

語る、革新的な“ものづくり力”

グローバル化を生き抜く ものづくりへの挑戦

このほど経済産業省にて「ものづくり日本大賞座談会」が開かれた。ものづくり日本大賞は、製造・生産の現場で活躍する人材のうち、特に優秀と認められる人材を顕彰する制度。2005年より2年おきに実施され、今回の2015年で6回目を迎え、現在、応募申請を受け付けている。座談会には過去に内閣総理大臣賞を受賞した4氏が集い、経済産業省製造産業局 黒田篤郎局長を交えて意見が交換された。進行は第2回から選考有識者委員として参加しているジャーナリストの三神万里子氏が務めた。

現場を担う個人に スポットを当てる

三神 ものづくり日本大賞は、優れたインベシジョンが日本全国のどこでどのように湧き上がっているかを明らかにする、高い発掘効果を期待する。表彰の対象は組織ではなく、あくまで開発した当事者個人。日本の競争力の源泉は人材に尽きるといふ議論はよくありますが、それを抽象論で終わらせず、現在進行形の事例と人材、その発想法にスポットライトを当てる。日本にとって非常に本質的な意味をもつ賞である私は捉えています。

黒田 日本の産業と文化を支えてきたものづくりを継承・発展させるため、ものづくりを支える人材の意欲を高め、その存在を広く社会に知らしめることが、ものづくり日本大賞の目的です。経済産業省、文科科学省、国土交通省、厚生労働省の4省が連携して実施しており、経産省においては「製造・生産プロセスの革新」「従来のない画期的な製品・部品や素材の開発・実用化」「伝統的な技術の応用」「海外展開」「ものづくり人材の育成支援」の5分野で貢献した方々を表彰してまいりました。経産省関連では過去5回の累計で約2800件のご応募をいただき、31件の内閣総理大臣賞と84件の経済産業大臣賞を選定しました。本日お越しいただいた4名の方は、いずれも素晴らしい技術者を有し、また時代の変化を捉えた卓越したアイデアで、ものづくり産業の最前線で活躍されています。本年12月15日まで第6回目の募集をしており、いよいよ後輩となる応募者の皆さまに熱いメッセージを送りたいと思います。

梅澤 私どもは「小さな型

開発に関わった従業員、 応援してくれる人に 報いるためにも賞への応募を

梅澤 大きく2つの課題をクリアするために、製造業「部品づくり」から完成品づくり「に」変えまして、第一に各部品の在庫をなくすること。第二に人の手が介在する工程と機械の工程を分けていく。とりわけクリーンルームなど大きな設備投資が必要な工程をなくすること。一つの金型で完成品にまで持っていく。中間在庫は減らす。部品単位で洗浄や梱包の工程もカットできます。当然それらの工程にまわっていたロスや無駄なことができていくという発想です。そして、即出荷状態にできるという速さにつながりました。

三神 日本の農林水産品の型内で成膜をおこなうプロセスで効率を格段に高め、かつ各部品の製造工程での指紋やホコリの付着リスクをなくしたことで不良品の低減に成功。現在は成形したものはほぼ100%製品として出荷できるレベルに至っています。

小松 通常は表面がつるつるした真珠にミラボールのようなカットを施した「華真珠」で海外市場を開拓したことが評価され、09年に賞を頂きました。開発当初、真珠をカットする「なぜカットするのか」との批判的な意見が多かったため、仕方なく海外へ出たという

のが実情。現在も海外での評価の方が断然高く、山梨県を訪ねる海外来賓への土産にも頻りに採用されている。二に人の手が介在する工程と機械の工程を分けていく。とりわけクリーンルームなど大きな設備投資が必要な工程をなくすること。一つの金型で完成品にまで持っていく。中間在庫は減らす。部品単位で洗浄や梱包の工程もカットできます。当然それらの工程にまわっていたロスや無駄なことができていくという発想です。そして、即出荷状態にできるという速さにつながりました。

三神 日本の農林水産品の型内で成膜をおこなうプロセスで効率を格段に高め、かつ各部品の製造工程での指紋やホコリの付着リスクをなくしたことで不良品の低減に成功。現在は成形したものはほぼ100%製品として出荷できるレベルに至っています。

小松 通常は表面がつるつるした真珠にミラボールのようなカットを施した「華真珠」で海外市場を開拓したことが評価され、09年に賞を頂きました。開発当初、真珠をカットする「なぜカットするのか」との批判的な意見が多かったため、仕方なく海外へ出たという



三神 万里子氏
進行役 選考有識者委員

黒田 篤郎
経済産業省 製造産業局長



アヨーロッパ諸国、インドでの採用が進んでおり、テック・スタートアップ化のチャンスを見つけているという状況です。

三神 この受賞案件は、一つの製品に美に多面的なソリューションが詰まっております。「ものづくり」がソリューションでプロバイダーの域に達していることを示しています。

梅澤 大きく2つの課題をクリアするために、製造業「部品づくり」から完成品づくり「に」変えまして、第一に各部品の在庫をなくすること。第二に人の手が介在する工程と機械の工程を分けていく。とりわけクリーンルームなど大きな設備投資が必要な工程をなくすること。一つの金型で完成品にまで持っていく。中間在庫は減らす。部品単位で洗浄や梱包の工程もカットできます。当然それらの工程にまわっていたロスや無駄なことができていくという発想です。そして、即出荷状態にできるという速さにつながりました。

三神 日本の農林水産品の型内で成膜をおこなうプロセスで効率を格段に高め、かつ各部品の製造工程での指紋やホコリの付着リスクをなくしたことで不良品の低減に成功。現在は成形したものはほぼ100%製品として出荷できるレベルに至っています。

小松 通常は表面がつるつるした真珠にミラボールのようなカットを施した「華真珠」で海外市場を開拓したことが評価され、09年に賞を頂きました。開発当初、真珠をカットする「なぜカットするのか」との批判的な意見が多かったため、仕方なく海外へ出たという

三神 さく、皆さまは各回多数の応募の中から内閣総理大臣賞を受賞されました。受賞後の変化がありましたか。

梅澤 実は上司に賞への応募を勧められた際、私は「賞をもらうために開発したのではないので」と一度断ってしまいました。すると上司は「開発にどれだけ人間が関わっているか理解しているか。開発責任者の評価を得るという責任もある」と厳しく注意され、猛省して考えを改めました。受賞後は取材8件を受け、講演7件と見学21件に対応しました。さまざまなメディアに取り上げられたことにより従業員の家族や近隣住民に当社の取り組みが認知され、従業員が会社に誇りを感じるようになった。モチベーションがアップしました。

本技術によって新規取引先が拡大し、本製品の新規売上高は約10倍を達成することができたので、開発から販売が軌道に乗っています。ものづくり日本大賞受賞の事実が、この苦しい5年を乗り切ったための心の支えとなったのです。従業員の自信を育み、次なるチャレンジへの支えとなったのは間違いありません。

小松 私の父も梅澤さまのように、賞をもらってはいない。いよいよものづくりでいいものを作ってほしい。客は買ひにきてくれる」という職人気質の男。6年前に会社を継承した際に、父には高い信頼と多くの方からの信頼がありましたが、自分には何も無いということに悩みました。そこで、父が開発した真珠カットの技術を私が進化させ、それを賞を獲得できれば、対外的にアピールできるポイントになると、ある意味非常に計算的な気持ちがあったのも事実です。華真珠を発売した20年前、真珠をカットすることにおよそ半数の方は批判的でしたが、半数の方は応援していただきました。受賞はそのサポートの方々の恩に報いることになるはずだと考え、応募を決めました。

おかげさまで受賞することができましたが、当社の場合、国内において受賞に対する反応は低く、受賞の事実が直接的な国内売上増にはつながりませんでした。しかし、海外では受賞に対する関心が非常に高く、そこで、海外に力を入れる戦略をとり、売上高を1.5倍に伸ばすことができました。私にとっての最大の受賞効果はたくさんの方に出会えたこと、人脈を築きながら職人として、また経営者として成長する重要なきっかけを頂きました。

「産業・社会を支えるものづくり」(製造・生産プロセス部門／製品・技術開発部門／伝統技術の応用部門／海外展開部門)
「ものづくりの将来を担う高度な技術・技能」(青少年支援部門)

応募期間 平成26年10月1日(水)～平成26年12月15日(月)

第6回ものづくり日本大賞
募集専用ホームページ
<http://www.monodzukuri.meti.go.jp/>

※応募書類をダウンロードの上、ご応募ください。

ものづくりを担う日本の企業の皆様、ふるってご応募ください。

概要

ものづくり日本大賞は、右記(1)～(4)の4分野において、特に優れた成果をなした個人、グループ等を表彰します。

表彰の対象となる4つの分野のうち、「(1)産業・社会を支えるものづくり」及び「(4)ものづくりの将来を担う高度な技術・技能」のうち「③青少年支援部門」について受賞候補者の募集を行います。応募のあった候補者の中から受賞者の選考を行い、表彰します。

(※上記以外には既存の各種大臣表彰制度等の受賞者等の中から選考を行います。)

受賞効果

～受賞企業アンケートより～

社内外に大きな反響、高い効果

項目	全体	中小企業
従業員の意欲向上	92.5%	90.5%
マスコミからの取材が増加	77.5%	82.7%
企業信用力の向上	69.5%	81.6%
売上高の増加などの業績向上	49.6%	58.4%
求人・採用面でのメリット	39.5%	48.0%

受賞者のほとんどが受賞効果の高さを実感。ベスト3は「従業員の意欲向上」の92.5%を筆頭に、「マスコミからの取材が増加」「企業信用力の向上」と高い割合で続いています。

中小企業

中小企業受賞者の約6割が売上高増等の業績向上に結び付いたと回答。企業信用力の向上にいたっては8割以上、求人・採用面でのメリットも5割近くとの結果が出ています。