

(株)西村金属

技術力披露の場に

中小メーカー「こま」対決

子どものころ、だれもが遊んだ経験のある「こま」が全国の中小製造業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。

(古谷祥子)

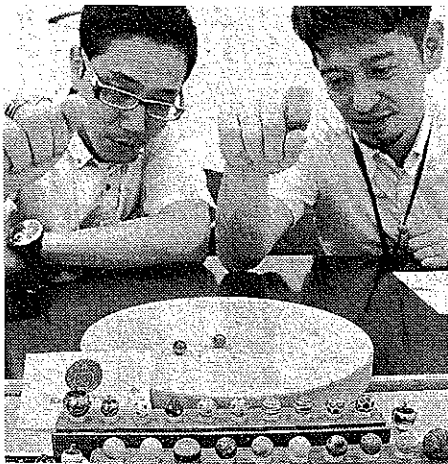
全国200社で大会

小川一貴さん(三)は苦
労話を語る。

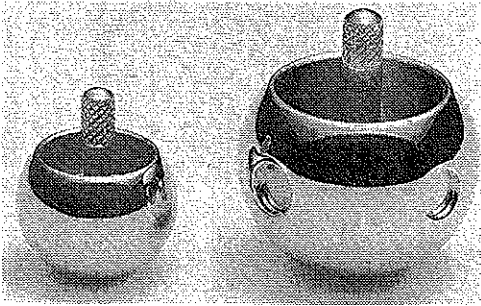
昨年二月、神奈川県

直径二センチ、チタン製の眼鏡部品メーカー、西村金属の西村昭宏常務から「町工場の技術をPの軸を下にして、高速で回転する。Rでできる」と誘われ、

「普通に、重心の設計や持ち手、愛知、静岡、長野、東山など八都府県の町工場移動し、最後は必ず逆返した。指の皮がむけて二十社で「全日本製造さになって回る。それけるまで会議室でひた業コマ大戦」を初めてがうちの「逆さコマ」すら試作品を回し続け開いた。反響は大きい特徴です」。鯖江市「た」と製造リーダーのく、今年二月の第二回



商品化した「こま」で戦う西村さん(右)と小川さん(鯖江市の西村金属で)



西村金属が作った「逆さコマ」

逆さコマ開発 鯖江の西村金属 他社との連携に手応え

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た。

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(四)も「会社ホームページのアクセス数は、大戦前の四、五倍に増えた。他県の企業と受注を分け合ったり、業務上の相談をする機会もできた」と、こま効果を

感じている。

こまそのものも商売につながっている。クリタテクノは、二月から大戦に使ったこまの廉価版(千二百六十円)を大戦のホームページで販売、月二十個ほど売れている。

西村金属は逆さコマのほか、かわいらしい動物柄や惑星のペインを施した新商品も開発。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。

全日本製造業コマ大戦

直径250mmの円盤状の「土俵」の上で、直径20mm以内のこまを対戦させる。より長く回り続けるか、相手のこまを場外にはじき飛ばした方が勝ち。優勝者は出場したすべてのこまをもらえる。全国大会を「G1」、地方予選を「G2」、その他の団体戦などを「G3」と規定している。