



|                  |   |
|------------------|---|
| Title            | ビジネス用アプリケーションにおけるカテゴリー名の選択、配列の編集著作物性  |
| Author(s)        | 松井, 佑樹  |
| Citation         | 知的財産法政策学研究, 61, 217-262   |
| Issue Date       | 2021-10   |
| Doc URL          | <a href="https://hdl.handle.net/2115/84890">https://hdl.handle.net/2115/84890</a> |
| Type             | departmental bulletin paper   |
| File Information | 61_07-Matsui.pdf  |



# ビジネス用アプリケーションにおける カテゴリー名の選択、配列の編集著作物性

東京地判令和 2. 3. 19平成30(ワ)33203 [Line ct]

松井 佑樹

## 第1 事案の概要

1. 事案の整理
2. X商品の構成とY商品の構成

## 第2 争点

## 第3 判旨 請求棄却

## 第4 評釈

1. 先行裁判例
2. 検討
  - (1) 画面表示の著作物性
  - (2) 画面表示の牽連関係の編集著作物性
    - ア. 著作権法12条1項の解釈について
    - イ. X商品の画面表示の牽連関係の編集著作物性について
  - (3) カテゴリー名の選択、配列の編集著作物性
    - ア. アイディアの有機的結合について
    - イ. 素材の近似性について
3. さいごに

## 第1 事案の概要

### 1. 事案の整理

X（原告、株式会社 Blast）は、ウェブサイト等インターネットを利用した各種サービス等の企画、デザイン、製作、販売、配信、運営及び管理等

を目的とする株式会社である。一方、Y1（被告会社、Z-StyleJapan）はXと同様の目的を有する株式会社であり、Y2（被告甲）はY1の代表取締役である。

Xは、「Line ct」（以下「X商品」という）の著作権の帰属主体である<sup>1</sup>。X商品は、LINE@<sup>2</sup>を利用した集客やマーケティングをより効果的に行うためのアプリケーションであり、アプリケーション・プログラミング・インターフェイス（API）によりX商品上の操作で同時にLINE@を作動させることができる。また、X商品は、LINE@にはない固有の機能として、客を分類するための情報であるLINE@への登録時点、クリック数、サイト滞在時間等の顧客情報を保持し、顧客情報に基づいて対象者を絞ってメッセージを送ること、SMS送信機能（ショートメッセージを送る機能）及びアフィリエイトセンター機能（アフィリエイトを管理するツール）等を具

---

<sup>1</sup> XがX商品の著作権の帰属主体となった経緯は、以下のとおりである。

Xは、A（訴外RILARC）との間で、平成29年5月12日より前に、LINE@を利用した集客、マーケティングを支援するためのツールの開発をXがAに委託することについて基本合意を締結した。Aは、平成29年5月12日、B（訴外Watermelon Software Solution Japan株式会社）との間で、上記基本合意にかかるツールの開発について業務委託基本契約を締結し、同日付で業務委託基本契約書及び覚書を作成した。同契約書には、成果物の著作権（著作権法第21条から第28条に定める全ての権利を含む）は、特段の定めがない限り、成果物の給付完了の日にBからAへ移転するとの記載がなされていた。

Xは、平成29年11月7日、Aとの間で、上記基本合意に基づき業務委託基本契約を締結し、同日付で業務委託基本契約書及び覚書を作成した。同契約書には、成果物の著作権（著作権法第21条から第28条に定める全ての権利を含む）は、特段の定めがない限り、成果物の給付完了の日にAからXへ移転するものとするとの記載がなされていた。そして、Aは、平成30年2月28日、Bから納品を受けた「Linect」（以下「X商品」という）をXに納品した。

<sup>2</sup> 訴外LINE株式会社が企業や店舗ビジネス向けに提供するサービスであり、アカウントを通して一般ユーザへの情報発信やコミュニケーションに活用することができる。X商品が開発された平成30年2月当時、LINE@においては、[1]メッセージ配信、[2]タイムライン配信、[3]1:1トーク、[4]ショップカード、[5]クーポンといった機能が利用可能であった。

備している<sup>3</sup>。

一方、Y1は、LINE@を利用した集客、マーケティング支援ツールである「LINE MARKETING TOOLS トクマガ」(以下「Y商品」という)の開発を外部に委託し、XがX商品を販売する前の平成30年7月25日、Y商品の販売を開始した。XはX商品を販売してはいない。

Xは、Y1がインターネットを通じてY商品を顧客に提供した行為が、XがX商品について有する著作権(複製権、送信可能化権、公衆送信権)を侵害すると主張して、著作権法112条1項に基づくY商品の複製、送信可能化又は公衆送信の差止めと、同条2項に基づくY商品及びその複製物の廃棄、Y1(民法709条)、Y2(会社法429条1項)に対する損害賠償及び遅延損害金の支払を求めた。

## 2. X商品の構成とY商品の構成

X商品とY商品はそれぞれパソコン等において利用されるアプリケーションであり、共にLINE@の利用支援を目的としたものである。X商品を利用した場合の画面表示のうち、トップ画面が〔図1〕、トップ画面で親カテゴリー<sup>4</sup>「基本」を選択した画面が〔図2〕、親カテゴリーで「基本」、大カテゴリーで「ホーム」を選択した画面が〔図3〕である。また、X商品とY商品の画面上に表示される親カテゴリーから子カテゴリーの各カテゴリー名の構造を原告が表にまとめたものが〔表1〕である。

---

<sup>3</sup> そのほか、LINE@は、メッセージを一斉に今すぐ配信するか、日付を指定して配信することができるにとどまるのに対し、X商品は、シナリオ(あらかじめ登録しておいた複数のメッセージ)配信機能を有しており、シナリオをタグで分岐させて、過去に配信したメッセージリンクをクリックした客を対象としてメッセージを配信することや、特別に指定したタイミングでメッセージを自動で配信することができる。

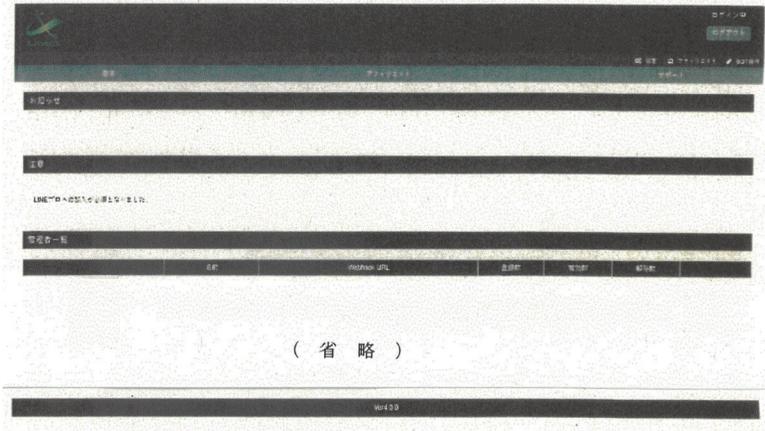
<sup>4</sup> カテゴリーとは、各画面表示に対応するものであり、各画面表示に対応する名称を以後カテゴリー名という。

別紙

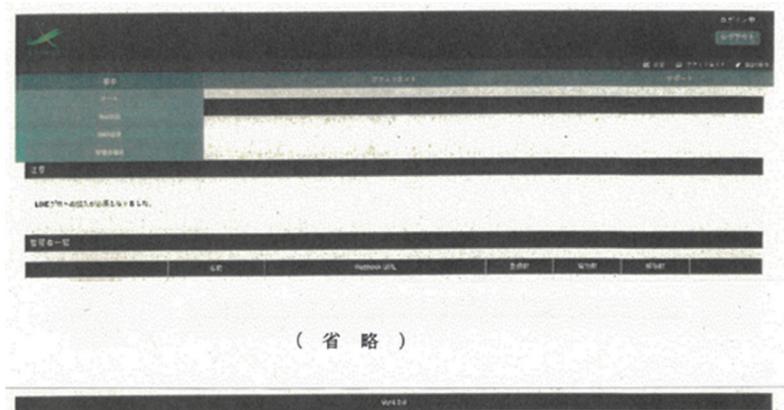
対比表(原告商品・被告商品)

| 原告商品        |             |               |               | 被告商品    |             |             |            |           |       |        |
|-------------|-------------|---------------|---------------|---------|-------------|-------------|------------|-----------|-------|--------|
| 種別          | 大カテゴリ       | 中カテゴリ         | 小カテゴリ         | 種別      | 大カテゴリ       | 中カテゴリ       | 小カテゴリ      |           |       |        |
| 1           | 基本          | ホーム           | 1 ホーム         | 1       | 基本          | ホーム         | 1 ホーム      |           |       |        |
|             |             |               | 2 友達リスト       |         |             |             | 2 友達リスト    |           |       |        |
|             |             |               | 3 タグ管理        |         |             |             | 3 タグ管理     |           |       |        |
|             |             |               | 4 トーク管理       |         |             |             | 4 トーク管理    |           |       |        |
|             |             |               | 5 SMS一覧       |         |             |             | 5 SMS一覧    |           |       |        |
|             |             |               | 6 投稿メディア一覧    |         |             |             | 6 投稿メディア一覧 |           |       |        |
|             |             |               | 7 エラー一覧       |         |             |             | 7 エラー一覧    |           |       |        |
|             |             | チャット          | 1 1:1チャット     |         |             | 2           | チャット       | 1 1:1チャット |       |        |
|             |             |               | 2 グループチャット    |         |             |             | 2 グループチャット |           |       |        |
|             |             |               | 3 1:1 SMSチャット |         |             |             |            |           |       |        |
|             |             |               | 4 シナリオ一覧      |         |             |             | 1 シナリオ一覧   |           |       |        |
|             |             | メッセージ         | 1 一斉送信        |         |             | 3           | メッセージ      | 3         | メッセージ | 1 一斉送信 |
|             |             |               | 2 自動返信        |         |             |             | 2 自動返信     |           |       |        |
|             |             |               | 3 テンプレート      |         |             |             | 3 テンプレート   |           |       |        |
|             |             |               | 4 返信フォーム      |         |             |             | 4 返信フォーム   |           |       |        |
| 5 URLクリック測定 | 1 URLクリック測定 |               |               |         |             |             |            |           |       |        |
| 6 コンバージョン   | 3 コンバージョン   |               |               |         |             |             |            |           |       |        |
| 7 サイトスクリプト  | 4 サイトスクリプト  |               |               |         |             |             |            |           |       |        |
| 統計情報        | 1 Bot追加     | 4             | 統計情報          | 4       | 統計情報        | 1 Bot追加     |            |           |       |        |
|             | 2 SMS設定     |               | 2 Bot追加       |         |             |             |            |           |       |        |
| 2           | アフィリエイト     | 1 設定          | 2             | アフィリエイト | 1 設定        | 1 設定        |            |           |       |        |
|             |             | 2 アフィリエイトター   |               |         | 2 アフィリエイトター |             |            |           |       |        |
|             |             | 3 成果報酬        |               |         | 3 成果報酬      |             |            |           |       |        |
| 3           | サポート        | 1 マニュアルダウンロード | 3             | サポート    | 1 マニュアルサイトへ | 1 マニュアルサイトへ |            |           |       |        |
|             |             | 2 チャット        |               |         | 2 お問い合わせ    | 2 お問い合わせ    |            |           |       |        |
| 4           | BOT操作       | 4             | BOT操作         | 4       | BOT操作       | 4           |            |           |       |        |
| 5           | 設定          | 5             | 設定            | 5       | 設定          | 5           |            |           |       |        |

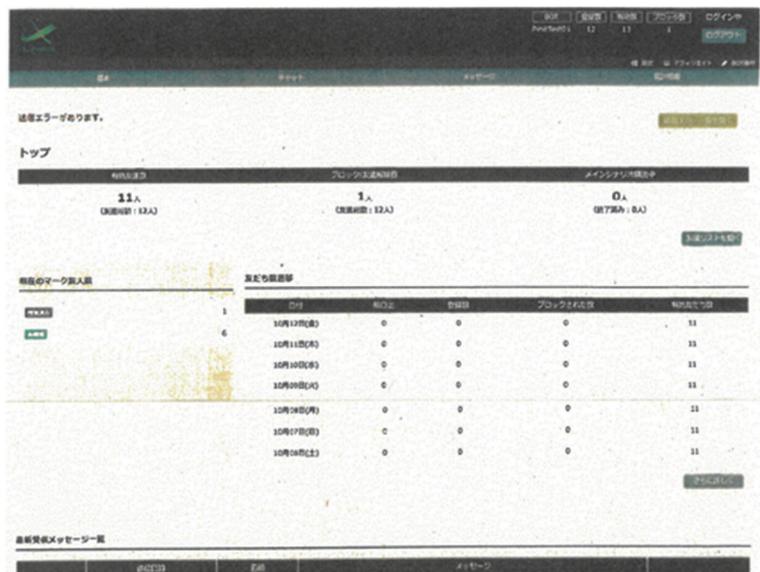
〔表1〕構造対比表 (X商品・Y商品)



〔図1〕X商品のトップ画面



〔図2〕X商品の親カテゴリ「基本」選択画面



〔図3〕X商品の親カテゴリ「ホーム」選択画面

## 第2 争点

- (1) X商品の編集著作物（著作権法12条1項）該当性（争点1）
- (2) Y商品の依拠性・類似性（争点2）

- (3) Y1 の故意・過失の有無（争点3）
- (4) Y2 の悪意・重過失による任務懈怠の有無（争点4）
- (5) 損害の有無及び額（争点5）

### 第3 判 旨 請求棄却

裁判所は、X商品、Y商品の画面表示や機能について認定を行った後、X商品の編集著作物（著作権法12条1項）該当性について、複数の観点から検討を行い、これを否定した。

(1) 「…X商品は、パソコン等において各種の確認や作業等を行うことができるものであり、その確認、作業等を行ったりするためにパソコン等において、様々な内容が表示される複数の画面を表示することができるものである。ここで、Xが素材と主張する『カテゴリー名』は、パソコン等の画面において、X商品において選択することができる機能に対応する画面を示すために、画面の上部に、ロゴ等表示部分の下のやや太い青みがかった線に、白抜き文字で表示されているものであったり（親カテゴリー名、中カテゴリー名）、親カテゴリー名又は中カテゴリー名を選択した場合に、そのカテゴリー名の下に、もとの画面の前面に、表示されるものであったり（大カテゴリー名、小カテゴリー名）、各画面において、ロゴ等表示部分及びカテゴリー名を表示するやや太い青みがかった線の下に、示されるものである（小カテゴリー名）。このようなX商品とそこにおけるカテゴリー名の使用の態様に照らせば、これらの『カテゴリー名』は、X商品の異なる画面において、他にも多くの記載がある画面の表示の一部として表示されるものであって、X商品をもって、『カテゴリー名』を『素材』として構成される編集物であるとはいえない。そうすると、X商品が編集著作物であり、カテゴリー名自体がX商品の素材であると主張するXの主張は、その余を判断するまでもなく理由がない。」

(2) 「また、XはX商品を編集著作物であると主張し、『カテゴリー名』の選択と配列において創作性を有し、その『カテゴリー名』の選択と配列においてY商品と共通すると主張するところ、X商品を利用した場合には…

パソコン等において、視覚的に認識することができる様々な画面が表示される。それらの各画面は、前記のように、Xが選択したカテゴリー一名に対応するものといえ、また、それらはパソコン等の画面において、階層的に配列されているともいえる。他方、Y商品においても、『カテゴリー一名』に対応する画面が表示されるといえる。

しかし、X商品の各画面は、そのカテゴリー一名に対応する機能を実現するために表示されるものである。そうすると、X商品における各カテゴリー一名と各画面の表示との関係は、何らかの素材をカテゴリー一名やその階層構造に基づいて選択、配列したというのではなく、カテゴリー一名に対応する機能を実現するための画面の表示があるといえるものである。そして、カテゴリー一名は、結局、それに対応してX商品が有する機能・利用者が利用しようとする機能を表すものである。そうすると、XはX商品は[原文ママ]カテゴリー一名の選択、配列において編集著作物としての創作性を有し、その点でX商品とY商品が共通していると主張するのであるが、それらの選択と配列が共通しているとの主張は、結局、ある商品において採用された機能やその機能の階層構造が共通していると主張しているのに等しい部分がある。ある商品においてどのような機能を採用するかやその機能をどのような階層構造とするか自体は、編集著作物として保護される対象となるものではない。」

(3) さらに、裁判所は、「Xは、X商品におけるカテゴリーの名称そのものについて選択の幅があること、その階層構造などから、カテゴリー一名の選択、配列に創作性があると主張する。前記のとおり、X商品がカテゴリー一名を素材とする編集著作物として保護されることはないが、以下に述べるのとおり、X商品のカテゴリーの名称やその階層構造は、ありふれたものであり、それら自体に著作権法上の創作性があるともいえない」とした判示したうえで、X商品と同様にLINE@を利用した集客、マーケティング支援ツールである訴外「LINESTEP」「Liny」「next」の階層構造、カテゴリー一名をそれぞれ認定して<sup>5</sup>、以下のように判示している。

---

<sup>5</sup> それぞれの階層構造、カテゴリー一名について比較、整理されたものが[表2]である。

「LINE@を用いた集客、マーケティング支援ツールというX商品においてどのような機能を実装するかはアイデアに過ぎず、それ自体は著作権法の保護の対象になるものではない。そして、『素材』たる各カテゴリーの名称の選択についてみると、上記のようなX商品の性質上、各カテゴリーに付す名称は、各カテゴリーが果たす機能を一般化・抽象化し、ユーザーにとって容易に理解可能なものとする必要があるため、その選択の幅は自ずと限定される。そのような視点で選択されたX商品の各カテゴリー名は、それ自体をみてもありふれたものであり、現に、X商品の『メッセージ』、『統計情報』というカテゴリー名は他社商品でも用いられているほか、X商品の『メッセージ』の下に設けられた小カテゴリーの各カテゴリー名や『統計情報』の下に設けられた小カテゴリーの各カテゴリー名と同一ないし類似したカテゴリー名が他社商品においても用いられている。また、X商品において用いられている『基本』や『ホーム』といったカテゴリー名は、他社商品においては用いられてはいないものの、消費者とのコミュニケーションを図るという観点から頻繁に使われる機能を取りまとめたカテゴリーに付されたものであり、上記のようなX商品の性質を踏まえると、カテゴリー名の選択としてはありふれたものである。したがって、X商品における各カテゴリーの名称は、各カテゴリーが果たす機能を表現するものとしてはありふれたものといえる。」

「次に、各カテゴリー名の配列についてみても、X商品においては、『基本』という最上位の階層に、消費者とのコミュニケーションを図る上で利用可能な機能を取りまとめ、その中でも消費者とのコミュニケーションを図る上で日常的に利用する機能を『基本』の下の階層の『ホーム』に取りまとめるなどされているほか、多種多様な機能を果たす『ホーム』より下のカテゴリーについては、小カテゴリーに至るまで階層を設けてカテゴリー分けがされるなど他社商品に比して複雑な階層構造が採用されており、各カテゴリー名の配列について一定程度の工夫はされていると認められる。

しかし、ユーザーによる操作や理解を容易にするという観点から、実装した機能の中から関連する機能を取りまとめて上位階層のカテゴリーを設定し、機能の重要性や機能同士の関連性に応じて順次下位の階層にカテゴリー分けをしていくというのは通常の手法であり、X商品の各カテゴリー

一名の配列は、複数の選択肢の中から選択されたものではあるものの、ありふれたものというべきである。」

(4) 「以上によれば、X商品は『カテゴリ名』を素材とする編集著作物であるとは認められないし、Xが主張するカテゴリの名称やその配列について検討しても、その選択又は配列に著作権法上の創作性があるとは認められない。」

「これをいずれも棄却することとし、主文のとおり判決する。」

別紙

対比表(他社商品)

| 1 (LINESTEP) |               | 2 (Liny) |                                    | 3 (next) |             |
|--------------|---------------|----------|------------------------------------|----------|-------------|
| 1            | 1対1トーク        | 1        | 友だちリスト                             | 1        | 友だちリスト      |
|              |               | 2        | トーク一覧                              | 2        | トーク管理       |
|              |               | 3        | 個別トーク                              | 3        | 個別トーク       |
| 2            | メッセージ         | 1        | シナリオ配信                             | 1        | シナリオ配信      |
|              |               | 2        | 一斉配信                               | 2        | 一斉配信        |
|              |               | 3        | 自動応答                               | 3        | 自動応答        |
|              |               | 4        | テンプレート                             | 4        | テンプレート      |
|              |               | 5        | 回答フォーム                             | 5        | 回答フォーム      |
|              |               | 6        | リマインダ配信                            | 6        | リマインダ配信     |
|              |               | 7        | 友だち追加時設定                           | 7        | 友だち追加時設定    |
| 3            | 友だち属性         | 1        | タグ管理                               | 1        | タグ管理        |
|              |               | 2        | 友だち情報管理                            | 2        | 友だち情報管理     |
|              |               | 3        | カスタム検索管理                           | 3        | カスタム検索管理    |
| 4            | 統計情報          | 1        | URLクリック測定                          | 1        | URLクリック測定   |
|              |               | 2        | コンバージョン                            | 2        | コンバージョン     |
|              |               | 3        | サイトスクリプト                           | 3        | サイトスクリプト    |
|              |               | 4        | クロス分析                              | 4        | クロス分析       |
|              |               | 5        | 流入経路分析 ページ                         | 5        | 流入経路分析 ページ  |
| 5            | コンテンツ         | 1        | 登録メディア一覧                           | 1        | 登録メディア一覧    |
|              |               | 2        | リッチメニュー ページ                        | 2        | リッチメニュー ページ |
| 6            | LINE@設定       | 1        | LINE@MANAGER                       |          |             |
|              |               | 2        | アカウント設定                            |          |             |
|              |               | 3        | スタッフ権限設定                           |          |             |
|              |               | 4        | データ移行 ページ                          |          |             |
| 7            | メルカリオンズ<br>タブ | 1        | マイページ                              |          |             |
|              |               | 2        | 新規アカウント発行                          |          |             |
|              |               | 3        | LIGET通知申し込み<br>(登録経路計測ツール<br>表ASP) |          |             |
| 8            | サポート          | 1        | ご利用マニュアル                           |          |             |
|              |               | 2        | LINE版材購入                           |          |             |
|              |               | 3        | LINE活用ブログ                          |          |             |

〔表2〕 構造対比表(他社商品)

## 第4 評 釈

東京地判令令和2.3.19平成30(ワ)33203 [Line ct] (以下「本判決」という)では、SNS(ソーシャル・ネットワーク・サービス)であるLINEのビジネス向けアカウントの利用を支援するアプリケーションの画面表示及び用いられるカテゴリ名が類似していた事案において、そのカテゴリ名の選択、配列の編集著作物性等が争われた。本判決以前においても、ビジネ

ス用アプリケーションの画面表示が類似する事案において、著作権侵害の成否が争われた事案は複数存在する。しかし、本判決のようにアプリケーション中のカテゴリー名の選択、配列に着目した判断がなされた事案は初めてであり、注目に値する。また、本判決は、X商品とY商品が用いたカテゴリー名及びその階層構造の大部分が共通であったにもかかわらず、類似商品で用いられているカテゴリー名、階層構造を複数認定したうえで著作権侵害の成立を否定しており、この点も特徴的である。

本判決には、X商品の画面表示の選択、配列の編集著作物性について判断した部分（〔判旨（2）〕）と、X商品のカテゴリー名の選択、配列の編集著作物性について判断した部分（〔判旨（1）〕、〔判旨（3）〕）がある。本稿では、これらの論点について順に検討を行う。

## 1. 先行裁判例

先行裁判例には、ビジネス用アプリケーションの画面表示が類似したことについて、著作権の侵害が主張されたものが複数存在している。それらの裁判例では、アプリケーションによりディスプレイ上に表示される個々の画面表示のほか、アプリケーションの利用によって表示される画面表示の牽連関係の著作物性が争われている。

裁判例は、これらの争点について、抽象論として著作物性を肯定する理解を示している。意匠内外装積算アプリケーションの画面表示について著作権侵害が問題となった大阪地判平成12. 3. 30平成10(ワ)13577〔積算くん〕では、原告ソフトである『積算くん』の画面表示について、建築積算という実用目的の「書式」にすぎず著作物性は認められないとの被告の主張に対して、「そこに表現されている内容が、技術的、実用的なものであるとしても、その表現自体が知的、文化的精神活動の所産と評価できるもの」であれば「文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するもの」という要件を充たし、「書式であったとしても、どのような項目をどのように表現して書式に盛り込むかという点において作者の知的活動が介在し、場合によっては、その表現に作者の個性が表れることもあると考えられる」から、表示画面が書式であることのみをもって、「思想又は感情を創作的に表現したもの」要件を否定することはできないと判示されている。また、会社

や部署などのグループによる作業を効率化するために、ユーザ間のコミュニケーションや情報の共有を行えるようにする複数のアプリケーションを複合したソフトウェアの画面表示の著作権侵害等が問題となった東京地判平成14.9.5判時1811号127頁〔サイボウズ〕は、「一般に、電子計算機に対する指令(コマンド)により画面(ディスプレイ)上に表現される影像についても、それが『思想又は感情を創作的に表現したもの』(著作権法2条1項1号)である場合には、著作物として著作権法による保護の対象となるものというべきである…いわゆるビジネスソフトウェアについても同様に当てはまるものということができる」と判示し、抽象論としてビジネス用アプリケーションの画面表示の著作物性を肯定している。

前掲〔サイボウズ〕は、個々の画面表示だけではなく、アプリケーションの利用による画面表示の牽連関係についても一般論として著作物性を肯定している。そこでは、画面表示の関係性が「特定の思想に基づいて秩序付けられている場合」において、「当該表示画面の選択と配列、すなわち牽連関係の対象となる表示画面の選択と当該表示画面相互間における牽連関係に創作性が存在する場合には、そのような表示画面の選択と組合せ(配列)自体も、著作物として著作権法による保護の対象となり得る」との理解が示されている<sup>6</sup>。

---

<sup>6</sup> 同判決の判示事項は以下のようになっている。

「一般にビジネスソフトウェアにおいては、ディスプレイ上に表れる表示画面は、常に一定ではなく、利用者がクリックやキー操作を通じてコンピュータに対する指令を入力することにより、異なる表示画面に転換する。このような一定の画面から他の画面への転換が、特定の思想に基づいて秩序付けられている場合において、当該表示画面の選択と配列、すなわち牽連関係の対象となる表示画面の選択と当該表示画面相互間における牽連関係に創作性が存在する場合には、そのような表示画面の選択と組合せ(配列)自体も、著作物として著作権法による保護の対象となり得るものと解される。

この場合、個々の表示画面自体に著作物性が認められるかどうかにかかわらず、表示画面の選択又は組合せ(配列)に創作性が認められれば、著作物性を認めることができるというべきである。そして、編集物における素材の選択・配列の創作性が著作者により1個のまとまりのある編集物として表現されている集合体を対象として判断されることに照らせば(著作権法12条1項)、このような表示画面の選択と

このように、裁判例は、抽象論としてビジネス用アプリケーションの画面表示や、画面表示の牽連関係の著作物性を肯定している。しかし、各判決は、事案の解決において、それらの著作権侵害を肯定してはいない<sup>7</sup>。画面表示の著作物性については、前掲〔積算くん〕のほか、大阪地判平成14.7.25平成12(ワ)2452〔オートくん〕、東京地判平成16.6.30判時1874号134頁〔ProLesWeb 一審〕、知財高判平成17.5.26平成17(ネ)10055〔同控訴審〕などで画面表示の著作物性が否定されている。前掲〔積算くん〕では、原告ソフトと被告ソフトの工種項目作成画面において、「組積工事」、「防水工事」等16種類の工事名称を縦5行、横4列の「工事名称一覧表」に同一の配列順序で配置したほか、その他画面においても、同一の項目名の入力欄を同一の配列順序で配列するなどの類似点を有していた。裁判所は、工事名称自体については「一般的な工事名称」であり、その工事名称の選択、配列順序及び工事名称一覧表を縦5行、横4列の表形式で設けている点は、「積算くんの著作者の思想又は感情が創作的に表現されていると見ることはできない」と判断し、著作権侵害を否定している<sup>8</sup>。

---

相互間の組合せ(配列)は、牽連関係にある表示画面全部を基準として、選択・配列の創作性の有無を検討すべきものである。」

<sup>7</sup> 唯一、東京地決平成13.6.13判時1761号131頁〔サイボウズ仮処分〕では侵害を肯定する判断が下されている。しかし、同判決は、著作権侵害の判断手法として後述する2段階テストを行い、画面全体の大まかな構成やアイコン表示といったアイデアとして著作権法上の保護範囲に含まれない類似点を挙げて著作権侵害を肯定している点が指摘されている。田村善之「判批」ジュリスト1266号194-195頁(2004)、山本隆司「判批」判時1782号210頁(2002)。

<sup>8</sup> 前掲〔オートくん〕では、高知県の土木関係書式の帳票の作成をエクセル上のワークシートを用いて支援するアプリケーションの表示画面の著作権侵害が問題となった。同事案では、原告ソフトと被告ソフトにおいて表示されるシートの大きさ、セルの大きさが同一又は相当程度類似していたが、「帳票部分は、高知県の土木関係書式をエクセルのワークシートに入力したものであり、誰が作成しても同一又は類似の記載にならざるを得ないから、作成者の何らかの個性が表現されたものとはいえず、帳票部分のみで独自に著作物とすることはできない」として、原告ソフトの画面表示の著作物性が否定されている。なお、原告ソフトの帳票部分には、一部高知県の土木関係書式には存在しない部分が存在したが、これらについても「既存の帳票を改良するアイデアをエクセルのワークシート上に表現したものであり、これ

アプリケーションにより表示される個々の画面表示の著作物性のみが問題となった上記の裁判例と異なり、前掲〔サイボウズ〕や、東京地判平成15.1.28判時1828号121頁〔Pim-face〕では、アプリケーションの利用による画面表示の牽連関係について判断が示されている。前掲〔サイボウズ〕では、原告ソフトと被告ソフトの間に〔1〕スケジュール、〔2〕行き先案内板、〔3〕掲示板、〔4〕施設予約、〔5〕共有アドレス帳、〔6〕ToDoリストの各アプリケーション及び〔7〕共通設定メニューといった共通のアプリケーションを有し、ソフトウェア全体のトップページから直接リンクする1段階下の階層にこれらのアプリケーション等のトップページが設けられ、それぞれのアプリケーションの機能に応じて、〔1〕～〔7〕のトップページからさらに下の階層の画面にリンクするという共通点が認められた。これらの点について、裁判所は、「原告ソフトと被告ソフトがいずれもいわゆるグループウェアに属するビジネスソフトウェアである以上、これらのアプリケーション等を備えている点は当然のことであり、ソフトウェア全体のトップページからこれらのアプリケーション等のトップページにリンクすることも当然であって、別段特徴的なことではない」と判示し、著作権侵害の成立を否定した。同事案では、このほかにも、原告ソフトと被告ソフトの間で最大5階層にわたって画面遷移が共通している箇所が認めら

---

らの改良部分が存在することをもって、帳票部分を独自に著作物とすることはできない」と判示されている。

前掲〔ProLesWeb 一審〕では、ユーザが作成したデータベースをインターネットに公開、利用することを目的とするソフトウェアの画面表示の著作権侵害が問題となった。裁判所は、原告ソフトの本体画面やレポート等自動作成画面といった各画面について、ウィンドウ等のコンピュータの画面において標準的に行われている表示方法であること、画面上の項目の選択、配列は、原告ソフトの機能を実現するうえで必要となる情報を表示しているにすぎず、表示する情報の選択、表示方法等もありふれたものであるなどと判示して、原告ソフトの画面表示の著作物性を否定した。前掲〔ProLesWeb 控訴審〕も、「原告各画面表示には、原告ソフトウェアの機能ないし操作手順を普通に表現したものにすぎないなどの理由から、創作的な表現があると認めることはできない」として、一審の判断を維持している。

このほか、前掲〔サイボウズ〕や後掲〔Pim-face〕は、いずれもスケジュール管理等を目的としたアプリケーションの画面表示について著作権侵害が問題となったが、著作権侵害は否定されている。

れたが、全ての共通点について著作権侵害の成立は否定されている。また、スケジュール管理ソフトの表示画面等についての著作権侵害が問題となった前掲〔Pim-face〕では、週表示画面の左側半分全体に週の7日間を順番に縦に配置しているなどの画面表示の内容における共通性や、週表示画面、月画面表示、アドレス帳画面表示が共通しており、それらが相互に移動可能であるという表示画面の選択及び配列に関する共通点が認められた。しかし、それらの特徴はいずれも紙製の手帳、アドレス帳、日記帳などでコンピュータが利用される以前から用いられていたありふれた書式、構成であり、この種の製品が当然有すべき機能であるなどとして、著作権侵害の成立が否定されている。

## 2. 検討

### (1) 画面表示の著作物性

学説は、プログラムによりアウトプットされる画面表示について、著作物性が肯定され得るとしている<sup>9</sup><sup>10</sup>。しかし、その一方で、固有の特徴から、創作的表現として著作権法上の保護に値するものは多くないと指摘がなされている。

すなわち、パソコンのメニュー画面等のユーザインターフェース（UI）には、表示画面の物理的な制約を受けるという特徴があることに加え、典型的な情報をユーザに効率的に提供するという実用目的のもと、慣用に従

---

<sup>9</sup> 田村善之『著作権法概説 第2版』103頁（有斐閣、2001）、中山信弘『著作権法 第3版』143頁（有斐閣、2020）。なお、岡村久道『著作権法 第4版』81頁（民事法研究会、2019）は、このような画面表示の著作物性が争われる背景として、プログラムが実行形式で流通することが多く、侵害を受けた可能性がある場合でも、相手方プログラムのソースコードの入手・比較が困難であるため、それに代わって画面表示が主張されるとしている。

<sup>10</sup> この画面表示はプログラムによりアウトプットされるものではあるが、プログラムの差異にかかわらず同一の画面表示をなすことが可能であることから明らかに、プログラムとその技術思想実施の結果である画面表示は別個独立の実態を有するため、両者は別個の著作物として成立し得る。田村・前掲註9概説103頁、滝井朋子「コンピュータ・スクリーン表示の法的保護」日本工業所有権法学会年報13号32-33頁（1990）。

って標準化されるという特徴がある。この標準化による表現への制約の強度は、アプリケーションが予定するユーザの性質や提供する機能によって変化し得ると指摘されている<sup>11</sup>。例えば、アプリケーションが個人の趣味嗜好に合わせて使用されるものである場合には、書式や構成、色使い等に表現の選択肢が多くなり、制約の強度は弱くなる傾向にあるが、ビジネスシーンにおいて複数人で利用されるものには、万人向けのものが用いられることとなるため、制約の強度が相対的に強くなる。また、アプリケーションの機能が計算機能等に限られる場合には、多機能な場合に比べ表現の選択肢が狭くなり、この場合にも制約の強度が強くなる<sup>12 13</sup>。

そして、ある思想を表現する具体的な方法が制約を受ける場合に、当該表現に著作権法上の保護を与えることは、結局当該思想の表現の独占を許すことにつながり、後発者の創作の自由を過度に制約することとなりかねない。創作に対するインセンティブを付与し、多様性を確保することで「文化の発展」に寄与することを著作権法の目的とするとの理解<sup>14</sup>からは、ある表現を法的に保護した結果、後発者の創作の自由が過度に制約されてしまう場合には、多様性が損なわれる以上、そのような表現はアイデアとして著作権法の保護範囲から除外されることとなる。したがって、表現方法に対して強度の制約が生じている場合には、著作権法上の表現には当たらずアイデアとされ、保護領域から除外される領域が広がる。他方で、表現方法に対する制約が弱く、ある具体的表現に法的保護を与えても後発者に他の表現方法が十分残されている場合には、個別の表現に保護を及ぼすことによる弊害は大きくはないため、インセンティブ付与による多様性確保の観点から、著作権法上の表現と解し、法的保護が与えられる領域が

---

<sup>11</sup> 小林基子「判批」知的財産法政策学研究 2号139頁(2004)。

<sup>12</sup> 田村・前掲註9概説104頁。

<sup>13</sup> 機能的制約の大きいメニュー画面等のUIとは異なり、ゲームソフトの画面表示のように、美的要素の提供をも目的とした画面表示については、表現に機能的な制約が加わることはない部分が存在するため、通常の著作物に準じて考えるべきである。滝井・前掲註10法的保護37頁、中山・前掲註9著作権法144頁参照。

<sup>14</sup> 田村・前掲註9概説4-8頁。

相対的に広くなることとなる<sup>15</sup>。

以上より、標準化という特徴を持つUI等については、その特徴から表現方法に一定の制約が生じるため、アイデアと解される領域が広がる傾向にある。そして、既述のように、標準化による制約の強度はアプリケーションが予定するユーザの性質や提供する機能によって変化し得るところ、ビジネス用のアプリケーションについては、万人向けで効率的なUIが求められる傾向にあり、特に標準化の要請が強いため、表現に強度の制約が生じることとなる。

また、アプリケーションが提供する機能については、多機能か否かという観点のほかに、提供する機能や書式が既存の媒体で既に用いられているかが表現の選択肢の広狭に影響を及ぼすことを指摘することができる。すなわち、アプリケーションが実現する機能が、他の媒体でも提供されている場合や、用いる書式等が他の媒体で既に利用されている場合には、それらの表現を踏襲することが、ユーザの利用の簡易化、効率化につながるものとなる。したがって、そのような機能を実現するアプリケーションの画面表示については、既存の表現方法の踏襲が予定されるという点で、表現に対する制約はさらに強度なものとなると解されよう<sup>16</sup>。

---

<sup>15</sup> 学説上は、表現の選択の幅として議論されている問題である。本稿の立場は、表現の選択の幅を保護範囲の調整の際に考慮するものであり、田村善之「判批」知的財産法政策学研究42号91-92頁註59(2013)、上野達弘「創作性」高林龍＝三村量一＝竹中俊子編集代表『現代知的財産法講座Ⅰ知的財産法の理論的探究』198-208頁(日本評論社、2012)、同「著作物性(1)総論」法教319号164-169頁(2007)と同様の理解に立つものである。もっとも、田村教授は表現の選択の幅を表現とアイデアを区別する際に考慮するのに対し、上野教授は創作性要件の考慮要素として挙げられている点で、両説は相違する。

また、そのほかに、選択の幅を創作性の有無と捉える見解として、中山信弘「創作性についての基本的考え方」著作権研究28号2-11頁(2003)、横山久芳「編集著作物概念の現代的意義」著作権研究30号158-161頁(2004)がある。上野教授は、これらの見解を「競争法的選択の幅論」と定義する一方、自説を「創作的選択の幅論」と定義し、両説を区別する。両見解の相違について、上野・前掲創作性198-205頁、同・前掲法教167頁註22を参照。また、横山・前掲現代的意義176頁註50も参照。

<sup>16</sup> 前掲[ProLesWeb一審](飯村敏明裁判長)は、プログラムによる画面表示について

したがって、ビジネス用アプリケーションの画面表示について、提供する機能、書式が既に用いられている場合には、当該部分には表現への制約が強くなり生じている以上、著作権侵害を肯定すれば、結局当該アプリケーションそれ自体の独占を許す結果ともなり得る。したがって、そのような画面表示は著作権法上の表現に当たらず、アイデアにとどまると解して著作権侵害を否定するべきである。また、仮にそのような場面でなくても、ビジネス用アプリケーションの画面表示である以上、標準化の要請から表現方法について強い制約を受けていることによりはならないため、当該機能から通常想定されるような画面表示である限りアイデアにとどまると解し、著作権法による保護を与えることには慎重になるべきであろう<sup>17</sup>。

先行裁判例は、いずれもビジネス用のアプリケーションの画面表示が問題となった事案であるから、そもそも標準化の要請が強く、表現方法に対する制約が強いものであった。そして、前掲〔サイボウズ〕や前掲〔Pim-face〕において問題となったアプリケーションはスケジュール管理を機能としていた。スケジュール管理機能は、アプリケーションによって提供される以前から、紙製の手帳等で用いられていたものであり、アプリケーションを提供するに当たっても当然に従前の体裁、書式が参考とされていることから、そのような表現方法についてはアイデアと解され、著作権侵

---

も著作物性が肯定され得ることを一般的に述べたうえで、「コンピュータのディスプレイ上に表示される画面については、〔1〕所定の目的を達成するために、機能的で使いやすい作業手順は、相互に似通ったものとなり、その選択肢が限られること、ユーザーの利用を容易にするための各画面の構成要素も相互に類似するものとなり、その選択肢が限られること、〔2〕各表示画面を構成する部品（例えば、ボタン、プルダウンメニュー、ダイアログ等）も、既に一般に使用されて、ありふれたものとなっていることが多いこと、〔3〕特に、既存のアプリケーションソフトウェア等を利用するような場合には、設計上の制約を受けざるを得ないことなどの理由から、表示画面の創作性の有無を判断するに当たっては、これらの諸事情を勘案して、判断する必要がある」と述べている。

<sup>17</sup> 滝井・前掲註10法的保護36-37頁は、画面上でのアイコンや文字の配置の表現は、著作権の成立し得る「思想又は感情の創作的表現」でないことを原則とするべきであるとする。中山・前掲註9著作権法144頁も同旨。

害の成立は否定される<sup>18</sup>。また、前掲〔積算くん〕、前掲〔オートくん〕については、提供する機能が計算機能等の単純なものに限られ、画面表示の表現方法が限られるうえ、建築の積算や土木関係書式の作成自体は従来から行われていたものであり、その書式は既に用いられていた以上、表示項目や表示方法はそれらの体裁、書式を参考とすることとなる。したがって、同事案についても、著作権の侵害の成立は否定される<sup>19</sup>。

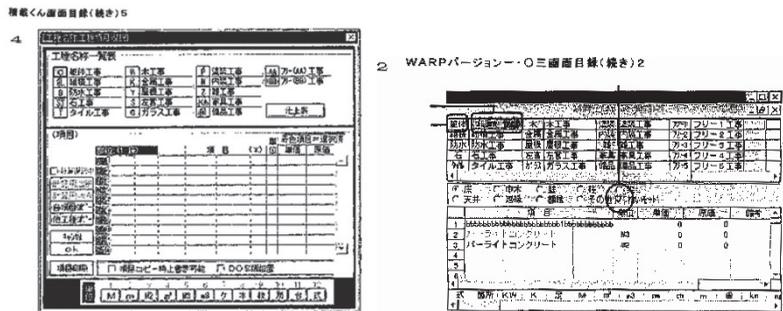
これらに対して、ユーザが作成したデータベースをインターネットに公開し、または利用することを目的とした前掲〔ProLesWeb一審〕、〔同控訴

<sup>18</sup> 前掲〔サイボウズ〕におけるアプリケーションの画面表示について〔図4〕参照。



ケーションのもの。左が原告ソフト、右が被告ソフト)

<sup>19</sup> 前掲〔積算くん〕におけるアプリケーションの画面表示について、〔図5〕参照。

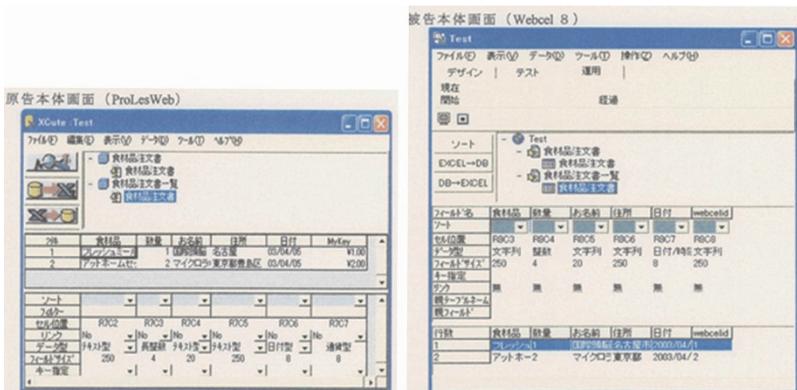


〔図5〕前掲〔積算くん〕において問題となった工程項目作成画面(左が原告ソフト、右が被告ソフト)

審]は、コンピュータ開発以前において、そのような機能が存在しなかった点で、上記の裁判例とは異なる点を有する。しかし、同事案における画面表示の共通部分は、提供する機能を実現するため、各項目を上から下に並べるといふものであり、このような表現方法は上記機能を実現するうえで通常想定されるものである以上、当該部分をもって著作権法上の表現に該当すると解することはできない。また、本体画面において用いられている各項目のツリー状の配置は、特定の情報がコンピュータ上のどこに存在するかをユーザに理解させるための効率的な表現方法として表現の選択肢が限られることに加え、ウィンドウズ等既存のソフトウェアで既に用いられている表現方法であったことから、そのような表現方法はアイデアにとどまると解すべきである<sup>20</sup>。

以上から、著作権侵害の成立を否定した先行裁判例の判断は結論として妥当である。本判決においては、Xがカテゴリ名の選択、配列の編集著作物性のみを主張したこともあり、X商品の画面表示の著作物性には言及がない。判決文からは、X商品とY商品の画面表示について、トップ画面においてログイン、ログアウトの状態を示す表示が最上部に表示されていることや、ロゴマークが左側上部に配置されていること、上から二段目に

<sup>20</sup> 前掲 [ProLesWeb 一審]、[同控訴審]におけるアプリケーションの画面表示について、[図6] 参照。



[図6] 前掲 [ProlesWeb 一審]、[同控訴審]において問題となった本体画面 (左が原告ソフト、右が被告ソフト)

親カテゴリー表示部分があることといった共通部分が認められる<sup>21 22</sup>。本

---

<sup>21</sup> X商品のトップ画面の事実認定は以下のようになっている。

「X商品のトップ画面は、別紙画面記載1[図1のこと：評者註]のような画面であり、上部が黒く塗りつぶされ、そのうち、左側にはロゴが表示されており、右側には『設定』との表示やログイン状態を示す『ログイン中』、『ログアウト』などと表示されたボタンがある（これらの表示は、X商品の全ての画面に共通する表示であり、以下、『ロゴ等表示部分』という。）。その下にやや太い青みがかった横線があり、そこには、白抜き文字で『基本』、『アフィリエイト』、『サポート』との表示がされている（以下、この表示を『親カテゴリー表示部分』という。）。更にその下にやや太い黒い線があり、そこには、白抜き文字で『お知らせ』との表示がされ…更にその下にやや太い黒い線があり、そこには、白抜き文字で『注意』との表示がされ…更にその下にやや太い黒い線があり、そこには、白抜き文字で『管理者一覧』との表示がされ、その下に、『名前』、『WebhookURL』、『登録数』、『有効数』、『解除数』との表示欄があ…る。」

これに対して、Y商品のトップ画面の事実認定は以下のようになっている。

「Y商品のトップ画面には、最上部にログイン状態を示す『ログイン中』、『ログアウト』などと表示されたボタンがある（この表示は、Y商品の全ての画面に共通する表示である。）。その下にやや太い黒い線があり、そこには、最も左側に緑文字で『トクマガ』『Talk M@gazine』と上下に表示され（以下、この表示を『Y商品ロゴ』という。）、その右側に順に、白抜き文字で『基本』、『アフィリエイト』、『サポート』、『BOT操作』、『設定』との親カテゴリーの表示がされている。その下に、『トクマガ事務局よりご挨拶』として、注意事項の表示がされたり、管理者一覧として、名前などが表示されている。」

<sup>22</sup> 本判決は、著作権侵害の成否を判断するに当たり、X商品の著作物性が多面的に検討されている。他方で、前掲[積算くん]、前掲[サイボウズ]等の裁判例は、原告のアプリケーションと被告のアプリケーションの画面表示等を比較し、その共通部分を認定したうえで、当該共通部分が創作的に表現されたものと評価することができないという形で、著作権侵害が否定されている。学説では、著作権侵害の判断手法として、原告の著作物のみに着目して創作性を判断し、そのうえで被告の著作物を観察して、原告の創作的な表現と認められる部分が複製されているか否かを検討する2段階テストと、そのような手順を踏むことなく、当初から被告の利用している著作物を判断基底に置き、原被告の双方に共通している要素を取り出し、それが創作的な表現と認められるのか否かを判断する手法（濾過テスト）の二つがあるとされている。両手法は、運用の仕方さえ誤らなければ著作権侵害の要件判断に相違はないとされるが、原被告間の共通部分を考慮することなく原告の著作物の創作性

件のX商品、Y商品は、LINE@の利用を支援するアプリケーションであり、他の媒体で同一の機能が用いられてはいたわけではないが、アプリケーションの画面表示の左側上部にロゴマークを配置することや、その下の段に各機能の画面への遷移をするためのカテゴリー名が配置されることはアプリケーションの画面表示として一般的であり、これらの共通部分はアイデアにとどまると解するべきである。またX商品とY商品の画面表示には、ロゴの具体的な配置や、設定画面へ遷移するボタンの位置、3段目以降に表示される内容など、相違点も認められる。これらの事実からは、本件においても画面表示の共通部分について著作権侵害は成立しないと解することが相当である。

## (2) 画面表示の牽連関係の編集著作物性

### ア. 著作権法12条1項の解釈について

著作権法は、「編集著作物」について、「編集物（データベースに該当するものを除く。以下同じ。）でその素材の選択又は配列によって創作性を有するものは、著作物として保護する」とする（著作権法12条1項）。編集著作物をめぐっては、著作権法が著作物について定めた2条1項1号と別に12条1項を定めた意義をめぐって、学説上対立が見られる<sup>23</sup>。通説とされる確認規定説は、「素材の選択又は配列」という要素が創作物一般に当てはまるものであることから、「編集著作物」というカテゴリーを著作物一般と別個に判断することは困難であるとし、12条1項を確認的な規定と

---

を判断する2段階テストの方式は、アイデアのみが共通するにすぎない事例においても類似性を肯定してしまうという過ちを犯しやすいという欠点を有していると指摘されている。

本判決は2段階テストの方式を用いたものであるものの、特に争点となったカテゴリー名のX商品とY商品のカテゴリー名の選択、配列は、わずかな例外を除いてそのほとんどが共通していたため、たとえ濾過テストによったとしてもX商品に用いられたカテゴリー名の選択、配列の著作物性を問うことと同義となったこと、また本判決が著作権侵害を否定したものであることから、2段階テストを用いたことによる弊害は生じていないものと解される。田村・前掲註9概説48頁、同「判批」法協119巻7号1440-1441頁(2002)参照。

<sup>23</sup> 学説の整理として、長谷川遼「判批」小泉直樹＝田村善之＝駒田泰士＝上野達弘編『著作権判例百選 第6版』12-13頁(2019)。

理解する<sup>24</sup>。これに対して、同規定に固有の意義を認める創設規定説は、編集著作物は、「素材の選択・配列という要素がそれ自体完結した独立の創作的価値を有するものとしてわれわれに認識されるように構成された著作物」である点で、他の著作物とは異なるとし、電話帳等情報検索のツールとして用いられる「事実的著作物」を念頭におきながら、12条1項により、2条1項1号の保護範囲が拡張されるとの理解を示している<sup>25</sup>。創設規定説からは、他の著作物とは別個に「編集著作物」の範囲を画定するため、12条1項が規定する「素材」等の文言について解釈問題が生じることとなる<sup>26</sup>。

先行裁判例においても、当該事案で問題となった編集物の性質、内容に言及したうえで、原告から主張された要素が素材に当たらないと判断したものが存在する<sup>27</sup>。本判決〔判旨(1)〕も、X商品を「パソコン等において

---

<sup>24</sup> 田村・前掲註9概説23、24頁、岡村・前掲註9著作権法97頁。

<sup>25</sup> 中山・前掲註9著作権法146-151頁、半田正夫＝松田政行編『著作権法コメントール(1)第2版』646-647頁(勁草書房、2015)〔横山久芳執筆部分〕、横山久芳「編集著作物概念の現代的意義」著作権研究30号139-177頁(2003)、潮海久雄「編集著作物の保護に関する基礎理論的考察—創作性・保護範囲の判断に与える影響」著作権研究27号175-185頁(2003)。両説の相違点は、一般的な著作物概念ではアイデアとして保護範囲の枠外に置かれる単なる事実の集積に対して、著作権法上の保護を与えるか否かにあると思われる。創設規定説について、横山・前掲現代的意義150-153頁、これに対する確認規定説からの反論として、田村・前掲註15判批98-99頁註71を参照。

<sup>26</sup> 才原慶道「判批」中山信弘＝大淵哲也＝小泉直樹＝田村善之編『著作権判例百選第4版』45頁(2009)。横山・前掲註25現代的意義147-148頁は、「素材の選択又は配列」は、「編集著作物に特有の創作行為ではなく、極めて一般性の高い創作行為である」としたうえで、「『素材』の解釈には、日常一般的な編集行為と著作権法上の編集行為を峻別するという規範的な役割が存在する」とする。

<sup>27</sup> 東京地判平成10.5.29判時1673号130頁〔知恵蔵一審〕では、「素材の選択又は配列に創作性の認められる編集物が著作物として保護されるのは、素材の選択又は配列に著作者の個性が何らかの形で現れていれば、当該編集物としての思想又は感情の創作的表現が認められるためであると解されるところ、具体的な編集物に記載、表現されているものの内、その選択、配列の創作性が問題とされる素材が何であるか、どのような意味での選択、配列の創作性が問題となるかは、当該編集物の性質、内

各種の確認や作業等を行うことができるものであり、その確認、作業等を行ったりするためにパソコン等において、様々な内容が表示される複数の画面を表示することができる」性質、内容を有したものであるとし、各カテゴリー名がX商品によって表示される画面の構成要素の一部にすぎないと認定したうえで、「X商品」がカテゴリー名を素材とする編集著作物であるとはいえない旨判断をしている。X商品の内容に言及し、カテゴリー名の素材性を否定する点で、本判決は12条1項の解釈における創設規定説に立つものであると解することもあり得る。

しかし、既に指摘されているように、「素材」性について言及する裁判例は、裁判所が当事者の設定した争点に従って判断をしただけである可能性がある<sup>28</sup>。現に、Xは「X商品」が編集著作物に該当する旨主張をしていた<sup>29</sup>。そして、本判決は〔判旨(3)〕において、「X商品」ではなく、X商品中の「カテゴリー名」の選択、配列の創作性について言及しており、ここでは素材性について格別検討を行っていない。ここからは、本判決は創設規定説を採用したものではなく、確認規定説を採用したものであり、〔判旨(1)〕はXの主張に応答したものと解することが妥当である。

確認規定説からは、編集物であっても、一般の著作物と同様に、問題となった創作物の共通部分が創作的表現として著作権法上の保護に値する

---

容によって定まる」と判示されている。同事案は、年度版用語辞典である『知恵蔵』の紙面レイアウトの制作を担当したブックデザイナーである原告が『知恵蔵』の編集著作物としての地位を有するかが争われた。そして、原告が「素材」として主張した柱、ノンブル、ツメの態様、分野の見出し、項目、解説本文等に使用された文字の大きさ、書体、使用された罫、約物の形状といったブックレイアウトにかかる諸要素は、「本件知恵蔵の年度版用語辞典という著作物としての性質、目的から考えれば、編集著作物としての本件知恵蔵の創作の対象となった素材とはなり得ない」と判断されている。同判決は、年度版用語辞典において、保護の対象となる編集著作物の「内容」は、その用語の解説であり、レイアウトは保護の対象とならないとの理解を示すものと解される。前掲〔知恵蔵一審〕及びその控訴審の評釈として、白田秀彰「判批」齊藤博＝半田正夫編『著作権判例百選 第3版』76-77頁(2001)。

<sup>28</sup> 才原・前掲註26判批45頁。

<sup>29</sup> Xの主張は、「X商品における素材はパソコン画面等で表示される親カテゴリーから小カテゴリーに至る各カテゴリー名であるところ、その選択にも配列にも創作性が認められるから、X商品は編集著作物に該当する」というものであった。

限り類似性が肯定される<sup>30</sup>。したがって、共通部分を離れて、原告の創作物全てが著作権法上の保護範囲に含まれている必要はない。本判決においては、X商品それ自体が著作物である必要はなく、X商品とY商品の共通部分であるアプリケーションの画面表示やカテゴリ名が著作権法上の保護範囲に含まれているか否かが決定的に重要なのである。〔判旨（3）〕は、カテゴリ名の選択、配列について端的にこれを確認したものと解されよう。

### イ. X商品の画面表示の牽連関係の編集著作物性について

学説上、アプリケーションの画面表示同様、アプリケーションの利用により表示される画面表示の牽連関係についても、その著作物性は否定されてはいない<sup>31</sup>。しかし、個々の画面表示と同様に、画面の物理的制約やユーザーの操作容易性、学習効率性等から創作的表現として認められる余地は少ないとされている<sup>32</sup>。裁判例においても、ビジネス用アプリケーションの画面表示の牽連関係について著作物性が肯定された事案は未だ存在せず、特に前掲〔サイボウズ〕では、ソフトウェア中の「施設予約」アプリケーションにおける画面表示の遷移について、トップページから計5階層にわたって共通する部分が認められたが、「具体的作業の手順に照らし、当然に考えられる画面の選択・配列ということが出来る」として、それぞれ「階層構造が共通していても、表示画面の選択・配列の創作的特徴が共通するという事はできない」と著作権侵害が否定されている。問題となった画面表示の階層構造は、アプリケーションのトップ画面から設定画面、設定画面からより詳細な設定を行う画面へと遷移するというものであり<sup>33</sup>、当該機能を実現するための画面表示の配列はより一般的なものから

---

<sup>30</sup> 前掲註22も参照。

<sup>31</sup> 岡村・前掲註9 著作権法87-88頁、中山・前掲註9 著作権法143-144頁。

<sup>32</sup> 小林・前掲註11判批140頁。小谷悦司＝小松陽一郎＝伊原友己編『意匠・デザイン  
の法律相談Ⅱ』555-556頁（青林書院、2021）〔井奈波朋子執筆部分〕も同旨。

<sup>33</sup> 具体的には、トップページである施設の週間予約状況の画面から順に、「設定」、  
「施設グループの設定」、「施設の追加」と一段階ずつ階層が下がっていき、さらにそ  
の一段階下の階層に「施設グループの追加」「施設グループ情報の修正」「施設グル  
ープの削除」の各画面が配置されている点が共通していた。

個別具体的なものと配列される必要があった。個々の画面表示の選択肢が限定的であることは既述したが、このような画面表示の配列についても、その選択肢は必然的に限定される以上、保護を否定した同判決の判断は妥当である。

これに対して、本件では、最大4階層にわたって画面表示の牽連関係が共通しており、前掲〔サイボウズ〕よりも共通した階層の数は少ない。その内容も、前掲〔サイボウズ〕とは異なり設定機能についてのものではないが、「基本」や「ホーム」といった一般的画面から、より詳細な機能を実現する画面へと遷移していく点で、前掲〔サイボウズ〕の事例と類似している。具体的には、アプリケーションの総合的な情報を表示する画面から、中核的な機能を包含した画面にユーザを移動させることを目的とした「基本」、「ホーム」という画面表示の配列は、当該目的を実現するための配列として他の選択肢が非常に少ないものと評価することができる。さらに、それ以下の階層は、「ホーム」から個別の詳細な機能を示す画面への移動を目的とするものであるが、これらの階層構造には類似商品にも同じような階層構造をとるものが見られ<sup>34</sup>、同一の機能を実現するための配列の選択肢は限定的であるものと解される。したがって、本件において共通していた画面表示の牽連関係はアイデアにとどまり、著作権法上の保護を与えられるものではなかったと解することができる。本判決は〔判旨(2)〕において画面表示の牽連関係について著作物性を否定しているが、当該判断は結論において妥当である<sup>35</sup>。

---

<sup>34</sup> 中カテゴリ「メッセージ」とその一階層下の階層構造、中カテゴリ「統計情報」とその一階層下の階層構造は、各類似商品にも同一の構成が認められる。

<sup>35</sup> 東京地判平成24.2.23平成21(ワ)34012〔釣りゲータウン2一審〕、知財高判平成24.8.8判時2165号42頁〔同控訴審〕では、釣りを題材とした携帯ゲーム機用インターネット・ゲームソフトの主要画面(「トップ画面」、「釣り場選択画面」、「キャストイング画面」、「魚の引き寄せ画面」、「釣果画面(釣り上げ成功時又は失敗時)」)の選択、配置が共通していることについて、著作権侵害が否定された。同事案はゲームソフトの画面表示の牽連関係が問題となった事案であり、その画面表示の配列における選択肢はビジネス用アプリケーションの画面表示の配列に比べ多いと見る余地があるが、同判決は配列について「釣り人の一連の行動の時間的順序から考えても、釣りゲームにおいてありふれた表現方法にすぎない」と述べて著作権侵害を否定

### (3) カテゴリー名の選択、配列の編集著作物性

#### ア. アイディアの有機的結合について

##### (ア) 問題の所在

本判決は、[判旨 (3)]において、カテゴリー名の選択、配列の編集著作物性について判断を示している。ビジネス用アプリケーションの画面表示ではなく、カテゴリー名の選択、配列について判断を行った事案は確認する限り初めてであり、本判決の特徴的な点となっている。

本判決においてカテゴリー名の選択、配列の編集著作物性が主要な争点となった理由は、Xがそのような主張を行い、X商品とY商品のカテゴリー名の選択、配列を対比した前掲〔表1〕や、類似商品のカテゴリー名の選択、配列を一覧にした前掲〔表2〕を示したからにほかならない。

確かに、前掲〔表1〕を参考とする限り、X商品とY商品のカテゴリー名の選択、配列は酷似している。しかし、本判決が正しく述べているように、カテゴリー名とは、「パソコン等の画面において、X商品において選択することができる機能に対応する画面を示すために…X商品の異なる画面において、他にも多くの記載がある画面の表示の一部として表示されるもの」なのである〔判旨 (1)〕<sup>36</sup>。言い換えれば、「カテゴリー名」とは、X

---

している。このような裁判例からも、ビジネス用アプリケーションの画面表示の配列について著作権侵害の成立が肯定される余地は少ないと思われる。もっとも、同判決については、後述する素材の近似度の観点から、結論に反対する立場がある。田村・前掲註15判批89-123頁。しかし、本文で述べたように、本事案のX商品とY商品の画面表示は相違点が複数認められるものであって、素材の近似度の観点からも、本事案の画面表示の牽連関係にかかる共通部分に著作権侵害が肯定される余地はないものと考えられる。

<sup>36</sup> 本判決は、「Xが素材と主張する『カテゴリー名』は、パソコン等の画面において、X商品において選択することができる機能に対応する画面を示すために、画面の上部に、ロゴ等表示部分の下のやや太い青みがかった線に、白抜き文字で表示されているものであったり(親カテゴリー名、中カテゴリー名)、親カテゴリー名又は中カテゴリー名を選択した場合に、そのカテゴリー名の下に、もとの画面の前面に、表示されるものであったり(大カテゴリー名、小カテゴリー名)、各画面において、ロゴ等表示部分及びカテゴリー名を表示するやや太い青みがかった線の下に、示されるものである(小カテゴリー名)。このようなX商品とそこにおけるカテゴリー名

商品の各画面表示が持つ機能を表象するものとして選択され、当該画面の一部に配置されたものとどまる。そして、カテゴリ名は、画面表示の一部分であるが故に、LINE@を用いた集客、マーケティング支援ツールとしてX商品が創作される過程で、画面表示が階層的に配列された結果、階層的に表示されるようになったにすぎない。つまり、カテゴリ名は、本来それ自身がXにより階層的に配列されたものではなく、Xが各画面表示に表示されるカテゴリ名を抜き出し、前掲〔表1〕に階層的に表現したことで、はじめて階層的に配列された外観を有するに至ったと解し得る。

カテゴリ名それ自体は、各画面表示が有する機能を表す名称であり、その選択肢は限定的であるから、アイデアの領域にとどまる。繰り返して述べているように、著作権の保護対象は創作的表現であり、アイデアは保護の対象とはならないのであるから、個別のカテゴリ名が共通したとしても、著作権侵害が成立するわけではない。では、本事案のように、創作物に複数存在するアイデアが共通する場合に、それらを総合的に捉えることで著作権法上の保護が与えられることがあるのだろうか。この問題を解決しなければ、本事案においてカテゴリ名を選択、配列の編集著作物性の有無を議論することはできない。

(イ) 先行裁判例：〔武蔵一審〕

この点について一般論を展開したのが東京地判平成16.12.24平成15(ワ)25535〔武蔵一審〕である。同事案では、大河ドラマ「武蔵 MUSASHI」第1回放送分の制作等が、映画「七人の侍」にかかる翻案権等を侵害しているかが問題となった。原告は、(ア)村人が侍を雇って野武士と戦うというストーリー、(イ)脚本中の複数の場面、(ウ)登場人物の設定、(エ)脚本中の戦場や村に漂う霧及び豪雨の中の合戦の表現の各類似点が著作権侵害に当たると主張したほか、(ア)から(エ)の類似点が組み合わされることによって、原告脚本が想起されるようになり、被告脚本が原告脚本の模倣作品と評価されるとも主張をした。裁判所は、原告の最後の主張に対

---

の使用の態様に照らせば、これらの『カテゴリ名』は、X商品の異なる画面において、他にも多くの記載がある画面の表示の一部として表示されるもの」であるとす。前掲〔図1〕、〔図2〕、〔図3〕も参照。

して、最判平成13.6.28民集55巻4号837頁〔江差追分〕を引用したうえで、一般論として、「ある著作物（原告著作物）におけるいくつかの点が他の著作物（被告著作物）においても共通して見受けられる場合、その各共通点それぞれ自体はアイデアにとどまる場合であっても、これらのアイデアの組み合わせがストーリー展開の上で重要な役割を担っており、これらのアイデアの組み合わせが共通することにより、被告著作物を見る者が原告著作物の表現上の本質的な特徴を感得するようなどときには、被告著作物が全体として原告著作物の表現上の本質的な特徴を感得させるものとして原告著作物の翻案と認められることもあり得る」との理解を示している。

しかし、著作権法上アイデアが保護範囲に含まれない以上、ある創作物中に散在する複数のアイデアがたまたま共通したことを理由に、著作権法上の保護が与えられることはない<sup>37</sup>。仮に散在する複数のアイデアが共通することにより著作権法上保護される場合があるとすれば、その理由は、散在するアイデアが有機的に結合し、創作的表現として著作権法上の保護範囲に含まれる場合に限られると考えられる。

前掲〔武蔵一審〕において、原告の作成した脚本は、上映時間約3時間27分の劇場用長編映画（原告映画）の脚本であって、その基本的なストーリーは、「野武士の襲撃に悩まされる農民が、腕の立つ侍を雇って村を警護してもらうことを決め、智勇を備えた歴戦の古豪島田勘兵衛と巡り会って、その協力を得ながら7人の個性ある侍を見つけ、7人の侍たちは村人との間に信頼関係を構築しながら一致団結して野武士との戦いに臨み、犠牲者を出しながらも最後は雨中の戦いの中で野武士を撃退し、村人は平和な農耕生活を取り戻すというもの」であった。これに対して、被告脚本は、1年間にわたって放映された「大河ドラマ」の第1話（放映時間約55分）

---

<sup>37</sup> 前掲〔武蔵一審〕は、翻案権侵害が成立する場合として、アイデアの組合せが「ストーリー展開の上で重要な役割」を担っていることを挙げるが、このことがアイデアを著作権法上の保護範囲に含めることにどのような意義を持つかは明らかではない。寺田明日香「映画についての著作権（翻案権）侵害の成否」小松陽一郎選暦『最新判例知財法』760頁（青林書院、2008）は、同判決が示す「アイデア」が著作権法で保護されるべき「表現」でないとすれば、アイデアが組み合わせさせて「表現」に昇華することの理論的な説明は困難であると指摘する。比良友佳理「判批」小泉ほか編・前掲註23百選95頁も同旨。

の脚本であり、「関ヶ原の合戦後に敗残兵として戦場をさまよう武蔵と又八の場面から始まり、主要登場人物であるお通、沢庵、佐々木小次郎、柳生宗矩らの顔見世的な人物紹介シーンを織り交ぜつつ、武蔵らが、野盗の襲撃に悩まされる母娘に腕を見込まれて警護に雇われ、雇われ侍のリーダー格の内山半兵衛に『戦うことは生き抜くこと』と教えられて強い感銘を受けるも、半兵衛は野盗との戦いのなかで討ち死にし、最後は雨中の戦いの中で、武蔵が野盗の頭領の辻風典馬を倒し、『俺は強い』と絶叫する」というストーリーによるものであった。

このように、被告脚本は、野盗に狙われた弱者に侍が雇われて、これを撃退するという大筋において原告脚本と一致が認められたが、主人公の武蔵を軸にその視点からストーリーが展開され、野盗の急襲によって守備側の中心である半兵衛らがあえなく討ち死にし、武蔵がほとんど独力で野盗の頭領である辻風典馬を倒す点で、原告脚本が農民や侍たち等の複数の視点からストーリーを構築し、侍たちが農民と協力して野武士を撃退するというストーリー展開をしているのと大きく相違するものであった。また、作品のテーマについても、原告脚本は、作品の節々で、一見非力な農民のしたたかさ、力強さがうたい上げられているのに対して、被告脚本は、青年武蔵が己の強さを自覚し、生き抜く誓いをたてるという1人の人間の成長の物語として描かれているものであり、相違が見られた。これらから、裁判所は、(ア)の点について、両脚本の共通部分を理由とした著作権侵害の成立を否定した。

また、(イ)の点についても、問題とされた被告脚本の各場面において共通する要素こそ認められるものの、その具体的描写は原告脚本と異なるうえ、ストーリー全体の中での位置づけは異なるとして、共通部分はアイデアにとどまると判断された<sup>38</sup>。

---

<sup>38</sup> 判断された各場面にかかる説示を紹介する。

まず、怪しい男が実は女であったという場面について、裁判所は以下のように判示した。

「原告脚本には、村の男たちは全員戦闘訓練に参加しているはずであるのに、これに参加していない男を見つけた勝四郎が、その者を追いかけて取り押さえたところ、胸に手が触れて女であることに気づくという場面がある。一方、被告脚本には、

---

関ヶ原の合戦後、戦場付近で遭遇した怪しい者を武蔵が追いかけて取り押さえたところ、その者の胸に手が触れて女であることに気づくという場面がある。

しかし、原告脚本と被告脚本では、当該場面における具体的な描写が異なっている上、原告脚本においては、雇われた侍による狼藉をおそれた父親により男装させられている志乃に勝四郎が出会い、その後、2人が人目を忍んで逢瀬を重ねることとなるきっかけとして当該場面が描かれており、ストーリー全体を通じても重要な場面であるのに対して、被告脚本においては、単に武蔵がお甲母娘に出会う伏線として描かれているにすぎず、ストーリー全体のなかでの当該場面の位置づけが大きく異なる。

上記のとおり、原告脚本と被告脚本とを対比すると、怪しい者を取り押さえたところ、胸に手が触れて女であることに気づくという点で共通するが、両者の間の共通点としてとらえられる上記の点はアイデアにとどまるものであり、また、男性の身なりに扮装していた女性の胸に手を触れることによって、女性であることに気づくという場面は、他の作品にも見られるものであり、このような設定自体をもって原告脚本独自のものということも困難である。

上記によれば、…被告脚本から原告脚本の表現上の本質的な特徴を感得することはできないというべきであり、被告脚本を原告脚本の翻案ということではできない。」

次に、侍の腕試しの場面について、裁判所は以下のように判示した。

「原告脚本には、勝四郎が袋竹刀をとって入口に身を隠し、戸口を通りかかる侍に打ちかかってその技量を試すという場面がある。一方、被告脚本には、お甲が戸の陰で棍棒を構え、小屋の中に入ってくる又八に不意に打ちかかるという場面がある…原告脚本と被告脚本とを対比すると、侍の技量を確かめるために、戸口で不意に打ちかかるという点で共通する。

原告脚本には、人通りの多い往来で、村人が、強そうな侍を物色する場面がある。一方、被告脚本には、朱実が道行く侍を物色する場面がある…原告脚本と被告脚本とを対比すると、往来で強そうな侍を物色するという点で共通する。

原告脚本には、戸口を通りかかる侍に打ちかかろうとしている勝四郎に対し、浪人が、中に入ることなく、『誰方じゃ、冗談が過ぎますぞ。』と声をかける場面がある。一方、被告脚本には、戸の陰に隠れた追松が真剣を抜いて構えていたところ、半兵衛が足を止め、(冷静に)『真剣で勝負をするというのは、何かわけがあるのかな。』と声をかける場面がある…原告脚本と被告脚本とを対比すると、腕前を試された侍が、あらかじめ攻撃の気配を察し、言葉でこれを制するという点で共通する。

前記…各点は、いずれも、侍の腕試しシーンに関するものであるところ、『目をつけた侍を戸口におびき寄せ、戸陰に隠れた者が不意に打ちかかってその者の技量を確かめようとしたところ、武芸に秀でた侍は隠れている者の気配をあらかじめ察

し、言葉で攻撃を制した。』という点で共通する。

しかしながら…戸陰から打ちかかることによって侍の技量を確かめようとしたところ、武芸に秀でた侍は攻撃の気配をあらかじめ察し、相手に攻撃の機会を与えないという場面設定自体は、江戸期の武芸者の逸話に少なからず見られるものであり、時代劇において達人の技量をはかる手段としてしばしば用いられる手法といえる。そこで、上記のような場面設定において、試される侍が具体的にいかなる対応をしたのかという点を見るに、原告脚本においては、腕を試された1人目の侍(氏名不詳)は鉄扇で袋竹刀を払いのけ、2人目の侍(五郎兵衛)は気配を察して『誰方じゃ、冗談が過ぎますぞ』と言って攻撃を事前に制するのに対し、被告脚本においては、1人目の侍(武蔵)は何とか攻撃を通り抜け、2人目の侍(又八)は戸陰に人が隠れていることを知らされていたので攻撃を防御することができ、3人目の侍(追松)は気配に気づいて逆に攻撃をしかけ、4人目の侍(半兵衛)は気配に気づいてその真意を尋ねるといった内容になっている。このように、原告脚本と被告脚本とは、技量を試された侍の反応やその発する言葉は相違している。

上記によれば…被告脚本から原告脚本の表現上の本質的な特徴を感得することはできないというべきであり、被告脚本を原告脚本の翻案ということではできない。」

野盗との戦闘場面については、以下のように判示している。

「原告脚本には、村の周囲に柵を設置する場面がある。一方、被告脚本には、道に柵を作ることを提案する武蔵に対し、半兵衛が柵を作れば、いつもと違うと敵に思われるので、普段と変わらないと思わせておくのが一番だと答えて、柵を作ることに反対する場面がある…原告脚本には、騎馬武者を含めた野武士が獣めいた喚声を上げて村におし寄せて来る場面がある。一方、被告脚本には、辻風典馬を先頭に十数名の野盗が騎馬で疾走してくる場面がある…原告脚本と被告脚本とを対比すると、当該場面における具体的な描写は異なっているものの、野武士が騎馬で疾走して攻めてくるという点で共通する。

原告脚本には、馬柵の開閉によって野武士を分断する策を講じて野武士の一群を混乱させて乱戦に持ち込み、野武士に退却を余儀なくさせる場面がある。一方、被告脚本には、馬と人が入り乱れた乱戦となり、野盗に退却を余儀なくさせる場面がある…原告脚本と被告脚本とを対比すると、当該場面における具体的な描写は異なっているものの、乱戦の中で攻めてきた野武士が退却するという点では共通する。

原告脚本には、降りしきる雨の中を、13騎が一同となった真っ黒い固まりが村に攻め寄せ、乱戦となる場面がある。一方、被告脚本には、雨の中の死闘が続き、武蔵らが足を滑らせながらも戦い続け、最後には武蔵が辻風典馬と向かい合って斬り合い、武蔵が勝利するという場面がある…原告脚本と被告脚本とを対比すると、当該場面における具体的な描写は異なっているものの、最後の戦いが雨中の乱戦であ

(ウ)については、被告脚本に登場する人物の設定について類似している点が認められたが、その作品中での役割や、具体的な表現の内容が異なるとして、著作権侵害が否定された<sup>39</sup>。

るという点で共通する。

前記…各点は、いずれも、野武士との抗争場面に関するものであるところ、『雇われた侍によって一度は野武士が撃退され、野武士と侍との間の最後の決戦は雨の中で行われる。』という点で共通する。

しかしながら、前記共通点であるところの、攻撃側が騎馬で攻め込んでくること、攻撃を受けていた側に加勢が入ることによって、攻撃側が退却を余儀なくされることや雨中において戦いが行われること自体は、場面設定としてアイデアにとどまるものといわざるを得ない。

他方、ストーリー全体のなかでの当該場面の位置づけ及び当該場面の具体的な描写についていえば、原告脚本においては、雇われた侍と村人たちが一致協力して野武士の集団と死闘を繰り広げる様子を描写することで侍と村人との一体感、自衛に立ち上がった農民の力強さを見る者に印象づけるという観点から設定された場面であり、具体的な戦闘場面としては、村を取り囲む地形や各侍の個性・技量をも具体的に考慮して野武士に対する備えを準備し、野武士を分断して多数でせん滅する作戦を基本とした戦いが描かれている。これに対して、被告脚本においては、戦闘場面の描写を通じて、半兵衛の存在を強調してその討ち死にを見る者に印象づけるとともに、武蔵が『生き抜く』ことの大切さを知り、同時に自らの強さを自覚するという観点から設定された場面であり、具体的な戦闘場面としては、武蔵らは柵などの備えを全く設けず、野盗の一団を分断させるような策も講じないまま野盗と戦っており、野盗側としてもいったん撃退された後に改めて奇襲を行い、武者の半兵衛と追松を討ち取るなど一定の成果を上げている。

上記によれば…被告脚本から原告脚本の表現上の本質的な特徴を感得することはできないというべきであり、被告脚本を原告脚本の翻案ということではできない。」<sup>39</sup> 登場人物にかかる説示のうち、代表例として、久蔵(原告脚本)と追松(被告脚本)のものについて紹介する。

「両者は、剣術に優れ、己の技を磨き上げることに生涯を捧げるかのような生き方をしている点において共通する。しかしながら、被告脚本において、追松は、戦いの中に身を投じている内に心がすさみきった者であると説明され、主人公武蔵に対する反面教師というべき役割を担っているのに対し、原告脚本における久蔵は、単身で敵陣に乗り込んで鉄砲を奪い取って若侍の勝四郎の憧憬の対象となったり、勝四郎と村娘・志乃の間の密会を見て見ぬふりをするなど、人間味のある性格の人物として描かれており、追松(被告脚本)と相違する。

(エ) の点についても、被告脚本では冒頭及び最後の戦闘中又はその後の場面において霧ないし雨が使用され、原告作品において極めて著名な雨中での戦いの場面と共通するとしたが、被告脚本において霧ないし雨の場面を設定したことから、直ちに著作権侵害が成立するものではないとして、原告の主張を否定している。

そして、最後の点について、裁判所は、原告の主張を、(ア) から (エ) の各要素が有機的に結合して完成した全体に創作的表現が認められ、被告脚本は各類似点が共通することで当該創作的表現を再製し、翻案したものであると主張したものと理解したうえで、各類似点を総合的に考慮したとしても、原告脚本と被告脚本との間には、ストーリー全体の展開やテーマにおいて相違があるとして、著作権侵害を否定するに至っている<sup>40</sup>。

---

上記によれば、各脚本における人物設定の点において、追松(被告脚本)が久蔵(原告脚本)に類似しているとは認められない。」

<sup>40</sup> 原告の最後の主張に対する裁判所の当てはめに関する説示を紹介する。

「たしかに原告脚本と被告脚本は、村人が侍を雇って野武士と戦うという点においてストーリーに共通点が見られ、また…各場面において、アイデアにとどまるものではあるが、共通点が見られ、登場人物の設定の点でも、内山半兵衛(被告脚本)と島田勘兵衛(原告脚本)の間、追松(被告脚本)と久蔵(原告脚本)の間に一定の共通点が見られる。しかしながら、既に…検討したとおり、…各場面については、原告脚本と被告脚本との間でストーリー全体のなかでの位置づけが異なる上、具体的な描写も異なるものであり、また、人物設定の点もストーリーのなかでの当該人物の役割やその性格づけに着目すれば類似するものとは認められない。そして、原告脚本においては、原告らの挙げる上記の各場面のほかに多くのエピソードが描かれており、島田勘兵衛及び久蔵のほかに多くの個性的な人物が登場するものであり、そこでは、7人の侍について各人の個性が見事なまでに描き切られており、作品全体を通じて、侍たちの義侠心と村人に対する暖かい視線、野武士との闘いを通じて形成される侍たち相互そして侍たちと村人との間の心の触れあいと連帯感、一見非力な農民のしたたかさ・力強さ等のテーマが、人間に対する深い洞察力に裏打ちされた豊かな表現力をもって、見る者に強烈に訴えかけられているものである。これに対して、被告脚本においては、主人公武蔵が歴戦の武者から薫陶を受けるとともに自己の強さを自覚する契機として野盗との戦闘場面が設定されているにすぎない。原告脚本と被告脚本の間に上記のようなアイデア・設定の共通点が存在するとはいっても、原告映画をして映画史に残る金字塔たらしめた、上記のような原告

このように、同事案では、著作権侵害の成立が当てはめにおいて否定されており、既述した一般論は傍論にとどまる。また、(ア) から (エ) の各類似点は、原告脚本に明示的に選択、配列されていたものではなく、原告が各要素を抜き出し主張することによってはじめて原告脚本中から浮かび上がったものである。しかも、各類似点は、大まかなストーリー（類似点(ア)）、場面表現（類似点(イ)、(エ)）、登場人物の設定（類似点(ウ)）と、統一的に理解されるものではなく、原告脚本の様々な側面に散在するアイデアを原告が恣意的に抜き出したものにすぎない。このように、作品中に散在する非統一的なアイデアを恣意的に抜き出し、その選択、配列の著作物性が主張されたとしても、当該選択、配列は客観的に認識し得ない以上、創作物においてそのような選択、配列は認められないと解して著作権侵害を否定することが妥当と思われる。また、仮にそれらの要素が選択、配列されたものと評価し得るとしても、創作者による選択、配列は、訴訟当事者が訴訟において具体的な主張を行った段階で初めて表現されたものであり、そのような選択、配列が行われる前の原告の創作物に依拠したにすぎない被告の創作は、原告の創作的表現への依拠を欠くと解することができる<sup>41</sup>。いずれにせよ、非統一的なアイデアの集合が類似する

---

脚本の高邁な人間的テーマや豊かな表現による高い芸術的要素については、被告脚本からはうかがえない。

上記によれば、原告らが原告脚本と被告脚本との類似点として挙げる各点を総合的に考慮して、原告脚本と被告脚本を全体的に比較しても、原告脚本の表現上の本質的な特徴を被告脚本から感得することはできないから、被告脚本をもって原告脚本の翻案ということとはできない。」

<sup>41</sup> アイディアに依拠したにすぎず、著作権侵害が否定された事案として、東京地判八王子支部判昭和59.2.10無体集16巻1号78頁〔ゲートボール規則書〕がある。同事案では、ゲートボールのルールブックを制作、出版した行為が、原告の著作したルールブックに依拠したものと否かが争われた。判決では、ゲートボールという競技が原告の考案によるものであることは認定されたものの、全国で発足したゲートボール団体の間で独自のルールが乱立していた状況や、原告ルールブックと被告ルールブックの内容に相違がある点を考慮して、依拠性が認められないと判断した。同判決では、ゲートボールが原告の考案にかかり、その規則の基本的な骨子が原告の着想によるものであることから、被告が創作に際して原告ルールブックの影響の下

ことを理由に著作権侵害が成立することを否定した同判決の結論は妥当であろう<sup>42 45</sup>。

---

に作成されたであろうことは容易に推認することができるとしたが、被告がルールブックを制作した段階で「競技そのものが原告の手を離れ、独立して一人歩きを始めていた状況にあった」事情を考慮して、そのような事実は依拠性を基礎づけるものではないとした。この判決は、被告が創作において原告ルールブックに由来するゲートボールのルールというアイデアには依拠しただけでは、著作権侵害を肯定することはできないことを示した判決として理解されている。田村・前掲註9 概説54-55頁。

<sup>42</sup> 前掲〔武蔵一審〕では明示的に述べられていないが、同事案において、散在するアイデアの有機的結合は、(ア)から(エ)の各類似点全体で問題となるのみならず、同一の類似点の内部でも問題となり得る。例えば、類似点(イ)について、裁判所は、原被告の脚本で、①怪しい男が実は女であったという場面において、怪しい者を取り押さえたところ、胸に手が触れて女であることに気づくという点、②侍の腕試しの場面において、目をつけた侍を戸口におびき寄せ、戸陰に隠れた者が不意に打ちかかってその者の技量を確かめようとしたところ、武芸に秀でた侍は隠れている者の気配をあらかじめ察し、言葉で攻撃を制したという点、③野武士との抗争場面において、雇われた侍によって一度は野武士が撃退され、野武士と侍との間の最後の決戦は雨の中で行われるという点が共通していると認定した(前掲註38参照)。そのうえで、裁判所は、個々の共通点について著作権侵害を否定したが、これとは別に、これらの脚本中に散在するアイデアが複数共通することを理由に、著作権侵害が成立することがあり得るのである。

これについて、各場面における共通点は、各脚本の様々な部分に点在しており(原告脚本中、①はシーン74、②はシーン38等、③はシーン197以降等の場面であった)、客観的に見て各場面が選択、配列されていたわけではない。また、各共通点は異なる状況を描いた場面に関するものであり、統一的に理解することができるものでもない。ここから、共通点①から③は、原告により脚本中から恣意的に抜き出された要素にすぎないと解され、その選択、配列は客観的に認識することができるものではない。したがって、これらの要素は、原告脚本において相互に有機的に結合して創作的表現を構成するものと評価される余地はないと解され、複数の場面が共通することを理由とした著作権侵害の成立は否定される。

<sup>43</sup> 前掲〔武蔵一審〕と類似の問題状況を扱ったものとして、RPGゲームの著作権侵害が問題となった東京高判平成16.11.24平成14(ネ)6311〔ファイアーエムブレム控訴審〕がある。同事案において原告(控訴人)は、ゲームに登場するユニット(登場

人物)を12種類に分類できるという共通点があり、これを理由に著作権侵害が成立すると主張したが、「両ゲームに登場するユニットを控訴人らの主張する12種類によってすべて合理的に分類することができるとは認めることができない」として、著作権侵害の成立を否定した。原告が主張した12種類の分類は、「[1] 主人公、[2] ペガサスに乗るユニット、[3] ドラゴンに乗るユニット、[4] 馬に乗るユニット、[5] 踊れるユニット、[6] アーマーユニット、[7] 盗賊ユニット、[8] 魔道士ユニット、[9] 杖を使うユニット、[10] 斧を使うユニット、[11] 剣を使うユニット、[12] 弓を使うユニット」であり、物語での役割([1])、乗り物([2]、[3]、[4])、割り振られた特殊な技や能力([5]、[6])、クラス([7]、[8])、用いる武器([9]、[10]、[11]、[12])といった様々な側面から抜き出されたものであった。両ゲームの攻略本や取扱説明書に控訴人らの主張を裏づける記載は存在しておらず、原告ゲームソフトにおいて選択、配列されてはいなかったユニットの分類を、原告が様々な観点から恣意的に抜き出して主張したとしても、当該分類は選択、配列されたものとして評価されず、仮に評価されたとしても、そのような選択、配列は原告が訴訟の段階で初めて創作したものであるから、被告の依拠性は否定される。したがって、著作権侵害の成立を否定した裁判所の判断は妥当である。同事案についての詳細な紹介として、田村・前掲註15判批118-121頁。

また、字幕制作用ソフトウェアについて、著作権侵害の成否が問題となった知財高判平成28. 3. 23平成27(ネ)10102[字幕制作用ソフトウェア控訴審]では、控訴審において、控訴人(原告)から新たに控訴人プログラム内の「Template.mdb」というAccess形式のファイルについて「Template.mdbを用いて作成された個別の字幕データのデータは何千にも及ぶものであり、ここから特定の文字列を検索したり、字幕数や1つの字幕の中の文字数を集計したりすることが可能となるから、Template.mdbはデータベースの著作物に該当」するとの主張がなされた。

同ファイルは、合計9個のテーブルに147個のフィールドが設定されており、「控訴人プログラムで取込み又は作成した文字データや各種設定情報を格納するための書式」であると認定されたが、「Template.mdbをデータベースとして見ようとしても、それは、情報の項目が定められているだけであり、選択されて入力すべき情報それ自身が格納されていないから、コンピュータが検索できる情報の集合物を有していない。しかも、これら項目も、各テーブルに並列的に分けられているだけであり、このテーブル間に何らかの関係があるわけでもない。したがって、Template.mdbをデータベースの著作物として観念することはできない」として、その著作物性が否定された。

裁判所が認定するように、Template.mdbに含まれる各テーブルに関係性がない場合には、表現の受け手において、それらを一つの表現(データベース)として認識し

(ウ) 先行裁判例：〔日めくりカレンダー一審〕〔同控訴審〕

また、創作物から外形的に認識することのできない要素を理由に著作権侵害が成立するか否かが争われた事案として、東京地判平成19.12.6平成18(ワ)29460〔日めくりカレンダー一審〕、知財高判平成20.6.23判時2027号129頁〔同控訴審〕が注目に値する。この事件では、365枚の花の写真の画像データを1年間の日ごとに対応させたデジタル写真集を控訴人(原告)が作成し、その著作権を被控訴人(被告)に有償で全部譲渡したが、その際、当該写真集を365日かけて日ごとに対応する写真を配信することを約したにもかかわらず、被控訴人は花の写真の週1回しか配信せず、またその内容も配信日に対応した写真を用いなかったとの主張が控訴人からなされた。そのうえで、控訴人は、当該写真集の意義は対応する日付による花の写真の順序にあったとし、花の写真の配信が毎週1枚のみでしかも各配信日に対応すべき花の写真が用いられないことは控訴人の当該写真集に対する同一性保持権を侵害すると主張した。前掲〔日めくりカレンダー控訴審〕において、裁判所は、問題となったデジタル写真集について編集著作物性を肯定したが<sup>44</sup>、被控訴人の配信行為については同一性保持権侵害の成立を否定した<sup>45</sup>。

---

得ない可能性がある。そうであるならば、各テーブルが被控訴人のソフトウェアにおいて共通していたとしても、著作権侵害の成否の判断において、各テーブルの選択、配列に関する著作物性を判断することは許されない。著作物性を否定した同判決の判断はそうのように理解する限りで正当である。

<sup>44</sup> 裁判所の判示を紹介する。

「控訴人が撮影した花の写真を365枚集めた画像データである本件写真集は、1枚1枚の写真がそれぞれに著作物であると同時に、その全体も1から365の番号が付されていて、自然写真家としての豊富な経験を有する控訴人が季節・年中行事・花言葉等に照らして選択・配列したものであることが認められるから、素材の選択及び配列において著作権法12条にいう創作性を有すると認めるのが相当であり、編集著作物性を肯定すべきである。」

<sup>45</sup> 裁判所の説示を紹介する。

「著作権法20条は同一性保持権について規定し、第1項で『著作者は、その著作物及びその題号の同一性を保持する権利を有し、その意に反してこれらの変更、切除その他の改変を受けないものとする』と定めているところ…平成15年5月27日ころ

同事案において、控訴人は、被控訴人が1日1枚ではなく1週間に1枚のペースで配信したことを同一性保持権侵害行為として主張しており、判決文において明示的に論じられてはいないが、当該写真集を1日1枚のペースで配信することが創作的表現として保護されるかが問題となり得る。同事案においては、Xは365日の各日付に対応した写真を集めた写真集を制作したにとどまり、これを1日1枚のペースで配信することはXの構想にすぎず、具体的に表現されたわけではないため、創作的表現とは認められない。しかし、仮に本件の被控訴人が1日1枚のペースで配信を始めた後に第三者がこの配信のペースを変更するようなプログラムを開発し、その配信のペースを変更した場合には、同一性保持権侵害が成立するだろうか。この点、ある創作物の要素が創作的表現として著作権法上保護されるか否かを判断するに当たっては、著作権法の目的である「文化の発展」のため、著作物の公正な利用を妨げることがないか考慮する必要があると思われる。そして、著作物の受け手において認識することのできない要素により著作権侵害を肯定することは、創作物の利用に対する権利行使への予見可能性を損なうこととなり、著作物の利用を萎縮させかねない。同事案の写真集はコンセプトとして連続性が重視されている側面もあるが、基本的にはその1枚で1点の作品として完結したものとして認識されるものであり、それにもかかわらず配信方法を創作的表現の一部としてしまうと、表現の受け手に不意打ち的な権利行使がなされることになりかねない<sup>46</sup>。このような点からは、上記の仮説事例については、同一性保持権侵

---

までに控訴人から本件写真集の個々の写真の著作物及び全体についての編集著作権の譲渡を受けた被控訴人が…各配信開始日に、概ね7枚に1枚の割合で、控訴人指定の応当日前後に（ただし、正確に対応しているわけではない）配信しているものであって、いわば編集著作物たる本件写真集につき公衆送信の方法によりその一部を使用しているものであり、その際に、控訴人から提供を受けた写真の内容に変更を加えたことはないものである。

そうすると、著作権法20条1項が『変更、切除その他の改変』と定めている以上、その文理的意味からして、被控訴人の上記配信行為が本件写真集に対する控訴人の同一性保持権を侵害したと認めることはできない…。」

<sup>46</sup> 情を知らずに著作権の譲渡を受けた第三者を念頭に置くものではあるが、平澤卓人「判批」知的財産法政策学研究24号269頁（2009）も参照。

害の成立を否定することが妥当であるとする<sup>47</sup>。

また、このような理解からは、既述した、選択、配列の素材を統一的に理解することが可能かという観点からは、表現の受け手がそのような選択、配列を客観的に認識することができるかを判断する際に考慮される要素と位置づけることが可能である。すなわち、前掲〔武蔵一審〕や前掲〔ファイアーエムブレム控訴審〕のように、たとえアイデアが創作物の中に存在していたとしても、それらが統一的なものではない場合には、表現の受け手はそのような創作物から当該アイデアの選択、配列を認識することができない。しかし、アイデアを統一的に理解することができるような場合には、客観的に見てそのようなアイデアをひとまとまりの表現として捉える余地があるといえる。仮にそのような場合であれば、後続の創作者や創作物の利用者は、著作権行使を予見することが可能であるから、創作活動や著作物の利用に不当な萎縮が生じることはない以上、そのようなアイデアの結合を創作的表現として著作権法上保護することも許容されると考えられる<sup>48</sup>。

---

<sup>47</sup> 同事案における他の論点も含め、平澤・前掲註46判批259-290頁。なお、同269頁は、著作権の流通の促進の観点から、音楽の著作物や映画の著作物といった時間的要素が創作的表現に不可分一体的に組み込まれているものを念頭に、同事案の写真集の配信ペースを変更した場合に同一性保持権侵害が成立する事例として、配信ペースがプログラムとして画像表現と一体化している場合を挙げている。しかし、著作権を譲り受けた第三者がプログラムから配信のペースを認識し得るとしても、配信を受ける表現の受け手はそのような配信のペースを認識することができない可能性がある以上、なお同一性保持権侵害の成立を否定すべきではないか。

<sup>48</sup> 個々のアイデアが結合し、ひとまとまりの表現と客観的に認識される場合には、当然ながら個々の共通部分がアイデアにとどまることを理由に著作権侵害の成立が否定されることにはならない。

ヤマハ音楽教室をはじめとする音楽教室における楽曲使用に著作権侵害が成立するかが問題となった東京地判令和2.2.28平成29(ワ)20502・25300〔音楽教室一審〕では、音楽教室を運営する原告らから、音楽教室における生徒、教師の連続して2小節以内の演奏について、そのような短い音階からは創作的表現を感得することはできないとして、演奏権侵害には当たらないとの主張がなされた。これに対して、被告JASRACは、2小節以内であってもほとんどの場合には演奏されている楽曲を特定することができ、著作物性が認められると主張したほか、2小節以内の演

(エ) 本判決

以上の検討を踏まえ、本件各商品のカテゴリ一名の選択、配列を改めて検討する。

まず、本件のカテゴリ一名は、アプリケーションの各画面表示が実現する機能を表したものとして、各画面に配置されている。そして、カテゴリ一名が各画面に配置されていることから、アプリケーションのユーザがアプリケーションを使用した際には、画面を遷移するごとに、カテゴリ一名は階層的に表示されることとなる。この点で、ユーザは、カテゴリ一名の

---

奏をそれぞれ個別の演奏行為と評価すべきではなく、1回のレッスンにおける演奏や再生演奏は、常に不可分一体のものとしてレッスン単位で捉えるべきであると主張した。

判決では、「原告らの音楽教室におけるレッスンにおいては、終始、特定の2小節以内の小節のみを繰り返し弾くことはなく、課題曲を一曲通して弾くこともあれば、ある程度まとまったフレーズを弾くこともあり、当該小節を弾く場合においても、そのレッスン中に当該小節の前後の小節も演奏されるのが通常であると考えられる。このように、原告らの音楽教室のレッスンにおいては、課題曲が様々な形で連続的・重量的に演奏されるので…一回のレッスンにおける演奏及び再生演奏は常に不可分一体であると解すべきであり、その一部である2小節以内の演奏のみを切り取り、これを独立したものとして、その著作物性を否定することは相当ではない」として、演奏部分の著作物性を否定する原告の主張を退けた。

原告らが主張するように、演奏が楽曲の2小節以内の部分にとどまる場合、演奏された部分が著作権法上アイデアにとどまり、著作物性が認められない場合はあり得ると思われる。しかし、音楽教室では、楽器等の演奏技術の教授を目的に、教師及び生徒による課題曲の演奏や各種音源の再生演奏が行われるのであり、判決が指摘するように、レッスンで演奏されるのは楽曲の当該部分に限られることはなく、楽曲の全部もしくはある程度まとまったフレーズが様々な形で連続的・重量的に演奏されることとなる。このような音楽教室における演奏行為は、通常レッスンを通してひとまとまりのものとして認識される。原告らは、このような演奏行為の中から2小節以内の演奏のみを恣意的に取り出し、その著作物性を否定しているが、演奏行為がひとまとまりのものとして認識される以上、個々の共通部分が著作権法上アイデアにとどまることを理由に著作権侵害の成立が否定されることは妥当ではなく、レッスンにおける演奏全体から著作権侵害の成否が判断されるべきである。裁判所の判断はこのような観点から正当なものと評価することができる。同事案の控訴審である知財高判令和3.3.18令和2(ネ)10022〔同控訴審〕も同旨を説くものと思われる。

階層的な配列を、アプリケーションの使用に伴って認識可能であると評価することが可能である。これは、前掲〔日めくりカレンダー控訴審〕で述べた仮説事例とは異なる特徴であり、本事案が、カテゴリー名の選択、配列を一体的に捉えて判断する余地のある事案であるということを意味している。

次に、カテゴリー名は、各画面表示が実現する機能を表したものであるという性質から、客観的に統一した理解が可能な集合である。この点で、本事案は、非統一的な要素を原告が恣意的に抜き出して編集著作物として主張した前掲〔武蔵一審〕や、前掲〔ファイアーエムプレム控訴審〕とは異なる。このようなカテゴリー名の性質と、アプリケーションの使用による階層的なカテゴリー名の表示による階層的な配列の認識可能性を併せ考えると、本事案は、類似する先行裁判例とは異なり、カテゴリー名の選択、配列を一体的に捉えることが許容されるものであったと評価することが可能であると考えられる<sup>49</sup>。もっとも、カテゴリー名の選択、配列を一体的に捉えることが許容されるとしても、それらが有機的に結合し、著作権法上の保護が与えられるためには、そのような選択、配列が創作的表現と評価されるものであることが必要となる。これについて以下さらに検討する。

## イ. 素材の近似性について

### (ア) 問題の所在

本判決は、カテゴリー名の選択については、「各カテゴリーに付す名称は、各カテゴリーが果たす機能を一般化・抽象化し、ユーザーにとって容

---

<sup>49</sup> 本判決は、カテゴリー名の選択、配列を検討することが許容されるかについて明示的な検討は行っていない。しかし、本判決は、[判旨(1)]において、『『カテゴリー名』は、X商品の異なる画面において、他にも多くの記載がある画面の表示の一部として表示されるもの』であると指摘したうえで編集著作物性を否定している。この指摘は、カテゴリー名が画面表示の他の要素に埋没しており、これを対象とした選択、配列の著作物性が認められないことを示す点で、本稿と類似の問題意識に基づくものと解することが可能である（この点は、2021年3月10日開催の北海道学知的財産法研究会・東京大学知的財産法研究会において本判決の報告を行った際、田村善之教授、中山一郎教授、金子敏哉教授よりご指摘をいただいた）。

易に理解可能なものとする必要があるため、その選択の幅は自ずと限定される」としたうえで、X商品が用いたカテゴリー名が他社製品でも用いられていることや、「基本」や「ホーム」といったカテゴリー名が「消費者とのコミュニケーションを図るという観点から頻繁に使われる機能を取りまとめたカテゴリーに付されたもの」であることにも触れて、著作権侵害を否定している。このような判断は、表現の選択肢が限られていることを理由に、X商品のカテゴリー名の選択がアイデアとして著作権法の保護範囲に含まれないことを示したものと解する限りで、正当なものと評価できよう。

これに対して、カテゴリー名の配列については、X商品の階層構造が他社商品に比して複雑であり、一定程度の工夫がなされているとしつつも、「ユーザーによる操作や理解を容易にするという観点から、実装した機能の中から関連する機能を取りまとめて上位階層のカテゴリーを設定し、機能の重要性や機能同士の関連性に応じて順次下位の階層にカテゴリー分けをしていくというのは通常の手法」であるとして、著作権侵害の成立を否定している。

このような本判決の判断は、もっぱらX商品のカテゴリー名の配列のみに焦点を当てたものである。しかしながら、編集著作物は「素材の選択又は配列によって創作性を有するもの」と規定されているところ、これは個別の素材の共通性と分離して、素材の選択、配列を単独で評価しなければならないことを意味するものではない。すなわち、著作権侵害の成否は、問題となった創作物の共通部分が創作的表現として著作権法上の保護範囲に含まれているかが問題となるのであり、その判断基底には、素材の選択と配列の近似度のみならず、素材の近似度も含まれるのである<sup>50 51</sup>。

---

<sup>50</sup> 田村・前掲註15判批99-101頁、蘆立順美「判批」小泉ほか編・前掲註23百選96-97頁。なお、このような理解は、既述した創設規定説と確認規定説のいずれの説からでも採り得るものと思われる。

<sup>51</sup> 既述したように、著作権法上の表現とアイデアの区別は、後続の創作の自由を考慮して決せられる。そして、素材の選択と配列が類似していたとしても、素材が異なる場合には、後続の創作活動を勘案し、当該共通部分をアイデアと解すべき場合がある一方、素材までもが類似している場合には、そのような素材を用いた配

本件において、X商品とY商品は、Y商品が機能として採用しなかったSMSに関わる部分等を除いて、カテゴリ名それ自体と、その配列が共通している(前掲〔表1〕参照)。このような特徴から、本件において、両商品の間で共通するカテゴリ名の配列の編集著作物性を判断するためには、その配列のみならず、カテゴリ名それ自体の近似性をも考慮に置くことが必要となる。

#### (イ) 本判決

本件において、カテゴリ名の配列を検討する際には、既述したビジネス用アプリケーションの表現における標準化の要請が、カテゴリ名の配列においても生じることを勘案しなければならない。つまり、カテゴリ名がアプリケーションの画面表示が実現する機能を表すものである以上、ユーザの利用の便宜から、より下位のカテゴリに配列するカテゴリ名の内容は、必然的に限られたものにならざるを得ない。

両商品において共通するカテゴリ名の配列は、親カテゴリ「基本」に連なる4階層の配列と、親カテゴリ「アフィリエイト」、「サポート」にそれぞれ連なる2階層の配列である。このうち、「アフィリエイト」に連なる2階層の配列については、アフィリエイトにかかる機能を取りまとめたカテゴリ名として「アフィリエイト」が選択され、その下位のカテゴリ名として「設定」、「アフィリエイトター」、「成果確認」といったカテゴリ名が配列されている。このようなカテゴリ名による配列は、アフィリエイトにかかる機能をアプリケーションで実現する場合の限定的な選

---

列に著作物性を肯定したとしても、後続者は他の素材を用いることで同様の創作を行うことができる以上、当該表現に著作権法上の保護を与えてもその弊害は少なく、インセンティブ付与の観点から表現と評価すべき場合があり得ることとなる。田村・前掲註15判批101頁。

東京高判平成7.1.31判時1525号150頁〔会社案内パンフ控訴審〕は、素材の近似度が考慮された結果、頁の配列のみではアイデアにとどまる会社案内パンフレットについて著作権侵害を認めたとされる。田村・前掲註15判批112-118頁。

また、編集著作物について述べたものではないが、従来「創作性の高低」として述べられてきた問題を後続者の選択の幅の広狭と理解し、侵害判断の段階での調整を唱えるものとして、上野・前掲註15創作性205-208頁、同・前掲註15法教167-169頁。

択肢の一つというべきであって、著作権法上アイデアにとどまると解される。また、「サポート」に連なる階層は、大カテゴリーのカテゴリー名がX商品とY商品との間で異なっており、カテゴリー名個々の同一性についてまで検討をする必要はない。そして、アプリケーションの利用を補助する機能を取りまとめたカテゴリー名である「サポート」から、より詳細な機能を示したカテゴリー名へと連なるという構造は、アプリケーションが当該機能を実現するため限られた選択肢の一つであり、著作権法上の表現と認められるものではない。したがって、これらの点については著作権侵害が成立することはない。

他方、親カテゴリー「ホーム」に連なるカテゴリー名の配列については、4階層にわたってカテゴリー名それ自体とその配列が共通している。このうち、アプリケーションの総合的な情報を表示する画面を意味する親カテゴリー「基本」から、中核的な機能を包含した画面を意味する大カテゴリー「ホーム」へのカテゴリー名の配列は、ユーザの操作の容易性や効率性の観点により、アプリケーションのカテゴリー名の表現方法として通常用いられるものである。

次に、中カテゴリー以下の配列について検討すると、中カテゴリー「メッセージ」の下位に配列される小カテゴリー名は、「シナリオ一覧」、「一斉送信」、「自動返信」、「テンプレート」、「回答フォーム」の5つである。これは、一部カテゴリー名の表現がわずかに異なる部分はあるものの<sup>52</sup>、他の類似商品でもほぼ同様の配列が採用されている（前掲〔表2〕参照）。ここからは、当該表現について、標準化の要請が強く働き、選択の幅が非常に狭いことがうかがえる。

また、中カテゴリー「統計情報」についても、下位のカテゴリー名は「URLクリック測定」、「コンバージョン」、「サイトスクリプト」の3つとなっているが、これも同様に類似商品で用いられている配列であり、標準化の要請が強く働いていることが推認される。

これらに対して、中カテゴリー「基本」、「チャット」に当たるものは本判決で認定された類似商品に認められない。しかし、当該中カテゴリーの

---

<sup>52</sup> 類似商品では、「一斉送信」に当たるものが「一斉配信」と表現され、「自動返信」に当たるものが「自動応答」と表現されている。

下位に配列されたカテゴリ名は、類似商品においても認められるものが多く、その特徴は、一覧性のある画面表示を示すカテゴリ名が中カテゴリ「基本」の下位にまとめて配置され、また、チャット機能を示すカテゴリ名が、一括して中カテゴリ「チャット」の下位に配置されているということにとどまる。

中カテゴリ「チャット」については、類似商品において「1対1トーク」というカテゴリ名が用いられ、チャットに関する機能を示すカテゴリ名が下位に配置されていることが参考となる。具体的な表現に差異こそあるものの、チャット機能を示すカテゴリ名を一括して「チャット」や「トーク」といったカテゴリ名の下位に配置することは、ユーザの利用の便宜の観点から当然あり得るものである以上、このような差異は数少ない選択肢の中から生じたものと評価することができる。

中カテゴリ「基本」についても、他の類似商品に一覧性の高い画面表示を一括した画面表示を示すカテゴリ名は存在しないが、そのような階層的な構造は、現在流通するアプリケーションにおいて一般的に用いられているものであり、LINE@を用いた集客、マーケティング支援という両商品の機能に照らし、一覧性のある画面表示を示す名称も限定される以上、その配列の選択肢は限られたものであると評価することができるだろう。

そして、「基本」、「チャット」、「メッセージ」、「統計情報」の各中カテゴリと、その下位の小カテゴリを全体として見ると、「チャット」、「メッセージ」、「統計情報」に当たるカテゴリ名が同じ階層に配置されることは他の類似商品においても見られるものである。また、これらと同じ階層に、一覧性のある画面表示をまとめた画面表示を示す「基本」というカテゴリが配置されることも、アプリケーションの設計上当然に想定し得るものである。これらからは、両商品で共通する親カテゴリ「基本」に連なる4階層のカテゴリ名の配列が共通することについても、その共通部分はアイデアにとどまり、著作権侵害は成立しない。

また、以上の検討からは、カテゴリ名の配列を全体的に見た場合にも、本件両商品の共通部分はアプリケーションの利用の容易性、効率性といったユーザの便宜の観点から、選択肢の限られた中で選ばれたものにすぎないと評価することができる。この程度の特徴を表現と認めることは、LINE@を用いた集客、マーケティング支援ツールの創作について原告の

独占を認める結果を招きかねない。したがって、両商品で共通するカテゴリ一名の配列は、全体として捉えてもなおアイデアにとどまり、著作権法上の保護は否定されることになる。

本判決は、カテゴリ一名の配列について、「一定程度の工夫」がなされていると認めたとうえで、なおX商品のカテゴリ一名の階層的な配列を一般的でありふれたものであるとして編集著作物性を否定している。これは、上記のような検討から、結論において妥当なものであると解される。

### 3. さいごに

本判決は、ビジネス用ソフトウェアに用いられるカテゴリ一名の選択、配列について、その著作権侵害が問われた事案であり、ビジネス用ソフトウェアの画面表示についてこれまでとは異なる観点から著作権侵害が問われた点で、注目に値する。そして、本事案は、創作物に散在するアイデアを全体として捉え、著作物性を判断することが許容される特殊な事例であり、この点で先行する裁判例とは異なる特徴が認められる。

本判決において認定されたX商品やY商品、類似商品の構造からも明らかのように、ビジネス用アプリケーションは、標準化の要請からその内容が似たものとなる場合が多く、著作権侵害の成否を判断するに当たっては慎重な検討が必要となる。ビジネス用アプリケーションは社会的に一般的なものとして普及しており、本事案に類似する紛争が今後より多くなることが想定されるところ、本判決は、そのような紛争の先例として、重要な意義を有するものと考えられる。

#### [付記]

本稿は、2021年3月10日開催の北海道大学知的財産法研究会・東京大学知的財産法研究会で行った報告原稿を加筆修正したものです。同報告では、多くの方から貴重なご意見、ご指摘をいただきました。また、本稿の制作に当たっては、東京大学大学院法学政治学研究科田村善之教授より懇切丁寧なご指導を賜りました。校正の際には、北海道大学大学院法学研究科高橋直子特任助手に大変お世話になりました。この場を借りて皆様に深く感謝申し上げます。

なお、本稿は、第74期司法修習開始前に作成したものです。