

# 資料1

## 第3回新しい「三重のものづくり産業」のあり方検討 有識者会議

### 第2回有識者会議のご議論の内容

## 第2回有識者会議のご議論の概要(1/3)

### DXを目的にしない

- DXとは、経営とコミュニケーションを強化することである。報告によらないデータに基づく経営把握が重要。総花的ではなく、強化すべきポイントをとらえた上で、データに基づく経営判断をするスパイラルをつくっていくことが必要。
- 全てのサプライチェーンがつながることは難しい。三重県は、大企業の下請けである企業がほとんどで、DXを進めないと生き残れないかというところでもないと感じる。まずは経営の傾向をつかんだうえで、あくまでもDXはツールであることを認識し、DXを使うか使わないか、どう使うかを経営者がきちんと判断する必要がある。
- DXにより、企業の財産である技術を共有し生産効率性を上げていくことが可能。その一方で、競争力を担保する上で共有できない部分もある。グローバルな競争社会における自社の強みを理解し、そこを強化することと同時に、強みではないところは他社との協調を目指すべき。企業、自治体、業界が一丸となって線引きを作っていく必要がある。
- 企業の規模やDXに対する意欲に応じ、多様性を尊重しながら、それぞれがスタートを切るための施策を講じるべき。

## 第2回有識者会議のご議論の概要(2/3)

### 企業情報のデジタルツイン基盤の作成とオープン化

- 県内の工場をデジタルツインでつなげば、各工場の生産量、コスト、利益率が見える化され、県内主要産業の強み、弱みが明確になり、県として伸ばすべきところが見えてくる。
- 今後は競争領域ではなく協業領域が拡大していく。情報とモノをシェアリングするためのプラットフォームが必要。
- 狭い社会競争の中で生きてきた中小企業の協業は難しい。中立的な立場の第三者が強力な仲介者として各企業をつなげ、協業のメリットを伝えていかないといけない。

### 自治体のDXを民間の力との協働で推進

- DX導入時には自社に応じた助言を行うDX伝道師が必要。しかし県内で伝道師となる人材を集めるのは難しい。DXに知見を持つ大都市圏の方に期間限定で来県してもらい、成功事例を作っていく。その際の人材の確保・コスト負担を国・県にお願いしたい。
- 神戸市は民間人材を積極的に取り入れ、自治体内に刺激を与えている。一人ではなくチームで進めることで実効性が増す。三重県主導で情報共有基盤を作る際には、それをドライブする人を民間から持ってくるのが有効。

## 第2回有識者会議のご議論の概要(3/3)

### DX実現のための人材育成

- 企業のDXを実現することは容易ではなく、特に経営者の意識改革が最重要課題である。企業の底辺が広がっていけば、県内のピラミッドも大きくなり積極的な取組も加速する。経営者が経営の具体的手法を学ぶ「塾」を形成し、企業間、特に経営者間のつながりを構築することが重要。
- 経営者に加え若手の次世代のエースになる人たちに対して、「塾」を形成し、社外から刺激を与え、社内でエンジンとして手を動かしてもらうようになることが重要。

### コミュニティの立上げ

- 福岡県のとある企業は、教わったツールを自ら愚直に実行していく中でDXの考え方を習得した。自助を助ける公助ではない共助のコミュニティが必要。
- 現状に満足している企業も多い。イノベーターが始めて、アーリーアダプターがついていけば時間はかかるがその他の企業にも広がっていく。周りに刺激を与えるコミュニティの存在が重要。