

議事録 (令和7年度第2回東大阪市住工共生まちづくり審議会・質疑応答)

日時・場所・ 令和8年2月2日(月)13:00~14:30・クリエイターズプラザ 研修室
出席者 【敬称略】 ●:委員8名 ○:辻尾室長、浦塘室次長、辻総括主幹、大坊係員

要
旨

◆ はじめに

◆ 【議題1】施策等の実施状況にかかる意見募集の結果について
(事務局) 議題について説明
(会長) 今回2件の意見があったとのことだが、この2件はどの媒体から意見があったのか。
(事務局) 意見①は東大阪商工会議所で発行される商工月報、意見②はホームページを通して意見をいただいた。
(会長) 市のホームページを閲覧してもなかなか目当てのページにたどり着けない状態である。いい施策を実施して成果が出ていても、その入口までたどり着けない。企業からすると見つけづらいことがネックになっているのではないかと思う。何とか、東大阪市のホームページが作りやすくなるかと危惧しているが、可能性はあるものか。
(事務局) 市の共通のフォーマットは設けられており、自由な製作はできないが、目的のページにたどり着きやすいように再構築している最中である。例えば、SEO対策としてPDF掲載していたものを、なるべく直接文字入力することで、インターネット検索からたどり着けるようにするなど。市としても課題に感じている部分であり、しっかりと情報発信して届けていきたいと考えているため、今しばらく改善に時間をいただきたい。
(委員) 行政の情報発信は正確性が重要であり、民間とは違う部分があると思う。コーディネーターによる訪問件数を増やし直接お伝えされていることは事業者にとって有効である。しかし、広く一般市民にはInstagram等のSNSでの情報発信が一般化しているため、積極的に用いることも検討されてはいかがか。
(事務局) SNSでの発信にあたっては情報発信できる量が限られているため、市のホームページに繋ぎ正確な情報を得ることがベースになると考えている。例えば、産業に関する情報が欲しい方宛てに、LINEでセグメント配信を行うことも可能なため、活用しながら、ベースであるホームページにたどり着きやすくなるよう整えてまいりたい。
(委員) SNSに登録していないと情報を受け取れないことは大きなハードルである。市から情報が入ってくるような体制ができればよいと思う。
(事務局) 現在、中小企業だよりは6,800人の登録があるが、開封率が10%程度という課題がある。まずはデータベースであるホームページを整え、SNS等を活用したいと考えているため、少々時間をいただきたい。
(委員) 「せっかくここまでやっていらっしゃるのに」と思う。
中小企業団体で色々なイベントをする中で、いつの間にか参加者が増えた経験が一つある。2019年に制定された「中小企業の日」に合わせて行政と中小企業でイベントを行った。はじめは153社の参加者であったところ、去年は820社ほどの参加があった。これは大阪府・市のホームページに掲載された情報を参加者が切り取り、自ら自社のホームページに掲載されたことがきっかけである。若い人はXやInstagramなど文字数が少ないものに惹かれる傾向があるため、市のホームページを引用してもらえよう、もう少し文字数を少なくビジュアルを活用してもよいと思う。
(事務局) 広く知っていただくためには今の時代に合った周知方法も非常に重要だと考えている。情報収集しながら、若者の間でも広がっていくような手法も取り入れられるよう研究していきたい。
(委員) 現場が一番発信力を持っている。典型例として飲食店の店舗である。気に入られれば次々と情報は発信されて人気広がっていく。さらには新たに店を始めようという人が生まれ産業創造につながる。常に行政が情報発信しなければならないという考え方にとらわれず、やっていることを見える化すべき。

(事務局) 一般の人にも広く知ってもらえるように、既存の事業者とも連携しながら市民に情報を届けるという手法を、商業課とも連携しながら検討してまいりたい。

(委員) 事業者立場として市のホームページを確認したが見つけづらく、支援施策ガイドを開けば支援内容が分かるような状況であった。一方で AI に聞けば市の住工共生の取組について非常にわかりやすく教えてくれたため、どこかにきっちりと記載することが重要だと思う。

(委員) 市のホームページが見づらいという課題は、商工会議所としても同様に感じており、市の考えもよく分かる。活字以外も用いて、見やすく、興味を持っていただけるように改善しなければならないと改めて思った。

(委員) 2点質問がある。1点目にアンケートの募集期間は1か月間で実施されていることが気になった。もう少し募集期間が長い方が意見の回答にもつながるのではないかと。2点目に募集の方法について、若者としての意見だが、行政の情報発信は堅苦しく感じることもある。一例として、広島の学校の校長が自ら TikTok で発信することで学校の雰囲気が変わり、応募人数が増えた事例がある。例えば、行政が TikTok を使い情報発信することで、市民に柔らかく感じてもらい、意見を書きやすくなることにも繋がるかもしれない。

(事務局) ご指摘のとおり、まだまだ周知が足りないと考えている。意見が集まるように募集期間も長くするなど、改善していきたい。また、柔らかく受け入れてもらえるような発信方法として、市のマスコットキャラクターのトライくんを活用することも一つの手法だと考えているため、皆さんに親しみを持ってもらえる手法を検討していきたい。

(桑野) 都市魅力産業スポーツ部であるため、そういう方法も考えていかなければならないと思う。

◆ 【議題2】本年度の住工共生まちづくり事業にかかる取組みについて

(事務局) 【トピック1】 高井田地域の課題解決に向けた取組みについて説明

(事務局) 【トピック2】 オープンファクトリー「こーばへ行こう!」について説明

(委員) 最近、こーばへ行こう!のチラシを多方面で見かけるし、耳にすることも増えた。イベント開催時に市の PR やアンケートを実施するのもよいと思う。また、SNSでの発信については、昨今、特殊詐欺も多くなっているため、そのあたりは慎重に広めていっていただきたい。

(事務局) 地域住民が多く集まるイベントにおいても、住工共生にかかる施策のPRと意見を集められるような機会を設けていきたい。こーばへ行こう!実行委員会とも調整を図っていきたいと考えている。

(委員) こーばへ行こう!はどのような経緯で始まったのか。

(事務局) 2019年にラグビーワールドカップが花園ラグビー場で開催されることが決まった。多くの外国人も来訪されるため、工場集積という地域特色を活かして市の魅力を知ってもらいたく、近畿大学と連携の上、どのようなことができるのか検討した。そのなかで、多くの人を工場に迎え入れ交流できるという発起人の考えに市としても賛同したことがきっかけである。

(委員) 現場の発信力が起点になって市がサポートされている。このようにリーダーシップを発揮される人の力をうまく引き出し、市がサポートするというのは良いあり方である。

(委員) こーばへ行こう!に関することを二つ申し上げたい。まず一つ目に、実際に参加企業とのやり取りの中で、自分の仕事を見て一般の住民に「すごいね」と言ってもらえることは、すごいことだということに再認識させられたと聞いた。また、万博の際、中小機構の担当者からは、ねじの産地である燕三条は、過疎対策等のまちづくりの一環として、町一丸となりのオープンファクトリーを実施しているため、東大阪市とは目的が違うが、1万人や2万人ではなく、5万人弱の来場者が来場していると聞いた。しかし、東大阪も都市魅力産業スポーツ部として、市政を運営されているため、全国に周知するポテンシャルが十分にあると思っている。全国でやっていることなので、イニシアチブをとり、東大阪が主導でネットワークを組むことも十分に通用すると思う。二つ目として、市内小学校で教師をしている弟の話だが、工作に触れたことをきっかけに、将来、工場で働きたいという子供も実際にいると聞いた。中小企業・工場の魅力を伝えようと四苦八苦しているなか、こんなところにポテンシャルが芽吹くのであれば、

社会の起爆剤にもなり得るのではないかと考えている。職人になりたい子供たちの道を創ってあげることを東大阪市が発信すれば世の中が変わるのではないか。

(会長)こーばへ行こう!は工場で働く人が誇りを持てる、働き手になる人を生み出すような取組であると思う。時間をかけてじっくり育ててもらいたいと思うが、事務局としてはどう考えているか。

(事務局)市としても、将来のモノづくりを担う人材を生み出す可能性が非常に高い取組であると考えているため、実行委員会と連携し、一人でも多くモノづくりに興味を持ってもらえる人を生み出せるように取り組みを進めてまいりたい。

(委員)住工共生のまちづくり条例の制定時、市長からは「工場で働く人が希望を持てる、雇用の維持にも繋がることをやっていきたい」という話が合った。大事なのは働いている従業員が誇りを持てることである。こーばへ行こう!の取組を記録として残すことが大事だと思っている。

(事務局)こーばへ行こう!は多方面に効果が及ぶ取組であると認識している。毎年、燕三条を意識しながらも、改善に取り組んでいるが、燕三条は町全体で食器を消費者に売るとい町をあげての観光である。一方、最終製品を持たない企業が多い東大阪で参加者を5万人まで一足飛びに増やすことは簡単ではないが、日々、来場者を増やすために改善を進めているところである。こーばへ行こうの記録としては、参加者の意見を集約するとともに、プロモーション動画を製作し、市役所のエレベーター前でも放映している。こういったことが、従業員のモチベーションや雇用創出につながっていると実感している。

◆ 【議題3】モノづくり推進地域の指定解除について

(事務局)議題について説明

【会長】

以上をもって、本日の議事を終了する。長時間にわたりありがとうございました。