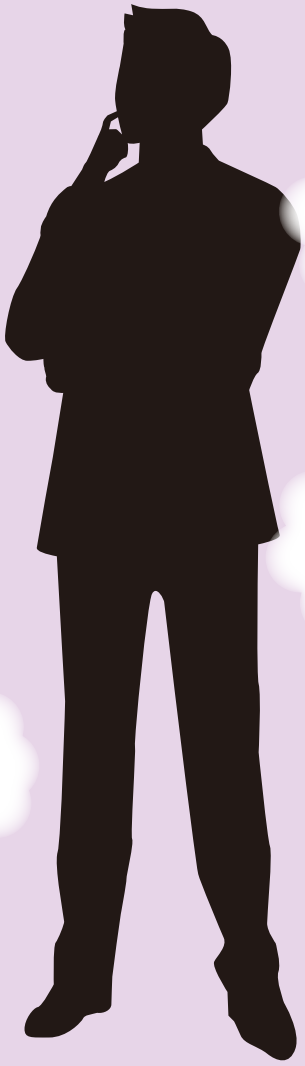
制作物で違法・差別表現が発覚した際に、その責任を負えますか?

# 発注担当者のための広告法務講座

## 【オンデマンド配信】申込後7日間 終日視聴可能

### あいまいな知識のまま進めていると
### いつ危機が降りかかるか分かりません



自社制作のコンテンツ。
著作権など法的に
問題がないか分からない。

No.1などの表記を入れたいが、
根拠がなくて言えない。
反応がある別の言い方が
できないだろうか。

社内には法務部がないため、
現場でしかチェックしていない。
いつ問題が起こるか分からない…

外部に依頼した誌面のデザイン。
別の用途でも使用したいけど、
どこからどれくらい料金が必要になるのか。

たった一言が、思わぬ意図に
捉えられてしまい大クレームに…。
事前にどうにかチェックできないだろうか。

写真に映り込んだ人や建物。
肖像権とかは
どうなっているのだろうか。

**一度はしっかり学んでおきたい**

パンフレット・チラシ、コンテンツ・
記事、動画・Web・SNS
などの法務対策

- 広告、コンテンツを制作し、情報発信をする宣伝・広報担当
- 広告会社の進行担当の方

におすすめの講座です

**信用の失墜や炎上、想定外のコストの発生につながる広告・販促のリスク**
**それらを未然に防ぐために、広告・販促にまつわる法規を体系的に学ぶ**

Marketing & Creativity
宣伝会議

# おそらく大丈夫だろうと、なんとなくで済ませていませんか?

## 担当者の知識・モラルがそのままリスクに直結する制作現場

制作会社・デザイナーと直接やりとりをする場合、広告会社・媒体社のチェックが入らず、広告制作物に対してのチェック機能が働いていないことが多々あります。その場合、担当者自身が白か黒かを判断しなければなりません。宣伝・販促にまつわる法規はさまざまあり、意識していなければ普段は気付けないようなものも多くあります。地雷のように埋まっているそれらのリスクに気付くためには、ある程度の法知識・モラル感が必要になります。入稿間際で忙しい現場では、確認作業ができずにそのままスルーされてしまうケースもあります。また、社内に法務部があったとしても、大規模なものしかチェックしておらず、パンフレットなどの制作物はチェックしていないといった場合もあります。

## コピーの表現、二次利用など、足元をすくわれないための法知識

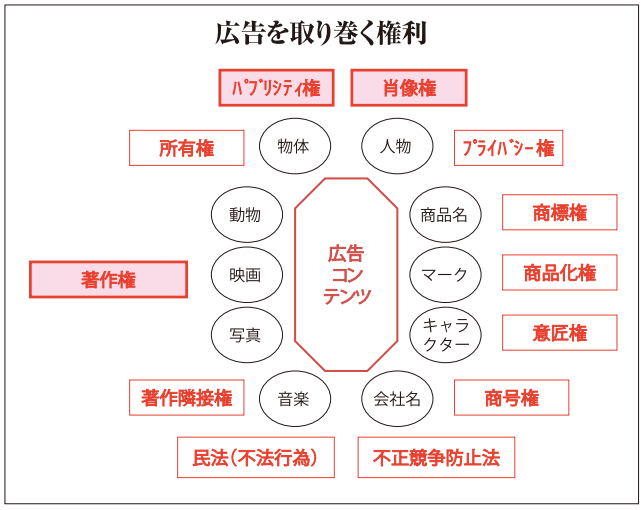
自社内では当たり前に行っていることが実は法規違反であった、ということは散見されます。社内、取引先、会員など限られた範囲内のみでの露出であるため、今までは事故も起こらずにいれたのです。しかし、SNSの登場により、世間の目の厳しさ、範囲の広がりは増しつつあります。社会に発信された情報が、ひょんなことで槍玉にあげられることが起こり得るのです。今までのようにたまたま見つからなかったから問題がないではなく、しっかりと品質管理、リスク管理をする必要があります。そこで宣伝会議では、制作において発注者が身に付けておくべき、必要最低限の法知識を分かりやすく学ぶ「発注担当者のための広告法務講座」を開講します。

# 講座で学ぶこと

# 基礎編：発注側が知っておくべき広告法務の考え方

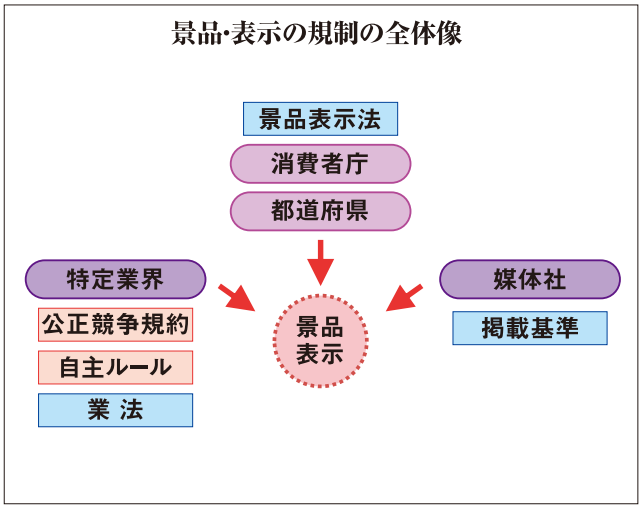
## 広告法務の全体像 思わぬ地雷を踏まないように勘所を掴む

制作担当者には、そもそもどれがリスクになるのかが判断できない場合があります。著作権・肖像権などは知っているが、その基準となる考え方は知らないなど。そうなると、多少持っている知識に偏ってしまい、本当にリスクがあるものを見落としてしまう危険性があります。そこで本講座では、広告に関係する知識を体系的に学び、何がリスクなのかといったポイントを学びます。




## 表現のルール 広告表現における「縛り」を整理する

広告の表現にはいくつかの規制があります。顧客の争奪戦が激化し、消費者の射幸心や心理を過度に利用して、公正な宣伝活動を行うことができないのではと危惧されているためです。また、受け手を不快にさせるような表現が横行しないためにも、規制がなされています。それらの前提を知った上で表現を考えることで、効果的な表現につながっていきます。本講座では、表現において何がいけないのか、どこまでが許されるのかを体系だって学びます。



# 実践編：
# 外部に頼らなくてもよい、判断基準を身に付ける

## 1 権利関係
### 素材使用・二次利用など、スムーズな進行を支える知識

宣伝・販促物を作成する際に避けては通れないものとして著作権があります。Web領域が広まり、多くの人の認識が曖昧になっている領域ですが、ビジネスにおいては厳しくチェックされる項目です。ここをおざなりに進めていくと、ビジネス活動を行う中で常にリスクを抱えて進めていくことになります。そもそもの考え方から、コンテンツ・広告独自の権利構造など、担当者が押さえておくべき領域を腹落ちする内容に噛み砕いて学びます。

**学ぶこと**

- □広告・販促素材における著作権の考え方
- □写真における映り込みなどの肖像権、パブリシティ権
- □発注者と広告会社の権利について
- □パロディ、オマージュ、イラストの類似性　など

**人物・建物の写りこみ**

画像提供：Shutterstock

**著作権の2つの判断基準**

著作権

- **依拠性**：イラストをトレースして使用するといった、既にある作品をもとに作成するなど
- **類似性**：写真の構図や被写体、加工方法など、創作的部分に共通点が多い場合など

## 2 誇張表現
### 魅力的に見える表現と、嘘になる表現の境目

法務部や外部の専門家を通すと、どうしても表現の鋭さが落ちてしまいます。感情を揺さぶる表現だからこそ、リスクと取られてしまうのです。とはいえ、リスクを恐れてばかりいては、誰にも響かない表現になってしまいます。法務視点ではリスクの排除、制作視点では相手の反応を求めます。それぞれのバランスを取るには、制作が最低限の法務知識を持つことが効果的です。本講座では、場面に応じた、リスクと効果のバランスの取り方を学びます。

**学ぶこと**

- □コピー・文章の扇情的な表現の限度
- □薬機法、景品表示法などの法令
- □実際に訴えられた事例を読み解く
- □法令改正から読み解く規制緩和・強化の時流　など

**意識すべき法令を知る**

商品・サービスの品質などについて、実際よりも優良であると示すもの

- 優良誤認表示
- 打消し表示
- 不実証広告
- 有利誤認表示
- 二重価格表示
- 最高級表現

**コンテンツに関する法知識を心得る**

■**薬機法**
→健康効果や医療に関する情報は事実に基づいた内容か。どのような形であれば掲載可能か。

■**景品表示法**
→情報を受け取った人に誤解を与えるような表示をしていないか。

など

## 3 差別・不快表現
### クレームが起きやすいポイントとは?

法律的には問題がなくとも、倫理的にNGであったり、情報を受け取る相手が不快に思う表現があります。それらは受け取り手の主観的なものである場合が多く、思わぬところでつっこまれたりすることもあり判断が難しい領域です。しかし、広告業界では既に禁止されている表現や、現場では使用を避けた方がいい領域の言葉などがパターン化されています。他社の二の舞を踏まないために知っておくべき話や、判断に困った際の基準など、現場において役立つ知識を学びます。

**学ぶこと**

- □社会に発信するうえで使ってはいけない表現
- □過去事例から学ぶ、問題になった表現・クリエイティブ
- □起こりがちな差別表現
- □気付きにくい、避けられない問題とは　など

**表現レベルの三段階**

- レベル1　時と場合による
- レベル2　目的がない限り控えたほうがいい
- レベル3　使用禁止

・媒体
・受け手
・露出規模
・対象商品
などによって変わる条件

**意識すべき倫理的な領域を知る**

クレームを受けるポイント

- 政治的
- 危険暴力
- 宗教関連
- 誹謗中傷
- 子供弱者
- 社会時事
- 性別差別
- 差別人権
- わいせつ

# カリキュラム

| 時間 | テーマ | 講義内容 |
|---|---|---|
| 約105分 | 広告リスクの全体像 | 広告のリスクとは／広告を取り巻く法規の全体像／見えないリスクを可視化するには／知的財産権／肖像権・パブリシティ権／広告の特質を知る／新商標など、増える規制／クレームの事例／差別・不快表現 |
| 約100分 | 表現における法律・規制を事例から読み解く | 景品表示法／業界ごとの規制／薬機法／健康・医療表記／禁止表現／優良誤認・おとり広告・不当表示／現場での判断基準／グレーゾーン／媒体・規模別の考え方／データの示し方／合理的根拠の基準 |
| 約105分 | 発注担当者が知っておくべき著作権 | 著作権の考え方／発注者・クリエイターの権利／グラフィック・映像・Web…制作物は誰のものか／二次利用／クリエイティブコモンズ／広告素材で気を付けるべきポイント／写真・イラスト・文章／引用・転載について／フリー素材の使用 |

※日程・カリキュラム・講師は都合により変更になる場合がございます。予めご了承ください。

# 講師プロフィール

分かりやすい講義で評判の法務担当者

## 中西 開 氏

**株式会社電通**
**法務マネジメント局　局長補**

川崎重工業入社、法務部、知的所有権部にて契約業務等を担当。電通に中途入社、法務マネジメント局にて法務相談（キャンペーン、表示、広告表現、知的財産権など）及び契約業務を担当。日本著作権法学会会員。JARO、ACC、日本マーケティング協会、日本PR協会、日本産業広告協会、日本計画研究所、宣伝会議などでセミナーの講師。知財管理「米国法におけるライセンス契約の保証条項の考察」、コマーシャル・フォト「広告制作で知っておきたい諸権利」、産業広告「広告と法規ー広告表現入門」、産業広告「デジタル・コンテンツと著作権、肖像権」、日本広告業協会「広告会社業務を規制する法律の全体像」などを執筆。

規制と表現のバランスを考え抜く

## 赤坂 卓哉 氏

**エーエムジェー株式会社**
**代表取締役**

企業の通販広告・店販広告全般のコンサルティングを行う。TV・ラジオにて累計2000回以上の通販番組を担当。通販において豊富な知識と実績を有する。通販や店販に欠かせない「薬事法」や「景品表示法」に深く精通しており、法律を守りながら広告として成立つ「シズル感のある広告表現」を得意としている。企業の法務チェックも手掛けている。

クリエイティブの視点を併せ持った弁護士

## 倉﨑 伸一朗 氏

**シティライツ法律事務所**
**弁護士**

民間企業勤務を経て、弁護士登録。都内法律事務所にて中小企業向けのリーガルサービス提供を経験した後、現在シティライツ法律事務所所属。企業法務の中でも著作権に関係する相談への対応、新規事業の進め方・サービス設計に関する法務、エンターテインメントに関する法務をメインに活動。

## 受講生の声

ベースとなる知識がないと、今後、広告や外部の会社と制作物を作る際に大問題に発展させてしまう可能性があり、全てのスタッフが学んでいたほうが良いと思う内容だった。　食品 宣伝

実務で景表法に関わることが多く、事例を紹介いただけたので、非常に参考になった。裁判例などもあり、回避の仕方を知ることができた。　化粧品 広報

実際の広告を基に確認でき、やってしまいがちな表現を理解できた。データの根拠がない事があるので正していきたい。　IT クリエイティブ

## 講座概要

- 受講形態：宣伝会議オンライン内でオンデマンド配信　※お申込日から7日間視聴可能。視聴期間内であれば、ご自身の自由なタイミングで視聴できます。
- 受講料金：54,000円（税込59,400円）※申込金5,000円（税込5,500円）を含みます
- 受講対象：宣伝・販促・広報・営業企画部など制作物の発注担当者。広告会社の営業・ディレクターの方。

※本講座の内容を社内研修としてご提供することも可能です。企業の課題・社員のレベルに合わせた研修をお考えの方は、お電話・メールにて事務局までお問い合わせください。　メール：info-educ@sendenkaigi.com

**お申込みはWebから またはこちらまで FAXにてお送りください ➡ 03−3475−3033**

**WEB申込**　すぐご受講いただけます

**FAX申込**　受講環境の設定に関する手続きのため 1週間ほどお時間がかかります

発注担当者のための広告法務講座　お申込者情報記載欄

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 会社情報 | 会社名 | | TEL | |
| | 住所　〒 | | | |
| 申込者様 | 氏名 | 所属部署 | 役職 | 生年月日　年　月　日 |
| | Eメール | | | |
| 派遣責任者様 | 氏名 | 所属部署 | 役職 | 生年月日　年　月　日 |
| | Eメール | | | |
| 申込形態 | ①企業申込（請求書を発行します）　②個人申込 | | 宣伝会議からの情報　①いる　②いらない　③ すでに届いている | |

**お振込み先**　三菱 UFJ 銀行　青山支店　普通　1145602　口座名義：株式会社宣伝会議

※受講は受講者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。尚、同一の講座を別々の方に受講いただくことは禁止としております。※お申込み後のキャンセルは原則承っておりません。※万一、受講前に受講予定の方の参加ができなくなってしまった場合は、事務局までお問合せください。同一講座の受講中において、参加者の途中変更はできません。※一旦納入された申込金・受講料は、受講前・受講途中にかかわらず、いかなる理由であっても払い戻しや次期への振り替えはできません。※天候不順によるアクシデントや講師の都合、受講者数が一定数を下回った場合等、諸事情により直前に開講日程が変更・中止となる場合がございます。その際、交通・宿泊費等の保証はできかねますのでご了承ください。※弊社と発注者は互いに暴力団、及びその他の反社会的勢力に該当しないことを表明・確約します。万が一、上記に反していることが判明した場合には、直ちに無条件で本契約を解除します。※弊社と同様の教育講座を開催している企業、人材紹介業、受講生への営業・勧誘等を目的とするご受講等に関しましては、審査の上、お申し込みをお断りする場合がございます。また、お申し込みから審査までの間に、ご請求書類の発送など、決済処理の進行が行われる場合がございます。あらかじめご了承ください。※本申込書により㈱宣伝会議が取得した個人情報は受講手続きや各種連絡、講座運営、ダイレクトメールなどの方法で出版物や講座、イベントのご案内等をお送りするために利用します。プライバシーポリシー（https://www.sendenkaigi.com/privacy/）をお読みいただき、同意の上、お申し込みください。

■お問合せ
株式会社宣伝会議　〒107-8550 東京都港区南青山3丁目11番13号　新青山東急ビル9階
TEL：03-3475-3030　E-mail：info-educ@sendenkaigi.com　www.sendenkaigi.com/class/

Marketing & Creativity 宣伝会議