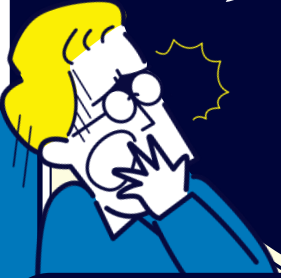


特別抜粋版

受注から制作、納品までに潜む

トラブル対策  
55

# クリエイター 六法



値切りされて  
困っている

これって実は  
著作権侵害……？

勝手に作品が  
使われている!?

「作ることに集中したいのに！」を

弁護士

宇根駿人  
田島佑規

# 解決

本当にあった  
法律相談  
から生まれた  
実用的な  
1冊!

最低限 知っておきたい著作権や  
フリーランス新法などの解説も!

SE  
SHOEISHA

## ご案内

本資料は、2024年3月21日発売の書籍『クリエイター六法 受注から制作、納品までに潜むトラブル対策55』から一部を抜粋し、特別に編集したものです。

目次、第1部 仕事の段階別に学ぶトラブルの予防と対策より、一部を抜粋しています。

全書は『クリエイター六法 受注から制作、納品までに潜むトラブル対策55』でご覧いただけます。購入、書誌詳細は以下のリンクからどうぞ。

●Amazon販売ページ

<https://www.amazon.co.jp/dp/4798184144>



●書誌詳細

<https://www.shoeisha.co.jp/book/detail/9784798184142>





第 1 章

第 1 部

部

仕事の段階別に学ぶ  
トラブルの予防と対策

集客・営業のときのトラブルの火種

- 1 過去の案件をポートフォリオに載せている 18
- 2 自分と似た名前のデザインオフィスを発見した 22
- 3 クラウドソーシングサービス内で直接取引を持ちかけられた 24
- 4 アイデア・方向性の提案をしたあと、クライアントが音信不通になった 26
- 5 友達価格でやってと言われた 30

はじめに

困りごとから探せる！ クイックリファレンス

会員特典データのご案内

15 4 2

17





第 2 章

受注のときのトラブルの火種

- 15 70 契約書の修正を依頼したら「弊社はこの条件でやってもらっている」と言われた
- 14 66 契約書に修正したい箇所があるが、締結期限が差し迫っている
- 13 62 契約書に修正したい箇所があるが、締結期限が差し迫っている
- 12 58 法令のチェックまで責任を負う記載がある契約書を提示された
- 11 54 権利侵害がないことを保証する記載がある契約書を提示された
- 10 50 著作権譲渡の記載がある契約書を提示された
- 9 46 違約金の記載がある契約書を提示された
- 8 42 競合他社の案件を受けてよいかわからなくて悩んでいる
- 7 38 金額をはっきりと決めないまま受注した
- 6 34 飲み会の席で口頭で案件を受注した



第 **4** 章

第 **3** 章

制作中のトラブルの火種

16

何度も何度もやり直しをさせられている

76

17

ストックサイトの素材を使おうと思ってるが問題ないか不安

80

18

先方都合でスケジュールに遅延が生じた

84

19

予定外の追加の作業を要求された

88

20

クライアントに内緒で友達のデザイナーに手伝ってもらっている

92

21

担当者から無理難題を言われていて辛いので案件を下りたい

96

22

代理店とクライアントの言うことが違って困っている

100

23

成果物に他社のロゴなどを載せたい

104

24

印刷費用などの実費の負担で揉めている

106

25

他社のデザインを渡され、「こんな風に乗って」と言われた

108

中途解約するときのトラブルの火種

111

26

途中でクライアントと連絡がつかなくなった

112

第 6 章



第 5 章



37 36

ミスがあとから発見された  
二次利用(違う媒体への掲載、キャラクター化)されているのを発見した

148 144

案件終了後のトラブル

143

35 34 33 32 31

デザインデータの納品を要求された  
納品完了後に修正を求められた  
「なんか思っていたのと違うから減額して」と言われた  
やりとりしていた会社と違う会社に請求してくれ、と言われた  
支払いを先送りにされている

140 136 134 132 128

納品・請求のときのトラブル

127

30 29 28 27

中途解約されたが、提案済みのデザイン案が勝手に使われそうで不安  
「解約を確認する書面を作成する予定はない」と言われた  
病気・怪我のため案件を進められなくなった  
案件がクライアントの都合により途中でなくなった

124 120 118 116



第 7 章

思わぬトラブルの火種

- 48**

他人の作品をパクったと誤解され、SNSに大量の誹謗中傷が届いている

186

**47**

炎上案件を見て、「自分の過去の成果物は大丈夫か?」と心配になった

184

**46**

納品後にストックサイトの利用規約に違反していることがわかった

182

**45**

自分の作品が転載されているのを発見した

178

**44**

著作権・商標権侵害の警告を受けた

176

**43**

パクリ被害にあったので、ネットで経緯と注意喚起を公開したい

172

**42**

案件終了後、「競合他社の案件を受けない」と約束するよう求められている

168

**41**

クライアントと揉め、過去の作品のデータ・著作権譲渡を要求されている

164

**40**

案件は無事終了したが当初の想定と異なる使われ方、クレジットがされている

160

**39**

不採用のデザイン案が勝手に使われていることに気付いた

156

**38**

自分を通さずに追加納品分が勝手に発注されていた

152

第 8 章

人気が出てきたときのトラブルの火種

49 作品を気に入ってくれて、「お金を出すから法人化しないか」と言う人が現れた 190

50 マネジメント事務所に所属しないかとスカウトされた 194

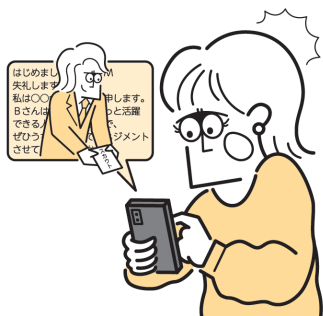
51 過去にファンアートを投稿している 198

52 法人化する際に、均等に投資をした 202

53 共同で制作した案件の売り上げの取り分で揉めている 206

54 チームを組んで共同で活動していたが脱退したい 208

55 チームを脱退後、競合する事業をしないでね、と言われた 212





# 第

# 2

# 部

## これだけは知っておきたい法律の知識

### 第 9 章

#### クリエイターと切っても切り離せない著作権

216

● 著作権者が持つ2つの権利ー著作権と著作者人格権ー

● ライセンスと著作権譲渡の違い

● 著作権が発生する「著作物」とは？

● 著作権侵害をしないための注意点

● 生成AIと著作権について

216

219

221

224

227

### 第 10 章

#### 押さえておきたい商標の知識

232

● 意外と知らない商標とは？

● 商標権が発生するためには？

232

233





第12章

知っておきたいその他の法律や知識

- 景品表示法など広告に関するルール 244
- 表示規制の基本 245
- 注意が必要なステマ規制 247
- 特定商取引法とは？ 248
- 個人情報保護法のポイント 249

第11章

身を守るためのフリーランス新法の基本

- 商標権の効力とは？ 235
- 商標権侵害をしないための注意点 235
- フリーランス新法とは？ 238
- 下請法との違い 239
- フリーランス新法の概要 240
- フリーランス新法・下請法に頼りすぎないことも大事 241

Column

●	おわりに	251
●	参考文献・参考Webサイト紹介	254
●	著者プロフィール	255
●	契約書を渡されたときに意識すべき最も重要なこと	61
●	法律と契約書の関係	74
●	「フリー素材」の意味	83
●	契約書を準備できない場合に最低限すべきこと	91
●	請負と準委任の違い	99
●	テキストコミュニケーションの重要性	103
●	裁判の流れと実際にかかる費用	131
●	よくある契約書条項の見方①	147
●	よくある契約書条項の見方②	155
●	契約書のひな型を作成・利用する際の注意点	159
●	著作権を侵害すると逮捕される？	201
●	法人化する際の注意点	211

# 01

## 過去の案件をポートフォリオに載せている

関連項目 10

### 類似のケース

- 有名企業の案件に携われたので、当該案件に関わったことをSNSで発信した
- クライアントからの依頼で制作した過去のデザインを個人のWebサイトで紹介している



### 相談事例

自分が作ったデザインなのに  
Webサイトで公開したら著作権侵害!?

イラストレーターのXさんは、5年勤めていたデザイン会社を退職し、フリーランスとして独立することにしました。独立する旨を以前から付き合いのある広告代理店Y社の担当者に伝えたところ、「独立したばかりは大変だろう。安くやってくれるなら、Y社の案件を毎月紹介できるけど、どうか?」と提案されました。Xさんは、まずは対外的に紹介できる実績を作りたいと考えていたこともあり、「安くやるのは嫌だな」と感じたものの、この提案を受けることにしました。実際にY社からの案件依頼は多く、約1年間にわたりほぼY社の案件だけを行いました。

Xさんは独立して1年が経過したこともあり、そろそろY社以外のクライアントからの依頼も積極的に受

けたいと考えたことから、自らのWebサイトを開設し、Y社からの案件で自ら制作したイラストをポートフォリオに掲載しました。

すると、Y社の担当者から「ポートフォリオを見たが、無断で弊社のイラストを掲載するとはどういうつもりか？ 発注書にも記載の通り、Xさんから納品を受けた成果物は全て弊社に著作権が帰属する。速やかにポートフォリオから弊社のイラストを削除してほしい」とメールが届きました。さらに電話でも「無断でポートフォリオに掲載するなんて非常識だ。社長も非常に怒っているの、一度、状況説明と謝罪にきてもらわないと困る」と連絡を受けました。

Xさんはそもそも実績になるからこそ安い値段で案件を受注していたという認識であり、またY社の担当者からも「安い値段だけど実績になると思ってよろしく頼む」と言われていたため、本当に自分が謝罪する必要がありますのか納得できません。

## 対応策

### 受注の際の著作権に関する合意内容とその他の条件を確認する

まずは、Y社の案件を受注するうえで締結した書面に、著作権など権利に関する取り決めがあるかを確認する必要があります。契約書があれば契約書を確認すればよいですが、契約書がないケースであれば、発注書・見積書の記載内容や過去のメールのやりとりなどを確認し、Y社の案件で制作したイラストの権利関係について何らかの合意があったかを確認します。

今回のY社の言い分のように、発注書の中に「本件の成果物に関する著作権その他一切の権利は納品と同時にY社に帰属します」といった一文が存在していた場合、当該発注書に基づき制作したイラストの著作権はY社にあることとなります。著作権がY社にある場合、そのイラストを制作したXさんであっても作品を自由

にWebサイトに公開することはできません。著作権を持つY社に無断でイラストを公開すれば、著作権侵害と判断される可能性が高いでしょう。

また、著作権に関する取り決め以外にも、秘密保持義務・守秘義務の観点からも問題がないかを確認する必要があります。例えば、Xさんがその案件に関与した事実についてY社から守秘義務が課されていた場合、Y社に無断で自ら当該案件に関与した事実を公表すれば、守秘義務違反として責任追及がなされる可能性があります。

なお、今回のケースでは、Y社の担当者から「まあ安い値段だけでも実績になると思ってよろしく頼む」と言われていましたが、これが口頭で言われただけであれば、Y社の担当者からこうした発言を否定されてしまうと証拠がないこととなります。また、そもそもここでいう「実績になる」ということが、単に経験になるという意味なのか、実績として公開してよいという意味まで含ん

でいるかは不明確です。そのため、この1点をもってポートフォリオでの公開は許諾されていたと主張するのは、残念ながら厳しいといえるでしょう。

### 予防策

#### 受注時点で実績公開の可否を確認し、その結果を残しておく

このようなことを予防するには、受注時点で、制作物をポートフォリオなどで実績として公開してよいか、事前に確認を行うことが重要です。合意が得られた場合には、それをあとから見返せる証拠となる形で相手と共有しておきましょう。

契約書を作成する場合には契約書に記載することになりますし、契約書を作らないケースでも受注書・見積書などに記載して了解をもらっておく、あるいは、メールなどに記載してクライアントから了解の旨の返事をもらっておくなどが考えられるでしょう。

なお、これは他のケースでも使えるテクニックですが、自分にとって重要なことが会議や電話など口頭のみで話された場合には、例えば「勘違いがあってもいけないので、お話しいただいた内容をメモとしてお送りします。内容に誤りがある場合にはご指摘ください」というような形で相手方に送っておくことで記録できます。

ポートフォリオの公開に関して契約書や受注書などに盛り込んでおくべき文章の一例としては、次のような文章が考えられます。

Xは自らの実績として、Y社からの依頼に基づき制作したイラストなどの成果物につき、印刷物、Webサイトその他媒体を問わず公開することができるとします。ただし、当該成果物につき一般公開のものについては一般公開後に実績として公開できるものとします。



### ワンポイントアドバイス

特に広告代理店のように、クライアントの先に、さらにクライアントがいる場合などは、このポートフォリオでの公開が問題になりやすいといえるでしょう。例えば、Z社というクライアントがいて、Z社から代理店Y社が制作業務を請け負い、そのうちの一部をY社がXさんに発注しているようなケースです。こうしたケースでは仮にポートフォリオで公開することが法律上あるいは契約上は問題がない場合であっても、Y社が自身のクライアントであるZ社に対して、外部に発注しているという事実や、外部の発注先を公開したくないと考えていることなどを理由に、事実上トラブルになることも多く、注意が必要です。

# 10

## 著作権譲渡の記載がある 契約書を提示された

関連項目 41、第9章

### 類似のケース

- 「著作権は買い取りでお願いします」と言われた
- 「著作者人格権は不行使でお願いします」と言われた



### 相談事例

著作権を譲渡すると  
どのような影響があるの!?

フリーランスのイラストレーターとして活動しているXさんは、ある文化財団Yからマスコットキャラクター「Yぞう」の制作依頼を受けました。その後、Yから提示された契約書には、「今回制作したマスコットキャラクター『Yぞう』に関する著作権はYに帰属するものとし、Yによる当該キャラクターの利用については、Xは著作者人格権を行使しないものとする」との記載がありました。

担当者のZさんからは、「Yぞうは、今後行政などでもコラボレーションしたうえで町興しなど地域振興にも広く活用していきたい。また、知名度向上のため、その利用についてはWeb上でガイドラインを公開したうえで、当該ガイドラインに従えば、誰でも自由にキャラ



クターを利用できるようにしたいと考えている。よって、Y ぞうに関する著作権の譲渡が前提となっており、この条件に同意いただけない場合には、今回の依頼をお願いすることは難しい」と説明がありました。

X さんは、ぜひこの案件を受けたいと考えているものの、仮に著作権を譲渡した場合にはどのような影響があるのか不安に思っています。

## ▼ 対応策

### 著作権譲渡による影響や対価、 人格権の取り扱いを検討する

著作権とは一言でいえば「私に無断で私の作品を利用するな」といえる権利です。仮に Y ぞうに関する著作権を Y に譲渡すれば、Y は、「Y に無断で Y ぞうのキャラクターデザインを利用するな」といえることとなります。これは創作者である X さんに対しても同じです。これらを踏まえて、著作権譲渡によって次の 3 つの影響

が生じる可能性があります。これらが困る場合には、著作権譲渡に条件を付けることを検討しましょう。

- ① 別途契約書などで取り決めを行わない限り、X さんが自己の実績紹介として Y ぞうのキャラクターデザインを Web 上で公開したり、チラシに印刷して配布したりする際にも Y の許諾が必要になる
- ② 今後、X さんが他のクライアントからの案件を行うにあたり Y ぞうと類似のキャラクターデザインを創作することもできない可能性が高い
- ③ 著作権者は、別の者にその作品を自由に利用させることができるので、Y が別の Q 社に Y ぞうの利用許諾を行い、気がついたら Y ではなく Q 社が Y ぞうを利用している、ということもありえる

著作権譲渡をできないと判断した場合には、利用許諾（ライセンス契約・詳細は 220 ページ）を行うこととなります。

今回のケースであれば、XさんからYに対して、Yぞうを利用してよい範囲をあらかじめ具体的に定めたいうえで、その範囲であればYが自由に利用可能で、その範囲を超えて利用する場合には二次利用として、別途Xさんの事前の許諾や追加の対価の支払いを必要とする内容が考えられます。

著作権譲渡にあたっては、譲渡に見合う対価が得られるか(どのように対価が算定されるのか)も検討することが重要です。一般的には、著作権譲渡を提示される際の対価は、制作及び納品時に一定の金額が支払われるのみで、その後の利用の際に追加対価は発生しない、いわゆる買い切り形式も多いでしょう。

このような場合は、Yぞうがバズっても、追加対価を要求できる余地がありません。そのため、著作権譲渡の場合には、制作費用に加えて「今後当該キャラクターによりクライアントが得る収益の〇%」というようにロイヤリティ(印税)形式でも対価をもらえるようにし

ておくことも検討に値します。

著作権譲渡には、「著作者人格権を行使しないものとする」という内容(いわゆる「著作者人格権不行使特約」)が併せて定められることがあります。公表権、氏名表示権、同一性保持権の総称(場合によっては名誉声望保持権も含む)が著作者人格権といわれるものです(詳細は第9章)。

著作者人格権不行使ということとは、今後、「その制作物が利用されるに当たり、自分の名前を記載(クレジット)してくれ」や「その制作物に改変を加えないでくれ」と要求することができなくなります。今回のケースだと、YやYが指定する第三者が、Yぞうを利用する際に「Xさんのクレジットを自由に決められる」「Yぞうに別の服装をさせたり、別のポーズをさせたりする」なども自由にできることとなります。著作者人格権不行使の受け入れが難しい場合には、こうした条項自体の削除や、権利ごとに個別の定めを設けることも考えられます。例えば、氏名表示権だけは、「Xは、Y又はYが許諾する第

三者がYぞうを利用する際に、Xの氏名などをXが指定する状態において表記するよう求めることができる」と定めておく、といったイメージです。

今回のYの発言を踏まえると、Yとして著作権譲渡を受けたいとする理由にも一定の合理性があるようにも思えます。しかし、仮に著作権譲渡を受け入れるとしても、これだけは遵守してもらいたいという条件などがなければ検討のうえ、交渉することが重要でしょう。

## 予防策

### 契約書を丁寧に確認する

契約書が提示された際には、制作物の著作権に関する取り決めがどうなっているか、著作者人格権に関する取り決めはないかなど、権利に関する条文を探し出し、その内容を確認することが重要です。

著作権の取り扱いには、クリエイターが最も気にすべき

条項の1つです。対応策に記載の内容を理解し、クライアントの要望や案件の性質、制作物の内容や対価など様々な要素を考慮して、当該案件について著作権譲渡を受け入れられるかどうか、何か付け加えてもらうべき案件はないかなど、丁寧に検討しましょう。



### ワンポイントアドバイス

クライアントによっては、「著作権を持っていた方が色々自由にできそう」「別の媒体に使用するのにいちいち許可をとりたくない」などという軽い思いから、とりあえず著作権譲渡を求めてきている場合もあります。一方、代理店を挟む場合には、代理店自身のクライアントとの関係から、代理店として著作権譲渡を求めざるを得ないというケースもあります。著作権譲渡を求める背景は様々なので、クライアントにヒアリングし、場合によっては、著作権譲渡ではなく適切な内容の利用許諾を提案するとよいでしょう。

## 途中でクライアントと 連絡がつかなくなった

関連項目 18

### 類似のケース

- どんなに連絡をしてもクライアントから応答がない
- 先方の都合でスケジュールに遅延が生じ、納期に間に合わないことが確実である



### 相談事例

返事がない依頼をこのまま  
放置しておいていいの!?

イラストレーターのXさんは、友人から紹介されたYさんから結婚式用のウエルカムボードの制作依頼を受けました。メールで日程調整をしたうえで、最初にオンラインで打ち合わせを実施し、結婚式の時期に合わせて秋のモチーフを多数用いたデザインにするという方向性と、今後のスケジュールを決定後、見積書をメールでYさん宛に送付しました。

- 合意したスケジュール
- ・ デザイン案の提出時期
- ・ 提出から1週間以内にデザイン案の修正希望などをお戻しいただく
- ・ デザイン案確定後1カ月以内にデザインを完成させる

- ・最終的な納品時期

- 見積書内容

- ・ウェルカムボードの実費代、消費税を含めて10万円

Yさんからは「問題ないのでそれでお願したい」と返信が来たため早速制作を開始しました。

3週間ほど作業のうえ、制作したデザインのデザイン案をメールでYさん宛に提出したところ、1週間経過しても返信がありませんでした。そこで、再度、Yさんに対して「先日お送りしたメールは届いておりまじょうか？ 納期の関係もありますので、8月末までにお返事お願いします」とメールしたものの、8月末になってもやはり返事がありませんでした。

XさんはYさんを紹介してくれた友人に、「Yさんから返事がないのだが、何か事情を知らないか？」と尋ねたところ、「私もYさんは直接の知り合いではなく、

SNSでイラストレーターを探していたためXを紹介しただけで、メール以外に連絡先もわからなければ、現在の状況もわからず……。申し訳ない」との返事がありました。

Xさんは、Yさんの連絡先はメールアドレスしか聞いておらず、そのメールアドレスから返信がない以上進めようがありません。デザイン案まで制作は進んでいたものの、不誠実な相手とこれ以上コミュニケーションをとることも面倒なので、Yさんとは関係を切ったうえで、特に報酬も請求せず終わらせたいと考えています。ただ、このまま放置してよいものなのか、何かやるべきことがあるのかわからず悩んでいます。

### 対応策

**契約を終了させるために解除の意思表示を行う**

今回は特に契約書などは作成していませんが、

そもそも契約自体は契約書がなくても（口約束などでも）成立するものです（11参照）。

今回のケースでは契約書はありませんが、メールのやりとりから、少なくとも「Xは結婚式のウェルカムボードを事前に合意したスケジュールに従い制作する」「Yはその対価としてXに10万円（実費代・消費税込）を支払う」という内容が合意され、契約は成立していると判断されるでしょう。

そんな中で、制作途中でYさんが音信不通になり、制作継続が困難な状況になっていますが、この場合でも、特に何もアクションを取らなければ、契約自体は残り続けることになります。すなわち、XさんはYさんのためにウェルカムボードを制作する義務自体は負い続けることになるわけです。したがって、Yさんが突然、結婚式の直前になって、「そういえばあのウェルカムボードはどうなりましたか？ 既に納品日は経過していると思いますが……」といった連絡をしてきた場合、

図4-1 メール文面の例

<p>From : x@xxmail.co.jp          To : y@xxmail.co.jp          件名 : ウェルカムボード作成の件</p>
<p>Y様</p> <p>お世話になっております。デザイン案の提出から1週間以内に修正希望をお戻しいただくことになっておりましたが、○月○日のデザイン案の提出から既に1週間以上が経過しております。</p> <p>また8月末までに確認いただきたいとの再度のメールに対してもお返事をいただけておりません。そのため、これ以上、当方としても作業を続けることが難しく、仮に9月10日までに提出済のデザイン案に対するお返事をいただけない場合には、ご依頼を継続する意向はないものとみなし、今回のウェルカムボード制作に関する契約を解除させていただきますので、その旨ご通知申し上げます。</p> <p>以上、よろしくお願いたします。</p> <p>9月3日          X</p>

## 予防策

ウェルカムボードが完成していないとなると、Xさんは契約違反の責任を問われるおそれがあります。そこで、**契約上負っている義務から自らを解放するために、契約の解除というものを行う必要があります。**契約の解除は、相手方が契約上の義務を果たさない場合に、一定期間を設けてその義務を果たすよう催促し、それにもかかわらず、その義務が果たされない場合などに行うことが可能です。

したがって、今回のケースでは、図4-1のようなメールを送付することが対応策として考えられます。

## 依頼を受ける場合には、複数の連絡先を聞いておこう

今回のケースでは、メールで全ての連絡を行っていましたが、案件の途中で音信不通になるような場合に備えて、**受注の際には、住所や電話番号など、メール以外の**

**複数の連絡先を聞いておくことが望ましい**といえるでしょう。今回の件も、迷惑メールボックスにメールが入っているだけで、Yさんに悪気はないかもしれませんが、

また、報酬が未払いのようなケースで仮に裁判などをする場合には、相手方の住所などは重要な情報なので、その観点からも複数の連絡先を把握することは重要です。

なお、本来であれば、契約の解除通知のような重要な書面は、メールだけでなく内容証明郵便など記録が残る形で相手方の住所宛にも送付しておくことが重要です。



## ワンポイントアドバイス

そもそもメールアドレス程度しか知られていないと思うからこそ、音信不通になるなど不誠実な対応をしてくる人も残念ながら一定数存在します。相手方の本気度を図る意味でも、案件を受ける際には、少なくとも氏名、住所、電話番号などを聞いておきましょう。

## 納品完了後に修正を求められた

関連項目 16、36

### 類似のケース

- 納品完了後に修正対応を行ったので追加料金を請求したい
- 納品完了後に新たな修正依頼がきたが、追加料金をお願いしたい旨を伝えていいかわからない



### 相談事例

いつまで修正対応しないといけないの!?

Xさんは、Y出版社から書籍のエディトリアルデザインと挿絵の制作依頼を受けました。4回の修正作業を経て、編集のZさんから「完成データをお送りいただいたら、本件は完了になる」と連絡が来ました。すると、完成データを送った3日後にZさんから「最終確認をしたところ2箇所ほど修正対応をしてほしい」と連絡がありました。Xさんは納品済みの認識なので、当然修正してもらえないといったZさんのスタンスに納得できません。

### 対応策

納品完了後の修正依頼については別契約として交渉する

納品完了後の修正依頼は、従前の契約とは別の新たな



作業依頼となるのが原則です。そのため、修正依頼を受けるかどうかや、受ける場合にサービスとして無料で対応するかなどは本来自由に決められます。

今回はZさんから「完成データを送れば本件は完了」と連絡があったので、完成データを送付した時点で納品は完了したと行ってよいでしょう。よって、修正依頼を受けるかどうかやその条件は自由に交渉できます。なお、納品完了後の修正が、Xさん側のミスにより発生したものである場合には、無償で対応するのが通常だと思います。

## 予防策

納品までのフローと納品後の修正は追加料金になることを事前に合意しておこう

今回のケースと異なり、いつ納品が完了したといえるか曖昧なケースも多々あります。こういう事態を防ぐために、事前に「納品までの修正回数は〇回まで。それを

超えた修正回数分は別料金とする」「成果物提出後、7日以内に修正依頼がない場合には納品が完了したものとみなし、以降の修正依頼は別料金とする」などと定めたりしておくことが考えられます。こうすることで、納品時までのフローと納品後の修正に追加料金が要ることが明確となります。



## ワンポイントアドバイス

修正の追加料金を定めておきつつ、結果として無料で追加の修正対応をすることは自由です。ただ、あくまでそれはサービスだとクライアントにわかってもらうことは、自らのリソースを守るために重要なことです。いずれにしろ、納品までのフローと納品後の修正に追加料金が要ることは明確にしておく方が望ましいでしょう。

# 「なんか思っていたのと違うから減額して」と言われた

## 関連項目 07

### 類似のケース

- 「方針が変わり社内では使わなくなったので、減額してもらうことはできないでしょうか？」と言われた
- 「満額支払う余裕がないから減額してこないか」とお願いされた



### 相談事例

こんなのありえない要求だと思っただけけど  
どうなの!?

グラフィックデザイナーのXさんは、Y社の代表であるZさんから会社のロゴデザイン制作の依頼を受け、「ロゴ1点あたり10万円（消費税別）」、「デザイン案として3案まで提出」「デザイン案決定後の修正作業は1回まで」という条件の見積書を提示し、Zさんと合意しました。

早速デザイン案を3点作成し提出したところ、Zさんから「どれもイマイチやがB案1択やろ。修正はよろしく頼むで」と言われました。B案をブラッシュアップしましたが、「微妙やなあ。もつとシュツとした感じに頼むで」と言われました。Xさんはスマートなイメージになるよう修正を加え、最終版を提出しました。すると、Zさんから「正直、この程度で10万は到底払われへんわ。このロゴでいくら請求できるかよく考えてから

請求書を送ってきてや」と返事がありました。Xさんは怒りに震えつつも、あくまでクライアントの依頼に基づく仕事である以上、満足してもらえなかったのなら、減額が必要なのか悩んでいます。

### ▼ 対応策

**受注時に合意済の金額については、法的には減額する必要なし**

今回のケースでは、案件受注時に明確に金額を記載した見積書を提出のうえ、クライアントの合意も得ています。仮に成果物にクライアントが満足しなかったとしても合意済の報酬について減額をする必要はありません。これは例えばラーメン屋にて注文後「おいしくなかったので減額せよ」といえないのと同じ理屈です。もともと、「満足してもらえなかったから、多少減額しようかな」「変にトラブルになっても嫌」などの理由で、サービスで減額する分には構いません。

### □ 予防策

**金額については受注時に明確に決めておこう**

今回のケースと異なり、具体的な金額を合意せずに案件が開始してしまう場合もあるでしょう。納品後に「提示金額では高いから納得できない」と言われてしまうと、なかなか交渉は難しいものです。希望通りの報酬額を請求するためには、案件が開始する前に、見積書や契約書などの書面（少なくとも電子メールなど後から見返せるもの）で具体的な金額を合意しておくことが重要です。



### ワンポイントアドバイス

納品完了後に受託者側に責任がないのに減額をさせることは、下請法やフリーランス新法に違反する可能性があります。そのため、35と同様に「下請法やフリーランス新法違反ではないですか？」と指摘することも一案でしょう。