100年経営の会

長寿企業に学ぶ

地域フォーラム@三重

「ものづくりマッチングツアーin三重」

伊藤工機の工場を見学

地域・業種越え企業交流

協力　モノづくり日本会議

三重県内のモノづくり企業と、モノづくり日本会議会員企業などが交流し連携を模索する「ものづくりマッチングツアーin三重」が2月12、13の両日開かれた。「リーディング産業展みえ2013」の付帯事業として同展実行委員会が催したもので、モノづくり日本会議が協力した。地域や業種の垣根を越えて、県内企業5社を全国からの参加者28人が訪れて見学したほか、産学官の連携を支援するコーディネーターを中心とするワークショップで議論を深めた。

◇

マッチングツアーは12日に県内企業5社を2班に分かれて訪問し、当日は菰野町に宿泊して広域企業ネットワークについてのディスカッションを行った。翌13日はリーディング産業展が開かれている四日市ドームを会場としてワークショップを催した後、産業展の展示ブースを訪れた。

訪問先はHME江場工場（桑名市、赤外線センサー）、内田鍛工（四日市市、鋼構造物）、伊藤工機桜分室（同、食品製造装置）、ナベル三重工場（伊賀市、ジャバラ）、オオコーチ勢和工場（多気町、製材・住宅資材）の5社。

参加者は三菱電機、積水インテグレーテッドリサーチ、文化シヤッター、スギノマシンなどモノづくり日本会議会員企業のほか日本ルツボ、タニタ、コドモエナジー、大阪科学技術センターなど全国から集まった幅広い業種の28人。

オオコーチの工場を見学

まずバスツアーでは各企業のモノづくりの現場を見学。HMEでは服部一彌社長の熱のこもった説明や表面処理技術についての展望などに感銘を受ける参加者も。内田鍛工では社員自らが考えたスローガン掲示についても注目が集まった。

伊藤工機では同社をはじめとする四日市のモノづくり企業16社の連携ネットワークについても関心が寄せられた。ナベルでは用途開発や特許戦略などについても議論がおよび共感を得た参加者も多数みられた。オオコーチでは特に異業種の参加者から製材工程への質問が寄せられ、三重県産材の活用についても質問がおよんだ。

こうした見学会を踏まえて宿泊地では訪問企業や参加者による交流会が開催された。ツアーには岡田基幸上田繊維科学振興会理事・事務局長と奥田耕二大田区産業振興協会事業グループディレクターがコーディネーターとして同行。交流会でも広域企業ネットワークのあり方から、各地のモノづくり産業の実態にまで幅広い情報・意見が交わされた。

翌日のワークショップはリーディング産業展出展企業も加わり、「地域ものづくり企業の戦略的マッチングのあり方」と題して開かれた。まずコーディネーターが長野県上田地区と東京都大田区それぞれを核とする企業連携について発表した。

岡田氏は「世界と戦う一騎当千の企業づくり」と題して、「産学官連携はブームではなく、いまや当たり前のことに」と紹介。地方・地域の中小企業が東京を介さずに世界と直接つながるネットワークづくりについて説いた。

奥田氏は「大田ブランド」として知られる地元中小企業の「下町ボブスレー」の開発状況について紹介した。そりのシャシーからブレーキなど部品に至るまで下町の製造業の技術を結集し、海外の大手メーカーに負けない性能を目指していることを説明した。試作品を完成したうえで日本人選手にあった仕様に修正し冬季オリンピックへの「出場」を狙うという。

今回のツアーは連携の端緒となる成果をあげそうで、商談につながるケースも出てくるという。三重県は今後もマッチング機会の提供に力を入れる。

世界とつながる連携網づくり紹介

顧客・従業員・地域社会 大切に

◇主催者あいさつ◇

100年経営の会　会長
（元経済産業事務次官）
北畑　隆生 氏

2011年3月の東日本大震災で日本国中が打ちひしがれ、とりわけ経済界の方々は自信を失った。しかし、日本には優れた企業がたくさんあり、長寿企業に繁栄の秘訣、危機克服の秘訣を聞こうと考えたのが当会の始まりだ。企業が100年も持続して今なお存続しているということは、その間、昭和の恐慌、金融危機、終戦、石油ショック、プラザ合意、バブル崩壊と、東日本大震災を超えるような危機をすべて乗り越えているはずだからだ。

11年夏に東京で開いたシンポジウムでは天坊昭彦出光興産会長(当時)から「会社の資本は従業員、人である」と、茂木友三郎キッコーマン名誉会長には「会社にとって重要なのは顧客である」とうかがい、佐藤廣士神戸製鋼所社長は阪神大震災から地元の支援を受けて復活した話をしていただいた。思うに顧客、従業員、地域社会を大切にするのが、100年続く会社の一つの特色だ。また、同じビジネスモデルだけでは続かないのではないか。30年に1回、1世代に1回は大きな革新を行い新たなチャレンジをしないといけない。

鈴木知事からは「不易流行」という言葉をいただいた。知事は通産省入省時から構想力、行動力、人間的魅力を持っておられると私は感じていた。三重県でも実力を発揮している。この三重県で開くシンポジウムを出発点に、日本でどんどん長寿企業が増えていくことを期待する。

パネルディスカッション

◆モデレーター
法政大学大学院イノベーション・マネジメント研究科
教授　久保田 章市氏

◆パネリスト
セラリカNODA社長　野田　泰三氏
シンフォニアテクノロジー社長　武藤　昌三氏
スエヒロEPM会長　佐久間　裕之氏

久保田　まず「なぜ今100年経営なのか」と問いかけたい。日本はご存じのように世界一の長寿企業大国だ。世界最古の企業とされるのは578年創業の金剛組。1300年以上続く温泉旅館もある。わが国には創業100年以上の企業が約5万社ある。これは日本の企業数420万社の1%強だ。この100年を振り返ると、さまざま経済環境の変化、試練があった。今後さらに各企業が発展していくヒントとなる話をうかがおうと思っている。

野田　私どもは創業181年。木から取る「木ろう」は江戸時代には鬢づけ油に使っていた。私が大学を卒業して他の会社に勤めず当社に入ったのは学生時代に父が亡くなり、母が苦しんでいるのを見たから。小さい時から老舗を守るよう育てられた方とは心構えから違うかもしれない。かつて「木ろう」のポマードは男性用化粧品に使われ、売れに売れていた。しかし私が入ったころはもう液体整髪料などに代わっていて、「昔は良かった」と会社全体が後ろ向きになっていた。

野田氏

久保田氏

そこから情報産業参入への転換があった。今や世界企業になっているキヤノンなど情報産業各社が米国などの強大な企業に負けてたまるかと頑張っていた。当社が持ち込んだ「ろう」に興味を持ってもらい、新しいトナー用の原料として使われるようになった。

考えるに長寿企業は酒や味噌、しょうゆといった生物系のものを扱った企業が多い。当社のろうもそうだが、天然物は変動が激しく、不作で原料が集まらないといった事態が毎年のように起きる。しかし何十億回も生まれ変わるような天然物の強さと、人間の思いとが重なったときに、長寿の製品や会社というものが生まれるのではと感じている。

今の時代こそ真心を原動力に

武藤　会社がつぶれそうな危機は空襲であったり伊勢湾台風であったり何度もあった。たたかれてもはい上がってきたのは、NOと言わずにやる姿勢が基本にあったから。また「自分はこれを作りたい」「この社長が嫌だ」と自由に言える会社でもある。冷蔵庫やかつては電気自動車などいろいろなことに挑戦してきたが、正直に言って大ヒットというより、次に何をしようか常に考え続けている。

佐久間　いかに需要があるかということが肝心だ。品物であれサービスであれ需要があってお客さまが喜んでいただければこそ続いていく。それにはイノベーションをどこかで必ずやらなければならない。そこで当社は試作を常に繰り返し、ノウハウも蓄積している。

久保田　中小企業の経営革新を研究しているが、社長自らが先頭に立って発案、課題解決、販路開拓までやるリーダーシップが重要と考える。

佐久間　いろいろな厳しい局面を迎えた時にどういう力が発揮できるかだが、人とのご縁によってすべてのピンチを乗り越えることができた。良い意味で助けを得られるというのは、お客さまに信頼を得られる会社であったためと信じて疑わない。

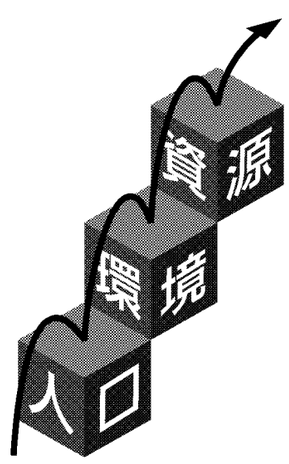
武藤　いろいろな製品を作っており、大きくみて業種が16、DNAも16あると考えている。それぞれの分野で技術のトップ、経営のトップといった人材を育てることが一番大きな問題だ。

野田　今の時代は大きな転換期に来ている。真心であるとか目に見えない部分が自分たちを動かす原動力になってきているということを、今日の話を通じて改めて感じた。若い人たちの心も動かして日本の中でモノづくりをやっていく。そうした目に見えないものを大切にして企業を継続していくのには勇気も必要だと思う。社員にも「勇気を持とう」と話している。

（敬称略）

顧客に信頼得られる会社
人の縁を力に試練乗り越え

MONODZUKURI



“超”モノづくり

モノづくり企業の英知を結集し、
将来にわたり発展できる盤石な産業基盤を築き上げる。
広域企業ネットワークが触媒となり、
人口・環境・資源の制約を乗り越え、
「“超”モノづくり」を推進する。

モノづくり日本会議
―モノづくり推進会議NextStage―
事務局　〒103-8548 東京都中央区日本橋小網町14-1（日刊工業新聞社内）　TEL 03-5644-7608　FAX 03-5644-7209　www.cho-monodzukuri.jp