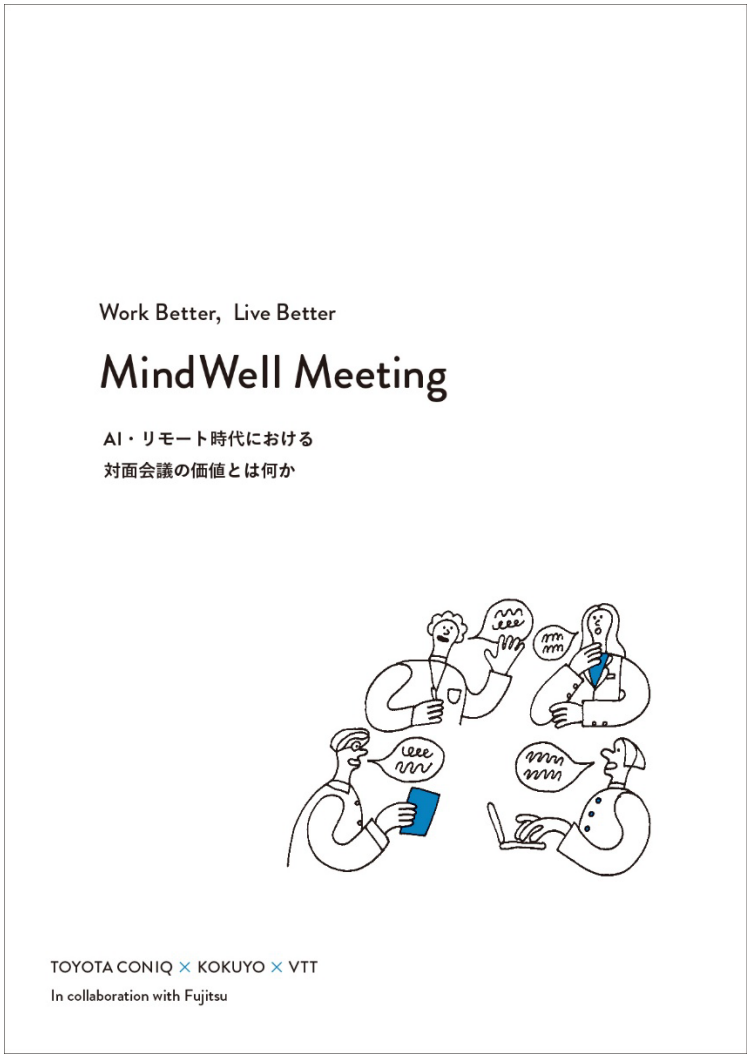
Press release

2026 年 11 月 24 日
トヨタ・コニック株式会社
コクヨ株式会社
VTT Technical Research Centre of Finland

AI・リモート時代の「会って働く」価値を探る

対面会議における 6 つの情緒的価値を整理したホワイトペーパーを公開

― TOYOTA CONIQ、コクヨ、VTT の 3 者による共同研究の第一弾 ―



トヨタ・コニック株式会社（以下、TOYOTA CONIQ）、コクヨ株式会社（以下、コクヨ）、フィンランドの国立研究機関 VTT Technical Research Centre of Finland（以下、VTT）の 3 者は、より良い会議や働く場のあり方を探究するため、「会って働く」ことの価値に関する共同研究を進めています。その第一弾の成果として、11 月 24 日にホワイトペーパー「MindWell Meeting」を公開しました。

本ホワイトペーパーでは、全国 5,000 人を対象に実施した「しあわせ」に関する調査のうち、対面会議での体験に関する回答を分析。参加者が感じる情緒的価値を、「安心」「理解」「絆」「創発」「成長」「行動意欲」の 6 つに整理しました。特に「安心」は、会議の目的を問わず、満足度の高い会議に共通して見られました。今後は 2026 年 12 月 1 日より、富士通株式会社のセンシング・データ分析技術を活用した実証実験を行い、これらの情緒的価値をデータで捉える可能性を検証します。会議の効率や意思決定といった成果だけでなく、参加者の心理面にも着目し、「会って働く」ことが人や組織にもたらす価値を考察します。得られた知見を、よりよい会議や働く場の設計に活かし、組織のパフォーマンスと働く人のしあわせの両立を目指します。

対面会議で参加者が感じる、6 つの情緒的な価値

今回の分析では、対面会議での体験から、次の 6 つの情緒的な価値が見えてきました。

- 安心｜安心して発言し、参加できる
- 理解｜相手や議論への理解が深まる
- 絆｜相手とのつながりが深まる
- 創発｜新しい考えやアイデアが生まれる
- 成長｜新たな気づきや学びを得る
- 行動意欲｜次の行動へ向かう気持ちが高まる

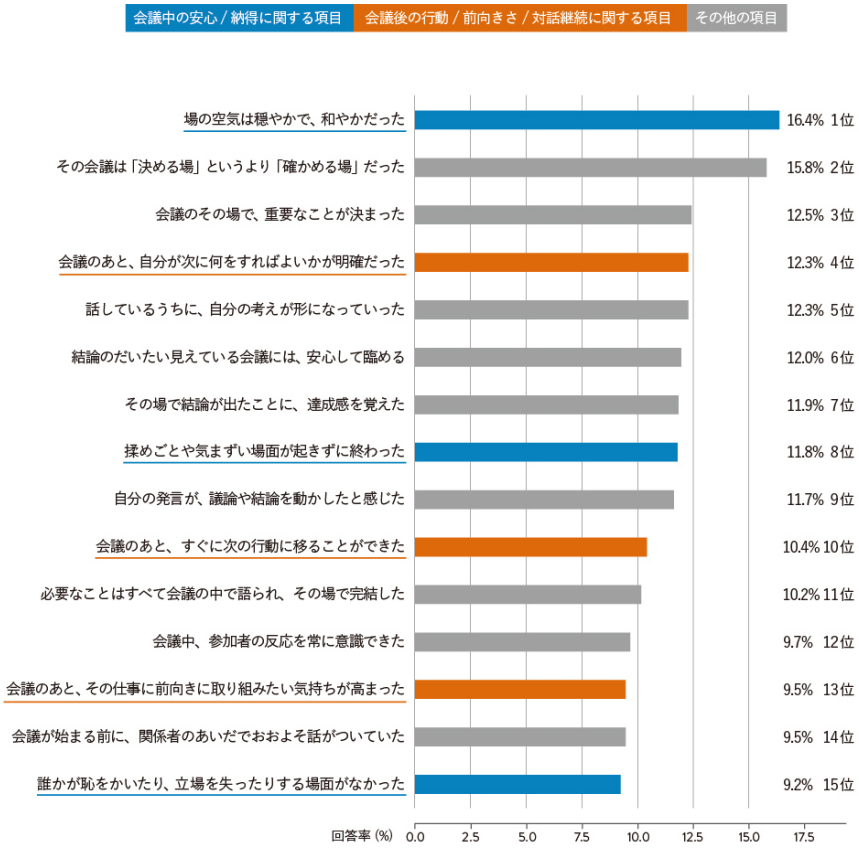
なかでも「安心」が満足度の高い会議に共通して見られたことから、参加者が安心して関われる場づくりの重要性が確認されました。

本ホワイトペーパーでは、こうした調査結果に加え、コクヨの We-Being Project が提唱する、幸せのありかを人と人、人と場との「あいだ」に見出す「We-Being」の視点から捉えた会議体験と空間のあり方や、VTT の人と人との相互作用に関する研究知見と異文化比較の視点も取り入れ、「会って働く」ことの意味を多面的に考察します。さらに、人と人との関係性や、社会・文化的な環境とウェルビーイングの関わりを研究する京都大学の内田由紀子教授からも、専門的な知見に基づくコメントをいただき、その内容を掲載しています。

「最も満足した対面会議」の特徴と、会議後に残るもの

Q「仕事、業務において最も満足したリアル（対面式）会議」
とはどんな点が満足したか、以下当てはまるものを全てお答えください。

複数回答｜有効回答 n=3,238｜全 40 項目中、上位 15 項目＋注目項目を色付け



研究の背景——人が集まることの価値を、今、改めて問い直す

AI の活用やリモートワークの定着により、働き方の選択肢が広がる一方、出社回帰の動きも見られます。働く場所の選択が改めて問われる今、重要なのは、単に人が集まることではなく、そこにどのような価値が生まれるのかという視点です。

TOYOTA CONIQ は、幸せ研究の活動テーマとして「Work Better, Live Better」を掲げ、働くことと生きることの関係を見つめながら、研究を進めてきました。

その中で、日々の仕事や組織活動を支える基本的な営みである「会議」に着目。コクヨ、VTT とそれぞれの専門性を持ち寄り、会議で生まれる情緒的な価値を明らかにし、これからの働き方や人が集まる場のあり方を探ります。

コクヨは、オフィス空間デザインや国内外の働く場の研究活動を通じて、働く人と場の変化に向き合い続けてきました。働き方を取り巻くツールやテクノロジーが目まぐるしく変わる今、オフィスに集まる意味や、顔を合わせて会議をし、言葉を交わす意義を問い直すため、本研究に参加しています。軸に据えるのは、We-Being Project で探求している、幸せや働く意義を「あいだ」に見出す視点です。日本の職場における会話やふるまいの特性をふまえ、We-Being に根ざした会議とコミュニケーションのあり方を探っていきます。

本研究に対する各社コメント

TOYOTA CONIQ

私たちは、働く人の「しあわせ」と組織の成長は、地続きにあると考えています。日々の会議は、業務を進めるだけでなく、人と人との関わりを通じて、一人ひとりの力を引き出し、組織に活力をもたらす場でもあります。AI が仕事のあり方を大きく変える今、人だからこそ生み出せる価値とは何か。会議という身近な日常から、人がともに働くことの意味を捉え直し、これからの働き方や組織の新たな可能性を切り拓いていきたいと考えています。

コクヨ We-Being Project

We-Being は、幸せのありかを人と人、人と場との「あいだ」に見出す考え方です。今回見えてきた 6 つの価値のうち「安心」「理解」「絆」は、成果の陰で見過ごされがちな、あいだの価値です。私たちは、この関係の質が土台となって「創発」「成長」「行動意欲」が生まれると捉えています。場の空気や相手との関係を大切にする日本の職場では、なおの

ことです。この知見を会議や空間のデザインに生かし、関係を支えに参加者が自ら動き出せる「We-Being な会議」を職場に実装していきます。

VTT

VTT は、対面会議における 6 つの情緒的価値を、空間・テクノロジー・人の行動・ウェルビーイングの複雑な関係をより深く理解するための手がかりと捉えています。私たちの研究は、その理解を、ポジティブな対話や意味のある体験、そして最終的にはより幸せな生き方を育む空間やシステムの設計へとつなげていくことを目指しています。

調査概要

調査名：2026 年度しあわせのものさし調査
調査時期：2026 年 7 月 30 日～8 月 3 日
調査対象：日本全国 18～79 歳の男女 5,000 人
調査方法：オンラインアンケート方式で実施

ホワイトペーパーについて

公開日：2026 年 11 月 24 日
タイトル：MindWell Meeting　AI・リモート時代における、対面会議の価値とは何か
閲覧・ダウンロード： https://thinking-about-happiness.toyotaconiq-pro.co.jp/mindwell-meeting

研究体制

TOYOTA CONIQ：研究全体の設計・統括、しあわせ調査の実施・分析、データ分析モデルの開発
コクヨ（We-Being Project）：働く場・環境に関する知見の提供、We-Being の視点からの考察
VTT：研究知見の提供およびフィンランドの文化的視点からの考察

各社概要・お問い合わせ

トヨタ・コニック株式会社

トヨタ G ブランディング戦略本部

担当：立石涼子

ryoko_tateishi@toyotaconiq.co.jp

We-Being Project（コクヨ）について

コクヨが京都大学・内田由紀子教授との共同研究をもとに、2026 年 9 月に公開したプロジェクトです。幸せのありかを人と人、人と場との関係、すなわち「あいだ」に見出すウェルビーイングの指標「We-Being」を提唱し、その社会実装をめざしています。研究者や実践者など 30 人へのインタビュー「30VOICES」、専門家を招いた研究会「We-Being Dialogue」、ポッドキャスト「We-Being Radio」などを通じて探求を続けています。
https://we-being.net/