、注意点をまとめた「ガイドライン」と同様、マネジメントや制作に関わる皆様方の共通認識としてください。

子役は、映画・テレビ・伝統芸能など、メディア・エンターテインメントに欠かすことのできない存在であり、多くの子供たちが将来を夢見て演技やダンスなどのレッスンに励んでいます。乳幼児、小学生はもちろんですが、意思決定能力が十分に備わっているものと考えがちな中高生であっても、未成年者であることと社会経験の乏しい子供であるということを念頭に置いて下さい。また、子供たちには成長の過程でタレントやモデル以外の道も選択肢に加わります。幼くして活躍し脚光を浴びた子供でも、普通の社会生活が送れるよう義務教育を受け進学できるように育むことが大人達の責務であると考えます。アイドルの低年齢化、子供タレントの活躍によりタレントやモデルを目指す子供たちのすそ野は広がっています。社会の関心も高いことから、ひとたび、子供の出演者が事故や事件に巻き込まれた場合には、使用者や養成機関、マネジメント会社が様々な角度から責任を問われることが想定されます。当協会は、企業として、大人として、法律や条令に反することなく子供たちの夢の実現をサポートし、健全に育むことをマネジメントの基本姿勢としていただくよう関係各位にお願いいたします。

◇本ガイドラインの他、出演者の所属する事務所の規約に従ってください。

●安全管理

- ・乳幼児・児童(特に12歳未満)は、原則オーディション・現場に保護者が付き添います。出演者本人はもとより付き添う者も含め、現場での安全管理に配慮してください。
- ・現場の状況に応じて、付き添う者も傷害保険等の補償対象としてください。
- ・出演終了後、深夜に未成年者が独り歩きにならないよう配慮してください。
- ・オーディションは子供たちの就寝時間を考慮し、遅い時間からのスタートは止めてください。

●乳幼児

- ・生後1年に満たない乳児の場合は、移動・待機・撮影や収録などの本番に要する時間が身体の負担にならないようにし、帯同する母親の体調にも配慮してください。
- ・乳幼児は、日常生活パターンを考慮した番盤スケジュールにしたいいただき、必要に応じて、仮眠(お昼寝)や休憩ができる控室を準備してください。

●児童

- ・義務教育の過程にある児童は就学を優先してください。
- ・長期公演の場合は、所属事務所と相談の上、必要な届出等を行ってください。
- ・特別な事情により早期に撮影等をする場合は、就学に支障をきたすことのない曜日にしてください。
- ・児童等の健全育成のため、公序良俗に反する表現(暴力・性描写・いじめ・差別・飲酒・喫煙など)がある出演はお断りする場合がございます。
- ・映画・ドラマの演出上必要な場合は、心の負担にならないように特段の配慮をお願いいたします。

●拘束時間について

- ・ロケ地への移動、待機・休憩・本番を総合し、拘束時間に配慮してください。
 - ・撮影や収録現場における拘束時間は、年齢と個々の耐久力(身体的・精神的)を考慮し、下記の時間を参考にスケジュールを作成してください。児童にあっては就学時間を優先してください。
- | | |
|-----------------|-------|
| 乳児 (1歳未満) | 2時間以内 |
| 幼児 (6歳未満) | 3時間以内 |
| 児童 (小学校低学年) | 4時間以内 |
| 児童 (小学生高学年～中学生) | 6時間以内 |

●個人情報の保護

- ・緊急時用に取得した個人情報は濫用されないよう管理してください。

●テレビ番組や演劇などのライブ上演では労働基準法に則り、年少者・児童の出演時間を制限しています。広告制作等においても配慮してください。

年少者	22:00～翌5:00	就労禁止
児童	20:00～翌5:00	//

労働基準法が規定する年少者・児童の年齢。	
年少者	= 満18歳未満の者
児童	= 満15歳に達した日以降の最初の3月31日までの者

JMAA 2012年9月改訂

◆個人情報保護について

- ①モデルエージェンシーはモデル本人より個人情報の提供を受け、これを管理し業務に必要な範囲で利用することを委任されております。モデルに対して個人情報保護法に関する書類等に捺印を求める場合がみられますが、責任の所在が不明瞭にならないようにするためにもそのような場合には事前にモデルエージェンシーに連絡し許可を得てください。
- ②モデルの個人情報は、個人情報保護法に従って取り扱い、出演に関与しない第三者への漏洩や出演以外の目的に使用されることのないよう管理してください。

◆機密保持について

モデルエージェンシーは発注の内容及び出演の過程で知りえた情報について機密保持の義務を負います。また、一般社団法人日本モデルエージェンシー協会会員のモデルエージェンシーは、契約上モデルに機密保持義務を課しておりますので、モデルに対して機密保持に関する書類へ

の捺印を求める場合は、事前にモデルエージェンシーに連絡し許可を得てください。

◆保険について

モデルの出演に関連した事故・危険回避義務はモデルを使用する側にあります。保険に加入するなどし、補償に備えてください。キャスティングとして関わる企業および個人は、モデルに事故や損害が生じないよう配慮するとともに、万が一事故や傷害が生じた場合には責任を持って対応してください。

◆不可抗力

天災・事故・病気(要診断書)等により契約を履行できなかった場合は、当事者が協議し、解決してください。

◆私的使用の範囲

一般公開のイベント・撮影会などでのモデルの撮影は、撮影した写真や映像を個人的に楽しむ目的で使用する(私的使用)を前提に許諾されているものです。したがって、そのような機会に撮影した肖像をモデルエージェンシーの許諾なく、自身のHPやSNS(ブログ・ツイッター・Facebook・LINE等)に使用する行為、Webサイトに公開する行為は、肖像権・肖像財産権(パブリシティ権)の侵害となります。不特定多数の入場者が撮影可能となるイベント等の主催者は入場者・参加者が「私的使用の範囲」を超えて肖像を使用することのないよう注意をするなどの配慮をしてください。

出演料・肖像使用料等について (契約された出演料・使用料を100%とする)

- ①出演料・使用料
出演料・使用料は肖像の使用許諾の範囲(媒体・期間・地域・競合の有無)・その他の条件・実働の条件によって決定します。
- ②媒体・期間

a) 新聞広告・チラシ	…1回	100%
b) 雑誌	…1発刊	100%

ただし、表紙・編集ページ・タイアップ広告・雑誌広告・Webサイトに分けられます。編集タイアップ広告は広告とみなします。雑誌コンテンツ(タイアップ広告ページを含む)を他の広告媒体に使用する場合は別途使用料が発生します。
- c) CF・Web・VP・電飾・POP・カタログ・パンフレット・ポスターなどの媒体

1クール(使用開始から3ヶ月)	…100%
2クール(6ヶ月)	…200%
3クール(9ヶ月)	…300%
4クール(1年)	…400%

撮影日から使用開始日までに期間が有る場合は別途料金が発生します。
- d) 書籍(ムック本等)・外装パッケージ・スマートフォンのアプリ(応用ソフト)等、制作数やダウンロード数を条件とする媒体は別途協議。
- ③競合の有無 前述Ⅳ参照
- ④その他の条件

a) 下着・ヌード・その他特殊な出演の場合は事前に正確な内容をお知らせください。
b) パーツ(手・足・髪等)も肖像ですので、本ガイドラインが適用されます。
c) オーディション料・カメラテスト料・採寸・仮縫い・衣装合わせフィッティングモデルの場合は拘束時間に応じて料金が発生します。
d) プレゼンテーション料・リハーサル料(本番日以外)は出演料に応じて別途料金が発生します。
- ⑤実働の条件

a) 1日の拘束時間	原則8時間以内(8:00～21:00)
18歳未満	22:00以降使用禁止(一部例外あり)
15歳未満	20:00以降使用禁止(一部例外あり)
b) 早期・深夜	6:00以前・21:00以降は割増料金を申し受けます。
c) 移動	移動のため前日から拘束される場合は時間に応じて割増料金を申し受けます。
d) 超過料金	別途
e) 予備日	天気予備 50% 自宅待機中止 50% 現地集合して中止 100%

⑥キャンセル料

出演者のスケジュールは決定した時点から同日の出演や競合他社への出演をお断りするなどの調整を行います。したがってキャンセルされた場合には下記を基準としたキャンセル料を申し受けます。

a) 前日・当日	100% (但し、土・日・祝祭日・営業時間外を除きます)
b) それ以前に連絡があった場合	50%～100%

⑦違約金

契約外使用料と違約金の支払いは、通常の支払いサイトとは区別されるべきものですので、請求書到着日に即日お支払いください。

⑧手数料

- a) モデルエージェンシーの業務管理費またはサービス料として10%以上申し受けます。
- b) 職業紹介による斡旋の場合は法定手数料を申し受けます。

⑨消費税

出演料・使用料・手数料等を含む総額に対し法定の消費税率による消費税を申し受けます。

⑩源泉税

出演料・使用料をモデルエージェンシー等法人に支払う場合、源泉徴収は不要です。

⑪支払いについて

- a) 出演料・使用料は出演決定時(出演前)に決めてください。
- b) 支払いについては広告主に責任を負っていただきます。
- c) 現金にてお支払いください。初回の取引は当日現金、または前日までお振込みください。(2013年11月改訂)

ガイドラインに定めていない事柄、および不可抗力により問題が生じた場合は当事者間で誠意を持って協議し解決にあたって下さい。尚、第三者機関として日本モデルエージェンシー協会が相談窓口を開設しておりますので不明点等はお問い合わせ下さい。

日本モデルエージェンシー協会

東京都渋谷区神宮前 1-2-12 CATS 原宿 304

TEL.03-3401-6071 FAX.03-3401-7874