

日刊工業新聞 2013年8月14日 掲載記事より

MONODZUKURI モノづくり

「世の中にあるものは作らない。機能やスペックではなく、『ココロ』に響く製品を作る」という森宮祐次氏。従業員は森宮社長だ。アカリネ(千葉県中央区)の照明機器は極めて独創的だ。8月発売した「アカリネ005」は、照明を転がすことで生まれる影に着目。無数の穴が空いた扇状のステルス板と発光ダイオード



社長 森宮 祐次氏

アカリネ

■ 照明機器で感動価値追求

「モノづくり」に響く製品作る

ロダクトは生まれる。地方、下、経済性でなく感動価値とのコラボで魅力的な製品を追求したプロジェクトを生み出し、メロディンジを海外に発信する。目標は47都道府県すべての企業との連携だ。大学卒業後、日本ビクターとソニーで家電製品デザイナーとして活躍し、ビデオカメラやテレビで数々のデザイン賞を受賞。転機はクリエティブディレクターとして関わった「001」の高級家電ブランド「001」(クオア)だ。2003年に出生仲の社長(当時)のかけ声の

国内モノづくりと連携

る銀糸を採用し、オルゴールメロディにスピーカーと照明を融合。価格は20万円以上と高価だが、女性を中心に想像以上の販売を記録した。スピーカーと照明を一体化した製品は、その後大手メーカーからも発売された。



「中小企業の力を合わせ、世界的なブランドを育てる」と意気込む森宮社長(右)は8月に発売した「アカリネ005」

揺らすと1分間だけ点灯する。「ある意味、全く役に立たない製品」と森宮社長は笑うが、300台の販売実績がある。販売は原則インターネット直販のみ。大々的なPRもしないが、口コミで評判が広がった。「自分の思いは確実に消費者に伝わっている」と手応えを感じている。

「ココロ」に響く製品作る

管周り部品は空調のグローバル工場のタイから持ってきているが、品質でカギとなるろう付けなどは、定期的に工場で道場を開き、現地従業員のレベルアップを図っている。

ヒートポンプ暖房機の生産量は室外機が日産150台前後、ユニットが同30台程度。現在、調達や生産委託で取引のある企業は英国内で約30社、欧州連合(EU)域内で100社ほど。市場が立ち上がったばかりで、サプライチェーン管理の試行錯誤はまだ続きそう。

「内製作業により結果的にモノをつくる実力はかなり付いてきた」(同)。しかし市場拡大に向け、より踏み込んだコスト低減が欠かせない。省エネルギー性能は従来型のポンプ式暖房に比べ相当良いのは確かだが、価格は100万円程度とかなり割高だ。

そこで出した決断が開発・設計機能の静岡からの移管。今後3年間で開発投資に15億円を充て、中核部品の熱源機の種類を増加させるといふ。現地の設計者を新規採用し、日本への研修も行う。さらに7月にはM-ACEの敷地内に、暖房機器の温度変化などを検証する実証ハウスを稼働させた。2棟の家に約1400のモニタリングセンサーを設置、実稼働データなどを収集していく。親離れ(マザー工場依存からの脱却)と販売台数は比例曲線を描くに違いない。(編集委員・明豊)

北川藩陽工業機械製造 総経理

北川鉄工所が2012年2月に中国で稼働させた北川藩陽工業機械製造。工場では現地採用の14人の若者が、量産品の工作機械向け油圧チャックを生産する。稼働して約1年半。生産体制は軌道に乗ったのか、谷誠



上げ

の部分の改良はこの工場で行う。そのため本社の研修は重要だ。「ほかにはどのようなことをしていますか。」「現場に改善プログラムを持ち込み、安全教育も実施してい

谷 誠氏

【企業概要】社名の由来は「明かり」と音。デザイン受託業務と独自製品の開発を両輪で行い、経営リスクを減らしている。これまで3製品を発売し、構想や試作段階も10製品程度ある。照明や音響機器にこだわらず、構想の中には暖房器具や自転車もある。目標は規模の拡大ではなく「日本版のインバナー」(森宮社長)。イタリヤ語で「ゴディネーター」の意味だ。イタリヤでは小さなデザイン会社と、技術的に優れた設計、加工、製造会社と連携することで世界的なブランドを作り上げている。アカリネは現在国内のみで製品を販売するが、海外販売も視野に入れている。