

岡山繊維産地協議会（第2回 検討会議 繊維業界における人材確保・育成への対応について）

議事要旨

日時：令和6年2月6日（火曜日）13時30分～16時15分

会場：倉敷ファッションセンター4F ホール（岡山県倉敷市児島駅前1丁目46番地）

議事要旨：

事務局より、本事業の説明、特定技能の政府による検討状況について説明した。

講演1「採用支援セミナー」を講師 株式会社リクルート地域活性営業部岡山RAグループ上田将太氏により行った。

講演2「プロフェッショナル人材戦略事業について」を講師 岡山県産業振興財団プロフェッショナル人材戦略拠点戦略マネージャー石原伸一氏ほかにより行った。

意見交換を「繊維産業における人材確保・育成への対応について」のテーマで佐藤豪人氏をファシリテーターに行った。

・岡山繊維産地協議会として、事前アンケートおよび第1回協議会での検討の結果をもとに、8つのテーマを設定し、今後このテーマごとに議論を行うこととした。

- A 産地の人材確保・人材育成
- B 産地の生産力
- C 産地の開発力・開拓力
- D 産地のPR・ブランディング
- E 産地の海外市場進出
- F 産地のサステナブル
- G 産地のDX
- H 産地の連携

・本日の検討会議のテーマである「産地の人材確保・人材育成」について、挙げられている課題は「人手不足、人材不足」、「高齢化」、「人材育成」、「技術継承、技能継承」、「外国人（技能実習から特定技能へ）」、「事業継承」、「若者の繊維産業への関心の低さ」ほか

・ファシリテーターより、意見交換に際し仮説が示された。産地を考える際、産地は産地として単独で存在するのではなく、社会とのかかわりの中に存在している。人に注目すれば、産地はつくり手として存在し、社会はつかい手として、その両者の間にはつなぎ手が存在している。それぞれの役割やそれが誰であるのかなどを考えながら、意見交換していきたい。先ほど、前回示された課題を挙げたが、本日はこの課題の解決方法について伺いたい。

・人材確保は非常に厳しい状況、中長期的に考えれば、地域とコミュニケーションしながら解決していくべきと考える。人が集まる場の創出としてイベント等の実施や、そこへの学校に関わる方々に参加していただくことで、知り合いつながりができることでコミュニケーションが可能となる。地域の中学校や高校など学校で企業紹介を実施し、学校と企業で共育（共同で教育）を図る。サステナブルは企業側も取り組むべき内容であり、学校でも取り上げるべき内容である。この取り組みを継続し、産地内にとどまらず近隣の地域まで認知が広がっていけばよい

・産地の魅力を若い方々へ伝えていくべき。その中で、地球環境が大きな問題となっており、業界と若

い世代も一緒に解決していくべきである。教育機関でも、業界と一緒に、ものづくりの無から作り出していく楽しさや、一方、コスト意識や消費者が求めるものか市場性があるかという厳しさも体験していきたい。学校と企業の連携が必要である。

- ・ものづくりの現場の話が多いが、企画製造販売を行う企業として「開発、デザイン」視点でも人材が必要である。そのためには賃金など採用条件が重要であるが、これは非常に難しい問題でもある。学生服メーカーとしては、製品の製造販売にとどまらず、社会課題の解決に取り組んでいる。例えば、仕事をするのが働き甲斐ややりがいに繋がっているか、自身と企業の仕事が社会貢献につながっているか、また、製造した製品が温暖化など気候変動に対応することで熱中症や感染症の対策にもつながることなどであるが、これらも当社で働きたいというきっかけになれば。

- ・人材の確保が課題であるが、地元の人材を採用するだけではなく、都市部に営業部門を設けることで地方の仕事や生活について伝える窓口となり、人材確保の入り口となることから、自社でできることとして検討すべきと考える。外部の活用としては人材紹介企業や、ふおこで紹介される副業人材などの活用も効果的である。ものづくりの品質面では、若い方には早い段階で業界に入っていただき、技術や技能を身につけていただきたい。そのためには、展示会などものづくりをアピール可能な場で、ものづくりの魅力や深みを伝えていくべきである。ものづくりを行う企業は減少しており、ものづくり企業は貴重な存在であるということを示していくべき。一方、4～5年の間経験しキャリアを身につけると離職することがあるが、その目的は独立など前向きなものではなく、明確な理由はないように感じ残念である。この企業で働くことが、どのように社会に役立っているかを「見える化」する、自身の携わった仕事を見せることで、自己肯定感を高めることにもつながり、離職率を下げることができるのではないかと

- ・採用募集しても応募が無く、どこに向けて募集するのかその方法が課題である。実際にものづくりをしている現場に来て見ていただくことが効果的であると感じる。そのためにまずは、産地としての認知を高めるアピールが必要であり、産地PRの方法を検討することが重要である。また、産地としては技術力の低下も課題となっており、意思を持った方々に来ていただき、産地の技術力を継承してほしい。この産地の縫製技術は、国宝級に素晴らしいと考えている。

- ・人手不足に対し、まずは出生率の向上を目指すべき。そして、人材確保と人材育成はリンクしており、人を引き付けるには、企業が理念やビジョンをどのように持つかが重要である。具体的な方法については、インターンシップの活用が考えられ、例えば組合を通じて地場企業各社を日替わりで体験するなど、両者のマッチングの最適化を図る方法を検討すべきである。

- ・人材不足はいずれの業界でも課題となっているが、仕事に楽しみを見出すことが効果的である。やることはたくさんあり、勉強できることもたくさんあるということを伝えるとともに、教えることも重要である。ものづくりの現場の楽しさは、自分から入り込んでいくことが必要であり、見方を変える工夫も必要である。働き方改革も必要で、時代に合った働き方が必要だが、まずは世代間で意識を共有しなければ理解は進まないと感じる。この岡山で仕事をしたいと思えるようなこと、仕掛けを考えたい。

- ・産地は一つのコミュニティとして、「美しく閉じる」ことを考えることも大切かもしれない。拡大や利益を追求するばかりではなく、スローライフ的な無理に競争をせず仕事をするのもその一つであり、また、産地や地域の規模感としてどの程度が最適かということを考えることも社会的な課題である。

- ・なぜ人材が集まらないか、その根本の理由が分からない。世代やジェンダーなどによる価値観の差が共有できておらず、もしかすると企業の募集要項に書かれてある以外のことが重要なかもしれない。

企業としては、働いている人材に「将来」を描かせることができるか、また企業がそれを示せるか、が取り組むべきことではないだろうか。

- ・女性起業家や子育て世代の活躍、がキーワードと考えている。繊維産業はより、SNSなどのコミュニケーションツールの活用が必要である。繊維産業が子供たちに誇れる産業になること、他者から褒められる産業になること、これが必要である。

- ・現在はインターネット中心の世の中である。リアルのほかオンラインでの工場見学により、インターネットに繋がっているため、ネット配信に注力している。都市部へPRすればより多くの人材に集まってもらえる。また、遠方からの就業希望者は独立希望者が多く、創業にもつながっている。ぜひものづくりが好きな人材に産地に来てほしいと考えており、現在は技術を持たない初心者や未経験者でよい。そして身につけた技術は将来へ活かされる貴重なものである。加えて、リアルでは地元高校への説明に注力している。

- ・本音を話せるような環境づくりに腐心している。世代間に価値観のギャップがあり、なかなか本音で話せないことで離職にも繋がっていると考えている。また、職場環境については古くから人間関係が課題であり、このような状況から親が子に繊維産業を避けるよう助言することもあるといわれているため、環境改善に取り組んでいる。まずは一度、体験していただいて、その面白さや奥深さを知ってから就職してもらえれば、人材不足を解決できるのではないかと考えている。入社後は、社内の機材を使用して自由なものづくりに取り組んでもらうという工夫をしている。産地の良さとして、産地からの提案には、ものづくりを知らない企画デザイナーからは出てこない、職人ならではの考え抜いた提案があり、実ビジネスにおいてその価値は非常に大きい。

- ・現在、専門性の高い職種の人材採用に苦労している。デザイナーやパタンナーなど、募集しても県外からの応募は皆無で、これらを希望する人材は県外へ出ずとも地元で教育できる環境整備が一層必要と感じる。また、そのためには産学連携の深耕が必要で、企業の魅力を広く発信するだけではなく、企業が地元の中学や高校などの学校へ直接出向き、就職対象者へ直接伝えることが一層必要である。また、企業として採用条件である休暇日数や給与額などについて、一層の企業努力が必要である。その他、学校に限らず繊維産業に興味を持ち入社に繋がる人材との接点、出会いの場として、ハブとなるイベントなどの実施も必要である。

- ・学校関係者の立場として、教育機関と産地は密接に繋がっていると考えている。高校生の人数が減少傾向にあることは明白である。業界としても、ファッション系の教育機関を、地元の産地で育てていくという産学連携を意識してほしい。これによりメディアプロモーションも可能となり、若い世代に楽しくファッション業界を知ってもらう機会にも繋がる。また、ファッションは楽しいという感覚や雰囲気を経験可能なイベントの実施も効果的である。そして、外国人を対象とし、産地を知っていただくイベントの開催も人材確保には必要であると考えます。

- ・人材不足の現状において、人材確保には若者の獲得が大切であると同時に、シニアの力を活用することも大切である。高齢でも現役として活躍している方は大勢居られ、繊維産業での就業がシニア世代の働き甲斐に繋がればよい。また、産業としてその規模の大きさにこだわりすぎない、技術の高さにこだわりすぎないことも必要ではないか。むしろありのままに、どのように製造しているか、ということ伝えれば十分ではないか。規模については、皆が拡大を目指すのではなく、企業ごとに最適な、適度な規模感があると考えている。そして、つくり手に対する配慮を、世の中と共有できる取り組みが、企業

には求められていると考える。それから、産地の魅力については、一社で完結することの対極にあり、産地内の複数企業が分業して一つの製品が出来上がることで、その横のつながりが魅力であると考えている。つまり、産地の発信には、分業の見える化が必要ではないかと考える。その際、言葉遣いも重要で、下請け、ではなくパートナーという用語を使用している。

・学生服メーカーとしては、納品時期の再定義は競争力の向上にもつながると考えている。国内生産だけではなく海外生産も必要であり、国内生産には日本人だけではなく外国人も必要であるが、まずは日本人の新卒採用が必要である。そのためには、応募してもらえようPRが必要であり、自社の社員が楽しそうに仕事をしている姿がPRに繋がる。私は生産部に所属しているので、社員には生産部において自身のやりがいを見つけてほしい。また、自身の仕事の重要性について、見える化をしてほしい。現在、国内でものづくりができること自体が素晴らしいといえ、先ほど「縫製職は国宝」との発言もあったが、ものづくりの現場でそれに携わることを誇りに思えるよう、企業としても取り組むべき。同時に、少しでも無駄をなくし、効率よく仕事ができるよう、ITや機器の導入による省力化への取組が必要。加えて、頑張れば給与が保証されるよう、企業として人事制度面での仕組みづくりへの取組も必要。

・職人気質の醸成には時間を要する。それは、時間をかけて丁寧に教育していくべきものであり、その際、達成感は大変な要素である。産地としてはまず、ものづくりが好きな人に集まっていただくことが必要。ものづくりが好きな人材を集めるためのイベントとして、プロジェクトランウェイ（TV番組）のようなイベントを開催してはどうかと考えている。

・行政機関として、繊維産地におけるサプライチェーン間の連携は重要であると考えており、支援したい。また、繊維業界としてはリサイクルへの取り組みが必要と考えておりガイドラインの検討も行っているが、発展的にはリサイクルの体験を通じて世代間の連携を生み出すとともに、教育としての取組も可能であると考えている。人材確保には時間軸を考慮し、短期的な取組と長期的な取組に分けて検討することが必要と考える。人材の重要性については間違いないため、できるところから一步一步取り組んでいくべき。

・ファシリテーターの本日のまとめとして、「自己肯定感＝やりがい」がキーワードであると伝えたい。若者からシニアまでの各世代が、以下に取り組むことについて、次回以降検討したい。

1) 産地のことを知っていただく場（体験の場） ＝ イベント・工場見学・インターンシップ

2) 産地のブランディング・PR → 見える化、認知を促進

以上

お問い合わせ先

岡山県産業労働部産業振興課地域産業班

電話：086-226-7352 FAX：086-224-2165

<https://www.pref.okayama.jp/soshiki43/>

一般社団法人倉敷ファッションセンター

電話：086-474-6800 FAX：086-474-6801

<https://www.k-fc.com/>