

令和4年度 地方経済産業局連携による
地域一体型オープンファクトリー等を中心とした地域企業群の
「予定調和のない共創」を繋ぐ「ナレッジシェア・ポート
(知識移転の場)創出」実証事業
報告書

令和5年3月
経済産業省 近畿経済産業局
(委託事業者：株式会社ダン計画研究所)

目 次

1. はじめに.....	3
(1) 事業目的.....	3
(2) 事業内容及び実施方法.....	3
(3) 地域一体型オープンファクトリーの定義	3
2. 全国の実践の可視化.....	5
(1) ヒアリング調査.....	5
(2) 研究会の開催	7
3. ナレッジシェア・ポート（知識移転の場）の実証調査.....	11
(1) イベント開催	11
(2) 開催結果.....	13
4. 各地方経済産業局が有する知見融合調査.....	15
(1) 知見融合会議の開催	15
(2) 開催結果.....	16
(3) イベント開催	19
5. 冊子データ作成.....	21
(1) 全国の実践の事例紹介.....	21
(2) 全国の実践を可視化した MAP 及びタイムライン表.....	22
6. 今年度調査のまとめ.....	24
(1) オープンファクトリーとは	24
(2) ローカル・イノベーションを生み出す「手法」としての可能性.....	25
(3) 変化の認知とさらなるオープンイノベーションの促進に向けて.....	25

1. はじめに

(1) 事業目的

関西では、中小企業が主役となる地域一体型のオープンファクトリーが各地で誕生している。また、これらのオープンファクトリーを地域で一体となって取り組む中で様々なイノベーションが生まれ、それを創出する鍵となるキーパーソンが存在する。

令和2年度調査においてはこれら地域一体型オープンファクトリーの領域について要素分解を行い、イノベーションの発生状況や地域一体型オープンファクトリーの発展可能性について調査を実施。地域一体型オープンファクトリーがイノベーションの苗床としての”サードプレイス”となっていることを示すと共に、発展の方向性として「外部リソース連携」及び「産地間連携」の2つの可能性を示唆。その過程において課題となる“意識の壁”と“認知の壁”を明らかにした。

令和3年度調査においては「産地間連携」における可能性の観点において各地の優良アクションを共有・模倣する仕組み(ナレッジシェアの場合)が生み出す効果について考察し、共有可能な効率的な手段を明らかにすると同時に、「ナレッジシェア・ポート(知識移転の場合)」の発展可能性が示唆されたところである。

そこで、令和4年度調査においては関西において、地域一体型オープンファクトリーの取組を始めとした「企業群」における「越境人材」同士が会える知識移転の場(ナレッジ・シェアポート)を実証的に創り出し、『越境人材』がさらに産地・地域の壁を越境する場に参加することで「越境人材に生まれる変化」について考察することで、イノベーション・エコシステムのアクセルをさらに加速させるための手法(アクセル・ポイント)を明らかにすべく調査を実施した。

なお、関西に限らず日本全国に広がる各地の取組が可視化されることは、上述のイノベーション・エコシステムに関わる因数が増加することに繋がることから、実際にどの地域にどのような取組が広がっているのかを各地の地方経済産業局と連携しながら可視化することで、発展可能性について考察し、エコシステムのさらなる加速要素を見出すことを目的とする。

(2) 事業内容及び実施方法

本事業は主に(1)事業目的に記載した「(1) 全国の取組の可視化」及び「(2) ナレッジシェア・ポート(知識移転の場合)」の2軸で、・WEBヒアリング調査・実証調査(イベント開催)・冊子データ作成を実施し、事業目的の達成を図る。また、「(3) 各地方経済産業局が有する知見融合調査」において(1)、(2)の事業を踏まえた仮説を検証することで、地方経済産業局連携による新たな気づきを紡ぎ出す。

具体的な実施内容について、詳細は後述する。

(3) 地域一体型オープンファクトリーの定義

本事業における地域一体型オープンファクトリーとは、ものづくりに関わる中小企業や工芸品産地など、一定の産業集積がみられる地域を中心に、企業単独ではなく、地域内の企業等が面として集まり、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組を示す。

また、後述する「2. 全国の取組の可視化」においては、以下の要件を満たす取組事例を前提

としている。

- ①業種や従来の商習慣の枠組みを超えた、「多様なプレイヤー」が「主体的」に取り組むもの。
 - ②取組において、共通として共有される目的や理念（コアバリュー）が存在すること。
 - ③リアルな現場（工場/工房や付加価値を生み出す現場）（※）を実際に五感で体感する仕組みとなっていること。
- （※） 特定の場所に企業が集合して実施するポップアップ型オープンファクトリーにおいても、近隣に他の地域一体型オープンファクトリーが存在し、当該イベントとの相乗効果が想定されるものは満たすものとする。

2. 全国の取組の可視化

全国の地域一体型オープンファクトリーの取組を可視化するため、(1)ヒアリング調査、(2)研究会の開催を実施した。

(1) ヒアリング調査

全国の地域一体型オープンファクトリーの取組について、以下のとおりヒアリング調査（WEBヒアリング）を実施した。

	管轄地域	事例名	ヒアリング日時
1	北海道	Meet up Furniture Asahikawa （あさひかわデザインウィーク）	2022/8/4
2	東北	OPEN FACTORY KORIYAMA	2022/11/29
3	関東	かぬまオープンファクトリー	2022/9/5
4	関東	彩の国オープンファクトリー	2022/9/2
5	関東	浅草エーラウンド	2022/9/13
6	関東	台東モノマチ	2022/8/22
7	関東	スミファ すみだファクトリーめぐり	2022/9/15
8	関東	おおたオープンファクトリー	2022/8/23
9	関東	かつしかライブファクトリー	2022/8/19
10	関東	あやせ工場オープンファクトリー	2023/1/5
11	関東	燕三条 工場の祭典	2022/8/19
12	関東	五泉ニットフェス	2022/11/24
13	関東	ハタオリマチのハタ印	2023/1/19
14	関東	共生 Shizuoka Craft Week	2023/1/11
15	関東	ニラサキオープンファクトリー	2023/1/31
16	中部	市場街（高岡クラフト市場街）	2023/1/18
17	中部	GEMBA モノヅクリエキスポ	2022/9/28

18	中部	around	2022/11/8
19	中部	関の工場参観日	2022/7/14
20	中部	ひつじサミット尾州	2023/1/17
21	中部	こもガク	2022/7/28
22	近畿	ワークワクワク河内長野	2022/12/15
23	近畿	和歌山ものづくり文化祭	2022/11/18
24	中国	つやまエリアオープンファクトリー	2022/7/26
25	中国	瀬戸内ファクトリービュー	2022/8/25
26	四国	えひめさんさん物語	2022/7/27
27	九州	NEXTRAD	2022/7/12
28	東北	遠野しごと展	2023/1/13
29	関東	～職人探訪～十日町きもの GOTTAKU	2022/12/15

※「管轄」は各地方経済産業局が所管するエリアで区分している。

(2) 研究会の開催

関西各地で取組を進めている地域一体型オープンファクトリーの実施主体及び可視化に資する知見を持つ者を交えた研究会を開催。可視化された各地の取組の社会認知を高めるために必要な要素を抽出することを目的に、あらかじめ設定した仮説をもとに研究会を開催した。開催概要は下記のとおり。

開催日時	2022 年 9 月 8 日 (木) 13:00-16:00
会場	近畿経済産業局 第一会議室
出席委員	(座長) ・ 京都橘大学 経営学部 経営学科 准教授 丸山 一芳氏 (委員) ・ 株式会社KADOKAWA レクリエーション事業部 渉外部 拠点ブランディング課 エグゼクティブプロデューサー 兼 角川アスキー総合研究所 ビジネスプロデュース事業部 マーケティング戦略部 LOVEWalker 総編集長 日本型 IR ビジネスレポート 編集委員 玉置 泰紀氏 ・ 株式会社京阪神エルマガジン社 デジタル事業部 デジタルマーケティング推進室 副部長・シニアマネージャー 武並 慎治氏 ・ 株式会社京阪神エルマガジン社 デジタル事業部 デジタルマーケティング推進室 副部長・ディレクター 服部 崇氏 ・ COS KYOTO 株式会社 代表取締役 北林 功氏 ・ 株式会社 友安製作所 ソーシャルデザイン部担当執行役員 松尾 泰貴氏 ・ 合同会社 TSUGI 代表 新山 直広氏
プログラム	1. 開会あいさつ 2. 今年度事業と本研究会の目的等 3. 委員紹介 【広報関係者】 2 社 自己紹介・メディア紹介 【地域一体型オープンファクトリーの実施主体】 3 地域 プロジェクト概要 (目的、広報活動の現状・問題意識) 4. 検討の視点 (仮説) 5. 意見交換 【論点】 地域一体型オープンファクトリーの目的、ターゲットとの関係のなかで、 社会認知を高めるために必要な要素 等 6. 閉会

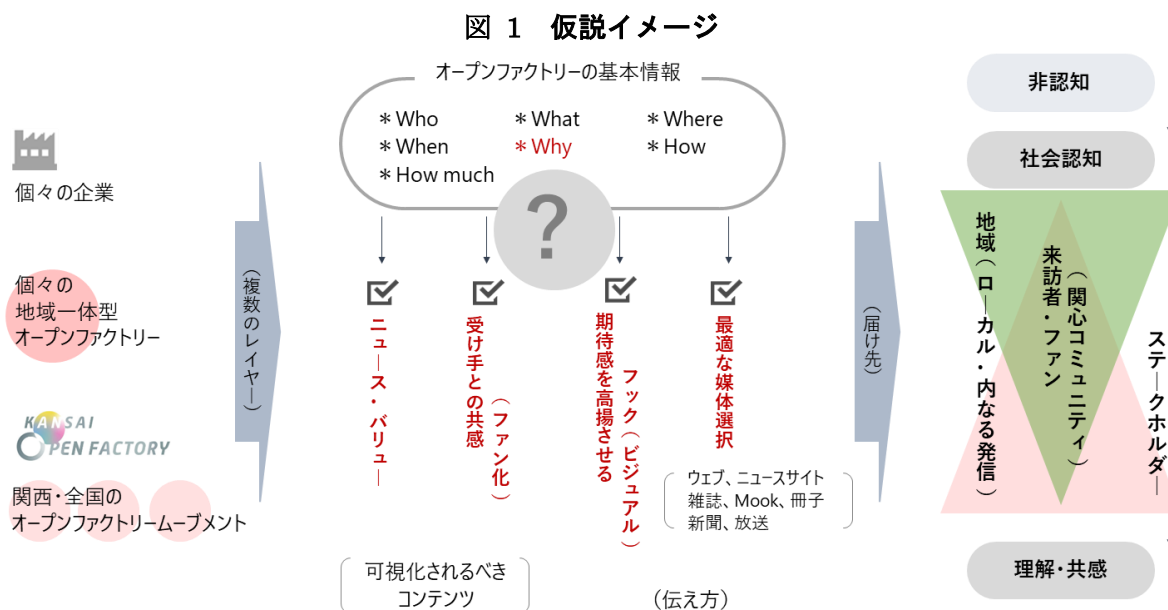


研究会の様子

地域一体型オープンファクトリーにおいては、各主体による発信は進められているところ、「知っている人は知っている」状況にあるが、「社会認知が得られた」と言えるほど、十分に社会に届いていない。「非認知」の状態から、「社会認知」、さらには理解・共感を得ていくためには、どのような要素が求められるのか、という点を検討することとした。オープンファクトリーに関する基本情報 5W2H のうち「Why」を重視しつつも、4 つのポイントが重要な要素と仮定した。

- ① ニュース・バリュー
- ② 受け手との共感の作り方
- ③ 期待感を高揚させるフック（ビジュアル）
- ④ 最適な媒体選択

これら 4 つのポイントを含めた仮説のイメージは下図のとおり。



研究会では、上記 4 つのポイントについて、意見交換を行い、深掘りした。委員のコメント（抜粋）は以下のとおり。

① ニュース・バリューの作り方

- ・「楽しさ」以外の、別なユニークな視点で切り取って、見せていくことも効果的。京阪神エルマガジン社では「関西おもしろ企業」として、通常とは違う目線で紹介している。それは、新しい価値の発見にもつながる。
- ・発信の仕方を考えるところから、メディアと協業していくことにより、地域の人と一緒にメディアを作り、発信していく方法もある。メディアパートナーとともに、マイクロ・ツーリズムのムーブメントを生み出していければよい。

② 受け手との共感の作り方

- ・受け手のターゲティングを、熱量の高い人に設定。質の高い潜在顧客に向けてアプローチする。同時に、届けるだけではなく、ともにアクションする姿勢で向き合うことが重要。
- ・オープンファクトリーだけでなく、工場の存在自体を認知していない人も多い中で、言葉だけでなく、コミュニケーションの取り方自体をコーディネートできる人材を育てることも必要。
- ・UGC（ユーザー生成コンテンツ）、UGM（ユーザー生成メディア）など、メディア自体も変化しはじめている。地元の人がメディアを作っていくことはとても有効。
- ・いかに伝えるか、その精度を高めるには、多角的にものを見て、それを編集する力が求められる。その方法を学ぶ機会はメディア側から提供できる。

③ 期待感を高揚させるフック（ビジュアル）

- ・文字にすると、すごく重たく見える可能性がある。いかに取組がおもしろいか、違う視点での取り組みが有効ではないか。
- ・編集者の編集的な思考を養うスクールがあればよい。例えば『Meets』のタイトルをどういう思考回路でつくれるのか、編集的思考で解決することもある。
- ・企業が B to C の商材を扱うことにより、デザインの価値を理解し、コミュニケーション、PR の重要性の理解が進む。

④ 最適な媒体選択

- ・欲しい情報はユーザーが探しに行く時代。SNS 等で発信し、それをメディアが拾っていくことも多い。まずは地元の、小さなメディアでもよいので、一緒に取り組んでいくことが有用。
- ・媒体自体が持つ文化と地域とがフィットすることが重要。地域が伝えたいことと、媒体の伝えたいことには違いがあるかもしれない。

各委員の意見を踏まえると、メディアと地域の伝えたいことのギャップがあるなかで、UGC、UGM といった情報を受信する側と発信する側で同一のメディアが生まれるなど、メディア自体の変容も進んでいる。そうした背景の中で、メディアコンテンツ自体を「地域」でつくっていくことの有効性が指摘された。それを実現するには、地域自身が、地域の工場、地域のオープンファクトリーの価値を様々な角度から見出し、それを編集し、伝えていく力を養っていくことが必要となる。

また、地域と来訪者のコミュニケーションをコーディネートできる人材の必要性も指摘されており、そのための場づくりを地域とメディアが協力して整えていくことも重要となる。

大阪・関西万博に向けては、今、各地に生まれているオープンファクトリーが横連携をしながら、メディアも巻き込みながら、今までにない切り口からの訴求力のあるワードで発信していくことの重要性も指摘された。その言葉は、「オープンファクトリー」ではないかもしれないが、オープンファクトリーの持つ価値を伝えきる言葉（パワーワード）を探りながら、地域自身が自らの言葉で発信していくことが重要となる。それこそが、人と人の間にある、地域にある「本質」に触れる交流につながるものと考えられる。

3. ナレッジシェア・ポート（知識移転の場）の実証調査

（1）イベント開催

関西各地を中心とし、国内各地で躍動する「企業群」における「越境人材」を集め、それぞれが取り組むアクションや、保持するリソースの活かし方を共有し、どのような情報の共有が有意義であるか、どのような共有の仕方が互いに有意義であるかなど、共鳴する要素について公開の場で議論し、参加者も含めた気づきの共有を目的とした公開イベントを2回開催した。

イベント名	関西オープンファクトリーフォーラム Vol. 11 触発を生み出す”オープンファクトリー	
開催日時	2022年10月28日(金) 13:30~16:30	
開催場所	みせるばやお（大阪府八尾市光町2-60 リノアス8F）	
プログラム	1. 情報提供：関西における地域一体型オープンファクトリーの広がり 近畿経済産業局 イノベーション推進室 津田 哲史 2. 基調講演：先駆者が語るオープンファクトリーのはじまり 台東デザイナーズビレッジ 村長 鈴木 淳 氏 3. 特別講演：関西・中部で躍動する地域一体型オープンファクトリー 関の工場参観日 プロデュース担当 杉田 映理子 氏 FactorISM 統括プロデューサー 松尾 泰貴 氏 4. パネルディスカッション：オープンファクトリーとは <パネリスト> 台東デザイナーズビレッジ 村長 鈴木 淳 氏 関の工場参観日 プロデュース担当 杉田 映理子 氏 FactorISM 統括プロデューサー 松尾 泰貴 氏 経済産業省 博覧会推進室 室長補佐 伊藤 早悠里 <ファシリテータ> 近畿経済産業局 津田 哲史	



基調講演：先駆者が語るオープンファクトリーのはじまり



特別講演：関西・中部で躍動する地域一体型オープンファクトリー（FactorISM）



特別講演：関西・中部で躍動する地域一体型オープンファクトリー（関の工場参観日）



パネルディスカッションの様子

イベント名	関西オープンファクトリーフォーラム Vol.13 with # BIZ TAG NANKAI 取組が生み出す内発的変化の意義と力
開催日時	2023 年 2 月 21 日 (火) 14:00~17:30
開催場所	ナレッジキャピタルコングレコンベンションセンター (大阪府大阪市北区大深町 3-1 グランフロント大阪 北館)
プログラム	1. 事例紹介 ・株式会社友安製作所 ソーシャルデザイン部担当執行役員 松尾 泰貴 氏 ・株式会社オカムラ Open Innovation Biotope “bee” Community Manager 岡本 栄理 氏 ・株式会社ポートフォリオ 代表取締役/延生建設株式会社 代表取締役社長 延生 康二 氏 ・有限会社菊井鋳製作所 代表取締役 菊井 健一 氏 2. トークセッション：取組が生み出す内発的変化の意義と力 株式会社友安製作所 松尾 泰貴 氏 株式会社オカムラ 岡本 栄理 氏 株式会社ポートフォリオ 延生 康二 氏 有限会社菊井鋳製作所 菊井 健一 氏 南海電気鉄道株式会社 まち共創本部 企画部 上級主任 豊田 真菜 氏 ファシリテータ 近畿経済産業局 津田 哲史



事例紹介：FactorISM



事例紹介：泉州オープンファクトリー



事例紹介：和歌山ものづくり文化祭



トークセッションの様子

（２）開催結果

フォーラムの開催が、オープンファクトリーの可能性・意義・魅力への気づきにつながり、他地域の取組を学ぶ場となることで、互いの触発を生み出していることは、昨年度調査においてもナレッジシェア・エコシステムとして紹介されている。

今年度事業においては、フォーラム開催が互いの触発を生み出す以外の効果として、大きく２つの考察結果が得られるとともに、共有が有意義な（互いに必要とする）情報のポイントが明らかとなった。

① ２つの効果

【共鳴効果】

これまで開催してきたフォーラムイベントに聴講者として参加したことがきっかけで、「新たに地域一体型オープンファクトリーを立ち上げた。」といった効果や、「フォーラムで各地の取組の想いを知り、目的意識が共有できそうな地域一体型オープンファクトリーと知り合えたことで、コラボレーションイベントやプロジェクトに発展した。」といった効果が顕著に表れている。

具体的な事例に、遠野しごと展がある。遠野市では、市内製造業の人材確保が課題と捉え、有効な手段を模索していた。そうした中、昨年度のオープンファクトリーフォーラムに参加し、オープンファクトリー形式が人材採用・育成等において有効ではないかと考え、2022年にオープンファクトリーの要素を取り入れた遠野市の仕事を知ることができるイベントを開催した。

昨年度調査で示唆した「産地の顔同士の互いの触発」だけでなく、「聴講している人々への共鳴」をも生み出す効果があったものとする。

【顧みる効果】

各地で繰り広げられる地域一体型オープンファクトリーは、メディアに取り上げられたり、様々な成果が生まれる一方で、「継続すること」が目的となってしまうたり、継続しているうちに、様々な方面から定量的な成果に注目が集まってしまうことで、「集客すること」が目的となってしまうことが少なくない。

そうした中、異なる地域のキーパーソン（産地の顔）同士がそれぞれの取組への想いや工夫をシェアする機会は、それぞれが自身を俯瞰する時間となり、「何のためにオープンファクトリーを始めたのか」「オープンファクトリーは『目的』ではなく、『手段の一つ』でしかない」という「初心に立ち返る場」として機能したという意見が多く聞かれた。

②共有が有意義な（互いに必要とする）情報のポイント

共有が有意義な（互いに必要とする）情報のポイントは、以下に集約することができる。

運営体制の構築	事務局機能の在り方や負担感の軽減方法など
行政との関わり方	補助金、広報、人的支援など様々な協力手法の事例共有など
継続にあたっての課題対応	資金の調達方法、法人化対応、マンネリ化の防止など
企業間の意識共有手法	連絡手段、目的意識の共有化、定例会・事前勉強会の開催手法など
告知、集客方法	SNS の活用手法、スポンサー企業や教育委員会の活用方法など
参加企業社員の巻き込み方	経営層以外の社員同士の交流、学びの機会の設定など
成果の可視化	対外的に意義が理解されやすい定性的・定量的効果の可視化手法など

尚、共有の方法として、フォーラム形式での開催の他、他地域のキーパーソンや事業者を地域に呼び込み、ナレッジを共有することも有効な手段の1つである。具体的な事例に和歌山ものづくり文化祭がある。

和歌山ものづくり文化祭は2022年が初開催の年であった。企画立ち上げの段階で、「オープンファクトリーの意義・素晴らしさ」を運営メンバーや支援機関に伝えるべく、泉州オープンファクトリーの仕掛け人である延生氏や南海電気鉄道株式会社の協力を得て、説明会を開催。既に取り組んでいる地域のキーパーソンから、趣旨・意義・狙い等を伝えてもらうことで、スムーズな理解につなげることができた。

尚、和歌山ものづくり文化祭では、出展企業が決定した後、DESIGN WEEK KYOTO の仕掛け人である北林氏を県内橋本市の会社に招き、出展企業を対象とした勉強会を開催した。さらに、文化祭直前には千年未来工芸祭の仕掛け人である内田氏や参加企業を招き、近畿経済産業局の協力を得て「関西オープンファクトリーフォーラム」を開催した。先行して取り組む他地域との連携・交流は、出展企業や関係者の士気向上にも大きく寄与するなど、地域を越えたナレッジの共有を実現している。

4. 各地方経済産業局が有する知見融合調査

(1) 知見融合会議の開催

「2. 全国の実証調査の可視化」、「3. ナレッジシェア・ポート（知識移転の場）の実証調査」で行った調査を踏まえ、「イノベーション・エコシステム」のアクセラレーターポイントを抽出するため、経済産業省本省及び各地方経済産業局の知見を掛け合わせる知見融合機会を「知見融合会議」として運営・開催した。なお、本会議は、グラフィックレコーディングを活用することで、活発な議論を展開した。

開催日時	2023年1月27日（金） 13:00-17:00
会場	台東デザイナーズビレッジ
プログラム	1. 開会あいさつ 2. 台東デザイナーズビレッジ設立説明＆施設案内 3. 各地方経済産業局の今年度の事業の取組・進捗・所感の報告 ・ 四国経済産業局 ・ 東北経済産業局 ・ 関東経済産業局 ・ 近畿経済産業局 4. グループに分かれて意見交換（グラフィックファシリテーションを活用） ・ 地域一体型オープンファクトリー内で生まれている変化・イノベーション 5. 振り返り 6. 総括、クロージング



地方経済産業局の取組の発表、可視化したグラフィックを通じた意見交換の様子



ナレッジのシェア、「変化が生まれるポイント」の抽出作業の様子



他のグループのディスカッション内容を互いに共有、意見交換の様子

【参加者一覧】

	課室名	担当者名
東北経済産業局	企画調査課	横田 彼呂
	地域ブランド連携推進室	浦 綾夏
	企画調査課	吉間 律成
関東経済産業局	地域ブランド展開支援室	久世 克行
	地域ブランド展開支援室	白井 貴士
	地域振興課	長澤 理香
	地域振興課	千葉 真広
	地域振興課	安藤 菜邦
中部経済産業局	製造産業課	伊藤 大介
近畿経済産業局	イノベーション推進室	津田 哲史
	中小企業政策調査課	七原 悠夏
	中小企業政策調査課	角谷 大樹
	2025NEXT 関西企画室	田中 駿来
	地域ブランド展開支援室	矢野 勝正
	消費経済課	植田 将斗
中国経済産業局	流通・サービス産業課	正岡 英治
四国経済産業局	製造産業・情報政策課	濱田 康次
	地域経済課	藤原 朋寛
	製造産業・情報政策課	越智 厚木
	製造産業・情報政策課	瀧本 愛実
	新事業推進課	増見 和孝
	新事業推進課	小山 拓也
経済産業省	地域産業基盤整備課	斎藤 智哉
	高度化推進課	飯泉 一樹
	製造局ものづくり政策審議室	藤井 遥
スペシャリスト	京都橘大学准教授	丸山 一芳
	台東デザイナーズビレッジ村長	鈴木 淳
	株式会社マナブデザイン	高橋 学
	有限会社セメントプロデュースデザイン	三嶋 貴若

(2) 開催結果

会議を通して各地の取組における知見の融合を行った結果、イノベーションを生み出すために3つのアクセラポイントと、取り組む上での3つの留意すべきポイントが抽出された。

① 会議から考察したイノベーションを生み出すための「アクセルポイント」

- ・ 自分たち(地域)の等身大の魅力を、自分たち(地域)自身がリスペクトし、好き(ファン)になること。
- ・ 自分たちだけで考えるのではなく、外の視点も受け入れる「寛容性」と「柔軟性」をもち、多様に翻訳する。そして小さく磨き(翻訳)続けることで、地域の魅力を内外から可視化する。
- ・ 目先の結果を求めるのではなく、理解者が増え、まち全体が語り部になり、文化となり、さらにサポーターが増え、外のファンが増え、結果としてビジネスに繋がる。すなわち、遠回りのような地固めが、地域が自立し成長するプロセスのステップであり、「未来の成果」への無限の樹形図として受け入れること。

② これから始めたい方々が留意すべきポイント

●「してもらう」(受け身)ではなく「一緒にする」(主体的)

- ・ 行政が予算を用意して「誰かにやってもらう」、誰かに頼まれたから「企画してあげる」では継続が難しい。

●求める「結果」が、得られる「結果」とは限らない

- ・ 「結果」は「行政と企業と市民」が「志」を持って「行動」した先に生まれるものであり、その因数の掛け合わせで「多様な結果」が発生しうることを許容すること。
- ・ 失敗はプロセスとして「未来の成果」に繋がる可能性もあることから、「失敗を許容」し、「継続」する姿勢を有すること。

●多様な参加者がイーブンな「サードプレイス」として

- ・ これまでの商習慣での関係や、それぞれの立場・役職に影響されない、「同じ目的」に向かう仲間として互いに尊重し合える「サードプレイス」となること。
- ・ 参加者がそれぞれに「役割」を持って、取組に対するナラティブ(物語)を実感できること。
- ・ 組織化することを目的とせず、離合が比較的自由なコミュニティであること。



＜グラフィックレコーディングでの議論の結果（協力：出村沙代氏/友澤里子氏（株式会社たがやす）＞

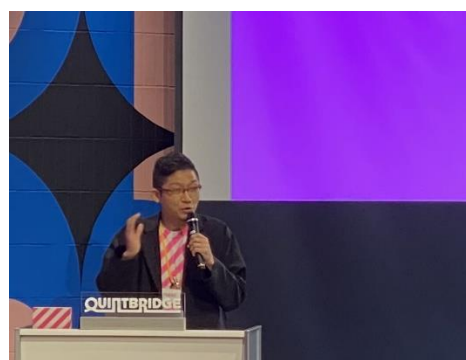
(3) イベント開催

「(1) 会議開催」の実施を踏まえ、気付きの共有と確認を目的とした公開イベントを開催した。

イベント名	関西オープンファクトリーフォーラム Vol.14 地域一体型 OF×EXPO2025 大阪・関西万博の可能性
開催日時	2023 年 3 月 13 日(月) 14:00~17:00
開催場所	QUINTBRIDGE(クイントブリッジ) (大阪府大阪市都島区東野田町 4 丁目 1 5 - 8 2)
プログラム	1. 講演 (1) 2025 大阪・関西万博×地域一体型 OF における「メタ観光」の可能性 株式会社角川アスキー総合研究所 玉置 泰紀 氏 (2) 燕三条は工場の人をつなげる 株式会社玉川堂 山田 立 氏 (3) 来たれ若人、ものづくりのまちへ。「EtoC」で描く未来の地域 合同会社 TSUGI 新山 直広 氏 (4) いのち輝かせる地場産業 万博が開く未来 株式会社日本経済新聞社 高佐 知宏 氏 2. トークセッション：地域一体型 OF×2025 大阪・関西万博の可能性 ＜パネリスト＞ 株式会社角川アスキー総合研究所 玉置 泰紀氏 株式会社玉川堂 山田 立氏 合同会社 TSUGI 新山 直広氏 株式会社オカムラ 岡本 栄理氏 公益社団法人 2025 年日本国際博覧会協会 今野 水己氏 ＜ファシリテータ＞ 近畿経済産業局 津田 哲史



講演 1：2025 大阪・関西万博×地域一体型 OF
における「メタ観光」の可能性



講演 2：燕三条は工場の人をつなげる



講演 3：来たれ若人、ものづくりのまちへ。
「EtoC」で描く未来の地域



講演 4：いのち輝かせる地場産業
万博が開く未来



トークセッションの様子



トークセッションの様子

5. 冊子データ作成

「2. 全国の取組の可視化」、「3. ナレッジシェア・ポート（知識移転の場）の実証調査」、「4. 各地方経済産業局が有する知見融合調査」を踏まえ、調査内容及び今後の発展可能性に関する考察を記載した冊子「OPEN FACTORY REPORT1.0」を作成した。

（1）全国の取組の事例紹介

本冊子では、全国の取組の事例を紹介している。各ページでは、イベントデータの他、CORE VALUE、FEATURES(特徴)、FUTURE(将来の展望)、INNOVATION(開催を通して起きているイノベーション)、誕生秘話、TOPICS の他、取り組みに関わるメンバーを ONE TEAM として紹介している。



計 39 事例を紹介

本冊子では、全国の取組を可視化したMAP及びタイムライン表も作成した。

本冊子では、全国の取組を可視化した MAP 及びタイムライン表も作成した。



＜全国の地域一体型オープンファクトリータイムライン表＞

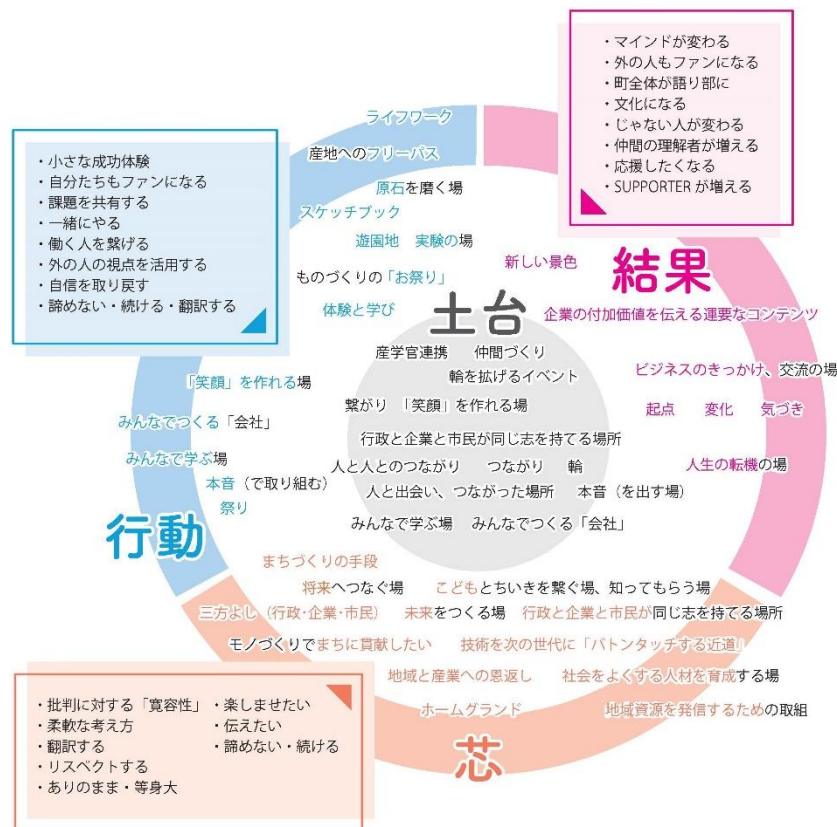


6. 今年度調査のまとめ

(1) オープンファクトリーとは

全国の地域一体型オープンファクトリー事例調査の際に、キーパーソンにとっての「オープンファクトリーとは？」を一言で表現してもらった。その結果をまとめたところ、「芯」、「行動」、「結果」、「土台」の4つに分類することができた。そして、これらに知見融合会議で抽出されたワード（俯瞰した立場から見た継続や活性化に資する要素）を重ね合わせると、以下の図のように示すことができる。

図 2 オープンファクトリーとは



<イノベーションを生み出す地域一体型オープンファクトリーとは>

- ①従来の商習慣や業種の枠に囚われず、「同じ目的(コア・バリュー)」を持った多様な仲間が集まる「場：コミュニティ」
 - ②目的の根幹に「地域の未来（ソーシャル・グッド（※））」を持ち、自分たちの力で実現を目指し、継続させる取組
 - ③「能動的」に「地域に根付く魅力・ストーリー」について「現場体感」を通して伝える取組
- ※ソーシャル・グッド…地球環境や地域コミュニティなどの「社会」に対して良いインパクトを与える活動や製品、サービスの総称を指す

（２）ローカル・イノベーションを生み出す「手法」としての可能性

近年、企業には利益を追求するだけでなく、社会的責任（CSR）を果たすことが求められるようになり、また企業が経済的価値を創出する過程で社会的な価値を創出する、共通価値の創造（CSV）が重要視され、こうした社会的変化は企業の経済的利益だけを目的としたオープンイノベーションの在り方にも変化をもたらしてきた。特に欧州では、「企業、大学、研究機関等による従来の連携の中に、市民や顧客、ユーザーをも巻き込み連携・共創しあうビジネスエコシステムの形成を目指す動き」＝「オープンイノベーション 2.0」として進んでおり、イノベーションを経済的利益追求の手段としてだけでなく、雇用創出や生産性向上といった社会的な共通課題の解決（ソーシャル・グッドの実現）に活用するために「目的」を一にする集合体・コミュニティがイノベーションの苗床として注目されている。

「イノベーションを生み出す地域一体型オープンファクトリーとは」において言及した場や取組をはじめ、本事業からは「地域一体型オープンファクトリー」が上述のオープンイノベーション 2.0 を体現する事例と考察できる一方で、目指すべき「ソーシャル・グッド」は、「ものづくり」の観点に限らず、多様な観点が想定されうる。

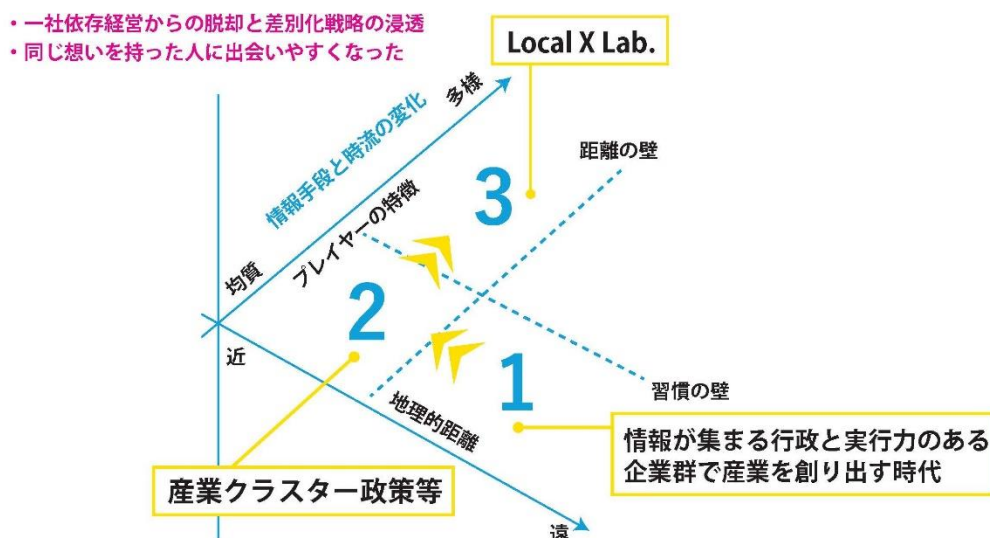
すなわち、「地域の特性・個性を活かした多様性のある集団が群となってソーシャル・グッドに取り組むコミュニティ」がオープンイノベーション 2.0 を体現するということであり、本事業の題材とした「地域一体型オープンファクトリー」の上位概念を導き出すことができる。本事業では、これを『Local X Lab.』（※）という名称で示唆したい。

※「X」は、活用できる資源・地域の特性に応じて自由に設定できることを意味する。

（３）変化の認知とさらなるオープンイノベーションの促進に向けて

上述の『Local X Lab.』を示唆する上で、改めてこれまでの企業集積、産業集積の在り方を鑑み、「地理的距離」と「プレイヤーの特徴」の二軸で整理したものが下図である。下図に示すように 1～3 の 3 つのパターンを仮定している。

図 3 地理的距離×プレイヤーの特徴による産業集積のイメージ



- 1: 情報が集まる行政と実行力のある企業群で産業を創り出す
- 2: 地域産業集積を活かした効率化と産学官連携の浸透による均質性・類似性を活かしたオープンイノベーション（産業クラスター政策等）
- 3: 市民や「生活者」の産業への参画（発信手法の変化(SNS 等)）により多様なプレイヤーが同じ目的（パーパス）を持って集い、“多：多”のオープンイノベーションを生み出す

「情報流量、情報チャネルの進化・多様化」と共に、産業集積の在り方にも新たな選択肢が生まれている。これらは、現在の産業集積の在り方においてどれが正しいというものを示唆するのではなく、時流により選択肢が増加していることを示すものである。

＜今後のオープンイノベーションの促進に向けた示唆＞

上述のとおり『Local X Lab.』における「X」に該当する可能性のある要素は地域によって多様にあると想定される。そこで、VUCA 時代における次代の産業クラスター政策としての「Local Lab.」の多様な可能性について見いだすべく、「イノベーションを生み出す地域一体型オープンファクトリーとは」において示した場や取組を前提として、どのような「要素」が「X」になりうるのか、地域の実例を探りながら抽出し、ロールモデルを可視化することが、既存の業種や商習慣の枠組みにとらわれない国内における「オープンイノベーション 2.0」の加速化に繋がるものと考察する。

これまで、ナレッジシェア・ポートにて「産地の顔」が触発・共鳴し合うことを示してきたが、触発・共鳴は「オープンファクトリー」に限るものではなく、共通の課題解決（ソーシャル・グッド）を実現する取組における「顔」もナレッジシェア・ポートを活性化する因子として期待される。

このように、また異なる角度の「顔」が可視化され、交流できるナレッジシェア・ポートが増えていけば、さらなるアクセラポイントとなることが期待される。

資料について

■各種調査の概要等

本事業で活用した調査レポート、文献等は以下の通りである。

<活用した調査レポート・文献等>

- ・経済産業省近畿経済産業局『令和３年度 関西の地域一体型オープンファクトリーを発展させる
テクニカル・ビジット及びグッド・イミテーション実証調査』

<活用した WEB サイト>

-

「令和４年度 地方経済産業局連携による
地域一体型オープンファクトリー等を中心とした地域企業群の
「予定調和のない共創」を繋ぐ「ナレッジシェア・ポート
(知識移転の場)創出」実証事業」
報告書
令和５年３月
経済産業省 近畿経済産業局
(委託事業者：株式会社ダン計画研究所)

