

2008年10月27日

～ インターネット上での商標保護(2008年6月10日) ～
講師：東京青山・青木・狛法律事務所/弁理士 中山 健一 氏

*本報告書は、上記研修会の内容を所内研修用に要約したものです。

吉田国際特許事務所
参加者：高山 明子
参加者：久我 貴洋

1. コンテンツにおける商標保護

[1] コンテンツでの商標使用

(1) 商標保護のニーズ(経緯)

- ・インターネットビジネスの急速な増大に伴い、インターネットを利用した商品やサービスの提供が普及してきた。
- ・ユーザーのパソコン・携帯電話の画面上に、当該商品・サービスの表示として標章が付されるようになった。
- ・これまで、商標法では有体物に付されることを念頭において規定されていたが、インターネットを介した商品流通、サービス提供及び広告等の事業活動が活発になったため、様々なインターネットに関連したトラブルや問題が生じ、当該画面上の表示についても商標の使用として保護する必要性が生ずるようになった。
- ・平成14年改正の商標法では、「商標の使用」に関して経済社会のIT化に伴い、電子出版物・プログラム等が商取引の対象となり得ることを重視して商標法上の商品と扱い、ネットワークを通じた電子情報財の流通行為が商品商標の使用行為であること、サービスマークの使用行為としてネットワークを通じたサービス提供行為であることを定義し、明確化した。

(2) 平成14年改正商標法

商標法2条3項(「使用」の定義)の改正

- ・2号「商品又は商品の包装に標章を付したものを・・・電気通信回線を通じて提供する行為」
例) インターネット上で電子出版物・電子計算機プログラムを販売する等の行為。
- ・7号「電磁的方法(電子的方法、磁気的方法その他の人の知覚によって認識することができない方法をいう。次号において同じ。)により行う映像面を介した役務の提供に当たりその映像面に標章を表示して役務を提供する行為」
例) インターネットの画面に標章を表示して、航空券やホテルの予約する等のサービスを提供する等の行為。
- ・8号「商品若しくは役務に関する広告、価格表若しくは取引書類に標章を付して展示し、若しくは頒布し、又はこれらを内容とする情報に標章を付して電磁的方法により提供する行為」
*対価は発生しないが、インターネット等を通じて商品又は役務について広告する行為。

[2] コンテンツでの商標使用に関する判例

(1) J A M J A M 事件 (名古屋地裁平成 1 2 年 (ワ) 第 3 6 6 号)

- ・原告：登録商標『Jam Jam』『Jam / Jam』
指定役務「広告，求人情報の提供」
但し、当該役務について登録商標を使用していなかった。
- ・被告：原告の登録商標と類似する標章『Jam Jam』『Jam / Jam』他について、広告及び求人情報を掲載した被告のホームページ上において使用していた。

- ・裁判所の判断：
原告が登録商標について不使用であったため原告の請求は棄却されたが、

“ 被告の使用行為は、「広告及び求人情報の役務の提供に当たり、その役務の提供を受ける者の利用に供する物」である本件ホームページに標章を付する行為に当たるから、商標法 2 条 3 項 3 号規定の「標章の使用」に該当するといふべきである。” とされた。

POINT：ホームページ上における標章の「使用」が問題となった事例。本事例は、被告が新聞社であり、「広告」を専門に扱う部局を有し、「求職情報」等を掲載していたことが決め手となり、役務の「使用」と認められた。

* 商標法 2 条 3 項 3 号

「役務の提供に当たりその提供を受ける者の利用に供する物・・・に標章を付する行為」

(2) H E I W A 事件 (東京地裁平成 1 7 年 (ワ) 第 2 4 3 7 0 号)

- ・原告：登録商標『HEIWA』
指定役務「技芸・スポーツ又は知識の教授」
- ・被告：原告の登録商標と類似する標章『Project HEIWA』を、パチンコ機、スロット機の攻略情報を提供するとの内容を掲載した被告のホームページ上において使用した。

- ・裁判所の判断：
“ 本件ウェブページによって提供される役務は、パチンコ機、スロット機の攻略情報を提供するというものであるから、パチンコ機、スロット機に係る「技芸の教授」といい得るものであり、本件商標権の指定役務である「技芸・スポーツ又は知識の教授」と類似すると認められる。”

POINT 被告の標章が「Project」と「HEIWA」とに分離観察され、商標の要部「HEIWA」部分がいずれも大文字の「HEIWA」であるから商標が類似するとされ、当該部分が原告の商品等表示として広く認識されていた背景もあり、攻略情報の提供をウェブページ上において行う被告の行為が広義の混同を生じると認められた事例。

2. メタタグにおける商標保護

[1] メタタグでの商標使用 (経緯)

(1) タグ

・あらかじめ定められた特殊な記法により、文書に付加情報を埋め込む特殊な文字列などのことをいう。

・代表的なタグには、ホームページ作成時に使われる HTML タグがある。

例) HTML タグ :

```
<head>
<title>ページのタイトル</title>
</head>
```

* 不等号 (< >) で囲まれているのが HTML タグ。

(2) メタタグ

・検索エンジンに対して情報を送るタグ、どんなページかを表現するタグのことをいう。

・メタ・キーワードタグとメタ・ディスクリプションタグがある。

A. メタ・キーワードタグ :

```
<meta name="keywords" content="キーワード(ページに関連するワード)">
```

(検索エンジンでキーワードが検索された場合、当該キーワードを含むウェブサイトが検索結果として表示される。)

B. メタ・ディスクリプションタグ :

```
<meta name="description" content="紹介文(ページの簡単な紹介)">
```

(検索結果の下のページ説明部分に表示される。)

メタタグは、インターネットの検索エンジンに自己のウェブサイトのインデックスをより正確に上位ランクにヒットさせることが出来る一方で、ブラウザ上には現れず、画面上では確認出来ないという性質を持つ。

メタタグは、ウェブサイトを作成する上で絶対に必要というものではないが、メタタグがない場合には、スパイダープログラムという機能がウェブサイトのトップページ中、始めの 250 文字を自動的に掲載するため、自己のウェブサイトの内容を表していない紹介文がリストに表示されてしまうこともある。

このメタタグの性質を利用し、インターネットユーザーが検索エンジンに競合他社の登録商標をメタタグに埋め込むことによって、自己のウェブサイトもリストに表示されるように出来、自己の商品・サービスを購入するよう需要者を誘導するような行為が出てきた。

日本ではメタタグについては、平成 17 年に商標権侵害となった判例が出たが、アメリカではメタタグについて不正競争防止法・商標法など、かなり前から裁判が多発し、問題となっていた。

日本においてもメタタグの使用を商標権侵害として、商標権を保護する必要が出て来た。

[2] メタタグでの商標使用に関する判例

* メタタグが商標権侵害となった事例としては、日本では初めて。

(1) くるまの 1 1 0 番事件 (大阪地裁平成 1 6 年 (ワ) 第 1 2 0 3 2 号)

- ・原告：登録商標『^{くるま}中古車の 1 1 0 番』^{ヒヤクトーバン} 指定役務「自動車の修理又は整備」
- ・被告：原告の登録商標と類似する標章『クルマの 1 1 0 番』を、「クルマの 1 1 0 番。輸入、排ガス、登録、車検、部品・アクセサリ販売等、クルマに関する何でも弊社にご相談下さい。」のように被告のホームページのメタタグにおいて使用した。
インターネットの検索サイトにおいて、被告のホームページの説明として、「 」内の説明が表示される（被告のホームページ上においては、「クルマの 1 1 0 番」という表示はない。）。

・裁判所の判断：

“ 一般に、事業者が、その役務に関してインターネット上にウェブサイトを開設した際のページの表示は、その役務に関する広告であるということができるから、インターネットの検索サイトにおいて表示される当該ページの説明についても、同様に、その役務に関する広告であるというべきであり、これが表示されるように html ファイルにメタタグを記載することは、役務に関する広告を内容とする情報を電磁的方法により提供する行為にあたるというべきである。 ”

“ インターネットの検索サイトにおけるページの説明文の内容と、そこからリンクされたページの内容が全く異なるものであるような場合はともかく、ページの説明文に存在する標章が、リンクされたページに表示されなかったとしても、それだけで、出所識別機能が害されないということとはできない。 ”

(2) アメリカの連邦巡回控訴裁判所において初めてメタタグによる他人の登録商標の使用が商標権侵害であると判断された判例

Brookfield Communications Inc. v. West Coast Entertainment Corp
(第 9 連邦巡回区控訴裁判所 1 9 9 9 年)

・原告：Brookfield

登録商標『MovieBuff』

指定商品「映画テレビ分野のデータ及び情報を提供するコンピュータ・ソフトウェア」

指定役務「映画テレビ分野のデータ及び情報をインターネット上で検索可能なデータベースの提供」

* インターネット上において販売を開始するために自社HPを作成し、“Moviebuff.com”をドメイン名として登録使用としたところ、被告が先に登録していたため、原告は代わりに“moviebuffonline.com”を登録してソフトウェア販売を行った。 1993 年より使用

・被告：West Coast

登録ドメイン名『moviebuff.com』 1996 年まで未使用 使用禁止

ドメイン名としては使用出来なくなったものの、検索可能な娯楽産業に関するデータベースを提供するウェブサイト『moviebuff.com』の下に立ち上げ、『moviebuff』をメタタグのキーワードとして使用した。

* なお、被告はビデオレンタル以外に、原告の商品に似たエンターテイメントデータベース機能を含むサービスを提供していた。

・裁判所の判断：

Initial interest confusion（最初の興味の混同）を根拠に、被告のメタタグでの使用は商標権の侵害として判断された。

= Initial interest confusion（最初の興味の混同）とは？

最終的には混同が解消されるとしても、初期段階で需要者が競合他社の商品・サービスに引きつけられて、そのまま競合他社のブランド商品に留まってしまうことによって生じた損害への救済措置。

POINT 1：アメリカでは、現実かサイバースペースかを問わず、消費者に商品の出所を誤認混同する恐れ(Likelihood of confusion)が生ずるかどうかが判断基準となる。

POINT 2：アメリカでは、商標権者を主張するためには、実際に相手より先に商品・サービスの流通において当該商標を使用していることを証明する必要がある。

POINT 3：最終的な販売行為に至らなくとも、Brookfieldの築き上げたグッドウィルを不当に利用し、原告商品を求める消費者に対し、最初の興味の混同によって興味の転換を促す行為は商標権侵害に該当する。

3. インターネット・オークションにおける商標保護

[1] インターネット・オークションでの模倣品販売（経緯）

通常の商標権侵害とは相違する販売形態である。

- ・誰でも簡単に出品・販売が可能である。
- ・発信者・出品者の秘匿性が高い。
- ・出品数が多いため、偽物を紛れ込ませて販売しやすい。
- ・オークション期間が短いため、販売者は逃げやすい。

インターネット・オークションでの模倣品販売が多くなってきた。

模倣品の発見について（現在の対応）

- ・価格が安すぎるもの（特にブランド商標の商品について）。
 - ・外観で品質がわかるもの（出品画像で劣悪品かを確認）。
 - ・Test Purchase をする。
- = 物を買って特徴をみる。シリアルナンバーを見る。
相手の連絡先がわかる。侵害品を発見できれば、発信元を特定できる（但し、期間が短いこともあり、迅速な対応が必要）。

(注)：利用者の注意も肝心

(出品の説明・評価・出品者の確認・相手先の名前の検索確認・画像の確認等)

インターネット・オークション上においても商標の保護が必要となった。

- ・実際には、商標権者と発信者との間で解決しようとしても発信者が不明な場合が多い。
- ・特定電気通信役務提供者（プロバイダ、サーバの管理・運営者等）に対し、当該コンテンツの削除や発信者の詳細を尋ねても、自主的対応が困難。

プロバイダ・サーバの管理・運営者に対する責任の明確化も必要となった。

[2] プロバイダ責任制限法が出来る。 - 資料 1

(特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律 - 平成 14 年 5 月施行)

[3] インターネット・オークションでの模倣品販売に関する判例

(1) セコムステッカー事件 (東京地裁平成 1 6 年 (ワ) 第 6 5 1 6 号)

- ・原告：登録商標『セコム』 指定商品「印刷物，文房具類」
- ・被告：原告の登録商標と同一又は類似の標章を付したステッカーを、インターネットのヤフーオークションにおいて販売した。

・裁判所の判断：

“ステッカーは、原告登録商標の指定商品である印刷物又は文房具類に該当すること、ステッカーには、原告登録商標と実質的に同一の標章が付されていることが認められる。したがって、ステッカーを販売し、又は販売のために展示する被告の行為は、原告の有する商標権を侵害する行為である。”

POINT：被告のステッカーが原告ステッカーに酷似していたことの他に、本来のセコム社が行っている警備業法に基づいた防犯サービス等の信用力を標章するステッカーであって、契約者であることを表示し、防犯上の抑止力とすることを目的としていたグッドウィルを著しく低下する行為であること、警告があったにも拘わらず出品を継続していたことも商標権侵害と判断された重要な要素である。

私見：登録商標『セコム』の指定商品が「印刷物，文房具類」であることは、よく考えてみると???

ステッカーは、確かに「印刷物，文房具」の一つではあるが、当該ステッカーは、セコム社の主たる業務である「防犯」サービスの宣伝・広告物であり、且つ、当該防犯サービスにおけるグッドウィルを化体したものであって、契約者にステッカーを「貸与」している点においても対価は発生せず（つまり、サービス一環に含まれているものであって、販売行為ではない・・・？）、商標の使用としては微妙・・・。

偽物をオークションに出品し、販売した行為が良くないが？（当たり前か・・・）

4 . ドメイン名における商標保護

[1] ドメイン名での商標的使用について (経緯)

(1) ドメイン名登録とは ?

- ・株式会社日本レジストリサービス (JPRS) が、登録管理を行っている。
- ・原則として先着順で誰でも自由に登録ができる。
- ・分野別トップレベルドメイン (.com や.net など)
- ・国別コードトップレベルドメイン (.jp や.co.jp など)

先着順であるため、第三者の周知・著名商標に分野別又は国別コードトップレベルドメインを付加し、登録し、譲渡する等の行為が増えた。

ドメイン名についても商標の保護が必要となった。

(2) 日本知的財産仲裁センター (ドメイン名紛争処理) が出来た。 - **資料 2**

- ・自己の登録商標が、他人の JP ドメイン名において使用されている場合、自己にその登録を移転するか、またはその登録を取消すことの請求を行うことができる。

(2) mp3.co.jp 事件 (東京地裁平成13年(ワ)第12318号)
不正競争行為差止請求権不存在確認等請求事件 - 資料3

* 原告がドメイン名の使用差止請求権を有すると主張する被告に対し、被告の使用差止請求権は存在しないことの確認を求めた。

- ・原告：登録ドメイン名『mp3.co.jp』
主たる業務：パソコン周辺機器の開発、輸入及び販売並びに音響製品の販売等
- ・被告：登録ドメイン名『mp3.com』
主たる業務：MP3形式によって圧縮処理をした音声データをインターネットを通じて配信サービス

争点：

- 1) 原告ドメイン名を保有、使用等の行為が不正競争防止法第2条1項12号の不正競争となるか？
A．原告が、「不正の利益を得る目的」又は「他人に損害を加える目的」を有しているか
B．原告ドメイン名は被告表示に類似するか
- 2) 原告ドメイン名の使用行為が不正競争防止法第2条1項1号又は2号の不正競争となるか？
A．原告は、原告ドメイン名を「商品等表示」として使用しているか
B．被告表示は著名性ないし周知性を有するか

事件の背景：

- * 原告が法人設立前にドメイン名「mp3.co.jp」を登録しようとしたところ、登記された法人のみドメイン登録者になれるため、原告の知人が代表取締役を務める法人Aに同ドメイン名を登録してもらった(平成10年3月26日)。
- * 原告が法人として設立され(平成10年6月11日)、ドメイン名を獲得しようとしたところ、Aにおける登録抹消申請及び、同ドメイン名について6ヶ月間の「一時凍結期間」が必要であるため、申請が却下された。
- * 原告は、再度申請し、同ドメイン名を登録した(平成11年4月5日)。
- * 原告がサイトにMP3プレイヤー等の販売に関する情報掲載を行ったが、当該商品の生産・販売計画を中止し、同記載を削除した。
- * 平成13年2月頃、被告は原告に対し同ドメイン名を登録費用相当額での買い取り交渉を行い、原告が被告との共同事業を始めることしか検討出来ない旨を回答したため、被告は同年3月5日に仲裁センターに対し、紛争処理の申立を行った。

・裁判所の判断：（ “ ” で示す。）

争点1）：

“ 「不正の利益を得る目的で」とは「公序良俗に反する態様で、自己の利益を不当に図る目的がある場合」と解すべきであり、単にドメイン名の取得、使用等の過程で些細な違反があった場合等を含まないものというべきである。また、「他人に損害を加える目的」とは「他人に対して財産上の損害、信用の失墜等の有形無形の損害を加える目的」のある場合と解すべきである。 ”

POINT：ドメイン名の登録制度上の建前を濫用・悪用する目的で取得する事態も生じているが、本件の背景からはそのような目的はないとの判断

“ 原告が被告に対して日本版被告サイトの共同運営を希望する旨提案したとしても、被告は、同提案が意向に沿わないと判断すれば、拒絶しさえすれば足りるのであるから、被告サイトの共同運営を提案したからといって、原告が、日本版被告サイトの共同運営を被告に迫るという不正の利益を得る目的を有していたということとはできない。 ”

POINT：事件背景より、原告には時期的に見ても不正の利益を得る目的が生じたとは認められないとの判断

“ 原告が、被告から登録費用相当額で原告ドメイン名を譲渡するよう要請されたのに対し、これを拒絶したとしても、原告ドメイン名の財産的価値からすれば、むしろ当然のことであり、原告ドメイン名を登録費用相当額で被告に譲渡しなかったとしても、そのことから、原告が、被告から原告ドメイン名の譲渡代金として不当に高額な金額を取得しようとの目的を有していたと認めることはできない。 ”

POINT：被告の事業においては、「mp3」を含む原告ドメイン名は相当に高い財産価値を有するとの判断

争点2）：

“ ドメイン名は、インターネット上のアドレスに過ぎないのであるから、ウェブサイトにおいて商品の販売や役務の提供をしても当然には、そのウェブサイトのドメイン名を法2条1項1号又は2号の「商品等表示」として使用したということは出来ない。・・・ウェブサイトを開設する者の商品等表示と同一の文字列を含む文字列を第3レベルドメインとすることが多く・・・ドメイン名と当該ドメイン名の登録者とを結び付けて認識する場合も多い・・・ウェブサイトにおいて、ドメイン名の全部又は一部を表示して、商品の販売や役務の提供についての情報を掲載しているなどの場合には、ドメイン名は・・・商品や役務の出所を識別する機能を有することもあるといえ・・・法第2条1項1号、2号の「商品等表示」として使用していると解すべき場合もあり得る。 ”

POINT：本件については、原告サイトにおいて商品の販売や役務の提供についての情報は一切掲載されていないから、原告ドメイン名が法2条1項1号又は2号の「商品等表示」として使用されたということとはできないとの判断

私見：ウェブサイトのデザイン・使用形態によっては、単なるインターネット上のアドレスに過ぎないドメイン名も「商品等表示」に該当するということを暗示している判決とも取れる。

< アメリカにおけるドメイン名について > - 資料4

注) 本報告書は所内研修用であるため、内容に誤りがあった場合の責任は負いかねます。

< プロバイダ責任制限法 >

(特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律 - 平成14年5月施行)

(1) - 1 . 法律の趣旨

・商標権者と発信者間で解決しようとしても、発信者が誰だかわからないことも多く、特定電気通信役務提供者の自主的対応による措置の責任も不明確であったことから、特定電気通信役務提供者による自主的対応を促す環境整備を行うために制定された。

(1) - 2 . 対象者

・特定電気通信役務提供者：プロバイダ、サーバの管理・運営者等

(2) 損害賠償責任の制限 (第3条)

* (情報の流通により他人の権利が侵害されたときは、) 特定電気通信役務提供者は、権利を侵害した情報の送信を防止する措置が技術的に可能であり、且つ、以下のいずれかに該当する場合でなければ、これによって生じた損害については損害賠償責任を負わない。

(3条1項1号) 「・・・情報の流通によって他人の権利が侵害されていることを知っていたとき。」

(3条1項2号) 「・・・情報の流通を知っていた場合であって、・・・情報の流通によって他人の権利が侵害されていることを知ることができたと認めるに足りる相当の理由があるとき。」

* (情報の送信を防止する措置を講じた場合において) 特定電気通信役務提供者は、情報の発信者に生じた損害については、送信を防止するために必要な限度において行われたものである場合であって、且つ、以下に該当するときは、損害賠償責任を負わない。

(3条2項1号) 「・・・情報の流通によって他人の権利が不当に侵害されていると信じるに足りる相当の理由があったとき。」

(3条2項2号) 「・・・自己の権利を侵害されたとする者から、・・・侵害情報の送信を防止する措置・・・を講ずるよう申出があった場合に、・・・発信者に対し・・・を講ずることに同意するかどうかを照会した場合において、・・・当該照会を受けた日から7日を経過しても当該発信者から・・・同意しない旨の申出がなかったとき。」

(3) 発信者情報の開示請求 (第4条)

* 特定電気通信による情報の流通によって自己の権利を侵害された者は、以下のいずれにも該当するときに限り、・・・発信者情報の開示を請求することができる。

(4条1項1号) 「・・・権利が侵害されたことが明らかであるとき。」

(4条1項2号) 「・・・発信者情報が・・・損害賠償請求権の行使のために必要である場合その他発信者情報の開示を受けるべき正当な理由があるとき。」

< 日本知的財産仲裁センター（ドメイン名紛争処理） >

・自己の登録商標が、他人の JP ドメイン名において使用されている場合、自己にその登録を移転するか、またはその登録を取消すことの請求を行うことができる。

（手続フロー）

申立書の提出

手数料の納付

登録者への申立書の送付

登録者の答弁書の提出

（取下げ、和解等による終了もあり）

パネリストの指名（1名又は3名）

パネルの裁定

両当事者が（社）日本ネットワークインフォメーションセンター（JPNIC）、JPRS への裁定の通知

裁定の申立を棄却

裁定の申立を認容（移転、取消）

10日以内に出訴しない場合は裁定確定

・申立人の請求が認められるための3つの要件：

- 1．申立人がドメイン名について何らかの権利を有している。
- 2．登録者に正当な利益がない。
- 3．登録者に不正の目的がある。

・但し、仲裁には拘束力がない。

【判例】iybank.co.jp 事件（東京地裁平成13年（ワ）第25515号）

“ドメイン名は、インターネット利用者とドメイン名登録機関である JPNIC*との間で締結された私的な契約を根拠に付与されるものであり、ドメイン名について登録者が有する権利は JPNIC に対する債権的な権利にすぎない。”

* JPNIC は、2002年4月1日から登録業務を JPRS に移管している。

・gTLD と ccTLD では、仲裁フォーラムが違う。

gTLD：WIPO と NAF の2つ

ccTLD：.jp や.co.jp については日本知的財産仲裁センター

< 不正競争防止法 - 関係条文 >

* 不正競争防止法第 2 条 1 項 1 号

「他人の商品等表示（人の業務に係る氏名、商号、商標、標章、商品の容器若しくは包装その他の商品又は営業を表示するものをいう。以下同じ。）として需要者の間に広く認識されているものと同一若しくは類似の商品等表示を使用し、又はその商品等表示を使用した商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供して、他人の商品又は営業と混同を生じさせる行為」

* 不正競争防止法第 2 条 1 項 2 号

「自己の商品等表示として他人の著名な商品等表示と同一若しくは類似のものを使用し、又はその商品等表示を使用した商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供する行為」

* 不正競争防止法第 2 条 1 項 1 2 号

「不正の利益を得る目的で、又は他人に損害を加える目的で、他人の特定商品等表示（人の業務に係る氏名、商号、商標、標章その他の商品又は役務を表示するものをいう。）と同一若しくは類似のドメイン名を使用する権利を取得し、若しくは保有し、又はそのドメイン名を使用する行為」

< アメリカにおけるドメイン名について >

[1] 米国におけるドメイン名不正登録
(1) 米国のドメイン名登録と紛争処理
・ country code のドメインがない (「 .com 」) 。

・ 仲裁フォーラム

* WIPO

(Domain Name Name Dispute Resolution Statistics 仲裁調停センター)

ドメイン名紛争処理方針 (UDRP : Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy) により、ドメイン名と商標の衝突に関する紛争を処理。

* NAF (The National Arbitration Forum 全米仲裁協会)

インターネットのドメイン名に関するものなど、法人間のトラブルを調停する機関。

申立人の請求が認められるための3つの要件 :

- 1 . 申立の対象となっているドメイン名が、申立人の有する商標と同一、または混同を引き起こすほど類似していること。
- 2 . 登録者が、そのドメイン名登録について権利または正当な理由がないこと。
- 3 . 登録者のドメイン名が悪意で登録かつ使用されていること。

(2) サイバースクワッティング消費者保護法

(ACPA 米国商標法第 4 3 条 (d))

「当事者の商品若しくはサービスであるか否かを問わず、ある者が、ある標章・・・から利益を得ようとする不正な意図を有している場合であり、かつ、その登録し、売買し又は使用するドメインネームが、・・・当該標章と同一であるか若しくは混同を生じる程に類似する場合、・・・その者は、・・・標章の所有者によって提起される民事訴訟において責任を負う。」

不正競争防止法 2 条 1 項 1 2 号のような規定であり、相手方が使用していなくても責任を追及できる。

(3) ダイリュージョン防止法 (米国商標法 4 3 条 (c))

「著名標章の所有者は、他人によるその標章又は商号の商業的使用がその標章が著名になった後に開始され、それがその著名な標章の顕著性を希釈化させることになる場合は、・・・その他人による使用の差止を要求し、・・・救済を得る権利を有する。」

著名標章について、他人がドメイン名として使用することを防止。

* ダイリュージョン : 著名標章の所有者と他人との間の競業関係、又は混同、誤認若しくは欺瞞のおそれの有無に拘わりなく、該著名標章の商品又は役務を特定し、識別する能力が減じることを意味する。

[2] 米国におけるドメイン名不正登録に関する紛争処理例

(1) Kabushiki Kaisha Isetan v. Stars Web International and Isetan, Inc.
(WIPO 調停仲裁センター Case No. D2001-0732)

・ 申立人：登録商標『ISETAN』

・ 登録者：登録ドメイン名『isetan.com』

・ 調停仲裁センターの判断：

“ 申立人は、商標権を有しており（世界中のどこかで商標権を有していれば要件を満たす。）、登録ドメイン名の『isetan』部分は、申立人の登録商標と同一または混同を引き起こすほど類似している。 ”

“ 『isetan』の使用は偶然思いつくものではなく、登録者は、ドメイン名について正当な利益がない。 ”

“ 登録商標が著名であり、登録者は申立人以外の日本のデパート名称に関するドメイン名も有していることから、悪意で使用されているといえる。 ”