

スティグマを感じさせない デザイン

連載シリーズ 第6回

今までの連載では、主にパーソナルモビリティの外観や機能について述べてきた。今回は、それを生み出すプロセスについてご紹介したい。それは、スティグマを感じさせない要因にもなりうるのだ。





市民発のパーソナルモビリティ「まいど〜宅配 中央商店街行」送迎自転車



スティグマを感じさせないデザイン



ショッピングモール内の買い物を電動カートで楽しめるイギリスの「ショップモビリティ」

市民発のモビリティ

武蔵村山市商工会（東京都）が運用している村山団地中央商店街と近隣住民を結ぶ『「まいど〜宅配 中央商店街行」送迎自転車』は、市民発で生まれたパーソナルモビリティの成功事例だ。

村山団地は、高齢化45.6%（平成25年1月現在）に伴い、買い物弱者が大きな社会課題となっていた。同商店街で衣服の販売をしている比留間 誠一氏（武蔵村山市商工会理事、村山団地中央商店会副会長）は、商店街までタクシーを活用するなど移動に不便を感じているお客さんを身近に感じ、そして自ら車椅子でお客さんを自宅まで送っていた。

2009年10月、その比留間氏発案による2名のお客さ

んを送迎出来る「電動アシスト付自転車」が生まれた。団地内であれば、電話一本で自宅前から商店街まで無料で送迎するサービスだ。運転は商店街の店主と地域のボランティアが担っている。開始当初から多くのメディア（TV局など）で取り上げられるなど周囲への認知も進み、現在では2,643回/年（平成24年度）、5~20人/日（同年度）の利用が生まれている。

また様々な副次的効果も生まれた。今まで宅配ではかなわなかった理容、医院、歯科、郵便局等への顧客増加、また柔らかいお米のおにぎりや魚を焼くサービスなど高齢者に向けた新しいサービスや商品などが生まれ、それがさらに新しい顧客を開拓していった。

そして、交番や地域包括支援センターと連携で高齢者を

自宅まで送迎するなどゆるやかな見守りも生まれた。そして何より商店街に“動き”が出てきたという。送迎自転車の外観には赤と黄の彩度の高い色が採用されているが、これが周囲の関心呼び、子供たちが話しかけてくるなど地域にコミュニケーションが生まれた。

市民が運用するからこそ、地域における多様なつながりが生まれ、それがこうした多様な社会的価値を生み出している。

ボランティアで支える地域モビリティ

市民が運用しているという点では、イギリスの「ショップモビリティ」も典型事例だろう。大きなショッピングモールの駐車場脇にある拠点で、電動三輪・四輪車（以下、電

動カート）を貸し出すサービスだ。ユーザーは、電動カートに乗ったまま、ショッピングモール内の買い物を楽しむことができる。イギリス国内には既に450カ所以上の拠点が、普段使える足として普及している。

こうしたスキームを実現している背景には、イギリス人の高いボランティア精神がある。「Transport Chain」（移動手段と移動手段の間をギャップなくチェーンのようにつなぐ）と呼ばれる理念で表現されるように、ショッピングセンター内で電動カートが活用されるためには、そこまでの「Door to Door」の移動支援があつてこそだ。イギリスでは、これを地域のボランティアが担っているという。

パーソナルモビリティは、市民が自発的にその運用に取り組んでこそ、その活用が進む。そして、そうした関わりは愛着を生み、自ずとスティグマから解放されることとなる。



いかにして市民発のモビリティを生み出すか？

多様な価値観が存在し、社会システムが複雑化した日本において、数多ある社会課題は、もはや企業、行政などが単独で解決できるものではない。“ハコモノ行政”と揶揄されるように、ハコだけがあっても宝の持ち腐れで、それを利用する市民とのつながりをいかに創り上げていくかが肝要である。

従来も、行政では地域の方々を対象としたタウンミーティング等を開催してきた。しかし、その多くが予め合意された施策を前提に、その改良案の募集と仕組みの説明に留まるなど、合意の事実づくりに終始してしまっているのではないだろうか。

こうした背景のもと、行政、企業、市民やNPO法人など地域のステークホルダーが関わりを持ちながら共に地域の政策を進める「共創（コ・クリエーション）」が求められている。最近では「コミュニティデザイン」⁽¹⁾と称して注目されている参加型プロセスや、北欧発の対話を通じた解決手法「フューチャーセンター」⁽²⁾が大きな関心と呼んでいる。

そしてモビリティにおいても、人口縮小を背景に、主に地方においては公共交通の採算が悪化するなど、その持続維持が困難となりつつある。こうした社会情勢を背景に、市民が主体的に運営するマイクロバスなどが注目を浴びている。前述の「送迎自転車」も行政の関心は高い。

弊社においても「フューチャーセンター」の手法を取り

入れたモビリティ開発プロセスに取り組んでいる。例えば、「フューチャーセッション」（フューチャーセンターの概念でプログラムされるワークショップ）では、「訪れたい街」や「街のコミュニケーションツール」という一見、モビリティとは関係のないようなキーワードにより参加者の好奇心をかき立て、業界のトップランナーのキースピーチと世界中のパーソナルモビリティの事例を紹介しながら発想の飛躍を促し、参加者同士ニックネームで呼び合うなど、対話が促されるようなフラットな関係性を創りながら進めている。また、グループに視聴覚障がい者や車椅子ユーザー、外国人などに加わってもらいながら、多様性からの気づきを導出するようなプログラムを行うこともある。

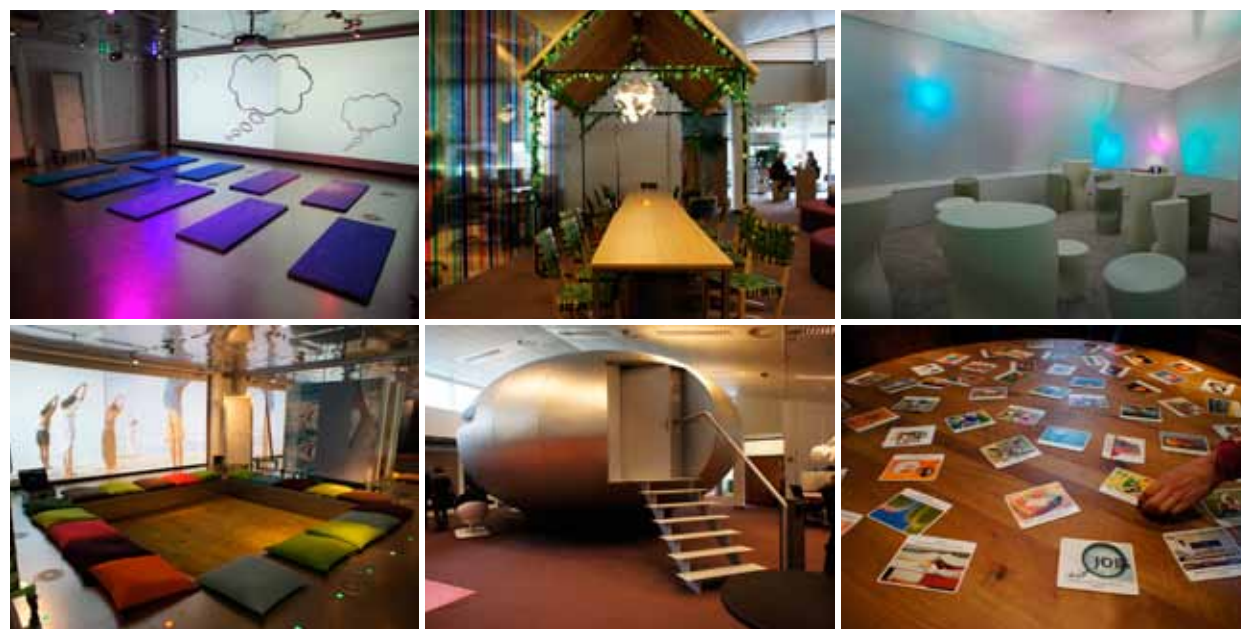
こうした「フューチャーセッション」を通じて、実際に具体的なプロジェクトが生まれた。パーソナルモビリティコンセプト「gp1」の東京デザイナーズウィーク2012出展、またシェアサイクルを検討するプロジェクト、facebook 上でのモビリティグループなど、多種多様な自発的活動が生まれている。

地域で創り、地域で活用する超小型モビリティ

国土交通省が進める「超小型モビリティ認定制度」(2013年1月)は、自治体が単独で申請出来るのに加え、企業や地域のNPO法人等との協議会でも申請できる⁽³⁾。これ

はモビリティというハードの供給に留まらず、街づくりの文脈でのモビリティ活用が促されているわけだが、そこには“多様なステークホルダーと共創（コ・クリエーション）すべき”という意図がある。

“モビリティを地域で創り、地域で活用する”。このように自分事としてモビリティを捉えられれば、その活用も自ずと進むはずだ。



「LEF」運営：オランダ治水交通省（左上・左下）「Dialogues House」運営：ABN アムロ銀行（オランダ）（中上・中下）「Shipyards」運営：オランダ国税省（右上・右下）のフューチャーセンター。参加者の対話を促し、未来志向にマインドセットするため周到に環境デザインが施されている。

*1 「コミュニティデザイン」
地域住民が自分たちの手で自分たちのまちを築いていくためにまちづくりワークショップ、市民参加型のパークマネジメントなどのプロセスを進め、コミュニティを創り上げていく取り組み。

*2 「フューチャーセンター」 wikipedia に筆者が加筆
北欧発祥の対話を通じた解決手法やそれが開催される場所のことをいう。1996年にスウェーデンの保険会社、スカンディア社が開設したのをはじめ、ヨーロッパの重電機メーカー ABB、オランダ政府、デンマーク政府などが開設し、約20か所に存在している。日本では2007年に富士ゼロックス KDI、2009年に東京海上日動システムズ

が「フューチャーセンター」を開設し、以降全国に広がっている。“フューチャーセンター”と称されるのは、もっぱら対話の場やネットワークづくりを“未来”志向で構築するからである。我々の共通項である“未来”であれば、利害関係にあるステークホルダー同士にもフラットな関係性が生まれる。

*3 「超小型モビリティの認定制度について」(P2) <http://www.mlit.go.jp/common/000986203.pdf>

「3. 制度運用の概要（超小型モビリティの認定要領を制定：別紙2参照）申請者：地方公共団体又は地方公共団体が組織した協議会」

株式会社グラディエ 代表取締役、モビリティデザイナー 磯村 歩(いそむら あゆむ)

富士フィルム株式会社のデザイナーとしてデジタルカメラ、医療機器などのプロダクトデザインを手掛け、数多くのデザイン賞を受賞する。現在はパーソナルモビリティのデザイナー、コーディネーターとして、パーソナルモビリティコンセプト「gp1」(www.gp1.jp)東京デザイナーズウィーク2012出展、東急電鉄、セグウェイ、三菱総研とともに地域モビリティ検討コミュニティ「QUOMO(クオモ)」(www.quomo.jp)の運営、ファッションとパーソナルモビリティの展示会「モビリティのミライ」のコーディネート、モビリティメーカーへのワークショップ企画・運営、商店街やショッピングセンターなどへのモビリティ導入支援などを行っている。



2013