



フラッグシップモデル

パーラーチェアのスタンダードを切り開いてきた『MD』が次に提案するのは、「白い樹脂フレームの椅子」



黒から白へ、イメージは無量大

「白い樹脂フレームの椅子」は、純に樹脂が黒から白になった商品を紹介している訳ではない。私たちが取り巻く環境が激変して、新しく生まれ変わった証として白い樹脂フレームの椅子が効果的に印象付けるからだ。インテリア的にも「ぱつ」と明るくモダンになり、これまでとは異なる衛生的でセンスの良い空間が演出できる。

▲

パーラーと新しい時代を切り開く

トーカイ&エムネットグループの最新の提案は「白い樹脂フレームの椅子」で、誰もが居心地が良いと感じるフレッシュな空間づくりを支援する目的で開発された。同グループはこれまで、人にやさしい椅子(使う人の健康増進に配慮した座り心地)を大学や専門機関と産学連携で研究し商品化して座り心地を追求してきた。一方、モノづくりの分野では、今から20年前、「MD3000」でグッドデザイン中小企業庁長官特別賞を受賞して以来、全商品、地球環境に配慮した商品展開で、高い評価を得ている。そして、一昨年前「バイオマスプラ®」をウレタン原料に使った商品を発表した。

地を追求してきた。一方、モノづくりの分野では、今から20年前、「MD3000」でグッドデザイン中小企業庁長官特別賞を受賞して以来、全商品、地球環境に配慮した商品展開で、高い評価を得ている。そして、一昨年前「バイオマスプラ®」をウレタン原料に使った商品を発表した。



Parlor Chair
MD Series
大切な人の笑顔になる



MD-2980bp
(GOOD DESIGN AWARD 2017)

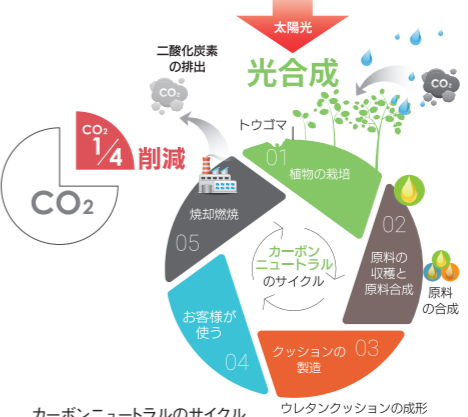
白い椅子から、未来に繋がるアプローチ

「明らかに気持ちいい」だが、それだけじゃない。

洗練を極めた白いパーラーチェア。白色は、空間を広々と感じさせる効果と、衛生的な印象を与える効果が代表的だが、他にも光を柔らかく反射するので、照明効果で遊技機を新鮮に見せる。

ピン!と来ないかもしれないが、なぜバイオマスプラ®を推奨するのか? 答えは、SDGsの捉え方そのものにある。そこには企業にとつてのメリットを問う利己主義的な考えはもうない。地球規模で価値を判断し、全人類にとって必要か? という難題に一つの答えを示したのがこの商品なのだ。つまり、考え方のステージが新しい時代に突入したことを意味する。椅子を「モノ」として見ているのではなく、「こと」として捉えているのだ。

バイオマスプラ®は、化石燃料に依存していない。植物から搾取した油などをウレタンの原料として配合しているからだ。その植物が育つ過程、光合成によつてCO₂を吸収し、製造時に排出されるCO₂を相殺して、計算上ゼロを目指したカーボンニュートラルという考えなのだ。この植物栽培から原料収穫、製造、ホールで使用、



カーボンニュートラルのサイクル ウレタンクッションの成形

最終的に廃棄処分までを一つのサイクルとして考え、認証された商品がバイオマスプラ®である。その持続可能な特徴から次世代のエネルギー資源として有望視されていて、当グループでもフルフォームクッションとして世界で初めて商品化に成功している。同グループがそれを推奨し、導入店と二階になつてSDGs活動に参加することは、ホールの潜在的な価値を高めることに大きく影響している。

メガロ大須店 導入店レポート



メガロ大須店(施設概要)
オールウェイズ株式会社
368台(パチンコ:176台/スロット:192台)
歴史と文化が交差する街、名古屋市大須商店街で、萌えスロ・アニメ作品の遊技台に特化した人気店。改正健康増進法が実施され、完全分煙環境も整いリニューアルオープンで、MD-2150(白フレーム)を導入した。



清潔で衛生的な印象が漂う店内には白い椅子が

メガロ大須店 マネージャー 長瀬 友宏 氏

大須商店街は名古屋が誇る商店街で、小さな露店から食べ歩きのお店、老舗のお菓子屋や名古屋めしの店、古着や雑貨、着物など約1,200店舗が軒を連ねている伝統と最新のカルチャーが雑多に混じり合う、活気溢れる商店街だ。他にもエレクトロニクス小売店や玩具、トレーディングカード、コレクターズアイテム、漫画、アニメなどサブカルチャーの集まる繁華街に「メガロ大須店」は、位置する。メガロ大須店では、地域特性を生かし「萌え系コンテンツの遊技台」に特化した店舗として差別化を図り、人気店として運営している。

メガロ大須店の長瀬友宏マネージャーは、MD-2150(白フレーム)の導入を迷う事なく即決で決めたという。「MD-2150(白フレーム)は、シュツとして格好いい!」というのが長瀬マネージャーの感想。「汚れも全然目立たなくて、とても気に入っています」長瀬マネージャーは25歳で店舗を任せられ現在30歳。SNSを活用した顧客サービスを積極的に行いながら、店舗を盛り上げている。お客様との親密なコミュニケーションを通じて、店舗の心意気を伝えたり、互いに意見を交わし合いながら信頼関係を築いていた。質の高い接客サービスとは、本来そんなのかもしれない。