

令和6年 (2024年) 4月5日(金)

No. 16113 1部377円(税込み)

発行所

一般社団法人 発明推進協会

東京都港区虎ノ門2-9-1

虎ノ門ヒルズ 江戸見坂テラス

郵便番号 105-0001

[電話]03-3502-5493

特許ニュースは

●知的財産中心の法律、判決、行政および技術開発、技術
予測等の専門情報紙です。

定期購読料 1カ年61,560円 6カ月32,400円
(税込み・配送料実費)

本紙内容の全部又は一部の無断複写・複製・転載及び
入力を禁じます(著作権法上の例外を除きます)。

発明推進協会ウェブサイト <https://www.jiii.or.jp>

目次

☆知財の常識・非常識 ④9
現実とメタバースを交錯する知的財産権の現状 (1)

☆日本弁理士会著作権委員会 研究レポート
No.41

知財の常識・非常識 ④9

現実とメタバースを交錯する
知的財産権の現状

桜坂法律事務所

弁護士 足立 梓

弁護士 服部 謙太郎

第1 メタバースとは

メタバースとは、「Meta (超越)」と「Universe (宇宙・世界)」を組み合わせた造語で、その定義はさまざまですが、コンピュータネットワーク上の3次元の仮想空間 (又は仮想空間を活用したサービス) のことを指す場合が多く¹、本論でも、メタバースが

そうした仮想空間であることを前提とした議論を行います。総務省の「Web3時代に向けたメタバース等の利活用に関する研究会報告書」では、仮想空間が①利用目的に応じた臨場感・再現性があること (デジタルツインと同様に物理空間を再現する場合もあれば、簡略化された物理空間のモデルを構築す

弁理士法人
三枝国際特許事務所

代表社員 弁理士 林 雅仁*
社員副所長 弁理士 斎藤 健治。 社員副所長 弁理士 中野 睦子*
社員副所長 弁理士 岩井 智子。 社員副所長 弁理士 菱田 高弘*

化学・バイオ部

淀谷 幸平* 河合 永文* 安藤 有貴*
藤田 雅史。 八木 祥次 齊藤 美咲*
森嶋 正樹 柴垣 善行 大原 礼子。
北野 善基* 岩澤 朋之* 戸田 淳子
東野 匡容* 野村 千澄 齋木 瑞恵
兼本 伸昭* 内藤 勝志 洗 理恵*
池上 美穂* 松野 陽介
難波 泰明 西橋 毅

機械・電気部

鶴 寛
植田 慎吾*
奥山 美保*

知財情報室

前田 智子

商標・意匠部

松本 康伸* 森山 彰子
田上 英二。 佐々木 章江。
小川 雅加美* 森 康輔
中村 剛* 中島 富雄。
吉川 麻美。

◎東京オフィス

*特定侵害訴訟代理可能

<https://www.saegusa-pat.co.jp>



る場合、物理法則も含め異なる世界を構築する場合もある)、②自己投射性・没入感があること、③(多くの場合リアルタイムに)インタラクティブであること、④誰でもが仮想空間に参加できること(オープン性)という要件を備えている場合を「メタバース」と呼んでいます。

現実空間を離れたメタバースでは、物理的制約を離れたコミュニケーションやコンテンツの提供が可能になるといった特徴があり、それを活かした利活用の方法として、前記の総務省の報告書では①コミュニケーションイベント、②ビジネス利用、テレワーク、③街を再現したメタバース・デジタルツイン、④講演、教育、文化、⑤産業分野、⑥経済活動、娯楽が挙げられており、これら以外にも、今後広く活用されていくことが予想される勢いのある分野です。そして、メタバースの発展はVR・AR技術の発展とともに普及した新たな分野であり、法整備が追い付いていない分野ともいえます。

第2 現実空間とメタバースの交錯

近年では、現実空間で販売・提供される商品・サービスがメタバースでデジタルコンテンツ(以下単に、「コンテンツ」といい、以降、本稿において同じ。)化され流通することや、逆にメタバースにおけるコンテンツが現実空間で実体化され流通することが観念できるようになり、現実空間とメタバースが交錯する状況となっています。メタバースは現実空間を仮想空間に拡張する性質を有するため、現実空間における商品と同一デザインの仮想商品をメタバース上で販売することが行われるような事例も増えてきました。

例えば、2021年9月には、バトルロイヤルゲーム「フォートナイト」と高級ファッションブランド「BALENCIAGA(バレンシアガ)」がコラボし、メタバースにおけるゲーム用のバーチャルファッションのコンテンツと現実空間における商品であるファッションアイテムを販売しました²。

そこで、本稿では、日本法の下において、そうしたメタバースと現実空間を行き来するコンテンツが知的財産法上どのように保護され得るかを検討していきます。なお、今回は、紙幅の関係上、特許権は検討の対象としないものとします。

1 著作権

(1) 現実空間における応用美術をメタバースにおいてコンテンツ化した場合

現実空間で販売されているバッグを第三者がメタバースにおいてコンテンツ化し、アバターに使用したり、販売したりしている場合に、著作権法に基づいて差止請求は可能でしょうか。

この点、バッグはいわゆる応用美術に該当し、応用美術が著作物に該当するかが問題となります。

近時の裁判例では実用品のデザインとしての応用美術が著作物として認められるためには、実用目的を達成するために必要な機能に係る構成と分離して、美術鑑賞の対象となり得る美的特性を備えている部分を同実用品が把握できるものであることが必要であると考えられています³。例えばバッグであれば、そのバッグが中に物を入れて運ぶための携帯用具であるという機能性を発揮するための構成とは別に、極めて奇抜な独創的なデザインを備えるといった場合に限り、著作物性が認められることとなりますが、これは相当に高いハードルであり、現実空間のバッグが著作物に該当することは極めて難しいと考えられます。

それでは、著作物に該当しないバッグをメタバースにおいてコンテンツ化し、冒頭で述べたようにアバターに使用したり、販売したりしている場合に、バッグのコンテンツ自体に著作物性が認められ、それらの利用行為が公衆送信や複製となるのでしょうか。

著作物該当性について、まず、創作性の有無が問題となります。この点、平面的なイラストや図案が商品や広告に用いられる場合については、通常の著作物と概ね同様の創作性の基準により判断され、特に厳しい要件が課されていないように思われます。また、著作物とはならない応用美術をカメラで撮影した場合であっても、被写体の組合せ・配置、構図・カメラアングル、光線・陰影、背景等に独自性があれば、著作物に該当するとされています⁴。メタバースにおけるコンテンツ化についても、イラストや写真と同様の判断基準を採用することが妥当

かという問題点はあるものの、コンテンツのモチーフの選択、デジタル上の再現における構図、光線・陰影等に独自性があれば、著作物に該当する可能性があります。他方で、コンテンツのモチーフ自体には独自性がなく、かつ同モチーフをメタバース上に極めて忠実に再現することを目的として、コンテンツを作成する場合には、何ら創作性がないとして、著作物に該当しない可能性があります⁵。

さらに、バッグのコンテンツは応用美術であるとして、現実空間と同様に、実用性・機能性と分離した美的特性を備える必要があるでしょうか。この点、コンテンツは現実空間の応用美術と異なり、後述のとおり意匠権による保護を受けることができません。そのため、人間が着用する現実空間のバッグのデザインは意匠法で、メタバース内でコンテンツとしてアバター等が着用するバッグのデザインは著作権法で、それぞれ保護するべきであるとの要素を重視すれば、現実空間における応用美術と同様の実用性・機能性と分離した美的特性を備えることまで求めるものではないと解釈することが可能です。他方で、コンテンツの作成目的がアバターの着用だけでなく、人間が着用することでもあるような場合も想定されます。その場合には、コンテンツであってもやはり現実の応用美術と同一の実用目的という制約を受けていることを重視し、著作物該当性においても、現実空間における応用美術と同一の要件が適用されるべきだと解釈することも可能です。

そして、コンテンツの著作物性が認められた場合には、それらのコンテンツを無断でアバターに使用したり、販売したりする行為は、著作権侵害に該当します。他方、当該コンテンツと同一のデザインで現実世界におけるバッグを作成する場合に、複製又は翻案等の著作権侵害となるのかという問題も生じ得ますが、デジタルから現実への変換は、著作物の内容及び形式に係る覚知が全く異なることを重視すれば、著作権侵害を否定すべきではないでしょうか。

(2) メタバースにおいてオリジナルのバッグのコンテンツを作成する場合

それでは、メタバースにおいてまったくのオリジナルバッグのコンテンツを作成する場合はどうでしょうか。

このような場合についても上記と同様の議論が当てはまりますが、著作物性の判断基準としてイラストと同様に広く認めてもいいと考える方（少なくともメタバース上での無断使用については著作権侵害を認めるべきと判断される方）もおられるのではないのでしょうか。そのような場合、上記で触れたようなメタバースオリジナルのバッグのコンテンツが現実空間において無断で再現された場合についてはどのような帰結となるのか、検討の余地が大いにあります。

以上のような問題は、メタバースが現実空間の拡張機能を有するために発生するものであり、今後議論されるべき課題ではないかと思われます。

2 意匠権

(1) メタバースにおけるコンテンツに関する意匠権の成否

意匠法上の「物品」（第2条第1項）は、有体物を指すとされています。有体物は、無体物に対比する概念であり、空間の一部を占める有形的存在である物をいいます。そして、令和元年改正により、物品の意匠とは別に画像の意匠が新たに規定されたことによって、物品の概念には、少なくとも画像が含まれないことが明確になりました。さらに、画像の意匠は「機器の操作の用に供されるもの又は機器がその機能を発揮した結果として表示されるものに限る」と規定されています。

したがって、メタバースにおけるコンテンツは物品と画像の意匠のいずれにも該当しないため、現行法の下では意匠権として登録ができません。ただし、GUIに係るコンテンツは、画像の意匠として登録される可能性があります。

(2) 物品の意匠権のメタバースに対する権利行使の可否

では、現実空間で物品として登録されている意匠権に基づき、メタバースにおけるコンテンツに対して権利行使をすることが可能でしょう

か。

この点、物品の意匠はその実施行為が「意匠に係る物品の製造、使用、譲渡、貸渡し、輸出若しくは輸入（外国にある者が外国から日本国内に他人をして持ち込ませる行為を含む。以下同じ。）又は譲渡若しくは貸渡しの申出（譲渡又は貸渡しのための展示を含む。以下同じ。）をする行為」（第2条第2項第1号）と規定されています。画像の意匠の実施行為に、ネットワークを通じた画像の提供行為が実施に含まれるよう「電気通信回線を通じた提供」が規定されていることと対比すると、物品の意匠にはネットワークを通じた提供行為が含まれないことが分かります。

したがって、現実空間で物品として登録されている意匠権に基づき、メタバースにおけるコンテンツに対する権利行使をすることはできないといえます。

3 商標権

(1) 現実空間における商品の商標権のメタバースに対する権利行使の可否

著作権について論じた場合と同様に、現実空間で販売されているバッグを第三者がメタバースにおいてコンテンツ化し、アバターに使用したり、このようなコンテンツを販売したりしている場合に、商標権に基づき差止請求⁶は可能でしょうか。

この点、上記の第三者がメタバース上でアバターに使用しているにとどまる場合は、そもそも差止めの対象である商標的使用には当たらないのではないのでしょうか⁷。

次に、バッグのコンテンツを販売する行為に対して、現実世界の商標権者が保有する指定商品を18類のかばん類とする商標権に基づき権利行使は可能でしょうか。このようなバッグのコンテンツの販売は18類での使用あるいはこれと類似するのでしょうか。

商品・役務の類似の範囲は、生産部門、販売部門、原材料及び品質、用途並びに需要者の範囲が一致するかどうか、完成品と部品との関係にあるかどうかを考慮し、出願商標及び引用商

標に係る指定商品又は指定役務に同一又は類似の商標を使用するときは、同一営業主の製造・販売又は提供に係る商品又は役務と誤認されるおそれがあると認められる関係にあるかにより判断されます。

現実空間におけるバッグとメタバースにおけるコンテンツとしてのバッグは、材料・構造、用途が異なるのはもちろんのこと、実際に身に付けられる現実空間におけるバッグとオンラインでのみ表示されるコンテンツとしてのバッグは、それを必要とする需要者も、入手方法である販売経路も異なることがほとんどです。そのため、現時点においては、実空間におけるバッグとメタバースにおけるコンテンツとしてのバッグが、同一営業主が販売・提供する商品であると誤認されるおそれがあるとはいえ、類似であると認められる可能性は低いです。

したがって、現実空間における商品の商標権を、メタバースにおけるコンテンツに対して権利行使するハードルは相当に高いといえます。

そこで、メタバースにおけるコンテンツに対して権利行使するためには、現実空間における商品の登録商標をメタバースで使用する場合に想定される使用態様を踏まえた場合に該当する指定商品・役務について、予め商標登録を行うことが対応策となると思われます。

(2) メタバースにおけるコンテンツを商標登録する場合

では、メタバースにおけるコンテンツを商標登録する場合には、どのような指定商品・指定役務となるのでしょうか。バッグを例にすると、メタバースにおけるコンテンツとしてのバッグは、それがダウンロード可能なデジタルデータやシステムである場合には、「インターネットを利用して受信し、及び保存することができるバッグを内容とする画像ファイルを特徴とするプログラム」（第9類）といった指定商品とすることが考えられます。他方、ダウンロードができない態様での使用、例えば、単にメタバース上にバッグが表示されるだけのよう場合には、「オンライン上で使用されるバッグを内容とする画像のオンラインによる提供（第41類）」と

いった指定役務とすることが考えられます。そして、上記のような指定商品・指定役務での商標登録の出願が実際に見受けられます。例えば、登録6416915号では「BITS」という商標が9類で「オンライン仮想世界で使用するためのバッジ・絵文字・顔文字・画像・映像を特徴とするコンピュータプログラム」として、登録6510431号では「Torimo」という商標が41類で「仮想現実・拡張現実・複合現実システムを利用して行うバーチャルキャラクター・アバター画像の提供」として登録されています。

なお、出願された商標が、他人の登録商標と同一又は類似の商標であり、かつ出願に係る指定商品又は指定役務が同一又は類似である場合には、商標登録を受けることができない(第4条第1項第11号)ことを前提として、当該指定商品又は指定役務の類似性の判断においては、メタバースにおけるコンテンツがモチーフとするアイテムの違いは考慮されない点に注意が必要です。つまり、具体的な問題として、「インターネットを利用して受信し、及び保存することができるバッグを内容とする画像ファイルの特徴とするプログラム」と「インターネットを利用して受信し、及び保存することができるメガネを内容とする画像ファイルの特徴とするプログラム」は、出願に係る指定商品又は指定役務が類似であるとして、同一又は類似する商標は、新たな商標登録ができないとおそれがあります。

ちなみに、韓国では、メタバースにおけるコンテンツを商標登録する場合の指定商品・役務について、日本と異なる運用が採用されています。メタバースにおける取引活性化の状況を鑑み、2022年7月13日に発表された仮想商品審査処理指針が施行されていますが独立行政法人日本貿易振興機構(JETRO)による仮訳⁸に基づく、上記審査処理指針の施行によって、「仮想衣類、仮想履物、仮想自動車、仮想食品」など「仮想+現実商品名」の形態からなる商品名が認められるようになり、そのうえで、現実商品名が異なる場合は別の商品であることを明確化されているように思われます。つまり、「仮

想バッグ」と「仮想メガネ」はその指定商品は類似しないと判断される可能性が高いです。これより、上記のメタバースにおけるコンテンツがモチーフとするアイテムの違いは考慮されないという問題点は、韓国では発生しないような法整備が進んでいるように見受けられます。加えて、同指針では、仮想商品と現実商品が原則的に類似しない商品と推定することも明らかにしています。

4 不正競争防止法

(1) 周知表示混同惹起行為・著名表示冒用行為(第2条第1項第1号・第2号)

前記3のとおり、現実空間とメタバースが交錯する場合、9類や41類で商標登録がされていない場合に商標権の権利行使は困難です。他方で、周知性・著名性要件のハードルは高いものの、現実空間あるいはメタバース上のバッグの形状やそこに付されているブランド名が周知・著名商品等表示であれば、不正競争防止法2条1項1号又は2号における不正競争が成立し得ます^{9,10}。この場合、自己の商品等表示を現実空間におけるバッグに係る表示とし、他人の商品等表示をメタバースにおけるコンテンツとしてのバッグに係る表示とする不正競争も、その逆の場合も不正競争も成立し得ると思われれます。

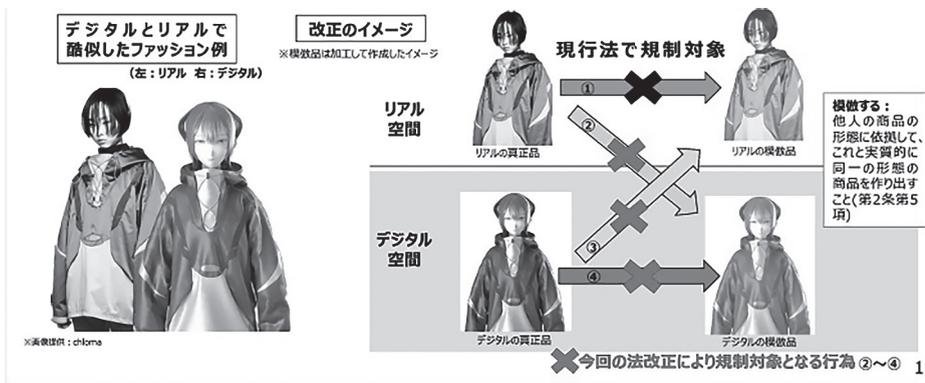
(2) 形態模倣商品の提供行為(第2条第1項第3号)

ア 要件

上記(1)の類型とは別に、形態模倣商品の提供行為も不正競争とされています。

形態模倣商品の提供行為とは、「他人の商品の形態(当該商品の機能を確保するために不可欠な形態を除く。)を模倣した商品を譲渡し、…又は電気通信回線を通じて提供する行為」をいいます。

「商品の形態」とは、需要者が通常の用法に従った使用に際して知覚によって認識することができる商品の外部及び内部の形状並びにその形状に結合した模様、色彩、光沢及び質感をいい(第2条第4項)、「模倣する」とは、他人の商品の形態に依拠して、これと実質的



※経済産業省知的財産政策室『不正競争防止法の改正に伴う逐条解説等の改訂方針(案)について』1頁

に同一の形態の商品を作り出すことをいいます(同条第5項)。実質的同一性は、同種の商品間における商品の形態を比較し、商品の形態全体から見て重要な意味を有する部分が実質的に同一であるかどうかによって判断されます(経産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〕(以下「不競法逐条解説」という)42頁)。

イ 令和5年改正

令和5年改正により、形態模倣商品の提供行為における行為類型に「電気回線を通じて提供する」行為が追加されました。同改正の趣旨は、デジタルコンテンツの保護を強化することにあります。そのため、今後、不競法逐条解説の改訂により、現実空間における商品形態をメタバースにおけるコンテンツの形式で模倣した場合及びメタバースにおけるコンテンツである商品形態を同じくメタバース上で模倣した場合並びにメタバースにおけるコンテンツの商品形態を現実世界で模倣した行為は、不正競争に該当することや「商品」に無体物が含まれることも明記される予定です¹¹。

ウ 現実空間とメタバースが交錯する場合における不正競争行為の成否

上記イのとおり、令和5年改正はデジタル空間上の形態模倣行為も不正競争とする趣旨であるようです。従前、「実質的同一性」は、同種の商品間の商品の形態を比較することが

求められる(例えば、車の形態をミニチュアカーとして模倣した場合、同種の商品ではないため実質同一性が否定される)という解釈がありました(不競法逐条解説42頁)。上記のとおり、経産省としては現実空間とメタバースを交錯する模倣行為はすべて改正3号の適用対象となると解するようです。もっとも上記例のような現実世界の車とそのミニチュアという異なる商品間では3号は成立しないのに、メタバースと交錯する場合には3号の適用を認めるということは適切か、という疑問は生じ得るところで、この点については今後の裁判所の判断が待たれます。

(3) 一般条項の可能性

ここまで見てきた不正競争に該当する行為は、限定列举により規定された行為のみであるため、技術の発展等に伴い、立法当初に想定しえなかった事業者間の公正な競争を害する新たな行為類型が出現した場合に、柔軟な対応が困難となってしまいます。このような不都合を改善する方法のひとつとして、ここで、不正競争の一般条項を規定することの可能性を探ってみます。

ここで、韓国における一般条項を参照します。韓国では、「競争者が相当な労力と投資により構築した成果等を公正な商取引慣行や競争秩序に反する方法により自身の営業のために無断で利用することによって他人の経済的利益を侵害する行為」との要件を満たせば、当該行為は差止め及び損害賠償の対象となります。具体的に

は、ゴルフコースの実際の姿をほぼそのまま再現したゴルフシミュレーションシステムを使って、バーチャルゴルフ場を提供する行為に一般条項が適用された例があります。

日本においても、このように、限定列举では規制し切れない行為を、不正競争行為として差止め及び損害賠償の対象とし得る可能性があるのではないのでしょうか。

第3 まとめ

ここまでの状況を鑑みると、メタバースにおけるコンテンツにおける商品形態を現実空間で実体化させる形式で模倣した場合の不正競争該当性といった、現状の解釈が不透明な部分が存在するなど、現実空間とメタバースが交錯する場合における知的財産の保護は十分ではないといえます。

メタバースビジネスの発展に伴い、商品化のために投下する資金・労力を増加させる企業が現れてきています。そのため、今後は益々、現実空間とメタバースが交錯し得る自社の開発した商品をどのように知的財産として保護するべきかという視点が、企業にとって重要となってくるのではないのでしょうか。そして、現状のままでは、個性的な商品の開発や広告宣伝への意欲が阻害されてしまい、日進月歩で変化するメタバースビジネスの盛り上がりにも水を差すことになってしまうため、各個別法のガイドラインや逐条解説の改訂等で柔軟に対応しつつ、適切な法整備を進めていくことが必要ではないかと考えます。

10044号〔タコの滑り台事件〕など

- ⁴ 知財高判平18・3・29判タ1234号295頁〔スメルゲット事件〕
- ⁵ 光永眞久『AR/VRがもたらすスポーツ生放送への影響～米国著作権の観点から』日本知財学会誌15巻3号33頁、37頁(2019年)を参照。
- ⁶ 以下ではバッグの形状が立体商標登録されている場合だけでなく、バッグに付されているブランド名等が商標登録されており、メタバースにおけるコンテンツでも同様のブランド名が付されている場合を前提とします。
- ⁷ 平澤卓人「VR・ARにおける商標の保護」田村善之還暦記念論文集『知的財産法政策学の旅』(2023弘文堂)
- ⁸ JETRO「知的財産ニュース」2022年7月13日『韓国特許庁、仮想商品の認定範囲および類否判断に関する指針を作成・施行』(<https://www.jetro.go.jp/world/asia/kr/ip/ipnews/2022/220713.html>)
- ⁹ もっとも、商標と同様、単にアバターで用いられているだけでは商品等表示の使用にあたらないため、不正競争行為は成立しないと考えられます。
- ¹⁰ 1号及び2号に基づく行為類型として、電気通信回線を通じた提供行為が規定されていることより、商品に無体物を含むと解釈できます。このため、1号及び2号ではメタバース上のコンテンツであっても商品に含まれるといえます。
- ¹¹ 産業構造審議会 知的財産分科会 不正競争防止小委員会第23回資料5「不正競争防止法の改正に伴う逐条解説等の改訂方針(案)について」

—つづく—

- ¹ 広報誌「とつきよ」Vol53,2022年8月1日『仮想現実
は新時代へ 知財で探る「メタバース」』1頁(https://www.jpo.go.jp/news/koho/kohoshi/vol53/01_page1.html)
- ² フォートナイト公式チャンネル『Balenciagaによるデジタルファッションがフォートナイトに登場』(<https://www.youtube.com/watch?v=vzPsevyvPqM>)
- ³ 知財高判平成26年8月28日判時2238号91号〔ファッションショー事件〕、知財高判平成28年10月13日(平成28年(ネ)10059号)〔幼児用箸Ⅱ事件2審〕、知財高判令和3.12.8裁判所ウェブサイト令和3年(ネ)第

④8は2月7日付掲載
※次回は6月掲載予定