



変えるために、自らを知る 「アート思考とは」

KBC TIMESにたびたび登場している「デザイン思考」「デザイン経営」「アート思考」のワード。三つのうち「デザイン経営」については、148号（2024年5月発刊）で解説し、その手法に合わせて「デザイン思考」についてもご理解を得られたと思います。問題は、残る一つの「アート思考」。その核心をどう伝えればいいのかを迷っていた当社の戦略事業部長が、識者への取材や体験を重ねる中で見えてきた“糸口”を提示します。

CONTENTS

- 02 特集記事
アートが導く、経営の新しい視点
- 06 INFORMATION
【SERVICE】
2026年度 レジャーチケット優待サービスのご案内
・東京ディズニーリゾート®「コーポレートプログラム利用券」
・ナガシマリゾート「クーポンコード」
メール会員募集中！

アートが導く、 経営の新しい視点



養老天命反転地の概要

● 死を反転し、生を再構築する装置

養老天命反転地は、1995年に岐阜県養老町に開園した荒川修作+マドリン・ギンズによる体験型アートで、「極限で似るものの家」「楕円形のフィールド」などのパビリオンで構成された約18,000㎡の空間である。その思想の核となる「天命反転」とは、人間が死に向かう宿命（＝天命）を、身体と環境の相互作用によって反転させる試みで、空間を通じて人間の感覚と認識を再編し、生の可能性を拡張する哲学的挑戦である。

● 空間と身体の新編成

「極限で似るものの家」は岐阜県を模した形状の屋根がある迷路状の建築で、家具や家電が天井に埋め込まれ、平衡感覚を攪乱する。「楕円形のフィールド」は起伏の激しいすり鉢状で、水平面がほぼ無く、重力や遠近感が混乱する。水平、垂直な線が極力排除された仕掛けは、身体を「安全で便利」に慣らした現代人に、忘れられた感覚を呼び覚ます装置である。

● 思想の核心と現代での意義

不安定な場を歩くことで、人間が本来備える身体性や思考を再覚醒させることを目的としている。身体を通じて「自分とは何か」「生きるとは何か」という根源的な問いを投げかける哲学的実験で、荒川修作+マドリン・ギンズの「人は死なない」というメッセージは、現代のウェルビーイング論とも共鳴する。開園後30年が経過し、SNS映えする非日常空間として再評価される一方、現代人が失いがちな主体性や生の可能性を問い直す場として、いまなお強いメッセージを放ち続けており、年間約10万人が訪れている。

参考：養老公園Webサイト施設案内「養老天命反転地」、養老天命反転地リーフレット



極限で似るものの家



楕円形のフィールド 提供：荒川修作+マドリン・ギンズ東京事務所



養老天命反転地 岐阜県養老郡養老町高林1298-2 (養老公園内)

〔開園時間〕 9：00～17：00 (最終入場16：30)

〔休 園〕 毎週火曜日 (祝日の場合は翌日)、年末年始、
ほか臨時閉園あり

〔利用料金〕 大人850円、高校生550円、小中学生350円、
小学生未満無料

※小中学生・高校生のみのお入場不可

〔アクセス〕 お車 東海環状自動車道「養老IC」から約10分
(無料駐車場あり。最寄り第2駐車場)

電車 養老鉄道「養老駅」から徒歩約10分
(無料シャトルバス・シャトルカートあり)

他者の表現を起点に 自分と向き合う

アートは、徹底的に個人主義だ。アーティスト自身の思いがさまざまなカタチで表現されたものだ。そこにユーザー視点は存在しないため、共感できるかどうかは鑑賞者個々の感性やバックグラウンドによる。言葉は悪いが、それくらい「独り善がり」の自己表現がアートだ。ただ、鑑賞者の心に寄り添う目的で作られたものではないからこそ、鑑賞者はアート作品を見たり聞いたりふれたりしたとき、作家と自分の感性の差を瞬時に感じ、共感や驚愕、違和感などの心が揺さぶられる感情

が生まれる。鑑賞者が「お～」「えっ」「う～ん」という自分の心の動きを起点に、作家の思いを想像できることがアートの特徴だろう。一方、「パンフレット」「図録」「パッケージ」などは、ユーザー（鑑賞者）の理解促進、購買意欲醸成のためにデザインされたもので、それを目にした者が「美しい」「カッコいい」と思ったとしても、制作者個人の感情にまで思いを馳せることはない。これが「アート」と「デザイン」の違いだ。

アートにふれることで「共感」を覚えたり、「問いかけ」を感じたり心が動くと、人は自分と会話を始める。作家がアート作品を通じて提起した問題や課題が正しいのか否か、共感できるのか否かはあまり重要ではない。アートをきっかけに自

分の感情が動き、自分との対話が始まり、自己表現につながる、この現象が大事なのだ。ここで、私自身の養老天命反転地での心の動きを紹介したい。

幸運なことに、荒川修作+マドリン・ギンズ東京事務所代表の本間桃世さんとの面談機会をいただけることになった。養老天命反転地が世界的に有名な場所であることを知ってはいたものの、岐阜に住む私が訪問した回数はたったの2回。それも最後に訪れたのは5年前の話。面談前に改めて体験しようと、2025年10月に久しぶりに訪れた。読者の皆さまにもぜひ訪れていただきたい各パビリオンの詳細解説はしないが、物理的にも反転を感じることができる非日常の場所だ。「極

OKB総研は2020年から、クリエイティブ業界の方々と連携して地域に新たな価値を創造するプラットフォーム「FabCafe Nagoya」の運営に参画し、さまざまなビジネスイベントを展開している。不確実な時代においては、自ら問いを生み出す力と、問いに答えていく力が求められているが、その二つの力は机の上だけでは習得できないからだ。

山口周さんの著書『世界のエリートはなぜ「美意識」を鍛えるのか？ 経営における「アート」と「サイエンス』(光文社発行、2017年)がベストセラーになるなど、経営における「アート思考」の重要性がクローズアップされて久しい。他方、アート思考に近い印象を受ける「デザイン思考」をテーマにした書籍も多く出版され、注目を集めている。アート思考とデザイン思考の違いは何か、両者をビジネスの現場で真に生かすにはどうすればいいのか。その問いを掘り下げたいと考えたことが、今号の企画の起点となった。

折しも、岐阜県養老町の体験型アート施設「養老天命反転地」が30周年を迎えた。識者の方々とともに同施設の存在価値をひもときながら、経営者をはじめとするビジネスパーソンがアートやデザインを体感していくことの価値について考察していきたい。

(企画・執筆：OKB総研 戦略事業部長 長瀬一也)

©1997 Reversible Destiny Foundation. Reproduced with permission of the Reversible Destiny Foundation

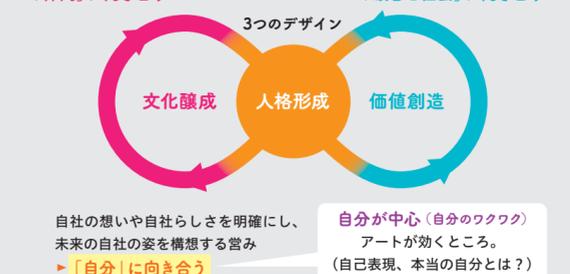
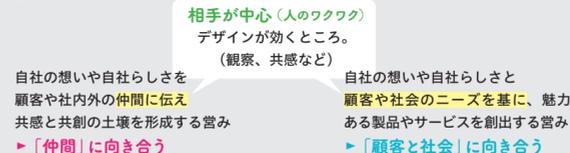
はじめに—アートとふれあう感覚—

「FabCafe Nagoya」の運営に参画するOKB総研は、価値創造に向けて「デザイン経営」の重要性を掲げている。デザイン経営は、企業が競争力を高め、持続的に成長するためにデザインを経営戦略に取り入れる経営手法で、ユーザー視点を重視し、イノベーションの創出やブランディングに寄与する。「デザイン経営の好循環モデル」を示したのが右下の図解であり、自分らしさや自社らしさを起点に、社内外の共感を得て、顧客や社会の課題解決のための新たな価値を創造していく循環図だ。OKB総研は2024、2025年度に中堅企業向けに実施した「新規事業開発に挑戦するための人材開発プログラム」において、このモデルを体感するカリキュラムを提供した。新規事業は「あなた自身が何を成し遂げたいのか」「どうしても許せない怒りのような感情は何か」が起点であると、カリキュラム初期に、参加者の「自分の思い」を表現するワークを実施したのだが、結果的に参加者の戸惑いが大きかったのがこの部分。当初「こうだ」と表現したことが、カリキュラムが進んでいくと、思いが揺らぎ、迷子になるような感覚に陥った参加者もいた。自分を表現することは、思いのほか難しい。読者の方も、誰もが等しい立場で参加するワークショップで自分のことについて問いかけられた場合、いきなり思考が止まってしまう経験をされた方も多いのではないか。過去の自分の経験や他で起きた事例に基づいて評論することには慣れているが、自己を表現することは学校でも会社でも体験する機会が少ない。「正しいと思われないことを言わなければならない」という心理が働いて、「恥をかかないか」「賛同が得られるだろうか」を気にするあまり、まったく自分の心に向き合えずにフリーズしてしまう。偉そうに書いているが、ワークショップの企画運営を行うことも多い私も自分を表現することは苦手だ。多くのものやサービスにより機能的価値が満たされている現代では、求められるものは変化しており、ビジネスもあらゆる場面で変革が必要

だ。変革は、社会や世の中を変えたいという強烈な自己の思いが起点になるため、ビジネスはこれから「自己表現」の重要性が増していく。「自己表現」はまずは独り善がりでもいい。強烈な自己の思いとユーザー視点をクロスして新規事業領域に挑戦していくイメージだ。ただ、「(独り善がりでもいい)自己表現」をすることが難しいのだ。まずは自分の内面に素直に向き合うきっかけとして「アートとのふれあい」をおすすめしたい。私はアートに関わってきた人間ではないし、仕事内容や趣味の範囲にアートは存在していなかった。そんな私でも、ビジネスパーソンにアートとのふれあいをおすすめする。

図解 デザイン経営の好循環モデル

価値創造のためには「アート」と「デザイン」の両領域が必要。それぞれ効くところが違う。



出所：特許庁Web サイト『デザイン経営実践支援ツール「デザイン経営コンパス」～自社の現状を把握し、未来に向けた取組につなげる～』の「デザイン経営コンパス Ver.2活用ガイド」(2024.7) よりOKB総研にて編集・作成

限で似るものの家」は、自分が立っているはずの場所が天井にも存在する上下対称のパビリオン。下にあるものが上にも存在していることで、上を見上げながら迷路のような回廊を苦勞して進んでいくと面白い。そう進んでいくと、私には上から下の自分を見下ろしている自分が見えた。正確には、見えたのではなくイメージできたと言うべきだろうが、私の中では見えたという言葉がしっくりくる。さらに、「地面に立ってそこから見える景色だけがすべてじゃないぞ」と、上にいる自分が下の自分に忠告してきた。その後、「楕円形のフィールド」を一望できる場所に立っていると、警備員の方に話しかけていただいた。「せっかくなので写真を撮ってあげる」と言われ、その写真

を見てまた驚いた。フィールドに対してまっすぐ立っているはずなのに、かなり前傾姿勢の自分が写っている。意識せず重力を感じ、それに身体を合わせている。見えない(＝脳が判断していない)力を身体が感じている写真を見て、「無意識の力を感じろ」と、再び自分に忠告された。いまままで分かったつもりでいた「メタ認知」への理解が一気に進んだ気がした。ただ、それから5回養老天命反転地を訪れているが、毎回何かの気付きを得ているわけではない。何となく自分と会話したり、何も考えず全体を見

屋根に岐阜県地図が配されている「極限で似るものの家」へ足を踏み入れる。「なぜ岐阜県?」「なぜ地図?」と困惑しながらも歩みを進めた。

渡したり、自由自在にその場所その時間に存在することを楽しんでいる。何かの気付きを得なければ意味が無いわけではないこと、気付きが得られなくとも大切な時間があるということ、これもアートとふれあって芽生えた感情だ。



当たり前からの解放 — 思考を解きほぐす —

本間さんや、FabCafe Nagoyaの運営参画を起点にご縁をいただいた識者の方々に「アートと経営」について話を伺うことができた。30周年イベントを準備中の養老天命反転地をご案内いただく中で、本間さんはこう語られた。「身体に聞いてほしい。子どもは急な斜面など予期しない場面に遭遇すると、手を使ったり、滑り降りたり、身体の機能を自然に使います。一方、大人は頭で考え過ぎて楽しめていません。ここでは子どもが先生。環境に応じて手や足などが反応する身体の驚異の能力に気付いてもらうための仕掛けが散りばめられている、それが養老天命反転地なのです」。さらに言葉を重ねられた。「荒川修作とマドリン・ギンズは、養老天命反転地に関して自分たちの意図と違う解釈があったとしても、人それぞれ歴史や背景が違うので自然なことだと考えました。正しいかどうかでアートを判断することに意味はありません。正解は無いし、楽しいと思ったら思い切り楽しみ、つまらないものはつまらないという感情を持ってほしいのです」。

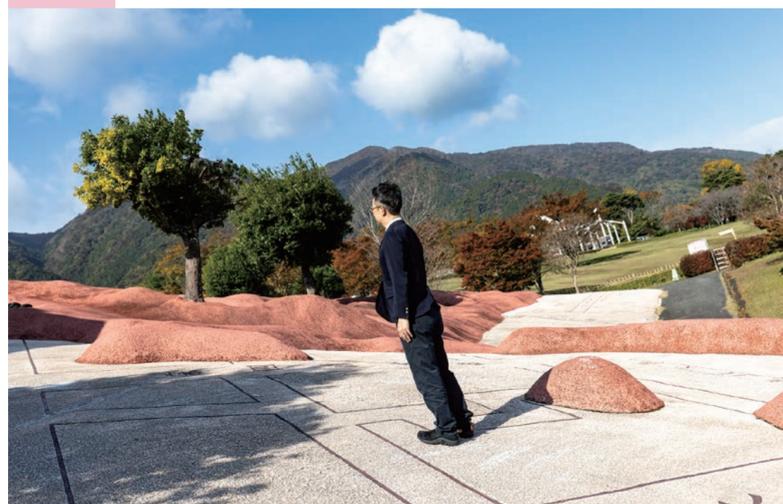
30周年イベントのインスタレーションを手がけた岐阜県出身のアーティスト、大巻伸嗣さん※1にも、準備の合間にお話を伺うことができた。大巻さんからは、「凝り固まっているものをほぐすためにアートを使ってほしい。人としての感覚を取り戻すことができるのがアート」というコメントをいただいた。お二人に共通していたのが「本当に自分で考えて自分で動いていますか？」という問い。人から示された答えに納得したり、リアクションしたりして、分かったつもりになっているのではないかと。自分では何も発見できていないことに気付いておらず、正しく考えて正しく活動



しているつもりになっている人が多いのではないかと。考えるという行為を解きほぐそう、もっと人には能力があるはず——。そんなメッセージだと、私は捉えた。

後日、瀬戸内の芸術文化の発展とコミュニティづくりを主導する公益財団法人福武財団において、瀬戸芸（瀬戸内国際芸術祭）事業部リーダーを務める内田真一さんに話を伺った。「いまの時代はVUCAと言われる。分からないものに向き合えることが大切になる。アートに正解も間違いもない。だから楽しめるし、いろんな方向に解釈できる。凝り固まってしまっている思考や発想力を開放し、鍛えることにもつながっていく」。さらに、アートとのふれあいについては「普通に生きていたら当たり前と思われる思考や行動からの解放も期待できる。なぜならばアートは、いまの常識に縛られていないから」と、アートを起点にした自分との対話の可能性について述べられた。

人は至る所で選択をしながら決断し行動を起こ



以前、警備員さんに撮っていただいた写真を思い出しながら、取材班と再度撮影してみた。これほど身体が斜めでも、またしても実感が無い。ふと本間さんの「身体に聞いてほしい」という言葉がよみがえり、「当たり前」という意識が感覚を鈍らせているのではないかと気づく。その瞬間、「すべてをコントロールできていると思込んでいないか」と、荒川修作+マドリン・ギンズに問われた気がした。

しているため、「自分は正しい」「これが最善のやり方だ」と、自分の中で「当たり前」が固まりやすい。それは個人レベルの話にとどまらず、世の中にも「当たり前」が存在する。人は集団生活することで生き残ってきた生物であり、言わずもがなの「当たり前」を上手く活用してきた。ただ、生物は変化しないと生き残っていけない。急激な変化を嫌い、「当たり前」を心地良く思いがちな人類の多数派に、「変化せよ」と警鐘を鳴らしているのが少数派であるアーティストだと考えると分かりやすい。正解を求める世の中においては、均質化の方向に進みがちだが、アートはそれに対するアンチテーゼ的な役割を担っている。「前提を疑う姿勢」「そもそもを疑う態度」という、変化の起点をつかむために必要な要素がアート作品には内包されている。大事なのが、そこから正解を探そうとしないこと。そもそも正解が無い、徹底的に個人主義であるアート作品を目の前にして自らの心に問いかけ続ける行為に意味があり、それは現代のビジネスで重要な能力と言われている「ネガティブ・ケイパビリティ」※2のトレーニングにつながっていく。

※1 大巻伸嗣さん
1971年岐阜県生まれの現代美術作家。東京藝術大学美術学部彫刻科卒業後、同大学大学院美術研究科彫刻専攻修了。

※2 ネガティブ・ケイパビリティ
すぐには答えの出ないどうにも対処しようのない事態や、不確定で曖昧な状況に直面した際に、焦って結論を出そうとせず、その耐えがたい状態をそのまま受け止めて保持し続ける能力。複雑な課題が増えている現代において、安易な結論に飛びつかずに考え続けることが重要だとされている。



アートとのふれあい方 へのアドバイス

ビジネスはあらゆる場面で変革が必要となる。変革への取り組みは「自分らしさ（自分のワクワク）」を起点とした熱量がエネルギーとなって進みはじめる。取り組みを価値にし、周囲を巻き込んでいくためには、「共感（人のワクワク）」が重要となる。自分のワクワクと人のワクワクが交差するところが、自らが主体性を持ちながら価値創造を行う、極めて人間的な価値創造領域だと定義し、その領域を広げたい。そのためには、自己に向き合い自分のワクワクを表現することにアートが効き、ユーザー視点で人のワクワクを考える場面ではデザインが効くことを理解し、「アート」「デザイン」への距離を縮めていきたい（03ページ図解参照）。よく、アートは問題提起、デザインは課題解決だと区分される。それ自体は間違っていないと思うのだが、アートで提起された問題それ自体をデザインで解決するというように一連の流れで考えてしまうと混乱する。前述のとおり、アー



まとめ—「自己表現」に向けて—

荒川修作+マドリン・ギンズ東京事務所代表の本間桃世さんには、東京都三鷹市の「三鷹天命反転住宅」※4でも荒川修作+マドリン・ギンズの「死なないため」のコンセプトを、ガイドツアーで巡りながらお話しいただいた。この部屋で会議やゼミを行った大学の先生が「普段は発言しない生徒から想像していなかった意見が出てきた」と話された事例を引き合いに、本間さんは「身体を感じるちょっとした環境の変化で、私たちはいくらでも変わることができる」と述べられた。

多くの識者へのインタビュー後に、改めて養老天命反転地の「楕円形のフィールド」を一望できるポイントに立った。——自分の「当たり前」、社会の「当たり前」に縛られ、自分に向き合うことをいつの間にか放棄しているのではないかと。誰も経験したことがない未来をクリエイティブしていくのは人自身であり、その可能性の幅を「当たり前」で狭めているのも人自身である。正解が無い問いに向き合いながら、自分はどんな方法でどんな「自己表現」をしていきたいのか、五感で考えること——

※4 三鷹天命反転住宅
正式名は、「三鷹天命反転住宅 In Memory of Helen Keller」。芸術家・建築家の荒川修作+マドリン・ギンズによる、世界で最初に完成した「死なないための住宅」。

ティストは必ずしも解決してほしい何かを表現しているわけではないからだ。アートは「自己（＝ふれあう人）の問題提起力を見つめ直す」ために活用できると理解した方がしっくりくる。

しかしながら、「アート」が普段の生活から遠くに存在しており、いきなり「アートとふれあいましよう」と言われても、戸惑われる方は多いと思う。二人の学識者からお話を伺った際、アドバイスにつながるコメントをいただいたので紹介したい。

メディアアーティストで、情報科学芸術大学院大学 [IAMAS]※3 教授の赤松正行さんは、アートやアーティストと経営者の関係について次のように語っている。「たとえば大自然の景色の良さを目の前にすると心が動くときがあると思います。そのとき、ふと『自分って何だろう』という感じでいろいろ考えることもあるのではないのでしょうか。何か答えを求めて考えているわけでもないでしょうし、アートとふれあうことはそういった感じなのかもしれません」。さらに別の角度から、次の言葉も添えてくれた。「問題を提起するアーティストと、課題を解決するデザイナーや経営者

は、互いに尊重しながら相手のことを見ていければいい気がしています。過度に互いに期待するのではなく、違う種類の人が共存していて、互いに尊重しながら、それぞれの役割が果たすことができればいいのではないのでしょうか」。

また、名古屋芸術大学で教授を務める後藤規文さんは、自らもプロダクトデザイナーであり、経営者と対話する機会も多い方

だ。そんな後藤さんは、「アートも経営も絶対的な答えが無いので、答え合わせができません。アートは人によって感じ方が違うため、鑑賞後の意見交換がおすすめです。自分と違う見方があることを体感できると、自分自身のものの見方が変わる人も出てきます」と話す。後藤さん自身はアート作品について、「自分の感情に真っ向勝負している感じがする」のだという。「僕らデザイナーもデザインしていくうえで、『これは便利かもしれないが、この便利の先にどういう幸せがあるのか』ということまで考えないと、と思わせてくれます」と、自らのアートとのふれあい経験を踏まえて話してくださいました。

最後に、企業が経営にアートを取り入れる理由について、理解を深めさせてくれた福武財団の内田さんの言葉をお届けしたい。「人には人格があるように、会社には社格というものがある。社格を上げるためには、文化にコミットしないといけない——。これが1983年に福武哲彦（福武書店創業社長）が社員の朝礼で発した言葉です。福武書店の社屋の中にアートを展示し、企業理念の実現の場として直島での活動もスタートしました。仕事にクリエイティビティがないと、ルーティンになってしまいます。どんな新しい商品やサービスも、いずれ『既存のもの』になります。伸びている会社はクリエイティビティがあって、新しいニーズをつかんで、新商品やサービスを出して成功しています。クリエイティビティの最たるものであるアートとふれあい、つねに新しい発想や価値観を取り入れていくことは、非常に重要だと思います」。

※3 情報科学芸術大学院大学 [IAMAS]
岐阜県が2001年に開学した大学院大学(博士前期課程[修士]+博士後期課程[博士]、メディア表現研究科一専攻)。

自分との会話ができただけで、それができると、私の場合は養老天命反転地であったように、皆さんも心が動くどこかの場所を見つけてほしい。自己を表現するために自分に向き合おう。自分に向き合うために自分と対話をしよう。表現の先駆であるアートを題材に。



2026年度 レジャーチケット優待サービスのご案内 2026年3月1日現在

SERVICE

東京ディズニーリゾート® 「コーポレートプログラム利用券」

優待対象サービスご利用時、1枚につき500円の割引券としてご利用いただけます。

【優待対象サービス】

パークチケットのご購入

個人向けパークチケット（一部除外）のオンライン新規購入時にご利用いただけます。

※パークチケット1枚につき利用券を1枚ご利用いただけます。

その他、東京ディズニーリゾート®・コーポレートプログラムの期間限定特典などをご利用いただけます。
パークチケットの購入方法や特典情報などの詳細については、
「東京ディズニーリゾート®・コーポレートプログラム利用者用Webサイト」をご確認ください。
(www.tokyodisneyresort.jp/treasure/fantasy/dcp/user/)



ご利用条件

発行枚数
1社あたり年間10枚まで

利用期間
2026年4月1日～2027年3月31日

ナガシマリゾート「クーポンコード」

各種入場券・パスポートを優待料金でご購入いただけるクーポンコードを発行いたします。

会員さま専用申込サイトにてご希望のチケットをお買い求めください。

初回購入時に限り、「アソビュー！」の会員登録（無料）が必要です。

【優待料金】

（ ）内は一般料金

券種	大人（中学生以上）	小学生	幼児（2歳以上）
遊園地入場券	1,200円 (1,800円)	600円 (1,100円)	200円 (600円)
パスポート	5,000円 (6,000円)	3,600円 (4,500円)	2,100円 (2,800円)
湯あみの島入館券	1,900円 (2,500円)	1,100円 (1,500円)	400円 (800円)
ジャンボ海水プール入場券	4,000円 (4,800円)	2,600円 (3,300円)	1,500円 (2,000円)
ワイドパスポート	7,100円 (8,000円)	5,100円 (5,900円)	3,100円 (3,600円)

※1コードにつき1券種、最大5枚まで購入可能です
※1コードで同時に異なる日付の券種はご購入いただけません
※1コードで1回限り購入可能です
※以下のケースの場合は、別途料金が必要です。
・「湯あみの島入館券」以外でご入場後、湯あみの島に入館される場合
・「名古屋アンパンマンこどもミュージアム&パーク」等の有料施設をご利用される場合
※施設が定める休業日、特別営業日はご利用できません
※気象状況による臨時休業等の情報、それに伴うチケットの取り扱いのご相談は、直接施設にご相談ください

ご利用条件

発行回数
1社あたり年間申込10回まで
(1回につき各券種3コードが上限です)

利用期間
2026年3月1日～2027年2月28日
(ジャンボ海水プールの営業期間は
7月11日～9月28日です)

ご利用方法

①お申し込み

WEB申込フォームもしくはFAX（利用申込書）でお申し込みください。

②クーポンコード受領

事務局にてお申し込み確認後、電子メールにてクーポンコードをお知らせします。
ご利用予定日から余裕をもってお申し込みください。

●購入後のチケットの変更・キャンセルについて
・購入後の変更またはキャンセルは、購入申込者さまご本人がアソビュー！マイページ内「予約管理」よりお手続きください
・キャンセルは利用日当日23:58まで可能です
・購入金額は、キャンセル後にシステム上で返金処理されます
・キャンセル後のクーポンコードは、再利用が可能です
・人数を変更する場合は、対象チケットをキャンセルのうえ、再度新規購入してください

③チケット購入

クーポンコードをお手元にご用意のうえ、ご利用日までに会員さま専用申込サイトでご希望のチケットをご購入ください。「必須項目」には以下の通りご入力ください。

①購入者情報

各項目に従い、チケット購入申込者さまの情報をご入力ください

②購入者への確認事項（画面表示より表記一部省略）

- ・所属企業名もしくは所属団体名 「共立ビジネスクラブ」
- ・所属者氏名 「貴社名」（例：大垣商店）
- ・会員番号または社員番号 「貴社の共立ビジネスクラブ会員番号」
※9ケタの会員番号は、末尾8ケタを入力
- ・所属部署または支部 「ナシ」
- ・利用者氏名 「実際にチケットを利用される方の氏名」
※複数入力可

クーポンコードご入力後、
当クラブの優待料金が
適用されます

共立ビジネスクラブ会員さま専用申込サイト
(www.asoview.com/channel/tickets/lc7jzkUf5v/)
※「アソビュー！」のWebサイトに繋がります



初回購入時に限り、「アソビュー！」の会員登録（無料）
が必要です（www.asoview.com/）
※アソビュー！登録後、ログインに必要なメールアドレス・
パスワード等のご照会は、当クラブではお答えできません



お申込方法

- Web申込 OKB 総研 Web サイト内のお申し込みフォームをご利用ください
- FAX申込 OKB 総研 Web サイト内よりご希望の「利用申込書」を印刷していただき、必要事項をご記入のうえ、送信してください

レジャーチケット優待サービス
詳細・お申し込み
(www.okb-kri.jp/kbc/welfare/)



2026年度のOKBビジネスセミナー上半期スケジュール（4月～9月）は、
OKB総研 Web サイトにて公開中です。

セミナー詳細・お申し込み
(www.okb-kri.jp/seminar/business/seminar/)



登録
無料

メール会員募集中

OKB総研は、メール会員を随時募集しています。イベントやセミナーの
開催情報、独自の視点でまとめた調査結果、マッチング情報（希望者限定）
などをいち早くお届けいたします。ぜひご登録ください！

メール配信サービスのお申し込み
(www.okb-kri.jp/contact/mailcontact/)

