

# 新たな日の出

# モノづくりの進むべき道



汐見 千佳氏

富士フィルター工業社長

## 顧客に迅速対応 商機獲得

「いろいろと困難な状況にあるものの、日本のモノづくりを見つめ直す」と、日本人は器用で粘り強く、探求心が旺盛なもので、まだまだ飛躍するチャンスはあると思う。加えてバランス感覚がある。とりわけ工夫や細やかな心配りが求められる会社が多いので、取引先が変っても順応できる

最大限發揮できる国民だと思ふ。新興国企業が台頭してきても、モノづくりの優位性は変わらないだろう。企業規模にかかわらず、自分たちの技術をフレキシブルに外部環境に合わせ対応できる会社が多いので、取引先が変っても順応できる

## 好奇心と創造性大事に

グローバルな経済環境の変化や、資源・エネルギー問題、環境問題、人口問題、新興国の台頭など、わが国のモノづくり産業が直面する問題は厳しさを増している。さまざまな制約を乗り越えるために、産業界もそれぞれの企業にもイノベーションが求められる。大きな変革の先には「新たな日の出」が待っているはずだ。モノづくり日本会議の会員企業のトップに「モノづくりのこれから」を聞く。



準備計画があると思う。その中で使われるだろうさまざまな日本の最先端技術は、世界の企業に驚かせるような技術でなくてはならない。そこに当社がいかにかわれるかを探求していきたくて、手掛ける高精度フィルターは、どこまでクリエイト・ファイバーに必要だろうか。例えば「吸う空気と飲む水向きのフィルターは手がない」と言っていた当社が出した新製品の「フー」はまさに社員の高い

「世界で一番」今年創業47周年を迎えようとする。主眼を徹底し、来るべき半世紀に向けた足元固めをしたい。当社は機能部品や医療用、フィルターの材質としては、金、技術力や設計力などは人のスキルが重要だが、営

## 現場第一主義を徹底、人材教育 強化

業に必要とするスキルが、要であり、人材教育には特に力を入れている。自分で見ている経験に判断できる社員を育てるべく、8年前から「フー・ザ・富士フィルター」という研修制度を展開している。毎年社員の中から希望者を募集し、製品が実際に使われている現場を見学している。世界をワクワクさせる製品を発売し続けるには、当社の社員が世界で一番ハッピーであれば、経営理念として、『世界で一番進んだ技術の、世界で一番性能の良い、世

「世界で一番」今年創業47周年を迎えようとする。主眼を徹底し、来るべき半世紀に向けた足元固めをしたい。当社は機能部品や医療用、フィルターの材質としては、金、技術力や設計力などは人のスキルが重要だが、営



「世界で一番」今年創業47周年を迎えようとする。主眼を徹底し、来るべき半世紀に向けた足元固めをしたい。当社は機能部品や医療用、フィルターの材質としては、金、技術力や設計力などは人のスキルが重要だが、営

「日本の家電メーカーが高い技術力があるにもかかわらず、キャッチアップできていないのは、ガラパゴス化が理由のひとつだろう。そもそもデジタル技術の家電はコピーされやすいのかも知れない。一方、当社が主要顧客とする自動車産業は、完全にキャッチアップされるとは考えにくい。車は軽量化、省資源化、安全性という相反する三つをいかに同時に成し遂げるかが求められる。つまり車産業は矛盾との戦いだ。これを克服する開発力は新興メーカーには難しいだろう」

## 顧客ニーズに柔軟対応

会田 仁一氏

アイダエンジニアリング(幹事会員)社長

新国は先進国の生活水準を望んでいる。よし、人口も多い。日本、米国、イタリア、中国、マレーシアの本は大量生産を安く供給する競争に負けた側面がある。新国での製品供給に際しては、先進国と新興国の二つを異なる。その市場に適合した製品を作るのがないだろう。時には新興国メーカーと協力することも含め、柔軟に考えるべきだと思ふ。日本車メーカーとドイツ車メーカー、中国車メーカーでは、やはりそれぞれ求めていることが違ふ。市場や顧客のニーズを把握

## 新技術開発・イノベーションに挑戦



顧客のニーズは実にさまざま。矛盾するような件であってもチャレンジが大切だと思う...と会田さん

「日本企業は海外だけでなく、国内にも投資していくだろう。開発も日本でするだろう。さらに日本は今の基幹産業以外の産業育成も必要とする。航空産業や防衛産業。日本はまだまだ続いて行ける。日本はまだまだ大丈夫だ」

「環境とさらに安全を両立させたモノづくりが欠かせない。日本、米国、イタリア、中国、マレーシアの本は大量生産を安く供給する競争に負けた側面がある。新国での製品供給に際しては、先進国と新興国の二つを異なる。その市場に適合した製品を作るのがないだろう。時には新興国メーカーと協力することも含め、柔軟に考えるべきだと思ふ。日本車メーカーとドイツ車メーカー、中国車メーカーでは、やはりそれぞれ求めていることが違ふ。市場や顧客のニーズを把握

## 世界5極 人材育成も現地化

「環境とさらに安全を両立させたモノづくりが欠かせない。日本、米国、イタリア、中国、マレーシアの本は大量生産を安く供給する競争に負けた側面がある。新国での製品供給に際しては、先進国と新興国の二つを異なる。その市場に適合した製品を作るのがないだろう。時には新興国メーカーと協力することも含め、柔軟に考えるべきだと思ふ。日本車メーカーとドイツ車メーカー、中国車メーカーでは、やはりそれぞれ求めていることが違ふ。市場や顧客のニーズを把握

モノづくり日本会議

<b>会員企業各社 (五十音順)</b>	<b>株式会社スリーボンド</b> ThreeBond	<b>TDK株式会社</b> TDK	<b>トルンプ株式会社</b> TRUMPF	<b>日立ツール株式会社</b> 日立ツール	<b>本田技研工業株式会社</b> HONDA
<b>アイシン精機株式会社</b> AISIN	<b>岩谷産業株式会社</b> Iwatani	<b>サンヨーホールディングス株式会社</b> SUNTORY	<b>積水ハウス株式会社</b> SEKISUI HOUSE	<b>日本電産株式会社</b> NEC	<b>三井化学株式会社</b> 三井化学
<b>アイダエンジニアリング株式会社</b> AIDA	<b>株式会社エイチアンドエフ</b> H&F	<b>JX日鉱日石エネルギー株式会社</b> ENEOS	<b>株式会社ソディック</b> ソディック	<b>日本トムソン株式会社</b> IKO 日本トムソン	<b>三菱化学株式会社</b> 三菱化学株式会社
<b>愛知製鋼株式会社</b> 愛知製鋼	<b>NTN株式会社</b> NTN	<b>株式会社ジェイテクト</b> JTEKT	<b>大同特殊鋼株式会社</b> 大同特殊鋼	<b>株式会社東芝</b> TOSHIBA	<b>三菱電機株式会社</b> 三菱電機
<b>旭化成株式会社</b> Asahi KASEI	<b>オーエスジー株式会社</b> オーエスジー	<b>シャープ株式会社</b> SHARP	<b>大日本印刷株式会社</b> DNP 大日本印刷	<b>東海理化株式会社</b> 東海理化	<b>富士通株式会社</b> FANUC
<b>アサヒグループホールディングス株式会社</b> Asahi	<b>オークマ株式会社</b> OKUMA	<b>昭和リース株式会社</b> 昭和リース	<b>株式会社ダイヘン</b> DAIHEN	<b>日本航空電子工業株式会社</b> 航空電子	<b>三井物産株式会社</b> 三井物産株式会社
<b>株式会社アマダ</b> AMADA	<b>高岡株式会社</b> KANEFUJI	<b>独立行政法人新エネルギー・産業技術総合開発機構</b> NEDO	<b>大洋精工株式会社</b> Do Wonders TAIYO GIKEN	<b>日立建機株式会社</b> 日立建機	<b>ヤマザキマザック株式会社</b> Mazak
<b>株式会社アルゴグラフィックス</b> ARGO GRAPHICS	<b>キヤノン株式会社</b> Canon	<b>新東工業株式会社</b> sinto	<b>株式会社本田デザイン</b> Innovation in Motion TSUBAKI	<b>日立金属株式会社</b> Materials Mag'ic	<b>りそな銀行株式会社</b> りそな銀行
<b>アンリツ株式会社</b> Anritsu	<b>キリン株式会社</b> KIRIN	<b>株式会社スギノマシン</b> SUGINO	<b>THK株式会社</b> THK	<b>日立製作所株式会社</b> 日立製作所	<b>リンナイ株式会社</b> Rinnai
<b>伊藤忠商事株式会社</b> ITOCHU	<b>コマツ株式会社</b> KOMATSU	<b>住友化学株式会社</b> 住友化学	<b>DMG森精機株式会社</b> DMG MORI	<b>豊田自動織機株式会社</b> 豊田自動織機	<b>トヨタ紡織株式会社</b> トヨタ紡織