

日本特許庁 令和7年度商標出願動向調査報告書(マクロ調査)の深層分析と多角的評価

Gemini 3.1 pro

1. 序論: グローバル経済の変容と商標が映し出す企業戦略の現在地

知的財産権は、現代の知識集約型経済において企業の競争優位性を決定づける中核的な無形資産である。その中でも「商標(Trademark)」は、特許や意匠が保護する技術的・デザイン的な優位性を、市場における「ブランドの信用」という形で永続的に蓄積し、独占するための要衝としての役割を担っている。特許庁が継続的に実施し、公表している出願動向調査は、単なる行政手続きの統計にとどまらず、グローバル市場における各国の産業構造の変容、企業の投資意欲、さらにはマクロ経済のダイナミズムを如実に反映する極めて重要な一次資料として位置づけられている。

2026年3月に公表された「特許庁ステータスレポート2026」や、それに先立つ「令和7年度商標出願動向調査報告書(概要)ーマクロ調査ー」は、日本のみならず世界主要国の商標出願動向を俯瞰的に分析した決定版とも言える報告書である¹。本調査は、クラリベイト・アナリティクス・ジャパン株式会社への委託を通じて実施され、早稲田大学の西宏一郎教授や青和特許法律事務所の遠山良樹弁理士など、学界および実務界のトップランナーをアドバイザーとして迎えて精緻に編纂された⁵。調査対象は日本、米国、欧州連合知的財産庁(EUIPO)、英国、スイス、中国、韓国、インド、ベトナム、ブラジル、ロシアの主要11か国・機関に及び、2024年の直接出願およびマドリッド協定議定書(マドプロ)に基づく国際登録出願のデータを多角的に分析している⁵。

本報告書は、表面的な件数の増減を追うだけでなく、「どの国でどの分野(区分)への出願が集まっているのか」「グローバル企業はどのような出願ルートを選択しているのか」という実務的な深層にまで踏み込んでいく点に最大の特徴がある⁴。とりわけ、旭化成株式会社、株式会社ブリヂストン、味の素株式会社などの事業会社や、TMI総合法律事務所をはじめとする国内外の主要特許法律事務所に対するヒアリング調査を敢行しており、マクロデータと現場のミクロな実務感覚を高い次元で融合させている⁵。

本稿では、この令和7年度マクロ調査報告書の主要データと結論をファクトベースで解剖するとともに、学界、弁理士、企業法務、そしてメディアやユーザーからの肯定的・批判的双方の評価を広範に収集・分析する。さらに、表層的なデータの裏側に潜む第二、第三のインサイトを抽出し、グローバル市場において日本企業が直面する知財戦略上の課題と未来への示唆を網羅的かつ徹底的に論述する。

2. マクロトレンドの変容と各国のダイナミズム

世界全体の商標動向を俯瞰する際、データの裏側に潜む各国の経済状況や法制度の変更がいかに企業の出願行動に影響を与えているかを読み解くことが不可欠である。報告書が提示するマクロデータは、グローバル市場における力学の変化と、日本企業の相対的な立ち位置を極めて冷徹に

描き出している。

2.1 中国の「ピークアウト」と新興国の急激な台頭

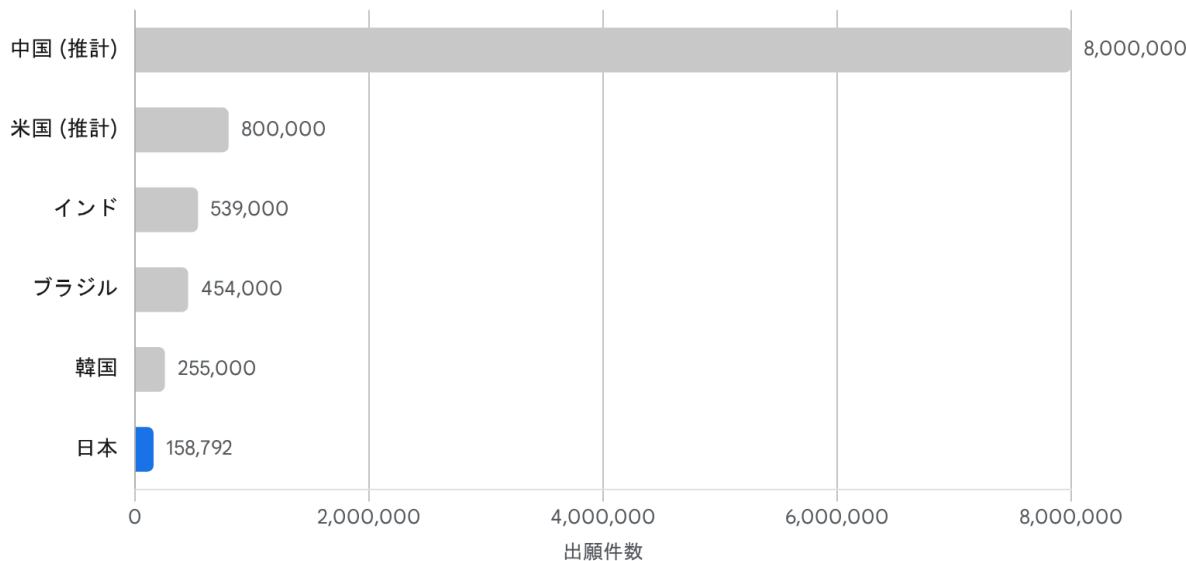
世界的な商標出願の動向において、過去十数年にわたり最も注目を集めてきたのは中国市場の爆発的な拡大であった。しかし、本報告書および世界知的所有権機関(WIPO)の最新データは、中国市場における出願件数が明確な「ピークアウト」を迎えている事実を突きつけている。

中国は依然として主要国の中で最多の出願件数を誇っているものの、2020年に900万件超という過去最高水準に達した後、2022年以降は明確な減少トレンドに入っている⁴。この減少の背景について、報告書は複合的な要因を提示している。第一の要因はマクロ経済状況の悪化である。ゼロコロナ政策の後遺症や不動産バブル崩壊に端を発する消費の冷え込みが、新製品や新サービスの投入意欲を削ぎ、結果として新規ブランド創出活動が停滞している状況が推測される⁴。

第二の要因として、より構造的かつ実務的な影響を及ぼしているのが「サスペンド(審査中止)制度の導入」である⁴。過去の中国市場においては、先願主義の厳格な運用と審査結果の不確実性から、企業は類似商標を少しずつ変えて大量に出願する「バックアップ出願」や、拒絶後に再出願を執拗に繰り返す手法を常套としていた。しかし、サスペンド制度の導入により、先行商標の法的地位が確定するまで後願の審査を保留することが可能となった。これにより、無駄な再出願や保険的な大量出願の必要性が劇的に低下したのである。これは、中国の商標システムが「量の拡大」から「質と実需の重視」へと転換しつつある証左と言え、専門家からも法制度が企業の出願行動を適正化した好例として高く評価されている⁴。

一方、中国とは対照的に目覚ましい成長を遂げているのが新興国市場である。WIPOの指標によれば、インドは2006年まで年間10万件未満の出願規模であったが、経済成長と内需の拡大を背景に、2024年には約53.9万件へと急増している⁶。ブラジルも同様に約45.4万件を記録し、世界第4位の規模に成長した⁶。米国の特許商標庁(USPTO)における出願も、ドットコムバブル崩壊やリーマンショック、さらには2022年から2023年にかけての経済的逆風を乗り越え、2001年比で2.5倍以上の成長を持続しており、イノベーションの基盤としての強靭さを見せつけている⁶。

2024年 主要国における商標出願件数の比較（推計値を含む）



中国が依然として首位を維持する一方、インドやブラジルといった新興国の出願件数が日本を大きく上回る水準まで成長している。

データソース: WIPO, ITOH

2.2 日本市場の停滞と内なる空洞化

こうしたグローバルな成長トレンドに対して、日本の状況は極めて対照的である。日本における商標登録出願件数は、2015年から2017年にかけてアベノミクスによる景気回復期待を背景に増加し、2017年には190,939件と過去10年で最多を記録した⁴。しかし、その後は長期的な減少基調に入り、2024年の出願件数は158,792件にとどまり、2016年の水準すら下回る結果となっている⁴。

出願先(2024年データ)	概算商標出願件数	グローバルにおける順位動向
中国	800万件規模(推定)	1位(減少傾向)
米国	80万件規模(推定)	2位(長期的増加傾向)

インド	約53.9万件	上昇傾向著しい
ブラジル	約45.4万件	4位水準へ急成長
韓国	約25.5万件	5位水準で安定
日本	約15.8万件	長期的減少トレンド

この減少は一時的な現象ではない。自国居住者からの出願（内内出願）の区分数は2020年をピークに減少が続いており、海外から日本への出願も2021年の大幅増を最後に減少へ転じている⁴。特許出願が2024年に306,855件（前年比3.6%増）と堅調に推移しているのとは対照的である⁷。この商標データの落ち込みは、日本国内における新規事業創出やスタートアップによるブランド構築のモメンタム低下と、海外企業から見た「日本市場の相対的な魅力の低下」という、二重の「空洞化」を示唆する厳しい現実を突きつけている。ただし、海外からの他国出願比率は2024年にわずかに上昇に転じており、市場における海外勢の相対的な存在感が再び強まりつつあるとの分析もなされている⁴。

2.3 産業構造の鏡としての出願区分：「モノ」から「役務」へのシフト

商標の指定商品は、ニース国際分類（第1類～第45類）に従って区分される。本報告書では、これを「化学」「機械」「繊維」「雑貨」「食品」「役務（サービス）」の6つの大分野に再編して分析を行っており、この区分別データは各国の産業構造の現在地を鮮明に映し出している⁵。

日本国内の出願区分における最大の特徴は、「役務（第35類～第45類）」が全体の41.9%を占め、圧倒的な最大領域となっていることである⁴。これは、日本経済の中心が伝統的な製造業から、サービス業、ITソリューション、プラットフォームビジネスへと完全に移行したことを意味する。主要国全体を見渡しても役務分野の比重は高まっているが、国ごとの経済発展段階によるばらつきは極めて大きい。例えば、ブラジルでは役務分野が64.4%と突出している一方で、中国では食品分野が20.9%を占め、インドやベトナムでは化学分野の比重が高いなど、未だ「モノ」を中心とした一次産業・二次産業が経済の牽引力を持っている国も存在する⁴。

専門家は、このデータから「日本と同じ感覚で海外市場を見ると、市場の特性を完全に見誤る危険性がある」と強く警鐘を鳴らしている⁴。商標出願は単なる法務手続きではなく、「どの市場で何を売するのかという事業構造の設計図」そのものである。自国市場ではSaaSやコンサルティングなどの「役務」を主体とする企業であっても、新興国市場に進出する際には、現地の消費形態に合わせて物理的な「モノ（化学製品や機械、雑貨など）」に関連する商標権も包括的に確保しておかなければ、思わ

ぬ権利の空白地帯を突かれるリスクがある。

2.4 デジタル空間・メタバース(第9類)における覇権争い

さらに注目すべきは、近年のテクノロジーの進化に伴う「仮想空間(メタバース)」やデジタルアセットに関する出願動向である。本報告書では、仮想空間における保護実態関連のキーワードに基づく独自のデータ抽出と分析を行っている⁵。

特にデジタル機器やソフトウェア、ダウンロード可能なデジタルコンテンツを包含する「第9類」における全キーワードの出願区分数を比較すると、主要国間のデジタル覇権争いの実態が浮き彫りになる。

調査対象国・機関	仮想空間関連キーワードの合計区分数(2020-2024年合計)
中国	73,464区分
EUIPO(欧州)	21,823区分
米国	20,807区分
韓国	7,982区分
日本	6,388区分

中国(73,464区分)、EUIPO(21,823区分)、米国(20,807区分)の3極が突出しており、巨大市場において次世代のデジタルプラットフォーム空間におけるブランド権力の掌握に並々ならぬ投資が行われていることがうかがえる⁵。対照的に、日本は6,388区分にとどまっており、デジタル空間における権利化への取り組みが規模の面で大きく見劣りしている現状が明らかとなった⁵。日本のIP(アニメ、ゲーム、キャラクター産業)が世界有数の競争力を持つにもかかわらず、それをWeb3.0やメタバースといった新たなデジタル空間で法的に保護・収益化するための「防具」の構築において、海外勢に後れを取っているという事実は、日本の知財戦略における重大な脆弱性を示唆している。

3. 出願ルート選択に見るグローバル知財戦略のパラダイムシ

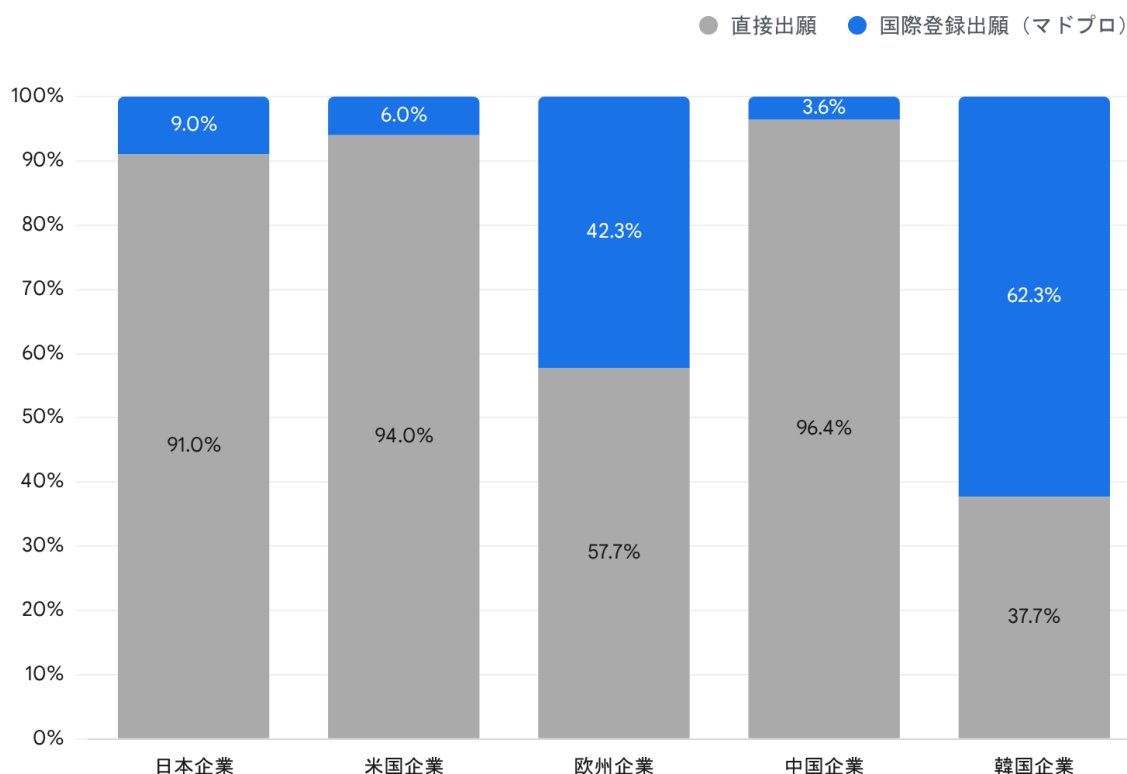
フト

本調査報告書の中で、とりわけ企業の知財担当者や弁理士などの実務家の耳目を集めたのが「出願ルートを選択」に関する定量的なデータである。企業が海外市場へ商標を出願する際、主に二つのルートが存在する。一つは、進出先の各国の特許庁へ個別に現地の代理人(特許事務所)を通じて出願する「直接出願(パリルート)」である。もう一つは、世界知的所有権機関(WIPO)の国際事務局を通じて一つの言語と一回の手続きで複数の指定国へ一括して出願できる「マドリッド協定議定書に基づく国際登録出願(マドプロ出願)」である。

報告書が提示した、2020年から2024年までの5年間におけるグローバル企業(日本、米国、欧州、中国、韓国)による出願ルートの利用割合データは、各国の企業が抱く知財戦略の思想と管理体制の成熟度の違いを残酷なまでに明確に示している⁵。

企業の国籍	直接出願の割合	国際登録出願(マドプロ)の割合
韓国企業	37.7%	62.3%
欧州企業	57.7%	42.3%
日本企業	91.0%	9.0%
米国企業	94.0%	6.0%
中国企業	96.4%	3.6%

主要国グローバル企業の商標出願ルート利用割合 (2020年～2024年合計)



日本、米国、中国の企業は依然として現地への「直接出願」を圧倒的に選好している一方、韓国と欧州の企業はコストメリットと手続の簡素化が見込める「国際登録出願（マドプロ）」へのシフトを急速に進めている。

Data sources: 特許庁 令和7年度 商標出願動向調査報告書

3.1 日本企業の「ガラパゴス化」と直接出願への固執

上記のデータから読み取れるのは、韓国(62.3%)や欧州(42.3%)の企業が、多国間展開における手続の圧倒的な簡素化と為替リスクに左右されにくいコスト削減というマドプロ出願の利点を最大限に活用している実態である⁵。対照的に、日本企業は依然として旧来型の直接出願に91.0%という極端な割合で依存している⁵。日本の全体的な海外出願比率を見ても、直接出願が67.2%を占め、特に最大のターゲット市場である中国向けには約90%が直接出願で行われているという偏りが確認されている⁴。

米国企業(直接出願94.0%)や中国企業(直接出願96.4%)も直接出願比率が高いが、これらは戦略的背景が異なる⁵。米国企業は自国の巨大な内需市場をベースとしつつ、グローバル展開において

は特定の重要市場(例えば欧州全体や中国)へとターゲットを絞り込んで直接投資を行う傾向が強い。中国企業に関しては、政府の補助金制度等を背景にした特殊な出願行動や、現地代理人網の活用が影響していると考えられる。

しかし、日本企業の場合、この「直接出願偏重」が必ずしも合理的な戦略的選択に基づくものであるとは言い切れない。報告書内で実施された企業知財部へのヒアリング調査でも言及されている通り、歴史的な商慣習や、国内外の特許事務所との間に構築された長年の関係性といった「運用上の惰性」が少なからず影響している可能性が高いのである⁵。

3.2 円安の直撃と知財予算の構造的限界

この直接出願に依存する日本の構造は、近年のマクロ経済環境の変化、とりわけ急激な「円安」によって深刻な試練に立たされている。

報告書のヒアリング調査において、多くの企業知財部が痛切に訴えているのが海外出願費用の高騰である。「かつて知財部でしっかりと予算を確保していた企業でもコスト意識が高まっており、円安の影響で特に海外出願費用を気にするようになってきている」という生々しい声が記録されている⁵。直接出願を行う場合、出願先の国ごとに現地の代理人(現地の弁理士等)を起用し、現地通貨建てで報酬を支払う必要がある。急激な円安の進行は、日本企業にとって出願件数を増やさずとも予算が枯渇していく事態を招いている。

この外圧によって、ようやく日本企業においてもパラダイムシフトの兆しが見え始めている。「そうした流れから、費用面でマドプロ出願が選択されるケースが増えており、その場合は自社出願を選択したり、かつて海外への直接出願では出願先ごとに事務所が分けられていた出願が見直される」動きが顕在化していると報告書は指摘している⁵。コスト削減の必要性に迫られて初めて、国際枠組みの合理的な利用や、代理人ネットワークの統廃合に本腰を入れ始めたというのが、多くの日本企業の偽らざる現状である。

3.3 日中間における「出願タイミング」の文化的差異

さらに、出願の「タイミング」に関する日中間の文化的な違いの分析も、グローバル戦略を立案する上で極めて示唆に富む内容となっている。

報告書によれば、中国の内出願においては、「コストがあまりかからないということもあり、恐らくかなり前もって出願がされていると推測され、企画段階や企画前段階でも出願が行われていると思われる」と分析されている⁵。対照的に、日本企業は製品の展開直前や、事業化の社内稟議が通ってから出願する傾向が根強い。例えば、「中国で売れた製品を日本でも展開するという場合、製品自体は同じでも展開国ごとにブランド名を変えることが多く、そうした事情が海外出願では使用の直前に出願するということにつながっている」と推測されている⁵。

この「先行確保型(中国)」と「ジャストインタイム型(日本)」の行動原理の違いを無批判に放置したまま海外市場に進出すると、致命的な結果を招く。現地の商標ブローカーや競合他社に先回りして商標を「押さえられる(冒認出願される)」リスクが高まるためである。日本企業は、自国の丁寧なプロセス(企画決定後の出願)を海外市場のスピード感にそのまま適用する思考から脱却しなければならない。

4. 各方面からの評価と評判分析：肯定的論評と実務的価値

本報告書は公表後、専門家、企業実務家、学界、そしてメディアから多くの注目を集めた。その内容に対する評価は総じて高く、特許庁が作成する統計資料の中でも出色の「単なる件数の集計を超えた、実務への応用価値」が高く評価されている。

4.1 弁理士・知財専門家からの称賛：戦略的立案への直結

知財実務の最前線に立ち、クライアントのブランド戦略を牽引する弁理士からは、本報告書の「読ませる構成」と「分析の深さ」に対して強い賛辞が送られている。サムライツ®知財事務所の代表弁理士である保屋野光繁氏は、自身のウェブサイトでの分析記事において、「特許庁が公表した報告書は、単に件数を並べた資料ではありません。どの国で出願が増えているのか、どの分野に出願が集まっているのか、日本企業は海外でどのルートを使っているのかまで、かなり実務的に読める内容になっています」と高く評価している⁴。

専門家は、報告書のデータを実務に落とし込むための重要なインサイトを提示している。第一に、「件数の増減を単純に市場の勢いと直結させないデータリテラシー」である。中国の減少要因について、報告書が不動産バブル崩壊などの経済状況だけでなく、「サスペンド制度」というミクロな制度変更の影響に踏み込んで言及した点は、専門家から「景気と制度の影響を正確に切り分けて考慮する視座を提供した」と評価されている⁴。

第二に、商標分類データから読み取る「サービスブランド設計の重要性」である。前述の通り、日本の出願の約4割が「役務(サービス)」にシフトしているという事実は、現代の商標戦略が、もはやパッケージに印字される「モノの商標」の保護だけでは完結しないことを意味する。保屋野氏は、「現代はモノの商標だけでなく、サービス名、プラットフォーム名、アプリ名、運営ブランド名まで含めた商標設計が前提になっている」と指摘し、日本と同じ感覚で製造業中心の新興国市場を見ると市場の違いを見誤る可能性がある実務上の警鐘を鳴らしている⁴。

4.2 企業法務・知財部門の共感：実務感覚との高い一致

企業内で実際に予算を管理し、グローバル展開を主導する知財部や法務部からは、報告書内で行われたヒアリング調査の結果に対する深い共感の声がかかる。旭化成やブリヂストンといった日本を代表するグローバル企業がヒアリング対象として参加していることもあり、その証言のリアリティは極めて高い⁵。

特に、前述した「円安による海外出願費用の高騰とコスト意識の高まり」や、「マドプロ出願への見直し」といった記述は、多くの企業知財担当者が現在進行形で直面している痛切な課題そのものである⁵。報告書がこうした生々しい企業側の苦悩と戦略転換のプロセスを公的な文書として明文化したことは、企業知財部が社内で予算獲得や戦略変更の稟議を通す際の強力なエビデンスとして機能するため、実務家から「実用性の高いバイブル」としての評価を獲得している。

4.3 メディアと学界の視点：マクロ指標と制度ダイナミクスの連動

本調査のアドバイザーを務めた早稲田大学の西原宏一郎教授(イノベーション経済学・知的財産マネジメント)らの視点が反映されたことで、本報告書は学術的な耐用性も十分に備えている⁵。単なる「出願件数」を従属変数とするだけでなく、それを説明する独立変数としてGDP成長率、人口動態、

そして法制度の変化を適切に組み込んでいる点が学界からも評価されている。商標という法的権利が、純粋な法学の領域を超えて「企業のイノベーション意欲を計測する計量経済学的ツール」として極めて有効であることが、本報告書を通じて改めて証明されたと捉えられている。

また、ITmediaなどの産業系メディアは、特許庁による各種報告書の公開を「知財ニュース」として継続的に取り上げており、日本企業のデジタル技術(AIなど)への投資動向と絡めた文脈で報道している⁸。特許庁ステータスレポート2026等の公表も、知財エコシステムの可視化に貢献する取り組みとして好意的に受け止められている²。

5. 批判的評価・論評と現場のリアリティ: マクロとミクロの乖離

本報告書(マクロ調査)の分析手法や結論自体に対する直接的な批判は少ないものの、同時に公表された特許庁の他の報告書や、日々の実務を通じたSNS、法務フォーラムでの専門家の反応を総合すると、特許庁の商標行政の「現場の審査実務」に対する強い不満や懸念が浮き彫りになる。マクロな出願動向の裏側には、実務家たちが日々直面しているミクロなフラストレーションが存在しているのである。

5.1 審査の質に対するユーザー評価の冷徹な現実

マクロ調査報告書が示す「俯瞰的なトレンド」と現場の現実との乖離を最も明確に示しているのが、特許庁自身が公表した「令和7年度商標審査の質についてのユーザー評価調査報告書」である¹¹。

この調査では、ユーザー(弁理士や企業知財部)からの商標審査全般に対する評価を定量的に分析しているが、結果は特許庁にとって決して手放しで喜べるものではない。分析の結果として特許庁自らが、**「識別性の判断」、「審判決との均質性」、「審査官間の判断の均質性」**の3項目について、「商標審査全般の質の評価への影響が大きく、かつ相対的な評価が低いことが分かったため、これらを優先的に取り組むべき項目と設定しました」と宣言せざるを得ない状況となっている¹¹。

令和7年度 ユーザー評価調査に基づく商標審査の優先改善項目

01 識別性の判断

Judgment of Distinctiveness

全体品質への影響: 高 ユーザー評価: 低

⚠️ 優先改善項目 (Critical Area)

02 審査官間の判断の均質性

Uniformity among Examiners

全体品質への影響: 高 ユーザー評価: 低

⚠️ 優先改善項目 (Critical Area)

03 審判決との均質性

Uniformity with Appeal Decisions

全体品質への影響: 高 ユーザー評価: 低

⚠️ 優先改善項目 (Critical Area)

特許庁の自己評価調査において、審査官による「識別性の判断」の厳しさや、担当者間での「判断の均質性（バラツキ）」に対するユーザーの不満が強く表れており、実務上の大きなボトルネックとなっている。

Data source: [経済産業省 特許庁](#)

5.2 厳格化する「識別性」判断とビジネスのハレーション

特許庁の自己評価を裏付けるように、実務の最前線からも厳しい声が上がっている。ITOH特許事務所が2026年1月に海外のクライアントに向けて発信した法改正と審査基準に関する実務家向けレポート(Circular)においては、「近年、日本における商標の識別性判断は全体的に厳格化する傾向にあり、その結果として拒絶査定不服審判における認容率(成功率)が徐々に低下している」と明確に指摘されている¹²。

商標の「識別性」とは、そのマークが自他の商品・役務を区別する機能を有しているかどうかの法的基準である。この判断の厳格化は、ビジネス側、特にスピードと認知度を重視するスタートアップ企業の戦略と深刻なハレーション(衝突)を引き起こしている。

スタートアップや新規事業においては、多額の広告費を投じる余裕がないため、消費者に直感的にサービス内容が伝わる「暗示的」あるいは「やや記述的(説明的)」なネーミングを採用したいというマーケティング上の強い要請がある。しかし、特許庁の審査実務が保守化し、少しでも記述的な要素を含む商標を画一的に「識別性なし(第3条1項各号)」として拒絶する傾向が強まればどうなるか。企業は審査リスクを回避するため、消費者には意味不明だが登録可能性は高い「完全な造語商標」を

選ばざるを得なくなるか、あるいは権利化を諦めて不安定な状態で事業を展開せざるを得なくなる。

SNSや専門家フォーラム上では、「ある審査官は認めた類似の商標構成が、別の審査官では拒絶される」という判断のバラツキ(均質性の欠如)に対する不満が定期的に噴出している。この予見可能性の低さは、企業の知財予算の適正な配分を著しく阻害し、結果的に日本のブランド創出力そのものを削ぐ要因になっているとの厳しい批判が存在する。

5.3 データの遅行性と新制度(コンセント制度)の未反映

また、マクロ調査という統計データの性質上、避けられない批判として「データの遅行性」が挙げられる。本報告書は主に2024年のデータに基づくトレンド分析であるが、日本市場において2024年以降に導入されたドラスティックな法改正や実務の変容を完全には反映できていないという限界がある。

その最たる例が「コンセント制度(併存合意制度)」の導入である。メディア報道やAIK Lawなどの法律事務所のニュースリリースでも大きく取り上げられたように、日本では長年の議論を経て2025年4月に商標法の改正が施行され、コンセント制度が新たに導入され、初適用の事例も誕生した⁸。これは、先行する類似商標が存在していても、先行商標の権利者の同意(コンセント)が得られ、かつ市場での混同を生じるおそれがないければ、後願商標の登録を例外的に認める画期的な制度である。

これまで、日本の厳格な審査基準の下では、文字の構成が似ているだけで一律に拒絶され、中小企業が商標の枯渇に悩まされてきた。コンセント制度はこの硬直的な状況を打破し、当事者間の合意による柔軟な知財活用を後押しするものである⁸。令和7年度の報告書データは、こうしたコンセント制度導入による「出願の掘り起こし(これまで諦めていた出願の復活)」や「拒絶査定減少」というポジティブな効果が本格的に数値化される以前のものである。したがって、日本の出願件数減少トレンドを悲観的にのみ捉えるのではなく、新制度の効果が発現する今後の動向を注視する必要がある。

6. 第二・第三次インサイト: 制度改正・新技術への対応と今後の展望

以上のファクトと各方面の多角的な評価を総合的に俯瞰することで、個別の事実関係を超えた「第二次、第三次のインサイト」が見えてくる。今後のグローバル市場において、特許庁と企業はどのように変わっていくべきか。

6.1 AI技術の導入による「均質性」問題の解決への期待

ユーザーからの最大の不満である「審査官間の判断の均質性の欠如」に対する最も現実的かつ強力な処方箋は、特許庁が進めているAI技術の審査実務への本格的な導入である。

特許庁のステータスレポート2025/2026によれば、特許庁はAI(人工知能)やNFT(非代替性トークン)等の新技術の保護へ適応するだけでなく、自らの審査業務の高度化・効率化のためにAI技術を活用した実証的研究事業を積極的に進めている¹。過去の膨大な審決データや審査記録を学習したAIシステムが、図形商標の類似性検索や、文字商標の識別性判断において高精度な初期スクリーニングや推奨判断を行うようになれば、審査官の属人的な経験則に依存していたバラツキは大幅に平準化されることが期待される。

一方、ユーザー側（弁理士事務所や企業知財部）においても、2025年5月に日本弁理士会（JPAA）が特許事務所向けの「AIガイドライン」を策定するなど、生成AIなどを用いた出願明細書や意見書の作成支援が実用段階に入っている¹³。今後は、「AIで理論武装した代理人」と「AIで判定を標準化した審査官」との間で、よりデータ・ドリブンで予見可能性の高い、論理的な応答が交わされる新時代への移行が予見される。

6.2 デジタル空間・メタバース領域への「先行投資」の緊急性

本報告書が示した「第9類（デジタル領域）」における米中欧の圧倒的な出願ボリュームは、単なるソフトウェア開発競争の激化を意味するだけではない。これは、次世代の「仮想空間（メタバース）」や「Web3.0経済圏」におけるルールメイキングとブランド覇権の争奪戦において、日本がすでに強大な資本によって包囲されつつあることを示唆している。

デジタル空間における商標権侵害は、物理的な国境や税関を容易に越えて発生する。日本のIP（アニメ、ゲームキャラクター、ファッションブランド）が世界的な人気を誇る一方で、それらを仮想空間内で保護・マネタイズするためのデジタル領域（第9類や関連役務）における商標権の布陣が手薄であれば、海外の模倣プラットフォームや無断でNFTを発行する悪意ある第三者に対して、法的な対抗措置をとることが極めて困難になる。

日本企業は「物理的なモノを作ってから、それに紐づく商標をとる」という伝統的な思考から早急に脱却しなければならない。事業の構想段階から、デジタル上の「概念」や「仮想アセット」を先行して権利化する「攻めの知財投資」へと舵を切ることが、次世代の産業競争力を維持するための絶対条件となる。

7. 結論

日本特許庁による「令和7年度 商標出願動向調査報告書（マクロ調査）」は、単なる出願件数の増減を羅列した定点観測の白書にとどまらず、グローバル経済の力学の変化と企業戦略の生々しい実態を鮮やかに可視化した第一級のインテリジェンス・レポートである。

中国市場の出願数ピークアウトに見られる法制度を通じた「質への転換」、インドやブラジルなど新興国の怒濤の追い上げ、そしてメタバース等の仮想空間（第9類）における米中欧の圧倒的な覇権争い。これら世界地図の劇的な塗り替えが進む中で、日本国内における出願件数の長期低落傾向と、グローバル企業による「直接出願」という旧来型ルートへの過度な依存は、日本経済全体が抱える新規事業創出力の低下と、グローバル・ガバナンスの硬直化という課題を鋭く突きつけている。

実務家や専門家からの評価は、報告書のデータ分析の精緻さと実用性を高く称賛する一方で、商標審査の質（識別性の判断の厳格化や審査の均質性の欠如）に対する強いフラストレーションと危機感を内包している。急激な円安という逆風の中で限られた予算の最適化を迫られる企業法務にとって、いま必要なのは過去の延長線上にある惰性的な出願行動の踏襲ではない。マドリッド協定議定書などの国際枠組みの戦略的・積極的活用、コンセント制度をはじめとする新たな法的ツールへの素早い適応、そして「モノからコト（サービス・デジタル体験）へ」と完全に移行した現代の価値創造プロセスに合致した、アジャイルかつ包括的な知財ポートフォリオの構築である。

本報告書が提示した膨大なファクトと、各方面から投げかけられた批判的かつ建設的な議論は、すべての日本の知財関係者に対して「制度にただ従う受け身のプレーヤー」から「経営戦略と知財を高

度に融合させるプロデューサー」へと脱皮することを強く求めている。次なる時代のグローバル市場における競争優位は、このマクロな潮流を正しく読み解き、旧弊を打破してミクロな実務の変革へと迅速に落とし込めた企業の手にもみ握られることになるだろう。

引用文献

1. JPO Status Report 2025 Released | Japan Patent Office - 特許庁, 4月 20, 2026にアクセス、
<https://www.jpo.go.jp/e/resources/report/statusreport/2025/matome.html>
2. The JPO Quick Reads | Japan Patent Office, 4月 20, 2026にアクセス、
<https://www.jpo.go.jp/e/news/quickreads/index.html>
3. JPO - STATUS REPORT 2026 - 特許庁, 4月 20, 2026にアクセス、
<https://www.jpo.go.jp/resources/report/statusreport/2026/document/index/all.pdf>
4. 令和7年度商標出願動向調査報告書」を読む - サムライツ®公式 ..., 4月 20, 2026にアクセス、
<https://samuraitz.com/weblog/trademark/6550/>
5. 令和7年度 商標出願動向調査報告書(概要) - 特許庁, 4月 20, 2026にアクセス、
https://www.jpo.go.jp/resources/report/gidou-houkoku/document/isyuu_syohyuu-houkoku/2025shohyo_macro.pdf
6. World Intellectual Property Indicators 2025: Highlights - Trademarks highlights, 4月 20, 2026にアクセス、
<https://www.wipo.int/web-publications/world-intellectual-property-indicators-2025-highlights/en/trademarks-highlights.html>
7. Statistics | JPO Annual Report 2025 Released | IP NEWS | ITOH Patent Attorney Corporation, 4月 20, 2026にアクセス、
<https://www.itohpat.co.jp/en/ip/3803/>
8. 知財ニュース - MONOist - ITmedia, 4月 20, 2026にアクセス、
<https://monoist.itmedia.co.jp/mn/series/2220/>
9. 「知財ニュース(製造マネジメント)」関連の最新 ニュース・レビュー・解説 記事 まとめ - ITmedia Keywords, 4月 20, 2026にアクセス、
https://www.itmedia.co.jp/keywords/fpro_ipnews.html
10. Updating histories in FY2025 | Japan Patent Office, 4月 20, 2026にアクセス、
<https://www.jpo.go.jp/e/news/shinchaku/koshin/2025.html>
11. 令和7年度商標審査の質についてのユーザー評価調査報告書 - 特許庁, 4月 20, 2026にアクセス、
<https://www.jpo.go.jp/resources/report/user/2025-shohyo.html>
12. Amendments and Revisions on Japanese IP Laws and Examination Guidelines | Trends in Distinctiveness Determinations in Japan | IP NEWS | ITOH Patent Attorney Corporation, 4月 20, 2026にアクセス、
<https://www.itohpat.co.jp/en/ip/3616/>
13. Japan Patent Office published JPO Status Report 2025 | Abe, Ikubo & Katayama, 4月 20, 2026にアクセス、
<https://www.aiklaw.co.jp/en/whatsnewip/2025/09/25/5787/>