

月

NEXT STAGE

火

開発 デザイン

水

調達

モノづくり革新の **ススム** 38

◆世界をリードするモノづくり中小企業の人づくり◆

東京理科大学主催のパネルディスカッションが東京国際フォーラムで開かれた折、そのテーマは「ニッチトップで世界をリードする日本のモノ作り企業」だった。パネラーのアルミ鋳物業A社と鉄鋳物K社の社長の提起を一言でいえば、「中小企業の人づくり」であった。

2社のトップは、それぞれ次のように断言した。「安易な海外展開はせず、人を育てることが最優先である」「不況でも、解雇するくらいなら会社を潰す」。その本気度が伝わってきた。モノづくり中小企業の人づくりノウハウのエッセンスが詰まった発言内容だった。筆者も二十数年前から同様な具体案を元の勤務先や支援先で提案してきており、溜飲がさがった。

A社は、アルミ鋳造に特化した事業を展開している従業員約60名の企業である。素材にこだわり、0.3ミリの加工精度まで保証できる素材開発と計測技術力を保有している。「モノづくりの基本は素材にあり」とのこだわりを持っている。社長自ら自由な社風を醸成し、自社での勉強会や社員の大学院への派遣などを通じて人材育成を図ってきた。

K社は、木型を使わない鉄鋳物のフルモールド鋳造法に特化した同約800名の企業である。木型鋳造を主体とした従来の職人主体の技能集団を捨て、フルモールド鋳造法という職人でも手に負えない技術にチャレンジしてきた。若者のIT技術と連携させた技術開発で、社員の若返りを図り、成長軌道に乗っている。

ト ツ プ の 本 気 度 が 重 要



ぷろえんじにあ代表

粕谷 茂

ニッチ分野で事業を成長させている両社の成功の秘訣を整理し、それらを他の中小企業に展開する場合の施策として一般化すると図のようになる。

(1) 従来から積み重ねた強みの技術・技能に加えて、大学などと連携し、若者を動機付けられる魅力的技術開発にチャレンジしている。

(2) 社長のリーダーシップの下、大学院などへの留学も推奨し、社員に行動の自律化を促している。

(3) 自由闊達な社風を創出し、情報の見える化を図り、上司部下の区別なく意見を言い合える環境を整備している。

