「全日本製造業コマ大戦」
――直径２㎝の中に日本の中小製造業の技術力をこめる

東日本大震災で疲弊した中小製造業を奮い立たせようと企画され、全国、海外にスピルオーバー

日本では「全日本製造業コマ大戦」という独創的な中小製造業の大会がある。2012 年 2 月 2 日、第 1 回の大会が開催された。

この大会は、相撲で使われる土俵をイメージした場で、コマを回して１対１で戦い、地方予選のトーナメントを勝ち上がって全国大会で勝負する。優勝したチームは、その大会の出場コマを「総取り」できるというルールである。

使用されるコマは直径 20.0㎜以下、全長 60.0㎜以内である。この小さなコマを、製造業に携わるプロが設計し製作する。よって戦いに勝利できるように、自社の技術力を賭けて創意工夫を行う。

2011 年、東日本大震災で日本の町工場が疲弊するなか、心技隊（「技は心と共にあり」を合言葉に、製造業にかかわる中小企業経営者集団）の初代隊長である株式会社ミナロ　代表取締役の緑川賢司氏がコマを使って町工場を盛り上げられないかと企画したことが、この大会運営のルーツである。

2011 年 3 月 11 日に起こった東日本大震災の被災地は、基幹部品・素材工場の集積地であった。直接被害を受けなかった地域においても、これら部材を原材料として使うセクターで広く生産や経済活動に支障をきたした。

震災によって、日本の製造業のビジネス環境は逆風を受けた。具体的には、①電力供給の制約、 ②法人減税の見送り、③ TPP（環太平洋経済連携協定）への参加検討先送り、④大地震再来への備え、⑤放射能汚染の懸念、安全・安心の日本ブランド低下とインフラ輸出への打撃、などによって日本に生産拠点を置く場合のカントリーリスクの懸念が高まり、「ものづくり日本」のブランドの危機に直面したと言っても過言ではなかった。

そこで企画されたのがこの「全日本製造業コマ大戦」である。ほぼ同時期に東京都大田区の中小製造業が主となり、冬季五輪を目指す「下町ボブスレーネットワークプロジェクト」が立ち上がったというのも興味深い。

「全日本製造業コマ大戦」発足当時は、心技隊が運営していたが、2015 年より特定非営利活動法人全日本製造業コマ大戦協会が運営している。今や全国の中小企業、教育機関累計 2000 チームが参加する一大イベントに成長した。

2015 年には 日本以外でもボリビア、ベトナム、インドネシア、韓国、タイ、アメリカの 6 か国の代表が参戦した世界コマ大戦が開催された。

2013 年には総務大臣賞、2014 年メセナ大賞、2016 年 JACE イベントアワード（一般社団法人日本イベント産業振興協会（JACE)が、イベントに関する産業の振興を図ることにより、日本経済の健全な発展、豊かな国民生活の実現、国際交流の促進に寄与することを目的とし 2015 年から開催している顕彰制度）を受賞している。

2013 年、大田区場所で師勝化成株式会社が優勝！

今回はこの大会を運営している、特定非営利活動法人全日本製造業コマ大戦協会理事長の濱垣一郎氏（愛知県北名古屋市・師勝化成株式会社　代表取締役　スポンジ加工が主）にお話を伺った。

師勝化成株式会社　代表取締役　濱垣一郎氏

第１回は、「テクニカルショー横浜」（パシフィコ横浜・神奈川県）で 2012 年２月２日に開催された。その時、濱垣氏の地元の製造業の仲間である、クリタテクノ株式会社（愛知県北名古屋市・成形研磨加工・ラッピング加工が主）の代表取締役　黒田武氏が行司（相撲において、競技の進行及び勝負の判定を決する者）として、「大会があるから参加して欲しい」と運営側から要請されたという。濱垣氏は「当時は全く興味がなかったので、黒田さんを『行ってらっしゃい』と送り出した」と振り返る。

ところが大会当日の夕方、テレビのニュース番組でその模様が紹介され、黒田氏が映った。戦績は第３位で「やったー！」と喜びの表情が映し出され、それを見た途端に濱垣氏は「こういうことがテレビで紹介されるんだと、強い衝撃を受けた」と語る。

そして黒田氏が横浜から名古屋へ帰ってきた時に、「来年もやるらしい」という話を濱垣氏は聞いた。今度は地方予選をやるという話で、2012 年 11 月 10 日に東海予選名古屋場所が開催されることになった。そこで濱垣氏は栗田氏から「手伝ってくれないか」と請願され、「いいですよ」と快諾したという。「私は運営を手伝ったのが、コマ大戦にかかわるきっかけだった。そもそも弊社はスポンジ加工なので、コマ本体は作れないので」と濱垣氏は語る。

翌年、2013 年２月８　日に東京都大田区場所が開催された。濱垣氏はクリタテクノ株式会社に「子どもコマ・プロモデル」の製作を依頼して「スポンジ LOVE！ 師勝化成株式会社」としてエントリーし、見事優秀を飾った。

大田区最大級の工業イベントである「おおた工業フェア」の中で規定コマ部門：エキシビジョンマッチとして大会は開催され、大田区の支援を受け、かなりの集客もあり話題になった。その成功体験がきっかけになり、濱垣氏はますます大会にのめりこむようになる。

2013 年２月８日、おおた工業フェアで開催された、全日本製造業コマ大戦大田区場所。
向かって左から濱垣一郎氏、緑川賢司氏、公益財団法人大田区産業振興協会奥田耕二氏。師勝化成株式会社は優勝を飾る。

濱垣氏が理事長として大会運営をする意味

ところでこの大会を初期に牽引してきたのは緑川氏だった。カリスマ性のある中小製造業の経営者として日本では有名な人物のひとりである。彼からバトンタッチして 2015 年に理事長に就任したことについての思いを聞いてみた。

「緑川さんについては、私はすごくリスペクトしているし、考えや思いが素晴らしい方だと思う。コマ大戦もたったひとりの思いから仲間がどんどん集まって手弁当でやってきた。もちろん報酬も何もなく、ほとんどはボランティアだった。緑川さん自身がそうだったし、みんなも規模が小さいうちはそれでも良かった。だからこそ組織を回せたのだと思う」と濱垣氏。

ところが時が経ち、組織も大きくなり開催する回数もどんどん増え、コマ大戦そのものが「ブランド」として一人歩きをし始めた。各地の自治体や工業界などから開催要請が多くなってきた。

その時に「誰が教えに行くんだ？」、「誰が手伝いに行くんだ？」という話になる。その規模は年々大きくなって、運営主体を緑川氏の「心技隊」から「コマ大戦協会」という任意団体を作って行うようになった。

そうなってくると、カリスマ性のある緑川氏を支える参謀が必要だという声が内部から出てきた。運営規模が大きくなると、細かい実務的なことも行わないといけない。そこでしっかりした組織運営を作っていこうという話が進み、NPO 化へ組織変更のエンジンを切ったのである。

そんなとき、たまたま濱垣氏に理事長として白羽の矢が立った。名古屋地域の実行委員長としてやってきた実績もあり、大会にかかわるステークホルダーを納得させる人事だったようだ。

濱垣氏は言う。「法人なので収支もちゃんとしなきゃいけない。いつまでもカリスマ性のあるリーダーに頼っていて、おんぶに抱っこではいけない。だから私の役割は、この NPO 法人をちゃんとした組織として作り上げること。ルールと運営の流れをしっかりするために現在、取り組んでいる。

また、ずっと理事長でやっていくつもりはない。ある程度整備したら次の代も作らなければいけないと感じている。次のトップにバトンタッチするために、持続性のある、発展性のある、コマ大戦のしくみにしていけたらいいと考えている。企業の事業継承となんら変わり

ないと考えている」。

ところでコマ大戦にかかわったことで、本業への影響はどう表れているだろうか？　最後に尋ねてみた。

すると、同社は 2016 年から伸びていて、2018 年 3 月末決算では、2017 年よりも 17%くらい売上が伸びたという。従業員 40 名規模の企業としては、非常に良い経営状況と言えよう。それは採用でも役立っていると言う。

同社では、年間休暇は 118 日あり、中小企業では少ない方ではない。若年層は募集の時の企業の給料、休暇を必ずチェックする。その上、「コマ大戦」を付けると、知名度があり見ている人も多い。「コマ大戦をやっているよ」というと面白そうに見えるらしく、宣伝効果も大きい。だから採用面接のときは、いつもコマ大戦の土俵を置いておく。すると「これ、見たことがあります」という話になるそうだ。

「コマ大戦は、そうやって考えると、ただ、いきなりお金ということよりも、いろいろなところに良い影響が出ていますね」と濱垣氏は結んだ。

師勝化成株式会社に展示されているコマ大戦の土俵とコマ

プロジェクトが成長していく過程では、フェーズを変えざるを得ない時期が必ず出てくる。それが進化に繋がる。濱垣氏は継続的な発展の基礎を作るために、プロジェクトマネジャーとして選ばれた人材だ。その手腕を本業にも活かし、ますます同社が発展することを心から願う。

文　奥山 睦

【参考資料】

全日製造業コマ大戦　https://www.komataisen.com/
全日本製造業コマ大戦　G1　全日本大会 2013
コマ大戦ウエブショップ　http://store-m.jp/
『直径２センチの激闘』（2012　日刊工業新聞社）
師勝化成株式会社　http://www.shikatsu.co.jp/