

# 日本でのオープンファクトリーブームと静岡

宮崎 晋生

『国際関係・比較文化研究』（静岡県立大学国際関係学部）  
第22巻第1号（2023年9月）抜刷

## 【研究ノート】

## 日本でのオープンファクトリーブームと静岡

宮崎 晋生

## 1. はじめに

近年、製造業・工業の集積する地域（産業集積）では一般市民向けにその事業所・工場を公開する動きがある。とりわけ製造業では現場ブルーカラーの労働は1980年代後半以降3K（「きつい」「汚い」「危険」な労働）の典型とされてきた<sup>1</sup>。そのようなネガティブな一般的イメージの一方で、経済学・経営学分野では中小企業を中心とした製造業集積地域の重要性やイノベーションへの貢献について1990年代から活発に議論されてきた。ピオーリ・セーブル[1993]は『第二の産業分水嶺』で、職人による高度な技能に立脚した「クラフト型」の中小企業が草の根的ネットワークを形成、「柔軟な専門化」により高付加価値な製品を産出していることを評価した。つまり「クラフト的生産体制と大量生産体制は、相互に補完物として現れるのみでなく、ほんの少し異なった歴史条件の下では、クラフト的生産体制は大量生産体制に対して、対等な相手となっていたのかもしれないのである<sup>2</sup>」と、イタリアでのエミリア・ロマーニャ州（第三イタリア）等を例にクラフト型中小企業の産業集積現代的意義について焦点を当てた。また同時期日本においても、関満博[1993]『フルセット型産業構造を超えて』では高度成長期以降日本経済を支えた中小企業のネットワークに注目、足立区・墨田区・大田区といった東京の「下町」地域や東大阪近辺の高度に発達した中小企業産業集積を評価し、成長の途上にあるアジアとのネットワークを提唱した。他にも1990年代から今日に至るまで「失われた30年」の間、清成忠男・橋本寿朗[1997]、関満博・加藤秀雄編[1994]、加藤厚海[2009]などはじめ日本各地に点在する製造業産業集積の重要性について数多くの議論がなされた。

このように注目を集めてきた「産業集積」は、2010年代以降そのアピールを競うよ

1 3Kという言葉がいつから定着したかは諸説あるが、「危険、汚い、きつい」の意味で使われた朝日新聞初出記事は1989年10月8日「労働鎖国の日本」（大阪版）である。「外国人がつく仕事は大半が製造、建設、土木などの単純労働で、日本人が嫌がる「3K（きつい、汚い、危険）仕事」とされる。」とある。

2 ピオーリ=セーブル[1993]、p47。

うになった。その背景としていくつか考えられる。人口減少と少子高齢化による後継者問題、地方経済を牽引する産業の不在、大企業製造拠点の海外移転によるサプライヤーシステムの移転など、日本の製造業を支えてきた「産業集積」にも逆風が吹くようになった。「産業集積」を構成してきた企業群はその現場を一般市民にアピールしながら逆風に適応すべく模索している。本稿では近年「産業集積」地にて盛んに行われている工業・事業所の一般向け公開行事「オープンファクトリー」の動向を追いつつ考察したい。

## 2. オープンファクトリーとは

### 2.1 経緯

一般消費者の目に触れない製造業の工程を見せる動きが2010年代に入り大都市圏の産業集積地域や地方工業都市で見られ、この一連の動きは「オープンファクトリー」と呼ばれている。東京都大田区をはじめ大阪府東大阪市、新潟県燕三条地域、福井県鯖江市近辺など産業集積地域にて、地域企業が複数協力して実施されている。

「オープンファクトリー」を行う産業集積地域、すなわち伊丹敬之他 [1998] によれば「1つの比較的狭い地域に、相互の関連の深い多くの企業が集積している状態」には、経済地理学・経営学・中小企業論・産業政策論に限らず都市工学や観光学に至るまで多様な視点から関心が寄せられてきた。特に2000年代以降は地域の経済振興や再活性化のため地方経済の衰退、地場産業の衰退がしばしば課題とされてきた<sup>3</sup>。産業集積地が抱えるこうした諸問題に対する解決の糸口としても「オープンファクトリー」が注目されつつある。

### 2.2 内容

では「オープンファクトリー」で行われていることとは何であろうか。一般市民を対象に、来訪者がその工場での仕事を見学したり、場合によっては（工場スタッフの指導・監督のもと）仕事を体験したり、あるいは工場スタッフ・経営者による説明・講話を聞いたりするイベントである。場合によっては、販売促進やアウトレット品販売も伴っている。通常、ある一定の期間（週末を含む前後数日）に産業集積地域の有志企業により開催されており、来訪者は実際に各工場・事業所に赴いて見学・体験を行うというものである。

この動きは産業経済行政からも注目を浴びている。経済産業省では関東経済産業局が2015年に『オープンファクトリーガイドブック』を作成し台東区「モノマチ」や大田区「おおたオープンファクトリー」、「燕三条工場の祭典」など9例を紹介（経済産

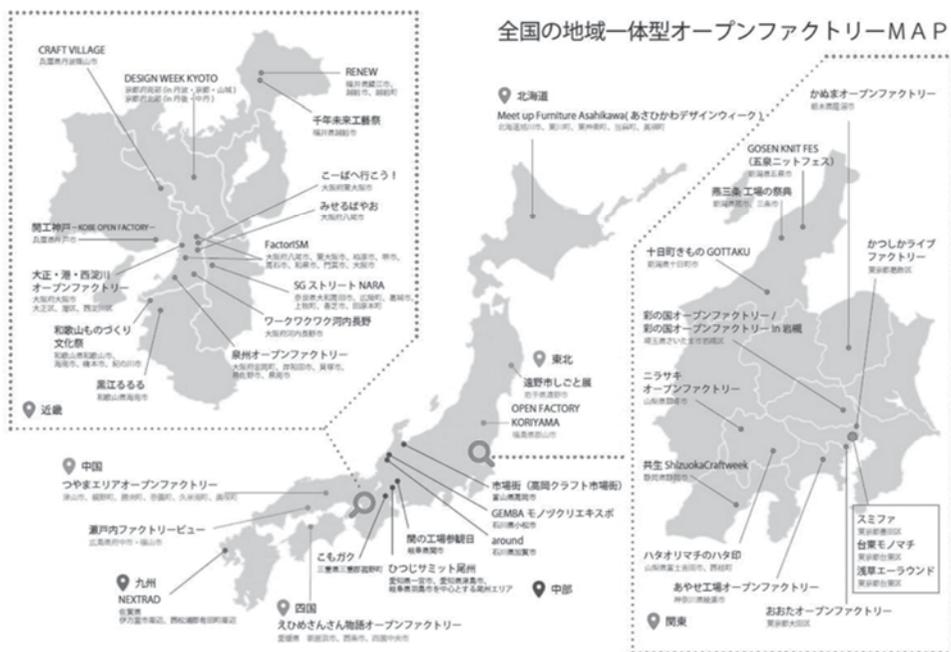
3 たとえば東大阪の産業集積と企業間ネットワークについて研究した加藤厚海 [2009] などが代表的である。

日本でのオープンファクトリーブームと静岡

業省関東経済産業局 [2015])、さらに近畿経済産業局はこの「オープンファクトリー」の動向について報告書を2023年3月に発行し、全国の動向を調査している(図1)。特に後者では「オープンファクトリー」は単なる工場公開イベントや観光資源に留まらず、企業同士の相互学習や連携、共同研究・開発を促進させるための場づくりにも活用されていることに注目している。さらに近畿経済産業局は、この「オープンファクトリー」を通じて地域の「企業群」で組織の枠を超えて活動する「越境人材」同士が出会い、知識移転の場「ナレッジ・シェアポート」を実証的に創出され、「『越境人材』がさらに産地・地域の壁を越境する場」に参加し「越境人材に生まれる変化」が起これると期待を向けている<sup>4</sup>。

図1は経済産業省近畿経済産業局が調べた全国各地で開催されている「オープンファクトリー」の展開である。北海道・東北3件、関東甲信越11件、東海4件、北陸5件、近畿12件、中国2件、四国1件、九州1件と東京・大阪都市圏のみならず地方工業都市にも展開している。

図1 日本全国の地域一体型オープンファクトリーMAP  
(出所：経済産業省近畿経済産業局 [2023a]、p4-5)



4 経済産業省近畿経済産業局 [2023b]、p3。

以下、具体的事例として全国に先行して行われた産業集積地域の「オープンファクトリー」の事例として東京都大田区の「おおたオープンファクトリー」と、地方工業都市での成功例として「燕三条工場の祭典」について概観する。

### 2.3 おおたオープンファクトリー/くりらぼ多摩川

#### 設立：製造業「オープンファクトリー」の先駆例

全国の「オープンファクトリー」の先駆事例として取り上げられるのが東京都大田区「おおたオープンファクトリー」である。2012年、モノづくりの高度な技術や経験豊富な職人と触れ合うことができる工場見学・体験プログラムとして大田区下丸子～武蔵新田～矢口周辺エリア（「新田丸エリア」）を中心に設立された。第一回の2012年は2月に開催、以降は毎年10-11月に開催されている。2020年にはコロナ禍でのオンラインでの工場見学動画の配信やモニターツアーで現地開催は中断したが、2021年には人数を限定した上での開催、2022年11月より直接対面での工場公開を再開した。

オープンファクトリーのイベント以外の通常時は大田区矢口にある廃工場跡を再生した工房・ワークショップスペース「くりらぼ多摩川」を拠点に、工場から出た端材/不用部品 1g 1円での販売や、工作教室やワークショップ・講演が実施されている（図2）。

図2 ワークショップスペース「くりらぼ多摩川」での行事予定表（2023年6月）と大田区「新田丸エリア」（出所：「くりらぼ多摩川」配布資料）



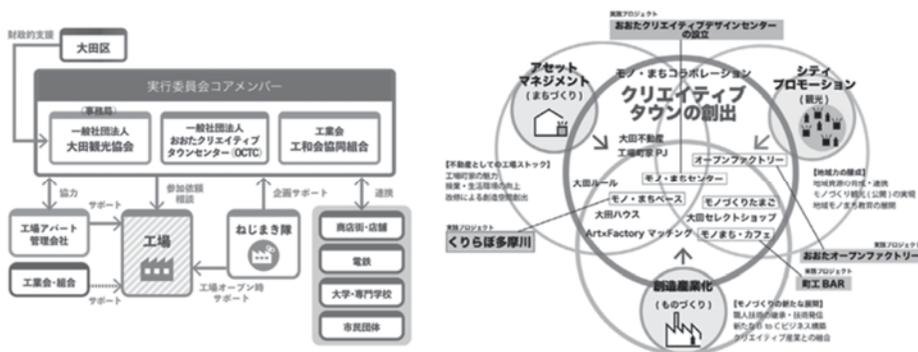
#### 主催団体：産学官民の連携体制構築

以下図3にある通り、大田区新田丸エリアでの「オープンファクトリー」は「おおたオープンファクトリー実行委員会」という産学民メンバーで構成される組織で運営

されている。企業側からは矢口・下丸子地区の中小企業事業主の事業協同組合である工和会協同組合、民間団体からは一般社団法人大田観光協会と一般社団法人おおたクリエイティブタウンセンター、大学からは東京都立大学（都市環境学部）と横浜国立大学（都市イノベーション研究院）が名を連ねている。後援団体としては大田区役所、一般社団法人大田工業連合会、公益財団法人大田区産業振興協会、東京商工会議所大田支部、野村不動産パートナーズ株式会社、協力団体として大田工連青年部、共立信用組合・城南信用金庫といった地域を拠点とする信用金庫、東急電鉄株式会社・東急不動産SCマネジメント株式会社・東京モノレール株式会社といった地域交通機関及びその関連企業、地元で校舎を置く専門学校である日本工学院専門学校がある<sup>5</sup>。後援・協力団体まで含めると、産官学民が後援・協力関係を構築していることがわかる。

図 3 「おおたオープンファクトリー」の企画運営体制および「おおたクリエイティブタウン」構想

（出所：おおたオープンファクトリーホームページ <https://o-2.jp/mono/oof2022/about/>）



### 設立経緯と活動：台東区からの刺激

委員会スタッフによれば「2011年に台東区の『モノマチ』の動向に刺激され、大田区でも同様のことができないかという話が出てきた<sup>6</sup>」という経緯により、当地域でのオープンファクトリー実施が検討された。先行して台東区浅草橋近隣では2010年にファッション/デザイン起業家向け創業支援施設「台東デザイナーズビレッジ」を中心に、モノづくりに関心がある消費者をこの地域に呼び込み、活性化することを目的に事業所を一般に公開するイベント開催が行われていた。台東デザイナーズビレッジ関係者が地場産業に呼びかけ、2010年5月に「台東ファッションザッカエリア」とい

5 おおたオープンファクトリーホームページ <https://o-2.jp/mono/oof2022/about/>（2023年6月1日閲覧）

6 2023年6月17日「くりらぼ多摩川」での筆者聞き取り。

う事業所を公開する行事が開催されたのである。これが母体となり、2011年5月に墨田区では繊維・衣料問屋街であり中小製造業が集積する浅草橋近辺で事業所を公開する「モノマチ」が開催され、17店が参加した。

他方、2009年よりフィールドワーク実習で首都大学東京都市環境学部および横浜国立大学都市イノベーション研究院が大田区新田丸エリアに学生を派遣していた。オープンファクトリー実施に向け、これらの学生が企画立案と企業リサーチを行い、各社経営者に参加の呼びかけを行った。加えて大田区地域力推進課が生涯学習学担当を設け、区民がものづくりや町工場について知るきっかけとなる学習講座を計画するなど協力関係が構築された。そこにガイド役や裏方スタッフとして「ねじまき隊」と呼ばれる一般公募によるボランティアスタッフが加わった。このように企業（および業界組合）、大学、行政およびボランティアの協力により「オープンファクトリー」の運営体制が固まったのである。

見学と体験だけにとどまらず、大田区の産業集積の強みとなる中小企業分業ネットワークの「柔軟な専門化」を実体験する企画も取り入れられた。その典型は2016年より実施された「仲間まわし」を実際に体験するものである。参加者が楽器やフライパンなど一つの製品を数社の町工場を巡って完成させ、協力して一つのモノを加工・製造する文化を体験するものである。『日刊工業新聞』記者によれば限定20人で参加者は親子連れや大学生、樹脂の切削加工工場に始まり精密板金加工および溶接工場と徒歩圏内にある複数の工場を回り、一つの製品を完成させるというものであった<sup>7</sup>。このように単なる各個別の工場見学・体験に留まらず、大田区の産業集積の強みである中小企業の分業ネットワークを体験的に理解するという試みも行われている。

#### 参加企業と運営構成メンバー

実行委員会の主要構成メンバーである「大田クリエイティブタウン研究会」が発行した『大田モノ・まちBOOK 2012第1回おおたオープンファクトリー成果報告書』によれば、2012年2月4日に第1回を実施した際の参加企業は金属加工・プラスチック加工や精密機器、製造業に限らずクリーニング工場に至るまで23社であった。委員会構成メンバーである首都大学東京（当時、現東京都立大学）や横浜国立大学などの学生が実地調査を行い、企業経営者に協力をもちかけ、参加が実現した。

「おおたオープンファクトリー」は「『モノづくり観光』の一つの方法」として、訪問者はガイドブックに掲載された各工場を自由に回ることができるというイベントとして始められた。参加企業が同時に工場を一般公開し、時間を区切って見学・体験を行う「定時開催」、店頭で展示・体験を随時行う「軒先開催」、または各工場をガイ

7 「町工場が協力して楽器やフライパンを作る『仲間まわしラリー』体験記」『日刊工業新聞』2016年12月3日。

## 日本でのオープンファクトリーブームと静岡

ド付きで回ることができる「工場見学・体験ツアー」の3つのメニューがあった。訪問客数は大田区内外から約1,200人にのぼり、また大田区役所も一般の見学を受け入れる工場を対象に展示スペース整備や安全対策費用など助成した<sup>8</sup>。

2019年には参加企業は大田区内60社に増加、訪問客も4,000人にまで増加し業種も印刷や食品サンプル、建築などへと広がりを見せた。地理的にも大田区新田丸エリアのみならず臨海部・羽田空港近辺にまで参加企業が拡大した。しかし2020年にはコロナ禍のため中断しオンラインコンテンツやSNSでの発信を中心に活動を行っていたが2021年には人数を限定した形で再開した。

2020年には観光庁実証事業「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成実証事業」、翌2021年度には同「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業」に採択され、製造業の見学・体験が新たな観光コンテンツとして注目、令和3年度『観光白書』でも掲載されている。

これまでは企業の現場見学・体験は観光というより青少年の社会科見学や企業の社員研修として扱われてきた。それが「オープンファクトリー」を通じて2020年代には観光の目玉として注目されるコンテンツへと変貌を遂げたのである。

### 効果・影響

まず異業種コラボレーションの発生である。2022年には「チーム仲間まわし オーディオアンプ project」が大田区内の各企業で働く若手社員有志により、「日常業務から少し離れた取り組み」として各社それぞれの技術を持ち寄って有志でオーディオアンプが開発された<sup>9</sup>。またスタートアップ企業のインキュベーション施設羽田イノベーションシティ（HiCity）にて入居スタートアップ企業との協業やガラス加工（蒲田切子）と機械メーカーが共同開発した太陽熱調理器具（ソーラークッキング）など、参加する企業同士とのコラボレーション事業が発生している<sup>10</sup>。もともと「仲間まわし」による中小企業連携のプロジェクトが事欠かない地域であるが、「オープンファクトリー」をきっかけに異業種の連携が発生していることは注目に値する。

映画・ワークショップの題材としても「オープンファクトリー」を巡る動きは影響を与えている。「オープンファクトリー」とは直接関係しないが、時期を同じくして製造業現場の公開に注目したNPOの動きも注目されている。地域の商店街や製造業のあり方を題材にした映画制作を行うNPO法人「ワップフィルム」（大田区東蒲田）では、大田区での中小企業や商店街を題材に映画制作を行なっている。単に映画制作を

8 「大田のものづくり体験 観光協会、首都大などとツアー」『日本経済新聞』2012年2月3日、首都圏版朝刊。加えて、横浜国立大学大学院都市イノベーション研究院野原卓准教授からの提供情報も参考とした（2023年6月）。

9 おおたオープンファクトリー <https://o-2.jp/mono/oof2022/specialevent/specialevent-2931/>

10 おおたオープンファクトリーFacebook <https://www.facebook.com/otaopenfactory>

行うのみならず、「共創力創発のための対話型映画」というコンセプトを掲げ映画鑑賞の後に観客とワークショップを行う活動を日本各地で行っている。特に2015年に制作した映画『未来シャッター』では実際に企業経営者が出演して大田区での製造業現場での連携や協力関係による新事業の創造プロセスについて取り上げており、映画上映後のワークショップでは組織の未来像や競争・協働の促進、創業・起業の促進やメンタルヘルスケアについて、慶應義塾大学前野隆司教授による「幸福学」研究のもと効果を挙げている<sup>11</sup>。

大田区における「オープンファクトリー」は、単なる見せ物や新しい物見遊山の観光資源ではない。来訪者側にとっては製造業の重要性や技術について学習するだけでなく、実際の作業体験を通じて新たな発想を実現させる場となるだろう。参加企業側にも事業イノベーションの契機となっている。イベント運営を通じた「越境人材」創出や企業同士の交流の場作り、そこから発生した新製品・新事業開拓・創発的イノベーションが見られている。

## 2.4 地方の事例：燕三条「工場の祭典」

### 設立経緯と前史

「燕三条工場の祭典」（以下「工場の祭典」）は2013年より始まった、新潟県燕市・三条市を中心とした県央地域にて毎年10月第一週金・土・日曜日に開催される燕三条地域及び周辺地域にて、金属加工、鍛冶木工、印刷、農業をはじめとするものづくりの現場を見学・体験できるイベントである。当地域では江戸時代以来、伝統的に和釘や刃物、食器製造を通じてクラフト型の中小企業集積が見られた地域である。しかし、機械化や輸入による製品低価格化、流通の変化などで受注減少、高度な技術を持つ職人の後継者不足や廃業がこの地域の課題であった。

実は当地域での「工場の祭典」以前から地場産品販売促進イベントや展示即売会的行事は継続的に行われていた。まず地域企業が連携してブランディングする動きが2000年代から始まっていた。2004年三条商工会議所では「SANJO発グローバルブランド構築プロジェクトSANJO JAPAN」、燕商工会議所では「つばめブランド育成プロジェクト」が中小企業JAPANブランド育成支援事業に採択された<sup>12</sup>。前者では「女性用ネイルニッパー」「金属刺激のないボディケア用毛抜き」などの女性のライフス

11 奥山睦・高橋和勲・村瀬博昭・前野隆司「共創力創発のための対話型映画の提案」経営情報学会春季研究発表大会、2017年3月。なお静岡県立大学でもCOC事業の一環として2016年1月23日に「ワッピフィルム」によるワークショップを開催した。静岡県立大学「ふじのくに」みらい共有センター [http://coc.u-shizuoka-ken.ac.jp/report/38\\_56b2d9a9bff7d/index.html](http://coc.u-shizuoka-ken.ac.jp/report/38_56b2d9a9bff7d/index.html)（2023年6月1日閲覧）

12 中小企業者等が、海外展開やそれを見据えた全国展開のために、新商品・サービスの開発・改良、ブランディングや、新規販路開拓等の取組を行う場合に、その経費の一部を補助。地域中小企業の域外需要の獲得を図るとともに、地域経済の活性化及び地域中小企業の振興に寄与することを目的とする。中小企業庁JAPANブランド育成支援事業サイト [https://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/chiiki/japan\\_brand/](https://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/chiiki/japan_brand/)（2023年6月1日閲覧）

## 日本でのオープンファクトリーブームと静岡

タイトルに着目した新たな生活用具や作業工具のプロ市場向けにハイレベルな要求に応えられるようなデザインの道具を欧州市場に向けてブランディングするものであった。後者は「鋳起（つき）銅器」「熱間プレス加工」など金属洋食器・金属ハウスウェアの希少生産技術を用いて食器や金属ハウスウェア製品を欧州市場経由でグローバルブランド化を目指したものであった<sup>13</sup>。ライバル関係と言われて久しい燕・三条がそれぞれ別個にはあるものの、地域企業が連携したかたちで海外展開を行おうとする素地があった<sup>14</sup>。

2007年には前身となる「越後三条鍛冶まつり」が開催され、三条市を中心に鍛冶研修施設である「三条鍛冶道場」と周辺特設会場で開かれた。「工場の祭典」の前年2012年には越後三条鍛冶集団技術展、高級打刃物や作業工具や家庭雑貨の展示即売、刃物研ぎ直し・お手入れ相談、にいがた県央マイスター・ワークショップ、鍛冶体験、国内他の刃物生産地である兵庫県三木市や新潟県央工業高校も出展しモノづくり体験などが開催され、来場者は8,000人（2011年は1万2,000人）にのぼった<sup>15</sup>。以上のように、三条・燕両市のライバル関係を背景にしつつ「工場の祭典」以前から地域企業が連携した販売促進行事の開催や地域企業共同のブランディング活動が行われていた。

しかし特設会場での技術展や販売促進活動に重点が置かれていた「越後三条鍛冶まつり」から、2013年には両市企業の有志が共同し工場を公開し現場を見せ合い来場者とコミュニケーションを楽しむ「フェス」へと発展、出来上がった製品の陳列や説明ではなく、製造工程・工場そのものを見せ来場者へ直接体験してもらう方向へ変化した。

## 主催団体および経緯

2013年当初、「燕三条工場の祭典 実行委員会」が燕市や三条市に拠点を置く有志企業により組織された。その際に「工場を開く」ことによって「見学や実演といった体験を経て、また、私たちと語り合うことで、確実に燕三条を愛してくれるようになるはずだ<sup>16</sup>」と考え、「工場の祭典」を行う上での5ヶ条を定めた（図4）。

13 中小企業庁「平成16年度JAPANブランド育成支援事業採択案件一覧」  
[https://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/chiiki/japan\\_brand/download/h16saitaku.pdf](https://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/chiiki/japan_brand/download/h16saitaku.pdf)  
 (2023年6月1日閲覧)

14 「燕三条ブランド 脱ライバルで確立へ 両市がそろって振興策を協議」『朝日新聞』2008年8月23日  
 では両市の対抗意識ゆえ産業振興を別々に進めることが多かったことが報じられている。

15 ケンオー・ドットコム合同会社「三条市の産業イベント『越後三条鍛冶まつり'12』が三条マルシェと同時開催、雨で来場者は8,000人とどまるも三条のものづくりの原点『鍛冶』を体感 (2012.9.25)」  
<http://www.kenoh.com/2012/09/25kajimatsuri.html> (2023年6月1日閲覧)

## 図4 工場の祭典5ヶ条

出所：「工場の祭典」公式ホームページ<https://kouba-fes.jp/> (2023年6月1日閲覧)

## 「燕三条 工場の祭典」五カ条

- 1 KOUBAでは、誇りを持って何事にも全力で取り組む事
- 2 KOUBAで、ものづくりの本質を人々に体感してもらう事
- 3 KOUBAが活性化することで、地元地域の雇用に貢献する事
- 4 KOUBAでの仕事が、子供達にとって憧れや夢となる事
- 5 燕三条のKOUBAを、ものづくりの聖地にする事

この5ヶ条に従い運営方針が決定され参加企業を募集、第一回には燕市・三条市から54社が参加した。

それまでの「越後三条鍛冶まつり」からの変化として挙げられるのがデザインコンセプトの統一である。「工場の祭典」では東京のデザイン会社SPREAD社にアートディレクション・デザイン統括を依頼、グレー地にピンク色の斜めストライプでイメージ統一を行った。ピンクは金属を溶かす際の炎で地場産業の鍵となる要素であるとし、斜めストライプは工場での安全表示から発想された。「工場の祭典」当日の参加企業スタッフの衣装、案内冊子から看板に至るまでこのデザインに統一、地域全体での一体感が演出された(図5)。

## 図5 「越後三条鍛冶まつり」から「工場の祭典」への変化

出所：三条市役所提供および「工場の祭典」ホームページ <https://kouba-fes.jp>



### 経緯と活動：参加企業推移と規模の拡大

2013年第一回の参加企業数は54社、来場者は約10,700人、第二回の2014年には参加企業数は59まで増加し来場者も約12,600人と2割増加した。転機となったのは2016年であり、これまで参加していなかった農業や飲食業等も参加し「耕場の祭典」「購場の祭典」とも称し参加企業数は78拠点にまで増加、来場者は初回の3倍強に当たる約35,000人にのぼった。2019年には114社の参加、来場者56,000人にまで増加したが2020年にはコロナ禍により中断を余儀なくされた。2021年は通常開催せず11月5～21日に廃工場を用いた展示会 Factory Museum を開催するに留まったが、2022年には10月7～9日に再開し、参加企業82社で来場者は33,000人にのぼった。

### 効果・影響

まず、10月第一金～日曜日のイベント開催時のみ公開するのではなく、日常的に工場を一般来訪者向けに公開する企業が出現し始めたことが挙げられるだろう。当該地域における観光物産の情報発信拠点である「燕三条WING」では常時一般向けに公開されている工場のマップを作成配布し、日常的に一般来訪者に見学を受け入れる13社を掲載している(図6)<sup>17</sup>。燕三条地場産業振興センターによれば「小さいところは宣伝もなかなかできない。見てもらって感じてもらうのが一番いい<sup>18</sup>」と多くの中小零細企業が「オープンファクトリー」への積極姿勢を見せるようになったという(もっともマップ作成者は公益財団法人燕三条地場産業振興センター燕三条ブランド推進部の「燕三条オープンファクトリーマップ製作委員会」であり「工場の祭典」実行委員会ではないが、その参加企業と重複している)。なお2023年6月現在、燕三条WINGホームページ上ではさらに12社が追加され25社が日常的な公開に応じていると掲載されている。

16 「工場の祭典」公式ホームページ「2013KOUBAを開く」 <https://kouba-fes.jp/> (2023年6月1日閲覧)

17 燕三条夢創紀行 <https://www.tsubamesanjo.jp/kanko/factory/> (2023年6月20日閲覧)

18 『朝日新聞』新潟版、2018年10月13日。

図 6 燕三条オープンファクトリーマップ (2021年2月現在)  
 出所：燕三条オープンファクトリーマップ製作委員会「燕三条オープンファクトリーマップ」



#### 事業連携：仲間まわし再発見と周囲への影響

また2013年の「工場の祭典」開始時から燕三条地域における「仲間まわし」の再発見の事例が見られ始めた。その典型例として挙げられるのがそれまで接点のなかった鑄造メーカーと研磨企業との連携である。「工場の祭典」参加企業の一社である1961年4月創業の三条市に拠点を置く鑄造メーカー三条特殊鑄工所は、3D-CADを使った鑄造シミュレーションを行い、多品種・小ロット・短納期に対応もできる精密部品の鑄物メーカーとして主に機械部品や自動車関連部品を製造してきた。しかし2009年のリーマンショックでは受注が半減するという危機に陥った。そこで事業多角化の一環として2010年よりアウトドア用品ブランドからの極薄鑄鉄鍋の委託製作に携わり調理器具分野へ進出した。2013年にはデザイナーを起用した鑄造鍋製品を自社ブランドKOMINとして発売開始、2014年には新たな自社ブランドとしてUNILLOYを立ち上げた。「鑄物の『重い・扱いづらい』を『毎日使いたくなる軽さ』へ」をコンセプトに鑄鉄調理器具としては世界最薄とされる厚さ2mm以下の「薄くて軽い」鍋・フライパン・キャセロールを白、桃色、黒など様々な色の耐久性に優れた珪瑯加工でとり揃えた。そのUNILLOYブランド調理器具への進出に際し、鑄鉄への珪瑯加工の課題に直面した。

ところが鑄鉄の表面は細かい凹凸があるため、そのままの状態ではガラス質の珪瑯でコーティングすることが困難であった。珪瑯加工のためには表面研磨が必要とされ、当初自社で慣れない研磨作業を行い難航した。それを見た同業者から、三条特殊鑄工

## 日本でのオープンファクトリーブームと静岡

の内山照義社長は「何バカなことやってんだ、すぐそこに加藤研磨があるんだから、加藤部長ってのがいるんだから明日行ってこい<sup>19</sup>」と「目と鼻の先」にあるにもかかわらず接点がなかった加藤研磨工業を紹介されたという。「工場の祭典」の効果で各企業の情報が流通するようになり、これまで接点がなかった企業同士の新たな「仲間まわし」のネットワークが構築されるきっかけとなったのである。内山社長曰く「自分のところで全部やらなくても町の力を使い合えばものすごいものができる<sup>20</sup>」という感覚が地域企業の間で共有されたのである。UNILLOYブランドはその後2014年にはグッドデザイン賞受賞、2015年にはドイツのレッド・ドット・デザイン賞Best of The Bestを受賞、国際的な評価も獲得している<sup>21</sup>。

加えて「工場の祭典」参加企業の外にも影響を与えている。これまで「工場の祭典」の構成メンバー外であったJR東日本は、「工場の祭典」に影響を受け新事業開拓の一環として地域の製造業企業と協力する動きを見せている。2022年より駅・敷地の有効活用策として地域製造業の情報拠点「MOCものづくりコンシェルジュ」およびFab-Lab「帯織 Eki-Lab」など新規事業に進出している。

図 7 燕三条駅内スペースを活用したJR東日本MOCものづくりコンシェルジュ（筆者撮影、2022年10月）



燕三条駅構内空きスペースを活用した「MOCものづくりコンシェルジュプロジェクト」では地域企業を全国各地・海外とつなぎ新たなビジネス創発を目指すマッチング事業や、ものづくりを中心とした地域情報の発信を駅の「みどりの窓口」ならぬ「工場の窓口」として常設展示や工場見学ツアーの相談受付を行うなど、地域課題・特性に合わせた「地方創生型ワークプレイス」を提案している。

「Eki-Lab帯織」は信越本線帯織駅敷地の空きスペースを活用した、ICT技術を用いた

19 NHK 2016年8月4日午後8時49分ニュース放送より三条特殊鋳工内山照嘉社長の発言  
<https://youtu.be/roDvKl-iJSw>

20 同上。

21 Red dot Design Award Unilloy <https://www.red-dot.org/project/unilloy-10498> (2023年6月20日閲覧)

プロトタイプ製造や実験的プロジェクト、スタートアップ支援のための工房 Fab-Lab である。2022年10月現在は地元企業や個人など会員数約100名で運営されている(図8)。また、地元大学・高校生の利用促進を目指しているほか、製造業での若手人材の後継者育成を目指している。このように伝統工芸の職人や「クラフト型」製造業の「アナログ」に加え、Fab-Lab を通じた ICT の活用や 3D-CAD データなどの「デジタル」を組み合わせる動きにJR東日本が貢献している。

図 8 Eki-Lab 帯織 (筆者撮影、2022年10月)



#### 海外販促：高付加価値の訴求へ

「工場の祭典」の効果は地域企業の対外アピール・販売促進活動にも影響を与えた。三条市長國定勇人によれば、「工場の祭典」を通して地域企業が「100円の包丁を好まれる一万人のお客様から、一万円の包丁を買ってくださる100人のお客様を目指すようになった<sup>22)</sup>」ことで、大量生産大量消費から高付加価値少数生産へシフトし、「工場の祭典」をシンボルとして対外的な付加価値の訴求を行うようになったのである。

外務省戦略的対外発進拠点室が運営する London Japan House では、2018年9月6日から10月23日にかけて、燕三条の歴史を体系的に網羅した企画展「燕三条 金属の進化と分化」が開催され、金属加工文化の展示や実演により来場者数58,000人を記録した。London Japan House 事務局スタッフが「工場の祭典」の事業の精度の高さ、将来への可能性を着目した結果であるとされる。London Japan House サイモン・ライト企画局長はこれについて、作曲家グスタフ・マーラーの言葉を引用し「伝統とは灰を崇拝することではなく、炎を絶やさないことである<sup>23)</sup>」と評した。

加えて「工場の祭典」は海外からもデザインコンセプトが評価された。2022年には「工場の祭典」の Exhibition Design がドイツ Design Zentrum Nordrhein Westfalen 主催

22 「燕三条工場の祭典」実行委員会編 [2019]、p56。

23 「燕三条工場の祭典」実行委員会編 [2019]、p8。原典は "Tradition is not the worship of ashes, but the preservation of flame." である。

の国際的プロダクトデザイン賞 Red Dot Design Award の特別賞 Grand Prix に輝いた。中小零細企業が個別企業レベルで策定実行するには難しいグローバル市場開拓戦略を、「工場の祭典」によって地域そのもののブランディングし実現しているのである。このように、地域レベルでの対外的知名度の向上にも「工場の祭典」が寄与していることは特筆すべきことであろう。

### 3. 最後に：静岡県経済とイノベーションへの影響

ここまで2つの「オープンファクトリー」の動きについて概観した。「オープンファクトリー」は単なる新たな観光資源、企業プロモーションや産業教育啓蒙にとどまらない。地域企業同士の新たなネットワーク構築やコラボレーションの契機となり、さらには地域の産官学民連携体制の構築も促していることにも注目したい。これらの動きの影響か、2020年代に入ると社会的に製造業現場への関心も高まっている。たとえば、2022年8月より毎週土曜日12時10分よりNHK総合テレビでは「探検ファクトリー」という中小企業を中心とした製造業の現場を紹介するバラエティ番組も放映されるようになった<sup>24</sup>。いまや製造業の現場は、一般市民にとって工場の壁・シャッターの向こう側の未知の「3K」現場ではなくなりつつある。

他方、静岡県経済を振り返ると製造品出荷額は17兆1,318億円で全国第3位（2021年度、経済産業省工業統計速報）を誇り、静岡県庁によれば『『産業のデパート』静岡県はビジネスチャンスの宝庫』（静岡県庁ホームページ<sup>25</sup>）という。これだけを見れば静岡県経済への追い風は続いているように見える。ところが産業構造に目を転じると依然としてケイレツによる階層的取引構造が強い業界である「輸送用機械」（自動車・自動二輪車中心）の生産額が製造業全体の中でトップを占め続けている。しかしインターネット接続・自動化・シェアリング・電動化（CASE）といわれる当該産業の新潮流に対して、県内企業が先んじて適応しようとする姿勢はあまり見られない。静岡経済研究所の調査ではこうした潮流に関心を持つ県内関連企業の割合は規模が小規模かつケイレツ階層が低下するほど低下する傾向が指摘されている<sup>26</sup>。今や既存の産業構造に依拠した中小企業の在り方が問われているのである。

2023年現在、静岡県内では「オープンファクトリー」の動きはようやく始まったところである。まず一例は榛原郡吉田町でベルト・テープを製造する本橋テープ株式会社を中心に、町内に拠点を置く企業・事業所が2016年より企画運営しているイベント『伝』である。「お仕事体験のテーマパーク」をコンセプトに製造現場の公開と体験イ

24 NHK「探検ファクトリー」<https://www.nhk.jp/ts/Y5G7RL6WX3/>（2023年6月1日閲覧）

25 静岡県庁「産業の特徴」（2023年6月1日閲覧）

<http://www.pref.shizuoka.jp/sangyoshigoto/kigyoshien/kigyoricchi/1003419/1028415.html>

26 静岡県内自動車関連産業に関する調査の詳細は大石彰男 [2021]。

イベントを行っている<sup>27</sup>。現状では『はたらくって、カッコいい』をテーマに、ただ自分たちの仕事を伝えるのではなくその仕事の『カッコよさ』を伝えられるイベント」として「元気な子供たちが吉田町の会社で初体験」することを目的とした、子供向け職業体験に重きを置いたイベントである。大人向けへの展開や当該地域の産業活性化への影響はまだ未知数である。

また静岡市内手工芸・家具製造に携わる有志企業が始めた「共生」という駿府城公園でのクラフトマーケットでの販売を中心にしたイベントも2017年から開始され、2022年からは各企業への見学ツアーが行われている<sup>28</sup>。また2023年3月末には静岡市内企業数社で「ファクハク」という「オープンファクトリー」が試行開催され、清水区の金属加工業で「三代目板金屋」ブランドでヘアアクセサリー事業も手がける山崎製作所を中心に一般市民を対象に体験行事が行われた<sup>29</sup>。ようやく静岡県でもこのように製造業の現場が人々の目につかない「裏側」とされていたものが「表側」に出るようになった。

ただ、新たな観光資源開発や企業アピール/プロモーション、人材確保に対する効果だけで「オープンファクトリー」を語るのでは不十分である。地域レベルでの共同ブランド化やコラボレーション事業の発生、大学との連携による人材交流など、参加する企業のみならず地域経済のビジネス・エコシステム全体にとっての「オープンファクトリー」がもたらす波及効果は数知れないのは大田区にせよ燕三条にせよ他地域で見られた通りである。企業組織・業界の境界を超えた「越境人材」の育成とその連携の場づくり、およびこれまでのタテの階層的ケイレッツから脱皮しヨコの企業間連携による新たな「仲間まわし」ネットワークの構築へとつながることも期待される。

しかしこれらは単に各企業に努力を求めるのみでは実現しない。西野勝明 [2022] が指摘するように静岡県内での地域マネジメントに対応した自治体の改革や人材育成も求められるだろう。そのためには「柔軟な専門化」を支える産官学民金の連携体制構築が肝要である。

### 【参考文献】

- 伊丹敬之・松島茂・橘川武郎 [1998] 『産業集積の本質』 有斐閣。  
 大石彰男 [2021] 「電動化・デジタル化への対応を迫られる県内自動車部品メーカー」  
 『静岡経済研究所調査月報』 2021年12月、p6-17。  
 加藤厚海 [2009] 『需要変動と産業集積の力学－仲間型取引ネットワークの研究』 白桃

27 イベント『伝』ウェブサイト <https://event-den.com/> (2023年6月1日閲覧)

28 「共生」ホームページ <https://kyo-sei.link/tour.html> しかし実行委員会の主体・主催者の名称は掲載されていない (2023年6月1日閲覧)

29 静岡新聞@S 「オープンファクトリー『しずおかファクトリー博覧会』プレイベント」  
<https://www.at-s.com/event/article/experience/1210052.html> (2023年6月1日閲覧)

## 日本でのオープンファクトリーブームと静岡

書房。

清成忠男・橋本寿朗 [1997] 『日本型産業集積の未来像』日本経済新聞社。

経済産業省関東経済産業局 [2015] 『オープンファクトリーガイドブック』。

経済産業省近畿経済産業局 [2023a] 『Open Factory Report 1.0』。

———— [2023b] 『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』。

関満博 [1993] 『フルセット型産業構造を超えて』中公新書。

————・加藤秀雄編 [1994] 『テクノポリスと地域産業振興』新評論。

———— [1997] 『空洞化を超えて-技術と地域の再構築』日本経済新聞社。

「燕三条工場の祭典」実行委員会編 [2019] 『燕三条工場の祭典2019ガイドブック』。

西野勝明 [2022] 『構造的変革期の地域マネジメントと地域創生』時事通信社。

M. ピオーリ・C.セーブル(山之内靖・永易浩一・石田あつみ訳) [1993] 『第二の産業分水嶺』筑摩書房。