| 事業者名 | 一般社団法人Design Week Kyoto実行委員会 |
|---|---|

| | |
|---|---|
| **事業概要** | 「多様な交流を通じて京都の街をデザインしなおし、クリエイティブな街へ」というビジョンを掲げ、京都市内の有志を中心に実行委員会を2015年春に組成して活動を開始。京都府内の様々なモノづくりの工房・工場の現場を毎年2月に期間限定でオープンし、交流するオープンファクトリーイベント「DESIGN WEEK KYOTO（以下、DWK）」を開催。また2019年度から開催地域を京都市に加え亀岡や宇治にも拡大。さらに1年を通して国内外の多種多様な方々との交流、地域活性に資するイベントやセミナー等を企画・開催・運営。2016年12月に一般社団法人化。 |
| **部署** | 事務局　（担当者）事務局長　岩口知加（いわぐち　ちか） |
| **所在地** | 〒603-8311<br>京都府京都市北区紫野上柏野町10-1 COS101ビル2F |
| **連絡先** | （電話番号）075-202-8886<br>（E-mail）staff@designweek-kyoto.com |
| **環境省ローカルSDGsを通じて、実現したい社会像** | “地域独自の風土に根付き、自律・循環・持続する「地域自決」の社会づくり”<br>コロナ禍によって現代社会が持つ弱み、つまり都市や一つの産業に過度に集中し過ぎることによる脆さが明らかになった。その解決の方向性の一つは、日本各地に適度に人や経済が適度に分散しつつ、多様かつ自律・循環・継続する地域社会が各地に生まれていくことである。そのための第一歩が地域の風土・自然に根付いた事業者が日常的に交流するコミュニティを生み、自然と横の連携や学び合い、新たな独自価値などが生まれていく状態を実現することである。それによって地域の人々や企業が地域の独自価値を軸とし、その価値の源泉である歴史や文化、自然環境を守り、未来に残していくことが当たり前となっている社会を実現したい。 |

| 事業者名 | 一般社団法人Design Week Kyoto実行委員会 |
|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| ローカルSDGsの実現に貢献できるソリューション | 分野 | 観光ビジネス／農林水産業・地場産品／サーキュラーエコノミー／その他（雇用促進） |
| | ● 観光ビジネス<br>地場産業の工場・工房などを訪問し、現場の様子を見て感じるだけでなく、作り手の方々と交流できる場やコミュニティの構築。現在はオンラインでも国内外の方々に向けて実施している。地元企業や旅行会社との連携した新しいツアーコンテンツの創出も実施中。<br><br>● 地場産品<br>地場産業の方々が地元の歴史・文化等の独自価値を見つめ直し、それを基盤とした新たな価値を持つ商品・サービスの創出や国内外のクリエイターらとのコラボを促進している。また「クラフトソン(クラフト+ハッカソン)」イベントの実施を通じてテクノロジーや工芸など領域を超えた新たなビジネスの創出に取り組んでいる。<br><br>● サーキュラーエコノミー<br>地場産業が本来持っていた、自然の素材や技術を活かしたモノづくりや循環可能な仕組みは、実際に江戸時代の経済社会で実現出来ていた。この時代の仕組みを「サーキュラー・エドノミー」と名付け、欧州等のサーキュラー・エコノミーの事例の紹介や、仕組みの比較を通じて共通点などを伝えることや、それによって日本には、自らの足元に地域社会に合った知見やノウハウがあるということを知っていただくために、セミナーや講座を実施し、現代社会に合った仕組みへのアップデートを促進している。<br><br>● その他（雇用促進）<br>地元の若者がオープンファクトリーの機会を通じて、地元の工場や工房へ訪問・交流する機会を創出することにより、地域の産業や人の魅力を知るきっかけを作ることで、移住・定住の促進を支援している。 | |
| | URL | ・DWK：https://designweek-kyoto.com/<br>・クラフトソン：https://awrd.com/award/dwk2020_craftthon<br>・サーキュラーエドノミー：https://cehub.jp/report/circular-edonomy-1/ |
| 上記ソリューションを提供できる地域について | 近畿地方 | |

| 事業者名 | 一般社団法人Design Week Kyoto実行委員会 |
|---|---|

| | |
|---|---|
| 自者の特徴 | **■領域を超えた交流の促進**<br>「伝統工芸」「ハイテク」「農業」「観光」といった分野は、それぞれ地域の風土や歴史・文化に根付いて一体的に育まれてきたにも関わらず、現在はそれぞれが別の業界となり、領域を超えた相互の交流や高め合いが乏しくなっている。DWKはそういった領域を融解させて地域内はもとより海外含む地域外の様々なプレイヤーと交流するコミュニティとして機能している。その結果、金属加工×弦楽器や3Dプリンター×仏像彫刻といった様々なコラボレーションや、新たなアイデアの創出・実現、販路開拓、そして事業者同士の支え合い、高め合いといったことが生まれるようになってきている。<br><br>**■オープンファクトリーを通じた地域企業の活性化効果**<br>モノづくりの現場をオープンし、交流を促進することによって企業の人材育成効果がある。素人も含めた外部からの来場者に説明するためには、コミュニケーション力が必要になる。また、会社の特徴についての説明の統一が必要であるため、社会のビジョン等の共有が促進される。そして直接的に来場者の反応が見られるためモチベーションの向上や現場の5S（整理・整頓・清掃・清潔・躾）などが促進される。<br>それに加えて、若者が地域の企業の存在を認知することにより就職意向が高まり、雇用促進効果も生まれている。<br><br>**■地域自治体との協働**<br>2020年2月に開催されたDWK2020において、亀岡市・宇治市との協働で取り組んだ。<br>亀岡市は、SDGsモデル都市にも選定されており、モノづくりの現場を訪問する新たな産業観光を地域の未来へ向けて役立てていく取り組みの一つとして位置づけており、市所有のバスで無料ツアーを開催してくださるなど、DWKへの協力体制がある。<br>宇治市では、各地域の地元メディアでの企業発信、さらに市内の公立小学校・中学校を中心に地元の学校へDWKのチラシを配布するといった広報活動に加え、お茶の京都DMOとも一緒にイベント期間中は無料バスを運行し、ツアー企画等を実施してくださった。これらの体制は引き続き継続して実施している。<br>また京都府とも連携し、これらオープンファクトリーのノウハウを京丹後地域を始めとしたその他の地域への展開を図っていく取り組みを進めている。 |

| 事業者名 | 一般社団法人Design Week Kyoto実行委員会 |
|---|---|

| | |
|---|---|
| SDGs経営に向けた自者の課題や悩み | • **社会的な効果に対する評価指標がないため、効果を示しにくい**<br>DWKを通じたコミュニティの活性化や将来の定住および雇用促進効果、新たなコラボレーションの取り組みの促進、人材育成の効果、さらには将来につながる文化の醸成といったことは確実に出てきているが、売上といった形でわかりやすく客観的かつ一般に広く知られた評価指標があるわけでもなく、中長期的な結果としてじわじわと表れてくるものである。そのため、DWKに参画することによるわかりやすく短期的な社会への効果として示しにくい。ESG等の評価指標も組み合わせた新たな評価指標を設定する必要性を感じている。<br>また、既存のSDGs17項目には「文化」が入っていないため、地域において受け継がれてきた独自の文化の本質を受け継ぎ、未来に向けて交流を通じて発展的に醸成していくといったことも目標としている当方の活動に対して、積極的に「活用」するのではなく「保護」するような視点で捉える風潮が見られる。この点を解消し、文化の醸成・発信・浸透が地域社会および文化を軸とした付加価値の高いビジネスの創出に繋がっていくと考えられるので、指標化に取り組んでいきたい。<br><br>• **自律的な運営へ向けた資金源の獲得**<br>大量に人を集客するというわけではなく、商品を積極的に展示・販売するというイベントでもなく、深い交流を促進するという効果が大きいため、企業等の広報部門等からすると大きな広告宣伝効果が得られないという判断を下す傾向があり、企業協賛は得にくい。広く認知された社会的な効果をわかりやすく示す指標等によって社会に広く示せることで、こういった企業協賛等も集めやすくなり、持続的な運営に寄与できると考えられる。また、自主事業の運営も含めて収入源を多角化することで、安定化を図っていく必要がある。 |

| 事業者名 | 一般社団法人Design Week Kyoto実行委員会 | 別紙 |
|---|---|---|

| | |
|---|---|
| ローカルSDGsの実現に貢献できるソリューション | **■地域内経済循環の促進**<br>地域におけるモノづくりの企業の存在を多くの人たちに認知していただく効果があるため、地域産品の購買につながる。そして地元の方々が地元の産品の存在を知るだけでなく、どのように誰が作っているかを知ることにより、愛着が湧き、より地元産品を地元の方々が選ぶ行動を促進する。<br>また、企業間の取引においても、地域外や海外から仕入れるのではなく、近い距離にある地域内企業同士での購買やコラボレーションが促進されることで、地域内での経済循環構造が生まれ、輸移出の減少に繋がっていく。そして、近距離での経済が促進されるということは、それだけ輸送によって生じる環境負荷の低減につながる。<br><br>**■定住・職住接近の促進**<br>地元で生まれ育った人々が、地元に存在する企業を認知することで、それらの企業への就職が選択肢として入ってくる。これによって、人口の転出を低減し、定住そして職住接近環境を促進することで、地域内での経済循環効果や通勤時間の短縮それによる子育てのしやすさといった効果をもたらすことが期待される。<br><br>**■地域の将来を担う様々なプレイヤーの発掘と新たなビジネスの活性化**<br>地域の活性化には、その地域に住まい、考えて自分事として動ける多数のプレイヤーが不可欠である。DWKを通じて、オープンファクトリーに参加するモノづくりの工房・工場といった企業はもちろん、運営に何らかの形で関わる行政や金融機関等のサポート機関の職員、デザイナーやクリエイター、学生など様々な「想い」を持つプレイヤーを発掘することができる。そのため、モノづくりの関係者同士の領域を越えた交流のみならず、地域のありとあらゆるプレイヤーが交流することに繋がり、それが新たなビジネスなどを創出することに繋がっていく。<br><br>**■地域の将来を担う次世代の育成**<br>スタッフとして学生にも関わってもらうことはもちろん、オープンファクトリーを通じて地域のモノづくり現場を訪問し、交流することを通じて地域の文化を知り、郷土愛を育むことになる。また、工房・工場側も積極的に若手層に来場者への説明を担ってもらうことにより、モチベーションの向上やコミュニケーション力の向上など、普段の仕事では身につきにくい能力の習得ができる。そして、そういった従業員同士での社外での交流の場も設け、次世代同士が自然と高めあっていけるようにしている。<br><br>**■得たノウハウ・知見の他地域への波及**<br>活動を通じて得たノウハウ・知見を京都府内および近畿地方を中心とした他地域へ展開することで、多くの地域の活性化につなげていく。特に関西は2025年に大阪・関西万博を控えており、近畿経済産業局もオープンファクトリーをコアとした産業観光を各地で取り組んでいくことによる地域の活性化を考えており、DWKも一緒に取り組んでいく予定である。 |