

## 第2回三木市中小企業振興審議会議事録

- 1 日時・場所 平成25年6月19日(水) 午後6時から午後8時  
市庁舎4階 特別会議室
- 2 出席者 〈委員4名〉  
佐竹会長、鶴目委員、井澤委員、浅野委員  
〈事務局7名〉  
北井副市長、永尾産業環境部長、藤原商工課長、成瀬商工課主査、  
津村商工課主査、大林商工課技師
- 3 欠席者 鈴木副会長、牧委員、吉見委員
- 4 会議の公開、 公開  
非公開の別
- 5 傍聴人の数 2人
- 6 開 会
- 7 議 事

会長	<p>本日は、前回お願いをしましたレポートをもとに、ご意見をいただきたいと思 います。委員の皆さんからご報告をいただき、事務局もご意見を頂戴してい ただきながら進めていきたいと思います。</p> <p>結論ありきではございませんので、今日のご意見も含めて議事録も拝見しなが ら来月用の、委員7人で討議をさせていただく材料づくりでございます。よろし くお願いします。</p> <p>それでは、順次ご報告をお願いします。</p>
委員	<p>前回の資料を拝見して、外部からの提案といえますか、住んでいないものの視 点もいれて、私なりの意見を伝えさせていただきます。</p> <p>まず、現状分析ですが、強みとして、道路交通アクセスが良好で集客力がある 立地とされていますが、確かに高速道路網は発達しているが、物流面ではいいの かなと、また観光面で、関西圏から来るところでは、中国自動車道が夕方になっ たら慢性的に混んでいます。ここがネックになると思います。現状分析で、こう いった面も勘案されてはいかがかなと思います。</p> <p>それから、遠くから来るには電車も若干弱いですね。</p>

会長	<p>神鉄は、山間を通り遅いですね。電車のアクセスが非常に悪いですよ。三田方面ばかり便利になってしまって、西側は取り残された感じで、これは、ある意味弱みですね。</p> <p>西神中央からのバス網はどうですか。</p>
事務局	<p>神姫バスが、緑が丘駅から1時間に4本程度出ています。また、三木営業所からも西神へ出てます。三宮へも西脇からと、恵比須からの路線もあります。</p> <p>この2本は、道路運送法が改正され、規制緩和で神戸電鉄と競合して走っている路線が認可されてしまいました。この結果、神鉄の乗客が減ってしまいました。</p>
会長	<p>粟生線の廃止の問題はどうなっていますか。</p>
事務局	<p>神鉄の言い分は、路線管理と電車運行を上下分離方式にして欲しいと、それができなければ廃線も止むおえないということです。小野から先か、三木か、志染かが考えられるが、一番可能性の高いのは、志染です。</p>
会長	<p>常識的に言って、高校もあるし小野から向こうかなと思っていたんですが。</p>
事務局	<p>美囊川の鉄橋がネックで、川に斜めに架かっていて、改修するには川と直角にかけ直さなければならない、路線の変更が必要となるので実際は無理なんです。</p>
会長	<p>高度経済成長期ではないので、鉄道を公共事業で増やして活性化しようという時代ではなくなってますからね。</p>
事務局	<p>平成4年度の1470万人、今現在が677万人と54%減っているのですが、国交省の言い分では他に比べ利用はある、補助はできないということです。</p> <p>廃止になったら、677万人をバスで運ぶことは不可能で、神鉄の重要性を住民の皆様に理解してもらう必要があります。</p>
会長	<p>今、年間どれくらい減っているのですか。</p>
事務局	<p>約20万人程度です。</p>
会長	<p>三田側は谷上から三田、更にウッディタウンの線などは大阪への利用が多いのではないのでしょうか。</p>
事務局	<p>JR線で大阪方面へ利用されていますので、神鉄で神戸への利用は、それに比べ比率は少ないようです。そのため、大きな黒字ではないようです。</p>
委員	<p>三木市も神鉄存続に努力されていますが、関西圏、特に神戸、大阪通勤圏の住宅地という観点ではちょっとしんどいと思います。</p>

事務局	<p>三木の場合は、大きくなったのは、神鉄沿線に緑が丘、自由が丘に人口がはりついた。それが、40年経って成熟した町になって、子どもさんたちは、一緒に住めなくて出て行かれ、団塊の世代が退職され、通勤客が一挙に減少してしまいました。ですから、町の構造として駅前の開発と若者定着をいかにさせていくのが大きな課題です。</p>
会長	<p>人口が急増は、神戸のベッドタウンとして人がはりついたからでしょうが、最近、高齢化しているとか、神戸経済が震災後、地盤沈下していますが、通勤する人が相当減ってきているのでしょうか。</p>
事務局	<p>神戸電鉄の通勤客が減っていることについては、緑が丘、自由が丘にお住まいで神戸の大企業にお勤めされていた団塊の世代の方が、定年退職され、通勤客が極端に減っています。通勤客というのは、定期的に乗っていただけなので、通勤客が1人増えることによって往復で年間480人の延べ人数が増えます。これが、利用客減少の一番大きな要因です。いかに通勤客を増やすかが課題です。</p>
会長	<p>地元の人にいかに利用してもらうかが大切です。</p>
事務局	<p>今の世の中が人口減少傾向にあって、民間研究機関によれば、国の人口は6,700万人になると言われています。そのような中で、傾向を見ていると、地方の方が人口が減り、逆ドーナツ化現象で、都会へ人口が流れます。</p>
会長	<p>第一に、人口減少局面で経済成長した国や地域はありません。生産労働人口が減りますから、ものづくりをして、付加価値をあげる作り手も、それを消費する買い手もいなくなる局面に日本が入っていますから、  1億2千万人を人口とすると6千万人は都市部、残りは地方です。しかし全人口が6千万人になったとき、都市部5千万人、残り1千万は地方になるので、均等に人口は減少しません。  その対策として、移民を受け入れる。または、思い切った子育て政策が必要です。フランスでは3人以上子供がいたら税金は半分になる。  地方公共団体レベルで、住民税の部分でやろうと思えばできる人口増加策です。フランスでは、知識階級の方が、子供が多いです。</p>
委員	<p>若年層を呼ぶには仕事が必要ですので、ここに仕事があれば都会へ出ていかなければならないということですので、若年層より移動しなくていい人を呼んだ施策の方が現実味があると考えます。企業の進出はまだまだ、経済事情から、しんどい面があるので、熟年の方を呼び込んで、彼らをターゲットにした仕事を増やしていく。最近、ジムなども駅前より田舎の方につくる形も流行っているし、医療機関を増やすとか、遊休農地を活用した事業などはどうかと思います。  それから、強みのところで、三木金物がありますが、一般消費者向けの製品が少ないと思いますが、そのようなところで、現状の市場調査やブランドの知名度の現状把握などをもう少し細かくされないと、何に力を入れたらいいのか見えて</p>

	<p>こないと思います。</p> <p>次に、ゴルフ場が西日本一で、ゴルフツアーも多く開催されています。多くのお客さんも来られるので、グリーンピアなどを活用して泊まっていただくようなことも考えていく必要があると思います。</p>
会長	ゴルフ場周辺に宿泊施設は少ないのですか。
事務局	グリーンピアぐらいしかないですね。
会長	今、グリーンピアはどうなっていますか。
事務局	県が所有して、民間会社に委託しています。
会長	指定管理にして、効率性を持たせれば、民間のノウハウを活用してできるのですが。
委員	宿泊施設が少ないのは宿泊観光ではネックですね。とはいえ、グリーンピアの活用、総合防災公園では、サッカーの競技もやられていますし、この活用も考える必要があると思います。
会長	国際的な地震の実験施設「E-ディフェンス」もありますね。研究拠点になっているし、世界的にも見学に来ておられますね。
委員	どうしても、その方々の泊まる場所がないです。
事務局	神戸、西神で泊まられます。
委員	<p>以上のようなことを、現状分析に加えられるはいかがかと思います。</p> <p>中小企業振興戦略については、金物関係では、銀行などが行っているビジネスマッチングを活用して、現状の形にとらわれない情報発信、鑿とか鉋といった既存の製品ではどうしても市場調査をしっかりとやらないといけないのですが、例えばスペースシャトルに使えないかというような情報発信ができないかと考えます。</p>
会長	<p>スペースシャトルに使われているだけでいいのです。東大阪で「まいど大阪」で、人工衛星を作っている会社の業績はすごくいいんです。人工衛星の部品で儲けていると思っているのですが、それでは全然儲けていないのです。年間に1つか2つしかない。それより、人工衛星の部品を作れるだけの企業だったら、うちの量産部品だったら、設計もしてくれて作ってくれるという信用力で、既存事業が儲かっているんです。各企業さんは、ブランド力と一緒になんです。新製品を作ったらそれが儲からないといけないと思っていらっしゃるんですが、三木の金物屋さんとお話をするとき、こんなもの作ってますよと情報発信して、ブ</p>

	<p>ランド力を高めて、実はそんなもの作っている会社の包丁を買ってみようかとなるんです。そういう意味では、一般大衆向けの製品を増やすにはブランド力を付けないといけない。ブランド力を付けるには、なにか話題性のある新製品を出す、売れるに越したことはないが、爆発的に売れる必要はない</p>
委員	<p>何かアピールできるようなものがあれば、海外からも引き合いがきます。</p> <p>そういうことで、市場調査を行って、今の製品で市場があるというのであれば、それをアピールしていけばよいのですが、右肩下がりであれば違うことを考えていかなければいけないと思います。それと、B to C 的な製品がないとどうしてもアピール力が難しいということで、こちらで作られている特殊なナイフから派生していくような製品を作るという風なことをしないと、なかなかB to C 的なところは伸びずに、ブランド力アップを図るアンテナショップも効果がありません。</p>
会長	<p>もちろん、専門家用のものは、大工道具で三木のステータスとしてあるのですが。</p>
委員	<p>伝統を守るというのは、大切なことですが、市場というものがありますので、それは重要です。</p> <p>スポーツ施設もたくさんあるので、これらの活用ですね。グリーンピアも含めて、健康志向という中で、そういった人たちをいかに取り込んでいくかということかと思えます。</p> <p>一方、観光という分野では、三木単体でお客様を呼び込むのは難しいかなと思います。</p>
会長	<p>観光はどんなものがありますか。</p>
事務局	<p>三木合戦という歴史的なことがあり、今年3月に三木城跡と付け城跡が国の史跡指定を受け、それをPRしていこうとしています。NHKの大河ドラマで三木合戦に絡んだ黒田官兵衛が取り上げられますので、観光化にはいいチャンスと考えています。</p>
委員	<p>このあたりですと、姫路や竹田城もありますので、交通の便が、道路網が整っているのでバスツアーなどで、これらと連携してやっていくのも一つの手かなと思います。</p>
会長	<p>B級グルメはどうですか。</p>
事務局	<p>B級グルメとして売り出してはいませんが、鍛冶屋のスタミナ料理として、なすとタコのすき焼き「かじや鍋」があります。</p> <p>道の駅では、かじやカレーがあります。</p>

会長	<p>ありがとうございました。次の方をお願いします。</p>
委員	<p>中小企業、金物の視点で考えていきますと、意外と金物については知られていない。大阪の人は知らないし、神戸の若い人も知らないという点は認識された方がいいと思います。三条や燕、大阪の堺は包丁が有名です。一方、三木の鋸、鉋、鋸は、すごいシェアを持っているんですが、大工道具は、需要が減っているが、その中でも、のこぎりを日曜大工として使っている人もいますから、全ての金物業者を底上げするのは難しいと思うんですが、光るものがある業者をいかに有名にしていくのかという視点に立つ方がブランディングとしてはいいと思います。行政的には、難しいと思いますが。</p>
会長	<p>中小企業基本法が変わりました。昭和38年に中小企業基本法ができて、高度経済成長期は、中小企業施策として、業種ぐるみ、産地ぐるみ、地域ぐるみで、特に組合ベースで、補助金や低利融資を平等に分けていた。商工組合を通じて、近代化資金や高度化資金が出されていった。しかし、バブルが崩壊して、中小企業を活性化していくために、平成11年に、中小企業基本法が変わりました。業種ぐるみ、産地ぐるみ、地域ぐるみから、元気な企業、成長可能性がある企業、やる気のある企業を選定して、集中的に資本を投入していくように方式が変わりました。ベンチャー育成するのと同じです。元気なところに投資をしてそこを活性化させて、トリックルダウンといって、したたり落ちの理論で周囲にちよつとずつパイを分け与えていくような、そういう活性化させていく方針が変わった。</p> <p>ただし、周りを切り捨てることはできないので、個別企業の育成振興から、個別企業を中心に、周りの企業、地域全体を活性化させる方策が必要ですねということで、出てきたのがもともとの地域振興基本条例というものです。それは中小企業基本法にはのっていないんです。地域独自の課題を抽出して地域にあった企業を選び出して、それを中心に連携、組織化、人材育成など、それをベースに地域の中でお金を循環させましょうというのが、そもそもの振興基本条例の発想なんです。その根本は、良い企業をどうピックアップするかで、国も制度的に認めています。その制度として、商工会議所が推奨している経営革新計画認証制度、ひょうご産業活性化センターの技術評価制度など、経営の質がどれだけ高いかを評価する制度があります。このような制度を行政として活用して、これを一つの基準として支援するとかです。</p> <p>話が長くなりました。続けてください。</p>
委員	<p>強みとして、プロダクトの大工道具がありますが、どのようにアピールしていくのか。その中には、コアな技術があると思います。大工道具は、国内の需要は伸びない。輸出で伸びるのかというと、日本のものだから品質はいいが、高価があります。ブランド力を高めるようなやり方をしていけないといけない。国内のブランド力がないと輸出でも難しくなります。周りを切り捨てるのではなく、本当に技術の高い企業がリーダーになり、メーカーブランドだけでなく、三木ブランドを高めてもらう。ホームページなどを活用することもできます。ホームセンターでコーナーを設置するのもブランド力を高める有効策だと思います。</p>

会長	ブランド力を高めるには家庭用のものです。 視点を変えれば、工作機械用の刃になってきます。
事務局	三木で一番強いのがギムネ、ドリルです。
会長	ドリルはB to Bですね。
事務局	B to Cでいうと園芸用、農業用です。草刈り用丸鋸や、畑を耕す道具、はさみです。
委員	ホームセンターで三木のコーナーはありますか。
会長	言えば、できそうです。
事務局	ホームセンターに進出していった企業は強くなっています。
会長	B to Bでは何に使われているにわからない。ブランド力高めるならばB to Cです。
委員	世界的に三木のものが使われていることを上手く紹介しなければならない。成功事例を踏まて、こんなところに使われているのかというところを広報活動などを行なうことがいいんじゃないかと思います。 先端技術を保有する企業が、大学と連携して、他の分野に進出していく。次世代産業プロジェクトなど、産学連携とか強い企業が集まって新製品を開発するとか、新しい分野を開拓してもらおうとよい。経営力の弱いところが集まっても新しいアイデアはなかなか出ないでしょうし、資金もないでしょうし、今個々に強い会社が何社か集まってもらって、その中で連携してもらって新しい分野を開拓してもらおうことがいいんじゃないでしょうか。
会長	実際連携しようとしています。活動はしているが、まだ、実っていない状態です。
委員	観光についてですが、グリーンピア三木のHPでは、その中での行事だけ書かれています。主な宿泊施設は、グリーンピアだけなので、もう少しそこを活用してリピーターを増やす。グリーンピア三木だけだと1、2回来たら終わり。ここをキーにして、金物古式鍛錬や観光ブドウ園、イチゴ園と絡めていく。三条は鍛冶体験道場でいつでも鍛冶の体験ができます。また、有機野菜を使った農家レストランも興味があります。三木出身の一流のシェフを呼んできてはどうか。団塊に世代はそういうものに興味があります。
会長	三木でフレンチレストランが有名なところがありますか。地産地消でやっている

	<p>ところはありますからね。</p>
事務局	<p>三木の食は弱いです。</p>
委員	<p>神戸あたりで活躍されているシェフを呼んで、しゃれた農家レストランをやってもらってはどうでしょう。神戸からだとは来ると思っています。</p> <p>三木出身の方って絶対いらっしゃると思うんですが。そういう人に働きかけて誘致するんです。</p>
事務局	<p>観光客に来てもらっても、食べてもらうところがないんです。</p>
委員	<p>リピーターという観点で、山田錦まつりがありますが、子どもを呼ぶなら田植えや刈取りの時期に年に何回かするのもいいのではないのでしょうか。先ほどの農家レストランとか鍛冶体験道場などを絡めるなど、地域資源と連携して、グリーンピアを中心にリピーターを呼び込んではどうでしょうか。</p> <p>ゴルフ場があるので、社会に影響を与える方が来られています。25もあるのだから、活用できないのかと思います。</p> <p>ゴルフ場は協力要請しても難しい。お風呂に入って帰ってしまいます。せいぜい地場のお土産をおいてもらう程度です。ゴルフ場を活用することは難しい。ゴルフ客は、三木市かどうかもわかっていないのではないかな。でも、たくさんあるのに活用できないのは残念だなと思います。</p>
会長	<p>ゴルフは、1日だけで終わる。1日で帰るのでお金を落とさないです。</p>
委員	<p>コンペを企画して、バスで来ていただいてプレーして食事をしてもらって帰っていただくなどしないと、来て変えるだけになるでしょうね。</p> <p>ツアーをして、泊まっていただく。グリーンピアの稼働率を上げることに力を注ぐといいんじゃないでしょうか。</p>
事務局	<p>グリーンピアは県が購入して、エムアンドエムサービスに運営委託しており、平成27年で契約が終わります。</p> <p>その次をどう活用するか大きな課題です。県が活性化委員会を立ち上げようとしています。</p>
会長	<p>エムアンドエムさんも思い切ったことができないんでしょうね。</p>
事務局	<p>自分のものじゃないので改修をはじめ、思うように改善できないところがあります。</p>
会長	<p>グリーンピアの稼働率はどうですか。</p>
事務局	<p>稼働率はそんなにいいことはないと思います。後日調べます。</p>

会長	有馬温泉が60%前後です。稼働率60%だったら、だいたい採算がとれています。
事務局	テニス場も多いです。
会長	神戸マラソンのような人が集まるようなしかけが必要です。マラソンイベントするのではありませんが。
委員	長野県の下條村では、家賃が安い市営のアパートをつくり、若い人を呼び込んでいます。若い人を呼び込むためには、どうやって誘致するかの方策の例です。
会長	それでは、次の方、お願いします。
委員	前回の資料を見た印象として、金物、山田錦、ゴルフ場など、三木市の強み、セールスポイントはそれぞれが離れて存在しています。これをどのようにして生かしていくか、ということですが、考え方は二つありまして、まず一つは、その強みの一つ一つのブランド力を高めていくという方向性です。金物というと三条市がかなり有名というイメージがあります。ブランド力を高めるという上で、全国の有名な産地と連携していくことによって、三条市や堺市など有名な産地と同じかそれ以上のレベルにある、ということをしてPRしていけるのではないのでしょうか。
会長	食材サミットなど、業種によってはそういう形で連携してやっているところがありますね。
委員	そうですね、そういう形でネットワークとして個々のブランド力を上げていく、ということが一つあります。 黒田官兵衛にしても、やはり、ぽつんと離れて存在しているイメージですので、姫路市、福岡市などと一緒に連携していくことでいいイメージで効果的にPRできるのではないのでしょうか。 そういう形でブランド力を高めるネットワーク系の事業について、挙げてみました。
会長	福岡市も黒田官兵衛の関係なんですね。
委員	黒田節が福岡ですね。
委員	福岡藩の藩主が黒田氏です。
会長	それから、金物の方で香美市とありますが。
委員	高知県の香美市です。

事務局	鉈、土佐打刃物の産地です。
委員	他では岩手県盛岡市は南部鉄瓶、肥後象嵌は人吉市、熊本県です。
事務局	玉鋼の製鉄では安来が有名なイメージです。
会長	中小企業サミットは最近あまり派手にしなくなっていますが、三木市主体で行っていただくのがよいです。他産地で行ってしまうと、あまり効果が期待できません。例えば三条と三木で行う、とかですね。
事務局	実は、既に三条市が主体となって、日本鍛冶学会を立ち上げて行っています。昨年三条で一回開催されています。参加しているのは他に、越前市、関市などです。
会長	それはもう行わないのですか。
事務局	三条市との間で継続していこうという話が出ています。
会長	それはいいことですね。
委員	以上のように、市外にネットワークを求めてブランド力を高めるのが私の考え方です。
会長	食材サミットのところでバイセリア市、コロワ市が挙がっていますが。
事務局	両市は三木市と姉妹都市提携を行っています。
会長	それぞれが何の産地であるのか、産業で何が有名なのか。何かあると思いますので連携をしていくことは可能だと思います。 カリフォルニア米をつくっていたら、競争になりますね。
委員	アメリカにも日本酒の工場がありますね。何の米を使っているのでしょうかね。
委員	次に、まちづくりのプロジェクトへ学生や生徒に参加してもらおうという考え方です。
会長	関西国際大学は今どうなんですか。尼崎にも拠点が出来たということですが。
事務局	教育関係の学部が尼崎へ移転し、三木には経営学部と、今年4月に新設された看護学部があります。

委員	<p>大学もさきほどの逆ドーナツ化ではないですが、都市部へ偏っていく傾向があります。</p> <p>こういう10万人以下の都市で大学が1つ、県立高校が4つあるというのは隠れた強みだと思います。それだけ人が集まる場所になっています。若い世代であるし、ロコミが期待できます。大学生、高校生、もっと小さな子ども、小学生、中学生という風に、児童、生徒、学生を繋ぎとして何かできないか、という考え方です。</p>
会長	<p>関西国際大学も看護学部が新設されたということで、その辺りも大学のブランド力になっていますね。</p>
会長	<p>4つの県立高校は現在何か連携しているのでしょうか。</p>
委員	<p>同じ県立高校ではありますが、お互いあまり連携はないと思われれます。</p> <p>その中で、三木東高校は総合学科のアントレプレナー科で、のこぎりクッキーを作るなどの取組があります。</p>
会長	<p>アントレプレナーは活性化に繋げていけそうですね。</p>
委員	<p>学校の方もおそらく、それを求めておられるのではないかと思います。</p> <p>それから、先ほどもありました一般消費者に見える新製品づくりを行う、ということでは、西神南ニュータウンへパイロットショップ、アンテナショップを出店し、試作品でよいですので、包丁ですとか、家庭で使えるものを出していったはどうでしょうか。</p> <p>また、竹中半兵衛など由緒、いわれのある所なのだな、という印象がありまして、二兵衛に絡めて中小企業について学ぶ場などが出来れば、と考えました。</p> <p>それと、三木の合戦で、荒廃した町を金物を中心として復興していった、というストーリーがありますので、防災、災害と絡めて、情報発信していけるのではないかと考えました。</p>
会長	<p>ありがとうございました。さて、お三方にお話を頂戴したわけですが、何かご意見はございますでしょうか。</p>
委員	<p>今後、例えばマキタさんのような世界企業との企業間連携の可能性はどうでしょうか。あと、今後新幹線などが出来てくるわけですが、トンネルを掘るのに刃先などの技術は応用できないでしょうか。</p>
会長	<p>リニアモーターカーが2027年にはできますからね。</p>
委員	<p>この工事に、三木の技術が使われているとなれば世界的に有名になれるんですね。</p>

事務局	お知恵をお借りできないでしょうか。西脇市にはロケット部品をつくる会社があります。連携して新しい商品をつくる、ということはいいと思うのですが。
会長	その辺り、三木商工会議所さんはどういう方向性を持っておられるのでしょうか。 経済的には、会議所が率先して動くという形が重要だと思います。
委員	J Cはありますか。活発に動いておられるのでしょうか。
事務局	会員数は減少しています。一時は100名近くおられましたが今は40名です。今、業界も世代交代で、若い人が、最近J Cの理事長をしたひととかが業界のトップになっています。
会長	彼らは、問題意識をすごく持っていらっしゃるので、よく動かれると思います。
委員	大企業で、産学連携の中で使っていない特許がたくさんありまして、なぜ使わないかといいますと、商売をするには事業規模が小さすぎるなど、いろいろな理由があります。 ただ、今はある程度、環境ができていないのじゃないかと思います。 企業間でも、現在使われていない特許で三木に関連したものを利用した事業で、例えば売上が3～5億円ぐらいで、世界では小さな市場でもニッチトップに行くことができる可能性があります。そういうものがないだろうかと思えます。 大企業だといろいろなものが出てきますけど、開発者が一所懸命にやったのですが、事業化の観点で、規模とかいろいろな面で廃れてしまうということがたくさんあります。 そのような眠っている特許がたくさんあると思います。そういう特許を保有している企業には、それを活用しようという動きは大分前から出て来ていますけれど、使いたいという会社が出てこないという状況は譲れないわけです。どんな特許があるかは、ホームページなどで検索すれば調べられますので、そういうことも出来るのではないのでしょうか。
委員	金物とかいろいろな強みがあるわけですが、金物とひとくくりに言っても、我々が知らない優秀な製品や、思いがけないところに使われているものが案外あるのじゃないかと思えます。 持ち物をもう一度再点検してみると、意外な光るものが見つかるのではないのでしょうか。例えば、こういうところで使われているスペシャルワンみたいなものがあるのではないのでしょうか。シーズ、資源の分析をもう一度丁寧に行えば何か出てくる気がします。
会長	ありがとうございました。今日の議事録をおまとめいただき、来週の議事録をおまとめいただき、そこから後の対応はその次の7月の会議に、まとめさせていただいた上で出させていただきたいと思えます。次回の内容を見て、また打

	<p>合せをさせていただければ、と思います。 次回は、顔ぶれは変わりますが、来週木曜日に開催させていただきます。 また7、8月の日程につきましては改めて打診をさせていただきますのでよろしく お願いします。 ありがとうございました。</p>
--	---

## 8 閉 会