



広い視野、アイデアと工夫。 知名度向上に独自の企画も。

導入時期
2015年～

受け入れ実績
年間約50回
約100名
(累計)

事業内容

金属/樹脂プレス加工、板金加工、
熔接/組立、タップ、ロール、設計等
自社商品の開発、製造、販売
ものづくり体験サービス



対応資材

鉄、ステンレス、アルミニウム、銅、
マグネシウム、ポリカーボネード、
ポリプロピレン 他

きっかけ

新しいネットワークを広げ、
知名度を向上させたい。



工場見学はかなり前から導入していましたが、新しいネットワークを広げ、さらなる知名度向上に繋がると思い、オープンファクトリーを開始しました。当社の創業は1902年、明治時代からずっとものづくりを続けている会社です。その長い歴史の中で積み重ねてきた技術を一一般のお客様にも体験してもらおうと、通常の工場見学だけでなくものづくり体験を取り入れ始めました。

実施内容

ありのままの工場の姿を公開。
本格的なものづくり体験も導入。

基本のオープンファクトリーは、平日の営業時間内に企業や一般のお客様へ向けて、工場内と機械の説明や当社で作っている製品の説明、職人の働き方の説明などをしています。見学時は一通り工場内を回りますが、毎日同じ製品を扱うわけではないので、その時その時で違う工場の姿をありのまま見てもらうことにしています。また、当社が独自で企画した、工場内の機械や設備を使いミニ台車等を作る本格的なものづくり体験も定期開催して好評をいただいています。



圧倒的なクチコミ数。 戦略的PRでファンを獲得。

お客様の反応

見学以外にも、ものづくり体験で工程を楽しめるアイデア満載。

お客様は1~3人の少人数から5、6人の家族連れ、大企業など様々ですが、皆さん概ね好感触をいただいていますね。また当社ではお客様にもものづくりの魅力を知らせてもらうため、職人気分を体感できる予約制の本格的な体験を開催しています。動くもの、持ち帰れるものは何かと考えて、ものづくりの過程を楽しめるようわざと工程を増やした体験メニューにしています。工場内のプレス機等の各種設備や実際の工具を使うので、工場内の線引きはきっちりして、見学に対しての保険に入るなどの安全対策もしています。



参加者の好感触は
Googleのクチコミに即反映。

当社でのオープンファクトリーに参加されたお客様には参加後にGoogleのクチコミをお願いして、感じたことを素直に書いていただいています。感想は製品や企業のクチコミとして反映され、それがインターネットで見たお客様に対しての宣伝となり大きな効果を発揮していると思います。そういった外への発信としてWEBサイトやfacebook、instagramなどのSNSも使い戦略的に活用しています。

社内の変化

ちょっとした工夫を随所に。
社員も説明できるように教育。



お客様に喜ばれること、クチコミが増えること、認知度が上がることなど、人に見られる意識が増え社員が身だしなみに気をつけるようになり、掃除にも力を入れるようになりました。普段から工場内をきれいに保ち、集中して仕事をしていますが、作業導線を工夫し通路を広く保ったり、社員が見学時の説明をできるように教育したり。現場を見てもらう中で、ちょっとした工夫でやれることをみんなで作っているという感じですね。



オープンファクトリー担当



専務取締役 野崎 翔太郎さん

これから

自社商品の販売を強化したい。
海外のお客様ともつながりたい。

今販売している自社製品は私がずっと作りたかったもので、オープンファクトリーを通じて偶然の出会いから生まれました。既にリリースされていますが、個人向け商品の需要に目を向けた自社製品の開発や販売を伸ばしていきたいですね。今はWEBを通じて世界中とつながることができる時代です。当社でもオープンファクトリーや展示会などで海外圏のお客様に対応していますが、日本だけでなく海外へ目を向けた展開もしていきたいです。



未来に目を向けて、
ものづくり人材の確保も。

当社の社員はベテランの他、20代、30代それぞれの世代が2、3人ずつおり、若手が活躍してくれています。新卒、中途問わず人材の確保に繋がっているのは、オープンファクトリーをはじめとした当社の企業としてのイメージコントロールが上手くできているからではないかと思っています。ものづくりに興味をもっている人、やりたいと思っている人にどんどん来て欲しいと思いますし、そのものづくりに触れるチャンスやきっかけづくりを、これからも続けていこうと思います。

