

# 企業のコンプライアンスが求められている今、 法的観点から切り込んだ担当者必携の一冊！

## Q&A

# デジタルマーケティングの法律実務

### 押さえておくべき先端分野の留意点とリスク対策

弁護士 北川祥一 著

2021年4月刊 A5判 312頁 定価3,740円(本体3,400円)978-4-8178-4724-9 商品番号:40861 略号:デジマ

- 各業務フローから関連するQ&Aがすぐにわかる、画期的な一冊。
- 令和2年改正個人情報保護法・著作権法等の最新の動向にも対応。

#### <業務フロー> ウェブサイト制作・運用

ウェブサイト企画	ウェブサイト制作	ウェブサイト運用・管理	インシデント対応
<b>Check!</b> ウェブサイト企画検討 Q ウェブサイトのM&A Q ドメインの売買 Q ドメインの紛争	<b>Check!</b> コンテンツ制作に関する留意点 Q コンテンツの著作権の帰属 自社で作成 外部へ委託 Q 著作物の引用要件 Q SNSボタンの設置 Q URLリンクの法的問題 Q 著作権の利用許諾(ライセンス)と対抗要件 Q スクレイピングの法的問題	<b>Check!</b> 検索エンジン対応の留意点 Q SEOに関する契約 Q 逆SEOの法的問題	<b>Check!</b> クレーム対応 Q 著作権侵害クレームへの対応 <b>Check!</b> 権利侵害・誹謗中傷等の対応 Q 誹謗中傷投稿への対応 Q 発信者情報開示請求の被告選定 Q 検索結果の削除請求 Q メタタグによる権利侵害の可能性

場面ごとに生じやすい  
QAを収録!

#### SNSマーケティング(自社SNS記事制作、運用)

登録	SNS記事制作	SNS公開・運用	インシデント対応
<b>Check!</b> 法人登録、商用利用は可能? Q SNS登録・運用の注意点	<b>Check!</b> 記事制作に関する留意点 Q SNS記事の著作権の帰属 自社で作成 外部へ委託 Q 著作物の引用要件 Q URLリンクの法的問題 Q 写真、動画への写り込み 「物」、「建築物」、「芸術的展示物」等、「音楽」、「人物」、ライブ配信の場合 Q パブリシティ権	<b>Check!</b> SNS特有の問題 Q SNSフォロワー・反応の購入の問題 Q 投稿シェアと著作権との関係 Q 投稿シェアと名誉棄損との関係 Q ステルスマーケティングの法的問題 Q SNSキャンペーンの法的問題	<b>Check!</b> 誹謗中傷等の対応 Q 誹謗中傷投稿への対応 Q 発信者情報開示請求の被告選定 Q 検索結果の削除請求

#### インターネット広告等

検討	契約	広告制作	運用・管理
<b>Check!</b> 広告戦略検討時の留意点 Q インターネット広告の概要と特有の問題点 Q インフルエンサーマーケティング Q ステルスマーケティングの法的問題 Q アフィリエイト広告の広告主の法的責任	<b>Check!</b> 制作会社への広告作成依頼 Q 広告の権利侵害対策	<b>Check!</b> 広告規制概要 Q 広告の規制法概要 Q 広告と商標 Q 景品表示法の規制 <b>Check!</b> 業界別の広告規制 Q 健康食品 Q 不動産 Q 医療 Q 医薬品、医療機器 Q 金融 <b>Check!</b> 著作権等に関する留意点 Q 広告クリエイティブの著作権 Q CM動画の著作権	<b>Check!</b> インターネット広告特有の留意点 Q アフィリエイト広告の広告主の法的責任 Q 検索連動型広告による権利侵害の可能性 Q クッキー等によるユーザー情報利活用の法的問題 Q アド Fraud の問題 Q ビューアビリティの問題 Q ブランドセーフティの問題 Q リーチサイトの法的問題 etc.

(1) 契約上の対応  
広告主としては、広告代理店との契約、あるいは、契約において、契約条項を個別に交渉可能である。具体的には、広告代理店、広告仲介業者のブランドの監視・情報開示義務、ブランドイメージ毀損責任と損害賠償義務等について規定を行うと良い。

【条項例】 甲：広告主、乙：広告代理店、広告仲介者

「ブランドセーフティ」  
第〇条  
1 乙は、甲のブランドイメージ・企業イメージに、違法、著作権侵害(リーチサイト等)。

1) ForbesJAPAN「世界最大級の広告代理店がユニーク」(テクノロジー 2017/03/21 16:30)との記事  
https://forbesjapan.com/articles/detail/156137 (2021/4/1)

投稿シェアの法的問題①～著作権との関係～  
Q 19 SNSマーケティングの一端として、第三者のツイート(以下、「元ツイート」という。)をリツイートして当社のSNSに掲載しました。元ツイートには無断で第三者が著作権を持つ写真画像が含まれていて、当該写真画像の著作権者から著作権侵害、著作人格権侵害である旨の指摘がありました。リツイートしただけの当社について、法的責任が発生する可能性はあるのでしょうか？

A  
場合により著作人格権の侵害と認定されるおそれがあります。特に元ツイートにおける写真等の著作物について、無断転載であることが明らかになればもちろんのこと、創作者・著作権者が不明な場合などについて

「マーケティングの法律実務って、何？」  
にこたえる、  
具体的なQA54問!