

八尾市産業振興会議 提言書

八尾市産業振興会議
令和 6 年度-令和 7 年度

目 次

第1章 はじめに

第2章 本提言書の背景

- 1 データから見る現状分析と将来動向
 - 1-1 人口減少と高齢化
 - 1-2 八尾市の財政状況
 - 1-3 産業構造
 - 1-4 市民意識調査から見る社会の変化
- 2 万博後の経済
- 3 資問内容の背景と産業振興会議の問題設定

第3章 万博後の新しい価値創造のための理論枠組 —やお糠床モデルの進展のために—

- 1 人口減少時代における「いきいきしたまち」とは
- 2 やお糠床モデルを支える諸理論
 - 2-1 アクターネットワーク理論
 - 2-2 サービスドミナント・ロジック
 - 2-3 アントレプレナーシップ
- 3 やお糠床モデルの基本的骨格

第4章 新しい好循環につながる試み

- 1 実証実験について
 - 1-1 大阪・関西万博出展
 - 1-1-1 道のり
 - 1-1-2 実施プロセス
 - 1-1-3 結果/進捗状況
 - 1-2 学校環境改善プロジェクト
 - 1-2-1 道のり
 - 1-2-2 実施プロセス
 - 1-3 探索的プロジェクトとしての「出会う」プロジェクト
 - 1-3-1 道のり
 - 1-3-2 実施プロセス
 - 1-3-3 結果/進捗状況
- 2 その他の試み
 - ジュニアエコノミーカレッジ

第5章 考察

- 1 生活の土壤としての地域
 - 1-1 人びとの生活基盤としての地域
 - 1-2 地域に埋め込まれた存在としての中小企業
- 2 利己×利他による企業と地域の同時的発展
 - ：地域の好循環に向けた企業のかかわりかた
- 2-1 ソーシャル・キャピタルの視点からみた利己と利他の融合
- 2-2 中小企業の声にみる利己と利他の融合
 - 中小企業は地域貢献をどのように捉えているか
- 2-3 中小企業だからこそ生まれる利己と利他の融合と地域との共創関係
- 3 かかわりを増やす、かかわりを続ける：そのための仕掛けと仕組み
 - 3-1 「八尾のまち工場が、お店が、広場がパビリオン～触れてつながる、まちの未来～」
 - 3-2 関係を育む「仕組み」としての学校環境改善プロジェクト

第6章 提言

- ### —万博のレガシーを活かした新しい価値創造への可能性—
- 1 基軸：Open Siteにもとづく共創の促進～大阪関西万博のレガシーを活かす
 - 2 3つの提言
 - 2-1 「オープンにする」ための支援
 - 2-2 「さまざまな資源を引（魅）きつける」ための施策と支援
 - 2-3 「共創する」ための施策と支援
 - 3 小括

第7章 おわりに

- 1 まとめ
- 2 委員のみなさまからのメッセージ

第1章 はじめに

2025年大阪・関西万博において、八尾市は、大阪ヘルスケアパビリオンにおいて自治体として唯一出展し、ものづくり企業や商業者、アーティスト、学生など、多様な主体が連携し八尾市全体の力を発信した。

一方で、万博後を見据えた持続的な地域発展の道筋を描くことが不可欠であり、人口減少や産業構造が変化する中、八尾市においても、従来型の産業振興にとどまらない、新たな価値創造のあり方が求められている。

こうした背景のもと、令和6・7年度の八尾市産業振興会議では、「大阪・関西万博後における八尾の産業の好循環」をテーマに、実証実験や既存施策の検証を通じて検討を重ねてきた。

これまで提唱してきた「やお糠床モデル」の考え方を基軸としながら、八尾にかかる市内外の人々や組織がもたらす“はたらき”をどのように可視化し、無理なくつなぎ、価値の創造・共創へと展開していくのかに焦点を当てている。

本提言は、これらの議論と実践から導き出された3つの柱を示すものであり、大阪・関西万博のソフト・レガシーを八尾市の産業政策へつなげ、同時に、八尾市がこれまで積み重ねてきた取り組みとの連続性を保ちながら、将来に向けた産業振興の軸を明確にする指針として位置づけられるものである。

第2章 本提言書の背景

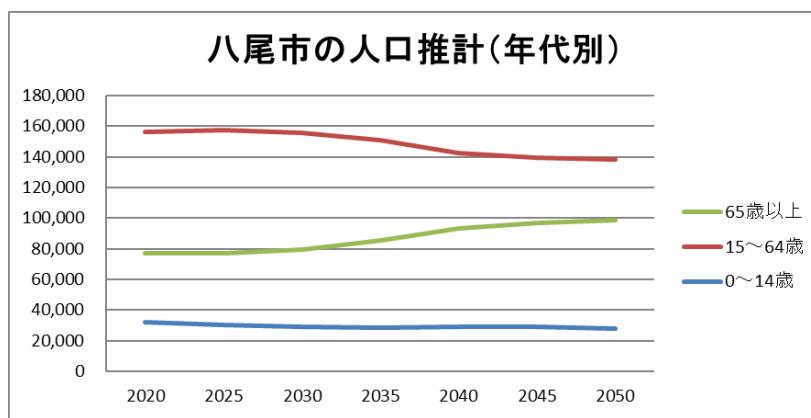
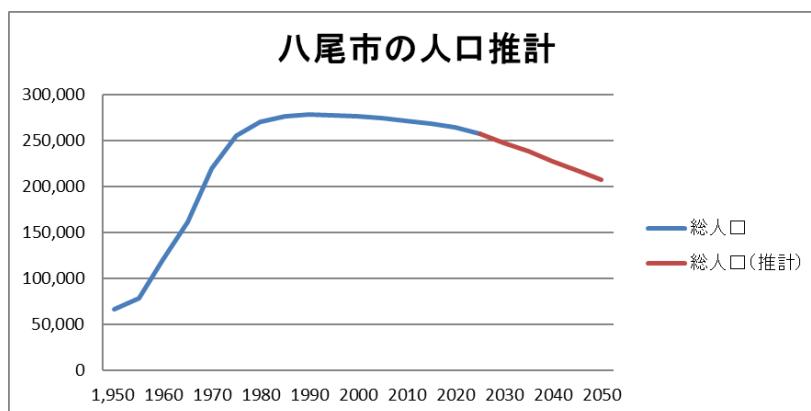
本章では、本提言書の背景となる八尾市の現状と将来動向を多面的に分析し、人口構造、財政基盤、産業構造、市民意識の変化、さらには万博後の地域経済に関する展望を総合的に整理する。これにより、今後の産業振興施策や地域政策の方向性を明確化することを目的とする。

1 データから見る現状分析と将来動向

1－1 人口減少と高齢化

八尾市の人口は2025年3月31日時点で約25万9,000人となり、2020年からの5年間で約3%減少した。人口のピークは1990年代前半の約27万8,000人であり、その後一貫して減少傾向が続いている。国立社会保障・人口問題研究所「地域別将来推計人口」によると、2050年には約20万人まで減少すると見込まれている。

このような人口減少と少子高齢化の進行は、生産年齢人口の減少をもたらし、地域経済や生活基盤の維持に直接的な影響を及ぼす。今後は、限られた人材・資源の中で新たな価値を生み出すまちづくりへの転換が求められる。

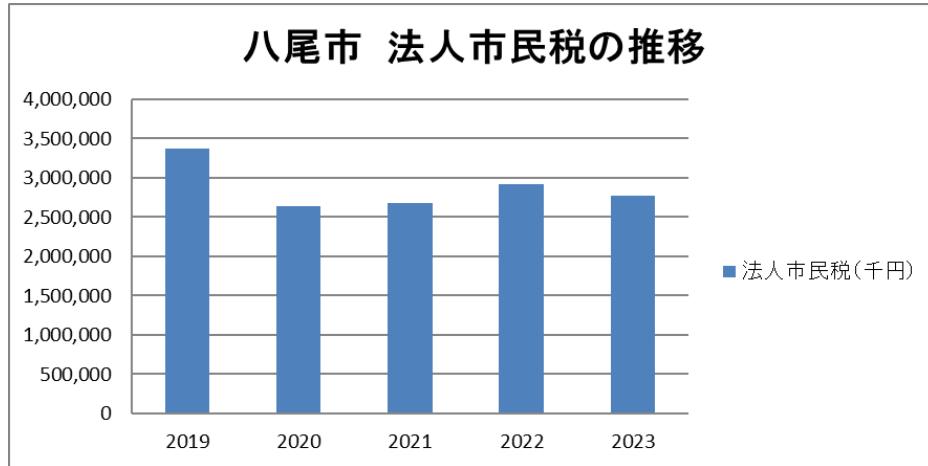
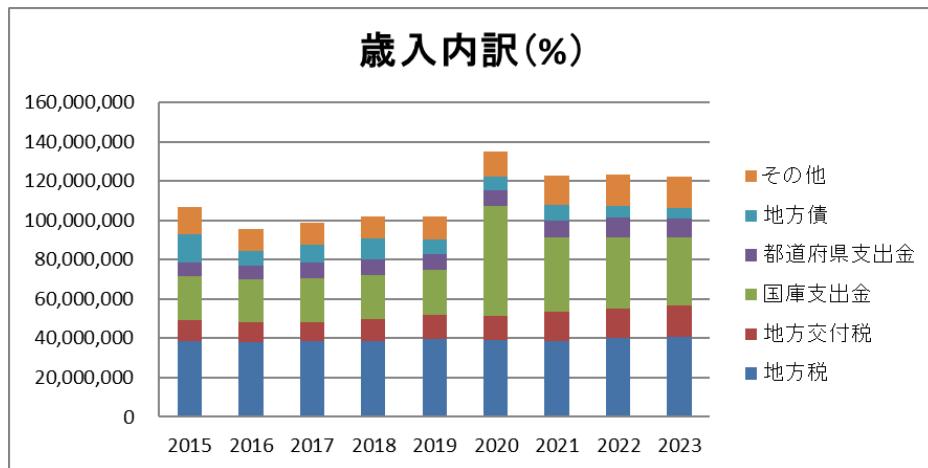


出所：国立社会保障・人口問題研究所「地域別将来推計人口」

1－2 八尾市の財政状況

2023年度の一般会計歳入は約1,349億円で、そのうち市税収入は約446億円にとどまり、自主財源比率は33%と全国平均（37%）を下回っている。とりわけ法人市民税は中小製造業の景気動向に左右されやすく、コロナ禍以降の回復が遅れている。

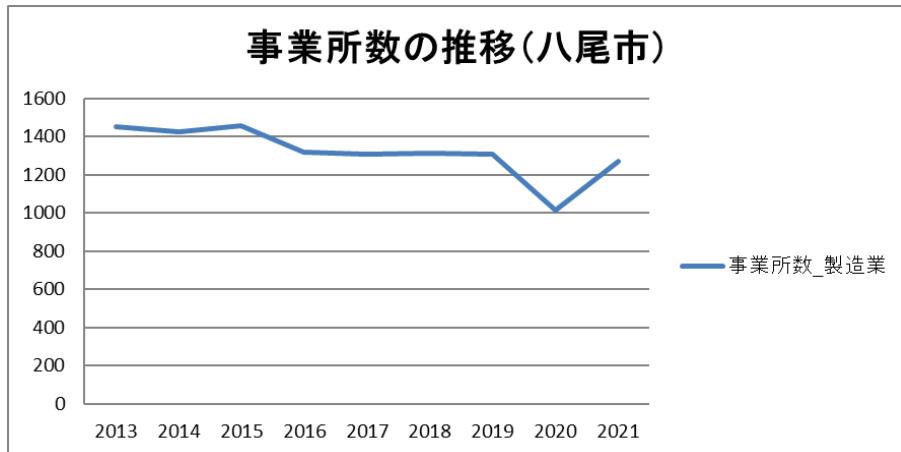
今後は、人口減少による税収減少や社会保障費の増加、公共施設の老朽化といった課題が重なり、財政運営の持続可能性が大きな懸念となっている。この状況を開拓するには、地域内での資源循環と民間活力の活用が不可欠である。



1－3 産業構造

八尾市は大阪府下で第4位の事業所数を誇り、製造業が地域経済の中核を担っている。しかし、製造業事業所数は2000年代初頭から約半減し、2021年時点では1,016カ所となった。製造品出荷額も2013年の1兆円超から2021年には約8,430億円へと減少しており、産業基盤の弱体化が進んでいる。

一方で、地域には多様な中小企業が集積し、高い技術力を活かした連携や新事業創出の可能性がある。中小企業白書（2025年版）では、経営者同士の交流が成長意欲や企業業績の向上に寄与することが示されており、「つながり」を起点とした地域産業の再生が八尾市においても重要な鍵となる。



製造品出荷額の推移

金額の単位：百万円

府下順位		2017年 (H29)	2018年 (H30)	2019年 (R1)	2020年 (R2)	2021年 (R3)
第1位	市町村	大阪市	大阪市	大阪市	大阪市	堺市
	金額	3,681,623	3,821,260	3,574,713	3,531,494	4,230,615
第2位	市町村	堺市	堺市	堺市	堺市	大阪市
	金額	3,518,667	3,631,640	3,478,169	3,549,788	4,081,826
第3位	市町村	東大阪市	東大阪市	東大阪市	池田市	池田市
	金額	1,153,313	1,200,871	1,165,490	1,541,642	1,490,412
第4位	市町村	八尾市	八尾市	八尾市	東大阪市	東大阪市
	金額	1,124,075	1,174,776	1,124,562	1,076,180	1,222,475
第5位	市町村	-	-	池田市	八尾市	枚方市
	金額	-	-	810,876	822,234	928,726
第6位	市町村	-	-	枚方市	枚方市	八尾市
	金額	-	-	771,342	748,820	842,978

2025年版中小企業白書によると、経営者同士の交流は経営者の成長意欲を高める効果があり、また、経営者自身がリスクリングを通じて経営力の向上に取り組む成長意欲の高い企業では、実際に売上高や付加価値額が増加する傾向が見られる。したがって、経営者同士の交流を促進することは、地域産業構造の強化につながる可能性がある。

図1 経営者ネットワークで得られた効果

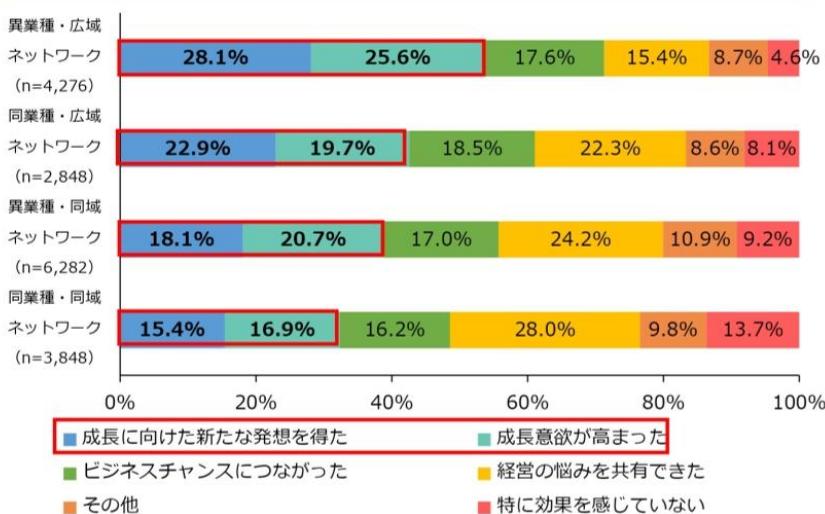
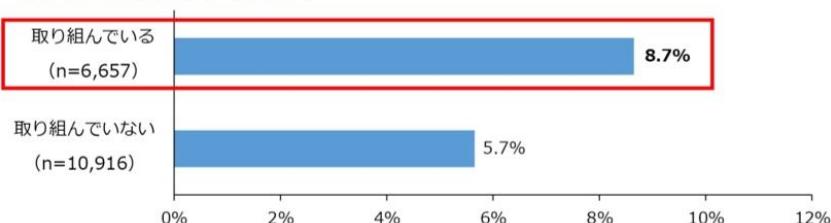
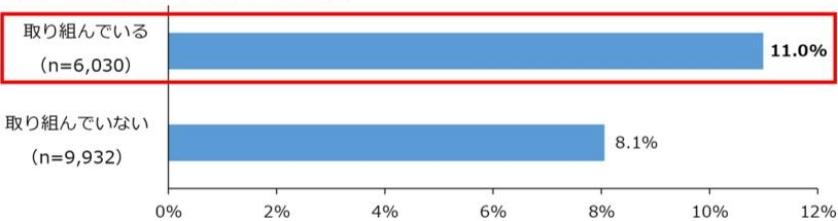


図2 経営者のリスクリングの効果

(1) 売上高の増加率（中央値）



(2) 付加価値額の増加率（中央値）

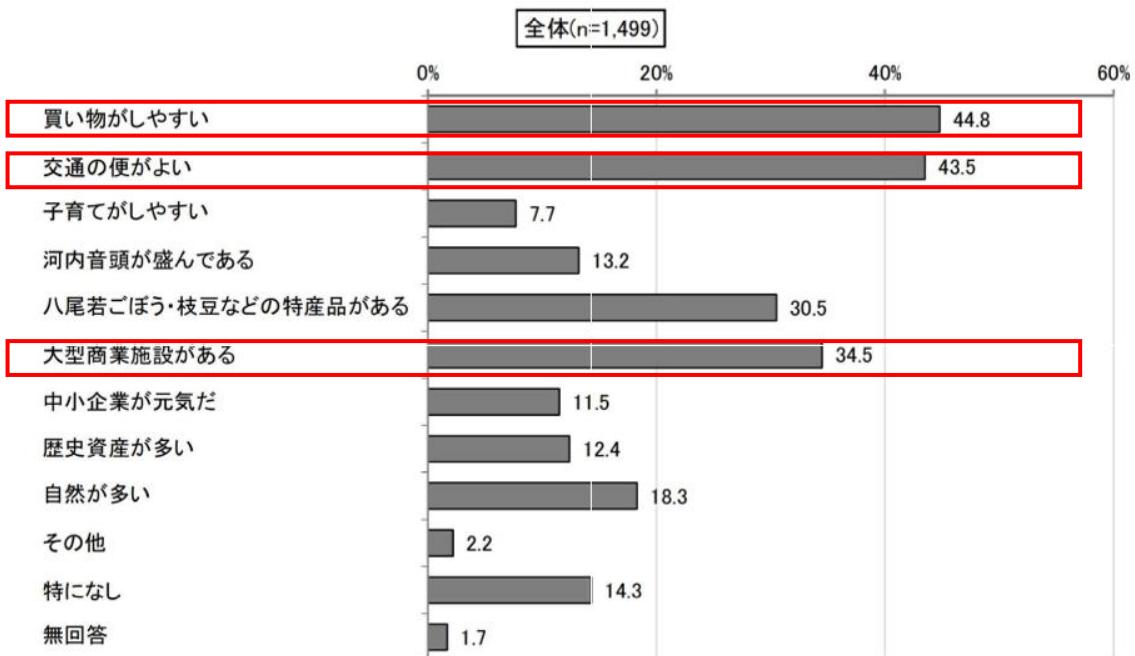


出所：中小企業庁「2025年版中小企業白書」

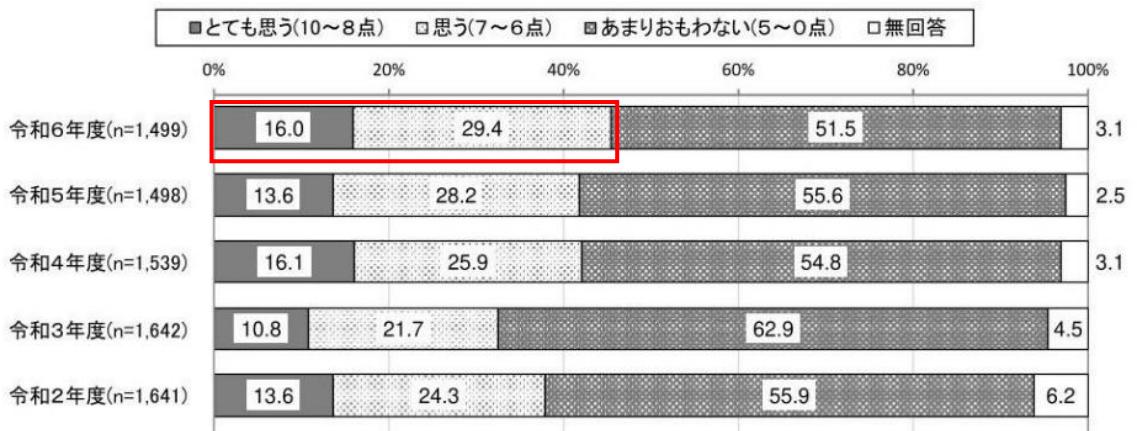
1－4 市民意識調査から見る社会の変化

令和6年度市民意識調査（回答1,499件）によれば、市民が八尾市に感じる魅力は「買い物のしやすさ」「交通の便」「大型商業施設の存在」であり、生活利便性が高く評価されている。一方で、八尾の魅力を友人や知人に薦めたい、とする割合は45.4%にとどまり、地域への誇りや愛着は十分に形成されているとはいえない。

八尾の魅力について



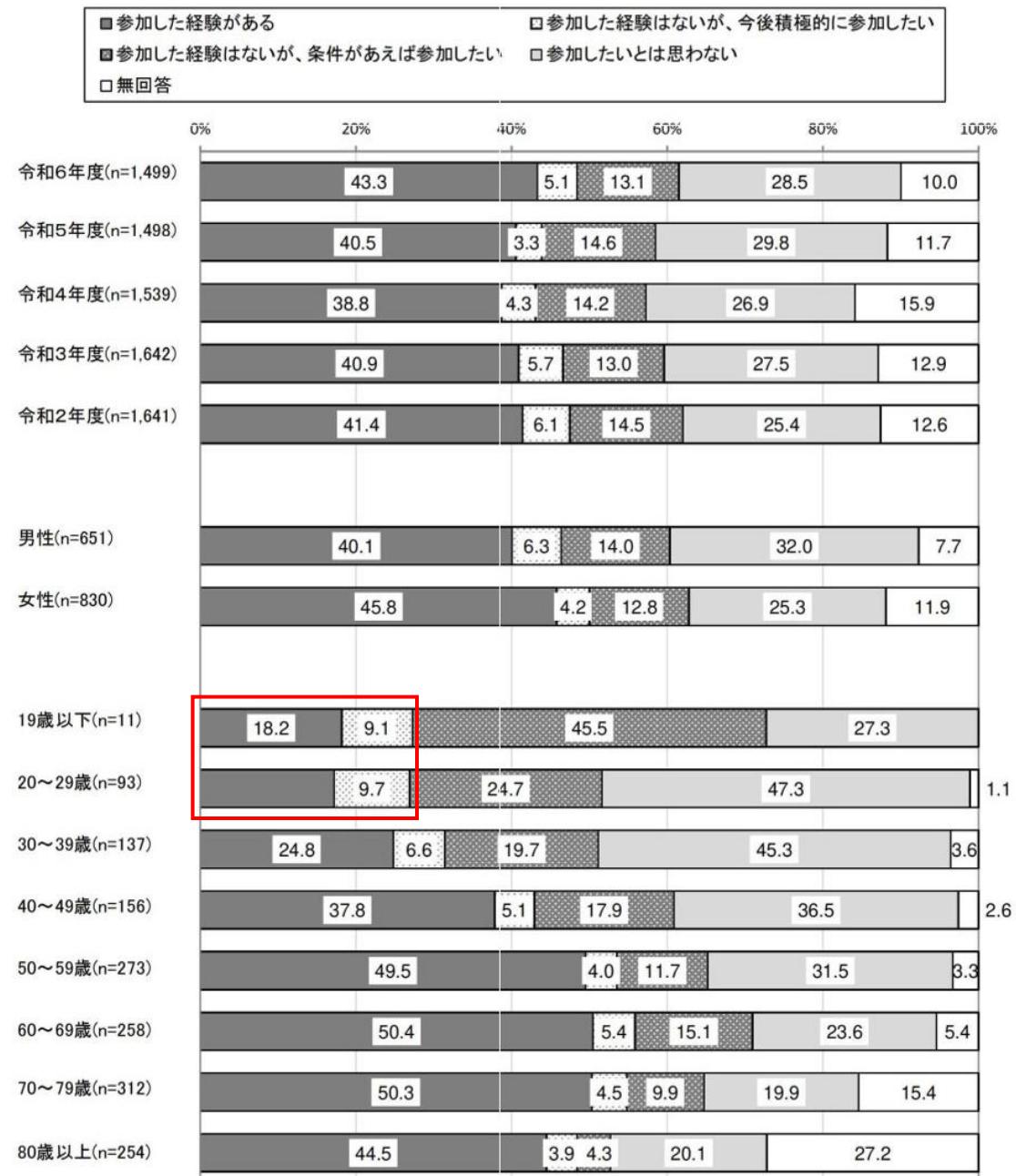
八尾の魅力を友人や知人にすすめたい度合い



出所：八尾市「令和6年度市民意識調査」

また、30歳未満では地域活動へ参加したことがある割合が2割を下回っており、他の年代と比べて低いが、今後積極的に参加したいという潜在的意欲は高く、地域参画を促す仕組みづくりが課題である。

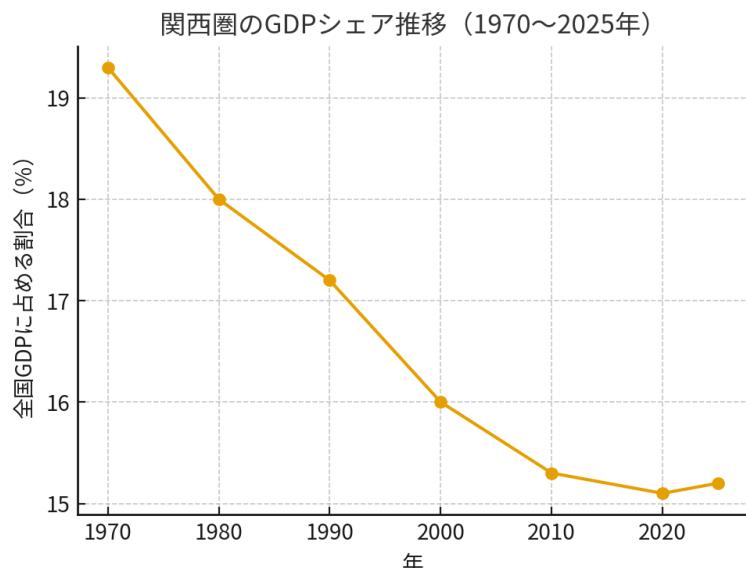
地域活動への参加状況



出所：八尾市「令和6年度市民意識調査」

2 万博後の経済

1970年の大阪万博は6,400万人超の入場者を集め、戦後日本の高度経済成長を象徴するイベントであった。しかし、その後の関西圏のGDPシェアは1970年当時の19.3%から低下し、近年は15%前後で推移している。短期的な経済波及効果は大きかったものの、恒常的な地域経済成長には結びつかなかったことが課題として指摘されている。



出所：内閣府「県民経済計算」、関西経済同友会資料

2025年の大阪・関西万博においては、経済産業省の試算で全国約2.9兆円の経済波及効果が見込まれるが、これらは主として建設需要や観光消費といった一過性の効果に依存しており、長期的な経済効果を示すものではない。

大阪・関西万博の経済波及効果試算

	算定時期	経済波及効果の試算概要
経済産業省 (デロイトトーマツ ファイナンシャルアド バイザリー合同会社)	2024年2月	総額：約2.9兆円 ・建設投資 8,570億円 ・運営・イベント 6,808億円 ・来場者消費： 1兆3,777億円

万博を一過性のイベントとして終わらせず、開催後も地域や社会に持続的な価値を残すためには、ハード面の整備に加えて「ソフトレガシー」の創出が重要である。ソフトレガシーとは、会場や施設といった物理的な遺産ではなく、万博を通じて人々が得た知見・体験・意識変容など、社会的・文化的な成果を将来へ継承していくものである。桃山学院大学の研究（『2025大阪・関西万博～ソフト・レガシーと地域間連携の創出～』）では、1970年大阪万博の最大の遺産が「グローバルな感覚を持つ人々を育んだこと」であったと指摘されており、2025年万博においても、次世代を担う若者の学びや共創、地域間連携、社会課題への関心の醸成などを通じて、形のない価値を未来へ残していくことの重要性が強調されている。

八尾市においても、万博を一過性の経済波及効果に終わらせず、地域資源の連携や人材育成を通じた“好循環”的契機とすることが求められる。

3 諒問内容の背景と産業振興会議の問題設定

八尾市産業振興会議は、平成10年に設立されて以来、市民や商工業者との対話を通じて産業施策の方向性を検討し、中小企業地域経済振興基本条例や中小企業サポートセンター事業などの実施に寄与してきた。これまでの提言は、地域の中小企業が主体的に連携し、地域産業の好循環を生み出すための基盤整備に大きく貢献している。

前期の提言では、「Be Makers創る人になろう！」をスローガンに掲げ、地域に根ざした実証実験として「やお糠床モデル」を展開した。この取組により、ものづくり企業・商業者・個人経営店舗が相互に学び合い、地域全体での価値創造が可能であることが実証された。また、工場や店舗、商業施設を“学びの場”として捉え、子どもたちが地域の産業に触れながら学ぶ「Open site（オープンサイト）」構想を打ち出し、地域全体での人材育成と地域理解の深化をめざしている。

こうした取り組みを踏まえ、令和6・7年度の諒問では、「大阪・関西万博後における八尾の産業の好循環」をテーマに掲げている。万博を契機として、地域の多様な産業・人・文化を結びつけることで、八尾市の産業構造全体に持続的な成長サイクルを形成することが求められている。八尾市は「OPEN FACTORY CITY YAO」をスローガンに、地域資源の発信、企業間連携の促進、商業・製造・教育・観光が一体となったまちづくりを推進している。産業振興会議における本諒問の焦点は、万博後の一過性の経済効果に留まらず、「地域内で価値が循環する構造の確立」にある。ものづくり、商業、教育、文化を横断的に結びつけ、地域の人材と資源が自律的に活かされる持続的エコシステムの構築が今後の重要な課題である。

これらの課題を踏まえ、次章では、人口減少時代における地域の“いきいき”を支える理論的な枠組みを整理し、その後、実証実験や既存の取り組みを通じて地域の好循環を生み出す方策を検討する。

第3章 万博後の新しい価値創造のための理論枠組 —やお糠床モデルの進展のために—

1 人口減少時代における「いきいきしたまち」とは

日本において、すでに人口減少への傾向は明瞭にあらわれてしまっている。そのようななかで、人々が安心して豊かに生活を送ることができるようになるには、どうすればいいのか。この点は、一人ひとりが考え、また試行錯誤しながら実践して、よりよい状態を模索していくしかない。

2020-21年度の八尾市産業振興会議による八尾市長への提言書で提唱され、2022-23年度の同会議提言書でも、その実装のために重ねられた実験的な試みとその意義が確認された「やお糠床モデル」の基本的な考え方は、一人ひとりがそれぞれのよいところを発揮しあい、同時にそれを支え合うというケア的な考え方立脚し、偶然的な出会いをも活かしながら価値を創造していくというものである。

2025年に大阪夢洲で開催され、盛況裡に閉幕した大阪関西万博は、単に新しい技術や世界各国の魅力を紹介するにとどまらず、そこから“自ずと”新たな価値の共創が生じることを促すところに大きな特徴があった。この偶然性をも念頭に置いた触発と共創は、人口減少モードに入る日本にとって、いきいきとした生活を可能にする一つのアプローチと位置づけることができる。2022-23年度の提言書で提唱したOpen Siteという構想も、同じ問題意識に立脚している。

このような偶然性をも念頭に置いた触発と共創を促すためには、「支え合うという前提に立って、一人ひとりを大事にするという姿勢を共有すること」「試行錯誤を後押しする風土が醸成されること」、そして「それらを可能にする制度のデザインが進められること」が必要になる。本章では、こういった基本的な考え方を裏付ける理論枠組について、簡単にではあるが紹介する。

2 やお糠床モデルを支える諸理論

2-1 アクターネットワーク理論：生態系的な捉え方

アクターネットワーク理論は、ラトゥール（Latour, B.）によって提唱された社会学の理論の一つである。ラトゥールはもともと科学社会学という、科学がどのようなプロセスをへて“科学”となっていくのかを解明しようとする領域から始まり、そこから人間の意思だけでなく、人間によって生み出された装置などのはたらきが人間の行為を方向づけたりもするところに着目し、人間以外の存在もアクターという名称で行為能力を持つ存在と位置づけた。そして、このアクターが他のアクターに対して何らかのはたらきをもたらしていくつながり＝ネットワークに着目し、その結果として社会が生まれてくるという見方を提唱した。これがアクターネットワーク理論である。

さて、なぜアクターネットワーク理論をこの提言書で持ち出すのか。それは「やお糠床モデル」が“発酵”という考え方方に立脚しているからである。ラトゥールは1999年に公刊した『科学論の実在：パンドラの希望』（川崎勝/平川秀幸訳、産業図書、2007年）において、パストゥールの乳酸発酵をめぐる実験とそれによるプロセスの解説を研究テーマとしている。発酵は、酵素や酵母などによる化学反応であるが、同時に人間の手も入る。ラトゥールは、パストゥールによる実験を通じてこの発酵のメカニズムが明らかにされたことについて論じる際、パストゥールによる作業が発酵という現象をクリアなものとして浮かび上がらせたことに着目する。つまり、自然現象に映る事象にも、人間による介入（ここで、この言葉にネガティブな意味はない）が加わっていること、とりわけ科学という営みは、そういう性質を持っているとラトゥールは論じたのである。

これは、例えば里山という現象を採り上げてみても、容易に理解できる。里山というのは人間の手が加わっているが、かといって完全に人間が構築しつくしたものではなく、そこに人間以外のアクター（動植物）が関与し、それを利用していくなかで生まれていくところに大きな特徴がある。そして、人間が手を入れなければ荒廃してしまうことも、よく知られるところである。

このように、人間はもちろんのこと、動植物や土や石、水など“自然”と称される様々な存在、それらを利用しながら人間が生み出したアーティファクト（人工物と訳されるが、法律や制度などのしくみも含む広い概念）などが、それぞれに何らかのはたらきを発しながら、それらが反応しあったり、それらを利用したりするなかで連鎖的なネットワークが生まれていることを説明するのが、アクターネットワーク理論である。

そう考えると、「やお糠床モデル」はアクターネットワーク理論的な考え方方に立つと、よりイメージがしやすくなるし、その多様な実践の営みを捉えやすくなるのである。

2-2 サービスドミナント・ロジック：“はたらき”をどうつなぐか

2-1で触れたアクターネットワーク理論は、それによってどう実践するかということよりも、実践がどのように生まれるのかを説明するところに焦点が置かれている。ただ、「やお糠床モデル」は八尾市での新しい価値創造の考え方を説明するだけでなく、その実践を促すという役割も有している。この点に資するのが、サービスドミナント・ロジック (Service-Dominant Logic; SDL) である。これは、マーケティング研究者のラッシュ (Lush, R. F.) とヴァーゴ (Vargo, S. L.) によって2004年に提唱された考え方である（ラッシュ/ヴァーゴ、井上崇通監訳『サービス・ドミナント・ロジックの発想と応用』同文館出版、2016年）。

この考え方で重要なのは、有形商品としての製品 (Goods) や無形商品としてのサービス (Services) という発想ではなく、有形であれ無形であれ、そこから発せられ、引き出される“はたらき”としてのサービス (Service) に着目する点である。この“はたらき”としてのサービスを軸に置く (dominant) 論理/考え方 (logic) であるがゆえに、サービスドミナント・ロジックと呼ぶわけである。

SDLに立脚すると、価値は基本的に受け取る側において生じると捉える。つまり、受け手（享受者）側の課題が解決されたり、あるいは期待が充たされたりしたときに、価値が生まれるという見方である。その際、提供する（提供者）側が何らかのモノやコトというかたちで課題解決や期待充足に資する提案をおこなう。これを価値提案と呼ぶ。つまり、享受者側の課題や期待と提供者側の価値提案がうまく合致したとき、価値が創造されたことができる。それゆえに、SDLでは価値創造をあえて“価値共創”という言葉で表現している。

そして、この“はたらき”としてのサービスの交換がつながってサービス・エコシステムがかたちづくられていく。これは、価値の創造/共創や循環の生態系とみることができる。そのときに留意しておきたいのは、このサービス・エコシステムを持続的に展開していくうえで、何らかの制度が必要になる点である。ここでいう制度とは、法律や政令、条例といった規則に限られない。価値観や共通理解といったような風土・文化的な側面も含まれる。それらも含めて、サービスの交換の連鎖やネットワークをどのように構築していくのかが重要になる。

「やお糠床モデル」は、もともとSDLから理論的な示唆を得て生きてきた側面を有している。実践的に翻訳していくならば、八尾にかかる市内外の人々や諸組織がもたらしうる“はたらき”をどうやって可視化するか、そしてそれを無理なくつないでいくか、その結果として価値の創造/共創を生み出し、地域の好循環を実現していくのか、という問いにたどりつく。「やお糠床モデル」をこれからも実践的に生かしていく際に、SDLは重要な理論的手掛かりとなる。

2 – 3 アントレプレナーシップ：“望ましい状態”を描き出す

SDLに立脚して地域の好循環を生み出していく際に、「どのような状態を生み出したいのか」という“想い”や“衝動”は欠かせない。さらに、さまざまな関係者（ステイクホルダー）にこの“想い”や“衝動”に共鳴してもらい、参画してもらうのみならず、さらには資源などを提供してもらい、協働を生み出していくことが必要になる。この起点になるのがアントレプレナーシップ（Entrepreneurship）である。アントレプレナーというと、事業を起ち上げるという意味での起業という言葉がイメージされやすいが、それにとどまらない。アントレプレナー/アントレプレナーシップについての議論はかなり古く、17世紀にはすでに始まっており現在に至る。そこで論じられることは多岐にわたるが、うまくいかわからない状況＝不確実性のもとで、想像力をもって将来のありたい状態を構想し、そのために資源を活かしていくといった点が採り上げられている。

なかでも、近年（2020年代）になって企業的想像力（Entrepreneurial Imagination）という概念に注目が集まりつつある。2025年には、この領域での研究を概観する論文も登場し、企業的想像力の重要性が認識されつつある。この概念の特徴は、単に経済的な成果の獲得だけでなく、ステイクホルダーとの関係性や将来的な“ありたい状態”を含めて、現状や将来をどう認識するか、それをどう言葉で表現するか、それをめぐる道徳的な点をどう考慮するか、そして現状や将来を感性的にどう捉えているかといった点を、想像力というはたらきを手がかりに解明しようとすることにある。

あまり小難しい議論に進まなくても問題はない。ここで踏まえておきたいのは、現状を踏まえつつ、どういう将来を実現したいのか、それを描き出し、多くの人と共有するということの重要性である。将来の“ありたい状態”は人によって異なる可能性がある。だからこそ、日常的な交流を通じた意思疎通が欠かせない。これは、ある人が自らの“想い”を実現したいと考えたときに、ステイクホルダーからの協力を獲得するうえでの基盤になる。また、さまざまな実践を重ねていくなかで、当初に描いていた“ありたい状態”から変化する可能性もしばしばある。その際に想像力でもつていつたん“ありたい状態”を描いておけば、状況の変化で別の“ありたい状態”を描くことも可能になるし、その差分を捉えることも容易になる。その意味でも、日常的に想像力を涵養する試みは、年齢を問わず重要になるだろう。

加えて、アントレプレナーシップ研究において注目されている概念として、2022-23年度の提言書でも言及したエフェクチュエーション（Effectuation）の考え方も、あらためてその重要性を指摘しておきたい。これは、手持ちの資源を活用しながら、試行錯誤しつつ、より実効性のある状態へと道を切り拓いていくとする姿勢やアプローチをさす。もちろん、事前に計画を立てて物事を進めていくというコーデーション（Causation）とセットで考える必要はある。しかし、多くの場合、コーデーションに偏りがちであり、変化する状況に対応しながら新たな可能性を探索することが疎かにされがちである。その意味でも、エフェクチュエーションの考え方や姿勢、アプローチは、新たな価値創造にとって欠かせない。しかも、エフェクチュエーションの考え方立脚すると、何ごとかを企てる当初だけでなく、状況の推移のなかでも想像力をはたらかせる必要が生じる。まだ実現していない状態を想像しながら、その実現へと進んでいくことは、もちろん困難を伴う。ただ、同時におもしろく魅力的であるのも確かである。その意味で、第4章で採り上げられる学校環境改善プロジェクトやジュニエコといったさまざまな取り組みは、若年期からアントレプレナーシップを涵養する試みとして、大きな意義を持っているのである。

3 やお糠床モデルの基本的骨格

「やお糠床モデル」は、八尾市の産業政策、より具体的には価値創造実践のための考え方の枠組として提唱された。あくまでもモデルであって、厳密な理論構成になっているわけではない。これは意図的な面もある。なぜなら、地域というのはきわめて多面的であり、さまざまなアクターの関係性のなかで醸成される“土壤”であるがゆえに、ある程度まで意図的介入は可能であるが、一方でアクターそれぞれの特性や特質が発露することによって化学反応が生じ、そこから予想もしなかった新たな展開へと進んでいくこともあるからである。

ただ、そうではあっても基本的な考え方はある。

- (1) 一人ひとりの存在、一つひとつの存在を大事にする。
- (2) それぞれができるることをベースにしながら、相互に支え合う。
- (3) 遊び心も含めて、想像力を大事にしながら、何ごとかを試みる。

これらの基本的な考え方立脚して、偶然性を持つ発酵的な“創発”をも促しながら、新たな価値の創造をめざしていくのが「やお糠床モデル」のポイントであるといえる。

2024-25年度の八尾市産業振興会議では、この期間中に開催された大阪関西万博と、その後を見据えた八尾市の将来を想い描きながら、数多くの議論とともに、実験や調査を重ねてきた。次章では、それらの実験や調査の概要とともに、そこから浮かび上がってきたことについて述べる。

第4章 新しい好循環につながる試み

1 実証実験について

今期の産業振興会議で出された、「交わる」「生み出す/生まれる」「続ける/続く」、そして「楽しむ」をキーワードとした取り組みを、大阪・関西万博への出展に合わせて市内で実施するイベントの実証実験場としての活用や、既に取り組まれている市内中学校の取り組みからみえてくる要素を通じて、今後の産業の好循環にとって効果的であるかを実証するために取り組んだ。

1－1 大阪・関西万博出展

八尾市は、大阪・関西万博において、大阪ヘルスケアパビリオンの「展示・出展ゾーン」で「まちこうばのエンターテイメント！～みせるばやおモデル～」をテーマに出展を行った。これは自治体で唯一の出展であり、「みせるばやお」を拠点に、ものづくり企業、商店、アーティスト、学生など多様な主体が連携し、未来の「健康・医療」や「エンターテインメント」、「食・文化」などを体験できる展示・企画を展開するもので、八尾市全体の力を発信した。

1－1－1 道のり

八尾市は「ものづくりのまち」として、中小企業を中心に高度な技術力と製品開発力を有しているが、その実力が十分に認知されていないという課題を抱えていた。大阪・関西万博の開催決定を受け、この機会を活用し、市内企業の技術と魅力を国内外に発信するため、「リボーンチャレンジ」に応募した。八尾市の提案「まちこうばのエンターテイメント！～みせるばやおモデル～」は全26件のうちの一つとして採択され、自治体として唯一の出展である。選定された市内13社の企業により実行委員会が結成され、約2年半の準備期間を経て、大阪ヘルスケアパビリオン内で「とにかく触る博」を開催した。展示では「メッセージ」「伝統」「素材」「視点」「着想」「体験」「デジタル工場見学」「来訪者との共創」の8つのテーマのもと、来場者が八尾のものづくりを五感で体験できる構成とした。さらに、八尾市は万博会期中に合わせて、市全体をパビリオンと見立てた地域運動型イベント「八尾のまち工場が、お店が、広場がパビリオン～触れてつながる、まちの未来～」を開催した。市内各地の商店街や団体が連携し、マルシェやワークショップ、音楽ライブを実施することで、地域全体に万博の熱を波及させる取り組みを行った。また、来場者がコスプレやグッズを身に着けて参加すると特典が得られる仕組みを導入し、イベントへの関心を高めた。

大阪ヘルスケアパビリオン



八尾市展示ブース「とにかく触る博」



1－1－2 実施プロセス

令和7年9月16日（火）から22日（月）までの7日間、大阪ヘルスケアパビリオンにて、八尾市出展「とにかく触る博」を開催した。本イベントでは、市内13社が参加し、「見て、触れて、感じる八尾のものづくり」をテーマに、展示・体験・ワークショップを組み合わせた参加型企画を展開した。会期中は、パビリオン展示と並行して、市内各地でも関連イベントを同時開催した。これにより、「まち全体がパビリオン」という一体感を醸成し、地域全体での盛り上がりを創出した。

- ・買物公園：

マルシェ・ワークショップ・キッチンカーによる出店を実施し、市民が気軽に立ち寄れる空間を提供。

- ・近鉄八尾駅周辺商店街：

各商店街が連携し、限定サービスや露店を展開。地域商業の賑わいを生み出した。

- ・みせるばやお：

企業展示や体験ブースを設け、企業の技術とデザインの融合を体感できる場を形成。

- ・駅前広場：

音楽ライブやアートイベントを開催し、文化に関心を持つ層の参加を促進。

- ・pre-FactorISM：

市内13社の工場を開放し、工場見学ツアーを実施。市民や来訪者が企業の現場を直接体験することで、地域産業への理解を深めた。

これらの多層的な企画を通じて、企業・商業者・市民が連携しながら八尾の魅力を発信する“実証的な共創モデル”を形成した。

リボーンチャレンジ出展に向けた主な取り組み



リボーンチャレンジ出展に向けた主な取り組み



1－1－3 結果/進捗状況

「とにかく触る博」には延べ55,633人が来場し、うちワークショップ参加者は6,450人、市内小中学校17校から2,744人が参加した。また、メディア掲載は2024年4月から2025年6月までに54件を記録した。各会場の来場実績は次のとおりである。

- ・買物公園：参加事業者31者、来場者1,363人 ※買物公園北側出入口からの入場者数
- ・みせるばやお：来場者705人
- ・近鉄八尾駅前広場：来場者720人
- ・pre-FactorISM：来場者201人

SNS連動企画として、投稿者への商品券配布151件、うちコスプレ投稿75件があり、「まちのコイン」のチェックイン124人、スタンプラリー達成者56人を記録した。

とにかく触る博 令和7年9月16日（火）～22日（月）開催



買物公園 令和7年9月21日（日）開催



近鉄八尾周辺商店街 令和7年9月21日（日）開催

- ・参加商店街：北本町中央通商店会、ファミリーロード（八尾市商業協同組合）、城正会、ペントモール八尾協同組合



みせるばやお 令和7年9月16日（火）～22日（月）開催



近鉄八尾駅前広場 令和7年9月21日（日）開催



preFactorism 令和7年9月16日（火）～22日（月）開催



アンケート実施概要

- 調査目的：イベントの満足度・来訪動機・広報効果を把握し、次回以降の改善に資するため
- 実施日：令和6年9月21日（土）
- 対象：来場者アンケート（回答数：30人）、出店者アンケート（回答数：23者）
- 方法：会場内QRコードおよび紙面回収
- 主な分析視点：
 - ・地域波及効果（来訪者属性・購買行動）
 - ・情報発信効果（認知経路・SNS投稿）
 - ・イベント満足度（再来意向・印象項目）

来場者アンケート結果

来場者アンケートでは、回答者の約3分の1が八尾市外からの来訪者であり、地域外からの関心も高かった。

お住まいはどちらですか？



補足情報：

- 大阪府外の内訳: 奈良県 (3名), 兵庫県 (1名)
- 海外からの参加者: 0名

参加動機では「万博への関心」が最も多く、イベントテーマの設定が集客効果に直結していることが確認された。

今回のイベントに参加した理由 (複数回答可)

万博に関連していて興味があった

19名

家族や友人と楽しめそうだから

11名

SNSや広告で知って面白そうだと思った

10名

食・買い物・文化に興味があった

8名

その他

7名

(内訳: 出店依頼など関係者としての参加)

他の予定（買い物など）のついでに

1名

また、「口コミ」が最も影響力の高い情報経路であり、参加者の満足度が次回以降の集客拡大に寄与する可能性が示された。

イベントを知ったきっかけは何ですか？ (複数回答可)

家族や知人からの口コミ

15名

チラシ・ポスター

10名

八尾市のホームページ

8名

SNS (X, Instagramなど)

5名

その他

2名

(内訳: まちのコイン, 通りがかり)

消費行動では、半数以上が3,000円以内の支出であったが、「飲食・物販」への支出が最も多く、地域商業への経済波及効果が認められた。さらに、来場者の約6割がSNSに投稿しており、オンライン上での拡散を通じた二次的波及効果も確認された。次回参加への意欲は8割以上が「ぜひ参加したい」と回答しており、イベントの満足度と継続性の高さが明確に示された。

イベント関連の消費金額



面白かったもの、印象に残ったもの (複数回答可)

出店（飲食・物販）



ワークショップ



その他



(内訳: コスプレしてのXキャンペーン)

来場者の約6割がSNS投稿を行っており、オンライン上での情報拡散による二次的効果が期待できる。

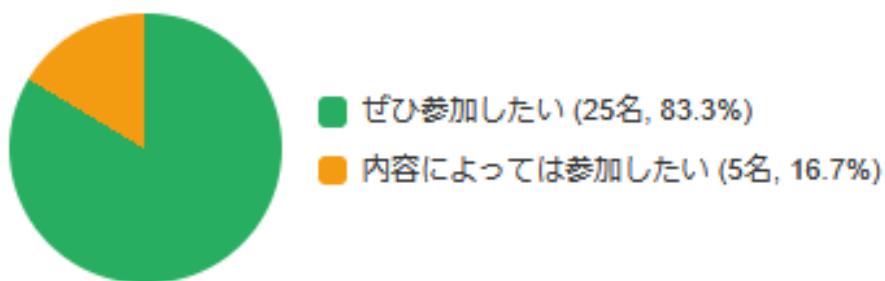
今後のイベントへの参加意欲も非常に高く、8割以上が「ぜひ参加したい」と回答しており、イベントの満足度が極めて高く、地域イベントとしての継続可能性を示している。

今後は、参加者層の拡大や市外からの誘客を進め、地域ブランドとしての定着を図ることが求められる。

イベントに関してSNS等へ投稿しましたか？



今後も八尾市のイベントに参加したいですか？



出店者アンケート結果

出店者の参加理由では、「八尾を盛り上げたい」が最多で、直接的な売上よりも地域貢献や交流への意欲が強いことが分かった。

また、「他団体とのつながりづくり」が2番目に多く、イベントがネットワーキングの場として高く評価されている。

イベントに参加した理由 (複数回答可)

八尾を盛り上げるため

18者

他団体とのつながりづくりのため

11者

自団体（自店）のPRのため

9者

万博関連企画への参画のため

8者

新規顧客・ファン獲得のため

6者

売上拡大のため

5者

その他（お誘い）

1者

イベントでの売上が1万円を超える事業者が多数を占め、半数以上が本業の店舗の売上増加に寄与したと回答しており、売上が主目的ではないものの、活動を継続するための経済的な成果も一定レベルで確保できていることがわかる。

イベント用売上金額 (降順)

50001円以上

4者

30001～50000円

3者

10001～30000円

10者

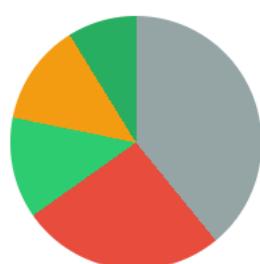
～5000円

4者

イベント用に出店はしていない

2者

本業の店舗売上への寄与



- 本業なし (9者)
- 変わらなかつた (6者)
- まあまあ寄与 (3者)
- 少し寄与 (3者)
- 大きく寄与 (2者)

また、来場者との接触人数を見ると、51人以上と接触した事業者が6割を超えており、多くの来場者とのコミュニケーションが生まれている。これは単なる販売機会ではなく、自店の想いを伝え、ファンを獲得するための重要なコミュニケーションの場となっていることを示唆している。

来場者との接触人数 (降順)

101人以上

3者

51～100人

10者

31～50人

6者

～30人

4者

イベントで得られた効果として最も多かったのは「他団体・企業と連携できた」であり、参加理由として掲げたネットワーキングへの期待が実際に満たされたことがわかる。また、イベントが単なる売上目的の場ではなく、ビジネスマッチングや協業のきっかけを生む、新たな価値創造の起点となっているといえる。

イベントで得られた効果 (複数回答可)

他団体・企業と連携できた

14者

自団体の活動を知つてもらえた

13者

売上や利用者増につながった

6者

新規顧客・フォロワーが増えた

4者

その他

2者

団体間の連携を促進するために必要なこととして「中心となる人」と「場所」が同率トップに挙げられた。イベントを力強く牽引するリーダーシップと、活動の拠点となる物理的なスペースが求められている。また、八尾市への支援としては「広報」が圧倒的に多く、個々の事業者では限界のある情報発信力の強化が市に期待されていることが分かる。

様々な団体が連携するために必要なこと (複数回答可)

中心となる人

16者

イベントに使用できる場所

13者

他の団体の活動に関する情報

10者

その他

3者

(内訳: 目的の共有, 情報共有のスピード・正確さ)

次回の参加意向では、回答者全員が前向きな意向を示している。これは参加の目的である地域貢献やネットワーキングの効果を実感できたことや、継続して参加するために必要な売上を確保できていたことが理由と考えられる。

また、条件付き参加を希望した全員が「イベントの目的に賛同できれば」を挙げており、イベントが持つ理念への共感が参加への最も強い動機となっていることがわかる。

次回も参加したいと思いますか？



■ 条件が合えば参加したい (12者)

■ ぜひ参加したい (11者)

「条件が合えば」の主な条件:

- ・ イベントの目的に賛同できれば (9者)
- ・ 多くの来場者が見込まれる (6者)
- ・ 付き合いのある団体が参加する (4者)

今回の経験の活用について、最も多くの事業者が言及したのは、今回のイベントで得た「つながり」を次へと発展させたいという意欲であり、イベントに、新たなコラボレーションやビジネスチャンスを生むプラットフォームとしての価値を求められていることが分かる。

また、参加理由でも上位であった、「八尾を盛り上げたい」という想いが、イベント参加を通じてさらに強固になったことも伺え、イベントが、事業者の地域貢献に対するモチベーションを高める役割を果たしているといえる。

今回の経験を今後の活動にどう活かしたいですか？

主なご意見（抜粋）：

- ・他の団体と連携したイベントを企画・参加したい。
- ・八尾市を盛り上げる活動に、より一層寄与していきたい。
- ・商品PRや新規顧客獲得の方法を工夫していきたい。
- ・自社の活動を知ってもらう機会として活用したい。
- ・地域の団体との交流を深め、活動を活性化したい。
- ・巻き込み力、発信力、本気度の重要性を再認識した。

ーまとめー

本事業は、単なるイベント実施にとどまらず、地域の企業・商業者・市民が一体となり、経済・文化・人の循環を生み出す“ソフトレガシー”形成の第一歩となった。今後は、この成果を継続的に展開し、八尾市全体の産業好循環モデルとして定着させることが重要である。

1－2　学校環境改善プロジェクト

学校環境改善プロジェクトとは、市内の中学校で行われている、学校の環境改善を生徒が主体的に行う取り組みである。令和6年7月に、今回事例として取り上げる中学校において、校内環境（主にトイレ）について生徒からの声が寄せられていたことから、生徒向けアンケートを行い、校内環境の現状把握を行った。アンケート結果では、トイレが汚いことにより、利用したくない等といった意見が多く挙げられたため、中学校とPTAで課題を共有する中で、生徒が主体的に取り組むことに加え、外部との連携を図ることで課題解決につなげるため、PTAから相談を受けた八尾市がつなぐ形で、市内中小企業の経営者が参画することとなった。

1－2－1　道のり

令和6年11月に第1回目の経営者と生徒（生徒会役員が中心）とのディスカッションが行われた。その後も概ね月に1回のペースで実施され、現在も継続中である。ディスカッションでは、生徒が感じている問題点を経営者がもつノウハウを活かし、様々な見地から課題解決の支援につなげるためのアプローチを行っている。

本プロジェクトを今期の産業振興会議で取り上げた経過として、産業振興会議の委員の中に、本プロジェクトに関わっている委員があり、今期の産業振興会議のテーマである「好循環」につながる事例としてワークを実施している中で、本プロジェクトの取り組みについて紹介されたことから始まっている。本プロジェクトは地域の課題解決に向けて経営者が関わっていることから、今期の産業振興会議で「好循環」につながる要素の仮説として挙げられた、「地域資源の活用」「多様な参加者」「新たな価値の創造」の3つの要素があり、モデルケースとして取り上げていくことになった。こういった生徒と経営者が関わる取り組みについては、前期の産業振興会議から提言があり、八尾市の施策となった「未来を創る！こども創造性プロジェクト」とも連動した取り組みであることからも、産業振興会議のこれまでの議論の延長線上にあることも取り上げた背景となっている。

1－2－2 実施プロセス

第1回 (R6.11.12) 於：学校視聴覚室

出席者：生徒13名、PTA会長、教員、経営者、市職員

主な内容：トイレの現状把握と課題の整理、これからの活動の方向性

第2回 (R6.12.23) 於：学校視聴覚室

出席者：生徒11名、PTA会長、教員、経営者、市職員

主な内容：プロジェクトチーム名とスローガンの決定について

第3回 (R7.1.28) 於：学校視聴覚室

出席者：生徒13名、PTA会長、教員、経営者、市職員

主な内容：プロジェクトの目的、ビジョンについて意見交換と方向性について

第4回 (R7.2.25) 於：学校視聴覚室

出席者：生徒12名、PTA会長、教員、経営者、市職員

主な内容：プロジェクトの目的作り、活動の意義と成果の整理

第5回 (R7.3.18) 於：学校視聴覚室

出席者：生徒11名、PTA会長、教員、経営者、市職員

主な内容：これまでの意見整理、目的文の意見集約と最終決定に向けた意見交換



第6回 (R7.5.30) 於：学校視聴覚室

出席者：生徒11名、PTA会長、教員、経営者、市職員

主な内容：目的の正式決定、今後の具体的な活動方針

第7回 (R7.7.2) 於：学校視聴覚室

出席者：生徒12名、PTA会長、教員、経営者、市職員

主な内容：おそうじコンテストの実施内容について意見交換

第8回 (R7.8.27) 於：学校視聴覚室

出席者：生徒12名、PTA会長、教員、経営者、市職員

主な内容：おそうじコンテストの実施内容決定、実施に向けたPR方法について

※PR方法を意見交換する中で、市長からコンテスト開催に向けたメッセージを

もらいたいとの意見が出された

市長からの応援メッセージ動画撮影 (R7.9.8) 於：市役所秘書課応接室

出席者：生徒4名、教員、経営者、市職員



J:COM 「ジモトトピックス」より

おそうじコンテスト(R7.9.22) 於：学校校舎各クラス

出席者：生徒全員、教員、経営者、市職員

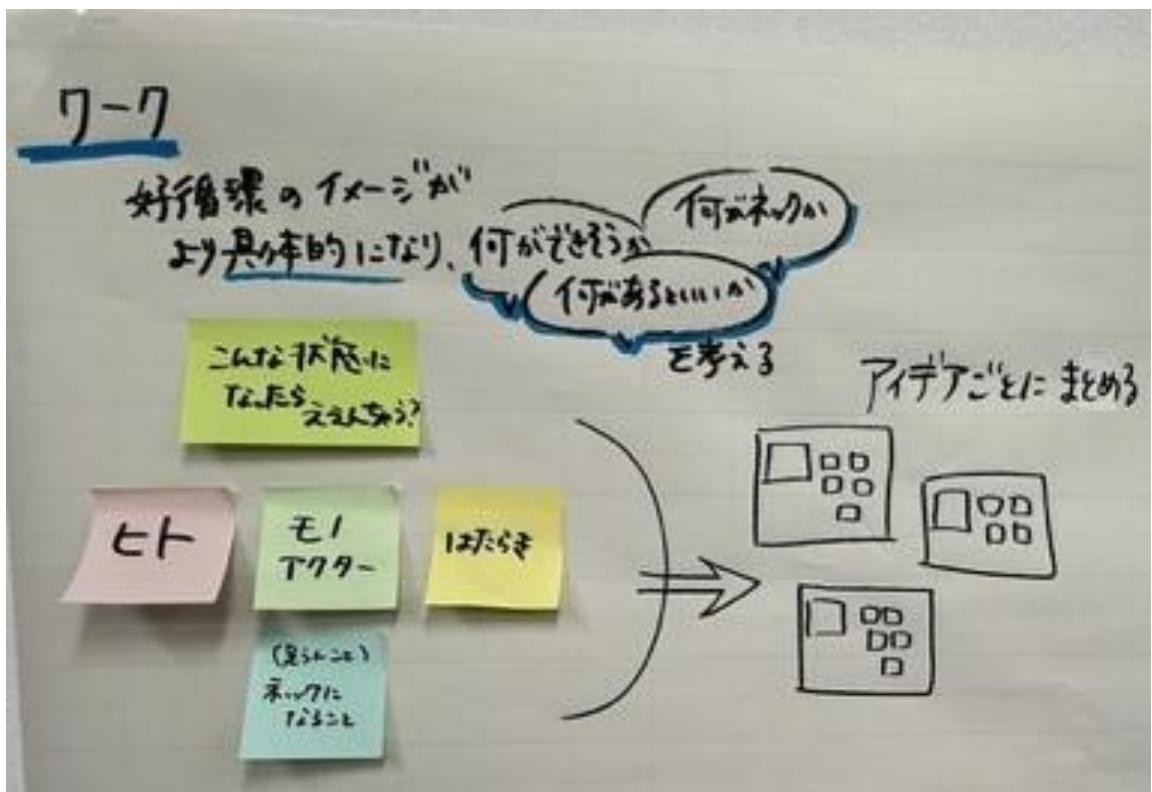
1 - 3 探索的プロジェクトとしての「出会う」プロジェクト

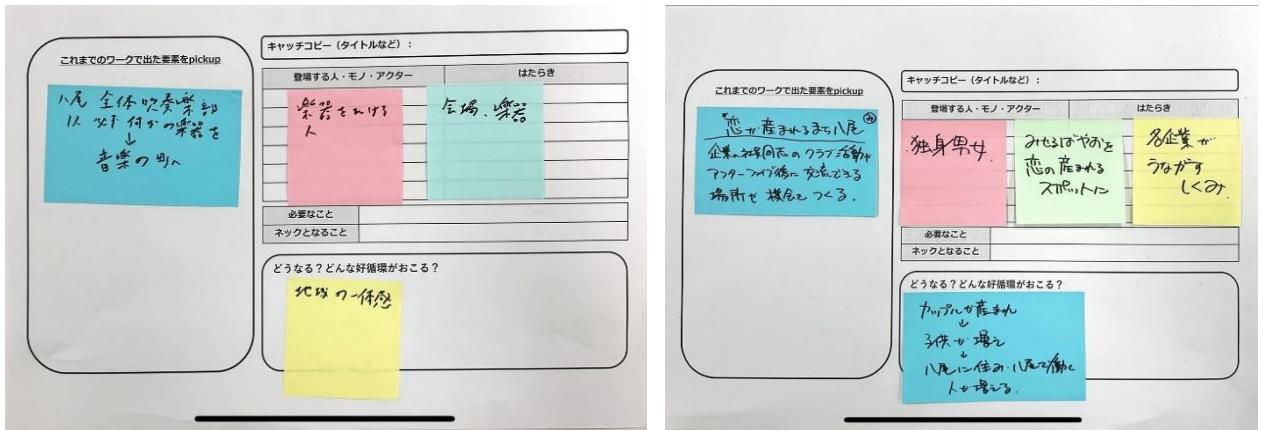
「出会う」プロジェクトは、今期の産業振興会議で出された好循環につながる様々な取り組みの共通項を見出して生み出された、探索的プロジェクトである。

1 - 3 - 1 道のり

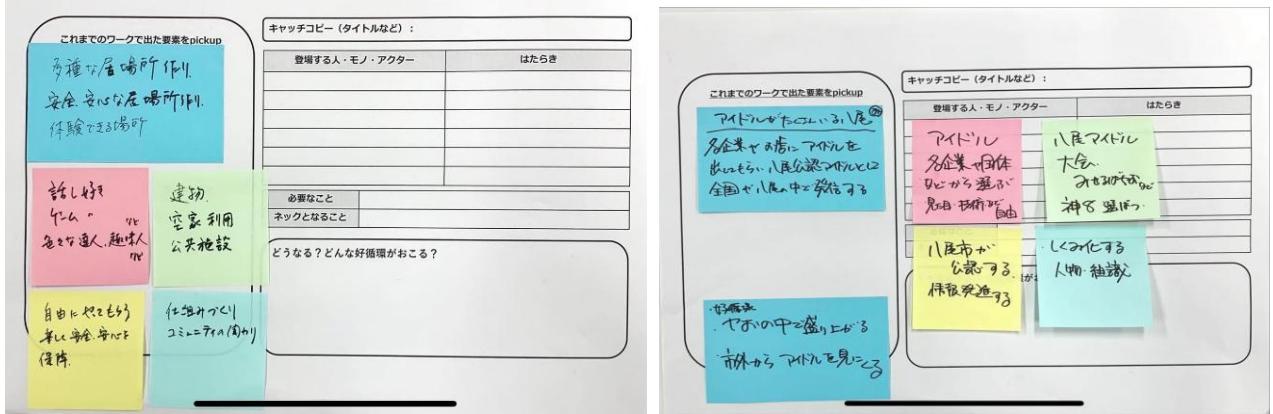
第3回本体会議（R7.2.17）において、「好循環」につながる取り組みについてのワークを行った。それまでのワークで行った、「八尾にあるもの・ないもの（ポジティブ・ネガティブ含めて）」「八尾にある問題・課題、そしてどうアプローチするか」のテーマでの意見を踏まえながら、既存の取り組み、または、新しいアイデアを、「こんな状態になったらええんちゃう？」という好循環のイメージと、そのために必要なヒト・モノ（アクター）・はたらき・ネックになることをコンセプトシート形式で、それぞれの取り組みごとにまとめた。

コンセプトシート形式でまとめることによって、様々な取り組みのアイデア（八尾全体吹奏楽部・恋が生まれるまち八尾・多種な居場所づくり・アイドルがたくさんいる八尾等）が出された。アイデアの共通項を探ってみると。趣味や推し活をきっかけに、人が集まる場所や機会を作ることで人ととの共通項として「出会い」が生み出され、その「出会い」をテーマとした取り組みを行っていくことが、まちにとって大切な要素であり、それが「いきいきしたまち」につながっていくといったまとめになった。





八尾全体吹奏楽部



多種な居場所づくり

アイドルがたくさんいる八尾

1 – 3 – 2 実施プロセス

第3回検討部会（R7.9.1）において、八尾市から、大阪・関西万博出展期間に合わせて八尾市内で開催する万博関連イベントの紹介があった。産業振興会議で出された「出会い」をテーマにした取り組みを、このイベントの場で実証実験場として行えることはないか意見交換を行った。具体的には、「出会いを広げるために取り組めること」をテーマにワークを行い、「イベントを継続するためには出店者が楽しむこと」や「一部の人に負担がかからない仕組みづくりが必要」といった意見が出された。また、出会いを広げるための集客方法として、万博にちなんだコスプレをして来場された人への特典を用意してはどうか、といったアイデアが出され、実際にイベントでアイデアが採用された。

1－3－3 進捗状況

今期の産業振興会議の期間では、前項で触れた八尾市内での万博関連イベントに関わる形で「出会い」をテーマに取り組んだが、今後、「出会い」をテーマにした取り組みを継続していくために、「出会い」プロジェクトとして必要な「仕組み」や「やり方」について、第4回検討会議（R7.9.29）でワークを行い、次のようなアイデアが出された。

「仕組み」「やり方」のアイデア

▽デジタルの活用

- ・AI等のデジタルツールを活用して、24時間いつでも思いついたアイデアを発信できる仕組み。
- ・AIがアイデアを分類・マッチングすることで、解決策を見つけやすくなる。

▽なんでも相談窓口の発展

- ・縦割りにならないフラットな意見集約できる場が必要

▽既存プラットフォームの活用

- ・既に市民に浸透している「まちのコイン」のようなデジタルツールや、企業内の情報共有システムなどを活用

▽当事者の主体性と熱意

- ・アイデアを出した当事者が自ら行動し、熱意を持ってコミットすることが重要
- ・アイデアだけではなく実現に向けた仕組みや多様な関係者が協力できるような場を作る

▽「実証実験ができるまち」としてのブランディング

- ・新しいアイデアを持つ人々や企業を八尾に呼び込み、実証実験を促進。
- ・「実証実験ができるまち」としてのブランドを確立し、外部からリソースやパートナーが集まりやすくなる。

▽マッチングと協働

- ・多くの課題は当事者だけでは解決できない。
- ・様々な団体（老人クラブ、まちづくり協議会等）や企業をマッチングさせ、協働する仕組み。

▽「面白さ」と「持続可能性」の両立

- ・人を集めためには「面白さ」が必要。
- ・一方で「面白さ」だけで続けるのは難しい。
- ・祭りなど、多様な人々が楽しみながら集まり、新たな接点が生まれ、そこから新しいものが生まれる「循環」がつくられる。

「出会い」を創出するために、人をどう呼び込むか？参加者が参加したくなるポイントは？

- ・参加企業が共通のテンプレートを利用し各社のSNSで発信
- ・口コミの活用
- ・大きなイベントとの連動（今回なら万博）

企業が無理なく続けるための要素、新しいメンバーが参加したくなるために必要なこと

- ・想い・意識・目的の共有
- ・エネルギーのあるキーマン
- ・日常的なコミュニケーションと関係性構築

－探索的プロジェクトとして実施していくために－

ここで出されたアイデアはあくまでアイデアベースであることを踏まえつつ、市民あるいは民間事業者が実際に取り組んでいく場合において、自由なフィールドで取り組んでいくことが求められるが、一方で、行政との連携事業として実施する場合においては、行政の計画に沿って、将来のあるべき姿や目標、KPIといった成果指標が設定され、効果測定が行われることがこれまでの枠組みとなっている。計画によって実施することで、一貫性や安定性といった強みが発揮される一方で、硬直的になりがちで実行までのスピードが遅いといったことがみられる。

社会変化が速く、先を見通しにくい時代において、これらの取り組みを八尾市の好循環につなげるためには、はっきりとした方向性が定まっていない状況であっても、手掛かりを探しながら新しい発見をめざし、「今できることから取り組んでみる」といった「探索的」に取り組んでいく手法を取り入れていくことが求められる。

2 その他の試み

産業振興会議では、実証実験を行った取り組みの他にも、すでに行われている好循環につながる取り組み事例や新たなアイデアが委員から活発に出された。その中の事例の一部について紹介する。

ジュニアエコノミーカレッジ（ジュニエコ）

ジュニエコは、NPO法人ジュニアエコノミーカレッジが実施する、商売体験を通して「自ら決めて行動できる人材の育成」をめざす取り組みである。小学校4・5・6年生が、模擬株式会社を設立し、計画、仕入れ、製造、販売、決算、納税までの一連のサイクルを体験する。地域の将来を担う子どもたちに、商売体験を通じて働くことの意義、コミュニケーション能力やリーダーシップ、チームで協力し合いながら成し遂げることの大切さを学ぶ。平成12年に福島県で第1回が行われ、令和6年度時点で全国58カ所で開催されている。八尾市では八尾商工会議所青年部が主催、八尾市が後援し、平成26年度に第1回が開催され、今年度で10回目の開催となる。また、令和8年2月には、全国のジュニエコ開催地のメンバーが集まる「第15回ジュニエコサミットin八尾」が八尾市で開催される。

ー新たな好循環につながる要素ー

ジュニエコの取り組みは、全国的な取り組みであることに加え、八尾市においても平成26年度から継続して開催されていることから、その「しくみ」と「やり方」、そして「続く」ための要素について確認する。

まず、ジュニエコに参加する大人や子どもが、しっかりと目的を共有していること、そしてお互いに意見を認め合える環境がつくられている。これらは、今回の実証実験の取り組みや産業振興会議のワークの中で、各委員から何度も挙げられている大切な要素である。

つぎに、地域の経営者、事前に登録した地域のサポートー、大学生が参加し、多様な大人同士がつながり、また大人と子どもが交流できる場となっている。取り組みを継続することより、安心して参加者が参加することができ、さらなる参加につながるといった好循環が起こっている。

さらに、人口減少社会の中で、子どもの成長を地域全体の課題として、その地域の「ヒト」が解決に向けてかかわりあい、子ども同士、または大人同士がこの取り組みを通じて、新たな気づきを得る機会となっている。子どもは新しい体験を、大人は自らの事業や知己の活動に新しいかかわりを生み出すことが、「新たな価値の創造」につながっている。

そして、参加する人の「楽しさ」について着目すると、「自分で決める。だから楽しい」という理念が共有され、子どもが楽しめるために、大人は環境づくりに徹して、考えるために必要な知識を教える以上のこと教えることはしない、といったことや、「まずは大人が楽しむ」ことを大切にして取り組まれている。



また、新たな取組みのアイデアとして、令和8年2月7日に開催される「第15回ジュニエコサミット in 八尾」にあわせて実施予定の展示の取組が挙げられる。

本取組は、八尾市文化会館プリズムホール1階ロビーを会場に、学校、地域団体、企業、行政など、分野や立場の異なる主体が一堂に会し、それぞれの活動を展示を通じて共有することで、相互に理解を深め、関係性を広げていくことを目的として企画されたものである。来場者が多様な取組に触れることにより、主体同士が自然に出会い、新たなつながりが生まれ、それが次の連携や共創へと発展していくきっかけを生み出す場として位置づけられている。展示内容は、学校、地域団体、教育委員会等と連携して構成しており、中学生の作成した「八尾ものづくり企業新聞」の展示をはじめ、やお少年少女発明クラブの活動紹介、学校部活動の地域連携に関する取組など、分野や主体の異なる事例が一堂に会する構成となっている。これにより、来場者は、八尾市内における多様な活動や人の動きを、単体としてではなく、相互のつながりや将来的な共創の可能性を含めて捉えることができる。

また、本取組においては、八尾市が展示全体の企画・調整や当日の設営・運営を担うことと、個別に活動する主体をつなぎ、新たな関係性の芽を生み出すハブとしての役割を果たしている点が特徴である。このように、本取組は、単なる取組紹介にとどまらず、主体間の相互理解を促すとともに、新たに生まれたつながりが連携や共創へと展開していく土壤を形成する場として、今後の八尾市における人や活動の好循環を生み出す取組となっている。

第5章 考察

地域とは何か。この問いは一見シンプルにみえるものの、地理学にとどまらず、社会学や政治学、地域経済学など、さまざまな分野で議論されてきた。そのため、地域の定義は一様ではない。しかし、第3章で取り上げたアクターネットワーク理論の視点に立てば、地域とは、住民をはじめとしたヒトだけでなく、企業・自治体・教育機関・NPOといった組織、条例や施策などの制度、さらにはSNSやインフラといった技術、住宅・駅・公園・自然環境といったモノまで、さまざまな人間・非人間のアクターがかかわり合うことで形づくられる社会空間と捉えることができる。

つまり、地域はあらかじめ固定された実体ではない。そこでは、さまざまなアクターのあいだで関係が結ばれたり、結び直されたりしており、そうした中で、絶えず変化しながら地域は生成されていく。つまり、地理的な境界や行政区分によって規定される空間ではなく、人びとの生活や経済活動、社会的な活動を通じて多様なアクターがかかわり合い、協働しながら形づくられる、動的で生きたネットワークとしての社会空間こそ地域であるといえる。

1 生活の「土壤」としての地域

1－1 人びとの生活基盤としての地域

上述したように、地域は、人間だけでなく、モノも含む多様なアクターの相互作用によって絶えず生成される社会空間であるが、それと同時に人びとの生活が営まれる場でもある。この意味において、地域は生活を支える「土壤」としての役割をもっている。ここでいう「土壤」とは、植物が根を張り、栄養を得て成長するための地面のように、人びとが安心して暮らし、働き、学び、支え合うための基盤を指している。

地域には、住む場所があり、働く場所があり、子どもを育てるための教育や医療の施設があり、買い物や交流の場がある。さらに、助け合いや信頼といった目には見えにくい関係性、地元企業や商店とそれらのネットワーク、自治体やNPOによる支援なども息づいている。こうした物理的な環境と人間的・社会的なつながりが重なり合うことで、地域の生活は成り立っている。すなわち、地域は生活の「場」であると同時に、その生活を支える「仕組み」でもある。

また、企業や事業者にとっても、地域は単なる立地ではない。とくに中小企業の場合、経営者や従業員が企業の近隣に暮らしていることが多いという「職住の近接性」の高さは、本質的な特徴のひとつであることが指摘されている（本多哲夫『大都市自治体と中小企業政策：大阪市にみる政策の実態と構造』同友館、2013年）。実際にも、中小企業では経営者や従業員が地域で生活し、その地域の学校に子どもを通わせ、地元の商店を利用し、地域の行事やイベントに参加するという例は少なくないだろう。つまり、中小企業にとって地域は取引範囲や市場といった単なる経済基盤ではなく、経営者や従業員、そしてその家族の生活基盤としても重要な意味をもっている。

1－2 地域に埋め込まれた存在としての中小企業

さらに中小企業にとって、地域は存立の面でも欠かせない存在である。なぜなら、事業活動に不可欠なヒト・モノ・カネといった経営資源の多くを、地域の中で調達しているケースが多いからである（吉見隆一「中小企業と地域貢献」『商工金融』2012年2月号）。言い換れば、中小企業は、人びとの生活を支える「仕組み」としての地域を構成するーアクターであると同時に、地域のさまざまなアクターとの関係性の中で存在しており、この点において地域に埋め込まれた存在であるといえる。

このように人びとが暮らし、働き、支え合うための基盤である地域では、経済的な利益のやりとりだけでなく、安心や信頼、つながりといった目には見えにくい価値が育まれている。こうした価値が積み重なることで地域は持続している。この地域の持続可能性を支えているのが、地域の一住民として生活しながらそこで事業を営む人びとであり、とりわけ地域に根ざして活動する中小企業の存在である。中小企業は地域の一員として、人びとの暮らしと地域経済を結びつける役割を果たしているのである。

そこで次節では、中小企業が地域とどのようにかかわり、互いに成長していくのか、すなわち「利己（自社の利益のため）」と「利他（地域のため）」を両立させた中小企業と地域とのかかわり方について考えていく。

2 利己×利他による企業と地域の同時的発展 ：地域の好循環に向けた企業のかかわりかた

1でのべたように、地域は人びとの生活を支える「土壤」であり、その「土壤」づくりにおいて、とりわけ地域に根ざして活動する中小企業の存在は大きい。中小企業は地域の雇用を生み出し、経済を循環させる役割を担うと同時に、地域の生活や文化、環境、教育活動にも深くかかわっている。すなわち、中小企業の存立にとって地域は不可欠な存在であるだけでなく、地域にとってもその経済基盤、ひいてはそこに暮らす人びとの生活基盤の維持に中小企業は欠かせない存在であるという、いわば持ちつ持たれつの共生関係にある。この両者の関係にこそ、利己と利他の両立による企業と地域の同時的発展の可能性が見いだせる。

2－1 ソーシャル・キャピタルの視点からみた利己と利他の融合

中小企業と地域との共生関係を理解するうえで役立つのが、ソーシャル・キャピタル(social capital: 社会関係資本)という視点である。ソーシャル・キャピタルとは、簡潔にいふと、人や組織のあいだにある信頼関係や助け合いといったつながりが、組織や個人の活動に役立つ資源になるという考え方である(横田理宇・田中敬幸「中小企業の地域社会に対するCSR活動が業績に貢献する過程: ソーシャル・キャピタルの視点に基づく事例研究」『組織科学』第53巻第1号、2019年)。地域では企業、住民、自治体、教育機関等のさまざまなアクターが影響し合い、関係性を取り結ぶことで、つながりという無形の資源が育まれていく。

1-2において、中小企業は地域のさまざまなアクターとの関係性の中で存在する、地域に埋め込まれた存在であるとのべたが、中小企業にとっては、地域(の諸アクター)との関係性こそがまさにソーシャル・キャピタルであり、これが事業活動の基盤となっている。このことは、事業活動に不可欠な経営資源の多くを地域に依存する度合いの大きい中小企業の場合、地域との良好な関係を保つことは自社の存続にとっての「生命線」であると同時に、地域から支援のおかげで事業が成り立っているという側面が決して小さくないことを意味している。

このように中小企業では、自社の存続に必要な資源を確保するというビジネス上の観点から、地域貢献を通じてソーシャル・キャピタルを高めようとするモチベーションと、地域から受けている支援への感謝や恩返しの観点から地域貢献に取り組むというモチベーションがともに働きやすい(木下和紗「地域社会に貢献する中小企業と企業家: 株式会社香西鉄工所のケース」『商工金融』2021年5月号)。つまり、ソーシャル・キャピタルという視点に立てば、一見すると相反しており、かつ従来は対立的であるとみなされがちであった「自社の利益のために地域に関わる」という利己的な動機と、「地域のために」という利他的な動機は実は表裏一体なのであり、企業にとっては、利他と利己のどちらも地域との信頼関係を築くうえで不可欠であることがわかる。

2－2 中小企業の声にみる利己と利他の融合

中小企業は地域貢献をどのように捉えているか

実際、以下に示す市内中小企業の地域貢献に対する考え方からも、利己と利他の融合的な関係が見えてくる。

サイン事業を展開する有限会社ジャックスクリーン・代表取締役の今岡氏は、地域の人が社員として働きにきているため、自社の経営を発展させることができ地域貢献につながるとのべていた。つまり、自社の経営と地域の人びとの暮らしは密接に結びついており、経営を続けること自体が地域を支え、豊かにすることにつながっていくと考えていることがわかる。

また、金属加工メーカーである株式会社DAI精工・代表の松井氏は、会社が存続していくためにはよい経営環境づくりが必要であり、それを実現するためには地域貢献が必要であるとのべ、地域との良好な関係の維持が、中小企業の存続にとって欠かせない基盤であるとの認識を示していた。

さらに、歯ブラシの製造・販売・卸を手掛けるラピス株式会社・代表取締役の乾氏は、工場見学の受け入れが、社員のモチベーションの向上につながっているとのべると同時に、地域貢献をビジネスにつなげたいとのべ、市内への飲食店の出店という形でそれを実践している。このように同社では地域貢献が単なる善意にもとづく慈善活動ではなく、組織の活性化や新たな事業展開といった経営的効果ももたらしうる戦略ツールとして捉えられている。

これらの事例からは、地域貢献が企業経営を支える重要な要素として機能していることが明らかである。地域とのかかわりやつながりの中で社員が成長し、企業もまた活力を得るという、利己と利他が相互に生かし合う関係が形成されている。なお、上記3社はいずれもBtoB（Business to Business）企業であるが、BtoC（Business to Consumer／Customer）企業では、こうした利己と利他の融合的な関係がよりいっそう前面に強くあらわれている。

「超地域密着」を掲げ、地元エリアに限定してリフォーム事業を展開する株式会社MIMAの美馬氏は、同社のようなエンドユーザー相手のBtoC企業の場合、とくに地域貢献が大切になってくるとのべていた。「地域と一緒に生きているため、地域から逃げることはできない」「地域とつながればつながるほど業績がアップする」といった同氏の言葉は、同社がまさに地域に埋め込まれた存在であり、同社と地域が運命共同体ともよぶべき共生関係にあることを端的に示している。このように、地域に根ざして事業を営む中小企業にとって、地域の発展と自社の成長は不離一体である。地域の活力が企業の存続を支え、企業の活動が地域の活力を育むという共生関係がそこにはある。中小企業にとって、地域貢献は特別な取組ではなく、日々の経営実践（本業の遂行）のなかに自然に織り込まれた営みであるといえる。

一なぜ、FactorISM（ファクトリズム）に参加するのかー

FactorISMに参加する中小企業の当初の参加動機とその変化からも、利己と利他の融合的な関係は見えてくる。

ヘラ絞り加工を手掛ける株式会社青戸金属の青戸氏は、最初は地域への貢献を考え、2024年に初めてFactorISMに参加したが、社員とともに工場見学に対応する中で、社員が仕事に誇りをもてるようになり、第三者への説明も目に見えてよくなつたことを実感しているという。

また、FactorISMを通じて地域中小企業とのネットワーク（横のつながり）が生まれ、地域の重要性をよりいっそう実感したことで、三方よしに“地域”を加えた「四方よし」の経営を意識するようになった。さらに、FactorISMを契機にはじめたSNS発信が結果としてビジネスにつながったケースもあったといい、地域とのあいだに構築された関係性が同社の新たな経営資源となっている。このように、地域貢献活動は社員の誇りやコミュニケーション能力の向上を促し、ひいては企業の外部への発信力と取引機会を高める触媒として作用していることがわかる。

また、歯ブラシの製造を手掛ける有限会社多葉刷子工業所の多葉氏は、ドラッグストアが主戦場となり、薄利多売が歯ブラシ業界の潮流となっている中で、自社が存続していくためにも必要な取組と考え、2024年に初めてFactorISMに参加した。FactorISMは実際には大変だったというが、子どもたちが興味をもち、楽しんでくれたことでモチベーションが向上したほか、こうした取組は社員への刺激にもなるのではないかと感じているという。また、子どもたちにものづくりに関心をもってもらうことは会社の存続につながり、仕事にもつながっていくと考えている。このように同社では、一見すれば利他的な地域貢献活動にみえるFactorISMへの参加が、社員のモチベーションの向上や将来の人材確保といった経営的効果にも結びつく可能性をもつこと、すなわち、地域とのかかわりが、企業が自らの存続と成長の方向性を見いだすひとつの契機となっていることがうかがえる。

これらの事例からは、FactorISMへの参加が単なる利他的な動機にもとづく地域貢献にとどまらず、社員の成長や組織の活性化、新たなネットワークの形成や取引機会の創出、さらには企業の持続的発展といった経営的効果をもたらす契機、あるいはそうした効果をもたらす可能性があることを見いだす契機となっていることがうかがえる。

2 – 3 中小企業だからこそ生まれる利己と利他の融合と地域との共創関係

従来の議論において、利己の追求と利他の追求の両立は難しいとされてきた。しかしマイケル・ポーター（Porter, M. E.）らが提唱した概念である「戦略的CSR」（邦訳「競争優位のCSR戦略」『DIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー』2008年1月号）、および「CSV（Creating Shared Value: 共通価値の創造）」（邦訳「共通価値の戦略」『DIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー』2011年6月号）がきっかけとなり、日本においても、利己と利他による企業と地域の同時的発展は可能であるだけでなく、むしろ企業経営はそうあるべきだとの論調へと一気に風向きが変わった。

一方、こうした発想は大企業においてこそ実現可能であり、経営資源に制約のある中小企業では利己と利他の同時追求は難しいという見方はいまだ根強い。とりわけ日本では、地域と共生関係にあることを中小企業が有する本質的な特性として指摘しつつも、こうした共生関係が中小企業の地域への愛着や善意を生み、利他的な行動を促すのだといった解釈がいまなお支配的である。

けれども、2-1のソーシャル・キャピタルの視点からみた中小企業と地域との関係、さらには中小企業の事例からも明らかなように、地域と強い共生関係にある中小企業においてこそ、地域とのかかわりは単なる利他的な貢献活動ではなく、自社の存続や成長を支える新たな経営資源を生み出すとともに、関係性をつくりだす触媒として機能している。地域との共生関係を通じて利他と利己が循環し、企業と地域が共に価値を創り出す共創関係が中小企業と地域のあいだには形成されているのである。

それでは、こうした関係性を一過的なものに終わらせず、いかにして継続的に育み、さらに広げていくことができるのか。次節では、そのための「仕掛け」と「仕組み」に焦点をあて考えていく。

3 かかわりを増やす、かかわりを続ける：そのための「仕掛け」と「仕組み」

中小企業と地域との共創関係を持続的に発展させていくためには、個々の企業の自助努力だけでは限界がある。自治体、教育機関、市民、企業など、異なる立場にある地域の多様なアクターがかかわり合い、互いの価値を認め合いながら協働することが不可欠である。この意味において、八尾市が大阪・関西万博の大坂ヘルスケアパビリオンに出展した「まちこうばのエンターテイメント！～みせるばやおモデル～」とその中核イベントのひとつとして位置づけられる「とにかく触る博」、さらには市内中学校で展開された学校環境改善プロジェクトは、地域の好循環を生み出す「仕掛け」と「仕組み」の形成を考える上で示唆に富む事例といえる。

3－1 「八尾のまち工場が、お店が、広場がパビリオン～触れてつながる、まちの未来～」

万博会期中の令和7年9月16～22日に開催された、「八尾のまち工場が、お店が、広場がパビリオン～触れてつながる、まちの未来～」は、八尾市全体をパビリオンと見立て、市民・企業・商店・アーティスト・学生など地域の多様なアクターが参加し、かかわり合うかたちで実施された地域連動型イベントである。買物公園、駅前広場、商店街、みせるばやおなど、市内各所を会場とし、ワークショップ、マルシェ、音楽ライブ、アート展示といった催しが同時に展開され、地域が一体となって万博の熱を共有・拡散する取組であった点に特徴がある。とくに、万博にちなんだグッズやコスプレを身に付けて参加すると特典がもらえる「仕組み」や、コスプレをSNSに投稿してもらうというSNS連動企画、「まちのコイン」チェックインのスタンプラリーの実施など、デジタルとリアルが連動した来場者参加型の新しい「仕掛け」も設けられた点も注目に値する。

また、このイベントに参加した事業者の参加理由として最も多かったのが「八尾を盛り上げるために」であり、次いで「他団体とのつながりづくりのため」であった。一見すれば、前者は「地域のために」という利他的な動機、後者は「自社の利益のため」のネットワーク形成という利己的な動機にみえるが、両者は別々の動機ではない。なぜなら、事業者が地域を盛り上げるためにには、他団体とつながり、その輪を広げていくことが不可欠との認識があると考えられるからである。

実際、イベントを通じて得られた効果として最も多くあげられたのは「他団体・企業と連携できた」であり、次いで「自団体の活動を知ってもらえた」が続いている。すなわち、「八尾を盛り上げたい」という地域貢献を目的とした利他的な動機（地域貢献意欲）と、「他団体とのつながりづくりのため」というネットワーク形成を目的とした利己的な動機は分離しているどころか、むしろ地域を支えるための両輪として捉えられているといえる。

このように、「八尾のまち工場が、お店が、広場がパビリオン～触れてつながる、まちの未来～」は、行政が媒介となって多様なアクターがかかわり合う場を生み出し、地域のつながりを見える化した取組であったといえる。そこでは、事業者の「八尾を盛り上げたい」という利他的な想いと、「他団体とつながりたい」という利己的な想いが互いに矛盾せず、地域をよりよくするための両輪として相互に作用していた。さらに、コスプレ企画やSNS投稿、スタンプラリーなどの「仕掛け」が、来場者の参加意欲を高めただけでなく、参加事業者にとって多くの人と直接ふれあい、地域内で新しいつながりを得る契機となっていた。

つまり、このイベントは地域の多様なアクターががつながり、協働しながらその関係を広げ、深めていくための実践的な「仕組み」の構築に向けた実証実験として、一定の成果を上げたと評価することができる。

3－2 関係を育む「仕組み」としての学校環境改善プロジェクト

学校環境改善プロジェクトは、市内の中学校で生徒自身が主体的に校内環境を改善することを目的として始まった取組である。生徒からの声をもとにトイレの環境改善という地域の課題が明確化され、PTA、八尾市、さらには市内中小企業の経営者という多様なアクターが協働して課題解決に取り組んでいる点に特徴がある。また、こうした協働は、PTAから相談を受けた八尾市が仲介役となり、学校・PTA・企業を結びつけたことにより実現した。

このプロジェクトの意義は、単にトイレという学校設備を改善するという成果をめざすにとどまらず、生徒が地域の大人と対話しながら課題解決に取り組むプロセスそのものにある。たとえば初回のディスカッションでは、生徒たちが、「トイレが汚くて使いたくない」といった率直な意見を出し、それに対し経営者らが課題の整理や課題解決に向けた方向性について、自身らが企業経営を通じて培った経験やノウハウを交えて助言したり、サポートしたりしている。つまり生徒たちは、単に大人に課題を解決してほしいとお願いする側ではなく、課題を共有し、解決策を共に考えるパートナーとして対等に扱われることで、自らの意見が地域との協働でかたちになるという実感が得られるような「仕組み」が形成されている。

さらに、生徒はこのプロジェクトを通じて他の世代と協働する経験を得るだけでなく、主体的に行動する力を身につけている。実際「おそうじコンテスト」の実施に向け、PR方法を検討するプロセスで、生徒自らが「市長からコンテスト開催に向けたメッセージをもらいたい」と提案し、八尾市がその意向をつなぐことで市長への表敬訪問が実現した。この経験を通じ生徒は自らの行動が周囲を動かし、地域とのつながりを生み出すという実感を得ている。

一方、参加した中小企業経営者にとっても、このプロジェクトは新たな意義をもつ取り組みである。経営者は、出前授業やインターンシップのように指導的立場から生徒に関わるのではなく、あくまで対等な立場で自身が企業経営を通じて得た経験やノウハウを共有し、生徒と対話を重ねている。このようななかかわりは、単なる産学連携を超え、地域の次世代と共に学び合う新たな関係性を生み出している。中小企業経営者による関与は、一見すると「地域のため」という利他的な動機に基づく行動にみえる。しかし、地域に根ざして事業を営む中小企業にとって、将来の地域の担い手である次世代とつながり、そのつながりを育むことは、自社を含む市内中小企業、それらが支える地域産業、さらには地域経済全体の持続可能性を支える営みでもある。すなわち、このプロジェクトは、利他と利己の双方が循環する構造を備えた企業と地域の同時的発展の具体的な実践例でもある。

このように学校環境改善プロジェクトは、教育を介して地域のアクターのあいだに新たな関係性を構築し、そこから新たな価値を創出する取組である。地域に根ざした中小企業と次世代が共に学び、成長していく「好循環」を生み出す「仕組み」として位置づけることができる。

3－3 関係をつなぐ、つむぐ、促す：「結節点＝ハブ」としての市の役割

本節でみた二つの取組はいずれも、地域のさまざまなアクターがかかわり合うことで、新たな関係性を築くものであった。しかし、こうした共創関係は必ずしも自然発的に生まれたものではない。なぜなら、行政、すなわち八尾市が媒介者として果たした役割は決して小さくないからである。実際にも八尾市は、学校環境改善プロジェクトにおいて学校・PTA・企業を結びつけたり、「八尾のまち工場が、お店が、広場がパビリオン～触れてつながる、まちの未来～」においては企業や商店、学生、アーティストなどがつながり、かかわり合う場を提供したりすることで、地域の多様なアクターをつなぐ「結節点＝ハブ」として機能している。

また、八尾市は単に関係をつなぐだけではない。単発的なイベントやプロジェクトは一時的な盛り上がりに終わってしまうことも少なくないが、八尾市は、地域の多様なアクター間で形成された共創関係やつながりを一過的なものに終わらせらず、継続し、協働していくための「場＝仕組み」を設計・構築する役割を果たしている。こうした八尾市の役割の典型としてあげられるのが本産業振興会議であり、この会議を通じた議論の継続は、中小企業と地域の共創関係を支える具体的な「仕組み」なのである。

さらに、八尾市が地域のアクターとしてのはたす役割も地域課題を直接解決するというより、むしろ多様なアクター同士のつながりと協働を促し、それらのアクターが能動的に課題解決に取り組むきっかけを与える触媒としての役割をはたすことで、地域課題の解決に寄与している点にも特徴がある。

このように八尾市が、関係をつなぐ、つむぐ、促すという役割を果たすことで、地域におけるソーシャル・キャピタルを形成、ひいては蓄積し、さまざまなアクターが協働していくための根幹となる「仕組み」を提供している。つまり、行政は単なるサポーターなのではなく、地域の多様なアクターがつながり、その関係やつながりをつむぎ、継続的に協働していくための「場＝仕組み」をデザインするという重要、かつ基盤的な役割を担っているのである。

第6章 提言：万博のレガシーを活かした新しい価値創造への可能性

本章では、これまでの記述にもとづいて、八尾市産業振興会議としての提言を述べる。

1 基軸：Open Siteにもとづく共創の促進～大阪関西万博のレガシーを活かす

大阪関西万博において、八尾市が出展できたことは大きな意義を持つ。この大阪関西万博のレガシーとしてあげうるのは、単に自分たちのできることを見てもうだけでなく、「自分たちをオープンにすることで、新たな価値の創造/共創への可能性を開く」という点である。その最もわかりやすい例は「こみやく Co-MYAKU」の基本的な考え方となった“オープンデザイン”である。このデザインを主導した引地耕太氏が「こみやく」に関して「市民による創造的な文化の土壤から芽が出て、文化として花開いた」（Web版WIRED, 2025年9月28日公開記事「万博で人気の「こみやく」は、いかにして誕生したのか？その制作プロセスと“オープンデザイン”的思想」）というように、大阪関西万博から受け取り、活かすべきレガシーは、まさにこのオープンな価値創造/共創なのである。

幸い、八尾市においてはこれまでにも学校環境改善プロジェクトなどのように、さまざまなアクターが自らのできることをオープンにすることで、新たな価値の創造への道を切り拓いてきた。これから価値創造/共創を支えていくことは、地方自治体にとってきわめて重要な政策である。

この価値創造/共創の結果として、市全体としての付加価値の創出と分配の循環がよりよく展開されていくことが重要になる。以上の点から、今期の八尾市産業振興会議の提言の柱として「オープンにする」「さまざまな資源を引きつける」「共創する」の3つを掲げる。以下において、その具体的な点も含めて述べることにしたい。

2 3つの提言

2-1 「オープンにする」ための支援

上に述べた大阪関西万博での「とにかく触る博」のみならず、学校環境改善プロジェクトなどでもその重要性がはっきり認識されたのが「オープンにする」という姿勢である。これは、姿勢だけにとどまらない。自分たちの情報の開示であったり、あるいは抱えている課題の開示であったりと、多面的である。時として「オープンにする」というのはためらいも生む。そして、全てをオープンにできない状況もある。にもかかわらず、「胸襟を開く」という言葉があるように、可能な限り他者に対してオープンであろうとすることは、他者とのあいだの信頼関係を構築する重要なポイントである。あるいは、信頼関係があるからこそ「オープンにする」ことが可能になるともいえる。つまり、「オープンにする」とことと「信頼関係を築く」ことはコインの両面なのである。

とはいえる。これまでオープンにしていなかった活動主体が自らを「ひらく」というのは勇気がいることでもある。幸い、八尾市はFactorISMをはじめとして「オープンにする」試みを数多く重ねてきたため、「オープンにする」ことへの志向性はある程度以上に共有されているといつてよい。「みせるばやお」や「OPEN FACTORY CITY YAO（コ・クリエーションスペースぬか床）」など、こうした考え方を体現する場や取組もこれまで展開してきた。ただ、それだけで十分とはいえないのも現実である。次の段階として大事になるのは、市民や企業をはじめとする八尾のアクターのcreativeness（創造的である姿勢）とopenness（開かれている姿勢）を八尾という街の文化として醸成させていくという点である。

そして、この「オープンにする」ことが後述する「さまざまな資源を引（魅）きつける」ことや「共創する」ことへつながっていく点を考慮するならば、「オープンにする」ことを促すような施策や公的支援などは、新しい価値創造を実現するうえでの重要な基礎となるといえる。具体的には、さまざまな活動主体や組織がオープンな姿勢で集まれる場の構築や運営、さまざまな活動主体や組織がそれぞれの情報や課題などを発信し、共有できるような仕組みの構築・運営、こういった活動が民間主導で行われる場合の支援などが考えられる。

2-2 「さまざまな資源を引（魅）きつける」ための施策と支援

今回の大阪関西万博において、八尾市は府下の自治体で唯一、独自の展示を行うことができた。これによって、八尾市の魅力を世界的に発信できたことは大きな成果である。これを一つの呼び水として、次に大事になるのが「さまざまな資源を引（魅）きつける」という点である。ここで「さまざまな資源を引（魅）きつける」可能性として考えられるのは、以下の2つである。

- (1) もともと八尾市にある資源の魅力の（再）発見と活用
- (2) 八尾市外からの資源の流入

まず(1)についてみてみよう。これは2-1で言及した「オープンにする」こととつながっている。というのも、八尾には産業的な魅力はもちろん、自然的魅力や文化的魅力なども数多く存在する。それだけではない。この10年にわたって八尾商工会議所を中心として続けられ、大きな成果をあげているジュニエコや、2018-19年度の産業振興会議で提言され、さまざまなかたちで展開してきた「Be Makers」など、徐々に浸透してきた創造的姿勢も八尾市にとっての資源である。加えて、学校環境改善プロジェクトで醸成してきた学校における自律的創造への姿勢の定着も同様である。こういった資源への着目と発信が、「さまざまな資源を引（魅）きつける」うえで、きわめて重要である。

ただ、それだけでは新しい価値創造にとっては不十分であるといわざるを得ない。

ここで（2）八尾市外からの資源の流入が重要になってくる。ここで考えられるのは「ひと」「もの」「かね」「情報/アイデア」である。

「ひと」に関していえば、人口減少時代において居住人口を増加させるのは容易ではない。しかし、そのような状況のなかでも、やはりひとは魅力的なところに住みたいと願うものである。これは、さまざまな要因からなる。特に若い世代を魅きつけるためには、職住の適度な近接・魅力的な職場の存在、子育てをはじめとする日常生活の過ごしやすさ、教育環境の充実などがポイントになるであろう。これらは産業振興の観点からのみ考えられることではない。にもかかわらず、こういった点を考慮することが、八尾にかかる「ひと」を増やすうえで見逃せないことも確かである。

「もの」や「かね」、「情報/アイデア」といった資源に関しては、産業立地あるいは価値創造ネットワークのハブとなることで、これらの資源が八尾市に入ってくる流れを生み出すことが重要になるだろう。八尾市としての付加価値額の向上は、結果として八尾市の経済的厚生を高める。すでにFactorISMなどを通じて、八尾市が魅力的な中小企業の集積地であることは広く知られるようになった。しかし、そういった集積のための施設や空間などがまだまだ十分ではない。こういった場の活用・拡充・構築・運営によって、八尾市が価値創造ネットワークのハブ的な存在となり、結果として魅力的な企業や事業所の増加につながり、「さまざまな資源を引（魅）きつける」ことが可能となるであろう。

2-3 「共創する」ための施策と支援

ここまで述べてきたことを、実効的なものとするためには多様なアクターのあいだでの共創（Co-Creation）を実現していくことが欠かせない。このことの重要性は令和6年10月に開設された「OPEN FACTORY CITY YAO（コ・クリエーションスペースぬか床）」という名称にも十分に認識されている。

この認識を現実の活動へつなげていくことが、提言の3つ目のポイントである。共創というのは、場だけ用意してすぐに動き出すものではない。今回の提言書でも紹介した学校環境改善プロジェクトは、生徒たちの声が出発点となり、それを実現に向けて支えた学校、そして地域の企業・事業者、そういったさまざまなアクターそれぞれが自律的・自発的に、かつそれぞれの資源を活かそうとすることで可能となった共創の好例である。

こういった共創の好事例に共通するのは、アクターの声であり、それを掬い上げて実現に協力しようとするアクターの存在、そしてそれらをつないで、課題解決をはじめとする価値創造へと協力しあおうとする姿勢の醸成と共有である。こういった声は、大きなものだけでなく、小さなものもある。しかし、それらに耳を澄まし、価値の共創を通じて、よりよい方向へと進んでいくこうとする姿勢の共有と、その支援こそが、新しい価値創造を可能にする地域にとって重要なのである。

この点、すでに八尾市の産業政策においては、意識され、また実践してきたところであるが、市内の活動だけでなく、2-2で言及した「さまざまな資源を引（魅）きつける」ことも想定した共創支援の充実が、今後の課題となってくると思われる。

3. 小 括

今期の八尾市産業振興会議に諮問されたテーマは「大阪・関西万博後における八尾の産業の好循環について」であった。この点について、委員各位から数多くの意見と議論を得ることができた。その根底には、八尾市を将来にわたって魅力的な地域にしたいという強い想いがある。特に、大阪・関西万博への積極的な姿勢や活動、そこから得られた実り豊かな成果は、八尾市にとってのソフト・レガシーとして、これからも活かしていくべきものである。

今期の八尾市産業振興会議の提言としての3つの骨子「オープンにする」「さまざまな資源を引(魅)きつける」「共創する」は、大阪・関西万博のソフト・レガシーであると同時に、八尾市にとってはこれまでの蓄積と整合性のある姿勢である。人口減少モードに入った日本において、従来型の大量生産大量消費が曲がり角を迎えており、レジリエンス（弾力的なしなやかさ）のある価値創造が必要になる。その際には、本提言の骨子となっている3つの点が軸となる。

万博のソフトレガシーを活かした価値創造 / 共創

1 オープンにする 信頼関係を築く



2 さまざまな資源を引(魅)きつける 資源への着目を発信



3 共創する 利己と利他の融合と地域との共創



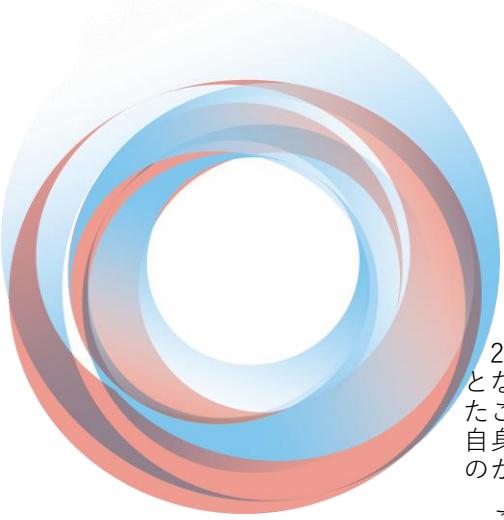
ものづくり・商業・教育・文化を積極的に結びつけ、地域の人材と資源が自律的に活用される横断的なエコシステムの構築

第7章 おわりに

ここまで、今期の八尾市産業振興会議の議論をへた提言を述べてきた。繰り返し言及してきたように、この10年近くにおいて八尾市が市内の市民、企業・事業者、学校、各団体をはじめと取り組んできた産業政策は、実のところ共創的な姿勢にもとづくものであった。この点が、大阪・関西万博を通じて明確化され、その意義があらためて確認された。産業振興会議での議論を通じて、本会議に参加している委員各位はもちろん、さまざまなかたちで参画協力くださった方々におかれても、こういった共創的姿勢が共有されていたことは、本会議が試みてきた実証実験の遂行に際しても、重要な貢献であったことは明記しておきたい。

今期の八尾市産業振興会議の提言の骨子である「オープンにする」「さまざまな資源を引き（魅）きつける」「共創する」は、もちろんこの会議を通じて見出されたことであるが、八尾市において今まで顕在的ないし潜在的にあったのみならず、活かされ、実践されていた。この点をより明確に活かしていくことで、大阪・関西万博後、そして人口減少時代においても八尾市がより魅力的な価値創造の地へと進むことが可能になると思われる。本提言書が、これから八尾市の産業政策にとって有益な一助となることを委員一同、心から期待している。





委員からのメッセージ

“八尾の未来を創るすべての人たちへ”

2025年の大阪・関西万博は、八尾市にとっても非常に大事な転機となりました。世界の方々にモノづくりのまちYAOに触れてもらえたこと、それをきっかけに国内、大阪、さらには八尾市のみなさん自身にとっても、「やお」というまちがどういう魅力を持っているのか、あらためて発見する機会になったように思います。

この（再/新）発見こそが、新たな価値の創造への第一歩になるのです。大阪・関西万博が私たちに提示してくれたのは、〈共創〉の可能性でした。共創はただ誰かと一緒にやるということではありません。他の誰か、そして自分自身それにある何かが、それぞれ触れあい、そして、そこから創発が生まれてくる、まさに〈発酵〉のプロセスです。このプロセスを通じて、課題の解決や新たな価値の創造へつなげていくことが、八尾の魅力をさらに増していく、そう私たちは考えて、この提言書をまとめました。

みなさん（私も含めて）が、それぞれのところでさまざまに〈共創〉しながら、「やお」をさらにワクワクするまちにしていきましょう！

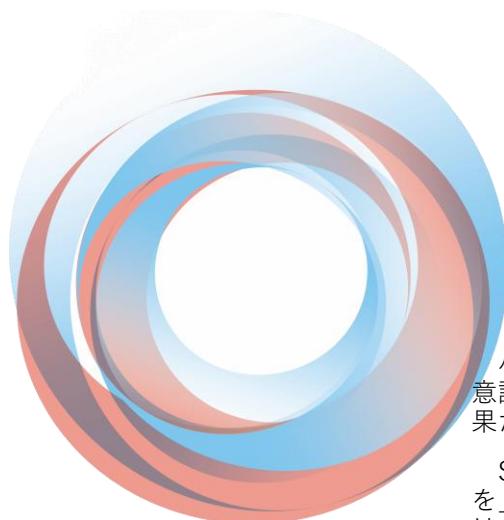
座長 山縣 正幸

八尾の未来は、誰か一人の力や、ひとつの組織だけで創られるものではありません。企業、市民、学校、行政など、立場の異なる多様な人たちが関わり合い、対話を重ね、共に行動を積み重ねていく中で、少しずつ形づくられていくものだと思います。

地域のことを考えたり、地域のために行動したりすることは、やがて自分自身や自らの事業、さらには地域の次世代の担い手を育てるを通じて、八尾の未来の可能性を切り拓くことにもつながっていきます。

八尾というまちには、つながる場があり、共に考え、行動する人たちがすでに存在しています。最初は小さなつながりでも、その輪を広げ、絶やすことなく大切に続けていくことで、八尾の未来と一緒に創っていきましょう。

副座長 木下 和紗



小学生の時代から食材の大切さや、一つ一つを無駄なく活用する意識を育てていく学校給食は、食品ロス削減において大きな役割を果たしています。

SDGsの目標には「飢餓をゼロに」や、すべての人に「健康と福祉を」などが掲げられています。食品ロス削減を通じて、こどもたちは食材を大切にすることだけでなく、世界の飢餓問題や食について学ぶことができます。「もったいない」を合言葉に取り組んでいる地域もあり、食品ロスの削減につながるとともに、作る人・食べる人、すべての人が笑顔になれるとしています。

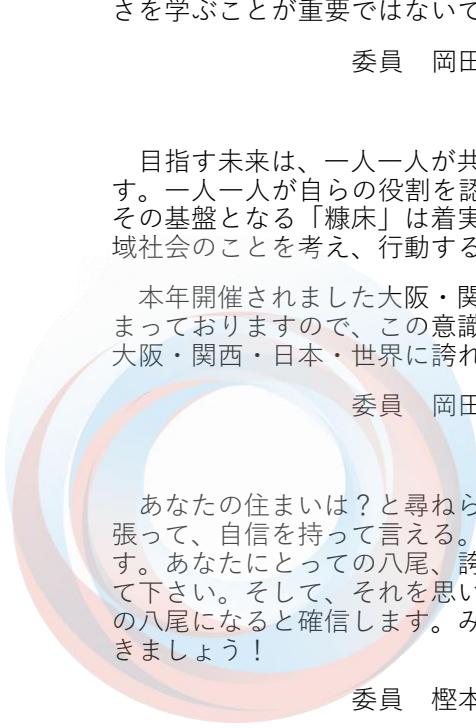
賞味期限切れや食べ残しなど、本来食べられるにもかかわらず捨てられてしまう食品を「食品ロス」といいますが、食べられる分だけを買うことが重要です。食品ロスはなぜ発生するのか、どうすればなくすことができるのか。子どもの時代から「食品ロス」の大切さを学ぶことが重要ではないでしょうか。

委員 岡田 千津代

目指す未来は、一人一人が共に成長し、共に支え合う地域社会です。一人一人が自らの役割を認識し、協力し合うことが大切であり、その基盤となる「糠床」は着実に育ってきており、皆さんのがより地域社会のことを考え、行動することで、より大きくなります。

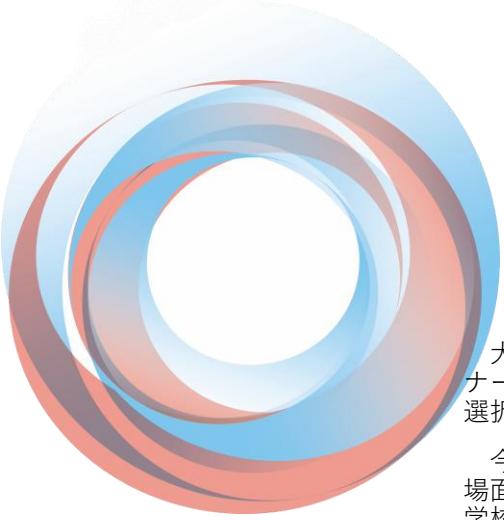
本年開催されました大阪・関西万博により、「共創」意識は高まっておりますので、この意識を更に高めることにより、八尾市を大阪・関西・日本・世界に誇れる地域にしていきましょう！

委員 岡田 賢晃



あなたの住まいは？と尋ねられたら、“大阪の八尾市です”と胸を張って、自信を持って言える。そんな場所であって欲しいと願います。あなたにとっての八尾、誇れる八尾とは、をぜひ一度考えてみて下さい。そして、それを思い描き遂行して下さい。きっと今以上の八尾になると確信します。みんなで自分の誇れる八尾を築いていきましょう！

委員 梶本 佳子

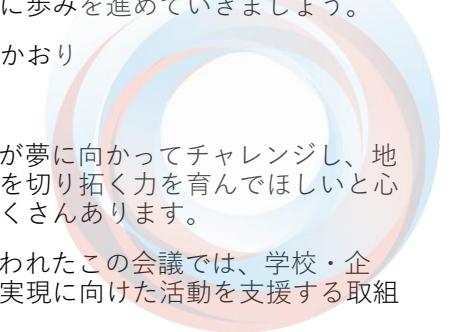


大人になるということは。自分自身が人生の「社長」「オーナー」になるということです。夢や希望に向かって、自分の意思で選択し決断し、行動していく力を手に入れることでもあります。

今のあなたはまだ、「自分で決めて考えて行動する」ことに迷う場面もあるかもしれません。しかしそれで大丈夫。大人の社会には、学校では教えてくれない多くの選択肢があり、挑戦の道があります。とりわけ、ここ八尾には個性豊かで魅力あふれる経営者がたくさんいます。応援したがる人がいます。成績はもちろん大切ですが「人と同じでないこと」もかけがえのない価値です。その価値を見したい人がたくさんいます！

そして学校教育に関わる皆さん。企業と学校がもっと関わり合い「共に育ち合う街」となるよう共に歩みを進めていきましょう。

委員 北本 かおり

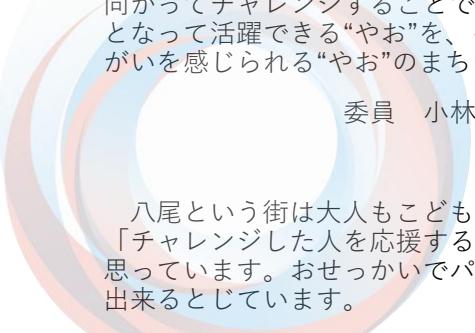


八尾市には小・中学生の皆さんが夢に向かってチャレンジし、地域行事や学びの機会を通じて未来を切り拓く力を育んでほしいと心から応援する人・企業・組織がたくさんあります。

そうした方が集まって話し合われたこの会議では、学校・企業・組織が連携して皆さんの夢の実現に向けた活動を支援する取組みも進めています。

次代を担う小・中学生の皆さんがこうした取組みを活用し、夢に向かってチャレンジすることで心豊かな暮らしや皆さん自身が主役となって活躍できる“やお”を、そして市民一人ひとりが幸福や生きがいを感じられる“やお”的まちを創造していきましょう。

委員 小林 孝泰



八尾という街は大人もこどもも「チャレンジしやすい街」そして「チャレンジした人を応援する人であふれた街」にしていきたいと思っています。おせっかいパワーアップの多い八尾なら必ず出来るとしています。

子どものころから街ぐるみで個性を伸ばし、企業家精神を教え、「学校と地域の大人の交流」、「企業同士の交流」、「企業と市民の交流」などが進めば、ますますこの八尾の街に活力が増すはずです。

まずは大人が人生を楽しみながらチャレンジしていく姿を見せていきましょう！こどもも未来も輝かせるために！

委員 美馬 功之介

參考資料

審議經過

第1回八尾市産業振興会議 本体会議

日 時：令和 6 年 7 月 29 日(月)15:00～17:00

場 所：八尾商工会議所 3階 セミナールーム・多目的室

議事：

- (1) 委嘱式
 - (2) 産業振興会議について
 - (3) これまでのふりかえりと今期のテーマについて
 - (4) ワーク：「八尾にあるもの・ないもの（ポジティブ・ネガティブ含めて）」
 - (5) その他



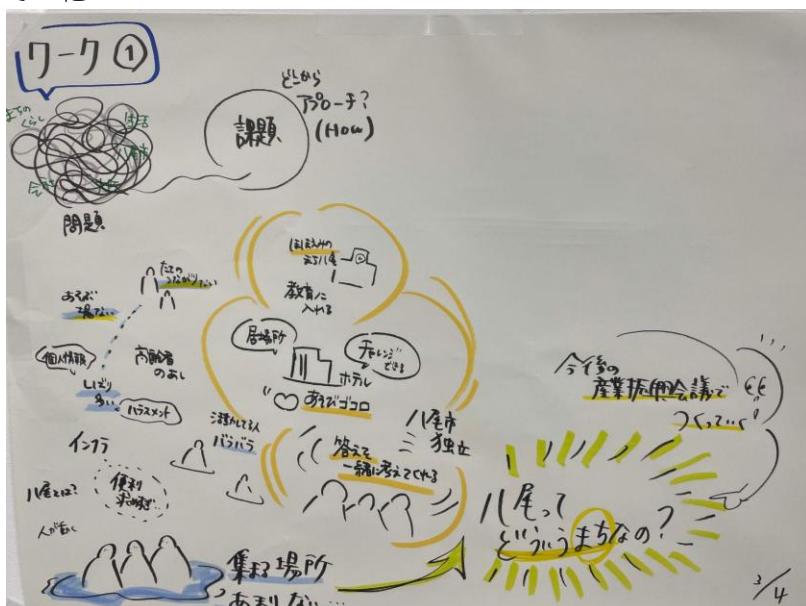
第2回八尾市産業振興会議 本体会議

日 時：令和6年9月30日(月)15:00～17:00

場 所：八尾商工会議所 3階 セミナールーム・多目的室

議 事：

- (1) データでみる市の現状
- (2) 前回のふりかえり
- (3) ワーク：「八尾にある問題・課題、そしてどうアプローチするか」
- (4) データでみる大阪・関西万博
- (5) 市内事業者アンケート報告
- (6) その他



コミュニティの問題

- 年齢をこえたタテのつながりがない
- なんでも手出しすぎ
- 困ってる人の問題を解決できたら活動が歓乱
- 企業・市民・団体連携
- コソコソしたい
- しづらが多い
- コミュニティ減少
- 問題と感じないことが問題
- 出来る前提
- 行動実験トライ＆エラー
- 困っている人の集まる場所がない

第2回本体会議のワーク整理

インフラの問題

- 公園がない
- 遊具のある場所が少ない
- ホテルがない
- 大人数集まる場所がない
- 高齢者の足がない
- 便利を求めすぎている
- 交通インフラの不便
- 宴会50以上あるが場所がない
- 高安河内山本駅踏切
- 空気が悪い

コミュニティの解決策

- コミュニティのキーマンの交流
- おせっかいグランプリ開催
- 企業・市民・団体の連携
- 承認のまち
- そもそも問題にしない考え方を持つ
- 苦手の書き込み
- 困ってる人が集まる！

産業の解決策

- 働きたくなる（やりたくなる）
- サービス業の人を増やす
- 他地域とWIN-WINの関係を築く

ヒトの問題

- 笑顔少ない
- 介護保険サービス受ける前のサービス
- 街ぐるみで子供を育てる意識がない
- 子供を八尾で育てる理由がない
- 子供が楽しめるものが少ない
- 高齢者 離がい者の対応が弱い
- 感謝がない
- 市が教育にかけるお金を減らす一方
- 不登校児童

ヒトの解決策

- 自由レストラン・キッチン連携
- 他人に关心を持つ
- 外国人を取り込む
- やる勇気やめる勇気
- 愛を持つ

発信の解決策

- ドローンの街
- ヘリコプターの街
- 萬代クラファン
- 「ほほえみの街 八尾」というスローガン
- 「おせっかいな街 八尾」というスローガン
- モデリング先を決めらる
- 八尾市が独立する

産業の問題

- 個人商店の減少
- 製造業だけが多い
- サービス業の人員不足
- 地場の商業機能をどう元氣にするか

発信の問題

- まちのブランド発信
- 他市で人口が増えているところの分析でき
- 他地域とのWin-Winをさぐる
- 苦えと一緒に考えててくれる
- 空港が使えていない

第1回検討部会

日 時：令和6年10月28日(月)18:30～20:30

場 所：八尾商工会議所 3階 セミナールーム・多目的室

議事：

- (1) 前回ワークのふりかえり
 - (2) ワーク：「住みやすさについて」



市が街の会社をPRする	若者の多いまち	夜も安心して歩ける
街灯が少ないではなく犯罪減って街灯減れば夜空が見える	働いている人が見てあげられる子どもの遊び場	
投資に対するペイがある	家賃補助出る	工場併設「騒音楽しむホテル」
給食無償化	出逢いが多い	地域アイドル（八尾市48）図鑑
ルールと行動ふるまい（モラル）→活動	昭和時代のコミュニケーション復活	市全体がソビアになる
企業と市民が繋がる	産業振興会議で考える 住みやすさにつながる アプローチとは	空き家活用「とまるばやお」
市の目玉となる祭り・イベント	[第1回検討部会 ワーク]	公園を有料にして充実させる
企業と市民が繋がる	職場アイドル	投資に対するペイ
日常生活で使うものなんでもそろう	人と関わらないのが住みやすいと感じる人もいる	おいしいごはん屋さん
八尾市アイドル図鑑	おせっかい	働く場がたくさんある
介護苦しい、お金の問題	会社まで近い	インバウンドを呼び込む策
	アナログを活用したアナログ祭り	貸し借りを楽しむ

第2回検討部会

日 時：令和6年11月25日(月)18:30～20:30

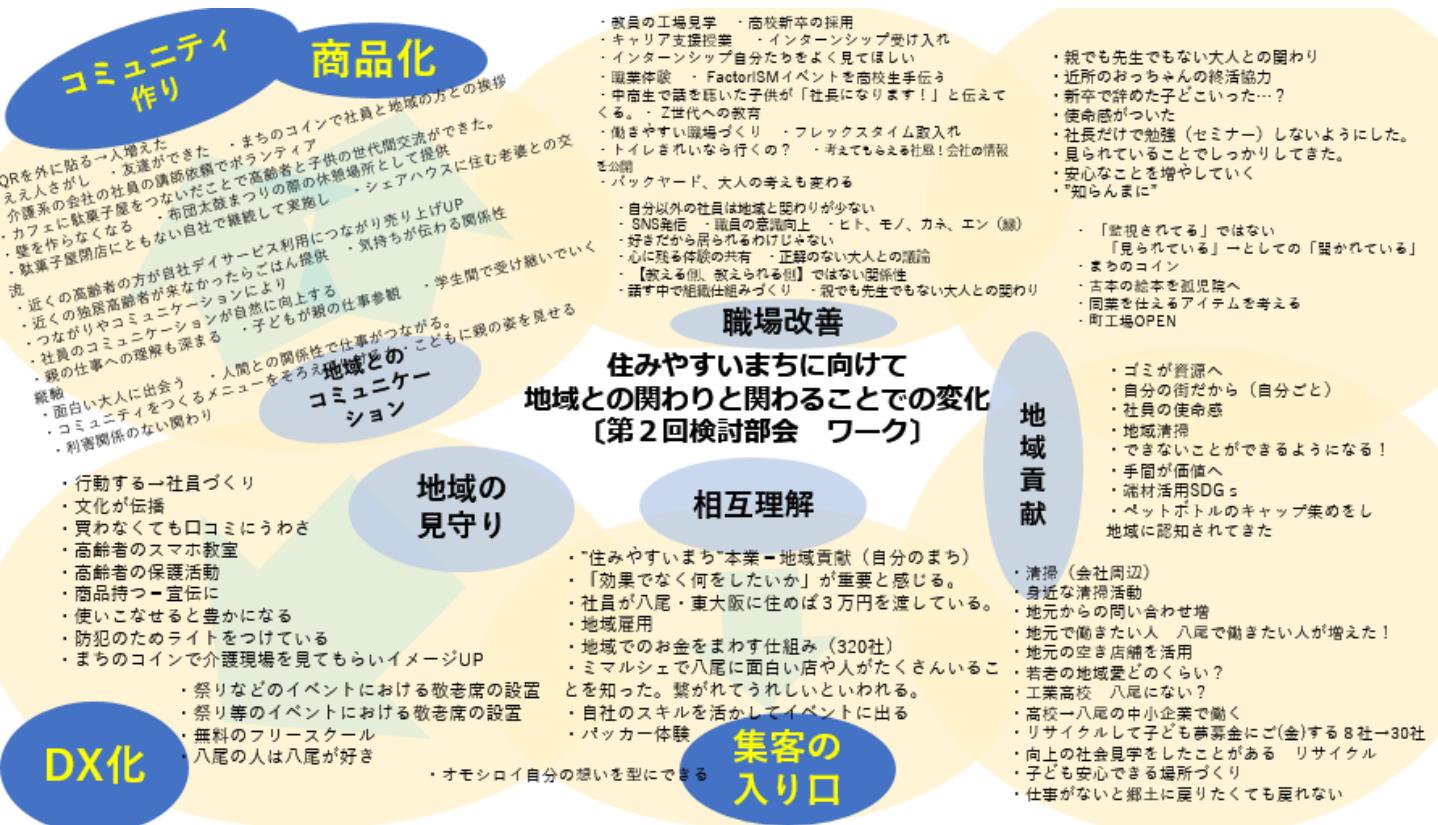
場 所：八尾商工会議所 3階 セミナールーム・多目的室

議 事：

(1) 前回ワークのふりかえり

(2) ワーク：「住みやすいまちにつながる自社の活動について」

「その活動によって、自社にどういった変化があったか」



第3回検討部会

日 時：令和7年1月27日(月)18:30～20:00

場 所：八尾商工会議所 3階 セミナールーム・多目的室

議 事：

(1) これまでのワークのふりかえり

(2) ワーク：「好循環後のありたい状態について

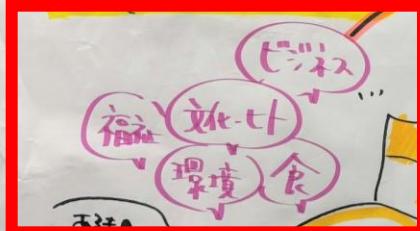
—これまでに出たキーワードを掛け合わせて—」



水俣の 産業振興会議

目的

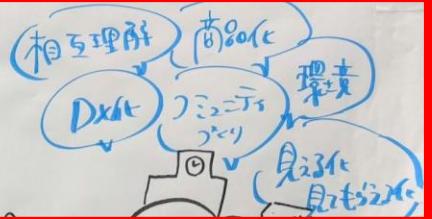
万博後の
八尾の未来を考える



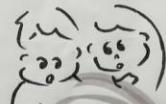
キーワード

今↓

ありたい
状態



事業者と
地域との
どう公関けり?



どんなん要素
がある?
経済が
生活便利

おしゃれ
人とのつながり

こなね
未来に
なってほしい

住みたいな
住みたいな
コミュニティ
商業

ものづくり

万博

ひいもの

八尾の
現状課題



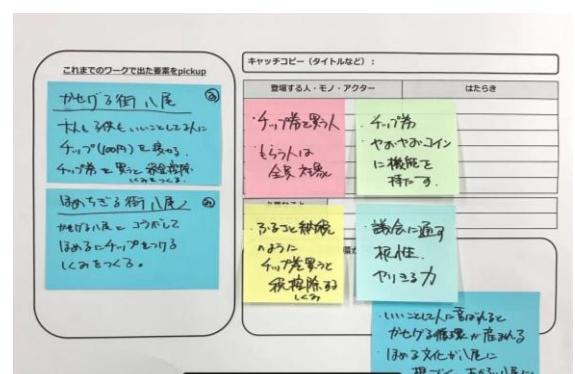
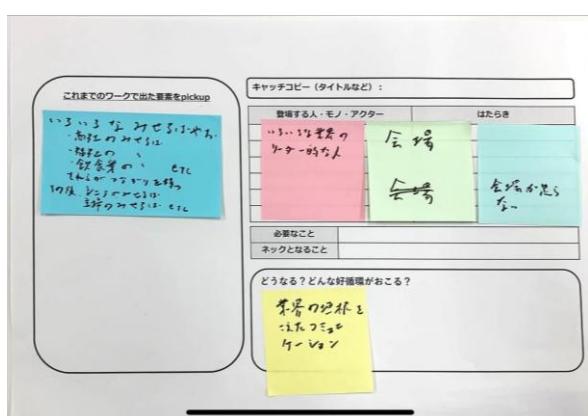
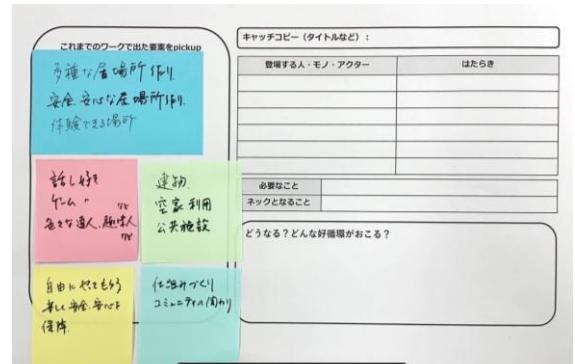
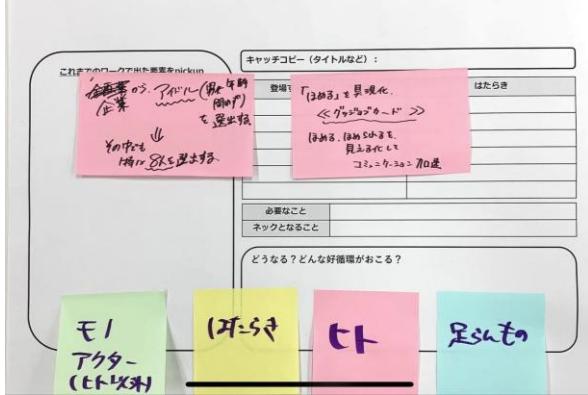
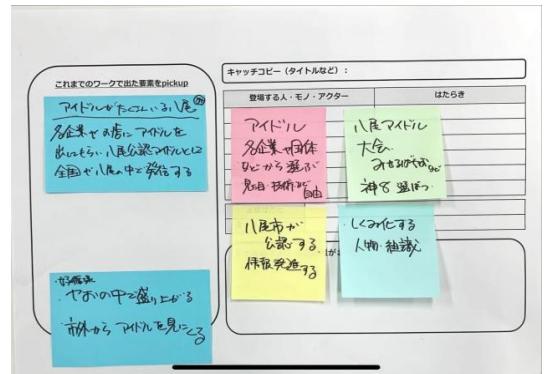
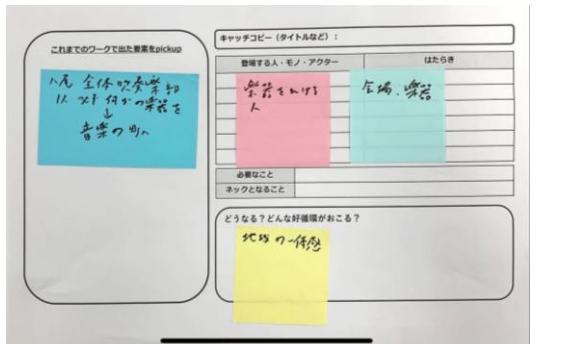
第3回八尾市産業振興会議 本体会議

日 時：令和7年2月17日(月)15:00～17:00

場 所：八尾商工会議所 3階 セミナールーム・多目的室

議 事：

- (1) 今年度のふりかえりと検討部会からの報告
- (2) ワーク1：「検討部会からの報告を受けて」
- (3) ワーク2：「コンセプトシート（ヒト・モノ・アクター）を使ったワーク」
- (4) その他



▽コンセプトのキャッチコピー 主なもの

- アイドルがたくさんいる八尾
- 八尾全体吹奏楽部
- 八尾全体ねこのまち
- いろいろなみせるばやお
- とりあえず八尾 自由自在に！
- かせげるまち 八尾

第1回検討部会

日 時：令和7年5月12日(月)18:30～20:30

場 所：八尾商工会議所 セミナールーム・多目的室

議 事：

(1) 前回ワークのふりかえり

(2) これまでのワークからみえてきたこと

(3) ワーク：「実証実験の各プロジェクトの課題について

—どんな仕組みや場があるといいか、アクターが得たいこと・できること—

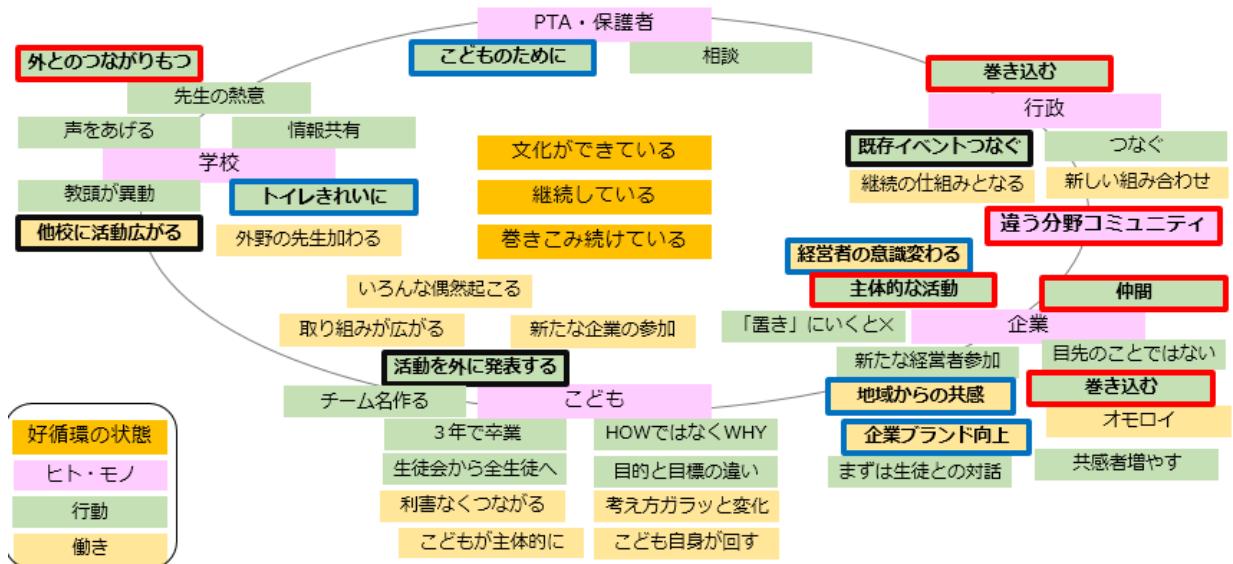
課題は何か□

アクターが得たいこと・できること□

実証実験としてどんな仕組みや場があるといいか□

学校環境改善プロジェクト

▶今日は学校から話があったことで学校と関わることができた
▶モヤがかかるることに取り組むのは大きな成果につながる



課題は何か□

アクターが得たいこと・できること□

実証実験としてどんな仕組みや場があるといいか□

八尾に住む人が増える

八尾に来る人が増える

踊る（ダンス・心）

認知度UP

言い訳ができる

集客

オープンサイト×出会い

祭りマジック

恋がうまれるまち八尾

B

多様な人の参加

実行委員会に加わってくれる人

商店街

輪番

飲食店

商工会議所青年部

八尾の企業

同友会

町こうばのやじ

学生

DJ

みせるば

市内外の独身男女

八尾市産業政策課

ペットを飼っている人

八尾市〇〇課

若手教員

（従業員を雇っている）経営者

写真を撮りたい人

写真を撮ってもらいたい人

価値を生み出す行動

非日常の体験

定期的な実施

おしゃれな企画

祭り

コスプレ撮影会

フォトコンテスト

ペアでするワークショップ

ペアでしか使えない商品券

パパ活

A

地域資源の活用

アクトランド

顕彰寺/お寺さん

八尾空港

山本球場

八尾自動車教習所

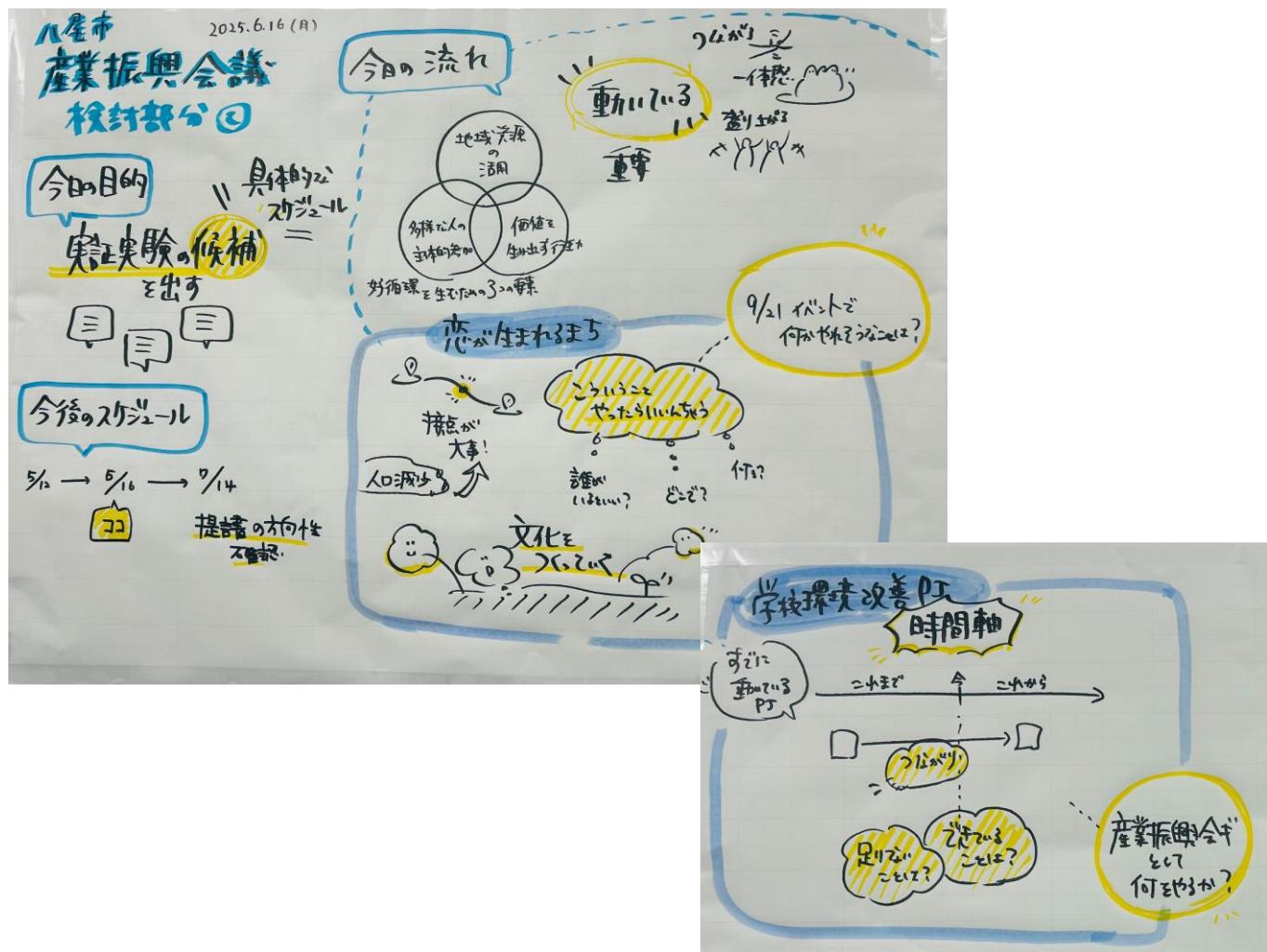
第2回検討部会

日 時：令和7年6月16日(月)18:30～20:30

場 所：八尾商工会議所 セミナールーム・多目的室

議 事：

- (1) 前回ワークのふりかえり
- (2) イベントの紹介（実証実験場として）
- (3) ワーク：「実証実験としてイベントで取り組めうこと、各プロジェクトできていること、足りないこと」



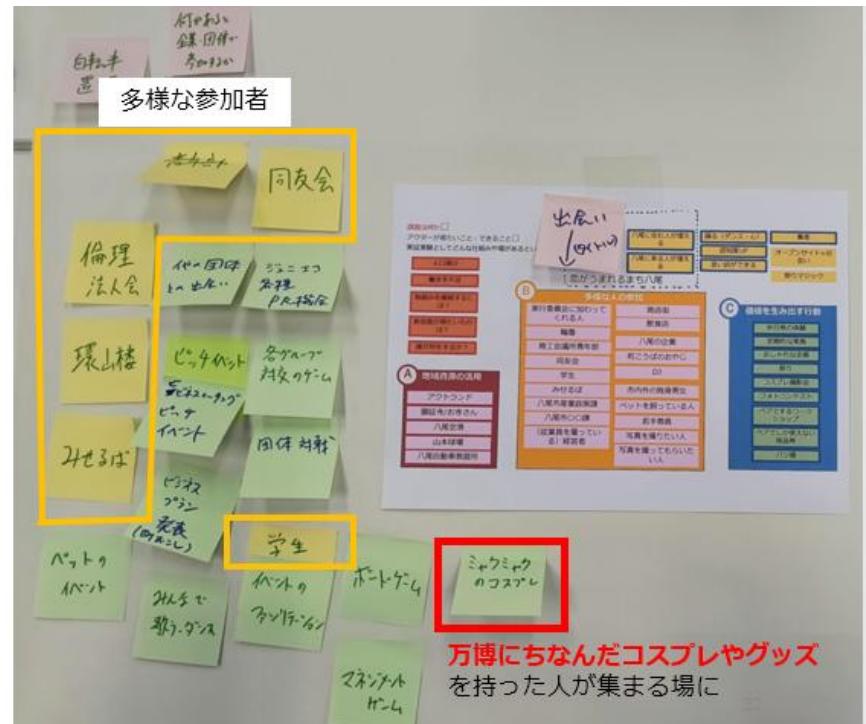
▶新たな「出会い」をキーワードに
実証実験を検討

▶市内イベント（9/21）を実証実験の場として活用

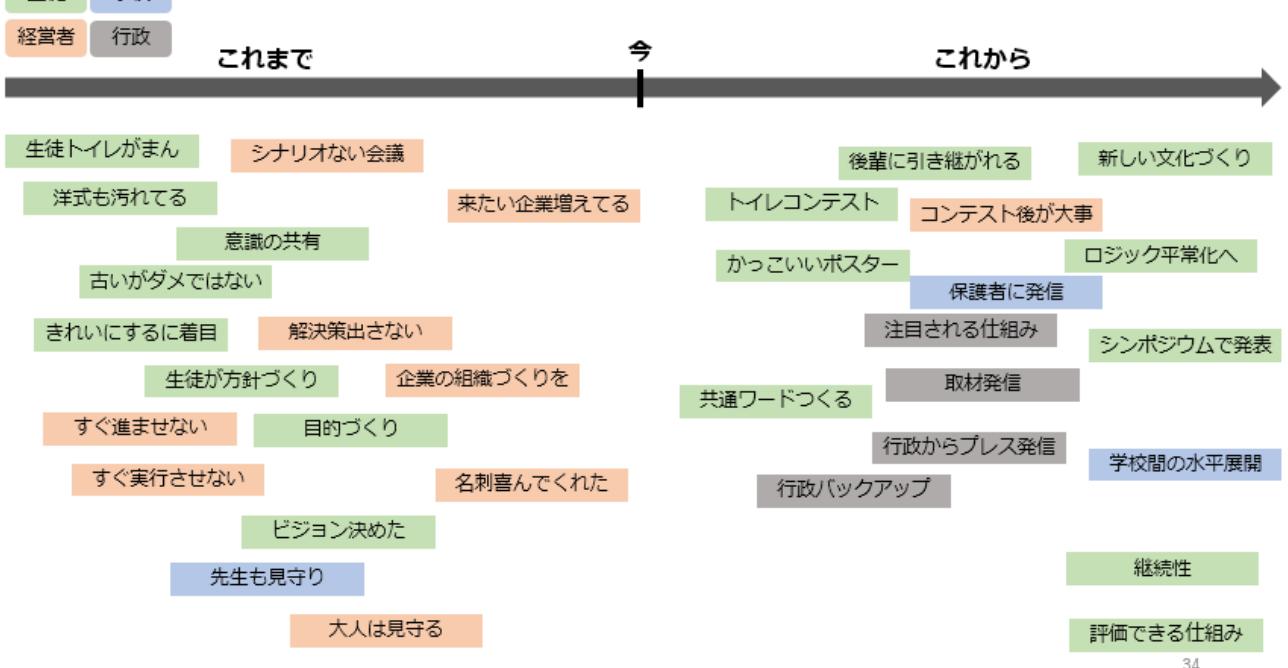
▶人が出会うことに焦点をあてて
知らない人同士が出会うイベント

▶出会いを創出するためには多くの人が集まる必要がある

▶ 「面白さ」がないと参加したいと思わない



学校環境改善プロジェクト



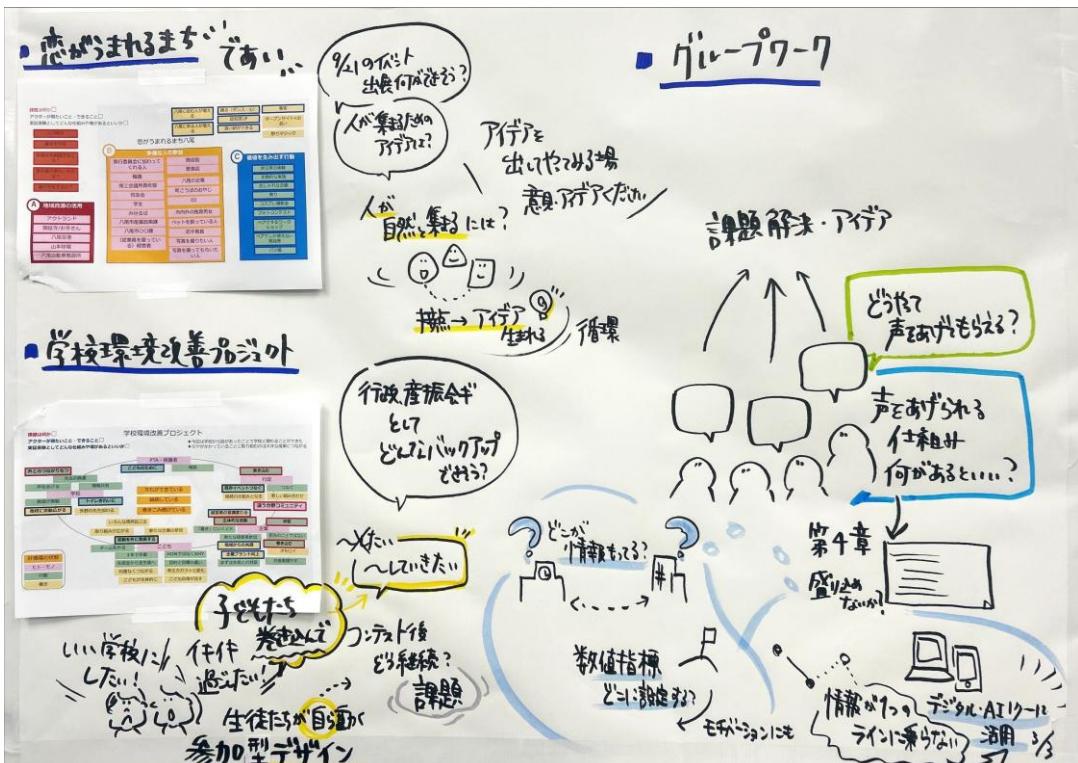
第1回八尾市産業振興会議 本体会議

日 時：令和7年7月14日(月)15:00～17:00

場 所：八尾商工会議所 セミナールーム・多目的室

議 事：

- (1) これまでのふりかえりについて
- (2) 検討部会からの報告について
- (3) 提言書の目次と構成
- (4) ワーク：「どうやって声をあげてもらうか、声をあげられる仕組みとは」



主なキーワード

▽学校環境改善プロジェクト

- ・話せる環境をつくる
- ・ひらく、つなげる
- ・成果を見せる、巻き込むことで継続できる

▽出会いが生まれるまち

- ・デジタルの活用
- ・「なんでも相談」窓口の発展
- ・既存プラットフォームの活用
- ・当事者の主体性と熱意
- ・「実証実験ができるまち」のブランディング
- ・マッチングと協働
- ・「面白さ」と「持続可能性」の両立

第3回検討部会

日 時：令和7年9月1日(月)18:30～20:30

場 所：八尾商工会議所 セミナールーム・多目的室

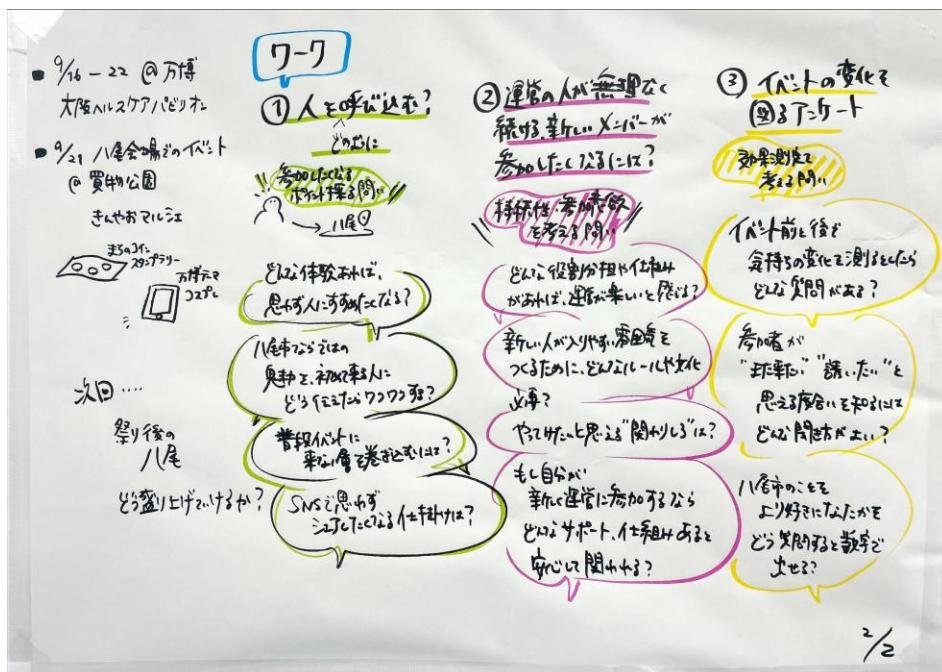
議 事：

(1) 前回ワークのふりかえり

(2) 9月21日のイベントについて

(3) ワーク：「実証実験としてのイベントについて下記の点について」

- ・人をどう呼び込むか
- ・運営者が無理なく続ける、新しい人が参加したくなるには
- ・イベントの変化を測るアンケートの取り方



主な意見

- ▼人をどのように呼び込むか？
- ・歴史があることが文化に
- ・歴史があることが安心感につながる
- ・自治会を経由なら安心できる
- ・女性→口コミで広がる→安心感
- ・参加者があきない（商い）こと
- ・SNSでバズらすのむずかしい
- ・知人の口コミが強い
- ・共通点があると集まりやすい
- ・共通のテンプレートでSNSで発信
- ・まちのコインを活用
- ・様々なコミュニティで口コミ
- ・大きなイベントに合わせて実施

- ▼運営者が無理なく続ける、新しく参加したくなるには
- ・歴史がある
- ・イベントの目的を共有する
- ・こんなところ「力を貸してほしい！」と呼びかけることで輪を広げる
 - ・地域を自分たちで支えるマインド
 - ・関係者が盛り上がる⇒輪が広がる
 - ・関係者で盛り上ると勝手に膨らむ
 - ・運営がわくわくすることを考える
 - ・想い・意識・目的の共有
 - ・エネルギーのあるキーマン
 - ・出店者にとっても魅力的であること
 - ・日常のコミュニケーション
 - ・日常の関係性構築

- ▼イベントの効果を測るアンケート
- ・運営側に満足度アンケートをとるのは大事（面白さと意義）⇒自分が楽しいと継続性にもつながる
- ・市のイベントではアンケートで効果測定し、説明が必要
- ・ミヤクミヤクモニュメント置いて、写真撮る人にインタビュー

第4回検討部会

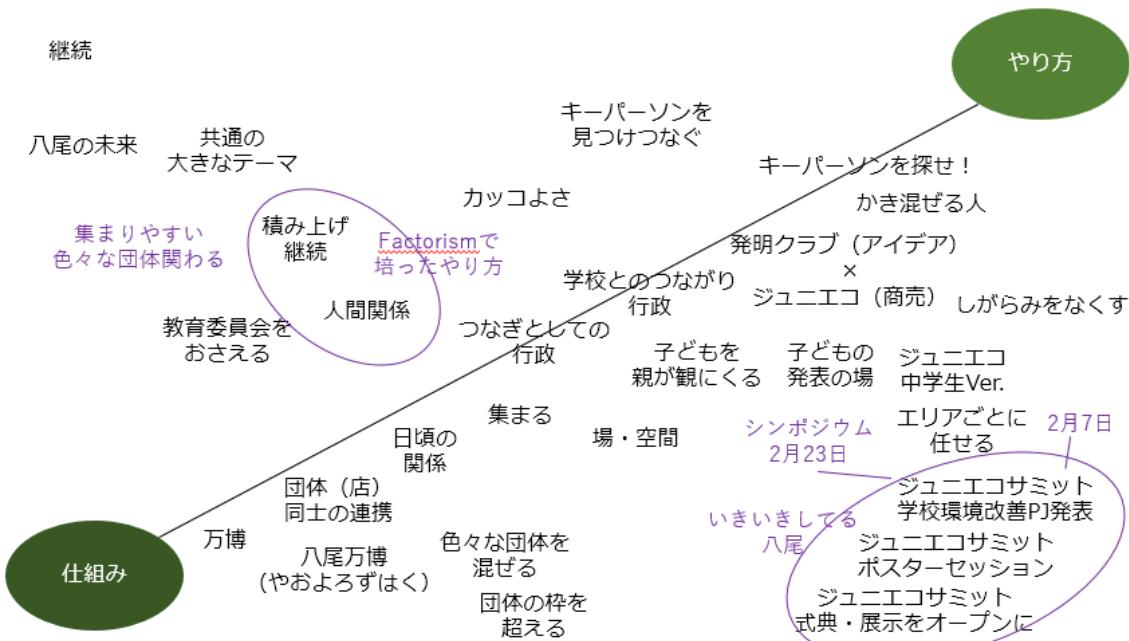
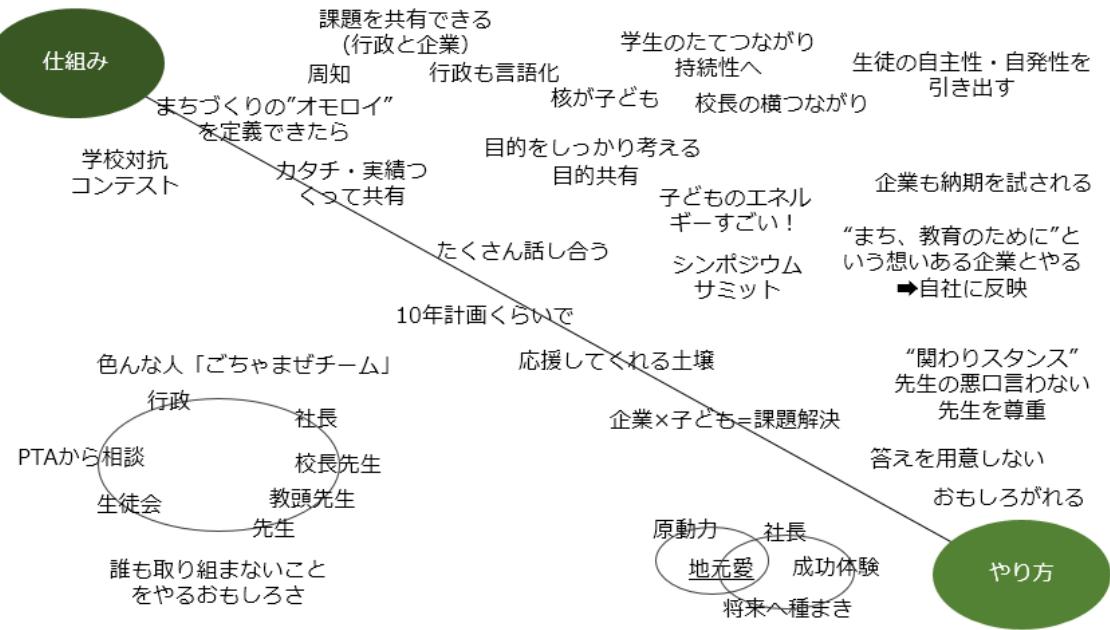
日 時：令和7年9月29日(月)18:30～20:30

場 所：八尾商工会議所 セミナールーム・多目的室

議 事：

- (1) 前回ワークのふりかえり
- (2) 新しい好循環につながる取り組み・実証実験を通じて（報告）
- (3) 提言書について
- (4) ワーク：「各プロジェクトの仕組みとやり方について」





第2回八尾市産業振興会議 本体会議

日 時：令和7年11月17日(月)15:00～17:00

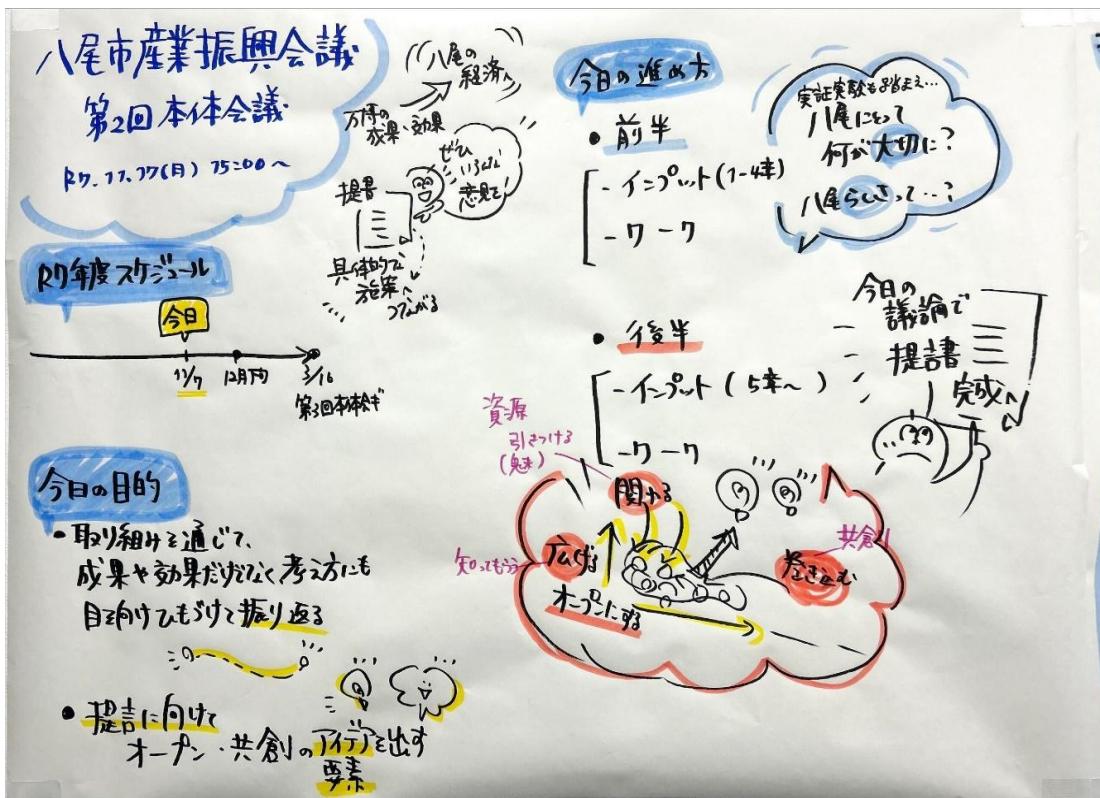
場 所：八尾商工会議所3階 セミナールーム・多目的室

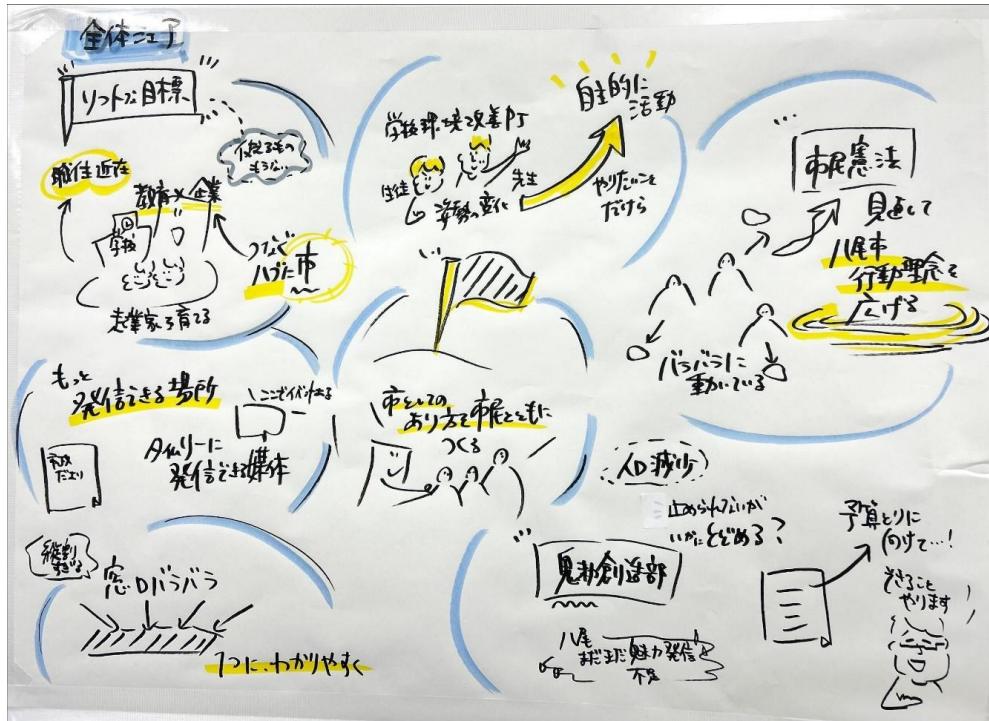
議 事：

(1) 提言書について・ワーク

ワーク①「八尾にとって大事なこと」や「八尾らしさ」

ワーク②「開く」「資源を引きつける」「共創する」





主な意見

「八尾にとって大事なこと」「八尾らしさ」

- ・子どもが主役となり、自ら考え動く経験は、成長と共創を生む有効な投資
- ・人は「場があるだけ」では集まらず、関わりを生む仕掛けが不可欠
- ・地域・企業・世代間で、人への関心が薄れつつあり、意識的な接点づくりが必要
- ・八尾らしさの方向性企業・学校・地域がゆるやかにつながり、巻き込まれながら関係が深まるまち
- ・子どもから若者（30代程度）まで、成長段階に応じたリアルな大人・仕事との接点がある良い取組は多いが、伝え方・発信の弱さが課題

「開く」「資源を引きつける」「共創する」

① ビジョン共有

- ・市としての到達点（ビジョン）を明確にし、市民・企業・学校と共有する必要
- ・市民憲章を発展させた**「八尾全体の行動理念」**が、取組の軸になり得る

② 子ども・若者の居場所

- ・学校だけでは支えきれない層が増加
- ・「何もしなくてもいて良い」「大人がいる」地域の居場所を、官民連携で拡充
- ・空き店舗・空き工場等の活用によるチャレンジスペースの可能性

③ 住む×働くの後押し

- ・「八尾で働き、八尾に住む」ことをセットで応援する制度は有効
- ・住宅支援と雇用支援を連動させ、「子育て・成長を支えるまち」というブランド形成へ

④ つながりの仕組み

- ・観光資源ではなく、人のつながりが濃いまちを目指す
- ・企業横断の交流イベントや継続的な地域参加が、人材定着と経済力に寄与
- ・行政の縦割りが課題であり、ワンストップ型の相談・伴走機能が必要

⑤ 起業・チャレンジ支援

- ・起業家・チャレンジャーを地域全体で育てる循環づくり
- ・企業OB等が若者を支える「ゆるく本物に出会える場」の有効性

委員名簿（R6-R7）

氏名	役職等	備考
乾 真治	ラピス株式会社 代表取締役社長	
今岡 和雄	公募市民	
岡田 千津代	八尾市女性団体連合会 副会長	
樋本 佳子	八尾市消費問題研究会 副会長	
北本 かおり	公募市民	
木下 和紗	摂南大学 経営学部 准教授	副座長
R6/黒木 啓良 R7/岡田 賢晃	近畿経済産業局 地域連携推進課 課長	
佐藤 彩弓佳	公募市民	
佐原 健	八尾市商店会連合会 理事長（エフワン八尾 代表）	
杉山 高視	大阪シティ信用金庫企業支援部 課長代理	
寺西 幸雄	安中市場商業協同組合 理事長（株）寺西 代表取締役	
中谷 剛	公募市民	
R6/西川 知江 R7/小林 孝泰	八尾市立上之島小学校 校長 八尾市立曙川南中学校 校長	
松井 大祐	公募市民	
美馬 功之介	株式会社MIMA 代表取締役社長	
三宅 隼平	株式会社あぶり 代表取締役	
山縣 正幸	近畿大学経営学部 教授	座長
山田 裕也	公募市民	
吉田 典子	大阪府商工労働部商工労働総務課 企画グループ課長補佐	

令和 6 年度-令和 7 年度 八尾市産業振興会議提言書
八尾市魅力創造部産業政策課
八尾市清水町一丁目 1-6 072-924-3845
令和 8 年 2 月発行（刊行物番号 R7-198）