

GGP共創プロジェクト

少子化に向き合う 社会デザイン会議

2025年度活動記録レポート

実証実験編

多世代交流による意識変化は生まれるのか

GGP Co-Creation Project

Social Design Conference on Declining Birthrate | Multi-Generational Interaction Pilot Experiment Report

Introduction

はじめに

三井住友フィナンシャルグループが運営するGREEN×GLOBE Partners(GGP)とロフトワークが共同で立ち上げた「少子化に向き合う社会デザイン会議」。私たちはこれまで、少子化というテーマを制度・金銭的要因といった単純な理由だけで捉えるのではなく、心理的なハードルや経済的な要因、価値観の変化などが複雑に絡み合った「構造的な課題」として見つめ、システム思考を用いて紐解いてきました。リサーチレポートでは、これからの親世代の中心となるZ世代の価値観に寄り添いながら社会構造のループを可視化し、この複雑な仕組みに変化を起こすための「9つの介入点」を見出しています。詳細は別冊「リサーチ編」レポートをご参照ください。

本レポート「実証実験編」は、その分析を一步進め、実際の社会でアクションを起こしてみた実証実験の記録です。今回私たちが着目した介入点は、「子ども・子育てへのポジティブな面を知る機会」を増やすことです。現代の社会では、核家族化や地域のつながりの希薄化が進み、日常のなかで子育て前の世代が子どもと交流する機会がすっかり失われています。この「世代間の分断」が、SNSなどで広がりやすい子育てのネガティブな情報を過大に受け取らせ、「親になる」ことへの心理的なハードルを引き上げてしまっているのです。そこで私たちは、子育て前の世代と子ども・子育て世代をはじめ、色々なところで多世代が自然に混じり合う「居

場所」をつくり、リアルな交流をもつことが若者の意識をどう前向きに変えていくのかを検証する実証実験へと踏み出しました。

実験の第一歩となる舞台として今回選んだのは「働く場」です。多様なワーカーが行き交うオープンな共創空間(SHIBUYA QWS)と、クローズドな企業オフィス(日立製作所)という、2つの異なる環境で多世代が交わる場づくりに挑戦しました。

このレポートでは、実証実験から得られた具体的な成果や、参加してくださった方々の生の声、そして今後の社会実装に向けた課題をありのままにお伝えします。日常の空間で多世代が混じり合うことは、若者が子どもや子育てのイメージを持ちやすくなるだけでなく、人々の心理的安全性の醸成やエンゲージメント向上といった「組織や地域社会の価値」にもつながる可能性を秘めていることが2つの実験から見えてきました。皆さまが「自分たちもやってみたい」と思ったときに役立つよう、空間設計や交流の仕掛けといった実践的なノウハウも、社会で共有できる「社会資本」としてオープンにお届けします。

「日常のなかで子どもや多様な世代が自然に存在し、交わり合う風景」へ。本レポートが、そんな価値観のアップデートに向けた皆さまの実践を後押しする一助となれば幸いです。

Contents

目次

はじめに	
Chapter 1	多世代交流は少子化課題に変化をもたらすのか——実証実験による検証
1-1.	社会的背景と問題意識
1-2.	仮説の設定と目的
1-3.	実証実験の設計アプローチ
Chapter 2	結果と分析
2-1	共創空間における多世代交流の実証
2-1-1	共創空間での実証 — 実施条件
2-1-2	共創空間での実証 — 企画メンバー
2-1-3	共創空間での実証 — 展開コンテンツ
2-1-4	共創空間での実証 — 「Open day with Baby」会場レイアウト
2-1-5	共創空間での実証 — 交流の仕掛け
2-1-6	共創空間での実証 — 検証1:参加成立性
2-1-7	共創空間での実証 — 検証2:交流発生・受容性
2-1-8	共創空間での実証 — 検証3:意識・行動変容
2-1-9	共創空間での実証 — 検証4:持続可能性・再現性
2-2	オフィス空間における多世代交流の実証
2-2-1	オフィス空間での実証 — 実施条件
2-2-2	オフィス空間での実証 — 企画メンバー
2-2-3	オフィス空間での実証 — 展開コンテンツ
2-2-4	オフィス空間での実証 — 「Co-sodate, working day」会場レイアウト
2-2-5	オフィス空間での実証 — 交流の仕掛け
2-2-6	オフィス空間での実証 — 検証1:参加成立性
2-2-7	オフィス空間での実証 — 検証2:交流発生・受容性
2-2-8	オフィス空間での実証 — 検証3:意識・行動変容
2-2-9	オフィス空間での実証 — 検証4:持続可能性・再現性
Chapter 3	多世代交流の社会展開に向けた次のステップ
3-1.	社会へ定着させる展開方法のアイデア
3-2.	「働く場」から「日常の場」へ
おわりに	
Appendix	実証実験から抽出された「多世代交流の場づくり」60のエッセンス

Chapter 1

多世代交流は少子化課題に変化をもたらすのか
——実証実験による検証

Chapter 1



03

1-1 社会的背景と問題意識

少子化の深層にある「世代間分断」と、
複雑に絡み合う構造的課題

少子化は、制度・金銭的要因といった単一の原因だけで起こっているわけではありません。私たちのこれまでのリサーチから見てきたのは、日本経済の低迷と経済格差の拡大、SNSによる相互評価社会が若い世代に与える心理的負担、そして世代間の分断と孤立など、複雑な要素が絡み合っ生じている構造的な問題であるということです。これらの要因が複合的に作用し、未婚率の上昇や出生率の低下を招いているなかで、私たちがとくに深刻な課題として着目したのが「世代間の分断」です。現代の若い世代は、日常生活のなかで子どもと接する機会が少なく、将来子どもを育てることへの実感をもちにくくなっていると考えられます。

SNSによるネガティブ情報の拡散と、
高騰する「子育ての心理的ハードル」

この「子どもとの接点の少なさ」を後押ししている要因のひとつに、情報環境の変化があります。リアルな子育ての楽しさやポジティブな側面にふれる機会が少ないまま、インターネット上で拡散されやすい「子育ては大変」といったネガティブな情報に多くふれることで、子育て前の世代にとって、子どもを持つことへの心理的なハードルが高まりやすい状況が生まれています。

1-2 仮説の設定と目的

Q

若い世代が子どもや親と接することは、
それぞれの「子ども」や「子育て」に対する認識に影響を与えるのか。

こうした課題に対して、私たちはひとつの仮説を立てました。

それは、世代間の分断が進むなかで、若い世代が子どもや親と接する機会を増やすことは、SNS上のネガティブな印象に偏りがちな「子育て」へのイメージを和らげ、将来子どもを生み育てることへの考え方にポジティブな変化をもたらすきっかけになり得るのではないか。さらに、親自身の子育てに対する意識にも何らかの変化が生まれるのではないか、というものです。

違いを補い合う小さな助け合いと、
意識変容の「ブースター」の検証

境遇が異なるからこそ互いに補い合えることがあります。若い世代には難しいけれど子育て中の親ならできること、親には負担でも若い世代なら気軽に手伝えること。同じ空間を共有し、顔を合わせ、会話を重ねることで、そこには小さな助け合いが自然に生まれるかもしれません。

もちろん、ただ同じ空間にいただけで、誰もが無条件にポジティブな意識へと変わるわけではありません。リアルな子育ての現場を知ること、かえってその難しさや大変さに直面し、解像度が上がるがゆえに立ち止まることもあるはずですが。

それでも、こうした交流や共存の体験が、子育てへの心理的なハードルを和らげるきっかけとなり、ゆくゆくはほかの少子化対策の効果を後押しする「ブースター(推進力)」になる可能性を秘めているのではないかと私たちは考えています。

今回の実証実験では、この仮説がどの程度成り立つのかをフラットな視点で確かめながら、人々の意識の変化がどのような環境や仕掛けによって生まれるのかを探っていきました。そのうえで、よりよい接点のあり方を見出し、今後の社会実装や、行政・企業への展開につながる示唆を得ることを目的としています。

1-3 実証実験の設計アプローチ

● なぜ「働く場」を舞台に選んだのか

多世代交流の居場所をつくるにあたり、私たちが実証の第一歩となる舞台として選んだのは「働く場」です。現代の若い世代にとって、「働く場」と「子どもを育てる場所」は、切り離されたものとして捉えられがちですが、働く場に子どもがいる風景をつくり出し、日常の導線上に非日常的な体験を組み込むことで、この構造を解きほぐすことができるのではないかと考えました。また、「子どもと交流するイベントに参加する」という特別な機会としてではなく、仕事や作業といった「日常の導線上」に子どもが存在する風景をつくることで、社会全体の受容性を高めることもめざしています。もちろん、ただ同じ空間にいただけで交流が生まれるわけではありません。若い世代が子どもに関わる最初の一步を踏み出しやすくするために、空間設計、交流コンテンツ、そして心理的ハードルを低減する「参加したくなる理由」をデザインする必要があります。

実験の評価フレーム(共通の4軸)

1)参加成立性

子育て前の世代および子育て世代の参加が実際に発生し、本取組が場として成立するのか。

2)交流発生・受容性

世代を越えた交流が生まれ、参加者にとって価値ある場として受け止められるのか。

3)意識・行動変容

多世代交流の経験は、子育て前の世代および子育て世代の「子ども」や「子育て」に対する意識や行動に変化をもたらすのか。

4)持続可能性・再現性

本取組は、継続的に実施可能で、ほかの場所でも再現できるモデルとなり得るのか。

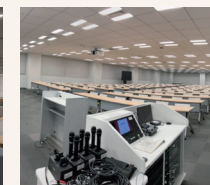
● 2つの異なる「働く場」の設定

また、「どのような環境であれば自然な交流が生まれやすいか」を比較検証するため、対照的な2つの働く場を設定しました。ひとつは、渋谷の商業施設内(渋谷スクランブルスクエア15階)にあり、多様なワーカーや学生が集まるオープンな共創空間「SHIBUYA QWS(※以下「QWS」)」です。ここでは、互いに顔見知りではない「社会の多様な人々」が、子どもを媒介にしてどのようにつながり合えるかを検証しました。もうひとつは、株式会社日立製作所の自社ビル内にあるクローズドな空間です。ここでは、同じ企業で働く社員とその家族という「組織のなかの人々」が交流することで、社員のエンゲージメントや心理的安全性にど

のような影響をもたらすかを検証しました。全国に多世代交流の居場所が広がり、若い世代と子育て世代、そして多様な人々が互いを認め合い交流する風景が日本に生まれる可能性を、皆さまと一緒に確かめたい。その第一歩となる、2つの異なる環境での結果と分析を次章からひも解いていきます。



SHIBUYA QWS



日立製作所オフィス

比較項目	パターンA:SHIBUYA QWS (オープンな共創空間)	パターンB:日立製作所オフィス (企業内のクローズドな空間)
環境の特性	多様なワーカーが行き交う、オープンなイノベーション拠点	就業時間内に執務スペースから身近で立ち寄りやすい、自社ビル内の来客用会議室
参加者の関係性	互いに顔見知りではない「QWSで働く若い世代」と「一般の親子(主に未就学児)」	同じ企業で働く「社員」と「その家族(主に4~6歳の子ども)」
交流の仕掛け	ハイハイレースや工作を楽しむイベント、遊具でのからだ遊びなどを通じた、偶発的でオープンな交流	子どもがコーヒードラムを回して社員にコーヒーをふるまう「ごりごりコーヒー」や、段ボールでのまちづくりなどを通じた、主体的で役割を伴う交流
検証の主眼	「集中したい層」と「交流したい層」が同じ空間でどう共存・棲み分けできるか、そして「見知らぬ多世代が交わること」による社会全体の受容性の変化を検証	子どもを見守りながら働く場を、いかに継続的かつ展開可能な形で構築できるかを検証

Chapter 2-1

結果と分析

共創空間における多世代交流の実証



2-1-1 共創空間での実証 — 実施条件



ここからは、共創空間で実施した実証についてご紹介します。本実証実験は、多様な人々が行き交うオープンなイノベーション拠点「SHIBUYA QWS」を舞台に、「Open day with Baby @ SHIBUYA QWS」として実施しました。一見すると子どもとは関連性が低いと思われる「働く場」に親子を迎え入れるため、複数の企業が暗黙知（ノウハウ）を持ち寄り、安全かつ自然な交流が生まれる環境を構築しました。

● 企画メンバー構成と「共創」の枠組み

本実証実験は、1社の単独開催ではなく、少子化課題に問題意識をもつ多様な企業・団体が協働する「共創」の枠組みで企画・運営されました。

- 主催** 株式会社三井住友フィナンシャルグループ、株式会社三井住友銀行、株式会社ロフトワーク
PM 株式会社赤ちゃん本舗（新規事業推進）
協力 comodo.、サイボウズ株式会社（ソーシャルデザインラボ）、株式会社 Smart Nurse、株式会社日立製作所（社会協創イノベーション事業統括本部）、株式会社 ママスキー、合同会社ラク育、株式会社 Louvy（そだてるはたらくプロジェクト）（※50音順）
提供 株式会社 OpenHeart、株式会社ズカンドットコム、株式会社ピコトン、株式会社ポーネランド（※50音順）
ねらい それぞれが持つ子ども・保育の専門知見や、遊びのコンテンツなどのノウハウを持ち寄り、単発のイベントではなく「社会資本として再現可能な場づくり」のモデルを模索しました。

● 実証実験で向き合った問い

**どうしたら働く場の中で、
自然に多世代交流が促せるか？**

若い世代にとって、強制的な参加ではなく、「立ち寄り」「巻き込み」「関わる理由」が自然に生まれる条件を探索しました。



● 実施日・時間

平日と休日の両方で計4日間実施するなかでの参加者層の違いや、交流の生まれ方の違いを比較検証しました。また、各回の終了後に振り返りを行い、翌回の導線やレイアウトを改善し続けるアプローチを取り入れました。

回	日付	開催時間
第1回	2026年2月7日(土)	10:00~11:45
第2回	2026年2月21日(土)	10:00~12:45
第3回	2026年2月27日(金)	10:00~14:45
第4回	2026年3月4日(水)	10:00~14:45

● 会場設定と来場対象

会場設定とゾーニング

会場 QWSの「クロスパーク」エリアで実施。起業家や学生が集い、「話しかけられたら原則断らない」という交流を推奨する文化が根づくオープンなコワーキングエリアです。この特性から、交流が生まれやすい環境として本実証実験の検証に適していると考え、実施場所として選定しました。

バックヤード・インフラ 同施設内の会議室を借り、保育士による託児・スタッフ控室を用意。保護者が安心して滞在できるインフラを前提条件として整えました。「働く場」特有の配線や機材によるリスクに対しては、エリアを明確に区切るマットの敷設や角のある備品の排除など、物理的な安全確保を徹底。さらに、誤飲を防ぐおもちゃの選定や保育の専門家の常駐により、共創空間の中に未就学児が安全に過ごせる環境を実現しました。

来場対象と集客アプローチ

親子層（未就学児とその保護者） 参画企業のWebサイトやSNS、メールマガジンなど、多様なチャネルを通じて事前申込による集客を実施しました。

若い世代（子育て前の世代） 身元が確認できるQWS会員およびその関係者に限定。事前の施設内ポスターやコミュニケーションツール（LINE WORKS）での告知に加え、当日は会場を通りがかったワーカーに対するスタッフからの声かけを行いました。

2-1-2 共創空間での実証 — 企画メンバー

● プロジェクトマネージャー

株式会社赤ちゃん本舗 (新規事業推進)

役割 市場でのビジネスに留まらず「社会と対話したい」という意志で参画し、ベビーの安全性確保や空間全体のUX設計など、プロジェクトマネージャーとしてチームを牽引。

● 協力 ※50音順

comodo.

役割 「産後すぐパパに本当はしてほしいことって？」など、これからの働き方と子育てのあり方を考えるきっかけとなる問いを提示。

サイボウズ株式会社 (ソーシャルデザインラボ)

役割 イベント開催に向けた告知に協力。

株式会社 Smart Nurse

役割 QWSの場やコミュニティに精通する立場から参画。プレコンセプトケア(妊娠前ケア)の専門知見をもとに、若い世代が妊娠・出産を自分事として捉えるきっかけづくりの観点から、参加者との対話の場(プレスト会)を実施。

株式会社日立製作所 (社会協創イノベーション事業統括本部)

役割 実証実験に関する知見を共有し、企画全体の視座を高める役割を担った。

株式会社 マスキー

役割 未就学児ママ向けサイト運営で培った幅広い知見をもとに参画。会場で大きな盛り上がりを生んだ「ハイハイレース」やミッションカードの企画を担当。

合同会社ラク育

役割 POPUP託児所の運営経験を活かし、「託児ブース」の設置・運営を担当。あわせて、赤ちゃん人形や抱っこ紐を使ったプレ育児体験、フォトブースの設置、参加者との対話の場(プレスト会)も実施。

株式会社 Louvy (そだてるはたらくプロジェクト)

役割 「働く場における子どもとの共存デザイン」を実践してきた知見をもとに参画。託児および空間設計の観点から、安全かつスムーズな運営体制の構築を支援。ハイハイレースのアナウンス、参加者との対話の場(プレスト会)の実施も担当。

● コンテンツ提供 ※50音順

株式会社 OpenHeart

役割 「3D写真」の体験を提供。親子の思い出づくりを支えるとともに、ワーカーが子どもと自然に関わるきっかけとなる場を創出。

株式会社スカッドットコム

役割 「AIぬりえ」(AIを用いてぬりえを作成し、完成した絵が動き出すコンテンツ)を通じて、子どもとテクノロジーを掛け合わせた新しい体験を提供。

株式会社ピコトン

役割 ウォータースティックライトやクリスタル万華鏡など、子どもの創造性を引き出す工作イベントを提供。子どもたちが夢中になれる体験を創出。

株式会社ポーネルド

役割 あそびとアイデアの提供。からだ遊び道具(ポプルス)を用いた体験を通じ、若い世代と親子世代の自然な交流を促した。

● 事務局(主催)

株式会社三井住友フィナンシャルグループ / 株式会社三井住友銀行 / 株式会社ロフトワーク

役割 プロジェクト全体の企画・運営・伴走支援。

2-1-3 共創空間での実証 — 展開コンテンツ

働く大人が子どもと関わる心理的ハードルを下げるためには、「同じ空間にいる」だけでは不十分です。本実証実験では、親子が「ここに来たくなる」ための設計と、働く人が子どもと「関わりやすくなる」ための、世代を超えて楽しめる「共通の目的」となる多彩なコンテンツを空間内にデザインしました。

● 気兼ねなく参加できる「媒介」ツール

関わり方の第一歩を踏み出す仕掛け

子どもと関わるための100のミッションカード

概要 「ハイハイを応援しよう」「おむつ替えを手伝おう」「年齢を聞いてみよう」など、具体的なアクションを100個リストアップしたカード。

効果 「子どもとどう関わればよいか分からない」という迷いをやわらげ、自然に関わるためのきっかけとして機能しました。

これからの子育てで社会を考える「問い」の掲示とプレスト会

概要 「働く場に子どもがいると、何が起ころう?」など、これからの子育てで社会を考えるための問いをボードに掲示し、付箋で回答を共有。

効果 直接子どもと関わらなくても「意見を書き込む」ことで参加でき、若い世代やワーカーにとって、これからの子育てや社会のあり方を自分事として捉えるきっかけを生みました。

TOOLS



● 【熱狂と一体感を生む「ハレ」のコンテンツ】

空間全体の空気を変える仕掛け

ハイハイレース

概要 マットを敷いたエリアで開催された、ベビーのハイハイを皆で見守るイベント。

効果 直接ふれあうことにまだためらいのある大人でも、「周りで見て応援する」ことでこの場に参加できる体験を提供。通りがかりのワーカーも自然と足を止め、空間全体に最大の熱狂とピースフルな一体感を生み出しました。



EVENT

● 一緒に手を動かし、心を通わせる体験

世代を超えた「共通言語」としての遊び

工作遊び

概要 株式会社ピコトンによる、子どもの創造性を引き出す工作イベント。

効果 工作そのものの楽しさによって子どもたちが夢中になって参加し、その賑わいが周囲の大人やほかの子どもの興味を引き、異なる世代が関わりやすいハブ・ツールとして機能しました。

PLAY



AIぬりえ・デジタルアート

概要 株式会社ズカンドットコムによる、子どもが紙やタブレットで描いたぬりえがデジタル化され、スクリーン上で動き出す体験コンテンツ。

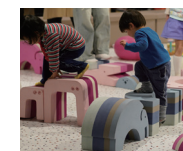
効果 最新技術の面白さによって、子どもだけでなく大人も自然と引き込まれ、ビジネスパーソンが子どもと同じ目線にしゃがみ込み、一緒に色を選ぶような和やかな交流が生まれました。



遊具でのからだ遊び

概要 株式会社ポーネランドによる、デンマーク発の乳幼児期から使えるポプルスを用いたからだ遊びやコミュニケーション。

効果 0歳児とその保護者が一緒にからだを動かして楽しむ遊び方はもちろん、学生たちが自発的に遊具を並べてコースを作り、子どもたちに歩いてもらうなど、身体を使ったあそびが多世代をゆるやかにつなぐきっかけとなりました。



● 【来場のきっかけと交流を生むコンテンツ】

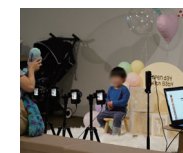
思い出を形に残す

フォトブース

概要 壁に布やバルーン、季節の花々などの装飾を施した特設エリア。株式会社OpenHeartによる3D写真撮影など、日替わりのコンテンツとして空間内に設置されました。

効果 親子の来場に寄与。また撮影をきっかけに親同士が打ち解け、フォトブース周辺に和やかな空気が広がることで、次の深い交流へとつながる起点としても機能しました。

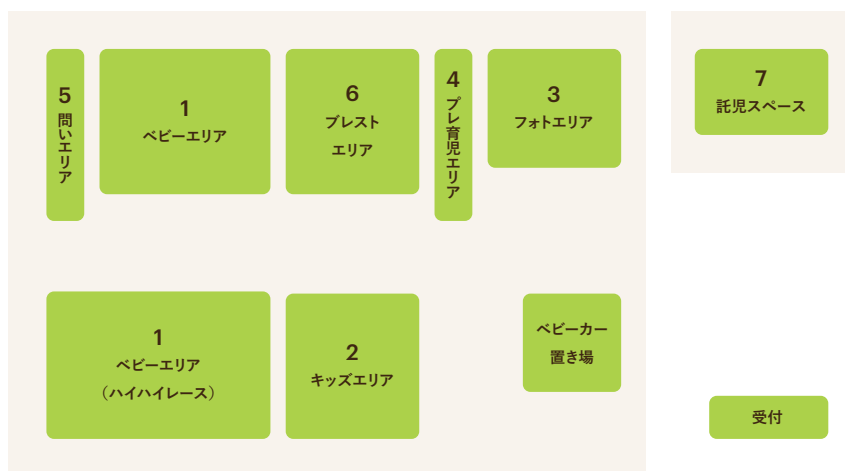
PHOTO



2-1-4 共創空間での実証 —「Open day with Baby」会場レイアウト

オープンな共創空間(クロスパーク)の中に「子どもがいる風景」を実装するため、安全性の確保と交流の生まれやすさを両立した空間設計を検討しました。「手前を低く、奥を高く」することで、入口から会場全体を見渡せる視線設計とし、来場者が入りやすい環境を整えました。

● SHIBUYA QWS内「クロスパーク」(※レイアウトは各回ごとに異なりました)



2

キッズエリア

キッズ用の低い机を設置し、子どもが座ってじっくり創作に取り組める環境。AIぬりえや工作イベントの舞台となりました。



3

フォトエリア

親子の記念撮影の場であるとともに、周囲の人々やワーカーが自然に声をかけるきっかけとなり、やわらかな交流のハブとして機能しました。



4

プレ育児エリア

実際のベビーとふれあう前の準備として、実物大の赤ちゃん人形や抱っこ紐を用いた疑似的な育児体験ができるスペース。



5

問いエリア

「子育てしながら働ける社会ってどんな社会？」など、参画企業によるこれからの子育て社会を考える問いを掲示。参加者が立ち止まるきっかけを生みました。



1

ベビーエリア

ベビー用マットを敷いた安心して過ごせるスペース。ハイハイレスやポーネルドのからだ遊び体験などが実施されました。



6

プレストエリア

「働く場に、子どもがいると、何が起るだろう？」など、社会や子育てに関するライトな問いを掲示。ワーカーが立ち止まって付箋で意見を書き込むことで、直接子どもとふれあわなくても「問い」を通じて間接的に参加できる余白を作りました。



7

託児スペース (別室)

保育の専門家による託児スペースをQWS内会議室に設置し、保護者が安心して参加できる環境を整えました。おもちゃ替えスペースとしても活用されました。

2-1-5 共創空間での実証 — 交流の仕掛け

- **前提** ただ「働く場に子どもがいる」という状況をつくるだけでは、見知らぬ他者同士の交流は生まれません。本実証実験では、「集中したい層」と「交流したい層」の共存をめざし、若い世代が子どもに関わる最初の一步を踏み出しやすくなるような「参加したくなる理由」を含めたUX全体(空間・動線・ルール・コンテンツ)をデザインすることを試みました。

● 保護者の参加

視線と動線のコントロール

会場は手前側に低い備品を、奥側に高さのあるものを配置することで、通りがかった人が空間全体を見渡せる空間設計を行いました。

子どもの成長段階に合わせたエリア分け

歩き回って活発に遊ぶキッズと、まだ歩行前のベビーが同じスペースに混在すると、接触による怪我のリスクが高まります。そこで、キッズエリアとベビーエリアを分け、成長段階に応じたコンテンツを安心して楽しめる空間として設計しました。



「靴/くつをぬいでね」のサイン

エリアの境界となる床には、「ここで靴/くつをぬいでね」とひらがなと漢字を交えたテープを貼りました。これにより、「子ども向けの場所であると同時に、大人も上がってよい場所である」というメッセージを直感的に伝え、参加ハードルを和らげています。

回を重ねるごとのレイアウト・アップデート

ハイハイレースを実施する日は、ベビーエリアが参加親子で埋まりやすいため、会場の周囲から「見守る・応援する」形で参加しやすい空間をつくる、一方ハイハイレースがない日は、若い世代もベビーエリアに入りやすい配置とするなど、全4日間の実施を通して、状況に応じた共存と回遊のバランスを調整しました。



● 若い世代を場所に巻き込む「3つのステップ」

子育て前の若い世代がこの場所を訪れ、子どもと関わるに至るまでのプロセスを、以下の3段階の体験として設計しました。

① どうしたらQWSに来館し、共存できるか(認知・集客と曜日に合わせた場づくり)

平日と休日で来館者の層、そして参加する子どもの年齢が大きく異なることを前提に、事前にWebサイトやSNSを通じた告知や、施設内ポスターによる周知を実施しました。平日はQWSを普段から利用しているワーカーが多く訪れているため、業務の合間に自然に立ち寄れるような声かけを重視しました。一方で、休日はワーカーが少ない反面、保護者にとっては来場しやすく、子どもたちの参加数が増えることが想定されました。そのため、休日は場の作り方を変え、子どもたちが夢中になって遊べるコンテンツ(工作やからだ遊びなど)を厚めに用意するとともに、QWS内のほかエリアで活動していた高校生たちにスタッフを通じて声かけを行うなど、曜日の特性に合わせて多様な層が「まずはその場にいる」状況をつくり出すことを試みました。



② どうしたら会場(QWS「クロスパーク」内)に足を踏み入れたいくなるか

(参加ハードルの低減)

会場の横を通りがかったワーカーが直感的に足を踏み入れやすいよう、「参加・出入り自由」を大きく掲げました。また、施設内のほかのスペースを利用しているワーカーに対しても、作業の妨げにならない無理のない範囲で実証実験の趣旨や、その日のプログラム(タイムスケジュール)を伝える紙とミッションカードをセットにして配布し、自然な形で認知を広げるよう試みました。さらに、カフェエリアで食事の提供を待っている人などに「リフレッシュがでら、子どもたちと一緒に工作をしてみませんか?」「プレスト会に参加してみませんか?」と直接声をかけました。こうした声かけによって、会場に足を踏み入れるための明確な「きっかけ」をつくり、参加を後押しすることを試みました。



③ どうしたら実際に交流するか(関わりのトリガーと共通目的)

会場に入った後に「何をすればいいかわからない」という戸惑いが生まれないう、「年齢を聞いてみよう」などの具体的なアクションを記載した「100のミッションカード」を配布しました。さらに、「最初に取り組むミッション」の提示や「ミッションボックス(くじ引き)」など、遊び心のある仕掛けを用意し、関わりのきっかけをつくることを試みました。また、ハイハイレースでの「応援」や、AIぬりえでの「共同作業」など、世代を超えた共通言語となる「遊び」を媒介にすることで、見知らぬ多世代同士でも自然に交流が生まれるよう工夫しました。



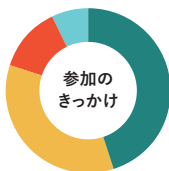
2-1-6 共創空間での実証 — 検証1. 参加成立性

ここからは、実証実験から得られた結果をご紹介します。まず最初の検証軸である「1. 参加成立性」について、「そもそも働く場に親子は来るのか」、そして「若い世代と親子の双方が、安全に同じ空間で共存できるのか」を検証しました。

● 境界線を溶かし、心理的安全性を高める「空間設計」

親子(未就学児とその保護者)の参加は事前申込制で行い、4日間の開催で68家族(子ども73名)が参加しました。商業施設の15階にあるコワーキングスペースという、本来子どもが訪れることの少ない「非日常の空間」でありながら、多くの親子にご参加いただきました。

区分	日付	申込	実来場
第1回	2月7日(土)	18家族(子ども23名)	13家族(子ども15名)
第2回	2月21日(土)	19家族(子ども21名)	16家族(子ども17名)
第3回	2月27日(金)	19家族(子ども20名)	17家族(子ども18名)
第4回	3月4日(水)	30家族(子ども32名)	22家族(子ども23名)
合計	計4日間	計86家族(子ども96名)	計68家族(子ども73名)



- **SNS・インターネット広告(約45%)**: 特に、「Instagramの投稿を見て参加した」という経路での参加が多く見られました。
- **口コミ・知人からの紹介(約35%)**: 友人や知人からの紹介、QWS利用者からの案内など、身近な人からの口コミも参加の大きな動機となっていました。
- **参画企業・施設からの案内(13%)**: 実証実験参画企業からの案内や店舗チラシ、関係者からの直接の案内など、リアルな接点からの参加も見られました。
- **子連れお出かけ情報サイト・Web検索(約7%)**: 子ども向けお出かけ情報サイト「いこーよ」(Webアプリ)や、Google検索(例:「都内 赤ちゃん イベント」)など、赤ちゃん向けイベントを探す中で参加に至ったケースも多く見られました。

● 若い世代の参加

一方、子育て前の若い世代については、事前申込制を設けず、当日QWSを利用していた来館者を対象としました。各回10~20名程度が参加し、参加状況には平日と休日で異なる傾向が見られました。

休日 施設全体としてワーカーは少ないものの、第2回目(2月21日)には、別のイベントでちょうど施設を訪れていた高校生などにも声をかけて参加を促しました。その結果、ほかの日とは異なる形で多様な世代が交わる状況が生まれました。

平日 普段から施設の利用者が多く訪れており、業務の合間に会場へ足を踏み入れるといった「立ち寄り」の姿が確認されています。

● 場としての成立: 安全な運営と共存の実現

一般的にコワーキングスペースは大人が働くことを前提とした場所であり、未就学児を迎え入れる試みは、今回のプロジェクトにおいてひとつの大きなチャレンジでした。PCの配線や機材が多く存在する環境のなかで安全を確保することは簡単ではありませんが、ヘビーカー置き場の設置やおむつ替えスペースの案内、保育の専門家による見守り体制の導入など、実施を重ねながら

環境を整えるための工夫を行いました。その結果、4日間の実証実験中、事故や怪我は発生せず、無事にイベントを終えることができました。今回の取組からは、適切なルールづくりや専門家の関わりがあれば、働く場と親子の居場所が同じ空間の中で共存できる可能性があること、そして多世代が交わる場として機能し得ることが示唆されました。

● 考察: 若い世代が「足を踏み入れる」ことの心理的ハードルを乗り越える

事前の想定以上に難しかったのが、たまたま通りがかった若い世代に「実際に会場の中へ足を踏み入れてもらうこと」です。会場の前を通って関心を示す人は多数いたものの、そこから「中に入る」という行動へ移すまでには、見えない高い壁が存在していることが浮き彫りになりました。

「ない」といった声も見られました。場の趣旨や関わり方を丁寧に示す案内や、さりげない声かけを通じて、関わり方に対する心理的ハードルを下げっていく工夫が求められます。

現場での観察やアンケート結果から、その要因として以下の3点が挙げられます。

① 参加したいと思えるきっかけづくり 「仕事中に、なぜ子どもと交流する時間を設ける必要があるのだろう」といった率直な声もありました。働く時間や場所の中で無理なく足を運んでもらうためには、働く側の視点に立ち、これまで接点がなかった人でも「参加してみたい」と思える理由を分かりやすく伝えることが重要です。

③ 周囲に合わせる傾向 複数人で通りがかった際に、「誰か一人が入らないと全員が入らない」といったワーカーの傾向も見られました。人が集まれば自然に交流が生まれるとは限らず、きっかけがつかめないまま通り過ぎてしまう場面もあります。最初の一步を後押しする仕掛けを設計していくことが重要です。

② 関わり方への戸惑いへの対応 オープンな空間であるがゆえに、「具体的に何をすればよいのか分から

子どもたちがいる空間をつくるだけでなく、子育て前の世代の日常の導線に自然に入り込み、「ちょっと立ち寄ってみたい」と思えるきっかけをいかに設計できるかが、今後の持続可能な場づくりに向けた重要なポイントになります。

2-1-7 共創空間での実証 — 検証2:交流発生・受容性

次に、「2. 交流発生・受容性」です。

共創空間というオープンな場において、空間とコンテンツの仕掛けによって自然な関わりが生まれました。

実証実験の場で確認された、関わりの深さに応じた3つの交流パターンをご紹介します。

① 自然な応援（低関与）

近くにいるだけで参加できる関わり

ハイハイレース・遊具でのからだ遊び

シーン 訪れていたワーカーや学生が足を止め、ベビーを自然に応援する様子が見られました。

発見 子どもたちの周辺で場を共有するだけでも、「応援」という形で参加できるため心理的ハードルが低く、空間全体に一体感が生まれました。



② 作業を通じた交流（中関与）

共通の目的が距離を縮める

創作を楽しむイベント(AIぬりえ・工作)

シーン ビジネスパーソンが子どもと同じ目線で、一緒に制作に没頭する姿が見られました。

発見 「作品をつくる」という共通の目的があることで自然に会話が生まれ、大人と子どもがフラットな関係で関わることができました。



③ 保護者起点の巻き込み（高関与）

リアルな育児体験への接続

ミルクや離乳食をあげる、おもつを替える

シーン 保護者が自発的に「やってみますか?」と周りの若い世代に声をかける場面が見られました。

発見 親の心理的安全性が担保されていたことで自然な巻き込みが生まれ、若い世代にとって貴重な育児体験の機会となりました。



● 働く場としての受容性：

子どもの存在がもたらす空間の
「癒やし」と「寛容さ」

共創空間に子どもがいることへの受容性について、アンケートでは主に以下のような声が寄せられました。

「シェアオフィスの中に突如として現れる赤ちゃんや子どもスペースは、異質でありながらも違和感がなく、QWS以外の場所でも実現できたら面白いと感じました」(20代)

「カフェやレストランでは赤ちゃんの泣き声が気になることもありますが、この空間では不思議と気になりませんでした」(20代)

これらの結果から、子どもの存在が空間の緊張を和らげ、他者への寛容さを生み出す効果があることがうかがえます。

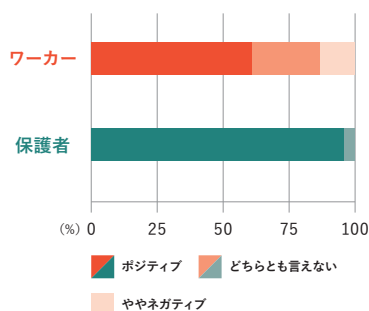
一方で、多様な人が利用する施設への導入には課題もあります。「仕事中に子どもの声が気になる」「関わりを強要されるのは抵抗がある」といった意見もあり、価値観の分断リスクが指摘されました。多世代交流を広げるには、「集中」と「交流」を選択できる環境づくりと、明確なゾーニングや丁寧なルール設計が重要です。

2-1-8 共創空間での実証 — 検証3: 意識・行動変容

続いて、「3. 意識・行動変容」の結果をご紹介します。多世代交流の経験は、若い世代には「子ども・子育てへの実感・認識」を高める方向に、保護者には「子育て」の心理的負担を低減する方向に、それぞれ異なる形で作用する可能性が示唆されました。

①参加前

Q 「今回のイベント参加前、あなたは「子どもに対する気持ち」や「子育てに対する思い」を、どのように感じていましたか?」



【ワーカーの意識・行動変容】

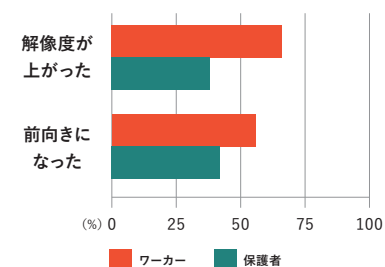
子育て前の若い世代は、参加前には約4割が「どちらとも言えない」「ややネガティブ」と回答しており、一定の心理的ハードルが見られました。一方で、参加後には半数以上(53.3%)が「前向きな印象へ変化」し、6割以上(66.6%)が「具体的なイメージを持てるようになった」と回答しています。

【保護者(子育て層)の意識・行動変容】

一方で、保護者(子連れ参加者)は、参加前から約96%が「ポジティブ」な印象を持っており、心理的ハ

②参加後

Q 「今回のイベント参加後、あなたの「子どもに対する気持ち」や「子育てに対する考え方」はどのように変化しましたか?」



※複数選択式「以前より具体的なイメージを持てるようになった」「全体的な印象が以前より前向き or 後ろ向きになった」

ドルは低い状態でした。それにもかかわらず、参加後には約4割強がさらに「前向きな印象へ変化」し、約3割台後半が「解像度が向上した」と回答しています。定性的な声を見ると、「作業中の方が我が子を微笑ましい目で見守ってくれた」「若い世代が子どもたちを『可愛い』と言っている姿が印象的だった」といった、他世代からの受容を実感する意見が多く寄せられました。このことから、多世代が共存する空間は、保護者にとって「見守られている」という安心感やウェルビーイングの向上につながり、孤独感や育児負担の軽減に寄与する可能性があると考えられます。

自由記述から見るリアルな声と課題 (※一部抜粋)

■ワーカー

ポジティブな変化

リアルを知り、漠然とした不安が消えた

「おむつ替えやミルク、離乳食をあげる体験ができ、想像とリアルでの大変さのポイントが違った。体験することで漠然とした不安が消えた」(20代)

子どものイメージがはっきりした

「普段接しない赤ちゃんから子どもまでいて、子どものイメージがはっきりした」(20代)

子育て世代への共感と空間の癒やし

「育てている親御さんを見て、同年代なのにすごいと尊敬した!」(20代) / 「適度な賑やかさがホワイトノイズのように感じられ、作業にも集中できた。未就学の子の存在が癒しになった」(20代)

ネガティブ・戸惑いの声

接し方が分からず、自信を喪失

「子どもとの共通言語が分からない状態で、子どもと接する自信がなくなった。自分ではついていけない自信がないと感じた」(20代)

ネガティブな声もありましたが、実際に子どもと関わったからこそ得られた気づきです。今後は、よりゆるやかで分かりやすい交流から始めてみる仕組みの設計が有効と考えられます。

■保護者

「見守られている」感覚が子育ての負担を軽減

「会場を縦横無尽に歩き回る我が子を、作業中の方が微笑ましい目で見守ってくれたり挨拶をしてくれた。街中でも、社会全体でもっとそうなれば子育てがよりしやすくなるのと感じた」(30代) / 「どこに行っても肩身狭く、人も多く、少し友達とご飯食べて子供を遊ばせたいだけなのに…という気持ちでいっぱいですが、こんな楽しいイベントに参加でき、充分なスペースで遊ばせることができて本当に嬉しかった」(30代)

若い世代への安心感と社会への期待

「若い世代が子どもたちを『可愛い』と言っている姿が印象的。今の若い方たちが、子どもを可愛いと思えば、子どもが欲しくなるような場があることが貴重であり必要だと思う」(30代) / 「漠然と、子育てしやすくなる為にはどうしたらいいんだろうと考えることがあり、若い世代がポジティブに子供に関わっている姿を見て、少し安心できた」(40代)

心理的負担の低減

「娘に声をかけてくれたり、うまい誘導してくれる大人がいるだけで、心理的な負担は減ると感じた」(30代) / 「同じように感じている人たちがたくさんいると分かったから(安心した)」(20代) / 「アウェイな会心が心配したけど、皆さんの眼差しが優しく、いろんな世代の方がいっても安心してその場に居られる感じがあった」(30代)

2-1-9 共創空間での実証 — 検証4:持続可能性・再現性

最後に、「4. 持続可能性・再現性」について検討します。4日間の開催を通じて多世代交流の価値を提示した一方で、この取組を単発のイベントで終わらせず、社会のさまざまな場所で再現可能な社会資本として継続していくうえで乗り越えるべきポイントも明らかになりました。

● 実施にかかる費用の目安

託児費用 約15万円/回 ※専門スタッフ配置、備品送料込み	コンテンツ費用 約10～15万円/件 ※機材および専門スタッフの派遣込み	備品費 約5～10万円/回 衛生用品・備品搬送・マットレンタル等
-------------------------------------	--	--

※1日あたり、複数のコンテンツを同時稼働させて概ね50万円程度のランニングコストとなりました。

※別途、初期費用としてデザイン制作費、会場装飾の印刷費、記録撮影費等がかかりました。

● インフラと安全管理の壁

QWSという「大人の働く場」に未就学児を迎え入れるにあたり、インフラの整備と安全面の配慮は重要な論点となりました。施設側からは、同じエリア内(クロスパーク内)にベビーカー置き場をあわせて確保することをはじめ、従来の「働く場」では想定されていなかった条件への対応が求められました。

また、専用の授乳室やおむつ交換台が同一フロアになく、親子が別の階まで移動しなければならないといっ

た利便性の課題も明らかになりました。これらの設備は、親子にとっての安心感を支えるだけでなく、場における関わりや会話のきっかけを生む重要なインフラであることが確認されました。

こうした検証を通じて見えてきたのは、「働く場」にベビーカーがあることや、親子が自然に過ごしている風景が、特別なものではなく日常の一部として受け入れられていく必要性です。親子とワーカーが無理なく共存できる環境を設計していくことは、働く場のあり方そのものを拡張する試みでもあります。

● 多様なニーズが共存する場の設計

持続可能性を考えるうえで重要な示唆となるのが、働くワーカーから寄せられた率直な声です。

アンケート

「子どもの泣き声や叫び声が遠くの方まで響いてきて、仕事をしている自分としては気になった」/「参加する・しないには選択の余地があるはず。もし子どもとの関わりを一方的に求められる環境では、運営側の意図の押し付けになってしまう」

同じ空間を共有していても、それぞれに異なる目的やニーズがあることを十分に理解しないまま、すべての人を巻き込もうとすると、かえって距離を生んでしまいます。そのため、本取組を持続可能な形で広げていくには、単に空間を開放するだけでなく、「交流を望む人」と「集中したい人」の双方が無理なく共存できる環境設計が重要になります。具体的には、適切なゾーニングに加え、関わるかどうかを個人が自然に選択できる導線や仕掛けを設計していくこと、すなわち体験全体のUXを丁寧に設計していくことが、今後の重要なポイントになると考えられます。

● スタッフに頼りすぎない、自然な関わりへの設計へ

「ただ空間を用意すれば自然と交流が生まれるわけではない」ということも、本実験を通じて実感した学びのひとつです。

実証実験当日は、参加企業の運営メンバーが常時関わり、通りがかった若い世代への声かけを積極的に行っていたことが、多くの交流を生むきっかけとなりました。一方で、「スタッフが多いことで、見守られているというよりも、見られているように感じてしまった」

といった参加者の声も寄せられました。

こうした気づきを踏まえると、今後はほかの施設や企業が日常の中で無理なく運営できる形へと発展させていく必要があります。そのためには、「いつ・何が行われているか」を分かりやすく示すタイムラインの共有や、スタッフが常に介入しなくても自然に人が関われる仕組みづくりなど、より自律的に機能する場の設計が重要になると考えられます。

● 取組を広げるためのポイント

この取組を継続・拡大していくためには、「なぜ働く人が子どもと関わるのか」という理由を明確にすること、「費用をどう分担するか」が重要なポイントとなります。実際に若い世代からは「子どもと関わる意味が分かりづらい」といった声もあり、日常生活の中で子どもとの関わりを持つ意義をどう伝えるかが課題として見えてきました。そのため、関わるのが個人や企業にとってどのような価値につながるのかが分かりやすく示すことが重要です。

企業に対しては、「社内コミュニケーションの活性化」「エンゲージメントの向上」「採用ブランディングへの寄与」といった観点から価値を整理し、共有していく必要があります。

また、継続的な展開には一定のコストが伴うため、企業単独で負担するのではなく、行政との連携なども含めた費用分担の仕組みを検討していくことが求められます。こうした枠組みを整えることで、社会インフラとして持続的に展開していく可能性が高まります。

● まとめ:再現可能なモデルとなるための条件

これらの事実と示唆から、本取組を継続・再現可能なモデルへと昇華させるためには、以下の3点が必須条件となると考えられます。

- ① 共存を支えるインフラと安全面の整備
- ② 多様なニーズが共存する場の設計
- ③ スタッフに頼りすぎない、自然な関わりへの設計へ



Chapter 2-2

結果と分析

オフィス空間における多世代交流の実証

2-2-1 オフィス空間での実証 — 実施条件



次に、「オフィス空間での実証」について紹介します。本実証実験は、QWSでの取組と並行して、日立製作所のオフィス(日立大森ビル)の来客用会議室を舞台に、「Co-sodate, working day (孤ではなく、共に、子を育てながらはたらく)」と題して実施しました。「同じグループ会社で働く社員(ワーカー)」と「社員の子ども」という企業カルチャーをベースとした環境のなかで、安全かつ自然な多世代交流が生まれる条件を構築しました。

● 企画メンバー構成と「共創」の枠組み

本実証実験は、1社の単独開催ではなく、少子化課題に問題意識をもつ多様な企業・団体が協働する「共創」の枠組みで企画・運営されました。

主催	株式会社三井住友フィナンシャルグループ、株式会社三井住友銀行、株式会社ロフトワーク
PM	株式会社日立製作所(社会協創イノベーション事業統括本部、ウェルビーイングソサエティ事業創生本部)
協力	KODOMOLOGY株式会社、株式会社Louvy(そだてるはたらくプロジェクト) ※50音順 ※オフィスという環境での安全管理と交流促進のため、それぞれ異なるアプローチで保育・子育て支援に専門性を持つ2社と連携し、託児・見守りの体制と空間をデザインしました。
ねらい	社員自らが主体となって場を企画・運営することで、大企業オフィスにおける「持続・展開可能な場づくり」のモデルを構築し、「自社でもやってみよう」という共感をほかの拠点や企業へ広げることをめざしました。

● 実証実験で向き合った問い

「会社に子どもがいる風景が当たり前な社会に向けて、どうすれば企業内で多世代交流が日常化するか？」

「仕事の妨げにならないか」という懸念を乗り越え、社員が業務の合間に自然と立ち寄り、子どもと関わる理由をどうデザインするかに挑戦しました。

● 実施日・時間

平日の就業時間内に計2回実施し、参加者の反応やオペレーションの課題を検証しました。QWS同様、第1回の終了後に振り返りを行い、第2回に向けて「ひらがなの名札の導入」や「BGMの追加」など、導線やコミュニケーションの仕掛けを改善しました。

回	日付	開催時間
第1回	2026年2月4日(水)	13:00~16:00
第2回	2026年2月20日(金)	13:00~16:00

● 会場設定と来場対象

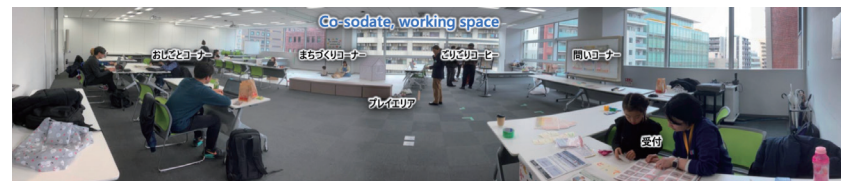
会場 日立大森ビル(東京都品川区)の来客用会議室(第1回は2F Hall、第2回は6F Room A/B)。日常的に使用されているオフィス空間である来客用会議室の空間に、カラフルな装飾を施すことで、空間を「非日常」な場所へとアップデートしました。

バックヤード・インフラ 会場内に、子どもたちが安全に遊べるマットを敷いたキッズエリアや、疲れた子どもが昼寝できる簡易テントを設置。すぐ横に社員がPC作業を行えるテーブル席を配置し、「ワーカー」と「遊ぶ子ども」が共存・調和できるゾーニングを行いました。

来場対象(親子層) 企画メンバーの所属部門の家族(4~6歳)を対象としました。

来場対象(子育て前の世代)と集客アプローチ

日立グループ社員を対象に、社内の有志コミュニティ「TeamSunrise」(約2,200名)やERG(従業員リソースグループ)などの社内ネットワークを活用した草の根の告知を実施。さらに、当日のオフィス内ポスター(立て看板)で「挟きたてたコーヒーを無料で飲みながら仕事できる(10分だけ参加OK)」という明確な「立ち寄り理由」を提示し、たまたま通りかかった社員の参加を後押ししました。



2-2-2 オフィス空間での実証 — 企画メンバー

● プロジェクトマネージャー

株式会社日立製作所（社会協創イノベーション事業
統括本部、ウェルビーイングノサエティ事業創生本部）

役割 「我が社でもやってみたい」と考える、持続可能かつ展開可能な居場所づくりの第一歩として本実証を企画・主催。自社オフィス（日立大森ビル）を実証の場として提供し、安全面に関する社内調整を行いながら、社員と子どもが自然に交わる場のあり方を検討。

● 協力 ※50音順

KODOMOLOGY 株式会社

役割 企業内保育所の運営を担う立場から参画。安全面の知見に加え、企業と家庭をつなぐ新しい子育て支援の視点を提供し、プロジェクトの企画・運営を支援。

株式会社 Louvy（そだてるはたらくプロジェクト）

役割 「働く場における子どもとの共存デザイン」を実践してきた団体として参画。企業内での実証実験を通じて蓄積した知見をもとに、託児および空間設計の観点から、会場レイアウトやコーナー設計、遊び方の設計など、運営を具体的に落とし込む実践的なアドバイスを実施。出張託児ブース『sodahata』を提供し、安全かつスムーズな運営体制の構築に寄与。

● 事務局（主催）

株式会社三井住友フィナンシャルグループ／株式会社三井
住友銀行／株式会社ロフトワーク

役割 プロジェクト全体の企画・運営・伴走支援。

2-2-3 オフィス空間での実証 — 展開コンテンツ

会議室という「働く場」において、普段子どもと接点がない社員と、同僚の子どもたち(主に4~6歳)が自然に交わるためには、「関わる理由」が必要です。日立製作所での実証実験では、子どもが「役割(おしごと)」を担ったり、大人のサポートを受けながら作業を楽しんだりできる、独自のコンテンツをデザインしました。

● 疑似的な「仕事」を通じた交流

役割を与えることで生まれる、世代を超えたコミュニケーション

ごりごりコーヒー(コーヒー提供のお手伝い)

概要 子どもが社員から注文を受け、コーヒー豆を挽いて、お菓子と一緒に提供する「お店形式」の体験。ミルを押さえるなど、大人が子どもを手助けする関わりがなければコーヒーがもらえない仕組み。

効果 子どもに明確な「お仕事」の役割を与えることで、大人も自然に声をかけやすくなり、豆を挽く様子を見守りながら「はいね!」「がんばれ~!」といった声援や会話が生まれるなど、交流を促進するハブとして機能しました。



WORK



ごりごりコーヒーは、小学1年生のアイデア!

QWS実証実験でもコンテンツ提供として関わった「株式会社ピコトン」代表・内木氏の娘さんが、小学1年生のときに「子どもが豆をゴリゴリ挽くコーヒー屋さんって面白そう!」と考えたことをきっかけに、「ゴリゴリコーヒー」という元々の名称やロゴが形になりました。

「ゴリゴリコーヒー」は、公共施設の一室を活用した親子カフェとして複数回実施されており、今ではデジタルスタンプの展開など、活動の幅を広げています。「子どもが豆を挽き、できたコーヒーを大人にプレゼントする」というコンセプトは、こうした実践の中から生まれたものです。本取組は、日立製作所のオフィスでの交流企画にも活用されました。

Codomo Ticket(仮想通貨のシステム)

概要 大人は、コーヒー豆を挽くなどのお手伝いをしてくれた子どもに、専用のチケット(100と書かれたお札)を渡し、子どもはそのチケットをお菓子に交換できる仕組み。

効果 子どもに「仕事をして報酬を得る」という誇らしさとモチベーションを提供し、大人側も「ありがとう」とチケットを手渡すことで、スムーズで温かいコミュニケーションのきっかけとなりました。



● 一緒に手を動かし、心を通わせる「遊び」

業務内容にちなんだ遊びを取り入れた関わり

段ボールでの「まちづくり」

概要 大人と子どもと一緒に段ボールで「まち」をつくる作業エリア。

効果 「まちをつくる」という共通のテーマがあることで、初めて関わる社員もアイデアを出しやすくなり、「切ろうか?」「テープがちぎれないね」といったやり取りを伴う共同作業を通じて、自然な対話が生れました。



PLAY

● 交流の第一歩を後押しするツール

「まずはこうするといのね」を提供

子どもとの交流ビンゴ(ミッションカード)

概要 「今、何歳?」「何つくるの?」「かくれんぼしたい?」など、具体的な声かけのヒントをビンゴ形式でまとめたカードを受付で配布。

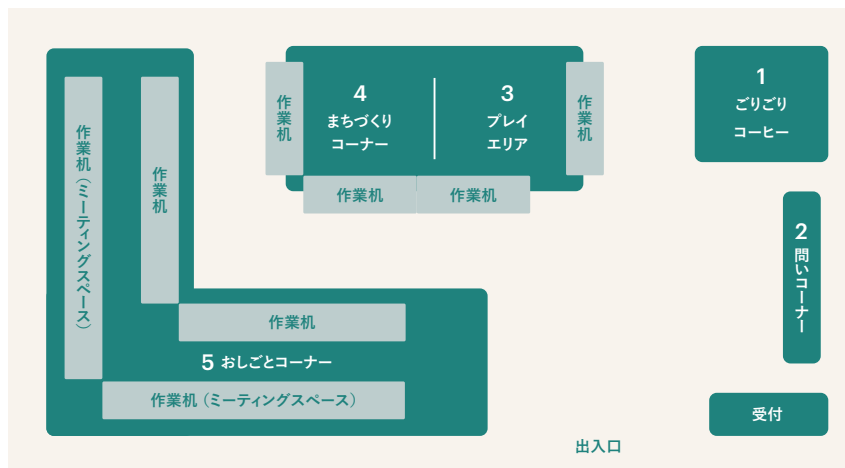
効果 普段子どもと接点がない社員でも「何を話せばいいかわからない」という迷いがなくなり、ビンゴを埋めるという明確な目的を持って関わることができました。



2-2-3 オフィス空間での実証 — 「Co-sodate, working day」会場レイアウト

「会社に子どもがいる風景」を実装するための空間設計。自社の来客用会議室という「働く場」において、普段子どもと接点のない社員と社員の子もたちが自然に交わるよう、オフィス空間の特性を活かしたレイアウトを設計しました。業務への集中と偶発的な交流の両立を図っています。

● 日立大森ビルの来客用会議室 (※レイアウトは各回ごとに異なりました)



● スタッフの役割

本実証実験では、出張託児ブースのスタッフが、単なる託児対応にとどまらず、「働く場における子どもとの共存」を支える重要な役割を担いました。

① 安全管理・現場運営の支援(アドバイザー)

安全管理スタッフ(兼実証実験のアドバイザー)が常駐し、現場での声がけや状況判断を行うことで、ワーカーと子

どもたちの自然な関わりを促進し、両者をつなぐハブとして機能しました。

② 託児(保育専門スタッフ)

保育の専門知識を持つ託児スタッフが介在することで、安心・安全を担保しながら、ワーカーと子どもの接点が生まれる環境を形成しました。



1
ぐりぐりコーヒー

子どもがコーヒー豆をぐりぐりと挽き、大人がチケットを渡す「疑似的な仕事体験」の場。コーヒーを待つ間に、自然な対話が生まれる交流のきっかけとなりました。



2
問いコーナー

「子どもが職場にいる場に来てみてどう感じた?」といった問いを掲示。参加者が付箋で感想を書き込んで共有することで、大人同士の対話を生むフックとして機能しました。



3
プレイエリア
(自由遊び)

業務スペースから自然と視界に入る位置にマットを敷いたエリアを設け、お絵かきやプラレールなど、子どもたちが自由に遊べるほか、お昼寝ができるテントも設置しました。



4
まちづくりコーナー
(共同作業)

プレイエリアと隣接。段ボールを使い、大人と子どもと一緒に「まちづくり」を行う作業エリア。シール貼りなどの共同作業を通じて、自然で深い交流が生まれる場として機能しました。



5
おしごとコーナー

プレイエリア周辺に、ワーカーがPC作業できるデスクを配置。適度な距離感で子どもを見守りながら、子どもの声がかフェの「ホワイトノイズ」のように機能し、作業効率の向上にもつながりました。



Co-sodate, working Day

2-2-5 オフィス空間での実証 — 交流の仕掛け

- **前提** オフィスという、本来子どもがいることが想定されていない「働く場」において、社員（とくに子育て前の若い世代）が日常の業務のなかで無理なく子どもと関わりを持てるよう、以下の3段階に分けて緻密な体験（関わる理由）の設計を試みました。

① どうしたら会場に会場し、共存できるか

認知・集客と「働く場」としての環境づくり

子育て前の世代がオフィスに求めることは「素敵な空間で美味しいコーヒーが飲めること」と想定し、「美味しいコーヒーが飲める」をフックに集客を行いました。具体的には、事前の社内ネットワークでの告知に加え、当日はオフィスの通路等に「10分だけ参加OK・出入り自由」「挽きたてコーヒーを無料で飲みながら仕事したい方」と書かれた立て看板を設置。直接的に「子どもと一緒に仕事をしよう」と呼びかけるのではなく、「美味しいコーヒーが飲める」「息抜きができる」という働く側にとっての「参加したくなる理由」を提示することで、

子どもと接点がない層でも直感的に来場しやすい状況をつくり出すことを試みました。

また、空間づくりにおいては、会議室をカラフルに装飾し、第一印象を明るくする工夫を行いました。さらに会場にBGMを流すことで適度なざわつき（ホワイトノイズ）を生み出し、集中して作業したいワーカーと遊びたい子どもが、カフェのような空気感の中で心地よく共存できる環境を整えました。加えて、疲れた子どもが休める小さなテントを設置するなど、安心して過ごせる配慮も行いました。



② どうしたら会場で自然に関われるか

関わりのトリガーと「共通の目的」のデザイン

会場を訪れた社員が「どう関わればよいか分からない」という戸惑いを抱かないよう、明確な「共通の目的」を用意しました。その代表が「ごりごりコーヒー」です。子どもがコーヒーの注文を取り、豆を挽いて社員に提供するという一連のタスク（共同作業）を通じて、自然なコミュニケーションが生まれるよう設計しました。

また、段ボールを使った「まちづくり（工作）」のエリアでは、世代を超えた関わりを促すための工夫を重ねましたが、子どもも大人も「何を作ればよいか分からない」と戸惑う様子が見られました。また、そもそも大人が靴を脱いでエリアに入ることさえ躊躇していました。

そこで、「未来のまちをつくろう」というテーマを設定し、創作のきっかけを提示。さらに、スタッフが積極的に大人へ声をかけ、エリアに入るよう促しました。その結果、「次はこうしたいんじゃない?」といった会話が生まれたり、子どもが大人に「これ貼って」と作業をお願いしたりと、自然な交流が創出され、世代を超えた関わりが促進されました。

さらに、「子どもが職場にいる場に来てみて、率直にどう感じましたか?」といった、直感的に答えやすい問いをボードに掲示し、付箋で回答してもらう仕組みを取り入れました。これにより、参加者同士の意見交換や気づきの共有が生まれるきっかけづくりを試みました。

③ どうしたら交流が深まるか

心理的距離を縮め、継続的な関わりを生む工夫

見知らぬ社員同士や子どもとの心理的距離を縮めるため、第2回からは参加者およびスタッフ全員が「ひらがなで下の名前」を書いた名札を着用することにしました。これにより、子どもからも「〇〇ちゃん」と呼びやすくなり、初対面の社員同士でも自然に名前呼び合うことが生まれ、場の親しみやすい雰囲気づくりにつながりました。

さらに、「どう声をかければよいか分からない」といった不安を軽減するため、「年齢を聞いてみよう」「何をついているの?」「好きな電車は?」といった具体的なアクションのヒントを記載した「こどもとの交流ビンゴ」を受付で配布しました。普段子どもと接する機会が少ない社員にとっても、会話のきっかけを得やすくなり、自然なコミュニケーションを後押しする仕組みとなりました。



また、お手伝いをしてくれた子どもには、日立グループの電車車両やキャラクターをあしらった専用の「Codomo Ticket（お札）」を渡し、お菓子と交換できる仕組みを取り入れました。こうしたやり取りは、職業体験のような楽しさを生むとともに、子どもたちの主体的な参加を促す要素として機能したと考えられます。

2-2-6 オフィス空間での実証 — 検証1. 参加成立性

最初の検証軸である「1. 参加成立性」において、「そもそも働く場に親子は来るのか」、そして「社員と親子の双方が、安全に同じ空間で共存できるのか」を検証しました。

● 開催

平日×2回

2月4日・2月20日
(就業時間内)

● 総来場者数

68名
+ 子ども11名

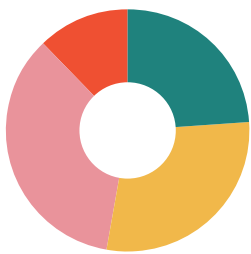
「企業オフィス」に対する
関心の高さを確認

● 安全

大きな事故・
怪我なし

専門家見守り+環境整備
を必須条件化

● 定量データから見る参加実績: 企業オフィスにおける関心の高さ



年代	構成比	子どもがいない割合
20代	24%	100%
30代	29%	45%
40代	35%	15%
その他	12%	—

子育て世代だけでなく、子育て前の若い世代まで幅広い層が参加しました。参加動機としては「個人的に興味があった」層に加え、「同僚・知人に誘われた」「たまたま通りかかって看板を見た」といった層が一定数存在し、オフィス内に突如現れた非日常の空間に対して、社員の高い関心が向けられたことが分かります。

● 多様な若い世代(社員)の 参加実績と参加のフック

子育て前の若い世代の参加については、社内ネットワークを通じた事前の声かけや、当日の「コーヒー無料」の立て看板が強いフックとして機能しました。その結果、「仕事の一環」や「ちょっとした息抜き」として会場に立ち寄る姿が多く見られました。

● 場としての成立: 安全な運営と共存の実現

一般的なオフィスに未就学児を迎え入れるにあたっては、企業ならではのいくつかのハードルがありました。安全面への配慮から、オフィス内の執務エリア等での実施には制限があり、最終的には外部の受け入れを想定した「来客用会議室」を会場として活用することになりました。

当日は、保育の専門家による見守り体制を整え、マット

の設置や、疲れた子どもが休めるテントを用意するなど、安心して過ごせる環境づくりを行いました。結果として、実証実験期間中に大きな事故や怪我は発生せず、無事にイベントを終えることができました。こうした取組を通じて、適切なルール設定や専門家の関わりがあれば、企業オフィスと親子の居場所は共存できる可能性があることが見えてきました。

● 考察: 社員が「足を踏み入れる」ことの心理的ハードルの高さ

事前の想定以上に難しかったのが、たまたま通りがかった社員や子どもに関心がない層に「実際に会場のなかへ足を踏み入れてもらうこと」です。現場の観察やヒアリングから、その要因として以下の3点が挙げられます。

1. 関わるきっかけの伝え方の難しさ

「コーヒーが飲めるから来たが、仕事になぜここで子どもと関わるのか」といった率直な声もありました。働く時間や場所の中で無理なく関わってもらうためには、「参加したくなる理由」を働く側の視点で分かりやすく伝えていくことが重要です。

2. 「仕事ができるかどうか」という不安

「集中して作業したいが、ここで本当に仕事ができるのか分からない」といった戸惑いから、一步を踏み出せない社員も見られました。子どもとふれあえる場であることに加えて、「安心して仕事もできる場である」という状態を、より分かりやすく伝えていく必要があると感じられました。

3. 趣旨の伝え方と自然な参加のバランス

自然な交流を大切にしたいという意図から、イベントの背景や目的を強く打ち出すことは控えていましたが、その結果として、関わり方が分かりづらいと感じる参加者も見られました。場の趣旨を適切に伝えつつ、自然な参加を促す方法についても検討していくことが重要です。



2-2-7 オフィス空間での実証 — 検証2: 交流発生・受容性

次に、「2. 交流発生・受容性」です。企業オフィスという空間において「世代を越えた交流が実際に生まれるのか」、そして「日常の働く場に子どもがいる状況が、社員にとって価値ある環境として受容されるのか」について検証しました。

● 交流の実態: 共通の目的と「子どもからの働きかけ」が生む交流

単に同じ空間にいただけでは交流は発生しづらいものの、「ごりごりコーヒー」の豆挽きや、段ボールを使ったまちづくりといった共同作業をデザインしたことで、「子どもと協力して作業したことで、知らない子どもとも話しやすかった(20代)」という意見がありました。また、本実証において、交流のきっかけとして機能したのが、子ども側からの自発的なアプローチです。「シールを貼って遊びたい」と子どもから声をかけられたことが交流のきっかけになったという声もあり、こうした

子どもからの働きかけが、普段子どもと接点の少ない若手社員との心理的距離を自然に縮める要因として機能していたと考えられます。

子どもと協力して作業したことで、知らない子どもとも話しやすかった(20代) / 『シール貼って』と子どもから頼まれたことが交流のきっかけになった(20代)

● 働く場としての受容性: 「ホワイトノイズ」がもたらすポジティブな作業環境

オフィス空間に子どもがいることへの受容性について、アンケートでは右記のような声が寄せられました。

これらの声から、子どもの存在が空間の緊張を和らげ、仕事の生産性やコミュニケーションの質に対してポジティブな影響(癒やしやリラックス効果)を与えていることが分かりました。

「適度な賑やかさがカフェのホワイトノイズのように感じられて、作業にも集中できる空間に感じた。イベントのように子どもを連れて出社できれば、子育て中でも負担を軽減できると思った。」(20代) / 「作業をしている間は思っているよりも集中できました。例えるならファミレスやカフェで仕事をしているような感覚でした。」(40代) / 「やわらかい雰囲気だったので、重たい仕事の会話も少ない負担で進めることができました。」(40代)

● 社員同士の新たな相互理解: 同僚の「親としての顔」を知る価値

企業内で実施したからこそその成果として、社員同士の相互理解の深化が挙げられます。

参加者からも「仕事で知っている同僚の『親』の顔が見えた」という気づきが報告されており、多世代交流の場が、単なる子育て支援にとどまらず、社内の相互理解を深め、エンゲージメントを向上させるインナーコミュニケーション施策として機能する可能性が高いと考えられます。

■ 保護者の声

「会社の人に子どもや子育てについて話した事はあまりなかったが、子どもと社員が交流する事で、自然と自分の子どもに興味、理解をもってくれて、普段はできない踏み込んだ話ができたり、交流が生まれた。」(30代・親) / 「親が仕事をしているあいだに、同僚が子どもの面倒を見てくれるなんて、これまで考えたこともなかったので、とても新鮮で印象に残りました。」(40代・親)

● 受容性におけるリアルな課題と「分断」への懸念

一方で、職場への本格導入に向けては課題もあります。

価値観の分断リスク

『こういう場所で業務をするのもいいね』と話しているメンバーも居たが、自身は素直にそう思わなかったため、職場の正式な仕組みとして導入されると価値観の違いによる分断にも繋がってしまいそう。」(30代)

左記の声を踏まえると、多世代交流を企業文化として広げていくためには、「集中したい人」と「交流したい人」の双方がその時の自身の状況に応じて選択できる環境を整えることが重要だと考えられます。具体的には、明確なゾーニングの設計や、関係者の理解を丁寧に重ねていくプロセスが求められます。



2-2-8 オフィス空間での実証 — 検証3:意識・行動変容

「3. 意識・行動変容」の検証軸では、同じ企業で働く「社員」や「社員の子ども」とオフィス空間で関わることで、子育て前の若い世代(社員)の意識や行動にどのような変化をもたらしたのかを整理します。

● 定量データ:参加者属性と意識変容(年代別)

年代	構成比	子どもなし	普段接触	印象の変化	子育てに対する意識
20代	24%	100%	なし 75%	ポジティブに 75%	現実的に 100%
30代	29%	45%	なし 75%	ポジティブに 60%	現実的に 100%
40代	35%	15%	あり 75%	ポジティブに 85%	主に保護者層としての参加
その他	12%	—	—	—	—

主要変化

「子ども/子育てのイメージが現実的になった」100%
20代・30代で「子ども/子育ての解像度が上がる」

この数値から、20～30代の若手社員において、この実証実験が「子どもや子育ての解像度を上げる(現実的に考える)」強力な機能を持ったことが確認されます。

● 定性データ:「解像度の向上」と「内面的な変化」

「実の親が、子どもを見守りながら仕事をしている風景。なかなか仕事と子育ては両立が難しい中、その様子を同時に見るのが新鮮だった」(20代) / 「自分が持っている感性と、子どもたちが持つ感性が異なるため、『そういう発想があったか!』という気づきにつながった」(40代) / 「親が仕事をしているあいだに、同僚が子どもの面倒を見てくれるなんて、これまで考えたこともなかったの、とても新鮮で印象に残りました」(40代・親)

これらの声から、職場でリアルな親子と関わる体験は、「子ども=可愛い」「子育て=大変そう」といったこれまでの抽象的なイメージを少しずつほぐし、子育てをより身近なものとして捉え直すきっかけになると考えられます。

● 運営メンバーの内面的な変化

運営メンバーの振り返りにおいても、「子どもの声=気になるもの」というこれまでの印象が、「安心感につながるもの」として捉え直されるなど、内面的な変化が見られました。

空間をともにすること自体が、多様な働き方や価値観の受容を育むきっかけになったと考えられます。

● 行動変容に向けた“最初の一步”としての意義

本取組を通じて、参加者の意識に一定の変化は見られた一方で、価値観や行動そのものが大きく変わるには、継続的な関わりが必要であるという現実も明らかになりました。

実際に、「価値観や行動が一気に大きく変わるような変化は、一度きりのイベントでは難しいと思う」(20代)といった声も聞かれています。

また、アンケートでは一部(20人中3人)から「育児と仕

事の両立の大変さを実感した」という反応も見られました。一見するとネガティブな印象にも捉えられますが、これらはこれまで漠然としていた子育てのイメージが、より具体的に理解された結果とも言えます。

つまり、本実証実験の役割は、行動を直接変えることというよりも、子育てや共存に対する解像度を高め、現実的な理解を促す「きっかけ」をつくる点にあると考えられます。

● 気づきを次につなげていくために

多世代交流による意識の変化を一時的な気づきで終わらせず、行動につなげていくためには、こうした機会を日常の中に少しずつ取り入れていくことが重要です。無理に全員に広げるのではなく、それぞれの関わり方を尊重しながら、小さな成功体験を積み重ねていくこと。その積み重ねが、企業の中にゆるやかな文化として根づいていくことが期待されます。



2-2-9 オフィス空間での実証 — 検証4: 持続可能性・再現性

最後に、「4. 持続可能性・再現性」の軸についてです。日立製作所のオフィス空間での実証実験を通じて、多世代交流の受容性や意識変容に一定の手応えが見られました。一方で、これを単発の取組で終わらせず、「会社に子どもがいる風景」が自然に受け入れられていく状態へとつなげていくためには、継続的かつ自律的なモデル(企業文化)として根づかせていくことが重要です。その過程においては、いくつかの乗り越えていくべきポイントがあることも見えてきました。

● 場所確保の壁: 施設管理部門との調整と「安全基準」の不在

企業オフィスでの実施にあたっては、「実施場所の確保」がひとつの大きなポイントとなりました。当初は執務室も含めたエリアでの開催を検討していましたが、安全衛生や責任の観点から、子どもを受け入れることへの懸念が示される場面もありました。

こうした経緯から、企業内で継続的に取組を広げていくためには、企画面だけでなく、施設側と連携しながら「子どもが安心して過ごせるオフィスのあり方」や基準・ルールを丁寧に整えていくことが重要であると考えられます。

● 実施にかかる費用の目安(持続可能な運営に向けて)

※詳しくは20頁
※必要な保育士の人数や体制は、行政の託児基準によって変動することがあります。

初期費用
約55,000円
(コピー用機器・工作道具などの備品代)

ランニング
約5,000円/回
(お菓子・工作用画用紙などの備品代)

託児費用(別途)
今回は未就学児8名に対して、安全管理スタッフ2名、保育士3名の体制で実施しました。

コスト面においては、「初期費用約55,000円、ランニング約5,000円/回(合計約65,000円)」という比較的抑えられた備品費で実施することができました。加えて本実証実験では、子どもの安全性や場の質を担保する観点から、専門的な知識や経験を有する人材が関わることで、安心して過ごせる環境が成立していました。また、当日の運営においては、「ごりごりコーヒー」のサポートや「まちづくり」の案内など、企画スタッフが常時関わることで場が成立していた側面もありました。

こうした点を踏まえると、今後、ほかの部署や企業でも無理なく展開していくためには、保育の専門性を持つ人材による見守りや関与は引き続き重要な前提として、その負担が企画スタッフのみに集中しないよう設計していくことが求められます。そのためには、参加者同士の自然な関係性や相互作用によって場が回る仕組みを整え、必要な場面で専門人材が関与する形へと、人的関与のあり方を最適化していくことが重要であると考えられます。

● 考察: お子さまの年齢に応じた関わり方と環境設計

ここまでの気づきを踏まえると、継続的かつ再現可能なモデルとして展開していくためには、「対象とする子どもの年齢」に応じて、関わり方や空間設計のあり方を段階的に設計していくことが重要だと考えられます。

子どもと大人がともに場を共有できる状態を丁寧に支えることが重要です。

小学生を対象とする場合

子どもの主体性や行動範囲の広がりを踏まえ、過ごし方の選択肢や関わり方の余白を設けた設計が有効です。大人が常に介入するのではなく、必要に応じて関わることで、子ども自身が場の中で役割や楽しみ方を見出せる環境づくりが求められます。

未就学児を対象とする場合

子どもの発達段階に応じて、大人による関わり方の密度を高めた設計が求められます。安心して過ごせる環境づくりや、専門的な知見を持つスタッフの関与を含め、

● 企画チーム振り返りでのコメント

振り返りの中では、「2回の実験を通じて段階的にチューニングが進み、大きくレベルアップしていく過程そのものが、他企業にとっても『完璧でなくても一度やってみよう』と思える後押しになるのではないか」といった声もありました。

こうした意見を踏まえると、最初から完成度の高い制度をめざすのではなく、試行錯誤のプロセス自体をオープンにしながら、アジャイルに企業文化を育んでいく姿勢が、社会実装に向けた重要なポイントになると考えられます。



● まとめ: 単発→定着へ

本実証は「受容性・意識変容」の手応えを得た一方、継続・自律モデル化のためには、社内ルールや運営の仕組み化、そして参加負担を下げる拠点設計が不可欠であることが明確になりました。

Chapter 3

多世代交流の社会展開に向けた次のステップ



3-1. 社会へ定着させる展開方法のアイデア

QWSと日立製作所の2つの「働く場」で実施した実証実験には、多方面から反響が寄せられ、「自分たちの場でもやってみたい」という声が数多く集まりました。本章では、実証実験で得られた知見を一過性のイベントで終わらず、社会へ定着させていくための展開方法のアイデアを整理します。

● 展開①：大企業グループ内での「横展開」と企業文化への昇華

日立製作所オフィスでの実証実験の直後から、社内ネットワークを通じて多くの反響が寄せられ、具体的な横展開の動きが広がり始めています。従業員の働き方を検討する社内チームをはじめ、複数のグループ企業や部門がこの取組に関心を示し、賛同の声が寄せられました。特に、あるグループ企業では自社での実施に向けた協議がすでに開始されています。多世代交流

の場は、単なる子育て支援にとどまらず、社員のエンゲージメント向上や多様な働き方への寛容性を育む「インナーコミュニケーション施策」として明確な価値を持つため、他企業においても「我が社でもやってみたい」という共感を強く引き出すポテンシャルがあると考えられます。

● 展開②：知見のオープンソース化と実施フォーマットの公開

本取組を持続可能なモデルとしていくため、GGPでは、今回の実証実験を通じて得られた多世代交流の場づくりに関する運営ノウハウや空間設計の工夫、参加を促す仕掛けなどの実践的な知見を、参画各社の共有財産とするだけでなく、広く社会に公開していく方針です。

具体的には、さまざまな場所で多世代交流を展開できるよう、実施方法やフォーマットをダウンロード可能な形で提供し、再現性のある実践ガイドとしてパッケージ化していくことを検討しています。また、「Open day with Baby」という名称についても、より多くの人が活用・展開できる枠組みを目指してい



● 展開③：持続可能な「産官学連携」と社会資本に向けた費用分担スキーム

本取組を社会資本として根付かせるためには、一社単独の「手弁当」に依存しない持続的なスキームが不可欠です。振り返り会議では、以下のようなリアルな構想が議論されました。

大学・教育機関との連携

将来の子育て世代である高校生や大学生を企画側に巻き込み、日常生活の中で子育てやキャリアを能動的に考える機会として機能させるアプローチが効果的であると考えられます。

行政の予算補助による費用分担

地方自治体と連携し、企業の社員定着率アップや「女性の県外流出への歯止め」を目的とした開催に対し、企業側の費用負担の半分以上を行政の予算で補助するといった、社会全体での費用分担の仕組みづくりが必要です。

サテライトオフィスでの分散開催

遠方から都心のオフィスへ未就学児を連れてくる保護者の移動負担を軽減するため、一箇所への集約ではなく、生活圏に近い複数拠点での開催が必要であると考えられます。



3-2「働く場」から「日常の場」へ

「働く場(企業オフィスや共創空間)」における実証実験を通じて、多世代交流がワーカーの意識変容やエンゲージメント向上に寄与することが分かりました。しかし、これを社会全体のムーブメントへと拡張し、少子化という構造課題に対する真の介入点とするためには、次なるステップとして、生活の延長線上にある「日常の場」へのアプローチが不可欠です。ここでは、親子がイベントとして「わざわざ出かけていく場」をつくるのではなく、大人が仕事や趣味、学びなど、自分の好きなことや日常の活動を楽しんでいる空間の中に、子どもが自然に存在している風景をいかに設計できるか、という視点が重要になります。

そのための「場の設計」「連携先」「未来の展開」について、具体的な示唆を提示します。

● どのような「場の設計」がありうるか

日常生活における多世代交流は、「参加の義務感」によって生まれるものではなく、ポジティブな体験の副産物として自然に生まれることが重要です。そのためには、以下の2点のような設計アプローチが有効であると考えられます。

生活動線上のポテンシャルを活かした場づくり

社会的インパクトが大きいと考えられるのは、若い世代と親子がすでに生活動線上で交差している場所です。具体的には、商業施設、図書館、カフェ、飲食店などが挙げられます。

特別なイベント会場を新たに設けるのではなく、既存の空間の中で「多世代交流 DAY」などの機会を設定することで、日常生活の中に偶発的な交わりを生み出す

設計が有効です。これにより、日常の延長線上で自然に交流が生まれる環境をつくることが可能になります。

共通言語となるテーマ設定と「ゆるやかな設計」

交流を促すためには、「食(調理)」「農作業」「アート」など、世代を問わず手を動かして参加できる身体性のあるテーマを設定することが有効です。こうした活動を媒介とすることで、「親」「若い世代」といった役割を越え、一人の参加者として自然な対話が生まれます。また、長時間かつ単発の交流を前提とするのではなく、15~40分程度の短い接点を複数重ねるような「ゆるやかな設計」によって、心理的ハードルを下げながら関係性を自然に育んでいくことが期待されます。

● まとめ

「大人が自分の好きなことや日常の活動を楽しんでいる空間」に子どもが自然に存在できる環境を設計できるかが重要と考えます。

● どのようなパートナーとの連携が考えられるか

多世代交流を日常化していくためには、一部の団体や企業の取組に依存するのではなく、多様なステークホルダーとの連携による共創の仕組みを構築していくことが重要です。

全国展開チェーン(飲食・小売)との連携

全国チェーンの飲食店や小売店舗、大型商業施設と連携することで、取組を一気に社会へ広げることが可能になります。広いネットワークを活かした展開により、社会的なインパクトや話題性を高めることが期待されます。また企業側にとっても、店舗が地域コミュニティの拠点として機能するなど、新たな付加価値の創出につながります。

大学を巻き込んだ若い世代主体の企画モデル

若い世代が日常的に集まる大学キャンパスやアルバイト先などに、あえて親子が関われる機会を設けるアプローチです。若い世代自身が企画や運営に関わることで、学生にとって「子育て」や「社会との関わり」を自分事として考えるきっかけとなり、実践的な学びの場としても機能します。

趣味・習い事・旅行事業者との役割補完モデル

旅行会社のツアーや大人向けの習い事などと連携するアプローチです。大人が趣味や学びに集中する時間の中で、若い世代が子どもを見守るなど役割を分担することで、親にとってはリフレッシュできる時間が生まれ、若い世代にとっても自然な形で子どもと関わる機会を得ることができます。

● 未来への展開可能性:ビジネスと社会課題解決の融合

これらの取組を通じてめざすのは、多世代交流の「実装パッケージ化」です。高度な専門スキルを持つスタッフが常駐していなくても、整理された手法やフォーマットを活用することで、全国の飲食店や商業施設などさまざまな場所で、再現性高く多世代交流の場を実施できる状態を目指します。

多世代が自然に混じり合う空間をつくることは、導入する企業や施設にとって「既存の活動を妨げるコスト」ではなく、場の価値—すなわち受容性やウェルビーイング—を高める新たな付加価値として位置づけられる必要があります。

ビジネスとしての持続性と、少子化という社会課題へ

のアプローチを両立するこの「日常の場のデザイン」が社会のさまざまな場所に広がっていくとき、若い世代が将来の生き方や家族のあり方を主体的に選択できる、これからの子育て社会の実現につながっていくと考えられます。



おわりに

「日常の風景」を変える、次なる共創へ

GGPの共創プロジェクトの枠組みのもと、参加企業とともに進めてきた「少子化に向き合う社会デザイン会議」。システム思考を用いた構造分析から始まり、その仮説を実際に社会の中で確かめていく実証実験へと歩みを進めてきました。QWSと日立製作所という2つの「働く場」を舞台にした今回の取組からは、多くの学びと、次につながる手応えを得ることができました。

本レポートでご紹介してきたように、子どもがいる空間は必ずしも「仕事の妨げ」になるだけのものではありませんでした。巻き込まれない権利を担保する空間設計や、関わりのトリガーとなる仕掛け（関わるための小さなきっかけ）があれば、子どもの存在は空間の緊張をやわらげ、普段関わることのない世代同士の自然な対話を生み出す可能性があることが見えてきました。

また、多世代交流の場は、子どもと交流する経験が少ない若い世代にとっても、「子育て」というものを現実の延長として捉え直すきっかけになり得ることが、今回の実証からうかがえました。こうした体験が、将来の生き方や家族のあり方について考える視野を広げることにもつながっていくのかもしれない。

もちろん、この取組はまだ始まったばかりです。今回の実証で得られた知見を、一過性のイベントで終わらせるのではなく、誰もが気軽にアクセスできる形へと少しずつ広げていくことが重要だと考えています。交流を生み出す仕掛けや安全管理の工夫など、今回得られたノウハウは特定の企業だけに閉じるのではなく、誰もが活用できる「知恵」として社会に共有していきたいと思えます。

今後は、この取組を「働く場」だけでなく、より身近な「日常の場」にも広げていくことを視野に入れています。企業オフィスや大学、商業施設、地域コミュニティなど、さまざまな場所で「Open day with Baby」のような機会が生まれ、多様な世代が自然に交わる風景が広がっていくことを期待しています。

少子化という大きな社会課題は、ひとつの組織や個人だけで解決できるものではありません。しかし、企業、地域、行政、そして私たち一人ひとりが、それぞれの場所で「子どもや多様な世代が自然に混じり合う場」を少しずつ増やしていくことができれば、社会の空気は少しずつ変わっていくのではないでしょう。

本レポートが、その小さな一歩を考えるための材料となり、読者の皆さまとともに新しい共創の可能性を探るきっかけとなれば幸いです。

GGPについて

本調査・実証実験は、三井住友フィナンシャルグループが運営する社会課題解決コミュニティ「GREEN×GLOBE Partners (GGP)」の活動の一環として実施されました。GGPは、環境・社会課題解決の「意識」と「機会」を流通させることをミッションに掲げ、企業・自治体・個人など多様なパートナーとともに、一人だけでは、一企業だけでは解決できない社会課題に対して、ともに考え、取組を共にするコミュニティです。

GGPは2025年度、社会課題に対して実践的に行動するプロジェクトを2つ立ち上げました。重点課題として取り組んでいるのは「少子化」と「食と農」です。

プロジェクトの目的は、少子化という複雑な社会課題の構造を明らかにし、介入点への実践的介入を通じて、望む人が安心して子どもを産み育てられると思える社会の実現に向けた具体的な道筋を示すことです。今後も、さまざまなステークホルダーとの協働を通じて、持続可能な取組を継続していきます。



GGPの公式サイトはこちら：<https://ggpartners.jp/>

Appendix

実証実験から抽出された 「多世代交流の場づくり」60のエッセンス

本実証実験の企画・運営・振り返りのプロセスのなかで、参加者や運営メンバーから得られた実践的なノウハウ(暗黙知)を60のエッセンスに整理・統合しました。今後、さまざまな場所で多世代交流を展開する際の「知恵袋」としてご活用ください。

空間設計・設備 1-15

場づくり

1 BGMの用意(ホワイトノイズの活用): カフェで流れているような音楽などを流すことで、適度なホワイトノイズとなり、子どもが声を出しても気にならなくなり、大人も作業に集中しやすくなる。

2 靴を脱ぐエリアの明示: 靴を脱ぐ場所を設ける場合は、「靴/くつをぬいでね」とひらがなと漢字を併記したサインを掲示し、子どもも大人も上がってよいスペースであることを直感的に伝える。

3 視線の設計: 手前に低い什器や備品を、奥に高いものを配置し、入り口から会場全体を見渡せるようにして、心理的ハードルを下げる。

4 会場の第一印象づくり: 窓を開けて開放感を出したり、カラフルな装飾やPOPを配置して明るい雰囲気を作り、足を踏み入れやすくする。

5 ゾーニングの明確化と「逃げ場」の確保: 「交流したい人」と「集中したい人」がそれぞれ心地よく過ごせるように、プレイエリアと作業エリアの境界をゆるやかに分ける。それにより場全体の居心地のよさが高まる。

6 立ち止まる場所と通路の分離: 「問い」のボードなど参加者が立ち止まって考えるコンテンツは、通路や既存のワーカーの作業導線と被らないよう、少し内側に下げて配置し、会場全体の流れを塞がないレイアウトにする。

7 「出入り自由」の大きな掲示: いつでも気軽に参加・退出できることを明示し、立ち寄りのハードルを下げる。

8 PC配線や機材の隔離: 子どもが足を引っかけてたり触ったりしないよう、コード類はまとめるか、子どもの動線から離れた場所に隔離する。

9 既存利用者のための「ルール明示」の徹底: イベント参加者に対して、「ここは作業専用エリアなので立ち入らない」「このソファには荷物を置かない」といったルールを分かりやすく伝える。既存利用者が安心して作業できる環境を守るため、会場内のルールを事前に共有する。

10 適切な広さの維持: 子どもがどこにいるか把握でき、かつ大人が作業するスペースとも適度な距離が保てるよう、会場を広げすぎず目の届く範囲にとどめる。

11 テントの設置(パーソナルスペース): 疲れた子どもが昼寝をしたり、一人になって落ち着けるパーソナルスペースとして、簡易テントを用意しておく。

ベビーのいる場づくり

11 テントの設置(パーソナルスペース): 疲れた子どもが昼寝をしたり、一人になって落ち着けるパーソナルスペースとして、簡易テントを用意しておく。

12 ベビーエリアの奥側配置: ベビーエリアを壁側や奥に配置することで、子どもが外へ飛び出しにくく、親の心理的安全性を保つ。

13 ベビーカー置き場の確保: 施設の外や通行動線を妨げない適切な場所にベビーカー置き場を設け、案内POPを掲示する

14 専用インフラと食事スペースの明示: 未就学児が参加する場合、専用のインフラ(おもつ替えスペース・授乳室)を必ず用意し、場所を分かりやすく案内する。おもつ交換台や授乳室だけでなく、親が離乳食を温められたり、片手で食べられる軽食が取れるスペースを明示することで、親子の滞在時間を長くし、心理的負担を軽減できる。

キッズのいる場づくり

15 床よりも「壁面・ホワイトボード」の活用: 子どもは床に敷いた紙よりも、壁のホワイトボードなどに立つて描くことを楽しむ様子が見られた。壁面をキャンバスとして活用できるようにすることで、より自然に遊びが広がる。

安全・見守り 16-17

場づくり

16 誤飲・怪我を防ぐ文具の選定: ペン状の尖ったものや誤飲しやすいものは避け、持ち歩いて転んでも安全な画材を用意する。

17 専門家による見守りと関わり方の工夫: 未就学児が参加する場では、保育の専門家が見守りながら、過度に介入せず自然な関わりをそっと支えることが大切である。

コミュニケーション・交流の仕掛け 18-24

場づくり

18 ひらがなの下の名前名札: スタッフも参加者も「ひらがなで下の名前」を書いた名札をつけ、子どもからも大人からも名前を呼びやすくし、初対面同士の心理的距離を一気に縮める。

19 100のミッションカード: 「子どもの名前を聞いてみよう」「ミルクをあげてみよう」など、関わるための具体的なアクションを提示し、大人が戸惑わずに子どもと関われるきっかけをつくる。

20 共通の目的(共同作業)の用意: 子どもは、何をすればよいか分かる具体的な目的やゴールがあると動きやすくなる。世代を超えて一緒に手を動かせる共通の目的を用意することで、自然な対話や交流が生まれやすくなる。

21 子どもの目線に合わせる: 受付や会話の際、しゃがんで子どもの目線に合わせて、服のキャラクターを褒めることで場をほぐす。

22 段階的な交流ステップの設計と見るだけで参加できるコンテンツ: はじめから直接的な交流を前提とするのではなく、「見る・応援する」→「少し会話する」→「一緒に作業する」と、関わりのハードルを段階的に用意する。「ハイハイレース」など、直接ふれあわなくても

「見て応援するだけ」で参加している気持ちになれる体験を用意する。

23 ライトな「問い」の掲示: 「子どもが職場にいる場に来てみてどう感じましたか?」など、直感的に答えやすい問いをボードに掲示し、付箋で回答してもらうことで、意見交換のフックにする。

24 プレストの「問い」: 「働く場に子どもがいたら、どんな変化が起きるか?」といった、未来の社会のあり方を想像させる「問い」を設置することで、子どもに関心がない層にとっても、自分の生き方や社会との関わり方を「自分事」として考えるきっかけを生み出す。



コンテンツ・プログラム 25-30

場づくり

25 遊具の活用:遊具を用意することで、身体を使った遊びを通じて世代をつなぐきっかけをつくる。

キッズのいる場づくり

26 コーヒー提供体験:子どもが注文を取り、豆をゴリゴリと挽き、完成したコーヒーを参加者に提供する(安全面を考慮し、淹れる工程は大人が担当)。役割のある体験を通じて、世代を超えた自然なコミュニケーションが生まれる。

27 会場内で使える通貨の用意とスタンプラリー:お手伝いをした子どもにチケットを渡し、お菓子などと交換できる仕組みにすることで、「仕事体験」のモチベーションを生む。チケットの使い方を工夫したり、スタンプラリー形式にすることで、達成感を重視した設計が有効である。

28 工作テーマの提示:「まちをつくってみよう」など

のテーマを提示することで、大人と子どもがアイデアを出し合いやすくなる。

29 デジタルアートと直感的なツールの活用:タブレット端末などを活用することで、指でなぞるだけで直感的にアートを楽しむことができ、大人もサポートしやすい。

30 大人が「自分の得意・仕事」を紹介しながら遊ぶ:大人が自分の得意分野や仕事に関連するテーマを通じて子どもと遊ぶことで、自然な関わりが生まれ、子どもにとっても社会や職業への関心を広げる機会となる。

運営・オペレーション 31-41

運営設計(方針・設計・マネジメント)

31 役割分担の明確化:複数の企業やスタッフに関わる場合には、誰がどのエリアを担当し、誰にどのように声をかけるのかなど、当日の役割をあらかじめ丁寧に整理しておく。

32 無理のない運営体制の検討:はじめはスタッフが関わり方のハブとなって運営を行い、徐々に参加者自身が自然に関わるルールや環境を整えることで、持続可能な運営体制を検討していく。

33 参加者の声の収集:イベントの改善につなげるために、「どのように感じたか」を参加者だけでなく、交流に加わらなかった人からも拾い上げる仕組みをつくる。また、「遠くから見ていた人」や「少し違和感を覚えた人」の声にも耳を傾けることで、次の場づくりに活かせる大切な気づきを得ることができる。

34 開催頻度とターゲットのチューニング:「毎月1回のイベント型(交流を目的とした開催)」や「週1回の託児型(日常の風景としての共存を目指す開催)」など、目的に応じて開催の頻度や内容をやわらかく調整する。また、対象となる子どもの年齢(未就学児・小学生など)についても、その場の目的や参加者の状況に合わせて柔軟に考えていく。

35 参加する大人への「事前インプット」:当日にいきなり子どもと出会うのではなく、事前に「なぜこの場に子どもがいるのか(社会課題や取組の背景)」を共有することで、大人側が安心して受け入れられるような心の準備をつくる。

オペレーション設計

(現場で回すための仕組み・導線)

36 タイムライン(スケジュール)の明示:「何時に何が行われるのか」を看板やチラシでわかりやすく示すことで、参加者が自分のペースで関われるようにする。

37 ウェイティングリストの工夫:人気の体験では、ウェイティングリストを作成するなど、流れが分かりやすい仕組みにする。また、名前だけでなく顔や特徴も把握できるようにすることで、スムーズな案内につなげる。

38 アナウンスの工夫:イベントの趣旨を掲示するだけでなく、時間を区切って口頭でもアナウンスを行うことで、参加者の理解を深め、自然な参加を促す。

39 参加者属性の視覚化とエプロン着用:誰が運営スタッフ(あるいは保育の専門家)なのかひと目で分かるように、エプロンなどで役割をやさしく見える化する。あわせて、子どもを連れていない若い世代(一般参加者)にもネームタグやシールなどをつけてもらうことで、「声をかけてよい人」が分かりやすくなり、保護者も安心して関わりやすくなる。

40 設営・撤収の効率化(段ボールの明記):備品は段ボールで運ぶことが多いため、各箱の外側に中身を分かりやすく記しておくことで、限られた時間や人手でも、設営や撤収をスムーズに進められるようにする。

現場運用

41 片付けしやすい環境の整備:運営中も、参加者が気づいたときにすぐ片付けや整理ができるように、ゴミ袋や回収場所を分かりやすく目立つ位置に配置しておく。



周知・集客・巻き込み 42-51

42 参加する理由(きっかけ)の提示: ただ「子どもと遊ぼう」と呼びかけるのではなく、「少し息抜きができる」といった小さなきっかけを用意することで、働く人が自分の時間の中で無理なく関われる入口をつくる。

43 ターゲット年齢に応じた開催場所の分散: 保護者の移動負担(遠方から都心など)を減らすため、都心の1箇所だけでなく、生活圏に近いサテライトオフィスや複数拠点で分散開催する。

44 立て看板での直感的なアピール: 通路や入り口に「10分だけ参加OK」「出入り自由」といったメッセージを大きく書いた看板を設置し、たまたま通りかかった人の足を止めるきっかけをつくる。

45 草の根の社内ネットワーク活用: 社内の有志コミュニティや若手同期のネットワークを通じて、事前に個別の声かけや周知を行い、参加の心理的ハードルを下げる。

46 気軽に入りやすい雰囲気づくり: 複数人で通りかかった若い世代でも気負わず関われるよう、グループで参加できるミッションを用意したり、スタッフが気軽に声をかけたりするなど、自然に場へ入りやすい雰囲気をつくる。

47 日常動線上での巻き込み: 会場近くのカフェに並んでいる人やトイレに行く人の動線上に掲示物を置き、待ち時間にちょっとしたぞいてみようと思わせる導線を作る。

48 イベント前・イベント中の声かけ: 開始前に執務スペースを回って案内を配ったり、開催中にミッションカードを直接手渡ししてオーガニックに巻き込む。

49 企業内の「ファミリーデー」との接続: 全く知らない人の場に行くのはハードルが高いが、同僚の子どもが来る「ファミリーデー」のような社内イベントの延長線上に位置づけると参加しやすくなる。

50 スキルアップ研修との関連付け: 新人研修やマネジメント研修など、企業の既存の研修と掛け合わせることで、子どもに関心のない層も参加しやすい「理由」を作る。

51 大学生・高校生を「企画側」に巻き込む: 若い世代をただの参加者として呼ぶのではなく、企画・運営側に巻き込むことで、当事者意識の醸成を図り、同世代へのオーガニックな波及(ネットワークの拡大)が期待できる。

事前案内・広報 52-54

ベビーのいる場づくり

52 設備情報(離乳食・電子レンジ等の有無)の事前明記: おむつ交換台の有無に加え、離乳食スペースや温めの可否、飲食物の持ち込み可否などの詳細な設備情報を、事前に分かりやすくアナウンスする。

53 ベビーカーでのアクセスルートの事前周知: イベント情報だけでなく、ベビーカーで会場までどのようにアクセスできるかの具体的な動線を事前に案内する

ことで、参加のハードルを下げる。

ベビー／キッズ共通の場づくり

54 施設公式Webサイトとの広報連携: 主催者のサイトだけでなく、実施する施設(コワーキングスペースや商業施設)の公式Webサイトや公式SNSにも情報を掲載してもらうことで、普段その施設を利用している層へのオーガニックな周知が可能になる。

持続可能性・社会実装に向けた展開 55-60

55 企業側の「社会経済的メリット」の言語化: 企業内で継続的に取組を進めていくためには、単なる子育て支援として捉えるだけでなく、「社内エンゲージメントの向上」や「コミュニケーションの活性化」「離職率の低下」など、企業にとってどのような価値につながるのかを整理し、言葉にして共有していくことが重要である。

56 「ネーミング」による意識づけ: 企業の社員とその家族のみを対象とする社内イベントとしての「ファミリーデー」という名称ではなく、子育て世帯だけでなくさまざまな人が関わることを想定したネーミング(例:「Open day with Baby」)やロゴを用いることで、場の開かれ方や参加のイメージが大きく変わる。

57 外からも見える「開かれた場」での実施: 企業内の閉じた会議室だけでなく、ガラス張りの空間など、学生や他社のワーカーといった外部の人が外から様子を見られる環境で実施することで、「自分の場所でもやってみたい」と感じる新たな共感者やサポーターを生み出す。

58 行政の「予算補助スキーム」の活用: 社内の予算だけに依存するのではなく、地方自治体などと連携し、「社員の定着」や「Uターン促進」といった文脈の中で、費用補助を得る仕組みを検討する。

59 既存のネットワーク・インフラとの連携: ゼロから場を立ち上げるのではなく、すでに子育て支援に取り組んでいる既存のネットワークやインフラと連携することで、展開のハードルを下げる。

60 啓発デー等を活用した全国同時開催: 一社単独で実施するのではなく、「いい育児の日(11/19)」などの啓発デーに合わせるなどして、全国の企業や商業施設が同時に開催することで、社会的な話題やムーブメントを生み出す。これにより、企業や若い世代が参加しやすいきっかけ(参加する理由)をつくる。



GGP 共創プロジェクト

少子化に向き合う社会デザイン会議 実証実験編

主催	GREEN×GLOBE Partners (運営:株式会社三井住友フィナンシャルグループ)
伴走支援	株式会社ロフトワーク
社会デザイン 会議参加企業 ※50音順	株式会社赤ちゃん本舗 (新規事業推進) 生駒市(子育て健康部こども政策課) 株式会社OpenHeart KODOMOLOGY 株式会社 comodo. サイボウズ株式会社(ソーシャルデザインラボ) 株式会社ズカンドットコム 株式会社Smart Nurse 株式会社ピコトン 株式会社日立製作所(社会協創イノベーション事業統括本部) NPO 法人放課後NPOアフタースクール 医療法人社団オレンジ「ほっちのロッヂ」 株式会社ポーネルド 株式会社マスキー 認定NPO 法人全国こども食堂支援センター・むすびえ 合同会社ラク育 株式会社 Louvy(そだてるはたらくプロジェクト)
KVデザイン	Eko Hayashi
レポートデザイン	平野 達郎(root design studio)
