

区政における位置づけ

大田区基本計画・実施計画
産業振興ビジョン

基本計画
(施策3-4)

ものづくりの次世代への承継と
立地支援

実施計画

- ① 基盤技術の維持、次世代への承継と**ものづくり人材育成・確保**
- ② 立地・拡張ニーズへの対応と、産業と暮らしの調和
(「産業のまち大田区」としてのイメージ確立)

現状の課題と方向性

町工場のイメージ

●3Kのイメージが強い

・製造業は「きつい・汚い・危険」という「3K」のイメージが長年定着。若者の間では「古い」「泥臭い」という印象が強く、敬遠されがち。
・製造業は「黙々と同じ作業を続ける仕事」と見られがちで、成長感を求める人には、やりがいが少ないと感じられる。
・若者世代はデジタルネイティブであり、ITやAIなど新しい技術分野への関心が高い。製造業は「古い業界」という印象が先行。

<実際には>

- ・実際には現場がクリーン化・自動化されている企業など、優良企業も多い。
- ・金属加工以外の企業もあり、新しい分野の企業も多い。
- ・航空・宇宙、医療、ロボティクス、半導体など最先端分野も担っている。
- ・スタートアップとの協業や、異業種とのコラボなどさまざまな取組も。
(ベンチャーフレンドリーの取組)
- ・多品種少量、試作・開発企業も多いため、成長感も感じられる。
- ・価値観も多様化しており、人間関係やワークライフバランスを重視する若者には、アットホームな小規模企業の環境がマッチする場合も。

ターゲットである若年層に
**訴求できるコンテンツが
豊富にある**

地域資産

●ものづくりのまちのイメージ低下

「大田区シティプロモーション満足度調査」より
「大田区のイメージについて、ものづくりのまちを選んだ割合」が
年齢が下がるほど低下

<実際には>

- ・地域ではイベント、体験教室など様々な取組がなされており、ものづくり文化が根付いているが、**情報が分散**してしまっており、統一したイメージになっていない。
- ・区の子ども向け人材育成事業(ロボット教室など)は大人気。
一方で、地域団体等では、集客に苦勞している場合もあり、広報力が弱い。

情報を一か所に集約し
見せ方を工夫するだけでも
**大田区ブランドに
統一感がでる**

就業構造の変化

●需給のミスマッチ

「2040年就業構造推計(改訂版)」より
(2026年3月 経済産業省 経済産業政策局)
職種・学歴・地域間では需給ミスマッチが生じるリスクがあり、事務職(約440万人)や文系人材(約80万人)が余剰、
AI・ロボット等利活用人材(約340万人)を含む**専門職や現場人材(約260万人)**、理系人材(約120万人)が不足する可能性。

<将来予測としては？>

- ・「ブルーワーカーミリオネア」が話題を集めたように、現場人材の価値が相対的に上がる可能性が高い
- ・フィジカルAIの発展により、ソフトウェアと物理部分との結節点を担う製造業の価値が、日本の勝ち筋として改めて見直されてきている。

ものづくりの価値が
相対的に上昇
**大田区の強みが
活きるチャンス!**

目的と方向性

ものづくり企業における若年層の人材確保を目的として、これまでの古い町工場のイメージを変えていくために
「新しいものづくり」 = “わくわくする、未来をつくる、創造的な活動”として再定義し、
未来志向の魅力として、一般の人にもわかりやすく発信。

メインターゲット



区内外の一般の方。特に若年層

①10～20代のZ世代

*採用のターゲットであると同時に、情報拡散のために重要。

②30代子育て世代

*子どもへの影響が大きい。

Z世代の傾向

- ・SNSネイティブ、自分の実感・体験等を自然に発信
- ・同世代に強い影響力・拡散性が高い
- ・地元や地域文化への関心が比較的高く、地元愛やローカルな体験に価値を見出す。
- ・“本物”や“こだわり”への志向
- ・社会課題に対する意識も高い。

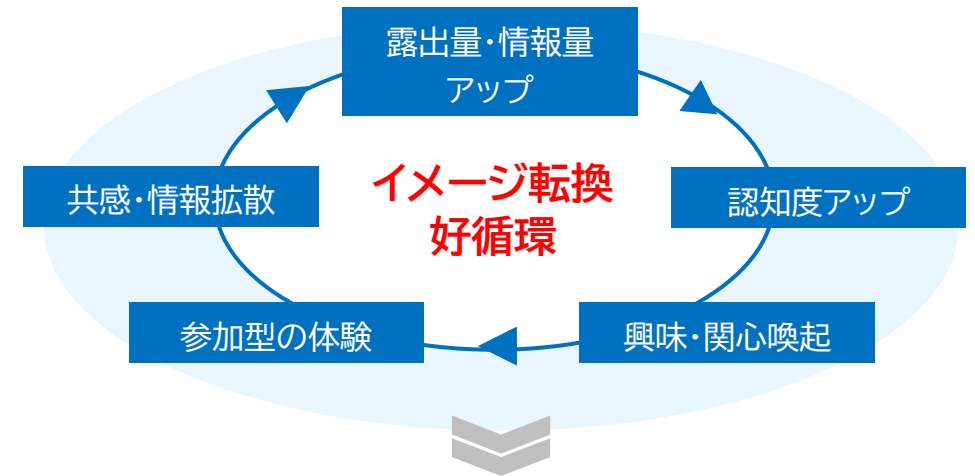
就職に対する傾向

- ・地元志向、人間関係・ワークライフバランス重視
(一方で、成長感を重視する層も)

対策

- ・当世代が興味を惹くものづくり情報発信
(ストーリーやビジュアル重視のコンテンツ)
- ・さらにリアルイベントへの参加を促進

若年層に訴求する
ストーリーやビジュアル重視のコンテンツ



若年層が区内のものづくり企業で働く

「ものづくりのまち大田区」のブランド力強化も

手段

若年層に訴求するストーリーやビジュアル重視のコンテンツをSNSで発信し、情報を拡散
ポータルサイトに誘導して、他コンテンツを閲覧してもらうことで、ものづくりや区内企業への興味・関心を喚起

ゴールイメージ

- 若年層による情報閲覧数の増加と共感によるSNS等での拡散
- 区内製造業のイメージアップと区内産業の認知度向上
- **若年層の区内企業への就業**

結果的に → 大田区ブランド力強化による関係人口の創出 (ヒト・モノ・カネ・情報が集結し・相乗効果を生む)

WEBサイト構築・運用

掲載ページ(案)

NO.	カテゴリ	概要	内容のイメージ(案)	更新者(想定)	委託したいコンテンツ(案)
①	トップページ			委託先事業者	
②	サイト概要	「新しいものづくり」とは (サイトコンセプト等の説明)		委託先事業者	
③	お知らせ	新着情報・更新情報		区職員	
④	特集記事	大田区の産業の魅力を伝える 特集記事	・宇宙産業、医工連携、最先端分野 ・文化・アート、環境等とのコラボ ・教育分野との連携事業 等々	委託先事業者	・月1本以上 (令和8年12月～令和9年3月分。計4本以上) ・記事ライティング(1200～1500文字程度) ・写真撮影
⑤	テーマ別記事	テーマ別のシリーズ記事	・地域の優良企業情報 ・人にフォーカスした内容 ・商品や製品等にフォーカスした内容	委託事業者 または区職員	・月1本以上 (令和8年12月～令和9年3月分。計4本以上) ・記事ライティング(400文字程度) ・写真撮影
⑥	地域情報	地域団体等から収集した情報	・地域のものづくりイベント等 ・子供向け体験教室等 ・見学・視察が可能な企業情報 等	区職員	
⑦	行政情報	大田区からのお知らせ等	・就職に係る支援情報等	区職員	

基本的な要望

- WEBページとSNSの運用を一体的に考え、サイトを構築すること。(SNSで投稿した内容も、WEB上から確認ができるような仕様にする事。)
- カテゴリごとに、アーカイブとして記事情報が蓄積されていくこと。
- 必要な情報にすぐにたどりつけるように、サイト内検索ができること。
- 若者に訴求できるビジュアル(デザイン・画像等)の品質を担保すること。
- ホームページのカットオーバー時には、ある程度の記事が掲載されている状況であること。

提案内容に盛り込んで頂きたい内容

- サイト構成のイメージとメインビジュアル案を、サンプルとして提案してください。
 - 設定したターゲットをもとに、具体的なペルソナ案を作成し、上記②テーマ別の記事について、どのような切り口がよいかを企画提案してください。
- *なお、目的を達成するために適切と考えられる場合は、上記の掲載ページ(案)等に変更があっても構いません。

SNS運用等

提案して頂きたい内容

- **目的を達成するために、予算の範囲内でできることを、自由に提案してください。**
- **SNSの発信等は、WEBサイトのカッターオーバーに合わせて、令和8年度は3か月間(令和8年1月～3月)を想定しています。(予定)**
 - ・どのようなSNSの企画・運用、コンテンツ制作ができるか、予算の範囲内で提案してください。
(使用する媒体、投稿回数やスケジュール、投稿内容案、形式(動画・静止画等)等)
 - ・視聴回数やフォロワー数を上げるための広告案については、予算の範囲内で可能であれば、盛り込んでください。
 - ・SNSコンテンツは、WEBサイトからも見られるようにしてください。
 - ・WEBサイトとSNSのコンテンツは、同一でも別々でも結構です。
 - ・区の媒体(公式X、Youtube、LINE)も活用できますので、計画に入れていただいても結構です。
(ただし、区の公式媒体に関しては、全庁で利用していることを踏まえ、区のルールに従って運用していただきます。)
 - ・区職員との役割分担が必要な場合は、その旨を明示してください。
- SNSを運用するにあたって、進捗を図るためのKPIと効果測定の手法について提案してください。
 - ・上記を実施した場合、3か月で見込めるKPIの見込み数値を、概算でよいので試算してください。
(令和8年度は3か月間の運用のため、目標数値は設定しませんが、翌年度以降の参考にさせていただきます。)
- WEBとSNSを一体的に運用することを意識し、単なる認知獲得ではなく、最終的に採用行動に結びついていく行動変容のシナリオについて提案してください。
 - *就職につなげるためのリアルイベント(交流会や企業見学会)などは、別途、区で実施する予定です。

全体スケジュール(案)

*スケジュールは変更になる場合があります。

令和8年4～6月

- 事業者選定

●就職につながる区の制度

「人材確保のための奨学金返還支援制度」
令和7年度開始 → 令和8年度から制度拡充

7～12月

- 契約
- プロモーション準備
(WEBサイト構築、SNS運用準備、コンテンツ制作 等)

令和9年1～3月

- WEBサイト公開
- SNS投稿開始

●区にて就職につなげるリアルイベント実施予定
(企業と求職者の交流会・見学会等を想定)