

私のアイデンティティと場所からビジネスを考える



REPORT

2023.05.30

**SIGN
ING**
Social Business Studio

YOMIKO

 ENVIRONMENTAL
PLANNING
LABORATORY INC.

様変わりする 「場所と人の関係」から、ビジネスを。


ここ数年間を経て、私たちと場所との関係は大きく変わりました。

家にいることが増え、家族や自分の時間の大切さに改めて気づき、
仕事では、オフィスに限定することなく、在宅ワークやワーケーションなど
居心地のいい場所を、自分の意志で選ぶということを覚えました。

またビールが飲める公園や、仕事をする場としてのホテル、
ゆっくりと過ごすためのランドリーなど、
これまでと違った使われ方をする場所も、次第に増えてきています。
SNS や LIVE 配信を「場」としてとらえる人も珍しくなくなりました。

暮らし方や価値観の変化が注目されているように、
場所と人の関係もまた、たしかに変化をしています。
本レポートは、この関係を見直すことから新しいビジネスの種を
発見することを目指すものです。





あなたが今いる場所は、 「居場所」ですか？

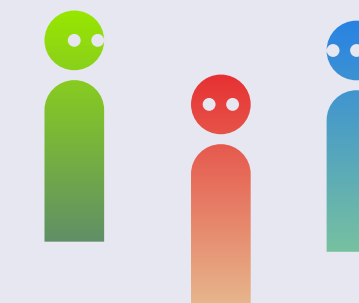
今、このレポートを開いた場所はどこでしょうか？
自宅のリビングや、自分の部屋、もしくは職場かも知れませんが、
電車や飛行機の中かも知れません。
公園のベンチや、カフェという方もいらっしゃるでしょう。
あるいは、全くそれ以外の場所かも知れません。

そしてその場所は、あなたにとって「居場所」と呼べる場所でしょうか？

「居場所」という言葉の持つ意味を、よくよく考えてみると、
単に「いま居る場所」や「よく居る場所」という
以上の意味があるように感じます。

次のページでは、いろんな人に
「自分にとっての居場所とは？」を聞いてみました。





自分らしさをだせ、支えあえる、
ほっとできる場

男性30代

自分が守られている前提で不安を
感じない場所

女性50代

自分がここにもいいんだと
思え自然と笑顔になれる場所

女性10代

職場、家族、友人、存在を許され、
歓迎されている状態

女性60代

やるべき事があり、まわりから
信頼され、求められるところ

男性40代

価値観の合う
仲間と共にいること

女性20代

コミュニケーションが極度に苦手
なので一人で居られる場所。

女性40代

1人っきりになる場、落ち着ける場、自由になれる場、仲間との場、誰かに求められる場。

居場所と聞いて思い浮かべるものはひとそれぞれ。

心を落ち着かせられて
誰にも邪魔されず自分自身を
謳歌できる場所

男性10代

自由気ままでゆったりした時間が
流れる自分がしたいことができる

男性60代

自分らしさを尊重してもらえるところ、
猫を被らなくていいところ。

女性20代

今は探し中。
自分が安心できる人の側が
自分の居場所

女性40代

自分らしく振舞ってもいい場所

男性40代

自分だけで誰にも邪魔されず
思い通りに過ごせる空間

女性70-80代

居心地がよく、
自分のアイデンティティ
を自覚できる

男性20代

気兼ねなく過ごせ、
人の視線を気にしなくていい場所

男性10代



iBASHO

||



1人っきり
家族と私
友人と私
仲間と私
誰かと私

×



空間
環境
用途
機能
時間



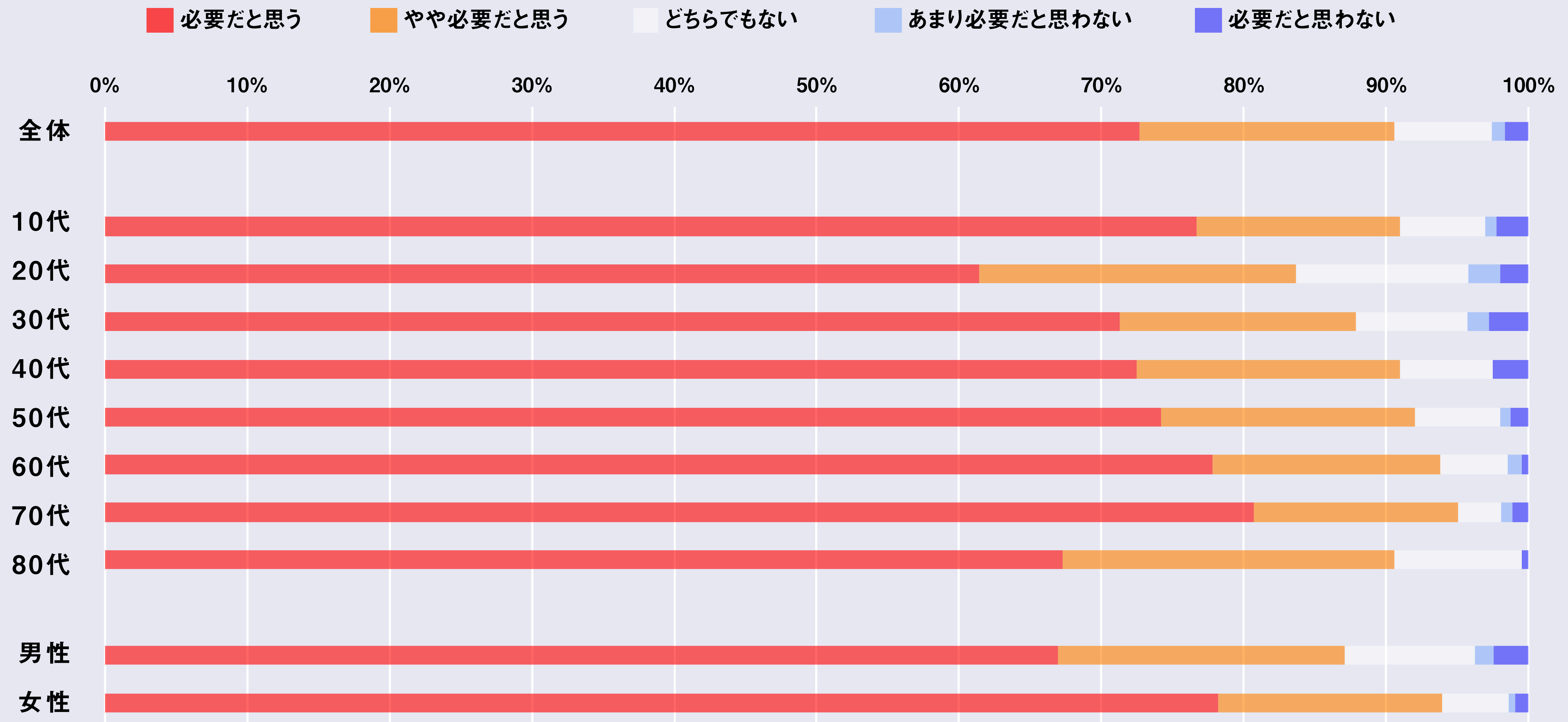
「居場所」という言葉を見つめ直すことから「新しいビジネス」にアプローチする

CHAPTER

みんなの居場所と幸せの関係

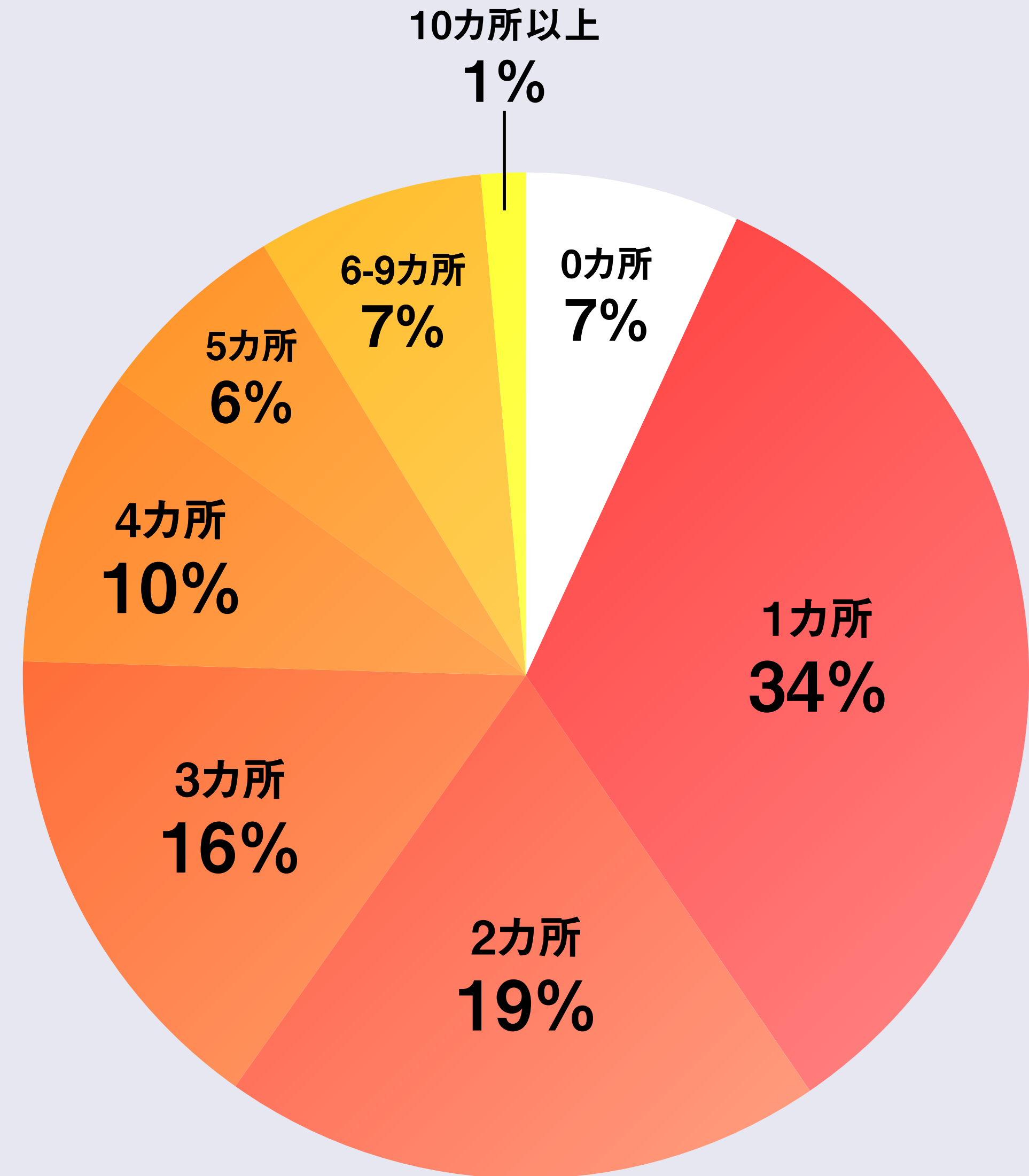
全体で90%以上が、「居場所」を必要と考えている。

20代がやや低下するが、10代と、より上の世代は必要性を高く感じている。男性より、比較的女性のほうが必要性を感じている。



居場所の平均

2.64カ所

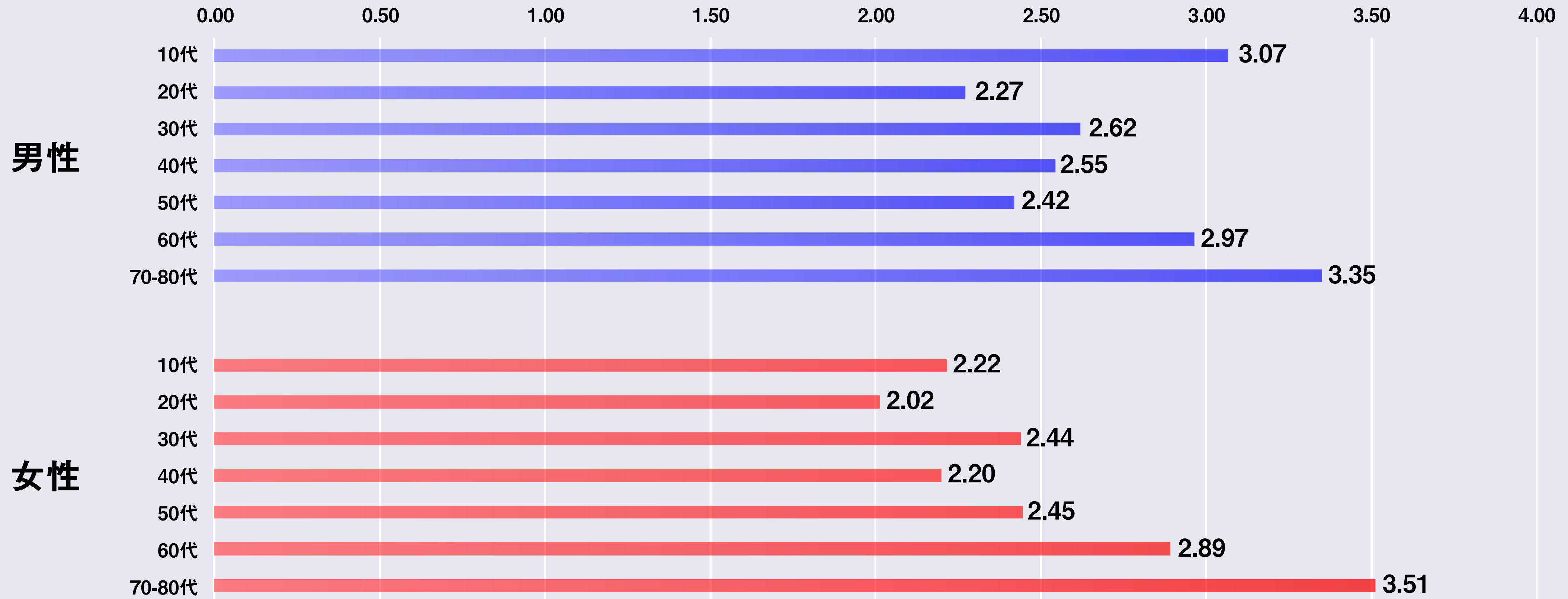


7%が居場所を持っておらず、
34%が居場所を1カ所と回答。
2ヶ所以下まで踏まえると50%を超える。

一方で5ヶ所以上を持つ人も15%程度。

決して数を持つほど良いというわけではないが
居場所の選択肢が狭い傾向がみられる。

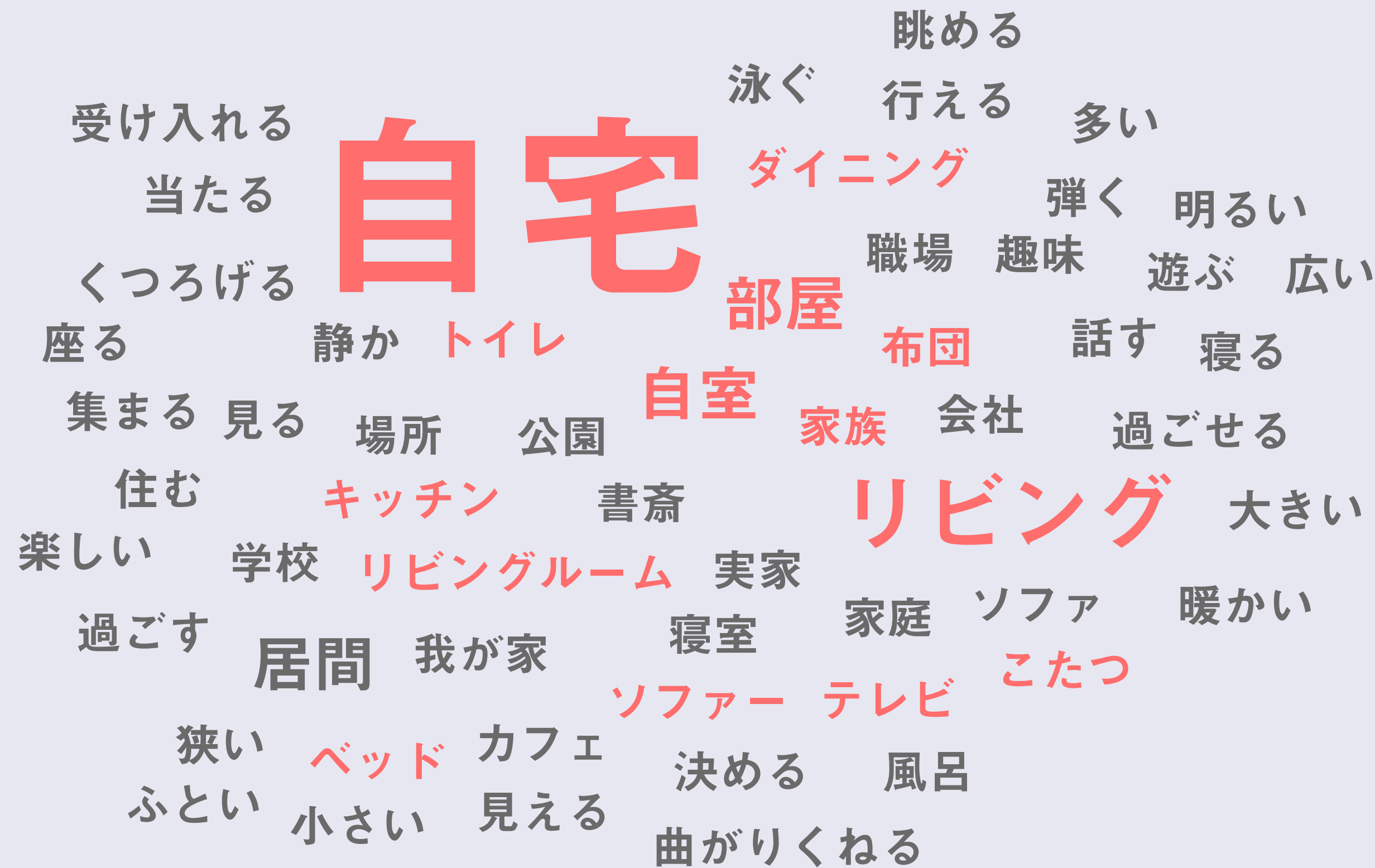
年齢が高まるほど、居場所の数は増える傾向。
男性は、20代、女性は20代・40代でスコアが落ち込む。



具体的な居場所の内容としては、「自宅の中の空間」が上位を占める。

自宅以外では、「実家」や「職場」が続くが、自宅とのスコアの差は非常に大きい。

●FAのワードクラウド



●MAのランキングTOP20

1位	自宅:自分の部屋	63.6
2位	自宅:リビング	60.3
3位	自宅:お風呂場	36.9
4位	自宅:ダイニング	35.7
5位	自宅:キッチン	32.0
6位	自宅:トイレ	29.8
7位	実家	22.5
8位	職場	11.2
9位	クルマ・バイク	10.9
10位	カフェ	8.7
11位	動画配信サービス	8.6
12位	SNS	7.9
13位	公園	7.9
14位	山・森	7.4
15位	図書館	7.0
16位	映画館	4.5
17位	ホテル・旅館	4.2
18位	海・ビーチ	4.0
19位	コンビニ・スーパーマーケット	4.0
20位	居酒屋	3.9

自分の部屋やリビングなど、どの世代でも、自宅の中の場所が上位を占める。

40代以上は、上位5項目すべて自宅が占めている。

10代		
1位	自宅:自分の部屋	62.3
2位	自宅:リビング	41.9
3位	実家	36.6
4位	学校	32.5
5位	自宅:お風呂場	31.2
6位	SNS	25.2
7位	自宅:ダイニング	24.9
8位	自宅:トイレ	24.2
9位	動画配信サービス	18.3
10位	自宅:キッチン	15.7

20代		
1位	自宅:自分の部屋	57.5
2位	自宅:リビング	48.5
3位	実家	35.7
4位	自宅:ダイニング	28.7
5位	自宅:お風呂場	27.0
6位	自宅:トイレ	25.2
7位	自宅:キッチン	22.5
8位	SNS	15.4
9位	動画配信サービス	12.8
10位	職場	12.0

30代		
1位	自宅:リビング	58.1
2位	自宅:自分の部屋	54.3
3位	自宅:ダイニング	36.6
4位	実家	35.2
5位	自宅:お風呂場	34.2
6位	自宅:トイレ	31.5
7位	自宅:キッチン	30.3
8位	職場	14.7
9位	SNS	11.2
10位	クルマ・バイク	8.8

40代		
1位	自宅:リビング	60.4
2位	自宅:自分の部屋	59.6
3位	自宅:ダイニング	33.9
4位	自宅:お風呂場	32.0
5位	自宅:キッチン	31.4
6位	自宅:トイレ	27.8
7位	実家	23.7
8位	職場	15.7
9位	カフェ	8.9
10位	動画配信サービス	7.0

50代		
1位	自宅:自分の部屋	62.0
2位	自宅:リビング	58.1
3位	自宅:お風呂場	35.2
4位	自宅:ダイニング	32.4
5位	自宅:キッチン	30.0
6位	自宅:トイレ	27.3
7位	実家	17.0
8位	クルマ・バイク	14.3
9位	職場	13.7
10位	山・森	8.8

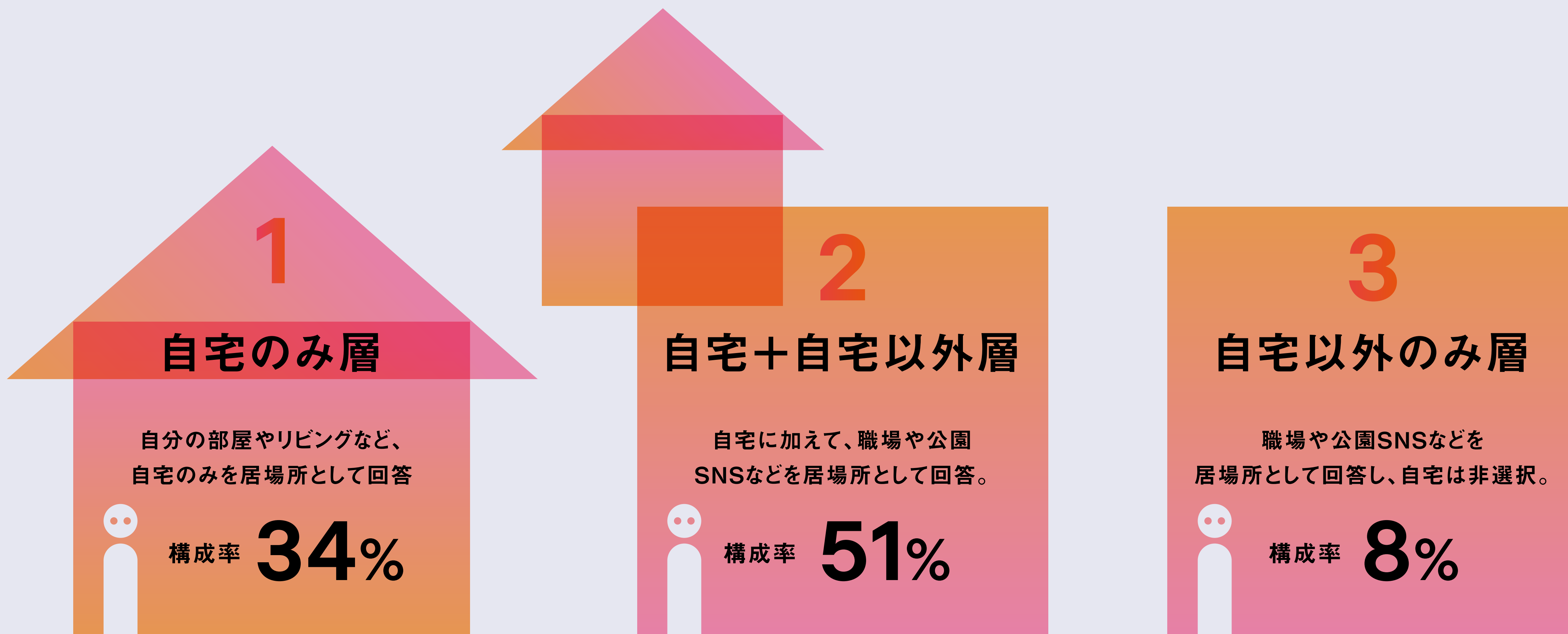
60代		
1位	自宅:自分の部屋	68.0
2位	自宅:リビング	65.3
3位	自宅:お風呂場	38.5
4位	自宅:ダイニング	32.3
5位	自宅:キッチン	32.1
6位	自宅:トイレ	25.8
7位	クルマ・バイク	19.4
8位	実家	15.5
9位	職場	11.3
10位	公園	11.2

70代		
1位	自宅:リビング	73.6
2位	自宅:自分の部屋	73.0
3位	自宅:お風呂場	45.0
4位	自宅:ダイニング	43.9
5位	自宅:キッチン	39.0
6位	自宅:トイレ	34.3
7位	公園	14.6
8位	クルマ・バイク	14.0
9位	図書館	12.9
10位	山・森	11.1

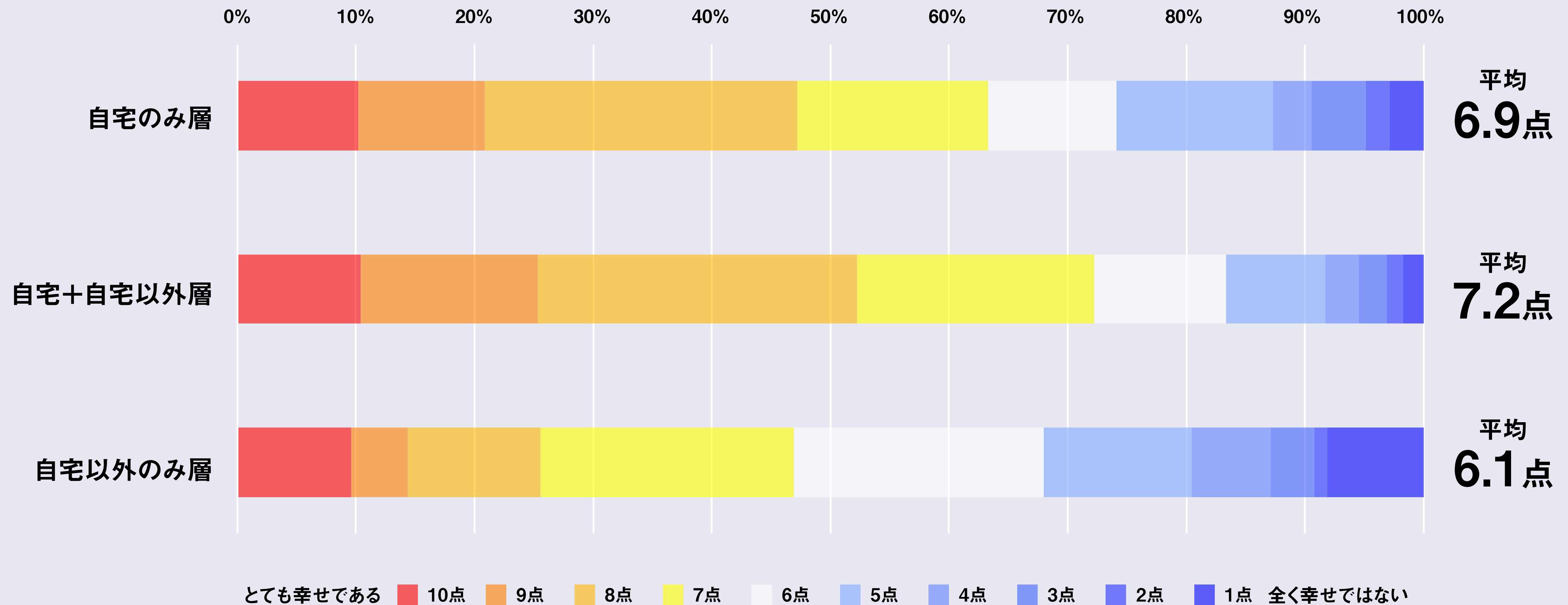
80代		
1位	自宅:自分の部屋	80.3
2位	自宅:リビング	69.7
3位	自宅:お風呂場	59.5
4位	自宅:キッチン	54.8
5位	自宅:ダイニング	54.5
6位	自宅:トイレ	45.9
7位	公園	14.2
8位	クルマ・バイク	14.2
9位	カフェ	12.9
10位	レストラン	10.9

「自宅」に集中する「居場所」。「自宅のみ」でも「幸せ」なのか？

「自宅」以外の居場所を持つと「幸せ」に影響はあるのか？ 以下の3層で幸福度との関係进行分析。



「自宅+自宅以外層」が最も幸福度の平均点が高く、
70%以上が10点満点中7点以上をつけた。



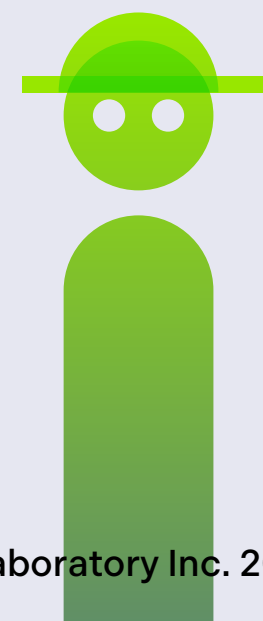
平日・休日の幸福度や、ウェルビーイングに関する5項目でも、
 それぞれ平均スコアが1位となった。
 とくに娯楽や健康、生きがいの項目で差分が大きい。

	平日	休日	仕事	娯楽	人間関係	健康	生きがい
自宅のみ層	6.6点	7.2点	5.4点	6.1点	6.1点	6.1点	6.0点
自宅+自宅以外層	6.9点	7.6点	5.8点	6.7点	6.6点	6.7点	6.6点
自宅以外のみ層	5.9点	6.6点	5.5点	5.9点	5.8点	5.8点	5.6点

家を居場所と捉えているなか、
家以外にも居場所を持つ人のほうが
しあわせだということがわかりました。
次はその部分をより深掘りします。

CHAPTER

居場所を広げるアフターコロナのビジネス論



家以外に居場所を持っている人は
どんな場所を居場所に行っているのだろうか？

そこを知られば、アフターコロナの
ビジネスチャンスが見えてきます。

年齢別では、10代・20代は自宅以外では学校・実家、SNSや動画サービスを居場所ととらえている。30代～60代は職場や実家、クルマなどが上位に上がる。70・80代になると公園の比率がより高まる。

10代		
1位	実家	36.6
2位	学校	32.5
3位	SNS	25.2
4位	動画配信サービス	18.3
5位	図書館	8.7

20代		
1位	実家	35.7
2位	SNS	15.4
3位	動画配信サービス	12.8
4位	職場	12.0
5位	カフェ	7.7

30代		
1位	実家	35.2
2位	職場	14.7
3位	SNS	11.2
4位	クルマ・バイク	8.8
5位	動画配信サービス	8.5

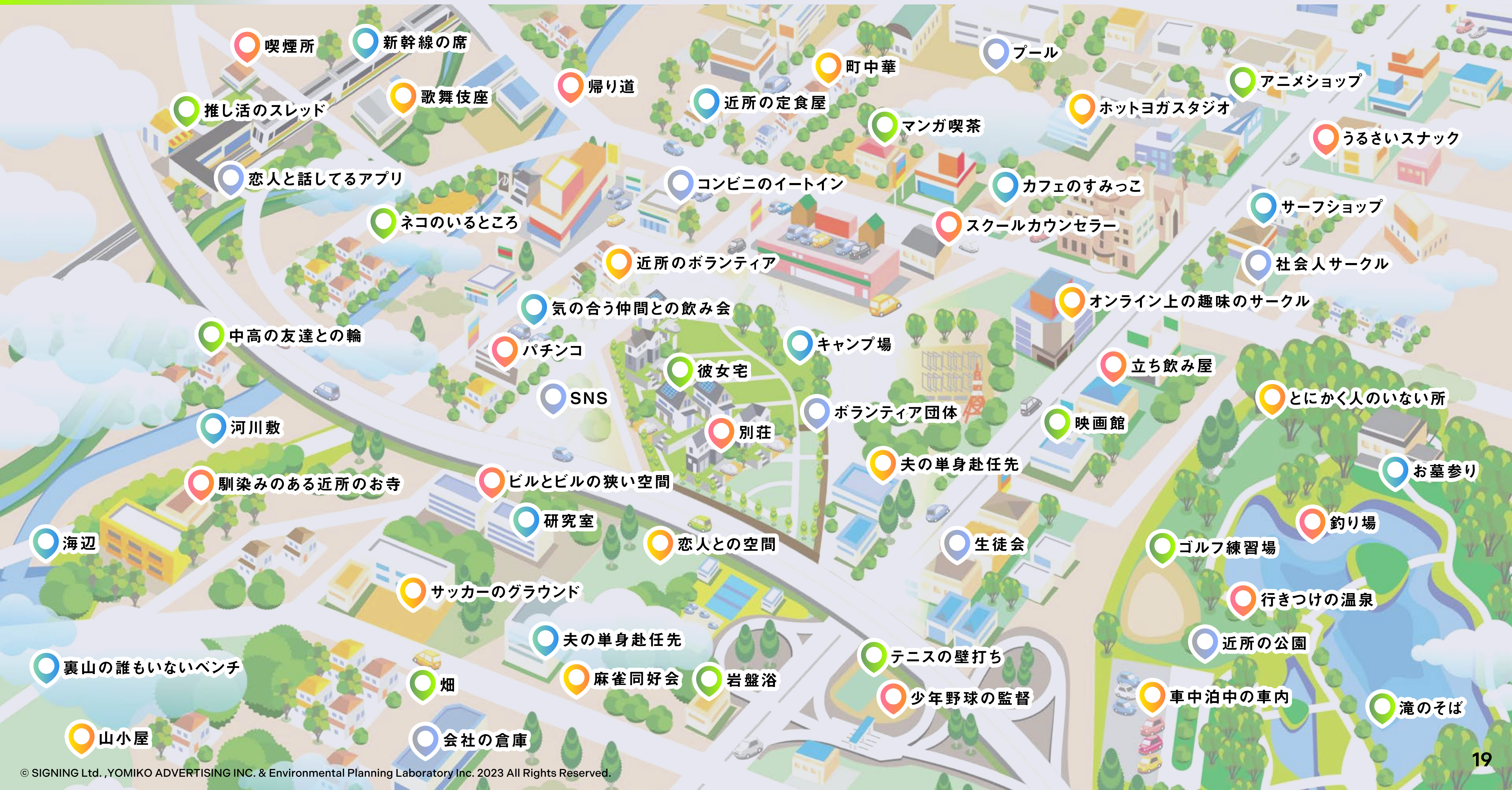
40代		
1位	実家	23.7
2位	職場	15.7
3位	カフェ	8.9
4位	動画配信サービス	7.0
5位	クルマ・バイク	6.5

50代		
1位	実家	17.0
2位	クルマ・バイク	14.3
3位	職場	13.7
4位	山・森	8.8
5位	動画配信サービス	7.2

60代		
1位	クルマ・バイク	19.4
2位	実家	15.5
3位	職場	11.3
4位	公園	11.2
5位	カフェ	9.8

70代		
1位	公園	14.6
2位	クルマ・バイク	14.0
3位	図書館	12.9
4位	山・森	11.1
5位	カフェ	10.1

80代		
1位	公園	14.2
2位	クルマ・バイク	14.2
3位	カフェ	12.9
4位	レストラン	10.9
5位	実家	10.3



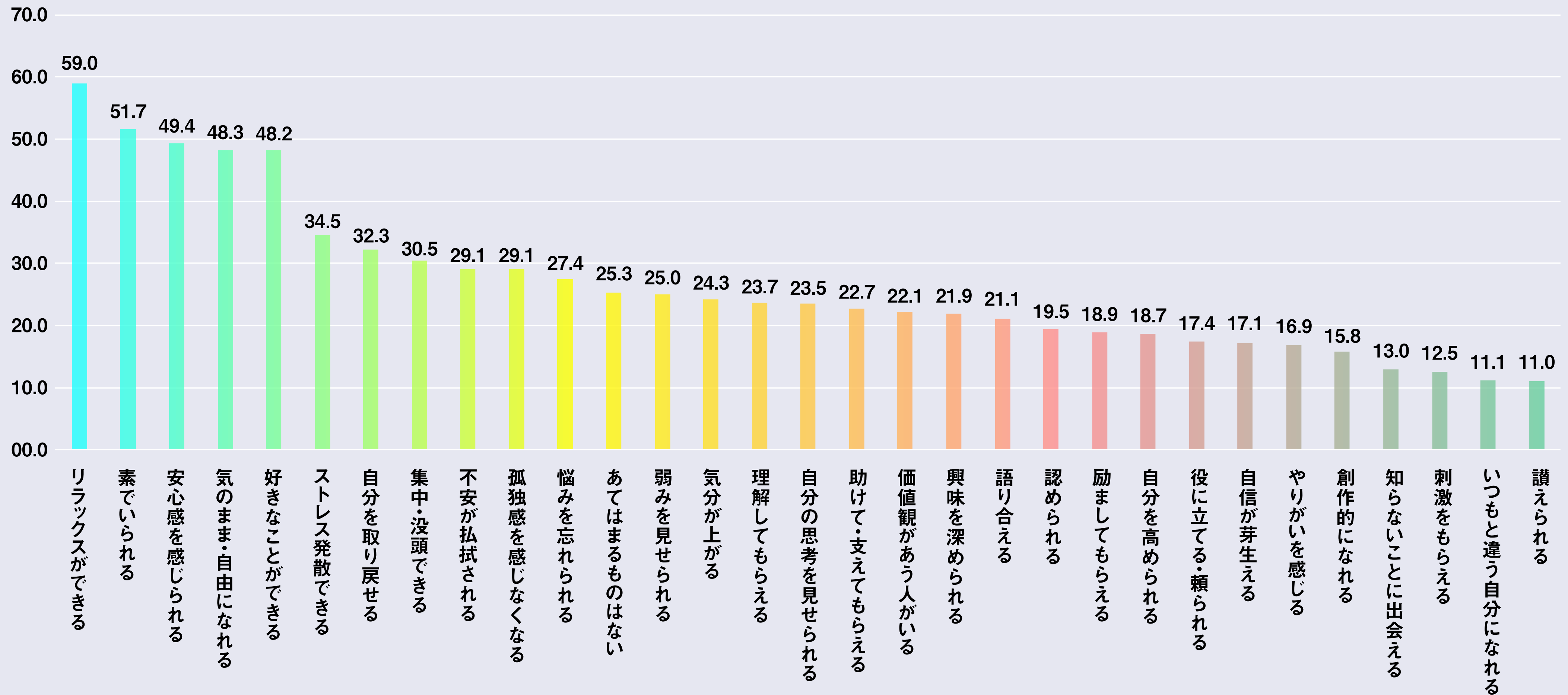
- 喫煙所
- 新幹線の席
- 歌舞伎座
- 帰り道
- 町中華
- プール
- アニメショップ
- 押し活のスレッド
- 近所の定食屋
- マンガ喫茶
- ホットヨガスタジオ
- うるさいスナック
- 恋人と話してるアプリ
- コンビニのイートイン
- カフェのすみっこ
- サーフショップ
- ネコのいるところ
- 近所のボランティア
- スクールカウンセラー
- 社会人サークル
- 気合う仲間との飲み会
- キャンプ場
- オンライン上の趣味のサークル
- 中高の友達との輪
- パチンコ
- 彼女宅
- 立ち飲み屋
- SNS
- ボランティア団体
- 映画館
- とにかく人のいない所
- 河川敷
- 別荘
- 夫の単身赴任先
- お墓参り
- 馴染みのある近所のお寺
- ビルとビルの狭い空間
- 夫の単身赴任先
- 釣り場
- 海辺
- 研究室
- 恋人との空間
- 生徒会
- ゴルフ練習場
- 行きつけの温泉
- 裏山の誰もいないベンチ
- サッカーのグラウンド
- 夫の単身赴任先
- 近所の公園
- 山小屋
- 会社の倉庫
- 煙
- 麻雀同好会
- 岩盤浴
- テニスの壁打ち
- 少年野球の監督
- 車中泊中の車内
- 滝のそば

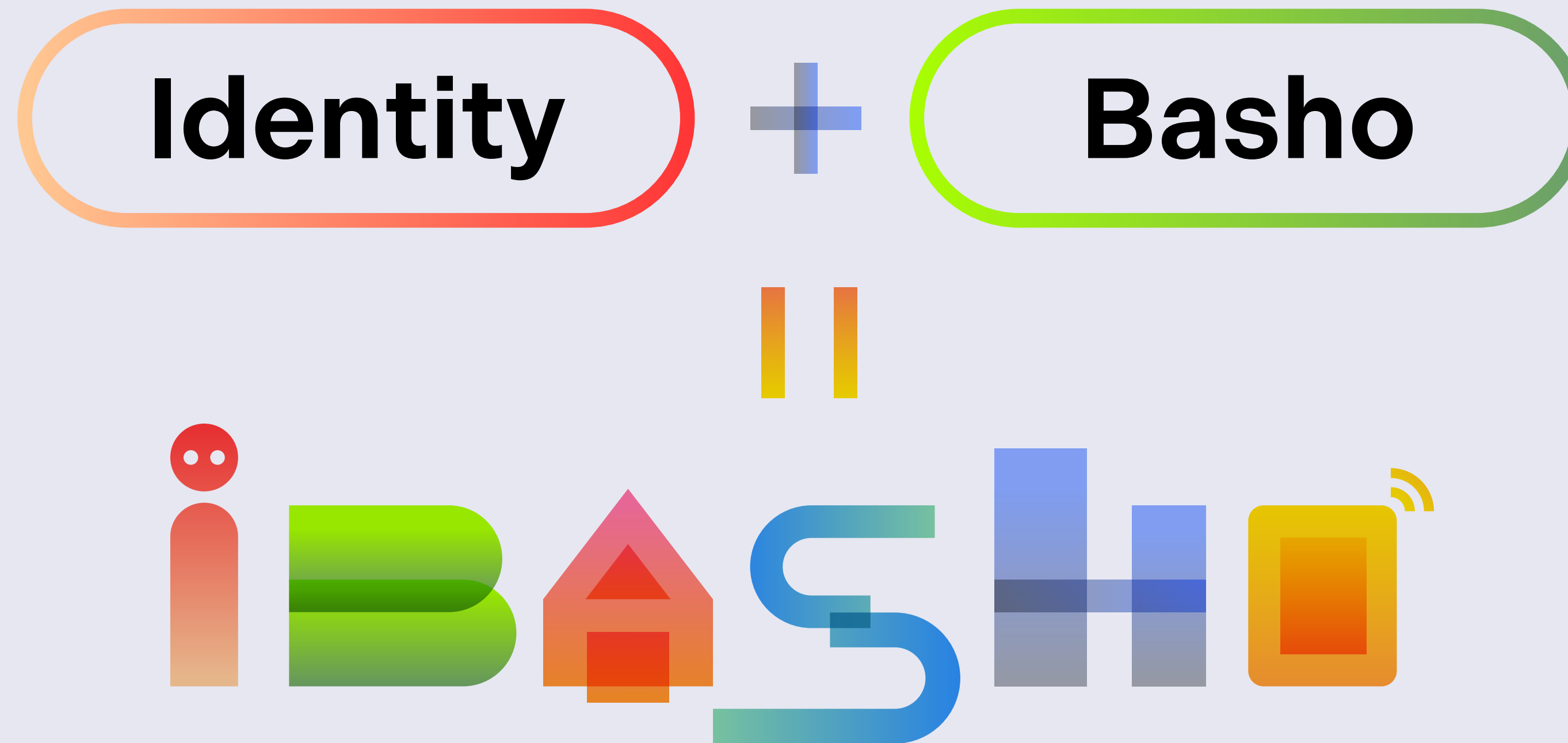


なぜ家以外にも居場所を持つ人のほうが幸せなのか？

それは居場所に求める感情の多さが起因している。

自分だけで完結できる感情だけではなく、他者がいてこそ成り立つ感情も含めて多くの感情を満たせることを場所に求めている。

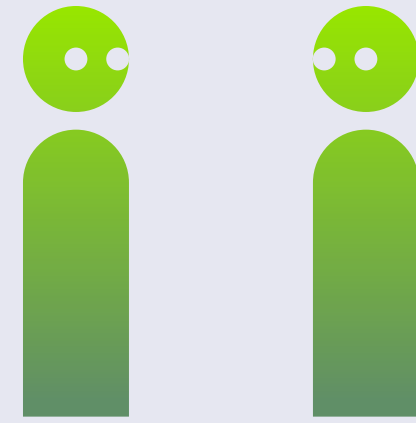




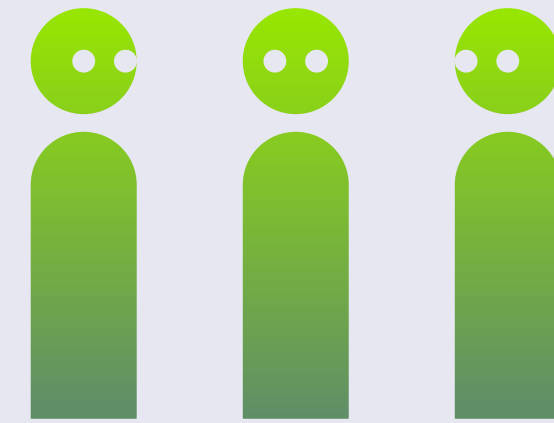
居場所とは、「ひとりや誰かといること、感情を満たせる様々な場所」と捉える。



“ワタシ”



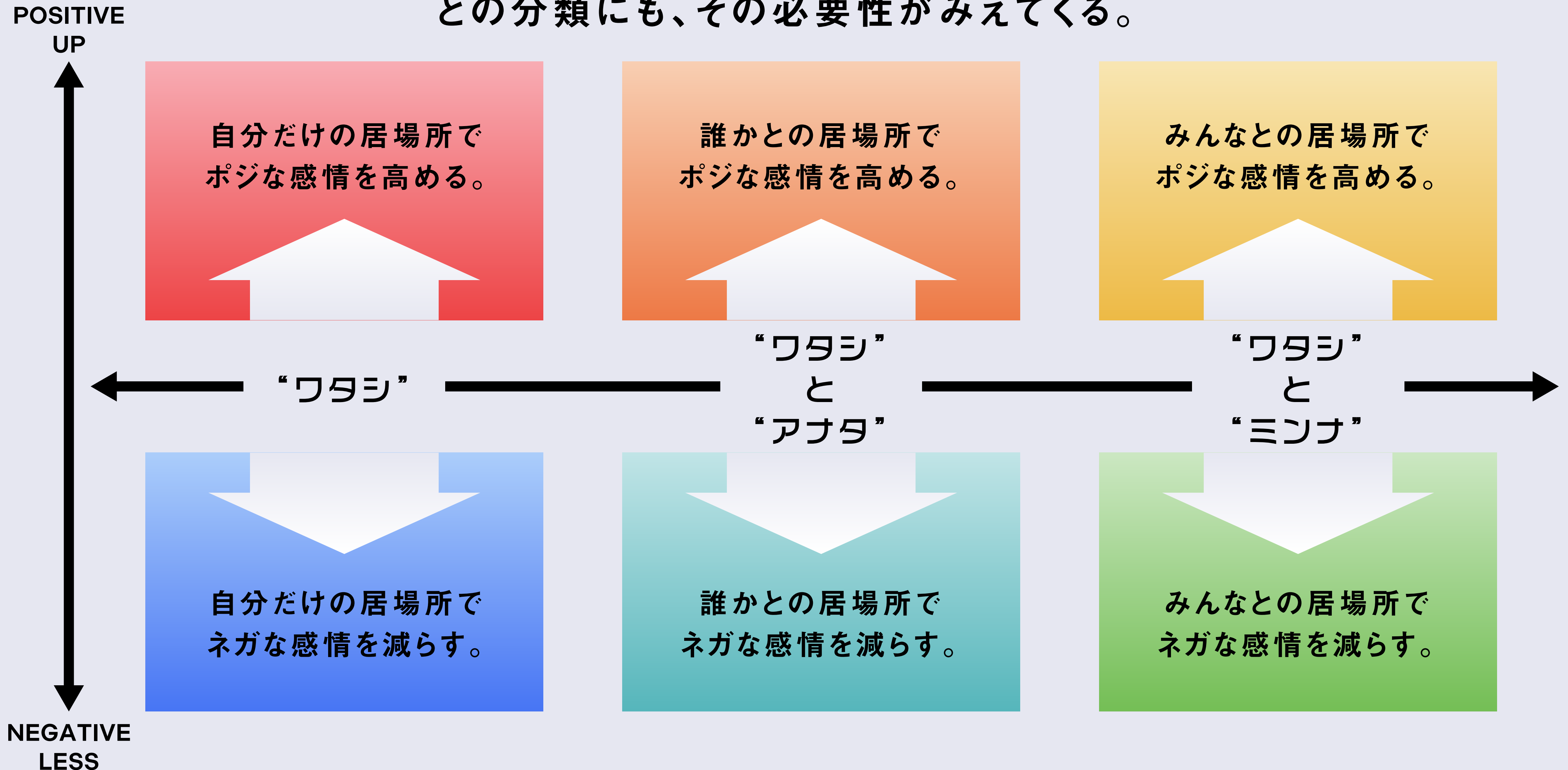
“ワタシ”と“アナタ”



“ワタシ”と“ミンナ”

「人と場所」の関係性と、そこから生まれる感情をもとに、
居場所の在り方を3つに区分。

下記のように、居場所に求める感情を分類すると、
どの分類にも、その必要性がみえてくる。



「ワタシ」のネガティブレスに上位が集まる一方、
それ以外の分類にも、上位から中位までの感情が分散的に広がる。

POSITIVE
UP

5位	好きなことができる	48.2
8位	集中・没頭できる	30.5
13位	気分があがる	24.3
22位	自分を高められる	18.7
26位	創造的になれる	15.8

17位	価値観があう人がいる	22.1
19位	語り合える	21.1
20位	認められる	19.5
23位	役に立てる・頼られる	17.4
30位	讃えられる	11.0

18位	興味を深められる	21.9
29位	いつもと違う自分になれる	11.1
25位	やりがいを感じる	16.9
27位	知らないことに出会える	13.0
28位	刺激をもらえる	12.5

← “ワタシ”

“ワタシ”
と
“アナタ”

“ワタシ”
と
“ミンナ”

→

1位	リラックスができる	59.0
2位	素でいられる	51.7
4位	気まま・自由になれる	48.3
6位	ストレス発散できる	34.5
7位	自分を取り戻せる	32.3

12位	弱みを見せられる	25.0
14位	理解してもらえる	23.7
15位	自分の思考を見せられる	23.5
16位	助けて・支えてもらえる	22.7
21位	励ましてもらえる	18.9

3位	安心感をもらえる	49.4
9位	不安が払拭される	29.1
10位	孤独感を感じなくなる	29.1
11位	悩みを忘れられる	27.4
24位	自信が芽生える	17.1

NEGATIVE
LESS

さらに世代別で居場所に求める感情を見ると、
若年層と高齢層で特に、「ワタシとアナタ」「ワタシとミンナ」の感情を求めている。

10代	
1位	認められる
2位	助けて・支えてもらえる
3位	理解してもらえる
4位	気分があがる
5位	励ましてもらえる

20代	
1位	助けて・支えてもらえる
2位	価値観があう人がいる
3位	励ましてもらえる
4位	理解してもらえる
5位	弱みを見せられる

30代	
1位	安心感を感じられる
2位	弱みを見せられる
3位	理解してもらえる
4位	不安が払拭される
5位	孤独感を感じなくなる

40代	
1位	安心感を感じられる
2位	好きなことができる
3位	不安が払拭される
4位	自分を取り戻せる
5位	弱みを見せられる

50代	
1位	リラックスができる
2位	素でいられる
3位	気まま・自由になれる
4位	好きなことができる
5位	興味を深められる

60代	
1位	興味を深められる
2位	リラックスができる
3位	知らないことに出会える
4位	集中・没頭できる
5位	創造的になれる

70代	
1位	好きなことができる
2位	気まま・自由になれる
3位	リラックスができる
4位	素でいられる
5位	知らないことに出会える

80代	
1位	孤独感を感じなくなる
2位	気分があがる
3位	知らないことに出会える
4位	やりがいを感じる
5位	助けて・支えてもらえる

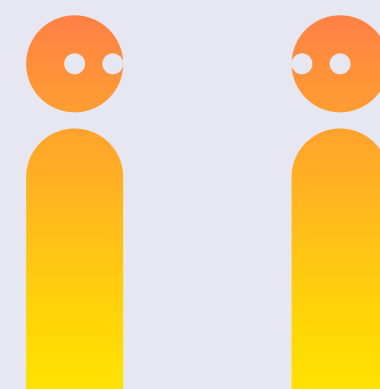
ペルソナでみる「イバシヨカルテ」



BASHO

“ワタシ”
イバシヨ

自分ひとりで感情を
満たすためのIBASHO



BASHO

“ワタシ”と“アナタ”
イイバシヨ

私と大事な誰かで感情を
満たすためのIBASHO



BASHO

“ワタシ”と“ミンナ”
ウイバシヨ

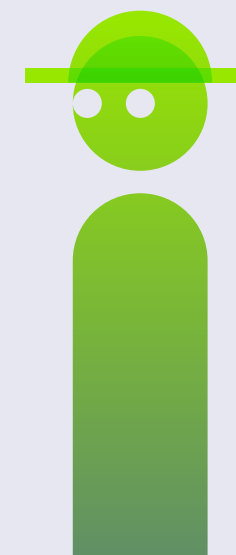
私と複数人以上で感情を
満たすためのIBASHO


3つの分類で場所と人の関係をとらえ直すことで、新しいビジネスを考える。

家・仕事場・それ以外という、「役割」による場所の分類から
わたし・あなた・みんなという「感情」による場所の分類へ。



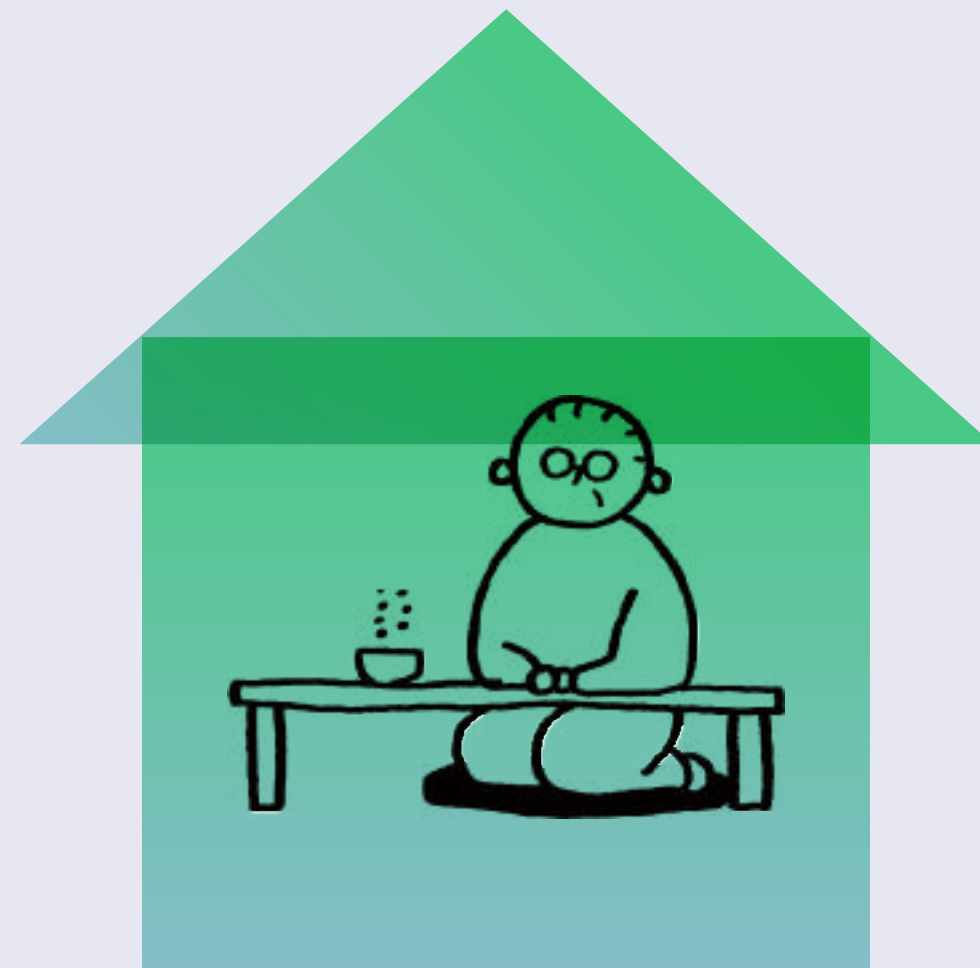
機能論や行動論ではなく
感情や人との関係から見る
「イバショカルテ」を
用いて、新しいビジネスアイデアを
世の中に広げていきましょう





居場所は自在に見つけられる人だけじゃなく、
見つけにくい状況の人もたくさんいる。
そんな人々に、イバシヨカルテを使って
ビジネスアイデアを考えてみましょう。

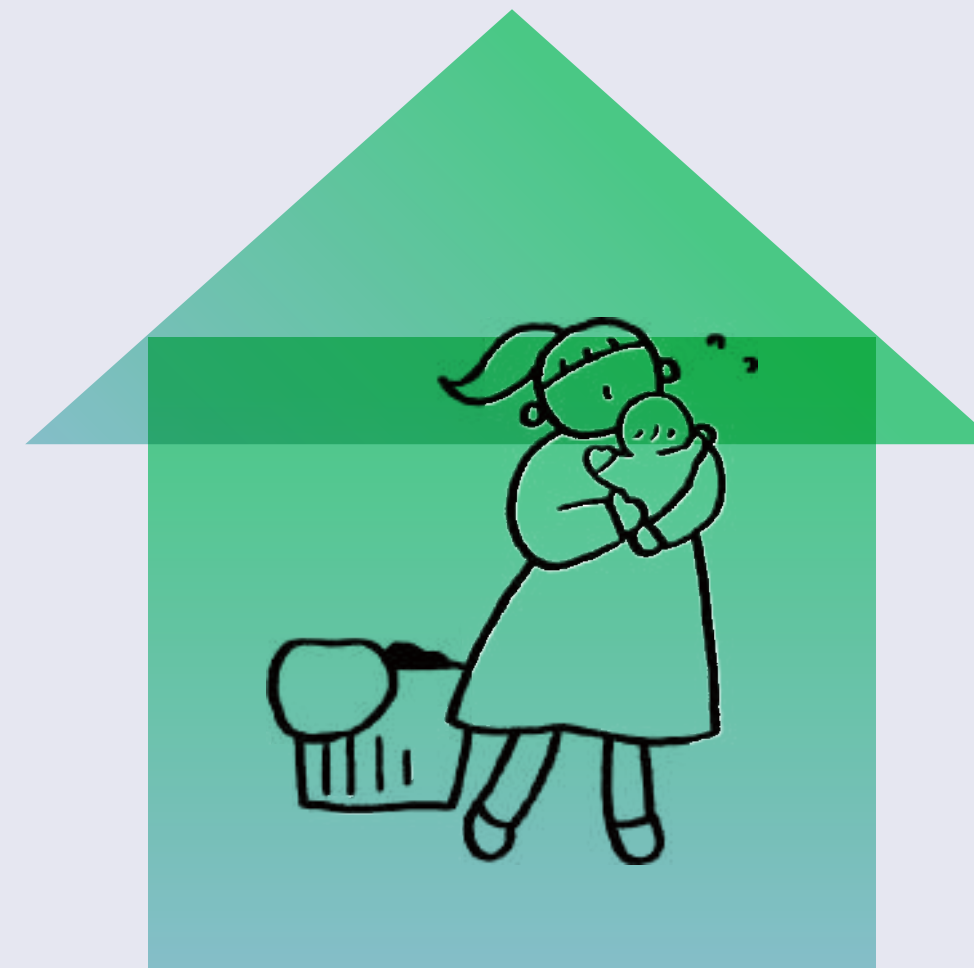
場所の在り方が変わった結果、家以外に居場所を作りづらくなってしまった方々へ
「イイバシヨ」・「ウイバシヨ」を生み出すビジネスアイデア。



ひとり暮らし老人



若手社会人

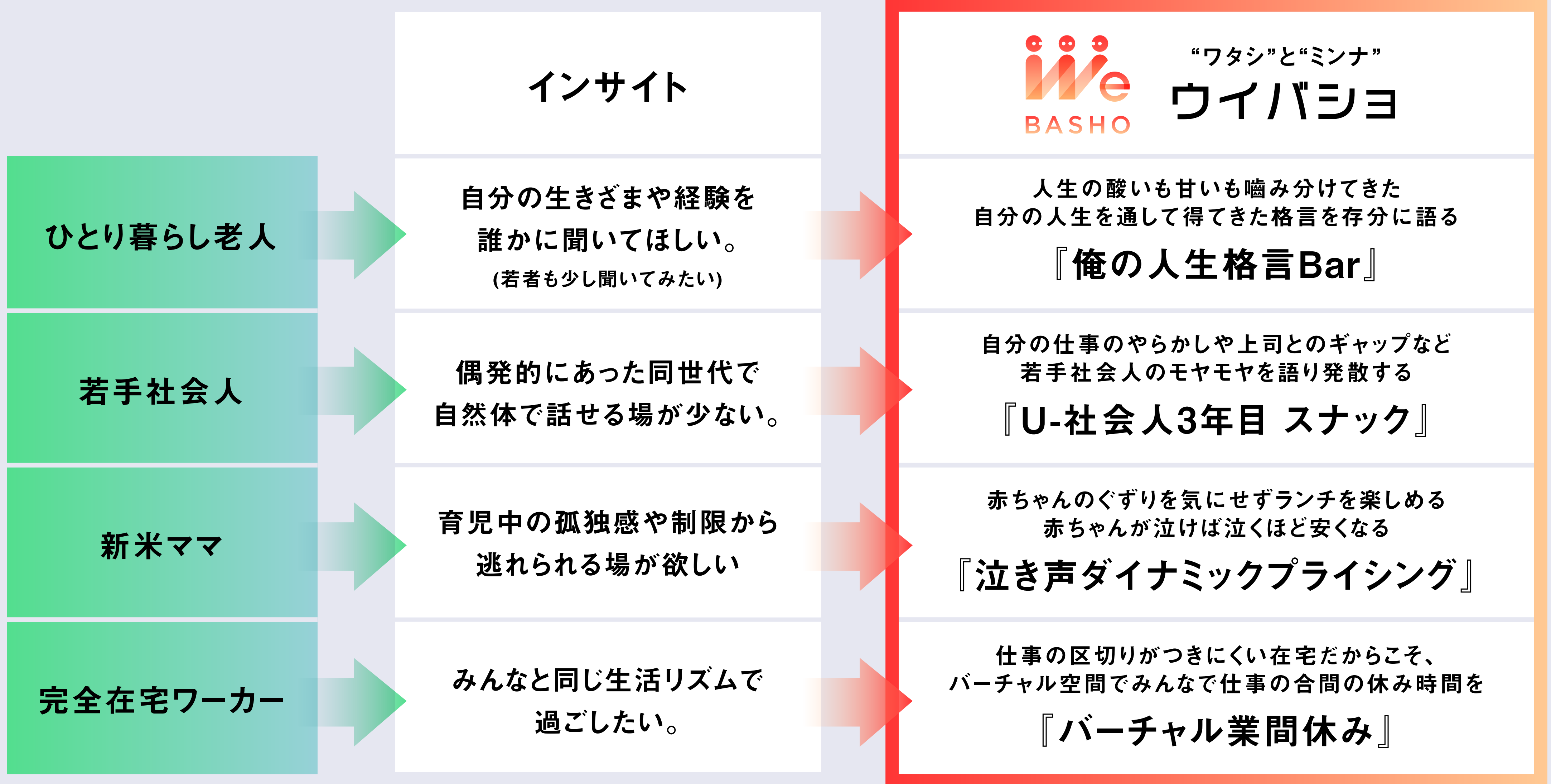


新米ママ



完全在宅ワーカー





これらのアイデアは一例ですが、
居場所をペルソナで整理することで
様々な属性の方々を幸せにするビジネスアイデアが
どんどん生まれていくといいですね!

CHAPTER

オフィスを見つめなおそう

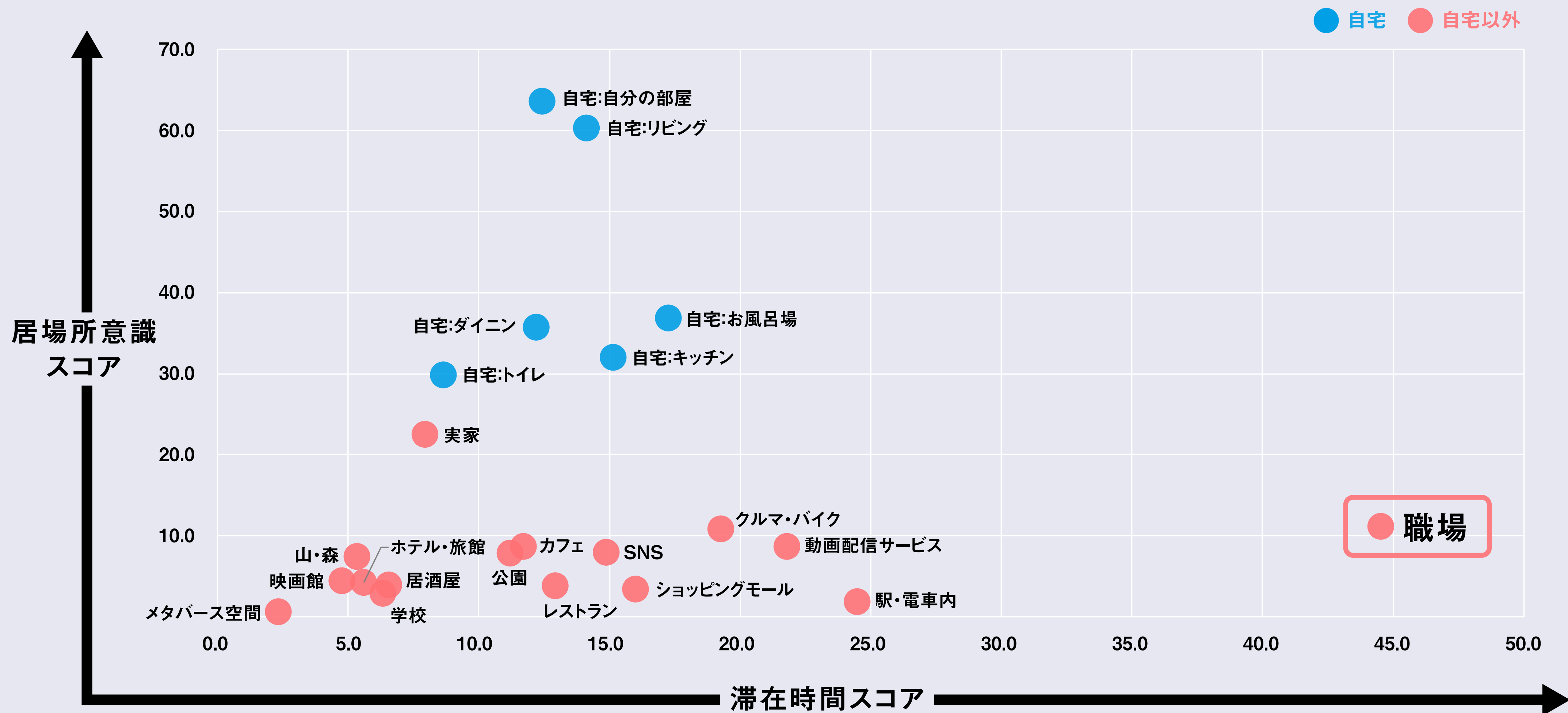


存在価値が大きく問われている、

「オフィス」の在り方を「IBASHO」論から再考する。



滞在時間の長さのわりに、居場所意識が低い「職場」。
 ここを「職場」をアップデートするポテンシャル(可能性)と捉え直す。





仕事のしかたに、これまで以上に

「効率化」や「創造性」が求められるようになったが、

職場はどう変わるべきか？



「3つのペルソナ」で整理すると、職場のアップデートは「イバシヨ」と「ウイバシヨ」の2視点だけで考えられてきた。



BASHO

“ワタシ”
イバシヨ

個の創造性・効率性を
高めたい



BASHO

“ワタシ”と“アナタ”
イイバシヨ

×



BASHO

“ワタシ”と“ミンナ”
ウイバシヨ

組織の刺激・共創を
生み出したい

「イイバシヨ」の視点が欠落していることで、機能しないものが生まれているのではないか。

一方で職場を居場所と捉えている人は、
「イイバシヨ」から得られる感情を求めている。

		スコア	差分
1位	素でいられる	63.8	12.3
2位	認められる	27.8	8.2
3位	気まま・自由になれる	56.0	7.9
4位	集中・没頭できる	37.7	7.8
5位	語り合える	29.6	7.7
6位	役に立てる・頼られる	25.6	7.7
7位	自分を高められる	26.5	7.5
8位	自分を取り戻せる	39.7	7.5
9位	孤独感を感じなくなる	36.3	7.2
10位	リラックスができる	66.4	7.1

居心地のいい職場をつくり、生産性や創造性を生み出すには、
これまで軽視されてきた「イイバシヨこそが重要」と視点を変えることが必要。

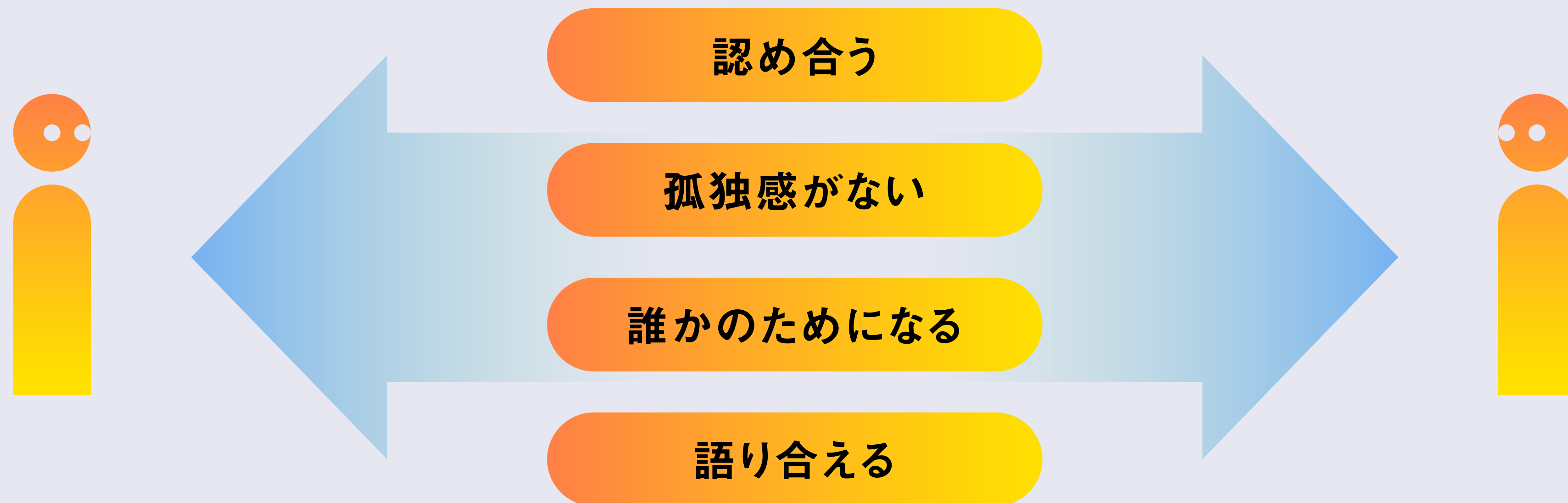


「イイバシヨ」をまず取り入れることこそが、
個としても、チームとしても、効果を発揮する職場をつくりだす。

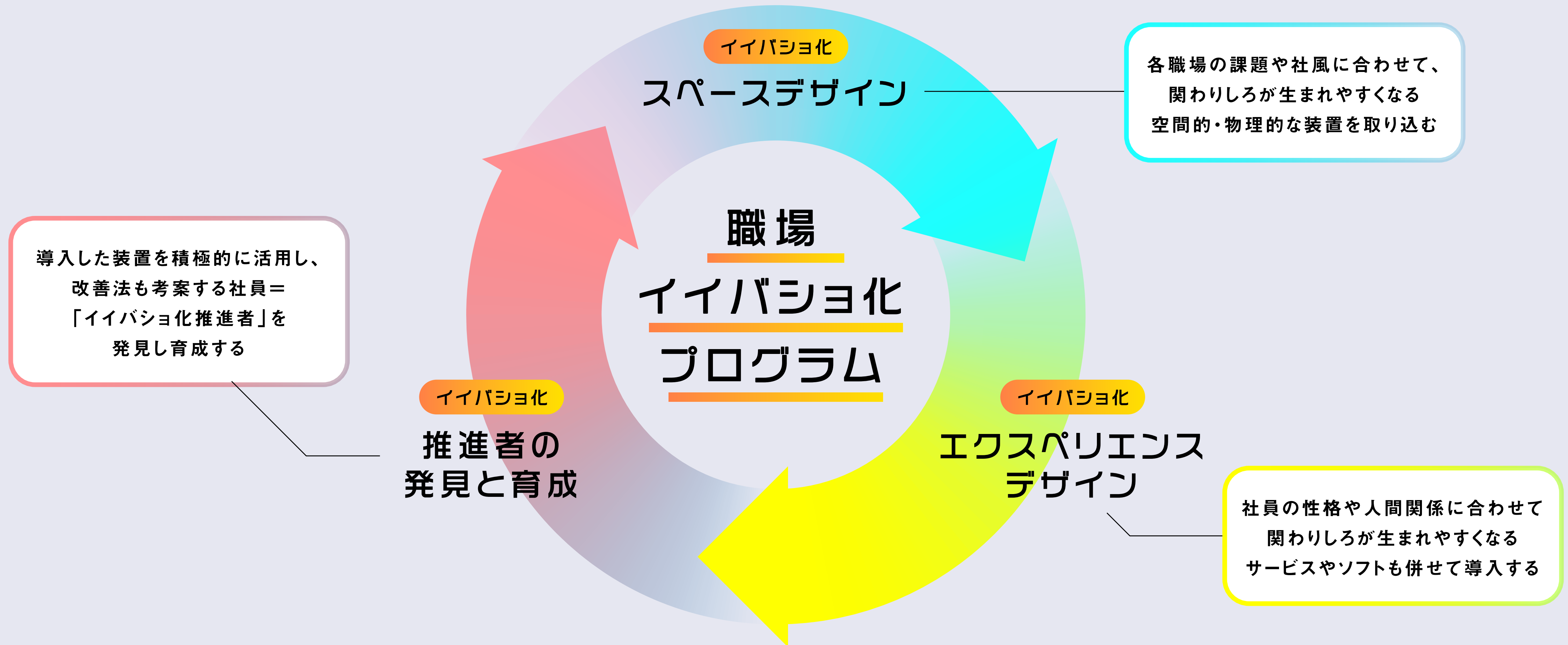


職場‘イイバシヨ’プログラム

いまオフィスに必要なのは仕事の効率に直結はしないが、そのベースになる、
「ワタシとワタシ」の関わりしろを生み出すソリューション。



職場のイイバシヨ化に向けて、 ハード+ソフト+人で複眼的に職場を変えていくプログラムを。



職場を **イイバシヨ化** するための5つの行動

それに紐づく、スペースデザイン・エクスペリエンスデザインアイデア

自分らしさを表に出せる

心を通わせやすくなる

1

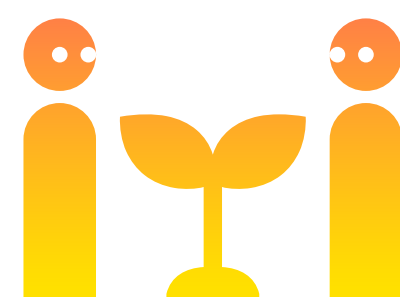
synchronize



自分らしさを場所に
反映できる

2

natural stance



自然を感じられる/
自然体になれる

3

not only working



仕事以外のことが
できる

4

talking friendly



他愛もない
雑談ができる

5

learn personality



人となりを
知ることができる

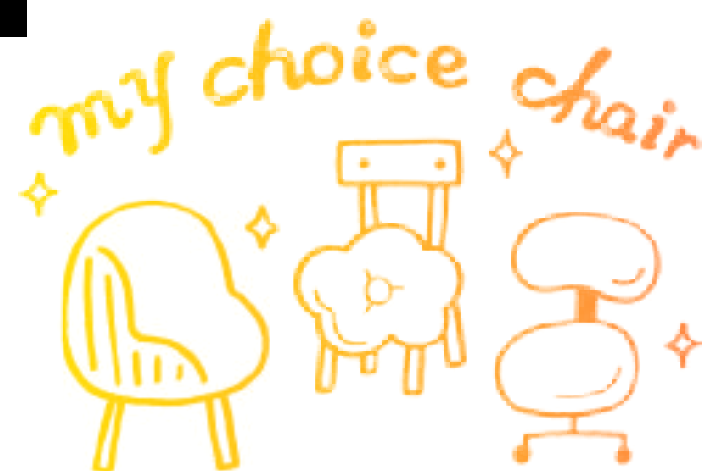
1

synchronize

自分らしさを場所に反映できる



1



お気に入りの椅子で働く
『マイチョイスチェア』

2



自分らしい格好で働く
『チルアウトDAY』

3



一人ひとりの想いが集まる
『ヒトコトボード』

4



社員一人ひとりが選んで置く
『ジブンサボテン』

5



自分で作ったデスクで働く
『DIYデスク』

6



お気に入りのものをディスプレイできる
『マイロッカー』

7



プライベートのお祝いもみんなで祝う
『セレブレーションバルーン』

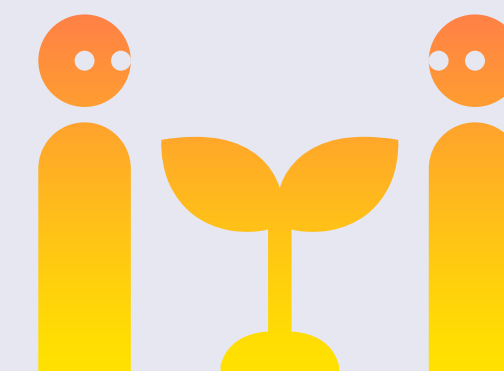
8



今日はバーチャル空間で出勤
『アバターオフィス』

2

natural stance 自然を感じられる/自然体になれる



9



第二の脳を刺激する
『大地のフロア』(芝生・木材)

10



キャンプ気分で働く
『キャンプギアワーク』

11



木や緑などの自然に包まれる
『エア森林浴』

12



炎のゆらぎが心をゆるめる
『1/fゆらぎ暖炉』

13



鳥のさえずりや川のせせらぎに
癒される『森のBGM』

14



ついつい深呼吸したくなる
『ネイチャーアロマ』

15



みんなで育ててみんなと食べる
『オフィスdeマイファーム』

16

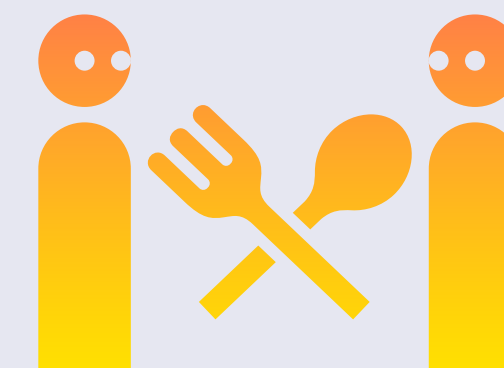


オフィスの外に飛び出す
『キャンプワーケーション』

3

not only working

仕事以外のことができる



17



作って食べておしゃべりする
『みんなのキッチン』

18



卓球やボードゲームで遊べる
『PLAY SPACE』

19



体を動かして脳をリフレッシュ
『社トレスペース』

20



一度寝てリフレッシュ
『15minシエスタ』

21



みんなで大画面で映画鑑賞
『オフィスシネマ』

22



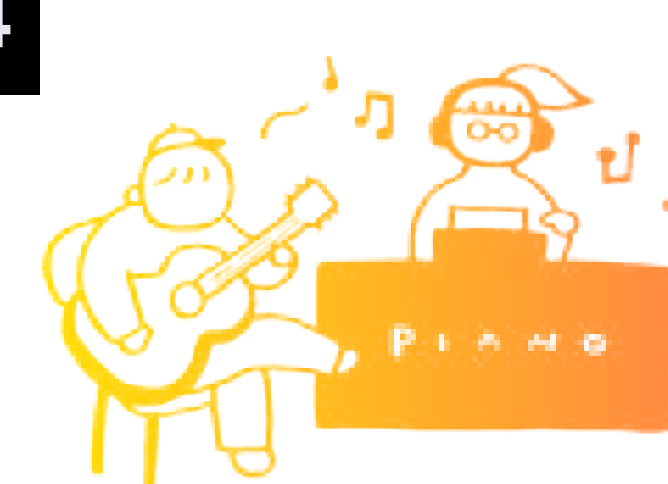
オフィス屋台で食事をふるまう
『一日まかない番長』

23



靴を脱いで裸足で過ごす
『ZASHIKI SPACE』

24



誰でも自由に音を奏でる
『誰でもスタジオ』

4

talking friendly 他愛もない雑談ができる

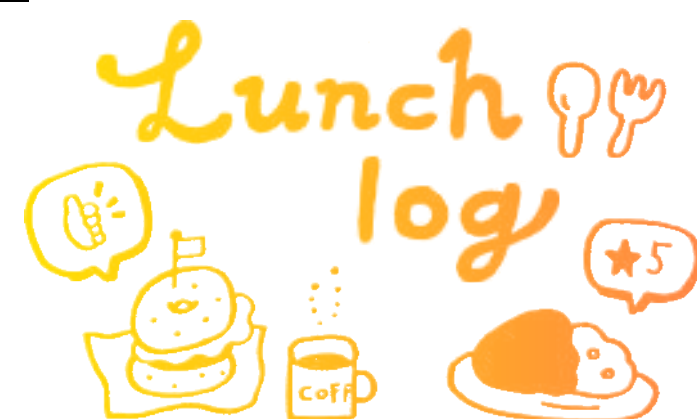


25



今月のおすすめ書籍紹介
『必見!〇〇さんの推薦図書』

26



おすすめ近くのランチを紹介
『おすすめランチログ』

27



いっぱい飲んで話して帰ろう
『ワンドリンク・スナック』

28



その人の考え方やプライベートを発信
『ラジオ放送室』

29



自分のブームボードを伝える
『プレゼンマイブーム』

30



オフィスBGMをルーティーンでお任せ
『Daily Mix BGM』

31



地元の味をご紹介
『里飯ナビ』

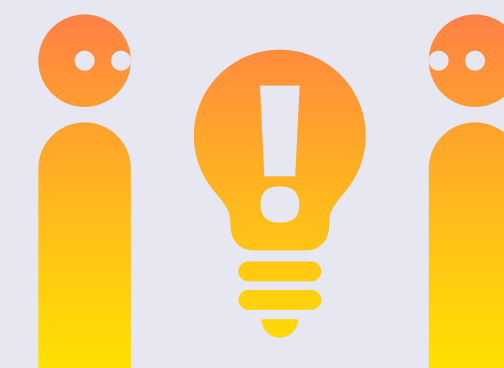
32



自分と縁のある地域のインテリアを活用
『ルーツファニチャー』

5

learn personality 人となりを知ることができる



33



最近どう?から始まる
『立ち話カウンター』

34



月替わりのお楽しみ
『マンスリーフラワープラント』

35



上下関係をなだらかにする
『ROUND ROOM』※通称RR

36



社員みんなで育てる
『ロボペット』

37



感じ方は人それぞれ
『オフィスアート』

38



何が出るかはお楽しみ
『駄菓子ガチャガチャ』

39



足が伸ばせる
『のびのびソファ』

40



人とのご縁を生む
『GO-ENシークエンスレイアウト』

これらのアイデアを、会社の課題や社風、社員の性格に合わせてカスタマイズしながら「イイバシヨ」をつくりだす。

1 synchronize

自分らしさを場所に
反映できる

- 1 お気に入りの椅子で働く
『マイチョイスチェア』
- 2 自分らしい格好で働く
『チルアウトDAY』
- 3 一人ひとりの想いが集まる
『ヒトコトボード』
- 4 社員一人ひとりが
選んで置く
『ジブンサボテン』
- 5 自分で作ったデスクで働く
『DIYデスク』
- 6 お気に入りのものを
ディスプレイできる
『マイロッカー』
- 7 プライベートのお祝いも
みんなで祝う
『セレブレーションバルーン』
- 8 今日はバーチャル
空間で出勤
『アバターオフィス』

2 natural stance

自然を感じられる/
自然体になれる

- 9 第二の脳を刺激する
『大地のフロア』
(芝生・木材)
- 10 キャンプ気分働く
『キャンプギアワーク』
- 11 木や緑などの自然に
包まれる
『エア森林浴』
- 12 炎のゆらぎが心をゆるめる
『1/fゆらぎ暖炉』
- 13 鳥のさえずりや川の
せせらぎに癒される
『森のBGM』
- 14 ついつい深呼吸したくなる
『ネイチャーアロマ』
- 15 みんなで育てて
みんなと食べる
『オフィスdeマイファーム』
- 16 オフィスの外に飛び出す
『キャンプワーケーション』

3 not only working

仕事以外のことが
できる

- 17 作って食べて
おしゃべりする
『みんなのキッチン』
- 18 卓球やボードゲームで
遊べる『PLAY SPACE』
- 19 体を動かして脳を
リフレッシュ
『社トレスペース』
- 20 一度寝てリフレッシュ
『15minシエスタ』
- 21 みんなで大画面で
映画鑑賞
『オフィスシネマ』
- 22 オフィス屋台で
食事をふるまう
『一日まかない番長』
- 23 靴を脱いで裸足で過ごす
『ZASHIKI SPACE』
- 24 誰でも自由に音を奏でる
『誰でもスタジオ』

4 talking friendly

他愛もない
雑談ができる

- 25 今月のおすすめ書籍紹介
『必見!〇〇さんの推薦図書』
- 26 おすすめの近くの
ランチを紹介
『おすすめランチログ』
- 27 いっぱい飲んで
話して帰ろう
『ワンドリンク・スナック』
- 28 その人の考え方や
プライベートを発信
『ラジオ放送室』
- 29 自分のブームボードを
伝える
『プレゼンマイブーム』
- 30 オフィスBGMを
ルーティーンでお任せ
『Daily Mix BGM』
- 31 地元の味をご紹介
『里飯ナビ』
- 32 自分と縁のある地域の
インテリアを活用
『ルーツファニチャー』

5 learn personality

人となりを知ることが
できる

- 33 最近どう?から始まる
『立ち話カウンター』
- 34 月替わりのお楽しみ
『マンスリー
フラワープラント』
- 35 上下関係をなだらかにする
『ROUND ROOM』
※通称RR
- 36 社員みんなで育てる
『ロボペット』
- 37 感じ方は人それぞれ
『オフィスアート』
- 38 何が出るかはお楽しみ
『駄菓子ガチャガチャ』
- 39 足が伸ばせる
『のびのびソファ』
- 40 人とのご縁を生む
『GO-ENシークエンス
レイアウト』

CHAPTER3では、居場所論で「職場」を
アップデートする方法論をご提示いたしました。
みんなが集まりたくなる・働きたくなる場づくりから、
職場の価値が高まっていくことを願っています。



理想のオフィスは、 居場所になれるオフィスから。

生産性や創造性の高いオフィスをつくるには、
個の効率化や、チームの共創力をいきなり高めるだけではならず、
これまで見過ごされてきた「相互理解」や「心理的安全」が
誰にもある場や生み出すことがまずは大切であることが、
このレポートから見えてきました。

このレポートをもとに、
人の感情を起点に、創造性を生み出す空間デザインやワークスタイルを
生み出す取り組みを進めていきます。



Purpose⇒Workstyle ソリューション

人(感情)を起点に、企業や風土やパーパスと組み合わせることで、
より創造性を生み出す空間デザイン、ワークスタイルを構想する

企業風土・パーパス解釈

存在意義・独自性の読み解き

ワークスタイル設計

独自のワークスタイルの設計

ワークスペース開発

それを象徴する職場の設計

SIGN
ING

Social Business Studio

YOMIKO

ENVIRONMENTAL
PLANNING
LABORATORY INC.

新しいビジネスを生み出す仲間をお待ちしています。

リサーチデータ

出典を明記いただくことで、
リサーチデータをご自由に使用していただけます。

【出典表記】
SIGNING「IBASHO REPORT」
2023/05/30

ビジネスアイデア

ビジネスアイデアお問い合わせを頂くことで、
本レポートの研究結果とその考察、
ビジネスアイデアを自由に活用していただけます。

【お問い合わせ】
使用対象・意図をお伺いし条件を確認させていただきます。
(公序良俗に反していないかなど)

contact@signing.co.jp

居場所の新しい在り方から、
新しいビジネスを生み出す仲間を探しています。

●対象者

- ・ 16-89 歳男女
- ・ 全国
- ・ 3400 サンプル

●調査方法

- ・ インターネット調査

●実施時期

- ・ 2022 年 11 月

●調査機関

- ・ 株式会社 マーケティング
アンドアソシエイツ

男性		女性	
10代	200	10代	200
20代	200	20代	200
30代	200	30代	200
40代	200	40代	200
50代	200	50代	200
60代	200	60代	200
70代	121	70代	177
80代	79	80代	23

●リサーチメンバー

- ・ 藤田剛士 YOMIKO
- ・ 秦瞬一郎 SIGNING/YOMIKO
- ・ 伊藤晋吾 SIGNING/YOMIKO
- ・ 鷲尾和彦 SIGNING
- ・ 亀山 淳史郎 SIGNING
- ・ 秋和悟之 環境計画研究所
- ・ 淵本花恵 環境計画研究所
- ・ 榎本葉 環境計画研究所
- ・ 大久保和博 SIGNING/MARKETING&ASSOCIATES

●デザイン

- ・ アートディレクター 森田賢吾 Hi! Design
- ・ デザイナー 小林喜佐斗 MATO

●広報

- ・ 塚越 奈央 SIGNING
- ・ 中山 真弓 SIGNING
- ・ 高橋 比香理 SIGNING/YOMIKO

発行元：SIGNING Ltd. / YOMIKO ADVERTISING INC. /
Environmental Planning Laboratory Inc.

SIGN
ING

Social Business Studio

YOMIKO



ENVIRONMENTAL
PLANNING
LABORATORY INC.