

# 商標登録出願にかかる炎上事例の今後



会員・東北大学 特任教授 稲穂 健市

## 要約

筆者がパテント誌（2020年2月号）に「商標登録出願にかかる炎上事例に関する考察」<sup>(1)</sup>を寄稿してから3年が経過した。この論考では、商標の出願・登録にかかる炎上メカニズムについて解説しながら、炎上を防ぐための対応策などについて考察を行った。

その後、「PPAP 商標出願騒動」に匹敵するほどの大規模な炎上事例は発生しなかった。だが、2022年5月、文字商標「ゆっくり茶番劇」の商標登録に関してこれまでになかったような大規模な騒動がネット上で発生し、それが一般メディアでも取り上げられるに至ったことは記憶に新しい。

本稿では、商標の出願・登録に係る炎上メカニズムについて改めて確認したうえで、「ゆっくり茶番劇」商標登録騒動の経緯を振り返る。さらに、それ以外の事例もいくつか取り上げ、審査及び炎上の傾向について分析する。さらに、人々の情報取得方法の変化を踏まえつつ、今後のあるべき姿について私見を述べる。

## 目次

1. はじめに
2. 商標の出願・登録にかかる炎上メカニズム
3. 「ゆっくり茶番劇」商標登録騒動
4. インターネットミームにかかる審査の傾向
5. 法的議論より盛り上がる倫理的・モラル的議論
6. 情報取得方法の変化と今後について
7. まとめ

## 1. はじめに

よく耳にする「炎上」。この言葉が広がり始めた2007年、評論家の荻上チキ氏は、炎上について「ウェブ上の特定の対象に対して批判が殺到し、収まりがつかないような状態」<sup>(2)</sup>と述べた。また2016年、国際大学グローバル・コミュニケーション・センター准教授の山口真一氏は「ある人物や企業が発信した内容や行った行為について、ソーシャルメディアに批判的なコメントが殺到する現象」と言及している<sup>(3)</sup>。

本稿では、特に商標登録出願にかかる炎上のことを「ある商標登録出願（または商標登録）に対して批判が殺到する状態・現象」と定義して話を進める。ちなみに、英語で「炎上」に相当する言葉は「flame」や「under fire」とされているが、ニュアンスも含めて完全にマッチする置き換え語はない。

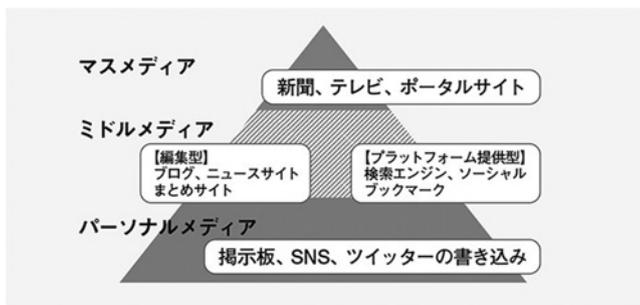
筆者が「商標登録出願にかかる炎上事例に関する考察」（パテント誌2020年2月号）で述べたとおり、2002年の「ギコ猫騒動」以来、2005年の「のまネコ騒動」、2016年の「PPAP 商標出願騒動」、2018年の「そだねー商標出願騒動」など、商標の出願・登録にかかる炎上は何度も繰り返されてきた。

そして2022年5月、文字商標「ゆっくり茶番劇」の商標登録に関する大騒動が巻き起こるに至った。

## 2. 商標の出願・登録にかかる炎上メカニズム

前回の考察では、法政大学社会学部教授の藤代裕之氏による「パーソナルメディア、ミドルメディア、マスメディア」の三極構造に基づいて炎上メカニズムについて解説を行った。

具体的には、SNS、ブログ、掲示板などの「ソーシャルメディア」、ネット上の様々な出来事を紹介する中規模なニュースサイトやまとめサイト、及び検索エンジンなどの「ミドルメディア」、テレビ、新聞、ポータルサイトなどの「マスメディア」といったように、メディアは三層に分かれており、特に、SNSの普及後は、「ミドルメディア」が「炎上」に至る拡散の要となっている点が大きなポイントであることを説明した<sup>(4)</sup>。



パーソナルメディア、ミドルメディア、マスメディアの関係  
(出典：藤代裕之「ネットニュース拡散の要、「ミドルメディア」とは何か」2014年4月号広報会議)

近年の商標の出願・登録にかかる炎上は、次のような流れで進展することが多い。まず、「パーソナルメディア」で比較的小規模の話題が発生する。そのうちに「ミドルメディア」で取り上げられるようになり、ある段階でその内容が「マスメディア」を通じて一気に拡散される。そして、「マスメディア」で伝えられた情報がリンクを貼られるなどの形で「パーソナルメディア」に逆流し、炎上へと繋がるループができていく。

拡散の要となる「ミドルメディア」は、アクセス数に依存した広告収入モデルで成り立っていることから、一般の人の戸惑いや怒りを惹起させるような情報を好んで取り上げる傾向がある。よって、「他人の財産や皆の共有財産とみなされているものを勝手に出願し、かすめ取って独占しようとしている」という認識が広がるのが商標炎上の出発点となっている。

そのため、前回の考察では、商標権を取得する側においては、「みんなのものをかすめ取る」「他人のものをかすめ取る」といった印象を持たれないような商標出願戦略を取ることが炎上回避のためにも重要であることを説明した。また、第三者による商標登録出願の脅威を受ける側においては、炎上メカニズムを理解したうえで世論を味方につけ、それによって有利な立場を作り出すことがひとつの解決策となることも示した。

### 3. 「ゆっくり茶番劇」商標登録騒動の経緯

ここで「ゆっくり茶番劇」商標登録騒動の経緯について振り返る。

「ゆっくり茶番劇」とは、ゲームクリエイターの「ZUN」氏が個人で運営する同人サークル「上海アリス幻楽団」の制作する作品群『東方 Project』に関する二次創作動画のカテゴリーのひとつである。「ゆっくり魔理沙」と「ゆっくり霊夢」と呼ばれる女の子の

顔のみのイラストが、棒読み調の合成音声でしゃべる点が特徴となっており、主に YouTube やニコニコ動画などの動画共有サイトで、「ゆっくり解説」「ゆっくり実況」などのカテゴリーを中心に多くの動画が制作・公開・視聴されてきた。



イラスト：まそ（原作：ZUN、原案アスキーアート：Dフ竹崎）

「ゆっくり魔理沙」と「ゆっくり霊夢」

(出典：ドワンゴ配布資料)

そんな中、2022年5月15日午前7時42分、ZUN氏と何らの関係も持たない動画投稿者である「柚葉／Yuzuha」（柚葉企画）がtwitterで以下の告知をしたことで騒動が始まった<sup>(5)</sup>。

この度、当社は「ゆっくり茶番劇」商標権を取得いたしました。今後、当該商標をご利用頂く場合はライセンス契約が必要となる場合がございます。詳細は下記URL「商標使用に関する要綱（ガイドライン）」動画版をご確認下さい。

ライセンス料として年間10万円（税別）を設定していたことから、「お金を支払わないと、ゆっくり茶番劇の動画が投稿できなくなるのでは」といった誤解も広がり、日曜日にも関わらず午前中から多くの投稿がなされた。元の投稿はすでに削除されており、その直後の反応については把握が難しい。だが、twitterの高度検索で同日の「ゆっくり茶番劇」を含む投稿を検索してみると、午前10時4分の「あまりにもやばい」という投稿を皮切りに、今後の不安や商標権者に対する批判などに関する大量の投稿を確認することができる。午前10時44分には、「ゆっくり茶番劇はゆっくり限界でも人気度が高いコンテンツ…これは限界全体が荒れるぞ」といった、その後の騒動の大きさを予言するような投稿が早くも出てきている。

正午過ぎに「商標登録」がtwitterのトレンドに

入った。さらに午後0時44分、巨大掲示板群5ちゃんねるにおいて「【悲報】youtubeのゆっくり茶番劇、商標登録されて終わる」というスレッドが立った。続いて午後1時頃には、世界最大のオンライン署名サイトであるChange.orgにおいて「ゆっくり茶番劇の商標登録を撤回させたいため署名をお願いします!」という署名運動が始まった<sup>(6)</sup>。「パーソナルメディア」の内側だけで、すでに大規模な、ある意味において草の根的なムーブメントに移行していたことがこの動きからもわかる。



### ゆっくり茶番劇の商標登録を撤回させたいため署名をお願いします!



### Change.orgにおける「ゆっくり茶番劇」の商標登録撤回を求める署名運動

(出典：<https://www.change.org/p/署名-ゆっくり茶番劇の商標登録を撤回させたい-ゆっくりを守ろう>)

日曜日であったことが影響したのか、「ミドルメディア」の動きはそれほど迅速ではなかった。同日午後5時頃に5ちゃんねるのまとめサイトのひとつである「ハムスター速報」が紹介した程度である。午後6時00分にZUN氏がtwitterでこの商標登録に関してコメントすると、午後7時10分に、ようやくソフトバンクグループ傘下のITmediaが運営する「ねとらぼ」が、「人気動画ジャンル「ゆっくり茶番劇」を第三者が商標登録し年10万円のライセンス契約を求めるZUNさん「法律に詳しい方に確認します!」という記事を配信した<sup>(7)</sup>。

この記事は23分後の午後7時33分に「Yahoo! ニュース」に掲載され、「マスメディア」による情報発信へと至った。もっとも、当時のコメント欄を見ると、「私は初めて聞いた言葉ですが、仮に拒絶できるとしたら、3条1項6号くらいですかね」といった冷静なコメントも見受けられる。この時点では、いわゆる「ゆっくり界限」と呼ばれる一部のネットユーザーの間での限定的な騒動に過ぎなかったといえる。(ちなみに、この転載までの間に商標権者の所属事務所は、本人に対

して警告処分を行った旨の発表を行っている。)

その後、西村博之氏(ひろゆき)をはじめとする、いわゆるインフルエンサーとされる人たちも情報発信を開始し、翌日16日午前4時に、千葉県佐倉市ユーカリが丘地区を走行する新交通システム「山万ユーカリが丘線」に対する爆破予告が発生したことで、騒動がネットから現実世界へと飛び火した。

爆破予告は問い合わせフォーム経由で運営会社へ送られ、そのフォームの送信元アドレスの記入欄には、商標登録を代理したユーカリが丘地区に所在する特許事務所のメールアドレスが記載されていた。具体的な文面は次のようなものであったという<sup>(8)</sup>。

私は柚葉です。山万ユーカリが丘線とスカイプラザ・モールに爆弾を複数仕掛けました。午後3時ごろに爆発します。覚悟してください。爆破に失敗した場合は焼身自殺で責任を取ります。

いわゆる「なりすまし」であり、同事務所はそれに巻き込まれた形となった被害者であったものの、「皆様に愛されている商標であることを存じておらず、ご迷惑をおかけ致したことを申し分けございませんでした」からはじまる謝罪文を突如公開した(現在は削除されている)。これが午後0時42分に「ねとらぼ」で取り上げられると、さらに午後2時16分に「Yahoo! ニュース」に掲載され、前日と同じ流れで情報が拡散していった。

「【悲報】youtubeのゆっくり茶番劇、商標登録されて終わる」といった単純化されたタイトルに象徴されるように、この騒動においてもヒステリックな反応が目立った。仮に登録商標と同一・類似の商標を使用したとしても、商品・役務が登録商標の指定商品・役務と類似していない場合は商標権の効力は及ばないし、それ以前の問題として、いわゆる「商標的使用」でなければ基本的にその使用について制限を受けることはない。さらにキャラクターや音声の使用に至っては今回の文字商標と何ら関係ないのだが、異議申立てや無効審判の可能性以外については法的な議論が深まらず、炎上が加速した。

その結果、同日夜に商標権者は「ライセンス料の支払いは不要」とのコメントを発表するまで追い込まれた。だが、商標権を維持し続けたことで批判は収まらず、同月23日にニコニコ動画を運営するダウンゴが、

この商標登録に対するアクションについて記者会見を行うに至り、商標権者は翌日の24日になって、23日付で商標権を放棄する手続きを行ったことを公表した<sup>(9)</sup>。

商標「ゆっくり茶番劇」（登録第6518338号）について令和4年5月23日付で下記の通り抹消登録申請を行ったことを公表する。

事由：関係者等に対する誹謗中傷及び名誉棄損・虚偽・捏造された情報の流布により本来の目的を全うすることが困難となった為。

これにより徐々に騒動は終息していった。

じつはマスメディア一般としては、この騒動を積極的に取り上げてはいない。

たとえば、新聞については、16日夜に「毎日新聞」と「千葉日報」のウェブ版がこの騒動に関する記事を載せているが、これは「山万ユーカリが丘線」に対する爆破予告があり、騒動が現実世界に影響を与えたからである。大きな取り扱いで紙面に載ったのは、同月20日の産経新聞夕刊の「動画コンテンツ 第三者が商標登録 「使用料10万円」炎上、撤回」という記事くらいである<sup>(10)</sup>。（ちなみにこの記事では、筆者が解説を行っている。）

また、テレビ番組では、日本テレビ系の「ニュースZERO」が16日午後11時の放送で、初めてこの騒動を取り上げた。この番組は若い視聴者の獲得を意図しているのか、その日のネットニュースの「まとめサイト」のような構成となることが多く、さらに落合陽一氏や辻愛沙子氏といった若手インフルエンサーとされる人たちを出演させている。この番組がこの話題に飛びついたこと自体に意外性はない。

だが、放送時のtwitterの投稿を見ると、「なんとテレビのニュースにもなってる！！」「テレビ見る層に需要あるのか??」など、「ゆっくり界限」でも驚きの声が上がっている。この事実も、「ゆっくり茶番劇」が世間一般に知られていないことを「ゆっくり界限」に属する人たち自身が認識していることを示唆している。

そもそも「ゆっくり茶番劇」の商標登録出願は、twitterの「商標速報bot」を通じて、すでに2021年10月8日の午前3時26分には発信されていた<sup>(11)</sup>。深夜の時間帯であったことから、気付いた人が少数であったことは間違いない。だが、その後もこの情報が

「ゆっくり界限」で把握・共有されなかったのは、これに気に留める人の母集団がそもそもそれほど大きくはなかったからと考えることもできる。

実際に、「ゆっくり茶番劇」という言葉自体、動画共有サイトにほとんどアクセスしたことがない人にとっては初めて聞いたものだったはずだ。筆者もこの騒動の発生直後、明治の「ゆっくり気分」（商標登録第2161874号）、東海国立大学機構の「ゆっくり自動運転」（商標登録第5925705号）、ヤフーの「ゆっくり払い」（商標登録第6442041号）が問題とはならず、「ゆっくり茶番劇」が問題となった理由がよくわからなかった。

ネットメディアにおいても、この騒動が広く報道されるようになるのは、5月20日にダウンゴが自社の見解を発表して以降である。なぜかしら同月24日には政府も反応した。松野博一内閣官房長官が記者会見で「一般論として、二次創作はネットなどにおいて独自の文化として発展したものと認識しており、適切かつ正当に保護されることが重要」とコメントしたのだ<sup>(12)</sup>。商標登録されたからといって二次創作ができなくなるわけでもなく、そもそも話が本質からずれているが、それはこれまでの炎上でもよくあったことである。

このような動きがあったものの、多くのテレビ局や新聞社の反応は一様に鈍かった。NHKがテレビニュースで取り上げたのは5月31日、日本経済新聞が記事にしたのは6月7日、読売新聞に至っては、6月30日になぜか「読売KODOMO新聞」で記事化され、その後は8月2日夕刊で小さく取り上げられたのみである。

#### 4. インターネットミームにかかる審査の傾向

この騒動に関しては、いくつかのメディア関係者から取材を受けた。その際の最初の質問は、「特許庁の審査のやり方がおかしいのではないか？」というものであった。筆者がそっけなく「別におかしくはないと思う」と回答したためか、特に記事化はされなかったようである。取材する側の立場としては、特許庁の審査の問題点を指摘する記事を書きたかったのだろう。

「ゆっくり茶番劇」が商標登録されたのは、もちろん特許庁の審査で登録要件をすべてクリアしていると判断されたからだが、そのことで特許庁や審査基準に対して不信感を持った人が少なからずいたことは想像に難くない。

これまでも「ゆっくり界限」では、動画のカテゴリ名称として「ゆっくり茶番劇」が普通に使われてきたようである。騒動が勃発する前日の5月14日のtwitterの投稿を見ても、「YouTubeでゆっくり茶番劇動画を中心に活動してますwwよろしければゆっくりしてってねww」「YouTubeでゆっくり茶番劇動画を投稿しています！しっかりと作り込んだ内容で、たくさんの人を楽しませられるような物語をお届けします！」などのツイートを確認することができる。これらを見ていると、今回の出願が商標法3条1項6号違反（需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができない商標）となり得る事案なのではないかと思えてくる。

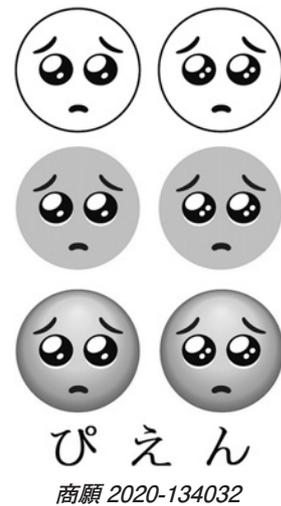
たしかに近年は、流行語や「インターネットミーム (Internet Meme)」に属するようなワードは、おおむね3条1項6号違反で拒絶されてきた。インターネットミームとは「インターネットを通じて人から人へ広がってゆく文化・行動」のことである（『デジタル大辞泉』（小学館））。

たとえば、コロナ禍の終息祈願のシンボルとして広がった「アマビエ」については複数の出願人から文字商標が出願されたものの、特許庁の審査では、「取引者・需要者が『新型コロナウイルス感染拡大の終息祈願の象徴』を表したものと認識するにとどまる」として、3条1項6号違反で拒絶されている。



また、残念な気持ちや悲しい気持ちを表す擬態語である「びえん」、及びそれと共に用いられる目を潤ませた絵文字についても、特許庁の審査では、「需要者に『残念な気持ちや悲しい気持ちを表すもの』として認識されるにとどまる」として、3条1項6号違反で拒絶されている。

8月5日にダウンゴは『「ゆっくり茶番劇」は商標として登録されるべきでなかった』として無効審判を請求した<sup>(13)</sup>。これだけの騒ぎとなったことから、無効審決が出る可能性は高そうではあるものの、そもそ



もの話として、なぜ審査の段階で「アマビエ」「びえん」が拒絶された一方で、「ゆっくり茶番劇」は拒絶されなかったのであろうか？

おそらく、「アマビエ」「びえん」が現実世界でも認知された存在であったのに対して、「ゆっくり茶番劇」がネットの中だけの存在に留まっていたからではないだろうか。

実際に「アマビエ」（商願 2020-40835）の拒絶理由通知を見ると、使用実情を示す事例が10件挙げられており、そのすべてが読売新聞、毎日新聞、日本経済新聞といった新聞記事となっている。また、「びえん」（商願 2020-134032）の拒絶理由通知を見ると、その使用実情を示す事例が5件挙げられており、そのうちの2件は読売新聞と高知新聞の記事であった。新聞に代表される従来型のマスメディアによる報道が、特許庁の審査においてははるかに重要度が高いことが伺える。

最近の審査では、ネット上の情報のみによって3条1項6号違反で拒絶されることも増えてきてはいるが、参考とされているのは、比較的アクセス数の多いオンライン百科事典、ウェブメディア、電子商取引（EC）サイトなどに限られる。

## 5. 法的議論より盛り上がる倫理的・モラル的議論

もっとも、商標に関する炎上は、このような法的な議論よりも、むしろ倫理的・モラル的な議論になる傾向がある。たとえば「商標の使用」にかかる騒動として次のものがある。

2022年10月7日、椎名林檎のリミックスアルバム「百薬の長」（当初は同年11月30日発売予定）とそれに付属するグッズが公開された。その中のカードケー

スのデザインが、東京都が商標登録しているヘルプマーク（商標登録第 5624913 号）に酷似しているとの声が上がった。



商標登録第 5624913 号

ヘルプマークは「赤地に白の十字とハートマーク」が描かれたものであり、東京都福祉保健局のウェブサイトによると、「義足や人工関節を使用している方、内部障害や難病の方、または妊娠初期の方など、外見からは分からなくても援助や配慮を必要としている方々が、周囲の方に配慮を必要としていることを知らせることで、援助を得やすくなるよう、作成したマーク」とのことである<sup>(14)</sup>。2012 年 10 月に東京都独自の取り組みとして始められ、2017 年には全国共通の福祉マークとなっている。

問題となったカードケースの当初のデザインは「赤地に白の十字とリンゴのようなマーク」が描かれたものであった。たしかに一見して紛らわしく、グッズの発表当初から「誤解を招きかねない」といった意見が上がっていた。twitter の履歴を見ると、早くも当日の正午過ぎに、「見た目がほぼヘルプマークだけどこれはアリなの」という投稿がなされている。

もちろん、仮に図形商標として類似するのとしても、ヘルプマーク（商標登録第 5624913 号）の指定商品は「要支援者表示プレート」などであることから、カードケースはそれとは非類似であると判断される可能性も高い。さらに言えば、CD の付属グッズはノベルティであり、そもそも商標法上の商品に該当しないと考えることもできる。

そのほか、同グッズの中のマスクケースも問題となった。白地に赤の十字があしらわれていたため<sup>(15)</sup>、ジュネーブ条約や「赤十字の標章及び名称等の使用の制限に関する法律」（赤十字法）に違反するのではないかと声が上がったのだ。赤十字の使用が許されるのは、赤十字社及び法律等に基づいて認められている組織に限られるからである<sup>(16)</sup>。

本件については法的な問題ではなく、もっぱら社会規範に照らし、倫理的・モラル的に問題があるのかと

いう点がクローズアップされていった。

結局、10 月 18 日に発売元のユニバーサルミュージックがデザインの変更や発売時期の延期を発表した<sup>(17)</sup>。

そのデザインについて改めて弊社で検証しましたところ、法令の確認を含めた各種チェックが不十分であったこと、また、日本赤十字社及び東京都福祉保健局からも各マークの使用規定などについてご指導を頂きましたことなどを踏まえ、このたびの決定に至りました。

このニュースは多くのテレビ番組で取り上げられた。翌日の 19 日には、朝日新聞、読売新聞、毎日新聞、日本経済新聞といったほとんどの主要な新聞が朝刊で記事化している。

著名なアーティスト、ヘルプマーク、赤十字が関係し、そもそもネットではなく現実世界の騒動であったことから、幅広く伝える必要があると主要メディアが判断したのであろう。

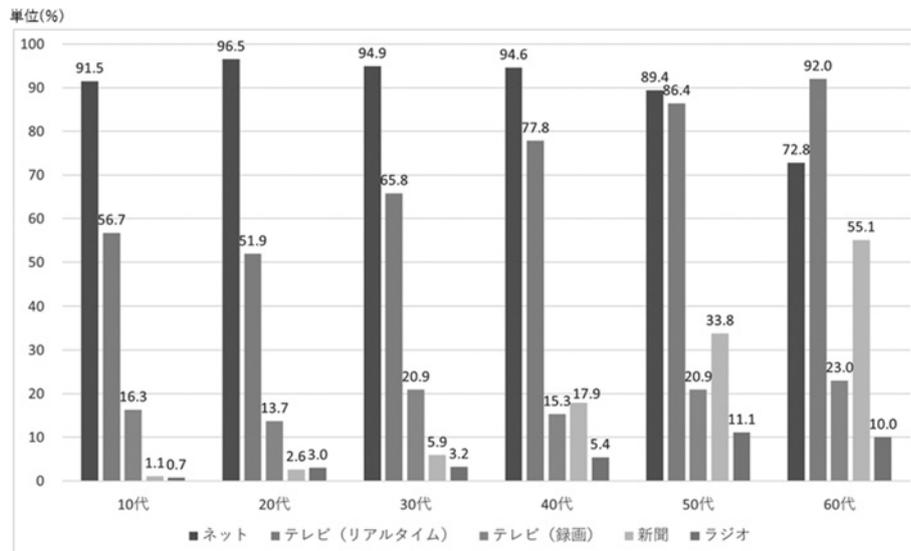
## 6. 情報取得方法の変化と今後について

ここまで見てきたように、ネットにおけるムーブメントと従来型のマスメディアによる報道との間には、その内容によって取り上げられ方に明らかな差異があることがわかる。そして、①ネットの中だけに留まらず、現実世界に影響を与えるものが従来型のマスメディアで取り上げられやすいこと、②従来型のマスメディアで取り上げられたという事実が特許庁の審査において周知性の認定などの点で有利に働きやすいこと、が確認できた。

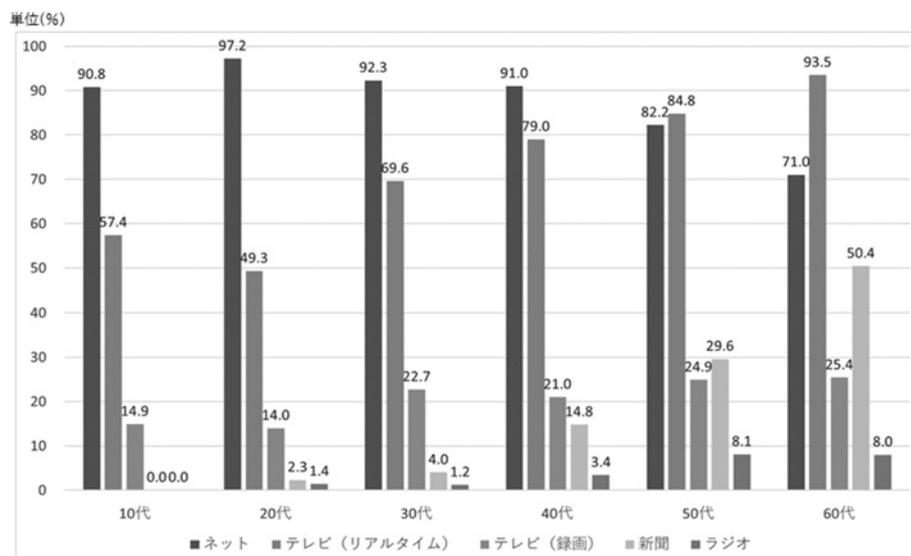
しかし、今やテレビ、新聞、ラジオ、雑誌といった従来型のマスメディアは情報取得のための主要な手段ではなくなりつつある。情報取得の方法が若い世代を中心に様変わりしているからだ。

総務省が 2022 年 8 月に発表した「令和 3 年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」<sup>(18)</sup>を見ても、それは明らかである。主なメディアの行為者率をみると、平日・休日ともに、10 代から 40 代はテレビよりもインターネットの利用率の方が高いことがわかる。特に 10 代～20 代では半数程度しかテレビを見ていない。新聞に至っては、30 代でも読んでいない人は 1 割にも満たない。

このような調査結果を見ると、テレビや新聞が果た



【令和3年度】[平日] 主なメディアの行為者率 (全年代・年代別) (『令和3年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査』(総務省、2022年8月)を編集)



【令和3年度】[休日] 主なメディアの行為者率 (全年代・年代別) (『令和3年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査』(総務省、2022年8月)を編集)

して「マスメディア」の代表であり続けるのかについて疑問を感じてしまう人も少なくないだろう。近年のトレンドを踏まえると、商標登録出願の審査において、今以上にネットにおける使用実態が重視されるべきかもしれない。

実際に、ネットの中だけで盛り上がり、テレビや新聞などの従来型のマスメディアではまったくといっていいほど取り上げられない情報も数多く存在する。そして、そのようにネットだけで閉じている場合、たとえば、大勢の登録者や視聴者を獲得している YouTube チャンネルであっても、その名称が無関係の第三者によって出願されてしまった場合に対抗することが難しいことがある。

たとえば、2020年10月、YouTubeの簡単料理チャ

ンネルとして知られる「くまクッキング」の名称が、その開設者とは無関係の第三者によって商標登録出願されたことがあった。この出願については、第三者から特許庁に対して拒絶すべき内容であるとする情報提供がなされていたにも関わらず、2021年8月、審査で拒絶されることなくストレートで登録査定となった。

「くまクッキング」はチャンネル登録者数が2022年11月現在で約24万人<sup>(19)</sup>、当時も約23万人の登録者がいたという。これだけ登録者がいるチャンネルにも関わらず、4条1項10号(他人の周知商標)、15号(商品または役務の出所の混同)、19号(他人の周知商標と同一又は類似で不正の目的をもって使用する商標)など、そのいずれによっても拒絶されなかったわけだ。

もともと、この出願については結局、登録料が納付されずに2021年12月に「出願却下処分」となった。そこで騒動は収まったが、一時は弁理士有志による異議申立ての動きまで起こっていた。今後も炎上覚悟で出願する人がいれば、同様のことが繰り返される可能性があるだろう。

このような事態を防ぐべく、特許庁の審査においてネットでの周知性を重視すればよいのかと言っても、話はそう単純ではない。チャンネル登録者数、アクセス数、「いいね」数などはお金で買うこともでき、本当に周知となっているのか適切な判断をすることは難しいからである。

また、別の問題として、特にコロナ禍以降、ネットを中心に多様な情報が氾濫し、「多くの人知っている」と断言できるものがますます少なくなっていることが挙げられる。

2001年に米国の憲法学者であるキャス・サンステーンが「サイバースケード」という仮説を提唱した。これは、ネット上で同じ思考や主義を持つ者同士がつながり、そこで極端な世論が形成されやすくなる「集団極性化」の一種である。(スケードとは、階段状に水が流れ落ちる滝のことである。)

総務省の「令和元年版 情報通信白書」<sup>(20)</sup>は、こうしたもともとある人間の傾向とネットメディアの特性の相互作用による現象として、「エコーチェンバー」(自分の意見をSNSで発信すると閉じた小部屋で音が反響するようにそれと似た意見が返ってくるという状況)と「フィルターバブル」(アルゴリズムにより利用者の観点に合わない情報から隔離され、自身の考え方や価値観の「バブル(泡)」の中に孤立する情報環境)の2つを挙げている。

情報ソースの多様化を通じて、前述した「サイバースケード」「エコーチェンバー」「フィルターバブル」といった現象が今後ますます起こりやすくなるだろう。商標登録出願についても、ネット世論と特許庁の審査の実務との間のギャップがより拡大し、ネット炎上がさらに先鋭化していくことも十分考えられる。

## 7. まとめ

従来型のマスメディアの利用率がますます下がっていく中、すでにこれらの流している情報が「多数派」のニーズを反映しているものとはいえなくなっている。たとえば週刊誌に至っては、購読者の大半が高

齢者であり、高齢者向けの特集ばかりが組まれていることは、コンビニ等の週刊誌コーナーを見れば一目瞭然であろう。

今後もネット上において、「サイバースケード」「エコーチェンバー」「フィルターバブル」といった現象を通じて様々な商標炎上騒動が起こることは想像に難くない。だが、皆でもう少し冷静になることはできるかもしれない。

まずは、議論の中心となっているのが、法的な問題なのか、倫理的・モラル的な問題なのかをはっきりさせることである。そして、法的な問題であれば、出願に対する情報提供、登録後の異議申立て・無効審判・取消審判などで対抗することを考えるべきだし、倫理的・モラル的な問題であれば、署名活動などを通じて世論や行政に働きかけていくことも大切なことだろう。

こうした正攻法を使った地道な活動を続けることで過度な炎上を防ぎながら、世の中の変化に対応した新しいルール作りを進め、皆で力を合わせながら将来のあるべき姿を模索していくことが大切なことと思われる。

## (参考文献)

- (1)「商標登録出願にかかる炎上事例に関する考察」(パテント/日本弁理士会広報センター会誌編集部編 73 (2), 4-15, 2020-02) <https://system.jpaa.or.jp/patent/viewPdf/3487>
- (2)荻上チキ『ウェブ炎上—ネット群集の暴走と可能性』(2007)
- (3)田中辰雄; 山口真一『ネット炎上の研究: 誰がおり、どう対処するのか』(初版版) 勁草書房、2016年4月25日
- (4)藤代裕之『ネットメディア覇権戦争~偽ニュースはなぜ生まれたか~』、光文社新書、2017年1月
- (5)「ゆっくり茶番劇」から考える 商標登録って何なの?、日本放送協会(2022年5月25日) <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20220525/k10013642621000.html>
- (6)「ゆっくり茶番劇の商標登録を撤回させたいため署名お願いします!」、Change.org <https://www.change.org/p/署名-ゆっくり茶番劇の商標登録を撤回させたい-ゆっくりを守ろう>
- (7)人気アニメジャンル「ゆっくり茶番劇」を第三者が商標登録し年10万円のライセンス契約を求める ZUNさん「法律に詳しい方に確認します」、ねとらぼ(2022年05月15日19時10分) <https://nlab.itmedia.co.jp/nl/articles/2205/15/news045.html>
- (8)ユーカリが丘線爆破予告「ゆっくり茶番劇」商標登録騒動と関連か 特許事務所が取材応じる【急上昇ニュースのウラ】、千葉日報(2022年5月16日20:56) <https://www.chibanippo.co.jp/news/national/936577>
- (9)柚葉/Yuzuha【公式】 on Twitter (2022年5月24日午後

- 5:00) [https://twitter.com/yuzuha\\_youtube/status/1529009480767156225](https://twitter.com/yuzuha_youtube/status/1529009480767156225)
- (10)「ゆっくり茶番劇」第三者が商標登録、ネット炎上で使用料撤回、産経新聞 (2022/5/20 07:00)
- (11)商標速報 bot on Twitter (2021年10月8日 午前3:26) [https://twitter.com/trademark\\_bot/status/1446180028480425987](https://twitter.com/trademark_bot/status/1446180028480425987)
- (12)「ゆっくり茶番劇」問題について松野官房長官が答弁「二次創作は独自に発展した文化と認識」「適切に保護されることが重要」、ねとらぼ (2022年05月24日17時21分)
- (13)2022年5月24日、ドワンゴは「ゆっくり界限」で認知されている動画カテゴリーの名称である「ゆっくり実況」(商願2022-058346)、「ゆっくり解説」(商願2022-058347)、「ゆっくり劇場」(商願2022-058348)の3つについて商標登録出願を行った。これらが拒絶されるかどうかも気になるところである。
- (14)ヘルプマーク - 東京都福祉保健局 [https://www.fukushi.hoken.metro.tokyo.lg.jp/shougai/shougai\\_shisaku/helpmark.html](https://www.fukushi.hoken.metro.tokyo.lg.jp/shougai/shougai_shisaku/helpmark.html)
- (15)2000年12月に発売された椎名林檎のライブ映像集「下剋上エクスタシー」のパッケージに赤い十字はすでに描かれており、これはそもそも「赤十字マーク」を意図したものでない。
- (16)日本赤十字社「知っていますか?このマークの本当の意味」(2018年3月改訂) [https://www.jrc.or.jp/about/pdf/20180401\\_shitteimasuka-kaiteiWeb.pdf](https://www.jrc.or.jp/about/pdf/20180401_shitteimasuka-kaiteiWeb.pdf)
- (17)椎名林檎 オフィシャル・リミックスアルバム 百薬の長【UNIVERSAL MUSIC STORE 限定盤】 付属グッズに関するお詫びと発売日変更について (Date: 2022.10.18)、ユニバーサル ミュージック <https://www.universal-music.co.jp/press-releases/2022-10-18/>
- (18)「令和3年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」(総務省、2022年8月) [https://www.soumu.go.jp/iicp/research/results/media\\_usage-time.html](https://www.soumu.go.jp/iicp/research/results/media_usage-time.html)
- (19)くまクッキング-YouTube <https://www.youtube.com/channel/UCJi534CSR8m5BeQVPkTx4Q>
- (20)「令和元年版 情報通信白書」(総務省、2019年7月) <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/r01.html>
- (特集原稿 2022.11.16)