

# MACC通信

Monozukuri Arakawa City Cluster

第76号

2026年3月31日発行

## 《主な内容》

- ・MACCプロジェクトオンラインセミナー「中小・小規模事業者のための『価格交渉・転嫁のすすめ方』」を配信
- ・伝統の灯を絶やさず、光の可能性を切り拓く～細瀬電球株式会社の飽くなき挑戦～
- ・連載「サステナブル経営とSDGs Vol16」
- ・連載「牛山博文のモ～ひと工夫！Vol18」
- ・連載「決算書からの経営健康診断 Vol18」
- ・連載「中村裕美のちょっとお耳を拝借！」
- ・連載「MACHICOCOの人が育つ現場のつくり方 VOL. 4」

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』に関するホットな情報をお届けします。

## 令和7年度MACCプロジェクトオンラインセミナー

### 「中小・小規模事業者のための『価格交渉・転嫁のすすめ方』」を配信しました

今年度のMACCプロジェクトオンラインセミナーでは、「中小・小規模事業者のための『価格交渉・転嫁のすすめ方』」と題し、令和8年1月に施行された「中小受託取引適正化法（以下：取適法）」の改正内容を踏まえた動画セミナーを配信しました。

本セミナーでは、中小・小規模事業者が直面する価格交渉・転嫁の課題に対して、最新情報と実践的なアクションについてMACCコーディネータの大宮政男が以下の3テーマに沿って解説いたしました。

#### ①価格交渉の最新動向

中小企業庁の2025年9月の価格交渉促進月間（フォローアップ調査結果）によると、

##### ・価格交渉の状況について

発注企業からの申し入れは浸透しつつあるものの、引き続き、受注企業の意に反して交渉が行われなかった者が1割ほどおり、協議に応じない一方的な価格決定の禁止を盛り込んだ「取適法」の施行・厳正な執行などを通して、価格交渉・転嫁への更なる機運醸成が重要である。

##### ・価格転嫁の状況について

2025年3月と比較して、価格転嫁の状況はほぼ横ばいであり、引き続き、転嫁できない企業と二極分離の状態が継続している。

#### ②下請法から取適法への改正

主な改正ポイントは次の3点です。

##### ・適用対象の拡大

従来の資本金基準に加え、従業員基準が追加さ

れ、規制及び保護の対象が拡充されました。また、対象取引に「特定運送委託」が追加されました。

##### ・禁止行為の追加

代金に関する協議に応じないことや、必要な説明を行わないことなど、一方的な代金決定が禁止されました。また、併せて手形払等も禁止されました。

##### ・面的執行の強化

事業所管省庁において、指導及び助言ができるようになるほか、報復措置の禁止に係る情報提供先にも事業所管省庁が追加されました。

#### ③価格交渉・転嫁の実践スキル

価格交渉を成功させるためには、事前の準備と戦略が不可欠です。事前準備では、原価データの把握や発注者との関係性の把握、価格交渉では、定期的な取引価格の見直し、自社の強みを活かした交渉などが必要となります。

上記の取組でお悩みの場合は、荒川区へご相談ください。



# 価格交渉・転嫁についてご相談ください

令和8年1月1日から「下請法」が改正され、「中小受託取引適正化法（通称：取適法）」として新たに施行されました。これにより、中小受託取引の公正化と業務を受託する中小企業の利益保護がより一層強化されます。

物価の上昇が長期化する今、適切な価格転嫁は中小企業の経営基盤を強化する第一歩です。

価格交渉に向けた取り組みや原価計算が分からない等のご相談がございましたら、荒川区の高度特定分野専門家派遣をご活用ください。

詳細はこちらをご覧ください →



# 地域企業持続的成長(ASC)プロジェクトを実施します

国の重点支援地方交付金を活用し、区内企業が直面する、生産性向上をはじめとした喫緊の経営課題に対応し、持続的な成長が図れるよう経営基盤の強化に向けた支援を行います。ASC(アスク) (Arakawa Sustainable growth of Company)プロジェクトと名付け、賃上げ・デジタル化・資金繰りを、重点的に支援していくパッケージです。

## 1. 賃上げの促進

賃上げ実施の企業へ、設備投資補助を優遇します。

### ●商業・サービス業事業継続力強化支援事業補助金

補助率：1/4→**1/2**

補助額：100万円→**200万円**

### ●製造業等企業価値向上支援事業補助金

補助率：1/2→**2/3**

補助額：100万円→**200万円**

## 2. デジタル化支援の強化

区の「中小企業デジタル化支援」を活用した事業者に対して、デジタル化に向けた導入の補助額を引き上げます。

### ●商業・サービス業事業継続力強化支援事業補助金

補助率：1/4→**1/2**

補助額：100万円→**200万円**

### ●製造業等企業価値向上支援事業補助金

補助率：1/2

補助額：100万円→**300万円**

## 3. 充実した資金繰り

経済急変対応融資（あっせん）について、**新たに外注費も対象**として強化します。

詳細はこちらをご覧ください →



# 伝統の灯を絶やさず、光の可能性を切り拓く ～細涿電球株式会社の飽くなき挑戦～

昭和、平成、そして令和。日本のものづくりを支えてきた町工場の風景が変わりゆく中で、MACC会員企業の「細涿電球株式会社」（代表取締役 高橋建志・西日暮里1丁目）は、創業88年という節目を迎え、電球という、一見すると「過去の遺物」になりつつある技術を手を、どのようにして未来を照らそうとしているのでしょうか。

## 胃カメラの歴史を支えた「手作り」の技術

細涿電球の歴史は、昭和13年の創業にまで遡ります。（法人化は昭和23年）同社を象徴するエピソードの一つが、昭和29年に現在の内視鏡技術の基礎となる、世界初のカラー撮影胃カメラの電球を開発し、「胃の天然色撮影」に成功したことです。



高橋建志社長

当時はまだ手作りでなければ実現できなかった超小型の医療用電球。この精密な技術こそが、現代医療の礎となった胃カメラの開発を陰で支えていました。

「職人の手作業」による多品種少量の生産体制は、大手メーカーには真似できない同社の強みであり、長らく医療機器市場において確固たる地位を築いてきました。

## 「殺す気ですか？」——電球業界を襲う逆風

しかし、時代の流れは残酷です。現在、政府の方針により「特殊なものを除き、電球は世の中の1%しか残さない」という厳しい制限が進んでいます。代表の高橋建志氏が関係省庁の担当者に「（業界を）殺す気ですか？」と問うた際、返ってきた答えは「はい、殺す気です」という、あまりに率直で厳しいものでした。

さらに、水俣条約による水銀含有製品の規制強化を受け、蛍光灯の生産も全廃へと向かっています。電球や蛍光灯を主力としてきた材料メーカーや同業他社が次々と廃業する中で、細涿電球は「石炭産業以上の危機」とも言える状況に直面しました。

## LEDの挫折と「新結合」への転換

生き残りをかけ、2007年に医療機器製造業・製造販売業の許可を取得し、LED製品へのシフトを試みました。一時は年間3,000万円を売り上げる規模まで成長しましたが、ここでも日本の特許（パテント）の壁が立ちはだかります。白色LEDの製造が特定の国内メーカーに限定されている状況下で、自社製造の競争力を失い、2009年に引き継いだ九州工場のLED製造設備をすべて撤去するという苦渋の決断を下しました。

そこで「閃光灯」やその技術を応用した「UV-

LED」を実装した高出力で閃光照射が可能な消毒・殺菌効果のあるUV照射機器の開発へと舵を切ったわけです。

この時、高橋建志氏が指針としたのは経済学者シュンペーターの「新結合（イノベーション）」の理論でした。

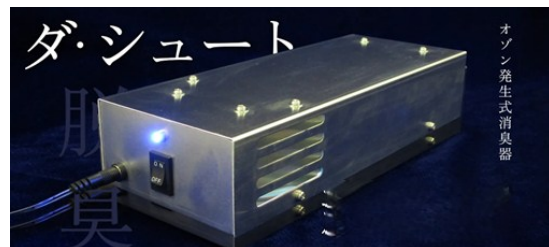
**新商品の開発：**従来の照明用から、オゾン発生や殺菌・脱臭装置への開発。（「ダッ・シュート」：2か月間の無償レンタル有）

**新機械の導入：**九州工場でのロボット化・自動化による効率化。

**新市場の開拓：**スポーツ業界（主にスパイクルームやロッカールーム）など、ニオイの課題を抱える現場へのアプローチ。

**新供給源の確保：**海外コネクションを活用した材料調達の安定化。

これらを柱に、単なる「電球メーカー」からの脱皮を図っています。



## 職人の「暗黙知」を未来へ繋ぐ

細涿電球が直面しているもう一つの課題は、技術継承です。同社には今も70代の熟練職人が在籍していますが、その卓越した技術は、いわば「暗黙知」の状態にあります。「人がいなくなり、材料もなくなれば、工場を畳んでマンションにするしかない。それは一番馬鹿らしい」この思いから、同社は九州工場を中心に、職人の手技をロボットへと移し替える「形式知化」を進めています。これは単なるリストラではなく、失われゆく日本の製造技術をデジタルと自動化によって保存し、次世代へ繋ぐための挑戦でもあります。

高橋建志氏は、「60歳、70歳を過ぎても、培った技術を活かして働ける環境を作りたい」「日本の優れた製造技術を、再び世界に示したい」と目を輝かせながら、自身の夢を語ってくれました。

連載～その16～

# サステナブル経営とSDGs

～なぜ日本はドイツにGDPで抜かれたのか～



MACCコーディネーター  
大宮政男

前回の当通信では、話題の生成AIについて、その活用は中小企業のサステナブル経営に向けて、大きな追い風になると述べました。今回はそのことを、少々話は大きくなりますが、GDPランキングの視点から考えてみたいと思います。

IMF統計データによる2026年世界の名目GDPランキングは、1位アメリカ(31兆8213億ドル)、2位中国(20兆6,508億ドル)、3位ドイツ(5兆3282億ドル)、4位インド(4兆5056億ドル)、5位日本(4兆4636億ドル)となっています。既に2023年にGDPにおいて日本はドイツに抜かれましたが、今回はインドにも抜かれ5位となりました。この要因を、国柄が日本と共通点が多いドイツと比較して考えてみたいと思います。

ドイツと日本は、「真面目」「時間厳守」といった国民性、厳格な秩序を重んじて職人気質を大切にする文化、世界をリードする企業が多く存在し産業化が進んでいる技術/産業面、更に勤勉で真面目な仕事に対する評価が高く、教育や職業訓練においても厳格な基準が設けられている。また、仕事への取り組み方、そして何よりも第二次世界大戦で壊滅的な敗戦を経験し、過去の歴史と真摯に向き合わねばならない歴史的経験など、良く似ている国同士だと言われていることは皆さんもご存知だと思います。

ドイツの国土面積は約357,000平方メートル、対して日本は約378,000平方メートルとドイツの1.06倍の面積を有しています。また、ドイツの人口は約8,380万人で、約1億2,600万人の日本の約2/3となっています。国土面積はほぼ同じ、人口数は約2/3のドイツは、今や上記の名目GDPは日本の約1.2倍、そしてドイツの国民一人当たりの名目GDP(56,087ドル)も日本(32,443ドル)に比べ、1.7倍の生産性を誇っています。

しかしながら、戦後経済発展で先にリードしたのは日本でした。日本はロボット化や品質管理などの取組みを推進し、第2の波である工業化の流れに乗り、世界第2の工業大国へと成長しました。そんな日本をお手本にしていたのが、当時同じく工業化を進めていたドイツでした。

それなのに、なぜ逆転されてしまったのでしょうか。日本の円安による名目GDPの押し下げ、日本の人

口減少vsドイツの人口維持(移民政策による人口という成長エンジンの差)、ドイツは自動車、産業機械、化学などの高付加価値なBtoB輸出産業が多い産業構造の差などがありますが、最大の要因は日本のIT投資不足によるデジタル化の遅れであると考えます。特に日本企業の99.7%を占める中小企業においてその傾向が著しく、労働集約型の産業構造から脱していないことであると考えます。

つまり、第3の波であるIT化への対応で、日本と同じく中小企業が多いドイツは、国を挙げて「インダストリー4.0」(2010年)を打ち出し、民間コンサルティング会社が政策構想に参画し、中小企業向けに人材を送り込んでデジタル化支援を展開したことで、中小企業のIT化が進んだと言われています。日本にも当然ITコンサル会社はありますが、ターゲットは大企業であり、中小企業は置き去りにされ、今も日本のDX化の足を引っ張っている側面があると考えます。

上記のことから、日本経済の将来を左右するのは大企業ではなく、企業数の大半を占める中小企業の生産性であるといえます。人口減少が進む日本では、労働力の量的拡大による成長はもはや期待できないので、「人が頑張る経営」から「仕組みが価値を生む経営」へと転換しなければなりません。その中心にあるのがデジタル化であり、(私は)生成AIであると考えています。生成AIは単なるITツールではなく、営業、設計、製造、事務、そして経営判断まで、企業のあらゆる業務を変える可能性を持っています。ドイツがインダストリー4.0によって中小企業の競争力を高めたように、重要なのは生成AIに仕事を奪われるか否かではなく、生成AIを活用できる企業になるかどうか、もっと言えばこれからの経営は「人を増やす経営」ではなく、「(生成)AIとデータで価値を生む経営」であり、その第一歩を踏み出す企業こそが、次の時代の勝者になるものと考えます。

連載～その58～

# 牛山博文の 毛～ひと工夫！



MACCシニアコーディネータ牛山博文

## 集団無能は静かに進行します！！

中小企業の会議では、誰もがうなずき、静かに議題が進んでいく場面がよく見られます。しかし、その静けさの裏側で、組織が本来の力を発揮できなくなる「集団無能」が起きていることがあります。これは個々の能力ではなく、組織の空気や仕組みが判断力を奪ってしまう現象です。

**※集団無能とは「個々のメンバーは有能であっても、集団として意思決定や行動が著しく非合理で低成果になる状態」**



### 【集団無能が起きた事例】

#### ●新規事業の失敗が止められなかった例

経営者の強い推しに、役員も管理職も賛成しましたが、現場は「売れない」と感じていました。誰も言い出せず、結果は大きな赤字でした。

#### ●昇進で力を発揮できなくなった例

営業として優秀だった社員が管理職に昇進した途端、部下のマネジメントに苦勞し、チーム全体の成果が落ちてしまいました。

#### ●改善提案が埋もれた例

現場からの「工数削減の提案」が会議で取り上げられず、非効率な作業が何年も続いてしまいました。

### 【異論が出る組織は強くなる】

集団無能を防ぐには、異なる意見が自然に出る仕組みが欠かせません。会議で「反対意見を必ず一つ出す」と決めるだけでも議論の質は変わります。意思決定の根拠を簡単に文書化することも有効です。

### 【人事と情報の流れを整えることが鍵です】

昇進＝管理職という慣習を見直し、適材適所を徹底することが大切です。また、現場の声が経営に届く仕組みをつくることで、改善が自然と進むようになります。

### 【経営者の姿勢が空気を変える】

「自分も間違えることがある」と伝える、会議で最初に意見を言わない、失敗を責めず共有を評価する。こうした行動が、社員が安心して意見を出せる環境をつくれます。

**組織が「考える力」を取り戻すと、改善は自然と積み重なります。** 区内の企業がより強く成長していくための一助になれば幸いです。



# 決算書からの経営健康診断 Vol8

◆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。

2年間にわたり、『決算書からの経営健康診断』と題して、事業のお金に関する話をあれこれとお伝えしてきました。今回で一区切りとなりますので、これまでの振り返ってみます。

## ●貸借対照表 (B/S) の顔色診断

第1回は、貸借対照表を見ると、顔色、つまり経営の状況が良さそうか悪そうかの把握ができるというお話でした。流動資産、固定資産、流動負債、固定負債、純資産の形(数字)を見ると、これまでの企業の経営の蓄積が見て取れます。難しい財務指標を覚えなくても大丈夫ですので、前期と当期の決算を見比べながら、変化をつかんでいただきたいと思います。

流動資産	流動負債
	固定負債
固定資産	純資産

## ●B/Sと経営改善

第2回は、貸借対照表を見て顔色が悪そうだと感じた場合のお話です。右下にある『純資産』がプラスであれば良いのですが、これがマイナスになっていると『債務超過』と呼ばれる状態で、赤字決算が続いているなど、良い状態とは言えません。銀行からも儲かっていないとみなされて融資が受けにくいので、每期黒字を積み上げて純資産をプラスに戻すことが肝心です。

## ●損益計算書 (P/L) の見方

第3回は損益計算書のお話でした。社長にとって見慣れている、売上高、売上総利益、営業利益、経常利益、当期純利益などの数字のうち、どれを重視していくと良いかについて説明しています。

売上高はすべての事業活動の原点なので言うまでもなく、儲けの源泉である売上総利益(粗利益)、本業の儲けを表す営業利益がプラスになっていることは重視してください。

売上高
売上総利益
営業利益
経常利益
税引前当期純利益
当期純利益

## ●キャッシュフロー計算書

第4回は第三の財務諸表とされているキャッシュ

フロー計算書の説明でした。一定期間におけるお金の流れを表していますが、特に注目したいのは営業活動キャッシュフローです。本業の営業活動においてキャッシュを生み出していることがポイントです。

## ●決算書と補助金

第5回では、補助金の特徴と進め方、流れをご説明しました。補助金はあらかじめ対象経費やスケジュールが決まっているため、今すぐに資金調達が必要な場合の選択肢としてはふさわしくありません。また、申請時には直近の決算書を提出するケースがほとんどです。事業者の最近の財務状況から補助事業を適切に遂行できるかといった視点で見られていることにご留意ください。

## ●設備投資と決算書

第6回は設備投資と補助金、貸借対照表との関係についてお伝えしました。設備投資の際に一部資金を補助金で賄うケースはよくあります。設備投資した場合、多くは長期にわたり利益を産出するものなので、借入をする場合は長期借入金、もしくは自己資金で賄うことが大切です。貸借対照表でいうと、固定資産は純資産か固定負債でカバーすることになります。

## ●試算表活用のすすめ

前回は、毎月の試算表で、①売上高、②売上総利益、営業利益、経常利益、③現預金、④借入金など重要な項目を「定点観測」することをお勧めしました。定期的に記録して、前月と比較してみたり前年と比較することで、変化の理由もつかめてきます。

経営健康診断には、財務諸表の定点観測が欠かせません。まずは、試算表を毎月チェックすることから始めてみてはいかがでしょうか。

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！

前回に引き続き、(株)堀澄の紹介です。(株)堀澄は、昭和27年創業の南千住2丁目に本社を置く企業です。創業時は家具の卸売業でしたが、平成25年に業態転換し、現在は装飾雑貨の製造・販売と宿泊業の2事業を営んでいます。今回は、前社長（堀田澄子氏）の社長就任時から廃業に至るまでのお話でした。

今回は、MACCコーディネータの中村裕美が、現在の2人の代表取締役（堀田真澄氏、堀田佳澄氏）にお話を伺った後半部分の業態転換後のお話を掲載します。

**中村：**皆さん、本日もどうぞよろしくお願いいたします。まずは、廃業から業態転換後のお話をお聞かせください。

**堀田前社長：**（前回お話ししたように）廃業できたものの、「これからどうしよう、私ひとりでは何ができるの」と思った矢先、二人の娘から「一緒にやろうよ」と言われ、3人で自分の好きなことをやるのならいいなと思いました。どんな形でもいいから堀澄を残してほしいという会長（父）や元社員達の思いも相まって、3人で繋いでいこうということになり、それが業態転換につながりました。当初は、クリスタルアート事業、ぎやらり〜・アニモ事業、そしてエステ事業を行いました。

**中村：**倒産ではなく廃業に努め、資金を残すということで次への展開を可能にするということですね。

次は、真澄代表にクリスタルアート事業について伺います。当初から現在に至るまでをお聞かせください。

**真澄代表：**最初は、クリスタルガラスにオリジナルの絵を描いたアクセサリを製作し、関東圏のセレクトショップや地方百貨店のポップアップに委託販売していました。その中で、荒川区の補助金を活用してファッション関係の展示会に出展し、プリントメーカーの社長と出会ったことから、シルクスカーフの製作販売に至りました。その展示会出展がきっかけで都内の主要な百貨店へのポップアップが決まり、バイヤーさんとのコネクションができました。それまでは地方百貨店だったポップアップが都内の主要な百貨店での出展に切り替わっていき、よりバイヤーさん達とのコネクションもできていきました。そして、ジュエリーだけでなく、オリジナルのテキスタイルアイテム（シルクスカーフ、バッグ、スマホケース等）の製作にもチャレンジして売り上げも徐々に伸ばせるようになりました。特に、商標登録によりブランド価値が高まったことや、荒川区の職員でもある日本パンダ保護協会の斉事務局長との出会いで協会に加入し、上野のパンダファミリーをモチーフとした商品展開が出来たことが、売上向上につながりました。

時代の流れが非常に速い昨今ですが、今後もブランドの軸をしっかりと持ちつつ、様々な流れをキャッチしながら製作していく柔軟さが重要と考えます。

**中村：**では、佳澄代表の担当事業をご紹介します。

**佳澄代表：**最初はsumiというエステ&ネイルサロンを始めました。そして、ちょうど結婚、出産…と個人的にも忙しくなり仕事がこなせなくなった頃、レンタルスペースの広告を目にし、私の事業と母（前社長）の事業を一緒にしてレンタルスペース事業を拡張することを思いつき3人で話し合い、私が管理するこ

とにしました。そして、2018年頃にお客様から民泊を望まれたことをきっかけに、民泊について学び、当社にもできそうなので民泊を始めました。ですが、民泊だと連泊ができない等課題も多いので、1年後には旅館業を申請し、2023年12月に荒川区から許可が下りました。



堀田真澄氏 堀田佳澄氏

その後、宿泊できるように大急ぎで自宅を改装しました。建築士に図面を依頼し必要な工事は専門家に任せましたが、壁紙の張り替えやインテリアの選定は私が行いました。家の図面に描いた祖父（会長）の血を引いているためか、私は以前からインテリアが好きで、作業も楽しかったです。各部屋や階段に、姉の描いたパンダやデザイン画も飾りました。予約は、世界中で利用されている宿泊サービス「Airbnb」を利用しています。

集客を増やすために当初は価格を抑えましたが、次第に近辺のお店を紹介した手作りガイドブックを設置するなど、サービスにも力を入れることで評判も上がりました。宿泊客からのSNS投稿が励みになっています。

旅館業の許可を取ったことで民泊サービス時に比べて提供できる宿泊数が増え、今後の展開が楽しみです。

**中村：**それでは、真澄代表、佳澄代表、最後に今後の展望についてお聞かせください。

**真澄代表：**日本にインバウンド需要が増えているので、今後は、そのお客様向け商品の展開など、百貨店出展以外の方法、例えば海外向けオンライン販売などに力を入れたいと考えています。自分の描くデザインを基本に、その時その時の世の中が求めるデザインを考え、自分らしい商品を作っていきたいと思っています。「ファッション&アート」のコンセプトを軸に、生活に身近に溶け込む雑貨などにもデザインを落とし込み、今後もクリスタルアート独自の世界観を表現していこうと思います。

**佳澄代表：**日本のインバウンド需要の高まりを踏まえ、価格を引き上げながらも、その価格に見合う利用者に喜ばれるサービスを提供していきたいと思っています。

**中村：**一期一会や人との絆を大切にする堀澄さんらしいお話をお聞かせいただき、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.4

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）を通じた「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「面白い」を見つける仕事の渡し方  
—やる気は“小さな成功体験”から生まれる—

若手は「やる気がない」ではありません。  
「できた！」という経験が少ないだけなのかもしれません。

前回は、若手が挑戦できる空気をつくる仕掛けについてお話ししました。

では、その環境が整ったあと、若手はどうやって仕事を「面白い」と感じるようになるのでしょうか。

私は、そのきっかけは  
小さな成功体験の積み重ねだと思っています。

■若手は「できた！」という経験が圧倒的に少ない  
最近の若手は、たくさんの情報を知っています。  
YouTubeやSNSで加工の方法を見ていたり、知識として理解していることも多くあります。

ただ、実際の現場で自分の手でやってみた経験は、まだそれほど多くありません。

つまり、「知っていること」と「実際にできること」は全く別物です。

情報を知っていると、なんとなく分かった気になりますが、実際にやってみると、思った通りにいかないことも多いものです。

だからこそ若手にとっては、「自分でやってみてできた」という経験がとても大切になります。

■やる気は成功体験の回数で変わる

若手が仕事に前向きになる瞬間は、とてもシンプルです。

- ・やってみたらできた
- ・先輩に褒められた
- ・自分の工夫がうまくいった

この瞬間です。人は誰でも、「できた」、「認められた」、「役に立てた」、という感覚を得ると、もう一度やりたくなるものです。

特に今の若手は、承認されることへの感度が高い世代でもあります。

だからこそ、「できた！」「いいやん、それ！」と声をかけてもらえる経験が増えるほど、自然と次の挑戦に向かっていきます。

■ミニ四駆大会でも同じことが起きている

この成功体験のサイクルは、製造業対抗ミニ四駆大会でもよく見られます。大会では、自社の技術の一つ以

上入れたミニ四駆を作るというルールがあります。各企業が自社の加工技術やアイデアを活かして、オリジナルのマシンを作ります。若手も設計や加工、組み立てに関わりますが、最初からうまくいくことはほとんどありません。「思ったより重かった」「バランスが崩れた」そんな失敗がたくさん起こります。でもそこで終わるのではなく、

「この加工方法なら軽くできるかもしれない」

「次はこの形状で試してみよう」

と、みんなで原因を考えながら次のマシンを作っていきます。そして改良したマシンがうまく走った瞬間、成功体験が生まれます。

その瞬間、若手の表情が一気に変わります。

「次、ここ変えてみたいです」

「この加工、試してみてもいいですか？」

と、自分から動き始めるのです。

■成功できるサイズに仕事を切る

若手が面白さを感じるきっかけは自分で考えてやってみて、うまくいった瞬間です。だからこそ現場では、成功できるサイズに仕事を切ることが大切になります。例えば「改善してみて」と大きく任せるのではなく「この作業、5分短くできる方法を考えてみて」と小さく区切る。

また「全部任せる」のではなく「まずこの工程だけ任せてみる」というように段階を作る。こうすることで若手は「自分でやってみる経験」を積むことができます。

■「できた！」のサイクルを増やす

若手の成長は、特別な教育だけで起こるものではありません。日々の仕事の中で

「やってみる」→「できる」→「認められる」

このサイクルが回り始めると、若手は自然と変わっていきます。この「できた！」の回数が増えるほど、自信がつき、挑戦する行動も増えていきます。

やる気は、気合いや精神論で生まれるものではありません。

小さな成功体験の積み重ねの中で育っていくものだと思います。

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-04