

の慎重な判断が透けて
見える。微増とはいえ
その限りで、従来範囲
だった。

・2% (0.4増)

・68.9%で26%増

「繊維・雑貨・他」は
量は5.7%増、3.7%増、1.4%増の6.4%増、4.6%減の4.2億396万円を記録

円。増減の46%

最寄り駅からの道すがら突如目に飛び込んでくる、田園風景の先で異彩を放つ漆黒の建物。充填機やキャップパー、カートナー製造のナミックス(横浜市青葉区、〒045-0808・43990)が昨年11月にオープンした新たな「本社・ショールーム」がその正体だ。外観から内部まで、ブランディングの視点を取り入れつつ趣向を凝らしたデザインが随所に散りばめられており、その一つひとつが社内外に向けて同社の姿勢やビジョンを示すメッセージとなっている。

フォーカス

産能力の強化が目的で、オフィスとショールームを分離して独立させることで工場の製造スペースを拡張する

得。宝飾品の加工販売会社が使用していたという3階建て社屋のリースに乗り出した。



「独自性」や「こだわり」を印象付ける黒色の外観

本社移転の計画は、もともと旧本社工場の前から構想を練りながら移転先を探すなか、昨年1月、縁剛敏社長として軌道とタイムを交えて、「ナミックス」に恵まれて本社工場が気持ちよく働ける環境づくり「将来の会社で働きたい」と思っている企業イメージという好まれる企業イメージの構築」といったコンセプトの視点をデザイン全

般に取り入れた。こだわりの一つは色だ。同社のコーポレートカラー

見せるのは「ナミックス」

11月開設の新本社・ショールーム

ナミックス



ショールーム奥の商談室にはアイッシュの金言

同様に、また更衣室やトイレ、オフィスにも洗練されたデザインとカフェを取り入れ、特に女性向けには照明付きの化粧鏡やアメニティグッズをそろえるなど、来訪客はもちろん、社員にも快適さを感じてもらえるような工夫を、大小取り入れた。

オープン以来、製菓グルームや化粧品会社などユーザー関係者が多く来訪。またコーポレートブランディングの参考にと業種を問わず訪れる人も多い。後にその息が求人に応募してきたこともあるという。長井社長は「ここは機械のショールームだが、お見せしたいのは「ナミックス」。機械だけでなく建物やデザインを通じて、私たちの仕事、考え方、姿勢などを感じていただけた。」と話した。

トマークでも使用する黒、白、緑、黄の4色を外壁とフロアごとの

コンセプトカラーとして配した。外壁には「独自性」や「こだわり」を印象付ける黒、ショールームとなる1階には「信頼」「安心」「清潔」などを表す白を選んだ。

ちなみにショールームの白は、同社の機械が主に製菓や化粧品製造のクリーンルームで使われることから、顧客が導入イメージをつかみやすい環境を作る狙いもあったという。

また、更衣室やトイレ、オフィスにも洗練されたデザインとカフェを取り入れ、特に女性向けには照明付きの化粧鏡やアメニティグッズをそろえるなど、来訪客はもちろん、社員にも快適さを感じてもらえるような工夫を、大小取り入れた。

オープン以来、製菓グルームや化粧品会社などユーザー関係者が多く来訪。またコーポレートブランディングの参考にと業種を問わず訪れる人も多い。後にその息が求人に応募してきたこともあるという。長井社長は「ここは機械のショールームだが、お見せしたいのは「ナミックス」。機械だけでなく建物やデザインを通じて、私たちの仕事、考え方、姿勢などを感じていただけた。」と話した。

あらゆる食材を優しく確

独自の洗浄方式で異物

タイガーカワシマ マスタ 300
内試験 去率96
1)は、水流と泡の力で食材を優しく確実に洗浄する主力の食品洗浄装置「アクアウォッシュシリーズ」の提案を加速する。アクアウォッシュシリーズは、「クリアーウェーブ水」と呼ばれる独自の洗浄方式を採用し、水道水・循環水・エアードでの、剥物の再回避す
構を搭
る異物
徹底除
防止す
コンベ
扱でき
どさま
軟に対

包装機関連