

両毛ものづくりネットワーク コロナ禍の打撃を 中小のネットワークで回避 大きな方針のもとで ゆるく活動するのが継続のコツ

「両毛ものづくりネットワーク」は、両毛と呼ばれる群馬県南東部から栃木県南西部一帯の金属加工業や精密加工を中心とした中小・零細製造業 15 社からなる製造業ネットワーク。創立 13 年目に入る同ネットワークでは、個別企業ではできない合同研修などを行いながら各社の経営力や営業力、技術力の強化を図ってきた。近年は「全日本製造業コマ大戦」（以下、コマ大戦）の開催やコマづくりにも力を注ぐ。

中小・零細の製造業者が規格に沿った自作の“勝負コマ”をもち込んで 1 対 1 で対戦するコマ大戦は、営業力や知名度のない中小企業にとって、その技術力を知らしめる晴れ舞台として知られ、販路開拓に大きな力を発揮する。メンバー企業にもよるが、コマ大戦



図1 ユニーク工業社長の羽廣保志氏（右）とカキタ製作所社長の柿田孝之氏

でつながったネットワークにより取引先が2~10倍にも増え、コロナ禍の打撃回避につながっている。

リーマン前の違和感がきっかけ

リーマン・ショックが世界を襲う前の 2007 年。旋盤加工を手がける(有)ユニーク工業（群馬県太田市）社長の羽廣保志氏（図 1）は日々の経済状況に言いしれぬ違和感を抱いていた。

「金型屋さんが『暇だ、暇だ』と言い出していたんです」。世間では工作機械の性能向上や海外との賃金差などから、大手企業の製造拠点が中国をはじめとした東アジア、東南アジアに移転し、モノづくりの要である金型まで出ていきつつあった。「安物買いが始まった、と思いました。このままでは日本のモノづくりは衰退すると危機感を抱きました」

その一方、金融機関はまだバブルを謳歌していた。「マスコミではいざなぎ景気を超えたと報道され、こんな状態がいつまで続くのかと違和感がありました。だから今後起こり得る変化に対応できるように勉強して、知恵や体力をつけておかないといけないと感じていたのです」

羽廣氏は、知り合いに声をかけて勉強会を開いていた。そんなとき、群馬県桐生市の産官学連携推進室から、新潟県柏崎市で開催される展示会「ものづくりメッセ」を視察しないかと声がかかる。羽廣氏は、応じた約 30 社と一緒に柏崎行きのバスに乗り込んだ。そこで羽廣氏は精密加工を手がける仁テック(有)(桐生市)社長の小林栄仁氏と知り合う。同様の危機感を抱いていた小林氏は羽廣氏に声をかけた。「まわりの企業とネットワークを組まないか」と。