

ガートナー著作権・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。

最終更新日:2018年11月26日

はじめに

ガートナーは、客観性及び独立性のあるテクノロジー分野のソートリーダーシップを提供する確実なソースです。ガートナーは、その客観性と独立性に裏付けられたレピュテーションを維持していくために、ガートナーの名称、リサーチ資料、ロゴの使用に関する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、引用場所や引用方法にかかわらず、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、ロゴ、および、**Gartner.com** にて公開済みのリサーチもしくは **Gartner** イベント関連資料からの抜粋内容の適切な使用方法について定めるものです。本ポリシーは、利用者に代わってコンテンツの執筆やプロモーションを行う、貴社のパートナー企業を含む第三者にも適用されます。ガートナーの「知的財産」を対外的に使用する場合、例えば、対外的な資料において、ガートナーの公開済みのリサーチ、商標、著作権やエキスパート(例:アナリスト、アドバイザーやリサーチャー)について引用する場合、**Gartner Quote Request**(引用許諾)に事前に申請をし、内容の確認と承認(使用許諾)を得る必要があります。すべての決定は **Gartner Quote Request** の裁量によるものであり、決定を変更することは出来ません。

使用・引用の許諾申請方法

apquote.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の情報をご送付ください。

- 使用・引用される内容が記載されている公開済みリサーチの引用元に関する情報(リサーチ・レポートへのリンクまたは PDF を添付してください)、または引用元の **Gartner Peer Insights**、**Smarter With Gartner**、プレスリリースへのリンク
- ガートナーが提供する資料から引用したものを使用する予定の引用先資料のドラフト全体 (ウェブページの見本(モックアップ)、ブースのデザインやマーケティングスリックも含まれます。スクリーンショットではなく、編集可能なファイル形式で資料全体をお送りください)
- ピボット・テーブルやグラフを引用する場合、参照元のピボット・テーブルかグラフのスクリーンショット(処理済みのものでも結構です。)

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エキスパー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 (使用目的別)
 - 2.1 読者が限定された資料
 - 2.2 訴訟、買収、および独占禁止法／競争の問題
 - 2.3 リプリントプロモーション、カスタム・ニュースレター・ガートナーエキスパートをフィーチャー(特集)する Web キャストおよびイベントについての資料
 - 2.4 有価証券関連資料
 - a 有価証券の応募／売出し資料、株主へのレポート
 - b 収支報告および決算発表／プレスリリース
 - 2.5 デジタル・メディア
 - 2.6 ブース／イベントのサイネージ
 - 2.7 映像・音声
 - 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. 適切な使用方法
 - b. ロゴ／バッジ別の個別ルールおよび必要な免責事項の記載
 - I. ガートナーのロゴ
 - II. Gartner Cool Vendor のバッジ
 - III. Gartner Peer Insights のロゴ
 - IV. Gartner Meerkat のイメージ
 - V. Gartner Peer Insights Customers’ Choice のバッジ
 - VI. Capterra のロゴ
 - VII. Capterra Arrow のロゴ
 - VIII. Capterra “Best of”のバッジ
 - IX. Capterra “Top 20”のバッジ
 - X. GetApp Category Leaders のバッジ
 - XI. Software Advice のロゴ
 - XII. FrontRunners のロゴ
3. 使用・引用に関するルール (引用元別)
 - 3.1 特定のクライアント向けの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Weblog
 - 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(Cool Vendors)、クリティカル・ケイパビリティ(Critical Capabilities)、ハイプ・サイクル(Hype Cycle)、マジック・クアドラント(Magic Quadrant)、マーケット・ガイド(Market Guide)、ベンダー評価(Vendor Rating)

- a. ガートナー・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 および Gartner Digital Markets

- a. 本リサーチからの引用
- b. Gartner Peer Insights および Gartner Digital Markets のグラフィックの表示

3.8 Gartner IDEAS Competitive Profiles

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 ライセンスコンテンツ (リプリント)
- 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. 引用に関する許諾を得るためには、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 (引用する方がアクセス権を持つクライアントであるか、もしくはライセンスに基づくリプリントからの引用でなくてはなりません)。
- b. 引用、抜粋、言及、およびグラフィックの使用は、1) **gartner.com** に正式に公開されており未だアーカイブされていないリサーチ、2) ガートナーのプレスリリース、3) **Smarter with Gartner** の記事、4) ガートナーが出版した書籍、5) **Gartner IT Glossary** (ガートナーIT用語集)、または 6) ガートナー・サミットもしくはガートナー・シンポジウムのスライドにあるものであり、アーカイブに分類されていないものであるか、もしくは、「**Gartner Foundational**」に分類されているものについてのみ可能です。「アーカイブに分類されているコンテンツ」については、引用、抜粋、言及、およびグラフィックの使用が禁止されています。ガートナーのプレスリリース、**Smarter with Gartner** の記事、サミットまたはシンポジウムのスライドからの引用、抜粋、言及、およびグラフィックの利用は、すべて、発表/公開されてから **12 カ月** 未満のものについてのみ認められます。
- c. メディアや第三者が引用して使用しているものについて引用すること (二次利用) は認められません。 **理由**
- d. すべての引用および抜粋に際しては、全体を一語一句正確に抜粋し、すべての関連するコンテキストと共に漏れなく表現する必要があります。言い換え・要約をすることは認められません。
- e. 特定の企業や製品、サービスに特化した記載箇所について抜粋し使用することは固く禁じられています。 **理由**

- f. ガートナーの研究およびガートナーのブランドを、特定の企業や製品、サービスを推奨するため、または他社を批判するために使用することは禁止されています。これは、レポートについて、その全文を使用する場合であっても、引用して使用する場合でも同じです。**理由**
- g. 特定のクライアント向けにエキスパートが提供したサービス内容は、それが公式のものであるか非公式のものであるかを問わず、引用することが禁止されています。引用することができるのは、**gartner.com** (または **gartner.co.jp**) で公式に公開されている研究のみに限定されます。エキスパートによる非公式なコメント(例: **Gartner Blog Network**・インクワイアリ回答)を引用することは出来ません。
- h. 一部例外的な場合を除き(**セクション 3.1**を参照)、個別のクライアント向け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。
- i. クライアントは、資料を作成するに際し、ガートナーが公開している各研究資料全体の **10%**を超える部分について引用をすることはできません。
- j. 貴社の資料または販促資料(ブースのサインージを含む)全体の **30%**を超えてガートナーが公開したエキスパートの知見に基づく研究または参照資料を使用することはできません(以下「**70/30** ルール」) **理由** ユーザーが作成したコンテンツ(すなわち、**Gartner Peer Insights** または **Gartner Digital Markets** においてユーザーが投稿したレビュー)は、この **70/30** ルールの対象に含まれません。
- k. 公開済みの研究資料から業界全般について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、全体をそのまま使用しなければなりません。
- l. 特定のベンダーの製品やサービスのレーティング、ランキング、認知度、位置づけ等が掲載されている図や表については、フォーキャストやマーケットシェアレポート、「ブランド・リサーチ」から抜粋することが出来ます(**セクション 3.4**を参照)。その他の特定のベンダーに関する資料・コンテンツからの抜粋は認められません。
- m. 会社紹介文(ボイラー・プレート)や電子メールの署名欄に、ガートナーの名称、ガートナーのロゴ、研究を参照したものを使用することはできません。**理由**
- n. **gartner.com/gartner.co.jp** 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。
- o. プレスリリースのタイトル/サブタイトル、ニュースレター、ソーシャル・メディアの記事、または電子メールの件名において、「ガートナー」の名称に言及することは認められます。ただし、タイトルや件名に、「ガートナーが述べた」「ガートナーが発表した」「ガートナーが概算した」「ガートナーが特定した」「ガートナーが予測した」「ガートナーが予想した」「ガートナーが強調した」「ガートナーが指名した」「ガートナーが特集した」「ガートナーの知見では」「ガートナーによると」などといった表現を使用することはできません。**理由**
- p. ガートナーのコンテンツと競合他社のコンテンツは、貴社の製品に関するレポートの単純なリストとして併記する場合のみ、それぞれのレポートへのリンクを付して使用することが出来ます。ただし、それぞれのレポートの内容を明確に区別しなければなりません。ガートナーと競合他社それぞれのグラフィックを比較対照することは固く禁じられています。**例**
- q. ガートナーは、ガートナーの競合他社とみなされる第三者のウェブサイトでのプロモーションを許可していません。
- r. ガートナーが買収したサイト(**CEB**、**Gartner Digital Markets (Capterra, GetApp, Software Advice)**)及びその他のサイト)から得られるデータおよびコンテンツの社外での使用に関しても、本ポリシーが適用されます。

2. 使用・引用に関するルール (使用目的別)

2.1 読者が限定された資料

「読者が限定された」資料とは、貴社にとっての購読者、クライアント、見込みクライアントなど、限られた対象者のみがアクセスすることができ、一般にはアクセスすることができないか、または一般には配布されない資料のことです。セクション 1、3.3、3.4a、3.4b で述べられている制限規定を含め、本ポリシーの規定を完全に遵守していることを条件に、「読者が限定された」資料に使用する場合であれば、ガートナーの公開済みリサーチから引用するに際し、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。

- 特定の見込みクライアントやクライアント組織向けに用意された書類やプレゼンテーション資料。例: 提案依頼書 (RFP)、情報提供依頼書 (RFI)、見積依頼書 (RFQ)、入札招請 (IFB)、入札案内書 (ITB) など
- プロフェッショナルの投資アドバイザーのエクイティ/債権リサーチ・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
- 有価証券の募集/売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 (ただし募集/売出しの資料自体を除く)*。
- 市場投資/融資商品の販売の際に使用される機密の投資銀行ピッチブック (ただし募集/売出しの資料自体を除く)
- クラウド比較データ (Gartner IDEAS Competitive Profiles) から生成されたクライアント/見込みクライアントレポート (Client & Prospect Reports) は、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) でのみ使用できます。セクション 3.8 を参照してください。

備考: 「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、有価証券の募集/売出しに関する資料自体は含まれません (「読者が限定された資料」内で有価証券の募集/売出しに関する資料に言及されている場合を除く)。

ガートナーの名称またはリサーチを掲載する、読者が限定された資料 (Gartner IDEAS Competitive Profiles のクライアント/見込みクライアントレポート (Client & Prospect Reports) を除く) に、読者が読むことのできる書式で以下の免責事項を記載する必要があります。

本レポートにおけるガートナーを情報源としたすべての記述は、ガートナーのクライアント向け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 [クライアント名を入力] 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における見解は、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ているのは、見解であって事実ではなく、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、有価証券の応募/売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関し、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応募/売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おり、かつ、
- 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場合

ガートナーの **Quote Request** は、引用内容の正確性と適切性について確認するサービスを提供しております。本サービスをご希望の方は、**Quote Request (quote.requests@gartner.com)** までお問い合わせください。

2.2 訴訟、買収、および独占禁止法/競争の問題

ガートナーは、(i) 企業買収との関連において、または (ii) 独占禁止法や競争法の問題 (これには、合併または合併事業の申請が含まれますが、これらに限定されません) との関連において、ガートナーの知的財産を社外で使用することを認めていません。ガートナーは、そのような申請は承認しません。ガートナーは、訴訟での使用を目的とした知的財産の使用についても認めません。ただし、貴社に対する裁判所の命令によってまたは法的義務があることによってガートナーの知的財産 (IP) の使用が避けられない場合、以下の全ての条件を満たす場合に限り、使用することができます。

1. 貴社が必要と考える文書を特定し、その文書の使用が裁判所の命令や法的義務との関係で避けられないと考える理由について、ガートナーの文書を使用する必要がある日の遅くとも **45 日** 前までにガートナーに伝えること。
2. ガートナーが管轄裁判所において保護命令 (秘密保持命令/**Protective Order**) を得る手続を行うために **60 日** 前までに通知をすること。かつ、
3. 貴社がガートナーの文書を使用する場合は、「**Highly Confidential - Attorneys' Eyes Only** (機密文書 - 弁護士のみ閲覧)」と表記し、当該表記が功を奏しない場合は、対象となる訴訟において裁判所によって認められた保護命令 (秘密保持命令/**Protective Order**) の対象となり得る、秘密保持の要請を最大化することができる表記をすること。また、裁判所によって保護命令が発令されない場合、貴社はガートナーと全面的に協力し、保護命令が発令される様尽力すること。

2.3 リプリントプロモーション、カスタム・ニュースレター・ガートナーエキスパートをフィーチャー (特集) する Web キャストおよびイベントについての資料

1. ポリシーの要点の補足事項:

- **グラフィック**: ガートナー・マジック・クアドラント、ガートナー・クリティカル・ケイパビリティ、または他のブランド・リサーチのグラフィックを貴社の販促用資料で使用する場合は、[セクション 3.4b](#) の関連事項をよくお読みください。
- **ロゴ**: ガートナーのロゴを貴社の販促用資料で使用する場合は、[セクション 2.9](#) の関連事項をよくお読みください。
- **認知度**: 位置付け、スコア、選定、またはその他のブランドリサーチにおける認知度を貴社の販促用資料で引用する場合は、[セクション 3.4a](#) の関連事項をよくお読みください。
- ガートナーを紹介・特集 (**feature**) する一方、製品やイベントに関し、ガートナーが共催していたり、共同スポンサーになっているわけではないことが明確に示されていなくてはなりません (例: 「ガートナー・リサーチを紹介した (**feature** した) ABC 社ニュースレター」や「ガートナー・エキスパート John Doe を特集する (を **feature** した) ABC 社の Web キャスト」など)。

- ガートナー・コンテンツは、貴社のマーケティング・メッセージとは明確に区別されなければなりません。また、ガートナーの引用や言及は、業界一般に関するものであり、貴社や貴社の製品あるいは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。

2.4 有価証券関連資料

2.4a 有価証券の応募／売出し資料、株主へのレポート

1. 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) を有価証券の応募／売出しに関連する資料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、下記の一定の条件下において、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。

- I. エクイティ、債務証券や他の有価証券の応募／売出しに関する米国証券取引委員会 (以下「SEC」) や証券取引所、ならびに類似した州もしくはアメリカ国外にある関連当局や有価証券管轄機関などに提出された登録に関する文書、目論見書及び報告書
- II. エクイティ、債務証券、その他の有価証券の応募／売出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ァ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
- III. 株主への他の提出書類。プレジデント及びチェアマン名義のレター、ならびに年次報告書や四半期報告書などが含まれます。また、管轄機関へのファイリングの有無にかかわらず対象になります。

Gartner Indemnification Agreements (免責事項に関する合意書(英文)):

- [Generic Annual/Quarterly Report to Stockholders](#)
- [International 20F Annual Report Indemnification Agreement](#)
- [International Private Placement Indemnification Agreement](#)
- [International Public Offering Indemnification Agreement](#)
- [US 10K/10Q Indemnification Agreement](#)
- [US Private Placement Indemnification Agreement](#)
- [US Public Offering Indemnification Agreement](#)

下記の条件が適用されます。

- (i) リサーチ内容の引用および抜粋に関しては事前に [Gartner Quote Requests](#) に申請し、書面にて承認を得る必要があります。

- (ii) 有価証券の発行、ならびに報告を行う場合、「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」に書かれている内容を変更することはできません。
- (iii) 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、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として、リサーチのタイトル、著者、発行日そして以下に記載のある免責条項を含む内容を明記していただく必要があります。
- (iv) ガートナー資料の引用および抜粋は、文章のコンテキストに即したもの(すなわち、その前後の内容を含め、全てのガートナーの参照資料に即したもの)である必要があります。
- (v) 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。
- (vi) 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)を有価証券の応募／売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。
- (vii) 有価証券の応募／売出しに関連する文書については、ガートナーの資料からの引用および抜粋が掲載される最初のページの下部に、以下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。

本書に記載するガートナー・レポート(以下「ガートナー・レポート」)は、ガートナー・シンジケート・サブスクリプション・サービスの一部としてガートナーが発行したリサーチ・オピニオンまたは見解を表すものであり、事実を述べているものではありません。ガートナー・レポートの内容はいずれも、そのレポートが公開された当時の内容であり、本資料が公開された日の内容ではありません。また、ガートナー・レポートに記載されている見解は予告なく変更されることがあります。

* 上記にないファイリングや報告書を対象とした免責事項に関する合意書の他の書式については、Quote Request (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 Quote Request のみとなりますため、米国ガートナーの Quote Requests (quote.requests@gartner.com) へ直接ご申請ください。諸条件を遵守いただいていることの確認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。(英語のみ対応可)

2.4b 収支報告および決算発表／プレスリリース

1. 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表」(マジック・クアドラントの図表など。セクション 3.4b を参照)を決算発表またはプレスリリースで使用することはできません。ただし、以下のすべての条件を満たしていれば、収益発表および決算発表、またはプレスリリースで、ガートナーの公開済みリサーチを使用することができます。

- i. ガートナーの公開済みリサーチからの引用または抜粋について、ガートナーから書面による事前の承認(使用許諾)を受けていること。

- ii. ガートナーのいかなる引用、抜粋、または参照についても、文章のコンテキストに即したもの (すなわち、その前後の内容を含め、全てのガートナーの参照資料に即したもの) であること。
- iii. 引用するレポートの正式タイトルと著者、発行日が記載されていること。

ガートナーの事前承認を得ずに引用した場合、引用の即時停止のほか、最長 3 カ月間のリプリントのブラックアウト(リンク無効化等)を含む措置が講じられる可能性があります (セクション 6.4 を参照)。

2.5 デジタル・メディア

1. 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 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。他方、これらを個人のデジタル・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、事前の許諾は不要ですが、セクション 1、3.4、6.1 の規定は、この場合にも適用されます。ガートナーでは、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と考えているため、「企業」の使用と「個人」の使用とで対応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: 内容確認と許諾のため、掲載する予定の内容を事前に提出してください。ガートナー著作権・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、本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、本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/イベントのサイネージ

1. ポリシーの要点の補足事項:

イベントにおけるブースのサイネージにガートナーの公開済みリサーチを参照したり、ガートナーの商標を含めたりする場合、ガートナーから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。
- サイネージのメッセージ全体に占めるガートナーの資料の参照または引用の割合が 30% 以下である必要があります。ユーザーが作成したコンテンツは、70/30 ルールに含まれません。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
- 貴社のサイネージにおいて、ロゴの大きさや位置について、主たるイメージとなるのは貴社のロゴである必要があります。ガートナーのロゴは貴社のロゴの二次的な位置付けである必要があります、最低でも 10%以上小さくする必要があります。理由
- ガートナーのロゴを貴社のロゴや他社のロゴのすぐそばに配置したりまとめて表示したりすることはできません。理由
- マジック・クアドラントのグラフィック、または、その他ベンダーの評価やランク、位置づけや認識などを表す画像・グラフィックを貴社のサイネージやサイネージに取り付けられた画面に表示することは出来ません。
- 貴社にレポートのライセンス権 (リプリント権) がある場合は、サイネージに QR コードを記載し、出席者がレポート全文にアクセスできるように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より作成された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・音声

1. 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・録音物について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.j 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、法的免責条項と共に記載される必要がある場合もあります (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

ガートナーの同じコンテンツを複数のプレゼンテーションや提案書で利用する場合、「[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 1 回で済み、複数の資料において利用することが可能となりますが、利用する対象は、許諾申請した文書の関連資料に限定されます。提出にあたっては、ガートナーのコンテンツの直前に挿入するスライドと直後に挿入するスライドの両方を添付するか、テンプレート形式の提案書またはプレゼンテーションを提出する必要があります (スライドの順序を変更しないでください)。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 apquote.requests@gartner.com 宛てにお送りください。

2.9 知的財産 — 商標

Gartner Quote Requests からの書面による明示的な許可を得た場合のみ、ガートナーの商標を使用することができます。

2.9a 適切な使用方法

1. ガートナーによって明確に賞として分類したものを受賞した場合を除き、何らかの賞の受賞を暗示するような方法でガートナーの商標を使用することはできません。
2. 販促資料において、サイズ、位置、双方の観点から、主たるイメージは貴社のロゴである必要があり、貴社のロゴは、ガートナーの商標より少なくとも **10%** 大きく表示しなければなりません。 [理由](#)
3. ガートナーの商標を貴社のロゴや他のロゴの隣に配置したり、まとめて表示したりすることはできません。
4. ガートナーの商標のすべての要素について、変更は認められません (変更が認められていない要素として、例えば、フォント、縦横比、向き、色が含まれます)。
5. ガートナーの商標を以下で使用することはできません。
 1. 貴社のプレスリリース、
 2. 電子メールの署名ブロック (承認された Gartner Peer Insights または Gartner Digital Markets widgets を使用する場合を除く)、または、
 3. 有価証券の応募/売出しに関する文書
 4. 年次報告書。 [理由](#)
6. Gartner Cool Vendor のバッジ、Gartner Peer Insights Customers' Choice のバッジ、Capterra “Best of” のバッジ、Capterra “Top 20” のバッジ、GetApp Category Leaders のバッジ、および FrontRunners のバッジのみ、継続的に使用することができます。
 1. ガートナー注目ベンダーのバッジを使用するには、以下を記載する必要があります。
 - 引用元のレポートの出典、および
 - セクション [2.9b](#) に記載されている法的免責事項。
 2. 上記以外のいかなるガートナーのバッジを使用する場合も、以下を記載する必要があります。
 - 引用元のレポートの出典
 - セクション [2.9b](#) に記載されている法的免責事項、および
 - 貴社の公式ランディング・ページへのリンク。

参照: [Gartner の商標の使用に関するガイドライン](#)

2.9b ロゴ/バッジ別の個別ルールおよび必要な免責事項の記載

文字制限のあるデジタル・メディア (Twitter など) を除き、すべてのコンテンツの参照に際しては、下記の免責事項を併記しなければなりません (文字制限がある場合は、免責事項全文が掲載されているブログ記事やランディング・ページなどへのリンクを表示するという条件のもとに、免責事項を省略できます)。

i. **ガートナーのロゴ**

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Web キャスト、またはエキスパートによる講演をプロモーションする場合のみ、ガートナーのロゴを使用できます ([セクション 2.3](#) を参照)。

必要な免責事項の記載:

Gartner は、*Gartner Inc.* または関連会社の米国およびその他の国における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.*

ii. **Gartner Cool Vendor のバッジ**

必要な免責事項の記載:

GARTNER COOL VENDOR のバッジは、*Gartner Inc.* または関連会社の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.* 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テクノロジーユーザー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、ガートナーのリサーチ&アドバイザリ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、商品性または特定目的への適合性の保証を含む、本リサーチに関する一切の責任を、明示または黙示を問わず負うものではありません。

iii. **Gartner Peer Insights のロゴ**

Gartner Peer Insights が提供する承認されたウィジェットを含める場合のみ、Gartner Peer Insights のロゴを電子メールの署名スタンプに使用できます。

必要な免責事項の記載:

Gartner Peer Insights のロゴは、*Gartner, Inc.* または関連会社の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.* *Gartner Peer Insights* のレビューは、個々のエンドユーザー自身の経験による主観的な意見が集約されたものであり、ガートナーまたはその関連会社の見解を表すものではありません。

iv. **Gartner Meerkat のイメージ**

必要な免責事項の記載:

Gartner Meerkat のイメージは、*Gartner Inc.* または関連会社の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.* *Gartner Peer Insights* のレビューは、個々のエンドユーザー自身の経験による主観的な意見が集約されたものであり、ガートナーまたはそ

の関連会社の見解を表すものではありません。

v. **Gartner Peer Insights Customers' Choice** のバッジ

必要な免責事項の記載:

GARTNER PEER INSIGHTS CUSTOMERS' CHOICE のバッジは、*Gartner Inc.* または関連会社の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.* *Gartner Peer Insights Customers' Choice* は、個々のエンドユーザーのレビュー、レーティング、および実証メソドロジー (*documented methodology*) により抽出されたデータが主観的な意見として集約されたものであり、ガートナーまたはその関連会社による見解あるいは推薦を表すものではありません。

vi. **Capterra** のロゴ

必要な免責事項の記載:

CAPTERRA は、*Gartner Inc.* または関連会社の登録された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.*

vii. **Capterra Arrow** のロゴ

必要な免責事項の記載:

Capterra Arrow のロゴは、*Gartner Inc.* または関連会社の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.*

viii. **Capterra "Best of"** のバッジ

必要な免責事項の記載:

CAPTERRA "BEST OF" のバッジは、*Gartner Inc.* または関連会社の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.* *Capterra "Best of"* のバッジは、個々のエンドユーザーのレビュー、レーティング、および実証メソドロジー (*documented methodology*) により抽出されたデータが主観的な意見として集約されたものであり、*Capterra* またはその関連会社による見解あるいは推薦を表すものではありません。

ix. **Capterra "Top 20"** のバッジ

必要な免責事項の記載:

CAPTERRA "TOP 20" のバッジは、*Gartner Inc.* または関連会社の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.* *Capterra Top 20* のバッジは、個々のエ

エンドユーザーのレビュー、レーティング、および実証メソドロジー (*documented methodology*) により抽出されたデータが主観的な意見として集約されたものであり、*Capterra* またはその関連会社による見解あるいは推薦を表すものではありません。

x. **GetApp Category Leaders** のバッジ

必要な免責事項の記載:

GETAPP CATEGORY LEADERS のバッジは、*Gartner Inc.* または関連会社の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.* *GetApp Category Leaders* は、個々のエンドユーザーのレビュー、レーティング、および実証メソドロジー (*documented methodology*) により抽出されたデータが主観的な意見として集約されたものであり、*GetApp* またはその関連会社による見解あるいは推薦を表すものではありません。

xi. **Software Advice** のロゴ

必要な免責事項の記載:

SOFTWARE ADVICE は、*Gartner Inc.* または関連会社の登録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.*

xii. **FrontRunners** のロゴ

必要な免責事項の記載:

FRONTRUNNERS 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.* *FrontRunners* は、個々のエンドユーザーのレビュー、レーティング、および実証メソドロジー (*documented methodology*) により抽出されたデータが主観的な意見として集約されたものであり、*Software Advice* またはその関連会社による見解あるいは推薦を表すものではありません。

3. 使用・引用に関するルール (引用元別)

3.1 特定のクライアント向けのサービスおよびコンサルティング成果物

特定のクライアント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は、以下の者と共有する場合を除き、社外で共有することは許諾されません。クライアントが特定のクライアント向けのレポートなどを開示することができる者は以下の通りです。

(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、さらなるリサーチなどを行うためにクライアントと適切な機密保持

契約を締結した第三者機関

(iii) 法的義務に基づき、政府または規制当局

特定のクライアント向けレポートやコンサルティングの成果物は、いかなる場合であっても、投資家や投資家になる見込みがある者との間で、有価証券の応募／売出しに関連して共有することができません。また、有価証券の応募／売出しに際し、あるいは、株主向けに作成された年次報告書、四半期報告書あるいはその他の報告書において、その全体もしくは一部を引用することは認められません。

3.2 ギャートナーWeblog

ギャートナーWeblog 上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。

- Weblog での非営利目的での使用
- 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

1. ポリシーの要点の補足事項:

- 使用することができるのは、最新版のギャートナー・フォーキャストや市場シェア・レポート (最新の四半期別レポートもしくは年間レポート)に限られます。
- これら 2 つのタイプのリサーチ・レポート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。
- ギャートナー・フォーキャストおよび市場シェアデータを、他のソースのリサーチと混在させて使用することはできません。(これはギャートナーの他のリサーチでも同様です。)
- 前後のコンテキストを完全に明確にするため、ランキングに関しては、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、さらに
 - 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・レポートでギャ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。
- 貴社の現在の市場シェアの結果を前年の「マーケット・シェア分析」レポートのデータと比較する場合、最初に、使用しようとしているデータが公開されている最新のデータであることを確認する必要があります。最新のデータであることを確認するため、対応する「Annual Software Market Share (年間ソフトウェア市場シェア)」データベース・レポートのピボット・テーブルをチェックしてください。理由

- 暫定的なリサーチ・ドキュメントからデータを使用する場合は、ランキングステートメントにそのことについて明記しなくてはなりません。
- すべてのフォーキャストならびにマーケット・シェアリサーチから表やグラフを最大 3 つまで抜粋することができます。また複数のレポートからそれぞれ合計 3 つまで表やグラフを抜粋することができます。ただし、ガートナーのデータは貴社作成資料において、全体の30%を超えて掲載することは出来ません。
- 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、出典の記載として、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]が作成したものです。出典: Gartner, Inc., [タイトル], [著者名],[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(Cool Vendors)、クリティカル・ケイパビリティ(Critical Capabilities)、ハイブ・サイクル(Hype Cycle)、マジック・クアドラント (Magic Quadrant)、マーケット・ガイド (Market Guide)、ベンダー評価(Vendor Rating)

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 ガートナー・ブランド・リサーチより抜粋する場合

1. ポリシーの要点の補足事項:

これらの文書におけるベンダーの選定、認知度、レーティング、位置付けに関して言及する場合は、以下の免責事項を貴社の販促資料において目立つように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テクノロジーユーザー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、一切の責任を負うものではありません。

マジック・クアドラント(Magic Quadrant)、マーケット・ガイド(Market Guide):

- 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、オリジナルの図全体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部分を占めないこと) **例**
 - バナーは、次のいずれかに直接リンクしていること: (a)リプリントするライセンスを有したマジック・クアドラント・レポートの完全版、(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
- マジック・クアドラント内の位置づけやマーケット・ガイド内に含まれることは「スタック・ランキング」や「レーティング」を意味するものではありません。
- マジック・クアドラントでの位置づ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**
- 過去の位置づけに触れること、過去の位置づけと比較することは禁止されていません。 **例**
- 「マジック・クアドラントの説明」から抜粋する場合、コンテキストを明確にするため、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。

許諾プロセスをよりスムーズに進めるためのヒントは[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(Critical Capabilities):

- 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、クリティカル・ケイパビリティの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 (**例**)
 - 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)リプリントするライセンスを有したクリティカル・ケイパビリティの完全版、(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
- クリティカル・ケイパビリティのレポート内の特定のユースケースについて言及する場合、特定のユースケースを明記し、コンテキストを正しく理解するために、実際のレポートへのリンクを含む必要があります。
- 特定のユースケースにおける貴社の製品やサービスのスコアについて言及する場合、全体のコンテキストを正しく理解するため、最高得点として可能な点数についても明記する必要があり、(例: 5段階評価で 4.4) 且つ実際のレポートへのリンクも含む必要があります。
- 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」) については引用も抜粋も許諾されません。

- ライセンス権限を有し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(Cool Vendors):

- ガートナー注目ベンダーのバッジを使用する場合は、セクション **2.9b** に記載されている内容をご参照ください。
- ガートナー注目ベンダーへの選定は、「賞」に分類されるものではありません。
- ガートナー注目ベンダーのドキュメントからの引用またはガートナー注目ベンダーのステータスの参照が認められるのは、レポートの公開日から **12 カ月間**です。この期間を過ぎると、レポートからテキストを引用できなくなりますが、**Industry Recognition** リストで注目ベンダーに掲載されたことを示す記載を、貴社の **Web** サイト、またはプレスリリース上に記載することは可能です。これには、適切な出典と免責事項を記載する必要があります。
- 貴社が注目ベンダーに掲載されたレポートの後に公開された注目ベンダー・レポートの「注目ベンダーの現状」セクションに含まれていたとしても、それは貴社に対して最新のレポートでの注目ベンダーのバッジの使用を認めるものではありません。このセクションに貴社が含まれたことを貴社が言及することはできますが、ここに言及されているということが最新の注目ベンダーに再度掲載されるということではありません。

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](#)。

プレスリリースのテンプレートと例

- クリティカル・ケイパビリティ(例)
- ハイブ・サイクル(例)
- マジック・クアドラント(例)
- マーケット・ガイド(例)
- ベンダー評価(例)

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

1. ポリシーの要点の補足事項:

- **Research Fact Review** で提供されるドラフト版図表の社外への配布は固く禁止されています。ドラフト版図表の社外での使用はいずれも重大な違反と見なされ、引用の即時停止や最長 **3 カ月間**のリプリントのブラックアウト(リンク無効化等)を含む措置が講じられる可能性があります ([セクション 6.4](#) を参照)。
- ガートナーブランドの図表は以下のものには使用することは出来ません: 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、イベントのサイネージ、エクイティ、債券報告書、収入報告書や報告会、プレスリリースや米国証券取引委員会 (SEC) に提出された四半期報告書や現状に関する報告書、目論見書やプライベートプレイスメントメモランダムまたはコンフィデンシャルオフオファリングメモランダム。これら以外の媒体でグラフィックを使用したい場合は、quote.requests@gartner.com (日本語は apquote.requests@gartner.com) までお問い合わせください。
- ホームページのパナーや登録用のウェブページ、ブログ、他のソーシャルメディア及び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・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、拡張などは一切認められません。これに違反した場合、引用の即時停止や3カ月間のリプリント禁止となることがあります(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ていません。理由
- リプリント(再販・再掲権) 配布権の購入:これらの図表には、それが使用されたコンテキストを正しく理解するため、レポート全文が必要です。これらの図表に関し販促資料として使用することができるのは、リプリント・プログラム・マネージャーから配布可能なリプリントを(受領する前ではなく)受領した後に限られます。これは使用が許諾される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。

この図表は、*Gartner, Inc.*がリサーチの一部として公開したものであり、文書全体のコンテキストにおいて評価されるべきものです。オリジナルのガートナー・ドキュメントは、リクエストにより【クライアント名、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テクノロジーユーザー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、一切の責任を負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・レポートの特定のユースケースの図を使用する場合、コンテキストを正確に理解するため、各ユースケースを特定の上、参照元レポート中のユースケースの総数について参照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、他のリサーチ機関からの図表と並べて表示することは認められません。他のリサーチ機関が作成したリサーチ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ったり、誤解を与えたりする恐れがあります。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](#)

3.5 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可能です。社外利用についてはガートナーがケース・バイ・ケースにて判断しますが、利用はエンドユーザーのクライアントに限定されます。

- いかなる状況においても、ベンダーとのアウトソーシング契約の価格設定に ITKMD を使用することはできません。 [理由](#)
- ITKMD のデータと他のいかなるソースとの混在も認められません。
- このコンテンツ・タイプのリプリント・ライセンス権を購入することはできません。

3.6 ツールキット

社外利用を認める表示がある場合を除き、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のクライアントによる非営利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 および Gartner Digital Markets

本セクションでは、Capterra、GetApp、および Software Advice を含む、Gartner Peer Insights および Gartner Digital Markets から派生したサイト、レビュー、評価、およびすべてのコンテンツについて説明します。

3.7a 本リサーチからの引用

- (i)本ポリシー規定(1と2.9に記載されている制限も含む)と(ii)Gartner Peer Insights と Gartner Digital Market team(利用可能な場合)から提供されるメディア・キット遵守することを条件として、Gartner Peer Insights や Gartner Digital Market data をソーシャル・メディア、プレスリリースやパワーポイントのプレゼン資料で使用するために事前許可を取る必要はありません。ただし、Customer Choice の指定を引用する場合や Gartner Peer Insights, Customer Choice または Gartner Digital Market のデータをプロモーションマテリアル(例:ブースのサイネージなど)に使用する場合は Gartner Quote Request に対象資料を提出の上で事前

に承認を得る必要があります。さらに、Gartner Peer Insights のリプリントされた資料を引用する場合はセクション 3.7b や 6.3 にあるリプリントに関するプロセスに従って行う必要があります。

- 他のプロバイダーに関するレビュー・コメントを引用または抜粋することはできません。社外利用のガイドラインを参照してください。
 - [Gartner Peer Insights Customers' Choice](#)
 - [Software Advice FrontRunners](#)
 - [Capterra "Best of" budgets](#)
 - [Capterra Top 20](#)
 - [Get App Category Leaders](#)
- レーティングやレビューを競合他社の批判に使用することは禁じられています。
- Gartner Peer Insights のベンダー・データ比較には、少なくとも 3 つのベンダーを含める必要があります (つまり、1 対 1 のベンダー比較は許可されません)、評価を確認した時点 (資料作成時点の日付) に関する記載を含める必要があります。許諾される 3 つの例を以下に挙げます。
 - 「[貴社] は 2018 年 8 月 10 日時点、Solid-State Arrays において、ベンダーA、ベンダーB、およびベンダーC を合算した件数より多くのレビューを獲得しました。 <https://www.gartner.com/reviews/market/solid-state-arrays>”
 - 「[貴社] は 2018 年 8 月 10 日時点、Data Integration Tools Market においてすべてのベンダーの中で最も多くのレビューを獲得しています。参照: <https://www.gartner.com/reviews/market/data-integration-tools>”
 - 「Gartner Peer Insights をチェックして、[貴社] が 2018 年 8 月 10 日時点、Web アプリケーション・ファイアウォール市場でどのベンダーと比較しても 2 倍以上のレビューを獲得している理由を見てください。 <https://www.gartner.com/reviews/market/web-application-firewalls>”
- Gartner Peer Insights または Gartner Digital Markets の個々のレビューから抜粋する場合:
 - 引用するレビューがいずれも 12 カ月未満のものであること、
 - レビューの一部を抜粋する場合 (例えば、一部箇所 (スニペット) のレビューなど)、それをレビュー全文にリンクさせることで、該当箇所 (スニペット) が登場しているコンテキスト全体が表示されるようにすること、
 - 従来の印刷物では、抜粋は、個々のレビューへの URL または QR コードのリンクとともに掲示すること、かつ、
 - デジタル・メディアでは、抜粋は、個々のレビューへのリンクとともに掲示すること。
- 貴社が評価を受けた市場での貴社の現在の総合評価を引用または表示したり、貴社または貴社製品に関する個々のレビュー・コメントを抜粋することもできます。
- すべてのレビューにおける、製品の平均評価 (総合評価またはサブカテゴリ評価) を引用する場合:
 - 評価を確認した時点・資料作成時点の日付および評価の基盤となっているレビューの数を明記すること。

例:

- ◆ 「2015年10月23日時点で、Advanced Analytics Platforms market における53件のレビューに基づく[貴社]の総合評価は、5段階評価で4.7です。」または
- ◆ 「2015年10月23日時点で、Advanced Analytics Platforms market における223件のレビューに基づく[貴社]の評価レーティングは、5段階評価で4.6です。」
- 既存の5段階モデルや評価分布のヒストグラムを使用して総合評価またはサブカテゴリ評価を表示する場合は、資料作成時点の日付を明記し、これらが貴社のマーケティング資料にどのように表示されるかを視覚的に示す必要があります。
- Gartner Peer Insights または Digital Markets の評価やレビューの抜粋すべてに、それぞれ対応する公開ランディング・ページへのリンクを含める必要があります。(注: 個々のレビューの詳細を参照するには、登録が必要。)
- 文字制限のあるデジタル・メディア (Twitter など) を除き、下記の免責事項をすべてのコンテンツへの言及に併記しなければなりません (文字制限がある場合は、免責事項全文が掲載されているブログ記事、プレスリリース、またはランディング・ページなどへのリンクを表示するという条件のもとに、免責事項を省略することができません)。

Gartner Peer Insights

Gartner Peer Insights のレビューは、個々のエンドユーザー自身の経験が主観的な意見として集約されたものであり、ガートナーまたはその関連会社の見解を表すものではありません。

Gartner Peer Insights Customers' Choice

Gartner Peer Insights Customers' Choice は、個々のエンドユーザーのレビュー、レーティング、および実証メソドロジー (*documented methodology*) により抽出されたデータが主観的な意見として集約されたものであり、ガートナーまたはその関連会社による見解あるいは推薦を表すものではありません。

Capterra "Best of" のバッジ

Capterra "Best of" のバッジは、個々のエンドユーザーのレビュー、レーティング、および実証メソドロジー (*documented methodology*) により抽出されたデータが主観的な意見として集約されたものであり、*Capterra* またはその関連会社による見解あるいは推薦を表すものではありません。

Capterra Top 20

Capterra Top 20 のレポートは、個々のエンドユーザーのレビュー、レーティング、および実証メソドロジー (*documented methodology*) により抽出されたデータが主観的な意見として集約されたものであり、*Capterra* またはその関連会社による見解あるいは推薦を表すものではありません。

GetApp Category Leaders

GetApp Category Leaders は、個々のエンドユーザーのレビュー、レーティング、および実証メソドロジー (*documented methodology*) により抽出されたデータが主観的な意見として集約されたものであり、*GetApp* またはその関連会社による見解あるいは推薦を表すものではありません。

Software Advice FrontRunners

FrontRunners は、個々のエンドユーザーのレビュー、レーティング、および実証メソドロジー (*documented methodology*) により抽出されたデータが主観的な意見として集約されたものであり、*Software Advice* またはその関連会社による見解あるいは推薦を表すものではありません。

3.7b Gartner Peer Insights および Gartner Digital Markets のグラフィックの表示

セクション 3.7a に加えて、以下の条件が適用されます。

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、イベントのサイネージ、エクイティ/債権レポート、決算発表およびコール/プレスリリース、米国証券取引委員会 (SEC) に提出する報告書 (年次/四半期/現状報告書)、株主向けのその他の報告書、登録届出書、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オファリングメモランダムに、図表を使用することはできません。上記以外のコンテキストでの図表の表示を希望される場合は、quote.requests@gartner.com までお問い合わせください。

Gartner Peer Insights Voice of the Customer:

ホームページ・バナー、登録用 Web ページ、ブログ、ソーシャル・メディア、およびプレゼンテーションで Gartner Peer Insights Voice of the Customer 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・引用に関するポリシーの規定を遵守していること。
- 図表を元のとおりに表示すること。編集、変更、または加工は固く禁じられています。これに違反すると、引用権の即時停止および最長 3 カ月間のリプリント権の停止となります (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) 配布権を購入していること: これらの図表には、それが使用された前後のコンテキストを正しく理解するため、レポート全文が必要です。リプリント・プログラム・マネージャーからの配布可能なリプリントの (受領前ではなく) 受領後にのみ社外に、これらの図表をプロモーションすることができます。これは承認のための必須条件です。
- 以下の免責事項に関する記載をグラフィック (図表) と一緒に記載する必要があります。

この図表は、*Gartner, Inc.* がリサーチの一部として公開したものであり、文書全体のコンテキストにおいて評価すべきものです。ガートナー・ドキュメントは、リクエストにより [クライアント名、またはリプリント URL] からご提供することが可能です。

Gartner Peer Insights のレビューは、個々のエンドユーザー自身の経験による主観的な意見で構成されたものであり、ガートナーまたはその関連会社の見解を表すものではありません。

Software Advice FrontRunners

ホームページ・バナー、登録用 Web ページ、ブログ、ソーシャル・メディア、およびプレゼンテーションで Software Advice FrontRunners 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・引用に関するポリシーの規定を遵守していること。
- 図表を元のとおりに表示すること。編集、変更、または加工は固く禁じられています。これに違反すると、引用権の即時停止および最長 3 カ月間のリプリント権停止となります ([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の図表を概念的に表現することも認められません。理由
- 以下の免責事項の段落をグラフィックと一緒に記載する必要があります。

FrontRunners は、個々のエンドユーザーのレビュー、レーティング、および実証メソッドロジー (*documented methodology*) により抽出されたデータが、主観的な意見として集約されたものであり、*Software Advice* またはその関連会社による見解あるいは推薦を表すものではありません。

3.8 Gartner IDEAS Competitive Profiles

[セクション 2.1](#) に加えて、以下の条件が適用されます。

Gartner competitive landscape database への正規アクセス権を購入済みである必要があります。ガートナー著作権・引用に関するポリシーの規定を遵守していることを条件とし、Gartner IDEAS Competitive Profiles のクライアントや見込みクライアントに関するレポート (Client & Prospect Reports) を提案依頼書 (RFP)、情報提供依頼書 (RFI)、入札招請 (IFB)、入札案内書 (ITB) で使用する場合は、事前承認は必要ありません。上記以外のいかなる外部使用も許可されません。上記に加えて、以下の条件が適用されます。

- Gartner IDEAS Competitive Profiles によって生成されたクライアント／見込みクライアントに関してのレポートは、いかなる方法での変更も認められておらず、全体をそのまま使用する必要があります。
- Gartner IDEAS Competitive Profiles のデータを他の情報源と混在させることは禁止されています。
- 当該コンテンツのリプリント・ライセンス権を購入することはできません。

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、その他の外部の情報保管/検索システムにより、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。ガートナーが公開したリサーチを社外と共有することを希望するクライアントは、外部使用のためのリプリント・ライセンスを購入する必要があります。

5. 社内利用

Gartner Usage Policy に準拠している限り、公開済みのリサーチ・ドキュメントからの引用を社内で利用するに際し、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社内資料すべてに、「社内利用に限る(もしくは Internal Use Only)」と明記する必要があります。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

Gartner, Inc. は、そのポリシーまたはポリシーの説明を予告なく、いつでも変更する権利を保持しています。最新のポリシーは、www.gartner.com サイトの [オンブズマン・オフィス](#) のリンク先よりご確認いただけます。

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」、「著者名」、「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

著作権とは著者が作成したオリジナルの作成物(著作物)を保護するものです。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、音声や視覚的なもの、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 や二次的な著作物の創作、(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。

新たな創作物に対する著作権による保護は、創作と同時に発生します。また、著作物は、著作権による保護を受けるために、管轄当局において著作権の届出・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必要ありません。

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、各加盟国において、他の加盟国で発生する著作権が、尊重され、保護され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せん。

6.3 ライセンスコンテンツ(リプリント)

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リプリント権(再掲権)を販売しています。購入されたリプリントにつきましては、従業員、クライアント、または見込みクライアントに対してその全文を提供することができます。リプリント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。リプリントに関するマーケティングやプロモーション活動を行う場合、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(リプリント)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 (japan.sales@gartner.com) までお問い合わせください

備考: 特定の会社、製品、またはサービスを対象とするリサーチ・レポート、または 2 社の 1 対 1 比較分析を提供するリサーチ・レポートは、競合するテクノロジー・プロバイダーによる外部使用対象になりません (すなわち、このようなリサーチを競合他社に対する「武器」として使用することはできません)。

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、もしくはフィーチャー(特集)されている旨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強調を反映する必要があります。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 の商標の使用に関するガイドライン」](#)を参照)。

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。

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、ガートナーは違反について適切な行動をとる権利を有します。例えば、以下の場合には、直ちに最大 3 か月間の引用権の停止やブラックアウト(リンク無効化等)を含む措置が講じられる可能性があります。

- 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機関と共有するか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。
- 公開済みのリサーチまたは参考資料を、**Gartner Quote Request** から事前に承認を得られていない状態で、決算発表または業績発表／プレスリリースで使用した場合

違反行為があった場合、Gartner は、さらに以下の要求をすることがありますが、これらに限定されるものではありません。

- 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貴社に要求します。
- 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頂きます。
- 違反行為について **Ombudsman** ページのブログ上で公表します。
- ガートナー・エキスパートをプレス・コンタクト に含めることを今後はお断りします。

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)

ガートナーのエキスパートと営業担当は、社外使用申請の許諾権限を有しますか？

エキスパートと営業担当は、許諾することができません。ガートナーQuote Requests のメンバーのみが、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を与えられています。

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コンテキスト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(誠実性)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。弊社はあなたの電子メールの末尾の記載に含まれるものはすべて貴社のブランドの表示であると考えます。ガートナーは、リプリント権やリサーチの認識を高める活動は奨励していますが、企業の電子メールの署名を通しての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事前に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前に、リサーチの見解が確定すること

はありません。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、整合性の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。

リプリント権の購入が必要な図と、リプリント権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、ベンダー評価のリサーチをマーケティング目的で使用しているところ、ガートナーは、図が読者に誤解されることのないよう、その背景資料としてレポート全体を閲覧できるようにしたいと考えているためです。

「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のことを指します。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 カ月以上前のリサーチ内容を引用することはできますか？

そのような引用は禁止されています。引用、抜粋、言及、およびグラフィックは、1) gartner.com に正式に公開されており未だアーカイブされていないリサーチ、2) ガートナーのプレスリリース、3) Smarter with Gartner の記事、4) ガートナーが出版した書籍、5) Gartner IT Glossary (ガートナーIT用語集)、または 6) ガートナー・サミット若しくはガートナー・シンポジウムのスライドから利用する場合のみ認められており、それぞれにおいて、ソース・データがアーカイブに分類されていないか、もしくは、「Gartner Foundational」に分類されているものでなければなりません。「アーカイブに分類されているリサーチ」からの引用、抜粋、言及、およびグラフィックの使用は禁止されています。ガートナーのプレスリリース、Smarter with Gartner の記事、Summit または Symposia のスライドからの引用、抜粋、言及、およびグラフィックの使用はすべて、発表から 12 カ月以内のものでなければなりません。

本ポリシーは他の言語でも提供されていますか？

はい、提供されています。本ポリシーは英語版を基に翻訳されています。よって、最新のバージョンは英語版となります。最新バージョンを参照するには、[こちら](#)をクリックしてください。

カスタマー・レビューから引用する際に、明らかな誤字脱字の修正は認められますか。

はい、認められます。元のページにリンクし、括弧などで修正したことを明記すれば、修正が認められます。例えば、スペースのミス、頭字語のタイプミスなどがこれに含まれます。ただし、レビューの意図を変えることはできません。

7. お問い合わせ先

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

Japan e-mail: japan.sales@gartner.com
phone : 81 3 6430 1850