

新素形材産業ビジョン策定委員会（第4回）-議事要旨

日時：平成25年2月14日（木）14時～16時

場所：機械振興会館 6D-1,2 会議室

議事概要

吉川委員長挨拶の後、鈴木委員、茄子川委員、松永委員、三浦委員からのプレゼンテーションに続き、事務局より配布資料に基づき、「新素形材ビジョンの骨子（案）」について説明した。なお、主な討議内容等は以下のとおり。

【鈴木委員プレゼンテーション】

- 「世界最強デジタルエンジニアリング」を通じての、国内生産拠点としての価値創出への取組みと、ビッグデータ（特に技能に関する膨大なデータ）の解析・知識化、海外での技術流出の懸念等の課題について、紹介があった。

（委員の意見等）

- 貴社で蓄積したデータを国内金型メーカーへ供与することは可能か。
 - ⇒最先端の部分以外は公的機関等に出してもいいと考えている。
- 自動化により、匠のノウハウを持つ人材が減っているということか。
 - ⇒自動化する部分を80%で止めている。わざと人が作業する部分を残し、技術が進化する余地を残している。日本に人材を残していかないと、自動化の意味もないと考える。
- もし海外に送った量産データで、海外工場が更に回転よく廻るようになったら、その後どうなるか。
 - ⇒ノウハウは日本にあり、海外には最後のデータしか出していないので、技術流出はないと考えている。データだけでは単なる作業。その意味では海外での技術の進化はない。

【茄子川委員プレゼンテーション】

- 「素形材産業の戦略実行プラン」として、PDCA、実際の推進方法等に関する提案があった。

【松永委員プレゼンテーション】

- 鋳物事業の変遷と存続の課題として、M&A先駆者としての発展、市場戦略、製品構成の特化、開発研究への継続的投資、技術情報漏洩対策、知財戦略の重要性等について紹介があった。また中小鋳造企業が取り組むべき方向性として、生産拠点としての海外進出におけるリスク回避、将来性見極めの重要性に関する示唆等があった。

(委員の意見)

- 日本のものづくりは、世界競争において、IT化の徹底活用に遅れた。海外はこの部分に長けている。そのために、日本のものづくりの優位性が相対的にぼやけている。
- 日本のメーカーは、IT技術の使い方が下手。徹底的に使い切ることが必要だ。

【三浦委員プレゼンテーション】

海外(国際競争)に伍する企業規模、あるいは事業承継の観点から、経営戦略上の選択肢の一つとして、素形材産業におけるM&Aの現状と課題、特徴等について、紹介があった。

(委員の意見)

- 素形材企業でも、廃業する企業から得意先の引き受け、設備と人材の買い取りなど、いろいろなパターンでの小規模な「M&A」は行われている。
- 表向きのデータにはなかなか表れてこない、広義のM&A事例はかなりある。

【新素形材ビジョンの骨子(案)説明】

事務局から骨子(案)説明がなされ、委員から下記のような意見があった。

(委員の意見等)

- 素形材企業は、危機意識が弱いわけではない。「世界で勝てる技術力」を最初に。
- 順序としては、「2(世界で勝てるコア技術育成)→3(高付加価値化の応用力育成)→6(魅力づくり)→7(情報発信)→4(新規需要開拓)、5(世界の中で戦う意識改革、契約社会)→1(ゴール:ものづくり基幹産業のグローバル企業へ)」などか。
- 「ゴールを掲げ、それに必要なものを作っていく」「足場から固めて、ゴールにたどり着く」どちらにしても、「ゴール」と「必要なこと」は、並列的ではなく、しっかり峻別して書くことが、ビジョンとして大事と思う。
- 金型業界等は小規模零細企業が多い。そこをどうするかが難しい。
- ‘外部リソースの活用’として挙げられている「技能検定」は、分野によっては技術内容が陳腐化している。抜本的な見直しが必要な時期と思う。
- 国内工場の役割を考えるには、技能と技術、暗黙知と顕在知の関係、及びその国際競争における価値(深み)を、注意深く見直す必要がある。
- 素形材産業の本質は、技能と技術が不可分の形で存在していること。製造プロセスに化学的

変化が絡む。国内に残すものづくりは、大量製品とは別の、高付加価値の追求。そのために、従来型の工法・システム・技術・技能等を今一度俎上に載せて、その価値を捉え直すべき。

- 高付加価値の創造には、工法を広く捉える発想も必要。例えば、安来鋼のロケット部品には、先端技術だけでなく伝統的技法も活用されている。そのような経営・技術人材の育成も必要。
- 年代別人材育成の課題は、工業高校の総合高校化、技能を養う場と教える人材の減少。省庁間共同歩調で対応していただきたい。
- 若い人材の技術・技能習得の励みとなる制度づくりなど、ものづくりのコアを担う人材育成の対策を。また、ものづくりの小さい現場、高齢者の活躍にスポットをあてる等々、人材面でやるべきことはいろいろある。
- 若い人材に素形材業界に入りたいと思ってもらえるように、例えば人工衛星や深海カメラ等素形材技術の素晴らしさを、官民一体となって、もっと次世代へアピールすべき。
- グローバル競争の「敵」はだれか。欧米とどう戦うか。「規格化」「標準化」の問題も忘れてはならない。ドイツは南米等できちんとドイツスタンダードを広げている。ドイツの攻勢を懸念している。
- 日本のスタンダードをもっと押し出していく必要がある。日本も、例えばアジアの中で日本のスタンダードを展開していけるようなシステム作りを、国を挙げてできることはないか。
- 中小企業が海外進出した時、全く違う文化（規格、標準）で戦うことは難しい。この下地作りを是非、今回のビジョンに入れていただきたい。
- この内容は「優等生」に向けたビジョンにみえる。一般のものづくり産業から宙に浮き、隔離されたものにならないようにしていただきたい。

以 上