

## 会長からのメッセージ

## ガラス産業の将来とニューガラスフォーラム(NGF)の役割

日本板硝子(株) 相談役

吉川 恵治

(2014年6月～ 会長)

リーマンショック以降縮小が続いている国内市場は、確実に進む少子高齢化や新興国からの製品の流入などで、このままでは大きな改善は見込みにくい。

また、ガラス産業の多くの分野で主力製品がライフサイクルの成熟期や衰退期に入っており、結果的に低い操業度と価格競争に喘いでいるのが実態である。

この事態を打破するためには、競争力のある新市場の立ち上げが強く望まれるところだが、それには以下の配慮が欠かせないと思う。

- ① 新市場ニーズの創出：2000年に通商産業省（当時）の指導のもと、NGFが2025年を目標とするガラス産業の技術戦略を策定した。その後GICが2030年を目標年度に延長し、戦略面も改訂したロードマップが存在する。これらの成否を左右するのは的確な潜在ニーズの発掘だが、それにはGIC及び各加盟団体の事務局と構成企業とが連携を密にして、市場の変化に対応したロードマップのステアリングが必須である。
- ② 中核をなす新素材の開発と製品化：模倣が困難なアナログ技術をベースにした、高度な機能を有する無機材料の開発に拘りたい。多くのノーベル賞受賞者が排出されている日本は、この分野で研究者の数・質とも他のアジア諸国を圧倒している。最近伸び悩むアジアの新興国と日本との、懐の深さの違い・差異化の源泉はここにあると思う。
- ③ モノづくり力の強化：莫大なりソースをかけて開発し立ち上げた事業を、短期間で新興国に奪われるという例は枚挙にいとまがない。最近でも Manufacturing4.0, IoT など、各国とも生産力のさらなる強化に国家レベルで精力的に取り組んでいる。  
一方、非正規労働者の増加や団塊の世代の退職などで日本のモノづくり力は弱体化している。生産活動の強化について、各企業は謙虚に見直すことが急務だと思う。
- ④ グローバル市場への事業展開：以上につき完成度を上げながら海外に視線を移し、国内市場の縮小分を海外進出で稼ぎ出すことは必須の課題である。

以上につき、大きな方向付けは政府とガラス産業連合会が中心になって行うべきだと思うが、技術ロードマップのステアリングや個々の開発課題への取り組みなど、設立30周年を迎えたNGFが今後果たすべき役割は大きいと認識している。