

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

ものづくり企業と工業系の学生を繋ぐインターンシップ「もりクルート事業」

2 地域再生計画の作成主体の名称

大阪府守口市

3 地域再生計画の区域

大阪府守口市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

【今まで本市が将来像を実現するために実施してきたこと】

●ものづくり企業を総合的に支援するため、平成 28 年度から平成 31 年度にかけて実施した、中小企業総合支援事業において、ものづくり企業を対象にニーズ調査を行ったが、そこで出た課題は、人材不足が大半だった。そのため、人材不足の解消を目的に、門真市、ハローワーク門真及び守口門真商工会議所と連携し、合同企業就職説明会面接会事業を創設し、継続している。

また、同事業において、市内ものづくり企業の販路開拓を目的に、本市が誇る高い技術力を有する、ものづくり企業を掲載した冊子、「極の守」を作成し、それを発信することで、市内外へものづくり企業の PR を実施してきた。

【これまでの取組で足りなかったこと】

●令和 3 年度において、市内ものづくり企業を対象に、企業の課題等を聴取し、それらを踏まえ施策を展開することを目的に、ものづくり企業ニーズ調査を実施している。これまでの調査結果では、課題を聴取できた企業のうち、「人材の獲得等を課題」として捉えている企業が、全体の 43.1%であり、平成 28 年度の調査に引き続き、慢性的な人材不足の現状を伺うことができる。具体的に求める人材としては、即戦力となる工業系の学生を求めるニーズが最も高かつ

た。

●平成 28 年度のニーズ調査に基づき実施している合同企業就職説明会面接会事業は、学歴や年齢等の制限を設けずに募集を行っており、これまでの事業実績から分析すると、応募はあるものの、比較的年齢層が高い求職者が集まる傾向にある。したがって、若者人材を求める企業にとっては、実際のニーズに即した課題解決には繋がっていない。

また、ものづくり企業のPRのために作成した極の守についても、その業界ならではの言い回しや専門用語を使用しており、まだ実際に働いていない若者が、手に取って、興味を持つ冊子であるとは、言い難い現状にあり、学生に直接的な働きかけが出来ていない。

【現在実施中の事業と今後の展開】

●企業訪問等

令和 3 年度から、市内企業 68 社に訪問ヒアリング等を実施し、その結果を基に、トップも含めた市内戦略会議を実施し、市の工業のあり方や今後の課題について分析。今後も継続的に会議を重ね、実態に即した支援を行う。

●市内企業との連携

令和 3 年度から、市内の企業訪問をきっかけとして、ものづくり企業と顔の見える関係を作り、安定的な意見交換を行うことで、市の事業や施策の情報共有を密に行い、協力が得られる関係性を構築し、連携を図っている。また、本市の製造業者は 928 事業所あるため、今後も訪問を重ね、企業と若手人材とのマッチングに寄与するような相乗効果を図る。

●工業系高校との連携

令和 3 年度から、近接する大阪府立の工業系高校との連携を図るため、進路担当職員との面談を行い、施策に対する意見を定期的に聴取している。今後も、学生の数だけニーズがあるので、様々な意見を継続的に聴いていく。また、高校生の市内企業への就職希望者のニーズを把握するために、関係性を構築することで、具体的な情報提供をいただけるようにする。

●専門家との連携

東大阪市にある、クリエーションコア（ものづくりにおける総合支援施設）

を視察し、創業支援や事業継承、技術の継承について、専門家から意見を聴取する予定。施策展開のため、連携を図る。

【市内ものづくり企業から聴取した人材不足となる原因】

●人材不足の原因として、中小企業は、大企業に比べ、知名度や情報発信力が低く、届けたい人材に届けたい情報を正しく伝えることができていない。また、募集があったとしても、年齢層が高く、将来を担い即戦力となる人材を求めている企業にとっては、本質的な課題の解決には繋がっていない現状がある。

●大企業に比べ、資金力に乏しい中小企業は、採用に高額なコストをかけられないため、若者人材が多く利用するような大手人材紹介会社を利用するのではなく、ハローワークを利用することが多い。その結果、年齢層が高く、実務の未経験な求職者が集まる傾向にあるが、ものづくり企業が求めている若手人材は、工業系高校を卒業した新卒者等である。

●高校生就職において、学校と企業の関係性は非常に重要であり、企業は自社をPRするため、足繁く学校に通い、学校との関係性を築く必要がある。また、工業系高校が現在実施しているインターンシップについても、以前から関係性が築けている企業との間で実施されており、これまで関わることはなかった企業が新たに名乗り出たとしても、参加は難しい。

【工業系高校の進路担当職員から聴取した人材不足となる原因】

●工業系高校生の本市ものづくり企業への就職希望数及び就職人数の実数は不明であるが、訪問した工業系高校の進路担当職員によると、地元志向の学生も多数存在するとのことだった。しかし、学生に企業情報が伝わっていないことや、親の意見等により、業務内容にかかわらずほとんどが大企業への就職を優先する状況にある。

●工業系高校生についても、アルバイト等の就業経験が無く、働くことのイメージが出来ないまま就職している学生も多い。そういった状況で就職後に企業の就労環境になじめないことや業務内容の理解不足等によって、ミスマッチが生じ、離職しているケースがあり、全国的にも新規学卒者（高卒）の3年以内の離職率は、約4割であり、本市でも同じ状況である。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

●背景

本市は、全域が市街化された大阪市に隣接する都市であり、早くから大手家電メーカーの企業城下町として発展してきた。住宅と工場が共存する地域も多くある中、多数の製造業の事業所が集積しており、業種別事業所数割合は、15.1%（大阪府 10.9% 全国 8.5%）を製造業が占め、業種別従業者数割合は16.3%（大阪府 13.8% 全国 15.6%）を占めるなど、製造業は、本市の基幹産業の一つである。しかし、近年、工場の海外移転や工場跡地の宅地化に加え、経営者の高齢化と事業承継する担い手の不足等から、事業所数は減少傾向にあり、平成 21 年から平成 28 年にかけて、製造業の事業所は、316 事業所減少している。

また、高校生の就職については、教師からの推薦で就職することが前提となっているため、毎年、約 200 名が市役所の近隣ににある工業系高校の工科を卒業するものの、高校との繋がりを持っていない市内工業系企業は就職先の候補にも上がっていない現状がある。

●将来像

本市は、第 2 期守口市まち・ひと・しごと創生総合戦略において、人口減少に歯止めをかけるため、「子育てファミリー世帯の守口定住を促す」ことを基本目標の一つに掲げ、「暮らしと仕事とのバランスが取りやすい環境の提供」や「若い世代のライフデザインを描くことの支援」に取り組むこととしている。

本事業により、ものづくり企業への定期的な人材の流入を促し、後継者の確保や技術承継を促進することで、ものづくり企業が社会状況の変化による課題に対応しながら、持続可能な形で事業を継続できる環境を確立する。特に、生産年齢人口の増加に寄与する若手人材が、本市のものづくり企業に対して関心を持つとともに、ものづくり企業の事業内容や職場環境についての理解を深めることで、実際に就職活動を行う際、本市のものづくり企業が、第一志望となることを目指す。

その結果、ものづくり企業に就職した若手人材が本市に定住し、その後、子育て世帯として本市で働き、暮らし続けることで、地域産業の発展のみならず、

地域社会全体の持続的発展、すなわち守口創生の実現を目指す。

【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2022 年度増加分 1 年目	2023 年度増加分 2 年目
もりクルート事業の実施効果による市内ものづくり企業への就職者数(人)	0	0	1
もりクルート事業の参加者のうち、参加企業へ就職を希望する人数の割合(%)	0	50	5
もりクルート事業の参加者のうち、事業に満足と回答した人数の割合(%)	0	70	5
もりクルート事業の参加学生数(人)	0	10	5

2024 年度増加分 3 年目	K P I 増加分 の累計
3	4
5	60
5	80
5	20

5 地域再生を図るために行う事業

5－1 全体の概要

5－2 の③及び5－3 のとおり。

5－2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

- 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

ものづくり企業と工業系の学生を繋ぐインターンシップ「もりクルート事業」

③ 事業の内容

ものづくり企業と工業系の学生を繋ぐインターンシップ「もりクルート事業」】

現状、慢性的な人材不足が生じている中で、持続可能な産業基盤を確立するには、将来を担い、技術を後世まで伝える若者人材の力が必須である。そのため、若者人材が本市のものづくり企業を知り、就職意向が高まる契機となる機会の創出が重要である。そのため、市内ものづくり企業が数日間、工業系の学生を対象に、就業体験を提供し、実際の業務や働く体験を通して、業務内容やものづくり企業への理解を深めることを目的とするインターンシップ事業を実施する。このインターンシップ事業を核の事業とし、ものづくり企業の認知度向上を総合的に支援するため、以下の事業を行う。

①インターンシップ「もりクルート事業」

市内ものづくり企業が、工業系の学生を対象として、夏休み期間における数日間、就業体験を提供する。

市は、商工会議所等と連携の上、市内企業に対する幅広い周知と、参加企業の登録を行う。併せて、本市内及び近隣市に所在する工業系の高校数校に働きかけを行い、参加学生を募集するとともに、その受付を担い、両者のマッチングを行う。

事業実施の際には、市の魅力チラシの配布などを行い、若手人材の市への定住にも繋がる発信を併せて実施する。

②企業訪問バスツアー

工業系の学生が、市内ものづくり企業を実際に巡ることで、求人票やリーフレット等だけではわからない、現場での気づきの獲得を目指す。また、職場座談会も合わせて行うことで、実際に働いている人々の声を聴き、そ

の企業で、自分が働くことを想像する後押しを行う。

③ものづくり企業紹介リーフレット作成事業

工業系学生の本市ものづくり企業への理解の促進や認知度向上を図り、インターンシップ先を選ぶ際の基準となるように、ものづくり企業の魅力を発信するリーフレットを作成する。

④SNS等のデジタルツールによる情報発信事業

ものづくり企業の普段の職場の様子やプチ自慢等が見える化するため、学生の利用率が高い SNS を活用し、情報発信を行う。そのアカウントは、本事業に参加するものづくり企業が共同で運用し、市の広報紙や SNS、③に QR コードを掲載し、広く情報発信に努める。

⑤工業活性化支援補助金の補助メニューを新たに創設

現在本市では、工業基盤の安定及び強化並びに工業活性化を目的に実施する事業に係る経費の一部を補助するため、ものづくり企業を対象に、工業活性化支援補助金事業を実施している。今回の「もりクルート」事業の実施にあたり、若者人材を呼び込む呼び水とするため、本補助金の補助メニューを拡充する。具体的には、女子トイレや更衣室の新設等の職場環境改善事業や、外部講師による新人研修や人材のスキルアップを図る研修等の人材育成支援事業を実施する場合に補助金を交付する。ハード・ソフト両面から、若者人材が働きたくなるような環境整備を促し、それを若者人材に PR することで、「もりクルート事業」との相乗効果を狙う。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

若者人材と繋がりを持てていないものづくり企業が、インターンシップの実施により、若者との接し方や若者が何に興味を持っているか等を学ぶことで、ものづくり企業の採用ノウハウが向上し、今後も自立的な採用活動の実施が推進される。

【官民協働】

市内金融機関や守口門真商工会議所等と連携し、地域の人材不足企業に対して、もりクルート事業の案内を機動的に実施することで、ものづくり企業の雇用問題解決に地域として取り組む。また、市内ものづくり

企業の団体である極の守の会を設立し、連携を図ることで、より地域の実態に応じたもりクルート事業を実施する。

【地域間連携】

もりクルート事業の周知について、大阪府や本市の友好都市等、隣接市である門真市などに対して、協力を仰ぎ連携することで、近隣都市から他府県まで広域に本事業を発信する。また、関係する地方公共団体に対して、事業効果などの情報を提供することにより、就労促進や事業承継、定住促進の施策を考察の際の参考になるよう連携を図る。

【政策間連携】

もりクルート事業の趣旨である若者人材が、本市ものづくり企業へ就職し、その後の定住を考える契機となるように、地方創生総合戦略の基本理念である「子どもといきいき暮らせるまち」を目標とした市の魅力を高める政策と連携することより、若者世代転入・定住の流れを創出し、本市の人口減少に歯止めをかけ持続可能なものづくり企業の発展に寄与する。

【デジタル社会の形成への寄与】

ものづくり企業の魅力を学生にわかりやすく届けるため、学生の利用率が高い SNS を活用し、情報発信する。その SNS を定期的に更新することで、企業の社風やどのような人が働いているか等が見える化し、学生が安心してもりクルート事業に参加できる機運を醸成する。また、アカウントは、もりクルート事業に参加する企業で共同運用する。そのアカウントを市の SNS や広報誌等で発信することで、広域的な学生に周知するとともに、地域住民に対して、住工共生への理解の促進を図る。

現状、若者人材が集まっていないものづくり企業が、SNS 等のデジタルツールを活用し、学生が興味を持つよう試行錯誤する過程で、ものづくり企業のデジタルリテラシーの向上が期待できるため。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2 の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 8 月

【検証方法】

守口市まち・ひと・しごと創生委員会において、事業内容や KPI、事業費等を提示し、効果検証を行う。

【外部組織の参画者】

学識経験者、民間企業、守口門真商工会議所、株式会社りそな銀行、株式会社日本政策金融公庫、枚方信用金庫、市民、門真公共職業安定所長、株式会社エフエムもりぐち、守口郵便局長

【検証結果の公表の方法】

市ホームページで会議資料及び議事録として公表。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第 5 条第 4 項第 1 号イに関する事業【A3007】
総事業費 19,545 千円

⑧ 事業実施期間

2022 年 4 月 1 日から 2025 年 3 月 31 日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5－3 その他の事業

5－3－1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5－3－2 支援措置によらない独自の取組

該当なし。

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2025 年 3 月 31 日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7－1 目標の達成状況に係る評価の手法

5－2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7－2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4－2に掲げる目標について、5－2の⑥の【検証時期】に7－1に掲げる評価の手法により行う。

7－3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5－2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。