

SOFTIC 判例ゼミ 2025 第5回発表

ビジネスソフトウェア表示画面の著作権侵害に関する裁判例

2025/12/19 奥田崇仁 藤本智治

1. 当該判例を選定する理由/動機、問題意識の焦点

(ア) 自社またはクライアント企業のソフトウェア製品の表示画面に類似する表示を有する他社商品を発見された場合において、どのような主張が可能でスジが良いか理解する（理解を深める）

2. 事実・争点・裁判所の判断（判旨）

(ア) 概要・結論

① 概要

1. 原告

コンピュータソフトウェアの研究開発及び販売業務、コンピュータ及び周辺機器の販売業務、コンピュータハードウェアの据付工事・保守業務等を目的とする株式会社であり、書店業務管理のためのソフトウェア「Book Answer 3」（原告製品）を製造・販売。

2. 被告

コンピュータシステム・コンピュータ機器の開発販売業務、出版社・取次店・倉庫会社・書店のコンピュータシステムの管理運用業務等を目的とする株式会社であり、Perfectionとの名称のソフトウェア（被告製品）を製造・販売。

3. 主張内容

(ア) 被告製品の表示画面は、原告製品の表示画面の複製又は翻案しており、原告の著作権（複製権又は翻案権、譲渡権、貸与権、公衆送信権）及び著作者人格権（同一性保持権）を侵害している。

(イ) 被告製品は、原告製品の周知な商品等表示である原告表示画面と類似の表示画面を使用して、原告製品との混同を惹起するものであり、不正競争防止法2条1項1号の不正競争行為に該当する。

4. 請求内容

- (ア)著作権法112条又は不正競争防止法2条に基づく差止請求（侵害行為の差止め及び被告製品の記録媒体からの抹消請求）
- (イ)著作権侵害・不正競争防止法違反を理由とする、不法行為（民法709条）に基づく損害賠償請求（損害賠償金4214万2304円（平成27年9月1日から平成30年8月30日までの36か月間に係る既発生のシステム利用料及び保守料相当額3834万2304円並びに弁護士費用相当額380万円の合計額）及び平成30年9月1日から被告が侵害行為を中止するまでの間、1か月当たり106万5064円（システム利用料及び保守料相当額））
- ※便宜上遅延損害金は除いております。
- (ウ)被告による社会的に許容された限度を超えた被告製品・サービスの複製行為及び顧客奪取行為を理由とする不法行為（民法709条）に基づく損害賠償請求（控訴審にて追加）（金額は上記（イ）と同様）

② 結論

原審・控訴審ともに、著作権侵害・著作者人格権侵害、不正競争行為該当性（不正競争防止法2条1項1号）該当性を否定。不法行為該当性も否定。

③ 主要な争点

- (ア)表示画面における複製・翻案該当性
- (イ)編集著作物該当性
- (ウ)不正競争防止法2条1項1号該当性
- (エ)不法行為該当性

(イ)対象製品

① 原告製品

インターネットを利用した書店業務管理のためのA S P（Application Service Provider）システムであり、インターネットに接続されたサーバを経由して、顧客である書店に対し、売上分析、在庫管理、商品の発注・仕入れ・返品管理、ロケーション管理、棚卸等の様々な書店業務を効率的に行うための業務用システム。

② 被告製品

被告が製造・販売する、インターネットを利用した書店業務管理のためのA

S P システムであり、原告製品同様、インターネットに接続されたサーバを経由して、顧客である書店に対し、売上分析、在庫管理、商品の発注・仕入れ・返品管理、ロケーション管理、棚卸等の様々な書店業務を効率的に行うための業務用システム。

(ウ) 表示画面における著作権・著作者人格権侵害について

① 複製とは

印刷、写真、複写、録音、録画その他の方法により有形的に再製することをいい（著作権法 2 条 1 項 15 号参照）、既存の著作物に依拠し、これと同一のものを作成し、又は、具体的表現に修正、増減、変更等を加えても、新たに思想又は感情を創作的に表現することなく、その表現上の本質的な特徴の同一性を維持し、これに接する者が既存の著作物の表現上の本質的な特徴を直接感得することのできるものを作成する行為をいう。

【著作権法】

著作権法 2 条（定義） この法律において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

1 号～14 号（略）

15 号 複製 印刷、写真、複写、録音、録画その他の方法により有形的に再製することをいい、次に掲げるものについては、それぞれ次に掲げる行為を含むものとする。（以下略）

著作権法 21 条（複製権）

著作者は、その著作物を複製する権利を専有する。

② 翻案とは

翻案（著作権法 27 条）とは、既存の著作物に依拠し、かつ、その表現上の本質的な特徴の同一性を維持しつつ、具体的表現に修正、増減、変更等を加えて、新たに思想又は感情を創作的に表現することにより、これに接する者が既存の著作物の表現上の本質的な特徴を直接感得することのできる別の著作物を創作する行為をいう（最高裁平成 13 年 6 月 28 日第一小法廷判決・民集 55 卷 4 号 837 頁参照）。

【著作権法】

著作権法 27 条（翻訳権、翻案権等） 著作者は、その著作物を翻訳し、編曲し、若しくは変形し、又は脚色し、映画化し、その他翻案する権利を専有する。

③ 複製・翻案該当性

著作権法は、思想又は感情の創意的な表現を保護するものであるから（同法2条1項1号参照）、既存の著作物に依拠して作成又は創作された著作物が、思想、感情若しくはアイデア、事実若しくは事件など表現それ自体でない部分又は表現上の創作性がない部分において、既存の著作物と同一性を有するにすぎない場合には、複製にも翻案にも当たらないというべき。

④ 判断手法

1. 二段階テスト

原告製品のみに着目して創作性（著作物性）を判断し、その上で（原告製品に著作物性が認められる場合のみ）被告製品を観察して、原告の創意的な表現と認められる部分が再生されているか否かを検討するという2段階作業を経て著作権侵害の成否を判断する方法。

2. 濾過テスト

原告製品と被告製品との共通点を抽出した上で、当該共通点の創作性（著作物性）を検討する手法（最高裁一小判決平成13年6月28日・民集55巻4号837頁〔江差追分事件〕等）。

3. 本事案における判断手法

（ア）原告製品・被告製品の表示画面はともにビジネスソフトウェアの表示画面である。

ビジネスソフトウェアの表示画面は、利用者の操作性や一覧性を可能な限り高め、作業の効率性を向上するという観点から設計される。ビジネスソフトウェアは、一定の業務フローを実現するため、単一の画面表示で完結することなく、業務の種類に応じて複数の画面を有し、一つの画面から次の画面に遷移することを可能にするなどして、利用者が同一階層又は異なる階層に設けられた複数の表示画面間を移動しつつ作業を行うことが想定。

（イ）ビジネスソフトウェアの表示画面の内容や性質等に照らすと、本件において被告表示画面が原告表示画面の複製又は翻案に該当するかどうかは、①両表示画面の個々の画面を対比してその共通部分及び相違部分を抽出し、②当該共通部分における創作性の有無・程度を踏まえ、被告製品の各表示画面から原告製品の相当する各表示画面の本質的な特徴を獲得することができるかどうかを検討した上で、③ソフトウェア全体における表示画面の選択や相互の牽連関係の共通部分やその独自性等も考慮しつつ、被告表示画面に接する者が、

その全体として、原告表示画面の表現上の本質的な特徴を直接感得することができるどうかを検討して判断すべきであると解される。
⇒濾過テストを採用。

(エ) 比較検討・判断

① 表示画面の対比（まとめ）

原告表示画面と被告表示画面の共通する部分は、いずれもアイデアに属する事項であるか、又は、書店業務を効率的に行うに当たり当然の前提となるというべき書籍の特定等に関する情報又は業務内容自体から必要なものとして通常想定され得る範囲の一般的な情報等にすぎない。

⇒各表示項目の名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現においても、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない上、両表示画面の配色の差違等により、利用者が画面全体から受ける印象も相当異なるというべきであり、被告製品の各表示画面から原告製品の相当する各表示画面の表現上の本質的特徴を感得することはできない。

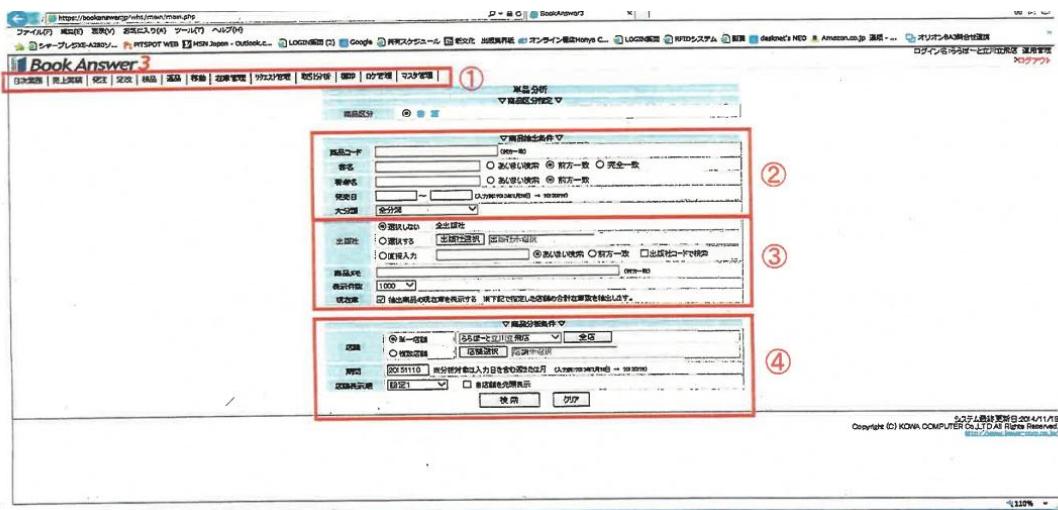
② 各表示画面の対比（個別）

＜单品分析画面＞

【機能】

検索した商品（单品）についての情報及び販売変動数の確認を行うための画面。「商品コード」「書名」「著書名」「発売日」等の検索条件を入力し、「検索」ボタンをクリックすると、次画面に遷移した上で、検索条件に合致した商品の一覧が表示される。

【原告製品】



①

②

③

④

【被告製品】

1. メインメニュー

2. 単品分析

3. 出版社分析

4. 本屋分析

5. 検索結果

【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
項目名や配列順等	<p>画面の最上段にメインメニューを配し、表示された各メニューをクリックすることにより、画面の表示内容の切替えを可能にする。</p> <p>⇒アイデアにすぎない。</p> <p>メニューバーに具体的に表示されている個々のタブはいずれも基本的な書店業務。</p> <p>⇒その名称の選択、配列順序等の具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創意的に表現されているとはいえない。</p> <p>「単品分析」という用語の使用</p> <p>⇒個々の商品を「単品」と称することに創作性があるということはできない。</p>
商品抽出条件ブロックにおいて、検索条件として、縦配列で「商品コード」や「書名」「著者名」「発売日」「大分類」「出版社」「商品メモ」の各項目が表示され、項目の順番も一致	<p>複数の検索条件を設定し商品を絞り込む。</p> <p>⇒アイデアに属する事柄である。</p> <p>検索条件として具体的に表示されている各項目は、書籍を特定し、あるいは店舗ごとの分析をするために必要な一般的な情報。</p>

商品分析条件ブロックにおいて、縦配列で「店舗」、「期間」及び「店舗表示順」という項目が表示され、項目の順番も一致	⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。
--	--

⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

【相違点】

原告製品	被告製品
青を基調とした配色	赤を基調とした配色
商品抽出条件の検索条件を縦に並べた上で、商品の検索結果が新たな画面において表示される	商品抽出条件の検索条件ブロックを左右に分けて、それぞれに検索条件が縦配列され、商品検索結果が商品分析条件（ブロック④）の下に表示される

⇒これらの相違部分により、利用者が画面全体から受ける印象は相当異なる。

<単品詳細情報画面（「週間・月間画面」を含む。）>

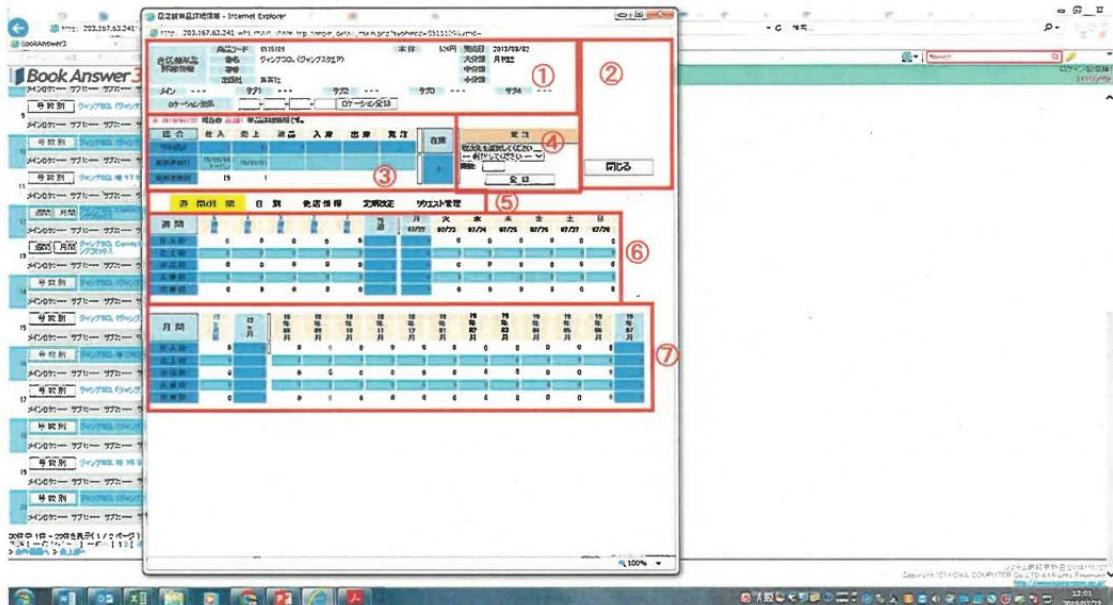
【機能】

単品分析画面で選択された商品（単品）について、更に詳細な情報を確認するための画面。画面中央部（ブロック⑤）にサブメニューとして、「週間/月間」「日別」「他店情報」「定期改正」「リクエスト管理」の5つのタブが表示され、タブを選択することにより、画面下部（ブロック⑥及び⑦）に表示される当該商品（単品）についての情報を切り替える。

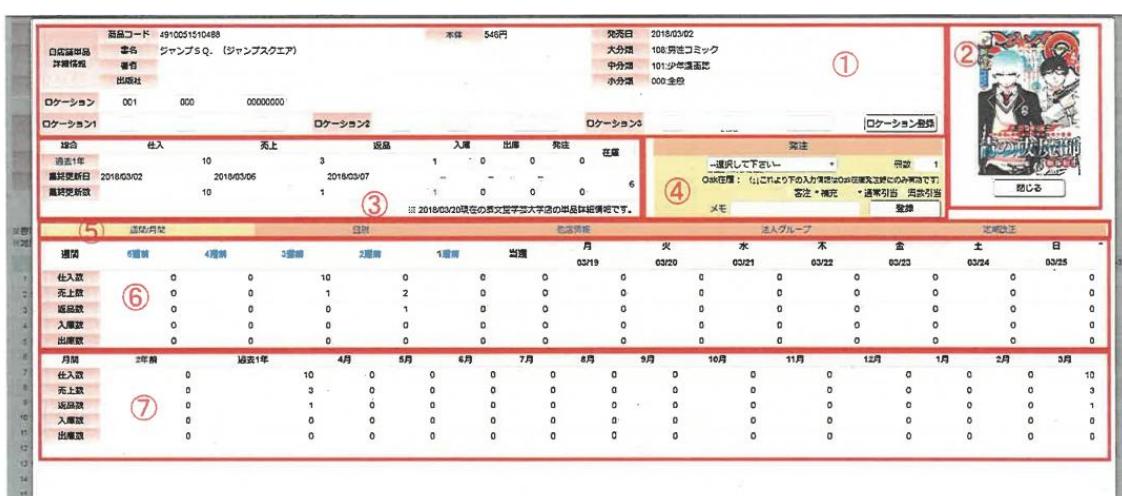
デフォルトでは「週間/月間」が選択された状態になっている。

週間・月間画面では、当該商品（単品）につき、週間（ブロック⑥）及び月間（ブロック⑦）の「仕入数」「売上数」「返品数」「入庫数」「出庫数」がそれぞれ表示される。

【原告製品】



【被告製品】



【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
<p>画面の最上段の左側には自店舗単品詳細情報を表示するブロック①が、その右側には当該単品の書影を表示するブロック②が存在。</p> <p>ブロック①には、「商品コード」「本体」「発売日」「書名」「著者」「出版社」「分類」(大分類・中分類・小分類)等の各項目が表示され、項目の順番や表示位置も</p>	<p>自店舗単品詳細情報として具体的に表示されている各項目は、書籍を効率的に検索するため必要な一般的な情報。</p> <p>⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創意的に表現されているということはできない。</p> <p>検索された商品の書影を表示</p>

一致	⇒アイデアに属する事柄にすぎない。
ブロック①の下に、単品詳細情報を表示するブロック③及び発注操作を行うためのブロック④が存在。 単品詳細情報として、縦配列で「当年総計」「最終更新日」及び「最新更新数」の各項目が、横配列で「仕入」「売上」「返品」「入庫」「出庫」「発注」「在庫」の各項目が表形式で表示され、項目の順番も一致	当該書籍の統計を参照しながら、画面を遷移させることなく発注を可能とすること。 ⇒それ自体アイデアにすぎない。 単品詳細情報として具体的に表示されている各項目は、発注業務を効率的に行うに当たって必要となる一般的な情報。 ⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。
ブロック③④の下に、サブメニューとして、「週間/月間」「日別」「他店情報」「定期改正」及び「リクエスト管理」の各項目が表示され、項目の順番も一致 「週間/月間」が選択できる。 週間の統計として、縦配列で「仕入数」「売上数」「返品数」「入庫数」「出庫数」の各項目が、横配列で「5週前」「4週前」…「当週」「月」「火」「水」…「日」の各項目が表形式で表示され、項目の順番も一致。 月間の統計として、縦配列で「仕入数」「売上数」「返品数」「入庫数」「出庫数」の各項目が、横配列で、12か月前から順に14か月分の情報が表形式で表示され、項目の順番も一致。	画面中央部にサブメニューを設け、メニュータブを選択することで表示を切り替える。 ⇒アイデアに属する事柄。 サブメニューとして具体的に表示されている各メニュー、「週間/月間」の統計として具体的に表示されている各項目は、いずれも、当該商品に関し、書店業務を効率的に行うに当たって必要となる一般的な情報。 ⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。

⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

<日別画面>

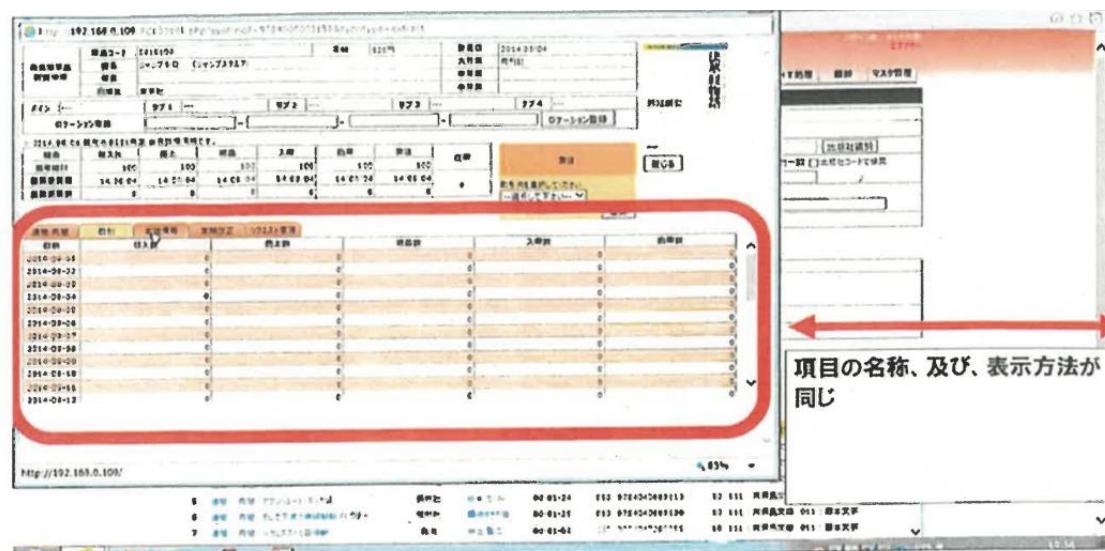
【機能】

日別画面は、サブメニューのうち「日別」のタブを選択することで表示される画面。
当該商品（単品）について、当月の日別ごとの「仕入数」「売上数」「返品数」「入庫数」「出庫数」が表示される。

【原告製品】



【被告製品】



【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
当該単品の日別の統計として、横配列で「仕入数」「売上数」「返品数」「入庫数」「出庫数」が、縦配列で日付が表形式で表示され、項目の順番も一致	日別画面において具体的に表示されている各項目は、いずれも販売状況を確認するために必要な一般的な情報。 ⇒「仕入数」等の項目の配列順序を単品詳細情報画面における「仕入」等の項目の配列順序と対応させることも業務の効率性等の観点

からいわば当然のことといえ、各項目の名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。

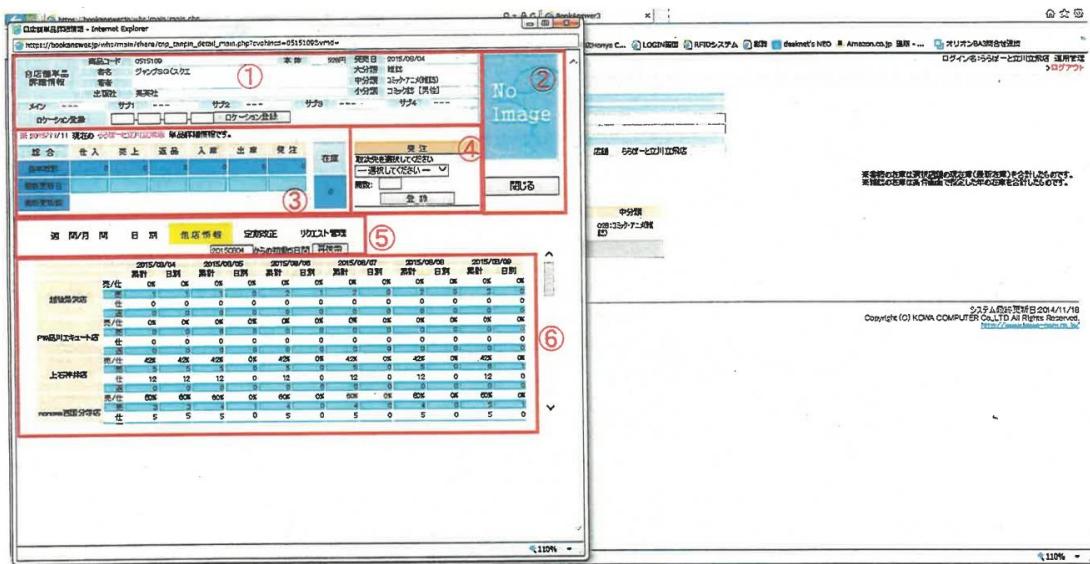
⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

<他店舗在庫表示画面>

【機能】

他店舗在庫表示画面は、サブメニュー「他店情報」のタブを選択することで表示される画面。当該商品（単品）に係る系列店における情報として、発売日から初動0日目～5日目までの期間中のほか店舗における「売/仕」（売上数/仕入数）「売」（売上数）「仕」（仕入数）「返」（返品数）が、それぞれ累計及び日別で表示される。

【原告製品】



【被告製品】

【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
<p>両製品のブロック⑥には、縦配列で各店舗名及び「売/仕」「売」「仕」及び「返」のサブ項目が、横配列で発売日及びその翌日以降5日間（計6日間）の日付並びに「累計」「日別」のサブ項目が表形式で表示され、項目の順番も一致。</p> <p>ブロック⑥以外は単品詳細情報画面と同一。</p>	<p>他店舗在庫として具体的に表示されている各項目は、他店舗における書籍の販売状況を確認・分析するために必要なものとして業務内容自体から通常想定され得る範囲の一般的な情報。</p> <p>⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。</p>

⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

<定期改正入力画面>

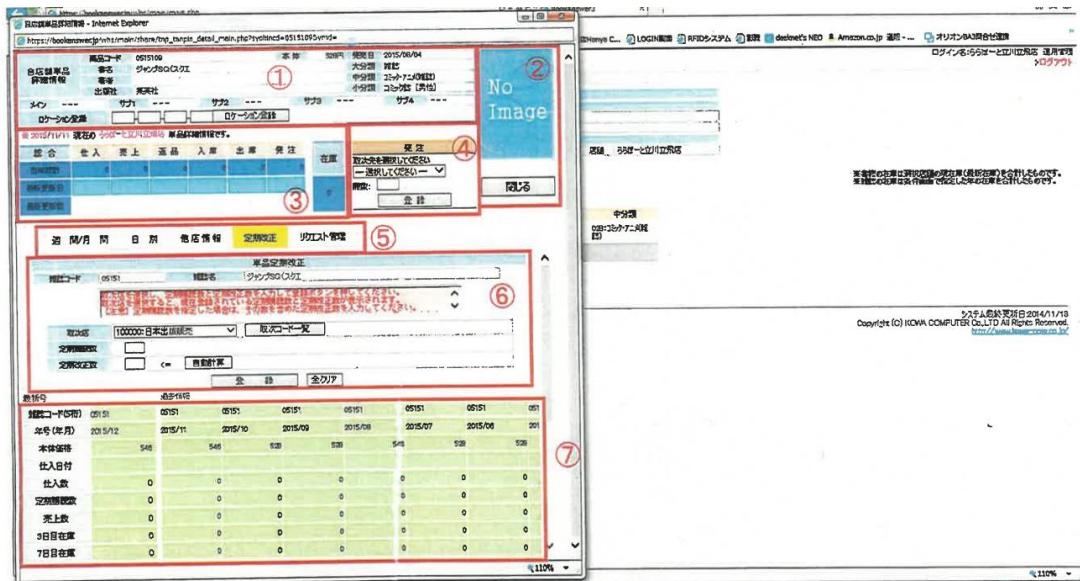
【機能】

定期改正入力画面は、サブメニュー「定期改正」のタブを選択することで表示される画面。雑誌等の定期的に刊行される出版物（定期刊行物）については、予め取り決めた配本数が取次店から送られてくるところ、定期改正入力画面は、定期購読者の増減や売れ筋等に応じて当該配本数を調整するための定期改正業務を行うための画面。

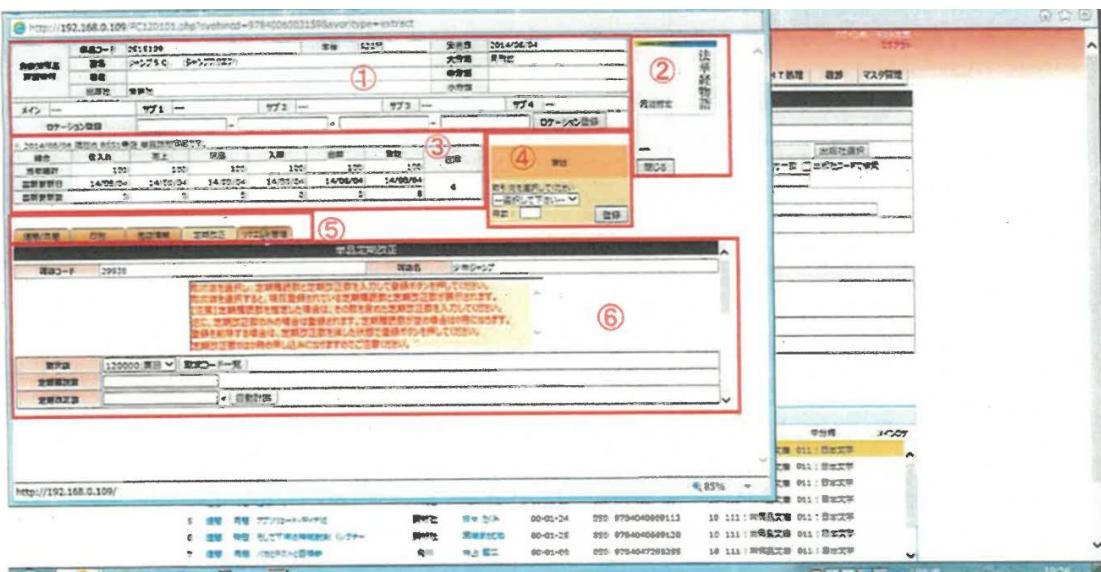
当該商品（単品）につき、「取次店」を選択又は指定した上で、「定期購読数」や「定期改正数」を入力することで、定期改正を行うことができる。

「自動計算」ボタンをクリックすることで、定期購読数や過去の入荷・販売履歴等に基づき、目安となる定期改正数を表示する機能を備えている。

【原告製品】



【被告製品】



【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
定期改正に必要な項目として、最上段に、当該単品についての「雑誌コード」 「雑誌名」が表示され、その後、上から	他店舗在庫として具体的に表示されている各項目は、他店舗における書籍の販売状況を確認・分析するために必要なものとして業務内容

順に、オペレーションガイダンス、「取次店」、「定期購読数」及び「定期改正数」などとの各項目が表示され、項目の順番も一致しているほか、「自動計算」ボタンをクリックすると、定期改正数が自動的に表示される点も同一。

自体から通常想定され得る範囲の一般的な情報。

⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。

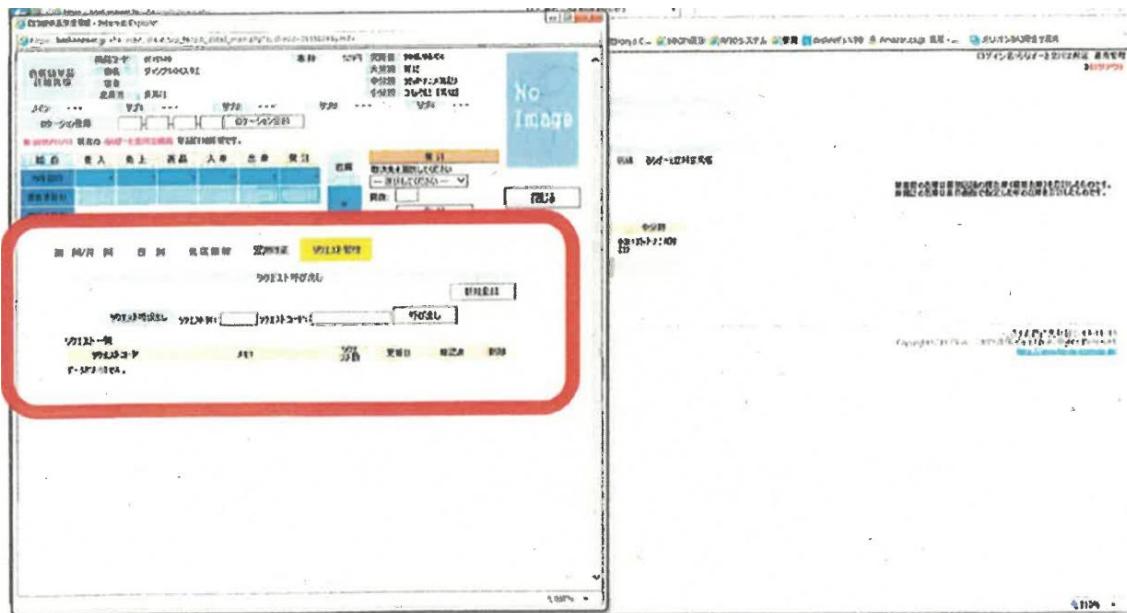
⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

<リクエスト管理画面>

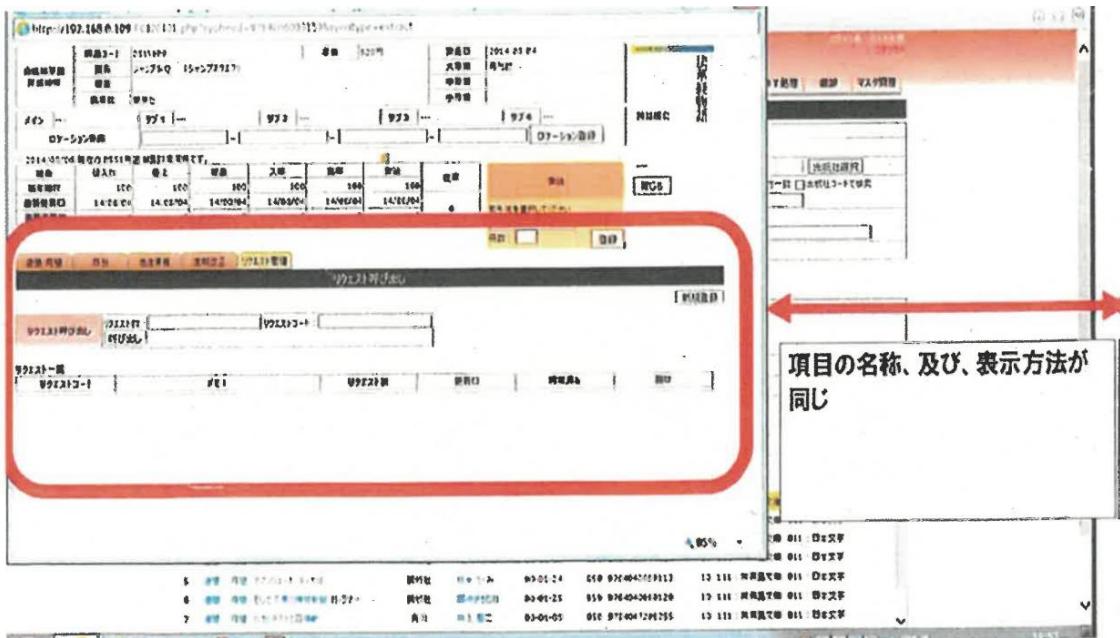
【機能】

リクエスト管理画面は、サブメニュー「リクエスト管理」のタブを選択し表示される画面。リクエスト管理画面では、「リクエストコード」を入力し、「選択」ボタンをクリックすることで、当該商品（単品）について登録されたリクエストを呼び出す。呼び出されたリクエストは、「リクエスト一覧」に表示され、「リクエストコード」のほか、「メモ」「更新日」「確認済み」の各項目に加え、当該リクエストを削除するための「削除」ボタンが表示される。「新規登録」のボタンをクリックし、当該単品について新たなリクエストを登録できる。

【原告製品】



【被告製品】



【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
<p>「リクエスト呼び出し」というタイトルの下、「リクエスト数」や「リクエストコード」の各項目が表示されており、リクエストコードを入力した上で、「呼び出し」ボタンをクリックすることにより、当該リクエストコードに対応したリクエストが呼び出され、その下に、「リクエスト一覧」として、「リクエストコード」「メモ1」「リクエスト数」「更新日」「確認済」「状態」の各項目が横配列で表示され、その順番も一致。</p>	<p>单品詳細情報画面において、サブメニューを切り替えることにより、画面を遷移させることなく、当該单品について顧客が行ったリクエストに係る情報を確認できるようにすること ⇒それ自体アイデアに属する事柄である。</p> <p>具体的に表示されている各項目は、いずれも、リクエストを特定し、又は、特定されたリクエストの内容や処理状況等を把握した上で、その対応を検討したりするために必要なものとして業務内容自体から通常想定され得る範囲の一般的な情報。</p> <p>⇒「リクエスト呼び出し」というタイトルを含め、その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創意的に表現されているということはできない。</p>

⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

<発注手入力（条件設定）画面>

【機能】

発注手入力（条件設定）画面は、画面上部のメニューの「発注」タブを選択した上で、その下に表示されるサブメニュー「発注手入力」を選択することで表示される画面。

商品の発注を手動で行うための画面であり、「発注日付」「取次店」「発注方法」を入力し、「抽出」ボタンをクリックすると、発注手入力（発注入力）画面が表示される。

【原告製品】



【被告製品】



【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
発注手入力の対象となる書籍を抽出するための検索条件として、縦配列で「発注日付」「取次店」「発注方法」の各項目が表示されており（ブロック②）、その項目の順番が一致することや、「発注日付」の右隣に表示された「入力例：2013年2月〇日→2013/02/〇」というオペレーションガイドの内容（日付は異なる。）において共通。	ブロック②において表示されている各項目は、いずれも発注手入力という書店業務を行うために必要なものとして業務内容自体から通常想定され得る範囲の一般的な情報。 ⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。 オペレーションガイドの内容も、日付の入力方法を説明するものとして、ごくありふれたものにすぎない。

⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

<発注手入力（入力）画面>

【機能】

発注手入力（入力）画面は、実際に商品の発注を行うための画面。

発注したい書籍の「商品コード」を入力した上で、「表示」ボタンをクリックすると、当該商品コードに紐付けられた書籍の「書名」及び「出版社名」が表示されるため、必要な冊数を入力した上で、「追加」ボタンをクリックすると、入力内容が画面下部（ブロック⑤）に表示される。必要な入力を終えた上で、「登録」ボタンをクリックすることで、発注を行うことができる。

【原告製品】

【被告製品】

【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
ブロック②の最上段に、横配列で「発注日付」「取次店（名）」「発注方法」の各項目が表示されている。	書籍を効率的に発注するためには、「発注日付」「取次店」「発注方法」などの発注業務に関する基本的な情報を入力するとともに、「商品コード」「書誌名」「出版社」などの情報を入力して発注対象となる商品を特定し、更に発注に必要な「前回発注日」「在庫」などの情報を参照しつつ発注する冊数を決定することが必要かつ合理的である。
ブロック③において、発注手入力の対象となる書籍を抽出するための検索条件として、「商品コード」の入力欄が設けられ、商品コードを入力して「表示」ボタンをクリックすると、その下に商品の基本情報として、「書誌名」「出版社」「前回発注日」「在庫」の各項目が表示され、そ	⇒この業務フローを考慮すると、上記(i)(ii)の共通部分に係るブロック②及び③に表示

<p>これらを参考にしながら発注する冊数を入力することができる構成。</p>	<p>される各項目は、発注業務を効率的に行う上で必要なものとして業務内容自体から通常想定され得る範囲の一般的な情報にすぎない。</p> <p>⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。</p>
<p>発注する冊数を入力した上で、「追加」ボタンをクリックすると、ブロック④に「本体金額」「冊数」として、発注する商品の合計金額及び合計冊数が表示。</p>	<p>ブロック④に表示される項目は、発注する商品の合計金額及び合計冊数の表示であり、発注業務に不可欠な情報の表示。</p> <p>⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。</p>
<p>ブロック⑤に、当該商品の明細として、横配列で「No」「商品コード」「号数」「書誌名」「本体」「冊数」「在庫」、「前回発注日」「最新仕入先」「削除」が表示され、その順番も一致</p>	<p>商品の発注処理を行った画面において当該商品の明細を確認できるようにすること</p> <p>⇒アイデアに属する事柄である。</p> <p>具体的に表示されている項目は、いずれも商品の特定に関する一般的な情報又は発注という業務内容自体から参照すべきものとして通常想定され得る範囲の一般的な情報である。</p> <p>⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。</p>

⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

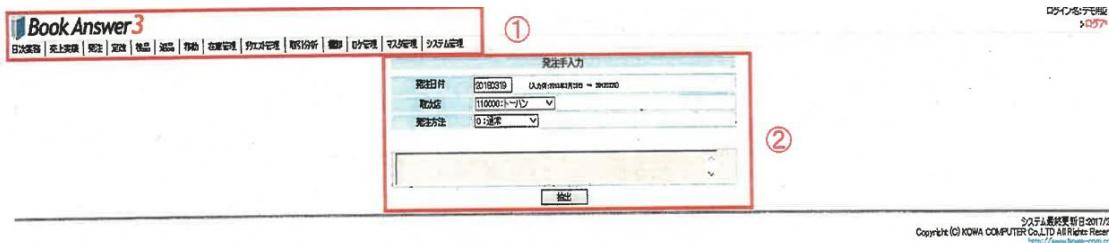
<発注手入力（条件設定）画面>

【機能】

発注手入力（条件設定）画面は、画面上部のメニュー「発注」タブを選択した上で、その下に表示されるサブメニュー「発注手入力」を選択することで表示される画面。

商品の発注を手動で行うための画面であり、「発注日付」「取次店」「発注方法」を入力し、「抽出」ボタンをクリックすると、発注手入力（発注入力）画面が表示される。

【原告製品】



【被告製品】



【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
ブロック②に、補充発注の対象となる書籍を抽出するための検索条件として、縦配列で「売上日付」「分類」「出版社」「表示順」の各項目が、最下部のブロック③に、「抽出」及び「クリア」ボタンが表示され、その項目の順番も一致。	検索条件を具体的に表示されている各項目（細部項目を含む。）は、いずれも書籍の特定に関する一般的な情報又は補充発注という業務内容自体から必要なものとして通常想定され得る範囲の一般的な情報。 ⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。 「抽出」「クリア」などのボタンもありふれたものである。
「分類」欄につき、單一分類選択として、「大分類」「中分類」「小分類」を選択でき、「ロケーション」を選択することができる。	

⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

<補充発注（入力）画面>

【機能】

補充発注（入力）画面は、実際に補注発注を行うための画面。

補充発注（条件設定）画面で選択した「売上日付」の期間内に売上げのあった各商品につき、当該期間内の「売上」「出庫」数や「在庫」数の増減が表示されるため、その数値を参考にしながら、「冊数」欄に必要な冊数を入力した後、「登録」ボタンをクリックすることで、発

注を行うことができる。

【原告製品】

①

②

③

④

⑤

【被告製品】

①

②

③

④

⑤

【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
ブロック②には「補充発注（条件設定）画面」において、入力された抽出条件（売上日付、分類、出版社、表示順）等が表示される	具体的に表示されている各項目は、いずれも、補充発注という書店業務を行うために必要なものとして業務内容自体から通常想定され得る範囲の一般的な情報。 ⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。
ブロック③に抽出された商品の状態が	商品の状態を区別し、各状態を異なる色で表示

<p>色別で表示され、それぞれ、ピンク色は発売日から3か月以上経過した商品、青色は出庫処理で在庫が減少した商品、グリーンは未入荷の商品、上記のものとは濃さの異なるピンク色は新刊の商品、薄いグリーンはその他の商品を指す</p>	<p>⇒いずれもアイデアにすぎない。 商品の状態の分け方は業務内容自体から通常想定され得る範囲のもの ⇒創作者の思想又は感情が創作的に表現されているとはいえない。 各状態に対する具体的な色の割当て ⇒創作者の思想又は感情が創作的に表現されているといえる程度の特徴を有するものとはいえない。</p>
<p>ブロック④に、本体金額や冊数の合計が表示される</p>	<p>具体的に表示されている各項目は、いずれも、補充発注という書店業務を行うために必要なものとして業務内容自体から通常想定され得る範囲の一般的な情報。 ⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。</p>
<p>ブロック⑤に抽出された書籍についての情報として、書籍ごとに、その状態に従った色が付された状態で、横配列で「No」「出版社」「書誌名・著者名」「売上」「出庫」「本体」「冊数」「在庫」「発注種別」「発注先取次店」「前回発注日」「発注状況」「最新仕入先」「分類」「商品コード」の各項目が表形式で表示され、項目の順番も共通</p>	<p>補充発注を行うために、検索条件に合致した書籍を、その商品の状態を色で識別できるようにした上で一覧表示すること ⇒それ自体はアイデアに属する事柄であり、具体的な色の割当て等についても創作者の思想又は感情が創作的に表現されているといえる程度の特徴を有するものとはいえない。 検索結果として具体的に表示されている各項目はいずれも、発注業務に当たって参考すべきものとして業務内容自体から通常想定され得る範囲の一般的な情報。 ⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。</p>

⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

<自動発注設定画面>

【機能】

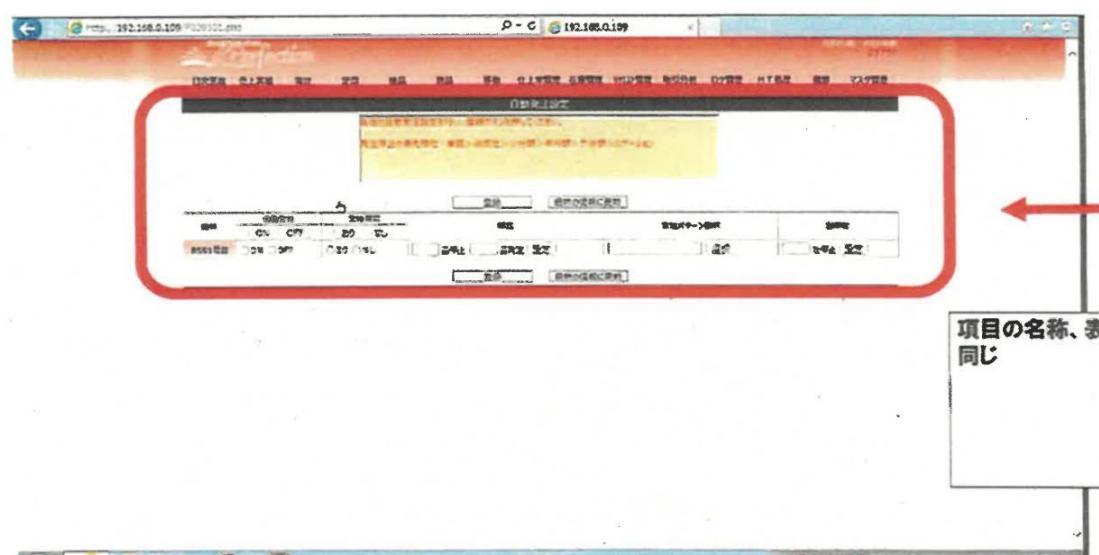
自動発注設定画面は、画面上部のメニュー「発注」を選択した上で、その下に表示されるサブメニュー「自動発注設定」を選択することで表示される画面。

特定の書籍を自動で発注するための設定を店舗ごとに登録するための画面である。

【原告製品】



【被告製品】



【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
画面の上部にオペレーションガイド ンスが表示されており、そのうち「各店の 自動発注設定を行い、登録ボタンを押し てください。」「優先順位は、単品>出版	オペレーションガイドンスを設けること ⇒それ自体アイデアに属する事柄であり、優先 順位の序列も、ソフトウェアの構成により定 まるものと解され、表示画面におけるオペレ

社>小分類>中分類>大分類>ロケーション」との記載が一致。	<p>ーションガイダンスの内容の創作性に関連するものとはいえない。</p> <p>その内容も、操作上の留意事項を端的に説明するもの。</p> <p>⇒その具体的な表現において特段の創作性があるということはできない。</p>
自動発注の設定部分において、横配列で、「自動発注」「発注確認」「単品」「発注パターン選択」「出版社」という各項目が表示	<p>自動発注を行う際に設ける具体的な機能</p> <p>⇒アイデアにすぎない。</p> <p>両製品の表示画面は、原告表示画面では表示されている「分類」や「ロケーション」という項目が被告表示画面には存在せず、配色も異なるなどの相違部分が存在。</p> <p>⇒利用者が画面全体から受ける印象は相当異なるものと考えられる。</p>

⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

<定期改正（条件設定）画面>

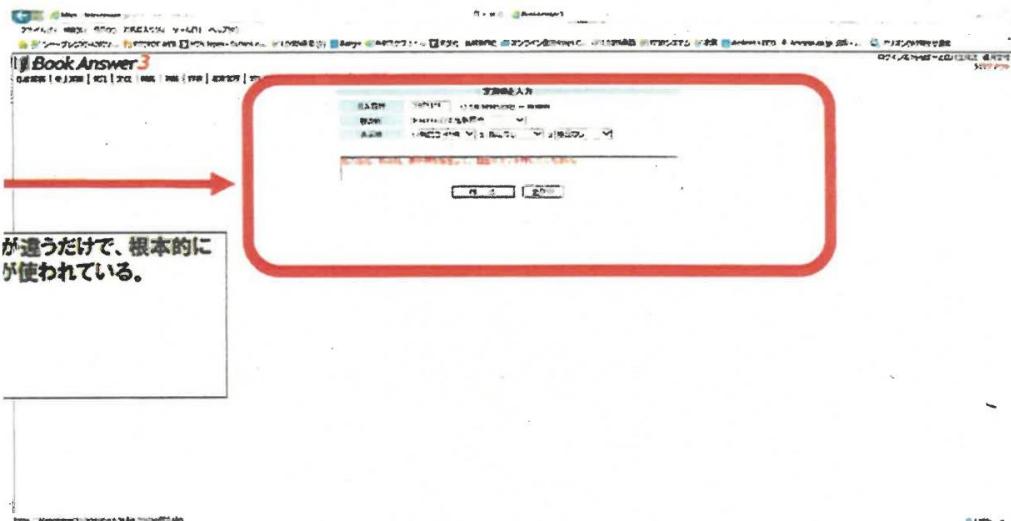
【機能】

定期改正とは、雑誌などの定期的に発売される商品についてその配本数を調整することを意味するところ、定期改正（条件設定）画面は、画面上部のメニューバー「定改」を選択した上で、その下に表示される「定期改正入力」を選択することで表示される画面。

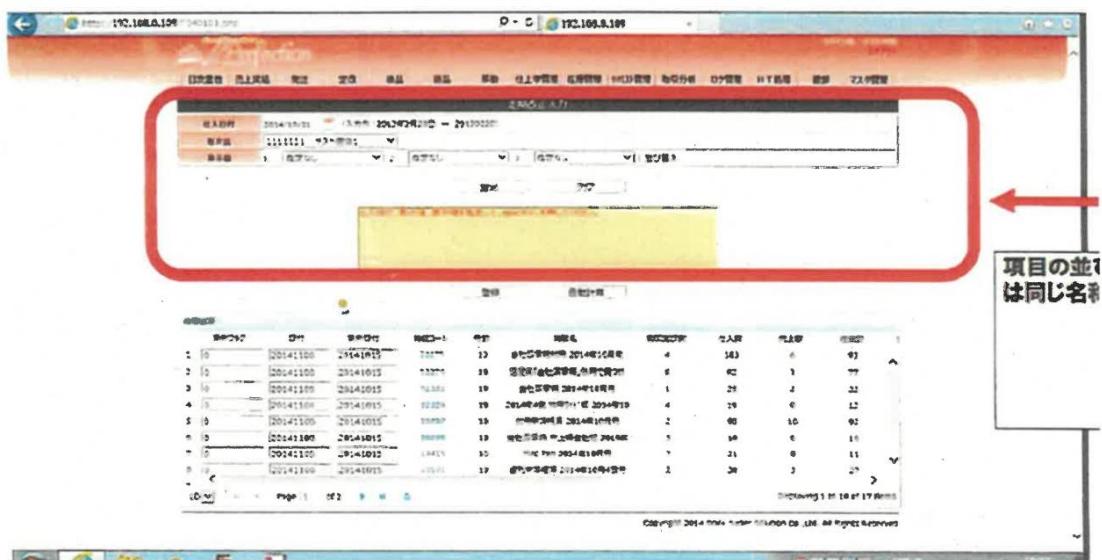
「仕入日付」「取次店」「表示順」を入力・選択した上で、「抽出」ボタンをクリックすることで、選択した条件に合致する雑誌の一覧及びそれぞれの雑誌の「雑誌コード」「仕入数」「売上数」「在庫数等」が表示される。

一覧表示された雑誌につき、「雑誌コード」欄に設けられた「詳細」ボタンをクリックすると、選択された雑誌についての定期改正入力画面が表示される。

【原告製品】



【被告製品】



【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
縦配列で「仕入日付」「取次店」「表示順」の各項目が表示され、その順番も一致。	<p>表示される各項目はいずれも、定期改正の対象となる雑誌を仕入日付等を特定して表示させるための基本的な情報。</p> <p>⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。</p>

「仕入日付、取次店、表示順を指定して、抽出ボタンを押してください」という同一内容のガイダンスマッセージが表示

ガイダンスマッセージの内容は、要するに、検索項目を指定してボタンをクリックすることをそのまま伝えるものにすぎない。
⇒その表現に創作性があるとはいえない。

⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

<定期改正（入力）画面>

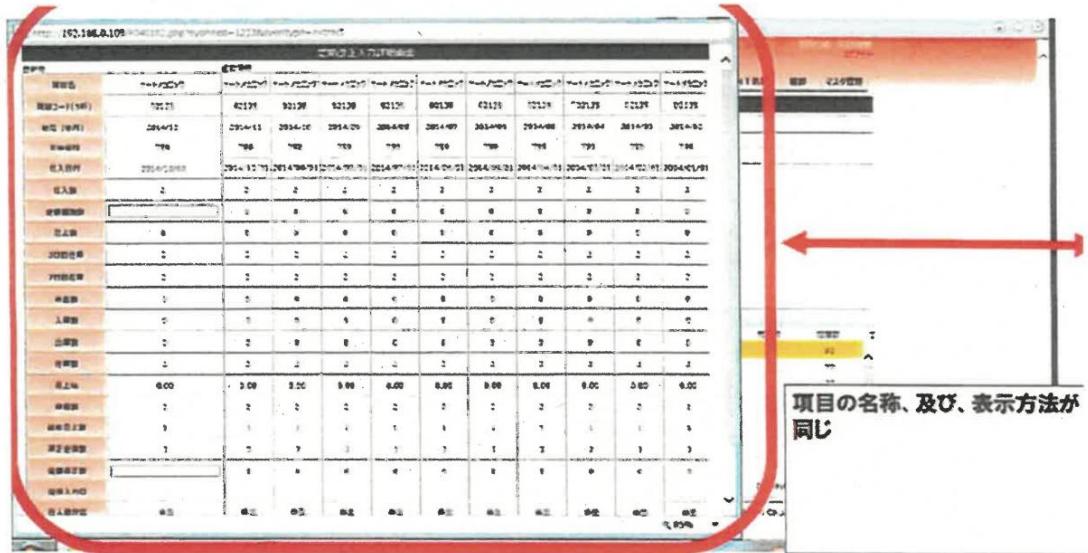
【機能】

定期改正（入力）画面は、選択した雑誌のバックナンバーにつき、「年号」「本体価格」「仕入日付」「仕入数」等の計 21 項目の詳細情報を、過去 30 号分まで遡って表示する画面。定期購読数・定期改正数を入力し、「閉じる」「登録」をクリックすると定期改正が完了。

【原告製品】



【被告製品】



【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
<p>選択された雑誌のバックナンバーに関する情報が表形式で掲載</p> <p>縦配列で「雑誌名」「雑誌コード (5桁)」「年号 (年月)」「本体価格」「仕入日付」「仕入数」「定期購読数」「売上数」「3日目 在庫」「7日目 在庫」「返品数」「入庫数」「出庫数」「在庫数」「売上%」「伸冊数」「前年売上数」「適正定改数」「定期改正数」「定改入力日」「仕入取次店」の各項目が表示され、項目の順番も一致</p>	<p>雑誌の定期改正を行うに当たり参考となるバックナンバーの情報を表示する画面を設ける</p> <p>⇒アイデアに属する事柄である</p> <p>具体的に表示されている各項目はいずれも、雑誌の特定に関する一般的な情報か、配本数を調整するために参考となる一般的な指標又は情報</p> <p>⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。</p>

⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

<単品定期改正入力画面>

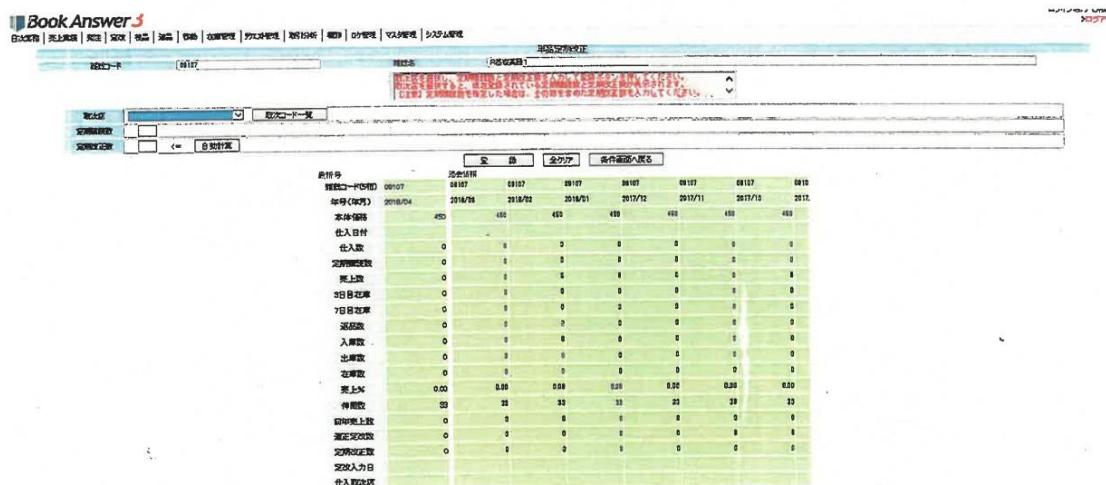
【機能】

単品定期改正入力画面は、画面上部のメニュー「定改」を選択した上で、その下に表示されるサブメニュー「単品定期改正」を選択することで表示される画面。

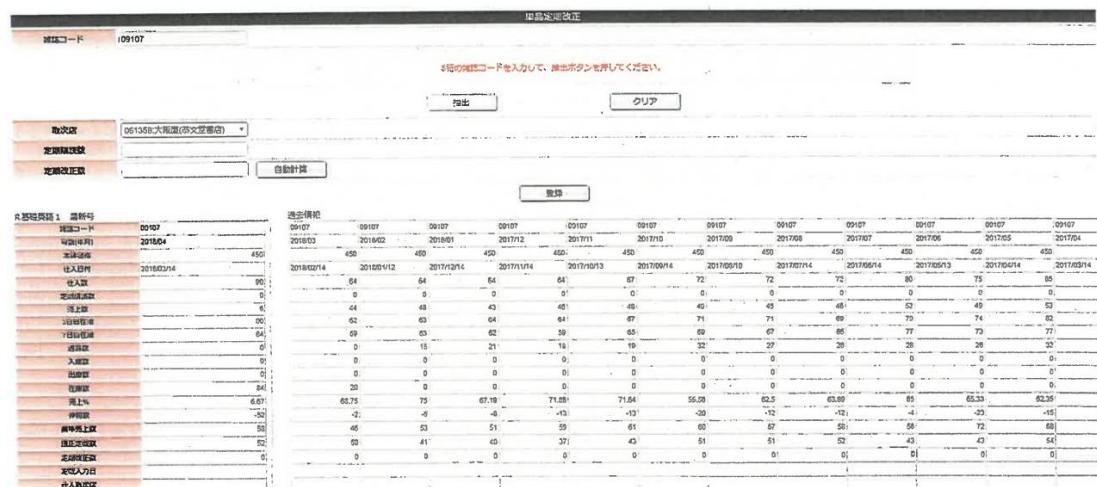
「雑誌コード」又は「雑誌名」を入力し、「抽出」ボタンをクリックすると表示される画面。特定の商品（単品）について定期改正を行うための画面であり、過去 30 号分までのバックナンバーについての情報が表示されるため、それを参考にしながら、「定期購読数」や「定

期改正数」を入力し、「登録」ボタンをクリックすることで、定期改正を行うことができる。「自動計算」ボタンをクリックすることで、定期購読数や過去の入荷・販売履歴等に基づき、目安となる定期改正数が自動的に表示される機能を備えている。

【原告製品】



【被告製品】



【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
画面最上段に「雑誌コード」の入力欄が設けられている。	雑誌コードは、定期改正の対象となる書籍を抽出するために必要となる一般的な項目であるほか、取次店や定期購読数、定期改正数は定期改正という書店業務を行うに当たって必要となる基本的な情報。
ガイダンスメッセージに続き、縦配列で「取次店」「定期購読数」「定期改正数」の各項目が表示され、「定期改正数」欄に配された「自動計算」ボタンをクリックすると、定期改正数が自動的に表示さ	⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の

れ、項目の順番も一致	思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。
当該単品の最新号及びバックナンバーの情報として、「雑誌コード（5桁）」又は「雑誌コード」「年号（年月）」又は「号数（年月）」「本体価格」「仕入日付」「仕入数」「定期購読数」「売上数」「3日目 在庫」「7日目 在庫」「返品数」「入庫数」「出庫数」「在庫数」「売上%」「伸冊数」「前年売上数」「適正定改数」「定期改正数」「定改入力日」「仕入取次店」の各項目が表形式で表示され、項目の順番も一致	定期改正という書店業務のための画面において過去の情報を表示すること ⇒それ自体アイデアに属する事柄である。 具体的に表示されている各項目はいずれも、雑誌の特定に関する一般的な情報か、配本数を調整するために参考となる一般的な指標又は情報。 ⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。

⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

<返品（条件設定）画面>

【機能】

返品（条件設定）画面は、画面上部のメニュー「返品」を選択した上で、その下に表示されるサブメニュー「返品入力」を選択することで表示される画面。

一定期間経過後に売れ残った在庫を返品するための画面であり、「新規入力 伝票番号発行」ボタンをクリックして返品伝票番号を発行した上で、「返品日付」や「取次店コード」等を入力し、「抽出」ボタンをクリックすることで、返品入力画面に遷移することができる（その後、返品入力画面で必要な処理を行うことで、実際に返品処理を行うことができる。）。

【原告製品】

【被告製品】

【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
返品入力の欄において、縦配列で「返品伝票番号」「返品日付」「取次店コード」「伝票種別」「返品期限」「処理票番号」の各項目が表示され、順番も一致	両製品の返品（条件設定）画面に表示されている具体的な項目は、いずれも、返品処理を行うに当たって必要な一般的な情報。 ⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。

⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

<商品マスタメンテナンス（新規登録・検索）画面>

【機能】

商品マスタメンテナンス（新規登録・検索）画面は、画面上部のメニュー「マスタ管理」、サブメニュー「商品マスタメンテナンス」を選択することで表示される画面。
システムで使用する元データであるマスタデータを管理するための画面であり、「-新規登録・商品コード直接入力-」ボタンをクリックすることで、新規商品の登録ができる。
「商品コード」や「書名」等の検索項目を入力し、「抽出」ボタンをクリックすることで、既に登録された商品を検索することができる。

【原告製品】

【被告製品】

【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
上部に「-新規登録・商品コード直接入力」というボタンが表示されており、これをクリックすることで、新たな商品のマスタデータを登録することができる	マスターデータを管理する画面において、新たな商品につき商品マスタを新規登録するためのボタンを設けるとともに、既に登録された商品を検索できるようにすること ⇒アイデアに属する事柄であるところ、その具体的な表現に特段の創作性は認められない。
商品検索のために、「商品区分指定」「商	

品抽出条件」の各ブロックが存在し、検索項目に所定の情報を入力した上で、「検索」ボタンをクリックすることで、既に登録された商品のマスタデータを検索することができる	
商品区分指定としては、「商品区分」が表示され、商品抽出条件としては、縦配列で「商品コード」「書名」「著者名」「発売日」「出版社」「表示件数」の各項目が表示され、順番も一致	検索条件として具体的に表示されている各項目は、いずれも、商品を特定して表示させるための基本的な情報 ⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。

⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

＜商品マスタメンテナンス（抽出）画面＞

【機能】

商品マスタメンテナンス(検索)画面において検索された商品の情報として、横配列で「NO」「選択」「書名」「著者名」「出版社」「発売日」「本体」「商品コード」「大分類」「中分類」という項目が表示される。

【原告製品】



【被告製品】



順番	書名	著者	出版社	出版日	本番	商品コード	大分類	中分類
1	西田文二 海外との	トーハムストライ	実業社	14-07-07	226	0724200272709	021:政治	C15:「政治」
2	西田文二 世界人名大字典	クニヒロ	実業社	14-07-07	226	0724200113717	021:政治	シヨウエイジン
3	西田文二 たとへて世界	西田文二	実業社	14-07-07	226	0724200144214	021:政治	C15:「政治」
4	西田文二 身に付けておきたい世界	西田文二	実業社	14-07-07	226	0724200129697	021:政治	C15:「政治」
5	西田文二 第一次世界大戦	西田文二	実業社	14-07-07	226	0724200028742	021:政治	シヨウエイジン
6	西田文二 子と暮らす、子育てなど	西田文二	実業社	14-07-07	226	0724200267741	021:政治	C15:「政治」
7	西田文二 ヨーロッパ史	西田文二	実業社	14-07-07	226	0724202270548	021:政治	C15:「政治」
8	西田文二 ヨーロッパの政治	西田文二	実業社	14-07-07	226	0724202270555	021:政治	C15:「政治」
9	西田文二 世界の政治	西田文二	実業社	14-07-07	226	0724202264559	021:政治	C15:「政治」
10	西田文二 世界の政治	西田文二	実業社	14-07-07	226	0724202270555	021:政治	C15:「政治」
11	西田文二 世界の政治	西田文二	実業社	14-07-07	226	0724203204565	021:政治	C15:「政治」
12	西田文二 少しうまく	西田文二	実業社	14-07-07	226	59320	021:政治	C15:「政治」
13	西田文二 少しうまい	西田文二	実業社	14-07-07	226	05600	021:政治	C15:「政治」
14	西田文二 少しうまい	西田文二	実業社	14-07-07	226	2992140	021:政治	C15:「政治」
15	西田文二 書店業界ガイドマニブシ	西田文二	実業社	14-07-07	226	1262111	021:政治	C15:「政治」

【共通点及びその創作性の有無・程度について】

共通点	創作性の有無・程度
抽出された各書籍の情報を表形式で掲載しており、横配列で、「NO」「選択」(マスターデータを修正するボタンが配置されている欄とみられる。)「書名」「著者」「出版社」「発売日」「本体」「商品コード」「大分類」「中分類」という項目が表示され、その順番も一致。	各項目はいずれも、書籍の特定や属性に関する基本的な情報又は商品マスタメンテナンスという書店業務自体から通常想定され得る範囲の作業に係るもの ⇒その名称の選択、配列順序及びそのレイアウトといった具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。

⇒共通部分は、アイデアに属する事項又は表現上の創作性がない部分にすぎない。

③ 表示画面の選択や相互の牽連関係における創作性の有無・程度

1. 画面の最上部にメニュータグを常時表示し、そのいずれの画面からも次の業務に移行できるようにすることや、画面の中央にサブメニュー画面を用意し、画面遷移なしに表示することを可能にすることは、利用者の操作性や一覧性あるいは業務の効率性を重視するビジネスソフトウェアにおいては、ありふれた構成又は工夫にすぎない。

⇒原告製品における表示画面相互の牽連性に特段の創作性があるということはできない。

2. 補充発注画面や自動計算機能を備えている点についても、在庫の変動に伴い商品を補充して発注することや、定期改正数を自動計算することな

どは、一般的な書店業務の一部である。

⇒原告製品の補充発注（条件設定）画面及び補充発注（入力）画面に表示された項目の名称の選択、配列順序及びそのレイアウトなどの具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。

(オ) 編集著作物としての著作権・著作者人格権侵害について

① 編集著作物とは

編集物で素材の選択又は配列によって創作性を有するものは著作物として保護される（著作権法 12 条 1 項）。

② ビジネスソフトウェアについて編集著作物としての保護が及び得るか

原告製品のようなビジネスソフトウェアは、一定の業務フローを前提としていることから、単一の画面表示で完結することではなく、業務の種類ごとに複数の画面を有し、画面に表示された特定の項目をクリックすると次の画面に遷移するなど、利用者は同一階層又は異なる階層に設けられた複数の表示画面全体を利用して作業を行うことが想定されている。

かかるビジネスソフトウェアの特性を考慮すると、一定の業務目的に使用される各表示画面を素材と考え、各画面の選択とシステム全体における配置、更には画面相互間の牽連性に創作性が認められる場合には、素材の選択及び配列に創作性があるものとして、当該ソフトウェアの表示画面が全体として編集著作物に当たるとの考え方も一般論としてはあり得る。

③ 原告製品が編集著作物に当たるか。

1. 画面の最上部にメニュータグを常時表示し、そのいずれの画面からも次の業務に移行できるようにすることや、画面の中央にサブメニュー画面を用意し、画面遷移なしに各種情報を表示することは、利用者の操作性や一覧性あるいは業務の効率性を重視するビジネスソフトウェアにおいては、ありふれた構成又は工夫にすぎない。

⇒原告製品における表示画面の選択や相互の牽連性等に格別な創作性があるということはできない。

2. 在庫の変動に伴い商品を補充して発注することや、定期改正数を算定することなどは、一般的な書店業務の一部であり、補充発注画面や自動計算機能を備えることはそれらの書店業務自体及びデータの活用という観点から通常想定され得る範囲のもの。

また、自動計算機能自体はソフトウェアの構成に係るものであって同機能の具備が表示画面の創作性をただちに基礎付けるものともみ難い。

⇒控訴人製品の定期改正入力画面、単品定期改正入力画面、補充発注（条件設定）画面及び補充発注（入力）画面に表示された項目の名称の選択、配列順序及びそのレイアウトなどの具体的な表現において、創作者の思想又は感情が創作的に表現されているということはできない。

（カ）不正競争防止法違反（2条1項1号）について

① 要件

1. 他人の「商品等表示」であること

「商品等表示」とは、商品の出所又は営業の主体を示す表示をいい、具体的には、人の業務に係る氏名、商号、商標等をいい、商品の形態は、本来的には商品の出所を表示するものではない。

もっとも、①特定の商品の形態が同種の商品と識別し得る独自の特徴を有し、かつ、②それが長期間にわたり継続的にかつ独占的に使用され、又は短期間であっても強力に宣伝されるなどして使用された結果、それが、商品自体の機能や美観等の観点から選択されたという意味を超えて、自他識別機能又は出所表示機能を有するに至り、需要者の間で広く認識された場合には商品等表示性が認められる。

2. 同一若しくは類似の商品等表示を使用していること

3. 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ていること

4. 混同を生じさせること

【不正競争防止法】

2条1項

この法律において「不正競争」とは、次に掲げるものをいう。

1号 他人の商品等表示（人の業務に係る氏名、商号、商標、標章、商品の容器若しくは包装その他の商品又は営業を表示するものをいう。以下同じ。）として需要者の間に広く認識されているものと同一若しくは類似の商品等表示を使用し、又はその商品等表示を使用した商品を譲渡し、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て、他人の商品又は営業と混同を生じさせる行為

② 本件における検討

本件では、原告製品の表示画面が「商品等表示」に該当するが問題となった。

裁判所は、ビジネスソフトウェアの表示画面は、商品の形態と同様、①当該

表示画面が客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有しており（特別顕著性）、かつ、②その表示画面が特定の事業者によって長期間独占的に使用され、又は極めて強力な広告宣伝や爆発的な販売実績等により、需要者においてその形態を有する商品が特定の事業者の出所を表示するものとして周知になっている場合に不競法2条1項1号の「商品等表示」に該当すると解するのが相当であるとした。

1. 周知性について

以下の点から周知性を否定した。

- (ア) 原告製品の販売数や市場占有率に関し、原告は、原告のシステム製品は出版社市場でトップシェアを占めており、原告製品は既に全国の小売書店1000店舗に向けて販売・採用されていると主張するが、原告商品の導入件数、市場規模、原告製品の市場占有率を客観的に示す証拠は提出されていない。
- (イ) 原告は、業界新聞である「文化通信BB」において原告製品が紹介されたことを指摘するが、「文化通信BB」の発行部数等は明らかではなく、その記事の内容は原告製品を紹介する内容を含むものの、原告製品の表示画面は一切掲載されていない。
- (ウ) 原告は、日販が平成25年8月1日付け業界新聞において書店向けPOSレジと原告製品を連携させることを発表し、系列の書店1000店に合計1300台を販売することを表明したと主張するが、同記事で導入が表明されているのはPOSレジであり、原告製品が書店に導入されたことを裏付けるものではない上、同記事には原告製品の表示画面は一切表示されていない。
- (エ) 原告は、「文化通信」及び「新文化」のウェブサイトの上段に、バナー広告を掲載したことや、「BOOK EXPO」や「書店大商談会」に出展し、広報を行っていることも主張するが、文化通信社のウェブサイト上に掲載されたバナー広告は、「BOOK ANSWERシリーズ」という製品シリーズを表示するものにすぎず、原告製品の表示画面は一切示されていない。また、「BOOK EXPO」や「書店大商談会」への出展についても、その規模や具体的な出展・宣伝態様などは一切明らかではない。

2. 特別顕著性について

特別顕著性についても、以下の点から否定した。

(ア) 原告は、①業務統合型のシステムを構築するという設計思想に基づき、仕入部門で使用するメニューと店売部門で使用するメニューが統合されている点や、②発注に当たって、商品分析の画面から一旦発注画面に移行することなく、商品分析の画面から即発注することができる点、③帳票を作成するという発想がなく、画面上に表示して見るということを基本にしている点、④独自の用語を用いている点に、他社製品にはない原告製品の独創的な特徴がある旨主張。

(イ) しかし、上記①～③の点は、いずれも、原告製品の設計思想や機能としての独自性を指摘するものにすぎず、表示画面自体の顕著な特徴を基礎付けるものということはできない。また、上記④の点についても、原告製品の表示画面に用いられた用語について、商品管理業務や書店業務に係る一般的な用語又はそれらを基に単純な組合せや省略等をして得られる用語を超える独自の用語が用いられているとは認め難く、また、仮にそのような用語が一部用いられているとしても、そのことから、控訴人表示画面について、画面全体の特別顕著性を基礎付けるに足りる独創的を有すると認めることはできない。

(キ) 社会的に許容された限度を超えた控訴人製品・サービスの複製行為及び顧客奪取行為に係る不法行為の成否について

① 原告主張の概要

被告による被告製品の開発、NET21への乗り換え推奨及び被告製品の販売、それらによる原告からの顧客(NET21)の奪取の各行為が、通常の競争行為を逸脱したものとして不法行為に当たる。その根拠として主に以下を主張。

1. 被告製品の開発経緯に関し、A（被告代表者）が原告を退職した後、間もなく、NET21からシステムコンサルティング業務を請け負うようになり、その地位を利用して原告製品とほぼ同一というべき被告製品を開発したこと
2. 被告製品の販売経緯に関し、被告がNET21に働きかけて原告製品に関する契約関係を解消させ、NET21に被告製品を販売したこと

② 本判決の判断

以下のとおり述べ、不法行為の成立を否定した。

1. 原告製品と被告製品がほぼ同一であるなどという事情は認められない以

上、上記 1 の根拠は理由がない。

2. 被告が NET21 に働きかけて原告製品に関する契約関係を解消させたと認めるべき証拠はない。むしろ、原告が NET21 に提供していた BA (原告製品のシリーズである Book Answer) の利用に関して一定のトラブルがあったことや、BA から被告製品への移行について費用面で NET21 に新たな負担が求められるなどしたことが窺われ、BA から他社のシステムへの変更を決めた旨を通知する文書には、原告の対応から原告のシステムを使用することがビジネスを伸ばすに当たり足かせとなるであろうと判断した旨が記載されている。

3. 論点

(ア) 前提 :

- ① 本件の原告は、著作権法、不正競争防止法及び民法（不法行為）を根拠に主張している。
- ② ビジネスソフトウェアの画面表示を保護する可能性がある法律は、本件の原告が主張した著作権法、不正競争防止法及び民法の他に、特許法（ビジネスソフトウェア特許）や意匠法がある。
- ③ 本日のゼミでは著作権法に限定して議論したい。

(イ) 理解のすり合わせ :

- ① 今回のような複数の画面にて構成されているビジネスソフトウェアは：
 1. その画面自体が、「美術の著作物」
 2. 一定の業務目的に使用される各表示画面を素材と考え、各画面の選択とシステム全体における配置、更には画面相互間の牽連性に創作性が認められる場合には、「編集著作物」になり得る。
- ② **濾過テスト**とは、原告製品と被告製品との共通点を抽出した上で、当該共通点の創作性（著作物性）を検討する手法
 1. 今回の研究対象の判決においては、以下のように説明されている。
 - （2. 事実・争点・裁判所の判断（判旨）の抜粋/再掲）
『ビジネスソフトウェアの表示画面の内容や性質等に照らすと、本件において被告表示画面が原告表示画面の複製又は翻案に該当するかどうかは、①両表示画面の個々の画面を対比してその共通部分及び相違部分を抽出し、

②当該共通部分における創作性の有無・程度を踏まえ、被告製品の各表示画面から原告製品の相当する各表示画面の本質的な特徴を感得することができるかどうかを検討した上で、
③ソフトウェア全体における表示画面の選択や相互の牽連関係の共通部分やその独自性等も考慮しつつ、被告表示画面に接する者が、その全体として、原告表示画面の表現上の本質的な特徴を直接感得することができるかどうかを検討して
判断すべきであると解される。』

2. 江差追分事件¹が契機となって本件判決を含む近時はこの濾過テストの手法を採用している裁判例が多い²。
- ③ 二段階テストとは、原告製品のみに着目して創作性（著作物性）を判断し、その上で（原告製品に著作物性が認められる場合のみ）被告製品を観察して、原告の創作的な表現と認められる部分が再生されているか否かを検討するという2段階作業を経て著作権侵害の成否を判断する方法。
- ④ 参考：ビジネスソフトウェア表示画面の裁判例
 1. サイボウズ株式会社が販売するソフトウェア（以下「サイボウズ2.0」）を株式会社ネオジャパンのソフトウェアの2つのバージョン（以下、「アイオフィス2.43」と「同バージョン3.0」）が侵害すると主張した事案（ア）著作権仮処分申立事件³⁴
 - ① 一部認容、一部却下
 1. 本仮処分申立事件の判断では、二段階テストが採用された。
 2. 全体（各画面+順序/配列）としての著作物性が認められ、債務者のソフトウェアのうち iOffice2.43 に対し仮処分が認められ、iOffice3.0 に対して仮処分は認められなかった。
 - （イ）著作権侵害差止等請求事件⁵
 - ① 請求棄却（サイボウズの請求がすべて認められなかった）
 1. 濾過テストが採用された
 2. 共通部分に著作物性が認められず、原告（債権者側）敗訴。
 3. 参考：画面についても相互の牽関係にある表示画面の集合体の場合でも、デッドコピーの場合のみ認められる旨の判示：

¹ 最高裁一小判決平成13年6月28日・民集55巻4号837頁

² 「著作権 判例百選（第7版）」（2025年）p93 編集者：田村善之/奥村弘司/駒田泰土/上野達弘 有斐閣

³ 東京地裁決定平成13年6月13日

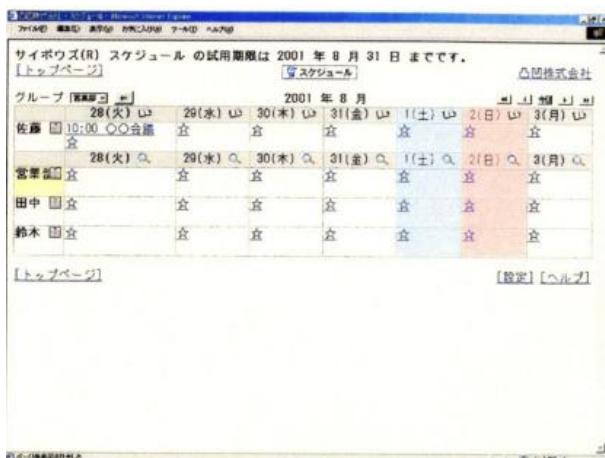
⁴ 「ユーザーインターフェースの著作物性」判例時報1782号206頁（2002）<https://www.italaw.jp/saibouzu.pdf>

⁵ 前掲①のサイボウズの著作権仮処分申し立て事件に続く地裁判決。東京地裁判決平成14年9月5日

「仮に原告ソフトの表示画面を著作物と解する事ができるとしても、その複製ないし翻案として著作権侵害を認め得る他社の表示画面は、いわゆるデッドコピーないしそれに準ずるようなものに限られるというべき」

「仮に原告ソフトにおける互いに牽連関係にある表示画面の集合体を著作物に会する事ができるとしても、その複製ないし本何として著作権侵害を認め得る他社のソフトウェアは、いわゆるデッドコピーないしそれに準ずるようなものにかぎられるというべき」

サイボウズ・オフィス 2 のグループ・週間画面



アイオフィス 2.43 の「グループ・週間」画面

アイオフィス 3 の「グループ・週間」画面



2. 積算くん事件⁶

(ア) 原告が権利を有する建設積算システムアプリケーション「積算くん」の画面表示と類似する被告が販売する「W A R P」が著作権を侵害するとして、販売や頒布等の行為の差止め等を求めた事案

(イ) 請求棄却

- ① 濾過テストが採用された。
- ② 積算くんの表示画面と、WARP の表示画面の共通点を抽出し、逐一検討し、両表示画面において表現が共通する部分について、創作性を否定。

(ウ) 議論の前提：

- ① 前述のとおり今回は「著作権」に焦点を当てて議論したい
[理由]
 - 1. 権利が取得できていれば、特許権や意匠権で権利主張できるため、「取得していれば」という過程で議論が終わってしまう。。。
 - 2. 先回のゼミで、不競法 2 条 1 項 1 号を取り扱ったので今回は対象外とする。

(エ) **議論①**

「2.事実・争点・裁判所の判断（判旨）」の「(エ)比較検討・判断」に記載がある対比箇所（本資料の p 5~33）における原告主張について、著作物性が認められない（アイデアに属する事項または表現上の創作性がない部分に過ぎない）という判断について妥当か？

- ① 賛成の方。
- ② 反対の方。

(オ) **議論②**

画面の著作物性以外の視点から、ビジネスソフトの著作権を主張できる方法はないか？

(カ) **議論③（時間があまれば）**

もし同僚から、「競合他社のビジネスソフトウェアがとてもよくできている。類似のソフトを開発すれば、一定の売上や利益を生み出すことができる。マネして開発しても問題ないか？」と相談を受けた場合、どのように回答しますか？

⁶ 大阪地判平成 12 年 3 月 30 日 <<https://www.courts.go.jp/assets/hanrei/hanrei-pdf-13269.pdf>>

【参加者・講師からのコメント】

- 判決の内容及び一般論としてのビジネスソフト表示画面に著作物性が認められることが困難であることについて、妥当であり違和感はない。
- ビジネスソフトウェアの複製や翻案に関する紛争について、画面自体の著作だけではなく編集著作物として構造の部分に対する著作物性を主張することや、プログラムの著作物の視点から主張することも、考えられる。
- 著作権侵害の成否を決定する手段として、「濾過テスト」と「2段階テスト」があるが、近時に「濾過テスト」が採用されているということではなく、ケースバイケースでどちらの手段が採用されるか判断される。

【発表者の所感（奥田）】

- ビジネスソフト表示画面の共通点の創作性が認められるためのハードルの高さについて今回の裁判例の検討を通じ、また、講師・ゼミ生の方々の実例をお伺いし実感するとともに、その中でも主張立証の創意工夫の余地が大きいことも実例をお伺いし大変実践的な知識を得ることができた。
- 今回実感したハードルの高さは予防法務にて活かしたいと思う。また、主張立証の創意工夫については紛争解決の場で活かしたいと思う。

【発表者の所感（藤本）】

- ビジネスソフト表示画面に著作物性が認められることの困難さ、「濾過テスト」について学ぶことができた。
- 今回取り上げた訴訟と類似の紛争案件を担当された講師およびゼミ生の皆さんの具体的な案件の聞くことができ、学びを深くすることができた。
- 意匠権について今回の発表にて取り上げなかったが、意匠権の勉強を継続したい。

以上