



関西おもしろ企業事例集

～企業訪問から見える新たな

兆：KIZASHI～

Vol.2 オープンファクトリー編



「兆：KIZASHI～」について

近畿経済産業局では、近畿2府5県における経済産業施策の総合的な窓口機関として年間1000件以上、地域企業の実態把握や施策立案のための企業訪問を行っています。

様々な特色を備えた企業が多数立地する関西では、地域のエンドユーザーの目や耳に届くことが少ない加工産業や部品製造、OEM生産をはじめ、インバウンド対応や独自技術等で意欲的に新しいことにチャレンジしている「おもしろい」企業の活動に出会えるのも、この企業訪問の特徴です。

今回、そうした取り組みの中で、オープンファクトリー（工場等生産現場を外部に公開したり、来場者にもものづくりを体験してもらう取り組み）に取り組んでいる企業等を「関西おもしろ企業事例～企業訪問から見える新たな兆：KIZASHI～ vol.2オープンファクトリー編」としてご紹介します。

2025・2030年の先、将来を見据えた変化の「兆し」として、経営層だけでなく従業員の能動的な取り組みが特徴的な企業、地域の事例です。

多くの皆様にご覧いただき今後のビジネスの参考になれば幸いです。

令和元年6月19日

近畿経済産業局 総務企画部

中小企業政策調査課

2025NEXT関西企画室

目次

企業の取組事例

株式会社梅守本店	P1	大東寝具工業株式会社	P13
株式会社エンストル	P2	東海バネ工業株式会社	P14
大阪糖菓株式会社	P3	株式会社友安製作所	P15
株式会社鞆工房山本	P4	株式会社ナカニ	P16
紀州ファスナー工業株式会社	P5	日本ライティング株式会社	P17
北次株式会社	P6	株式会社羽車	P18
錦光園	P7	株式会社Hacoa	P19
株式会社クロスエフェクト	P8	株式会社廣野鐵工所	P20
株式会社實光	P9	有限会社南歯車製作所	P21
ジャパンポリマーク株式会社	P10	株式会社山田製作所	P22
株式会社スマイリーアース	P11	有限会社六甲味噌製造所	P23
株式会社盛光SCM	P12		

地域での取組事例

①イベント型

大正・港オープンファクトリー	P24
DESIGN WEEK KYOTO	P25
RENEW	P26

②常設展示型

みせるばやお	P27
--------	-----



Only Oneの寿司体験で笑顔のひとときを感動共創

食を通じて世界中の人に感動と笑顔を 志の新たなカタチ

株式会社梅守本店は、奈良市に本店を置く寿司・和食弁当等の製造販売業者である。

わさび葉など地元食材を使った同社の寿司は、その高い品質からファーストクラス機内食へ採用された実績もある。

「食」という業を通じ、国籍・人種・年齢・病気や障害の有無等を越え、世界中の人の心が感動と笑顔で結ばれることを目指す梅守康之社長の創業以来の変わらぬ志に、2013年、後継者の経営参画を契機として新たなカタチが加わった。

世界中からRassyaaai!!うめもり寿司学校

2013年に開設された「うめもり寿司学校」は、約90分の本格的な寿司職人体験を主にインバウンド観光客向けに提供する事業である。

揃いの法被や和帽子を身につけた観光客は、「One, two, three, Rassyaaai!」の掛け声とともに寿司作りを心から楽しんでいる。

同事業の企画を担当した梅守志歩取締役によれば「いち早く本業から抜けだし早期に事業化」したことで、繁忙期には一日あたり1000人（4校舎合計）が訪れる同社の基幹事業に成長した。

みんなの「うめもりフィロソフィー」

ムスリムやコーシャ（ユダヤ教）、グルテンフリー等にも対応した食材を用意し、あらゆるバックグラウンドの方にも「楽しかった」と思ってもらえるような付加価値の高い体験サービスを提供している。昨年度は東京浅草にも進出し、この5年間で体験者数は延べ30万人を超えた。

こうした同社の躍進を支えるのは、毎朝30分の朝礼を活用した「うめもりフィロソフィー」の共有と、それを理解し具体化できる高い接客スキルを持った約100名のスタッフ・従業員である。

テンポの良い分かりやすい説明と明るい笑顔が、各国から訪れるお客様を連日魅了している。

今あるものに新たな付加価値を見いだすこと

新事業による知名度向上もあり、同社の主力商品である手鞠寿司は「日本ギフト大賞 2018」において「ふるさとギフト最高賞」を受賞し、百貨店や通販での売り上げが順調に伸びている。また、今夏には奈良県山添村に新たにコミュニティ拠点の設立も予定している。

自分たちの当たり前を新たな感動・価値として共創する同社のコト体験事業は、今後益々の広がりが期待される。

訪問：令和元年5月20日



あらゆる家具を つくり、なおす職人集団

“長く大切に”使い続けられる家具を

株式会社エンストルは京都の家具メーカー出身のメンバーを中心に2018年に創業した家具の製造、販売・修理・リメイクを行っている企業。「長く大切に使い続けられるものを」というコンセプトのもと、愛着を持てるデザインや修理のしやすい設計にこだわった家具を作っている。

高い技術力を持つ職人を各工程（デザイン、木工、塗装、椅子張り）に擁し、一気通貫体制を構築できていることが強み。製造だけでなく、修理・補修の技術も高く、最後の駆け込み寺として同業者から頼られるケースも多い。

「長く使う」「修理して使う」というリペア・リメイク文化を根付かせていくことは、同社が目指す目標の一つである。

開かれた工場で職人に“光”を

「裏方」というイメージもある職人に光を当て、多くの人に職人の技術を知ってもらうことを大切にしており、工場を開放し顧客や近隣住民が職人の技術に触れる機会を設けている。

工場では家具（特に椅子）の製作過程を間近で見学することができ、職人に質問することもできる。また、随時開催のワークショップでは、職人と一緒にものづくりを体験することも可能である。

見られることで職人のモチベーションも高まっており、職人と会社互いに相乗効果が生まれている。

小さい頃から木の“ぬくもり”を

量産商品とは異なる「木のぬくもり」の良さを小さい頃から知ってほしいという思いから子供用イス「cucu（クク）」を開発。

「cucu」はデザインはもちろん、全体的に丸みを帯びさせるなど安全面にも気を配っている。また、すべて無垢材を使用し、かつオイル仕上げのため、食べこぼしのシミや落書きのあと、小キズなどは自宅でメンテナンスが可能である。

訪問：令和元年5月16日

創業年：2018年

業種：家具製造・販売・修理・リメイク

本社所在地：京都府宇治市

代表者：今田 景子

URL：<https://enstol.co.jp/>



お菓子を通じて歴史と文化を伝える コンペイトウ王国

作るだけではなく体験もしてもらう

大阪糖菓株式会社は創業80年目を迎えるコンペイトウ製造販売業者である。

平成15年より「コンペイトウミュージアム」を堺工場・八尾工場に併設し、来場者へコンペイトウの製造工程（見る・体験する）や歴史を伝えている。（現在は福岡にもミュージアムを設置）

「コンペイトウ王国」＝企業ブランディング

会長・社長が自ら王さまや南蛮人に扮し来場者を迎え入れている。また、王国のマスコットとしてゆるキャラの「ペートン」も誕生し、徹底した「コンペイトウ王国」のブランディングを行っている。

特徴的な取り組みが話題を呼び、各種メディアからの取材も多く、同社や商品について広くアピールすることにも成功している。

また、ミュージアムにはショップも併設しており、来場の際にはお土産として当社商品の購入も可能。さらには、定番から変わり種のコンペイトウの試食もでき、来場した際には五感をフル活用して同社の魅力を堪能することができる。

消費者の直接の声から新商品開発

来場者からの試食での反響や従業員からの声をもとに商品開発も行っている。

世界一小さいコンペイトウ（直径1mm）や90分楽しめるキャンディ、ユニークな味（ワイン・まつたけ等）のコンペイトウ、コンペイトウのピアス（食べられる！）等魅力あふれる商品ラインアップで来場者を楽しませている。

コンペイトウの魅力を発信し続ける

多くの人に当社の製造工程を知ってもらうことで商品の「安心・安全・熱意」をアピールし、コンペイトウの魅力进行现场から発信し続ける。

さらに、メディアへの露出増加により企業からのタイアップ商品製造依頼が舞い込んだりと工場見学の波及効果は大きい。

さらなるミュージアムの充実を検討しており、来場者にもっと体感してもらえようアトラクション化を目指している。

訪問：平成31年4月26日

創業年：1940年

本社所在地：大阪府八尾市

業種：菓子製造業

代表者：野村 しおり

URL：<http://www.osaka-toka.co.jp/>



6年間に思いを込めて 工房で一貫製造するランドセル

細部にまでこだわる手仕事の一貫製造体制

株式会社鞆工房山本は作業の分業が多い鞆業界の中で創業当初より一貫製造でランドセルを作り続けている。

現社長が工房を引き継いだ際に、卸問屋から直営店販売へ事業転換。消費者に直接製品の良さを訴え掛けるべく、工房見学を始めた。工房に来てもらい製品を手にとってもらい良さを実感してもらうことを大切にしている。

購入者からの口コミやメディア情報の拡散により同社は市場シェアを伸ばしている。

工房見学で製品の魅力を発信

製造工程を社外秘とする鞆メーカーは多いが、同社は製品のブランド力発信強化のため大半の工程を広く公開しており、ランドセルの購入検討時期には多くの家族が見学に訪れる。一枚の革からランドセルが作られていく工程は非常に興味深い。

従業員は見学者へ丁寧に工程を説明。作りの良さを最大限伝えるべくその手間を惜しまない。ランドセル作りを間近で見ることによって『ものを大切にする』気持ちが子供たちに生まれているようだ。

色とりどりのランドセル

工房横にあるショールームには男児用・女児用共に毎年定番ラインから新作まで数多くのラインアップが並ぶ。

そのデザインはデザイナーに委託するのではなく、従業員のアイデア・意見をもとにしている。金具等のパーツもオリジナルデザインのもので使用されており、そのこだわりの高さが窺われる。

従業員一人ひとりが思いを込めてデザイン・製造したランドセルには同社の理念が盛り込まれている。

児童数減少が進む市場での次なる一手

少子化の影響を大きく受けるランドセル業界は今後国内市場の縮小は避けられない。そのような中、同社は海外展開を検討している。

ランドセルはもちろんランドセル製造で培った技術力を活かした鞆・革小物を製作。インバウンド需要の取り込みも含めた国外市場を開拓することで、国内のみならず世界規模で同社のファンを増やしていく。

訪問：令和元年5月15日

創業年：1949年

業種：革製品製造販売業

本社所在地：奈良県橿原市

代表者：山本 一彦

URL：

<https://www.kabankobo.com/>



品質がブランド力、信頼感をもたらす工場見学

材料から一貫生産するナットメーカー

紀州ファスナー工業株式会社は、ナットを中心に、ファスニングパーツを材料の伸線加工からメッキ加工まで一貫生産し、世界の自動車メーカーをはじめ、住宅産業、機械産業、電気産業、建築産業など幅広い産業界に提供している。良いものを届けるために、品質を最優先に、大阪、東京、名古屋を拠点にデリバリー、サービス面も重視している。

同社の強みは「品質管理」と「品質保証」。品質レベルの維持はもちろん、クレームにも100%対応する。自社が原因ではないと思われるものもまずは引き受けるということを徹底している。こうした対応力が近年、自動車分野での受注が増えてきた要因である。

品質の信頼度を高める工場見学

工場見学の取組は、昭和46年に現会長の郷里である和歌山県印南町に工場を新設した際に、地域の小学校等の社会見学を受け入れたのがはじまり。現工場でも取引先や高校、あるいは就活生など、毎月のように工場見学を受け入れている。

工場を訪れた取引先には、一気通貫の生産現場を肌で感じ取ってもらっている。遠方から来られない取引先にはバーチャル工場見学と題して、ホームページ上にYouTubeで作業工程の細部まで公開するなど、自信を持ってオープン化している。こうした取組が、同社の品質への理解度と信頼度を高めることにつながっている。

地元の人材が選ぶ地域牽引企業

5Sにも積極的に取り組み、長い年月をかけて工場も体制も現在のレベルまで引き上げてきた。学生による同社への評価も高く、最近は新卒採用もスムーズであり、人材が定着しつつある。従業員の中には小学校の時に工場見学を経験した者もいるなど、地域に根ざした会社となっている。

来春には隣接地に工場を増設し、材料の伸線加工工程の内製化をさらに推し進めるなど、地域牽引企業としてこれまで以上に地域の雇用と経済発展に貢献していく予定である。

訪問 : 令和元年5月21日

創業年 : 1957年

業種 : ファスニングパーツの製造販売

本社所在地 : 和歌山県御坊市

代表者 : 中江 良一

URL :

<http://www.kishuf.co.jp/>



地域に貢献しながら次へつなげていく 布製品作りのプロ集団

布製品作りのプロ集団

北次株式会社は、布製品作りのプロ集団である。1955年の創業以来、バッグ、ポーチ、エプロンなどの布製品を国内一貫生産している。寝具や学校用品メーカー、中小アパレルメーカー等のOEM生産がメインであるが、自社ブランド品の開発にも取り組んでおり、近年はインターネットサイトによる直販でも着実に売り上げを伸ばしている。

企画相談からサンプル製作や本生産まで一貫して対応できる体制が一番の強みである。最近は何人で商品企画をしたい人が増えており、こうしたニーズをカタチにする過程に最後まで寄り添う心強いパートナーである。

地域に貢献しながら次につなげていく

同社の強みを担っているのは多くの従業員。大部分は地域のパート従業員であり、地域の仲間が同社を支えているとも言える。北次社長は「最近縫製業が減っている。次を支えてくれる仲間作りが重要。当社は、地域に貢献しながら次につなげていく必要がある」と、地域とともにあることへの感謝の念を忘れない。

オープンファクトリーへの取組

オープンファクトリーへの取組は、市役所の担当者から他地域との合同体験イベントへの誘いを受けたのがきっかけ。この時は対応できなかったものの、2018年に「地域への貢献」と地域の子供たちに「縫製に興味を持ってもらいたい」という想いから、自社での親子体験教室を開催した。

取組を言い出したのは社長であるが、企画運営は社員が中心に取り組んでいる。翌年の合同体験イベントにも積極的に参加し、他社の取組からも刺激を受けた。参加した社員にとっても子供に教えるという経験は幸せを感じる瞬間でもあった。今後もワークショップを使ってファンを増やすことを目指していく。

さらなる成長を目指して

今後はオリジナル商品をさらに伸ばしていくことを考えている。デザイナーを養成しつつ、新規採用にも取り組み、5S活動も開始するなど体制づくりに取り組んでいる。「利益率を上げるだけでなく、何より仕事の面白さを高めていきたい」と語る社長は常に社員の成長を考えている。

訪問 : 令和元年5月30日

創業年 : 1955年

本社所在地 : 大阪府門真市

URL :

業種 : 布製品の製造・販売

代表者 : 北次 孝得

<https://www.nunomonokobo.co.jp/>



墨を通じて奈良の伝統文化を知っていただきたい

“錦光園の歴史”

江戸時代より、代々墨職人の家系であった、4代目にあたる長野亀吉が明治初頭に奈良でも由緒ある墨工房「古梅園」より独立・創業し錦光園が誕生した。

かつて「書斎」が「文房」と言われた時代、ここで使われる道具類は総称して「文房具」と呼ばれてきた。中でも筆・墨・硯・紙は、書画・詩作等を嗜む風雅な文人墨客には欠かすことの出来ない知的調度品として尊重され、古来より「文房四宝」と言われてきた。

シルクロードの終着点に華開いた古の香りを今に伝える「奈良墨」。錦光園では、そんな伝統を守り、昔ながらの製法のまま、一つ一つ手作りで奈良墨を製造している。

“にぎり墨体験”による効果

日本の墨の95%は奈良市で作られている。室町時代から作られている奈良の伝統工芸で、1000年以上使えるといわれている。

6代目墨延氏が生の墨を手で握って作る『にぎり墨』の体験を、古の香り漂う工房で始めたことで、墨の素晴らしさを感じていただき、近年では年間で約3,000人の方が体験している。

奈良墨の売上げは15年程前から大きく減少傾向にあったが、「こと体験」を通じて奈良墨の伝統文化を知ってもらうことが、売上げ増加に繋がっている。

錦光園は本来の姿は、“奈良墨の案内役”

にぎり墨体験者が増えたことで、奈良墨の素晴らしさに共感して頂けるファンに出会い、今では、錦光園は奈良墨の案内役であるということ強く意識するようになった。

後継者である7代目睦氏は、奈良墨の良さを知ってもらいつつ、奈良県の伝統文化を活用した地域活性化に貢献したいと考えている。

訪問 : 令和元年5月20日

創業年 : 不明

業種 : 奈良墨製造販売

本社所在地 : 奈良県奈良市

六代目 : 長野 墨延

URL : <http://kinkoen.jp/>



Dream Factory Project 魅せる工場がすべてを変える

Design & Medical・脱量産・感性のもの作り

株式会社クロスエフェクトは、心臓や臓器の内部構造が手にとって確認できる超精密トレーニング用3Dモデルで有名な京都のものづくり企業である。

光造形や真空注型による高速試作を得意とし、その高い技術力は「ものづくり日本大賞内閣総理大臣賞」をはじめとする数多くの受賞歴にも現れている。

Design & Medical／脱量産／感性のものづくりを実現する同社の新社屋（2015年竣工）は、その製品同様に独創的な魅力にあふれている。

吹き抜けに滑り台！風が通るCreativeな空間

入り口を入った大きな吹き抜けで異彩を放つのは、銀色に光る大きな滑り台である（実際に滑られる）。

吹き抜けを囲むように最小限の間仕切りで区切られた明るく開放的なオフィス・スペースでは、従業員が互いに気配を感じながら業務に取り組んでいる。

レセプション会場にもなるカフェテリアでは、提携業者によって毎日数種類の温かい食事メニューが提供されている。

竹田正俊社長の言葉にあるように「創造的な仕事をするために必要な、風（情報）が通るアソビのある開発空間」が広がっている。

Dream Factory Project

同社の見学会では、3Dプリンターを使った製造現場やデザイン部門、臓器シミュレータ開発の様子を間近で見ることができる。社長自身による情熱的な会社紹介も魅力的なコンテンツの一つであり、これまでに5000名以上が同社を訪れている。

訪問者のうち約2割は欧米・アジア・アフリカ等海外の経営者層が占めている。また最近は中小企業向けの工場をプロデュースする設計士・建築士やコンサルタントの見学も増えている。

現在見学は有料（社内レストランでの昼食付き）だが、収入の一部は全国心臓病の子供を守る会への継続的な寄付に充てられており、社会貢献にも積極的に取り組んでいる。

新しいもの作りのカタチ

建物は付加価値を生まない、お金をかけないという中小製造業での不文律を打ち破り、同社は魅せる工場そのものを内外に向け戦略的に活用している。

これからの時代に即した新しいものづくり、製造業のカタチが垣間見える。

訪問：令和元年5月16日

創業年：2001年

業種：試作・開発支援サービス

本社所在地：京都府京都市

代表者：竹田 正俊

URL：

<https://www.xeffect.com/>



切れ味を堪能できるショールーム 一期一会の思いを乗せて

ショールームで想いを伝える

株式会社實光は伝統的工芸品である堺打刃物の料理用包丁製造販売業を営む。

同社は平成27年に本社を建て替えた。全体的に和モダンのテイストで統一されており、一見するとそこで包丁が製造されているとは思えない作りとなっている。

1階はガラス張りの通路から職人の研ぎや名入れ等の製造工程を見学することができる。

2階はショールームとなっており、壁一面に様々な用途の包丁が展示されている。

来店者は職人から伝統的な製造工程や細かなこだわりまで丁寧で熱のこもった説明を受けつつ、実際に包丁を手にとってその重みや持った時の感覚、時には切れ味を試すことができる。

平成30年には大阪ミナミの玄関口である大阪なんばスカイオにもショップを出店し、同社商品の想いを表現する場を増やしている。

インバウンド需要を取り込む

近年は由緒ある伝統工芸品への関心が非常に高い外国人旅行客が大阪へ訪れる。同社はそのニーズも追い風となり、多くの外国人旅行客が来店している。

ユーザーの声を商品開発に活かす

ショールームは一方的に同社の想いを伝えるだけでなく、ユーザーからの生の声を集約させることにも役立っている。「こんなものはないのか?」「あんな風にはできないのか?」といった具体的な声を参考にした商品開発や、プロの料理人等が多いユーザーの個別のこだわりに応えたオーダーメイド製造を行っている。

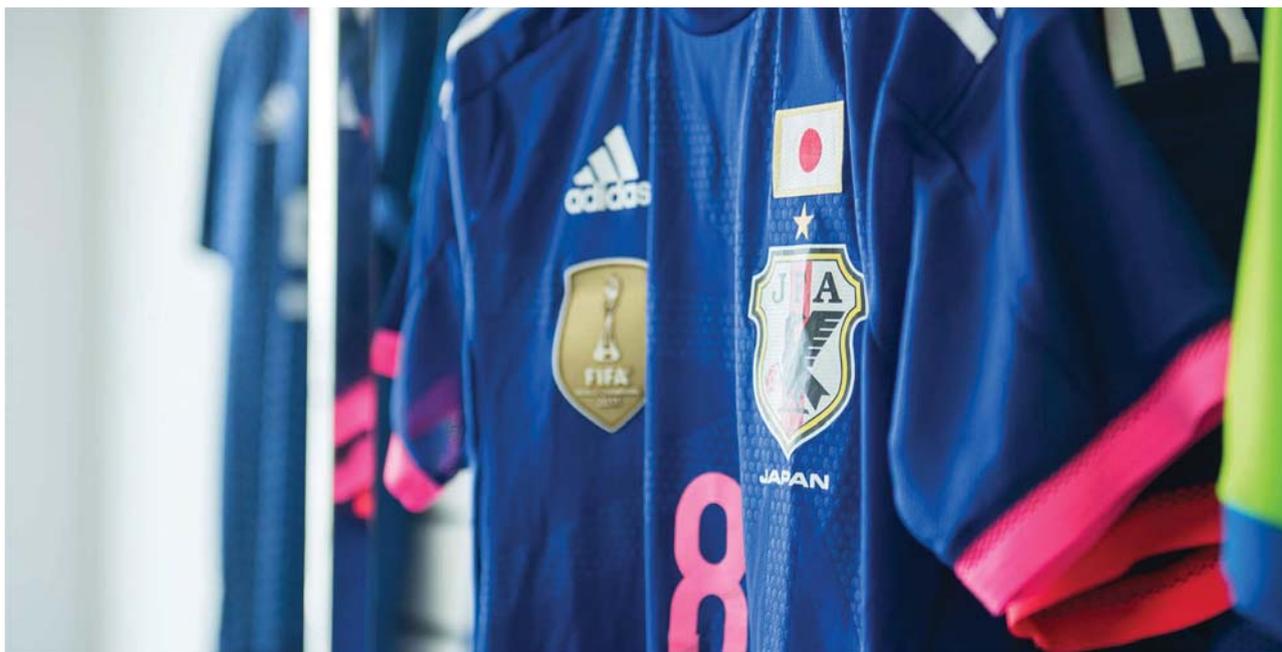
伝統的な工法で作られる和包丁はもちろん、最先端の人間工学に基づき長時間使用しても疲れにくくデザイン性の高い包丁まで幅広い商品を製造している。

日本の伝統工芸品を世界へ

海外からの堺打刃物に対する関心の高さに着目し、同社は堺市やJETROのバックアップも受け海外の展示会へ出展している。

歴史に価値を見出す海外の市場ポテンシャルの高さに期待しつつ、これまでに培った技術を武器に国内のみならず積極的に海外に打って出て、更なる商品ユーザーの獲得を目指していく。

訪問 : 令和元年6月5日



「剥がれないラベル」を 「Made in 福井」で！

高品質の熱転写技術

ジャパン・ポリマーク株式会社は、1985年創業の熱転写ラベルの製造・販売会社である。

創業以来、独自の材料・商品・機械の開発を続け、熱転写の高い技術を確立している。現在では、サッカー日本代表のユニフォームや、様々な高級スポーツ商材に同社の熱転写ラベルが使用されている。また、過酷な条件下での高い性能と品質が問われる、自動車のサンバイザー等の注意書きラベルにも同社の技術が採用されており、「剥がれない」ことに対する高い信頼を確立している。

さらに、同社は通常の熱転写ラベル製造販売事業者とは異なり、ラベルを販売するのみならず、顧客企業へのラベル貼付けの技術指導までを一貫して行っている。製品の品質のみならず、顧客サービスの面でも他社との差別化を実現している。

「Made in 福井」へのこだわり

過去には、顧客企業が海外に生産移管をする際に、同社も移転を求められることがあったが、「Made in 福井」にこだわり、海外への移転は行わなかった。

現在も、地元福井での製造を続けている。

地域の人材不足への想い

社長の久保氏は、自社のみならず、「福井全体が元気になれば」との想いをもっている。特に「企業の発展のために人は欠かせない」との考えから、地域の人材不足に対する想いは強い。

福井で働く若者を増やすことを目指し、地元の大学で講義を行い、大学生に福井の企業のことを知ってもらう取組を行っている。

地域で一体となって福井を元気に

福井市主宰で実施された地域活性化の新しい取組「XSTUDIO (エックススタジオ)」にも参加している。

「XSTUDIO」は、全国のデザイナーを福井に集め、地域の企業と連携して多角的な視点で新しいプロジェクトを創出する取組である。デザイナーとの共創で新事業を生み出すのみならず、活動を通して、福井の魅力を地域内外の人に感じてもらうことを目的としている。

久保氏も、「福井を元気にする」ためには、本事業のように福井が一体となって地域内外にPRを行う必要性を感じており、今後も積極的に地域活性化の取組に参加していく意向である。

訪問 : 令和元年5月10日

創業年 : 1985年

業種 : 熱転写ラベルの製造、販売

本社所在地 : 福井県福井市

代表者 : 久保 浩章

URL : <https://www.poly-mark.co.jp>



循環型環境ストレスフリー生産 優しさを紡ぐ大阪のタオル

自社一貫生産の実現へ

同社は、分業体制にあったタオル製造工程（撚糸・整経・製織・精練・縫製・加工）の全てを社内一貫生産し、最終製品化まで管理する「Smile工房」を2008年に完成。同社が目指すのはオーガニック100%かつ循環型環境ストレスフリーの生産である。そのため、最初に注目したのはタオル生産に使われている化学薬剤の使用量。通常一般的なタオル生産には綿に含まれる油分や不純物を取り除く工程で多種多量の化学薬剤を使用するが、同社はタオル生産の化学薬剤依存による河川汚染問題に着目し、化学薬剤を一切使用せず綿の処理を行う特許技術「自浄清綿法」を開発。更に使用する水は自ら掘った地下水。水道水に含まれる塩素までも嫌う徹底した拘りの積み重ねにより新感覚の綿製品ブランド「真面綿(まじめん)」を完成させた。

里山保全と本業の融合で脱石油化

次に着目したのが製造に係るエネルギー。従来のタオル生産工程に使用していたのは化石燃料であったが、里山保全活動で産出する間伐材をタオル生産時に必要な熱エネルギーとして活用するバイオマスエネルギーに転換した。里山の維持管理とエネルギー調達の両立に取り組むことで、循環型環境ストレスフリーな生産を実現した。

真実を伝えるオープンファクトリー

自社ブランドを立ち上げるにあたって、製品の価値を百貨店などのバイヤーに伝える手法として「オープンファクトリー」を活用。製造工程やその取り組みの意図を製品背景として伝えることで、「現場を見るからこそわかるこだわり」や「作り手の声を聞くからこそ伝わる想い」をバイヤーに理解してもらい、販路拡大に繋げている。

オーガニック綿花が紡いだ国際交流

同社の使用するオーガニック綿花はすべてアフリカ・ウガンダからの輸入。現社長の父がアフリカを訪問した際に、現地オーガニック綿花農家と交流を持ったことが始まりである。2017年には同社が所在する泉佐野市がアフリカ・ウガンダ北部のグル市と友好都市提携を締結。この交流も同社と現地との繋がりがきっかけである。泉佐野市（大阪）と立科町（長野）は2020年の東京五輪・パラリンピックにおいてもウガンダのホストタウンに決まっており、同社が繋ぐ日本とウガンダの綿の絆が地域間の友好交流も紡いでいる。

訪問：令和元年5月28日

設立年：2008年

業種：オーガニックコットン

製品の製造販売

本社所在地：大阪府泉佐野市

代表者：奥 龍将

URL：<http://smileyearth.co.jp/>



「脱・下請体質」ものづくりの町復活へ

経営者交代を経て事業転換を図る

株式会社盛光SCMは板金加工・ダイカスト金型製造を行う。大手照明メーカーからの照明器具の下請け加工・組立を主な事業として、ものづくり技術を磨いてきた。

現社長は3代目として平成21年に代表取締役就任。中小工場の廃業が進み、生まれ育った町のアイデンティティが失われていくことを肌身で実感。

事業転換を図るべく照明器具の自社ブランド「NEEL (=Need+Lightの造語)」を立ち上げ。職人技術を生かしたオリジナル製品を企画開発し、下請け依存からの脱却を図った。

町おこしイベント『こーばへ行こう!』開催

東大阪市と近畿大学が市のブランディング向上を狙ったイベントを企画し、同社に対しイベント共催及び会場提供の依頼を持ち込んだ。

社長の予ねてからの想いともマッチし本社工場で『こーばへ行こう!』を開催。同社は工場見学と親子でものづくり体験ができるワークショップを企画・運営し、730人の来場者を集めた。

反響の大きかった「ものづくり体験」に対する世間のニーズが高まっていることに着目し、イベントの際にも使用した自社の板金加工技術を生かした「組み立てキット」の販売を現在準備中。

第2回『こーばへ行こう!』開催に向けて

今回は令和元年9月21・22日の2日間開催を予定。近鉄布施駅前商店街を舞台とし、期間中は空き店舗を出張工場に姿を変えてミニ工場見学やワークショップイベントの企画を検討している。

今回は同社以外にも参加企業数を増やし、より地域一体で産業を盛り上げるイベントとなるよう準備を進めている。

「ものづくりの町」復活への取り組み

社長は今回のイベント成功で決して満足していない。今回の1日限りのイベントだけでは本質的な地域経済の活性化には繋がっていないからだ。

自社のように下請ビジネスからのモデル転換を地域全体で推し進めていくべく、同社が旗振り役となって他社と協同し活動している。

職人に光を当て、「まちづくりにつながるモノづくり」をキーワードに社長は今後も走り続ける。

訪問 : 令和元年5月9日

創業年 : 1961年

本社所在地 : 大阪府東大阪市

URL : <https://www.seiko-scm.co.jp/>

業種 : 板金加工・ダイカスト金型製造

代表者 : 草場 寛子



ねむりとくつろぎで、健康に

大東寝具工業

since 1925 Kyoto



ねむりのトータルコーディネーター

手作業でつくるこだわりの寝具

大東寝具工業株式会社の寝具は、手作りにこだわり、顧客のオーダーごとに職人が1品ずつ丁寧に仕上げている。職人が仕上げる高級感のある製品は多方面で評価され、京座布団は京都の高級旅館に納めており、クッション座椅子「tetra（テトラ）」は大手自動車メーカーやアニメスタジオともコラボ商品を出している。

OEMから脱却しトータルコーディネートへ

元は大手寝具メーカーのOEM生産が中心であったが、自社商品を持ちたいという思いから、高級路線に事業転換。インテリア業界に明るい人材の入社をきっかけに、寝具のみならず寝装品、寝室家具、寝室リフォームに至る睡眠環境全体をトータルコーディネートする企業として事業展開している。

「ねむりの蔵」

直営店「ねむりの蔵」はビジュアル化されたショールームで寝具の体験・調整ができるほか、工場見学も可能であり、ブランド力向上に一役買っている。

良いねむりに向けた取組

同社は「快眠とくつろぎで世界を元気にする」をモットーに良い睡眠の普及にも取り組んでいる。社員全員が（一社）日本睡眠教育機構が認定する睡眠健康指導士の資格を持ち、睡眠のワークショップも開催している。

また、来店が難しくなった高齢者等に向け、出張サービス「ねむりの宅配」を行っている。同社の社員が顧客のもとを訪ね、ねむりの悩みに沿った製品を用意し、最適な寝床環境を提案している。

このような取組が同社のファンを増やすとともに、一度ついたファンを虜にしている。

社員が魂を込めたバックストーリー

職人、営業等職種問わず社員一人一人が自社のブランド価値をよく理解しており、社員から工場のリフォームの提案がなされたり、ブランド価値を損ねない営業を自主的に心がけるなど、ブランド価値を活かす、高める、守る意識が浸透している。

「ねむりの蔵」では、このように社員が魂を込めたバックストーリーが垣間見える。

訪問 : 令和元年5月16日

創業年 : 1925年

業種 : 寝具・寝装品等製造・販売

本社所在地 : 京都府京都市

代表者 : 大東 利幸

URL :

<http://daitoushingu.com/>



「ばねでお困りのお客さまのお役に立つこと」を追求

多品種微量生産で1個から製作可能

東海バネ工業株式会社はコイルばね・皿ばね等の金属ばねを製造する。創業当初より大量生産ではなく、ユーザーからの個別オーダーに基づいた製品を製作する他社にはマネできないビジネスモデルを確立している。他社と競合しないことから、価格競争に巻き込まれることが少ない。

技術力に定評がありスカイツリー（先端部の制振装置）やJAXAのロケットにも同社のばねが採用されている。

豊岡の工場では工場見学会を実施しており、職人から直接製造工程の説明を受けられ多くの見学者が訪れる。

電話やWebを通じて月間約100件の問い合わせがあり、6時間以内に対応できる社内システムを構築。個人・法人問わず「ばねで困っているお客さまのお役に立つこと」を使命に業務に取り組んでいる。

技術力を武器に世界へ挑戦

平成30年11月にドイツで開催されたバルブ技術を展示する見本市に初めて出展。

国内市場において高評価を得ているバルブ向けのばねでまずは世界市場の開拓を狙っていく。

啓匠館で技術伝承

豊岡工場敷地内にある啓匠館でばね製造技術の知識・技能を日々研鑽している。国家検定資格取得やそれよりさらに厳しい社内検定資格の取得を奨励し、国内でもトップレベルの複数国家検定資格保有者が多数在籍している。

現状に満足することなく、名実共に世界トップレベルの職人集団になることを目指している。

全社一丸の委員会制度

全社員が3つある委員会のいずれかに参画し、所属部署・年齢・肩書に関係ない横断的なメンバー構成で会社の方向性を議論している。

議論の内容は自社の経営課題に直結するもので、メンバー同士が意見を出し合いとことん議論し戦略を決定することから、全社員が納得感を持ってその戦略を実行に移すことができる。

社員自らが自律性を持って業務に当たることではばねのことで「世界から相談される会社」へと成長していく。

訪問 : 令和元年5月22日

創業年 : 1934年

本社所在地 : 大阪府大阪市

業種 : 金属バネ製造業

代表者 : 夏目 直一

URL : <https://www.tokaibane.com/>



共創を生み出すオープンフェスタ Add Colors to everyone's home

親子三代で紡ぐ事業承継

株式会社友安製作所は、昭和38年の設立以来、カーテンフック・線材加工品の製造・販売を主体に成長。製造部門では、高精度・高品質の製品を作り上げるため、生産機械から金型に至るまで、全て自社制作する強みを持つ。

米国に留学しMBAを取得した三代目、友安啓則氏が入社してから新規事業としてインテリア輸入商材を販売する事業を確立。先代、先々代が築き上げた技術力を活かすことで、販売力を持ったSPA(製造小売業者)として成長している。

共創を生み出す”友安フェスタ”

「地域貢献が最大のブランディング」をキーワードに、自社のみならず近隣企業と協力したオープンファクトリー「友安フェスタ」を実施。魅力を地域に伝え、企業相互に理解することで新たなイノベーション創出を促進している。

また自社発のみならず、八尾地域発の共創事業「みせるばやお」においても理事として参画。

常にオープンマインドで地域を牽引するベンチャー気質溢れる企業である。

芯を持った多角化経営

経営理念のもと、従来のユーザー層とは異なるターゲットに自社商品をリーチさせるため、什器などすべてが自社製品でデザインされたコンセプトカフェを東京(浅草橋)と大阪(阿倍野)にオープン。オシャレなカフェに関心のある層に自社製品の魅力を伝え、ファンになってもらう仕組みづくりを行っている。

また商材を活かした工務店事業も展開。本格的なりフォームを求める顧客に、商品だけでなくサービス含めて提供する芯を持った多角化経営を実現している。

急成長する企業力

現社長が入社した十数年前の6名から現在は約90名の従業員と順調に事業を拡大しているが、組織拡大に合わせて社内の見える化(売上・粗利、各自の日報などの情報共有)を徹底することで風通しの良い職場環境を実現。

2019年には厚生労働省より第3回「働きやすく生産性の高い企業・職場表彰」、経済産業省より「はばたく中小企業300社」に選定されている。

訪問 : 令和元年5月21日

創業年 : 1963年

本社所在地 : 大阪府八尾市

業種 : インテリア商材製造販売

代表者 : 友安 啓則

URL : <https://tomoyasu.co.jp/>



伝統的なモノ作りを通して 「優しくて強い人」へと 成長していける会社でありたい！

委託製造から小売りへの業態変更

株式会社ナカニは注染（染料を注ぎ込み布に模様を付ける技法）の手ぬぐいを50年以上作り続けてきた。

10年前に社長が中崎町に小売ショップをオープンした当時、この業界は、地域全体で分業制を取り、同社も委託製造100%の形態だった。社長はシュリンクする市場の中で何も行動しないわけにはいかないと直接小売りできるブランド確立に取り組んだ。その際にお客様より『ぜひ作っている過程を見せてほしい！』と申し出があり工場見学を始めたことが、今で言う「こと体験」にも繋がっている。

小売り業態に踏み切る際の従業員の反応

元来委託製造においては1枚700円程度で販売されていた注染の手拭いを、新規にオープンする店舗では倍の1,600円で販売するとした社長の決断は業界常識を逸しているとして、従業員から猛反対をされたものの、『デザイン』に注力するとの決断をかえりなく販売に至ることができた。ここで、注染の製品ストーリーをきちんと伝えれば適正な価格で販売できるという大きな収穫が得られたことで、徐々に従業員の理解にも繋がった。

オープンファクトリーの効果

オープンファクトリーがファンを呼び人材確保にも繋がっている。最初のお客様は、現在では同社の広報担当社員になっている。

製品のデザインは最初、個人の作家8人程度に依頼していた。個人作家に頼んでデザインに注力した製品開発スタイルを確立したことでデザイナー志望の芸大生等から入社希望者が増え、現在では社内にデザイナーを採用するまでになった。

自社ブランド「にじゆら」の確立

自社ブランド確立に注力したことで若い社員の入社が続き、10年前の17人から現在50名近くへと拡大。そのうち7割が30歳代と従業員の若返りが進んでいる。また、ブランド価値が向上したことで、海遊館、ニフレル、電鉄関係等のコラボレーション商品企画が増えてきている。

今後は、東京に出店し実店舗で体験できるワークショップ等を運営しながら伝統的な注染の良さを広めていきたいと考えている。

訪問：令和元年5月9日

創業年：1967年

本社所在地：大阪府堺市

業種：注染・捺染加工販売

代表者：中尾 雄二

URL：<https://nijiyura.jp>

Nihon Lighting



「道」を照らし、「未来」を照らす 本当のMade in Japan

自社ブランドの確立へ

日本ライティング株式会社は、親会社である日本コーティングが設計、製造、開発する自動車用LEDライトの販売会社。平成22年の設立以降、商流に合わせて3ブランドを展開してきた。

「Zeus」 - 新車ディーラーモデル

「ZRAY」 - 一般流通モデル

「ZEYE」 - カー量販店モデル

しかし、卸問屋を介した因習的な販売方法に限界を感じたことをきっかけに、より直にお客様と接するために、自社名を冠した直販ブランド

「Nihon Lighting」を立ち上げ、閉鎖的なアフターマーケット市場に風穴を開けている。

「安心」を売るコンセプト

製品の品質が悪ければ、「安心」を提供することも「信頼」を得ることもできない。同社は、バルブ本体の材料であるアルミの削り出しに始まり、電子基板実装も自社で行う。企画から開発、設計、製造、出荷に至るすべての工程を尼崎の自社工場で一貫して行い、オープンファクトリーで見せることによってさらなる「安心」を提供する。

真実を伝えるオープンファクトリー

「メイドインジャパン」のブランド力は周知の事実であるが、そのブランド力ゆえに、様々な業界において、一部工程を国内で行っている事を根拠に、謳っているケースも少なくない。

しかしながら、一般消費者はどこまで国内で作られているか知る術はない。そのため同社では、「すべての工程を尼崎の自社工場内で行っている事実」を実際に目で見てもらう事を目的としたオープンファクトリーを実施している。そしてこのことが、消費者の安心感をさらに高めている。

アフターマーケット市場のリーディングカンパニーを目指して

市販車にLEDヘッドライトが初めて採用されてから10年が経過し、ハロゲンバルブからLEDへとランプ業界は大きな変革期を迎えている。「道」を照らすことは「未来」を照らすこと。弛まぬ努力で進化を続け、アフターマーケット市場のリーディングカンパニーを目指す。

訪問 : 令和元年5月20日

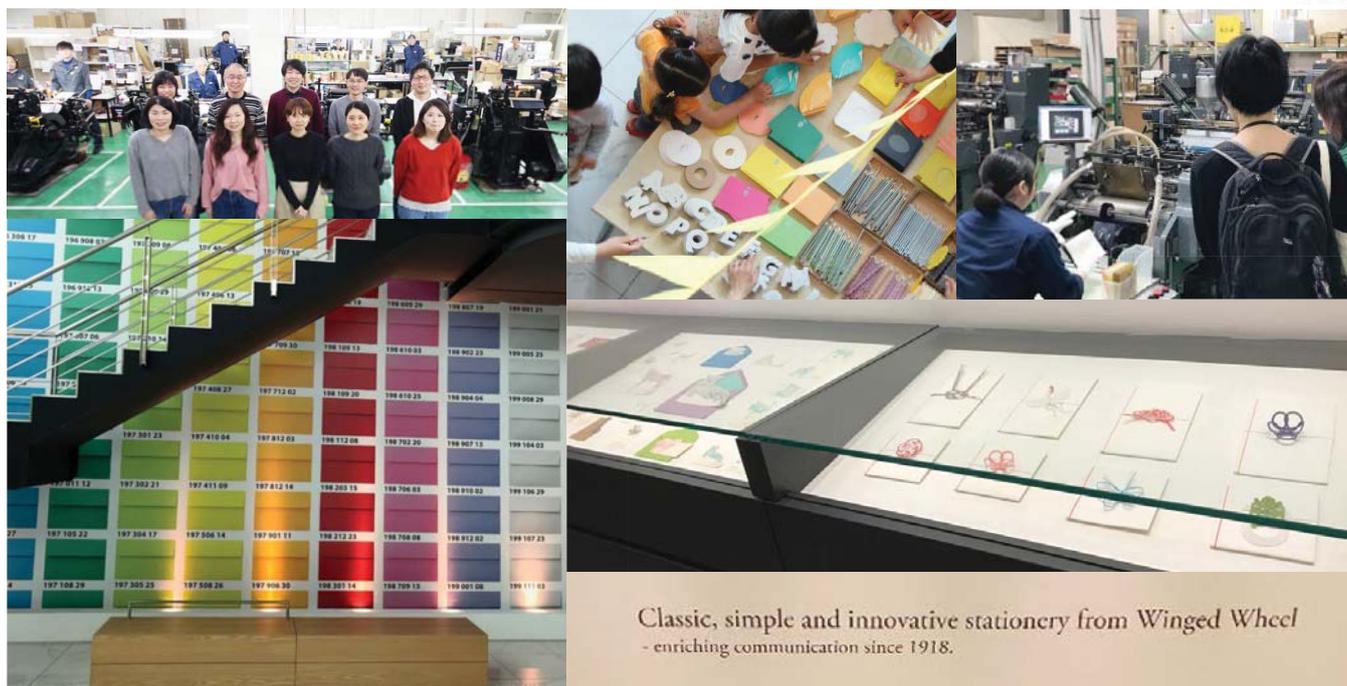
創業年 : 2010年

業種 : 自動車用HID・LED
ランプ販売

本社所在地 : 兵庫県尼崎市

代表者 : 太田 達也

URL : <https://nihonlighting.com/>



Classic, simple and innovative stationery from Winged Wheel
- enriching communication since 1918.

働いている全員が主役の会社



社長の思いとシンクロする職場

株式会社羽車は、封筒をはじめ様々な紙製品の製造販売を行う100年企業である。ビジネス用途のみならず、個人向けカスタマイズ商品にも自社ブランド「Winged Wheel」を確立し、東京表参道へのショールーム出店や、オンラインストアへの進出を果たすなど、充実したラインアップを有している。

「経営は自分の価値観を共有すること」という社長は、常に自分の思いを社員に伝えることに心砕いている。「社長自身が感じたこと、面白いことを社員と共有し思いをシンクロさせたい」とも語る。オープンファクトリーはそのためのツールでもある。

社員が発案した地域貢献への取組

平成22年に移転し新しくなった社屋では、地域貢献にも積極的に取り組んでいる。社員が自ら発案し、工場見学会や地域交流イベント「かるた市」などオープンファクトリーの取組を開始した。社長は大きな方針を示すのみで、企画運営は社員が自ら考えて行っている。社長の思いにシンクロしつつも自主性のある行動ができる組織力が同社の真の強みであろう。

オープンファクトリーは社員の晴れ舞台

お客様と直に接することで、驚いている様子や、表情、感想といった生声を感じ取ることができ、ものづくりに携わっている意義ややりがいを実感することができている。オープンファクトリーは社員の晴れ舞台となっている。

生声の重要性を認識することは、社内全体で「共通言語」を話せることにもつながっている。会社の課題や取引先との関係など、情報や課題認識の共有が容易になったことで、お客様の悩みの意味を理解できるようにもなった。

いい仲間と働きたい

社長の思いは評価制度をも一新した。業績評価ではなく人間性を評価する仕組みに変えたことで、社員のやる気はさらに高まっている。「みんないい仲間と一緒に働きたいと思うだろう」という社長の思いが、ここでも根幹にある。

働いている全員が主役

「働いている全員が主役」と言う社長の思いを受けて、これからも同社は社員一人一人が輝きながら、個性を演出する紙製品を提供し続ける。

訪問 : 令和元年5月9日

創業年 : 1918年

業種 : 封筒・紙製品の企画・製造・販売、
インターネットによる通信販売

本社所在地 : 大阪府堺市

代表者 : 杉浦 正樹

URL :

<https://www.haguruma.co.jp/>



ガラスの向こうに見える木工の世界

越前漆器から木製インテリアへ

株式会社Hacoaは、1962年創業の木製デザイン雑貨の製造・販売事業者である。

同社は、越前漆器の下地にあたる木地づくりから事業を開始しており、木地で魅せることができるほどの丁寧な仕事ぶりから「同社がつくる木地は塗りやすい」という評価を得てきた。

現在では、漆を塗りやすい木地づくりを追求してきた技術を活かし、自社ブランドである「Hacoa」を冠した木製デザイン雑貨の製造販売を行っている。iPhoneケースなど、様々な日用雑貨を木材加工により生み出し、高品質な商品を販売している。

直営店の展開

2008年に社屋を新設し、セレクトショップ「Hacoa DIRECT STORE 福井店」をオープンした。以降、東京や大阪など全国に直営店を展開し、「Hacoa」ブランドの認知度を高めている。

ショップでは単に商品を販売するのみならず、「お客様と直に触れ合う」ことを意識している。ショップに来た方の声や反応をダイレクトに吸い上げ、商品やサービスに反映させることを実現している。

ガラス張りの工房

「Hacoa DIRECT STORE 福井店」をオープンした際に、ショップに隣接する工房をガラス張りにし、ショップに来た方に気軽に工房を覗いてもらえるような工夫を行った。

工房を外から見えるようにすることで、作業場をきれいに整え作業効率を高めることや、外から見られることによる職人のモチベーションアップにつながっている。

ダイレクトストアのオープン以降、20～30歳代の若い職人が増加した要因の1つにも、工房のガラス張りにより職場をオープンにしたことが挙げられる。

コトづくりの意識

地域のオープンファクトリーイベント「RENEW」に参加したことをきっかけに、2018年から工房見学のホームページでのPRを開始し、さらに積極的に工房の「見える化」を進めている。

また、ショップで木工のワークショップを開催するなど、単に商品を売るだけでなく「コトづくり」を意識した新しい事業を展開している。

訪問 : 令和元年5月20日

創業年 : 1962年

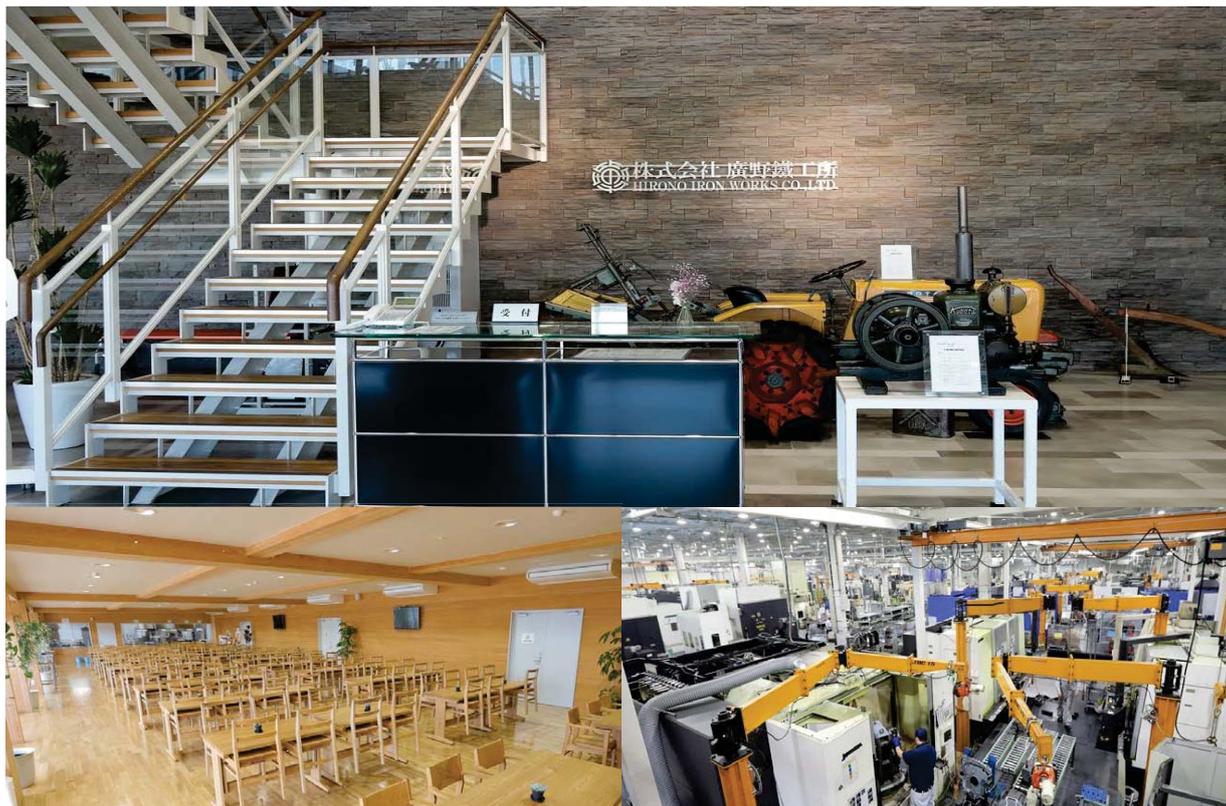
業種 : 木製雑貨の製造・販売

本社所在地 : 福井県鯖江市

代表者 : 市橋 人士

URL :

<https://www.hacoa.com/>



社員の幸せと成長を一緒につくる会社

「社員を守る」ことが最優先

株式会社廣野鐵工所は株式会社クボタの農業機械やエンジン部品等を主に製造している会社である。移転前の本社工場は、大阪湾沿岸部にあったことから、2011年の東北の震災以降、南海トラフ地震の可能性について取り上げられることも多く、社長としても頭を悩ませていた。

ある時、社長は総務部長と二人で同社が満潮時に海拔何mになるかを確認したところ、約1m程しかない事実を目の当たりにし、万一の時に社員を守るためには工場を移転させるしかないとの結論に至った。現在の場所を移転候補地に決めた段階で、社員全員に社長自ら「社員を守る」ことを最優先に考えた決断であることを説明したところ、通勤も不便になるにもかかわらず、社員・パート全員が賛同し、実現した。

「見える化」を体現

社長は新工場建設にあたり、これまでに見てきた色々な工場を参考にした。中でもドイツで出会った、「工場の中に事務所がある光景」に強く感銘を受け、消防法等に注意しつつ、工場と事務所の間をガラス張りにし、会社全体に一体感を持たせたところ、現場と事務所のコミュニケーションの向上に繋がった。

工場見学がモチベーションを高める

現在は年間約370人の工場見学を受け入れている。近隣の近畿職業能力開発大学の生徒の見学やハローワークが未就労者の意識高揚のために訪れるケースもある。工場見学の後には、見学者の感想や声を社員に伝えることで、社員のモチベーションアップにも繋がっている。

また、採用にあたっては、立地条件から訪問してもらうまでには苦勞するが、地道な学校訪問を行い、工場を見学してもらえば入社に繋がるケースが多く、毎年一定数の新卒生を採用できている。

社員の幸せと成長を一緒につくる会社

会社は、仕事場でありながら、人生の多くの時間を過ごす場所であることから、空調完備の工場や木の温かさを感じられる食堂など、社長の熱い思いが新工場には反映されている。また、社員の家族を会社に呼びイベントを毎年開催し、社員の家族も含めた幸せと成長を一緒につくる会社を目指している。

訪問：令和元年6月5日

創業年：1945年

業種：農業機械、エンジン部品等製造

本社所在地：大阪府岸和田市

代表者：廣野 幸誠

URL：

<https://hirono-iwc.co.jp/>

横型歯切盤 保有台数が日本一!!

長年の技術と知識で
お客様に納得いただける製品を
ご提供いたします。



歯切り一筋70年 地域のものでづくりを盛りあげる!

歯切り一筋70年確かな技術で要望に応える

有限会社南歯車製作所は、昭和23年から歯切り一筋で技術と知識を培ってきた。他社が出来ない加工に特化して技術を磨き、特に長尺歯切り・スプライン加工、ストレートベベルギア加工には定評がある。また、歯切り以外の工程に関する知識も豊富で、全国の500社を超える顧客から、様々な相談や依頼が舞い込む。多種多様な歯切り用刃物（ホブ）を所有し、JISはもちろんDIN・SAEなどの海外規格にも対応する。そのため、他社で断られた加工が持ち込まれることも多く、売上の約半分は同業者からの受注が占める。

地域のものでづくりを盛り上げる

社長は地域のものでづくりを盛り上げるため、大阪市や大正区の工業会青年部の要職を務め、後進の育成に力を入れており、ものでづくり中小零細企業の若手経営者のネットワーク作りにも熱心である。

また、大正区港区の区役所とも積極的に関わり、「大正・港ものでづくり実行委員会」の理事を務め、地元の子供達にものでづくりの魅力に触れてもらう「ものでづくりフェスタ」や全国から来る修学旅行生の工場見学の受け入れなどにも初年度から積極的に協力している。

さらに、地元や他地域の人に工場見学を行う

「オープンファクトリー」にも2年目より参画し、大正区から始まったものでづくり振興の流れを港区にも広げるために尽力している。

「オープンファクトリーは我々は自社の魅力をアウトプットする練習をさせてもらっていると思う。自社のことをアピールできるのは社長だけが、従業員と一緒に取り組めば、社長以外の従業員も自社やものでづくりの魅力を伝えることが出来るようになり、ひいては従業員に自社の魅力に気づいてもらえるきっかけになる。」「地域や行政との取り組みは、前向きに考えれば従業員教育にも繋がり、身近なお客様や加工先とも繋がれるなど、様々なメリットがある。」と社長は考える。

大正・港オープンファクトリーの効果

オープンファクトリーに参加することで、該当社員が「誰に対して、何を、どのように話せば、自社の魅力が伝わるか」を自主的に体得するために、イベント毎にフィードバックを重ねたことで、能動的に活動できるようになった。

また、地域内の企業との繋がりが作れたことが大きな収穫であり、今後もさらに仲間を増やし、地域のものでづくりを共に盛りあげていきたいと考えている。

訪問 : 令和元年5月7日



良い現場は、最高のセールスマン 人が変わる、そして会社が変わる

危機から始まった3S

株式会社山田製作所は、大東市でステンレス製缶板金部品等を設計・製造している。

創業以来順調に業績を伸ばしていたが、1999年に業績が急落、解決策を模索する中で受講したセミナーで3S（整理・整頓・清掃）の概念に出会った。

「良い現場は最高の営業マン」という講師の言葉に感銘を受け、翌日から3Sの実践を開始。以来従業員の意識改革・社員教育のため、継続して3Sに取り組んできた。こうした日々の努力により、業績は回復。3～4年後には工場見学会も自然発生的に始まった。

ドイツにもリピーター 人気の工場見学会

経営者層を中心に多くの人々が3Sを学ぶため同社を訪れている。朝の清掃・朝礼を体験し、従業員の説明に従って工場内を見学、最後に山田茂社長によるレクチャーを受ける。見学者には、就任したばかりの新社長や次期後継者が見学に来るケースも多い。

現在は従業員の仕事量や業務とのバランスも勘案し、口コミで広がる訪問希望に対し、月2回程度に受け入れを調整している。また、外国からの

訪問依頼にも対応しており、ドイツからのミッションは、7年間継続して受け入れている。

若者の気づきに期待

「3Sの良いところは、従業員が自ら気づき自身で考えることができること。仕組みの定着のためには集中・徹底した教育と繰り返しポイント」と山田雅之代表取締役専務は語る。

以前は社長や専務がリードしていた見学会も、最近は従業員が主体となり、若手の登竜門的な取り組みになっている。

3Sから生まれた新事業「Y-decl（ワイデクル）」

また、同社では一連の3S活動を通じ生まれたノウハウを一部商品化することにも成功した。

納期見える化や作業工程・日程管理を効率的に行う「ワイデクルボード」は、新聞・テレビ等のメディアに取り上げられた。目標達成ダイアリー「パルフェ帳」、進捗管理システム「ちやくレポ」と併せ、現在デザイン企画会社とのコラボレーションにより「Y-decl（ワイデクル）」ブランドとして積極展開を図っている。中小企業の仕事効率化と働き方改革の推進に、同社の一層の貢献が期待される。 訪問：令和元年6月3日

おかげさまで100年をむかえました。
百寿 味六 関西 芦屋発 手造のあじ 六甲みそ



変革し伝統をつなぐ 味噌のプロフェッサー

創業100年～地域で貴重な味噌蔵～

有限会社六甲味噌製造所は創業100年を超える老舗の味噌蔵。阪神間の幹線道路である国道2号線沿いに突如現れる味噌蔵はインパクトがある。

兵庫県では戦後、約80軒の味噌蔵が存在していたが、土地価格の上昇、跡継ぎ問題等の影響で、現在は12軒のみ。地域に残る貴重な味噌蔵である。

こだわりの製法で伝統をつなぐ

原材料（米、大豆、塩）にこだわり、時間をかけてじっくり昔ながらの製法でつくる同社の味噌は、風味が良く、塩分は低いがしっかりした味わいが特徴である。他社の味噌づくりと比較するとコストも時間もかかるが、その真似のできない味噌は、健康志向の地元の主婦を中心に多くのファンを虜にしている。

積極的な新商品開発

同社は製法にこだわりながら新商品開発にも積極的に取り組んでいる。

中でも神戸の餃子専門店とタッグを組み開発した「餃子の味噌だれ」はヒット商品でテレビなどメディアでも紹介されている。神戸の餃子専門店以外の店舗からも開発の依頼が入るほどである。

また、昨年からは大学と共同で、白味噌を使ったヘルシーな洋菓子の開発にも取り組んでいる。

味噌の魅力を伝えるプロフェッサー

味噌の魅力を伝える取組にも積極的で、25年ほど前に知人からの依頼をきっかけに味噌づくり教室を年に数回開催し、受講者は年間で約800人にもものぼる。

工場見学で、社長の口から語られる味噌づくりにかける情熱も大きな魅力である。季節ごとの使い方や、合う食材など味噌に関する様々な知識を授けるまさに「味噌のプロフェッサー」である。

訪問：令和元年5月22日

創業年：1918年

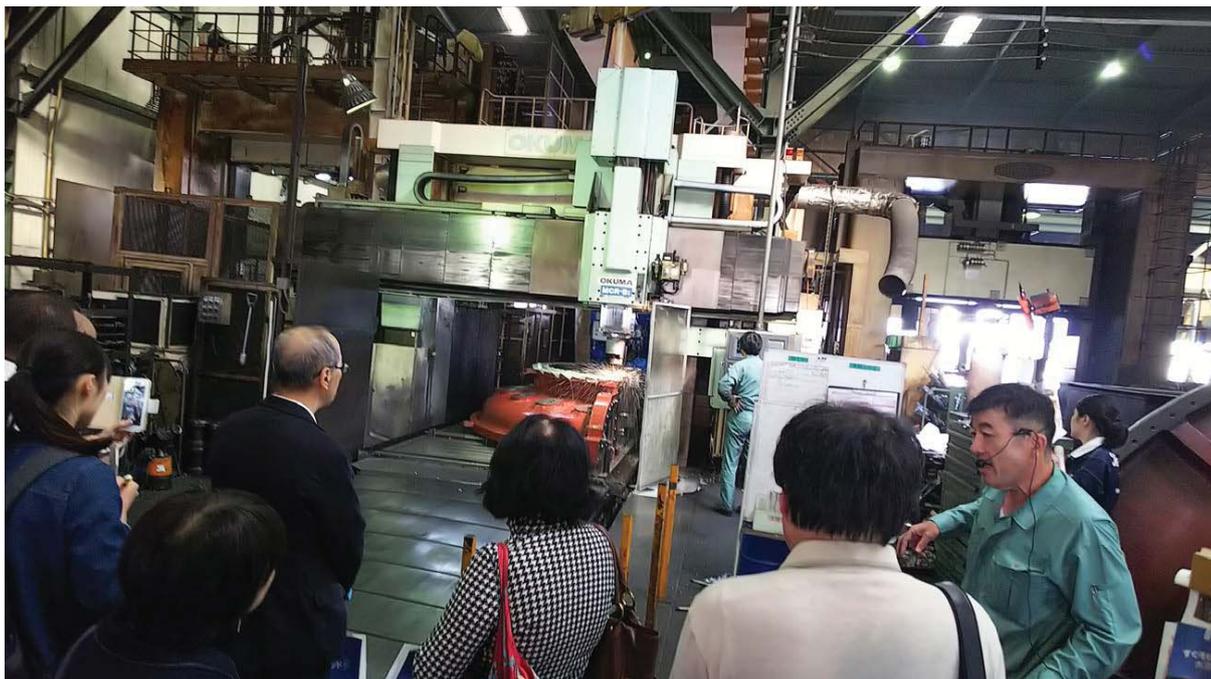
本社所在地：兵庫県芦屋市

URL：

業種：味噌製造・販売

代表者：長谷川 憲司

<https://www.rokkomiso.co.jp/>



“東洋のマンチェスター” 地域交流が生み出す「誇り」と「絆」

「大正ものづくりプライド」

2013年に当時の市政のもと、区役所単位で特色を出すことが求められ、大正区は4つのコンセプトの一つとして、「ものづくりのまち」を掲げ、プロジェクトチームにより取組を開始したことが、現在のオープンファクトリーイベントにつながっている。

スタートは「大正ものづくりフェスタ」。行政施設を利用し、地域企業が出展する形でものづくりを体験できるイベントとして開催し、2013年度には約700人であった参加者は2017年度には1,000人を超える規模に拡大している。

開催が重ねられる中で、「実際の工場も見に来てほしい」という要望が増え、実際に現場を見に来られるイベント「大正オープンファクトリー」が新たに2015年度から実施されることとなった。

2017年度には近隣の港区を巻き込み、「大正・港オープンファクトリー」となって拡大し、参画企業も24社と年々増加している。3～4ヶ所の工場をツアー形式で巡るスタイルで、ものづくりの現場を実際に見られるとあって、老若男女問わず様々な方々が訪れ、出席率も非常に高い人気のイベントとなっている。

参加者から得られるもの

イベントの開催日によって来訪者の顔ぶれは異なる。金曜日はBtoB目線の方々が、土曜日は地域の方々や見学好きな方が集まっている印象。

同業他社の引き受けには躊躇もあるが、一品一様のものづくりを現場で体感できることから、技術力を知ってもらうことで業務に繋がった事例もある。また、従業員が受ける質問も少し専門的になってくることから、答える側の勉強にも繋がっていることが伺える。

反面地域の方々にはどのように話せば伝わるかを、かみ砕いて考える良い機会となっている。

生まれる繋がり

開催当初から、次世代経営者層(40歳代前後)を中心に企画立案する形で進行していたため、新たなつながりが生まれた。同じ地域内、同じ産業界にいても何をしている企業なのか意外と知らないものであり、一つのイベントをきっかけにお互いのことを見せ合うことでお互いを理解し、協業が促進されており、今後も協業から生まれるイノベーションが期待される。



～京都をデザインしなおし、 よりクリエイティブな街に～ オープンな交流を生む場

京都モノづくりの新たな“交流”の場

DESIGN WEEK KYOTOは、モノづくりの現場をオープンにし、交流を通じて視野を広げることを目的としたイベントであり、2016年より年に一度開催されている。

「Design」には、現在目の前に見えていること（sign）から視点や思考を離す（de）ことで、本質を見つめ直し、時代に合った新たな物事の創出に繋げていくという意味合いが込められている。

イベント期間中（約1週間）は、多種多様なモノづくりが行われている京都の工房・工場といった現場を様々な人々が訪問し、モノが生み出されていくプロセスを体感できる。

“交流”にかける想い

実行委員会の代表である北林氏は「文化ビジネスで世界を楽しくする」というビジョンのもと、文化ビジネスコーディネートをしているCOS KYOTO株式会社の代表でもある。

時代の変遷とともに、モノづくりを取り巻く環境が、モノからコトへ変遷している中、物理的な距離は近いのに多種多様な工芸職人やデザイナー、クリエイターらの関係性に課題を感じ、自由につながること＝「交流」に着目し、同イベントを企画した。

“交流”から期待される兆し

交流の場からは様々な効果が期待される。

最終製品を作った経験がない企業が、いきなり最終製品を販売していくチャネルを形成していくことは困難である。しかし、多種多様な工芸職人やデザイナー、クリエイターらが交流する場において「素材や技術の可能性を提示する」ことでお互いを知ることができ「自然とお互いが高めあっていく」ことが期待される。

また普段見せることに慣れていない職人でも、来場者の「すごい」「ほしい」といった生の声を聞くことでモチベーションが向上し、外国人来訪者に対するコミュニケーションについても「次回は英語を勉強しておこう、もっと英語の掲示を用意しよう」など、自主的に見せる方法について学びを重ね成長していることが鑑みられる。

国内外の様々な人との交流を通じて、相互の視野が広がり、新たなアイデアやコラボレーションが生み出され、京都が創造性溢れる街となっていくきっかけの場となることが、同イベントに期待されている。



“見て・知って・体験する” 福井のものづくりとつながる3日間

地域や業種をまたがる産業観光イベント

「RENEW（リニュー）」は、持続可能な産地づくりを目指して2015年に福井県鯖江市河和田地区でスタートした産業観光イベントである。会期中は、普段出入りできないものづくり工房の見学を通じて、作り手の想いや背景を知り、体験しながら商品の購入を楽しむことができる。

4回目の開催となる「RENEW 2018」は、開催エリアが大きく広がり、鯖江市・越前市・越前町が舞台。参加業種も増え、眼鏡・漆器・和紙・打刃物・筆筒・焼物・繊維の7産地から110社の工房・企業・飲食店が参加した。3日間の開催期間中に延べ3万8千人の観光客で賑わう地域の一大イベントとなっている。

移住者たちが中心となって運営

RENEWは、合同会社ツギが中心となって運営を行っている。

合同会社ツギは、2013年に結成された産地特化型のデザイン事務所であり、鯖江市に移り住んだデザイナー・職人などで構成されている。全国の商業施設に行商しながら福井の産品を販売する「SAVA!STORE」を運営するなど、産地の未来を醸成する様々なプロジェクトを展開している。

「産地に来てもらう」イベントに

RENEWのコンセプトは「来たれ若人、ものづくりのまちへ」。売りに行くだけではなく、産地に足を運んでもらうことを目指してイベントを開催している。

また、地域の魅力を発信することで、最近では地域の産業の担い手として移り住む若者が増えてきており、イベントをきっかけに職人の採用につながった企業も存在している。

地域の熱量を高める様々な仕掛け

RENEWでは工房見学のみならず、様々なイベントを同時に開催し、地域内外に気づきの輪を広げる工夫を行っている。

トークイベント「移住EXPO」では、移住を志す方や、関係人口の増加を目指す方へ気づきを促している。また、2018年に特別企画として開催された「まち/ひと/しごと-Localism Expo Fukui-」では、全国のローカル経済圏で行われている社会的意義の高い21の活動を紹介した。

展示・販売・トークイベント・ワークショップなど、イベント全体を通して、地域の熱量を上げるきっかけを作り上げている。



“地域貢献”が最大のブランディング！！ 魅せる場づくりで「ワザを紡ぐ」

伝える”ものづくりのまち八尾”

古くは物部守屋がものづくりの拠点として活動し、栄えた八尾。

先人が伝えてきたように、ものづくりの魂を次世代にも紡ぐため、そしてこの地域の魅力を後世の子どもたちにも伝えるために、中小企業の叢智を結集した「みせるばやお」(拠点施設)を2018年8月8日にオープン。「ものづくり体験ワークショップ」を通じて、子どもたちをはじめ、来場者が楽しみながら、市内企業の魅力を知ることができる施設となっている。

100社を超える市内外の企業が協働

2019年3月末現在で103社の市内外企業が参画し、オープンした8月以降で拠点への来場者数は24,247人。参画企業が自社の魅力を体験できるワークショップを土日祝日を中心に開催し、ロボットプログラミング教室や、アルミ材を使ったキーホルダー製造など3月末現在において延べ221件のワークショップが実施されている。

また参画企業のアンテナショップも併設。これまで普段直接販売をすることの少なかった計21社が出店し、地域で作られた商品をアピールしている。

共有で生み出すイノベーション

“子どもたちに自分たちの想いや夢を「伝えること」「魅せること」が地域貢献となり、ともに施設運営を考えることが「共創」へ、ひいてはこの八尾の地が飛躍し、新たなものづくりのイノベーションにつながる”との考えから、中小企業1社では持つことの出来ないスペース、ヒト、リソースをシェアリングすることで、アイデアや技術などを魅せ合い、共有することで一つの大きな波(イノベーション)を目指している。

実際にこの場所をきっかけに生まれたコラボレーションは計34件にのぼる。他にも情報のシェアリングを行うために共同のクラウドサービスを活用することで企業を超えた情報共有や、自治体と協働したガバメントクラウドファンディングへの挑戦(平成30年度に200万円の調達に成功)など、地域を巻き込んだ積極的な交流が生まれている。

また、この場所で取り組む情報のシェアリングエコノミーにおける取組が認められ、地方版IoT推進ラボにも認定されており、今後も様々な共有から生まれる企業間のイノベーションが期待される。