

株式会社エムニ「AI 特許ロケット」不正 競争防止法訴訟に関する調査・分析報告

事実関係の整理、法的論点、そしてB2B生成AI業界へのインプリケーション

Executive Summary



事実関係 (Facts)

- ・原告（パテント・インテグレーション）が2026年9月14日に提訴を発表。
- ・訴状、証拠、算定資料は未入手（原告発表に基づく情報）。
- ・提訴の事実だけで違法性や技術的欠陥は認定できない。



争点となる表示 (The Ads)

- ・「外注時と比較して99.9%のコスト削減」「業界破壊の低価格」。
- ・2025年8月のリリース等で「最大」の表記がない箇所が実在。



法的論点 (Legal Focus)

- ・不正競争防止法2条1項20号（品質等誤認惹起行為）が主軸。
- ・価格表示だけでなく「業務代替範囲・成果の同等性」の誤認性が鍵。



今後の展望 (Outlook)

- ・現時点での勝敗や損害額の予測は不可能（評価留保）。
- ・B2B生成AIにおける「比較条件の明示」という業界標準形成の試金石に。

現時点での「確認状況」マッピング

確認済み (Confirmed)

- ✓ 提訴の事実:
原告による2026年9月15日の公表
- ✓ 問題とされた表示の存在:
2025年8月19日リリースや現行ページ画像
内の「99.9%削減」等
- ✓ 対象サービス:
エムニの「AI 特許ロケット」

未確認・評価限界 (Unconfirmed / Limits)

- 🔒 裁判記録・訴状・事件番号:
独立した確認未了
- 🔒 99.9%の内部算定資料・実測データ:
原告の「算定根拠不明」は原告の主張
- 🔒 被告の公式反論や答弁書
- 🔒 過去の全表示・更新経緯:
2026年9月7日時点の完全な保全コピーなし

結論: メディア転載や公開情報のみで、裁判所の事実認定を代替することはできない。

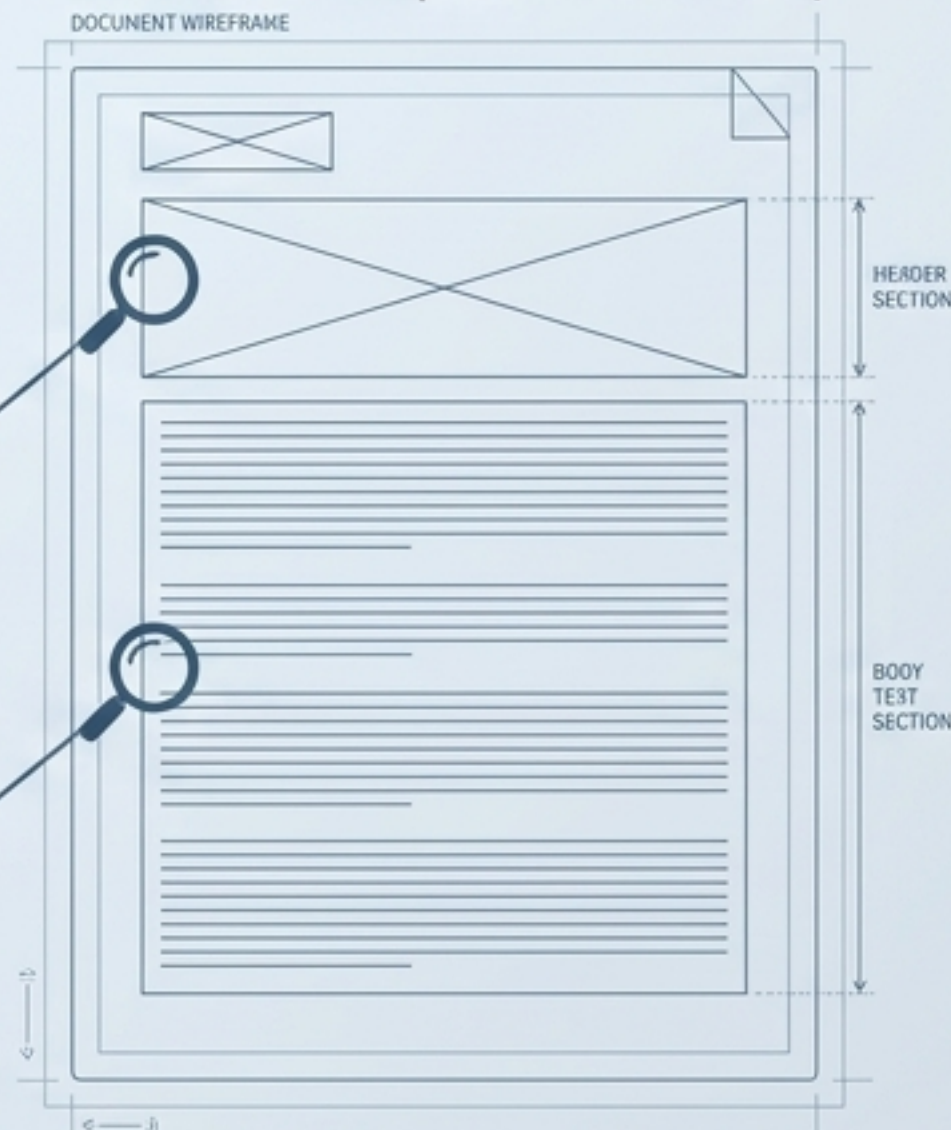
問題とされた「広告表示」の解剖

プレスリリース (PRESS RELEASE)

DOCUMENT WIREFRAME

リリース大見出し:
「99.9%削減」を訴求。
※「最大」の限定語なし。

リリース本文:
「業界破壊の低価格」
「最大99.9%のコスト削減」。
※限定語あり。



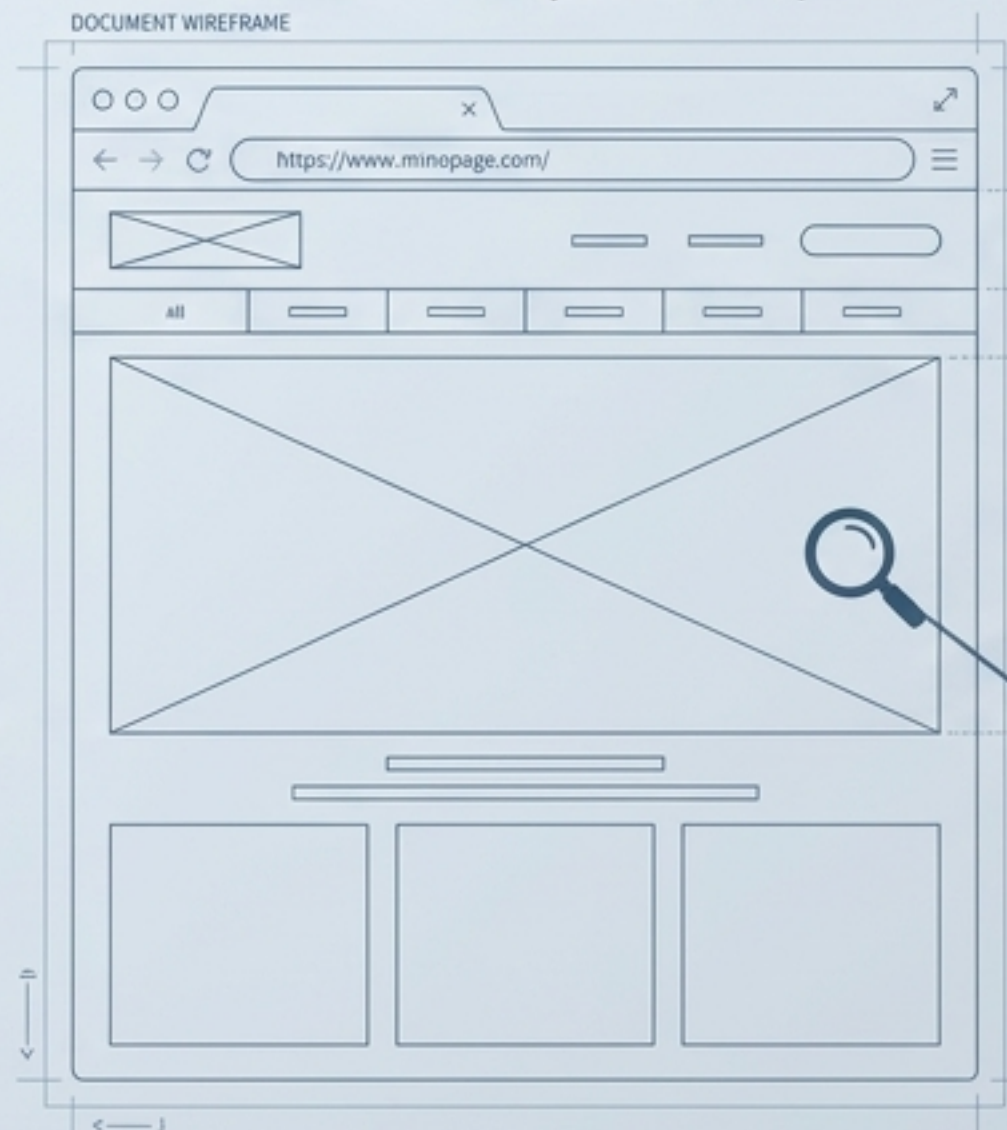
ウェブページ (WEBPAGE)

DOCUMENT WIREFRAME

HEADER SECTION

IMAGE BANNER AREA

現行ページ画像内:
「業界破壊の低価格」
「外注時と比較して99.9%のコスト削減」。
※テキスト抽出には現れないが視覚的表示として存在。「最大」表記なし。



キーインサイト：問題は「表示の不存在」ではなく、限定語（最大）の有無が掲載箇所によって混在しており、広告全体から需要者がどういう印象を受けるか（全体印象）である。

「99.9%」はどこから来るのか？

$$(A - B) \div A \times 100 = \text{削減率 (99.9\%)}$$

分母 A：比較前費用（外注時）



プロジェクト全体か？
特定の処理工程のみか？

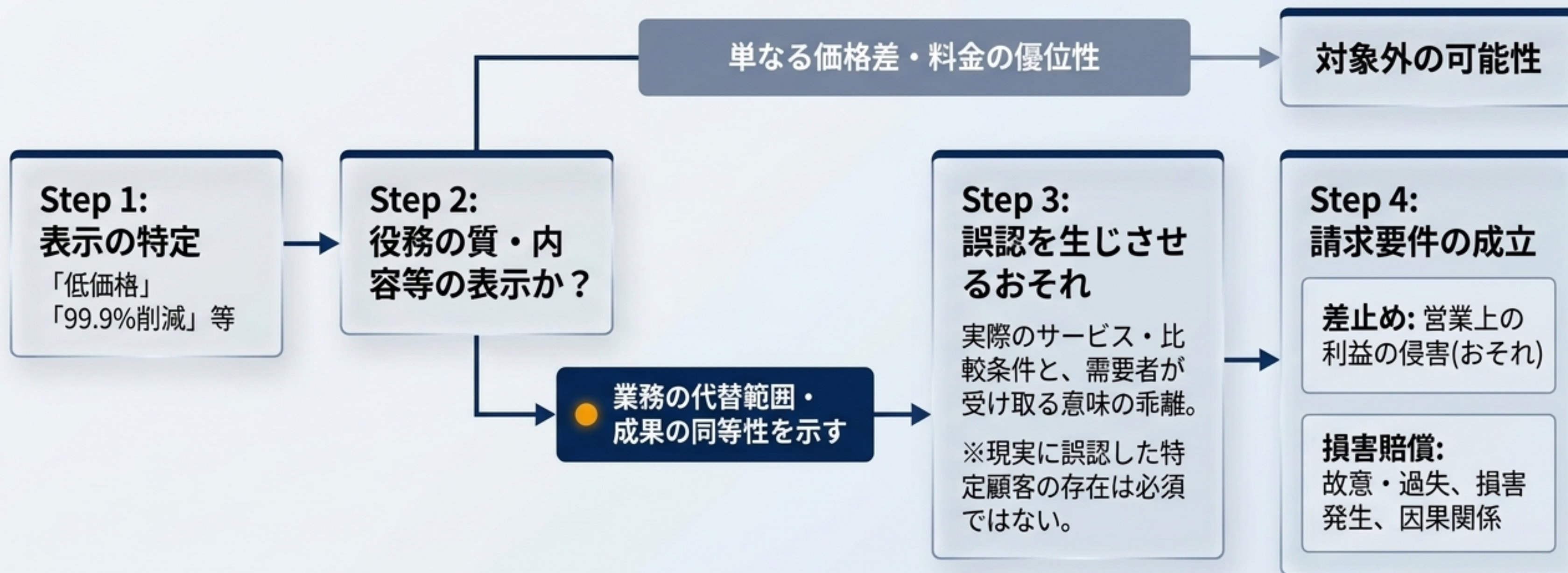
分子 B：比較後費用（AI処理後）



AIの追加処理費のみか？
人による前後処理を含む総費用か？

真の争点: 数字の大きさ自体が嘘かどうかではなく、「対象業務の範囲」と「費用配賦の前提条件」のズレが、需要者に「同じ業務を同等の品質で代替できる」と誤認させるかどうか。

法律構成のフローチャート (不正競争防止法2条1項20号)



主要な類似判例からの示唆

判例名 (Case)	主な判旨 (Key Ruling)	本件への示唆 (Implication for this Case)
ダイソンvsパナソニック事件 (知財高裁 2025年)	原告に立証責任があるが、被告が裏付け資料を出さなければ不利益を被る。	訴訟前の照会不回答だけで違法とはならない。双方の提出証拠（実証データ）の総合評価が不可欠。
キシリトールガム比較広告事件 (知財高裁 2006年)	比較実験の合理性が争われ、差止めは認容、損害賠償は否定。	「差止め」と「金銭賠償」は要件が異なり、同じ結論になるとは限らない。
生ごみ処理機事件 (知財高裁 2024年)	販売実績等の間接情報でも品質誤認を認定。損害額（5条2項）の推定と覆滅を検討。	損害額の算定は複雑であり、表示の違法性とは別の立証ハードルがある。

立証責任と裏付け資料の力学



原則	ダイソン判決の示唆	結論
不正競争の立証責任は原告（パテント・インテグレーション）にある。	「原告に立証責任がある＝被告（エムニ）は証拠を出さなくてよい」ではない。具体的な数値広告において、被告が裏付け資料を出さなければ、原告の立証が成功したと評価されるリスクがある。	競合からの事前照会に答えなかったこと（不回答）自体が直ちに違法ではなく、法廷の場で両者の実証データがどう秤にかけられるかが決着点となる。

メディア・世論の現実 (Reputation Reality Check)

⚠️ アラート: 現段階での「炎上度」や「信用毀損率」の数値化は不可能かつ不適切。

報道の実態

- ・ 検索で確認できる記事（マピオン、ライブア等）の大半は「PR TIMES等による原告発表の転載」。
- ・ 媒体が独自に広告の真偽を検証・取材した「独立した報道」とは明確に区別すべき。

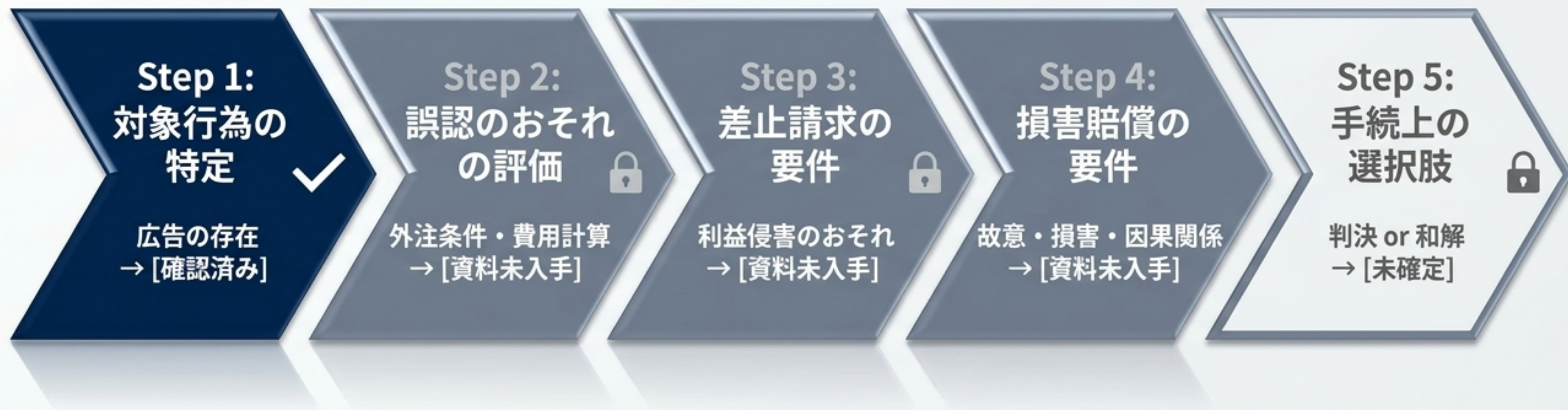
SNS・世論の評価

- ・ 転載数やスニペット上の断片的な記述だけで「批判が優勢」「業界が支持」といった総体的賛否割合を算出することは無意味。

Takeaway: 世論の反応は「判決」ではない。

独立した検証報道と当事者の一次資料が出揃うまで、外部からの風評評価は保留すべきである。

手続上の選択肢と法的評価の限界



- 和解 ≠ 違法性の自認：表示の修正や和解で決着した場合、法的な白黒が公開されないことが多い。
- 勝敗の段階評価は「留保」：内部算定資料や訴状がない現在、数値が大きいことだけで虚偽と推認できず、資料が存在し得ることだけで正確とは言えない。

本件の行方

根拠が認められるシナリオ（表示適法）

- ・ 合理的な比較資料が提出され誤認性が否定。
- ・ 影響: 本件リスクは後退するが、すべての類似広告が適法となるわけではない。

表示修正・和解シナリオ（法的判断は不明確に）

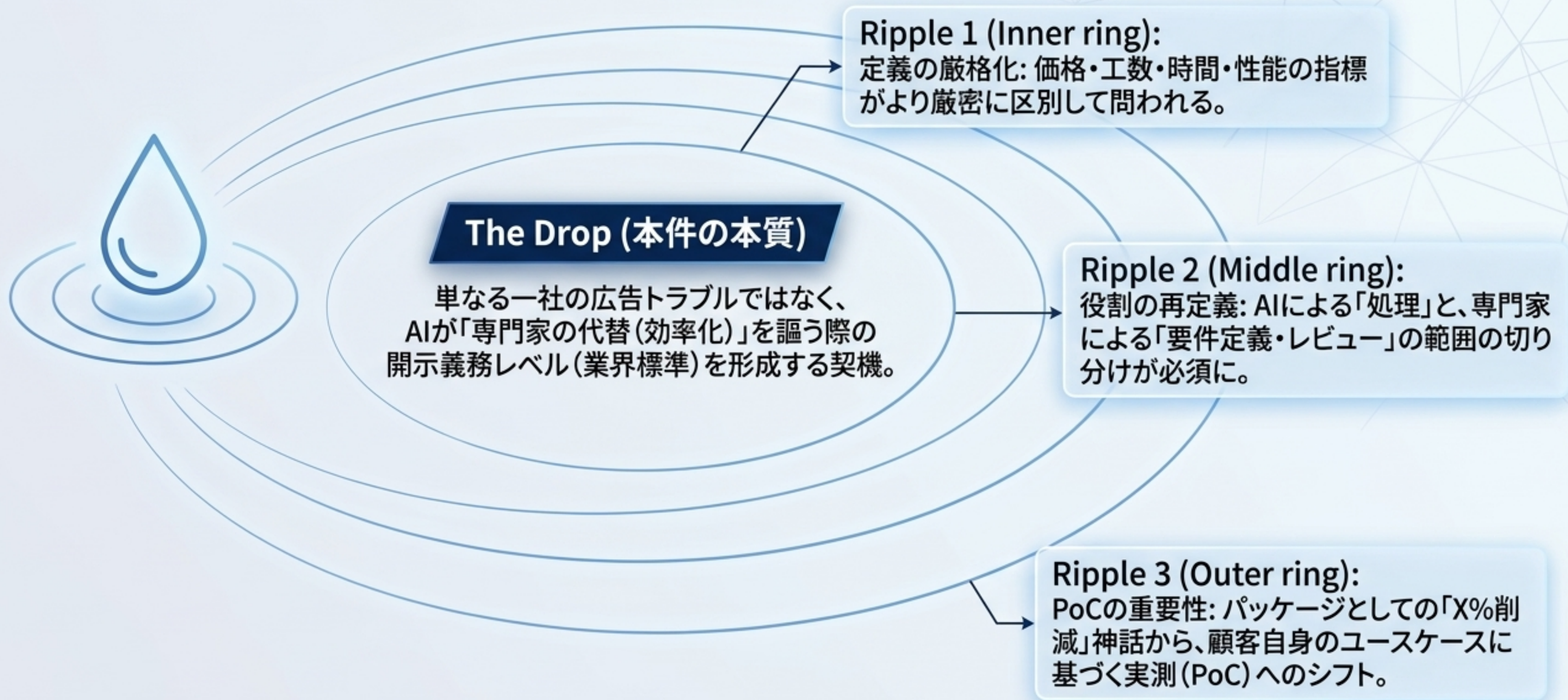
- ・ 当事者間で訴求範囲の限定や注記追加で合意。
- ・ 影響: 営業資料の調整が必要。法的解釈の業界基準はグレーなまま残る。

差止め・一部認容シナリオ（表示対応と賠償）

- ・ 20号該当性や誤認のおそれが認定される。
- ・ 影響: 認容範囲に応じた広告の撤回・修正。追加要件次第で損害賠償。

Bottom Line: どのシナリオにおいても、「AIの比較条件の明示」を求める市場からの要請は強まる。

B2B 生成AI業界への波及効果



アクション・マトリクス（当事者向け推奨対応）

ターゲット (Stakeholders)	最優先 (Highest Priority)	高 (High Priority)
経営・法務	証拠の原状保存（全広告版、CMS履歴、算定ファイル、外注相場調査、承認履歴等の保全）。	数値広告の確認手順と承認・更新 ルールの社内導入。
技術・営業	対象工程、外注料金、AI利用料、人による前後処理費用の定義を揃え、再計算可能な状態にする。	Web、動画、展示資料等に記載された数値・注記（「最大」の有無等）の 全点検。
広報・PR	「確認した事実」「相手の主張」「自社の評価」「裁判所の判断」を明確に分て発信する。提訴＝違法認定としない。	

実務チェックリスト：「根拠資料一式」に含めるべき必須項目

- ☐ 対象工程の明示: AIが代替したのは全体のどの範囲か？
- ☐ 従来費用の出典: 比較対象となる外注費・人件費の根拠は何か？
- ☐ 総費用の網羅: AI利用料だけでなく、人による前処理・後処理（レビュー）費用を含めているか？
- ☐ データの代表性: 「典型ケース」という曖昧な例示を避け、実測値（平均・中央値・最大値）とサンプル数（N数）を併記しているか？
- ☐ 測定条件の紐付け: 対象特許件数、品質条件、計測日、製品バージョンが明記されているか？



警告: 「最大Z%」を示す場合でも、その特殊な条件と、一般的なケースの分布を検証できる実データが手元に必要。

「数字の大きさ」ではなく、 「何を比較したか」と「裏付けとなる実態」が問われている。



時期尚早な判断を避ける

未確認の一次証拠（訴状や内部算定資料）が揃う前の総括的な法的評価や信用毀損は控えるべき。



技術評価の独立

本件を単なるネガティブニュースとして消費せず、広告表示の争いとAIツール自体の有用性を切り離すこと。



業界への提言

自社のユースケースにおけるPoC（実証実験）と、客観的・再現可能な指標に基づく技術評価を、B2B生成AI業界の新たなスタンダードとする契機とせよ。