

◎キクカワタクト
**セミオーダー商品で市場開拓
 新商品投入で今期2億円を計画**

キクカワタクトは、金属内外装をオーダーメイドで展開する菊川工業の子会社。親会社のビジネスはビッグプロジェクトがほとんどで、その技術には定評がある。お台場のフジテレビのチタン球体、東京スカイツリー展望台の金属パネルなどを制作している。いずれも社内の設計担当が経験を活かして設計、製造担当が工夫をこらして製作したものばかりで、同じものが繰り返し使うことはない。そこがオーダー建築の菊川工業の強みであり、そこがネックでもあった。その溝を埋めるのがキクカワタクトのセミオーダー商品である。オーダー建築とは違った市場の開拓を目指して、売上げ10億円規模の事業をいくつかつくりたいとして取り組んでいる事業の1つである。

オーダー金属建材に対する経験や工夫を、様々な建築に使用しやすくなったのが「キクカワ・シティテクスチャー」シリーズで、基本的な寸法や仕上

げ、納まりを標準化することで、設計者の検討・作図作業を軽減する。セミオーダーがウリ。昨年8月にシリーズ第1号商品の「エキスパンドメタル」を発売した。

第1号商品は「エキスパンドメタル」

エキスパンドメタルは、鋼板に千鳥状の切れ目を入れ、網目状に加工したもので、グレーチングや窓の面格子、フェンス等に用いられている。軽やかでシャープ感が特徴。開放感と適度な遮断性があり、日射や視線も遮る。パネルのサイズを標準化することで、コストダウンを実現、施工性も大幅に向上させた。タイプは4タイプに限定。素材はアルミ。仕上げはアルマイト+クリア、二次電解着色+クリア、粉体塗装を用意する。

スタートしたばかりであるが、早くも採用実績が出ている。第1号は広島美容院に採用された。福岡の設計事務所がスペックしたもの。2号物件は福島にある電子部品メーカーの工場に採用された。「設計事務所に金属を使ってもらうには納まりを考えるなどの手間かかっていた。大きな設計事務所はそのあたりのノウハウの蓄積があるが1人~2人の設計事務所は手間がかかるので使いにくいことがわかっていたのでセミオーダーにして図面を提供すればニーズはあることは分かっていた。前段階の検討時間が短くなる。菊川ブランドを活かす製品をラインアップすれば、うまくいくと考えて商品化した。地方からの問い合わせも多く、手応えはいい」(環境建材グループ次長・奥野木宏一氏)。

第2弾は「丸柱パネル」を標準化

セミオーダー第2弾は「丸柱パネル」の標準化。柱パネルは通常現場ごとのオーダーだったが、セミオーダー商品として発売した。オーダー品に比べ、短納期、かつ安価を実現した。高さは4mの長尺品まで用意。4種類の柱径と、4種類の表面仕上げを用意。素材はステンレス。

「一品だけは豪華にしたいといったニーズもあ



エキスパンドメタルの施工例第1号 (キクカワタクト)

る。また、建材商社も既製品は飽和状態。新しいものを提案したいと思っているので、この商品はピッタリ。アピールしていく」(奥野木氏)。

早い時期に5億円目指す

今年の戦略として次のように回答する。「他社が製品化していない/できないニッチな分野での製品をリリースすることで、受注増を図る。今年3~4製品を市場投入する方針。

初年度の売上げは2,000万円だったが、今年は2億円を計画する。「早い時期に5億円を実現したい」(同氏)としている。

「ジャパン・レジリエンス・アワード2019」で優秀賞受賞

キクカワタクトがモノづくり企業7社とともに進めている「ミライノベーション」プロジェクトの推進企業として、「ジャパン・レジリエンス・アワード2019」で優秀賞を受賞した。昨年の菊川工業(独立電源型LED照明灯シティコネクト「ライトステーション」)の最優秀レジリエンス賞受賞に続く2年連続。

ミライノベーションプロジェクトは、「ミライの街づくり」をコンセプトに環境問題や国土強靱化、インバウンド対策が声高に言われる中、参画企業が持つ様々な技術を融合させたソリューションを提案することで、より楽しく、より便利に、より安全・安心に暮らせる街を実現することを目指している。(藤原利彦)