オリンピック・パラリンピックマーケティング
アンブッシュ防止ガイドライン
＜広告会社向け＞

2021 March

公益財団法人　東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会
公益財団法人　日本オリンピック委員会
公益財団法人　日本障がい者スポーツ協会日本パラリンピック委員会

目次

はじめに 2

マーケティングと東京2020スポンサーシッププログラムについて 3

東京2020スポンサー一覧 5

オリンピック・パラリンピックに関する主な知的財産 7

オリンピック・パラリンピックに関する知的財産等の法的な保護状況 9

アンブッシュマーケティング 11

アンブッシュマーケティングのケーススタディ 12

東京2020大会に伴う広告・宣伝規制期間について 19

はじめに

本ガイドラインは、公益財団法人 東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会（以下「東京2020」という。）が管理する東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会（以下「東京2020大会」という。）関連マーク（大会エンブレム、ロゴ、スローガン、大会名称等）をはじめとしたオリンピックおよびパラリンピックの知的財産に関する保護基準の概要に関して説明してあります。

東京2020大会関連マークをはじめとするオリンピックおよびパラリンピックの知的財産は、日本国内では商標法、不正競争防止法、著作権法等により保護されています。また、日本国政府としても、東京2020大会を招致するにあたり、国際オリンピック委員会（以下「IOC」という。）および国際パラリンピック委員会（以下「IPC」という。）に対し、オリンピック憲章の遵守とオリンピック・パラリンピックの知的財産を適切に保護すること、ならびにアンブッシュマーケティングの防止に努めることを誓約しています。

本ガイドラインは、広告会社の皆様に、オリンピック・パラリンピックマーケティングの意義と基本的なルールを正しくご理解いただくとともに、貴社のクライアント企業等が不注意にオリンピック・パラリンピックの知的財産やオリンピック・パラリンピックのイメージ等を広告、宣伝、プロモーション、ＰＲ活動等に使用あるいは流用することがないよう注意していただくために基本的な内容を中心にまとめました。

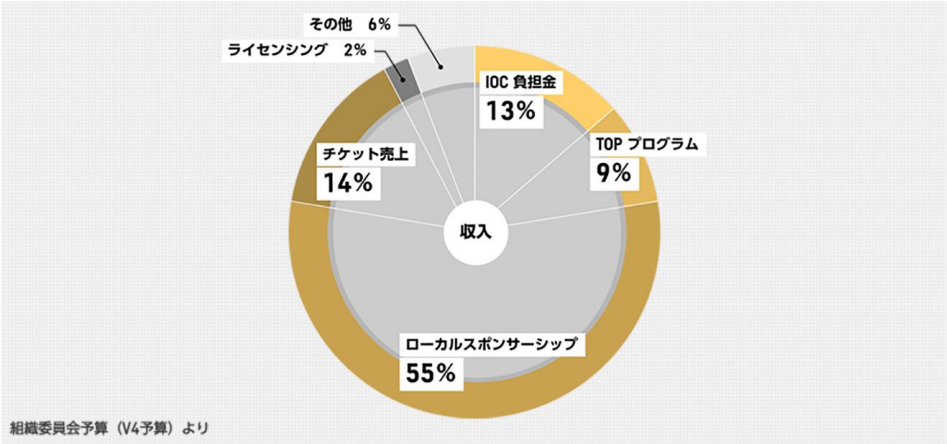
広告会社の皆様には、本ガイドラインの内容をご確認いただき、是非、東京2020大会を成功させるために、オリンピック・パラリンピックに関する知的財産の保護とアンブッシュマーケティングの防止に、ご協力いただきますようお願い申し上げます。

マーケティングの役割

東京2020大会に関連する費用は、東京2020が管理する東京2020大会の運営に関連する費用と日本オリンピック委員会（JOC）、日本パラリンピック委員会（JPC）が管理する日本のアスリートの育成・強化に関わる費用、並びに東京都・国やその他関連機関が管理する都市インフラに関連する費用があります。

そのうち、東京2020が管理する大会運営に関連する費用及びJOC・JPCが管理する日本のアスリートの育成・強化の費用は、主に、スポンサーシップ、ライセンシング、チケッティングなど、東京2020が実施するマーケティングプログラムによって得られる収入が、基盤となっています。なかでも、東京2020スポンサーシッププログラムにより想定している収入の割合は最も高く、大会の安定的な運営及び日本代表選手の活躍のために、非常に重要な役割を占めています。

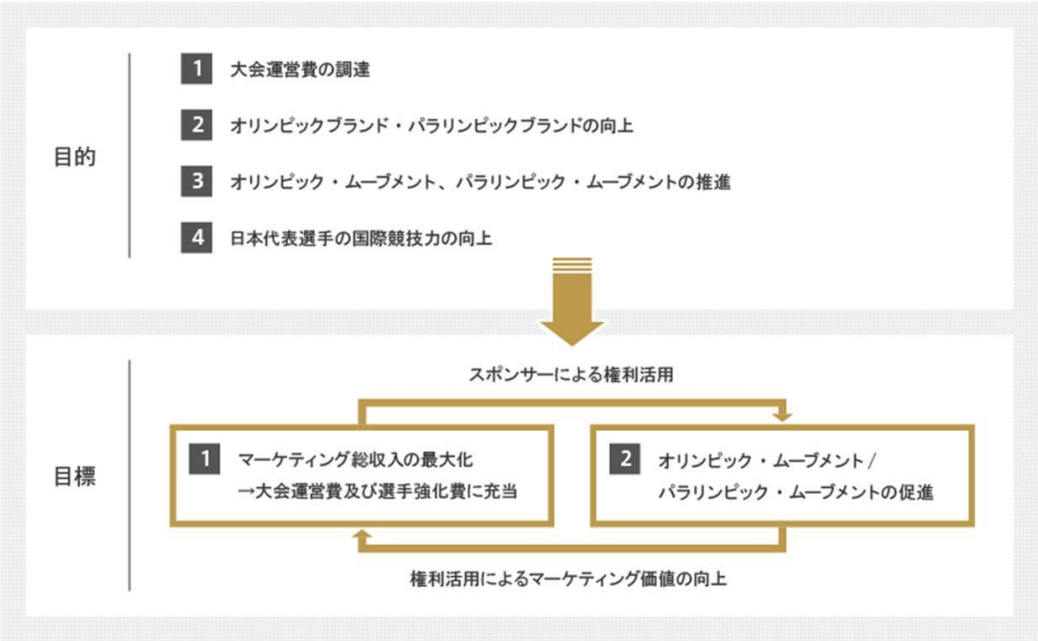
もし、パートナー以外の企業や組織がその権利を侵害することになると、このスポンサーシッププログラム構造が崩壊し、東京2020大会の運営やアスリートの育成・強化が困難になる可能性があります。



※端数処理の関係上、全ての項目を合計しても100%にはなりません　2020年11月時点

東京2020スポンサーシッププログラムの目的と目標

東京2020スポンサーシッププログラムは、以下の「4つの目的」と「2つの目標」に向けて実施されます。スポンサーは、大会の安定的な運営及びアスリートの育成・強化への貢献のみならず、様々な施策を通じて、より豊かな日本と世界の未来に貢献していきます。



東京2020スポンサーシッププログラムの構造

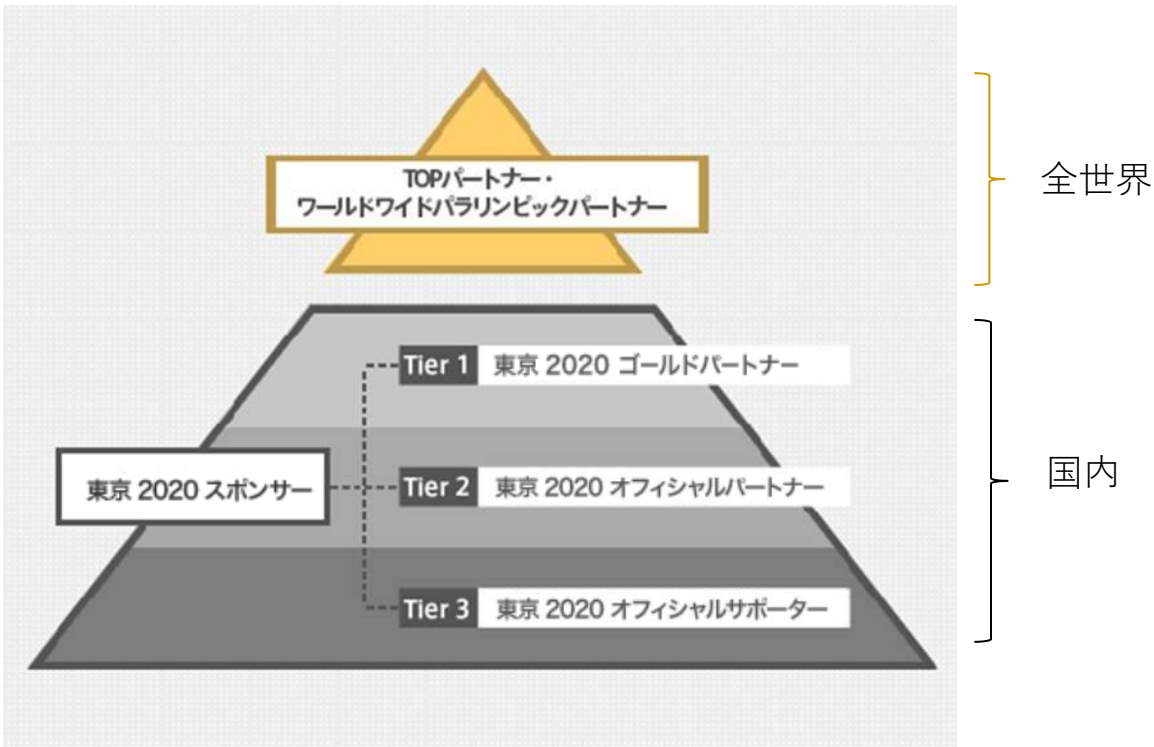
オリンピックマーケティングのスポンサーシップ構造は、IOCが管理するワールドワイドオリンピックパートナー（いわゆるTOPパートナー）を頂点とし、その下に各国・地域のオリンピック委員会（NOC）のスポンサーや東京2020のスポンサーが位置付けられます。

大会の開催国では、オリンピック競技大会を成功に導くために、NOCと東京2020が統合した1つのマーケティング、すなわち「ジョイントマーケティング」と呼ばれる東京2020によるマーケティングプログラムを構築することが義務付けられています。

そのため、東京2020マーケティングでは、日本オリンピック委員会（JOC）のマーケティング資産（ロゴや呼称等）の使用権を東京2020に移管し、東京2020が東京2020オリンピック大会の権利と共に販売することになります。

また、パラリンピックのマーケティングも、同様に、IPCが管理するワールドワイドパラリンピックパートナーを頂点に、日本パラリンピック委員会（JPC）のマーケティング資産（ロゴや呼称等）の使用権を東京2020が管理し、東京2020パラリンピック大会の権利と共に販売します。

東京2020スポンサーシッププログラムでは、東京2020大会とJOC・JPCのオリンピックとパラリンピックの権利を組み合わせ、Tier 1、Tier 2、Tier 3の3つのレベルのパッケージを用意し、日本国内限定のスポンサーを募集しています。



オリンピック

オリンピック関連スポンサーには、IOCのスポンサーであるTOPパートナーと東京2020のスポンサーであるローカルパートナーがあり、IOCまたは東京2020と合意したカテゴリー（業種）において、オリンピックに関する知的財産の排他的な商業的利用権が与えられています

ワールドワイドオリンピックパートナー

Coca-Cola	airbnb	Alibaba Group	Atos	BRIDGESTONE	DOW
GE	intel	OMEGA	Panasonic	P&G	SAMSUNG
TOYOTA	VISA				

東京2020オリンピックゴールドパートナー

Asahi アサヒビール	asics	Canon	ENEOS	東京海上日動	日本生命
NEC	NTT	NOMURA	FUJITSU	MIZUHO	SMBC
三井不動産 MITSUI FUDOSAN	meiji	LIXIL			

東京2020オリンピックオフィシャルパートナー

AJINOMOTO	EARTH アース製薬	Education First	airweave	kikkoman	Knt	JTB
cisco	SECOM	ANA	ALSOK	DNP 大日本印刷	Daiwa House	TOKYO GAS
東京メトロ	TOTO	TOBU TOP TOURS	TOPPAN	NAA NARITA AIRPORT	NISSIN	日本郵便
Japan Airport Terminal Haneda	JAL JAPAN AIRLINES	JR東日本	Hisamitsu	MITSUBISHI ELECTRIC	ヤマトホールディングス	RECRUIT
読売新聞	朝日新聞	NIKKEI	新毎 聞日			

東京2020オリンピックオフィシャルサポーター

AOKI	Aggreko	ECC	EY Japan	KADOKAWA	Google	コクヨ
清水建設	TANAKA ホールディングス	テクノジム	東武タワースカイツリー	乃村工藝社	パーク24	パソナグループ
ボストンコンサルティンググループ	丸大食品	モリサワ	ヤフー			
産業経済新聞社	北海道新聞社					

2020年11月時点

パラリンピック

パラリンピック関連スポンサーには、IPCのスポンサーであるワールドワイドパラリンピックパートナーとIPCインターナショナルパートナー、並びに 東京2020のスポンサーであるローカルパートナーがあり、IPCまたは東京2020と合意したカテゴリー（業種）において、パラリンピックに関する知的財産等の排他的な商業的利用権が与えられています。

ワールドワイドパラリンピックパートナー

Atos	BRIDGESTONE	Coca-Cola	Panasonic	SAMSUNG	TOYOTA
VISA					

東京2020パラリンピックゴールドパートナー

Alibaba Group	OMEGA	P&G			
Asahi アサヒビール	asics	Canon	ENEOS	東京海上日動	日本生命
NEC	NTT	NOMURA	FUJITSU	MIZUHO	SMBC
三井不動産 MITSUI FUDOSAN	meiji	LIXIL			

東京2020パラリンピックオフィシャルパートナー

airbnb	AJINOMOTO	EARTH アース製薬	Education First	airweave	kikkoman	Knt
JTB	CISCO	SECOM	ANA	ALSOK	DNP 大日本印刷	Daiwa House
TOKYO GAS	東京メトロ	TOTO	TOBU TOP TOURS	TOPPAN	NAA NARITA AIRPORT	NISSIN
日本郵便	Japan Airport Terminal Haneda	JAPAN AIRLINES	JR東日本	Hisamitsu	MITSUBISHI ELECTRIC	ヤマトホールディングス
RECRUIT						
読売新聞	朝日新聞	NIKKEI	毎日新聞			

東京2020パラリンピックオフィシャルサポーター

AOKI	Aggreko	ECC	EY Japan	オットーボック	KADOKAWA	Google
コクヨ	清水建設	TANAKA ホールディングス	テクノジム	東武タワースカイツリー	乃村工藝社	パーク24
パソナグループ	ボストンコンサルティンググループ	丸大食品	モリサワ	ヤフー		
産業経済新聞社	北海道新聞社					

2020年11月時点

オリンピック・パラリンピックに関する主な知的財産

オリンピック・パラリンピックに関する主な知的財産としては、オリンピックシンボル、パラリンピックシンボル（スリー・アギトス）、大会エンブレム、大会名称、大会マスコット、ピクトグラム、大会モットー、オリンピック・パラリンピックに関する用語・画像および音声等があります。これらの知的財産の使用は制限されていますので、自由に使用することはできません

オリンピックシンボル

パラリンピックシンボル

大会エンブレム

大会マスコット

ピクトグラム

TOKYO 2020

ワードマーク

United by Emotion

大会モットー

メダル

トーチ

大会画像

（例:リオ2016大会）

過去大会のイメージ

（例：東京 1964大会）

JOC,JPCに関する主な知的財産

JOCおよびJPCの各種マークも知的財産となり保護の対象になります。

JOC 第 1 エンブレム

JOC 第 2 エンブレム

JPC 第 1 エンブレム

JPC 第 2 エンブレム

がんばれ!ニッポン!®

JOC スローガン

保護対象となる各種用語

大会名称等の各種用語も知的財産であり保護の対象となるため、自由に使用することはできません。

大会正式名称

第32 回オリンピック競技大会（2020 ／東京）

Games of the XXXII Olympiad

東京2020パラリンピック競技大会

Tokyo 2020 Paralympic Games

大会通称

東京2020オリンピック競技大会

Tokyo 2020 Olympic Games

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会

Tokyo 2020 Olympic and Paralympic Games

大会略称

東京2020大会

Tokyo 2020 Games

東京2020

Tokyo 2020

その他の用語（例）

オリンピック
オリンピズム
オリンピアン
オリンピアード
パラリンピック
パラリンピアン
Citius, Altius, Fortius
Faster, Higher, Stronger
より速く、より高く、より強く
Spirit in Motion
聖火／聖火リレー／トーチ／トーチリレー
オリンピック日本代表選手団
パラリンピック日本代表選手団
がんばれ！ニッポン！

※「東京2021」や「TOKYO 2021」（商標登録出願中）は、東京2020大会との関連性を強く想起させるため、自由に使用することはできません。

東京2020大会の招致活動に際して、日本国政府は、IOCおよびIPCに対し、内閣総理大臣名で「オリンピック憲章の遵守」、「オリンピック・パラリンピックの知的財産の保護」および「アンブッシュマーケティングの防止」を誓約しています。
また、開催決定の際には、IOCと締結した開催都市契約において、東京都知事名で同様の誓約をしています。

オリンピック・パラリンピックに関する知的財産は、
独占的にIOC・IPCに帰属する。

⇩

日本国政府および東京都の保証・開催都市契約
IOC・IPCへ東京2020が保護管理することを誓約

⇩

オリンピック・パラリンピックに関する知的財産は、IOC・IPCの独占的な所有物であり、日本国内では、法的にも保護（次頁参照）され、東京2020が管理しています。
また、オリンピック・パラリンピックに関する知的財産そのものだけでなく、それらを想起させる表現も、東京2020の許諾なく、使用することは許されていません。

【オリンピック憲章】
第1章　規則７　オリンピック競技大会とオリンピック資産に関する権利 4項

オリンピックのシンボル、旗、モットー、賛歌、特定できる言葉（オリンピック競技大会、オリンピアード競技大会などであるが、それらに限らない）、連想させる映像・音声、マーク、聖火、トーチは、下の規則８から１４に定義するとおり、集合的または個別的に「オリンピック資産」と便宜上呼ぶものとする。いかなる、そして全てのオリンピック資産に関するあらゆる権利、およびそれらを使用する全ての権利は、利潤目的、商業目的、宣伝目的のための使用を含むがそれのみに限らず、独占的にIOCに帰属する。IOCはその権利の全体あるいは一部を、IOC理事会の定める条件により、使用の許諾をすることができる。

【IPCハンドブック】
第2.9章　IPC知的所有権　1.2　パラリンピック資産

パラリンピック資産の使用権とライセンス使用付与権を含め、すべてのパラリンピック資産の一切の権利は独占的にIPCに帰属する。パラリンピック資産の使用には、あらゆる営利目的、商業目的および/または宣伝広告目的を含む。IPCはまた、IPCの「ビジョン、ミッション、目標」に関連付けられるパラリンピック資産についても所有し、その非営利使用について管理する。
IPCは、IPCが定める条件の下で、これらの権利のすべてまたは一部のライセンス使用を許可することができる。
「パラリンピック資産」という用語は、(i)パラリンピック専門用語、(ii)パラリンピックシンボル、(iii)旗、(iv)モットー、(v)賛歌、(vi)パラリンピックと特定できるものおよび描写 (vii)パラリンピックエンブレム、(viii)パラリンピック聖火とトーチを指す。

オリンピック・パラリンピックに関する大会エンブレムや大会名称をはじめとする知的財産は、日本国内では、「商標法」、「不正競争防止法」「著作権法」等により保護されています。

商標法

商標権侵害の禁止（第25条、第37条、第36条参照）
商標法上、指定商品もしくは指定役務と同一または類似の商品もしくは役務について、登録商標と同一または類似の商標を使用する行為は、商標権の侵害行為に該当し、侵害の差止請求および損害賠償請求の対象となります。なお、オリンピックシンボル、パラリンピックシンボル、大会エンブレム、JOC第2エンブレム、「がんばれ！ニッポン！」「五輪」等の商標は、IOC、IPC、JOC、JPCまたは東京2020により、広汎な指定商品もしくは指定役務において商標登録されております。

商標登録を受けることができない商標（第4条第1項第6号）
国もしくは地方公共団体もしくはこれらの機関、または公益に関する団体・事業であって営利を目的としないものに関し、これらを表示する標章であって著名なものと同一または類似の商標については、商標登録を受けることができません。オリンピック、パラリンピック、IOC、IPC、JOC、JPCを表示する著名な商標（「オリンピック（OLYMPIC）」、「IOC」、「オリンピックシンボル」、「JOC」、「がんばれ！ニッポン！」等）はこれに該当します。

刑事罰（第78条、第78条の2）
商標権を侵害した者は、10年以下の懲役もしくは、1,000万円以下の罰金に処し、またはこれを併科する、と定められております。また、商標権を侵害するとみなされる行為を行った者は、5年以下の懲役もしくは500万円以下の罰金に処し、またはこれを併科する、と定められております。

不正競争防止法

国際機関の標章の商業上の使用禁止（第17条）
IOCやIPCは、国際機関として認定されており、オリンピックシンボルやパラリンピックシンボルは、国際機関を表示する標章として、IOCやIPCの許可なく使用することはできません。

刑事罰（第21条第2項第7号）
第17条の規定に違反した者は、5年以下の懲役もしくは500万円以下の罰金に処し、またはこれを併科する、と定められております。

周知ないし著名な商品等表示（第2条第1項第1号、第2号）
他人の商品等表示（氏名、商号、商標など）として周知なものを使用して他人の商品等と混同を生じさせる行為や、他人の著名な商品等表示を使用する行為は「不正競争」に該当し、侵害の差止請求（第3条）および損害賠償請求（第4条）の対象となります。

刑事罰（第21条第2項第1号、第2号）
一定の目的で第2条第1項第1号または第2号の「不正競争」を行った者は、5年以下の懲役もしくは500万円以下の罰金に処し、またはこれを併科する、と定められております。

著作権法

著作権侵害行為の禁止
他人が著作権を有する著作物（大会エンブレム、大会マスコットなど）を、著作権者の許可なく利用する行為（複製、譲渡、公衆送信、翻案等）は、著作権侵害行為に該当し、侵害の差止請求（第112条）および損害賠償請求の対象となります。

刑事罰（第119条第1項）
著作権を侵害した者は、10年以下の懲役もしくは1,000万円以下の罰金に処し、またはこれを併科する、と定められております。

オリンピック・パラリンピックに関する知的財産等の無断使用、不正使用ないし流用は法的にも罰せられます。

アンブッシュマーケティングとは

オリンピック・パラリンピックに関する知的財産を利用した宣伝広告・販売促進等ができるのは、オリンピック・パラリンピック関連スポンサーのみです。

故意であるか否かを問わず、正当な権利を有していないにも拘らず、オリンピック・パラリンピックの知的財産を使用したり、オリンピック・パラリンピックの知名度、評判、イメージ等を利用または流用する、いわゆる便乗広告は、アンブッシュマーケティングと言われています。

アンブッシュマーケティングは、オリンピック・パラリンピックの知的財産を侵害するばかりでなく、オリンピック・パラリンピック関連スポンサーの合法的なマーケティング活動を妨害し、大会の運営や選手の育成、強化のための資源調達にも大きな影響を及ぼすことになります。

アンブッシュマーケティングの予防

IOCおよびIPCでは、アンブッシュマーケティングを防止するために、専門的な業者を利用し、定期的に商標の出願状況や企業の宣伝広告・販売促進状況をモニターをすると共に、万一発生した場合には、法的な対応をする等、厳しく取り締まっています。

東京2020では、アンブッシュマーケティングを事前に予防することを目的に、公式ホームページにガイドライン「Brand Protection（大会ブランド保護基準）」を掲載し、広く注意を呼びかけると共に、各関係団体別に「東京2020大会関連マーク取扱い基準」を作成し、理解を求める等、アンチ・アンブッシュマーケティングに取組んでいます。

是非、貴社におかれましても、アンチ・アンブッシュマーケティングの意義をご理解いただき、貴社のクライアント等の広告、宣伝、プロモーション、ＰＲ活動等が以下のようなアンブッシュマーケティングを起こさぬよう注意していただきますようお願いします。

NO オリンピック・パラリンピックのスポンサーであると誤解を招くような広告やPR

NO オリンピック・パラリンピックの日本代表選手団の
スポンサーであると誤解を招くような広告やPR

NO オリンピック・パラリンピックをイメージさせるような広告やPR

NO オリンピック・パラリンピックのマーク等の知的財産を使用した広告やPR

1）知的財産を使用したアンブッシュ事例

スポンサーではない企業等が、広告、宣伝、POP等に、オリンピック・パラリンピックの知的財産を無断で使用又は流用した違反事例

・オリンピック名称の使用、オリンピックのカウントダウンを利用した看板

・パラリンピック名称、パラリンピックマークの使用

・商業活動禁止期間中における選手やチームの応援、選手肖像使用

・パラリンピック名称、パラリンピックマークの使用
・日本代表選手を応援しているような表現

・オリンピック名称、オリンピックマークの使用

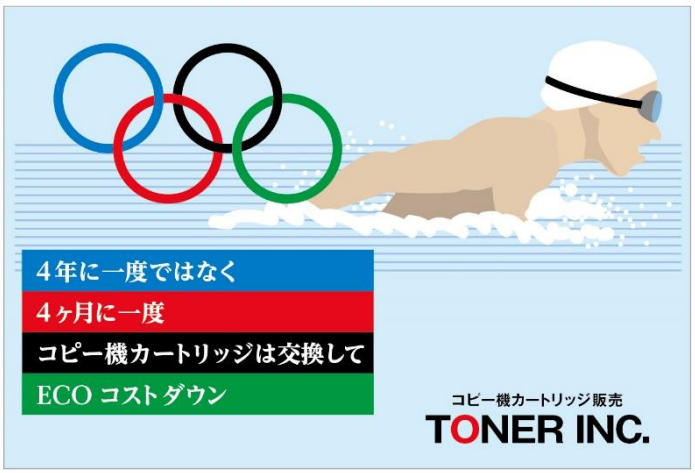
・オリンピック参加選手の成績を自社のPRや商品のPRに利用

・オリンピック・パラリンピック期間中に、選手が
メダルを獲得することを利用したキャンペーンの表現

・オリンピック・パラリンピック開催を利用
した記念セール

2) イメージを流用したアンブッシュ事例

スポンサーではない企業等が、広告、宣伝、POP等に、オリンピックやパラリンピックをイメージさせる表現等を使用した違反事例



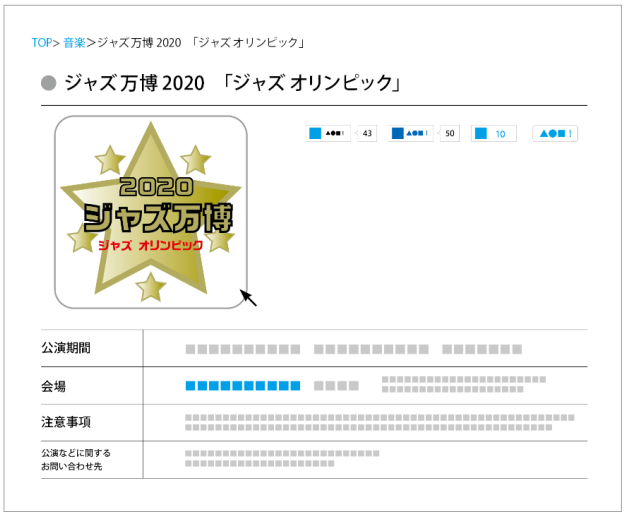
・オリンピックを想起させるようなマークや表現

・オリンピック名称の使用

・表彰台や金銀銅などオリンピックを模したようなデザインの使用

・オリンピックを想起させるような表現

・オリンピックを想起させるような表現

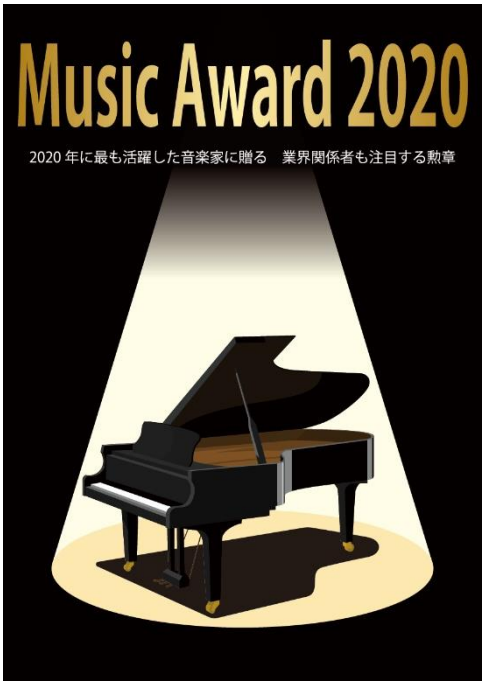


・オリンピック名称の使用

・オリンピック名称の使用

注）2020年もしくは2021年とその他の文言やデザインを組み合わせることで、東京2020大会を想起させるような表現をすることはできません。

※ アンブッシュマーケティングに<u>該当しない</u>と判断する事例



○

・2020年に開催される音楽イベントであり、東京2020大会と関連性がないため、問題なし。

※ アンブッシュマーケティングに<u>該当する</u>と判断する事例

×

・大会の開催に合わせた日程、東京2020大会を想起させる競技やキャッチコピーを使用しており、総合的に勘案してアンブッシュマーケティングに該当すると判断できる。

3）アンブッシュ商品の事例

公式ライセンシー以外の企業が、無断でオリンピックに関する知的財産を使用した商品や公式ライセンス商品であるかのような商品を販売した違反事例

・大会に合わせてメダルのイメージを流用したデザイン

・オリンピック名称の使用

・オリンピックマークのデザイン流用

⇒

・オリンピック名称の使用

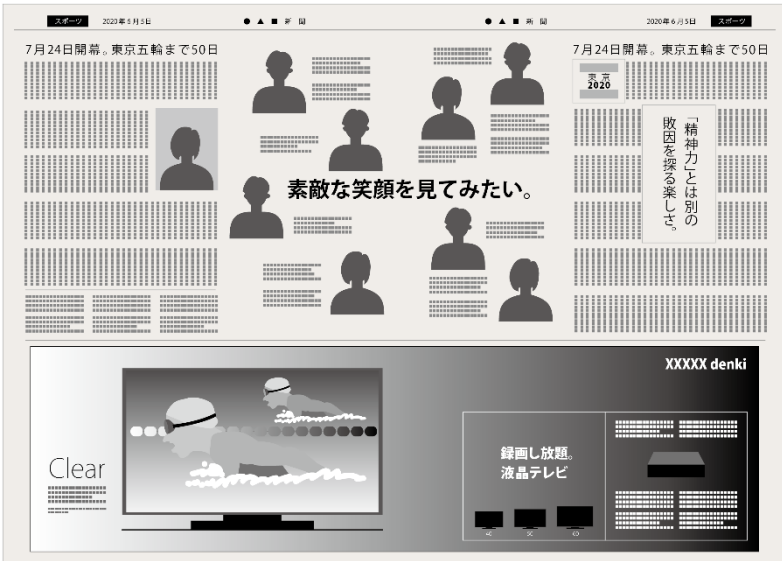
・オリンピック日本代表の公式ライセンス商品に扮した表現

・パラリンピックマーク、パラリンピック名称の使用

・パラリンピックの公式ライセンス商品に扮した表現

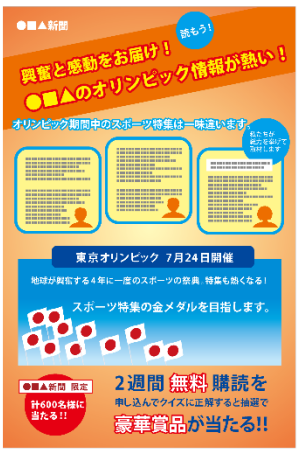
4）報道メディアに関連する事例

報道メディアによる、オリンピックスポンサー・パラリンピックスポンサー以外の企業や商品とオリンピック・パラリンピック関連の記事・取材活動を連動させた違反事例



・オリンピック・パラリンピック特集記事の見出しや内容と連動させた広告表現

・特定の競技を訴求する誌面に隣接する形での競技団体のスポンサーである事を訴求する表現※



・スポンサーでない報道機関の報道目的でない、自社サービスの販売促進・利用促進目的での利用

※大会期間中は、競技団体より正当に付与された権利であっても、アンブッシュマーケティングになる場合があります。

5）SNSに関連する事例

スポンサーではない企業等が、SNSを通じて、オリンピックやパラリンピックスポンサーであるかのようにイメージさせる表現等を使用した違反事例

・企業のアカウントで東京2020大会について投稿

・企業のアカウントで東京2020大会の投稿をシェア（リツイートなど）

6）タイミング・場所に関連する事例

スポンサーでない企業等が、大会開催期間中に会場の最寄駅から会場までの観客動線など、大会の観客をターゲットとしている場所において、宣伝、サンプリング、販売行為を行う違反事例

企業やブランドの広告・宣伝

サンプリング

観客動線上での販売

屋外広告物※

※原則として、大会スポンサーの競合企業の広告掲出や、スポンサーではない企業等の過度な広告掲出はお控えください。また、既存の長期契約広告枠については、意匠変更に伴うアンブッシュ表現が無いようにご留意ください。

不明点・詳細については以下までお問合せ下さい。

東京2020 OOHプログラム事務局：
shinsa@tokyo2020-ooh-portal.com

広告・宣伝規制について

〇東京2020オリンピック大会について

・IOCではオリンピック競技大会等の参加資格条件となっている大会期間中の商業活動に関する規定（オリンピック憲章規則40付属細則３：ルール40）に基づき、各大会毎に大会参加者の肖像使用に関するガイドラインを定めています。
・2021年に開催される東京2020大会に適用されるルールについては、IOCにて方針が決定された後で、改めて各競技団体を通じて選手へ案内する予定です。同じタイミングでJOCのウェブサイトでも公開する予定にしておりますので、以下URLより最新情報の確認をお願いいたします。
・JOC公式ウェブサイト：https://www.joc.or.jp/games/olympic/tokyo/

〇東京2020パラリンピック大会について

・IPCではパラリンピック競技大会期間中の肖像権使用に関する規定（パラリンピック競技大会参加者誓約書及びIPCハンドブック）に基づき、大会参加者の広告・宣伝を制限するガイドラインを定めています。
・2021年に開催される東京2020大会に適用されるルールについては、IPCにて方針が決定された後で、JPCより改めて各競技団体を通じて選手へ案内する予定となっております。JPCのサイトでも公開する予定にしておりますので、最新情報の確認をお願いいたします。
・JPC 公式ウェブサイト：https://www.jsad.or.jp/paralympic/tokyo2020/team/marketing.html

2021年3月

本ガイドラインに記載されている内容は複製禁止です。
本ガイドラインは必要に応じ適宜改訂されます。
記載されているエンブレム、画像等のプロパティはIOC、IPC、JOCおよびJPCの知的財産であり、公益財団法人 東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会が管理を委任されています。

ご不明な点は、下記までお問い合わせください。
公益財団法人 東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会
マーケティング局 ブランド管理部
brandmanagement@tokyo2020.jp