

第1回未来産業創造会議における構成員の発言要旨

1 市のデータ分析を踏まえての意見

- JR九州や西鉄に代表される福岡の企業の市場は福岡と九州にある。そのため、福岡、九州の人口が増え、人が移動することで儲かるというビジネスモデルであり、北九州とは異なる。安川電機、TOTOを例にあげるならば、全体の生産に占める九州のシェアが数%という現状である。

そうした現状を前提に検討すべきことは、まず、福岡の企業とコミュニケーションを図り、九州で2番目の市場である北九州に目を向けてもらうことである。その上で既存の市内企業やこれから起業する人間が、どうすれば利益を生み出し、従業員に利益を還元できるかということを考えなければならない。

また、北九州市が目指すベンチマークをどこに置くかということが重要。

- 北九州にはたくさんのポテンシャルがある。シニアが住みやすい、子育てしやすい、滑走路3,000mなど。また、北九州を見れば日本の5年後の年齢構成が分かるということも言われている。こうした既存のポテンシャルや強みをどう生かしていくかが重要。

- 北九州市と共同ですすめている、サンアクアTOTOの障害者雇用の条件が設立当時から大きく変化している。体の障害者から知的、精神障害者の雇用の推進が必要となっている。その場合、非常に重要になっているのが、人と人との関係や企業と学校との関係、周囲の環境、これらをどうやって構築していくかという、人づくり、環境創造の観点が必要。これらが構築できれば、北九州は人にやさしい都市となれるし、モデル地区になれると考えている。

そして、次世代のものづくり、CO2ゼロ、カーボンニュートラル、DX、GXを含めたインフラと企業の取組をどうやって進めていくのかも重要。

また、半導体をめぐる世界規模の戦いにおいては、クリエイティビティ（開発拠点）をどこに持ってくるのかということが重要。目指すべきベンチマークは国内に限る必要はない。どこの国の都市でも、次の時代をつくる若者をどのようにして呼び込むのかを懸命に考えている。目指すべき都市像については広い視野で考えるべき。

2 市の政策の現状と課題認識を踏まえての意見

- 北九州市の発展は、安川電機、TOTO等の系列が重視された企業城下町的な風土にあり、仕事が安定的に供給される中、特別な技術を有する中小企業が成長してきたといえる。

今後の成長を考える上では、この中小企業のサプライチェーンをいかに持続させるかという点だけでなく、中小企業の競争意識と技術を軸に、系列を度外視した再構築も必要だと考えている。これまでの垂直分業から、系列を超えた水平分業のハイブリッド型を目指す必要がある。

また、スマートシティとして、トヨタのウーブンシティのような取組も面白い。

- 北九州市の中小企業支援施策は活用しやすく感謝している。しかし、DXに取り組んでいない企業が多いように思う。

DXを導入した先に、果たして儲かるのかという懸念や成功がイメージできないなどの理由で、なかなか一步を踏み出せない企業があるように思う。

- これまでは、リソースの集約させる場所が重要だったが、昨今ではリソースの調達に場所は関係なくなっており、どこでも仕事はできる。場所にどんどん意味がなくなってくる中で、北九州市に居続ける意味を考えると、非常にたくさんの課題があることだと思う。

新日鉄が炭鉱を掘削する際の労働力という課題の解決を背景に、モーターの安川電機が発展してきたように、解決すべき地域の課題を見つけることが重要である。北九州の活路はそうしたところにある。

- 事業が大きくなってくるといづれ雇用面での限界がくる。大企業が近くにあり、優秀な人材がそちらに流れている状況の中、スタートアップや中小企業はいかにして人材を確保するかが課題。自社はテレワークを導入しており、従業員は全国で採用しリモートで働いている。人材不足の中、企業は必ずしも市内採用に拘る必要はないのかもしれないと感じている。

- 事業を立ち上げ、大きくしていく人は周囲のサポートがなくてもどんどん事業を大きくしていく。行政は、うまくいっている会社のサポートに力を入れるのではなく、これから起業しようとする人間が起業しやすい環境をつくるべき。

本会議では、雇用の大きな受け皿として企業が重要だということを議論しているが、大きな方向性として、企業への就職を促すのではなく、「日本一起業しやすい街」のような方針を打ち出し、起業の総数を上げることで雇用を増やしてはどうだろうか。

起業した人間が、銀行借入の返済が滞るような事態となった場合に行政が何らかの支援をしたり、経営道場のような形でサポートするなど、北九州市であればリスクなく起業チャレンジできるような、一点突破の形も面白いのではないかと思う。

- 本日の資料や、日頃周囲の人間と話す中でも、比較対象として福岡市がよく持ち出される。東京出身者としては、隣人と競い合い、同じことをしても意味がないと感じる。理工系人材が豊富だという話をよく聞くが、実際に採用しようとすると人材がいない。

自社の業態は、ラボでの研究がメインのためリモートワークの導入が難しい。人材としては近隣の若者を求めているが、募集をかけても市内の学生からのアプローチはなく、東京や他都市の学生からの問い合わせがあるのが現状である。北九州と首都圏の学生には、情報格差があると感じており、今後、この会議の中でそうした議論をしていきたい。

- 今日の話聞いていて、北九州市が若い人間にどれぐらい認知されているのかを徹底的に分析することが必要だと感じた。認知度を上げて、ブランディングしていくことが重要であり、情報を整理しプロの手を借りるなどして発信していく。そうすれば若い人は振り向いてくれる。

- マーケティングという職業柄、様々な市の施策や観光の資料を目にするが、それらは点であり、線や面ではない。例えば、「子育て支援策が充実している、若松にはおいしいものがある」といっても、外から来る人が、どうすればそれらを体験でき、感じるができるのかといった具合に、入口から出口までのストーリーが明確でなく、もったいないと感じている。

AIやDXの導入が叫ばれているが、それらは手段に過ぎないため、人づくりの観点が重要である。自社では、DX研修などにより人材育成を手掛けているが、当事者意識をもって課題に当たることの重要性を感じている。

- 一点突破という話には共感する。レバレッジとコンセプトについて触れる。8つ並列でテーマ設定がなされているが、「人」はレバレッジが効く。時間がかかる。ゆえに注力分野と思う。出身者など縁のある人に限らず、土地の魅力を生かして挑戦している魅力的な方々に北九州市に集ってもらう、その姿に影響を受け、次の世代が育っていく。全国的に起業家人材の育成が急務とされているなか、特色ある大学・高専・高校が出現しており、市立高・大でそのようなコースを設けることも一案だろう。

また、「人」のテーマに限らずコンセプトは重要で、土地のアイデンティティに紐づくべきものであり、それは「仕掛ける力」ではないかと考える。チャレンジの土壤に誇りを持ち、仕掛ける人材を育て、「逆張り」も含めて仕掛けていくことが大事だと考える。

- 今日示された課題は、日本全体としても共通の課題である。北九州市の人口が減少傾向にあるといっても、未だ92万人いる。ESGとか再生エネルギーの活用といった北九州市が持つ、ものづくりの街としてのポテンシャルを生かしていけばよい。様々なポテンシャルを、どういうストーリーや繋がりの中で立てていくのかが必要。

3 北九州市の成長の再起動に向けた意見

- EVモーターズジャパンが福島に行くという話が出たときに、市などと協力して、引き留めた経緯がある。この会社の次の課題は何かというと、電気自動車を作っているが、その部品が全て中国製ということ。現在、ガソリン車の部品のサプライヤーの集まりとして、パーツネット北九州があるが、EVについてもこういう組織が必要である。

また、今日の議論の中で、改めて北九州のPR不足を感じた。北九州には中身や仕組自体は構築されているが、それらがうまく表現されておらず、もったいなささを感じる。皆で連携し、一つ一つを丁寧に説明していく必要がある。