

A部門 優秀賞 作品 No. 52

きらりと光る脇役『ねじ』

三浦 翠

私の目はいつの間にかねじを見つけてしまう。行きかえりの電車の中、たまたま通りかかった建築現場、子供のおもちゃを手にとった時などである。私の場合、ねじ商社に勤務しているので職業病なのであるが、でもこれはまるで、好きな人を目で追ってしまう人間の心理によく似ている。

ねじは実際に使用している人、商材として扱っている人には非常に馴染みの深いものであるが、一般消費者、特に女性にとってはあまり注目されない、よく分からない商品である。女性の私から見て、非常に魅力があり、奥が深くて面白い商品なのに世間に注目されないというのは非常に残念なことである。もっと、一般消費者にねじの魅力を知って貰うためにはどうしたらよいのだろうか。

今年の二月、会社への義理チョコを買いに某百貨店のチョコレート売り場へ行った。若い女性の活気に溢れた店内と、きらきらした内装、可愛らしくラッピングされた商品、そして、美味しそうな試食の数々。私は、義理チョコそっちのけで試食をしていた。その時、とある売り場の商品に私の目は釘付けとなった。女性たちが集まっているし、見間違いかもしれないと思ったがそうではなかった。そこにあったのは「ボルト・ナットチョコレート」だったのだ。他にもスパナチョコレートもあり、これを使用してボルトにナットを締め付けることも出来るというのだから、私は更に驚いた。私はこの商品を実際に食べることもそうだが、使用してみたいと考えて購入しようとした。その瞬間に最後の一個が売れてしまい私はとうとうこの商品を手にする事が出来なかった。この商品を見た時に私は、発想を変えれば女性向けとしても使えると考えた。このチョコレートは『機械いじりや、工具を使って何かを作るのが好きな彼氏にあげて一緒に楽しもう』というコンセプトがあったようだ。私はなるほどと思った。これを応用して、私は子供用にねじのおもちゃ、もしくはお菓子を作ったらどうかと考えた。子供と一緒になら母親も手に取るだろうし、親子で楽しめて広く世間に普及するのではないかと考えたのだ。例えば簡単にはめられるようなおもちゃを作って、また外して何回でもやり直せるようなものにすればねじ締結の基礎も理解でき、自分で考えることもできるので教育にも良いのではないかと考えた。最近、子供の教育用おもちゃが人気なのでこういうものがあってもよいのではないだろうか。お菓子であれば、グミや飴などが形も作りやすいしよいのではないだろうかと思った。

次に「ねじの日」について考えてみたい。「ねじの日」も世間に知られていないのが残念

でならない。友人に「六月一日って何の日か知ってる？」と聞いてみるのだが、誰も「ねじの日」とは知らなかった。業界の発展を考えるのであればもっと、一般消費者向けに PR したほうがよいと思う。例えば、ねじの日一日限りの「ねじミュージアム」をオープンする等である。様々なねじの紹介や、ねじを使ったオブジェの展示、こんな場所にまでねじが使われていることの紹介コーナーなどを設けて来場者にねじの魅力、大切さを広く理解して貰えるような場に来たら、業界の発展につながるのではないかと考えた。「LED ねじ」や「シースルーボルト」など商品として面白いねじも沢山開発されているので、見るだけでも楽しいと感じてもらえるのではないだろうか。また、自分たちの暮らしの中のどういった部分にねじが使われているのかを知れば、愛着が湧いてくるのではないかと考えた。なぜ、ミュージアムが良いと考えたかという点、それは実際にディスプレイされているねじをこの目で見ているからである。

西武池袋駅の片隅に、実際に行なった耐震補強の例としてハイテンションボルトが取り付けられているのを見ることができるコーナーがある。実際に間近でみる事が出来るというのは非常に珍しく、写メールを撮る人がいるのをたまに見かけるほどである。耐震補強偽装問題が記憶に新しいためか、やはり世間の関心が高いことが覗えた。

このディスプレイがなかなかお洒落なのである。空色に塗られた特殊なガセットと白い H 鋼のコントラスト、またそれを取り付けているハイテンションボルトやキャップボルトがとても素敵に見える。照明が綺麗に照らすガラスのケースに入っているとそれだけで、オブジェのように見えてしまうほどである。ねじだって、綺麗に展示すればそれなりに見れるようになるものなのだということを理解した瞬間だった。これを見た私の頭に、ねじミュージアムができた、という考えが浮かんだのである。

NHK の「ためしてガッテン」でねじが取り上げられ、その放送後に視聴者からの問合せが多く反響がよかったという話を耳にした。この話を聞いてから、やはりねじはちゃんと知って貰う機会があればその魅力が伝わる商品なのだと感じた。現在のねじに対する認知度の低さは、私たちが知って貰おうという努力を怠っていた結果に他ならないと考えた。知って貰う努力をしなければ知って貰えるはずもない。ましてやとっつきにくいと思われているものなら尚更のことである。故に今後は一般消費者向けにねじを PR していく必要性を感じたのだ。

先に述べたようなことをしようとすると、メーカー、商社が力を合わせるしかない。こんな時代だからこそ一致団結して面白いことをしてみてもよいのではないと思う。展示会で PR しているのだからよいのでは、という意見があるかもしれないが、展示会にはねじのことを多少なりともわかっている人が来場するのが大半で、商談がメインと考えるとやはり PR する場としてはふさわしくないと思う。展示会とは別に行う事で一般消費者も来やすくなるのではないだろうか。

また、某業界紙のねじの日アンケートの項目にもなっている PR 手段についてもっと、業界内で議論していく必要があるのではないかとも思う。アンケートの回答を見ると、「ねじ祭り」・展示会の開催という項目に丸をつけている企業が多くあり、皆考えているのであれば実行に移してもよいのではないかと私は常々思っていた。この 50 周年という節目の機会にこの問題について議論し、是非実行してもらいたいと思った。

自己紹介で自分の職業がねじ商社というと大抵の人は驚くが、興味をもって質問をされることがよくある。先日お邪魔した加工メーカーの専務がこんなことを仰っていた。「自分が飲み屋に行く時は必ず、業界紙を持っていくようにしている。それは自分が読んでいると必ずそれ何？と興味を示して貰えるから。読んだ後の感想は決まって面白いね！である。草の根運動かもしれないがこういうちょっとしたことから始めていけばもっとねじに興味をもってもらえると思う。」

これを聞いたとき、知って貰う努力は必要なのだと改めて感じた。私たちねじを扱っている人たちで PR をしていかなければ、ねじは永遠に「ふーん」で終わってしまう存在のままであろう。「ふーん」から「へー」に変わっていくようにしかけていかなければならない。脇役だけれどもきらりと光る魅力が沢山あるねじを、もっともっと全面に出していきたい。そしてねじに興味を持ってもらって、私のように電車のドアやつり革などに使われているのをさりげなく見つけてくれる人が増えたらよいなと思った。