

令和7年度 商標出願動向調査：量的拡大から「戦略的選別」の時代へ

世界の商標出願は「熱狂」から「実需」へ。日本市場も「物品」から「役務」へと構造変化し、戦略的な出願ルート選別が求められる時代に入。

世界の出願トレンド： 総件数の減少と国際登録の底堅さ



世界的に商標出願の熱狂が落ち着きつつある。最大市場の中国も「ノイズ」が減少。一方で、国際登録（マドプロ）は激増し、グローバルなブランド保護インフラとしての重要性を維持。

実務的な示唆と今後の戦略



出願ルートの戦略的使い分け
「国別に直接出願」か「マドプロで束ねて出願」か。コストと管理効率を左右する選択。



「新しいタイプの商標」への注目
動き、ホログラム、音、色彩のみ。メタバースや仮想空間を含む新領域でのブランド保護も検討事項。

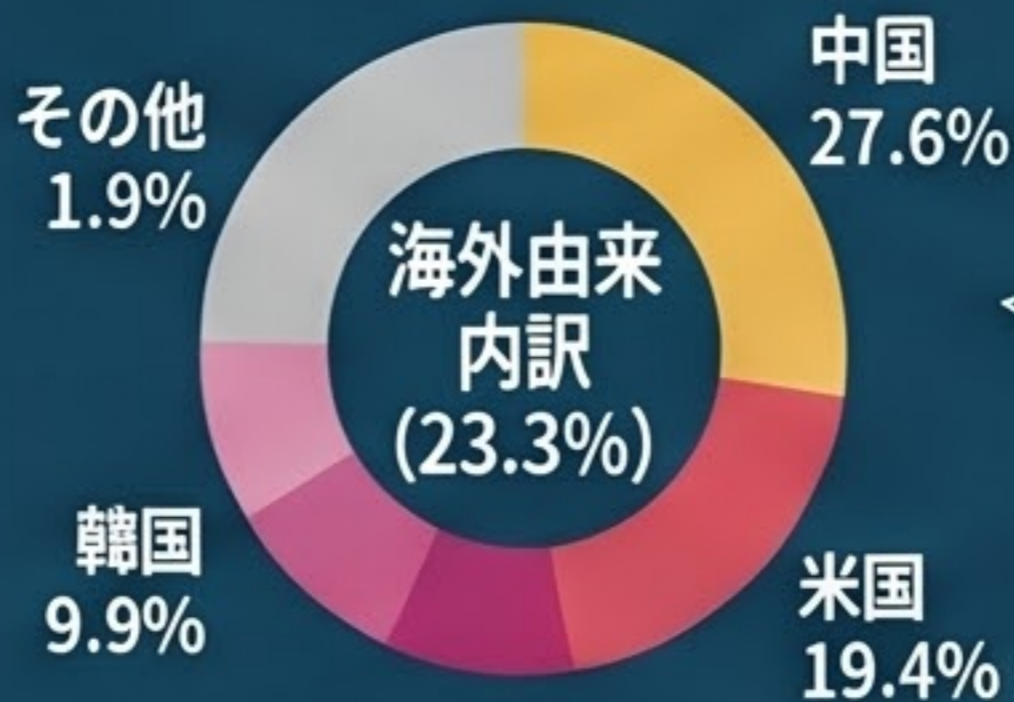


“「単なる件数管理から、出願ルート設計の時代へ」”
本報告書は、国別・分野別の傾向把握に非常に有用な実務的資料。

日本国内の現状： 量的縮小と海外からの流入



2017年の水準を下回る「選別・絞り込み」の局面。しかし、海外からの流入は高止まりし、依然として三國（中・米・韓）の注目を集める。



「海外由来（23.3%）の内訳による分析の重要性：国ごとに制度が異なるため、実態把握には区分数が有効。

産業構造の変化： 役務（サービス）分野へのシフト



- 第35類（小売・広告）：ブランド競争激化
- 第41類（教育・娯楽）：コンテンツ分野
- 第42類（IT・ソフトウェア）：デジタル関連

日本の出願区分数において、サービス業・デジタル関連の「役務」が最大。製造業中心からの構造変化が進む。

欧州（EUIPO）でも同様の傾向：役務が38.0%と最大。