

マツセ Osaka

平成29年度広域活動報告書

魅せる工場づくり ～中小企業の高付加価値化に向けた研究～



おおさか市町村職員研修研究センター

マツセ Osaka



再生紙を使用しています

公益財団法人 大阪府市町村振興協会  
おおさか市町村職員研修研究センター



魅せる工場づくり  
～中小企業の高付加価値化に向けた研究～

おっ！とオドロクgenbaを研究する会

平成30年(2018年)3月

公益財団法人 大阪府市町村振興協会  
おおさか市町村職員研修研究センター

# 目 次

1. はじめに .....	1
<b>2. 各市のまちの概要および産業施策等</b>	
(1) 八尾市 .....	3
(2) 門真市 .....	4
(3) 尼崎市 .....	5
【参考：各市の産業比較】	
1. 3市の事業所数推移（製造業）4人以上 .....	6
2. 3市の製造品出荷額推移 .....	7
<b>3. 視察先の選定</b>	
(1) 新潟県燕三条地域 .....	9
(2) 東京都大田区 .....	11
(3) 東京都墨田区 .....	13
<b>4. 視察報告</b>	
(1) 燕三条 工場の祭典 .....	15
(2) おおたオープンファクトリー .....	25
(3) スミファ .....	30
<b>5. 考 察（まとめ）</b> .....	35



## 1. はじめに

私たちは大阪府八尾市、門真市、兵庫県尼崎市の産業セクションの行政職員からなる自主研究会：OFF Lab.（おっ！とオドロクgenbaを研究する会）〈愛称：おふらぼ〉です。「オフに、ふらっと（気軽に）、フラットに意見交換ができ、研究を行う」をモットーに活動を展開しています。

3都市とも共通する点は「モノづくりのまち」であり、まちの活力の源、原動力である市内中小企業のみなさんのニーズを聞き、日々、産業振興施策を企画立案しております。

昨今、少子高齢化による国内市場の縮小、グローバル化の進展による国際競争の激化など、中小企業を取り巻く環境はめまぐるしい勢いで変化しており、永続的な事業活動を促進するためにも市内企業の高付加価値化を図り、モノづくりからコトづくりへ、そしてクリエイティブな産業づくりを変革の一步を踏み出す必要に迫られている中、われわれは企業価値・製品価値の両面における高付加価値化を推進する施策・手法についての研究活動を実施しており、2017年度の研究活動は「オープンファクトリー（工場の見える化、魅せる化）」をテーマに掲げ、研究を行いました。

特に大阪府八尾市、門真市、兵庫県尼崎市は中小企業者の数が非常に多く、現在、industry4.0（第四次産業革命）をはじめとした情報化の進展に伴い、「下請脱却」をめざし、BtoBからBtoCへの転換、単なるものづくりだけではなく、ソリューションビジネスへの深化の可能性を広げる必要性に迫られています。

そのような背景の中で、オープンファクトリーは、直接エンドユーザーにモノづくりの価値を知ってもらう非常に有効な手段のひとつであり、失われてはいけない技術・技能、ひいては産業をより多くの人に知ってもらい、受け継いでいくための重要なファクターとなると認識しています。

また、今回、1つの市町村ではなく、行政区域の垣根を超え、複数の市町村の広域的な目線で研究活動をおこなうことで、共に学び、各々の市町村における産業施策へと反映させることで、他に同じ課題を持つ市町村行政の一つの参考事例を作り上げられることを目標としています。



実際にオープンファクトリーを取り入れている企業や、取り組みを推進する行政・自治体（新潟県三条市、東京都墨田区・大田区）等へのヒアリングを実施することで、最適な運営方法や、実施における効果や課題を把握・検証し、各々の市町村の産業施策へ反映する上での情報収集を行いました。

本報告書が3都市以外の熱意ある市町村職員、そして中小企業のみなさまにとって有意義なものになることを期待しております。



## 2. 各市のまちの概要および産業施策等

### (1) 八尾市

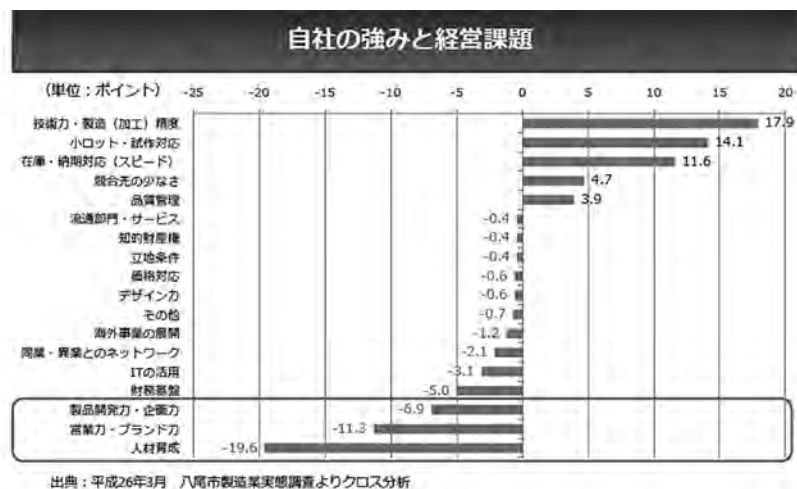
八尾市は、大阪府東部に位置し、人口は268,755人（平成28年3月31日現在）、面積は41.72km<sup>2</sup>の特例市であり、平成30年度からは中核市への移行が決定しています。

遡ること、飛鳥時代には聖徳太子・蘇我馬子に滅ぼされた物部氏が本拠を構えており、軍事をつかさどっていた物部氏の周辺には、弓を作る弓削部（ゆげべ）、矢を作る矢作部（やはぎべ）といった技術者が集まり、現在における地名やものづくり産業の起点となっています。

現在の産業構造としては、市民の暮らしを支える商業集積と、全国でも有数の「ものづくりのまち」であり、オンリーワン、トップシェアを誇る技術力を持つ企業が集積しています。昭和40年頃から事業所の開設が増えはじめ、現在では多くの中小企業が成熟期を迎えています。

しかしながら、市内のものづくり企業は「下請け」「賃加工」といったBtoBに特化した事業形態の企業が多く、優れた技術力を持ちながらも、付加価値額の面で競争劣位に陥る経営課題を持つ企業が少なくありません。（図1参照）

（図1：八尾市製造業実態調査 自社の強みと経営課題）



八尾市では、「地域産業の栄えるにぎわいのあるまちづくり」を目標に、市内の中小企業の振興によるまちの活性化を図るため、平成13年4月1日に「八尾市中小企業地域経済振興基本条例」を施行しています。そして翌平成14年には八尾市立中小企業サポートセンターを設置し、『現場主義』を掲げ、各種企業支援を実施しているところです。

さらには、前述の経営課題を持つ企業支援のため、平成27年度からは『八尾市製品・サービス開発型クリエイティブ産業創出事業「STADI」』と『医療・介護分野参入促進事業』を開始。地域経済分析システム（RESAS）でも明らかとなっている（※）付加価値の向上に向けた各種取り組みを、地域及び行政が一丸となって取り組んでいます。

（※）製造品出荷額等においては府内市町村で堺市、大阪市に次いで3位（2013年）となっていますが、付加価値額（製造業）においては5位と劣位になります。

(八尾河内音頭まつりの様子)



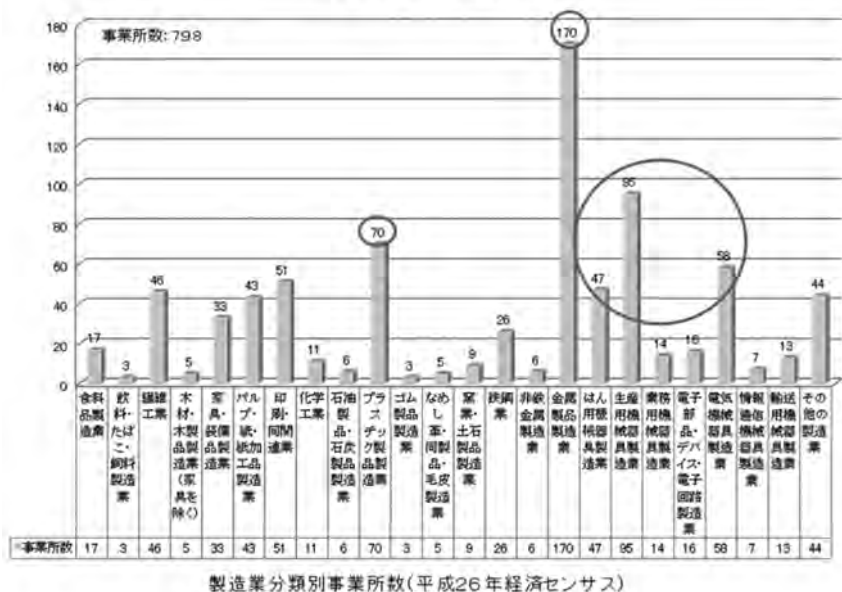
## (2) 門真市

門真市は大阪府の東北部にあり、標高は低く平坦地で、市域は東西4.9km、南北4.3km、面積は12.30km<sup>2</sup>で府内38番目と広くはない地域ですが、大阪市と隣接する交通利便性の高いまちです。幹線道路としては中央環状線と近畿自動車道が南北に縦断し、国道163号線と第二京阪道路が東西に横断しており、大阪府内のみならず京都方面までアクセスが容易な地域です。

歴史的には、河内の穀倉地帯として発展し、明治維新後、れんこん栽培が最盛期を迎え、全国的に「河内れんこん」の名が広まってきました。その後明治43年、京阪電車の開通で門真の様子は一変、道路の整備とも相まって工場などの誘致が進み、昭和8年には松下電気器具製作所が誘致され、世界的な大企業に躍進するとともに、下請・関連工場も増加することで、ものづくり産業集積を成してきました。

門真の企業は、いわゆる“松下（パナソニック）城下町”を支えてきたこともあり、高い技術力を有する企業が数多く存在しています。特に、金属加工やプラスチック、ゴム成型等に取り組む企業が集積し、様々な分野の産業を支えています。

門真のものづくりの特徴



しかしながら、市場のグローバル化による大手家電メーカー等の海外展開等に伴い、市内の下請ものづくり企業は受注も減少し、多くは下請からの脱却を余儀なくされます。門真市では平成22年第5次総合計画を策定し、産業振興を重点施策の3本柱の一つに位置づけ、ものづくり産業の活性化により、他の産業の活性化につなげることを目的に各種事業を展開してきました。

例えば、平成24年度には市内ものづくり企業の有機的な連携を目指し、「門真ものづくり企業ネットワーク」を形成。また、同年度には中小企業サポートセンターを設置することで、カドマイスター（※）の発掘から企業の自立・発展・飛躍を継続的に支援する体制を構築しています。平成26年2月には、隣接している守口市、守口門真商工会議所の他、地域の産業支援機関が相互に連携を図ることで、相乗効果を発揮し、効果的な支援を実現することを目的に、「もりかど産業支援機関ネットワーク」を形成、各々が持つ情報・ノウハウを共有・活用しながら、市内企業に対してより総合的な支援を目指しています

▼カドマイスターlogo



これらの門真市の産業振興施策と活力ある企業群が一丸となって、国内屈指のビジネスに取り組みやすいまちと認識されることをめざしています。

（※）卓越した技術などを有する企業を発見し、カドマイスターとして認定することで、広く情報発信し、企業が躍進できるよう支援することを目的とした認定制度です。平成23（2011）年にスタートしこれまで52社のものづくり企業が認定を受けています。「マイスター」とは、ドイツ語で「名人」「巨匠」という意味であり、門真市とマイスターを合わせた造語。

### (3) 尼崎市

尼崎市は、兵庫県東部に位置し、人口は462,520人（平成29年3月31日現在）、面積は50.72km<sup>2</sup>の中核市です。

戦前の1930年代には軍需の高まりによって鉄鋼業や化学工業が大きく成長し、大工場と関連中小企業が増加したころから産業集積が形成され、戦災により産業に打撃を受けつつも、戦後の国における産業振興政策に乗って、尼崎の産業も発展を続け、阪神工業地帯の中核的存在となり、1960年代には大規模工場の発展とともに、従業者数30～100人の中小工場が急増しました。

また、昨今においては、中小製造業が高度に集積する全国7都市（尼崎市、大田区、墨田区、川口市、岡谷市、東大阪市、加賀市）の自治体並びに商工会議所で構成する「中小企業都市連絡協議会」の運営を行い、平成28年度開催の「第10回中小企業都市サミット」において、地域産業を活性化するための重要な課題について議論し、解決策を模索するとともに、国等への産業施策に反映できるよう、様々な提言を行うなど、産業支援に対する高い意識を行政のみならず支援機関においても統一して保持しています。



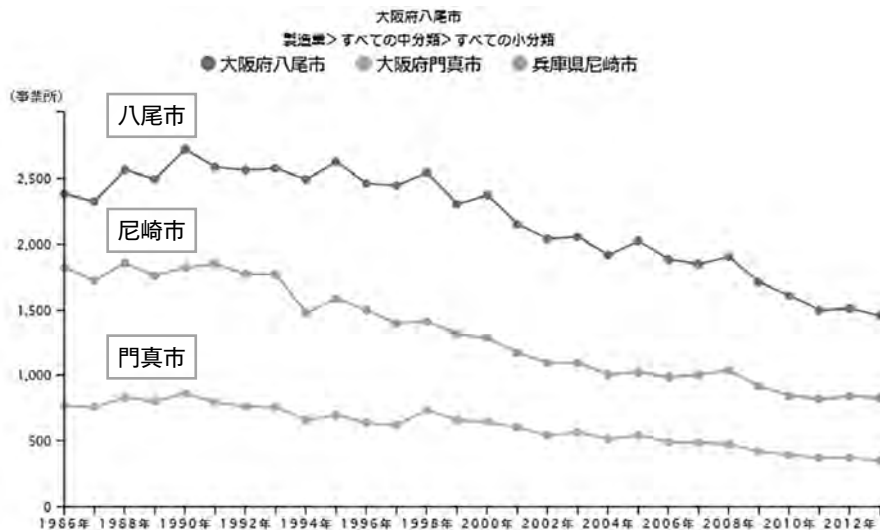
また、臨海部に多く所在する大手企業と、市街地に職住近接で地域に溶け込むものづくり中小企業、そして行政が、各々相乗的に地域経済の持続的発展を推進し、これからの本市産業振興に係る拠りどころとして、産業の振興、起業の促進と雇用就労の維持創出に関する基本理念を示すべく、平成26年10月に「尼崎市産業振興基本条例」を制定しました。

今後も、ものづくり産業をはじめとする高度な技術を有する多種多様な産業集積を活かして、エコ（環境・エネルギー）関連や、生活（医療・福祉）関連などの新規成長分野産業（『超付加価値創生型産業（※）』）の立地、既存ものづくり産業関連（『地域ものづくり産業』）の事業高度化の促進、先駆的な環境・エネルギー技術の活用・導入、独創的な新しいものづくりスタイルの創出、尼崎版グリーンニューディールの推進などにより、地域産業活性化を図っています。

（※）エコ（環境・エネルギー）関連分野、生活（医療・福祉）関連分野、情報通信関連分野、製造技術関連分野、バイオテクノロジー関連分野、微細加工技術関連分野、ロボット技術関連分野、ビジネス支援関連分野

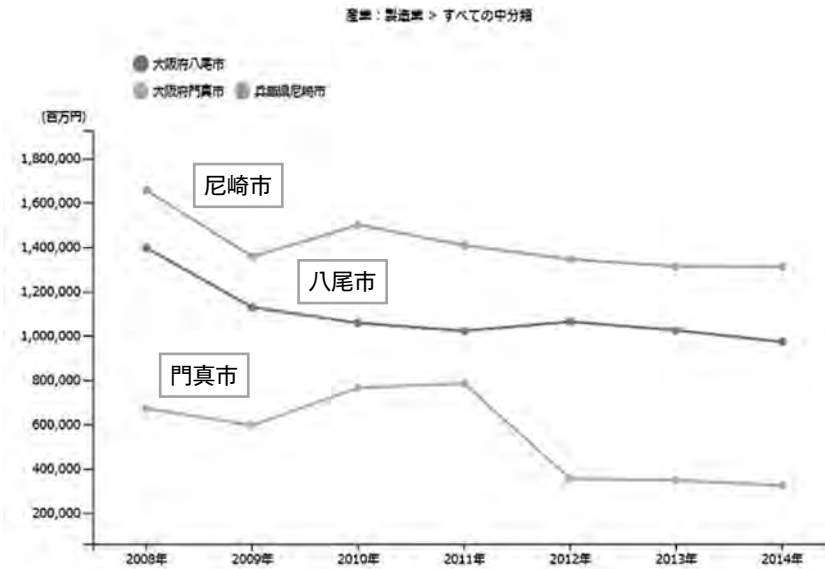
【参考：各市の産業比較】索引：地域経済分析システム（REASAS）

1. 3市の事業所数推移（製造業）4人以上





2. 3市の製造品出荷額推移



	事業者数 (2013)	従業員数 (2013)	製造品出荷額 (2013) (百万円)	主な産業
八尾市	1,451	29,355	974,781	電気機械器具製造業 電子部品・デバイス・電子回路製造業 金属製品製造業
門真市	346	15,718	326,531	電気機械器具製造業 家具・装備品製造業 はん用機械器具製造業
尼崎市	824	33,981	1,314,443	鉄鋼業 化学工業 情報通信機械器具製造業





### 3. 視察先の選定

今年度の研究の中で最も重要視したのは、オープンファクトリーを実施している地域や会社を訪れ、そこで働く人々と対話する中から、オープンファクトリー実施の意義、実施することによってもたらされた効果などを肌で感じることによって研究会メンバーの地域でその政策が実際に有益なものとなるのか、企業の高付加価値化につながるのか等の可能性について調査するために、以下の3地域を視察した。

#### (1) 新潟県燕三条地域

##### 【運営形態】

主催／運営：「燕三条 工場の祭典」実行委員会  
 公益財団法人 燕三条地場産業振興センター  
 産業振興部 燕三条ブランド推進課

イベント全体監修：method

共 催：公益財団法人燕三条地場産業振興センター、三条市、燕市

協 力：三条信用金庫、長岡造形大学



##### 【参加企業の概要】

参加企業：燕市・三条市内に本社・事業所を有するKOUBA（工場、耕場、購場）で見学・体験を実施しようとする法人および個人。

参加内容：見学、体験、販売など

参加方法：見学「フリー」、「時間制」から選択  
 体験「フリー」、「時間制」、「予約制」から選択

参加数：103事業所

参加費：従業員20名以下の事業所等20,000円  
 従業員21名以上の事業所等50,000円  
 ※参加費はガイドブック作成費、装飾費等に充当。

開催期間：平成29年10月5日(木)から8日(日)の4日間

参加条件：開催期間中の7日(土)、8日(日)はなるべく開放  
 4日間で、なるべく2日間以上開放  
 運営会議の参加、ガイドブック等の作成、装飾、成果報告等  
 デザイン等のルール厳守

「燕三条 工場の祭典」は、2017年10月5日(木)から8日(日)までの4日間、金属加工の産地、新潟県燕三条地域とその周辺地域で開催されるイベントで2017年に5回目を迎える。またものづくりだけでなく、工業と農業、商業が交わる本イベントは都市部近郊に位置する我々研究メンバーの地域にとって異業種連携の可能性と意義の探索に非常に参考になると考えた。

工場の祭典ではさまざまなKOUBA（工場・耕場・購場）を訪れ、ものづくりを体感できる祭典で、日本を代表する産地で多種多様な製品を産み出しているKOUBA（工場）や、米どころとしても有名なこの地で農業に取り組むKOUBA（耕場）、普段は閉じられている場所を訪れ、職人たちの手仕事を間近に見て、作り手と対話し、そのものづくりを体感できるワークショップに参加することもできる。また KOUBA（購場）では、この地で作られた産品を手にすることができる。様々なものづくりに携わる人々の思いや誇りが見える化されたイベントとなっている。

またニッパー型の爪切りで数々の世界の賞を受賞している「SUWADA」やアップルも視察に訪れた「スノーピーク」など常設でオープンファクトリーを実施している会社を訪れ、そこで働く人々と対話する中から、オープンファクトリー実施の意義、実施することによってもたらされた効果などをヒアリングすることも新潟ミッションの一つの目的とした。

### 【工場の祭典 コンセプト】

「燕三条は、KOUBAで、人を繋げる」

### 【工場の祭典 ステートメント】

1. KOUBAでは、誇りを持って何事にも全力で取り組む事
2. KOUBAで、ものづくりの本質を人々に体感してもらう事
3. KOUBAが活性化することで、地元地域の雇用に貢献する事
4. KOUBAでの仕事が、子供達にとって憧れや夢となる事
5. 燕三条のKOUBAを、ものづくりの聖地にする事

### 【工場の祭典 KOUBA見学の取組方針】

毎日私たちが「ものづくり」をしている場所、それが「KOUBA」。

私たちの誇りの結晶である「KOUBA」こそが、私たち自身の魅力を最大限に発揮できる場所。いま、私たちの「KOUBA」を開放し、多くの人々に「ものづくり」を感じてもらおう。

私たちは「KOUBA」で「ものづくり」を行い、商品の作り方、そして商品そのものを熱く語るろう。

きっと「KOUBA」を訪れた人々は、そんな私たちの情熱を感じ、

大きな興味を持って商品を手にしてくれることだろう。

私たちが誇りを持って全力で取り組めば、きっとそのような風景が見えるはずだ。

「ものづくり」に興味のある人々、私たちと話したい人々の中には、次世代を担う職人候補が現れるかもしれない。

もしかしたら職人と恋したい人々さえも来るかもしれない。

人々は、見学や実演といった体験を経て、また、私たちと語り合うことで、確実に燕三条を愛してくれるようになるはずだ。

いま、大きく一歩を踏み出し、「KOUBA」の魅力を最大限に発揮し、燕三条を「ものづくり」の聖地にしていこう。

## (2) 東京都大田区

### 【運営形態】

主 催：おおたオープンファクトリー実行委員会

(工和会協同組合×一般社団法人大田観光協会×首都大学東京×横浜国立大学×一般社団法人おおたクリエイティブタウンセンター)

後 援：大田区、一般社団法人大田工業連合会、公益財団法人大田区産業振興協会、東京商工会議所大田支部、大田ブランド推進協議会、東京急行電鉄株式会社、東京都京浜島工業団地協同組合連合会、野村不動産パートナーズ株式会社

協 力：Gallery Hasu no hana、Grass Forest、gaku-6616、カマタ\_ブリッジ、カマタ\_クーチ、カマタ\_ソーコ、空音舎～建築と音楽～、ギャラリー南製作所、BUCKLE KOBO (Oの上の山マーク)、ART FACTORY城南島、HUNCH、東京ドローン研究会、蒲田図書館、寺田倉庫、WORLD BEANS、豆富司みしまや、ビストロ武蔵新田、BONBIEN、株式会社ラ・ヴェール、大田区商店街連合会、下丸子商店会、安方商店街、武蔵新田商店会、東京モノレール株式会社



### 【参加企業の概要】

金属加工、精密機器部品加工、アクリル加工、印刷企業等モノづくりに携わる企業が参加。  
費用負担：原則なし。

※ただし企画によっては、材料の提供等の負担をいただいているケースもあり

参加企業数：工場公開・展示参加・製品製作等含め 全64社

次に八尾市、門真市、尼崎市といったものづくり企業の集積する地域とよく比較されている東京都大田区、墨田区を視察先に選定した。

多摩川の下流に位置する大田区は、日本有数の“モノづくりのまち”。市区町村にある町工場の数、東京では1位の機械加工技術の集積地。

クリエイティブタウン大田構想の一環でおおたオープンファクトリーを開催しており、2017年で7回目の開催となっている。また製造業の中でも下請け、加工業種が比較的多いという点において八尾市、門真市、尼崎市の産業構造と類似しているため、燕三条地域とは異なり、下請け、加工業種の事業所がどのようにオープンファクトリーを実施し、どういったメリットを感じてイベントに参加しているのかを知るために視察研究を行った。

### 【おおたオープンファクトリーの概要】

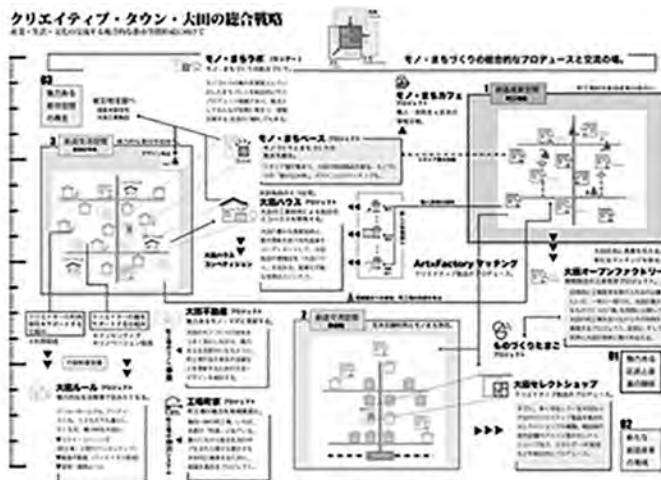
東急多摩川線の下丸子駅・武蔵新田駅周辺をフィールドに、地元の工業会「工和会協同組合」と大田クリエイティブタウン研究会を構成する一般社団法人大田観光協会・首都大学東京・横浜国立大学・東京大学が企画する、一日だけのイベントです。

2017年11月25日(土)は下丸子・武蔵新田エリア（通称：新田丸（にったまる））の工場がオープン。商店街や多摩川を散歩しながら、何十という工場を歩いてめぐることが可能となっている。12月2日(土)には工場アパート「テクノWING」、「OTAテクノCORE」、「テクノFRONT森ヶ崎」や、創業支援施設「BICあさひ」のオープンに加えて、工業専用地域の「京浜島」・「城南島」のバスツアーも開催。平日期間の「くりらぼ多摩川」企画や12月1日(金)の城南島、2日(土)の京浜島バスツアーも注目されている。

### クリエイティブタウン大田構想とは

大田クリエイティブタウン研究会（旧・モノづくり観光研究会）は、東京都大田区をフィールドに、モノづくりに関わる製品、技術、職人、工場建築、都市基盤などの多様な資源を活かしたまちの将来像を構想し、そして実現を目指した具体的なアクションを起こすことを目的とした研究会/運動体で都市計画やまちづくりの分野で培ってきた概念や技術を活かしながら、モノづくりのまち大田における都市空間の再生、モノづくりへの近接機会の向上、新たな産業の創出など、モノづくりとまちづくりを統合的に捉えた都市の実現を目指し、モノづくりとまちづくりが両輪となった大田のまちの将来像・総合戦略として提案された構想。

### 【クリエイティブ・タウン・大田の総合戦略】



## (3) 東京都墨田区

## 【運営形態】

主 催：スミファ実行委員会

共 催：墨田区

後 援：一般社団法人墨田区観光協会、  
東京商工会議所墨田支部、すみ  
だ地域ブランド推進協議会、東  
京東信用金庫、日刊工業新聞社

協 力：株式会社アンパサンド、葛飾  
オープンファクトリー検討会、

株式会社クルー、株式会社島田商店、専修大学経済学部遠山ゼミ有志、公益社団法人  
宅地建物取引業協会 墨田区支部 青年会、たばこと塩の博物館、学校法人文化学園文  
化服装学院、矢田製帽株式会社、早稲田大学商学部鶴飼ゼミ有志

- 実行委員会は区内事業者などを中心とする有志により構成される。
- 年度初めから月1回程度のペースで全体会議を行う。会議出席者は実行委員、参加企業、事務局など。必要に応じてオブザーバーの参加も認める。
- 制作物（デザイン・チラシ・WEB・マップなど）担当や企業担当（事前取材など）、ワークショップ担当などのチームにわけ、各担当のリーダーを中心に作業を進めていく。
- 全体会議の他に、各チームでミーティング、作業を行う。全体会議では各チームの進捗報告と、今後の進め方についての確認を行う。

## 【参加企業の概要】

参加企業：区内事業者であること

- 毎年公募を行い、応募企業の中から実行委員会での審査を経て、参加企業を決定する
- 公募の方法は墨田区報のほか、スミファFacebookページやすみだ地域ブランドFacebookページなどSNSを通じても発信する。

費用負担：2017年から参加費用5,000円を徴収。

- 徴収した費用については事務経費等に充てている。
- その他、実行委員会の活動費用の収入としては「墨田区ものづくりイベント補助金」による支援がある。

参加企業数：19社+ワークショップ会場ほか

墨田区は、江戸の昔から日用品や生活用品を作る職人が多く住む「ものづくりのまち」として発展。その伝統は現代にも受け継がれており、金属・繊維・皮革・紙・ゴム・食品・ガラスなど、多様な業種が集積する地域である。

同区はかねてよりものづくりの作品や歴史を展示する小さな博物館やすみだ地域ブランド戦略事業を行っており、中小企業の高付加価値化に向けた行政支援の先進的な取り組みを行なっている。



1

2

3

4

5



る地域でもあり、また「スミファ」と呼ばれるオープンファクトリーイベントが2017年で6回目を迎える。

さらには、「新ものづくり創出拠点整備補助金」を創設し、平成25年度から、新しいアイデアや発想を持った外部の人材を呼び込み、区内の空き工場等を活用して、区内事業者や区民等と連携をしながら新しい製品、技術、サービスやものづくりコミュニティを創出する「新ものづくり創出拠点」を開設。

ものづくりのコラボレーションの場を提供する「ガレージsumida（浜野製作所）」やクリエイターやデザイナーのコラボレーションの場を提供する「co-lab（サンコー）」など現在8拠点があり、中小企業がものづくりの新たな可能性やイノベーションを創出する場を自ら設置している点で非常に参考になるため視察研究を行なった。

### 【スミファの概要】

「スミファ」は、一般の人が墨田区の町工場を巡り、職人と話し技術に触れ、ものが作られていく“現場”を肌で感じることでできるイベント、主役はもちろん、町工場で働く人たち。

日本のものづくりを支える縁の下の力持ちのような多様な技術は、ジャパンメイドのブランドの大切な土台となっている。

『自分たちの技術をより多くの人に見てもらいたい。』

『子どもたちにこの仕事のことを知って欲しい。』

『一緒に働く仲間が欲しい。』

『自分たちの技術を活かしてくれる人と出会いたい。』

これからのスミファは、そんな工場の方の声に答えられるような“素敵な出会い”を目指している。

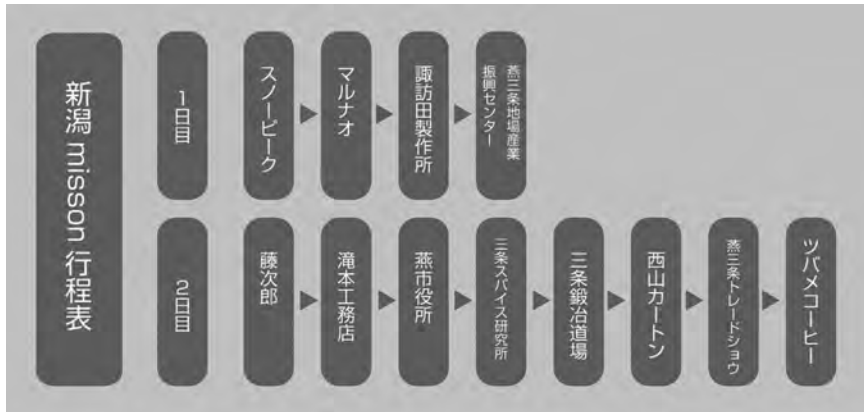
### 「新ものづくり創出拠点整備補助金」とは

区内におけるものづくりの振興を図るため、中小企業者等が区内の空き工場等を活用して、区内事業者と連携しながら新しい製品、技術、サービス等を創出するための場を整備する場合において、当該整備に係る経費に対し、補助金を交付するもの。補助率は補助対象経費の10分の10以内とする。ただし、1件当たりの補助金は2,000万円を限度。

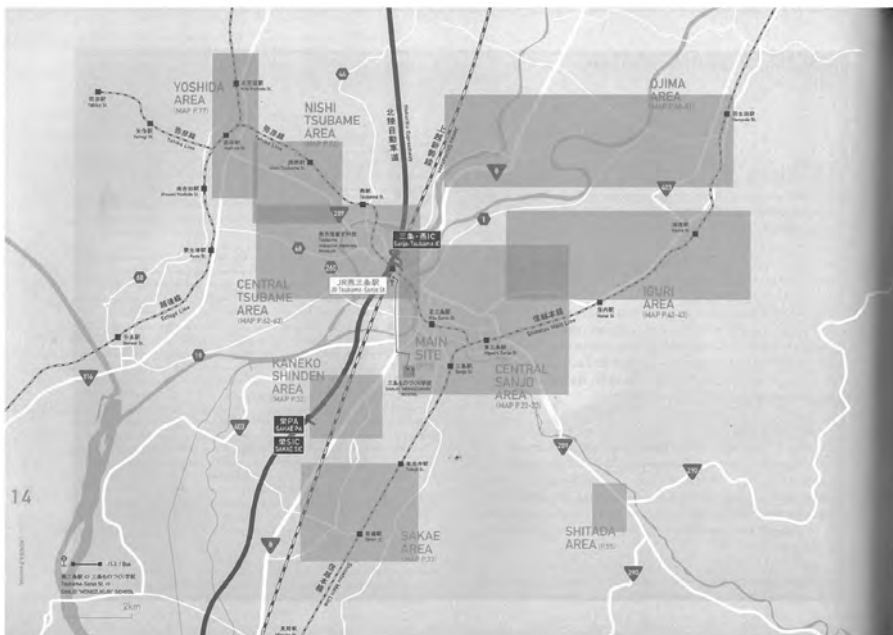
## 4. 視察報告

## (1) 新潟県燕市・三条市「燕三条 工場の祭典」の視察報告

## 【視察行程】



## 【工場の祭典 全体MAP】



1

2

3

4

5

### ① 株式会社スノーピーク

(株)スノーピークについては、本イベントの創設期において同社山井社長を中心にリーダー的企業として開催に取り組んでいたが、現在においては開催時期に関わらず常にオープンファクトリー化を進め、本イベント上には会社名が掲載されていないが、アップルなどの世界的に活躍する企業からの視察をはじめ、国内外を問わず、コラボレーション商品を数々、世に送り出すなど、多くの人々が各地から訪れる燕三条の看板企業となっている。

同社はアウトドア用のハイブランド製品を地域企業の協力の下で生み出すファブレス型の経営形態となっており、地域中核企業として東京証券取引所一部にも上場。「ものづくりまち燕三条」の特性と、自社が得意なブランディングを掛け合わせることで地方創生にも貢献。

オープンファクトリーをはじめとしたブランディング戦略に伴い、従業員もここ数年で大幅に増員しているが、『アウトドアが好き』という共通項を持って集まる人々は、“The Snow Peak Way”という唯一無二の経営理念に従って働くことが可能であり、急激な人員増大にも質を落とすことなく人材確保が可能となっていた。大手商社からの転職、WEB技術者、公務員など多種多様な人材のスキルが、一つのブランド製品に対する嗜好性のもと集まるダイバーシティも同社躍進の大きな強みになっているものと考えられる。



## ② マルナオ株式会社

マルナオについては、消耗品であるお箸の製造工程を完全に公開し、作る工程から、『魅せる』ことで、製造にかかっているコストを可視化し、安易に買ったたかれることのない、材料や工程数に応じたフェアトレードの概念で値決めを行うことを可能とされていた。

また、せっかく見せるのであれば単に「見せる」のではなく『魅せる』ことにも留意し、全体の色合い、スタッフのユニフォームに至るまでコンセプトを黒に統一し、全面ガラス張りで「すべてを見せている」ことを明白にすることで、お箸が材料から製品になるまでのストーリーを作り手と買い手で共有することが出来る空間作りに注力されていたことが、印象として大きく残る。

ショップも併設しており、従業員の方が「オープンファクトリーを導入したら、総務と兼務なので忙しくなったが、こうしてお客さんと関わること、直接、製品や会社に関する感想を聞けることで、仕事に対するモチベーション向上、自分の仕事への誇りにつながった」という話を直接、伺うことができた。

買い手としてもショップにただ単に陳列されている商品の特徴、差異を従業員から聞き、「工程数が少なければこれぐらいの値段」「工程数が多ければここまで値段が上がる」といったことがわかるため、単なる製品の販売というショップの意味合いだけでなく、つくり手が直接、お客さんに価値提案をする機会を生み出していると考えられる。



1

2

3

4

5

③ 株式会社諏訪田製作所



諏訪田製作所については、高級爪切りにおける市場展開の成功事例。

“SUWADA OPEN FACTORY”を建設し、マルナオ同様、すべての工程の見える化を実施している。また、一つの特徴としては、製造工程の最中で発生する端材を再加工して工場内のインテリアや美術品の材料として活用する等、すべてを無駄にせず、事業排出物「ブランク材」を使って新しい価値ある作品に生まれ変わらせたブランキングアートとして魅せるなど、オープンファクトリーに徹底しており、訪問当日も多くの視察で賑わっていた。

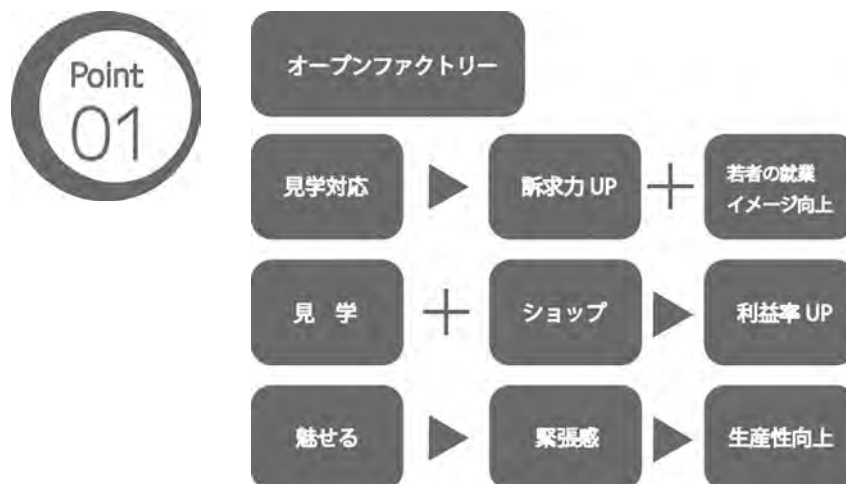
また職人の手元が見えるように工場内にカメラが設置されており、そのカメラの向きを来場者が操作できるようにi-padが設置されていた。





マルナオ、諏訪田製作所の両企業とも工場の出口にショップを備えており、見学後にそこから生み出された製品を直接購入できる機会を設けることで、見学者の購買意欲をそそる「魅せ方」も実演。そこから増えた販売利益を、見える化に協力した従業員に給与として反映することで、買い手だけでなく作り手にも間接的にメリットが循環する仕組みが、これら企業が実演するオープンファクトリーによって生み出されていた。

またオープンファクトリーによって、若い従業員の存在も認知することができ、若者にとっても就業のイメージが持てるといった効果もある。



#### ④ 燕三条地場産業振興センター

燕三条地場産業振興センターの展示スペースについては、他の自治体等でされている一般的な展示とは違い、「同種類の製品を同列に陳列」していた。推察ではあるが、この地域の同業界の企業集積というメリットを生かし、これらの陳列手法を行うことで、「競合企業よりも良く見せたい、展示手法を参考にしよう」等、良い意味での切磋琢磨できる環境を創り出していた。

また行政機関の展示ブースとは思えないデザイン性に長けた展示手法に非常に感銘を受けた。同地域は東京のビッグサイトで毎年行われている「機械要素展」でも同様のロゴマークやテーマカラーを用いて展示ブースを設けており、地域のブランドイメージを意識した行き届いたブランディングは非常に参考になるものだった。



## ⑤ 藤次郎

藤次郎は、包丁製造事業者。前述のマルナオや諏訪田製作所に感化され、自社においても魅せる化を図るために平成29年7月にオープンファクトリー用の新工場社屋をオープン。他社の前例に見習いつつ、「音」「におい」という概念においても体感できる魅せ方を考え、危険な場所を除いては作業場と見学路のガラス等を取り外し、さらなるオープンファクトリー化を図っていた。②の諏訪田製作所同様、廃材を生かしたアート作品を工場の至る所に設置。(壁展示や傘立て写真挿入)

こちらについても最後にショップを設け、包丁の切れ味を体感でき、説明するスタッフも自社で配置することで、製品の良さを直接伝えるストーリーテリングを実演し、実販に繋げていた。我々が滞在している間にも、その切れ味、会社のストーリーに感動した来場者が商品を購入していた。



1

2

3

4

5



## ⑥ 滝本工務店

滝本工務店は、住宅工務店。若い従業員を多く働いており、地域に自社を知ってもらう機会としてだけでなく、来場者に「教える」という体験・経験を従業員に積ませることで、本イベントを人材育成の場として活用されていた。オープンファクトリーのイベントについて今回が初めての参加ということもあり、大阪から参加した我々に驚いていた。

具体的には、折りたたみ椅子を建材端材で作成する体験型ワークショップを展開しており、教える経験が浅いながらも一生懸命レクチャーに努める従業員を見て非常に重要な経験になっているものと同社社長も感じているとのことだった。



## ⑦ 燕市役所

燕市役所では、過去の市内企業のデザイン性に優れた各種製品を10数年前分から展示。20年以上にわたり、地域の中小企業の高付加価値化に向け、デザインコンペディションを実施しており、グッドデザイン賞をはじめ、iFデザイン賞、Red Dot Design Awardなどの賞を数々、受賞した商品が展示されていた。

ものづくりのまちの歴史変遷を感じられる展示手法からも学べるものがあったが、そこに張り付く市職員も、それらの歴史をすべて説明できる知識と思い入れも感じることができ、そのイベントを運営している人を介して来場者に「ものづくりのまち」という印象を与える重要な要因となると再認識させられた。



## ⑧ 三条スパイス研究所



## ⑨ 鍛冶道場

⑧、⑨の公共施設はJR北三条駅に近くに併設された施設で、三条スパイス研究所は「にほんのくらしにスパイスを」をモットーに、食文化や生活技術など地域にある新旧の知恵を混ぜ合わせまちや暮らしを新たな形に再編集していくことを目指す組織として設立。当研究所の研究対象とする食材、技術、道具などを、ここに集う人たちが使いこなすことで、自分好みの「くらしの調合」ができるようになることを目標に、交流の場として機能。「スパイス」という言葉が先行するとカレーのイメージが湧くが、さまざまな人材が集い、交流することよりイノベーション創出の交流スペースとしての活用が期待されている。



1

2

3

4

5

## ⑩ 西山カートン

西山カートンは紙工業でダンボールの製造工程を案内してもらいながら見学を行った。前述の各オープンファクトリーに特化した施設を持つ企業とは違い、実際の製造現場を安全に配慮しながら歩き回る形なので、世の中の多くの中小企業においても非常に参考になるオープンファクトリーの取り組み事例として参考となった。いつもは単にモノを入れて運ぶ段ボールだが、その用途によって、性質の違いがあったり、組み方の違いがあったりと、日常生活では知ることのできない情報に触れられることで、消費者にとっても世に出回る製品に対する見方が変わる良い機会となるオープンファクトリーだと考えられる。

また廃材や端材を日ごろから地域住民に提供しており、その作品も展示されていた。同社はダンボールみこしの製造・販売を行う子会社「みこし」を平成26年に設立。消費者が神輿を組み立てる工程で部品の制作から装飾まで手作業が多いため、リハビリ・脳トレなどの脳トレコミュニケーションツールとして、さらにコミュニケーションをとりながら作成していくのでコミュニケーション不足解消のツールとして高齢者などを中心に事業を展開している。



今回のイベントを通して感じられたことは、工場、購場、耕場、どれにおいても『魅せる』ことでつくり手、売り手の会社への愛着や仕事に対する誇り、モチベーションなどの意識が向上していると感じられた。

イベント全体を通じて、服装、ダンボールで作られたサイン、マスキングテープによる各社の装飾など、地域の広範囲に及ぶイベントにも関わらず、統一感があり、テーマカラーがピンクということもあり、車で参加する来場者にとってすぐに目に留まる工夫もなされていた。しかも安価で装飾を施すことができるようにマスキングテープを活用している点も非常に仕組みとして考えられており、そういった細部にわたるまでデザインされているところに感銘を受けた。

『魅せる』以上は、『知らなければならない』。

『知る』ことによって『新たな魅せ方に気づく』。

そして、それらを地域全体で取り組み、切磋琢磨できる環境が地域に備わることが、地域全体で成長し、まち全体をブランディング化していく好循環を生み出しているものと感じられた。

## (2) 東京都大田区「おおたオープンファクトリー (OOF)」の視察報告

日時：平成29年11月25日(土) 9時30分～12時

場所：新田丸エリア

内容：下記のとおり（行程表の貼り付け）



下丸子駅を降りて目に入って来たのが、駅の改札口を出たすぐに設置してあるインフォボックス。駅と隣接して設置することによって、参加される方が、すぐに気付き、まちを挙げてのイベント、そして産業観光としてのおもてなしの姿勢が表れていた。スタッフは「ねじ巻き隊」と呼ばれるボランティアでオープンファクトリーと一緒に盛り上げようという方を一般から公募する形をとっていた。募集も「お楽しみプログラム」の企画運営スタッフ（協力工場の方と一緒に、大田のモノづくりの魅力や凄さを伝える“お楽しみプログラム”の企画～当日運営まで担当する企画チーム）、イベント当日のサポートスタッフ（事前に工場見学や、勉強会に取り組みながら、当日は来場者の誘導や、案内を担当するおもてなしチーム）と二つに別れており、それぞれがイベントを盛り上げる重要な要素となっていた。

またのぼりやユニフォームなども統一され、ねじ巻き隊がガイドブックをもとに説明なども丁寧に実施していた。

大田の特徴的な製造システム“仲間回し”。工場をめぐりながら材料に加工を施し、ひとつの製品を完成させていく仲間回しラリーを実施し、大田の製造工程の仕組みを体験できるように工夫されている。



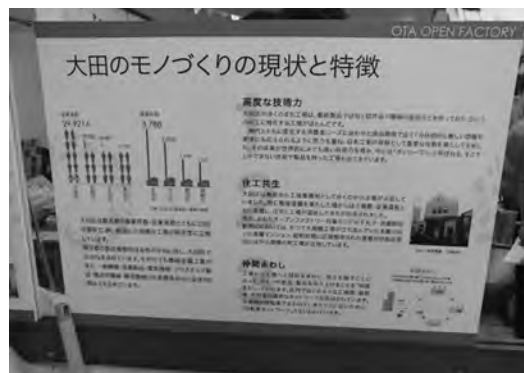
※インフォボックスとは…11月25日(土)は下丸子駅・武蔵新田駅、WAZA cafe (=工和会館)、くりらぼ多摩川の4箇所に設置されたおおたオープンファクトリーの案内所。12月2日(土)は各工場アパート、大田区産業プラザPiOの2箇所に設置。

※仲間回しとは…「それぞれの専門技術を持った工場が、近い距離で集積している」という大田の特徴を生かした伝統的な製造システム。何か製品を作る際、自分の工場でA加工したら、次の工場へ。ここでは、B加工を施して製作したものに、また次の工場でのC加工を…というような流れで一つの製品を完成させるというもの。

① WAZA cafe

開会式を実施している「WAZA cafe」。おおたオープンファクトリー開会式では大田区長も出席しており、おおたオープンファクトリーの概要や大田のものづくりの現状や特徴等のパネルと併せて、これまでの歴史や今後の方向性等も理解出来るような説明があった。また、子どももより楽しんで参加出来るように、「S（職人）カード」や学生デザインコンペで選ばれたアイデアを職人技で製品化したカプセルトイ「モノづくりたまご」（通称モノたま）を作成して大人も子どもも楽しませる仕組みも興味深かった。

※「S（職人）カード」とは…大田の町工場のスゴイ技を持った職人をヒーローカードにしたもので、10枚以上集めると幻のゴールドS（職人）カードがもらえる。



## ② 株式会社北嶋絞製作所

へら絞り体験が出来るとのことで、今回の体験では、金属の板状の物からお皿制作を体験。職人の方の指導のもと、私たちのような素人でもきれいな形のお皿に仕上げることが出来、ものづくりの製造現場に触れることが出来た。

体験後に北嶋社長にお話しをお聞きすると、以前からオープンファクトリーには前向きで、普段からある程度の人数が集まれば開放しているそうで、最近では職人たちも教えることが上達してきたとのこと。また、オープンファクトリーの意義については、子ども時代に、へら絞りを体験した子が、今は社員として働いてくれており、次世代の人材育成・確保としても意義があるとの力強いお言葉をいただいた。



1

2

3

4

5

### ③ 株式会社シンシ

株式会社シンシを訪問。この工場では、主にプラスチック板の加工をしており、製品としては、水族館で使用される大型の水槽パネルやファッション業界の表彰等に使うアクリル製のたてなどを製造。実際に加工している現場を間近に見ることができて、さらに、その加工で作られ出されたアクリル板を使って写真立ての組み立て体験ができた。また同社のおもてなしとして、来場者の記念撮影を行い、自分の組み立てた写真たてに入れるという体験内容だった。この工場は撮影禁止だったので、写真はないが、体験で製造する以外の製品も並べてあり、職人が加工した物の繊細さを感じる事が出来た。

### ④ 株式会社富士ダイス、新妻精機株式会社

株式会社富士ダイスと新妻精機株式会社を訪問。これらの工場では、加工現場の見学や体験は不可となっており、製品の展示物のみだった。やはり、工場にとっては、元受け先の事業者や技術のコアな部分等をオープンにすることに抵抗を持つ会社もいるのだと改めて感じた。オープンファクトリーのイベントを実施する際に、この点に関しては八尾市、門真市、尼崎市の共通する課題であり、ブラックボックス化された技術をどのようにして可視化して行くか、「魅せ方」についての工夫を考えていく必要があるように感じた。



### ⑤ 株式会社室賀シボリ

株式会社室賀シボリを訪問。ここもへら絞り体験をさせてもらうことが可能であったが、先程の工場で体験したこともあり、見学のみ実施。北嶋製作所と同様のへら絞り体験ではあったが、工場それぞれの魅せ方・伝え方を知ることが出来た。

#### ⑥ 有限会社多摩川钣金工業所、シナノ産業株式会社

有限会社多摩川钣金工業所、シナノ産業株式会社を訪問。両社とも体験等は不可となっていたが、普段見ることのできない加工設備を間近で見られる見学が可能となっており、ものづくりの「現場」を垣間見ることができた。シナノ産業株式会社ではプラスチックにも様々な種類のもがあり、素材を触ってどれが1番高価なものかを当てるクイズを実施していた。その後、用途ごとに素材を使い分けるといった説明も聞け、子どもたちにとってもクイズといった遊びを通じて体験学習させる工夫も垣間見ることができた。



#### ⑦ 東京高圧工業株式会社

ここではペーパーウェイトづくりを体験。具体的には、錫を熱で溶かして、型に流し込み冷やしてから、取り出せば型通りの物ができる工程を体験で、単純な作業に見えるが、時間をかけて慎重に作業をすると、余計な凝固に繋がり、きれいな型通りの物が出来ないなど、現場でしか知ることのできない貴重な体験ができた。

全体を通して、初日だったこともあってか、歩いて参加されている方が非常に多かった。歩ける範囲に工場が集積していることも、オープンファクトリーにとっては大切なことであり、参加者にとって参加しやすくなるという大きなメリットを感じた。

また大田のように集積エリアの地域ごとに開催日をずらす工夫も非常に参考となった。



### (3) 東京都墨田区「スミファ」の視察報告

日時：平成29年11月25日(土) 12時～16時

11月26日(日) 10時～12時30分

場所：八広駅周辺、錦糸町駅周辺

内容：下記のとおり

墨田は、大田と違ってエリア分けを行っていないため、工場集積と言っても、イベント実施企業は点在しており、広域にわたって実施しているものだった。そのため、一件一件の工場が遠いため、短時間で歩いて参加するのは困難であった。中にはタクシーで移動して参加している方もいた。

#### ① 有限会社サトウ化成

サトウ化成では、ウレタン等の素材を加工する工場、加工を間近で見学。大がかりな機械が導入されているというよりは、手作業の職人技術的な技術が重要と感じられた。人件費も物件費も高い首都圏で事業活動を続けて行く上で、機械の自動化で大量生産するというよりは、顧客の複雑なニーズに対応するようなオーダーメイドで対応する小ロット多品種生産が中心にあり、高付加価値化を図っていくよりほかないということを感じた。



#### ② 株式会社浜野製作所

ここは「ガレージsumida (浜野製作所)」の見学が主な目的で、中小企業の一角にワーキングオフィスを設置している先進的な工場である。墨田区ではこうした

最初に「ガレージsumida (浜野製作所)」の概要等の説明。取組み事例も、将来性がある事業ばかりで、各方面から訪れるベンチャー企業から、新たな風を吹かせてもらうことにより、会社全体が前向きな方向に進むことが出来ていた。

工場では、本当に狭い限られたスペースで最新の機械と古い機械とのコラボレーションがあり、アナログとデジタルの長短所をうまく相互補完し、相乗効果を発揮している新旧折衷の工場であった。



工場見学をするまでは、先進的な取組みをされている工場なので、若手の職員が中心かと考えていたが、バランスよく幅広い年齢層が働いており、みんなの顔が生き生きとしていた。これは、その適材適所にあった持ち場を「任せる」ことで生まれてくる良い循環が生まれているものと思われる。



### ③ Leather Lab MEW

Leather Lab MEWは、鞆の製造をしている工場で、製品展示の見学と実際に皮革を使ったチャーム作り体験を実施。皮革製品については、普段から使っている製品も多く、慣れ親しんだ製品であるが、皮革の特性等をまず説明してもらい体験を開始。皮を水で濡らして、金型で型をつけていく子どもでも体験できるものだったが、力の入れ方が難しく、トライ&エラーを繰り返すことでものづくりの楽しさを体感できた。



### ④ 株式会社サンコー

この工場では、活版印刷の体験と工場見学とコワーキングの見学を実施。まず、活版印刷の体験で、コースターに印刷していく体験をいろいろな柄や機械で体験。柄によっては、きれいに印刷がのらないことがあり、こちらも手作業のため、トライ&エラーを繰り返すことでものづくりの楽しさを体感できた。

その後、コワーキング「co-lab墨田亀沢：re-printing」を見学。浜野製作所同様に墨田区の新ものづくり創出拠点整備補助金を活用していた。東京近辺ではここ数年でデジタルサイネージの普及に伴い、紙の印刷物が減っており、そうした状況に危機感を抱いた同社は印刷業界の将来を考えてはじめたという経緯があった。入居者は、フリーランスのデザイナーやクリエイター等が入居しており、印刷技術のノウハウ提供やカラー見本、印刷紙の違いによる出来上が

り見本など、デザイナーやクリエイターの求めている印刷仕上がりを実現するために必要な知識をここで提供しているとのことだった。また東京都内のコワーキングとも連携することで、活気があるオフィスであった。

コワーキングスペースの紹介の後に、工場見学を行った。印刷方法の基本説明をお聞きし、実際に印刷機を動かし、高速で印刷されていく現場を体感することができた。

またオフセット印刷の仕組み、印刷業界に価格破壊を起こした会社の仕組みなども教わることもできた。



1

2

3

4

5

スミファに参加して感じたことは、参加企業が広域に点在しているため、徒歩での工場見学が困難であった。また、今回、2日目にスミファに参加したが、1日目のみオープンファクトリーを実施している工場が多く、2日目については、ほとんど見学や体験ができる工場が少ないというバランス感も課題として感じる場所であった。

しかしながら、新潟県燕三条地域の最終製品を作っている工場のオープンファクトリーとは違い、「下請企業」が集積している同地域での工場が参加するスミファでものづくりの現場を体験できたことは、技術をいかに一般の人々に知ってもらうか、「実はこういったところに我々の技術力が生かされている」など、また違った『魅力』があり、技術の可視化の手法を学べる機会を得ることができた。

## 5. 考察

今回、八尾市、尼崎市、門真市の3つの行政職員により、オープンファクトリー先進都市である、新潟県燕三条、東京都大田区、墨田区を訪問し実際のイベントに参加することでその効果を肌で感じることが出来た。また、イベントに参加企業にも現地ではアヒアヒを行うことで、オープンファクトリーに参加する意義や、その効果について伺うことができた。また、施策を実施する職員としてではなく、参加者として同イベントを楽しむことができたことも、これから三市が同イベントに参加者にとって満足のいく事業にするための重要な経験となった。

### 常に「魅せる」ことの価値

飛行機に乗って、新潟空港へ、そこからレンタカーにて会場になっている燕市、三条市へ向かった。はじめにいくつか訪問した企業は、常に工場を開放し、魅せる・見られることを意識した企業。あえて魅せるためのスペースを工場内に設けることで、品質管理や製造工程を外部から見ることが出来るようになっている。これらの企業に共通するのは、高付加価値の商品を持っているということ。高価格帯で販売されるそれらについても、製造工程などにおける確かな技術を「魅せる」ことで参加者に納得感を付与し、価値のあるものと認識付ける効果もあるのではないかと。

実際見学コースの終わり、もしくは傍には自社製品を販売するショップが併設されており、多くの客で賑わっていた。もちろんこれらの戦略を行うためには、「魅せる技術力や製品自体のクオリティ」が必要であるとともに、「見られる現場の環境整備」をしっかりと行う必要がある。限られた広さの工場に、利益を生み出さない見せるためのスペース。一見、非効率な投資に見えるかもしれないが、モノを売ることにとらわれるのではなく、会社のストーリー、職人の手さばき、仕事への誇り、そこで働く人の姿そのものを「魅せる」ことで、モノ以外の価値を見出し、結果、その魅せることが新たな価値を生み出し、製品の購買につながる。

### 産業観光化へ

非常に広域にわたりイベントを行っている同地域。移動手段は車がないと回りきることは不可能である。実際、我々もレンタカーにより2日間移動し、各工場を回るようになった。参加者として2日間工場巡りをした我々は、次の目的地まで常にワクワクした感情であった。それは燕三条の地域の特徴をうまく生かした、とにかく“魅せる”ということを徹底したイベント運営にあるのではないかと。

燕市、三条市の両市は業種別に見ると金属製品製造業の占める割合が多い。素材を洋食器や包丁などの最終製品まで加工している工場も多く、素材である金属片が普段目にするモノに加工される工程をすべて見学できることから、見ていても非常にわかりやすい。また、出来上がった製品はその工場ですぐに買ったり、燕三条地場産業振興センターなどで綺麗に展示されたりしている。陳列された製品の多さをはじめ、デザイン性の高さや、機能性の高さに、いくら見ても飽きないほど。

これら燕三条が地域の特徴をうまく活用するためのツールがオープンファクトリー「工場の祭典」の取り組みだったのではないかと考える。もともと見てもらう製品があったのだから魅せる仕掛けづ

くりをしようということである。

ピンクのストライプが目を引き、デザイン性の高いガイドブックは読みごたえ十分。駅の壁には目立つポスターが貼られ、特産品販売スペースでは、製造された金属製品製造業がお土産として売られていた。本事業は他の地域のイベントに比べても『市外・県外からの来訪者の取り込みに注力していたのではないかと考える。

## 地域一体となった取り組み

駅を降りてすぐ、「おおたオープンファクトリー」の情報発信基地インフォボックスがある。そこではボランティアの「ねじまき隊」がガイドブックを配っており、目的地を訪ねると詳しく道順を教えてくださいました。地元の企業や学生がボランティアをしているとのこと。

また、“Sカード”や“モノたまセレクション”など子供が興味を持つような仕掛けが多く、実際、工場見学中に家族連れの参加者と出会うこともあった。同地域は工場の横に住宅があるなど、住工混在地域でもあると見受けられ、地元住民の理解を深める役割にも一役買っているのではないかと考える。

## 体験を提供する取り組み

「おおたオープンファクトリー」では、BtoB企業に多く訪問した。最終製品のない工場の魅力をどのように伝えるか、今回の参加した八尾市、尼崎市、門真市に存在しているものづくり企業の多くもBtoB企業であることからその手法については非常に興味深いものがあった。

おおたオープンファクトリーでは、ヘラ絞りを体験し強烈なインパクトを受けた。その工場で行われている加工なのであろうが、一般の参加者は普段絶対に体験することのできないことである。最終製品を持っていない企業であっても普段の企業活動における極当たり前の“コト”が、参加者の印象に残る体験となる。技術を“魅せる”いい例だと思われる。工場内部をくまなく見学させてもらったわけではないが、その企業が持つ技術力を魅せることで充分、魅力が伝わる良い例なのではないだろうか。秘匿情報などから工場内部を見せることが出来ない企業もたくさんあると思われるが、このような体験といくつかの製品や企業パンフレットを展示しているだけでも参加者に十分印象付けできる。



## 工場へのアクセシビリティ

新潟県燕三条の「工場の祭典」、東京都墨田区の「スミファ」はともに広域にわたるイベントであった。両者ともに車であれば移動は容易であるが、簡単にはいかない。「工場の祭典」に参加している企業は自社の敷地内に駐車場を構えている、しかし、スミファの工場は住宅街にある場合もあり、道も狭く、車による訪問は簡単ではない。バスなどの公共機関と連携する等が必要となる。たくさんの企業を回ってもらうことも目的の一つであるが、他地域との連携など広域的な事業とする場合はこういった点に配慮が必要。この点、東京都大田区の「おおたオープンファクトリー」はある一定の集積地域ごとに開催時期をずらす考え方を取り入れており、三市で実施するにあたり、非常に参考となる事例であった。

## 開催時期や実施機関について

今回視察研究を行なったイベントは、土日を絡ませた連続2日～4日であった。「おおたオープンファクトリー」や「スミファ」では土曜日に主な企業のオープンファクトリーが集中し、日曜日は参加できる企業が少ない印象があった。人手がかかる以上、各企業の都合もあるため、そういった開催時期や日程については参加企業への配慮、イベント来場者への配慮、両方のバランスを考えてイベントを企画・設計する必要がある。

また実施機関についても、イベントの性質上、工場が主役ということもあり、いかに参加企業の自主性を担保しながら、イベント運営を行うか、どのような仕組みにするか、公的機関としてイベントを開催するかなど検討が必要。

## 将来の担い手づくりへ

「おおたオープンファクトリー」に参加した工場では、過去に体験した小学生が、大人になって就職するという事例も聞くことができ、工場を「魅せる」ことで人材確保の効果も期待できる。また「工場の祭典」のミッションステートメントにもあるように、子どもたちに工場を「魅せる」ことを通じて、若者の就業イメージ沸きたて、将来の担い手を育成することにも一定の効果があることがわかった。実際に、常設でオープンファクトリーを実施している会社には多くの若者が職人としてワザを磨いている姿が垣間見えた。

現在、世の中は好景気と言われており、各中小企業は人材不足に悩まされている。例えば工科高校の生徒の多くは大企業へ就職することが多い。若手技術者が就職を決める要因として、親の意向を反映するというのがある。

実際、高校にヒアリングした際、地元ものづくり企業にインターンするなどして興味を持つ生徒は多いようで、就職に前向きな子も多いそうだ。だが、まだ年齢的にも若い高校生は、今後の人生を左右する就職というライフイベントをこなす際、どうしても身近な大人、いわゆる両親に相談するケースが多い。大手企業も人手不足と言われており可能ならば大手企業に就職してほしいという親が多いため、中小企業に就職する子が少ないのが実情である。



このような実情を鑑みると、オープンファクトリーは親が地元中小企業のことを知る良い機会になるのではないだろうか。人材開発の観点からは、子ども自身に体験させることもいいのだろうが、就職を控えた子を持つ親世代にも多く参加できるイベントにする取り組みが効果的ではないか。

## まとめ

景気回復が、発注増につながり、中小企業も非常に忙しい毎日を送っている。ただ、それを支えているのはそこで働く人材や、企業体質によるものであり、そこを向上させる取り組みが必要となると考える。

オープンファクトリーにより消費者と直接関わる機会が増え、普段はBtoB企業として消費者の声を聞けない企業も、工夫次第で貴重な意見を聞ける取り組みに出来ることが本事業の魅力でもある。そこからBtoC企業への発展、さらなる自社製品の高付加価値化などへつなげることが出来れば、地域全体が産業振興を核として盛り上がっていくことに繋がると確信する。

『「オープンファクトリー」とは、企業に“魅せる機会”、“見られる機会”を提供、その機会をいかに有効的に活用するかを企業自身が考えることで、成長を促すツールであると考えられる。』

これが今回の我々の研究事業の最終考察として報告するものである。



## ▽オープンファクトリーを実施する意義

### ① 自社ブランドを高めるきっかけに【ブランディング】

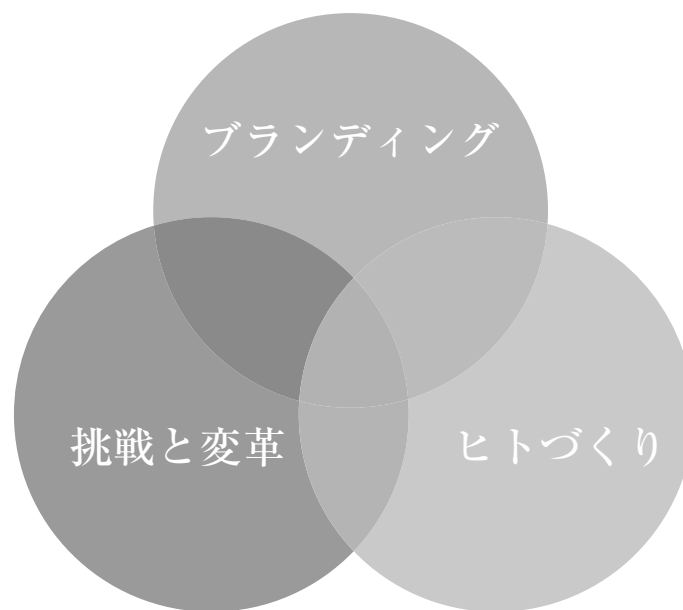
一般来場者にワザを見せる、伝えることにより、社員教育。また受け入れるために魅せる工場づくりへ、ファンづくりの重要性の認知と5Sの促進。

### ② 下請けからの脱却【挑戦と変革】

製品に触ってもらうことをきっかけに、消費者や普段、交わらない人たちとの交流が生まれ、下請け中心の製造業から製造小売等の業態変化のきっかけとなりクリエイティブ産業へ。

### ③ ものづくりが楽しみに、カッコ良さに【ヒトづくり】

子どもや地域の人々に知ってもらうことにより将来のものづくり人材を創出。また自社の価値を発信することにより地域への理解度を高める。



## 20180116株式会社ハーズ実験デザイン研究所 村田智明氏へのヒアリングまとめ

今回、オープンファクトリーなど魅せる工場づくりを通じて、中小企業の高付加価値化を促進する研究を進めるにあたって、「百年物語」のプロデュース、デザイン性の高い数々のプロダクトを手掛けている株式会社 ハーズ実験デザイン研究所 村田智明氏に指導助言をお願いした。

### ●デザインを地域活性化に取り入れるには「継続性と一貫性」

地域産業の中で、デザインを取り入れて地域活性化を推進している新潟県燕三条エリアについて「特定のデザイナー 黒川玲氏が20年以上にわたり、地域のブランディングに携わっている。行政もデザインを取り入れた産業振興を継続的にやらないといけない。」と言及され、「ニイガタIDSデザインコンペティション※1」が継続実施されていることが土台としてあり、工場の祭典など魅せる工場づくりが浸透しているという。

またNICO（公益財団法人にいがた産業創造機構）の内部にデザイナーを配置されており、中小企業とデザイナーのミスマッチを防ぎ、意志疎通に一躍を担っているという。

### ●オープンファクトリーの効果について

さらには、我々が訪問して非常に感銘を受けた諏訪田製作所（新潟県）について、オープンファクトリー化することを社長が決断したが、社員が全員反対。反対を押し切り、オープンファクトリー化を進めた結果、想像以上にコストがかかった反面、見られることにより、歩留まりと生産効率が向上。また工場見学後、メーカーがショップで直販を行うことにより利益率がアップ。最終的には従業員の給料が上がり、また商品はもちろん、スタッフユニフォーム、内装などに至るまで会社自体をデザインすることにより若者が入ってくるようになったという話を伺った。

### ●いいデザインを取り入れる手法について

（新潟のコンペ）について、試作のコンペを実施。もし落選したとしてもなぜ入選しなかったのかアドバイスを6人の審査員からもらうことで、次年度、もう一度そのアドバイスを基にブラッシュアップされた製品やサービスを応募してくるという好循環により、毎年、洗練された商品が集まっている。まさに「仕組み」のデザインを行っているところは非常に参考になる。また地域のデザインコンペにおいて、デザイナー、クリエイター向けにオープンコンペを実施したことがあったといい、募集期間中はデザイナー、クリエイターが入稿した作品をホームページに公開するというもので、デザイナー、クリエイター同士の競争を促進した結果、非常にレベルの高い作品が集まった経験があるという話を伺った。

### ●行為デザインワークショップ

村田氏がクライアントである企業にプロダクトデザインを依頼された場合、一番、気を付けることが「内製比率を高める」ということだった。クライアントの持っている技術や加工行程、ネットワークに至るまで、ヒアリングを行い、できるだけ、外注しないでできる商品のデザインを考えているという。



いいものは売れるというものでもない時代に、デザインが洗練されているからといって市場価格とあまりにもかけ離れた商品をリリースすることは、誰にとってもいいものでなく、内製化率を高め、できるだけ製造コストを下げることで市場に受け入れてもらうといった考えのもと、企業の立場にも立ったデザインを推奨されていた。

よって村田氏のデザイン手法ではまずクライアントの組織マネジメントから入るという。組織からデザインし、第一に会社のリソースの把握、社内で何ができて何ができなくて他の会社に依頼しているかなどをデザイナーが把握する必要があるという。

初めは「うちで作れないものはない」と大手を振る経営者がほとんどだが、実は、塗装は外注しているなど、加工工程の中のほんの些細なことでも原価率に響き、結果、市場のコストより何倍もの製品が出来上がってしまい、売れないことも多いという。

つまりは実際のモノのデザインする前の事前準備の方が期間を要することが多く、行為のデザインワークショップをした段階である程度、スケッチが出来上がる流れである。

### ● BtoB型企業におけるブランディング手法について

八尾、門真、尼崎の3つの市で共通するOEMや下請け企業、加工業が多い地域において如何に技術力を可視化するかを質問したところ、以下の2つが答えとしてでてきた。

①素材の活かし方、加工などその会社のストーリーや技術力の詰まったBtoC商材をリリースする。

例：香川ダイカスト（尼崎市）のペーパーナイフ、鑄造技術ナノダイキャスト法を用いて、従来の鑄造方法では加工できないような薄い成形を実現。

②BtoBの発信力強化に動画を公開。

画像だけでは情報量が少ないので動画情報の発信し、その中でISO、技術の高さなどできるだけ、可視化する。

「ニイガタIDSデザインコンペティション」とは…

「地域発ブランド」を構築し得る産業の育成を目的に、生活市場へ向けた「新しい商品」及び生活を支える「新しいシステム（ex.販売システム、レンタルシステムなど）」の提案を対象としたコンペティション。



無地の色扉です



## 活動概要記録

---

平成29年 8月31日(木) 19:00～21:00

○1stミーティング

### 議題1. 全体スケジュールについて再確認

採択結果が当初想定より後ろ倒しとなったため、スケジュールを再確認。

### 議題2. ヒアリング候補リストについて

- 八尾市分は完成済みとなっているが、その他の市が未作成のため次回までの宿題に。
- 尼崎市より尼崎商工会議所の行ったオープンファクトリーについて報告。

### 議題3. 指導講師について

- ハーズデザイン実験研究所 村田氏への指導助言について八尾市から依頼することを決定した。

### 議題4. 視察について（新潟及び東京）

〈新潟〉訪問案検討

（1日目）地場産業センター・諏訪田製作所・マルナオ・スノーピーク

（2日目）工場の祭典

〈東京〉

誰か中小企業サミット前後に派遣できないか要メンバー調整。

墨田区、大田区の行政に聞き取り調査

スミファより11月25日～12月2日の大田区オープンファクトリーに照準合わせることの決定。

HPに詳細が載っていないため、エリア開催でどんな事業なのか大田区関係者に聞き取り、常時オープンファクトリー化されている大田区、墨田区の工場視察を考える。

---

平成29年 9月27日(水) 19:00～21:00

○2ndミーティング

### 議題1. 新潟視察の最終調整

- 別紙 Off Lab.Mission ～燕三条編～

### 議題2. ヒアリング候補リストについて

- 門真市より対象企業についての報告



### 議題3. 視察について（東京）

- 各位のスケジュールを再度検討し、訪問候補日及び訪問者を再検討。

### 議題4. 指導講師について

- ハーズデザイン実験研究所 村田氏に対するアクションの起こし方について議論。
- 

平成29年10月4日(水)～5日(木)

○現地視察 @新潟県燕三条エリア

#### 行程1. (株)スノーピーク・第二HQ

- オープンファクトリー事例研究及び管理本部 大島氏との意見交換の実施。

#### 行程2. マルナオ(株)

- オープンファクトリー事例研究及び総務 渡邊氏との意見交換

#### 行程3. (株)諏訪田製作所

- オープンファクトリー事例研究

#### 行程4. (公財) 燕三条地場産業振興センター

- 製品展示手法等の事例研究及び購買スペース（燕三条Wing）事例研究

#### 行程5. 藤次郎(株)《工場の祭典95》

- オープンファクトリー事例研究

#### 行程6. (有)滝本工務店《工場の祭典99》

- ワークショップ事例研究

#### 行程7. 燕市役所《工場の祭典97》

- 展示手法及び主催コンペディションについて燕市役所 山崎係長と意見交換

#### 行程8. 三条スパイス研究所《工場の祭典07》

- 公共施設における魅せ方研究

#### 行程9. 三条鍛冶道場《工場の祭典01》

- 公共施設におけるオープンファクトリー事例研究。

#### 行程10. (株)西山カートン《工場の祭典50》

- オープンファクトリー事例研究

行程11. 燕三条トレードショウ2017

- 展示会における魅せ方事例研究

行程12. ツバメコーヒー<工場の祭典100>

- サービス業におけるオープンファクトリー事例研究
- 

平成29年11月25日(土)、26日(日)

○現地視察 @東京都大田区、墨田区

行程1. WAZA Café (=工和会館、本部)

- 第7回おおたオープンファクトリーオープニングイベントへ参加及び大田区産業経済部副参事池田氏と意見交換

行程2. (株)北嶋絞製作所<おおたOP01>

- オープンファクトリー事例研究 (ヘラ絞り体験)

行程3. (株)シンシ<おおたOP02>

- オープンファクトリー事例研究

行程4. 新妻精機(株)<おおたOP03>

- オープンファクトリー事例研究

行程5. (株)富士ダイス<おおたOP04>

- オープンファクトリー事例研究

行程6. (株)室賀シボリ<おおたOP05>

- オープンファクトリー事例研究

行程7. 東京高压工業(株)<おおたOP06>

- オープンファクトリー事例研究

行程8. シナノ産業(株)<おおたOP07>

- オープンファクトリー事例研究

行程9. 新妻精機(株)<おおたOP08>

- オープンファクトリー事例研究

行程10. 株友安製作所カフェ視察

- 八尾市内製造業の運営するカフェを訪問。

行程11. 有限会社サトウ化成<<スミファ01>>

- オープンファクトリー事例研究

行程12. 浜野製作所<<スミファ02>>

- オープンファクトリー事例研究

行程13. LeatherLabMEW<<スミファ03>>

- オープンファクトリー事例研究

行程14. サンコー<<スミファ04>>

- オープンファクトリー事例研究

行程15. すみだ処（墨田区アンテナショップ）視察

- 墨田区が運営する観光アンテナショップの視察研究。

---

平成29年12月11日(月) 15:00～

○ 3ndミーティング

- 議題1

報告書の作成について（構成）

- 議題2

オープンファクトリーイベントの試験実施について（2018/2/24）

---

平成30年1月16日(火) 13:00～

○ 4ndミーティング

- 議題1

報告書の案について（原稿チェック）

- 議題2

オープンファクトリーイベントの試験実施に関する打ち合わせ

---

平成30年1月16日(火) 15:00～

○村田講師 指導助言

テーマ：中小企業の高付加価値化に向けた取り組み

「オープンファクトリー」の効果について

BtoB企業の技術の可視化、魅せる手法について

○OffLab. (おふらぼ) 構成員名簿

氏 名	市 町 村 及 び 所 属 部 署
松 尾 泰 貴	八尾市経済環境部産業政策課
津 田 哲 史	八尾市経済環境部産業政策課
吉 田 千 菜 実	八尾市経済環境部産業政策課
清 水 義 之	門真市市民生活部産業振興課
松 本 拓 之	門真市市民生活部産業振興課
坂 川 祐 磨	門真市市民生活部産業振興課
西 岡 努	尼崎市経済環境局経済部 経済活性対策課
西 口 雅 史	尼崎市経済環境局経済部 経済活性対策課
山 崎 智 宏	尼崎市経済環境局経済部 経済活性対策課

平成29年度広域活動報告書

**魅せる工場づくり**  
**～中小企業の高付加価値化に向けた研究～**

平成30年（2018年）3月

発行／公益財団法人 大阪府市町村振興協会  
おおさか市町村職員研修研究センター  
（マッセOSAKA）

〒540-0008

大阪府中央区大手前3-1-43

大阪府新別館南館6階

T E L 06-6920-4565

F A X 06-6920-4561

E-mail center-tr@masse.or.jp

協会HP <http://www.masse.or.jp/>