

三条市未来経済協創タスクフォース 第4回会議 議事要旨

令和4年10月18日(火) 午後1時30分から15時30分
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
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) 課題と取組方針を踏まえた戦術の検討

各委員から、課題と取組方針を踏まえた戦術案について発言いただき、その後討議を実施

（主な意見）

戦略1) ものづくり産業の高付加価値化と新事業創出

- ・ 業界が違えば価格の考え方も変わってくる。”もの“ばかり考えるのではなく、技術力を基軸にマッチングできるシステムができるとよい。

- ・ 単工程の企業は下請け体質になりがちでイニシアチブが取りにくい。ワンストップのプラットフォームを整備することで、スケールメリットでコストを削減できる、一社だけでは困難なDX化が実現できる、プロモーションの一元管理等が可能になるなどの効果が期待できる。
- ・ 現状はポテンシャルに対してハイエンド市場への展開やDX化の遅れがある。付加価値が高いハイエンド市場にいかに進出するかがポイントであり、単一の工場では難しくとも、複数企業や地域的なスケールメリットで実現できるのではないかな。
- ・ 従前からある仕事はあまり儲けにつながらないことが多い。新しい仕事、特に円安市場の昨今においては、海外の仕事を獲得することが効果的である。それが既存のリソースで難しいのであれば、それができる人材や地域のプロデューサー的人材を確保してはどうか。そういったことを推進することで、地域として、面として付加価値が向上するのではないかな。
- ・ JR燕三条駅に整備予定のものづくりプラットフォーム、コンシェルジュ機能が上手く回れば、それが理想形である。
- ・ 自社ブランドの立ち上げやマーケティングが上手くできれば価格決定力の確保につながるが、簡単ではない。経営者を始め意識改革が必要である。あるいは、「ここに来ればなんでも作れる」というような形で三条市、燕三条地域全体のブランディングを推進することができればよい。
- ・ BtoCや伝統技術分野の高付加価値化に関しては、海外富裕層をターゲットに、ブランド化の支援が有効ではないかな。ものづくりのまちとしてPRし、まちとして仕事が増えるとよい。BtoBの付加価値向上に関しては、三条工業会、地場産業振興センター、商工会議所等を通じた引き合いを差配するコーディネーターが必要。
- ・ 企業のプロモーション力向上に関して、まずは、自社の強みをしっかり把握することが大切である。企業が自社の強みを把握、認識するための支援が必要。自社の強みを把握、理解し、発信していくことが、後継者の確保にもつながる。
- ・ BtoBの付加価値向上に関して、下請け体質を脱却し、価格決定権を確保するため、不足しがちな企画分野への支援があるとよい。
- ・ 発注側にとっては、加工を頼むに当たり、加工が一社で、ワンストップで完結したら一番いい。加工系の単工程の企業を上手くネットワーク化し、発信力を高めることができれば、新たな受注の確保につながる。
- ・ 元々の高い技術に加えて環境への配慮という要素が加わるとなるとよい。環境に限らずとも、「技術×○○（技術×環境、技術×デジタル…）」といった形でもものづくりのまちを訴求できるとよい。
- ・ 海外ではSME T Aのない会社は仕事を受注することも難しくなっている状況もあるようだ。そのようなビジネス環境や求められる要素を捉えながら、市と民間のコラボで積極的なプロモーションがされるとよい。市をあげてSDGsなどに

- 取り組んだり、その見せ方を深められたりするとよい。
- ・ 「ものづくりのまち三条」について考えると、ここに頼めば、ここに来れば解決するといった、相談窓口があるとよい受け皿になれる。
 - ・ デザイナーのこだわりや難しいオーダーに応えることを通じて、職人の技を見せることができ、また、デザイナーの知名度も相まって売上増などにもつながる。さらに、デザイナー同士の横のつながりからその後の仕事などにも広がっていくのではないかと。そういったこともイメージしながら、まずはこの地域のポテンシャルを知ってもらうことが必要。
 - ・ ものづくりのまちとして、SDGs 宣言や脱炭素化宣言などがあると、対外的なアピールにつながると思う。

戦略2) 生産性向上の推進

- ・ 今後はあらゆる分野でデジタル技術の活用が求められる。業務改善もトラッキングもマッチングもすべてデジタル技術が欠かせない。例えば、業務効率化、最適化ツールの導入などに関して、一括で相談、支援できるところがあるとハードルも下がるのではないかと。
- ・ デジタル化の推進は人手不足や人材のミスマッチの解消を図る上でも必要。例えば、女性の活躍の幅を広げ、現場のユニセックス化を図るためには、パワーアシストスーツやデジタル技術などの活用が有用と考えられるが、小さい企業では知見やリソースなど、様々な観点から導入が難しい。
- ・ デジタル化の推進に関しては、一社では難しい。安価な使用料でデジタルツールが利用でき、効果を感じられる仕組みがあるとよい。

戦略3) 産業基盤の安定化、強靱化

- ・ 経営資源の集約化に関しては、M&Aに対しての支援、事業を譲り受ける経営者を公募するなどの取組はどうか。そのためには、そういった案件や企業のデータベース化が必要。
- ・ ある程度の企業が集約できるとよい。場所等の提供をしてくれた企業に対して、市が支援するといったことはどうか。

戦略4) 未来志向の人材戦略（人材の確保・育成）

- ・ ウェルビーイングの優れたものづくりのまちを目指していくことが必要。大手企業は、営業と同じくらい採用にも力を入れている。この地域は労働環境の整備、地域外からの誘致やプロモーションが足りていないのではないかと。例えば、三条市と民間企業でプロモーションチームを創設するのも一つ。人材の高度化については、三条市立大学をうまく活用して、学生だけでなく、社会人も上手く乗せることができるとよい。
- ・ 社会保険業務や税理士などを企業間でシェア、融通させる仕組みを構築できれ

ば、効率化や生産性向上につながるのではないか。

- ・ 労働環境の整備に関して、業績が伸びる企業は、工場の中の整理整頓や従業員の挨拶がしっかりしている。労働環境の整備・改善に対しての補助などがあると企業も取組を進めやすく、外から人材も受け入れやすくなる。