

2016年！再起日本

～ 製造の現場から見た再起日本～

2016年1月23日
株式会社前川製作所
前川 正雄

1・前川製作所の紹介

社名：株式会社前川製作所

創業：大正13年（1924年）5月15日

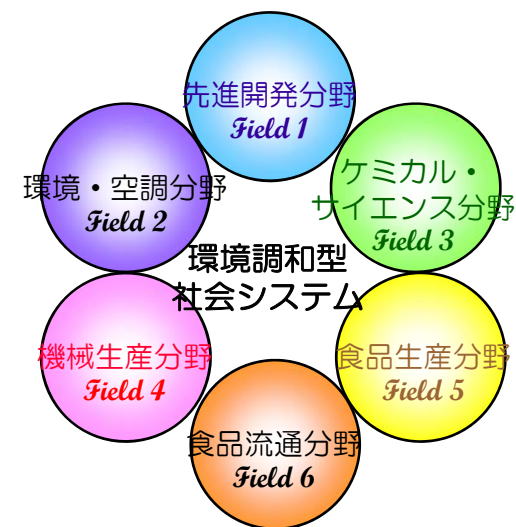
本社：東京都江東区牡丹3-14-15

代表者：代表取締役社長 前川 正

社員数：国内2300名
海外1700名（2014年12月現在 グループ会社含む）

拠点：国内 事業所60ヶ所 生産拠点：3ヶ所 研究所：2ヶ所
海外 37カ国 93拠点
6工場（ベルギー、アメリカ、メキシコ、ブラジル、韓国）

主事業：産業用冷凍機ならびに各種ガスコンプレッサーの製造販売
農畜、水産、食品、飲料関連製造プロセス冷却設備、
設計施工、冷凍、冷蔵倉庫冷却設備、設計施工、
熱絶縁工事設計施工、ヒートポンプ、蓄熱式空調設備、
設計施工、省エネシステム等のプラントエンジニアリング



2 · 製品紹介

Market

現在でも「低温物流」「水産加工」「農産・畜産」「飲料」「船舶」「食品・食肉加工」「石油・ガス・ケミカル」「空調」「レジャー」と様々な市場で新たな製品が採用されています



1924

1934

1950

1960

1970

1980

1990

2000

2010



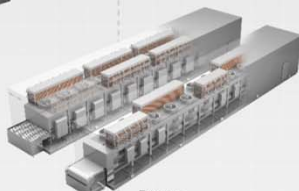
Reciprocating Compressor



High single stage speed multi-cylinder reciprocating compressor



Screw type refrigeration compressor



Freezer



"K series" i.e. medium-sized reciprocating compressors.



Screw compressors for vapor re-compression system



Chicken whole leg deboning robot



NH3/CO2 cooling system NewTon



Eco Cute unimo



Air refrigeration system PasucalAir



"M series" i.e. new-type reciprocating compressors.



"J series" i.e. new type screw compressors.

Product

3・マエカワの90年

30年

- 冷却分野に親方を
中心とした組による
活動
- 手当たり次第の混沌

60年

- 産業用冷却でのすみわけが
見えてくる
- 製造、サービス、システム、
地域ごとに独法ができる
- 産冷、食品、エネルギー、
ケミカルの分野に
入り始める
- マルチ化が進む

90年

- 製、販、技、業（4機能）
と産冷、食品、エネルギー、
ケミカル（4事業）による
マルチ化が進む
- 各機能、各事業は分離しな
がら統合している
- マエカワのすみわけの世界
がはっきりしてくる

4・産業社会の不連続性

20世紀

- ◆パワーと管理の時代
- ◆グローバル化した世界画一的なニーズ
- ◆品質・価格・納期で良いモノを大量生産・大量販売することで、ニーズを満たした
- ◆モノの生産性重視
- ◆企業は市場を外から観察する
- ◆雑音情報は切り捨てる



21世紀

- ◆知恵を合成する共同体の時代
- ◆地域社会から出てくるローカルで多様なニーズ
- ◆20世紀につくられたモノではニーズを満たせなくなった
- ◆知恵の生産性重視
- ◆企業は市場の中に入り込み、一体化する
- ◆雑音情報を商品化の重要な原料と捉え、ハイテク情報に醗酵させる

- 『私』 ⇒ 『公』
- 20世紀型商品に新しい価値を付加する『節約・再生』
- 「地域社会と企業」・「顧客と企業」・「動と静」の『共同体化』

5・資本主義から場所主義の時代へ

欧 米

- 多数決 - 議論
- 新しいものを排除する
- 一神教 - 神との契約
- 直線的、限定的、分析的な思想
- 主体と客体の分離
- 「私」 = 個が前面に出る社会
- 管理技術（専門型）
- 資本主義・金融主義



金融主義の終焉・製造業の衰退

日 本

- 完全合意 - 寄り合い
- まれびとを受け入れる
- アニミズム - 場所ごとの神
- 循環的、多様性、万物流転の思想
- 主体と客体の融合
- 「公」をねらう共同体
- 場所を中心としたマルチ型
- 場所主義



21世紀の真のモノづくりへ

6・共同体における「すり合わせ」

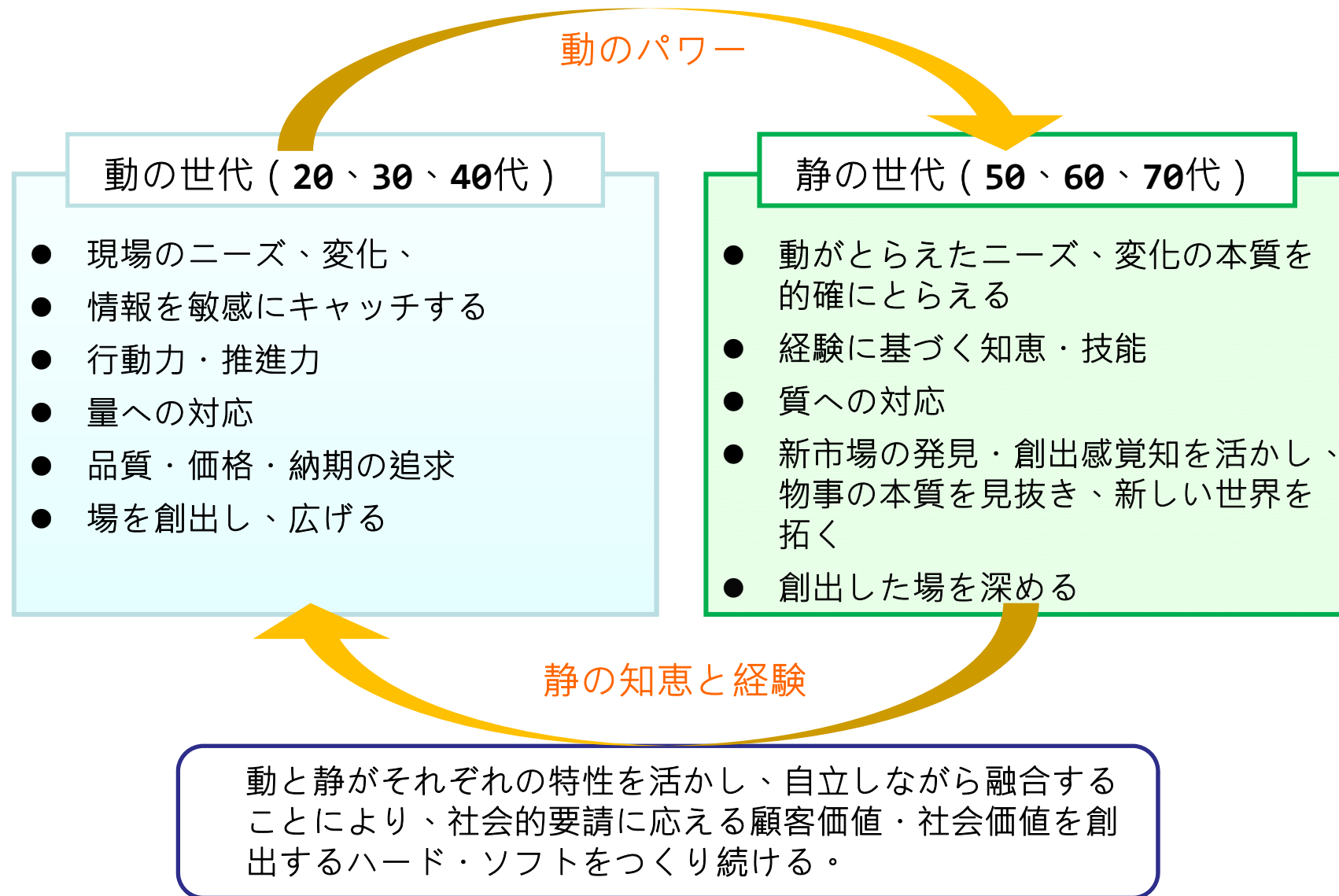
「すり合わせ」の前提は共同体であること。

すり合わせしない共同体は、表向きの言葉だけの擬似共同体。
本当の共同体は「すり合わせ」をし、フリクションを起こすことで、互いを理解する。
その過程の抵抗がフリクションであり、フリクションのない共同体はありえない。
徹底的に話し合うことで共同体の質が向上する。

小さな共同体から、さらに大きな共同体を目指そうとすると「チーム対チーム」の大きなフリクションになる。そこで出る熱は正常な熱である。そこを我慢し、消化しないと新しい展開は期待できない。
社内を越えて顧客や地域社会を含めた**21世紀型**の開かれた共同体が出来上がる。

- 共同体のメンバー全員で
 感覚情報・部分情報を全体情報に醗酵させる。
 ⇒ 跳ぶ・ハイテク商品 ⇒ すみわけ

7・動と静の融合によるイノベーション



8・まとめ

- グローバル化が終わり、企業は地域社会と一体化し共同体化し、地域社会から出てくる情報・感覚を商品にしていく時代である。
- まれびとを受け入れ、寄り合い主義の文化が共同体を強くし、ハイテク商品を生み出すベースである。
- 市場の中に入り、感覚情報を共同体のメンバーがすり合わせを通して、実像情報にできるかがカギである。
- さらに世界のハイテクニーズは日本に集まっており、動のパワーと静の知恵と経験の融合が不可欠である。
- 静の世代の活躍は、高齢者問題を解決するにとどまらず、世界の産業のハイテク化をリードし、日本再生の最大のドライブパワーである。