

# 広報活動にまつわる法的リスクの基本と実務

～広報活動でありがちな実務課題Q & A、問題発見・解決フレームワークの考え方～

- 日 時● 2016年 10月 12日(水) 13:00～17:00
- 会 場● 企業研究会セミナールーム(東京・麹町) 東京メトロ麹町駅より徒歩5分
- 講 師● 弁護士法人 畑中鐵丸法律事務所 弁護士 畑中 鐵丸 氏  
一般社団法人ニューメディアリスク協会理事



【講師紹介】弁護士・ニューヨーク州弁護士。東京大学法学部在学中に司法試験と国家公務員試験(Ⅰ種)に合格。同大学卒業後、新日本製鐵株式会社勤務、1996年に弁護士登録後、ペンシルヴァニア大学ロースクール(法学修士課程)卒、Kirkland&Ellis 法律事務所(米国)などを経て、現在、弁護士法人畑中鐵丸法律事務所代表を務める。多数の企業や政府機関の顧問弁護士を努めるほか、日本弁護士連合会債権回収に関する委員会(サービサー委員会)副委員長、日本商品先物取引協会あつせん・調停委員等を歴任。執筆活動としては、著書「企業ネットトラブル対策バイブル」「戦略的コンプライアンス経営」「企業法務バイブル」シリーズ(以上、いずれも弘文堂刊)、「法律オンチが会社を滅ぼす」(東洋経済新報刊行)、「ヤヴァイ会社の死亡フラグ」(経世出版)のほか、「日経 BizGate」、「会社法務 A2Z」(第一法規)等、複数の誌面における連載記事の執筆を担当。最新刊は「こんな法務じゃ会社があぶない」(第一法規刊)

## ◆開催にあたって

広報活動では、新聞記事・画像など第三者の著作物利用や企業のレピュテーションを低下させないネット対策など、法的リスクを意識するケースが少なくありません。様々なステークホルダーに企業活動を理解してもらい、更にサポーターとなってもらうためには、コンプライアンスを念頭に置いた対応が必要不可欠となります。そこで本セミナーでは講師に弁護士の畑中鐵丸氏を講師に迎え、広報活動でありがちな様々なシーンでの実務課題をQ & A形式で回答した上で、広報における問題発見・解決フレームワークを解説していただくプログラムを予定しております。この機会に広報担当者やその他関連する業務に携わる担当の皆様のご参加をお待ちしております。

《詳細は裏面をご覧ください》

### ●受講料● 1名(税込み、資料代含む)

正会員	32,400円	本体価格 30,000円
一般	35,640円	本体価格 33,000円

- 申込書をFAXいただくか、当会ホームページよりお申込みください。後日(開催日1週間～10日前までに)受講票・請求書をお送り致します。
- よくあるご質問(FAQ)については当会ホームページでご確認いただけます。(〔TOP〕→〔公開セミナー〕→〔よくあるご質問〕)
- お申込後のキャンセルは原則お受け致しかねますので、ご都合が悪くなった際は、代理出席をお願いいたします。
- 最少催行人数に満たない場合は、中止とさせていただきますことでもありますので、ご了承ください。

### 一般社団法人企業研究会

担当：鈴木 E-mail a-suzuki@bri.or.jp  
〒102-0083  
東京都千代田区麹町 5-7-2 麹町 M-SQUARE 2F  
TEL 03-5215-3550 FAX 03-5215-0951

企業研究会 セミナー事務局宛

FAX 03-5215-0951

\*当会ホームページ (http://www.bri.or.jp) からもお申込みいただけます。

161160-0403		2016.10.12	
申込書 広報活動にまつわる法的リスクの基本と実務			
会社名	フリガナ		
住所	〒		
TEL			FAX
ご氏名	フリガナ	所 属 役 職	
Eメール			
ご氏名	フリガナ	所 属 役 職	
Eメール			

\*お客様の個人情報は、本研究会に関する確認・連絡、および当会主催のご案内をお送りする際に利用させていただきます。

13:00

## 1. 広報活動でありがちな実務課題Q & A

Q1:「会社が作った著作物の著作権は社員個人のものか、法人のものか」

Q2:「街中の風景や建物、またキャッチフレーズやロゴ等に著作権は発生するか」

Q3:「すでに存在している著作物にインスピレーションを得て作る際、どういう場合に著作権侵害になるか」

Q4:「著作権者に連絡が取れない／著作権者がわからない写真を使用する際、どのようなリスク、また対応策があるか」

Q5:「広報に写真を使用する場合、被写体の方の承諾が必要か？また、当初想定されていた使用用途以外で用いる場合、再度承諾をもらう必要はあるか」

Q6:「実施したイベントでの写真撮影について気を付けるべきことは？」

(例) イベントなどで撮影した写真で、お客様・ご来場者が写りこんだ写真は社内広報誌や対外向けの企業パンフレットに使えるか。

(例) イベントで有名人(芸能人、政治家、著名な経済人など)が来場した際の写真を使用する際の注意点はありますか。

Q7:「自社サイト、SNS、社内報等での使用・公開で気を付けるべきことは？」

Q8:「社内報のインタビュー等で社員の発言が著名人の言葉を引用したときの注意点はありますか」

Q9:「“他社企業の信用を害する法的リスクを発生させる表現”とはどのようなものか」

Q10:「他社製品と自社製品の比較をする場合、法的にどういう注意をすべきか」

Q11:「わが社の商品が、業界売上げナンバー1」といった広告は許されるのか。

Q12:「どのような場合に謝罪広告を掲載しなければならないか？また自社サイト上の謝罪文はいつまで掲載すべきか」

Q13:「当社製品への不買運動が発生した場合、広報担当としてどうすればいいか」

Q14:「M&Aを行った場合、買収した会社が持っていた個人情報データベースをそのまま利用しても大丈夫か」

Q15:「ネット上に悪評価を掲載された場合、何か対応策はあるか」

Q16:「ネット上の特定の書き込みに対し、プロバイダに削除依頼を行う、または直接担当者が投稿者にコンタクトをとることは可能か」

Q17:「社内報および社内イントラネットでの新聞記事の引用は可能か。可能であれば、実際に行う際の注意点を聞きたい。(新聞社への記事引用の許諾を取る必要はあるか 等)

Q18: 社内のスキャンダル(反社会的勢力への融資、会計不正等)が、ネットで取り沙汰され、話題になっている。どうやらスキャンダル自体は真実のようだが、どのようにして対策すべきか。

Q19:「公式Webサイトや社内イントラに他社へのリンクや写真・画像、書籍・文献の文章/図表を引用する場合、著作権等の関係からどの程度、承諾を得なければならないのか？また、承諾を得るための基本的な手続き、ルールは？」

Q20:「会社案内やHP作成の際、制作会社との契約を全く取り交わしていない場合、写真や文章についての肖像権・著作権はどうなるか？次回の制作時に制作会社を変える場合、以前の写真や文章は使用できるか？」

Q21:「写真や画像で他社名、他社のマーク、他社製品名が写り込んだものは対外的な宣材として使用可能か？使用する際に注意すべき点は？」

## 2. 広報活動における問題発見・解決フレームワーク

【フェーズ0】法律の本質、広報活動との関わり方 【フェーズ1】規制環境の把握

【フェーズ2】戦略法務 ～法的知見の活用～ 【フェーズ3】予防法務

【フェーズ4】有事対策

途 中

休 憩

あ り

17:00