

「見せる工場」で、ものづくりの魅力を発信

◆工場の「見せる化」が、自社の技術力や生産力をアピールする営業ツールに

モノづくりの現場を外部に公開し、見学、体験してもらう工場の「見せる化」の動きが注目されている。「見せる工場」や「オープンファクトリー」と称され来場者に自社の技術力や生産力をアピールする新たな営業ツールになっている。

コスメティックブランド「SHIRO」を展開するシロは、2023年4月末、創業の地、北海道に「みんなの工場」をオープンさせた。「工場を開く」というコンセプトの通り、工場とカフェやキッズスペースなどの付帯施設は、1枚のガラスでつながれ見学通路はなく、製造工程をどこからでも見学できる。自分だけの香りを工場と同じ製法で作ることもできる。設計計画を立てる過程では、地域住民を交えたワークショップを何度も開催し、住民とつくる工場を考えたという。



見学通路がないシロの工場
出所：シロのプレスリリース

このほか、23年1月にオープンした和洋菓子のたねやグループ（滋賀県）の工場をはじめ、精密部品メーカーのフクビ化学工業（福井県）、織物メーカーのカジレーネ（石川県）なども「見せる工場」の設立に向けて、現在建築中だ。

◆「地域一体型オープンファクトリー」も全国に拡大

一方、ものづくりに関わる中小企業や工芸産地などは、工房や工場などが独自に生産現場の見学受け入れなどを行ってきたが、最近は企業単独ではなく、イベントや常設施設などのかたちで地域を一体的に見せていく取り組みも始まっている。近畿経済産業局は23年3月、「地域一体型オープンファクトリー」の全国事例集をとりまとめた。「新潟燕三条 工場の祭典」や福井県の「RENEW」など39の事例を公表し、各チームの活動内容やキーパーソンの紹介などを盛り込んでいる。

工場や従業員が減少し続けるなか、「見せる工場」や「オープンファクトリー」は、ものづくり企業の魅力をPRする機会となり、働く社員にとっても、改めて地域とのつながりや自社の価値を再考する機会となるだろう。 【秋元真理子】