

知的ネットワーク時代の ネット著作権入門

ドメイン名にあなたの社名が使えない!?

ネットワーク知的所有権研究会

弁理士 松倉秀実
Hidemi Matsukura

第20回

ドメイン名と商標の面倒な関係

はじめに

自分の会社の名称が他人にドメイン名として登録されてしまい、「あなたの社名はもう使えない?」なんてセンセーショナルな記事があちこちで登場しているようです。そこで元祖インターネット雑誌であるこのインターネットマガジンのこの連載でも取り上げないわけにはいなくなってきました。また、インターネットのホームページに表示するマークをどのように保護したらよいのかも今後話題になりそうです。

というわけで、今回は読者からの質問もないのに、私「ひで松」が強引に編集部に圧力をかけてこの話題を取り上げさせてしまいました。実は予定していた画像関連の著作権問題のテーマを担当する予定の寺本弁護士と宮下弁護士が夏休みに入ってしまったって雲隠れしているのが真相だという噂もあります...

ドメイン名についての簡単な復習

さて、ドメイン名の問題を考える前に、もう一度ドメイン名について復習をしておきましょう。すでにご存じの方は読み飛ばしてくださいね。

インターネットではお互いのコンピュータを認識するためにIPアドレスという数字を用いています。これは32ビットで構成された数値列で、たとえば「133.168.XX.XXX」という番号で表記されます。これは全世界で唯一の番号が付与され、この番号だけでそのネットワークが特定されるわけです。

しかし、この数字列だけでは電子メールなどのやりとりには不便なので、ドメイン名という概念が登場しました。

ドメイン名は、「fujitsu.co.jp」とか「asahi-net.or.jp」、「niftyserve.or.jp」など

のように表現されます。

ピリオドで区切られた最初の部分「fujitsu」「asahi-net」や「niftyserve」の部分は組織名を表します。この部分を最も狭い意味でのドメイン名ということが多いようです。次の「or」や「co」は組織の属性を表します。たとえば「co」であれば企業、「ac」は研究機関、「ad」はネットワーク管理団体、「go」は政府、「or」であればその他の団体を表すようになっています。

最後の「jp」は国を表しています。なお米国はインターネット発祥の国であるため、「us」が省略され、「com」と表されることが多いようです。

以上のことから、ドメイン名を見ればそのネットワークがどのようなものかある程度の推測がつくこととなります。たとえば「fujitsu.co.jp」であれば日本(jp)にある富士通(fujitsu)という企業(co)であるというような具合です。

さて、これらのドメイン名に所属している個人は、このドメイン名の下に付与されたアドレスが割り当てられて電子メールのやりとりが可能になるわけです。このアドレスは下記のように表記されます。

gv8h-mtkr@asahi-net.or.jp

表記の「gv8h-mtkr」の部分はパソコン通信というIDに該当し、所属する組織から付与されたものです。また次の「@」はアットマーク(またはアトマーク)と呼ばれており、それに続く表示はドメインであることを表しています。

したがって、上記のアドレスからは、日本にあるASAHIネットというネットワークの下にある「gv8h-mtkr」というIDであることがわかるわけです。

また、ドメイン名はホームページのアド

レスにも使われます。ホームページのアドレスは下記のように表記されます。

<http://www.asahi-net.or.jp/gv8h-mtkr/index.htm>

先ほどのメールアドレスと違って今度はドメイン名が先に配置されていますね。

このようにドメイン名は、メールアドレスを示したりホームページのアドレスを示したりするために重要な役割をもっています(うーん、インターネット入門講座みたいだ!!)。

ドメイン屋登場の背景

ところで「ドメイン屋」とは、数多くのドメイン名を登録してそれを他人に売りつける商売をしている方たちのことを指すそうです。かくいう私もホームページなるものを開いておまして、8月初めにアクセス数が2万を超えて素人のページとしてはちょっと知られた存在になりました。そのせいか、「matsukura.com」を米国でドメイン名として取得するお手伝いをしますよ、なんてメールが舞い込んで来ている。もちろん無視していますが、この段階では親切なアドバイスなのですが、これが「貴方の大切な名前を含んだmatsukura.comは米国ですでに我々のドメイン名として取得されています。つきましては相応の金額で貴方に譲渡いたしますのでご連絡ください」なんてことになるとこれはもう立派な「ドメイン屋」さんになるわけですね。まあ、わたしは米国で有名人になる気はまったくないので私の人格権を侵害しない限りmatsukura.comのドメイン名で何をされても構わないのですが…。でもmatsukura.comできわどいアダルトページが米国で開

かれたら困るなあ!!

これが企業名称になるとさらにやっかいです。日本で「matsuzakaya.co.jp」なるドメイン名がデパートの松坂屋ではなく都内にあるまったく別の有限会社に取得されているというニュースが流れました。また三越や味の素のネーミングもすでに米国でドメイン名として別の会社が取得しているというニュースが流れました。これらのドメイン名を取得した会社のいくつかはそのドメイン名を有償譲渡することを目的としたビジネス(つまり「ドメイン屋」ですね)を行っているらしいとのこと。

ドメインと商標とがなぜ関わるのか

米国では昨年、「ronaldmcdonalds.com」のドメイン名を雑誌の執筆者が申請してしまい、本家のマクドナルド(商標登録済み)がその会社名でドメイン名を取得できずに、「namemcd.com」という別のドメイン名を申請せざるを得ない事態が生じました。

このような商標・商号と絡んだ事件が増えてきた結果、NSI(Network Solution Inc.)は、昨年の7月28日にドメイン名紛争処理方針宣言というものを発表しました。

この中で、NSIは以下の点を改めて明確にしました。

- (1) 商標やサービスマークを所有していることが自動的にインターネット上で排他権を取得することにはならない。同一・類似のドメイン名が申請された場合には、あくまでも最初の申請者にドメイン名が付与される。
- (2) 申請されたドメイン名が別の権利者による商標と関連するときには、当事者間で法的問題を解決する。

上記(2)について、具体的には、商標権者がインターネット上で別のユーザーが使用しているドメイン名が自己の商標と同一であることをNSIに提示すると、NSIはそのユーザーに対してユーザー自身もその商標に関する権利を有していることの証拠を提出するように要請します。

ユーザー側がその証拠を提出できない場合には、商標権者とユーザーとの間で名称変更などの話し合いによる解決がつくまで当該ドメイン名の使用が停止されます。

また、ユーザー側が証拠を提出した場合には、ユーザー側はそのドメイン名を使用することができます。ただし、この場合にも他の商標権者によってNSIに訴えが提起されたときの対応費用をユーザー側で負担することに合意することが条件となっています。

つまり、NSIとしては、インターネット上での商標問題を意識しながらも解決を当事者に委ねる方針を打ち出したわけです。

このことは米国特許庁に対してインターネット関連の商標出願を急増させることになりました。つまり、「他人にドメイン名をとられなくなかったら商標出願しておけ!!」ということになったわけです。

商標は何を対象に出願しておけばよいのか?

ここで、ハタと困るのが、「それじゃ他人にドメイン名を取られないようにするためには何を商品・サービスとして商標出願すればよいのか?」ということです。

なんでもかんでも商標出願しておけばよいというものではありません。商標では国際的に出願する分類が決まっており、だいたいどの国でも42に分かれている分類のいずれかを指定して出願しなければなり

せん。

基本的にはインターネット上でどのようなビジネスを行うのか、そのコンテンツによって出願しなければなりません。38類には「ネットワーク通信」という言葉があることから米国ではインターネットビジネスについてこの38類に出願が集中してしまい、混乱を生じてきました。そのため、今年の初めに米国特許庁ではこの分類に対する指針が公表されました。

その分類内容はかなり実務的なのでここでは省略しますが、米国と日本では多少違いはありますので、実際に出願する際には専門家に相談したほうがよいでしょう。

でも、ドメイン名そのものを商標出願するのはあまり意味がありません。ホームページに表示するマークを商標出願すべきです。その理由は後ほど説明しましょう。

国境を越えたドメイン名の取得が問題に

さて、ドメイン名は各国ごとに取得することになっており、日本ではJPNIC（日本ネットワークインフォメーションセンター）が管理しています。そこで日本企業はJPNICに自社の会社名をドメイン名として申請することになるわけです。ところで会社名は商号として商号登記が行われており、これは各地域ごとに登記するようになっています。したがって日本国内には同一名称の会社が多数存在しているわけです。

しかし、JPNICにドメイン名として登録できるのは最初に申請した会社だけです。必然的に先を越された会社は別のドメインを取得する以外にはないわけです。

ところが、日本では2番手で取得できなかったドメイン名も外国でなら簡単に取得できる可能性があります。たとえば、日本で東京にあるABCという会社がJPNICで

ドメイン名「ABC.co.jp」をすでに取得してしまっている場合、これとは別の大阪にあるABCという会社はすでに日本では自社の名称をドメイン名として取得できません。しかし、ドメイン名の取得は何も日本だけじゃないということで米国でならばそのドメイン名をまだ取得できるかもしれません。もし米国で自社の社名をドメインとして取得できれば「ABC.com」となりますが、このほうがイメージがよいという風潮もあります。

インターネットは国境のない世界ですから、ドメイン名をどの国で取得してホームページを開こうか、そのホームページを閲覧するユーザーはあまり意識しません。つまり、米国でドメインを取得して日本向けの日本語のホームページを作ってもまったく問題ないわけです。現にインターネット版の朝日新聞のホームページは日本語で提供されていますが、そのドメインアドレスは <http://www.asahi.com/> で実は米国から発信されているという事実はよく知られています。

ここに目をつけたのが先ほど登場した「ドメイン屋」さん達です。国内のほかにくつかの著名企業の名称が米国でドメイン名として第三者に取得されてしまって、本家の日本企業は頭を悩ませているようです。

ドメイン名の取得競争はばかげている!!

現在のインターネットのドメイン名付与システムでは、本当に他人に使われたくない名称であるのならば全世界のNICにドメイン申請をしなければならぬこととなります。しかしこんなことは現実的ではありませんよね。もし、米国でのドメイン名をドメイン屋さんから購入したとしても今度別のドメイン屋さんから「×国でもあ

なたのドメイン名を登録したんですけどねぇ」というメールが来る可能性は十分にあります。

そもそもインターネットのドメイン名って住所なのでしょうか？それとも商標のような機能を有している名称なのでしょうか？

将来インターネットがもっと家庭内に入り込んで来たときには多分インターネット端末にはキーボードはなくなっているでしょう。現に5万円パソコンと呼ばれるインターネット端末にはキーボードのないものも多いですよ。

家庭の居間で家族そろってインターネットからの情報（これはインフラが整備されてマルチメディアオンデマンドが実用的になった時点での話かもしれないが）を大きなテレビで見るときに、わざわざ <http://www.asahi-net.or.jp/gv8h-mtkr/index.htm> なんて呪文をキーボードから入力するのでしょうか？

インターネットのWWWを見るときも、テレビ局を選択するリモコンと同様に数字のボタンをピボパと押してやるのがあたりまえになるのではないのでしょうか？

ラジオは最近ではシンセサイザーチューナーになって地域ごとに聞ける放送局がプリセットできるようになっており、私たちはその放送局の周波数を意識しなくて聞けるようになっています。インターネットもホームページを閲覧するときに最初の1回だけアドレスを登録してやれば、次からはボタン1つでそのホームページに飛べるようになるはずですよ。

現に今だって、本家「味の素」のホームページで料理のレシピを見るときには、初めて <http://www.ajinomoto.co.jp/> をアクセスしたときにこれをブックマークに登録しておけば、次回からはブックマークのこの箇所をクリックするだけでよいので、間違

えてhttp://www.ajinomoto.com/に行くことではないわけです。

つまりドメイン名とはそのアドレスを示すまさに住所であって、「 ×通り 丁目」と同じわけです。これに対して「商標」というのは商品やサービスを識別するためのマークでして、単なる住所とは違うわけです。

そうすると、ドメイン名をあたかも商標のように知的財産の1つとしてその取得競争を煽るのはなんか変ですよ。

ただ、そうはいつでも自分の会社名が自分と関係のない第三者のドメイン名として取得されてしまうのは愛社精神の強い(?)日本の企業にとっては感情的に許せない部分はあるとは思いますが...

ホームページに表示するマークについて

ホームページに会社の社名やマークを表示することは先ほどのドメイン名とは無関係です。たとえば、ABCというドメイン名を他人に取得されてしまっていたとしても自社のホームページに自社の商標を表示することは問題ないわけです。ドメイン名として使えないからといって自分のホームページにマークを表示することもできないわけではないのです。ただしこの場合、他人の権利を侵害するようなマークを表示させてはいけないのはあたりまえですよ。

たとえば老舗デパートのドメイン名を取得した別の会社が、あたかもその老舗デパートが通信販売を始めたと需用者に誤認させるようなホームページを開いたとしたら、それはドメイン名の問題以前に商標権侵害や不正競争行為となり、ホームページが差し止められる可能性があるわけです。

ところで、商標は国ごとに権利を取得することが前提となっています。商品流通や

サービスの秩序が一国の産業発展に密接に関連しているため、表現文化を保護する著作権ほど統一的な保護には至ってないのです。そのため、ある商標が日本では商標権として認められたのに、米国ではすでに似たような登録商標があったため認められなかったという事例も数多くあります。

このような商標をホームページに表示した場合、日本では合法的でも米国では他人の商標権侵害になるといった事態も予想されるわけです。インターネットは国境なく全世界からホームページを覗くことが可能なので、商標問題を完璧にクリアしておくためにはインターネットが見れるすべての国であらかじめ商標調査をしなければならぬことになります。しかし、数千円で開設できるホームページのために数百万円かけて全世界の商標調査をしておくことはナンセンス(死語か?)ですよ。

そこで、ビジネスとして外国向け(英語で記載された)ホームページを開くときには以下の点を明記するようにしたらどうでしょう？

- (1) ホームページに表示されたマークが少なくとも本国では合法的なもの(商標登録済)であることの表示。
- (2) ホームページで提供する商品またはサービスが実際にどの国の国民(居住者)を対象としているかの表示。

上の(1)は少なくとも本国では合法的であることを明示することで最低限の責任義務を果たしている姿勢を示しているわけです。もちろんこれで完璧とは言えません。また(2)は、実際に全世界を相手に通信販売を行う際には、結局のところ相手先の国で合法的なものしかその国では輸入できないわけで、これはインターネットだろうが一

般のカタログ通信販売だろうが同じことなので、需用者保護のために最低限必要なわけです。

私がアドバイスさせて頂いているいくつかのホームページではすでにこのような表記を始めています。見かけたら参考にしてくださいね。

インターネットのドメイン名にしてもホームページのマークにしても、消極的な防衛策だけ講じていたのでは意味がありません。逆にインターネットは最低限の予算で最大の広告効果が期待できるメディアです。

昔から日本国内でよく売れたプロダクツのコピー品が別の国で販売されるケースが後を絶ちませんが、日本で販売を開始したらいち早くホームページ上でプロダクツを外観のパッケージ写真とともに表示し、このプロダクツの外観を世界的に知らせることでコピー品の横行を予防すべくインターネットを利用していくことも大切でしょう。

e-mail  ip-law@impress.co.jp

皆様からのご質問、ご意見は、こちらのメールアドレスで受け付けております。お待ちしております。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp