
日本マーケティング学会
於：早稲田大学
2013年11月10日

「オリンピック」ブランドだけ、特別なのか？ (問題提起)

足 立 勝

本内容は、発表者の所属団体とは一切関係なく、発表者個人の見解に基づくものです。

自己紹介

■ Profile

日本コカ・コーラ株式会社ディレクター&シニアリーガルカウンセル 米国ニューヨーク州弁護士
米国イリノイ大学ロースクールLLM(修士)修了(1994年5月)。

- ・ 日本商標協会常務理事、同協会ブランド・マネジメント委員会委員長(いずれも2009年より)
- ・ 日本食品・バイオ知的財産権センター理事(2011年より)
- ・ 日本弁理士会 中央知的財産研究所 会員外研究員(2012年12月より)
- ・ 日本マーケティング学会 「ブランドとコミュニケーション」プロジェクトメンバー(2012年11月より)

■ 論文等:

- ・ 『最新判例からみる商標法の実務』(共著 青林書院 2006)
- ・ 「立体的形状のみ から成る商標の登録」Law & Technology42号(2008)
- ・ 『最新判例からみる商標法の実務II(2012)』(共編著 青林書院 2012)
- ・ 「ブランドと希釈化(ダイリューション)について」日本商標協会誌64号(2007)、
- ・ 「ブランドを守るということー著名ブランドの保護について」 Business Law Journal16号(2009)
- ・ 「企業におけるブランド・マネジメント」知財研フォーラム91号 (2012)
- ・ 「著名商標の保護について～アンブッシュ・マーケティング規制の検討を中心に～」日本大学知財ジャーナル6号(2013年3月)
- ・ 「2020年東京オリンピック開催決定と知財法業界への新たな課題」早稲田大学知的財産法制研究センターHP(2013年9月) ほか

■ 学会等:

日本工業所有権法学会、著作権法学会、国際知的財産保護協会(AIPPI)、国際著作権法学会(ALAI)、知的財産研究所、日本マーケティング学会

2020東京オリンピック開催決定後の新聞記事等

- 朝日新聞(2013年9月10日付)
 - 「五輪商法 言葉にご注意」
 - 「『おめでとう東京』もアウト」
 - 「JOC『知的財産権侵害』」

- 日本経済新聞(2013年9月30日付)
 - 「五輪商戦 商標に注意」
 - 「想起させるとNG」

1998長野オリンピックのときから、PRはされていたが。。。。

長野オリンピック組織委員会が配布したパンフレット

「オリンピックの用語やエンブレムを使った販促活動はできません」
「オリンピック記念セール」などの活動ができないことを、PR。

⇒ 「想起させたらNG」、「『おめでとう東京』がアウト」のようなPRは、
行われていない。

我が国において 新聞報道されている事項は、法的根拠はあるのか？

- 不正競争防止法第17条に基づく経済産業省令にて、「国際オリンピック委員会」が国際機関として指定されている。--「商標として使用」を禁止
 - その指定は、「国際オリンピック委員会」、「International Olympic Committee」、「IOC」、「オリンピックシンボル(5つのリング図柄)」、「五輪マーク旗」の5つ。
 - 「オリンピック」「Olympic」の言葉などは指定されていない
- 不正競争防止法第17条に基づく経済産業省令により指定されている標章と同一・類似の標章を、第三者が商品等表示として使用しているとして、差し止め請求は可能(不競法第3条、第2条1項1号2号)
- 「商標としての使用」を刑事罰により規制(不競法21条2項7号、17条)
- IOCは、我が国において商標登録をほとんど有していない。
- 第三者による「オリンピック」「Olympic」の商標登録は、商標法4条1項6号により、許されない。

⇒ 不正競争行為を規制する法律は存在する。

しかしながら、2013年9月の新聞記事等の内容を根拠付ける法律は、存在しない。オリンピックに関する特別法も存在しない。

最近のオリンピック開催地のオリンピック関係の法律 英国(2012年夏季オリンピック開催)の場合(その1)

法律の名称:	Olympic Symbol etc (Protection) Act 1995
制定の時期:	1995年
保護される標章:	<ul style="list-style-type: none">・ オリンピック・シンボル(五輪マーク)、・ オリンピック・モットー(Citius, Altius, Fortius)・ Olympiad, Olympiads, Olympian, Olympians, Olympic, Olympics,・ Paralympiad, Paralympiads, Paralympian, Paralympians, Paralympic, Paralympics・ 上記を翻訳したものも含む
第三者による使用制限の内容:	<ul style="list-style-type: none">・ 商業目的での保護される標章を使用すること・ オリンピックシンボル・オリンピックモットーに類似の標章を使用し、公衆にオリンピックと関連があると混同のおそれを生じさせる行為

最近のオリンピック開催地のオリンピック関係の法律 英国(2012年夏季オリンピック開催)の場合(その2)

法律の名称:	London Olympic Games and Paralympic Games Act 2006
制定の時期:	2006年
規制される行為:	<ul style="list-style-type: none">▪ London Olympics Association Rightという概念を制定。いわゆるアンブッシュマーケティングとして、オリンピックと関連があると公衆に認識させるおそれのある表示をする行為▪ オリンピック・パラリンピックの標章を使用しない場合でも、Games, 2012, やGold, Silver, Bronze, London, Medals, Sponsor, Summerなどの言葉を用いて、ロンドンオリンピック・と関連があると公衆に認識させるおそれのある表示をすることは、London Olympics Association Right侵害となる。
備考:	<ul style="list-style-type: none">▪ この法は、ロンドンオリンピック・パラリンピックを開催するための様々な必要事項について定めた法律▪ Olympic Symbol etc (Protection) Act 1995を強化

最近のオリンピック開催地のオリンピック関係の法律 ブラジル(2016年夏季オリンピック開催)の場合

法律名称:	Olympic Act (Law no. 12035 of 1 October 2009)
制定の時期:	2009年
保護される標章:	<ul style="list-style-type: none">・ オリンピック・シンボルなど、IOCの使用する旗、モットー、エンブレム、聖歌など・ Olympic Games, Paralympic Games, Rio 2016 Olympic Games, Rio 2016 Paralympic Games, XXXI Olympic Games, Rio 2016, Rio's Olympiads, Rio's 2016 Olympiads, Rio ParaOlympiads, Rio's 2016 ParaOlympiads, それらの変形、訳した言葉等・ リオデジャネイロ2016オリンピック組織委員会の名称、エンブレム、旗、聖歌、モットー、マーク、その他のシンボル・ XXXI Olympic Games, Rio 2016 Olympic Games, Rio 2016 Paralympic Gamesのマスコット、マーク、聖火、その他のシンボル (第6条)
第三者による使用制限の内容:	商業使用・非商業使用を問わず、大会組織委員会又はIOCの事前の明確な承諾のない使用すべてを禁止(7条)
その他の特徴:	<u>2009年10月1日に制定された。</u> <u>オリンピック開催都市に選定されたとき(実際には、2009年10月2日</u> <u>コペンハーゲンでのIOC総会にて、リオが開催都市に選定)から発効し、2016年12月31日まで有効(1条、16条)</u>

最近のオリンピック開催地のオリンピック関係の法律 その他の国：オリンピックに関するもの

国名	法 律	制定年
ロシア	“On organization and facilitating XXII Winter Olympic Games and XI Paralympic Games Sochi, development of Sochi city as a resort with mountain climate and an amendment of some legislative acts of the Russia Federation” adopted on December 1, 2007 No. 310-FZ	2007
カナダ	Olympic and Paralympic Marks Act	2007
中 国	中華人民共和国国务院オリンピックシンボル保護 条例	2002
	北京市オリンピック知的財産権保護規定	2001
イタリア	Law on Measures for the protection of the Olympic Symbol in relation to the forthcoming Winter Olympic (167/2005)	2005
オーストラリア	Olympic Insignia Protection Act 1987	1987
	Sydney 2000 Games (Indicia and Images) Protection Act 1996	1996

最近のオリンピック開催地のオリンピック関係の法律 各国のオリンピックに関する「アンブッシュ・マーケティング規制法」の特徴

- 保護に当たっての要件：
 - 我が国の商標法や不正競争防止法による制限よりも、**広い制限**
 - 我が国における「商標としての使用」「商品等表示としての使用」といった概念はない
 - **オリンピック関係のマークを使用していない場合でも、オリンピックとの関連があると公衆に認識させるおそれのある表記を規制するものも(英国、カナダ、オーストラリア)**
- 使用差止請求・損害賠償請求は、「保有者＝IOC」以外の者(各国のオリンピック委員会、オリンピック標章の使用許諾を得ている者)も行える
- 第三者によるオリンピック関係の標章を含む商標の登録を許さない
- ナイロビ条約とは、別のもの
 - ナイロビ条約とは、1981年9月26日にケニアのナイロビで採択され、1982年9月25日に発効したもので、現在締約国数は48カ国)
 - ナイロビ条約は、「オリンピック・シンボル(5つのリングのマーク)」について、様々な商業的使用(広告での使用、商品に使用、その他)を制限するものである。また、締約国に、オリンピック・シンボルから成るまたはこれを含む商標の登録を拒絶する／無効とし、商業目的のための使用を禁止する義務を課す。
 - 但し、この条約は、日本、英国、カナダ、中国、オーストラリア、米国らは未加盟

「アンブッシュ・マーケティング規制法」の必要性

■ オリンピックを開催したい。

- 経済的、社会的又は文化的な利益を、国民が享受できるように
- 政策的な理由

■ オリンピックを開催するには、「アンブッシュ・マーケティング規正法」の制定が必要

- IOCからの要請に基づく制定

よくある誤解1:

「オリンピックやFIFA World Cupなどの国際的なイベントは、公の機関(たとえば、国連の機関など)が運営しているものである」

→ 正しくは、「国際的な機関であるが、民間機関に過ぎない」

国際オリンピック委員会 (IOC) も、国際サッカー連盟 (FIFA) も、民間機関であり、国連や国家は関係ない。

ちなみに、日本オリンピック委員会 (JOC) や日本サッカー協会 (JFA) も、民間組織であり、国家の組織ではない。

「アンブッシュ・マーケティング規制法」の必要性 オリンピックに関する法律制定の経緯

- オリンピック開催都市となろうとする者は、オリンピック開催都市に立候補するにあたり、Undertakingと題された書類にて、様々なオリンピック標章について、IOCの満足が得られるように、法律で保護されることを誓約しなければならない。

- 具体的には、オリンピック開催都市に立候補するにあたり、Candidature Fileと言われる書類とともに、開催候補都市とその国のオリンピック委員会（National Olympic Committee 以下NOCという）のそれぞれの責任者が署名したUndertakingを国際オリンピック委員会（IOC）に提出しなければならないのである。

- 「開催候補都市とNOCは、現在有効なオリンピック憲章、とりわけオリンピック標章の使用に関する規則第12条乃至第17条並びにそれらについての付属細則を遵守することを保証する」
- 「開催候補都市とNOCは、オリンピック・シンボル及び『Olympic』『Olympiad』オリンピック・モットーが、IOCの名前にて保護されていること、また、政府または権限ある国の機関から、IOCが満足できるレベルでかつIOCの名前にて十分に継続的な法的保護が現在得られておりこれからも得られることを、保証する。

開催候補都市とNOCは、本条の定めを政府または権限ある国の機関に提示し、本条の内容について政府または権限ある国の機関が同意していることを認める。NOCは、オリンピック憲章に従い、該当する保護がNOCの名前にてNOCのために存在する場合は、IOC常務理事会よって受領された指示に従い、NOCはその権利を行使することを確認する」

オリンピックに関する法律制定の経緯（続き）

- オリンピック開催都市に選定されたときには、オリンピック開催都市契約(Host City Contract)を、何の留保も修正もされことなく締結しなければならないことも定められている。
 - これらの文書はすべて、開催候補都市（開催地に選定された後は開催都市）及びNOCとの間のものなので、国との間の契約ではない。そのため、開催候補都市(開催都市)及びNOCに、国の誓約を事前に取り付けることを要求している。
- 実際に開催都市に選定された後は、オリンピック開催都市契約(Host City Contract)に従い、開催都市の存在する国において、一定の期限までに、様々なオリンピック標章や当該オリンピックのエンブレム、マスコット、開催都市名と開催年を組み合わせた表示について、IOCが満足する内容の保護を定めた法律が制定され、それらマークが保護されることを誓約しなければならない。
 - 例えば、2012年開催のロンドンオリンピックの開催都市契約では、オリンピック・シンボルなどについて、IOCの満足の得られるレベルでの法的保護に加えて、ロンドンオリンピックのエンブレム、マスコットや「LONDON 2012」の表示について、IOCの満足の得られるレベルでの法的保護が得られるよう規定がされており、開催都市およびNOCの義務が課されている。

2020年東京オリンピックのHost City Contractは既に締結済み

2013年9月のIOC総会（於 ブエノスアイレス）で、オリンピック開催都市契約（Host City Contract）は調印済み。

（調印式の模様が、全世界に配信されている）

よくある誤解2:

「アンブッシュ・マーケティングは、イベントのスポンサーと非スポンサー間の争いである」

→ 正しくは、「イベントオーナー（主催者）と非スポンサー間の争いである」

- ◆ イベントのブランド保有者は、イベントオーナー（主催者）
- ◆ イベントのビジネスモデルを成立させる上で、大きな関心事
 - イベントの大きな収入源は4つ
 - ✓ イベントのチケット販売（敷地や建物の管理占有に基づく）
 - ✓ TVなどの放映権料（敷地や建物の管理占有に基づく）
 - ✓ ライセンス商品の販売による収益（商標権に基づく）
 - ✓ スポンサー料（イベントのマーク等の使用許諾の見返り）

「オリンピック」ブランドだけ、特別なのか？

- ブランド研究としては、以下のようなテーマもありうるであろう。
 - 「民間のブランドが、いかに国を動かし、法律を制定させるに至ったのか」
 - 「どうすれば、自らのブランドのために法律を制定させることができるか」

一方で

- 「オリンピック」ブランドだけ、法律を作って保護すべきなのか
 - 例：オリンピック・パラリンピックの標章を使用しない場合でも、「オリンピックと関連があると公衆に認識させるおそれのある表示をすることは、法律違反」(London Olympic Games and Paralympic Games Act 2006)
- イベントのブランド(例えば、FIFA World Cupなど大規模イベント)の特有の問題として把握すべきか
- 通常のブランド(著名・周知になったもの)では、この種の保護を設定するのは考えられるか

結びにかえて

「オリンピック」ブランドだけ、特別なのか？

- 第三者が、許諾なく、自社のブランド要素（ネーム、ロゴ・シンボル、キャラクター、スローガン、ジングル、パッケージなど）に類似するものを使用することを、やめさせたい。

⇒ これは、イベントオーナーに限らず、著名・周知ブランド保有者も共通のものでは？

御清聴ありがとうございました。

以下もあわせて参照ください。

- ・ 足立 勝 「**2020年東京オリンピック開催決定と知財法業界への新たな課題**」 早稲田大学知的財産法制研究センターHPコラム
<http://www.rclip.jp/column.html> (2013年9月17日掲出)
- ・ 足立 勝 「**著名商標の保護について～アンブッシュ・マーケティング規制の検討を中心に～**」 日本大学知財ジャーナル6号(2013年3月)33-45頁