

(株)西村金属

こま回しの 技術で商機

子どものころ、誰もが遊んだ経験のある「こま」が全国の中小製造業者の間で一大ブームとなっている。自社の技術力を駆使した手製のこまで競い合う大会も開かれ、企業はものづくりのプライドをかけて戦う。他社との連携や、開発したこま販売など新たな商機も生まれている。

直径二センチ、チタン製の球体のこまが持ち手の軸を下にして、高速で回転する。「普通に回しても、軸が徐々に移動し、最後は必ず逆さになって回る。それがうちの『逆さコマ』の特徴です」。鯖江市の眼鏡部品メーカー、西村金属の西村昭宏常務(三宅)は胸を張る。

重心の設計や持ち手の長さの微調整を繰り返した。「指の皮がむけるまで会議室でひたすら試作品を回し続けた」と製造リーダーの小川一貴さん(三宅)は苦労を語る。

昨年二月、神奈川県の精密部品メーカーから「町工場の技術をPRできる」と誘われ、福

「大会」に鯖江の西村金属も参戦

井、東京、愛知、静岡、長野など、西村金属を含む八都県の町工場二十社で「全日本製造業コマ大戦」を初めて開いた。反響は大きく、今年二月の第二回大戦には、全国から初回の十倍の二百社が出場。各地で小規模な大会も開かれている。

こまの原材料や製造に使う機械は、各企業が本業で扱っているものを使用。作ったこまが大戦で活躍すれば、自社の優れた技術をアピールできる。「いかに目立つかが大事」と、逆さコマを開発した西村常務。狙い通り、「会社の名前を知ってもらえ、企業同士のネットワークができた」と手応えを感じている。

第一回大戦から出場する測定器具メーカー、クリタテクノ(愛知県北名古屋市)の黒田正和製造部長(三宅)も「会社ホームページのアクセス数は、大戦前版(千二百六十円)を大戦のホの四、五倍に増えた。他県の企業と受注を分け合ったり、業務



西村金属の「逆さコマ」

上の相談をする機会もできた」と、こまの効果を実感している。こまそのものも商売につながる商品も開発。西村常務は「品質の良さだけで物は売れない時代。未開拓の市場で、多くの人の共感を得られるような新たな価値を持つ商品を作りたい」と話している。(古谷祥子)



西村金属が眼鏡部品のチタン加工技術を駆使し、商品化したこま。中央の白い円盤が「土俵」。いずれも鯖江市の西村金属で

PR効果に手応え