

2025 知財・情報フェア&コンファレンス：AI が変曲点を迎えた知財業界の深層分析

Gemini Deep Research

I. エグゼクティブサマリー

2025 年 9 月 10 日から 12 日にかけて開催された「2025 知財・情報フェア&コンファレンス」は、単なる年次イベントではなく、日本の知的財産（IP）業界の現状を決定づける声明であった。過去最大規模の来場者数と出展者数を記録し、その内容は人工知能（AI）というテーマに圧倒的に支配されていた。本レポートは、公式データ、メディア報道、参加者のフィードバック、そして専門的な分析を統合し、同フェアの多角的な評価を提供するものである。

本フェアが描き出した中心的な物語は、知財業界における「AI ゴールドラッシュ」が本格化しているという現実である。これにより、業務効率化という未曾有の機会が生まれる一方で、市場の破壊的变化や一部で聞かれた「AI 疲れ」といった新たな課題も浮き彫りになった¹。これと対照的な動きとして、かつてのバズワードであった「IP ランドスケープ（IPL）」の戦略的な再評価が進んでいることも確認された。これは、業界が抽象的な概念から具体的なビジネス成果へと軸足を移しつつある成熟の証と分析できる³。

競争環境の激化は、フェア開催直前に発表された主要出展者間の特許侵害訴訟によって象徴的に示された⁴。それにもかかわらず、参加者からの評価は圧倒的に高く、充実したコンテンツ、価値あるネットワーキング機会、そして会場の活気が称賛された²。

結論として、2025 年のフェアは、日本の知財エコシステムにとって不可欠な指標としての地位を確立した。テクノロジーによって根本から再構築されつつある専門職の、複雑ではあるが明確な未来像を提示したイベントであったと言える。

II. ランドマークイベントとしての規模、成長、そして地

位

本セクションでは、イベントの成長を定量的に示し、日本を代表する知財関連イベントとしての地位を確立したことを明らかにする。

過去最大を記録した来場者数と出展規模

2025 年のフェアは、その規模において過去最大を記録し、業界における中心的なイベントとしての役割を明確にした。

3 日間の会期中、総来場者数は 15,207 人に達した¹。これは、2024 年の 13,032 人⁷、2023 年の 12,886 人⁹、そしてコロナ禍の影響が残っていた 2022 年の 9,411 人¹⁰ から着実に増加しており、成長が加速していることを示している。

出展者数も同様に過去最高の 158 社・団体を記録した¹。これは 2024 年の 141 社・団体⁸、2022 年の 85 社・団体¹⁰ から大幅な増加である。会場は東京ビッグサイト西 3・4 ホールを使用し¹²、「センサエキスポジャパン 2025」などの関連展示会と同時開催されることで、多様な分野の参加者が相互に来場できる環境が整えられていた¹²。主催は一般社団法人発明推進協会、一般財団法人日本特許情報機構、産経新聞社であり、経済産業省や特許庁といった政府機関が後援していることも、本イベントの公的な権威性を高めている²。

表 1：知財・情報フェア&コンファレンスの推移（2022 年～2025 年）

年	総来場者数	出展者数（社・団体）	主要テーマ／特記事項
2022	9,411 人	85	リアル展示会として本格再開
2023	12,886 人	N/A	来場者数がコロナ禍以前の水準に回復
2024	13,032 人	141	AI 関連ソリューション

			ヨンの増加が顕著に
2025	15,207 人	158	過去最大規模を更新、AI が主要テーマとして定着

これらの数字が示すのは、単なる **количе** 的な成長ではない。AI による既存業務の代替可能性といった業界内の構造変化圧力にもかかわらず、来場者と出展者の双方が増加し続けているという事実は、知財業界全体が変化を脅威ではなく機会と捉え、活発に投資と情報収集を行っている健全性の表れである。もはや本フェアは単なる展示会ではなく、知財の未来を真剣に考えるすべての関係者にとって参加が不可欠な「クリティカルマス」に達したと言える。業界のアイデア、テクノロジー、そして人材が一堂に会する中心的な市場としての地位を確立したのである。

III. AI の紛れもない台頭：知的財産ランドスケープの再定義

本フェアにおいて、AI は一部のニッチなトピックではなく、会場全体を覆う支配的な技術的物語であった。ここでは、その多岐にわたる影響を深く掘り下げる。

AI ソリューションの遍在

会場の至る所で AI が活用されており、その影響力の大きさがうかがえた。

多くの参加者から「今年は AI だらけだった」との声が聞かれ、この傾向は前年から継続している。これにより、「AI ツールが本格的普及段階に入った」という実感が広く共有された⁶。展示内容も、Amplified、appia-engine、AI 特許ロケットといった AI ベースの特許調査ツールや、知財管理システム、侵害予防や権利化を支援する生成 AI 活用ソリューションが中心であった²。例えば、東芝はクラウドベースの知財管理サービス「IPeakMS®」のデモンストレーションを行い、注目を集めた¹⁵。

セミナーや出展者プレゼンテーションも AI 関連のテーマが席卷した。「生成 AI で変わる知財調査」といったテーマの講演は満席が続き、高い関心を集めた²。全 86 テーマに及んだ出展者プレゼンテーションのうち、AI 関連のものがどれだけ占めるか、あるブロガーが Gemini 2.5 Pro を用いて分析を試みるなど、AI は分析対象としても注目された¹⁶。

業界の二面的な反応：熱狂と、その裏にある疲労と不確実性

AI に対する業界の反応は一様ではない。強い期待感と同時に、変化の速さに対する戸惑いも見られた。

肯定的な反応：参加者からは、最新の AI 技術やサービスに直接触れることができる有益な機会だったという声が多く聞かれた⁶。特に各社のデモンストレーションには常に人だかりができ、活発な質疑応答が交わされる様子は、ガートナー社のハイプサイクルにおける「過度な期待のピーク期」を彷彿とさせた³。

否定的・慎重な反応：その一方で、一部の出展者からは「AI 疲れ」という声も聞かれた。あるベンダーは、顧客が最初から AI ソリューションを求めて来場する状況は喜ばしい進化であるとしながらも、その絶え間ない需要と過熱気味の期待に応え続けることに疲労感も感じていると述べた¹。さらに、AI の進化スピードの速さが、既存のサービスや、場合によっては企業そのものを近い将来陳腐化させてしまうのではないかという、業界構造の変化に対する根源的な不安も語られた¹。

これらの反応は、AI に関する議論が新たな段階に入ったことを示唆している。当初の「AI とは何か？」という好奇心主導の問いは、「AI はどのようにして投資対効果（ROI）を証明するのか？」という、より実践的で厳しい問いへと移行しつつある。「AI 疲れ」や陳腐化への懸念は、この移行期における重要な指標である。顧客はもはや「AI 搭載」というマーケティング文句だけでは満足せず、具体的な業務課題を解決し、価値を証明できるソリューションを求めている。今後 1～2 年で、表面的な AI 機能しか持たないベンダーは淘汰され、深く統合された価値ある AI ソリューションを提供する企業が市場をリードするだろう。2026 年のフェアでは、AI の「可能性」ではなく、その「実績」を示すケーススタディが議論の中心となることが予想される。

IV. IP ランドスケープの戦略的再評価：誇大広告から実用主義へ

AI への熱狂とは対照的に、本フェアではかつての主要テーマであった IP ランドスケープ (IPL) を巡る議論に、静かだが重要な変化が見られた。

バズワードから実務への後退

IPL の基本理念は依然として重要であるものの、「IP ランドスケープ」という言葉そのものは、かつての輝きを失いつつある。

ある分析記事では、AI 関連展示の「熱狂」と比較して、IPL 関連の展示には「静けさ」が漂っていたと指摘されている³。さらに注目すべきは、複数の企業の知財担当者から、社内コミュニケーションにおいて意図的に「IP ランドスケープという言葉を使わないようにしている」という声が聞かれたことである³。

「モノ」対「コト」の問題

この変化の背景には、コミュニケーションと期待値管理における課題があった。

「IP ランドスケープ」という言葉が、知財情報を活用してビジネス上の意思決定を支援するという継続的な「活動 (コト)」ではなく、時間とコストをかけて作成される網羅的で完璧な報告書という「モノ」として認識されるようになってしまった³。この「モノ」としてのイメージが、一部の企業で IPL 関連プロジェクトへのリソース削減につながるなど、ネガティブな印象を生み出した。これはハイプサイクルにおける「幻滅期」の兆候と見なすことができる³。

しかし、この IPL という言葉の「静けさ」は、決して IPL という活動の失敗を意味するものではない。むしろ、戦略的な成熟の証と捉えるべきである。業界は、非現実的な期待を背負ってしまったバズワードを捨て、その本質、すなわち「特定のビジネス課題に答えるための、タイムリーで的確な情報提供」に回帰しようとしている。これは、よりアジャイルで価値志向のアプローチである。

この動きは、AI の台頭と密接に関連している。AI ツールは、IPL の「モノ」の部分、すなわちデータ収集や可視化を高速化・低コスト化する。これにより、人間の専門家は、単に地図 (レポート) を作成する役割から、その地図を解釈してビジネスの舵取りを支援するという、より付加価値の高い役割へとシフトすることを余儀なくされる。したがって、「IP ランドスケー

プ」という言葉の衰退と、実用的な AI ツールの台頭は、同じコインの裏表なのである。業界は、アウトプットが報告書ではなく、経営層との戦略的な対話への直接的なインプットとなるような、継続的なインテリジェンス機能へと進化している。これは、企業知財部門の著しい成熟を示すものである。

V. 出展者エコシステムと競争力学

本セクションでは、展示会場で見られた主要プレイヤー、その戦略、そして市場の力学を分析する。

AI フロンティアを巡る戦いと開催直前の訴訟

AI 搭載の特許ツールを提供する企業間の競争は熾烈を極めたが、その競争はフェア開幕 5 日前に劇的な形でエスカレートした。2025 年 9 月 5 日、パテント・インテグレーション社は、amplified ai 社の AI 特許調査プラットフォーム「Amplified」の機能の一部が自社の生成 AI 関連特許を侵害しているとして、東京地方裁判所に特許権侵害訴訟を提起したことを発表した⁴。

この主要出展者同士の法廷闘争は、両社のブース周辺に緊張感あふれる雰囲気をもたらし、フェア自体が AI 時代の競争戦略をリアルタイムで学ぶケーススタディの場となった。これは、競争の焦点が単なる製品機能や顧客獲得だけでなく、AI 駆動型知財テクノロジーの基盤となる知的財産そのものへと移行したことを示している。

この訴訟は、知財テック業界における画期的な出来事である。これまで、フェアは特許を管理・分析するためのツールを販売する場であった。しかし今や、そのツール自体を支える特許が競争上の武器となったのである。これは、AI を活用した知財テック市場が、特許権の行使が有効かつ必要な戦略的選択肢となるほどの成熟度と市場価値に達したことを示している。この訴訟の行方は、今後の AI 特許ツール市場の勢力図を塗り替え、業界再編やライセンス市場の形成につながる可能性を秘めており、フェアを単なる技術展示会から、高度な知財戦略が繰り広げられるライブ会場へと変貌させた。

エンゲージメントの技術：ロボット、キャラクター、そしてコミュニティ

出展者は、来場者の注目を集めるためにますます創造的な手法を用いるようになっている。

GMOブランドセキュリティ社のブースはその好例で、ヒューマノイドロボット「ひとみん」と犬型ロボット「めぐりん」を記念撮影用に配置したほか、アイスコーヒーの提供や、商標を擬人化したキャラクター「TMB45 (Trade Mark Boys 45)」をプロモートした⁶。これらの試みは、ソーシャルメディア上で大きな話題を呼ぶことに成功した⁶。

また、今年のフェアで予想外のスターとなったのが、パテント・インテグレーション社のブースで配布されたぬいぐるみキャラクター「イヌキオ」である。その人気は、「イヌキオ難民」という言葉が生まれるほど過熱した³。この「イヌキオ」現象は、技術的な専門性が支配する分野において、純粋な「論理 (ronri)」よりも「情理 (jōri)」、すなわち感情や共感が持つ力を示す強力な事例として分析された。このキャラクターは、人と人との間に自然な対話を生み出す触媒として機能し、B2Bマーケティングにおける感情的エンゲージメントの重要性を証明した³。

ブランド保護分野の成長と競争激化

商標関連ソリューション、特にブランド保護や模倣品対策サービスを提供する出展者の数は、前年からさらに増加した¹。

この成長は競争の激化を招いており、この分野のある出展者からは、競合の増加により「厳しい戦いを強いられている」との声が上がっていた¹。

このブランド保護サービス市場の成長は、より広範な経済トレンドを直接反映している。Eコマースとソーシャルメディアの普及は、模倣品のグローバルな販売をかつてないほど容易にした。同時に、特にアニメやゲームといったクリエイティブ産業において、企業は自社のブランドを中核的な無形資産としてますます重視するようになっている¹。この「脅威の増大」と「資産価値の上昇」という二つの要因が、ブランド保護市場の成長を強力に牽引している。フェア会場における出展ブースの密集は、このグローバルな市場の現実を映し出す縮図であり、そこで見られる激しい競争は、ブランドオーナーの間でこれらのサービスに対する需要が緊急かつ増大していることを示している。

VI. 来場者の視点：エンゲージメント、コンテンツ、そして全体的な評価

本セクションでは、**15,000** 人を超える来場者の体験に焦点を当て、イベントが提供した価値を評価する。

圧倒的に肯定的なフィードバック

ブログやソーシャルメディア上で見られた来場者の全体的な評価は、極めて肯定的であった⁶。

会場の雰囲気は初日から活気に満ち、多くの来場者で賑わい、参加者の関心度の高さがうかがえた²。特に初日の来場者数は**3,754**人で、前年の初日を**500**人上回る好調なスタートを切った¹⁷。来場者からは、「最新の AI に直接触れられて有益だった」「業界の人脈づくりに役立った」といったコメントが多く寄せられ、ネットワーキングと情報収集の場として高く評価された²。

コンテンツへの高い需要

フェアの教育的な側面は、来場者にとって大きな魅力であった。

日本特許庁（JPO）、世界知的所有権機関（WIPO）、韓国特許庁（KIPO）、欧州特許庁（EPO）など、世界の主要な知財機関の担当者が登壇する「知財・情報コンファレンス」をはじめ¹⁸、無形資産経営や「知財推進計画 2025」といった時事的なテーマを扱う特別フォーラム、そして多数の出展者プレゼンテーションといった無料セミナーは、常に高い人気を集めた¹⁸。多くが事前予約で満席となり、当日キャンセル待ちの列ができるセミナーもあった²。会後に講演資料がダウンロード可能になる点も、来場者にとって価値のあるサービスと受け止められた¹³。

この成功の背景には、フェアが採用する「フリーミアム」なコンテンツモデルがある。事前登録すれば入場は無料であり¹²、世界の知財政策の最新動向から専門家によるフォーラムまで、膨大で質の高い教育コンテンツを追加費用なしで享受できる¹⁸。このアクセシビリティの高さが、中小企業の若手担当者から大企業の管理職まで、幅広い層の専門家を引きつけている。

このモデルは、成功の好循環を生み出している。すなわち、大規模で多様、かつ質の高い来場者層が、一流の出展者や講演者を惹きつけ、それが翌年のさらなる来場者増につながる、というサイクルである。セミナーが常に満席であるという事実は、このモデルが非常にうまく機能していることの証明であり、フェアが業界の中心的な教育ハブとしての地位を不動のものにし

たことを示している。

VII. 戦略的分析と将来展望

本レポートの締めくくりとして、2025 年のフェアが示したトレンドを基に、知財業界の将来を展望する。

AI がもたらす知財業務の二極化

フェアで示されたトレンドは、人間と AI の間の業務分担が今後さらに加速することを示唆している。データ収集、先行技術調査、期限管理といった「論理的」で自動化可能なタスクはますます AI が担うようになるだろう。これにより、人間の専門家は、戦略的思考、コミュニケーション、そして「情理」といった、AI にはない能力が求められる領域への特化を余儀なくされる。未来の成功する知財専門家は、単なる技術的専門家ではなく、AI を駆使する戦略家であり、コミュニケーターとなるであろう。

知財テック市場の未来

知財テック市場は、出展者と来場者の増加という「拡大」と、激しい競争や訴訟という「集約」の動きが同時に進行している。今後は、大手企業が革新的な AI スタートアップを買収する M&A がさらに活発化することが予想される。「AI 疲れ」が「AI への懐疑」へと変わる中で、明確な ROI を示し、企業のワークフローにシームレスに統合できる能力が、ベンダーにとっての生存指標となるだろう。

2026 年フェアへの展望

次回のフェアは 2026 年 9 月 16 日から 18 日にかけて、より広い東京ビッグサイト東ホールで開催される予定である¹。この会場変更は、主催者側がさらなる成長を見込んでいることの表

れである。2026年に注目すべき主要テーマは以下の通りと予測される。

1. **AIのケーススタディ**：AIの「可能性」を示すデモンストレーションから、実際の導入事例や具体的な効果測定（メトリクス）を用いてAIの「実績」を証明する段階へと移行する。
2. **訴訟の余波**：パテント・インテグレーション社と amplified ai 社の訴訟が、市場の力学にどのような継続的影響を与えるか。
3. **人間中心のスキル**：AIには代替できない「ソフトスキル」、すなわち戦略的コミュニケーション、交渉術、そして知財の洞察をビジネス言語に翻訳する能力に焦点を当てたセミナーやフォーラムが増加する可能性がある。
4. **IPLの成熟**：「IP ランドスケープ」という言葉は完全に「IP インテリジェンス」や「意思決定支援」といった、より実務的な言葉に置き換えられ、ツールやサービスもそれに合わせて展開されるだろう。

引用文献

1. 現場レポート：「2025 年知財・情報フェア&コンファレンス」開催 ..., 9 月 23, 2025 にアクセス、<https://ipforce.jp/News/ip-news/topic/2025-09-17-8491>
2. 2025 知財・情報フェア&コンファレンス評価・評判, 9 月 23, 2025 にアクセス、<https://yoroziupsc.com/uploads/1/3/2/5/132566344/8fd734b2c9a4d59aa9b7.pdf>
3. 知財情報フェア 2025 で感じたこと | AI の熱狂と IP ランドスケープの ..., 9 月 23, 2025 にアクセス、<https://note.com/tshioya/n/n693af7673e97>
4. 「Amplified」の「2025 知財・情報フェア&コンファレンス」出展の内容、評価・評判, 9 月 23, 2025 にアクセス、<https://yoroziupsc.com/uploads/1/3/2/5/132566344/1d8294cddb9e4ee1fa36.pdf>
5. AI 特許調査プラットフォーム「Amplified」に対する 2 件の特許権侵害訴訟提起のお知らせ、2025 知財情報フェア&コンファレンス出展のお知らせ - PR TIMES, 9 月 23, 2025 にアクセス、<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000014.000086119.html>
6. 第 34 回 2025 知財・情報フェア&コンファレンスの評価・評判, 9 月 23, 2025 にアクセス、<https://yoroziupsc.com/uploads/1/3/2/5/132566344/c615a21fdac7910e6430.pdf>
7. 2024 知財・情報フェア&コンファレンス開催報告 - 日本特許情報機構, 9 月 23, 2025 にアクセス、https://japio.or.jp/fair/fair_24houkoku.html
8. 前回レポート | 2025 知財・情報フェア&コンファレンス, 9 月 23, 2025 にアクセス、<https://pifc.jp/2025/report/>
9. 2023 特許・情報フェア&コンファレンス開催報告, 9 月 23, 2025 にアクセス、https://www.japio.or.jp/fair/fair_23houkoku.html
10. 開催結果報告 - 特許・情報フェア, 9 月 23, 2025 にアクセス、<https://pifc.jp/2023/wp-content/uploads/2023/02/pifc2022report.pdf>
11. 前回レポート | 2023 特許・情報フェア&コンファレンス, 9 月 23, 2025 にアクセス、<https://pifc.jp/2023/report/>

12. 2025 知財・情報フェア&コンファレンス 徹底調査レポート, 9 月 23, 2025 にアクセス、
<https://yorozuipsc.com/uploads/1/3/2/5/132566344/f6dd341e3cff15206ac3.pdf>
13. 特許・情報フェア, 9 月 23, 2025 にアクセス、<https://pifc.jp/2025/>
14. [INPIT] 2025 知財・情報フェア&コンファレンスへの出展について, 9 月 23, 2025 にアクセス、https://www.inpit.go.jp/about/topic/info_20250821.html
15. 2025 知財・情報フェア&コンファレンス | イベント情報 | 東芝デジタルソリューションズ, 9 月 23, 2025 にアクセス、
<https://www.global.toshiba/jp/company/digitalsolution/event/2025/0910-0912.html>
16. 2025 知財・情報フェア&コンファレンス 出展者プレゼンテーション, 9 月 23, 2025 にアクセス、<https://yorozuipsc.com/blog/20253603659>
17. 2025 知財・情報フェア&コンファレンス参加 | 知的財産と調査, 9 月 23, 2025 にアクセス、<https://ameblo.jp/123search/entry-12929414717.html>
18. 来場のご案内 | 2025 知財・情報フェア&コンファレンス, 9 月 23, 2025 にアクセス、<https://pifc.jp/2025/visit/>