



SHINITSUKEN REPORT



位置で近づく心の距離



本レポートについて

1,500万以上DLされている位置情報共有サービス
who's your worldを運営する株式会社LinQとの共同研究レポート



はじめに

これからの「つながり」ってなんだろう？

社会のオンラインシフトを背景に人間関係の捉え方は大きく変化しています。SNSを通して誰とでも繋がることができ、誰もが自分の意見や状況をシェアできて、一度つながった人間関係を維持することができれば、その人間関係を手放すことも容易になっています。今まで主流とされていた血縁や地縁、社縁などといった人間関係を越えて、価値観でつながりあうことが可能になった今、孤独を感じる人が増えているのも事実です。そんな中で「人と人が親密につながる」形はどう変化してきているのでしょうか。あるいは、どんな親密さが現代において求められているのでしょうか。



エグゼクティブサマリ

位置をシェアする「親密圏」

インターネットを通して意図的に繋がれる一方で、繋がれない距離に向き合ったり、ありのままの自分から始まる人間関係を構築する必要がある時代。人との関係性を問い直す中で、「親密さ」はどのように生まれているのでしょうか。

デジタルネイティブな若年層は、数あるSNSを繋がる人の顔し方で距離化しています。中でも、最も親密な人となりにつながるものは位置情報共有サービス。従来は位置情報をシェアすることで人との新しい関係性「親密圏」を築いていたことがわかりました。

「親密」から広がる、新しいつながり「シン密圏」

実際の会や実況体験を通して、位置をシェアすることで「親密」にとどまらない「賑わい」「信頼」「深め合い」「安心」といった4つの価値が生まれていることを発見。本レポートでは新たな4つの価値が広がる豊かなつながりを「シン密圏」と名付けました。



「シン密圏」：4つの意識・行動の変化によって、より豊かになる新しいつながり

事前予定を決めて **計画的に集まる**

誰かの位置をもとに **偶発的に賑わう**

会場で状況を確認し合って **信頼する**

会場から動きを察し合って **信頼できる**

会場や会場は自分自身で積極的に **深める**

会場や会場は他人の行動で受動的に **深まる**

限られた側面を受け入れ合って **安心する**

ありのままの動きを感じ合えて **安心する**

賑わい



信頼



深め合い



安心



「シン密圏」が作りだす、オルタナティブな社会とは？



目次

1. 現代における「親密さ」
2. 位置をシェアする「親密圏」
3. 「親密」を超えた新しいつながり「シン密圏」
4. 「シン密圏」が生む、オルタナティブな社会



第1章： 現代における「親密さ」



現代の「親密さ」を築る上で
SNSの存在は避けては通れません。

つながり、グループ、友だち、親しい友だち...
今やスマホの画面上でも当たり前前に写にする言葉ですが
本来はリアルな生活の中で使われていたはず。

ここまでわたしたちの生活に根付くようになるまで
SNSがどう生まれてどう広がっていったかという歴史と
SNSとともに育ってきた世代に目を向けてみました。



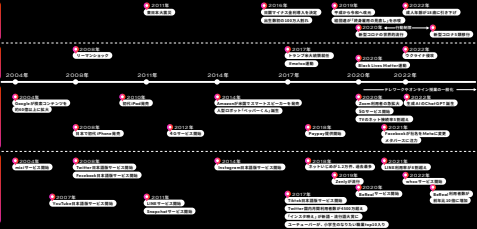
SNSを取り巻くヒストリー

世界の出来事

日本の出来事

テクノロジー

SNS



今の若者にとって、 SNSはもはや「公的なインフラ」であり、 生活の仕方や友達のあり方にまで影響を与えている



日本で最初にSNSが広がったのは、2000年代初めのmixiだったと思います。その頃から今に至るまで、学生たちが持つ「友だちに、自分の作ったコンテンツを見て反応してほしい」という「承認欲求」自体は、大きく変わっていないと感じます。

一方で、SNSを使うのが当たり前になり、大学の事務連絡や就職活動にもSNSが使われるようになった今、SNSは友人たちとプライベートで親密さを育むためのツールの域を超えて、公的なインフラと化しています。だからこそ、今の若者たちにとって、SNSは自分の判断で気軽にやめることができるようなものではなくなっています。

多くの学生たちは、SNSでの反応を考えて行動したり、自分の投稿にいち早く好意的な反応してくれるのが「友人」だと考えているようなところもあります。

その意味で、SNSは生活の仕方や友達の有り方までを規定するものになっていると言えるでしょう。

とやひろし
戸谷
洋志

2008年生、立命館大学大学院 危機経営学専攻修士 准教授。2022年、「電子力の哲学」にて第42回日本経営フォーラム最優秀賞、ドイツ出身のユダヤ人哲学者ハインリッヒ・ハイネを主要な対象としながら、「情報」と「責任」をキーワードに、高度世代への倫理をより包括的に研究。また、高校や大学における哲学対話の展開や、生活者や若者に身近なテーマをめぐって哲学・倫理学の著作にも積極的に取り組んでいる。

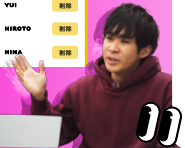
携帯電話やSNSが浸透した結果、

人々が人間関係を垂直的なリストとして捉え、
優先順位をつけて管理するのが主流に

携帯電話の登場とともにアドレス帳が広まったことで、自分が持つ人間関係を“上下に連なるリスト”として捉え、関係性に優先順位をつけて管理したり、削除選択するようになったという考え方があります。

現在の多くのSNSアプリも同様に、画面上で“投稿を見た順番”や“直近でやり取りした順番”など、相手との親しさの度合いを意図させる順序で並べられ表示されることが多いと言えます。このようなSNSのインターフェースが、つながっている多くの友人・知人を親密度でランク付けし管理する「垂直的な友人観」につながっているのではないかと感じます。

一方で、携帯電話やSNSが普及する以前、人々は友人・知人をリストとして想起するのではなく、それぞれの間には存在する物理的距離を意識しながら、相手と向き合っていたはずで、そのような人間関係の捉え方が、本来的であるように感じています。



「生まれた世代」を問わず、 「Z世代的価値観」は選択可能

竹田 ダニエル

1997年生まれ、カリフォルニア出身。学生、「音楽と社会」を結びつける活動を行い、日本と海外のアーティストをつなげるエージェントとしても活躍する。2022年11月には、文芸春秋「読者」での連載をまとめた初の著書「世界と私のArt & Life」を刊行。現在は多くのメディアで執筆中。そのほかの著書に「Z世代的価値観」。



アメリカでは、社会学の中で10～15年のスパンで世代を区切り、世代間の違いが研究されています。生まれた年によって、経験した社会的事象も、その事象を経験した年齢も異なるので、世代間で形成される価値観に違いが出ると思われるためです。アメリカでいう「Z世代」や「ミレニアル世代」とは、日本でいう「昭和生まれ」「平成生まれ」といった区切り方と同じで、「ゆとり世代」のように何か意味が付与されているわけではありません。

インターネットがない時代は、社会的事象から受ける影響が世代間で大きく異なります。しかし、インターネットが普及し、どの世代も同じように社会的事象を経験できるようになったいま、**世代を超えて同じ価値観を共有することも可能です。**つまり、Z世代が形成した新しい価値観が、上の世代に広がっていく可能性もあります。生まれる世代は選べないけれど、価値観は“**選択可能**”であることを表現するために、私は「Z世代的価値観」という言葉を使っています。



竹田ダニエル

オンライン上で セーフスペースを 求めるZ世代的価値観

SNSは、多くの人とつながり、価値観の合う人と出会うことを可能にしました。SNSネイティブのZ世代は、世界中から自分と似た価値観を持つ人を探し出し、つながることができる反面、膨大な人間関係の維持や、常に監視されている状態にストレスを感じています。

だからこそ、Z世代には、つながった人たちを親密度でランク付けし、選別した相手・集団だけに深い部分まで共有するようなコミュニケーションが必要になっています。SNSの「新しい友達」機能は、このニーズに応えたものです。

今のSNSは不要な広告が大量に表示されたり、監視されていたり、“セーフスペース”ではなくなってきています。安心できるクローズドな関係性やコミュニティをどう作っていくかが課題と考えるでしょう。世代を超えてSNSが利用される中、このようなZ世代の価値観やニーズは、幅広い世代に広がっていく可能性が考えられるのではないのでしょうか。





**現代において「親密さ」は
不特定多数の人とつながる生活のインフラとなったSNSで
友だちをリスト化・ランク付けして管理しなければ
感じられにくいものになっているのかもしれない。
今、最も親密なつながりを築ける場所はどこにあるのでしょうか。**



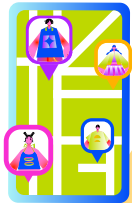
第2章： 位置をシェアする「親密圏」



YO!

YO!

Z世代を中心に、自分がいる位置をシェアできる位置情報共有サービスの利用が増えています。友だちとつながる新しい方法として、位置のシェアが広がっている背景に、現代における親密なつながり「親密圏」を考えるヒントがあるのではないかと考えて幅広い世代を対象にリサーチ。



リサーチアプローチ

定額課金に加えて、位置情報共有サービス(like your world)をすでに使っている10-20代を対象としたユーザー調査と、位置情報共有サービスを使っていない20-40代の層にサービスを使ってもらう実証実験を同時、食感をシェアすることで生まれた行動中、その背景にある価値観をエスノグラフィアプローチで分析、今後成がりうる価値観の兆しを探った。



イチノグラフィ

ICHINOGRAPHY

1: 定量調査

調査目的:

日本国内における現代の「つながり」に関する意識把握

調査期間: 2024年3月5日

調査方法: WEB定量調査(マクロミルモニタ)

対象者: **ages**<

19-69歳層女

日本全国

1000名

サンプル構成(ウェイトバック調整)

	男性	女性
10代	150名	150名
20代	150名	150名
30代	50名	50名
40代	50名	50名
50代	50名	50名
60代	50名	50名

2: 位置情報共有サービスユーザーインタビュー

調査目的:

日本国内における位置情報共有サービスの利用実態把握

調査期間: 2024年2月24日～3月1日

調査方法: デプスインタビュー(3名)、グループインタビュー(2名)

対象者: **ages**<

位置情報共有アプリ「where your world」のユーザーコミュニティメンバー

	性別	年齢	職業
1	男性	10代	学生
2	男性	10代	学生
3	男性	20代	自営業
4	男性	20代	学生
5	女性	20代	アルバイト

3: 実証実験

調査目的:

日本国内における位置情報共有サービスの
ポテンシャル把握

実施期間: 2024年1~2月

調査手法:

参加者全員が位置情報共有サービス「who's your world」をインストール。
2~4週間、グループ内メンバーと位置情報を共有してもらい、
調査終了後、グループごとにグループインタビューを実施。

Gr.1: 若年世代の男性同士

	性別	年齢	職業
1	男性	20代	会社員
2	男性	20代	会社員
3	男性	20代	会社員
4	女性	20代	会社員
5	女性	20代	会社員
6	女性	20代	会社員

Gr.2: 同じ趣味を持つ人同士

	性別	年齢	職業
1	男性	50代	会社員
2	男性	30代	会社員
3	男性	30代	会社員
4	男性	30代	会社員
5	男性	30代	会社員
6	男性	30代	会社員
7	男性	20代	会社員
8	男性	20代	会社員
9	男性	20代	会社員
10	男性	20代	会社員

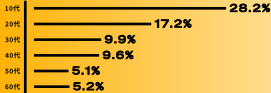
Gr.3: 多世代にまたがる男性同士

	性別	年齢	職業
1	男性	40代	会社員
2	女性	40代	会社員
3	女性	40代	会社員
4	男性	30代	会社員
5	男性	30代	会社員
6	男性	20代	会社員
7	男性	20代	会社員
8	女性	20代	会社員
9	女性	20代	会社員

若年層の4人に1人が 自分の位置情報を 共有する「位置シェアラー」



位置情報共有サービスを利用している/利用したことがある



位置をシェアする相手は「仲が良くて、リアルで会う友だち」

シェアする情報によってつながる相手を階層化しています

SNSの友だちの中でも

情報を公開する相手を限定している

63.2%

2018-2019年 全国20代前半〜20代後半の女性ユーザー（18歳〜29歳）（全体平均+14pt）



Instagram・LINE・Twitter・Facebook
限定で公開している人が約63%。
特にInstagramとLINEは約80%で限定公開が大半。
中でも最も限定公開の比率が高くなるのはTwitterで約90%に達している。
（20代前半〜中盤）

限定で公開するとはLINE、
LINE以外のSNS限定に限定してInstagram、
限定公開で公開しないのはTwitterとFacebookで、
Twitter・Facebookは限定公開で公開している割合が約80%。
（20代後半〜中盤）

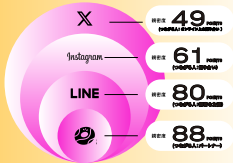
位置をシェアするつながりを 「最も親密」と考えています

SNSの友だちの中でも

情報を公開する相手を限定している

60.5%

※調査対象は18歳以上の男女（全世帯平均+24.2pt）



第3章：

「親密」を超えた新しいつながり「シン密圏」



位置シェアが生む、新しいつながり

シンサー



位置シェアラーは最も仲の良い友だちと「親密圏」を自発的に結んでいることがわかりました。地図上に平面的に友だちが広がる「親密圏」では、友だちをランク付けする必要もなさそうです。調査を進めていくと「親しさ」の価値にとどまらない、つながりを量かにする新しい価値が広がっていました。位置シェアラーを中心に生まれている「親密圏」を踏まえ、新たなつながりをこのレポートでは「シンサー」と名付けて、説明することにしました。

位置情報共有サービスのユーザー (who's your world)

男性

10代・学生

男性

10代・学生

男性

20代・自営業

男性

20代・学生

女性

20代・フリー



位置シェアラーは 自分と位置が近い人と 「ついで会い」を行っています。

自宅にいたとき、お昼ご飯に近くにいる友達から
アプリでメッセージが来たので、
お昼ご飯の予定があったので、
お昼ご飯と合わせて、立ち寄りしてハイハイしました。
(19代目 学生)

外出する予定があるときは、
お昼ご飯に、近くに居るか友人の人がいるか
アプリで確認しています。
近くに居る友人も、帰ってご飯に行くことが多かったです。
(19代目 学生)



位置シェアラーには、その場その場の瞬間的な思いつきで動く
「場面行動」が根付いていることが理由かもしれません

その場の思い付きで行動するのが好きだ

49.0%

2019-2020 全国生活者調査（17歳以上）（有効回答数1,429名）（全体平均+20.6pt）

>

前もって予定を入れて計画的に行動したい

27.7%

（全体平均+14.7pt）

「同じようにいる？」と聞く手間が減るのが
すごくいいです。お互いその時間がないから、
思いやずくになりました。
（女性 20代後半・自営業）

相手が持っているか否か確認できるから、
気にかけてよさそうなおイテックを見つけて、
使うようにしています。
（女性 20代後半・学生）



会えるかな？

位置をシェアすることで

コミュニケーションの手間を省略して

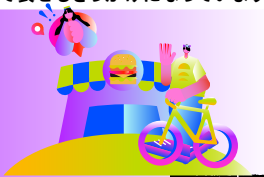
「出会いの確度」を高めています

位置シェアは、 相手への関心や気遣い合いを 行動で表せるきっかけになっています

彼氏がわたしを公園散歩を見て、
バイク乗りかたが気取って来てくれても、
サブライヴだったから楽しかった。
(24代目後-アルバイト)

大学の授業中に、同じ授業を受けている
友達が寝ているのがわかると、
寝てるんかなと思って、
スタンプを送って気にかけてあげています。
(24代目後-学生)

彼が散歩を見て、早寝時々に「お疲れ様」と
言ってもらったときに、自分もことを気にして
くれてるんかなと思って楽しかったです。
(24代目後-学生)



コロナ禍を経験した Z世代が求める 「リアルで人と会える時間」



竹田
ダニエル



ディーンの時期にコロナを経験したZ世代は、リアルで人と会える時間のありがたみを、身をもって知っています。特に、ロックダウンで全く外に出られない経験をしたアメリカのZ世代には、ロックダウン解除後も精神的に不安定で、常に友だちと行動を共にしようとする「離れたくない」子が目立ちました。

いつまた同じような事態が起こるかわからない、不安定な時代を生きるからこそ、友だちや大切な人と「リアルで会える時間を大切にしたい」という価値観が生まれています。

販

その場その場で生み出す「**販わい**」で
つながりを豊かにしています

AS IS

事前に予定を決めて

計画的に集まる

位置シェア

TO BE

誰かの位置をもとに 偶発的に販わう



1

若年世代の同僚同士

20代6名を対象に、実証実験を実施



誰にでも共有するわけでもないにもかかわらず、
位置情報を見せ合っても見ると隠されている気がしなく、
安心感をもって使えます。
(Dの代名詞・会社員)

位置情報を見せられていると、何も隠さないし、
隠さなくていい。
だから、相手に何を求めているかわからないし、
安心感がありません。
(Dの代名詞・会社員)



位置情報は偽れないデータだからこそ、
位置シェアはお互いの“ありのまま”を受け入れ合う
「信頼関係」の証

言葉を交わさなくても、

位置から仲間の状況を読み取って
励ましや連帯感を感じていました



会社でみんながファイヤーしているのを見ると、
同じフロアにいなくても、
一緒に働いている気持になります。
(〇〇代 男性・会社員)

疲れたときに、
みんなが会社にいるのを見ると、
私も頑張るか〜と思えます。
(〇〇代 女性・会社員)

リモートワークが広がり、働く場所の自由化が進む中で
 仲間の位置が見えることが、
 助け合いのきっかけになっていました

同僚が出勤しているのをアプリで見て、
 オンラインではしづもい
 ちょっとした相談をしにいけるのが、
 すごく助かります。
 (20代男性・会社員)

10F



今からそろそろ帰っていい?

いいよ！3階にいる！

3F





察し合って助け合う「**信頼**」で
つながりを豊かにしていそうです

AS IS

言葉で状況を
確認し合って信頼する

位置シェア

TO BE

位置から 動きを察し合って 信頼できる







若者世代の 同僚同士の関係

誰とつながりたい？



位置情報共有を促したコミュニケーション？



逆に減った
コミュニケーション？

自分の用事や予定から
行かない物！！



自分の気持ちに
より素直に
行動できる！！

昔(大学時代)と今(社会人)で
アプリの使い方はどう変わった？



コミュニケーションが
スグーだ！

9/12に先払い
使われたor...

文字面を介した
話題のネタになる！

近頃は1対1にしか
メッセージを送らない

ありのままの
自分をいれる
SNSは？



こちらをいじりたい？

位置共有アプリは、

“距離が友人関係に持つ意味合い”

を復活させる



戸谷
洋志

主要なSNSアプリの画面では、つながっている相手との間に実際には存在する物理的距離が、あたかも存在しないように感じられます。一方で、位置情報共有サービスは、つながっている友人たちが地図上に表示されるため、ユーザーは友人のことを居場所や自分との距離とともに捉え、向き合うことができる可能性があります。

例えば、通常のSNSでは、近隣の友人もドイツに住む友人も、同じように表示されます。しかし、地図アプリを使って友人が住むドイツの街を見ようとする、見え方は全く変わってきます。私がある現在地(日本)から地図サイズを縮小していく、日本全体が見え、中国やアジア、ヨーロッパの様々な国を経てドイツにたどり着き、今度は地図を拡大して、やっと馴染みのある地名が登場する。そのプロセスを経ると、こんな遠いところに自分の友人がいることに感動し、その存在の貴重さを実感します。

位置情報共有サービスは、“距離が個々の友人関係に対して持つ意味”を人々に再認識させるポテンシャルがあります。そして、そのように友人関係を垂直的なリストとしてではなく、水平的に捉える友人観がより健全であるように感じています。



2

同じ趣味を持つ人同士

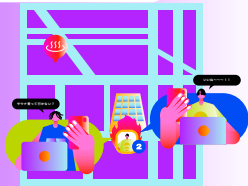
50代1名、30代5名、20代4名の計10名を対象に、
実証実験を実施



共通した趣味を持っているからこそ、 お互いの趣味を一緒に楽しむ共同体験が 生まれていました

どこにいるかが分からず、思わねづもくあるから、
お互いの趣味を一緒に楽しむ共同体験が
生まれていました。
(20代男性・会社員)

企業内の人とも会社以外から、
仕事の間でしていた旅行で遊んで、
一緒にその趣味を会社近くのサウナに習得しました。
(20代男性・会社員)





サウナに詳しい人が、
どのサウナに行ったのかが気になると、
他の行動履歴が見れるようになったのが嬉しいです。
(20代男性・会社員)

アプリ上で行動履歴だけでなく、
その人が滞在しているレストランや居酒屋の店舗まで
見れ全部いいのにと感じます。
(20代男性・会社員)

今までどこに訪れたのか、
という他人の行動履歴も

自分の趣味を深めるきっかけになりそうです

数ある趣味の中でも、
地域性が体験に現れるアウトドアな趣味において
位置シェアが活用されるポテンシャルを感じていました



地方に行くときは、新しい人に、
その通りのオススメのサウナを
聞いて行くようにしています。
(30代男性・会社員)

釣り友だちで繋がったら、
お互いにどういうところに
釣りに行っているのかが見れて、
面白そうだなと思いました。
(30代男性・会社員)



お互いの趣味・興味の「**深め合い**」で
つながりを豊かにしていそうです

AS IS

趣味や興味は

自分自身で能動的に深める

位置シェア

TO BE

趣味・興味は 他人の行動で受動的に 深まる







©2023 by Mizuki Kagas

位置を起点に価値観がつながる

「界限」の顕在化



さくま ひろし
佐久間
洋司

大阪大学 30 周年記念講演会、2023 年大阪・関西万博 大阪 JTC
ビジョン「ゼロ・カーボン」推進委員フォーラム SW 実行委員ほか、日
本 SF 作家協会 理事、日本工科大学 産学連携推進委員、日
本オーブ・グループ 代表取締役社長、Fashion
JAPAN 30 周年 2023 年 9 月 22 日



今の位置情報共有サービスは、「新しい”人”と繋がることを前提に設計されており、全く知らない人と繋がることは基本的に想定されていないと思います。ですが、公開範囲に制約をかけるなど、プライバシーに最大限配慮したうえで、似たような行動特性を持つ人同士が繋がることができれば、シンクロはさらなる広がりを見せる可能性があります。例えば、複数箇所ですれ違っている2人は、実は同じドラマのファンで、ロケ地めぐりという共通の趣味を持っているかもしれません。そのため、位置情報共有アプリに「すれ違い通信」みたいな機能があったら、面白いと思います。

SMSの普及によって、自分と似た内面を持つ人と価値観で繋がる「界限」が増えています。最近ではバーチャル世界で形成された「OO界限」が、リアルに表出するケースも目につくようになってきました。位置は、その人の内面によって起こされた行動の“結果”です。今後、位置を起点に価値観で繋がる界限を広げていくには、安全面に配慮しながらも位置を共有し合える人の範囲を広げることも重要になるはずです。

3

多世代にまたがる同僚同士

男性
40代・会社員

女性
40代・会社員

女性
40代・会社員

男性
30代・会社員

男性
30代・会社員

男性
20代・会社員

男性
20代・会社員

女性
20代・会社員

女性
20代・会社員



普段は知り合えない、

それぞれの場所で過ごす相手を想像して見守る

温かい感情が芽生えていました

会社の先輩が、屋外に営業と
千鳥居の形で並んでいるのを聞いて、
お父さんとしての一瞥が見え、
家族と一緒に過ごす姿のイメージが浮かびました。
(04代取締役-会社員)

今更けを感じてしまった / 気づくまで気づく事はないが /
先週にいた事や言葉と記憶に行っているのかを、
と勝手にことを考える時間が増えました。
(04代取締役-会社員)

家族を前にアプリを見て、
みんなを見てる事によって喜びと、
みんなが幸せにするように、新しい気持ちになりました。
(04代取締役-会社員)



自分の位置を見られている人も 見守られていることによる「安心感」や 自分の話をしてもいいという「心理的安全性」を感じていました



相談相手にも居てほしいと思われ、居てほしいと思われたいかなど感じました。
また、見守りに感謝する気持ちでも感じていたと思うと、なんだか、どこか安心しました。
(女性会社員・会社員)

見守りに感謝しているときに、自分自身も居て
「守られている」と感じることができました。
自分にも感謝してもらって嬉しかったです。
自分でも感謝するアビーズも、
自分も居てほしいという気持ちでした。
(女性会社員・会社員)

居る人の中に居る人にも感謝を感じると、
居てほしいと思われたい、
居てほしいと思われたいと感じました。
(女性会社員・会社員)



ありのままを感じ合う「安心」で
つながりを豊かにしていそうです

AS IS

限られた側面を

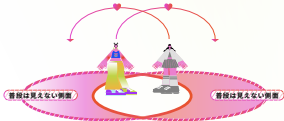
受け入れ合って安心する

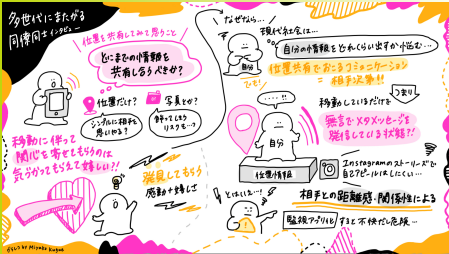


位置シェア

TO BE

ありのままの動きを感じ合えて安心する







“存在のシェア”によって、

自分と他者の境界が曖昧になっていく



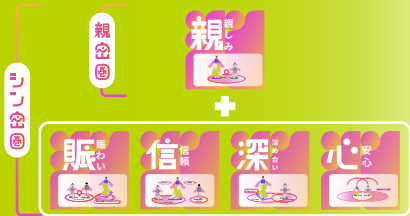
佐久間洋司

位置情報共有サービスは、“存在のシェア”ができる、最初のSNSだと考えています。他者と位置情報をシェアすると、自分が投稿しなくても、常に自動で自分の情報が発信され続けることになり、結果的に“自分そのもの”をシェアすることに近づくためです。

そのため、位置情報をシェアし合うと、自分と他者の持つ、相手についての情報に差が少なくなり、相互理解や意見交換を行っていく上で、相手が前提として持っている考え方や感性が理解してやすくなります。これは、自他の境界が曖昧になっていくと捉えられます。

例えば、いつもファストフード店で一緒におしゃべりしている部活の友だちでも自分と一緒にはいない時は図書館にいることを位置情報を通じて知ることができます。そうすれば「実はあの子は本が好きなんだ」と分かるはずです。位置情報共有サービスによって、“存在のシェア”が行われることで、自他の境界が曖昧になり、コミュニケーションがスムーズになったり、集団の合意形成がしやすくなったりすることが期待できます。位置のシェアを“存在のシェア”が広がる最初の段階だとすると、今後は「感じていること・やっていること・見ている風景」などが理解し合えるようになると考えられます。


ICHINOGRAPHYから見た「シン密圏」



第4章：

「シン密圏」が作りだす
オルタナティブな社会とは？





「シン密園」が、世代に閉じた現象ではなくZ世代を越えて幅広い世代に広がりうる価値観と捉えたときに、どんな未来が待っているのでしょうか。私たちは人とのつながりを創出する「シン密園」が生み出す社会の姿は、誰も予想できない実用なものではなく、あらゆる人が受け入れられるどこか懐かしさのある温かいものだと考えました。現代においてまだ実現していないけれど、今後訪れるかもしれない選択可能でオルタナティブな社会の姿を「オルタナ社会」として提言します。





交通の形は「持ち合わせ」から「引き合わせ」へ

短尺で高密度に交流する オルタナ社会

誰もが気軽に世界中の誰と繋がれる時代になって、すでに誰かがいる場所（＝誰かの居場所）に繋がれるようになるだけでなく、勝手に自分の居場所を世界中で広げていくという新しいタイプの居場所がデジタル空間に出現しつつある。今後は、今までのように狭まっている「居場所」や「居場所の管理」の重要性が増える。自分たちの居場所が世界中にいる人の居場所と共有されることで、居場所が広がる。また、世界中の誰かが自分たちの居場所を共有することで、居場所がリアルで共有するハードルが下がると、新しい居場所でつながる機会も増える。居場所が広がるから交流も広がる。

オルタナ社会から広がるビジネスキーワード

オスチアジェニー

モーメント

遠隔設計

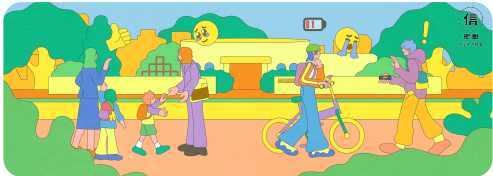
遠づくら

モバイルAI

リアルイベント

体験アーチ

ついで会い

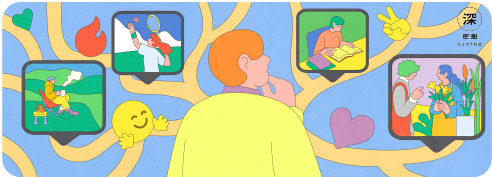


「自宅」でなく「位置」に拠る近距離関係の誕生 近距離圏内で支え合う オルタナ社会

オルタナ社会から広がるビジネスキーワード

[コミュニティサイト](#)
[価値](#)
[子育て](#)
[プロバスター](#)
[副業](#)
[健康](#)
[シェアリング](#)
[ワークライフバランス](#)
[ラストマイルモデル](#)

従来の近距離圏で支え合うことも、必ずしも近距離圏内で行われる必要は無い。近距離圏内で行われて、近距離圏内の関係性がもたらせる、近距離圏以外、近距離圏外で支え合う事例も少なくない。近距離圏外で支え合う事例と近距離圏内での事例に比較してこの事例も、必ずしも近距離圏内での事例と区別することはできない。その意味として、今、近距離圏内で行われていた事例と区別することが難しくなると考えられる。近距離圏内での事例と区別する事例が増えることで、近距離圏内で行われていた事例が「近距離圏内」の事例と区別できず、近距離圏外でも近距離圏内と区別されるようになる可能性がある。近距離圏内で行われていた事例が増えることで、近距離圏内で行われていた事例が「近距離圏内」の事例と区別できず、近距離圏外でも近距離圏内と区別されるようになる可能性がある。



「移動介護」は「生き様」という共有資源へ 多様な生き様を見習える オルタナ社会

近頃、介護現場において、自分や自分が介護されることに対しての不安と、人々からの期待を受けて感じる不安を中心、疑問を抱く方が増えて、新しい習慣に抵抗する方が増えたりして居るとも聞かれました。介護現場でも「現場」としてでは必ず「ライフスタイルに合わせて選んでほしい」としてケアし合うことも、お互いが互いの価値観を尊重し合うことが自分の生活に役立つことばかりではない。例えば、自分や自分のワークスペース、集中力が、いつもがハードワークでもなければ、慣れぬ人の急ごしや習慣が相手、それを自分のワークスペースに入れたら、現場から離れる必要が現場にないが、愚直な人は生活が変えられるかもしれない。

オルタナ社会から広がるビジネスキーワード

ライフスタイル

シェアコグ

多様性

デジタル

ワークライフ

働き方・働き方改革

ワークスペース

働き手

働き手



「状況を捉え合う」から「気配を感じ合う」へ
リアルな存在感を感じ合う
オルタナ社会

世界を共有することも、感じていても誰かが気づかずにいるという不安が生まれる。他者の存在がなくなる中で、意識の中心がオンラインから現実が中心になる中で、そのリアルにどう向き合っているのか、感じていない中で何を意識するのか、コミュニケーションの場がどう変わっているのか、リアルな存在感を感じることができると、他者を感じ取りやすくなること、リアルな生活やライフスタイルが感じられることが、他者を感じ取りやすくなること、一人でもこの世界でも感じ合っている感覚が大切になるといった、気配を感じられるようにできることを、

オルタナ社会から広がるビジネスキーワード

コミュニケーション

オンラインヘルス

異文化

シニア

コミュニティ

マインドフルネス

ゼロリテラ

ヘルスケア

さいごに



いつの間にかなくなった 「ありのまま」を取り戻し、 リアルでもっと友だちと仲良くなりたい



whoo your world 開発者

ほらだ こうすけ

原田
豪介

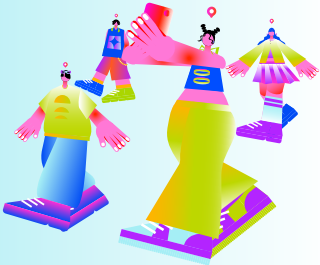
株式会社LioG代表取締役CEO。1999年生まれ、株式会社LioGでインターンで入り、その後正社員として入社。当時人気IPのゲームシリーズでディレクター兼開発。このプロジェクトリーダーを務め、100名超に株式会社LioG創業。同社が手がける恋愛アプリ「whoo your world」はリリースからの間で、100万円を突破。

私は、「より友だちと仲良くなる」というコンセプトで、whoo your world (以下whoo) というアプリを作りました。どれだけテクノロジーが進化しても、オフラインで友だちと会うという体験が、一番面白いもので、楽しいものだと思います。例えば、離れた場所にいる友だちとオンラインで一緒にゲームをするのも楽しいですが、実際に友だちと狭い部屋の中で顔を突き合わせながらゲームをして、自然すぎてジュースがこぼれちゃったり、気づいたらゲームと関係ない話をしていたり、やっぱり人と直接会うことで、思いも寄らないことが生まれるからワクワクするんですよね。だからこそ、位置情報を共有し合うことで、オフラインで友だちと会うきっかけが増えることを願って、この事業を始めました。

私自身は、最初から目的や予定を決め込みすぎずに、そのときの状況や気分で行動することが楽しいと思っています。予定通りに行動しなくても、今これがしたいとわがままを言える、ありのままの自分を受け入れてくれる相手や、いい友だちではないかと感じます。多くの人は、大人になるにつれて、わがままを言わなくなっていきますよね。whooユーザーの皆さんには、whooを通じて、その時々のお気持ちに応じてどのように行動する「わがまま」や「ありのまま」を取り戻してほしい。そして、リアルで沢山友だちと会い、今よりもっと仲良くなりたいと思っています！

わたしたちの未来は
今よりもっと
楽しくなっているかもしれない
開かれているかもしれない
信じあっているかもしれない
涙めあっているかもしれない
安心できるかもしれない

温かく懐かしいつながりを取り戻そう
懐かしい未来へ



SHINITSUKEN REPORT

位置で近づく心の距離



×





SHARE WITH EVERYONE

本レポートの内容は出典表記をいただくことでどなたでも使って頂けます。

詳細データのお問い合わせはこちらまで。

contact@hakuhodo-humanomics-studio.jp

HAKUHODO HUMANOMICS JOURNAL

生活者発想で経営を考える、研究開発・社会実装プロジェクト

「Humanomics」(ヒューマノミクス)って？

Human + Economics = Humanomics

博覧堂とSIGNINGは、生活者発想で経営を考える研究開発・社会実装プロジェクト

「HAKUHODO HUMANOMICS STUDIO」を立ち上げました。

経営やビジネスに豊かな人間性を取り込んでいくという考えのもと、

「Human(人間)+Economics(経済学)=Humanomics(いわば“人間経済学”)という

コンセプトのもと、「生活者発想」をフィロソフィーにかかげる博覧堂と、

「高しからより良い社会の道標をつくる」をビジョンにかかげるSIGNINGの共同プロジェクトとして、

多様なテーマでの研究開発活動や事業支援、サービス展開を行っていきます。

多様なテーマでレポート発信&社会実装を続々発信！



活動内容

INSPIRE

Journal

「ナビゲーター」
ワークショップ

共同研究

CREATE

コンサルティング

事業・
サービス展開

開発プログラム



SIGNING

Social Business Studio



株式会社SIGNING(サイニング)は
「社会課題解決×事業成長」をテーマに、
よりよい社会への「兆し」をとらえた最先端の研究開発、
社会実装と、独自のナレッジを元にしたソリューションを
提供する「Social Business Studio」です。

活動テーマ

- | | | |
|-------------------|------------|-----------|
| #ウィズコロナ / アフターコロナ | #スマートテロワール | #インフォデミック |
| #サーキュラーエコノミー | #イノベーション | #防災 |
| #地方創生 | #SDGR | #スマートシティ |
| #ウェルビーイング | #ダイバーシティ | #未来商船 |
| #バーチャルヒューマン | #メタバース | #リベラルアーツ |

HP <https://signing.co.jp>
E-mail contact@signing.co.jp
X(twitter) <https://twitter.com/signingOfficial>



STAFF

敬称略



レポート編集部

編集長	牧之原直也
編集員	坪井克雄
	山上早恵
	奥村研成
企画	牧貴洋
	南俊輔

デザイン

アートディレクター	川合貞麻子
デザイナー	藤田豊沙 (SPICE)
	櫻井美紗 (SPICE)
イラストレーター	高橋あずみ

取材

インタビュー	藤美治 (LinQ)
カメラマン	坪井克雄

事務局

NAKUHODO HUMANOMICS STUDIO
武部弘毅
高澤英志
中野はな

発行

発行元	NAKUHODO HUMANOMICS STUDIO (NAKUHODO INC./SIGNING Ltd.)
発行責任者	坪井克雄





HUMANITY FOR ECONOMY.

**HAKUHODO
HUMANOMICS
JOURNAL**

