

青梅市の

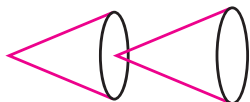
工場の数は
384か所

そのうちの**63%**が
9人以下の小規模工場

工場従業者は
7,539人

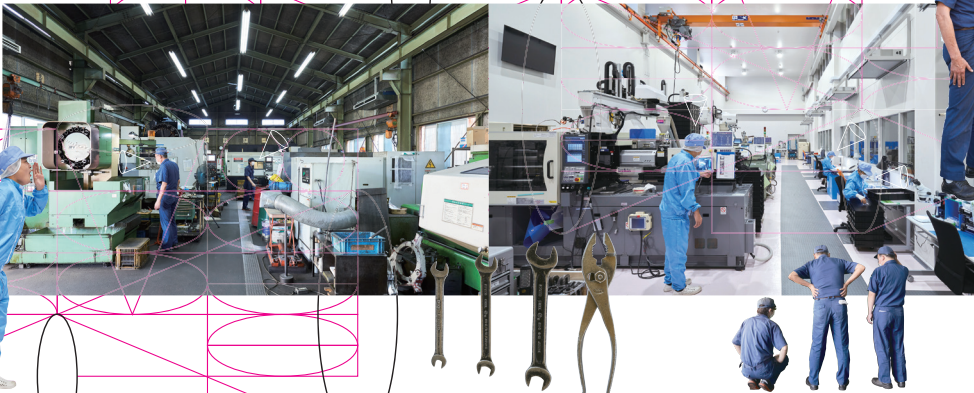
※いずれも2017(平成29)年時点

BtoBからBtoCへ発展するきっかけになるなど、新規顧客の創出や製品開発の可能性が期待されるオープンファクトリー。ものづくり企業が多い青梅市で、開催によって得られた様々な変化や気づきとは。



OME
OPEN
FACTORY

つひらく
くる
工場



おうめオープンファクトリー 2021

お話を伺いました

青梅商工会議所
地域振興部 地域振興課
細川 卓也 さん (写真左)
野本 健太郎 さん(写真中)
土井 整 さん (写真右)



おうめ
オープンファクトリー

工場と地域・人がつながる！ おうめオープンファクトリー

2021(令和3)年11月13日、「おうめオープンファクトリー2021」が開催されました。青梅商工会議所が主催するこのイベントは、ものづくりの現場を公開し、一般の人々に見学・体験してもらうというもの。「サービス業や物販業と違い、地域とのコミュニケーションが少ない製造業にスポットを当てるイベントをやってほしい」という会員企業の声に応える形で一昨年にスタートし、今年で3回目の開催となりました。

「最初に企画が持ち上がった際、すでに開催経験のあった大田区、墨田区のオープンファクトリーを視察に行き、盛り上がりつつある様子に驚きました。主催者に話を伺うと、『ものづくりのプロセスをわかりやすく伝えようと、社員が自社の仕事を振り返るため、考えが整理される』『地域の認知度が上がる』『関心を持った子どもたちの就職先となる可能性がある』など多くのメリットがわかり、ぜひ青梅でもやるべきだと確信しました。これを小規模事業者のための事業として東京都に提案し、補助金採択を受けてスタートしました」と青梅商工会議所の皆さん。

その後、会員企業5社の経営者に加わってもらい、検討委員会を発足。約500社のものづくり企業(会員)に参加を呼びかけたのだとか。しかし、第1回目は開催意義がうまく伝えられず苦労した、と言います。

「見学者を招き入れても売り上げ向

上に直接つながらない、発注元との守秘義務があるなど、工場公開を懸念する企業も多かったのです。そんななか、何とか目標とした30社にお集まりいただくことができました」

告知チラシは、市内でのポスティングや新聞折り込みのほか、市内の小学校、高校にも配布。その結果、延べ475名の来場者が地域に点在する工場を自由に見学したとのこと。第2回目はコロナ禍でオンライン開催となったものの14社が参加。そして、第3回目となる今年は、リアルとオンラインのハイブリッド型で開催し、17社が参加したのだそうです。

「現場を公開することで、プレゼン力が上がったり、地域とのつながりができたり、従業員の家族に仕事ぶりを見てもらったりと、これまでになかった表現の場を設けられたのが大きな成果。今後も回を重ねていきたいと思っています」

工場が多い青梅市。参加した企業にとって、近隣の人たちにものづくりの現場を理解してもらう良いきっかけになっています。



社員が自社の製品や製作工程を見学者に紹介している。(写真は、藍染工房 壺草苑の様子)

オープンファクトリーで 若手が**成長!**



株式会社池田製作所
代表取締役
池田 和弘さん

(プラスチック製造業など)

「参加するにあたり、弊社の場合はクライアント企業との守秘義務があるので、そこをどうクリアしていくかがいちばんのネックでした」と池田社長。そのとき青梅商工会議所の職員に「製造現場を見せることに抵抗がある」と伝えたところ、鹿沼市のオープンファクトリーに誘われたそうです。「そこで考えがガラッと変わりました。情報が漏れては困る箇所は上手に隠しつつ、若い社員の方々が生き生きと説明してくれる様子を見て、ハードルが一気に下がりました」

参加による最大の成果は、若手の成長だと言います。「準備段階から、整理整頓や練習に余念がない。『この子はこんなに説明ができるんだ!!』とうれしい発見がありました。オンライン配信でも、若い子は動画に詳しいので想像以上のアイデアを出してくれます。また、イベントをきっかけに都立多摩高校と親交が深まり、インターンの受け入れも始まりました」とのこと。このイベントを従業員教育ツールとして活用しているそうです。



オンライン用
撮影の様子

オープンファクトリー 参加企業の **声**

地域とのつながりと オンラインの

ノウハウもゲット!



株式会社丸芝製作所
代表取締役
奈良野 剛さん

(アルミパイプ加工業など)

大田区・墨田区のオープンファクトリーを視察した奈良野社長は、最初に声がかかったときから「やる意義がある」と、すぐさま参加を決めたのだとか。しかし、第2回目がコロナウイルスの蔓延によりオンライン配信に決まり、自社に機材やノウハウがないことで、動画撮影や編集、配信などすべてに不安があったと言います。

「商工会議所のアドバイスもあって、iPadやその周辺機器、カメラ、マイクなど機材一式を青梅市の助成金で購入しました。ライブ配信とあらかじめ撮影しておいた動画との切り替えなどテクニカルな部分については、商工会議所から専門家を3、4回派遣していただき、レクチャーを受けました」と奈良野社長。オープンファクトリー用に撮った動画は別のオンラインの展示会にも活用するなど、大きなメリットがあったそうです。コロナ禍で採用活動をオンラインにした企業のなかには、オープンファクトリーで得たノウハウを応用した例もあるとのこと。地域の企業が発展する新たなきっかけにもなっているようです。



ワークショップ
の様子