

COG2025 応募内容確認書

ID	20-13-2
自治体名	新潟県三条市
自治体提示地域課題	三条のものづくり企業の後継者不足解消
チーム名	チーム燕三条 TEAM Tsubame Sanjo
アイデア名	チーム燕三条
チーム属性	学生：学生（※）だけで構成されたチーム
チームメンバー数	4
代表者	大澤 多由
メンバー（公開）	大澤 多由, 坂上 翔子, 須戸 悠奈, 向井 心香

【確認事項】

- < 応募のPDFファイル名と送付先 > 確認しました。
- < 応募内容の公開 > 確認しました。
- < 知的所有権・肖像権 > 確認しました。問題ありません。

包丁工房タダフサ HP



チーム名 : 『**チーム燕三条 TEAM Tsubame Sanjo**』

アイデア名 : 『**チーム燕三条**』

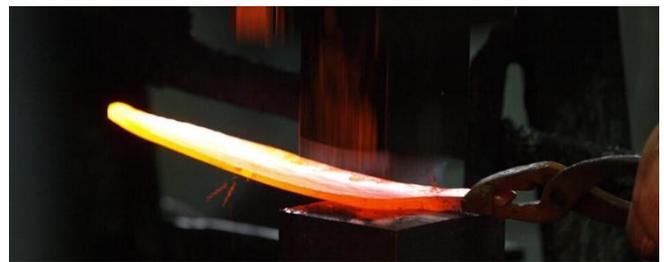
一奨学包丁で刃物業界を制する野望を胸に一

自治体名 : 『**新潟県三条市**』

一愛するふるさと鍛冶の伝統私たちのまち一

地域課題 : 『**三条のものづくり企業の後継者不足解消**』

新潟県三条市は金属加工業を中心とした「ものづくりのまち」で、隣の燕市とともに「燕三条」と呼ばれており、国内外で高い評価をいただいています。オープンファクトリーイベント 燕三条 工場（こうば）の祭典では、普段は一般公開されていない工場を一斉開放し、職人技を間近で見たり、燕三条のものづくりの神髄を感じたりできます。華々しいイベントの一方で、市内に5000近くある企業はほとんどが中小企業で、さらには小規模な企業がほとんどです。中には後継者がおらず、企業もあり、技術の継承が急がれます。また少子高齢化の影響で、人口も年々減少している中、三条市外の方にもものづくりの魅力を知ってもらうことが後継者候補を見つけるために重要と考えています。以上からさらなる三条市のものづくりの魅力発信と、後継者不足解消が課題です。



私たちの活動



第1回三条みらい人材会議参加



三条市内工場見学



三条鍛冶道場にて打合せ



Open Gate Niigata にてプレゼン



包丁工房タダサ HP



燕三条鍛冶の職人不足を解決する

愛するふるさと刃物のまち『燕三条』

愛するふるさと、燕三条の鍛冶の伝統を守り、たくさんの人に知ってほしい！遠い未来まで継承させたい！そんな思いで生み出したのが、「チーム燕三条」。燕三条の特産であり世界に誇る技術力を持つ鍛冶。しかし近年、深刻な職人不足に悩まされている。鍛冶は熟練の職人の技術によって受け継がれてきた大切な伝統だ。鍛冶職人がいなくなることは、燕三条鍛冶の伝統が途絶えることを意味する。愛するふるさとの危機をどうにかしたい！これが、私たちの気持ち！

過酷な鍛冶職人のイメージと現実

「労働環境が過酷そう」「給料が低そう」「上下関係が厳しそう」「3K（臭い・汚い・危険）」私たちが思っていた鍛冶職人のイメージ。しかし、これは古いイメージがアップデートされていないだけだ。工場見学を通して実感した。仲良さそうな職人とデザイナーの方々。皆で和気あいあい楽しそうに説明していただいた。冷房が効いた快適な環境や、暑さ寒さ対策グッズを会社から支給されるなど快適な仕事環境。さらには、バーベキューの日までであると聞いた。工場の中では加熱・冷却、研削、洗浄、などの工程は機械化されている。機械には実現でき得ない繊細なプレス（型抜き）、刃付け、柄磨き、組み立てなど工程を行う職人の方々。ただの金属板のかたちが変化していく！洗練された技術によって抜群の切れ味の包丁となる。私たちはなにより、包丁一本一本に向き合う職人さんたちのこの上なく真剣な姿やその眼差しに強く感銘を受けた。精悍な熟練の職人さん。私たちと話していた時の優しそうな姿。仲良く和気あいあい楽しそうな姿。鋭いまなざしと手の動きの真剣で厳しい姿。厳しくて優しい姿を見て「理想の職場」だと感じた。

職人不足解消のために必要なこと

燕三条の鍛冶の現場で職人不足が深刻化するその背景には「労働環境が過酷そう」「賃金が低そう」「上下関係が厳しそう」という先入観が広く浸透し、実際の魅力が十分に伝わっていない状況がある。しかし近年、多くの工場で労働衛生の改善や機械化によって作業効率を上げ労働者負担の減少を目指すなど、私たちが今まで抱えてきたイメージと変わりつつある。このように、外から見えない「魅力が可視化されていない」ことこそが、人材不足を生む根本的な問題であると考えられる。そう思った私たちは、職人不足の解消のためには「魅力的な鍛冶職人のリアルを広く伝える」ことが必要だと考えた。

燕三条の工場《コウバ》の見える化=鍛冶職人のリアルを伝える

皆の専門性が集結した魅力的な地域とそこに集う組織。さらにはそこで働く人々。この現状を皆知ったら、モノづくり好きにはたまらない！職人を目指したくなるはずだ！それがこの企画の狙い！

若手職人プロモーション企画「チーム燕三条」

燕三条の若手鍛冶職人が、選抜された調理学生とタッグを組んでその調理人の卵に向けて専用包丁をつくり上げる。職人たちが調理人の卵と共に「なやみ」「つくり」「ためし」「なやむ」...究極の一本をつくるモノガタリ。若手職人にとっては挑戦であり修行であり成長の場。このモノガタリが、燕三条で職人になるということを可視化する。

STEP1:「チーム燕三条」HP の開設

輝く若手職人が主役の HP を作り、職人たちのリアルを伝え魅力を可視化。ものづくり好きの若者へ刺さるコンテンツを発信することで、職人への関心が高まる。HP の内容は、例えば職人たちの真剣な眼差しと、休憩中の和やかな笑顔。快適・ハイテクな労働環境、和気あいあいとした人間関係、洗練された技術により金属板が美しい包丁に変わっている様子。親近感が湧き、職人たちの生活をよく知ることができるような若手職人へのインタビュー。職人の1日ドキュメンタリー。職人たちの熱い思い...職人に対する古いイメージを改め、職人へのさらなる憧れと親しみを感じさせる。職人不足解消への第一歩として大きな役割を果たす。

STEP2:奨学金ならぬ奨学包丁の提供

伸び盛りの燕三条の若手職人たちと、選抜された優秀な調理学生がタッグを組み、その調理学生専用の「マイ包丁」を共創する。若手職人たちにとっては自分の企画で最高の製品をつくり上げ技術向上を図る機会であり、調理学生にとっては命の次に大切な自分だけの包丁を手に入れる機会となる。いつもは裏方として、表に出ることのない若手職人が脚光を浴びることで、輝く鍛冶職人の姿や鍛冶職人の魅力を広く伝えることができる。若手職人にとって技術向上の場であり、発表の場が、調理学生にとっては生涯の相棒を得る場となる。さらに、この取り組みを続けることが職人としてのアピールポイントになるだけでなく、産地そのものをアピールする場になる。さらに、包丁づくりにチャレンジする課程をホームページ「チーム燕三条」にアップ。若手鍛冶職人と調理人の卵が知恵を出し合い最高の一品をつくろうとするドラマをストーリー仕立てで紹介する。100%現実のリアリティショー、包丁づくりにチャレンジする「チーム燕三条」のモノガタリが「奨学包丁ストーリー」だ。

STEP3:「チーム燕三条」が刃物業界を制する

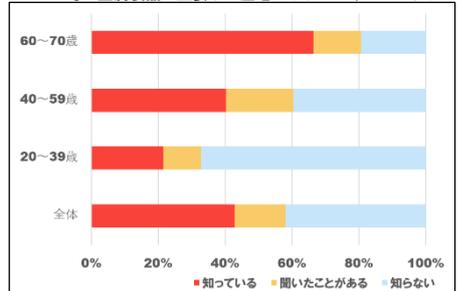
「チーム燕三条」を継続し、県内の調理学生から範囲を広げ、全国の調理学生に広げていく。を全国の調理専門学校に広めることで、料理人の中に燕三条ファンがジワジワと増えていく。そこが、この企画のポイントでもある。10年20年後には若手職人がベテランになり、調理人の卵が料理人として円熟する。一緒に包丁をつくった思い出が人間関係をつくり、産地との関係をつくる。全国の優秀な調理人が燕三条の職人と人間関係を持つファンとなるわけだ。そのように考えると、この企画は鍛冶職人のリアルを伝えると同時に、産地のブランド力向上の効果は計り知れない。この効果の期待度はアスリートとスポーツメーカーの関係性に近いものと言える。スポーツメーカーと共同開発したシューズによるアスリートの功績はスポーツメーカーのイメージや知名度向上にも関係する。この共創関係をつくるのが、スポーツメーカーの広報戦略であり人材確保の手段でもあるのだ。これが、燕三条の包丁で考えた場合、料理人と鍛冶職人の関係になるわけである。

燕三条鍛冶の知名度向上の施策

20～39 歳 21.6%の知名度「燕三条産地」

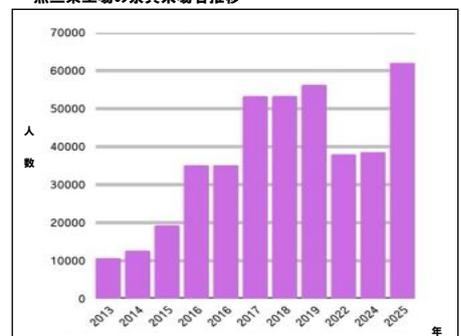
平成 27 年(2015 年)首都圏消費者の「新潟ブランド」としての認知度調査(左グラフ)では、新潟県(燕三条地区)の金属製品産地としての知名度は 42.8%、20～39 歳では 21.6%であった。伝統的な技術で昔から続いているもので皆が知っていると思っていた私たちにとって驚愕だった。特に 20 代 30 代の認知度が低く、若手職人不足が深刻になるのは当然と感じた。全国にもっと知られれば魅力ももっと伝わり、職人を志す人も多くなる。そのため知られるための努力が欠かせない。

あなたは、新潟県が金属洋食器や包丁、ハサミ、ステンレス製ピアタ
ンブラー等の金属製品の主要な生産地であることを知っていますか



平成 27 年(2015 年)第 5 回県民アンケート調査報告書(新潟県) 首都圏 20 歳～70 歳までに対する調査

燕三条工場の祭典来場者推移



KYOTO CRAFTS MAGAZINE「燕三条工場の祭典」前編

知名度を上げる取組み

2013 年から始まった「工場(こうば)の祭典」燕三条地域の工場を一斉に開放し訪れた人が見学やモノづくりを体感できるイベント。2013 年には 10,708 人だったものが 2016 年に 35,000 人、2025 年は 62,060 人の規模になっている。燕三条産地を知らせる試み、職人たちを知らせる試み。三条市・燕市と商工会議所青年部のメンバーを中心に頑張っている。

Column コラム【工場の祭典の思い出】

三条高校ダンス部の私は工場の祭典に招かれダンスを披露した。それは作業着ランウェイと呼ばれるイベント。私たちが踊った後、職人さんが自分の作った商品をもってランウェイを歩いてくる。職人さんたちの格好良い姿に皆が見入る。200 人以上の観客がいる中、職人さんたちの素敵さにみんなほれほれ...

その他、燕三条モノづくりメッセなどのイベントや、工場を一般公開していつでもだれでも工場見学できるようにするオープンファクトリー、ものづくりに特化した三条市立大学の開校など様々な取り組みが行われている。注目はされてきてはいるが職人不足の現状は、まだまだ解決されているわけではない。

知名度向上のための取組みのヒント

前記のように、燕三条地域では、職人の魅力を広める取り組みが行われ、職人への注目は集まっているものの、職人不足の解消にはまだ至っていない。では、どのようにすれば職人不足を解消し、人材を確保できるのだろうか。ここでは、人材確保に成功した事例を紹介する。

先進事例『スポーツメーカーとアスリート』『自動車メーカーとカーレーサー』

成功事例として「カーレーサーに対する自動車メーカーメカニック」「アスリートに対するスポーツメーカー企画室」などの関係がある。この共創関係をつくるのが自動車メーカーやバイクメーカー・スポーツメーカーの広報戦略でありブランド戦略であり、人材確保の手法でもある。彼らが大事にするのが、アスリートやレーサーと企業が共に、最高のパフォーマンスを発揮できる、特別なレーシングカーやスニーカーなどの「モノ」創りあげる。共に価値を生み出す「共創」の姿勢である。

刃物産業(燕三条の地場産業)と料理人の関係

このような共創関係を刃物産業(燕三条の地場産業)で考えると、料理人と鍛冶職人の関係がそれにあたる。例えば、日本料理の世界では、包丁は単なる調理器具ではなく、料理人の魂が宿る「相棒」として大切に扱われている。数々の有名料理人の話などから、包丁は料理人にとって単なる道具ではなく、人生を共に歩む「生涯の相棒」であることが分かる。

『チーム燕三条』という選択肢

カーレーサーに対するメカニック、アスリートに対するスポーツメーカー企画室の共創関係。刃物の世界でそれを考えたときの料理人(包丁人)と包丁職人との関係となる。しかし、その関係はカーレーサーやアスリートのそれに比べ希薄である。料理人にはお気に入りの包丁はあるが、刃物産業とのつながりは深くない。有名な料理人が包丁を監修することがあるが共創とは言い難い。さて、必要なことは包丁職人と料理人が共に成長する環境だ。若手職人と料理人の卵などの修行人としての同等な関係をつくるため調理学生と若手刃物職人とチームを組む。最高の包丁を目指し皆で切磋琢磨する。若手刃物職人の挑戦を後押しする仕組みができれば...若手職人の技術向上を図ると共に、モノづくり好き Z 世代の憧れとして、燕三条の若手職人がロールモデルとなる。将来、調理学生は将来一流の調理人となり、燕三条刃物の大ファンとして、燕三条を推すインフルエンサーとして活躍してくれる。三方よしという訳だ。

Z世代の価値観と職人の融和性

Z世代の職業に関する価値観

Z世代の職業に対する価値観には、急速に変化する現代社会において、特に注目すべき点がいくつかある。Z世代は、不安定・不確実・複雑・曖昧な VUCA 環境に対応するため自己成長や個性を尊重する教育を重視し、仕事に自己実現の意義を求めている。また、個人主導よりもフラットで共創的な組織を支持し、役割に縛られない協力が成果と効率を高めると考えている。

注目したい傾向	考察
仕事をするうえで重視すること <ul style="list-style-type: none">・ トップ2は「成長」と「貢献」	自己の成長・個性を生かす意識の高まり <ul style="list-style-type: none">・ VUCA環境による先々への不安、個性を尊重する教育の広まりが重なり、自己の成長や個性への意識の高まりにつながっている。ただ結果を出すより、仕事の意味や価値実感がモチベーションやパフォーマンスにつながる鍵になっている
働きたい職場 <ul style="list-style-type: none">・ トップは「お互いに助けあう」。「アットホーム」が過去最低・ 「活気があって鍛えあふ職場」から「個性を尊重しながら助けあふ職場」へ(10年変化)	協働はフラットな共創型へ <ul style="list-style-type: none">・ 自己への意識は高まっているが、協働の意識が低く抑えていない。権限によるリーダーシップから、役割によらず全員が参加し助けあふ共創型のチームワークやリーダーシップを志向している
上司に期待すること <ul style="list-style-type: none">・ トップ2は「相手の意見や考え方に耳を傾ける」「一人ひとりに対して丁寧に指導する」・ 「情熱を持って厳しく引っ張る上司」から「よいことをほめながら丁寧に指導する上司」へ(10年変化)	新入社員の変化は組織アップデートの機会になる <ul style="list-style-type: none">・ VUCA環境の中で、企業は学習型組織に転換し、新価値創造力を高める必要性が高まっている。上記の新入社員の变化は、この方向にマシしたものが多く、新入社員の育成を組織アップデートにつなげていくことがお互いにプラスになっている

調査レポート考察より引用

燕三条刃物の職人とモノづくり好きZ世代をつなぐ

この価値観は、燕三条刃物の職人たちが長年培ってきた文化と深く共鳴している。燕三条の工場では、職人一人ひとりが技を磨きながら互いに助け合い、個の熟練と集団の成果が共存している。若者が自己実現と協働の双方を実感できる環境といえるだろう。燕三条の工場にこそ、ものづくり好きの若者が求める理想がある。問題点はそれが見えないこと。どのように成長して一人前の職人になれるのかが見えない。(キャリアパスの不透明性) 求人を見つけにくさ。(求人ではその工場で何が習得できるのかが見えない) 収入がブラックボックス(安定した収入があるかどうかが見えない) etc.これら不透明な部分の「見える化」が職人不足解消に役に立つ。このことを世間に知らしめることができれば三条で職人希望者の拡大につながるのだ。「見える化」に必要なことは共感。ターゲット(モノづくり好き若者)が共感を持つ仕組みが大切。個性を尊重し確実な成長が見込める環境「自己の成長や個性が認められる」、全員が助け合う「共創型のチームワーク」若者たちが就職で望むことの「見える化」が共感を生む。さらに、自分たちに近い存在がそこにいたらロールモデルとなり共感が確固たるものになる。

2026年までのスケジュール

2026年4月から協力工場や調理専門学校との連携体制を整える。7月に『チーム燕三条』公式HPを公開し、若手職人の姿や企画趣旨を発信。夏以降は奨学包丁企画の具体化を進め、9月に調理学生の募集を開始、10月に参加学生を決定し試作を開始する。職人と学生が協働して包丁制作を行い、その過程を段階的に発信。年度末に包丁を完成させ、共創の成果を示し、次年度以降の企画の発展につなげる。

『チーム燕三条』実施体制と必要資源

実施体制《わたし達三高生はなんでも係やります！》

「三条市」と「三条高校チーム燕三条」が「チーム燕三条」の結成を目標に「燕三条産地刃物メーカー」「調理専門学校」へプレゼンテーション及び営業活動。四者で構成された「チーム燕三条」を結成する。わたし達高校生は企画が実現のするためのなんでも係。特にZ世代目線からHPのコンテンツ作成を行う。「三条市」「刃物メーカー」「三条高校」からなる委員会を設立、運営全般を担う。若手職人は包丁の設計・試作・改良を担当し、技術的判断。調理専門学生は専門的な使用テストとフィードバックを担当。

様々な資源とその活用

ヒト資源: チーム燕三条「協力工場」「若手包丁職人」「調理専門学校」「調理学生」「三条市役所」「三条高校」の有志たち。打合せ・見学会交流会を通して関係性を深めていくことで、チームとなる

モノ資源: 共創に必要な工場設備、調理室、包丁の原材料など。三条市内の工場や市施設などで調達可能であり、企画説明をしたときの工場など好感触から考えると調達は難しくないと思われる

知的資源: 鍛冶職人の知識や経験、調理学生の調理スキル、改善に必要な使用テストデータなど。当然若手職人や調理学生のスキル、さらにはそれ以上に周りの職人や調理の先生の資源が期待できる

環境資源: 私たちのプロジェクトに賛同し包丁の共創が可能な包丁工場と調理専門学校が必要となる。これには企画の完成度は当然のこと、それ以上に私たちの熱意が必要...チョーガンバル気持ち

これらの資源はすでに燕三条地域内に存在し、追加の投資を必要としない点が強みである。また活動資金について、私たちは高校生という立場ゆえに資金がない。そのため「若手鍛冶職人の教育の場」「自社PRの場」として活用する企業からの資金が必要。私たちが企業へのプレゼンを頑張る気持ちしかない。

今後の課題と私たちの想い

本企画を通し私たちは燕三条の職人不足の本質は仕事の厳しさではなく、働く人の成長や誇り、やりがいの価値が社会に共有されていない点にあると感じた。だからこそ価値を創出するのではなく、存在する魅力を関係性で可視化し、継承する仕組みが重要と考えた。現在「チーム燕三条」プロジェクトが「Open Gate Niigata (ビジネスアイデアコンテスト)」でスポンサー賞を受賞、「三条みらい人材会議」では多くの方々から肯定的な意見やアドバイスを得た。私たちは探求として、調査を通して燕三条の鍛冶の職人不足の深刻さを知った。「工場の祭典」など多くのメディアに取り上げられるほどのイベントを行い職人の認知度は上昇した。しかしまだまだ、産地としての認知度の低さや職人不足の深刻な状況は続いている。だからこそ、そんな私たちの想いが詰まった「チーム燕三条」の実現に向けて準備を進め、愛するふるさと 鍛冶のまち燕三条の伝統を遠い未来まで継承し、さらなる発展を目指し活動を続けていきたい。

そして、燕三条地域がいつまでも輝いていて欲しい