

令和 7 ・ 8 年度 東大阪市中心企業振興会議

第 6 回 モノづくり部会議事要旨

日時	令和 7 年 8 月 27 日（水） 10：00～12：00
場所	クリエイション・コア東大阪南館 3 階 研修室 C
出席者	モノづくり部会委員（7 名出席） 芦塚部会長、本多副部会長、阪上委員、繁原委員、榛木委員、廣田委員、柳山委員 事務局 モノづくり支援室 辻尾室長、浦塘室次長、辻総括主幹、志水主査、大月係員
案件	1. 新たなモノづくり支援施策の柱の構築に向けた提言書（案）について 2. モノづくり部会の今後のスケジュールについて
議事要旨	～開会～ 【事務局】 1) 確認事項 ①過半数の出席により、東大阪市中心企業振興会議規則第 5 条第 2 項に基づき会議が成立していること ②配布資料 2) 委員・事務局紹介 1. 新たなモノづくり支援施策の柱の構築に向けた提言書（案）について 【委員】 「次第 1 新たなモノづくり支援施策の柱の構築に向けた提言書（案）について」事務局より説明願います。 【事務局】 （資料 1～3 に基づき説明） 【委員】 提言書にも度々記載があるように、「人手不足」は深刻な問題である。その対策として考えられる取組みとして、資料に「外国人材の活用（JETRO 等）」との記載があるが、これはどのような内容の事業なのか。 【事務局】 これは、日本貿易振興機構（ジェトロ）が実施している「高度外国人材推進ポータル」のことを指している。専門のコーディネーターが、採用戦略から育成定着まで一貫して支援する伴走型支援や外国人材の採用等に関する講習会、交流会、合同企業説明会などのメニューがあり、市内企業も活用している事業である。

【委員】

東大阪市は現在「転入超過」の状態であり、その要因として、外国人の転入が顕著であることが挙げられる。雇用する中小企業にとって、外国人を採用する際に、言語の壁や住環境の準備等が負担となっている。首都圏に人材が流れている中、モノづくりのまちとして外国人も住みやすい環境を整える必要があると考える。

【委員】

労働雇用政策室が就活ファクトリー事業において、外国人採用に関するセミナーを開催している。また、大阪府においても中小企業のための人材採用コンシェルジュ事業を実施しており、部内で連携しながら、他の支援機関の施策情報も発信していく。

【委員】

企業は、採用の次の段階として「いかに定着させるか」という問題を抱えている。1社では人数も少なく、国籍も異なっているが、他社の外国人同士が交流できればネットワークが生まれるのではないかと。東大阪市内で開催されている大運動会やコーポレートゲームズに各社からの参加があれば、オリンピックのようになり、面白いのではないかと考えている。

【委員】

提言案のなかで地元の採用を進めるという切り口が薄いと感じた。2024年に株式会社ジンジブが実施した「おしごとフェア」でのアンケートでは、高卒で就職する学生の就きたい職業ランキングにおいて、製造業が1位という結果であった。工科高校の卒業生については、ほとんどが大手企業に就職をしてしまうので、地元の普通科の高校生でモノづくりに関心がある人を採用できれば良いと考える。小・中学生や工科高校以外の高校生がモノづくりに関心を持ってもらえる機会を設けることが重要である。

【事務局】

先日、東大阪市中鴻池行政サービスセンターにおいて、東大阪ブランドの会員企業がモノづくりのワークショップを開催したところ、大変好評だった。モノづくり企業と子どもたちが触れ合える機会はまだまだ少ない状況であり、同様のイベントを促進できればと感じている。

【委員】

東大阪商工会議所では20年以上にわたり若年者就労支援事業を実施している。昨今、参加者が少なくなってきた状況なので、普通科の高校生にも参加してもらえればと思う。

【委員】

各支援機関や団体がバラバラにやっている活動を点から面として繋げていくことが必要ではないか。

【委員】

自身が小学生の時は、授業で工場見学の機会があったが、最近では、危険と言う保護者もあり、少なくなっている。その点については、安全対策をした上で、保護者にも理解を促し、モノづ

くりのまち東大阪として、積極的に実施して欲しい。子どもたちが、モノづくりに対して、キラキラ感やワクワク感を見出せる土壌づくりができれば、モノづくりのまちとして立て直せるのではないかな。

【委員】

企業側としても身分が分からない人を工場に入れるわけにはいかず、企業と教育現場の双方で距離が開いてしまっているのではないかな。

【委員】

昔は空調がなかったため工場がフルオープンで、外から中の様子がよく分かったが、今の工場は閉め切っており、中の様子が分からなくなっている。オープンファクトリーのような取り組みから、例えば学校のインターンシップなどにうまく繋がれば良い。

【委員】

施策情報の発信については第1回の部会から課題として挙がっている。単なる内容の発信ではなく、エピソードベースで、企業の事例などを紹介しないとなかなか伝わらないのではないかなと感じる。経営者の話はよくあるが、従業員発のエピソードを行政から発信できると良いと考える。

大学の授業で中小企業に就職した卒業生に話を聞いたところ、就職先を選んだ理由として「従業員同士の顔が見える規模の企業の方が自身に合っているから」というエピソードを聞き、学生が関心を示していた。彼らが今後、新卒では首都圏の大企業に就職したとしても、地元に戻ってくるタイミングで地域の中小企業に興味を持つことも考えられる。地元が好きで働いているなど人情味を感じる発信ができると良い。

【事務局】

現状はなかなかベストな発信は出来ておらず、他部局との連携も決して出来ているとは言えない状況である。市のホームページを検索しても知りたい施策になかなか辿り着かないこともあり、伝え方がいかに大事ということを痛感している。

【委員】

大学において、大阪産業局の施策を活用し、創業した人の演劇を行ったことがある。施策を活用した人のエピソードを問題点も含めてストーリーとして発信できれば興味を持ってもらえるきっかけになるのではないかな。

【委員】

足元の人材不足に関しては、近年は転職ブームも背景にあるのか、鼻が高い子が多いと感じている。半日で辞めていくケースもあり、労働者側のモラルの崩壊を感じる。最近の若い世代の子は次の就職が決まりやすいせいか踏ん張りがきかない印象。最初は困難に直面しても継続することで面白味も見えてくるのだが、なかなかそれが伝わらない。

【委員】

そういった子たちを受け入れる土壌があるのが皆さんのような中小企業の経営者たちではないでしょうか。経営者はある意味で教師ような役割を果たしていると言える。上から押さえつける昔のやり方ではなく、雇用側の柔軟な対応が求められている。

【委員】

今の若者は、とにかくコンプライアンス、ハラスメント、ジェンダーへの意識が高い。市内企業向けに、現代の学生の感覚を勉強する機会があっても良いかもしれない。

【委員】

その意見も理解できるが、学生に迎合しすぎるのも良くない考える。

【委員】

経営者個人としての考えを変える必要はないが、相手がどのような意識や感覚を持っているのかを知ることは大事ではないか。

【委員】

製造業の多くは安全に対する意識がかなり高く、実際は安全な職場が多い。しかしながら、まだまだ「製造業＝荒くれ者」というイメージがあり、敬遠される傾向がある。自社については、女性が働く環境としても何の問題もない。文系の女性も安心して働くことができるというイメージを持ってもらいたいし、東大阪市内でそういった会社が多数あるということを知ってもらいたい。時間管理や意欲の高さ、集中力の高さなどから女性は製造業に向いていると感じている。

【委員】

今の委員の意見は、過去の部会にて意見があった「町工場のまち」から「技術力が高い工場が集積するまち」へのイメージ転換という都市ブランディングの話にもつながる内容である。これらの意見について、どのように事業の柱や施策内容に反映していくのか検討する必要がある。

【委員】

4つ目の柱である「地域産業の未来を担う人材育成」に当てはまるのではないか。

【委員】

自社以外の社員とディスカッションする機会があっても良いかもしれない。

【委員】

阪南大学のある教授が、学生が経営者を評価する授業を実施している。評価点が8割を超えないと良い就職先として推薦されず、当社も1度基準を満たさなかったことがある。学生は好き放題言うてくるので、腹は立つが企業にとっては良い機会だと感じている。

【委員】

若者の生の声を聞く機会はなかなか無いので、良い取り組みである。

【委員】

企業が若者の本音を聞く機会として、可能性を感じる話である。

【委員】

提言書案の資料について、しっかりとまとめられており議論に参加してきた我々は理解できるが、初めて見た人がどこまで理解出来るのか疑問が残る。一般市民の方がすぐに理解できるキャッチーコピーなど工夫できないか。

【委員】

学生に課題として与えてみるのもひとつの手法である。今の学生はキャッチーに魅せることを得意としている。

【委員】

市が実施する施策体系について、ファーストターゲットは市内企業であり、市民であることから、出来るだけ分かりやすくする必要があるだろう。

【委員】

委員の皆様の会社の社員様で意見を出してもらうのはどうか。

【事務局】

市民の方に分かりやすく伝えるため、各事業柱を歯車で表わし、それらが噛み合い、相乗効果を生み出すようなイメージ図案を作成している。また、各柱に紐づく施策については、企業のどのような力を伸ばすために実施するものなのかを「●●の力」と表現している。例えば、「企業間ネットワークの構築・強化」は「つながる力」「支え合う力」。「多様化する市場に向けた販路開拓・拡大支援」は「市場のニーズを捉える力」「魅せる力」など。

【委員】

見出し部分をひらがなで分かりやすく表記するなど柔軟に対応してほしい。

【事務局】

委員の意見を踏まえ、表現を工夫するなど検討する。

2. モノづくり部会の今後のスケジュールについて

【委員】

「次第2 モノづくり部会の今後のスケジュールについて」事務局より説明願います。

【事務局】

(資料に基づき説明)

次回は10月頃の開催を予定。

【委員】

以上をもって、本日の議事を終了します。

【事務局】

長時間にわたりご議論頂きありがとうございました。

～閉会～