

トラブルを未然に防止するための パンフレット、広告、コマーシャルに関する 法律上の注意点と対策

～著作権法、商標法、景品表示法の観点から事例をベースに解説～

◇日時◇ 2019年5月22日(水) 13:30～16:30

◇会場◇ 東京・麹町「企業研究会セミナールーム」

◇講師◇ ウイズダム法律事務所 弁護士・弁理士 石川 正樹 氏

早稲田大学(政治経済学部)卒業。パートナーの弁理士とともに特許、商標、意匠、著作権、不正競争防止法などの知的財産権のほか、ホームページに関する契約などの法律問題、交通事故、離婚、遺産分割など民事事件を主に扱う。

主な著書に『民法のツボとコツがゼッタイにわかる本』、『民事訴訟法のツボとコツがゼッタイにわかる本』、『民事執行法のツボとコツがゼッタイにわかる本』(以上、秀和システム)、『著作権のキホン』(第一法規)など。

開催にあたって

近年のインターネットやSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)の利用の高まりとともに企業にとっては、無意識に発信した行動や発言によって思いがけない法律上のトラブルに巻き込まれるケースが決して少なくありません。企業にとってコンプライアンス面からのリスク管理や業務の信頼性を確保するためには、パンフレット、広告、コマーシャルに関する法律について正しい理解と適切な配慮が必要となってきました。

そこで、今回このようなトラブルを未然に防ぐために押さえておくべきポイントを著作権、商標法、景品表示法の観点からの事例を通して、詳しく解説いたします。

*「セミナーに関するご不明な点につきましては、当会ホームページより[TOP]→[公開セミナー]→[よくあるご質問]をご参照下さい。

【受講料】1名 <税込>

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
-----	-------------------------	----	-------------------------

申込方法 当「会ホームページよりお申込みください。
<https://www.bri.or.jp> *その他セミナーの最新情報もご覧いただけます。

企業研究会セミナー

◎お申込み: 当会ホームページまたはE-mailでお申込み下さい。

*お申込み後(開催1週間～10日前までに)受講票・請求書をお送りいたします。

*最少催行人数に満たない場合ほか、諸般の事情により開催を中止させていただく場合もございます。

*会員企業一覧は当会ホームページで確認いただけます(<https://www.bri.or.jp>)

*FAXでお申込みの際、「0(ゼロ)発信のFAX機」をご使用の場合は、必ず「0」を押してから、番号入力をお願いいたします。(別番号への誤送信にご注意下さい。)

*お申込み後のキャンセルは原則としてお受けいたしかねますのでご出席できない場合は、代理の方のご出席をお願いします。

【申込先】一般社団法人 企業研究会 担当:金井

◎E-mail:kanai@bri.or.jp

〒102-0083 東京都千代田区麹町5-7-2 MFPR麹町ビル 2階

TEL 080-2103-6840(金井)/03-5215-3511(代表)

FAX03-5215-0951

191186-0303		2019.5.22 「パンフレット、広告、コマーシャルに関する法律上の注意点と対策」	
会社名			
住所			
部課 役職		フリガナ お名前	
TEL		FAX	
E-mail			
部課 役職		フリガナ お名前	
TEL		FAX	
E-mail			

トラブルを未然に防止するための
パンフレット、広告、コマーシャルに関する法律上の注意点と対策
～著作権法、商標法、景品表示法の観点から事例をベースに解説～

◆ プログラム ◆

■日 時:2019年 5月22日(水) 13:30~16:30

■講 師:ウイズダム法律事務所 弁護士・弁理士 石川 正樹 氏

-解説-

13:30

1. 事例のご紹介

- (1) A社は照明器具の製造販売会社ですが、住宅会社のモデルハウスにあったA社の照明器具を写真撮影しA社の商品カタログのパンフレットに掲載したところ、その写真の背景に書家のBさんが書いた「花鳥風月」という書が写りこんでいました。これを知ったBさんは著作権を侵害しているとして賠償金を請求してきました。A社はBさんの請求に応じなければならないのでしょうか？
- (2) A社は会社案内を発行することになり、アットホームな感じを出すために従業員であるBさんのクリスマスパーティでの楽しそうな表情が写っているスナップ写真を会社案内に掲載しようと企画しています。Bさんはその写真を会社案内に掲載することに承諾してくれたのですが、その写真を撮影したのはBさんの奥さんであったCさんですが、その後BさんはCさんと離婚したそうです。この写真を会社案内に掲載するにはCさんの了解も得る必要があるのでしょくか？
- (3) A社はお菓子の製造販売会社ですが、新商品のお菓子の販売促進活動に使用するためにコピーライターのBさんにキャッチコピーを作ってもらい、販売促進活動に使用していました。そのキャッチコピーが受けたのか新商品のお菓子の販売も順調で、A社は自社のホームページのトップページに新商品のお菓子とは関係なしにそのキャッチコピーを掲載しました。そうしたところ、Bさんからお菓子の販売促進活動に自分が作ったキャッチコピーを使うのはいいが、A社のホームページに使われるのは困る、使うのであればお金を払ったほしいと言われてしまいました。A社はBさんの要求に応じなければならないのでしょうか？
- (4) A社は自社のラジオのコマーシャルに挿入された自社の名称を曲にした音(サウンドロゴ)について新たに商標出願しようとしているのですが、その作曲家の許諾を得る必要があるのでしょくか？
- (5) A社は外食産業の会社ですが、チラシ広告に松阪牛使用と記載してあったのですが、実際には外国産の肉を使用していました。A社にはどのようなリスクがあるのでしょくか？

2. 1の事例の法律上の問題点

- (1) の事例の問題点
- (2) の事例の問題点
- (3) の事例の問題点
- (4) の事例の問題点
- (5) の事例の問題点

3. 1の事例の法律上の問題点の解説

- (1) の事例の解説
- (2) の事例の解説
- (3) の事例の解説
- (4) の事例の解説
- (5) の事例の解説

4. 予防策

- (1) 著作権侵害を防ぐために
- (2) 商標権侵害を防ぐために
- (3) 景品表示法違反を防ぐために

16:30