

企業単独型 オープンファクトリーの取り組みポイント



2024.10. 11

関西産業活性化協議会 コンシェルジュ
和田喜行

オープンファクトリーとは、企業が一般に工場を開放し、モノづくりの過程を見学できるイベントです。

製品ができるまでの工程を実際に目で見て、触れることで、企業の技術力や製品への理解を深めてもらうことを目的としています。

工場見学は普段見ることのない「ものづくりの現場」を間近で見て、聞いて、感じられることが一番の魅力です。

オープンファクトリーはわが社の文化祭！

なぜオープンファクトリーを開催するの？

- **企業イメージアップ:** 自社の製品や技術への理解を深めてもらい、企業イメージ向上に繋がります。
- **地域コミュニティ形成:** 地域住民との交流を深め、地域への貢献を示します。
- **従業員のモチベーション向上:** 自社の製品への誇りや、会社への愛着を深めることができます。
- **人材育成:** 子供たちへモノづくりの楽しさを伝え、将来の技術者育成に貢献します。
- **新たな顧客開拓:** BtoB企業の場合、新たな取引先との出会いの場になる可能性があります。

立ち上げから開催後まで時系列に沿って、運営ポイントをご紹介します。

最初の一步！

○社長の決断

目的の明確化:

企業のブランドイメージ向上

地域貢献

新規顧客獲得

従業員のモチベーション向上

地域との連携強化など、具体的な目的を明確にしましょう！

○社内調整

実行委員会を作ろう！

○実行委員会の設置:

企画をはじめ、部署間の連携を図り、スムーズな運営を行うために実行委員会を設置します

企画：

ターゲット、ストーリー、イベント内容等を明確にする

役割分担:

広報、会場設営、当日の運営など、役割を明確にする

スケジュール:

各タスクの期限を設定し、進捗状況を管理する

内容の企画！

○見どころの選定:

自社の強みや特徴をアピールできる工程や製品

○体験型の企画:

工場見学だけでなく、製品試作体験やワークショップなどを企画する

○安全対策:

安全上の注意点を周知し、万が一の場合に備える（イベント保険）

○ガイドの作成:

見学ルートや説明内容をまとめたガイドを作成する

広報活動！

○広報媒体の選定:

自社のホームページ、SNS、地域新聞、チラシなど、効果的な広報媒体を選ぶ

○プレスリリース:

地域のメディアにプレスリリースを行い、注目を集める

○SNSを活用:

インスタ、Facebook、Xなどを効果的に使おう！

当日の準備

○会場の設営:

安全で清潔な環境を整える

○案内表示:

来場者が迷わないよう、分かりやすい案内表示を設置する

○おもてなし:

来場者に快適に過ごしてもらうための準備をする

○緊急時の対応:

万が一の場合に備え、緊急時の対応マニュアルを作成する

実施と評価！

○当日の運営:

事前に計画した通りに運営を行う

○参加者のアンケート:

イベント後の満足度や改善点などを把握する

○成果の分析:

目的達成度を評価し、今後の改善に活かす

オープンファクトリー成功のポイント！！！！

○ストーリーテリング:

自社の歴史や製品への想いを伝える（物語を作る）

○五感に訴える:

見る、触る、聞くなど、五感を刺激する体験を提供する

○参加型の企画:

来場者が積極的に参加できるような企画を取り入れる

○地域との連携:

地域住民との交流を深める

■キャッチコピー



■概要紹介 ポスター（タペストリー）、パワポによるピッチにて説明

■会社の特徴説明
YouTubeやチラシ、ポスターなどで企業案内にて対応





■「ピッチ用」のマニュアル
会社説明を約5分で説明。

■ターポリン素材を使用した、ポスター型タペストリー
ターポリン素材を使用することで、何回も使え、持ち運びも簡単

■長机用オリジナルテーブルクロス
展示会やイベントで使用される机に被せて、企業ブースや店舗のイメージアップ、商品のPRなどに役立つ装飾アイテムです。サイズを自由に決めることができる一枚布の「前掛け」「フラット」タイプがおすすめ。

■パンフレット、HPと連携QRコード

フロンティアメッセの様子



