

4. 校正・チェックの重要性

4-1 校正・チェックのポイント

(1) 校正とは

校正とは、「①文字の誤りをくれば正すこと。②校正刷を原稿と引き合わせて、文字の誤りや不備を調べ正すこと。」(岩波書店 広辞苑 第6版)であり、印刷物を作成する上で、重要な作業工程のひとつである。

校正を怠ると、印刷物に数多くの誤植が発生する可能性が高くなる。誤植が発生すると、発行後に正誤表を作成し、場合によっては謝罪文を掲載するなどの手間がかかるほか、何よりも読んでいただいた住民に迷惑がかかる。「たぶん大丈夫」などと思わずに、校正の作業時間をしっかり確保し、念入りに校正を行うことが重要である。

記載内容が誤っていないか、文章表現がおかしくないか、などの確認は、原稿作成段階で行うことであるが、校正作業の上でも、再度確認する必要がある。また、専門的な内容の印刷物を作成する場合は、その内容の専門家に確認をしてもらう。

なお、校正作業は、日本工業規格(JIS)で決められた「校正記号」により、赤字で書き入れるというのが一般的である。

ポイント

- 校正の作業時間をしっかり確保すること。
- 専門的な内容の場合は、専門家に確認してもらうこと。

(2) 校正の方法

文字の校正の場合、「読む」というよりは、原稿と引き合わせて1文字1文字確認するとよい。そうすると、誤字、脱字、送りがなのミスなどに気づきやすい。ただし、文字のみを追うと、全体の構成やレイアウト、文章表現のミスなどに気づきにくくなるため、普通に「読む」「見る」作業も合わせて行う必要がある。

また、原稿を作成した本人は、内容を事前に知っているため、思い込みにより簡単な文字の誤りなどに気がつかない場合がある。そのため、単独で確認するのではなく、複数の目で確認することが重要である。複数でのチェックの方法として、「読み合わせ」という「校正刷を見ている人が読み

あげ、原稿を見ている人がそれを聞いて確認する」方法がある。この方法は、料金表や電話番号一覧など数字が多い原稿において効果的である。ただし、同音異字、送りがなの不備などを見落としがちなので、注意する。

また、2色刷りや4色刷りの場合は、文字・文章の校正だけではなく、「色校正（文字やイラストなどの色の確認）」も必ず行うこと。どんなに文字・文章にミスがなくとも、色で失敗すると、全体の印象がとても悪くなってしまうので注意する。

ポイント

- 単独ではなく、複数の目で確認すること。
- 料金表など数字が多い原稿の場合は、「読み合わせ」を行うこと。
- カラー印刷の場合は、文字や文章の構成だけでなく、「色校正」も必ず行うこと。

(3) 特に重点的にチェックする必要のあるもの

(a) 電話番号、固有名詞、数値等

校正の際に、特に重点的にチェックする必要がある項目は、「電話番号」、「ホームページアドレス」、「固有名詞」などである。特に電話番号のミスは、その番号を利用する住民はもちろんのこと、誤って掲載してしまった番号先に多大な迷惑をかけることになる。読み合わせによる確認や、実際に電話をかけて確認するなど、絶対にミスのないようにする。また、「数値」、「単位」なども見逃しやすいので注意が必要である。水道事業体では、料金表の単価や水質関係の数値や単位など、数字が羅列された表を作成する 경우가多くあるが、面倒に思わず、全項目確認する。

ポイント

- ◆ 電話番号 ◇ ホームページアドレス ◆ 固有名詞 ◇ 数値 ◆ 単位 etc.

(b) 差別表現や権利を侵害する表現

差別表現（障害者、男女共同参画など）や権利を侵害する表現（人権、著作権、肖像権など）が含まれていないか、校正の段階で厳しくチェックをする。また、個人情報を取り扱う場合も、万全の注意を払う必要がある。

4-2 不適切な表現とは

広報物において、「差別用語」「差別表現」は絶対に使用しない。また、著作権や肖像権などの権利を侵害したり、個人情報に掲載したりすることのないよう、注意する。その他にも、専門用語やいわゆる「お役所言葉」など、分かりにくい言葉も使用しないよう心がける。

(1) 差別用語・差別表現

(a) 差別用語

性別、年齢、職業、人種、同和問題、障害・病気などについて差別的要素の含まれる言葉は絶対に使用しない。

■不適切な言葉の例

▽心身の障害、病気	色盲 精神薄弱 精神分裂病 めくら判
▽職業（職種）など	人夫 土工 掃除婦（夫） 農婦 百姓 農夫
▽身分など	特殊部落 部落→被差別部落の意味では不適切な表現
▽人種、民族の表記	原住民 外人 三国人 支那そば
▽性差別	女性を特別視する表現や、男性側に対語のない女性表現は原則として使わない。 女流 女史 婦警 未亡人 美人アナ

(共同通信社「記者ハンドブック第10版 新聞用字用語集」平成17年 490～494頁より
抜粋)

(b) 差別表現

用語だけでなく、イラストなどにおける表現にも気をつける。下記は、男女平等参画の観点から男女を表現する場合に注意する例であるが、他にも高齢者や障害者、外国人などを表現する場合にも、表現される側の気持ちになって考え、不適切な表現になっていないか注意する。

■男女を表現する場合に不適切な例

- ・性別によって役割やイメージを固定化する表現
(例) 女性のみ家事を行い、男性は食卓で新聞を読んで待っているイラストなど
- ・男女どちらかが常に優位・上位にいるような表現
(例) 男性のみが指示をだし、女性だけが控えているようなイラストなど
- ・男女のいずれかに偏ったり、排除する表現
(例) 複数いる看護師が女性のみイラストなど
- ・女性の性的側面を強調する表現、女性としての魅力で人目をひく表現
(例) 特に内容に関連もなく、女性の笑顔の写真をポスターで使用するなど

(「一名古屋市職員のための一男女平等参画の視点からの公的広報物ガイドライン」
平成19年を参考に作成)

なお、差別用語や差別表現を使用していなければ良いというわけではない。その用語やイラスト自体には差別的要素は全く含まれていなくとも、その使用方法によって不適切な表現になってしまう場合もある(例：料金滞納者を妖怪に見てるなど)。必要なく他者をおとしめたり、攻撃するような表現を使用しないことはいうまでもないが、広報物を見た住民の受け取り方は千差万別であるため、表現については細心の注意を払い、住民を不愉快な思いにさせないようにする。

(2) 権利を侵害する表現

著作権や肖像権などの他者の権利を侵害するような表現や、個人情報の取り扱いにも十分気をつける。広報物を作成する際は、他者の本やホームページ等から勝手に文章やイラストを転載していないか、また、個人を特定可能な写真を許可なく広報誌などに使用していないか、確認する必要がある。

※著作権・肖像権等についての詳細は、「4－3 著作権について (P39)」「4－4 肖像権など関係する権利について (P43)」を参照。

(3) わかりにくい表現

公的機関が作成する広報物は、文章が形式的で難しく、分かりにくいと住民に受け取られる場合がある。広報物はだれにでも読みやすく、分かりやすいことが必要であるので、作成する場合には以下の点に気をつける。

■作成の際に気をつける点

- ・難解あるいは堅苦しい表現は、できるだけ一般的な用語にいい換える。
(例) 遺漏なきよう→漏れのないように 当該→この、その 留意→注意 配慮 所定→決められた
- ・命令調の表現や禁止表現は避ける。
(例) ～を禁止する→～しないでください 遵守すること→守ってください
- ・日常生活になじみのない略語、カタカナ語は使用しない。
- ・固有名詞などの読みにくい漢字にはルビをつける。
- ・専門用語や法令用語は、できるだけ一般的な用語にいい換えるか、注意書きをつける。
※とくに水道事業においては専門用語が数多く存在するため、注意する。

なお、どんなに上記の点についてこころがけても、誤解を与えるような表現をしては意味がないので、お知らせしたいことが明確に伝わるような表現にする。

(4) その他

事実と異なる広報や事実よりも過大な表現は行わない。意図的に嘘をついて広報を行ってはならないことはいうまでもないが、政策の転換やイベント内容の変更等によって、結果的に事実とは異なる広報物が作成されることのないよう、先のことを把握した上で広報する。また、宣伝に熱心になるあまり、事実よりも過大に広報することのないように注意する。

4-3 著作権

「著作物」には、原則として「著作権」があり、印刷物やホームページなどで、著作物を無断で利用することは許されない。適正な手続きに基づき、著作物を利用する。著作権を侵害した場合、著作権法上に罰則があるほか、著作権者等から差止や損害賠償等の請求を受け得るほか、社会的信頼の失墜を招くことにもつながることから、「著作物」を扱う際には、十分に注意する必要がある。

(1) 他人の著作物を利用する手続

(a) 権利者の了解を得る場合

他人の「著作物」を利用する場合は、原則として権利者の「許諾（＝了解）」を得ることが必要である（著作権法（以下「法」という）第63条）。また、「著作物等の利用にあたっては、利用者も権利者も、後々のトラブルを防ぐために、『何を契約しているのか』ということを確認し、文書をしっかりと残しておく努力をすべき」（文化庁長官官房著作権課「著作権テキスト ～初めて学ぶ人のために～ 平成20年度」（以下「著作権テキスト」という）51頁）である。許諾の得られないものはもちろん、著作権者がだれなのかわからないものは、利用しないことが望ましい。

なお、社団法人日本音楽著作権協会（JASRAC）など、著作権等を集中して管理する団体がある場合は、その団体と交渉する。文化庁のホームページ（<http://www.bunka.go.jp/>）に、これらの団体の情報が掲載されているので、確認する。

(b) 権利者の了解を得なくてもよい場合

著作権法上、権利者の了解を得ずに著作物等を利用できる例外が設けられている。その「例外」には、例えば、次に示すような場合があるが、それぞれに利用の際の「条件」が設けられているので、著作権法等を参照し、適正に利用する。

(法第2条第1項第1号)とされている。つまり、自身の思想や感情を自分なりに表現したものであれば、幼稚園児の絵画や小学生の作文なども該当する。作品に創作性があることが大事なのであり、それが芸術的に優れていなければならないというわけではないことから、こうしたものも著作物になり得る。

(c) 著作者

著作者とは、「著作物を創作する者」(法第2条第1項第1号)をいう。著作者となるのは、実際に創作活動を行う個人(自然人)である。そのため、会社に所属する個人が、職務に関連する著作物を創作したとしても、通常であればその個人が著作者である。しかし下記にあげる条件を満たす場合には、会社や法人などが著作者となり得る。(法第15条)。

- ①その著作物をつくる「企画」を立てるのが法人その他の「使用者」(例えば、国や会社など。以下「法人等」という)であること
 - ②法人等の「業務に従事する者」が創作すること
 - ③「職務上」の行為として創作されること
 - ④「公表」する場合に「法人等の著作名義」で公表されるものであること
 - ⑤「契約や就業規則」に「職員を著作者とする」という定めがないこと
- (「著作権テキスト」12頁より抜粋)

(d) 著作者の権利(著作権)

「著作者の権利」は、「著作者人格権」と「著作権(財産権)」とに分かれており、詳細は次表のとおりである。

権利の種類	権利の名称	権利の内容
著作者人格権	公表権(法第18条)	著作物を公表する権利
	氏名表示権(法第19条)	著作者名を表示する権利
	同一性保持権(法第20条)	著作物の同一性を保持する権利
著作権(財産権)	複製権(法第21条)	著作物を複製する権利
	上演・演奏権(法第22条)	著作物を公衆に対して直接上演・演奏する権利
	上映権(法第22条の2)	著作物を公に上映する権利
	公衆送信権等(法第23条)	著作物を公衆送信する権利
		公衆送信された著作物を受信装置を用いて公に伝達する権利
	口述権(法第24条)	言語の著作物を公に口述する権利
展示権(法第25条)	美術又は未発行の写真の著作物をこれらの原作品により公に展示する権利	
著作権(財産権)	頒布権(法第26条)	映画の著作物をその複製品により頒布する権利
	譲渡権(法第26条の2)	映画以外の著作物を原作品・複製物の譲渡により公衆へ譲渡する権利
	貸与権(法第26条の3)	映画以外の著作物をその複製物の貸与により公衆に提供する権利
	翻訳権、翻案権等(法第27条)	著作物を翻訳、編曲、変形、脚色、映画化、その他翻案する権利
	二次的著作物の利用権(法第28条)	二次的著作物の原著作物の著作者の権利

著作者人格権は、著作者が著作物に対して持っている人格的な権利を保護するものである。著作者人格権には、未発表作品の公表時期や方法

を決定する権利（公表権）、著作物の公表にあたって自身の氏名を表示するか決定する権利（氏名表示権）、著作物を勝手に改ざんされない権利（同一性保持権）がある。これらは著作者の一身に専属し、他者に譲渡できないこととされている（法第59条）。

一方、著作者が著作物を創作したことによって発生する著作権（財産権）は、第三者に譲渡することもできる。その保護期間は、原則として著作者の死後50年までである（法第51条。ただし、映画の場合は法第54条の規定により70年）。

なお、著作権（財産権）が譲渡されると「著作者」と「著作権者」が異なることとなるため、著作権譲渡の契約の際には、注意が必要である。譲渡契約により著作権者となっても、著作者人格権は著作者にあるため、例えば、著作物を「改変」する場合は、著作者の承諾を得る必要がある。

(e) 著作隣接権

著作隣接権とは、著作者ではないが、著作物を広く一般に伝達するために重要な役割を担う者（主に実演家、レコード製作者、放送事業者、有線放送事業者）に与えられる権利のことで、詳細は次表のとおりである。

実演家の権利	氏名表示権（法第90条の2）、同一性保持権（法第90条の3）、録音権及び録画権（法第91条）、放送権及び有線放送権（法第92条）、送信可能化権（法第92条の2）、譲渡権（法第95条の2）、貸与権（法第95条の3）、市販用CD等を放送・有線放送した場合の使用料を受ける権利（法第95条）、レンタルCD等について使用料を受ける権利（法第95条の3）、生の実演が含まれる放送を受信して有線放送する場合の報酬請求権（法第94条の2）
レコード製作者の権利	複製権（法第96条）、送信可能化権（法第96条の2）、譲渡権（法第97条の2）、貸与権（法第97条の3）、市販用CD等を放送・有線放送した場合の使用料を受ける権利（法第97条）、レンタルCD等について使用料を受ける権利（法第97条の3）
放送事業者の権利	複製権（法第98条）、再放送権及び有線放送権（法第99条）、送信可能化権（法第99条の2）、テレビ放送の公の伝達権（法第100条）
有線放送事業者の権利	複製権（法第100条の2）、放送権及び再有線放送権（法第100条の3）、送信可能化権（法第100条の4）、有線テレビ放送の公の伝達権（法第100条の5）

「『伝達』されるものは、音楽などの『著作物』である場合と、『著作物以外のもの』である場合がある」（「著作権テキスト」28頁）。また、著作隣接権は「『著作者の権利』の場合と同様に『プロ』とは限らず、例えば、一般の人々がカラオケで歌った（実演した）場合や、SLの音を録音した（レコードを製作した）場合や、キャンパスFMなどで番組を送信した（放送した）場合などにも、権利が与えられ」（「著作権テキスト」同頁）る。

著作隣接権は、実演、放送及び有線放送についてはそれらを行った時に、レコードについては最初に音を固定した時に発生する（法第101条第1項）。保護期間は、実演、放送等が行われたときから50年間である（同

条第2項)。

著作権についての考え方は、時代とともに変化しているため、最新の情報を収集するように努める。

4-4 肖像権など広報に関係する権利

広報活動を行うにあたって、著作権以外にも注意を払うべき他者の権利がある。その代表的なものが、肖像権、パブリシティ権、商標権などである。

(1) 肖像権

(a) 肖像権とは何か

日本の法令上、「肖像権」と規定されているものはないが、人は自己の肖像（写真や画像等）を本人の了解なしに他人に撮影や描写されたり、またそれを無断で公開されない権利があるとして、これを侵害した場合には、民法上の不法行為等に関われる可能性がある。判例上では、撮影については「個人の私生活上の自由の一つとして、何人も、その承諾なしに、みだりにその容ぼう・姿態を撮影されない自由を有する」（最高裁判所昭和44年12月24日判決）と、公表については「人は、自己の容ぼう等を撮影された写真をみだりに公表されない人格的利益も有すると解するのが相当」（最高裁判所平成17年11月10日判決）と判示している。

肖像権は、芸能人などに限らず、一般の人々にも認められる権利である。そのため、広報写真の撮影や公表をする場合においては、撮影された人々からクレームを受けることのないよう、十分な配慮をする必要がある。

(b) 肖像権を侵害しないために

判例は、「ある者の容ぼう等をその承諾なく撮影することが不法行為上違法となるかどうかは、被撮影者の社会的地位、撮影された被撮影者の活動内容、撮影の場所、撮影の目的、撮影の態様、撮影の必要性等を総合考慮して、被撮影者の上記人格的利益の侵害が社会生活上受忍の限度を超えるものといえるかどうかを判断して決すべきである」（最高裁判所平成17年11月10日）としている。

相手方の承諾があれば、肖像権を侵害するおそれはないため、撮影を行う際は、事前に被写体にしたいと思う相手に対して、①どのような目的で撮影を行って（撮影の目的）、②撮影の同意が得られるか（撮影の許可）、場合によってはその写真を広報紙等に使用してもいいか（掲

載の許可)について確認し、了解を得るのが望ましい。被写体になるすべての人々に撮影の承諾を得ることが難しい場合には、撮影に際して腕章などに「〇〇市広報係」などと明記して、どこのだれが何の目的で撮影を行っているかが一目でわかるようにする。あるいは大勢の観衆がいる場面の撮影では、ピントを外して観衆の顔をぼかすような工夫を凝らすことで対処する。また、撮影した写真を広報紙などで使用する場合において、撮影・掲載の許可を取っていない人が写っていたりして、掲載の判断に迷うようなときは、画像処理で個人が特定できないように加工をするか、いっそ思い切って掲載をしないなどの決断も必要である。

ポイント

- 撮影する前に本人の承諾を得ること。
- 被写体すべての承諾を得ることが難しい場合は・・・
 - 腕章などを身につけ、取材していることがわかるようにすること。
 - 被写体が特定できないように撮影する、あるいは画像処理をすること。

(2) パブリシティ権

パブリシティ権とは、「芸能人やプロスポーツ選手の氏名や肖像の商品化事業等の無断利用に対し、経済的利益が損なわれた芸能人らが異議を申し立てることのできる法的地位」(有斐閣「法律学小辞典第4版」平成19年987頁)のことである。著名人の氏名や肖像には、経済的な利益をもたらすことにつながる顧客吸引力があるため、それらの写真等を公に利用する場合には、本人への許諾や対価の支払いをしなければならない。この権利についても、法令上明文化されたものはないが、判例には、「その氏名、肖像から顧客吸引力が生じる著名人が、この氏名・肖像から生じる経済的利益ないし価値を排他的に支配する権利を有するのは、ある意味では、当然である。著名人のこの権利をとらえて、『パブリシティ権』と呼ぶことは可能である」(東京高等裁判所平成14年9月12日)としたものがある。

(3) 商標権

商標権とは、商標権者が指定商品又は指定役務(サービス)について商標登録を受けた商標(登録商標)を独占的・排他的に使用できる権利のことであり、商標法や不正競争防止法によって保護されている。また、商標は、特許や実用新案などとともに特許庁で扱われている権利であり、商標登録された商標に類似したものを、商標権者以外の者が使用することは禁

止されている（商標法第37条）。

商標法第2条第1項によると、商標登録されるものは、「文字、図形、記号若しくは立体的形状若しくはこれらの結合又はこれらと色彩との結合」であって、「業として商品を生産し、証明し若しくは譲渡する者がその商品について使用するもの」（同項第1号）又は「業として役務を提供し、又は証明する者がその役務について使用するもの」（同項第2号）である。たとえば、商品の名前、企業のロゴマーク、屋号や紋章などがある。

広報活動において、名称やマークを使用する際には、他人の商標権の侵害をしないように注意が必要である。これらが無断で使用した場合、差止請求（商標法第36条）や損害賠償を請求されることがある。

（4）個人情報の保護に関する法律

個人情報の保護に関する法律は、急速に成長する情報化社会において取り扱われる膨大な個人情報について、個人の人格尊重の理念の下に適正な取扱いが図られなければならないとしている（同法第3条）。この法律における個人情報とは、「生存する個人に関する情報であって、当該情報に含まれる氏名、生年月日その他の記述等により特定の個人を識別することができるもの（他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別することができることとなるものを含む。）をいう」（同法第2条）。

これらの個人情報の取扱いにおいて、利用目的の特定（同法第15条）や、利用目的による制限（同法第16条）などの義務を設け、適正な管理と不正な使用や漏えいの防止を求めている。

個人情報の入力が必要とする書類を取り扱う業者やホームページ等にある個人情報の入力フォームでは「プライバシーポリシー」という項目で、個人情報の取扱いについて定めた基準や方針を外部に示すことがよくある。