

“コモンズ型シェアライフ”が変える未来の社会と市場

#01

小規模だが 毛細血管のように根付く “コモンズ型 シェアライフ”

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をもとに、“コモンズ型シェアライフ”について考察する連載。第3回は最終回として、“コモンズ型シェアライフ”が今後、社会と市場にどのような影響を及ぼすのかについて論じたい。

『okatteにしおぎ』と シェアの2つの流れ

前2回の論考では以下のことを述べた。

第1回は『okatteにしおぎ』というシェアキッチンでは、会員が他者とキッチンを共有するという経験を重ねるうちに、思いがけない新しいことにチャレンジし、予期しなかった新しい活動や価値が生まれる「創発」が起こっているということ。

第2回は、何かをシェアするという極めて現代的と思われる活動の根本に、近代以前には普通に存在した非貨幣的で互酬的な信頼関係による「共」のシステムとしての「コモンズ」という社会的な仕組みがあり、昨今の「シェア」の概念は近代化の中で失われかけた「コモンズ」のシステムを、生活者自身がインターネットの普及などによる新たな文脈で復活させようとする動きから始まったこと。現在、その

動きは「分有」のプラットフォームとしての「シェアリング・エコノミー」という大きな流れに変化しつつあること。その一方で、地域に根差した小規模な「コモンズ」的シェアが大きな流れとは別の小さな流れを作り、根付きつつあること。

根付くコモンズ型 シェアライフ

「コモンズ」的シェアの流れの一つ一つは細く、すぐに干上がってしまうはかない水流のように思われる。しかし、本誌連載「消費パラダイムシフトの現場」で筆者が取り上げたさまざまなシェア事例、例えば『喫茶ランドリー』（ランドリー&家事のシェア）や『シーナと一平』（商店街の空き店舗でミシン&ソーイングのシェア）、コワーキング、ファブラボ、地域食堂等は『okatteにしおぎ』と同様、地域に定着し、参加者の満足度も高いように見受けられる。

また、これらの事例を見ると、『okatteにしおぎ』と共通する利他的な「共同性」「協同性」「協働性」による創発が促される要素があり、そこに参加した個人が新たな営みや活動に一步踏み出すための、一

種のインキュベーションとしても機能していることは注目される。

『okatteにしおぎ』も含め、これらの事例がさまざまなメディアで取り上げられることにより、海外も含めた地域開発や自治体、研究機関等の関係者の見学や取材、視察も増えている。

筆者は、何らかの資源を複数の人間が分け合って利用する「シェア」の中で、利用者同士が交流し、資源管理や活用をめぐる非貨幣的で互酬的なやりとりが存在する本来の意味での「共有」型(それこそ現代の「コモンズ」である)の「シェア」に参加し、そこから派生する創発的な新しい価値創出を楽しむ生活を“コモンズ型シェアライフ”と定義する。

この“コモンズ型シェアライフ”はシェアリング・エコノミーに代表される、利用者同士の関わりがなく金銭的取引のみによって成立する「分有」型(レンタルやリース等)の「シェア」のような大きな流れにはなっていない。しかし、細くはかなそうに見える小さな流れは、毛細血管のように生活者の中に入り込み、根付いていこうとしており、今後、社会や市場を大きく変える可能性がある。



『ビッグイシュー』356号(2019年4月1日発売)では、シェアキッチンについて特集が生まれ、『okatteにしおぎ』も3ページにわたって掲載された。このほか、雑誌・新聞・テレビ等で継続的に取り上げられている

#02

“コモンズ型シェアライフ”は生活者の変容の過程

シェアに参加すればすぐそこに“コモンズ型シェアライフ”があるわけではない。“コモンズ型シェアライフ”はシェアを続けることによる生活者の価値観・意識・行動の変容の過程であり、それにより作り出される場の「コモンズ」化の過程でもある。

3つの変容のきっかけ

筆者が『okatteにしおぎ』会員に対して行ったアンケートとインタビューの結果、“コモンズ型シェアライフ”では3つの変容のきっかけがあることがわかった。

- 引っ越し、育休、転職といった変化を機に、それまでの職場や友人関係とは異なるコミュニティが必要になる。しかし、なかなか自分に合ったコミュニティがなく、孤独感や疎外感を感じている。そんな時、『okatteにしおぎ』の存在をネットやSNSで知り、キッチンという物理的な資源と共食による交流というメリットが得られる「シェア・サービス」を期待して会員になる。
- 『okatteにしおぎ』でこれまで知り合うことのなかった多様な他者と出会うことにより、「世界が広がった」と満足する。その一方で、ちょっとした考え方の違い、使い方のルールについての意

見の相違といったことに違和感や不公平感を持ち、面倒や不満も感じる。しかし、クレームを出せばすべてを解決してくれる「サービス」ではないため、会員は快適に空間を維持し、楽しむためのルールや楽しみ方を自ら見つけることが必要になる。

- 試行錯誤し、異質な他者とキッチンで「共有」する経験を積み重ねる中で、幾つかの発見がある。多様な意見があることで、対立軸だけでなく第3の道が見つかること、自分に自分では気づいていなかったリソースがあり、それらを提供し合うことで、思いもよらない楽しいことが起こること。こうした発見によりこれまで興味がなかったいろいろなことにも、この場で実験的に挑戦してみようと思うようになる。

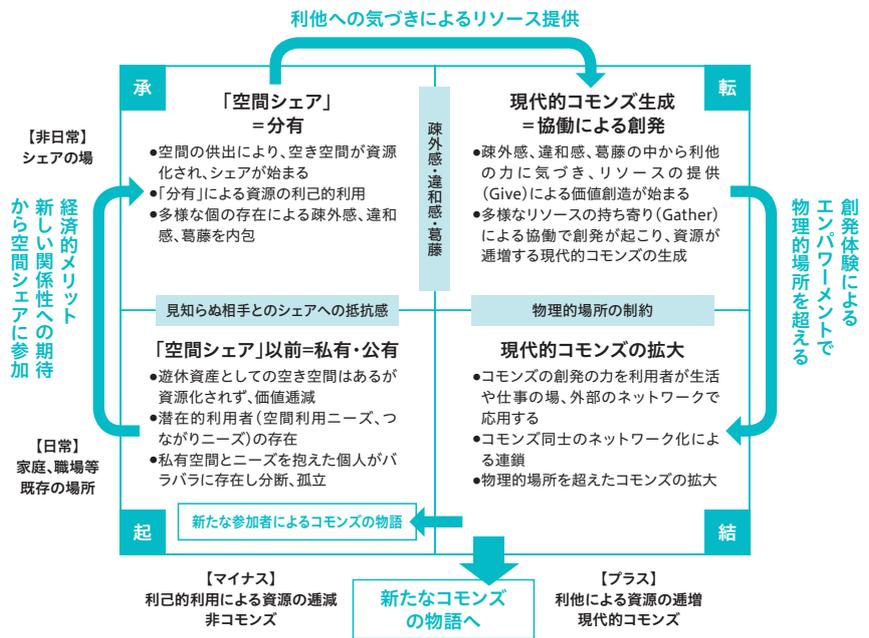
これらは、『okatteにしおぎ』が「分有」型の「シェアリング・エコノミー」ではな

く、「共有」型の現代的「コモンズ」としての「シェア」空間だからこそ起こったことであり、生活者のこの変容の過程が“コモンズ型シェアライフ”の本質である。

日常生活の“コモンズ型シェアライフ”化

こうした“コモンズ型シェアライフ”を体験した会員は、職場や地域等で空間や時間をその場の人々と「共有」し、互いの持てる何かを持ち寄ることで新たな価値を創発するという“コモンズ型シェアライフ”を広げることになる。会員の中には、子どもたちが参加できるワークショップを外部で開催する、といった形で活動範囲を広げている人もいる。また、自分と価値観が違う人とも対話するなど、日常生活を“コモンズ型シェアライフ”化していく人もいる(実際『okatteにしおぎ』では、シェアする場でのコミュニケーション教育にも注目している)。

コモンズ生成概念図



“コモンズ型シェアライフ”における、参加者の意識と行動の変容についての概念図。立教大学大学院21世紀社会デザイン研究科の梅本龍夫教授による「社会デザインとしての物語法」フレームにのっとり筆者が作成。本文中の3つの変容のきっかけを普遍化して記載している

#03

“コモンズ型 シェアライフ”で 社会と市場は どう変わるか

“コモンズ型シェアライフ” で社会はどう変わるか

一つ一つを見ると小規模ながら、小さな流れとしての生活者の“コモンズ型シェアライフ”が毛細血管のように社会に拡大していくことは、社会と市場に何をもたらすのだろうか。

社会的には、互酬的な地域の共助の輪(いわゆる助け合い)が広がることはもちろんだが、生活者個人が“コモンズ型シェアライフ”を体験することで異質な他者に対する受容性が高まり、多様な人々と対等に場と時間を共有し対話をするコ

ミュニケーションの素養が育っていくことが予想される。こうした個人が増えることにより、多様な人が自分のリソースの利他的な(といっても自己犠牲ではなく、できる範囲での)持ち寄り(モノだけでなくアイデアも)を楽しむ習慣が育つ。このことは、災害等の危機に見舞われたときの社会的レジリエンスの高さにもつながる。また、社会的イノベーションが起りやすくなる効果もあると考えられる。

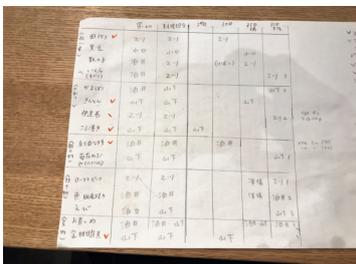
半貨幣的市場の拡大と コモンズ型マーケットの出現

一方、市場に対してはどのようなだろう。互酬的な「共」のシステムとしての「コモンズ」には市場はないと思いがちだが、お互いが持てるリソースを持ち寄り、交換する場は、金銭の授受がないだけで、実は市場そのものである。例えば『okatteにしおぎ』で時々開かれる食事イベントでは、フレッシュで安全な素材(家庭菜園の野菜や産地から直送してもらった食材、地域の個人店で買ったものなど)、メニューのアイデア(クックパッドも利用)、料理の技術や労力、盛り付けのセンス、片付けまで、できる人が自主的に自分がで

きることをやり、やってほしいことを声掛けし合うことにより、参加者が満足できる料理と楽しい食事時間という価値を生み出し、それを分け合い、楽しみ、写真をSNSで拡散する。それは、生産・供給と消費が混在した非貨幣的(食材費を割り勘で払うので半貨幣的?)市場なのである。そのような市場から参加者が受け取る価値は、できるだけ原価を減らし人件費を削り、効率的に作られた料理を安い価格で提供する名の知られた飲食店での食事より、よほど健康的(安心・安全)でおいしく楽しく(提供されるプロダクトとサービスのクオリティ)、余った食材や料理は欲しい人が持ち帰り(ロスなし)、「コスパ」もよく、誰もそれで不幸になることがない(エシカル)という意味で、より高い価値を生み出しており、だからこそ、参加者はリピーターになり、他の人を誘う。もちろんたまには失敗もあるが、それもクレームではなく、笑い話になる。

こうした半貨幣的市場が、“コモンズ型シェアライフ”のあるところにどんどん広がっている。さらに、そういったコモンズ的な場から社会的に意義のあるビジネスを起こすといったスタートアップの事例も出始めている。

そうだとするならば、製造や流通といったサプライヤーとマスの消費者、あるいは顧客を分けて考えるこれまでの市場のフレームでは捉えきれない、サプライヤーもカスタマーもなく、同じテーブルをシェアして、利他的にリソース(資源)を持ち寄り、皆が満足できる社会的価値のあるプロダクト・システムを創発的に作っていく、コモンズ型マーケットが出現していくのではないだろうか。そうしたマーケットのプラットフォーム作り、あるいはオーガナイズする仕組みや人材の育成が必要になると考えられる。



『okatteにしおぎ』特製おせち。会員から注文を取り、分担を決めて買い物・調理。それぞれの人数に合わせ、手持ちの器に自分で詰める。手間をシェアして、安全・安心・おいしいおせちをカスタマイズできて数千円。食品ロスもプラスチック廃棄問題も、家事のワンオペもなし