

モノづくりにおけるコトづくり力を鍛える社内教育

ムツミ工業(株) 近藤哲典*

読者の皆様にご理解を容易にさせていただくために当社の概要を説明する。当社は、その時々のお客様の要望にお応えし、昨年70周年を迎えた。この間、生産は一切行わず、専用機・プレス金型の設計・製造・販売に徹し、「産業界のお手伝い」専門の企業である。平均年齢36歳、平均在職年数15.5年、修士課程修了者7名、学部卒業者35名、高専・短大等卒業者11名、総従業員数約100名と若年の高学歴集団である。

「モノ」から「コト」へ

昭和の時代は「安く・早く・良いモノ」をお客様の要求に従って作れば売れた時代だった。バブル

**（こんどう てつなり）：代表取締役
〒462-0866 愛知県名古屋市中区瑞穂光町5-1
TEL: 052-913-2111 FAX: 052-913-2100



写真1 海外工場での技術支援

崩壊後は、海外進出に伴い国内共に技術者・技能者が不足し、さらに、大量の定年退職者が出たにもかかわらず後継者が不足となった。また、進出先のサプライヤーの現地企業は日系企業と同レベルの技術を必要とするようになったのである。が、どこも「安く・早く・良いモノ」を作る知識・技術を有する技術者は不足または不在となったのである。

こうした状況を背景として、我々は生きるために「安く・早く・良いモノ」を作る物ではなく「安く・早く・良い物」を作る「コト」を売らねばならなくなったのである。「モノづくりにおけるコトづくり」が必要になったのである。言い換えれば、生産技術代行を含めて提案型営業へとスイッチせざるを得ないのである（写真1）。

現在の金型屋、専用機屋は、モノづくりに関する最新技術・最新知識を豊富に有することは当然のことながら、それを実現するために最新設備を有することが必要である。さらに最新設備を有効活用する製造技術・技能も不可欠である。

ビジネスは「モノづくり」と「モノづくりにおけるコトづくり」の両輪が円滑に回ってこそ成立するのであり、さらなる飛躍を期待できるのである。

「コトづくり」のためには、顧客の直面する課題を理解し、「顧客が真に欲する金型・専用機とは？」の命題を解明せねばならない。それには、「真に欲するモノ・コト」を聞き出し理解する取材力・解決能力を必要とするのである。