**ふるさとCM撮影・編集における留意点一覧**

①出演者（映り込み含む）が選挙に立候補した際は、速やかにまちづくり課にご連絡ください。

②特定日を告知するＣＭ作品はご遠慮いただき、年間を通じて放送できる内容としてください。⇒（例）「１月１日は、お正月」という内容では、１月２日以降しばらく放送できなくなります。

③ＣＭ作品で黒から始まるまたは黒で終わる演出はご遠慮ください。

④砂嵐や早送り・巻き戻し、全篇モノクロ映像など、放送事故と誤認される演出・表現はご遠慮ください。

⑤「映像のみ」「音声のみ」のＣＭはご遠慮ください。

⑥企業名、商品名（商標登録済みの特定商品等）、キャラクターが映り込んでいる映像は使用しないでください。

⇒「衣装」「小道具」「インタビュー対象者の服装や持ち物」「自動販売機」「放送中のテレビ映像やポスター」などメイン映像だけでなく背景にもご注意ください。この場合の企業名、商品名にはロゴマークも含みます。

⑦ＢＧＭや背景音（ノイズ）にプロの楽曲が流れている音声（ＪＡＳＲＡＣ等管理曲含む）を使用しないでください。

⑧サイレンやアラームなどの音声は使用しないでください。

⑨コントラストの強い映像を１秒間に３回以上挟んだり、強い光を３秒以上点滅させるなどの映像は使用しないでください。

⑩ニュースや天気予報と誤認されそうな表現は、ご遠慮ください。

⑪全編にわたって外国語だけのＣＭはご遠慮ください。

⑫法令順守の範囲で制作してください。

⇒（例）：自動車運転シーンや走行シーンでの撮影はシートベルトをする。ドローンの改正航空法の順守、撮影に許可が必要な場所では事前に許可を得る。

※不明な点がございましたら、まちづくり課までお問い合わせください。

**インスパイア、リスペクト、オマージュ等について**

インスパイア、リスペクト、オマージュ、パロディ、パクリなどには、著作権法上明確な定義はありません。 しかし、原作品の創作的表現がそのまま用いられている場合、複製権の侵害に当たります。原作品をそのまま用いなくても、「本質的特徴を直接感得する」場合、翻案権や同一性保持権の侵害に問われます。

**CMにおける禁止表現**

原則として使用しない用語

あ行　あらゆる・一番・卸値

か行　完全（な）・完璧（な）・元祖・驚異・極めつけ・奇跡・究極・激安・極上・

極安・過激・かつてない・確実・空前絶後・これしかない

さ行　最高・最高級・最低・最大・最大級・最強・史上初・随一・絶対・世界一・

世界初・絶賛・最優秀・出血大サービス

た行　超○○・○○だけ・どこにもない・どこより・第１（位）

な行　ＮＯ．１・ナンバーワン・日本一・日本初

は行　破格の・抜群・１００％・ピカイチ・ベストセラー

ま行　またとない・最も

や行　安さ大爆発・唯一・安売り王

**下記の楽曲を使用してください。**

①全ての媒体（TV、インターネット、デジタルサイネージ等）で使用可能な楽曲・効果音

②自然の音、生の音

③地元に伝わる祭りや伝統芸能の音、民謡など（承継者や団体の承諾、民謡の場合には歌手の承諾が必要です）

④市町村歌など（作詞家、作曲家の承諾が必要です）

※JASRACやNexTone 等が著作権を管理するCDの使用は、 権利処理が複雑なため**使用不可**とします。

**オリジナル楽曲として認められないもの**

①既存の作品

②既存の作品を改変（音程、ピッチ、音を加える等の編曲）した作品

⇒著作者人格権の同一性保持権に抵触します。