は11月26日、東京都墨田りの複合イベントを開総会や2010年㊙モジャパン」「100年ルディスカッションをする「トーキョー・ダスティバル（TDCMにぎわった。

東京・墨田で複合イベント開催

庄山悦彦共同議長から部品大賞を受ける佐々木東芝社長㊨

作しており、担当者のコメントを織り込みながら構成した。一方、部品大賞を受賞した東芝の「電流検出型DNAチップ」は8分間の映像で、部品の紹介のほか、開発者や事業担当者などのインタビューを盛り込み、詳細に現場の生の声を伝えた。

受賞者を代表して東芝の佐々木則夫社長があいさつ。「今回の受賞は大きな励みとなる。従業員とともに喜びを分かち合いたい」と述べ、電流検出型DNAチップについて「日本発の数少ないバイオ技術であり国内外から高い評価をいただいている」と説明した。

今後については「がんなど疾病リスクの遺伝子診断や薬効の効用、副作用といった遺伝子診断にかかわる技術に展開し、食品検査、家畜防疫分野で製品化を進めて安心・安全な社会へ貢献したい」と抱負を語った。

開発者の思い〝見える化〟

を制作して会場で上映した。㊙モノづくり部品大賞の受賞部品を映像化するのは今回が初めて。開発者の部品への思いや苦労話など開発にまつわる物語を〝見える化〟することで、一般にはなじみのない部品を理解しやすくした。

三つの映像作品のうち、ものづくり生命文明機構理事長賞を受賞した竹中工務店／ニックスの「ARバグバンパー（ARINIXⅡシリーズ）」と、モノづくり推進会議共同議長賞を受賞した太陽誘電の「部品内蔵配線板『EOMIN』」の2作品は3分間の映像。現場や開発者などを撮影した静止画をベースに制

開発にまつわる物語を映像で紹介（部品大賞＝東芝の電流検出型DNAチップの映像）

共同議長に廣瀬氏（住友化学社長）

第3回通常総会

モノづくり推進会議は第3回通常総会を開き、2009年度（09年10月―10年9月）の事業活動・決算および2010年度（10年10月―11年9月）の事業計画・予算を承認した。新役員として、住友化学の廣瀬博社長をモノづくり推進会議の共同議長に就任することを決めた。

10年度は新事業として「100年企業研究会」を立ち上げる。創業100年以上の企業を長期にわたり持続可能な経営を行ってきた企業の象徴ととらえ、持続可能な経営を目指す企業をネットワーク化し、経営を持続させる秘訣を探り学び合う場とする。

歴史ある企業は、創業者の理念や経営哲学、地域との共生、従業員を大切にする社風、長期的な技術開発など、その企業ならではの価値を、時代の変遷に流されることなく企業のDNAとして受け継いでいる。同時に時代の変化に柔軟に対応してイノベーションを繰り返してきている。同研究会はこうした企業の特徴を抽出し、企業の新しい価値軸としてとらえるための勉強会などを計画する。また、永続企業経営者による講演なども実施する。

このほか10年度では、引き続きロボット、人材育成、ネイチャーテクノロジー、感性価値、環境といった各研究会の内容を充実させて開催。親子向けのモノづくりの魅力体験イベントもより運営効率を高めて実施する。

10年度「100年企業研究会」立ち上げ

「持続可能な経営」価値軸に

モノづくり力 映像で伝える

■ トーキョー・ダウンタウン・クール・メディア・フェスティバル（TDCMF）

TDCMF（TDCMF実行委員会やモノづくり推進会議など主催、日刊工業新聞社など共催）は26―28日、アサヒ・アートスクエア（東京都墨田区）とすみだパークスタジオ（同）の2会場で映像作品の上映会や討論会、トークライブを開いた。両会場ではアジアの学生映画作品とともに、日本のモノづくり企業の魅力を映像化した作品群も上映。来場した韓国や台湾の若手クリエーターを通じ日本の地域資源やモノづくりの情報を海外に発信するのが狙いで、墨田区や大阪府の中小企業18社の映像が紹介された。

■

モノづくりの魅力を伝える映像はアースボイスプロジェクト（神奈川県鎌倉市）と中小企業経営者が協力し制作した。得意とする技術や事業戦略を盛り込んだ数分間の物語を企業ごとに映像化している。広告宣伝に人手と費用をかけづらい中小企業にとって自社の魅力を広く伝えられる映像作品は優秀な営業マンにもなる。国内外から来場者を集めて企業映像を一斉上映するのは今回が初めての試みで、墨田区の久米繊維工業、丸源飲料工業、鈴木合金工業、山口ナット、大阪市鶴見区の新日本テックなどの作品を上映した。

27日の討論会「東アジア映像メディアシンポジウム2010」は児玉高志東京工芸大学教授、佐藤忠男日本映画学校長、榎田竜路横浜アートプロジェクト理事長（アースボイスプロジェクト代表社員）、張賢秀（チャン・ヒョンス）韓国フィルムアカデミー院長、呉秀青（ウー・シウチン）台湾芸術大学教授が登壇。両会場で上映された作品などを講評したほか、日本・韓国・台湾のそれぞれの国や地域の映像教育の課題や今後の連携について話し合った。企業映像について佐藤氏は「高い技術力を持つ中小企業のPR映画を国内外の学生がつくることは、映像教育にとっても中小企業にとっても有意義だ」と語った。

28日は「Cool Mediaの時代へ」をテーマにしたトークライブを開催。企業映像を制作した東京都、大阪府、秋田県の経営者らをゲストに招き、映像作品のプロデュースを行った榎田氏がコーディネーターを務めた。

各地でモノづくり企業の映像を撮影した榎田氏は「日本はリソースの宝庫なのにコンテンツがない」「現場作業は単純作業ではない。楽器演奏に勝るとも劣らない」と指摘。モノづくり企業がすでに有している能力の高さや優れた経営への姿勢などが、現状では伝わっていない現実を訴えた。このため、共感を得られるような情報運用の重要性を強調。具体的には90秒、10分の映像を企業の経営者らと共同で制作し、その魅力を発信してきたことを説明した。

■

映像化した企業のうち小高莫大小工業（東京都江東区）の小高集社長は「ブログ、ホームページ（HP）の情報発信では限界を感じていた。（他社の）映像を見た時にこれしかないと思った」と映像制作に取り組んだ動機を紹介。HPに映像を掲載したことで「商品の問い合わせなどいい反響がきている」とその効果を説明した。

岩井金属金型製作所（東京都墨田区）の岩井保王専務は映像制作による副次的な効果を強調。「映像をつくること」で感覚が変わってきた。ストーリー性がありそうな顧客の仕事は受けてみようといった感覚が、社長にも出てきている」といった事例を挙げた。

新日本テック（大阪市鶴見区）の和泉康夫社長は「会社にカメラが入ることによってみんなの元気が出る」と映像制作が社内の活性化に役立つことを挙げた。11月には、映像の魅力を実感した仲間の企業17社と共同出資で「大阪ケイオス」という会社を設立。「中小企業の広報部門を一括受注し発信していきたい」と意気込みをみせた。マツダ（大阪市城東区）の松田英成代表取締役は「社員のモチベーションが上がり、いいかげんな仕事はできないという意識が生まれた」と現場の映像化による効果を説明した。

技術・事業戦略 物語に

作品に反響 社内活性化の効果も

東京都墨田区や大阪府の中小企業の映像が紹介された

モノづくり推進会議

モノづくり推進会議　日刊工業新聞社　特別講演会in那覇

プログラム

13:30　主催者挨拶