

AI特許分析サービスの広告表示を 巡る係争：不競法訴訟の深層

パテント・インテグレーション対エム二案から読み解く、
生成AIマーケティングの法的リスクと実務対応

👁️ 確認できた事実 (Confirmed Fact)

💬 原告の主張 (Plaintiff's Claim)

係争の核心とビジネスへの影響 (Executive Summary)

MODULE 1: THE CORE

特許侵害ではなく 「**広告表示**」の係争

原告（パテント・インテグレーション）が被告（エムニ）の「**AI特許ロケット**」の**広告**（**99.9%削減**等）に対し、**不正競争防止法**に基づく**差止め**と**損害賠償**を請求。

MODULE 2: STATUS

情報の非対称性が 極めて高い状態

2026年9月14日の提訴直後であり、公表情報は**原告のプレスリリースに限定**。被告から公式な反論やメディア報道は未確認（9/17時点）。

MODULE 3: IMPACT

AIマーケティングの 試金石

生成AIを用いた**知財サービスの効果・コスト表示**（算定根拠の明示義務）に関する初期の司法判断となる可能性。ベンダーと導入企業の双方に**リスク管理の見直し**を迫る。

プレイヤー分析：対峙する2つのイノベーター

👁️ パテント・インテグレーション

設立: 2002年 / 未上場

代表者: 大瀬佳之（メーカー知財部出身のエンジニア弁理士）

主力: 特許検索・分析SaaS、AIアシスタント「サマリア」

特徴: 多数のAI×知財実務特許を保有。権利保護に極めて積極的。

👁️ 株式会社エムニ

設立: 2023年 / 松尾研発スタートアップ

代表者: 下野祐太（京大出、FORBES JAPAN 30 UNDER 30）

主力: 「AI特許ロケット」、製造業向けオーダーメイドAI

特徴: 大手製造業（住友電工、DENSO等）との取引実績を急拡大。



両社は企業の知財部門や弁理士を顧客とする明確な競合関係にある。

係争のトリガー：「99.9%削減」という強力な訴求



👁️ 外注時と比較して99.9%のコスト削減

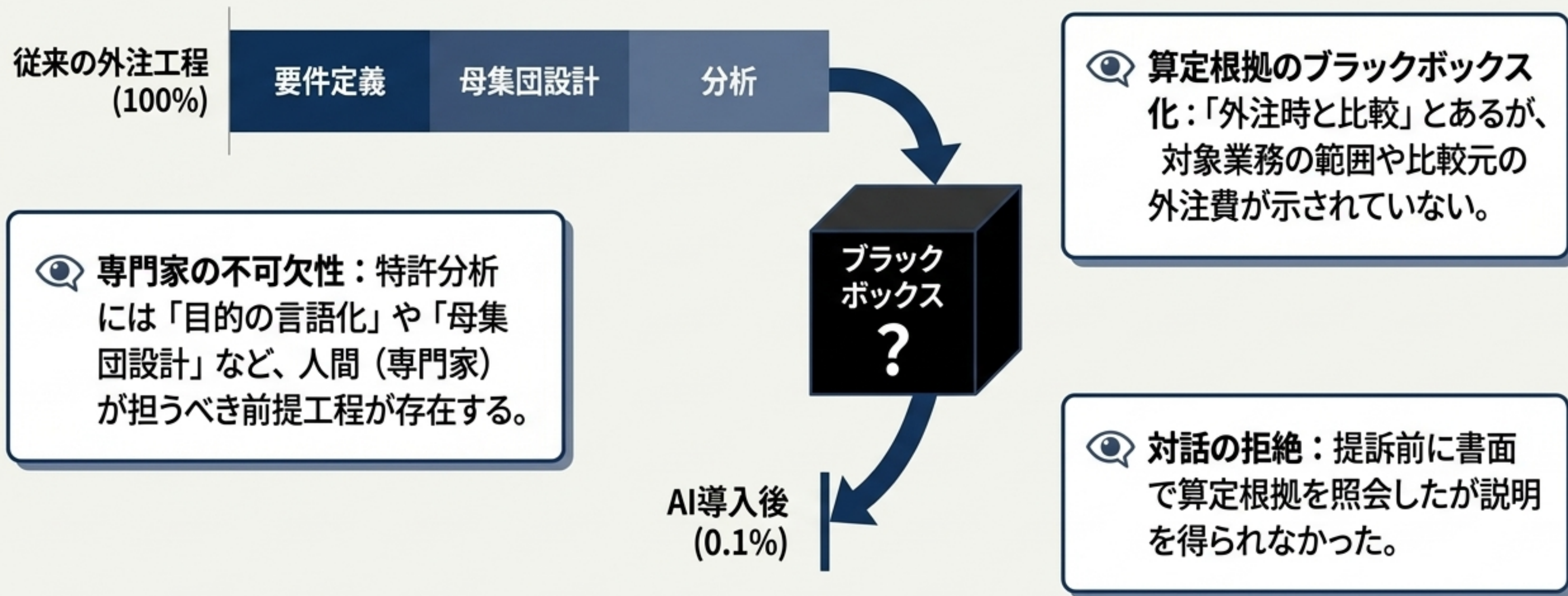
被告の正式リリース（2025年8月）以降用いられてきた中核的メッセージ。

👁️ 業界破壊の低価格



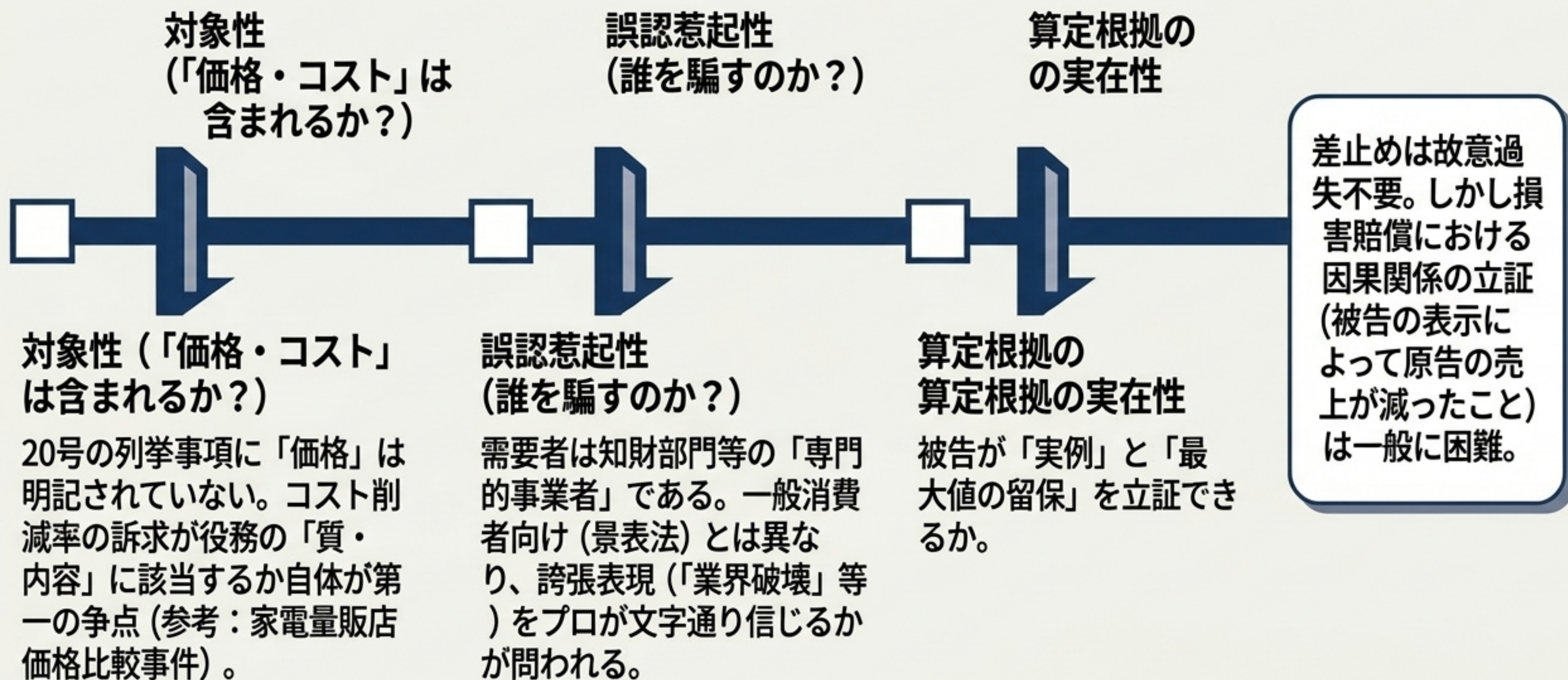
👁️ リリース本文には「『最大』99.9%削減」という上限値の留保があり、オウンドメディアでは「1000分の1削減事例」の存在に言及している。しかし、検索結果やトップページでは「99.9%削減」が独り歩きしやすい構造にあった。

原告の主張：欠落した「ベースライン」

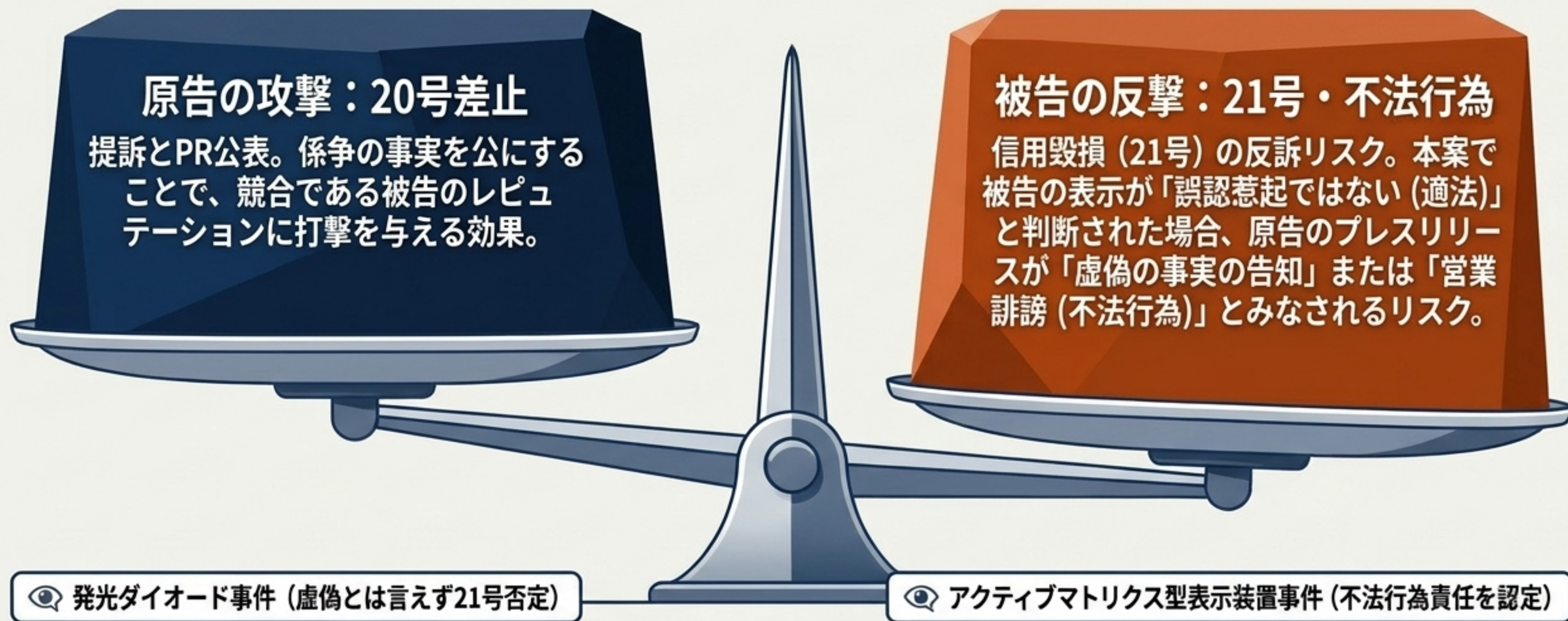


原告の懸念は「AIが専門家を不要にする」と需要者に誤認させることにある。

法的闘技場 1：不競法20号（品質等誤認惹起）の射程



法的闘技場 2：原告が背負う「ブーメラン」リスク



リリース文言が「原告の見解・主張」の域を超え、断定的な表現を含んでいるかが焦点となる。

原告の行動パターン：積極的な権利保護・広報戦略



2024年10月～12月

👁️ Patentfieldに対する
連続提訴

生成AI活用サービスに対し、
計6件の特許権侵害訴訟を提
起。都度、リリースで公表。



2026年4月

👁️ 17条決定による
終結

民事調停法17条に基づく決定
で全件終結。侵害・非侵害の
司法判断（判決）は出されず。

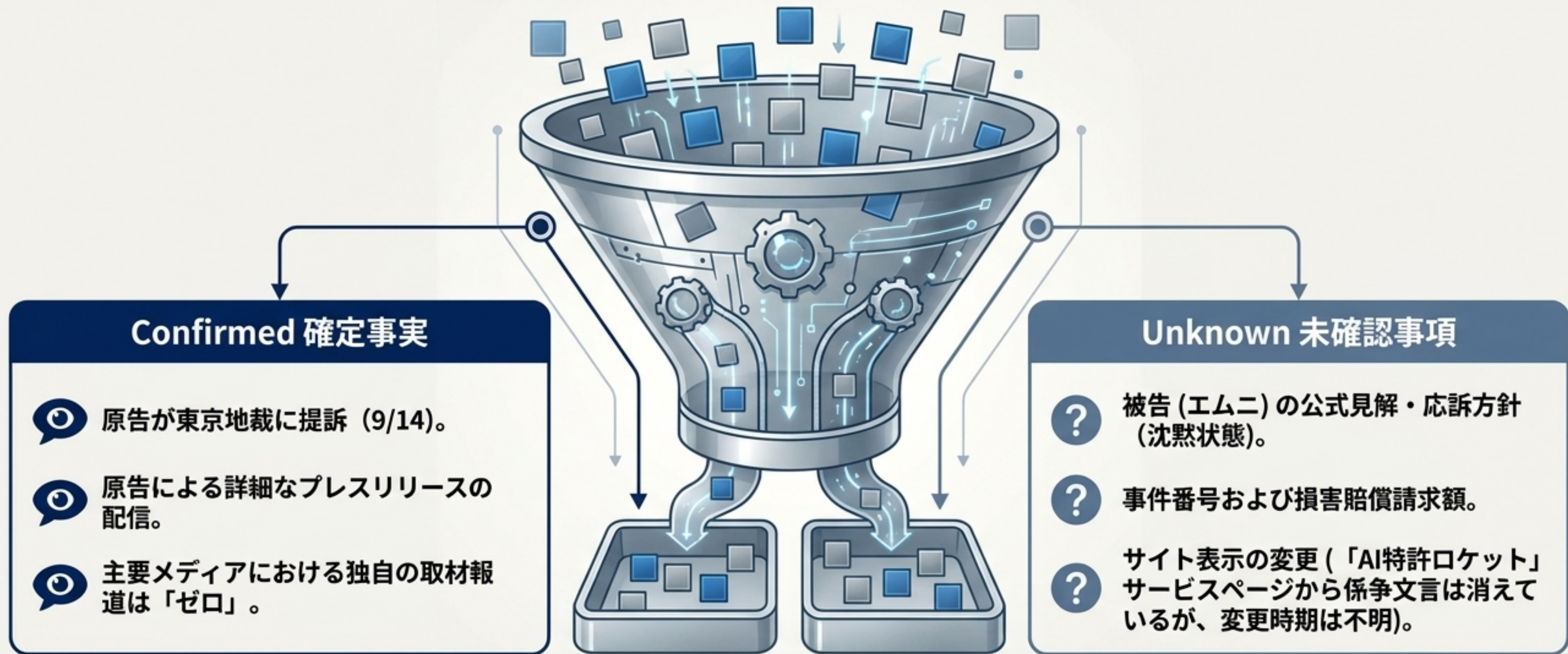
2026年9月

👁️ 本件（エム二に対す
る提訴）

特許侵害ではなく「不競法」
へと武器を変え提訴し、即座
に公表。

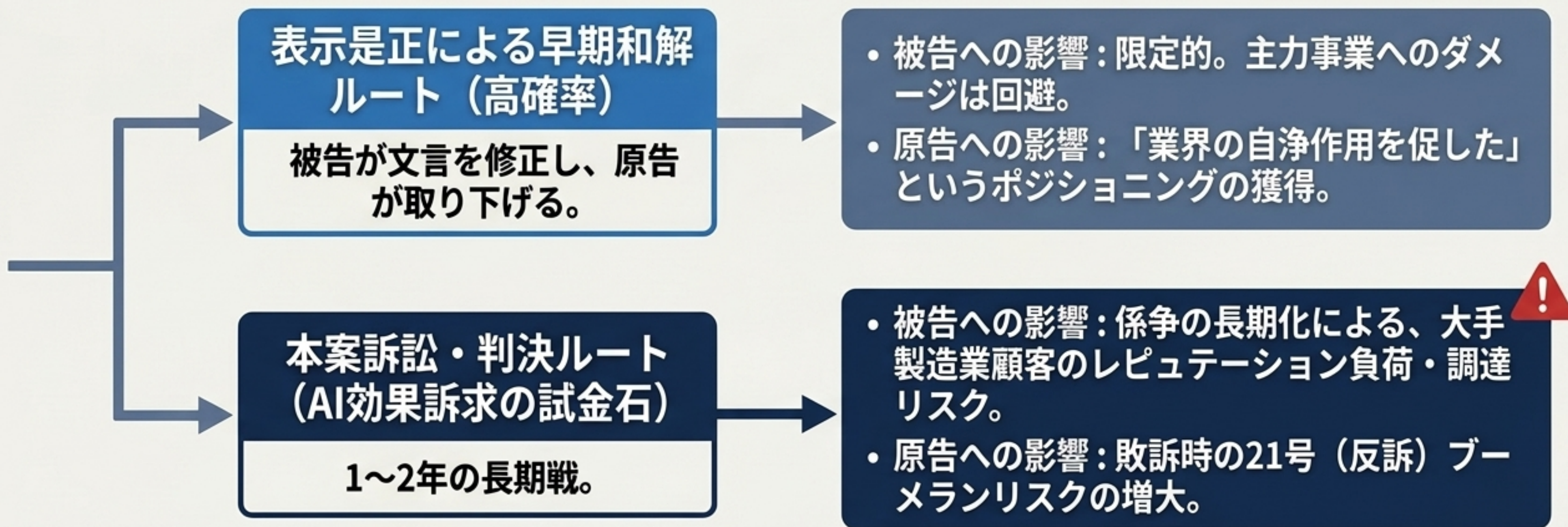
原告は自社の権利・競争秩序の保護に極めて厳格であり、
業界への牽制（広報）を法務戦略と一体化させている。

現在のステータスと情報の非対称性 (9/17時点)



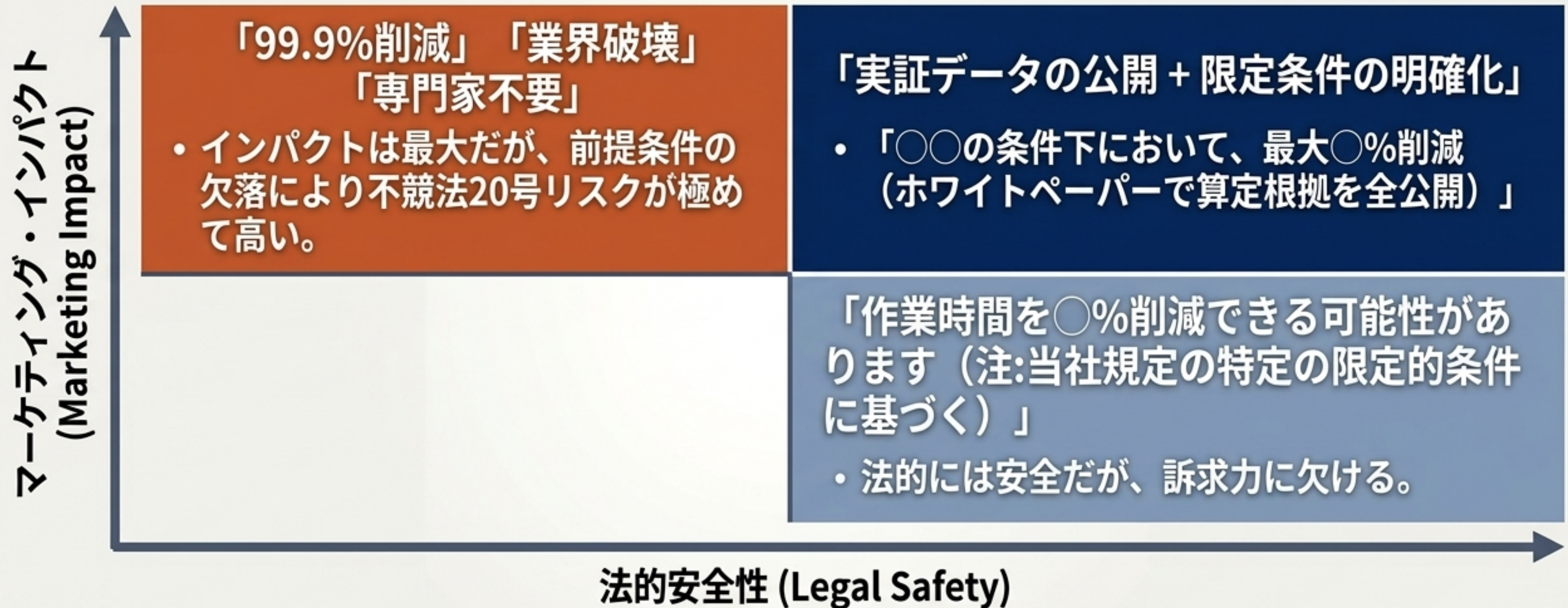
公表情報は原告の主張に極端に偏っており、被告の違法性は一切確定していない。

今後のシナリオとビジネスへの影響予測



いずれのルートでも、AIマーケティングにおける「算定根拠明示の重要性」という業界全体の教訓が残る。

統合的インサイト：AIマーケティングのジレンマ



生成AIの「魔法のような効果」を宣伝したいスタートアップの欲望に対し、法は「旧来の厳格な算定根拠」を要求している。

実務への提言 ①：企業コミュニケーションの原則

本件に関する社内共有やSNS等での情報発信におけるリスク管理。



断定と有罪推定

- 「エム二社が違法な広告を出した」
- 「不競法違反の事例として共有する」

→ リスク: まだ判決が出ておらず、第三者による信用毀損（名誉毀損）に問われる恐れ。



主張の相対化と事実の限定

- 「原告が『誤認惹起表示である』と主張して提訴した」
- 「係争中の事案として注視する」

→ リスク回避: 情報を原告の「主張」として括り、客観的な事実のみを伝達する。

実務への提言 ②:AIベンダー向けの防衛策 (Defense Checklist)

1. 「最大〇%削減」の前提条件を併記する

比較対象（従来のどの工程か）、算定前提（時給換算か、外注単価か）、サンプル条件を広告内に明確に記載する。

2. 根拠資料（エビデンス）の永続的保存

1000分の1削減を実現した「実例」のログ、算定式、クライアントの証言などの内部資料を、広告を取り下げるまで保存する。

3. 比較広告の社内審査フロー構築

「業界破壊」「最安」等の強いワーディングを使用する際、法務または外部弁護士による不競法20号のスクリーニングを義務付ける。

実務への提言 ③:AI導入企業向けのリスク管理 (Buyer Shield)



利用の継続と冷静な対応

本件は広告表示の係争であり、システム自体の特許侵害等ではない。直ちに該当サービス（AI特許ロケット等）の使用を停止する必要性は低い。

SLAと解約条項の再点検

係争に起因してベンダー側がサービスの中断や仕様変更を余儀なくされた場合に備え、データ移行条項や中途解約の条件を確認する。

性能・コスト表示の根拠要求

導入検討中のAIツール全般に対し、「謳われている削減率の算定根拠」の開示をベンダーに求め、RFP（提案依頼書）の評価項目に組み込む。

モニタリング指標と今後の注視ポイント

1. 被告の公式反応

沈黙を破り、公式な反論や21号に基づく反訴を行うか。

2. 事件情報の開示

未確認の事件番号および「損害賠償請求額」の規模。

3. 表示の修正対応

被告サイト上の旧表現（キャッシュ等含む）の完全な修正時期と公式説明。

4. 司法判断の行方

早期和解か、AI表示に関する初の判決形成か。

