

シェア空間を利用したいのは誰なのか

後編 シェア空間と人との関係

前号、前々号とモノやコト、場所や時間を共有する空間・施設(以下、シェア空間と称する)18種類について、これらの利用意向者(「つぎのような場所(施設)が近所(自転車10分以内)にあった場合、あなたが月1回以上利用したいものをいくつかあげてください」という設問で各項目を選択した人)のプロフィールを分析してきた。前編のデモグラフィック特性(https://www.yhmf.jp/as/.assets/vol_75_p47-49.pdf)、中編のパーソナリティ(https://www.yhmf.jp/as/.assets/ADST_vol.76_49-51.pdf)に続き、後編ではシェア空間と人との関係を考察する。調査は三浦展氏による「下流社会15年後研究会」の『現代日本人の意識と価値観調査』2020年(三菱総合研究所のモニターのうち、25~54歳の男女2,523人に実施)に参加して行ったものである(空間の呼称については、前編で紹介した略称を用いている)。

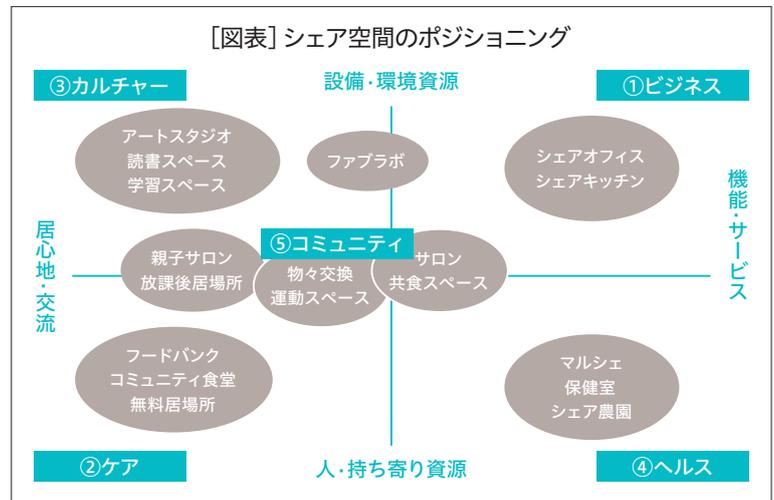
利用意向者から見たシェア空間のタイプ

18種類のシェア空間について、データを分析した結果見えてきたのは、シェア空間とそこに集まる人の特性の間には思った以上に強い関連性があるということだ。

そこで今回提示した18のシェア空間を5つの領域にタイプ分けしてみた。さらにシェアされる要素が設備・環境資源なのか、人・持ち寄り資源なのかという軸と求められる要素が機能・サービスなのか居心地・交流なのかという2軸で各タイプをポジショニングしてみたのが[図表]である。

①ビジネス領域……効率的チャンス獲得型

まず、シェアされる要素が設備・環境資源、求められる要素が機能・サービスであ



る「ビジネス」領域にあるのが「シェアオフィス」と「シェアキッチン」である。この領域の利用意向者の典型は効率重視で比較的年取も高い若い男性ビジネスマンである。この領域においては、個人の仕事をできるだけ効率的に進め、ビジネスチャンスを獲得する(費用を抑えて、必要なファシリティを必要なときに必要なだけ、安全に利用する)ための手段として、シェア空間が捉えられている。そこでは、利用者にとってのシェアニーズは、自分にとって必要な設備や空間を「部分購入」「時間購入」する「分有」の権利をいかにリーズナブルに獲得できるかということであると考えられる。

このタイプの具体例としては、最近増えているリモートワークのためのシェアオフィスや前々号で紹介したゴーストレストランのためのシェアキッチンを挙げることができる。

②ケア領域……共助支援型

「ビジネス」領域とは対照的なのがシェアされる要素が人・持ち寄り資源、求められる要素が居心地・交流である「ケア」領域であり、こ

こには「フードバンク」「コミュニティ食堂」「無料居場所」が含まれる。この領域の利用意向者の典型は年取低め、今日を生きるのに精いっぱいながら毎日を楽しく過ごしたいという母親や単身者である。この領域では、さまざまな困り事を持つ人も安心して過ごすことができるサポート的な場として、シェア空間を捉えることができる。そこでは、利用者にとって食料や居場所(あるいは生活上の相談事)といった、人が生活する上でなくてはならないものが、無料または低額で供与されることがシェアのニーズと考えられる。さらにそのような場では時としてサポートの受け手と担い手が入れ替わることもあり、一種の相互扶助、あるいは共助が行われることが期待される。

このタイプの具体例としては、各地に



増えている子ども食堂やフードパントリーを挙げることができる。また、困り事を持った人のためのデイケアやピアサポートのスペース、『マギーズ東京』のような患者サポートスペースもこの中に含めることができる。

③カルチャー領域……活動促進型

シェアされる要素が設備・環境資源、求められる要素が居心地・交流であるのが「カルチャー」領域である。ここには「アートスタジオ」「読書スペース」「学習スペース」「ファブラボ」が含まれる。この領域の利用意向者の典型は趣味活動に熱心に取り組む女性（ファブラボは男性も）で、その姿勢はリベラルである。この領域では、それぞれが夢中になれる趣味活動を楽しみたい人同士がスペースを共有する場として、シェア空間を捉えることができる。そこでは個々人の活動を楽しむ時間や快適な環境を分け合って過ごすと同時に、利用者同士が趣味だけでなく、社会的な情報や知識、話題を持ち寄って交換し、互いの見識を広げたり深めたりすることがシェアのニーズと考えられる。

このタイプの具体例としては、廃校等を利用したアート空間や読書に特化したカフェ、トークイベント等のできるコンスペース、サブカル系のイベント、ファブラボ等を挙げることができる。

④ヘルス領域……不安解消型

シェアされる要素が人・持ち寄り資源、求められる要素が機能・サービスであるのが「ヘルス」領域である。「マルシェ」「保健室」「シェア農園」が含まれる。この領域の利用意向者の典型は食と健康への関心が高く、未来の環境や情報社会への不安が強い30代女性である。この領域では、個人の食や心身の健康を守るために、作り手が食材を持ち寄って販売する市場

や、健康不安についてのサポートを受けられる場所、安全安心な食べ物を自分の手で作るために借りる農地などがシェア空間として認識される。そこでは、その場に参加して場所と時間を共有することで健康で安全な将来につながるモノやサービス、情報を手軽に手に入れることがシェアのニーズと考えられる。

このタイプの具体例としては、各地で定期的に行われているマルシェや朝市、まちかど保健室、ヨガやエクササイズスペース、都市に増えているシェア農園を挙げることができる。

⑤コミュニティ領域……地域ライフハブ型

最後にシェアされる要素は設備・環境資源と人・持ち寄り資源の両方、求められる要素がどちらかといえば居心地・交流重視の「コミュニティ」領域であるが、ここには「親子サロン」「放課後居場所」といった子ども関連、「サロン」「共食スペース」といった食関連、そして「物々交換」「運動スペース」が含まれる。この領域の利用意向者は女性が多いというほかは比較的平均に近い。この領域では、地域のハブ的な交流の場として、いろいろな人が利用する（かつての寄り合いや井戸端、公民館に近いイメージ）シェア空間と捉えられる。気軽に立ち寄り、たわいないおしゃべりをしたり、おすそ分けのような物のやり取りをしたり、一緒に食事をしたりすることがシェアのニーズと考えられる。

このタイプの具体例としては、コミュニティサロンやコミュニティカフェ、放課後の子どもの居場所、フリマスペース、ラジオ体操会場、コミュニティ銭湯等を挙げることができる。

「15分都市」と多様なシェア空間の必要性

最近、特にコロナ禍の中で注目されて

いる都市論の概念に「15分都市（15-minute neighborhood/city）」がある。これは2010年にオレゴン州ポートランドの「ポートランドプラン」に“20-minute neighborhood”として盛り込まれたことにルーツがあるとされている。2020年1月にはアンヌ・イダルゴパリ市長が再選キャンペーンにおいて、2024年までに誰もが車を使わず（徒歩や自転車で）15分で仕事、学校、買い物、公園のほか、街のあらゆる機能にアクセスできる都市を目指すことを宣言したことで話題になった（<https://ideasforgood.jp/2020/02/13/paris-15-minutes-city/>）。

日本ではコンパクトシティという政策が2000年前後から推し進められているが、「15分都市」はコンパクトシティのように中心市街地の再開発を中心とする都市計画に基づく官主導の政策ではなく、すでにある都市の中で、既存施設のコンバージョンや空き家の活用、道路の使い方の変更等により、徒歩15分圏内という近隣のブロックにさまざまな機能を分散化させ、自動車主導ではなく徒歩や自転車でストレスなく楽しめる街に変化させるという考え方である。「15分都市」を実現するメリットとして、①社会経済的な公平性（誰もが生活利便施設にアクセス可能）、②環境負荷の低減（自動車を使用しないことなどによる）、③健康・福祉上のメリット、④時間の節約による生活の質の向上などが挙げられている（<https://pub.cpij-kansai.jp/post-944/>）。

「15分都市」を踏まえて、今回の調査結果を見てみると、自転車10分程度以内でアクセスできる距離にあれば利用したいシェア空間の種類が多岐にわたっていること（18種類のうち12種類は10%以上の利用意向であり、最も少ない「シェアキッチン」も4.1%）ということから、人々に

Sachiko Takenouchi

(株) シナリオワークにて女性消費者を中心とする消費者研究、マーケティング戦略立案を多数手がける。
2015年4月、自宅を改装し、シェアハウス&シェアキッチン『okatteにしおぎ』をオープン。
(株) コンヴィヴィアリテ代表取締役。

とって「15分都市」圏内において、人が空間を共有して、ちょっとしたコミュニケーションのできる場所がなくてはならないことがわかる。一方、それらを利用したいとするのは女性が多く、利用したいもの「なし」と答えた2割弱の人の中で50代以上の男性の割合が高いことから、日本で行政や企業の中核を担うこの層の男性たちに「15分都市」の必要性を理解してもらい難しさも見て取れる。

「15分都市」という観点から見ると、各シェア空間の利用意向者が属性もパーソナリティもかなり異なっていることも興味深い。日本の場合、「15分都市」に近い概念として、従来は町会や小学校区といった単位での施設や行政サービス、活動が近隣の生活を維持する上で重要であった。そしてこれまではこうした単位でのコミュニティ施設(今回の調査でいえば「コミュニティ」領域に属するもの)が近隣の住人が共に利用できるスペースとして長く存在してきた。しかし、今回の調査でわかったのは、人々が近隣で利用したいシェア空間の領域は、ビジネス、カルチャー、ヘルス、ケアと多様であり、それぞれの利用意向者の属性や価値観、ライフスタイルもまた多様であるということ。それぞれの領域のシェア空間をかつてのように地縁のコミュニティだけで吸収することには無理がある。

また、これまでなら人付き合いも職場や都心の遊び場などで十分満たされており、わざわざ自宅の近隣で付き合う必要もなかった。しかし、ステイホームで家族内だけのコミュニケーションに行き詰まりを感じる人も増えており、リモートでの会話にいまひとつ馴染めない人も多い。そんな中、近隣のシェアスペースで「気の合う人との交流があれば」という人も増えているのではないかと推測される。つまり自転車10分圏内に自分と同じよ

うなシェアニーズを持つ人と共用できる空間を皆が持つためには、それぞれのクラスターごとに異なる種類のシェア空間があることが望ましい。自分がそこに参加してみたいと思うようなローカルなシェア空間の情報は、今では複数のデジタル・メディアで知ることが可能である。ならば、タイプの異なる小規模なシェア空間が「15分都市」圏内に複数あることで、より多くの人々が自分に合ったシェア空間を得ることができるのである。

ミラノ工科大学名誉教授でサステナブルデザインの世界的リーダーであるエツイオ・マンツィーニは「近接性(Proximity)」を軸とした新しい都市像を提唱している。彼は、コロナ禍で人々が物理的に距離をとらざるを得なくなる中で、「日常的に必要なサービスや店が近所にあること、また、近隣住人との間に構築されるミクロの社会性の大切さを思い知った」という。「常に移動していた人は、自分が実際にはどの場所にもいなく、どのコミュニティにも属していない」ことに気づいていなかった。「移動は環境にも悪く、人々が孤独であることにつながっていた」と述べている。彼はデジタルテクノロジーと物理的近接性が融合することで、都市の再編がなされるとし、それを「ハイブリッドな近接性(Hybrid Proximity)」と名付けている(『「15分都市」とコラボラティブ経済の勃興』『WIRED』Vol.41特集 NEW NEIGHBORHOOD p.24)。今回の調査結果はこの「ハイブリッドな近接性」への人々の多様なニーズの存在を示唆しているといえよう。

一つ懸念があるとすれば、多様なニーズに合った多様なシェア空間ができた場合、そのことが近隣社会の分断をもたらはしないかということである。インターネット上のエコーチェンバー現象によって人々の分断が促進されるように、も



複合的な役割を持ったシェア空間『小杉湯となり』
<https://note.com/sentogurashi/n/n6cd535a4238f>

し、シェア空間が同じクラスターの人だけが集まる閉鎖的な空間となれば、ある領域のシェア空間の利用者との間の距離は広がり、せっかくの「15分都市」もタコつぼが並ぶだけの冷たい街になってしまうだろう。そうしたことを防ぐためには、異なるクラスター同士が触れ合う機会となる「コミュニティ」領域のシェア空間を活性化させる必要があるようだ。あるいは、異なる領域のシェア空間をあえて接続させた新たなシェア空間の可能性も考えられるだろう。筆者がオーナーを務める『okatteにしおぎ』は、「コミュニティ」領域のシェア空間になるのだろうが、「共食スペース」としての活動をメインとしながら、「シェアキッチン」としての機能もあり、「読書スペース」や「親子サロン」としての使われ方もする。同じ中央線の高円寺にある『小杉湯となり』では、「銭湯」「シェアオフィス」「シェアキッチン」「公園」が同居している。今後こうした形でさまざまな領域のシェア空間が生まれ、つながり、「15分都市」が充実していくことが期待される。