

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

大田クリエイティブタウン研究会

大田モノ・まちBOOK2012

第1回おおたオープンファクトリー成果報告書



大田クリエイティブタウン研究会



OTA OPEN FACTORY

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

大田クリエイティブタウン研究会
(旧モノづくり観光研究会)





おおたオープンファクトリーを開催してみてもうこと

最もうれしかったことは、ご協力いただいた工場経営者の多くの方に、高い評価をいただけたことです。

初めはイメージがつかめなかったが、また、当日は予想以上の来街者にてんてこ舞いでしたが、やって良かった！！従業員も懸命に説明役を努めるなど、会社が活性化していた。

そして、今回は工場側も準備不足もあったので、来年はもっとブラッシュアップしてやろうじゃないかとおっしゃっていただけたのです。

大田観光協会では工場見学・加工体験ツアー、モノづくりのまち歩きなど、いわゆる産業観光を何度か実践してきました。ツアー参加者は概ね満足してましたが、果たして何のためにやっているのか？受け入れ先の工場には結果としてご迷惑をおかけしているのではとの懸念を抱いていたからです。今回のイベントで大田区のモノづくりを見せることの意義方向性が見えてきた気がします。

次に、来街者はまち工場のご近所の方、幼児連れの若夫婦など多岐に亘っていたこと、NHK 始めマスコミの取材が多く入った事などが驚きでした。

これは、近年、周囲に対してクローズな存在であったまち工場を1日だけでも、町全体として一斉にオープンしたというこの試みに反応してくれたのではと思います。

短い準備期間の中で調査、企画、運営、実行まで三大学の研究生と指導にあたった先生方の獅子奮迅の働きで開催できましたこと、深く感謝しております。

大田観光協会
事務局長
栗原洋三

工場と街がつながった一日

私は当日、イベント運営をサポートする立場で下丸子・矢口地区を一日中駆け回っていました。朝は予想をはるかに上回る来場者に見舞われ、スタッフ一同対応に追われました。参加者のリストが届かない、スタッフが来ていないなどの不備があり、ご迷惑をおかけした方もいるかもしれません。しかしその一方で、まちなかには地図を持って巡っている家族連れや高齢者の方などが楽しそうに談笑しながら歩いている様子を数多く目にすることができました。街全体が工場を目指し、生き活きと躍動している様子がとても伝わってき、このイベントに多くの方が関心を持ち、参加してもらえていることが何よりも嬉しかった瞬間です。自分たちの試みが、普段は繋がることのない工場の方と一般の方とを引き寄せることができたと思うと、このプロジェクトに携わることができて本当に良かったと感じます。

今回のオープンファクトリーが成功したことは、何よりも多くの関係者の方のご協力があったからです。中でも23の参加工場の方々には、学生の粗忽な対応にも関わらず、イベント開催までお付き合い頂けたことに本当に感謝の気持ちでいっぱいです。また大田観光協会の栗原さんやソシオの田中さんはじめ、多くの方々によるバックアップがあったからこそ、私たち学生も最後まで走ることができたと思っています。この場をお借りして、皆様のご支援とご厚情に深く感謝申し上げます。

そして今回のイベントをきっかけとし、2回、3回と継続していくことで、大田の街と工場がより密接に繋がっていき、多くの方の笑顔で溢れる場所へと発展していくことを心より願っています。

横浜国立大学大学院都市イノベーション学府
建築都市文化専攻 都市計画研究室所属
小林嵩史

モノ・まち BOOK2012 の発行にあたって

大田クリエイティブタウン研究会（旧：モノづくり観光研究会）の取り組み

首都大学東京（文化ツーリズム領域）、横浜国立大学（都市計画研究室）、東京大学（都市デザイン研究室）の3大学、そして大田観光協会から成る「大田クリエイティブタウン研究会（旧：モノづくり観光研究会）」は、2009年より大田区のまちの将来像をモノづくりとまちづくりの両側面から構想し、各種プロジェクトを実践してきました。当初は、工場のまちの魅力や課題を発見するための工場訪問調査や工場建築調査を積み重ねてきました。これらの基礎調査を踏まえて、「クリエイティブタウン大田」としてのまちの将来像を提案したのが、『モノまち BOOK2011』（2011年11月発行）です。

この本のなかでは11の戦略が示されていますが、「モノづくりの裾野の拡大～モノづくりへ近づく機会をつくる～」を目指した「モノづくり観光」の一つの方法として、「おおたオープンファクトリー」が構想されています。また、当研究会による「モノづくり観光」に関わる取り組みとして、2010年及び2011年2月のおおた工業フェア時に、「モノづくりのまち大田ウォーク」、あるいは「モノ・まちラボ」というイベントとして、先行的に実施して参りました。

大田区初のオープンファクトリーの実施

上記の助走期間を経て、当研究会はこの度、下丸子・矢口、及びその周辺地区の企業・工場の皆様、工和会協同組合・工和成年会、及び多くの関係機関の皆様のご協力を賜りまして、2012年2月4日に第1回おおたオープンファクトリーの開催に至りました。当日は、参加23社の皆様の惜しみないホスピタリティ、ボランティアの皆さんのご活躍、そして大学院生たちの周到な準備に加え、好天にも恵まれ、区内外からの約1200名を集客するイベントとなりました。

工場オープンでは3つの形態（定時、軒先、ツアー）をとり、まち歩きの利便を図るための拠点（案内、休憩、展示）を設け、さらにはモノづくりのコンテンツを集約したモノづくりたまごやモノ・ワザコレクション等、多様なプログラムを展開しました結果、多くの皆様から高い評価を得ることができました。また、これらは、次回に向けて大いに発展可能性を期待できるものであったと自負しております。とはいえ、企画としては至らない部分も多く、企業・工場、あるいは参加者の皆様から頂いたご意見をもとに、引き続き調査、研究を重ねて参りたいと思います。

オープンファクトリーの普及のための『モノまち BOOK 2012』の発行

当研究会では、「実際オープンファクトリーでは何をやったのか?」、「誰がどのように関わって実現に至ったのか?」、「どのような成果があったのか?」といった点を総括するために、第1回おおたオープンファクトリーの全貌をまとめた『モノまち BOOK2012～第1回おおたオープンファクトリー成果報告書～』を発行することと致しました。本書にはオープンファクトリーの企画立案に関する最先端の知恵と技術が詰まっています。本書が、下丸子・武蔵新田駅周辺地区、あるいは区内他地域での次なるオープンファクトリーの基礎的資料となること、さらには大田区での「モノづくり観光」の発展に寄与することを期待します。

最後になりますが、オープンファクトリーの企画・運営や本書の発行にあたり、工和成年会木村正典前会長、オープンファクトリー参加企業・工場の皆様、区内関係者の皆様には多大なるご協力を頂きました。ここに感謝の意を表します。

首都大学東京大学院 都市環境科学研究科
岡村 祐

目次

1. 企画編

第1回おおたオープンファクトリーの開催概要	8
オープンファクトリー開催までのフロー	10
下丸子・武蔵新田駅周辺地区とは	12
下丸子・武蔵新田駅周辺地区のモノづくり	14

2. 実践編

工場紹介：おおたオープンファクトリー参加工場	16
工場オープン：定時オープン／軒先オープン／見学・体験ツアー	21
工場見学・体験ツアー	24
インタビュー：おおたオープンファクトリーを振り返って①②	30
拠点施設：展示・案内・休憩拠点	31
地域との協働：既存の取り組みとの連携	35
インタビュー：おおたオープンファクトリーを振り返って③④	36
コンテンツ集約：モノづくりたまご／モノ・ワザコレクション	37
イベントサポート：イベントツール	40

3. 総括編

来街者アンケート調査の結果	48
オープンファクトリー開催の意義	50
オープンファクトリー企画の方法論構築①	51
オープンファクトリー企画の方法論構築②	52
メンバー紹介	55

付録資料 まち歩きマップ・タイムテーブル



1. 企画編

第1回おおたオープンファクトリーの開催概要

好天にも恵まれ、成功を収めた大田区初のオープンファクトリー

第1回おおたオープンファクトリーは、下丸子・武蔵新田駅周辺地区を舞台に2012年2月4日に開催された。大田区では初の試みであったが、23の参加企業・工場、約1200名の来訪者の参加を得た。準備期間の短さや冬季2月という開催時期に課題は残されたが、日本経済新聞及び東京新聞による事前報道やNHKの当日取材等が入り、大田区のモノづくりへの関心の高さが感じられた。

主催

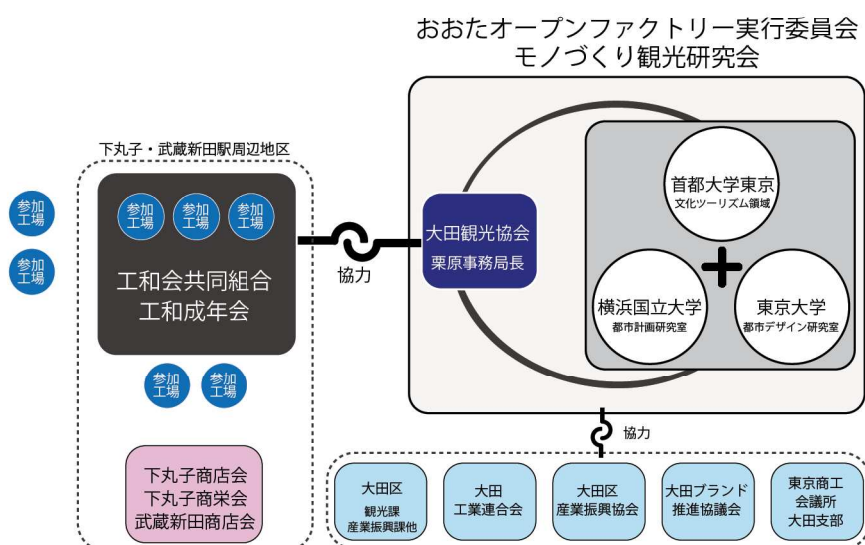
おおたオープンファクトリー実行委員会
(モノづくり観光研究会・大田観光協会)

協力

工和会協同組合、一般社団法人大田工業連合会、大田ブランド推進協議会、大田区、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、下丸子商店会、下丸子商栄会、武蔵新田商店会

対象エリア／拠点施設

下丸子・武蔵新田駅周辺地区



拠点施設

- ・案内拠点：下丸子インフォボックス（下丸子駅旧 toks）
- ・休憩拠点：まちなか工場カフェ（ホワイトテクニカ（矢口1丁目））
- ・展示拠点：モノ・まちラボ 2012（おおた工業フェア内ブース）

参加

参加企業： 23 社（16～20 頁参照）
来街者数： 1200 名
ツアー参加者：120 名

連携イベント

印刷のいろは展（株式会社 金羊社）
第16回おおた工業フェア

企画・運営スタッフ

- ・モノづくり観光研究会：13 名（教員：3 名、大学院生：10 名）
- ・大田観光協会：2 名
- ・工和成年会
- ・その他

当日スタッフ

- ・大学生：11 名
- ・大田観光協会関連：7 名（うち、3 名は大田・品川まちめぐりガイドの会）
- ・その他：2 名

取材・報道

- ・日本経済新聞「観光協会、首都大などとツアー 大田のものづくり体験」、2012 年 2 月 3 日掲載
- ・東京新聞「大田の町工場一斉公開」、2012 年 2 月 3 日掲載
- ・NHK ニュース 7：「町工場で見学体験ツアー」、2012 年 2 月 4 日放映
- ・NHK 首都圏ネットワーク（後日、追加取材）：「変わるモノづくりのまち・大田区」、2012 年 2 月 13 日放映
- ・フジテレビ
- ・社団法人日本観光振興協会産業観光ガイド
- ・フジサンケイビジネスアイ
- ・city&life

オープンファクトリーの目的と構成

オープンファクトリーとは、工場集積地域において、エリアを限定した複数の工場見学と体験プログラムといった産業観光の側面と、さらにはそれを巡るまち歩きやツアー等によってモノづくりのまちを地域内外にアピールするエリアプロモーションの側面を持つイベントのことである。それぞれの工場ではどんな技術を使ってどんなモノを作っているのかという説明や体験を行い、まちのいたるところで大田のモノづくりに関する様々なイベントを行うことで、来街者に楽しみながら大田のモノづくりを理解してもらうことを目的としている。オープンファクトリーを通して、地域住民に町工場をより深く知ってもらえ、住工混在の調和や作業環境の向上が期待できる。また、大田の高い技術に興味を持ったクリエイターと一緒に新しいモノを生み出すキッカケにもなり得る。このように今後の大田だけでなく、日本のモノづくりの可能性をオープンファクトリーは秘めており、その最初の一步がこのイベントである。

今回のオープンファクトリーでは、定時オープン、軒先オープン、工場見学・体験ツアー(5種)の3通りの方法で工場をオープンにした。また、来街者の利便性を図る案内、休憩、展示を目的とした3つの拠点、より身近な製品や技術を伝えるための2つのイベントから構成した。

工場のキャパシティに合わせた3つのオープン形式



軒先オープン

まちを歩き、ぶらりと工場訪問ができる見学形式。時間帯や工場によっては実際に工場の経営者や職人さんの説明を受けることができる。10社で実施。



定時オープン

時間帯を限定し、工場や製品、技術、機械の解説を工場の方からしてもらえる見学形式。10社で実施。当日、下丸子インフォボックスにおける事前予約制。



工場見学・体験ツアー

スタッフによるガイド付きで、モノづくりのまちを巡りながら、工場数社を見学するツアー。5種類(全9回)のツアーを企画し、各ツアーの定員は5～10人。Webでの事前予約制。

■モノたまツアー

ガチャガチャから加工券の入ったカプセル(たまご)を引き、その製品の加工プロセスを工場体験できるツアー。

■子どもツアー

地元の小学生とその親を対象とし、身近なまちや工場の魅力を発見するためのツアー。

■まち歩きツアー

対象地の歴史、地形、道路、建築物等に注目しながらまちを巡るツアー。

■千鳥ツアー

武蔵新田駅周辺の千鳥地区にある4つの優工場を一度に巡るツアー。

■クリエイターツアー

クリエイターが大田区で住み、働き、遊ぶことを目指したツアー。

来街者の利便性を図る3つの拠点



案内拠点：下丸子インフォボックス

下丸子駅前にある旧売店(toks)の空き店舗を仮設リニューアルし、当日イベントの総合窓口として機能し、多く人でごった返した。



休憩拠点：まちなか工場カフェ

大田のモノづくりに関する展示を見ることができる町工場集積地に設置した拠点。ここで売られた「大田汐焼きそば」は大好評。



展示拠点：モノ・まちラボ 2012

PiO(大田区産業プラザ)で実施された「おおた工業フェア」内に設けられたブース。

モノづくりのコンテンツを集めた2つのイベント



モノづくりたまご

Made in Otaの製品が入ったガチャガチャのこと。カプセル(たまご)に入った製品がランダムに出てくるのを楽しめる。1回300円。



モノ・ワザコレクション

大田の工場で作られたクリエイティブ製品(技術紹介グッズや職人の趣味的作品など)の展示を、複数の拠点で実施。

オープンファクトリー開催までのフロー

まちを知ることから始めるイベントづくり

4月
～
7月

1) 街の調査（下丸子・武蔵新田駅周辺地区）



8月
～
9月

2) 研究会内での企画の考案



10月
～
12月

3) 参加工場の呼びかけと各企画の具体化



1月
～
2/3

4) 運営計画とイベントツールの作成



2/4

第1回おおたオープンファクトリー開催

1) 街の調査(下丸子・武蔵新田駅周辺地区) —まちのコンテンツを抽出する—

モノづくり観光研究会の大学院生のメンバー 10 名は、まず実際大田のまちの雰囲気はどのようなものか、どのような工場があるか、そこでは何が作られているのかなど知るために、研究会の過去の調査データを元に、実際にまちに訪れ、まちの資源を抽出していくことから始めた。

対象地である中小工場の集積する下丸子・武蔵新田駅周辺地区の歴史的背景、街区割り、土地利用、工場建築の分布、商店や歴史文化資源等、多角的にまちの資源を拾い上げ、マップにまとめる作業を行った。



2) 研究会内での企画の考案 —まちのコンテンツを活かしきる—

下丸子・武蔵新田駅周辺地区は、アクセスの利便性やまちのコンテンツの要素の多様性が特徴であり、一般の人々に大田の町工場に触れる機会を設けることにより、ファンを増やしていくこと主目的としたオープンファクトリーの適地であると判断した。

次に、対象地内でどのようなイベントができるのか、多種多様な意見を出し合い、それらを KJ 法を用いながら企画をまとめ上げ、利用の可能性の高い施設など場所の検討、企画内容の実現可能性とコスト面といった具体的レベルまで落とし込んでいった。

3) 参加工場の呼びかけと各企画の具体化 —いっしょにやりましょう—

モノづくり観光研究会内で企画検討した内容を地元のキーマン数名に説明した結果、最終的には工和会共同組合・工和成年会の協力を得ることができた。工和会共同組合・工和会成年会に加入してる多くの工場や、これまで研究会がお世話になってきた地域の工場がオープンファクトリーに参加して頂けることになった。その後、各工場に学生側から工場担当者を設けて 1 対 1 で丁寧に対応することにより、各々の工場の特徴であったり、企画実施にむけてクリアすべき課題を抽出するコンサルティングの作業を行った。それと並行するかたちで、イベントのテーマカラーやロゴが決められていった。



公式ウェブサイト



工場紹介冊子

4) 運営計画とイベントツールの作成 —よりよいイベント実施に向けて—

参加工場やツアーなどの企画内容が明確化された後、イベントをクオリティの高いものにするため、当日のタイムテーブルや人員配置などの運営計画とフライヤーや冊子などのイベントツールの作成作業を本格化した。時間が限られている中で、各担当者や工場との調整を繰り返し、来訪者に満足してもらえるよう練っていった。また、拠点の整備や看板・フラッグの設置は前日に行った。

下丸子・武蔵新田駅周辺地区とは

第1回おおたオープンファクトリー開催地の概要



地区の概要

下丸子・武蔵新田駅周辺地区は、西北部の台地と東南部の平地により構成される大田区の中で、北西部の平地、多摩川沿いに位置し、特に多くの工場や住宅が集積している地区である。地区には東急電鉄の多摩川線及び池上線が走り、下丸子駅、武蔵新田駅、千鳥駅がある。下丸子駅は東急東横線、JR 東海道本線に接続している多摩川駅、蒲田駅を除くと一日の乗降車数が最も多い駅である。

集積する町工場

当地区の工業の歴史は、1927 年、地区の工業化を目的とした下丸子耕地整理組合の設立された時期にまで遡る。この組合を中心とした土地整理事業の後、1931 年の白洋舎工場建設を契機にモダンな工場が多摩川沿いに進出、さらにキャノン等の大規模な工場の進出によって工業の盛んな都市として発展した。特に戦後復興を果たした頃からは工場数・従業員数ともに急増し、工場敷地外に工場町家（1 階が工場、2 階が住宅の住工併設建築）が建設され、住工混在のまちが形成され、

その調和が模索されてきた。しかし、その後、工場公害の社会問題化やマンション建設による新住民の増加等を経て、住と工のあり方は今日でも当地区における重要な課題である。

図1は、現在の工場分布図である（青が工場を表している）。大型碁盤目状街区のある多摩川沿いには大規模な工場が立地している。一方、当街区のうち工場が存

在していない敷地では、大工場跡地にマンションが林立している。

また、前述の昭和初期に区画整理された碁盤目状街区とその周辺には、中小規模の工場が多く建設されていることが分かる。駅の周辺には主に住宅が密集して建てられているが、その中でも小規模の工場が点在しているが、実際現地を歩いて見ても、それと気づくことが難しいほど

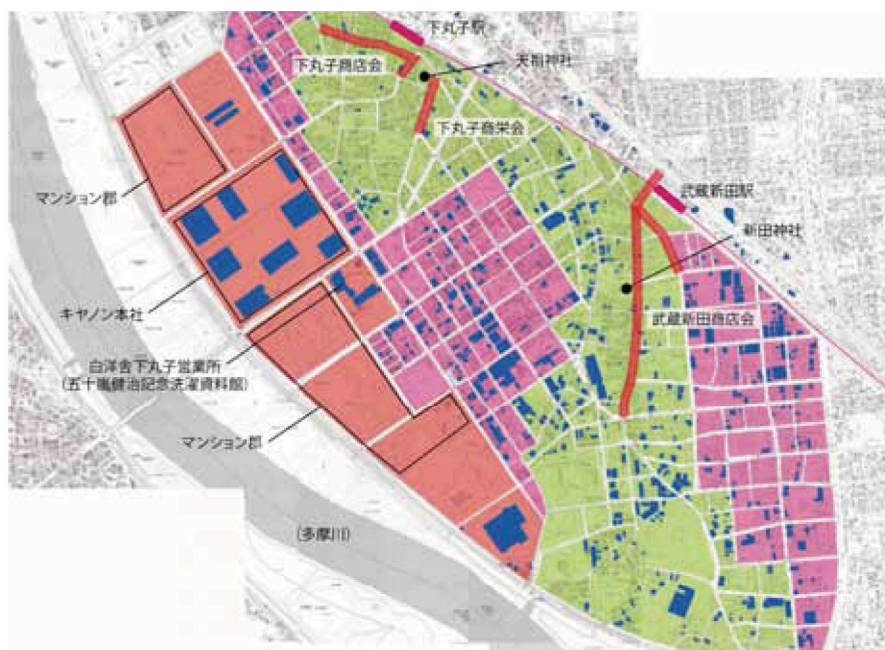


図1 下丸子・武蔵新田駅周辺地区の工場分布と街区

街区内部に位置しているものもある。

新旧の交わる街路

図1からも分かる通り、区画整理により形成された碁盤目状街区とそうでない街区が混在していることで、場所によって多様な街の姿を見せることが当地区の特徴の一つである。区画整理された街区の街路は縦横に真っ直ぐに伸び、遠くまで見通すことが可能であるが、そうでない街区の街路は曲がり、複雑に交わっており見通しもききづらい(図2)。そのような街区では一つ一つの敷地の形状も多様で、建物の間に特異な空隙が散見される。



図2 多様な姿を見せる街路

様々な工場建築や住宅

下丸子・武蔵新田駅周辺地区には、規模以外の点でも多様で特徴的な工場が存在している。例えば普通の家と変わらない外見を持ち、外からはそれと分からない工場や、搬入のために2階部分にも大きな開口を設けている工場、3階部分にクレーンが設置されている工場、上階に居住空間を設けておりそこに直接入るための外階段を設置している工場などである。一方で住宅建築を見てみると、一般的な一戸建て住宅に加え、工場の上階に造られた居住空間、多摩川沿いの大型マンション、工場跡地を小規模に分割した小さな敷地に立つ住宅(ミニ開発)等の多様な居住環境が存在している。

商店街と公園・寺社

工場と居住の混在する当地区には、居住地としての街の一面も持ち合わせている。下丸子駅からは下丸子商店会及び下丸子商栄会、武蔵新田駅からは武蔵新田商店会、千鳥駅からは千鳥町商栄会が伸び、生活感のある空間を形成し、現在でも地元の居住者から多く利用されている。また地区内には、耕地整理の記念碑の設置されている天祖神社、それと併設された区立下丸子児童公園や、マンション郡近くの下丸子多摩川公園、平賀源内が考案した破魔矢の発祥の地である新田神社(図4)など、緑があり人々の滞留することのできる公園や、伝統と歴史を感じさせる寺社などが点在している。

描かれる町並み

多様な姿を見せる当地区は、ドラマなどの撮影に利用されたり、マンガやアニメの舞台、モチーフとしても多く利用されている。特に商店街や住宅地を中心とした生活感のある空間は取り上げられることが多く、例えば下丸子商栄会はクラシック音楽をテーマとした「のだめカンタービレ」に登場する商店街であったり、美術大学の学生群像を描いた「ハチミツとクローバー」では武蔵新田駅周辺の酒屋やベーカリー、新田神社が舞台として描かれている。



図3 マンガにて描かれた魚屋

多摩川アートラインプロジェクト

2007年、大田区・多摩川下流域エリアの

鉄道・駅・街を舞台に行われた、現代アートによるまちづくり活動が多摩川アートラインプロジェクトである。

大田区の町工場のもつ技術力を生かしたアート作品をそれぞれアーティストが製作し、東急多摩川線沿線の駅構内や近郊の公園・寺社などのオープンスペースに展示を行った。図5はその作品の一つ、矢口南児童公園に設置された「ぼたん」という作品で、大田区の鑄造の技術を利用している。当地区にはこのような作品が新田神社、下丸子駅などに設置されており、訪れる人を楽しませている。



図4 破魔矢発祥の地である新田神社



図5 アートプロジェクトの作品「ぼたん」

まとめ：地区の特徴とオープンファクトリー

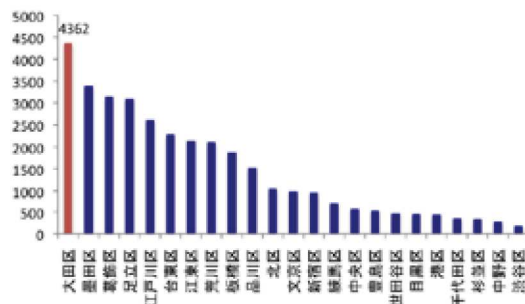
当地区は、工業のまちとしてはもちろん、生活感ある住宅地としての一面や、特徴ある街路空間を持ち、多様な要素が混在している。このような特徴は、まち歩きとしての側面も持つおおたオープンファクトリーを行うにあたって、重要な要素の一つとなると考えられる。

下丸子・武蔵新田駅周辺地区のモノづくり

おおたオープンファクトリーのフィールド

東京都 23 区製造業工場数 No.1 を維持する大田区

大田区のモノづくりは、製造業、とりわけ機械器具製造や金属製品製造が中心である。平成 20 年現在（※ 1）の大田区全体における製造業の工場数は 4362、東京都 23 区に占める割合は 10.9% と大田区には最も多くの製造業関連の工場が立地している。また、従業員も 4778 人と東京都 23 区の 10.7% を占めており、従業員数も同様に最多を記録している。また従業員規模別に見ると、1-3 人の工場が 2182 工場（構成比 50.0%）と最も多く、次いで 4-9 人が 1351 工場（同 30.9%）、10-19 人の工場が 473 工場（同 10.8）と 20 人未満の従業員で構成される工場が大田区全体の 9 割以上を占めていることから、大田区は少数精鋭が特徴であるのがわかる。



▲東京都 23 区内における工場事業所数の比較（平成 20 年）

大田区内屈指の工場集積地である蒲田地区

下丸子・武蔵新田駅周辺に相当し、おおたオープンファクトリーの舞台となった下丸子・矢口は、蒲田地区に分類される（※ 2）。蒲田地区の製造業関連の工場数は、平成 20 年現在で 2478 あり、大田区全体の 56.9% を占めている。他地区の大森地区、調布地区に立地する工場数を見ると、順に 1487（大田区全体の 34.1%）、397（同 9.1%）の事業所があり、蒲田地区に最も多くの製造業関連の工場が集積している。



▲蒲田・調布・大森地区の製造業工場数の比較（平成 20 年）
※凡例は、「下丸子・矢口の製造業工場数の業種別工場数の割合（平成 20 年）」参照

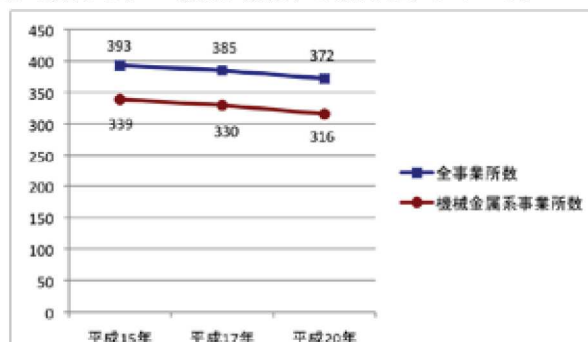
金属加工業が集中する下丸子・武蔵新田駅周辺

蒲田地区に存在する下丸子・矢口（下丸子一丁目、二丁目、三丁目、四丁目・矢口一丁目、二丁目、三丁目）の製造業工場は 372 存在する。産業中分類別に見てみると、機械金属系（鉄鋼業、非鉄金属製造業、金属製品製造業、はん用機械器具製造業、生産用機械器具製造業、業務用機械器具製造業、電子部品・デバイス・電子回路製造業、電気機械器具製造業、情報通信機械器具製造業、輸送機械器具製造業）の 10 業種が 316 工場と同地域産業のおおよそ 8 割を占めている。また、下丸子・矢口地区における平成 15 年、平成 17 年、平成 20 年の産業中分類別工場数の推移を見ると、工場数は微減する傾向を示している。



▲下丸子・矢口の製造業工場数の業種別工場数の割合（平成 20 年）

※ 1 「大田区の工業（全数調査）」平成 20 年工業統計調査報告（大田区）参考
※ 3 上記参考資料平成 15 年・17 年・20 年版より作成



▲下丸子・矢口の全工場数と機械金属系工場数の推移（※ 3）

※ 2 地区の分類は、上記参考資料による
※ 4 本頁では、製造業事業者のことを工場と表記する



2. 実践編

おおたオープンファクトリー参加工場

23 参加工場の概要

おおたオープンファクトリーでは 23 の工場に協力して頂いた。研究会のメンバーと工場の方がその工場にあったオープンの形と一緒に検討を重ねた結果、それぞれの工場で違う見せ方を実現することができた。ここではそれぞれの工場の魅力とは何か、どんな人がどんなモノづくりを行なっているのか、工場毎にそれぞれ簡単に紹介する。

モノ だま	モノづくりたまご
モノ ワザ	モノ・ワザコレクション
モノ 先	軒先オープン
モノ 時	定時オープン
モノ 見	工場見学・体験ツアー



01 プレジジョンファクトリー 株式会社



石油関係や食品関係の材料を正確に測定するために使われる流量計の部品の切削加工を主な業務としている工場である。完成部品を納入するために、他社に外注する仲介業務も行っている。ノウハウの蓄積によって得た技術によって、ステンレス、ハステロイなどの難削材の加工を可能とし、実績を築き上げてきた。現社長である平本社長は、サラリーマンから工場経営者に転身した経歴の持ち主。そのトーク力は圧巻である。



02 有限会社 安間精機製作所



金属部品製作、特に精密機器の部品を手がけている（有）安間精機製作所。航空機用計測器や産業用計測器の部品など、強度・軽さが必要とされる機械部品の製作を得意としている。（有）安間精機製作所は、町工場特有の家族経営であり、安間雅廣さんは金属のことは全て 1 人でこなせる職人肌の持ち主。職人技では、治具の製作が見所となっている。



03 栄商金属株式会社



加工業者間をつなぐ仲介業としての業務を担っている栄商金属（株）。これまで、モノづくりのコーディネーターとして様々な製品を世に広めている。社長である佐山氏が掲げている「Urban Factory 構想」では、マチナカで共存する町工場の姿を思い描かれており、これは、大田クリエイティブタウン研究会と非常に似た共通意識であり、これからの大田の可能性を探るため大きな役割を担っていると言える。



04 株式会社 白洋舎 五十嵐健治記念洗濯資料館



明治 39 年日本橋呉服町で開業した白洋舎は、日本ではじめてドライクリーニングを導入した企業である。耕地整理によって工場立地の適地であったこの下丸子に多摩川工場を開設したのが昭和 7 年のこと、当時としては非常にモダンな建物群であった。その中庭の雰囲気は、いまでも感じ取ることができる。工場敷地内にある五十嵐健治記念洗濯資料館は、洗濯の歴史を分かりやすく展示している。



05 富士ダイス 株式会社



富士ダイス(株)は、金属等の部品を成形する際に用いられる金型などの耐摩耗工具(材料に大きな力を加え、部材を変形させる工具)を製作し、超硬耐摩耗工具の分野においては日本一のシェアを誇っている。富士ダイスの耐摩耗工具によって、缶やレンズなど、身の回りの多くの物が加工されている。また、超硬耐摩耗工具の材料となる超硬金属は、粉末を焼き固めて成型されるため、その光沢は目を引くものがある。



06 光写真印刷 株式会社



印刷物の企画・編集・デザインから製本まで、印刷業に関わるすべての工程を行う光写真印刷(株)。少量からでも印刷を承ってくれたり、要望に応じて企画段階から親身に相談にのってくれる大田らしい会社。また、環境に優しいベジタブルインク(石油ではなく植物油を用いて作られるインク)や用紙を用いた製品作りや、地域の学校からの工場見学の受け入れなど、積極的に社会貢献に努めている。



07 有限会社 安久工機



フリーハンドのスケッチから詳細な図面にまで対応し、設計・製作・組立・調整の幅広いニーズに応える町工場で、「モノづくりのコンビニ」の異名を持ち合わせる(有)安久工機。各種機器の試作開発に伴う設計・製作を行い、50以上の会社と複合技術者集団といわれるまでの関係を形成している。人工心臓や視覚障害者用筆記具、折り畳み式カラーコーンなどの開発を行い、経済産業省が選ぶ「世界トップレベルのベンチャー企業7社」に選定された。



08 有限会社 木村製作所



ステンレス材や焼き入れ済素材などの難切削材、変形しやすい形状素材のNC旋盤(数値により制御する旋盤)による切削加工を得意としている(有)木村製作所。バイト磨耗(切削加工に用いられる工具がすり減る現象)の変化を切削音で感じ、切削プログラムを微修正する、という職人技も持ち合わせている。また、当社社長は2011年の工和成年会会長を務めており、これらのネットワークを活かして、当社のみでは出来ない製品も短納期で加工することを可能にしている。



09 有限会社 多摩川钣金工業所



(有)多摩川钣金工業所は一貫して精密钣金加工(金属の板を切ったり、曲げたり、くっつけたり、穴をあけたりしながら形にしていける加工)を手がけてきた钣金の専門家。精密な気象観測装置から、セキュリティ分野の部品まで様々な製品・部品を扱う高い技術を持っている。さらに、モノづくりのノウハウを活かし、簡単な概略図などの絵から実物の試作品へ、近年は市販サイドカーの試作・開発、またレース用品なども手掛けている。

実践編 / 工場紹介



10 シナノ産業 株式会社



シナノ産業（株）はプラスチックの切削加工を専門とする町工場。機械部品の製作だけでなく、切削技術を分かりやすくモノで表現しようとするアイデアに溢れる工場。代表の柳澤久仁夫さんは、加工機械1つ、腕2つで工場を一から起こした方で、始めは手探りで「ワザ」を磨いたそう。大田固有のネットワークにも恵まれ、起業から20年、人に優しい、まちに優しい、経営や技術に優れた工場に送られる「優工場」に認定される会社。



11 有限会社 村上精機



金属切削加工の中でもフライス加工（固定した加工対象物に、回転工具の刃先をあてて行う切削加工）を行う（有）村上精機。この技術によって、カメラの部品などの小さな部品の製作を得意としている。専務の村上雄大さんは、野心溢れるアイデアマンで、既存製品の製作だけでは満足しない。「どんな素材でも加工できる」という村上さんの言葉には非常に挑戦心が溢れており、加工技術を駆使して、一般消費者に親しみのある製品の製作に挑んでいる。



12 ホワイト・テクニカ



常に、アイデアを追求め、斬新な製品を生み出すホワイト・テクニカ。東日本大震災の際には、被災地での汚泥の除去作業に役立つ、土のうスタンド「大田の輪」を開発するなど、常にモノづくりのアンテナを張り巡らしている。本工場を引っ張っているのが、アイデアマンの白石正治社長。おおたオープンファクトリー当日は、まちなか工場カフェも隣接しており、ゆっくりと白石社長のモノづくりに対する熱い想いに浸ることができた。



13 株式会社 伊和起ゲージ



大田区で唯一のボールねじ（回転運動を直線運動に変換する部品）の生産を行う、（株）伊和起ゲージ。主に、NC旋盤などにより加工を行い、半導体等の生産から検査までを行う装置の部品、新幹線のドアや介護ベッドの起き上がる駆動部に使われる部品等を製造している。その職人芸を披露する広瀬さんは、非常に物知りな方。技の説明はもちろんのこと、幼少期に下丸子に住んでいた経験から、まちの成り立ちを分かりやすく話してくれる。



14 株式会社 三陽機械製作所



千鳥地区に位置する60年以上の歴史を持つ（株）三陽機械製作所。長年の実践・経験・技術の蓄積により、コンプレッサー（圧縮機）などに使用されるような、「高精度・高品質」な部品を製造している。特に、高精度同時五軸加工機によって、多方面から、複雑な形状部品を同時に加工することができる。また、地球環境にも配慮した製造方法、工程を実践している。



15 千歳工業 株式会社



国内において、自動ドアシェア第2位の大手企業であり、「寺岡オートドア」というブランドの製造元である、千歳工業（株）。主に自動ドアの開閉装置の開発・設計・製造・販売・輸出などの事業を行っている。一般的な自動ドアはもちろん、特殊な用途に合わせた自動ドアの開発、ユニークな自動ドアも手がけている。また、工場内では、3階から1階まで自動ドアのショールームのような空間になっている。



16 株式会社 金羊社

連携イベント

大正15年創業の総合印刷企業。オーディオ、ビジュアル、ゲーム関連のエンタテインメントパッケージ業界でトップシェアを有している。平成21年に完成した鶴の木の本社4階には、貴重なレコードジャケットが展示されるMJG（ミュージック・ジャケット・ギャラリー）がある。また、1階に入居する「オールライト工房」は、伝統的な活版印刷技術の未来への継承に取り組んでいる。



17 赤塚刻印製作所

モノ
たま

赤塚刻印製作所の赤塚正和さんは世界が認める手彫り刻印のマイスター。国内メーカーはもとより世界の有名ブランドの刻印まで手がけ、テレビなどでも取り上げられた下丸子で唯一の刻印工場。機械ではできない精密なデザインの刻印を赤塚さんはタガネ一つで生み出していく。0.4mmの世界で微妙で繊細、かつ美しいデザインを再現する職人の技、ここにアリ。



18 株式会社 室賀シボリ

モノ
ワザ



（株）室賀シボリは、平面状あるいは円筒状の金属板を回転させながら、へらと呼ばれる棒を押し当てて少しずつ変形させて塑性加工する、へら絞りという技術に特化し、機械部品だけでなく、やかんや鍋といった生活者の手に届くものも製造している工場。80歳を越えてもなお、現役の会長さんをはじめとする職人集団が、熟練の技で日本トップクラスの製品を作っている。



19 宮城精工 株式会社



宮城精工（株）は、会社設立以前から20数年にわたるねじ研削・円筒研削の精密加工に関わる数々のノウハウの蓄積を活かした、超精密の研削加工を得意として、さらに新鋭のNC旋盤・マシニングセンター等を設備して、研削の前加工と関連する精密加工を一貫して行っている工場。菊地勝昭代表取締役は、工和会協同組合理事長を務めており、厳格な職人気質のビジネスマン。技に関する熱い語りは、誰にも止められない。

実践編 / 工場紹介



20 有限会社 栄伸工業

モノ
ウサ

アクリルの重合接着を主とする（有）栄伸工業。水槽のように強度や耐久性が要求されるアクリル樹脂板の接着には、アクリル樹脂を使った重合接着という技術を用いている。この技術により、アクリルを何層にも重ねても、透明度が変わらず、色の変わり目の部分の自然なグラデーションが可能となる。特にデザイナーとの共同製作の機会を多く持ち、街中で見かけるアクリル加工の施されたオブジェは、この工場で作られたものも多く存在する。



21 株式会社 岩崎

モノ
たま

日本独自の文化としても注目を集めている食品サンプル。その歴史に深く関わる企業が現在蒲田に本社を置く岩崎。かつてはロウで作られていたが、現在はほとんどがビニル樹脂などの合成樹脂で作られている食品サンプルは、そのほとんどの工程が手作業。リアルさに加え、いかに「おいしそうに」見せるかが熟練の技術の見せどころ。ショールームには、思わず食べたくなるような食品サンプルが溢れており、女性や海外の人にお土産として好評。



22 有限会社 千倉工機

六郷地区に位置する、精密加工専門の町工場である（有）千倉工機。マシニングセンターやフライス盤という加工機械を使ってアクリルや金属などの材料を切削し、機械部品を中心とする製品を作っている。0.01mm の高い精度が求められる加工まで、1 つ 1 つ丁寧に行なう。（有）千倉工機は、前社長が下丸子にて創業。現在は親子三人の息のあったチームワークで日本の産業を支えている。



23 藤重プラスチック工業 株式会社

照明用カバーなど、プラスチック製の板を加工した製品を扱う藤重プラスチック工業（株）。社長の藤重元信さんは下丸子・矢口地区の名物オヤジであり、親分的存在として知られている。そのため、工場内には、様々な分野の経営者が集まる、サロン風の事務所を持ち合わせており、常到大田区産業の新しい発展の形を探り続けている。

定時オープン／軒先オープン／見学・体験ツアー

解説付きか、自分のペースか、ガイド付きか

第1回おおたオープンファクトリーでは3種類の工場オープン形式を設けた。決まった時間に工場の方が直接解説する「定時オープン」(当日予約制)、自分の見たいときに自分のペースで見学できる「軒先オープン」(予約なし)、さらにスタッフによるガイド付きの「見学・体験ツアー」(事前予約制)である。

定時オープン



特定の時間帯に工場の担当者が製品、技術等について解説してくれる。工場は1日2、3回、30分前後実施した。申し込みは、各工場のオープン1時間前から、「下丸子インフォボックス」にて実施し、先着順で整理券を配布。全ての回で定員以上の申し込みがあった。工場の方が解説してくれるため、専門知識がほとんどなくても理解でき、工場見学を楽しむことができる。場合によっては、加工の実演や加工体験も用意された。

軒先オープン



自分の見たいときに見学できるオープン形式。工場の前面(軒先)または内部を利用した。事前申込み不要であり、「定時オープン」と「見学・体験ツアー」の時間帯以外はいつでも見学できる。当日は、人数制限のある「定時オープン」に参加できなかった人も多く、「軒先オープン」に人が集中した。あまりに多くの米場客のため、工場の方が一定の人数が集まるごとに解説するシーンが多く見られた。

見学・体験ツアー



スタッフによるガイド付きツアー。ターゲットを絞ったもの、工場見学と併せて地域についても学ぶ要素を盛り込んだものなどの5ツアー実施した。全9回開催。ウェブサイト上での事前予約制。ヘッドセットと小型の冊子を用意し、より詳しく工場や地域について伝えることを目指した。ツアーの存在は、安定した人数を当日確保するだけでなく、おおたオープンファクトリーの趣旨をわかりやすく伝える告知効果もあった。

各工場スケジュール



- 定時オープン
- 軒先オープン
- モノタマツアー
- 子供ツアー
- まち歩きツアー
- 千鳥ツアー
- クリエイターツアー

※ツアー、定時オープン実施時間中の軒先オープンはできません。

3つの工場オープンの比較

形式	定時オープン	軒先オープン	見学・体験ツアー
参加工場数	10	10	14
実施回数	各工場2～3回	—	各ツアー1～2回
各回定員数	5～10名前後	—	10名前後
予約	当日各回1時間前から	不要	事前申し込み

実践編 / 工場オープン

工場オープンの様子

実際に「定時オープン」及び「軒先オープン」でどのようなことが行われたのか当日の様子を紹介する。各工場での来街者の様子や運営側の対応や改善点など、オープン形式や工場の規模によって結果は様々である。



株式会社 伊和起ゲージ

伊和起ゲージでは、最初に資料が配布され、事務所スペースで社員の方から会社と製品について説明があり、その後、作業場に入って実際の作業工程を見ながらの説明が行われた。説明は普段から慣れているようでとても分かりやすいと評判だった。しかし、作業場は通り道がとても狭いため、先頭で話されている解説の声が後ろまで届きづらく、先頭の一部の人しか機械の作動と説明をリンクさせながら聞くことができない様子だったのが課題として挙げられる。最後には再び事務所に戻るとさらに製品について説明があり、実際に製品の一部に触ることができた。

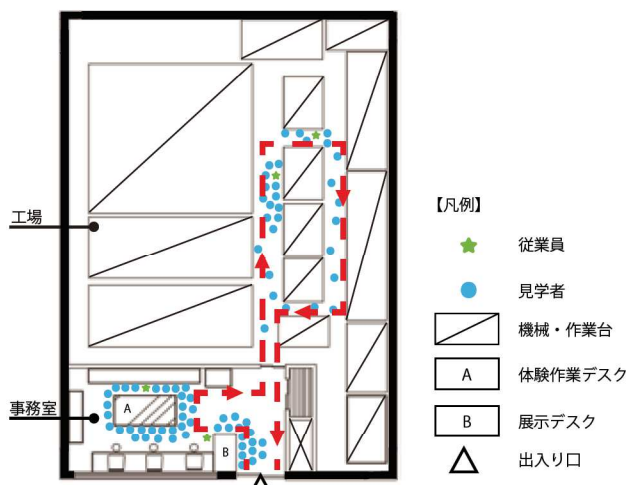
来街者はとても興味をもっているようで、常に質問が飛び交っており、終わったあとも「参加してよかった」という感想が多く聞かれた。



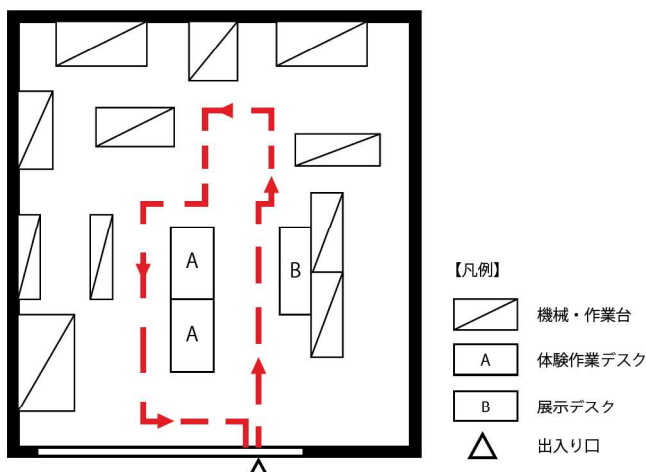
シナノ産業 株式会社

シナノ産業では、5名の来街者に対し工場側から解説担当者が2名付き、工場で作っている製品や使っている機械、技術などについて解説を行った。また、シナノ産業で扱っているプラスチック製品を用いたペン立ての製作体験も用意して頂けた。来街者は皆工業技術などに強い興味を持っているようで、解説に聞き入っていた。また、工業技術に非常に詳しく、専門的な話をしている来街者も見られた。

定時オープンを受け入れる一方で、軒先オープンも実施していたため、定時と軒先の来街者が同じ時間に来る場面が多々あった。軒先オープンでは、近隣住民が立ち寄っているケースも見受けられた。



▲伊和起ゲージ 見学ルート



▲シナノ産業 見学ルート



光写真印刷 株式会社

光写真印刷では、当初「軒先オープン」は玄関口の展示のみの予定であったが、せっかく来てくれたのだからと工場の方が個別に案内して頂けることになった。工場内では4色刷りの各版の実物を見せながら印刷の仕組みを解説したり、ページが16の倍数になる製本の仕組みを、製本の機械を実際に動かしながら解説していた。

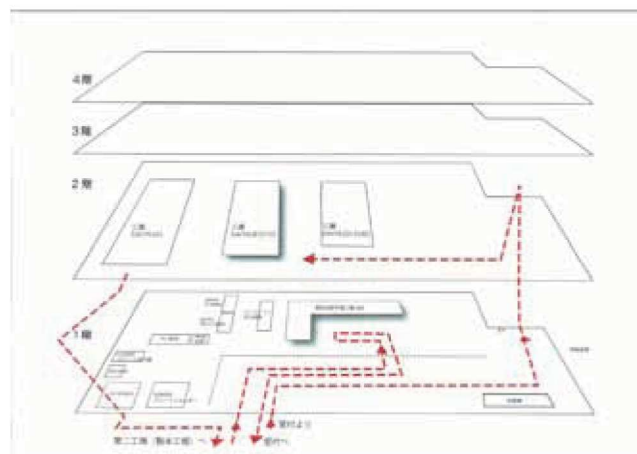
「軒先オープン」での来街者にも「定時オープン」とほぼ同じコースを辿り解説をしたが、説明の簡略化や、「定時オープン」の来街者に土産として渡していたオリジナルグッズを付けないなど、「定時オープン」との差別化を図った。一方、「定時オープン」の時間帯には入口付近で「軒先オープン」の来街者と混在し、少ない人数の担当者では対応しきれない場面があった。また、入口付近では飲み物を提供するなど、休憩場所としても活用され、多くの来街者から好評を得た。

今後に向けて

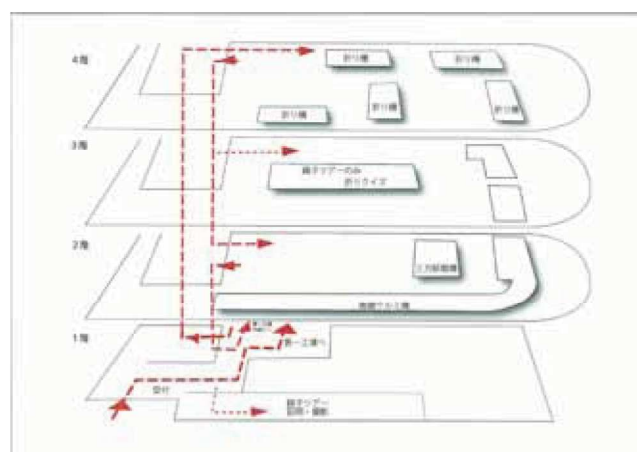
「定時オープン」及び「軒先オープン」の両方を実施した工場の大部分で、来街者が混在してしまうという状況が見られた。申し込み制の「定時オープン」のみを行なった工場でも、申し込みをしていない来場者が飛び込みで訪れたり、全体を通して予定通りにいった工場の方が少なかった。しかし、予定人数以上受け入れて頂いたり、軒先オープンの来街者にも丁寧な解説付きで案内をして頂いたり、工場側の高いホスピタリティによって各工場では人きな混乱には至らなかった。

小さな工場という限られたスペースの中で、申し込みをした人・していない人に別々のコンテンツを提供するということに無理があったということは問題として挙げられる。さらに、運営スタッフや工場担当者の人数に対して来街者数が多く対応が間に合わなかったという点もある。また、一人の解説者に対して多くの来街者が付き、後方に声が届かないという状況も少なからず起こっていた。

小さな問題は数多くあるとはいえ、実際にモノづくりの現場に足を踏み入れ見学・体験ができることで、ほとんどの来街者に来て良かったと言って頂けた。今回挙げられた課題を改善していけば来街者の満足度はさらに高いものにできると考える。



▲光写真印刷第一工場 見学ルート



▲光写真印刷第二工場 見学ルート

工場見学・体験ツアー

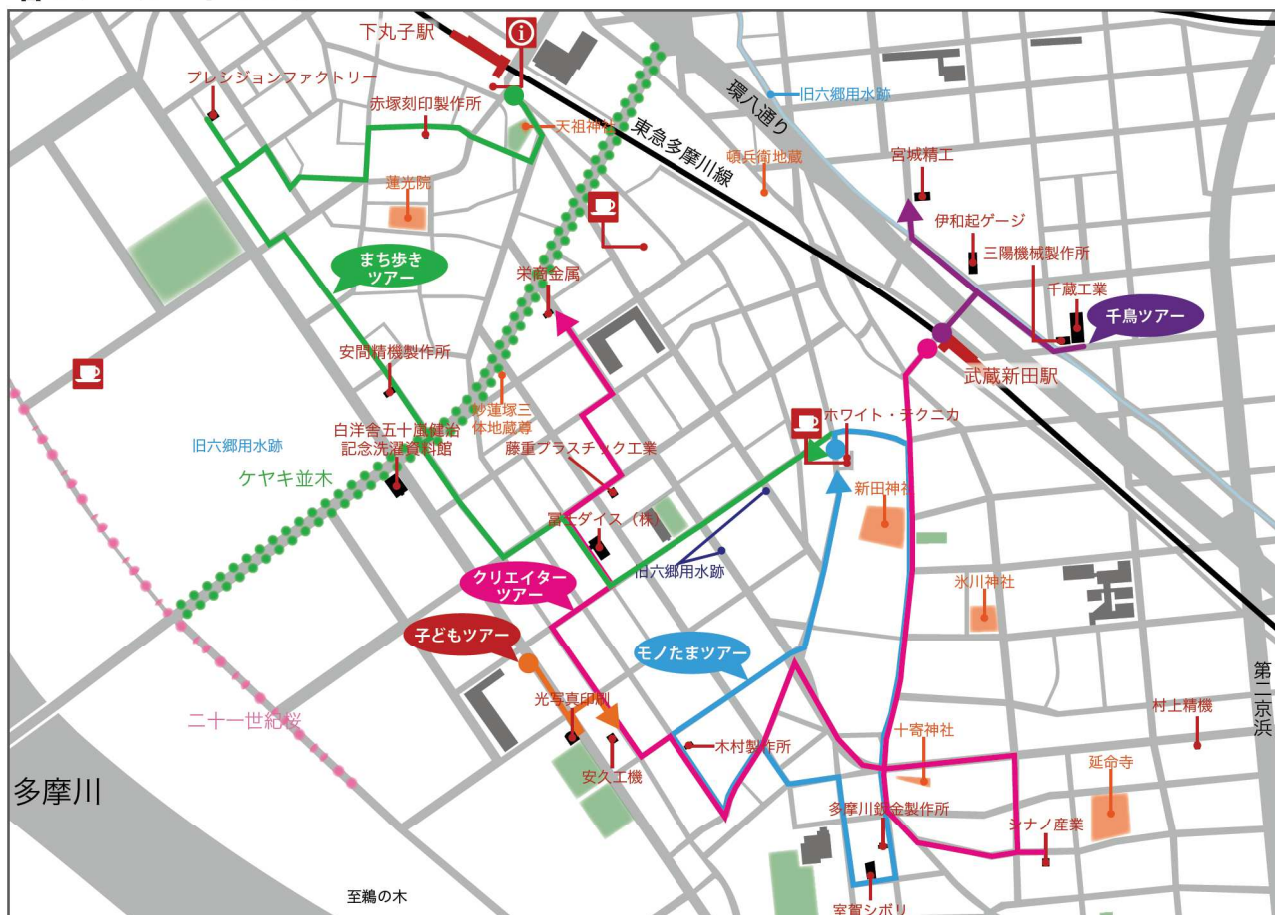
町工場巡りのモデルルート

おおたオープンファクトリーの特徴は、来街者が町工場のまちを自由に巡れることだが、ツアーを導入することで、道中でガイドによる詳しい解説を聞ける、あるテーマに沿って工場を巡ることができる等のメリットがある。対象者を絞ったツアーでは、特定の層により高い満足度を提供する。また、今回実施したツアーは参加者が自由に巡る際に参考になるモデルルートになるとも考えられる。

町工場、地域の特徴から設定した5つのツアー

ツアー名	■ モノたまツアー	■ 子どもツアー	■ まち歩きツアー	■ 千鳥ツアー	■ クリエイターツアー
概要	ガチャガチャから加工券の入ったカプセル（たまご）を引き、その製品の加工プロセスを工場です実際に体験できるツアー	地域を知るきっかけとして、地元の小学生を対象とした限定ツアー	下丸子・矢口地区の「工場町家」を歴史や地形のうんちくとともに巡るツアー	武蔵新田駅周辺の千鳥地区にある4つの優工場を一度に巡ることができるツアー	クリエイターが大田区で住みたい、働きたい、遊びたいと思えるようなクリエイティブタウン形成に向けてまち歩きとワークショップを開催するツアー
ターゲット	制限なし	地元の小学生（3～6年生）	制限なし	制限なし	クリエイティブ産業に関わる方
エリア	矢口地区	矢口地区	下丸子・矢口地区	千鳥地区	下丸子・矢口地区
立寄工場	・多摩川鋳金製作所 ・室賀シボリ ・木村製作所	・光写真印刷 ・安久工機	・プレジジョンファクトリー ・富士ダイス ・ホワイト・テクニカ	・千蔵工業 ・三陽機械製作所 ・伊和起ゲージ ・宮城精工	・シナノ産業 ・富士ダイス ・栄商金属

各ツアールートマップ



モノたまツアー：材料が1つのモノへと加工される瞬間をからだで味わう

モノづくりたまご（38 頁参照）とのタイアップで誕生した「ガチャガチャ+まち歩き+加工体験」を組み合わせたモノたまツアー。3 工場（有限会社多摩川鋳金工業所、株式会社室賀シボリ、有限会社木村製作所）を訪問し、モノづくりを体験した。また、加工工場は、各工場で使用する材料入りのカプセルをガチャガチャで引くという、遊び心がすぐられる企画となっている。

ツアーのねらい

材料から製品を完成する工程を体験し、自らの手でモノづくりの面白さを味わうことができるのがモノたまツアーである。

マネジメントをする上で、技術の面白さが短時間でかつ狭い工場内で効率的に伝わる必要があった。工場ごとに加工体験者をローテーションさせたり、有限会社木村製作所では加工体験をする人、機械の説明を受ける人、コマで遊ぶ人と3 ブースに人を分散させるなど工夫を凝らした。

当初の企画案としては、ガチャガチャのカプセル（たまご）にアルミニウムなどの材料を入れ、それを数工場での加工を経た上で1つのオリジナル製品を完成させるという企画を検討したが、旋盤技術を持つ工場が多く集まったこともあり1 工場1 工程の加工で製品を完成させる企画に変更となった。

ツアーの流れ

当日は、有限会社多摩川鋳金工業所にて、レーザー加工で1 枚のアルミ板からキーホルダーを切り出す工程を体験、株式会社室賀シボリでは、へら絞りという技術で金属製の植木鉢づくりを体験し、有限会社木村製作所では、NC 旋盤による切削加工を通して1つのアルミニウム製の材料がコマに変わる瞬間を体験した。

総括

当日のご意見やアンケートからモノづくりを体験することが普段できない貴重な経験になったという意見を数多く頂いた。また、モノたまツアーがメディアに取り上げられたこともあり反響が大きかったように思われる。一方で、工場によっては加工時間が延びてしまい、「定時オープン」や「軒先オープン」の見学者の方々と時間が重なり混乱を招いたことは今後の課題の1つに上げられる。



左上：レーザー加工体験にて出来上がる製品。各自紙ヤスリでバリ取りした（多摩川鋳金工業所）

右上：へら絞り加工を施し完成する植木鉢の説明をする工場長の室賀氏（室賀シボリ）

左：NC 旋盤加工によって出来上がる紐まわしコマ。長くバランスよく回るよう工場側と学生が話し合い、最終的にこの形状に落ち着いた。（木村製作所）



左上：レーザー加工体験の一コマ。一筆書きにレーザー加工をする技術に目が釘付け（多摩川鋳金工業所）

右上：へら絞り体験の一コマ。メディアにはこの場面が取り上げられた（室賀シボリ）

左：NC 旋盤加工体験の一コマ。複雑な機械の前に、丁寧な説明をしてくださる将来の社長（木村製作所）

実践編 / 工場オープン

子どもツアー：大田の技を未来につなぐ

地元の小学生（3～6年生）向けに、わかりやすくまちや工場を巡る2時間のツアー。2つの工場（光写真印刷（株）、（有）安久工機）での見学・体験を行った。当日は午前・午後合わせて、親と子の9組27人の方が参加した。

ツアーのねらい

子どもツアーのターゲットは、工場見学時の安全と負担に配慮し小学校4年生をメインとした。大人にも子どもにも学べて楽しいツアーをコンセプトとした。ツアー企画の中で重視したのは『子どもが集中できる時間』である。当初、カメラを使ったワークショップやまち歩き要素も検討したが、短時間で大田の技術を伝えるツアーを組むことに重きを置き、下丸子・武蔵新田駅周辺地区のなかで、子どものモノづくり体験を提供して頂ける2工場での滞在時間を最大限確保するツアーとした。広報面では、地域の小学校との繋がりの深い、NPO法人地域パートナーシップ支援センター理事長の小野氏に協力頂き近隣の3小学校に500枚の案内チラシ兼申込書を配布した。

ツアーの流れ

当日は、光写真印刷（株）の工場内でCMYKの4色により多様な色彩をつくる印刷技術、製本の手法を実際に体験して頂いた。また、（有）安久工機では人工心臓・パタコーン（折り畳めるカラーコーン）・触図筆（ロウをインクとした盛り上がるペン）の3つの発明品を中心に町工場内の見学を行った。

今後の課題

当日のご意見や頂いたメールから、親子ともども工場で充実した半日を過ごすことができたという声を頂いた。その一方で、子どもに対する説明と大人に対する説明を意識的に分けるべきであったと考えている。また、大田工業連合会主催の4～5時間かけてバスで回るツアーを参考にし、途中で休憩を挟むことで、より時間をかけてワークショップや部品の制作などを行う長時間のツアーもあり得たと考えている。



左上：CMYKの板
右上：製本体験の様子
左：光写真印刷の工場の様子。広さ、安全面などを考慮して子ども向けのツアーをお願いした



左上：パタコーンの説明をする田中社長（安久工機）
右上：安久工機の開発品の説明パンフレット。各項にわかりやすいイラストとルビ付き
左：触図筆の体験の様子（安久工機）

まち歩きツアー：「モノづくりの空気」をまとう「まち」の魅力を体感する

モノづくりの空気をまとう下丸子・矢口の町並みを巡りながら、モノづくり技術の深みを体感すべく、プレジジョンファクトリー（株）、富士ダイス（株）、ホワイト・テクニカを訪れた。当日は午前・午後の合わせて 20 名の方が参加された。

ツアーのねらい

下丸子・武蔵新田駅周辺地区が有するモノづくりの文化は、一見するとわかりにくいですが、まちの見方を身につけると、街中に隠された秘密に出会うことができる。モノづくりの空気を伝えられるように、地域の歴史文化、中でも、モノづくりに関わるもの、そしてそれがどこに表れているかについて下調べした。製品や技術だけでなく、開口部が大きく、一階が工場で二階以上に住まいがある「工場町家」の魅力や、工業都市を目指して計画された耕地整理の記念碑、戦前には先端工場であった白洋舎の敷地に見える中庭の池の様子、工場街区と住宅街区の違いなど、様々な街の様子を、マップや写真などを事前に集め用意して、ツアー参加者にモノづくりのまちがもつ、豊かな奥行きを感じてもらうことを心掛けた。

ツアーの流れ

当日は、下丸子インフォボックス前に集まり、耕地整理組合記念碑前での「モノづくりのまち」の解説から始まった。（株）プレジジョンファクトリーでの平本社長の魅力ある説明と、コマ製造過程の体験・見学に続き、富士ダイス（株）での精密な製品づくりを伺い、ホワイト・テクニカでは、被災地でも活用された土囊スタンドなど、アイデア製品が生まれる小さな町工場の様子を見学した。

総括

まち歩きツアー参加者は、小学生の親子連れ、10 代の大学生から 80 代の方に至るまで、非常に幅広い年齢層の方々が集まり、まちなかを歩き回ったにもかかわらず、疲れたという声もない満足ゆくツアーだったようだ。中でも、魅力あるまちの空気と、その空気を生み出す職人や社長の人柄、そして、そこで生まれる先端のモノづくりに、多くの方が魅了される結果となった。



左上：魅力あふれる職住一体の「工場町家」
右上：街の様子を説明する
左：モノづくりのまちを歩く



左上：社長の魅力ある説明（プレジジョンファクトリー）
右上：比重をこの手で確かめる
左：土囊スタンドの説明を聞く（ホワイト・テクニカ）



実践編 / 工場オープン

クリエイターツアー：町工場技術と斬新なアイデアをマッチングさせる

クリエイターやアーティストなどのクリエイティブ産業に関わる方向けのツアー。シナノ産業（株）、富士ダイス（株）、栄商金属（株）の3カ所を見学し、最後に栄商金属（株）の軒先で藤重プラスチック工業（株）の藤重社長も加わり討論会を行った。

ツアーのねらい

クリエイターツアーはクリエイターやアーティストのみを対象とするツアーとして企画され、参加募集対象もクリエイティブ産業関係者のみに対して行った。このツアーで目指したものは、クリエイティブタウン大田構想の実現に向け、クリエイターと町工場のコラボレーションだけでなく、大田という街でのクリエイターの暮らしを構想することある。これまでもクリエイターの仕事を扱う企画はあったが、その日常生活に関してはまだイメージがなく、これを少しでもつくれば良いと考え、ツアーの最後に30分程度の討論会を組み込み、参加したクリエイターと町工場とのコミュニケーションをとる機会を設け、相互理解の促進を図った。

ツアーの流れ

シナノ産業（株）ではプラスチック部品を用いたペン立て製作体験を代表数名が行った。また、参加者はまち歩きを通して、まちの不思議を発見しながら移動した。ツアーの最後の討論会では様々な立場からの意見が出され、クリエイターが大田の工業と交わるための課題などについて活発な議論となった。

総括

ツアーの最後に行った討論会では、大田のまちにクリエイターが関わっていくにあたり、大田の工業ネットワークをはじめとするコミュニティとのつながりや、新産業立ち上げに関すること、住居としての工場町家の可能性などについて非常に参考となる意見が数多く出された。その中では、大田区でクリエイターが活躍するにあたり、金銭的な面などでの実現性についてより多くのアイデアと施策が必要であるとの意見が聞かれ、今後に向けての課題も見いだされた。



左上：シナノ産業解説の様子
右上：プラスチックのペン立てづくり
左：富士ダイスでの様子



左上：栄商金属解説
右上：討論会の様子
藤重プラスチック工業の藤重社長のお話
左：ツアー中のまちあるき
工場街ならではの面白さを探しながら



千鳥ツアー：「優工場」を巡り、埋もれた歴史を紐解く

武蔵新田駅周辺千鳥地区にある4つの優工場（株）三陽機械製作所、千蔵工業（株）、（株）伊和起ゲージ、宮城精工（株）を訪れた。当日は午前・午後の合わせて12名が参加した。

ツアーのねらい

今回の千鳥ツアーは誰でも参加してもらえるよう、広く公募した。各工場内部は狭いため、一回のツアーにつき5、6人と少人数で見学するなど参加者に効率よくまわってもらえるよう工場側と話し合いを重ねた。今回の参加工場の中の3工場は同じ分野の機械を扱っているが、加工工程に対する工夫、製品、そして従業員の方々のモノづくりに対する想いは工場ごとに異なる。その細かなニュアンスの違いを伝えるため、訪問・ヒアリングを通して十分に各工場を理解し、当日参加者の皆さまに興味を持ってもらえるよう説明板を用意する等工夫を凝らした。また、千鳥地区のフィールドスタディを行いツアーマップを作成し、当日は工場の方にも直接、町の解説をして頂く事で、参加者の方々に理解を深めてもらった。

ツアーの流れ

当日は、武蔵新田駅に集合し、以下の順に現場見学を行った。（株）三陽機械製作所では営業中であつたということで最新鋭機械がフルに稼働するダイナミックな現場を見学した。千蔵工業（株）では自動ドアのショールーム見学を、（株）伊和起ゲージではボールねじの組立て体験を、宮城精工（株）では手廻しコマの加工体験を行った。

総括

当日各工場の滞在時間を30分と限定したが、各工場での見学・体験が時間内に収まらないことが多かった点に関して、参加者の皆様からは従業員の話をもっと聞きたい、技術をもっと見たいとの声があがった。今回のツアーを通じて、参加者の方にモノづくりを介して参加者や工場と間の交流が持たただけではなく、千鳥地区に関する町の歴史や地理に関しても興味を持っていただけたようである。



左上：自動ドア装置の知識を学ぶ（千蔵工業）
右上：自動ドアの開閉を見学する（千蔵工業）
左：コマ加工の説明の様子（宮城精工）



左上：ボールねじ組立の解説（伊和起ゲージ）
右上：図を使つての説明（伊和起ゲージ）
左：（株）三陽機械製作所の入口での集合写真



おおたオープンファクトリーを振り返って①

シナノ産業株式会社
柳澤久仁夫 社長

—振り返ってみてオープンファクトリー（以下、OOF）はどうでしたか。

反省としては、ツアーの人と一般の人が混じってしまったよね。一般の人が入ることは歓迎だけど、どちらかわからなくなってしまったから、リボンとか簡単なものでも見分けがつくとわかりやすかったね。でも、一回目としては上出来だったんじゃないのかな。予想以上に人が来ましたね。TV、雑誌、新聞にも取り上げられましたね。町工場が集まっているところだから、きれいな工場だけではなく1人2人でやってる工場もたくさんありますよね。だから、少し狭い工場の中にぎちゃごちゃっと混雑してしまったけど、OOFとしての目的は果たせたんじゃないかなと思います。

—今回のOOFではどのような方が工場を訪れましたか？

近所のおじさんおばさんも来たり、小学生を連れたファミリーも来たり、埼玉からも来た

ね。いわゆる老若男女がきたね。大田区の町工場に興味を持ってくれるのはいいことだよな。将来的に仕事にしたいなって思うとか、社会人と仕事としての付き合いもあるかも知れないしね。

—OOFは企業の方にとって、CSR活動の一つだと思うのですが、ビジネスに繋がる動きはありましたか？

いまのところないけど、繋がりそうな引き合いはありましたね。その後、アクションはなかったけど、具体的な話までしたものはありました。その方はイギリス在住の日本人の方で、OOFの後は少しメールでやりとりしたくらいかな。アイディア商品やデザインをされていて、プロダクト・インテリア雑貨などに関してデザインをされている方だったね。あえてビジネスにつなげなくてもよくて、大田区の町工場を知ってもらってことが重要だと思いますよ。普段見えない工場を中に入っ

て、見れた事だけでも意味があることだよな。実際にとなりで何をやっているかわかると、地元の人が安心するよね。

—（iPhoneを見て）facebookやられてるんですか？

アイコンの後ろにOOFのポスターがあるんだよ。大田区主催でFacebookで商売しようってセミナーがあったんですよ。会社のページをつくるっていう、20人くらいのセミナーがあったんですよ。HPだけじゃなく、いろいろやってこうしてるんだよね。

おおたオープンファクトリーを振り返って②

株式会社 伊和起ゲージ
広瀬 安宏 社長

—おおたオープンファクトリーに参加してどのような感想を持たれましたか。

このイベントの話を伺った時は、純粋に「おもしろそう」と思ったし、学生が企画・運営するということに興味を持ちました。イベントが終わって、本当、学生の皆さんの能力と体力のお陰で上手くまとまったと思いましたし、一緒に達成感を味わうことができましたよ。そして、社員教育にもとても有効な手段だと気づけたことも我が社としても大きな成果です。

—どのような点で社員教育に役に立つと思われましたか。

大田は、2、3人でモノを製造し営業もするという本当に少人数で経営する工場がほとんどですよな。だからなのか、モノを作ることに長けていても、モノを営業して売ることに対しては弱いのではないかと思います。実際、今回のイベントを通して自社製品や誇

る技術を相手に説明をすることになって、その大変さと大切さに社員一同気づくことができたのではないかと思います。自社のモノを紹介する力、アピールする力はこれから本当に必要になってくると思っています。そのような機会を提供してくれるこのイベントはやる価値があると思いますし、今回の反省点を活かして継続していったらいいと心から思います。

—そうですね、引き続き行うためにも改善点をきちんと吟味する必要があると思います。広瀬さんから見ておおたオープンファクトリーの改善点はどこにあると感じましたか。

今回のイベントは「観光」を手法として、一般消費者という今まで大田があまり注目してこなかった対象を呼ぶ力があると感じました。そして、オープンファクトリーを介して、外部の人に注目されるようになってきた貴重な機会だと思います。

改善点としては、当日予想以上の来場者が工場にいらっしゃり、軒先見学・定時オープン・ツアーの参加者の区別が付かなかったことで、どなたに優先的に説明をすれば良いのか判断ができなかったことではないでしょうか。きちんと順路を確保することや工場側も「見てもらえる状態」に工場内を整えておくことが大事だと感じています。

—広瀬さんが常に親身になって学生の相談に乗って下さり、本当に心強いです！

学生の皆さん、大田のモノづくりを大切に思ってくれて、本当にありがとうございます。感謝しています。

展示・案内・休憩拠点

おおたオープンファクトリーの3つの拠点施設

第1回おおたオープンファクトリーにおける拠点施設には、「モノ・まちラボ 2012」、「下丸子インフォボックス」、「まちなか工場カフェ」の3つがある。「モノ・まちラボ 2012」は大田区産業プラザ PiO にて同時期に開催されたおおた工業フェアに出展した展示拠点、「下丸子インフォボックス」は東急多摩川線下丸子駅前旧売店を活用した案内拠点、「まちなか工場カフェ」は町工場とその外部空間を活用し飲食物の提供を中心に休憩所として利用された拠点である。

おおたオープンファクトリー3つの拠点それぞれの機能

拠点名	モノ・まちラボ2012	下丸子インフォボックス	まちなか工場カフェ
主な機能	展示	案内	休憩
立地	大田区産業プラザ PiO	下丸子駅前旧売店 (toks)	工場長屋内オフィス、外構
機能詳細	展示 イベント案内 金属加工(板金)体験 モノづくりたまご	冊子・マップ等の配布 イベント案内 定時オープンの受付 モノづくりたまご	マップ・冊子の配布 飲食物の提供 休憩スペースの提供 モノづくりたまご



おおたオープンファクトリー3つの拠点の位置関係

実践編 / 拠点施設

展示拠点：モノ・まちラボ 2012



おおた工業フェアにて設けられた展示ブース



ものづくりたまごの販売



アルミのしおりに刻印を打ち込む

展示・加工体験

おおたオープンファクトリーと同時期である、2012年2月2日～2月4日に開催されたおおた工業フェア（会場：大田産業プラザPiO）内に、おおたオープンファクトリーのブースを開設した。ここでは、おおたオープンファクトリーについて解説する展示に加え、企画に協力して頂いている工場・企業の商品などの展示、モノづくりたまごによる板金・金属加工体験企画を行った。

おおたオープンファクトリーについて解説する展示では、企画の背景である大田区の工業の状況や企画全体の紹介、個別のツアーや拠点について、そしてモノづくりたまごなどの企画の解説ボードを展示した。

工場・企業の紹介展示では、それぞれの工場・企業の「人」と「製品」の紹介名刺を作成し、前日までに収集してお借りした製品の現物も展示した。

モノづくりたまごでは、他の拠点に設置

されているものと同様の内容に加え、板金加工体験のための金属板を梱包し、その場で板金加工が体験できる企画を行った。

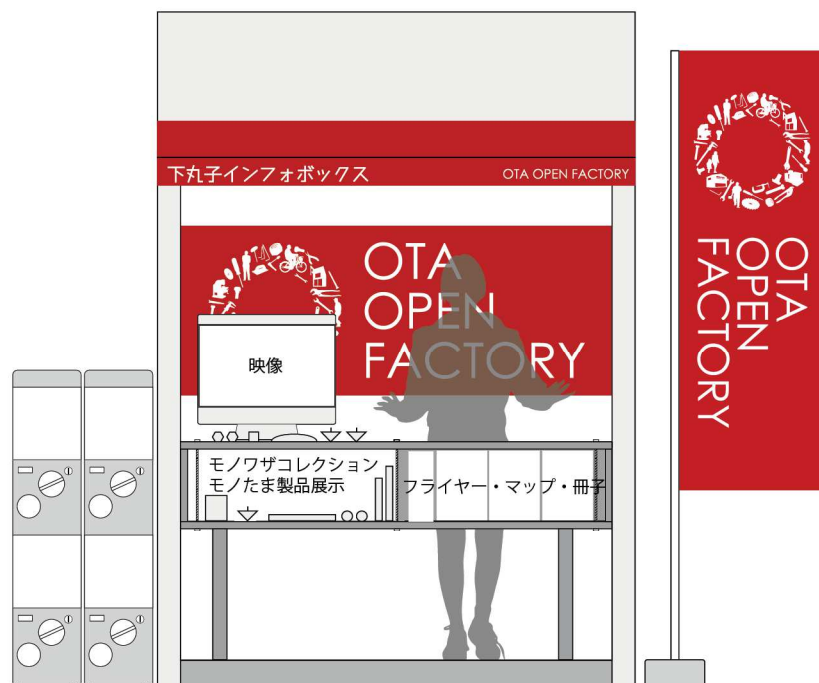
当日の様子と課題

昨年も研究会の活動報告として調査結果を展示していたこともあり、昨年も見たと言って、ブースに足を運んでくれる人も多かった。またブースの入り口に置かれたガチャガチャの機械にインパクトがあり、それをきっかけに足を止めて見て下さる人もいた。昨年も来たという人は、特にガチャガチャの機械をよく覚えていた人が多く、この展示ブースのアイデンティティとなっていることがうかがえた。足を運んでくれた人の多くは、おおたオープンファクトリーというイベントをやっていることを知らない人だったためPRとしては、それなりに機能していたと思われる。ただし、おおた工業フェアはビジネスマッチングの場としても意味合いが

強いので、工場従事者が来街者のほとんどを占めており、おおたオープンファクトリーでターゲットにしていた層ではなく、ここでの情報発信がイベントの直接の集客につながったとは考えにくい。また、おおたオープンファクトリーの会場である下丸子駅へシャトルバスが出ていることも大々的に宣伝していなかったことや具体的にどこがバス乗り場なのかという詳しい情報もなかったため、この展示を見てバスに乗って行く人はあまり見受けられなかった。

しかし、ここで展示することで「ぜひうちの工場も参加させて欲しい」といったオープンする側として参加したいという意見も頂くことができ、次回以降の規模の拡大や下丸子・武蔵新田駅周辺地区以外での実施可能性への足がかりをつかむことができ、工場側へのPRとしては大きな意味があったと思われる。

案内拠点：下丸子インフォボックス



下丸子インフォボックス立面図



下丸子インフォボックス実物



午前中の下丸子駅前の様子

オープンファクトリーの玄関口

下丸子インフォボックスは、下丸子駅横の空き売店（旧 toks）を活用したおたオープンファクトリーの情報発信拠点である。主要な機能は冊子やマップ等の配布、「定時オープン」の受付・整理券の配布であり、案内窓口としての役割を果たした。

イベントの玄関口として、視認性に優れ、駅から出てすぐに町工場のまちとしてのイメージを伝えることのできるデザインが求められ、イメージカラーの幕によって内壁や底を覆い、フラッグを設置し場所を彩ること、町工場の町並みの映像を写すディスプレイの設置、モノわざコレクション・モノたま製品の展示、モノづくりたまごのガチャガチャ設置を行うことを要件としてデザインを決定した。

この際に使用した内壁・底部分の幕は、おたオープンファクトリーとの連携イベント「印刷のいろは」展を主催した株式会社金羊社の協力によって制作するこ

とができた。

当日の様子

当日の下丸子駅前には、おたオープンファクトリー開始時間である9時前から多くの人が集まり、列をつくっていた。

9時になると即座に「定時オープン」の最初の時間帯の整理券配布は終了したが、人数はますます増え、駅前は大変混雑した。下丸子インフォボックス内には2人の係が配置されていたが、それだけでは対応できず、周囲でも数人がマップ・冊子の配布やイベントの趣旨説明などを行った。

午後になると来街者数は落ち着き、余裕をもって対応することができた。地域に住む駅利用者の方の中には下丸子インフォボックスを見ることで、興味を持っておたオープンファクトリーに参加した人もおり、下丸子インフォボックスは効果的に機能したと言える。

空き売店の活用事例として

下丸子インフォボックスとして使用した物件は、株式会社東急リテールネットが所有するもので、元は売店として利用されていた。駅周辺に立地するコンビニなどの影響により閉店してしまい、閉店以降どのようなにしたものか悩んでいたようで、我々の利用のお願いに快く応じていただけた。

このような試みは初めてであったそうだが、オープンファクトリーでの下丸子インフォボックスとしての使用は、空き売店の有効活用事例となった。今回は一日限りの活用であったが、今後は市民活動や地域イベントでの定期的な活用も期待できる。

実践編 / 拠点施設

休憩拠点：まちなか工場カフェ



おおたオープンファクトリー当日のまちなか工場カフェの様子



大田汐焼きそばを販売した屋台



入口部分に設置した横断幕

立地と空間の特徴

飲食物の提供を中心として、来街者の休憩所として整備されたまちなか工場カフェには、武蔵新田駅から徒歩5分程度の場所に立地する。14もの小工場が集積する区画の中庭のような空間と、敷地内の事務スペースを使用した。多くの町工場に囲まれた空間であるため、そこにいだけで工業集積のまちを体感することのできる場所である。この場所はおおたオープンファクトリーに協力していただいたホワイトテクニカの白石社長（16頁～の工場紹介参照）の厚意により使用することができた。当地は駅から至近距離にあるものの、中庭のような入り組んだ場所を使用し、外から来ると非常にわかりづらい場所であったため、フラッグなどのサインや横断幕によって空間のPRに力を入れた。

大田区のB級グルメ汐焼きそば

おおたオープンファクトリーの開催に当たり、大田区のB級グルメである大田汐焼き

そば（漁業の盛んであった大田区に因って考案された海産物を使用した汐焼きそば）の普及団体の協力を得て、販売を行った。これは、好天に恵まれたとはいえ、2月の寒空のもとでは非常に好評で、完売した。

空間を盛り上げる工夫

空間の盛り上がりを演出するために、テーマカラーを多用して空間を構成した。入口部分には大きな横断幕を設置し、屋台の全面と屋根部分にもテーマカラーの幕をはり、敷地内に多くのフラッグを立て、全体としてのまとまりと賑わいを生むことを意識した。横断幕などの印刷物は地域の印刷会社に協力していただいた。また、モノづくりたまごのガチャガチャの設置や、内部空間には大田区の概要や工業についての解説をする展示物なども設置した。

当日の状況と課題

当日は、モノたまツアーなどの集合場所に指定されていたこともあり、朝からばらば

らと人が訪れてきた。

昼時になり大田汐焼きそば等の飲食物の提供を開始すると、多くの来街者が訪れ、列を成す状態が続く盛況ぶりであった。まちなか工場カフェが騒々しくなると、敷地内の他の工場の方も顔を出し、大田汐焼きそばを購入していただいたり、不足しているものがあたら手伝うといった協力の声をかけていただくなど、好意的に受け取っていただくことができた。

イベントを終えての課題として、空間の準備に想定外に時間を要し、開始の時刻にまで準備がかかってしまったこと、前段階での展示準備が十分に行えなかったことが挙げられる。

既存の取り組みとの連携

地域の活動を巻き込む

普段よりイベントや資料館などを通して、モノづくりを一般の方々に見せることを積極的に行っている企業と連携をし、双方のイベントや取り組みを一層盛り上げりのあるものにした。

株式会社 金羊社：「印刷のいろは」展

大正15年創業の老舗総合印刷企業が毎年開催する「印刷のいろは展」。今年は、おたオープンファクトリーに合わせて2月3～5日に開催された。毎年人気を博す印刷・加工体験を始めとして、個性豊かなクリエイターのアートワークを展示・販売する企画や印刷から入稿までの行程を追って金羊社（御殿場工場）に潜入できる企画、またレトロなデザインとポップな印刷物が面白い！昭和のくらし博物館所蔵の「おかげじ」と「うちわ絵」の展示などが行われた。本イベントと連携するにあたって、当日だけでなくホームページに企業イベントを知らせるバナーを貼付ける、チラシをお互いに配布し合うなど広報の段階から協力するよう努めた。当日は、企業イベントの開催時間・場所を記載したおたオープンファクトリーマップ＆タイムテーブルを配布、企業の軒先に本実行委員会が製作した工場紹介看板をおかせて頂き互いのイベントに来訪する人の流れを流動させることで、双方のイベントを一層盛り上げりのあるものにした。



印刷体験（印刷のいろは展）



参加者に向けて熱弁をふるう佐山社長（工業相談所）

栄商金属 株式会社：工業相談所

栄商金属では、普段からモノづくりプランナーとして顧客と工場側とのマッチングビジネスを展開されている佐山社長のもと、工業相談所が開設された。この相談所では、本社と工場（羽田）、おた工業フェアが開催されている大田産業プラザ PiO の3カ所をwebカメラでつなぎ、技術者の方や一般市民の方々から寄せられるの疑問・質問を、社員の方と対話しながら解決していくという取り組みを実践した。当日、栄商金属は工業相談所としての役割を果たすだけでなく、本社建物の1階駐車場スペースを休憩場所として、また、クリエイターツアー終了後の討論会場として利用させていただいた。普段からモノづくりの相談員をしておられる立場から、大田区のモノづくりの特徴や今後の可能性についてなど、熱弁を奮っていただいた。



普段からwebを介してモノづくり相談を受ける佐山社長

株式会社 白洋舎：五十嵐健治記念洗濯資料館

明治39年日本橋呉服町で開業し、日本ではじめてドライクリーニングを導入した白洋舎の多摩川工場が下丸子にある。工場敷地内には、創業者の名を取った五十嵐健治記念洗濯資料館があり、西洋・日本の洗濯史を伝える貴重なコレクションを見ることができる。おたオープンファクトリーの開催された土曜日は通常閉館日であるが、特別に資料館を開放して下さるご協力をいただいた。多摩川工場は、昭和7年の耕地整理によって工場立地の適地であった下丸子では当時非常にモダンな建物群であり、現在は中庭にその雰囲気を伺うことができる。

おおたオープンファクトリーを振り返って③

栄商金属株式会社
佐山 行宏 社長

—今回参加されてみてどうでしたか。

私たちとしては、1年で終わらずに是非継続していきたくと思っています。そうは言っても、今回は学生さんたちが大いに知恵と汗を流してできたというのが実態で、その神輿の上に乗ったという感じです。実際自分たちだけでやることは難しいと思っています。金属加工業であるB to Bビジネスが難しくなっている中で、今回のイベントは非常に良いきっかけとなりました。今回のテーマでは、まちづくりでありモノづくりではなかったけれども、2人ほどモノづくりの方が相談で来られました。モノづくりをより意図としてやれば新たなニーズとの出会いがあるのではという期待をもっています。

—その実現に向けての課題は何だと思われますか。

私はまだ工場の「見える化」が足りないと感じています。今回のイベントでは（木村製

作所が）コマを作るなどしましたが、それは本来その工場が持っている技術力というよりも、一般消費者に近寄っていったものです。私としては、よりプロ（技術者）向けの「見える化」を考えるべきだと思います。その一つの手段である展示会はどこも似通っており、またブースの中で見られるものと現場に行ってみられるもののギャップがあります。また、出展費用や人員が十分でない下丸子矢口の工場には向きません。だから、今回の「工場をオープンにする」という今までとは異なる手法は、この地区にも適しており、多くの人に来てくれた一つの要因であると思っています。技術者向けのオープンファクトリーをした場合、より具体的なレベル（金額や大きさなどの数値的なもの）まで突っ込んでくれるモノづくりの人たちと話ができるし、私たちもそういう話をしたい。例えば春は市民向け、秋はプロ向けという年2回で企画するこ

とも可能性としてあると思います。

—学生に対しての要望は？

やはり若い人たちのセンスやエネルギーというものを今回のイベントを通してすごく感じました。また、一般市民から離れたところで仕事をしている我々からすれば、学生の意見というのは非常に重要です。特に2代目（社長の息子）世代は年齢も近いこともあり、学生と共同作業することは違う感性や価値観に触れることでいい刺激になると思います。そういう意味で私たち工場側と一般の方々、そして地域の商店街などとの橋渡し役として今後とも担ってもらえればと思っています。

おおたオープンファクトリーを振り返って④

株式会社 金羊社
堀田 幸司 顧問

—連携していただいた経緯を教えてください。

大きな理由はおおたオープンファクトリー（以下、OOF）の考え方、目的が私たちのいろは展の目的と共通点が多かったことです。OOFについては一年に一度でも工場の中を開放し、工場の社員の方との交流を通じて、その工場がどのような業務をされているか分かるわけです。いろは展についても同じで、多くの方に印刷の面白さ・楽しさと会社を知っていただくという趣旨がありますので、共通の念があるなということで、連携させていただく方向で社内調整を進めました。

—実際に連携してみてもいかがでしたか。

当初の予想以上に来場者が来られました。いろは展では、印刷の体験コーナーや、新旧の印刷機を比較しつつ実演するデモンストレーションを行い、OOF用に午後3回デモンストレーションを組んだのですが、そ

こに20～30名ずつ来られていましたので、「軒先オープン」を含めると、100名以上来られたと思います。いろは展全体では3日間で約3,500名の来場者数でした。体験や実演によって、印刷ってこんなことをできるのかという発見があったり、印刷をより身近に感じていただけたのではないかと思います。社員も一般の方への応対で、金羊社の社員としての誇りを感じたのではないのでしょうか。そういう意味でOOFと連携させていただいてありがたく感じています。課題という面では、今後は統一的なテーマも検討されたら良いのではないかと思います。また、社員はいろは展の対応でかかりきりでしたので、次回は時間をつくりながら、OOFで他社の見学や会社同士で交流ということもできたらと思っています。

—大田区の今後の展望や可能性についてどうお考えですか

大田区は観光協会や大田まちづくり芸術支援協会 ASCA などの団体が、イベントを含め様々な取り組みをされていますので、もっと私たちが外に出て、新しいことを吸収して、そこで交流していくという関係作りがこれからは大事だと思います。例えば、ものづくりとアートの分野との連携は、同じプロフェッショナルという精神の中で輪が広がる可能性があるのではないかと思います。そうすることでものづくりの場でも色々な課題に対してヒントを与えてくれるような気がします。

モノづくりたまご／モノ・ワザコレクション

B to C 戦略としての実験的イベント

大田区における技術の特徴は、基盤技術と言われる切削、研磨、整形など工業製品を作る際に基本となる特定の加工技術であるため、製品の一部を構成する部品やパーツの製造を主体とする工場が多い。このような生産形態をとる大田区の工場の多くは、自ずと企業間取引（B to B）が主体となり、一般の生活者、あるいは近隣住民にとっては「何を作っているのか分からない」という状況が生み出され、大田のモノづくりを身近に感じられない一つの要因となっている。

おたオープンファクトリーでは、工場オープンによって町工場を身近に感じてもらうほかに、町工場の持つ技術や特徴を活かした、一般消費者に親しみやすい形の製品の展示・販売を行った。それがモノ・ワザコレクションとモノづくりたまごである。

モノ・ワザコレクション

大田の工場で作られたクリエイティブ製品（技術紹介グッズや職人の趣味的作品など）を一堂に集め、モノ・まちラボ 2012 と下丸子インフォボックスで展示したものである。町工場の技術を駆使しつつ、一般消費者にとってわかりやすく面白いモノを展示することによって、町工場を身近に感じてもらうことを意図した。展示に際しては、実物の他に製品の名刺を用意し、製品と工場との情報を持ち帰れるよう工夫した。今回は製品の販売は行わなかったが、来街者が気に入った製品や技術があれば、工場と直接交渉をするということが可能となっている。将来的には展示だけでなく、集めた製品をセレクトショップとして販売することを目指している。



展示の様子



コレクション紹介名刺。表面に製品、裏面に工場についての説明がある

工場名	コレクションアイテム
(有) 多摩川鋳金工業所	ステンレスの動物たち
(有) 安久工機	ワイヤレス型触図筆ペン bivo
(有) 村上精機	ウッドペンケース
富士ダイス (株)	「FUJILLOY オーディオインシュレータ『煌 (KIRAMEKI)』」
ホワイト・テクニカ	土嚢スタンド「大田の輪」
光写真印刷 (株)	オープンファクトリーオリジナルカレンダー
(株) 室賀シボリ	シェラカップ
(有) 栄伸工業	アクリル製オブジェ「Wrapping Cube」
(株) 岩崎	ホットケーキの携帯スタンド
(株) 三陽機械製作所	アルミ iPhone ケース

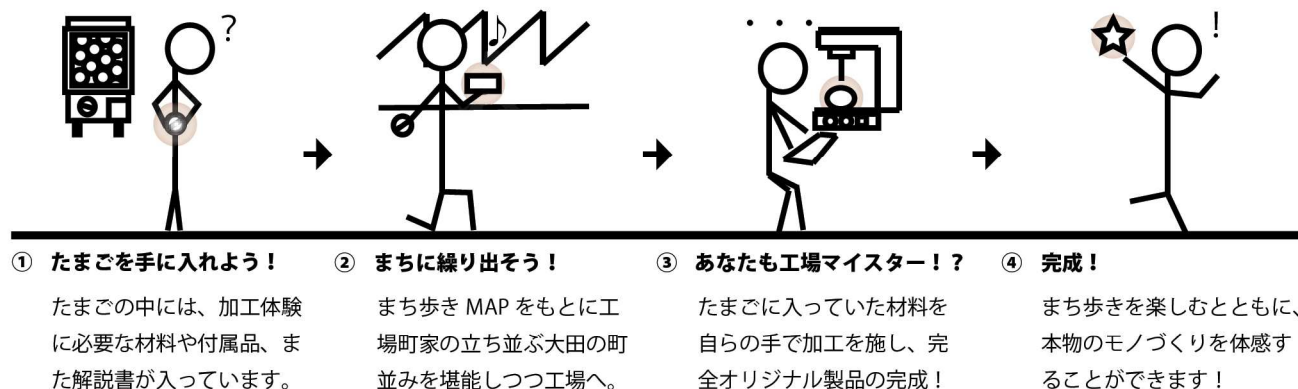
モノ・ワザコレクション一覧

実践編 / コンテンツの集約

モノづくりたまご

私たち研究会は一昨年度より「モノづくりたまご」という、一般消費者にも親しみやすい「B to C」製品をガチャガチャのカプセル（たまご）に入れ、子供から大人まで楽しめる機会を提供する試みを開始した。第1回おおたオープンファクトリーにおいても、参加工場のコンテンツを集約するイベントの一つとして実施した。

「モノづくりたまご」の理想モデル



おおたオープンファクトリーでの「モノづくりたまご」の取り組み

2012 年度版モノづくりたまごの特徴は、一部製品のデザインや機能を学生側が提案し工場と吟味した点にある。そのため学生側は各工場の技術に関して一定の知識を持つことが要求された。同時に、おおたオープンファクトリーのオリジナル製品として、テーマカラーの赤で着色したり、頭文字の「OF」をあしらった製品を工場側に提案したりと限られた予算内で工夫を凝らした。また、実際に加工体験を楽しむことができる機会を来街者の好みに合わせてまち歩き型・モノたまツアー型・ブース型の3種類を用意した。（右頁「おおたオープンファクトリーでのモノづくりたまご構成図」参照）

次年度「モノづくりたまご」の提案

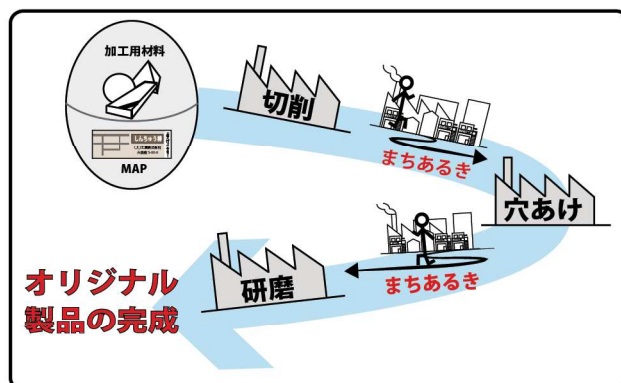
～「自転車ネットワーク」を再現する～

大田区には、非常に技術力が高い中小工場が集積した結果、「仲間回し」や「自転車ネットワーク」と呼ばれる、中小工場同士での受発注の水平的な展開が見られる。そこで、この「自転車ネットワーク」を「モノづくりたまご」で再現できないかと考えている。たまごの中にアルミやステンレスの材料を入れ、工場を渡り歩き同じ材料を複数工程（例えば切削→研磨→組み立て）で加工することで1つのオリジナル製品ができるという仕組みである。

この「自転車ネットワーク」を活用して複数工場を経て完成する仕組みを体現することで、多様な技術集積や工場間連携などの大田のモノづくりの特質を理解することに繋がると考える。



▲拠点施設であるまちなか工場カフェに設置されたモノづくりたまご



▲「自転車ネットワーク」を再現したモノづくりたまごのイメージ図

おおたオープンファクトリーでのモノづくりたまご構成図



参加工場一覧

株式会社 岩崎	有限会社 村上精機	有限会社 木村製作所	シナノ産業 株式会社
技 食品サンプル (食品模型)	技 フライス加工	技 金属旋盤	技 プラスチックの切削加工
製 C 食品サンプルキーホルダー	製 A “OPEN FACTORY” キーホルダー	製 E ツリーコマ・サークルコマ J 紐回しコマ	製 B SINA ちゃんストラップ
有限会社 多摩川鋳金工業所	赤塚刻印製作所	株式会社 室賀シボリ	プレジジョンファクトリー 株式会社
技 レーザー板金	技 手彫刻印	技 へら絞り	技 金属切削
製 D, H シルエットキーホルダー K このはのしおり	製 K このはのしおり	製 I 植木鉢	製 F サイコロストラップ G 亀甲コマ

イベントツール

イベントの舞台を演出し、来街者の利便性を図るための仕組み

第1回おおたオープンファクトリーを開催するにあたり、イベントを演出するための様々な工夫を凝らした。事前の情報発信、イメージカラーの設定とそれに基づくロゴ、ユニフォーム、フラッグの制作、人々が工場を巡りやすく、まちなめぐりも楽しんでもらえることを意図したマップの制作などである。イメージカラーが街に溢れ、マップを持った人々がエリア全体を回遊する。そのような形でイベントを工場単体で行われるものではなく、まち全体のイベントとなるよう演出した。

イベントを演出するための様々な工夫

ロゴマーク



イベントをまとめるためのアイコン。フラッグ、マップなどに印刷しイベントを彩った。

スタッフユニフォーム



イベントスタッフを識別しやすくするため、イメージカラーと同色のユニホーム(つなぎ)を採用した。

フラッグ



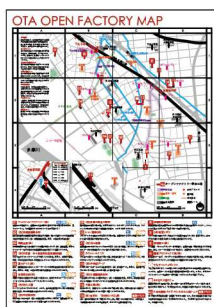
イベントの行われているエリアを示し、工場や拠点施設の前にも置かれ来街者にとっての目印となる。

工場紹介看板



工場の基本情報が書かれた看板が参加工場の前に置かれ、来街者は参加工場を認識できる。

まち歩きマップ・タイムテーブル



自由に工場を巡れるよう、情報をまとめたマップ。裏面は全体のタイムテーブルが記載されている。

工場紹介冊子



参加工場の情報を一冊にまとめ、来街者が訪れたい工場を探すのに役立つ。

広報



事前の情報発信。ポスター、フライヤー、ホームページ、マスコミ等へ向けてプレスリリースをした。

トータルデザイン：イベントをパッケージ化するためのアイコンのデザイン

イベントの情報発信、舞台演出、来街者のサポートにはフライヤー、フラッグ、マップなどのツールが必要である。これらを制作するにあたって、イベントのアイコンとなるロゴやイメージカラーが必要である。イベントを象徴するロゴをデザインし、それを活用した各種印刷物等を制作した。さらに、スタッフのユニフォームはイメージカラーに合わせ、イベントを視覚的にまとまりあるものとしてパッケージ化した。

ロゴマーク「大田の輪」

ロゴマークは大田の人、まち、技、モノから想起させられるアイコン（それぞれ人、町工場、工具、工業製品）を多用し、大田の工業の特徴の一つである仲間回し、「大田の輪」を表現すると同時に、大田区の「O」の字を連想させる形状にまとめた。細やかな像を利用することにより、見る人に大田の工業の持つ細やかな技術の繊細さを感じさせると同時に、それらが集合することによって工業のまちとしての賑やかさや、全体としてのまとまりも表現している。

テーマカラー（C=27 M=98 Y=100 K=0）は、大田の職人たちのこだわりや情熱を表す赤系の色を用い、同時にお祭りとしての賑やかさを演出することを狙った。カラーの設定に当たっては、同じ赤系統の色を色味を変化させながら列挙し、その中から鮮やか過ぎて落ち着きの無い色にならない、かつ地味になり過ぎない色味を選定した。

テキスト部分「OTA OPEN FACTORY」の欧文フォントは「O」が正円形でロゴマークに近い印象を与える「Century Gothic」を使用し、和文フォントはヒラギノ角ゴ Pro を使用した。



▲「大田の輪」をコンセプトにデザインしたロゴマーク

スタッフユニフォーム

当日は、①つなぎと②缶バッチ付きのキャップをスタッフ用のユニフォームとして揃え、ツアーガイドや拠点の責任者となる修士1年のメンバーには①と②の両方を、当日のお手伝いの方々には②のみを身につけた。緊急時にはつなぎを身につけたスタッフが対応するといったように、ユニフォームによって主要メンバーとお手伝いの方との差別化を図ることで、運営をスムーズにすることを目指した。



▲ユニフォームを身につけたメンバー

実践編 / イベントサポート

サイン：イベントを演出し、来街者の回遊性向上をサポートする

おおたオープンファクトリーは町工場の集積地を舞台に行われるイベントだが、開放された工場はまちのなかに点在し、住宅地の中に紛れ、認識しづらい建物もある。来街者が迷わず目的の工場にたどり着くためには、マップだけでなく来街者を視覚的にサポートする装置が必要であり、フラッグや工場案内看板を商店街のなかや工場の前に配置した。これらは来街者にとっての目印となるだけでなく、地域住民の興味も引き、当日までイベントの存在を知らなかった人へのアピールにもつながった。



テーマカラーとロゴによる鮮やかなフラッグ

フラッグ

当日はおおたオープンファクトリーのテーマカラーと同じ赤色のフラッグが街を彩った。ロゴマークは赤文字だが、フラッグは赤地に白文字のロゴとすることで、遠くからでも認識しやすいようデザインした。100本近いフラッグを、下丸子インフォボックスやまちなか工場カフェをはじめ、参加工場や主要動線を中心に設置した。また、路地の奥にある工場の場合にはこのフラッグをどの場所からも目立つ場所に設置することにより、目印として参加者を視覚的に目的地へと導いた。



人・モノ・技からなる工場案内看板

工場案内看板

工場紹介看板は、「軒先オープン」を実施した工場前に設置した。これは来街者だけでなく、近くを通りかかった歩行者にも気軽に工場見学ができることを示すためである。そのため、オープンファクトリーのパンフレットを入れるファイルも合わせて置くことにより、一種の宣伝効果の役割も果たした。

中身のコンテンツは「人・モノ・技」の3つを用い、その工場の魅力を分かりやすい文章とレイアウトを心がけ、作成した。



解説を読む人、マップと照らし合わせる人

まち歩きマップ・タイムテーブル：見学ルートを来街者が自らつくる

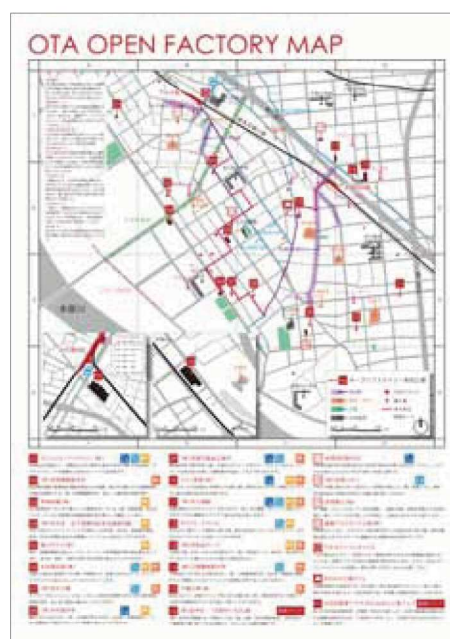
今回のおおたオープンファクトリーは、会場となる工場が広範囲に分布しているため、目印のフラッグをたどって行けばすぐ隣の工場に辿り着けるというわけではない。そこで、来街者に自分たちで目当ての工場に行ってもらえるようにガイドマップを作成した。

マップ上の情報

実際現地では、工場に近づけばフラッグや工場紹介看板が出ているため、マップ上には工場周辺の細かい情報は載せず、目印になりやすい公園やコンビニなど最小限の情報を記載した。また、工場に関する情報としては、裏面のタイムテーブルと共通の番号とオープン形式などを整理した情報欄をマップ下に設けた。

加えて、左端には、まち歩きの一助となるお地藏様や神社など街にまつわる工場以外の情報を掲載し、工場だけでない街の歴史に触れてもらえるきっかけとなるように工夫をした。

基本的には、来街者自らが自由に見学ルートをつくることを目指したが、一例として、下丸子駅と武蔵新田駅の間で複数の工場が回る推奨ルートをひとつ示した。



当日実際に配られたマップ（A4版をP.56に掲載）

タイムテーブル

マップ裏面は、各工場のオープン形式やオープンの時間帯が総覧できるタイムテーブルとなっている。「見学ツアー」は事前申し込み制のため当日用に配布したものには、「定時オープン」と「軒先オープン」の2種類の情報のみを掲載した。

総括

まちなかに目印となるフラッグの数が少なかったことや、街の道路構造が基盤目状であることから、どの角を曲がるのか分かりにくいという声が聞かれた。まちなかのフラッグの数を増やす、もしくはマップ上の情報を増やすといったまち歩きの利便を図るための情報提供に関する改善が必要である。

	10	11	12	13	14	15	16
01 プレミアムファクトリー(株)		11:00	11:30	12:00	12:30		
02 (株)新井物産製作所		11:00	11:30	12:00			
03 佐藤金工(株)				12:30			
04 (株)日本第一工業株式会社					13:00		
05 富士ダイス(株)		12:00	12:30	13:00	13:30	14:00	14:30
06 佐藤金工(株)			12:30	13:00	13:30	14:00	14:30
07 (株)富士工業		12:00	12:30	13:00	13:30	14:00	14:30
08 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
09 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
10 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
11 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
12 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
13 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
14 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
15 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
16 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
17 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
18 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
19 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
20 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
21 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
22 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
23 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
24 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
25 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
26 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
27 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
28 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
29 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30
30 (株)日本第一工業株式会社		11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30

マップ裏面に記載されたタイムテーブル

工場紹介冊子：工場の「モノ・ワザ・人」の魅力を伝える

おおたオープンファクトリー参加工場の大部分では、普段なかなか目にしないようなものを製造しているため、来街者にとって工場名だけでは、何が見られるのかイメージが湧きにくい。そこで、各工場の特徴を簡単に説明した冊子を作成した。来街者には、このガイドブックで自分が面白そう・見学してみたいと思う工場を見つけ出して工場に向かってもらった。

作っているモノの紹介だけじゃない

工場紹介冊子と言っても、工場の製品や技術の紹介だけではない。今回は、工場の「人」にも注目した。大量生産の工場と違い、大田区の町工場の特徴は、高い技術力、そして、その技術を有する職人である。この冊子では工場を支える経営者や職人さんの経歴や人柄など、普通の工場紹介とは一味違う内容に仕上がっている。

持ち歩きやすいポケットサイズ

狭い工場内で来街者が大きな冊子を広げると、邪魔になるだけでなく、場合によっては危険でもある。そこで、この工場紹介冊子はポケットに収まるサイズを採用した。そのため、見学中でも見たいときは一時的にポケットからサッと出せ、またすぐにしまえるようになっている。同じく当日配られていたマップ&タイムテーブルもA3版ではあるが、折るとこの冊子と同じサイズになるように設計した。配布物はすべて見学中は邪魔にならないようにポケットに、まちを歩いているときは大きく広げてもらってPRにと、時と場合に応じて機能が変わるように作られている。また、工場紹介冊子・マップ&タイムテーブル共に、企画段階から印刷・製本まで、地域の印刷製本企業に協力して頂き、大田の技術が詰まった作品になっている。



工場紹介冊子の紙面。各工場の紹介文は職人さんの個性が伺えるものになっている。



片手で収まり、邪魔にならないポケットサイズ

広報：人×モノづくり×まちの情報発信

従来にはない新たな大田のイメージを広く発信するため、多様なメディアツールを利用し大田のモノづくり、職人、まちの情報を広く周知した。媒体としては、新聞などの報道各局へのプレスリリースを始め、おおたオープンファクトリー公式 HP、ポスター（A1 版）、フライヤー（A4 版）を作成しイメージ戦略を図った。

多様な広報ツール

まず、開催一ヶ月前に報道各局へプレスリリースを配信し、新聞関係では事前に東京新聞、日経新聞（両 2 月 3 日付）に取り上げて頂いた。また、1 月 26 日東急沿線情報におおたオープンファクトリー情報が掲載された。同時に、1 月 6 日にはモノづくり観光研究会の HP を開設し、おおたオープンファクトリーの情報を掲載した。本 HP 上では、マップ、タイムテーブルのダウンロードやツアー申し込みの受付などを行い、HP を常に最新の情報を掲載するよう努めた。また facebook ページを作成し、準備の様子やモノたま製品の紹介、当日の様子もリアルタイムで実況した。ポスター・フライヤーに関して、武蔵新田商店会、下丸子商店会、下丸子商栄会へポスターを各 20 部、フライヤー 300 部を配布した。その他には、学芸出版社メーリングリスト（matiza）や都市計画学会メーリングリスト等、都市計画、まちづくり関係の団体メーリングリストでの告知を行った。

メディアの注目

メディアからの注目度は非常に高く、当日モノたまツアー（午前・午後）に NHK、子どもツアーとクリエイターツアーにフジテレビの取材が入った。当日中、NHK では「町工場で見学体験ツアー」という見出しで放映された。また、NHK より当日の様子だけではなくミーティングの様子も撮影したいとの依頼があり後日首都大学東京にて撮影を行い 2 月 13 日（月）18 時 10 分より NHK 首都圏ネットワーク「変わるモノづくりのまち・大田区」で特集された。

総括

広報全般を通しての改善点として、広報を行う期間が短かったという点が挙げられる。また、ポスター・フライヤーに関して、特に商店街の場合、昨今景観上告知のためのビラを貼る商店街は少なく下丸子・武蔵新田界隈においてもポスターを店頭に掲げている店は少ないように思われた。A1 サイズのポスターは大きすぎるとの声も上がった。本イベントは町を舞台に行っているということで、広報の時点で町をイベント色で飾りたいとの思惑もあったが、その点は商店街の方々とより密なやり取りが必要である。



おおたオープンファクトリー HP
(<http://www.comp.tmu.ac.jp/ssm/mono/openfactory.html>)

資料：メディアからみたおおたオープンファクトリー

第1回おたオープンファクトリーにはいくつかのマスコミが取材に訪れ、テレビ、新聞、インターネット上の記事などで当日の様子が発信された。下図は日本経済新聞の掲載記事である。ここからは大田区のモノづくりへの注目の高さ、産業観光の需要の高さをうかがうことができる。



東京新聞朝刊（東京版） 2012年2月3日 （一部レイアウト変更）



東京新聞朝刊（東京版） 2012年2月3日 （一部レイアウト変更）



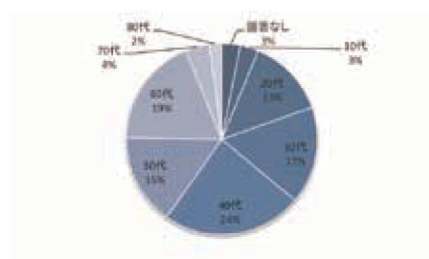
3. 総括編

来街者アンケート調査の結果

どのような人々がおたオープンファクトリーに訪れたのか？

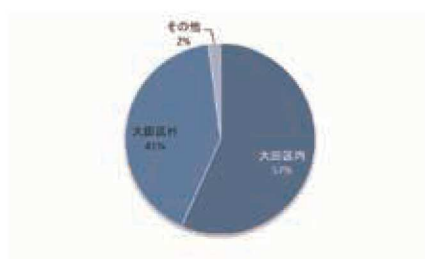
今回のオープンファクトリーでは、拠点やツアー開始時に来街者に対してアンケート調査を依頼し、97名から回答を得た（全来街者は約1200名）。オープンファクトリーへどのような人々が参加したのかその属性をまとめてみた。

回答者の年齢



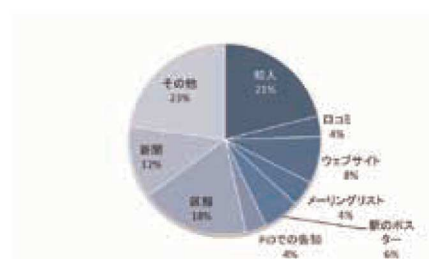
世代のかたよりは見られず、20代から60代を中心に各世代からの参加があった。

回答者の居住地



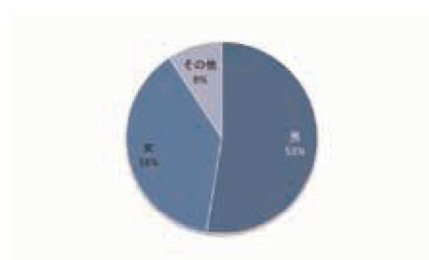
区内が半数以上を占めている。区外は、横浜市や世田谷区が多い。

回答者の情報源



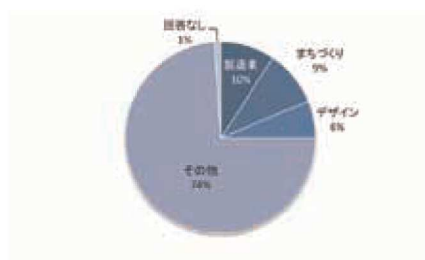
区報や新聞（前日に東京新聞、日経新聞に掲載）から当イベントを知ったという方が多い。

回答者の性別



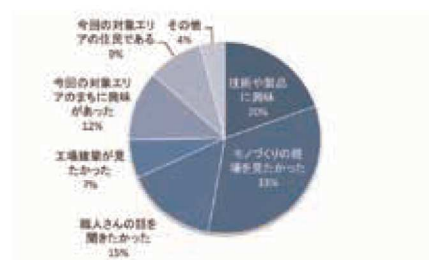
男性が過半数を超えている。（区外での同種のモノづくり系のイベントでは、女性が圧倒的に多い。）

回答者の職業



今回、特に狙った製造業、まちづくり、デザイン関連は全体の25%程度、そのうち製造業（＝同業者）は10%程度であった。その他の内訳は、教員、公務員、学生、主婦等が多くみられた。

回答者の参加動機



イベントの趣旨から言えば、技術や製品、あるいは職人への興味が深いのは当然だが、今回、主催者として焦点を当てたまちや建築の面白さを参加動機に挙げている人も少なからずいた。

来街者はオープンファクトリーをどのように感じたか

アンケートの自由記述欄では、おおたオープンファクトリーに対する来街者から様々な意見・感想が寄せられた。ここでは、その生の声を拾ってみたい。

地域を知るきっかけとしてのオープンファクトリー

- ・対象地域にいろいろな工場があるのは知っていたが、今回のツアーに参加することでその一部を知ることができました。
- ・地元の工場の方と接する機会がなかったので、こういう企画があると、親近感が出ました。
- ・近所にある工場で何がつくられているか全く知らなかったの、今回いろいろと見学させて頂き、とても興味深かった。工場の方には貴重な時間を割いて頂き感謝しています。
- ・いつも歩く街並みの中に、ドア・壁一つ内に、これだけの技や製品がつくられていた現実に感動している。
- ・下丸子に住んでいながら、近所にある工場との接点は今まで皆無だったが、街を知る良い機会になった。
- ・住居と工場混在地区の建物や工場の中で創意工夫がここまでなされている事を改めて認識した。
- ・本当に街にとけ込む形で町工場が存在している街にどこか懐かしさのようなものを感じた。
- ・いつも目にするものや、普段は目にしないものをつくっているところや働いている方のお話が聞けてとても楽しかった。
- ・大田区で生まれ育ちましたが、ここまで素晴らしい町だと改めて知り、誇りに思いました。

職人さんや町工場に対する新たな一面を発見したオープンファクトリー

- ・ものづくりの現場の空気を肌で感じる事ができ、非常によい経験ができた。
- ・職人さんもフレンドリーで話しやすく身近に感じました。
- ・職人さんに直接質問を出来たこと、質問に答えてくれたことが良かった。
- ・同業者が生き生きと説明をしているのを見て、自分もやる気がわいてきた。
- ・今回一部でしたが大田区の工場・職人さんのがんばりに直にふれあえてとても良かったです。
- ・がんばっている姿が素晴らしい。下町ロケットと重なる。
- ・町工場と言えば閉鎖的なイメージだったが、イメージと違い説明も上手で、仕事を見られることにもなれているようだった。
- ・大きな工場ではなくても精密・高度な機器等の設備があることに驚いた。
- ・下丸子在住なのに「近くて遠い存在」の工場でした。この企画をして下さってありがとうございました！
- ・一見普通の外観の建物の中にスゴイ技術の機材が動いている。
- ・大田区の町工場の職人の方々は、日本が世界にほこるものであり、今後も守り続けていきたい財産である。
- ・大量生産加工工場以外は、個人で活動するクリエイターに対してオープンだと感じた。

もっと魅力的なイベントになり得るオープンファクトリー

- ・良い企画だと思うので継続することが大事。少しずつだが企業を増やして行く。地域に造詣の深いガイドの育成。有料でも充実していれば参加する人はいると思う。
- ・ルートを決めて「ツアー」にしてみると、部分的でも初歩区民にはありがたい。
- ・移動用にレンタサイクルを、マップに住所、電話番号、QRコードを。
- ・おみやげをたくさんもらえてうれしかったです。
- ・おおたの工場群が集まったまちの歴史の説明もあるとよかった。
- ・町工場の技術や町内のアピールがもっと必要。
- ・予約券を取りに下丸子に足を何度も運ぶのは大変。全体をもっと効率よく見学したかった。
- ・地元住民がもっと参加していてもいいのかなと思いました。住と工・商が乖離してきてるなという町並みでした。
- ・工場オープンだけではなく、食べ物もおいしくて、とてもコラボが面白いと思いました。

その他

- ・ぜひ大森地区でも蒲田地区でも開催してほしい。

オープンファクトリー開催の意義

工場／工和会／地域にとってのオープンファクトリー

オープンファクトリーの構想・企画時点においては、多くの人々がモノづくりの現場へ近づくことで様々な効果が現れることを想定したが（下図）、第1回おおたオープンファクトリーを経て、各工場（企業）、そして工和会にとっての開催意義がより鮮明にみえてきた。

各工場にとっての意義

①地域対策事業として

多くの工場は日常的に、近隣に対する騒音等の「迷惑」解消に力を注いでいる。工場を公開し、コミュニケーションを取ることが、その対策の一部となり得る。

②企業のCSRとして

オープンファクトリーへの参加は、社会貢献に熱心な企業という印象を、地域だけでなく、取引先に対しても与えることができ、企業のイメージアップに繋がる。

③営業活動として

オープンファクトリーは、モノづくりの関係者を工場の雰囲気や製造過程等が分かるモノづくりの現場に呼び込む。そこでの直接対話により、受注に繋がる。専属の営業担当を持たない中小工場にとっては、絶好の機会である。

④製品開発のきっかけとして

クリエイターやデザイナーをはじめ異業種との接触により、新たな発想による製品開発の可能性がある。

⑤社員教育の場として

日常的に消費者と接する機会の少ない社員のホスピタリティ教育の場として活用できる。

工和会にとっての意義

①知名度向上のきっかけとして

オープンファクトリーは、モノづくり系に限らない幅広いメディア（TV、新聞、SNS等）への露出が可能である。「オープンファクトリーと言えば工和会」という具合に、工和会の知名度を上げることに繋がる。これは、結果として工和会を入口とした各企業の宣伝、営業活動にも繋がる。

②工和会加入のメリットとして

工和会の会員に加わることで、左記のオープンファクトリーを通じた様々な恩恵を受けることができる。工和会にとっては、オープンファクトリーを主催することが、新規会員確保のてがかりとなり得る。

③工和会としての収益事業として

将来的には、製品の販売、ツアー参加費、加工費などを参加者から集めることで、収益の上がるイベントにすることも可能である。

地域にとっての意義

①地域（エリア）プロモーションとして

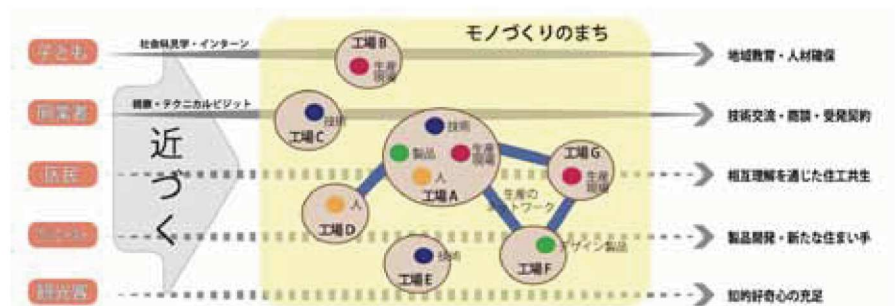
オープンファクトリーを通じて、「オープンファクトリーの下丸子・矢口」、「クリエイティブディストリクトとしての下丸子・矢口」という具合に、工場集積地である地域（エリア）のイメージや魅力を発信できる。

②地域の空間的ポテンシャル（＝建築、都市空間ストック）の発掘の機会として

モノづくりのまち特有の資源（工場町家、工場長屋、白洋舎中庭、耕地整理街区等）や日常的に低未利用状態の空間（下丸子駅の売店等、工場が集積する路地空間）に光を当てることができ、日常的な都市空間の向上の第一歩となり得る。

③住工共生のまちづくりのきっかけとして

近隣の工場との付き合いのない新住民、および騒音に配慮し戸を閉め切り作業せざるを得ない工場がみられる。オープンファクトリーは、両者の不干渉状態の解消・軽減につながる。



▲オープンファクトリーの効果（出典：『モノまち BOOK2011』より）

オープンファクトリー企画の方法論構築①

誰が企画し、運営するのか？

オープンファクトリーの企画・運営をどのような体制で進めたらよいのだろうか。ここでは、その主導的役割を担う実行委員会、各工場のコンサルティングスタッフ、そして当日の運営を支援するボランティアスタッフの存在について言及する。

多主体が参画する実行委員会方式による企画・運営

第1回おおたオープンファクトリーでは、モノづくり観光研究会と大田観光協会が実行委員会を組織し、それに工和会他が協力するという形を取ったが、前頁において整理したとおり、エリアベースの工業団体にとってオープンファクトリーを主催する意義は十分に認められる。よって、こうした工業団体が実行委員会の一翼を担うことが望ましいと考える。

また、オープンファクトリーを地域のイベントと捉えると、地元商店街や自治会の存在も欠かせない。さらに、オープンファクトリーの趣旨は、行政や商工業団体が目指す方向性と合致する部分が多い。このような地縁組織や各種機関の参画も検討すべきである。

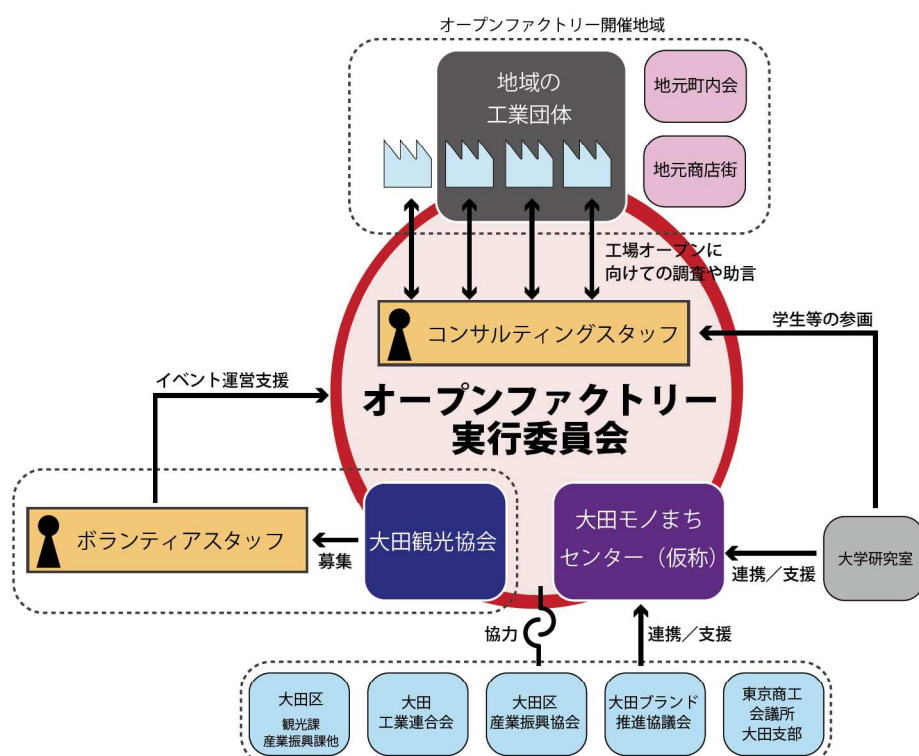
くわえて、我々研究会としては、将来的に大田のモノづくりとまちづくりの統合的アプローチを目指した体制づくり（大田モノまちセンター（仮称））を目指している。オープンファクトリーは、そのなかでも重要な事業と位置づけられ、この新組織が実行委員会のなかで重要な役割を担うことが想定される。

工場×コンサルティングスタッフのマッチング

工場のコンテンツ発掘や公開手法検討の段階において、第1回おおたオープンファクトリーでは、モノづくり観光研究会所属の大学院生が担当工場に対してコンサルティングを行ったが、これは、特に、イベントがまだ成熟していない現段階において、より一般消費者に近い立場からのアプローチとして重要である。とはいえ、各工場のモノづくりの技術や製品を相対化できる基礎的知識を身につける必要がある。

ボランティアスタッフによる運営支援

イベント当日の案内や工場での安全管理等オープンファクトリーの運営には、非常に多くの人手を必要とする。大田観光協会では、「OTA 観光ボランティアガイド養成講座」を通じて、日常的にボランティアスタッフの育成に取り組んでいる。このような人材の活用や、モノづくりに関心のあるシニア層等を中心にボランティアスタッフを集め、当日の運営を円滑に進めるための体制づくりを目指す必要がある。

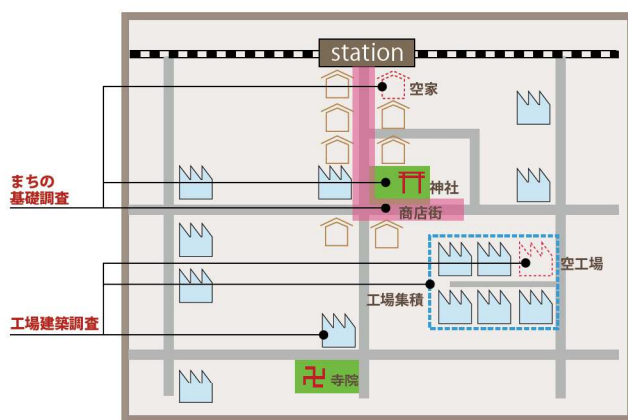


オープンファクトリー企画の方法論構築②

どのような段階を踏んで企画を進めていくのか？

どのようにオープンファクトリーを企画したらよいのか？第1回おたオープンファクトリーでの経験を踏まえて、より一般的な理論化を試みる。ここでは、エリア・スタディ、コンテンツ・マネジメント、イベント・マネジメントの3段階に分けて、方法論を整理する。

STEP1 エリアスタディ



オープンファクトリーでは、製品、技術、機械といったモノづくり関連資源（コンテンツ）だけでなく、それらを生み出してきたまちの歴史、地形、都市構造にも十分に関心を寄せる必要がある。こうした都市基盤やまちの歴史文化資源も、オープンファクトリーの魅力要素として積極的に活用したい。

(1) まちの基礎調査（ジェネラル・サーヴェイ）

地図や文献資料を用いた地域の歴史的変遷や現在の土地利用状況の解釈、実地調査による地形や景観等の把握を行う。

(2) 工場建築調査

対象地域内における工場の分布や工業集積地としての景観的特徴等を明らかにする工場建築調査は、回遊ルートやツアー内容を考える上でも貴重な検討材料となる。



地域の状況を把握するための聞き取り調査

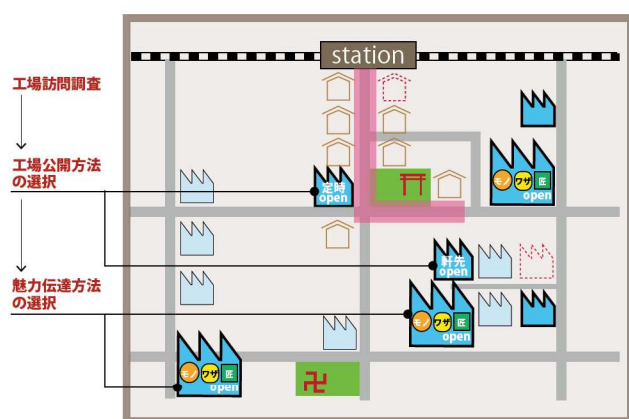


下丸子・矢口地区におけるエリアスタディ



東糀谷・大森南・羽田旭町における工場建築分布調査

STEP2 コンテンツ・マネジメント



オープンファクトリー開催予定地内の各工場が、どのようなモノづくり関連資源（コンテンツ）を有し、それをどのようにオープン（公開）するのか、工場側とコンサルティングスタッフが協力しながら、具体的方法を導き出すのがコンテンツ・マネジメントである。

（１）コンテンツ発掘のための工場訪問調査

オープンファクトリーへの参加工場の決定後、各工場において、モノづくり関連資源（コンテンツ）の発掘のための調査を実施する。代表的な方法としては、工場の技術、製品、機械、職人など多角的に魅力を拾い上げる工場訪問調査（インタビュー調査）がある。



コンテンツ発掘のための工場訪問調査



魅力伝達方法の検討のための打ち合わせの様子

（２）工場公開方法の選択

各工場の空間的、人的キャパシティに応じて、工場のどの部分をどのような方法でオープンにするのか検討を行う。前述のとおり、第１回おたオープンファクトリーでは、以下の３通りの公開方法を考案し、各工場に相応しい方法を選択した。

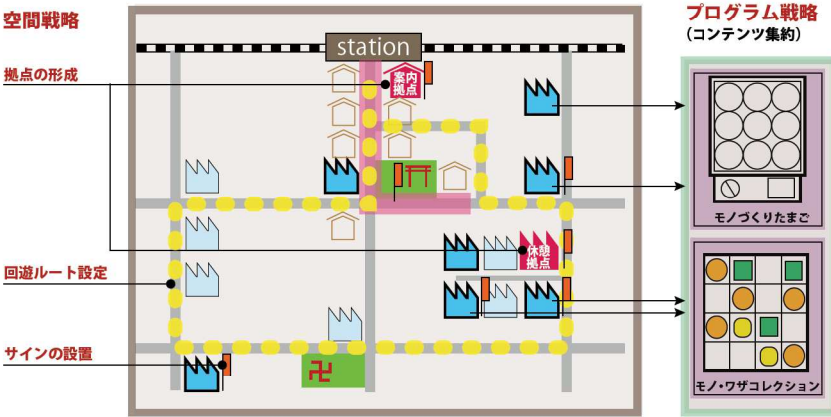
方法		予約
軒先オープン	常時工場の前面空間等において受け入れる	予約不要。
定時オープン	時間帯や人数を限定した上で、工場側が来街者に直接説明加工体験等を実施する場合もある	要予約（当日）

見学ツアー	テーマ、エリア、参加対象を絞りツアーを企画し、スタッフがガイドとして付く。ツアー参加者に対して工場側が説明や実演を実施する「定時オープン」同様に、加工体験等を実施する場合もある	要予約（事前）
-------	--	---------

（３）魅力伝達方法の選択

工場訪問調査等を通して得られた各工場が有する優れた製品や技術を一般消費者にどのように伝えるか検討を行う。参加者には、実際に加工体験をしてもらうのか、製品に触れてもらうのか、あるいは、説明資料としてどのようなものを用意するのか、といったことを考える必要がある。

STEP3 イベント・マネジメント



オープンファクトリーという一つのイベントとして、いかにして各コンテンツを束ねまとまりを出すか、あるいは来街者の利便を図るかといったことを検討するのが、イベント・マネジメントである。ここでは、具体的な3つの戦略を示す。

(1) イメージ戦略

- ①トータルデザイン：
イベントとしての統一感を演出するために、イメージカラーの採用、汎用性のあるロゴの製作、これらを用いたマップや冊子の製作、スタッフによるユニホームの準備を行う。
- ②広報：
イベントを広く周知するために、ウェブサイト、区報、新聞、SNS等を活用し、プロモーション活動を行う。

(2) プログラム戦略 (コンテンツ集約)

- ①マップ／工場紹介冊子：
各工場の位置や詳細情報を整理したマップや冊子を製作し、配布する。
- ②B to C 戦略：
各工場から抽出されたモノづくり関連資源 (コンテンツ) を一般の消費者に対して、より分かり易く、親しみやすく伝えるための方法を考案する。第1回おおたオープンファクトリーでは、ゲーム性を取り入れた「モノづくりたまご」

や各工場の製品を集約した「モノ・ワザコレクション」を実施した。

(3) 空間戦略

- ①サインの設置：
回遊性の向上や空間演出を兼ねたサインを道ばたや工場前の空間に設置する。サインのデザインは、左記トータルデザインの一環として色、デザインを選択する。
- ②拠点の形成：
駅前や回遊上重要な場所に、拠点施設を設ける。回遊性を向上させるという効果とともに、各拠点特有の機能が来街者の満足度を高める。第1回おおたオープンファクトリーでは、下記3種の拠点を設けた。

	内容
案内拠点	駅前等の人が集まりやすい場所に立地。総合案内所の機能を有し、マップや工場紹介冊子の配布からツアーのスタート・ゴール地点にもなる。
休憩拠点	来街者が休憩するためのイスや飲食物等を提供する。アーのスタート・ゴール地点にもなる。
展示拠点	オープンファクトリーが開催されるまちや工場の情報をパネルや映像等で紹介する。

大田クリエイティブタウン研究会（旧モノづくり観光研究会） メンバー紹介

名前
所属
企画担当

※モノ・まち BOOK2012 編集担当

井上 翔太※

首都大学東京大学院都市環境科学研究科
観光科学域文化ツーリズム領域
■下丸子インフォボックス、モノ・まち BOOK2012 編集

内山 祐也

横浜国立大学大学院都市イノベーション学府
建築都市文化専攻 都市計画研究室
■工場紹介冊子・マップ、ポスター・フライヤー

奥田 良太

横浜国立大学大学院都市イノベーション学府
建築都市文化専攻 都市計画研究室
■モノ・まちラボ 2012、モノ・ワザコレクション

小林 嵩史

横浜国立大学大学院都市イノベーション学府
建築都市文化専攻 都市計画研究室
■全体統括、工場紹介看板、ユニフォーム

佐藤 圭太

首都大学東京大学院都市環境科学研究科
観光科学域文化ツーリズム領域
■クリエイターツアー

杉原 弥永子※

首都大学東京大学院都市環境科学研究科
観光科学域文化ツーリズム領域
■モノづくりたまご、モノたまツアー、広報

陳 海琳

首都大学東京大学院都市環境科学研究科
観光科学域文化ツーリズム領域
■千鳥ツアー

速水 将平

横浜国立大学大学院都市イノベーション学府
建築都市文化専攻 都市計画研究室
■子どもツアー

山根 一斗※

首都大学東京大学院都市環境科学研究科
観光科学域文化ツーリズム領域
■全体統括、まち歩きツアー

吉玉 泰和

横浜国立大学大学院都市イノベーション学府
建築都市文化専攻 都市計画研究室
■まちなか工場カフェ

川原 晋 首都大学東京大学院都市環境科学研究科観光科学域文化ツーリズム領域・准教授

野原 卓 横浜国立大学大学院都市イノベーション研究院・准教授

岡村 祐 首都大学東京大学院都市環境科学研究科観光科学域文化ツーリズム領域・助教

栗原 洋三 一般社団法人大田観光協会事務局長

田中 裕人 プロジェクター、文筆家、ソシオミュゼ・デザイン株式会社、醍醐ビル株式会社、醍醐建設株式会社取締役

新メンバー紹介

首都大学東京大学院都市環境科学研究科

伊藤 正太※

北島 彩子

東京大学大学院工学系研究科都市工学専攻

福士 薫

横浜国立大学大学院都市イノベーション学府

金谷 優香

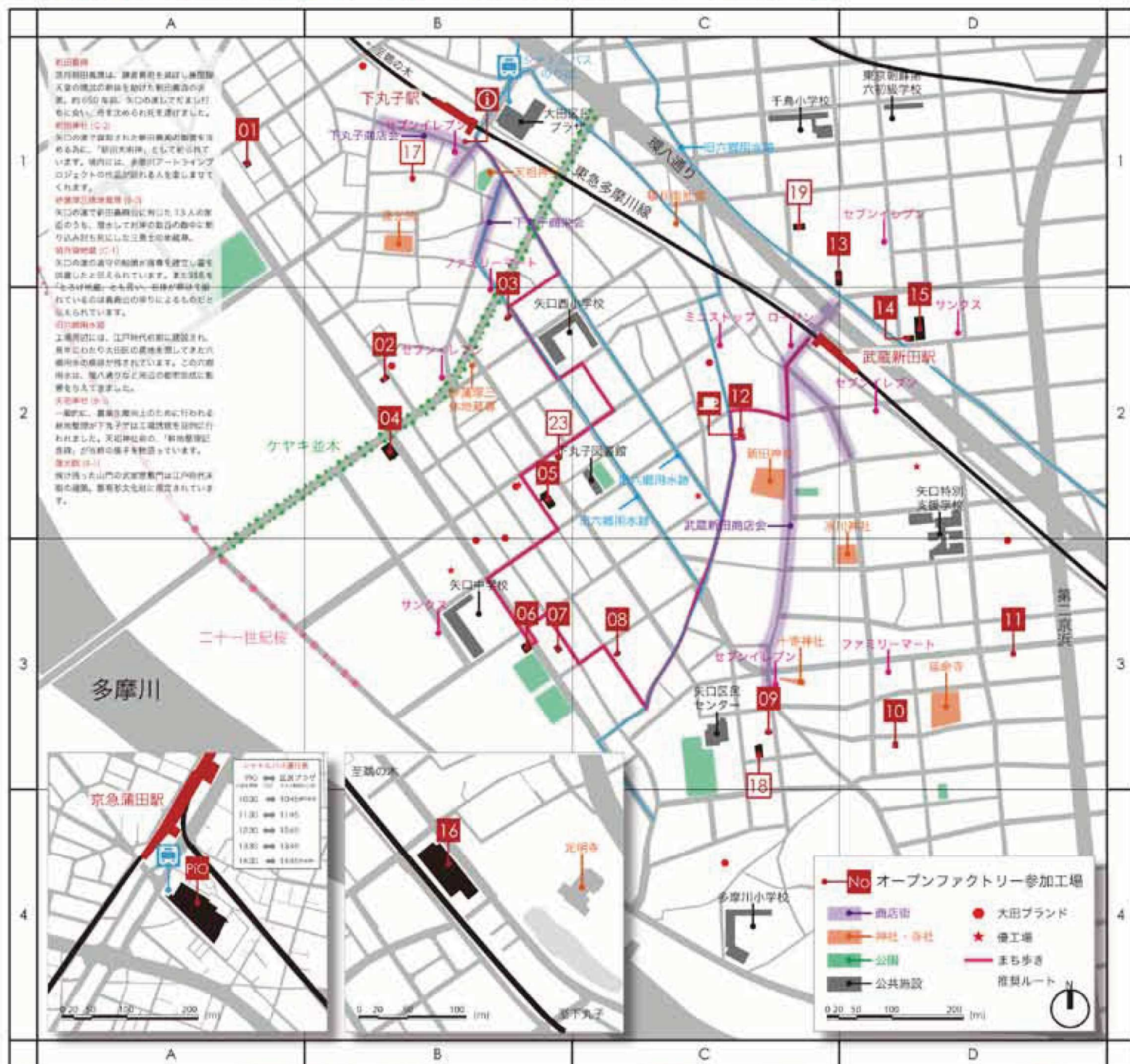
岸本 しおり

佐久 間純

芝田 拓馬

柳澤 明日香

OTA OPEN FACTORY MAP



TIME TABLE

	10	11	12	13	14	15	16	17
01 プレシジョンファクトリー(株)		11:20	11:50			15:20	15:50	
02 (有)安間精機製作所	10:30	11:00	12:30	13:00				
03 栄典金属(株)					14:20			
04 (株)白洋舎 五十嵐健治記念洗濯資料館							16:00	
05 富士ダイス(株)			12:00	12:20	14:00	14:40	16:00	16:20
06 光写真印刷(株)				13:00	13:30		16:00	16:30
07 (有)安久工機	10:15	10:45			14:30	15:00		
08 (有)本村製作所		11:15	11:45			15:15	15:45	
09 (有)多摩川飯金工業所			11:30	12:00	13:00	13:30		
10 シナノ産業(株)	10:30	11:00	11:30	12:00	13:15	13:40		
11 (有)村上精機			11:30	12:00	13:30	14:00	15:30	16:00
12 ホワイト・テクニカ				12:45	13:00			16:45
13 (株)伊和起ゲージ		11:00	11:30		13:00	13:30		
14 (株)三陽機械製作所			12:00	12:30	14:00	14:30		
15 千歳工業(株)				13:30	14:00	14:30	15:00	
16 (株)金羊社			12:00					→18:00

※定時オープンの実施時間中の軒先オープンは対応できない場合があります。 軒先オープン 定時オープン

軒先オープン

まち歩きがてら、ぶらりと工場訪問ができる企画がこちら「軒先オープン」。各工場の軒先で、工場紹介のパネルや製品の見本展示を見ることが出来ます。時間によっては、工場の経営者や職人さんと交流できる可能性もあります。軒先見学ができるのは10工場。オープンする工場の前には案内板があるので、タイムテーブルをご覧ください。お気軽にお立ち寄りください。半定時オープン期間中の軒先見学は係が対応出来ない場合があります。詳しくはタイムテーブルをご覧ください。※軒先見学では、工場の人からの解説が受けられない可能性があります。解説をご希望の方は、定時オープンにご参加ください。

定時オープン

1日2〜3回限定で、工場や製品、製作機械、技術の解説を工場の方から直接していただける見学形式です。参加工場は10工場。工場毎の各工場の定員はそれぞれ異なります。お申し込みは、各工場のオープン1時間前から、下丸子駅前「下丸子インフォボックス」にて承り、整理券をお渡しします。各工場の解説時間は、タイムテーブルをご覧ください。各工場でのどのようなお話しが聞けるかは当日のお楽しみ。先着順となっていますので、お早めに「下丸子インフォボックス」にお越し下さい。

わからないことがあればスタッフへ

おおたオープンファクトリーのカラーは、赤。これは、大田の職人達のこだわりや情熱、温かさを表し、同時に誇りの暖かさを演出しています。当日、スタッフは、赤色の作業着（ツナギ服）、または赤色の帽子を身につけています。何か分からないことや、お話しが聞きたいことがあれば、お気軽にお声かけ下さい。

モノたま モノづくりたまご

「モノづくりたまご（通称：モノたま）」は、ガチャガチャのカプセル（たまご）に、Made in Otaの製品を入れることで、遊び心を持って、子供から大人までが大田のモノづくりの一端に触れることのできる企画です。この企画はそもそも、いわゆる「製品」ではなく、工場へ行って行き加工を施すことで初めて完成する「材料」と工場への道のりを書いたまち歩きMAPをカプセルに入れ、そのMAPを絡りに工場を訪問し、加工体験をするというコンセプトから生まれたものです。

モノワザ モノ・ワザコレクション

大田区の工場のモノとワザを集めた展示です。職人さんの独自開発による一般消費者向け製品・作品や研究のためのに作られたプロモーション作品、職人さんが趣味で作った作品を集め、展示する企画です。普段私たちの目に触れない精密な製品を作っていることの多い大田区の工場。だからこそ、一般の消費者にもその技術の奥深さと質の高さを知ってもらいたい、という職人さんのモノづくりマインドが溢れています。

モノラボ モノ・まちラボ2012

大田区産業プラザ（iPO）で実施される「おおた工業フェア」内に、私たちモノづくり観光研究会も出展します！ブース内では、モノづくりのまちとしての大田区の歴史やモノづくりの魅力、研究会の活動報告、また今年のおおたオープンファクトリーまで、全てがパネルで展示。さらに、職人さんが趣味で作った作品や独自開発による一般消費者向け製品など、町工場の個性豊かなモノとワザを集めたモノ・ワザコレクションも同時開催します。また、「モノづくりたまご」として、印刷入り金属製オリジナルしおりを作れたりも、企画が盛りだくさん。大田区から遠方の方、大田区産業プラザ（iPO）にてお待ちしております。



OTA OPEN FACTORY

Shimomaru & Musashinitta
2012/02/04(Sat) 10:00~17:00

おおたオープンファクトリー
マップ & タイムテーブル

おおたオープンファクトリーとは

1年に1度だけ、エリア・期間を限定して、大田区の豊かなモノづくりの現場を公開し、町工場を巡りながら、その技、製品そして人の魅力を発信するイベントです。今年度は、下丸子駅武蔵新田駅周辺地区を対象とし、約20の工場をまちに一面に開き、ガイド付きのツアーを中心に、工場を見学、技の体験やまちあるきを楽しむことができます。拠点では、Made in Otaのクリエイティブ製品（技術紹介のグッズや工場主の趣味の作品など）の展示・販売を行い、日頃親しみのない工場を身近に感じることが出来る機会を提供します。

主催：おおたオープンファクトリー実行委員会
「モノづくり観光研究会・大田観光協会」

協力：工和会協同組合

後援：社団法人大田工業連合会、大田ブランド推進協議会、大田区、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、下丸子商店会、下丸子商工会、武蔵新田商店会

問い合わせ：060-3434-7004（土日限り）
ホームページ：<http://www.comp.tmu.ac.jp/ssm/mono/openfactory.html>
印刷：光写真印刷株式会社

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

制作 大田クリエイティブタウン研究会
(首都大学東京、横浜国立大学、東京大学、大田観光協会)

編集 大田クリエイティブタウン研究会
(担当:井上翔太、山根一斗、岡村祐、杉原弥永子、伊藤正太)

発行 一般社団法人大田観光協会
大田区南蒲田 1-20-20 大田区産業プラザ 2F

印刷・製本 西武写真印刷株式会社

2012 年 8 月 31 日 第 1 版 発行