

# 株式会社コダマ

いろいろ  
技術を学んで  
います

自動機に頼るのではなく  
少量多品種、高品質な受注に対応できるように  
おとてき秘ライオンに  
まかしました

既成概念にとらわれず  
チャレンジしています



うちが今でも事業を続けられるのは、美観や腐食を防ぐ「裝飾メッキ」から、電導性や耐熱性など機能を高める機能メッキへと大きく方向転換をしたからです。企業理念にも「メッキで機能を創造する」と掲げています。ただ、事業を転換する決断、転換してから軌道にのせるまでは、安易な道のりではありませんでした。会社の変革期当時、僕は大学生でしたが、父から「授業料を払えんから、自分で何とかしてくれ」と言われたんです(笑)。ショックとともに父の覚悟を知り、大学卒業後に東京にあるメッキ会社での修行を経てコダマに入社。父や兄弟、従業員とともに、機能メッキ企業としての取り組み、PRに奔走しました。

点オーダーメイド感覚でお客様の問題解決に取り組み、経験を重ねた人の判断で作業。さらに前処理、メッキ液の調合、溶液の追加などもトライ&エラーを繰り返し、技術力と品質の向上は欠かせません。だから、どんな要望にも応えられる機能メッキを提供する自信があります。

機能を付加するメッキで  
お客様の問題を解決します

専務取締役 児玉 義弘さん



機能メッキへの転換はみごとに時代のニーズにマッチしていて、次第に取引先もメッキ需要も拡大。自動機から手動機へ設備転換をしたことで即日納品といった超特急対応、少量多品質といった要望にも対応できることも、うちの強みだと言えます。

メッキのやり方は、正直、どの会社も大差はないんです。ただ、当社は1点1

摩擦係数を  
コントロールするのことも  
重要なポイント

強みは対応力とスピード。手動だからその  
超特急対応、少量生産も可能なんです



## 装飾メッキから機能メッキへ 手動機による少量・特急にも対応

同社は1960年に先代が創業し、ドアノブや水道の蛇口をピカピカにするための装飾メッキを行っていた。主力はニッケルクロムメッキ。1970年に開催された大阪万国博覧会の公式メダルのメッキも当社によるもの。その実績が評価され、大手自転車メーカーが製造するマウンテンバイクのギア部分のメッキも手がけるようになり、順調に売上を拡大した。

しかし、バブル経済の崩壊とともに状況が一変。自転車メーカーが価格の安い海外生産に切り替える検討をされていて、取引続行をするには、海外価格に合わせた大幅な値下げをしなければならない。価格競争に加わってしまえば、いずれ会社が苦しくなる。そこで、それまでの取引を辞め、これからのニーズを見据えて他社が手がけていない機能メッキへと舵をきった。

当社が手がける機能メッキは、たとえば漏電しないとか透明度が高くなるといった機能を付加したもので、メッキによって金属部品の稼働性を大幅に広げる。手動生産による少量多品種への対応力やスピード感も、「機能メッキといえばコダマ」という信頼感につながっている。新規顧客開拓のために、ホームページもフル活用。当社が自信を持っている技術、メッキに関するQ&A集、メッキによる問題解決事例を公開している。

2010年から、専務の姉が社長に就任。専務の弟が技術部の責任者を務めるなど兄弟、そして従業員と気持ちをひとつにして、機能メッキの可能性に挑戦し続ける。

### 株式会社コダマ

http://www.fm-007.com/  
〒544-0012 大阪市生野区巽西1-9-35  
TEL 06-6752-0001 FAX 06-6752-0002  
事業内容 / メッキ加工業 (電気自動車部品、太陽光発電部品、金型などのメッキ加工を行う。メッキの種類は、金・銀・銅・スズ・無電解ニッケルなど)

お客様からいろいろ  
相談されますね

2階はまさに研究室

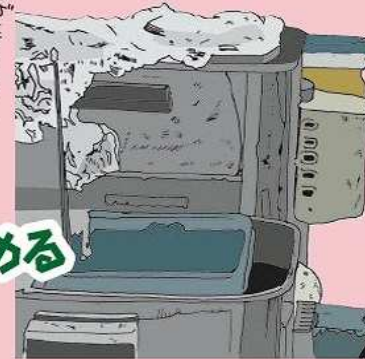
人が責任をもって担当するので  
メッキの技術が向上につながります

人の  
判断  
メッキが  
大切



どんな難問も一つ一つ  
解決の糸口を探ります  
顧客の「困った」内容はさまざま。  
それに応じて、メッキ法の調合を変え、  
機能を實現します

「メッキ」は「化学」の  
「工」です。  
「メッキ」は「化学」の  
「工」です。  
「メッキ」は「化学」の  
「工」です。



我が社の  
自慢

理念の共有、徹底した清掃、  
オシャレな仕事着働く意欲を高める  
工夫がたくさん!

当社には社訓、コダマ宣言、活動理念、ISO 活動と会社の考えを具現化したものが用意されている。毎月1回、「コダマ塾」という社内勉強会も開催。さらに、朝礼で売上確認や経営理念を読み上げるなど、全員が同じ考えで進んでいくための取り組みを強化。さらに工場内は丁寧に清掃され白いや汚れもなく、ポロシャツにベス

トという仕事着もオシャレで、工場というイメージとは大きく違う。歓迎会、社員旅行、社内報発行など従業員の連帯感を強めることにも力を入れる。この前は「メッキ川柳」を募集し、メッキの良さを川柳で言い表すユニークなイベントを企画。従業員の士気をあげる工夫があちこちに見られる。



代表取締役  
平井 益子さん

2009年から  
経営理念を  
もっけ、  
朝礼の挨拶を  
行いました。  
元気の会社は  
トップと社員が  
同じ理念を  
もっている組織。  
なんでも  
言い合える会社が  
目標です。

