

議事概要

会議名：第2回三田市産業創造戦略見直し懇話会

日 時：令和6年6月28日（金）14時～15時30分

場 所：市役所 501 会議室

1 開会

2 議事

(1) 意見交換会について

委員： 関西学院大学との協力体制ができると素晴らしい。

(2) 三田市産業創造戦略（素案）の修正について

委員： 概要版はどのような位置付けか。懇話会用の資料か、公表するのか。

市： 本編の公表に合わせて概要版も公表したい。

委員： 産業創造戦略の「目指すべき姿」にはインパクトあるキャッチフレーズ、三田のブランドをイメージさせるようなものがあれば良い。

委員： 元の課題、振り返り、その結果、拡充という整理をした方がわかりやすい。

委員： 戦略策定時、インキュベーションやアントレプレナーという言葉も周知されていない時に、戦略として「コアラボさんだ」ができた。施設の利用者が497人、増えたとは思いますが、関学の担当の方も、知らない人がおり勿体ない。利用者のストーリーのPR、アンケート、口コミの発信や、関学とのシナジーが生まれるようなイベントにより、もっと活用が増えると思う。

起業家育成海外プログラムは、これまで26名参加、今年は9名予定。三田に愛があり盛り上げたいという思いの方が多く、年々、起業に対して熱意のある受講生が参加し、実務的な内容のプログラムになった。参加者のネットワークを生かし、三田にもっと貢献できるようなモデルを作るといったことができれば、さらに広がっていくのではないかと。

市： コアラボについては、いろんな形で盛り上げていこうとしている。ネットワークが広がっており、海外プログラムに利用者が参加するなど、関学のインキュベーションも含めシナジー効果ができ、それぞれのネットワークが重なり合うような形ができ

るのが良いと思う。

委員： 起業家の利用も多いと思うが三田市ならではのメリット、助成金などがあれば良い。

委員： 「コアラボさんだ」ができた結果、創業件数は増えている。5年が経過しているが、創業者も増えている実感もありインキュベーションとして機能し始めている。ミートアップイベントもすぐ埋まるし、関学生も最近来てくれる。マッチングプログラムにも学生、事業者が来ており、その参加者が海外プログラムにも参加するなどの流れができていますが、コワーキング機能をどうするかという別問題。コアラボをコワーキングとして考えた場合、駅から微妙な距離があるので難しい。

市： 三田駅前再開発で、公益的施設を検討中だが、コアラボとの機能分担も必要。

委員： 駅前にできるならそこをコワーキングにした方がいい。コアラボを学生や商工会が使うのもありだと思うが、商工会員も会議がなければ来ない、コワーキングを目標にするのは難しい。

委員： 15 ページの「企業誘致の推進と定着促進」で、テレワークはコロナ禍では推進されていたが、最近、後退している印象。むしろ多様な働き方、副業などを入れた方が良い。

14 ページの「就業機会の拡大」で、キラリと光る中小企業を商工会や地域金融界から情報を集めて市としてPRする、高校生、大学生だけでなく、保護者、市民に知っていただく必要がある。冊子や、学生が帰省する時期に市政ニュースに入れるなども考えられる。いずれにしろ会社のPRで市民の気付きや当該企業の誇りにもつながる。

市： 市内の生産品の展示、ホームページでの工場見学の紹介など進めているが、商工会等とも連携しながら中小企業の魅力発信も進めていきたい。

委員： 14 ページの「外国人も含め多様な担い手の確保」で、博士課程の外国人留学生在がインターンシップ先で就職できないのが全国的な課題。そこも合わせて、キラリと光る三田の企業に留学生も外国人の担い手として活躍できれば良い。

委員： ブルーサンダーズ退団後の再就職の場を考えることも必要。若くて元気な人が20人ぐらいおり、マッチングできれば。

市： 市内のバス事業所と協定を結んで、アルバイトの斡旋やチーム退団後の就職という

ことで取り組みを進めている。ブルーサンダーズの選手の免許取得を支援しつつ退団後にはそのまま就職も考えてもらう。

委員： 私の世代は、大阪や神戸に仕事に行き帰るだけの生活の人も多く、このような計画を知るというのは大事。子が大学やその後の就職で、外に羽ばたくのも1つだが、三田で活躍の場を求めるとすれば、三田が盛り上がっておいてもらわないといけない。地元に戻ってこいと言うために、三田は魅力的で自然がいっぱいで楽しいという思い出だけでなく、将来を見据えて三田で働くことの意味をわかってもらうよう親子に企業をPRする取り組み、仕掛けができれば面白い。

市： 市としても今後の課題の1つで、起業創業には力を入れているが既存の企業への支援は手薄。市内でキラリと輝く企業に庁舎のスペースでPRしてもらう、工場見学で興味を持ってもらう、子どもも含め若い世代に知ってもらうことで、三田に愛着を持ってもらい将来の就労に繋げるため、市が音頭を取って公募している。

さらに、観光協会と3年前から「さんだまち博」という企画を実施、企業、個人、団体が体験型、着地型観光を行っている。40ぐらいのプログラムの中で工場見学してもらうなど、市内事業者のPR、発信に力を入れていきたい。

市： 関学の授業で、企業PRを考える取り組みがあり、学生がモリタでPR動画を作りYouTubeで配信する取り組みを行った。モリタの工場見学で学生は魅力のある企業が三田にあると気づくので、そういう接点を増やしていく取り組みも考えていきたい。

委員： 市内の中学、高校を巻き込み、その子たちは親に話すので、そういう盛り上がりがあれば良い。巻き込む仕掛け、広がりが必要。

委員： 全体的な話で3つある。

1つは、多様な人材、産業の創造、豊かな暮らし、魅力あるまちづくりの「好循環」という言葉で、抽象的にはわかるが、実際の戦略は、個々に取り組みをしていてそれを全体としてまとめている。戦略としてそれを指すのであれば、循環の流れをロジックとして積み上げていった方が良い。ただ、その循環を行政が作り出せるかという限界があり、社会とか経済市場で生まれてくるものなので、そこまではやらないというスタンスもありだと思う。

2つ目は、概要版を公表するという話だが、一般の人が、ダウンロードして何をするかというと、多分そっと閉じる。写真やイラストを入れてみることは検討しても良いのかなと思う。

3点目は、大きな話だが、「生活・産業都市」というのが伝わらない。三田に住むと企業があり、生活のインフラもあり、その両方が市内で完結できる、それが一番の

魅力だと思うが、少し硬い。今後の課題だが、もう少しキャッチーなものが出てくると良いと思う。都市政策や都市計画の流れで、生活・産業が出てきたのはよくわかる。こういう発想はすごく大事だが一般には見えてこない。

市： おっしゃる通りで行政が作るものということがあるが、総合計画もこの言葉を使っていて、次回の改正時期には、違う形のネーミングの検討が必要。キャッチーな言葉について、「生活・産業都市」は変えようがないが、個々の事業、例えば起業創業など、それぞれの分野で関心を持ってもらえそうなネーミングというのは検討できる。

委員： バラバラの名前を付けていくと全体での繋がりが見えにくいので、1つでなくとも2つ3つ同じような名称を別々の事業で使っていくと、全部が繋がることに気付くきっかけになると思う。

委員： 概要版の図では、三田を神戸に変えてもわからない。「三田ならでは」が、見えないうのもったいない。やはりキラリと光る三田ならでは、これは絶対に自信がある、という魅力発信できるものがイメージできると、もっと親しみやすくなる。ぜひ東京圏も視野に入れつつブランディングしていただきたい。

委員： 8ページで総括しているが、「事業者の経営基盤の強化、人手不足」など課題にあげられる事項に対して何をするのかというのがわからないと思う。課題と事業との連携は取っておくべき。

14ページのKPIだが、「創業支援セミナー参加人数」のところに新しいKPIが出ているが、KPIを250人にするなら、施策としてどれをやるかは決めて、その結果こうなるという風にしておく方が良い。

難しいのが「製造品出荷額」。何か頑張った結果、できるというものではなく、企業誘致してくるからその結果上がるとかいうロジックで使った方がいいと思う。

委員： 私の企業にも大学生が就職したが、三田には住んでいない。また、学生によっては、企業について興味を持つ人はいるので、市内の就労・居住につながるようアピールする方が良い。

我々も今後、シニア世代に入るが、シニア世代でも活用できるようなコンテンツを増やしていけば、これからも地域経済が活性化するのではないか。

今日の会では、いろいろと知ることができてよかった。

3 今後の予定（事務局より説明）

4 閉会