

# Ajifry × Iron

愛され“アイアン”の、アジフライ?!



(inazawa ironworks)ショールーム兼アトリエにて、「10年後入社したい会社No.1になる!」を目標にしています。アイアン(鉄)製品の小物づくりから今後D2C事業もスタートさせます」と、前川さん(左/下から2番目)。ECサイト等(楽天ショップ/rakuten.co.jp/inazawa)を通じて、松浦アジフライと一緒に全国へ広がっていく!

レーザー切断機で鉄板からアジフライ型を切り出したあと、一つ一つ手作業でカラースプレーをかけていく。鋼材の表面処理や塗装技術に創業以来の技術が生きている。

食べられなくても  
愛されたい!!  
いつも一緒に!!

本業(階段づくり)の色があってのカラーリング。完成したのが全部で20色の“稲沢カラー”だ。

松浦市は「漁業のまち」というだけでなく、少なからず全国トップクラスの成績を誇るニッチな町工場や産業が息づいている。そこには日々、職人技術の研鑽があり、まちの大きな動力となって貢献する姿がある。「稲沢鐵工」もそのひとつだ。しかし、ふだんは田舎といったビジネスモデルの中にあり、「アジフライの聖地」PRにこそしむ松浦にあって、訪れる観光客やまちの人々との接点もなかなか見出しづらかったと思う。

ところが松浦アジフライがその「接着剤」となった! 松浦アジフライの新しいアイコンを「鉄」で再現したのだ。写真のカラフルなアジフライ、食べられなくても美味しそう!な印象。今ではまちのあちらこちらで見かけるようになった。発案者は取締役部長の前川史江さんだ。この(アジフライ・キーリング)の誕生は、交流のあった『FUSE』の川浪さん(P5参照)のイベントです。私たちも「松浦の企業として何かできないか」と思い、作り始めました。最終的に、「稲沢鐵工」を知ってもらうきっかけにもなった」と語る。

1955年、松浦で鍛冶屋として創業。ディティールにこだわった高い加工技術を生かし、2005年には当時の住宅事情になかった「手頃な価格のセミオーダーの鉄骨階段」を開発。一気に成長を遂げた。現在、出荷数においては日本トップクラスを誇るという。「弊社にしかできないこと。鉄を身近に感じてもらうこと。地域とのコミュニケーションのきっかけとなること。そのことを考えての「キーリング」でした。お土産探しの一つとして、一人一人が持てる手軽さや、友人同士・家族みんなで共有できる楽しさから、アルファベットとアジフライモチーフをカラフルに仕上げています。もうすっかり、まちの「愛されキャラ」だ。