

2020.11.11 霞が関ダイアログ

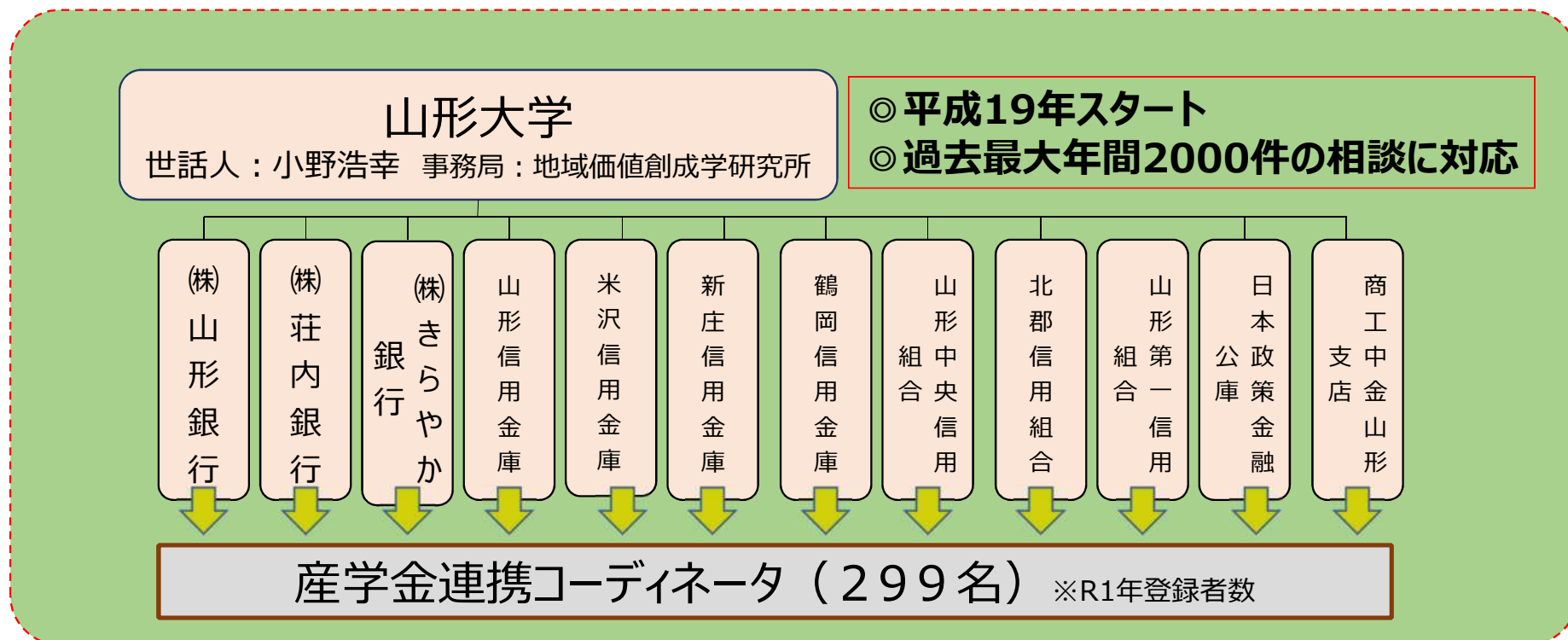
# 産学金連携プラットフォーム

“顧客企業とともに価値を創造する地域金融機関”

---

山形大学	小野 浩幸
荘内銀行	渡邊 浩文
米沢信用金庫	加藤 博良

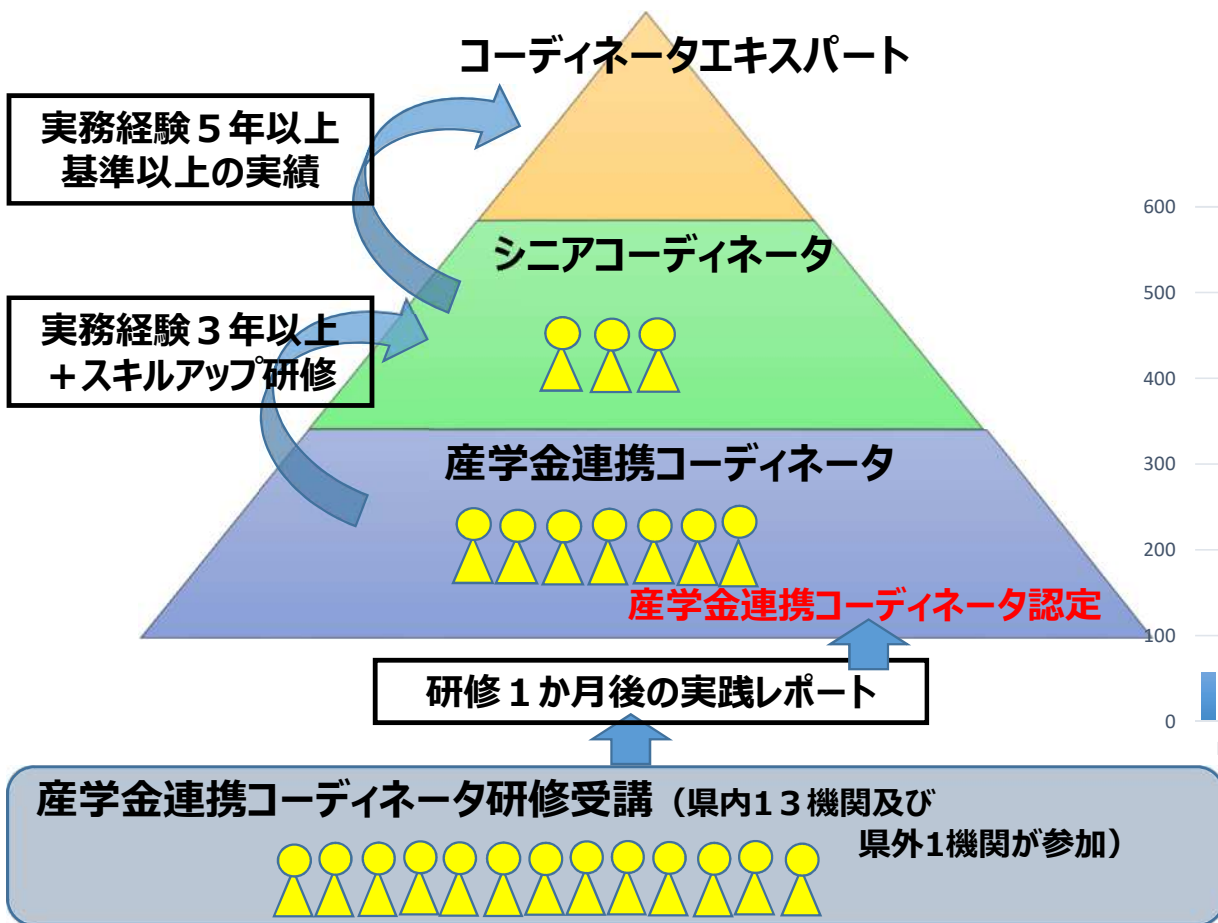
# 山形地域産学金連携プラットフォーム（Y-Plat）



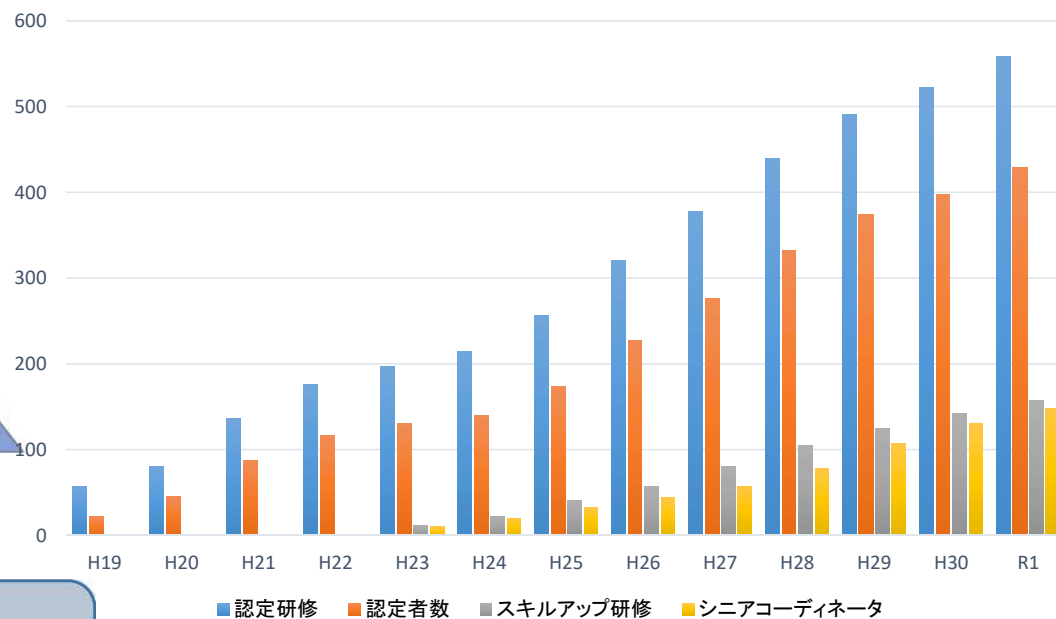
組織を超えた人材育成研修による金融マンの目利き力向上  
と本業支援の質の向上

# 山形大学認定産学金連携コーディネータ研修制度

山形地域の実績



## 受講総数及び認定者数推移



# コーディネータ研修風景 (座学と企業現場研修)

認定研修  
(1か月  
4日間)

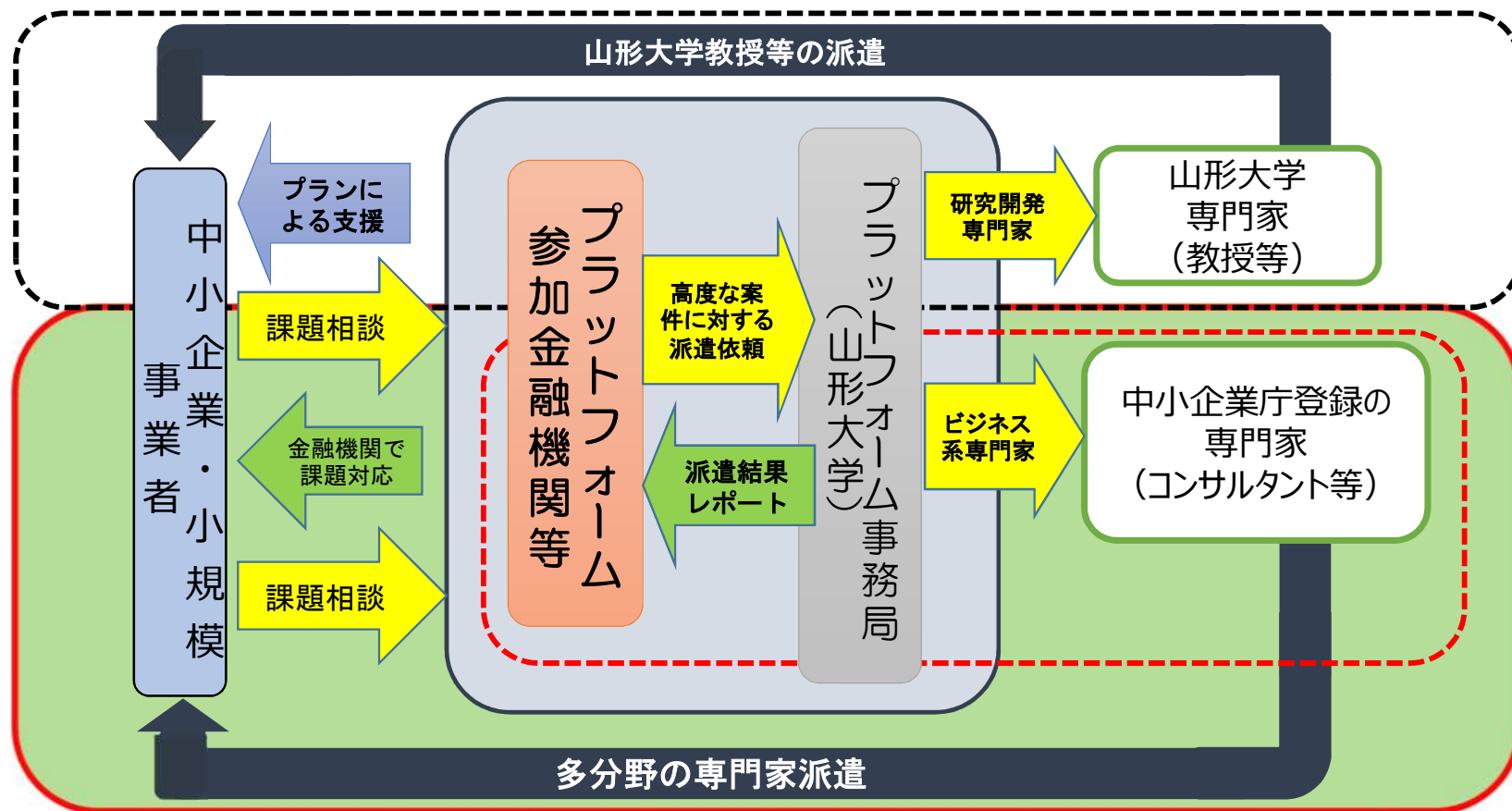


スキルアップ研修  
(3か月  
7日間)



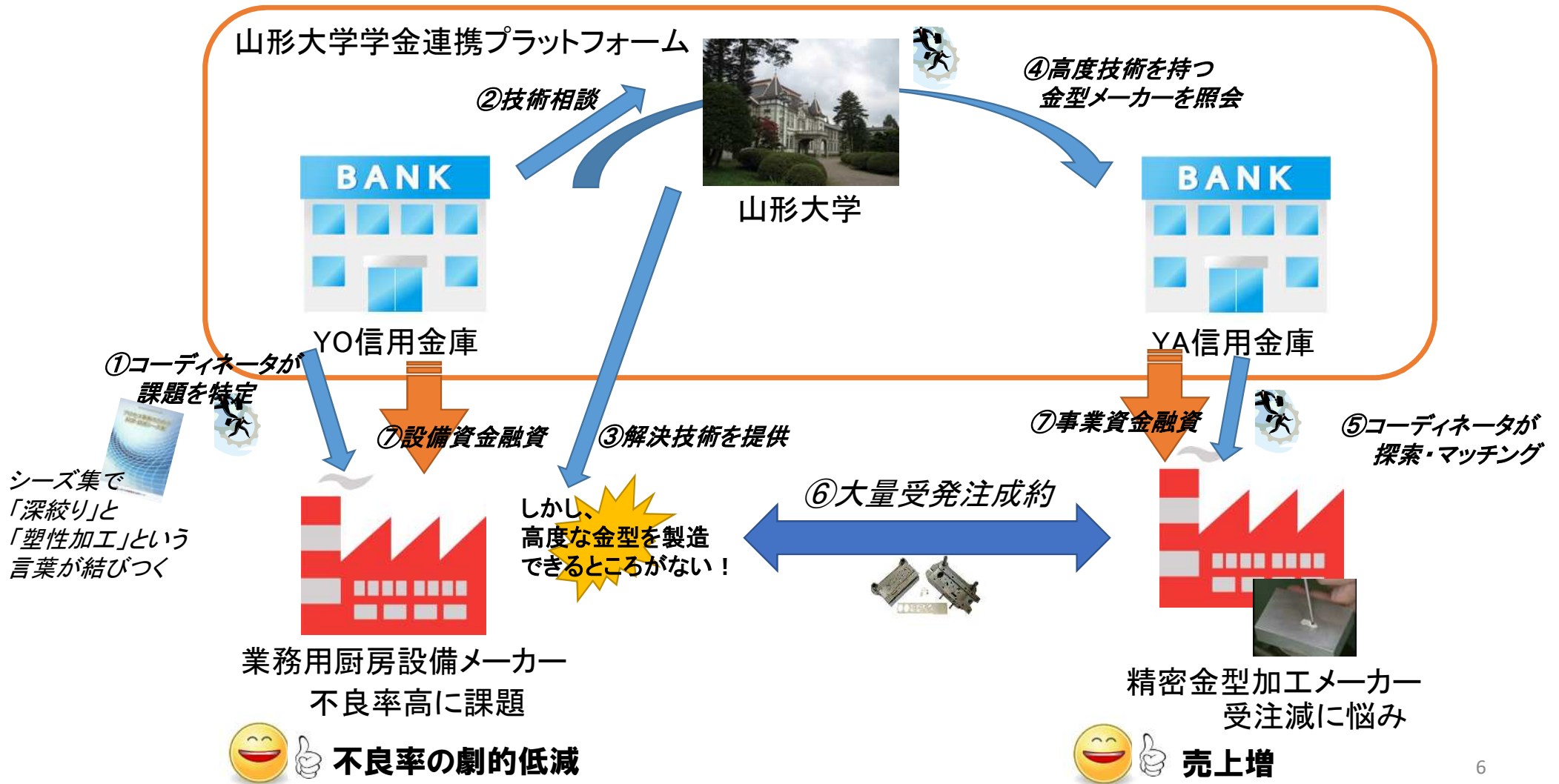
座学3割、現場7割

# プラットフォームの企業支援支援フロー



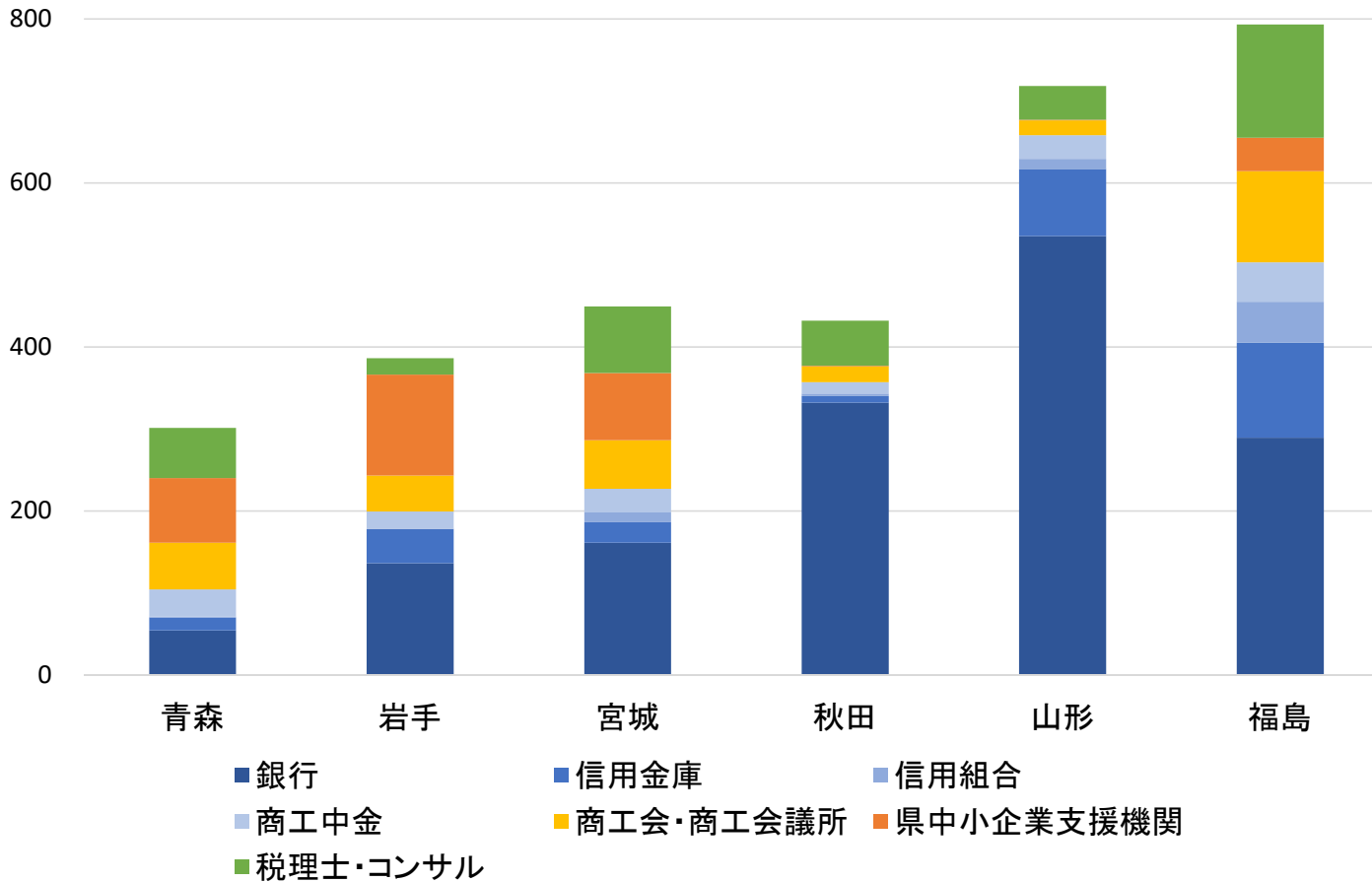
- : 中小企業・小規模事業者ビジネス創造等支援事業等
- : 山形大学産学金連携プラットフォーム(地域プラットフォーム)
- : 山形大学独自の支援
- : ミラサポ等への接続支援

# 地域金融機関の横の連携でビジネスが生まれる



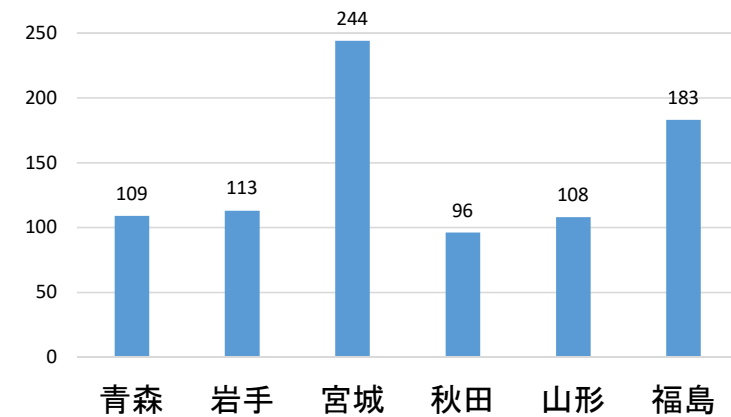
# 山形地域の金融機関職員の企業支援の取り組み状況の例

5年間(H24~H28)もの補助採択件数



	金融機関	比率
青森	104	34.6
岩手	199	51.6
宮城	227	50.6
秋田	357	82.6
山形	658	91.6
福島	503	63.4

認定支援機関数



## 山形地域の金融機関職員の企業支援の特徴

1. 地道なイノベーションに取り組んでいる
2. 技術に関する知識が求められることでも逃げない
3. 自分だけで抱え込まずに大学研究者や専門家等と連携
4. 補助金申請も自ら企業とともに作成
5. 自行（庫、組）と取引のない企業であっても支援

（顧客企業の付加価値向上支援で競い合っている）



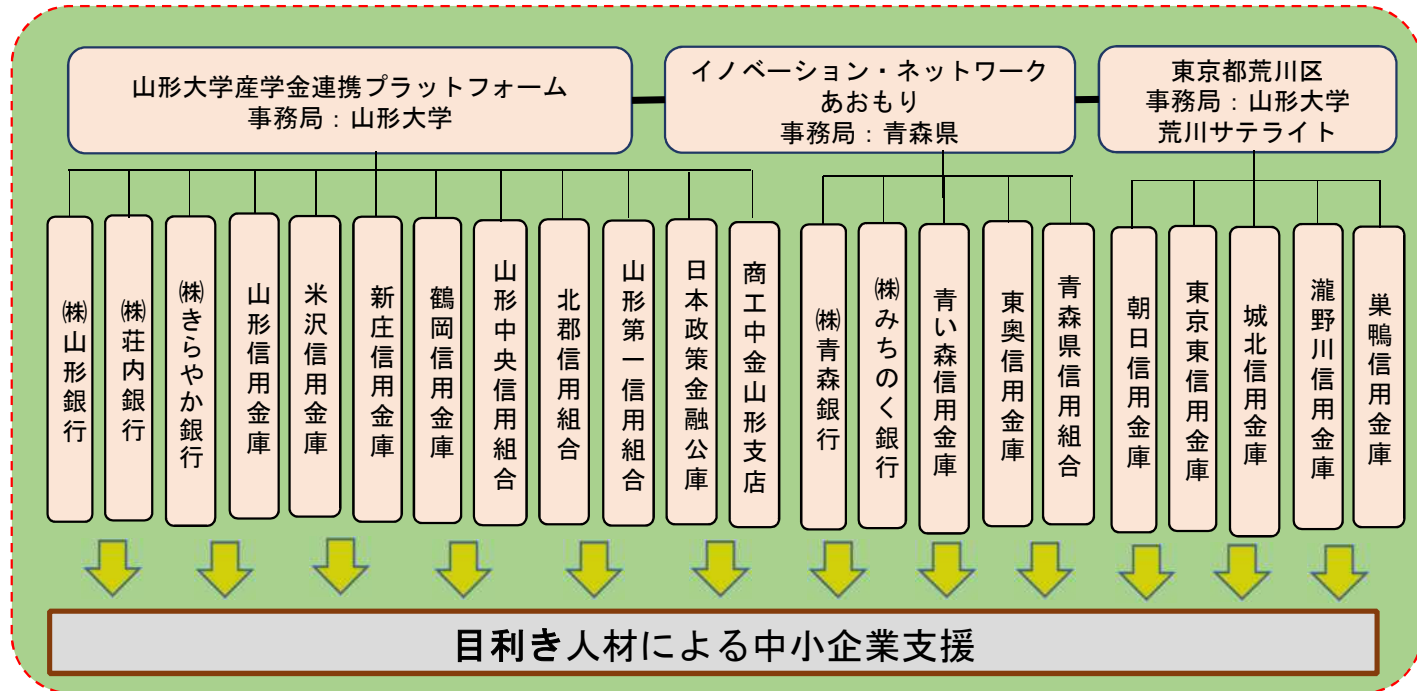
# 広域産学官金連携プラットフォーム 形成に向けて

山形大学が10年余りで培った人材育成のノウハウを提供し  
広域での連携プラットフォームの形成

広域連携・交流



地域を超えた  
人材育成交流と  
価値創成活動の展開



# 競争 (Competition) と共創 (Co-creation)

20世紀 (効率と競争)

21世紀 (価値の転換・多様化)

世界

大量生産方式の発明  
経済性・効率性追求の世紀

国際構造  
変化

先進国の成熟・二極構造の拡大  
アジア・南米・アフリカ台頭

工場制機械工業  
マネジメントの導入

メイドインジャパン

多様価値の顕在  
ソフトパワー

クールジャパン

日本

経営学、製造管理技術導入  
ものづくりの世界の優等生

少子高齢  
人口減少

成長アジアの中の  
成熟国家としての日本

雇用の場の創出  
労働力の提供

クール・リージョン  
世界へ存在感顕示

# 変わるモノサシ

## 1. 測る基準

20世紀

単一のKPI（販売額、シェア）

21世紀

多様な価値（ソフトパワー、共感、信頼）

## 2. 生産性の定義

20世紀

労働生産性（1人当たり販売額）

21世紀

付加価値生産性（顧客の価値にどのくらい貢献できるか）

これまでの商品は「お金」

これからの商品は「お金等」を介在した「意義ある情報」

## 求められるこれからの地域金融機関像

ゼロサム社会での競争



狩猟型  
金融モデル

優良企業の囲い込み、過剰なサービス、  
知縁・地縁による狩（刈）り取り

から



農耕型  
金融モデル

金融支援 + 価値創造のために  
“共に歩む”

へ

プラスサム社会への共創

財務情報に表れない事業・経営情報を見極めて  
“顧客とともに価値を創造する”地域の担い手

ご清聴ありがとうございました。



# 15年前の話・・・

ある優秀な金融マンと会社訪問した時のこと



あの会社は何をつくっているのですか？

金属加工です。

金属を加工して、  
どこに、何を売っているのですか？

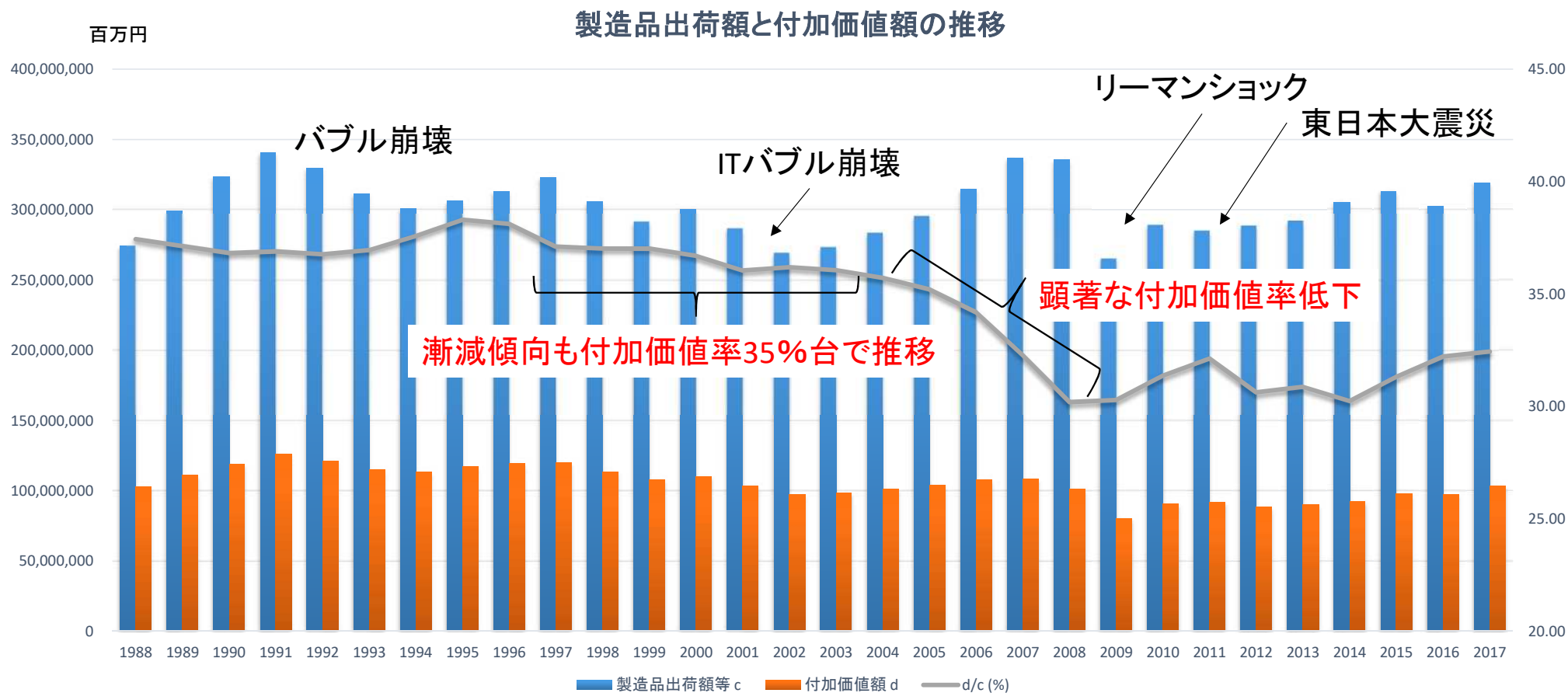
部品製造の下請けです。技術力があるらしいです。

それではなぜ受注できているのでしょうか？  
精度ですか？ 納期の速さですか？ コストですか？

.....？



# 日本の製造業の収益力の変化から



経済産業省工業統計をもとに小野作成

## 具体的な活動事例（ごく一部）

	課題・相談	支援	効果
居酒屋Y	集客力が落ち売り上げ減少	担当コーディネータが <b>徹底的に話し合い</b> 1. 顧客層の明確化 2. 店内の改装 3. メニューの改定	1. <b>売上15%アップ</b> 2. 新規顧客の増 3. 想定顧客層の増 4. <b>社員モチベーションアップ</b>
製本機械製造Y社	顧客から新たな価値提供求められる	製本機械の性能向上を担当コーディネータが <b>大学研究者に橋渡し</b>	1. <b>性能が50%アップ</b> 2. 試作段階で新規注文 3. 円滑な開発資金調達
金属プレス加工S社	完成段階での不良率20%	1. 不良率の高さを指摘 2. <b>大学研究者に橋渡し</b> 3. 他金融機関とも連携	1. <b>不良率ほぼゼロ</b> 2. 営業利益率20%改善 3. 新規投資需要を喚起
表面処理J社	有機溶剤系洗浄工程を有していた	1. <b>独自技術の特許取得支援</b> 2. 有機溶剤レス除膜工程ラインの整備支援	1. 国補助金の獲得 2. 環境親和ライン構築 3. 大幅コストダウン 4. <b>リードタイム短縮</b>
強電設備K社	1. 生産性向上 2. 利益体質への転換	1. 生産性 <b>改善専門家の紹介</b> と派遣 2. 補助金申請支援	1. 生産性向上 2. <b>円滑な事業承継</b> 3. 新工場の設立

いずれも支援テーマの選定から実行、資金調達まで金融CDが企業との対話の中で主体的に関与



# 【荘内銀行事例】株式会社朝日相扶製作所 概要

項目	内容
所在地	山形県朝日町(人口7,000人 リンゴとワインの町)
代表者	阿部 佳孝(あべ よしたか) 4代目 創業者の孫
創業	1970年8月20日 終戦後まもなく、交通網が十分でない朝日町において、「出稼ぎ」に行かず地元で働ける職場をつくるため「相互扶助」をきっかけ設立された。
売上・従業員数	平成29年12月期 1,780M 従業員:139名(大半が正社員)
主な取引先	オカムラ、アルフレックス、エーディコア、カッシーナ
主な納入実績	国連議場、歌舞伎座、NHKホール、能楽堂(GINZA SIX)
事業スタイル	OEM生産(高級家具、公共施設家具)
技術力	CADCAMプログラミング、5軸のルータを活用した木工切削、木材積層技術によるデザイン性の高い、複雑曲面の製造が可能。世界的に見ても、2位、3位の技術力を誇る
商圏	国内95% 海外5%(当時)
特徴	デンマーク家具デザインの巨匠「フィン・ユール」がデザインした椅子を、世界で唯一つくる事を許されている企業

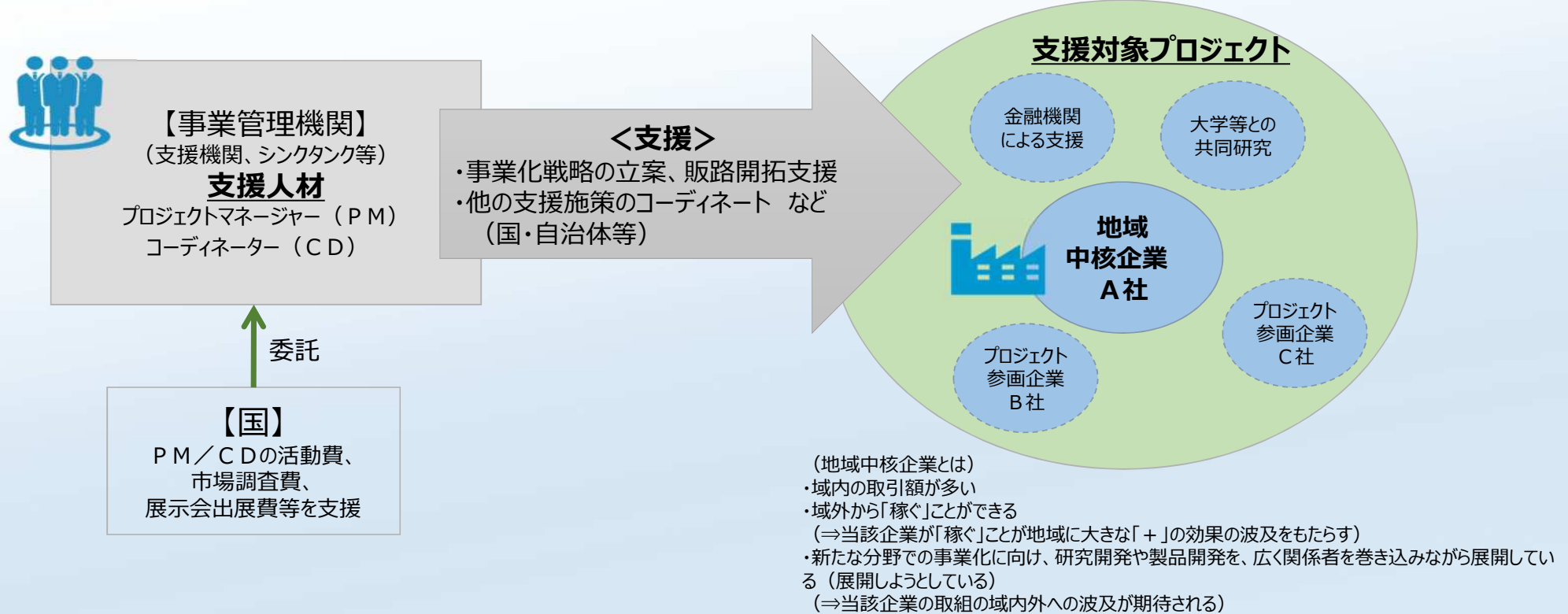
# ニューヨーク国連本部ビル 信託統治理事会会議場



デンマークの国家施策で受注した、国際連合議場の椅子260脚を納品

# ～地域中核企業創出・支援事業（ハンズオン型）とは～

- 地域経済の活性化のために、地域を牽引する企業（＝地域中核企業）の更なる成長のため、支援人材を活用して、事業化戦略の立案/販路開拓をハンズオンで支援するための事業。
- 地域中核企業の成長（事業化・売上・雇用・・・）を通じた地域（参画企業）への波及効果を及ぼすプロジェクトを支援。



# 北欧 高級家具製造販売企業の課題

## 1. マイスター職人の引退と工場の小規模化

- ・大きい工場でも**30名程度**

## 2. 工場のファブレス化

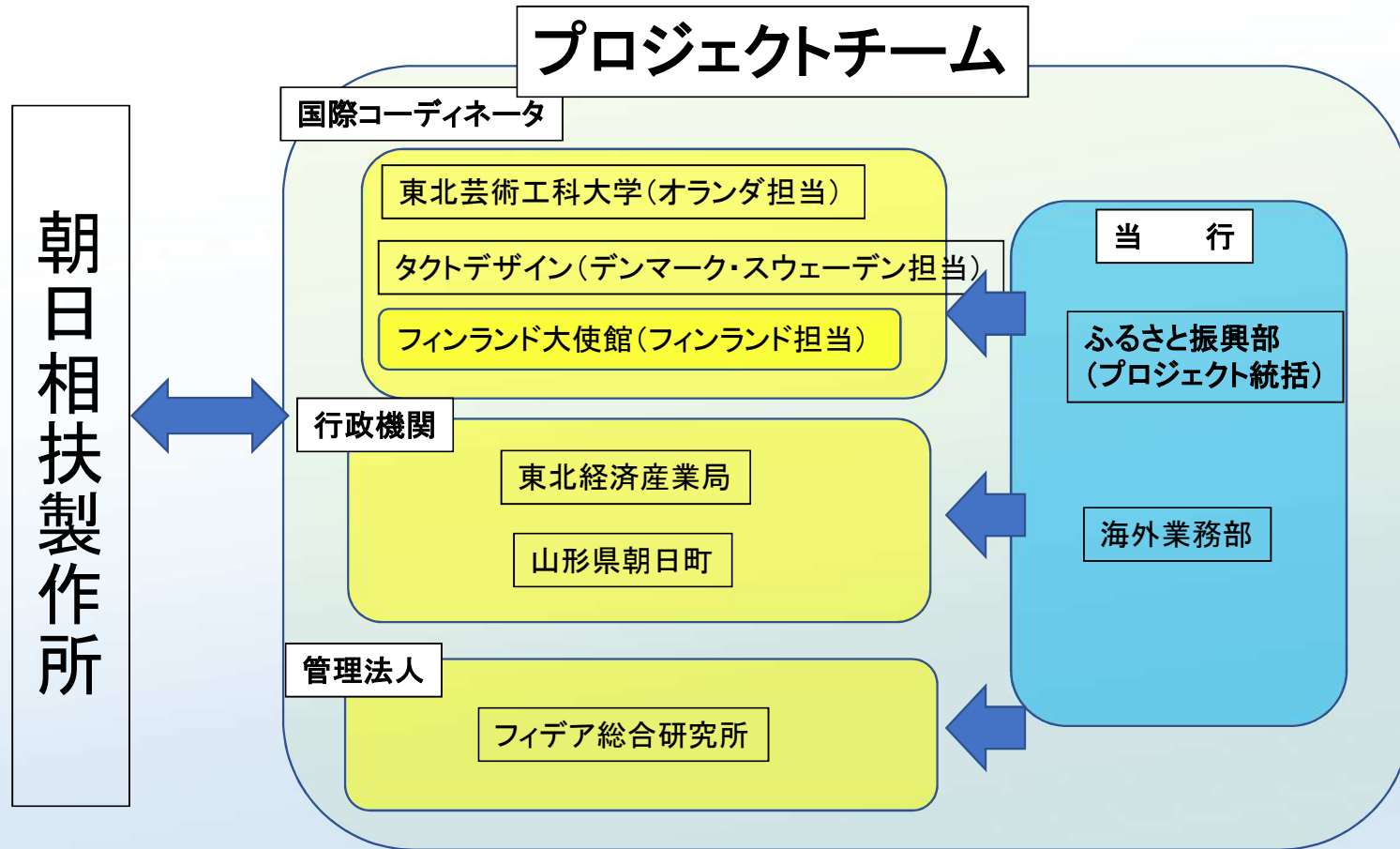
- ・戦略部隊と製造部隊が切り離し
- ・必要な製品をつくれる技術のある工場へ委託する時代  
⇒ **東欧(リトアニア、エストニアなどへ移行が始まっている)**  
でも技術力はそこそこ

## 3. ヨーロッパ地域以外での流通戦略

- ・アジアは物流45日 ⇒ **アジアで同じものをつくれるなら・・・**

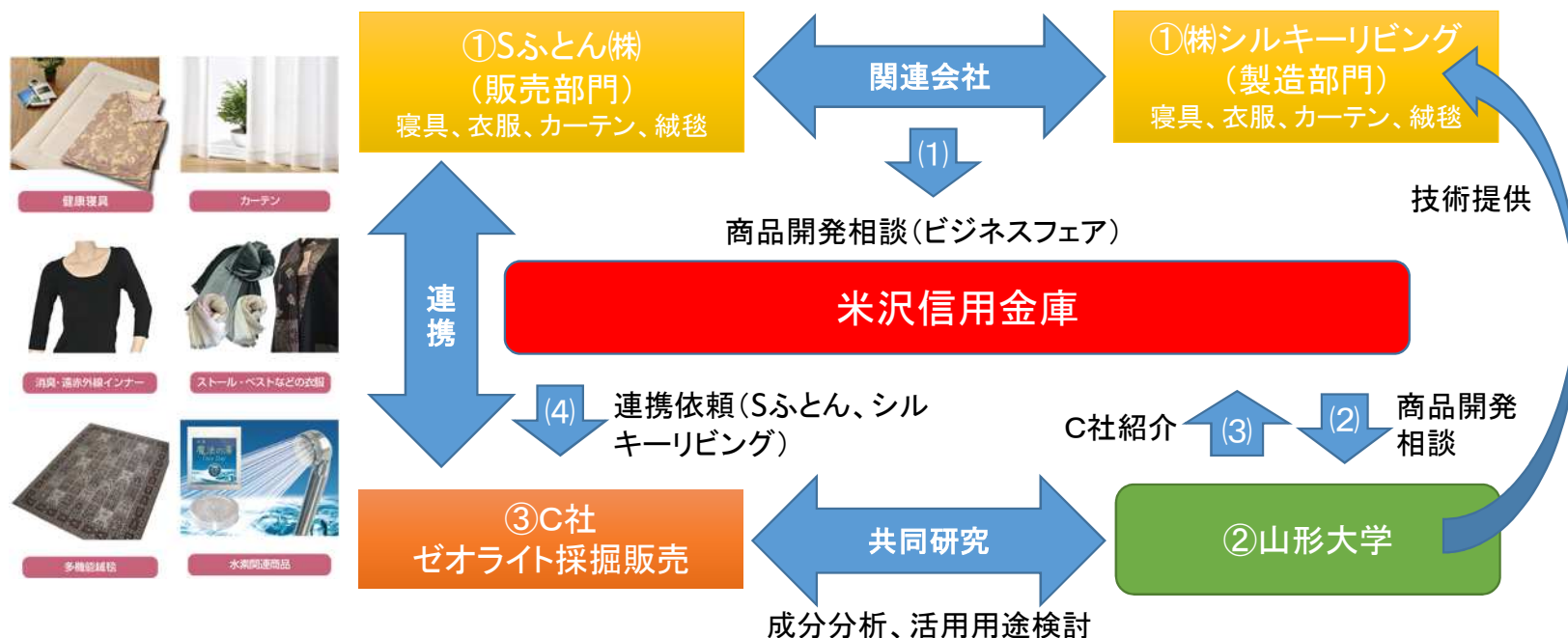
経済産業省 地域中核企業・創出支援事業

「NAMELESS-BRAND」が海外進出を目指す海外マーケティング・海外販路開拓支援事業



当行がプロジェクトチームを組成、事業立案

# 【米沢信金事例】ゼオライトを活用した商品開発



## ○本事業の目的

寝具、衣服、カーテン製造販売業者と米沢市で採掘される天然鉱石ゼオライト採掘業者が連携することで新商品開発し、販路拡大による事業価値向上を図る。

新商品: ゼオライトを繊維に練りこむことで「消臭」「温熱」効果を実現した付加価値の高い商品群が完成

## ○事業体

Sふとん(株)・(株)シルキーリビング(新商品の製造、販売)、山形大学(知見、技術の提供)、C社(ゼオライト提供→販売)、米沢信用金庫(本事業のコーディネーター)

米沢信用金庫(事業体間のコーディネーター)

## ○得られる効果

新商品開発により、Sふとん、シルキーリビング社、C社の売上増加が見込まれ、事業価値向上が図られる。また、米沢織の技術も商品に活用されていることから地元伝統産業のプロモーション効果も見込まれ、地域産業の持続的発展効果が期待される。