

続・地域一体型オープンファクトリーの可能性

～非財務価値の可視化でつなぐ、万博レガシーから価値創出エコシステムへ～

2026年7月

 **DBJ** 株式会社日本政策投資銀行

関西支店

はじめに

- 本レポートは、2025年3月公表の下記レポートの続編として公表するものである。同レポートでは、地場産業の持続可能な発展に向け、産業振興・地域振興の手段として注目される地域一体型オープンファクトリー（以下、「OF」という。）の意義や新たなビジネスチャンスを創出する活用のあり方、共創を促進する場の構築を通じて、OFの将来像を示した。
- 本レポートでは、その将来像の具体的な実装に向け、OFの最新動向や大阪・関西万博での取組を整理するとともに、地場産業が有する**非財務価値の可視化・共有**を通じて、外部パートナーとの**共創関係の形成**と持続可能な**価値創出エコシステム**の構築に向けた考え方を提示する。

✓ 2025年3月発行 株式会社日本政策投資銀行 関西支店
「地域一体型オープンファクトリーの可能性～地場産業の新たなビジネスチャンスの創出と持続可能な発展～」
https://www.dbj.jp/topics/investigate/2024/html/20250319_205830.html



地域一体型オープンファクトリーの可能性 ～地場産業の新たなビジネスチャンスの創出と持続可能な発展～

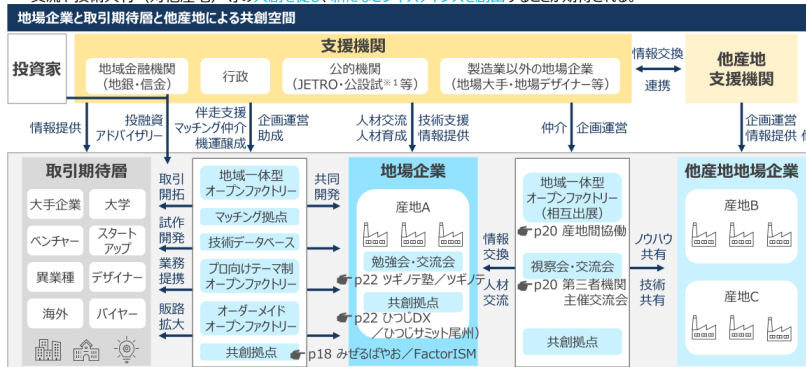
2025年3月

 **DBJ** 株式会社日本政策投資銀行
関西支店

SectionⅢ-2.新たなビジネスチャンスの創出に向けた取組

産地全体の取組の推進

- 産地全体で一体的に取り組むためには、予算やリソースに限られる地場企業に代わって企画運営を担う支援機関の存在が重要である。地域金融機関等の地域を俯瞰し専門性を持つ機関が支援を担うことにより、取組が持続され得る。そのうえで、地場企業、取引期待層、他産地企業間の共創を促進する場を構築することが有効である。
- オープンファクトリーを基盤とした企業や産地を横断する連携は、地場企業に不足している**研究開発力**を高め、**海外販路の開拓**を推進する。さらに、人材育成やDX等の**共同投資**（産地内）、新規取引の開拓や製品の**共同開発**（対取引期待層）、人材交流や技術共有（対他産地）等の**共創**を促し、**新たなビジネスチャンスを創出**することが期待される。



出所：各種「アテンド」を基にDBJ作成
※1：公設試験研究機関

DBJ 38

Executive Summary

I 地場産業の構造変化と地域一体型オープンファクトリーの最新動向

地場産業は、担い手不足、設備の老朽化、原材料供給の不安定化等の制約に直面し、産地全体の供給基盤は縮小局面にある。従来の「作れば売れる」構造は崩れ、**継続的な生産そのものが課題**となる中、**個社単独での対応には限界**が生じている。このため、外部**パートナーとの連携による新たな需要創出と価値共創が不可欠**となっている。

地域一体型オープンファクトリーは、産地全体で外部との接点を創出する手法として全国に広がり、開催地域も拡大している。2025年大阪・関西万博では、企業、大学、金融機関、行政等との新たな接点や協業が生まれ、地場産業と外部パートナーとの関係構築が進展した。今後は、こうした関係を一過性の取組に終わらせず、**継続的な協業や新たな価値創出へ発展**させ、**万博レガシーとして地域に定着**させていくことが重要である。

II 非財務価値を起点とした共創基盤の構築

地域一体型オープンファクトリーの拡大により、外部パートナーとの接点は増加したものの、それらが継続的な協業や共創へと発展するケースは限定的であり、**活動が一過性にとどまる課題が顕在化**している。その背景には、地場産業と外部パートナーとの間における**価値認識のギャップ**が存在する。地場産業は、技術・文化・人材・関係性等の非財務価値を強みとしているが、これらは中長期的な財務価値や競争優位の源泉である一方で可視化が難しい。そのため、収益性や事業性等の定量的指標を重視する外部パートナーに十分に伝わらず、共創関係の形成が進みにくい構造となっている。

本レポートでは、こうした課題に対し、①ロジックモデルによる価値創出プロセスの構造化、②現在価値と将来価値を含む非財務資産の可視化、③外部パートナーの関与と期待リターンの明確化を提案した。これらの手法は、地場産業が有する**非財務価値**を外部パートナーに**理解可能な形へと翻訳**し、価値認識のギャップを埋めることで、**共創関係の形成を促す**ものである。また、他分野では定性的価値の可視化・指標化が進展しており、地場産業においても**非財務価値やその波及効果を可視化**していく必要性が高まっている。

III 持続可能な価値創出エコシステムの形成

地場産業と外部パートナーとの共創は、近年各地で生まれつつあるものの、その多くは個別事例や一過性の取組にとどまっている。今後は、**地域に蓄積された価値を可視化・共有**し、**次の共創につなげる循環を構築**することが重要である。そのためには、行政や中間支援組織が共通指標や情報基盤の整備を担うとともに、地場企業自らが非財務価値を整理・発信し、多様な主体との共創機会の創出につなげていくことが求められる。

地域一体型オープンファクトリーは、単なる認知向上や誘客の場ではなく、**多様な主体と新たな価値を共創するプラットフォームへと進化**していくことが期待される。そして地場産業は、地域内外の多様な主体とともに**新たな価値を創出する共創パートナーとして、持続可能な価値創出エコシステムの形成を担う**ことが期待される。

Contents

Section I 地場産業の構造変化と地域一体型オープンファクトリーの最新動向

1. 地場産業の現在地 P. 5
2. 地域一体型オープンファクトリーの最新動向 P. 7
3. 万博による共創の機運と課題 P. 12

Section II 非財務価値を起点とした共創基盤の構築

1. 接点から共創への障壁 P. 16
2. 共創関係の形成に向けた価値の翻訳 P. 18

Section III 持続可能な価値創出エコシステムの形成

1. 地場産業を中心とした価値創出エコシステム P. 26

Section I

地場産業の構造変化と地域一体型オープンファクトリーの最新動向

1. 地場産業の現在地
2. 地域一体型オープンファクトリーの最新動向
3. 万博による共創の機運と課題

Section I -1.地場産業の現在地

地場産業は「人・設備・資源」の制約に直面している

- 地場産業は、担い手不足、製造設備の老朽化、原材料供給の不安定化等の複数の制約に直面している。これらの課題が同時に進行し、産地全体の供給基盤は弱体化しつつある。

地場産業の多数を占める中小製造業の現状と課題



担い手不足

- 深刻な労働力不足に加え、経営者の高齢化と後継者不在が重なる

雇用人員DI



65歳以上の
経営者※2

後継者がいない
・未定※2



高齢化



後継者不足



製造設備の老朽化

- 老朽化の進行に加え、設備メーカーの廃業等を背景に維持・更新が困難化

生産設備の保有期間が10年以上



原材料の供給不安定化

- 資源そのものの枯渇や入手難およびサプライヤーが減少

原材料の枯渇

(典型例：漆の生産量)



原材料供給網の縮小



「作れば売れる」から「作り続けることが難しい」時代へ

- かつての「作れば売れる」時代から一転し、生産力の縮小や各工程を担う事業者の廃業が進むことで、サプライチェーンの寸断リスクが顕在化するなど、安定的な**ものづくりの継続が困難**となりつつある。こうした状況下では、個社単独での対応には限界があり、地場産業の持続的な発展には、**外部パートナーとの連携**による**新たな需要創出や共創機会**を生み出していくことが不可欠となっている。
- こうした中、地域一体型オープンファクトリーは、外部パートナーとの接点を生み出す場として注目されており、地域に蓄積された技術や文化などの非財務価値を外部に接続し、将来的な**共創や連携の基盤を形成する取組**として期待されている。

地場産業を取り巻く環境の変化

作れば売れる (規模の経済)

- 大量生産
- 効率重視
- 需要が安定

内製で完結

選ばれないと売れない (価値の経済)

- 付加価値化
- 差別化
- ブランディング・販路が重要

外部パートナーとの接点が必要
(マーケティング)

作り続けることが難しい (持続性の経済)

- 供給基盤の弱体化
- 生産力縮小や廃業によるサプライチェーン寸断
- 個社単独では対応困難

外部パートナーとの連携が必要
(投資・人材・技術)

接点形成の場



地域一体型
オープンファクトリー

共創・連携基盤形成の場



地域一体型
オープンファクトリー

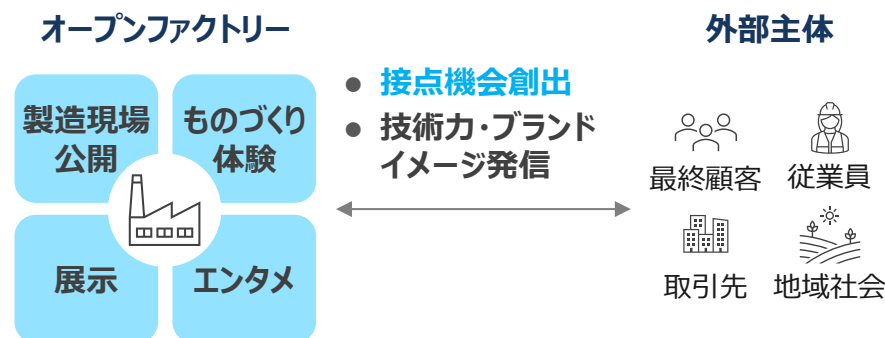
Section I -2.地域一体型オープンファクトリーの最新動向

地域一体型オープンファクトリーとは

- オープンファクトリーとは、**製造現場の公開**や**ものづくり体験**を通じて、企業と**外部主体との接点を創出**する取組である。
- 特に地域一体型オープンファクトリーは、複数の中小・小規模企業が連携し、地域全体で外部との接点を広げる特徴がある。来訪者の関心は個別企業にとどまらず、**産地全体への関与**や**共創の可能性**が生まれやすい。本レポートでは、①製造現場の公開、②製造工程や技術の可視化、③職人との対話、の要素を備える取組をオープンファクトリーとして整理する。※1

コーポレート・コミュニケーションの手段

地域一体型と一社単独型との違い



	地域一体型	一社単独型
主体	複数の中小・小規模企業 (数社～100社)	個社の企業 (主に大企業)
期間	期間限定 (年に1回～数回、数日間)	常時
目的	- 企業ブランディング - 企業間連携 - 産業・産地ブランディング - 地域振興	- 企業ブランディング - トレーサビリティ - 社会貢献
外部主体との接点	面のつながり	線のつながり

出所：DBJ『地域一体型オープンファクトリーの可能性～地場産業の新たなビジネスチャンスの創出と持続可能な発展～』 写真：（一社）SOE提供

※1：製造現場ではない会場に企業が集まる開催形態であっても、来場者を製造現場へ誘導する仕組みがある場合は対象に含める

Section I -2.地域一体型オープンファクトリーの最新動向

地域一体型オープンファクトリーの分布（2025年開催実績・順不同）

北陸

新潟市東区オープンファクトリー
燕三条 工場の祭典
五泉ニッフェス
～職人探訪～十日町きものGOTTAKU
魚沼 OPEN FACTORY
市場街（高岡クラフト市場街）
クラフトフェア ツギノテ
トミファ
GEMBAモノヅクリエキスポ
千年未来工芸祭
RENEW
めがねフェス

関西

滋賀、甲賀のモノヅクリズム
しがオープンファクトリー
DESIGN WEEK KYOTO
NeoTAN 丹後オープンファクトリー
大正・港・西淀川オープンファクトリー
大阪 靴と皮革の祭典O-Round
FactorISM
泉州オープンファクトリー
不器用FACTORY
ワークワクワ河内長野
だいとうオープンファクトリーCONTACT
こーばへ行こう！
とよなかオープンファクトリー
せつつキッズファクトリー
いばらき、クルクル
開工神戸-KOBE OPEN FACTORY-
CRAFT VILLAGE
もっぺん
西神made-KOBE OPEN FACTORY-
オープンファクトリーIN尼崎
あるこーば
よしのウッドフェス
最強の裏方！生駒オープンファクトリー
和歌山もののづくり文化祭

中国・四国

つやまエリアオープンファクトリー
奈義町東山工業祭オープンファクトリー
瀬戸内ファクトリービュー
DENIM EXPO
備後オープンファクトリー
来て見てみい、とくしま。
Heroes
TAKAMATSU OPEN FACTORY
オープンファクトリーCRASSO

九州・沖縄

木工万能産地大川ファクトリーツアー
Go Forward
諫早工場博
日田もののづくり探検隊

北海道・東北

Meet up Furniture Asahikawa
とめオープンファクトリー
おおさきファクトリーテマパーク
大和町オープンファクトリー
360℃よねざわオープンファクトリー
OPEN FACTORY KORIYAMA
すかがわTECツアーズ
キタカタオープンファクトリー

関東

ライトラインDEオープンファクトリー
彩の国オープンファクトリー
東京レザークネクト
浅草レザフェス
台東モノマチ
スミファ すみだファクトリーめぐり
おおたオープンファクトリー
かつしかライブファクトリー
おうめオープンファクトリー
八王子オープンファクトリー
川崎北工業会オープンファクトリー
下野毛工業協同組合オープンファクトリー
港北オープンファクトリー
あやせ工場オープンファクトリー
KIRYU FOCUS

中部

やまなしジュエリーツーリズム
ハタオリマチのハタ印
ニラサキオープンファクトリー
すげえら焼津オープンファクトリー
ファクハク 静岡工場博覧会
伝 den
ヨヨイ!!!
東信州産業の陣
さかきオープンファクトリー
はんだオープンファクトリー
CHITA MOMENT
ひつじサミット尾州
関の工場参観日
はいてくヒルズ
かがみはらオープンファクトリー
こもガク

<凡例> ※1

初開催年が2021～24年 初開催年が2016～20年 初開催年が2011～15年 2025年開催なし

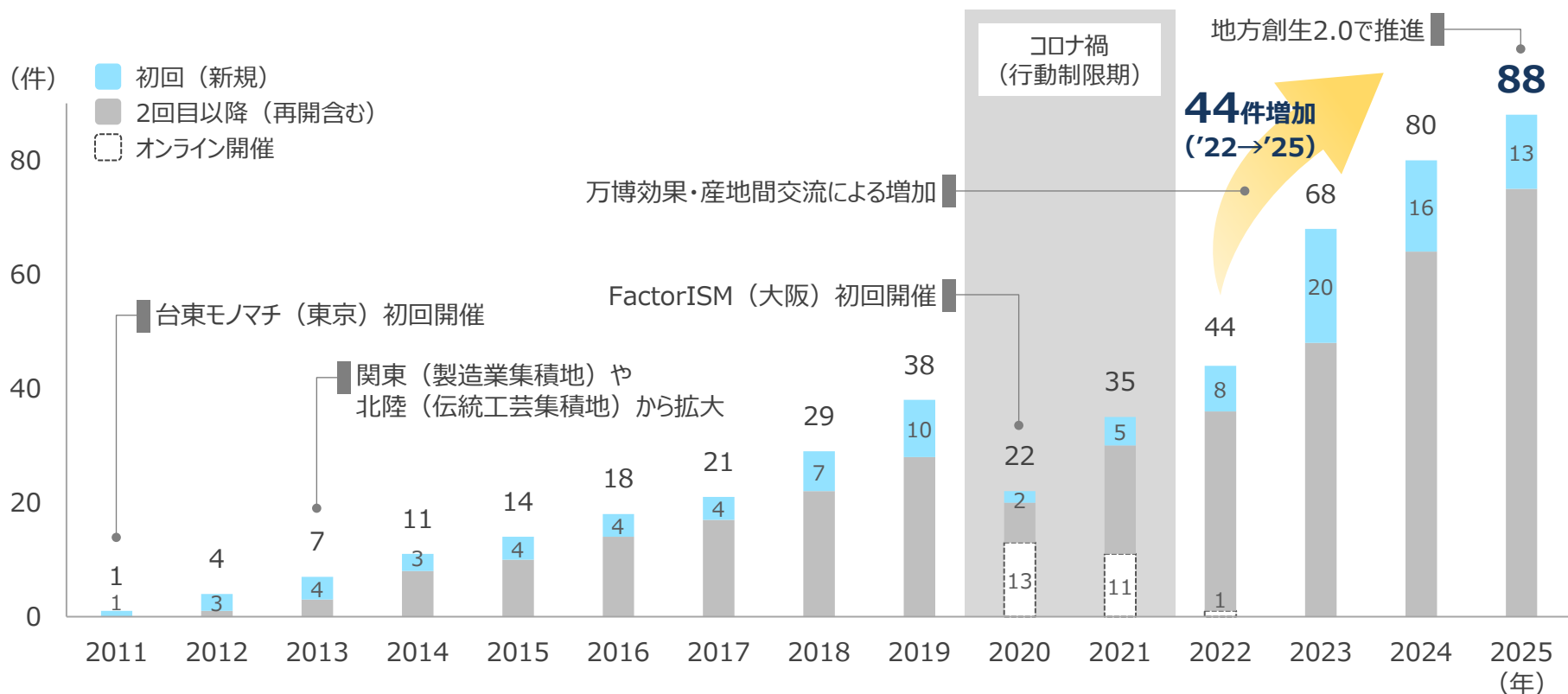
出所：各種公表資料を基にDBJ作成 ※1：各都道府県で2025年に開催されたオープンファクトリーのうち、最も早い初開催年に基づき色分けしている ※2：北海道・東北 | 北海道、青森、岩手、秋田、宮城、山形、福島 関東 | 茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川 中部 | 山梨、長野、静岡、岐阜、愛知、三重 北陸 | 新潟、富山、石川、福井 関西 | 滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山 中国・四国 | 鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知 九州・沖縄 | 福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄

Section I -2.地域一体型オープンファクトリーの最新動向

万博の機運を背景に開催数が増加、開催拡大が継続

- 2011年の本格的な開始以降、地域一体型オープンファクトリーは全国に広がり、2025年には計88件が開催された。中でも、2025年大阪・関西万博に向けた機運の高まりは、国内外からの誘客や共創への関心を高め、開催拡大の背景の一つとなった。
- 近年では、新規開催数の伸びに鈍化傾向も見られる一方、開催拡大の流れは続いている。

地域一体型オープンファクトリーの開催数の推移※1



出所：各種公表資料を基にDBJ作成 ※1：(1)第一弾レポートでは、現場公開・技術可視化・対話に加えビジョンの有無を要件としていたが、本レポートでは、客観性確保の観点からビジョンに関する要件を除外しているため、単純比較には留意が必要である、(2)現地開催を基本とする取組を対象とする、(3)コロナ禍（2020年、2021年）にオンラインで開催した場合でも、コロナ禍後に現地開催を再開した取組はオンライン開催数に含める、(4)現地開催とオンライン開催を併用した場合は現地開催数に含める、(5)コロナ禍後に現地開催を再開していない場合は、最後の現地開催年までを現地開催数に含める

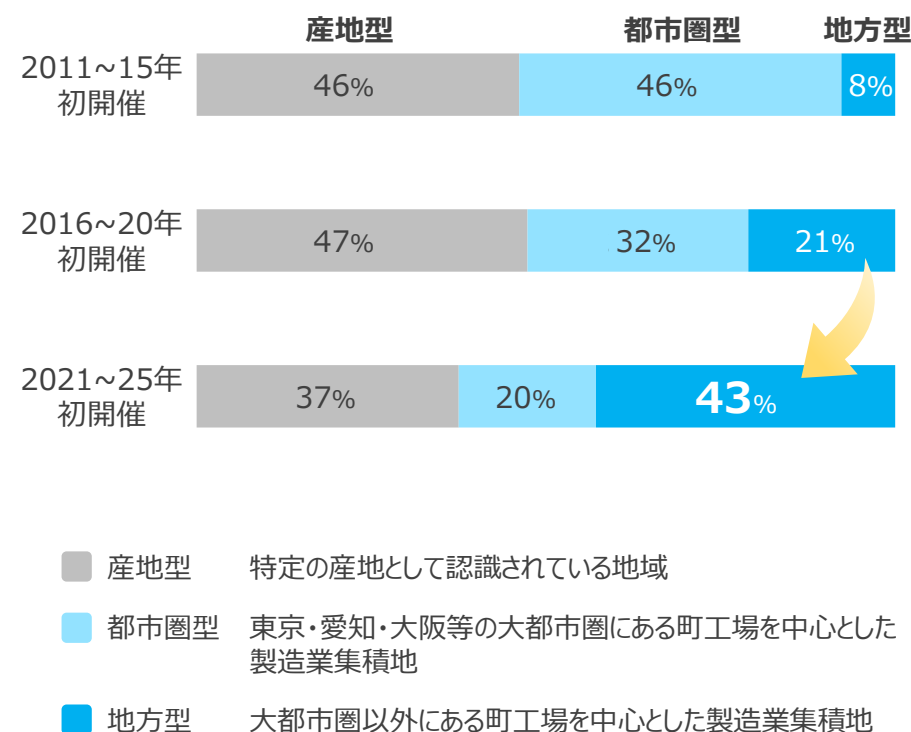
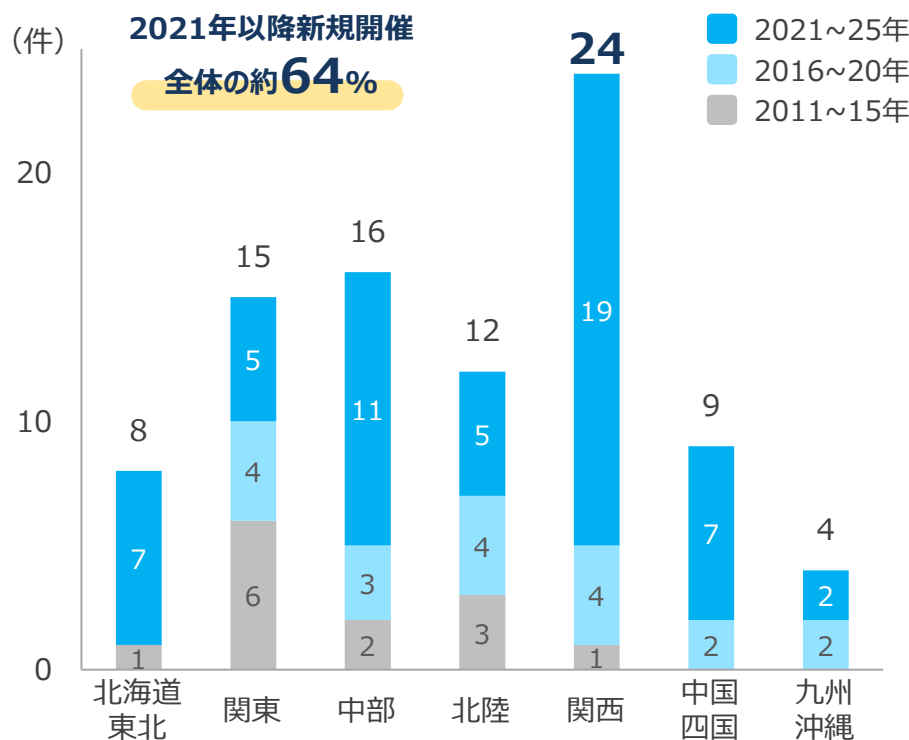
Section I -2.地域一体型オープンファクトリーの最新動向

関西を中心に直近5年以内の初開催が6割、地方へ波及

- 万博開催決定後の2021年以降に始まった取組が全体の約64%を占め、関西圏が全国的な広がりを牽引してきた。
- また、開催地の地理的特性にも変化が見られる。初期は、北陸等の伝統工芸産地や東京等の大都市圏を中心に展開されていたが、近年はより**多様な地域へと裾野が広がっている**。こうした開催地の多様化は、地域一体型オープンファクトリーが単なる誘客施策ではなく、**地場産業と外部パートナーをつなぐ関係形成の手法として期待**されていることを示している。

2025年開催の地域一体型オープンファクトリーを対象とする
エリア別・初回開催年別件数※1

2025年開催の地域一体型オープンファクトリーを対象とする
初回開催年別・立地特性別件数※1



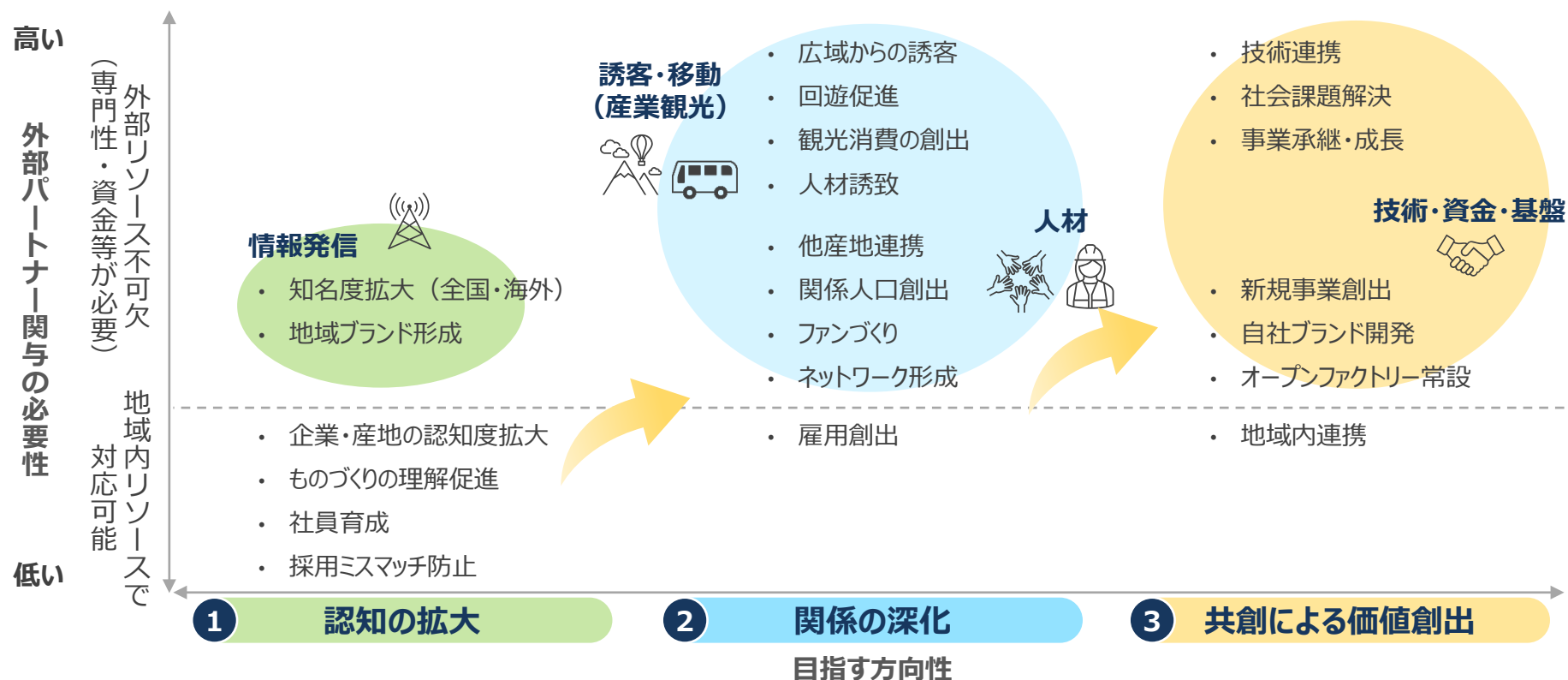
出所：各種公表資料を基にDBJ作成

※1：2025年に開催された地域一体型オープンファクトリーについて算出

目指す方向性の多様化に伴い、外部パートナーの関与が重要に

- 開催の広がりとともに、地域一体型オープンファクトリーの**目指す方向性も多様化**している。多くの取組は、企業や産地の認知度向上を入口として始まるが、その後の展開は地域ごとに異なる。①継続的な**ブランド認知の確立**を重視する地域、②産業観光等を通じて**関係人口の拡大・深化**を目指す地域、③企業間連携や新規事業の創出等を通じて**新たな価値の創出**を志向する地域へと分化している。これらの機能を地域内のリソースだけで担うことは難しく、**外部パートナーの関与**がますます**重要**となっている。

地域一体型オープンファクトリーの目指す方向性と外部パートナー関与の必要性



Section I -3.万博による共創の機運と課題

万博を契機に、地場産業と外部パートナーとの連携が拡大

- 2025年の大阪・関西万博は、**地場産業と外部パートナーが接続**する重要な機会となった。会期中は、大学や大手企業等の外部パートナーが、技術や文化等、地場産業が有する非財務価値に関心を示し、新たな**協業や連携が生まれた**。

万博会場で生まれた接点・協業事例

JAPAN CRAFT EXPO 2025 | 日本工芸産地協会・読売新聞社

- 全国の工芸産地が集い、展示・販売・体験・実演が行われた体験型博覧会（2025年6月16日～18日）。



主に創出された関係性

大学との協業 | 慶應義塾大学KMD・名古屋工業大学「Project Cybernetic being」

- 触覚技術(ハプティクス)とロボットで職人技を再現する研究を公開。言語化が難しい手の感覚や暗黙知を記録・共有し、次世代への継承を目指す共創プロジェクト「CrafTouch」。



- 工芸業界が抱える**技能継承課題の解決**が期待される。

企業との連携 | 日本航空株式会社

- 「万博から始まる、日本の美をめぐる旅」をテーマに、全国の工芸産地と連携した関係人口拡大の取組を紹介。新たな顧客層との接点を創出し、**産地来訪**にもつながった。



地方創生カンファレンス | 内閣官房

- テーマウィークにて、オープンファクトリーに関わる企業や行政等のパートナーが、それぞれの取組や今後の可能性について意見を交わしたパネルディスカッション（2025年8月21日）。（登壇：南海電気鉄道、アーバンリサーチ等）



Beyond EXPO 2025 | 経済産業省近畿経済産業局

- オープンファクトリーのキープレーヤーが集い、万博後を見据えた地域間連携や今後の展望について議論されたフォーラム（2025年9月17日）。（登壇：燕三条、越前鯖江、尾州、八尾等）



主に創出された関係性



共創ネットワークの形成

- オープンファクトリーを推進する**地域・企業・行政間の接点を創出**。
- 万博後の広域連携に向けた協力基盤を構築。

Section I -3.万博による共創の機運と課題

万博会場外でも外部パートナーとの連携が進展

- また、万博会場外でも、**大手企業等の外部パートナー**が地域の技術・文化や社会的意義に着目し、新たな**プロジェクトの構築や価値創出**につながる動きが生まれている。

万博会場外で生まれた接点・協業事例

Local X STAGE 2025 | 経済産業省近畿経済産業局

- オープンファクトリーをはじめ、地域課題解決に取り組むコミュニティが登壇。社会的価値や先進的な取組をピッチ形式で発信し、大手企業等が共感性や発展可能性の観点から評価するイベント（2025年9月18日）。
- 近畿経済産業局が主導し、**企業・自治体・支援機関との対話やマッチング**を実施。万博後の共創プロジェクトや案件化につながる**連携機会の創出**を図った。

主に創出された関係性



企業との連携

| 株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ

- 国内最大規模のオープンファクトリー「RENEW」を運営するSOEが、MUFGとMUIC Kansaiと連携して「KOGEI COMMONS」を創設。全国の工芸産地を繋ぐプロジェクトを構築し、**産地間連携や異業種共創の創出**を目指す。
- 産地間の課題解決やノウハウ共有を推進し、大手**金融機関と連携した中長期的な取組**を開始。



写真提供：Tsutomu Ogino（TOMART:PhotoWorks）



企業との連携

| 株式会社カプコン

- ゲームIP※1の活用領域の拡張に取り組むカプコンの知的財産部では、「Local X STAGE 2025」を契機に、地域企業・自治体・支援機関等との対話を重ね、**ゲームIPと地域の技術・文化を掛け合わせることで、地域課題や社会課題の解決に資する新たなIP価値の創出と、共創のあり方を探求している。**



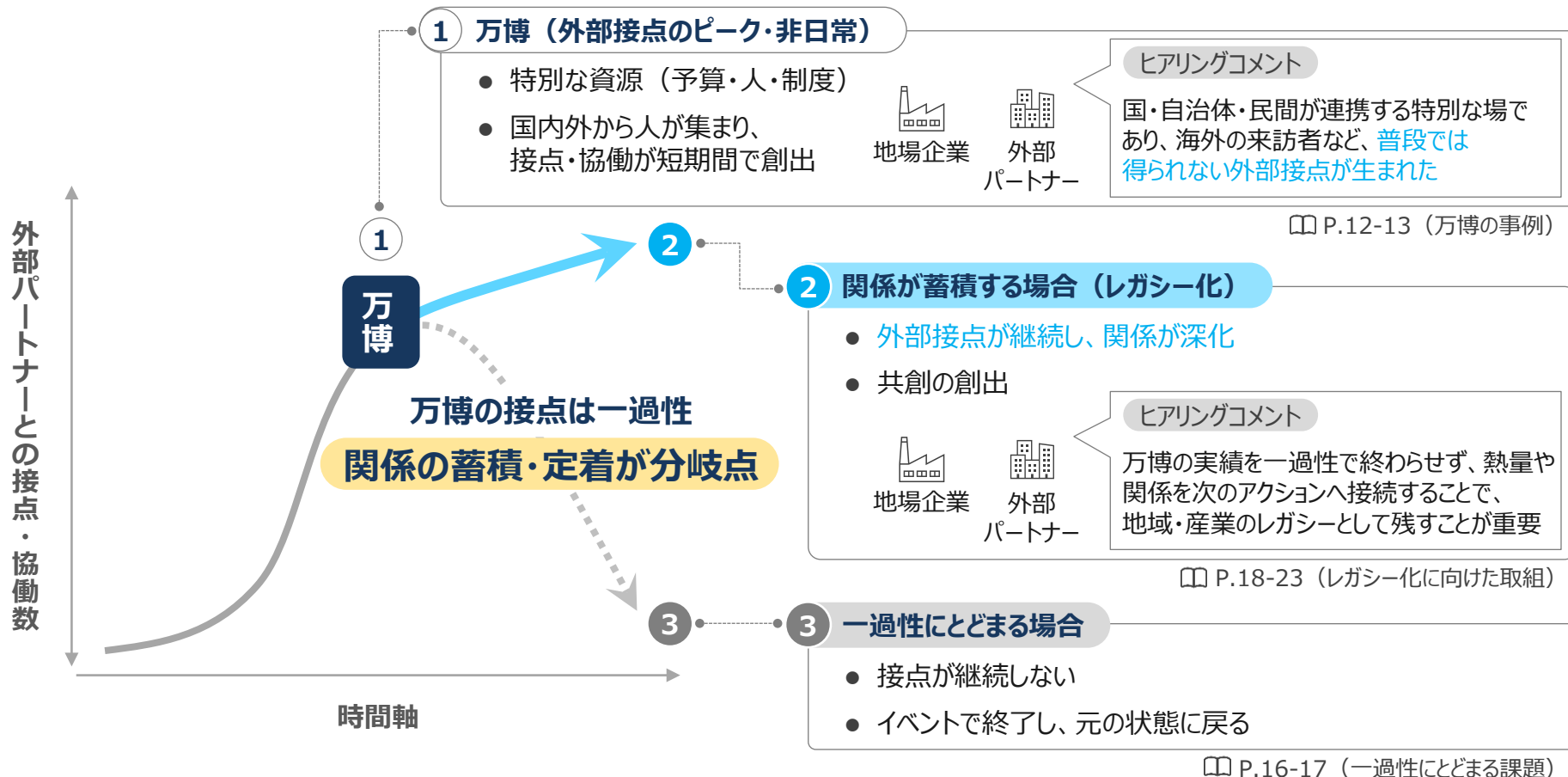
出所：各種ヒアリングおよび各種公表情報を基にDBJ作成 写真：経済産業省近畿経済産業局、Tsutomu Ogino（TOMART:PhotoWorks）提供

※1：キャラクター・世界観・タイトル等、作品を構成する知的財産（Intellectual Property）

万博レガシーの鍵は協業関係の定着

- 一方で、万博で生まれた接点や協業は、人的資源や予算、行政支援など特別な条件に支えられている面もある。そのため、これらの接点や関心を日常的な協働関係へと定着させることが、万博レガシーの鍵となる。

万博レガシー化に向けた分岐



Section II

非財務価値を起点とした共創基盤の構築

1. 接点から共創への障壁
2. 共創関係の形成に向けた価値の翻訳

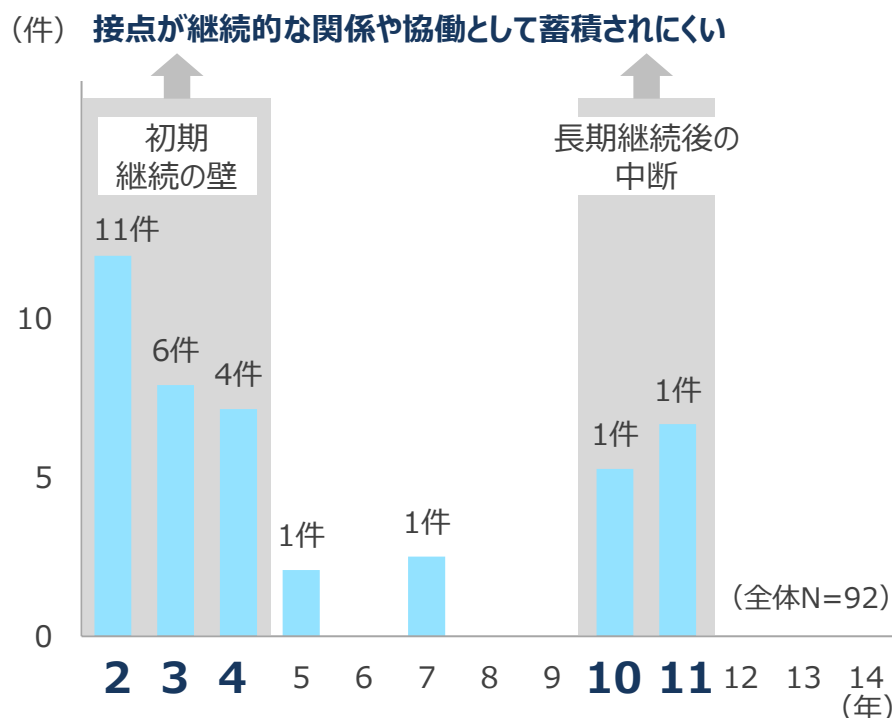
Section II -1.接点から共創への障壁

接点から共創への発展に課題

- 万博を契機に、地域一体型オープンファクトリーの開催は拡大し、外部パートナーとの接点は増えたものの、共創が十分に広がっているとは言い難い。初回開催から2～4年程度で休止に至るケースや、長年継続してきたものの活動が途絶える事例も見られる。このため、**接点が生まれても、継続的な関係や協働として蓄積されにくい**、地場産業の**価値が外部パートナーに伝わりにくい**状況がある。
- 各オープンファクトリーのキーパーソンへのヒアリングによると、継続を難しくする要因として、①参画目的の形骸化（意識の課題）、②運営体制の硬直化・属人化（組織の課題）、③受入体制・外部支援の不足（環境の課題）等が挙げられた。

初回開催後の経過年数別の継続状況※1

継続性に関する3つの課題



参画目的の形骸化



- 参加企業間で**目的や期待値に差**がある（地域貢献 vs 自社インセンティブ）
- 本来の意義（ブランディング等）ではなく、開催すること自体が目的化（イベント化）

運営体制の硬直化・属人化



- 実行委員や中心メンバーの**世代交代が進まず**、運営のマンネリ化が発生
- 特定のメンバーに実務負担が集中し、運営の持続性が低い

受入体制・外部支援の不足



- 来訪・見学を受け入れるための**地域インフラが不足**（交通・宿泊等）
- 行政からの継続的な支援の獲得が難しい（担当者異動・理解不足等）

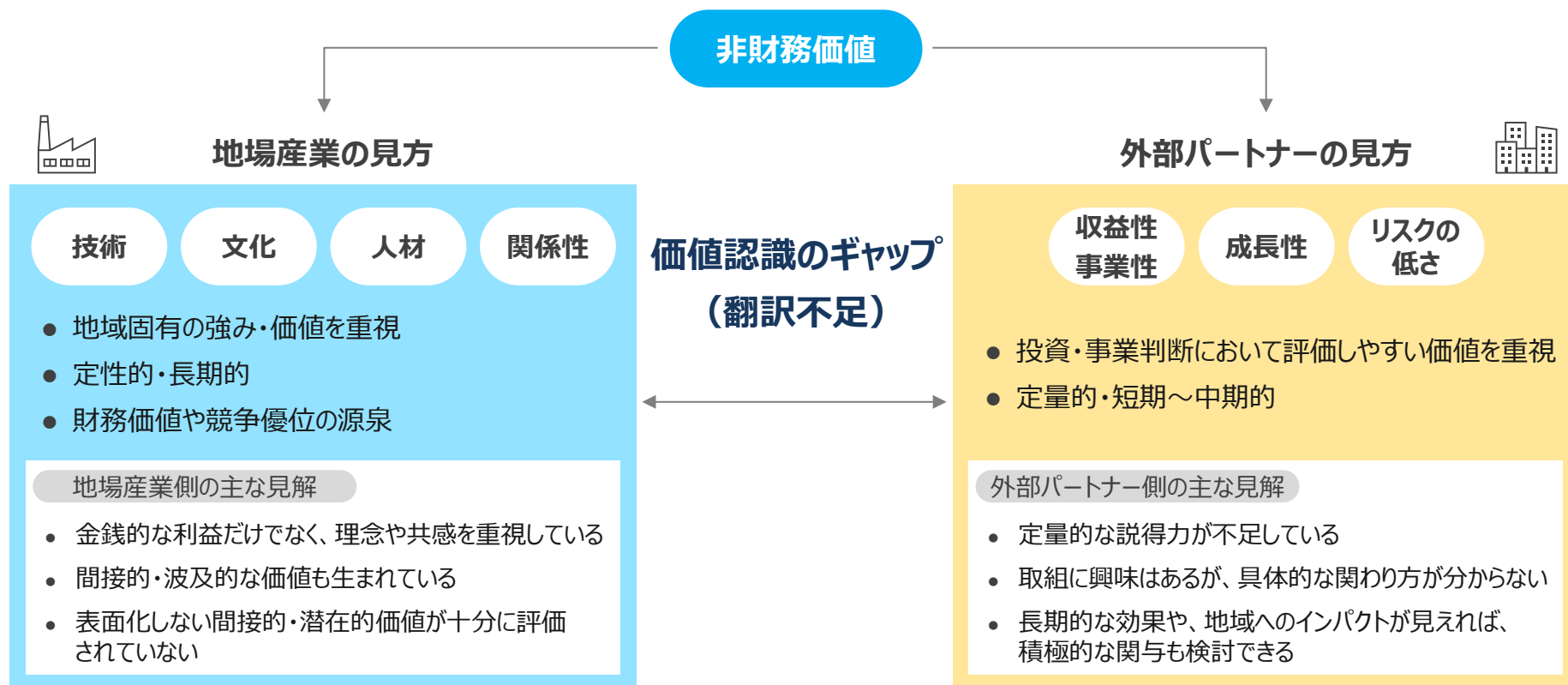
出所：各種公表情報および各種ヒアリングを基にDBJ作成

※1：2024年までに初開催した地域一体型オープンファクトリー（N=92）を対象に、各経過年数を迎えたオープンファクトリー数を母数として中断が確認された割合を算出。グラフ棒上の数値は当該経過年数で中断が確認された件数。二回目以降の中断は含まない。また、平時の継続性に着目するため、コロナ禍（2020～2021年）は経過年数の算出から除外

非財務価値の認識ギャップが共創を阻む

- 地場産業は、技術や文化などの**非財務価値を強み**としており、これらは中長期的な財務価値や競争優位の源泉となっている。しかし、これらの価値は定性的・長期的な性質を有するため、**数値化や可視化が難しい**。一方、外部パートナーは、**収益性や事業性**等の説明しやすい**成果を重視**する傾向にある。その結果、双方の**価値認識にギャップ**が生じ、地場産業の価値が十分に伝わらず、**共創関係の形成が進みにくい**状況にある。

地場産業と外部パートナーにおける非財務価値認識の相違



Section II -2.共創関係の形成に向けた価値の翻訳

非財務価値を共創につなげる3つの視点

- 地場産業と外部パートナーの価値認識のギャップを埋めるには、非財務価値を①**価値創出プロセスの構造化**、②**現在価値と将来価値を含む資産の可視化**、③**外部パートナーの関与とリターンの明確化**の3つの視点から翻訳することが必要である。この翻訳を通じて双方が価値を共有できるようになり、価値認識のギャップ解消と共創関係の形成につながる。

価値認識ギャップを解消する3つの視点

1 プロセス

価値創出プロセスの構造化

- 活動から成果・インパクトまでの因果関係を整理し、**価値が生まれるプロセスを明確**にする

手法 ロジックモデル 



地場産業



外部パートナー

- 強み・価値を再認識
- 価値創出の仕組みを理解

2 非財務資産※1

現在価値と将来価値を含む資産の可視化

- 現在価値と将来価値を含む非財務価値を資産として可視化し、**協業に活用できる資産を明確**にする

手法 非財務バランスシート 



地場産業



外部パートナー

- 強み・価値を客観視
- 協業先としての魅力を評価

3 関与とリターン

外部パートナーの関与とリターンの明確化

- 協業への関わり方と期待されるリターンを整理し、**共創の意義を明確**にするとともに、共創機会を具体化する

手法 関与とリターンの設計 



地場産業



外部パートナー

- 連携方法を具体化
- 協業可能性を判断

価値認識のギャップ解消

共創関係の形成

- スポーツや都市緑地など他分野では、従来は評価が難しかった定性的な価値について、インパクト評価等の手法を用い、ソーシャルインパクトやウェルビーイングへの貢献、中長期的な地域波及効果などの観点から、可視化・指標化が進められている。
- 地場産業や地域一体型オープンファクトリーにおいても、短期的な経済効果だけでなく、技術・人材・文化等の無形資産の形成や波及効果を、指標やデータとして示す新たな価値評価軸が求められる。

スタジアム・アリーナ（パナソニックスタジアム吹田）

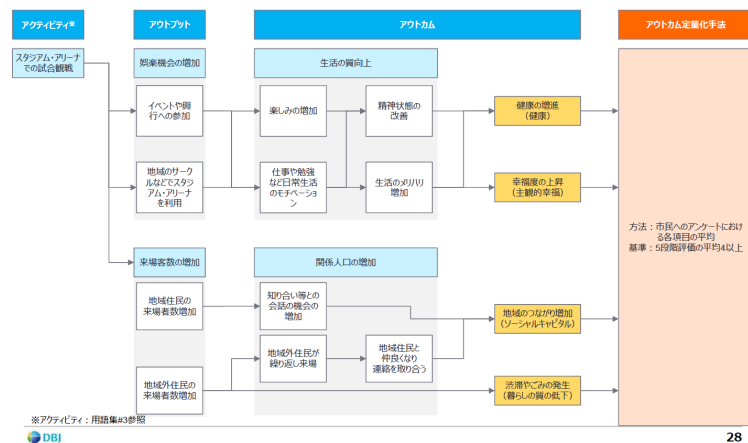
- 課題** ● スポーツの価値が経済効果だけで評価され、幸福感や地域活性化など社会的価値が説明できない
- 手法** ● ロジックモデルで価値創出プロセスを整理し、指標・アンケート等で定量化
- 活用** ● 公的投資やスポンサー投資の判断、評価ガイドライン

緑地や公園に代表される都市空間のみどり（グラングリーン大阪）

- 課題** ● みどり※¹が持つ多様な機能を十分に説明できず、整備・維持・運営に必要な資金の調達が難しい
- 手法** ● ロジックモデルを作成し、みどりがもたらす効果について定量・定性的に評価
- 活用** ● まちづくりGX、民間投資、都市計画・グリーンインフラ評価

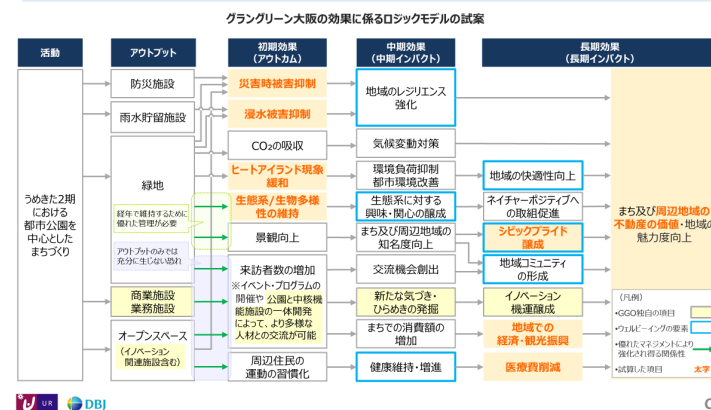
ロジックモデル及び価値定量化手法：市民

P.27にて整理したロジックモデルを図示



ロジックモデル(グラングリーン大阪)

- 多様な効果が見込まれるグラングリーン大阪だが、「みどり」と「イノベーション」の融合拠点というコンセプトのもと、市民や来訪者のQOL向上や企業等のイノベーション創出を目指していることを踏まえ、以下のとおりロジックモデルを整理。



出所：DBJ『スタジアム・アリーナがもたらす社会的価値の可視化・定量化～パナソニックスタジアム吹田を対象とした調査研究～』、

DBJ『みどりを中心としたまちづくりにおける社会的効果の可視化～うめきた2期区域「グラングリーン大阪」を対象として～』

※1：誰もが容易にアクセスできる緑豊かなオープンスペース

Section II -2. 共創関係の形成に向けた価値の翻訳 非財務資産の可視化に向けた行政の取組

プロセス
非財務資産
関与とリターン

- 国は、企業や地域の**非財務価値の重要性を認識**し、可視化に向けた取組を各分野で展開している。知的資産経営・ローカルベンチマーク・知財・地域指標分析など、企業や地域の強みを**見えない価値まで含めて整理**し、外部パートナーとの対話や事業展開に活用する動きが進んでいる。

主な取組

経済産業省 知的資産経営

企業

概要

- 企業の人材・技術・ブランド等の**無形資産**を棚卸しし、**経営の強みとして整理**する枠組み

成果

- 知的資産報告書の作成や知的資産経営の実践が広がり、非財務資産を活用した経営手法として普及



経済産業省 ローカルベンチマーク

企業

概要

- **財務と非財務情報を統合**し、企業の経営状態と将来性を把握する企業診断ツール



成果

- 全国の金融機関・商工団体・自治体で企業支援や経営診断の共通ツールとして普及

企業全体

特許庁 知財・ブランド支援

企業

地域

概要

- 地域や企業が持つ**知的財産・ブランド**を権利化・市場化し、**経済的価値へ転換**することを支援する枠組み

成果

- 地域ブランドや中小企業の知財活用支援に展開され、ブランド価値向上や事業化を後押し



環境省 地域指標分析

地域

概要

- 産業・環境・社会基盤等の地域資本構造を統合的に整理し、地域の持続可能性を可視化する分析手法



成果

- 地域循環共生圏や地域脱炭素等の政策検討に活用され、地域の現状把握や将来像の検討に利用

地域資産

地域一体型オープンファクトリーによる非財務価値創出

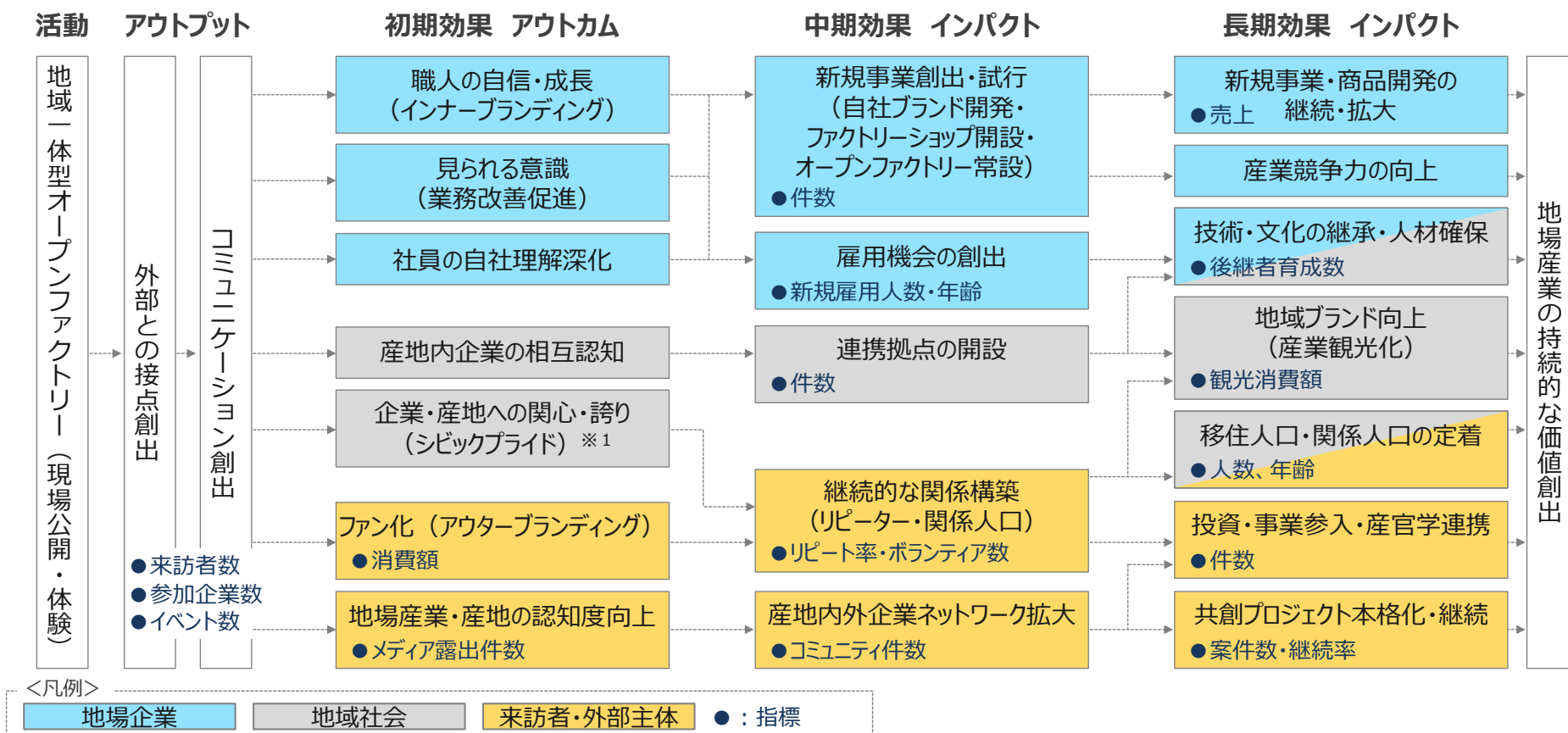
プロセス

非財務資産

関与とリターン

- 地域一体型オープンファクトリーを通じて生まれる接点や反応は、来訪や交流といった短期的な成果にとどまらず、認知の向上や意識変化、関係構築を経て、協業や新たな価値創出へと段階的に発展していく。このように**価値創出のプロセスを構造化**することで、各段階に生じる**変化と成果の因果関係**を外部パートナーにとって**理解可能な形で示す**ことができる。

地域一体型オープンファクトリーが産地にもたらすロジックモデル（試案）

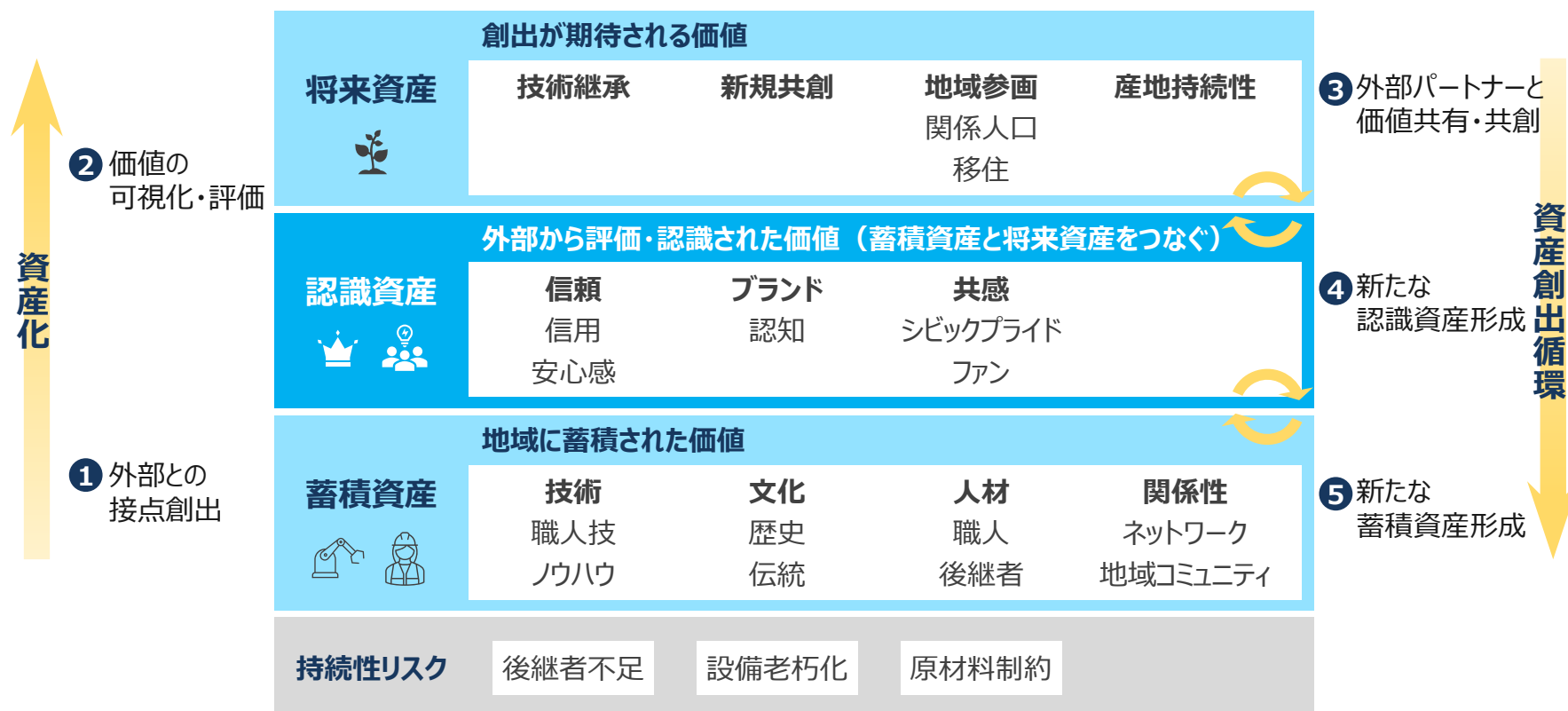


出所：各種公表情報および各種ヒアリングを基にDBJ作成

※1：地域や産業への愛着・誇り

- 地域一体型オープンファクトリー等を通じた外部との相互作用によって、地域に蓄積された非財務価値が可視化される。さらに、その価値がもたらし得る成果や将来の可能性まで含めて評価されることで、**非財務価値を現在価値と将来価値の両面から捉えることが可能となる**。これらをバランスシートの枠組みで整理することで、**非財務価値を資産として構造化し**、外部パートナーとの共創に必要な価値の翻訳が可能となる。

地場産業の非財務バランスシート（構造モデル・試案）※1



Section II -2.共創関係の形成に向けた価値の翻訳

外部パートナーの関与形態と期待リターン

プロセス
非財務資産
関与とリターン

- 地域一体型オープンファクトリーを通じて関与が期待される外部パートナーについて、**想定される関与の形態**（資金・専門性等のリソースや活動）と、**それぞれに対するリターン**（顧客接点、事業機会等）をマトリクスで整理した。この整理により、各パートナーがどのような形で関与でき、どのようなメリットを得られるのかを明確に提示することが可能となる。こうした枠組みを示すことで、外部パートナーが自らの**関与のイメージを持ちやすくなり、参画ハードルの低減**につながることを期待される。

想定される外部パートナーのリソースとリターン（試案）

	認知の拡大		関係の深化		共創による価値創出		
	情報発信	誘客	移動	人材	技術	資金	基盤形成
パートナー	メディア PR会社 PF事業者 (SNS・EC)	旅行会社 OTA※ ¹ 百貨店 商業施設	鉄道会社 宿泊事業者 DMO・DMC※ ²	専門人材 クリエイター 教育機関	大企業 スタートアップ 大学 研究機関	金融機関 VC・CVC※ ³ 事業投資会社	行政 業界団体 中間支援機関
提供リソース	発信力・媒体 コンテンツ制作力 顧客接点	顧客基盤 販売チャネル 集客企画力	交通インフラ 回遊導線設計力 滞在受入機能	専門知識 創造・発想力 企画・運営力	技術力 R&D能力 実証環境	投資資金 資金調達力 成長伴走機能	制度設計力 ネットワーク
期待リターン	広告収入 コンテンツ獲得 ブランド価値向上	手数料収入 物販売上 顧客データ獲得	乗車・宿泊収益 新規顧客開拓	スキル獲得 実績形成 キャリア機会	技術実証 事業開発 知見獲得	投資収益 事業参画機会 新市場開拓	政策成果 地域経済活性化 産業基盤強化
主な参画ハードル（共通）	● 投資負担 ● 情報・知財流出懸念 ● 組織内調整コスト ● リターンの不確実性 ⇒ 関与形態と期待リターンの整理により、参画ハードルの低減が期待される						

Section II -2. 共創関係の形成に向けた価値の翻訳

非財務価値を起点とした共創関係の形成事例

- 近年では、地場産業の技術や文化などの**非財務価値**が外部パートナーに**理解・評価**されることで、デザイン会社・百貨店・投資会社等の**多様な主体がそれぞれの強みを持ち寄る共創関係が形成**されている。今後、非財務価値の可視化・評価が進むことで、こうした共創はより多様な外部パートナーへと広がり、持続的な価値創出の基盤となることが期待される。

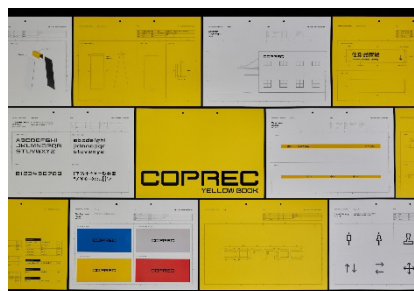
製造業の価値を再編集・発信するデザインパートナー

Local Factory Studio | Konel

- Konelが発足した製造業に特化したデザインパートナー組織。
- 優れた技術や品質を有しながら、その価値が十分に言語化・可視化されていない地場産業に対し、技術・文化等の**非財務価値**を掘り起こし、**ブランドやプロダクトとして再編集し、発信**を行う。
- デザインやブランディングを通じて価値を外部に伝わる形へ翻訳し、**採用力の向上やインナーブランディング※1の強化をはじめ、新たな顧客層の獲得や外部パートナーとの関係構築**につなげている。

【事例】COPREC（精密板金加工）

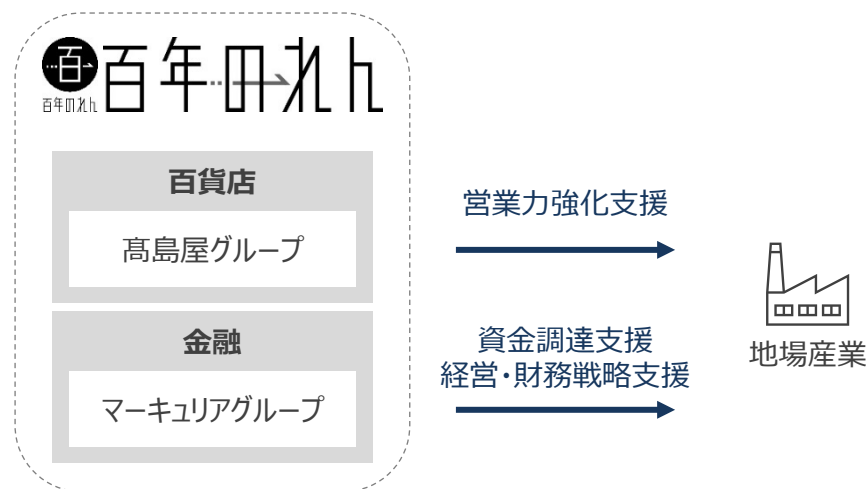
ロゴやオリジナルフォントを起点にデザインシステムを構築し、新工場・ユニフォーム・Webへ展開。



「のれん」の価値を評価する百貨店×金融の協業モデル

百年のれんプロジェクト | 高島屋グループ×マーキュリアグループ

- 高島屋グループとマーキュリアグループが協業し、地場産業が有する無形資産を「のれん」として評価し、次世代へつなぐ取組。
- 百貨店が持つ**販路・ブランド構築力**と投資会社の**金融ノウハウ**を組み合わせ、コンサルティング、長期伴走型投資、企業間ネットワーク形成を行う。**「のれん」の価値を評価し、事業承継や成長投資につなげる協業モデルの構築**を進めている。



<https://www.takashimaya.co.jp/hyakunen-noren/>（2026年9月オープン予定）

Section III

持続可能な価値創出エコシステムの形成

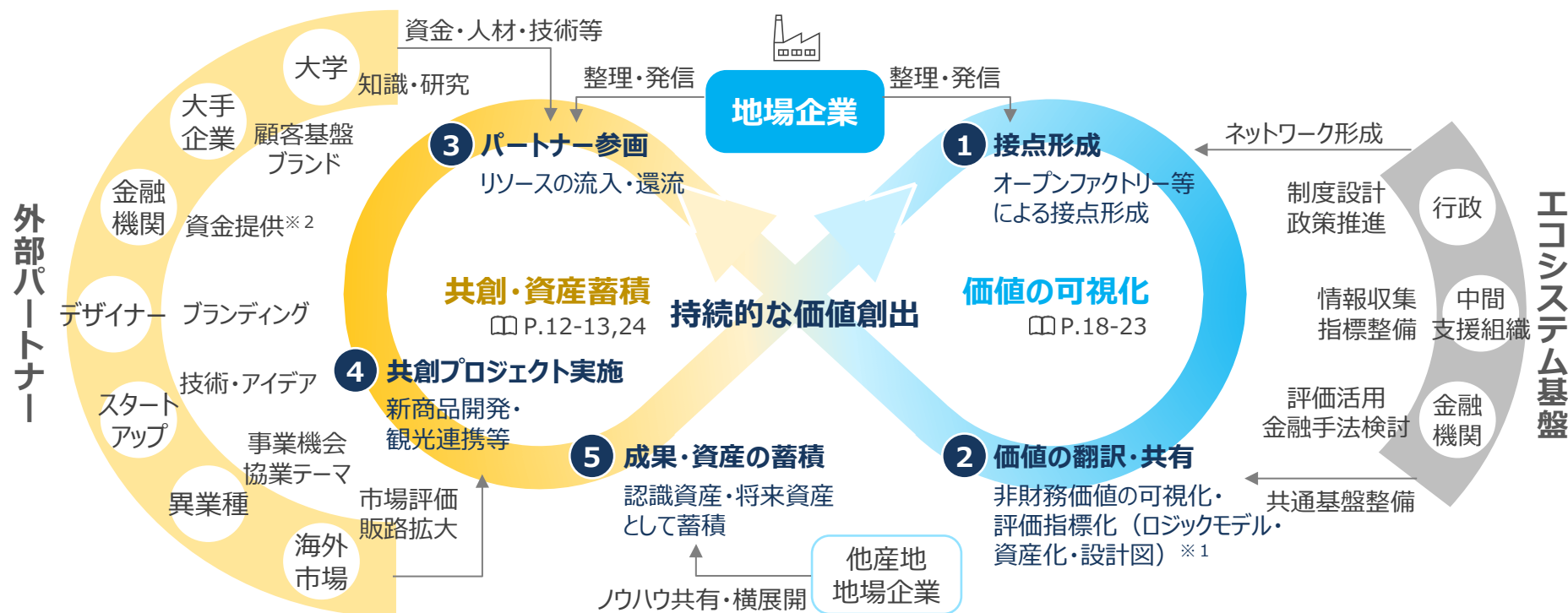
1. 地場産業を中心とした価値創出エコシステム

SectionⅢ-1.地場産業を中心とした価値創出エコシステム

地場産業を中心とした価値創出エコシステム

- 現状、地場産業と外部パートナーの共創は、個別の事例や一過性の取組にとどまっている。今後は、非財務価値の可視化・共有を起点に、**共創成果や地域に蓄積された価値を次の参画・協業・投資へとつなげる仕組みを構築**することが重要である。そのためには、行政や中間支援組織が、共通指標や情報基盤の整備を担うとともに、地場企業自らが非財務価値を整理・発信し、多様な主体との共創機会の創出につなげていくことが求められる。
- こうした基盤を通じて、産官学の多様な外部パートナーが地域の価値を評価しやすくなり、資金・人材・技術等のリソースの流入・還流が促進される。さらに、共創によって生まれた成果が新たな認識資産・将来資産として蓄積され、次の共創を呼び込むことで、**地域全体で価値創出が循環するエコシステムの形成**が期待される。

接点形成から共創・資産蓄積へ至る循環モデル



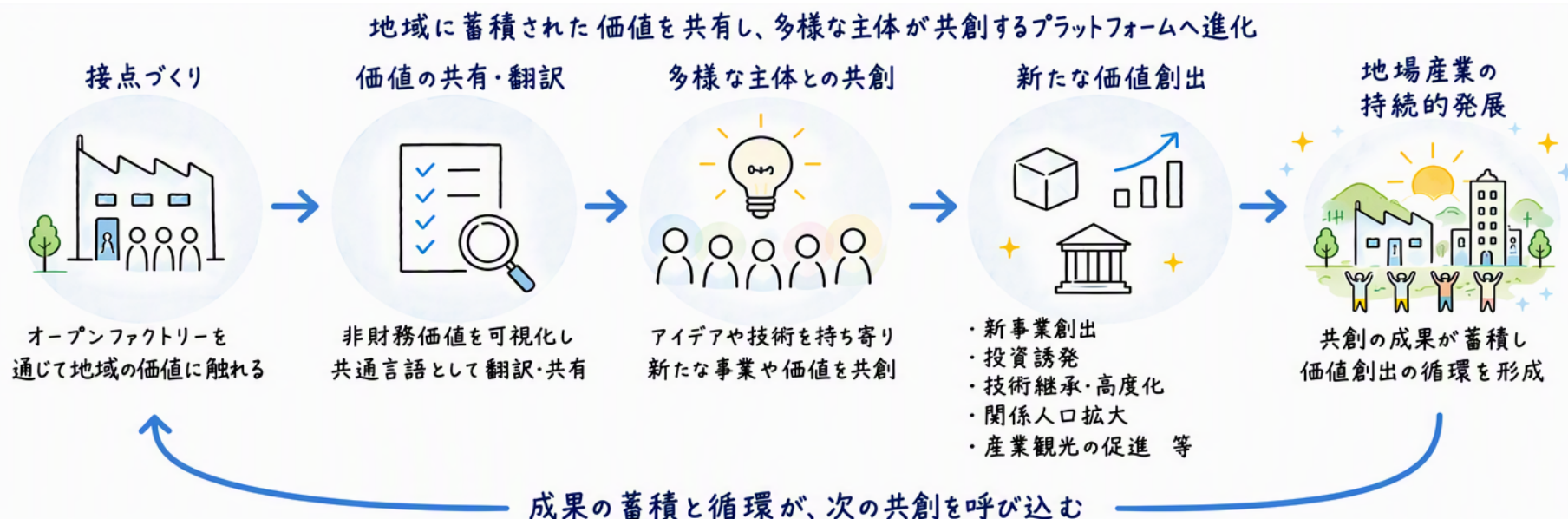
出所：各種ヒアリングを基にDBJ作成 ※1：ロジックモデル、CVM（仮想評価法：アンケートにより金銭換算が難しい価値を評価する手法）、SROI（ソーシャル・インパクト・ボンド：行政成果と連動した官民連携型の資金調達手法）等は、行政事業・補助事業等の成果把握に活用されつつあるが、投融資判断に用いるには、因果関係・評価精度・事業性評価との接続に留意が必要である

※2：社会的・地域的成果を考慮した資金供給を指す（インパクトファイナンス、SIB等を含む）

地域一体型オープンファクトリーが拓く価値創出の未来

- 本レポートでは、地場産業が有する非財務価値を外部パートナーと共有可能な言語へ翻訳し、共創を促すための考え方と手法を提示した。今後は、価値翻訳やエコシステム形成の実践と検証を重ね、より実効性の高いモデルへと精緻化していくことが求められる。
- 地域一体型オープンファクトリーは、単なる認知向上や誘客の場にとどまらず、**地域に蓄積された価値を共有し、多様な主体が挑戦を生み出すプラットフォームへ進化**していくことが期待される。そして地場企業は、**地域内外の多様なパートナーとともに、価値創出エコシステムを支える共創**の主体として役割を担っていくことが求められる。こうした方向性は、2026年7月に閣議決定された地域未来戦略が示す、地域資源の活用や地場産業の成長を重視する考え方とも重なる。地域一体型オープンファクトリーを起点とした共創の広がりが、地場産業の新たな可能性を切り拓くことを期待したい。

地域一体型オープンファクトリーを起点とした価値創出の循環



協力御礼

本資料の作成にあたり、地域一体型オープンファクトリー関係者、地場企業、支援機関、行政機関、有識者等の皆様にヒアリングや情報提供等の、多大なるご協力を賜りましたこと、改めて御礼申し上げます。

- **主なご協力先（順不同・敬称略）：**

経済産業省近畿経済産業局、（一社）SOE、FactorISM実行委員会、（一社）日本工芸産地協会

ディスクレーマー・問い合わせ先

本レポートに関するお問い合わせは以下の宛先までご連絡ください。

株式会社日本政策投資銀行

関西支店 企画調査課 田中 京



E-mail: ksinfo@dbj.jp

➤ 関西（近畿）に関する調査研究レポート

地域、産業、経済に関する
様々なテーマのレポート



➤ 関西ハンドブック

関西地域の特色を表す経済、
産業、社会資本の基礎データを
包括的に収録したデータブック



【留意事項】

- 企業名等は、一部を除き法人格を省略して記載している。
- 本資料作成に係る文献調査・ヒアリング調査は、特段の記載のある場合を除き、2025年10月～2026年3月に実施しており、同時点における情報に基づく分析・考察である。なお、一部の政策動向等については、本資料の公表時点までに確認可能な公表情報を参照している。
- 企業ホームページ等から引用した画像等は、個別に著作権者より掲載に係る許諾を得ている。引用元の記載が無い画像等については、フリー素材を使用し作成している。

著作権（C）Development Bank of Japan Inc. 2026

当資料は、株式会社日本政策投資銀行（DBJ）により作成されたものです。

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引などを勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願いいたします。

本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要です。当行までご連絡ください。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず『出所：日本政策投資銀行』と明記してください。