

## 〔著作権に関する基本ルール〕(その② 原則と特例について)

### 〔はじめに〕

一般社団法人日本報連相センターは、「真・報連相」の著作権の「使用权」を得ている人たち(会員)の集団です。会員がますます増えて、「真・報連相」で多くの人たち、および多くの企業・組織と互恵の関係が広まり、深まっていくことを願っています。

そのためには、「真・報連相」の著作権に関する基本ルールを整備する必要を感じました。ときどき著作権侵害の問題が起こるからです。

整備しましたのは、次の(1)(2)(3)の3点です。

### (1) 「著作権に関する基本ルール」(その① 表示方法について)

不許複製 とか、 © 、 などの著作権の表示方法のルールです。

### (2) 「著作権に関する基本ルール」(その② 原則と特例について)

- ① **原則** 「真・報連相研修」を販売できるのは、会員だけです。
- ② **特例A(契約特例)** 会員でなくても、研修実施の都度「著作権使用契約」を結べば「真・報連相研修」を販売できます。
- ③ **特例B(8割特例)** 「真・報連相」のコンテンツの取り入れが8割未満の場合は、会員でない研修販売会社でも、会員が企画・実施する「真・報連相研修」を販売できます。
- ④ **特例C(公的機関特例)** 例：商工会議所は会員ではありませんが、その依頼を受けて、会員は「真・報連相研修」を受託・実施できます。

### (3) 「著作権問題の実例」(会員の皆様に、参考になる実例です)

~~~~~  
次頁以下は、(2)「著作権に関する基本ルール」(その② 原則と特例)の詳細説明です。

## 【1】 **原則** (真・報連相研修の販売について)

- 「真・報連相」を取り入れた研修商品を販売できるのは、(社)日本報連相センターの会員だけです。会員が得ている著作権の**使用権**は、会員自らが、企画、販売、実施する権利です。
- 会員でない個人、法人には「真・報連相」のコンテンツを取り入れた研修商品を、有料・無料に拘わらず販売する権利はありません。
- 「真・報連相」を取り入れた研修商品の販売を希望される研修販売企業がありましたら、法人会員になることをお勧めください。

### 説明1： 「真・報連相」の定義 と 販売の定義

① 「真・報連相研修」とは、研修商品名に「真・報連相」と表示された研修だけではありません。たとえば、営業研修、中堅社員研修、などのタイトルをつけた研修であっても、真・報連相を取り入れた研修は、ここで言う「真・報連相研修」です。

とりわけ「真・報連相」の**核心**である「**3つの視点**」、「**3つの深度**」、「**5段階のレベル表**」あるいは、ケース研究用とか説明用の「**事例文**」を含む研修商品は「真・報連相研修」です。非会員が販売して利益を得ることは認めていません。

② 「真・報連相研修」を販売し利益を得るとは、有料だけでなく**無料の場合も含みます**。「有料」の場合には販売の対価を金銭で受けとりますが、「無料」の場合には、評判を高めるとか、あるいは年会費という別の形でその対価を受け取っているものです。研修販売会社は、企業の人材育成責任者を集めてPR目的で無料セミナーをされます。これは、顧客掘り起こしという利益を得る販売活動です。

### 説明2： 「真・報連相」の「使用権」についての 説明

① (社)日本報連相センターの会員は、自己の研修商品をつくる際に、「真・報連相」を“素材”として、そのまま、あるいはアレンジして使用できます。複写、転載して、全面的に取り入れることもできるし、部分的に取り入れることもできます。(注：念の為ですが、ハンドブックなどの既刊図書を、そっくり丸ごと複製することはできません)

真・報連相を取り入れた研修商品を作り、それを会員自身が販売(提供)し、自身が講師として研修を実施することができます。つまり**使用権**を得ています。

② 会員は、使用権を得ていますが著作権は得ていませんので、「真・報連相」を取り入れた研修の販売を、第三者(非会員)に対して許諾する権利はありません。会員が販売を依頼したい相手とか、逆に、先方から販売を希望される個人、法人には、会員になってくださるよう、お勧めください。・・・これが、原則です。自分は講師ではないし、自社には社員講師はいないが、「真・報連相研修」を販売するために入会された会員が、すでに複数社おられます。これらの会員企業では、会員である契約講師を起用(互惠)されています。原則通りです。

### ③ 法人会員になることを求める理由

「真・報連相」のコンテンツの著作権は、糸藤正士氏個人にあります。(社)日本報連相センターは、糸藤正士氏との代理人契約に基づき、(社)日本報連相センターの理念に同意して、所定の手続きをとり入会金を振り込まれた人に対して、著作権の使用許諾(会員証)を付与します。したがって、「真・報連相研修」を販売できるのは、〈1〉著作権者(糸藤正士氏)と〈2〉(社)日本報連相センターから使用許諾(会員証)を得た人だけです。

これが、「真・報連相」研修商品の販売を希望される、研修・講演商品の販売企業に対して、(社)日本報連相センターの法人会員になっていただくことを求める理由です。

(注:その企業内の特定部門、例えば支店、工場、部、あるいは課で会員になることもできます。すでに事業本部、部、課などの法人会員が複数おられます)

~~~~~ ここまでが、「原則」です ~~~~~

## 【2】 **特例A (契約特例)**

会員でない企業が、「真・報連相研修」を販売できる特例です。研修の都度、著作権使用料を払う契約を結びます。

人材ビジネス企業、研修販売企業で「真・報連相研修」を販売したいご希望の企業がありましたら、法人会員になっていただくのが【原則】です。

しかし、その企業(特に大企業)の諸事情によっては、すぐには会員になれない場合があります。そのため、【特例A】(契約特例)を設けています。それは;

- 著作権者の糸藤正士氏と、「真・報連相研修」の販売を希望される企業との間で、「**著作権使用契約**」を結ぶ方法です。研修の都度、著作権使用料(=実質は、特別分割入会金)を払っていただきます(会員ではないからです)。
- この方法の詳細・具体的手続きは本部へお問い合わせください。

### 【特例A】(契約特例) についての契約者の関係は;

- ① 「真・報連相」の著作権者糸藤正士氏と、研修・講演商品の販売企業(又は販売者)の関係は、「売らせてやる」でもなく、「売ってやる」でもない、互恵の関係です。

糸藤正士氏は、他に類のない「真・報連相」というコンテンツを持っています。

〇〇〇(株)は、他社以上のすぐれた販売力をもっています。

それでは、一緒に力を合わせて、世に貢献できる仕事をしましょう。シナジー効果で、一人ではできない創造的で大きな仕事ができます。即ち互恵です。

- ② 大手企業A社で、この【特例A】(契約特例)の実例があります。下記をクリックすれば「著作権問題の実例」も「契約書の例」も読むことができます。

[http://nhc.jp.net/join/img/c4\\_cr4.pdf](http://nhc.jp.net/join/img/c4_cr4.pdf)

- ③ 「会員にもなれない、【特例A】(契約特例)もできない」と言われるN社がありました。会員SさんとN社との「真・報連相研修」の商談は打ち切りになりました。(N社とは、著作権表示方法でも意見が相違)。実例は、下記アドレスにあります。「著作権問題の実例」の(3)です。

[http://nhc.jp.net/join/img/c4\\_cr4.pdf](http://nhc.jp.net/join/img/c4_cr4.pdf)



### [3] **特例B (8割特例)**

「真・報連相」のコンテンツの取り入れが8割未満の場合は、会員でない企業でも「会員が」企画・実施する研修については、「真・報連相研修」を販売できる特例

- ① たとえば、会員が「中堅社員研修」を実施企業から直接ではなく、中間の研修販売会社Y社から依頼された場合に、研修名は「中堅社員研修」であっても、「真・報連相」のコンテンツを相当量取り入れることにより付加価値が高まり、顧客の満足度を高める場合があります。(本部が期待している望ましい活用方法です)。

原則では、〈1〉研修販売会社Y社に法人会員になっていただくことを求めます。しかし、Y社の入会が社内事情から難しく、かつ、〈2〉【特例A】(契約特例)もY社が受け入れられない場合には、もし、〈3〉「真・報連相」のコンテンツの取り入れが8割未満であれば、非会員のY社による真・報連相研修販売を認めるのが、この特例B (8割特例)です。

- ② この**特例B (8割特例)**は、原則の緩和です。会員による、素材としての「真・報連相」の活用度向上を期待して、自由度を大幅に認める特例です。

「真・報連相」のコンテンツの取り入れ度が8割未満の場合には、取り入れた会員が非会員である研修商品販売会社とタイアップして、研修営業をしてもよいことにしました。つまり、会員でない第三者でも8割以下の取り入れ商品は、会員講師と協働する場合には、販売できることにしたものです。

8割未満かどうかは、会員である皆様の、自己判断にお任せいたします。

真・報連相の核心である「3つの視点」、「3つの深度」、「真・報連相のレベル表」および複数の「事例文」の4つをいずれも取り入れていれば、研修名如何に拘わらず真・報連相のコンテンツ取り入れ度は8割を超える場合が多いでしょう。

③ 8割以上取り入れている研修商品であれば、原則どおり法人会員になっていただくか、または、【特例A】(契約特例)の、いずれかの方法以外に商談を進める道はありません。どちらもできない場合には、その商談は打ち切ってください。このような場面では、商談の途中で本部へ中間報連相をお願いします。

④ 「真・報連相」のコンテンツの取り入れ度が8割未満であっても、**【特例B】(8割特例)**を適用できない場合があります。下記は例示です。このような場合には商談の途中で、本部へ中間報連相をお願いします。

1 : ホームページなどで、「真・報連相研修」を自社商品と称して販売されるような企業には、この特例B(8割特例)は適用できません。「著作権問題の実例」に記載の(2)を下記からご参照ください。会員各位は、このような企業との商談は、打ち切ってください。

[http://nhc.jp.net/join/img/c4\\_cr4.pdf](http://nhc.jp.net/join/img/c4_cr4.pdf)

2 : また、(コンテンツ取り入れが8割未満であっても)その研修で作成、あるいは使用した資料は、自社に著作権があると主張されるような企業には、この特例B(8割特例)は適用できません。「著作権問題の実例」の(3)をご参照ください。このような企業との商談は、打ち切ってください。

[http://nhc.jp.net/join/img/c4\\_cr4.pdf](http://nhc.jp.net/join/img/c4_cr4.pdf)

3 : (社)日本報連相センターの定める「著作権の表示方法のルール」を認めない企業があります。「真・報連相研修」であるにも拘わらず、研修企画書とか、研修資料のフッターに自社に著作権があると表示することを主張される企業です。上記アドレスから、「著作権問題の実例」の(3)をご参照ください。このような企業との商談は、打ち切ってください。

~~~~~

#### 【4】 **特例C (公的機関特例)**

個人、企業、団体などで「真・報連相研修」の販売を希望される相手には、法人会員になっていただくのが原則です。しかし、その相手が企業ではなく公的機関の場合があります。たとえば商工会議所とか、工業会などの場合です。このような公的機関には、(社)日本報連相センターの会員になっていただくのは難しいのが現実です。

そのため、会員の皆様への便宜を考えて、**【原則】**に関する特例処置として儲けたのが

【特例C】(公的機関特例) です。それは；

- 国、都道府県、商工会議所、工業会、経済団体、国・都道府県の外郭団体（〇〇協会、中小企業大学校、独立行政法人、…）などは日本報連相センターの会員ではありませんが、特例として、日本報連相センターの会員が真・報連相を取り入れた研修・講演を外部講師として受託することを認めています。（これらの組織が研修・講演販売を営利目的で業とする組織ではないからです）  
その公的機関が主催される研修・講演の受講料が有料・無料にかかわらず、会員は「真・報連相研修」を講師として受託・実施することができます。

注：NPO法人は、ここで言う公的機関ではありません。

公的機関に該当するかどうか、疑問のある場合には本部へご相談ください。

~~~~~

- なお、原則、特例A、B、Cの全般にかかわることですが、著作権の表示方法については、別途定めています「著作権に関する基本ルール」(その① 表示方法について) を守ってください。

以上

- ご不明な点は、本部へお問い合わせ、あるいはご相談ください。

=====

## 【関連情報・参考情報】

### 【1】 他者の著作権を侵害しないように注意しましょう

- ① ご注意ください。／コピーもできない、研修シートにもできないものがあります。

糸藤正士氏の著書（ハンドブックその他）の中には、糸藤氏が他から転載している文章があります。例えば、ハンドブック 64 ページの『私の履歴書』です。著者の坂倉氏と日経新聞社から、ハンドブックへ掲載する承認を得ていますが、それ以外の用途での承認は得ていません。会員の皆様は、研修の中で、ハンドブックのままで受講者に読んでもらうことはできますが、これをコピーして配布したりすることはできません。この点、ご注意ください。

② メーリングリストへは「他者の著作権を侵害する内容と表現」を禁じています。

他者の著作権を侵害しないよう、(1)と同様、ご注意ください。

なお、メーリングリストへの投稿を禁じているものは、「差別的用語」、「宗教に関する内容」、「政治に関する内容」、「他者を非難・中傷する内容・表現」、「公序良俗に反する内容・表現」、および、「他者の著作権を侵害する内容と表現」です。

~~~~~

**【2】 特例A, B, C に関する参考情報**

研修・講演商品を販売される企業(又は販売される個人)は、  
どこから、どのような方法で、販売商品を手に入るのでしょうか・・・

販売する商品の「入手方法」は、次の5通りしかありません。商品を販売とか、世間に対し提供する場合の「商品の入手方法」は下記の5通りです。(注:商品とは、有形の物だけでなく、「真・報連相」のような無形の権利とか情報も含まれます)。

- ① 創作する。オリジナルに創る。
- ② 有料で仕入れる(真・報連相研修の場合には、入会金を払って会員になる)
- ③ 交換で入手する(例:特許・商標・著作権などのクロスライセンス)
- ④ 権利者からの贈与、または相続で入手する
- ⑤ 他者の権利を無断侵害して入手する(パクリ/盗んで販売する)

これを、「真・報連相研修」のコンテンツに当てはめてみますと、会員の皆様は②です。入会金を払って使用権を手に入れています。

【特約A】(契約特例)は、②です。

【特約B】(8割特例)は、④です。

著作権者糸藤正士から販売企業(又は個人)へ

「真・報連相部分」の贈与(当該研修限り)です。

【特約C】(公的機関特例)も、④です。同趣旨です。

①~④に該当せず、かつ特例A, B, C でもなければ、⑤ということになります。⑤だと思われる事例を見聞きされた会員は、本部へご一報ください。本部と、支部、会員各位が協力して、「真・報連相」のコンテンツの著作権が侵害されないように守っていきましょう。そして、他者の著作権を侵害しないように注意しましょう。

(完)

~~~~~

- ご不明の点がありましたら本部へお問い合わせください。