

第3回 京浜島オープンファクトリーを実施します！

かつて島内で見られた「仲間回し」や、「島内交流（顔が見える関係づくり）」を活発化させるため、島内企業の工場見学「京浜島オープンファクトリー」（※略称 KOF）を実施します。

まずは「お隣さん」を知り、「従業員同士」の自然な交流から、今後、企業同士の「新たな事業連携」が期待されます。この機会に、ぜひ、ご参加ください。

■開催概要

時 間：10：30～13：00
 集合場所：京浜島会館 2階 会議室

■日程及び訪問企業

12月4日（月）／佐々木半田工業株式会社
 12月6日（水）／株式会社三功工業所
 12月8日（金）／株式会社大成

■見学対象者

京浜島企業の役員・従業員の皆様、
 工学系学校関係者 等



昨年実施した、企業の見学会による島内交流の様子

当日スケジュール（時間 / 行程 / 内容）		
10:30～12:00	企業訪問	京浜島会館に集合、会社の主な業務内容について、お話をうかがいます。その後、実際に工場を訪れて現場見学を行います。
12:00～13:00	質問タイム・感想（昼食あり）	京浜島会館に戻り、昼食を取りながら、参加者の皆さんがどのような疑問・感想を持ったのか共有します。

12月4日（月）

佐々木半田工業株式会社
 創業以後現在まで一貫して錫・鉛・はんだ・ホワイトメタル製品を製造・販売。



12月6日（水）

株式会社三功工業所
 空調ダンパー、防災ダンパーの専門メーカーとして建物の快適性と安全性を追求。



12月8日（金）

株式会社大成
 非鉄金属（特にアルミニウム）を得意とする材料販売及び切断・機械加工。



詳細・申込方法▶ 別紙のチラシをご参照ください。 申込締切：11月30日（木）

京浜島コラム # 4

前回は京浜 6 区埋立地（現在の京浜島）を公害工場移転集団化用地にするところまで書きました。「京浜 6 区公害工場移転集団化事業」は「都民を公害から防衛する計画」に基づき、大田区を中心とする既成市街地の住工混在地域に立地する工場のうちの、移転によらなければ公害を除去することが困難な、主として騒音・振動型の工場を京浜 6 区埋立地（京浜島）へ移転集団化させて、(1) 住・工分離による公害発生源の除去、(2) 移転工場跡地の適正利用による都市環境の整備・改善をはかる、(3) 移転を契機とする中小企業の近代化・高度化を進める目的で実施されました。移転事業に際しましては事前に協同組合を設立し、組合ごとの集団移転を行う事業協同組合方式が採用されました。これは、(1) 公的融資制度を利用するため、(2) 集積効果を高め、相互扶助を可能とするための二つの理由によるものでした。（京浜島連合会N）

発行

京浜島工業団地協同組合連合会

大田区 産業振興課 工業振興担当
 都市計画課 計画調整担当

京 浜 島 ニ ュ ー ス

Vol.4

2017/11

連合会では、京浜島で働く魅力を高めるため、京浜島の将来像（仮称 京浜島まちづくりビジョン）を検討しており、この内容について皆さんにご報告する「京浜島まちづくりビジョン説明会」を10月24日に実施致しました。ニュース4号では、主にこの説明会内容についてご報告いたします。

～京浜島まちづくりビジョンについて～

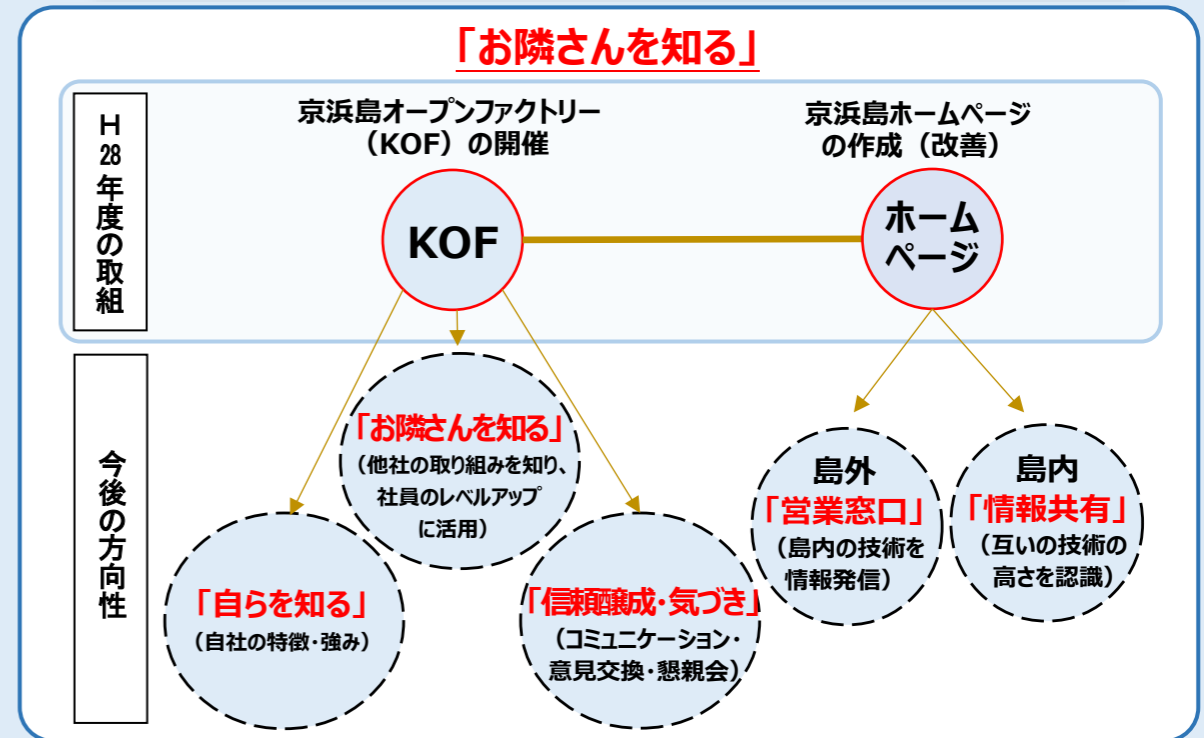
平成 27 年度より、島の将来の絵姿を描く「（仮称）京浜島まちづくりビジョン」の検討を開始し、以下のような方針をたてました。

- ◆京浜島で培われた技術力・人材を掘り起こし、魅力（「仕事」「島」「技」）を「再発見」する。
- ◆「仕事」「島」「技」の魅力を高め、若い人にとっても働きたいと思える、魅力的な京浜島を生み出していく。
- ◆島全体で採算性、創造性、社会性、継続性を高め、世界から注目を集める京浜島ブランドを磨いていく。

これらの方針のもと、試行的に様々なことに取組みを進めています。今後の「京浜島ニュース」では、京浜島まちづくりビジョン検討の経過の様子や、島の将来像実現に向けた取組みを紹介していきます。

将来像を実現するために様々な取組を進めています。

将来像実現に向けた第一歩



将来目指すこと！
 島内連携による良い循環

【技】
 ■次世代への技術継承（次の担い手を島で育成）
 ■優秀な人材確保（仕事を知らず、雇用のミスマッチをなくす）

受注拡大
 企業成長
 「株式会社京浜島」～島全体で取組推進～

【仕事】
 ■紹介や共同受注の促進（新しい仲間回し）
 ■営業力・マーケティング力の強化

【島】
 ■工場や設備更新の促進
 ■通勤環境の改善（バス増等を実現）

■京浜島まちづくりビジョン説明会 (2017年10月24日) 実施結果概要

□参加人数	□意見交換のテーマ
(午前の部 11:00~12:00) 6名参加 (製造業、リサイクル業、運送業) (午後の部 13:00~14:30) 8名参加 (製造業、印刷業)	・島の良いところ ・現在の困り事・課題

□午前の部の様子



□午後の部の様子



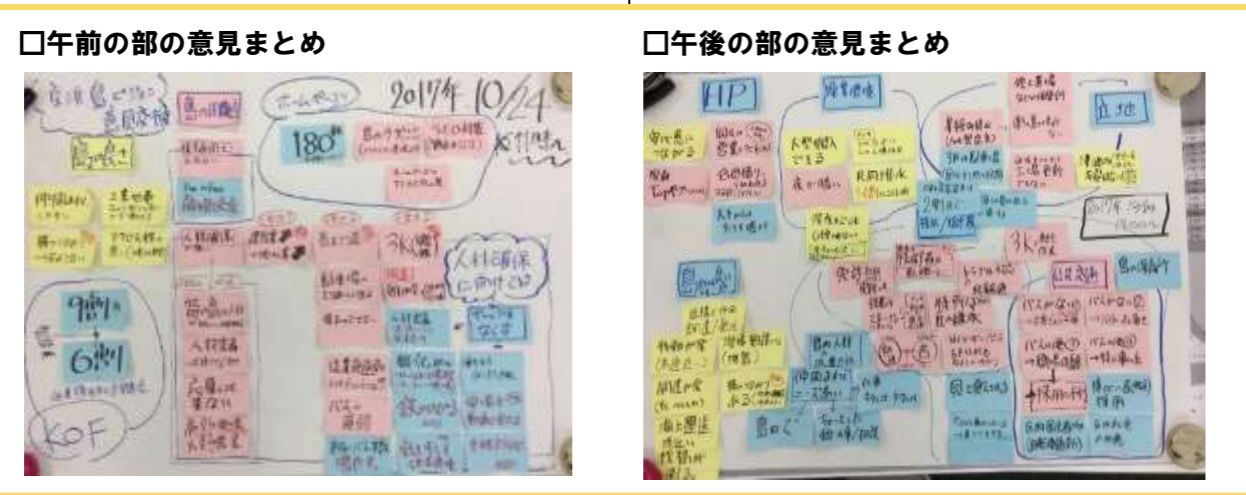
意見交換結果

1. 島の良いところ

ものづくり業種が集積している	仕事に専念できる	仕事に有利な立地
<ul style="list-style-type: none"> ●お隣さんにちょっとした相談 (機器の修理や溶接相談など) ができる。 ●島内で人材の再雇用・紹介ができる。 ●仕事をお願いできる/仕事がもらえる。 	<ul style="list-style-type: none"> ●工業専用地域のため住宅が入り込む余地が無い。 ●操業時間や音を気にする必要が無く操業環境が良い。 	<ul style="list-style-type: none"> ●高速道路の便が良く、お客様が立ち寄りやすい。 ●自社の営業や調達にも便利である。 ●特殊運送が可能 (海上交通/棧橋利用可能) である。

2. 島の課題と解決に向けた取組・アイデア (特に意見が多かった内容をもとに、4つの課題に整理しました)

課題	1 駐車場や事業継続のための土地が不足している	2 従業員同士の日々の交流がない	3 人材育成、匠の継承が難しい	4 採用に不利
原因	<ul style="list-style-type: none"> ●業種の混在 ・従来の製造業以外に物流系/リサイクル系等の新規立地が進み、駐車場用地が減少している。 ●駐車場スペースが不足している ・工場拡張等により、自社の土地に自家用車出動者やお客様用の駐車場が不足している。共同駐車場の取り合いが起きている。 	<ul style="list-style-type: none"> ●交流機会がない ・ホームページで各社の情報を知ることはできるが、Face to Face の交流はできていない。 ●業種の多様化 ・かつて製造業は9割強だったが、今では6割にまで減っている。 	<ul style="list-style-type: none"> ●育てるのに時間がかかる ・ベテラン技術者まで育てあげるには、トラブル対応やOJTの積み重ねなど時間がかかる。 ・ベテランは一人で対応できることが多く、分担が不要で後身が育ちにくい。 ●ベテランの流動性は低い ・ベテランは一つの職場で長く働く傾向があり、他社に転職しない。 	<ul style="list-style-type: none"> ●駅から遠い・バス便が不足している ・ピーク時：バスが混雑、長時間かかる。 ・昼間期：バスが1時間に2、3便しかない。 ●つきまとう3Kイメージ ・(鍛造) 火入れの場合は泊まり込み。 ・(運送) 早朝に始業するため、出勤のバス便がない。 ・夜は暗いので怖いと思う時がある。
各社での現在取組や解決アイデア	<ul style="list-style-type: none"> ■駐車場を立体化して容量を増やす ※組合管理駐車場においては、組合員外収益の規制(2割まで)の緩和が必要。 ■従業員の移手段を多様化する ・バス便を増やし、通勤手段の転換を促す。 	<ul style="list-style-type: none"> ■イベントなどで交流機会を増やす ・京浜島オープンファクトリー (KOF) の実施 (多様な業種があり、一緒に島で働いているということを知るいい機会となる)。 	<ul style="list-style-type: none"> ■様々な機会をとらえて人材を採用する ・インターンシップ ・大手メーカー技術者 ・商社のつながりを活用 ■日々のコミュニケーションを活発化する ・見て覚える。体で覚える。 ・ベテランと若手の各々の得意分野をいかす (若手はコンピューター機器に強い)。 ・経営者も日々の関係づくりを大切にする。 ■将来の幹部候補を育てあげる ・組合等が主催する講座や訓練へ参加する。 	<ul style="list-style-type: none"> ■採用の工夫 ・高い賃金条件の提示。 ・区内居住者採用 (自転車通勤ができる距離)。 ・障がい者の採用。 ・研修期間 (3か月) を確保。 ・保育所の設置。 ■職場見学 ・親へ「も」アピールする職場見学会 (子の就職への影響力を親が保持している)。 ■仕事イメージの改善 ・鉄をたたいてのばすところなど、「カッコいい」現場を見せる。 ・実は職場環境がきれいであることをアピールする。 ・職場環境を動画で発信する (京浜島ホームページに掲載するなど)。 ・女性ドライバーなど、多様な人材を増やす。



3. 京浜島ホームページに関するご意見 島のウリ・キャッチフレーズを明確にして京浜島としてブランディングする (例: ゆりかごから墓場まで)。/掲載写真なし (「No Image」と表示される) を無くし、情報発信の姿勢を見せる。ホームページを通じた仕事の引き合いがあることは良いが、相見積もり対応で逆に繁忙になってしまう可能性に留意が必要である。