



# Newsletter

ATSUMI & SAKAI  
www.aplawjapan.com

2023年6月13日

No. A&S\_025

## 日本におけるメタバース上の知財保護 —2023年6月7日の不正競争防止法改正による保護—

執筆者：弁護士 [笠原 智恵](#) / 弁護士 [星野 真太郎](#)

メタバース - 多人数による参加可能で、参加者がアバターを操作して自由に行動でき、他の参加者と交流できるインターネット上に構築される仮想の三次元空間- 上のコンテンツ保護については、日本国内においても、2021年以降、積極的な政策議論がなされている。こうした政策議論は、メタバースの領域が今後長期的に拡大していくことを想定してなされている。コンテンツホルダーにおいては、メタバースにおける知財保護の在り方を見直し、整理することが不可欠である。

また、2023年6月7日、通常国会にて一部改正された不正競争防止法では、メタバース上の商品形態模倣規制が可能となる。

### 1. メタバースにおける知財保護の必要性

メタバースの発展は、現実空間における消費活動を仮想空間に転移させることとなった。メタバースでは、事業者のみならず、ユーザー自らが仮想アイテムを創作し、それらのアイテムを販売することが可能な場合があり、企業の中には、メタバース空間内に仮想店舗を開き、現実世界・メタバース双方において商品展開を行うといったビジネス展開を図るものが出てきている。

現在では、現実空間にあった製品デザインが仮想空間に取り込まれることが可能となった。現実空間において実施した知財保護が、メタバース内でも維持されるのか、以下の仮想事例に基づき検討する。

#### 【仮想事例】

ある事業者（X社）が、高級バッグのブランドオーナー（A社）の標章（商品ブランド）を付し、また、その特徴的な外観デザインを模倣したバッグをメタバース内において無断で販売した。

A社は取りうる措置を検討している。

（注）米国では、エルメスのバッグ「バーキン」をデジタル上で模した「メタバーキンズ」をデジタル空間上で販売する事業者が現れる事態に至っており、既に現実が発生している問題である。

## 2. 商標権による保護

事業者Xに対して、商標権を活用することができるか。商標権侵害は、原則として、①登録商標と同一又は類似の商標を、②指定商品・役務と同一又は類似の商品・役務について無断で使用する行為を、③業として行った場合に成立する。上記事例において、要件①及び要件③を充足することは明らかであるが、問題は要件②である。

ここで、要件②の商品・役務の類似性の判断は、「これらの商品が通常同一営業主により製造又は販売されている等の事情により、これらの商品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又は販売にかかる商品と誤認される虞があると認められる関係にあるか」<sup>1</sup>によって判断される。現状では、現実空間の商品（例えば、衣服やバッグなど）の製造・販売を行う事業者が、そのバーチャル版の商品（例えば、アバターの衣服など、コンピュータプログラムで再現された仮想空間の商品）の提供等も行っているケースは限定的である。そのため、A社が自身のブランドの商標について、バッグ（第18類）を指定商品とする商標登録を得ていたとしても、X社の仮想空間の商品との類似性は認められず、商標権侵害が成立しないと考えられる。

A社としては、メタバースにおいて商標権の保護を得るために、新規に仮想空間の商品についても商品の指定（例えば、第9類：コンピュータプログラムなど）をした上で商標登録出願をし、これへの保護を受けられるようにすることが考えられる。実際、世界的シューズメーカーであるナイキが、メタバース内での商品販売のための商標登録出願を行っている（第9、35、41類において、「仮想商品」や「仮想空間で使用する」といった要素を含む指定商品・役務が記載されている）として、その商標出願戦略が商標実務家において注目された（日本国商標権出願2021-132597。なお、2022年11月30日付で一部記載が補正されている。）。

ただし、商標権者が現実空間の商品についてのみ商標を使用しており、仮想空間の商品について、継続して3年間商標を使用していない場合、不使用取消審判（商標法50条1項）によって権利が取り消される可能性がある点は留意が必要である。

## 3. 不正競争防止法の適用による保護

### （1）商品等表示規制による保護

不正競争防止法（以下「不競法」）では、①周知な商品等表示と同一又は類似の商品等表示を使用する等により、他人の商品等と混同を生じさせる行為（周知表示混同惹起行為。不競法2条1項1号）、及び、②他人の著名な商品等表示と同一又は類似の商品等表示を自己の商品等表示として使用する等の行為（著名表示冒用行為。不競法2条1項2号）を、「不正競争」に当たるものとして、差止請求（不競法3条）や損害賠償（不競法4条）の対象にしている。

これらの規制による保護対象は、「周知な」または「著名な」商品等表示に限られるが、その侵害の要件としては、商標権侵害の場合のように商品・役務の類似性まで問われるものではなく、使用された商品等表示の類似性があれば侵害が成立し得る。そのため、A社のブランドとして「周知な」または「著名な」商品等表示であれば、X社の行為は、周知表示混同惹起行為または著名表示冒用行為と認められ、A社による差止請求や損害賠償の対象となろう。

<sup>1</sup> 最判昭和36年6月27日民集15巻6号1730頁〔橋正宗事件〕他

## (2) 商品形態模倣規制との関係

現行不競法では、他人の商品の形態を模倣した商品（形態模倣品）の譲渡等を行う行為を「不正競争」（不競法2条1項3号）に当たるものとして、差止請求、損害賠償の対象にしている。しかしながら、当該行為については、元来、有体物である商品の提供行為を想定したものと解されてきたため、現行法では、その対象行為として、ネットワーク上における無形の形態模倣品の提供行為が規定されていない。そのため、X社の行為について、現状において、商品形態模倣規制が及ばないものとされる可能性が高い。

ただし、2023年6月7日に成立した改正不競法には、商品形態模倣規制の対象行為に「電気回線を通じて提供」する行為も追加されている。そのため、改正法が施行された後には、形態模倣品を「電気通信回線を通じて提供」する行為も、形態模倣行為に該当することとなる。なお、その保護期間は、日本国内において最初に販売された日から3年間とされている点は留意が必要である。

以上

### 執筆者

弁護士 [笠原 智恵](#)（パートナー、第一東京弁護士会）  
Email: [chie.kasahara@aplav.jp](mailto:chie.kasahara@aplav.jp)

弁護士 [星野 真太郎](#)（アソシエイト、第二東京弁護士会）  
Email: [shintaro.hoshino@aplav.jp](mailto:shintaro.hoshino@aplav.jp)

### お問い合わせ先

本ニュースレターに関する一般的なお問い合わせは、下記までご連絡ください。  
渥美坂井法律事務所・外国法共同事業  
Email: [info@aplav.jp](mailto:info@aplav.jp)

当事務所のニュースレターをご希望の方は[ニュースレター配信申込フォーム](#)よりお手続きをお願いいたします。  
また、バックナンバーは[こちら](#)よりご覧いただけます。

このニュースレターは、現行の又は予想される規制を網羅的に解説したのではなく、著者が重要だと考える部分に限って、その概要を記載したものです。このニュースレターに記載されている意見は著者個人の意見であり、渥美坂井法律事務所・外国法共同事業（「渥美坂井」）の見解を示すものではありません。著者は明白な誤りを避けるよう合理的な努力は行いましたが、著者も渥美坂井もこのニュースレターの正確性を保証するものではありません。著者も渥美坂井も読者がこのニュースレターに依拠することによって生じる損害を賠償する責任を負いません。取引を行う場合には、このニュースレターに依拠せずに渥美坂井の弁護士にご相談ください。