

令和4年度 東北地域におけ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 東北経済産業局

(委託事業者：株式会社地域ブランディング研究所)

## 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.....	4
(3) 東北の地域一体型オープンファクトリーの概要.....	4
① 地域一体型オープンファクトリーの定義.....	4
② 東北の地域一体型オープンファクトリー.....	4
2. ナレッジシェア・ポート(知識移転の場)の実証調査.....	5
(1) 公開イベントの開催 .....	5
① 開催概要.....	5
② 実証結果.....	14
(2) 現地研究会(ヒューマン・ビジット)の開催 .....	16
① 開催概要.....	17
② 実証結果.....	20
3. ナレッジシェア・ポート(知識移転の場)の実証調査から見てきたもの.....	21
4. 参考資料.....	23
『東北オープンファクトリーフォーラム参加者アンケート結果』 .....	23

## 1. はじめに

### (1) 事業目的

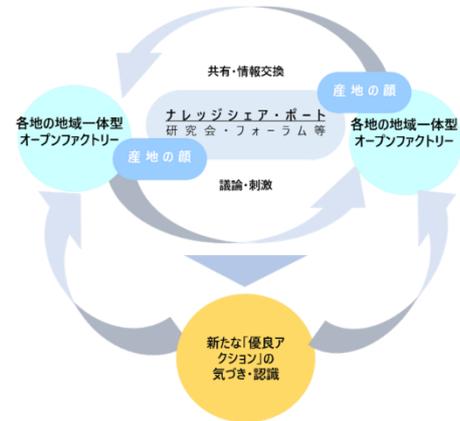
近年、関西を中心に、中小企業が主役となる地域一体型のオープンファクトリーが各地で誕生している。また、これらのオープンファクトリーを地域で一体となって取り組む中で様々なイノベーションが生まれ、それを創出する鍵となるキープレイヤーが存在する。

近畿経済産業局が実施した令和3年度調査(※1)においては、地域一体型オープンファクトリーにおける「産地の顔(※2)」と呼ばれるキープレイヤー達が共鳴し合う「場」が、互いに新たなグッドプラクティスを生み出す源泉となり、新たな気づきと成長を促し、また互いに共鳴を繰り返す「イノベーション・エコシステムの間」となっていると考察している。

同時に、「交流」を起点とした「産地の顔」×「産地の顔」がフラットに出会える場、すなわち「ナレッジシェア・ポート(知識移転の間)」を積極的に創り出すことがこのエコシステムを加速させるアクセラポイントになることを示唆している。

よって、「産地の顔」と呼ばれる人材は、企業の壁を越え、商流の壁を越え、業種の壁を越えた交流と刺激を企業群にもたらす「越境人材(※3)」といえる。

そこで、本事業においては、東北地域において、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、業種、商流の壁を越えて、地域一体となって国内外への地域の魅力発信(企業、地域資源、文化等)に取り組む「企業群」における「越境人材」同士が出会う「ナレッジシェア・ポート(知識移転の間)」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」について考察し、イノベーション・エコシステムのアクセラをさらに加速させるための手法(アクセラ・ポイント)を明らかにするとともに、東北地域における地域一体型オープンファクトリーの取組を始めとした地域一体となった魅力発信の取組の機運醸成を図る。



(※1) 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 ([URL:https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/openfactory/R3fy0Fhoukokusho.pdf](https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/openfactory/R3fy0Fhoukokusho.pdf))

(※2) 「産地の顔」・・・「産地の『知っている人』を知っている人」

- 産地の顔=ゲート・キーパー、バウンダリースパナー、ナレッジブローカー
- 産地のセンスある人
- 産地にクリエイティブやデザインの知識をもたらす
- 産地のフロントを買って出る
- 産地が有する技能、know-how を知っている
- 産地の技能者が誰であるのかを知っている
- 産地の know-who サーチが出来る

(京都橘大学経営学部 准教授 丸山一芳氏『オープンファクトリーによる産地革新の越境と知識移転』講演資料抜粋)

(※3) 本事業における「越境人材」の定義

①商流、業種の壁を越えた企業同士を繋ぐ人脈と活動を行っている者

※関連業種同士での繋がりだけでなく、「越境人材」の活動により、通常の商習慣では出会わない者同士を繋ぐ「企業群」を作り出す者

②「企業群」に対して、通常の商習慣では触れることのない、知識・刺激をもたらす者。

③「企業群」の内部での交流を活性化させるだけでなく、外部との交流を生み出す者。

④「企業群」において、「誰」が「どのような技術・魅力」を持つのかなど、俯瞰力を持つ者

## (2) 事業内容及び実施方法

本事業では、「産地の顔」同士が出会う「ナレッジシェア・ポート（知識移転の場）」を実証的に創り出し、具体的には「公開イベント」及び「現地研究会（ヒューマン・ビジット）」を実施し、「産地の顔」同士による意見交換を通じて考察をまとめ、事業目的の達成を図る。実施内容についての詳細は後述する。

## (3) 東北の地域一体型オープンファクトリーの概要

### ① 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。

なお、以下の要件を満たすものを前提とする。

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) リアルの現場（工場 / 工房や付加価値を生み出す現場）（※1）を実際に五感で体感する仕組みとなっていること。（※2）

（※1）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）東北経済産業局においては、3）に関して、現場公開を今後予定している場合は要件を満たすものとして取り扱う。

【OPEN FACTORY REPORT 1.0(2023年3月 近畿経済産業局発行)より:<https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/openfactory/R4fybooklet.pdf>】

### ② 東北の地域一体型オープンファクトリー

東北地域では、東北初のオープンファクトリー「五感市」が、コロナ禍を経て、2022年11月に3年ぶりのリアル開催、2022年10月に「オープンファクトリー-KORIYAMA」、11月にオープンファクトリーの手法を活用した「遠野しごと展」が初開催となり、各地で新たな動きがみられている。

## 【東北地域の地域一体型オープンファクトリー】



## 2. ナレッジシェア・ポート(知識移転の場)の実証調査

### (1) 公開イベントの開催

東北各地を中心とし、国内各地で躍動する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、業種、商流の壁を越えて、地域一体となって国内外への地域の魅力発信(企業、地域資源、文化等)に取り組む「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、参加者も含めた新たな気づきの共有や意識の変化を目的とした「ナレッジシェア・ポート」実証の場としての「東北オープンファクトリーフォーラム」を開催した。

#### ① 開催概要

岩手県二戸市及び福島県郡山市にて新たな東北の魅力を発信する手段としての「オープンファクトリー」をテーマとした「東北オープンファクトリーフォーラム」を開催した。

地域一体型オープンファクトリーをはじめとした、ものづくりや産業、地域の魅力発信に取り組む関東、関西のキープレイヤーと東北のキープレイヤーを交え、『魅せる』ことで地域に生まれる“変化”や“新たな価値”を探る」をテーマに、各地の取組紹介やパネルディスカッションを通して、お互いの取組におけるナレッジの共有を行った。

ア) 二戸開催

イベント名	東北オープンファクトリーフォーラム Vol.1 『魅せる』ことで地域に生まれる“変化”や“新たな価値”を探る
開催日時	2023年1月25日(水) 13:30-16:00
会場	二戸市シビックセンター 1階・ホール及びオンライン配信
参加者数	58名
プログラム	<p>【i. 開催趣旨説明】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東北経済産業局</li> </ul> <p>【ii. 基調講演1】</p> <p>「産業観光を通して、持続可能な地域をつくる。～RENEWの取組～」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・TSUGI LLC. 代表 新山 直広氏</li> </ul> <p>【ii. 基調講演2】</p> <p>「多様でオープンな交流から次代の創造性が生まれる京都へ ～DESIGN WEEK KYOTOの挑戦～」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一般社団法人 Design Week Kyoto 実行委員会 代表理事 北林 功氏</li> </ul> <p>【iii. パネルディスカッション】</p> <p>「『魅せる』ことで地域に生まれる“変化”や“新たな価値”を探る」</p> <p>&lt;パネリスト&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・TSUGI LLC. 代表 新山 直広氏</li> <li>・一般社団法人 Design Week Kyoto 実行委員会 代表理事 北林 功氏</li> <li>・株式会社クラシカウンシル 取締役 木村 敦子氏</li> <li>・株式会社小松製菓 執行役員 青谷 耕成氏</li> </ul> <p>&lt;ファシリテーター&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マナブデザイン株式会社 代表取締役 高橋 学氏</li> </ul> <p>(オープンファクトリー-KORIYAMA プロデューサー)</p>

i. 開催趣旨説明

東北経済産業局 企画調査課 総括係長 横田 彼呂

- オープンファクトリーは、ものづくりの現場の公開やものづくり体験を通じた来場者との交流を通じて、従業員に対する人材育成の効果が大きく、企業のインナーブランディングに繋がっている。
- 関東、関西で地域一体型の取組が広がっており、東北でも新たな取組が誕生していることに加え、オープンファクトリーの取組を通して、地域内外、業種を超えた繋がりや交流が生まれ、イノベーションを創出する苗床となっている。
- 以上のことから、当局では東北の新たな魅力発信の手段として「地域一体型オープンファクトリー」の取組の機運醸成を図っていきたい。

## ii. 基調講演



「産業観光を通して、持続可能な地域をつくる。  
～RENEWの取組～」

TSUGI LLC. 代表 新山 直広 氏

- 取組開始のきっかけは、リーマンショックを契機に事業者の仕事が減り、「この街の産業が終わる」という危機感。
- 10年前はOEM、BtoBが売上の大半を占める地域。生き残るためにBtoC商品の開発に取り組み、デザインへの関心も高い。
- 「産地に来てもらった方が良い」という参加事業者の意識変化が起こり、ファクトリーショップが33店舗新規オープン。雇用も8年間で45名創出。
- この10年で若い移住者が激増。(職人、デザイナー、プロマネ・バックオフィス系の人材、そうじゃない人)
- 今後、昨年立ち上げた(一社)SOEのメンバーとEtoC(体験と学び)を産地のテーマに、宿泊施設の運営、産業観光ツアーなどに取り組み、日本一の産業観光地域を目指す。



「多様でオープンな交流から次代の創造性が生まれる京都へ～DESIGN WEEK KYOTOの挑戦～」

一般社団法人 Design Week Kyoto 実行委員会  
代表理事 北林 功 氏

- 取組開始のきっかけは、京都の異分野事業者間での繋がりの乏しさと、それに伴う地域の未来への危機感。オープンに交流する場ができると、まちが元気になる。
- 工場だけでなく、農場など地域の産業の現場を開く「オープンサイト」。参加者が訪問先の新規雇用に繋がる事例も生まれている。
- 「なんかしよう」を合い言葉に、町工場×仏師、町工場×塗師×楽器製造業など領域を越えた事業者間のコラボレーションが実現。
- 京都の歴史的な役割は高付加価値ものづくり。質の高い「使い手」と交流することで「つくり手」の技術も向上。その際、他者の視点を持つ「寛容性」が必要。
- 今後は、地域で培われてきた叡智を学ぶ「ラーニング・ツーリズム」やツアーをコーディネートできる人材の育成に力を入れて取り組んでいく。

### iii. パネルディスカッション - 東北の取組紹介

#### 小松製菓のオープンファクトリー、二戸のファンクラブ「にのへシャドーズ」の活動

株式会社小松製菓 執行役員 青谷 耕成 氏



- 南部せんべいを製造する小松製菓では、敷地内の各施設を案内する MAP を作成したところ、修学旅行や団体ツアーの依頼が入り、二戸直営店の来客数 7 倍・売上 10 倍になった。
- ツアー客よりガイドの要望が多く、その対応として、スマホで利用できる音声ガイドを活用して対応。(日本語・英語・中国語)
- 関係人口創出に向け、二戸のファンクラブ「にのへシャドーズ」を民間主体で 2022 年 2 月 22 日に立ち上げた。
- 市内外から 330 名、21 の協力団体が登録。今後もイベントや特典キャンペーンなど楽しみながら展開していく。

#### “工芸のまち、盛岡”を発信する「北のクラフトフェア」の取組

株式会社クラシカウンスル 取締役 木村 敦子 氏



- 2022 年 10 月、岩手公園芝生広場にて、文化の発信・交流の場の創出を目的に「北のクラフトフェア」を市民有志、民間主体で初開催。112 名の作家が集結し、約 3 万人の来場者があった。
- 関連イベントとして、グッドデザインフェア、盛岡の飲食店によるブース、クラフトバスツアー、トークイベントなども実施。
- 2023 年は、10 月 7 日～9 日に開催予定！
- 盛岡は歩いて楽しめる街だと再認識し、オープンファクトリーの可能性を感じた。

### iii. パネルディスカッション - 「『魅せる』ことで地域に生まれる“変化”や“新たな価値”を探る」



#### トーク 1：立ち上げフェーズの苦労、心掛け

##### 「地域を巻き込み、共感者を増やし、仲間をつくる！」

- 「行政など味方をどう引き込んでいくかが重要」(木村氏)
- 「にのへシャドーズは1回目の会合で、事業者間で構想について話し合えたので良かった」(青谷氏)
- 「京都では『3年続いていたら参加を考える』という文化なので、継続実施することで少しずつ信頼を得てきた」(北林氏)
- 「チームづくりでは、はじめる人(言い出しっぺ)・支える人(地域のキーマン)・まとめる人(事務局)を押さえるのが重要」(新山氏)

#### トーク 2：地域の変化・新たな価値を探る

##### 「関わる人たちの意識が変化し、リテラシーが向上！」

- 「飲み会で『グチ』から『次何やるか』という生産性の高い話題に変わった」(新山氏)
- 「事業者が『目先の売上』ではなく、『いろんな人の出会いが未来を切り拓ける』という意識に変わってきた」(北林氏)
- 「事業者が本業とは別に、にのへシャドーズの取組を知人に話すなど愛着が生まれ、楽しみながら何かやってみようという刺激になっている」(青谷氏)
- 「使い手を育てることが大切で、公園で実施したことで、子供たちに作家さんと触れ合ってもらうことができた」(木村氏)

#### トーク 3：地域の変化・価値最大化の秘訣

##### 「楽しむこと!!楽しめる環境をいかにつくるか」

- 「地域や組織の心理的安全性の確保が重要。①話しやすさ(フラットで何を言っても許される)、②助け合い(みんなと一緒にやろう)、③挑戦する心(やったらいいじゃん)、④新奇歓迎(変な人も仲間)、を意識する」(新山氏)
- 「つくり手と使い手が楽しめる文化、環境づくりが大事。楽しい基準は人それぞれで、自分の居場所が確保できるいろんなタイプの場が地域にあるといい」(北林氏)
- 「文化をつくるということが、クラフトフェアの目的の1つ。運営側も楽しみながら、笑顔で、若い人に伝えていかないと次に繋がっていかない」(木村氏)
- 「義務感が出ると続かないので、ゆるーく、失敗してもいいので、自由にやってもらうことを大事にしている」(青谷氏)

おわりに：東北へのメッセージ

- 「東北でオープンファクトリーに取り組みたい地域があればぜひやった方がいい。ポイントは①小さくていいからやってみる、②はじめる人・支える人・まとめる人の座組、③できれば異動があるので行政主導でない方がいい」（新山氏）
- 「今回のフォーラムのようなお互いを刺激し合う地域を越えた相互交流を年中やって行きましょう」（北林氏）

総括：マナブデザイン株式会社 高橋氏

「自分たちもしっかり楽しみながら何事にもチャレンジし、まずやってみることが大切。これから新しい取組を考えている人は、今回の交流を取組の次の1歩に繋げていただきたい」

イ) 郡山開催

イベント名	東北オープンファクトリーフォーラム Vol.2 『魅せる』ことで地域に生まれる“変化”や“新たな価値”を探る
開催日時	2023年2月17日（金）13:30-16:00
会場	郡山商工会議所 6階・中ホールA及びオンライン配信
参加者数	55名
プログラム	【i. 開催趣旨説明】 ・東北経済産業局 【ii. 基調講演1】 『燕三条は工場の人をつなげる～新潟県燕三条の取り組み～』 ・株式会社玉川堂 番頭 山田 立氏 【ii. 基調講演2】 『まちが、こうばがエンターテイメントに変わる！～FactorISMの取り組み～』 ・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 【iii. パネルディスカッション】 『『魅せる』ことで地域に生まれる“変化”や“新たな価値”を探る』 <パネリスト> ・株式会社玉川堂 番頭 山田 立氏 ・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 ・株式会社富川屋 代表/ローカルプロデューサー 富川 岳氏 ・日ノ出工機株式会社 取締役総務部長 渡辺 拓美氏 <ファシリテーター> ・マナブデザイン株式会社 代表取締役 高橋 学氏 (オープンファクトリー-KORIYAMA プロデューサー)

i. 開催趣旨説明 (vol.1と同内容につき省略)

## ii. 基調講演



### 「燕三条は工場で人をつなげる ～新潟県燕三条の取組～」

株式会社玉川堂 番頭 山田 立 氏

- 生産現場を見てもらうことが、燕三条で育んできたものづくりの価値を伝える一番の手段と考え、工場の祭典を立ち上げ。何をやってもいいが、迷ったら立ち戻れるようコンセプトを設定。
- 40人ほどの移住者が、職人の担い手として活躍。また地域の子供たちにとっては、親の働く姿を見ることで、情操教育や地域の誇りの醸成に繋がっている。
- ショップを併設するなど受入れ体制を整備する工場が増え、今では25軒ほどの工場で、通年での受入れが可能に。3年前に旅行業の免許を取得し、通年でツアー形式の案内も開始。
- 職人の「気づき」が、オープンファクトリーの一歩の効果。いかに伝えるか、工場を魅せるかを考えることで、インナーブランディングに繋がっている。
- 今後も町工場を発信拠点として、国内外から燕三条に来ていただき、こだわりや思いを現場で伝え、技術を残していくというところに繋がっていきたい。



### 「まちが、こうばがエンターテインメントに変わる！ ～FactorISMの取組～」

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

- 地域には BtoB 企業が多く、「僕らのこと誰も興味ないと思う」という中小企業と出会い、自分たちの姿を自分たちで発信する術を考えるため、オープンファクトリーに取り組み始めた。
- 自由に楽しく自分ごとにするのが FactorISM らしさ。広報研修やお互いの工場視察を行うなど事業者同士で学び合う機会をつくることで、地域にワクワクや面白がる力が広がっている。
- ルーティン化すると、自分たちが楽しくなくなり、相手に伝わるので、毎年テーマを変更。参加企業が自分たちの事業として、事務局、広報活動、協賛金集めも自主的に取り組む。
- FactorISM が単なるイベントではなく、コミュニティになっており、大企業、金融機関、メディアなど「なんか一緒にやりませんか」とコラボの誘いが増加。
- 今後も工場がまちのエンターテインメントに変わる瞬間をつくるため、いろんな策を考え、いろんなコラボレーションをしてどんどんまちを良くしていきたい。

### iii. パネルディスカッション - 東北の取組紹介

---

#### 遠野の企業と仕事に出会う「遠野しごと展」の取組

株式会社富川屋 代表/ローカルプロデューサー  
富川 岳 氏



- 市内企業が人材確保に危機感を持っており、求職者や市民に遠野の仕事や企業を知ってもらう場として「遠野しごと展」を2022年11月初開催。
- 「人材育成」も目的の1つで、若手社員が自社の強みや魅力を伝えるための研修を実施。
- ワークショップやトークイベントなど企業の魅力をアウトプットする場を企画、遠野の企業を知ってもらう第一歩に繋がった。
- 来年度以降、工場見学や求職者支援組織、中高生との連携など検討しながら、遠野で働く・暮らすことがイメージできる複合的な取組にしていきたい。

#### 福島県内初！「オープンファクトリー KORIYAMA」の取組

日ノ出工機株式会社 取締役総務部長  
渡辺 拓美 氏



- 自社の技術、郡山の仲間、町工場の子カラを多くの人に伝えたいと思い、「オープンファクトリー KORIYAMA」を2022年10月初開催。
- 1日目は高校生、2日目は一般の方を対象に実施。地元の専門学校とも連携。参加者がみんな笑顔だったので、自分たちの工場には人を笑顔にする力があると実感。
- 取組を通して、仲間との絆、他地域との新たな繋がり、挑戦する気持ちやイノベーションを起こすきっかけを得ることができた。
- 2023年も開催決定！「共創」する町工場を目指し、郡山の製造業の新時代をつくっていきたい。

### iii. パネルディスカッション - 「『魅せる』ことで地域に生まれる“変化”や“新たな価値”を探る」



#### トーク 1：立ち上げフェーズの苦労、心掛け

##### 「ビジョンや意識の共有は最初はすごく大変！けどすごく大事!!」

- 「取組に賛同してもらうため『オープンファクトリーをやりましょう』と市内企業一社一社に説明」(富川氏)
- 「『なぜやるのか』、『何をを目指すのか』というイメージの共有に時間がかかった」(渡辺氏)
- 「この指止まれで、賛同してくれる人と取り組んできた。参加企業は来る者は拒まず、去る者は追わず」(山田氏)
- 「最初は大変だけど動き出してフォロワーがつく、フォロワーにいかにも理解してもらうのが大事。FactorISMの準備期間の大半はビジョンや意識の共有の議論」(松尾氏)

#### トーク 2：地域の変化・新たな価値を探る

##### 「地域に“プライド”や“新たなつながり”が生まれる！」

- 「包摂的なコミュニティができあがり、参加企業と学生ボランティアがいつの間にか繋がっているなど、小さな化学反応がすごく起こるようになった」(松尾氏)
- 「母親が働く会社の取組を知った子供が『遠野に生まれて良かった』と言ってくれた。10~20年かけて循環してくると思うので、そういう子を1人でも多く増やしていきたい」(富川氏)
- 「地元の人には大きな力、地元の人にこそ知って欲しい。地域のプライドに繋がる。第三者の評価が地元を見つめ直す機会になるので、アワードにも挑戦」(山田氏)
- 「参加した学生が『工場って面白い！イメージが変わった!』と、遠い世界にあった工場に興味を持ってくれた。そして職人の嬉しそうに話す姿が印象的」(渡辺氏)

#### トーク 3：地域の変化・価値最大化の秘訣

##### 「『ワクワク』を生み出す変化を与え続ける!」「民間・クリエイティブチーム・行政の三位一体!」

- 「『ワクワクさせる』ことが一番!ワクワクを生み出すために常に変化を与え続けることが大事」(松尾氏)
- 「目指すところ是一緒!民間とクリエイティブチームと行政が三位一体で取り組む」(山田氏)
- 「ものづくりや職人のまちと呼ばれていない地方都市におけるオープンファクトリーのベストな形を模索していきたい」(富川氏)
- 「オープンファクトリーを通してできた繋がりを大事に郡山を盛り上げていきたいと決意」(渡辺氏)

おわりに：東北へのメッセージ

- 「正解はないので、2、3社でいいからやってみて、どんどん改善していくことが一番の肝。つまりポイントはわかるので、お手伝いできることがあれば、ぜひやってみてください！」（山田氏）
- 「人と人との出会いでしか人は成長しないと思うので、人との出会いの数や加速度を街中で上げていくにはオープンファクトリーはちょうど良い。ぜひまた呼んでください！」（松尾氏）

---

総括：マナブデザイン株式会社 高橋氏

「今回のキーワードは、『ワクワクする』ということ。そして「続けることは繋がること、繋がることは広がること」。これらを循環していくと、地域を盛り上げるエネルギーになり、どんどん楽しくなってくる。そしてその先にある難しさも教えていただいたので、各地で新しい取組を始める方は、ぜひこのキーワードを胸に置き、取り組んでいただきたい。」

---

## ② 実証結果

本調査で実施したフォーラムは、「産地の顔」＝「各地の取組のキープレイヤー」が、地域を越えて、経験値をフラットに共有し、学び合う場として開催し、相互に学びや気づきを得る機会となり、キープレイヤー同士のものづくりや地域に対する思いや熱量がお互いを触発し、新たなグッドプラクティスを生み出す可能性を広げることに繋がったと言える。

また、フォーラムの参加者からも、「オープンファクトリー等の取組の可能性・意義・魅力への気づき」、「キープレイヤーの熱量による、他地域への刺激や共感」、「他地域の取組からの学び」に関する声が寄せられた。（【東北オープンファクトリーフォーラム参加者アンケート（一部抜粋）参照】）

1つ目の「オープンファクトリー等の取組の可能性・意義・魅力への気づき」に関する声については、「自分たちの地域や社内ではどんなことができるか」、「まず一歩踏み出せればと思う」など、自地域や自社を顧みて、次の1歩への気づきや新たな着想を得る契機となったことが伺える。

2つ目の「キープレイヤーの熱量による、他地域への刺激や共感」に関する声については、キープレイヤーのものづくりや地域に対する思いや熱量が、参加者も含めた会場全体に伝播し、「ワクワク感が生まれる楽しい場」の創出に繋がったことが伺える。

3つ目の「他地域の取組からの学び」に関する声としては、各地の取組の経験を踏まえた「立ち上げ時の経緯や苦労」、「企業間の意識共有の方法」、「事業の運営体制」、「行政との関わり方」、「継続的な事業の運営方法」、「今後の展望」などに関心が高いことが伺える。

さらに「各地の取組を訪問してみたい」という声も多く、今回のフォーラム開催が、更なる地域間の交流機会の拡大の契機に繋がったと言える。

以上のことから、地域を越えた知識移転の場は、相互に学びや気づきを得る機会となり、キープレイヤー同士のものづくりや地域に対する思いや熱量がお互いを触発し、新たなグッドプラクティスを生み出す可能性が非常に高く、なおかつ、「ワクワク感が生まれる楽しい場」であるということを示唆する。

また、今回のフォーラムや参加者アンケートの中で、「地域を越えた相互交流のニーズ」があったことから、今後も地域を越境した知識移転の場の継続的な創出が重要と考える。

【東北オープンファクトリーフォーラム参加者アンケート（一部抜粋）】

フォーラムによる効果	参加者アンケート(一部抜粋)
①オープンファクトリー等の取組の可能性・意義・魅力への気づき	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 自地域と似たような環境で外から新しい人がたくさん流入しているのが衝撃。小さな1歩からの連続だと思った。(vol.1)</li> <li>• 歴史ある工芸品の関係者を、「未来への思考」につなげることができたことが印象に残った。(vol.1)</li> <li>• オープンファクトリーがどういうものか理解してなかったが、フォーラムを通じ、自地域としてどんなことができるのか、期待感を感じた。(vol.1)</li> <li>• 毎年パワーアップしていくための「しかけ」があり、素晴らしい。失敗しても「やってみること」が大切で、まず一歩踏み出せればと思う。(vol.2)</li> <li>• 手段はめちゃくちゃ簡単とっていただき、ハードルが下がった。工場とまちづくりを楽しくする取組をやっていきたい。(vol.2)</li> <li>• オープンファクトリーを続けていくことで、何か変われることがあるかもしれないと思った。(vol.2)</li> </ul>
②キープレイヤーの熱量による、他地域への刺激や共感	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 熱量をもって、地域らしさを根っこに楽しんで続ける、聞いているだけで大変ワクワクした。(vol.1)</li> <li>• 自分たちの地域では、どんなことができるのか、「我がまちでも」という気にさせられた。(vol.1)</li> <li>• 「楽しい」。何よりも大切なことだと思った。(vol.1)</li> <li>• 「なんかしよう」という言葉が非常に共感できた。(vol.1)</li> <li>• 刺激を受ける事項も多く、自分たちなら何ができるのかを考える契機となった。(vol.1)</li> <li>• 他地域の話がとても良い刺激となった。ぜひ東北の他の地域でも開催し、波及させて欲しい。(vol.1)</li> <li>• イベントを超えて「365 日常時見学できるようにしたい」という考えに感銘を受けた。(vol.2)</li> <li>• 「遠野しごと展」、「オープンファクトリー-KORIYAMA」の立ち上げ時の苦心と、それ以上の情熱を感じた。(vol.2)</li> <li>• 非常にワクワクするフォーラムだった。(vol.2)</li> </ul>

① 他地域の取組からの学び

- 取組当初の失敗談、これから先の展望などで学ぶところが多くあった。(vol.1)
- 関係者との協力体制や、運営に苦勞されている話を伺うことができ、参考になった。(vol.1)
- 「時間はかかるが、継続すること」、「まずはやってみること」、「少しずつ意識が変わっていくこと」、「楽しく続けられるようにすること」が大事だとわかったので、参考にしたい。(vol.1)
- パネリストの方それぞれの経験からの話が聞いて良かった。(vol.1)
- 事業の運営の仕方がうまいと感じた。(vol.2)
- 地域のポテンシャルを最大限生かすべく、オープンファクトリーの取り組みに至った経緯、ブランディングの考え方など、あらゆる事業に通ずる学びを得た。(vol.2)
- マンネリ化しないようテーマを変える事でコンテンツを増やすなど常に変化を意識して取り組んでいる姿勢は勉強になった。(vol.2)
- はじめての実施にあたっての苦勞のお話が共感できた。思いを共有することの大変さははじめるときに必ず感じる壁だと思う。(vol.2)
- 自治体、官公庁側の関わり方、役割についても伺いたい。(vol.2)

※詳細は、4. 参考資料『東北オープンファクトリーフォーラム参加者アンケート結果』参照。



二戸開催



郡山開催

(2) 現地研究会（ヒューマン・ビジット）の開催

公開イベントの開催に合わせて、公開イベントに登壇した「産地の顔」＝「各地の取組のキープレイヤー」が、公開イベント開催地のオープンファクトリーに取り組む地域企業を訪問し、工場・工房見学、体験、意見交換を行うツアー形式の現地研究会（ヒューマン・ビジット）を実施することで、ナレッジシェア・ポート（知識移転の場）を創出することを目指した。その上で、各地の取組のキープレイヤー及び訪問企業において、どのような情報の共有が有意義であったか、どのような共有の仕方が互いに有意義であったかなど、共鳴する要素について検証を行うとともに、訪問前後の意識の変化や新たな気づき等の差異について分析・考察を行った。

### ① 開催概要

東北オープンファクトリーを開催した岩手県二戸市及び福島県郡山市にて、フォーラム登壇者である各地の取組のキープレイヤーを研究会委員として、オープンファクトリーに取り組む地域企業をそれぞれ3社訪問し、工場・工房見学、体験、意見交換などの交流を通じた現地研究会（ヒューマン・ビジット）を実施し、お互いの取組における知見を深めることで、新事業へのヒントや新たな繋がり創出を図った。

#### ア) 二戸開催

開催日時	2023年1月24日（火）～1月25日（水）
開催エリア	岩手県二戸市
行程	現場訪問①：株式会社小松製菓 現場訪問②：株式会社二戸サントップ 現場訪問③：滴生舎
研究会委員	・ TSUGI LLC. 代表 新山 直広 氏 ・ 一般社団法人 Design Week Kyoto 実行委員会 代表理事 北林 功 氏 ・ 株式会社クラシカウンスル 取締役 木村 敦子 氏 ・ 小松製菓株式会社 執行役員 青谷 耕成 氏 ・ マナブデザイン株式会社 代表取締役 高橋 学 氏
参加自治体	・ 二戸市 商工観光流通課 ・ 郡山市 産業創出課

#### i. 株式会社小松製菓 (<https://www.iwateya.co.jp/>)



ii. 株式会社二戸サントップ (<https://ninohe-suntop.co.jp/>)



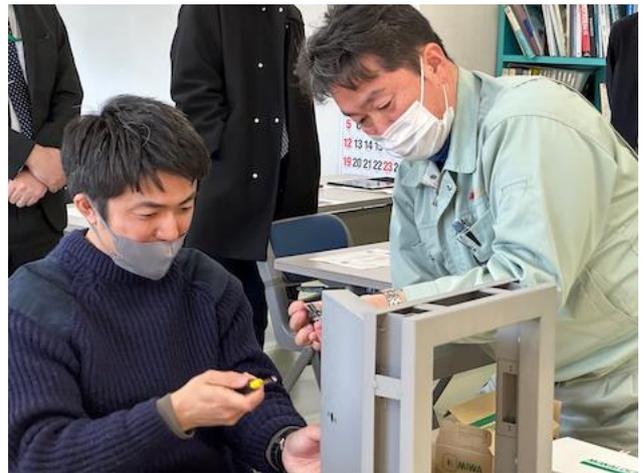
iii. 滴生舎 (<https://urushi-joboji.com/life/tekiseisha>)



イ) 郡山開催

開催日時	2023年2月16日(木)～2月17日(金)
開催エリア	福島県郡山市
行程	現場訪問①：旭金属工業株式会社 現場訪問②：株式会社横山鋼業 現場訪問③：日ノ出工機株式会社
研究会委員	・株式会社玉川堂 番頭 山田 立氏 ・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 ・株式会社富川屋 代表/ローカルプロデューサー 富川 岳氏 ・日ノ出工機株式会社 取締役総務部長 渡辺 拓美氏 ・マナブデザイン株式会社 代表取締役 高橋 学氏
参加自治体	・郡山市 産業創出課 ・遠野市 商工労働課 ・二戸市 商工観光流通課

i. 旭金属工業株式会社 (<http://www.asahi-mi.co.jp/>)



ii. 株式会社横山鋼業 (<http://www.yokoyama-kogyo.com/>)



iii. 日ノ出工機株式会社 (<http://www.hinode-k.co.jp/>)



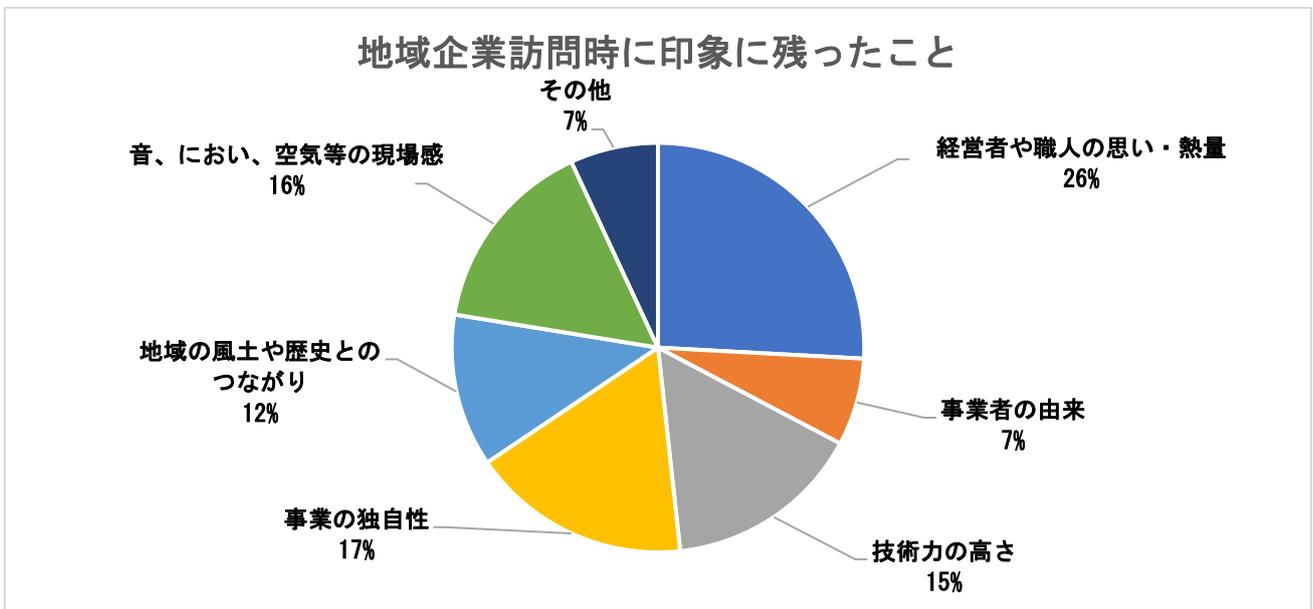
## ② 実証結果

本調査で実施した現地研究会（ヒューマン・ビジット）は、現地研究会委員が、地域企業の工場・工場の現場を訪問することにより、以下のアンケート結果からもわかるように、経営者や職人の思い・熱量、技術力の高さ、事業の独自性、地域との繋がりなどを五感も通して伝えることができる質の高い学び合いの場を創出することでできたと言える。

また、現地研究会委員からは、訪問企業に対し、実際に見て、聴いて、体験したことを踏まえ、「工場・工房見学やものづくり体験、各社の取組の伝え方などに関するアドバイス」や「コラボレーションの可能性」などの具体的な助言や提案もあった。

以上のことから、実際に企業の現場を訪問し、交流を通じた学び合いの場である現地研究会（ヒューマン・ビジット）により、質の高い学びに加え、自社の魅せ方や新事業へのヒントが得られ、新たなイノベーション創出の可能性が高まるということを示唆する。

【研究会委員が地域企業を訪問し、印象に残ったこと】



### 3. ナレッジシェア・ポート(知識移転の場)の実証調査から見てきたもの

既述のとおり、本実証調査では、ナレッジシェア・ポート(知識移転の場)として、「公開イベント(東北オープンファクトリーフォーラム)」及び「現地研究会(ヒューマン・ビジット)」を実証的に創り出すことで、要約すると以下の示唆を得ることができた。

**「知識移転の場」は、学びあり、刺激あり、イノベーションの兆しあり、ワクワクあり！**

#### 【フォーラム】

・地域を越えた知識移転の場は、相互に学びや気づきを得る機会となり、キープレイヤー同士のものづくりや地域に対する思いや熱量がお互いを触発し、新たなグッドプラクティスを生み出す可能性が非常に高く、なおかつ、「ワクワク感が生まれる楽しい場」である。

#### 【現地研究会(ヒューマン・ビジット)】

・現地研究会(ヒューマン・ビジット)により、質の高い学びに加え、自社の魅せ方や新事業へのヒントが得られ、新たなイノベーション創出の可能性が高まるということを示唆する。

#### 共有が有意義な(互いに必要とする)情報

- ◆オープンファクトリー等の各地の取組の可能性・意義・魅力
- ◆各地の取組の運営体制・方法、企業間の意識共有などの具体的内容、壁の乗り越え方や工夫など
- ◆工場見学や各社の取組の伝え方などに対する具体的助言やコラボの可能性など

#### 【フォーラム】

・「オープンファクトリー等の取組の可能性・意義・魅力への気づき」に関する声については、「自分たちの地域や社内ではどんなことができるか」、「まず一步踏み出せればと思う」など、自地域や自社を顧みて、次の1歩への気づきや新たな着想を得る契機となったことが伺える。

・「他地域の取組からの学び」に関する声としては、各地の取組の経験を踏まえた「立ち上げ時の経緯や苦勞」、「企業間の意識共有の方法」、「事業の運営体制」、「行政との関わり方」、「継続的な事業の運営方法」、「今後の展望」などに関心が高いことが伺える。

#### 【現地研究会(ヒューマン・ビジット)】

・経営者や職人の思い・熱量、技術力の高さ、事業の独自性、地域との繋がりなどを五感も通して伝えることができる質の高い学び合いの場を創出することできたと言える。

・現地研究会委員からは、訪問企業に対し、実際に見て、聴いて、体験したことを踏まえ、「工場・工房見学やものづくり体験、各社の取組の伝え方などに関するアドバイス」や「コラボレーションの可能性」などの具体的な助言や提案もあった。

#### 地域には、継続的なナレッジシェア・ポートの創出が必要！

・今回のフォーラムや参加者アンケートの中で、「地域を越えた相互交流のニーズ」があったことから、今後も地域を越境した知識移転の場の継続的な創出が重要。

本調査を通じて、東北というエリアでフォーラムや現地研究会（ヒューマン・ビジット）を開催することで「産地の顔」×「産地の顔」や、「産地の顔」×「地域企業・自治体」が会う場を創出したが、上述したとおり、「地域を越えた相互交流のニーズ」があることから、地域一体型オープンファクトリーをはじめとした、ものづくり、産業、地域の魅力を地域が一体となって発信する取組を発展させていくため、そしてオープンイノベーションを進展させるためには、東北各地において継続的にナレッジシェア・ポートを継続して創出していく必要がある。

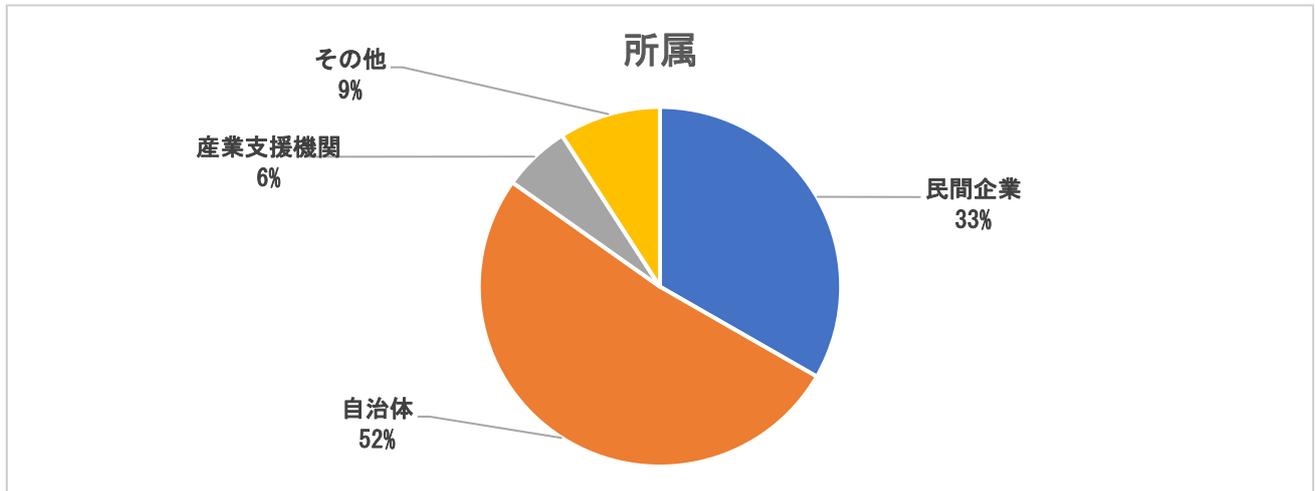
今後も、2025年の大阪・関西万博を見据え、地域の多様な魅力を発信する「手段」の1つとして、地域一体型オープンファクトリーの取組を推進している近畿経済産業局や関東経済産業局など各地の経済産業局と連携し、ナレッジを共有しながら、東北の新たな魅力発信の手段として、地域一体型オープンファクトリーの取組を始めとしたものづくり、産業、地域の魅力を地域が一体となって発信する取組の機運醸成を図っていく。

#### 4. 参考資料

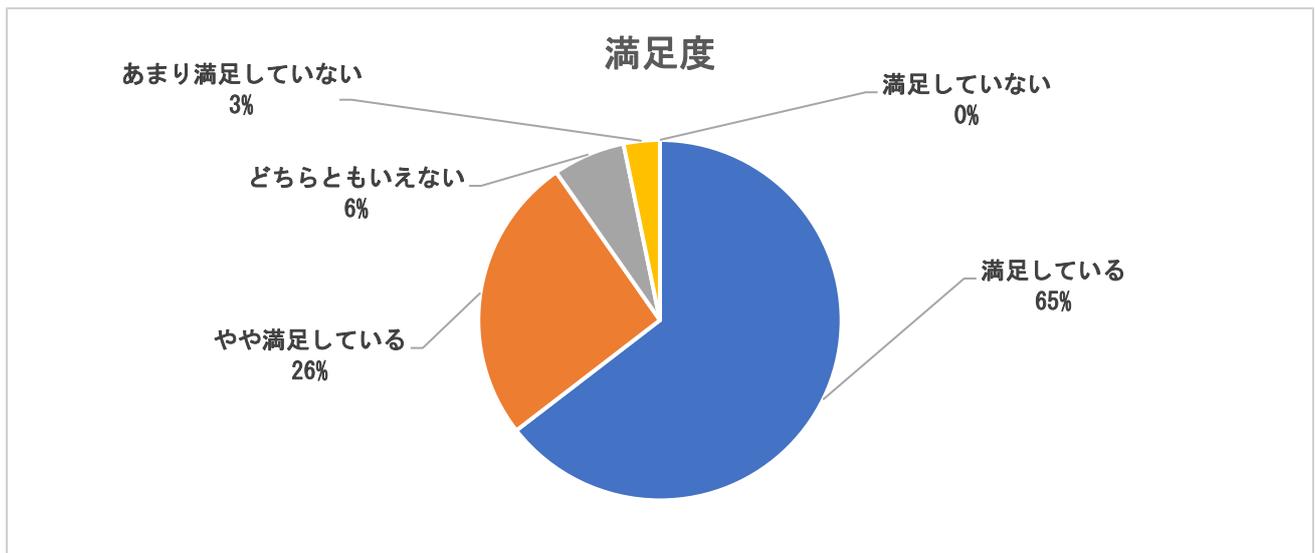
##### 『東北オープンファクトリーフォーラム参加者アンケート結果』

##### ① 二戸開催

##### ア) 参加者の所属



##### イ) フォーラムの満足度

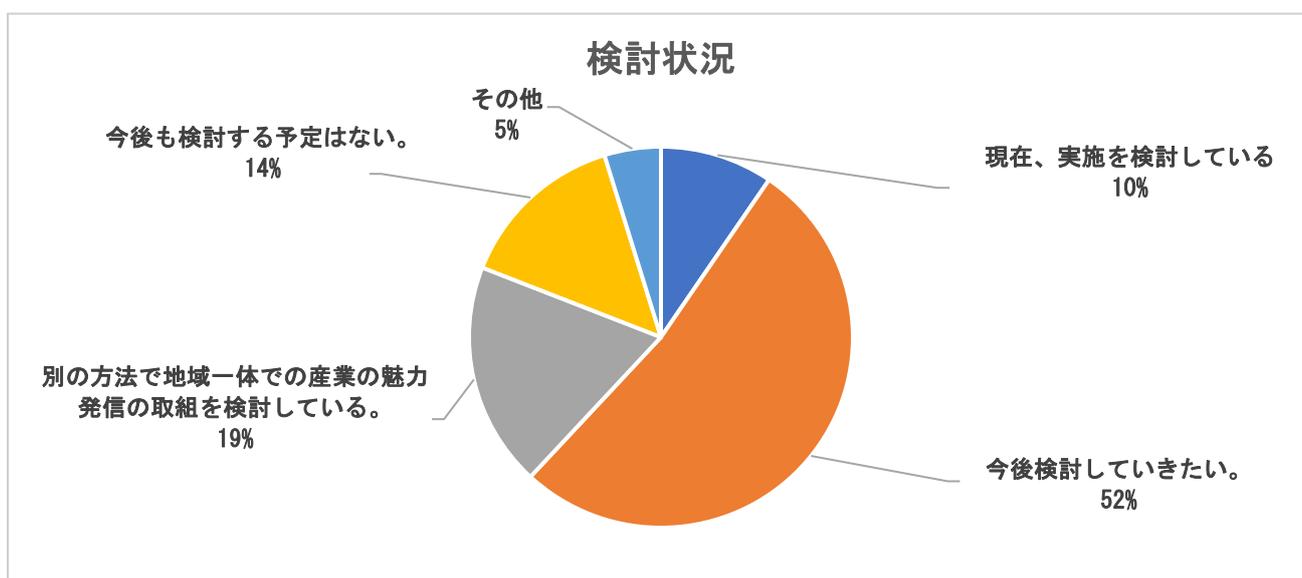


##### ウ) 各プログラムの感想（一部抜粋）

<p>基調講演 1 (新山氏)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>熱量をもって、地域らしさを根っこに楽しんで続ける、お聞きしているだけでも大変ワクワクする講演だった。今後の活動に生かしていきたい。</li> <li>二戸と似たような環境で外から新しい人がたくさん流入しているのが衝撃だった。小さな1歩からの連続だと思った。</li> <li>オープンファクトリーを成功させることも大事であるが、その先に何を求めるのか、ゴールを何に設定するのかを共有して明確にすることが大事であると感じた。</li> </ul>
-------------------------	---

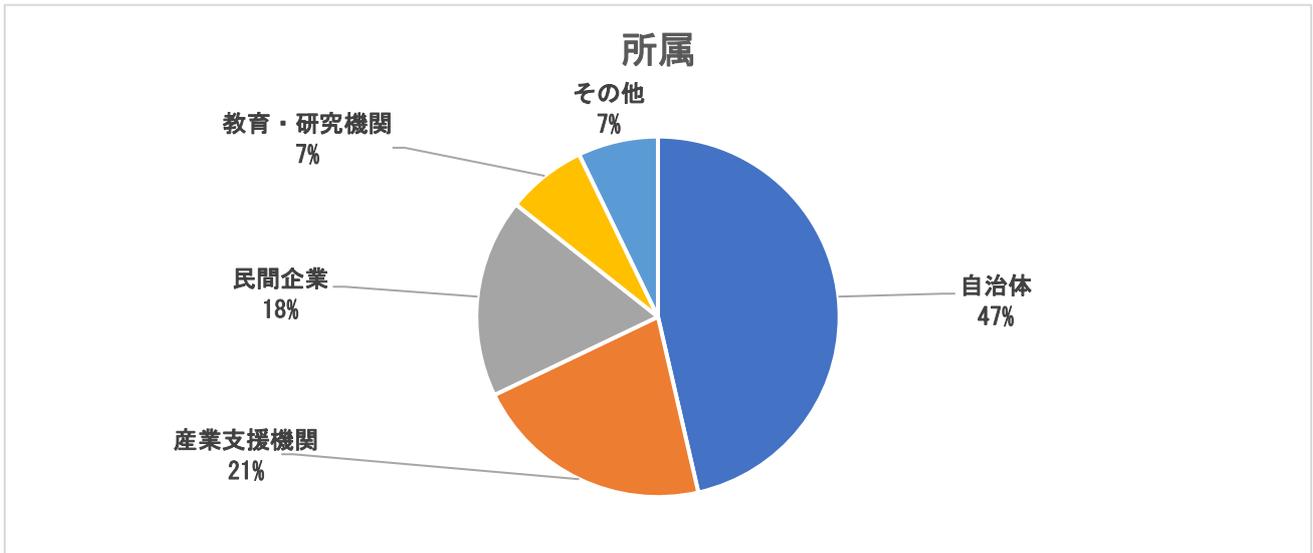
	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域課題や地域の特色を踏まえて、仲間作りをしながら産業を魅せる事で、産業の活性化だけでなく、その他にも影響を与えることが出来ると知ることが出来た。</li> <li>B2B から B2C を加えたターゲットを定めて街を魅せ、街に人を呼ぶためのオープンファクトリーの考え方が参考となった。</li> </ul>
基調講演 2 (北林氏)	<ul style="list-style-type: none"> <li>オープンファクトリーを「なぜやるのか」の部分がわかり良かった。</li> <li>歴史ある工芸品の関係者を、未来への思考につなげることができたことが印象に残った。多くの関係者をまとめるのに苦労された敬意を表する。</li> <li>閉鎖的な地域、産業、人に対して、分析し、どうアプローチをしていくのか、こちら大変なパワーがいることだと思う。改めて参考にし、社内、地域をどう変えられるのか、今後の参考にしたい。</li> <li>多様な職種や人間が関わる機会を作ること、新たな価値や関係が生まれると言うことはその通りだと前々から感じているが、なかなか一緒にやる仲間がおらず、進められていない事もあるので参考になった</li> <li>「なんかしよう」という言葉が非常に共感できた。</li> </ul>
パネルディスカッション	<ul style="list-style-type: none"> <li>二戸市、盛岡市は同じ東北であり、魅力を高める事業展開など参考となった。</li> <li>産業観光を楽しみながらチャレンジし、地域の文化をつくるということが印象に残った。</li> <li>行動を起こすこと、楽しみながらやるのが、いい循環に繋がると学んだ。</li> <li>内部で話しているだけでなく、外部へ出て交わることが突破へのカギになると思った。</li> <li>行政主導で行うと、市のイメージや公金を取り扱っているということもあり、独創的な事ややりたい事が出来ず、結局失敗する事のほうが多いと思っているので域と一体になって協力し、地域主導で自分達が盛り上げたいと思えるような地域づくりが出来るようにしたいと思った。</li> </ul>

エ) 自地域での地域一体型オープンファクトリーの検討状況

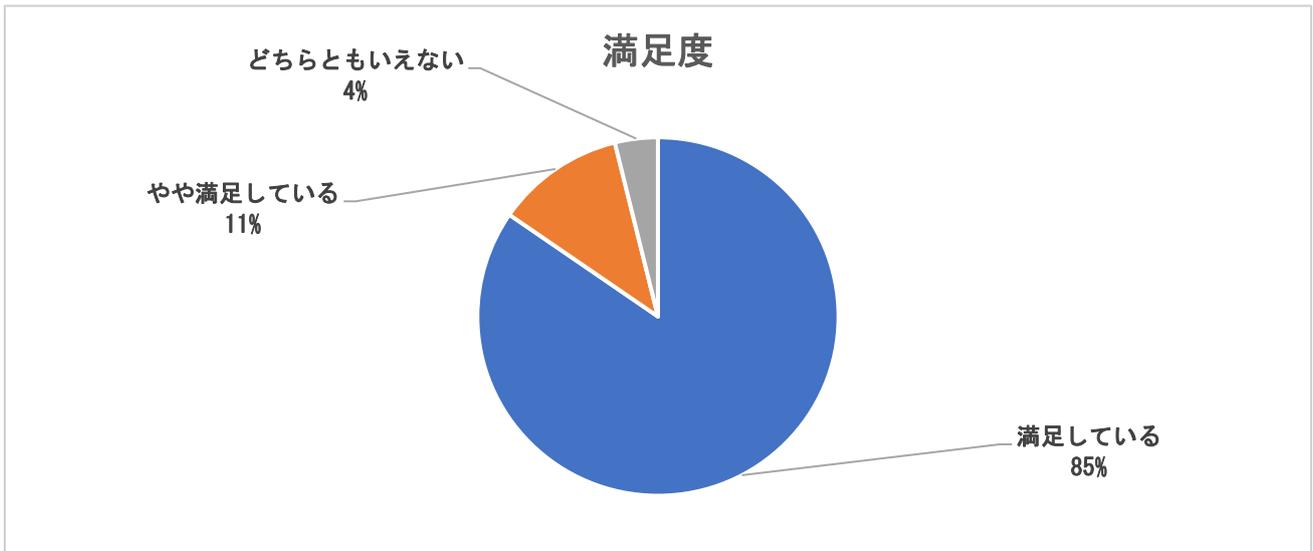


② 郡山開催

ア) 参加者の所属



イ) フォーラムの満足度

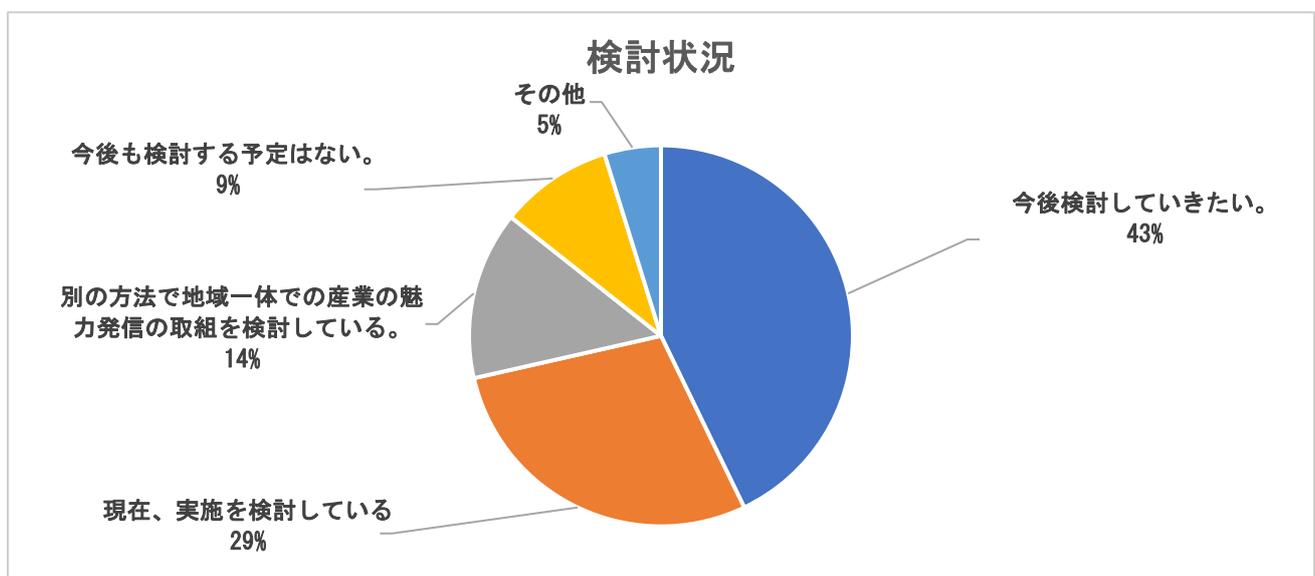


ウ) 各プログラムの感想 (一部抜粋)

基調講演 1 (山田氏)	<ul style="list-style-type: none"><li>● 製造業に限らず地域の1~3次産業すべてをつなぐポテンシャルがあること、10年間の取組の知見を学べた。</li><li>● 「仲間が増える→客の選択肢が増える→リピーターが増える」のサイクルを生みだしているところが素晴らしい。</li><li>● イベントを超えて「365日常時見学できるようにしたい」というお考えに感銘を受けた。</li><li>● 毎年パワーアップしていくための「しかけ」があって、素晴らしい取組。失敗してもとにかくやってみることが大切で、まず一歩踏み出せばと思う。</li><li>● オープンファクトリーの取組も10年目、実際に現場を見てもらう事が手っ取り早い事など五感を使った見学の有効性を学べた。</li></ul>
-----------------	---

<p>基調講演 2 (松尾氏)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• いろいろな製品に出会う＝エンタメという強みにしたことがすごい。参加企業がとても自主的で自由に楽しく！というのは理想的。</li> <li>• 自分たちが自由に楽しく取り組むことで、地域のワクワクが広がる結果に繋がる事、参加頂いた方が職人を褒める事で職人も喜ぶ姿は目に浮かんだ。</li> <li>• 市のお金を使わず、企業が自ら考えられていることに驚いた。FactorISM そのものがブランドとなっていることも地域の大きな力になっていると感じた。</li> <li>• マンネリ化しないようテーマを変える事でコンテンツを増やすなど常に変化を意識して取り組んでいる姿勢は勉強になった。</li> <li>• 文化祭をコンセプトに取り組みを実施しているという話が非常に腑に落ちた。主催者が楽しまなければ取り組みも長続きせず、活気もでない。自治体を飛び出してまで取り組もうという気概を感じた。</li> </ul>
<p>パネルディスカッション</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• オープンファクトリーを続けていくことで、何か変われることがあるかもしれないと思った。</li> <li>• スタートしたばかりの「遠野しごと展」、「オープンファクトリー-KORIYAMA」の立ち上げ時の苦心と、それ以上の情熱を感じた。さらに発展すると直感的に感じた。</li> <li>• まずはやってみる、1歩を踏み出さなければ何も始まらないと感じざるを得なかった。</li> <li>• ビジョンを伝えることの大事さを知った。</li> <li>• オープンファクトリーを行うことにより、企業と企業との新たなつながりを作り、さらにはまちづくりにも発展させられればベストであると思う。</li> <li>• はじめての実施にあたっての苦労のお話が共感できた。思いを共有することの大変さははじめるときに必ず感じる壁だと思う。その苦労があって、やって良かったと思えるような経験や参加者の感想、効果がより濃く感じられるのだと思った。話を聞いて本当にワクワクした。</li> </ul>

エ) 自地域での地域一体型オープンファクトリーの検討状況



令和4年度 東北地域におけ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 東北経済産業局

(委託事業者：株式会社地域ブランディング研究所)