新たな日の出

モノづくりの進むべき道

モノづくり日本会議
超モノづくりへの挑戦

ユアサ商事は4月1日付で社名を「YUASA」に変更する。創業以来360年を迎え、ユーザー目線で社会課題を解決するため、トレーディングにとどまらない価値を創造するグローバル複合専門商社に脱皮する。強みは取引先約2万6000社とのネットワークだ。田村博之社長は「ビジネスフィールドの拡大に向け、新中期経営計画のスタートを切りたい」と意欲を見せる。

ユアサ商事社長　田村 博之 氏

ユーザー目線で社会課題解決

社名を「YUASA」に変更

新たな価値追求

―海外戦略の加速にふさわしい社名変更です。英文社名「YUASA TRADING」からTRADINGを外します。

「次の100年を見据え、自己変革と付加価値創造への決意を込めた。従来の商社は『人・モノ・カネ』をつなぐ機能だったが、今後はそれらに『技術・情報・データ』を付加することで新たな価値を見いだす。TRADINGを取るからと基本の商売である既存事業を縮小するわけではなく、むしろ深掘りするのがベースだ」

―多様で複雑化する社会課題への対応に当たってはユーザーに一層寄り添う必要がありますね。

「重視するのは『マーケットアウト』の考え方だ。生活者やモノづくり現場の目線で課題を見つけ、その上で仕入れ先と協力しながら解決策を形にする。従来いわれてきたプロダクトアウトやマーケットインは生産者目線だから、マーケットアウトはビジネスの発想を根本的に変える。顧客の課題にさまざまなツールを通じて役立つ存在でありたい」

―具体的にどんなことを考えていますか。

「AI（人工知能）は社会的存在感が日に日に高まっており、AIで省人化、省エネルギー化といった課題を解決すべく新たな価値を生み出したい。例えば、取引先である機械メーカーの先進技術と空調メーカーの素晴らしい技術を、AIを媒介にしてつなぐ。課題や顧客要求によっては仕入れ先の3社、4社が組むこともある。かねて当社は工業用のAI外観検査装置などの商品開発に力を入れてきている」

マーケットアウトの考え方で顧客の課題解決に役立つ存在でありたい…と話す田村さん

トータル提案

―グローバル化の現状と今後については。

「当社の海外展開はかつて日本製の工作機械を売るのがメーンだったが、2023年に『南アジアブロック』を新設した際、機械だけでなく、住宅や建材、建機などトータルの事業領域を海外でも組み合わせる戦略へ大きく方向転換した。タイでは海外初の総合展示会『グランドフェア』を開催し、総合モデルルーム『SAKURAHOUSE（サクラハウス）』も開設した。家1軒の暮らしをまるごと提案するのは当地では初めてで好評を得ている。タイで成果を出し、ベトナムや成長著しいインドなどにも水平展開したい」

―機械分野では板金・鍛圧業界関連にも注力していきます。

「新たな市場を狙ってモノづくりの前・後工程、工場全体の空調や電気代削減など、フルラインアップで提案する体制を整えている。板金・鍛圧業界は高齢化や労働環境から人手不足が深刻で、アルファTKG（東京都中央区）と協力し、DX（デジタル変革）やIoT（モノのインターネット）を活用した省人化ソリューションを提供している」

技術・情報・データで事業深掘り

専門人材を確保

―商社は「人材こそ宝」といわれます。

「海外展開を加速するとともに、AI、DXなど技術・情報分野、食品・医療関連など新市場に対応するため、ここ数年、新卒とキャリア採用で専門人材を確保してきている。新卒は外国籍や理系出身の採用を強化しており、27年春は総合職全体で50人規模、このうち理系と外国籍をそれぞれ10%以上獲得したい。かつて商社の営業は文系出身中心だったが、デジタル社会では理系の知識も重要になっている」

―社会人経験を持つキャリア採用についてはいかがですか。

「即戦力となる高い知識・能力を持つ人材は、成長戦略に合わせ柔軟、積極的に増員する必要がある。2022―25年度は計70人弱、2325年度は計110人強を採用してきた。さらに高みを目指すため、経験豊富なプロを入れることは有効だ」

松本機械製作所社長　松本 知華 氏

遠心分離機で海外展開視野

人手不足対策、SNSやAI活用

松本機械製作所（堺市堺区、松本知華社長）は、1939年設立の遠心分離機の老舗メーカー。遠心分離機は遠心力を利用し、固体と液体、油と水との分離などに必要な機械で、同社は医薬品メーカー向けの遠心分離機のシェアが7割を占める。コロナ禍で医薬品の製造が国内回帰しており、その流れを追い風に海外展開も模索する。松本知華社長に今後の展望を聞いた。

◇　◇

技能向上に重点

―モノづくりに対する姿勢は。

「技術の松本を前面に押し出し、年間約50台の遠心分離機を製造している。『お客さまが正確で簡単に最適なモノを作れるか』『どういったモノを作るのかを』など、顧客よりも顧客のことを考えて提案している。また遠心分離機の制作中や納入後にも改良し、顧客が納得するまで付き合う。おかげさまで30―40年前に買ってもらった遠心分離機の修理を依頼されることもあり、本当にありがたい」

―技術を支える人材の育成の取り組みはいかがですか。

「ゲーム感覚で社員が技能を上げる仕組みを2031年までに構築したいと考えている。『6尺旋盤が使えるようになった』『あるトラブルに対応した』など技能の表を作り、できる技能が増えると給与が上がる仕組みにする。できる技能が増えることで、社員に仕事を楽しいと思ってもらえるようにしたい」

業務効率化

―働きやすい環境の整備が求められていますね。

「高市早苗政権の積極的な姿勢に『おっ』と思った。だが会社としては残業を減らす方針。遠心分離機の製造に関しては全体の4割を外注しており、残業が発生する仕事分は外注する。また工程管理システムを導入し、効率良く仕事をこなせばボーナスを支給し、給与総額が多くなる仕組みに移行している」

―人手不足にどう取り組みますか。

「人手不足対策として交流サイト（SNS）の活用を社員に呼びかけている。求職者がSNSを活用していることは明らかだ。最初は遊び感覚で使ってもらい、利用者の輪をだんだん広げている。またAI（人工知能）の活用を視野に入れている。遠心分離機にAIを組み込むアイデアがあり、営業担当者が顧客を訪問し、聞き取りを重ねている」

顧客の声やデータをフィードバックしてもらい、海外展開できる横型の開発につなげたい…と話す松本さん

―具体的にはどんなイメージですか。

「遠心分離機に異常が発生した場合、機械を止める必要がある。どんな状況下で止めるべきかを運用者にAIが助言するイメージ。ベテランや若手の誰が聞いても同じような回答が返ってくる仕組みを作りたい」

―システム投資への最終目標は。

「対話型AI『チャットGPT』を活用し、メンテナンスの知識を教え込み集約したスーパーバイザー（管理者）を作ろうと思っている。品質管理部のカスタマーサービスとしてベテラン社員が電話対応しているが、チャットGPTでそのノウハウを落とし込んでもらっている。社員の高齢化で自社の知識がどんどんなくなっていく。自社のデータベースに社員の知識を入れ込んでいきたい」

チャットGPT駆使　メンテ管理者育成

乾燥機で協業

―今後の目標については。

「顧客が扱う混合から分離、脱水、乾燥までの工程全体をAIで制御できる仕組みを作る。国内の乾燥機メーカーと組み、我々が製造する遠心分離機と合わせたシステムを顧客に売り込む。5―10年後をめどに乾燥機メーカーを自社のサプライチェーン（供給網）に組み込みたい」

―海外展開も視野に入れていますね。

「国内では地面と水平方向に回転する『縦型遠心分離機』が主流だが、海外では鉛直方向に回転する『横型』が主流。我々は縦型で事業展開しているが、横型に関する知見がない。海外展開するのであれば横型の採用実績が必要で、さらに今までにない遠心分離機を作る必要がある。日本で流行していない型なので、顧客企業に試作機を導入してもらい、データを取らせてもらっている。顧客の声やデータをフィードバックしてもらい、海外展開できる横型の開発につなげたい」

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