

大王製紙と日本製紙クレシアの「3倍巻き」トイレト トペーパー特許侵害訴訟 調査レポート（2025年10 月27日）

1. 訴訟の概要・最高裁判決の内容

訴訟当事者と争点

- **原告** - 日本製紙クレシアは、2016年から「スコッティ 3倍巻き」等の長巻トイレトペーパーを販売し、二枚重ね紙にエンボス（凹凸加工）を施してロールに巻き取る技術や複数ロールを立てて収納するパッケージなど複数の特許（3件）を保有している¹。同社は「エリエール i:na 3.2倍巻」（大王製紙）などが特許権を侵害しているとして、製造・販売の差し止めと損害賠償（約3300万円）を求めた²。
- **被告** - 大王製紙は「エリエール」ブランドで3.2倍巻き製品を2022年春から販売。独自技術で柔らかさと長さを両立させたと主張し、日本製紙クレシアの特許には属しないと反論した³。
- **争点** - 日本製紙クレシアは、
 - **特許6735251号と6186483号**における「二層紙に施されたエンボスの深さ」や「ロール硬さ」などの数値範囲に大王製紙製品が属するか、
 - **特許6590596号**の「持ち手部分の楕円状スリット形状」や「包装フィルムと製品の重量比」などに該当するか、を主張した¹。

裁判の経過

年月	審級・主な出来事	判決内容/関係者の主張
2022年 9月6日	日本製紙クレシアが東京地裁に特許侵害差止訴訟を提起 ⁴	3件の特許（6735251号・6590596号・6186483号）を侵害するとして差し止めと損害賠償を請求 ¹ 。
2024年 8月21日	東京地方裁判所判決	製品の凹凸深さなどを測定する方法が特許明細書と異なるとして原告の測定は信用できないと判断。大王製紙製品は特許請求範囲内の数値に該当しないため特許侵害を否定し、原告の請求を全て棄却 ⁵ 。
2024年 9月3日	日本製紙クレシアが知的財産高等裁判所（知財高裁）に控訴	測定方法の信頼性を改めて主張。
2025年 10月8日	知財高裁判決	東京地裁と同様に特許侵害を認めず、控訴を棄却。裁判所は「測り方が不明確で大王製紙製品の凹凸が特許範囲内にあるか不明」と指摘し、特許侵害の立証に必要な技術的同一性が示されていないと判断 ⁶ 。
2025年 10月27日	最高裁判所	日本製紙クレシアが特許権侵害訴訟の上告受理申立てを行わなかったため、知財高裁判決が確定。最高裁は受理しない決定を出し、大王製紙の勝訴が確定したと報じられた ⁷ 。

最高裁判決の意味

知財高裁判決の確定により、 - 日本製紙クレシアの特許3件（凹凸加工トイレットロール、ロール製品パッケージなど）に基づく侵害主張は認められず、大王製紙の3.2倍巻き製品は自由に販売できる。
- 判決は、数値範囲を限定した特許であっても、**測定方法や基準が不明確な場合は侵害立証が困難**であることを示している。専門家は「測定条件が曖昧な特許は侵害立証が難しく、権利者の不利益になる」と指摘している⁸。

2. 訴訟対象となった特許の詳細

以下の3件が争点となった。いずれも長巻トイレットペーパーの性能を向上させるための技術であり、同種製品の開発に影響がある。

特許番号・名称	技術的な内容と権利範囲	争点
特許第6735251号（トイレットロール）	二層のトイレットペーパーを重ね、エンボス（凹凸）を施してロールに巻き取るトイレットロール。特許請求の範囲では「エンボスの深さ0.05-0.40mm」「ロールの硬さ0.3-1.4mm」「ロール長63-103m」「ロール径105-134mm」「ロール密度1.2-2.0m/cm」「紙の比容積4.0-6.5cm ³ /g」など複数の数値条件を定め、柔らかさと長さを両立させる ⁹ 。発明の目的は、柔らかな使用感を維持しながら長尺に巻き、持ち運びや収納を省スペース化すること ¹⁰ 。	大王製紙製品の凹凸深さやロール硬さがこの数値範囲に入るかが争点。裁判所は測定方法の不一致を指摘し、侵害を否定した ⁵ 。
特許第6186483号（トイレットロール）	2プライ紙にエンボスを施した長尺トイレットロールで、ロール長63-105m、ロール径105-140mm、ロールの柔らかさ0.4-1.9mm、エンボス深さ0.01-0.40mmなどの数値条件を定める ¹¹ 。第6735251号の改良・類似技術。	同様に凹凸深さの測定方法が争点。
特許第6590596号（ロール製品パッケージ）	長巻トイレットロールを複数個収納するフィルム製パッケージ。請求項では「袋にマチ（ガゼット）を設け、袋上部に楕円形スリットまたは2つの指穴から成る持ち手を形成」「ロール長63-103m・1ロールの質量200-370g」「包装フィルム重量／製品重量比25-80」「袋幅105-134mm」などを定める ¹¹ 。	大王製紙製品の持ち手形状や包装の厚さがこれに該当するかが争われたが、裁判所は構造が異なるとして侵害を否定した ⁵ 。

3. 第一審から最高裁までの経過と両社の主張の変遷

第一審（東京地裁）

- 日本製紙クレシアは、大王製紙製品の凹凸深さや包装形状が自社特許の数値範囲に含まれていると主張し、顕微鏡による測定結果を提出した¹²。
- 大王製紙は、製品は特許とは異なる独自の二重エンボス技術や巻き取り技術を採用しており、エンボスの深さやパッケージ構造は特許請求範囲外であると反論。トイレットペーパーの測定方法は特許明細書の方法に従う必要があり、原告の測定は不適切と主張した⁵。
- 地裁は、大王製紙製品が特許の数値範囲に該当しないと判断し、原告の請求を棄却（2024年8月21日）。

控訴審（知財高裁）

- ・日本製紙クレシアはエンボス深さの測定方法や数値範囲の妥当性を再主張したものの、裁判所は「測定方法の不明確さ」に注目し、特許侵害の立証が成立しないと判示⁶。
- ・知財高裁は測定手法と特許の記載が一致しない点を重視し、特許侵害を否定して控訴を棄却（2025年10月8日）。

最高裁

- ・日本製紙クレシアは最高裁に上告受理を申し立てなかったため、知財高裁判決が確定。大王製紙側の勝訴が確定した⁷。
- ・判決確定後、大王製紙は長巻製品の技術を業界全体に広く提供する意思を表明し、自社技術が特許侵害ではないことが認められたと強調した¹³。
- ・日本製紙クレシアは特許保護の重要性を訴え、今後も特許に基づく権利行使を検討するとしている¹⁴。

4. 企業概要と家庭紙事業の競合状況

大王製紙（エリエール事業）

- ・**市場シェア**－大王製紙は家庭紙市場（ティッシュ・トイレットペーパー・紙おむつ）のトップメーカーで、2023年度はトイレットペーパー市場で28.4%のシェア、ティッシュペーパーで31.4%を占める¹⁵。国内の衛生紙市場におけるシェアも約28%で首位¹⁵。
- ・**主力製品**－「エリエール」ブランドのトイレットペーパー、ティッシュ、キッチンペーパー、「GOO.N」紙おむつなど。長巻製品では「エリエール i:na（イーナ）3.2倍巻」「エリエール フワッティ 1.5倍巻」「エリエール 1.8倍巻」などを展開。
- ・**販売戦略**－2022年以降「コンパクト&大容量」をコンセプトに長巻製品を拡充。ネット通販やドラッグストア向けに4ロールパックを拡大し、環境配慮型フィルム包装や配送効率改善を訴求している。2024年度は新しい抄紙機を導入し、生産能力とコスト競争力を高めた¹⁶。

日本製紙クレシア（スコッティ・クリネックス事業）

- ・**市場シェア**－日用品市場全体では大王製紙に次ぐ2位とされる。長巻トイレットペーパー市場では、2017年以降「スコッティフラワーバック 3倍長」や「クリネックス 1.5倍巻」を展開し、高いブランド力を持つ。2025年4月からは「スコッティ」・「クリネックス」全シリーズを1.5倍以上の長巻に統一し、通常巻きから撤退¹⁷。
- ・**主力製品**－「スコッティフラワーバック3倍長」「クリネックス ダブルソフト 1.5倍巻」「クリネックス アクアヴェール（保湿ティッシュ）」など。
- ・**販売戦略**－長巻シフトと環境配慮を掲げ、1ロールで従来の3倍の長さながら柔らかさを維持する技術アピール。CO₂排出削減効果を数値で示し、日用品のサステナビリティを訴求。2024年から稼働した新抄紙機で生産能力を拡大し、国内外での販売を強化している¹⁸。

王子ネピア（王子グループ）

- ・**事業概況**－王子ネピアは王子ホールディングスの家庭紙事業会社で、長巻市場では「ネピネピ 2倍巻」「プレミアムソフト 1.5倍巻」などを販売。
- ・**市場動向**－同社のプレスリリースでは、2022年度の長巻トイレットロール市場が2019年対比で約2倍の規模に拡大していると紹介し、その背景として交換頻度の減少、収納省スペース、売場在庫効率化、物流効率向上といったメリットを挙げている¹⁹。
- ・**環境・物流への配慮**－2倍巻8ロールではトラック積載効率の向上によりCO₂排出量を約30%削減できると公表している²⁰。

その他のメーカー

- ・**丸富製紙** – 静岡県の中堅メーカー。2023年12月から通常の50mシングルトイレトーパーの6倍（300m）に相当する「超ロング6倍巻きMAX」を販売し、ダブル仕様をクラウドファンディングで展開。1ロールで6ロール分以上使え、収納スペースやゴミの削減を訴求している²¹。
- ・**その他** – コアレックス、ユニバーサル・ペーパーなどが2倍～3倍巻商品を投入し、長巻市場の競争が激化。市場全体で長巻化が進み、取り替え頻度の少なさやコンパクトさが消費者に評価されている¹⁹。

5. 長巻トイレトーパー市場の動向

- ・**市場規模・伸び** – 一般的なトイレトーパー市場は横ばいだが、長巻市場は急成長している。王子ネピアの調査によると、2022年度の長巻トイレトール市場は2019年度比で約2倍に拡大した¹⁹。リサーチ会社インテージのデータでは、長巻商品の市場占有率が2010年の5.9%から2020年は18.5%に増加し、10年間で3倍以上に拡大している²²。近年は1.5倍や3倍巻きが主流となり、丸富製紙などが6倍巻きまで展開し始めた。¹⁹ ²¹。
- ・**消費者メリット** – 長巻商品は1ロールの長さが従来の1.5～3倍（6倍の商品も登場）で、
 - ・取り換え回数の減少により家事負担が軽減する²³。
 - ・コンパクトパックは購入・保管が容易で持ち運びやすい¹⁷。
 - ・コンパクトな外形により店舗棚と家庭の収納スペースを節約¹⁹。
- ・**トラック積載効率向上**で配送便数や保管スペースが減り、CO₂排出量が大幅に削減。例えば日本製紙クレシアの「スコッティ3倍巻」では輸送時のCO₂排出量が通常巻12ロール品比で41%減少すると試算されている¹⁷。
- ・**流通メリット** – コンパクトで長持ちするため、製品の梱包単位が小さくなり配送効率上がる。小売店は品出し回数が減り、売り場の省スペース化・在庫効率化が可能¹⁹。メーカーも物流費削減と環境負荷低減を同時に実現できる¹⁷。

6. 判決の影響と今後の業界への波及

競争環境への影響

- ・**長巻競争の自由度が高まる** – 特許侵害が否定されたことで、大王製紙の3.2倍巻技術やその他メーカーの長巻技術がより自由に市場へ供給される。判決は“**数値範囲限定特許**”の立証難易度が高いことを示し、特許権者は測定方法を明確に記載する必要がある²⁴。
- ・**技術開発の方向性** – 裁判所が技術的同一性の証明を厳格に求めたため、企業は新製品の差別化要素を明確に数値化し、性能評価方法を公開する必要がある。専門家は「特許を取得するだけでなく、**技術をどのように定量化し、第三者が再現できるように記載するかが重要**」と指摘している²⁵。
- ・**大王製紙の優位性** – 大王製紙は豊富な資金力と先進的な巻き取り・エンボス技術を持ち、市場シェア1位を維持している。3.2倍巻の販売が継続できることで、長巻市場での優位性は高まる。会社は自社技術を「業界全体で使っていただく」と述べており、特許紛争の火種を減らして市場拡大を図る構え¹³。
- ・**日本製紙クレシアの対応** – 同社は関連特許を50件以上保有しており、保有特許の価値と技術力をアピールする戦略を継続するとみられる。今回の敗訴で特許ポートフォリオの見直しや新規特許の強化が課題になる。
- ・**他社への示唆** – 判決は、長巻トイレトーパーの技術革新において競争が激化していることを示す。数倍巻き製品が次々に登場する中、各社は柔らかさ・肌触り・環境性能などで差別化を図る必要がある。産業界全体では、特許出願時に性能試験方法を具体的に記載することや、技術を公開して標準化を進めることが重要になるだろう。

専門家の見解

- ## 他の日用品をめぐる特許訴訟との比較

- ・**保湿ティッシュ訴訟（2012-2016年）**－大王製紙は日本製紙クレシアの保湿ティッシュ「クリネックス アクアヴェール」が自社特許を侵害するとして提訴したが、知財高裁は大王製紙の主張を退け、日本製紙クレシアの製造装置・製造方法は大王製紙特許の技術範囲と異なると認定した²⁷。大王製紙が上告しなかったため、判決が確定した²⁸。この事例でも**技術構成の差異**が重視され、特許侵害は認められなかった。
- ・**日用品での他の特許紛争**－消しゴムで消せるボールペン、スロー・ジューサーなど日用品の特許訴訟でも、特許請求の数値範囲や構成要件が厳密に解釈され、僅かな技術差で侵害が否定される例が多い²⁵。今回の長巻訴訟はこれらの流れを踏まえ、企業が特許戦略と技術開発を一体的に進めなければならないことを示した。

長巻トイレトペーパーは、家事負担や物流コストを減らし環境負荷を低減できる“日用品のヒット商品”として急速に普及している。今回の訴訟で特許侵害が否定されたことにより、長巻市場の競争はさらに自由化し、各社の技術開発や差別化が進むとみられる。一方で、数値範囲を含む特許の立証には測定方法まで明記することが求められ、知財戦略の難しさも浮き彫りとなった。

13 賠償請求3300万円、長巻きトイレ紙特許訴訟で浮き彫りになる知財権の重要性 | ニューススイッチ by 日刊工業新聞社
<https://newswitch.jp/p/34400>

14 crecia.co.jp

https://www.crecia.co.jp/whatsnew/2025/pdf/251008_news.pdf

15 ds24_h1_4_240727_ol

https://www.daio-paper.co.jp/wp-content/uploads/pdf/2024/DAIO_2024_all.pdf

16 18 NPI_Q4FY2403_Management Briefing_eng

https://www.nipponpapergroup.com/english/ir/NPI_Q4FY2403_Management%20Briefing_eng.pdf

17 トイレットペーパー「長尺タイプ」のみ生産に転換…在宅増影響も日本製紙“4方面のメリット”で決断 | FNNプライムオンライン

<https://www.fnn.jp/articles/-/163539?display=full>

19 20 「ネピア ネピネピ」ブランドからコンパクトで持ち運びしやすい2倍巻8ロールが2024年4月1日に新発売 | 王子ネピア株式会社のプレスリリース

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000042.000061604.html>

21 【圧倒的省スペース】国内最長級のトイレットペーパー「超ロングなが〜く使える6倍巻きMAX」に待望のダブル仕様が登場。Makuakeにて先行予約販売を開始します。 | 丸富製紙株式会社のプレスリリース

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000065.000020832.html>

22 製紙メーカー各社ロング長巻きトイレットペーパーにシフトチェンジしています | ティッシュ、トイレットペーパー販売浜田紙業

<https://kaminotakuhaibin.com/archives/8114>

23 トイレットペーパー「長尺タイプ」主流に 売り場の7割占める店舗も 収納にも災害用にも…メリット尽くしのワケ | 福岡TNCニュース

<https://news.tnc.co.jp/news/articles/NID2024092722704>

27 28 今回の知的財産高等裁判所の判決と「クリネックス アクアヴェール」の技術開発について | ニュースリリース | 日本製紙グループ

<https://www.nipponpapergroup.com/news/year/2016/news161017003546.html>