

2018年版「ものづくり白書」

“4つの危機感”に対し、経営者みずから変革を

「ものづくり白書」が掲げる“4つの危機感”

政府は5月29日、2018年版「ものづくり白書」（ものづくり基盤技術振興基本法第8条に基づく年次報告）を閣議決定し、発表した。

今回の白書では「総論」を初めて設け、製造業に関して、大規模な環境変化にともなって、すべての経営者が持つべき“4つの危機感”を明記した。（下図①）

足もとの景気は底堅く推移している一方、人手不足が深刻な課題となっている。それと同時に、IoT（モノのインターネット）といった第4次産業革命など、構造的な変化に対応するため、デジタル化の推進も大きな課題である。モノづくりのあり方がグローバル化の進展によって急速に変化しつつあるなか、企業規模の大小を問わず、国内製造業全体が環境変化に真摯に向き合う必要がある。そのために企業トップに意識変革を求め、経営主導によるスピード感を持った取り組みが急務であると白書では訴えている。

主要課題①

「人手不足対応ができていないか？ デジタル人材等は確保できているか？」

モノづくり産業においても、技能人材をはじめ人手不足が

顕在化している。今後の労働力人口の減少を見据えれば、人材活用の制度的な工夫にくわえ、ロボットやIoT、AIなどの先進ツールの利活用や労働生産性の向上に向けた人材育成の取り組みが待ったなしの状況となっている。（右図②）

また、これらロボットやIoT、AIなどの先進ツールの利活用を特徴とする第4次産業革命が進むなか、モノづくり産業で働く人材に期待されるスキルも大きく変質してきている。なかでも“デジタル人材”の圧倒的な不足は深刻で、喫緊の課題となっている。

さらに、大きな変革期のなかで、ビジネス全体を俯瞰して全体最適化をはかるシステム思考の強化が果たされないと、海外の後塵を拝するおそれが高い。

主要課題②

「ものづくりだけで付加価値を獲得していけるのか？」

現在進展しているデジタル革新によって、類似のモノをつくり出す能力が世界各地で高まり、モノに対する相対的価値が低下しつつある。そうしたなかで、顧客が求める価値が「モノの所有」から「機能の利用」や「価値の体験」へと移行し、モノだけでなく、モノを活用したサービス・ソリューション展開が価値獲得のカギを握っている。とくに経営資源としての「データ」の重要性は著しく高まっており、世界では多くの企業がデジタル投資に邁進し、一部には、ビジネスモデルの転換にまで踏み込んだ価値創出の動きも見られる。

一方、日本においては、デジタル化のもたらす本質的な産業構造・社会構造へのインパクトが必ずしも理解されていないおそれがある。とくに中小企業の場合には、足もとの好調な受注などにより、現在起きている抜本的な変化の本質に「気づいていない」あるいは「気づかずに目を背けてしまう」といった傾向も見られ、このままでは将来の致命傷となりかねない。

経営者の意識変革が求められる

人手不足、第4次産業革命、品質保証体制の確立など、迫り来る課題に対応するには、トップ主導の素早く大胆な変革が必要だが、経営者が「大変革期」を認識できていないおそれがある。さらに「従来型の改良・改善」ではなく、「非

① すべての経営者が持つべき“4つの危機感”

1

人材の量的不足に加え質的な抜本変化に対応できていないおそれあり！

例：人材スキル変化、デジタル人材不足、システム思考欠如

2

従来「強み」と考えてきたものが、変革の足かせになるおそれあり！

例：すり合わせ重視 取引先の意向偏重 品質への過信

3

経済社会のデジタル化等の大変革期を経営者が認識できていないおそれあり！

例：IT ブーム再来との誤解 足元の好調な受注による慢心

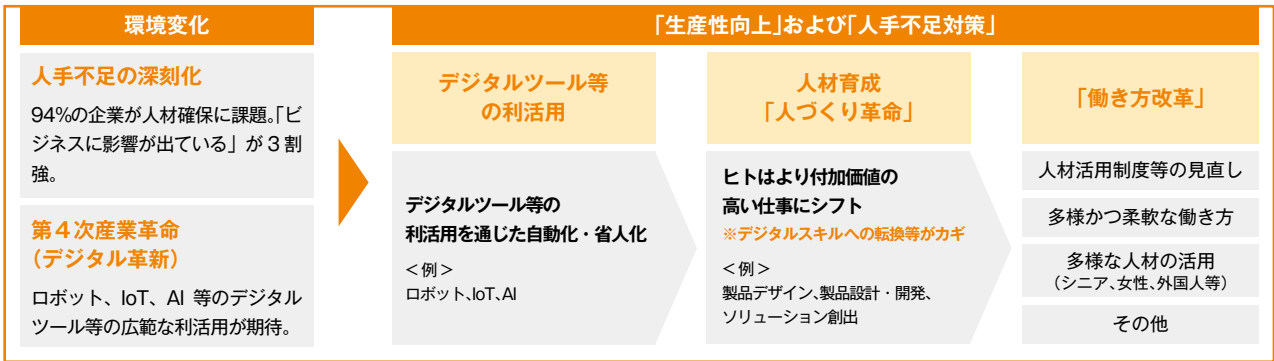
4

非連続的な変革が必要であることを認識できていないおそれあり！

例：自前主義の限界 ボトムアップ経営の限界

※2018年版「ものづくり白書」より

2 モノづくりの現場の目指す方向性



※2018年版「ものづくり白書」より編集部作成

「連続的な変革」の必要性が十分に浸透していない。

日本の製造業はこれまで、現場主導のボトムアップ型で発展してきた。しかし環境変化はかつてないほど速く、ボトムアップだけではスピード面などで限界に直面している。

白書はこうした「経営者の使命」をメッセージとして、具体的な取り組みの参考となる多くの事例を紹介している。永続企業、スマートファクトリー実現のためにもトップみずからが変革を進める必要がある。

「スマートファクトリー Japan 2018」開催

生産管理・製造現場の先進化・効率化を推進

「スマートファクトリー Japan 2018」が5月30日から6月1日までの3日間、東京ビッグサイトで開催された。主催は日刊工業新聞社。出展者数は前回は1.7倍の150社・団体、総来場者数は同3.2%増の4万1,354名（同時開催展・相互入場展含む）となった。

今回は、経済産業省が共催・支援する「第7回ものづくり日本大賞」受賞者展示コーナーと「地方版IoT推進ラボ」の事例紹介ゾーンが最大ブースをかまえるなど、行政の普及啓発の性格が強い展示内容となった。

アマダホールディングスは、アマダのIoT「V-factory」を出展。「工場の『今』の課題を見える化」し、「生産にかかわるムダの削減」と「マシンのポテンシャルのフル活用」により「付加価値の高い生産性を実現」とPRした。

第7回ものづくり日本大賞で経済産業大臣賞（製造・技術開発部門）を受賞したアスプローバは、生産スケジューラー「Asprova APS」を出展した。大手機械メーカーへのOEM供給も行っており、一般的なERP・生産管理システムとも連携が可能で、中堅企業の間で採用が進んでいる。

ITコーディネータ協会は、中小企業庁の支援を得て推

進している「中小企業共通EDI」と「全銀EDIシステム」を紹介。「中小企業共通EDI」は、EDIデータの標準仕様を定め、対応アプリとプロバイダを介することで、発注元企業を選ばず受発注情報をリアルタイムに自動登録できるようになる。「全銀EDIシステム」は、総合振込時のEDI情報欄に記入できる情報量が増え、受取企業側は売掛金の回収・消し込み作業を劇的に効率化できるとして期待されている。



アマダホールディングスは「V-factory」を紹介。「工場の『今』の課題を見える化」し、「付加価値の高い生産性を実現」とPRした