

MONOist編集部企画 オンライン番組

クロス・テーマ
X THEME

第2回：2026年8月18日（火） 配信予定

日本のモノづくりは本当につまらなくなっただのか？

～面白い製品の生み出し方～

番組パートナープラン



番組趣旨・コンセプト

X THEME (クロス・テーマ)

業界内で注目されているキーパーソン同士が「今知りたいこと」を“本音”で語り合うクロストーク番組。

あえて番組MCをおかず、出演者同士の自然体のトークで、キーパーソンの視点をダイレクトに視聴者に届けます。

番組名	X THEME (クロス・テーマ)
企画	MONOist編集部
制作・配信	MONOist編集部 TechLIVE by ITmedia
配信時間	各回45～60分程度 (予定)



第2回_番組コンセプト

日本のモノづくりは本当につまらなくなったのか？ ～面白い製品の生み出し方～

大手メーカー、部品メーカー、ハードウェアスタートアップが集い、それぞれの立場から日本のモノづくりの今とこれからを語り合う。かつての勢いを取り戻すことができるのか。製品アイデアの着想から設計、試作、量産に至るまでのリアルなプロセスを語り合いながら、日本のモノづくりの強みをあらためて浮き彫りにし、全ての製造業、エンジニアに活力を与える“台本無し・本音トーク”。

第2回_番組概要

日本のモノづくりは本当につまらなくなったのか？ ～面白い製品の生み出し方～

日本のモノづくりは本当につまらなくなったのか——。面白い製品はどこから生まれるのか——。スタートアップ、大手メーカー、部品メーカーという立場の異なるプレイヤーが集い、製品アイデアが生まれる瞬間や、それを設計に落とし込み、形にしていく過程で直面する壁について語り合う。構想から設計、試作、量産へと至るプロセスの中での意思決定や葛藤、大手メーカー、部品メーカー、ハードウェアスタートアップそれぞれの視点や共通点を浮き彫りにする。立場の異なる3者の対話を通じて、面白い製品はどのように設計されるのか、日本のモノづくりがもっと面白くなるためのヒントを探る。

LIVE配信

2026年8月18日（火） 配信予定

配信形式

オンライン配信（LIVE配信）

事前申込者数

想定300名

主催・企画
告知・集客



トーク内容

第1章：面白いモノづくりの原点

第2章：モノづくりの魅力とポリシー

第3章：面白いものを形にするには・ヒット商品開発秘話

第4章：遊び心がもたらす事業価値と「失敗」の定義

第5章：これからのモノづくりとメッセージ

第2回_出演者（決定）



生駒崇光 氏

株式会社ICOMA
代表取締役社長 兼 プロダクトデザイナー

桑沢デザイン研究所プロダクトデザインコース卒。株式会社タカラトミーで「トランスフォーマー」の海外事業を担当。その後、株式会社CerevoでIoT家電製品の開発を行い、2016年からGROOVE X株式会社にて家族型ロボット「LOVOT」の開発に携わる。2021年にICOMA Inc.を創業。専門学校桑沢デザイン研究所非常勤講師。



池田真一 氏

株式会社カスタム
新規事業本部 新規事業部 部長

2008年4月に株式会社カスタムに入社し、本業である一般産業部品製造の品質管理部門を7年間務める。2015年より、新設されたBtoC向けの商品開発部署「IRON FACATORY」へ異動。キン肉マンの原作者に突撃して商品化の許諾を獲得するなど、独特の営業スタイルで新たなコンテンツの許諾を次々と獲得し、ヒット商品を生み出す。



田中章愛 氏

株式会社ソニー・インタラクティブエンタテインメント
toio事業推進室 課長

2006年ソニー入社・家庭用ロボットの研究開発に従事。2013年スタンフォード大学訪問研究員。2014年より新規事業の仕組み作りや共創スペース Creative Loungeの企画運営に携わる。2016年有志でロボットトイtoioを提案、事業化。2018年より現職。

想定視聴者像

設計／開発リーダー層



- 年齢層：30～50代
- 役職：主任／係長／課長クラス
- 所属：機械設計、製品開発、R&D部門
- 関心テーマ：
 - アイデアを製品として成立させる方法
 - 設計～試作～量産の進め方
 - 他社の開発プロセスや意思決定のリアル
- 課題意識：
 - 「面白いアイデア」が設計段階で潰れる
 - 部門間調整（製造・品質・営業）が重い
 - スピードと品質の両立が難しい
- 視聴目的：
 - アイデアが生まれる瞬間や思考プロセスを知りたい
 - 自部門で実践できるヒントを得たい

製品企画／新規事業担当



- 年齢層：30～50代
- 役職：担当～マネージャー
- 所属：事業企画、商品企画、新規事業部門
- 関心テーマ：
 - 面白い製品アイデアの生み方
 - 開発部門との連携方法
 - 事業化に至るプロセス
- 課題意識：
 - アイデアはあるが開発に落ちない
 - 技術部門との言語が合わない
 - 社内承認プロセスが壁
- 視聴目的：
 - アイデアを実現するための“現場のリアル”を知りたい

技術部門責任者／経営層



- 年齢層：40～60代
- 役職：部長、事業部長、CTO、経営層
- 所属：技術統括、開発本部
- 関心テーマ：
 - 日本のモノづくりの競争力
 - 組織としての開発力強化
 - AIやデジタル活用の方向性
- 課題意識：
 - 新規製品が生まれにくい
 - 組織が硬直化している
 - 若手の創造性をどう引き出すか
- 視聴目的：
 - 自社の開発組織をどう変えるべきかのヒントを得たい

番組からの提供価値：リアルな成功・失敗談を通じ、同規模・同課題の他社に学ぶ「行動のきっかけ」を与える

番組パートナーについて

編集部企画の動画コンテンツに「番組パートナー」としてスポンサーいただくことで、市場を盛り上げている企業としての企業ブランディングと、番組視聴者のリード獲得が可能です。

01

貴社コンテンツの制作不要

アイティメディア独自で企画・制作を進行するため、貴社のコンテンツ準備が不要。

02

意思決定者のリード獲得

製造業の経営層・管理職クラスなど、意思決定者に近い属性へ視聴誘導を行います。

03

貴社ブランド価値向上

動画はTechLIVE by ITmediaに無期限アーカイブ。長期的なブランディングに寄与します。



編集部が動画番組を制作

掲載



オンラインセミナー形式で配信

メール誘導・各メディアからの誘導



MONOist

視聴者リード



視聴者リードをパートナー企業に納品

番組パートナー 提供内容

A：リード提供＋番組内CM放映プラン

- 1 事前申込者リード提供
・事前申込者リード：300件想定
- 2 視聴画面内 社名掲載
・パートナー企業名を表示
- 3 主催者アンケート 回答情報
・提供リードに主催者アンケートの回答情報を付与
- 4 番組動画内CM放映
・CM30秒枠×2回
・番組途中／番組終了後に放映
・複数社協賛の場合、お申込順に放映

ご協賛価格： **150万円**

お申込締切： **7月21日（火）**

B：リード提供のみプラン

- 1 事前申込者リード提供
・事前申込者リード：300件想定
- 2 視聴画面内 社名掲載
・パートナー企業名を表示
- 3 主催者アンケート 回答情報
・提供リードに主催者アンケートの回答情報を付与

ご協賛価格： **100万円**

お申込締切： **8月7日（金）**

2026年8月5日（水）から延長

終売

ナーチャリング支援ツール「Pipeline Dashboard」のご紹介

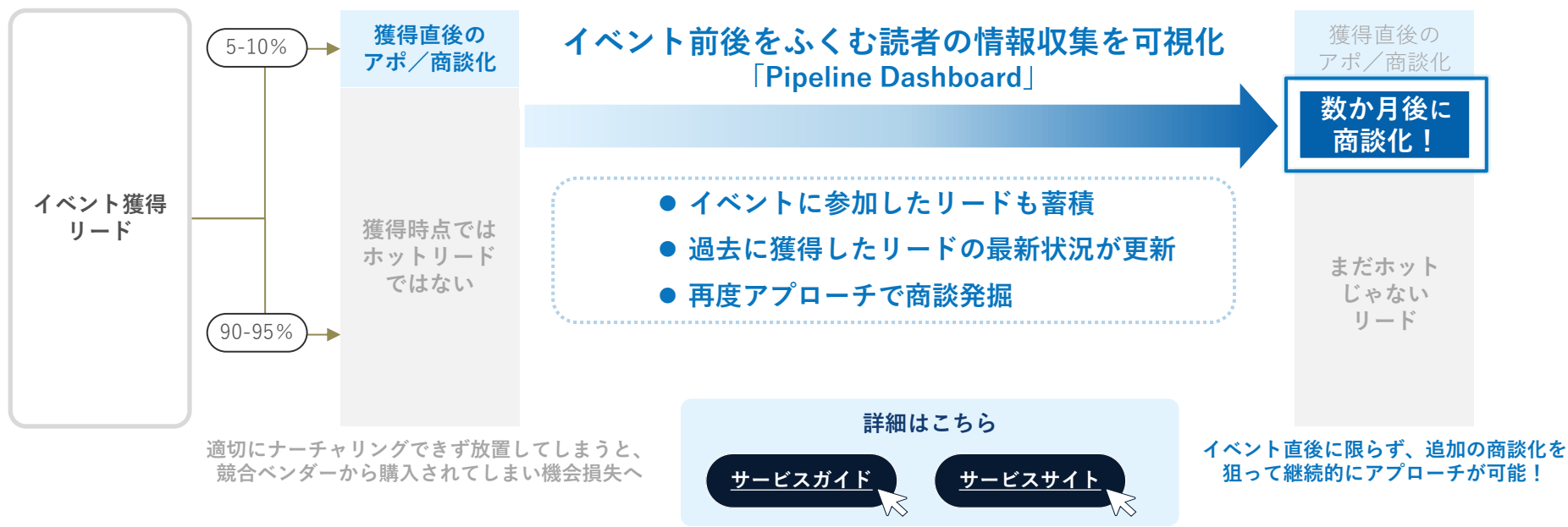
“イベント終了後に生まれる商談機会”を見逃さない

これからは、獲得してすぐにアポや商談にならなかったリードも無駄になりません。

資産として蓄積され、納品後の動きもダッシュボードに反映されます。

アイティメディアで情報収集してナーチャリングされたリードに再度アプローチをすれば、効率的な商談発掘に繋がります。

イベントにご協賛いただくと「Pipeline Dashboard」も無料で利用可能



実績

約1年前に開催したイベントのリード

1年経過した「今」の状況

情報収集を継続中
前回参加者の約48%

自社導入に
関与する

約43%

導入予定が
1年以内

約8%

※2026年6月時点

イベント協賛にまつわる課題（リードから商談に繋がらない、ナーチャリングで成果が出ない）を解決

The background is a dark blue, abstract digital space. It is filled with numerous translucent, three-dimensional cubes and rectangular prisms of various sizes, some of which are slightly offset from each other, creating a sense of depth and movement. Scattered throughout this space are small, white, sans-serif numbers and characters, including '23', '22110', '55200', '22123', '345.8', and '1234'. The overall aesthetic is futuristic and technological.

第1回_開催実績

第1回番組概要

DXで成功した中小企業～現場を変えたリーダーたち～

日本の製造業の競争力強化には、中小企業におけるDX推進が不可欠です。しかし、現場では人材不足・投資制約・デジタル化への抵抗感など、多くの壁が存在します。

第1回では、DXに果敢に取り組み、成果を上げた中小企業の経営者・現場リーダーが集結。実際の課題、導入プロセス、成果、そして今後の展望を“本音”で語ります。

LIVE配信

2026年2月18日（水） 予定

配信形式

オンライン配信（LIVE配信＋アーカイブ5営業日）

事前申込者数

想定300名

掲載サイト

申込ページ：<https://monoist.itmedia.co.jp/mn/special/xtheme/>

アーカイブ：<https://techlive.itmedia.co.jp/videos/76>

ダイジェスト動画：<https://www.youtube.com/watch?v=vXHNCUDthqI>

主催・企画
告知・集客



想定トーク内容

第1章: なぜDXに踏み切ったのか

人材不足、顧客要求の高度化、収益性低下など、

第2章: DX導入のリアル

ツール・システム選定の決め手、社内の抵抗勢力とそれをいかに突破したか、投資回収の見通しの立て方などの具体的なプロセスを深掘りします。

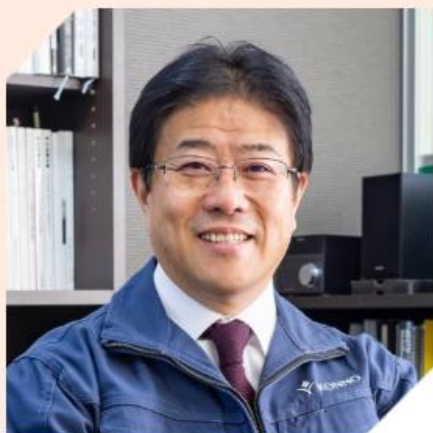
第3章: DXで現場はこう変わった

生産性、リードタイム、不良率といった数値の変化、顧客との関係性改善、そして現場スタッフの意識の変化について語ります。

第4章: これからの中小製造業DX

AI、デジタルツイン、クラウド活用の次の一手、地域や異業種との連携の可能性、若手人材を惹きつける仕組みづくりなど、未来の展望を議論します。

出演者



今野 浩好 氏

株式会社 今野製作所
代表取締役社長

大手部品メーカーの購買部門に10年間勤務。中小企業診断士登録。1996年、今野製作所に入社。福島工場の生産性革新活動、IT活用などに取り組み、2004年代表取締役就任。2015年、一般社団法人インダストリアル・バリューチェーン・イニシアティブ理事。中小・小規模製造業のデジタル化に積極的に取り組む。



永森 久之 氏

錦正工業株式会社
代表取締役CEO&CIO

サウンドスタジオエンジニアなどを経て、錦正工業株式会社に入社。2004年に29歳で社長に就任し、中小製造業ならではの身の丈に合ったIoTやDXを導入して現場のデジタル化を推進。日本鑄造協会若手経営者委員会 委員長や経済産業省ロボット革命・産業IoTイニシアティブ協議会 中堅・中小企業アクショングループ委員など要職にも就く。



田中 佑子 氏

株式会社田中工業所
代表取締役

2012年、家業である株式会社田中工業所に入社。財務・製造未経験ながら独学で改革を主導し、2022年に5代目代表取締役に就任。クラウドやノーコードを駆使した「身の丈DX」により、現場の生産性向上や資金繰りの抜本的改善を実現。伝統ある技術とデジタルを融合させ、次世代につながる経営基盤を構築している。

撮影風景



番組MCをおかず、出演者同士の自然体のトーク番組



工場をイメージした外部スタジオで、カメラを5台入れて撮影

第1回_配信実績

想定を大幅に上回る反響により、製造業DX推進者の「関心の高さ」が明らかに。

339名

全申込者数
(想定比113%)

65.8%

参加率
(ライブ視聴)

4.33

番組満足度
(5.0点満点)

「MCを置かず、出演者の本音をダイレクトに届ける」
独自の番組構成が、視聴者の共感を生む

第1回_視聴者属性

製造業比率 約67%

モノづくり関連職 約58%

課長クラス以上 約61%

◎製造現場の意思決定層が視聴

経営者・工場長クラスから現場リーダーまで、
製造現場の意思決定層が約1時間の番組を視聴。
「DX推進に向けたツールの導入」に向けて
視聴者の約55%が積極的な検討・情報収集を実施。

※AGC、アイシン、三菱重工、日産自動車、麒麟、クボタなど、
日本を代表する大手から地方優良企業まで幅広く視聴

視聴者コメント

「導入前後の苦悩が綺麗事ではなく伝わってきた。非常に参考になった」

「DXは結果。結局は人、人が喜ぶ大切さを痛感した」

「MCがないことで、現場のリアルな声が和やかな雰囲気で聞けた」

視聴者アンケートから見えるニーズ

- AI活用への関心：自動化・データ解析への興味急増
- 使いやすさ重視：スモールスタートできるか
- DXの本質への共感：手段としてのデジタル活用

視聴者は「綺麗な成功談」ではなく、
泥臭い試行錯誤の先に辿り着いた事例に共感する。

The background of the slide is a dark blue, abstract digital space. It is filled with numerous translucent, three-dimensional cubes and rectangular prisms of varying sizes and orientations, creating a sense of depth and movement. Scattered throughout this geometric field are various white numbers and mathematical symbols, such as '23', '22110', '55200', '22123', '345.8', and '1000'. The overall aesthetic is high-tech and futuristic.

Appendix

日本の“モノづくり”を支援する専門情報メディア

■ 媒体資料

<https://go.itmedia.co.jp/l/291242/2020-08-27/r9tr59>

■ URL

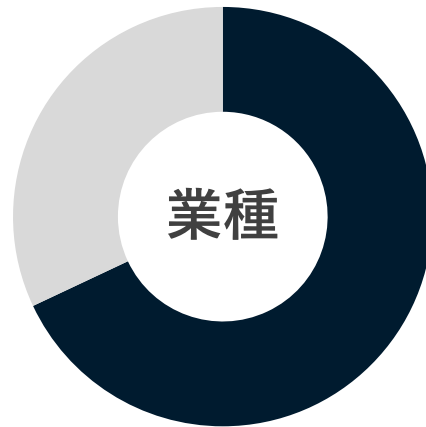
<https://monoist.itmedia.co.jp>

■ PV/UB

約180万 PV/月 約60万 UB/月 ※2025年3月実績

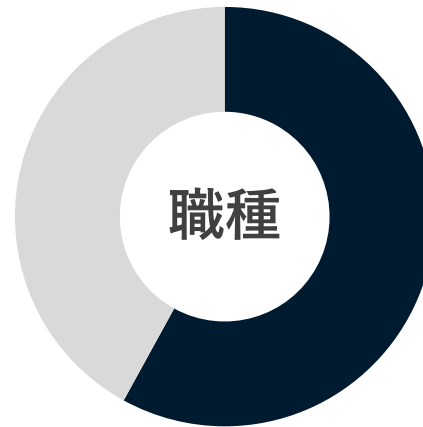
■ メルマガ配信数

モノづくり総合版 約23.4万通 / 日刊MONOist 約8.3万通



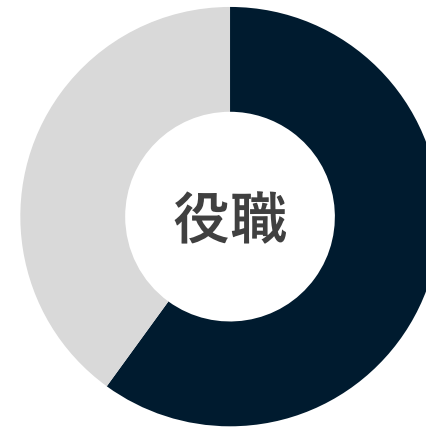
製造業 約**67**%

主な内訳：製造業67.2%, その他32.8%



モノづくり関連職 約**58**%

主な内訳：モノづくり関連職 58.5%,
社内情報システム12.8%



課長クラス以上 約**61**%

主な内訳：課長クラス21.5%,
係長・主任クラス19.8%

※「MONOist読者調査2024」より 調査期間：2024/6/20～7/24 N=675

「今を動かすテクノロジー」を 深掘りする動画プラットフォーム

ITmediaが培ってきた取材力と専門性を生かし、
テクノロジーで変革する現場の熱量や、その背景にある技術を
映像で伝えるテクノロジー専門動画プラットフォームです。



専門編集者による番組コンテンツ企画



テクノロジーの現場を映像で分かりやすく深掘り



視聴者リードの獲得が可能



※画像はイメージです



お問い合わせ

アイティメディア株式会社 営業本部
〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町3-12
紀尾井町ビル 13階
Mail : sales@ml.itmedia.co.jp