

## 株式会社システムズヤジマ

ブランディングと一体となった  
知財戦略で明日の市場を切り拓く

株式会社矢島、ヤジマ温泉お風呂株式会社が所属するヤジマグループの会社。システムキッチンを中心に、お客様の「できたらいいな」に応える製品の創造に努めている。優れたデザイン力と技術力、そしてアイデア力を持ち、高齢者や車いす利用者が座ったままで料理のできるキッチンなどさまざまなオンリーワンの製品を生み出している。

## 主な権利

2016年：商標登録 第5858538号  
2016年：商標登録 第5858539号  
2017年：商標登録 第5947139号  
2017年：商標登録 第5980026号  
2017年：商標登録 第5936028号

## 会社概要

所在地：東京都小金井市本町 4-1-3  
電話：042-316-1130  
URL：http://www.yajimacorp.com  
業種：システムキッチンなどの製造・販売  
設立：2001年（平成13年）  
資本金：3,000万円



管理部 課長：三島 啓己さん

暮らしに微笑みをもたらす  
「特別」なキッチンを届ける

日々の健康や幸せにつながる素敵なシステムキッチンに憧れを持つ人は多い。暮らしの中に微笑みをもたらす「特別」なキッチンを作り続け、多くの家庭に届けているのが、株式会社システムズヤジマ。得意なステンレス加工の技術を活かしてオリジナルキッチンを開発し、オーダーメイドにも応えている。ハウスメーカーやデベロッパー、建設会社、設計事務所など多くのルートによって市場に届けられているが、デザインも使いやすさもワンランク上であるという同社のキッチンを直接指名する個人客もいる。グッドデザイン賞を受賞したり、ハート型のキッチンなどがトレンドドラマのセットにも使われ、大きな話題にもなっている。

ゼロに近いところからの  
スタートで知財力を高める

知財センターを知ったのは、公社の中

小企業ニューマーケット開拓支援事業のビジネスナビゲーターから、ニッチトップ育成支援について聞いたことがきっかけだった。管理部・課長の三島氏に話を聞くと「それまでは知財センターのことはまったく知らなかったのですが、ニッチトップ育成支援に応募してからいろいろとお世話になりました。セミナーに参加したり、相談して意見を聞いたり。それまで社内には知財についての組織体制もありませんでしたし、私が知財を担当するようになったのも、知財センターとの関係ができてからです。最初は極端に言えば、特許や商標という言葉や一般的な内容を知っていただけでした。ほとんどゼロに近いところから教わったという感じです」

以前は、取引のあるハウスメーカーのオリジナルの製品を作ることで、特許を共同出願するなどしていた。しかし知財への知識が豊富にあった訳ではない。

「2013年からニッチトップ育成支援を受けて、特許や商標、意匠などを積極的に出願するようになったのはその後です

ね。最初に具体的な手法を知財センターのアドバイザーから聞いたので、要領をつかむことができました。特に商標、意匠は特許に比べて取りやすいですし、社内に図面を描ける人がいるので、弁理士に頼まずに自社で書類を作って申請しています」

各商品における商標登録など  
ブランドパワーの向上へ

厳しい社会情勢の中で、新たな時代に対応し、変革にチャレンジするのはキッチンの業界でも同じだ。今までのやり方から脱却し、変わらなければいけないこともある。同社は、会社全体の新しい取り組みの中で、さまざまな施策に打って出た。ブランディングの見直しも、その一つ。会社のロゴマークを刷新するとともに、キッチンの形をイメージしたマークと、「Find the ONE with us.」のフレーズを商標登録した。このフレーズは、誰かにとってたったひとつの特別な存在をめざす、同社のものづくりの姿勢を力



小金井市にある本社には、ショールームを併設。ハート型のシステムキッチンなど多くのキッチンが展示されている。



ブランディングによって刷新されたロゴマーク。キッチンイメージしたマークと、「Find the ONE with us.」のフレーズを、それぞれ商標登録している。マークの中には「YAJIMA」の文字が隠されている。



シンプルを極めたシステムキッチン「THE FOUNDATION」。オールステンレスの美しさが輝いている。



家具の引き出し用構成部材について、意匠登録もしている。

強くアピールしている。

「今までは自社の企画商品をほぼ持たずに、ハウスメーカーごとのオリジナルキッチンを提供するという方向でやってきましたが、今後はYAJIMAというブランドも確立したいと考えています。それで、『THE FOUNDATION』などの各商品でも商標登録するようになったのです」と三島氏。会社も商品もトータルで考えてブランド力を高めようとしている。

納得のいく契約を結ぶための  
ノウハウも身に付いた

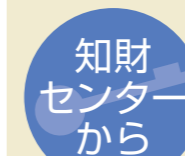
知財センターによるニッチトップ育成支援の社内向けセミナーなどで、社員の知財への意識が高められたこともあり、三島氏のもとには知財に関する相談や依頼が寄せられるようになった。さらに商品開発の際には特許のことを考えたり、ネーミング開発時には商標を考慮するようになっている。

さまざまな契約においても意識の変化は大きいという。「以前は契約に関して

無知だったために、不利な片務契約を結んでしまっていたりしました。しかし、知財センターのアドバイスを受けてからは、改めて契約相手に内容に関する質問をして修正するなど、納得のいく契約を結ぶようになりました」

そして、他社の権利を侵害しないように注意する意識も高まった。リスク管理によって防御できることが大切だと三島氏は語る。

知財交流会に参加したことも、とても勉強になったという。「頑張っている他の会社のことを知ると、こちらも大きな励みになりますね」

早い開発段階から情報を得て  
商標を検討するプロセスへ

## 製造委託を受ける場合などの契約内容を吟味

知財センターとは、ニッチトップ育成支援からのつながりです。知財の中では特に契約の大切さを、製造委託などの契約の際に内容を一緒に見直すことで認識していただきました。また、特許情報や特許調査の重要性をよく伝えるとともに、意匠や商標などを登録する実務を通して、知財の意識向上をはかりました。担当：多摩支援室 石根アドバイザー

最後に、これからの知財戦略について尋ねると、「特許や実用新案の取得もありますが、当社の仕事内容からすると、むしろ商標や意匠の取得が重要かもしれません。商品の開発段階からさまざまな情報を先に得て、新商品に関する商標を早い段階で検討・出願するようにしたいですね。また、意匠については例えば部分意匠にすることで逆に広く権利を取るなど、今までアドバイザーから教わった知識も活かしながら戦略を立てていきたいです」とのことだった。

さまざまな料理を仕立てるキッチンの世界においても、知財はビジネスを仕立てるための一つの大切な要素なのかもしれない。「Find the ONE with us.」誰かにとっての「特別」を見つけるための、愛情あふれるものづくりを知財が支える。