

知的財産権からみた対外発表における 情報管理のポイント

深 澤 潔*

抄 録 情報は形のないものであり、瞬時に複製や拡散が可能なものである。そのため、対外発表によって他者に損害や不利益を与えることがないようにするための情報管理や、逆に対外発表によって自社が損害や不利益を被ることがないようにするための情報管理が必要になる。ところで、対外発表に関しては、その発信する情報の内容に応じて様々な法律による表示規制を受ける。誌面の都合上、本稿では、特許法や意匠法、商標法、著作権法、不正競争防止法といった知的財産権に関する法律の観点から情報管理のポイントについて論じる。それぞれの情報管理項目に関連して各法律にどのような規定があるのかを紹介するとともに、それに基づく対応例について紹介する。法律に沿った適切な対応によって自社や他者に対する損害や不利益を事前に防止することができる。対外発表に限らず情報発信の際に少しでも役立てていただければ幸いである。

目 次

1. はじめに
2. 対外発表することで自社が損害や不利益を被ることがないようにするための情報管理
 2. 1 新規性維持管理
 2. 2 出願公開内容管理
 2. 3 先使用権確保
 2. 4 秘密意匠管理
 2. 5 営業秘密管理
 2. 6 裁判における秘密保持管理
 2. 7 秘密保持契約
3. 対外発表しないことで自社が損害や不利益を被ることがないようにするための情報管理
 3. 1 特許や商標等の表示管理
 3. 2 普通名称化阻止管理
 3. 3 商標使用管理
 3. 4 著作権表示管理
4. 対外発表によって他者に損害や不利益を与えることがないようにするための情報管理
 4. 1 著作物の複製使用
 4. 2 付随対象著作物の利用
 4. 3 引用管理
 4. 4 誤認惹起行為管理

4. 5 信用毀損行為管理
5. おわりに

1. はじめに

業務を行う上で、関係者に限らず第三者に対して種々の対外発表の機会が存在する。そのような対外発表は、通常は自社に利益となると考えてなされるものである。しかし、情報は形のないものであり、瞬時に共有できたり複製できたりする。そのため、自社にとって不適切な情報が一度外に出てしまうとそれ自体を訂正することも回収することもできない。しかも、情報によっては他者に損害や不利益を与える場合もあり得る。そこで、自社の利害の観点から自社の情報を適切に管理する必要がある。

対外発表に関する情報管理には大きく分けて次の3つが想定される。

* 弁理士・技術士（航空宇宙） Kiyoshi FUKASAWA

- ・ 対外発表することで自社が損害や不利益を被ることがないようにするための情報管理
 - ・ 対外発表しないことで自社が損害や不利益を被ることがないようにするための情報管理
 - ・ 対外発表によって他者に損害や不利益を与えることがないようにするための情報管理
- 知的財産権に関連する法律の観点がそれぞれの場面で異なることから、これらの情報管理のポイントについて考察する。

2. 対外発表することで自社が損害や不利益を被ることがないようにするための情報管理

情報の状態により、企業が所有する情報はおおまかに次の4つに分類される¹⁾。

- ① 第三者にすでに周知となった情報
- ② 漏れても自社への影響が少ない情報
- ③ 漏れた場合、自社や関係者に重大な影響を与える情報資産
- ④ 漏れた場合、法令違反等になる個人情報等の情報

上記①についてはあえて情報管理する必要性はない。上述したように、すでに周知となった情報を管理することはできないからである。ただし、周知となった情報であっても、誤報やデマ等、自社や関係者に悪影響を及ぼすものであればこれを訂正する情報を発信する必要がある。

②及び③の違いは、自社や関係者に与える影響の大きさ、すなわち情報の価値の大きさによる。ただし、情報の価値をどのように決めるか、誰が決めるか、といったことについては本稿の趣旨とは異なるため、この点には触れない。

④については、個人情報保護法等の法律によって規定があり、それらに従う必要がある。

本章では、まず、対外発表することで自社が損害や不利益を被ることがないようにするためとして、上記③に該当する情報の管理について整理する。

2. 1 新規性維持管理

特許法第29条第1項には、

「産業上利用することができる発明をした者は、次に掲げる発明を除き、その発明について特許を受けることができる。

一 特許出願前に日本国内又は外国において公然知られた発明

二 特許出願前に日本国内又は外国において公然実施をされた発明

三 特許出願前に日本国内又は外国において、頒布された刊行物に記載された発明又は電気通信回線を通じて公衆に利用可能となった発明」

との規定がなされている。

何らかの発明について特許権を取得する必要がある場合には、特許出願前にその発明に関する情報をむやみに公知にしたり、公然実施したり、刊行物等に掲載したりすべきではない。

つまり、発明に関する情報を少なくとも特許出願するまでは秘匿しなければならない。

そのためには、情報が社外に流出する場面、例えば、新商品のニュースリリースや展示会出展の他、商談や営業場面で発明に関する情報を相手方に開示する前に、特許出願の有無についての確認が必要になる。

一方、同じ特許法の第30条の第1項及び第2項には、

「1 特許を受ける権利を有する者の意に反して第二十九条第一項各号のいずれかに該当するに至った発明は、その該当するに至った日から六月以内にその者がした特許出願に係る発明についての同条第一項及び第二項の規定の適用については、同条第一項各号のいずれかに該当するに至らなかったものとみなす。

2 特許を受ける権利を有する者の行為に起因して第二十九条第一項各号のいずれかに該当するに至った発明（発明、実用新案、意匠又は商標に関する公報に掲載されたことにより同項各

号のいずれかに該当するに至ったものを除く。)も、その該当するに至った日から六月以内にその者がした特許出願に係る発明についての同条第一項及び第二項の規定の適用については、前項と同様とする。」

との新規性喪失の例外規定がある。

第1項は特許出願前にもかかわらず、意図せず公知となってしまったことに対する救済規定である。これは意図しない情報漏えいと同様の管理に関することであり、営業秘密管理と合わせて後述する。

一方、第2項は意図して公知にした場合の救済規定である。平成23年の法改正前の発明の新規性喪失の例外規定では、上記第2項の適用対象は、試験の実施、刊行物への発表、電気通信回線を通じての発表、特許庁長官が指定する学会での文書発表、特定の博覧会への出品等によって公開された発明に限定されていた。

しかし、近年における発明の公開態様の多様化への対応等を目的として、平成23年の第30条の改正によって新規性喪失例外の適用対象が拡大され、内外国特許庁・国際機関により発行された公報に掲載された発明は除くものの、集会・セミナー等（特許庁長官の指定のない学会等）で公開された発明、テレビ・ラジオ等で公開された発明、販売によって公開された発明等も新たに適用対象になった²⁾。

よって、仮に特許出願対象発明をその特許出願前に上述した態様にて公表した場合であっても、第2項に基づき公表日から6ヶ月以内に特許出願すれば、新規性喪失の例外の適用を受けることにより、その公知化行為によって拒絶されることを回避することができる。ここでは、「公表後6ヶ月以内の特許出願が可能か否か」が問題となる。

ただし、上記第2項の適用を受けることができる発明であることを証明する書面を提出する必要がある。また、特許出願前に公開した発明

についてこの規定の適用を受けたとしても、例えば、第三者が同じ発明を独自に発明して自社よりも先に特許出願していた場合や、こちらの特許出願よりも先に公開していた場合には、特許を受けることができなくなる。

よって、特許権が取得できなくなるリスクを低減するため、基本的には特許出願するまでは秘匿することが望まれる³⁾。

新規性維持管理は発明だけに限らず、意匠についても同様である。

2. 2 出願公開内容管理

特許権を取得するためには、特許明細書に、その発明の属する技術の分野における通常の知識を有する者がその実施をすることができる程度に明確かつ十分な記載をすることが必要になる（特許法第36条第4項第1号、第49条第1項第4号）。

一方、特許法第64条第1項には、

「特許庁長官は、特許出願の日から一年六月を経過したときは、特許掲載公報の発行をしたものを除き、その特許出願について出願公開をしなければならない。次条第一項に規定する出願公開の請求があったときも、同様とする。」との規定がある。

つまり、特許明細書には必要十分な程度の内容を記載すべきであるが、出願を取り下げない限りその内容が何れ公開されるので、本来開示すべきでない秘匿事項が特許明細書の記載に含まれないように留意することが情報管理のポイントとなる。

もし、開示すべきではない事項を記載してしまった場合には、出願公開前に特許出願自体を取り下げる必要がある。取り下げる必要があるのは、出願公開前に補正しても、特許出願公開後は閲覧請求によって補正前の内容も第三者に閲覧可能になってしまうからである。また、国内優先権主張出願を行った場合、先の出願は取

り下げ擬制される。しかし、国内優先権主張出願が出願公開された後は、同様に閲覧請求によって先の出願内容が第三者に閲覧可能になってしまう。この場合も出願公開前に特許出願自体を取り下げる必要がある。

2. 3 先使用権確保

特許権を取得しない選択をした発明であっても、他社が同様の発明をして特許権を取得してしまう可能性がある。そのような場合、当該発明を実施すると他社の特許権を侵害することになる。

しかし、特許法第79条には、

「特許出願に係る発明の内容を知らないで自らその発明をし、又は特許出願に係る発明の内容を知らないでその発明をした者から知得して、特許出願の際現に日本国内においてその発明の実施である事業をしている者又はその事業の準備をしている者は、その実施又は準備をしている発明及び事業の目的の範囲内において、その特許出願に係る特許権について通常実施権を有する。」

との規定がある。つまり所定の要件を満たすことによって他社の特許権を無償で実施することができ、事業を継続できる。

そのためには、

- ① (a) 「特許出願に係る発明の内容を知らないで自らその発明」(自分が発明)するか
(b) 「特許出願に係る発明の内容を知らないでその発明をした者から知得」(自分以外の発明者から発明を知得)して
 - ② 他者による「特許出願の際現に」
 - ③ 「日本国内において」
 - ④ (a) 「その発明の実施である事業をしている」
(b) 「その事業の準備をしている」
 - ⑤ 「その実施又は準備をしている発明及び事業の目的の範囲内において」
- の各項目を満たす必要がある⁴⁾。

どんな発明について他社に特許権を取得されるかはわからない。そのため、発明に関する情報を秘匿してもその発明が他社の特許発明となって、自社での実施行為が他社の特許権侵害とされるリスクがある。

発明の完成の有無にかかわらず、当該発明について事業化が可能かどうか検討され、事業化に向けた準備の開始が決定される時点が、先使用権の認められる可能性が生じ始める最も早い段階と位置付けられる。そのため、上述したリスクを回避するためには、このような時点から先使用権の立証に必要な資料を確保し始める必要がある⁴⁾。

特許出願しないで秘匿することを選択したものであれば、意図しない情報漏えいに注意する必要がある。しかし、先使用権を確保するためには、発明、事業の準備や事業開始について確定日付だけに頼るのではなく、対外発表によって第三者からも日付の証明が得られるような工夫も必要である。

2. 4 秘密意匠管理

意匠法第14条第1項には、

「意匠登録出願人は、意匠権の設定の登録の日から三年以内の期間を指定して、その期間その意匠を秘密にすることを請求することができる。」との規定がある。

通常、意匠権の設定後、願書に記載された図面等が公開される(意匠法第66条第1項)。しかし、秘密意匠制度を利用すると最長3年間までの指定した期間は公開されない。

意匠権設定後、実際の商品デザインが公開されるまで時間がある場合、デザインに関する情報漏えいを防ぐための情報管理として、秘密意匠制度の要否についての検討が必要になる。

なお、秘密意匠の秘密期間は、意匠登録出願と同時に、又は第一年分の登録料の納付と同時に設定することができる(同法第14条第2項)。

2. 5 営業秘密管理

不正競争防止法第2条第6項には、営業秘密として、

「秘密として管理されている生産方法、販売方法その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報であって、公然と知られていないもの」の定義がなされている。

この営業秘密に対して同法同条第1項第4号から第9号にわたって各種不正競争行為が規定されている。

営業秘密に対して各種不正競争行為があった場合には、同法第3条に基づく差止請求が、また、故意又は過失によって不正競争を行った場合には、同法第4条に基づく損害賠償請求が可能となる。

ただし、自社の情報を営業秘密として適切に管理していなければ、仮にその情報が意図しない第三者に漏えいされたとしても不正競争とはされない。

まずは、自社が保有する情報の全体像を把握し、それを評価した上でその中から秘密として保持すべき情報（秘密情報）を決定することである。

営業秘密として管理するために注意すべき点は以下の5つである⁵⁾。

- ① 秘密情報に近寄りにくくする
- ② 秘密情報の持出しを困難にする
- ③ 情報漏えいが見つかりやすい環境をつくる
- ④ 秘密情報とその他の情報とを識別する
- ⑤ 組織の健全性の向上

これらに対して具体的な対策をとることになる。

例えば、上記①については情報へのアクセス権に制限を設ける、②については、携帯メモリの持ち込み・持ち出しに制限を設ける、③については、監視、④については、秘密情報であることの表示、⑤については、職場のモラルや従

業員等との信頼関係を維持・向上する取組等がある。

この際、秘密管理性要件が満たされるためには、営業秘密保有企業が当該情報を秘密であると単に主観的に認識しているだけでは不十分である。

すなわち、営業秘密保有企業の秘密管理意思（特定の情報を秘密として管理しようとする意思）が、具体的状況に応じた経済合理的な秘密管理措置によって、従業員に明確に示され、結果として、従業員が当該秘密管理意思を容易に認識できる（換言すれば、認識可能性が確保される）必要がある⁶⁾。

勿論、実効性のある秘密管理体制の構築については、これまでも議論^{7), 8)}されてきている通り、多くの課題があり、秘密情報の特定からして容易ではない。本稿では紙面の都合上、この点を掘り下げることにはしないが、各社において慎重な検討が望まれる。

2. 6 裁判における秘密保持管理

特許法第105条の4によれば、裁判所は、特許権又は専用実施権の侵害に係る訴訟において、その当事者が保有する営業秘密について、疎明があった場合には、当事者の申立てにより、決定で、当事者等、訴訟代理人又は補佐人に対し、当該営業秘密を当該訴訟の追行の目的以外の目的で使用し、又は当該営業秘密に係る命令を受けた者以外の者に開示してはならない旨を命ずることができるとされている。

特殊な事例ではあるが、侵害訴訟等で自社の秘密情報を開示しなければならないときには、秘密保持命令の申立てが可能である。なお、特許法に限らず、後述する他の知的財産に関する場合にも同様の規定がある。

2. 7 秘密保持契約

秘密保持契約は、自社の秘密情報を他社に開

示す際に、その情報を秘密に保持する方法や使用目的、試用期間、返還方法などを取り決めるために締結する契約である。

秘密保持契約では、どの範囲の情報を秘密情報にするのかも重要な観点となる。上述した営業秘密と同様の考え方が適用される場合が多い。

秘密保持が必要な場合として、一方の当事者からのみ秘密情報が開示される場合と、相互に秘密情報を交換する場合とがあり、契約によって定める。

この際、開示される一切の情報を秘密情報とした上で、一部の情報を例外とする場合と、開示される情報のうち一定の情報のみを秘密情報とした上で、その他の情報を例外とする場合とがある。当事者のうち、どちらが秘密保持義務を負うのか、によって、義務の内容が合理的になるよう契約に定めることになる。

ところで、不正競争防止法第19条第1項には、「取引によって営業秘密を取得した者（その取得した時にその営業秘密について不正開示行為であること又はその営業秘密について不正取得行為若しくは不正開示行為が介在したことを知らず、かつ、知らないことにつき重大な過失がない者に限る。）がその取引によって取得した権原の範囲内においてその営業秘密を使用し、又は開示する行為」は不正競争とされない旨の規定がある。

そのため、この規定の解釈をめぐって、どこまでの情報の使用や開示が「権原の範囲内」に該当する（不正競争とならない）のかといった争いが生じないように、秘密保持契約を締結する際には、契約締結以前に入手した情報を含めて保持すべき秘密情報の対象となる情報、及び対象外となる情報について明確になるよう規定することも必要になる。

3. 対外発表しないことで自社が損害や不利益を被ることがないようにするための情報管理

発信すべき情報を発信すべきときに発信しなければ自社に損害が発生したり不利益を被ったりする場合がある。本章ではこのような場合について考察する。

3. 1 特許や商標等の表示管理

特許法第187条には、

「特許権者、専用実施権者又は通常実施権者は、経済産業省令で定めるところにより、物の特許発明におけるその物若しくは物を生産する方法の特許発明におけるその方法により生産した物（以下「特許に係る物」という。）又はその物の包装にその物又は方法の発明が特許に係る旨の表示（以下「特許表示」という。）を附するように努めなければならない。」

との規定がある。

特許表示をしないからといって罰則規定はない。また、製造方法に関する特許や化学系組成物の特許など、リバースエンジニアリングによる実施確認が困難な特許に関しては、特許表示によって当該製品に使用している技術を、自らさらけ出してしまうのは避けるべきという考え方もある。しかし、第三者との間で無用な争いを避けるためにも、場合によっては積極的な情報発信を行うことも一考に値する。

3. 2 普通名称化阻止管理

商標法第3条第1項には、次のような規定がある。

「自己の業務に係る商品又は役務について使用をする商標については、次に掲げる商標を除き、商標登録を受けることができる。

一 その商品又は役務の普通名称を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標

二 その商品又は役務について慣用されている商標

三 その商品の産地、販売地、品質、原材料、効能、用途、形状（包装の形状を含む。第二十六条第一項第二号及び第三号において同じ。）、生産若しくは使用の方法若しくは時期その他の特徴、数量若しくは価格又はその役務の提供の場所、質、提供の用に供する物、効能、用途、態様、提供の方法若しくは時期その他の特徴、数量若しくは価格を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標

四 ありふれた氏又は名称を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標

五 極めて簡単で、かつ、ありふれた標章のみからなる商標

六 前各号に掲げるもののほか、需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができない商標」

当初からこれらの規定に該当する商標は、同条第2項に規定される要件を満たさない限り商標登録されることはない。

しかし、自社の商標権に係る商標が周知著名になった場合、一般の需要者はいつの間にかその商標が商品そのものの表示であると思うようになる。つまり、著名になったがゆえに自社商品の識別標識としての機能が失われ、損害が発生したり不利益を被ったりする可能性がある。

かかる事態を阻止するためには、当該登録商標の使用状況に関する情報収集に努めるべきである。そして、普通名称としての使用が見受けられる場合には、当該商標が登録商標であることを主張したり、第三者による普通名称としての使用を規制したり、第三者の勝手な使用に対して権利行使する旨を表明したり、といったことを常に情報発信する必要がある⁹⁾。

3. 3 商標使用管理

商標法第50条第1項には、

「継続して三年以上日本国内において商標権者、専用使用権者又は通常使用権者のいずれもが各指定商品又は指定役務についての登録商標（書体のみに変更を加えた同一の文字からなる商標、平仮名、片仮名及びローマ字の文字の表示を相互に変更するものであって同一の称呼及び観念を生ずる商標、外観において同視される図形からなる商標その他の当該登録商標と社会通念上同一と認められる商標を含む。以下この条において同じ。）の使用をしていないときは、何人も、その指定商品又は指定役務に係る商標登録を取り消すことについて審判を請求することができる。」との規定がある。

未使用状態で商標登録されたまま3年経過した場合や、登録時には使用していたものの、その後3年以上使用しない状態が継続している場合にこのような不使用状態となる。

3年以上の不使用期間があっても将来使用する予定があるならば、不使用期間の管理が必要になる。

なお、商標の不使用に関して、必ずしも登録商標と同一の商標の使用である必要はなく、上記の括弧書き記載のように登録商標と同一と認められる使用態様であれば、不使用とはならない¹⁰⁾。

一方、商標法第51条第1項には、

「商標権者が故意に指定商品若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若しくは指定役務に類似する商品若しくは役務についての登録商標若しくはこれに類似する商標の使用であって商品の品質若しくは役務の質の誤認又は他人の業務に係る商品若しくは役務と混同を生ずるものをしたときは、何人も、その商標登録を取り消すことについて審判を請求することができる。」

との規定がある。

登録商標と同一ではない商標を使用して逆に誤認混同を引き起こしてしまうと、その商標登

録が取り消されるおそれがある。

よって、登録商標に対して、商標だけでなく商品・役務も含めた実際の使用状況や使用態様について管理すべきである。

3. 4 著作権表示管理

我が国では著作権は無方式主義を採用しているので、著作権は創作の時から発生する（著作権法第51条第1項）。

したがって、著作物であれば特別な手続きなくその著作権は保護される。

また、我が国が加盟する文学的及び美術的著作物の保護に関するベルヌ条約の第3条（1）では、

「(1) 次の者は、次の著作物について、この条約によって保護される。

(a) いずれかの同盟国の国民である著作者
その著作物（発行されているかどうかを問わない。）

(b) いずれの同盟国の国民でもない著作者
その著作物のうち、いずれかの同盟国において最初に発行されたもの並びに同盟に属しない国及びいずれかの同盟国において同時に発行されたもの」

との規定があり、ベルヌ条約加盟国であれば我が国の著作物もそのまま保護される。

一方、万国著作権条約の第3条第1項には、
「締約国は、自国の国内法令に基づき著作権の保護の条件として納入、登録、表示、公証人による証明、手数料の支払又は自国内における製造若しくは発行のような方式に従うことを要求するときは、この条約に基づいて保護を受ける著作物で、自国外で最初に発行され、かつ、その著作者が自国民でないものについて、著作者又は著作権を有する他の者の許諾を得て発行された著作物のすべての複製物にその最初の発行の時から©の記号が著作権を有する者の氏名及び最初の発行の年とともに表示されている限

り、これらの要求が満たされたものと認めなければならない。ただし、その記号、氏名及び発行の年は、著作権が留保されていることを表示するのに適当な方法で、かつ、適当な場所に掲げなければならない。」

との規定がある。

方式主義の国においては、上述のように著作物に著作権表示がないとその著作権が適切に保護されない。

しかし、先ほどのベルヌ条約第5条（2）では、「権利の享有及び行使には、いかなる方式の履行をも要しない。その享有及び行使は、著作物の本国における保護の存在にかかわらない。したがって、保護の範囲及び著作者の権利を保全するため著作者に保障される救済の方法は、この条約の規定によるほか、専ら、保護が要求される同盟国の法令の定めるところによる。」との規定がある。

よって、ベルヌ条約に加盟している国であれば著作権表示をしていなくても著作物は保護されるが、方式主義の国かつベルヌ条約に加盟していない国においても著作権の保護を求める場合には、著作権表示をする必要がある。

4. 対外発表によって他者に損害や不利益を与えないようにするための情報管理

情報発信行為やその内容によっては、他者に損害や不利益を与え得る。そのためには、発信する情報の適切な管理も必要になる。

例えば、商品又は役務（サービス）について適正な質・内容を表示するため、我が国では、適正表示を促すため、知的財産に関する法律以外にも以下に示す様々な法律で表示規制が設けられている¹¹⁾。

- ・食品衛生法
- ・農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）

- ・計量法
- ・健康増進法
- ・医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（薬事法）
- ・医療法
- ・たばこ事業法
- ・酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律（酒税法）
- ・建築基準法
- ・工業標準化法（JIS法）
- ・家庭用品品質表示法
- ・消費生活用製品安全法
- ・資源の有効な利用の促進に関する法律（資源有効利用促進法）
- ・電気用品安全法（PSE法）
- ・貸金業法
- ・金融商品取引法
- ・銀行法
- ・個人情報保護法
- ・古物営業法
- ・特定商取引に関する法律（特定商取引法）
- ・不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）
- ・消費者契約法
- ・民法
- ・関税法
- ・軽犯罪法
- ・刑法

本来、情報の内容に応じてこれらの法律を順守すべきであるが、本章では、前項と同様に知的財産権に関連する法律に基づくものに絞って考察する。よって、上述した各法律についての考察は省略¹²⁾するが、関連する内容について一度確認しておくべきである。

4. 1 著作物の複製使用

著作権法第30条第1項には、次のような記載がある。

「著作権の目的となっている著作物（以下こ

の款において単に「著作物」という。）は、個人的に又は家庭内その他これに準ずる限られた範囲内において使用すること（以下「私的使用」という。）を目的とするときは、次に掲げる場合を除き、その使用する者が複製することができる。

一 公衆の使用に供することを目的として設置されている自動複製機器（複製の機能を有し、これに関する装置の全部又は主要な部分が自動化されている機器をいう。）を用いて複製する場合

二 技術的保護手段の回避（第二条第一項第二十号に規定する信号の除去若しくは改変（記録又は送信の方式の変換に伴う技術的な制約による除去又は改変を除く。）を行うこと又は同号に規定する特定の変換を必要とするよう変換された著作物、実演、レコード若しくは放送若しくは有線放送に係る音若しくは映像の復元（著作権等を有する者の意思に基づいて行われるものを除く。）を行うことにより、当該技術的保護手段によって防止される行為を可能とし、又は当該技術的保護手段によって抑止される行為の結果に障害を生じないようにすることをいう。第百二十条の二第一号及び第二号において同じ。）により可能となり、又はその結果に障害が生じなくなった複製を、その事実を知りながら行う場合

三 著作権を侵害する自動公衆送信（国外で行われる自動公衆送信であって、国内で行われたとしたならば著作権の侵害となるべきものを含む。）を受信して行うデジタル方式の録音又は録画を、その事実を知りながら行う場合」

これらに該当しない複製、すなわち業として無断での複製行為は、著作権を侵害する。

近年は様々な情報を自社のホームページで公開するだけでなく、各種SNSやブログ等へ投稿する例も多く見受けられる。当然のことながらこれらの行為は個人的な限られた範囲での使用

には当たらない。投稿内容が他者の複製権を侵害するようなことがないように注意すべきである。

ただし、著作権の場合には何が著作物か判断が難しいものも存在する。

判断が難しいものを複製する場合には、例えば後述する引用管理を行うことも必要になる。

4. 2 付随対象著作物の利用

一方、著作権法第30条の2第1項には、次のような規定がある。

「写真の撮影、録音又は録画（以下この項において「写真の撮影等」という。）の方法によって著作物を創作するに当たって、当該著作物（以下この条において「写真等著作物」という。）に係る写真の撮影等の対象とする事物又は音から分離することが困難であるため付随して対象となる事物又は音に係る他の著作物（当該写真等著作物における軽微な構成部分となるものに限る。以下この条において「付随対象著作物」という。）は、当該創作に伴って複製又は翻案することができる。ただし、当該付随対象著作物の種類及び用途並びに当該複製又は翻案の態様に照らし著作権者の利益を不当に害することとなる場合は、この限りでない。」

例えば、カタログ用に撮影した写真に他者の著作物が写りこんでいたことから、このような行為が当該他者の著作権等を侵害する行為となるかどうか争われた裁判例がある¹³⁾。

このような事例を踏まえ、対象となる事物を写真の撮影等によって新たな著作物（写真等著作物）として創作するに当たって、当該事物等から分離することが困難であるため付随して写真等著作物の対象となる他の著作物（付随対象著作物）は、当該写真等著作物の創作に伴って複製又は翻案することが著作権の侵害行為に当たらないことが規定された。

しかし、対象となる他者の著作物が認識でき、

その著作物を利用する意図があるような場合は著作物の使用となり、無断での使用は著作権者に不利益となるので当該著作物の著作権者から許諾を得ることが必要になる。

写真等著作物を創作する際に他人の著作物が入り込む場合には、その使用の目的を十分に考慮する必要がある。

4. 3 引用管理

著作権第32条には、次のような規定がある。

「公表された著作物は、引用して利用することができる。この場合において、その引用は、公正な慣行に合致するものであり、かつ、報道、批評、研究その他の引用の目的上正当な範囲内で行なわれるものでなければならない。

2 国若しくは地方公共団体の機関、独立行政法人又は地方独立行政法人が一般に周知させることを目的として作成し、その著作の名義の下に公表する広報資料、調査統計資料、報告書その他これらに類する著作物は、説明の材料として新聞紙、雑誌その他の刊行物に転載することができる。ただし、これを禁止する旨の表示がある場合は、この限りでない。」

これに付随して同第48条第1項には次のような規定がある。

「次の各号に掲げる場合には、当該各号に規定する著作物の出所を、その複製又は利用の態様に応じ合理的と認められる方法及び程度により、明示しなければならない。

一 第三十二条、第三十三条第一項（同条第四項において準用する場合を含む。）、第三十三条の二第一項、第三十七条第一項、第四十二条又は第四十七条の規定により著作物を複製する場合

二 （省略）

三 第三十二条の規定により著作物を複製以外の方法により利用する場合又は第三十五条、第三十六条第一項、第三十八条第一項、第四十一

条若しくは第四十六条の規定により著作物を利用する場合において、その出所を明示する慣行があるとき。]

すなわち、著作権者の許諾なく著作物を引用できる要件として、

- ① 引用する資料等は既に公表されていること
 - ② 「公正な慣行」に合致すること
 - ③ 報道、批評、研究などのための「正当な範囲内」であること
 - ④ 出所の明示が必要なこと（複製以外はその慣行があるとき）
- が必要とされる。

さらに、判例等¹⁴⁾から、引用部分とそれ以外の部分の「主従関係」が明確であること、「引用部分」が明確になっていること、が要件として挙げられる。

また、この引用に関連して著作者は同一性保持権を有することから、著作権法第20条第1項に規定があるように、意に反する変更、切除、改変ができない。

近年は、インターネット上に公開されている電子情報のコピー&ペースト（いわゆるコピー）が容易であることから、各種情報を容易に引用できる環境にある。

それゆえ、引用に関する要件を満たすかどうかについての確認がますます必要になっている。

一方で近年は、著作権を著作者のもとに残しつつ、一定のルール下で著作物の利用を許諾できるクリエイティブ・コモンズ・ライセンス（CCライセンス）という仕組みを提供している国際的非営利組織「クリエイティブ・コモンズ」もある¹⁵⁾。

クリエイティブ・コモンズでは、著作物を公開する著作者が「この条件を守れば私の著作物を自由に使って構わない」という意思表示をするためのツールとして、その許諾状況に応じたCCライセンスを用意している。

このCCライセンスに応じた利用をすること

により、個別に許諾を求める必要がなくなるため、これを活用することも有効な可能性がある。

4. 4 誤認惹起行為管理

不正競争防止法第2条第1項第14号には、「商品若しくは役務若しくはその広告若しくは取引に用いる書類若しくは通信にその商品の原産地、品質、内容、製造方法、用途若しくは数量若しくはその役務の質、内容、用途若しくは数量について誤認させるような表示をし、又はその表示をした商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供し、若しくはその表示をして役務を提供する行為」が、不正競争である旨が規定されている。

例えば、販売するろうそくに「燃焼時に発生する煤の量が90%減少。火を消したときに生じるにおいも50%減少」と表示していた業者に対し、実験の結果、そのような効果が認められず、当該表示は商品の品質を誤認させるとして、損害賠償が命じられた事件がある（ろうそく虚偽表示事件¹⁶⁾）。

また、級別の審査・認定を受けなかったために酒税法上「清酒二級」とされた商品であるビン詰の清酒に「特級清酒」の表示証を貼付する行為は、たとえその清酒の品質が実質的に特級清酒に劣らない優良なものであっても、誤認惹起行為に当たるとした事件がある（清酒特級事件¹⁷⁾）。

上記は自社商品同士の比較である一方、他社の商品と性能面等の比較を行うことで自社商品が優れている点を広告する手法がある。このような比較広告自体は直ちに誤認惹起行為となるものではない。しかし、広告内容に虚偽や欺瞞性がある場合には、誤認惹起行為に該当する場合がある。

このような例として、「一般的なキシリトールガムに比べ約5倍の再石灰化効果を実現」な

どの表示が、根拠となる実験の合理性を欠くものとして、虚偽表示であると認められた事件がある（ガム比較広告事件¹⁸⁾。

特に他社の商品との比較広告においては、次節で述べる信用毀損行為の観点や、景品表示法上も問題となる場合がある¹⁹⁾ため、発信する情報の正確性について留意すべきである。

ところで、不正競争法第21条第2項の各号には、刑事罰になる対象の者として、不正の目的をもって第2条第1項第1号又は第14号の不正競争を行った者や、商品若しくは役務若しくはその広告若しくは取引に用いる書類若しくは通信にその商品の原産地、品質、内容、製造方法、用途若しくは数量又はその役務の質、内容、用途若しくは数量について誤認させるような虚偽の表示をした者（第1号に掲げる者を除く。）が規定されている。

このように誤認惹起行為には刑事罰が適用され、しかも特許法等と同様、不正競争防止法第22条に規定されるように社員等だけでなく法人も罰せられるおそれがあるため、注意を要する。

この誤認惹起行為に類似する行為として、虚偽表示行為がある。

特許法第188条には、

「何人も、次に掲げる行為をしてはならない。

一 特許に係る物以外の物又はその物の包装に特許表示又はこれと紛らわしい表示を付する行為

二 特許に係る物以外の物であって、その物又はその物の包装に特許表示又はこれと紛らわしい表示を付したものの譲渡等又は譲渡等のための展示をする行為

三 特許に係る物以外の物の生産若しくは使用をさせるため、又は譲渡等をするため、広告にその物の発明が特許に係る旨を表示し、又はこれと紛らわしい表示をする行為

四 方法の特許発明におけるその方法以外の方法を使用させるため、又は譲渡し若しくは貸し

渡すため、広告にその方法の発明が特許に係る旨を表示し、又はこれと紛らわしい表示をする行為」

との規定がある。

これに違反した場合には、三年以下の懲役又は三百万円以下の罰金という虚偽表示の罪に処されることになる（特許法第198条）。しかも違反した社員等だけではなくその社員等が属する法人も罰せられる（特許法第201条）。

意匠法にも同様の規定があり、虚偽表示には注意を要する。

4. 5 信用毀損行為管理

不正競争防止法第2条第1項第15号には、「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」が、不正競争として規定されている。

該当するのは、競争関係にある相手方に自社の特許権侵害等、知的財産権の侵害等の事実があるとして相手方の取引先などの第三者にそのような内容のものを流布したものの、相手方からそのような事実はないとされる場合である。実際にこのような規定に該当するか否かが争われた裁判例がある²⁰⁾。

このような信用毀損行為は、相手方の行為が自社の権利を侵害する悪質な行為であるとして取引先に対して当該相手との取引の中止を求める行為が起因となる場合が多い。しかし、実際には相手方の行為が侵害行為とはされなかったり、当該自社の権利が無効となってしまったりすると、上述した信用毀損行為に該当してしまうことになる。

競争相手の商品やサービスが自社の取引に直接影響を及ぼすような場合にこのような行為が起りやすい。取引先等の第三者に競争相手の不利な情報を発信する場合には、当該規定に該当する可能性も十分に考慮する必要がある。

5. おわりに

本稿は、対外発表を中心として

- ・対外発表することで自社が損害や不利益を被ることがないようにするための情報管理
- ・対外発表しないことで自社が損害や不利益を被ることがないようにするための情報管理
- ・対外発表によって他者に損害や不利益を与えることがないようにするための情報管理

についてそれぞれ論じてきた。

情報管理を適切に行うことによって、法律が自社の損害を抑えてくれることができる場合もある。一方、逆に情報管理が不十分の場合には法律によってペナルティを与えられてしまう場合もある。

今回は知的財産権に関する法律の視点から対外発表に係る情報管理をみてきたが、事業に応じて適用される法律が他にもある。

本稿末尾に別表1として、上記で挙げた幾つかの観点に基づき、対外発表における情報管理のチェックポイントを纏めた。これはあくまで一例であり、ケースに応じ追加・修正が必要とは考えるが、適宜参照の上、必要な法律に沿って情報管理を行うことが望まれる。

注 記

- 1) 「営業秘密管理指針の概要」経済産業省 知的財産政策室 2頁
http://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/pdf/slide5-ver_20.pdf
- 2) 「平成23年改正法対応・発明の新規性喪失の例外規定の適用を受けるための出願人の手引き」(平成23年改正法対応手引き) 1項 1頁
http://www.jpo.go.jp/shiryou/kijun/kijun2/files/hatumei_reigai/01_guide.pdf
- 3) 「下手なニュースリリースが知的財産権を失う。その回避策とは？」ドリームゲートコラム
http://www.dreamgate.gr.jp/knowhow/chiteki_zaisan_detail/id=2266
- 4) 先使用権制度事例集「先使用権制度の円滑な活

用に向けて—戦略的なノウハウ管理のために—」(第2版) 38頁, 41頁

http://www.jpo.go.jp/seido/tokkyo/seido/senshiyou/pdf/senshiyouken/senshiyouken_2han.pdf

- 5) 「秘密情報の保護ハンドブック ～企業価値向上に向けて～」ガイドライン 経済産業省 17～20頁
<http://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/pdf/handbook/full.pdf>
- 6) 「営業秘密管理指針」 経済産業省 5頁
<http://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/pdf/20150128hontai.pdf>
- 7) 知財管理59巻(2009年) 6号649頁「営業秘密管理における実務的課題」(日本知的財産協会 フェアトレード委員会)
- 8) 知財管理65巻(2015年) 10号1431頁「営業秘密・秘密情報管理に関する法制度・実務の調査・研究—アジア各国に拠点を持つ多国籍企業の営業秘密・秘密情報管理—」(日本知的財産協会 フェアトレード委員会/矢倉信介/ディビッド・E・ケイス)
- 9) 招福巻事件(平成20年(ネ)第2836号)
http://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/375/038375_hanrei.pdf
- 10) 知財高裁 平成28年4月26日判決 平成27年(行ケ)第10179号 審決取消請求事件
http://www.ip.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/856/085856_hanrei.pdf
- 11) 「表示に係る不正競争行為に関する調査研究報告書」(平成20年3月 TMI総合法律事務所 3～16頁)
<http://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/pdf/19hyoji/houkokusho.pdf>
- 12) なお、景品表示法については不当表示や誤認表示等、比較広告にも関係する(詳細は知財管理66巻(2016年) 2号224頁「景品表示法について」を参照されたい)。また、関税法では知的財産権侵害物品や営業秘密侵害物品の水際取締についても規定されているように、本稿で詳述しない各法律においても、知的財産に関連する規定を含むものがある点に留意されたい。
- 13) 雪月花事件(平成11年(ネ)第5641号)
http://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/021/012021_hanrei.pdf
- 14) パロディ・モンタージュ事件(最判昭和55年3

本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

- 月28日民集34巻3号244頁)
http://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/283/053283_hanrei.pdf
- 15) クリエイティブ・コモンズ
<https://creativecommons.jp/>
- 16) ろうそく虚偽表示事件（大阪高判平17.4.28），前掲注11）231～234頁
- 17) 清酒特級事件（最決昭53.3.22），前掲注11）353頁
- 18) ガム比較広告事件（知財高判平18.10.18），前掲注11）226～228頁
- 19) 「比較広告に関する景品表示法上の考え方」消費者庁
http://www.caa.go.jp/representation/pdf/100121premiums_37.pdf
- 20) 東京地方裁判所 平成27年(ワ)第2587号及び平成27年(ワ)第7096号事件
http://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/551/085551_hanrei.pdf
- Web参照日はすべて2016年9月9日

別表1 対外発表における情報管理のチェックポイント例

①技術・デザイン情報について	
①-1.	出願済か
	特許・意匠表示は適切か
	出願内容の開示は適切か（秘密保持面及び記載要件面）
①-2.	出願対象（未出願）か
	開示する情報の範囲は適切か（新規性維持可能か）
	開示先との間で適切な秘密保持契約が締結されているか
	（必要に応じ）新規性喪失の例外適用が可能か
	（デザインの場合）秘密意匠の要否判断は適切か
①-3.	ノウハウ秘匿対象か
	先使用权主張の証拠は保全できているか
	開示先との間で適切な秘密保持契約が締結されているか
	営業秘密は適切に管理されているか
①-4.	公知化対象か
	公開時期が証明できる状態か
②商標について	
②-1.	商標表示は適切か （自社／他社商標ともに）一般の名称との併記，®，(TM) 表示や商標帰属先など
②-2.	自社／第三者による自社商標の使用に対するポリシーは示されているか
③著作物について	
③-1.	引用の方法・写り込みは適切か
③-2.	（必要に応じ）著作権者の許諾を得ているか
③-3.	CCライセンスの場合，種別の表示は適切か
③-4.	職務著作の場合，帰属先の表示は適切か
④その他（表示する情報の妥当性について）	
④-1.	出所・品質等を誤認させる表示はないか
④-2.	比較広告における対象や評価方法は適切か
④-3.	第三者の信用を必要以上に毀損する表示はないか

（原稿受領日 2016年9月9日）