

3

## シルバー事業運営に 大学生たちが参画・提言

民間事業所からの受注減で契約金額も会員数も大幅に減ったが、最近は公共や個人家庭の仕事が増えて契約金額が上昇傾向にある。今後は個人家庭の受注拡大のために地域浸透を図ることを課題としている。そんなときに地元大学から提携の話があった。以来、フィールドワーク研究を旨とする大学生たちがシルバー事業運営に参画・提言するようになり、若い感覚でセンターを刺激し続けている。



東大阪市SCでは、大阪商業大学豊山ゼミと提携。ゼミ生がシルバー事業の運営に参画・提言を行っている。写真はゼミ生による清掃就業会員のインタビュー取材

### センターの概要

製造業が次々と海外移転し始めてから、ものづくりのまち、東大阪は人件費の安い海外工場とのコスト競争に苦しんできた。工業出荷高は大きく落ち込み、多くの工場がシャッターを下ろし、市内の事業所数は最盛時の七割にまで落ち込んだ。これら民間事業所からの受注が大半を占めていたため、同センターも大きな痛手を受けた。平成十八年に八億円だった事業実績は二十三年度には六億九千万円にまで低下した。その一方で、元零細事業者が経済的理由で多く

入会してきた。年度末の会員数は二十年度に二千二百人を数えたが、二十三年度には千四百八十人にまで落ち込んだ。これは二十一年度の会費値上げが響いている。シルバー保険料を会員に負担してもらうことになり、それまで年額千円だった会費を三千元に値上げした。さらに二十四年度の公益法人化により、会員の懇親会や親睦旅行に対するセンターからの助成金がなくなったため、当面の仕事が終了すると会員であり続けるメリットが少なくなってしまうのである。

### 地域への浸透を図るために

東大阪は今も全国有数の中小企業のまちである。だが、その中小企業からこれまでのような大きな

別表1 最近6年間における事業運営状況  
(平成20年度～平成25年度)

年度	会員数			粗入会率	就業実人員 (延人員)	就業率	受注件数	契約金額 千円	公民比
	男	女	計						
平20	1,437	764	2,201	1.5	1,502 (193,714)	68.2	3,940	754,074	5.1/94.9
21	1,325	681	2,006	1.3	1,405 (179,993)	70.0	3,939	703,506	8.2/91.8
22	1,205	610	1,815	1.3	1,390 (178,397)	76.6	4,109	705,297	9.0/91.0
23	996	484	1,480	0.9	1,418 (177,914)	95.8	3,969	697,103	10.6/89.4
24	1,005	491	1,496	0.9	1,483 (187,966)	99.1	4,212	729,101	9.8/90.2
25	1,021	497	1,518	0.9	1,537 (200,885)	100.0	4,395	775,475	11.1/88.9

※21年度以降の受注件数、就業延人員、契約金額は請負・委任と一般労働派遣事業を合計した数値

**東大阪市SCの概要**

法人設立年月 ● 昭和55年12月  
 会員数 ● 1,518人(平成25年度)  
 粗入会率 ● 0.9%(平成25年度)  
 受注件数 ● 4,395件(平成25年度)  
 就業延人員 ● 200,885人日(平成25年度)  
 契約金額 ● 7億7548万円(平成25年度)

**所在地域およびセンターの特色**  
 大阪府中河内地域の中核市。人口50万人。大阪市、堺市に次いで大阪府内で3番目の人口規模を誇る。高い技術をもつ多数の中小企業を擁するものづくりのまちである。東大阪市SCは大阪府内の39センターのうち7番目に設立されたセンター。会員数は7番目、契約金額は6番目。

受注を期待することは困難だろう。現在は公共の仕事が増えているものの、行財政の厳しさは予断を許さない。長い目で見ると、もともと地域に浸透し、個人家庭のニーズに密着した仕事を積極的に開拓していくことが重要になってくる。

だが、企業と家庭はかなり違う。企業は労働力が必要になるとすぐさま求人手続きを取り、シルバー人材センターにも仕事依頼の電話を入れてくるが、個人家庭の仕事は待つだけではセンターに集まってこない。そこで、チラシの各戸配布に力を入れている。二十六年度は仕事の依頼が多い割に会員の少ない地域の北半分を中心に数万枚の「仕事募集・会員募集」のチラシを配布した。地域での認知度を高めるにはチラシだけでは不十分である。シルバー人材センターが地域貢献のために頑張っていること、個人家庭のニーズに密着した仕事を安心して任せてもらっていることを、市民の目に見える形に表現して発信することが必要だ。

そのため、二十六年には数年ぶりにボランティア活動をを行った。十一人の理事が立ち上がり、センター事務所から最寄り駅までの道路(五百m)の清掃奉仕を実施したのである。

理事会に芽生えたその動きを、今後はより確かなものにし、一般会員にまで浸透させたいのだが、

すぐにも仕事が欲しいと思っている会員たちに、一年も二年も先を見た中長期的視点に立った貢献を求めるのは非常に難しい。

ところが、ある日思わぬ協力者が現れた。東大阪市内にある大阪商業大学の学生たちである。

### 大阪商業大学豊山ゼミとの提携

大阪商業大学(以下、大商大)では、社会的問題解決能力を備えた人材の育成のために、社会の現場に出て実際の問題に触れ、その解決方法を提案するフィールドワークゼミナールを展開している。その一環として経済学部の豊山宗洋教授から東大阪市SCに対して提携の申し入れがあった。労働と福祉の境界線上で活動するシルバー人材センターには、今の社会を理解し問題解決する多くのヒントが見つけれられそうだ。センターが抱える問題の解決と一緒に参画させてほしいというのだ。二十二年のことである。

同センターにとって大商大は得意先の一つで、付属高校の駐輪場の整理、図書館の整理事務、体育館の施設管理などの仕事を引き受けていたから申し入れを断る理由はなかった。

そこで、大商大豊山ゼミの学生たちにセンターの活動の現場に入ってもらい、若い感覚による様々な提言に耳を傾けて、できれば事業運営に生

入会説明会は毎月二回行っている。その度に新しい会員が入り、最近では年度途中の会員数は千八百人を超えるが、年度末には多くが退会する。それでも最近の会員数は、二十三年度を底にしてわずかながら増加傾向にある。民間事業所を中心に吹き荒れた不況の嵐が一段落してきたためだ。さらに、

かしていくという事務局からの進言に理事会が了承を与えた。

### ゼミ学生たちの参画と提言

提携の開始からすでに五年が経過している。これまでのゼミ学生たちの主な参画と提言は、次のとおりである。

#### 「入会説明会への参画」

毎月二回開催している入会説明会の運営をゼミ学生が手伝ってくれている。ゼミ学生は五つのチームに分かれて毎回五〜六人がローテーションで欠かさず参加しており、これまでに百回を数える。ゼミ学生は入会希望者を受け付け、資料配布などを手伝う。大商大のゼミ学生であることが分かるよう、東大阪市シルバー人材センター／Toyoyama Seminar Staff/Osaka University of Commerce、と背中に文字を染め抜いた専用のウインドブレーカーを着用している。

#### 「入会説明会参加者へのアンケート実施」

ゼミ学生の提案で入会説明会参加者からアンケートを取っている。質問項目は、性別、年齢、入会説明会の長さ、説明会の開催をどこで知ったか、どんな目的で参加したか、内容に関して分かりにくかったこと等。アンケート結果は、年に一回センター内で開催する豊山ゼミ報告会で発表している。



ゼミ学生の提案で、入会説明会の参加者に対するアンケート調査を実施。アンケート結果は、センター内で年に1回開催する豊山ゼミ報告会(写真)で発表している。写真前列は東大阪市SCの事務局職員

る。このアンケートからも、入会動機として経済的理由から入会を希望する人が増えてきていることが分かってきている。

#### 「就業風景のビデオ化」

また、アンケートで「実際の仕事内容をもっと詳しく知りたい」という指摘があり、「それなら仕事の様子をビデオで撮って、入会説明会の席上で流してはどうか」という提案がゼミ学生から上がった。センターが同意してゼミ学生の手で駅前の

清掃作業や体育館の受付の様子、公共施設の芝生刈りの様子などをビデオで撮影。会員に仕事のコツや働きがいなどをインタビュする場面も撮影、編集され、二十七年度の入会説明会から上映予定である。

#### 「PRツールの提案」

シルバー人材センターとは何か、会員とセンターはどのような関係にあるのか、就業するにあたっての心構え、引き受ける仕事など、職員から教わったり自分たちで調べたりしたことを基にゼミ学生は、入会説明会参加者に配る「入会のしおり」や「会員募集」「仕事募集」のPRチラシをリニューアルしている。

#### 「会報編集委員会への参画」

センターでは「燻」という会報を発行しているが、この編集委員会にも参加している。ゼミ学生の提言でレイアウトデザインを一新したり、前述のビデオ撮影時の就業会員インタビューを記事にして掲載したり、これまでにない若い感性を盛り込んでいる。

また、センターのホームページのデザインについても提言。ゼミ学生の手で若々しい感覚のものに生まれ変わっている。

#### 「女性会員増強策のデータベース化」

個人家庭からの受注を開拓する上で重要になっ

てくるのが女性会員の増強である。そこで豊山ゼミでは他センターがどのような方策によって女性会員を増強しているかを自分たちで訪問して情報を集め、さらに『月刊シルバー人材センター』の記事も併せて女性会員増強策をデータベース化してセンターに提示。センターはこれを参考に女性会員増強策を検討することになっている。データベースの中には、次のような事例が含まれている。

●学校の受付など、女性にも行える仕事はできるだけ女性会員を就業させる(泉佐野市SC)

●家事支援や育児支援など女性の仕事は一人で行うことが多いので、女性同士の情報交換や話し合いの機会を設けている(西宮市SC)

●他センターの女性の活躍を視察して刺激を受け、女性会員に技術・趣味・特技、講習会希望をアンケート調査。調査結果に基づいて太極拳教室、小物講習会、子育て講習会を開講した(豊中市SC)

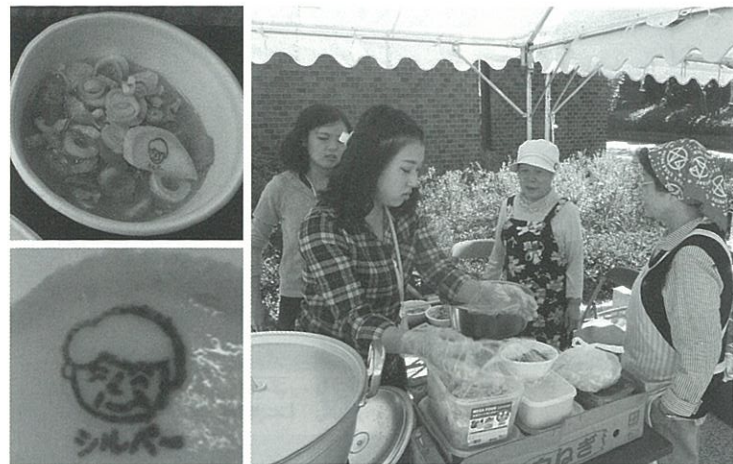
●軽度生活援助事業、お遍路への観光案内お接待事業、放課後児童ふれあい育成支援事業など企画提案方式事業の推進により女性会員を増強(高松市SC)

●一時託児事業、こども英会話教室、こども学習教室などのシルバーママサービス事業推進により女性会員の就業の場を広げている。また、就業開拓員に女性を起用。女性の立場から個人家庭の就業開拓に効果を上げている(丸亀市SC)

#### 「ふれあい祭りへの参加」

毎年五月の第二日曜日、市内で「ふれあい祭り」が開かれ、様々な団体が模擬店を出店。センターも同好会メンバーが中心となって、手芸作品、木工作品、書道作品などのブースを出している。ゼミ学生たちはこれに協力し、当初はセンターの「会

社と共に地域活性化の役割を担う非常に大切な制度です。日本のものづくりを支えてきた東大は現在、様々な困難な課題を抱えています。私たちとしては東大阪市SCに日本一のシルバー人材センターになってもらいたい。そのために、学生たちの力を少しでもお役に立てただければ……と思っています。ゼミの指導教官、豊山宗洋教授の言葉である。(山口)



大阪商業大学の大学祭(御厨祭)に、ゼミとして「おばあちゃんのとん汁の店」を出店。平成25年度に模擬店ランキング第1位となった。「シルバー」の文字とイラストの焼き印を入れたかまぼこでシルバー人材センターをPR