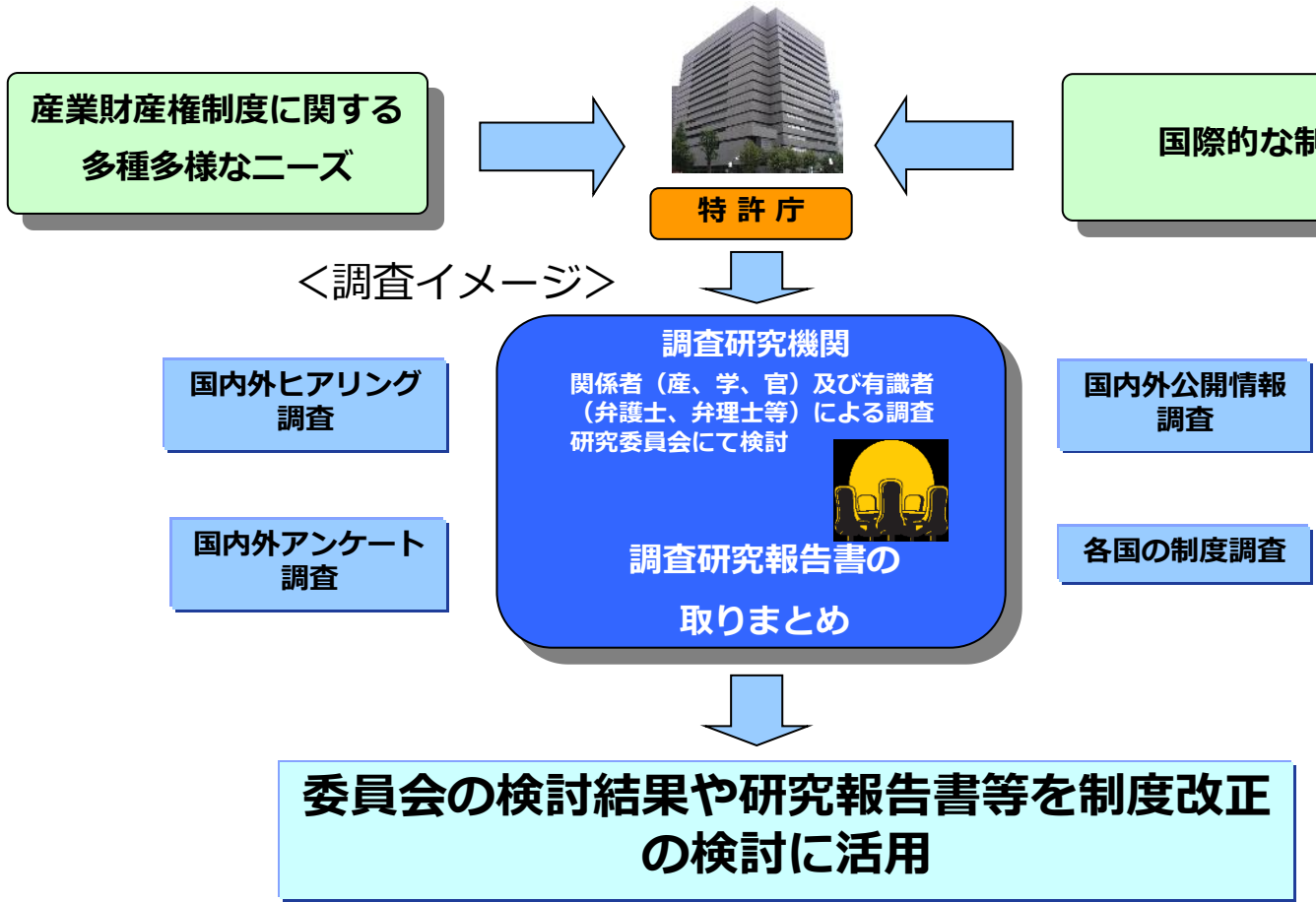


# 商標制度の活用促進のための 効果的な周知策や制度運用等の 在り方について



- 産業財産権制度に関しての企画立案に資するように、法制面や運用面について改正を行う際の基礎資料となる報告書を取りまとめることが目的。
- 調査研究テーマ毎に専門家を交えた研究委員会の開催・国内外公開情報調査・国内外ヒアリング調査・国内外アンケート調査等、調査研究テーマに応じた調査・分析を行う。



<詳細について>  
本調査の詳細については、特許庁HP（以下URL記載）に掲載しております。令和7年度研究テーマ一覧「商標制度の活用促進のための効果的な周知策や制度運用等の在り方に関する調査研究報告書」をご参照ください。  
URL: <https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota/zaisanken-seidomondai.html>

<お問い合わせ先>  
経済産業省 特許庁 総務部 企画調査課  
〒100-8915 東京都千代田区霞が関3-4-3  
TEL : 03-3581-1101 (内2152)

# 調査の俯瞰図

## 背景

近年、商標登録出願の件数が減少傾向にあり、その要因を分析するとともに今後の対応を検討する必要性が生じている。

この要因として外部環境変化に伴う事情も考えられるところであるが、特に出願件数に占める割合の高い中小企業については、商標制度を十分に活用できていないことも示唆されている。

## 目的

内国人出願の減少要因を調査するとともに、未だ商標制度を活用したことがない潜在的なユーザーに対する商標制度活用の普及策の検討を行う。

### ■ 商標出願件数の減少要因の調査・検討

- ・ 過去10年分の内国人出願に関するデータ等の分析
- ・ アンケート調査
- ・ ヒアリング調査

### ■ 商標制度の活用を促す効果的な制度周知策や制度運用等の在り方を検討するための調査

- ・ アンケート調査
- ・ ヒアリング調査（潜在的なユーザー、知財支援機関）
- ・ リーフレット素案の作成

### ■ 委員会 委員：7名

## まとめ

- ・ 出願件数の減少は、中小企業の影響が大きい。その背景には、業績の低調に起因した要因や、既存ブランドの活用を優先して新たなブランドが生まれにくくなる等の要因がある。
- ・ 潜在的なユーザーに対する周知策として、中小企業の新たな取組に際して想定される商標関連のリスクを訴求することが有効との示唆が得られた。また、周知に際しては支援機関等を介して実施することで効果を見込めるとの示唆も得られた。

1. 本調査研究の背景・目的
2. 本調査研究の実施方法
3. 調査結果
4. まとめ

## 背景

- 近年、商標登録出願件数の減少傾向が続いており、特に内国人による出願件数の減少が続いている。
- そのため、商標の出願減少について分析を深めつつ、今後の対応を検討する必要性が生じている。
- また、我が国の商標登録出願件数は中小企業の割合が高くなっているが、中小企業数と中小企業の商標登録出願者数には乖離がある。
- したがって、とりわけ中小企業において、商標制度を十分に活用できていない者が相当数存在していることが示唆されている。

## 調査目的

- ① 近年の内国人による商標登録出願件数の減少要因を調査する。
- ② 未だ商標制度を活用したことが無い潜在的なユーザーを中心に、商標制度の活用を促すための効果的な制度周知策を検討する。

①

商標出願件数の減少要因の調査・検討

**目的：**近年における内国人出願の減少について、多角的な観点からその要因を調査・検討する。

### データ分析

- 特許庁が貸与した情報（過去10年分の内国人出願に関する統計データ等）に基づく分析
- その他、中小企業等の外部環境等を把握するための公開情報を用いた分析

### アンケート調査

- 近年出願件数が、減少傾向にある者（900者）、横ばい傾向にある者（200者）、増加傾向にある者（200者）を対象として実施
- 業績の動向や出願に影響を与える要素、商標・ブランドに対する意識等を調査

### ヒアリング調査

- アンケート回答者のうち、近年出願件数が減少傾向にある者から15者を選定して実施
- 商標権の取得・活用の効果や、出願に関する体制、出願件数減少の背景、今後の意向、出願件数の増加につながると思われる施策等を調査

2

商標制度の活用を促す効果的な制度周知策や制度運用等の在り方を検討するための調査等

意識調査

制度に慣れないユーザーの

アンケート調査

ヒアリング調査

支援機関へのヒアリング調査

周知用リーフレット素案の作成

**目的**：未だ商標制度を活用したことがない潜在的なユーザーに対する効果的な制度周知策等を検討する。

- ・ 近年初めて出願した者（1,000者）を対象として実施
- ・ 商標登録出願に至った背景や感じている効果、事業上の関心事項やビジネス情報の入手先、支援機関との接点等について調査

- ・ アンケート回答者から15者を選定して実施
- ・ 商標権の取得・活用に対して感じている効果や商標制度を知ったきっかけ、出願の理由・背景、事業上の関心事項や潜在的なユーザーに対する商標制度の普及策について調査

- ・ 知財支援機関（INPIT知財総合支援窓口、金融機関、商工会、商工会議所、よろず支援拠点、創業支援機関）10者を選定して実施
- ・ 商標相談の背景や、商標制度の普及に向けた方策等を調査

- ・ アンケート調査結果とヒアリング調査結果を踏まえて、潜在的なユーザーへの周知として効果的と思われるリーフレットの素案を作成

3

委員会に  
おける検討

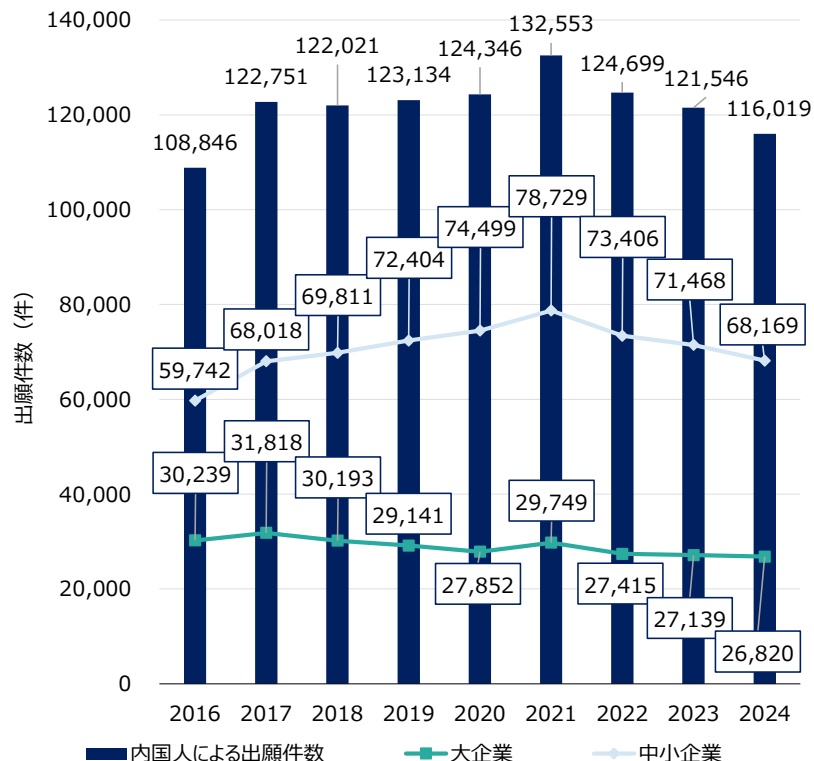
**目的：**実施した調査結果に基づいて検討した潜在的なユーザーへの普及策やリーフレット案等について、専門的な視点から助言を得る。

委員 (敬称略)	押久保政彦	押久保政彦国際商標特許事務所 所長・弁理士
	上坂卓也	茨城県商工会連合会 支援課 専門経営指導員
	菊田昌弘	巢鴨信用金庫 すがも事業創造センター 課長
	古賀雄子	古賀雄子税理士事務所 税理士・中小企業診断士
	小林庸平	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 EBPM・行動科学チームリーダー・上席主任研究員
	武川憲	一般財団法人ブランド・マネージャー認定協会 シニアコンサルタント
	廣田翔平	グローバル・ブレイン株式会社 Investment Group Managing Partner・弁理士
討議の論点	<ul style="list-style-type: none"> <li>潜在的なユーザーに対して、商標のどのような側面を訴求するのが有効であるか？</li> <li>どのような場所・機会・方法で商標に関する情報を伝えれば届きやすくなるか？</li> <li>リーフレット案について改善すべき点はないか？／等</li> </ul>	

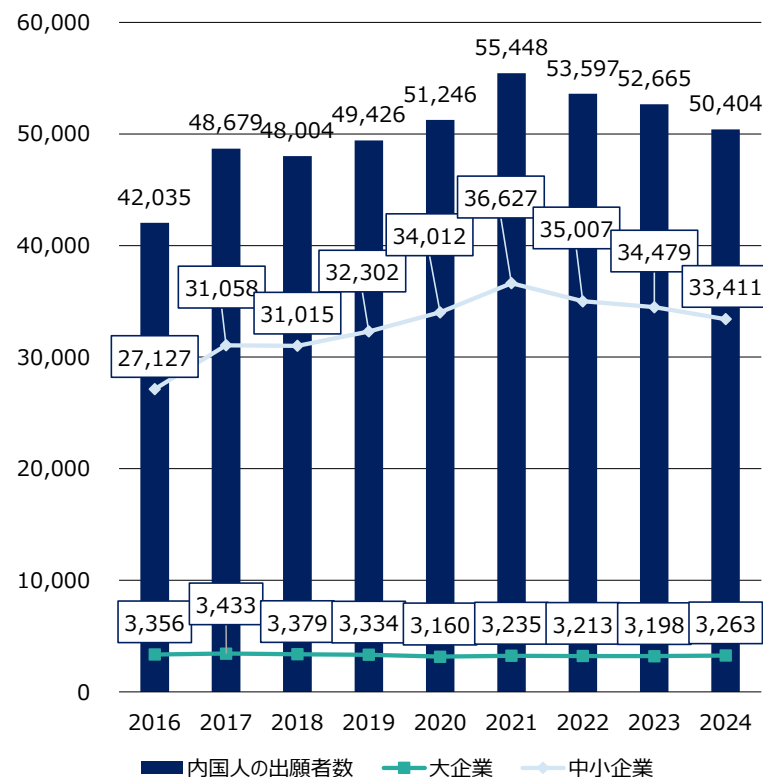
### 3. 1. 出願件数の減少要因の調査・検討

- 内国人による出願件数は、2021年（132,553件）をピークとして2024年まで減少傾向。
- 内国人の出願者数も同様に、2021年（55,448者）をピークとして2024年まで減少傾向。

#### 出願件数の推移



#### 出願者数の推移



※出願データは、特許庁からの貸与データであり、「内国人出願」は、筆頭出願人の国籍が日本である者を対象とする。また、料金未納により却下される一部出願を除いたものを対象として集計、記載している。

## 3. 1. 出願件数の減少要因の調査・検討

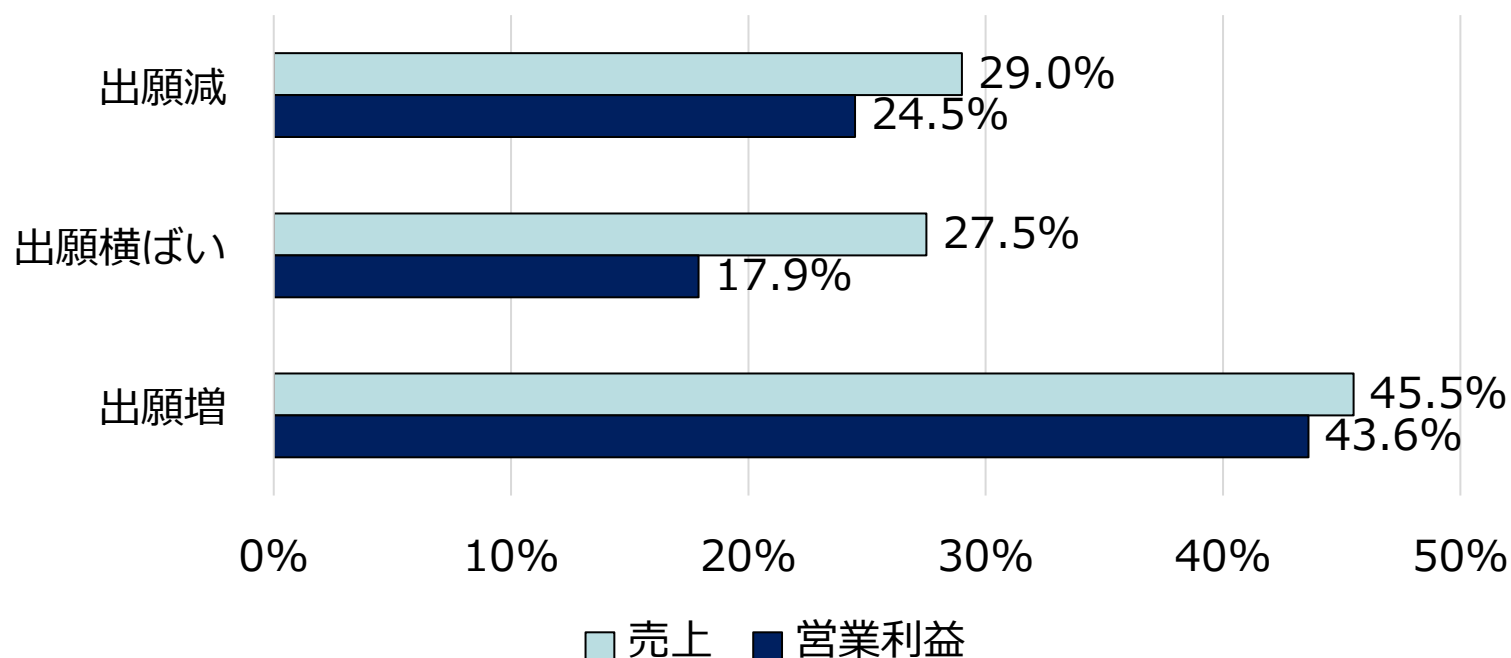
- 中小企業による出願件数減少の影響が大きく、新規・既存を問わずその影響がある。
- 大企業については、特に既存出願人による1者当たりの出願件数減少が影響を与えている。

			2021年	2024年	2021年から2024年にかけての減少	
					数	率
中小企業	新規	出願件数	25,283件	21,002件	4,281件減 ↓	16.9%減 ↓
		出願者数	15,888者	13,776者	2,112者減 ↓	13.3%減 ↓
		1社あたりの出願件数	1.6件	1.5件	0.07件減 ↘	4.2%減 ↘
	既存	出願件数	53,446件	47,167件	6,279件減 ↓	11.7%減 ↓
		出願者数	20,739者	19,635者	1,104者減 ↓	5.3%減 ↘
		1社あたりの出願件数	2.6件	2.4件	0.17件減 ↘	6.8%減 ↘
大企業	新規	出願件数	257件	280件	23件増 →	8.9%増 ↗
		出願者数	119者	118者	1者減 →	0.8%減 →
		1社あたりの出願件数	2.2件	2.4件	0.2件増 →	9.9%増 ↗
	既存	出願件数	29,492件	26,540件	2,952件減 ↘	10.0%減 ↓
		出願者数	3,116者	3,145者	29者増 →	0.9%増 →
		1社あたりの出願件数	9.5件	8.4件	1.0件減 ↓	10.8%減 ↓

## 3. 1. 出願件数の減少要因の調査・検討

- 出願件数が、減少傾向にある者、横ばい傾向にある者、増加傾向にある者の間で、業績（売上、営業利益）の状況を比較。
- 出願件数が増加傾向にある者は、減少傾向・横ばい傾向の者と比べて、1.5倍程度が業績増加傾向と回答した。

### 業績（売上、営業利益）が「増加傾向」と回答した者の割合

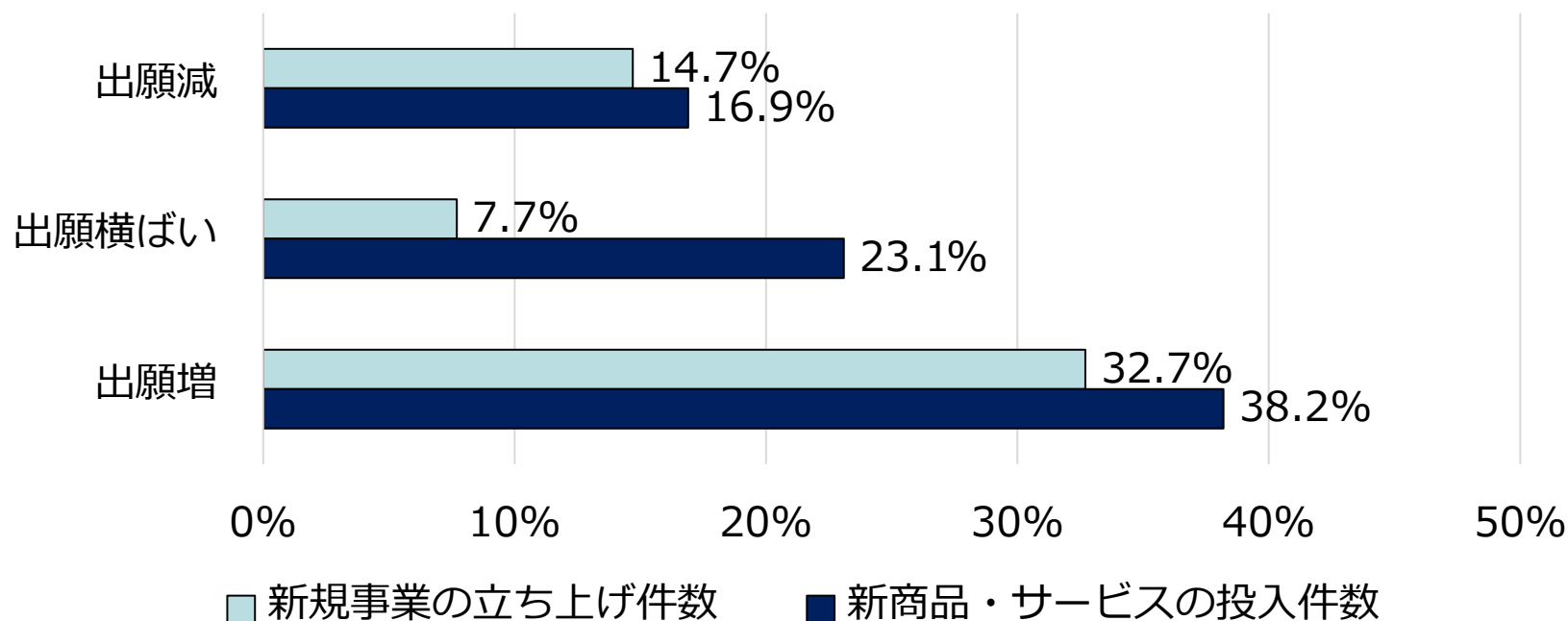


※各種業績を「増加」「やや増加」「横ばい」「やや減少」「減少」の5段階で聞いており、この図で示す割合はこのうち「増加」を選択した者を指している。

## 3. 1. 出願件数の減少要因の調査・検討

- 出願件数が、減少傾向にある者、横ばい傾向にある者、増加傾向にある者の間で、新たな取組（新規事業、新商品・サービス開発）の状況を比較。
- 出願件数が増加傾向にある者は、減少傾向の者と比べて2倍前後が新たな取組が増えていると回答した。

### 新たな取組（新規事業、新商品・サービス）が「増加傾向」と回答した者の割合

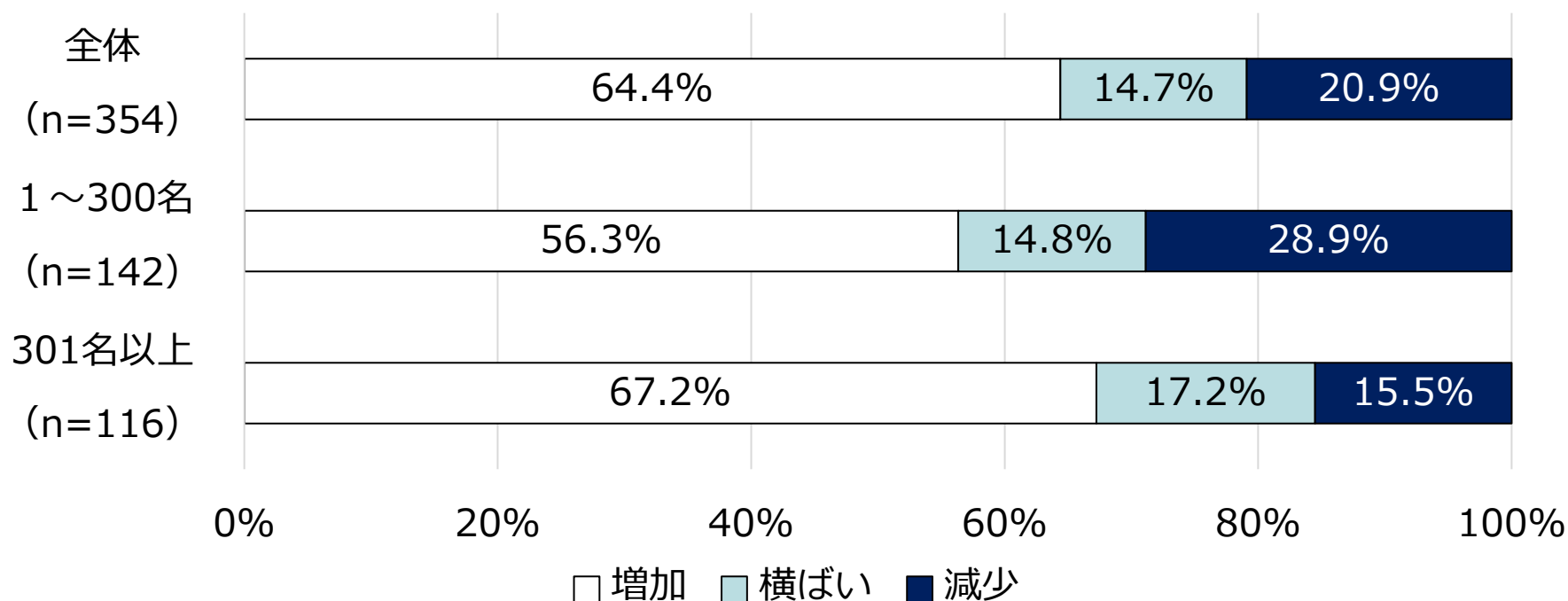


※各種取組の件数を「増加」「やや増加」「横ばい」「やや減少」「減少」の5段階で聞いており、この図で示す割合はこのうち「増加」を選択した者を指している。

## 3. 1. 出願件数の減少要因の調査・検討

- 出願件数が減少している企業のうち、中小企業（1～300名）では、他と比べて売上が減少傾向にあると回答している者が多い。
- 出願件数が減少している中小企業は、業績低迷によって新たな取組が創出されず、出願件数も減少している可能性がある。

### 出願件数が減少している企業の従業員規模別に見た売上の状況



※売上を「増加」「やや増加」「横ばい」「やや減少」「減少」の5段階で聞いており、この図で示す割合はこのうち「増加」「やや増加」を合わせて「増加」とし、「減少」「やや減少」をあわせて「減少」としている。

## 3. 1. 出願件数の減少要因の調査・検討

- 一方で売上が増加しているにも関わらず出願件数が減少している企業も存在していることから、この属性に該当する企業における減少要因を分析。
- 出願商標を厳選し、無駄な出願を抑制する傾向にあることが明らかになった。

### 売上が増加しているにも関わらず出願を減らしている企業における出願件数減少要因

#### 従業員数規模

①

②

③

1～300名

**31.3%**

出願商標を厳選し、  
無駄な出願を抑制する  
ようになった

**22.5%**

新商品・サービスの  
件数が減っている

**20.0%**

商標権を取得すること  
の費用対効果が見え  
ない

301名～

**42.3%**

出願商標を厳選し、  
無駄な出願を抑制する  
ようになった

**25.6%**

新商品・サービスの  
件数が減っている

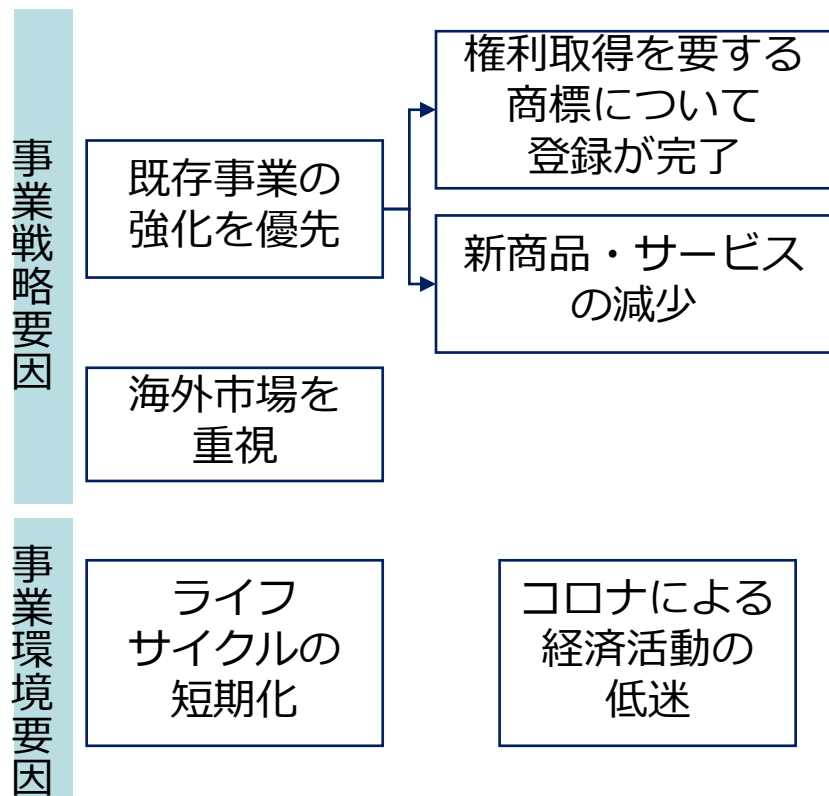
**21.8%**

自社の業態で商標の  
重要性が低い

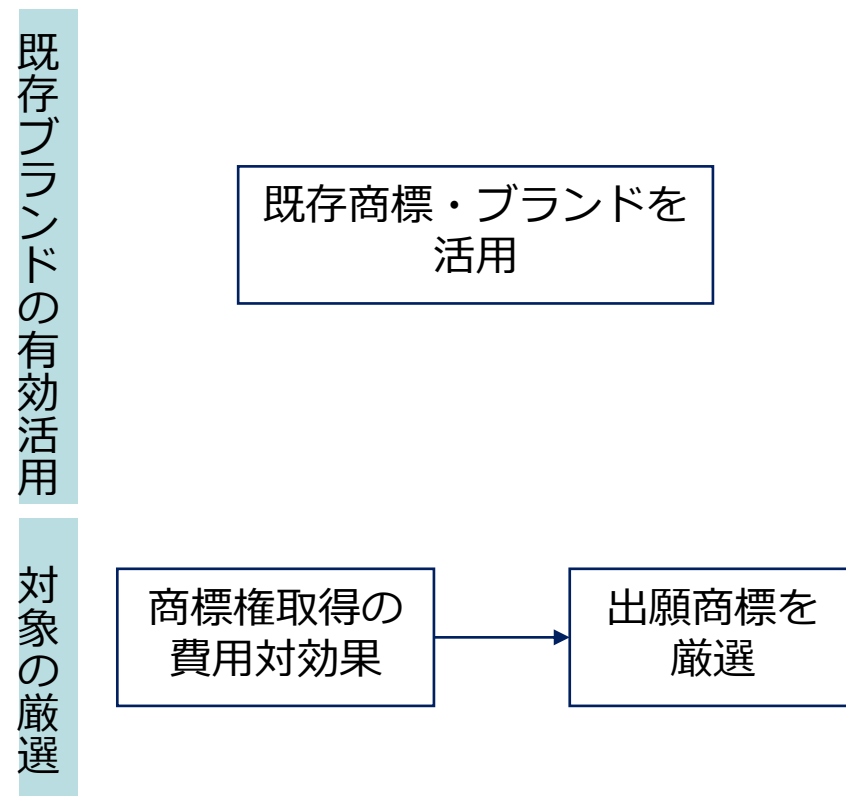
## 3. 1. 出願件数の減少要因の調査・検討

- 出願件数が減少している者に対するヒアリング調査を実施。
- 大きくは「①事業戦略・環境の変化に基づく影響」と「②商標・ブランドに対する考え方の変化に基づく影響」が出願件数減少の要因として聞かれた。

### ① 事業戦略・環境の変化に基づく影響



### ② 商標・ブランドに対する考え方の変化に基づく影響



## 3. 2. 制度周知策等の検討

- 潜在的なユーザーに近い者へのアンケート調査を通じて、潜在的なユーザーの行動パターンを整理。

### アンケート調査から見られた潜在的なユーザーの行動パターン（例）

	初めての出願プロセス		事業活動に関するプロセス	
<b>Attention 認知</b>	商標を知る	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自ら勉強</li> <li>・ 経営者仲間からの情報</li> </ul>	ビジネスの 情報を得る	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新聞・TV・書籍</li> <li>・ 経営者ネットワーク</li> <li>・ WEBサイト、SNS</li> </ul>
<b>Interest 興味</b>	商標に 関心を持つ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自社にとっての必要性</li> </ul>	課題認識・ 興味のある テーマ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 販路開拓（国内）</li> <li>・ 新商品・サービス開発</li> <li>・ 新規事業開発</li> </ul>
<b>Search 検索</b>	商標のことを 調べる	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 特許庁のWEBサイト</li> <li>・ インターネット情報</li> <li>・ 弁理士からの助言</li> </ul>	課題解決に 向けて 相談する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 金融機関に相談</li> <li>・ 商工会議所に相談</li> </ul>
<b>Action 行動</b>	出願へ向けて 動く	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 弁理士に依頼</li> </ul>		
<b>Share 共有</b>	共有すべき メリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ビジネス推進上の安心</li> <li>・ 模倣を防止</li> </ul>		

## 3. 2. 制度周知策等の検討

- 潜在的なユーザーに近い者や知財支援機関へのヒアリング調査結果を整理。
- 制度周知に向けた施策として、大きく①商標制度に対する認知・興味を高めるための方策、②出願という行動へ移してもらうための方策、③潜在的なユーザーへ情報を届けるための方策に関する意見が得られた。

1

### 商標制度に対する認知・興味を高めるための方策

- **リスク面を強調**
- 商標活用の側面からも訴求
- 企業の信頼度向上の側面を訴求
- 金銭的なインパクト
- 心理的なアプローチ

2

### 出願という行動へ移してもらうための方策

- 手続きやコストのハードルを下げるための情報
- 専門用語を一般用語へ変換
- 知財支援機関の認知度向上
- 補助金施策とあわせて周知

3

### 潜在的なユーザーへ情報を届けるための方策

- 金融機関等の支援機関を介した周知
- 各種メディアの活用
- 税理士を介した周知
- インターネット・SNS
- 経営者ネットワークの活用
- その他のステークホルダー

### 3. 2. 制度周知策等の検討

- 潜在的なユーザーへ商標制度の活用等を周知していく際に、特にリスク面から言及することの有効性を指摘する声が多く得られた。

#### ヒアリング調査で得られたコメント（一部抜粋）

- 商標登録を考えたことのない経営者に対しては、**商標登録をしなかったことによって生じ得るリスク**を説明することが効果的。（アンケート回答者）
- 商標権で保護をしないと、**他者に真似をされて損害を被る可能性がある、というリスク**を打ち出して啓蒙することがよいらろう。（アンケート回答者）
- 後から**名称変更が必要になるリスク**の大きさを訴求するとよい。（アンケート回答者）
- やりたいことを実現しにくくなる可能性、**再ブランディングの負担、社内外の混乱が甚大**になる。（アンケート回答者）
- リスク面にフォーカスすると、**自分事として捉えてもらえる**のではないか。やはり自社を経営していくにあたり、事業継続の観点はもちろん、従業員の生活を守ることも経営者は重視している。（金融機関）
- 出願経験のない事業者の場合、**何かのリスクに接する経験をして自分事にならないと腰があげられない**かもしれない。危機意識を持ってもらうことが大事である。（INPIT知財総合支援窓口）

## 3. 2. 制度周知策等の検討

- アンケート調査から、潜在的なユーザーが新たな取組（新規事業開発、新商品・サービス開発等）への関心や課題認識を有している傾向にあることを把握。
- このような新たな取組を進めていく際に想定される商標関連リスクを訴求していくことで、潜在的なユーザーが商標を自分事にしていく可能性が高くなるという示唆を得られた。

### 潜在的なユーザーの 目に留まりにくい内容

- 潜在的なユーザーはそもそも商標や知的財産が自分事になっていない
- そのため、これらの要素を前面に出して訴求しても目に留まりにくい

商標

知的財産

### 潜在的なユーザーの 目に留まりやすい内容

- 潜在的なユーザーは新商品・サービス開発や新規事業開発、販路開拓（国内）に関心を有している
- そのため、これらを進めるうえでのリスクと紐づけて商標制度活用を訴求することが有効

新商品・サービス開発

新規事業 ×

商標

販路開拓

## 3. 2. 制度周知策等の検討

- 調査結果から得られた示唆を踏まえ、周知用のリーフレット素案を作成。
- 潜在的なユーザーの関心が高い新規事業開発や新商品・サービス開発、販路開拓（国内）を念頭に置いた場合の商標関連リスクを訴求する内容として整理。

### 作成したリーフレット

#### 表紙

新商品・サービス開発や  
販路開拓に取り組む皆様必見！

**新たなチャレンジの前に  
知っておきたい**

名前とマークの  
“リスク”  
“クスリ”

特許庁  
JAPAN PATENT OFFICE

#### メインページ

新事業立ち上げ、新商品・サービスの開発、さらなる販路開拓、営業拡大に取り組むみなさん！  
会社や商品・サービスの名前とマークに関する“リスク”と“クスリ”はご存じでしょうか？  
自分には関係ない、抱いていないから、と過信してしまったり、大切な会社や商品、サービスが  
取り戻しにくい事態に陥る可能性があります。

名前とマークに関するリスクとクスリを知って、活用することで、  
新たなチャレンジに安心して取り組んでいきたいと思います。  
「これを機にしっかりと取り組もう！」という気持ちにも関係する話だからと無視したいと思われた方は、裏面もご参照ください。

Step 1 立ち上げ（創業、新規事業）

その会社名や事業名、  
マークはちゃんと  
守られている？

せっかく考えた会社名や新たな事業名、マークが後から他人に登録されてしまった、会社名の英訳、お苗名の漢字、IPが紛らわしい可能性があるため、会社名は特許登録もしていただくこと……

Step 2 新商品・サービス開発

その商品・  
サービス名やマークは  
使って大丈夫？

思いのこもった新しい商品・サービスやマークが、既に他社に登録されていたことが発覚し、開発をストップされた経験のある、顧客からの苦情が来たり、営業活動が滞ってしまうこと……

Step 3 販路開拓・営業拡大

安心して  
取り組みますか？

自社ウェブサイトやECサイト、SNS等を通じて名前やマークが他者の目に触れる機会が増えることで、似たりよな名前やマークを登録している他者から、苦情が来たり、営業活動などが滞りやすくなる可能性があります……これまで購入してきたものが一瞥で判別してしまうこと……

“クスリ”としての  
特許登録

- 他者の登録商標の侵害を避けておくこと
- 早くに商標登録出願しておくこと

【登録料112,000円  
（登録料132,900円（10年分））  
出願・登録料の負担  
の特典あり  
の特許庁

● 特許登録は、他社の権利を侵害していないにもかかわらず、取り戻しにくい事態に陥る。● 名前やマークを自分だけが使えるようになるため、他社からの苦情が来たり、営業活動が滞りやすくなる。（著作権が登録される。）

●海外展開の際にも、目と心に登録商標の侵害と早期に特許登録出願をしておくことが重要です。

#### 裏表紙

会社や商品・サービスの大切な名前・マークを守るには  
**商標登録が有効です！**

「もっと商標のことを知りたい」「商標登録出願をしてみたい」という方は、IPを大切にしてください。

もっと商標のことを知りたい

事例から学ぶ  
商標活用ガイド

POINT  
ビジネスにおける実用性  
法や権利に関するポイント  
特許と商標の両方を利用  
することで、権利を  
守りやすくなる。特許  
と商標の両方を利用する  
ことで、権利を  
守りやすくなる。

商標登録出願をしてみたい

商標審査官が教えます  
商標出願ってどうやるの？

POINT  
特許と商標の両方について  
特許と商標の両方について  
特許と商標の両方について  
特許と商標の両方について  
特許と商標の両方について  
特許と商標の両方について

専門家に相談したい

INPIT知財総合支援窓口

POINT  
中小企業のみならず  
大企業でも利用できる  
特許と商標の両方に関する  
特許と商標の両方に関する  
特許と商標の両方に関する  
特許と商標の両方に関する

登録商標を調べてみたい

J-PlatPat

POINT  
特許情報は、インターネット  
上で簡単に調べることが  
できます。特許と商標の  
両方に関する情報は、  
インターネット上で簡単に  
調べることができます。

無料問合せ先  
経済産業省 特許庁  
東京 登録部 商標課 企画課 課長室  
TEL:03-3561-1101(内線2805)

特許庁  
JAPAN PATENT OFFICE

## 4. 1. 出願件数の減少要因の調査・検討

- 内国人による出願件数は、2021年から2024年にかけて減少傾向であった。
- これは、中小企業の影響が大きく、全体で16,534件の減少が見られる中で、中小企業による出願件数の減少が10,560件を占めていた。
- このうち、中小企業の新規出願人による出願件数の減少は4,281件であり、中小企業の既存出願人による減少は6,279件であった。
- 一方、大企業の影響も一定程度あり、その多くは大企業の既存出願人による2,929件の減少であった。これは、1者あたりの年間平均出願件数が約1件減少したことに起因している。
- この減少の背景にある要因は複数の事象が混在しているが、特に中小企業の場合は業績低迷によって新商品等が創出されないことも可能性として示唆された。また、業績な比較的好調な中小企業や大企業においては、既存ブランドを活用する方針が示されて、やはり新たなブランドが生まれにくくなっているという要因も見られた。

## 4. 2. 制度周知策等の検討

- 潜在的なユーザーに対する商標制度活用を企図した周知に際しては、商標に関連するリスクを訴求することが有効であるとの示唆を得られた。この場合、多くの潜在的なユーザーが関心や課題認識を有しているテーマ（新商品開発等）と組み合わせることで効果を見込めるとの示唆を得られた。
- また、周知については、普段潜在的なユーザーと接する機会の多い金融機関等の支援機関や税理士等の支援者を介して行うことが有効であるとの示唆を得られた。
- 支援機関や支援者にこのような役割を担ってもらうための仕掛けについては、今後の検討課題である。

禁無断転載

令和7年度 特許庁産業財産権制度問題調査研究  
商標制度の活用促進のための効果的な周知策や制度運用等の在り方  
について  
(要約版)  
令和8年3月

請負先  
三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社  
〒105-8501 東京都港区虎ノ門5-11-2