

【 医薬学術コンテンツの二次利用ースムーズな転載許諾作業のために 】

利用許諾申請作業はグレーゾーンが多い著作権の解釈だけでなく、古くからの学術コンテンツ利用の慣行や、ご依頼者と著者や学会・出版社との関係、出版社や学会の許諾ポリシーなど、さまざまな要素を考慮に入れて考える必要があります。しかも最終的に「許諾するかどうか」「返事をするかどうか」は権利者の判断にゆだねられています。

弊社の役割は、単純に「利用許諾を取ること」ではなく、許諾が取れる、取れないに関わらず、ご依頼者が著作物や研究成果の利用にかかわるトラブルに巻き込まれず、スムーズに利用ができるようにお手伝いすることだと考えています。

1. 申請にあたって

申請先への依頼は、なるべく一度で済ませることが相手の心証を良くし、返事も早くしていただけます。そのためには、申請に必要な情報を過不足なく、最初の段階から揃えていただくことが大事です。五月雨式に依頼や修正を出すことは申請先の手間をとらせるだけでなく、相手の混乱を招き返事が得られないことがあります。また特に著者の先生には不快感を与えることがあるので注意が必要です。

2. 申請に必要な情報

【制作物の見本】

国内では制作物見本を付けて申請します。海外誌でも出典の記載等が適切な見本を送らなければ申請を受け付けないところもあります。そのため、許諾利用申請時には、転載利用する図版が最終的にどのように使われるかがわかるものをご提示いただけるようお願いいたします。WEB サイトや動画などでは画面キャプチャーでも結構です。利用方法が分かれば「シナリオ」などでも構いません。

【出典の資料】

該当ページだけでなく、論文なら全文、単行書なら表紙、奥付、該当の章など、その部分を誰が執筆したかわかるものが必要です。

国内の著者や出版社等には見本と共にご自身の論文をご確認いただきますので、なるべく綺麗なもの、書き込みなどが無いものをご提示いただくようお願いいたします。

出典の書誌そのものを制作物から抽出して確認せざるを得ないような場合は、作業に取り掛かるのに時間がかかるだけでなく、別途データ整理費用を頂くことがあります。

【弊社申請ご依頼フォーム】

弊社への「発注書」であると同時に、依頼に関する注意事項等も記載されています。必ずご確認ください。ご記入ください。ご記入内容を元に申請し、その内容に即した許諾を得る作業をします。

申請内容を超えたご利用についてはご依頼者の責任の元でご検討ください。

3. ご依頼の進め方

円滑な著作権処理のために、次のことをご理解・ご協力ください。

1. 必要な材料（制作物、出典論文など）を揃えておく。
2. 改変は避ける。
3. 最初から適切な出典表記を入れておく。
4. 申請後に利用図版や利用方法、部数などを変更しない。

内容が「ほぼ確定」したタイミングで速やかに申請するのがポイントです。内容が固まらない時点では早すぎますが、完全に原稿等が固まって一字一句の変更も不可能な状況では遅すぎることになります。大変実務的には難しいところですが、最終的にはこのタイミングを誤るとかえって時間がかかることになりかねません。限られた時間の中でスムーズに許諾を取るためには、制作会社様だけでなく、クライアント様はもちろんご監修の先生方にも、この書面でご紹介させていただいている手順をご理解いただくことが大きなポイントになります。

また、「改変利用」は承認に時間がかかったり、許可が得られないことがありますので、期限の迫った案件では特にお勧めしません。

4. よくあるご質問

以下によくご質問をいただくトピックについて簡単にまとめさせていただきます。

「概算お見積り」と「確定費用」

弊社の過去の実績から予想費用や権利者の利用条件などをお知らせするのが概算費用のお見積りです。この段階では通常、見本と出典資料との照合などは行わず、ご利用資料、図表などの数、ご利用条件から概算費用を出します。通常は無償で行っていますが、大量の場合、複数のケースでのお見積り、ご利用条件を変更しての再三のお見積りは、別途費用をいただくことがあります。

一方、ほとんどの場合、著作権者は「料金表」を提示しておりませんので、権利者の許諾費用は実際に申請して返事をもらわなければ不明です。そのため、「確定許諾費用」を事前に得るには、実際の申請作業と同じく、条件を伝えて問い合わせる必要があります。また費用は突然に予告なく変更されることがありますので、先月の金額が今月も同じという保証はありません。

なお、海外への著作権使用料支払いには「非居住者に対する源泉徴収」が必要となります。そのため、弊社からのご請求額では、請求書額面の金額に源泉徴収分が加算されることがあります。

「ディスカウント交渉」

個別のディスカウント交渉は難しいとお考えください。出典論文の著者が制作物にかかわっているなどの事情があれば、考慮されることもまれにありますが、通常権利者はディスカウントには応じません。ただし弊社では複数の出版社とディスカウント契約を結んでいますので、それらの出版社では通常の費用より10%から20%安くなることがあります。

安くするには、部数や図表点数を減らすことしかありません。そのためには実際に利用する必要最低限度の部数の申請をすとか、図表として外せないものに限るとかの工夫も必要になります。

「申請後のキャンセル」

国内学会の多くは申請後のキャンセルは不可です。著者の先生にもキャンセルはお伝えしにくいものです。一方、海外の出版社や学会などはいったん費用提示をしていくことが多いので、そのような場合は、その時点でのキャンセルは可能です。ただし、既に申請作業は行っておりますので、ミニマムの手数料は申し受けさせていただきます。また弊社から権利者に費用を支払った後のキャンセルは国内、海外共に受け付けられません。

「督促」と「許諾不可」

督促は国内外ともに、1-2度が限度で、それ以上プッシュしても効果はありません。特に著者の先生への督促は弊社ではおこないません。また学会などの団体へも督促はできる限り控えています。先生や学会によっては、何らかの事情でご返事を控えておられる場合があり、繰り返し督促することでクライアント企業様との間のトラブルに発展することがあるためです。著者への督促コンタクトなどはクライアント様がされることをお勧めします。

また、申請すれば必ず許諾をいただけるとは限りません。利用を許可するかどうかは相手次第です。許諾が取れなかった場合、回答が得られなかった場合の「次善の策」を予め想定しておくことをお勧めします。

返事がないからといって見切り発車でご利用を開始されるのはお勧めできません。修正指示等が来た場合、大変困った状況になります。返事がないのは異議がないこと、という解釈が自動的に成立するわけではないので、返事がない場合は使用を止める決断も必要です。

「改変」と「作図」

改変は著作権者に無断で行えません。また権利者の許諾規定にも無断改変不可と書かれていることが多くなっています。ただし図表中の英語の日本語への置き換えやデザイン面での変更などは問題とされないことがほとんどです。一方、データの削除、変更、追加、製品名への置き換えなどは改変にあたると考えられます。不用意な改変は、データの捏造と言われかねません。重々ご注意ください。

改変の場合、国内権利者の場合は最初から見本を送って申請していますので特に問題はありますが、海外の場合でも口頭で説明できない場合には制作物の該当箇所を送ります。ただしその際に英語訳が必要とされたり、雑誌のエディターに送って判断を仰ぐと言われたりすることもあります。

で、時間も手間もかかる可能性があります。待った結果、NG となる可能性もあることを覚悟しなければなりません。

どこからが「改変」でどこからが「作図」かの線引きは困難です。元出典に依拠している改変は利用申請の必要がありますが、元出典の内容やデータから独自に作成した図表は、多くの場合「作図」として利用申請の必要はないと考えられます。

「出典表記」と「許諾」

図表だけが独り歩きしても出典がわかるように、出典表記は利用した図表などのすぐ脇につけるのが原則です。論文の出典だけでなく著作権表示も記載することをお勧めします。特に海外では出典と著作権表示は一般的に許諾の条件に含まれていることが多く、特定の書式を指定されるケースもあります。巻末などに付ける参考文献リストとは意味合いが異なるとお考えください。

出典の記載と利用許諾は本来、関係がありませんが、制作物に出典を記載された著者が、制作物を見た時に違和感があるような使い方は避けるのが無難です。特に国内なら出典を記載する以上、許諾を取ったほうが良いかもしれません。自分の知らないところで、研究成果を販売促進に利用されることに不快感を示す著者の方もいらっしゃいます。

「孫引き」のケースは誰から許諾をとるかはケース・バイ・ケースです。単純に二次利用している場合はオリジナルの一次資料から許諾を取るべきで、出典もオリジナルとすべきです。一方、著作権法的には二次利用している方に権利があっても、データの出所にも連絡してください、と指示されることもあります。孫引きの場合の出典表記は、許諾をとるかどうにかかわらず、元データの出所まで含めるのがよいと思います。

「プロモーション利用の判断」

プロモーション活動で利用される場合、費用が高くなるケースがほとんどですが、学会などによってはプロモーション活動での利用そのものを認めないところもあります。

プロモーション利用の定義は、著作権者や出版社・学会の側からは、配布の主体が医薬関連の企業であれば、内容にかかわらずプロモーションと見なす、というのが一般的なように思われます。

スポンサーが医薬関連企業であるだけでプロモーションと見なすところもあります。

権利者によって解釈の幅はありますが、内容が学術的・教育的で、製品名を出して直接的に言及していないからといって、プロモーション利用ではない、と主張できないのでご注意ください。