

ものづくり産業振興部会等における発言概要

○:第1回ものづくり部会での発言、◇:第2回ものづくり部会での発言、●:平成25年8月28日開催の「ものづくり関連団体代表者懇話会」での発言

	論点テーマ	発言	再掲
1 技術力の向上	①経営資源が限られる中小企業の企業間補完・連携の取組	○ 室蘭の異業種グループ「創造」、会員間の取引。設計、加工、制御などそれぞれ得意な企業が集まった共同受注組織の立ち上げ ○ ものづくり企業が解決できない問題を道内企業が解決し、相互に成長することが必要 ● 企業同士お互い技術の面で未知。パンフレットの配布などで連携などが強まっていく ● ニーズに合った価格の安い機械の提供には、近くにいる道内の企業の方が向いている。連携していきたい ● 道内企業は基礎技術はあるが、応用技術が弱く、大きな製造ラインを1社で受ける力がない	◎ ◎
	②道内大学・試験研究機関が持つ技術シーズの活用、産学官連携の促進	○ 大学におけるシーズを外につなげられないことが課題 ○ 高鮮度の流通を行政や研究機関も一緒になって考えるてはどうか ○ 技術開発のための情報交換できるきっかけ、場をつくる必要がある	 ◎ ◎
	③企業の技術開発のための国・道等の支援施策を有効に活用	○ 技術を持っているところを伸ばすようにしていくことが必要 ○◇メリハリが必要。オンリーワンの技術で世界に向かっていく企業を応援していくことが必要 ○ 独自技術を持った企業をリージョナルからグローバルなニッチトップに育成していくことが必要 ● 中小企業に対する資金の面での集中投資や支援が必要	 ◎ ◎
	④企業と人材育成機関と連携した技術者の育成・確保	○ 海外工場の機械は自作及び修理しているため、技術向上・工具が必要 ○ どのような人材を育成するかは社会のニーズで決まる	 ◎ ◎
	○上記以外	◇ 技術力の向上はものづくりに必須。北海道はこここのところが低いのは事実なのでここを育てることは絶対に必要	
	2 経営基盤の強靱化	①生産の効率化と高品質化の両立	○ 海外工場の機械は自作及び修理しているため、技術向上・工具が必要 ○ 道外企業との違いは機械化に対する意識。安く、いいものを作る迫力が弱い ○ ISOを取得。お客様満足が時代の流れに乗って生き残っていける ○ 自社製品に対する評価の物差しが甘く、自己中心的であることが課題 ● 道外、海外に打って出て勝負できる機械が必要。海外では知財対策も必要 ◇ コスト削減や付加価値を高めることなどレベルアップすることが重要 ◇ 北海道の農畜水産物が道外で付加価値の高いものに加工されているのを北海道で「地産地加工」のようなこと作り上げていくことを示せないか ◇ 食料品はものづくりの分野の中で北海道は高く、かつ付加価値率が低いので、それを高めようという取組もひとつ
②積極的な企画提案を行う文化の定着		○●日本製の機械は高め、適材の材料を使うことが必要(オーバースペック) ○ 製品開発にビジネスチャンス、フィールドの広がりが期待できる ○ 企業訪問によるニーズの把握、一緒に解決策を考え、レスポンス良く対応することが必要 ○ 生産システムの開発に資源を導入し、勉強しながら展開することが必要 ○ 時代が物理的に変化しても核心は変化しない。「三安実行」、「安全、安心、安価」を社員と実現したい ○ 技術開発のための情報交換できるきっかけ、場をつくる必要がある ● ニーズに合った価格の安い機械の提供には、近くにいる道内の企業の方が向いている。連携していきたい	◎ ◎ ◎
③経営者の高齢化に対応した事業継承の円滑化		○ 経営者の高齢化と事業継承の円滑化がこれからの問題 ◇ 後継していく人間がやることがないから北海道に残るという後ろ向きではなく、北海道で頑張っていくという気持ちを高める場が必要 ◇ 溶接などのセミナーに人が集まらないのは、経営者のスタンス、高齢化、世代交代が進んでいないからではないか	 ◎ ◎

○:第1回ものづくり部会での発言、◇:第2回ものづくり部会での発言、●:平成25年8月28日開催の「ものづくり関連団体代表者懇話会」での発言

	論点テーマ	発言	
3 市場 の開 拓・ 創 造	①海外の視点を意識したものづくりの魅力を国内外への発信	○●サハリンへの日本の水産・衛生管理技術が輸出可能	
		○「安全、安心」は道内にたくさんある	
		○●おいしさ、素材の良さ、安全・安心に健康効果を付加することで成長が可能	◎
		● 鹿肉はすばらしい輸出産品。鹿牧場や処理場が必要	
	②国内市場の縮小に対応した海外市場の獲得	○ サハリンは食糧基地として、モスクワルート、ヨーロッパルートに繋がる	
		○ インドネシア・マレーシアは中東に入っていくための食材づくりの基地となる	
		○ 売り先の拡大に取り組んでいる。すばらしい製品でも、あくまでも北海道の条件の中で適合していて、一步外に出ると意味をなさない	
		○●食産業の振興に向け、ハラールやコーシャへの対応が必要	
		● 食産業が国際競争に勝てるよう国際戦略特区を進めてほしい	
		● 農業機械のマーケット拡大には海外進出が必要	
	③ビジネスマッチングや展示会への出展など多様なプロモーションの展開	● 自動車の車両工場の立地は難しい状況になっているが、自動車部品の製造難易度の高いものは競争力がある。精密で付加価値の高いもの、他では作れないものは頑張ることが出来る	
		◇ 北海道フード特区が認められていて、特に国の成長戦略でも健康産業と海外展開は大きな位置付けになっている。そこを目指していくというのが国の向かっている方向性で、北海道の強みをおさえたものになる。	
		◇ 北海道の優位性は1次産業なので、付加価値を高め海外展開するのは難しいが、そこは優位性があるが故に取り組むべきところ。	
○上記以外	○ メリハリが必要。オンリーワンの技術で世界に向かっていく企業を応援していくことが必要	◎	
	○ 独自技術を持った企業をリージョナルからグローバルなニッチトップに育成していくことが必要	◎	
	● バンコクで展示会が行われるが、積極的に出てみる価値がある。意外な食品が売れそうである		
	◇ 北海道から物を売るのに、例えば沖縄の国産ハブを使って国際展開していくといった広域連携、地域間連携も必要		
○上記以外	◇ 北海道の農畜水産物が道外で付加価値の高いものに加工されているのを北海道で「地産地加工」のようなこと作り上げていくことを示せないか	◎	
	◇ ものづくりはそこそこ出来るのに売るのが下手という話をよく聞く		
	◇ 北海道ブランドは海外で評価が高い。必然的に産地偽装や模倣品のターゲットになりやすい。民間団体だけでは弱いので、公的な北海道なりが一緒になった取組が必要		

○:第1回ものづくり部会での発言、◇:第2回ものづくり部会での発言、●:平成25年8月28日開催の「ものづくり関連団体代表者懇話会」での発言

	論点テーマ	発言	
4 人材の育成・確保	①女性や若者等の参加促進 (全員参加型社会に向けた対応)	○ 地球に優しいリサイクルである鋳造業を活発にし、若者に魅力を伝えることが必要	
		○●◇社員が集まらない、特に女性。道民にもものづくり現場の良さをアピールすることが必要	
		○◇女性の活躍の場を広げていくことが大事。企業誘致や創業・起業の増などが必要	
		◇ 第1線で活躍している女性の方の事例など具体的に示すことが必要	
		○ 技術伝承の面や労働力人口の減少に対する女性の活用や非正規のパフォーマンスの向上が必要	◎
		● 中途採用の方へのPRは企業単独では難しい	
	②技術者の高齢化に対応した技術伝承の円滑化	○ 若者に仕事を任せる勇気が必要	
		○ 技術伝承の面や労働力人口の減少に対する女性の活用や非正規のパフォーマンスの向上が必要	◎
		◇ 日本鋳造工学会の「鋳造カレッジ」のように、他の技術分野でも取り組んで、ものづくりをしている人たちが誇りを持つような仕掛けが必要	
		◇ 民間団体でもいいので、ものづくりの資格制度を作ったら、参加して勉強してみようという人が現れる	
	③企業と大学、工業高等専門学校、高等技術専門学校等の人材育成機関の連携強化	○ 若者が技能の職場に目を向けるよう高等学校等を含めた教育機関との連携が必要	◎
		○ どのような人材を育成するかは社会のニーズで決まる	◎
◇ 企業や商売から学校が離れている。学問の方から降りてきて連携していただきたい			
④小中学生や高校生等に対するものづくりの魅力の発信	○◇子どもの頃から、ものづくりに興味を持ってもらう方策が必要		
	◇ 子どもたちに伝える場、例えば大豆から豆腐が出来ること、地元の人たちが携わっていることをもっと伝えることが必要 地元に残って地元のを誇りを持って作っていることを伝えて行かなければならない		
	◇ 先生にどうやって子どもに伝えるだけの魅力を感じてもらっても重要		
5 産業間連携	①本道に優位性がある農林水産業との連携強化	○ 生産システムの開発に資源を導入し、勉強しながら展開することが必要	◎
		○ 高鮮度の流通を行政や研究機関も一緒になって考えるてはどうか	◎
		○●おいしさ、素材の良さ、安全・安心に健康効果を付加することで成長が可能	◎
		○ 産業間のニーズ・課題をビジネスとして捉え、道外・海外に発展していく第2、第3の企業群の集積に向け、機能や資源を集中して取り組むことが必要	
		●◇食関係機械の多くは道外製だが、実態は元請けの下請けで道内企業が受注している面もあるので道内メーカーで出来るようになればいい。 メンテナンスの面でもいい	
		○●日本製の機械は高め、適材の材料を使うことが必要(オーバースペック)	◎
		◇ 北海道は農業の生産高が高いので、重要な農業と手を組む必要がある。	
		◇ 農林水産業は土地があって、人もいて、それだけの産業もあるので、連携や高付加価値を目指した新たなマーケットの開拓が必要	
	◇ 食品産業は世界規模で動いている企業が多く、勝負する相手が違う。相当根性入れて政策を持たないと6次化は難しい		
	②環境・エネルギー分野等における社会的課題解決の視点による需要創出・産業育成		
○上記以外	○ 室蘭の異業種グループ「創造」、会員間の取引。設計、加工、制御などそれぞれ得意な企業が集まった共同受注組織の立ち上げ	◎	

○:第1回ものづくり部会での発言、◇:第2回ものづくり部会での発言、●:平成25年8月28日開催の「ものづくり関連団体代表者懇話会」での発言

	論点テーマ	発言	
6 企業 の 取 組 を 支 え る 基 盤 づ く り	①業界団体の横の連携、発信力の強化	<ul style="list-style-type: none"> ● 業界団体の各会士との連携を組んでいきたい ● 商売に繋がる繋がらないにかかわらず、もう少し広くいろいろなところと情報交換、連携が必要 ● 良さを相互に知る必要がある ◇ 情報を共有するため、プラットフォームを作って、メーカー、会社、消費者をつなぐことで効率的な発信ができる	
	②大学や高専、技専など人材育成機関の相互交流、連携強化	○ 若者が技能の職場に目を向けるよう高等学校等を含めた教育機関との連携が必要	◎
	③道内各地域の産業支援機関(公設試、経営指導機関など)の活用	○ 研究開発を通して、夢のある技術などを支援したい ○ 技術開発のための情報交換できるきっかけ、場をつくることが必要 ○ 企業の懐と裾野の拡大に向け、地味な活動に人とお金をかける取組への支援が必要	◎
7 新 た な 展 開 方 向	①オール北海道で、ものづくり関係者が認識を共有し、テーマを掲げた運動論の展開	○ 北海道としての夢を語ってもらいたい	
		● 具体的に的を絞って、徹底的にやる必要がある。いくつか集中投資が必要。強みのあるものを道外・海外へというようにやり方を変えなければならぬ	
		● 自動車の車両工場の立地は難しい状況になっているが、自動車部品の製造難易度の高いものは競争力がある精密で付加価値の高いもの、他では作れないものは頑張ることが出来る	
		◇ 国や道で支援策を講じてきたので、これを踏まえ、足りないところを押し上げていくことが必要。	
		◇ イメージや方向性のような抽象論にもどるのはどうか。企業のインセンティブや方向性を明確にすることが必要	
		◇ 国の再興戦略の方向性を認識し、検討することが必要	
8 そ の 他	①企業誘致	○ オール北海道での戦略的な誘致。北海道に来るメリットを具体的に示すことが必要	
		○ 一例、自動車関連産業の道内に足りない分野へのターゲットの絞り込みが必要	
		● 他の都府県も一生懸命。北海道としてインパクトのある施策を打てないか	
		● 国家戦略特区により、海外を含めた企業誘致を重点的にすべき	
		● ◇北海道のすばらしさを全国にもっと発信すべき	
		◇ 地場の高度化あるいは地場と密接に絡み合う形で限定するのか、幅広い視点から産業を戦略的に誘致するのか、展開方向の位置付けによって表現も違ってくる	
◇ 韓国のフードポリスのような大胆な企業誘致策が必要			