

KRP PRESS Vol.156

Kyoto Research Park ACTIVITY (2019.1) 特集 ものづくりは人づくり

ものづくりは人づくり

Manufacturing companies



特集

ものづくり は 人づくり

Manufacturing companies

ものづくり出すのは、人だから
ものづくり企業の「人づくり」とは

労働人口の減少、高度な技を持つ職人たちの高齢化、そして後継者不足…。ものづくりに携わる中小企業において、人材確保、人材育成は急を要する課題です。多くの中小企業が存在する京都、その下請け構造が変化するなか、中小ものづくり企業の発展のため設立された(一社)京都試作ネット(以下、京都試作ネット)。その現代表理事である鈴木滋朗氏と前代表理事の竹田正俊氏、そして2017年9月にものづくりのコミュニティの場「Kyoto Makers Garage」をオープンされた牧野成将氏の3名に、京都の地域に根差した中小ものづくり企業の人づくりの現状と未来について語っていただいた。

DISCUSSION 多様な人と文化と情報で、京都をものづくりの都に!

(株)最上インクス 代表取締役 鈴木 滋朗氏 / (株)クロスエフェクト 代表取締役 竹田 正俊氏
(株)Darma Tech Labs 代表取締役 牧野 成将氏

「働く」ことに対してどう考えるか 若い世代に変化が見られる

竹田 ものづくりに限らず中小企業が直面する課題に、人材不足があります。採用したくても人が来ない。当社も以前はそうでした。立ち上げて17年ですが、現在、50代の社員はいません。20代~40代までの若いメンバーばかりです。きっかけとなったのは、社屋を新しくしたことでした。

牧野 どういうことですか。

竹田 採用活動で学生と面談する中で、初任給や仕事の内容よりも、自分の会社人生の場となる職場環境に重きを置いている印象があったのです。実際、アポを取って会社を訪れても、昔の倉庫のような社屋を見るなり帰ってしまう学生もいました。そこで環境を整える一環として社屋を新しくした。すると、それまでゼロだった応募が3桁になるぐらい劇的に変化しました。誇れる事業内容があっても、環境でこれほど左右されるのだということを身をもって体験しました。

鈴木 弊社は隔年で新卒採用をしていますが、

給与とか休日といった条件面を重視する学生と、価値観を重視してビジョンなどについて質問してくる学生に、二極化しているように思います。自分たちが働くということを、より鮮明に考えている世代なのかもしれません。竹田さんがおっしゃった「環境」につながるかと思いますが、会社の価値観とビジネスに共感できる人を、

我々としても採用したいですね。

牧野 なるほど。価値観、ビジョンへの共感ということですね。私たちの会社はまだ若く、「京都をものづくりベンチャーの都にしたい」という思いのもとにたくさんの方が集まり、応援していただいています。正社員や業務委託など、働き方もさまざまです。



KMG内で製作作業中の留学生

採用人材の多様化を考える 労働人口は本当に減っているのか?

牧野 私たちのところでは、外国人を多く採用しています。3分の1くらいが外国人。京都は非常に外国人が多い地域で、海外でも、京都なら住んでみたい、働いてみたいという声は多いです。また、女性のメンバーが多いのもうちの特徴。男性社員を採れないのであれば、外国人や女性をもう少し吸引していくというのも一つの方法ではないでしょうか。

竹田 まさにそのとおりで、ここ2年で我が社が採用した社員の7割が女性です。そもそも最終面接まで残るのが、女性のほうが多い。

理念やビジョンを共有する そして、同じ景色をつくり出す

竹田 社員に理念やビジョンを浸透させるには、泥臭く、同じことを言い続けるしかありません。創業以来ずっと、毎週月曜日の朝に30分、理念やミッションにかかわる話を続けていますが、それはまるで、砂漠に水をまくようなもの。ほとんどが蒸発して、何も変化がないように見える。でも、まき続けると、いつかオアシスが現れる。地中に少しずつしみ込んでいた水がオアシスを生み出すのです。だから、リーダーは自信を持って語り続けなければならない。10年ちょっと経った頃、少しずつわかってきてくれた

とにかく何度も何度も伝えていこうと思います。**竹田** 「成果は組織の外にある」ということも社員に話しています。お客様に評価されてこそその成果であり、誇り高い仕事の証し。社内で完結するのではなく、外に成果を求める。そうすることで、モチベーションの向上につながります。

KMGに対して感じた異質性 つまりは多様性の宝庫ということ

牧野 京都試作ネットの方と接して思ったのは、本当にものづくりが好き人が多いこと。そういった方々がもっと気軽にものづくりできるような環境、拠点となる場所を提供したいというのが、KMG(Kyoto Makers Garage)の考え。イベントには京都試作ネットの方だけでなく学生や社会人の方も参加して、試作できる環境を提供しています。

鈴木 京都試作ネットには、京都をものづくりの集積地にしたいというビジョンがあります。京都をさらに成長、発展させていくための仕掛けづくりですね。KMGもその一環です。ただ、見たことがない景色を醸し出すKMGに対して、最初は異質を感じていました。でも、そこには京都試作ネットでは集まらない人や情報が集まる。そのパワーとコラボすることで、私たちが目指す「協創」試作をさらに進めることができる。根底にある思いが同じだと知り、見ている景色は異質でも何でもなく、同じなのだと思ってきました。

牧野 京都で、試作というものを軸に新しいビジネスモデルが生まれて、新しい産業の創出につながれば素晴らしいし、KMGとしてもそこにチャレンジしたいと思っています。そもそも、京都試作ネットがなければKMGはスタートしていませんでした。それくらいKMGにとって京都試作ネットは大切なパートナーであり、欠かせない要素。そして京都の財産でもあると思っています。京都のものづくりを担う人たちと、新しい何かを「協創」していけることを期待したいですね。



左から(株)最上インクス 代表取締役 鈴木滋朗氏、(株)Darma Tech Labs 代表取締役 牧野成将氏、(株)クロスエフェクト 代表取締役 竹田正俊氏

面談してみると、仕事を内容ではなく「意義」で選んでいるというのを、女性のほうに強く感じます。外国人も、そう。京都にはたくさんの留学生がいますが、働くところがないと思っている人が多い。京都の中小企業で、ものづくりをしているところ、働けるところがこんなにあるということを、我々のほうからアピールしていかないと。優秀で、前向きで、「意義」への共感をしてくれるのであれば、国籍・性別問わず採用したいという会社は多いと思います。

鈴木 弊社でも、エントリーしてくる女性は年々増えています。しかもエンジニア希望が多い。もう、ビジネスの場で男性女性と切り分けるのはやめる時期なのでしょうね。企業は、歴史が長くなるとイノベーションが起きにくくなる。大切なのは歴史の長短や経験値の大小ではなく、変化する力。そのためには今、価値観を変えて変化していくタイミングなのかもしれません。

かな、と思うようになりました。もっと早い方法があるなら教えてほしい(笑)

鈴木 竹田さんからは対話をしろとよく言われますね。コミュニケーションは質より量。質を求めるより量を確保しろと。コミュニケーションを図りながら、会社が目指す景色と社員が見たい景色が同じになるよう、共感性を重要視しています。そのために社員がリクエストする教育、勉強の場は、どんどん提供していきたい。自発的に学びたいと思う、そういう機会をつくるのがトップの仕事であり、人材育成の根本をなすものかなと思います。

牧野 私たちのところは、まだ、自分たちが悩み、学びながら試行錯誤している状況。ただ、価値観の共有というのはすごく大事にしようと思っていて、全体合宿をするなどして、価値観をイメージ化したり、何度も言葉にしようとしています。方向性が見えづらくならないよう



京都中央市場近くのビルを改装したKMGの外観

CASE 1 社員のモチベーションを高めること、それが第一

HILLTOP 株式会社 経営戦略部長 HILLTOP Technology Laboratory, Inc. CEO/President 山本 勇輝氏

**HILLTOP System開発により
人材の育成と活用が大きく転換**

弊社では、アルミに特化した試作部品を中心に試作開発や装置開発まで、多品種小ロットで手がけています。しかも1点、2点ずつの超小ロットです。

もともと、ものづくりの現場の人材育成はピラミッド型で、最初はできあがった製品を洗ったり最後の仕上げをしたり。そういうところを経験しながら機械に触らせてもらい、使いこなせるようになればその機械の責任者になる。機械を動かすためのプログラムづくりを担うプログラマーになるのはそのあと、最終段階です。そこに至るには早くても5年かかります。弊社ももとはそういう形でしたが、それを一度ひっくり返してしまおうという発想になりました。

超小ロット生産という性質上、製品を1点つくるのに対してひとつのプログラムが必要になります。製品とプログラムは必ず一対が必要となるため、機械の稼働に対してプログラムの数が追いつかない。そこで考えたのが、入社してすぐの、たとえば文系出身の社員であっても、2カ月で業界最高峰の5軸マシンを扱うプログラムを組めるところまで持っていくこと。それを目標とした組織変更です。工場全体の最適化、効率化のもと、いわゆる下積み時代や職人のノウハウを身につける段階を飛ばしたわけです。

職人技を完全データ化し、ルーチンワークは機械にまかせ、人は人にしかできない知的労働を——。この考えのもとに構築された弊社独自の生産管理システム「HILLTOP System」においては、若いメンバーが即戦力になります。そして即戦力に育てるための仕組みや工夫も、試行錯誤しながらつくり上げてきました。



オフィスに並ぶ様々な形状の製品

**自分たちの仲間自分たちで選ぶ
採用活動に若手が積極参加**

本格的に新卒採用を始めたのは2009年です。大手に負けずに良い人材を採用するにはどうすればいいのか。私は大学卒業後の数年間、人材系企業に勤務しており、その経験から「大手と同じ土俵」に上がることを会社に提案しました。コストはかかりますが、採用のコストは決してムダではないと。ただし「大手と同じ土俵」に上がりながら、中小企業らしさ、

HILLTOPらしさを打ち出す工夫は怠りませんでした。

たとえば会社説明会。会場を借りるのではなく、本社まで来てもらって実際の現場を体験してもらおう。学生が抱えているイメージと実際のギャップを埋めるのが狙いです。それから応募するかどうかを選んでもらう。また、長い時間をかけます。説明会なら約4時間。面接は、1次の集団面接で1時間半、2次のグループディスカッションは4時間、個人面接でも1人につき1時間以上はかけます。自己PRを話してもらったら、それについて5人の面接官がいっせいに深掘りしていきます。返ってくる内容はだいたい予測できます。そうして考えてきた内容が尽きてから勝負。そこに、その



コーポレートカラーのピンクを使用した、スタイリッシュな外観

人の本質や人となりが見れると思うからです。しっかりと人を見る。大人数が訪れる大手企業には、そんな余裕はないのではないのでしょうか。

弊社の採用活動には優秀な人材を採用するだけでなく、既存の若手社員のスキルアップという、もうひとつの側面があります。説明会では、入社もない若手社員を中心メンバーにしています。工場見学においても、各セクションのメンバーが学生に説明する形です。社員たちは、自分のセクションをどう説明するかを考えることになり、わからないことは上司やベテランメンバーに聞きます。自社についてあらためて学ぶ場になると同時に、「人」と真剣に向き合うことになるのです。「自分たちの仲間は、自分たちで選ぶ」ことで、採用された新卒社員に親近感が生まれ、入社後も親身になって指導するようになります。

ここにも、見えないコストはかなりのかかっています。しかし、既存社員の教育、意識付けという点では、かなり有効な手段になっているのではないかと思います。



HILLTOP Systemにより、多品種・単品・24時間無人稼働を実現した工場

**人間が成長できるフィールドで
ものづくりの前に、人づくり**

入社後の教育カリキュラムにおいては、職人技のノウハウは知識として学ぶことにとどめ、「なぜそうするのか」「なぜそうなるのか」を体系的、具体的、論理的に教えることに重点を置いています。たとえ20年以上CAD、CAMを使ってきても、同じ機械やソフトがなければどうにもならない。それは理屈がわかっていないからで、そんな人は、弊社の入社1年目のメンバーよりできることが少ないのではないのでしょうか。



明るく開放的なオフィス

副社長がいつも「5年後にHILLTOPがつぶれたとしても、どこに行っても採用したいと言われる人材を育成する」と語るように、スペシャリストではなくゼネラリストを育てるほうを重視したいと考えています。どこに行っても通用する人材。そのために、ひとつの物事ではなく、いろいろなことを経験して多角的に物事を見た上で、最終的に自分の光る部分を突出させていく。そんな育成方法として取り入れている

のが、ジョブ・ローテーションです。会社の中で働く場、立ち位置やポジションを替えていくのです。

同じところにおいて同じ仕事を続けていけば効率化はどんどん進みます。そして会社はどんどん儲かります。しかし効率化とモチベーションは対極に位置していて、効率化すればするほどものは単純化されていき、仕事としての面白みがなくなる。モチベーションが下がるわけです。人としての成長もない。それを防ぐのがジョブ・ローテーションの目的です。

多くの業務を経験できるように定期的な異動を



職人技をデータベース化し若手社員の成長スピードも早い

います。ビジョンの描き方だとか、戦略の立て方はもちろん重要ですが、とくに製造部にいると、外部の情報を取り入れるということがなかなかできません。ですから今の状況がどうなっているのか、アンテナをしっかりと張って、たとえば10年後、社会はどうなっているのか予測を立てるよう話しています。予測して、それに対して自分たちはどうなっているか、競合相手はどうなっているかを考える。どこで差別化を図り、そのためにどんな工場、どんな製造部にしていきたいかを議論し、指標に落とし込む。そのように10年後のゴールを決めて、そこに対しての1年後、というマイルストーンの置き方でないと意味がないのですから。

目先の効率改善のようなことをやりがちですが、そうではなく、最終的に向かうべきゴールに対してこの時点ではこんなだという絵をきちんと描かせる。そのために、いつまでに、誰が、何をやるのかということを決めさせた上で組織として動かしていくということを、マネージャー陣には勉強してもらっています。

弊社で働く社員にとって、会社は、自己実現のための場所だと思うのです。自分がどうなりたいか、どうしたいかという思いがあって、それが、ここなら実現できるんじゃないかと、そんな期待を持ってHILLTOPに来てくれている。つまり理念に共感して、会社の冒険やチャレンジを「楽しみながら」受け入れてくれる、そんなメンバーが揃っているのではないかと思います。



さまざまな人とコラボレーションし、アイデアや知識・技術を共有するクリエイティブスペース Foo's Lab

**人間が成長できるフィールドで
ものづくりの前に、人づくり**

新入社員や若手社員の教育だけでなく、マネージャーの育成というところにも力を入れて

CASE 2 学び、考え抜き、実践する。すべてがつながって成長する
ニイガタ株式会社 京都営業所 所長 山本 浩司氏 KRP 1号館

**挑戦的な失敗は、むしろ褒める
自分の力で壁を乗り越えることが重要**

弊社は横浜に本社を置き、実験装置・治具・試験器具などの設計製造、透明樹脂の加工技術を生かした可視化部品の設計製造、研究開発サポートなどを行っています。京都営業所は、2013年に関西の拠点として設置されました。小集団ですが、設計から製造、納品まで、すべて京都で取り仕切っています。京都で受注した仕事は京都でつくり、京都で納める。社長の言葉を借りれば「地産地消」。人材という点でも「地産地消」を意識しています。京都で働いてもらうために本社と情報共有しながら、京都営業所として採用しています。



弊社はメーカー企業や大学からの依頼で、治具・器具・装置をオーダーメイドで設計・製作をしています。特注品を扱うという性質上、総合的なスキル・知識が求められます。京都営業所のスタッフはお客様と技術的な打合せもするので、営業スキルに加えて、設計もできないといけなし、技術的な知識も蓄えていかないとはいけません。では、そんな人材をどう育てるのか。

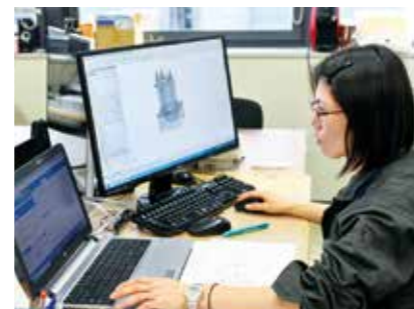
お客様の要望に対して、とことん考えさせる。追い込まれて、考え抜いた末に何らかのアイデアが生まれます。そこに至る過程において「自分で」壁を乗り越えていくことで、得たものは確実に自分の身になるからです。アドバイスはしますが、答えは教えない。一緒に考えるというスタンスですね。「自分で」というのが肝心で、それが基礎になって応用できるようになるのですから。

その考えの背景にあるのは、社長が日頃

話している「挑戦的な失敗は、むしろ褒める」こと、お客様に対して「誠心誠意、対応する」ということ。そんな土壌があるからこそ、思い切った人材育成法をとることができるのです。「挑戦しないと新しいものはつくりえない」そんな社長の言葉にもつながります。

**蓄えたスキル、知識、経験・・・
すべてがつながっていくことが理想**

社員の教育制度としては、さまざまな講習プログラムや資格取得講座などが外部委託の形で用意されています。希望すれば受けられるようになっているのですが、導入されてからまだ日が浅いためか、活用度合いはまだ低いのが現状です。また、社員からすると、講習のための有休取得をためらってしまう、ということもあるようです。ですから、私たちが若い社員に対して「こういうスキルを身につけてほしい」と考えたときに、そのためにはどこから始めればいいのかという最初の1歩を、いかに業務の中に組み込んでいくかが重要になります。やらされているという気持ちにはさせたくないで、「これができたらお客さんが広がるよ」という感じで、受講に結びつける。仕事として利益を上げることと教育を組み合わせさせておかないと、せっかくの制度がいかされませんし、若手の成長にもつながりません。



CADで設計作業する女性社員

今までできなかったことができるようになったという気づきが自信につながる。振り返ったときに、これまでやってきたすべてのことに意味があると気づくことができれば、あとは自分で応用し、自分で仕事をまわしていけるようになる。学んだ知識、身につけたスキル、経験したこと、考え、すべてがつながって自分の力になるよう、一緒に階段を上がっていく。それが人材育成の理想です。



チームビルディング研修の様子



実験装置や工業機械の設計・製造など、企業・大学等の研究開発部門の開発支援を行っている

CASE 3 ものづくり現場に“縁遠い”人。逆転の発想で戦力づくり
株式会社積進 専務取締役 田中 安隆氏 KRP BIZ NEXT

**入り口から育成システムまで
パッケージとして考えている**

新卒採用は景気などの影響により、年によって状況が変わります。とくに弊社のような地方の中小企業にとっては死活問題です。

弊社のおもな事業は産業用装置の設計・製造、精密部品の金属加工など。現在は、宇宙・航空機や医療機器など高度な技術を求められる分野にも進出しています。そうした日本のものづくりの最先端を追及する中で、従来のやり方で採用した若手社員の定着率があまりに低くなってきたため、2010年に採用そのものを抜本的に見直しました。

ターゲットに定めたのは、これまで考えたことなかった大卒の文系女性や、主婦、地元の高校を卒業する女子学生などの中小のものづくり現場にもっとも“縁遠い”層です。

新卒採用に当たっては、とくに女性に限定したわけではありません。ただし、工業系や



工場でイキイキ働く女性社員

理系の勉強をしていないが、ものづくりに興味がある人やものづくりにかかわる仕事してみたい人を“想定人物像”として描き、工場勤務でもものづくりにかかわってもらうことを明確に伝えていきます。さらに入社後に最低限これができる、という基準を設定。それが、教育資料などのマニュアルづくりです。人に伝え、教えるためのマニュアルで、文系出身の人には低いハードルだと思います。実際、入社後はそれだけでは物足りなくなり、もっと踏み込んだ仕事をしたくなる。それも見越して、たとえばCAD、CAMなど一定の技術を習得してより深くかかわることができるよう、教育システムも確立しています。もっとも“縁遠い”人に対するアプローチとして重要なのは、入り口の



工場内全景、初心者でも短期間で技術者レベルになれる細かな教育システムを確立している

ところから育成システムまでをパッケージとして捉え、そのための仕組みを考えておくことなのです。

**教えることをマニュアル化
仕事と製品の、質の向上につながる**

“縁遠い”層は、現場の機械オペレーターとしても活躍しています。ここでは主婦を中心に女性のパート社員を積極的に採用。入社後3カ月間はマンツーマンの技術研修で、基礎の基礎を丁寧に教え込みます。パート社員は補助的な仕事を中心になりますが、さらにステップアップしたい人には、約半年間の社内研修と実地テストを経て「準社員」に登用する制度も設置。彼女たちは最新の5軸マシニングを使用した切削加工など、工業系高校を卒業した男子と同等以上のスキルを身につけています。



仮に弊社を辞めても、どこに行っても採用されるだけのスキルです。準社員になれば、長期的に安定して働くことができます。それが支持される理由ではないでしょうか。

弊社の育成システムにおいては、教育資料が非常に充実しています。1年間勤め上げた文系の女性社員が後輩指導のためにつくるマニュアルで、足りないものがあれば新たに追加し、わかりにくいものはつくり替え、毎年アップデートされていきます。中小企業でここまで教育資料が充実しているところはないと自負しています。

人に教えることは、自分自身の学びにもなります。「教えることも技術のひとつ」として、社内では当たり前のことになってきました。手順書もマニュアル化され、口頭で引き継ぎをしなくてもよくなりました。引き継ぎレスになってから、製品に不良が出なくなりました。誰が見てもわかるマニュアルによって、製品のクオリティを保てるようになったのです。“縁遠い”人を育てる仕組みを確立したことで、会社全体として仕事の効率化とクオリティの向上、さらに社員全体のモチベーション向上にもつながっているのではないのでしょうか。初心者を教えることはできた。次のステップは、そうして育った中堅をプロフェッショナルに育てていくこと。そしてとどまることなく会社を成長させていきたいと考えています。

CASE 4 モチベーションを維持する全員参加型の取り組み

木村石鹸工業株式会社 代表取締役社長 木村 祥一郎氏

安全・安心を強みに90年 企業にとって大切な「人」

家庭用洗剤の開発、製造、販売が弊社の事業です。多くの石鹸メーカーが輸入した加工品から製造を行っているなか、自社釜炊き製法で加工工程の全てを一から行っています。安全で安心な商品づくりを第一とし、消費生活協同組合など品質重視の会社のOEM製品が事業の約半分。あとは業務用が30%、残りの20%が自社ブランドといった割合です。

1924年の設立から現在まで、数少ない自社製造の石鹸メーカーとして存続してきました。強みはやはり製品の安全性ですが、弊社は長年のノウハウによって安全性と洗浄力の強さを共存させた商品力の高さを特徴としています。そういった製品の良さをもっとダイレクトに伝えたいと、2015年から自社ブランドの開発をスタートさせました。

ネーミングやパッケージにも創意やデザイン性を盛り込み、インテリアショップやオーガニック系の店舗などで展開いただいています。新たな業界での評判も上々です。

企業にとって「人」が大切なことは言うまでもなく、前社長である父も社員教育の一環として「親孝行強化月間」という取り組みを考案し、親だけでなく地域や国に感謝する心が人間としていかに大事かを説いてきました。ユニークな取り組みは現在も続いています。そして私が会社を引き継いだ今、求める社員像は「自分



で決断し、自分で意思決定し、自分で責任がとれる人。「やらされている」のではなく「前向きに最後まで投げ出さずに取り組む」社員です。そういった社員を育てるためには、社員のモチベーションを維持できる社内環境・文化づくりが大切だと考えています。

新商品の開発も社内での問題解決も 全員参加型でモチベーションを活性

「会社を悪くしようと思って入社する人はいない」という、いわば「性善説」に則って現場の社員を信じて任せるのが弊社のスタンスです。稟議書などに上司のハンコが必要な承認ルールもなくなりました。商品開発についても



創業以来「自社釜炊き製法」によるものづくり

開発依頼書で審査するといった従来方式を撤廃。「こういう商品をつくりたい」と思った人が、開発や製造の担当者に直接話をして、開発がいいと思ってキャバがあれば作っていいということにしています。弊社の場合、失敗しても自社製造で小ロット生産のためリスクが少なく済みますから。実際この2年間で、OEMも含めて開発された商品は年間10アイテム程度だったのが、50アイテムにまで増えました。会社として今は何をつくってもいい時期なので、どんどんアイデアを出してほしいです。

また、会社のさまざまな問題点を自分たちで見つけ出し、解決策を企画し会社に提案する「自分プロジェクト」は、若手中心にいろいろな部門から5~6人でチームを編成し、半年間かけて活動するという取り組みです。要望に対してたとえ経費が発生したとしても会社側はNOと言わないことを鉄則としています。第1期のチームでは、現在開発中の製品について

社内の情報共有が十分でないという問題点が上がり、コミュニケーションを活発にするために月1回の全員参加の社内飲み会を開催することになりました。会社からはビールサーバーを提供、交流を促すものにするために事前に集めてくれた質問をもとに私がインタビューを受けたり…といった自発的な行動が見られました。



商品づくりはチャンスづくりでもあるので、それを楽しいと思える人が増えるほど社内の空気は活性化しますし、自分プロジェクトをⅡ期、Ⅲ期…と続けていくことで、会社の問題を自分たちで解決していくという空気が出ていくのではないかと考えています。本年度は20年ぶりに新卒採用をしたのですが、来年度も継続して採用していきたいです。若い人材には会社を変える力があると思っていますから。



2015年デビューの自社ブランド製品。インテリアとしても機能するようデザインにも注力

CASE 5 「可視化」と「共有」をキーワードに、全員で人間力向上を目指す

株式会社ナンゴ 技術部 野田 公平氏

人間力の向上につながる取り組みが 厚生労働省から高評価

弊社は、厚生労働省が実施している「グッドキャリア企業アワード2018」においてイノベーション賞を受賞しました。これは、社員の自己研鑽への全面的なサポートと、社内コミュニケーションによる自律的取り組みへの支援という、弊社の体制が評価されたものです。

取り組みのひとつが、スキルレベルを可視化するスキルマップによって各自、自分のスキルレベルを自分と上司で評価し、研修支援などに結びつけるもの。研修支援にかかる費用は、原則、上限を定めず全額会社負担とし、社員が積極的に受講したいと声をあげやすいようにしています。また技術セミナーだけでなく、「人間力」向上を



目的としたセミナーの受講を積極的にサポート。社会人としての力をしっかり身につけることで、経営理念である「仕事を通じて私たちは向上する」に向かうことができると考えるからです。日頃感じているほかの社員に対する感謝の気持ちを手書きでしたための「サンクスカード制度」も、人間力向上を目指す取り組み。サンクスカードを送る側は相手の良いところを見るという前向きな姿勢になれるし、送られる側も感謝されることでさらにポジティブに行動でき、自律的な取り組みへつながっているのではないかと思います。

小規模だからこそその工夫を重ねた 職場環境はまだ進化途中

そもそも弊社は社員14人というとても小さな会社です。大企業のように人材育成に十分な人手を割くことはなかなか難しい問題です。その中でできることは、社内のサポート環境の整備と効率化であると考えました。職人技という個人保有の技術、各自の気づき、ノウハウなどをデータベース化して蓄積。これにより未経験者でも短期間でさまざまな技術を習得していけるので、効率よく教えていくことができます。また、



サンクスカード掲示板

各自が抱えている業務内容を全社員が共有できる独自の生産管理システムを構築。相互にフォローできるので、生産性の向上はもちろん、研修受講中で不在の社員の仕事も停滞することがありません。これらの仕組みは、むしろ小規模な会社だからこそできること。小規模であることを逆手にとった省力化のカチです。

弊社では、ここ5年で5人を採用しましたが、誰ひとり辞めていません。定着率は100%です。女性や高齢者とともに働くという、今後の課題は多々ありますが、「失敗してもいいからとりあえずやってみよう」という社長の方針のもと、各自が成長していけていることを実感できる、良い職場環境であると自負しています。

INFORMATION

京都市サーチパーク(株)では全国の自治体の 中小企業の支援業務やインキュベーション施設でのベンチャー支援業務を継続受託しています

成長企業支援部では、2002年から宇治市や大阪府八尾市といった自治体の中小企業の支援業務やインキュベーション施設でのベンチャー支援業務を継続受託しています。2018年4月、新たに大阪府門真市と岡山県からの受託を開始しました。門真市では、「門真市中小企業サポートセンター」の運営を行うとともに、主に市内のものづくり系中小企業への経営相談や販路開拓、補助金申請、ビジネスマッチング等による支援を進めています。岡山県では、「岡山市サーチパークインキュベーションセンター(ORIC)」に入居中のベンチャー企業への支援を行うインキュベーション・マネージャーへの支援業務と、県内企業へのネットワーク拡大のためのセミナー企画と開催を行います。今後は、受託自治体間での連携支援、ビジネスマッチングの展開に加え、自治体からの受託拡大に向けた活動も行う予定です。



門真市中小企業サポートセンター



岡山市サーチパークインキュベーションセンター

KRPeople

KRPエリアを拠点に
活躍する素敵な人

テリックスファーマージャパン株式会社 最高経営責任者 西村 伸太郎氏

目指しているのは 「診断」と「治療」のベストマッチ

オーストラリア・メルボルンに本社を置くバイオテックカンパニーの日本法人として、2018年1月に設立しました。「診断」と「治療」のベストマッチを目指して放射性医薬品の研究開発を行なっています。がんを標的にした薬剤にさまざまな種類のラジオアイソトープを付けることで、画像診断薬や治療薬になるというものです。抗体などの分子標的薬でがんを画像診断し、ラジオアイソトープを付け替えたものを投与して、治療する。治療の効果も同じ画像診断薬で診ることができます。

このようながんの診断と治療を行えば、早期かつ的確な診断ができ、的確な治療効果が期待できます。また、その薬が効くか効かないかをあらかじめ知ることができるので、高い薬剤をムダに投与することを防ぐことができます。つまり、患者さんにとってもメリットがあるし、保健医療行政の立場からも好ましい。がんの診断と治療における次世代のビジネスモデル、それが“セラノスティクス”なのです。

薬学だけではなく工学的知識も 幅広い学びの経験が生きる

私の博士号は工学です。在籍当時の慶應義塾大学には薬学部がなく、工学部で、新規抗生物質の合成研究をしていました。私がこの領域でなんとかやってこられたのは、工学的な知識があったから。自分でハンダ付けをしたり、旋盤をまわしたりして、創薬研究用や画像診断薬合成のロボットや機械を開発しました。プログラミングや電気回路の設計もしました。ミシガン大学に博士留学したときは、アルツハイマーの臨床患者の画像研究もしました。

PETイメージングというのは、サイエンスのショーケースのようなものです。薬理や薬学領域の研究者の多くはバックグラウンドがひとつで、守備範囲が限定されてしまう。でも私は、そういうのが好きではないのです。機械いじりが苦手ではないし、生き物も苦手ではない。そういった素地は、「子供の科学」という雑誌を夢中になって読んでいた子どもの頃、すでに培われていたのではないかと思います。

患者さんのベネフィットのために テララーメイド医療の実現を

京都とその周辺にはバイオテック領域においてポテンシャルの高いアカデミアが集積しており、連携しやすいという魅力があります。海外のメンバーたちにも京都は非常にイメージが良いようで、喜んで出張にやってきます。個人的にも、昔から歴史や美術が大好きだったこともあり、仕事で行き詰まったときなどにはよく展覧会に行ったり、お寺を訪ねたりしています。よい息抜きになるのです。KRP地区というのも、多くのバイオ系企業が入居されているなど京都の知的クラスターとして、また研究会などを行うロケーションとしても、非常に魅力的だと思います。

日本は唯一の原爆被爆国で、放射線に対してネガティブな印象がある。でも医療現場において、それはなくてはならないものです。日本のレギュレーションは厳格ですが、世界に遅れをとることなく、日本の患者さんにいち早く届けたいと思っています。目指すのは、この国の患者さんにとってのベネフィット追求。正確な画像診断を行うことで、治療効果が見込める患者さんのみに治療薬を提供するという、理想的なテララーメイド医療に向けた形を示すことこそが、日本法人を設立した意義なのだと思っています。



西村 伸太郎氏 profile

長野県出身。慶應義塾大学大学院卒業。工学博士。ミシガン大学医学部博士研究員。産学協同プロジェクトを皮切りにアステラス製薬のイメージング研究施設などで研究開発に従事。数々の大学で特任・客員教授、文部科学省・経済産業省で評価委員を歴任。新しいことに挑戦して結果を得る。それが科学の醍醐味という。

2019年2月16日(土) 研究会(Zir-Net)開催

日本国内での⁶⁸Zr標識PET薬剤の臨床利用推進を目的に、研究会(Zir-Net)を開催します。標識画像診断薬を臨床でつかう日本で初めての取り組みとして、核医学、放射線科をはじめ診療科の医師、核医学の関係企業、カメラメーカーや製薬メーカーなども招いてのキックオフミーティングです。
お問合せ: shintaro.nishimura@telixpharma.com



Corporate information



テリックスファーマージャパン株式会社

弊社は豪州上場会社Telix Pharmaceuticals Limitedの日本法人で、豪州のみならず日米欧で新薬の臨床開発を行っています。大学病院等の研究機関や国内企業との共同研究・協働を推進し、画期的ながん画像診断薬および同じ標的に有効性を示す治療薬を開発して診断と治療のベストマッチの実現を目指しています。

KRP BIZ NEXT

最高経営責任者 西村 伸太郎
TEL/FAX: 075-315-8602
URL: <http://www.telixpharma.com>
MAIL: shintaro.nishimura@telixpharma.com
業種: 医療/健康/化学/バイオ

K R P I N F O R M A T I O N

NEW TOPICS

京都大学の産学連携を担う京大オリジナル(株)と京都リサーチパーク(株)が包括連携協定を締結

2018年10月12日、産学連携の促進とオープンイノベーションの活性化を目指し、京大オリジナル(株)との包括連携協定を締結しました。同年6月に設立された京大オリジナル(株)は、京都大学における産学連携機能、アウトリーチ機能等を担う子会社。コンサルティング事業と研修・講習事業を展開し、とくにコンサルティング事業では、京都大学の研究成果を企業の事業や製品開発につなげることを目的に事業を推進しています。

京都リサーチパーク(株)では、このコンサルティング事業に対し、2,000~3,000社の独自ネットワークから企業を紹介し、企業の研究や商品開発を支援。また、大企業と中小企業、大企業とベンチャー

企業といった企業間のマッチング事業に対して京大オリジナル(株)のコンサルティングサービスを活用することで、他にはない付加価値のある取り組みを創り上げることができます。KRP地区内には約420社の入居企業があり、それぞれの企業に対する支援活動として、京都大学の研究者を紹介サポートするなど、KRP地区全体の活性化にもつながります。

大学に対する企業のニーズは今、事業全体の方向性のための議論など、人文系も含めた多様で複合的なものになってきています。そうした背景のもと、世界をリードする京都大学と包括的に連携することで、多分野にわたる新しい産学連携ビジネスの創出を目指します。

【お問合せ】 京都リサーチパーク(株)イノベーションデザイン部(永井) TEL:075-315-8491
京大オリジナル(株)コンサルティング事業部(大西) TEL:075-753-7766



2018年10月12日の包括連携協定締結の様子

イノベーションスポット「たまり場~TAMARI-BA~」オープニングイベント開催!

12月6日(木)にKRP地区の新たなイノベーションスポット「たまり場~TAMARI-BA~」のオープニングイベントが開催されました。「若い起業家・学生を惹きつけるためには」というテーマで、九州大学で起業部の立ち上げ・顧問を務めておられる熊野正樹准教授に、学生を起業させていくには強力な仕掛けとマインドセットが必要であることを中心に講演いただきました。その後は京都のスタートアップ支援ではキーマンの、フューチャーベンチャーキャピタル株式会社代表取締役松本直人氏、株式会社Darma Tech Labs代表取締役牧野成将氏、Voice4u株式会社取締役近藤令子氏、株式会社

ツナグム取締役/繋ぎ手タナカユウヤ氏、株式会社オボス代表取締役吉田和陸氏、京都大学総長特命補佐基金室リーダー佐藤慎一氏にご登壇いただき、「京都から若い起業家を輩出していくには」というテーマから始まり、たまり場に若者を集めていくには、という観点で様々なアイデアが飛び交いました。更に参加者の学生からも自由闊達な意見が集まり、熱気溢れるオープニングイベントになりました。

イノベーション創発に関するイベントであれば、会場費・什器・備品費が無料で利用できます。ご興味ありましたら、成長企業支援部までお問い合わせください。

【お問合せ】 京都リサーチパーク(株)成長企業支援部(井上・大信田) TEL: 075-315-9185



2018年12月6日のイベント会場の様子



KRP BIZ NEXT

EssentLab KYOTO

自然の中にこたえはあると信じています

株式会社EssentLab KYOTO

株式会社EssentLab KYOTOは化粧品・健康食品の分野において高度な商品開発や厳選された原料開発およびコンサルテーションを行っております。日本各地に埋もれている自然・天然素材からの素材開発や新技術の研究を続け、多様で高度な需要に独自の提案を行っております。



代表取締役 高谷 泰行

TEL : 075-315-9021 FAX : 075-315-9022

URL : <https://essentlab.kyoto/>

MAIL : y.takatani@essentlab.kyoto

業種 : コンサルティング

P R : 世界にはまだ知られていない「美」の素材が眠っています。

KRP 4号館

DreamSupport

保険を通じてお客様の夢をサポートします

株式会社ドリームサポート総合保険事務所

保険代理業 (AIG損保・FWD富士生命)
経験豊富なトータルライフプランナー2名
在籍。中小企業のリスク対策を最も得意とし
企業防衛、福利厚生、事業継承、決算対策
等の提案をしています。また、個人のお客様に
も財布にやさしい保険提案を心がけています。
保険の事なら何でも気軽にご相談下さい。



代表取締役 翁長 武義

TEL : 075-606-5311

FAX : 075-606-5312

MAIL : info@dreamsupport.co.jp

業種 : その他

P R : 2018年がん保険ランキング1位に選ばれた「新がんベスト・ゴールドα」を取り扱っています。

新年のご挨拶

新年明けましておめでとうございます。皆様におかれましては、
健やかな新年をお迎えのことと、心よりお慶び申し上げます。

昨年、弊社では、産学連携やオープンイノベーションのさらなる
活性化を目指し、コンサルティング・研修事業等を展開する
京都大学の事業子会社京大オリジナル(株)との包括連携協定
を締結しました。また、スタートアップ、学生・留学生を中心と
した次世代の産業創造人材の集積を目指すオープンなイベント
スペース「たまり場」を開設いたしました。さらには、2021年
春の竣工を目指して、新棟建設の準備を進めているところで
あります。
このような取り組みを通して、さらに多くの人々と情報が行
き交うリサーチパークへと進化、成長していきたいと考えてお
ります。

本年は、KRP地区開設30年の節目を迎えます。これは、ご
入居企業・機関の皆さま、京都地域の産学公各界、金融機関・
ベンチャーキャピタルの皆さまのご支援・ご協力の賜物です。京都
ならびにKRP地区でイノベーションを目指し集う皆さまこそが、
これまでの30年の歩みの原動力となつてまいりました。改めまし
て心より感謝とお礼を申し上げます。今後とも弊社は、皆さま
の多様な事業・活動が、京都からの新ビジネス・新産業の創出に
結実するよう、〈集・交・創〉を核とするイノベーション創発活動
のレベルアップに全力で挑戦し続けていく所存です。

本年も変わらぬご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し
上げます。

この新しい年が皆さまにとつてより佳き年になりますことを、
心より祈念し、新年の挨拶とさせていただきます。



京都リサーチパーク株式会社
代表取締役社長 小川 信也

vol.156
January
2019

KRP PRESS www.krp.co.jp/pub/ バックナンバーはこちらでご覧いただけます ▶



○編集・発行 / 京都リサーチパーク株式会社 〒600-8813 京都市下京区中堂寺南町 134 番地 (ASTEM 棟4階) TEL : (075) 315-9333 FAX : (075) 322-5348
○編集長 / 鈴木 和哉 ○取材・編集・デザイン・制作・印刷 / 株式会社情通レゾナンス ○配送管理 / 有限会社セクレタリアット

配送・停止・変更のご希望は、
右記内容を明記の上
krppress@krp.co.jpへ

配送 ①〒、住所 ②団体名 ③部署名 ④お名前 ⑤TEL/FAX ⑥メールアドレス ⑦「配送希望」 ※定期配送も可能です
停止 ⑧ご登録No.(封筒宛名ラベル右下) ⑨「配送停止希望」 変更 ①～⑥のうち変更箇所と⑧のご登録No.