Chapter 2：先進事例の紹介

-【伊丹市 / オープンファクトリー「あるこ〜ば」】の事例

-【尼崎市 / あまづくりパビリオン】の事例

-【大阪府を中心とした 13 市町村 / FactorISM】の事例

立ち上げ期
～予算ゼロ・ノウハウゼロからの衝動～

「街と工場の間に、会話の道をつなぐ」伊丹市は面積が小さく、工場と住宅、駅が徒歩圏内に密集しています。この特性を活かし、「歩こう」という言葉とかけた「あるこーば」と命名。「まずは一歩踏み出し、歩いて出会う」ことをテーマに、工場公開だけでなく、地域住民との対話を重視した手作り感が特徴です。

「清酒発祥の地」として知られる伊丹市ですが、大阪国際空港（伊丹空港）のイメージが強く、産業の存在感は薄い「通過される街」という課題がありました。しかし実際には、歩いて回れる距離に高度な技術を持つ工場が集積しています。

WHY??

発足のきっかけ

発起人の山﨑氏が、先行事例である「FactorISM（ファクトリズム）」を立ち上げ、現在統括プロデューサーを務める松尾氏（(株)友安製作所）に出会い、「私もやりたいんです！」と直談判したことが全ての始まりです。「予算もない、ノウハウもない、何から手をつけていいか分からない」という状態でしたが、近隣企業との雑談の中で「うちもやりたいねん」という声が上がり、勢いのまま「とにかく開催日だけ決めてしまう」というスモールスタートを切りました。

仕掛け人

山﨑 真子

株式会社エムアンドエー 執行役員
コーポレート部門責任者

大手金融会社の総合職を経て、家業に U ターン。空間内装＆ものづくりの会社で経営企画と人事をするアトツギ @ 兵庫県伊丹市。弱点は『競争』環境に置かれることと『身体を動かす』『お金』への関心が薄いこと。好奇心と夢想が原動力。

発足時の中核メンバー

- 民間企業 3 社（発起人含む）
- 金融機関（尼崎信用金庫・みなと銀行）
- 地域活性化の協力者
- 近畿経済産業局（アドバイザー）

【あるこ～ば！】の概要

行政主導ではなく、民間企業が「やりたい」と声を上げ、それに共感した隣近所の企業や金融機関が自然と集まってチームが結成されました。

- 開催年：2025 年（令和 7 年）9 月～ ※第 1 回
- 開催期間：1 日（土曜日）※第 2 回は 2 日間開催予定
- 主催：あるこーば実行委員会
- 参加企業：3 社（工場公開 2 社、展示 1 社）
- 協力・支援：3 団体
- 来場者数：延べ約 200 名
- Facebook：「あるこ～ば！伊丹発オープンファクトリー」

【1 年目のリアル】
恐怖と熱狂のジェットコースター

「本当に人は来るのか?」「事故が起きたらどうしよう?」。開催前夜、実行委員の心は期待よりも不安で押しつぶされそうでした。予算ゼロ、手作りの看板、SNS だけの告知。準備は泥臭く、本業の合間を縫っての作業は正直しんどいものでした。しかし、蓋を開けてみれば、そこには工場の地図を握りしめた親子の姿が。「近所にこんな面白い場所があったなんて!」。その一言を聞いた瞬間、数ヶ月の疲れは吹き飛びました。1 年目のリアルは、「完璧じゃなくてもいい」という気づきです。不格好でも、扉を開ければ風は変わる。その「最初の熱狂」こそが、次へと続く原動力になりました。

実施内容

工場公開

精密板金加工の現場など、普段は見られない工場内部を一般公開。

ワークショップ

端材を使ったものづくり体験。

成果

参加企業数は少なかったものの、来場者からは「近所にこんな凄い場所があるとは知らなかった」と驚きの声が上がりました。運営スタッフは疲弊しましたが、終了後のアンケートでは 8 割が「大変だったけど、またやりたい」と回答するなど、熱量の高いチームビルディングに成功しました。

転換期
～展示会から体験へ、点から面へ～

「モノづくりから、あまづくりへ」当初は企業の脱炭素（ゼロカーボン）を発信する展示会的要素が強かったイベントですが、3 年目を機にリニューアル。「工場見学」の枠を超え、映画ロケ地や最新建築など、尼崎という街（面）全体の魅力を発信する「あまづくり」へと進化しました。

日本有数の工業都市でありながら、住宅地と工場が混在する住工混在地域。USJ に近い立地を活かし、修学旅行生のアカデミックな受け皿（産業観光）としての可能性も秘めています。

WHY??

発足のきっかけ

SDGs に取り組む市内認定企業への「工場見学をしませんか」という行政からの呼びかけがスタート地点でした。1 年目は「バスツアー形式」で実施しましたが、もっと市民や子供たちに開かれたイベントにするため、2 年目は商業施設（つかしん）でのワークショップへ、3 年目は地域全体をパビリオン化へと、走りながら形を変えてきました。

仕掛け人

片谷 勉

株式会社特発三協製作所
代表取締役

兵庫県主催のものづくり体験ツアー、尼崎市主催のわくわく体験教室をはじめ、こども向け体験学習を継続して展開。海外からの視察やインターンシップ、オープンファクトリー、SDG s学習支援などにも積極的に取り組み、地域の人材育成と産業教育の深化を進めている。

発足時の中核メンバー

産・官・金・民の連携
- 尼崎信用金庫
- 商工会議所
- 地域産業活性化機構
- 市役所
- 経営者協会

【あまづくりパビリオン】の概要

当初は行政主導（トップダウン）で始まった取り組みですが、回を重ねるごとに企業同士の横のつながりが強化され、現在は実行委員会形式で「文化祭」のように楽しみながら企画運営を行う体制へと移行しています。

- 開催年： 2023年（令和5年）～
- 開催期間： 2日間（金・土）
- 主催： あまづくりパビリオン実行委員会（事務局：尼崎信用金庫、尼崎商工会議所、尼崎地域産業活性化機構、尼崎市）
- 参加企業： 約11社（初年度）、8社（2025年度）
- 来場者数： 延べ約640名（初年度）→ 2年目以降ワークショップだけで約400名
- Instagram：@ama_monopavi

【3 年目のリアル】「マンネリ」という壁を越えて

「今年もやるの?」「去年と同じでいいんじゃない?」。3 年目は、初期の情熱が落ち着き、活動が形骸化（マンネリ化）しやすい危険な時期です。実際、尼崎でも「ただの工場見学イベント」として定着しつつある中で、運営側のモチベーション維持が課題でした。そこで踏み切ったのが、「展示会から体験へ」というコンセプトの刷新です。外部クリエイターを招き入れ、自分たちの価値を再定義する。この「変化」を選んだことで、やらされるイベントから「自分たちが楽しむ文化祭」へと空気が変わりました。3 年目のリアルは、「続けるためには、変わらなければならない」という決断の時期です。

実施内容

オープンファクトリー（1/16・1/17）

精密板金加工の現場など、普段は見られない工場内部を一般公開。

端材ワークショップ（2/7・2/8）

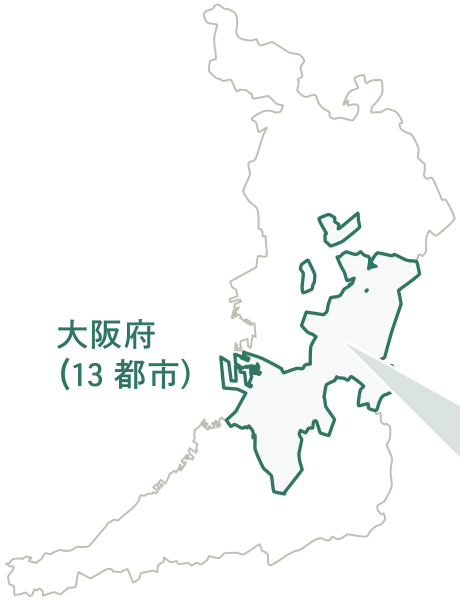
商業施設「つかしん」にて、廃棄される端材とレジンを使ったキーホルダー作りを実施。毎回満席になるほどの人気コンテンツに成長。

成果

社員が子供たちに教える姿を見たことで、社内の雰囲気が明るくなり、「やらされている」から「やりたい」への意識変革が起きました。

発展期
～広域連携が生む圧倒的熱量～

「こうばはまちのエンターテインメント」を合言葉に、ものづくりの現場を一般開放し、人々の生活を支え、世界を魅了するものづくりを体験、体感してもらう文化祭のようなイベントをめざしています。名称の「FactorISM（ファクトリズム）」は、Factory（こうば）＋ ISM（主義・主張）＋ Tourism（旅での体験・体感プログラム）を組み合わせた造語。行政の枠組みを超えた広域連携で発信する、関西最大級のオープンファクトリーです。



大阪府八尾市から始まり、門真市、大東市、四條畷市、摂津市、東大阪市、柏原市、大阪市、堺市、松原市、高石市など周辺 13 市町村へ拡大。「ものづくりのまち」としてのプライドを取り戻す活動が、行政区を超えて広がっています。

WHY??

発足のきっかけ

「自分たちの技術なんて誰も興味がない」と下を向いていた町工場に対し、「その日常こそがエンタメになる」と松尾氏が説得。絵本『スイミー』のように「小さな魚もまとまれば大きな魚になれる（＝地域一体型なら発信力が出る）」というビジョンを掲げ、数社の有志からスタートしました。

仕掛け人（統括プロデューサー）

松尾 泰貴

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

八尾市で 13 年間勤務し、うち 8 年間は産業政策を担当。経済産業省近畿経済産業局でも 2 年間、創業・ベンチャー支援に従事し、「ベンチャー型事業承継」を立案。地域活性化やデザイン経営を推進する「みせるばやお」「YAOYAProject」「FactorISM」など複数のプロジェクトを立ち上げ、マネジメントを担った実績を持つ。

発足時の中核メンバー

- アトツギ経営者
- 行政職員
- 大学
- 金融機関など

【FactorISM（ファクトリズム）】の概要

「アトツギたちの文化祭」を合言葉に、役職や立場に関係なくフラットに議論する風土があります。行政職員も実行委員会のユニフォームを着用して運営に回り、民間企業がリーダーシップを取る「共創」の関係が築かれています。

- 開催年：2020 年（令和 5 年）～
- 開催期間：毎年 10 月下旬の 4 日間
- 主催：FactorISM 実行委員会
- 参加企業：5 市町・35 社（初年度）→13 市町・92 社（2025 年度）
- 来場者数：延べ 20,000 人以上（2024 年は 11 市町 83 社で 22,000 人を動員）
- HP：https://factorism.jp/
- Instagram：@factorism2020

FactorISM
アトツギたちの文化祭

【6 年目のリアル】イベントから「文化」への昇華

6 年も続くと、オープンファクトリーは「非日常のお祭り」から「日常の風景」へと変わっていきます。認知度は抜群に上がりましたが、同時に「イベント疲れ」や「マンパワー不足」といった持続可能性の課題も浮き彫りになります。6 年目の FactorISM が見据えているのは、「イベントに依存しない産地づくり」です。イベントはあくまで入り口。そこで生まれた企業間の信頼関係をベースに、共同受注や新規事業が日常的に生まれるエコシステム（生態系）を作ること。6 年目のリアルは、祭りの後の静寂を恐れず、「まちの文化・経済圏として定着させる」という、より高い視座へのシフトです。

実施内容

圧倒的な演出

アトツギたちがバンドさながらに登壇するオープニングイベントや、夜の工場で著名人を招いて行うトークセッションなど、イベントとしての完成度が高い。

広域連携

参加企業が互いの工場を見学し合うことで、 ビジネスマッチングやノウハウ共有が加速。

万博出展

大阪・関西万博 2025 ヘルスケアパビリオンへ出展。世界に向けて「大阪の町工場」を発信しています。