

コモンズ(共有地)論から見る現代のシェアライフ

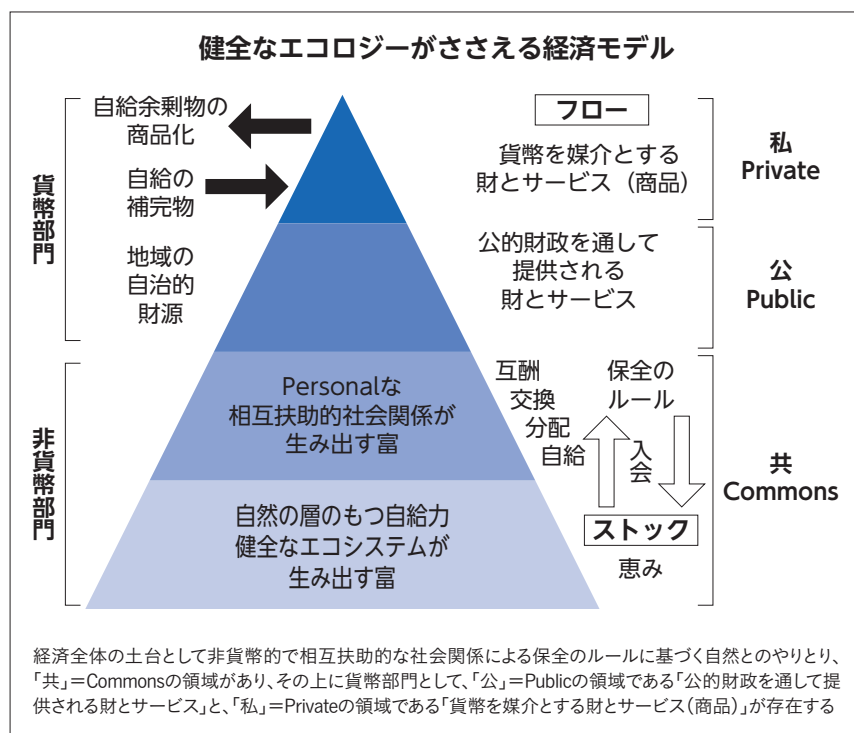
●コモンズとは何か?

筆者がオーナーとして関わっているシェアハウス&シェアキッチン『okatteにしおぎ』での観察および研究から、“コモンズ型シェアライフ”について論じる本連載。第2回は、内外のコモンズ論をもとに現代のシェアライフを読み解く。

コモンズ論の系譜

コモンズは、もともと近代以前のヨーロッパにおける牧草地などの資源を共同で管理する共有地（日本では村落共同体の入会地等）のことを指す。欧米のコモンズ論は、1968年、ギャレット・ハーディンの「コモンズの悲劇」論（コモンズの資源は利己的なフリーライダーの存在によって損なわれるため、私有されるか政府による公的管理が必要）から始まり、2009年のノーベル経済学賞を受賞したエリノア・オストロムによるゲーム理論を駆使したコモンズの管理論（個人としての権利を保障され、相互に信頼し合う共同体成員同士の相互監視等の適切な管理によってフリーライダーを防止することで、私有や公的管理がなくても共有財をサステナブルに保つことができる）に至る。

一方、日本では、1980年代以降、農山村の入会地についての研究を中心に、コモンズにおける共的、非貨幣的な循環システムそのものを「コモンズ」と規定した「日本のコモンズ論」が隆盛となった。日本のコモンズ論の代表格である多辺田政弘は、沖縄の「イノー」と呼ばれるサンゴ礁の上に広がる生活空間（海洋コモンズ）と、自身が行った有機農業運動における農民と都市住民との提携運動のフィールドワークから、「健全なエコロジーがささえる経済」（1990）というモデルを提唱した。



出所：多辺田政弘『コモンズの経済学』（学陽書房／1990）

コモンズ概念の広がり

欧米、日本を問わず、コモンズ論の本質は、「公」でも「私」でもない非貨幣的で互酬的な信頼関係による「共」のシステムによって、資源が適切に管理され維持されることにある。ただ、伝統的なコモンズ自体は近代社会の貨幣経済の隆盛により、衰退したと考えられている。

しかし、21世紀になり、コモンズ研究は、伝統的なコモンズの研究だけではなく、児童公園、マンション共用施設や、エリアマネジメント、中心市街地活性化等、都市における地域の空間的資源のコモンズの共有（共用）の可能性とガバナンスについての議論に拡大した。コモンズの定義自体も「人間集団によってわかちあう資源」（Hess and Ostrom eds. 2007）として、きわめて一般的、抽

象的、普遍的な意味で用いられるようになったことから、コモンズ論の守備範囲が大幅に拡大することになった。対象も「家庭の冷蔵庫」といった極小の集団の資源利用から、「道や公園や図書館」というコミュニティレベルの資源利用、「深海資源、大気、インターネット、科学知識」といった国家間、地球レベルの資源利用の問題にまで拡大している

さらに、最近では、「私有」と「公有」に分断された現代の都市社会に、利他的な「共同性」「協同性」を再構築し、さらに「協働」による「創発」が促されるしくみとしての現代のコモンズについての議論が活発化している。特にインターネット環境の拡大に伴い、ネット等を媒介とする、個人間での資源の共有（シェア）についての議論の中でコモンズ論が取り上げられることが増えている。

●シェアとコモンズ

シェアによる現代のコモンズ創出という理想

そもそも、インターネットを媒介とする個人間の「シェア」の社会的意義を論ずる上で、コモンズ論は重要な役割を果たしていた。

ボッツマン、ロジャースは著書『シェア』（2010）の中で、ネットを通してのさまざまな資源の提供とその利用について、「いいね!」や点数による互いの貢献度の評価が、シェアにおいては信頼の証しとなると述べている。彼らは、ネット上での資源の共有は「共通の興味を持つ人々が価値を生み出し、コミュニティをつくるための新たなパラダイム」であり、シェアを実践する人は、「たとえそのつもりがなくても、それぞれが他の参加者に価値を提供している」、すなわち、互酬的な関係にあるという。そして、オストロムのコモンズ論に触れ、「人々が協力してプロジェクトや特定のニーズに当たれるような適切なツールを持ち、お互いを監視し合う権利を上手に管理できれば、『コモナー（共有者）』は共有資源を自己管理できる」とも述べる。

シェアのプラットフォームさえ作ってしまえば、参加者は「そのつもりがなくても」コモンズの共管理者として利他的な

互酬関係が結べる。だから、ネット上で資源を「シェア」することで現代のコモンズを容易に作るができる（それは大企業による私有や国による公有という管理から自由なネット上のユートピアをイメージさせる）という感覚は、AirBnBやUberといったシェアのパイオニアの初期参加者の間の共通感覚であったように思われる。そこから、「私」でも「公」でもない「共」のつながりによる新たな経済パラダイムが生まれると予想した人も多かったのではないか。「シェアリング・エコノミー」という言葉が広がったのはこうしたプラットフォームが台頭した2010年代半ばである。

シェアリング・エコノミーによるコモンズ喪失

総務省（2015）ではシェアリング・エコノミーを「典型的には個人が保有する遊休資産（スキルのような無形のもの含む）の貸出しを仲介するサービスであり、貸主は遊休資産の活用による収入、借主は所有することなく利用ができるというメリットがある。貸し借りが成立するためには信頼関係の担保が必要であるが、そのためにソーシャル・メディアの特性である情報交換に基づく緩やかなコミュニティの機能を活用するこ

とができる」と定義づけている。内閣府（2018）は、2016年の経済活動をベースにした日本のシェアリング・エコノミーの市場規模を4,700億～5,250億円と発表した。

しかし、シェアのプラットフォームを介してお互いが利他的に協力し合うことで、個人が持てる資源を共有し、活用する現代のコモンズが成立するという理想は、達成されてはいない。

民泊を例に取れば、初期には、個人の自宅の一部屋を旅人に提供する代わりに海外の人との交流を楽しむといった、「共」的な相互扶助精神、いわばコモンズマインドを持った参加者が集まっていた。しかし規模が拡大するにつれ、遊休不動産を民泊として利用して儲けたい事業者となるべく安く泊まりたい旅行者という、お互い利己的に利益を得ようとするフリーライダー的マインドを持つ利用者が多く参入することになった。その結果、シェアは仲介業、賃貸業に近い産業となり、遊休資産を「私」が分け合う一種の「分有」となりつつある。そして、そこでの資源の乱用による「悲劇」を防ぐために、今度は政府による規制という「公」管理が必要とされるに至り、今や当初の「共」の部分は失われかけている。

シェアリング・エコノミーの生産額の試算（2016年）^{1), 2)}

シェアの分野	生産額規模（2016年）			総額
	「①SNAの生産の境界外となるもの」 中古品販売 C to Cの金融取引等	「②SNAの生産の境界内ではあるが、捕捉できていないと考えられるもの」 C to Cの実物取引等	「③SNAの生産の境界内であって、現状捕捉されていると考えられるもの」 仲介手数料、持ち家帰属家賃（民泊分）等	
スペース	—	700億円～1,000億円程度	700億円～800億円程度	1,400億円～1,800億円程度
モノ	2,700億円～2,750億円程度 ³⁾	150億円程度	100億円～150億円程度	3,000億円程度
スキル・時間	—	100億円～200億円程度	50億円程度	150億円～250億円程度
カネ	— (550億円～600億円程度 ⁴⁾)	—	150億円～200億円程度	150億円～200億円程度 (+カネのシェア①が550億円～600億円程度 ⁴⁾)
合計	2,700億円～2,750億円程度 (+カネのシェア550億円～600億円 ⁴⁾)	950億円～1,350億円程度	1,000億円～1,200億円程度	4,700億円～5,250億円程度 (+カネのシェア①が550億円～600億円程度 ⁴⁾)

【注】1) 現時点で利用可能な情報を用いて一定の前提に基づいて試算した結果であり、幅を持って見る必要がある。 2) 移動のシェア（ライドシェア）については、道路運送法上の白タク規制などの規制を踏まえ、我が国における経済活動は極めて小規模と考えられるため、今回の推計からは除外した。 3) モノ①の生産額規模は、総額の3,000億円程度から②および③を差し引いている。 4) カネのシェアのうちC to Cの資金の取引に関してはSNA上の生産に当たらず金融取引となるため、参考値とし、合計からも除外している。

出所：内閣府経済社会総合研究所「シェアリング・エコノミー等分野の経済活動の計測に関する調査研究」報告書概要 2018 (<http://www.esri.go.jp/jp/prj/hou/hou078/hou078.html>)

● コモンズ型シェアライフ

もう一つのシェア

現代の社会で、シェアによるコモンズ創出はやはり不可能なのだろうか。

そのような疑問に答えるのが、地域やコミュニティを中心に生まれているシェアライフである。三浦展の『100万円で家を買って、週3日働く』（2018）には、『okatteにしおぎ』とともに、「夫婦2組、赤ちゃんも一緒にシェアハウスに暮らす平成世代」「8,700坪の農地を買って週末を過ごす」、筆者の連載でも取材した『喫茶ランドリー』などの事例が多数取り上げられている。これらは大きく稼ぐ「シェアリング・エコノミー」とは異なり、地域に根差した小規模な共同体として、空間や時間、自分自身のスキルやリソースを持ち寄り、交換するという意味で、コモンズとして成立しているシェア事例である。

三浦はこの著書の中で、これらの事例について、『第四の消費』（2012）の特徴である1. 人間関係の豊かさ志向、2. シェア志向、3. シンプル・ナチュラル・手作り志向、4. 日本・地方志向が表れている事例であるとし、その共通の軸を「『再・生活化』——高度経済成長期以前の日本人の一般的な暮らし、生活を、もう一度見直し、再評価し、部分的にであってもそれを現代の生活に取り入れようとする動き」としている。筆者は「再・生活化」の重要な要素の一つが、都市の生活にもかつてあった近所とのモノの貸し借りやおすそ分け、世話焼き、手伝い、お互い様といった相互扶助的な「共」の関係を現代的な生活の文脈に沿った形で再生することだと考える。つまり「再・生活化」とは、「私」と「公」に分断されてしまった現代の生活の中



三浦展『100万円で家を買って、週3日働く』（光文社／2018）の表紙と口絵写真。コモンズ型シェアライフは、こうした小規模のコミュニティ内での「共」的相互扶助から創出される

に、「共」としてのコモンズを再構築することである。筆者の連載でもコモンズ型のシェア事例は数多く取り上げている。

コモンズ型シェアライフは「お得」だけではない

かつての相互扶助的な「共」の関係の再構築とは、戦時中の隣組やその後の町内会のような強制性の高い相互監視型の管理制度を復活させるということではない。

現代において新たなコモンズとして成立しているシェア事例を見ると、①参加者の個別性、自由を重視し、出入り自由であること、②トラブル回避のためのルールを参加者自身が定め、状況に合わせてフレキシブルに改変していくこと、③ゆるくフラットで外部に開かれた関係性、④リアルコミュニケーションとバーチャルなコミュニケーションの併用、⑤異質な人同士が出会うことで新しいことが生まれるチャンスがあることといった、伝統的な村落共同体のコモンズにはない、現代的な都市生活者が求める要素を担保していることがわかる。ただ、重要なのは、そこに、自分が持つ資源（リ

ソース）を提供しようとするある種の利他的なモチベーションが必要ということである。

参加者の利他的なモチベーションは最初から備わっているわけではない。最初は「安く利用できる」「仕事に役立つ出会いがありそう」といった利己的な動機で、そもそも自分がなんらかの資源を持っていることに気付かず、シェアライフを始めるケースも多い。しかし、コモンズ型のシェアライフを続けていくうちに、ある瞬間から利他的なモチベーションが芽生えてくるのである。それは、味噌や酒の発酵の過程と似ている。そして、利他的なモチベーションが生まれ、各参加者が自分の持てる資源に気づき、それを持ち寄り始めると、不思議なことにそれらが化学反応を起こし、創発的に新たな活動や価値が生まれることになる。つまり、資源を維持するだけのコモンズではなく、資源が通増し、新たな価値が生まれる創造的なコモンズ型のシェアとなるのである。これは、いわゆる「シェアリング・エコノミー」ではなかなか起こり得ない。