

ガートナー著作権と使用・引用に関するポリシー

本ポリシーには、例およびベスト・プラクティスへのリンクが含まれています。

はじめに

ガートナーは、テクノロジー分野における客観性及び独立性のある確かな情報源としての地位を確立しています。この客観性および独立性というガートナーへの評価を維持するため、当社の社名、リサーチ内容、ロゴの使用に際しては厳しい基準を設けています。ガートナーの名称および公開済みのリサーチ資料は、使用・引用をする媒体や使用・引用の方法にかかわらず、商標および著作権保護の対象となります。本ポリシーは、「ガートナー」の名称の使用、ロゴの使用、ガートナーの公開済みリサーチの抜粋の使用について定めるものです。本ポリシーは、利用者のためのコンテンツの執筆またはプロモーションもしくはその両方を行う、パートナー企業を含む第三者にも適用されます。ガートナーはこれらの使用について同意しない権利を留保しており、当該留保に関し、いかなる例外も存在しないことをあらかじめお断りしておきます。

使用・引用の許諾申請について

quote.requests@gartner.com 宛てに許諾申請を電子メールにてお送りください。

使用許諾のご申請時は以下をご送付ください。

- 使用の許諾を求めようとしている引用（文言、評価、レーティング、位置付け等）
- 使用・引用される内容が記載されている公開済みのオリジナル・リサーチ（レポートへのリンク または PDF の添付）、または引用元の **Gartner Peer Insights** へのリンク
- 使用・引用先資料のドラフト（使用するレイアウトで提供）
- コンテンツの使用・引用元がピボット・テーブルやグラフの場合、参照元または処理済みのピボット・テーブルかグラフのスクリーンショット

回答までの所要日数: およそ 2 営業日にてご返信いたします。**備考:** 複数回のレビューやアナリストへの確認が必要な場合には、さらに時間を要する場合がございます。

目次

はじめに

1. ポリシーの要点

2. 使用・引用に関するルール（引用先・引用目的別）

2.1 読者が限定された資料

2.2 訴訟および買収

2.3 リプリント、マルチメディア、ガートナー・アナリストが参加するイベントの宣伝用資料

- 2.4 有価証券の売り出し、株主向けレポート
- 2.5 デジタル・メディア
- 2.6 ブース/イベントの看板
- 2.7 映像・録音物
- 2.8 プレスリリースや提案書、プレゼンテーションにおける引用の複数使用
- 2.9 知的財産 - 商標
 - a. ガートナーのロゴ
 - b. ガートナー注目ベンダーのロゴ
 - c. Gartner Peer Insights のロゴ
- 3. 使用・引用に関するルール (引用元・引用内容別)
 - 3.1 特定の顧客向けの個別サービスおよびコンサルティング成果物
 - 3.2 ガートナーのブログ
 - 3.3 フォーキャストおよび市場シェア
 - 3.4 ガートナー・ブランド・リサーチ: 注目ベンダー、クリティカル・ケイパビリティ、ハイプ・サイクル、マジック・クアドラント、マーケット・ガイド、ベンダー評価
 - a. ブランド・リサーチより抜粋する場合
 - b. ガートナー・ブランド・リサーチの図表を掲載する場合
 - 3.5 IT Key Metrics Data
 - 3.6 ツールキット
 - 3.7 Gartner Peer Insights
- 4. リサーチ・ドキュメントの社外共有
- 5. 社内利用
- 6. 備考
 - 6.1 出典の表記
 - 6.2 著作権法に関する基本事項
 - 6.3 再掲権
 - 6.4 違反行為について
 - 6.5 よくあるご質問 (FAQ)
- 7. お問い合わせ先

1. ポリシーの要点

- a. 許諾を受けるためには、引用するガートナーの公開済みリサーチへの正当なアクセス権を保持していなければなりません (例えば、アクセス権保持者、ライセンスを購入したリプリントからの引用)。
- b. 引用、抜粋する文章及びグラフィックは gartner.com (または gartner.co.jp) で公開済みの発行日から 12 か月以内のリサーチ内容、または発行日から 12 か月以内のガートナー・プレスリリース、もしくはイベント開催日から 12 か月以内のガ

ートナーのイベントのプレゼンテーションに記載された内容でなければなりません。メディア媒体や第三者資料に記載されているものについて、引用することは認められません。理由

- c. すべての引用および抜粋は、全体を一語一句正確に抜粋し、関連する文脈を変更なく表現しなければなりません。言い換えをすることは認められません。
- d. 特定の企業や製品、サービスに限定した抜粋を使用することは認められません。ガートナー・リサーチを、特定の企業や製品、サービスを推奨するため、または競合他社を批判するために使用してはなりません。
- e. アナリストのカスタム・クォート（個別インクワイアリの文書回答からの引用など）は、公式か非公式であるかを問わず、許諾されません。抜粋は、gartner.com（または gartner.co.jp）で公式に公開されているリサーチのみに限定されます。すなわち、フォーラムなどでアナリストが発した非公式なコメントを引用することは認められません。
- f. 非常に限定された状況を除き（[セクション 3.1](#)を参照）、カスタム・レポートまたはコンサルティングの提供物の社外利用は認められません。
- g. 公開済みのリサーチ内容の引用および抜粋は、発行日より起算して 12 カ月以内のリサーチ、またはガートナーにより「Gartner Foundational」に分類されたリサーチに限定されます。
- h. ガートナーの公開済みリサーチの資料全体の 10%を超える部分について引用をし、顧客の資料に使用することはできません。
- i. 顧客の資料全体の 30%を超えてガートナーの公開コンテンツを使用することはできません。理由
- j. 公開済みのリサーチ資料から業界全般の図や表を使用する場合は、これらの図表に一切の変更を加えることなく、全体を表示しなければなりません。
- k. 特定の企業の製品やサービスのレーティング、ランキング、認識、位置づけ等が掲載されている図や表については、ブランド・リサーチのほか、フォーキャストレポート・市場シェアレポート以外から使用することは認められません（[セクション 3.4](#)を参照）。その他の特定の企業に関する抜粋は認められません。
- l. 会社紹介文（ボイラー・プレート）や電子メールの署名に、ガートナーの名称、ガートナーのロゴ、リサーチへの参照を用いてはなりません。理由
- m. gartner.com に記載されている公式の「[about Gartner](#)（ガートナーについて）」の会社紹介文（ボイラー・プレート）を社外向けのコミュニケーションやプレスリリース、マーケティング資料に使用することはできません。
- n. プレスリリース、ニュースレターのタイトルやサブタイトル、電子メールの件名に「ガートナー」の名称を使用することは認められます。ただし、タイトルや件名に、「ガートナーが発表した」「ガートナーによると」といった表記、またはガートナーが推奨していると暗示する表現は使用できません。
- o. 自社の製品やサービスを評価しているレポートを単純に列記する場合であれば、これらのレポートへのリンクと共にガートナーのコンテンツをガートナーの競合他社のコンテンツと共に表示することができます。例は[こちら](#)を参照してください。

2. 使用・引用に関するルール（引用先・引用目的別）

2.1 読者が限定された資料

「読者が限定された資料」とは、顧客の購読者、顧客、見込み顧客など、限られた対象者のみがアクセスすることができ、一般的にアクセスすることができない、または一般に配布されない資料のことを指します。セクション 1、3.3、3.4a、3.4b で述べられている量的制限を含め、本ポリシーの規定を完全に遵守していることを条件に、ガートナーの公開済みリサーチから引用して「読者が限定された」資料に使用する場合、事前の承認は不要です。事前承認が不要な資料は下記のものに限定されます。

- 特定の見込み顧客／顧客組織向けに用意された資料やプレゼンテーション。例:提案依頼書(RFP)、情報提供依頼書(RFI)、入札招請(IFB)、入札案内書(ITB)
- プロフェッショナルの投資アドバイザーのエクイティ・リサーチ・レポートおよび関連するマーケティング・プレゼンテーション
- 有価証券の売り出しにおけるロードショーで使用されるプレゼンテーション資料 (ただし売り出しの資料自体を除く)*。
- 市場投資／融資の売り込みの際に使用される機密の投資銀行ピッチブック (ただし売り出しの資料自体を除く)

「読者が限定された」資料には、エクイティ、債務証券、その他の有価証券を含め、有価証券の売り出しの資料自体は含まれません (特に記載ある場合を除く)。

ガートナーの名称やリサーチ内容が掲載される読者限定資料には、以下のフォーマットに基づく免責条項が、対象である限定読者が容易に見られるように記載されていなければなりません。

本レポートにおいてガートナーに帰属するすべての記述は、ガートナーの顧客向けに発行された配信購読サービスの一部として発行されたデータ、リサーチ・オピニオン、または見解に関する [顧客名を入力] による解釈であり、ガートナーによる本レポートのレビューは行われておりません。ガートナーの発行物は、その発行時点における見解であり、本プレゼンテーション／レポート発行時点のものではありません。ガートナーの発行物で述べられた意見は、事実を表現したものではなく、事前の予告なしに変更されることがあります。

* 下記の条件が満たされている場合、有価証券の売り出しに関連するロードショーで使用されるプレゼンテーション資料に、追加承認は不要です。

- 関連する有価証券届出書、目論見書、プライベートプレイズメントメモランダム、コンフィデンシャルインフォメーションメモランダム、その他セクション 2.4 に規定されている証券の売り出しに関する資料について、すでにガートナーの公開済みリサーチの使用の承認を受けている。
- 承認済みのガートナー・コンテンツに一切変更を加えていない。

ガートナーは、引用内容の正確性と適切性について確認を行うサービスをご提供いたします。本サービスをご希望の方は、ガートナー・クォートリクエスト (quote.requests@gartner.com) までお問い合わせください (日本語資料の場合は apquote.requests@gartner.com)。

2.2 訴訟および買収

ガートナーのリサーチ内容を訴訟のため、または企業買収に関連して、社外で使用することは認められません。そのような申請は許諾されません。

2.3 リプリント、マルチメディア、ガートナー・アナリストが参加するイベントの宣伝用資料

ポリシーの要点の補足事項:

- 当該製品やイベントについて、ガートナーが紹介される一方、ガートナーが共催するものではなく、また共同スポンサーでもないことが明確でなければなりません (許諾される例:「ガートナー・リサーチを紹介した ABC 社ニュースレター」や「ガートナー・アナリスト、John Doe が登壇する ABC 社イベント」など)。

- ガートナー・コンテンツは、貴社のコンテンツと明らかに区別されなければなりません。また、ガートナー・コンテンツは、業界一般に関するものであり、特定のベンダーや製品、サービスに関するものではないことが明確でなければなりません。
- ガートナーの競合企業とされる第三者の Web サイトでプロモーションすることはできません。

2.4 有価証券の売り出し、株主向けレポート

ポリシーの要点の補足事項:

ガートナーのロゴおよびブランド・リサーチの図 (マジック・クアドラント図など。セクション 3.4b を参照) を有価証券の売り出しに関連する文書や株主向けレポート/レターに含めることは認められません。ただし、一定の条件において、ガートナーの公開済みリサーチを下記のものに含めることができます。

- 株式、債務証券、その他の有価証券の売り出しに関連して、米国証券取引委員会 (SEC)、証券取引所、およびこれらに相当する機関や、海外の証券会社又はその関連機関へ提出する有価証券届出書、目論見書及び報告書
- エクイティ、債務証券、その他の有価証券の売り出しまたはその他の取引に関連するプライベートプレースメントオフリングメモランダム及びコンフィデンシャルインフォメーションメモランダム、及び
- 株主への他の提出書類。これには社長および会長からのレターならびに年次報告書および四半期報告書が含まれますが、これらに限定するものではありません。

下記の条件が適用されます。

- リサーチ内容の引用および抜粋に関する申請は、ガートナーによる書面による事前許諾を得る必要があります。
- 株式の売り出しをする場合または株式の売り出しに関する報告書を提出する場合、ガートナーの「Quote Indemnification Agreement (引用の免責事項に関する合意書 (英文))*」に署名いただく必要があります。本合意書への署名がない場合、引用は認められません。「Quote Indemnification Agreement」は譲渡不能です。
- すべてのガートナーの公開済みリサーチからの引用ならびに抜粋は「Quote Indemnification Agreement」の「Exhibit A」に記載される必要があり、引用の際は、タイトル、著者、発行日、以下に記載のある免責条項を含め、対象となるガートナーの公開済みリサーチ・ドキュメントの出典を明記いただく必要があります。
- ガートナー資料の引用および抜粋は、前後の文章 (ガートナーの資料を参照したすべての文章と、その前後の文章) に即したものである必要があります。
- 引用および抜粋について、相互参照した脚注を記載いただく必要があります。
- ガートナーのロゴおよびブランド・リサーチの図 (マジック・クアドラント図など。セクション 3.4b を参照) を有価証券の売り出しに関連する文書や株主向けレポート/レターに含めることは認められません。
- 有価証券の売り出しに関連する文書については、最初にガートナーからの資料の引用および抜粋が掲載されるページの下部に、下記に記載されているガートナーの最新の免責条項を記載いただく必要があります。

ここに述べられたガートナーのレポート(以下「ガートナーのレポート」)は、ガートナーの配信購読サービスの一部として顧客向けに発行されたリサーチ・オピニオンもしくは視点を表したものであり、事実を表現したものではありません。ガートナーの各レポートは、レポート発行時点における見解であり、この説明資料発行時点のものではありません。また、ガートナーのレポートで述べられた意見は、事前の予告なしに変更されることがあります。

* ここに記載のないタイプの申請や報告書については、ガートナー・クォート・リクエスト (quote.requests@gartner.com) までお問い合わせください。

本件の許諾権限を有しているのは米国ガートナーのみとなりますため、米国ガートナーのクォート・リクエスト (quote.requests@gartner.com) へ直接ご申請ください。規定の遵守状況の検証および事前承認のため、署名した「Quote Indemnification Agreement」をスキャンの上、電子メールにて quote.requests@gartner.com 宛てにご送付ください。

2.5 デジタル・メディア

ポリシーの要点の補足事項:

ガートナーの公開済みリサーチを企業のデジタル・メディア・チャンネル (Facebook、LinkedIn、Twitter、Instagram、Pinterest など) において参照する場合、ガートナーによる事前の許諾が必要となります。もしこれを個人のデジタル・メディア・チャンネル (Facebook、LinkedIn、Twitter、Instagram、Pinterest など) で参照する場合には、事前の許諾は不要となります。ただし、セクション 1、3.4、6.1 の規定は適用されます。企業のサイトは企業としての見解を表すのに対して個人のサイトは個人的な見解を表しているため、「企業」の使用と「個人」の使用とでルールを区別していますが、たとえ個人のデジタル・メディア・チャンネルであっても、ガートナーの公開済みリサーチの不当表示が認められる場合、ガートナーはこれを追及する権利を有します。

企業デジタル・メディア・チャンネル: 初めに、内容確認と許諾のため、掲載する内容を事前に提出してください。ガートナー著作権と使用・引用に関するポリシーが適用されます。許諾された後は、ガートナーからの再度の許諾は不要となりますが、ポリシーの規定を遵守しなければなりません。もし文字数の制限により掲載が難しい場合には (Twitter など)、出典と免責条項の全てを記載する必要はありません。

個人デジタル・メディア・チャンネル: 投稿内容についてガートナーによる事前確認と承認は不要となりますが、ポリシーの各条項を遵守しなければなりません。もし文字数の制限により掲載が難しい場合には (Twitter など)、出典と免責条項の全てを記載する必要はありません。

許諾される例と許諾されない例は、[こちらを参照してください](#)。

2.6 ブース/イベントの看板

ポリシーの要点の補足事項:

イベントにおけるブースの看板にガートナーの公開済みリサーチを参照したり、ガートナーのロゴを含めたりする場合、ガートナーの事前許諾が必要となります。

- 内容の検証のため、ガートナー・コンテンツを使用した状態のブース・レイアウト・デザインの完全な図面を提出する必要があります。
- 看板に記載するメッセージング全体の **30%**を超えてガートナーの資料を参照または引用することはできません (備考: 自社のブランド・グラフィックまたは画像はここでいうメッセージングに含まれません - セクション 1.i を参照)。理由
- 適切かつ完全なリサーチの引用と共に該当する適切な**法的免責条項**を含める必要があります (マジック・クアドラントにおける位置づけを記載する場合など)。理由
- 看板における主たるイメージは顧客のロゴであるため、ブースのサイズや位置との関係、顧客のロゴとの比較で、ガートナーのロゴサイズは少なくとも **10%**小さく表示しなければなりません。理由
- ガートナーのロゴを顧客のロゴや他のロゴのすぐそばに配置したり共にまとめて表示したりすることはできません。理由

- 看板にマジック・クアドラント図や自社の認知についてのレーティング、ランク、スコア又はリストについてのその他の図を含めることは認められません。ただし、マジック・クアドラントのライセンス権限を有している場合は、レポート完全版へのアクセスを提供する QR コードを看板に記載することができます。
- ガートナーと競合する企業が提供する特定の企業に関するグラフィックを含めることは認められません。理由

2.7 映像・録音物

ポリシーの要点の補足事項:

ガートナーの公開済みリサーチを参照する映像や、ガートナーのロゴを使用した映像、又は映像なしでガートナーを参照するナレーションを録音したものを制作する場合、**制作前**にガートナーの許諾を取得しなければなりません。

- 内容の検証のため、利用予定のガートナー・コンテンツとともに映像・録音物の完全版のサムネイル又はスクリプトの草稿を提出する必要があります。
- セクション 1.i に基づき、ビデオ・メッセージで全体の 30%を超えてガートナー資料を参照・使用することはできません。
- リサーチの引用は適切かつ完全になされる必要があります、必要な場合には、法的免責条項と共に記載される必要があります (マジック・クアドラントにおける位置づけを記載する場合など)。

2.8 プレスリリースや提案書、プレゼンテーションにおける引用の複数使用

同じコンテンツを複数のプレスリリースやプレゼンテーション、提案書などで利用する場合には、一度提出すれば後は同じコンテンツを複数回使用することが可能となる「許諾引用シートテンプレート(Approved Quote Sheet Template)」をご利用いただければ、提出は一回で済み、複数の関連資料において利用することが可能となります。ご希望の場合は、必要事項を記入した「許諾引用シートテンプレート(Approved Quote Sheet Template)」を quote.requests@gartner.com (日本語資料の場合は apquote.requests@gartner.com) 宛てにお送りください。

2.9 知的財産 — 商標

2.9a ガートナーのロゴ

GARTNER は米国および世界各国における Gartner, Inc. または関連会社の登録商標およびサービス・マークであり、書面による明示的な許諾なく使用することは認められません。

- ガートナーのロゴは、ライセンスを購入したガートナー・リプリント、ガートナー・カスタム・ニュースレター、ガートナー・ウェブキャスト、アナリストによる外部向け講演会 (個別セッション) のいずれかのプロモーションにおいてのみ、使用することが認められます (セクション 2.3 を参照)。
- ガートナーのロゴを使用する際は、下記の商標に関する法的免責条項を明記する必要があります。

GARTNER は米国および世界各国における Gartner, Inc. または関連会社の登録商標およびサービス・マークであり、同社の許可に基づいて使用しています。All rights reserved.

適切な使用方法

- プロモーション資料において、(サイズと位置の両方について) 顧客のロゴが主たるイメージでなければなりません (「Gartner Logo Usage Guidelines」のすべての例と同様です)。
- 顧客のロゴとの比較で、ガートナーロゴを少なくとも 10% 小さく表示しなければなりません。理由

- ガートナーのロゴを顧客のロゴや他のロゴのすぐそばに配置したり、共にまとめて表示したりすることはできません。理由
- ガートナーのロゴを顧客のプレスリリースや電子メールの署名、有価証券の売り出し関連文書（年次報告書を含む）に使用することはできません。理由

「[Gartner Logo Usage Guidelines](#)」を参照してください。

2.9b ガートナー注目ベンダーのロゴ

ガートナー注目ベンダーのロゴは **Gartner, Inc.** または関連会社の登録商標およびサービス・マークであり、書面による明示的な許諾なく使用することは認められません。

- ガートナー注目ベンダーのロゴは、完全なレポート出典情報および法的免責条項と共に明記することで 12 か月を超えてからも利用出来ます。（[セクション 3.4a](#) を参照）。
- ガートナー注目ベンダーのロゴを使用する際は、下記の商標に関する法的免責条項を明記する必要があります。

ガートナー注目ベンダーのロゴは **Gartner, Inc.** または関連会社の登録商標およびサービス・マークであり、同社の許可に基づいて使用しています。All rights reserved.

適切な使用方法

- 何らかの賞を黙示するようにガートナー注目ベンダーのロゴを使用することはできません。
- プロモーション資料において、（サイズと位置の両方について）顧客のロゴが主たるイメージでなければなりません（「[Gartner Logo Usage Guidelines](#)」のすべての例と同様です）。
- 顧客のロゴとの比較で、ガートナー注目ベンダーのロゴを少なくとも 10% 小さく表示しなければなりません。理由
- ガートナー注目ベンダーのロゴを顧客のロゴや他のロゴのすぐそばに配置したり、共にまとめて表示したりすることはできません。理由
- ガートナー注目ベンダーのロゴを顧客のプレスリリースや電子メールの署名、有価証券の売り出し関連文書（年次報告書を含む）に使用することはできません。理由

「[Gartner Logo Usage Guidelines](#)」を参照してください。

2.9c Gartner Peer Insights のロゴ

Gartner Peer Insights のロゴは **Gartner, Inc.** または関連会社の登録商標およびサービス・マークであり、書面による明示的な許諾なく使用することは認められません。

- Gartner Peer Insights のロゴは、法的免責条項と共に明記する必要があります（法的免責条項については[セクション 3.7](#) を参照）。

- Gartner Peer Insights のロゴを使用する際は、下記の商標に関する法的免責条項を明記する必要があります。

Gartner Peer Insights のロゴは *Gartner, Inc.* または関連会社の登録商標およびサービス・マークであり、同社の許可に基づいて使用しています。All rights reserved.

適切な使用方法

- 何らかの賞を黙示するように Gartner Peer Insights のロゴを使用することはできません。
- プロモーション資料において、(サイズと位置の両方について) 顧客のロゴが主たるイメージでなければなりません (「[Gartner Logo Usage Guidelines](#)」のすべての例と同様です)。
- 顧客のロゴとの比較で、Gartner Peer Insights のロゴを少なくとも 10% 小さく表示しなければなりません。理由
- Gartner Peer Insights のロゴを顧客のプレスリリースや電子メールの署名、有価証券の売り出し関連文書 (年次報告書を含む) に使用することはできません。理由

「[Gartner Logo Usage Guidelines](#)」を参照してください。

3. 使用・引用に関するルール (引用元・引用内容別)

3.1 特定の顧客向けの個別サービスおよびコンサルティング成果物

顧客向けに個別に提供されたレポートやコンサルティング成果物を社外で共有することは許諾されません。ただし、ガートナーからの事前の許諾がある場合または下記の限定された場合を除きます。顧客によるレポートや成果物の共有が許諾される相手は以下の通りです。

- (i) 外部の監査人または会計士
- (ii) 成果物に含まれているトピックの検証や提案、さらなるリサーチのために顧客が適切な機密保持契約を締結した第三者または
- (iii) 法的義務に基づき、政府または規制当局

潜在的な投資家との間で証券の売り出しに関連して顧客向けの個別レポートやコンサルティング成果物を共有したり、証券の売り出しを行う文書や年次報告書、四半期報告書、その他の株主向け報告書においてこれらの資料を全部又は一部引用したりすることは、いかなる場合であっても認められません。

3.2 ガートナーのブログ

ガートナーのブログで述べられたコメントや意見は、下記の状況においてコピーや再配布することができます。

- 非営利の会社使用を目的とした他のブログ
- 個人および私的利用
- 報道関係者によるコピー／再配布

その他の使用は認められません。理由

3.3 フォーキャストおよび市場シェア

ポリシーの要点の補足事項:

- 最新版のガートナー・フォーキャストや市場シェアの発行物（例えば、最新版の四半期発行物や最新版の年間発行物）のデータを使用しなければなりません。
- これら 2 つのリサーチ・レポート・タイプを参照してベンダーを比較する場合には、3 社以上のベンダーで比較しなければなりません。1 対 1 の比較は許諾されません。
- ガートナー・フォーキャストおよび市場シェアのデータを、他の調査会社のデータと混在して使用することはできません。
- 文脈を明確にするため、ランキングに関する説明は、次の情報を明記する必要があります。
 - 該当する地域
 - 該当する期間
 - ランキングの基準
 - 該当する市場セグメント／サブセグメント（備考：すべての市場セグメント／サブセグメント用語は、公開済みのフォーキャストおよび市場シェア・レポートでガートナーが使用している用語と一致していなければなりません）。[こちらの例を参照して下さい](#)。
- 自社の現在の市場シェアを以前の「マーケット・シェア・アナリシス」レポートと比較する場合、まず更新されている最新版の市場シェア・レポートを確認する必要があります。最新のデータであるかどうかについては、毎年発行されている「Market Share: All Software Market」のレポートのピボット・テーブルを確認して下さい。[理由](#)
- 暫定値に基づくリサーチ発行物からの引用の場合には、そのことを明記する必要があります。
- すべてのフォーキャストおよび市場シェア・リサーチにおいて、使用できる表やグラフの掲載は 3 つまでに限定されます。使用するガートナー・データが資料全体の 30%を超えないことを条件に、複数のフォーキャストおよび市場シェア・リサーチ・レポートから表やグラフをそれぞれ 3 つまで当該資料に掲載することができます。
- ガートナーの公開済みフォーキャストや市場シェア・リサーチに基づき独自に作成したチャートや図を掲載する場合、出典と共に下記の一文を記載する必要があります。

グラフ／図はガートナー・リサーチに基づき【会社名】が作成。出典：Gartner, Inc., [タイトル], [アナリスト名],[発行日].

- ガートナーのデータと共に独自に作成したデータを記載する場合は（なお、独自に作成したデータをガートナーのデータと混在することは禁止されています）、下記の一文を記載しなければなりません。「ここに記載のある数値は、【会社名】により算出されたものです。」

3.4 ガートナー・ブランド・リサーチ:注目ベンダー、クリティカル・ケイパビリティ、ハイプ・サイクル、マジック・クアドラント、マーケット・ガイド、ベンダー評価

許諾される例と許諾されない例については、[こちらを参照してください](#)。

3.4a ブランド・リサーチより抜粋する場合

ポリシーの要点の補足事項:

- これらの発行物におけるベンダーの選定や認識、評価、位置付けに関して言及する場合には、参照先の資料に下記に記載されているガートナーの免責条項を記載する必要があります。

ガートナーは、ガートナー・リサーチの発行物に掲載された特定のベンダー、製品またはサービスを推奨するものではありません。また、最高のレーティング又はその他の評価を得たベンダーのみを選択するように助言するものではありません。ガートナ

ー・リサーチの発行物は、ガートナー・リサーチの見解を表したものであり、事実を表現したものではありません。ガートナーは、明示または黙示を問わず、本リサーチの商品性や特定目的への適合性を含め、一切の保証を行うものではありません。

マジック・クアドラント、マーケット・ガイド:

- **NEW!** 下記の条件を満たしている場合、購入済リプリントのプロモーション活動の一環として、マジック・クアドラント図をホームページのバナーに含めることができます。
 - 変更したり、改変したりすることなく、オリジナルの図をそのまま使用すること
 - バナー内にのみ表示すること（すなわちホームページの大きな部分を占めないこと）
- バナーは、次のいずれかに直接リンクしていること: (a)マジック・クアドラント・レポートの完全版に関する購入済みリプリント、(b) 登録用のランディング・ページ、または (a) と (b) のいずれかに誘導するプレスリリース

許諾される例と許諾されない例については、[こちらを参照してください](#)。

- マジック・クアドラントおよびマーケット・ガイド内の位置付けは「スタック・ランキング」や「格付け」ではありません。
- マジック・クアドラントでの位置付けを表記する場合に許諾される表現: 挙げられている、置かれている、位置付けられている、確認されている、認知されている、評価されている、認識されている。
- 許諾されない表現: 特集されている、ハイライトされている、強調されている、またはこれらを暗示するすべての表現。
- 「検証された」、「証言された」、「称賛された」、「証拠付けられた」(または同じ意味を持つ他の語句) 等の語句は自社の意見として記載するものとし、ガートナーが推奨しているかのような表現をすることはできません。[例](#)
- 過去の実績について述べてり過去の実績と比較したりすることは許諾されます。[例](#)
- 「マジック・クアドラントの説明」から抜粋する場合、文脈を明確にするため、抜粋は完全なものである必要があります。部分的な抜粋は許諾されません。

許諾に関する役立つヒントは[こちらを参照してください](#)。

クリティカル・ケイパビリティ:

- 本レポートの特定の事例を使用する場合は、事例のコンテキストを明確にするため、当該事例の説明を明記すると共に、参照元レポート中の事例の総数を記載する必要があります。
- 具体的な事例について製品またはサービスのスコアを使用する場合は、スコアの意味を明確にするために、当該事例において製品又はサービスに関し到達可能な最高のスコアを併記する必要があります。
- クリティカル・ケイパビリティにおける製品やサービスの「評価」(表「Table」) は引用も抜粋も許諾されません。
- ライセンス権限が確保されていることを条件に、クリティカル・ケイパビリティから引用可能な図表は **Figure (図)** のみとなります。表 (Table) の引用は認められません。この 2 つの違いと理由については[こちらを参照してください](#)。

許諾に関する役立つヒントは[こちらを参照してください](#)。

注目ベンダー:

- [注目ベンダーのロゴ](#)を使用する場合は、許諾のため実際のレイアウトが分かる資料を提出する必要があります。

- 注目ベンダーへの掲載を表彰とみなすことはできません。
- 完全な出典と免責条項を記載することで、注目ベンダーのロゴを恒久的に使用することができます。出典と免責条項の記載を、省略できる例外はありません。
- 注目ベンダー・レポートからの引用や注目ベンダーの地位にあることについての参照は、レポートの発行から最長 12 カ月に限って認められます。当該 12 カ月経過後は、注目ベンダーのロゴを使用することはできませんが (完全な出典と法的免責条項を記載することが必要)、レポートからテキストを引用することはできません。
- 注目ベンダーのロゴを顧客のプレスリリースや電子メールの署名、年次報告書、有価証券の売り出し関連文書に使用することはできません (セクション 2.4 を参照)。

許諾に関する役立つヒントは[こちら](#)を参照してください。

プレスリリースのテンプレート

注目ベンダー
 クリティカル・ケイバビリティ
 ハイブ・サイクル
 マジック・クアドラント
 マーケット・ガイド
 ベンダー評価

プレスリリースの例

注目ベンダー
 クリティカル・ケイバビリティ
 ハイブ・サイクル
 マジック・クアドラント
 マーケット・ガイド
 ベンダー評価

3.4b ガートナー・ブランド・リサーチの図表を掲載する場合

ポリシーの要点の補足事項:

- 広告・宣伝 (種類を問いません)、ホワイト・ペーパー、コンサルティング文書、パンフレット、チラシ、データシート、書籍、雑誌、プレスリリース、イベントの看板、株主への年次報告書やレター、エクイティ・レポート、登録届出書、目論見書、プライベートプレイズメントオファリングメモランダム、また米国証券取引委員会 (SEC) に提出する報告書に、ガートナー・ブランド・リサーチの図表を使用することはできません。上記以外の目的での図表の使用を希望する場合は、quote.requests@gartner.com までお問い合わせください。
- ホームページのバナーや登録用のウェブページ、ブログ、プレゼンテーションなど、特定の許諾された範囲でこれらの発行物の図表を使用する場合、以下を条件とします。
 - ガートナー著作権と使用・引用に関するポリシーの規定を完全に遵守していること。

- 図表が引用元の図表の忠実な再現として表示されていること。編集や変更、拡張などは認められません。これに違反した場合は、直ちに3カ月間引用禁止となります(セクション6.4を参照)。また、マーケティング資料においてブランド・リサーチの図表を概念的に表現することも認められません。理由
- リプリント(再販・再掲権)を購入していること:図表は、それが使用された文脈を正しく理解するため、完全な形で使用されなければなりません。これは許諾のための必須条件となります。
- 次の免責条項を図表が掲載される資料に明記する必要があります。

本図表は、ガートナー・リサーチの発行物の一部であり、発行物全体のコンテキストにおいてご覧いただく必要があります。ガートナーの発行物は、リクエストにより[顧客名、またはリプリントURL]からご提供することが可能です。

ガートナーは、ガートナー・リサーチの発行物に掲載された特定のベンダー、製品またはサービスを推奨するものではありません。また、最高のレーティング又はその他の評価を得たベンダーのみを選択するように助言するものではありません。ガートナー・リサーチの発行物は、ガートナー・リサーチの見解を表したものであり、事実を表現したものではありません。ガートナーは、明示または黙示を問わず、本リサーチの商品性や特定目的への適合性を含め、一切の保証を行うものではありません。

- インタラクティブなマジック・クアドラントやクリティカル・ケイパビリティからカスタマイズした図を社外利用することは許諾されません。
- クリティカル・ケイパビリティ・レポートの特定の事例の図を使用する場合は、各事例の説明を明記すると共に、参照元レポート中の事例の総数を記載する必要があります。
- マーケティング資料および販促資料において、マジック・クアドラントやハイプ・サイクルなど、ガートナーの公開済みリサーチからの図表を、他のリサーチ企業からの図表と並べて表示することは認められません。他のリサーチ企業が作成したリサーチの図表とガートナーの図表を並べて表示することは、調査手法、分析、結論を直接比較することにつながり、その結果、ガートナー・リサーチの価値を損ない誤解を与える恐れがあります。理由

スライドの例

[注目ベンダー](#)

[クリティカル・ケイパビリティ](#)

[ハイプ・サイクル](#)

[マジック・クアドラント](#)

[マーケット・ガイド](#)

[ベンダー評価](#)

3.5 IT Key Metrics Data

ガートナーが公開したIT Key Metrics Dataレポートの資料およびデータは、ライセンス・ユーザーによる非営利の社内利用のみを目的としています。社外利用は認められません。当該Key Metrics Dataについて、リプリント・ライセンスの権限は利用できません。

3.6 ツールキット

特に社外利用が認められている場合を除き、ガートナー・ツールキットの内容は、ライセンスを購入したガートナー・クライアントによる非商用の社内利用のみが可能です。ツールキットの内容を再パッケージ化したり再版したりすることはできません。

使用例は[こちら](#)をご覧ください。

3.7 Gartner Peer Insights

- 顧客は、自社またはその製品に関するレビュー・コメントの抜粋のほか、評価対象となるマーケットにおける自社の現在の **Overall Peer Insights Ratings** のみを引用又は表示することが認められます。他のプロバイダーのレーティングやレビュー・コメントの抜粋を引用又は表示したり、**Gartner Peer Insights ratings** 又はレビューを利用して競合他社を批判することは認められません。
- Gartner Peer Insights** レビューから抜粋する場合、抜粋には当該レビューの日付を含めなければなりません (例: 2015 年 10 月 23 日、reviewer は次のように述べています。「[A 社は] 私がこれまでに使用した中で最高の製品を提供してくれます」)。当該レビューは、その性質上、ガートナー・リサーチから引用する場合と大きく異なるため、レビューの抜粋に関するリクエストを提供する際、レビューが記載された日付のほか、レビュー対象となっている製品についてはガートナーに提供する必要がありますが、レビューに関するその他の情報に関しては、提供する必要がありません。
- 12 ヶ月以上前のレビューについて抜粋することは認められません。
- レーティング引用時の注意点
 - 引用が認められるのは自社の **Overall Peer Insights Rating** のみで、個々のサブレーティングを引用することは認められません(自社の **Overall Rating** 以外に、例えば、自社の **Integration and Deployment** スコアについて表示することは認められません)。
 - 自社製品の **Overall Rating** を引用する場合、「現在」日および **Overall Rating** の基盤となっているレビューの数を明記しなければなりません (例:「2015 年 10 月 23 日現在、53 レビューに基づく、**Advanced Analytics Platforms market** における [A 社の] **Overall Rating** は 5 ポイント中 4.7 です)。
 - 5 段階評価モデルやヒストグラムにより **Overall Rating** を表示する場合、「現在」日を含めると共に、それがマーケティング資料でどのように表示されるのかが視覚的に分かるものをガートナーに提供しなければなりません。
- Gartner Peer Insight** のロゴ、レーティング、棒グラフ、レビューの抜粋へのすべての参照には、これらに対応する公開済みの **Gartner Peer Insights** ページへのリンクを含めなければなりません (なお、個々のレビューの詳細を閲覧するためには、登録が必要です)。

すべての **Gartner Peer Insight** コンテンツの参照には、下記の免責条項を明記する必要があります。

Gartner Peer Insights レビューは、各エンドユーザーの経験に基づく主観的な見解であり、ガートナー又はガートナーの関連会社の見解を表すものではありません。

4. リサーチ・ドキュメントの社外共有

ガートナーの公開済みリサーチのライセンス・ユーザーは、その職務の範囲内においてリサーチ・ドキュメントを使用することができます(すなわち、職務の範囲内における個人利用のみが認められます)。ガートナーの公開済みリサーチ・ドキュメントは、メール、インターネット上への投稿、外部の電子保管/検索システム、その他の手段により、クライアント企業以外の者と共有することは認められません。社外の者と弊社リサーチ内容の共有を希望される場合は、以下を条件とします。

- リサーチ・ドキュメントより一部引用・抜粋する場合:本ポリシーを完全に遵守した上で、事前に quote.requests@gartner.com(日本語資料の場合は apquote.requests@gartner.com) へ資料を提出の上、書面による許諾を得ていること。
- リサーチ・ドキュメント全体の共有の場合:再掲権 (Reprint) をご購入いただいていること。

5. 社内利用

「[Usage Guidelines for Gartner Services](#)」(ガートナーサービスご利用のガイドライン) に準拠している限り、公開されているリサーチ・ドキュメントからの引用について事前の申請は必要ありません。ただし、ガートナー資料の抜粋を含むすべての社内資料には、「社内利用に限る(もしくは **internal use only**)」との明確な表記が必要となります。リサーチ内容全体の配布につきましては、セクション 6.3 をご参照ください。

6. 備考

ガートナーは通知を行うことなく、いつでもガートナー著作権と使用・引用に関するポリシー、またはその説明内容を変更する権利を留保します。また、ポリシーとその説明は、一般的情報を提供することのみを目的としており、ガートナーのいかなる権利をも放棄することを意味しません。ガートナーはいかなる場合においても、当該権利をすべて留保しています。最新のポリシーは、www.gartner.com サイトの [Office of the Ombudsman](#) のリンク先よりご確認くださいことが可能です。

6.1 出典の表記

「Gartner Group (ガートナーグループ)」は現在の弊社の社名ではありません。2000年2月、ガートナーは正式に社名から「グループ」の文字を削除し、正式社名を「ガートナー」と変更しました。出典として使用できる社名の表記は、「Gartner, Inc. (ガートナーインク)」又は「Gartner (ガートナー)」のみとなります。

出典フォーマット

ガートナー・リサーチの発行物

ガートナー 「リサーチ発行物のタイトル」、著者名、発行日

ガートナー イベント プレゼンテーション

ガートナー 「イベント名」プレゼンテーション、「プレゼンテーション・タイトル」、アナリスト名、イベント開催日

ガートナー プレスリリース

ガートナー プレスリリース 「プレスリリース・タイトル」、発行日、gartner.com 上のプレスリリースの URL

6.2 著作権法に関する基本事項

著作権は著作物を創作した著作者に認められる権利です。著作権の対象となる著作物の種類は、書籍、詩、技術マニュアル、ソフトウェアのコード等の文字によるものから、映画、音楽または美術関連のものまで多岐にわたります。著作権者または著作権者から許諾を受けた者のみが、(1) 著作物の複製物作成、(2) 著作物に基づく翻案 (派生物) の創作、(3) 著作物の複製物の配布、(4) 公の場での著作物の実演、または (5) 公の場への著作物の展示を行うことができます。これらの権利は、著作権者の排他的・独占的な権利とされています。

新たな創作物は、それが有形の媒体によって表現されると同時に著作権による保護が与えられます。例えば、原稿なしでスピーチされた話し言葉そのものは、有形的な媒体に記録されていないため、著作権による保護が与えられません。なお、著作権による保護を受けるためには、著作権の届出・申請などの手続きをする必要はなく、また著作権で保護されている旨の表示を行うことも要しません。

日本や米国を含むほとんどの先進国は「著作権に関するベルヌ条約」の批准国です。これは、各加盟国が他の加盟国で発生する著作権を尊重することを意味します。

ガートナーが出版するリサーチ・レポート等も、印刷物、電子媒体にかかわらず、事実上すべてが著作権による保護を受けます。

6.3 再掲権

再版または Web 上での再掲 (リプリント)

ガートナーは大部分の出版物の再版・再掲権を販売しています。購入された再版・再掲物につきましては、従業員、顧客、または潜在的な顧客に対してその全文を提供することができます。再版・再掲物の使用につきましては、**Gartner Reprint** 契約書の条項に準拠していることを条件とします。再版・再掲物に関するマーケティング、プロモーションを行う場合、それが本ポリシーに定められた内容に沿っているかどうか、ガートナーによる事前の許諾が必要となります。再版・再掲権のご購入を希望される方は、ガートナー ジャパン営業本部までお問い合わせください。

マルチメディア製品

マルチメディア製品でガートナーの公開済みリサーチを引用する場合は、製品にガートナーのリサーチ内容が含まれている旨または含まれていることを明記しなければなりません。すべての販促資料と販促用パッケージにおいても、この点を強調しなければなりません。当該製品のマーケティングまたは販促における表現につきましては、事前にガートナーの許諾を取得する必要があります。ガートナーのロゴをベンダーのロゴの横に表記することはできません ([「Gartner Logo Usage Guidelines」](#)を参照)。その他の詳細については[こちら](#)をご覧ください。

ガートナー・カスタム・ニュースレター・プログラム

ガートナーが提供するニュースレターのデザインにも、上記マルチメディア製品に関するルールが適用されます。その他の詳細については[こちら](#)をご覧ください。

6.4 違反行為について

本ポリシーに対する違反があった場合、ガートナーは以下のような措置を講じる権利を有しますが、これらに限定するものではありません。

- 下記に該当する場合、ただちに **3 カ月間の引用の禁止およびリプリントの購入権差し止め**が適用されます。

- ガートナー・リサーチのドラフトの記載内容(文または図表のほか、全ての記載内容を含みます)について、これらを社外の第三者と共有もしくは何らかの形で参照した場合、または社内であっても事実の検証に関わる少人数グループ以外の者と共有もしくは何らかの形で参照した場合。
- **2016年1月1日より有効: Gartner Quote Requests** からの事前の許諾なく、ガートナーの公開済みリサーチまたは参考資料を収支報告で使用した場合。
- ガートナーのポリシーに準拠することは契約上の義務であることを、電子メールで従業員に対して全社的に通知することを顧客に要求します。
- ポリシーへの遵守を徹底していただくため、電子メールの送信がポリシーに違反するものであった場合には、当該電子メールの受信者に対し、ガートナーに提供する本ポリシーへの遵守に言及した内容のコピーと共に、誤って電子メールを送信した旨を述べる電子メールを送信して下さい。
- 違反行為について **Ombudsman** ページのブログ上で明らかにします。
- ガートナー・アナリストをプレス・コンタクト (各社製品に関する問い合わせ先) とすることをお断りします。
- ガートナーは、契約、商標法、著作権法、その他適用される法律に基づき、法的措置を取ることがあります。

違反行為を判断する際にガートナーが検討する要因の詳細は[こちら](#)をご覧ください。

6.5 よくあるご質問 (FAQ)

ガートナーのアナリストと営業担当は、社外使用申請の許諾権限を有しますか？

アナリストと営業担当は、許諾することができません。ガートナー・クォート・リクエストのメンバーのみに、quote.requests@gartner.com (もしくは apquote.requests@gartner.com) を通じて、社外利用についての許諾をする権限が与えられています。

なぜガートナーは特定企業に関する引用の利用を認めないのですか？

特定企業に関する引用がベンダーの資料の中に本来の文脈から外れて使われた場合、ガートナーがその企業を推奨しているような印象を与え、ガートナーの完全性と客観性を損なう可能性があるからです。

なぜ、自分の電子メールの署名にガートナーのロゴやガートナーが公開したリサーチへの参照、ライセンスで認められているリプリントへのリンクを入れてはいけないのですか？

電子メールの署名で表現されるベンダーのブランディングとガートナーのブランディングとを分離するためです。電子メールの結語の後にある部分は、すべてが顧客企業のブランディングを表現しているとガートナーは考えています。ガートナーは、リプリントやリサーチを購入頂いた上での営業活動等へのご活用は奨励していますが、企業の電子メールの署名を通じたプロモーションは奨励していません。

なぜ、ガートナーは **gartner.com** 上で公開される前のリサーチをベンダーがプロモーション資料の中で利用することを許諾しないのですか？

ドラフト段階で、リサーチの見解は著しく変更されることがあります。レポートが発行されるまで、リサーチの見解は確定しません。そのため、ドラフト段階の内容の社外利用を許諾することは、不正確で整合の取れない結果を生む可能性があります。

至急の社外使用申請がありますが、2 営業日より早く回答してもらうことはできますか？

時間的に可能な場合には、そのような要望に配慮いたします。できるだけ早く回答するように努力しておりますが、2 営業日の時間的猶予をあらかじめ考慮いただきますようお願いいたします。

リプリントの購入が必要な図と、リプリントの購入が不要な図があるのはなぜですか？

通常、ベンダーはクリティカル・ケイパビリティ、ハイブ・サイクル、マジック・クアドラント、マーケット・ガイド、ベンダー評価の研究をマーケティング目的で使用しています。ガートナーは、図が誤解されることのないよう、背景資料としてレポート全体を閲覧できるようにしています。

「Gartner Foundational」リサーチとはどのようなものですか？また、なぜ Gartner Foundational リサーチに関しては、12 カ月を経過したリサーチの利用を許諾するのですか？

「Gartner Foundational」リサーチは、gartner.com 上での発行から 12 カ月を経過しているがアーカイブに分類されていないリサーチです。ガートナーは、このリサーチが12ヶ月経過後も現状を反映しており、正確な内容であると考えています（例えば、新しいリサーチに内容が取って代わられていない場合が相当します）。

もし、発行から 12 カ月以内のリサーチや「Gartner Foundational」に分類されたリサーチの中に探しているものがない場合は、12ヶ月以上前のリサーチ内容を引用することはできますか？

発行から 12 カ月以上経過したリサーチで「Gartner Foundational」に分類されていないリサーチを社外利用することはできません。

7. お問い合わせ先

使用・引用の申請・承認ならびにお問い合わせ

**North
America and
EMEA**

e-mail: quote.requests@gartner.com
phone: 1 203 316 6178

**AsiaPac and
Japan**

e-mail: apquote.requests@gartner.com
phone: 81 3 6430 1900

再版・再掲 (リプリント) に関するお問い合わせ

All Regions

e-mail: reprints@gartner.com

