

- 地域一体型オープンファクトリーとは？
- 「見える化」による経営課題の解決
- 三方よしのエコシステム

地域一体型オープンファクトリーとは？

そもそも「オープンファクトリー」とは何でしょうか。

この言葉は、Open (= 開く) と Factory (= 工場) を組み合わせた造語です。一般的にイメージしやすい「工場見学」という言葉が「見る側 (見学者)」を主語としているのに対し、「オープンファクトリー」は「見せる側 (企業)」を主語とした言葉であると経済産業省近畿経済産業局は定義しています。

単に見せるだけではありません。地域内の企業が複数参加し、面となって定期的で開催することで、ものづくりの魅力を体感してもらい、地域内外からファンを獲得する。それが「地域一体型オープンファクトリー*」です。

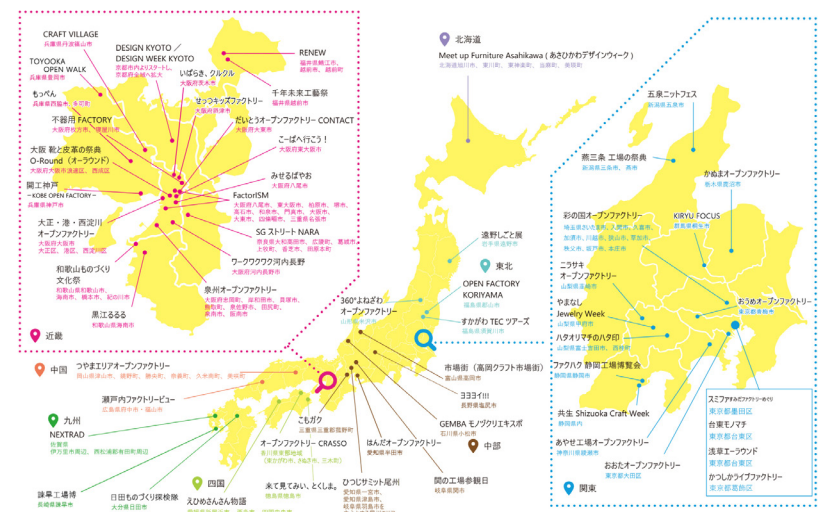
工場を開くことは、単に作業現場を公開することにとどまりません。「私たちはここで、こんな想いでのづくりをしている」という姿勢を地域に示すこと。それはすなわち、地域からの「信頼」の扉を開くことでもあります。

本冊子が、まだ見ぬファンのために工場の扉を開こうとする皆様の、小さな一歩を後押しする羅針盤となれば幸いです。

* 地域一体型オープンファクトリー

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、来場者にものづくりを体験してもらう取組

【全国の地域一体型オープンファクトリー MAP】2025年3月時点



「経済産業省近畿経済産業局 HP - 地域一体型オープンファクトリー」より引用

なぜ今、工場を開くのか？ 「見える化」が解決する4つの経営課題

かつて高度経済成長期において、騒音やにおいなどにより迷惑施設として扱われることもあった工場は今、地域に人を呼び込み経済を回す「地域の宝」へと価値観が転換しています。オープンファクトリーは単なるイベントではなく、中小企業が抱える経営課題を「地域とつながる」ことで解決する戦略的な一手なのです。ここでは4つの主要な効果を解説します。

① 販路開拓・ブランディング

下請け構造では技術が評価されにくいという悩みを、製造プロセスや職人のこだわりを直接「見える」ことで解決します。

BtoB：技術への信頼獲得

メーカーの設計者等が訪れ、真摯なもののづくりの姿勢を目の当たりにすることで「ここなら任せられる」という信頼が生まれ、新たな取引に繋がります。

BtoC：ファンベースの構築

消費者の生の声を聞き、自社商品を直接アピールすることで、価格競争から脱却した独自のブランドポジションを築き、ファンを獲得します。

③ 地域活性化

騒音やにおいがトラブルの火種になりがちですが、工場の中を見せることで、「うるさい音」が「産業を支える音」へと意味を変えます。

地域への愛着醸成

住民が地元の産業を知ること、「私のまちにはすごい会社がある」という誇りに繋がります。将来子どもたちが地域に戻って働くサイクルも生み出します。

産業観光という新たな価値

工場を観光資源と捉え直すことで、地域外から人を呼び込みます。見学後に食事や買い物をする人の流れが、地域全体にお金を落とす仕組みを作ります。

② 人材確保・育成

自社の魅力が地域に「知られていない」という課題を解決し、社員の仕事への誇りを育みます。

ミスマッチのない採用

求人票では伝わらない「職場の空気感」や「仕事の熱量」を直接届けることで、働くイメージのギャップを減らし、定着率の高い採用に繋がります。

インナーブランディング

来場者からのポジティブな反応は、社員に「自分の仕事の価値」を気づかせます。また、初心者に説明する経験は業務理解を深め、若手育成にも役立ちます。

④ 事業承継

オープンファクトリーは、事業承継の壁を乗り越え、後継者（アツギ）が主役となる「実験の場」として機能します。

アツギベンチャーの登竜門

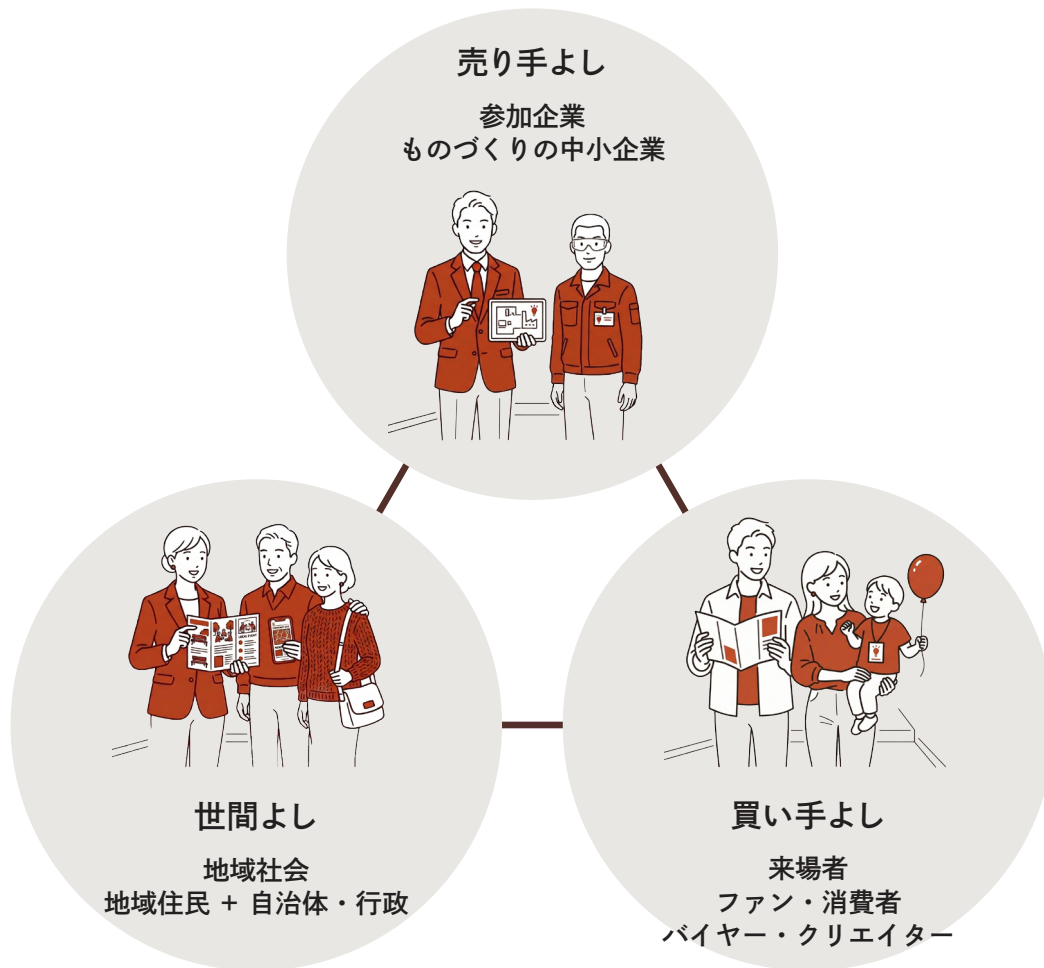
非日常のイベントであれば、ワークショップや新商品販売などの新しい挑戦がしやすくなります。ここでの成功体験が後継者の自信と評価に繋がります。

世代を超えた融合

準備を通じて若手後継者とベテラン職人が協働することで、世代間ギャップが埋まり、組織の一体感が生まれます。

みんなが嬉しい、だから続く。 「三方よし」のWin-Win 関係

オープンファクトリーが全国で持続的に広がっている理由は、参加企業、地域住民、来場者、そして行政のそれぞれに明確なメリットがあるからです。誰か一人が無理をするのではなく、関わる全員がハッピーになる「三方よし(売り手よし、買い手よし、世間よし)」の循環。それが、地域一体型オープンファクトリーの最大の強みです。



売り手よし

参加企業
(ものづくりの中小企業)



社員の意識変革

来場者からの称賛が社員の誇りを育み、モチベーションを向上させます。

採用と事業承継

飾らない日常を見せることでミスマッチのない採用を実現し、後継者が新しい挑戦をする実験の場にもなります。

買い手よし

来場者
(ファン・消費者・バイヤー・クリエイター)



背景にある「物語」との出会い

「誰がどう作ったか」を知ることで、価格以上の価値を感じる納得感のある消費体験が生まれます。

知的好奇心を満たすエンタメ

普段見られない職人技や機械の動きは、極上の「産業エンターテインメント」として来場者を楽しませます。

世間よし

地域社会
(地域住民 + 自治体・行政)



「謎の工場」から「地元の誇り」へ

住民が工場の役割を知ることで、騒音が「産業の音」に変わり、地域への愛着が醸成されます。

新たな都市魅力の創出

行政と連携して「ものづくり」を観光資源化することで、地域全体に人が回遊し、経済効果をもたらす持続可能なまちづくりに寄与します。