

◇「ナゼスタイル」は長岡で頑張る企業・起業家を応援するフリーペーパーです。(奇数月発行)

NVAZE Style

Nagaoka Activation
Zone of Energy

vol.46

20150126

FREE
0円



交流塾

CONTENTS :

新春のご挨拶

会員企業紹介

豪技!長岡ものづくりフェア

パネルディスカッション

「ものづくりの未来を長岡から発信!」後編

第9期NEXT道場修了

NAZE交流塾修了

学生のモノづくり企業訪問記

特別編/後編

(株)アサヒプレジジョン×長岡工業高等専門学校

デザインコラム Season2 vol.5

全体会議を開催しました



NEXT道場

新春のご挨拶

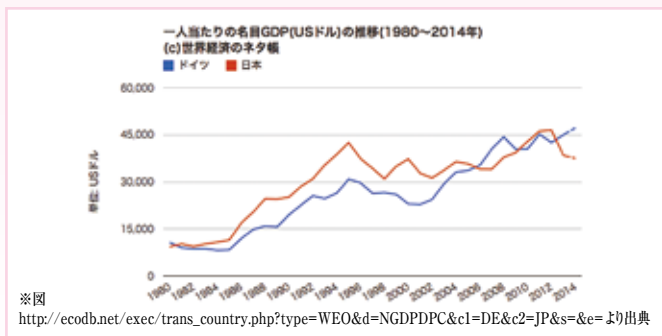


NAZE 会長
小西 統雄

(株)小西鍍金 代表取締役

あけましておめでとうございます。
昨年暮れに、衆議院が突然解散し、国民不在ともいわれた年末総選挙が行われました。自由民主党が圧勝し、民主党は惨敗（党首の海江田万里氏が落選）、維新の党は低迷という結果となりました。また、日経平均株価は18,000円台、円ドル為替レート140円も見える中で原油価格は超安値。産油国の経済や金融市場の不安定さ、あわせてEU諸国、中でも、ギリシャ・スペイン・イタリアの政治経済の不安定等々・・・、相変わらず先行きが見えない状態が続いています。

先日新聞に、25年前の東西ドイツ統一後、ドイツは経済的に立ち遅れた旧東ドイツを抱えて苦勞してきたが、一人当たりの国内総生産（GDP）は今や日本より2割多く（※図）、財政収支は黒字であるとの記事が掲載されていました。この間、日本はどうであったのでしょうか？



猫の目のように毎年変わる総理大臣。安倍晋三総理に踏ん張ってもらいたいものです。

さて、アベノミクスは太平洋側だけに吹いて、なかなか日本海側には届かないようです。まして中小企業にはさらに北風が追い打ちをかけてきています。そこで私たち中小企業は、今までの主力事業の他に、小さくともいいから、もう一つ何か新しいことに目を向けることが求められています。

- 狭い市場の更にニッチな重箱の隅の・・・そこに需要など考えられないような世界
- Only oneであって、さらにNumber oneなもの
- 自分で値付けが可能な分野・もの

NAZE会員の中にも「豪技」の認定を得た企業の商品や技術があります。ただ残念なのは値付けが弱いこと。もっと自社の商品、技術を高く評価しても十分通用するものばかりです。これからは、魅力+価値を高く売る技術が必要であり、会員企業には身につけて欲しいと願っています。

ここ20年間、デフレの中にどっぷり浸かった経営者にとっては、天国のような経済状況が長く続きました。原油価格が低迷している間に、自社の足元をしっかりと固め、会員企業と4大学1高専との共同研究や複数の企業・大学・支援機関が連携した技術開発や高品質なブランドの構築に向けた技術力の向上を目指していきましょう。

今年もよろしく願いいたします。

NAZEは現在71会員！

法人67・個人4

(株)アサヒプレジジョン
飛鳥運輸(株)
(株)アドテックエンジニアリング
(株)アルモ
(株)アンドウ
(株)イートラスト
(株)池田機工
エヌ・エス・エス(株)
(株)N D C
(株)エム・エスオフィス
(有)エムケイ技研
(株)オオイ
(株)大善
(株)大原鉄工所
(株)大菱計器製作所
小川コンベヤ(株)
(株)片山抜型製作所

(株)カバサワ
久保誠電気興業(株)
(有)倉品鐵工
クリーン・テクノロジー(株)
クリエイト
エンジニアリング(株)
(株)クワバラ
(株)小西鍍金
(有)小林超硬研磨
(株)サカタ製作所
(株)佐藤板金
(株)システムスクエア
(株)七里商店
(株)シナダ
(有)シンイー木型工業
(株)鈴民精密工業所
(株)ソリマチ技研

(株)大光銀行
(株)第四銀行
(株)タカキ
(株)タカハシ
中越鋳物工業協同組合
テラノ精工(株)
(株)トーエイ
ナウエス精工(株)
(株)長岡金型
長岡技術科学大学
産学官・地域連携／
知的財産本部
長岡工業高等専門学校
長岡造形大学
地域協創センター
長岡大学
地域連携研究センター

長岡電子(株)
(株)永島工機
(株)中津山熱処理
(株)ナノテム
(株)難波製作所
新潟工科大学
(株)ネオス
(株)パートナーズプロジェクト
(株)林メッキ工業所
(株)BSNアイネット
長岡支社
(株)プラカード・ジャパン
古川機工(株)
(株)プレテック・エヌ
(株)北越銀行
(株)ホクギン経済研究所
北陽精工(株)

マコー(株)
(株)丸栄機械製作所
(有)毛利製作所
ユニオンツール(株)
長岡工場
吉井国際特許事務所
安達弘哉
高田孝次
廣井 晃
柳 和久

(H27.1.26現在)

平成26年度 第2回通常総会のお知らせ

来る3月12日(木)、長岡グランドホテルを会場に、第2回通常総会を開催いたします。今回は、通常総会と併せ、「事業成果発表会」、「豪技2015認定式」を行なう予定です。開催時間等は改めてお知らせいたします。

日本を代表するものづくりプロジェクトのメンバー3名をパネリストに迎えての …… パネルディスカッション「ものづくりの未来を長岡から発信！」

後編

パネラー

「江戸っ子1号」プロジェクト推進委員会 副委員長 浜野慶一氏 (株)浜野製作所 代表取締役
 下町ボブスレーネットワークプロジェクト推進委員会委員長 舟久保利和氏 (株)昭和製作所 代表取締役社長
 全日本製造業コマ大戦協会会長 緑川賢司氏 (株)ミナロ 代表取締役
 コーディネーター：長岡ものづくりフェア実行委員会委員長 柴木 樹氏 (株)アルモ 代表取締役

「豪技！長岡ものづくりフェア」は中越大震災10周年事業です。当時は甚大な被害を被り、震災後は我々製造業も操業できない日が続きました。それから毎年のように災害が起きていますが、製造業の立場から防災に関して考えていることがあればお聞きかせください。

浜野氏：本当にここ10年くらいの間で災害は全国各地で増えていて、会社は墨田区にありますが、私は大災害を経験していません。報道などで目にしますが、防災に関しては自分自身正直びんときていないのかなと感じています。墨田区は海拔0メートル地帯で、海面よりも1～2メートル低いんですが、ぴんこない。ただ、こういった色々なプロジェクトを展開することによって、全国各地に異業種、同業他社との交流連携ができています。例えば2007年の新潟県中越沖地震で、柏崎市の企業の生産設備が被災し、自動車製造に必須の部品生産がストップする事態となり、サプライチェーン※1に問題があったりしました。そうなった時に日頃のプロジェクトで築いた社長同士、従業員同士の付き合いで、もしかしたら同業他社に製造をお願いができるんじゃないかと。バックアップして手伝うことができるんじゃないかと思えます。一回外に出してしまった仕事は戻ってこないというのは常識だと思うんですが、日頃プロジェクトを通して人と人の繋がりを、災害や防災だけでなく、企業が窮地に追い込まれた時に協力できるようなネットワーク作りを広げていく必要があると思えます。



浜野慶一氏

舟久保氏：私は東日本大震災の時、栃木県にも会社を持っており、栃木の会社にいた時に地震がおきました。東京に帰るまでに14時間ほどかかりまして、最初に頭に浮かんだのは、本社の社員の安否でした。その後、会社の移転のタイミングがありまして、耐震補強が一番お金をかけました。敷地内の工場の二階に私が住んでおり、三階に新卒の社員を住まわせていて、なにかあったときは対応できるようになっています。また、二拠点持つ利点は互いのデータをバックアップしたり、本社が壊滅状態であっても栃木で操業できる状態になるように、どちらの会社も同じようなことが出来るようにしています。もっと大きな震災になれば地域全体が壊滅する可能性があり、浜野社長が言ったように、遠い地域とコミュニケーションをとっていくことで、BCP※2の観点からしても、そういうことが大事になっていくだろうと思えます。大体のものができる場所をもう一つ作るということ、その上で普段のコミュニケーションが大事なんじゃないかなと思えます。

緑川氏：個別企業の防災は舟久保氏の、広域連携の防災は浜野氏の言うとおりだと思います。コマ大戦の事例でいいますと、防災の後の復興なんですが、震災があって操業ができなくなり、肩代わりする企業もできてくれますが、一回外に出た仕事は戻らなくなってしまうんですね。その時にどうするかなんですが、震災の一年後にコマ大戦の東北地方予選大会を開いたんですが、参加チームには工場が閉鎖したり、津波で流されたりしている企業がなんとかしてコマを作り参加してくれました。なぜそこまでしてコマ大戦に参加するのか質問したところ、今は復興してここまでできるんだということを全国に知ってほしいという答えが返ってきました。防災というのは守るイメージですけれども、攻める場として復興を周知する場としてもコマ大戦は活用できるんです。

個別企業防災、広域連携防災、地域の復興を考えながら、仕事の避難経路を確保していく、プロジェクトと復興と様々な観点でお話をいただきました。ありがとうございました。

続いて、柴木コーディネーターから、先進的プロジェクトと自社のビジネスの棲み分けはどうやっているのかと、質問に。

舟久保氏：私は昨年社長に就任してから、プロジェクトのことを社員はどう思っているだろうと、アンケートをとりました。40人社員がいる

うち、20人は夢があってやって欲しいと、19人は会社の未来の為にやってほしい、1人は、どうでもいいってのもいましたけど(笑)。経営者としては、コミュニケーションやネットワーク、人脈を造ることでプロジェクトの先にある利益をみていると思うのですが、社員からみれば、なにをやってるんだと思うことはありえる話なんです。なかなかプロジェクトの実績が出せない中で、私は社員にはプロジェクトの直接的な意味と間接的な意味を、丁寧に話すしかないと思っています。視点の違いで肯定してもしようがないので、社員一人ひとりの見方と、経営者の考え方とは違って当然ですので、そこは経営者としてこうやっていくという話を常にしながら、納得してもらってプロジェクトをやっています。参加企業でも社員全員が、大応援してやるところは実はないです。ただ、社員のモチベーションを下げないように、上げられるようにというのが今後の課題でもあります。



舟久保利和氏

緑川氏：もともと私も職人だったのですが、従業員がどんどん増えてくと社長は外に行かなきゃだめだと自分なりに感じて、外に出るわけです。現場の人間というのは社長がいないと文句を言う。社長は何をしているのか分からないという雰囲気になる。でも、とにかく伝え続ける。これは会社に限らず、人にもものを伝える時は同じことを8回言えと教わったことがあるんです。生き様も違うし、生活も違う人間が同じことを目指すには、同じことを8回言わないと通じない。社内でも何回も同じことを伝えて、今は自分が外に出ても、会社が上手く回るようになりました。

浜野氏：私も同じことなんです。数年前に工場見学に行った時に壁に「 $8 \times 8 = 64$ の法則」と書いてあったんです。これはなんですか？と社長に聞いたら、緑川氏が言ったことと同じことなんです。伝える側は一生懸命伝えようと思っても、本質の8割ぐらいしか話せていない。聞く側も、一生懸命理解しようとしても、話し手の8割しか聞けない。つまり、話し手の8割、聞き手の8割で「 $8 \times 8 = 64$ 」、話の本質の64パーセントしか伝わらない。これが、話し手が7割で聞き手が7割だと49パーセントで本質の約半分しか伝わらない。では対策としてどうすれば良いのか、同じ話を何度も何度も何度も話をする。難しい話や立場が違うと尚更伝わらない。だから、管理職は部下を三回注意しても同じミスをしていると叱るのではなくて、同じことを何回もいっつけなさいというのが「 $8 \times 8 = 64$ の法則」なんです。なるほどねと思いました。

$8 \times 8 = 64$ の法則

思いを伝えるには何度も何度も話をするのが大切なんです。皆さんそれぞれ自社での法則のような、思いが伝わる何かがあるのかと思いますが、そういったものがあればお願いします。

舟久保氏：難しい話をシンプルな言葉で伝えられるって凄と思うんですけど、そういう意味で経営者としては、シンプルに伝えることが大切だと思っていて、私の場合はQCD※3「少しでもいいものを少しでも早く」と言っています。毎回かなりしつこく言っていますが、面白いのは伝わり始めると、だんだん皆が言い出すんです。なので、シンプルとしつこさだと思います。

例えば緑川氏の場合は会社が暇な時には自分の好きなものを作れと言われて、経営者がそういうことを言うのはなかなか難しいと思いますが、その辺に従業員に伝わるなにかがあるように思えますが。

緑川氏：私が経営者になるずっと前から思っていたことなんですけど、これだけいい設備があって、材料があって、なんで好きなものをつくれないうのか。リストラされた時に自分たちが好きなものを作れる会社にしようという心で誓いました。会社には繁忙期と閑散期があります。暇な時がチャ

ンス、自分たちで好きなものを作っちゃえと、180センチのガンダム*4を作りまして、今では周囲から注目されて、ミナロに来ると写真スポットになっています。また、そういう流れから、私から見たら神様のような、アニメーション作品における日本最初の専門メカニックデザイナー、大河原邦男氏が会社に遊びに来てくれて、次のロボットを作ってくれないかと依頼があり、こっそり今非公開のものを作っています。そういうところにも繋がっていくんですね。



緑川 賢司氏

私も先月見学させていただきましたが、好きなものを作れるという魅力が社員の方にも伝わっていて、とにかくモチベーションの上がる、楽しくなる職場でした。

続いて、柴木コーディネーターから、先進的プロジェクトと今後の展望へと質問は移った。

浜野氏：5年前に始まったプロジェクトなんですけど、250億円かかるプロジェクトをやるのは無理なんです。なんでもいから作ってみようと思われて、全てを自社で開発するのではなく、既存のものは市場で調達しよう、できるものは開発しよう、方向性を大きく変えました。その中で市場のこととか、ニーズやシーズ*5を考えていくと、日本は世界で第6位の排他的経済水域を持っていて非常に大きな海域の保有国なんです。なのに日本で海域を調査できる船が30隻くらいしかないんですよ。大きな船なので、一回調査に出ると2000万円くらいかかるというんです。船の数も少なく、費用もかかる、まだまだ海は未知の世界で、レアアース等の資源、生物学、活断層等防災も研究は多岐に涉ります。江戸っ子1号のように、小さくて持ち運べて安価であれば漁船から調査ができる。勿論、ビジネスとして成り立たせていかなければならないのですが、世の中の役に立てるようなプロジェクトにしたいと思っています。

舟久保氏：そうですね、次のオリンピックに向けて活動していきたいし、毎年毎年いいものを作っていきたい。これだけ大きなプロジェクトになってきたので、参加企業にどのようにかかわってもらおうかというのは、私が委員長を引き継いでいただいて、私にしかできないことを何かやっていけないかと思っています。時代が変化している中、ものづくりが今後どうなっていくのか問われている時期だと思っています。社会や経済が変化の中で、今までやってきたからこれからも同じように仕事があるということは通用しないので、ゼロベースで真っ白にして存在意義等を考え直す必要があるんじゃないかなと思います。それがあって自分たちの特技や強みを生かし、どういうところで自分たちは輝けるのかを常に考えていきたいと思っています。

緑川氏：2015年2月15日に開催する世界コマ大戦なんですけど、日本勢にプラスして8ヶ国のチームが参加する予定です。南米ポリビアで職業訓練校に通っている16歳の学生も参加する予定です。今回は、一人につき30万円くらいの募金を集めて海外から呼ぶわけですが、僕の思いはポリビアを始め、新興国と言われているところは、これから産業を興さなくてはならない国です。その時にものづくりというのが国の重要な要素になってくる。日本のものづくりは新興国から注目を浴びているんですね。JICA（独立行政法人 国際協力機構）のシニアボランティアが日本から現地で技術を教え

ています。但し、根付かない。なんでそんなことをしなければいけないのか、現地の職人が分からないからです。ポリビアでのコマ大戦は2回やっていて2回目は30チームが集まったんです。それくらいコマをとおしてものづくりの魅力が浸透してきています。その優勝者を世界コマ大戦に呼びました。日本は現在少子高齢化で、人口が減少していきます。いってみれば日本という国は、おじいちゃん、おばあちゃんの国です。一方新興国は平均年齢が20代なんですね。その国としての年の差を考えると、我々は教える側にならなくてはならない。日本の技術を学びたいという新興国の人々を国に招いて、日本の技術を教えて職人とあわせることによって、彼らが帰国したら、おそらく、ものづくりのリーダーになってくれると思うんです。そこで彼らが会社を興し成功を取った時、日本人のおかげだと言ってくれるでしょう。そうなった時、これからの日本がおかれている状況の中で、今は賃金格差などの問題もあって、海外に仕事をだしている企業もありますが、賃金格差は20年もあれば埋まってしまいます。日本が本当の意味での老人になった場合、外国が手を差し伸べてくれると思うんです。これが今私のやりたいことで、世界から若い人を招いて、技術を盗んで貰う。これはコストとかではなく、日本という国に製造業を残すための取組みだと僕は思っています。また、世界コマ大戦後は協会を法人化しようと思っています。良い取組みであって、資金がなければ存続できないからです。コマ大戦の目的使命や理念をもう一回見直して、賛同できるものが資金を出し合って法人化する予定です。法人格をとると税金や補助金がつりやすくなりますが、海外にコマ大戦協会を作る上で、任意団体ではガッカリされるんですね。海外でも認めてもらえるように法人格を取得する予定です。



柴木 樹氏

世界コマ大戦にも、できる限りご協力できたらと思っています。今日のお話で自分もなにかやってやろうという思いが広く伝わると思います。皆さんで日本の中小企業を盛り上げていきましょう。本日は大変ありがとうございました。

サプライチェーン*1 企業の経営・管理で使用する用語で、原材料・部品の調達から、製造、在庫管理、販売、配送までの製品の全体的な流れのこと。

BCP*2 Business Continuity Plan 災害などリスクが発生したときに重要業務が中断しないこと。また、万一事業活動が中断した場合でも、目標復旧時間内に重要な機能を再開させ、業務中断に伴うリスクを最低限にするために、平時から事業継続について戦略的に準備しておく計画。

QCD*3 品質(Quality)、価格(Cost)、納期(Delivery/Time)の頭文字をつなげた略語

ガンダム*4 機動戦士ガンダム 1979年にスタートしたTVアニメ。ガンダムシリーズと呼ばれる一連の作品のキャラクターであり、総称。株式会社日本サンライズ(現 株式会社サンライズ)により制作された。

シーズ*5 メーカーのもっている特別な技術や材料

NAZEも出展します!
全日本製造業「世界コマ大戦」2015
 2月15日(日)10:00~18:00
 会場：横浜港大さん橋国際客船ターミナル 大さん橋ホール
<http://www.worldkoma.jp>

第9期NEXT道場修了

昨年5月に開講した第9期NEXT道場は、全13回(初級6回、上級7回)のカリキュラムを10名全員が無事修了することができました。

半年余の期間でしたが、出席率は95%を超え、レポート提出率は100%と、熱気がみなぎっていました。

塾生の疑問・質問に対し、各講師からの丁寧な回答で講義内容の理解を深め、更に、塾生同志の強いネットワークを築くことができました。



NAZE 交流塾修了

平成26年度の交流部会新規事業で人材育成事業として取り組んだ「NAZE 交流塾」が修了しました。塾長に(株)プラカード・ジャパンのアンヤンウ イケチュク氏、英会話の講師には、長岡市ALTのサルベセン モーガン ロルフ氏を迎え、6月~12月まで10回、若手経営者を中心に11人が受講しました。

内容は日本と世界の常識の違い等、海外経験者や、外国人留学生等、外国人の方々とのディスカッションを織り込みながら、モーガン氏から日常英会話を特訓してもらいました。修了式に行ったアンケートによれば、11名全員が「非常に参考になった」「参考になった」とのことでした。

「自社の製品を手に、通訳なしで自分の口で売り込み営業ができる」人材が育っていくことを期待しています。交流塾の運営にご協力いただいた皆様、ありがとうございました。





APC

(株)アサヒ
プレジジョン



長岡工業高等
専門学校

(株)アサヒプレジジョン

〒949-5411 新潟県長岡市来迎寺1750番地1
TEL 0258-92-6440 FAX 0258-92-6443
URL : <http://www.asahi-precision.co.jp>



昨年9月17日の交流部会による産産ネットワーク構築事業「NAZE会員企業工場見学会」に参加した長岡工業高等専門学校生のモノづくり訪問記特別編後編の今回は(株)アサヒプレジジョンの訪問記です。

私たちは今回、株式会社アサヒプレジジョンを見学させていただきました。アサヒプレジジョンは、高品質な機械加工製品を作るための精密加工が売りの企業です。加工難易度の高い物の生産、小ロットおよび短納期対応を実行できる生産体制を目指しているとのことでしたが、実際に現場を見てみると、そのための努力が随所に見受けられました。

工場見学の前に、種岡社長から会社の概要説明がありました。作るものは、試作品から複雑な形状のものまでであるとのこと。そして、何度もおっしゃっていたのが「いいものを作るためには作る人間の技術が重要」という言葉です。そのため、従業員の技術レベルが高くないといけなないので、入社してから4、5年

は勉強を頑張ってもらおうそうです。入社する人は工業高校や高専を卒業した人がほとんどなので基礎はできているはず。そこからさらに実践レベルでみっちり人材を育てる、ここにいいものを作るための情熱がうかがえます。

最初に、マシニングセンタの工場を見学しました。小型である#30のマシニングセンタでは、小型のアルミダイカスト品などを加工しています。ここでは、精度を出すための工夫として、材料の取り付けにこだわりがありました。なんと、作るものの種類ごとに治具を変え、その治具も設計から作製まで自社で行っているとのこと。材料の取り付けに工夫があると聞いた時には数種類の治具を組み合わせているのかと考えましたが、一つ一つに専用の治具を使っていると聞いて、精度を出すためにそこまで強いこだわりがあるのだと驚きました。また、複雑な3次元形状の加工が可能な5軸加工機もありましたが、3軸の立型マシニングセンタを5軸として使えるようにして工程を短縮するといった工夫も教えていただきました。

隣接した旋盤工場では、複合加工機を中心に加工し、工程を短縮しています。こういった工程はすべて自分たちでどう短縮するか考えているそうです。丸棒から角材への加工は複合機で、丸棒の加工のみならNC旋盤で、丸棒でも誤差がミクロンオーダーのものなどは精密旋盤を用いていました。マシニングセンタの工場でも旋盤工場でも工作機械の数に対して従業員の数が少ないと感じましたが、実際に一人あたりの担当する機械の数は3台くらいと多く、マシニングセンタにおいては8Pや10P(P=パレット)などを用い、人のかかる手間は取り付けのみなど効率よく運用をしていました。

今回の見学では、実際の現場でどのような工夫がなされているのかを間近で見ることができ、うれしかったです。また、種岡社長の熱いお話を伺うことができ、今後活かしていこうと思いました。大変貴重な機会をありがとうございました。

長岡工業高等専門学校
電子機械システム工学専攻
1年 中村 謙太

デザインの未来? -燃料電池車 FCV「MIRAI(ミライ)」(byトヨタ)・4Kテレビ

2015年のスタートにあたって、デザイン雑感を・・・。

昨今、デザインの流れに根元的な変革を迫る大きな波が押し寄せているのを感じる。

技術 (Innovation) 面での想像を悠に超える大きな早い変容が現実となっているが、それだけでなく、メーカーの技術開発と、それに伴う製品化・量産化・商品化・販売までのスピード、そしてマーケティング・プランニング等の戦略の奥が深く緻密であること等、総合プラン (企業戦略) が想像を超えているからだろう。これは、当初からこれまで続けてきた思考に根本からの変化を迫るもので、モノづくりのグローバル化によって生じた超情報化、超技術化の大きな変革の波の到来の兆しと捉えねばならないだろう。デザインにもそれに伴って大きな変化 (進化) が見られる。加速度的に進む「Innovationの高密度化・高速度化」が導くデザイン進化への作用が動き、発想の通念をゼロ復帰させたところから生まれているモノヤコトが随所に見られる。

ここにその変化が見える2例を挙げて、デザイン視点からの感想を述べてみたい。

トヨタ自動車は昨年12月、量産型として世界初のセダン型燃料電池車「MIRAI (ミライ)」を発売した。排出するのは水だけという究極のエコ車である。2015年の年間予定販売台数は700台、その内訳は日本で400台、アメリカで200台という。

水素製造コスト・水素ステーション設置等々、今後多くのリスクを抱えるが「究極のエコ」の実車の発売はただただ凄い。驚くのはそれだけではない。先日は燃料電池車の技術の全面公開が発表されたが、これには技術感、企業感、産業感等の根本にあった考え方で変えさせられた。

その車のスタイリング・デザインを見るに、フロント、リアには、これまでと異なった先進性・造形感覚等の進化を表現しようとする力が明確に表わされている。ここに挙げ尽くせない程の凄い技術の実現、デザインの新鮮化、それらの量産化への道の困難さは計り知れない。無限大の企業の総力が掛かっている筈だ。それなのに全面公開の発表。産業が人類に貢献するとともに、競争にも勝ち抜いて存続していく、その双方を両立させるために企てた「トヨタ戦略」

に学ぶところは実に大きい。我々は、ここに見られるような大きな転換期に向かっている。自分自身の事業のあり方をこのトヨタの決断に照らして考えたいものだ。

次に、既に量販店に商品が並び、既に買い替え需要喚起の宣伝効果が激しい「4Kテレビ」について。

解像度を表す画素数が縦2倍×横2倍 (横3840画素×横2160画素) の4倍 (従来ハイビジョン比) になり、高精細で臨場感のある映像を提供するTVモニターの出現である。先によくハイビジョン化が行き渡ったかと思ったのにもう次期商品である。日本は2020年予定の東京オリンピックまでに全国展開しようとの計画らしい。本当だろうか?

まだまだこの類の夢のような話題は幾つもあるだろう。どれも技術的には実現可能だろうが、デザイナーとしてはその技術 (プロジェクト) の社会 (生活者) への発表については、これまでより一層冷静な針路の検討・評価・判断が必要だろうと思っている。「Innovationの高密度化・高速度化高スピード化」は素晴らしく、誰もがその恩恵は早く享受したいと思う。しかし、その実用化が性急過ぎると後に虚しさが残ることが多々ある。考えを深め、今後このようなことは無くしたい。

重なるが、技術開発によるユーザー・オリエンティドなモノづくりは素晴らしいが、欲求に応える (夢) のモノの提示ができればそれで良いのではない。ユーザーに真の豊かさを提供する、多面的に検討されたシステムを示すコトでありたい。それを基底に置いて考えを進めるのが「デザイン・ワーク」である。

<*写真は2枚ともトヨタ自動車HPより>



全体会議を開催しました

平成26年12月8日(月)、ホテルニューオータニ長岡を会場に、平成26年度全体会議を開催いたしました。

これまで取り組んできた各種事業の実施状況について事務局より報告を行ない、情報を共有しました。

また、全体会議終了後、ダイハツ工業(株)取締役 (専務執行役員) の中脇康則様を講師に迎え、「ダイハツの軽自動車開発」をテーマに講演会を開催。これからのモノづくりに向けたメッセージ等を語っていただきました。

講演会終了後は、恒例の「交流会」も開催し、活発に情報交換を図っていただきました。



長岡で頑張る企業、起業家を応援します!

NAZE

くわしくは →

<http://www.naze.biz/>

●記事内容についての感想をお待ちしています!

Nagaoka Activation Zone of Energy
長岡産業活性化協会 NAZE

〒940-2127 新潟県長岡市新産4丁目1番地9 NICO テクノプラザ内 NAZE 事務局
TEL : 0258-42-8700 FAX : 0258-42-8701 E-mail : info@naze.biz

印刷 : 有めぐみ工房

