

オープンサイト 実践ワークブック

～ シゴトの現場の魅力を伝え、自社そして地域の未来を変えよう ～



一般社団法人 Design Week Kyoto 実行委員会

はじめに

日本の地域で培われてきた「叡智」を現代に繋げる「ゲートウェイ」、そして新たな価値の源泉。それこそが地場に根付く産業の現場。

日本の各地には、厳しくも豊かな自然の中で暮らしを営む中で培われてきた「叡智」が受け継がれており、それが地場に根付いている町工場や工芸の工房、農場や牧場、漁場、森林など地域に根差している産業の現場には今も生き生きと息づいています。

地域の人々の産業に根付いている「叡智」は、いつの時代も変わらない普遍的な考え方が詰まっており、その素晴らしさを今、世界の人たちはリアルに知りたい・学びたい・感じたいと思っています。

その「叡智」は本を読んだり、セミナーで聞いたりしているだけでは学びきれません。実際にその地域の現場に身を置き、日頃の考え方や先入観から抜け出し、感性を高め、身体的体験や地域の担い手の方々との交流・ディスカッションなどから感じ取っていくことで観えてくるものです。

一方で、そういった素晴らしい「叡智」や魅力を持っている現場の方々が、その自分たちの素晴らしさに気づかず、発信せず、誰にも知られないままになっていることも多いというのが現実でもあります。これは本当にもったいない状況であり、人類にとって大きな損失です。もっと世界中の多種多様な人たちに地域に根づいたシゴトの現場の素晴らしさを伝え、互いに意見交換や学び合いをすることがこれからの会社、地域社会、そして世界が新たに活気づいていく第一歩となります。その結果、お互いに新たに一緒に取り組んでいくチームメンバーが生まれたり、思いもよらなかったコラボレーションに結びついたり、感動した人がその経験を何度もしたくて地域に通うようになったり、働きたいと思う人が増えたりといった、地域の未来を切り拓くということにつながっていきます。

そのためには、まずシゴトの現場の一人ひとりが持つ「思い」「やりがい」「喜び」「楽しさ」を多くの方々に知ってもらおう活動を楽しみながらやっていくことが重要であり、その手法の一つが「オープンサイト」です。シゴトの現場を開き、お互いの視野、そして心をオープンすることが第一歩です。

私たちは、京都というフィールドでこの活動に2016年から取り組んできました。そこで培ってきた「オープンサイト」を地域の企業が実施するためのノウハウをこの冊子に詰め込みました。まだまだ改善点はたくさんありますが、皆さんの未来に向けての力強い第一歩を後押しできれば嬉しいです。

#1

成功する オープンサイトとは



1-1 オープンサイトの目的とは？

オープンサイトとは

今までオープンにしてこなかった仕事の現場(サイト)を開き、魅力を伝える人と参加者で交流をすることで、創造的な地域未来につながるような視野(サイト)を広げること。



イベント時に実施するだけではその場限りで終わり、発展につながらない。

常にオープンサイトをできる体制づくりを！

オープンサイト実施により
自社の哲学や、地域の魅力・地域とのつながりを再発見！

自社のブランディングが構築され
働きがい・人材育成・地域貢献へ！

オープンサイトの目的は、事業者が大事にしている価値観を参加者に伝え、地域の未来を変えられるような良いチームを作ることです。オープンサイトを常時開催するために必要なことは、自社のブランディングを徹底することであり、その根幹には、「事業を通じての喜びは何か」「うちの会社は何のためにこの仕事をしているのか」という問いを通して、社員が会社の価値観に触れることにあります。その過程で社員は更に会社が好きになり、仕事にやりがいを感じてもらえるでしょう。これからの時代を乗り越えていくには社員が会社の強みや特徴を意識し、会社の哲学(フィロソフィー)を持つことが必要です。オープンサイトは参加者だけではなく、事業者にとっても非常に意味のあるものになります。

1-2 オープンサイトから始まる関係性

オープンサイトは関係づくりの第一歩！

オープンサイトは感動の場！



皆さんにとって日常の出来事で、目新しさがないと思うことでも、初めて見聞きする方々にとっては新鮮な体験として映り、そこには驚きや感動があります。

オープンサイトは事前準備から！



自社の仕事現場を見てもらい、理解と興味を深めてもらうことが参加者との良好な関係を築く重要なきっかけになります。

オープンサイトから始まる関係を大切に！

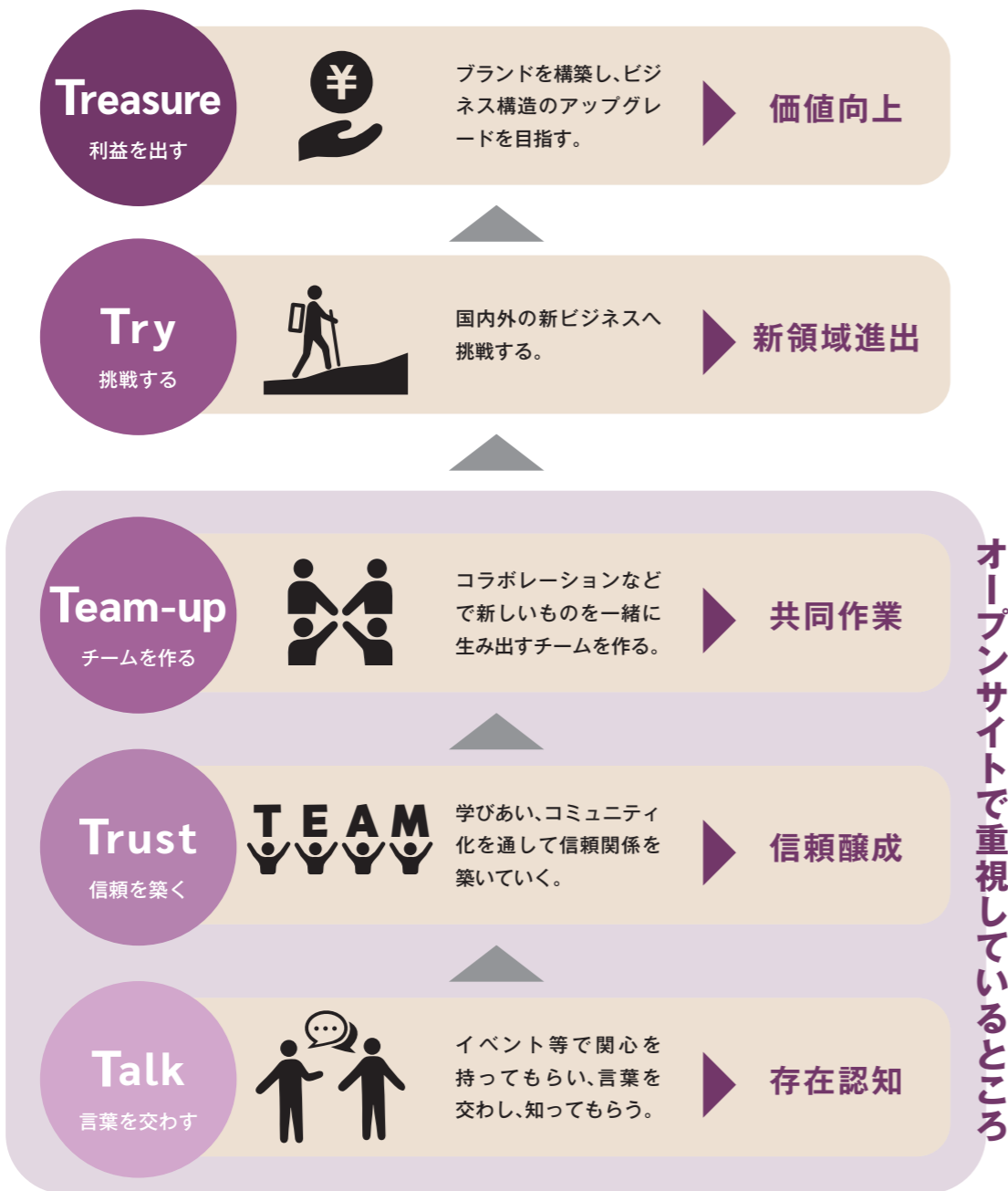


オープンサイトをきっかけに、参加者と将来に繋がる良好な関係(就職の希望、未来のファンなど)を育むためにも、オープンサイト後の関係性の深化に向けた次の動きが重要です。

オープンサイトをきっかけに
将来にわたる良好な関係を！

1-3 地場産業発展ステップ(5T)

オープンサイトの実施は、実施企業の発展を通じて、地場産業の発展も目指します。地場産業発展のステップを5段階に分け、それぞれの頭文字で【5T】と呼んでいます。



#2

オープンサイト成功に向けて
“自己分析しよう”



#1で見てきたようにオープンサイトで成功するためには、まずは自社のことを改めて理解することが必要です。#2では自分自身や自社のことを知った上で、自社の魅力を効果的に伝えるポイントを押さえていきます。ワークシートの5つの質問に教えてください。記入はこの冊子か、スペースが足りないようでしたら別紙でも構いません。

“自社を知り、自社の強み”を見つけるワークシート

Q1

自社が創業した背景や、由来はどのようなものでしたか？



A1

Q2

創業・継承・働きだした時どのような経緯や苦勞がありましたか？



A2

Q3

シゴトをしている中で“嬉しい”と思えることはどのような瞬間ですか？



A3

Q4

シゴトでのこだわり、手間をかけていることはどのようなものがありますか？ こだわりの理由は何ですか？

A4

Q5

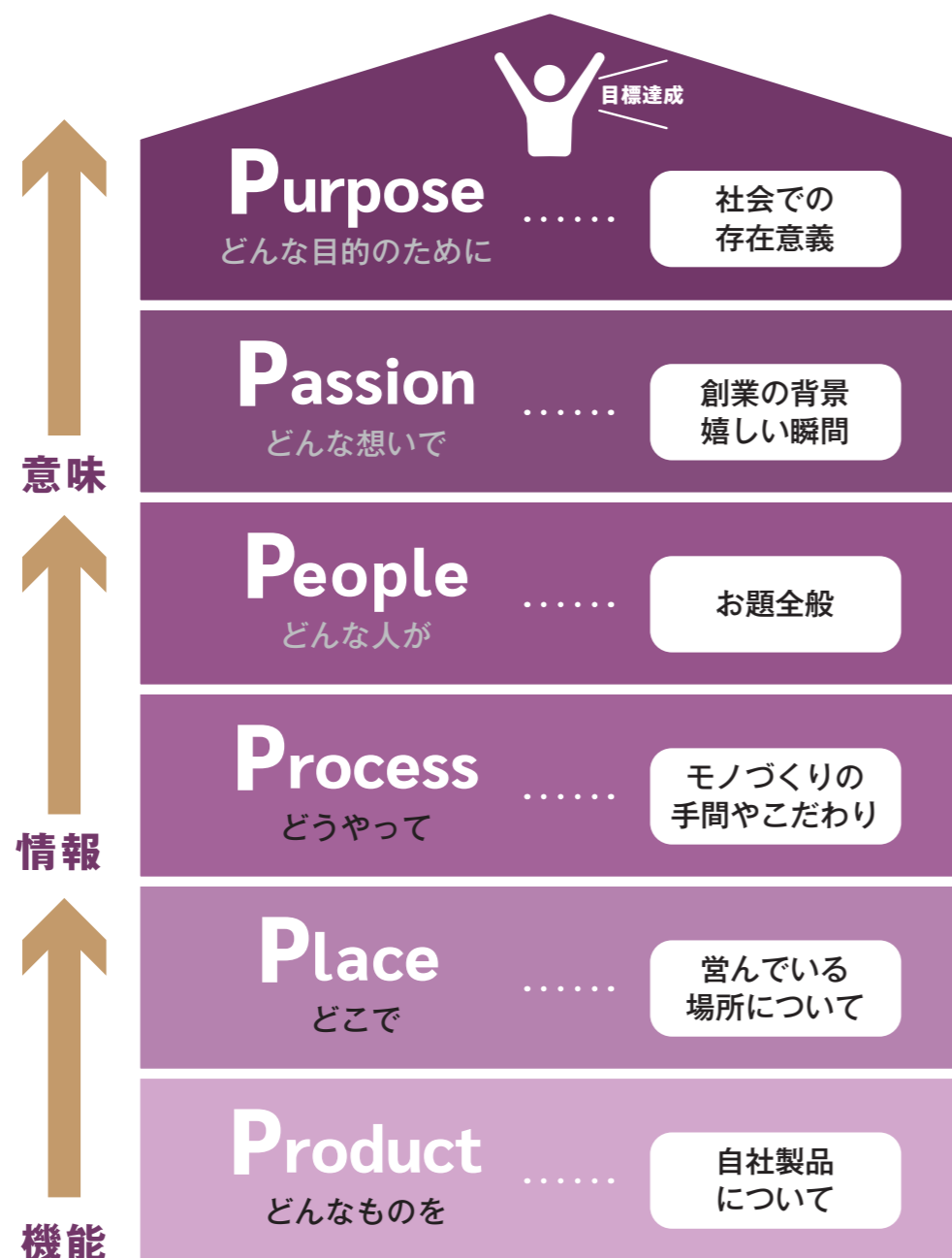
いまの場所でシゴトをしていて良かったと感じることは何ですか？



A5

2-2 本物であることを伝える6つのP

2-1で答えていただいた5つの質問は、自社にある“本物であること(真正性)”を知るためのものです。真正性を伝える6つのポイントをおさえましょう。



2-3 自社を知り、自社の強みを整理しよう

2-1の回答を、2-2の[6つのP]に照らし合わせて、自社の強みと、今後のアクションについてまとめましょう。

Q6 2-1を通じて「気づき」はありましたか？
例)創業ストーリーを聞いたことがなかった など



A6

Q7 自社について伝える時に、どのように活かそうですか？
例)創業ストーリーを詳細に話すことで自社製品への想いを効果的に伝えられそう など

A7

Q8 「自社を知り、自社の強み」を見つけるために、どのようなことをしますか？
例)社長に創業時の話を尋ねる、社内資料を探索する など

A8

このようなワークシートで整理すると
#2の内容は分かりやすくなります。



#3

“自社 & 自社のシゴトを
魅せよう、伝えよう”



3-1 自社&自社のシゴトを魅せよう、伝えよう ①

3-1 自社&自社のシゴトを魅せよう・伝えよう ①

オープンサイトを効果的に進める上で、参加者に自社や自社のシゴトに関して、何をどのように伝えるべきか事前に考えをまとめることは非常に大切です。また、自社のシゴトのプロセス、技術、設備、製品・サービス、素材・材料などを整理することも、自社の特徴や強みを伝えることに大変役立ちます。オープンサイト当日を想定しながら、段階を踏んで整理していきましょう。

① 案内したい製品・サービスや工程を決めよう

対象製品・工程

② 開始前の参加者と関係づくり／[前説]を考えよう

参加者に開始早々に案内する内容です。参加者との関係づくりにおいて相手を知ることは、参加者の関心を高める上でとても重要です。

例：相手のことを知る／自己&自社紹介／オープンハウスの流れ／
特に見てもらいたい点 など

前説

③ 開始前の参加者と関係づくり／[事業の目的]を伝えよう

#2の要素を盛り込みながら伝えましょう。
例：実現したいこと／事業への想い など

事業の目的

④ シゴトのプロセスに沿った案内をしよう

シゴトの工程(伝えたい取り組み)を5ステップ程度に分け、ステップごとに何を、どのように伝えるかを整理しておくことで、参加者と信頼関係を効果的に構築することが期待できます。次のページの表に書き込んでみましょう。

⑤ 案内後、締めとして伝える／[後説]を考えよう

将来にわたる良好な関係を育むためにも、最後の締めとして、参加者に何をどのように伝えるかは非常に重要です。

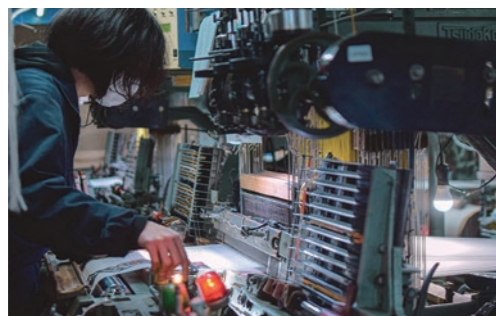
後説



©岡田圭介



©藤井智大



©岡田圭介



©前谷剛

シゴト現場の見学の模様

#4

フィールドワークで
地域とつながろう



4-1 フィールドワークの目的とは？

目的 ①

自社の地元や過去からの繋がりを知ることで、
現在、将来でどのような関係性を持つべきか考えよう。



目的 ②

自社と地元との繋がりを語れるようになることで
自社のアイデンティティを示そう。

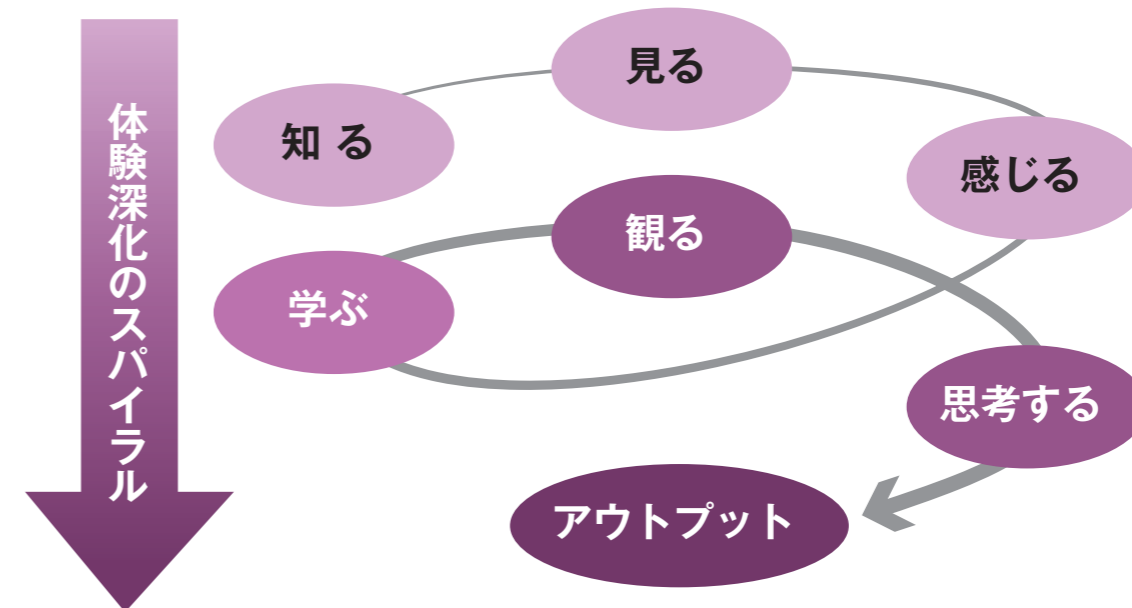


目的 ③

自然や地元の風土が感じられるところや
歴史的な由緒がある場所に行き、五感を使って
その場所を知ること、これまでの学びを深化させ、
将来の自分のクリエイション・プランに繋がる
気づきや学びを得よう。

4-2 地域を知り、繋がりを感じよう

フィールドワークで現地での体験を深化させよう



4-3 フィールドワークの対象の場所（例）

① 神社・仏閣

特に地元の神社やお寺

② 地元の文化財といわれる場所

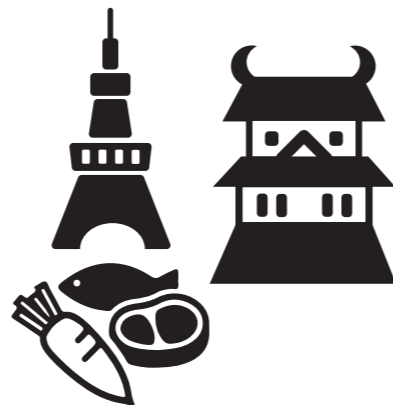
歴史的に由緒のある場所(歴史的建造物、史跡)
※一般に国や地方自治体で指定されています

③ 地元の自然・風土を感じる所

いわゆる名勝、天然記念物、ジオパークなど

④ 地元の歴史や人々の暮らしの中で育まれた身近な所

- ・地域のシンボルとなる建造物や場所、老舗の店
- ・地域で親しまれてきた景観
- ・地場産財(石材など)を用いた建造物や工作物
- ・伝統技術を用いた建造物
- ・街の歴史や変化を物語る街路網や敷地割
- ・地名の由来となる場所
- ・郷土資料館など



4-4 体験深化のための手引き

実際にフィールドワークをする場合、どのように体験してもらうかの例です。

神社の場合



知る
見る
感じる

- 候補地として“神社”を選択
- 現地に到着して風景を見る
- 雰囲気を感じるために何も考えずにご参拝(五感で感じる)

学ぶ
(できる範囲で)

1. 深く見ていく
 - 立て看板や由緒略記(社務所で入手できる場合があります)
 - 歴史
例)なぜここに神社があるのか? この地域はどのような産業が栄えてきたか?
この地域の支配者は誰だったのか? 渡来人の影響はあったのか(秦氏など)?
 - 神様のお名前
2. ネットで検索、神社の方に話を聞く
 - どのような神様か ● ご利益
 - 日本には複数の神様が存在するなかで、その神様を祀っている理由。
 - 本殿以外の摂社・末社の神様も調べる
(本殿の神様との関係性、その神様のご利益など)
3. 植わっている樹木や自然、土地とのつながり
 - 土地の風土にあっていいる樹木かどうか ● 神様との関係性はあるか
 - 土地でさかんな産業との関係性はあるか

観る
思考する

- 学びのインプットの後、改めてその場所をよく観ることで新たに発見することや感じたことは何か?
- なぜその神様がこの土地に必要とされたのか推測する



再度感じる
アウトプット

- 最後に再度、五感で何を感じるか、しばらく目をつぶってその場に身を委ねる。
- 気づきや自分が得たものを文章やイラストなどで表現してみる
(アウトプットの表現方法は自由です)



フィールドワークの様子

#5

信頼関係を構築するコミュニケーション
“自社を理解してもらおう”



5-1 信頼関係を構築するポイント

POINT ①

好奇心をかき立たせる
ユニークさを伝えよう。

POINT ②

シゴト以外でのストーリーを伝えよう
(#2で掘り下げた自分や自社)。

POINT ③

参加者に考えてもらう
質問を用意しよう。



POINT ④

参加者に体験してもらう
機会を用意しよう。

5-2 シゴトや職場にまつわるユニークさ

POINT①にまつわる“シゴトや職場のユニークさ”を書き出しましょう。

項目	当てはまる項目に「○」	自社の内容
ユニークな素材や道具、スタッフ		
自然環境(土壌や気候など)に関する特長やこだわり		
ユニークな技術や手法		
シゴトのプロセスや組織体制でユニークな点		
販売でのこだわりや独自の方法		
アフターサービス、修理・修繕の可否 ※シゴトのプロセスや組織体制でユニークな点		
職場環境・人材育成などでこだわりやユニークな点		
上記内容を小学生にも分かるように伝えるための工夫 例：金型を説明する際に、たい焼きの図を活用して説明		

POINT④の“参加者に体験してもらう機会”の内容を書き出しましょう。

項目	当てはまる項目に「○」	自社の内容
実際に触ることができるもの		
重さ、肌触り、堅さなどを 実感できるもの		
力を加えたり、引っ張ったりして 変形させることができるもの		
匂いを嗅げるもの		
実際のシゴト内容が 体験できるもの		
その他		

参加者の五感に触れるような体験機会を用意することは、
参加者の理解を深めるために最も有効な手段です！

一方通行な説明だけだと…

参加者の「目」と「耳」への
アプローチだけに留まるだけ。



体験の例

「触れる」「肌触りを感じる」「力を加える」
「匂いをかぐ」「味見する」「シゴトをしてみる」



参加者の記憶に残る！
会話が一層弾む！





オープンサイトの模様

#6

オープンサイトを
実施しよう!



6-1 オープンサイトに向けての“まとめ”

6-1 オープンサイトに向けてのまとめ

#2~5でまとめてきた内容を再確認し、オープンサイト実施に向けての情報を整理しましょう。そして実際のオープンサイトのイメージを作りましょう。

【6つのP】を意識して自社を伝えよう

#2 p9~

2-2 本物であることを伝える6つのP

2-1で選んでいた1つの質問は、自社にある「本物であること(真実性)」を伝えるためのものです。真実性を伝える6つのポイントをおさらいしましょう。



2-3 自社知り、自社の強みを整理しよう

2-1の質問も、2-2の【6つのP】に照らし合わせて、自社の強みと、今後のアクションについてまとめましょう。

Q6 2-1を通じて気づきがありましたか？
約30分〜1時間程度、話し合ってください。

A6

Q7 自社について伝える時に、どのようにつなげようですか？
約30分〜1時間程度、話し合ってください。

A7

Q8 「自社を知り、自社の強み」を見つけてみたい時に、どのようなことをしますか？
約15分程度話し合ってください。

A8

魅力を伝えるストーリーを準備しよう

#3 p15~

3-2 自社と自社のシゴトを繋げよう・伝えよう①-1

3-2 自社の強みとシゴトを繋げよう①-1 伝えよう①-1

シゴトの工程に沿った案内をしよう

	A	B	C	D	E
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

2. シゴトの工程 (伝えたい取り組み)

自社・自社のシゴトの工程で伝えたい・伝えたい取り組み内容を5つ程度のステップで整理します。

① 当日案内する流れを再度考えてください。工程1~5のステップに応じて、場所移動しながら案内すると思いますので、繋げる・伝える場所と移動する動線を事前に確認する必要があります。

POINT 1 自社とは異なる特徴はどこか？
POINT 2 どういったところを見せるとわかりやすいか？

~伝えたい・伝えたい内容(モノ・コト)~
●何を伝えるための工程か ●各工程で使う素材は何か ●素材の入手先はどこか ●どのような設備を働かせるか ●参加者への説明・質問はどのようにするか ●その工程で使う道具・材料類の準備や外観 ●参加者を入れる空間等

3. 自社のモノづくり現場で伝えたいこと

自社のシゴトの現場にあって、特に伝えたい・伝えたいことについて整理しておきましょう。

~伝えたい現場について~
●参加者がどこで働いているか ●参加者がどのくらい働いているか ●参加者がどのくらい働いているか ●参加者がどのくらい働いているか ●参加者がどのくらい働いているか

自社と土地の繋がりを知ろう

#4 p21~

4-1 フィールドワークの目的とは？



目的①
自社の由元や過去の繋がりを踏まえて、現在、将来でどのような関係性を築いていこうかと考えよう。

目的②
自社と地元との繋がりを踏まえて、自社のアイデンティティを示そう。

目的③
自然や地元の風土が感じられるところや歴史的な価値がある場所に行き、五感を使ってその場所を知ることで、これまでの学びを深化させ、将来の自分のクリエイション・プランに繋がる気づきや学びを得よう。

4-2 地域を知り繋がりを感じよう

フィールドワークで現地の体験を深化させよう

信頼関係を構築するポイントを押さえよう

#5 p29~

POINT ①
好奇心をかき立てさせるユニークさを伝えよう

POINT ②
シゴト以外でのストーリーを伝えよう(※2で掘り下げた自分や自社)

POINT ③
参加者に考えてもらう質問を用意しよう

POINT ④
参加者に体験してもらう機会を用意しよう

5-2 シゴトや現場にまつわるユニークさ

POINT①にまつわる「モノづくりや現場のユニークさ」を書き出しましょう。

項目	当てはまる項目(○)	自社の内容
ユニークな素材や道具、スタッフ		
自然環境(土壌や気候などに因る特長やこだわり)		
ユニークな技術や手法		
製造プロセスや現場環境でユニークな点		
現場でのこだわりや独自の手法		
アフターサービス、修理・メンテナンスの体制		
異業種・人材活用などでこだわりユニークな点		
上記以外を今学生に自分なりに伝えるための工夫(※2)を記入してください		

6-2 オープンサイトのリハーサル

6-1でオープンサイトの内容が整理できましたらリハーサルを実施して本番のイメージを共有しましょう。

リハーサル

グループリハーサルの実施

- 近隣の複数の事業者同士で、お互いの現場に行って、リハーサルを実施しよう。
- 「リハーサル用フィードバックシート」(p42)を用いて相互に自社ツアーの流れを微修正しよう。

実践ツアー

実践ツアーの実施

- リハーサルで得たツアーの改善点を各自で修正し、実際に参加者を募り、実践ツアーを実施しよう。
- 実践ツアーの結果のふりかえりを行い、自社が実施するツアーの型化を行おう。

6-3 リハーサル用・フィードバックシートの活用

「リハーサル用フィードバックシート」を活用して、5つの観点からリハーサルを評価しましょう。コメントを記入する方は、当日の参加者のつもりで素直に感じたことを記入しましょう。

評価項目	点数 (5点満点)	メモ (良かった点、気になった点など)
モノづくりの工程をスムーズに理解することができたか？		
モノづくりのこだわりのポイントを理解できたか？		
会社の歴史や背景の理解を深めることができたか？		
お互いに会話をする機会や質問しやすい雰囲気があったか？		
他の方にも、こちらのオープンハウスへの参加を勧めたいと思ったか？		
全体を通しての所感		
素晴らしいと感じた点		
少し改善してもらえると良いと感じた点		

**オープンサイトを通じて、
自社の魅力・想いを伝えて、
地域を継続的に
盛り上げていきましょう!**



©小黒 恵太郎

おわりに

「オープンサイト」を実施することは、終わりのない旅路の始まりに過ぎません。まさに「千里の道も一歩から」の老子の言葉通り「はじめの第一歩」です。

もちろん、直近の売上や販売先の増加といった早期の結果を求めることも大切です。一方で、そういった目の前の結果は、それまでの地道な積み上げによって生まれてくるものです。つまり今出ている「結果」はこれまでの先人たちの努力によって得ているものです。将来にわたる継続的な結果を求めるには、今こそ、自分の軸を定めて行動することが大事です。それによって行動が変わり、将来もたらされる結果が変わっていきます。

様々な価値観の人たちと寛容に交わり、議論することによって、その軸が定まり、時代を切り拓いていくことができます。自分たちの場を開き、視野と心を開いていく「オープンサイト」は、そのための「第一歩」なのです。自分が心を開くことで相手の心も開いていきます。

現代社会という荒れ狂う大海を乗り越えていくためには、様々な仲間で構成された心強いチームが必要です。自分たちだけでは乗り越えられなくても、今はまだ知らない仲間が世界にはきっといます。自分の考え方や価値観が詰まった現場を開いて、その思いを伝えることで、仲間が集まり、共に乗り越えていくことでさらに良いチームとなり、結果として自社も、地域も楽しく・豊かになっていくはずです。

そして、ぜひ仲間と共に取り組んでください。自社を構成する現場の一人ひとり、そして支えてくれている地域やパートナーの方々があってこそこの自社です。「オープンサイト」に取り組む際は、ぜひそういった方々と一緒に取り組んでください。身近にいる方々同士での交流によって、お互いのことを知り、強い軸を持ったチームになることが最初の「オープンサイト」です。



オープンサイト Q&A

●オープンサイト実施によるリスク懸念

Q オープンサイトを実施することによる技術やノウハウの漏洩が心配です。

A どこをオープンし、どこをオープンしないかを考えることが、オープンサイト実施でも重要なポイントの一つです。「写真撮影禁止」の張り紙を貼ったり、参加者にその旨をアナウンスするといったオペレーションで解決したり、その部分は見せないように工夫するといったことが挙げられます。避けなければならないのは「一切見せない」「オープンサイトをしない」ことによって、自社の思いや存在価値を伝えられないような事態になることです。

Q 経営者はやる気だが、従業員が忙しくてなかなかやる気になっていないです。(あるいはその逆)

A オープンサイトを実施する意義や目的を組織全体で考え、自分ごととしていくことは、組織経営においても重要なポイントです。オープンサイトの実施を通じて、組織内コミュニケーションの活発化や業務のあり方を見直すきっかけにしていくと良いでしょう。その逆で現場の人たちがやる気になっていても経営陣がやる気になっていない場合は、他の産地や企業などに見に行くことで、具体的イメージを持つ・共有するというのも有効です。また、いきなり大きく実施するのではなく、小さくともできるところから実施してみて、少しずつやり方を工夫しながら大きくしていくというのも良いでしょう。組織のメンバーがやる気になっているのは、経営者としても嬉しいことです。

●オープンサイト実施時

Q 参加者が職業・年齢などがバラバラで対応方法が難しいです。また、どういった人たちを対象にして考えたら良いのでしょうか。

A 開催時期や曜日などを分けて、対象者を明確に示して実施するというのも良いでしょう。例えば土・日・祝は親子向けや学生向け、平日はプロフェッショナル向け、など。どのような人たちに来てほしいかが複数あれば、その人たちに応じた実施方法を検討してみましょう。地域の他の事業者と連携してテーマ別ミニツアーを組むということも良いです。

Q どのように開催・運営しているケースが多いのでしょうか？(運営主体・財源など)

A 地域の状況や目指す方向性に応じて多様です。地元の自治体や支援機関(金融機関など)等とも連携することはとても重要ですが、運営の主体は「事業者」「地元の有志」であることが自律的・持続的な運営のためには望ましいです。財源や人員も同様です。必要に応じて補助金等を活用することも大事ですが、補助金ありきで動き出すと「補助金の切れ目が事業の切れ目」となりがちです。また、短期的な売上を目的として実施すると、不公平感の高まりも含めて得策とは言えません。長期的な視点での交流によって、結果としてもたらされることのひとつが売上、という視点が重要です。

Q 現場には機械などがあって、一般の人には危ないのですが…

A 機械とのスペースを取れるようにトラテープやポールなどで入れるスペースを明示したり、貼り紙を貼ったりなどの対応策をこの機会に検討してみると良いでしょう。一般の人たちが安全に入り、見学できる現場は、そこで働くスタッフの方々にとっても安全で効率的な現場であると言えます。5Sを進める良い機会と捉えて、現場が見違えるように美しく安全になった事例はたくさんあります。

Q オンラインで遠方の方とも交流してみたいのですが。

A 様々なオンラインツール(Zoom、Youtube Liveなど)や機材(ジンバルなど)がありますので、それらを活用して低コストで実現する方法も増えています。ただし、あくまで交流が目的で実施するため、一方的な「配信」にならないように注意しましょう。基本はリアルで実施するのと同じです。また、アーカイブ動画に残して公開し続けるかどうかは、情報管理などの面で注意が必要です。

Q 言葉が通じない外国人が来たときにはどのように対応すれば良いのでしょうか？

A 今後、様々な場面で外国人と交流する場面も多く出てきます。もちろん言語を流暢に話せることも大事ですが、大事なことは「伝えよう」という意思です。現場内の表示を英語化する、英語のパンフレットや案内を用意する、Googleの通訳機能を使用するなど、対応策は様々です。また、地域の人たちと交流して、いざというときに言語対応を頼める人たちとネットワークを作っておくというのも良いでしょう。

Q 同一業種で実施した方が良いでしょうか？

A 地域の状況によって異なりますが、できるだけ多様な業種の方が参加者にとっては、興味の幅が広がります。また、一緒に運営していく中で、多様な業種の人同士の交流・議論が促進され、それが地域の創造性を高めていくアイデアを育む、良い「ぬか床」となっていくと思います。特に地域全体の盛り上げを考えていくためには、工芸・飲食・農場など、地域ならではの特色を持つ業種との連携があると、その地域の独自性を把握・発信しやすいでしょう。

Q 一社単独で実施するのか、イベントとして地域で実施するのか、どちらが良いのでしょうか？

A 各社で常設のショールームやショップを設けて常時実施されるケースも増えています。また、イベントとして実施すると、集客面ではPRもしやすいですし、参加者にとっても地域を訪れるきっかけになります。一方で、有名企業等に偏りがちにもなります。また、同じようなイベントが各地で開催されることが増えてきているため、小規模で特徴的なことを頻繁に開催する、ツアー形式で実施するといった地域に合わせたやり方を模索する必要があります。

●オープンサイト実施による効果

Q 具体的にどんな成果が期待できるのですか？

A ①社外への影響：新たな人材の採用や地域内外で協業できるチームの組成といった人との出会い、視野が広がることによる新たなアイデアの創出、地域で応援してくれるファンの増加など
②社内への影響：企業内の組織を超えた交流やビジョンの共有といった社内コミュニケーションの活性化、現場における5Sの浸透、専門外の人たちへ思いを伝えること・プロセスを説明することによるコミュニケーション力の向上、賞賛が得られることによるモチベーションの向上など
以上のような多様な効果が期待できます。重要なことは「目先の売上」を目的としないことです。

オープンサイト 実践ワークブック

～ シゴトの現場の魅力を伝え、自社そして地域の未来を変えよう～

2022年12月27日発行

発行者 一般社団法人 Design Week Kyoto 実行委員会

企画・制作 株式会社 CADENA

沼野利和事務所

デザイン 有限会社 グラパチ

写真撮影 岡田 圭介 小黑 恵太郎 前谷 開

