

モノづくり日本会議
超モノづくりへの挑戦

岸田 貢司氏

さい。工作機械で言えば、かつてはドイツやスイス、韓国などが競合だったが、昨今の国際展示会を見て、中国は質の高い機械を作っている。日本の製造業がグローバル競争の中で、どう生き残っていくのかを、真剣に考えなければならぬ」と。

一 激動の環境下でどう行動すべきですか。

対面、リアル営業の重要性増す



日本の製造業をしっかりと応援していきたい。グローバルネットワークを使い、製造業の顧客に対し、世界の生産現場で流通している製品・部品や加工方法など、現場で得た知見を交えながら、しっかりと提案していきたい」

顧客の課題解決

「対面によるリアル営業を重視しています。」

「電子商取引（EC）が活発化する今だからこそ、対面営業の重要性は増している。その中で質の高い提案営業ができない商社には、モノづくり市場から見てもうななくなる。そんな緊張感がある中で『心と技のある専門商社』を目指そう」と話す岸田さん

「心と技のある営業人を育てる。人財・投資も、より積極的に行っていく……と話す岸田さん

顧客に寄り添い技術提案／人財投資を積極化

善・治具選定などを提案している。この「心」と「技」を融合させることで、初めて本当の意味で顧客の課題解決に貢献できる」と考えている。

「山善が事務局を務め、力を入れている展示即売会『ごてらい市』が誕生50年を迎えました。」

「『ごてらい市』は1975年、石油危機の影響などで日本経済が停滞していた時代、地方のモノづくりが元気になる機会を創ろうという思いから始まった。今も北海道から九州まで、年間全国20カ所以上で開催している。顧客に来て、見て触って買ってもらう。主催は各地域の販売店で、当社はあくまで愚弄的に事務局を務める。地方の販売店に商売の機会を提供する」という意味においても、ごてらい市が日本のモノづくりを元気づけてきた役割は小さくなかったと思う」

M&Aも視野

「4月から3カ年の中期経営計画がスタートしました。」

「連結ベースで28年3月期に売上高6000億円、営業利益1600億円を掲げていて、その達成はマストだ。株主資本利益率（ROE）8%は必ず達成したい。30年にはROE10%以上を目指す。海外市場の開拓にも注力し、事業投資についても積極化する。国内外でM&A（合併・買収）投資も視野に入れる。また『心と技のある』営業人員を育てる。人材投資も、より積極的に行っていく」

「若い世代へのメッセージは、

「自分自身、若い頃に現場で学び、販売店に提案営業をすることは大変だった。が、本当に面白い経験だった。だからこそ、若い世代にもモノづくりの魅力を素

山善 社長

構造変革期

—日本の製造業の環境をどうとらえていますか。

「ガソリン車から電気自動車(EV)への移行にも象徴されるように、日本の製造業は100年に一度の構造変革期にあると感じる。製造業に携わる人口は減っており、日本の製造業は厳しい環境に置かれている」

「世界を見ると、工業化に成功した中国の存在は大

「心と技のある専門商社」を目指す

を支え、社会を重くする語がある。当社は仕入先・販売店とともに、その誇りを次の世代につなげていきたいと考えている」



モノづくり現場の新たなニーズにマッチする製品を生み出すことが必要で、それを当社の強みとしたい…と話す磯谷さん

兼房 社長 磯谷 岳摩 氏

工業用建築物メーカーである兼房は、次の成長に向けて準備を進めている。2027年3月期から始まる次期中期経営計画を練っており、そこではデジタル変革（DX）、AI（人工知能）の本格導入を計画する。国内外での拡張、技術開発の強化にも力を入れる。磯合岳摩社長に次期中計の重点テーマなどについて聞いた。

◇ ◇

新市場対応が貢献

―26年3月期を最終とす

る34年の中期経営計画に
ついて売上高などの数値目
標を下方修正しましたが、
足元の状況は

「修正の要因としては中
国の景気後退と欧州の冷え
込みの二つが大きい。ロシ
アのウクライナ侵攻による
影響も大きく、現中計では
ロシアの売り上げを伸ばし
たいと思っていたが、それ
がゼロになり駐在事務所
も閉鎖した。一方、日本市
場も住宅着工数の減少など
で決して良くはない。ただ
以前の兼房は、木、鉄、紙
に向けて食べさせてもらっ

「協調」テーマに次期中計策定

工業用刃物、国内外拡販へ成長戦略

「モノづくりにおけるDXや生産自動化の取り組みは、従来の人による生産ラインの準備もしている。ベトナム工場で延期した増産の実施タイミングがくれば、そのラインを導入することになる」

技術底上げ

技術開発の課題は、「『技術の兼用』を強め、としてきたが、さらに底上げが必要だ。一つはコアとなる要素技術。特に大学との連携に力を入れ育成する。もう一つは、そのコア技術をいかに製品に展開するか。昔に比べ技術者と顧客の接点が減ったように感じる。研究開発の技術者が営業と同行する機会を増やそう指示している。我々が若い頃と比べると日本のモノづくりの現場は大きく様変わりしている。例えば、職人が減ったり、外国人材

技術底上げ

—技術開発の調

超モノづくりへの挑戦

「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、「**④モノづくりの推進**」をテーマに、事業を進めております。これまでの取り組みを発展・拡充させるとともに、IoTやAIを含めたロボット産業や「防災イノベーション」など、横断的テーマについては、より実践的な成果を目指します。

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 ・人材育成関連事業 ・長寿企業イノベーション勉強会
・ビジネスモデル価値創造研究会 ・新モビリティ研究会 ・企業価値革新検討会

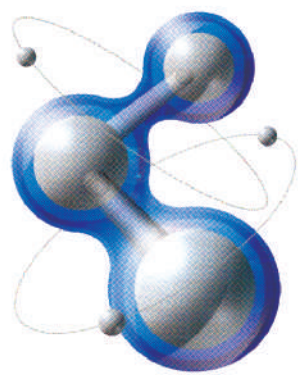
新産業・ビジネス創出／ビジネスモデル構想力向上検討事業

- ・新産業技術促進検討会 ・ロボット研究会 ・AI研究会

その他の事業コンテンツ

- ・顕彰事業 **超**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 ・交流・マッチング事業 ・会員向け調査レポート

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。



お問い合わせ先

モノづくり日本会議

モノづくり日本会議事務局
〒103-8548 東京都中央区日本橋小網町14番1号(日刊工業新聞社内)
Tel.03-5644-7608 Fax.03-5644-7209

