

# 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～

※講師とご同業の方のご参加はお断りする場合がございます。※最少催行人数に満たない場合、開催中止とさせて頂く場合がございます。

## 《開催要領》

日時▶ 2019年 11月 12日(火) 13:30~16:30

会場▶ 企業研究会セミナールーム (東京・麹町)

## 《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ております。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、詳しく解説致します。

講師 ウイズダム法律事務所 弁護士・弁理士 石川 正樹 氏

講師紹介  
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。

《申込方法》 当会ホームページ (https://www.bri.or.jp) からお申し込み下さい。

企業研究会Q 検索

受講料: 1名( 税込・資料代金 ) ※申込書をFAXでご送信いただく際は、ご使用のFAX機の使用方法(0発信の有無など)をご確認の上、FAX番号をお間違えないようご注意ください。

正会員	35,200円(本体価格 32,000円)	一般	38,500円(本体価格 35,000円)
-----	-----------------------	----	-----------------------

191538-0303		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	
ふりがな 会社名			
住所			
TEL	FAX		
ふりがな ご氏名	所 属 職 役		
E-mail			

※申込書にご記入頂いた個人情報は、本研究会に関する確認・連絡および当会主催事業のご案内をお送りする際に利用させていただきます。

■申込・参加要領 : 当会ホームページからお申込みください。FAX、または下記担当宛E-mailからもお申込み頂けます。

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)は当会HPにてご確認いただけます。〔セミナー・会員研究会〕-よくあるご質問〕

※お申し込み後のキャンセルはお受け致しかねますので、ご都合が悪くなった場合、代理出席をお願い致します。

■お申込・お問合わせ先: 企業研究会 セミナー事業グループ 担当/民秋 E-mail:tamiaki@bri.or.jp

TEL: 03-5215-3514 FAX: 03-5215-0951 〒102-0083 東京都千代田区麹町5-7-2 MFPR 麹町ビル 2F

## ・プログラム・

【1】 事例1について

1 事例1の内容

A社は照明器具の製造販売会社ですが、住宅販売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ぬのでしょうか?

2 事例1の問題点

3 事例1の問題点についての解説

【2】事例2について

1 事例2の内容

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して企画しています。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うか。

2 事例2の問題点

3 事例2の問題点についての解説

【3】事例3について

1 事例3の内容

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て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ぬのでしょうか?

2 事例3の問題点

3 事例3の問題点についての解説

【4】事例4について

1 事例4の内容

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うか?

2 事例4の問題点

3 事例4の問題点についての解説

【5】著作権侵害を防ぐために

【6】商標権侵害を防ぐために

【7】事例5について

1 事例5の内容

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うか?

2 事例5の問題点

3 事例5の問題点についての解説

【8】景品表示法違反を防ぐために

※最少催行人数に満たない場合、開催中止となる場合がございます。

裏面もご覧下さい! 一枚のパンフレットで  
2種類のセミナーをご案内しております。