

東京オリンピックと商標制度 —ハードロー及びソフトローの視点から—

ユアサハラ法律特許事務所 パートナー 弁理士 青木 博通

抄録

2020年7月24日(金)から8月9日(日)まで開催される予定であった東京オリンピック(正式名称:第32回オリンピック競技大会(2020/東京))のチケット購入登録者数は750万人を超える盛り上がりを見せていた¹⁾。

本稿では、東京オリンピックを商標制度等がどのように支えているか、ハードロー(法的拘束力あり)及びソフトロー(法的拘束力なし)の視点から解説することとし、オリンピック終了後も参考となる文献にするため、多くの図を用いることとする。

なお、紙幅の都合で、東京オリンピックに絞って記述することにし、東京パラリンピックについては省略する。

I 東京オリンピックを支える商標制度

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組織委員会」という。)が2019年12月20日に発表したオリンピックの予算は、6300億円(収支均衡)であり、その他の経費も含めると1兆3,500億円となっている。

東京2020組織委員会予算の収入は、国際オリンピック委員会(IOC)から850億円、TOP(The Olympic Partnersの略)スポンサー(図1)から560

億円、国内スポンサーから3,480億円(オリンピック史上過去最高額)、ライセンス140億円、チケット売上900億円となっている。

TOPスポンサーの他に国内スポンサーがあり、国内スポンサーは、(1)東京2020オリンピックゴールドパートナー(図2)、(2)東京2020オリンピックオフィシャルパートナー(図3)、(3)東京2020オリンピックオフィシャルサポーター(図4)に分かれる。

国内のスポンサーシップの目的は、(1)大会運営費の調達、(2)オリンピックブランドの向上、(3)オ

コカコーラ	エアール・ビーアンドビー	アリババ	アトス	ブリヂストン
ダウ・ケミカル	GE	インテル	オメガ	パナソニック
P & G	サムスン	トヨタ	ビザ	

図1 TOPスポンサー(ワールドワイドオリンピックパートナー)

出典:東京2020組織委員会WEBページ

アサヒビール	アシックス	キヤノン	JX日鉱日石エネルギー
東京海上日動火災保険	日本生命保険	NEC	NTT
野村ホールディングス	富士通	みずほフィナンシャルグループ	
三井住友フィナンシャルグループ		三井不動産	明治 リクシル

図2 国内スポンサー(東京2020オリンピックゴールドパートナー)

出典:東京2020組織委員会WEBページ

1) 東京オリンピックは、COVID-19ウイルスの影響により、2021年7月23日から8月8日に延期されることになった。

味の素	アース製薬	エデュケーション・ファースト	エアウィーヴ
キッコーマン	近畿日本ツーリスト	JTB	シスコ
ANA	ALSOK	大日本印刷	大和ハウス
東京メトロ	TOTO	東武トップツアーズ	凸版印刷
日清食品	日本郵政	日本空港ビルデング	JAL
久光製薬	三菱電機	ヤマトホールディングス	リクルート
読売新聞	朝日新聞	日本経済新聞	毎日新聞

図3 国内スポンサー（東京2020オリンピックオフィシャルパートナー）

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	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			

図4 国内スポンサー（東京2020オフィシャルサポーター）

出典：東京2020組織委員会WEBページ

オリンピック・ムーブメント²⁾の推進、日本代表選手団の国際競技能力の向上にある。

スポンサー及びライセンシーは多額のお金を支払う見返りとして、オリンピックの商標（例：「東京2020オリンピックエンブレム」、「東京2020オリンピックマスコット」、「JOCエンブレム」、スローガン「がんばれ！ ニッポン！」）、商品・サービスのサブライ権、大会関連グッズ等のプレミアム利用権、大会会場におけるプロモーション、呼称（例：「東京2020オリンピック競技会」、「オリンピック日本代表選手団」）、関連素材（例：オリンピック関連の映像・写真、オリンピック日本代表選手の映像・写真）を使用する権利を得ることができる。

ただし、スポンサーレベルに応じて、使用可能な権利が異なる。例えば、国内スポンサーの場合、日本国内で使用する名刺にはオリンピック商標が使用されているが、外国で使用する名刺にはオリンピック商標は使用されていない。

このように、東京オリンピックは、商標制度により支えられているといっても過言ではない。

II 東京オリンピックと商標登録（ハードロー）

オリンピックに関連する商標（以下、「オリンピック商標」という）は、日本において少なくとも、①国際オリンピック委員会（IOC）、②公益財団法人日本オリンピック委員会（JOC）、③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（東京2020組織委員会）の三つの団体により保有されている。

IOCは、「五輪の図形」、「OLYMPIC」、「オリンピック」、「五輪」、「OLYMPIAN」、「OLYMPIC CHANNEL」、「OLYMPIC MOVES」などを登録している（図5）。美津濃が所有していた1918年12月27日に登録された登録第99160号商標「OLYMPIC」（28類）は、IOCに移転されている。

2) オリンピック・ムーブメントとは、オリンピックのあるべき姿（オリンピズム）を世界中の人々によく知ってもらい、その考え方を大きく広げていく活動のことをいう。オリンピックのあるべき姿（オリンピズム）とは「スポーツを通してこころとからだを健全にし、さらには文化・国籍といったさまざまな違いを超え、友情や連帯感、フェアプレーの精神をもって互いを理解し合うことで、平和でよりよい世界の実現に貢献する」という考え方のことをいう。

JOCは、「五輪の図形とJapan」の結合商標を中心に、「がんばれ！日本」のスローガンを登録している(図6)。「ロボリンピック」は個人から、「マリンピック」はセントラルスポーツから、「チョコリンピック」は明治から、それぞれJOCに移転されたものであり、JOCがオリンピック商標と類似する商標の移転の受け皿になっている。

東京2020組織委員会は、オリンピック終了後解散になる可能性があるため、オリンピック終了後、権利を放棄する予定の商標、エンブレム、マスコット、ピクトグラムなどを出願している。また、オリンピック誘致の際に使用した桜の花のエンブレムや「TOKYO 2020」、スローガンも東京2020組織委員会が登録している(図7参照)。



図5 IOCの商標

出典：特許庁 商標公報・商標公開公報



図6 JOCの商標

出典：特許庁 商標公報・商標公開公報

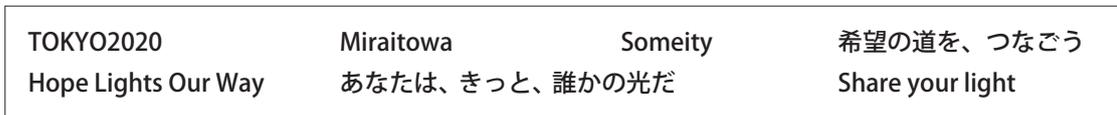


図7 東京2020組織委員会の商標 出典：特許庁 商標公報・商標公開公報

図8の商標は第三者の登録例であるが、オリンピックの商標についての規制が緩かった時代の名残である。1962年創業のスーパーの株式会社Olympicグループは、店舗名として「Olympic」を使用しているが商標登録はない。

第三者が、これらの登録商標と同一または類似の商標を、同一または類似の指定商品・役務に、商標として（自己の商品・役務の出所を表示する態様）使用した場合は、商標権侵害を構成することになる。

「商標として」の使用が商標権侵害の要件となっているので（商標法26条等）、自己の商品・役務の出所を表示する態様でない場合、例えば、比較広告や新聞・雑誌等の記事は商標権侵害を構成しないことになる。



図8 第三者の商標

出典：特許庁 商標公報・商標公開公報

Ⅲ 東京オリンピックと意匠登録（ハードロー）

東京2020組織委員会が中心となって、シャツ、ぬいぐるみ、メダル、トーチ等について意匠登録を行っている。

図9は、意匠登録第1649112号「シャツ」の意匠で、創作者は倉嶋隆広氏及び住家亜矢子氏、権利者は東京2020組織委員会である。

図10は、意匠登録第1612594号「ぬいぐるみおもちゃ」の意匠で、創作者は谷口亮氏、権利者は東京2020組織委員会である。

図11は、意匠登録第1629791号「メダル」の意匠で、創作者は川西潤一氏、権利者はIOC及び東京2020組織委員会である³⁾。

図12は、意匠登録第1638429号「トーチ」の意匠であり、創作者は吉岡徳仁氏、権利者は東京2020組織委員会である。

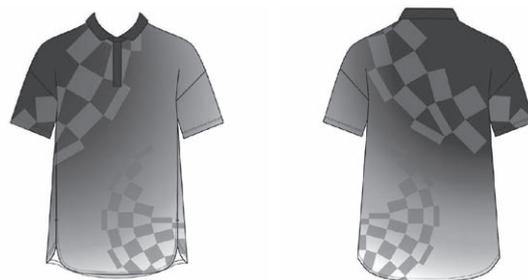


図9 シャツの登録意匠

出典：特許庁 意匠公報・意匠公開公報

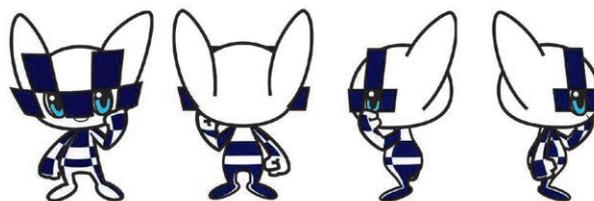


図10 ぬいぐるみおもちゃの登録意匠

出典：特許庁 意匠公報・意匠公開公報



図11 メダルの登録意匠

出典：特許庁 意匠公報・意匠公開公報



図12 トーチの登録意匠

出典：特許庁 意匠公報・意匠公開公報

3) 大阪税関は、2020年3月6日に、東京オリンピックの金メダルを模した偽物のレプリカメダル26点の輸入を差し止めたと発表した。直径8.5センチ、重さは310グラムでサイズは本物とほぼ同じとのことである（2020年3月7日毎日新聞大阪朝刊）。



図13 EU意匠登録

出典：特許庁 商標公報・商標公開公報

図13は、ロンドンオリンピックのときに、ロンドン・オリンピック・パラリンピック組織委員会がEUで登録したEU意匠登録第001561309-0001号製品「Logos」の意匠である。創作者の記載はない。EUでは図形商標も製品名「Logos」で意匠登録できる。

日本では、「Logos」では意匠登録することができず、物品毎、画像毎、建築物毎に意匠権を取得する必要がある。EUのように「Logos」で意匠登録ができれば、物品等はなんでも意匠権の効力が及ぶのでアンブッシュ・マーケティングに対する強力なツールとなる。

IV オリンピックと商標の登録要件

商標法4条1項6号は、「国若しくは地方公共団体若しくはこれらの機関、公益に関する団体であつて営利を目的としないもの又は公益に関する事業であつて営利を目的としないものを表示する標章であつて著名なものと同一又は類似の商標」は商標登録を受けることができないと規定している。

裁判所は、本号の趣旨について「商標法4条1項6号の規定は、同号に掲げる団体の公共性にかんがみ、その権威を尊重するとともに、出所の混同を防いで需要者の利益を保護しようとの趣旨に出たものであり、同号の規定に該当する商標、すなわち、これらの団体を表示する著名な標章と同一又は類似の商標については、これらの団体の権威を損ない、また、出所の混同を生ずるものとみなして、無関係の私人による商標登録を排斥するものであると解するのが相当である。」(知財高判平成21年5月28日・平成20年(行ケ)第10351[ISO-Mount-Extender])と判示している。

「公益に関する団体であつて営利を目的としない

もの」には、IOC、JOCが含まれる。

「公益に関する事業であつて営利を目的としないもの」には競技大会としてのオリンピック、パラリンピックが含まれる。

「表示する標章」には、IOC、JOC、五輪、OLYMPIC、オリンピック、五輪の図形が含まれる。

よって、第三者のオリンピック商標の出願は本号により拒絶・無効となる。

ただし、商標法4条2項は、「国若しくは地方公共団体若しくはこれらの機関、公益に関する団体であつて営利を目的としないもの又は公益に関する事業であつて営利を目的としないものを行つている者が前項第六号の商標について商標登録出願をするときは、同号の規定は、適用しない。」と規定しているため、IOC、JOC、東京2020組織委員会がオリンピック商標を出願した場合には、拒絶・無効とならない。

V オリンピックと意匠の登録要件

2020年4月1日施行の意匠法5条2号は、「他人の業務に係る物品、建築物又は画像と混同を生ずるおそれがある意匠」は登録できない旨規定する。

オリンピック商標を用いた意匠(物品、画像、建築物)は本号に該当し、拒絶・無効となる可能性がある。

VI オリンピック関連表示と不正競争防止法(ハードロー)

「4年に一度の祭典がやってくる」、「おめでとう東京」、「日本選手、目指せ金メダル!」といった表示は使用できないと一部報道にあったが、これらの表示は商標登録されていない(未登録商標)。よって、これらのオリンピック関連表示を無断で使用しても商標権侵害を構成することはない。

しかしながら、未登録商標でも、その表示が周知になり、第三者が類似の表示を使用して、混同を生じさせる可能性がでてくると、不正競争防止法2条1項1号違反となる。この「混同」には狭義の混同(オリンピックの主催者がやっている)と広義の混同(オリンピック主催者と何らかの関係のある団体がやっている)が含まれる。「混同」が要件となっているので、第三者が「商品等表示として」(自己の商品の出所を表示する態様)未登録商標を使用していない場

合には、混同が生じないので、本号違反にはならないことになる。

未登録商標が著名になった場合には、その表示と類似する表示を使用すると、不正競争防止法2条1項2号違反となる。「著名性」が要件となっているので、「混同」は要件となっていない。しかしながら、第三者が「自己の商品等表示として」未登録商標を使用していない場合には本号は適用されない。

経済産業省令で指定する国際機関の標章と類似する標章を「商標として」使用することも禁じられている(17条)。「IOC」、「五輪の図形」等が指定されている。

Ⅶ アンブッシュ・マーケティング規制法(ハードロー)と大会ブランド保護基準(ソフトロー)

1. アンブッシュ・マーケティング規制法(ハードロー)

上記Ⅱ及びⅥで述べた通り、オリンピック関連表示を、「商標として」または「自己の商品等表示として」使用していない場合には、商標法または不正競争防止法の適用はない。

そこで、①オリンピック関連表示の商業的使用、②オリンピックと関連があると誤認させる行為を広く規制するアンブッシュ・マーケティング規制法をオリンピック開催国が設けるのが一般的である⁴⁾。

アンブッシュ・マーケティング(Ambush Marketing)とは、オリンピックの公式スポンサーではないが、公式スポンサーのような印象を消費者に与えるマーケティングをいう。

この法律によると、「商標として」、「自己の商品等表示として」の使用は要件ではなくなり、広くオリンピック関連表示を規制でき、ブランド・マネジメ

ントが容易になる。

ロンドンオリンピックのときは、「London Olympic Association Right」が規定され、リストA「Games, Two Thousand and Twelve, 2012, Twenty-Twelve」とリストB「London, medals, sponsors, summer, gold, silver, bronze」の言葉の組み合わせ等「例: Supporting the London Games」が規制の対象となった。

2015年4月に経済産業省知的財産政策室にアンブッシュ・マーケティング規制法制定の必要性についてヒアリングを受けたことがあるが、現在までのところ立法の動きはない⁵⁾。

2. 大会ブランド保護基準(ソフトロー)

「大会ブランド保護基準(Brand Protection Guidelines) Version5.0」が東京2020組織委員会により公表されている⁶⁾。

本保護基準は、①知的財産を保護する理由、②東京2020大会の収入源、③オリンピック関連スポンサー、④オリンピック・パラリンピックに関する主な知的財産(保護対象となる各種用語等)、⑤法的保護(商標法、不正競争防止法、著作権法)、⑥アンブッシュ・マーケティング、⑦アンブッシュ・マーケティングとして問題となる例から構成されている。

すなわち、保護される用語等と保護の根拠となる法律・条文が書いてあり、適用される具体例が例示されているものの、どの法律・条文との関係で、なぜ違反になるかの記載はない。

本保護基準には法的拘束力のないソフトロー⁷⁾として、アンブッシュ・マーケティング規制法(ハードロー)の代替機能を期待しているものと考えられる。

このように、アンブッシュ・マーケティング規制

4) 足立勝『アンブッシュ・マーケティング規制法』(創耕舎、2016年)、友利昂『オリンピックVS便乗商法: まやかしの知的財産に付度する社会への警鐘』(作品社、2018年) 参照。

5) 読売新聞(2018年3月3日夕刊)には、政府等は、「必要以上の法規制は、大会の盛り上がりには水を差す」として、特別措置法の制定を見送る方針を固めたと記載されている。また、2018年3月14日には、日本商工会議所及び東京商工会議所の連名で、「アンブッシュマーケティング(便乗商法・便乗広告)の制限に関する意見」が提出され、「アンブッシュマーケティングの制限については、商標法、不正競争防止法等の既存の関連法によって対応すれば十分であり、2020年大会を「日本全体の祭典」とするための今後の機運 盛り上げに水を差しかねない新たな法制化には反対である。」と意見を述べている。

6) <https://gting.tokyo2020.org/image/upload/production/ujqwx8cojnsrmewsbf.pdf> より入手可能。

7) 中山信弘東京大学名誉教授は、ソフトローについて「常識的意味における「法」といえば、最終的には裁判所で履行が担保されている国の法律(「ハードロー」)が考えられますし、また大学で教えている法もそのような法が中心となっております。「法」といえば「ハードロー」を連想するのが常ですが、我々の日常生活において行動の基準となっている「規範」はそれら「ハードロー」に限られるものではありません。「法」となってはいなくとも、我々の行動規範となっているものは多数存在しています。このように国の法律ではなく、最終的に裁判所による強制的実行が保証されていないにもかかわらず、現実の経済社会において国や企業が何らかの拘束感を持ちながら従っている諸規範を「ソフトロー」と呼んでいます。」説明している。出典: https://www.u-tokyo.ac.jp/coe/21coe/coe02_tanbou05_j.html

法を作らないで、ソフトローを尊重する日本人の国民性も踏まえて、ハードロー（商標法、不正競争防止法、著作権法）とソフトロー（大会ブランド保護基準（Brand Protection Guidelines）Version 5.0）を巧みに組み合わせて、オリンピック商標を保護しようとするところが、従来のオリンピックにはない東京オリンピックの特徴と言えよう。

Ⅷ オリンピック商標の審決例

オリンピック商標に関する審決・異議決定例は以下のとおりである。商標法4条1項6号を中心に、7号、11号、15号、19号が論点となっている。

×は登録できなかった事案、○は登録できた事案である。

オリンピックが近づくにつれ、特許庁審判部の判断も厳しくなる傾向がある。

1. 五輪事件（異議2019-900112）—○

IOCが登録した商標登録第6118624号商標「五輪」（1類、25類当）は、商標法3条1項柱書、4条1項6号、7号、11号に該当しないと判断された。商標法4条1項11号の引用商標としては、「もなか五輪」、「雪の五輪」、「梅五輪」が引用されたが、いずれも非類似と判断されている。

2. 鎖の五輪図形事件（不服2018-1590）—×

商標「鎖の五輪図形」（6類：金属製魚網）は、五輪マークに類似するので、商標法4条1項6号に該当すると判断された。



図14 本件商標

出典：特許庁 商標公報・商標公開公報

3. ハートの五輪図形事件（不服2018-3425）—×

本件商標「ハートの五輪図形」は、五輪マークに類似するので、商標法4条1項6号に該当すると判断された。

「本願商標と「五輪マーク」を対比すると、両者は、同じ大きさの5つの輪郭図形を上段に3個及び下段に2個配置し、下段の2個は上段中央の形状の左下及び右下に、上段の形状と交差するように逆台形図形状に配して表された点において共通にするものであり、相違するところは、本願商標が「ハート型（輪郭図形）」より構成されるのに対して、「五輪マーク」は「輪（円輪郭図形）」より構成されたものである点にすぎない。

そうすると、本願商標と「五輪マーク」とは、本願商標が特定の称呼及び観念を生じないから、称呼及び観念において比較することができないとしても、両者の共通点よりみて、構成の軌を一にするものと看取され、外観上近似した印象を与えるものであって、「五輪マーク」が著名であることにも照らせば、本願商標に接した需要者は、著名な「五輪マーク」を想起、連想するというのが相当である。したがって、本願商標は、国際オリンピック委員会行う競技大会のシンボルマークとして著名な標章「五輪マーク」と、類似するものといわなければならない。」



図15 本件商標

出典：特許庁 商標公報・商標公開公報

4. Ocalympic 事件（無効2016-890064）—×

商標登録第5608031号商標「オカリンピック/Ocalympic」（41類：スポーツの教授）は、Olympicと類似するので、商標法4条1項6号に該当する。

5. おもてなし事件（不服2014-21668）—×

出願商標「おもてなし」（33類）には識別力がないので、商標法3条1項6号に該当すると判断された。「おもてなし」の語は、2013年に開かれた2020年東京五輪招致活動の最終プレゼンテーションで日本社会に根付く歓待の精神を表す語として使用されたことにより大変注目され、同年の新語・流行語大賞において年間大賞を受賞したものであるから、該語

は、流行語として、広く一般に認識されている語であるといえるものである。

そして、「おもてなし」の語は、別掲2のとおり、本願商標の指定商品を含む各種食品を取り扱う業界において、商品の宣伝文句の一部に使用されている実情がある。

そうすると、「おもてなし」の語それ自体は、流行語として認識されるほか、商品の宣伝において使用される定型句の一つと認識されるにとどまる語であるといえるから、本願商標をその指定商品に使用しても、自他商品の識別標識としての機能を果たし得ないものと判断するのが相当である。」

6. やきとリンピック事件 (異議2012-099183) —○

商標登録第5482378号商標「やきとリンピック及び図形」(43類)は、本件商標の図形部分が7つ輪を横一列に配しているので五輪に類似せず、また、「やきとリンピック」も一連の造語と理解されるので、「オリンピック」と関連付けて看取される構成のものとは言えないので、「オリンピック」に類似しないので、商標法4条1項6号に該当しないと判断されている。



図16 本件商標

出典：特許庁 商標公報・商標公開公報

7. OLYMPIKUS事件 (異議2011-900368) —×

商標登録第5425740号商標「OLYMPIKUS及び図形」(25類：被服)は、オリンピックに類似するので、商標法4条1項6号に該当すると判断された。



図17 本件商標

出典：特許庁 商標公報・商標公開公報

8. フォトリピック事件 (異議2009-90080) —×

商標登録第5182025号商標「フォトリピック」(41類)は、「Olympic」に類似するので商標法4条1項6号に該当すると判断された。

9. イナバウアーフレーム事件 (不服2007-17501)

—○

出願商標「イナバウアーフレーム」(9類：眼鏡)は、商標法4条1項7号に違反しないと判断された。「本願商標は、前記1のとおり「イナバウアーフレーム」の文字よりなるところ、その構成中の「イナバウアー」の文字が、2006年のトリノオリンピック、女子フィギュアスケート・シングル競技において金メダルを獲得した荒川静香選手の得意技として知られているとしても、本願商標をその指定商品について使用することが、商取引の秩序を乱し、公共の利益に反するものとはいえず、また、本願商標は、その構成自体がきょう激、卑わい、差別的若しくは他人に不快な印象を与えるものではなく、さらに、他の法律によって、その使用が禁止されているものとも認められない。」

10. OLYMPIANGAMES事件 (無効2006-89132)

—×

商標登録第4879636号商標「OLYMPIANGAMES」(9類：電子応用機械器具)は、オリンピック、オリンピックゲームに類似するので、商標法4条1項6号に該当すると判断された。

11. 日本数学オリンピック事件 (異議2006-90198)

—○

商標登録第4926121号商標「日本数学オリンピック」(16類：印刷物)は、日本における数学の競技会なる意味合いを有するから、「OLYMPIC」と類似せず、商標法4条1項6号に該当しない。その他、商標法4条1項7号、11号、15号、19号にも該当しない。

12. OLYMPIC BANKINGSYSTEM事件 (不服2004-6511) —×

—×

国際登録第805722号商標「OLYMPIC BANKINGSYSTEM」(36類等)は、「OLYMPIC」に類似するので商標法4条1項6号に該当すると判断された。

13. OlympianPlaza事件 (平成10年異議92265号) —○

商標登録第4181801号商標「オリンピアンプラザ/OlympianPlaza」(28類)は、JOCの月刊誌「OLYMPIAN」との関係で、狭義の混同、広義の混同も生じないので、商標法4条1項15号に該当しない。

14. りんごの五輪図形事件 (平成9年審判第15155号) —×

商標登録第3182307号商標「五輪と同じ色(青、黒、赤、黄、緑)からなるりんごを5つ並べた商標」(25類:被服)が、オリンピックの五輪に類似するとして、商標法4条1項6号に該当すると判断された。長野オリンピックの年(1998年)の審決である。

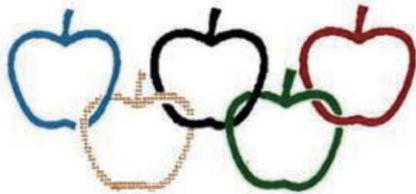


図18 本件商標

出典:特許庁 商標公報・商標公開公報

15. OLYMPIAD事件 (平成11年審判第13074号) —×

商標「オリンピアド/OLYMPIAD」(36類:建物の管理)は、オリンピック競技大会と類似するので、商標法4条1項6号に該当する。

16. VANCOUVER2010事件 (不服2004-65024) —○

国際登録第784289号商標「VANCOUVER2010」(35類:広告)は、商標法3条1項6号に該当しない。出願人がIOCであり、審決時に、2010年の冬季オリンピックにVancouverが決定していたためである。

Ⅷ オリンピック商標の裁判例

オリンピックをめぐる裁判例には以下のものがある。

1. 東京高判昭和31年4月28日 [オリンピック製菓株式会社]

出願商標「オリンピック製菓株式会社」(菓子等)

が、先行登録第128681号商標「オリンピック」(菓子等)に類似すると判断された事案である。

裁判所は、以下の通り判示している。

「本願商標の正式の呼称が「オリンピックセイカカブシキカイシャ」であることは勿論であるが、右商標の音数は商標として相当多いものと解すべく、而も右商標を構成する文字が全体として一体不可分の関係にあつて、之を部分に分離して称呼観念するを困難ならしめるような特別の事情のあることを認めるべき証拠は存しないところ、右のような商標は簡易敏速を尊ぶ取引界に於ては之を簡略してその或る部分殊にその中の特徴のある部分換言すれば自他商品甄別の標識としての機能を果すに重要な役割を演ずる部分だけを以て称呼するのが通例であることは当裁判所に顕著なところであり、而して一般世人が本願商標を称呼又は観念するに当り、その中の株式会社の商号に常に存する「株式会社」の文字、更に普通株式会社組織を以て製菓業を営むことを示す「製菓株式会社」の文字よりも、このような通有性を持たない「オリンピック」の文字の方により強く注意を惹かれるのが自然であつて、即ちこの「オリンピック」の文字が本願商標の商標としての前記機能を果すに重要な役割を演ずべきものと解せられるから、本願商標は一般取引界に於て必然「オリンピック」と簡略して称呼されるものと認めざるを得ないのであつて、証人高野芳男の証言、その他本件にあらわれたすべての証拠によつても右認定を動かすに足りない。然らば本願商標の右呼称は引用商標の呼称「オリンピック」と同一であるから、両商標は相類似している」

2. 東京高判平成15年10月16日 [フォルッア ジャパン / がんばれ日本 I]

JOCが不使用取消審判を請求した商標登録第3300059号商標「フォルッアジャパン / がんばれ日本」について、登録権者又はその意を受けた者が会報を発行していた事実が認定されると判示して、これと異なる事実認定をして、本件商標を使用していないとした審決を取り消した事案である。

裁判所は、以下の通り判示している。

「(1) 本件会報の記載内容が、専ら、原告個人の思想・信条、科学的見解、とりわけその発明を紹介し、一貫して称揚し、宣伝するものであり、かつ、原告が一人称で語る内容が極めて多いという事実それ自

体から、反対の結論に導く特別な事情が認められない限り、その発行は、原告自身の意思決定に基づき、原告の発明の普及という事業への積極的効果も狙って、原告自身又はその意を受けた者によってなされていた、と優に認めることができる。

(2) 審決は、「乙第4ないし第10号証は、「中松義郎博士の会」の会報及び当該会報の発行目録とみられるものである。」と認定している。

本件会報には、「中松義郎博士の会」の会務・活動報告も記載されており、その会報としての性格をも有している、と認めることができる。

しかし、「中松義郎博士の会」の活動は、原告が主宰する月例会（その内容は、原告との会食と懇談、質疑応答等である。）の開催、「頭をよくする会」などのグループ活動など、専ら原告がその内容等を決めていると認められることから、「中松義郎博士の会」の会報としての面においても、その発行は原告の意思に懸かっていた、と認められる。また、「中松義郎博士の会」の活動もまた、原告の発明の効果を宣伝し、その使用を勧誘する内容を多く含んでおり、原告個人の事業内容と強い関連性がある。

そうすると、「中松義郎博士の会」の会報としての面も有しているからといって、そのことによって、本件会報を原告自身又はその意を受けた者が発行していたとの認定が左右されるものではない。

他にも、前記特別の事情に該当する事実は、本件全証拠によっても認めることができない。

(3) 以上のとおり、原告自身又はその意を受けた者が本件会報を発行したと認められる以上、審決の、「本件商標権者である「中松義郎」が本件商標を使用していたとは認め難いところである。」とし、かつ、「また、本件商標が使用権者によって使用されているとする証拠はない。」とする認定判断は、明白な誤りという以外にない。商標法50条により本件登録を取り消す、との審決の結論は、仮に最終的には正しいと認められるべきものであるとしても、審決が説示した理由からは、導き出すことができないのである。」

3. 東京高判平成16年11月30日【フォルージャパン／がんばれ日本Ⅱ】

JOCが不使用取消審判を請求した商標登録第3300059号商標「フォルージャパン／がんばれ日

本」は、指定商品「印刷物」について使用されているとはいえないとした審決が維持された事案である。

裁判所は、以下の通り判示している。

「商標法50条における商品とは、市場において独立して商取引の対象として流通に供される物でなければならぬと解すべきである。これを本件についてみるに、前記認定事実によれば、〈1〉「フォルージャパン」の小さな文字と「がんばれ日本」の大きな文字を二段に表示した題号が付されている本件会報は、本件団体の会報であること、〈2〉本件団体は、原告の考えに賛同する者が集まり原告を支援することを目的とするものであって、原告の個人的色彩が極めて強い団体というべきであり、しかも、その会員数も定かではないこと、〈3〉本件会報の体裁は、4頁程度のパンフレット状のものにすぎず、その内容も、専ら、原告の思想・信条の紹介、原告の発明の紹介、本件団体主催の会合の報告等であって、原告の個人的色彩が極めて強いものであること、〈4〉本件会報は、本件団体の開催する会合（本件団体会員や、参加費を支払った希望者が参加することができる。）において、参加者に対し、それ自体は無償で配布されたにとどまり、発行・配布部数は定かではなく、本件会報の一般人に対する販売が行われた事実もこれを認めるに足りないことが明らかである。これらの事情によれば、本件会報は、原告の個人的色彩が極めて強い本件団体の開催する会合に参加した、本件団体会員等の参加者（その数は定かでない。）に対し、本件団体ないし原告の行う政治的・学術的活動等の宣伝、広告を兼ねたサービスの一環として無償で配布された印刷物にすぎないというべきであり、それ以上に、市場において独立して商取引の対象として流通に供された物とは認められない。

したがって、本件会報の配布をもって、本件対象期間内における本件商標の使用があったということはできない。」

4. 知財高判平成18年1月31日【がんばれ！ニッポン！】

JOCの保有する商標登録第4481000号商標「がんばれ！ニッポン！」(41類)は、登録商標の通常使用権者であるコナミスポーツ株式会社によって、指定役務中の「スポーツクラブの提供」及び「スポー

ツクラブにおけるトレーニングの教授」について使用されているというべきであるから、商標法50条所定の取消事由は存しないとされた事案である。パートナーシップ契約と通常使用権の関係についても触れられており参考になる。

裁判所は、以下の通り判示している。

「コナミスポーツは、平成16年3月から6月にかけて、自社の経営するスポーツクラブや同クラブ施設を利用して行うスイミングスクールなどに関する宣伝広告のために、本件標章を表示したチラシ等を各地で頒布するなどしたものであるところ、上記広告が対象とする役務は、「スポーツクラブの提供」及び「スポーツクラブにおけるトレーニングの教授」であり、本件商標の指定役務中の「運動施設の提供」及び「スポーツ又は知識の教授」に含まれるものであるから、コナミスポーツによる上記広告チラシ等の頒布は、同社の役務に関する広告に本件商標と社会通念上同一と認められる本件標章を付して頒布する行為であって、本件商標の「使用」に該当するものというべきである（商標法2条3項8号参照）。」

「乙11によれば、被告は、平成16年1月16日、コナミスポーツ外1社との間で、パートナーシップ契約を締結し、コナミスポーツに対し、平成16年12月31日までの間、本件商標を含む所定の「JOCマーク」及び「公式名称」を「スポーツクラブ及びその運営」の広告、プロモーションに関連して使用する権利を許諾したことが認められる。

これに対し、原告は、本件契約書第3条3.2項第2文（なお書き）によれば、コナミスポーツは、別途ライセンス契約を締結しない限り、本件標章を「スポーツクラブ及びその運営」の表示として用いてはならないとされているのであり、パートナーシップ契約を締結しただけでは、本件標章をスローガンとして用いることのみが許されるにすぎないから、被告とコナミスポーツとの間には、法律上、本件商標の通常使用権設定契約は存在していない旨主張する。

しかし、本件契約書（乙11）第3条3.2項は、まず第1文において、「JOCは、『パートナー』に対し

て、本契約に定める条項に従って、日本において、『商品』について、付属書Bの1記載の『JOCマーク』及び『公式呼称』を使用する権利を許諾する。」と規定しており、同契約書の付属書Bの1、付属書Cの記載等と合わせ読めば、これが、本件商標を「スポーツクラブ及びその運営」の広告、プロモーションに関連して使用する権利を許諾する趣旨であることは明らかである。原告が指摘するその第2文（なお書き）は、「なお、『パートナー』は、別途JOCとライセンス契約を締結しない限り、自らの『商品』を含む商品又はサービスについて『JOCマーク』及び『公式呼称』を使用して製造も販売もすることはできない。」と規定するものであり、その文言及び乙27（JOCオフィシャルパートナーシッププログラムのご案内）、28（JOCマーク商品化権利用のご案内）によれば、同規定は、パートナーシップ契約が、個々の商品にマークを付し、これを販売することについてまで許諾を与えることを含むものではなく、そのようなJOCマーク等を使用した商品化については別途ライセンス契約の締結が必要であることを注記した趣旨のものであることは明らかであって、これをもって本件商標をコナミスポーツの役務に関する広告に使用することについての許諾がなされていないことを意味するものと解することはできない。原告の上記主張は採用の限りでない。

したがって、被告は、平成16年1月16日付けのパートナーシップ契約により、コナミスポーツに対し、「スポーツクラブ及びその運営」の広告、プロモーション関連という範囲で、本件商標の使用を許諾したものと認められ、コナミスポーツは本件商標についての通常使用権者であったということができ、この点に関する本件審決の認定に誤りはない。」

X オリンピック商標の活用

2019年5月27日施行された改正商標法31条では、公益著名商標についても通常使用権の許諾ができるようになった⁸⁾。

8) 旧商標法31条1項から、「ただし、第4条第2項〔公益団体等の商標登録出願〕に規定する商標登録出願に係る商標権については、この限りでない。」が削除された。オリンピック商標のライセンスについては、柴大介「公益性の観点からみた東京オリンピックのロゴ等の知財管理 オリンピック知財のライセンス活動の商標法上の位置づけ」パテント72巻3号（2019年）114頁乃至125頁、柴大介「公益性の観点からみた東京オリンピックのロゴ等の知財管理 オリンピック関連登録商標の違法ライセンス問題の解決策」パテント72巻10号（2019年）91頁乃至101頁参照。

これにより、オリンピック商標が通常使用権の許諾を通じてさらに活用されるようになって、多くの種類のライセンス商品が販売されるようになった。

図19は、オリンピック商標のライセンス商品である。

Ⅺ 東京2020参加プログラム

オリンピック商標は、スポンサーまたは通常使用権者でないと使用できないが、それでは、オリンピックが盛り上がらない。

そこで考えられたのが東京2020参加プログラム⁹⁾である。以下の2種類があり、開催都市や商店街が、図20または図21にあるマークを使用することができる。

日本弁理士会関東支部（現在、関東会）も2018

年弁理士の日記念イベントで応援プログラムの認証（図21）を受けた。

(1) 東京2020公認プログラム

大会ビジョン等の実現に寄与し、東京2020大会の機運醸成やレガシー創出につながるステークホルダーのアクションに対して、組織委員会が認証するもの。上記ステークホルダーが実施するアクションを対象とする。

(2) 東京2020応援プログラム

アクションの裾野を広げ、多くの団体・人々が参画できることを目指すもの。大会ビジョン等の実現に寄与し、東京2020大会の機運醸成やレガシー創出につながるアクションに対して、組織委員会が認証する。非営利団体等が実施するアクションを対象とする。



図19 オリンピック商標のライセンス商品

出典：TOKYO2020 Official Online Shop



図20 公認プログラムマーク

出典：東京2020参画プログラム公式HP



図21 応援プログラムマーク

出典：東京2020参画プログラム公式HP

9)「東京2020参画プログラム ガイドライン Ver.4.0 2017年7月公益財団法人 東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会」を参照。https://participation.tokyo2020.jp/jp/data/programme-guideline-v4.pdfより入手可能。

XII 検挙状況

2018年5月の警察庁の資料「偽ブランド品・海賊版の根絶に向けて!!」には、以下の商標法及び著作権法違反の事案が紹介されている。

1. 東京オリンピック商標使用に係る商標法違反事件

会社員(43)は、平成30年5月、同人方において、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商標権の設定登録をしている「TOKYO2020」の文字及びオリンピックシンボル等を組み合わせた商標等に類似する商標を付したメダル等合計30個を販売する目的で所持した。30年5月に、同人を商標法違反(譲渡目的所持)で検挙した(警視庁)。

2. 東京オリンピックマスコット使用に係る著作権法違反事件

輸入販売商(48)は、平成30年10月、同人方において、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著作権を有する東京2020オリンピックマスコット「ミライトワ」を複製して作成したピンバッジ97個を頒布する目的で所持した。30年10月に、同人を著作権法違反(頒布目的所持)で検挙した(警視庁)。

XIII おわりに

東京オリンピックのために創作されたエンブレム、マスコット、図形商標を採択するにあたり、候補案すべてについて、1類から45類までの全分類をカバーする世界的な商標調査が行われたものと推察される。

世界各国から英文で送られてくる白黒はっきりしない曖昧な商標調査報告書を読んで、短期間に抵触する商標とのリスクを取りまとめるには、大変な知力、体力、経験がいる。関与された弁理士に敬意を表する次第である。

商標権を尊重して、オリンピックが開催され、感動を与える競技が繰り広げられることを期待したい。

(原稿受領日：2020年3月30日)

Profile

青木 博通 (あおき ひろみち)

1981年中央大学法学部法律学科卒。日本弁理士会・意匠委員会委員長、同商標委員会委員長、同不正競争防止法委員会委員長、北海道大学大学院法学研究科客員教授、筑波大学大学院ビジネス科学研究科企業法学専攻非常勤講師、産業構造審議会臨時委員(新商標)を歴任。現在、金沢工業大学大学院客員教授、一橋大学大学院法学研究科ビジネスロー専攻非常勤講師、文化ファッション大学院大学非常勤講師、日本弁理士会・東京オリンピック・パラリンピック対応WG長。

著書:『サービスマークのすべて—登録手続から管理実務まで—』(中央経済社、1992年)『知的財産権としてのブランドとデザイン』(有斐閣、2007年)、『新しい商標と商標権侵害』(青林書院、2015年)

