

素形材産業ビジョン策定委員会（第3回）

議事要旨

主な議論については以下の通り。

<経営力、海外展開>

- ✓ 日本の素形材企業は、オーナー企業が多く、地域においてロイヤリティ高く働いている個性のある企業が多いため、規模だけを求めてしまうとシナジー効果や効率化・弾力性を求めることが難しい場合もある。M&A や合併会社の設立に限らず、企業連携を行いやすい仕組みや連携の促進が必要ではないか。
- ✓ 業界内で成長の二極化が進んでいる実態を見れば、業界単位ではなく個社単位での組織力や経営者としての力量も改めて知る必要があるのではないか。
- ✓ 自動車など素形材のユーザーによる詳細な仕様を定めた発注を満たすことに注力した結果、ビジネスディベロップメント力やベンチャースピリットがなくなった素形材企業もいるのではないか、それゆえ、新分野への進出や研究開発投資を行う会社への支援が重要である。海外展開についても、実施の有無はビジネスディベロップメント力の差ではないか。

<技術開発>

- ✓ 企業の固有技術はニーズがあって生まれるものであり、ドイツの自動車メーカーのように、ニーズをオープンにして素形材企業とともに研究開発を進めていく方法がないか。また、ニーズがオープンになったとしても、予算、人材の面から中小企業が自社で技術開発を進めていくことは難しいため、大学や研究機関との人材交流などで解決できないか。
- ✓ 3D プリンター等の新技術は、素形材産業の製造現場で導入する以前にデザイン・設計の段階から参加・注力していく必要があるのではないか。

<情報発信力、人材育成>

- ✓ 素形材産業において、ベンチャー企業との連携を促進することで、人材不足を補い、新分野への進出など競争力を強化できるのではないか。
- ✓ 大学における素形材関連の講座が減少し、人材育成力が低下している中、経営力の強化と同時に技術者の育成についても両輪で議論していく必要があるのではないか。

<取引適正化、横断的連携>

- ✓ 重量取引が慣行として未だに行われている例があるが、製品の機能を評価した適正な価格での取引が行われるべき。また、顧客からの入金より先に有償支給材の決済が行われ、資金繰りが厳しくなるといった例もあるが、経営者が認識していない場合があり、金融面での改善を進めていくことも重要である。