

— jeki〈未来の商業施設ラボ〉が 商業施設の新たな未来ビジョンを発表 —

未来の商業施設は「消費」から「生活者の“生産活動”」に寄り添う場へ

## 「ものづくりによるウェルビーイング」が生まれる地域共創拠点

jeki〈未来の商業施設ラボ〉は、商業施設の「消費の場」としての価値が揺らぐ中、「生活者の“生産活動”」に寄り添う新たな未来ビジョンとして、「『ものづくりによるウェルビーイング』が生まれる地域共創拠点」を発表しました。モノづくりや農体験など“生産活動”を楽しむ生活者が増え、テクノロジーを背景にプロシューマー的な価値観も広がる中、本ビジョンは、商業施設の新たな存在価値を見いだすための一つの提案です。

ビジョン策定にあたり、有識者との対談、モノづくり・小商いの先行実践者へのデプスインタビュー、ラボメンバーによるワークショップを実施しました。これらを踏まえた本ビジョンは、2022年に発表した未来の商業施設像の「顧客との生活価値の共創」を発展・拡充させたもので、商業施設が地域と連携して、生活者の「ものづくりによるウェルビーイング」を共創していく考え方です。詳細は当ラボウェブサイトにてご覧いただけます。

※プロシューマー：生産者と消費者からなる造語で、生産活動を行う消費者

商業施設の  
未来ビジョン

## 「ものづくりによるウェルビーイング」が生まれる地域共創拠点



ものづくりによる  
ウェルビーイング

有識者対談で得られた知見を背景に、モノづくり・小商いの先行実践者へデプスインタビューを実施。自分・地域・社会の視点で、3つの「ものづくりによるウェルビーイング」を抽出しました。

〈自分の視点〉

### ①モノの創作による 「自己表現」

消費者の立場では飽き足らず  
自分だけのモノづくりを通して  
自分のすべてを表現

〈地域の視点〉

### ②小商いによる 「地域交流・共創」

消費者の立場では得られなかった  
小商いを通じた地域での出会い  
や交流、小商い同士での共創

〈社会の視点〉

### ③アップサイクルによる 「社会貢献」

大量生産・消費・廃棄が限界を  
迎える中、アップサイクルのモノづくり  
を通して社会貢献

## ウェルビーイング 実現のポイント

ラボメンバーのワークショップを通して「ものづくりによるウェルビーイング」を実現するポイントを導出。  
商業施設の顧客・場・人の捉え方を転換していく考えです。

- ① “顧客”一人ひとりの不安・不便を解消し、「ものづくり」をしたい潜在的な思いを引き出す。
- ② 消費者としての利用が「ものづくり」へ自然につながる“場”を整え、テクノロジーを活用して実現をサポートする。
- ③ 施設や地域の多様な“人”たちを連携させ、みずから関わりたくなる環境を整え、共創による「ものづくり」を実現する。

### 従来の商業施設

### 当ラボの考える商業施設

①顧客の捉え方

受動的な消費者

主体性を持ち価値を生み出す生産者

②場の捉え方

関わりしろのない買物の場

「ものづくり」へ自然に導き実現する舞台

③人の捉え方

関わり合いのない匿名の他者

「ものづくり」の共創・参加のパートナー

## 利用ストーリー

### ●STORY01 Aさん（40代会社員・パパ）

#### ①モノの創作による「自己表現」

“消費者として過ごしていた商業施設が、いつの間にか、  
自分の思いを表現する場所になっていました”

40代になって仕事が落ち着き、これからの人生を考えるように。そんなある日、商業施設で出会ったのが、個性的なポップアップショップを営む一般の人々だった。施設からは、一人ひとりに寄り添う「ものづくりサポート」が受けられるという。私も大好きな「食」で自分を表現してみたい、と思うようになる。



### ●STORY02 Bさん（20代大学生・女性）

#### ②小商いによる「地域交流・共創」

“趣味をきっかけに出会いが出会いを呼んで、地域の人との  
共創へ。小商いを始めて地域に仲間ができました”

古着好きが高じて、商業施設の古着店舗の工房で、自分のセンスを生かしたリメイクをするようになる。不安の中、小商いも始めることになったが、商業施設によるマッチングで地元のスナックのママが、接客担当として寄り添ってくれることに。商業施設が用意した出店プラットフォームサービスも助けになった。単なる古着好きだった自分が、いつの間にか地域の一員になっていた。



### ●STORY03 C君（小学1年生・男子）

#### ③アップサイクルによる「社会貢献」

“地域のさまざまな人たちと共に子どもの夢を実現。夢のベース  
にあったのは、地域や社会の役に立ちたいとの思いでした”

リニューアルを機に、商業施設が広場に設置する遊具のアイデアを募集した。テーマは「夢の遊具のお絵描きコンテスト」、対象は小学生。地域でプラスチックを回収しアップサイクルによって実現する企画だ。最優秀賞を受賞したのは外遊びが大好きなC君だった。C君の作品実現に向けて、地域のさまざまな立場の人たちが、自然な形で協力。C君の地域や社会のためになりたい、という思いがかなえられた。



## 研究のプロセス

本研究は以下のプロセスに沿って進めました。研究の実施にあたっては、対談を通じてご知見を共有していただいた有識者など、多数の方々にご協力を賜りました。

### 1. 有識者との対談（jekíコンテンツサイト「恵比寿発、」にて記事公開）

大正大学地域創生学部教授 牧野篤氏 「『つくる』ことで他の誰でもない私になる。消費から“生産活動”に寄り添う商業施設へ」  
 オンデザインパートナーズ代表 西田司氏 「小商いがまちの風景を変える。商業施設がコミュニティと地域の個性を育むためのヒント」  
 ハーチ株式会社CEO 加藤佑氏 「地域の人々の共創を促すサークュラーネイバーフッド。その拠点としての商業施設のあり方とは」

\* 有識者の所属・肩書きはインタビュー当時のものです

### 2. モノづくり・小商いの先行実践者へのデプスインタビュー

- ・調査手法 : オンラインによるデプスインタビュー
- ・調査対象 : マルシェやイベントなどのリアルな場で小商いの対面販売の経験がある30～60代の男女
- ・調査人数 : 6名
- ・調査期間 : 2025年9月17日～20日
- ・調査項目 : モノづくり・小商いの活動内容・意識（活動の歩みや転機）／モノづくり・小商いを通して得られた体験・感情（活動時の自己認識、地域・顧客との交流）／小商いを始めたきっかけ・心理的背景／小商いの魅力・苦労／小商いに見いだしている意味・価値／商業施設で小商いをする際のニーズや評価

### 3. ラボメンバーによるワークショップ

### 4. 総合分析と未来ビジョン策定



未来の商業施設ラボ

商業施設は、これから先の未来にどうあるべきなのか？

「買い物の場」としての価値が揺らぐ中、新たな存在価値を見出すために、“生活者視点”に立った研究を行っています。主な活動は、自主調査研究、セミナー・勉強会での講演、ワークショップの企画・実施です。

〈未来の商業施設ラボ〉ウェブサイトで本研究内容の詳細を公開中！ ▶ [https://www.jeki.co.jp/field/mirai\\_lab/concept/](https://www.jeki.co.jp/field/mirai_lab/concept/)

ウェブサイトでは当ラボメンバーが、未来の暮らしの有識者や商業施設関係者との対談等を通して、さまざまな未来の商業施設へのヒントを発信しています。こちらもぜひご覧ください。

〈未来の商業施設ラボ〉ウェブサイト：[https://www.jeki.co.jp/field/mirai\\_lab/](https://www.jeki.co.jp/field/mirai_lab/)