

【日 時】令和8年7月17日（金）午後2時半から午後4時

【場 所】地方独立行政法人鳥取県産業技術センター 大会議室（鳥取施設）

【内 容】

（1）産業技術センターから令和7年度事業実績及び第5期中期目標期間見込実績について説明

（2）質疑応答　〔○：委員発言、■：センター発言〕

○職員の方々が苦勞した成果が見えたし、重点プロジェクトやセミナーなど企業に関心をもたれていることは見えた。数値だけで見てはいけないと思うが、去年に比べて、例えば、企業訪問数は少なくなっているとか、何か努力するところがあるのであればB（評価）にするとか、共同研究数も目標は達成しているが目標通りなのでBにするとか、一方、オーダーメイド型のところはDXPOTの活用が進んでいたり、インパクトや周りからも注目されたことは高い評価にするとか、そうされたほうがとても良いのかなと思う。

○職員65人で多くの仕事をするのは大変だと思うが、センターのDX化について、技術相談などで得たデータをうまく蓄積し、業務の効率化や経費削減などうまくやっていけると、企業への対応も少ない人数で必要な情報や手法を与え、最終的には現場に入ってオーダーメイド型支援につながるなどする。そういったところが、次への動きとして見えるとよい。

○食品の場合は2、3年かけて実際のサンプルを作っているというのがよく分かった。かなり苦勞されて試作品を作られていると思うので、インプットとして人・予算をどのくらいかけて、どのくらいこれから売り上げになるというアウトプットはちゃんと見せた方がよい。

○総じては見える化していて、成果が見えていて良いかと思う。

■去年はB、A混ざっていたが、今年の実績は、全項目、計画を上回って順調に実施したと判断して自己評価はAとした。

■企業訪問については、初年度は企業の実態を調査するということで、くまなく県内企業を回ろうということで、KPIの設定値を高くして活動した。令和6、7年度については、調査よりも成果創出や実装の方に向けた動きに力を入れるということで、KPIを設定した。1年目よりも2、3年目の訪問実績が下がるのは想定通りであった。

■共同研究については、当センターの業務が研究だけではなく技術相談対応とか機器利用対応など多岐にわたるので、研究のウエイトをコントロールしたところである。

■KPIは、第5期から各項目の数値目標というよりも、活動全体の指標ということで、例えば企業訪問をやると、技術相談が増えるだけでなく、そこから課題を抽出して研究テーマに持って行って、企業に技術移転することにも繋がるので、各項目の数値目標というよりも、活動を促進するための目安という形で現在扱っている。そういう意図であるが、去年より企業訪問件数が減っているのは仰る通り。

■センターで活動したデータは、現在、サイボウズ社のキントーンで共有を行っていて、職員が活動する度にそれぞれが活動内容を入力して全部時系列でわかるような形で共有している。内容を分析して、DX化を図っていかなければと思う。ただ、毎月幹部会をしており、ある程度は手作業も入っているが、整理をして活動を共有し、今後どうしようかという流れはやっている。

■食品は結構苦勞していて、我々は、開発はするが商品化をするのではないので、企業に本気になってもらわないといけない。市場でこういう声があって、こうやったらパイヤーも売れるよという声を取り入れ、それを開発に取り入れて、企業と話しながらやりましょうということをやってきて、2、3年かかっている。

る。今年、第5期の最終年度なので、是非とも今年度中には商品化に持っていこうということで紹介させていただいた。

○技術移転というのは、一覧を見るとかなり基準が違う気もするが、どこまで何をやったら技術移転と呼んでいるのか。

○KGIはこれでよかったのかと思うところもある。特に相談対応は、それが多いからどんなゴールが掲げられているのかというのがああると思う。もともとこの目標は、もっと高いところ、県内企業の技術力向上や高収益化とか産業発展に繋がるというところで、本当はそれがゴールであるべきだと思う。次期はちょっと考えていただきたい。今期においても、技術移転件数がゴールというのは変えられないが、どの程度、例えば企業の高収益化に繋がっているとか、そこまでの評価がある程度できたらいいなと思う。そこが見えにくかった。

○全般的に、例えば、企業の高付加価値化を実現するために、いろんなセミナーをされたり何かをやりましたというのがあるが、その結果、どういう成果が得られたのかがあまり見えない。例えば、見込み実績報告書のオーダーメイド型育成事業の経営者向けアンケート結果のところで、「人材育成の満足度」は上がっているが、「技術力向上や生産向上等への活用度」が75%から58%と下がってきている。ここが下がってしまうとあんまり意味がないのではないかなと思うので、これをどう対応するのか、どうして下がったのかという分析も欲しい。

■セミナーの成果については、セミナーをやりましたら、それだけで終わるのではなく、参加いただいた企業を訪問させていただいて、どういう課題があってこのセミナーに参加したのかということと対面で聞き取りしながら、じゃあ、実際にこういう課題があるということで、次の課題解決に向けての支援につなげています。

■オーダーメイドのアンケートで、成果の活用度が令和7年度下がったというところについては、回答数が少なかったのも、数字が大きく振れてしまったところはあるが、私どもとしても、この点をきちっと分析して満足度、活用度が高くなるように、今後努力して参りたいと思う。

■相談対応が見えにくいということについては、本当にたくさんの技術相談があるので、センターとしては、幅広くやらないといけないという面もある。すべてゴールに向かうように努力していますが、なかなか一つ一つ掴みにくいところもある。

■技術移転の基準については、企業にとって利益に繋がったか、プラスに繋がったかということを尊重して決めている。それが製品になったという場合もあるし、人材育成によってその人が価値を生み出していくという場合もある。色々なケースがあるので、1件1件判断しながら、成果として認められるかということとを役員の方でも協議して決めている。

○少なくとも企業から何かの成果があったと、自分たちで認識しているということか。

■はい、そうです。

○センターが鳥取県の技術革新の中核として頑張っているというのはよく分かりました。その中で、今、皆さんが言われていることは、何をもってOKと判断するのかということだと思う。数をもってOKとするのが実際一番わかりやすいが、各企業どのくらい実績や収益が上がったというのが、特に製造業においてはなかなか見えにくいところだと考える。

○当社の事例で、自動車関係の仕事が減少したときに、センターにお世話になってインコネルを削らせていただいた。当時インコネルは難削材ということで、形状が出来たというところから宇宙産業に飛び込むこ

とができた。それによって会社のチャージも上がっている。各経営者がどこまで開示するかだが、アンケートだと適当に出してしまうので、訪問されて、ちゃんとヒアリングをされるとよい。私みたいな言葉が出てくると職員のモチベーションが上がると思うので考えていただけたらと思う。

○万博の時から、フードテックの関心が高くなってきている。ここ数年、センターではいろいろなものを出しているが、それを市中で見られるかということではないし、お土産屋にもあまりない。ブランディングっぽいことをやっているなという感じはわかるし、令和8年度にその実践をしますとなっているものの、センターが頑張ったということが伝わるようなやり方を、どうやっているか興味を持っている。例えば、ラベルを貼るとか、番組を作ってそれを売り場のところに流してもらうとか、いろんなやり方あると思う。技術のブランディングなので、そこはもうちょっと踏み込んだ動きがあればいいと思う。フードショーに出たりというのはその一つと思うが、今、実行中のことや、これまでこんなことをしたなど一般市民に対する工夫はあるか。

■今言われたところが一番難しく、我々も色々やってみているところ。食べ物だけではないが、地元のケーブルテレビがセンターの技術紹介を1か月くらい録画で流してくれていて、ネットではずっと見れるようになっている。あとは、企業と一緒に開発したものができると、鳥取だけにはなるが、知事表敬を企業と一緒にいき、センターも一緒に開発しましたよということで取り上げてもらい、一般の人にはそういうことでセンターも貢献していることを見てもらっている。ラベルとかチラシにセンターの協力とか共同開発とか開発とか書いていただいたりもしている。全国放送の番組で産業技術センターの新食品の開発を紹介してくれたとかはあるが、なかなか広報やアピール発信は難しいと感じている。新食品プロジェクトはそれをやろうといういろいろやってみた試み。

○とても期待して待っている。特に機能表示ができるような食品になるかもみたいなところがあるので、そこそ産業技術センターが関わったから可視化できましたとか、そういう目印でもいいので、もっと推進できるんじゃないかなという気がする。

○大量生産をしていて朝から晩までこればかりやっているという作業については即ロボット化できるが、中小企業の場合は、1人で様々な作業をするので、なかなかロボットが入れにくい。似たようなことで、国の補助金で省力化補助金のカタログタイプの自動搬送機は色々なものがでてきているが、このようなものが走り回れるような綺麗な床じゃないと思いながら諦める企業も多いのではないかなと思う。

○テキーラボールについて、特許として売られたとあったが、すぐ結果が出るものではないと思うので、根はセンターだという風に、ずっとフォローされたらよい。今は当たり前になっているけど実は根はセンター、というものをAIだったら調べられるのではないかな。それが一番、宣伝になると思うし、皆さんを引きつけると思う。

■ロボット化にしても、たしかに様々な現場がある。例えば、現場では水を使うので使えないなどいろんなケースがある。個別のケースに応じて、研究員がどうしたら安価で、その難問をクリアできるのかを見ながら、実装できる方法を今後も考えていきたいと思っている。

■それからAIの変化というのも大きいけど、今、機械素材研究所の方でエグゼクティブアドバイザーに産総研の方にもお世話になっているので、製造AXという部分についても、しっかりと学んでいき色々なケースで対応できるように取り組んで参りたい。

■テキーラボールについては、知財図鑑から注目されて取り上げていただいていた。開発にものすごく年月がかかる。包帯巻き機も何千万にもなる商品になるという話をしたが、元は何年も前に開発した技術であ

る。研究開発がすぐできたからすぐ売れる、そういう話ではない。きちんとそういう芽もつくっていききたいし、それを実装して、企業に儲けてもらう努力も、今後も続けて参りたい。

○中期見込実績報告書の「業務進捗管理及び業務の効率化・合理化の推進」のところで、令和6年度の経営者へのアンケートの中で、職員の「技術の提案力」と「幅広い知見」について、多く改善要望があったとある。これに応えるために職員研修を実施したと書かれてあるが、実施して、結果どうなったとかということは最終の報告書には貰いたいと思う。非常に重要な指摘だと思うので、これに応じて職員研修されているのは非常にすばらしいのですが、どういう成果があったということが言えたら一番よい。何かのために何かするということをされているのですが、した後で、結局どうなったのかっていうことがあまり見えない。それに気をつけて最終報告を仕上げていただきたい。

■改善要望という表現は少し適切でなかったかもしれないと思う。技術の提案力、幅広い知見を期待されているという風に私どもは受けとめている。そういう期待されてくれる部分について研修を行いました。ただ、これは例えば1回外部講師によって研修を受けたから、すぐに何か画期的に変わるということではないので、そこで我々はそういうことが必要だということを更に認識して、実際の現場でやってみながら、さらに提案力向上に繋げていきたい。第5期ではかなり職員も意識して提案していると私は思っているが、更にこれは推進していかなければならないと思っている。

- ・質疑応答後、産業技術センターが退室。
- ・事務局から評価方法、評価スケジュール等について案内

(以上)