

インタビュー

2025 年日本国際博覧会協会が 保有する知的財産権の保護と活用

公益社団法人 2025 年日本国際博覧会協会 広報・
プロモーション局企画部事業推進課 担当課長（コンテンツ）
2025 大阪・関西万博マスターライセンスオフィス
代表業務執行者

降矢 治彦
西村 宣浩

要 約

令和 6 年 9 月 12 日（木）に、公益社団法人 2025 年日本国際博覧会協会（以下、「博覧会協会」又は「協会」という）において知的財産に関する取り組みをご担当されている降矢治彦氏（以下、「降矢氏」と）、博覧会協会の知的財産を活用し、ライセンスによる商品・サービスを提供する 2025 大阪・関西万博マスターライセンスオフィス（以下、「MLO」という）の代表業務執行者の西村宣浩氏（以下、「西村氏」）にインタビューを行いました。このインタビューでは、お二人に博覧会協会が保有する知的財産権の保護と活用について伺いました。

目次

1. 博覧会協会と MLO との関係
2. MLO の業務内容について
3. 権利化について
4. 2025 年大阪・関西万博ライセンスプログラムについて
5. ライセンスを受けようとする企業に対して
6. オリジナルマーチャндаイズ（OMD）商品に関して
7. 反響の大きかった企画について
8. 二次創作ガイドラインに関して
9. 権利侵害品対策に関して
10. パテント読者に対して

1. 博覧会協会と MLO との関係

編集部 博覧会協会様と MLO 様は、別組織として設けられていますが、関係についてお伺いできますでしょうか。

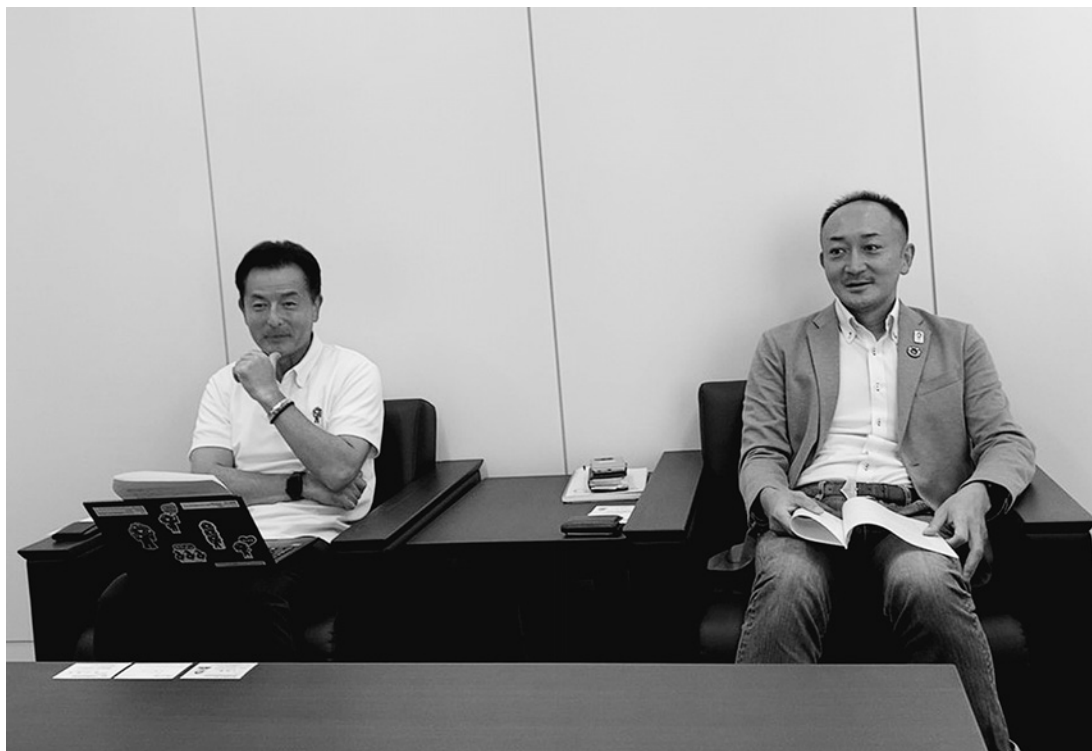
降矢氏 博覧会協会では、協会の IP（知的財産）を生かしてライセンス事業を行う計画を行いました。しかし、協会内にライセンス事業のプロがいないため、事業を外部に委託するべきではないかということになり、公募を行いました。公募事業者として、伊藤忠商事が幹事会社で、伊藤忠ファッションシステム、電通、電通プロモーションプラスという 4 社の共同事業体に決定しました。事務所としては、ここ（MLO 事務局）を構えていただいて、推進しています。

西村氏 MLO の事務所で働いている人はもちろん、その 4 社以外の方もいらっしゃいますけれども、主要なメンバーは基本、その 4 社のいずれかの背番号をもった方が入っています。

編集部 弁理士や弁護士も、組織内に組み込まれているのですか。それとも、用件に応じて外部に発注するイメージでしょうか。

西村氏 商標登録は、協会がやります。協会側が特許事務所をお願いして、国内、国外ともに取っていきます。協会が取得した商標権、その商標以外のもの、いわゆる造形物等のデザインしたもので著作が関わっているものを含めて、IPとしてMLOで、一元管理をしています。そして、それを運営することと、いかに収益化につなげるかという、2つの側面で進めています。

降矢氏 協会にも顧問弁護士や、商標に強い弁護士の方はいますので、監修などをいただきながら、協会のライセンスチームがMLOと連携して推進しているという形です。



降矢治彦氏

西村宣浩氏

2. MLOの業務内容について

編集部 MLOの業務内容を簡単にご紹介いただけますでしょうか。

西村氏 IPの使用承認代行、ライセンス商品の企画・製造・販売、広報・宣伝・販促活動です。IPの使用承認代行というのは、今回のケースでいうと、ロゴマーク、大阪・関西万博公式キャラクター「ミャクミャク」、VI（ビジュアル・アイデンティティ）の一つであるデザインシステムに限らず、協会が保有する知的財産のライセンス許諾業務のサポートです。使用される方には、商品化をされる方の他、関係団体の方やパビリオン出展の方、協賛される方、など、いろいろなステータスの方がいらっしゃいます。そういった方々が、こういった目的で使いたい、という申請があったときに、その使い方がルールどおりかどうかを確認し、承認作業を代行します。

ライセンス商品の企画・製造・販売というのは、いわゆるブランドのライセンスビジネスの部分です。これはMLOが自ら製造・販売するというのではなくて、それをやってくれるサブライセンシーを見つけて、そこで製造販売をしていきます。

広報・宣伝・販促活動というのは、協会と連携する部分が多く、例えば、店頭の販促キャンペーンを行ったり、お店にのぼりを出したりしています。ブランドのメッセージを発信するという意味では、キャッチコピー的なものを用意して、いろいろなところに発信します。昔は新聞・雑誌だったのでしょうけれども、例えば最近ではSNSでメッセージを出しています。また、企業に対するアプローチもあれば、大使館をお願いをして、大使館から万博を応援いただいていることをSNS発信していただく、ということも行っています。また、PRとして、「ミャクミャク」が吉本新喜劇（登録商標）に出演したり、2024年M-1グランプリにも出場し、予選を突破しました。

また、コラボレーションの商品開発などを含めたライセンスの製造・販売、販促PRを仕掛けています。お店の

開拓という点では、店舗運営、販売所の開拓を行っています。また、オフィシャルストアのルール・マニュアルを準備して、運営を行っています。

降矢氏 　いかに協会のIPを正しくルールどおりに管理運用できるかという点と、それをいかに社会に話題性も含めて効果的に広げていくかという点を協会はMLOと連携して行っています。

3. 権利化について

編集部　商標登録を多くされておりますが、こちらは何かご方針というものがあるのでしょうか。例えば何件とか。

降矢氏　件数のめどは特にないのですが、限られた場所の中でのイベントですので、どちらかというとな攻めの登録というよりは防御の登録という形で、商標を出しています。何かに関わるのではないかとか、何か問題が起きては困るなというところを踏まえて、申請登録しています。

西村氏　ロゴマークとか「ミヤクミヤク」は、いろいろなところで商品化します。海外でものを作って日本に持ってくる場合でも、商標登録しておかないとだめな場合がありますので、いくら日本のために使うとしても、やはり海外でも取るべきかと。

他方、海外に出ていくことを考えますと、大阪・関西万博来場想定者数2820万人の来場のうち350万人ぐらいがインバウンドと想定されています。インバウンドの方にもPRをしないといけない。インバウンドの方が多エリアには、積極的にPRし商品化し、攻めて取りに行こう、ということもあります。

そういった意味で国もそうですし、類もそうですし、何を一番重要視していくかということ、何を攻めて何を守るのかということも考えています。

降矢氏　海外で製造するというサブライセンシーも多いため、アジアを含めて、海外にも商標出願しています。

4. 2025年大阪・関西万博ライセンスングプログラムについて

編集部　ライセンスングプログラム⁽¹⁾を策定され公表されていますけれども、考え方について教えていただけますでしょうか。

西村氏　ライセンスングプログラムでは、サブライセンシーになるためのプロセスについて開示しています。こういったタイミングで何をしないといけないのかという基本的な情報は全て載っている、というものを提供しています。また、公平性を考えて策定しています。

編集部　例えば、実施料率についても、具体的な数字を書かれていますが、こちらでも公平性を担保するために？

西村氏　そうです。ただ、実施料率についてはさすがに、業界によってちょっと違う率になる場合があります。ただ、基本のルールとしてはこれですというのは、明示しています。

降矢氏　必ず聞きたい点だと思いますので、料率含めた基本ルールを予め規定しています。

5. ライセンスを受けようとする企業に対して

編集部　これからライセンスを受けようとしている企業、まだ検討されている企業にお伝えしたいことを、お聞かせください。

西村氏　万博は国家イベント、特措法⁽²⁾に基づいている国家プロジェクトです。なので、いろいろな方に参画をしていただきたいし、会場にも全国から世界からも来ていただかないといけない。となると、いろいろなところに認知して頂く機会を増やさないといけない。

もちろん協会が自分で出て行ってチラシを配るといのも一つかもしれませんが。また、各地方、地域にいろいろな企業がいらっしゃるので、そういった方々がライセンス商品を作って売るといのも一つの万博への関与です。それをやることで経済的にも潤うということであれば、それぞれの地域の特産品、工芸品とか農産物とかでも展開をしていただけたらいいなと思っています。別に全国区で何か量販店で売らないとだめだとか、そういう大きな規模だけではなく、小さくてもピリリと辛いというか、ここの地元だけで売っているけれどもすごい有名です、と

か、そういう方もぜひ参画していただいたら、と思っています。

降矢氏 伝統工芸品とか、地場の何か産品などに協会 IP を使っていただいて、商品化するというのを全国でやってもらえると良いと思います。これから時期が来れば、絶対盛り上がってきますので、そのエリアに合わせた商品に、地場の方々に商標を使って協力していただいて広報できるような形が良いと考えています。

編集部 大阪以外の地方の企業からすると、当社はコラボレーションできるのかどうか分からない、と思っている企業も多いかもしれませんが、そういった企業も。

西村氏 ぜひやってくださいということですね。2024年4月より滋賀県彦根市のキャラクター「ひこにゃん」とのコラボレーションがスタートしていて、2024年10月には熊本県「くまモン」のコラボレーション商品も発売しました。その後も関西に限らず全国の自治体とコラボレーションを進めています。そういう、例えば、地域自治体のキャラクターとのコラボレーションという切り口を用いて、「くまモン」とのコラボレーションで熊本県の事業者が、熊本の有名な特産品との何かをやる、というのものもあるかもしれないし、いろいろな組み合わせが可能です。

実は、2005年に開催された愛・地球博（登録商標）のときも、名古屋のお酒でやったというのもあります。東京オリンピック・パラリンピックのときも、全国47都道府県の自治体と一緒に、各都道府県の産品でコラボレーションした、というのもありました。

降矢氏 幸いにも「ミyakミyak」誕生時から皆様に認知されています。当初、評価はさまざまでしたが、今は「かわいい」とか「愛らしい」とか「大ファンです」など、好感度というか、かなり多くの皆様にかわいがっていただいていますので、これをいかに続けていくかというところも気を使っています。



©Expo 2025 ©HIKONE×MOHERON STUDIO



©Expo 2025 ©2010熊本県くまモン

コラボレーション商品の例

6. オリジナルマーチャндаイズ (OMD) 商品に関して

編集部 OMD 商品⁽³⁾ に関して教えていただけますでしょうか。

西村氏 OMD 商品というのは、我々のマスターライセンスオフィスが主導しているシリーズです。一般的なライセンス商品、サブライセンサーというのは、ある業種とか、ある品種をやっておられる会社がほとんどだと思います。例えば、アパレルでいうと、靴下を製造販売される方は、靴下で、帽子屋さん、帽子というように、縦が多いですね。

それだけではトータル展開ができないので、横串をやっていただける会社も必要です。OMD 商品では、そういう商品群的な横串であったり同時展開であったりという発想に基づいています。

また、通常、ライセンスビジネスというのは長い期間やることが多いと思います。今回、「ミyakミyak」でも少なくとも1年、2年ビジネスとしてあります。しかし、例えば、1年前イベント、100日前イベントなど、そのタイミングでしか販売しないものや、コラボレーション商品を発売時しか売らない、というものもあります。こういった場合は、通常のサブライセンサーだったら辛いと感じられると思いますので、このサブライセンサーには、

別の OMD 企画・OMD 商品も用意する、ということも行います。

また、コラボレーションの内容にもよりますが、コラボレーションに関しては1社で多数の商品群を一気に全部そろえたほうがスムーズに行く場合もあります。

企画がうまく進むか、いかに商品化ができるか、いかにタイミングよく出せるかという、そちらを優先してパズルをはめることを行います。それを考えるのが、OMD 商品です。1年前、100日前とか、もしくはそのコラボレーションに合わせるとか、そういった何かに軸を合わせるというようなイメージで、1社にお願いするときもあれば、複数社の場合もあり、いろいろなケースがあります。

7. 反響の大きかった企画について

西村氏 サンリオとの企画が最近では一番人気が出ました。「ミャクミャク」も来るし「ハローキティ」も来る、というイベントを行いました。それを SNS で商品はこちらで売っていますよと、という発信を行いました。

降矢氏 お店で、「ハローキティ」と「ミャクミャク」と3ショットの写真を撮る撮影会も実施しました。多くの方が並ばれていました。「ミャクミャク」単体だけでも結構並ばれていました。

編集部 そういうキャラクター同士をコラボレーションさせると、相手側のもともとファンがいっぱいいますよね。

降矢氏 相乗効果が見込めます。

西村氏 また、MLO がスタートして、初速がよかったのは、2023年4月に発売した「ぬいぐるみ」です。当時、「ミャクミャク」のぬいぐるみを出したわけですが、店頭も即日完売、オフィシャルオンラインストアは4分ぐらいで完売しました。



©Expo 2025 © 2024 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO.L650079



©Expo 2025

反響が大きかった商品

8. 二次創作ガイドラインに関して

編集部 二次創作ガイドライン⁽⁴⁾を設けられ、二次創作をある程度許容されていますが、そのガイドラインの考え方についてご紹介したいと思います。

降矢氏 基本は個人で楽しむ範囲であれば可として許容しています。なので、個人の範囲を超える使用、商用につながる使用は不可、個人で SNS に上げたりする、という範囲は許容しています。

編集部 それは盛り上げるためでしょうか。

降矢氏 そうです。広く皆様に知って頂くためです。ただ、作成や公開の制限というのはあります。「ミャクミャク」の二次創作ルールはホームページで公開しています。

編集部 個人ではなく、企業の場合は、二次創作ではなくて、ライセンスを結んでください、というお話になるということでしょうか。

降矢氏 そうです。また、いろいろな年代の方がいらっしゃいますけれども、お子さんが実施するものに対しては、なるべく寛容に対処しています。

西村氏 例えば、学校で「ミヤクミヤク」の絵を描いてコンクールをやります、という問い合わせでしたら問題ない、という話です。でもそのコンクールで発表して何か賞をもらえるという場合は、検討が必要になります。

降矢氏 学校でいろいろな「ミヤクミヤク」を描いて展示するようなことでしたら、二次創作としては問題ありません。

9. 権利侵害品対策に関して

編集部 権利侵害品対策について、輸入品に対する水際対策などはどのような形でされているのでしょうか。

降矢氏 本来であれば、これも協会の中で体制を組んできっちり細かくやっていくべきだと思いますが、なかなか現実的には難しい部分もあります。この対策については外部の専門事業者権利侵害品のチェックをお願いしている部分もあります。また、税関と、大阪府警とも連携し、なるべく権利侵害品が表に出ないような形を取っています。

また、MLOにも協力していただいて、通販サイトに上がっている転売品や、権利侵害品の販売をチェックし、発生時には通販サイトに連絡をして削除してもらうように、MLOと連携して行っています。

西村氏 税関に関しても、事前の輸入差止めの申請は早いうちにやっています。

編集部 侵害疑義物品というのは増えてきているのですか。

西村氏 いや、思ったより増えていません。

降矢氏 対策前との比較では減っています。

西村氏 通販サイトも偽物が出るとイメージが下がるので、サイト運営の方が厳しい目線で管理されているのだと思います。

10. パテント読者に対して

編集部 準備させていただいた質問は以上なのですが、何か最後に読者に伝えたいことはございますか。

西村氏 IPというのは大事で、資産・財産である、という事をいろいろな方に理解して頂きたいと思っています。意図的に分かって偽物を作っている人は別だけれども、気づかずにやっちゃっている人が多いです。自治体の方でも理解していない場合がありますので、ぜひ日本弁理士会として、自治体などを含めて、勉強会を行っていただきたいと思っています。



降矢氏 万博が始まりましたら、是非、会場に来て、実際に身をもってさまざまな万博の要素を体験して頂きたいと思います。万博の楽しさを、一生に一度しか味わえないかもしれない経験をして頂きたいと思います。

(参考文献)

(1)2025年大阪・関西万博ライセンスプログラム（会場内）

https://expo2025mlo.jp/wp-content/themes/expo-2025/assets/file/2025mlo-official_licensed_products_program_inside.pdf

2025年大阪・関西万博ライセンスプログラム（会場外）

https://expo2025mlo.jp/wp-content/themes/expo-2025/assets/file/2025mlo-official_licensed_products_program_outside.pdf

(2)令和七年に開催される国際博覧会の準備及び運営のために必要な特別措置に関する法律

(3)2025大阪・関西万博公式ライセンス商品オフィシャルオンラインストア（expo2025shop.jp）<https://expo2025shop.jp/>

(4)二次創作ガイドライン

https://www.expo2025.or.jp/wp/wp-content/themes/expo2025orjp_2022/assets/pdf/character/character_terms.pdf