

東京2020オリンピック競技大会に関する

概略版

知的財産保護・ 日本代表選手等の肖像使用について

— マーケティングガイドライン —




公益財団法人日本オリンピック委員会

目次

オリンピックマーケティング	4
マーケティング資金の流れ	5
オリンピックの知的財産	6
JOC及び日本代表選手団の知的財産	7
アンブッシュマーケティングの防止	8
東京2020大会参加者に関わる 記者会見及びイベント等の注意事項について	9
東京2020オリンピック競技大会 日本代表選手等の肖像使用について(ルール40)	11
オリンピック憲章 ルール40とは	12
東京2020大会参加者及び個人スポンサー等の責任	13
オリンピック憲章 日本国内で適用されるルール40「基本概要」	14
ルール40「ジェネリックな広告」における肖像使用条件	15
大会参加者による個人スポンサー等の登録・申請手続き	16
JOCへの 広告・宣伝内容の申請・実施報告	17
問い合わせ先	18





本書は、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「組織委員会」という。）と公益財団法人日本オリンピック委員会（以下「JOC」という。）が管理する東京2020オリンピック競技大会マーク（大会エンブレム、大会マスコット等）及びJOCマーク（JOCエンブレム、スローガン等）をはじめとしたオリンピックに関する知的財産の保護基準や東京2020オリンピック競技大会（以下「東京2020大会」という。）に出場するオリンピック日本代表選手団員（選手、コーチ、スタッフ等を含む。以下「大会参加者」という。）の肖像使用制限に関する規定の概要を説明するものです。

オリンピックに関する知的財産は、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。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。）に対し、オリンピック憲章の遵守とオリンピックの知的財産を適切に保護することを誓約しています。

さらに、東京2020大会参加者は、大会期間中の自身の肖像や大会におけるパフォーマンスの商業的な使用について、オリンピック憲章規則第40条付属細則第3項のガイドライン（以下「ルール40」という。）を遵守することが義務付けられています。

JOC加盟競技団体（以下「NF」という。）及び東京2020大会参加者の皆様には、オリンピックマーケティングと自身の肖像使用における基本的なルールを正しくご理解いただき、オ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。

オリンピックマーケティング

各国国内のオリンピック委員会(NOC、日本ではJOC)では、IOCのマーケティング方針に則り、自国内で、オリンピック・ムーブメントの推進、選手の育成・強化及び国際総合競技大会への代表選手団の派遣等のために、オリンピックに関する知的財産を活用したマーケティング活動を実施しています。

2013年の東京2020大会の開催決定により、JOCと組織委員会は、IOCの定める規則に基づき、2015年から2020年末まで、日本国内のオリンピックに関する知的財産の商業的な使用权を組織委員会に集約し、「東京2020大会の権利」と「JOCの権利」を組み合わせたマーケティング活動、「ジョイントマーケティングプログラム」を展開しています。

このマーケティングプログラムには、ジョイントマーケティングプログラム期間中のオリンピック競技大会（ユースオリンピック競技大会を含む。以下同じ）の日本代表選手団に関する権利も含まれており、この収入の一部は、JOCに配分され、JOC及び各NFの選手強化資金として活用されています。

Ⅲ ジョイントマーケティングプログラム概要

期 間 2015年1月1日～2020年12月末日

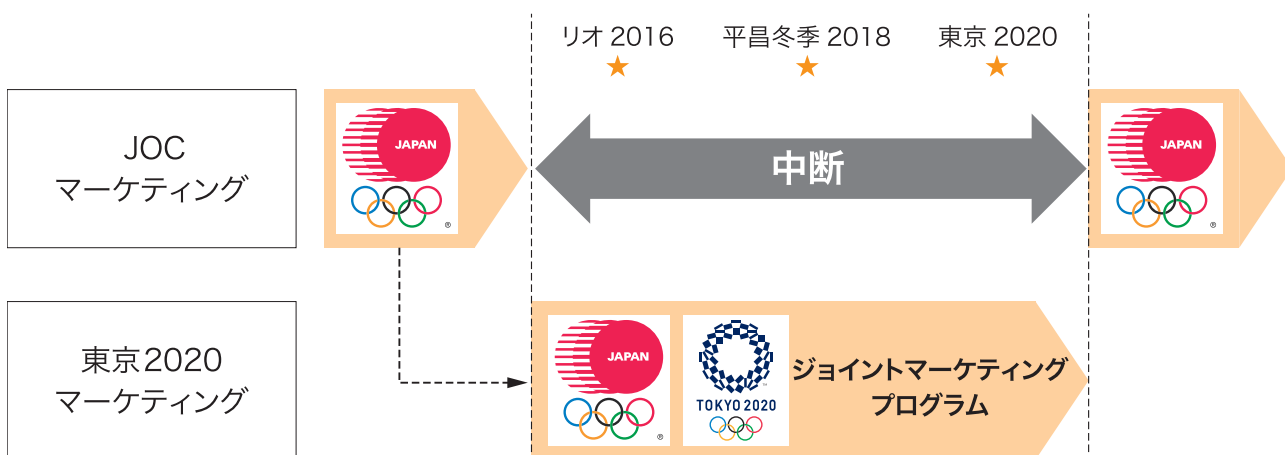
権利の集約 以下の商業的な権利を組織委員会に集約

- 1) 東京2020大会を含む期間中のオリンピック・パラリンピック大会に関する権利
- 2) オリンピック・パラリンピック日本代表選手団に関する権利 等

実施目的 東京2020大会の準備・運営、日本のアスリートの育成・強化、オリンピック・ムーブメント、パラリンピック・ムーブメントの推進に必要な資金、知識と技能、物品を得ることを目的として展開

※専任代理店として、電通を採用

- 主なプログラム**
- ・ TOPプログラム
 - ・ TOPパートナー向け東京2020パラリンピックプログラム
 - ・ 国内スポンサーシッププログラム(3ランク)
 - ・ 国内ライセンスプログラム(商品化権)
 - ・ 東京2020大会の入場券販売 等

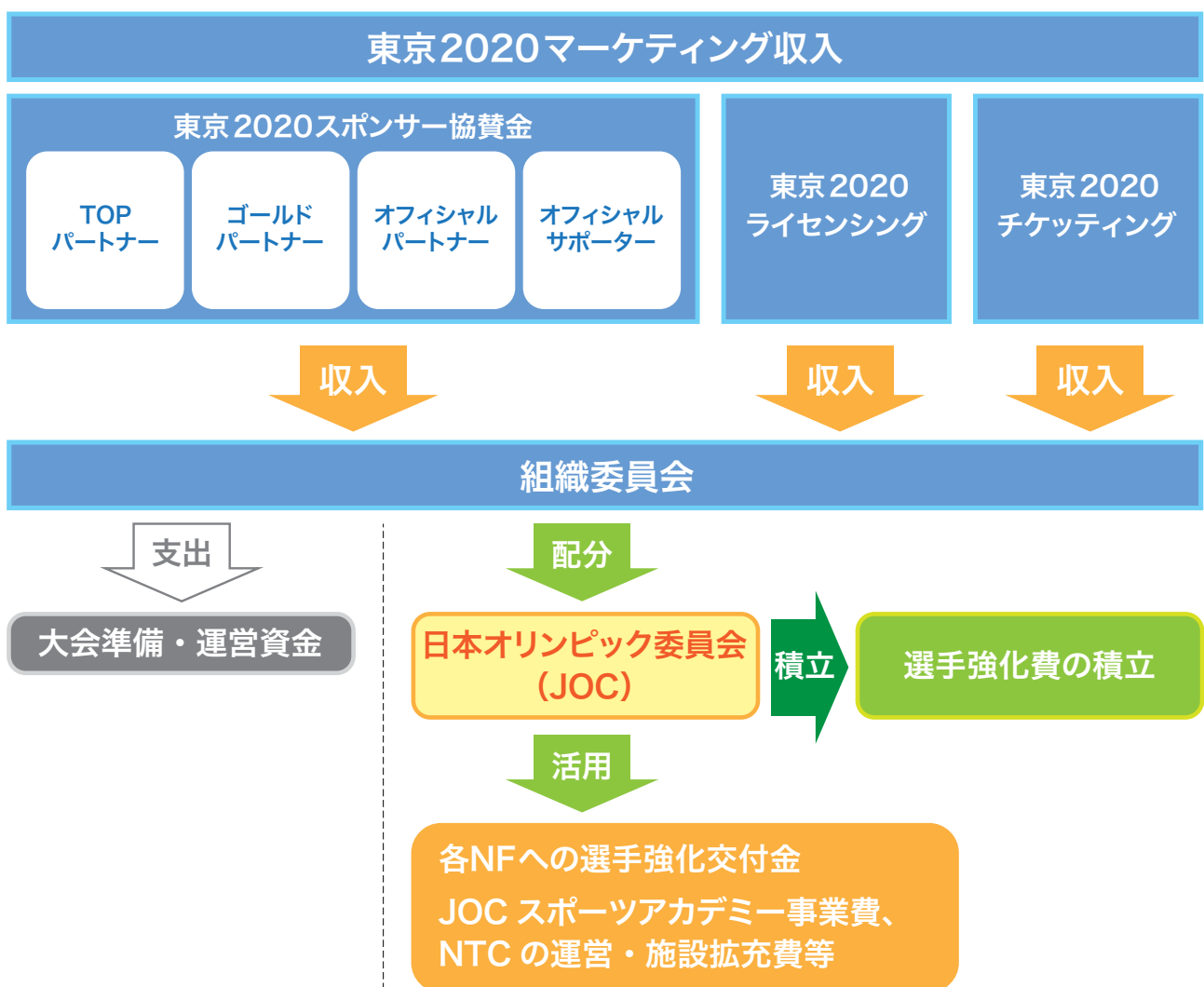


マーケティング資金の流れ

東京2020大会に関連する費用は、組織委員会が管理する大会運営に関連する費用と、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。

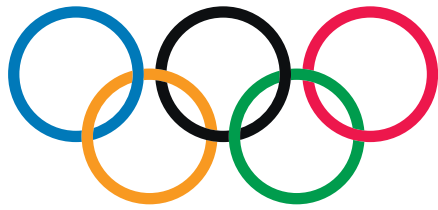
組織委員会が管理する大会運営に関連する予算において、マーケティングによる収入が全体の約90%となっており、その中でも東京2020スポンサーシッププログラムは重要な役割を占めています。

また、東京2020オリンピックマーケティングを通じて得られたマーケティング収入は、大会運営資金への充当だけでなく、JOCを通じて、各NFへの選手強化資金として配分されたり、JOCが実施しているスポーツアカデミー事業（エリートアカデミー、ナショナルコーチアカデミー、キャリアアカデミー、国際人養成アカデミー）や、ナショナルトレーニングセンター（NTC）の運営管理、施設拡充費等にも活用され、日本の国際競技力の向上に大きく貢献しています。



オリンピックの知的財産

オリンピックに関する主な知的財産には、オリンピックシンボル、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、オリンピックに関する用語、画像及び音声等があります。これらは知的財産として保護されていますので、権利主体者の許可なしに使用することはできません。



オ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

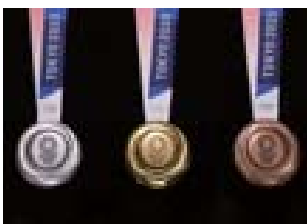
ワードマーク

Passion. Connected.

大会モットー

(例：平昌 2018 冬季大会)

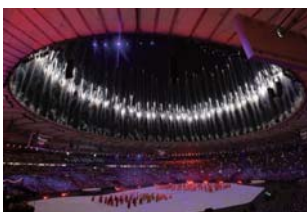
※東京 2020 大会モットーは今後発表予定



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)

大会名称・略称・呼称

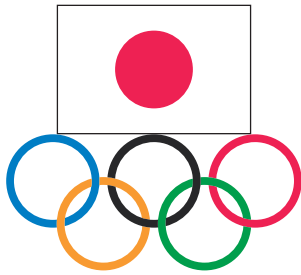
第32回オリンピック競技大会 (2020/東京)
東京2020オリンピック
TOKYO2020

その他の用語 (例)

オリンピック
オリンピズム
オリンピック
オリンピックアード
Citius, Altius, Fortius
Faster, Higher, Stronger
より速く、より高く、より強く
聖火/聖火リレー/トーチ/トーチリレー

JOC 及び日本代表選手団の知的財産

JOC及び日本代表選手団のマークや呼称、肖像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

がんばれ!ニッポン![®]

JOCスローガン

Japan

選手団Japanロゴ

(例: リオ2016大会)

選手団呼称・応援フレーズ

オリンピック日本代表選手団

チーム ニッポン

がんばれ!ニッポン!

とどけ!勇気!

全員団結



選手団応援キャンペーンマーク

選手団公式ユニフォーム



日本代表選手団 肖像



選手団 結団式、壮行会、解団式



メダリストパレード



アンブッシュマーケティングの防止

Ⅲ アンブッシュマーケティングとは

オリンピックに関する知的財産を利用した広告宣伝・販売促進等ができるのは、オリンピックパートナーのみです。

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、オリンピックの知的財産を使用したり、オ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、オリンピックの知的財産を侵害するばかりでなく、オリンピックパートナ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となります。

Ⅲ アンブッシュマーケティングの防止

IOC及び組織委員会では、アンブッシュマーケティングを防止するために、専門的な業者に依頼し、定期的に商標の出願状況や企業の広告宣伝・販売促進状況をモニターすると共に、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。

JOC及び組織委員会では、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、公式ウェブサイトに注意事項やガイドライン「Brand Protection」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り組んでいます。

是非、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、各NF、各NFの協賛企業、東京2020大会参加者の個人スポンサーや所属先等の広告、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いたします。

※詳しくは、組織委員会が発行するJOC加盟団体用「東京2020大会関連マーク取扱い基準」をご確認ください。

No!

オリンピックに関する知的財産を使用した広告やPR

No!

オリンピックのパートナーであると誤解を招くような広告やPR

No!

オリンピック日本代表選手団のパートナーであると誤解を招くような広告やPR

No!

オリンピックをイメージさせるおそれのある広告やPR

東京2020大会参加者に関わる 記者会見及びイベント等の 注意事項について

オリンピックパートナー以外の営利団体が、オリンピック日本代表選手団に言及したり、イメージを流用したりすることはできません。また、NF又は東京2020大会参加者も、当該営利団体とオリンピック日本代表選手団を結び付けたり、関連付けたりするような行為はできません。

特に東京2020大会参加者に関わる各種イベントや広告宣伝・PR活動等については、下記にご注意ください。実施を検討する場合には、事前にJOCにご相談下さい。

1. 東京2020大会参加者(内定者含む)の発表記者会見

NF等の非営利団体(自治体、公共団体、教育機関、医療法人等を含む。以下同じ)が「東京2020大会参加者(内定者含む)発表記者会見」等のオリンピックに特化した記者会見を実施する場合、記者会見バックボードに当該非営利団体のスポンサー等の商業的な表示をすることはできません。

※主催者である当該非営利団体ロゴは、バックボードに表示が可能です。

※オリンピックパートナーのマーケティング活動を妨げないようにご注意ください。

(例：バックボードや東京2020大会参加者のユニフォーム等へのオリンピックパートナー以外の営利団体のロゴを露出させること。
オリンピックパートナー以外の営利団体のドリンクを露出させること等)

※オリンピックパートナー以外の営利団体は、オリンピックに特化した記者会見やイベントを実施することはできません。



2. 東京2020大会参加者の壮行会・報告会・祝勝会

営利団体または非営利団体に関わらず、大会参加者の壮行会、報告会、祝勝会等を実施することは可能です。但し、オリンピックパートナー以外の営利団体は、当該事業について対外的な発信及びPR(ニュースリリース配信、WEB掲載、SNS投稿等)をすることはできません。

また、NF等の非営利団体が実施する場合であっても、自己もしくは第三者のPRに繋がるような形式、あるいは、寄付金を募る等の資金調達を目的に実施することはできません。

※主催者である当該非営利団体ロゴは、バックボードに表示が可能です。

※オリンピックパートナーのマーケティング活動を妨げないようにご注意ください。

(例：非オリンピックパートナーのロゴや名称、商品等を露出すること等)

3. 日本代表選手団公式ウェア・公式服装、メダル

東京2020大会参加者が、大会終了後にNFや自治体主催のパレード等に参加する際に、日本代表選手団公式ウェア・公式服装やオリンピックで獲得したメダルを着用することは、基本的に問題はありません。

但し、日本代表選手団公式ウェア・公式服装やオリンピックで獲得したメダル、並びにパレード等の写真や映像等を商業的な活動に使用したり、第三者に使用させたりすることはできません。

4. 東京2020大会参加者に関する制作物について

NF等の非営利団体が、オリンピック及びJOCに関する知的財産を使用して、東京2020大会への参加を記念した独自のグッズ等を制作することはできません。但し、大会参加者の出場や結果に関わる事実のみを表示した横断幕を制作して掲出することは、基本的に問題はありません。

※オリンピックパートナー以外の営利団体は、オリンピック及びJOCに関する知的財産を使用して独自にグッズや横断幕を制作することはできません。

(横断幕 使用可能事例)



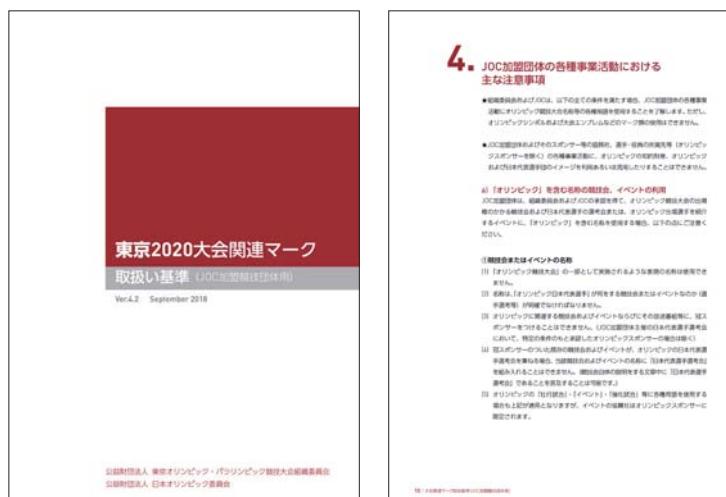
5. NF及び大会参加者によるスポンサー、所属先等の紹介

オリンピックやJOCに関する知的財産やオリンピック及び日本代表選手団のイメージ、オリンピックを想起させるような表現やデザイン等を利用して、NF及び個人のスポンサーや所属先等を紹介することはできません。特に、大会開催年に各競技の日本代表チームの愛称等を使用する際には、オリンピック日本代表と誤解を招かぬよう注意をしてください。

6. NFによるその他関連事業の実施について

①オリンピック関連事業

NFの各種事業(競技会、イベント等)にオリンピックならびにオリンピック日本代表の名称を使用する場合には、組織委員会が発行する「大会関連マーク取扱い基準(JOC加盟団体用) P.10～16」を併せてご確認ください。



②その他事業

東京2020大会期間中であっても、NF及びNFの関連団体によるイベント及びそのプロモーションに、大会参加者の肖像を使用することは可能です。但し、イベントやPRそのものをオリンピック日本代表選手のテーマにすることはできません。

東京2020オリンピック競技大会 日本代表選手等の肖像使用について

(ルール40)



オリンピック憲章 ルール40とは

IOC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）について、多数の選手から意見をヒアリングした結果、「**アスリートの権利と責任の宣言 (Athlete's Rights and Responsibilities Declaration)**」を踏まえた内容に変更をしました。
東京2020大会に適用される新しいルール40は、以下となります。

オリンピック競技大会に参加する競技者とチーム役員、その他のチームスタッフは、IOC理事会が定める原則に従い、自身の身体、名前、写真、あるいは競技パフォーマンスが、大会期間中に宣伝目的で使用されることを許可ができる。

注)大会期間：選手村開村日より閉会式2日後

IOCでは、このルール40の適用期間を選手村の開村日より閉会式2日後までの期間とした上で、各大会毎にガイドラインを定めています。

従来、オリンピックパートナーにのみ使用を認めていたガイドラインが変更され、オリンピックパートナー以外の営利団体であっても、IOC及びNOCが定める規則に則っていれば、当該NOCが管轄する地域内において、大会参加者の肖像を使用できることになりました。

JOCは、大会参加者の権利の尊重と大会参加者の練習環境の整備・競技力の向上に、日頃から継続的にご支援をいただいている個人スポンサー等への配慮、東京2020大会とのジョイントマーケティングへの影響を鑑み、東京2020大会では、**大会参加者の個人スポンサー等の肖像使用についても、JOCによる事前の承認を得たもの**に限り許諾することとしました。

東京2020大会参加者及び 個人スポンサー等の責任

ルール40の遵守は、大会参加者のメディア活動を禁止するルール48、並びに、大会参加者の着用するウェア及び使用するスポーツ用具の製造者識別マーク表示を規定するルール50とともに、**大会への参加資格条件**となっており、違反行為は大会参加資格の剥奪にも繋がります。また、個人スポンサー等が違反した場合には、2021年以降にJOCが派遣する国際総合競技大会の参加者の肖像を肖像使用の規制期間中に一切使用できなくなる可能性がありますので、十分注意していただくようお願いいたします。

ルール48(オリンピック憲章規則第48条付属細則3)

メディアとしての資格認定を受けた個人のみがジャーナリスト、報道記者としてまたはその他のメディアの資格で活動することができる。いかなる状況のもとでもオリンピック競技大会の期間中、選手、コーチ、役員、プレスアタッシュェ、あるいはその他の資格認定を受けた参加者は、ジャーナリストまたはその他のメディアの資格で活動してはならない。

ルール50(オリンピック憲章規則第50条付属細則1)

商業的なものであれ、その他の性質のものであれ、オリンピック競技大会ではいかなる広告、プロパガンダも身体、競技ウェア、アクセサリーに表示してはならない。より一般的には、競技者、チーム役員、その他のチームスタッフ、その他のすべてのオリンピック競技大会参加者が着用する衣類、または使用する用具に表示してはならない。ただし、以下の条項 8 が規定するように、物品や用具の製造者識別表示はその限りではない。この場合、識別表示は広告の目的で、著しく目立つように付けてはならない。

Ⅲ 東京2020大会参加者及びNFへの依頼事項

JOCは、オリンピックパートナーとともに、選手を日常的に支援する個人スポンサー等への配慮として、日本国内で適用するルール40の一部を緩和しました。**この緩和は、東京2020大会参加者自身ならびにNFが正しく理解していなければ成立しません。**本ガイドラインをご確認いただき、個人スポンサー等に対し、ルール40を周知するとともに、大会参加者の肖像使用に関する確認書及び広告・宣伝内容の提出を徹底し、ルール違反(もしくは違反の疑い)が起こらないようご協力をお願いします。

オリンピック憲章 日本国内で適用される ルール40「基本概要」

IOCのルール40ガイドラインを踏まえて、日本国内で適用される東京2020大会のルール40の方針は下記となります。

1) 肖像使用の規制期間

IOCが定めた期間(選手村開村日より閉会式2日後まで)

東京2020大会： 2020年7月14日～2020年8月11日

2) 主な方針

大会参加者は、自身の容姿、名前、映像(以下、「肖像」という。)を、日本国内において、オリンピックパートナー及び事前にJOCに登録した自身の個人スポンサー等に対し、以下の条件のもと、商業的活動を目的として使用させることができる。

①オリンピックパートナーの場合

オリンピックパートナーに適用される規定に合致し、事前にIOCまたは組織委員会の承認を取ること。

②個人スポンサー等の場合

- ・大会参加者の肖像使用に関する確認書をJOCに提出すること。
- ・肖像使用に際し、大会参加者から必要な同意を得ること。
- ・IOC及びJOCの方針に反するカテゴリーの広告ではないこと。
(例：タバコ、禁止薬物、ハードリカー、ギャンブル、ポルノ、道徳に反するビジネス 等)
- ・日常より継続的に使用している大会参加者の肖像を使用したジェネリックな広告であること。
 - ①オリンピック、あるいは日本代表選手団に言及または想起させないこと。
 - ②オリンピック及びJOCに関する知的財産(映像、音声等を含む)を使用しないこと。
 - ③オリンピック出場やオリンピックにおける競技パフォーマンスをテーマとしないこと。
 - ④オリンピック、あるいは日本代表選手団と企業又はブランドとの商業的な繋がりを創出しないこと。
- ・オリンピック中継、オリンピック特集ページ、開催会場付近の広告出稿ではないこと。
- ・日常より継続的に実施している広告宣伝・PR活動に比べ、多量な出稿量ではないこと。

※大会参加者は、個人スポンサー等に対する感謝のメッセージを発信することは可能ですが、オリンピックプロパティを使用したり、個人スポンサー等とオリンピックや日本代表選手団を関連付けたりすることはできません。

3) 個人スポンサー等の定義

個人スポンサー

大会参加者に対して、物品提供や資金提供により日々の活動を支援し、大会参加者の肖像を使用して商業活動を行う企業・団体

所属先

日常より継続的に大会参加者を支援(雇用など)している所属先(企業・団体)として、大会参加者が競技会等の出場のために、NFに事前に登録をしている企業・団体

ルール40

「ジェネリックな広告」における肖像使用条件

事前にJOCへ確認書を提出した個人スポンサー等による大会参加者の肖像使用は、使用条件が本ガイドラインに適用している必要があります。その基本条件は下記のとおりです。

① 広告等の掲出時期

日常、継続的に実施している広告等であり、オリンピックへの注目度が最も高まる期間を狙った広告等ではないこと(2020年3月31日までに使用している広告素材であること)等

※2020年4月1日以降、大会参加者の肖像を使用した新たな内容の広告を出稿することはできません。

② 広告等の表現

オリンピックやオリンピック日本代表選手団をイメージさせるおそれのない広告内容であること 等

- ・オリンピックあるいはオリンピック日本代表選手(選手団)をテーマとしていない
- ・オリンピックあるいはJOCプロパティ(知的財産)を使用していない
- ・オリンピックあるいはオリンピック日本代表選手(選手団)を想起させない/関連付けない
- ・オリンピックあるいはオリンピック日本代表選手(選手団)と商品又はブランドの結びつきを創出させない 等

広告イメージは、使用されるコピーやナレーション、選手が着用する服装、シーンや場所などの複合的要素によって判断される

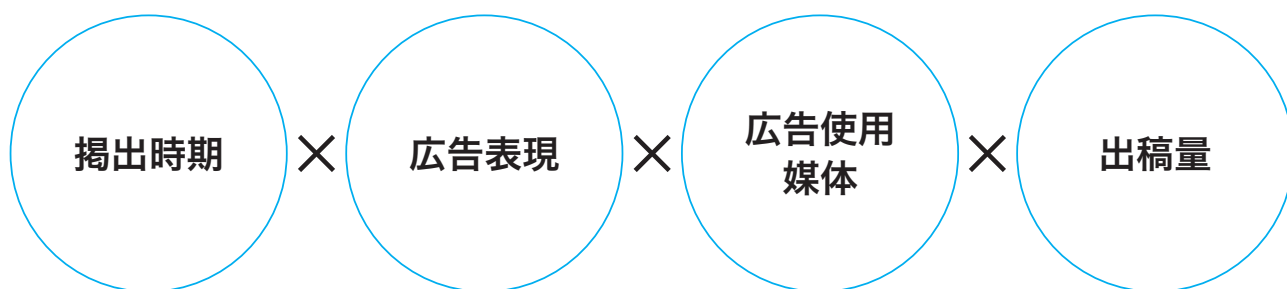
③ 広告等の掲載媒体・箇所

オリンピックの開催に合わせた中継番組、特集ページや、開催会場付近の屋外広告や交通広告ではないこと(上記の広告とは、新聞・雑誌広告、テレビ・ラジオCM、屋外広告、交通広告、チラシの他、インターネットやSNSによる広告・宣伝等、全ての広告を指します) 等

④ 広告等の出稿量

日常、継続的に実施している広告等に比べ、極端に増加した広告出稿量ではないこと 等

※日常実施されている広告宣伝・PR活動に比べ多量な出稿が計画されている場合は許諾されません。



個人スポンサー等の登録・申請手続き

Ⅲ 個人スポンサーの登録

大会参加者は、肖像使用の規制期間中に、自身の肖像を使用する可能性のある個人スポンサー等を事前にJOCへ登録しておく必要があります。登録には下記の情報が必要になります。

- ・ 個人スポンサー等の企業名
- ・ 個人スポンサー等の担当者・担当部署・連絡先
- ・ 個人スポンサー等のIPアドレス

※秘匿情報を扱うため、申請端末を特定します。

集めた情報は、大会参加者がJOCへ提出します。JOCは内容を確認し、登録の可否を決定します。登録された個人スポンサー等には、使用申請手続きのためのアカウントが発行されます。

個人スポンサー等の登録申請 2020年3月31日(火)まで

※但し、上記の締切日以降に出場が決定した場合にはご相談下さい。

Ⅲ 大会参加者及び個人スポンサー等の確認書の提出

肖像使用の規制期間中に、大会参加者の個人スポンサー等が本ガイドラインに則り、大会参加者の肖像を使用する場合、事前にJOCに対して大会参加者及びその個人スポンサー等は肖像使用に関する確認書を大会参加者が所属するNFを介して提出する必要があります。

提出期限：2020年3月31日まで

提出物：① 大会参加者による個人スポンサー等の登録申請を含む肖像使用申請書

② 個人スポンサー等による確認書

記載内容：① 本ガイドラインの使用条件について遵守することを約束

② 個人スポンサー等の企業名・担当者連絡先

③ 肖像を使用する大会参加者の氏名・競技・種目名

④ 大会参加者、個人スポンサー等の署名及び押印

〈注意〉

・ ルール40規定違反(登録手続き及び申請プロセス含む)があった場合、**東京2020大会参加者の参加資格が取り消される可能性があることを理解し、最大限の協力を行うこと。**

・ 違反した場合には、上記に加え、個人スポンサー等においては、**2021年以降にJOCが派遣する国際総合競技大会の参加者肖像を肖像使用の規制期間中一切使用できなくなる可能性があること**について了承すること。

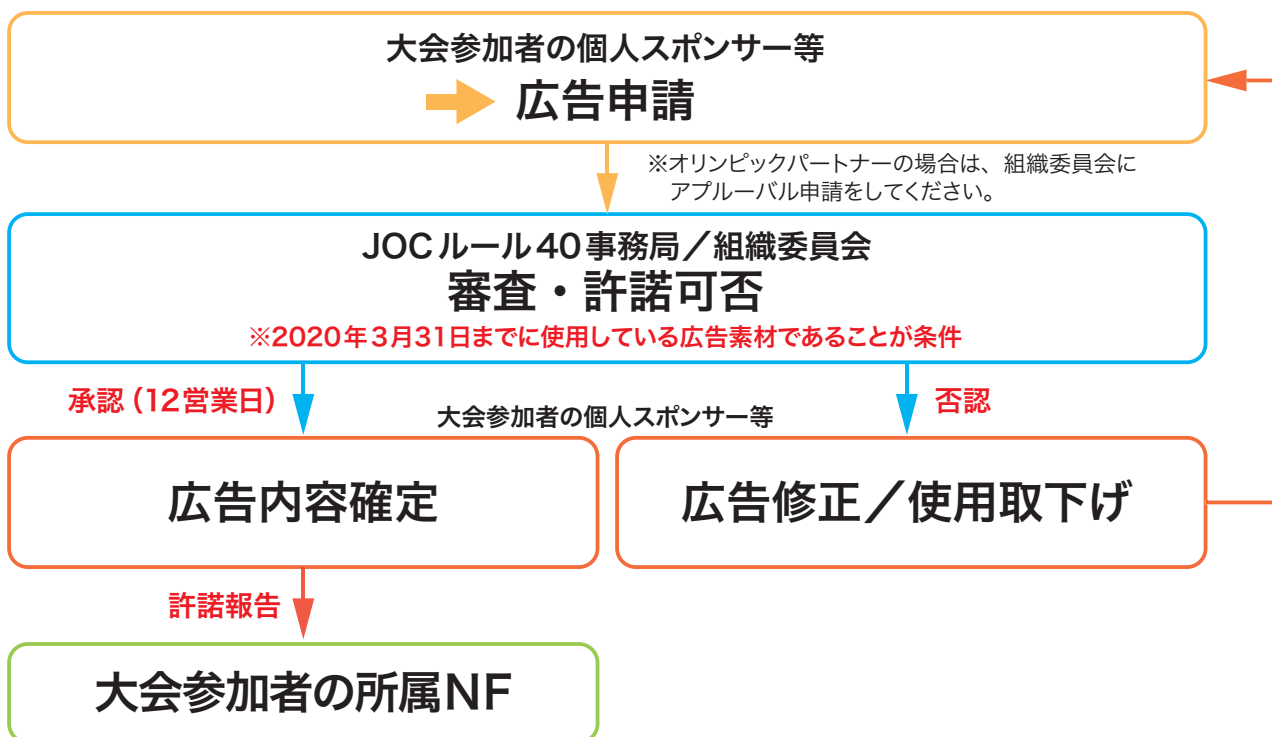
広告・宣伝内容の申請・実施報告

Ⅲ 広告・宣伝内容の申請

肖像使用の規制期間中に、大会参加者の個人スポンサー等が本ガイドラインに則り、大会参加者の肖像を使用する場合、JOC登録時に発行されたアカウントより、アプルーバルシステムを通じてJOCに事前に広告・宣伝内容を申請する必要があります。JOCでは、申請された広告・宣伝内容がガイドラインを遵守しているか審査し、実施の可否を判断します。

申請締切：2020年5月15日(金)まで ※否認・再申請の場合の最終承認は2020年6月30日(火)

※個人スポンサー等の申請した広告・宣伝内容は、希望するNFへ共有する場合があります。



Ⅲ 広告・宣伝の実施報告

肖像使用の規制期間中に、大会参加者の個人スポンサー等が本ガイドラインに則り、大会参加者の肖像を使用した場合には、JOCに対して実施報告を必ず行ってください。

※実施報告書はNFへ共有する場合があります。

報告締切：2020年8月31日(月)

問い合わせ先

公益財団法人日本オリンピック委員会
マーケティング部（ルール40事務局）
メールアドレス：rule40@joc.or.jp