

2026 年度夏期
グラデュエーションペーパー
予稿

題 目	
文字商標の「類似性」について、生成 A I を利用して対比する商標の類似度を数値化し類似判断を行う手法に関する研究	
技術経営論文	ビジネス企画提案

学籍番号	8824110	氏名	中澤 昭彦
------	---------	----	-------

教 員	
主査	諏訪園 貞明教授
審査 委員 担当	井上 悟志教授

東京理科大学大学院 経営学研究科 技術経営専攻

【題目】

文字商標の「類似性」について、生成 A I を利用して対比する商標の類似度を数値化し類似判断を行う手法に関する研究

【目次】

第 1 章 序論	4
1.1 研究背景	
1.2 研究目的及び特徴	
第 2 章 商標の類似判断について	5
2.1 商標法における類似判断	
2.2 最高裁判例における判断基準	
2.3 外観・称呼・観念による判断	
2.4 商標審決制度の概要	
第 3 章 先行技術について	11
3.1 T N 法について	
3.1.1 概要	
3.1.2 T N 法の説明	
3.1.3 T N 法の問題点	
3.2 T M-RoBo のサービスで提供されている機械学習型 AI について	
3.2.1 T M-RoBo について	
3.2.2 T M-RoBo が利用している AI=「機械学習型 AI」	
3.2.3 T M-RoBo の問題点	
3.3 その他	
3.3.1 「AI v s 弁理士」	
3.3.2 AI 調査について	
第 4 章 主な先行技術と、本研究で開発したツールとの比較	20
4.1 比較表	
第 5 章 生成 AI による商標類似判断手法について	21
5.1 生成 AI により商標の類似判断を行うことが有効である理由--生成 AI の仕組みから考える--	
5.1.1 商標をエンベディングベクトルとして表現できる	
5.1.2 エンベディングベクトル同士の距離で類似性を測定できる	
5.1.3 外観・称呼・観念を統合した特徴量として扱える	
5.1.4 過去の審決パターンとの近似検索ができる	
5.1.5 判例・審決の「判断傾向」まで学習できる	

- 5.1.6 商標実務との親和性
- 5.2 ChatGPT 採用理由
- 5.3 GPTs の利用とカスタマイズ
- 5.4 プロンプト設計
- 5.4.1 指示（一部抜粋）
- 5.5 アップロードした商標審決データベース

第 6 章 商標判定ツール開発にあたっての問題点と解決法・・・・・・・・・・ 37

- 6.1 問題点（ハルシネーション）
- 6.2 解決策その 1
- 6.3 解決策その 2
- 6.3.1 審決の内容に応じたパターン化の手順
- 6.3.2 パターン化の具体例

第 7 章 「マークジャッジ君®」のネーミング戦略・商標登録・・・・・・・・・・ 41

- 7.1 ネーミング戦略
- 7.2 AI で生成された商標の登録の可否について
- 7.3 「マークジャッジ君」の商標登録
- 7.4 「マークジャッジ君」のキャラクタ画像の商標登録

第 8 章 「マークジャッジ君®」の説明・操作・・・・・・・・・・ 44

- 8.1 マークジャッジ君の説明サイトの URL
- 8.2 マークジャッジ君で判定できる商標の例】
- 8.3 マークジャッジ君の 操作手順
- 8.4 マークジャッジ君の分析結果の概要

第 9 章 「マークジャッジ君®」の出力結果の検証・・・・・・・・・・ 50

- 9.1 先行技術と本研究で開発したツールでの類似判定結果比較
- 9.2 マークジャッジ君の出力結果と過去（直近 5 年）の 5 0 件の審決結果との比較検証

第 10 章 「マークジャッジ君®」のセキュリティ対策について・・・・・・・・・・ 53

- 10.1 リンク先の URL の提供
- 10.2 不正対策ルールの設定
- 10.3 購入者がリンクを他人に教える行為の禁止

第 11 章 「マークジャッジ君®」の普及・収益化プロセス・・・・・・・・・・ 54

- 11.1 普及プロセス
- 11.2 収益化プロセス

第 12 章 「マークジャッジ君®」の普及化・収益化についての現状・・・・・・・・・・55

12.1 X を使った普及化

12.2 プレリリースの投稿

12.3 マークジャッジ君のリンクを有償で提供して収益化を図る。

12.3.1 ChatGPT の GPTs で作成したツールのリンクを有償で提供することについて問題

第 13 章 まとめ・今後の検討課題・将来展望・・・・・・・・・・62

13.1 コンピュータの処理能力のさらなる向上への期待

13.2 競争から共創へ

13.3 今後の検討課題

13.4 将来展望

13.5 商標権侵害の自動監視システムについて

13.6 その他

参考文献・資料（URL は 2026 年 7 月 15 日にアクセス）・・・・・・・・・・67

第1章 序論

1.1 研究背景

電子商取引（EC）市場の発展等に伴い、商標登録件数は増加傾向にある（コロナの影響や中国経済の停滞等の影響により、直近は減少傾向にあったが、過去3年は増加傾向にある）。



<https://www.jpo.go.jp/resources/statistics/dataportal/datadashboar>

私は、これまでの特許事務所の経営を通じて、商標の「類似性」の判断基準が曖昧であり、専門家により分かれることが多いという問題意識を持っていた。

例えば、拒絶査定、審決、判決において、商標の「類似性」については、対比される商標がどの程度類似しているのかが数値によって示されていないため、類似か否かがきわどいのか、そうでもないのか等データとして容易に把握することができなかったという問題点があった。

また、将来の査定、審決、判決の結果を過去のデータから予測しにくいという問題点があった。

1.2 研究目的及び特徴

以上の問題点に鑑み、本研究では、商標の類似度を算出して類似判断を行う手法に関する研究を行うことを目的とする。

本研究を通じて、次のような効果を奏するという特徴を有する。

(1) 対比される商標がどの程度類似しているのかが明確になり、類似か否かがきわどいのか、そうでもないのか等データとして容易かつ短時間で把握することができる。

(2) 将来の査定、審決、判決の結果を過去のデータから予測しやすくなる。

第2章 商標の類似判断について

2.1 商標法における類似判断

生成 AI による商標類似度の数値化は、単なる登録可否の予測ではなく、商標権の保護範囲を客観的かつ再現性高く評価するための支援手法として位置付けられる。この点が、本研究の意義の一つであるといえる。

2.2 最高裁判例における判断基準

(参考)

最高裁、昭和39年（行ツ）第110号

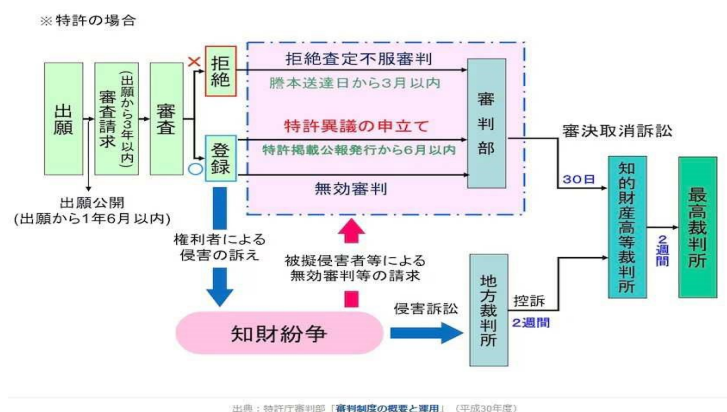
商標の類否は、・・・そのような商品に使用された商標がその外観、観念、称呼等によって取引者に与える印象、記憶、連想等を総合して全体的に考察すべく、しかもその商品の取引の実情を明らかにしうるかぎり、その具体的な取引状況に基づいて判断するのを相当とする。

2.4 商標審決制度の概要

特許庁は審決公報のデータベースを公開しており、研究者や実務家は大量の審決データを利用できる環境が整っている。このような審決データは、商標類似判断の傾向分析や、AI・機械学習を用いた類似度評価モデルの構築においても重要な情報源となっている。

本研究においても、商標審決を教師データとして活用し、生成 AI による商標類似度算出手法の検討を行う。

(参考) 審決について（審判部が判断した結論）



第3章 先行技術について

これまで商標の実務において、商標の類似度を算出して類似判断を行う手法としては、以下の従来技術が知られている。

- (1) 関西特許研究会所属の弁理士川瀬茂樹氏（登録番号 7988）によって考案されTN法という手法
- (2) TM・RoBo のサービスで提供されている機械学習型 AI を利用する手法

第 4 章 主な先行技術と、本研究で開発したツールとの比較

4.1 比較表

項目	TM-RoBo	TN法	マークジャッジ君
開発主体	株式会社IP-RoBo	弁理士川瀬茂樹	弁理士中澤昭彦
商標の類似度の算出を行うか	○	○	○
類似度の算出手法	AIにより過去の審決結果を学習して生成された統計的指標に基づいて類似度を算出	過去の審決に基づいて文字数や相違する文字等を参照して算出されたTN値に基づいて類似度を算出	生成AIにより対比する商標のエンベディングベクトルの類似度（コサイン 類似度）に基づき、過去の審決例も参照して、総合的に類似度を算出
利用しているAIの種類	機械学習型AI	X	生成AI（カスタマイズ）
類似度算出の根拠の明示	X（ブラックボックス）	△（TN値の解釈が必要）	○（根拠は非常に明白）
審決例の引用	X（ブラックボックス）	X	○（引用審決番号の明示・内容の比較評価）
メリット	素人にも使いやすい、商標候補の選択に連する	素人にも使いやすい	文章で出力ー意見書等の書類作成に利用可能
デメリット	類似度の根拠や審決が明示されないで、意見書等の書類作成に利用するのは困難な場合がある	観念類似・外観類似が非対応なので総合的な類似判断は困難	専門家向けのため素人には出力内容の理解が困難な場合がある chatGPTの利用が前提

第 5 章 生成 AI による商標類似判断手法について



生成 AI が商標の類似判断に有効である理由は、商標を単なる文字列ではなく、高次元の意味・音・表記上の特徴を表現した「エンベディングベクトル (Embedding Vector)」として扱うことができるためである。これは、従来の文字一致検索では捉えられなかった類似性

を数理的に評価でき生成 AI により言語モデル上で算出した商標の類似度をベースにして、特許庁の過去の審決例も参照して、総合的に類似度を算出するために、GPTs を用いて、ChatGPT のプロンプト及びナレッジ（過去 5 年間 2390 件の審決データベース PDF）をカスタマイズしたツールを開発した。

＊ChatGPT を選択した理由

Gemini（ジェミニ）・Claude（クロード）等 8 つの生成 AI を用いて、商標の類似度を算出して判断する検証を行った結果、ChatGPT が一番安定して結果を出力したから。

他の生成 AI は「類似度を算出することは一般的でない」等出力結果が不安定。

＊特許庁の過去の審決例を参照する理由

（１）審決の内容には「商標の類似判断」のロジックが詳細に記載されているので、生成 AI による解析が可能。

（２）審決は特許庁の審判官が下した最終的な行政処分判断。

「行政の継続性」により審決に即した判断を行うのが望ましい。

（３）三人の審判官の合議体による判断のため、公平性が担保されている。

＊過去 5 年間の審決例を参照する理由

特許庁の類似判断では、ここ数年で類似範囲を狭く解釈される傾向にあり、類似範囲を広く解釈していた時代の過去の審決例を参照すると、現在の類似判断の傾向に沿わない可能性があるため。

第 6 章 商標判定ツール開発にあたっての問題点と解決法

6.1 問題点（ハルシネーション）

ハルシネーションとは、人工知能（AI）が事実に基づかない情報をまるで真実であるかのように生成する現象をいう。特に、大規模言語モデル（LLM）において問題視されており、生成 AI の信頼性を損なうリスクとなっている。

上記特許庁審査官の情報によると、「生成 AI に与える情報を増やすと、ハルシネーションが発生しやすい」ので、審決の内容に応じて複数にパターン化して、パターン化毎に、引用すべき審決番号を予め決めて、その審決番号の審決内容を参照して判断できるようにした。

これによって、生成 AI に与える審決の情報が整理されて少なくなるので、ハルシネーションの発生を防ぐことが期待できる。

6.3.1 審決の内容に応じたパターン化の手順

（１）リバースナレッジを行う。

「リバースナレッジ」とは、従来の知識移転の方向性とは逆に、熟練者やベテランが持つ「暗黙知」やノウハウを、AI などの技術を用いて形式知（明示的な知識）として抽出する手法（Google による用語概要より）

この手法を利用して、審決の「当審の判断」に記載されている「類似」「非類似」の判断基準の共通点や考え方を、生成 AI（GEMINI）を用いて言語化して抽出する。

（２）（１）で抽出した内容に応じてパターン化し、パターン化した内容ごとに参考審決を提示し、参考審決を参照して判断して出力するようなプロンプトを作成。

（３）パターン化の具体例（実際には複数のパターンがあるが、企業秘密のため、１つだけ例を挙げる。）

6.3.2 パターン化の具体例

：短い音数の商標の事例

・事案：本願商標「HACCO」（称呼：ハッコ）と引用商標「白光」（称呼：ハッコウ）の類否判断 審決の判断：語尾の「ウ」の音の有無は、３音と４音という短い音構成においては称呼全体に与える影響が大きく、語調、語感が相違し、**明瞭に聴別できる（非類似）**と判断された。・商願 2021-10297 拒絶査定不服審判事件

第 7 章 「マークジャッジ君®」のネーミング戦略・商標登録

7.1 ネーミング戦略

「マークジャッジ君」は、生成 AI（ChatGPT）を活用して生成された文字商標である。

mark（商標）＋ judge（判定）の観念を生じさせ、技術的価値の言語化や連想をもたらし、語感が軽快で親しみやすいので、選択した。

上記商標は商標登録された（登録番号 7059043 2026/06/26）

9 類 人工知能の分野のコンピュータソフトウェア等の商品を指定）



第 8 章 「マークジャッジ君®」の説明・操作

8.1 マークジャッジ君の説明サイトの URL

<https://mark-de.com/markjudge.html>



第9章 「マークジャッジ君®」の出力結果の検証

9.1 先行技術と本研究で開発したツールでの類似判定結果比較

＊具体例として、商品「化粧品」、「プルール」 v s 「プレール」の類似性を判定した。

- (1) TM-RoBo：類似度 76.09%で「類似」と判定
- (2) TN 法：TN 値＝46で類似、しかし40以上なので現在の実務では「非類似」
- (3) マークジャッジ君：類似度35%で「非類似の可能性が高い」と判定

本件は、少数音の商標の比較なので、実務では「非類似」と認定される可能性が高いと思われる。

従って、マークジャッジ君の判定は妥当と思われる。

TM-RoBo が、高い確率で「類似」と認定したのは、類似範囲が広がった時代の古い審決を AI に学習させているからではと思われる（私見）。

9.2 マークジャッジ君®」の出力結果と過去（直近5年）の50件の審決結果との比較検証

本研究で開発したマークジャッジ君の有効性を検証するため、商標法第4条第1項第11号に関する直近5年間の拒絶査定不服審判50件を対象とし、本研究ツールの判定結果と実際の審決結果との一致率を比較した。

その結果、50件中48件が審決結果の結論と一致し（一致率96%）、本研究で提案した手法の有効性が確認された。

一方、不一致となった2件については審決では「類似」と認定したが、マークジャッジ君は「かなり微妙」（類似度48%）と出力された。今後はこのような境界事例の対応が課題である。

第10章 「マークジャッジ君®」のセキュリティ対策について

セキュリティ対策としては、以下の3点が挙げられる。

10.1 リンク先の URL の提供だけなので、プロンプト等の盗用は不可

10.2 「マークジャッジ君」のツールには、不正対策ルールが設定されている。

10.3 購入者がリンクを他人に教える行為については、リンク提供の際、メールでお断り・永久追放する旨の警告文を記載する。

第11章 「マークジャッジ君®」の普及・収益化プロセス

11.1 普及プロセス

(1) ホームページを作成。

ホームページには、「マークジャッジ君」を使用したい者のアドレスにツールの URL を記載したメールを自動で送るメールフォームと、ツールの内容や操作方法を解説

<https://www.mark-de.com/markjudge.html>

(2) 広告宣伝には、SNS（主に X）を用いる。

<https://x.com/akinaka5963>

11.2 収益化プロセス

(1) スケジュール

(2) マークジャッジ君のリンクを有償で提供して収益化を図る。

(3) フリーミアム（Freemium）戦略

第12章 「マークジャッジ君®」の普及化・収益化についての現状

12.1 X を使った普及化

(1) 「AI 商標」のキーワードの検索結果では、「マークジャッジ君®」関連の複数のポストが上位表示されている。

(2) 他人から「すごい商標類似判定 AI ツールが出てる」との評価したポストも見受けられる。

以上から、少なくとも X に関しては普及化は着実にすすんでいるといえる。

なお、2026/7/15 現在、インプレッション数 2643 フォロワー数 184 である。

(3) X のポストがきっかけで、私の事務所への依頼した案件も複数あるので、収益化につながっている。

12.2 プレリリースの投稿等での普及化を図っている。

第13章 まとめ・今後の検討課題・将来展望

13.1 コンピュータの処理能力のさらなる向上への期待

13.2 競争から共創へ

13.3 今後の検討課題

開発した「マークジャッジ君」のツールをよりよいものにするために、ツールを使用した者からの感想や問題点を収集し、それを反映していきたいと考える。例えば、文字商標だけでなく、図形商標の類似性についても判断できるようにしてほしい、商標の周知性「識別性」について判断できるツールを開発してほしい等の要望があった。

13.4 将来展望

例えば、アマゾンのような EC サイトにおける商標権侵害の自動監視システムの構築等、商標の分野における AI の活用がますます重要になることが予想されるため、この分野に強い弁理士として活躍していきたいと考える。

13.5 商標権侵害の自動監視システムについて (文字数：4975)