

■ TMI総合法律事務所 セッション配布資料

Sports Open Innovation Networking 「スポーツ団体における権利 活用の基礎知識とポイント」

TMI総合法律事務所
弁護士 栗山陽一郎

自己紹介

- 1976年 生
- 2005年 10月 第二東京弁護士会登録
- TMI総合法律事務所勤務
- 2014年 10月 スペインサッカー協会勤務
- 2014年 11月 イングランドサッカー協会勤務
- 2014年 12月 Nottingham Law School
(Sports Law LL.M.)卒業
- 2015年 2月 Field Fisher 法律事務所(英国)勤務
- 2015年 5月 欧州サッカー連盟(UEFA)勤務
- 2018年 1月 TMI総合法律事務所 パートナー就任

本日の目標

- ①スポーツ団体が持つ「権利」を理解し、
- ②スポーツ団体がかかる「権利」を戦略的に活用し、
- ③スポーツ団体が自立的な組織運営を行うための、
基本的な法的知識を整理する。

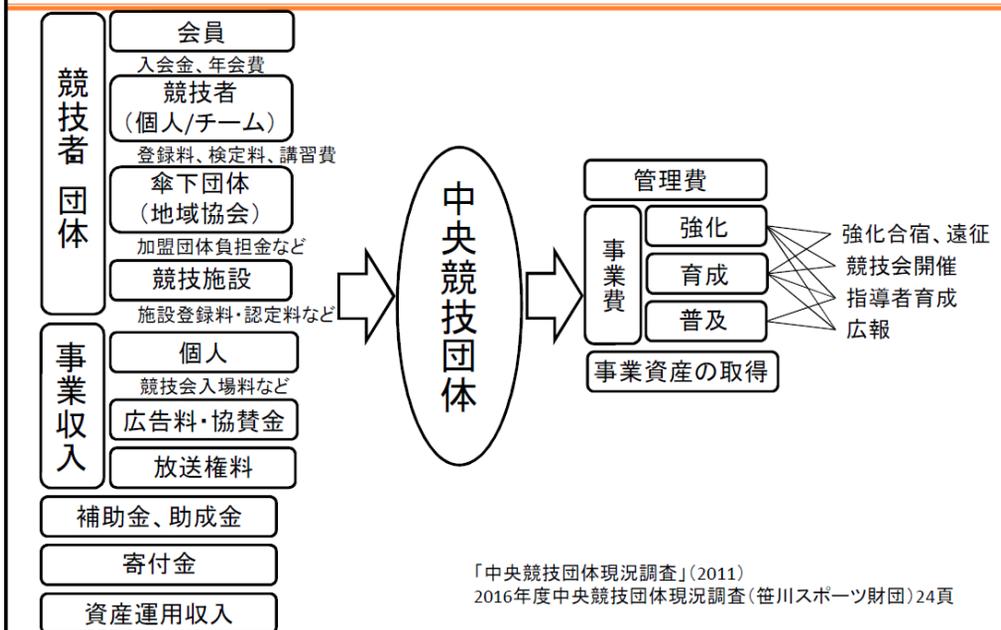
本日のテーマ

1. スポーツ競技団体が保有する「権利」の整理
2. 「権利」(プロパティ)の活用の検討
3. 具体的な活用事例

スポーツ界の課題

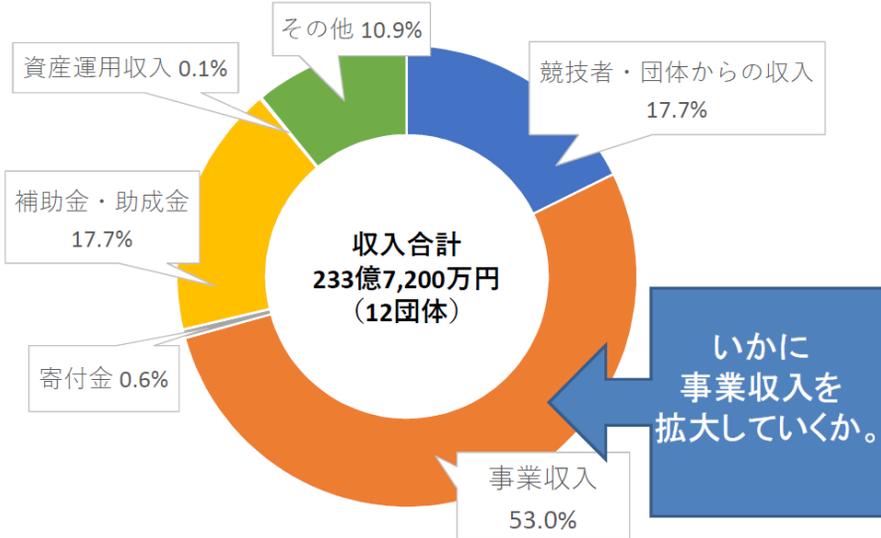
「スポーツ界の不祥事60%余の団体“原因は人手と予算不足”」
 (2018年12月19日NHK NEWS WEB)

国内競技団体の収支構造



■ TMI総合法律事務所 セッション配布資料

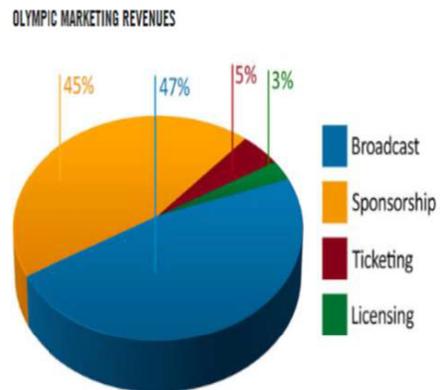
NF(収入10億以上)の収入構成



2016年度中央競技団体現況調査(笹川スポーツ財団)31頁

事業収入の柱 (参考:IOC)

- 1 放映権収入
- 2 スポンサー収入
- 3 ライセンス(グッズ)収入
- 4 チケット収入



IOC OLYMPIC MARKETING FACT FILE 2018 EDITION,
<https://www.olympic.org/oc-financing-revenue-sources-distribution>

事業収入に関わる権利

- 1 放映権収入
⇒「放映権」
- 2 スポンサー収入
⇒「スポンサーシップ権」
- 3 ライセンス(グッズ)収入
⇒「商品化権」
- 4 チケット収入
⇒「試合を観戦する権利」

⇒これらはどのような「権利」なのか。

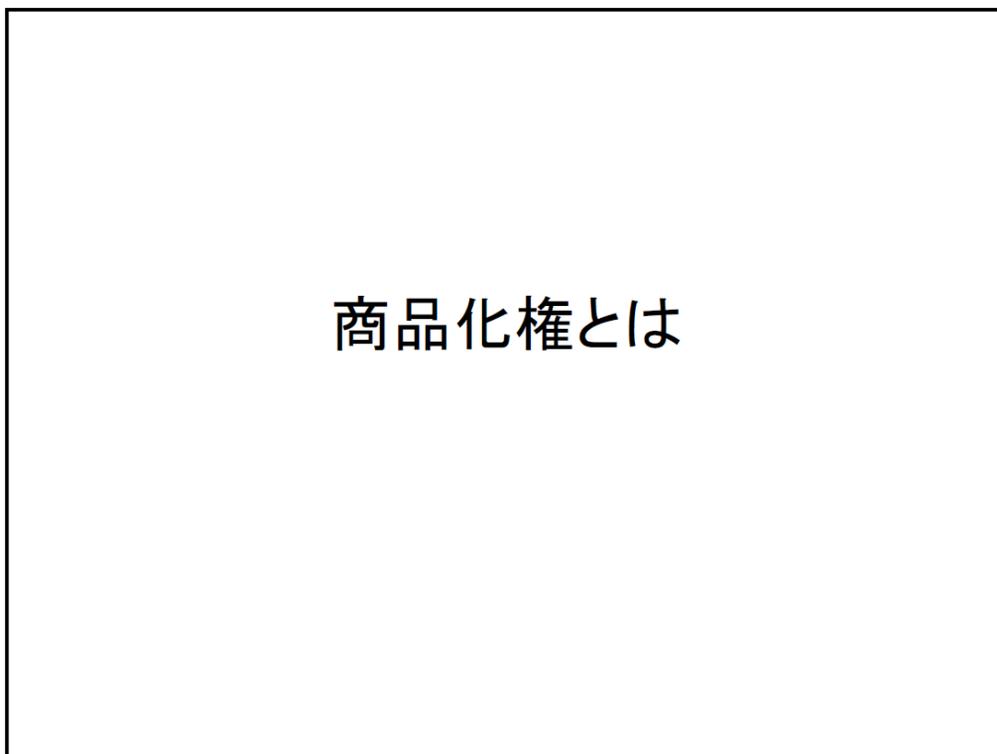
事業収入に関わる権利

「放映権」、「スポンサー権」、「商品化権」等はどうのような権利か。

- いずれも成文法上に明記された「権利」ではない。
- 経済的価値がある「権利」である。

⇒スポーツ団体が自ら保有している当該スポーツ競技に関わる「権利」の内容を正しく認識、理解し、適切に「権利」を処理し、管理し、活用することで、事業収入を上げていくことで、普及や強化に繋げることができる。

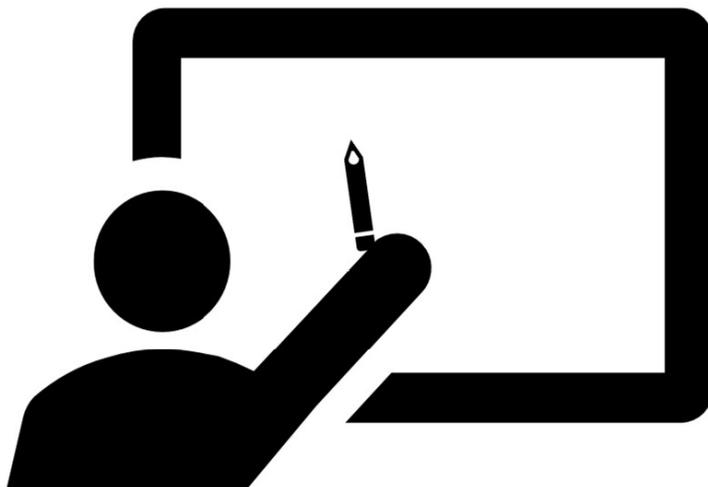
■ TMI総合法律事務所 セッション配布資料



商品化権とは

商品化権とは			
権利の種類	権利の内容	法的権利 (利用許諾される権利)	具体例
商品化権	キャラクターやロゴといったマーク等を使用して製品を製造し販売する権利。「マーク等」には、協会、リーグ、クラブの名称、ロゴ、エンブレム、マスコットやそのデザイン、選手の肖像等が考えられる。	著作権	チームのマスコットキャラクター付きタオル
		商標権・意匠権	パッケージにチームの名称、ロゴマークが付された商品
		肖像権・パブリシティ権	所属選手の名前や写真付きのカレンダー

著作権・商標権について



著作権について

- 著作物（思想又は感情を創作的に表現したもの）の創作によって、著作者に著作権が発生する。
Ex. キャラクターを描いた人に、創作時に、著作権が発生する。
- 商標等と異なり、権利を登録する必要はない。
- 著作者の死後70年で消滅する（原則）。

著作権についての留意点

- スポーツ団体は、制作会社等から著作権の譲渡を受ける等により、著作権を保有しておく必要がある。
- 著作権は一定期間を経過した場合には、スポーツ団体からライセンスを受けていない者が使用することができる。
- スポーツ団体による権利行使が容易ではない。
 - ✓ 著作物性（「思想又は感情を創作的に表現したもの」か）
 - ✓ 著作権者（誰に帰属しているか）
 - ✓ 権利侵害（依拠性）が認められるか等

商標権について

- 特許庁に登録することによってはじめて権利となる（先願主義）。
- 登録しようとする商標を特定し、その商標を使用する商品・サービスの範囲を指定（指定商品・指定役務）して登録出願を行う。
- 商標権の存続期間は、登録日から10年だが、更新手続きをすることで、存続期間を更新できる。
- マスコット等については意匠権での保護もある。

■ TMI総合法律事務所 セッション配布資料

商標権についての留意点

- スポーツ団体は、更新手続きをすれば、半永久的に権利行使ができる。
- スポーツ団体として、知財戦略や予算を踏まえて、いかなる商標を、いかなる商標区分にて登録するかを検討する。
- スポーツ団体は、公表前に登録出願しておく。
- スポーツ競技団体、リーグが、所属クラブに対し、ロゴやエンブレム等につき一定の指定区分での商標登録を求めるケースも考えられる。

各団体の取得区分(商品/役務)

区分	3	5	8	9	12	14	16	18	20	21	24	25	26	27	28	29	30	32	33	34	35	36	41	42	43
主な商品・役務	せっけん類・化粧品	薬剤	手動工具・スプーン	携帯ストラップ・サンングラス	乗り物	キーホルダー・時計	印刷物・文房具	かばん類	クッション・うちわ	台所器具・化粧用具	タオル・布製身用品	衣服(アパレル)など	ソフベン・腕章	ビーチマット	運動用具・おもちゃ	乳製品・肉製品	お菓子・カップ麺	清涼飲料	アルコール飲料	たばこ・喫煙用具	広告・小売り等役務	金融・保険	旅行・教育	ソフトウェア設計	飲食物の提供
日本サッカー協会	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Jリーグ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
日本フットボール連合												●			●								●		
日本車いすフットボール協会							●					●			●								●		
Bリーグ	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ALVARK TOKYO	●	●		●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
栃木ブレイクス				●		●	●	●	●	●	●	●			●		●	●	●	●	●	●	●	●	●

肖像権・パブリシティ権について



肖像権・パブリシティ権について

- 人格権に由来する権利。
- 選手(元選手、監督、コーチ等を含む)に権利が帰属する。
- 権利を登録する必要はない。

肖像権・パブリシティ権についての留意点

- スポーツ団体は、当然に所属する選手の肖像を使用(ライセンス)することはできない。
- スポーツ団体等において、選手契約、参加契約、規程・規約等により、選手の肖像権やパブリシティ権につき、統一的に権利処理をすることが多い。
- 大会によっては、選手の肖像等の利用に一定の制限が課されている場合がある。
Ex.大会期間中のオリンピック選手の肖像等の利用

商品化権に関わる権利の帰属

権利の種類	法的権利	選手	クラブ	リーグ	協会	その他 (制作会社)
商品化権	著作権					○
	商標権 意匠権					
	肖像権 パブリシティ権	○				
無断利用に対しては、不正競争防止法による保護あり						

■TMI総合法律事務所 セッション配布資料

商品化権に関わる権利の帰属

サッカー	法的権利	選手	クラブ	Jリーグ	JFA	その他 (制作会社)	備考
	著作権		○	○	○	●	Jリーグ又はクラブのマーク等の商品化権の帰属は、その使用態様により異なる。
	商標権・意匠権		○	○	○		
	肖像権・パブリシティ権	○	○	○	○	代表選手	包括的利用と個人利用の場合で取扱いが異なる。
無断利用に対しては、不正競争防止法による保護あり							
トライアスロン	法的権利	選手	JTU	その他 (制作会社)	備考		
	著作権		○	●			
	商標権・意匠権		△		「興行」と「被服」		
	肖像権・パブリシティ権	○	○		個人競技のために包括的利用という概念はない。		
無断利用に対しては、不正競争防止法による保護あり							

スポンサーシップ権とは

■ TMI総合法律事務所 セッション配布資料

東京2020オリンピックパートナー

東京2020オリンピックゴールドパートナー

東京2020オリンピックオフィシャルパートナー

東京2020オリンピックオフィシャルサポーター

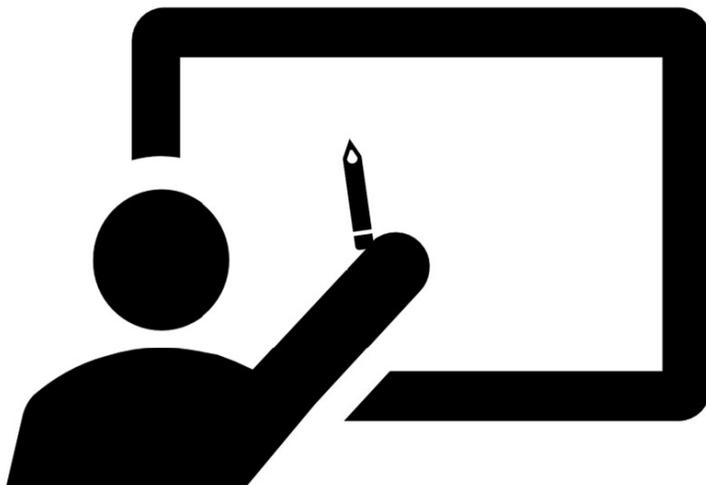
AOKI	Aggreko	ECC	ココヨ	清水建設	乃村工務社	パーク24
パナソニックグループ	丸大食品	モリサワ				
産業経済新聞社	北海道新聞社					

<https://tokyo2020.jp/jp/organising-committee/marketing/sponsors/>

スポンサーシップ権とは

権利の種類	権利の内容	法的権利	具体例(スポンサーメリット)
スポンサーシップ権	協会、リーグ、クラブ等のスポンサーとなって、スポンサー料を支払う等の見返りとして、一定のスポンサーメリットを得ることができる権利。	施設管理権 (所有権)	競技場内の広告等でのスポンサーの露出の機会提供 チケットやホスピタリティの提供 スタジアム、アリーナ命名権
		著作権	マスコットやエンブレムの利用権、 大会関連素材の使用権
		商標権・意匠権	大会呼称、ロゴ等の利用権
		肖像権・パブリシティ権	所属選手の肖像の利用権
		※その他、契約において様々なスポンサーメリットを付与している。	

施設管理権について



施設管理権について

- 競技会場等の一定の領域を排他的にコントロールする権利
 - ✓ 誰を入退場させるのか
 - ✓ 広告物を設置するのか
 - ✓ 誰に試合中継をさせるのか
 - ✓ どのような演出、情報発信をするか
- 競技会場等の所有権を取得するほか、施設等を利用する権限を得る必要がある。
- 公共空間を使用する競技ではコントロールが難しい。

■ TMI総合法律事務所 セッション配布資料

スポンサーシップ権とは

権利の種類	法的権利	具体例 (スポンサーメリット)	備考
スポンサー シップ権	施設管理権 (所有権)		スタジアム、アリーナ 公道
	著作権		権利譲渡
	商標権 意匠権		登録
	肖像権 パブリシティ権		契約、規約(包括、 個別同意)
	契約		

放映権とは

■TMI総合法律事務所 セッション配布資料

放映権とは

権利の種類	権利の内容	法的権利	備考
放映権	試合会場に撮影・中継機材を持ち込んで試合を撮影して、それを生中継の方法又は録音・録画した上で、放送、有線放送、インターネット配信等の方法で広く伝達する権利	施設管理権	無断で左記機材を持ち込んで撮影されない権利。
		肖像権	試合に出場している選手等の肖像を撮影している。
	試合中継映像に係る権利	著作権	制作会社等に原始的に帰属する。
		著作隣接権	放送事業者の権利

放映権のポイント

権利の内容	法的権利	留意点
試合会場に撮影・中継機材を持ち込んで試合を撮影して、それを生中継の方法又は録音・録画した上で、放送、有線放送、インターネット配信等の方法で広く伝達する権利	施設管理権	⇒主催者は、会場所有者との契約により、対象試合を実施する許可を得て会場の利用権を専有していればよい(所有する必要はない)。 ⇒リーグや協会が放映権を一括管理するのか、個々のクラブに帰属させるのかは、各競技による。 ⇒第三者による無許諾撮影に対する法的対応が問題となる。
	肖像権	⇒選手に帰属しているので、利用するには契約、規程が必要となる。
試合中継映像に係る権利	著作権	映像の著作権の帰属につき合意する必要がある。 ⇒スポーツ団体で保有するのが望ましい。
	著作隣接権	パブリックビューイングや放送された映像を配信する場合等に放送事業者との間で問題となる。

■TMI総合法律事務所 セッション配布資料

チケット収入とは

チケット収入に関わる権利			
権利の種類	権利の内容	法的権利 (利用許諾された権利)	備考
チケット収入	主催者が管理している特定の場所にて試合観戦をする権利。	施設管理権	スタジアム、アリーナビジネスが想定されるスポーツ団体においては重要な収入である。

スポーツ団体が保有する「権利」 を戦略的に考える(まとめ)

- ①「権利」の発生場面
- ②「権利」の取得場面
- ③「権利」の活用場面

「権利」の戦略的な活用に向けて

• 「権利」の発生場面

1. 商標権・意匠権

特許庁への登録、商標権の更新

2. スタジアム、アリーナの所有・管理、オウンドメディア(HP,SNS)の保有

3. 新たなプロパティの発掘

Ex. スポンサーシップとして、スポーツ団体が必要とする製品やサービスをスポンサーに開発提供してもらう循環型のWinWinの関係(パートナーシップ)の構築

「権利」の戦略的な活用に向けて

• 「権利」の取得場面

1. 選手の肖像権・パブリシティ権

選手契約、参加契約、協約、規約等による統一的な権利処理

2. 第三者(制作会社)に発生した「権利」(著作権)

第三者との契約において権利譲渡を明記

「権利」の戦略的な活用に向けて

• 「権利」の活用場面

当該スポーツの特徴を踏まえた「権利」の活用

Ex. 観戦するスポーツ／参加するスポーツ

団体スポーツ／個人スポーツ

スタジアム、アリーナの有無

収入構成、事業規模の大小

国民性、競技(登録)人口、ファン層

■ TMI総合法律事務所 セッション配布資料

質疑応答

ご清聴ありがとうございました。