

◇「ナゼスタイル」は長岡で頑張る企業・起業家を応援するフリーペーパーです。(奇数月発行)

NAZE Style

Nagaoka Activation
Zone of Energy

vol.45
20141128

FREE
0円



コマ大戦 G3 豪技!長岡ものづくりフェア場所



CONTENTS :

— 豪技!長岡ものづくりフェア特集 —

豪技!長岡ものづくりフェア 出展レポート

全日本製造業コマ大戦 G3 豪技!長岡ものづくりフェア場所開催!

日本を代表するものづくりプロジェクトのメンバー3名をパネリストに迎えてのパネルディスカッション

「ものづくりの未来を長岡から発信!」

パネラー:「江戸っ子1号」プロジェクト推進委員会 副委員長 浜野慶一氏 (株)浜野製作所 代表取締役

下町ボスレーネットワークプロジェクト推進委員会委員長 舟久保利和氏 (株)昭和製作所 代表取締役社長

全日本製造業コマ大戦協会会長 緑川賢司氏 (株)ミナロ 代表取締役

デザインコラム Season2 vol.4

会員企業紹介

「豪技!」募集

※学生のモノづくり企業訪問記 特別編 後編は次号に掲載します。

豪技!長岡ものづくりフェア



11月8日、9日、シティホールプラザアオーレ長岡を会場に、中越大震災から復興し、さらに発展を続ける「ものづくりのまち長岡」の技術・製品を見て、触れて、体験できる「豪技!長岡ものづくりフェア」が開催されました。高度な技術と優れた製品に触れることができる「ながおかモンゾーン」、長岡の歴史や風土に培われた匠の技の凄さを体感できる「匠ゾーン」、長岡技術科学大学、長岡造形大学、長岡工業高等専門学校、長岡工業高等学校、栃尾高等学校という教育機関をはじめとする、科学の面白さや長岡産まれの最新ロボットに触れる「ものづくり未来ゾーン」の3ゾーンのほか、雪上車や、地震体験車などに実際に触れることができました。「第4回 外山脩造賞 授賞式」を皮切りに、「全日本製造業コマ大戦」、パネルディスカッションなど様々なイベントや講演会が行われました。

親子連れが大変多く、開場前から並ぶ姿もあり、特にシールラリーは子ども社員証で3ゾーンの6か所を体験すると限定の金メダルが貰える企画で、大変人気を集めました。未来のものづくり人口の拡大へ寄与できたのではないのでしょうか。



◆ながおかモンゾーンに出展したNAZEスタッフの体感レポートです。

ご家族連れや業界関係者など多数の方にご来場いただき、ありがとうございました。

出展した企業や大学などは家族連れを対象とした体験型催しや景品を用意するなど、各社趣向をこらしたブースが多く、子どもたちの歓声があがっていました。

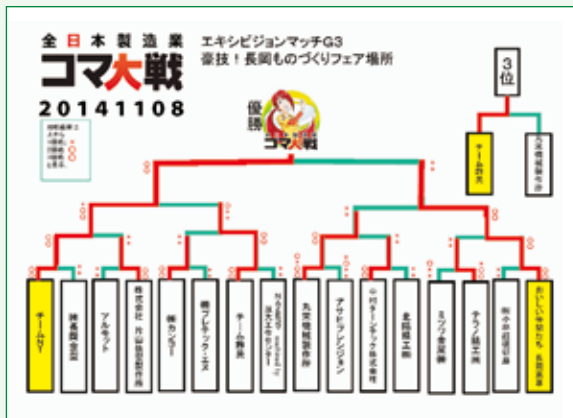
NAZEのブースでは昨年、一昨年と菅生サーキット（宮城県）で開催された電気自動車（EVカー）エコラン競技大会に参戦したEVカーの実車や過去に豪技に認定された企業の製品パネルやミニチュアモデルなどを展示しました。子どもたちに絶大な人気だったのはコマ! コマ大戦用に出場企業が心血を注いだ超硬製など数万円?の価値がある競技用試作品からコマ大戦協会認定品、木製宙返りコマや made by NAZE スタッフのどんぐりコマなどを用意し、公認土俵上で楽しんでもらいました。次回は是非コマ大戦子供大会を企画したいですね!

未来のエンジニアたちから展示部品について質問を受け、「これは何?」「自動車のエンジンの部品だよ。」「エンジンて何?」「・・・」と普段業界関係者と話すことが多く、あたりまえと知っていることに答えられないコマも。子どもたちと触れ合うのは久しぶり!こちらも童心に戻りました。



全日本製造業コマ大戦G3 豪技!長岡ものづくりフェア場所 開催!

11月8日正午からアオーレ長岡ナカドマ大型スクリーン前特設ステージで全日本製造業コマ大戦協会会長の緑川賢司氏をゲストにお迎えし、今年で二回目となるコマ大戦G3を開催することができました。全16チームが直径20ミリにかけた熱き思いをトーナメントでぶつけあいました。



優勝：チームNT【NK精工×タカノ(株) (長野県)】
準優勝：おいしい仲間たち【長岡工業高等専門学校】
第三位：チーム鈴民【(株)鈴民精密工業所】

おいしい仲間たち(長岡高専)はコマも投手も安定した試合運びで準優勝まで進みました。昨年の覇者、中村ターンテック株式会社は二回戦丸栄機械製作所に敗れ、準決勝進出を逃しました。コマ大戦の難しさを改めて感じさせてくれる試合となりました。

中村ターンテック株式会社には前回同様、今大会運営に強力な裏方としても支えていただきました。また協力会員スタッフの皆様のお力添えもあり無事大会を開催することが出来ました。ありがとうございました。

出場チーム(対戦順)／ チームNT・(株)長岡金型・アルモット(株)アルモ・(株)片山抜型製作所・(株)カンコー・(株)プレテック・エヌ・チーム鈴民・NAZE machined by 技大工作センター 丸栄機械製作所・アサヒプレジジョン・中村ターンテック(株)・北陽精工(株)・ミツウ金属(株)・テラノ精工・(有)小林超硬研磨・おいしい仲間たち

◆NAZEコマプロジェクトチームは初戦敗退という残念な結果になりましたが、その感想と入賞されたチームの感想をいただきました。

優勝 チームNT (タカノ(株) 新事業開発部 中原健司)

長岡ものづくりフェア場所は、昨年、長野からは日成機工様が視察され、中村ターンテック様、大善様(今年は不参加)等の強豪がいらっしゃるということを知っていましたし、10月25日に上田で開催されたコマ大戦に、新潟より参加していただいたチームもあったので、お礼もかねての参加となりました。また、おいしいラーメンがあると聞いていたので、その楽しみもありました。

チームNTは、唯一新潟県外(長野県)のチームでした。コマは、moecomaヘビーという名前で、大阪で行われたコマ大戦に参加したタイプの変形版でした。軸がアルミ、胴体がタンガステン製で約47g、低重心で粘ることが特徴です。

非常に良いコマが多かったのですが、トーナメントで苦手なタイプと当たらなかったことと回転方向の読みが当たったことで、優勝できました。素直にうれしかったです。

会場は、屋外で少し肌寒さがありましたが、年配の方が多く、子どもの頃を思い出すのが非常に楽しそうに見学されていたのが印象的でした。

大会の途中で、対戦させて頂いた方々と名刺交換や情報交換をさせて頂きました。Facebookでお友達になった方の中には、強いコマを作って優勝したいと宣言されている方もいました。非常に楽しい大会でしたので、次も参加したいと思います。

準優勝 おいしい仲間たち (長岡工業高等専門学校 杉澤元次郎)

昨年に引き続き、二度目の参戦です。今まで一勝もしたことがありませんでしたので、準優勝という結果に自分たちが驚いています。

大会で使用したコマは、3ピース構造で重りに超硬合金、芯を黄銅、持ち手をマグネシウムにして、冷しばめの手法で一体化したものです。試作も含め10個制作した中で検討して迷った末に、結局、相手と当たったときに心地よい金属の音色がするこのコマを選びました。もちろん、NAZE「コマ大戦プロジェクト」に参加して得た情報や戦略も参考になりました。

当日は少し肌寒さもありましたが、巨大スクリーンに直径20mmコマの熱戦が映し出されると、興奮で寒さを忘れるほどでした。また、試合後の交流会で、優勝したチームNT様のコマをはじめとする数々のコマに触れ、直接お話を伺うことができたことも、大変有意義でした。熱い一日にいただいた関係者の皆様へ感謝申し上げます。

コマ大戦は、自分たちへの良い刺激になっています。今場所で、少し自信もいただきました。今回の経験を、教育活動に生かしていきたいです。また、これを機会に長岡高専を知っていただき、皆様から技術・教育ほか様々なご支援をいただければ幸いです。



第3位 チーム鈴民 (株)鈴民精密工業所 代表取締役社長 渡辺広之

今年のコマ大戦長岡場所は、アオーレの大スクリーンの隣に土俵を設置し、真上のテレビカメラから撮影した動画をスクリーンに映し出していたので対戦状況が良くわかり、又、実況中継も昨年同様の口調で大いに場所を盛り上げていて昨年よりも盛況と感じました。スタッフの皆さんお疲れ様でした。長岡場所には1チーム、燕三条場所には2チームが県外から参戦しており、新潟でのコマ大戦もメジャーになりつつあります。しかも両場所ともトップは県外チームでありそのレベルの高さに感心しました。勝つための要素は2つあります。コマの性能と回し手のうまさです。コマの性能には回し易さも含まれます。行司の見合っでの掛け声で専用の土俵上でコマを回す体制に入りますが、近くで見ていると手が震えているのがわかります。緊張のあまりうまく回せなかったり、土俵の外にコマを出してしまうこともあります。上手な人は左右の手で右回転、左回転どちらにも回すことができます。重量級や軽量級、はたまた突起物のあるケンカコマ等の特性をいかんなく発揮できるかは回し手の技によるところが大きいです。たかがコマ、されどコマ、実に奥が深い戦の頂を目指し再度挑戦致します。

NAZEコマ machined by 技大工作センター (北陽精工(株) 高野 由則)

今回初めてNAZEと自社の両方から参加させて頂きました。コマ作製に関しては形状、重さ、材質、投げ方等様々な要因が絡みあい、設計通り加工しても上手く回らなかつたり大変難しい印象でした。

NAZEプロジェクトチームの方では各企業様が集まり知恵を出し合い、最終的には喧嘩をさせる事を目的に、自社では重く先端を磨き摩擦抵抗を削減したコマを製作しました。試合は両方1回戦敗退と残念な結果となりましたが、結果以上にコマを通じた交流は有意義なものでした。

今後もコマ大会等ものづくりを通じて交流する事により自社の発展、製造業の発展に繋がっていくと思うので、ものづくりを通じた交流を大事にしていきたいです。



日本を代表するものづくりプロジェクトのメンバー3名をパネリストに迎えての…… パネルディスカッション「ものづくりの未来を長岡が」

全国で注目を集めている方々ですが、各団体の設立の契機や概要、取組についてお願いします。

浜野氏：ただ今ご紹介いただきました江戸っ子1号推進プロジェクトの浜野でございます。

設立の経緯と現在の状況でございますけども、江戸っ子1号プロジェクトがたちあがったのは今から5年前の2009年で、委員長の杉田は葛飾区でゴム化学工業所を経営していて、大変小規模な事業所ですが、非常に技術が優れています。彼は葛飾区の工業組合の会長をやっていました。リーマンショック後どの会社も経営が厳しく、廃業を考えている方も沢山いた。これではいけないと、元気のある地域にいき、元気のある会社を見て、元気のある人の話を聞こうということで、東大阪市のまいど1号プロジェクトの青木さんのところへ葛飾区のゴム工業組合が視察へ行ったんです。青木さんの元気を聞いていううちに、何かできるかもしれないと思ったので、西（大阪）が上（人工衛星）なら東（東京）は下（深海）で何かやってみようと思われ居酒屋ベースで盛り上がった。そこからなかなかプロジェクトは立ち上がらなかったのですが、経済産業省がやっていた地域連携拠点事業、中小企業のお悩み相談所なんですけども、地域の商工会議所や中央会、信用金庫等が経済産業省から委託をうけて、中小企業の活動支援をやっていました。我々の地域では東京東信用金庫が支援活動の拠点をやっていて、たまたまその時に私がその信用金庫の若手の経営者の会の会長をやっていて、以前早稲田大学の産学連携で電気自動車「HOKUSAI」を作った実績があり、私に相談したらどうかとプロジェクトの話が来ました。非常に面白い発想でありながら従業員の教育にとっても有意義になるのではないかと最初はとりあえずやってみようかというスタートでした。実質的には私の金属加工会社と杉野のゴム加工会社だけでは無理なので、ものづくりの基盤技術を持つ企業に声をかけて合計30社で、横須賀深海6500という独立行政法人海洋研究開発機構（JAMSTEC）へ視察に行きました。その時深海6500（日本最深有人探査機）がメンテナンスで陸あげされていて、また居酒屋ベースであれば自分たちでできるんじゃないかという話になりました。実際幾らかかるのか専門家に問い合わせたところ、250億円とでました。その時点で28社がいなくなり、また2社が残り、このプロジェクトは2年半は全く動きませんで、実際何をしたら良いのか分からなかった。組織作りが資金調達なのか技術向上のための勉強なのか、東京海洋大学や芝浦工業大学とJAMSTECへ毎月通い勉強をしていたのですが、2か月半たった時、JAMSTECの主任研究員の方から、「勉強熱心なのはわかるけど、あと500時間やろうと1000時間やろうとモノはできあがりませんよ。簡単なものでいいので、とりあえず作って海に沈めてみましょう。プールでいいから実験してみましょう。」とアドバイスいただいて、プロジェクトが動き始めるわけです。枠組みとしては中小企業（6社）が中心となってやっていて、それをサポートしているのが東京海洋大学、芝浦工業大学、JAMSTEC、東京東信用金庫、更に地元信用金庫に事務局として動いていただき、産学官金連携の形をとって今に至ります。昨年11月に深海7800メートルでの実験をして、世界最深部での撮影ができたことで2014年度内閣総理大臣賞をいただいたり、今月は中小企業庁長官賞をいただいている。実質的には7月1日から、産学官金ではなく、民間企業中心となってビジネス化しようかとがんばっている状況です。



浜野慶一氏

舟久保氏：下町ボブスレープロジェクトは2011年の秋に産声をあげました。大田区の製造業の現状については9000社あったものが4000社切る状況で、リーマンショック、震災後も非常に厳しい状態で下請けをやっているわけなんですけれども、ピラミッドの頂点から仕事が出てこない中、下の台形部分でどうしようかということがずっと課題ではあったわけです。

私たち町工場が仕事を待つ「待ち工場」になっていてなんとか打破したいと思っていたのですが、異業種交流会の居酒屋ベースの話なのですが、私たちは（30代を中心に）これからの企業経営に危機感を持っている中で、何かしたいけど、何をしたいのか分からないというのがあって、大田区産業振興協会の方の発案により、夢のあるプロジェクト（＝オリンピック）、特に冬季で皆でやれることがあるのではないかと。大田区は車の部品を多く作っているんで、エンジンの無い車ならと、ボブスレーが頭に浮かんできたそうなんです。ボブスレーを調べると、欧米では大変人気のあるスポーツで、BMWやフェラーリなどの大手メーカーが動いているのですが、日本ではドイツの中古を改良して競技に臨んでいたそうで、外国人選手から日本は大手自動車メーカーがあるのに、なんで外国の中古を使っているのかと日本人選手が聞かれ、悔しい思いをしていたこともあり、大田区を元気に、大田区から元気をということで全国の企業の力をお借りしながら、最初は10名弱で始まったプロジェクトになります。今は200社以上の方々に携わっていただいています。大事なことはボブスレーでビジネスをするのではなく、技術、企業のアピールやネットワークをプラスに利用していただくことであって、ビジネスベースではないということです。



舟久保 利和 氏

緑川氏：コマ大戦の話です。これも居酒屋ベースなんですけども、みんな居酒屋からなんですよね。（笑）ある町工場がコマをフランスで展示するために作っていました。言葉が通じないために、技術をコマに託して会場に配っていたものをいただいて、居酒屋で回っていたんですね。非常によく回るコマで凄く精度だなあ、これタダであげちゃうんだよね。なのに手を抜かない。これって日本人くらいしかできないよな。こんなに小さなものならば個々の工場ですべて加工時間もかからない。材料も端材でいいし企業の負担は少ない、全国に頼んで作ってきてもらって日本一決めたらどうだろうと。これが始まりでした。翌日facebookに投稿したら全国から参加希望者が10名くらいになり、その日のうちに「全日本製造業コマ大戦」というネーミングが決まりました。そこから始まったのですが、コマ大戦の本当の目的は勝敗ではなく、コマを作るプロセス、起きるドラマ、ステージ上での対戦ドラマ、ここが肝心なんです。普段我々のような下請け体質の町工場は、仕事は納期通りに一番早く作るにはどうすればいいか、コストを安くするにはどうすればいいか考えていて、やはり手の慣れた人が毎日同じ作業をする、それが一番早く、安くできる方法だと思っただけなんです。となると職人さんたちは朝「おはようございます」と言ってちょっと打合せをして「お疲れ様」の二言くらいしか喋らなくなっちゃうんですね。それで十分になるんですね。こんな職場に一生勤められるのかな？これからの町工場では従業員をひき止めておく、お金以外のモチベーションを作らなくては行けない。こういうことを考えていたんです。そこで社長以下従業員でコマ大戦をやってくれと、そうすると今までの仕事じゃないコミュニケーションが生まれると。最初は社長からコマを作るように言われた従業員が仕方ないと機械でコマを作ります。すると思ったように回らないんですね、彼らはプライドがあるんで、またコマを作ります。そのうち他の職人さんがかしてみると別のコマを作ったり、別のアイデアを持って来たり、普段の仕事じゃないコミュニケーションが生まれるんです。会社での部活動的な役割です。その後にはステージに上がります。投手は、コマを作った職人が多いのですが、町工場での職人さんは表に出る機会がなかなかなく、他の町工場との接点もほとんどないのが現状です。でもコマ大戦の対戦相手は同じような境遇の職人です。すると勝敗にかかわらず仲良くなれるんですね。コマの材料はなんだ、どうやって作ったんだと直ぐに打ち解けることが出来るんです。企業の従業員同士、また、他の会社との従業員同士が仲良くなれる、それは経営者同士も同じで、横のつながりがなかった経営者もコマ大戦に出ることによって横のつながりが広がります。最近ではマスコミにも取り上げら

ら発信!

パ
ネ
ー
ラ

「江戸っ子1号」プロジェクト推進委員会 副委員長 **浜野慶一氏** (株)浜野製作所 代表取締役
 下町ボスレーネットワークプロジェクト推進委員会委員長 **舟久保利和氏** (株)昭和製作所 代表取締役社長
 全日本製造業コマ大戦協会会長 **緑川賢司氏** (株)ミナロ 代表取締役
 コーディネーター：長岡ものづくりフェア実行委員会委員長 **柴木 樹氏** (株)アルモ 代表取締役

れ新聞やニュース放映されて、家族で近所で話題になることは、職人さんにはハレの場なんです。そこで更にモチベーションがあがり、次のステージに立ちたいとなります。これがコマ大戦が全国に広まった理由なんです。開催して3年近くになります。全国大会を2回やりましたが、3回目は来年2月15日に「横浜港大さん橋国際客船ターミナル大さん橋ホール」で日本のチャンピオンと世界中のチャンピオンが戦う世界大戦を開催します。

皆さんプロジェクトの発端は居酒屋ベースというお話でしたが居酒屋ベースで終わらせない成功するプロジェクトや長続きしていくコツ等アドバイスがありましたらお願いします

浜野氏：多分日本全国でこんなことやろうよ、あんなことやろうよという話はあると思うんですね。上手くいくものとかいかないもの差は、我々のような中小零細企業でも手の届くような目標を一つ設定する必要がありますのではないかなと。お二人ともよく存じ上げていますけれども、ボスレーもエンジンをつけてしまうと大企業の本分野に入ってしまう、エンジンがなければ中小企業の技術でいいものができるのではないかな。コマ大戦も小さな端材で作れる。というところからプロジェクトは始まっている。それが長続きをしていく。最初からものすごく大きな目標を掲げないということなのではないでしょうか。あとは小さな目標にしても意見衝突が起きても、立ち返ることの出来る、皆で共有できる志の高い目標をもつということですね。その目標に皆がどれだけ情熱を注いで、仕事の合間に時間をかけられるか。時間も身体も有限で忙しいのですが、みつければどこかに時間はあるはずなんですよ。一年360日時間をかけるのは無理ですが一日のうち30分でもプロジェクトや志にかけられるか。同じ志の仲間と思いを共有して助け合ってやっていく、多分これが継続できるポイントなのではないか、あとは強力に引っ張っていくお二人のようなリーダーシップをとれる人がプロジェクトにいるというのがポイントの一つなのではないかと思えます。

オリンピックを目の前にして大変なご苦労があったとお聞きしましたが、それでも継続してける重要なポイントをお聞かせください。

舟久保氏：そうですね、ここまでできたら止められない、このままじゃ引き下がれないというのがあるんですけども、私たちの場合も200社携わっておりますが、一つひとつの会社の負担を少なくしてきたことがあると思えます。今後活動していくうえで大事なことは楽しんでやっていく中で、たまたま全日本選手権に優勝してメディアにも取り上げられて皆のモチベーションも上がり、もっとやっていこうという話になり、実際のソチオリンピックでは2号機3号機は検証の時間がないということで使ってもらえませんでした。私たちは一発火花を上げることだけじゃなく、継続してることが大切で、実際にプロジェクトのピラミッドの中では企業の垣根なく情報開示ができる、普段ならトップシークレットを外に出せない仕事を自分たちでピラミッドを作っているの、どこまでも情報開示ができお互いが知り合える、他社はそんなことまでできるのかと発見があり知らなかったコミュニケーションが生まれ、非常に良いネットワークが出来てるんじゃないのかと。なので、ソチでだめだったからおしまいというのではなく、オリンピックは4年に1回来ますので、そこに照準を合わせて皆でがんばることに意義はありますし、最終的にはオリンピックでメダルを獲得することに貢献したいと思っていますけれども、その中で生まれてきたものを大切に



柴木 樹氏

長岡人も居酒屋は大得意で話が盛り上がりますが、居酒屋ベースで終わってしまいます。どうやって盛り上げていけばよいか、どうにかそういった契機がみつかるようなアドバイスがありましたらお願いします

緑川氏：なんでコマ大戦は成功したのか質問されますが、それはたまたまです。色々なことをやった中の一つがコマ大戦で、始めるときにはこんなに大きくなるとは誰も思わなかったんです。私は心技隊というグループを作って神奈川県ぐらゐの大きさの異業種連携をやっていました。そこで、毎年テクニカルショー横浜という展示会にグループで出展して、毎年毎年出し物を捻っていたんです。その中で出てきたのがコマ大戦で、ひとつだけ大きく花が咲いたわけですね。なので、何かをやるまで分からないですね。「やってみる」というのが一番大事であって、あとはネタ出しを何回か居酒屋でもいいので好き勝手に言っていきたいと思います。ただ、メモするなどして、こういうイベントがあるときにその企画の一つやってみようか、上手くいかなければ別のことと、何回か繰り返せば、そのうち一つくらいは世間が注目することが出来るような気がします。「数打つ」その間にこちらにも訓練されますので、見せ方とかマスコミの呼び方とか、そうすると周囲のとらえられ方が変わってきます。周囲が注目すると、そのイベントやプロジェクトは成功するので、自分たちがいくら志が高くて、誰も注目しないで、誰も知らなかったならやっていないのと一緒なので、いかに知って貰うかも大切ですので、「数打つ」です。



緑川 賢司氏

「数打つ」というお話でしたが、いろいろな事業に取組むにあたって行政の補助金などが絡んでくると何回もということになると結果が求められてしまいます。そういったしがらみがあると思うのですがそれでも続けることができるのは?

浜野氏：行政にはお手伝いしていただくに越したことはないです。こちらがやりたくても行政側が融通がきかないといっても立場としてできないことはある。だから行政主体ではないんですね。我々みたいな民間企業の町工場がどう風にしたいかで、できることをお手伝いしてもらえばいいのであって、行政が動かないとかそこを求めている以上は上手くいかない。我々はこうしたいんだけど、ここの部分を手伝って貰うと上手くいくなのでここを手伝ってほしいと、フォローして欲しいと、行政にはそういう関係ができたほうがいいのではいかなと思っています。緑川さんも数多くやることだと、私も全く同じ思いで、何年前に慶応大学の先生に言われたんですけども、人よりジャンケンに多く勝つにはどうすればよいか、それは人よりジャンケンを多くすることだ。10回やって3回勝つとすれば、20回やれば6回勝つ。数多く打つことだと、これは経済学的にもあてはまるんだと言っていました。それをきちっと自分の肌で感じながら知恵や経験を積み重ねてお二人ともやってこられているんだと勉強になりました。

ありがとうございます。長岡の行政は非常に協力的なのですが、我々はなかなか一歩が踏み出せなく心苦しく思っております。本日お三方のお話を聴いて何かのきっかけになればと私たちも地域の活性化を目指していきたいと思っております。

この後はそれぞれの防災観について伺いました。後編へ続く。

IPF・JIMTOFの展示機器群を見て：『今年デザイン傾向』

11月1日(土)と2日(日)に、幕張メッセで開催の『IPF 2014』(INTERNATIONAL PLASTIC FAIR 2014/国際プラスチックフェア/主催：国際プラスチックフェア協議会/会期：10/28~11/1)と、東京ビッグサイトで開催の『第27回 JIMTOF 2014』(The 27th JAPAN INTERNATIONAL MACHINE TOOL FAIR/日本国際工作機械見本市/主催：社団法人日本工作機械工業会/会期：10/30~11/2)を見に行った。

どちらも生産財のデザインの動向が見られるということで、長岡地域の産業にとっても大変気になるところであり、また、現在私が関わっている仕事の関係もあって、今年の変化・流れは？と、出かけた。

殊に隔年開催のアジア最大の工作機械の展示会JIMTOFには、長岡地域の企業も多く出展しており、関心も高い展示会なので、これら二つの生産財の展示会を見ての、私なりの今年のデザイン傾向・感想を述べようと思う。

今年の第一印象は、昨年までとは異なりデザイン開発に力を注いだと見える機種は少なかった。ごく少数の企業力・販売力強化にデザインに目を向けている企業と、多数のデザインを考えることは今年休止状況の企業とがあるように感じさせられた。

言い換えると、デザインの意義を考え、マネジメントできている企業と、そうでなく、デザインはもう普通のレベルになったと考えている企業とに二分されていた。

最近の状況をマスコミは、「機械受注は増しても力強さを欠く。月ごとの振れが大きく、古くなった設備を新しくしたり、より効

率的なものに置き変えたりする投資がメインで、生産をどんどん増やすというような大きな流れにはなっていない。」と指摘しているが、これは日本の産業の構造的な大きな流れの問題であり、今日の競争の激しさの中では、「大きな力を技術に求める」ことが中心テーマとなっていくだろうと思う。これは、ユーザーの期待が技術面の先進化・差異化にあった、バブル時やリーマンショック以後に戻ってしまったのだろうか。

デザイン力への期待がこのようには弱まっていくことは残念だ。それは産業力の今後を考えると、大変残念なことだと言わざるを得ない。

今後は、より広く長い視点から生産・設備等の全体を見ることを要求される時となる。それは、まだまだ開発が未開・不飽和な状態にある「デザインマネジメント」に力を注ぐことが欠かせないということだと考えてほしい。

写真は、デザイン視点がいっしょにしていると見る企業2社の製品。(同社HPより)



DMG MORI SEIKI [NHX 4000]



MAZAK [VARIAXISi-800T]

NAZEは現在71会員！ 法人67・個人4

(株)アサヒプレジジョン 飛鳥運輸(株)	クリーン・ テクノロジー(株)	(株)トーエイ ナウエス精工(株)	(株)BSNアイネット 長岡支社
(株)アドテック エンジニアリング	クリエイト エンジニアリング(株)	(株)長岡金型 長岡技術科学大学 産学官・地域連携/ 知的財産本部	(株)ブラード・ジャパン 古川機工(株)
(株)アルモ 株)アンドウ	(株)クワバラ 株)小西鍍金	長岡工業高等専門学校	(株)プレテック・エヌ 株)北越銀行
(株)イートラスト 株)池田機工	(有)小林超硬研磨 株)サカタ製作所	長岡造形大学 デザイン研究開発センター	(株)ホクギン経済研究所 北陽精工(株)
エヌ・エス・エス(株)	(株)佐藤板金	長岡大学	マコー(株)
(株)N D C 株)エム・エスオフィス	(株)システムスクエア 株)七里商店	地域連携研究センター	(株)丸栄機械製作所 (有)毛利製作所
(有)エムケイ技研 株)オオイ	(株)シナダ (有)シンエー木型工業	長岡電子(株)	ユニオンツール(株) 長岡工場
(株)大善 株)大原鉄工所	(株)鈴民精密工業所 株)ソリマチ技研	(株)永島工機 (株)中津山熱処理	吉井国際特許事務所
(株)大菱計器製作所 小川コンベヤ(株)	(株)大光銀行 株)第四銀行	(株)ナノテム	安達弘哉 高田孝次
(株)片山抜型製作所 株)カバサワ	(株)タカキ 株)タカハシ	(株)ネオス	廣井 晃 柳 和久
久保誠電気興業(株) (有)倉品鐵工	中越鋳物工業協同組合 テラノ精工(株)	(株)パートナーズ プロジェクト (株)林メッキ工業所	(H26.11.25現在)



長岡の優れたモノづくり

「NAZE 豪技 2015」募集案内

NPO法人長岡産業活性化協会NAZEは、長岡地域のブランド力の向上を図り、産業振興の活性化を目的に、モノづくり企業の優れた技術や製品「豪技」を募集します。「豪技」に認定した製品や技術は、ホームページや機関紙など様々な媒体を使って、NAZEが積極的に情報発信します！自薦他薦を問わず、「豪技」への応募をお待ちしています。

◆豪技とは

「ごうぎ(強気・豪気)」とは、中越地方の方言のひとつで、長岡では「すごい、ものすごい!豪快だ!」等の意味に使われています。
NAZEは、この力強く親しみのある言葉にちなみ、NAZE会員企業をはじめ、長岡市内のモノづくり企業が保有している優れた技術や製品等を「ごうぎ(豪技)」として発掘、認定、発信しています。
豪技は、獨創性、技術性、市場性、環境性、社会性の観点から、有識者で構成する「豪技審査委員会」の審査を経て認定します(来年3月のNAZE総会で認定証授与)。

対象 長岡市内の製造業・NAZE 会員企業が自社で保有する技術・製品

申込方法 NAZE のホームページ <http://www.naze.biz/> にある、エントリー用紙に記入して郵送、ファクス、メールのいずれかでお申し込みください。

申込締切 平成 26 年 12 月 22 日 (月曜日) まで

問合せ NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 事務局

長岡で頑張る企業、起業家を応援します!

na-ZE くわしくは →

<http://www.naze.biz/>

Nagaoka Activation Zone of Energy
NPO 長岡産業活性化協会 NAZE

●記事内容についての感想をお待ちしています!

〒940-2127 新潟県長岡市新産4丁目1番地9 NICO テクノプラザ内 NAZE 事務局
TEL : 0258-42-8700 FAX : 0258-42-8701 E-mail : info@naze.biz

印刷：(有)めぐみ工房

