

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

Executive Summary

I 地場産業の重要性と課題

伝統工芸メーカーからサプライチェーンの一翼を担う町工場まで、多岐にわたる地場産業は、地域経済の基盤となり、日本経済の成長に貢献する重要な存在である。そのため、地場産業の持続的な発展が求められている。一方で、需要低下、担い手不足、事業承継の課題を抱え、縮小が進んでいる。OEM等の孤立的な事業形態がイノベーションの停滞を招いていることから、地場産業を活性化する方法として、「地域一体型オープンファクトリー」（以下、「OF」という。）に注目が集まっている。

II 地域一体型オープンファクトリーへの期待

1. 地域一体型オープンファクトリーとは

OFとは、産地内の企業が連携して製造現場を公開し、幅広いステークホルダーと接点機会を創出する、体験型コーポレート・コミュニケーションの手段である。立地や事業モデル等の産地属性に応じて開催形態を最適化することで、様々な地域に適用できることから、全国に普及が進む。

2. 3つの機能と期待される効果

OFが有する機能（①産地内企業の連携、②製造現場の公開、③地域資源の価値創出）は、地場企業と産地内外のステークホルダーとの間にコミュニティを形成し、様々な効果を生み出す源泉となる。短中期的にはブランディングなどのソフト面の効果とネットワーク形成などの社会的効果が期待され、長期的には新規技術創出やオープンイノベーションなどの経済的効果への進展が望める。地場企業は予算やリソースに制約があり、人的資本を始めとする投資が十分に行えないものの、OFを活用することにより多方面の投資効果を楽しむことができる。

3. 成功事例に見る地場産業振興の要素

しかし、期待した効果が得られない事例もある。主な課題（①参加企業の関心不足、②運営の人員・人材不足、③運営の資金不足）を解決する糸口は、多様な人材との交流を深め、課題の根底にある現状維持思考などのバイアスを解消することにある。成功事例では、人材や取組の新陳代謝が進み、OFに留まらない多角的な産業・地域振興の取組が持続し効果が拡大している。人材交流「ダイバーシティ」を基点に、役割分担「インクルージョン」、達成感や結束力「ウェルビーイング」、実験的な革新「イノベーション」の好循環を促すことが重要だと考えられる。

III 地場産業の持続可能な発展に向けて

大阪・関西万博は、地場産業を国内外に発信し、ビジネスチャンスを獲得する好機会であり、OFの活用が期待される。取引成約などのBtoB事業の経済的効果を誘発するには、顧客に地場企業の技術力を的確に発信することが重要であり、営業段階別に公開先や情報を特定したOFの開催などが有効である。地域金融機関などの地域を俯瞰し専門性を持つ支援機関がこれらの取組を運営し、共創を促進する場を構築するといった、産地全体の一体的な取組が望まれる。OFを基点とした企業や産地を横断する連携は、地場企業に不足する研究開発力の向上や海外販路の開拓、さらに、人材育成等の産地内共同投資や製品開発等の共創を促し、新たなビジネスチャンスの創出とそれに伴う地場産業の持続的な発展が期待できる。これらの取組により、地場企業がOEM等に留まらず、自らのブランド力を高めて成長することを期待したい。

Contents

Section I 地場産業の重要性と課題

1. 地場産業の定義と重要性 …… P. 4
2. 地場産業の現状と課題 …… P. 5

Section II 地域一体型オープンファクトリーへの期待

1. 地域一体型オープンファクトリーの概要 …… P. 8
2. 全国における動向 …… P. 10
3. 多様な開催形態 …… P. 12
4. 機能と期待される効果 …… P. 14
5. 成功事例に見る地場産業振興の要素 …… P. 16

Section III 地場産業の持続可能な発展に向けて

1. 大阪・関西万博を基点とした地域一体型オープンファクトリーの可能性 …… P. 25
2. 新たなビジネスチャンスの創出に向けた取組 …… P. 27
3. 今後の展望 …… P. 30

Section I

地場産業の重要性と課題

1. 地場産業の定義と重要性
2. 地場産業の現状と課題

Section I -1.地場産業の定義と重要性

地場産業の定義と重要性

- 世界に誇る高い技術力を持つ日本の製造業のうち、地元資本の中小・小規模企業が、技術・労働力・原材料等の**地域資源**をもとに、特定の産物をつくり発展してきた産業を**地場産業**という。
- 日本文化の礎を担う伝統工芸メーカーから近代技術に基づきサプライチェーンの一翼を担う町工場まで、多岐にわたる**地場産業メーカー**は、地域に雇用機会を生む**地域経済の基盤**となり、日本経済の成長に貢献するポテンシャルを有する重要な存在である。そのため、**地場産業の持続的な発展**が求められている。

地場産業の種類と役割

日本文化継承、地域経済やサプライチェーンの維持・強化

地場産業

消費財

生産財

伝統工芸品

伝統技術

- 有田焼（佐賀）
- 輪島塗（石川）
- 西陣織（京都）
- 南部鉄器（岩手）
- 高岡銅器（富山）



近代技術

- 今治タオル（愛媛）
- 鯖江の眼鏡フレーム（福井）
- 燕三条のステンレス製品（新潟）
- 関の刃物（岐阜）



- 金属製品（東京・大阪 等）
- 毛織物（愛知・岐阜 等）
- 絹織物（山梨 等）

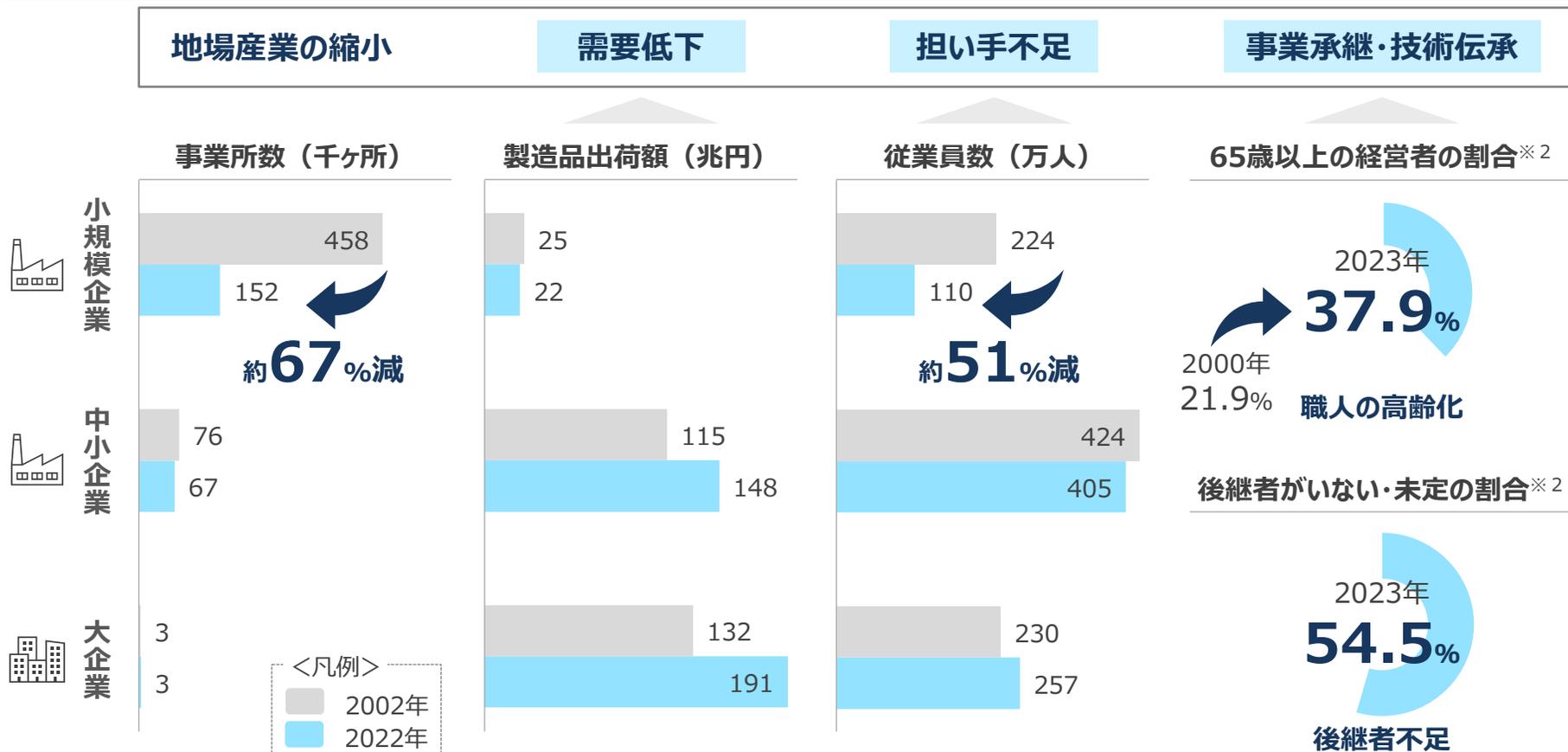


Section I -2.地場産業の現状と課題

地場産業の現状と課題

- 地場産業の多くを占める中小・小規模企業の事業所数、製造品出荷額、従業員数は、2002年から2022年の20年間で大きく減少している。背景には、①需要の低下、②担い手不足、③職人の高齢化や後継者不足等による事業承継等の課題があり、地場産業の縮小が進んでいる。

地場産業の現状と課題※1



出所：経済産業省「2002年工業統計」、同「2022年・2023年経済構造実態調査（製造業事業所調査）」、同「2024年版中小企業白書」を基にDBJ作成

※1：全産業のうち製造業について算出。「小規模企業」：従業員数19人以下、「中小企業」：従業員数20人～299人、「大企業」：従業員数300人以上

※2：中小・小規模企業について算出

Section I -2.地場産業の現状と課題

孤立的な事業形態からの転換

- 地場産業の縮小を招く要因の一つに、OEMや下請け等の事業形態が挙げられる。最終顧客や異業種等の外部との接点が少ないために、ニーズの把握が難しく、イノベーションの停滞を招いている。
- このような状況を打開するため、近年、外部接点を創出し地場産業を活性化する方法として、工場を公開し幅広いステークホルダーと直接コミュニケーションが取れる「地域一体型オープンファクトリー」に注目が集まっている。

地場産業の現状とありたい姿



Section II

地域一体型オープンファクトリーへの期待

1. 地域一体型オープンファクトリーの概要
2. 全国における動向
3. 多様な開催形態
4. 機能と期待される効果
5. 成功事例に見る地場産業振興の要素

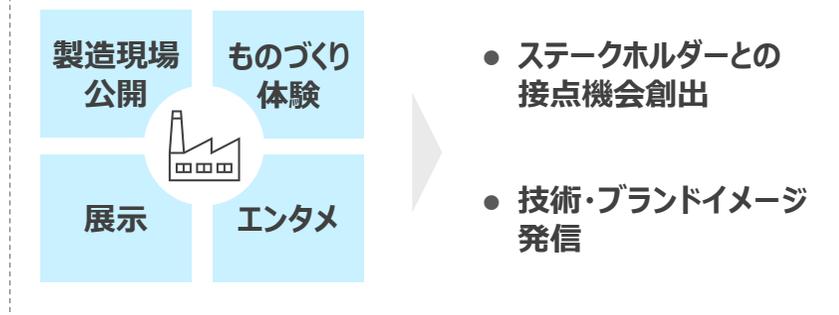
Section II -1.地域一体型オープンファクトリーの概要

オープンファクトリーとは

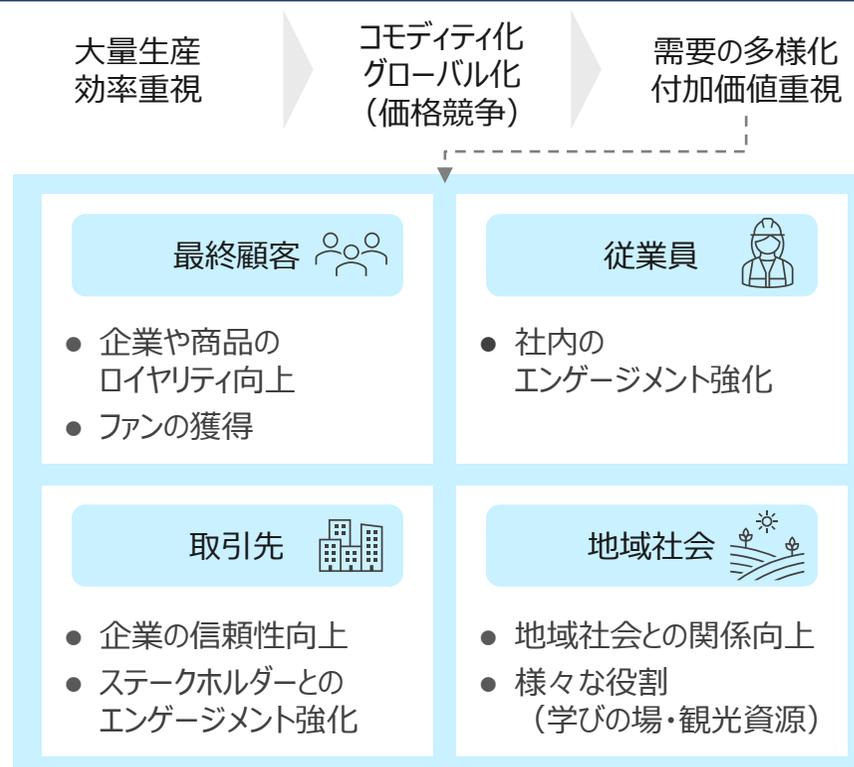
- オープンファクトリーとは、体験型コーポレート・コミュニケーションの手段である。企業が製造現場を公開し、来場者にもものづくりを体験してもらうことにより、幅広いステークホルダーとの接点機会を創出し、企業の技術やブランドイメージを発信する。展示やエンターテインメント等の多様な要素を兼ね揃え、近年は企業ミュージアムとも呼ばれる。
- 高度経済成長期の大量生産から付加価値重視の製造に変わり、企業や商品のロイヤリティ向上や、社内外のエンゲージメント強化等、多方面の波及を企図して大手メーカーを中心に導入が進んでいる。

体験型コーポレート・コミュニケーションの手段

オープンファクトリー（企業ミュージアム）



製造業の変化とオープンファクトリー導入の目的



Section II -1.地域一体型オープンファクトリーの概要

地域一体型オープンファクトリーとは

- 経済産業省近畿経済産業局の定義によると、**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」である。
- 一社単独では資金面や人的面で取組が難しい中小・小規模企業が、複数で連携するとともに、開催期間を限定することで開催を実現している。また、参加企業の利点だけでなく、**産地ブランディングや地域振興に資する**点が大きな特徴である。

一社単独型と地域一体型の違い

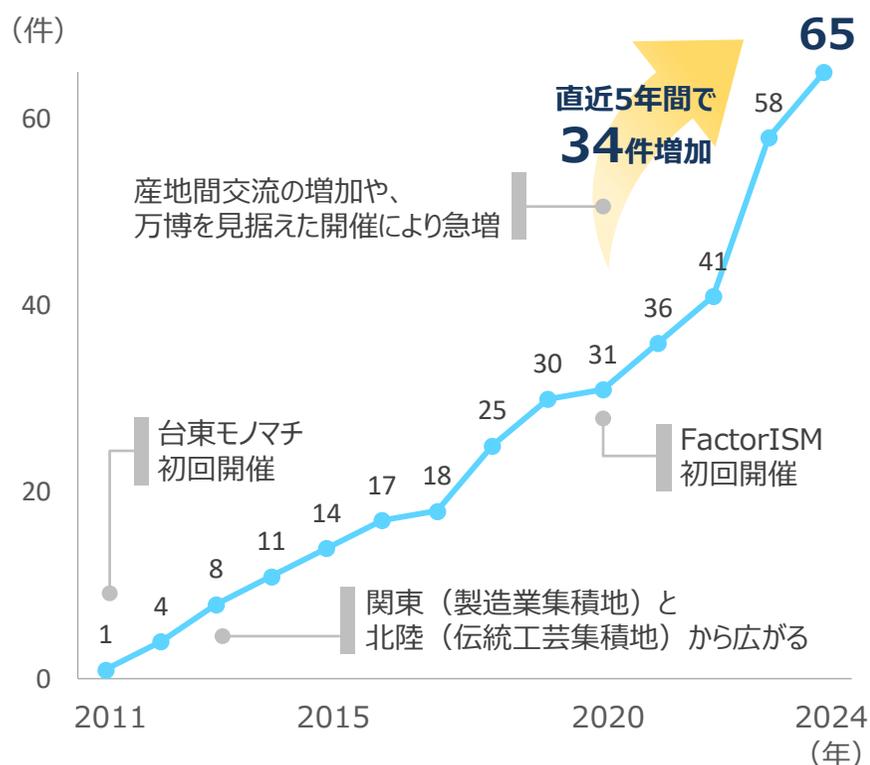
	主体	期間	目的	対象
地域一体型	複数の 中小・小規模企業 (数社～100社)	期間限定 (年に1回～数回、 数日間)	 企業 <ul style="list-style-type: none"> ● 企業ブランディング ● トレーサビリティ ● 社会貢献  産地 <ul style="list-style-type: none"> ● 産地・産地ブランディング ● 地域振興 	 最終顧客  従業員  産地内外企業  取引先  地域社会
一社単独型	個社の大企業	常時	 企業 <ul style="list-style-type: none"> ● 企業ブランディング ● トレーサビリティ ● 社会貢献 	 最終顧客  従業員  取引先  地域社会

Section II -2.全国における動向

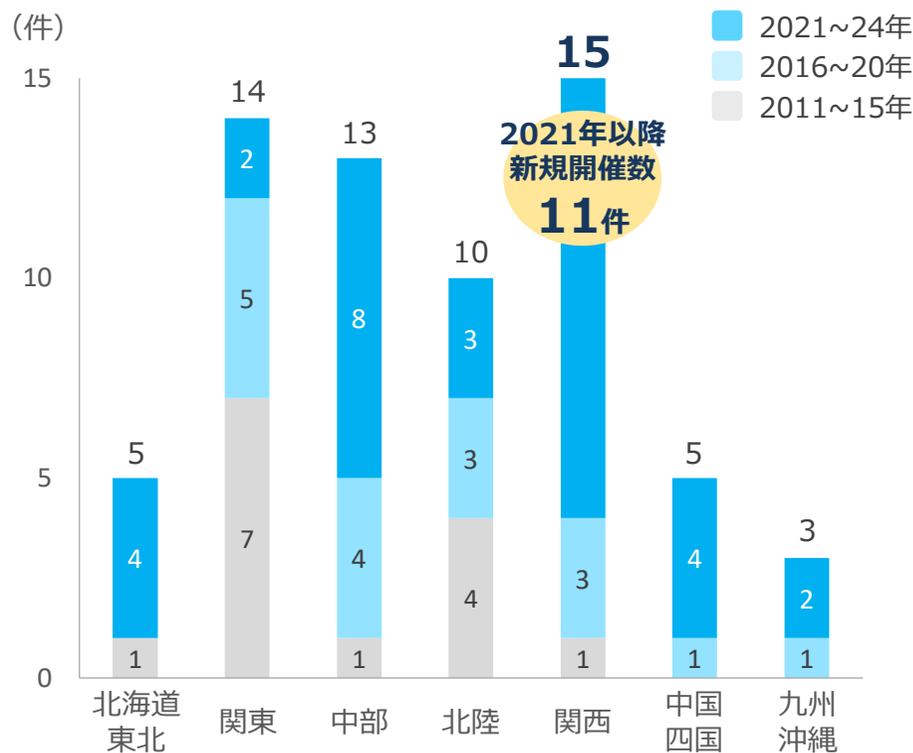
各地に広がる地域一体型オープンファクトリー

- 2011年、「台東モノマチ」（東京）を皮切りに、**製造業集積地**の関東圏や**伝統工芸**が盛んな北陸から、先行事例の影響を受けた近隣地域へ徐々に広がり、2024年には**全国で65件**が開催された。
- エリア別では**関西圏が15件と最も多く**、2025年の**大阪・関西万博との相乗効果**を狙って、「FactorISM（ファクトリズム）」（大阪）を筆頭に、2021年以降11件が新規開催した。

地域一体型オープンファクトリーの累積開催数の推移※1,2



エリア別初回開催年別地域一体型オープンファクトリー開催数※1



出所：各種公表資料を基にDBJ作成

※1：2024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。なお、2024年は中止したが、次回に向けた活動が確認できたものを含む

※2：初回開催年からの累積開催数を、開催中止年を含めずに算出

Section II -2.全国における動向

地域一体型オープンファクトリー一覧（2024年開催実績・順不同）

北陸 10件

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

関西 15件

DESIGN WEEK KYOTO	こーばへ行こう！
大正・港・西淀川オープンファクトリー	開工神戸
大阪 靴と皮革の祭典O-Round	CRAFT VILLAGE
FactorISM	もっぺん
泉州オープンファクトリー	TOYOOKA OPEN WALK
不器用FACTORY	よしのウッドフェス
ワークワクワ河内長野	和歌山ものづくり文化祭
だいたうオープンファクトリーCONTACT	

中国・四国 5件

つやまエリアオープンファクトリー
 瀬戸内オープンファクトリー
 DENIM EXPO
 来て見てみい、徳島。
 オープンファクトリーCRASSO

九州・沖縄 3件

Go Forward
 諫早工場博
 日田ものづくり探検隊

北海道・東北 5件

Meet up Furniture Asahikawa
 遠野しごと展
 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

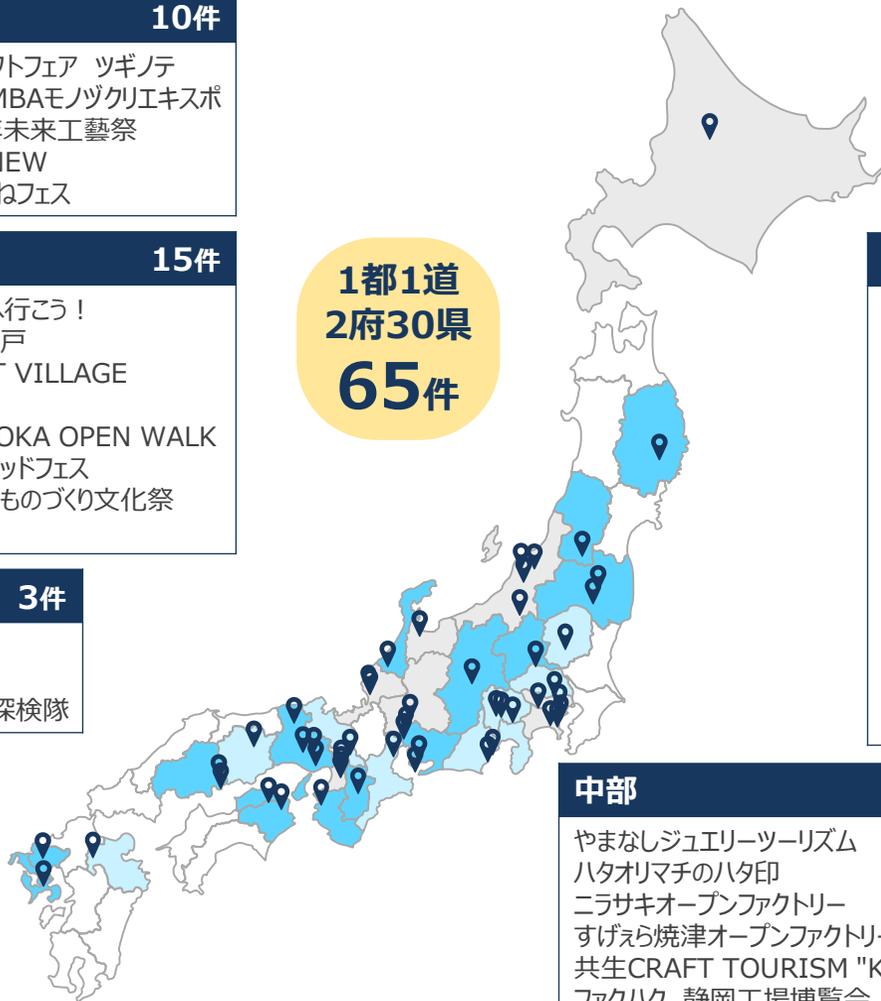
関東 14件

かぬまオープンファクトリー
 彩の国オープンファクトリー
 浅草エーラウンド
 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 13件

やまなしジュエリーツーリズム	はんだオープンファクトリー
ハタオリマチのハタ印	CHITA MOMENT
ニラサキオープンファクトリー	ひつじサミット尾州
すげえら焼津オープンファクトリー	関の工場参観日
共生CRAFT TOURISM "KOBO NOW"	はいてくヒルズ
ファクハク 静岡工場博覧会	こもガク
ヨヨヨ!!!	

1都1道
 2府30県
65件



<凡例>

- 2021～24年に初開催した産地
- 2016～20年に初開催した産地
- 2011～15年に初開催した産地

出所：各種公表資料を基にDBJ作成 ※1：（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 II -3.多様な開催形態

産地属性と開催形態の分類

- 地域一体型オープンファクトリーの具体的なあり方は、産地の立地条件やビジネスモデル（産地属性）によって背景や目的が異なることから、様々な開催形態を取り得る。

立地条件別・ビジネスモデル別に見る開催形態

	立地条件						ビジネスモデル		
	全般	町工場 工業団地	企業 集積地	企業 点在地	観光地 近接地	都市部	過疎地	BtoC	BtoB
背景	人手不足	住工近接	-	-	観光通過点	競合過多	人口減少	需要低下	
目的	雇用創出	住民理解	-	-	産業観光	地域イベント	関係・定住 人口創出	売上増加 ファンづくり	取引開拓 技術革新
対象	学生 就業希望者	近隣住民 子ども	-	-	観光客	近隣住民 子ども	他地域の 若者	消費者 バイヤー	業界関係者 クリエイター
必要な対応	製造現場の公開		複数工場への 往訪を促進	二次交通 課題の解消	魅力的なコンテンツの開発			製品ストーリーや技術の発信	
	仕事内容 職場環境	工場・団地 内部			観光資源	アクティビティ	産地特色	商談等交流の場の開設	
開催形態	工場見学		周遊型	集合型	物販		展示		
	ワークショップ		スタンプラリー			飲食	トークショー		
					ツアー				

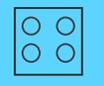
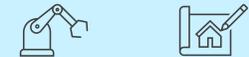
■ 公開方法 ■ コンテンツ

Section II -3.多様な開催形態

開催形態別の効果とメリット・デメリット

- 開催形態は公開方法とコンテンツ内容に大別され、それぞれ得られる効果のベクトルが異なる。公開方法は発信力と認知効果の広狭と深淺があり、コンテンツ内容は集客と産業・産地のバリエーションがある。
- 期待する効果とメリット・デメリットを踏まえ、産地属性（立地条件、ビジネスモデル、業種数等）に応じて開催形態を最適化することにより、様々な地域に適用できる。

開催形態別の効果とメリット・デメリット

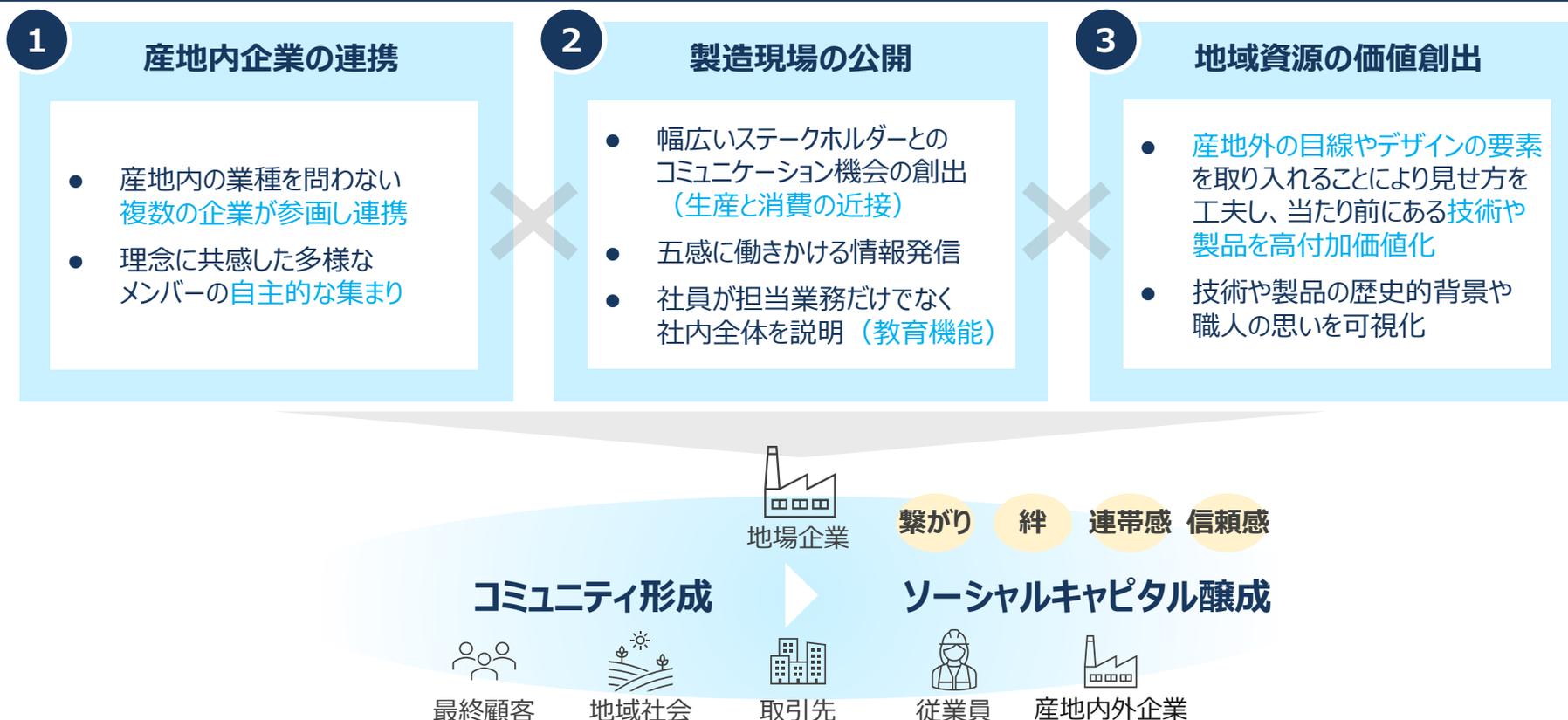
	特徴	効果	メリット	デメリット
公開方法	周遊型 	狭く深く ↑ 発信力 / 認知度 ↓ 広く浅く	<ul style="list-style-type: none"> ● 五感を刺激する情報発信に優れる ● 街並み等、産地全体の魅力のPRも可能 ● 企業・来場者ともに気軽に参加できる ● トークショー等の集客型のコンテンツを盛り込みやすい 	<ul style="list-style-type: none"> ● 第三者に知られてはならない未公開情報や重要情報の管理に留意 ● 二次交通に課題あり ● 製造現場そのものの魅力を伝える力が弱い
	集合型 			
コンテンツ	工場見学・ワークショップ 	特定 ↑ 集客 / 産業・産地 ↓ 多様	<ul style="list-style-type: none"> ● 企画や準備等の工数が少なく着手が平易 ● 小規模から開催が可能 ● ものづくり以外の要素を発信でき、工夫の幅に広がりがある 	<ul style="list-style-type: none"> ● 回を重ねるごとに内容が単調になりやすい ● 開催目的や運営体制が明確でない場合、メッセージ性が欠ける
	エンタメ 			

Section II -4.機能と期待される効果

3つの機能とコミュニティ形成

- 地域一体型オープンファクトリーは、主に①産地内企業の連携、②製造現場の公開、③地域資源の価値創出、などの機能を有する。これらの機能が掛け合わされると、地場企業と産地内外の幅広いステークホルダーとの間に交流が生まれ、コミュニティが形成される。そして、繋がりがや連帯感といったソーシャルキャピタル※¹（社会関係資本）が高まることによって、様々な効果を生み出す源泉となる。

地域一体型オープンファクトリーの主な機能



出所：各種ヒアリングを基にDBJ作成

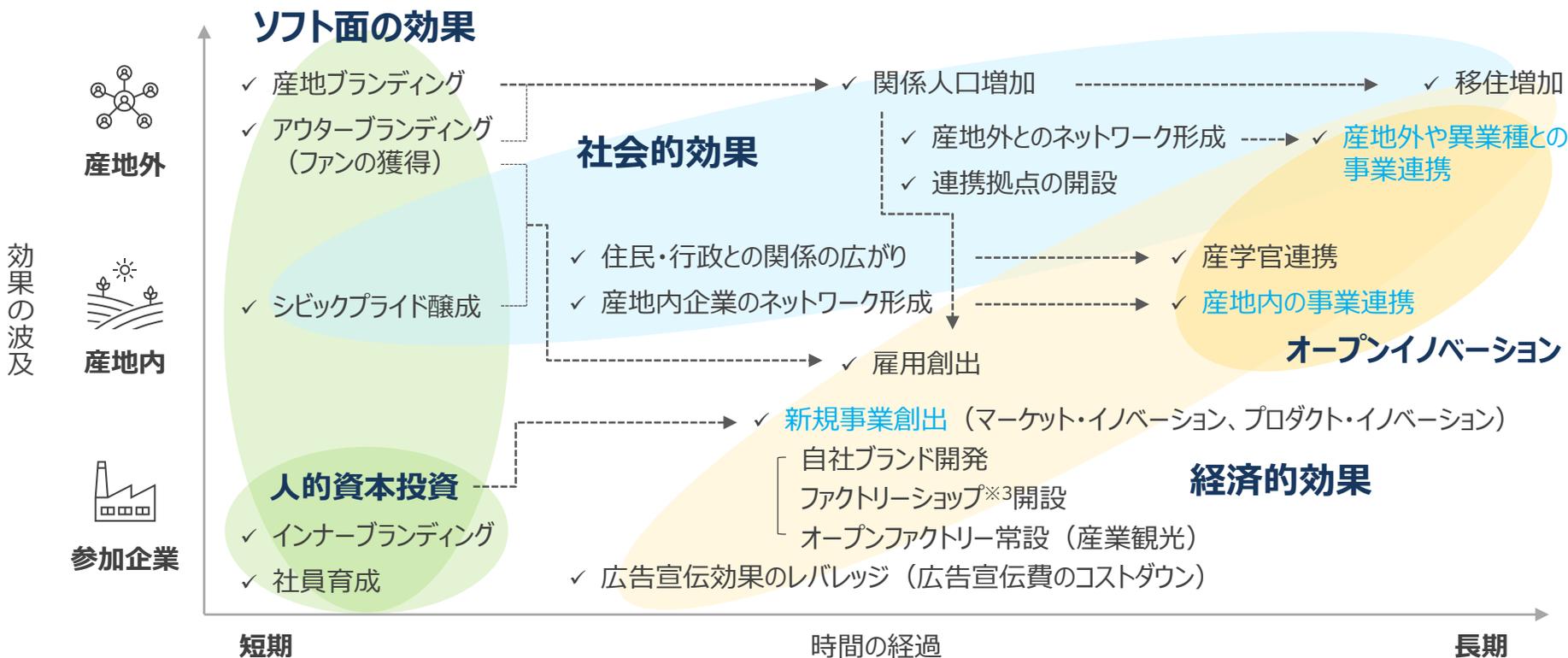
※1：人々の社会的ネットワーク（繋がり、絆）、やそこから生じる社会的信頼（他者への信頼感）や互酬性の規範（お互いさま）を要素とする概念

Section II -4.機能と期待される効果

多方面に期待される効果

- 地域一体型オープンファクトリーから得られる効果は、参加企業から産地全体に波及し、時間経過とともに多岐にわたる。早期にはソフト面の効果が現れ、参加企業においては、インナーブランディング※¹などの人的資本への投資効果が得られる。中期的には、産地内外のネットワーク形成や関係人口※²増加などの社会的効果が期待される。これらのソフト面の効果と社会的効果がイノベーションの土壌となり、長期的には、新規事業創出や事業連携などの経済的効果への進展が望める。
- 地場企業は予算やリソースに制約があり、人的資本を始めとする投資が十分に行えないものの、地域一体型オープンファクトリーを活用することにより多方面の投資効果を楽しむことができる。

時間経過と波及範囲別に期待される効果



出所：各種ヒアリングを基にDBJ作成

※ 1：企業理念やブランド価値を社内に共有して浸透させる活動

※ 2：移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々

※ 3：工場に併設する販売所。工場直売店

Section II -5.成功事例に見る地場産業振興の要素

実効的な運営に向けた課題の解消

- しかしながら、中には単発のイベントに終わるなど、期待した効果が得られないケースもあり、実効的な運営に向けて、主に3つの課題（①参加企業の関心不足、②運営の人員・人材不足、③運営の資金不足）が挙げられる。
- 解決の糸口は、多様な人材との交流を深め、課題の根底にあるバイアス（現状維持思考など）を解消することにある。次頁以降は、産地内外から得た刺激や気づきを基に、柔軟な発想で課題に対応するとともに、地場産業振興を推進する事例を紹介する。

3つの課題と根底にあるバイアスの解消



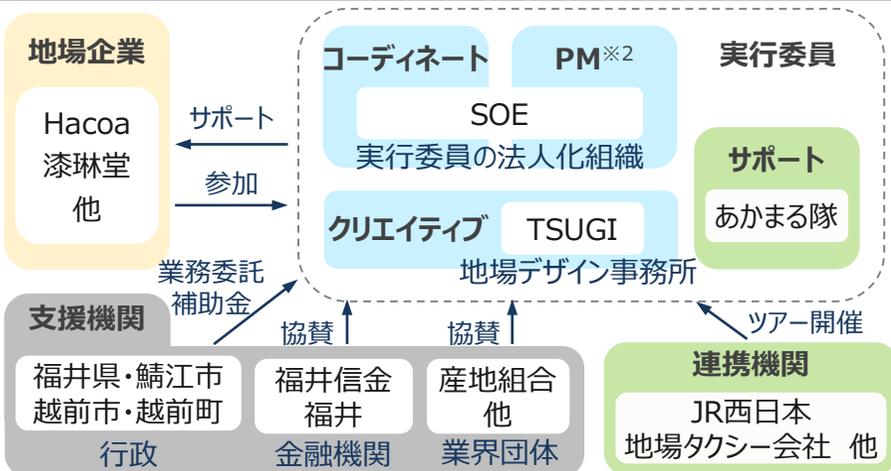
成功事例① RENEW | 産業観光・BtoC事業振興

- RENEWは、**産業観光やBtoC事業振興の成功事例**として全国から注目を集める、国内最大規模の地域一体型オープンファクトリーである。実行委員会の法人化組織と地場デザイン事務所を核に、若い世代を中心とした**産地内外の人材から構成される自由闊達な組織運営**が特徴。RENEWを契機に、自社ブランド開発等の**新規事業を創出する地場企業が増加**。

地域一体型オープンファクトリーの概要※1

開催地	福井県鯖江市、越前市、越前町	効果	ファクトリーショップ開設 36 件 BtoC向け自社ブランドの増加	
開始年（回数）	2015年（10回）		雇用増加 67 人	
主な産業	眼鏡・漆器・和紙		移住者 100 人以上	
参加企業数	118社（2024年実績）			
来場者数	延べ48,000人（2024年実績）			

運営体制



特徴的な取組

- ① 実行委員会の法人化
 - ▶ 通年型産業観光を通じて持続可能な地域づくりを目指し、2022年に実行委員会からSOEを設立。**オープンファクトリー事業の赤字を他の黒字事業により補填**
- ② インターンスタッフ「あかまる隊」
 - ▶ オープンファクトリーを始め、産地を盛り上げる活動に参加するインターンスタッフ。学生や移住者など、**産地内外から広く参加者が集まり、創造的なアイデアを具現化**。豊富なコンテンツを生み出している



出所：（一社）SOEへのヒアリングおよび各種公表情報を基にDBJ作成（写真）（一社）SOE提供
 ※1：2025年1月時点 ※2：プロジェクトマネジメント

成功事例② FactorISM | 産地内外連携・協働

- FactorISMは、複数の自治体が参画するとともに、産官学金が運営に関わる**広域事例**である。会員制の連携拠点「みせるばやお」を構え、新規取引や協働事業といった**地場企業間の連携が活発化**している。さらに、沿線の地域活性に取り組む鉄道会社を始めとする、**地場大手企業**や、**異業種**、**大学**等とも幅広く協働を展開し、**事業革新が促進**している。

地域一体型オープンファクトリーの概要※1

開催地	大阪府八尾市、東大阪市、柏原市、堺市、高石市、和泉市、門真市、大阪市、大東市、四条畷市、三重県名張市	効果	 オープンファクトリー常設 8件 BtoC向け自社ブランドの増加	
開始年（回数）	2020年（5回）		 雇用増加、新卒採用の加速、 大学との 協働案件の獲得	
主な産業	歯ブラシ・金属加工・電子機器		 デザイナー・アーティストとの 新規事業増加	
参加企業数	91社（2024年実績）			
来場者数	17,600人（2024年実績）			

運営体制	特徴的な取組
 <p>地場企業：錦城護謨、木村石鹼工業、藤田金属 他 連携機関：高校、大学 他 サポート：こつばの、だいがく 支援機関：日刊工業読売新聞、メディア、行政、近経局・大阪府・各市・教育委員会 他 コーディネート：友安製作所 PM※2：NxN Design 他 クリエイティブ：電通大阪、京都信金 実行委員：南海、近鉄、京阪HD、地場大手企業 協賛：みせるばやお、八尾市、大東市、門真市、堺商工会議所</p>	<p> 企業連携拠点「みせるばやお」</p> <ul style="list-style-type: none"> 産地内外の企業から構成される会員制の連携拠点、2018年開設。地域の子どもの対象に、体験やイベントを通じ、ものづくりの魅力を発信する機能を兼ねる（会員数:135社（2024年3月末時点）連携事業実績:132件（2023年3月末時点）） <p> 地場大手企業との協働事業</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域活性を共通理念とする、鉄道（南海電気鉄道、近畿日本鉄道、京阪電気鉄道）や小売（アーバンリサーチ、グランフロント大阪）等の地場大手企業との協働を促進

出所：各種公表情報を基にDBJ作成（写真）FactorISM実行委員会提供

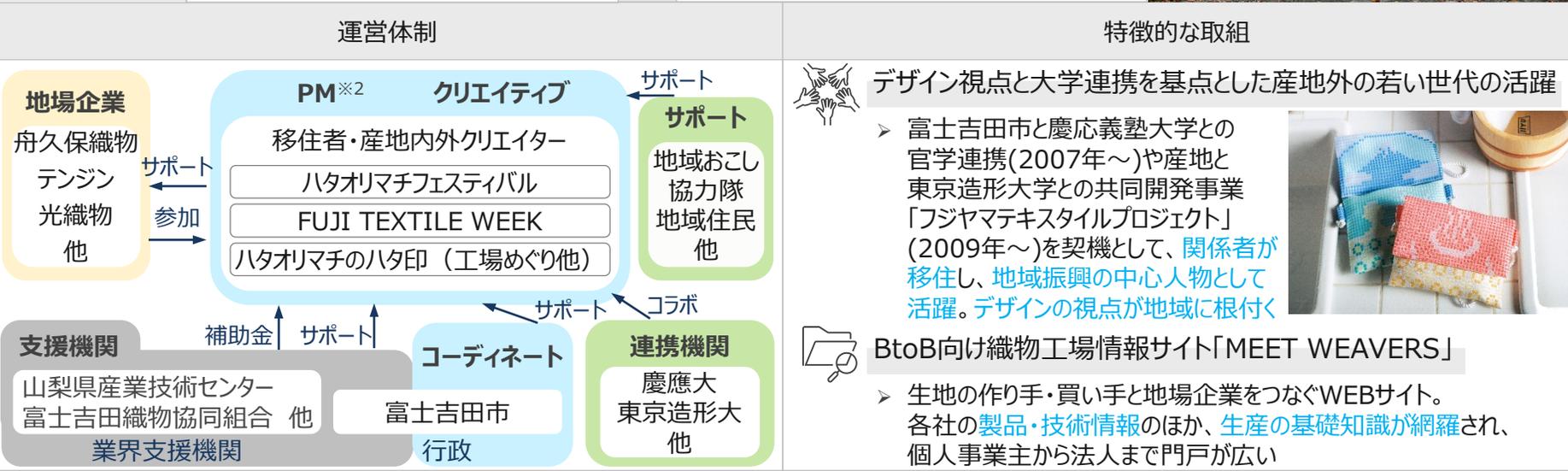
※1：2025年1月時点 ※2：プロジェクトマネジメント

成功事例③ 富士吉田市 | まちづくり・地域振興

■ 産地外の多様な人材の活躍が、産業活性のみならず地域振興を生んでいる好事例。行政との協働のもと、産学連携や地域おこし協力隊出身の移住者が中心となり、オープンファクトリーに加え、秋祭り「ハタオリマチフェスティバル」や芸術祭「FUJI TEXTILE WEEK」等の産業を軸とした複層的な取組を推進。彼らの活躍がさらなる移住者を呼ぶ好循環が生まれている。

取組概要※1（フェス：ハタオリマチフェスティバル、FTW：FUJI TEXTILE WEEK、工場：ハタオリマチの小さな工場めぐり）

開催地	山梨県富士吉田市	効果	 BtoC自社ブランドの増加 新規販路の開拓、雇用増加	
開始年（回数）	フェス： 2016年（7回） FTW： 2021年（3回） 工場： 2016年（毎年第3土曜日）		 移住者、関係人口の増加 飲食店等の事業者の増加 Uターン、Iターンの増加	
主な産業	織物		 アーティストやデザイナーとの協働増加	
来場者数 参加アーティスト数 参加企業数	フェス：延べ26,000人（2024年実績） FTW： 国内外11組（2023年実績） 工場： 15社（2024年実績）			



出所：富士吉田市へのヒアリングおよび各種公表情報を基にDBJ作成（写真）富士吉田市提供
※1：2025年1月時点 ※2：プロジェクトマネジメント

成功事例④ 第三者機関主催の交流会／産地間協働 | 機運醸成

■ 参加企業の関心不足を解消する効果的な事例として、ネットワークを持つ第三者機関が橋渡しとなり、複数の産地が一堂に会する交流会が挙げられる。開催後、各産地では運営改善等の創意工夫が進み、産地間では相互出展等の協働から認知度向上等の相乗効果が生まれている。産地横断の交流が契機となり、複数産地が切磋琢磨して成長している。

第三者機関が主催する主な交流会			産地間協働（相互出展、トークイベント出演）		
開催年月	主催者	イベント名（参加産地数・業種）	開催年月	受入産地	協働内容
2019～	近畿経済産業局	関西オープンファクトリーフォーラム、Local X Forum、他（多数）	2021/10	FactorISM	特別出展（RENEW）
2024/7	鯖江市	Meet The Openfactory（10・多業種）	2024/10	クラフトフェア ツギノテ	トークイベント出演（千年未来工芸祭、RENEW、燕三条 工場の祭典）
2024/8	（株）糸編	そうだ、産地に行こう！（7・繊維業）	2024/10	ひつじサミット尾州	トークイベント出演（富士吉田市、RENEW）

<ul style="list-style-type: none"> ● 産地同士では繋がりが無い中、各地とのネットワークを持つ行政や民間事業者が、複数の産地を集めた交流会を主催。取組の紹介や意見交換、工場視察等が行われた ● 交流会は、各産地の士気を高め、運営改善やコンテンツ企画等の創意工夫を促進。互いのオープンファクトリーに参加するなどの副次効果も現れている 	<ul style="list-style-type: none"> ● 出展やトークイベントのゲスト出演等、互いのオープンファクトリーに参加する産地間協働が活発に行われており、認知度向上等の相乗効果を生んでいる ● 開催時期の分散等により、経営者だけでなく社員を含めた協働が進めば、産地全体の機運醸成に発展し、想定外のイノベーションが期待できる
--	---

 <p>関西オープンファクトリーフォーラム</p>	 <p>Meet The Openfactory</p>	 <p>クラフトフェア ツギノテ</p>	 <p>ひつじサミット尾州</p>
--	--	---	--

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 左から）経済産業省近畿経済産業局、（一社）SOE、クラフトフェアツギノテ実行委員会、ひつじサミット尾州実行委員会提供

成功事例⑤ 五泉ニットフェス／スミファ すみだファクトリーめぐり | 人員・人材獲得

- 地域や組織の枠を超えた幅広い人材が運営に関わることによって、人員・人材不足を解消する好事例。多様な関わりは、産地内に様々な刺激を与え、ツアー造成（五泉ニットフェス）やデジタルスタンプラリー（スミファ）等の柔軟な発想の取組を生み出している。その結果、産地の魅力が高まり、関係人口の創出が期待される。

五泉ニットフェス	
開催地	新潟県五泉市
開始年（回数）※1	2015年（10回）
主な産業	繊維
参加企業数※2※3	14社
来場者数※2	3,000人



- 染色から二次加工まで、ニット製造に関連する地場企業が参加する特定産業型オープンファクトリー
- アパレル業界の産地交流を目的としたBtoBバスツアー「産地遠征プログラム」（糸編と共催）や繊維産業を素材から知る教育企画「ウールラボ」（日本毛織と共催）等、産地外連携が活発

産地を越境して参画する実行委員

- 産地外に在住しながら運営に携わる実行委員が在籍。コロナ禍において、デジタルを活用した遠隔参加での運営ボランティア「ニットフェスアンバサダー」を受け入れたところ、多彩な人材が集まり、多数の産地外連携企画を生んでいる



スミファ すみだファクトリーめぐり	
開催地	東京都墨田区
開始年（回数）※1	2012年（12回）
主な産業	印刷・金属加工 他
参加企業数※2	36社
来場者数※2	約4,000人



- 「台東モノマチ」、「おおたオープンファクトリー」（東京）、「高岡クラフト市場街」（富山）に並ぶオープンファクトリーのパイオニア
- 産地のトップランナー（浜野製作所）を中心に、すみだのものづくりを盛り上げていこうと、地場企業のネットワークが形成されている。行政を始めとする地域機関との連携が強い、地域を挙げた取組

地域金融機関の運営参画

- 運営の人員不足に対し、産地を良く知る地域金融機関（東京東信用金庫）が実行委員として運営に参画。デジタルスタンプラリー等の新規コンテンツを企画。協賛等の金融支援に拘らない支援の形



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）五泉ニットフェス実行委員会、スミファ実行委員会提供

※1：2025年1月時点 ※2：2024年実績 ※3：工場見学と販売の両方に参加する企業数を差し引いた合計

成功事例⑥ ひつじサミット尾州／クラフトフェア ツギノテ | 財源確保・サポーター創出

- 行政補助や参加企業の持ち出しに依存せず、持続可能な**運営資金を捻出**している事例。クラウドファンディングのリターン（ひつじサミット尾州）や会場限定商品券（ツギノテ）に趣向を凝らし、開催前後を含めて**支援者との連携を醸成**。金銭面の効果に加え、ファンが深化した**サポーターの獲得**や、最終顧客の**地場企業に対する造詣の深まり**等の効果も生んでいる。

ひつじサミット尾州	
開催地	愛知県一宮市、津島市、岐阜県羽島市
開始年（回数）※1	2021年（4回）
主な産業	繊維
参加企業数※2	39社
来場者数※2	延べ11,787人



- 地場産業であるウール繊維企業が中心となりつつ「ゆるくふわっと」をコンセプトとした**地域共創型オープンファクトリー**
- 新幹線「ひかり」の車両を貸し切ったトークイベント（JR東海・三井不動産と共催）や、他の繊維産地との交流会、**産地内のDX推進「ひつじDX」**等、**多方面に協働を推進**

クラウドファンディング「ひつじ団」

- SNSや特別ツアーへの招待といったクラウドファンディングのリターンは、地場企業との連携醸成を促し、**ファンから深化したサポーター**を生んでいる



クラフトフェア ツギノテ（「高岡産業工芸博覧会」）	
開催地	富山県高岡市
開始年（回数）※1	2023年（2回）
主な産業	銅器・漆器
参加企業数※2	57社
来場者数※2	4,700人



- 来場者が多くの工場と出会うことを重視した**会場型オープンファクトリー**。開催地の高岡市では、「高岡クラフト市場街」や「高岡クラフトツーリズム」等を通じて、産業観光が活発に行われている
- 勉強会「ツギノテ塾」や産学連携「クワイ党」「ツギノメ」等の協働が盛んに行われ、共感する**関係人口**や**移住者が創出**されている

会場限定商品券「ツギペイチケット」

- 参加企業の技術や職人の道具等を紹介するミニブック形式の商品券。利用者は2割増しの買い物が可能となり、**地場企業の理解を深める販促効果**をもたらしている



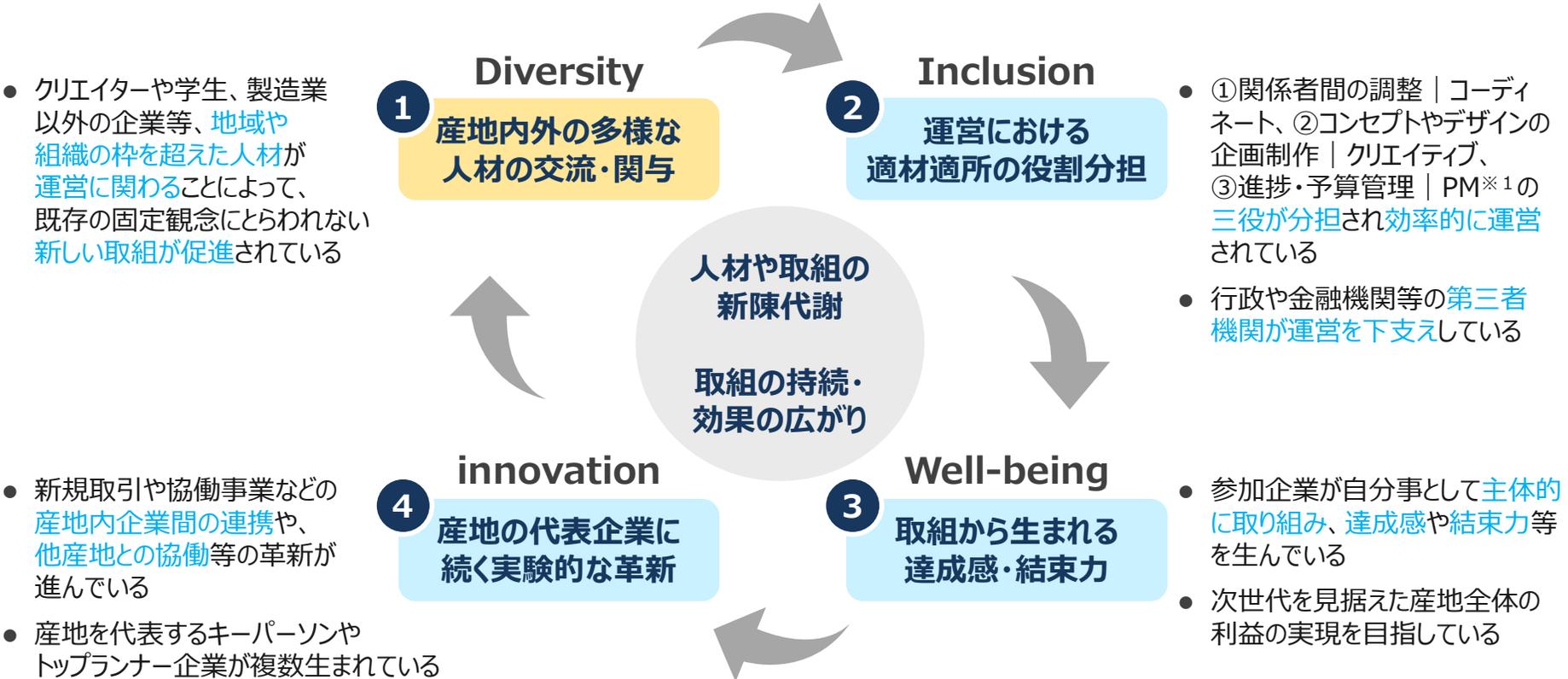
出所：各種ヒアリングおよび各種公表情報を基にDBJ作成（写真）ひつじサミット尾州実行委員会、ツギノテ実行委員会提供

※1：2025年1月時点 ※2：2024年実績

成功事例に見る地域一体型オープンファクトリーを通じた地場産業振興に向けた示唆

- 成功事例では、運営の**人材や取組に新陳代謝**があり、オープンファクトリーに留まらない、**多角的な産業・地域振興の取組が持続**するとともに**効果が拡大**している。地域や組織の枠を超えた**多様な人材の交流・関与**「ダイバーシティ」を基点として、それぞれの特性を活かした**適材適所の役割分担**「インクルージョン」、取組から生まれる**達成感や結束力**「ウェルビーイング」、産地を代表する**トップランナー企業に続く実験的な革新**「イノベーション」の**好循環**を促すことが重要だと考えられる。

多様な人材交流を基点とする好循環



出所：各種ヒアリングを基にDBJ作成

※1：プロジェクトマネジメント

Section III

地場産業の持続可能な発展に向けて

1. 大阪・関西万博を基点とした地域一体型オープンファクトリーの可能性
2. 新たなビジネスチャンスの創出に向けた取組
3. 今後の展望

Section III-1.大阪・関西万博を基点とした地域一体型オープンファクトリーの可能性

大阪・関西万博を基点とした製造現場への誘客

- 大阪・関西万博は、地場産業を国内外に発信しビジネスチャンスを獲得する好機会であり、オープンファクトリーを含む製造現場への誘客を促進する取組に期待が集まる。期間中は、会場内の一部物品の製造見学等を企画するプロジェクト「Co-Design Challenge 2024」が実施される。
- 閉幕後は、万博で得た海外との接点をビジネスに発展させる次のステップとして、インセンティブツアーの活性化が推進される。関西では、海外企業からの依頼とツアーの企画・手配をワンストップで行うプラットフォーム「Tech Tours Kansai」（以下、「TTK」という。）が始動し、地域全体の取組として注目される。

Co-Design Challenge 2024	Tech Tours Kansai
<p>➢ 大阪・関西万博の未来社会ショーケース事業（EXPO共創事業）</p>	<p>➢ 関西イノベーションセンター（以下、「MUIC」という。）と大阪観光局が提供する、産業・インセンティブツアー専用プラットフォーム</p>
<p>コンセプト 「大阪・関西万博を契機に、日本全国それぞれの土地で“これからの日本の暮らし（まち）をつくる”」</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 社会課題の解決や万博が目指す未来社会の実現を目的とした物品開発 （開発された物品は万博会場に協賛提供） 2. 地域誘客の実現 （万博会場外で、物品に関連する製造現場の見学を含むものづくり体験を企画） 	<p>背景 万博を契機に、海外からのビジネス客やMICE参加者に提供するコンテンツとして、産業視察への期待が高まる</p> <p>目的 調整役となる自治体やDMO※¹、視察先企業は無償で受け入れるケースが多い。TTKを通じて、旅行会社や国内企業と連携し有償化を図る</p> <p>仕組み 海外の企業や旅行会社からの問合せをTTKがワンストップで受け、連携旅行会社が海外企業との調整や視察先を手配。その対価として手数料を収受</p>
<p>主な選定事業 （全11件） （代表企業・団体：事業名）</p> <p>北海道 旭川家具工業協同組合：WOOD&DESIGN ～「森と木とデザイン」を軸に、「椅子」製作を通じた地域の課題解決～</p> <p>大阪 甲子化学工業：ホタテの廃棄貝殻から生まれたベンチ「HOTABENCH ホタバENCH」</p> <p>大阪 友安製作所：端材と廃材を活用した中庭スツールとテーブル～LIVE!SM（ライブイズム） 生きるが、醸す～</p>	<p>Tech Tours Kansai</p> <p>海外企業 → 相談 → 国内外エージェント → 依頼 → (主体) 大阪観光局 MUIC / (連携) JTB 近畿日本ツーリスト 日本旅行 → 各種手配アテンド → 産業視察 / 宿泊 / 観光</p>

出所：（公社）2025年日本国際博覧会協会HP、（一社）関西イノベーションセンターHPを基にDBJ作成

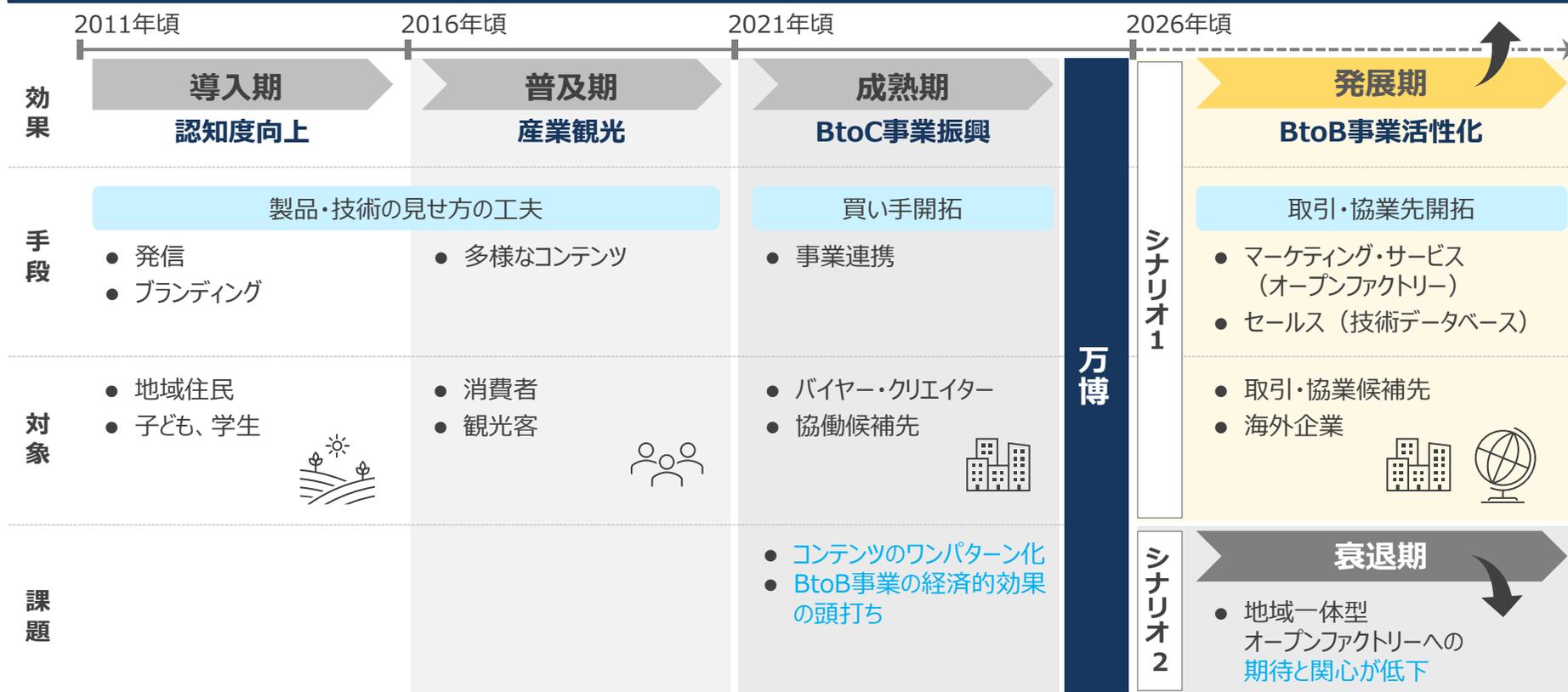
※1：Destination Management Organization。観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人

Section III-1.大阪・関西万博を基点とした地域一体型オープンファクトリーの可能性

次のステップへの模索

- これまで紹介した事例を含めて、地域一体型オープンファクトリーは、開催を重ねる中で、地場産業の認知度向上や産業観光、そしてBtoC事業振興などの効果を地場企業や産地にもたらしてきた。一方で、コンテンツのワンパターン化やBtoB事業の経済的効果の頭打ちが見られ、次のステップに向けた展開を模索する分岐点にいる。
- 特に関西地域では、万博との相乗効果を期待する産地が多く、万博開催をピークに地域一体型オープンファクトリーへの期待や関心の低下が懸念される（シナリオ2）。関西地域に限らず万博の好機を捉え、地場産業活性化の鍵となる、新規取引成約や新規事業創出などのBtoB事業の経済的効果につながる取組が求められる（シナリオ1）。

地域一体型オープンファクトリーの変遷と展望

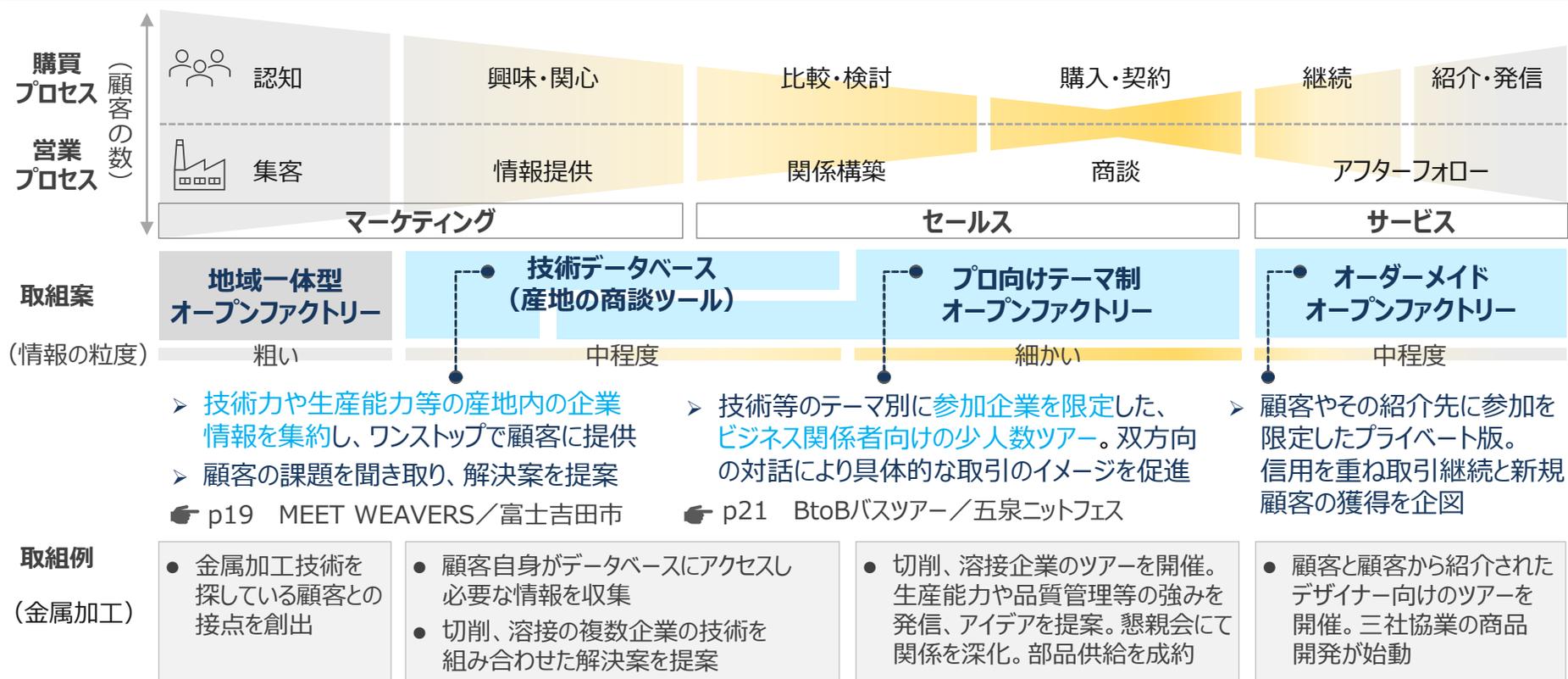


Section III-2.新たなビジネスチャンスの創出に向けた取組

BtoB事業の経済的効果を誘発する地域一体型オープンファクトリーの効果的な活用

- 新規取引成約や新規事業創出には、取引や協業が期待される顧客に地場企業の技術力を的確に発信し、成約につなげる仕組みが求められる。しかし、広く一般に公開する地域一体型オープンファクトリーとは相性が悪い。このため、営業プロセスの段階別に、公開先や情報を特定したオープンファクトリーの開催や、データベース等で産地企業の技術力を集約・可視化することが有効である。
- 予算やリソースに制約がある地場企業において、オープンファクトリーは営業プロセスの3役を担う効果的なツールとなり得る。産地や企業の規模や対応能力が十分でない場合は、選択と集中を行い、徐々に産地全体で推進する一体的な取組へステップアップが望まれる。

地域一体型オープンファクトリーを活用したBtoB事業活性化の取組案



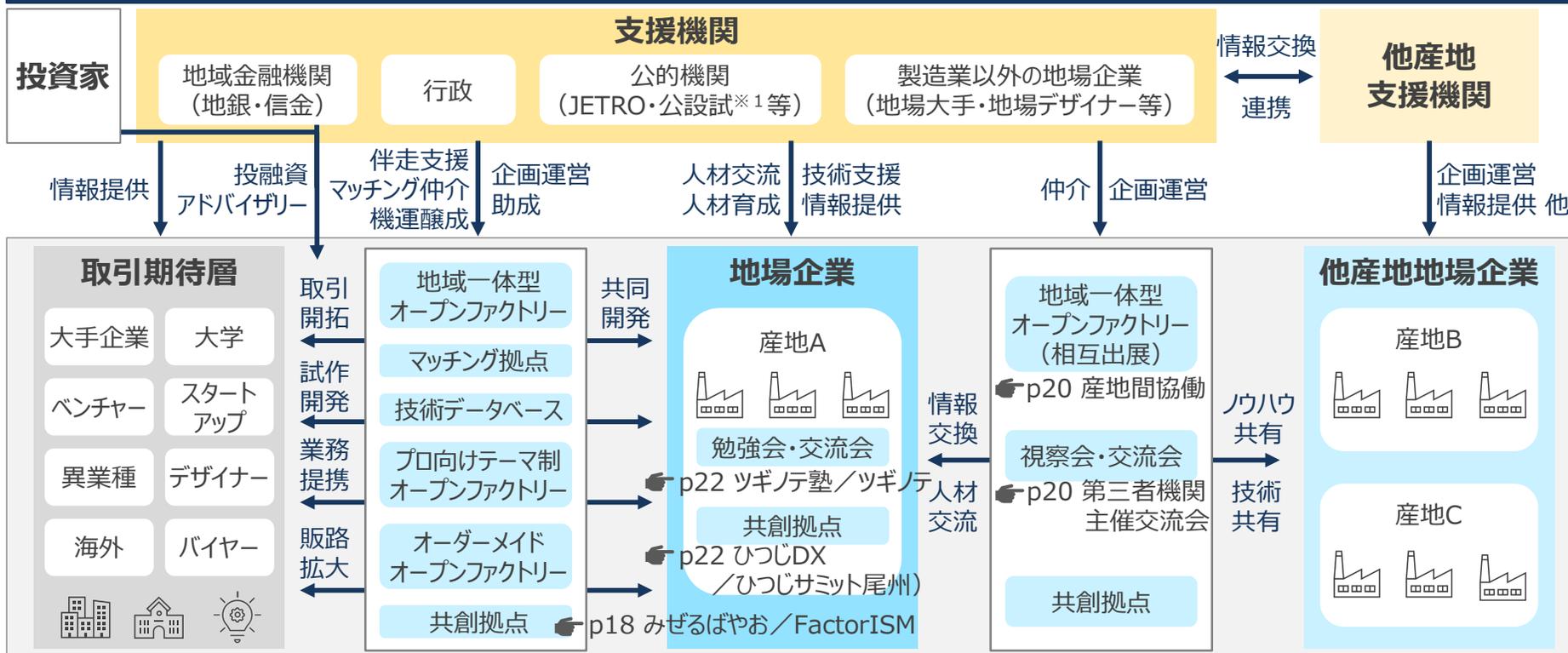
出所：各種ヒアリングを基にDBJ作成

Section III-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、予算やリソースが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点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（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。

地場企業と取引期待層と他産地による共創空間



出所：各種ヒアリングを基にDBJ作成

※ 1：公設試験研究機関

Section III-2. 新たなビジネスチャンスの創出に向けた取組

先行事例 異業種共創（地場企業×大手企業×デザイン）

アップサイクル商品の共同開発

- 藤田金属は、大阪に拠点を置く、金属製キッチン用品メーカー。TENTとの協業で開発された自社ブランド「フライパンジュウ」は、持ち手が外せてそのままお皿として使える鉄製フライパンである。この持ち手に、野球選手用の木製バットの不適格材をアップサイクルしたフライパンを共同開発した
- ミズノが企画・材料を提供し、地域一体型オープンファクトリー「FactorISM」を介して協働関係にあるアーバンリサーチが地域の魅力を発信するプロジェクト「JAPAN MADE PROJECT」の一環として販売。さらに、バットの形状をそのまま残した「SWING PAN」を製品化し、発売後は複数のメディアに取り上げられ人気を博している

フライパンジュウ

SWING PAN

人材に関する課題解決（ワークウェア開発）

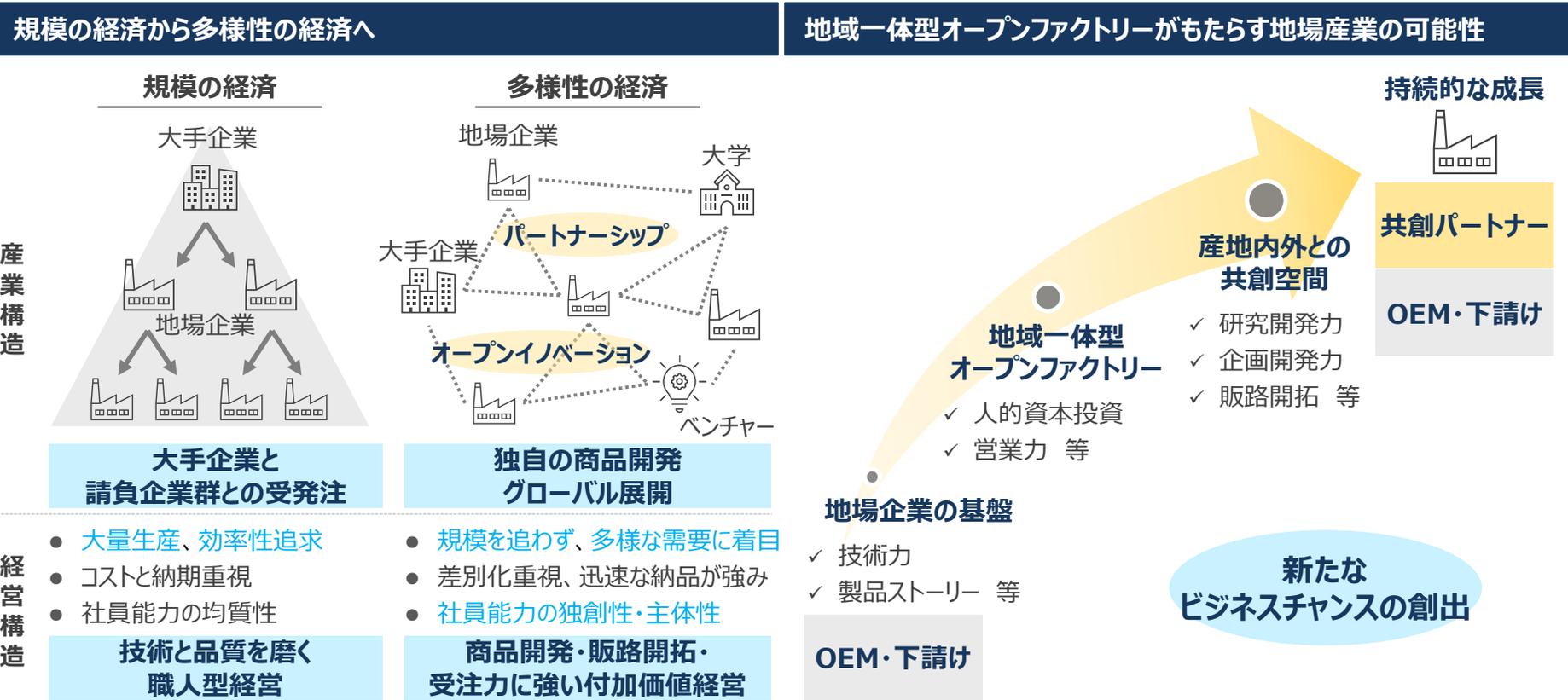
- 地域一体型オープンファクトリー「FactorISM」を通じて生まれた、人材に関する課題解決の協働事業
- 藤田金属が抱える課題（従業員のモチベーション向上、人材確保等）を解決すべく、電通がワークウェアの制作を企画し、F/CE.®がデザインを担当。帝人フロンティアの機能性素材「ソロテックス」を使用し、和歌山のオカザキニットが生地を製造
- 耐久性に加え、普段着としても使えるファッション性を備えたサステナブルなワークウェアは、従業員のモチベーション向上に貢献するとともに、F/CE.®のECサイトで販売され、アパレル業界等の他業界での当社の認知度向上にも寄与している

出所：各種公表情報を基にDBJ作成（写真）藤田金属（株）提供

Section III-3. 今後の展望

今後の展望

- 変化の激しいVUCA※¹時代において、企業は多様な商品やサービスを提供する能力が求められている。従来の企業規模や売上規模を基準とした大企業を頂点とする「規模の経済」から、それぞれの強みを持ち寄るパートナーシップによって構成される「多様性の経済」への変化の必要性も指摘されており、**地場企業の技術力を十分に発揮できるチャンス**が広がっている。
- **地域一体型オープンファクトリー**は、地場企業に不足する**人的資本投資**や**営業力**等を補完する。さらに、**産地内外との共創を促進する場が構築**されることにより、地場企業の**研究開発力**が強化され、**海外販路の開拓**が進展し、**新たなビジネスチャンス**が創出される。これらの取組により、地場企業がOEMや下請けに留まらず、**自らのブランド力を高めて持続的に成長**することを期待したい。



出所：（左）関東経済産業局「官民合同による伴走型支援について」を基にDBJ作成、（右）DBJ作成

※ 1：Volatility（変動性）、Uncertainty（不確実性）、Complexity（複雑性）、Ambiguity（曖昧性）の頭文字をとった言葉。先行きが不透明で将来の予測が困難な状態

参考文献

参考文献（順不同）

- Web上の文献
 - ・ 経済産業省近畿経済産業局
「令和2年度 関西におけるオープンイノベーションを創出する地域一体型オープンファクトリーの発展可能性事例調査報告書」（2021年3月）
https://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2020FY/000390.pdf
 - ・ 経済産業省近畿経済産業局
「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・ビジットおよびグッド・イミテーション実証調査報告書」（2022年3月）
<https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/openfactory/R3fyOFhoukokusho.pdf>
 - ・ 経済産業省近畿経済産業局
「令和4年度 地方経済産業局連携によ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」（2023年3月）
<https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/openfactory/R4fyOFhoukokusho.pdf>
 - ・ 経済産業省近畿経済産業局
「令和5年度 次代の産業クラスター政策としての「Local X Lab.」事業の発掘、磨き上げ実証事業報告書」（2024年3月）
<https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/openfactory/R5fyhoukokusho.pdf>
 - ・ 経済産業省近畿経済産業局
「OPEN FACTORY REPORT 2.0(令和5年度)〈全国版〉」（2024年3月）
<https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/openfactory/webOPENFACTORYREPORT2.pdf>
 - ・ 経済産業省近畿経済産業局
「OPEN FACTORY REPORT 2.1(令和6年度)〈追加更新分〉」（2025年3月）
https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/openfactory/webOPENFACTORYREPORT2_1.pdf
 - ・ 経済産業省関東経済産業局
「官民合同による伴走型支援について」（2022年12月）
https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/bansou/data/20221226_bansoushien_gaiyou.pdf

参考文献

参考文献（順不同）

- 地域一体型オープンファクトリーのホームページ
 - ・ RENEW
<https://renew-fukui.com/>
 - ・ FactorISM
<https://factorism.jp/>
 - ・ ハタオリマチのハタ印
<https://hatajirushi.jp/home>
 - ・ 五泉ニットフェス（2024年開催ホームページ）
<https://gosenknit.or.jp/knitfes-2024/>
 - ・ スミファ すみだファクトリーめぐり
<https://sumifa.jp/>
 - ・ ひつじサミット尾州
<https://hitsuji.fun/>
 - ・ クラフトフェア ツギノテ
<https://tsuginote.jp/>

協力御礼

本資料の作成にあたりご協力いただいた皆様（順不同・敬称略）

経済産業省近畿経済産業局、京都橘大学、（株）日本経済新聞社、（一社）SOE、FactorISM実行委員会、富士吉田市、五泉ニットフェス実行委員会、スミファ実行委員会、ひつじサミット尾州実行委員会、ツギノテ実行委員会、マナブデザイン（株）、藤田金属（株）、（株）玉川堂、（株）タダフサ、一菱金属（株）、（合）アレコレ

本資料の作成にあたり、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。

ディスクレーム・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

▶ 関西支店の調査研究レポート

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、2024年9月～2025年2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。
- 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. 2025
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。