

# 小さいもの、持たざるものが有利な時代。

## その鍵は「下請け」からの脱却 マイクロモノづくりの世界最強は日本

— emmono、三木康司さんと宇都宮茂さんに聞く

少量のニーズに合わせて、高付加価値のモノづくりを行い、自ら販路をつくって販売する。そんな、大量生産・大量消費とは対極にある「マイクロモノづくり」を提唱する「emmono（エンモノ）」の二人に聞いた、日本のモノづくりのワクワクする未来。

**無駄にカッコいい。  
ヌンチャクをキメる  
 아이폰カバー**

マイクロモノづくりを知るうえで、「最良の事例」として二人がまず紹介してくれたのは、小さな町工場が製作した携帯電話カバーだ。その紹介動画をのぞくと、そこ



ICカード入れにもなる「iPhone Trick Cover」



にはスーツ姿の男性が手に持ったiPhone（ 아이폰 ）を、なにやらトリックキーに振り回す姿が映る。その様子は、まるでブルース・リーのヌンチャクさながら。市販の 아이폰に、回転・移動が自由自在のカバーを取り付けることで、さまざまな技が繰り出せるというもの。立派な大人が日常のビジネスシーンで大真面目に「ヌンチャク」をキメる。この一見ばかばかしい光景が、笑いを誘う。しかも、童心に帰ったように得意げなその男性、実は中小企業の社長さんというから、そのギャップがまたおもしろい。

「ボールペンをぐるぐる回したり、ジッポウ式のライターをカチャカチャしたり、意味もなくやってしまふ動作ってありますよね。あれと同じで、身近にある 아이폰 をヌンチャクやバタフライナイフのようにカッコよく振り回してみたいと思って試作したそうなんです。が、何より僕らは妙技を実演する彼の強い眼力に魅せられました」

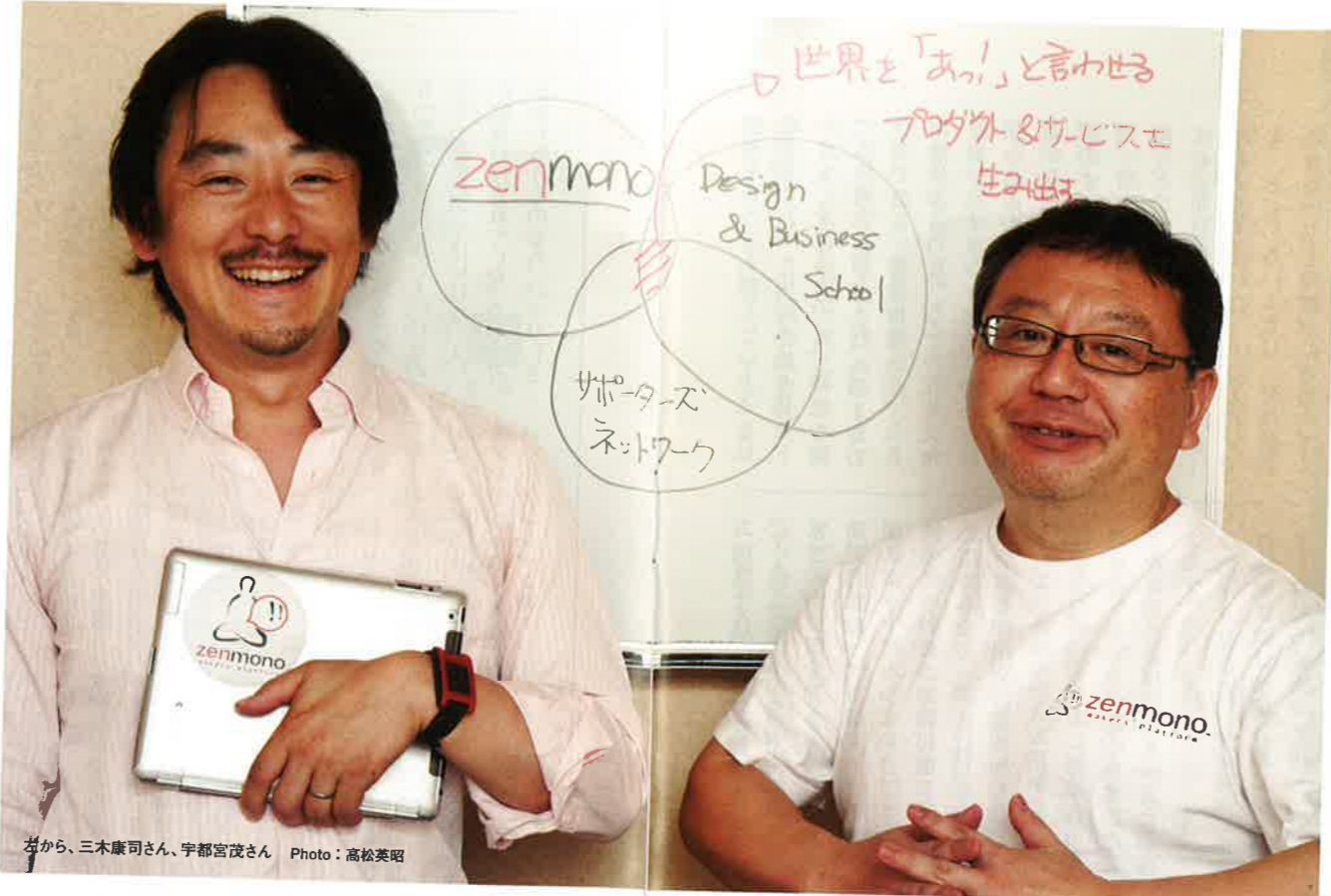
動画は、フェイスブック上で行われた「おばかものづくり」という一種のお祭り企画に投稿されたものだ。が、この「iPhone Trick Cover」は、「無駄にカッコいい」とネット上で評判に。その後、エンモノの協力支援のもと、製品の改良を重ね、さらにネット上で不特定多数から資金を集める「クラウドファンディング」を活用して、ついには製品化にまでこぎつけてしまった。

「最初は、社長本人も『ウチのよくな下請けの会社が、自分の好きなコトに真剣になっていいのかわか』と気兼ねしていました。でも、新規事業として成功し、多くのメディアに取り上げられる中で自信をつけ、今では会社全体がオリジナル製品の開発に意欲的なマインドに変わりました」という。

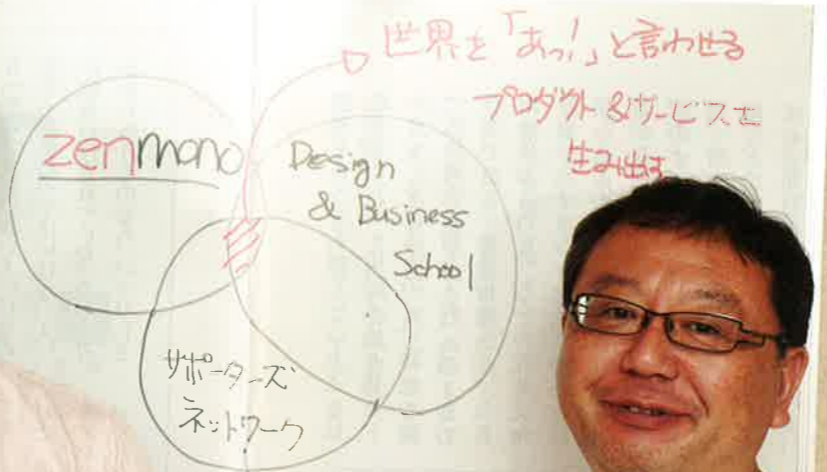
エンモノの設立は、09年11月。中小製造業支援の会社に勤めていた二人が、モノづくりにかかわる専門家のデータベースを思い付いたのがきっかけだ。

「前職は、クライアントを適切な工場につなぐ、いわばビジネスマッチングの仕事でしたが、図面もないようなアイデア段階の相談案件については、お金になるまでに時間がかかるので、会社としては断らざるを得なかった。しかし、僕らはそのまだ形になっていない相談案件に日本のモノづくりのタネがあると思ったんです」

同じ頃、モノづくりの環境は激変していた。フェイスブックやツイッター、動画共有サイトのユーザー層などの爆発的普及により、誰もが世界に情報発信できる手段



左から、三木康司さん、宇都宮茂さん Photo: 高松美昭



とユーザーニーズを重視したマーケットインと呼ばれるアプローチをとるのですが、マイクロモノづくりはそれとは全く逆。「外」ではなく、自分の心の「内」にこそ、人々を驚かせる新しい製品が眠っていると考え、自分のワクワクの声に従ってトレジャーハンティング（宝探し）をする。アップルだって、最初は自分たちのほしいモノを作ったのが始まりなわけで、自分の好きなモノを作るからこそ、損得抜きに寝食を忘れてがんばれるし、少々失敗してもまたチャレンジできるんです」

### 資金と支援者を集める「emmono（エンモノ）」を立ち上げ

また、受講生に限らずとも、世間では一人三役をこなしてLEDスタンドライトを製品化した「人家電メーカー」、設備や製造技術を持たないデザイナーによる夢の電動バイク「zecOO」の完成など、事例には事欠かない。そうしたマイクロモノづくりで、最も重要なのは自らの内面と向き合い、本当にやりたいコトに気づいてもらうことだということ。

「大手メーカーをはじめ通常の製品開発は、マーケティング」



バネの重厚感が大人心をくすぐる「SpLink」

「実際の、僕らも大企業向けにトレジャーハンティングの話させてもらうことがあるのですが、結局、彼らの悩みも若手が上司の下請け



デザイナーの夢がカタチになった電動バイク「zecOO」 zng design (photo by Kazunobu Yamada)

「ベーションが起これないということなんです。だから、大手が中小にかかわらず、マイクロモノづくりは、一人ひとりの個人がクリエイティブティを発揮する有効な手段であって、個人のマインドが変われば、日本のモノづくりもつとパワフルになると思うんです」

幸い、日本にはモノづくりのインフラが蓄積している東大阪市や東京都大田区などがあり、世界中でもマイクロモノづくりに最も適した国だということ。「金型や板金加工など素形材の生産基盤が強く、同時に製造業の集積度が高い日本は、1万個以内の小ロット生産だと、他の先進国と比べても圧倒的に有利なんです」

そうした中で、今年5月には、モノづくりに特化したクラウドファンディングサイト「emmono（エンモノ）」を新たに立ち上げた。



『マイクロモノづくりはじめるためのビジネス論』三木康司、宇都宮茂 著 テン・ブックス/2100円

同サイトでは、資金だけでなく、デザイナーやメーカー、量産のための町工場など、モノづくりにかかわるさまざまな支援者も集めることができるという。

そして、将来はマイクロモノづくりのネットワークを全国に広げ、ユニークなクリエイターを世界に向けて発信していきたいと夢を語る。

「主力事業の講座を全国に展開してユニークな人材（タレント）をどんどん発掘し、エンモノで個性豊かな製品を生み出す。モノづくりの吉本興業。みたいなことができればと思っっているんです（笑）。その結果、多くの人が生産者になっていけば、モノに対するリスペクトも深まり、ワクワクする日本も取り戻せる。それが、僕らの考えている未来です」

（神田和博）

emmono（エンモノ）

共に大手企業の勤務経験があり、中小製造業支援ベンチャーのNCCネットワークに勤めていた三木康司と宇都宮茂の二人で09年11月に設立。マイクロモノづくり普及のためのメディアへの寄稿やユーザー向け講座「マイクロモノづくりのススメ（MMS）」などを行い、2011年に「マイクロモノづくり経営革新講座」の教育事業を開始。また、2013年にはモノづくりに特化したクラウドファンディングサイト「emmono（エンモノ）」をスタート。著書「マイクロモノづくりはじめるためのビジネス論」をビジネスにする産業（テン・ブックス）がある。

http://www.emmono.jp