

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・分析報告書

修正版 | 調査基準日：2026 年 9 月 17 日

GPT-6 Astra

Executive Summary (要約)

本報告は、パテント・インテグレーション株式会社が株式会社エムニの「AI 特許ロケット」の広告表示について提訴したとする公表資料を基礎に、事実関係、法的論点、評判及び今後の影響を整理したものである。原告は、2026 年 9 月 14 日に東京地方裁判所へ提訴し、表示の差止めと損害賠償を求めたと、翌 15 日に発表している。提訴の確認は原告の公式発表によるものであり、裁判記録による独立確認は行っていない。[1]

訴状、証拠説明書、事件番号、請求金額、被告の答弁書及び 99.9%の算定資料は本調査では未入手である。事前照会に対する説明が得られなかったとの記述も原告の主張であり、照会書・回答書等による検証はできていない。提訴されたという事実だけから、広告の違法性又はサービスの技術的欠陥を認定することはできない。[1]

広告自体については、2025 年 8 月 19 日のエムニ公式リリースの大見出し・副見出しに「最大」のない 99.9%削減表示があり、本文の一部には「最大 99.9%」がある。また、現行サービスページの「AI 特許ロケットの強み」に掲載された画像内には、「業界破壊の低価格」「外注時と比較して 99.9%のコスト削減」と明記されている。したがって、テキスト抽出結果だけから当該表示の不存在や削除を推認してはならない。[2-4]

法的には、不正競争防止法 2 条 1 項 20 号の対象となる役務の質・内容等の表示か、広告全体として需要者に誤認を生じさせるおそれがあるか、差止め及び損害賠償の各要件を満たすかが問題となる。同号は価格自体を列挙していないため、単なる価格比較なのか、業務の代替範囲や成果の同等性まで示す表示なのかを区別する必要がある。[5,9-12]

ダイソン対パナソニック事件の知財高裁 2025 年 2 月 19 日判決は、原告の主張立証責任を前提としつつ、具体的な試験等に基づくと受け取られる表示について、被告が裏付け資料を提出しない場合の不利益にも言及している。訴訟前の照会への不回答と、訴訟での資料不提出は同一視できない。広告の裏付けを双方の提出資料に即して評価すべきであり、原告の立証責任だけを強調する整理は不十分である。[9]

現段階では、勝訴可能性の段階評価、損害賠償額の予測、SNS の賛否割合は付さない。メディア転載や検索スニペットの存在は、独立した検証や業界の支持・批判を示すものではない。今後の企業・業界への影響は、条件付きシナリオとして検討する。[13,14]

現時点の確認状況

項目	確認結果・評価の限界
訴訟提起	原告は 2026 年 9 月 14 日に東京地裁へ提訴したと発表。裁判記録による独立確認は未実施。[1]
問題とされた表示	原告は「外注時と比較して 99.9%のコスト削減」「業界破壊の低価格」を特定。現行ページの画像内にも同趣旨の表示を確認。[1,3,4]
訴状・事件番号・請求額	公表資料に記載なし、又は本調査では未入手・未確認。「未指定」とは扱わない。
検討する法律構成	2 条 1 項 20 号を中心に検討するが、訴状上の正式な請求原因は未確認。[1,5]
差止め・損害賠償の見通し	いずれも評価留保。表示の意味、実態、営業上の利益への影響及び各請求の要件を個別に確認する。
評判・世論	全体の傾向を評価する資料が不足。転載数や本文未確認の投稿を用いた賛否の数値化は行わない。
上場株価への直接影響	参照した PR TIMES の会社概要では両社とも未上場。市場株価ではなく、取引・資金調達等への影響を検討対象とする。[1,2]

事実関係と一次資料の整理

公表されている訴訟の説明は、原告による対外発表である。「算定根拠が不明である」「説明を得られなかった」といった主張と、裁判所が認定した事実とを区別する。本報告では、以下の当事者呼称も原告発表に従う。[1]

項目	公表資料で確認できる内容	留意点
原告	パテント・インテグレーション株式会社。代表者：大瀬佳之。[1]	原告自身による発表。
被告	株式会社エムニ。代表者：下野祐太。[1,2]	本件への被告の公式反論は本調査では未確認。
対象サービス	AI 特許ロケット。2025 年 8 月 19 日に正式リリースを公表。[2]	正式リリース日と開発・試験開始日は区別する。
提訴・公表	提訴日：2026 年 9 月 14 日。公表日：同 15 日 10 時。[1]	提訴日の情報源は原告発表。
裁判所・請求	東京地方裁判所。対象表示の差止め及び損害賠償。[1]	担当部、請求額、事件番号は未確認。

事実関係と一次資料の整理（続き）

広告表示は「時期」だけでなく「掲載箇所」ごとに確認する

確認対象	実際に確認した表示	判断上の注意
2025 年 8 月 19 日 正式リリースの見出し	大見出し・副見出しでは 99.9%削減を訴求し、「最大」の限定は付いていない。[2]	2025 年の広告全体が最大値に限定されていたとはいえない。
同リリースの本文	「業界破壊の低価格」の項目に「最大 99.9%のコスト削減」。別の項目でも分析・可視化の時間及び費用について「最大 99.9%」と記載。[2]	限定語の位置・視認性と、見出し等を含む全体の印象を検討する。
現行サービスページ 掲載画像	「AI 特許ロケットの強み」の画像内に「業界破壊の低価格」「外注時と比較して 99.9%のコスト削減」。当該部分に「最大」はない。[3,4]	画像内の文字も広告表示である。本文抽出に現れないことは不存在を意味しない。
2026 年 9 月 7 日時点 の広告全体	原告 PR に対象文言の引用があるが、当時のページ全体の保全コピーは未入手。[1]	現行ページから過去の全表示・注記・更新経緯までは確定できない。

以上から確認できるのは、99.9%削減という数値がエムニ自身の広告に用いられていること、及び「最大」付きと「最大」なしの表示が掲載箇所によって併存することである。数値の算定が正確であること、広告全体が十分に限定されていること、あるいは訴訟を受けて表示を変更したことまでが確認されたわけではない。[2-4]

原告は、目的の言語化、要件定義、母集団設計等の工程を踏まえ、外注との比較には対象業務と算定前提の明示が必要であると主張する。また、事前に書面で照会したものの説明が得られなかったと述べる。ただし、照会書、回答書、メール等は未入手であり、やり取りの内容を独立に検証できていない。[1]

サービスページに掲載された企業ロゴについては、エムニ自身が本サービスではなく受託開発で取引した企業も含むと注記している。ロゴ掲載企業を一律に AI 特許ロケットの利用企業、又は本訴訟の影響を受けた取引先と扱うことはできない。[3]

未確認事項の扱い

訴状・証拠説明書、事件番号、請求金額、正式な請求原因、担当部、仮処分申立ての有無、被告の答弁・反論及び内部算定資料は、本調査では未確認又は未入手である。公開資料に記載がないことは、訴訟上それらが定まっていないことや、資料が存在しないことを意味しない。

訴訟記録の入手と公開範囲

追加調査では、まず原告又は代理人に事件番号と訴状の任意開示を照会する方法が考えられる。裁判所の記録閲覧を利用する場合には、事件番号、担当部、記録の保管先、記録が電子か紙か、閲覧制限の有無を確認する。原告からの任意開示と裁判所での閲覧は別の入手経路であり、いずれも取得できるとは限らない。[6-8]

確認点	東京地裁の案内に基づく整理
電子化の対象	2026 年 5 月 21 日以降に新たに提起される民事訴訟等について、事件記録の電子化が案内されている。本件も原告発表上の提訴日は同日以降であるが、具体的な記録の取扱い担当窓口を確認する。[1,6]
第三者の閲覧手数料	通常の第三者による閲覧は 1 件 150 円。電子記録の手数料納付は電子納付 (Pay-easy) の案内に従う。[6,7]
mits と遠隔閲覧	mits による申請が可能であることと、すべての第三者が自己の端末から閲覧できることは同義ではない。一般の第三者は裁判所設置端末での閲覧が基本となる。[6,7]
複写・自己端末の利用	当事者・代理人・法律上の利害関係のある第三者等については、所定の要件・許可に応じて自己端末からの閲覧・複写が可能。一般の第三者に当然に同じ権限があるわけではない。[6,7]
担当庁舎の確認	引用した案内は霞が関庁舎の対象とし、中目黒庁舎のビジネス・コートは別途問い合わせるよう示されている。本件の担当部・窓口を推測で決めない。[6]
営業秘密等の保護	記録の一部に閲覧等制限が設けられる場合がある。算定資料が裁判所に提出されても、その全内容が一般に公開されるとは限らない。[8]

法的評価と類似判例

公表 PR は「不正競争防止法」とするのみで、請求原因の具体的条項を記載していない。以下では、公表された広告表示の問題から、同法 2 条 1 項 20 号（品質等誤認惹起行為）を中心に検討する。これは本報告の分析上の法律構成であり、訴状記載内容を確認したものではない。[1,5]

同号は、役務又はその広告等における、役務の質・内容・用途・数量について誤認させるような表示等を対象とする。差止めは 3 条、故意・過失による損害賠償は 4 条が問題となる。損害額の推定は、5 条の各項の適用範囲・要件を個別に確認する必要がある、すべての推定規定を本件に当然に適用できるわけではない。[5,9,11]

法的評価と類似判例（続き）

価格表示と役務の質・内容との関係

2 条 1 項 20 号には「価格」「料金」「取引条件」そのものは列挙されていない。このため、「低価格」という料金の優位性を述べただけなのか、同じ業務をどこまで代替できるか、同等の成果をどの費用で得られるかという役務の内容・性能も示しているのかが重要になる。価格であれば常に対象外、又は選択に影響する情報であれば常に対象内、という一律の整理は避けるべきである。[5,10]

裁判例・参照範囲	判断の要点	本件への示唆・限界
ベルギーダイヤモンド事件 東京高裁 1978 年 5 月 23 日 昭和 52 年（う）第 522 号	旧法下の刑事事件。市場価格等の表示を広告全体の品質・内容表示として捉えた事例として紹介されている。[10]	価格表示でも全体の文脈をみる必要がある。ただし旧法・刑事事件であり、本件へ直接当てはめない。
「ヤマダさんより安くしております」事件 前橋地裁 2004 年 5 月 7 日 平成 14 年（ワ）第 565 号	同一商品の単純な販売価格の比較について、商品の内容の誤認表示該当性を否定した一審判断が紹介されている。[10]	単なる価格差と品質・内容表示の区別に関連。本稿は文献所収の一審判断を参照し、控訴審の判断内容・確定状況は独立確認していない。
ハッ橋事件 大阪高裁 2021 年 3 月 11 日 令和 2 年（ネ）第 1568 号	創業年等の間接的情報を品質等の表示として扱うには、需要者の認識と商品選択上の意味を検討する必要があると整理される。[10]	広告に含まれる周辺情報が、当然に質・内容の表示となるわけではない。

上記 3 事件の整理は、足立勝の研究論文が紹介・検討する判決内容に基づく。原判決全文を直接確認した事例とは区別する。価格比較事件には東京高裁 2004 年 10 月 19 日・平成 16 年（ネ）第 3324 号の控訴審が文献上挙げられているため、一審判断がそのまま確定したと断定しない。[10]

現実の誤認と、誤認を生じさせるおそれ

品質等誤認表示の検討では、表示が需要者に誤認を生じさせるおそれを有するかが問題となる。現実には誤認した特定の顧客の存在を、常に独立の成立要件として要求する説明は適切ではない。他方、損害賠償を求める場合の損害発生や因果関係は別途問題となる。広告の受け止め方と損害の立証を混同しない。[5,9,10]

比較広告・立証責任に関係する裁判例

裁判例	確認できる判断・経過	本件での検討課題
キシリトールガム比較広告事件 知財高裁 2006 年 10 月 18 日 平成 17 年（ネ）第 10059 号	比較実験の合理性・再現性等が争われ、比較広告の使用差止めが認められた一方、損害賠償等は認められなかった。掲載解説に引用された判決内容を参照する。[12]	比較対象、実験結果の信頼性、訴訟での検証対応を区別して確認する。差止めと金銭賠償は同じ結論とは限らない。
ダイソン対パナソニック事件 東京地裁 2023 年 4 月 27 日 令和 4 年（ワ）第 14148 号 ／知財高裁 2025 年 2 月 19 日 令和 5 年（ネ）第 10061 号	「髪へのうるおい 1.9 倍」「水分発生量 18 倍」等に関する争い。控訴審は控訴を棄却。原告の主張立証責任と、被告の裏付け資料提出の意味を明示した。[9]	一審のみでなく控訴審を参照する。広告主の根拠資料と原告の反証を併せて評価し、照会不回答だけで勝敗を決めない。
生ごみ処理機事件 東京地裁 2023 年 11 月 10 日 令和 4 年（ワ）第 2551 号 ／知財高裁 2024 年 7 月 4 日 令和 5 年（ネ）第 10112 号	製造元・販売実績の表示につき品質誤認を認め、控訴審は損害額を減額する形で原判決を変更。5 条 2 項の適用と推定覆滅も検討した。[11]	間接的情報でも品質表示になり得るが、事案依存。損害額の推定とその覆滅は、表示の違法性とは別の検討事項となる。

ダイソン控訴審判決を踏まえた整理

知財高裁は、品質誤認表示であることの主張立証責任は原告にあるとした。その上で、具体的な試験等に基づくと需要者に認識される表示について、被告が裏付け資料を提出しなければ、原告の主張立証が成功したと評価される余地があると述べている。本件では被告から実験結果報告書等が提出されたため、原告の検証試験と併せて判断した。[9 : 42 頁]

したがって、「原告に立証責任がある」ことは「被告は裏付けを示さなくてよい」ことを意味しない。他方、競合他社から訴訟前に照会された時点の不回答だけで、同号違反が自動的に成立するものでもない。両者を区別したうえで、実際の表示の意味と提出証拠を検討する必要がある。[9]

なお、同判決の数値の厳密性に関する説明は、毛髪への効果、測定の性質、個人差の注記等を踏まえた事案固有の判断である。これを、B2B の費用削減率の不正確さ一般が許容されるというルールに読み替えてはならない。[9 : 43 頁]

本件の主要争点と必要な証拠

1. 「99.9%」の分母・分子と比較範囲

削減率は、比較前費用を A、比較後費用を B とすれば、 $(A-B) \div A \times 100$ で表せる。例えば 100 万円と 1,000 円なら数学上は 99.9%になるが、これは**計算方法を示す仮定例であり、両社の価格・実績を示すものではない**。プロジェクト全体の外注費と、AI の追加処理費だけを比較するなど、範囲や費用配賦が異なれば、同じ数字でも需要者に与える意味は異なる。

原告が問題にしているのは、どの業務をどの範囲で外注した場合との比較かという前提である。分析・可視化工程のみの比較と、要件定義、検索母集団設計、レビュー及び報告を含む全体比較を分け、広告がいずれを示すと理解されるか検討する。[1-4]

2. 「最大」の位置と広告全体の印象

2025 年のリリース内でも、見出しと本文で限定語の有無が異なる。最大値が実際に得られることの検証と、広告を見る需要者にその限定が十分伝わるかの検討は別である。見出し、画像、本文、脚注の位置・大きさ、対象読者、表示端末等を含めて確認し、2026 年 9 月 7 日時点の表示態様は別途証拠化する。[1-4]

3. 説明不足と、根拠資料の有無・提出を区別する

公開広告で算式が説明されていないこと、広告主の内部に合理的な根拠がないこと、訴訟で根拠資料が提出されないことは異なる。広告当時の実態を示す資料の保存は重要だが、報告書や社内承認書の日付だけをもって、実質的な試験・検証が存在しなかったと決めつけるべきではない。測定日、原データ作成日、集計日、承認日を区別し、後日作成資料の証明力も内容に即して検討する。[9]

4. 「業界破壊の低価格」を単独で評価しない

「業界破壊」は修辭的な表現と解される余地があり、「低価格」は料金の評価とも読める。ただし、99.9%という具体的数値と一体で示されているため、単語だけを取り出して適法・違法を決めるのではなく、表示全体が何を伝えるかを検討する。これは本報告の分析であり、本件についての裁判所判断ではない。[3-5,9]

5. 差止めと損害賠償を分ける

差止めには、不正競争による営業上の利益の侵害又は侵害のおそれ等が問題となる。損害賠償には、さらに故意・過失、損害、因果関係及び金額の検討が必要である。ただし「特定顧客の失注を直接立証できなければ賠償は認められない」と一律にいうこともできない。5 条 2 項等の適用可能性と推定覆滅を含め、実際の競争関係・市場・取引資料を検討する。[5,11,12]

判断手順と評価を留保する事項

次表は、法律上の検討を整理するための手順である。**根拠資料の有無だけを分岐点として、請求棄却又は差止め・損害賠償へ直結させるものではない。**資料の内容は複数の論点で証拠となり、各請求の成立要件は別に確認する。[5,9,11]

検討段階	確認する事項	主な証拠・留意点
① 対象行為・表示事項	問題となる表示を特定し、2 条 1 項 20 号の対象となる質・内容等の表示かを検討する。	当時のページ全体、画像、見出し・注記、広告の対象読者。
② 誤認のおそれ	需要者が受け取る意味と、実際のサービス・比較条件との関係性を評価する。	外注条件、対象工程、費用計算、成果物、検証方法、双方の提出資料。
③ 差止請求	不正競争による営業上の利益の侵害又は侵害のおそれ等を検討する。	市場・顧客の重なり、表示の継続・再開可能性、請求する差止範囲。
④ 損害賠償請求	故意・過失、損害発生、因果関係、損害額を別途検討する。	取引・利益資料、5 条の適用要件、表示以外の販売要因、推定覆滅。
⑤ 手続上の選択肢	判決、和解、表示の変更・補足等を区別する。	和解は勝敗の確定ではない。表示変更も過去の違法性の自認とは限らない。

現段階では勝敗の段階評価を付さない

論点	確認状況	今後必要となる確認
広告の存在・表現	現行ページの画像と 2025 年公式リリースで確認。[2-4]	対象時点の完全な広告記録と変更履歴。
99.9%の実証可能性	内部算定資料は未入手。	対象工程、料金、数量、品質水準、費用配賦、実測データ。
20 号の質・内容該当性	本報告で法的論点を整理。	訴状の構成、広告全体、需要者の理解。
営業上の利益・損害	訴状・取引資料・請求金額は未入手。	競争関係、広告の影響、故意・過失、利益・損害資料。

数値が大きいことだけから虚偽を推認することも、算定資料が存在し得るという可能性だけから正確性を認めることもできない。現時点の結論は、争点は整理できるが、勝敗・賠償額の具体的な予測に足りる一次証拠は得られていない、というものである。

評判・世論・メディア分析

観測期間は、原告の公表日である 2026 年 9 月 15 日から本報告基準日の 17 日までである。公開 Web 検索では「株式会社エムニに対する不正競争防止法に基づく訴訟提起」「AI 特許ロケット 訴訟」「エムニ 99.9%」「パテント・インテグレーション」等の語を組み合わせ確認した。非公開投稿、未収録・削除投稿等は含まれず、全体を網羅する調査ではない。[1]

報道・転載と独立した検証を区別する

個別に特定できる掲載例として、マピオン及びライブドアの PR TIMES 配信ページがある。これらは原告発表の掲載・配信であり、当該ページの存在自体を、媒体が広告の真偽を独立に検証した証拠又は原告の主張を支持した証拠として数えることはできない。[13,14]

元の報告書にあった「確認した 8 件のうち 7 件が転載、1 件が再構成」という集計は、個別対象と分類根拠の対応を十分に示せないため、本修正版の検証済み集計としては採用しない。また、独立した記事を本調査で確認できないことと、独立報道が存在しないことも区別する。

SNS の賛否割合は算出しない

元の報告書の「4 投稿・中立 100%」は、検索スニペットで確認できる範囲の記述に依存していた。本文全体を確認できていない投稿について、評価的コメントが見えないことをもって「中立」と分類することはできない。個別投稿、本文、確認日時、分類基準が追跡できる資料が不足しているため、当該集計と図を削除した。

現段階では、エムニへの批判が優勢である、原告への支持が広がっている、業界全体が様子を見ている、といった総体的評価を裏付ける資料はない。企業信用の毀損率や炎上度の数値化も行わない。今後の評価には、転載を除いた独立取材、両社の見解、本文確認済みの投稿を区別した調査が必要となる。

企業・業界への短期・中長期影響

以下は、実際に生じた損失・信用低下の認定ではなく、確認された広告表示と公表内容を踏まえた条件付きの影響分析である。参照した会社概要では両社とも未上場とされており、自社の上場市場株価の騰落ではなく、顧客の導入判断、営業上の説明負担、取引審査、資金調達時の評価等を検討対象とする。[1,2]

エムニについては、顧客から比較対象、品質同等性、人の作業範囲、最大値か通常値かといった追加説明を求められる可能性がある。一方、根拠と限定条件を適切に説明できれば、広告表現の精緻化と期待値の調整につながることも考えられる。いずれも、本調査で受注減や信用低下が確認されたという意味ではない。

企業・業界への短期・中長期影響（続き）

原告は、AI を専門家の代替ではなく専門性を支援するものと位置づけ、特許情報分析の工程・品質設計を重視すると公表している。[1] 本件が専門工程と AI による効率化の役割分担を考える契機となり得る、というのは本報告の分析である。原告の事業上の動機や、他社の技術を妨げる意図があるかを推測で認定するものではない。

原告側にも、訴訟で主張を具体化する負担や広報上の説明責任がある。被告側が客観的な算定資料を示した場合や、表示が 20 号の対象に当たらないと判断された場合には、公表した問題提起と裁判結果との関係を説明する必要が生じ得る。他方、差止めや和解があっても、それだけで業界全体が原告の姿勢を支持したとはいえない。

生成 AI サービス一般への波及は、本件で実際にどの争点が審理され、どのような判断が公表されるかによる。比較母集団、対象工程、人間レビュー費用、成果物の同等性等について具体的判断が示されれば、費用・工数削減広告の検証方法を検討する際の参考になり得る。ただし、現段階で業界標準が確立した、又はすべての AI 広告に同じ開示義務が生じたとはいえない。[9,11,12]

条件別シナリオ（発生確率・優先順位は付さない）

シナリオ	訴訟・表示の条件	企業・業界への影響の考え方
根拠が認められる	広告が伝える意味に対応する合理的な比較資料が提出され、誤認性が否定される場合。	本件の請求に関するリスクは後退し得る。別の表示、別時点、他の法的構成まで当然に適法と確定するわけではない。
表示修正・和解	比較条件の注記、訴求範囲の限定等について当事者が合意する場合。	表現・営業資料の調整が必要となり得る。和解条項の公開範囲によっては法的判断が明らかにならない。
差止め又は一部認容	20 号該当性、誤認のおそれ、営業上の利益侵害等が認められる場合。	認容範囲に応じた表示対応が必要。損害賠償は故意・過失、損害等の追加検討による。事業継続への影響の大きさは未評価。
表示の射程等で棄却	当該表示が質・内容等の表示に当たらない、又は必要な要件の立証が足りない場合。	棄却理由に応じて本件の法的範囲が整理される。あらゆる価格表示が 20 号対象外になるわけではない。

表は結論の予測ではない。和解のしやすさ、賠償金額、資金調達への影響額、信用低下の程度を推計するための資料は、本調査では得られていない。

実務的示唆と推奨対応

以下は、本件の違法性や当事者の責任を前提とするものではなく、事実確認と再発予防のための提案である。数値広告は、比較条件と再計算可能な資料を対応づけ、技術・営業・法務が同じ定義で説明できるようにする。資料保存は重要な実務対応であるが、社内書式の作成時期だけが法的結論を決めるものではない。[9,11,12]

優先度・対象	推奨対応	確認する理由
最優先 エムニ法務・経営	広告の全版、画像、CMS 履歴、営業・展示資料、算定ファイル、外注相場調査、承認履歴及び往復書面を原状保存する。	当時の表示と根拠、更新履歴を再現できるようにする。
最優先 エムニ技術・営業	対象工程・件数、外注料金、AI 利用料、前後処理・レビュー費用、品質水準をそろえて再計算する。	比較範囲と費用配賦を統一し、広告の意味と対応させる。
最優先 両社広報	確認した事実、相手方の主張、自社の評価、裁判所の判断を明確に分ける。	提訴を違法認定と同一視しない。
高 エムニ	Web 本文・画像、動画、展示資料、営業資料、代理店資料の数値・注記を点検する。	2025 年リリース内にも「最大」の有無の相違がある。[2-4]
高 原告	可能な範囲で事件番号、具体的な請求構成、問題表示の全体像を示す。	第三者が主張を検証できる範囲を明確にする。秘密情報への配慮も必要。
高 両社・検証担当者	独立した専門家等による比較条件と測定方法の検証を検討する。	同等の業務・成果物を比較しているか確認する。検証の独立性も説明する。
高 顧客・取引先	対象工程、品質保証、レビュー範囲、利用条件、算定根拠を確認し、自社条件で試験導入する。	広告の争いと製品の有用性を分けて評価する。
中 投資家・金融機関	訴状・答弁書、証拠、事業への影響、契約・保険条件を確認する。	請求額や潜在損害を資料なしに仮定しない。
中 AI/SaaS 事業者	数値広告の確認手順と承認・更新ルールを導入する。	価格・工数・時間・性能の比較指標を混同しない。

「根拠資料一式」に含める内容

比較対象サービス、対象工程、従来費用の出典、AI 利用後の総費用、人による前処理・後処理費用、対象特許件数、成果物の品質条件、平均・中央値・最大値、サンプル数、計測日・製品バージョンを対応づける。最大値を示す場合も、その条件と他のケースの分布を確認できることが望ましい。これは本報告の実務提案であり、本件で各項目が法的義務と認定されたという意味ではない。

実務上の検証と総合評価

根拠のない削減率・損害額を補わない

削減率の説明では、確認していない「典型ケース 50～80%」等の数値を例示として混在させない。表記例を作る場合は「平均 X%、中央値 Y%、最大 Z%（測定条件・対象件数・費用範囲を併記）」などとし、 $X \cdot Y \cdot Z$ は実測値に置き換えるための仮の記号であることを明示する。請求金額も未確認であり、本件の損害賠償額に金額帯を設定しない。

原告側の検証では、需要者がどのようなサービス・業務範囲の比較と受け取るかを明確にし、同等条件の価格・工程・成果物との関係を具体化することが重要である。ただし、必要な資料が被告側に偏在する場合の証拠評価もあるため、原告の独自実験だけが唯一の立証方法であるとはしない。[9]

顧客側は、広告表示の訴訟を「サービスが使えない」という性能評価と混同せず、自社のユースケースで試験導入（PoC）を行い、従来の外注費・社内工数、AI 利用料、確認・修正作業、成果物の適合性を測ることが有用である。これは導入判断のための提案であり、AI 特許ロケットの効果を独立検証した結果ではない。

総合評価

本件の中心は、99.9%という数字の大きさ自体ではなく、何を比較した表示であり、その意味を実態が裏付けているかである。①20 号の質・内容等の表示への該当性、②全体の印象と誤認のおそれ、③営業上の利益への影響、④損害賠償の追加要件を分けて検討する必要がある。[5,9-12]

修正後の事実整理では、現行サービスページの画像内に問題とされた文言が存在すること、2025 年の広告にも「最大」なしの見出しがあることを確認した。他方、2026 年 9 月 7 日の広告全体、内部算定資料、当事者間の往復書面及び訴状・答弁書は未確認であり、当時の全体像や広告の適法性までは確定できない。[1-4]

法的評価では、ダイソン控訴審を踏まえ、原告の主張立証責任と被告の裏付け資料提出の意味を併せて整理した。価格表示に関する過去の事例も参考になるが、広告の文脈、商品・役務、適用法及び請求の違いを無視して、いずれかの当事者の勝訴へ直結させることはできない。[9,10]

評判についても、転載記事や本文未確認の SNS 投稿から賛否や信用毀損の程度を判断する根拠は不足している。将来、算定根拠・比較条件について具体的な裁判所判断が公表されれば、B2B 生成 AI の広告実務に参考となる可能性があるが、それは現時点で成立した評価ではない。[13,14]

今後の分析に必要な未入手資料

訴状、証拠説明書、事件番号・担当部・請求金額、2026 年 9 月 7 日時点の広告全体、各広告の改訂履歴、事前照会書・回答書、被告答弁書、99.9%の原データ・算定表・検証条件。入手できた範囲とできなかった範囲を明示し、営業秘密等に関する閲覧制限にも留意して更新する。[6-8]

参考資料・主要出典

本文の [番号] に対応する。公開資料の確認基準日は 2026 年 9 月 17 日。事実確認に用いた当事者資料、裁判所の原資料、研究論文・判例解説、配信記事を区別した。特定の投稿・記事に到達できないトップページリンクや、重複した出典一覧は採用していない。

一次資料・当事者資料・手続案内

[1] パテント・インテグレーション株式会社「株式会社エムニに対する不正競争防止法に基づく訴訟提起に関するお知らせ」PR TIMES、2026 年 9 月 15 日 10 時。

原告の当事者発表。提訴・対象表示・請求・照会経緯等の出典であり、裁判所による認定ではない。

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000030.000086119.html>

[2] 株式会社エムニ「【京大/松尾開発スタートアップエムニ】知財調査のコストを生成 AI で 99.9%削減！誰もが知財情報に基づいた意思決定が可能になる『AI 特許ロケット』を正式リリース」PR TIMES、2025 年 8 月 19 日 10 時 30 分。

大見出し・副見出しと本文 3-2、3-4 の限定語の違いを確認。広告の数値の正確性を第三者が検証した資料ではない。

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000018.000134983.html>

[3] 株式会社エムニ「AI 特許ロケット」専用サービスページ。

現行の広告・サービス説明及び企業ロゴの注記を確認。2026 年 9 月 7 日の保全コピーではない。

<https://www.emuniinc.jp/service/ai-patent>

[4] 株式会社エムニ「AI 特許ロケットの強み」掲載画像 (section3_mobile.webp)。

画像中央の「業界破壊の低価格」「外注時と比較して 99.9%のコスト削減」を画像表示で確認。

https://www.emuniinc.jp/images/service/ai-patent/section3_mobile.webp

[5] e-Gov 法令検索「不正競争防止法（平成 5 年法律第 47 号）」。

法令の公式参照先。本文の 2 条 1 項 20 号、3 条、4 条、5 条に関する検討は、以下の判決・研究文献も参照。

<https://laws.e-gov.go.jp/law/405AC0000000047>

[6] 東京地方裁判所「民事事件記録の閲覧・謄写の御案内」。

2026 年 5 月 21 日以降の電子化、手数料、申請・複写、庁舎ごとの問合せ先を確認。

https://www.courts.go.jp/tokyo/saiban/minji_kiroku/index.html

[7] 東京地方裁判所「電磁的記録閲覧について」（上記案内に掲載された 1 頁 PDF）。

mints による申請、裁判所端末と自己端末の利用範囲、電子納付等を確認。

<https://www.courts.go.jp/tokyo/vc-files/tokyo/電磁的記録閲覧について.pdf>

[8] 東京地方裁判所「閲覧制限等の申立てについて」。

訴訟記録の閲覧等制限に関する裁判所の案内。

https://www.courts.go.jp/tokyo/saiban/minzi_section29_40_46_47/eturanseigenn/index.html

参考資料・主要出典（続き）

裁判例・研究文献・判例解説

[9] 知的財産高等裁判所 2025 年 2 月 19 日判決、令和 5 年（ネ）第 10061 号、不正競争行為差止請求控訴事件（ダイソン対パナソニック）。原審：東京地裁 2023 年 4 月 27 日、令和 4 年（ワ）第 14148 号。

裁判所公開の判決本文。控訴棄却。特に第 3・1（42-43 頁）の判断枠組みと、第 3・2 の実験資料に関する判断を参照。
<https://www.courts.go.jp/assets/hanrei/hanrei-pdf-93934.pdf>

[10] 足立勝「品質等誤認惹起表示の救済について—景品表示法、独占禁止法における類似規定との対比も含めて—」『パテント』76 巻 12 号（別冊 29 号）、2023 年、151-168 頁。

研究論文。ハッ橋事件、価格表示事件及び誤認性の整理を参照。ベルギーダイヤモンド事件・前橋地裁価格比較事件等の原判決全文を本稿で直接確認したものではない。
https://www.jstage.jst.go.jp/article/patentsp/76/29/76_151/_pdf/-char/en

[11] 知的財産高等裁判所 2024 年 7 月 4 日判決、令和 5 年（ネ）第 10112 号、損害賠償請求控訴事件（生ごみ処理機事件）。原審：東京地裁 2023 年 11 月 10 日、令和 4 年（ワ）第 2551 号。

判決本文の IP Force 掲載版で第 3 の判断を確認。品質誤認該当性、5 条 2 項の推定・覆滅及び原判決の変更を参照。自動処理による転載である点に留意。
<https://ipforce.jp/Hanketsu/jiken/no/14400>

[12] 大塚大「『ロッテ VS グリコ キシリトールガム比較広告』事件」駒沢公園行政書士事務所日記、2006 年 10 月 24 日。

知財高裁 2006 年 10 月 18 日・平成 17 年（ネ）第 10059 号の解説及び判決引用部分。比較実験と差止め・損害賠償の結論を確認。本稿では原判決 PDF の直接閲覧は未了。
<https://ootsuka.livedoor.biz/archives/50635048.html>

個別に特定できる配信記事

[13] マピオンニュース「株式会社エムニに対する不正競争防止法に基づく訴訟提起に関するお知らせ」。PR TIMES 提供の配信ページ。

<https://www.mapion.co.jp/news/release/000000030.000086119-all/>

[14] ライブドアニュース「株式会社エムニに対する不正競争防止法に基づく訴訟提起に関するお知らせ」。PR TIMES 提供の原文掲載ページ。

https://news.livedoor.com/pr_article/detail/32332476/

上記 [13] [14] は原告発表の配信経路を示す資料であり、広告内容の独立検証や媒体による賛否の表明として引用するものではない。