

令和 7 年度事業計画

自 令和 7 年 4 月 1 日
至 令和 8 年 3 月 31 日

公益財団法人 ハイライフ研究所

1. 令和7年度事業計画・基本方針（案）

＜方針1＞ 財団理念と事業目的に基づき、中期事業計画(2023-2027)に則った調査・研究事業を推進する

(財団理念)「都市生活者のよりよい生活の実現への貢献」

(事業目的)「持続可能な都市居住の実現に向けた知見の獲得と、社会との共有」

- ・日本の未来に視座を据え、持続可能なまちに、多様な人々が共に幸せな暮らしを営むような元気な日本の姿を描きたい。
- ・すべての調査・研究事業のベース(下敷き)を「都市×知」とし、『まち』『ひと』『暮らし』の3カテゴリの掛け合わせを考え、調査・研究を行っていく。

＜方針2＞ 公益法人研究所の使命として、将来への変化の予兆を発信し続ける意味でも「リアル×バーチャル」を意識することは必要不可欠

- ・財団理念と事業目的に基づいた中期事業計画を全うしていくうえでは、今後、仮想空間上での「暮らし」も大いに認識しておく必要があり、「デジタル・バーチャル研究」に取り組んでいる。
- ・その認識を調査・研究事業全体に広げる意味でも、「都市×知」をベースとし、「リアル×バーチャル」の組み合わせが、この先どのように『まち』『ひと』『暮らし』に作用していくかを考えていく。

＜方針3＞ 公益事業1と公益事業2を完全に連動させ発信性を高める

- ・公益事業1(調査・研究)および公益事業2(啓発・活動)を、本来の事業(その目的・意義)にカテゴリ分けし、事業を整理する。
- ・その上で、ポイントを絞った情報発信、広報活動を活発化させ、公益財団法人ハイライフ研究所の更なる認知向上を図っていく。

2. 令和7年度事業について

(1) 事業一覧(案)

<公益事業1> 調査・研究事業

- 調査: 都市生活者意識調査
- 研究1: 「共創」研究2 -ガストロノミー・アーバニズム 美食都市-
- 研究2: 「リアル×バーチャル」研究
-V~OKINAWAの研究継続と横展開へのチャレンジ-
- 研究3: 「Worker's PRIDE」研究
- 研究4: 「水辺都市の研究」
- 特別研究: 「ノーマライゼーション~誰もが活躍できる社会になるために」

<公益事業2> 啓発・活動事業

◎ホームページ企画

- A: 「速報! わくわくお買い物レポート」
- B: 「都市の鍼治療」データベース
- C: 「都市生活者意識調査 2010-2024 から得られる示唆」
- D: 「共創」研究2 -ガストロノミー・アーバニズム 美食都市- ヒアリングレポート

- E: 「Worker's PRIDE」
- F: 「テリトリーオ研究3」
- G: 「水辺都市の研究」
- H: 「銀座の時層 2030」出版化

◎セミナーの開催

- A: 第43回ハイライフセミナー(R.6年度事業として予定)
(R.6年度「共創研究」(音楽都市)に関する研究成果の報告)
- B: 第44回ハイライフセミナー
(R.7年度「共創研究」(ガストロノミー・アーバニズム)に関する研究成果の報告)
- C: 第45回ハイライフセミナー
(「リアル×バーチャル研究」(公1・研究2)に関する研究成果の報告)

◎報告書の作成&配布

- 令和7年度は
 - ・「都市生活者意識調査 2024」の分析編のみ
(同データ編は、ホームページへの掲載だけ)
 - ・「自己創造の時代」

(受託研究) ・令和7年度「受託研究」は予定なし。

(2) 事業内容：(公益事業1)「調査・研究」

<公益事業1> 調査・研究事業

■調査： 都市生活者意識調査

・社会調査、特に都市生活者意識に関する調査として、15年間継続実施されてきたことの価値を今後もより充実したものとするため、調査項目の見直しやその発表のスタイルをより活用されるものへと進化させる1年として、令和7(2025)年度を位置付ける。

・令和7年度においては、調査の見直し(質問項目や発信スタイル)を優先させるため、調査そのものは実施せず、今後においても隔年実施の調査としたい。

・令和7年度においては、過去の調査結果の活用・分析を積極的に行い、情報発信を実施する1年としたい。予定では年間4回の分析レポートの作成を実施する。(内容は<公 2>ホームページ企画 Cとして発表)

・また、過去(15年間分)の調査結果データや白書的な報告書を、閲覧しやすくWEB上に展開し、今年度実施する分析レポートについてもWEB上で閲覧しやすくするとともに、PDF化も同時に行い、他方面での活用(参考・引用など)を進める。

※令和6年度調査の報告書については令和7年に完成、各所に送付予定

■研究1: 「共創」研究2

-ガストロミー・アーバニズム 美食都市-

・「都市×知」の一貫したテーマ(前提)は“豊かな都市の中心には豊かな市民活動がある”こと。

・令和5年度から、市民活動の要となる市民による「共創:Co-Creation」に着目し、その共創の潤滑油(あるいは触媒)となる「文化」に焦点をあてている。様々な文化活動の中から、共創にも深く通じる「音楽」をテーマとした都市研究を行ってきた。

・ユネスコの創造都市ネットワークによる創造分野(文化)には、クラフト&フォークアート、デザイン、映画、食文化、文学、メディアアート、音楽がある。令和7年度からは、その「食文化」にスポットを当て研究を進める。

・美食都市とは、食文化と地域の魅力を融合させた特別な都市。この都市では、優れた食の体験が提供され、地元の食材や料理のクオリティが高く評価される。美食都市では、レストランや食品業者、農水産業などが連携し、地域の食文化を振興する取り組みが行われる。

観光客は地元の特産品や伝統料理を楽しみ、美食体験を通じてその土地の魅力を存分に味わう。美食都市は、食の特産品化やブランディングを通じて地域の経済活性化にも寄与し、持続可能な開発を可能にする。地域の誇りや文化を反映した食の魅力が観光の大きな要素となり、

訪れる人々に心地よい体験を提供する。

■研究 2: 「リアル×バーチャル」研究 -V~OKINAWA の研究継続と横展開へのチャレンジ-

※令和 6 年度の研究深堀と施策検証、更に他地域への横展開を模索

- ・現在その萌芽が確認されつつある「コミュニティ経済」を継続視していくとともに、Game Change Forum での発表のポイントとした「マイクロ POC (概念実証)」としての価値訴求と実質的な次ステップでの研究を目的に、次回 (R.7/ 3 月 14 日~3 月 24 日) の「OKIVFES2025」ではメディアとのコラボレーションとして、メタバースとの親和性が高いと思われるラジオ媒体とのコラボレーション (「RADIO meets Metaverse (仮)」) 施策を導入。
- ・令和 7 年度は「OKIVFES2025」の効果検証とラジオ媒体のマイクロ POC の検証から立ち上がり、続いて次回の OKIVFES や恒常的な V-OKINAWA 上でのマイクロ POC のさらなる拡大展開を目指し、施策の立案とともに参画企業 (スポンサー) との交渉等を行っていく。
- ・また、V-OKINAWA での研究成果をベースに、地域活性化に取り組む他エリアでの横展開=リアル・バーチャルの融合施策の可能性を模索すべく、現在、豊岡市をその候補地に設定し、読売広告社のブランドデザイン (BD) 局と連携し各種取材や関係構築等による諸準備を展開中。具体的には、同社の都市生活研究所や BD 局と連携し、豊岡アートアクションとの協働によるメタバースの事業化にチャレンジする。さらに中長期的には、昨今海外で注目されている「アクションリサーチ」の側面からもこの V-OKINAWA やメタバースの有効性を様々なエリアや業種においてその有効性を検証していく予定。

■研究 3: 「Worker's PRIDE」研究

※令和 6 年度<公 2>「リアルとバーチャルの結節点としてのオフィス研究 Stage.0」の発展形研究。

- ・令和 6 年度は、①働き方の変化、②テクノロジーの変化、③会社と従業員の関係の変化 を考察しながらワーカーの未来像への仮説を立案することを試みた。

・薄れる企業とワーカーとの関係はこのまま進むのか? AI の登場でますます加速する変革期にこそ相反するカルチャーは生まれるもの。「Worker's PRIDE」という仮説をもとにワーカーがより主体的・能動的に働くことで、自己のオリジナリティとクリエイティビティを發揮し、事業と社会の成長につなげてゆく新しい時代に即したワークカルチャーが生まれているのではないかと考えた。

- ・新しいワークカルチャー Worker's Pride を育むに為の活動フィールドであるオフィスのあり方

とは？また「Worker's PRIDE」をもったワーカーが望むオフィスとは？
オフィスという出口を視野に入れながら新しいワーキングカルチャーの研究を進める。

■研究 4: 「水辺都市の研究」

- ・世界の水辺の都市は、水運を活かし、ただ「もの」を運ぶのではなくカルチャーを生み出してきた。
 - ・社会構造や物流システムの変革によって衰退してもなお、カルチャーを生み出す場として再生し、にぎわいをもたらしている水辺の都市が世界にはある。
 - ・人々を魅了する水辺の都市にはどのような要素やコンテンツがあるのか？
- 江戸はもともと運河を中心とした水運都市として大きく発展してきたが、現在の日本では世界と肩を並べる水辺の都市の代表事例がなく、豊富な河川・運河等や海沿いの水辺を生かし切れていない。これからの水辺の都市を開発する際の参考にするべく研究を行う。

■特別研究 「ノーマライゼーション～誰もが活躍できる社会になるために」

- ・令和 6 年度に障がい者雇用スポットを当てて研究をスタートさせ検証・議論を重ねてきた。令和 7 年度については、障がい者の課題を起点にしなが、現代社会が生み出す様々な(社会的)ギャップを抱える人々の課題にスコープを広げて研究を進める。
- ・取材による現状考察も踏まえながら、誰もが活躍できる社会(ノーマライゼーション)のあり方をハイライフ研究所の視点で考察して社会への示唆になるべく研究を進める。

(3) 事業内容：(公益事業2)「啓発・活動」

<公益事業2> 啓発・活動事業

◎ホームページ企画

□A: 「速報！わくわくお買い物レポート」

- ・季節を先取りする、催事を楽しむ、情報(流行に)に踊る、節目に向き合う、新しいことにチャレンジする、何かに備える、
人の気持ちはきっと(食の)買い物にも表れる。
- ・そんな生活者の気持ちの変化を商品の売れ筋を通して速報的にレポート。
- ・毎日の買い物の裏にあるそんな自分の気持ちに気づくことで日々の買い物はもっと楽しくなるかもしれない。
- ・生活者の心を毎日少しでも豊かにする、そんなレポートを目指す

□B: 「都市の鍼治療」データベース

※執筆：龍谷大学 政策学部教授 服部圭郎氏

- ・国際建築家連合会元会長(クリチバ市元市長)のジャイム・レルネル氏が説いた都市の活性化方法「お金がないが、ツボを押さえたような費用対効果の優れた(世界中の)事例」を紹介する。
- ・令和3年、レルネル氏は逝去されたが、彼の遺志を服部氏が引き継ぎ、日本において継続的に広めることに意義を見出す。
- ・平成25(2013)年度から12年継続。昨年度までは年間30コンテンツ配信(現在345事例、インタビュー動画なども入れると350コンテンツを超える)しており、多くの読者を獲得している。
- ・令和7年度は新規コンテンツは年間12コンテンツ程度にボリュームを抑えて実施するが、過去コンテンツの掘り起こしや他の研究や啓発・活動事業への情報共有を行い、今後永続的に実施できる素地を整えたい。

□C: 「都市生活者意識調査2010-2024から得られる示唆」

- ・過去の都市生活者意識調査を活用し、テーマを絞りその考察を行い、情報発信を行うこととする。
- ・発信スタイルは、WEB上でのレポート展開とする。各レポートはPDF化も行き、研究者などが参考としたり、引用したりできるようにし、都市生活者意識調査の有効活用の間口を広げることとする。
- ・テーマ案としては、「高齢者」、「ジェンダー」、「消費行動」、「世代比較研究」など。過去15年間の公1・調査「都市生活者意識調査」から得られる示唆のメルマガ化。

□D: 「共創」研究 2 -ガストロノミー・アーバンイズム 美食都市- ヒアリングレポート (継続) 榎本

※公 1・研究 1 の Web コンテンツ化

※有識者ヒアリングの内容をレポート、コンテンツ化

□E: 「Worker's PRIDE」

※公 1・研究 3 の Web コンテンツ化

※(本タイトル<公 1>では新規だが、)<公 2>としては昨年度の「リアルとバーチャルの結節点としてのオフィス研究」の延長、発展形と考え(継続)とする。

□F: 「テリトリー研究 3」

※法政大学 デザイン工学部 建築学科「小堀哲夫研究室」との共同研究

・「テリトリー」とは、“都市と周辺の田園や農村が密接に繋がり、支え合って共通の経済・文化のアイデンティティをもち、個性を発揮してきたそのまとまり”をいい、イタリアにその考え方の発祥がある。

・日本での地方創生に関して、政府主導の取り組みは経済的な発展を重視しているが、むしろそのエリアならではの魅力的な要素をいかに広げていき、観光資源的な活用のみならず、住民の定着および移住者の拡充を想定したテリトリー戦略について実践的に考察を進めたい。

・第1回、第2回のテリトリー研究を通じて、都市研究として多面的なアプローチを行ってきている。それらは机上でのアプローチではなく、「小堀哲夫研究室」の学生による様々な現地でのリサーチによるものであり、ひとつの答えを導くものではなく、様々な知見や示唆を得るものとなっている。第3回、今回の取り組みにおいてもそれを継承していきたい。

□G: 「水辺都市の研究」

※公 1・研究 5 の Web コンテンツ化

□H: 「銀座の時層 2030」出版化

・ハイライフ研究所では、令和元(2019)年度に<公 2>事業として、「銀座の時層と来街空間」と題し、銀座という『空間』、銀座に積み重なる『時間』、銀座を訪れる『ひと』を分析し、「銀座」の魅力構成する要素を追究した。

- ・この企画は、過去を振り返りながら時層を読み解き、「銀座という街の魅力の源泉」とは何かについて様々な角度から分析し、人々が人生の楽しみのひとつとして「まちを歩き、まちを楽しみ、まちに学ぶ」ことを示唆した Web マガジンとした。さらに、令和 2(2020)年度には、上記 Web 企画の内容を再編集し、「銀座の時層 ～ハイライフ的銀座の歩き方～」として調査研究報告書を発行。
- ・令和 7 年度は、＜公 2＞の新たな企画として、上記「銀座の時層」の内容ニューアル、新たに未来的なパースペクティブを加え、「銀座の時層 2030」として出版する。

◎セミナーの開催

- A: **第 43 回ハイライフセミナー**(令和 6 年度事業として予定)
(令和 6 年度「共創研究」(音楽都市)に関する研究成果の報告)

- B: **第 44 回ハイライフセミナー**
(令和 7 年度「共創研究」(ガストロノミー・アーバニズム)に関する研究成果の報告)

- C: **第 45 回ハイライフセミナー**
(令和 7 年度「リアル×バーチャル研究」に関する研究成果の報告)

◎報告書の作成&配布

令和 7 年度は、

- ・「都市生活者意識調査 2024」の分析編のみ
(同データ編は、ホームページへの掲載だけ)
- ・「自己創造の時代」

※なお、＜公 2＞を運営する上で、共通費を予算化している。

-以 上