

三条市未来経済協創タスクフォース 第3回会議 議事要旨

令和4年10月3日(月) 午後3時から5時
三条市立大学 ミーティングルーム3

1 出席者

委員（五十音順）：

大沼 直也	株式会社スノーピーク 執行役員 商品本部長
斎藤 直人	シマト工業株式会社 代表取締役社長
渋谷 恒夫	三条信用金庫 地域経済研究所 常勤理事
島田 哲雄	三条市立大学 学部長
曾根 忠幸	株式会社タダフサ 代表取締役社長
中村 純	株式会社三條機械製作所 本社管理部長

※欠席

長谷川 直哉	株式会社マルト長谷川工作所 代表取締役社長
--------	-----------------------

三条市（事務局）：

片野 義孝	経済部長
井澤 俊和	経済部部主幹（三条市未来経済協創担当）
澤 正史	経済部部主幹（マーケティング担当）
今井 智之	経済部商工課長
織原 勇人	経済部商工課商工係主査
小林 真奈	経済部商工課商工係主事

オブザーバー：

柏崎 亮太	三条市労働環境改善・雇用競争力強化コンサルタント
-------	--------------------------

2 議事要旨

(1) 前回会議の振り返り

参考資料 No. 1 を基に事務局（井澤経済部部主幹）より説明

(2) 戦略の検討

- ・ 資料 No. 2 について事務局（井澤経済部部主幹）より説明の上、戦略1～3の課題認識と取組方針について基本的な合意形成を得た。
- ・ 戦略4については雇用競争力強化ワーキンググループの意見、議論も踏まえ、次回以降の会議で改めて決定することとした。
- ・ また、次回以降の会議で具体的な戦術を議論、決定するに当たり、課題認識や取

組方針から想定される取組の優先順位などについて、「効果（インパクト）」と「実現しやすさ（コントロール）」の2軸で議論を行った。主な意見は以下のとおり。

（主な意見）

全般的事項

- ・ 発信力が足りない企業が多い。採用面に限らず、事業拡大等の観点から技術力などをプロモーションし、発信していくことが重要である。

戦略1) ものづくり産業の高付加価値化と新事業創出

- ・ 「BtoB」と言っても一括りにできないところもあると思う。地元企業との取引を主としているところもあれば、大企業の下請けで単部品を作っているような企業もある。だからこそ難しいし、上手く発信できていない状況がある。
- ・ BtoBの戦略に関しては、企画、提案等のマインドを持つといった、従業員の意識から変えていかなければならない。難しいことではあるが、上手くいけばインパクトは大きいと考えられるため、そのための支援こそ行う必要がある。
- ・ BtoCについては、伝統産業を中心に10年近く様々取組を進めてきたので、もうあまり力を入れなくてもよいのではないか。BtoBの稼ぐ力を高めることが重要である。稼げるようになると、新たに人が雇え、人が増えると雇用環境も改善されていくという形に自ずとなる。工場の祭典で注目されるのはBtoCのようだが、この地域はBtoB企業が多いので、時間をかけてでもBtoBの付加価値向上に力を入れるべきと思う。
- ・ 付加価値は日本で勝負していても割に合わないことがあるので、海外にも目を向けるべきである。
- ・ 海外展開に関しては一定の企業規模等を要する分野であること、またグローバルに活躍できる人材の確保などが難しい。
- ・ グローバル人材と言っても日本人にこだわる必要は必ずしもないかもしれない。外国人材が活躍できる受入環境を整えることも必要かもしれない。
- ・ 県外や海外から戻ってきた人、あるいはこの地域に移住してきた人は、ずっとこの地域に暮らす人にはない視点で面白い発想を持っていることがある。そういった発想や知見を生かしながら、伝統産業も常にアップデートしていくことが必要である。
- ・ メーカー側で「こんなものを作りたいが、どこに加工を頼んでよいかわからない」といったケースがよくあるようなので、そのようなニーズや開発案件を捉え、この地域の加工を請け負う企業とマッチングする仕組みがあると良い。
- ・ 小さい企業や1社単独では勝負できない企業でも、それらが集まれば勝負できる体制になるかもしれない。そうすれば自ずと事業承継などにも良い作用が生まれ、優れた技術などの喪失を防ぐことにもつながる。

- ・ 最も難しいが効果（インパクト）があるのはB toBの付加価値向上、その次はB toCの付加価値向上である。B toBにおいては、新しい仕事であれば価格交渉の余地があるが、長年取引している案件に関しては原材料費の高騰以外の理由で価格交渉するのはかなり難しい。新しい仕事を得るためにも、工場の祭典などにより燕三条地域全体をアピールしていくことが必要である。また、B toCの海外展開や付加価値向上からB toBに良い作用が働く期待もある。
- ・ B toBでも作り手の見える化やブランディングができると良い。

戦略2) 生産性向上の推進

- ・ 早い段階で人材の取組とデジタル化の推進に注力しつつ、その上で付加価値の向上などにも力を入れていくのが理想的である。
- ・ デジタル化の推進と情報発信は比較的实现しやすいと思う。
- ・ 経営資源の集約化（M&A）は緊急度が高いと思う。

戦略3) 産業基盤の安定化、強靱化

- ・ 産業基盤の安定化、強靱化に関しては、6年という時間軸に限らず、長期的に進めていく分野かと思う。
- ・ 一番の課題は事業承継だと思う。B toB、B toCの付加価値や稼ぐ力の向上を一体で取り組みつつ、さらに事業承継も着実に進んでいく必要がある。
- ・ 他市の例で、大企業が廃業・閉業を考える末端のB toB系企業をM&Aで買ったということがあった。このケースでは、買収により内製化したことを通じて、これまでの外注の価格設定が安すぎたということに気づき、それがきっかけで地域の工賃相場が上がったようだ。
- ・ 事業承継に関しては、譲り受ける経営者を公開募集するのはどうか。そのために、企業のブランドや技術を見える化したデータベースなどがあるとよい。

戦略4) 未来志向の人材戦略（人材の確保・育成）

- ・ 付加価値の向上、事業承継、経営資源の集約化（M&A）など、重要度の高いものを着実に進めていけば、自ずと労働環境の改善などにもつながっていくのではないかと。