

平成 26 年 9 月 28 日  
公益財団法人 日本セーリング連盟  
国体委員会

## 国民体育大会における製造業者等のマークの表示について(通知) に関する質問の回答

9 月 26 日受理させて頂きました質問状の回答を、ご報告申し上げます。

### 質問内容

- (1) 国体で使用するセールに「帆走するコースを書いたシールを貼る」、または「セールに直接書く」と、これは競技者の広告とみなされるのでしょうか？
- (2) セールメーカーのロゴに手を加えるとセールメーカーの広告とはならず、競技者の広告となるのであれば、何の意味も成さないロゴが競技者の広告になると理解してもよろしいですか？
- (3) そうなると、ビルダーから与えられたセールに「何か記載されたシールを貼る」または「セールに記入する」行為は競技者の広告になるのでしょうか？

国体では帆走するコースがいくつもあり、なかなか覚えにくい部分があるので気になりました。

### 適用する規則

“ISAF 広告規定 20.7 製造業者とセールメーカーのマーク” 及び、  
“公益財団法人日本体育協会 国民体育大会企業協賛に関するガイドライン “

### 説明

「広告」の定義は、下に転記した ISAF 規定 20.1.1 に定められていますので、ご参照下さい。

- (1) **いいえ**、この定義に照らして、帆走指示書に規定されたコース図をセール上に表示しても、それは「広告」の表示（掲出）にはあたりません。
- (2) **はい**。セールメーカーのロゴは明らかに、定義された「広告」にあたります。このようなセールメーカーのロゴに手を加えた場合、その程度によっては一部の人のにとっては「何の意味も成さない」場合もあるかもしれませんが、元のロゴの形や色、通常貼られている場所や大きさなどを知っている人には、元のロゴあるいはそのセールメーカーを連想させる可能性があるでしょう。そのような場合には「広告」の定義に言う「変化あるいは変形」にあたりますので、「広告」と見なします。  
手を加える前のロゴ（広告）は、ISAF 広告規定 20.7 で認められている範囲内のものであれば、セールメーカーのマークであって「競技者広告」ではありません。しかしながら、一般に、セールメーカー自身以外の者（競技者とは限らない）によって手を加えられたマーク（広告）は、もはやセールメーカーのマーク（広告）とは言えないでしょう。したがって、それを表示することを選択した競技者自身の「競技者広告」と見なします。
- (3) **いいえ**。そうとは限りません。上記説明（1）をご参照ください。シールに記載された内容やセールに記入した内容が定義に照らして「広告」である場合には「競技者広告」となります。シール

に記載された内容またはセールに記入した内容が「広告」で無い場合でも、セールメーカーのマークに手を加えることになれば、手を加えられたセールメーカーのマークは「競技者広告」と見なします。

ISAF 広告規定は、下記のアドレスから入手出来ます。

<http://www.jsaf.or.jp/hp/about/committee/rule/rule-reg>

[http://www.jsaf.or.jp/rule/pdf/ISAFReg20\\_2012.pdf](http://www.jsaf.or.jp/rule/pdf/ISAFReg20_2012.pdf) (邦訳つき)