新たな日の出

モノづくりの進むべき道

機械・機械システムの技術進歩や研究交流の推進などを通じ、より良い社会づくりへの貢献を目指す日本機械学会は、1897年の創立以来120年を超える歴史と、3万人を超える会員（2025年2月末時点）を有する日本屈指の「研究者・技術者集団」だ。25年春、同学会歴代2人目の女性トップに就任した岩城智香子会長（東芝総合研究所主席技監）は、情報発信力を強化し、より魅力ある組織への進化にまい進している。

日本機械学会会長　岩城 智香子 氏

魅力高め情報発信力を強化

次世代担う若手人材に伝えたい

自分らしさ発揮

―歴代2人目の女性会長ということで常に注目を浴びる中、精力的に活動をこなしています。

「就任当初、27年に創立130年を迎える日本機械学会の伝統が重く感じられることもあった。会長に名を連ねるそうそうたる顔ぶれがプレッシャーになった時期もある。ただそんな中で、自分らしさを発揮することが大切だと重圧を乗り越え、ここまで務めてきている。中でも情報発信力の強化には、ことのほか、力を注いできたテーマの一つだ」

―スローガンに掲げた「魅力を高め、発信する学会へ」からも、その強い意欲が感じられます。

「日本機械学会は〝総合力〟がある団体だとあらためて感じている。設置している22部門は、機械に関するさまざまな学術分野を広くカバーし、支部は全国に8カ所ある。いずれも、この先の社会課題解決に向けてどう貢献すべきかなど、素晴らしい議論ができている。ただ、それをしっかりと社会に発信するところが十分ではない印象だ」

「例えばホームページ（HP）がその一つ。まずは議論の成果を提言や見解、報告として取りまとめ、HPで公開する取り組みを進めている。HPは会員間の情報共有に加え、広く社会に向けて日本機械学会の魅力を発信する場として、内容をさらに充実させていきたい。特に意識しているのは時世を担う若手人材への発信。社会に貢献する機械工学の魅力を伝えていきたい」

―情報発信の強化に向けて具体的なアクションが求められます。

「発信したい対象（世代層）によって、どんな手段が適切かとか、そのコンテンツが適切かとかを分析しつつ、取り組みを進めていくことが大切だ。25年度内にふさわしい情報発信のあり方を協議する『情報発信戦略委員会』を設置し、効率よく情報発信できる体制を構築する。目下、具体像について検討を進めているところだ。戦略を固め、実効ある発信体制を整え、存在感を一層発揮したい」

情報発信の強化により、日本機械学会の存在感を一層発揮したい…と話す岩城さん

戦略委員会設置、実効ある発信体制へ

DEI宣言

―発信したコンテンツが多くの人の目に触れ、モノづくりの魅力や意欲を引き出す効果に期待したいですね。

「若手だけなく女性をはじめ、幅広い層に伝え、多様な人材の機械工学への参画を促したい。日本機械学会は、25年11月に多様性の推進、公平性の確保、包摂性の実現を3本柱とする『DEI宣言』を、HP上に掲載した。組織内で具体的な戦略をまとめるDEI推進委員会などが中心となって、この宣言を具現化する取り組みを進めている」

「女性について言えば、機械分野では女性がなかなか活躍しにくいというイメージが払拭できていない感じがある。学生のみならず、保護者や先生、周囲の人たちにも一部、こうした観念が根付いたままではないだろうか。地道な取り組みが求められそうだが、日本機械学会がそこに風穴を開ける手助けができうるよう努めたい」

業界一体で推進

―女性活躍の場が広がれば、モノづくり業界を覆う人材不足という暗い影に光が差しそうです。

「だからこそ情報発信を強化しなければならない。日本機械学会は、子どもたちが機械工学の楽しさや奥深さを体験し、未来のエンジニアへの第一歩を踏み出すための『ジュニア会友制度』があり、こうした制度なども広く知ってもらいたい。幼いうちから機械に触れる機会が多ければ、モノづくりへの興味・関心が膨らむはずだ。業界一体となって機運を高め、活動への参画・協力をモノづくり企業に呼びかけたい」

モノづくり日本会議

名南M&A社長　篠田 康人 氏

地域企業の存続と発展に貢献

高度M&Aコンサルへ事業領域拡大

MBO案件のアドバイザリー業務も強化

名南M&Aは、名古屋を拠点に中堅・中小企業の事業承継や成長戦略を支えている。税理士や弁護士など専門家ネットワークを強みにM&A（合併・買収）を支援し、後継者不足が深刻化する中で「地域企業の存続と発展」に貢献している。篠田康人社長は、中小企業の事業承継型M&A支援で豊富な実績を持つ、東海地域屈指のM&Aプレーヤー。会社設立から10年が経過し、M&A仲介を軸にスタートアップ投資、東京プロマーケット（TPM）上場支援など事業領域を拡大。社会と企業の変革を後押ししている。

◇　◇

事業承継問題

―事業継続という視点から見たモノづくり企業の現状は。

「東海地方のモノづくり企業では、事業承継問題が一番の課題だ。業歴の長い中小製造業が多く、2代目として会社を引き継いだ経営者が引退する時期に差し掛かっている。とはいえ、親族など後継者候補は家業を継がず、別の仕事に就いてしまうケースが増えているのが実際だ。雇用など地域経済を支えてきた中小製造業が事業を継続していく状況としては、大変厳しいと言わざるを得ない」

―M&A活用の現状は。

「後継者問題を機に、東海地方では自動車部品メーカーの再編が進むだろう。1＋1が2になることで生産性向上や効率化につながり利益も出てくる。例えば、グループ全体を統括するホールディングスの傘下に試作、プレス加工、プラスチック製造などの事業会社を束ね、新しいモノづくりに取り組む形態や、同業種同士が一緒になって工場を統合し生産性を高める方法などがある。電気自動車（EV）の普及など環境変化の中で、業務効率化と新分野開拓のためにM&Aを活用する意義が強まっている」

業務効率化と新分野開拓のためにM&Aを活用する意義が強まっている…と話す篠田さん

国の補助拡充

―最近のM&A業界のトレンド変化をどう見ていますか。

「最も顕著な変化として、買い手に対する国のM&A施策が増えてきたことがある。従来の売り手支援と同様に、買い手支援がより充実してきた。例えば、中堅・中小グループ化税制や、M&A成立後に行われる経営統合プロセス（PMI）に係る費用コンサルティング費用を補助する制度などが導入されている。中小企業白書でも企業のスケールアップが強調されており、M&Aはその手段として位置づけられている。一方、M&A業界の認知度はまだ十分ではなく、企業規模が小さいほどM&Aを成長手段と考える割合は低い。M&Aの増加に伴い、悪質買い手問題やしつこい営業問題など業界の課題も増えており、M&Aに対する警戒感は依然残っている」

―スタートアップ投資など事業領域を広げています。

「当社はすべての企業にM&Aの良さを知ってもらい、必要に応じて活用してもらうことを目指している。現在はスタートアップ投資、TPM上場支援、M&Aマッチングプラットフォーム運営などを展開しているが、すべてM&Aを増やすための事業だ。今後は経営者による企業買収（MBO）案件のアドバイザリー業務にも力を入れたい。特に上場企業の非公開化など、より高度なM&Aコンサルティング業務に挑戦したい」

―ベンチャーファンド運営の目的は。

「スタートアップ投資は、通常のM&Aとは見方が異なる。貸借対照表より、会社の成長性や経営者の能力を重視している。現在、当社が関与するファンドでは合計約30社に投資を実行している。スタートアップ業界に向けて、新規株式公開（IPO）以外のエグジット方法としてM&Aの認知度を高める活動の一環でもある。ただ、現在はスタートアップのエグジットはIPO中心の傾向が強く、M&A活用への転換にはまだ時間がかかると感じている」

地域拠点を開設

―東京オフィスの開設など拠点拡大の狙いは。

「拠点設置の基準は、その地区で必要とされているかどうかだ。大阪、静岡、香川、東京などの拠点は、地元の金融機関との関係強化や案件増加に応じて開設した。今後も求められる地域には拠点を開設していく方針だ」

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、「超モノづくりの推進」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　・新モビリティー研究会　・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