

マック MACC通信

Monozukuri Arakawa City Cluster

第74号

2025年9月30日発行

《主 な 内 容》

- ・あらかわマネジメントスクール「稼ぐ力を磨く！中小企業の経営実践セミナー」を開催しました。
- ・「燃えるインターンシップ2025」にMACC会員企業4社が参加
- ・連載「サステナブル経営とSDGs Vol14」
- ・連載「牛山博文のモ〜ひと工夫！Vol156」
- ・連載「決算書からの経営健康診断 Vol16」
- ・連載「MACHICOCOの人が育つ現場のつくり方 VOL.2」

荒川区が進める『MACCプロジェクト』は、荒川区の特徴である多彩な産業集積を生かした、区内企業同士の顔の見えるネットワークの形成を推進することによって、荒川区の産業振興を図るものです。

「MACC通信」では、この『MACCプロジェクト』に関わるホットな情報をお届けします。

あらかわマネジメントスクール 「稼ぐ力を磨く！中小企業の経営実践セミナー」を開催しました

7月23日（水）、サンパール荒川にて「あらかわマネジメントスクール オープニングセミナー」が開催されました。

「あらかわマネジメントスクール」（以下、「スクール」）とは、将来に向けて持続的に成長を目指す企業を支援する事業で、連携する山形大学の協力を得て、令和4年度から実施しています。

昨今のデジタルトランスフォーメーション（DX）の推進、原材料やエネルギー価格の高騰、人手不足等の経営環境の変化の中で、企業が将来に向けて持続的に成長するためには、自社の課題や提供している価値を認識し、戦略的にビジネスモデルを構想することが不可欠です。

受講企業は、地域金融機関職員／中小企業診断士／大学のサポーターとチームを組み、自社の課題分析から、未来の価値を構想し、将来に向けた移行戦略を立案します。そのプロセスを通して、受講企業の抱える真の課題を見つけ出し、課題を解決するためのヒントを得て、具体的な解決策を講じることが出来る知識・技術を習得することを目的としています。

このセミナーは、10月から開始するスクールの開講に先立ち企画されたもので、対面とzoomのハイブリット形式で開催、区内外の中小企業者や金融機関職員の方など多くの方にご参加いただきました。

まず初めに、日下企業経営相談所 代表 日下智晴氏に「中小企業経営を支える会計と金融～事業性融資推進法で変わる世界～」と題してご講演いただ

きました。

2024年に成立した「事業性融資推進法」について、金融機関が中小企業の財務内容だけでなく、事業モデルや成長可能性を重視して融資を行うことを促す法律であり、これからの融資のあり方を根本的に変えることになる法律であるとして説明いただきました。

そのため、中小企業にとっては、金融機関に自社の強みや将来に向けた事業戦略を的確に伝えることが資金調達の重要なポイントだと認識することができました。

続いて、山形大学大学院理工学研究科・教授 小野浩幸氏による『「事業性評価と企業価値」：これからの経営に求められる視点』と題して講演が行われました。

映画「ハゲタカ」を例題に、中小企業にとっても、金融機



日下企業経営相談所
代表 日下 智晴氏



山形大学大学院理工学研究科
教授 小野 浩幸氏

関や取引先との的確なコミュニケーションが重要であること、事業性融資推進法の成立により、企業価値担保権の設定が可能となり、有形資産に乏しい中小企業も事業資金を得やすくなる一方で、事業の有望性や進捗についての説明責任が発生することなどをご説明頂きました。

また、スクールで使用する「経営デザインシート」（簡易版）を参加者自身で作成する時間が設けられ、10月から始まるスクールの雰囲気を経験しました。

講師への質問では積極的な意見交換が行われ、参加者からは「事業性評価について多くの気づきを得ることができた。」「事業性融資推進法について、金融機関の考え方を改めて認識することができた。」「経営デザインシートの有用性を感じた」等

の感想が聞かれ、好評のうちにオープンセミナーを終えました。

10月開講のスクールでは、参加企業が抱える課題への理解を深め、将来に向けた価値創造の構想を練り、経営革新を実現するための移行戦略を議論する、より実践的な内容が期待されます。



燃えるインターンシップ2025にMACC会員企業4社が参加

令和7年8月26日から9月5日まで「燃えるインターンシップ2025」が実施されました。（実施主体：順天堂大学国際教養学部）

この「燃えるインターンシップ」は、2021年から毎年開催されているイベントで、背景には、製造業にいまだに根強く残る、3K（きつい・汚い・危険）というイメージにより、企業ごとの広報活動に積極的になれない課題があります。

そんな状況を打破するため、長期インターン生である学生が企画したのが中小製造業複数社が集まる合同のインターンシップ「燃えるインターンシップ」です。2週間という短い期間ですが、企業と学生が共に燃え、成長し製造業のイメージアップに繋がりました。

2025年度は「SDGs × 経営 × グローバル」をテーマに9社の企業が参加し、学生がいくつかのグループに

分かれて配属された企業において各々企業のメリット・デメリットを考察し、問題点や課題解決に取り組めます。今回このイベントにMACC会員から4社が参加しました。

最終日の9/5（金）は、順天堂大学（文京区本郷2）において成果発表を行いました。

今年度の結果は、1位：江崎工業㈱、2位：日建塗装工業㈱（MACC会員）、3位：㈱大岩商会となり、各企業ごとに企業賞として個人への表彰もあり、それぞれ成果を確かめ合っていました。



【インターンシップ参加企業（発表順）（☆MACC会員企業）】

会社名	所在地	会社名	所在地
☆株式会社トネ製作所	荒川区町屋8	☆株式会社長谷川ジャバラ	荒川区東日暮里1
株式会社大岩商会	大田区京浜島2	鳴島工業株式会社	大田区西糀谷3
☆日建塗装工業株式会社	荒川区荒川7	株式会社芝橋	大田区西糀谷2
☆有限会社中央バフ製作所	荒川区荒川11	江崎工業株式会社	大田区大森北1
三和電気株式会社	品川区南品川6		

連載～その14～

サステナブル経営とSDGs

～ウェルビーイングなコミュニケーションとは～



MACCコーディネータ
大宮政男

今回は、サステナブル経営における重要なキーワードであり、「身体的・精神的・社会的に『良好な状態』」（世界保健機構（WHO）の定義）である「ウェルビーイング(Well-being)」について述べました。その目的は「健康や満足度、人生の質（QOL）を高めること」で、健康、働きがい、人間関係、経済的安定、社会参加など多面的なものとなり、一般的に従業員のウェルビーイングを重視する企業は、モチベーション・生産性が向上し、離職率が低下するとも書きました。

中小企業の離職率については、厚生労働省「令和5年雇用動向調査」によれば、2023年度の企業規模別離職率は、100～299人で19.0%、300～999人で16.1%、5～29人で15.6%となっています。

また、中小企業（100～999人）が中心のデータですが、「入社から3年以内に離職する割合」も中小企業では高く、100～499人で約33%、30～99人で約40%（大企業で約25%）という深刻なデータが出ています。

中小企業における若手社員（特にZ世代を含む20代前半～後半）の「入社3年以内の離職理由ベスト3」は以下ようになります。（厚生労働省の調査やリクルートワークス、マイナビなど複数の調査結果を総合）

1. キャリア形成や成長実感の不足
2. 職場環境・人間関係の不満（昭和・平成世代の価値観とZ世代のギャップ）
3. 労働条件・待遇への不満

この中で3はともかくとして、1と2は入社後の社員のウェルビーイング環境を築くためのコミュニケーションのあり方に要因があると思われます。

このコミュニケーションは単なる情報伝達ではなく「心理的安全性」「相互理解」「エンゲージメント向上」を意識した多層的なアプローチが必要と言われています。

ウェルビーイング向上コミュニケーション診断表(中小企業向け)

No	チェック項目	はい	どちらとも言えない	いいえ
(1)	心理的安全性の確保(上司・同僚間)			
1	会議や打ち合わせで、社員が自由に意見を言える雰囲気がある			
2	上司や経営陣は「失敗を責めない」姿勢を明確に示している			
3	社員が悩みや不安を気軽に相談できる窓口や仕組みがある			
(2)	エンゲージメントとキャリア形成			
4	上司が部下のキャリア希望や成長プランを定期的にヒアリングしている			
5	社員の成果や努力を、即時かつ具体的に称賛している			
6	個人のやりたいことと会社の方針をすり合わせる場がある			
(3)	多様性・価値観共有			
7	世代や価値観の違いを共有・理解する場を設けている			
8	働き方(在宅、時短、副業等)について柔軟に相談できる			
(4)	ウェルビーイング実感の可視化			
9	社員の満足度やストレス状況を定期的にアンケートしている			
10	社員が「この会社で働き続けたい」と思う要因を把握している			

■評価基準(10問30点「はい(3点)」「どちらとも言えない(2点)」「いいえ(1点)」)

26～30点：理想的な状態—高い心理的安全性と双方向コミュニケーションが実現。Z世代の定着率も高い。

18～25点：改善の余地あり—定期的な対話・可視化を強化するとエンゲージメント向上が期待できる。

0～17点：要改善—社員の声を聞く仕組みづくりから着手する必要がある。

左記の診断表は自社のウェルビーイング向上のためのコミュニケーション状況の診断をするためのものです。ご参考まで提示しますので、是非診断を試みてください。

この診断表の活用方法としては、以下のようなことになるかと思います。

1. 全社員または管理職向けに実施し、部署別の傾向を把握
2. スコアが低い項目に対し改善施策を検討
3. 年2回の診断で職場の変化を定点観測
4. Z世代(1990年代後半～2000年代生まれ)向け施策と合わせると効果が高い

上記4のZ世代においては「静かな職(Quiet Quitting)」として知られる、仕事に対するやりがいや熱意はなく必要最低限の仕事をこなす形態が増加しています。彼らは「自分らしい働き方」「心理的な切り替え」を重視し、仕事へのフルコミットを控えがちで、自我実現、合理的報酬、成長、組織の雰囲気を重視します。(これは2022年頃から米国で話題になったものですが、当然人によるのですが、あくまでその傾向が強いという風に考えてください。)

その対応策としては、上記2のように、診断表のスコアが低い項目について、できるところから改善施策を実施していくことかと思います。中小企業にとっては、人材不足や採用難が続く中で深刻な課題になりやすく、ウェルビーイングを高めるコミュニケーション施策を是非ご検討をいただくことをお勧めいたします。

第30回機械要素技術展にMACC会員企業3社が共同出展・1社が単独出展しました。

7/9(水)から11(金)の3日間、幕張メッセにおいて「第30回機械要素技術展」が開催されました。

機械要素技術展とは、機械要素・加工技術を一堂に集めた国内最大級の見本市です。

この見本市に荒川区は、平成28年度から区内企業と共に共同出展をしています。第30回は出展企業1,975社、3日間の来場者数は約56,000人と主催者側から発表されています。

今回共同出展した区内企業は5社。内MACC会員企業が3社となっています。出展の目的は、主に「自社ブランドのPR及び反応調査」「新規顧客開拓」等と

なっています。それぞれ、出展に効果を感じ、商談に繋がりそうな案件も出ていました。

共同出展社からは、「認知度をあげるのには、継続して出展することが望ましい」「単独出展に比べてブースレイアウト等手間も費用も抑えられる」との意見が聞かれ、来年度に向けての出展に意欲を示している企業もありました。

また、区内企業では日建塗装工業(株)(荒川7)が毎年、単独出展を果たしています。



【共同出展企業（五十音順）（☆MACC会員企業）】

会社名	所在地	キャッチコピー
アームシステム株式会社	荒川2	ミクロンからナノへ最先端の計測・分析・検査システムで トータルソリューションをご提供いたします
株式会社エスコ	西日暮里5	空調工事の省力化・コストダウンのご提案 圧倒的な施工合理化を実現した商品提供
☆株式会社熊乃前鋼材	東尾久2	鋼材のスーパーマーケット！ 価値ある商品と高品質な加工で、あらゆるニーズにお応えします
☆志幸技研工業株式会社	西尾久5	監視カメラと放送の融合システム
☆細渕電球株式会社	西日暮里1	ミニチュア・ハロゲンランプメーカーが作るJリーグの スパイクルームが一晩で臭いが消える消臭器「ダッ・シュート」(ダッ臭止)

第17回MACCプロジェクトフォーラム

『企業の新たな可能性を切り開く！ 中小企業×スタートアップ交流会』

今年度のMACCプロジェクトフォーラムは、経営環境が急速に変化し、外部のノウハウ・技術等を活用する「オープンイノベーション」の重要性が増している中、最新技術や革新的なアイデアを持つ「スタートアップ」との協業・連携を有用な選択肢と捉え、先進的な技術・サービスを持つスタートアップとの交流を通じて、オープンイノベーションの可能性を探ります。

【開催日時】 令和7年12月8日(月) 14:00~17:00

【会場】 ふらっとにつぼり 3階多目的スペース
(荒川区東日暮里6-17-6)

【対象】 区内外・経営者等を問いません

【定員】 40人(申込み順)

【締切】 令和7年12月7日(日)

【費用】 無料

【その他】 申込み・お問合せは、荒川区産業経済部経営支援課
TEL:03-3802-4683 FAX:03-3803-2333
電子メールアドレス macc@city.arakawa.lg.jp

【内容】

第一部【基調講演】

◆エイチタス株式会社 代表取締役 原亮氏

第二部【パネルディスカッション・交流会】

[ファシリテータ]

◆株式会社日興エポナイト製造所 代表取締役 遠藤智久氏

[パネリスト]

◆イントロン・スペース株式会社 代表取締役 今井茂雄氏

◆株式会社Voxel Works 代表取締役 冨塚貴史氏

◆株式会社エスコ 代表取締役 石山大吾氏

◆株式会社MizLinux 代表取締役 野城菜帆氏



<https://www.city.arakawa.tokyo.jp/a021/jigyousha/macc/2025forum.html>

連載～その56～

牛山博文の！ モ～ひと工夫！



MACCシニアコーディネータ牛山博文

要注意！入社後すぐに辞めてしまう社員の「違和感」の正体

採用活動を終え、ようやく入社してくれた社員が、短期間で辞めてしまう。このような話は珍しくありません。「業務内容や職場の雰囲気を事前に十分に伝えたはずなのに、なぜだろう？」と感じたことはないでしょうか？

辞めてしまう理由には、「思っていた仕事内容と違う」「職場の雰囲気が合わない」など、さまざまなものがあります。仕事内容の不一致は、採用前の説明でいくらかは防げますが、「好み」といった個人的な感覚は対処が難しいものです。

今回は、新入社員が感じる「なんとなく居心地が悪い」という違和感に焦点を当て、その原因の一つである「社内用語」について考えてみましょう。

社内用語が新入社員を孤立させる

長年同じ会社にいると、社内ではしか通じない独特の言葉を当たり前に使ってしまうことがあります。これらは「企業内方言」や「業界用語」などと呼ばれ、業務連絡の効率化や仲間意識の醸成に役立つ一方で、新入社員にとっては意味不明な「未知の言葉」となり、居心地の悪さの原因となります。

私も何度か転職を経験しましたが、入社したばかりの頃は、先輩社員たちが何を話しているのか分からず、疎外感を感じたことがありました。会議中や



廊下での立ち話、休憩室での何気ない会話の中に飛び交う知らない言葉の数々が、新入社員の孤立感を生んでいる可能性があります。

「聞く」ことをためらう若者たち

私たちの世代は「分からないことは聞けばいい」と考えることに抵抗がありませんでしたが、最近の若者の中には、自分の感情をストレートに表現することを避ける傾向があると言われていています。そのため、不明な社内用語があっても、気軽に質問できずにいるかもしれません。

大企業では、新入社員研修やメンター制度が充実しており、このような違和感を解消する仕組みが整っていることが多いです。しかし、多くの中小企業では、社長や先輩社員が意識的に、当たり前だと思っている社内用語の意味を丁寧に説明する必要があります。

あなたはいくつ分かりますか？

【社内用語クイズ】

以下の言葉は、特定の企業や業界で使われる社内用語です。意味が分かりますか？

仁久（じんきゅう）：接客業
EQ（いーきゅう）：製造業
手番（てばん）：製造業

【答え】

仁久：某百貨店で使われる「トイレ」のこと。

EQ：日本初の外資系老舗電気会社で使われる「研究開発」のこと。

手番：ものづくり会社で使われる「工程の順番」のこと。

あなたの会社にも、当たり前のように使っている社内用語はありませんか？

新入社員が早く職場に馴染めるよう、日頃から言葉の使い方に注意してみましょう。

決算書からの経営健康診断 Vol6

◆中小企業診断士 山崎 文◆

銀行勤務を経て中小企業診断士となり、創業支援・事業計画作成支援・補助金支援を得意とし、製造業・サービス業に明るい山崎先生に、中小企業にとって役に立つ情報・目からウロコの様々な提案等を語っていただきたいと思います。

前回、補助金活用と決算書について説明しました。今回は、補助金を活用することの多い設備投資と、決算書との関連について説明します。

●設備投資と補助金

製造業はもちろん、サービス業、建設業など業種に限らず設備投資が必要な事業は多いです。ただ、多額の資金投入が必要なケースが多いので、経営者としては資金調達手段や投資の時期について十分な検討が必要です。

通常は、手持ちの資金と融資を組み合わせることで調達することが想定されますが、それに補助金をプラスして、少しでも投資の負担を減らしたいとお考えの経営者も多いでしょう。

機械設備の購入等、新たな設備投資に対応する補助金としては『ものづくり補助金』を思い浮かべる方も多いと思いますが、設備投資向けの補助金は比較的多いです。

とはいえ、補助金は、自社の設備投資計画にピッタリと当てはまるとは限りません。

補助金の基本的な特徴を述べます。

- ① 補助金毎に目的・対象者・対象経費等、仕組みが異なる
- ② 事業に必要な経費の一部を給付
- ③ 事業計画が求められる
- ④ 審査がある
- ⑤ 原則、補助金は後払い(精算払い)

つまり、対象となる経費は予め決まっており、一定割合の「自己負担」があります。また重要なポイントとして、ごく一部の例外を除き、審査結果発表後の「交付決定」の前に発生した経費は補助金支給の対象外となります。ですので、自社の設備投資のタイミングに合わせる事が難しいのです。

ただし、設備投資に関しては、事前に計画を立てることがほとんどだと思いますので、補助金活用に向いていると言えます。

一方で、例えば、補助金が目的通りに使われなかった場合や公募要領で設定している最低限の目標が達成しなかった場



合等には補助金の「返還」が求められるケースもあるなど、注意が必要です。

補助金の使途が、そもそもの事業者の「事業目的」に沿った使い方でないでデメリットが生じてしまうこともあります。補助金がメインの計画ではなく、その名の通り「補助」手段としてご検討ください。

●設備投資と決算書

設備投資を行うと、その金額が有形固定資産または無形固定資産として貸借対照表に記載されます。固定資産は、下記の左図のように純資産でカバーする形か、或いは右図のように固定負債（長期借入金等）と純資産を合わせてカバーするパターンが望ましいです。

<貸借対照表と設備投資>

流動資産	流動負債	流動資産	流動負債
	固定負債		固定負債
固定資産	純資産	固定資産	純資産

設備投資してすぐに利益につながるものもありますが、多くは長期にわたり利益を産出するものです。なので固定資産は短期に返済が必要な短期借入金(流動負債)ではなく、長期借入金もしくは自己資金で賄うことが大切です。設備投資の前に、自社の決算書で貸借対照表を見て参考になさってください。

著者略歴 山崎 文(やまざき あや)

- 地方銀行での融資業務や中小企業支援機関での経営支援において、多数の決算書診断を経験。現在は中小企業や創業希望者への経営サポートに邁進中。
- 令和6年度より「荒川区 創業支援相談員」を務める。



中村裕美のちょっとお耳を拝借！

精電舎電子工業㈱は、西日暮里2丁目に本社を置く、大正13年創業の100年企業です。超音波の「音波」、高周波の「電波」、レーザーの「光波」、これら3つの波動エネルギーを駆使したコア技術力を武器に、自動車、医療、電機分野を軸に様々な業種で使われる装置を開発し、年商37億円、従業員170人までに成長された、MACC会員企業です。今回は、3年前に就任された渡邊公彦社長に新製品開発と人材育成を中心に、MACCコーディネータの中村裕美がお話を伺いました。

中村：渡邊社長、本日はどうぞよろしくお願いいたします。まずは事業承継について伺います。御社では、2代目までは創業家が社長を務められ、それ以降渡邊社長(5代目)までは従業員から選ばれているということですが、その経緯をお聞かせいただくことは可能でしょうか。

渡邊社長：当社は「継続的な挑戦」を企業使命とし、その実践のために必要な事だったと聞いています。今では、計画的に次世代経営層候補者育成も行っています。

中村：渡邊社長が、先代社長から引き継いだ後に取り組まれたことを教えていただけますか。

渡邊社長：精電舎スピリットを引き継ぎながら、組織図を大きく変えました。新市場開拓に重点を置き、それぞれの市場に合う製品開発にも力を入れています。そのためには、社内の方向性を統一すること、つまりコミュニケーションが要となります。私自身、現場に見に行った際など、従業員に積極的に声をかけています。現場に気づきがあるので、改良すべきことを見つけた時は、どう伝えるかも重要ですから、管理職を通じて従業員に指示させたりもしています。

中村：御社は、昭和28年から定期的に新製品を開発し、市場投入されているのも企業理念の実践なのですね。「関東地方発明表彰」では3度入賞し、その内2度は関東経済産業局長賞・実績功労賞受賞され、「荒川区新製品・新技術大賞」でも毎回のように入賞されていますね。どのような会社経営が、継続的な新製品開発につながっていると思われますか。

渡邊社長：開発チャンスはみんなの前にあり、顕在的な事、潜在的な事を含め、現場にヒントがあると思います。開発できるかどうかは、そのヒントに気づけるかどうかの問題です。当社では、“今はこうだけどこうできたらいいのに。”というお客様からの声を真摯に受け止めて検討し、製造現場と営業部隊の情報共有を積極的に行いながら、その機能を付加した製品を開発していきます。そのためには、従業員全員のスキルレベルを上げることが必要です。

「専門は深く、専門外は広く。知識・能力は自学自習で見につけよう。」という行動指針のもと、従業員教育を重視し技術の向上を図っています。実際私も社外の勉強会が成長させてくれたと感じたので「自らの学び」を導くべくセミナーの受講を始め、資格取得支援、働きながら大学院・大学入学者への学費補助、大学院生への奨学金支援等を行っていま

す。若い人でも学ぶべきセミナーを選ぶよう、社内の掲示板で情報を紹介し、キャリアを上げたい人に協力しています。情報は、業界のセミナー、高度ボ



渡邊社長

リテクセンター(千葉市)、都立職業能力開発センターのキャリアアップ講習、振興公社の各種セミナー、ALL DIFFERENTのセミナーなどです。そして、成長が確認できた際はMBO評価につなげます。お客様に満足いただける品質とサービスを提供するには、まず従業員が満足して働ける環境づくりが重要です。そのため、福利厚生にも力を入れており、離職率削減の一役を買っています。また、当社製品は多くの業界に使えるので、私も業界を絞らず展示会には積極的に行き、展示会で開催される講演会やセミナーに出て市場動向を探っています。

中村：技術の継承は、どのようにされていますか。一般的に、ジョブローテーションや多能工育成をされる企業が多いですが、御社はいかがでしょうか。

渡邊社長：当社には3つの波というコア技術の柱があり、それぞれ専門性が異なりますので、多能工とは簡単にはいきません。やはり、それぞれの部隊の中でじっくり「OJT+自学自習」で成熟させていく必要があります。そのため、部門内の異動はあるものの、部門を越えた異動は、当社は少ないかもしれません。「専門は深く、専門外は広く」の人を何人も育成し、全体を強くしていく必要がある現場かと思っています。

中村：御社は、産学連携による製品開発もされているようですが、どのように取り組まれていますか。

渡邊社長：基礎研究を大学や研究機関に依頼し、それをベースに製品を開発し販売する方法も取っています。2020年には、室蘭工業大学内に研究開発拠点を開設し、現在も2名が駐在しています。共同研究していると、大学の優秀な人材を確保でき、定期採用にもつながるというメリットもあります。

中村：渡邊社長、ありがとうございました。

MACHICOCOの人が育つ現場のつくり方 VOL.2

IT業界から、家業であるプレス金型工場で17年『現場から経営まで』を学んだ、戸屋氏の“株式会社MACHICOCO”（東大阪市）を通した「モノづくり業界」への熱い思いを語っていただきます。

◆株式会社MACHICOCO 代表取締役 戸屋加代◆

若手が「自分ごと」として動き出すために必要な
“やる気の構造”

—「やらされる」から「やりたい！」へ—

前は、若手が“育たない”のではなく、“育ちにくい環境”にいるというお話をしました。

では、どうすれば彼らが「自分ごと」として動き出し、自ら学び成長していけるのでしょうか。

これまで多くの現場で若手と向き合ってきて、私が強く感じるのは、「やる気がない」のではなく、「やる気が湧き上がるきっかけがない」ということです。

やる気は「努力しろ！」と外から言われて生まれるものではありません。心の奥からふつふつと湧いてくる「これがやりたい！」という気持ちこそが、人を大きく動かすエネルギーになるのです。

■ 面白い！やってみたい！がスイッチを押す

若手が自分ごととして動き出すきっかけのひとつに、「面白い！」という感情があります。「それ、作ってみたい！」という純粋な気持ちが生まれたとき、人は驚くほど集中して学び始めます。

ところが、製造業の現場では、この“面白さ”を感じられる瞬間が意外と少ないように思います。

日々の作業は正確さや効率が求められ、どうしても「やらなければならないこと」が中心になりがちです。でも、本来モノづくりってもっとワクワクするもののはずです。「これ作りたい！」という気持ちが芽生えた瞬間、人は自然と技術を学び、夢中で手を動かすようになります。

■ 製造業対抗ミニ四駆大会がつくる“やりたい！”の場

私たちが開催している製造業対抗ミニ四駆大会も、その仕掛けのひとつです。

この大会では、自社の技術を使ってミニ四駆を改造し、レースに挑みます。

普段は製品を作るために使っている技術を、遊び心と自由な発想でミニ四駆に注ぎ込む。

「このパーツならうちの技術でいけるんじゃないか？」「もっと速く走らしたい！」そんな会話が生まれた瞬間、現場がパッと明るくなるんです。

すると、若手も自然と「教えてください！」と先輩に近づき、自分から学ぼうとする。“作る目的”ができると、やる気は自然と湧き上がるものなのだと実感しています。

■ やりたい！が自分ごとをつくる

自分ごととして動く人の特徴は、「やりたい！」という気持ちが自分の中にあることです。「やらされている」ではなく、「やりたいからやる」。

この小さな違いが、行動の質を大きく変えます。そしてこの「やりたい！」は、若手だけでなく、ベテランや経営者にも共通する人間の原動力です。

結局、人が動く理由はシンプルで、「ほしい！」や「〇〇したい！」がすべての出発点なのではないでしょうか。

■ 育成は“心を動かす仕掛けづくり”

技術を教えるだけでは、人は自らは動きません。本当に大切なのは、若手が「面白い！」と心から思える瞬間をつくること。そのための場や仕掛けを、私たち育成する側が意図的につくり出していくことです。

今回は、「現場に“挑戦できる空気”をつくる」について、若手が安心して挑戦できる環境を整えるヒントをお届けします。

著者略歴 戸屋加代（とやかよ）

- 株式会社MACHICOCO 代表取締役
- IT業界での仕事を経て、家業であるプレス金型工場で17年勤め、現場から経営までを学ぶ。「面白いモノづくりを増やす」を理念に日々仕事を楽しんでいます。

座右の銘は「一期一会」「人は実体験から成長する」



<発行> 荒川区産業経済部経営支援課産業活性化係 MACCプロジェクト事務局

〒116-8501 東京都荒川区荒川2-2-3 TEL:03-3802-4683 FAX:03-3803-2333

E-mail:macc@city.arakawa.lg.jp

登録番号(07)0025号-02