

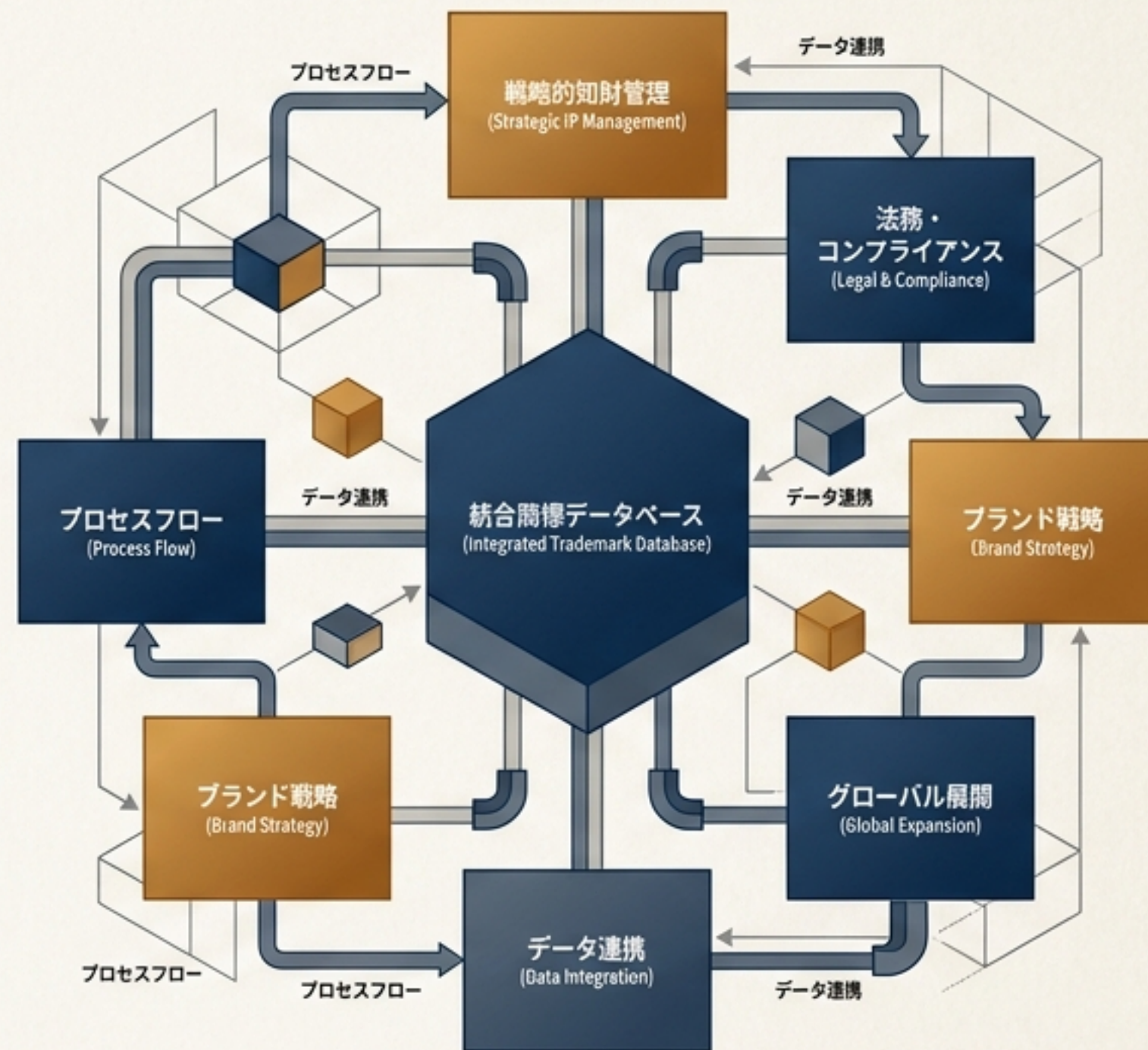
商標管理の組織実装と 新たなパラダイム

知財・情報フェア&コンファレンス
トレンド解析：2025年 vs 2026年

分析対象：第35回 2026 知財・情報フェア&コンファレンス

調査基準日：2026年9月20日

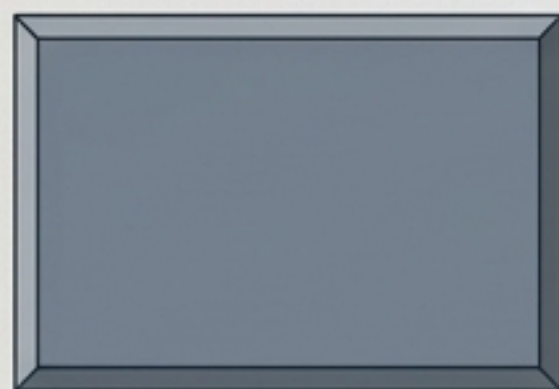
Integrated System Map



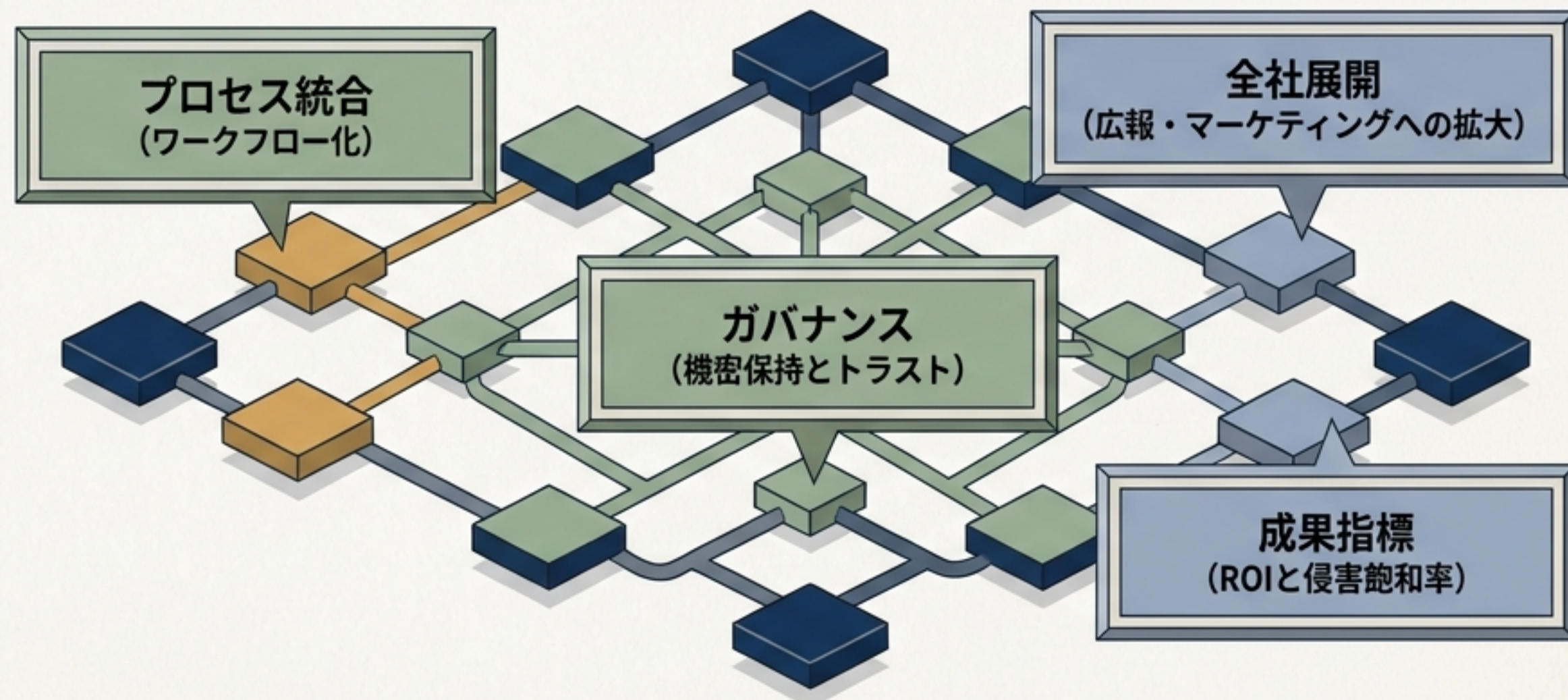
エグゼクティブ・サマリー：AIの「導入」から「組織実装」へ

2026年の商標分野における最大のシフトは、AI技術やMCPの目新しい登場ではない。すでに存在するこれらの技術を、いかに安全に、誰が、どのように日常業務へ組み込み、その成果を経営層へ証明するかという「組織能力の拡張」に焦点が移ったことにある。

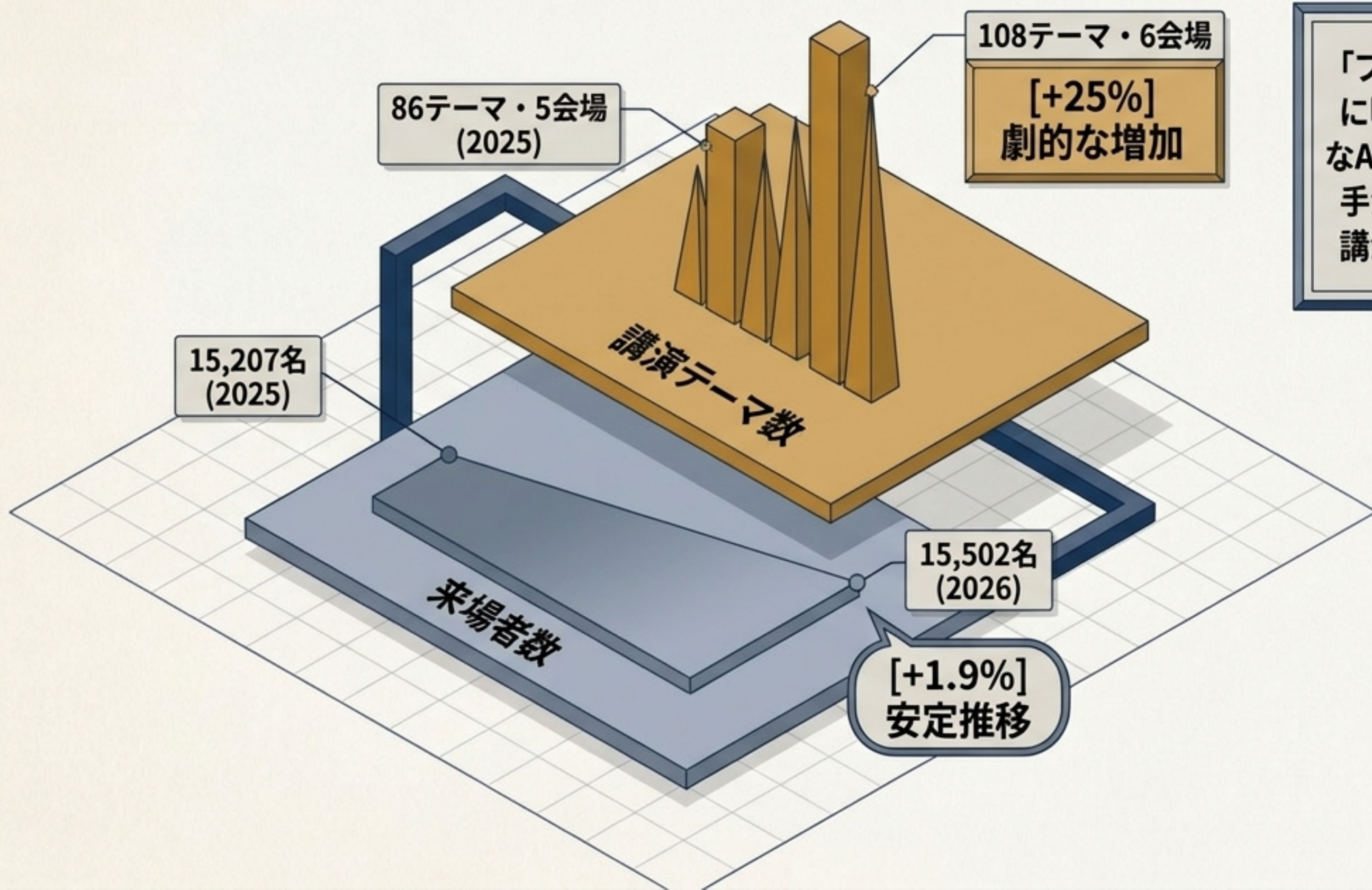
2025: 要素技術の登場



2026: 組織システムへの統合

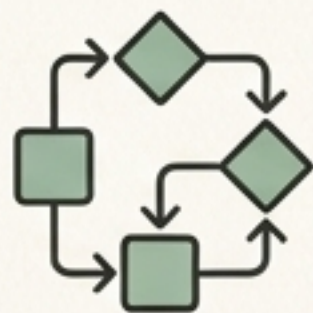


イベント規模の変容：実装フェーズへの移行



「ブランド保護」が主催者趣旨に明記され、企業側が具体的なAI活用やIPランドスケープの手法を渴望している実態が、講演数の急増に表れている。

2026年を特徴づける4つの成熟ベクトル



業務フローの組織化

個人の検索スキルから、知財部・事業部・代理人をつなぐクラウド承認フローへ。



AIガバナンスと機密管理

国内サーバー（ソブリン環境）や非保持設計による情報漏洩リスクの排除。



日常業務への境界拡張

出願時だけでなく、日々の広報・制作物のリリース前チェックへの浸透。



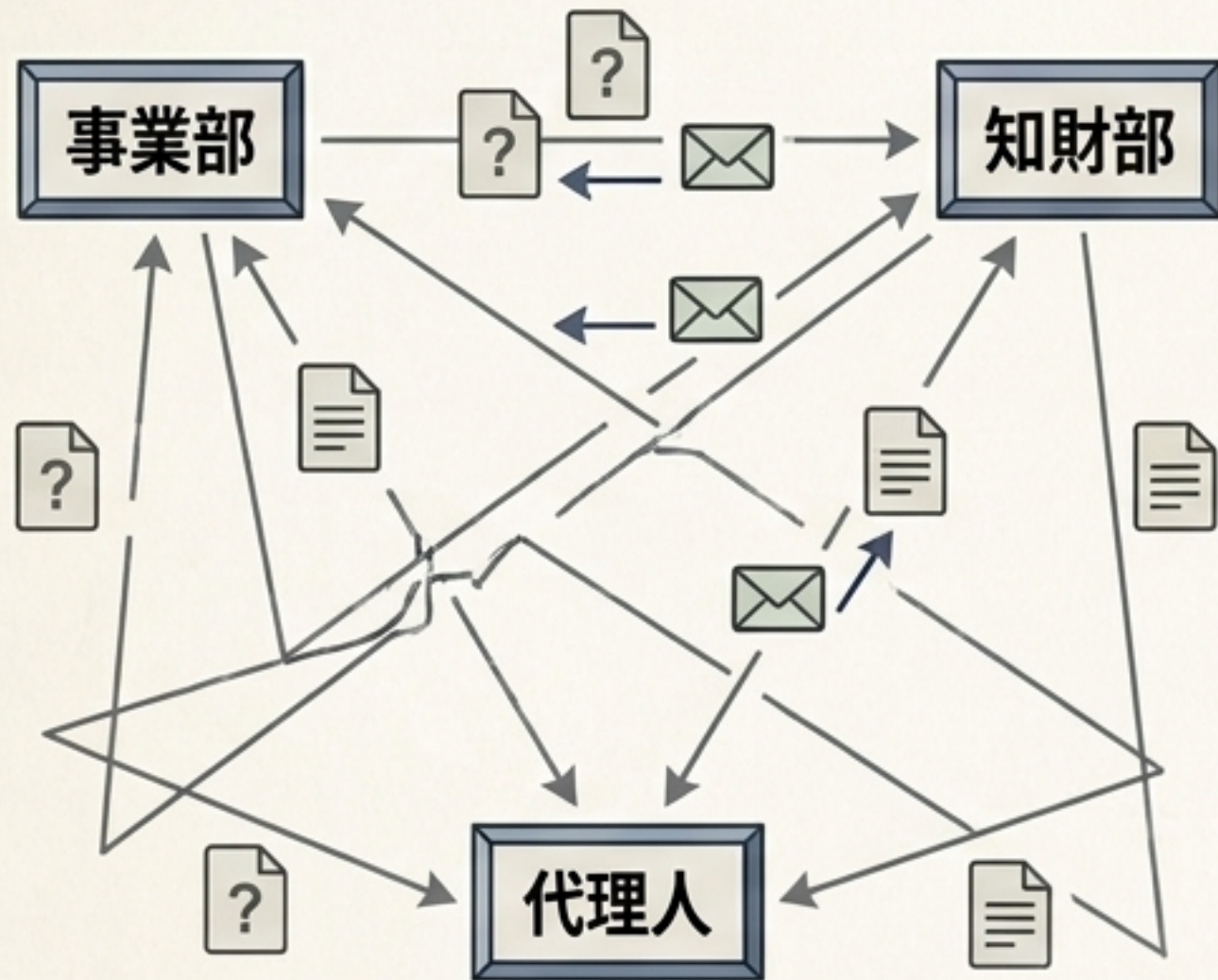
経営への成果提示

単なる「削除件数」から「侵害飽和率」など、経営指標としての可視化へ。

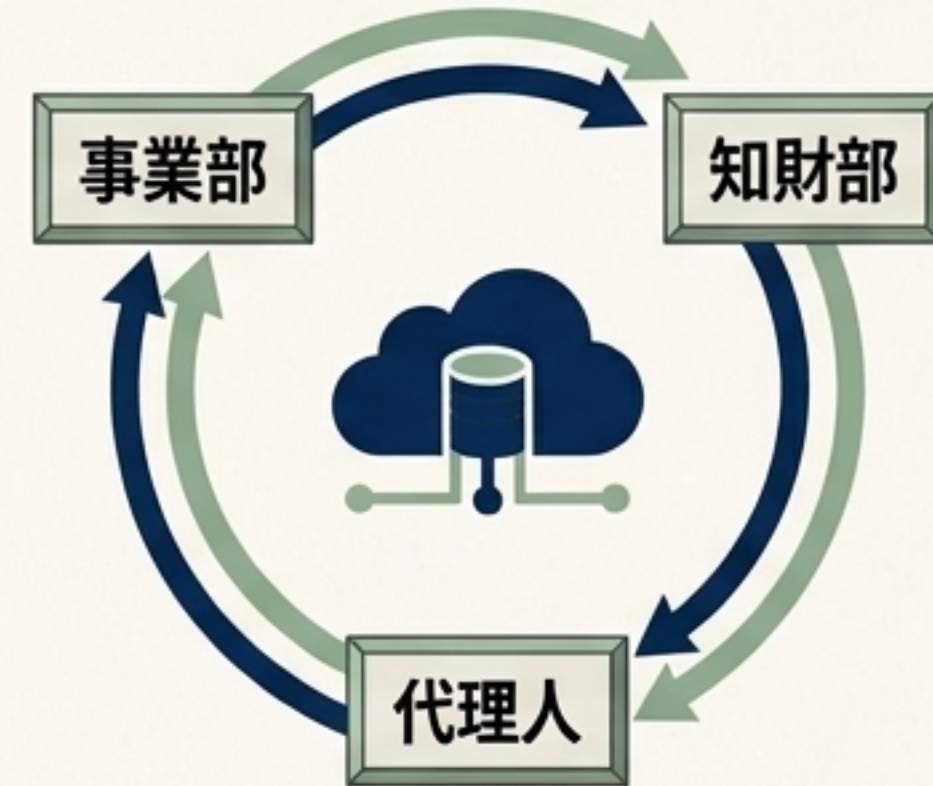
2026
商標オペレーション

シフト 1：ツールの個別利用から統合ワークフローへ

孤立した検索と分断された連絡



統合クラウド承認フロー

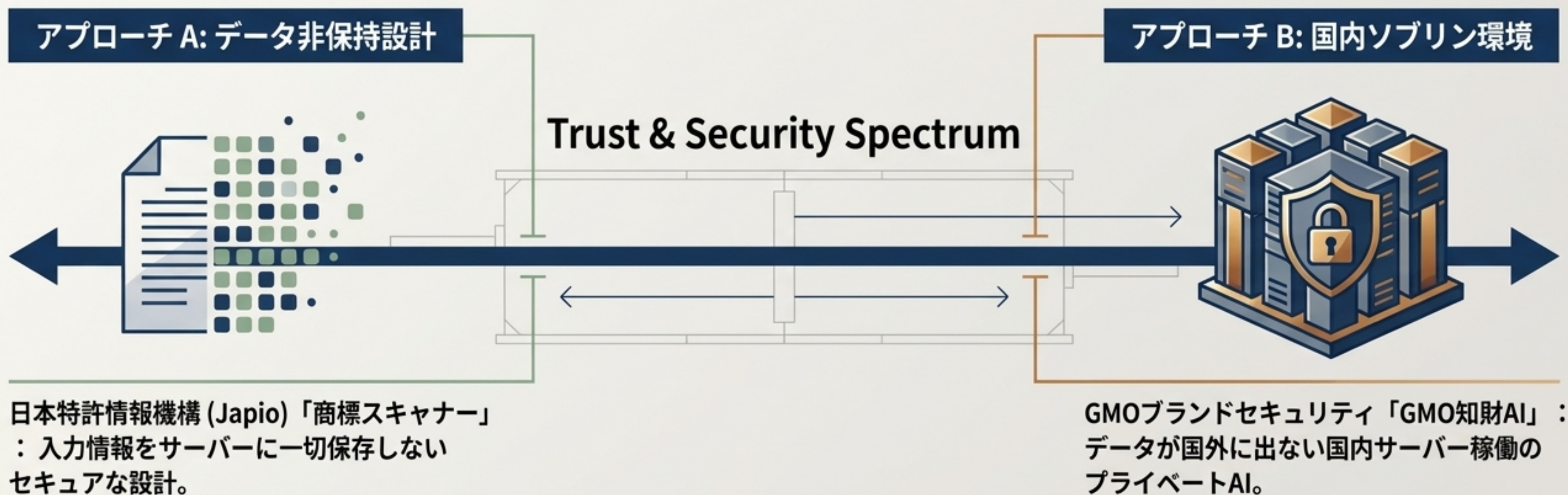


IP Oasis (IP Oasisクラウド)：2,107ユーザーが利用。四法と外国案件を一元管理し、事業部からの依頼～代理人への報告までを同一プラットフォーム上で完結。

マークアイ (TMODS)：2026年7月リリースの新機能。グループ企業・事業部間の申請・承認フローと役割分担をシステム内に実装。

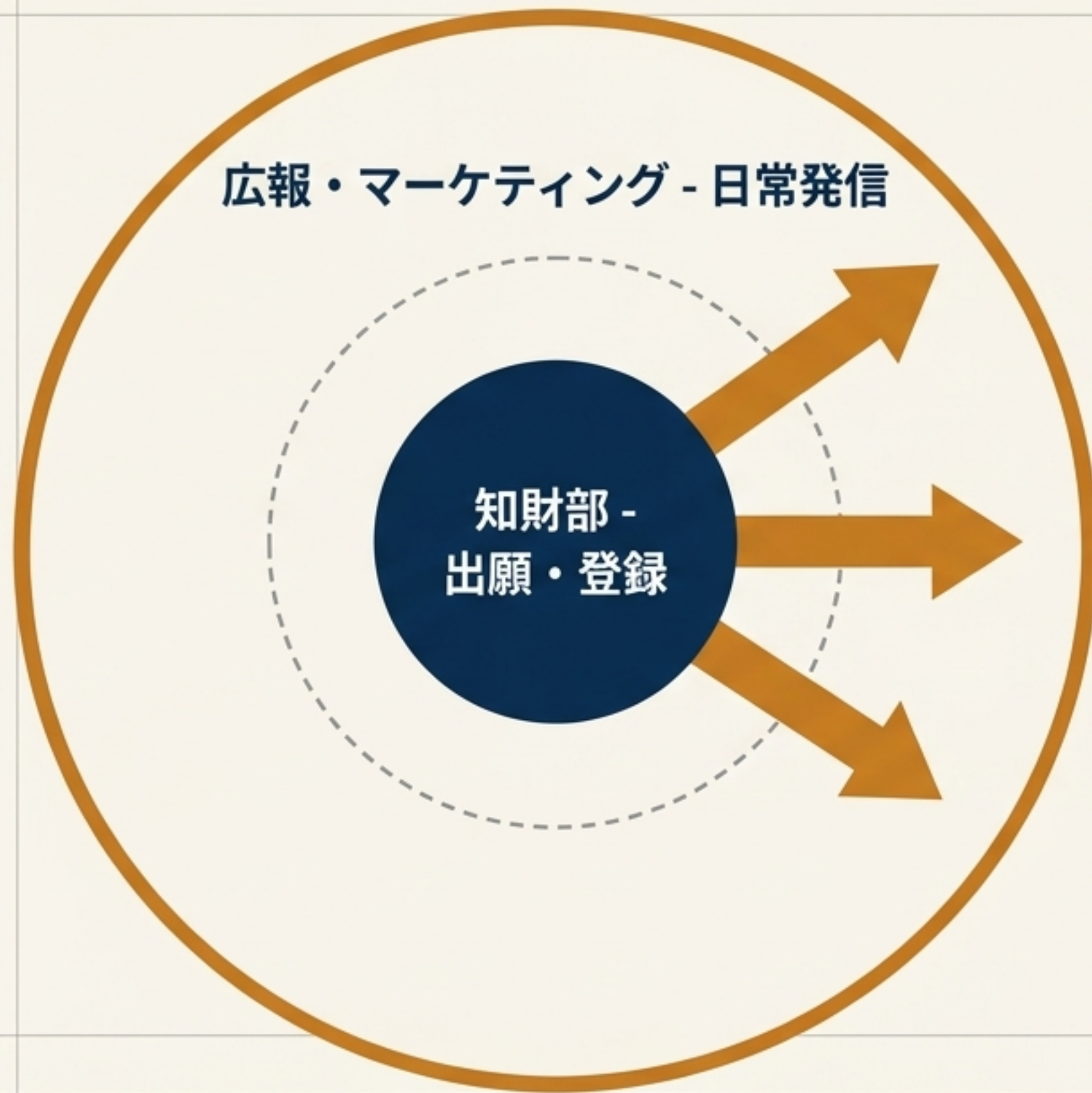
「検索時間の短縮」だけでなく、「承認待ち・連絡の重複・情報の散在」を解消する組織的処理能力の向上が主眼となっている。

シフト 2：AIの新規性から、機密管理・ガバナンスの証明へ



2025年に存在した「機密情報の扱いに対する不安」に対する明確な技術的アンサー。
AIを実務で使うための前提条件としての「データ保護」が製品の最大の訴求点となった。

シフト 3：IP部門から日常の対外発信業務への境界拡張



Japio「商標スキャナー」 (2026年9月1日開始)

ニュースリリースや製品パッケージの文章を流し込み、文中の登録商標を一括検出・ハイライト表示。週次でデータ更新。

Japioの調査（回答32社）によれば、約4割の企業が「対外公表資料について他者から指摘やクレームを受けた経験」がある。商標チェックは特別なイベントではなく、日常のリリース前ルーティンへと変化している。

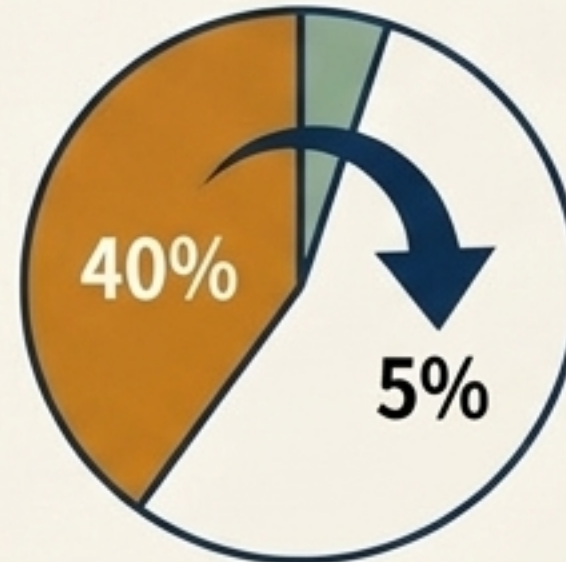
シフト4：ブランド保護のROI可視化と物理的防衛の進化

Digital ROI - MarqVision

行動指標：10,000件削除



成果指標：Infringement Saturation Rate



元Amazon・TikTok統括者が提唱。単なる削除件数ではなく、消費者の目に触れる侵害出品の割合「侵害飽和率*」で成果を経営層へ証明。AI エージェントが優先順位を提示。

Physical Defense - DNP



大日本印刷 (DNP 初出展) による、ホログラムとスマートフォン認証を組み合わせた真贋判定の仕組み。オンライン監視と現物認証の双方がブランド保護の標準枠組みとして定着。

主要ベンダーの機能進化と戦略的シフト（2025→2026）

	2025年のベースライン	2026年の戦略的進化	基底にあるテーマ
IP-RoBo	AI商標検索・生成	再分割機能・自社/他社 区別登録機能	解析精度の組織的 カスタマイズ
GMO	BRANTECTとMCP連携	国内ソブリン環境 「GMO知財AI」前面化	トラストと機密管理
マークアイ	TMODS7リニューアル	申請・承認ワークフロー・ 中国実務の権利行使	役割分担と実行フェーズ
MarqVision	検知・削除・法的対応	AIエージェントと 「侵害飽和率」提示	経営への成果説明

プレゼンテーションの重心移動：ユーザー企業による実証

2025

ベンダー主導の
機能解説

2026

事業会社主導の運用・ROI共有

ダイキン工業: 商標業務でのAI活用と目視確認負担の軽減

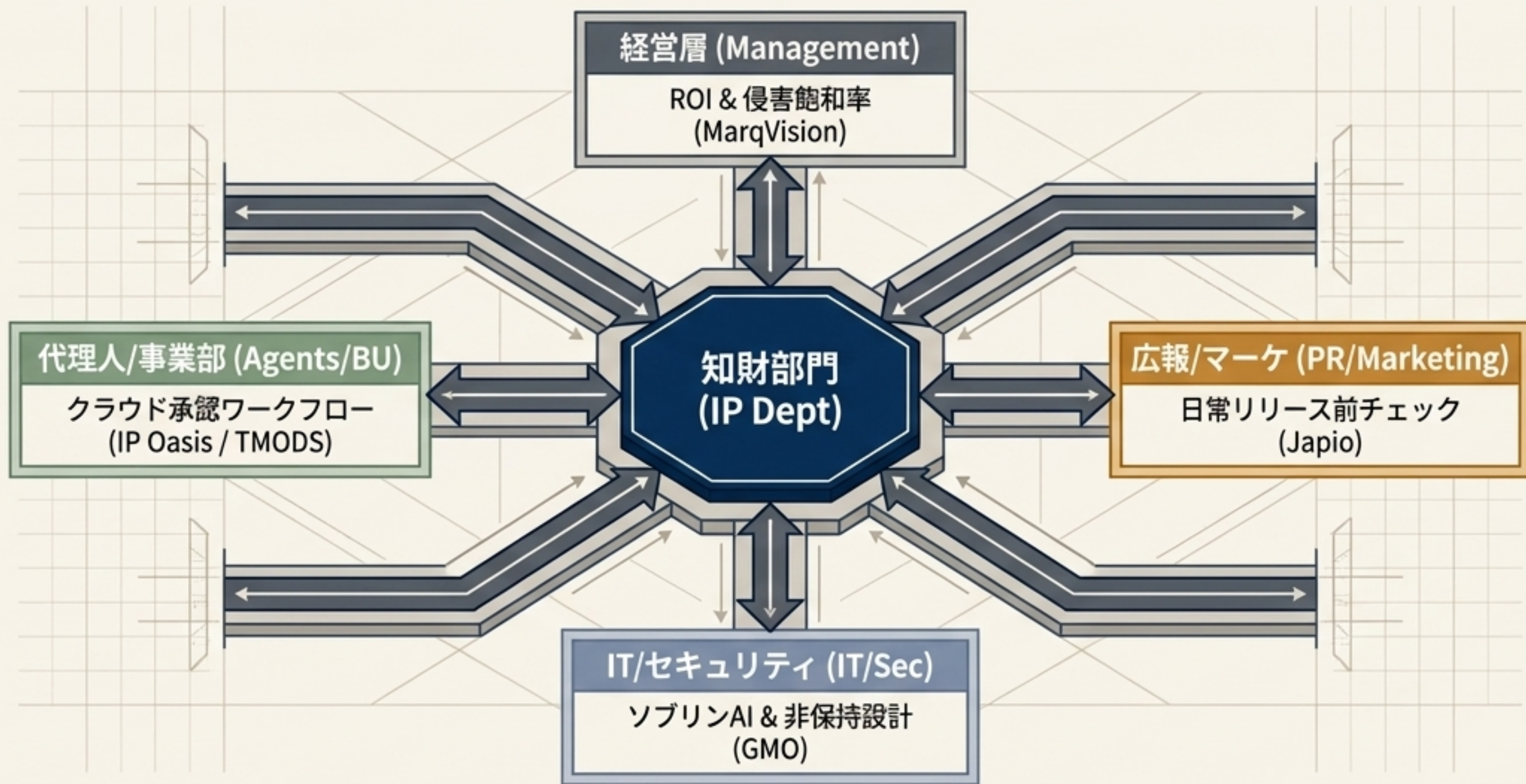
ワコールホールディングス:
社内外連携ワークフロー導入による調査工数【最大70%削減】

タカラトミー: 業務フロー改革による調査工数【約50%削減】

その他登壇企業: ハウス食品、明治、バンダイ、サントリー、TOPPAN

ツールが「どう動くか」ではなく、自社に導入
して「どう業務が変わったか(削減率・運用体制)」を語るフェーズへ完全に移行。

統合パラダイム： 2026型 商標オペレーション・ハブ



2026年の各社のアップデートは独立した機能追加ではない。これらはすべて、知財部門を企業の「統合神経系の中核」へと引き上げるためのアーキテクチャ構築である。

調査手法の制約と今後の検証課題

データ取得の限界 (Data Constraints)

2026年9月16日時点の動的ポータル情報および9月20日時点の公式発表に依拠。一部のフォーラム登壇者や非公開のブース内プレゼン情報は一次情報での完全網羅に至っていない。

リリース状況の混在 (Maturity Variations)

既存機能のアップデート（Japio商標スキャナー、TMODSワークフロー）と、開発・実証段階の構想（クラリベイト IPOne、DNP真贋判定、GMO知財AIフェーズ2）は区別して評価する必要がある。

指標の独立性 (Metric Independence)

各ユーザー企業が発表した「業務削減率（50～70%）」は、対象業務・測定方法が企業ごとに異なり、ツール間の単純な性能比較に用いるべきではない。

本レポートは、展示会というマクロデータから商標実務の不可逆的なシフトを抽出したものである。
各論の詳細は、今後公開される各社レポートでの検証が待たれる。