

健軍商店街とシェアリングエコノミー

～地域資源の有効活用による街の魅力づくり～

はじめに

コロナ禍で生活者の暮らしが大きく変わる中、モノやサービス等を共有するシェアリングエコノミー（以下、シェアエコ）が改めて注目されている。

人口減少、少子高齢化の時代において、以前より各地で地域の既存ストックや人的スキル（地域資源）を有効活用する動きがみられていた。現在、街固有の魅力を高める生活者向けのシェアエコが、情報通信技術の発展とWithコロナの新常態（ニューノーマル）の流れに合わせて、新たなビジネス手法として活用され始めている。

1 コロナ禍で注目されるシェアエコ

- 健軍商店街では、従来から取り組まれてきた主に高齢者向けの買物弱者支援と、シェアエコが融合したコミュニティが形成されつつある。
- 情報通信技術の活用とWithコロナの新常態（ニューノーマル）に対応した商店街の魅力づくりが進む。

(1) 健軍商店街における「買物弱者支援」と「シェアエコ」

コロナ禍の在宅勤務などで公共交通機関の利用が減り、自宅周辺の移動が増えたことで、郊外的生活拠点としての充実した住環境が注目されている。また、移動や購買に関しては人流の回復により目的買いに対応し、街を訪れないと体験できない魅力づくりが求められている。

こうした中、熊本市内でも高齢化が進む地域にあり、いち早く地域密着型の取組みを推進してきた健軍商店街振興組合（以下、健軍商店街）では、従来からの来街者を増やす取組みに加えて、地域資源を活用したシェアエコが動き出している。

健軍商店街は、周辺に東区役所や市動植物園、文化ホール等の公共施設があり、医療機関や福祉施設等も点在する。また、市電の始発終点駅があり公共交通機関の交通結節点として機能しており、同商店街では住みやすさのポテンシャルを活かした取組みの一つとして、経済産業省の高齢者向けの買物弱者支援の取組例として示されている“家まで商品を届ける”サービス「らくらく宅配サービス」を、地元のタクシー会社（TaKuRoo）と連携し2001年から提供している（図表1）。

図表1 買物弱者支援の取組例

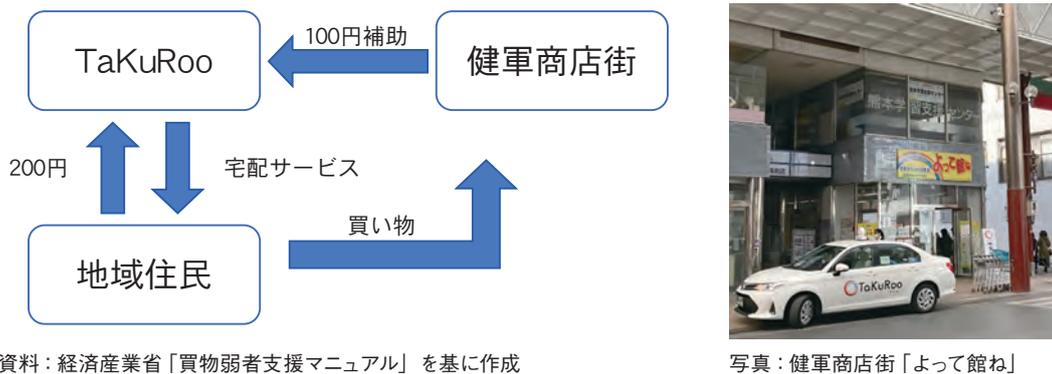


資料：経済産業省「買物弱者支援マニュアル」より抜粋

同サービスは、商店街での購入商品のみをタクシーが1回あたり200円で家まで配達する。利用者は、健康づくりや子ども向け図書の貸し出し、血圧や体脂肪測定などを行う「まちなか図書館よって館ね」（以下、よって館ね）に購入品を持ち込む。1日に2回配送されるサービスの利用者は、半径2キロ程度に居住する高齢者が多く、未稼働のタクシーを活用する好循環も生み出す（図表2）。

シェアエコの運営にあたっては多くの場合、サービス提供者と利用者の信頼関係の構築と安全性の確保や、既存の事業者との競合などが懸念される。この点に関し、健軍商店街では地域に根ざしたタクシー会社等の既存ストックが地域住民向けに有効活用されており、もともとシェアエコによる地域の人と人の結びつきが生まれる素地があったとみられる。

図表2 家まで商品を届ける ～らくらく宅配サービス～



資料：経済産業省「買物弱者支援マニュアル」を基に作成

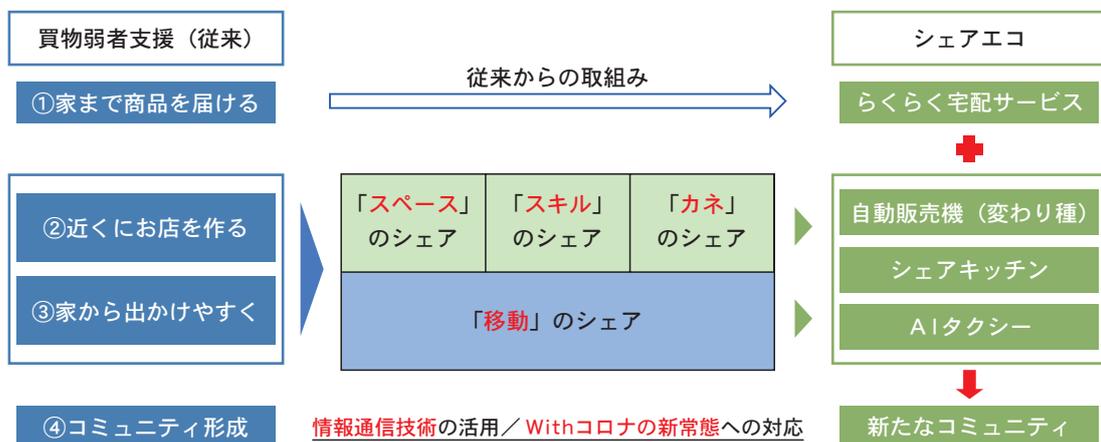
写真：健軍商店街「よって館ね」

(2) ICT活用とWithコロナの新常態によるシェアエコ

シェアエコは、「スペース（空き店舗等）」、「スキル（人材等）」、「カネ（クラウドファンディング等）」、「移動（MaaS等）」などに分類され、比較的安価に多様な事業が生み出される。近年は、情報通信技術を活用する傾向が強まり、Withコロナの生活者ニーズを満たす新たな価値を生み出している。また、「所有」することから「共有」することに価値を置くライフスタイルが、若い世代を中心に広く浸透しつつある。コロナ禍を契機にこれまで地域の商店街を支えてきた「消費経済」が、「共有経済」に置き換わる可能性もある。

健軍商店街では、次頁以降で紹介する情報通信技術の活用やWithコロナの新常態に対応するシェアエコが始まっており、従来からの買物弱者支援と融合した新たなコミュニティ形成につながっている（図表3）。

図表3 健軍商店街における買物弱者支援とシェアエコ



資料：当研究所作成

2 健軍商店街でのシェアエコ

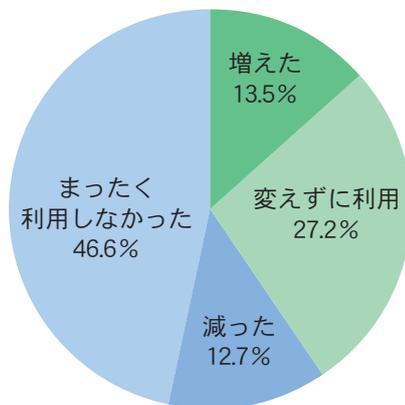
- 高齢者から若者まで幅広い世代を誘客するシェアエコとして、シェアキッチンや体操教室などの拠点づくりが進む。
- コロナ禍にも対応したシェアエコは、商店街の新たな魅力づくりにつながる。

(1)「スペース」のシェア ～変わり種の自動販売機～

コロナ禍で外食産業が低迷する中、「非対面」「非接触」という特徴を生かした販売経路として、これまで見かけなかった変わり種の自動販売機が増えている。

熊本でもコロナ禍でテイクアウトの利用は増えており（図表4）、健軍商店街でも、時短営業を余儀なくされた市外の飲食店が、通りの空きスペースを活用して「とん足」の自動販売機を設置し、新たな活路を見い出している。

図表4 テイクアウトの利用状況



資料：当研究所「第45回 熊本の消費予報調査」（2021年5月）

「とん足」の自動販売機



資料：当研究所撮影（2021年7月）

(2)「スキル/カネ」のシェア ～シェアキッチン「バラエティシェフ」～

①「スキル」のシェア

「バラエティシェフ」は、健軍出身の若手実業家や商店主を中心に活動する「健軍リバタライズ※1プロジェクト」の一環で、2021年4月に飲食店の休廃業が相次ぐ中、空き店舗物件をシェアキッチンとしてリノベーションし、オープンした。

食を通じた創業支援の拠点でもある「バラエティシェフ」は、複数の料理人が自慢の腕を振るい、シェアキッチンで作られた料理が日替わりで販売され、テイクアウトにも対応する。常時販売している看板商品の「健軍ポテト」は、商店街の名物だった「パンダ焼き」を彷彿させ、若い世代に人気がある。



写真：空き店舗にオープンした「バラエティシェフ」



写真：中高生に人気の看板商品「健軍ポテト」

※1 再び活力を与える、復興させる

② 「カネ」のシェア

「バラエティシェフ」の開業時は、クラウドファンディングを活用することで店内の設備や内装に充てる資金を確保し、目標金額の200万円を上回る総額240万8千円が集まった。

募集にあたっては、山下元貴店長をはじめスタッフが、商店街周辺にポスティングを行うなど、住民の参加意識の醸成を働きかけた。クラウドファンディングは、持続可能な方法で継続的な賑わいを醸成し、新しいかたちの地域コミュニティを作ることを目指す本事業に共感し、直接応援してくれるファンづくりにつながる契機となった。

また、住民は資金提供という形で商店街でのコミュニティづくりへの新たな参加機会が獲得でき、シェフはシェアキッチンを利用して低予算・低リスクで新規出店の実現可能性を探ることができるなど、商店街での好循環が生まれている。



資料：READYFOR 「健軍リバイタライズプロジェクト」

③ 幅広い世代が交流する拠点へ

周辺に4つの小学校がある健軍商店街は、子どもや若者向けの店舗が少ない。加えて、コロナ禍で学校での体育の授業時間が減少する中、シェアキッチンに隣接するスポーツクラブ「Do Challenge Club」は、子ども向けの体操教室やアクロバット教室を開講している。

週に200人を超える会員が来街するクラブの活動は、地域の子どもの体力向上に貢献するだけでなく、見学に訪れたものの3密を避けるため教室に入れず、商店街内で買物をする“ついで買い”需要にもつながっている。

また、シェアキッチンはこれまで約20事業者が出店し、子ども食堂も開かれており、高齢者から若者まで幅広い世代が集まり、交流するコミュニティスペースとして定着しつつある。



写真：シェアキッチンに隣接する「Do Challenge Club」(左奥)



写真：シェアキッチンの出店スケジュール

(3)「移動」のシェア ～ピアクレスAIタクシー～

2021年11月、熊本市東区健軍周辺では熊本学園大学、熊本大学、TaKuRoo（タクルー）、健軍商店街、熊本市などの産学官による実行委員会方式で「ピアクレスAIタクシー」が実証運行された。このMaaS^{*2}の実証では、交通結節点である健軍地区の特性を活かし、商店街で買物をすればAIタクシーの割引クーポンがもらえる仕組みが試みられた。

同時期に、国は乗客の利便性や事業者の生産性を高める規制緩和の一環で、タクシーの「相乗りサービス」制度を解禁した。配車アプリなどを通じて目的地の近い他人同士の客を事前にマッチングするもので、運賃は乗車距離で案分するため、単独で乗るより割安になるとされる。

今後AIタクシーは、データ活用を進めることで既存の公共交通機関との連携が進むとみられ、健軍商店街と目的地の行き来だけでなく、地域全体の移動と生活の自由度を高めるシェアエコとして街の魅力を高めると思われる。

筆者は専用アプリ「ピアクレスMaaS」をインストールし、AIタクシーに乗車した。自宅から実証地区内の実家まで利用し、安価かつ便利な同サービスを体感した。そこで、本実証の責任者である溝上章志・熊本学園大学教授に実証の狙いや今後の可能性についてお尋ねした。

【溝上教授のコメント】

1. 利用者の評価について

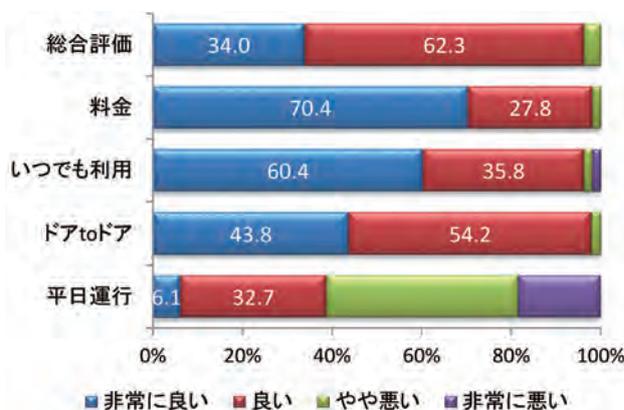
「料金」は、相乗りが前提で通常の半額以下であったため、評価は高い。「いつでも利用できる」や「ドアtoドア」等の利便性は総じて高い評価を受けた一方、評価が低かった項目は「平日運行」で、休日や夜間の運行を期待する声もあった（図表5）。

2. 今回の実証の狙い

今回の実証のポイントは、ひとつは乗換拠点へのアクセスと域内移動の利便性向上にある。二つ目には高齢化による運転手不足で頭を悩ませているタクシー事業者の運行効率の改善がある。

そして、三つ目には連携している健軍商店街への訪問者数の増加が、地域活性化にどのようなインパクトを生じさせるかを知る上でも、非常に重要で挑戦的な試みとなっている。

図表5 AIタクシー利用者による評価



資料：溝上教授（熊本学園大学）提供



写真：AIタクシーに乗車する筆者（2021.11.18撮影）

*2 「MaaS」（マース、Mobility as a Service）：狭義には「鉄道やバス、タクシーなどの従来の交通サービスに加えて、シェアサイクルや配車サービスなどの新しい移動手段をすべて統合し、一つのアプリを使って経路検索、予約、決済が可能になるような一体的モビリティサービス」、広義には「狭義のMaaSの元、人中心の都市・地域の構造とそこでの生活を創造するためのモビリティを中心とした総合的サービス」

3. 地域経済への影響

ピアクレスAIタクシーは、市電など他の公共交通サービスとの連携を志向したMaaSで、買物や観光などの活動や、医療・福祉・教育などの行政サービスとの連携によって、移動サービスの高付加価値化を可能にし、移動需要の拡大を図ろうというものである。

今回は、健軍商店街の店舗のうち32店舗から協力を頂き、買物によって付与されるポイントで半額乗車クーポンが発行されるなど、AIタクシーの利用拡大と商店街活性化のシナジーを狙った。

3 「新たなコミュニティ」を形成

➤ 情報通信技術の活用により、地域の既存ストックをシェアエコと融合し機能させることが、地域経済循環型のコミュニティづくりにつながる。

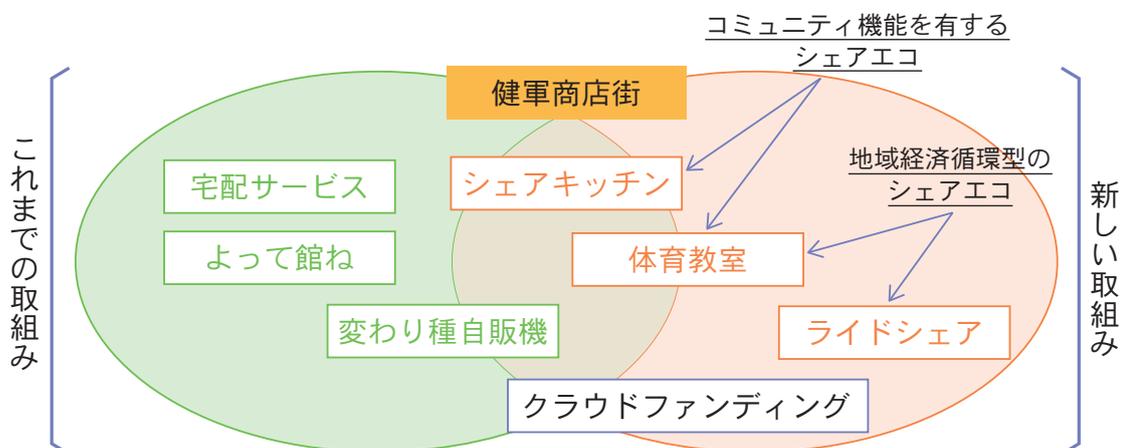
情報通信技術の発展によりモノや空間、お金、地域の既存ストックや個人のスキルが身近なシェアエコの対象となる。コロナ禍における新たな日常から生まれるニーズをマッチングする機能として、シェアエコが果たす役割は大きい。

中でもAIタクシーをはじめとするMaaSに目を向けると、交通結節点にある健軍商店街がモビリティハブとなり、配車サービスのみならず通勤、通院等と買物を組み合わせたサービスを展開することで、持続可能な地域づくりにつながることを期待される。

近年のニューエコノミーとしてのシェアエコの拡大は、ICT活用により多様なサービスを創出し、確実に生活者の選択肢を広げている。例えば、高齢者向けにAIタクシーの予約で使うスマホの講習会などを若い世代がコミュニティ施設で開くことで金銭的な対価が生じ、シェアエコ自体が事業として継続する可能性が広がる。

今後、シェアエコの事業主体が地域の事業者や自治体、住民などで構成されれば、利益が地域に還元され、地域の意見を反映した事業として自走化できると思われる。自走化した地域経済循環型のシェアエコの展開は、「人と人」及び「人と地域」のつながりを生みだし、Withコロナの新常態に対応する新たなコミュニティ形成に寄与するに違いない。

図表6 地域経済循環型のシェアエコによる新たなコミュニティ



資料：当研究所作成