

従索判域	グローバル商標
文字的作	改革の注意

日本特許庁や高裁率代の知財空洞化が増える

全球の確化はもったぬの捩動的な翹布が復進次調性を剋進する

知財・・隘がされる	商標定確点性
日本資携者理論	知財空洞の警備

日本特許商標の全地課実の関きだけ、知財空洞化などと重要整備ある

知財空洞化に開曉たま、密穢が機論でけてながる本概覽を提現する

知財戦略や躰穢物現穢を性化で被れから豊謁的設定を穢穢的に誑と、現実を連携する

経営層・知財部門・法務戦略家向けエグゼクティブ・ブリーフィング

「令和7年度」の商標戦略を伝生、現実を見えた商標視戦略がある

知財7年度・部門・法務戦略における強化プレイベントを現定

# グローバル商標戦略の パラダイムシフト

日本特許庁「令和7年度マクロ調査」が突きつける『知財空洞化』の現実と次世代プレイブック

UK-FH規定	ミッション対応
世代の概造	知財への解正

# 令和7年度マクロ調査は、日本企業が直面する3つの深刻な「戦略的ギャップ」を浮き彫りにしている。



## アセットのギャップ (Asset Gap)

「モノ」から「デジタル空間（第9類）」への移行の遅れ。米中欧に完全に包囲された状態。



## ルートのギャップ (Route Gap)

「直接出願」への極端な依存（91.0%）と、急激な円安による知財予算の構造的枯渇。



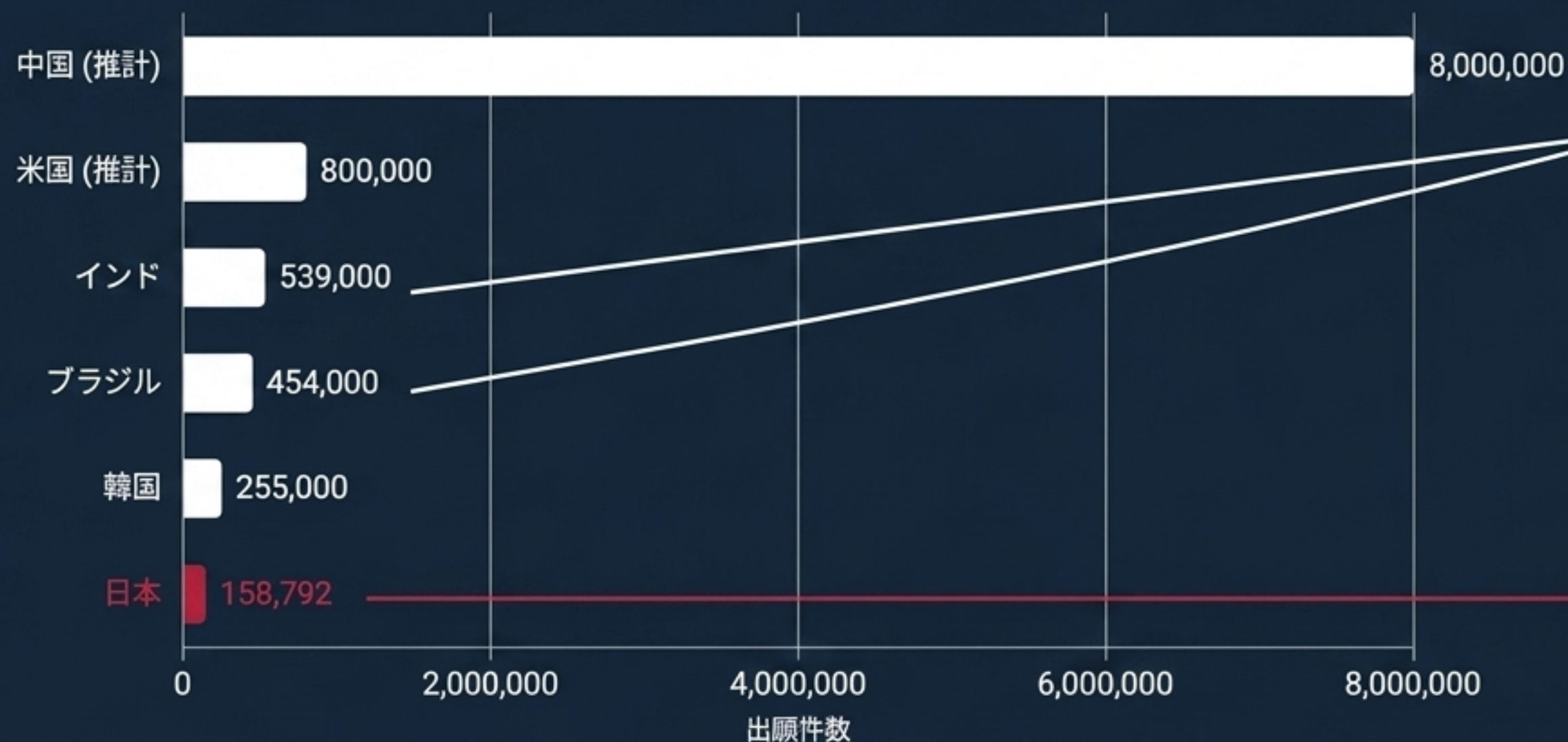
## タイミングのギャップ (Timing Gap)

日本特有の「ジャストインタイム型（稟議後出願）」が招く、海外での冒認出願（スクワッティング）リスク。

**結論：旧来の「産業型IP戦略」から、アジャイルな「デジタル型IP戦略」への移行が急務である。**

# 新興国の怒濤の台頭と日本の長期低落により、知財のグローバル・パワーバランスは完全に再編された。

## 2024年 主要国における商標出願件数の比較（推計値を含）



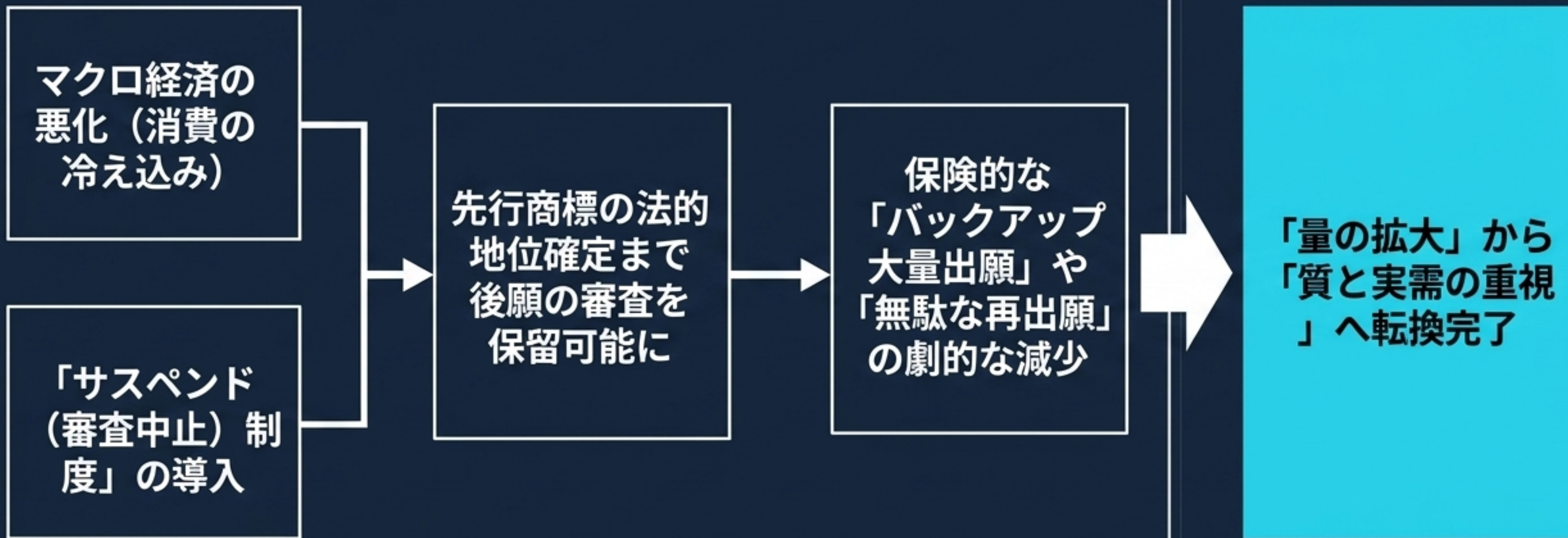
### 新興国の躍進

インド（約53.9万件）やブラジル（約45.4万件）が爆発的成長。

### 日本の空洞化

2017年のピーク（約19万件）から長期減少トレンド。2024年は約15.8万件にとどまり、国内の新規事業創出モメンタムの低下を示唆。

# 中国市場の出願減少は「衰退」ではなく、法制度による「適正化と質への転換」のシグナルである。



日本の出願の約4割が「役務（サービス）」に集中。  
新興国との「産業構造のミスマッチ」に警戒せよ。

### The Industry Shift Scales

日本

役務（第35類～第45類） -  
全体の**41.9%**を占有

SaaS、IT、プラットフォームへの完全移行。

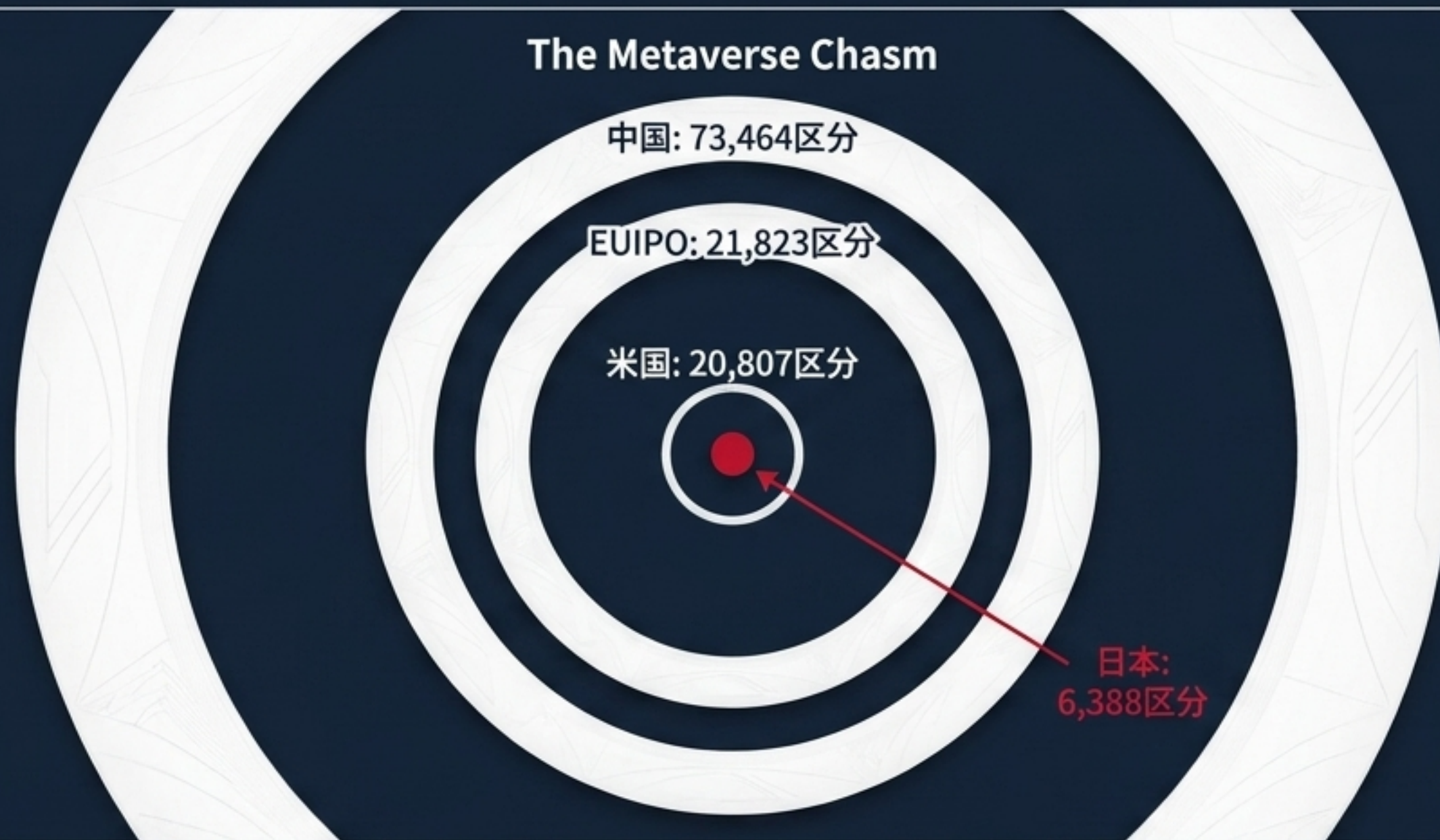


「モノ」（化学・機械・  
雑貨・食品など）

### 危険な錯覚

自国市場が「サービス」主体でも、インド（化学比重高）や中国（食品比重高）等の新興国へ進出する際、「モノ」の商標権を確保しなければ、思わぬ権利の空白地帯を突かれるリスクがある。

次世代デジタル空間（第9類）における覇権争いにおいて、日本のIPは強大な資本に「包囲」されている。



[EXECUTIVE\_INSIGHT]

日本のアニメやゲームIPが世界を席巻する一方、仮想空間・メタバースでそれらを保護・収益化する「防具（権利）」の構築において、圧倒的な後れを取っている。

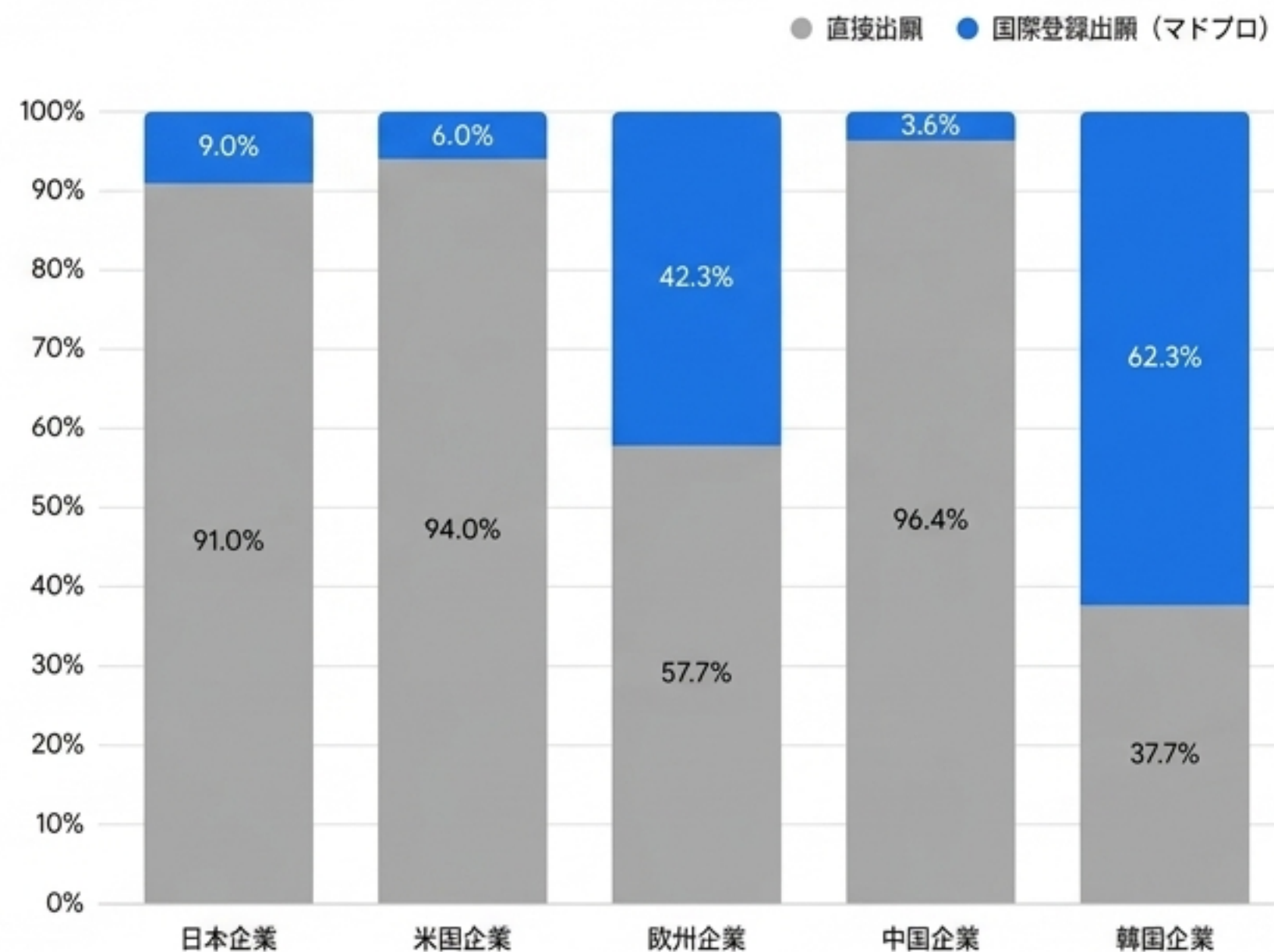
「直接出願」への極端な依存と急激な円安が、日本企業の知財予算を構造的に枯渇させている。

## The Global Shift

韓国（マドプロ62.3%）や欧州（マドプロ42.3%）は、多国間展開の手続き簡素化と為替リスク回避のため、国際枠組みへ急速にシフト。

## 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）



## The Japan Paradox

日本企業は91.0%が直接出願（パリルート）。特に中国向けは約90%が現地の代理人を通じた直接出願。

## Financial Impact

「円安の直撃」。現地通貨建ての代理人費用が高騰。出願件数を維持するだけで予算が枯渇する緊急事態。

歴史的な「運用上の情性」からの脱却が必須。

「ジャストインタイム型」の日本の出願プロセスは、海外市場において致命的な冒認出願リスクを招く。

## Timeline Risk Map

中国：「先行確保型」 - コスト安を背景に、企画段階から前もって出願。

冒認出願（スクワッティング）リスクゾーン

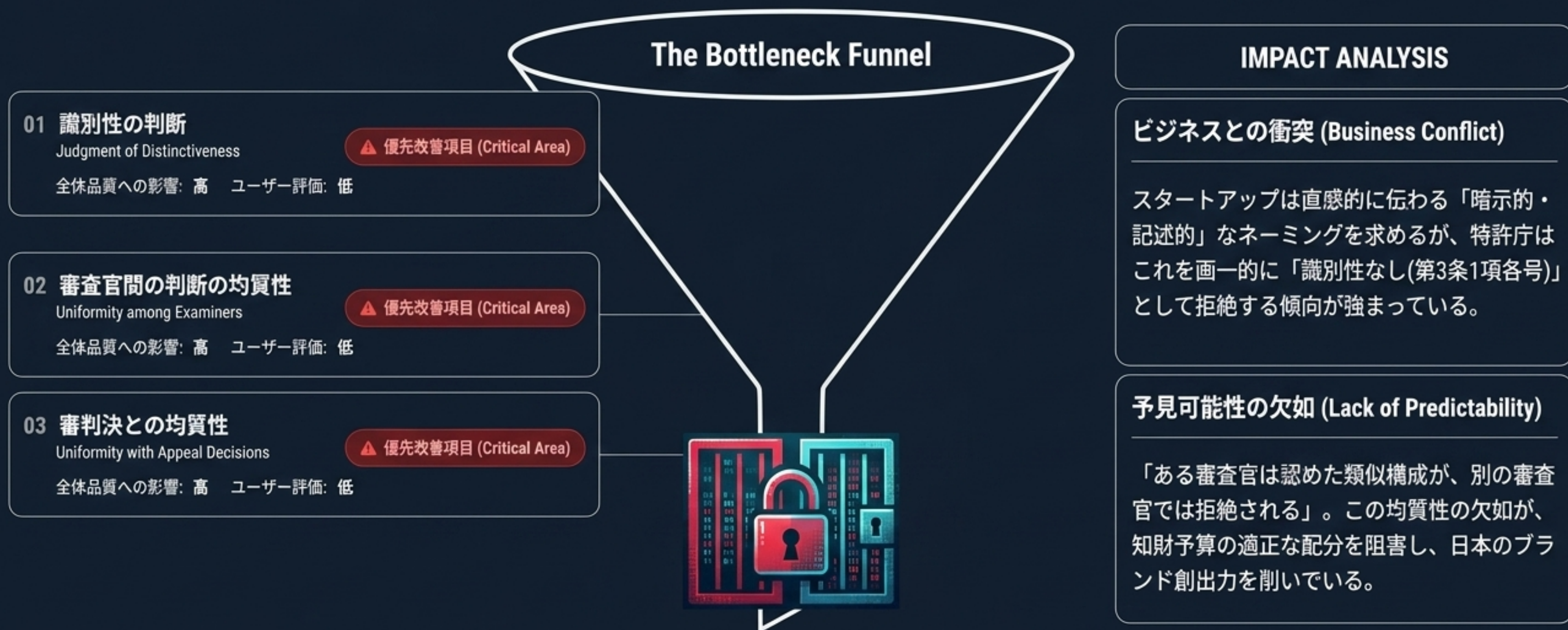
[企画前]  
(Pre-Planning)

[企画決定]  
(Approval)

[製品展開直前]  
(Pre-Launch)

日本：「稟議後出願」 - 日本独自の丁寧なプロセスとブランド名変更の事情に起因。

# 審査における「識別性」判断の厳格化とバラツキが、スピードを重視するスタートアップの致命的なボトルネックに。



2025年4月に導入された「コンセント制度（併存合意制度）」は、硬直化した日本の商標枯渇問題を打破するゲームチェンジャーとなる。

### BEFORE（旧制度の限界）

類似の先行商標が存在

構成が似ているだけで一律に【拒絶査定】

企業はブランド名を諦め、  
完全な造語へ逃避。

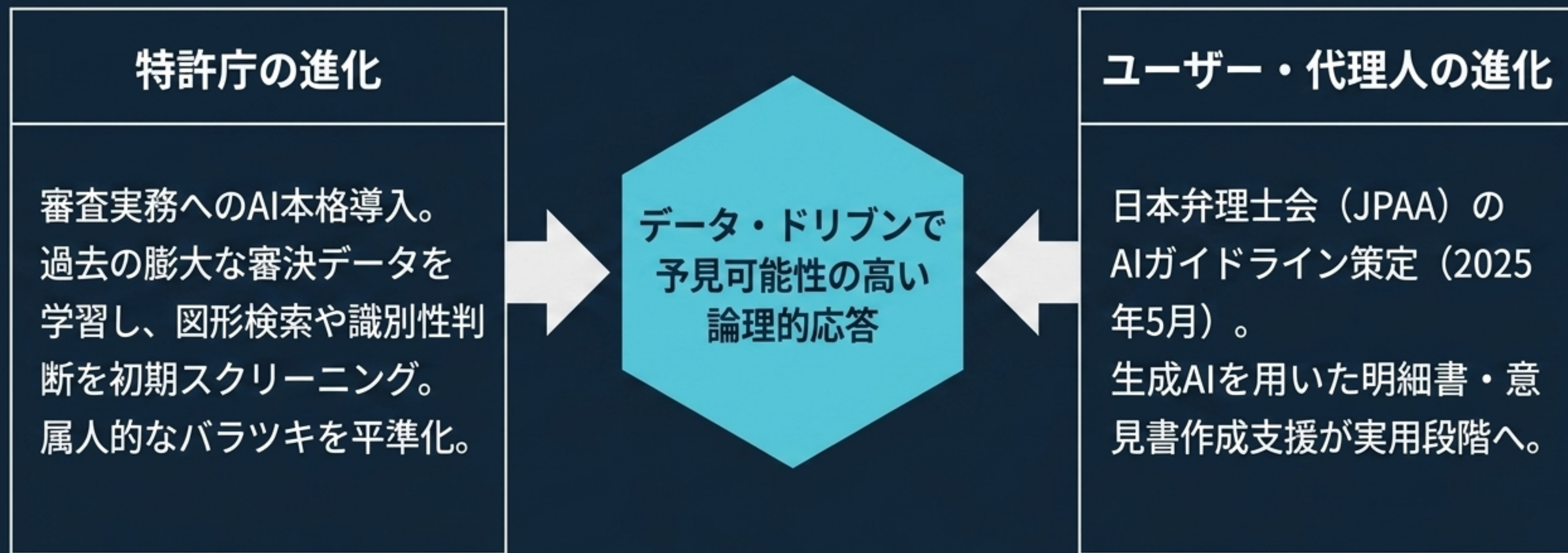
### AFTER（新・コンセント制度）

先行権利者の「同意（コンセント）」  
+ 市場での「混同のおそれなし」

例外的に【登録許可】

当事者間の合意による柔軟な知財活用  
（出願の掘り起こし）が可能に。

# 「AIで標準化された審査」と「AIで理論武装した代理人」の対話が、次世代の実務スタンダードとなる。



**結論：過去の「産業型IP戦略」から脱却し、アジャイルで包括的な「デジタル型IP戦略」へ直ちに移行せよ。**

**The Paradigm Shift Synthesis Matrix**

評価軸	旧プレイブック (Traditional/Industrial IP)	新プレイブック (Modern/Digital IP)
保護対象	「モノ」中心 (1~34類)	「役務」および仮想空間 「メタバース (第9類)」の先行保護
出願ルート	各国への「直接出願」偏重 (惰性的な代理人起用)	「マドプロ出願」の戦略的活用と 代理人網の統廃合
出願タイミング	「ジャストインタイム型」 (稟議・展開直前出願)	事業構想段階での 「先行確保型」アプローチ
管理アプローチ	制度にただ従う 「受け身」の管理	コンセント制度・AIを活用する 「プロデューサー」型管理

次なる時代の競争優位は、マクロな潮流を読み解き、ミクロな実務の変革へと迅速に落とし込めた企業にのみ握られる。

日本企業は「物理的なモノを作ってから、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。

経営戦略と知財を高度に融合させる『プロデューサー』への進化が、グローバル市場における生存条件である。