

プラットフォーマーへの知財侵害主張通知と 信用毀損行為

—プラットフォーマーの責任に関する検討も含めて—

山口大学国際総合科学部 教授・米国ニューヨーク州弁護士

足立 勝

要 約

最近、インターネットプラットフォーム上に掲出されたコンテンツについて、プラットフォーマーに対して知的財産侵害している旨の通知をした行為が、コンテンツ掲出者から不正競争防止法2条1項21号（信用毀損行為）に該当すると判示される裁判例がいくつか現れている。このプラットフォーマーへの通知行為について、プラットフォーマーが免責されるために用意したしきみとの関係とあわせて、信用毀損行為に該当するとすべきなのか検討してみた。

あわせて、知的財産を侵害している旨の通知に基づき迅速にコンテンツを削除するプラットフォーマーのプラクティスについて、削除されたコンテンツの投稿者に対するプラットフォーマーの責任について、米国、EUでの法令の動きを確認するとともに、我が国の法令に基づいて改めて検討を加えたものである。

目 次

- はじめに
- 1.1 問題意識
- 1.2 条文の確認
2. プラットフォーマーへの知財侵害主張通知が問題になった裁判例
 - 2.1 商標権侵害を主張する通知の事案
 - 2.2 著作権侵害を主張する通知の事案
 - 2.3 小括
3. 不正競争防止法2条1項21号について
 - 3.1 不正競争防止法2条1項21号該当性
 - 3.2 プラットフォーマーへの知財侵害主張通知は「告知」とすべきか
 - 3.3 プラットフォーマーのプラクティスが信用毀損行為を誘発していないか
4. 知財侵害主張通知に関するプラットフォーマーのプラクティス
 - 4.1 プラットフォーマーの規約
 - 4.2 小括
5. プラットフォーマーの責任制限に関する法令
 - 5.1 米国
 - 5.2 EU
 - 5.3 日本
 - 5.4 小括
6. プラットフォーマーの責任について
 - 6.1 コンテンツの掲出に関するプラットフォーマーの責任
 - 6.2 削除したコンテンツに関するプラットフォーマーの責任
 - 6.3 プラットフォーマーが定める規約とプロバイダ責任制限法（情報流通プラットフォーム対処法）の関係

1. はじめに

1.1 問題意識

プラットフォーマーへの知財権侵害の通知による該当コンテンツの削除には、以前はかなりの時間を要していた。また、プロバイダ責任制限法制定後であってもかなり手間と時間がかかった⁽¹⁾。実際に、大阪地裁平成28年5月9日判決（石けん百貨事件地裁判決⁽²⁾）をみても、原告が被告（楽天）経営のインターネットショッピングモール退店後の平成17年9月30日に「石けん 百貨通販」とのサーチワード広告の削除について通知を被告に対して行い（同年10月3日に到達）、同年10月12日に当該サーチワード登録を削除したことが前提事実として認定されている。つまり、削除にあたって、通知到着後からも9日を要している。

ところが、昨今は非常に簡単に削除される傾向があるように思える。また、プラットフォーマーへの商標権侵害の旨の通知が不正競争防止法2条1項21号（信用毀損行為）の事実の告知に該当しないとされた裁判例がある一方で、このところ信用毀損行為に該当するとされる裁判例が複数出てきている⁽³⁾。

そこで、オンライン上のコンテンツが自らの知的財産が侵害されていることを主張する通知を送る行為（以下、本稿では「**知財侵害主張通知**」という）が、プラットフォーマーに対して行われたとき、不正競争防止法2条1項21号に該当するとすべきなのか否か、あわせて知財権侵害の通知によるコンテンツ削除に基づくプラットフォーマーの責任についても検討してみたい。

また、本稿でいう「**プラットフォーマー**」とは、インターネットサービスプロバイダで、情報や商品・サービスの流通の環境を提供するウェブサイトの運営事業者などを想定している。プラットフォーマーは、インターネット上でショッピングモールを運営するなどインターネット上で販売者と購入者を繋いだり（例えば、Amazon.co.jp、楽天市場）、利用者が投稿でき閲覧することができる動画サイトや情報サイトを運営したり（例えばYouTube、Facebook）といった役割を果たしている。また、プラットフォーマー自らが商品やサービスの販売者となることもあり、その場合はプラットフォーマーとしての役割に加えて販売者としての責任を果たすことになる。

なお、プロバイダ責任制限法は2024年5月に改正により、情報流通プラットフォーム対処法と呼ばれるようになり、2025年4月から施行されたが、本稿では文脈に応じて、引き続きプロバイダ責任制限法と記載することがある。さらに、プラットフォーマーへの知的財産侵害主張通知行為として、特許権、実用新案権、意匠権、不正競争行為としての著名・周知商品等表示、営業秘密等、様々な知的財産に関するものも考えられるが、我が国の近年の裁判例から商標権、著作権を中心に検討する。なお、近年EUにおいて、大規模プラットフォーマーや大規模検索エンジン事業者に対する追加的な規制がされてきているが、上記の本稿に関係すると思われる部分を除き、それら追加的な規制については立ち入らない。

1.2 条文の確認

まずは、不正競争防止法における信用毀損行為に関する条文を確認する。

(1) 正式には、特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律（平成13年法律第137号）。プロバイダ責任制限法は、平成13（2001）年11月30日公布、翌年5月27日施行された。昨年（2024年5月）改正により、法律名が「特定電気通信による情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律」（平成13年法律第137号）となり、情報流通プラットフォーム対処法（2025年4月1日施行）と呼ばれることになった。

(2) 平成26年（ワ）8187号 裁判所ウェブサイト 控訴審判決は、大阪高判平成29年4月20日 平成28年（ネ）1737号判時2345号93頁

(3) プラットフォーマーへの著作権侵害の旨の通知（及び通知されたコンテンツ削除）について、以前は通知者の行為が不法行為に該当するか否かが争われることがあったが、信用毀損行為に該当するとされることが多くなっているようである。

不正競争防止法 2 条 1 項 21 号（信用毀損行為）

「この法律において『不正競争』とは、次に掲げるものをいう。

二十一 競争関係にある他人の営業上の信用を害する虚偽の事実を告知し、又は流布する行為」

信用毀損行為を不正競争行為とする条項は、昭和 9 年不正競争防止法制定時に、パリ条約 10 条の 2 第 3 項 2 号に対応するため⁽⁴⁾、旧法 1 条 1 項 3 号として設けられた。その後、昭和 13 年法では 4 号に、昭和 25 年法では 6 号になるとともに、それぞれ若干の改正がなされた。平成 5 年改正法（平成 6 年 5 月 1 日施行）により、2 条 1 項 11 号となるとともに、旧法 1 条 1 項 6 号の「陳述」が「告知」と改められた。平成 11 年 4 月改正（技術的手段の保護規定の創設 平成 11 年 10 月 1 日施行）で 13 号に、平成 13 年改正（ドメイン名の保護規定の創設 平成 13 年 12 月 25 日施行）で 14 号に、平成 27 年改正（営業秘密侵害品の譲渡・輸出入等の規制 平成 28 年 1 月 1 日施行）で 15 号に、平成 30 年改正（限定提供データに関する保護規定の創設 令和 2 年 4 月 1 日施行）で 21 号に移動されている。

2. プラットフォーマーへの知財侵害主張通知が問題になった裁判例

以下では、プラットフォーマーへの知財侵害主張通知が不競法 2 条 1 項 21 号（信用毀損行為）に該当するか争われた最近の事案を中心に紹介する。最初の 4 件は商標権に関する権利侵害主張通知がされたもの、その後の 4 件は著作権に関する権利侵害主張通知がされたものである。

2.1 商標権侵害を主張する通知の事案**(1) 大阪地判令和 6 年 3 月 18 日（いつでも簡単トイレ事件⁽⁵⁾）**

この事件は、インターネットショッピングサイトを通じて「Qbit いつでも簡単トイレ」又は「いつでも簡単トイレ」との標識を付した商品を販売している原告（株式会社ファンデクセル）が、被告 1（被告 2 の株式会社コゾノ企画の代表取締役）によるプラットフォーム運営会社（Amazon.co.jp を運営する Amazon ジャパン合同会社）に対する商標侵害に係る告知は虚偽であり、不正競争行為（不正競争防止法 2 条 1 項 21 号）に該当すると主張して、被告 1 に対し、原告商品の販売が被告 2 の有する商標権を侵害するとの虚偽の事実を第三者に告知又は流布することなどの差止め、及び被告らに対して損害賠償等を求めた事案である。

判決では、被告らが権利侵害を主張する登録商標は、下図の赤ん坊及び布の図柄とともに「いつでも」「どこでも」「簡単」「トイレ」の各文字から成るもの（下図参照）で、原告登録商標とは類似しておらず、「いつでも」「簡単」「トイレ」から成る原告の標識にも被告登録商標権の効力は及ばないとし、「当該申告フォームを利用した『権利侵害の申告』は、権利侵害の事実を報告することが前提とされている。このような本件申告 1 の内容、Amazon の申告フォームを利用した権利侵害申告の性質等に照らせば、本件申告 1 は、単なる主観的な意見の表明にとどまらず、事実の告知に当たる」、「原告各標章を付した商品の販売は、被告商標権を侵害する行為に当たらないから、これに反する本件各申告の内容は『虚偽』であると認められる」として、21 号（信用毀損行為）に該当するとして原告の請求を一部認容した。

(4) 経済産業省知的財産政策室編『逐条解説 不正競争防止法〔令和元年 7 月 1 日施行版〕』151 頁

(5) 令和 5 年（ワ）893 号 裁判所ウェブサイト

【登録番号】 商標登録第 6533721 号

【出願日】 令和 3 年 10 月 4 日 (商願 2021-123058 号)

【登録日】 令和 4 年 3 月 24 日

【登録商標】



【商品及び役務の区分並びに指定商品】

第 1 類 化学剤、廃棄物処理剤

第 21 類 災害時用簡易トイレ、ペット用トイレ、携帯用簡易トイレ、寝室用簡易便器

この事案では、被告 1 は、プラットフォーム運営会社である Amazon 社に対して令和 4 年 10 月 31 日、同 11 月 4 日、11 月 8 日に、Amazon 社所定のフォームを利用して権利侵害主張通知を発信し、Amazon 社はそれぞれ同年 10 月 31 日、11 月 6 日、11 月 10 日に原告商品の出品を削除した。原告は、弁護士から Amazon 社に権利侵害品ではない旨の通知を出しているが、出品停止が解除されるまでの出品停止期間は 14 日から 26 日であった。

(2) 東京地判令和 2 年 7 月 10 日 (COMAX 事件⁽⁶⁾)

この事件は、インターネットショッピングサイトを通じて枕、マットレス等を販売している原告（ワールドトレーディング株式会社）が、被告（株式会社 COMAX JAPAN）によるサイトのプラットフォーム運営会社（Amazon.co.jp を運営する Amazon ジャパン合同会社）に対する商標侵害に係る告知は虚偽であり、不正競争行為（不正競争防止法 2 条 1 項 21 号）に該当すると主張して、被告に対し、原告商品の販売が被告の有する商標権を侵害するとの虚偽の事実を第三者に告知又は流布することなどの差止め等を求めた事案である。

判決では、原告商品はいずれも第 20 類に属するものであり、原告各商標を付したものであるのに対し⁽⁷⁾、被告各商標はいずれも商品区分を第 17 類の天然ゴム等とするものであるから、原告商品は被告各商標権を侵害するものではないとし、請求を一部認容した。そして、「被告による本件申告は、原告が被告の商標権等を侵害しているというものであり、その内容は、原告及び原告商品の信頼を低下させるものであり、本件申告の申告先である Amazon 社は全世界的なインターネット通販サイトを運営する企業である。加えて、本件申告は、原告が自らの商標を商品に付していることを容易に知り得たにもかかわらず、これを『偽造品』と称するものであって、その態様は悪質であることにも照らすと、原告の営業上の信用を毀損する程度は小さくない」と判示し、21 号（信用毀損行為）にあたるとした。

本事案では、平成 30 年 5 月 8 日に Amazon 社は被告から申告を受け取った後、同月 10 日に一部の商品ページを削除した。原告商品を販売している仮想店舗（バルジャノ社）が同月 10 日に商標権の登録証等を添付の上、出品の再開を求めたところ、Amazon 社は同月 10 日に再出品は認められない旨回答した。また、Amazon 社は同月 14 日に他の商品のページを削除した旨通知した。

(6) 平成 30 年（ワ）22428 号 裁判所ウェブサイト 本件は、金子敏哉「侵害警告と不競法上の虚偽事実告知に係る裁判例」パテント 76 卷 12 号（別冊パテント 29 号）でも紹介されている。

(7) 原告登録商標は、標準文字の「COMAX」から構成されるものなどであり、いずれも「第 20 類 マットレス」等を指定商品とする。

(3) 知財高判平成 31 年 4 月 18 日 (ジョレンクリームブリーチ事件⁽⁸⁾)

本件は、Amazon.co.jp 上の店舗 (Style US Online) を通じてクリームブリーチを販売している控訴人 (原告 エーワイ スタイル ユーエスエー) について、平成 27 年 11 月 13 日に被控訴人 (被告) が取り扱う商品の製造販売元の Jolen International Inc. からアマゾン社に対して、原告取扱商品が Jolen 社商品の模造品である旨の通知がされ、平成 27 年 12 月 1 日及び 4 日に控訴人 (原告) の出品アカウントが一時停止された事案である。平成 27 年 12 月 6 日に、控訴人 (原告) からアマゾン社に真正品のみを扱っている旨説明及び資料提出したが、同月 7 日アマゾン社からアカウントは再開できないと控訴人に通知された。

控訴人 (原告) は自らの取扱製品が真正品であることを立証することができなかつた模様であり、また、プラットフォーマーへの通知行為が信用毀損行為に該当するかどうかは争点になっておらず、原告は不法行為に該当する旨主張したが、認められなかつた。

なお、被控訴人 (被告) が自らの HP に行った 6 件の記載のうち、薬事法違反である旨の記載箇所は信用毀損行為に該当するとされた。

(4) 東京地判平成 29 年 3 月 30 日 (CERAKOTE 事件⁽⁹⁾)

本事案は、米国からセラコート塗料を輸入している原告 (株式会社東京精匠) が当該塗料を用いてエアガンの塗装サービスを行っている旨の原告のコンテンツについて、被告 (鈴友株式会社) の代表取締役名義アカウントから Facebook 運営者に対して、被告代表取締役が保有する商標権を侵害している旨の申し立てがされ、当該コンテンツが Facebook 上から削除されたことを、被告による信用毀損行為 (旧 15 号) であると争われた事案で、Facebook への通知が原告に関する事実の告知とは認められなかつたものである (削除通知の日及び Facebook 上のコンテンツの削除日は不明)。

判決では、「Facebook の運営者は、一般的に、Facebook 上のコンテンツが商標権侵害であるとの申立てを受けると、当該申立てを検討して当該コンテンツを削除するか否かを判断する (乙 7 の 6) ことになる。また、Facebook の運営者は、本件発言等 4 の 1 を『商標権を侵害しているという報告』 (甲 12 の 1 及び 2) と扱っているが、Facebook で商標権に関する報告に使用されているフォームの記載内容に照らせば、本件発言等 4 の 1 の具体的な内容は、『私の商標権を侵害していると思われるコンテンツを見つけた』 (乙 7 の 7) というものであったと推認されるにとどまり、これを超えて何らかの具体的な事実の告知があったことを認めるに足りる証拠はない。これらの事情に照らせば、本件発言等 4 の 1 は、未だ抽象的に主観的な見解を述べたものにとどまるというべきであり、事実の告知であるとまでは認めることができない」として、信用毀損行為 (旧 15 号) に該当しないとされた。

また、プラットフォーマーへの通知以外のその他の発言等について、同様に争われているが、原告の当該輸入が並行輸入に該当するとは認められないとして、信用毀損行為 (旧 15 号) に該当しないとされた。

2.2 著作権侵害を主張する通知の事案

(1) 知財高判令和 7 年 2 月 19 日 (将棋実況中継事件 II⁽¹⁰⁾)

本件は、YouTube (グーグルが運営する動画配信サービス) において、控訴人 (原告) 自身が著作権を有する動画を配信し、収益を得ている動画配信者である個人が、被控訴人 (被告 株式会社囲碁将棋チャンネル) に対して、被控訴人 (被告) がグーグル等に対して控訴人 (被告) の著作権を侵害する旨の申告をした行為が不競法 2 条 1 項 21 号の不正競争に当たるとともに、人格的・利益を侵害すると主張して、損害賠償

(8) 平成 30 年 (ネ) 10068、10084 号 原審は東京地判平成 30 年 8 月 17 日 平成 28 年 (ワ) 15812 号 いずれも裁判所ウェブサイト

(9) 平成 28 年 (ワ) 12829 号 裁判所ウェブサイト

(10) 令和 6 年 (ネ) 10025、10039 号 原審は東京地判令和 6 年 2 月 26 日 令和 5 年 (ワ) 70052 号 いずれも裁判所ウェブサイト

を求めた事案において、不競法 2 条 1 項 21 号の不正競争行為に該当するといえるなどとして控訴人（原告）の請求を一部認容したものである。被控訴人（被告）は、不正競争防止法及び不法行為（ただし、原告主張に係る人格的利益が民法 709 条の「法律上保護された利益」に該当するかどうかの点を除く）に関する侵害論は争わなかった。原審の判決を控訴審は支持したものである。

本件では、被告は、原告各動画について、令和 4 年 2 月 12 日頃、令和 5 年 1 月 9 日頃、同年 1 月 10 日頃、同年 1 月 22 日頃それぞれ権利侵害主張通知を送信し、原告各動画は原告の各通知がなされた同日に削除された。その後、原告による異議申し立てにより復元されたが、配信停止期間はそれぞれ 28～36 日間であった。

（2）大阪高判令和 6 年 1 月 26 日（韓国タレントグッズ事件⁽¹¹⁾）

本件は、アマゾンジャパン合同会社の運営するサイト（Amazon.co.jp）上に開設している原告サイトにおいて商品を販売する原告（ANSON 株式会社）が、被告（パワーセレクトショップこと個人）に対し、被告がプラットフォーマーであるアマゾンに対して原告サイト上に掲載した画像等が被告の著作権を侵害する等の申告をした行為が不正競争防止法 2 条 1 項 21 号の不正競争行為又は不法行為に該当し、当該行為により損害を被ったと主張して、不競法 4 条又は民法 709 条に基づき、損害賠償の支払を求めた事案である。

第一審においては本件各申告は、原告各画像が被告各画像等を無断で使用していることを理由とする原告による著作権侵害をアマゾンに伝える趣旨の権利侵害の申告である一方、被告各画像について被告が著作権を有さず、また原告が被告各画像を無断で使用したともいえないことから、その内容は、いずれも、被告と競争関係にある原告の営業上の信用を害する虚偽の事実を申告する行為であり、不競法 2 条 1 項 21 号の不正競争行為に該当するといえるなどとして、原告の請求を一部認容した。

その後一審被告が控訴したが、「この種の写真に著作物性が認められないことは過去の裁判例において明らかにされ、これについては一般に異論も見られないところであるから、控訴人が著作物性判断のため著作権について調査検討したのであれば、上記被告画像が著作物といえないことは容易に明らかになったことといえる」、「このようにアイデアで共通していても表現で異なる場合に著作権侵害をいえないことは、著作物性についてみたと同様、著作権について少しでも調査検討すれば容易に明らかになったことといえる」、「上記被告各画像についてみたと同様、著作権について少しでも調査検討すれば容易に明らかになったことといえる」と指摘して、控訴は棄却された。

なお、訴訟においては対象となった原告商品 10 品について、被告が削除通知を出した当日にアマゾンより出品停止がされており⁽¹²⁾、その後出品再開まで要した期間は、3 品についてはそれぞれ 33 日～91 日、7 品についてはそれぞれ 1 日～9 日である。

(11) 令和 5 年（ネ）1384、1886 号 原審は大阪地判令和 5 年 5 月 11 日 令和 3 年（ワ）11472 号 いずれも裁判所ウェブサイト

(12) 2024 年 2 月 2 日に大阪高裁にて訴訟資料を閲覧。

原告画像

(被告が、被告の著作権を侵害していると主張したものの中のひとつ)



被告の画像

(3) 大阪高判令和7年1月30日(将棋実況中継事件)⁽¹³⁾

この事案は、YouTube（グーグルが運営する動画配信サービス）及びツイキャス（モイ株式会社が運営する動画配信サービス）において、オリジナル動画を配信し、収益を得ている動画配信者である原告（個人）が、被告（株式会社囲碁将棋チャンネル）に対して、被告がグーグル等に対して被告の著作権を侵害する旨の申告をした行為が不競法2条1項21号の不正競争に当たると主張して、被告に対し、同法3条1項に基づき、原告が配信する動画が被告の著作権を侵害する旨を第三者に告げることの差止め、同法14条に基づき、グーグル等の動画配信プラットフォーム事業者に対して本件動画が被告の著作権を侵害しないこと等を通知することを求めるとともに、民法709条に基づき、損害賠償を求めた事案である。

第一審では、不競法2条1項21号の不正競争行為に該当するといえるなどとして、原告の請求を一部認容した。その後、控訴審において、日本将棋連盟等主催者の許諾なしに、棋譜情報のリアルタイムでの利用は禁止されていること、棋譜が著作物ではないとする確定判例は存在しないこと、棋譜が著作物であるとする学説が存在すること等を指摘するとともに、原告の配信行為は、法律上保護される利益があるとはいえないとして、2条1項21号に該当しないとした⁽¹⁴⁾。

なお、本件では、令和2年9月以降、YouTube上で配信した原告の動画9本につき、それぞれの原告動画が閲覧可能になった頃に、グーグル社に著作権侵害であるとして所定の方法で削除通知を出し、削除された（9本中7本が配信日当日、1本が配信開始14日後、1本が配信開始3日後に削除された）。その後、原告の異議申し立てに対して、被告は期限内に回答をしなかったため、配信停止が解除された。配信停止期間は、9本中3本が18日間、6本が7日間であった。また、令和2年9月22日に、ツイキャス上で閲覧可能であった原告の動画について、被告はツイキャスを運営するモイ社に著作権侵害であるとして所定の方法で削除通知を出し、当該動画は同日削除され、閲覧できない状態になった。

(13) 令和6年(ネ)338、1217号 原審は大阪地判令和6年1月16日 令和4年(ワ)11394号 いずれも裁判所ウェブサイト

(14) 控訴審判決が原告の行為が法律上保護される利益があるとはいえないと判示したことについて注目に値するが、本稿では触れない。なお、報道によれば、2025年5月21日に東京地裁で、竜王戦当日に、棋譜を使って配信をしていたユーチューバーに対して、当該行為が不法行為に該当するとして損害賠償請求が認容されている。

(4) 大阪高判令和4年10月14日(編み物事件)⁽¹⁵⁾

本件は、原告（個人）が、動画共有サービス「YouTube」に投稿した原告動画が、被告ら（個人B及びD）からのYouTubeに対する著作権侵害に関する通知により、YouTubeから削除されたことにより生じた損害について、不法行為（民法709条）に当たると主張して、損害賠償を求めた事案で、原告請求が一部認容されたものである。信用毀損行為に該当するかどうかは争われなかった。

また、本件控訴審判決において、「YouTubeにおける著作権侵害通知による動画削除制度は、ノーティスアンドティクダウントル等を定めた米国著作権法512条に準拠した方法が採用されているものといえ、YouTubeの仕組みや利用上のルールを説明した『YouTubeヘルプ』（甲7、8）においても、正式かつ有効な著作権侵害通知があった場合には著作権法に従って同通知の対象動画は削除される旨記載されており、明らかに手続を誤解している著作権侵害通知や、純粹に手続を濫用していると思われる著作権侵害通知のような例外的の場合を除き（乙26、27の2）、YouTube自身が、著作権侵害通知に係る著作権侵害の有無等の実体的判断をなすことは原則的には予定されていないことが認められる」（下線は筆者による）と説示した。

なお、判決文によると、令和2年2月6日にYouTubeに対し著作権侵害主張通知を提出し、その頃に削除された。その後、当該侵害主張通知の法的要件が欠けており、追加情報の提出もなかったことから、同年8月29日に復元された。

2.3 小括

プラットフォーマーへの知財侵害主張通知が不正競争防止法2条1項21号（信用毀損行為）に該当すると判断されたのは、商標権に関するいつでも簡単トイレ事件、COMAX事件、著作権に関する韓国タレントグッズ事件及び将棋実況中継事件I（ただし、地裁判決）及びIIである。また、著作権に関する編み物事件でも不法行為に該当するとされている。

上記の点に増して、注目すべきは、プラットフォーマーが侵害主張通知で特定されたコンテンツを削除するのが極めて速いことである⁽¹⁶⁾。いつでも簡単トイレ事件、COMAX事件、韓国タレントグッズ事件では、Amazon（Amazon.co.jp）がプラットフォームで、侵害主張通知後直ちに（当日又は2日後）、商品ページが削除されている。将棋実況中継事件I及びII、編み物事件は、YouTubeがプラットフォームであり、侵害主張通知受領後かなり早いタイミング（当日が多い）で削除されている。なお、将棋実況中継事件Iでは、ツイキャスもプラットフォームとして使用されており、侵害主張通知の当日に削除されている。

3. 不正競争防止法2条1項21号について

3.1 不正競争防止法2条1項21号該当性

同法2条1項21号に該当するとされたのは、商標権関係ではいつでも簡単トイレ事件、COMAX事件、著作権関係では韓国タレントグッズ事件及び将棋実況中継事件I（ただし、地裁判決）及びIIである。ジョンクリームブリーチ事件でも該当するとされているが、自らのホームページへの記載が薬事法違反であると認められたものなので、ひとまず検討対象外とする。

21号の要件としては、「競争関係」にある「他人」に関するもので、当該他人の業務上の信用を害する「虚偽の事実」を「告知又は流布」することとなる⁽¹⁷⁾。なお、正当な権利行使の一環としてなされた行為であれば、違法性を阻却すると考えられている⁽¹⁸⁾。

(15) 令和4年（ネ）265、599号 原審は、京都地判令和3年12月21日 令和2年（ワ）1874号 いずれも裁判所ウェブサイト
本件第一審は、金子敏哉「侵害警告と不競法上の虚偽事実告知に係る裁判例」パテント76卷12号（別冊パテント29号）でも紹介されている。

(16) CERAKOTE事件では、Facebookがプラットフォームで、削除に要した日数ははっきりしない。

(17) 経済産業省知的財産政策室編『逐条解説不正競争防止法〔令和元年7月1日施行版〕151-153頁

(18) 経済産業省知的財産政策室・前掲注17) 153-154頁

裁判例のなかでプラットフォーマーへの侵害主張通知行為は、少なくとも形式的には、これらの要件を満たすことになるようにみえる（具体的な事実の通知とは判断されなかったCERAKOTE事件及び不法行為事案である編み物事件は除く）。すなわち、当事者が個人である事案もあるが、プラットフォーム上で商行為をしており、配信により収益を得ていたりといったことから、競争関係にある他人に関するものに該当すると判断することに無理はない。通知の内容も、抽象的主観的な見解ではなく具体的な事実に関するものであれば、客観的に虚偽であると判断できる。また、告知又は流布であることが要件なので、告知を受けた者等がどのようなアクションを取ったかは、21号該当性には関係がないことになる。

しかしながら、裁判例での通知者の行為は、プラットフォーマーが予め用意した通知方法に従って侵害主張通知をしているが、こうした知財侵害主張通知のしくみはプラットフォーマーが自らの責任制限のための手段（プロバイダ責任制限法3条等参照）として用意したものであること、それを通知者が利用したものであること、通知を受けたプラットフォーマーが該当のコンテンツを極めて早いタイミングで削除していることについて、注目する必要があるように思える。

当然のことながら、通知内容が虚偽でなければ、21号に該当することはない。通知者は通知するにあたって、通知書式がプラットフォーム上に用意されているとしても、検討確認しないままに安易に通知するべきでないことは言うまでもない⁽¹⁹⁾。例えば、韓国タレントグッズ事件の通知者は極めて安易に侵害主張通知を行っており、高裁判決では「著作権について、少しでも調査検討すれば、容易に明らかになった」と複数回指摘がされている。また、当該通知者は、訴訟対象になった10件の通知以外に、提訴された後も継続して30件以上の同様の侵害主張通知をしていたようである⁽²⁰⁾。

3.2 プラットフォーマーへの知財侵害主張通知は「告知」とすべきか

プロバイダ責任制限法3条2項では、プラットフォーマーがコンテンツを削除する場合に免責される条件として2つの場合を定めており、その同項2号には、権利侵害を主張し当該コンテンツの削除の申出があった際に、プラットフォーマーが当該コンテンツ掲出者に照会するプロセスを取り、照会から7日経過しても当該コンテンツを削除することに同意しない旨の通知がなかった場合との定めがある。ここからすると、プラットフォーマーが用意した知財侵害主張通知のしくみは、プラットフォーマーが免責されるために用意したものといえる。この点は、後述の米国DMCA512条に基づいた手順についても同様である。

また、不正競争防止法2条1項21号が「競争関係にある」「営業上の信用を害する」としていることからすれば、「告知」の相手方は潜在的な場合も含めて取引先や需要者を想定しているものと考えられる。経済産業省知的財産政策室編『逐条解説不正競争防止法〔令和元年7月1日施行版〕』153頁において、権利侵害の告知として「相手方の取引先企業等に対して告知する行為」との記載がある。他にも、渋谷達紀『不正競争防止法』（発明推進協会 平成26年）268頁は、告知や流布の相手方について、「被誹謗者以外の第三者、すなわち、被誹謗者の取引先や消費者など、被誹謗者に営業上の信用を寄せている者または寄せる可能性がある者」、「最終的にそれらの者に伝達される可能性があれば、報道関係者などの中間介在者も第三者である」とする。これらからすると、プラットフォーマーの立場や果たしている機能は、解説されている者のそれとは異なるように考えられる。

なお、取引先や需要者ではない者への告知について、新聞記者への応答について判断された事件がある。新聞記者に話をしたことが「陳述」（注：現行法では、旧法での「陳述」との文言が「告知」に改められた）

(19) 誠実に検討確認したものであれば、通知した内容が、裁判所での判断で結果的に虚偽のものだと判断されたとしても、通知の差止めは止むを得ないが（現状のプラットフォーマーのプラクティスからすると既に該当コンテンツが削除されたうえで、コンテンツ掲出者と通知者が協議をしていることが多く、改めて同じコンテンツについてプラットフォーマーに通知することは考えにくいかもしれないが）、損害賠償の金額算定にあたって勘案されることになるようと思われる。

(20) 訴訟資料閲覧で確認、甲38号証

と認定された事件があるが⁽²¹⁾、新聞記者との応答は流布の一環として評価されるべきではないかと考える⁽²²⁾。

プラットフォーマーは、潜在的な取引先や需要者には該当せず、取引の場を提供している者であり、プラットフォーマーが免責するために用意した仕組みに従ってプラットフォーマーへ知財侵害主張通知がなされたことをもって、直ちに「告知」に該当すると考えることは疑問が残る。

一方で、韓国タレントグッズ事件では度重なる権利侵害主張通知が出ていること、将棋実況中継事件I及びIIでは著作権侵害の事案ではないと認識しながら通知していることから、悪質性は高くプラットフォーマーのプラクティスを悪用したもので、不法行為事案及び偽計業務妨害などの刑事事案として考えることができるように思える。

そして、取り上げた裁判例からは、通知を受けたプラットフォーマーが該当のコンテンツを極めて早いタイミングで削除していること、また、コンテンツ掲出者に照会することもなく削除していること、実際に知財侵害に該当しないと判断することに重大な困難さがあるとは思えないことからすれば、プラットフォーマーの役割や責任について注目していいように思える。

3.3 プラットフォーマーのプラクティスが信用毀損行為を誘発していないか

取り上げた裁判例をみると、プラットフォーマーへ知財侵害主張通知がされた場合には、時間を置かずにつながりされた特定のコンテンツが削除され、かつ削除した際には、当該コンテンツの掲出者に対して、削除の旨の連絡の際に知財侵害主張通知をした者のメールアドレスなど一定の情報が提供されている。こうしたプラクティスは、当該コンテンツが権利侵害しているのかどうかプラットフォーマー自身が判断するのではなく、また、当該コンテンツ掲出者に照会するものではなく、当該コンテンツを削除したうえで関係当事者間で協議させることを目的としたものようである。

例えば、商標権の事案で商標権の指定商品が、コンテンツ上の商品に該当しない事案（COMAX事件）や、判決で「著作権について、少しでも調査検討すれば、容易に明らかになった」と複数回指摘がされているような場合（韓国タレントグッズ事件）でも、通知を受けて特定されたコンテンツが通知後すぐに削除されており、プラットフォーマーが通知を受けてコンテンツが権利侵害に当たるかどうかを十分に検討することはなく、特定されたコンテンツを削除していることが窺える。

このプラクティスからすると、コンテンツ掲出者からすると、何ら権利侵害していないコンテンツが削除された場合には、削除されたものを復活させる手間と時間を要することになる⁽²³⁾。理論上は、削除されていた期間の損害金は通知者から回収できることとはなろうが、コンテンツ復活のためのプラットフォーマーや通知者とのやり取りに要する時間や手間もあり、訴訟を提起した場合でも損害賠償金及び訴訟に実際に要した弁護士費用の全額が回収できるわけではない。加えて、インターネットプロバイダの出現は比較的近年のことであったが（プロバイダ責任制限法制定も2001年）、最近では、プラットフォーマーと呼ばれる大規模事業者が出現し、加えて小規模事業者が数多くインターネット上のビジネスに参加し、プラットフォー

(21) 東京地判平成4年4月27日 昭和62年(ワ)11853 知裁集24巻1号230頁 判時1431号148頁 判タ793号251頁（測定顕微鏡事件）なお、本件は、過失が認められないとして、信用毀損行為とは認定されなかった。

(22) 田村善之『不正競争法概説〔第2版〕』（有斐閣、2003）442-443頁は、新聞記者への応答も陳述に該当するとする。東京地判昭和53年10月30日 昭和47年(ワ)7232号、昭和48年(ワ)7442号 無体裁集10巻2号509頁（投げ釣り用天秤事件）では、業界紙に広告を出すことについて「流布」にあたると判断している。

東京地判平成2年12月19日 昭和62年(ワ)12256号（教材ミスプリント事件）は、新聞記者との応答が陳述、流布行為であると認めるることは困難とする。東京高判平成14年6月26日 平成13年(ネ)4613、5552号 判時1792号115頁 判タ1108号280頁（パチスロ機パテントプール事件）は、新聞記者への応答について虚偽の陳述に当たるとした第一審判決を、虚偽ではないとして取り消した。

(23) 知財侵害主張通知の内容と、掲出されているコンテンツを確認すれば、削除するに至らない場合は存在するのではないか（いつでも簡単トイレ事件、COMAX事件、韓国タレントグッズ事件、将棋実況中継事件I及びII）。コンテンツが削除されないならば、知財侵害主張通知があっても、プラットフォーマーからの連絡もなく、知財侵害主張通知者とやり取りをすることもなく、コンテンツ掲出者が殊更にアクションを起こす必要が生じないことにもなる。

マーの運営するサイトにおいて電子商取引が頻繁に行われるようになってきている実態もあわせて考える必要がある。

知財侵害主張通知がされれば直ちに当該コンテンツを削除するプラットフォーマーのプラクティスが故に、信用毀損行為（不正競争防止法2条1項21号）に関する事案を生み出している側面があるようと思われる。むしろ、プラットフォーマーのプラクティスの実態やその根拠について、改めて検討する必要があるようと思われる⁽²⁴⁾。

4. 知財侵害主張通知に関するプラットフォーマーのプラクティス

知財権侵害の通知に関する事案を生み出している側面があるようと思われる。むしろ、プラットフォーマーのプラクティスの実態やその根拠について、改めて検討する必要があるようと思われる⁽²⁴⁾。

そこで、今回取り上げた裁判例に登場するプラットフォーマー及び日本の代表的なプラットフォーマーとして楽天市場の規約について、知財侵害主張通知に関する定め、コンテンツ削除に関する定め、及びプラットフォーマーの責任に関する定めを確認してみた。

4.1 プラットフォーマーの規約

(1) 知財侵害主張通知に関する定め

アマゾン社（Amazon.co.jp）は、「アマゾンは、他者の知的財産を尊重します。お客様の著作物が、著作権や知的財産の侵害を構成するような方法で複写されたあるいは使用されたと判断された場合は、アマゾンの知的財産権侵害についての申し立てとその手続きに従って申し立てください。⁽²⁶⁾」とし、コミュニティガイドラインにて⁽²⁷⁾、他者の知的財産を侵害するコンテンツの投稿をはじめとして、禁止される事項を定めている。

グーグル社が運営しているYouTubeの規約では、商標権に関する通知について「問題のアカウント所有者との間で解決に至らない場合は、商標権侵害の申し立てフォームを使用して商標権侵害の申し立てを行ってください⁽²⁸⁾」と定める。また、著作権に関する通知については、YouTubeヘルプにて、著作権侵害による削除通知の方法、異議申し立て通知の方法など、商標権侵害の場合と比較してより詳細な定めが用意されている⁽²⁹⁾。また、YouTubeヘルプのなかに「法律に関するポリシー⁽³⁰⁾」として、著作権、商標、偽造品、名誉毀損、ローカル音楽に関するポリシー、その他の法的申し立て、対話型AIツール等に関する法的な問題の報告の項目が用意されている。

Facebookの規約も、「より良いコミュニティを築くため、ご自身の権利（知的財産権を含む）を侵害し

(24) 鈴木将文「著作物の利用に関するプラットフォーマーの役割と責任」パテント75巻11号（別冊パテント27号）が、著作物の利用について検討している。「座談会 インターネット上の権利侵害対策に関する媒介者の責任」Law and Technology 102号（2024）1-23頁においても、様々な側面からの議論がされている。

(25) 筆者は、プラットフォーマー関係者からも同様の話を伺ったことがある。

(26) Amazon.co.jp 利用規約 <https://www.amazon.co.jp/gp/help/customer/display.html?nodeId=GLSBYFE9MGKKQXXM> (2025年6月29日最終閲覧)

(27) Amazon.co.jp コミュニティガイドライン <https://www.amazon.co.jp/gp/help/customer/display.html?nodeId=GLHXEX85MENUE4XF> (2025年6月29日最終閲覧)

(28) YouTube ヘルプ https://support.google.com/youtube/answer/6154218?hl=ja&ref_topic=6154211&sjid=1945034790015896958-AP (2025年6月29日最終閲覧)

(29) 前掲注28) YouTube ヘルプ

(30) 前掲注28) YouTube ヘルプ

ていると思われるコンテンツ、または弊社の規約やポリシーに違反していると思われるコンテンツもしくは行為を発見された場合は、弊社までご報告ください（この機能がご自身の法域に存在する場合）⁽³¹⁾」とし、禁止行為として、「利用規約またはその他の規約やポリシーに違反するもの」、「シェアするために必要な権利を持たないもの」、「知的財産権など他の者の権利を侵害するもの」などを定めている⁽³²⁾。また、商標権侵害報告の場合も、著作権侵害報告の場合も、Facebook が用意した書式に必要事項を書き込む形で申告することができる⁽³³⁾。

ツイキャスの運営会社であるモイ社は、違反投稿データ等の通報制度として利用規約 20 条に「登録ユーザーは、他の登録ユーザーの投稿データが自己または第三者の権利を侵害している場合等、本サービス上の投稿データが本規約に違反するおそれがあると判断した場合は、モイ所定の方法によりモイに通報できるものとします。⁽³⁴⁾」とし、同 12 条に禁止事項として、第三者の知的財産権を侵害する行為又は侵害するおそれのある行為をはじめとして、法令に違反する行為、権利侵害行為等や不適切表現を含む情報送信行為を定めている。

楽天市場は、権利侵害を発見した場合には、所定のフォームにより運営会社に通知する仕組みが用意されている。その通知フォームには、商標権侵害、著作権侵害、意匠権侵害、特許権侵害の 4 つのドロップダウンを用意している⁽³⁵⁾。楽天市場出店規約 18 条には、禁止事項として、「甲（注：楽天社）、他の出店者または第三者に対し、財産権（知的財産権を含む）の侵害、名誉・プライバシーの侵害、誹謗中傷、その他の不利益を与える行為またはそのおそれのある行為⁽³⁶⁾」が定められている。

（2）コンテンツ削除に関する定め

アマゾン社は、Amazon 知的財産権ポリシーにて⁽³⁷⁾、アカウントに警告が表示された、又は停止された場合の対処法として「知的財産権の侵害が報告されたため、出品情報が削除されたという警告が表示された場合はどうすればよいですか？ 自分自身が知的財産権を所有している場合はどうすればよいですか？ 権利侵害の警告が表示された場合、異議を申し立てる方法が複数あります。」と定めている。そのなかでは⁽³⁸⁾、「苦情を申し立てた権利者との関係が確立されている場合（ライセンス契約、製造契約、販売代理店契約など）、権利者と連絡を取り、苦情を撤回してもらうよう依頼してください。権利所有者から Amazon に撤回の申し立てがあった場合、コンテンツが回復することができます。権利所有者の連絡先情報は、出品者が受け取った警告に記載されています」、「商標に関する対応：商標権者または Amazon が、偽造または商標の侵害のため、商品の出品情報を誤って削除したと思われる場合、受け取った通知に返信し、誤りであると思われる具体的な理由をお知らせください。商品の真正性を示す請求書または注文番号を提供してください。Amazon が出品者から提供された内容を再調査し、その後コンテンツを回復する場合があります。」「著作権に関する対応：著作権者または Amazon が、著作権の侵害のため商品の出品情報を誤って削除したと思われる場合、受け取った通知に返信し、誤りであると思われる具体的な理由をお知らせください。商品の真正性を示す請

(31) Facebook 利用規約 <https://www.facebook.com/legal/terms>（2025 年 6 月 29 日最終閲覧）

(32) 前掲注 31) Facebook 利用規約

(33) <https://www.facebook.com/help/ipreporting/report/trademark> <https://www.facebook.com/help/ipreporting/report/copyright>（いずれも 2025 年 6 月 29 日最終閲覧）

(34) ツイキャス利用規約 <https://ja.twitcasting.tv/indexlicense.php>（2025 年 6 月 29 日最終閲覧）

(35) 楽天市場 <https://ichiba.faq.rakuten.net/form/item-guide>（2025 年 6 月 29 日最終閲覧）ただし、楽天会員規約等には、知的財産権侵害に関する申し立てに関する定めは見当たらず、楽天市場を利用するための仕組みとして、運営会社が用意しているものと思われる。

(36) 楽天市場出店規約 <https://www.rakuten.co.jp/ec/open/attention/>（2025 年 6 月 29 日最終閲覧）

(37) Amazon 知的財産権ポリシー https://sellercentral.amazon.co.jp/help/hub/reference/external/201361070#mnd_2jc_jcb-5（2025 年 6 月 29 日最終閲覧）

(38) 前掲注 37) Amazon 知的財産権ポリシー

求書または注文番号を提供してください。Amazon が出品者から提供された内容を再調査し、その後コンテンツを回復する場合があります」としている。

YouTube の規約では、商標権に関する侵害主張通知について、「正当な申し立てについては、YouTubeにおいて既定の調査を行い、商標権の侵害があると判断した場合はコンテンツを削除します。問題の解決を促進するため、YouTube では商標権侵害の申し立てを受け取ると、なんらかの措置を講じる前に、アップロードしたユーザーにその申し立てを転送します。これにより、そのユーザーに商標権侵害の問題に対処する機会が与えられます。⁽³⁹⁾」とする一方で、「YouTube はユーザーと商標権所有者との間の商標権の争議を仲裁する立場にないことをご理解ください。正当な申し立てについては、YouTube において限られた調査を行い、明らかに商標権の侵害があると判断した場合はコンテンツを削除します。法的な申し立てフォームを不正使用した場合、YouTube アカウントが停止される可能性がありますのでご注意ください。⁽⁴⁰⁾」とも定めている。さらに、「YouTube は、以下のいずれかに該当すると合理的に判断する場合、独自の裁量によりコンテンツを削除する権利を留保します。(1) コンテンツが本契約に違反している、または、(2) コンテンツが YouTube、ユーザー、もしくは第三者に損害を及ぼす可能性がある。削除する場合、YouTube はその理由とともに通知します。(中略) 再審査請求を行う方法など、報告や違反措置についての詳細は、ヘルプセンターのトラブルシューティングのページをご覧ください。⁽⁴¹⁾」とも定めている。

Facebook でも、「利用者において、コミュニティ規定をはじめとする弊社の規約または各種ポリシーに対する明確な、深刻な、または繰り返しの違反があったと弊社が自身の裁量で判断した場合、弊社は Meta の製品への利用者のアクセス権を一時的または永久に停止することがあるほか、利用者のアカウントを永久に停止するかまたは削除することができます。利用者が他者の知的財産権を繰り返し侵害した場合、または法的な理由により必要がある場合、弊社は利用者のアカウントを停止または削除することもあります⁽⁴²⁾」とし、コミュニティ規定には、著作権侵害又は商標権侵害に該当するコンテンツについて、権利保有者や正式な代理人から送信される報告に基づき、削除又は制限する旨定めている⁽⁴³⁾。また、商標権侵害報告や著作権侵害報告の結果、Facebook 上のコンテンツが削除された場合、当該コンテンツの投稿者には運営会社から、権利保有者（多くの場合は報告者になると思われる）の名前、報告者が提示したメールアドレス、報告の詳細とともに、異議申し立ての送信手順などの情報が提示される⁽⁴⁴⁾。

ツイキャスは、出品の削除等として公式ストア利用規約 10 条に、モイ、他の利用者その他の第三者に損害を生じさせるおそれのある目的又は方法で本サービスを利用した、又は利用しようとした場合や利用者が本利用規約等及びガイドラインのいずれか又は双方の条項に違反した場合などに、「利用者に何ら事前の通知または催告をすることなく、利用者資格を一時停止し、または除名することができるものとします」とする。同 4 条には、禁止商品として様々な商品が列記されており、そのなかに「特許権、実用新案権、意匠権、商標権、肖像権等第三者の知的財産権を侵害する商品」も記載されている⁽⁴⁵⁾。また、同 9 条には、禁止行為として「本サービス上であるか否かを問わず、他の利用者その他の第三者または本サービスの知的財産権（著作権、意匠権、特許権、実用新案権、商標権、工業所有権等）およびその他の権利を侵害する行為、また侵害する恐れのある行為」も定めている⁽⁴⁶⁾。

(39) 前掲注 28) YouTube ヘルプ

(40) 前掲注 28) YouTube ヘルプ

(41) YouTube 利用規約 <https://www.youtube.com/static?template=terms&hl=ja&gl=JP> (2025 年 6 月 29 日最終閲覧)

(42) 前掲注 31) Facebook 利用規約

(43) Facebook コミュニティ規定 <https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/community-standards/intellectual-property/> (2025 年 6 月 29 日最終閲覧)

(44) Facebook ヘルプセンター https://www.facebook.com/help/509605252475371/?helpref=related_articles https://www.facebook.com/help/297270237338088/?helpref=related_articles (いずれも 2025 年 6 月 29 日最終閲覧)

(45) ツイキャス公式ストア利用規約 <https://jatwittingcasting.tv/indexlicense.php?show=shop> (2025 年 6 月 29 日最終閲覧)

(46) 前掲注 45) ツイキャス公式ストア利用規約

楽天市場は、楽天市場出店規約 21 条として「甲は、乙が以下のいずれかの事由に該当する場合には、乙の出店の停止、乙が表示したコンテンツの削除、出店停止理由の公表その他の必要な措置を取ることができる。この場合、乙は速やかに甲の指示に従い、改善措置をとらなくてはならない。なお、本条の定めは第 26 条に定める甲による本契約の解除・解約を妨げない。(1) 第 26 条第 1 項に定める事由が生じたとき、(2) 乙の店舗において商品等を購入した顧客から商品等の不着、到着遅延または返金等に関する苦情が頻発したとき、(3) その他甲が消費者保護の観点などから出店停止等の措置が必要と判断したとき⁽⁴⁷⁾」とする。なお、楽天社側がコンテンツの削除、出店停止等についてどのように審査するのか、出店停止等の措置に対する異議申し立ての仕方などについて、規約には規定は見当たらない。

(3) プラットフォーマーの責任に関する定め

プラットフォーマーのコンテンツ投稿者に対する責任の定めとしては、確認した限りでは、以下のとおりである。

アマゾン社は、「アマゾンは、アマゾンサービスの使用又はアマゾンサービスを通じてお客様に販売した商品から生じる間接的、付隨的、懲罰的、必然的な損害に対して責任を負うものではありません。アマゾンサービスの使用又はアマゾンサービスを通じてお客様に販売した商品により直接的お客様に生じた人的又は物的な損失又は損害については、アマゾンに過失（故意又は重過失を除きます。）がある場合に限り、お客様が使用されたサービス又は購入された商品の価額（継続的サービスの場合は当該サービスの一期間分相当額）を限度として責任を負うものとします⁽⁴⁸⁾」と定めている。

YouTube の規約では、コンテンツの削除又はアクセス不能をはじめとした事項に起因する責任として、「法律により義務付けられる場合または故意もしくは重大な過失に基づく責任の場合を除いて、YouTube、YouTube の関係会社、役員、取締役、従業員、代理人は、以下のことに起因する利益、収入、ビジネスの機会、のれん、または予想される利得についての損失、およびデータの紛失や破損、間接的または結果的な損失、懲罰的損害賠償について一切の責任を負いません。（中略）この条項は、保証、契約、不法行為その他いかなる法的理論に基づく請求であるかどうかにかかわらず、あらゆる請求に適用されます⁽⁴⁹⁾」、「適用される法律で認められる範囲で、本サービスに起因または関連する申し立てについて YouTube および YouTube の関係会社が負う責任の総額は、(a) お客様が書面により YouTube に対して請求を通知した日までの 12 か月間における本サービスの使用により YouTube がお客様に支払った収益と、(b) 500 米ドルのいずれか高額な方を上限とします⁽⁵⁰⁾」と定める。

Facebook では、運営会社の法的責任の制限として「弊社は、いつ製品に問題が生じるかを予見することはできません。この理由により、弊社の法的責任は、適用法で認められている最大限の範囲に制限されるものとします。適用法で認められている最大限の範囲で、弊社は、いかなる状況においても、（原因の如何を問わず、また過失を含むいかなる法理論に基づくものであっても）本規約または Meta 製品に起因または関連して失われた利益、収入、情報もしくはデータ、または派生的損害、特別損害、間接損害、懲罰的損害も

(47) 楽天市場出店規約 <https://www.rakuten.co.jp/ec/open/attention/> (2025 年 6 月 29 日最終閲覧) 同サイト上に掲載されている「安心・安全なショッピング環境をつくるためのガイドライン」には、年間累積違反点数の仕組みが記載されており、例えば、最も厳しい年間累積違反点数が 100 に到達した場合には、ランキング掲載制限期間 56 日等の制限又は契約解除とされており、加えて違約金 300 万円とされている。当該ガイドラインによれば、権利侵害品の出品行為は違反点数 100、知的財産権等を侵害する表記をした場合は違反点数 35 点となっている。出店審査並びに同サイト上掲載の「各ジャンルに関するガイドライン」に基づく指定商品の出品前審査の仕組みとあわせて、禁止行為が発生しないようにする工夫と思われる。

(48) 前掲注 26) Amazon.co.jp 利用規約

(49) 前掲注 41) YouTube 利用規約 なお、YouTube 及びその関係会社や役員等を防御、補償し、免責する旨の条項も利用規約のなかに存在する。

(50) 前掲注 41) YouTube 利用規約

しくは付隨的損害について、弊社がそのような損害の可能性について告知されていたとしても、一切の法的責任を負いません⁽⁵¹⁾」とする。

ツイキャスは、運営会社の損害賠償責任として公式ストア利用規約 17 条で、「モイは、本サービスに関連して利用者が被った損害について、一切賠償の責任を負いません。ただし、モイと利用者との間の契約が消費者契約法の定める消費者契約である場合はその限りでなく、モイの故意又は重大な過失によらない不法行為又は債務不履行の責任によってモイが損害賠償責任を負うときに限ってその損害賠償責任の上限を当該利用者の未払いの売上金額とするものとします⁽⁵²⁾」とする。また、同 10 条にも「モイは、本条に基づきモイが行った行為により利用者に生じた損害について一切の責任を負いません⁽⁵³⁾」とも定める。

楽天市場では、楽天市場出店規約 22 条（免責）にて「甲（注：楽天社）は、乙（注：出店者）が出店に關して被った損害（サーバまたはソフトウェアの障害・不具合・誤動作、本契約に基づく出店ページの全部または一部の滅失、サービスの全部または一部の停止、乙の出店停止、顧客との取引等によるものを含むが、それらに限られず、またその原因のいかんを問わない）について、賠償する責を負わない⁽⁵⁴⁾」としている。

4.2 小括

知財侵害主張通知については、規約上に明記がない楽天市場も含めて、本稿で取り上げたいずれの会社も利用者に対して呼びかけており、通知のためのフォームも用意している⁽⁵⁵⁾。

侵害主張通知に対するコンテンツ掲出者の意向を確認するといった記載はアマゾン社の規約にのみ見つけることができるが、裁判例をみる限りその規約通りの運用になっているようには思えない。むしろ、コンテンツ削除に関する対応について、コンテンツ削除後に当事者間での話し合いに委ねる旨（アマゾン社、YouTube）の記述になっていたり、プラットフォーマーが「既定の調査を行い」「自身の裁量で」（Facebook）、「裁量に基づき」（ツイキャス）判断するといった記載になっていたりする。また、知財侵害主張通知を受領したら迅速に削除するといった記載も見当たらない。

コンテンツ削除後の当該コンテンツ掲出者への対応としては、侵害主張通知者の一定の情報を提供するとともに異議申し立てや再審査の手順を案内することがサイト上で明確になっているものもある（アマゾン社、YouTube、Facebook）一方で、ツイキャス、楽天市場については、これらの手順の案内についての記載は見当たらない。

規約に定めてあるプラットフォーマーの責任については、基本的に賠償責任を負わない旨の定めがされており（Facebook、楽天市場）、賠償責任を負う場合でも、プラットフォーマーの故意又は重過失に起因したときに限りかつ上限を一定の範囲に設定したり（アマゾン社、YouTube、ツイキャス）、かなり責任を限定している。

5. プラットフォーマーの責任制限に関する法令

次に、米国、EU 及び我が国において、プラットフォーマーの責任について定める法令を確認する⁽⁵⁶⁾。

なお、法令の内容にあわせて、プラットフォーマーより広い範囲を意味するプロバイダとの用語を用いることがある。

(51) 前掲注 31) Facebook 利用規約

(52) 前掲注 45) ツイキャス公式ストア利用規約

(53) 前掲注 45) ツイキャス公式ストア利用規約

(54) 前掲注 47) 楽天市場出店規約

(55) なお、ツイキャスは、規約上の所定の方法との記載があるが、その方法についての説明を見つけることができなかった。

(56) 諸外国でのプロバイダ等の責任制限や発信者情報開示に関する調査したものとして、プロバイダ責任制限法検証 WG「提言」（平成 23 年 6 月）がある。

5.1 米国

米国での主要な法は以下の 2 つである。

(1) 通信品位法 (Communications Decency Act of 1996 (CDA))⁽⁵⁷⁾

米国においてインターネット上のコンテンツに関してプロバイダの責任について定めているのは、通信品位法 (Communications Decency Act of 1996) である⁽⁵⁸⁾。そこでは、プロバイダの免責規定 (§ 230 (c) (1)) が定められており、コンテンツ掲出者が掲出した情報コンテンツについて、プロバイダはそのコンテンツの出版者や発言者として扱われない⁽⁵⁹⁾。また、いわゆる「Good Samaritan」条項が定められており (§ 230 (c) (2))、卑猥、わいせつ、好色、不潔、過度に暴力的、嫌がらせ、又はその他不快なもの (obscene, lewd, lascivious, filthy, excessive violent, harassing, or otherwise objectionable) と考えられるコンテンツについて、自主的かつ誠実にアクセスできないようにした場合には責任を問われないとする。

ただ、この通信品位法は、知財に関する法について影響しない旨定めており (§ 230 (e) (2))⁽⁶⁰⁾、知財に関する事案については適用がない。また、裁判所は、議会はこのプロバイダの免責規定を広く意図しているものと捉え、知財に関する法の範囲について限定的に解釈して、プライバシーに関する事案などもプロバイダの責任を制限する判断をしている傾向がある模様である⁽⁶¹⁾。

(2) デジタルミレニアム著作権法 (Digital Millennium Copyright Act (DMCA))⁽⁶²⁾

知財に関するプロバイダの責任については、1998 年制定のデジタルミレニアム著作権法 (Digital Millennium Copyright Act (DMCA)) が定めており、プロバイダの責任制限条項 (セイフハーバー) である 512 条が中心となる。著作権に関する事項が対象になっており、プロバイダの取り扱う情報のタイプを分類したうえで、それぞれ定められた手続き (いわゆる notice and takedown) に基づいた対応をすれば、プロバイダに対して著作権侵害による金銭的救済や差止命令その他の衡平法上の救済について責任を負わない旨を定めている⁽⁶³⁾。

DMCA512 条 (c) 項では、プロバイダが掲載されたコンテンツによる権利侵害について責任を負わない条件として、(ア) プロバイダが、(イ) ネットワーク上の素材若しくは当該素材を使用した行為が著作権侵害にあたることを現実に知らない、(ア) 侵害行為が明白となる事実若しくは状況を知らない、又は、(ア) そのことについて知るに至った若しくは認識を得た際に速やかに (expeditiously) 当該の素材を除去し若しくはアクセスを解除すること (§ 512 (c) (1) (A))、(イ) 侵害行為をコントロールする権利及び能力をプロバイダが有している場合には、当該の侵害行為に直接起因する経済的利益を受けないこと (§ 512 (c) (1) (B))、(ウ) 所定の事項を含む侵害主張の通知を受けた場合に、侵害にあたるとされる又は侵害行為の対象とされる当該素材を除去し又はアクセスを解除すべく速やかに (expeditiously) 対応する

(57) 47 U.S. Code § 230

(58) 通信法 (Telecommunications Act of 1996) の一部として成立したもの

(59) "No provider or use of an interactive computer service shall be treated as the publisher or speaker of any information provided by another information content provider."

(60) § 230 (e) (2) No effect on Intellectual Property Law

"Nothing in this section shall be construed to limit or expand any law pertaining to intellectual property."

(61) 通信品位法についての調査レポート 28 頁 Congressional Research Service ウェブサイト <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R46751> (2024 年 3 月 12 日閲覧) 通信品位法についての調査レポートは、2024 年 1 月 4 日に発表されている。

(62) 17 U.S. Code § 512 当該条文の日本語訳は公益社団法人著作権情報センター (CRIC) のウェブサイト参照。本稿に当たっても参照している。鈴木・前掲注 24) パテント 75 卷 11 号 (別冊パテント 27 号) 157-158 頁でも紹介されている。また、米国著作権局による著作権法 512 条についてのレポートが、2020 年 5 月 21 日に公表されており (<https://www.copyright.gov/policy/section512/section-512-full-report.pdf> (2024 年 2 月 28 日閲覧))、当該レポートについて金子敏哉「米国著作権法 512 条 (セーフハーバー条項) に関する著作権局報告書」ジュリスト 1549 号 (2020) 76 頁がある。

(63) 512 条 (j) 項には、差止命令が認められる例外が定められている。

こと（§512（c）（1）（C））、と定めている。

また、DMCA512条（g）項では、コンテンツの削除又はコンテンツへのアクセスの制限措置について責任を負わない条件として、（ア）コンテンツ素材を除去またはアクセス権を解除したことを加入者に速やかに（promptly）通知する合理的な措置をとること、（イ）侵害主張の通知に対して所定の事項を記載した反対通知を受領した場合には、侵害主張の通知者に対して当該反対通知のコピーを提供し、かつ10営業日以内に除去された素材またはアクセスを復活させる旨を通知すること、（ウ）反対通知の受領後10営業日以後14営業日以内に、除去されたコンテンツ素材及びアクセスを復活させること（但し、侵害主張の通知をした者から、加入者に対して侵害行為の差止めを求める訴訟を提起した旨の通知を受け取った場合を除く）といった定めをしている。

現実のプラクティスにおいては、プロバイダは侵害主張の通知を受領すれば、速やかに（expeditiously）当該素材を削除することが、一つの重要な法的ポイントになっている⁽⁶⁴⁾。それが、我が国における米国系のプラットフォーマーのプラクティス（迅速な削除）の基礎になっていると思われる。

また、当該の素材が侵害に該当するのかどうかについては、侵害行為が明白となる事実若しくは状況を知らないとの定めがあるが（§512（c）（1）（A））、議会が意図したより狭く解釈されていると米国著作権局は指摘している⁽⁶⁵⁾。すなわち、制定時の意図と比べると、現実的にはあまり機能していない模様である。

なお、DMCAは著作権に関する条文であるものの、DMCA512条は商標権侵害においても有効な枠組みだという理解もあるが⁽⁶⁶⁾、実務上商標権をはじめ他の知的財産権侵害に利用できるとは必ずしもいえない⁽⁶⁷⁾。

5.2 EU

EUでは、電子商取引指令にプロバイダの責任についての定めがあるが、その後著作権に関する欧州指令においてプロバイダの責任に関する定めを制定しており、それらについて確認していく。

（1）電子商取引指令（2000/31/EC）⁽⁶⁸⁾

仲介サービスプロバイダの責任として、12条“単なる伝達”、13条“キャッシング”、14条ホスティング及び15条一般的監視義務の不存在との定めがあるが、本稿の目的であるプラットフォーマーの責任について、14条の定めを確認する。プロバイダが、サービスの名宛人の求めにより保存した情報に対して責任を負わない条件として、（a）プロバイダが、違法行為又は違法な情報について現実に知らなかったこと、および損害賠償請求に関して、事実又は状況により違法行為又は違法な情報が明らかである当該事実又は状況を認識していないこと、又は（b）プロバイダが、それを認識し直ちに、当該情報を削除又は情報のア

(64) 前掲注62) 米国著作権局レポート161頁

また、Ventura Content, Ltd. v. Motherless, Inc. (885 F3d. 597 (2018)) では、プロバイダである被告（Motherless）は、サイトに含まれていた当該の映像について侵害の事実を知らず、侵害が明らかであったわけでもなかったことに加え、著作権を保有する者が十分な情報を被告に与えた当日に、被告が当該の侵害映像を直ちに削除したことも指摘したうえで、被告はセイフハーバー条項による保護を受けると判示された。

(65) 前掲注62) 米国著作権局レポート3頁

(66) Crossfit, Inc. v. Alvies (2014 WL 251760 N.D. Cal. Jan 22, 2014)

商標権を有する原告Crossfitは、被告AlviesがFacebook上のブログを開設しているなか、DMCAに基づきFacebookに通知をするとともに、被告がドメイン移転後にも、過去のブログについて削除を求め、商標権侵害を主張して提訴した。それに対して、被告は、原告によるFacebookへの通知がDMCA512条（f）項に基づく不実通知であると反訴した事案で、カリフォルニア北部地区連邦地裁は、被告が求めた反訴について排斥しなかった。

(67) 日本貿易振興機構「発信者の知的財産権侵害行為に対してプラットフォーマー／プロバイダーが負う法律上の責任に関する各国比較調査報告書」（2021）38頁

(68) DIRECTIVE 2000/31/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce) 日本語訳は、公益社団法人著作権情報センター（CRIC）のウェブサイト参照。本稿に当たっても参照している。

セスを不可能にするため、迅速に対応したこと⁽⁶⁹⁾、と米国 DMCA と同様の規定になっている。

(2) 情報社会指令 (2001/29/EC)⁽⁷⁰⁾

情報社会指令 (2001/29/EC) では、著作権侵害に関して、媒介者 (Intermediaries) に対し権利者が差止めを求めることができる制度 (8 条 (3)⁽⁷¹⁾) を定めている。ただ、情報社会指令 (2001/29/EC) の前文 59 によると、デジタル環境において侵害行為を終了させるためにプロバイダは最善の立場にあるとの記述があり、手段としてプロバイダに対して差止請求ができるようにしたと考えられる。

(3) デジタル単一市場における著作権指令 (2019/790)⁽⁷²⁾

本指令 (CDSM 指令) は、電子商取引指令 (2000/31/EC) を改正するものではなく⁽⁷³⁾、17 条においてオンラインサービスプロバイダに追加の義務を定めるものである。

その 17 条の定めとして⁽⁷⁴⁾、まず、ユーザーによってアップロードされた著作物又は他の保護対象物 (隣接権) にアクセスさせる場合、プロバイダが公衆への伝達行為又は公衆に利用可能にする行為を行うものであることを定め、そのために、プロバイダは、権利者から許諾を得なければならないとする (同条 1 項)。そして、このプロバイダの行為には、電子商取引指令 (2000/31/EC) 14 条 1 項に定める責任制限規定は適用されない (同条 3 項)。

さらに、同条 4 項では、権利者から許諾が得られない場合、プロバイダは (a) 権利者から許諾を得るよう最善の努力をすること、(b) 許諾を得られていないものとして権利者から特定された著作物及び他の保護対象物を、専門家として求められる高度の業界水準の注意をもって、利用できないように最善の努力をすること、(c) 権利者から通知を受けた際、通知された対象物にアクセスできないようにするかウェブサイトから削除するよう迅速に (expeditiously) 対応したうえで、上記 (b) に従ってそれらが将来アップロードされないように防止する最善の努力をすること、と定めている。

このデジタル単一市場における著作権指令 (2019/790) 17 条の一部又は全部を無効にすることを求めた事件 (Case C-401/19)⁽⁷⁵⁾ があったが、請求は認められなかった⁽⁷⁶⁾。

(4) デジタルサービス法 (Digital Services Act (DSA))⁽⁷⁷⁾

本法は EU 法上の Regulation であるので、発効日から EU 加盟各国で直接適用されるものである⁽⁷⁸⁾。これは、電子商取引指令 (2000/31/EC) を、2000 年以降の技術やサービスの発展に適合させるために、オンライン仲

(69) CRIC ウェブサイト https://www.cric.or.jp/db/world/EU/EU_I_index_03.html (2025 年 6 月 29 日最終閲覧)

(70) DIRECTIVE 2001/29/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 22 May 2001 on the harmonisation of certain aspects of copyright and related rights in the information society

(71) Member States shall ensure that rightholders are in a position to apply for an injunction against intermediaries whose services are used by a third party to infringe a copyright or related right.

(72) DIRECTIVE (EU) 2019/790 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 17 April 2019 on copyright and related rights in the Digital Single Market and amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC
本指令は、2019 年 6 月 7 日に発効し、その 2 年後 2021 年 6 月 7 日までに国内法化が義務付けられている。

日本語訳は、公益社団法人著作権情報センター (CRIC) のウェブサイト参照。

「鼎談 EU 新著作権指令の意義」ジュリスト 1533 号 (2019) 及び鈴木・前掲注 24) 159-163 頁に詳しく紹介されている。

(73) デジタル単一市場における著作権指令前文 (4) 及び 1 条 2 項

(74) なお、事業開始して間もなく、かつ売り上げが少ないプロバイダについては、一定の義務が緩和される (同条 6 項)。

(75) EU 司法裁判所 (CJEU) 2022 年 4 月 26 日判決 2019 年 5 月 24 日に、ポーランドが、デジタル単一市場における著作権指令 (2019/790) 17 条 4 項 (b) (c) の無効又は 17 条全部の無効を求めたもの。

(76) 鈴木・前掲注 24) 168-169 頁に詳しく説明されている。

(77) REGULATION (EU) 2022/2065 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC

(78) 2022 年 10 月 19 日採択、2024 年 2 月 17 日適用開始 (一部は 2022 年 11 月 16 日から適用開始)

介サービス事業者の責任と義務を更新したもので⁽⁷⁹⁾、電子商取引指令（2000/31/EC）で規律されたプロバイダの責任については、概ねそのまま（ホスティングサービスを行う者の責任など）――89条では、電子商取引指令（2000/31/EC）の12、13、14、15条が、本DSAの4、5、6、8条に置き換えられると定めている⁽⁸⁰⁾。

なお、デジタル市場法（Digital Markets Act (DMA)）⁽⁸¹⁾もEU法上のRegulationとして、発効日からEU加盟各国で直接適用される⁽⁸²⁾。これは、デジタル環境においてゲートキーパーとして機能する大規模オンラインプラットフォームが、オンライン上で公平にサービスを提供することを目指して制定されたものである⁽⁸³⁾。「ゲートキーパー」として指定された大規模プラットフォームサービス事業者の義務や禁止事項を定め、EU競争法制度を補完し、事前規制を可能にしているもので⁽⁸⁴⁾、デジタルサービス法（DSA）とともに、ヨーロッパにおけるデジタル戦略の中心となるが、本稿の目的とはやや異なるので、詳細には触れない。

EUにおいて、電子商取引指令（2000/31/EC）から、情報社会指令（2001/29/EC）やデジタル単一市場における著作権指令（2019/790）への流れからは、プロバイダの著作権侵害に関する責任が拡大しているのは間違いない。デジタル単一市場における著作権指令（2019/790）では、プロバイダが送信の主体として責任を負うものとされて（公衆への伝達行為又は公衆に利用可能にする行為を行う者）、情報社会指令（2001/29/EC）で認められていた責任制限の規定（14条）も適用されないことになった。

著作権以外の知財については、電子商取引指令（2000/31/EC）及びデジタルサービス法（DSA）が機能するように思われる。米国DMCA512条（c）項の定めと概ね同じ内容の定めにも見えるが、知財侵害主張通知を受けた場合の削除等の対応をした場合に免責との規定（米国DMCA512（c）（1）（C））に相当する条項はなく、「違法行為又は違法な情報が明らか」であることを認識し直ちに削除・アクセス不能にしたことが免

(79) European Commission ウェブサイトに概要説明がある。

https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act_en (2025年6月29日最終閲覧)

また、日本貿易振興機構「EUのオンラインプラットフォーム政策の概要」（2023年2月）にも詳しく解説されている。
https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/01/eca9090eff406247/20220023_03.pdf (2025年6月29日最終閲覧)

(80) 本稿で取り上げた電子商取引指令（2000/31/EC）14条が、デジタルサービス法（Digital Services Act (DSA)）で6条に置き換えられたものを紹介する。

“Article 6 Hosting

1. Where an information society service is provided that consists of the storage of information provided by a recipient of the service, the service provider shall not be liable for the information stored at the request of a recipient of the service, on condition that the provider:

(a) does not have actual knowledge of illegal activity or illegal content and, as regards claims for damages, is not aware of facts or circumstances from which the illegal activity or illegal content is apparent; or
(b) upon obtaining such knowledge or awareness, acts expeditiously to remove or to disable access to the illegal content.

2. Paragraph 1 shall not apply where the recipient of the service is acting under the authority or the control of the provider.

3. Paragraph 1 shall not apply with respect to the liability under consumer protection law of online platforms that allow consumers to conclude distance contracts with traders, where such an online platform presents the specific item of information or otherwise enables the specific transaction at issue in a way that would lead an average consumer to believe that the information, or the product or service that is the object of the transaction, is provided either by the online platform itself or by a recipient of the service who is acting under its authority or control.

4. This Article shall not affect the possibility for a judicial or administrative authority, in accordance with a Member State's legal system, to require the service provider to terminate or prevent an infringement.”

(81) REGULATION (EU) 2022/1925 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828

(82) 2022年9月14日採択、2023年5月2日適用開始（一部は2022年11月1日から適用開始）

(83) European Commission ウェブサイトに概要説明がある。

https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en (2025年6月29日最終閲覧)

(84) 日本貿易振興機構・前掲注79)「EUのオンラインプラットフォーム政策の概要」にも詳しく解説されている。

責の要件になっているように思える。また、米国 DMCA512 条 (g) 項に相当する定めも見当たらない。

なお、EU 電子商取引指令及びデジタルサービス法(DSA)にも、米国 DMCA と同様に「迅速に(expeditiously)」との文言が使用されている (14 条 1 項 (b) 号、6 条 1 項 (b))。

5.3 日本

日本のプロバイダの責任に関する定めについても確認する。

(1) プロバイダ責任制限法（情報流通プラットフォーム対処法）

プロバイダ責任制限法は、2024 年 5 月に改正され情報流通プラットフォーム対処法と呼ばれることとなり、2025 年 4 月から施行されているが、本稿で取り上げる条文については変更がない。

同法 3 条により、1 項ではコンテンツの掲出について、他人の権利が侵害されていることを知っていたとき又は他人の権利が侵害されていることを知ることができたと認めるに足りる相当の理由があるときを除いて、プロバイダは賠償責任を負わないとしている⁽⁸⁵⁾。

さらに同 2 項ではコンテンツの削除について、人の権利が不当に侵害されていると信じるに足りる相当の理由があったとき又はコンテンツ投稿者に照会をし、当該照会を受けた日から 7 日を経過しても当該コンテンツ投稿者から送信防止措置を講ずることに同意しない旨の申出がなかったときには、コンテンツ投稿を削除することについて賠償責任を負わないとなっている⁽⁸⁶⁾。

同法は 2021 年に改正されたが、これは主に SNS (Social Networking Service) 上での誹謗中傷等の行為があった際の、被害者救済のために発信者情報開示請求制度について見直しを行ったものであり、本稿の目的とは異なるので、割愛する。

2024 年 5 月改正で、被害申出があった投稿の調査として、申告した者の権利が不当に侵害されているかどうかを確認するために、投稿について遅滞なく必要な調査を行う義務が定められた (23 条)⁽⁸⁷⁾。ただし、この改正において主に念頭にあったのは第三者を誹謗中傷する投稿への対応であり、また、前述した各プラットフォーマーの定める規約の内容から考えると、新たに定められた侵害調査義務の対象とされる「権利」に知財が十分に意識されているかは不明である。

(85) 「特定電気通信による情報の流通により他人の権利が侵害されたときは、当該特定電気通信の用に供される特定電気通信設備を用いる特定電気通信役務提供者（以下この項において『関係役務提供者』という。）は、これによって生じた損害については、権利を侵害した情報の不特定の者に対する送信を防止する措置を講ずることが技術的に可能な場合であって、次の各号のいずれかに該当するときでなければ、賠償の責めに任じない。ただし、当該関係役務提供者が当該権利を侵害した情報の発信者である場合は、この限りでない。

一 当該関係役務提供者が当該特定電気通信による情報の流通によって他人の権利が侵害されていることを知っていたとき。
二 当該関係役務提供者が、当該特定電気通信による情報の流通を知っていた場合であって、当該特定電気通信による

情報の流通によって他人の権利が侵害されていることを知ることができたと認めるに足りる相当の理由があるとき。」

(86) 「特定電気通信役務提供者は、特定電気通信による情報の送信を防止する措置を講じた場合において、当該措置により送信を防止された情報の発信者に生じた損害については、当該措置が当該情報の不特定の者に対する送信を防止するためには必要な限度において行われたものである場合であって、次の各号のいずれかに該当するときは、賠償の責めに任じない。

一 当該特定電気通信役務提供者が当該特定電気通信による情報の流通によって他人の権利が不当に侵害されていると信じるに足りる相当の理由があったとき。

二 特定電気通信による情報の流通によって自己の権利を侵害されたとする者から、侵害情報等を示して当該特定電気通信役務提供者に対し侵害情報送信防止措置を講ずるよう申出があった場合に、当該特定電気通信役務提供者が、当該申出に係る侵害情報の発信者に対し当該侵害情報等を示して当該侵害情報送信防止措置を講ずることに同意するかどうかを照会した場合において、当該発信者が当該照会を受けた日から七日を経過しても当該発信者から当該侵害情報送信防止措置を講ずることに同意しない旨の申出がなかったとき。」

(87) 「大規模特定電気通信役務提供者は、被侵害者から前条第一項の方法に従って侵害情報送信防止措置を講ずるよう申出があったときは、当該申出に係る侵害情報の流通によって当該被侵害者の権利が不当に侵害されているかどうかについて、遅滞なく必要な調査を行わなければならない。」

(2) プロバイダ責任制限法（情報流通プラットフォーム対処法）に基づくガイドライン

同法に関連して、プロバイダ責任制限法ガイドライン等検討協議会（現在の情報流通プラットフォーム対処法等検討協議会）によりガイドラインが作成されている。

名譽毀損・プライバシー関係ガイドライン（平成 14 年 5 月初版）は、補訂を含めると 7 度改訂されており、最新は情報流通プラットフォーム対処法の施行にあわせて策定された第 7 版（令和 7 年 5 月）である⁽⁸⁸⁾。情報開示関係ガイドラインは、初版（平成 19 年 2 月）の後、補訂も含め 11 回改訂されており、最新は第 10 版（令和 7 年 5 月）である⁽⁸⁹⁾。

同様に著作権関係ガイドライン（平成14年5月初版、平成15年11月第2版）、商標権関係ガイドライン（平成17年7月）が策定された後、長らく改訂されていなかったものがそれぞれ第3版、第2版が令和7年5月に策定されている。著作権関係ガイドライン（平成15年11月第2版）では、「著作権等を有する者から、侵害情報を特定して申出がなされたとしても、権利侵害があったとしてプロバイダ等が送信防止措置を講ずるためには、その情報の流通によって、確かに著作権等が侵害されたと判断できる必要がある」（下線は報告者による）としていたものが第3版でも同じ記載がされている。また、商標権関係ガイドライン（第2版）でも、「商標権者等から、侵害情報を特定して申出がなされたとしても、権利侵害があったとして情報流通プラットフォーム事業者等が送信防止措置を講ずるためには、その情報の流通によって、確かに商標権が侵害されたと判断できる必要がある」（下線は報告者による）と初版と同じ記載がされている。

(3) その他

電子商取引及び情報財取引等に関する準則が、平成14年3月から経済産業省により策定され、定期的に改訂されているが⁽⁹⁰⁾、これは、インターネット上でのショッピングモールでの取引などについて⁽⁹¹⁾、関係する法律がどのように適用されるのかを明らかにすることにより、取引当事者の予見可能性を高め、取引の円滑化に資することを目的としたもので、プロバイダの責任を新たに定めたものではない。

取引透明化法（特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律）⁽⁹²⁾（2021年2月1日施行）は、規制対象の事業者を限定したうえで⁽⁹³⁾、特定デジタルプラットフォームが透明かつ公正な取引に自主的に取り組むことを期待し、独占状態を事前に規制することを目的としたもので、コンテンツ掲出や削除に関する、プロバイダの責任を新たに定めたものではない。

プロバイダにとっては、コンテンツ掲出についての責任、コンテンツ削除についての責任は、従来からプロバイダ責任制限法（情報流通プラットフォーム対処法）が該当する法令と考えられる。同法3条1項は、コンテンツ掲出の場を提供していることについての不法行為責任の免責を定めるもので、直接的に知財侵害の免責を定めたものではない。また、同法3条2項は、コンテンツを削除したことについて、コンテンツ掲出者に対する契約に基づく債務不履行責任や不法行為責任の免責について定めたものになる。

(88) 初版(平成14年5月)の後、第2版(平成16年10月)、第3版(平成23年9月)、第3版補訂(平成26年12月)、第4版(平成30年3月)、第5版(令和4年1月)、第6版(令和4年6月)、第7版(令和7年5月)と改訂されている。

(89) 初版(平成19年2月)の後、第2版(平成23年9月)、第3版(平成27年7月)、第3版補訂(平成27年12月)、第4版(平成28年2月)、第5版(平成30年2月)、第6版(平成31年4月)、第7版(令和2年3月)、第6版補訂(令和2年9月)、第8版(令和3年7月)、第9版(令和4年9月)、第10版(令和7年5月)と改訂されている。

(90) 経済産業省ウェブページ <https://www.meti.go.jp/press/2022/04/20220401004/20220401004.html> (2025年6月30日最終閲覧)

(91) 経済産業省「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」(令和4年4月) 92-95頁

(91) 情報産業技術電子商取引及の情報取引等に関する法律 (昭和4年4月) 32-35頁
(92) 特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律 (令和2年法律第38号)

(92) 特定ノンナルニアドウイークの透明性及び公正性の向上に関する法律（令和2年平成28年）
(93) 物販総合オンラインモールで国内売上高が3000億円以上の事業者として、Amazonジャパン合同会社（Amazon.co.jp）、楽天グループ株式会社（楽天市場）、ヤフー株式会社（Yahoo!ショッピング）、アプリストアで国内売上高が2000億円以上である事業者として、Apple Inc. 及び iTunes 株式会社（Apple Store）、Google LLC（Google Play ストア）が、施行後2021年4月1日に指定されている。経済産業省ウェブページ https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/digitalplatform/business.html (2025年6月30日最終閲覧)

コンテンツ削除については、同法3条2項には、削除までの手続きが定められていて、同法に関連して作成されたガイドラインでも「確かに侵害されたと判断できる必要がある」とされており、いかに迅速に削除するかといった視点とは異なる定めになっている。

5.4 小括

米国、EU及び日本におけるプロバイダの責任の概略を表にしてみると以下のようなになる。なお、対象サービスの欄は本稿の対象となるサービスを選択し記載した。

プロバイダの提供サービスと掲出コンテンツの権利侵害等の関係について確認する。米国、EU、日本とも、プロバイダの一定の責任の免責を定めていることは共通するが、違いを纏める。

プロバイダの責任に関する対比表

	法令	対象分野	対象サービス	サービス提供についての責任	削除等についての責任
米国	CDA	知財関係は適用外 (但し知財の範囲 は限定的) § 230 (e) (2)	双方向コンピュー タサービス	免責 § 230 (c) (1)	自主的にかつ誠実に削 除した場合、責任なし (わいせつ、嫌がらせ 等) § 230 (c) (2) (A)
	DMCA	著作権に関する もの	使用者の指示によ りシステム / ネッ トワークにオンライン 素材を置く サービス	侵害主張通知受領後、 迅速に削除すれば、 免責 ⁽⁹⁴⁾ § 512 (c) (1)	侵害主張通知により 削除したことについ て免責 § 512 (g) (1)、 権利侵害でない場合、 一定の期間内に復活さ せれば免責 § 512 (g) (2)
EU	電子商取引指令 (2000/31/EC)	違法行為や違法な 情報	ホスティング サービス	明らかな違法を認識 後、迅速に削除すれ ば免責 (14条)	規定なし
	デジタル単一市場 における 著作権指令 (2019/790)	著作権又は他の保 護対象 (隣接権)	オンラインコンテ ンツ共有サービス (電子商取引指令 14条の責任制限規 定は適用されない)	権利処理努力義務 (17 条4項 (a) (b))、 侵害主張通知受領後、 迅速に削除する義務 (17条4項 (c))	規定なし
	DSA	違法行為や 違法コンテンツ	ホスティング サービス	明らかな違法を認識 後又は侵害主張通知 を受けた後、迅速に 削除すれば免責 (6条、16条3項)	規定なし ⁽⁹⁵⁾

(94) 損害賠償責任だけでなく、差止請求についても責任を負わない。

(95) 7条に以下の規定があるが、文言からすると、これは誠実かつ忠実に自主的自発的に違法コンテンツを削除等することをもって、4～6条に定める免責の対象外にならないというもので、自発的に削除等をした行為について免責されるとの趣旨ではないと考える。

“Article 7 Voluntary own-initiative investigations and legal compliance

Providers of intermediary services shall not be deemed ineligible for the exemptions from liability referred to in Articles 4, 5 and 6 solely because they, in good faith and in a diligent manner, carry out voluntary own-initiative investigations into, or take other measures aimed at detecting, identifying and removing, or disabling access to, illegal content, or take the necessary measures to comply with the requirements of Union law and national law in compliance with Union law, including the requirements set out in this Regulation.”

日本	プロバイダ責任制限法（情報流通プラットフォーム対処法）	不法行為（3条1、2項）及び債務不履行責任（3条2項）	特定電気通信役務（媒介者）	侵害について、技術的に対処手段がない場合、又は善意無過失な場合、免責（3条1項）	削除が必要な限度内であることに加えて、侵害を信じるに足る相当の理由がある場合又は侵害主張通知に対して7日を過ぎても掲出者から同通知に同意しない旨の申出がない場合、免責（3条2項）
----	-----------------------------	-----------------------------	---------------	--	---

米国は、CDAでプロバイダの責任について、サービス提供についてだけでなく、自主的かつ誠実に違法と思われるコンテンツを削除した場合など、広範な免責を定める一方で、知財関係については適用除外としている。そして、DMCAでは、著作権に関するものについて、侵害主張通知に基づいて削除すれば免責されること、また侵害主張通知に基づき迅速に削除すれば免責されることも認めているので、著作権関係については、侵害主張通知が特定するコンテンツの侵害性について、プロバイダが自主的に判断しなくとも広く免責を受けられる。一方、著作権以外の知財について、プロバイダが免責される旨を定める法令はない。

EUでは、プロバイダの責任に関する欧州指令や欧州規則が何度も定められており、活発に議論がされていることが窺える。前述したとおり、EUにおいて、電子商取引指令（2000/31/EC）から、情報社会指令（2001/29/EC）やデジタル単一市場における著作権指令（2019/790）への流れからは、プロバイダは著作権侵害に関する責任が拡大しているのは間違いない。デジタル単一市場における著作権指令（2019/790）では、プロバイダが送信の主体として責任を負うものとされて（公衆への伝達行為又は公衆に利用可能にする行為を行う者）、情報社会指令（2001/29/EC）で認められていた責任制限の規定（14条）も適用されないことになった。また、デジタル単一市場における著作権指令（2019/790）で、プロバイダが送信主体であるとの前提に基づいた権利処理努力義務などが定められている。また、著作権以外の知財については、電子商取引指令（2000/31/EC）及びデジタルサービス法（DSA）が機能するが、こちらは米国DMCAで著作権に関してプロバイダに与えた免責条件に相当する規定ぶりになっている。

我が国は、特定の知財権に言及することなく、プロバイダ責任制限法（情報流通プラットフォーム対処法）にてプロバイダの責任制限について定めが設けられている。EUにおいて徐々に著作権に関してプロバイダに要求される事項が増してきているといった流れは、我が国ではまだ見られない。一方で、掲出コンテンツを削除するにあたっては、侵害主張通知に対して7日を過ぎても同意しない旨の申出がないことが免責の条件としてあることから、侵害を信じるに相当な理由がない限り、侵害主張通知を受領しても7日間は掲出を継続することになる。また、同意しない旨の通知がされれば、侵害を信じるに相当な理由がない限り、削除について免責されない。この点からすると、本稿で紹介した裁判例のようにプラットフォーマーが侵害主張通知で特定されたコンテンツを迅速に削除するためには、自身が調査検討することが必要になる。ここが、米国、EUと、大きく異なる。

また、法令ではないが、著作権関係ガイドライン及び商標権関係ガイドラインでは、削除するためには「確かに侵害されたと判断できる必要がある」旨記載されている。このあたり、現状で行われているプラットフォーマーのプラクティスは、プロバイダ責任制限法（情報流通プラットフォーム対処法）にて想定しているものとは必ずしも整合していないように思われる。なお、2025年4月から施行された情報流通プラットフォーム対処法が定める調査義務が、知財に関する権利侵害主張通知についてどのように機能するか注目される。

6. プラットフォーマーの責任について

本稿の3.（不正競争防止法2条1項21号について）にて、取り上げた裁判例の分析を通じて、プラットフォー

マーのプラクティスが不正競争防止法 2 条 1 項 21 号（信用毀損行為）を引き起こしているのではないかと述べた。すなわち、プラットフォーマーへ知財侵害主張通知を行った者が信用毀損行為をしたと扱うのが必ずしも適切ではなく、むしろ不法行為や刑事事案として扱う方が適切であるのではないかと指摘するとともに、プラットフォーマーの責任が問われることが考えられると述べた。

この 6.（プラットフォーマーの責任について）では、米国や EU における定めとは異なる我が国の法令の下において、彼らの規約との関係とあわせて、プラットフォーマーの責任について考えてみたい。

6.1 コンテンツの掲出に関するプラットフォーマーの責任

既に確認したとおり、掲出コンテンツに関するプラットフォーマーの責任とは、知的財産を有する者に対する不法行為責任である。そして、掲出されたコンテンツについて、コンテンツ掲出者が原則的には責任を負い、プロバイダ責任制限法（情報流通プラットフォーム対処法）3 条 1 項の定める例外的な場合を除き、プラットフォーマーは責任を負わない⁽⁹⁶⁾。例外的に、プラットフォーマーが責任を負う場合とは、同法 3 条 1 項各号に該当する場合、一言でいえば、侵害について対処することが技術的に可能で、侵害の存在について善意無過失とはいえない場合となる。それに加えて、プラットフォーマーが情報発信者である場合にも責任を負う⁽⁹⁷⁾。

我が国における知的財産の侵害（本稿で主に取り上げている商標権や著作権の侵害を含めて）について、知的財産法に基づいてプラットフォーマーの責任が問われ得る場合もある。

例えば、知財高裁平成 22 年 9 月 8 日判決（パンドラ TV 事件判決）⁽⁹⁸⁾は、以下のように指摘する。「控訴人会社は、ユーザによる複製行為により、本件サーバに蔵置する動画の中に、本件管理著作物の著作権を侵害するファイルが存在する場合には、これを速やかに削除するなどの措置を講じるべきであるにもかかわらず、先に指摘したとおり、本件サーバには、本件管理著作物の複製権を侵害する動画が極めて多数投稿されることを認識しながら、一部映画など、著作権者からの度重なる削除要請に応じた場合などを除き、削除することなく蔵置し、送信可能化することにより、ユーザによる閲覧の機会を提供し続けていたのである。しかも、そのような動画ファイルを蔵置し、これを送信可能化して閲覧の機会を提供するのは、控訴人会社が本件サービスを運営して経済的利益を得るためにものであったこともまた明らかである。控訴人会社が、本件サービスを提供し、それにより経済的利益を得るために、その支配管理する本件サイトにおいて、ユーザの複製行為を誘引し、実際に本件サーバに本件管理著作物の複製権を侵害する動画が多数投稿されることを認識しながら、侵害防止措置を講じることなくこれを容認し、蔵置する行為は、ユーザによる複製行為を利用して、自ら複製行為を行ったと評価することができるものである。」

また、プラットフォーマーが合理的に対応したことで責任を問われることがなかった事案として、知財高裁平成 24 年 2 月 14 日判決（チュッパチャップス事件⁽⁹⁹⁾）では、一審原告から一審被告（楽天社）に訴状が送達された日（平成 21 年 10 月 20 日）に一審被告が確実に商標権侵害を知ったとされ、その日から 8 日以内に削除されたことについて⁽¹⁰⁰⁾、合理的期間に是正されたとされ、プラットフォーマーである一審被告が商標権を侵害したとは認められなかった。

(96) 電子商取引及び情報財取引等に関する準則が言うとおり、原則として、個別の店舗との取引によって生じた損害について、ショッピングモール運営者は責任を負わないとされているとの同様。

(97) 電子商取引及び情報財取引等に関する準則で述べられているプラットフォーマー（モール運営者）が例外的に責任を負う場合というのは、プラットフォーマーが情報発信者であると見なされる場合ということになろう。

(98) 平成 21 年（ネ）10078 号 判時 2115 号 102 頁 判タ 1389 号 324 頁 控訴人は上告受理を申し立てたが、最高裁は平成 24 年 3 月 29 日に上告不受理決定をした（最決平成 24 年 3 月 29 日 平成 22 年（受）2463 号）。

(99) 平成 22 年（ネ）10076 号 判時 2161 号 86 頁 判タ 1404 号 217 頁

(100) 1 及び 2 の展示については、展示日から削除日まで 18 日を要しているが、一審原告代理人弁護士から内容証明郵便が一審被告に到着した平成 21 年 4 月 20 日に一審被告が削除した。3～8 の展示については、展示日から削除日まで約 80 日を要したが、訴状到達日（平成 21 年 10 月 20 日）の 8 日後に一審被告が削除した。9～12 の展示については、展示から削除に要したのは 6 日であった。

6.2 削除したコンテンツに関するプラットフォーマーの責任

プラットフォーマーが削除したコンテンツに関する責任というのは、コンテンツ掲出者に対する不法行為責任及び債務不履行責任ということになる。プロバイダ責任制限法（情報流通プラットフォーム対処法）3条2項からすると、削除が必要な限度内であることに加えて、侵害を信じるに足る相当の理由がある場合又は知財侵害主張通知に対して7日を過ぎても掲出者から同通知に同意しない旨の申出がない場合に、プラットフォーマーは削除したコンテンツに関して免責される。すなわち、知財侵害主張通知に対して7日以内に掲出者から同通知に同意しない旨の申出があったにもかかわらず削除した場合はもちろん、知財侵害主張通知だけに基づいて（侵害を信じるに足る相当の理由があるかどうか検討することなく）削除した場合、プラットフォーマーは免責されない。

現在のプラットフォーマーのプラクティス（とりわけ、米国系のプラットフォーマーによるプラクティスで、侵害主張通知があれば、速やかに削除し、削除した事実とともに侵害主張通知の情報をコンテンツ掲出者に連絡し、その両者間で協議を促す）は、プロバイダ責任制限法（情報流通プラットフォーム対処法）3条2項の建付けとは異なっている。ただ、プラットフォーマーによるプラクティスそのものが直ちに違法になるということではない。米国式のプラクティスを世界的に採用することで標準化するとともに、各国での損害賠償やレプレーション等のリスクを受け入れることはあり得る。個別に責任が発生した場合に、各国法に基づいて対応することになる。

この点からすると、いつでも簡単トイレ事件、COMAX事件、韓国タレントグッズ事件、将棋実況中継事件I及びIIでプラットフォーマーが行ったプラクティス、すなわち、侵害主張通知があったことで直ちに当該のコンテンツを削除し、侵害主張通知者とコンテンツ掲出者間での協議に委ねるプラクティスでは、プロバイダ責任制限法（情報流通プラットフォーム対処法）ではプラットフォーマーは免責されず、コンテンツ掲出者に対してコンテンツを削除したに基づく損害賠償責任の可能性があることになる。コンテンツ掲出者は、プラットフォーマーに損害賠償請求できることになる。

ただ、コンテンツ掲出者は、コンテンツの掲出のためのプラットフォーム利用にあたって、プラットフォーマーが設定した規約に従っていることに留意が必要である。

6.3 プラットフォーマーが定める規約とプロバイダ責任制限法（情報流通プラットフォーム対処法）の関係

本稿で参照したプラットフォーマーが定める規約をみると、いずれもプラットフォーマーの責任については、かなり限定的な定めになっている。

また、発信者情報開示請求事件は数多く存在する一方で、プラットフォーマーに対して損害賠償請求を行い、プラットフォーマー側がプロバイダ責任制限法（情報流通プラットフォーム対処法）や規約で免責又は責任の制限を主張して争った事件は、あまり見当たらない⁽¹⁰¹⁾。

コンテンツ掲出者の立場からすると、知財侵害主張通知に基づいてプラットフォーマーにより削除されたコンテンツが第三者の知的財産を侵害するものではなかった場合、プロバイダ責任制限法（情報流通プラッ

(101) 知財事案ではないが、東京地判令和3年9月27日（平成28年（ワ）12785、17680、28219号、平成29年（ワ）32358号、平成30年（ワ）34522号）では、被告らがプロバイダ責任制限法3条1項により、複数の被告のうち1人の被告は免責されると主張したが、「他人の権利が侵害されていることを知ることができたと認めるに足りる相当の理由があるときに該当する」として、免責を認めなかった。この事案は、当該被告自らが、他人の権利侵害行為を行っていたものである。

同法3条2項についての紛争ではないが、東京地判令和元年12月24日（平成29年（ワ）33550号「ツイッタープロフ画像事件」）では、ツイッター社が一旦削除した画像が再表示されることについて損害賠償請求がされたが、再表示はシステム上のバグによるものであり、当該バグについて知り得たとはいえないとして、損害賠償請求は認められなかった。なお、控訴審（知財高判令和3年5月31日 令和2年（ネ）10010、10011号）では、一審原告がこの請求を取り下げている。

やはり、同法3条2項についての紛争ではないが、東京地判令和5年3月29日（令和2年（ワ）22748号）は、俳優等として活動する原告が、被告ヤフー社が他の被告である東京スポーツ新聞社の記事をニュースページにおいて配信したことについて、名誉毀損にあたるとして損害賠償金支払いを求めた事案。判決は、被告東京スポーツ新聞社に対する請求について認容した一方、被告ヤフー社への請求については、情報の発信者とは認められず、またプロバイダ責任制限法3条に定める2つのいずれかに該当する場合は原告に対して不法行為責任を負うが、そのことについて原告は主張立証していないとして、原告の請求を認めなかった。

トフォーム対処法) 3条2項の定めがあるところ、プラットフォーマーが定める規約（とりわけ、プラットフォーマーの責任を限定する規定）によって、プラットフォーマーに対して賠償責任の請求は制限されてしまうのか。

まず、プロバイダ責任制限法（情報流通プラットフォーム対処法）3条は、その規定を守っていれば免責されるというものであるので、その規定と異なるプラクティスを行ったからといって、直ちに違法になるわけではないと考えられている。また、本稿で取り上げた信用毀損行為か否かが争われる時は事業を行っている者であり、問題となるコンテンツ掲出者は消費者ではなく、消費者契約法で保護される立場ではない⁽¹⁰²⁾。こうしたことからすると規約により、プラットフォーマーの責任は制限されてしまうように見える。

ただ、事業を行うためにコンテンツ掲出をしている利用者は、プラットフォーマーの規約に同意してプラットフォームに登録しているものではあるが、インターネット上で事業を行うにあたり、大規模事業者を除き自らすべてを一から立ち上げるのは容易ではなく、また既に市場において非常に多くの需要者が使用しているプラットフォームを利用することはほぼ必然と言っていいような状態である。そして、プラットフォーマーは、市場においてほぼ寡占状態であり、いずれのプラットフォーマーの規約も同様に責任制限規定が入っているのが実態である。そういう背景からすると、プラットフォーマーは圧倒的に交渉力がある状態で、利用者に対して圧倒的に優越的な立場にあるといえる。一方で、プラットフォーマーは、虚偽の侵害主張告知をしてきたものを自らが運営するプラットフォームに参加させないといった措置を取るなど、プラットフォーマーが提供するプラットフォームやプラットフォーマー自身を守るすべは、自らの責任を制限する方法以外にも可能と思われる。

こうした背景から考えると、第三者による知財侵害主張通知を受領し、プラットフォーマーが直ちに当該コンテンツを削除する現状のプラクティスで、プラットフォーマーの規約によりプラットフォーマーの責任が制限されると主張するとしたら、それは優越的な地位の濫用として扱う余地は十分にあるように思われる。

なお、既に述べているとおり、2025年4月から施行された情報流通プラットフォーム対処法が定める調査義務が、知財に関する権利侵害主張通知に対するプラットフォーマーのプラクティスにどのような変化をもたらすか注目したい。

（足 立 勝 2025年6月30日）

本稿は、2024年6月26日の日本弁理士会中央知的財産研究所「標識法を中心とした知的財産法上の現代的課題」第4回研究会で行った研究報告を基礎にしている。また、本稿は、執筆者個人の見解に基づくものであり、執筆者の現在又は過去の所属団体・組織の見解ではない。

(102) 消費者契約法において、「消費者」とは「個人（事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。）をいう」、「事業者」とは「法人その他の団体及び事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人をいう」とされており（消費者契約法2条1項、2項）、事業として又は事業のために契約当事者になっている個人の場合は、消費者契約法で保護対象にならない。