

特集《調査》

分野・目的別知財情報収集ツールと
その実践的な活用について

株式会社フェリシモ法務知財部 知財担当部長 石居 天平

要 約

産業財産権では、J-PlatPat の機能改良に伴って、効率的な侵害予防調査や高度な判断のための情報収集も J-PlatPat が有用である。一方、商用データベースのリッチな機能は、業務効率向上につながる。しかし、産業財産権以外の著作権や不正競争防止法に関する調査、及び模倣品調査では、決定的な調査ツールが存在しておらず、Web 上の検索で得られた一次情報を端緒として、様々な調査ツールを組み合わせ、更なる調査と慎重な判断が求められる。知財情報の収集は、専用ツールや検索エンジン等の進化により効率化が進んでいる状況であるが、現状では調査結果のスクリーニングにはまだまだ労力を伴うことが多い。場合によってはアナログ情報も調査するなど、様々な工夫や、経験値が求められる場面も多い。

目次

1. はじめに
2. 産業財産権の調査時
 2. 1 J-PlatPat を用いた知財情報収集
 2. 2 創作法（特に意匠を中心に）
 - (1) 侵害予防調査
 - (2) 登録性確認調査
 2. 3 標識法
 - (1) 侵害予防調査
 - (2) 登録性確認調査
3. 産業財産権以外の知財情報収集
 3. 1 著作権
 - (1) 侵害性判断のための調査
 - (2) 利用許諾時等の調査
 3. 2 不正競争防止法（2条1項3号を中心に）
4. 模倣品調査時の情報収集
5. おわりに

1. はじめに

有用な情報を収集し、蓄積した情報を正しく考察する能力が企業活動をはじめとした諸活動では極めて重要である。情報収集に関しては、一昔前はとにかく時間を要し、情報を得るために額に汗をかくこと、つまり一定のコストや時間を要した。しかし、あふれる情報の真贋性は兎も角として、現在はインターネット上での情報収集が容易な時代である。一方、実務では、次々に舞い込む依頼に追われて、泥縄のような知財調査を余儀なくされ⁽¹⁾、情報の重要性も忘れがちである。昨今は、デジタルが知財情報の収集と活用を支えているが、加えて AI（Artificial Intelligence）実装への移行期であることから、今後は調査ツールも大きく変化することが期待される。かような時代の狭間の過渡期の実務は、新技術を取り入れた最適化のための試行が繰り返され、興味深い面が多い。しかし、筆者の実務では、AI 活用の試行を模索しているが、部署内では本格的な AI や RPA（Robotic Process Automation）ツール等の導入は進んでいない。そのため、本稿の内容は、最先端の知財業務の状況が反映されて

いるとは言えず、加えて内容的には急速に陳腐化することも懸念される。そのようなドラスティックな変化の最中ではあるが、知財情報収集の取り組みに関して分野・目的別に実務の視点でまとめさせて頂いた。

なお、本稿は筆者個人の見解であり、所属する組織の公式見解ではない。また、筆者は小規模な知財部署で「なんでも屋」のような実務をしているが、海外及び特許調査の件数は多くなく、取り扱い分野に偏りがあり、調査スキルはプロの方には足元にも及ばない点は、あらかじめお許し願いたい次第である。

2. 産業財産権の調査時

調査目的としては、リスク調査（侵害予防調査）、登録性確認調査、無効化調査や、事業提携先デューデリジェンス、製品開発検討・市場調査等がある。製品開発検討・市場調査は事業部マターと思われがちであるが、事業部に対して、例えば「このような意匠は権利として混み合っており、新規参入には高いハードルが存在する」という情報提供が可能な場合もある。

上市前の製品や事業内容の適法性の検討は、内外のリスクや損失を軽減するために必要なプロセスである。侵害時には民事での争いとなるおそれが高いだけでなく、昨今はいわゆる知財パクリとしてネット炎上を招来するリスク、すなわちレピュテーションリスクにも留意が必要である。リスクマネジメントはどの分野でも軽視できないが、特に産業財産権は公報で公開され、実用新案権以外の産業財産権には過失の推定規定もあり、事前調査が欠かせない。リスク調査としては、事業提携先のデューデリジェンスも重要である。提携先との知財に関する問題点が明らかになれば、契約交渉時の留意点の把握や、そもそも事業提携が事業上必要なのかを客観的に評価することに資するであろう。

一方、登録性の確認は、基本的には計画中の事業内容や製品の優れた点について、法的な差別化が構築可能かを確認するための「攻め」の調査である。知的財産権は競合他社の参入障壁となるため、有効な知的財産権は後発品との差別化を図るツールとなり得る。知財担当には、知財侵害リスクが低いことに加えて、法的な差別化による事業優位性が見込まれる（＝知的財産権の登録性が高い）か否かについて、適切に判断し、助言する役割が求められている。

以上のように、目的に応じて、最適な調査と分析を行い、価値ある情報を提供する必要がある。限られた人員と時間で、高いパフォーマンスが求められることから、適切な調査ツールを上手く使いこなすことが必要だ。

2. 1 J-PlatPat を用いた知財情報収集

我が国を対象とした調査ツールとしては、筆者は専ら特許情報プラットフォーム（J-PlatPat）を用いている⁽²⁾。もちろん、商用データベースの長所は認識しているが、結果としてJ-PlatPatを重宝するに至っている。最大の理由は、台所事情にあると言えよう。組織内の知財リテラシーが向上すれば、調査件数は右肩上がりに増加しがちである。そのため、従量制料金を気にすることのない、無料の調査ツールの代表格であるJ-PlatPatが主力となっている。言わば「ケチケチ大作戦」である。とはいえ、消去法的に採用しているわけではない。J-PlatPatの運用開始前は、IPDLという調査ツールが2015年まで運用されていたが、この時代には、筆者は商用データベースのツールを併用していた。しかし、J-PlatPatは断続的な改良により高機能化が進み、標準的な調査内容ならばJ-PlatPatで不足はない⁽³⁾。また、J-PlatPatはログインが原則不要であり、パスワード地獄に迷えるネットユーザーに対して、常に温かい手を差しのべてくれる存在でもある⁽⁴⁾。

一方、商用データベースの調査ツールの場合は、講習会が随時開催されており、慣れれば高度な検索が可能である。特に、検索履歴の保存と再利用、検索結果の保存等の機能や、図形商標調査に特化した機能等、高レベルの実務に有利であろう。J-PlatPatの課題の一つとして、検索結果と検索条件の保存ができないことがある⁽⁵⁾。知財情報の収集には、目的に応じて最適な調査方法（検索条件）を計画して遂行する必要があるが、その調査方法の記録は、後日調査結果の妥当性を検証する上で必須である。J-PlatPatによる調査では、得られた調査結果とその検索条件が自動的に保存されないため、自ら記録する必要がある。筆者は、多少なりとも作業効率の向上を図るため、検索条件と検索結果を記録する書式を準備しているが、都度記録する必要があり、調査量が多いと利便性は劣る。

J-PlatPat による大量の調査を繰り返し、言わば J-PlatPat が自家薬籠中の物となる一方、業務効率を高めるための限界を感じることもある。

ところで、昨今では、J-PlatPat 以外にも無料の調査ツールが複数提供されている。マニュアル無しで直感的に操作可能なユーザーインターフェースのツールや、図形商標検索でウィーン図形分類の入力が不要な調査を実現するなど、J-PlatPat とは異なった工夫が見られる。このように、無料の調査ツールが拡充することは、知財情報へのアクセスが容易となり、情報格差が解消されるという意味で歓迎されることであろう⁽⁶⁾。

J-PlatPat 等の無料ツールが浸透して来たことから、エンドユーザー（例えば事業部門の各担当者）が自ら調査し、調査後の判断について相談を受けるケースも出てくる。その際、調査時の検索条件等が不明な場合が多く、調査漏れのリスクが懸念される。例えば、意匠の調査時に、意匠に係る物品を「鞆」で調査しているため、「かばん」や「カバン」もしくは「バッグ」等で記載された物品が調査から漏れ落ちているリスクがある。また、J-PlatPat の検索結果について、アドレスバーの URL をメール本文にペーストして相談を受けるケースが非常に多い（この場合、J-PlatPat の仕様として無効な URL となる）。そのため、改めてヒアリングを実施し、各担当者が懸念した内容の確認や、調査漏れ回避のための再調査が必要である。これでは、事業部門と知財部門で重複した調査業務を行うことになり甚だ非効率である。しかし、各担当者が知財情報を確認することは、公報の情報を製品開発工程で活かすメリットがあり、また知財リテラシー向上を図る上でも意味があろう。この点の解決策としては、調査方法と調査時の留意点を、丁寧に事業部門の各担当者に周知する活動が必要と考えている。

2. 2 創作法（特に意匠を中心に）

（1）侵害予防調査

侵害予防調査の目的は「第三者の特許権等に抵触していない」ことの確認であるが、調査範囲は、「たとえば、自社製品の特定（調査対象の特定）、広い調査範囲の設定、調査範囲の絞込みの3段階で決定することができる⁽⁷⁾」とされている。業務効率を高めるためには、調査対象の母集団を適正に小さくすべきであり、調査範囲の絞込みが求められる。そのため、まずは存続期間満了分を調査対象から除外する。従来は、対象となる権利の最大の存続期間（例えば特許なら出願日から原則 20 年）で期間の絞込みを行った後、個別に経過情報を全て確認して「権利存続中」のみスクリーニングする必要があった。しかし、現在の J-PlatPat では特許と実用新案に関しては、「特許出願・特許権が存続中・審査が係属中の出願」の絞込みが可能であり、作業効率が向上している。一方、意匠に関してはそのような絞込み機能が無い。よって、「出願日から 25 年以内」（令和元年法改正以前分は登録日から 20 年以内）と絞込み、全ての経過情報を確認してスクリーニング必要で、労力を要する。

効率向上のため、期間以外の絞込みにも工夫を要するが、調査漏れには要注意である。意匠調査を例にすれば、日本意匠分類による検索時に、分野によっては検索件数が非常に多い⁽⁸⁾。その場合、D タームによる調査で件数が減少する場合がある⁽⁹⁾。例えば、意匠分類コードが B4-10（かばん又は携帯用袋物）の検索結果は 2,916 件であるが、B4-10CE の D ターム検索（開口部・ファスナー型のかばん又は携帯用袋物）では 1,081 件である（2025 年 1 月 13 日検索時）。しかし、B4-10CE の D ターム中には、開口部のファスナー部分が意匠登録を受ける範囲から除外された部分意匠も含まれる。このような意匠の場合、開口部がファスナー型ではなく開放型のかばんであっても、開口部以外の形状が同一又は類似であった場合には、類似意匠と判断される可能性がある。これは、開口部が開放型のかばんの調査時に、B4-10CE の D タームを調査対象外とした場合には、調査漏れのリスクがあることを意味する。したがって、B4-10 を全件調査せざるを得ないため、業務負荷の軽減はなかなか難しいこととなる。

また、意匠は図面情報の果たす役割が大きいので、J-PlatPat の検索結果一覧画面から一次的な判断が容易そうに思われる。しかし、図 1 は意匠分類 B1-660 を J-PlatPat で検索時の一覧画面の抜粋であるが、中央の 257 番の図面からはどのような物品の形状が予期できるだろうか。



図 1 意匠分類 B1-660 で検索時の検索結果一覧画面より抜粋

図 1 の一覧画面を一瞥しただけでは、よもや図 2 のような形状の意匠とは常人ならば想像できまい。六面図を確認して初めて、「これは一本取られた」と胆を冷やすことになる。確認に多少時間は要するが、一覧画面の表示形式を「全図」にして、結局のところすべての図面を人の目によってスクリーニングする必要がある。



図 2 図 1 における中央枠内の 257 番の意匠図面（平面図）より抜粋

また、侵害予防調査は一度調査をして終わりではない。調査時点では、公報未発行の出願が存在するおそれがある。また、その後も自社製品が公表されるまでに第三者により出願されるケースがある。そのため、本来は一定期間後に再度調査が必要である。J-PlatPat には、SDI (selective dissemination of information) 機能が搭載されていないため、自ら再調査が必要である。商用データベースであれば SDI 機能が実装されている事が多く、業務効率がよいであろう。ただし、意匠では、一定期間に出願された関連する物品をまとめて審査される運用となってお

り、この審査形式はバッチ審査と呼ばれている⁽¹⁰⁾。その審査スケジュールは公開されているため、再調査対象の物品毎に、審査スケジュールから再調査すべきタイミングについてある程度スケジューリングが可能である⁽¹¹⁾。

(2) 登録性確認調査

登録性を確認する調査時も、侵害リスクの確認が必要である。しかし、登録性の確認時には、新規性や、進歩性（特許・実用新案）又は創作非容易性（意匠）の確認が求められるため、存続期間満了分を調査対象から除外する絞り込みをしない。そのため、検出件数が多数になりがちであり、労力を要することが多い。また、全世界の公知の情報を調査せねば正確な登録可能性は判断ができないため、どこまで調査に資源を投入するのか、それともある程度調査した後は審査官に委ねるか、といった見極めが必要になる。

公知情報に関して、J-PlatPat で一定の外国文献や意匠公知資料の検索が可能である。しかし、意匠公知資料に関しては、多くの資料は J-PlatPat で公開されておらず、J-PlatPat による意匠公知資料の調査だけでは精度の高い評価が難しい。これは、公知意匠の画像の著作権者から許諾を得たものに公開が限られているためである。この意匠公知資料の公開にあたっては、毎年特許庁より「意匠公知資料の公開利用許諾事業」として、新規公開予定の画像に対して、許諾契約に係る締結要請が公知意匠の画像の権利者側へ送付される。権利者は公開を一切許諾しないというゼロ回答も可能であり、公開は進展していないと推察される。意匠公知資料の公開利用許諾事業の推進にあたっては、公開の社会的意義をより強調する等、なんらかの工夫の必要性が考えられる。

登録性評価では、新規性や進歩性、あるいは創作非容易性に対する過去の審査や審決、判決の確認と研究が有益である。J-PlatPat の高機能化で、経過情報から拒絶理由通知や意見書の内容、また実用新案技術評価書等の確認が可能となり、確認作業は大いに効率化している。

しかし、意匠は登録意匠と協議不成立の出願のみ公開され、拒絶査定分は非公開である。なお、特許庁内の審査では、拒絶査定分について拒絶理由の内容を照会可能な機能が意匠検索システムに設けられており、拒絶先願から効果的な調査が可能である⁽¹²⁾。しかし、特許庁外の実務者にとって意匠の拒絶先願の情報は秘密のベールに包み隠されており、情報量が少なく評価が難しい。このように、見えない拒絶リスクが懸念されるため、チャレンジな意匠登録出願の提案は躊躇されることが多い。ところが、日本のハーグ協定ジュネーブ改正協定に基づく国際出願は 2015 年 5 月 13 日より受付開始されたが、国際出願で拒絶の通報がされた場合、拒絶先願の拒絶の内容が確認可能である⁽¹³⁾。図 3 は International Designs Bulletin にて検索した例で、国際登録後の指定国である日本の特許庁の審査によって、拒絶が通報されていることがわかる。単に拒絶となった事実関係だけではなく、拒絶通報に至った理由も確認可能である。

ただし、このような拒絶例は現状では数としては多くなく、また拒絶通報がされていたとしても同一人によって同日出願された二以上の同一又は類似の意匠登録出願であることを理由としたものが案外多い。そのため、先願との類否についての拒絶判断が示された拒絶例は少なく、加えて物品毎に見ると類否判断のための情報として参照できる情報が皆無のことが多いであろう。情報としての蓄積はまだ少ないが、今後の意匠の登録性についての知見の蓄積が期待される場所である。

JPO Application Number: 2024-500385		(1/4)
Dispatch Number: 065777 Dispatch Date: 2024/12/13		
HAGUE AGREEMENT CONCERNING THE INTERNATIONAL REGISTRATION OF INDUSTRIAL DESIGNS - NOTIFICATION OF REFUSAL - <u>Rule 18(2) of the Common Regulations</u>		
I. Office sending the notification: Japan Patent Office (JPO) 3-4-3 Kasumigaseki, Chiyoda-ku Tokyo 100-8915, Japan		
II. International Registration Number: DM/236122 Design Number: 2 Holder of the international registration:		
III. Grounds for refusal: The design in the application for design registration is found to be similar to the design, as noted below, which was described in a distributed publication, or which was made publicly available through an electric telecommunication line in Japan or a foreign country, prior to the filing of the application, therefore the design falls under the design as provided in Article 3(1)(iii) of the Japan's Design Act (unregistrable design, as that is similar to publicly known designs).		

図3 ハーグルートの拒絶通報の抜粋（名義欄は筆者によって消去済）

2. 3 標識法

（1）侵害予防調査

J-PlatPat のデフォルトの設定では、出願中で審査前もしくは審査係属中の出願か、登録済みの商標権が原則として表示されるため、創作法のように期間による絞り込みや、経過情報を都度確認する労力は不要である。

現状では、労力を要するのが図形商標検索である。J-PlatPat による図形商標の調査では、検索エンジンの類似画像検索のように画像ファイルをドロップして図形商標の検索ができず、ウィーン図形分類による調査となる。しかし、図形の分類が難しい場合、まず図形分類の特定に困惑することが多い。例えば、図4の図形と最初に対峙した際は、どのような図形分類が該当するのか大いに悩む。

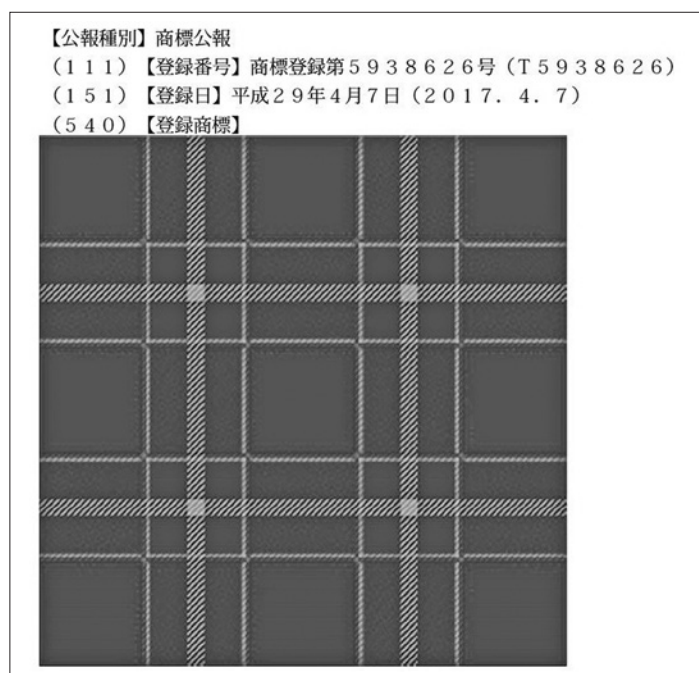


図4 図形商標の登録事例（商標公報より引用）

このような場合、J-PlatPat 以外の調査ツールの活用も検討したい。例えば、Global Brand DataBase では、画像ファイルを検索画面にドラッグ&ペーストして調査可能である。図5は、図4の画像ファイルを Global Brand DataBase で検索した画面の抜粋である。図4と同一の商標（図5内の破線部）も検出されるが、その他様々な商標も検出される。フィルター操作による検索条件の設定次第では、ノイズとなる図形商標の除去ができる可能性があるかもしれないが、最も基本的な操作ではノイズとなる図形商標が多く表示される。また、操作する時間帯や通信環境の影響もあるかとは思われるが、Global Brand DataBase では画像データの入力後のレスポンスが遅い場合がある。よって、現状では、まず一次調査として Global Brand DataBase 等で調査実施し、同一系統の商標の図形分類コードを確認し、本調査は J-PlatPat 等で図形分類コードによる調査を実施している。すなわち、Global Brand DataBase を図形分類コードの探索ツールとして用いている。

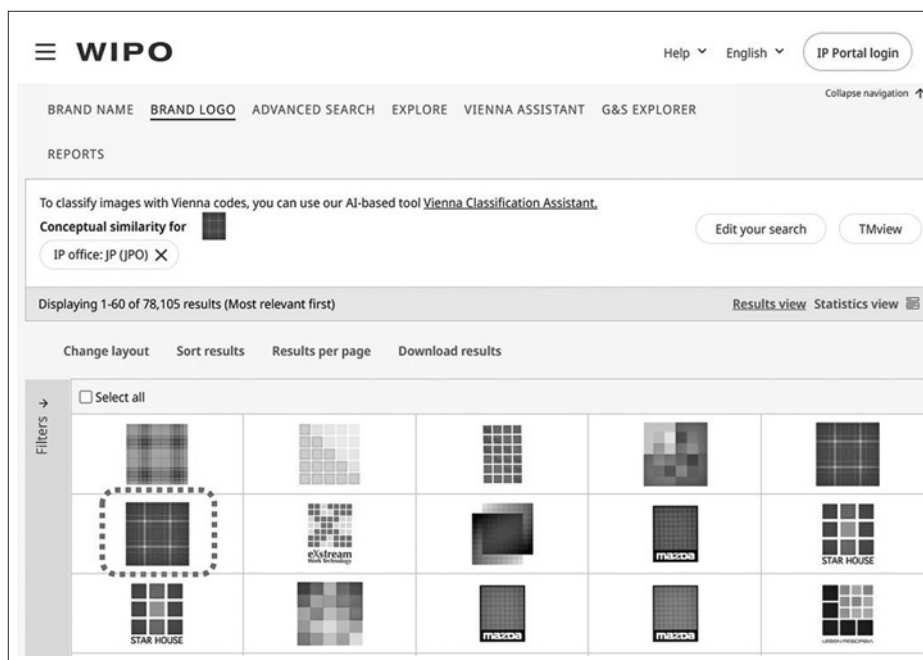


図5 調査結果（破線内が調査商標）（Global Brand DataBase より引用）

なお、このように調査すると、図形分類コードは単純な1:1の関係性ではなく、図形分類コードが多数該当し

ていると判明する。図6は図4の図形商標に該当する図形分類コードである。

(531) 【ウィーン分類(参考情報)】 9. 1. 11; 9. 1. 17; 9. 1. 18. 1; 9. 1. 22; 25. 7. 1; 25. 7. 3; 25. 7. 20; 25. 7. 21; 26. 4. 1; 26. 4. 2; 26. 4. 5; 26. 4. 8; 26. 4. 9; 26. 4. 12; 26. 11. 3; 26. 11. 5; 26. 11. 6; 26. 11. 7; 26. 11. 8; 26. 11. 9; 26. 11. 10; 26. 13. 25. 4; 29. 1. 1. 2; 29. 1. 3. 2; 29. 1. 4. 2; 29. 1. 6. 4; 29. 1. 7. 2; 29. 1. 11; 29. 1. 15

図6 図4の商標に該当する図形分類コード(商標公報より引用)

この分類コードの複雑さこそ図形商標調査の困難さを示しているのではないだろうか。1つの図形分類コードの確認のみで問題なしと軽信すれば、調査漏れとなるリスクがあるかもしれない。何通りかの分類コードでの調査を繰り返せば、検索性も多くなりがちで、多くの労力を要することとなる。

一方、普通名称や品質表示と予期された言葉が、商標登録されていて困惑することも多い。その理由の一つとして、査定時に識別力を有していても、事後的に識別力を喪失した商標権が維持されているケースがある⁽¹⁴⁾。商標権の効力が及ばない場合(例えば商標法26条1項2号)、当該商標を使用しても侵害とはならないが、判断が悩ましい場合は使用回避の判断に傾きがちである⁽¹⁵⁾。しかし、回避ばかりしては、事業上の支障も生じる。そのため、識別力の有無を見極めるための調査が必要となる。例えば、特許庁の拒絶理由通知や審決では、広辞苑やコトバンクの語句の解説が引用されることが多いため、これらの辞書をツールとして情報収集をまず行う⁽¹⁶⁾。また、普通名称化に至っているのか否かは取引者の間での認識が考慮されるが⁽¹⁷⁾、昨今ではインターネット上の使用状況を引用した上で拒絶理由が構築される例が多いことから、検索エンジンをツールとして情報収集を行う。また、争いとなった場合に備えて、検索エンジンでの検索結果を端緒として、刊行年の確かな文献を準備することもある。この文献調査は、主に国立国会図書館サーチ(NDL SERCH)で検索する⁽¹⁸⁾。NDL SERCHでは利用者登録が必要であるが、複写物の使用目的が調査研究であれば、文献の遠隔複写依頼がオンラインで可能である。ところで、出版物の発行者は、国立国会図書館に出版物の納入義務があるため(国立国会図書館法24条、24条の2、25条各項)、国会図書館には全出版物が収蔵されているはずであるが、注意点がある。まず、商品販売が主目的の商品カタログに関しては、書店販売のISBNコードが付された出版物でも納入義務の対象外とされている⁽¹⁹⁾。また、全国紙の新聞は図書館の所在地(国立国会図書館本館なら東京都)で発行された紙面は収蔵されているが、各地方版は収蔵されていない。例えば、全国紙でも東京本社版と大阪本社版では紙面構成が異なる。また、同じ大阪本社版でも、例えば滋賀県版では大津支局による滋賀県内のニュース欄が掲載されているが、そういった各地方版の内容は国会図書館に所蔵されていない。よって、例えば地方版の記事が証拠として必要な場合は、各地方の県立図書館等での確認を要する。

また、事後的に識別力を喪失していると判断するための根拠が、J-PlatPatの調査で判明することもある。識別力を有しないと予期される表現を含む商標が第三者によって登録後、後年、別の第三者によって同じ表現が出願されて、拒絶査定になっていることがあるためである⁽²⁰⁾。すなわち、先願の査定時には、その語は識別力が認められていたが、後年に出願された商標の査定時点では識別力を失っていると特許庁が判断していることが明らかになるケースがある。J-PlatPatの高機能化により、過去に拒絶査定となった商標登録出願も検索が可能となっており、拒絶先願の内容も経過情報から確認可能である。

(2) 登録性確認調査

商標の登録性の確認時も、創作法の場合と同様に、侵害予防調査を含めて実施することになる。商標の場合は、商標法4条1項11号に該当するか否かの調査が多く、J-PlatPatの調査で対応可能である。しかし、4条1項11号以外の拒絶理由の該当性に関しては個別に検討が必要である。例えば、商標法4条1項10号の該当性に関しては、検索エンジンで当該商標を入力して検出結果の状況の調査や、J-PlatPatの「日本国内周知・著名商標検索」の確認、また「FAMOUS TRADEMARKS IN JAPAN(日本有名商標集)」⁽²¹⁾の確認等を行う。商標法4条1項1号や2号および3号違反に関してはJ-PlatPatの「不登録標章検索」の確認や、商標法4条1項14号関係であれ

ば指定商品や指定役務に応じて種苗の登録品種名の名称を農林水産省品種登録ホームページ⁽²²⁾で確認するなど、想定される各拒絶理由に応じて各種調査ツールでの確認が必要である。

なお、筆者の実務が国内主体となっていることから、海外の調査に関しては言及がなかったが、商標では海外官庁のデータベースを検索することもあり、重要度の高い国では商用データベースの活用や、代理人へ登録性の調査や評価を依頼する。ところが、中華人民共和国（大陸）では、現地代理人が登録可能性ありと評価した事案でも、拒絶を覆せなかった経験が数度あり⁽²³⁾、海外での登録性調査の難しさを実感するとともに、すっかり事前調査に対する虚無感にとらわれている。従来、わが国で商標登録出願後に海外権利化を図っていたが、我が国のみが商標登録完了しても、結局ネーミングの再考が必要となる。代替策として、中国で出願後に審査の趨勢を見極めて、その後日本へ出願する戦術があり得る。中国は審査が早く、出願公告まで6ヶ月を切ることから、中国で登録性の判断が示された後に、パリ条約優先権を主張して日本へ出願する手法が取り得る。なお、この場合は日本での登録性は高いことを事前評価済であることは言うまでもない。つまり、中国での登録性調査の調査ツールは「当局の審査官」に任せて頂くという方法論である。

3. 産業財産権以外の知財情報収集

産業財産権以外の知財における情報収集では、筆者の場合は著作権と不正競争防止法（2条1項1号から3号まで）で対応頻度が高い。産業財産権と同様に、上市前の製品等の適法性の検討の一環として、侵害性判断を求められることが多い。加えて、著作権に関しては、ライセンス時や事業提携時に相手方の有する権利のクリアランスが必要な場合もある。

3. 1 著作権

（1）侵害性判断のための調査

侵害性判断では、対する相手方の著作物が①「著作物と言い得るのか」、②「保護期間内であるのか」、③「複製・翻案等の行為となるのか」の判断を行う。なお、著作権侵害の成立に関しては、産業財産権と異なり依拠性が求められる。そのため、具体的な調査に入る前に、対する著作物に依拠した事実関係の有無や、対する著作物へのアクセス可能性やアクセス蓋然性の有無に関してまず検討が必要である。また、検討時点では特段相手方の著作物が存在せず、創作者が独自に創作した主張する場合には、以降の検討は原則として実施する必要性は低いであろう。

まず①は、創作性の評価であるため、調査ツールを活用するケースは少ない。②の確認では、著作者の没年または著作物の公表年の確認が必要となる。著作権は原則として著作者死後70年を経過するまでの間存続し、法人その他の団体名義の場合は、その著作物の公表後70年を経過するまでの間存続することから、著作者に関する情報の収集が不可欠である⁽²⁴⁾。実務では、「この昭和レトロなこのイラストを使いたいのだが、ちょっと調べて欲しい」といった、そもそも著作者情報が不明で、かつ作者が著名な作家では無いケースも多い。昨今では、検索エンジン（例えばGoogle）の高機能化のおかげで、著作者名等の情報が判明するケースも増えている。例えば、美術の著作物の場合には、検索エンジンの類似画像検索（例えばGoogle レンズ）を用いて、画像情報を検索することで何らかの情報が判明するケースが多い。

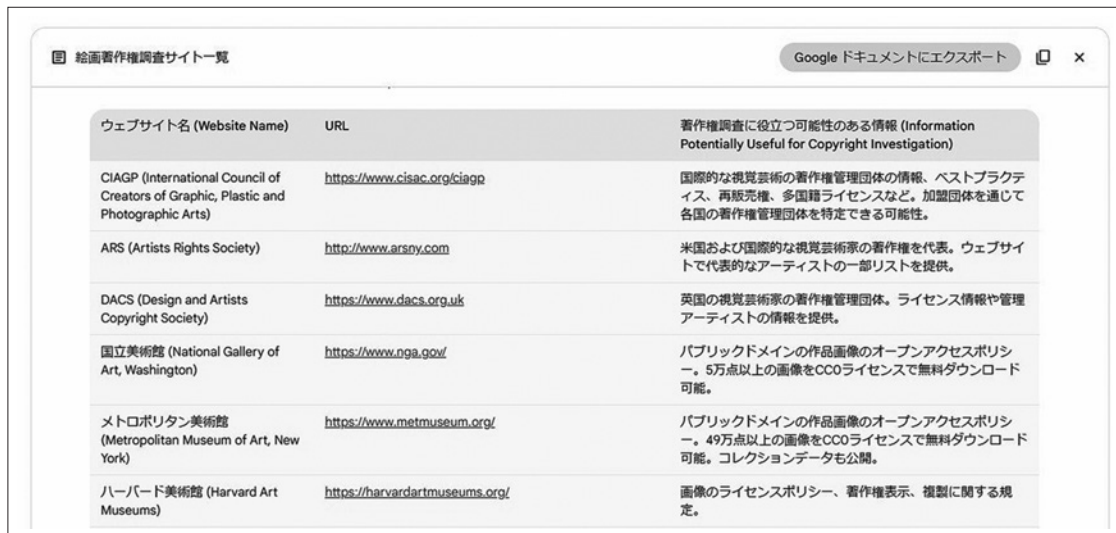
なお、類似画像検索による調査では、画像検索共有サービス（例えばPinterest等）がヒットすることもあるが、画像検索共有サービスで検出された著作物は典拠が不明なことも多い。検出結果自体が、著作権者に無断で送信可能化されているおそれもあるように見受けられる。著作権に関しては確実な調査ツールが事実上存在しておらず、また検出されたネット上の情報が必ずしも正しいとは限らない。一次調査で得られた情報を端緒として、さらなる調査を行い、慎重に判断する必要がある。例えば美術の著作物に関しては、「文藝年鑑」や「美術年鑑」、また「世界芸術家辞典」等の刊行物か⁽²⁵⁾、表1のようなWebサイトを調査ツールとして更なる確認を行う⁽²⁶⁾。

表 1 美術の著作物で著作者の情報を探索するための調査ツールの例

連番	調査ツール名称	運営者	特徴
a	The Collection	シカゴ美術館	所蔵の絵画など作品が検索可能。作品名、著作者の没年、著作権の有無等の情報が掲載
b	Search The Collection	メトロポリタン美術館	所蔵の絵画など作品が検索可能。作品名、著作者の没年、著作権の有無等の情報が掲載
c	NYPL Digital Collections	ニューヨーク公立図書館	古い刊行物等が豊富。著作権の有無等の情報が掲載。著作物が創作されてから現在までの歩みが図示される。
d	JAPAN SEARCH	日本国全体の取組(国立国会図書館がシステム運用)	国内デジタルアーカイブと連携して、横断的に検索が可能なプラットフォーム。著作権の有無等の情報が掲載。
e	日本のアートを調べる	独立行政法人国立美術館 国立アートリサーチセンター	日本の近現代アートと著作者の調査方法についてガイドサイト。調査サイトの説明やリンクが設けられている。
f	二次利用がしやすいデジタルアーカイブ(美術館)	国立国会図書館	パブリックドメインのため利用可能なデジタルアーカイブに関する、北米、欧州、アジア、日本の各リンク集。
g	著者の没年を調べる	国立国会図書館	著作権保護期間を確認する上で重要な、著作者の没年を調べる方法について紹介。

表 1 の a から c は、海外の公的機関で著作物の情報を掲載しているサイトである。当該国の法解釈によりパブリックドメインか否かの記載もあるため、サイト上の掲載情報を参考に、改めて我が国の著作権法により保護期間の判断を行う。表 1 の d は、我が国における複数の機関のデジタルアーカイブと連携した分野横断型統合ポータルサイトで、多くの著作物の検索・閲覧が可能であり、著作者名等も確認可能である。表 1 の e は我が国における分野横断的な調査に加えて、調査方法に関する解説等もされている。表 1 の f と g は国立国会図書館のサイトであり「二次利用がしやすいデジタルアーカイブ(美術館)」ではパブリックドメインの情報が、「著者の没年を調べる」では国立国会図書館所蔵の資料により可能な調査方法がまとめられており、参考となる。

なお、昨今はこのような著作物に関する情報に関して、対話型生成 AI を用いた調査も可能となってきた。しかし、確認したい著作物の保護期間等について直接回答を求める質問(=プロンプト)を入力すると、ハルシネーション(Hallucinations: 事実に基づかないもっともらしい誤った情報)のリスクがある点に留意すべきかと考えられる。そのようなリスクの回避策はいくつかあるが、著作物の調査に適した調査ツールの探索を対話型 AI によって洗い出す方法がある。検出された調査ツールについて、その後自ら妥当性を確認し、使える調査ツールを選定して、具体的な調査を実施するという活用方法である。例えば、海外の作家の絵画の著作権について調査可能なサイトを表形式で出力するようなプロンプトを、Google 社の提供する Gemini に入力して得られた結果を図 7 に示す。従来は、調査ツールの候補を探索するだけでも時間を要していたため、調査ツール案を瞬時にリスト化するプロセスの AI 化だけでも、かなりの業務負担軽減と業務水準の向上につながる可能性がある。



ウェブサイト名 (Website Name)	URL	著作権調査に役立つ可能性のある情報 (Information Potentially Useful for Copyright Investigation)
CIAGP (International Council of Creators of Graphic, Plastic and Photographic Arts)	https://www.cisac.org/ciagp	国際的な視覚芸術の著作権管理団体の情報、ベストプラクティス、再販売権、多国籍ライセンスなど。加盟団体を通じて各国の著作権管理団体を特定できる可能性。
ARS (Artists Rights Society)	http://www.arsny.com	米国および国際的な視覚芸術家の著作権を代表。ウェブサイト上で代表的なアーティストの一部リストを提供。
DACS (Design and Artists Copyright Society)	https://www.dacs.org.uk	英国の視覚芸術家の著作権管理団体。ライセンス情報や管理アーティストの情報を提供。
国立美術館 (National Gallery of Art, Washington)	https://www.nga.gov/	パブリックドメインの作品画像のオープンアクセスポリシー。5万点以上の画像をCC0ライセンスで無料ダウンロード可能。
メトロポリタン美術館 (Metropolitan Museum of Art, New York)	https://www.metmuseum.org/	パブリックドメインの作品画像のオープンアクセスポリシー。49万点以上の画像をCC0ライセンスで無料ダウンロード可能。コレクションデータも公開。
ハーバード美術館 (Harvard Art Museums)	https://harvardartmuseums.org/	画像のライセンスポリシー、著作権表示、複製に関する規定。

図7 対話型生成AIによる著作権を調査するサイトについての回答例

より困難な調査が、パブリックドメインの著作物の著作者人格権のクリアランスである。例えば著作物を用いて商品化する場合は、著作物の内容を改変する場合がありますが、同一性保持権侵害となるリスクがある。また、商品化の内容が名誉声望を害する利用と判断される場合には、著作者人格権侵害が擬制される。パブリックドメインであったとしても、著作者の遺族の方には、商品化に対して様々な思いの方がおられるであろう。また、法的には、2親等までの親族は著作者人格権侵害に対して権利主張が可能である。法的にも、ビジネス倫理的にも配慮や留意が必要である。しかし、遺族の方々の情報までは不明なことが多い。検索エンジンで調査し、不明な場合は作品の所蔵元の美術館や画集等の版元に相談等して連絡先の窓口を特定する。また、著作者の氏名等が商標登録出願されている場合がありますが、念のためにJ-PlatPatで著作者の氏名等に係る商標登録出願を確認する。ただし、遺族の方とは無関係な第三者が著作者の氏名等を権利化している場合もあり、著作者人格権に係る相談先としての妥当性は更に確認が必要である⁽²⁷⁾。

③の「複製・翻案等の行為となるのか否か」では、創作的表現の共通性の検討（二段階テストまたは濾過テスト）のため、原則として調査ツールを用いることは無い。ただし、ありふれた表現であるか否かが問われる場合には調査を要する。すなわち、依拠元の著作物の創作性が低いと判断されて、類似範囲が狭いと判断されることがあるためである⁽²⁸⁾。よって、対する相手方の著作物と同様の表現がどの程度存在しているのかを明らかにするための調査が必要となる。

(2) 利用許諾時等の調査

著作権等管理事業者により管理されている著作物であれば、比較的簡便な確認と利用許諾の手続きが可能であるが、世に多く存在する著作物は、集中管理されていないことが多い。集中管理されていない著作物の利用許諾に関しては、個別に交渉を行い契約することになるが、相手が正当な許諾契約を締結する権原を有するのか否かをライセンサー側は確認することが困難である。例えば、相手先が著作者かつ権利者の場合もあれば、相手先がライセンシング・エージェントであったり、またはサブライセンス権を有しない者であったり、と相手の地位も様々である。相手先が契約を締結する権原を有している場合でも、確認漏れやライセンサー側の知財リテラシーの低さに起因して、トラブルに巻き込まれることもある。例えば、我が国の著作権（商品化に関する部分の支分権にあたる複製権等）に関しては契約相手が権利者であるが、海外に関しては別の権利者が存在する場合や、著作権に関しては契約相手が権利者であるが、著作者名や題号等の商標権は第三者が有しており商品化にあたって商標権侵害リスクがあると事後的に判明するケースもある。

著作権登録がされている場合、文化庁のサイトで確認できるが、検索サイトで公開されている情報は、題号や著作者の氏名等、ごく限られている（図8参照）。詳細は、登録事項記載書類の交付を受けて確認する必要がある。

文部科学省 Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology		著作権等登録状況検索システム				
検索条件入力 > 検索結果		検索結果表示件数: 1件				
登録番号	登録年月日	著作物等の題号	著作者の氏名等	登録別	受付番号	受付年月日
第35761号-1	平成24年10月18日	くまモン	水野 学	著作権	第591号	平成24年09月21日
※著作者の氏名等は、最初の公表の際に表示されたものを表示しております。						検索条件入力
Copyright© 2011 The Agency for Cultural Affairs. All Rights Reserved.						

図8 キャラクター「くまモン」の著作権登録情報の検索結果

しかし、著作権登録されている件数は極めて少ないため、著作権登録制度で契約時に確認したい内容が満足に確認できるケースは極めて少ない⁽²⁹⁾。運良く著作権登録されていたとしても、著作物の内容は概要が登録事項記載書類に記載あるのみで、著作物の具体的な表現は不明である。そのため、許諾を希望する著作物と登録された著作権の関係性が明確になるとは必ずしも言えない⁽³⁰⁾。

その他の確認方法として、美術の著作物が図形商標として、また著作物の題号やキャラクター名等が商標登録出願されていることがある。そのため、J-PlatPat で商標調査を行うことで、商標権者と著作権者、または契約相手の名義との対応関係を確認可能な場合もある。本来の J-PlatPat の用途とは異なるが、ライセンサー側が示した著作権に関する情報の妥当性を確認する一つの方法である。ただし、このような方法で確認が可能なのは、著作物をコンテンツとして意識して商標登録されているケースに限られよう。

3. 2 不正競争防止法（2条1項3号を中心に）

不正競争防止法2条1項1号及び2号による保護に関しては、商品等表示の周知性又は著名性の評価を要するが、調査ツールとしては商標の「登録性確認調査」でも触れた J-PlatPat の「著名商標」検索がある。裁判上で周知性等が認定済みの商品等表示を検索できるが、世に存在する多くの商品等表示の周知性の有無は、未だ裁判で判断は示されていないと言える。したがって、実務上は自己の事業分野における周知な商品等表示の把握が求められ、調査ツールのみに依存はできない。知財担当者単独では判断が難しいこともあり、当該商品等表示に係る商品の国内業界シェア等の情報収集や、知見に優れた事業部門のマーケティングの助けを得る方が的確な判断ができる可能性がある。

また、商品の形態自体が商品等表示として保護を受ける場合もある。なお、商品の形状（物品の意匠）が意匠登録を受けていたとしても、当該形状が他人の周知な商品等表示として混同のおそれが生じる場合には、意匠の実施は不正競争防止法に違反するケースもあり得る⁽³¹⁾。そのため、意匠等の侵害予防調査時にも、周知な商品等表示となり得る商品形態の有無を考慮すべきであろう。

一方、不正競争防止法2条1項3号の形態模倣の侵害性判断に関しては、先行商品が①「日本国内において最初に販売された日から起算して三年を経過」しているか、また、先行商品と開発商品が②「実質的に同一の形態の商品」か否かの判断が必要となる。なお、著作権と同様に、依拠性が要件となっているため、まず他人の商品形態に依拠した事実関係の有無が確認必要である。依拠した事実がないとしても、依拠した蓋然性があると裁判所で認定されるおそれもあるため、慎重な検討が必要な場合もある⁽³²⁾。また、検討時点で先行する他人の商品形態が特段存在せず、開発者が独自に商品形態を開発したと主張している場合には、以降の検討は原則として実施する必要性は低いであろう。

まず、①については、保護期間の終期の起算点が「日本国内において最初に販売された日」であることから、先行商品の販売開始日の調査が必要となることがある。一般消費者向けの小売商品の場合、EC での売り上げが好調であること、また店舗販売の事業者もオンラインショップの併設や EC プラットフォームでの出品が多いため、インターネット検索による調査が主体となる。まずは先行商品販売者の公式サイトを確認する。しかし、既に当該商品の取り扱いが終了していることも多い。その場合でも、プレスリリースの過去記事から判明することもある。また公開終了したサイトに関して、デジタルアーカイブの「WAYBACK MACHINE」で閲覧できる可能性もあるため⁽³³⁾、これらの情報を丹念に確認する。公式サイト以外の情報としては、一部の EC プラットフォームで

は商品の販売開始の年月日の表記があり、参考にできる場合がある⁽³⁴⁾。また、出品年月日の表記が無い場合でも、購入顧客のクチコミには投稿日が記載されており、少なくともどの時点で販売されていたのかは判明する。加えて、購入後の先行商品がフリマサイトで転売されていることもあるため、主要なフリマサイトの調査も有益である。フリマサイトでの取引履歴から、遅くともどの時点で販売されていたのか判明する。なお、商品の JAN コード（POS システム等で利用されている流通用のコード）が判明している場合には、インターネット上の JAN コード検索サイトより当該コードを入力すれば、当該コードの登録日が判明するため、ある程度の流通開始日が推察可能である。これらの調査によって判明しない場合には、いまだに保護期間内である前提で検討をした方が良好であろう。

「②実質的に同一の形態の商品」かの判断では、先行商品と後発品を対比して各々対応する形態を突合させて観察を行う手法（対比的観察）で評価するため、調査ツールを用いることは少ない。しかし、問題となった商品形態が、先行商品よりも過去に市場で取引されていた場合には、実質的同一性を否定している裁判例が見受けられる⁽³⁵⁾。したがって、依拠した商品よりも更に先行して、同種の商品形態が存在していたか否かについて調査が必要となる場合がある。この場合は、主に検索エンジンの類似画像検索機能を調査ツールとして用いる。例えば、商品形態の対象が衣服の場合、類似画像検索で調査をすると、思いの外に共通する形態の衣服が多く検出される場合がある。次の確認点としては、これらの検出された商品形態が、いつの時点の情報なのかを明らかにする必要がある。

類似画像検索機能により得られた知見には限界があるため、ある程度収集された情報をもとに、さらに調査が必要なことが多い。検出された商品画像が掲載されているウェブサイト上から、どの時点の情報なのか判明すれば良いが、HTML ソースを確認しても当該画像が送信可能化された日時は基本的に解明できない。前述の「①日本国内において最初に販売された日から起算して三年を経過」したことの確認と同様に、例えば商品名や販売元情報が判明した場合には、商品販売者公式サイトのプレスリリースの過去記事の調査、デジタルアーカイブの「WAYBACK MACHINE」での確認、EC プラットフォームでの商品販売開始の年月日やクチコミ投稿年月日、またはフリマサイトの取引状況等の Web 情報や、商品カタログ等の刊行物の調査を実施した上で、慎重な判断を行う必要がある。

4. 模倣品調査時の情報収集

模倣品対策では、①「模倣品の出現状況の調査」や、②「模倣品製造元、模倣品流通経路の調査」が必要となることが多い。また、③「税関に対する模倣品の輸入差止申立」には疎明資料や識別ポイントの提出が必要であり、そのためには模倣品の現物の入手や、貨物の仕出し国や輸入者等の情報の調査も必要となる。

まず、①に関しては模倣品の実態調査であり、その調査結果を受けて対策を構築することになる。一般消費者向けの商品の場合、BtoC 向けの EC サイトでの小売が活発であるため、自社ブランド名を主要な EC サイトで検索することで、模倣品の取引状況が判明することが多い。しかし、情報収集を始めると、早晚、模倣品や侵害サイトの枚挙にいとまがない状況となり、模倣品販売サイト情報の管理に苦慮することになると思われる。そのため、調査会社等が有償で提供するクラウドサービスのデータベース型の業務管理アプリを調査・管理ツールとして活用するのが効率的である。EC サイト上で自社ブランド名をキーワード検索し、抽出した侵害サイトの URL 等の情報をクラウドサーバーに格納し、個別に侵害状況を確認する。侵害サイトと判断される場合には、EC 運営元へ削除要請を申請する。データがクラウドサーバー上で保管されているため、時系列での侵害サイトの消長や、過去に行った対策の履歴も確認可能である。模倣品対策は、費用対効果の面から疑問視されることもあるため、対策の効果を検証するためにも、過去に実施した結果等の検証は非常に重要である。単なる調査ツールとして用いるだけでなく、業務パフォーマンスの向上と検証ができる点も、ツールの選択時には重要な視点である。

模倣品の流通が次から次に検出されると、どの事案から対処をすべきか判断に迷う。顧客に対して重大な健康被害等の生じる模倣品をまず最優先とすべきであるが、その他の判断材料として、ビジネスインパクトの大きい案件を優先すべきであろう。インターネットを利用した情報収集方法として、一般消費者向けの小売商品の場合には、国内フリマサイトを調査ツールとして活用する方法がある。国内フリマサイトは、転売目的で仕入れた商品を販売

するケースもあるが、本来的には消費者が購入後に不用品として手放す際に生じる CtoC の取引が主体である。すなわち、フリマサイト上での取引の姿は、ある商品を買求める需要者層の全体像を直接反映するわけではないが、実際の購入者全体の母集団の内からいわばサンプリング抽出された結果が、フリマサイト上で「出品」という形で表れていると言える。そのため、フリマサイトでの真正品と模倣品の取引の割合は、消費者によって市場で購入された真正品と模倣品の割合を類推させるものと言えよう。フリマサイトでの当該商品の真正品と模倣品を合算した全取引件数に対して、当該商品の模倣品の割合を、市場の「汚染率」として評価することができる。本来的には、この「汚染率」を高めないことが重要であるが、実務では「汚染率」が高い模倣品について、優先的に対策を講ずることとなりがちである。

次に②と③の模倣品製造元や流通経路の調査、また貨物の仕出国等の情報の調査は、一般消費者向けの小売商品の場合、BtoC 向けの EC サイトの画像情報が端緒となることがある。模倣品販売サイトでは、当初は真正品の公式画像を用いて販売されることが多い。これは、さも真正品であるかのように販売する戦術であろう。しかし、近年の検索エンジンの類似画像検索機能の活用で、公式画像を用いた模倣品販売業者の検出が容易化している。そのため、権利者側からの著作権侵害を根拠とした削除申請によって、多数のサイト削除が可能となっている。そうすると、模倣業者は著作権侵害を理由とした出品削除を警戒して、次第に模倣業者オリジナルの商品画像を用いて模倣品を販売する方針に転換される傾向がある。この模倣業者のオリジナル商品画像は、模倣品製造元が各小売店舗へ供給しているように推測され、各 EC サイトで共通の商品画像が用いられている。また、商流の上流側である BtoB サイトでも共通の商品画像が用いられているケースが見受けられる。よって、模倣業者のオリジナル商品画像をたどることで、模倣品の BtoC 向けサイトに加えて、BtoB 向けサイトも判明し、当該模倣品の貨物の仕出国等の情報が判明することに加え、模倣品製造元のサイトが特定できる場合もある。模倣品製造業者の摘発にあたっては現地調査が欠かせないが、オンライン上の調査でもある程度は模倣品製造業者の特定が可能なケースがある。

5. おわりに

J-PlatPat の高機能化によって作業効率も改善したが、J-PlatPat で実装されていない機能として類似画像検索機能がある。意匠や図形商標では画像検索のニーズが大きいと考えられるため、類似画像検索機能の実装が望まれるところである。特許庁では AI を活用した先行図形商標検索に係る開発の取組と試験導入がなされており⁽³⁶⁾、エンドユーザー向けの J-PlatPat へも導入が期待される。

産業財産権以外の知的財産に関する情報収集では、決定的な調査ツールが存在しておらず、調査しても判明しない孤児著作物（Orphan works）の問題に直面することもある。制度的な改善策としては、令和五年著作権法改正で設けられた新裁定制度の運用開始により、実務の進化が望まれるところである。また、情報収集のツールとしては、検索エンジンに実装されている類似画像検索機能を活用することが多くなっているが、入力情報が AI 学習に活用される等の情報漏洩リスクが問題視されることがある⁽³⁷⁾。そのため、公表前・出願前の未公開情報による検索エンジンでの類似画像検索は控えるべきかと思われる。

今後の AI 実装社会では、知財情報収集にも AI の活用が進むと期待される。例えば、調査ツールが存在しない、著作物におけるありふれた表現や、不正競争防止法上の商品形態として先行して市場で取引されている商品形態の有無に関して、それら情報をすべて機械学習した調査ツールが実現すれば、知財調査の現場の作業や、訴訟時の証拠収集も様変わりする可能性がある。弁論主義による侵害訴訟では、充実した証拠の提出ができなかったことに起因して、例えば「ありふれた表現」の主張が認められないこともあり得るとされている⁽³⁸⁾。人力では、過去のすべての著作物の表現や商品形態を把握することは不可能であり、特に被告側では限られた期間内に証拠収集に窮することもある。仮に、実用化された場合には、今後の攻撃防御方法にどのように影響を及ぼすのか計り知れないところもあるが、新たな技術により生まれた証拠が訴訟で採用されることは従来からもあったことである⁽³⁹⁾。

今後しばらくは、まだまだスクリーニング等に労力を要することになろうと考えられる。しかし、業務効率の向上を進めて、正確な情報収集と的確な判断により、事業上価値ある情報の提供を志向すべきである。知的財産部門は、本来的には単なる検索作業（＝ search）に終始するのではなく、最終的には事業に資する価値ある調査と分

析、そして提案をアウトプットとして行う、いわば IP research が中核的な機能と役割となるべきである。知財情報の収集は一見すれば地味な業務である。しかし、知的財産部門の実務者は、新たなツールや技術を実務に取り入れるトライを怠らず、創意工夫を加え、情報収集能力を高めて「地味で、地道だが…実力派！」と一目置かれる存在となるように、今後も尽力して行きたい。

(注)

- (1) 筆者のもとでは、月平均約 290 件程度の調査を対応している（模倣品調査を除く）。なお、そのうち 9 割以上が商標に関する案件である。
- (2) J-PlatPat は独立行政法人工業所有権情報・研修館（INPIT）によって 2015 年 3 月から運用が開始されている（<https://www.j-platpat.inpit.go.jp/> 参照。最終閲覧日 2025 年 2 月 24 日）。
- (3) J-PlatPat のこれまでの機能改善については、INPIT の「お知らせ（特許情報の提供）」にて紹介されている（<https://www.inpit.go.jp/info/topic/index.html> 参照。最終閲覧日 2025 年 2 月 24 日）。
- (4) J-PlatPat では検索結果一覧画面を CSV 出力する機能が備わっているが、その場合はユーザー登録とパスワード認証が必要となる。
- (5) 特許と実用新案においては、J-PlatPat でブラウザのメモリを用いて検索式の保存は可能となっている（独立行政法人工業所有権情報・研修館（2021 年）『J-PlatPat 操作マニュアル』、pp.69-76 参照）。
- (6) 例えば、商標調査の無料の調査ツールとしては、Global Brand Database（<https://branddb.wipo.int/branddb/en/>）や、我が国における無料の商標調査ツールとして Toreru 商標検索（<https://search.toreru.jp/>）等がある。
- (7) 猪狩俊博・藤拓也・辛川力太（2024 年）『「侵害予防調査」実施の要点』『ビジネス法務』24 巻 12 号、p.115。
- (8) J-PlatPat の 2025 年 1 月の機能改善により、表示可能件数が 3,000 件から 30,000 件へと改善されたため、「大量の検索結果で検索結果が表示できない」という問題は解消していると考えられる。
- (9) 平成 17 年 1 月 1 日から施行した日本意匠分類には、日本意匠分類を形態等の特徴で更に細分化した D タームが用意されている。ただし、意匠分類によっては、D タームが存在しないものもある。
- (10) 木村恭子（2015 年）「意匠審査」『特技懇』277 号、pp.30-32 参照。
- (11) バッチ審査スケジュールは以下の特許庁サイトで公開されている（<https://www.jpo.go.jp/system/design/shinsa/status/ishoto.html> 参照。最終閲覧日 2025 年 2 月 24 日）。なお、審査スケジュールから第三者の出願の審査タイミングを検討する際に、例外的に早期審査により査定がされる可能性には留意すべきであろう。
- (12) 富永亘（2013 年）「意匠審査における先行意匠調査について」『特技懇』270 号、P.70 参照。
- (13) 閲覧可能な WIPO のサイトとしては、「International Designs Bulletin」（<https://hague.wipo.int/#/bulletin/> 参照。最終閲覧日 2025 年 2 月 24 日）が存在する。
- (14) 事後的に識別力が喪失した裁判例として、「うどんすき事件」（東京高判平成 9.11.27 平成 9（行ケ）62）や、「招福巻事件」（大阪高判平成 22.1.22 平成 20（ネ）2836）等。なお、これらの商標権は現在も存続している（2025 年 2 月 24 日確認）。
- (15) 識別力の有無に関して特許庁と裁判所で判断が分かれるようなケースもある（特許庁と裁判所で識別力判断が分かれた事例としては「くるんと前髪カーラー」事件（知財高判令和 5.9.7 令和 5（行ケ）10030）等）。このように、審判官と裁判官で判断が分かれる言葉は、実務家としては判断が極めて困難である。商標法 26 条 1 項各号に該当する公算が高いと考えられる場合には、知財担当者としては低リスクと判断できる。しかし、このような事案で訴訟となり勝訴しても、ビジネス上の金銭的利益は限定的と予想される。そのため、企業としては、法的な白黒よりも、紛争の招来リスク回避を優先するケースもある。紛争リスクを見極める際の参考情報として、識別力を有していないと予期される商標の権利者が、当該商標を自己の商標権である旨を自ら声高に主張しているか否かを調査することもある。
- (16) 広辞苑の記載を根拠の一部として引用している事例として「赤缶カレー」に対して商標法 3 条 1 項 3 号に該当しないと判断した事例（不服 2024-003158）や、「だし塩むすび」に対して商標法 3 条 1 項 3 号又は 4 条 1 項 16 号に該当すると判断した事例（不服 2023-012783）等。またコトバンクの記載を根拠の一部として引用している審決例として例えば「三田吉本牛」に対して商標法 4 条 1 項 16 号に該当するとした事例（不服 2024-000638）や、「フラパノール効果」に対して商標法 3 条 1 項 6 号に該当するとした事例（不服 2023-013766）、「美容薬学士」に対して商標法 3 条 1 項 3 号に該当するとした事例（不服 2023-000744）等がある。
- (17) 特許庁編（2022 年）『工業所有権法（産業財産権法）逐条解説』（第 22 版）発明推進協会、p.1541 参照。
- (18) 国立国会図書館サーチ（NDL SERCH）では所蔵資料の調査やデジタル資料の検索が可能である（<https://ndlsearch.ndl.go.jp/> 参照。最終閲覧日 2025 年 2 月 25 日）。
- (19) 従来、筆者の実務では、書店に流通する定期刊行物の自社商品カタログを国会図書館へ納本していたが、国立国会図書館より商品カタログに関しては納本が不要であると連絡を受けた経験がある。
- (20) 例えば、指定商品が被服に対して、「NAVY」（商願平 03-041749）については登録されているが、菱形の図形内に「NAVY」と記された後願（商願 2020-028167）では「NAVY」の文字は、「ネイビーブルー、濃紺色」の意味を有するものとして知られてお

- り、また、ファッション関連の業界においては、「NAVY」の語が、「ネイビーブルー、濃紺色」を指す語として親しまれている実情が認められます。－中略－これに接する取引者、需要者は、当該商品が「ネイビーブルー又は濃紺色（ネイビー）の商品」であると認識するにとどまることから、本願商標は、商品の品質、特徴を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなるものと認められます。したがって、本願商標は、商標法第3条第1項第3号に該当すると判断されている。
- (21) 社団法人国際工業所有権保護協会日本部会（2004年）『FAMOUS TRADEMARKS IN JAPAN [日本有名商標集] 第3版』。
- (22) 農林水産省品種登録ホームページ（<https://www.hinshu2.maff.go.jp/>）により登録品種名を確認することが可能である（最終閲覧日 2025年2月25日）。
- (23) 例えば、北京知識産権法院 2021年1月26日判決（2020）京73行初15588号（「MEDE19F」と「MAEDEF 曼登斐」が類似と判断された事例）。
- (24) 著作権保護期間の算定は原則論以外に、連合国及び連合国民の著作権の特例に関する法律によるいわゆる戦時加算や、法改正により存続期間が延長されている著作物（例えば写真の著作物はもともと公表後10年という非常に短い保護期間であったが、法改正が繰り返された）もあり複雑である。存続期間が争われた事件もあり（例えば「ローマの休日事件」東京地判平成18.7.11 平成18（ヨ）22044号等）、裁判所の判決の有無を調べることも重要である。
- (25) 「文藝年鑑」は公益社団法人日本文藝家協会（編）で年刊（新潮社刊）、「美術年鑑」は美術年鑑社（編）で年刊（美術年鑑社刊）。いずれも著作者に関する連絡先が掲載されている。また、「世界芸術家辞典」（2006年）（順天出版刊）は国内外の著作者の生没年が掲載されている。
- (26) 表1におけるURLは以下のとおり。いずれも2025年1月30日確認。
- a: 「シカゴ美術館」（<https://www.artic.edu/open-access>）、
 - b: 「メトロポリタン美術館」（<https://www.metmuseum.org/art/collection/search>）、
 - c: 「ニューヨーク公立図書館」（<https://digitalcollections.nypl.org/>）、
 - d: 「JAPAN SEARCH」（<https://jpsearch.go.jp/>）、
 - e: 「日本のアートを調べる」（<https://artplatform.go.jp/ja/research-guides>）、
 - f: 「二次利用がしやすいデジタルアーカイブ」（https://ndlsearch.ndl.go.jp/rnavi/plan/post_1142）、
 - g: 「著者の没年を調べる」（<https://www.shinchosha.co.jp/book/750050/>）。
- (27) 平成21年より商標審査便覧では「歴史上の人物名からなる商標登録出願の取扱いについて」が追加され、商標法4条1項7号に該当し得ることとされた。しかし、審査便覧が改訂される以前に出願されて登録となった商標権が散見される。
- (28) 上野達弘・前田哲男（2021年）『＜ケース研究＞著作物の類似性判断 ビジュアルアート編』pp.42-44 参照、勁草書房。
- (29) 著作権登録件数は、2024年236件、2023年884件、2022年637件、2021年376件であった（2025年2月22日に文化庁「著作権等登録状況検索システム」で筆者により確認）。
- (30) 文化庁著作権課（2023年）『登録の手引き』（p.22 参照）によれば、我が国で著作権登録をする際は、「著作物の明細書」へ著作物の内容又は体裁を200字から400字程度で記載することは必須であるが、著作物の写真や図面等を添付することは任意とされている。
- (31) 不正競争防止法2条1項1号該当性が争われた仮処分命令申立事件（令和元年（ヨ）22065）では、差止請求対象の商品は意匠登録されていると説明されている（WWD2019年6月25日付『「イッセイ ミヤケの主張に断固として反論する」差止処分を申し立てられた鳥取のバックメーカー、バルコスが反論」記事 <https://www.wwdjapan.com/articles/891035> 参照）が、当該意匠権は意匠登録第1499840号等が該当すると思われる。その後、当事件に関して裁判所は、販売等が不正競争防止法に違反するとの原告の主張を認める旨の判断を示し、和解に至っている（WWD2020年8月31日付『「バオ バオ」に類似したバッグの販売等を巡る裁判でイッセイ ミヤケとバルコスが和解」記事 <https://www.wwdjapan.com/articles/1114500> 参照）。
- (32) 田村善之（2003年）『不正競争防止法概説【第2版】』（p.290、有斐閣）では「原告商品特有の特徴的な形態が被告商品と共通しているという事情は、「模倣」を肯定する方向に斟酌される」と述べられているように、依拠した事実がないと開発者が主張している場合でも、実質的同一の商品形態の場合にはリスクが高いことから、具体的に独自開発したことを示す証拠の有無を確認する必要がある。
- (33) Wayback Machine に関しては、<https://web.archive.org/> を参照。
- (34) アマゾンジャパンでは、従来は販売開始日（＝amazonでの取り扱い開始日）が表示されていたが、仕様変更でPC版では表示されないケースが判明している。ただし、スマートフォンのブラウザでは販売開始日の確認が可能である（最終閲覧日 2025年2月26日）。
- (35) 条文上「同種の商品が通常有する形態」が除かれていた2005年法改正前の判決で、「同種の商品が通常有する形態」であるとして保護を否定した裁判例として「ホーキンスサンダル事件」（大阪地判平成8.3.29 平成7（モ）51550）がある。2005年法改正後の現行法以降では、先行者自身が他者商品形態の模倣者である場合に請求主体性を否定する方法（「エルメス・バーキン事件」東京地判平成13.8.31 判時1760号138頁）や、共通する形態に関して過去の市場において取引されていた事実関係が認められた場合に、その共通性を重視せず、相違点を重視して、実質的同一性を否定する方法（「パール付き衣服事件」大阪地判令和5.10.31 令

和4(ワ)6582)で形態模倣による保護が否定されている。

(36)特許庁における取り組みに関する報告として、榊亜耶人(2022年)「特許庁初の機械学習コンペティション～『AI×商標：イメージサーチコンペティション』の開催～」『特許懇』306号、pp.59-72、及び富永泰規(2022年)「特許庁業務における人工知能技術の活用」『パテント』Vol.75、No.2、p.47を参照。

(37)例えば、Googleでは「プライバシーとポリシー」において、サービス利用時にどのような情報がGoogle側に収集されるのかについて表明をしており、少なくとも明記されている内容に関しては収集と活用がされているものと理解される

(<https://policies.google.com/privacy?hl=ja> 参照。最終閲覧日 2025年2月24日)。

(38)同様の内容の指摘として、前掲注28上野・前田(2021年)pp.114-117を参照。

(39)例えば、前掲注33のWayback Machineで保管されているアーカイブ資料に関して、収集内容及び日付は信用できるとした裁判例として「意匠権侵害差止請求権不存在確認請求事件」(東京地判平成17.2.23 平成16(ワ)10431)がある。

(原稿受領 2025.4.15)