

KANSAI OPEN FACTORY REPORT rec2021.

作り手が躍動する
関西のサードプレイス

OPEN FACTORY
MAKERS of KANSAI

KANSAI OPEN FACTORY REPORT rec 2021.

経済産業省 近畿経済産業局
総務企画部 中小企業政策調査課

540-8535

大阪市中央区大手前1-5-4 4

06-6966-6057

kin-chushokigyoseisaku@meti.go.jp

<https://www.kansai.meti.go.jp/chushoresearch.html>

2021年3月発行

※掲載内容・画像の無断転載・複製を一切禁じます

KANSAI KANOSEI

多色なKANSEI（感性）が
KANSAI（関西）の
KANOSEI（可能性）を拓く

目 次

本紙の位置付け/地域一体型オープンファクトリーとは	… 3
関西に広がる地域一体型オープンファクトリーMAP	… 4
RENEW	… 5
千年未来工芸祭	…11
DESIGN WEEK KYOTO	…17
大正・港オープンファクトリー	…23
てぬぐいフェス	…29
こーばへ行こう！	…35
みせるばやお	…41
＜2020fy New!!＞	
FactorISM	…47
地域一体型オープンファクトリーにおける「5つ」の継続要件	…49
地域一体型オープンファクトリーにおける「6つ」のパラメータ	…50
パラメータからみる地域一体型オープンファクトリーの発展プロセス	…51
地域一体型オープンファクトリーの効果と生じたイノベーション	…52
外部資源と「結合する意義」	…53
地域一体型オープンファクトリーの「2つ」の発展可能性	…54
地域一体型オープンファクトリーに係る今後の展開	…55

本紙の位置付け

経済産業省近畿経済産業局では、令和2年度関西におけるオープンイノベーションを創出する地域一体型オープンファクトリーの発展可能性事例調査を実施した。

本調査は「地域一体型オープンファクトリー」という場で、具体的にどのようなイノベーションが生まれているのか現状調査を行うとともに、各地で活躍するキーパーソンのネットワークを構築・活用することで、中小企業が主役となる地域一体型オープンファクトリーと外部資源（大手企業、ベンチャー企業等）との協業可能性を検討したものであり、本冊子は本調査から明らかになった関西各地の動きや要件・要素について紹介するものである。

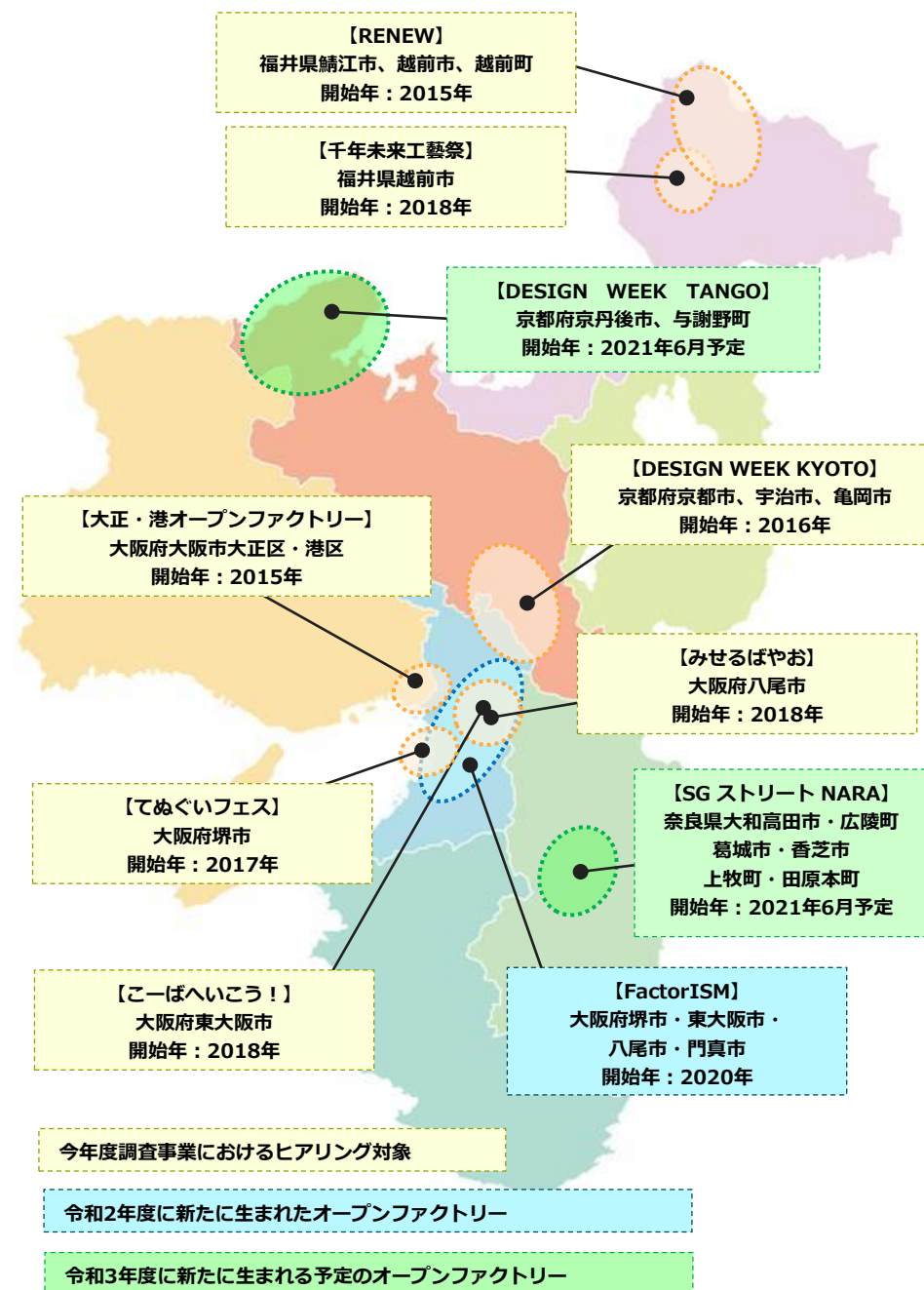
「地域一体型オープンファクトリー」とは？

オープンファクトリーという言葉の定義は、Open（＝開く）とFactory（＝工場）の造語であり、現時点では明確に存在しない。

イメージしやすい言葉が「工場見学」であるが、本冊子においては、「工場見学」は見る側を主語とした言葉であり、「オープンファクトリー」は見せる側を主語とした言葉として整理する。また、本冊子における地域一体型オープンファクトリーとは、「地域内の企業が複数参加し、恒常的または定期的に開催されているものづくりの魅力を体感してもらいイベントや空間であり、地域内外で一定の認知度やファンを獲得しているもの」と定義する。

Makers of KANSAI
OPEN FACTORY

関西に広がる地域一体型オープンファクトリーMAP



RENEW

福井県鯖江市、越前市、越前町



<受賞アワード>

- 2019年 総務省ふるさとづくり大賞 総務大臣表彰（団体部門）
- 2019年 日本デザイン振興会 グッドデザイン賞受賞
- 2020年 総務省ふるさとイベント大賞優秀賞（地域活性化センター会長表彰）
- 2020年 国土交通省地域づくり表彰最高賞（国土交通大臣賞）
- 2021年 第11回地域再生大賞（東海・北陸ブロック賞）

【OPEN FACTORY DATA】

開始年 : 2015年
開催期間 : 例年10月頃 3日間程度
主催 : RENEW実行委員会
参加企業 : 約70社
来訪者数 : 延べ3万人

Trend Setter
(仕掛け人)



【CONTACT PERSON】

新山 直広氏

TSUGI LLC. (合同会社ツギ)代表社員。
1985年大阪府生まれ。2009年福井県鯖江市に移住。応用芸術研究所を経て、鯖江市役所在職中の2013年にTSUGIを結成。
デザイン・ものづくり・地域といった領域を横断しながら、地域や地場産業のブランディングを手がける。

【連絡先】

TSUGI LLC.
〒916-1222 福井県鯖江市河和田町19-8
TEL 0778-65-0048



RENEW
FACTORY TOUR & MARKET

▲RENEW ロゴ

【CO-LEADER*s】

※キーパーソンと一緒にオープンファクトリーの企画・運営を担う中核的存在

“実行委員長” 谷口 康彦 氏

有限会社谷口眼鏡 代表取締役社長。福井県眼鏡協会 会長。RENEW立ち上げ期より、「持続可能な地域づくり」を強力に推進してきた。

“事務局長” 森 一貴氏

フリーランスのプロジェクトマネージャー。1991年山形県生まれ。2015年福井県鯖江市に移住。「社会に自由と寛容をつくる」がコンセプト。

“あかまる隊”

県内外の約30名からなる、RENEWと産地のサポーターチーム。SNSの運営や工房見学ツアーのコーディネートなど、RENEWと産地を広く支える。



Features (特徴)

持続可能な地域づくりに向けて

「RENEW (リニュー)」は、福井県鯖江市・越前市・越前町で開催される、持続可能な地域づくりを目指した工房見学イベントである。

会期中は、越前漆器・越前和紙・越前打刃物・越前筆筍・越前焼・眼鏡・繊維の7産地の工房・企業を一斉開放し、見学やワークショップを通じて、一般の人々が作り手の想いや背景を知り、技術を体験しながら、商品の購入を楽しむことができる。

「持続可能な地域をつくる」ことをビジョンに掲げながら、真に地域が必要とする取組を数多く仕掛けている。



CORE VALUE : 共につくろう

Future (今後の展望)

産地を起点に広がるプロジェクト

RENEWの原点は、産地としての危機感を持っている人たちが集まり、活動を始めたことである。

コロナ禍の影響により、再びこの産地がどのように生き残っていくか、ということが問われている。コロナ禍による状況の変化により、参加メンバーにも「何とかしないとけない」という意識が醸成されている。「くたばってたまるか」は、RENEW2020のテーマとなっている。

今年からは通年型の産業観光プログラムへの投資をスタートするほか、事業承継を支援するプロジェクトなども構想を進めている。



Innovation (効果・創出)

「若くて元気な産地」というイメージが着実に浸透

RENEWに参加したことをきっかけに、工房ショップを立ち上げた企業は、24社にのぼる。産地のイメージづくりにも大きく貢献している。産地企業の機運醸成が実現したこと、地元民の郷土愛が高まったことも成果である。最近では、全国のプレイヤーを集める「まち/ひと/しごと」をはじめとしたプロジェクト等を、RENEWと並行して行っており、雇用・移住の促進を図っている。

2020年には開催にあたりサポートチームとして「あかまる隊」を結成。29名が参加しているが、半数は県外のサポーターとなっている。RENEWをきっかけにつなげた人と人の輪は、着実に広がりつつある。

RENEWの活動は、美大生等を中心に全国的にも注目されるようになっている。会期中に潜在的な移住者へPRする「移住エキスポ」も開催している。

変わりつつけるものづくりのまちを

2019年からは、ものづくりに携わる企業とものづくりを志す若者とが出会い、互いを知り未来への関係性を育む「産地の合説」も開催しており、RENEWをきっかけとした移住・就職も増えている。



Topics

RENEWから工房立ち上げへ

RENEWに参加したことをきっかけに、24社が工房見学やショールームを立ち上げている。産地の空気感は着実に変わりつつあり、若い世代が集落を闊歩する姿も増えてきている。



Photos (開催期間中の様子)



千年未来工芸祭

福井県越前市



【OPEN FACTORY DATA】

開始年 : 2018年
 開催期間 : 例年 8月頃 2日間程度
 主催 : クラフトフェス実行委員会
 参加企業 : 約130社
 来訪者数 : 約1.1万人



Trend Setter
(仕掛け人)

【CONTACT PERSON】

内田 裕規氏

株式会社ヒュージ 代表取締役。
 越前市 越前和紙の里(旧今立町育ち)、福井を
 拠点に様々なデザインやブランディングを手
 がける。文化創造拠点「FLAT project」や
 工芸の未来へ橋を架ける場「CRAFT
 BRIDGE」をオープン。

【連絡先】
 株式会社ヒュージ
 〒915-0225 福井県越前市別印町2-51
 TEL 0778-42-8205

【CO-LEADERS】

“実行委員長”
 委員長は下記3産地の組合から持ち回
 り。それぞれが協力して越前市を中心
 とする伝統工芸の発信に取り組む。

“越前和紙組合” 瀧 英晃氏

伝統工芸士。内装材メーカーでのテキスタイルデ
 ザイン等の商品開発、デザイン事務所の業務を経
 て、株式会社滝製紙所に入社。
 三宅一生ディレクション「XXIXc.-21世紀人-」
 の参加や、ホテル アマン東京の内装などアート
 から建材まで幅広い分野で活躍。工房見学イベ
 ント「RENEW」の副実行委員長等、産地を牽引
 する若手職人のリーダーとして積極的に活動。

“越前内刃物組合” 戸谷 祐次氏

伝統工芸士。越前打刃物の伝統を守りながら、工
 業デザインを導入し時代を先取りした感覚で打刃
 物に取り組んでいる若手打刃物職人の兄貴的な存
 在！プライベートではプロ顔負けのベーシストの
 顔も！



“越前箆笄組合” 小柳 範和氏

伝統工芸士。三代続く小柳タンス店の次男として生まれる。中学時
 代に兄が他界してしまった悲しみを乗り越え自分が四代目になると
 決意。19歳から指物技術を学ぶ。現在、越前箆笄の伝統技術を継承
 しながら、『木』『鉄』『漆』という素材を活かした型にはまらない
 モノづくりを日々探求している。



▲千年未来工芸祭 ロゴ

Features (特徴)

「モノづくりのまち」越前から工芸の魅力を発信

越前市では、越前和紙・越前打刃物、越前筆筒（たんす）という長い伝統と歴史を有する3つの産品が今もなお、まちの文化・生活を支えている。

千年未来工芸祭は、現代を生きる若者たちに作り手の技や製品、人柄に触れ、工芸や手仕事を身近に感じてもらうとともに、次世代への継承のきっかけづくりを目指すイベントである。

コア・バリューであるCoNEXTionとは、「繋がり」という意味の

“Connection”をもとに「共同で次の次元に動かそう」という意味が込められている。

世界に誇れる「モノづくりのまち」越前市から工芸の魅力を伝えていく。



CORE VALUE :

Future (今後の展望)

「裾野」の拡大と地域ブランディング

今年で三年目の開催であるため、千年未来工芸祭というイベントの認知度向上を目指している。

従来から情報発信には注力しているが、2020年開催はオンラインとの併用であったこともあり、SNS上での影響力がある著名人の起用やライブ配信機能も取り入れながら、情報発信の方法を多様化させている。

こうした積み重ねにより、地域のブランド価値向上につなげていく。

市内だけで3産地の事業者が100社を超えており、周辺の鯖江市や越前町なども含めれば、もっとたくさんの事業者がいる。まだまだ拡大の裾野は広い。



Innovation (効果・創出)

産地間のつながりと交流が生む新たな工芸の魅力発信へ

参加企業同士の連携として、例えば、打刃物のケースを筆筒屋が作るなど、業種を超えた事例も生まれている。

従来、市内3産地（越前和紙・越前打刃物、越前筆筒）については、あまり横の交流はなかったが、千年未来工芸祭という場の存在により、新しいつながりが生まれている。実行委員長は、若手職人から毎年交代で選ばれており、若い世代の交流にもつながっている。

千年未来工芸祭は、B to Cを意識したイベントとなっており、一般の消費者やファンと触れる機会が生まれているため、職人たちの意識改革にも繋がっている。自社にアンテナショップを持っていたとしても、一般客がふらりと立ち寄るような機会は案外少ない。

千年未来工芸祭に参加することで、普段はかかわりの少ない客層に出会えることは大きな成果である。

CoNEXTion (共につながる)

Topics

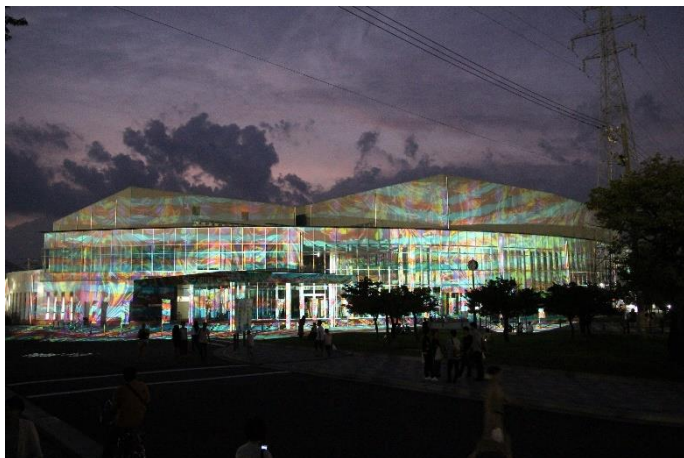
Takefu Knife Village リニューアル (2020年8月)

2020年8月開催では、コロナ禍の影響もあり、オンライン開催も併用したことで、参加企業もHPのリニューアルなど、見せ方を工夫する取組も進んでいる。

タケフナイフビレッジ協同組合に参加する刃物会社々が共同で運営を行っており、「越前打刃物」を製造・販売する拠点である。2020年8月、展示ホールやオフィスが併設された新館がオープンした。



Photos (開催期間中の様子)



DESIGN WEEK KYOTO

京都府京都市、宇治市、亀岡市



【OPEN FACTORY DATA】

開始年 : 2016年
開催期間 : 毎年2月頃／1週間程度
主催 : (一社)DESIGN WEEK KYOTO実行委員会
参加企業 : 50社程度
来訪者数 : 1 万人以上

Trend Setter
(仕掛け人)



【CONTACT PERSON】 北林 功氏

DESIGN WEEK KYOTO代表理事。
地場のモノづくり産業のグローバル展開サポートや文化交流事業を通じて、持続的な社会構築に挑む。平成28年より、モノづくり現場での交流を通じた創造的街づくりにも取り組む。

【連絡先】

一般社団法人DESIGN WEEK KYOTO実行委員会
〒603-8311 京都府京都市北区紫野上柏野町10-1
TEL 075-202-8886



▲DESIGN WEEK KYOTOロゴ

【CO-LEADERS】

“京都信用金庫”

理事長 榊田 隆之氏

多様な人たちの交流の場であるDESIGN WEEK KYOTOから、人と人が繋がり、そこから気付きやイノベーションが生まれていく。京都にそのような豊かなコミュニティを創造していくことをミッションとする。

“DWKメンバーズ”

年間を通じて、モノづくりを軸として異分野の人々が交流し合い、お互いを高め合う会員制コミュニティ。
セミナー受講やワークショップなど、交流を軸にお互いに様々な刺激を受け合っていく仲間が集う場である。DWKのクリエイティブなコミュニティに年間を通じて参加し、共に京都を盛り上げていきたい！という方に向けたメンバーシップである。



Features (特徴)

モノづくり技術と感性が織りなす創造都市

DESIGN WEEK KYOTO は、京都のモノづくりの現場をオープンにし、国内外から訪れるさまざまな人との交流を促進することで、新たなモノやコトを創出している。

長年の歴史の中で培われた職人たちの技術や感性と「訪れる人」との出会い、交流により、新たなアイデアやコラボレーションに繋がることで、京都をより創造性あふれる街へと進化させる。

DESIGN WEEK KYOTO では、例年2月の会期中以外にも、年間を通じて

様々な活動を展開しており、工芸技術を活かしたクラフトソンやトークイベント、セミナー等を開催している。



CORE VALUE : 京都を

Future (今後の展望)

「オープンファクトリー」から「オープンハウス」へ

コロナ禍の影響もあり、オンラインでのイベントを拡充。今後、開催方法は状況に応じて工夫を重ねており、アジア圏を中心とした海外とのオンライン交流を進めている。

「オープンファクトリー」だけでなく、「オープンハウス」を目指す。工場・現場だけでなく、地域の様々な主体を巻き込みながら、見せられるところはどんどんオープンにすることで、さらなる交流やつながりの拡大が期待される。

現在の開催エリアは、亀岡・京都・宇治地域だが、地域内での交流濃化を第一としつつ、エリア拡大も図っていく。



Innovation (効果・創出)

「経験」と「自信」から生まれるイノベーション

DESIGN WEEK KYOTOに参加することで、参加企業同士の心理的なハードルが下がり、業種を超えた会話や交流が生まれている。会期中は互いに訪問し合うことが出来ないことから、期間外で自主的に交流することを目的に、「ななふく」という連携体も形成されるなど、異業種間でのコラボレーションも進んでいる。

DESIGN WEEK KYOTOの醍醐味は、企業同士の出会いやつながりから始まる展開である。既存の組合や取引関係

にとられず、新しい取組にチャレンジすることで、イノベーションにつながっている。DESIGN WEEK KYOTOという空間を上手く活用することで、新しい領域やテーマへの取組が広がりつつある。外部デザイナーとの連携による自社ブランドの開発など、DESIGN WEEK KYOTOで得た「気づき」を形にするなかで、そうした「経験」が「自信」に繋がり、自社全体のブランディングや認知度の向上にもつながっている。

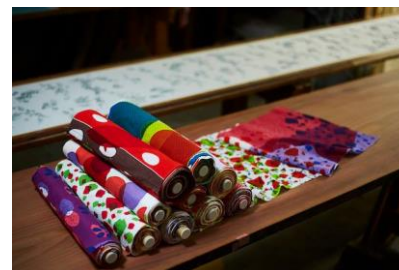
よりクリエイティブな街に

Topics

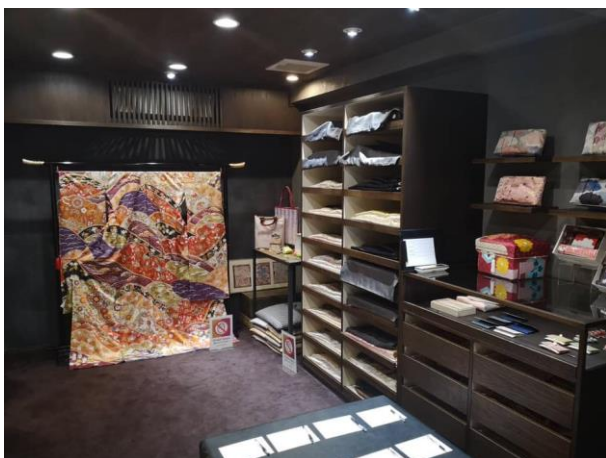
クラフトソン2020

こうした成功事例の積み重ねによって、参加企業の自主性も育まれており、さらなるイノベーションにつながる土壌が生まれている。

2017年より開始。日本各地から集まった多種多様なクリエイターらがアイデアを出し合い、京都の工芸と融合し新しく画期的なサービスやプロダクトを開発していくプロジェクトである。「クラフトソン」は「クラフト」×「ハッカソン」の造語である。例年夏から2月頃までの短期集中で、事業の企画・立ち上げ・支援者の獲得等までを行う。2021年も実施が予定されている。



Photos (開催期間中の様子)



大正・港オープンファクトリー

大阪市大正区、港区



【OPEN FACTORY DATA】

開始年 : 2015年より

開催期間 : 例年11月頃 (2日間)

主催 : 大正・港ものづくり事業実行委員会

参加企業 : 約40社

来訪者数 : 約180人



▲大正・港ものづくり事業実行委員会ロゴ

Trend Setter
(仕掛け人)



【CONTACT PERSON】

近藤 高史氏

大阪市港区 産業振興担当課長。
2007年、大阪市区役所初の工業担当係長に就任。
西淀川区役所、大正区役所等勤務を経て、2019
年4月から港区役所勤務。これまで、ものづくり
企業と行政が連携する「西淀川区工業活性化研究
会」、「大正・港ものづくり事業実行委員会」を
通じ、まちの活性化を公民連携の手法で進めている。

【連絡先】
大阪市区役所
〒552-8510 大阪市港区市岡1丁目15番25号
TEL 06-6576-9986 (代表)

【CO-LEADERS】

“大正・港ものづくり事業実行委員会”

大正区及び港区のものづくり企業と区民との交
流やものづくり企業のネットワーク形成ととも
に、区外へも大正区及び港区のものづくりの魅
力を広く発信し、ものづくり企業の活性化を目
指すため、民間企業9社と支援機関3機関、両
区役所で組織し、オープンファクトリーをはじ
めとした事業執行の意思決定を行っている。



“実行委員長 :

株式会社木幡計器製作所 代表取締役 木幡 巖氏”

「鑑印」ブランドのブルドン管圧力計を、112年
前の創業時から変わらず一貫して製造する老舗圧
力計専門メーカーの七代目。自社工場内に、
IoT・ライフサイエンス分野のスタートアップの
ためのものづくり支援拠点 Garage Taisho (ガ
レージ大正) を開設。大正・港オープンファクト
リーを運営する官民連携組織である大正・港もの
づくり事業実行委員会の委員長。



Features (特徴)

地域発！まち全体での魅力アップへ

大正・港オープンファクトリーは、エリアの人口減少を背景に、エリアの魅力を外部に発信するとともに、地域住民が自らのまちに愛着を持ってもらうことを目的にスタートした。本イベントは、行政が主導しつつも、行政と民間が互いに協力しながら実施している点に特徴がある。

まちの魅力発信を兼ねていることから、地元商店街等も訪問ツアー先に組み込み、地域一丸となって取り組んでいる。

会期中以外でも修学旅行生を対象とした見学ツアーなど、ものづくりの現場を外部に開くことを実践している。



Innovation (効果・創出)

「ローカル・カンパニー・プライド」による地域課題解決へ

参加企業は現在約40社で、区内の企業の関心も非常に高く、事業を通して企業間のネットワークも着実に拡大している。

毎年、行政がツアーを企画し、参加企業が当日の体験・見学メニューを考えるにあたり、情報交換することで交流が生まれ、区内の企業間ネットワークが拡大することで、様々なイノベーションを生む土壌が形成されている。特筆すべきは、毎年新しい取組にチャレンジするというのは実行委員会立ち上げ当初からの決め事になっている。

ビジネススペースでの付き合いではなく、地域の企業が緩やかに結びつくことが重要である。長い時間をかけて築いた関係は、各社のビジネスにも好影響をもたらしている。オープンファクトリーを通して、自らを地域にアウトプットする出力先が出来たことで、徐々に「自分事」として活動するようになり、企業の地域に対する愛着（「ローカル・カンパニー・プライド」）も育まれており、コロナ禍の中でも地域医療機関の困りごとをものづくりの力で解決する商品開発に繋がった。

CORE VALUE：ものづくりの

Future (今後の展望)

ものづくりの力で地域の課題解決へ

今後必要になるのは、課題解決型産業であり、地域内外の様々な主体が連携することで、複雑な地域課題を解決することにつながっていく。地域とつながることによって地域からものづくりの着想を得ることにつながるかもしれない。

地域内で生まれつつある「医工連携」を促進し、健康医療をテーマにまち全体を「実証実験フィールド」にしていきたい。

ものづくりの力で健康医療に係る様々な研究を行い、地元地域へフィードバックする「ものづくり2.0」のような取組を目指す。



工場を体感できる2日間

Topics

タグボート大正開所

大正・港オープンファクトリーの原点は「地域貢献」であり、地域とかがわるなかで、様々な企業や団体がつながり、結果的に地域課題の解決につながっていく。

2020年1月に開所された水辺の複合施設である「TUGBOAT_TAIISHO（タグボート大正）」（大阪市大正区）は、ものづくりのまちのイメージ価値をさらに高めている。

区内の企業の設備や製品がちりばめられたまさに「ものづくりのまち」を牽引するタグボードとなっている。



Photos (開催期間中の様子)



てぬぐいフェス 大阪府堺市



【OPEN FACTORY DATA】

開始年 : 2017年より
開催期間 : 例年7～8月頃 (1日程度)
主催 : 堺注染和晒興業会
てぬぐいフェス実行委員会
参加企業 : 約10社
来訪者数 : 約5千人

Trend Setter
(仕掛け人)



【CONTACT PERSONS】 和継会

注染和晒(ちゅうせんわざらし)興業会の若手経営者や後継者ら12人でつくる親睦団体である「和継会」がてぬぐいフェス実行委員会を形成している。
実行委員は30代がメインの若手であり、委員長は毎年、和継会で持ち回りとなっている。

【連絡先】

てぬぐいフェス実行委員会

<https://tenuguifes.com/organizer/organizer/>

Email: info@tenuguifes.com



▲てぬぐいフェス □ゴ

【CO-LEADERs】



“てぬぐいフェス実行委員会”

てぬぐい産地の製造会社から、企画会社まで有志によって構成されたメンバー。日々活発に意見を交しながら、産地のこれからについてそれぞれが熱い想いを抱いています。



Features (特徴)

てぬぐいが主役になる祭り

大阪府堺市は、手ぬぐい・ゆかたの産地であり、今も地場産業として多くの工場が残っている。てぬぐいは、地域のお祭りやイベントにはなどには欠かせない「名脇役」である。

「てぬぐいフェス」は、いつも脇役のてぬぐいが「主役」になる祭りである。伝統的な和物としてだけでなく、新たなイメージの商品や、使い方の提案など、てぬぐい産地の挑戦や作り手の顔が見えるイベントである。

当初は、注染和晒という業界全体へのイメージも薄かったが、フェスを通じて内外の人に、業界を知ってもらう機会にもなっている。



CORE VALUE :

Future (今後の展望)

他所との連携拡大による相乗効果へ

他所のオープンファクトリーではオンラインを活用したPRや広報活動にも力を入れており、今後、手ぬぐいフェスにも取り入れていきたい。参加企業の中には、インスタライブを活用したPRを既に行っており、こうした取組を広げていくことが重要である。

手ぬぐいフェスは「手弁当」で作り上げており、他所の成功事例に学びたい。他の産地と交流することで、運営上の様々なノウハウも吸収できる。

福井県鯖江市の「めがねフェス」には参加してきたが、今後は他の産地・イベントとも連携しながら、さらに魅力的なイベントにしていく。



Innovation (効果・創出)

「見せる」ことによる自己変革と自社ブランドの構築へ

注染和晒の業界は、分業体制という構造もあり、取引関係の枠を超えたつながりができにくいこともあった。だが、フェスの企画・運営に携わることで、地域外の様々な業種、団体とのつながりが形成されるきっかけとなっている。

2019年のフェスでは、数社がコラボして、クラウドファンディングも活用しながら新しい商品開発にもつながっている。手ぬぐいフェスに参加したことで、自社のブランド構築を始める企業も出てきている。

てぬぐいフェスに参加したことで、経営者自身の意識も着実に変化してきている。毎年、参加企業の中には、従業員総出でてぬぐいフェスへ参加し、業界や地域を知ってもらうことに注力している企業もある。

産地を見せることは、非常に重要であり、外部に見せることを意識することで、自社の変革にもつながる。例えば、堺市の補助金を活用して、自社のショールームを立ち上げた企業も出てきている。

てぬぐい産地の未来をつくる

Topics

フィリピンへのマスク寄贈

また、他の産地とのコラボも進んでおり、めがねフェス（福井県鯖江市）に参画しているデザイナーと連携を始める企業も出てきている。



2020年8月、コロナ禍に起因するフィリピンでのマスク不足に役立ちたいという思いから、日本らしい手ぬぐいに染められた生地を縫い上げたマスク5千枚を寄贈した。

2020年の手ぬぐいフェスは、コロナ禍で中止になりつつも、様々な活動を展開している。



Photos (開催期間中の様子)



こーばへ行こう！ 大阪府東大阪市



【CO-LEADERS】

“こーばへ行こう！事業実行委員会”

子どもたちは、東大阪の工場で何をつくっているのか理解していません。閉鎖的だった工場を、もっとオープンに。モノづくりの楽しさを、市民と一緒に。

住民も工業も商業も学校も役所も、境界線を取っ払って、みんなで遊ぼう！こんな思いから始まったのが「こーばへ行こう！」です。



“東大阪市モノづくり支援室（現 都市魅力産業スポーツ部 モノづくり支援室）室長 巽 佳之氏”

東大阪市のようなモノづくりは、横のネットワークが非常に大事なのですが、現状は70代以上で高度成長期にモノづくりをされた社長さんたちのネットワークが主なんです。さらにそのネットワークも、年齢による廃業や引退によって崩れつつある。こういうイベントを通して、新たに若い社長さんのネットワークができてくるとというのが、「モノづくりのまち」の未来に向けて、東大阪市としても非常に大きなことであると思っています。



【OPEN FACTORY DATA】

開始年 : 2018年

開催期間 : 例年10～11月頃 1日程度

主催 : こーばへ行こう！実行委員会

参加企業 : 5社程度

来訪者数 : 約1千人



【CONTACT PERSON】 草場 寛子氏

こーばへ行こう！実行委員長。
株式会社盛光SCM 代表取締役。
代表取締役への就任とともに、「下請け体質」からの脱却を宣言。空間に合わせて自由に部品を組み合わせることが可能な照明ブランドNEEL（空間に必要/Need な光/Light）を展開。モノづくり職人を主役に、世界に挑む。

【連絡先】

株式会社盛光SCM
〒577-0848 大阪府東大阪市岸田堂西2丁目8番25号
TEL 06-6727-2855（代表）



▲こーばへ行こう！ ロゴ



Features (特徴)

「こーば」と「住民」をつなぐ場所

東大阪市は、住工混在地域であり、町工場と住民が近い場所で暮らしている。町工場と住民が上手く共存していくことが重要なテーマである。

こーばへ行こう！は、モノづくりのまちである東大阪の町工場が中心となって、モノづくりの楽しさを発信し、「こーば」と「住民」を繋げるための取組である。

モノづくりを中心とする「工業」だけでなく、「商業」も取り込んだ地域全体での活動を目指している。

現在、全体の企画やディレクションは、(株)盛光SCMが担当しているが、他の参加企業との分業や近畿大学とのコラボも徐々に進みつつあり、今後さらなる拡大が期待される。



CORE VALUE : モノづくりを

Future (今後の展望)

工業+商業で魅力発信、そして広域連携へ

第1回の開催においては「工場」×「アート」をテーマに実施。工場の音やにおいなど現場のものづくりをアートの目線で考えることで新たな刺激を地域にもたらした。第2回の開催はラグビーワールドカップが東大阪で開催されたことから、東大阪産業フェアとコラボして駅前商店街を舞台として実施。全体で2万人近くの集客を集め、街の活性化に寄与した。第3回目は「工場」×「商業」をテーマに。地域商店を工場に巻き込んで新たなイノベーションの創出を図った。

ポイントは「仲間」から「同志」へ関係を深めていくことである。課題と一緒に乗り越えた、というストーリーが前に進む上で必要不可欠であり、地域においてもそうした輪を繋げていきたい。



Innovation (効果・創出)

地域企業がまとまることで自体が新たな付加価値を生む

こーばへ行こう！へ参加することで、参加企業それぞれが互いに良い刺激を受けながら、新しい事業展開やビジネスモデルの構築に取り組むといったモチベーションの向上につながっている。

オープンファクトリーに参加したことで、大手飲食チェーンの豆腐カッターやホテルチェーンでの照明器具の採用など、様々な商品開発依頼といった波及効果が出ている。地域企業としてまとまることで自体が新しい付加価値の創出につながっている。

工夫として、こーばへ行こう！には、近隣の大学からも多くの学生が参加しており、授業の一環ともなっている。若い世代がモノづくりの現場に触れる機会は限られており、学生へのインパクトは非常に大きい。そうした延長線として、結果的に参加企業への就職を決める学生も出るなど、ソフト面での好影響も出てきている。リクルート面でも新たな付加価値を生んでいる。

もっとオープンに！

Topics

ダンスでPR!?

周辺自治体には、様々なモノづくり企業の集積地が形成されており、地域を飛び出した広域連携の視点も取り入れながら、さらなる躍進につなげていく。



2020年11月21日に開催された「こーばへ行こう！」に先立ち、PRイベントとして、大阪・なんばのどんぼりリバーウォークにて、職人たちによるダンスパフォーマンスが開催されている。「職人」×「ダンス」という斬新な組み合わせが注目された。



Photos (開催期間中の様子)



みせるばやお

大阪府八尾市

<受賞アワード>

2019年 総務省ふるさとづくり大賞 団体表彰(総務大臣表彰)
2020年 国土交通省地域づくり表彰 日本政策投資銀行賞

【OPEN FACTORY DATA】

開始年 : 2018年より

開催期間 : 常設

主催 : 株式会社みせるばやお

参加企業 : 約130社

来訪者数 : 約2.6万人/年

Trend Setter
(仕掛け人)



【CONTACT PERSON】

松尾 泰貴氏

八尾市産業政策課係長。

「みせるばやお」の立ち上げに尽力。ものづくりのまちである八尾を広く知ってもらおうと、子どもたちにもものづくりの楽しさを伝えるワークショップや、企業間の交流を促進するためのイベントなどを実施している。地方公務員アワード2019を受賞。

【連絡先】

みせるばやお
〒581-0803 大阪府八尾市光町2-60 リノアス8F
TEL 072-920-7128



▲みせるばやお ロゴ

【CO-LEADERS】

“みせるばやお理事・役員メンバー”

2018年5月8日に官民連携によりコンソーシアムである「みせるばやお」を立ち上げ。2020年8月3日に事務局機能強化、持続可能なコミュニティづくりのため、コンソーシアムを残しつつ、株式会社みせるばやおを設立。



【みせるばやお】

錦城護謄株式会社 代表取締役社長 太田 泰造氏 (代表理事)
中田製作所 代表取締役社長 中田 寛氏 (副代表理事)
大阪糖菓株式会社 代表取締役社長 野村 しおり氏 (会計)
ラビス株式会社 代表取締役 乾 真治氏 (理事)
株式会社平井製作所 代表取締役社長 平井 隆之氏 (理事)
株式会社たくらみ屋 代表取締役 森本 繁生氏 (理事)

【株式会社みせるばやお】

木村石鹸工業株式会社 代表取締役社長 木村 祥一郎氏 (代表取締役社長)
谷元フスマ工飾株式会社 代表取締役 谷元 亨氏 (取締役)
株式会社友安製作所 代表取締役社長 友安 啓則氏 (取締役)
株式会社オーツ 代表取締役 梶原 弘隆氏 (取締役)
株式会社B-DASH 代表取締役社長 山田 紘也氏 (取締役事務局長)



Features (特徴)

ものづくりのまち八尾を世界に発信

「見せる場」と「魅せる場」という2つが名前の由来である。出会いが加速する場を創出することがメインテーマであり、「シェアリングから生まれるイノベーション」を目指している。

みせるばやおの機能としては、2つ。1つは、子どもたちがワクワクできるものづくり体験を提供すること、もう1つは企業間のコラボレーションを創出する場である。企業間連携においては、様々なコラボ企画や商品開発、イベント等を数多く生み出している。

参画は会員制を採用しており、約3割は八尾市外の企業（北は東北、大手企業も参画）で構成されている。



Innovation (効果・創出)

圧倒的なコラボ実績が生み出す相乗効果とネットワーク

地域企業によるローカルイノベーションが多く生まれており、プロジェクトの実績は80件を超える（2021年1月時点）。木村石鹸×友安製作所による生活雑貨「LOMA」など、コラボ商品が実現した例も多い。コラボ商品だけでなく、「ローカル・ナレッジシェア」という観点で、会員企業が「IT道場」を通じて、情報通信に関する技術・ノウハウを共有することで、受発注プロセスの効率化にもつながっている。

みせるばやおに参加することで、従来は関わりがなく、存在さえも認知していなかった近隣企業との会話やネットワークが形成されている。みせるばやおで生まれたコラボ商品も、隣接しながらも従来は全く関係がなかった企業同士によるものが多い。また、みせるばやおでは、経営陣だけでなく、若手同士の交流も重視しており、多層的なネットワーク構築を目指している。

CORE VALUE：誰もがいつでも

Future (今後の展望) オープンファクトリー同士による広域連携へ

ネットワークの拡大という意味で、関西の他のオープンファクトリーとの連携や交流を通じて、横のつながりを強化していく。実際に昨夏にはRENEWへ参画企業同士の交流勉強ツアーを実施。オープンファクトリー同士で連携することで、上手く関西の魅力を発信していけるとよい。オープンファクトリーも各地で多様化し、それぞれが競合する関係ではなく、互いに上手く連携できる関係を築きたい。

工芸系のデザイナーが工業製品とコラボするなど、従来はなかった発想で新しい展開が生まれるかもしれない。



気軽に クリエイティブを!!

企業同士が気軽に交流や相談ができる関係づくりを重視している。

「あの会社にはできるなら、うちの会社にも…」という良い競争心が刺激されて、参加企業のネットワークも着実に増えている。



Topics FactorISMへの発展

大阪府内の八尾市、東大阪市、堺市、門真市の4地域にまたがる広域連携型のオープンファクトリーであるFactorISM（ファクトリズム）とも連携を深めている。2020年12月の初開催の際は、みせるばやおがメイン会場として利用されている。



Photos (開催期間中の様子)



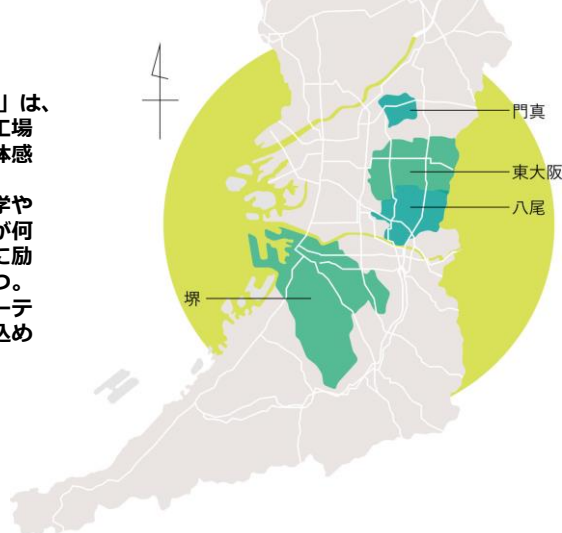
FactorISM

～アツギたちの文化祭～

八尾市・堺市・門真市・東大阪市



「FactorISM(ファクトリズム)」は、大阪府八尾市を中心とした、町工場でのものづくりの現場を体験・体感してもらうイベントである。会期中は一般の方向けの工場見学やワークショップを開催し、職人が何を考え、何を感じてものづくりに励むのかを知り、そこに憧れをもつ。合言葉「こうばはまちのエンターテインメント」には、そんな想いが込められている。



リアル工場見学



LIVEISM! オンライン工場見学



トークセッション

参画企業

<八尾・東大阪>

(有)ルネセイコウ・亜細亜商工(株)・シンコーエステック(株)・カネエム工業(株)
木村石鹼工業(株)・柏原計器工業(株)・(株)コダマガラス・チトセ工業(株)
CHROMES(株)・(有)大一創芸・藤田金属(株)・大阪糖菓(株)・錦城護謨(株)
共栄化学工業(株)・(株)友安製作所・(株)タカヨシジャパン・アベル(株)
(株)和田萬・(株)オーツー・赤坂金型彫刻所

<堺>

さくら商店(株)・(株)馬場刃物製作所・角野晒染(株)・(株)浪速工作所
(株)西川由染晒工場・(株)小泉製作所・(株)マツダスクリーン
ビューティドア(株)・(株)河辺商会

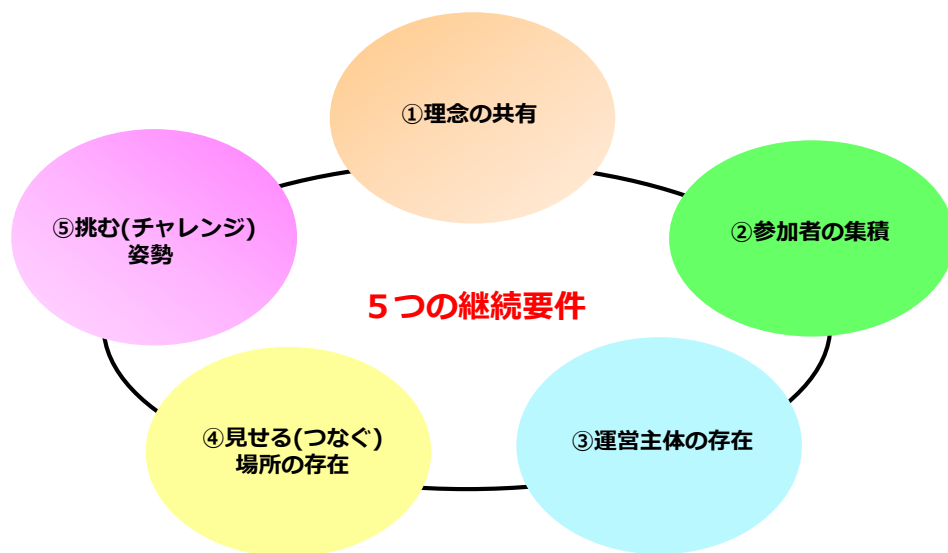
<門真>

北次(株)・(株)一瀬製作所・マルイチエクソム(株)・大日運輸(株)

地域一体型オープンファクトリーにおける

「5つ」の継続要件

今年度調査を通じて、継続するオープンファクトリーにはいくつかの要件があることが確認された。各地のキーパーソンや事業者等へのヒアリングをもとに整理・分析すると、以下の「5つ」の継続要件に集約される。



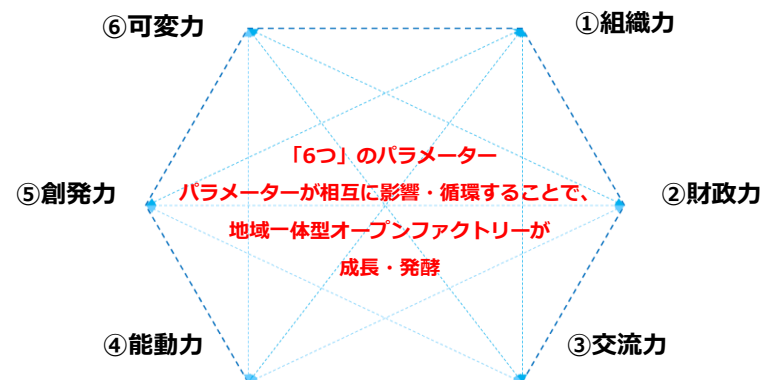
- ①理念の共有：
地域産業や活力再興に向けた「想い」を参加者で共有すること
- ②参加者の集積：
オープンな関係の参加者が点ではなく、面として存在していること
- ③運営主体の存在：
中核人材だけでなく、「CO-LEADER（コ・リーダー）」など自発的な行動を行う実行委員会等の運営組織が存在すること
- ④見せる(つなぐ)場所の存在：
定期的に「見せる」場所として認識・確立され、地域と参加者を「つなぐ」場所であること
- ⑤挑む(チャレンジ)姿勢：
楽しみながら新しい企画やテーマに挑戦することに対し包容力があること

関西各地で継続する地域一体型オープンファクトリーでは、濃淡の違いはあるものの、①～⑤の継続要素を持ち合わせており、これらが存在することで地域一体型オープンファクトリーが組成され、継続している。

地域一体型オープンファクトリーにおける

「6つ」のパラメーター

地域一体型オープンファクトリーの特徴や成長段階を捉える指標として、「パラメーター」を設定することも重要となる。「6つ」のパラメーターを設定することで、各所の特徴や成長段階を捉えることができる。



※各パラメーターは、今回の調査結果から考察し設定したものであるが、各項目を満たすこと自体が目的ではない。各所の地域一体型オープンファクトリーが自己の強みや特徴を認識する手段としてもらえると良い。パラメーターの良し悪しで優劣を決めるものではない。

- ①組織力：
キープレイヤーの存在／実行部隊の関係強度／意思決定の迅速性 等
 - ②財政力：
継続可能な収支バランス／補助金・協賛金の獲得状況 等
 - ③交流力：
若者の内部参加率／域外からの参加率／関係交流人口／来場者数の動向 等
 - ④能動力：
地域の企業・住民の自発的参加率／「ローカル・カンパニー・プライド」[※]の醸成 等
 - ⑤創発力：
コラボ商品の開発／「実験」の場としての活用状況 等
 - ⑥可変力：
「異質」なものを受容する寛容性／変わることへの容認／世代交代の舵切り状況 等
- ※本紙では、「企業の地域やコミュニティに対する愛着」と定義する。

パラメーターが相互に影響・循環することで、地域一体型オープンファクトリーが量的に拡大（＝成長）するとともに、質的にも向上（＝発酵）していく。

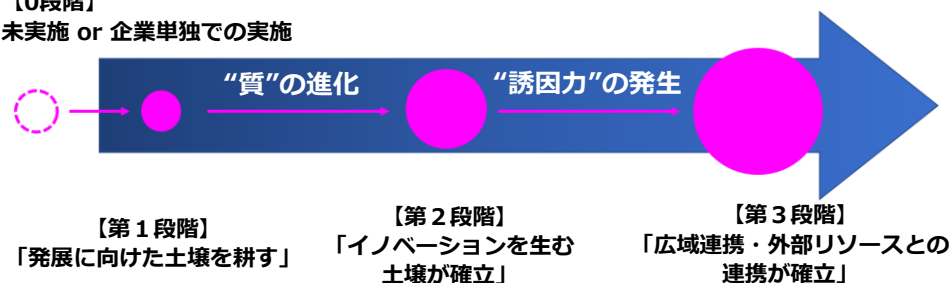
パラメーターからみる

地域一体型オープンファクトリーの発展プロセス

前述した「6つ」のパラメーターは、その成熟度合に応じて、地域一体型オープンファクトリーの発展モデルの考察にも応用できる。生じている客観的事象から発展プロセスを考察すると、「3段階」に分類することができる。

【0段階】

未実施 or 企業単独での実施



【第1段階】

地域一体型オープンファクトリーに取り組んでいない、または企業単独で実施している段階を0段階とする。そこからステップアップした第1段階では、想いを持った中核人材を中心に、地域の様々なステークホルダーを巻き込み・発掘しながら、円滑な企画・運営方法を模索している状況にある。地域一体型オープンファクトリーでの活動を通じて、従来はネットワークが構築されていなかった地域の企業や団体等とのつながりが生まれる。

【第2段階】

第2段階では、中核人材とコ・リーダーを中心に、安定的な企画・運営体制の基盤が確立されるとともに、周辺の大学や専門学校、高校等の教育機関との連携も進展していく。参加企業同士や参加企業と地域社会とのネットワークが強固なものとなり、そうしたつながりを活かしながら、新しい取組が生まれる土壌が形成されることになる。企業間のコラボや連携による新商品、サービスが自発的に生まれる。

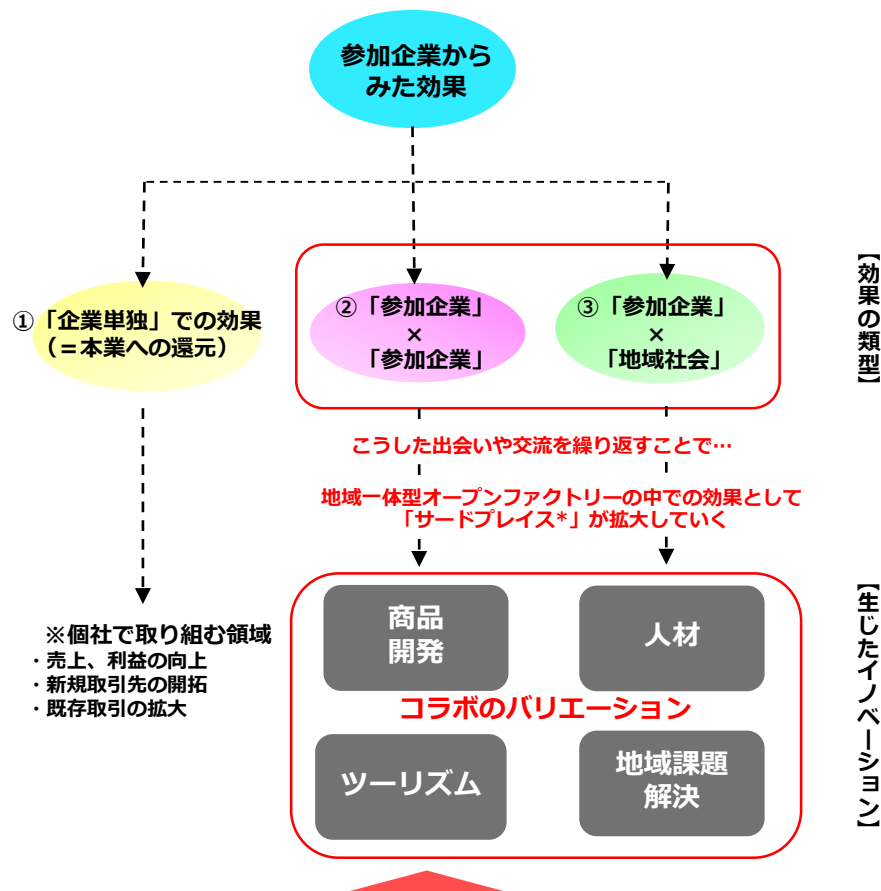
【第3段階】

第3段階では、第2段階からさらに発展し、周辺の地域や産地を巻きこみながら、広域での地域一体型オープンファクトリーが実現する。地域間で連携しながら、地域一体型オープンファクトリーが実現しているイメージである。第2段階のように地域内の企業等による連携だけでなく、外部の大企業やベンチャー企業といった主体（外部リソース）と、地域企業とのコラボレーションが生まれる。

地域一体型オープンファクトリーの効果と

生じたイノベーション

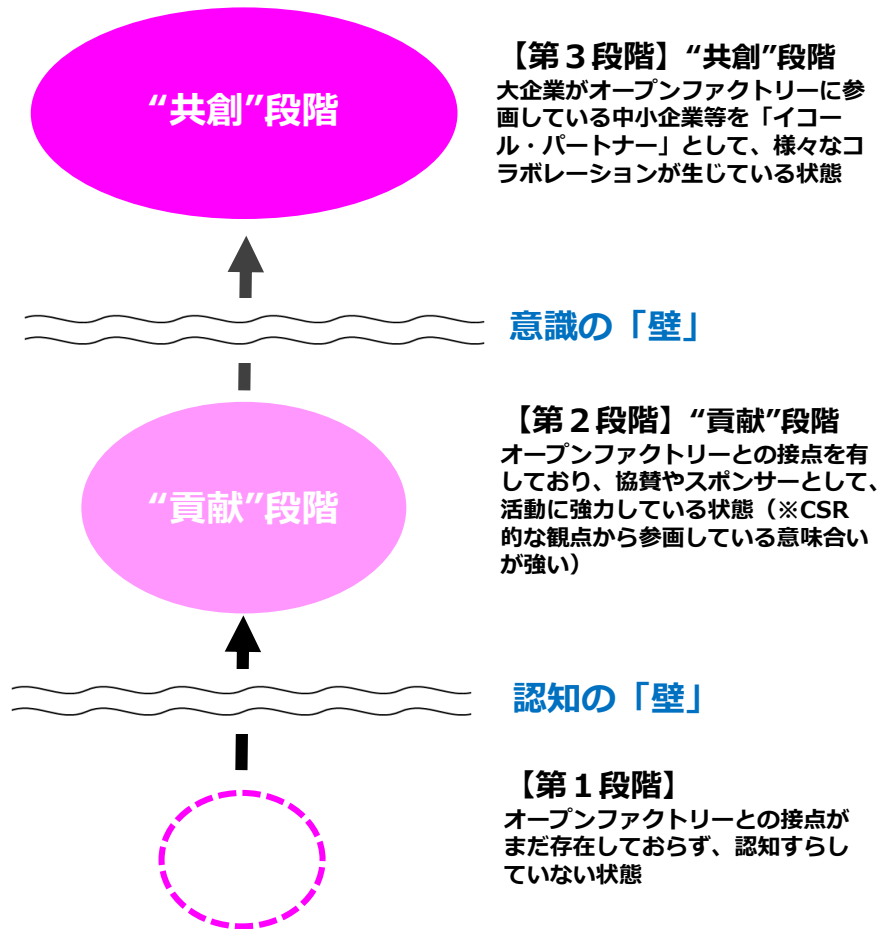
地域一体型オープンファクトリーの効果は、参加企業と地域社会の双方にとって、有形・無形を問わず、様々な効果を生み出すことになる。その効果と生じたイノベーションについて、「参加企業の視点」から整理すると、以下のようになる。



【地域一体型オープンファクトリーという「サードプレイス」の拡大】

アメリカの社会学者であるレイ・オルデンバーグは、「ファーストプレイス」である自宅、「セカンドプレイス」である職場や学校とは異なる「第3の場所」という意味である「サードプレイス」というコンセプトを提唱している。個人主体に置き換えた場合、家や職場、学校ではなく、あくまで個人として自由に活動できる領域を意味する。地域一体型オープンファクトリーに参加する企業の効果に置き換えると、**既存の業務領域やネットワークとは異なる新しいフィールドの獲得**ともいえる。

外部資源と「結合する意義」



【大企業等の外部資源】

大企業等の外部資源から見た場合、オープンファクトリーとの接点がまだ存在しておらず、認知すらしていない状態が多い。こうした認知の「壁」や意識の「壁」を越える交流の促進が、今後の地域一体型オープンファクトリーにおいて重要と考えられる。

↑ 一方で…

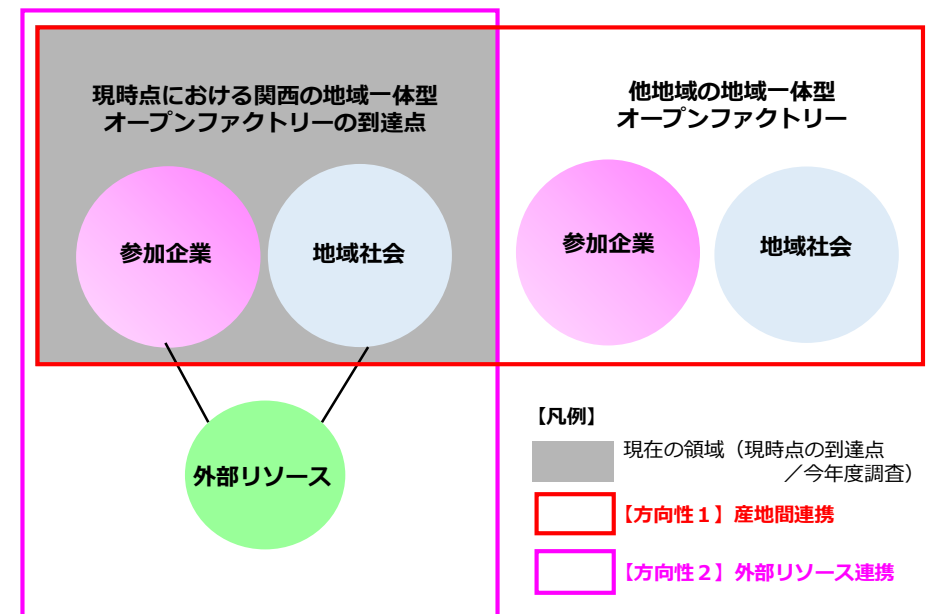
“共創段階”へ到達したとしても、その担い手は企業内のごく限られたメンバーにとどまることも多く、より広い範囲へ波及させていくことが極めて重要である（特定の人だけに限定されると、人事異動等によりオープンファクトリーとの接点が失われる可能性も）。

地域一体型オープンファクトリーの「2つ」の発展可能性

関西における地域一体型オープンファクトリーのさらなる発展に向けては、各所の状況やスピード感をふまえつつ、2つの方向性で発展のプロセスを進めることが重要となる。

1つ目の方向性は、地域一体型オープンファクトリー同士による地域間連携の視点である。各所の交流と連携を促進することで、関西の多様な魅力を一体的に発信する重要な手段となりうる。

2つ目の方向性は、大企業やベンチャー企業等の外部リソース連携の視点である。オープンファクトリーとの効果として、サードプレイスが拡大することで、様々なコラボレーションの可能性（商品開発、人材、ツーリズム、地域課題解決等）があるが、こうした一種の「触媒」を取り入れることで、コラボレーションの動きはより加速していく。

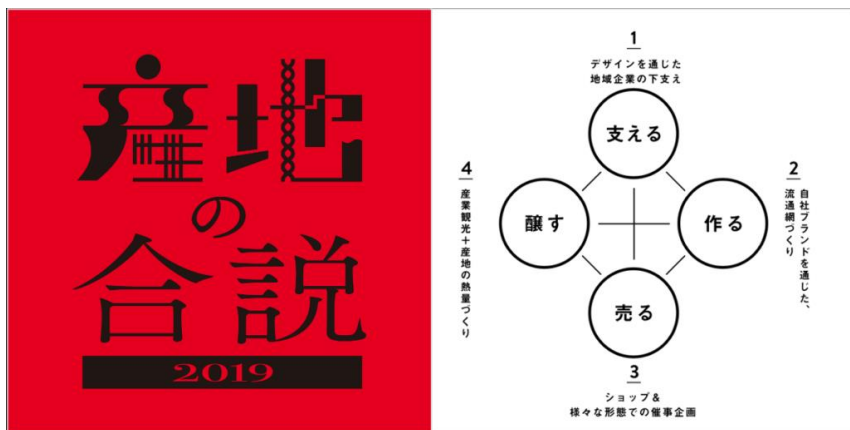


地域一体型オープンファクトリーに係る 今後の展開

【方向性1】産地間連携の促進 について

各地における取組においては、それぞれ独自の工夫が凝らされている。例えばRENEWが併催する「産地の合説」は、福井のものづくりに携わる企業・工房とものづくりを志す若者とが出会い、互いを知り、未来への関係性を育む、3日間の特別なプログラムとして地域就業に繋がっている。このように本体のイベント自体が育ててきた知名度や集客力を活用した併催事業の企画は、他の地域においても参考にする価値がある。

もちろん、各地で独自に知恵を振り絞り発展してきた取組は、地域ごとの特性に応じて進化してきたものであり、必ずしも同じ結果に繋がるとは限らない。しかし、その過程や苦労を共有することで異なるアレンジメントや手法を生み出す可能性がある。特に、各地の地域一体型オープンファクトリーは営利目的に行われているものではないことから、お互いが競合関係に当たらないことも互いの学び合いを阻害しない。



産地の合説コンセプト図
【RENEW】

「真似」や「模倣（イミテーション）」という言葉は悪いイメージを抱くかもしれないが、「この課題を解決するために、何を模倣しようか」、「これは何かに応用・真似できないか」といった「創造的模倣」が結果的に多くの価値を生み出すこともある。

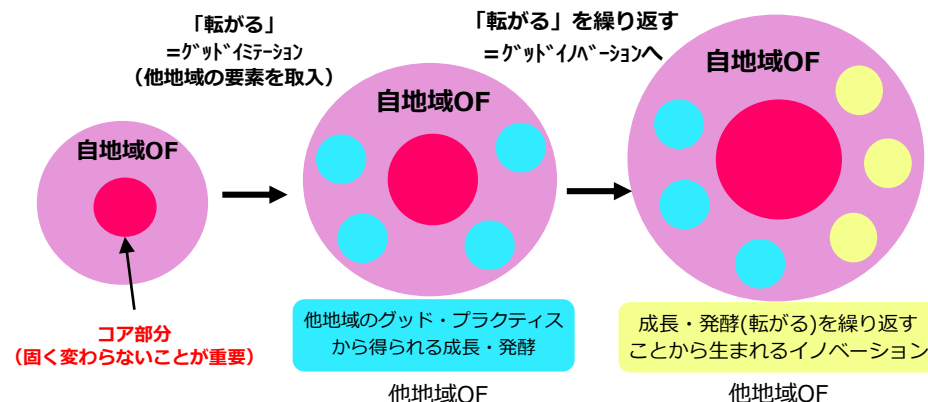
物事の解決に向けた創造的模倣は高度な知的活動である。0→1のイノベーションだけでなく、1→10のイノベーションの目線で、「グッド・イミテーションの共有」を手法として、各地域間で行うことも有意義だと考えられる。グッド・イミテーションを共有し、実際に取り入れてみる（＝トライアル）という視点が重要となる。

近畿経済産業局ではこれまで4度のフォーラムイベントを開催・共催し、各地のキープレイヤー同士の結合を生み出してきた。今後はこうした共有の機会創出のみならず、新たな新規プレイヤーにも適用可能な「手法の共有」に着眼し、さらなる活性化の支援に取り組んでいく。

【グッドグッド・イミテーションの共有とトライアル（イメージ）】

【スノーボールモデル】

「スノーボール（＝雪玉）」が転がることで大きくなるように、
自地域オープンファクトリーのコアな部分はそのままに、
他地域に「転がる＝（グッド・イミテーション）」とともに、転がることを繰り返すことで
「グッド・イノベーション」へつながり、より大きく成長・発酵（※）していく



※「転がることで大きく成長・発酵する」ことは、他地域の真似事を身に纏って大きくなるという意味ではなく、他地域の良い取組を自らの地域に合う形にカスタマイズし、取り込むことで自らが成長・発酵し大きくなるという趣旨。

※コア部分の成長 = 質的向上
※全体円の成長 = 量的拡大

関西オープンファクトリーフォーラム Vol.4 ～作り手が躍動する関西のサードプレイス～

日時：2021年3月11日（木）13時～17時
場所：Open Innovation Biotope “bee”（株式会社オカムラ）
形式：YouTube Live配信

【方向性2】外部リソース連携 について

地域一体型オープンファクトリーに参画している中小企業は「群」となっているため、外部から見れば様々な特性や魅力を持つ集合体と言える。他社と差別化することが可能な高い品質や技術力を持つ企業もあれば、尖ったブランドイメージや産地のストーリーを背負った魅力的な製品もあり、大企業をはじめとした外部リソースがコラボレーション・パートナーを探す「場」として地域一体型オープンファクトリーは非常に魅力的であると言える。

反面、地域一体型オープンファクトリー側としても、マーケットカ、プロモーション力を持つ外部リソースとの出会いは非常に有意義であり、認知の向上がさらなるブランド確立へと繋がる成長の機会となる可能性がある。日本の企業は99%以上が中小企業であり、また世界に比しても日本は創業から100年以上経過した企業数が多い。地域に根付いた歴史や保有する技術が裏打ちするストーリーを自社のアイデンティティとして確立していれば、外部リソース側から見ても地域一体型オープンファクトリーは、対等なイコール・パートナーとしての中小企業を見つける好機となる。そのため、いわゆる「テクニカル・ビジット（※）」は、両者のイノベティブな出会いを創出する手法として、有意義だと考えられる。

※テクニカルビジット：企業や工場への視察を目的とした旅行のこと。
主に産業視察を指す。

近畿経済産業局では、令和3年3月「関西オープンファクトリーフォーラム」において大手企業との共創を考えるセッションを行った。今後は、このイベントを契機としたものをはじめ、また新たな交流の機会を様々な視点(業種・業態・規模等)から積極的に取り組んでいく。



【話題提供】関西のオープンファクトリーにおける
「5つの要件」と「パラメータ」（近畿経済産業局）



【基調講演】交流が生み出すイノベーション
～078KOBEの事例より～（神戸大学 藤井 信忠氏）



【パネルディスカッション①】
地域一体型オープンファクトリーとの協業可能性
～関西における先進的なコラボ事例より～



【総括雑談】全登壇者による対話



【パネルディスカッション②】
外部リソースとの協業可能性について



全登壇者による写真撮影

誰もがいつでも 気軽に
クリエイティブを!!

担い手の継承

スノーボールモデル

テクニカル・ビジット

京都をより
クリエイティブな街に 創発力

ツーリズム

サード

ローカル・カンパニー・プライド

モノづくりを
もっとオープンに! 商品開発

運営主体の存在

千年企業の叡知に学ぶ

てぬぐい産地の未来をつくる

認知の壁

2025
大阪・関西万博

共につくろう、
変わりつつける
ものづくりのまちを

意識の壁

挑む(チャレンジ)姿勢 地域の熱量

CO-LEADER 理念の共有

可変力 地域課題解決

オープンファクトリーはまちづくり

プレイス 参加者の集積

グッド・イミテーション

見せる(つなぐ)場所の存在

CoNEXTion 人材
(共につながる)

地域を知ると人は変わる

ものづくりの工場を
体感できる2日間