



20th Asian Games  
**Aichi-Nagoya 2026**

第20回アジア競技大会(2026/愛知・名古屋)  
ブランド保護ガイドライン(Ver.2)

## はじめに

---

第20回アジア競技大会(2026/愛知・名古屋)の大会名称や大会スローガン、大会エンブレムを始めとした知的財産には、その使い方にルールがあります。本書は、これらの知的財産の使用に関するガイドラインです。

アジア競技大会は、4年に1度開催されるアジア最大のスポーツの祭典です。アジア・オリンピック評議会(以下「OCA」という。)が主催し、アジアの45の国と地域が参加します。本ガイドラインは、第20回アジア競技大会(2026/愛知・名古屋)(以下「第20回アジア競技大会」という。)に関する大会名称や大会エンブレム、大会スローガン等の知的財産を保護するための概要を説明するものです。第20回アジア競技大会に関する知的財産は、OCA憲章等に基づき公益財団法人愛知・名古屋アジア・アジアパラ競技大会組織委員会(以下「組織委員会」という。)が管理することとなっています。したがって、第20回アジア競技大会に関する知的財産は、本ガイドラインに基づいて使用してください。また、本ガイドラインの規定に反する使用は認められませんのでご注意ください。

### OCA憲章2024年(日本語版)(第37条6項)

OCAのマーク(シンボル、ロゴ、旗、モットー、賛歌、特定できる表現)、たとえばOCA競技大会のマーク(エンブレム、マスコット、メダル、記念メダル、聖火、トーチ等を含むが、これに限定されない)は、集合的または個別的に「OCAの所有物」と呼ぶものとする。その使用(商業目的、営利目的、宣伝目的)も含めたOCAの所有物に対する一切の権利は、OCAに独占的に帰属する。OCAはその権利の全体または一部について、理事会の定める条件に基づき使用を許諾することができる。OCAの所有物は、OCAの指示に従ってAGOCが保護しなければならない。

※AGOC:アジア競技大会組織委員会のこと。

# はじめに

---

## 使用が認められる組織／団体／事業

- 1.第20回アジア競技大会(2026/愛知・名古屋)大会パートナー
- 2.大会放送権者
- 3.愛知県及び県内市町村、各府省並びに大会関係自治体(県外)
- 4.新聞、テレビ、雑誌等の報道機関(報道目的に限る)
- 5.日本オリンピック委員会(JOC)
- 6.地方自治体(上記3に掲げる地方自治体を除く。)
- 7.その他組織委員会が使用を適当と認める組織／団体／事業

※上記1～7が知的財産を使用する場合は、その使用できる権利、品目について組織委員会が許諾したものに限りします。

### 主な知的財産の保護対象

- 大会名称
- 大会エンブレム
- 大会マスコット
- 大会ピクトグラム
- 大会画像 等

本ガイドライン「第20回アジア競技大会に関する主な知的財産」に規定する知的財産の使用を希望される場合は、事前に組織委員会までご連絡ください。

# 第20回アジア競技大会(2026/愛知・名古屋)に関する主な知的財産

---

OCAが所有する知的財産

大会名称

---

アジア競技大会  
AsianGames

OCAシンボル

---



OCA旗

---



OCAロゴ

---



OCAモットー

---

Ever Onward

限りない前進

その他

---

- OCA賛歌
- その他アジア競技大会を想起させるもの
- 例:過去大会のエンブレムやスローガン等

# 第20回アジア競技大会(2026/愛知・名古屋)に関する主な知的財産

## 大会正式名称

第20回アジア競技大会(2026/愛知・名古屋)  
20th Asian Games Aichi-Nagoya 2026

## 大会略称

愛知・名古屋2026  
Aichi-Nagoya 2026

愛知・名古屋2026大会  
Aichi-Nagoya 2026 Games

愛知・名古屋2026アジア競技大会  
Aichi-Nagoya 2026 Asian Games

## コミュニケーションロゴ

**Aichi-Nagoya 2026**

## 大会スローガン

**IMAGINE ONE ASIA**  
ここで、ひとつに。

## 大会エンブレム



## 大会コアグラフィックス



## 大会マスコット



## ピクトグラム

製作中

## その他

- 受賞者のメダル
- 聖火のトーチ
- 大会公式プログラム  
その他の公式刊行物
- 大会公式ウェブサイト
- これらの知的財産を  
利用した著作物の  
二次的著作物

# 知的財産の法的保護

---

第20回アジア競技大会に関する知的財産は、日本国内において「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。知的財産の不正な使用が発覚した場合、罰則の適用を受ける場合があります。

## 1. 商標法

### 商標権侵害の禁止

---

商標法上、商標権者は、指定商品又は指定役務について登録商標の使用をする権利を専有すると定められており（第25条）、指定商品もしくは指定役務についての登録商標に類似する商標の使用又は指定商品もしくは指定役務に類似する商品もしくは役務についての登録商標もしくはこれに類似する商標の使用は当該の商標権を侵害する行為とみなされます（第37条）。不正な使用が認められた場合、侵害する者又は侵害するおそれがある者に対し、その侵害の停止又は予防を請求する対象となります（第36条）。

### 刑事罰

---

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、又はこれを併科すると定められています（第78条）。また、商標権を侵害する行為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、又はこれを併科すると定められています（第78条の2）

## 2. 不正競争防止法

### 周知ないし著名な商品等表示の禁止

---

他人の商品等表示（商号、商標、標章など商品又は営業を表示するもの）として需要者の間に広く認識されているものと同一もしくは類似の商品等表示を使用し、他人の商品又は営業と混同を生じさせる行為や、自己の商品等表示として他人の著名な商品等表示と同一もしくは類似のものを使用する行為は不正競争に該当すると定められています（第2条第1項第1号、第2号）。これらの行為は侵害の差止請求および損害賠償の請求の対象となります（第3条、第4条）。

### 刑事罰

---

一定の目的で第2条第1項第1号または第2号の不正競争を行なった者は、5年以下の懲役もしくは500万円以下の罰金に処し、又はこれを併科すると定められています（第21条第2項第1号、第2号）。

## 3. 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

---

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います。（第119条第1項）

# アンブッシュ・マーケティング

---

アジア競技大会の知的財産(大会名称、エンブレム、スローガン等)を利用し広報PR、広告、販売促進等ができるのは

1. 第20回アジア競技大会(2026/愛知・名古屋)大会パートナー
2. 大会放送権者
3. 愛知県及び県内市町村、各府省並びに大会関係自治体(県外)
4. 新聞、テレビ、雑誌等の報道機関(報道目的に限る)
5. 日本オリンピック委員会(JOC)
6. 地方自治体(上記3に掲げる地方自治体を除く。)

に限定されます。

上記以外の団体は組織委員会が認定した場合以外は原則使用が不可であり、特に、権利なき民間企業や個人等は大会パートナー権利保護の観点から、知的財産を使用できません。

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関わらず、アジア競技大会の知的財産を使用しアジア競技大会の知名度、評判、イメージ等を利用または流用する、いわゆる

**便乗広告をアンブッシュ・マーケティング**と規定しています。

組織委員会は、大会パートナーからの協賛金やライセンス※1が支払うロイヤリティ※2を財源に大会を準備、運営していくこととなります。その対価として、本ガイドラインに規定する知的財産の使用を認めることとなります。第20回アジア競技大会に関する知的財産を無許可で使用することは、大会収入を減少させ、大会の運営に支障をきたすだけでなく、知的財産の不正使用により罰則を受ける場合があります。第20回アジア競技大会に関する知的財産を適切に使用いただくことは、より良い大会運営に繋がりますので、アンチアンブッシュ・マーケティングにご協力ください。

※1 ライセンス契約により知的財産権について、実施権、使用权、利用権などの許諾を受ける人のこと

※2 知的財産の使用料のこと

# アンブッシュ・マーケティング

## アンブッシュ・マーケティングとして問題になる例(グッズの無断作成・販売)

大会名称や大会エンブレム等の知的財産を無断で使用し、グッズやノベルティを作成、配布及び販売する行為  
※商標法および著作権法に抵触する恐れがあります。

例1  
×



例2  
×



例3  
×



例4  
×



## アンブッシュ・マーケティングとして問題になる例(大会盛り上げと称した広告・販促・集金活動)

例1) アジア競技大会セール

×



例2) ○○でアジア競技大会を盛り上げよう!

×



大会パートナーではない企業が、大会名称や大会略称、その他アジア競技大会を想起させる表現等を使用してセールやイベント、宣伝活動等を行うこと

※不正競争防止法に抵触する恐れがあります。

大会の盛り上げ等と称して、無断で大会名称等を使用し、のぼり旗や横断幕等を作成し、掲出すること

※不正競争防止法に抵触する恐れがあります。

例3) 目指せ!愛知・名古屋2026

×



大会名称や大会略称、その他アジア競技大会を想起させる表現等と、スポーツの絵、写真を組み合わせ大会の関連イベントと混同させる恐れのある表示をすること

※不正競争防止法に抵触する恐れがあります。

これらの行為は、例え故意でなくてもアンブッシュ・マーケティングとして扱われる場合があります。

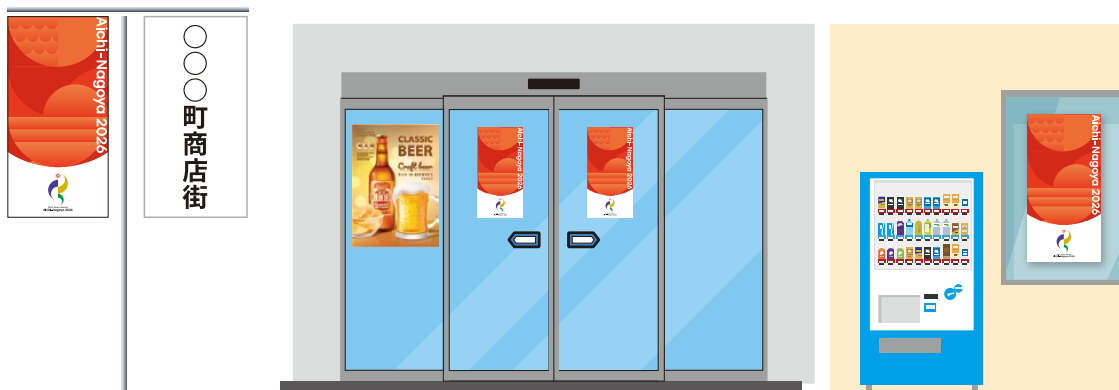
アンブッシュ・マーケティングに該当する恐れのある行為を見かけられた場合は、お手数ですが組織委員会までご連絡をお願いします。



# アンブッシュ・マーケティング

## 知的財産揭示の際の留意点

❌ 大会パートナーではない企業の商品及び制作物と同一の視野に入る掲示



❌ ショールーム、店舗、看板等において、  
コアグラフィックスが大会パートナーではない企業の  
表示物と同一の視野に入る掲示の仕方

