

地域づくり表彰

みせるばやお
(大阪府八尾市)

誰もが いつでも 気軽に クリエイティブを！

「地域企業の井戸端会議からはじまるイノベーション！」

みせるばやお

代表理事

おおた たいぞう
太田 泰造



1. 八尾市の概要

八尾市は、大阪府の中河内地域に位置し、中小製造事業者約3000社が集積する「ものづくりのまち」で、金属加工や歯ブラシ、プラスチック成型品など、生活を支える製品を数多く生産しているまちです。

市内には、「弓削（ゆげ）」や「矢作（やはぎ）」という地名が残っているように、飛鳥時代、物部氏の弓づくりの拠点として栄えたところからなんと1400年以上続く「ものづくり」の魂（マインド）が今でも根付いています。



八尾市の風景

2. 活動開始の背景・経緯

近年、技術力の高い中小企業が多く所在する「ものづくりのまち」であるものの、企業数の減少という課題に直面する中、「誰もが いつでも 気軽に クリエイティブを」をビジョンに、平成30年5月に地域の中小企業を中心に大企業や大学、金融機関等のコンソーシアムにより「みせるばやお」(同年8月に同名のイノベーション推進拠点をオープン)を設立しました。

「ものづくりのまち八尾」の強みやすばらしさを次世代の子どもたちに継承すべく、ものづくりの楽しさを伝えるワークショップを実施するほか、空間、データ、ヒトのシェアリングプラットフォームを構築し、地域の中小企業の活性化、オープンイノベーションの推進、地方創生に資する取組を実施しています。



JICA 研修の受け入れ

設立当初は、35社であった会員企業数がクラウドファンディングの成功など各種の取組により注目、関心を集め、約120社に増加し、大企業、大学、金融機関、近隣自治体をはじめ、全国の行政などからの視察を年間約40件受け入れ、さらには世界の高官を受け入れる JICA の中小企業政策研修も2年連続開催するなど、地元産業のブランディングの拠点として大きく寄与しています。



ものづくりワークショップの様子

3. 活動の広がり

ものづくり×バイヤーで新たな市場開拓

ものづくり企業が多い特性を生かし、アウトドアギアのバイヤーと市内企業とを引き合わせる「アウトドアアソン」を開催し、今までつながりがなかった地域企業がアウトドア市場で新たに商品販売を開始した事例も生まれました。

家庭内にはニーズが合わなくてもアウトドアギアではニーズがある「無骨、頑丈なら重くてもいい、直

火OK」をくみ取った鉄のフライパンが誕生したのもその成果の一つです。



アウトドアアソンの様子

5万人を超える来場者により魅了する場へ成長！

これまで664回を超えるワークショップを通じて、ものづくりの魅力を伝えることで、子どもから大人まで、累計5万709人の来場者を魅了してきました。

参画企業の各会社からでる端材を活用したワークショップを企画・開催し、子どもの創造性を引き立てるものづくり体験を提供しています。

みせるばやおでは、市内企業の持つ商品を展示販売するアンテナショップも併設しており、今まで直接販売することのなかった企業のテストマーケティングの場を提供し、来場者を魅了する場へ成長しています。



賑わう会場の様子

4. 広域的な活動で、新たなイノベーション創出を！

会員の対象は八尾に所在する企業だけにこだわらず、積極的に視察や定例ミーティングに見学者を受け入

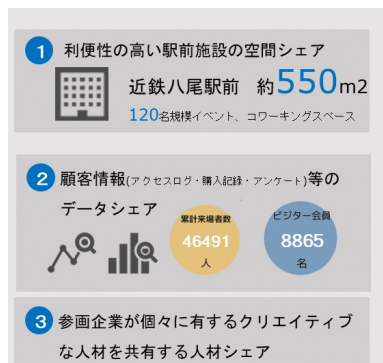
れることで、北は東北、東京、近隣の市町村の企業など、会員のうち約3割が八尾以外の企業の参画する広域の共創コミュニティとなっています。

子どもにもものづくりの魅力を伝えることを核とした活動により、企業間の競争から共創が生まれ始める活動に多くの賛同が集まり、市場で製品を販売開始している事例もあります。(コラボレーションの数は48件、販売開始アイテム8件)



生まれたコラボ商品

みせるばやおという空間がこれまで1社ではなかなか取り組めなかったIoT活用のテスト環境となり、匿名性を保たせながら、年齢・性別・購買意欲などの顧客情報の蓄積・利活用の場として機能を実装しています。



広域連携によるイベント

5. アイデンティティの確立

近畿大学との連携事業である中小企業魅力創造プロジェクトに参画した学生がみせるばやおのものづくり中小企業に興味を持ち、内定、採用されました。

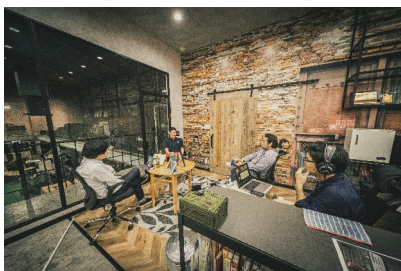
このように子どもたちに「ものづ

くりの楽しい」を伝えるものづくりワークショップをはじめ、大学とのコラボによる魅力発信プロジェクトなどを通じて、まずはまちのこと、地域企業のことを「知ってもらう」ところからスタートし、これらの取組が評価され、総務省ふるさとづくり大賞団体賞を受賞しました。

NHK や日本経済新聞をはじめとするマスメディアや経済産業省事例集(近畿経済産業局)にも掲載され、全国から多くの視察があり、地域全体のブランディングに寄与しています。また多くの参加企業が講演会や至る所で、まちの発信やみせるばやおの活動を発信するようになり、拡散力も広がりを見せ、新たなことに挑戦しているまちとしてアイデンティティが確立され始めました。

6. イノベーションフレンドリーなコミュニティづくり

お互いのことを知ることで、刺激を受けて、「あの会社が新しく挑戦しているように、うちもやってみたい」、「新しいものを作りたい」と思うようになることがどんどんつながっていくと「挑戦」が増えていきます。その「挑戦」をさらにみせるばやおのコミュニティ内でシェアします。すると、さらに新たな挑戦者が増えたり、その挑戦を応援する人が増えたりと、参加企業同士が支え合うような活動にまでなっており、イノベーションフレンドリーなコミュニティへと発展してきています。



7. 井戸端会議からイノベーション

みせるばやおは企業版の「井戸端会議」のようなもので、誰かが困っていることや会社の方針などを気軽に話し合える場所となっています。この「井戸端会議」からは、信頼関係やアイデア、さらには新たなコラボ商品が生まれています。

一過性で終わってしまうプロジェクトではなく、コミュニティづくり

を根っこからしっかりと「持続可能」な活動にしていこうと心がけています。

「熱い人、挑戦する人」がどんどん集まり、その「想い、熱量」が参加企業にも伝達され、さらにコミュニティがどんどん大きくなってきています。ある特定の企業が、すごいということではなく、個性ある会社がたくさんあって、その時々によってその人たちのカラーがでると、主役がどんどん変わっていくような活動となっています。



会員同士の交流

8. 今後の展望

今後は、個々のコラボだけではなく、みせるばやおとしてコラボ商品の開発、広報、ブランド化を図りたいとも考えています。

またみせるばやおの原点である「見せる場、魅了する場づくり」をさらに進展させてくために、コンソーシアムを残しつつも、一部の機能強化を図るべく、2020年8月に株式会社みせるばやおを設立しました。当初から構想していた「まち全体をみせるばにする」ために、近隣都市と手を組み、広域連携による「FactorISM〜アトツギたちの文化祭〜」というオープンファクトリー事業を実施する予定です。

ものづくりを面白がるまちこうばの現場をたくさんの人にみてもらい「こうばはまちのエンターテインメント」と思ってもらえる活動を継続し、「2025 大阪・関西万博」のひとつの催しとして昇華させていきます。



FactorISM アトツギたちの文化祭