

# 知的財産申請への取り組みにより、 数ある自社技術を見直すきっかけに

## 事業内容

1919年、大正8年創業。業界用マネキン、ボディ、トルソの専門メーカー。洋服の型紙制作やディスプレイに使用するボディ（人台）をはじめ、洋服販売に必要な不可欠なスタンド、帽子掛けなど什器全般を取り扱う。性別や年代別、素材別に数百種類のボディを取りそろえている。

## 特許登録番号と内容

特許番号第 4063759 号	人台本体の製造装置
特許番号第 3974903 号	人台の製造方法
特許番号第 3928002 号	人台本体とポールとの固定装置
特許番号第 3927052 号	人台本体の製造装置
特許公開 2005-253848	人台の取付具
商標登録第 465652 号	キイヤ
商標登録第 1704444 号	KYPRIS

他、特許登録、商標登録など多数（2013年4月現在）



代表取締役社長 濱田和男さん

## 型紙制作やディスプレイに欠かせない、 ボディ（人台）を製作する老舗メーカー

テイラー出身の初代 藤塚康次さんが得意だった紳士用人台の技術を応用し、婦人用人台を製造し販売を開始したのが、大正8年のこと。以来、90年以上にわたり洋服の型紙制作やディスプレイに欠かせないボディ（人台）を製造するメーカーとして、ファッションの変遷に寄り添いつつ、時代の先を見据え歩んできた株式会社キイヤ。そんな老舗企業が知的財産権の申請を検討したのは、職人の発想を守りながら未来へとつなげていきたいという思いからだった。

申請したのは、『ボディの製法特許』について。同社のボディは、主にプロが洋服の型紙制作時に使用するものと、店舗などのディスプレイやホームソーイングの場で使用するものに分けられる。

プロが使用する人台は、主に張り子と呼ばれる伝統の製法で作られている。一方ディスプレイ用のボディは、多くが発砲スチロールのベース型の表面に布地を張り付けたもので、その製法は金型で発砲スチロール製のベースに、ピッタリと沿うように布を着せるというもの。発砲スチロールの人台は立体であるにも関わらず、張り巡らされた布地との間には、驚くことにほとんどの隙間も皺も無い。ボディの表面に滑らかに布が沿っている、というか“這っている”という表現がふさわしい、

まさしく職人技が生える仕上がりだ。

## 職人のヒラメキが新製法につながり 想定外の製品クオリティに感嘆

毎日同じ作業を繰り返す中、ある一人の職人が日常の業務の中で思いつく。「製造工程を逆にしたらどうだろう」。つまり、あらかじめ袋状に作ったボディ型の布地を先に用意し金型にセット。そこに、まるで風船に空気を入れるがごとく発砲スチロールの材料を注入し一気に金型で成型するのだ。いっぺんに仕上げることができる分、従来よりも生産性が上がるのではないかと考えたのだ。実際に試してみると不完全品もあり“生産性”という意味では、従来とはあまり変わらない。しかし、ボディのベースと布との間にできていたわずかな隙間が無くなり、これまでの製法よりもさらに型に忠実な、精度の高く美しい製品を作ることに成功した。

## 「この製法でずっと続けていきたい」という 想いが、知的財産申請への背中を押した

このように新しい製造方法を生み出した会社だったが、知的財産を申請するには十分に検討を要することになった。というのも、この新たな製法は、生産性の向上や材料の節約などにつながるものではない。つまり他社が模倣するメリットが低く、申請するには値しない技術ではないかという議論があったからだ。しかし、結果として同社は知的財産取得を目指すことを選択した。

## COMPANY DATA

所在地：東京都渋谷区千駄ヶ谷 5-6-14

電話番号：03-3356-4891 URL：http://www.kiija.co.jp/

創業：1919年5月 資本金：1000万円 売上高：非公開

従業員数：78名（2013年4月現在）



ボディの製作現場。高いクオリティを実現できる新製法は、あらかじめ布地を人型に縫製し、中に発砲スチロールを充填し成型する



カタチも素材もサイズも用途もボディの種類は幅広い。Kiiyaブランドがその品質の高さを物語る



『今後もこの製法で作りたい』という想いが申請に踏み切らせた。

「もし、自分たちが将来的にもこの技術をフルに活用して事業を展開したいと考えた時に、他社の特許になっていたならそこで歩みが止まってしまう可能性もあります。今後も前進して行くために、製造法という職人の技術を知的財産でプロテクトする必要性を感じたのです。」と、知的財産権申請を担当した管理部の岡田さんは振り返る。

同社のボディはプロ仕様用で110種類以上、ディスプレイ用ではもはや数え切れないほどの製品があるという。もちろんボディには、常時新しいものが生まれていくファッションの世界では、時代の流れに合わせて変化を遂げていくことが求められる。また、ディスプレイ用のボディは店舗の内装や取扱う洋服の雰囲気に合わせ

ることが不可欠である。実際、同社のボディには、アイアン（鉄）製やラタン（籐）製のものなど様々な素材で作られたものもある。多くは各専門メーカーと協働し製造しているが、その場でも新たな製造方法が生み出されている。

「知的財産権の申請をしたことで、自分たちの持つひとつひとつの製法や技術を見直し、棚卸しをしていきました。もしかしたら申請をするべき技術が日々の業務の中で埋もれてしまっているのかもしれないということに気づいたので。私たちは、メーカーですから何を守るべきかと言えば、“製品の製造方法”に他ならないのです」と岡田さん。知的財産権申請への取り組みが、自らの技術や価値を見直すきっかけになった。より良いものを作っていくごき当たり前の行為の中に、知的財産の種は存在している。

## 知的財産活用のポイント

### 知的財産を検討すること自体が 技術や知識を振り返るきっかけになった

「より良い製品を作る」のは、メーカーにとって当然の行為であり姿勢である。製法は都度生み出され製品に活かされていくが、多くは職人の中に技として蓄積されていく。同社はそれらを個人にとどめることなく、会社としての技術・ノウ

ハウにする試みの中で、知的財産権申請の重要性に気がついた。知的財産権の申請を通じて、改めて自らの事業理念や社会的役割を確認し、将来の経営戦略をたてるきっかけとなっている。製造メーカーならではの知的財産活用法ではないだろうか。