

第1回KVBCオープンセミナー
「ベンチャー的ものづくり」

第1回KVBCオープンセミナー

「ベンチャー的ものづくり」

去る9月20日、ものづくりの神髄を探り、新たなビジネス展開のポイントはどこにあるのかをテーマに、「ベンチャー的ものづくり」と題してオープンセミナーが開催されました。

セミナーに先立ち、京都市スーパーテクノシティ推進室の白須正室長が「KVBCが取り組んでいるものづくりの役割に期待する」と挨拶。その後、各パネリストによる活発な意見交換が行われ、会場は大きな熱気に包まれました。



会場風景

日米ベンチャービジネスの比較と地域性

京都企業を支えてきた高品質なものづくり

●澤村 “ベンチャー”というと、すぐにITやエレクトロニクスなどのハイテク分野が思い浮かびますが、京都産業をかたちづけてきたベンチャー企業というのはもっと多様で奥深いように思います。京都のものづくりの本質とはどのようなものでしょうか。

●大橋 京都には大学や産業支援機関などがたくさん存在しており、ベンチャー意識が高いまちではないかと思えます。私自身、ものづくりが非常に好きで、やりたいことは自分でやってやるという気概で創業しました。起業家にとって、自分の思いをものづくりにうまく反映させていくことも重要ではないかと思えます。

●澤村 京都企業は高品質な製品を低コストで生産することによって、世界的な地位を築いてきましたが、中国などの技術力の向上でその地位が危ぶまれています。井手社長はいわゆる下請けという形でベンチャーを支えています。そのあたりをどうお考えですか。

●井手 ものづくりには、Q=品質（信用）、C=コスト（利益）、D=納期（信頼）が必要だといわれますが、最も大切なのはQの部分ではないかと思えます。京都の伝統産業が高い評価を受けているのも、この品質を維持してきたからです。多様化するお客様のニーズに対応しながら、いかに高品質を保っていくかが今後のポイントになってくるでしょう。

●山中 お客様のクレームに対して、十分に対応できる力を持つということも大切な条件だと思います。特に、ベンチャー企業は高度な技術を要求されることが多いので、それに対応できる人の質を向上させていく必要があるでしょうね。京都のベンチャー企業は優れた技術職人によって支えられてきたわけですから。

●澤村 山中社長は今年の3月、岐阜県安八町に新工場を完成されましたね。工場の耐用年数が300年間と伺いましたけれども。

●山中 建設費にプラスαのコストをかけるだけで、その何倍も長く使える工場ができるのです。初期投資はかかりますが、1年間のコストを考えた場合、非常に割安になります。中国などでは非常に安いコストで工場が建設され、それが商品価格に反映されています。これからの国際市場に勝ち残っていくためには、私たちベンチャー企業も200年、300年という長期的なビジョンを持たなければならないと思えます。

オンリーワンを生み出す先取の気概

●澤村 ものづくりにオリジナル性・ユニーク性が求められている時代、京都企業から多くの知的所有権（グローバル特許）も生まれていますね。京都は徹底した技術開発を重視し、独自の商品を開発しようという先取の気概にあふれていると思えます。関社長は数多くの知的所有権をお持ちですね。

●関 私はこれまでに数多くの検査機や測定器を開発してきましたが、それが儲かる商品であれば大企業は自分の商品にしてしまう。ベンチャー企業は何を売っているのかと考えたとき、技術以外に考えられないはず。開発した技術を他社で使われないように防衛するのも大切なことではないかと思えます。

●大橋 私もこれまでに約450種類以上の商品を開発してきましたが、そのうち商品化したのはわずか2割程度です。ただ、どれだけ良い製品を作っても、それが必ずしも売れる時代ではありません。これからはオンリーワンの技術を目指すとともに、ものを売る仕組みを構築していかなければならないと思えます。

●澤村 “オンリーワン”と口で言うのは簡単ですが、それをものづくりに生かすのはなかなか難しいと思えます。独創性を商品開発に生かすヒントやアイデアはありますか。

●山中 まずはオンリーワンの技術が欲しい人を見つけるということ。京都という人は非常にありがたいところでは、困ったときにいろいろと教えてくれる人がたくさんいます。例えば、数千万円のコストと2年間の歳月をかけてもできなかった技術が、大学の先生に聞いたところたった15分で解決したということもあるのです。

●澤村 先ほど大橋社長からお話がありましたが、いかに売れる仕組みをつかっていくかということも問題になってきますね。

●山中 展示会等への出展とホームページの活用などで、お客様のニーズをできるだけ的確に吸収するように努めています。そのほか、お客さんが相談に訪れる産業支援機関などでも面白い仕事が集まっていますね。

●関 私は、今みんなが困っている問題は何かということを開発の原点に据えています。当社のお客様である食品・医薬品業界は横のつながりが深く、いったん良い商品だと認められれば業界全体で長く使ってもらえます。ただ、いつまでも甘えているわけにはいかないので、これからも新しい商品開発を進めていかなければならないと考えています。



右側から順にパネリストの関氏、山中氏、井出氏、大橋氏、コーディネーターの澤村氏

産学公連携がものづくりの潮流に

●澤村 最近、産学公連携がものづくりの一つの潮流となっています。京都銘柄と呼ばれる企業は大学との連携によって成長してきたところも多いですね。

●井手 当社は久御山町に本社があり、関西学研都市に近いということで、同志社大学などと産学連携を進めています。例えば、コウモリのセンサシステムの応用研究（ロボットコウモリ）など興味深い研究テーマも数多くありますので、新しいアイデアや商品開発を生み出すヒントになるのではないのでしょうか。

●山中 今、私たちが取り組んでいるのは、「売り方」の産学連携です。この新製品をどうすれば売れるのか、どうやれば新製品のニーズをつかめるのか、それを大学の先生と共同研究しています。産学連携というと、どうしても技術開発が思い浮かびますが、マーケティング部分での新しい産学連携もあると思えますね。

経営者に求められるチャンスをとらえる視点

●澤村 社会構造や市場ニーズが大きく様変わりしつつある今、これまでのものづくりの考え方や手法が通用しなくなっていますね。21世紀に望まれる経営者の視点、ものづくりのポイントなどについてお話をお伺いしたいと思います。

●井手 経営の五大要素は「人・物・金・情報・時間」といわれますが、やはり人が中心になってくると思えます。当社では2年ほど前から、管理職全員に「4K運動（感謝・感動・関心・歓喜）」を展開しています。人間中心の「一期一会」を大切にすることが経営を伸ばすことにつながるものであり、それには経営者の志を伝えていく必要があると思えます。

●大橋 チャンスを逃さないということ。経営者は常にアンテナを周囲に張りめぐらせて、何が必要で何が必要でないかを的確に判断していかなくてはなりません。西洋では「チャンスの女神には後ろ髪がない」といわれていますが、チャンスというのは目の前を通り過ぎるときにつかまないと去ってってしまうものです。

●澤村 KVBCものづくり研究会では、定期的な研究活動のほかにも、さまざまな活動を展開されていますね。今後の京都のものづくりの牽引役としてますます期待が高まっていると思えますが。

●関 昨年度は「みやこめっせ5周年記念事業」において、盲導用に代わる誘導アシストカーを製作・出展しました。今後も、会員相互と切磋琢磨しながら、形あるものづくりの実現を目指して努力していきたいと思えます。

●澤村 皆さまのご意見を伺っていますと、技術開発を本当に楽しんでいるように思えます。これこそがまさにベンチャービジネスの本質だろうと思えますし、そこからまた新しいアイデアが生まれてくるのではないのでしょうか。本日はありがとうございました。

パネリスト

■マイクロニクス（株） 大橋正明氏

臨床検査機器の開発製造を行う「医療検査・バイオ関連」、ビデオカメラ用ビューファインダーや小型電池の技術開発を行う「ファクトリー・オートメーション」、水質浄化や成分抽出機器などの開発に取り組む「ラボラトリー・オートメーション」などを展開。

■洛陽技研（株） 井手邦彦氏

各種計測機器や自動機器、制御機器の設計製作及びソフト開発などを手がける。部品調達、加工、組立配線、調整、出荷までトータルにサポート。産学公連携などにも積極的に取り組んでおり、妥協のない品質とスピード納品を信条とする。

■（株）旭テクノプロデュース 山中泰宏氏

顧客ニーズをとらえた特殊カスタム表面処理の研究開発。その社名が示すとおり、旭金属グループ5社のうち、技術開発の中核的な役割を担う。岐阜県安八町に300年耐用の新工場を完成させるなど、時代に対応したポジティブな経営を行っている。

■京都技研工業（株） 関 義一氏

品質管理機器や自動・省力化機器の設計製作、計測に関するソフト・ハードの開発などを手がける。一貫して自社開発商品を持つっており、開栓トク自動測定装置など数多くの知的所有権を擁する。医薬品・食料品のボトリング市場において、圧倒的なシェアを誇る。

コーディネーター

■澤村栄治氏