

2020年9月1日

アンブッシュマーケティング  
— オリンピックにあやかる広告はすべて悪か —

三好内外国特許事務所  
弁理士 河原 正子



思いもかけない「災禍」ですっかり腰を折られ、標題のテーマもタイミングを逸した感のある「東京オリンピック、パラリンピック」ですが、来年無事開催されることを前提に、一言。

「オリンピック」、良いにつけ悪しきにつけ話題の多いイベントですが、我々の業界では、職業柄、どうしても純粹「スポーツ」としての視点より、いわゆる「アンブッシュマーケティング」の方へ関心が偏りがちです。

これについては、既に何人もの専門家諸氏がコメントを公表されていますので、今更の感もありますが、最新情報を含めて、私なりの「雑感」を一言。

そもそも「アンブッシュマーケティング」とは。

確立した定義はなく、やや雑駁な言い方ですが「オリンピックに便乗した広告、キャッチフレーズ等」とでも言いましょうか、例えば「2020 日本応援セール」の如き広告フレーズなどがあげられます。

「便乗」と言われると、悪いイメージを抱くかもしれませんが、「便乗イコールすべて悪（違法）」とは限りません。

しかし、招致が正式決定した当時、一部マスコミ報道などで「オリンピックの語、使えない？」といった記事がみられ、更に、東京大会組織委員会の公式サイトでは現在「オリンピック等のイメージを流用する態様で使用することはできません、オリンピックのイメージ等の無断使用・不正使用ないし流用は法的にも罰せられます」の記載があります。

極めて曖昧模糊とした表現で、読んだ者は一切使用できないかのような疑心暗鬼にかられます。

確かに、公式スポンサーは巨額の金員を払っており、それが大会の運営費の重要な一翼を担うわけですから、スポンサー擁護の観点からも、一銭も払わない者には使わせたくないというのは心情的には理解できます。

しかし、知財を扱う専門家の端くれとしては、「包括的に使用不可、ましてイメージだけで処罰」と言われても、「はい、そうですか」と引き下がるわけにもいきません。

少なくとも、商標法でも不正競争防止法でも、商品やサービスの出所を表すような態様での使い方（これを商標的使用態様といいます）を禁じているのであって、それ以外の使用は可能のほうです

この点、過去の16年リオや18年平昌の各大会では時限立法として「特別法」を制定し、既存の法律以上の強い規制を課してきました、

日本でも招致決定当時は特別立法の動きもありましたが、結局は見送られましたので、既存の法律の範囲を超えて規制することはできません。

そうすると、「単なるイメージの流用」が違法とは到底言えないでしょう。

しかし、やはり国民性なのでしょうが、自粛ムードのようなものは依然として見受けられますし、商標出願における特許庁審査は、却って厳しくなっているようです。

例えば、以前から何らかの競技大会の名称に比喩的に「オリンピック」を使用する例は多くみられますが（典型例は「技能オリンピック」）、このような比喩的使用については過去登録例が何件もあるにも拘わらず、最近はやや「拒絶」です。

このような「自己規制、忖度社会の日本」に対し、外国では既に流れが変わっていると云われており、行き過ぎた規制にノーを下した判決もあるようです。

確かに行き過ぎた規制は、せつかく国民みんなで祭典を盛り上げようとする機運に水をさすともいえるでしょう。

そのような観点からか、日本でも少しずつ変化が見られ、東京大会組織委員会幹部からも、規制の見直しを示唆するようなコメントが出されているようです。

又、堂々と「五輪」の文字を使用した公的イベント「あいち技能五輪」が昨年11月から開催されています。

因みに、「五輪」の語はしっかりと商標登録されています（日本語なのになぜか、権利者はIOCです）

確かに、「技能五輪」とあっても、誰も、あのスポーツの五輪と関係があると思う人はまずいないはず、堂々と使えて当然です。

もう、無用な忖度、自粛は考え直すべきです。

尤も、相手は巨大組織、「クレームが付くだけでも、マイナスイメージ」と躊躇される向きもあるでしょうが、実は、表現のちょっとした工夫でクレームを回避することもできます。

もし、オリンピックに少々あやかりたいと思われた場合は、是非特許事務所へご相談を。

有用なアドバイスが得られるものと確信しています。

なお、本稿は、経済産業新報2020年2月1日号に掲載された拙著のコラムを引用し、加筆・修正を加えたものです。

以上