

商標審査の現状

産業構造審議会知的財産分科会 第12回商標制度小委員会
令和7年6月13日

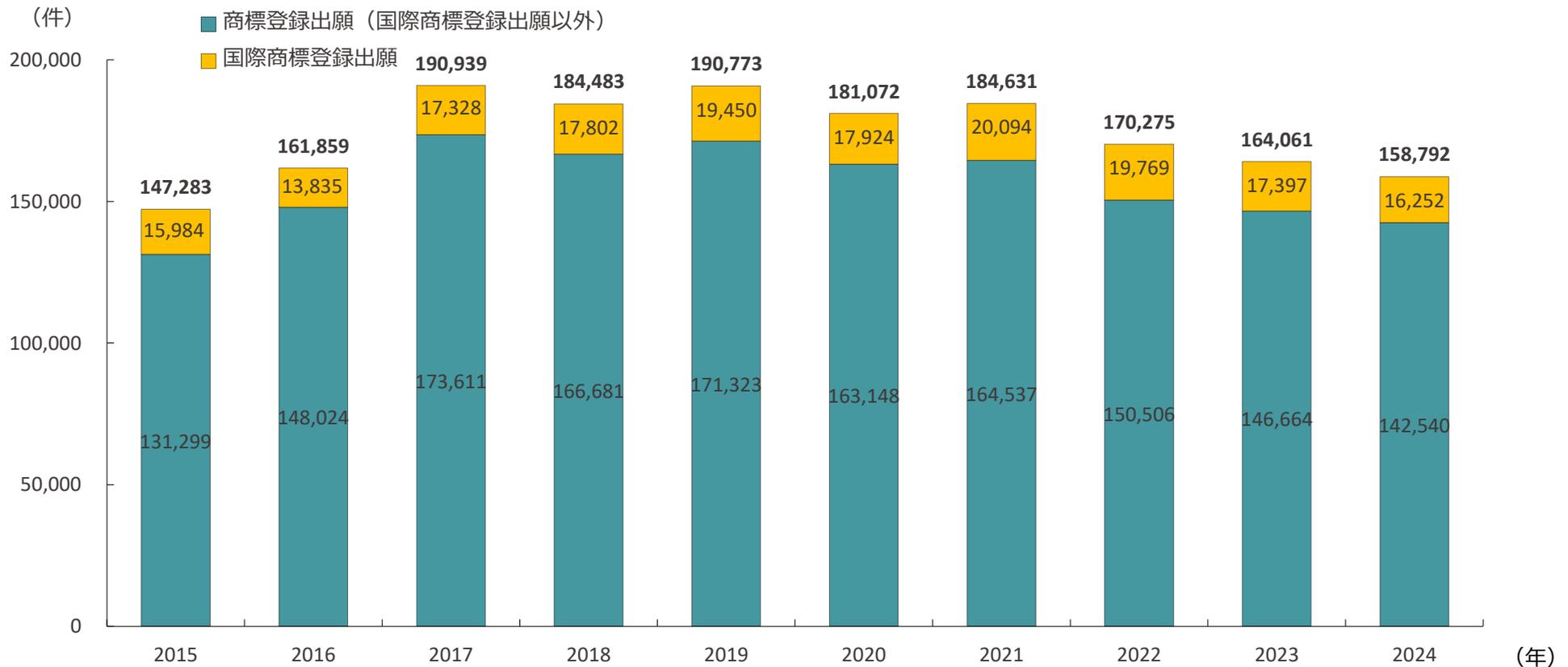


1 商標出願、審査期間

2 制度の運用

商標出願件数

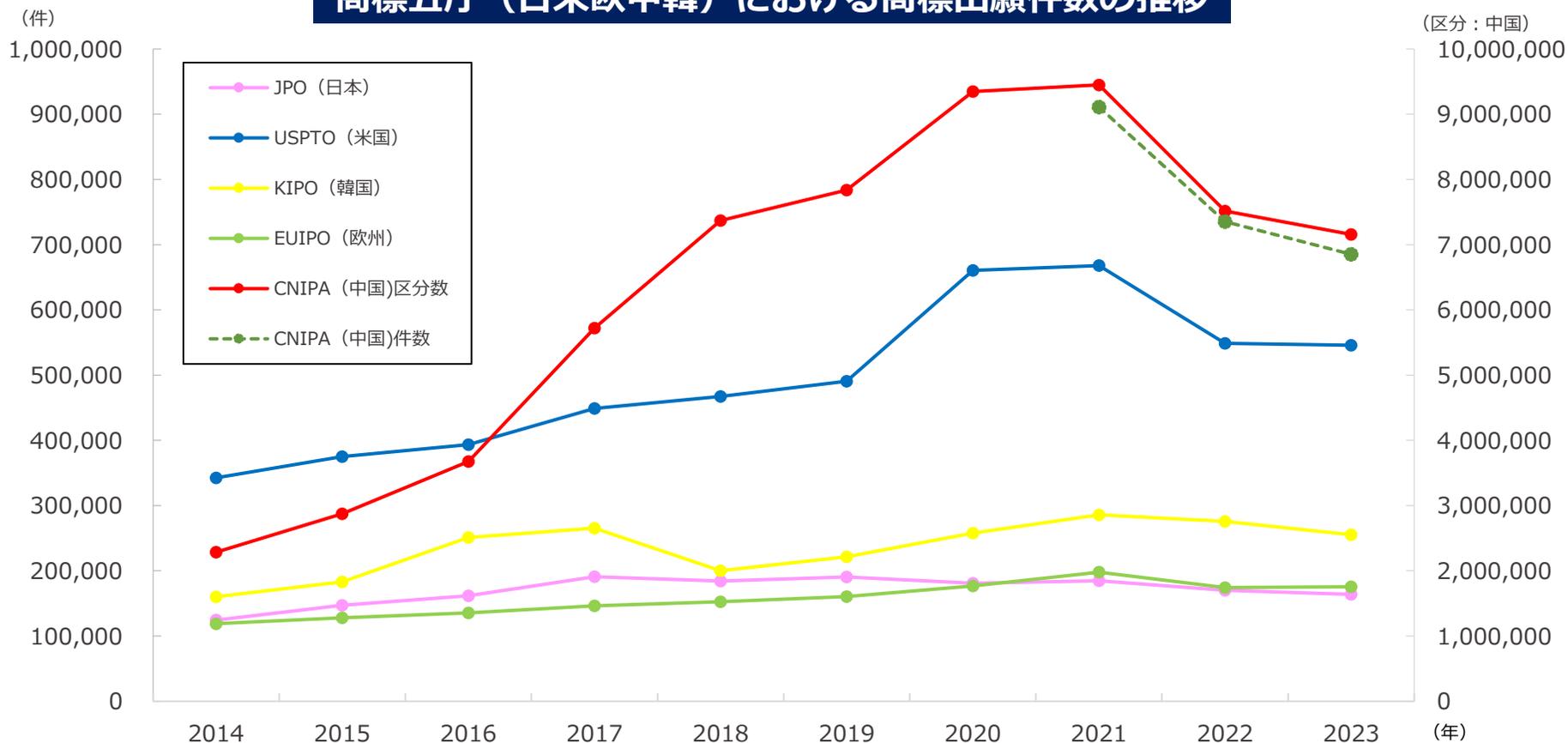
- 商標登録出願は、直近3年、件数全体として減少傾向。
- 国内ユーザーの出願、国際商標登録出願のいずれも減少している。
- 2022年・2023年・2024年各年の前年比増減率は、それぞれ、 -8% ・ -4% ・ -3% 。減少傾向は緩和しつつあるものの、増加には至っていない状況。



商標五庁における出願件数（区分数）

- 2020年以降、**米国・欧州・中国・韓国**の各知財庁への出願数は、概ね**日本と同様の傾向で増減**している。
- 程度の差はあるものの、2021年から2022年にかけて減少し、**2022年以降は微減又は横ばい**で推移。

商標五庁（日米欧中韓）における商標出願件数の推移



出典：

TM5におけるReport for Common Statistical Indicators（～2020年）及びTM5 Statistics（2021年～）

※CNIPAは出願件数での公表をしていない年もあるため、グラフは出願区分数と出願件数を併記（右軸）

※料金未納により却下される一部出願を含む

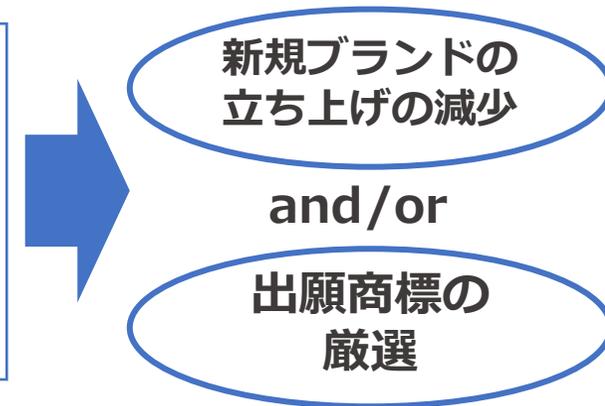
【参考】足下の国内ユーザーの出願減少の要因

- コロナ禍などの社会情勢の変化や市場の変化を契機に、企業の事業戦略見直し・コスト削減・予算削減等が進められ、**新規ブランドの立ち上げの減少**や**出願商標の厳選**が進んだと考えられる。

（2019～2023年度の1社あたりの平均出願件数：2.48→2.41→2.38→2.3→2.3件と微減）

出願減少につながったと考えられる主な要因（国内の出願人・代理人へのヒアリングより（※））

- ① 業績悪化に伴う**予算削減**（業績悪化の要因：円安、市場変化、物価高等）
- ② 収益性を高めるための**事業戦略見直し**や**無駄なコストの削減**
- ③ **人手不足**による事業の縮小や権利化業務の遅れ
- ④ 商標権を取得しない場合の**リスク意識の低下**



※ヒアリングでは、

- 商標の出願件数は、**新規ブランドをどれだけ立ち上げるかといった事業計画に左右される**という声が多かった。それゆえに出願件数には年によってバラツキがある・予測できないという声も複数あった。

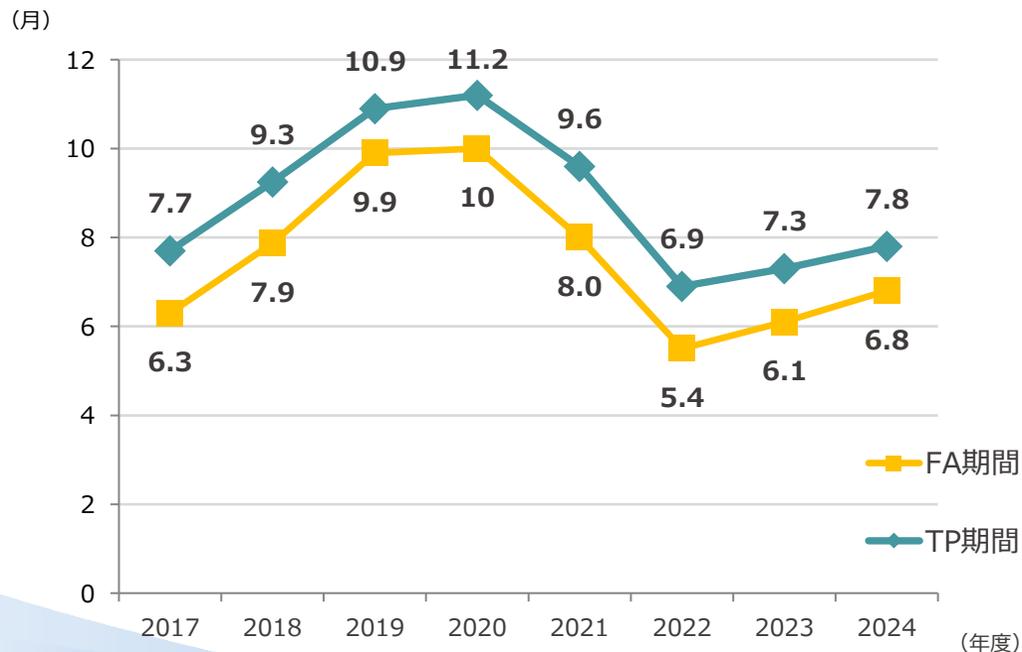
- また、**出願商標を厳選し、無駄な出願を抑制するようになった**という声も多かった。

例えば、「登録される見込みが低い言葉（商品の品質や型番など独占に適さない言葉）は出願しないようになった」や「短期間使用するだけの商標は出願しないようになった」といった声が聞かれた。

審査期間（FA・TP期間）

- 一次審査通知までの審査期間（FA期間）、及び、権利化までの審査期間（TP期間）は、出願件数が高い水準で推移していた影響により、2018年頃から長期化していたが、審査官増員や審査業務の効率化等の施策を実施し、審査期間の短縮を実現。
- **2024年度実施庁目標**：FA期間を平均5.5～7.5か月、TP期間を平均7～9か月 ⇒ **達成の見込み**
- 今後も**商標審査の質の維持・向上とともに、適正な審査期間を堅持すべく**、審査業務の効率化と審査体制の充実を図る。

商標審査の平均FA・TP期間の推移



2024年度の審査期間は、
4月2日取得の暫定値

2025年度実施庁目標

※2024年度と同様

- 一次審査通知までの平均期間（FA期間）
5.5～7.5ヶ月
- 権利化までの平均期間（TP期間）
7～9ヶ月

適正なFA期間：6～7月

※早すぎても遅すぎても弊害

- FA期間の**短縮**で生じる問題
 - ① 不安定な権利付与（併存登録のリスク）
 - ② 情報提供制度の形骸化
- FA期間の**延伸**で生じる問題
 - ① 企業の安定的な事業活動を阻害
 - ② 企業による模倣品対策の遅れ

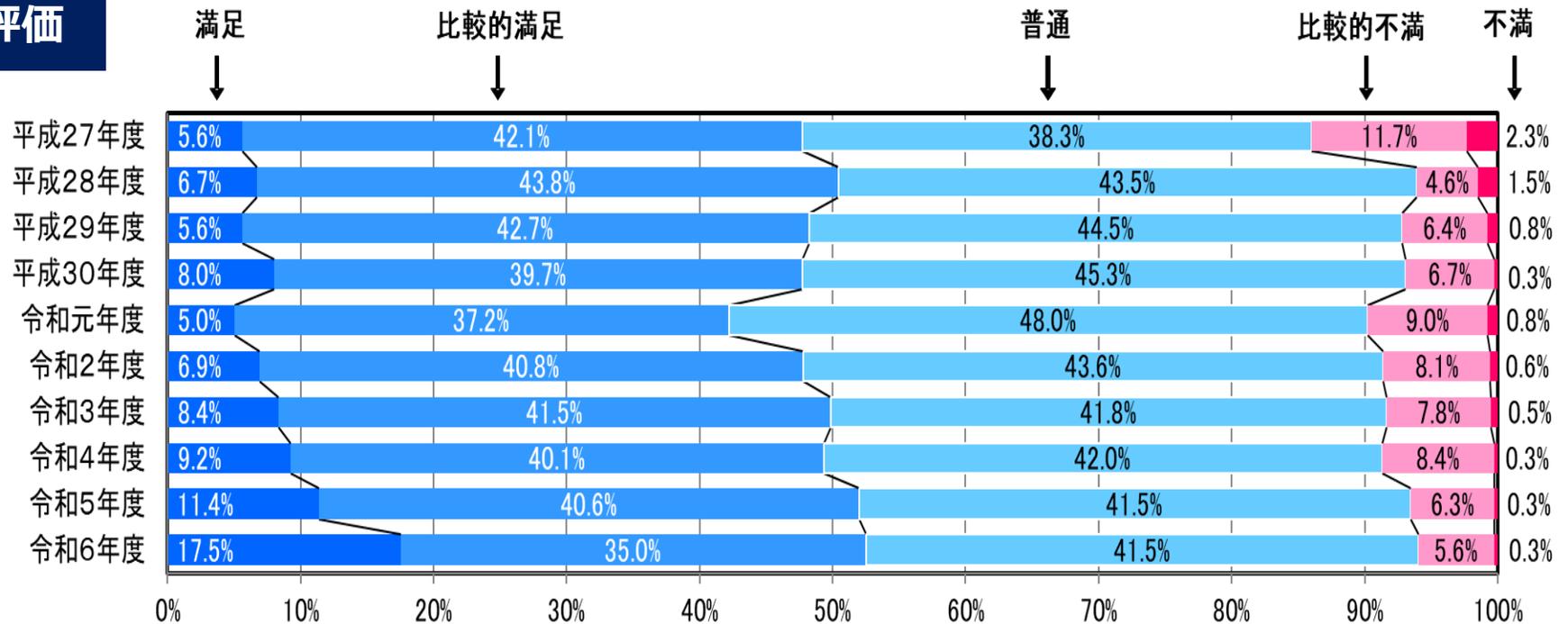
※ライフサイクルの短い商品・役務など、より早期の審査を望むユーザーには「**早期審査**」の利用を推奨

商標審査の品質

(2024年度ユーザー評価調査の結果)

- 商標審査に関する全体としての質の評価（**全体評価**）において、**「普通」以上の評価の割合は94.0%**、そのうち、**上位評価割合（「満足」と「比較的満足」の評価）は52.5%**。
- 「電話、面接等における審査官とのコミュニケーション」に関して、比較的高い評価。

全体評価



※「電話や電子メール、面接における審査官とのコミュニケーション」についての評価は、「普通」以上の評価の割合が100%、上位評価割合が80.8%（「不満」及び「比較的不満」の回答割合がゼロ）。

AI技術の活用可能性

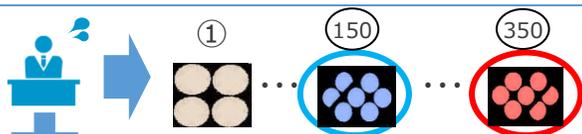
- 商標審査の品質向上を図るため、**AI技術の活用可能性を検証・試行**している。
- これまで、「**先行図形商標の調査**」や「**先行文字商標の調査**」等について実証研究を行い、成果物は、アジャイル型開発手法により、適時、**審査支援ツールとして導入**し、審査官が試行的に活用している。
- 2025年度は、「**国際商標登録出願の指定商品・役務調査**」について、AI技術の活用可能性の実証研究を実施予定。

先行図形商標の調査



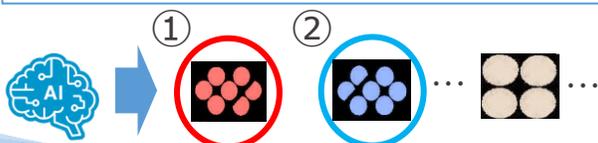
今までの調査手法

- ・ 人手でターム付与
- ・ タームによる検索のため検索結果が多い
- ・ 検索結果が類似度順ではない



AIによる業務サポート

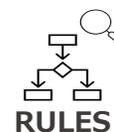
- ・ 類似度順に検索結果を表示
- ・ 見過ごし防止等による審査品質向上に貢献



先行文字商標の調査



今までの調査手法



- ・ 抽出結果にノイズが発生することがある
- ・ ルールベースでは抽出できない例（構成語の前後入替え、観念類似等）が存在

AIによる業務サポート



- ・ 類似度順に検索結果を表示
- ・ ルールベースでは抽出できない例も抽出できないか

1

商標出願、審査期間

2

制度の運用

「他人の氏名」を含む商標

- 創業者やデザイナー等の氏名をブランド名に用いることの多いファッション業界を中心に、「他人の氏名」を含む商標の登録要件緩和の要望があり、商標制度小委員会（第9回～第11回開催）において検討。
- 2024年4月以降に出願された「他人の氏名」を含む商標について、登録要件を緩和（令和5年法改正）。
- 審査官は、商標審査基準ワーキンググループで検討され、策定された審査基準に基づき、「他人の氏名」の知名度を認定し、出願人側の事情を考慮した審査を実施。

改正後の「他人の氏名」を含む商標（商標法第4条第1項第8号）の審査のポイント

- ①氏名に一定の知名度を有する他人が存在しないか
- ②政令要件（**㊦**商標構成中の氏名と出願人の間に「相当の関連性」があり、**㊩**商標登録を受けることに「不正の目的」がない）を満たしているか
（例えば、**㊦**商標構成中の氏名が自己氏名など相当の関連性があり、**㊩**商標を先取りして買い取らせるなど商標登録を受けることについて不正の目的を有していない場合は、要件を満たす）

⇒ ①及び②を満たす場合は、他人の承諾なしに商標登録が可能

【参考】「他人の氏名」を含む商標の審査の流れ

出願商標に他人の氏名が含まれており、同姓同名の他人が存在するか

存在する

周知である

承諾あり

満たす

存在しない

周知ではない

満たす

満たさない

満たさない

承諾なし

当該他人が周知かどうか

周知かどうかの判断にあたっては、「商標の使用をする商品又は役務の分野において需要者の間に広く認識されている」ことを確認する。

承諾があるか

政令要件満たすか

8号の拒絶理由なし

8号の拒絶理由あり
(政令要件)

8号の拒絶理由あり(周知性要件) ※

※同時に政令要件を満たさない場合は周知性要件+政令要件

政令要件満たすか

政令要件は、「他人の氏名と商標登録出願人との間に相当の関連性があること」及び「商標登録出願人が不正の目的で商標登録を受けようとするものでないこと」を確認する。

8号の拒絶理由なし

氏名を含むかは、当該氏名が他人の氏名を表すものと認められ、かつ、当該他人が現存することが推認できるかを確認する。

8号の拒絶理由なし

8号の拒絶理由あり
(政令要件)

なお、8号の拒絶理由に該当しない場合であっても、例えば、他人の業務に係る商品又は役務と混同を生ずるおそれがある商標である場合には15号に該当することになるといった、他の拒絶理由に該当する可能性は排除されない。

【参考】法改正による「他人の氏名」を含む商標の登録例

商標		商標	
		「山岸一雄大勝軒」 「山岸一雄」 (いずれも標準文字)	
出願人	菊地 健	出願人	山岸 一雄
指定商品又は指定役務	第14類「身飾品（「カフスポタン」を除く。）」等 第18類「かばん類，袋物」等 第25類「男性用・女性用及び子供用の被服，履物」等	指定商品又は指定役務	第30類「菓子（肉・魚・果物・野菜・豆類又はナッツを主原料とするものを除く。）」等 第43類「飲食物の提供」等
法改正前：商標法第4条第1項第8号により拒絶			
<p>知財高裁判決令和元年8月7日（平成31年（行ケ）第10037号） 「…商標法4条1項8号…は，その規定上，…「他人の肖像又は他人の氏名若しくは名称」については，著名又は周知なものであることを要するとはしていない。…同号の「他人の氏名」が，著名性・希少性を有するものに限られるとは解し難く、また、「他人の氏名」を含む商標である以上、当該商標がブランドとして一定の周知性を有するといったことは、考慮する必要がないというべきである。」</p>		<p>知財高裁判決平成28年8月10日（平成28年（行ケ）第10065号、平成28年（行ケ）第10066号） 「…商標法4条1項8号の趣旨やその規定ぶりからすると，同号にいう「他人の氏名」が，著名又は周知なものに限られるとは解し難く，また，同号の適用が，他人の氏名を含む商標の登録により，当該他人の人格的利益が侵害され，又はそのおそれがあるとすべき具体的事情の証明があったことを要件とするものであるとも解し難い。…また，同号の趣旨は，…人の氏名に対する人格的利益の保護にあるところ，この人格的利益の保護の要否を，顧客吸引力の有無（周知性や著名性の有無）により分けるというのも，同号が商品又は役務の出所の混同のおそれを要件としていないことに照らし，相当でない。」</p>	

法改正後：登録（登録第6889089号、登録第6895827号及び第6895828号）

コンセント制度

- 新規事業でのブランド選択の幅を広げる必要性や、国際的な制度調和の観点から、コンセント制度の導入ニーズが高まり、商標制度小委員会（主に第10回・第11回開催）において検討。
- 2024年4月以降の出願については、先行登録商標と同一又は類似する商標であっても、権利者の承諾（コンセント）があり、かつ、出所混同を生ずるおそれがないければ、商標登録が可能（令和5年法改正）。

活用の流れの一例

出願

拒絶理由通知

必要書類の提出

未解消の連絡

追加書類の提出

解消

登録査定

4条1項11号に該当する旨の通知

出願人によるコンセント制度利用の検討

権利者の承諾等を得て、制度利用のための書類を準備

コンセント制度の適用により、拒絶理由が解消できるか審査

提出のあった書類だけではコンセント制度が適用できない場合、すぐに拒絶査定はされず、審査官から追加の資料提出等を求める

コンセント制度の利用による登録が困難な場合もある
・商標と商品役務が同一の場合
・追加提出された資料等を検討しても、混同を生ずるおそれがあるといわざるを得ない場合 など

混同を生ずるおそれを否定する事情の例

使用時にハウスマーク等を付記する例

出願人：

出願商標



JPO

引用

商標権者：

登録商標



METI

ハウスマークを付記して使用

使用する商品等を棲み分ける例

出願人：

ゲーム用コンピュータプログラム

引用商標権者：

医療用コンピュータプログラム

※上記は、混同を生ずるおそれを否定する事情の一例であり、上記事情があればただちに混同を生ずるおそれが否定されるとは限らない。

特許庁HP

「コンセント制度の導入」

<https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/consent/index.html>

「コンセント制度に関するQ&A」

https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/consent/consent_qa.html

※コンセント制度の適用により登録された商標は、商標公報等において確認できる。「特許情報プラットフォーム（J-PlatPat）」において検索することも可能。

【参考】コンセント制度の適用により登録された商標

■ コンセント制度の適用により登録された商標

商標	商標登録番号
	登録第6916217号
	出願人
	株式会社車多酒造（石川県白山市）
	コンセント制度適用に係る指定商品
第33類「清酒，焼酎」等	

■ 承諾した先行登録商標権者

商標	商標登録番号
	登録第5991116号
	先行登録商標権者
	シャディ株式会社（東京都港区）
	後行商標のコンセント制度適用に係る指定役務
第35類「酒類の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供」	

※「コンセント制度」を適用した初の商標登録を行いました（経済産業省HPにて、2025年4月7日ニュースリリース）

<https://www.meti.go.jp/press/2025/04/20250407001/20250407001.html> 13

【参考】新しいタイプの商標

- 2015年4月に導入された**新しいタイプの商標**は、**2024年12月までの10年弱**で、**約2,290件の出願**があり、**約780件が設定登録**を受けている。

新しいタイプの商標の出願・登録状況*国際商標登録出願を除く

2015～2024年に出願又は設定登録された件数の累計

タイプ	出願件数	登録件数
音商標 音楽、音声、自然音等からなる商標であり、聴覚で認識される商標 (例:CMなどに使われるサウンドロゴやパソコンの起動音など)	779	374
色彩のみからなる商標 単色又は複数の色彩の組合せのみからなる商標 (例:商品の包装紙や広告用の看板に使用される色彩など)	574	11
位置商標 文字や図形等の標章を商品等に付す位置が特定される商標	645	175
動き商標 文字や図形等が時間の経過に伴って変化する商標 (例:テレビやコンピューター画面等に映し出される変化する文字や図形など)	272	208
ホログラム商標 文字や図形等がホログラフィーその他の方法により変化する商標 (例:見る角度によって変化して見える文字や図形など)	21	16
合計	2,291	784

地域団体商標

- 2006年4月に導入された「地域団体商標制度」は、2025年度で制度運用20年目となり、現在約780件の登録がある。（2025年4月末時点で781件の登録、出典：特許庁HP）
- 直近では、地域団体商標を取得している産品に特化した販売会を通じて制度の更なる普及を図るなど、地域経済の活性化に資する取り組みを続けている。

地域経済の活性化を目的とし、地域ブランドとして用いられることが多い、地域の名称及び商品(役務)の名称等からなる文字商標について、一定範囲の地域で有名である等の要件を満たせば登録可能とする制度。登録できる主体は、組合、商工会、商工会議所及びNPO法人に限られる。（※地域未来投資促進法による商標法の特例措置により、一定の条件の下で一般社団法人も可能。）

主な登録要件

主体要件

事業協同組合等の組合、商工会、商工会議所及び特定非営利活動法人（設立根拠法において組合員の加入自由を規定）

商標の構成

「地域の名称」と「商品（役務）名」等の組み合わせからなる文字商標であること

地域と商品役務の関連性

商標中の「地域の名称」が商品（役務）と密接な関連性（商品の生産地である等）を有すること

周知性

出願人又はその構成員の使用により、これらの者の商標として知られていること

「淡路島の生しらす」

（淡路島岩屋漁業協同組合）
商標登録第6877337号



「二風谷イタ」

（一般社団法人びらとりウレシバ）
商標登録第6841210号



「水上温泉」

（水上温泉旅館協同組合）
商標登録第6857123号



「築地場外市場」

（築地場外市場商店街振興組合）
商標登録第6879660号



【参考】地域団体商標の活用支援

① 地域団体商標制度の更なる普及

- 地域団体商標の情報等を掲載したパンフレットの作成やSNSでの発信を通じ、対外的に広く普及活動を行っている。

【パンフレット】

- 一般の需要者の活用促進のため、一般の需要者が手に取りやすい観光用のガイドブックを作成。
- 昨年度は、石川県、福井県、富山県で作成し、各県観光部署及び観光協会と連携し配布。
- 今年度以降については、他地域での作成を検討中。



【地域団体商標Instagram】

- 地域団体商標に関する登録状況や活用事例、イベント情報等を発信。



CHIKIDANTAISHOHYO_OFFICIAL



② 地域団体商標権利者を出店者とする物販イベントの実施

- 地域団体商標制度のさらなる普及を図るため、地域団体商標を取得している産品に特化した販売会をはじめて実施。
- 今回は特に、「北陸とつながり、北陸を元気に」をテーマに、令和6年能登半島地震の被災地（富山県、石川県、福井県）の地域団体商標権利者を出店の対象とした。

北陸とつながり、北陸を元気に 「魅力発見！地域ブランドフェスタ」

- 開催日 2025/2/28（金）、3/1（土）、3/2（日）
- 会場 JR東京駅改札内「スクエアゼロ」
- 出店者 19団体

【キービジュアル】



【当日の様子】



【参考】 商標制度の普及啓発

- 地域団体商標に限らず商標制度の利用促進については、様々なアプローチを実施中。
(潜在ユーザーへの普及啓発については調査研究も検討中。)

商標活用ガイド



商標の活用事例集「事例から学ぶ商標活用ガイド」 - ビジネスやるなら、商標だ! - (2024年版)

https://www.jpo.go.jp/support/example/trademark_guide2024.html

- ✓ 2019年に発行した「事例から学ぶ商標活用ガイド」をアップデートした**2024年版**を発行。
- ✓ ビジネスにおける活用方法や権利化に関するメリット等を実際の事例を通じて紹介。
- ✓ 商標にまつわる失敗事例も紹介。
- ✓ 1冊で制度の概要から活用方法まで学べる内容となっている。

メディア「わたしのStoryMark」



わたしのStoryMark

<https://mystorymark.gov.note.jp/>



- ✓ **2023年秋より**、特許庁デザイン経営プロジェクトチームにおいて、「ネーミングに込めた経営者の熱い思い」に焦点をあて、**中小企業経営者等へのインタビューを記事化**して発信するメディア「わたしのStoryMark」を展開
- ✓ 商標登録を行った理由や実際に感じる効果も聴取することで、経営者等の生の声を活用した商標制度の普及啓発を実施
- ✓ 商標制度の理解を深めながら「想いをこめたネーミング」を体験する**ネーミングワークショップも実施**