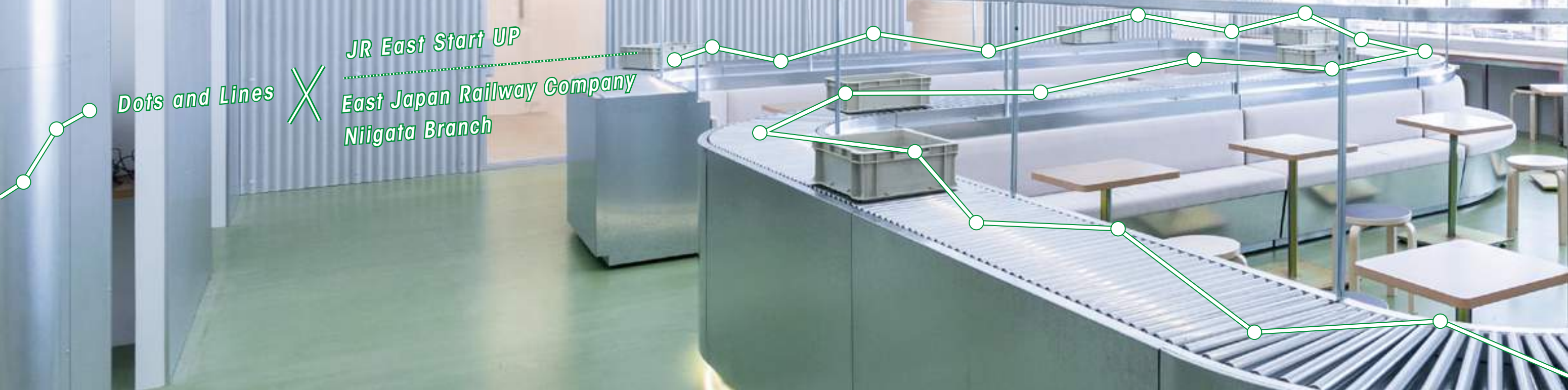


IMPACT



Dots and Lines X *JR East Start UP*
East Japan Railway Company
Niigata Branch

目次

プレミアム対談 02

三条市長 × JR 東日本新潟支社長 × ドッツアンドライنز代表

Introduction 04

燕三条の課題と取り組み 05

代表者メッセージ 06

プロジェクトメンバー 07

アクティビティ 08

ロジックモデル 09

ステークホルダー 10

Impact Data

Result 12

Member Interview 13

Collaboration 18

未来ビジョンと主要アクション 19

プレミアム対談



新潟県三条市
滝沢 亮 市長



東日本旅客鉄道株式会社
白山 弘子 執行役員
新潟支社長



株式会社ドッツアンドライنز
齋藤 和也 代表取締役



はじめに、地域への思いや地域が持つ課題について伺えますでしょうか。

滝沢: 燕三条はものづくりの街として知られています。現在でも、金属加工業を中心に多くのプレイヤーが関わっていますが、急速にスマートシティ化が進みITやAIの街になるとは思っていません。だからこそ、行政と地元企業、さらにはこれまで直接関わってこなかったようなプレイヤーの方々とも協力して、この製造業の街を将来に引き継いでいく必要があると考えています。また、大きな課題の一つである担い手不足に関しては、工業高校や商業高校が県立であることもあり、これまで市としては、あまり積極的にアプローチして

こなかった面もあります。ただ今は県立・公立・私立といった区別にこだわってられない時代だと思いますので、この街全体をリソースとしてとらえ、それらをつなぐ役割を行政が果たしていくことが重要だと思います。

白山: JR東日本グループ(以下、JRE)は、鉄道を中心に生活ソリューションの提供に取り組んできました。東京を起点に東日本各地に沿線を持っていますが、沿線地域では人口減少が急速に進んでおり、それぞれの地域で現実的かつ深刻な課題となっています。その中で、私たちが築いてきた鉄道ネットワークを活用して、地域の活性化・魅力づくり、人の流れを創出することができれば、より明るい未来をつ

くることができると考えています。燕三条はもともと、ものづくりのブランドとして大きな魅力を持った地域だと認識しています。そこに私たちが持つソリューションを掛け合わせることで、東京と新幹線でつながるこの地域から、ものづくりを通じて、他の地域の人々も巻き込みながら、新たな関心や注目を集めていくことができると思います。それは、商品を手にとってもらうことだけでなく、ここで働きたいという人材の流れにもつながっていくと考えており、大きな期待を寄せています。

齋藤: 私自身、「百年後にこの地域があるのか?」という問いの答えを探すようになりました。私の出身地にはかつて学校がありましたが、少子化の影響で廃校になりました。何もしなければ、地域は自然と衰退していく。私たちは「責任世代」として、次の世代に豊かな未来を渡す責任があると感じています。職人不足、低賃金、未婚の若者の増加など、これらの問題が人口減少へとつながっており、解決に向けた取り組みをしていかなければと考えています。

行政の立場である滝沢市長に、ドッツアンドライنز(以下、Dots)とJREに今後期待することがあれば伺いたいです。

滝沢: JRE Local Hub 燕三条にある「こうばの窓口」やEkiLabなど、Dots・JRE・行政の連携で生まれるプロジェクト

は、当初は想定していなかったことです。そうしたポジティブな影響を与える「予期せぬ出来事」を次々と起こしていただいていることに、心から感謝しています。私がワクワクするということは、市民も地域の産業の皆さんもワクワクしている証拠だと思っています。ですから、今後も「予期せぬ出来事」が続くことを楽しみにしています。

齋藤: そう言っていただけると、ますます頑張らなければという気持ちになります。今年もJREと連携し、東京都の学生とのプロジェクトを検討しています。さらに、昨年から海外展開も始まり、ロサンゼルスや台湾でも活動する機会がありました。Dotsだけでは難しいことも、JREのソリューションや職員の方々のお力添えで実現できています。様々なシーンにおいて我々が持つ人的リソースやナレッジを活用し、その活動や成果の情報発信を行い、それが結果としてJREのサービスを利用する人を燕三条に呼び込む形になり、地域の活性化につながれば、それが我々の「恩返し」になると考えています。

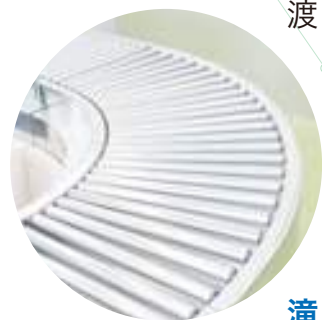
白山支社長にお伺いしたいのですが、Dotsや行政に期待することがあれば、お聞かせいただきたいと思います。

白山: JREとしても、燕三条駅を拠点にDotsの皆さんとともにさまざまな取り組みを展開し、一定の成果を上げてきたことを大変嬉しく思っています。ただ、こうした取り組みは単発で





終わっては意味がありません。継続的に新しい視点や価値を創出していくことが、何よりも重要だと考えています。我々JREも、そうした可能性を探りながら、皆さんと共に学び、取り組みを進めていきたいと考えています。また、観光協会などの関係組織が、三条と燕で分かれている現状についても触れておきたいと思います。観光客から見れば、燕と三条は一つのエリアとして捉えられており、境界は意識されていません。そう考えると、DMO※のようにエリア全体としての連携強化も視野に入れるべきではないかと思います。実現には難しさもありますが、JREのような外部組織が中立的な立場で橋渡しする役割を担うことができれば、良い方向に進める可能性もあると感じています。



Dotsを含めた地域のコミュニティは今後どうあるべきか、ご意見をいただければと思います。

滝沢: Dotsの最大の強みは、若い世代が中心になり、様々な世代を巻き込みながら活動できている点だと思います。立ち上げ当初から非常に多くの企業が参加しているのもその証拠でしょう。従来型の組織では、フォーマルな手続きを踏まなければならない場面が多く、柔軟な対応が難しいこともあります。Dotsは製造業や金属加工といったものづくりを基盤としつつ、迅速かつスピーディーな行動が可能です。その点こそが、地域の未来を切り拓く力だと思っていますので、引き続き行政を含む様々な組織・人との関係を広げながら積極的に活動していただけると嬉しく思います。

齋藤: ありがとうございます。Dotsは「まとめ役」ではなく、「地域を誰よりもよく知っている存在」でありたいと考えています。特定の人に情報や信頼が集中すると、「その人に聞けば何でもわかる」という構図ができてしまいます。それでは持続可能な形とは言えません。だからこそ、私たちは地域の情報に精通しながら、自分たちの中に閉じ込めるのではなく、あくまで「情報のハブ」として機能し、各点をつないでいく役割を重視しています。

白山: まさに「ドッツアンドラインズ」という名称が象徴するように、この取り組みは「塊」ではなく「点」が有機的につながるネットワークだと思います。JREにとってのネットワーク、すなわち鉄道と同様に、それぞれの点が線として結ばれることで、地域の広がりや深みが生れます。これまで「誰がその役割を担うのか」が不明瞭だった中で、このプロジェクトに関わる若い皆さんがこうした形で率先して動いてくれているのは非常に頼もしく、また一緒に仕事をしていく上でも、大きな希望を感じています。さらに言えば、皆さんが中堅・上位世代へと進むのは、思ったよりも早いものです。ぜひ、今のうちから新しい仲間を迎え入れ、広げ、深めていく努力も続けていただきたいと思います。それが、次の世代に残していくべき本当の「地域力」になると信じています。

滝沢: 政治家としての私にも向けられたご指摘でもあり、大変ありがたく受け止めました。私が今課題として感じていることの一つに「後継者の育成」があります。私もまもなく40代を迎えます。市長職に定年はありませんが、いつまでも若いと思い込まないように自戒しています。

齋藤: 本当にその通りですね。だからこそコミュニティは、繋いでいく、紡いでいくという視点がとても重要なのだと改めて思いました。最後に私からお二方をお願いを聞いていただければと思います。Dotsの取り組みは、全国的に見ても珍しい「スタートアップと大企業と行政が歩調を合わせて取り組むモデルケース」だと思っています。ぜひ、こうした事例を「燕三条モデル」として他地域にも広め、他の地域と共に豊かになっていきたいと考えています。そのために、広報・発信の部分でもお力添えをいただければと思います。今後も地域を盛り上げるための活動を継続していく上で、引き続きのご支援をお願い申し上げます。本日はありがとうございました。



※ DMO: Destination Management/Marketing Organization(観光地域づくり法人)の略。地域の稼ぐ力を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔。



新潟県三条市長

滝沢 亮

たきざわ りょう

新潟県南蒲原郡下田村(現・三条市)生まれ。2012年弁護士登録。2018年三条市にひめさゆり法律事務所を開設。2020年三条市長就任。2024年三条市長2期目就任。



東日本旅客鉄道株式会社 執行役員新潟支社長

白山 弘子

しらやま ひろこ

1993年東日本旅客鉄道入社。2010年四ツ谷駅駅長就任、東京都内での初めての女性駅長。2023年JR東日本新潟支社長就任、同年JR東日本の執行役員に就任。



株式会社ドッツアンドラインズ 代表取締役

齋藤 和也

さいとう かずや

1987年新潟県三条市生まれ。燕三条青年会議所29代理事長。2019年燕三条工場の祭典実行委員長。2020年株式会社ドッツアンドラインズを設立。同年"Eki Lab帯織"開業。

Introduction

～ 燕三条の歴史と連携の始まり～

燕三条の歴史

燕三条エリアは、新潟県の中央に位置しています。新潟県を縦断する信濃川が町の中心を流れており、この大河の治水が燕三条の産業を大きく発展させました。また、江戸時代から明治時代にかけて活躍した北前船は、燕三条に鉄を運び、そこで生まれた商品を日本各地に流通させました。鉄加工に欠かせない炭は下田の森で調達することができ、製造技術は下田と会津を結ぶ「八十里越」と呼ばれる街道から伝来したと言われています。

江戸時代の燕三条を含む新潟（元越後国と佐渡国）は、信濃川の氾濫に苦しみました。幾度となく起こる河川の氾濫は堤防を決壊し、農作物を全滅させ、人々の住処を飲み込み、飢餓や伝染病を発生させました。この問題は1922年、大河津分水が建設されるまで続きました。

多くの人が離れていく中、それでも地域を諦めなかった人々が今の新潟を支えました。そして現在、職人技術を継承し続けた燕三条は、世界有数の金属加工の街として知られています。

燕三条エリア

連携の始まり

株式会社ドッツアンドライنزと JR 東日本グループの関係は、ドッツアンドライنزの齋藤和也代表が JR 東日本グループの無人駅活用プロジェクトに参画したことに端を発します。

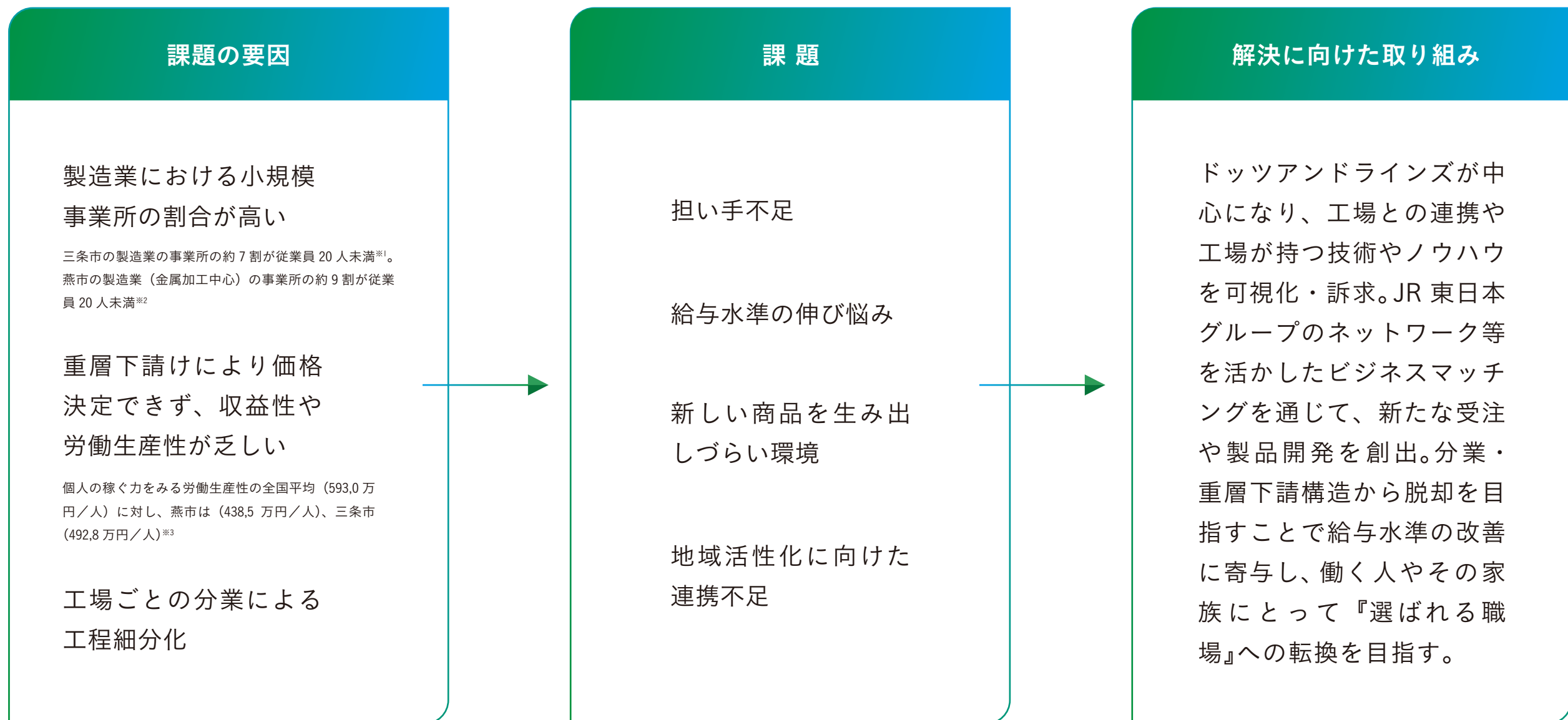
齋藤代表は燕三条の若手経営者と共に同社を設立し、クラウドファンディングで資金を調達。2020年、信越本線「帯織駅」にものづくり体験・交流拠点「EkiLab 帯織」を開業しました。現在、400名超の個人会員と11社の法人会員を集め（2025年5月時点）、地域企業とユーザーをつなぐ活動を展開。この実績をもとに、JR 東日本グループ・ドッツアンドライنزはどの地域にも類を見ない、ものづくりに関する窓口の機能を備えた新たな拠点整備に乗り出しました。

2023年、上越新幹線燕三条駅に地域創生型ワークプレイス「JRE Local Hub 燕三条」と、その総合窓口「こうばの窓口」を開業。バラバラになっていたコミュニティを再構築し、「担い手不足」「連携不足」「商品開発」など、様々な課題と取り組みながら、持続可能な地域社会の実現に向けて活動しています。



燕三条の課題と取り組み

燕三条地域は、少子高齢化や人口減少、それに伴う地方経済縮小など国全体の問題に加えて、金属加工業が盛んな燕三条エリア特有の課題があると考えられています。ドッツアンドラインズは、その課題解決に向けた取り組みを行っています。



※1：2022 年経済構造実態調査、※2：燕市市長 2024 年 SDGs 未来都市等提案書、※3：2016 年 総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」- 製造業 - 金属製品製造業

A Message from the President

代表者メッセージ



「Crafting Our Way to the World」

千年の鍛冶が息づく燕三条は今、人と技術が散点し、人口減少の波にも揺れています。しかし私は、この困難こそ革新の好機だと考えます。今までバラバラだった工場と職人を企業間マッチングで縦横につなぎ、競争から共創へ転換します。また、オープンファクトリーで工場を街へ、街を世界へ発信し、かつ、百円の大量生産ではなく1万円の価値を磨き、顧客の言外の期待まで言語化し、高付加価値の製品を世界に届け、職人の誇りを敬重しながら利益向上をはかります。そして、思いやりと対話が息づく職場を育て、家族が応援したくなる笑顔を増やします。

この活動を通し、『ものづくりが人を呼び、暮らしを支え、次世代が安心して定住できる循環型の未来』を目指します。

株式会社ドッツアンドライنز

代表取締役 齋藤 和也

Member

メンバー

プロジェクトの中心を担うドッツアンドラインズは、JR 東日本グループと JR 東日本スタートアップが設立した JR 東日本ローカルスタートアップファンドからの出資と、JR 東日本新潟支社からの支援を受けて活動しています。連携することで広域の活動につながり、社会課題へのインパクトが高まります。



ものづくり技術の集結による新商品開発、ものづくり支援施設 Eki Lab 帯織の運営、JRE Local Hub 燕三条内にある「こうばの窓口」の運営、地場企業商品の取り扱い、EC サイト運営などを行っています。



新潟県のほぼ全域と山形県庄内エリアを管轄しています。上越・北陸の 2 本の新幹線をつなぐ観光ルートを持ち、地域との連携を通じた観光促進や燕三条エリアをはじめとした産業振興等を通じた地方創生を行っています。



優れたアイデアや先端技術を持つベンチャー企業とともに、JR 東日本グループの経営資源を活用して、未来をつくる新たなビジネスやサービスを創出することにより、地域のより一層の活性化と豊かな暮らしづくりの取組みを推進しています。

Activity

アクティビティ

活動は多岐に渡りますが、ここでは代表的なアクティビティを紹介します。地域の連携を強め、各工場に仕事が行き渡ることが目的とした取り組み。工場の魅力を外部に発信する取り組み。そして、それらはロジックモデルの目指す姿である担い手作りに繋がります。

Building

コミュニティづくり

MOCの運営と会員獲得

MOC(ものづくりコンシェルジュ)は、JRE Local Hub 燕三条を拠点として、燕三条エリアの企業を取りまとめ、地域に点在するものづくり拠点を結び、単なるコンシェルジュ機能だけではなく、ビジネスマッチング等を行い、産業振興や雇用創出を推進。地場工場をつなぐものづくりの総合窓口として、地域のニーズをカタチにしつつ、様々な地域情報を発信。



Matching

事業機会づくり

ビジネスマッチング

JRE Local Hub 燕三条内にもものづくりコンシェルジュが常駐し、首都圏を中心とした企業等からのものづくりに関する依頼に対し、会員企業とのマッチングを推進。ものづくりしたい企業への会員企業紹介に留まらず、会員企業と連携した新たな製品開発やアイデア検討、東京駅等の首都圏駅や海外でのイベントへの出展などを通じ多くのビジネスを創出。



Branding

燕三条ブランドづくり

オープンファクトリー

金属加工技術の集積地として誇る伝統と先進のデザインが融合する燕三条の価値を、“伝統と最先端”の調和として国内外に発信。オープンファクトリーで製造現場を公開し、ものづくりの魅力を直接体験いただくことでブランド認知を向上させ、新たなビジネス共創の場を創出。



Cultivating

担い手づくり

学生連携

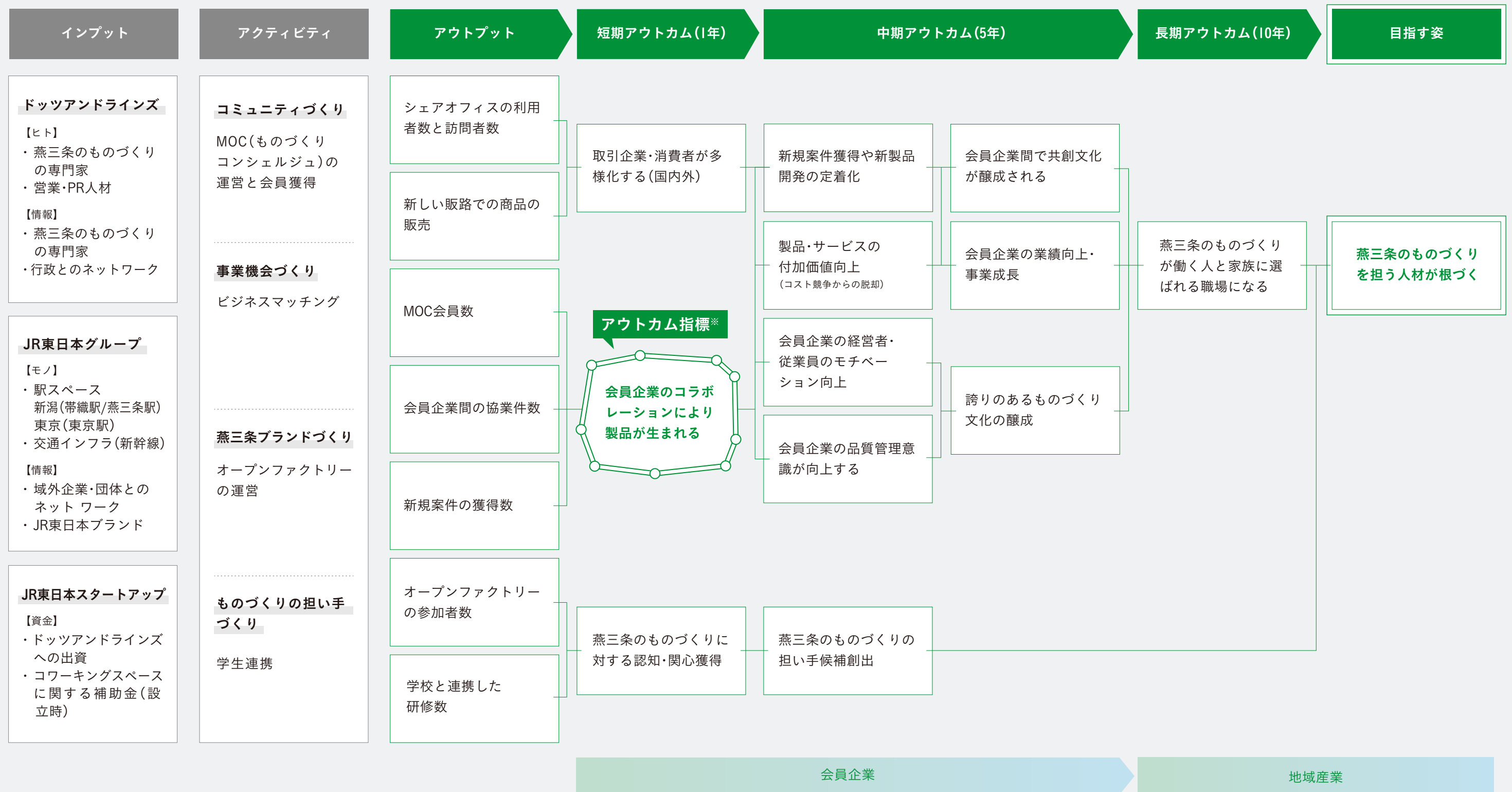
東京都教育庁と連携とした都立工科高校の学生に対し、離れていても同じ場所にいるかのようにコミュニケーションができる「空間自在ワークプレイス」を通じたものづくり研修を実施し、若者がものづくりに興味をもつきっかけづくりを推進。また、燕三条の技術とアイデアをつなぐコンテストも開催し、ものづくりに触れる機会を創出。



LOGIC MODEL

ロジックモデル

当プロジェクトの活動が、地域社会にどのような影響を与えていくことを目指したもののなのかを可視化したロジックモデルです。それぞれの事業成長とともに、次の担い手にバトンを渡し、サステナブルな地域を目指すように設計しました。

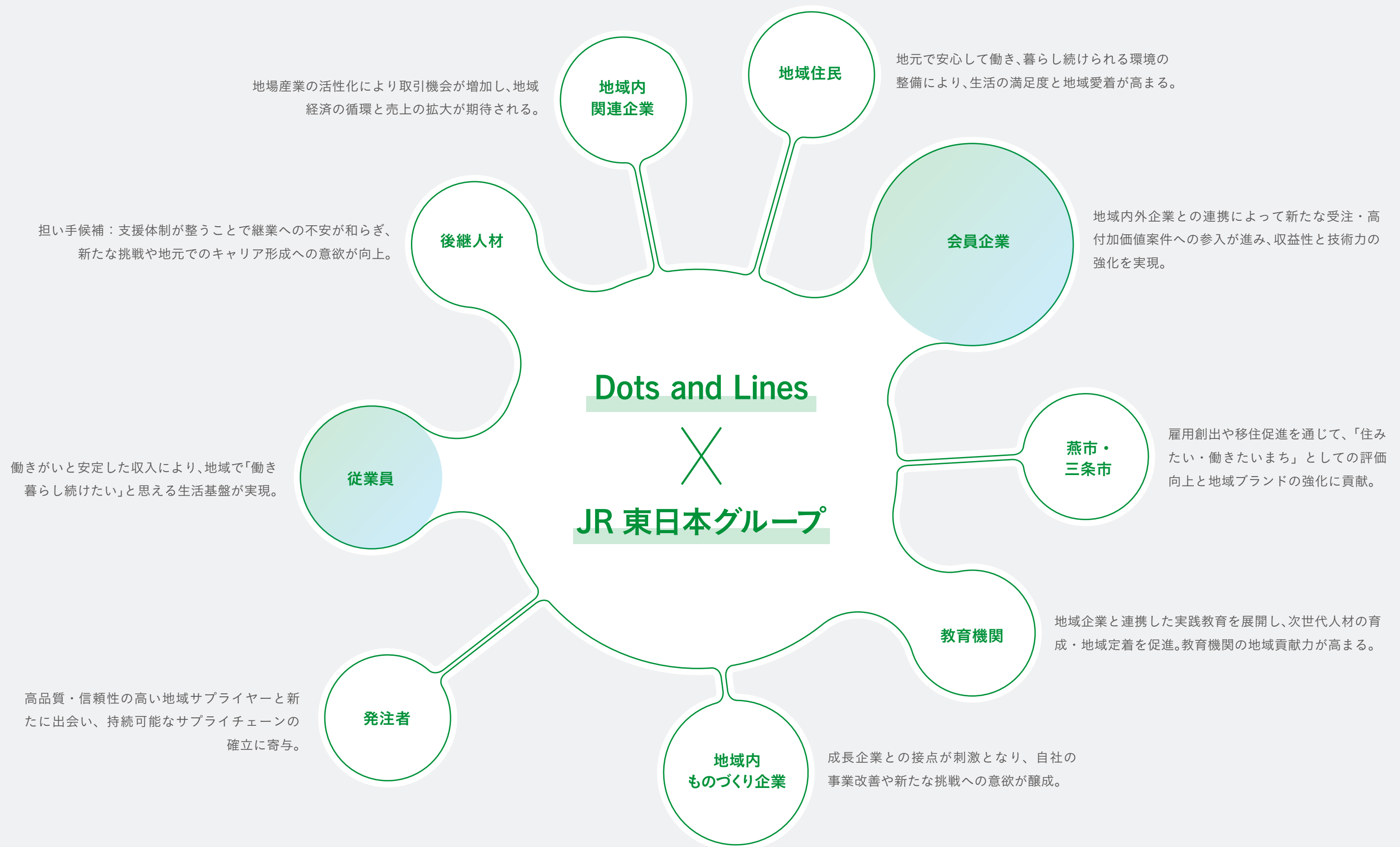


※アウトカム指標:「会員企業のコラボレーションにより製品が生まれる」は、燕三条地域の製造業が抱える構造的な課題の要因—小規模事業所の多さ、工程の細分化、重層下請けによる価格決定力の低さ—を乗り越える鍵となる重要な指標です。企業同士が技術やアイデアを持ち寄り、完成品やサービスを共創することで、単独では実現しにくい商品企画や市場展開、高付加価値化が可能になります。これは、収益性や労働生産性を高めるだけでなく、社員の誇りややりがい、地域におけるものづくり文化の情勢にもつながります。目指す姿の実現に向けて、最初に可視化すべき成果と位置づけています。

Stakeholder

ステークホルダー

当プロジェクトの活動は、広く燕三条のまちづくりに寄与することがスコープにあるため、非常に多くのステークホルダーと連携しています。ステークホルダーの利益が当プロジェクトのパーパスとなります。





Impact data

2020年にスタートしたドッツアンドラインズとJR東日本グループの活動は、地域にどのようなポジティブインパクトをもたらしているのでしょうか。インパクトデータとして定量的な実績、定性的な影響としてMOCに加盟している工場の代表者のコメントをご紹介します。

Result

こうばの窓口のビジネスマッチングを通した、
会員企業のコラボレーションによる製品開発件数

2025年4月まで

約 **100** 件

ドッツアンドラインズの
新規取引先数

MOC開業(2023年)から2025年4月まで

85 社

MOC会員数

2025年4月時点。MOC創業時(2023年2月)の3年目の計画である120社を超過

124 社

約2年間でのMOCを通じた経済波及効果

約 **203,000,000** 円

※ドッツアンドラインズの仲介でMOC登録企業が商品を製造した金額

マッチング事例

極薄チタン名刺入れの開発

株式会社ドローームは、燕三条の匠技を結集して生まれた純チタン製名刺入れAIRNIUM(エアニウム)を開発。わずか1.6 mmの極薄ボディに3枚の名刺を収納し、新潟県上越市製デザインチタンTranTixxii(TP270)を0.3 mm厚に研ぎ出すことで、高強度と超軽量(13 g)を両立。1/100 mm精度の超精密レーザー切断と職人の手仕上げによる滑らかなエッジが、大切な名刺をそっとガード。ロールダル加工を施したマット仕上げが指紋を防ぎ、洗練された名刺交換の所作を演出。今後もデザインと革新性を持った製品を開発している。



アウトドアサウナギアの開発

『Saunner of the Year 2024』を受賞した東京発の「madsaunist(マッドサウニスト)」は、燕三条の匠の技と連携し、加熱水蒸気を生み出す革新的アウトドアサウナギア「スチームジェネレーター」を開発。精緻な金属加工・溶接とシミュレーター解析を駆使して性能を徹底的に最適化。さらに、店舗向けスチームジェネレーターや新しいサウナギアの開発にも継続的に取り組む。



Interview

石上工業株式会社

代表取締役

熊谷 真悟 さん

Kumagaya Shingo



御社の紹介をお願いしますでしょうか。

石上工業は昭和 59 年に創業した工場で、私で 4 代目になります。商品は主にアルミ製品が中心で、特にアルミ溶接を得意としています。中国が主戦場とされる分野ですが、日本国内で勝負できるだけの生産量と技術力を持っていると自負しています。たとえば図面さえいただければ、材料の手配から加工・溶接・仕上げまで一貫して完成品まで対応できます。

事業の課題があれば教えてください。

当社は OEM の受注が多いのですが、OEM の商品は外に発信できないものが多いので、何ができるのかや作ったものを外に伝えづらいという課題があります。また、仮に発信できる商品があったときにも、発信の経験がとぼしく方法がわからないことも課題だと感じてます。

事業の将来性について、どう見えていますか？

地場の中では明るい方だと思ってます。他社がすぐに真似できるものでもないし、社内には専門の技術を取得した職人もいます。それから、製造業は人手不足ではありますが、うちはまだ人が来てくれてる方だと思います。地元の人材が多く、年代は 20、30 歳代が増えました。また、MOC※に加盟したことでできた横のつながりのおかげで、今までできなかった商品開発にも挑戦できるようになりました。これから入社する新しい人たちとも一緒に自社製品を作っていって、「カッコいい」と思われる製品を展開できれば、さらに活気のある職場にしていけると期待しています。

MOC に参加して大きく変わったとを感じることはどんなことですか？

今までは、仕事は地域内で狭く回っていて、新しいことに踏み出せませんでした。



10 年で新規取引が 2 社だけだったこともあります。でも、MOC のネットワークから少しずつですが新規案件が増え始めています。それから、今はまだ MOC のことを限られた従業員にしか話していませんが、非常に前向きに取り組んでくれてます。休日出勤を申し出るほど意欲的な人もいます。それから、仕事が突発的に増えた時に、間に合わせるために自発的に動くなど、気持ちでカバーもしてくれてます。ただ活動を広げることで課題も見えてきていて、大手の大量生産や ISO 対応では勝てないと改めて実感しています。だからこそ、付加価値の高い商品や小さい工場ならではのスピード感など、違う分野で勝負する必要があると感じてます。

今後、MOC に期待することを教えてください。

加盟当初は、大きな成功を収めたりテレビの向こうのようなキラキラした世界に行くような期待を持っていました。それくらい大きな組織に関わるという認識だったのだと思います。結果、それは自分次第だということを感じたんですが、その代わりに、横のつながりや新規の仕事、PR の機会などネットワークに関して期待以上のものがありました。特に地元の企業とのつながりは、仮に自社の経営が悪い状況に陥った時にも助けてくれるような、他には無い親密さを感じてます。なので MOC には加盟する工場がさらに増えることを期待しています。地域の連携を強めて、互いに日々研鑽して、地域全体の仕事を増やしていけたらと思っています。



※MOC(もっく):ものづくりコンシェルジュのこと。地場工場をつなぐものづくりの総合窓口として、燕三条エリアにある企業のビジネスマッチング等を行うサービス。

Interview

御社の紹介をお願いしますでしょうか。

燕物産は 1751 年に創業した江戸中期から続く企業です。当初は金属製品を江戸に卸していた商人でしたが、明治時代初期の洋食文化の広まりによって国産のカトラリーの需要が高まり、カトラリーメーカーに転身しました。現在、私で 11 代目です。メーカーとしては 7 代目から始まりそれ以降ずっと、主にスプーンとフォークを作り続けています。当社の大きな強みは、全体の 7 割を占める OEM で培われてきた対応力です。百円のスプーンから数万円の高級品まで幅広く対応できます。



事業の課題があれば教えてください。

かつては輸出が 9 割を占めていた時期もありましたが、中国やベトナムの低価格製品に押されて縮小しました。今後は、今ある取引先を大切にしながら、商品開発など付加価値製品にも注力し、再び輸出にも力を入れたいと考えています。MOC 関連で言えば、JRE Local Hub 燕三条を通してアメリカにある JAPAN RAIL CAFE LOS ANGELES のポップアップストアに出展していただきました。海外に商品を紹介できる良い機会になりました。

また、リクルート関連ですと、担い手育成やインターンの受け入れができていないので、政府や MOC のお力をおかりして対応していきたいと考えています。

将来の展望があれば教えてください。

業界としては廃業・統合が増えていくと思うので、その中で、若手や共感できる人たちと小さな成功を積み上げていきたいと考えています。また、これは課題も含まれますが、それに向けて横の連携を強めていきたいと考えていますが、ヒット商品が出るとす

燕物産株式会社

専務取締役

捧 開維 さん

Sasage Kai



ぐに模倣されてしまうというケースが見受けられます。情報リテラシーも残念ながら高いとは言えない状況の中で、他社がどんな商品開発をしているかが話題になってしまうこともあります。それが商品価値を下げる一因でもあります。これらに関しては、ネットワーク拡張の大きな障壁だと考えているため、MOC と協力しながら解決に向けて働きかけていきたいと考えています。

MOC に参加して大きく変わったと覚えることはどんなことですか？

これまで既製品の卸しかできていなかったのが、MOC を通した他業種との連携により『こういうもの作れますか？』という相談に応えられるようになりました。また、今までリーチできていなかった理化学・医療向けの開発依頼も来るようになったりと、様々な要因が功を奏し売上を昨年比で 1.5 倍に伸ばすことができました。

もう一つ、私は燕市の生まれなのですが、長岡市で育ちました。5 年前のコロナ禍に戻ってきたため、当時は燕三条のネットワークが全くなくて、事業に関することなどを誰にも相談できずとても苦労していました。しかし MOC のお陰もありネットワークが再構築でき、通常通り動き出すようになりました。とても感謝しています。

今後、MOC に期待することを教えてください。

設計士や 3D モデラーなどのプロトタイプ開発を支援する人材の紹介があると大変ありがたいです。また、MOC の問い合わせ窓口が一箇所に集中しているように思うので、無人化やサポート体制の強化もしていただけたらと。そして、成功・失敗を含めた案件の共有をもっとしていただけたらと思います。



Interview

株式会社 S・P・I

代表取締役

更科 伸悟 さん

Sarashina Shingo

御社の紹介をお願いします。

S・P・I は 2015 年に創業しました。父が研磨の仕事をしていたので、その工場で技術を身につけた後、独立しました。ゼロからのスタートでしたが、3 年ほどで少しずつ経営が回るようになりました。精度や道具の違いはあれ、研磨するという行為自体は昔から行われていたことですが、ステンレス、チタン、アルミ、銅など対応の幅が広いことやロットの大小も問わず、さらに現場での対応も可能なことが弊社の大きな強みだと思います。研磨の「何でも屋」と言えるかもしれません。



事業の課題があれば教えてください。

父の工場を手伝っていた時から、若手を育てる立場にいたため、営業の経験がなく方法もわからないことですかね。これまではありがたいことに地域の企業からお仕事をいただけていますが、事業拡大を考えた時に必要だと考えています。また品質についてですが、弊社は「良品 100%」を目標としていて、一つのミスが信用を失うことになります。なので目視と触感でしっかりチェックして感覚で仕上げます。時には安価な仕事に飛びついてしまいそうなこともあります。それは場合によっては品質を下げ、工賃も上がらないという悪循環の原因になる可能性があるため、十分に注意しています。

人材育成や担い手に関して、どのようにお考えですか？

目標として、1 年間で 1 人従業員を増やせるようにと考えており採用活動をしています。難しさで言えば、研磨は磨くものによっては身に付くまでに 30 年かかると言われていて奥深いものです。技術は教えることができますが、素材と向き合ってから個々の考え方とか感性が頼りになります。要は向き不向きがあると思うんです。技術継承のためにも、根気よくかつ柔軟なものの見方ができる若手を増やしていけたらと思います。

MOC に参加して大きく変わったと覚えることはどんなことですか？

簡単に言うと、色々な経験をさせてもらえるところですかね。普段は研磨に関する仕事をメインにしているわけですが、MOC から紹介いただく仕事の中には、完成イメージをいただいて、『これ作って』というものもある。その場合、図面から書いていかなければならないし、弊社でできない工程もたくさんあるので、それぞれの工場と連携してやっていく必要がでてくる。今まではいただく仕事を遂行する流れでしたが、依頼する側の仕事も担うことになります。専門の研磨の部分でも、素材がチタンの複雑な形状のものであれば技術と経験が試されます。仕事とともに売り上げも増え、ネットワークも広がり応用技術も養われ、とても助かっています。

将来の展望があれば教えてください。

一つは、事業を拡大させていきたいです。今は小さな工場ですが、広い工場を建てて、新しい分野へのチャレンジもしていきたいと考えています。それから、担い手不足解決のためにも『研磨の可能性は無限大。組み合わせ次第で何でもできる面白さがある』という研磨の魅力を広く伝えていきたいです。



Interview

熊倉シャーリング有限会社

代表取締役

熊倉 正人 さん

Kumakura Masato



御社の紹介をお願いしますでしょうか。

熊倉シャーリングは 1970 年に祖父が立ち上げました。当時の燕市は洋食器で知られていましたが、スプーンやフォーク以外の金属加工も盛んになり始めており、材料の上流工程である「シャーリング」＝鋼材切断の分野に需要があると考え起業したそうです。その後、シャーリング以外の金属加工のニーズが高まったため、父が修行に出たり書籍などから学び、シャーリングから完成までできる形になりました。現在は鋼材切断よりも部品加工が主力で、建築部品、農機具部品、精密機器部品など、非常に多岐にわたります。

地域の課題だと感じていることを教えてください。

金属加工業においては、平均的に賃金が安く、若者が定着しないのが大きな課題です。仕事をまわすために安い仕事を引き受け、それが原因で賃金が上げられず、若い人が去っていくという悪循環があります。また、若者の人口が限られている中で、就業先として都市の大企業が選ばれる傾向にあります。燕三条の人口は確かに減少していますし企業の数も減ってはいますが、実際には、工業出荷額は微増していて産業として衰退しているとは言えません。しっかりと正しい情報を発信していくことも重要だと思います。

ドッツアンドラインズさんとのコラボレーションについて教えてください。

BtoC の実現や分野を超えた連携をさせていただいています。商品開発では、0.3mm のチタン製チケットを制作し、手でちぎれる仕組みで紙と同様の扱いができる製品として話題になりました。また、大阪・関西万博で展示されている、燕三条の 9 つの企業が共同で開発したチタンと木材を素材としたブランク材（廃棄物）が出ない椅子のプロジェクトに参加させていただくなど貴重な経験をさせていただいています。



BtoC の取り組みによって生じた変化はありますか？

認知度が向上し、思いもよらぬ問い合わせが来るようになりました。価格の妥当性や価値の再認識も進み、取引先との価格交渉にも活かしています。また、新しい発想を求めて女性社員だけの商品開発会議を設けることもあります。日々の部品加工は用途が見えづらくモチベーションが上がりにくいのですが、SNS で自社の製品が外に出ていると感じられることで意識が変わってきていると感じます。

MOC に参加して大きく変わったと感じることはどんなことですか？

「こうばの窓口」を通じて他社を紹介できるようになり、成約率が大きく向上しました。それまでは、問い合わせがあっても対応できないこともありましたが、本当は、地域で連携できれば対応できるはずだと考えていました。当社のように知識や加工能力はあっても、受けられるキャパがないだけというケースも多い。一本化された窓口ができたことが素晴らしいことだと思います。また、MOC 経由で JR 東日本グループさんからお仕事をいただくこともあり、Eki Lab ものづくり AWARD のトロフィーや、JR 帯織駅で降車の際にチケットを入れる集札箱なども制作させていただきました。

MOC に期待していることを教えてください。

デザイナーや設計者を紹介してもらったり、ブランド構築のノウハウを学んだりする場があるとありがたいです。従業員向けのセミナーやワークショップがあると、中小企業でも無理なく継続できると思います。



株式会社長谷弘工業

専務取締役

長谷川 貴一 さん

Hasegawa Takahito

株式会社長谷弘工業

取締役社長

長谷川 安衛 さん

Hasegawa Yasuei

Interview

御社の紹介をお願いします。

長谷弘工業は 1950 年に先代が創業しました。私で二代目になります。戦後すぐに、父が鍛冶業としてげんのう（金槌）の製造から始めました。新しいものを作るのが好きな人で、物干し竿や火バサミ、鉄アレイなどいろいろな商品を私も一緒にやって挑戦しました。バックロードホーンのスピーカーを始めたのは私の代からです。私も父の影響からか発明が好きで「日本発明学校」に通っていて、その校長先生や周りの人たちから意見を集めたりしてアイデアを醸成させました。現在のラインナップとしてはスピーカーが主力ですが、DIY 用のホビー工具、害鳥・害獣向けの動物忌避商品など様々な商品を展開しています。

事業の課題があれば教えてください。

経営の観点ではオーディオをどのように宣伝・販売していくか。製造ラインでは「塗装」が大きな課題です。一品モノをきれいに仕上げられるところが少なく、いろいろ探して、現在は加茂市の家具塗装職人に依頼しています。些細な違いで音に影響が出てしまいますので、穴あけ・曲面加工なども一部外注するなど品質確保を徹底しています。

MOCに参加して大きく変わったと感じることはどんなことですか？

最初はさほど期待しておらず、東京の仕事が取ればいいなというような受け身で捉えていました。しかし実際には、東京駅行われた催事「JRE Local Hub 燕三条 in Tokyo Station」の参加や、JR 東日本グループとの取引、そして大阪・関西万博の出展など、こ



れまでの延長線では実現できなかったことが続いています。具体的には、JR 東日本グループが保管していた廃材を使った「パンタグラフ型テーブル」や、燕三条の 9 つの企業が共同で開発したチタンと木材を融合した折り紙的構造の「万博展示用の椅子」などです。そのほか、MOC のネットワークと支援で販路が広がりましたし、それらの活動の影響もあり、当社のスピーカーがふるさと納税の返礼品に採択され、注文が増えました。都心部からの注文が多く、小型の 5 万円前後のスピーカーが人気です。

MOCからの案件を対応することで従業員の変化は感じますか？

現在、従業員は役員を除くと 2 名ですが、MOC 関連の新製品や組立作業は楽しんで取り組んでいるようです。弊社のような下請け的なポジションでは、部品単位の納品が多く、最終製品がどうなるか分からないことが多いです。しかし、MOC を通してご紹介いただく案件では、「これが自分たちの手掛けた製品だ」と実感でき、社員にとっても誇りや達成感を得られる経験になっていると思います。こうした「見える仕事」がもっと増えると、地域全体のモチベーションにもつながると思います。

今後、MOCに期待することを教えてください。

参加企業同士の交流がもう少しあればよいと思います。懇親会というよりは、技術の共有や協働商品開発の機会があると面白いのではと。たとえばディレクションが入って異なる技術を持った 5 社程度でプロジェクトを立ち上げられれば、新しい商品の開発ができるのではないかと思います。



Collaboration

ドッツアンドライNZと JR 東日本グループ、燕三条広域の企業とで連携し、未来の暮らしを見据えたコンセプトで「未来の椅子」をデザイン・製作し、2025 年日本国際博覧会(大阪・関西万博)へ貸与しました。今回インタビューさせていただいた企業含め、プロジェクトに参加した 7 つの企業から感想をいただきました。



株式会社 S・P・I

『研磨工程を担当させていただきました。特に難しかったのは、溶接箇所の美観と形状を整える作業です。表面を削ることで初めて見えてくる溶接のわずかな穴や不具合を見極め、強度を損なわないように仕上げるには高度な技術が求められます。一つひとつの工程に神経を尖らせながら磨き上げていく中で、自分の技術が万博という世界的な舞台に繋がっていることを実感し、大きな誇りを感じています』

合同会社 NK 溶接

『今回、椅子のフレーム部分の溶接を担当させていただきました。チタンという素材は非常に繊細で、溶接後にしっかりとガス当て続けなければ酸化してしまうため、細心の注意が必要でした。また、歪みを最小限に抑えるために全て点付けで仕上げるなど、精度と美しさの両立を目指して製作に臨みました。チタン溶接には高度な技術が求められますが、この挑戦を通じて、燕三条のものづくりの底力を世界に伝えられる機会をいただけたことに、心から感謝しています』

株式会社ドッツアンドライNZ

『本プロジェクトでは、ディレクションを担当させていただきました。世界中の人々に燕三条という地域のものづくりの魅力を知っていただくきっかけをつくるべく、今の時代に求められている価値を見極め、コンセプトに落とし込みました。また、参加企業の選定にあたっては、それぞれの企業が持つ技術を最大限に発揮できる構成を重視しました。実際に現地の会場で製品が使用されている姿を目にしたとき、燕三条のものづくりが確かに世界へ届いていると実感でき、非常に嬉しく思いました』



有限会社長谷弘工業所

『今回の製作では、金属と木材という異なる素材を接合するうえで、接着面のわずかな凹凸を調整し、隙間を極限まで減らすことに非常に苦労しました。また、接着剤の選定には強度と耐久性のバランスが求められ、素材ごとの相性を見極めながら慎重に作業を進めました。さらに、本プロジェクトでは廃材を活用したため、ひとつひとつ形状や質感に個体差があり、その特性を活かしながらも美しく仕上げる工夫が必要でした。こうした挑戦を通して、素材を大切にする燕三条のものづくりの姿勢を表現できたことを誇りに思います』

熊倉シャーリング有限会社

『弊社は椅子のフレームを担当しましたが、1枚の板から歩留まりを100パーセントに近づけるために何十回もの試作を重ねました。世にないものを作り上げる情熱とそれを形にするための中小企業同士のつながりがある燕三条地域だからこそその作品になり貴重な機会をいただくことができました』

東日本旅客鉄道株式会社 新潟支社 新潟建築設備技術センター

『JR 燕三条駅の駅舎改修工事の仮設材として使用した杉板を椅子の座面として提供いたしました。仮設材として役目を終えた杉板は焼却処分する予定でしたが、「天然の杉板を捨てるのはもったいない」という気持ちから、社内メンバーで「Re 材クル(りざいくる)」というチームを立ち上げ杉板の利活用を検討し、ドッツアンドライNZのご協力のもと、実現に至りました。長年の改修工事を縁の下で支えてきた工事用資材が、大阪・関西万博という晴れ舞台で新たな役目を得て生まれ変わることができ、大変光栄に感じております』

エポキシデザイン

『今回、コンセプト立案とデザインを担当しました。廃材を一切出さず、使用するすべての素材に意味を持たせるというテーマのもと、工程として成立させることには多くの困難がありました。ひとつの無駄も許されない設計を実現するために、何度も打ち合わせと試作を重ね、ようやく形にすることができました。こうした挑戦が可能となったのは、地域企業が持つ確かな技術力と柔軟な連携体制のおかげであり、改めて燕三条のものづくりの力に感謝しています』

「地域で働く人々が、その家族が安心して暮らしていけるまちに」



未来ビジョンと主要アクション

① 働き続けられる産業基盤の再構築

課題：小規模事業者が多く、技術・ノウハウの点在が生産効率を阻害

アクション：MOC〈ものづくりコンシェルジュ〉の機能を拡充し「競争から共創」への転換を加速、会員企業同士の OEM / ODM マッチングを常時可視化し業務量の平準化と就業者確保を実現

② 笑顔と挑戦が循環する職場づくり

課題：賃金水準とやりがいのギャップが離職要因に

アクション：ジョブローテーションとリスクリング研修を導入し単純作業から創造的業務へシフト社員と家族が参加できるファミリーデイや地域イベントを定例化しエンゲージメントを向上

③ 家族が安心して暮らせるまちづくり

課題：生活インフラ・教育機会の不足が転入のハードル

アクション：行政・金融機関と連携した移住支援パッケージを強化、町ぐるみで子育てを支える共助コミュニティを再構築

④ 「100 円を 1 万人に」から「1 万円を 100 人に」へ

課題：価格競争と原価低減要求が利益率を圧迫

アクション：高付加価値モデル（素材、意匠、体験ストーリー）を共同開発し顧客の“言外の期待”を先回りして言語化、Crafted by Tsubame-Sanjo 認証でブランド価値を統一管理

⑤ 海外展開の加速

課題：国内市場縮小とグローバル販路の未整備

アクション：国際見本市（NY・ミラノ・深セン）への定期出展とポップアップ運営、北米・EU にサテライトショールームを設置し現地バイヤーとの B2B マッチングを常態化

⑥ 会員企業との共創による新商品開発

課題：既製品依存と技術 PR 不足で利益が希薄化

アクション：分野横断チーム（刃物 × 家具、金属加工 × フードテック 等）を組成し年間 3 本のコラボ製品をローンチ共同特許取得とロイヤリティ分配で Win Win モデルを確立

⑦ 産業観光・体験ビジネスの拡大（オープンファクトリー）

課題：地域外からの認知不足と観光消費の取り込み不足

アクション：オープンファクトリー・工場見学・ワークショップをパッケージ化した体験ツアーを年間 50 本実施、JR 東日本グループと連携し燕三条駅発着の産業観光ルートを造成、体験型 EC（オンラインライブ工場見学＋当日製作商品の即売）を開発し遠隔地からも収益化

⑧ JR 東日本グループとの協業拡張

課題：流通・観光導線の最適化と情報発信力の不足

アクション：JRE Local Hub 燕三条を拠点に製品展示・遠隔ワークショップ・流通実証を実施、駅ナカ販路を全国主要駅へ展開し工場直送 EC と連動



IMPACT BOOK

2025 年 7 月 発行

【発行者】

株式会社ドッツアンドラインズ
東日本旅客鉄道株式会社新潟支社
JR 東日本スタートアップ株式会社

【制 作】

インパクトサークル株式会社

【制作協力】

新潟県三条市

【問い合わせ先】

info@jrestartup.co.jp
info@dotsandlines.co.jp

本誌掲載のテキスト、画像の無断転載を禁じます。

© JR 東日本スタートアップ株式会社、
インパクトサークル株式会社