

# ものづくりシリーズ

## 「つくるのトビラ」「ぷち・Good JOB!!」「熱血！仕事人」

### ■ 企画概要

若年者採用の悩みを解決するため、企業の悩みのタイプ別にJOBカフェOSAKAが若年者採用を支援する。理解する、採用する、育てるなどのステップを踏みながら、企業の魅力を発信していく。また、現状の課題を細かく把握しプランニングを行っていくことで企業と若者の満足度を高める。

■ 対象: 企業、若者

### - POINT -

【つくるのトビラ】製造業の企業を毎月1社招き、1時間ほどの講演を実施。また、毎月2万部発行のJOB CAFÉ styleにもものづくり企業の取材記事を掲載。

【ぷち・GoodJOB!!】ものづくり企業と若者の交流イベント。

【熱血！仕事人～ものづくり入門塾～】ものづくり企業の新入社員に対し、長くいきいきと働けるコツを伝授。

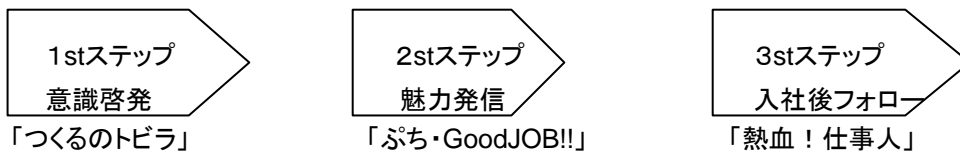


### - 背景・実施前の課題点 -

- ・大阪府の製造業は、大阪東部地域をはじめ府内各所に特徴的な工業集積を形成している。
- ・より高度な技術が求められる中、中小ものづくり企業では将来の担い手となる若年人材の確保が喫緊の課題となっている。

### - 企画実施の目的 -

- ・ものづくり企業と若者をつなぎ、ものづくり企業が求める若年人材の供給・育成を3ステップで実施。



### - 効果 -

- ・「つくるのトビラ」受講後、製造業を応募対象に考えられるようになった求職者は70.3%
- ・「ぷち・GoodJOB!!」で自社の魅力を発信できた企業は100%。参加求職者満足度 8.0点(10点中)
- ・「熱血！仕事人」受講生の76.4%が「参加後、仕事に対する意欲が上がった」と回答  
(すべて数値は2008年10月現在)

# ものづくりシリーズ「つくるのトビラ」「ぷち・Good JOB!!」「熱血！仕事人」

## ■ 企画詳細

### 【つくるのトビラ】

- ・若者に「ものづくり」の魅力を知らせてもらうきっかけセミナー。
- ・「製造業は3K、肉体労働」などネガティブなイメージが先行している。そこで毎月1回という高頻度で製造業に触れることで身近な存在として認知し、リアルな製造業の現場を知ることで製造業の魅力、各社の魅力を感じてもらおう場を提供する。



	日時	開催場所	ゲスト	タイトル	参加者	概要
1	2008/6/26 14:00~15:00	エル・おおさか 709号室	榊北和泉 木下 和美氏	女性社長が語る 「就活力より人間力！」 ～今の企業が欲しいが“あなたの魅力”習得術～	44	自身の経験から仕事への取り組み方を紹介するのを通じ、「ものづくり」業界の魅力を伝えて頂いた。
2	2008/7/16 14:00~15:00	エル・おおさか 10F	三幸電気製作所 植村 正氏	町工場の代表が語る 「職人の道」	33	「手に職」をつけることの大切さ、これからの製造業の課題、若者に対する期待と中小企業の魅力を伝えて頂いた。
3	2008/8/20 14:00~15:00	エル・おおさか 南館 734号室	榊中農製作所 西島 大輔氏	次期社長がこっそり教える 「中小企業で成功する10の方法」	33	若いうちに失敗を繰り返し、それを基に試行錯誤していくことそれに伴う「行動力」の大切さを伝えて頂いた。
4	2008/9/19 14:00~15:00	エル・おおさか 10F	豊下製菓(株) 豊下 正良氏	老舗飴屋の社長が描く 「伝統産業の未来予想図」	21	「手に職」をつけることは厳しいが、実力の世界であり、飛び込む覚悟の大切さを伝えて頂いた。

### ＜参加者の声＞

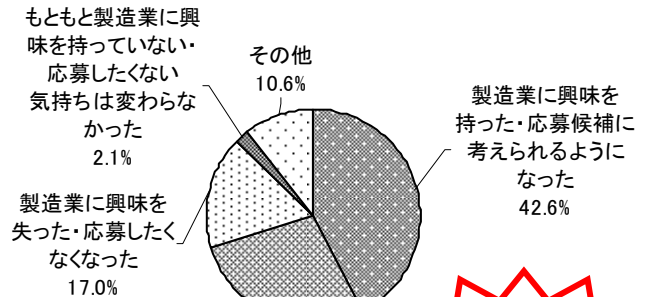
- 「製造業がどのような仕事かイメージが湧いてきた」
- 「職人として働くことに誇りを感じている姿に感動した」
- 「中小企業・製造業に対するイメージが前よりよくなった」
- 「職業選択の視野が広がった」
- 「全ての仕事の本質は同じだとわかった」

◎求職者満足度 8.6点(10点中)

### ◆製造業のイメージの変化

【受講前】		【受講後】	
1位	大変そう	1位	アットホーム
	肉体労働	2位	手に職がつく
	専門的で近寄りがない	3位	自分のアイデアが実現できる
4位	3K(危険・汚い・きつい)		将来性がありそう

### ◆「つくるのトビラ」参加後、製造業は応募対象になりましたか？



**70.3%もの求職者が応募対象になったと回答！**

### ●応募対象になった理由

- 「自分の考えが実現できそうだから」
- 「将来性がありそう」
- 「手に職が付きそう」
- 「今日のセミナーで興味をもった」
- 「現場を見てみたい」



イベント広報として、出演企業を取材



開催報告と次回の集客を兼ねてレポートをまとめて配布

# ものづくりシリーズ「つくるのトビラ」「ぷち・Good JOB!!」「熱血！仕事人」

## ■ 企画詳細

### 【ぷち・Good JOB!!】

- ・若者を採用したい製造業1社と、製造業に応募したい若者を交流させることでマッチング機会の創出を試みる。
- ・若年求職者の中小企業(主に製造業)に対する認識を新たにしてもらい、就職活動の幅を広げてもらう。

#### ※参加要件

大阪府内に営業拠点を持ち、若年未経験者の正社員採用を考えているものづくり企業。

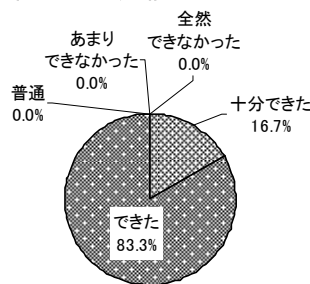


#### ◆プログラム(所要時間210分)(参加企業1社、参加求職者10~15名)

イベント前 事前セミナー	若者に伝わる魅力発信の方法を事前セミナーで伝授。
1. アイスブレイク	自己紹介などで緊張感を解消し、打ち解けて話ができるような雰囲気を作る。
2. Good JOB!! スタジオpart1	企業担当者が自社の雰囲気を伝えるなど、求職者と対話をしながら会社の紹介と魅力発信を行う。
3. コーヒー ブレイク	休憩時間中に先輩社員が自分の人柄が伝わるエピソードを語る。
4. Good JOB!! スタジオpart2	参加企業で働いている若手社員から見た会社の魅力を、ファシリテーターの質問によって発信。
5. フリートーク	ざっくばらんに企業と求職者がお互いにホンネで話し合う。
イベント後 会社見学	希望者は、言葉だけでは伝わらない製造業の実際を見学することができる。

ぷち・Good JOB !!					
開催日	業種	参加者数	見学会 申込数	内定者数	採用数
6/17	封筒製造	25	3	3	2
7/22	精密部品製造	24	6		
7/29	アルミ手すり製造	9	2		
8/26	和菓子製造	17	2		
9/9	工作機器製造	22	6		1

#### ◆自社の魅力発信はできましたか？



◎求職者満足度  
8.0点(10点中)

#### <参加者の声>

##### ●参加企業

「ファシリテーターの上手な誘導のもと、うまく魅力発信できたのではないかと思います」  
 「イベントのみで終わらず、後日、会社見学会等を設けることで求職者により深いアクセスが持てるのがよい」  
 「自分自身のスキルアップにもなる。若者の色々な意見が聞ける」

##### ●参加求職者

「企業の生の声が聞けることで、その企業が大切にしていることが具体的にイメージできました」  
 「企業や参加者同士で話す機会もあり、たくさんの方が聞けてよかったです」  
 「企業様との距離が近く、非常に良かったです」  
 「製造業という職のイメージがガラリと変わった。ただ作業をするだけだと思っていたが奥が深く、アットホームな雰囲気もあり、すごく楽しそうだ」  
 「面接の前に社員の方とお話でき、いいイベントだなと思いました」

# ものづくりシリーズ「つくるのトビラ」「ぷち・Good JOB!!」「熱血！仕事人」

## ■ 企画詳細

### 【熱血！仕事人 ～ものづくり入門塾～】

- ・製造業では若手人材の早期離職率が高いため、離職防止を目的とした新入社員向けセミナーを実施。
- ・企業の新入社員が集まり、会社の枠を超えて同期(仲間)を作り、製造業に必要な基礎知識を学びながら、仕事へのモチベーション・アップにつなげる。
- ・月1回、3回セットの長期研修。

#### ◆プログラム(所要時間 各180分。参加者 各15名)

1stステージ	<関係構築>	仲間づくりを行うとともに、4S・安全意識・コスト意識を習得。
2ndステージ	<情報交換>	不安や悩みを話し合い、対処方法・考え方を学ぶ。
3rdステージ	<成長実感>	振り返りや今後の意思表明を行う。



#### ◆実績

9月18日スタートの第1期1stステージは17名が参加した

##### 〈参加者の声〉

「整理・整頓の波を私から起こしていく」  
「今回学んだことを実践してみたいくなった」

セミナーに参加して、仕事に対する意欲が上がった  
76.4%

## ■ 企画ナレッジ・ノウハウ

### - 他の地域で活用できるナレッジ・ノウハウ -

- ・若者に不人気業種である製造業のイベントの集客率をUPさせるためには、「就職活動にも役立つ情報が得られる」(例:面接で企業が見ているポイントがわかる)ことを打ち出すと効果的です。実際に参加すると、製造業に興味を持つ若者が増えるため、まず参加するよう促しています。
- ・求める人物像のハードルが高い企業様には、条件の棚卸しをし、本当に譲れない条件なのか、実際の社員さんの経歴等と照らし合わせながら、企業様と一緒に考えていくと、実は譲れない条件がほとんどない場合も多く、結果、未経験の若者を採用されることもあります。
- ・上記と似たケースとしては、求職者様も希望業種・希望職種が決まっていると言っている、他の業種・職種を知らないだけということも多く、会社に魅力を感じれば希望以外の業種・職種に対しても応募の意志が生まれることが多いです。



##### (担当者コメント)

大阪では、チーム全員で一丸となって事業を推進しています。

写真前列より 福田、佐々木、小西、光延、田井