

今こそ、モノづくりの底力を

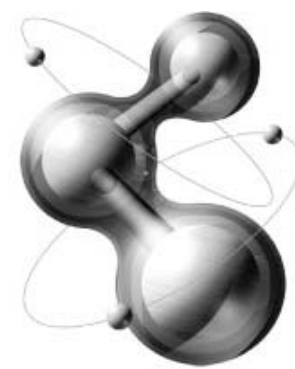
～九州から発信

モノづくり力徹底強化検討会 in 福岡

モノづくり日本会議は11月12日、13日の両日、福岡市博多区のマリンメッセ福岡で特別講演会を開いた。日刊工業新聞社主催で12—14日に催した「モノづくりフェア2013」と同時開催。12日は「モノづくり力徹底強化検討会」の一環として、蛭田史郎旭化成常任相談役が「モノづくりの移り変わり」、藤原博昭安川電機生産・業務本部先端生産技術センタ長が「安川電機の次世代のものづくりへの取り組み」をそれぞれテーマに講演した。

旭化成
常任相談役

蛭田 史郎氏



モノづくり日本会議
—モノづくり推進会議 NextStage—



日本はモノづくりに強いといわれてきた。だが、近年その強さにほころびが出てきているようだ。モノづくり環境の変化に対して、どう向き合っていくかを旭化成の事例を交えて紹介したい。

日本のモノづくりに強みがある。一つ目は自動車メーカーを頂点にその野産を形成したモノづくり集団だ。二つ目は相互協力によるすり合わせだ。完成品までの部品点数が多い

モノづくりの移り変わり

部品の性能とコストを最適化することで、最終製品の性能や効率化を達成。その野産間の信頼関係や情報共有を重視する国民性が強みを発揮してきたと思

「変化」に対応 四つの方向性重要

旭化成を例に具体的に紹介すると、アクリル繊維原料のアクリロニトリルで世界一を目指した。国内に縛られては世界展開できない。韓国企業を買収し、タ

コンパス事業では既存技術をすり合わせてモジュール化し、世界中のほとんどのスマートフォンに採用される強い部品事業を確立した。

安川電機
生産・業務本部
先端生産技術センタ長
藤原 博昭氏

安川電機は2015年に創立100周年を迎える。石炭搬送用の電動機で発足した当社は、その後、電機システムやメカトロニクスへと技術をシフトしていく中で、サーボモーターやインバータ、環境・エネルギー、ロボットと事業を広げてきた。2012年度連結売上高は3103億円、うちモノ・シヨントロールが47%、ロボットが36%、システムエンジニアリングが12%で3本柱となっ



次世代のものづくりへの取り組み

ている生産は日本、米、欧州アジアの4極体制を敷いている。海外は需要地生産、現地調達が原則だ。海外は約20年前に生産拠点を設置した。マザー工場を中心とした「世界同一ものづくり」をコンセプト

生産の最適化を図る。次世代のものづくりで目指す姿は徹底的な効率化、世界唯一の「もの」と「つくり」。生産技術者の増員と育成の3点だ。これを実現できれば顧客へ特別な価値とスピードを提供でき

を始める。5年10年先を見据えた社内事業へ適用可能な技術の発掘と検証を進める。設備開発は新工法や独自の生産設備で量産化技術

を始める。5年10年先を見据えた社内事業へ適用可能な技術の発掘と検証を進める。設備開発は新工法や独自の生産設備で量産化技術

オラクルひとしくみ研究所
代表
小阪 裕司氏



11月13日に開いたモノづくり日本会議特別講演会では、小阪裕司オラクルひとしくみ研究所代表が「感性価値から広がる新しいモノづくり」と題して講演した。また引き続きのワークショップでは参加者が「感性価値創造」へのアプローチを体験する機会も設けた。

感性価値から広がる新しいモノづくり

感性工学の領域に突入している。消費者相手でも企業相手でも違いはない。売り上げ競争は激しいが、価格だけを比較しても売り上げにはつながらない。客の行動が売り上げ

感性工学の領域に突入している。消費者相手でも企業相手でも違いはない。売り上げ競争は激しいが、価格だけを比較しても売り上げにはつながらない。客の行動が売り上げ

感性工学の領域に突入している。消費者相手でも企業相手でも違いはない。売り上げ競争は激しいが、価格だけを比較しても売り上げにはつながらない。客の行動が売り上げ

感性工学の領域に突入している。消費者相手でも企業相手でも違いはない。売り上げ競争は激しいが、価格だけを比較しても売り上げにはつながらない。客の行動が売り上げ

商品価値・買う理由の説明必要

感性工学の領域に突入している。消費者相手でも企業相手でも違いはない。売り上げ競争は激しいが、価格だけを比較しても売り上げにはつながらない。客の行動が売り上げ

モノづくり日本会議
—モノづくり推進会議 NextStage—

「モノづくり日本会議」は、2007年9月に設立した「モノづくり推進会議」での活動を土台に、広域企業ネットワークや他機関との連携を活用し、日本のモノづくり産業の強化に役立つ実践的な勉強会・シンポジウムなどのイベントや交流会などの活動を展開しており、日刊工業新聞社が事務局を務めさせていただいている団体です。

少子高齢化、環境対応、資源・エネルギー問題など様々な課題を乗り越え、「超」モノづくりの推進をテーマに、事業を進めております。

先進的な技術やノウハウを有する会員企業をはじめ、多彩な連携機関のご協力をいただき、モノづくり産業のさらなる発展を目指して事業を展開し、モノづくり産業の競争力強化につながるよう、地域間、企業間連携をおこない、ビジネスマッチングなども図っていきます。

モノづくり日本会議の事業

「グローバル競争力強化関連事業」

- モノづくり力徹底強化検討会
- サプライチェーン強化検討会
- 人材育成関連事業
- 長寿企業イノベーション勉強会

「新産業・ビジネス創出／ビジネスモデル構想力向上検討事業」

- ネイチャー・テクノロジー研究会
- 新産業創出検討会
 - ◇新エネルギー促進検討会
 - ◇農工商連携勉強会
- ロボット研究会

その他の事業コンテンツ

- 交流会・マッチング事業
- 顕彰事業 〇モノづくり部品大賞
- モノづくり推進シンポジウム、特別講演会
- 地区別研究会
 - ◇中部地区研究会
 - ◇多摩ソーシャルロボットテクノロジー研究会

各事業の詳細は、モノづくり日本会議ホームページ（www.cho-monodzukuri.jp）をご覧ください。