

ATACの内容

本会は長年の経験により独自の技術とノウハウを有する技術者・管理者を結集し、お互いの知恵を出しあい、学習しあい、ネットワークを活用するとともに、中堅・中小企業が抱える国際化、技術開発、人材育成等の諸問題の解決を支援することにより中堅・中小企業の発展に資することを目的とする。

～ATAC規約第2条より～

ATACは上記の目的に則り、これまで12年にわたり中堅・中小企業の発展のために数々の活動を推進してきました。その主なものを挙げますと

1. コンサルティング

ATAC活動の大部分を占める業務で中堅・中小企業の抱えるさまざまなテーマについて450件以上のコンサルティング業務に携わってきました。

2. セミナー開催・講師派遣

ATACは従業員教育、経営管理、ISO関連、品質管理などのセミナーを企画・実施し好評を博しています。また、講演会・研修会などへの講師派遣も行っています。

3. 書籍刊行

中堅・中小企業の発展に役立つため、これまでに刊行した書籍は下記の通りです。

- ATACの経営便利帳
- 現場の課題解決はこうする
(中堅・中小企業の業務改善事例)
- 中堅・中小企業へのATAC提言集
 - ① 新商品開発のヒント
 - ② ISO9000認証取得の手引き
 - ③ ISO14001認証取得の手引き
 - ④ 中小企業のためのIT
 - ⑤ 材料選択の手引き
 - ⑥ 設計を考える

4. NASCA(産学連携のお手伝い)

企業の技術ニーズをお預かりして、最適な技術シーズを持つ大学や研究機関などを探し、ご紹介する業務です。

5. 公的支援情報送信サービス

ご希望の企業に、国や府県等による研究開発補助金等の公的支援募集情報をタイムリーに分かりやすくe-mailやFAXで無料配信する業務です。

新たに公的支援情報送信サービスをご希望の企業の方は下記の申込書にご記入の上、**FAX (06-6443-5319)** でお申し込みください。

公的支援情報送信サービス新規申込書

企業名

所在地

担当者

TEL

FAX

E-mail

公的支援情報送信先(どちらかに✓してください)

☐

FAX

/

☐

E-mail

書評

「日本のもの造り哲学」

藤本 隆宏著 04年6月 日本経済新聞社刊、¥1,600+税

経済学者(東京大大学院経済研究科教授、兼ものづくり経営研究センター長、ハーバード大学ビジネススクール上級研究員)である著者がモノ造りというものを、根本から解明して将来への日本の方向を明らかにしている。その基本は著者の持論である「擦り合わせ型」(インテグラル)と「組み合わせ型」(モジュラー)とに分けるアーキテクチャ(設計思想)に基づいている。

工業製品は大きくインテグラル型製品とモジュラー型製品の二つの種類に分けることができる。前者はいくつかの基本となる技術を擦り合わせて作り上げる商品であり、その擦り合わせ部分に独特のノウハウがあって、クローズドの世界となっている。自動車や家電製品が代表例である。後者のモジュラー型製品というのは標準となる部品を組み合わせ作り上げる商品である。組み合わせ自体に特別のノウハウはない、代表例はパソコンである。

このように分類すると日本は従来から「擦り合わせ型」の製品に強く、アメリカや韓国は「組み合わせ型」製品が得意である。日本が得意とする、このアーキテクチャで勝負せよと著者は説く。

なぜ「擦り合わせ型」製品に日本が強いのか、その疑問に答え、その強さを解きほぐすキーワードとして著者が得た概念が「能力構築競争」(著書、03.6.25刊行、中公新書。ATACニュースNo5で紹介)である。製造業には価格、ブランド、サービスなど顧客に見える「表層の競争力」と生産性、製造品質、開発リードタイムなど工場や研究所の内部に蓄えられた「深層の競争力」の二つがある。日本のメーカの力は「深層の競争力」にあると著者は分析する。日本企業の現場は常に能力開発を行ってきた。このように現場のモノ造りでは世界最高レベルに達している日本企業も本社の戦略やブランド力の「表層の競争力」では欧米の企業に及ばず、高い収益力をあげるに至っていない。この「強い現場」と「弱い本社」のアンバランスに警告を発している。製造現場の研究から出た危機感だけに、この指針には重みがある。

また、工業大国として急発展し始めた中国に対して日本は如何なる戦略を持つべきかについても紹介されている。

日本のモノ造りの再興のために「強い工場・強い本社」を目指すべきだと言う著者の主張には長期にわたる自動車産業をはじめとする多くの現場の綿密で体系的な調査に基づいているだけに説得力がある。

(藪野)

