

【イベントレポート】 赤ちゃん本舗、GGP 共創プロジェクトで 多世代交流の実証実験を推進

株式会社赤ちゃん本舗(本社:大阪市中央区 <https://www.akachan.jp>)は、GGP(三井住友フィナンシャルグループが運営する GREEN×GLOBE Partners)共創プロジェクト「少子化に向き合う社会デザイン会議」に参画し、子育て前の若い世代、親、子どもが自然に交わる場のあり方を探る実証実験「Open day with Baby @ SHIBUYA QWS」に取り組みました。

本実証では、赤ちゃん本舗 新規事業推進 エキスパートの澤田千春がプロジェクトマネージャーを務め、“働く場”を起点とした多世代交流の可能性を検証しました。



赤ちゃん本舗は創業以来、赤ちゃんのいる暮らしに寄り添ってきました。一方で、少子化が進行するなか、子育てに関わる商品やサービスを提供するだけでなく、子育てを取り巻く社会環境そのものに向き合う必要があると考えています。

今回参画した GGP 共創プロジェクトでは、少子化を個人の選択の問題としてではなく、複数の要因が複雑に絡み合う社会課題として捉え、システム思考のアプローチによる調査・整理を実施しました。

その結果、子育て前の世代と親子が日常的に関わる機会が減少していることに着目し、「多世代が自然に交わる居場所づくり」が有効なアプローチになり得るといふ仮説に至りました。

実証実験：背景と課題認識

約半年間の調査を通じて見えてきたこと

- 調査から見えたこと**
少子化は第一の原因・施策では解決できない、社会構造に根ざした複雑な課題である
- 特に深刻な点**
子育て世代と若い世代が日常で交わる機会の減少
- この課題が生む影響**
子育てが家庭内に閉じられ、若い世代には子どもや子育てが実感しにくく遠い存在になっている
 - SNSのセルフデザイン化影響：「子育ては煩悩」「大変」といった投稿が可視化・共有されやすく、印象が悪化する
 - 心障的ハードルも高まる：リアルを知らないまま、子育てが「ハードルが高すぎるもの」「バリエーションが豊富」として認識されてしまう

キャプション：リサーチを経て「子育て世代と若い世代が日常で関わる機会の創出」がレバレッジポイントと判断された。 図提供：ロフトワーク

実証実験：実験の趣旨

「多世代が自然に交わる居場所づくり」

2つの実証実験：
共創空間 (SHIBUYA QWS) と、企業オフィス (日立製作所) で検証

QWS実験 (共創空間)

- 目的: 2024年12月1日 - 27日、18時 - 19時 (9日程)
- 対象: 赤ちゃん本舗、QWS店舗のワーカー
- 参加者: 多世代が集まるオープンイベント開催

日立実験 (オフィス空間)

- 目的: 2024年12月1日 - 20日 (17日、18日、19日)
- 対象: 日立グループ社員および子どもたち (20名程度)
- 参加者: 産科の産婦人科、ホール (建設で立ち寄りやすい)

共通の検証課題 (両実験で同じ観点で検証)

- 多世代が自然に交わる居場所づくり
- 多世代が自然に交わる居場所づくり

■共創空間における多世代交流の場づくりを検証

この仮説を具体的に検証する場として設定したのが、会員制シェアオフィス「SHIBUYA QWS」。
2026年2月7日、21日、27日、3月4日の計4日間にわたり開催した「Open day with Baby @ SHIBUYA QWS」
では、親子を“働く場”に迎え入れ、そこで働く人々との自然な交流が生まれる環境づくりに挑戦しました。
会場では、ハイハイレース、AI めりえ、万華鏡づくり、フォトブース、子どもと関わるきっかけをつくる「100のミッションカード」、さらに「子育てしながら働ける社会」をテーマにしたブレスト会など、多様なコンテンツを実施。親子とワーカーが無理なく同じ空間を共有し、それぞれの立場を越えて関わり合える構成を目指しました。



開催風景(day2: 2/21)。壁を挟んだ奥にワーカーが作業するスペースが広がる共創空間。



子どもと関わるための100のミッションカード：子どもと接する経験が少ないワーカーに向けて、書き出した手がかり。





ベビー用品の体験スペース



これからを考える問い&プレスト会

本実証において澤田は、赤ちゃん本舗の知見を生かしながら、乳幼児の安全性と、働く場としての開放性・汎用性をどのように両立するかというテーマに向き合いました。ベビー向けの空間は安全性を重視すると閉じた設計になりやすい一方、交流を生み出すには、ワーカーが自然に入り込める余白も欠かせません。そこで会場では、開催日ごとにレイアウトや導線を見直しながら、赤ちゃんのいる場を特別なイベント空間として切り分けるのではなく、日常の延長として受け止められる場づくりを重ねました。

■会場内で生まれた交流の様子

会場ではベビーや子どもや親たちの声で賑わう様子が見られました。コンテンツに沿って遊び始める0～6歳の未就学児の親子に加え、ワーカーは、通り過ぎる、外から眺める、展示に見入る、プレストに参加する、ベビーと触れ合う、子どもと一緒に遊ぶなどして、開催期間中はさまざまな関わりの風景が生まれました。



親子が一緒にいるところに、ワーカーも入り込んで遊ぶ様子。



子育て社会を考える問い&ブレスト会



休憩スペースでご飯を食べさせたり、ミルクを飲ませたり、おむつ替えを体験したワーカーも。

実証期間中は、計 68 家族、大人 92 名、未就学児 73 名が参加し、各回 10~20 名程度のワーカーが交流に加わりました。会場では、子どもと接することに慣れていない若い世代がミッションカードをきっかけに親子へ声をかけたり、おむつ替えやミルク授乳の体験を通じて育児のリアルに触れたりする場面も見られました。また、「普段であれば気になる赤ちゃんの泣き声も、この空間では嫌だと感じなかった」といった声もあり、場の設計や雰囲気によって、子どもの存在に対する受け止め方が変化し得ることが示唆されました。

アンケートでは、多くの参加者に前向きな意識変化が見られた一方で、子育ての大変さが具体的に見えたことで、不安が高まったという反応も一定数確認されました。赤ちゃん本舗は、こうした反応も、子育ての実態に対する理解の解像度が高まった結果の一つだと受け止めています。子どもや子育てとの接点が少ない社会では、育児は見えにくく、実感しにくいものになりがちです。だからこそ、実際に触れ、知ることそのものが、将来の家族や働き方、社会との関わり方を考える第一歩になると考えています。

■実証実験を通じて —プロジェクトマネージャーの声—



今回のプロジェクトには、変化する子育て環境を社会全体で考えていくため、社会との対話の場として参加しました。赤ちゃん本舗はこれまで、ベビーに特化し、物販事業を中心に成長してきましたが、いま人口減少の最前線に立っています。だからと言って私たちが<ベビーを増やしたい>とただ言うのもきっと違う。一歩外に出て、社会全体から子育ての環境を俯瞰することが必要と考えています。

リサーチ段階を経て、実証実験における空間設計・コンテンツ準備・お客さま誘導など全体を統括するプロジェクトマネージャーとして企画を推進。空間設計で意識したことは、ベビーの安全性の確保と“働く場”で交流することのバランスです。ベビーの安全性や動線は大事ですが、そこを重視しすぎると多世代交流の側面が損なわれ、今後を見据えた汎用性も下がってしまいます。他参画企業の皆さまと協議しながら、ベビーの月齢、参加人数、想定されるワーカーの人数も考慮して、結果的に空

間レイアウトは 4 日間で毎回変わりました。

また、今回の実証を通じて、赤ちゃん本舗にとっても自社だけでは得にくい視点を、異なる専門性を持つ企業や実践者との共創を通じて得られたことは、大きな成果となりました。

赤ちゃん本舗は、本実証を通じて、子育て当事者だけでなく、誰もが子どもの存在を身近に感じられる社会環境の必要性をあらためて認識しました。

今後も、子育てに関わる人とそうでない人のあいだにある心理的・社会的な距離に目を向けながら、子どもと大人が自然に共生できる環境づくりに取り組んでまいります。今回得られた知見を今後の事業や社会との連携に生かし、「今、子育てに関わる人も、そうでない人も、皆が幸せに暮らせる社会」の実現を目指します。

■■GGP 共創プロジェクトについて

GGP は、環境・社会課題解決のために SMBC グループが 2020 年 7 月に設立したコミュニティです。

一社では解決が難しい環境社会課題を多様なステークホルダーの力で解決するために、業種や企業規模、団体種別(企業、自治体、社団法人など)にとらわれず、約 1900 社・団体のパートナーが参画しています。

GREEN×GLOBE Partners ウェブサイト

<https://ggpartners.jp/>

<リサーチ編> https://www.smfg.co.jp/sustainability/ggp/pdf/ggp_report01.pdf

<実証実験編> https://www.smfg.co.jp/sustainability/ggp/pdf/ggp_report02.pdf

<ビジョン編> https://www.smfg.co.jp/sustainability/ggp/pdf/ggp_report03.pdf

株式会社 赤ちゃん本舗について

赤ちゃん本舗は、1932 年の創業以来、マタニティ & ベビー・キッズの専門店として、出産・子育てを見つめ続けてきました。コーポレートメッセージである「スマイルな育児を。アカチャンホンポ」を実現し、家族みんなを笑顔にする新たな価値を創造し社会に貢献することが私たちの使命であると思っています。

<https://www.akachan.jp/>

- ・事業内容：マタニティ・ベビー・キッズの専門店として、物販・サービス・情報を提供
- ・所在地：大阪府大阪市中央区南本町 3-3-21

以上

【お問い合わせ先】

報道関係者さま 赤ちゃん本舗 ブランド広報部
TEL：06-6258-7125
メール：ah-kouhou@akachan.co.jp

お客さま 赤ちゃん本舗 コールセンター
TEL：0120-500-684 (9：00～17：30)
お問い合わせ：<https://akachan.my.site.com/contactsupport/s/>