

# EKISUMER<sup>®</sup>

生活に寄り添う駅・沿線を考える

2022 SUMMER VOL.52

## 特集 沿線生活とマイクロモビリティ

生活の中の多様なシーンで

駅を訪れる人々。

駅消費研究センターでは、

そんな人々を“エキシューマー”と呼び、

さまざまな視点から研究しています。

【発行】

## jekí

駅消費研究センター

【発行責任者】五明 泉  
(株式会社ジェイアール東日本企画 取締役企画制作本部長)

【編集長】町野公彦  
(株式会社ジェイアール東日本企画 駅消費研究センター長)

【編集委員】近藤英彦 村井吉昭 松本阿礼

【アドバイザー】加藤 肇

【お問い合わせ】03・5447・0991

【URL】<http://www.jeki.co.jp/ekishoken/>

【制作】

プロジェクトディレクター  
坂野泰士(有限会社シンプル研究所)

編集

小林英明 須田佳織 佐藤勇人(株式会社レマン)

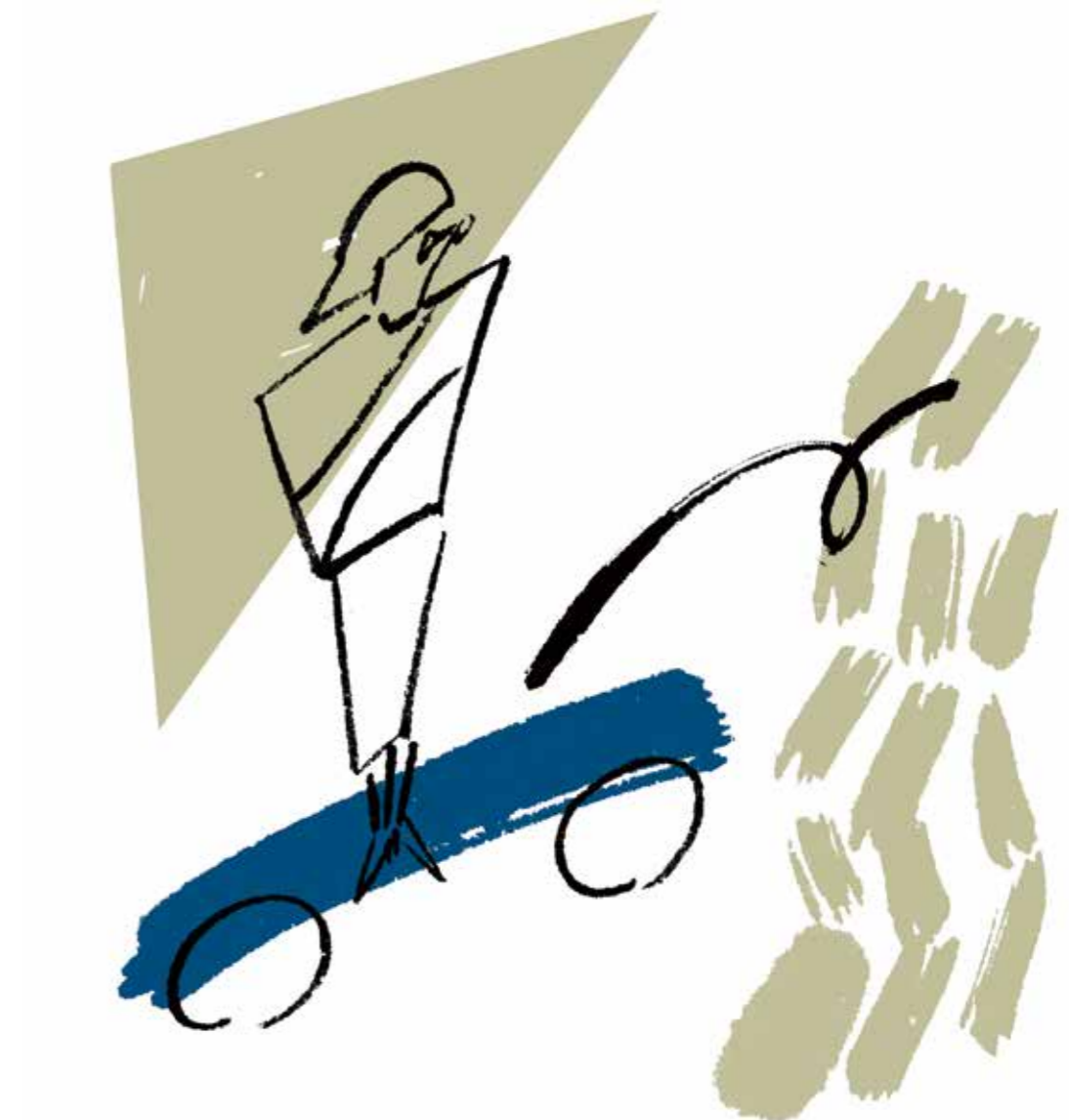
デザイン

永島和彦 山田紗弥香(株式会社レマン)

印刷

新日本印刷株式会社

小誌で掲載しているJR東日本社外からの寄稿文や、対談・インタビューなどでの発言の内容は、必ずしもJR東日本の見解を反映しているものではありません。なお、小誌に掲載の情報は2022年6月現在のものです。



## 文明としての移動/文化に繋がる移動

「文明」と「文化」を分けて考えてみる。

ここでは便宜上、「文明(civilization)」を、合理性・効率性・利便性に基づく、役に立つものの技術的發展に関わること、「文化(culture)」を、特定の地域や集団における人間の精神生活に関すること、と定義してみる。

こうした前提に立つと、日常的な移動についても、「文明としての移動」と「文化に繋がる移動」の2つに分けてみることができそうである。例えば、通勤はそれ自体をいかに効率化できるか、利便性を享受できるかという「文明としての移動」である。これに対して、そうした合理性とは離れた「文化に繋がる移動」もある。前者の移動は、移動する者なら誰もが、効率や利便という共通の指標で測れる。他方、後者の移動は、誰にとっても派生するものではなく、その人固有の興味や欲望との関係の中で内発的に移動意欲が生起するものであり、時にはその目的地を訪れる移動プロセス自体に価値を感じることもさえる。具体的には、「隣の駅から少し不便な立地にある、窯焼きパンケーキがおいしい喫茶店に行きたい」「雑居ビルの1階にある、こだわりの中古レコード店をのぞいてみたい」「SNSで見た、ここから徒歩25分の銭湯に行き、風呂上がりに冷たい牛乳を一気飲みしたい」「あえて迂回になるが、桜が咲いている川べりを通って駅まで行きたい」……等の欲望によって起動される移動である。(逆に言えば、窯焼きパンケーキ等に興味がなければ、移動意欲は全く生じない。)

「文化に繋がる移動」が、移動するに足る価値を認識した人のみに起こるとすれば、移動需要喚起のための情報提供も重要である。

実際、東京、大阪、京都等で都市観光ホテルを展開する日本を代表するホテル運営企業では、各地のホテルスタッフが自らの足を使って、その街の歴史や文化、ご近所の飲食店や観光スポットを丹念に取材し、その情報をマップ化・コンテンツ化するとともに、宿泊客向けにこうした街スポットを巡るガイドサービスを行い、街に宿泊客が繰り出すことを促しているという。

新型コロナ禍において、通勤等の「文明としての移動」が減少し、完全には元に戻らないとすれば、「文化に繋がる移動」を活性化し、その街、その駅、その沿線ならではの「入れ替え不可能な魅力」を増幅すること、言い換えれば、いままで以上にその地域と生活者との強い文化的な繋がりをつくることが重要である。

こうした観点からも、本号では、マイクロモビリティ(特に、低速・近距離モビリティ)に着目し、有識者の方々から貴重なお話を伺った。マイクロモビリティを生活に採り入れ、鉄道と組み合わせることで、いまよりもっと気軽に行けるお気に入りのお店を幾つももつことができ、それによって小さな幸せを感じる人を増やすこともできる。もちろん、通勤の際、自宅から駅までの「文明としての移動」時間も短縮できれば、その時間を「文化に繋がる移動」に使えるかもしれない。こうした好循環が沿線価値に繋がる鍵となる。

『EKISUMER』編集長 町野 公彦

## FEATURE

# 沿線生活と マイクロモビリティ

- [REPORT] ミッションは、街じゅうを「駅前化」するインフラをつくること  
LUUP 03
- 近距離移動のハードルを、物理的・心理的両面から解消する  
WHILL 05
- 既存モビリティの概念を壊す、全く新しい移動体験  
iino 07
- [INTERVIEW] マイクロモビリティによって、街・都市はどう変わるか  
株式会社日建設計総合研究所 主任研究員  
吉本憲生さん 09
- [THINKING] マイクロモビリティ普及に対応した、  
駅・鉄道にとっての視点 13

## SERIES

- [REPORT] STOREWATCH  
hocco 17
- バス折返場を地域のハブとなるコミュニティに住む人がお店や事務所を営む、なりわい暮らし住宅
- [RESEARCH] REAL EKISUMER FILE #08 Z世代篇  
カフェ巡りにはお金も時間も惜しまないメリハリ女子 18

近年、街なかの近距離移動を想定した電動キックボードや電動アシスト自転車等の「マイクロモビリティ」に注目が集まり、さらなる普及拡大が見込まれています。

そうした中で、鉄道会社は今後、マイクロモビリティがもたらす沿線の暮らしの変化に、どのように対応していくべきなのでしょうか。事業者や有識者へのインタビュー取材などを通して考えていきます。

ミッションは、街じゅうを「駅前化」するインフラをつくること

## LUUP <https://luup.sc/>

株式会社 Luup 代表取締役社長 兼 CEO 岡井大輝さん

### マイクロモビリティで 駅から先のインフラをつくる

電動キックボードや小型電動アシスト自転車といった電動マイクロモビリティのシェアリングサービス「LUUP(ループ)」。

利用方法は、街のあちこちに設置されたポートから乗車し、移動後は目的地として設定したポートに返却するだけ。予約から解錠、支払まですべてスマートフォンのアプリで完結するシステムです。現在のサービス提供エリアは、渋谷、丸の内、東京湾岸などの東京都心と横浜、そして大阪、京都、仙台です。エリア内にはポートが高密度に配置されており、ストレスなく「乗りたいとき

に乗り、行きたい所へ行く」感覚で利用することができます。

サービスを展開する株式会社Luupが目指したのは30年後、50年後も社会から求められるインフラだと代表取締役社長兼CEOの岡井大輝さんは言います。

「日本では鉄道網が非常に発達した結果、ライドシェアやIoTを活用したモビリティが発達せず、駅から離れた場所への移動が難しくなっている面があります。それによって、『駅前にすべてが集まる』状態も起きてしまっている。駅から離れた場所へのラストワンマイルを効率化し、ドアtoドアの移動がスムーズになれば都市はより活性化するのははずです。そのために、ソフトウェア

やIoTを活用した、マイクロモビリティによる駅から先のインフラをつくれなかと考えたのがLUUPの出発点です」

### 利便性の向上と暮らしの豊かさ 双方に貢献していく

LUUPの電動キックボードや電動アシスト自転車は、既存のものに比べ3分の2ほどの小さなサイズになっています。そうすることで、これまで置けなかった街の小さなスペースやマンションの共用部などにも置きやすくなります。

「マイクロモビリティのシェアリングサービスは、乗りたいときに乗れて、降りたい所

でちゃんと返せることが、利用者が最も求める価値です。省スペースの機体にして、ポートや台数の密度を高めることはとても重要でした」

株式会社Luupがミッションとして掲げるのは、「街じゅうを「駅前化」するインフラをつくる”こと。歩くとも20分かかる場所でも、LUUPを利用すれば5分程度で行くことができます。密度を高め、街じゅうにポートが設置されるようになれば、駅から20分離れた住居やオフィスでも駅前と同じような暮らし方や働き方が可能になるでしょう。それは、単に利便性が増すだけではありません。活動圏が広がることによって、これまで利用できなかったお店や公園などへも気軽にアクセスできるようになり、暮らしそのものを豊かにすることにもつながります。

さらに、駅前に人口が集中し過ぎている現状を変えることの意義も大きいと、岡井さんは言います。

「渋谷や恵比寿のような場所でさえ、駅から20分も離れたカフェは空席が多く採算がとれない。一方で、駅前のカフェは満席で人があふれてしまっています。駅前に人口が集中することによる機会の損失は、結構大きいと思います。そのような損失をなくしたい。動脈としての鉄道から、マイクロモビリティによって毛細血管のように指先まで血を通わせて、暮らしやすい豊かな経済圏を広げていきたいと思っています」

### 新たなサービスで 利用料に頼らない収益アップ

街じゅうを「駅前化」するインフラづくりの実現に向けて、新たなサービスもスタートしました。2022年春から販売を開始した新築分譲マンションでは、敷地内に居住者専用のポートを設置し「LUUP for Residential」としてサービスを提供。入居者は通常よりも割安な料金でLUUPを利用できます。また、同年4月、ホテルニューオータニ(東京)で開業した長期滞在者向けの「ホテルニューオータニ サービスア



4

パートメント」に、LUUPを無料で利用できる特別プランを提供するサービスも始めました。ホテル敷地内には都内最大規模のポートが設置され、滞在者の近距離移動手段として周遊に活用してもらいます。

「今後はさらに、日本中に展開して一台あたりのオペレーションコストを下げることで、利用料をもっと下げたいと考えています」

参考にしているのは、鉄道会社のビジネスモデルだと岡井さんは言います。

「運賃は限りなく抑えてより多くの人々に利用してもらい、トラクション(事業における推進力、牽引力)を最大化させ経済を活性化した上で、さまざまな形で収益化するというのが鉄道会社のビジネスモデルだと思います。私たちも中長期的には、利用者を増やして集客を確保しさまざまな事業に参入したいと考えています」

### データ活用やポートの充実に向け 鉄道会社との連携が重要

IoTを活用したシェアリングサービスを行うLUUPと鉄道が連携することで、駅で降りた人がその後、街の中をどのように移動したのかというデータが集まるようになります。どの駅からどこまで移動したのか、駅から離れた場所でのどんな決済が行われたのかなど、これまで把握できていなかったデータを集め、さまざまなデータと結合させれば、人々の移動を読み解くための

“解像度”は確実に上がっていきます。

「利用者が移動している最中に、近くのカフェなどの情報をリアルタイムで提供して集客につなげることもできます。将来的にはデータの利活用によって街の活性化や人々の暮らしの向上につなげていきたいですし、そのために不動産、小売、鉄道事業者の方々などと連携していくことが重要だと思います。一方で、ポートの整備はまだまだ途上という状況です。今後は、駅と連携したポート整備にも期待したいです。私たちはミッションに『駅前化』を掲げるくらい、駅という存在が前提にあるサービス。駅から先の移動も含めた、包括的な駅の価値向上を、一緒に考えていけたらと思っています」

1. LUUPのポートは、東京では渋谷区、新宿区など15の区で950カ所以上展開している
  2. 専用アプリで事前登録を済ませた後、乗りたいポートと機体を選び、ポートに着いたらアプリでQRコードをスキャン。あとは目的地を設定すれば乗車可能
  3. Luupでは、電動・小型・一人乗りのマイクロモビリティにこだわり、将来的には写真のような機体に集約することを目指すという。将来の機体では、足腰に不安のある方は椅子を起こして座って乗ることができる、年齢に応じて最高速度が変化する、といった機能を想定
  4. Luupが独自にデザインした小型電動アシスト自転車と、電動キックボードの2種から選べる。料金は基本料金50円+時間料金1分あたり15円(いずれも税込)
- 写真提供/株式会社Luup



1



2



3

## WHILL <https://whill.inc/jp/>

WHILL 株式会社 マーケティングコミュニケーション部 新免那月さん

### 車いすの概念を超えた 誰もが乗れる「近距離モビリティ」

「すべての人の移動を楽しくスマートにする」ことをミッションとし、誰もが乗りたくなる近距離モビリティと、それに付随するサービスを展開するWHILL(ウィル)株式会社。創業のきっかけは、車いすユーザーから、周囲に「車いすに乗っている人」として見られる心理的バリアのために「100m先のコンビニに行くのを諦める」という声を聞いたことでした。物理的だけでなく心理的なハードルを、デザインとテクノロジーの力で乗り越えようと、それまでの車いすのイメージを覆すスマートで機能的なモビリティを開発。スタイリッシュなデザイン、段差や坂道もスムーズに走行できる快適な乗り心地を実現し、さらにアプリによる遠隔操作など先進的な機能も搭載しました。これまでの車いすの概念を超え、まさに新たな移動手段を目指していると言えます。

「障害のある方のためだけの電動車いすではなく、全く新しいモビリティとして誰にでも気軽に活用していただける新しい

カテゴリーを創造しているという意味で、『近距離モビリティ』と表現しています」と、WHILL株式会社マーケティングコミュニケーション部の新免那月さん。

「普段は杖を使って歩いているけれど長距離を歩くのは疲れるという方や、免許返納後、車の次の移動手段としてご利用いただく方など、新たなユーザーケースも増えてきています」

### 空港や病院で、利用者の幅を広げる 自動運転モビリティサービス

WHILL社は、開発した製品を販売するだけでなく、より使ってもらいやすくするためのサービスも展開しています。短期的なレンタルサービスのほか、一時的に利用してもらい取り組みとしてMaaS事業も推進。これは、自動運転機能を搭載したパーソナルモビリティが、利用者の行きたい目的地まで自動で連れて行くサービスで、2020年夏に羽田空港第1ターミナルにおいて世界で初めて実用化されました。

2021年7月からは羽田空港第1・第2

ターミナル全域でサービスが運用されています。各ターミナルに4カ所ずつのWHILLステーションを設置し、計24台の機体を配置。飛行機に搭乗する旅客であれば、誰でも無料で利用することができます。手元のタッチパネルで行き先の搭乗ゲートを選び、利用開始ボタンを押すと、目的地まで自動で走行。利用者が降車すると、機体は無人走行でステーションまで戻る仕組みです。

病院でも活用されているこのサービスは、自動運転であるため、施設側は車いすのサポートや道案内に割いていた人的コストを減らすことができます。また利用者側にとっても、「人には頼りづらい」といった心理的ハードルがなくなる上、複雑な施設内でも迷うことなく移動できる安心感があります。さらに、自動運転は、誰でも乗れる近距離モビリティとしての可能性を広げることにも貢献していると、新免さんは言います。

「羽田空港では、ご高齢の方や足腰に不安を抱える方ばかりでなく、ビジネス利用の方にも多く乗っていただいています。機体には荷物置きが付いていますから、

キャリーケースを持って長い搭乗ゲートを歩くのは大変だという方も使ってくださるようです。自動運転だからこそ誰でも使いやすく、気軽に利用できるのだと思います。そうやって足腰が不自由な方もそうでない方も関係なく乗れるような世界をつくりたいことを目指しています」

最近では、利用者自身が操作するモデルを広い施設や観光エリアに置いて利用してもらうサービスにも力を入れています。横浜のみなとみらい21地区で活用されているほか、過去には大阪の天王寺駅、滋賀の大津駅などで実証実験を行いました。みなとみらい21地区と大津駅では観光エリアの周遊や散策に、天王寺駅では駅から2~3km圏内の商業施設や病院などへの往復に利用され、周遊性の向上や利用者の満足度向上につながったそうです。

「2~3km圏内は歩くで20~30分ほどの時間がかかりますし、体力的にも疲れが出ます。WHILLを使うことによって、『移動中の体力を温存でき、目的地での滞在時間が長くなって思う存分楽しめた』とか『普段は杖で歩いているけれど、必要なときだけ使えるので家族と同じペースで移動でき、気兼ねなく観光を楽しめた』などの反響がありました」

### 社会への浸透を目指し サービス提供の場の拡大に注力

WHILL社は、2013年から海外でも事業を展開。アメリカ、カナダ、オランダ、中国に拠点を持ち、現在は20以上の国と地域で販売やサービスの提供を行っています。今後も、歩行領域のプロダクトとサービスで世界をつなげていくべく、ハードウェアとソフトウェアの両輪で事業を展開していきます。

「WHILLという近距離モビリティが当たり前になり、健康な人が乗るものではないというイメージが払拭され、歩くことに少



4

しても不安を感じている方に抵抗なく使っていただけるようになります。そうなれば、これまで諦めていた人たちも周遊や回遊の時間、散策の時間が増えますし、ちょっと買い物や散歩という気持ちの余裕も出るといえます。それによって、街や経済の活性化にもつながっていくかもしれません」

また、近距離モビリティとしてのWHILLの浸透を図るために、鉄道会社との連携にも期待を寄せているといいます。

「WHILLの認知度そのものもまだまだこれからという中で、駅でのシェアリングサービスなどができれば、電車を利用するお客さまの利用機会が増えます。天王寺駅での実証実験でも、利用者からより多くの駅に取り組みが広がってほしいという声が上がっていました。利用できる場所が増えていくことで、普段から車いすを使う方だけでなく、いろんな方がスポット的に使えるようになると、モビリティとしての可能性が広がると思います」

「どんな所でも、自分の力で安定したスピードで進み続けられるという安心感があります。今までは行けなかった場所に散策に行けるようになった、という方もいます。荷物を積めるので、むしろ自分が出かける家族の荷物を運んであげたり、かっこいいと声を掛けられたりしてうれしい、という声もいただきました」

障害のある方のみならず、高齢により足腰が弱くなった方、けがや妊娠などで一時的に移動がしにくくなる方もいます。サポートされる側として誰かの手を借りなければならないという、心理的な負担も大きいでしょう。移動行動を丁寧に見てみると、現在の社会には実は多くのハードルが存在することが分かります。WHILLはそれらのハードルを、近距離移動において、物理的にも心理的にも解消してくれる存在として、今後大きな役割を担っていきそうです。

### 進化するWHILLが 心理的・物理的なハードルを解消

WHILL Model C2は、5cmの段差も難なく乗り越え、芝生や砂利道などの悪路も快適に走ります。また、屋内の狭い場所でも、小回りが利いてスムーズに動くことができます。WHILLのマイクロモビリティとしての進化は、ユーザーの心理面にもさまざまな効果を与えています。

1. WHILL Model C2に加えて、折りたたみできる軽量タイプのWHILL Model Fも2021年11月に発売。Model Fは、旅行先で受け取れるなどの日額でのレンタルも可能
  2. 羽田空港で導入されている「WHILL自動運転モビリティサービス」。利用者が手元のタッチパネルで操作し、自動で搭乗ゲートまで移動できる。利用終了後は、無人運転で待機場所まで返却される
  3. スタイリッシュなデザイン、5cmの段差を乗り越える走破性、直感的な操作性などを備えるWHILL Model C2。街なかでも走りやすく、多くの利用者から「QOL(生活の質)が向上した」という声が聞かれるという
- 写真提供/WHILL株式会社



1



2



3

**iino** <https://gekidaniino.co.jp/>

ゲキダンイノ合同会社 座長 嶋田悠介さん

### 「遅く近く」に行く価値を追求する 時速5kmの低速モビリティ

街の風景がゆっくりと流れていく。「こんな所に、花が咲いていたんだ」「あ、新しいカフェができてる」。人が歩く速度とほぼ同じ、時速5kmの自動運転で走る低速モビリティ「iino(イノ)」に乗ると、今まで見ていたものとは違う景色が見えてくるようです。iinoはオープンで床が低い構造のため、ゆっくりと近づいてきたらヒョイと乗り、降りたいときにはスッと降りることができます。このなんともしつかりとしたモビリティを開発したゲキダンイノ合同会社は、関西電力の若手有志メンバーを中心とするプロジェクトからスタートし、2020年に関西電力からの資本金100%出資により設立されました。発想の原点は、ごみ収集車の後ろに飛び乗ったり降りたりする作業員の姿だったと言います。代表の嶋田悠介さんは、「好きなときに身一つで乗って好きなときに降りられる。そういうものが街を走っていたら、発車時刻や乗り場など既存のモビリティの概念から解放され、人々の活動範

囲が広がり世の中はもっと楽しくなるのではないかと思いました」と話します。

それを実現させるための適正な速度を探っていく中、たどり着いたのが、人が歩くのと同じぐらいのスピード。時速5kmほどの低速にすることで、乗り降りがスムーズになるだけでなく、コーヒを片手に周りの景色を楽しみ始めるなど、明らかに乗る人の意識に変化が表れました。

「これまでのモビリティは速く遠くに行くことがミッションでしたが、iinoは『遅く近く』に行くことの価値、便利以外の価値を提供できると考えています」

また、自動運転にしてドライバーの存在をなくすことにも大きな意味がありました。さまざまな実験の結果、ドライバーがいると、バスやタクシーのように「目的地へ連れて行ってもらう」意識が高まり、好きな所で乗って好きな所で降りるという感覚にはなりづらかったそうです。その上、既存のモビリティと同じような速さを求めてしまう傾向も見られるため、より既視感のない移動体験を提供するには自動走行は必須条件だったと言います。

### さまざまように移動することで 街との偶然の出会いが生まれる

当初開発されたのは、公園のような都市の歩行者エリアや商業施設の敷地内などでの利用を想定したtype-S(写真4)と、観光地やホテルなどでのラグジュアリー体験を想定したtype-R(写真1)です。type-Sの実証実験では「動く茶室」や「移動式日本酒バー」という形で、type-Rではディナー付きのモビリティ体験サービスなどを行いました。しかし、これらのモデルが走れるのは限定された敷地内のみ。街の中での走行を目標としてきたゲキダンイノでは、その後、公道を走ることを想定した小型3人乗りのtype-S712(写真2)を開発しました。「動く家具」をコンセプトとした木製家具のようなデザインの最新モデルです。近年各地で進められるウォークアブルシティ(歩行者中心のまちづくり)の考え方を見据え、歩くことを補完し、街の回遊性を高めるモビリティを目指しました。

「目的地に行くだけでなく、移動中での偶然の出会いから刺激を受け、さまざま

ことを楽しむ感覚で乗ってほしいです」

type-S712は時間帯や環境によってさまざまな使い方を想定しているそうです。例えば、人通りの多い時間帯には隊列を組んで走り一時的に「動く歩道」のような役割に。普段あまり人通りがないエリアでは、店と連携するなどしてルートを迂回しながら集客につなげ賑わいをつくり出す「集客装置」としての使い方。あるいは、カフェなどと連携し、一定時間、店頭に止めてテラス席のベンチやカウンターのように使ってもらう「ストリートファニチャー」として。臨機応変に使い分けながら、人々が時間を過ごす場所としてのまちづくりに貢献していきます。

### 製造・販売ではなく 体験プロデュースをビジネスに

2022年2月、ゲキダンイノは、神戸市、関西電力と共に、神戸三宮駅周辺で実証実験を行いました。街の回遊性向上や賑わいの創出に向け、歩道内走行を想定した小型のtype-S712を使い、歩行者と共存できる新たなモビリティ活用を目指す実験です。iinoの試乗体験はもちろん、iinoを含め電動キックボードなどの乗降場であり休憩もできる拠点として、「モビリティスポット」(写真3)の設置も行いました。iinoの提供だけでなく、街の中での移動体験全体をプロデュースしたのです。

「どこにモビリティスポットを置き、どんな移動体験をしてもらうか。そのためにどのモビリティを何台置き、どこで休んでもらうかなどまで考えました。例えば港まであと600mという所に設置したスポットには、コーヒースタンドをつくりました。一息ついたら海へ行きたい気持ちが高まってくるので、iinoからもっとスピードの出るキックボードに乗り換えてもらう、といった形です」

ゲキダンイノはiinoの開発を行っていますが、メーカーとして大量に製造・販売することは考えていないと言います。目指すのは、自治体やデベロッパー、商業施設の運営管理事業者などから、エリアの賑わい



4

活性、駅前開発といった依頼を受け、コンセプトづくりから参加し、移動体験をプロデュースすることです。コンセプトに基づいてそのエリアをどのように回遊させるべきかを考え、モビリティやスポットを配置し、iinoやその他のモビリティも含めて運用。その運用に対するサービスフィーを自治体やデベロッパーから支払ってもらうというのが、同社の考えるビジネスモデルです。モビリティの利用者から運賃をもらうことはしたくないと、嶋田さんは言います。

「運賃を支払った瞬間、利用者はバスやタクシーと比較し始め、行きたい所になかなか着かないなどの不満が出てしまう場合があるからです。提供したいのは、あくまで既存の移動とは違ったより良い移動体験ですから、場合によっては運賃とは別の形で料金をいただくことはあります。例えば、iinoに乗っているときにしか楽しめないコンテンツを提供し、それに対する利用料をいただくなどです」

### コンテンツがにじみ出た、 降りたくなるまちづくりに期待

iinoは、発車時刻や乗り場などから利用者を解放し、さらにはドライバーや運賃さえなくしました。既存のモビリティの概念を大きく変え、「いかに速くに速く行くか」というこれまでモビリティが果たしてきた役割とは全く別の価値を提供し、移動そのものを楽しむという新たな世界観を与えてくれます。「僕らが最も大切にしているのは、移動

するときに今まで見過ごしていたものを認識することで、いかにその場所を楽しむかです。気になった所で気になった店に入るというような、街の中での偶然性を楽しむためのモビリティでありたい。しかし、それは移動だけでは成立しません。通る先にいかにコンテンツがにじみ出ているか、降りたくなる要素・楽しめる要素が大事です。ですから、僕らも街との連携は重視しています」

さらに嶋田さんは、iinoと相性の良い街についてこう語ります。

「住むことに機能が特化された街よりも、いろんな人がいて、人の営みがにじみ出ているような雑多な街の方が、ちょっとずつ景色が変わる面白味があるので、iinoとの相性は良いと思っています。だからこそ、街との連携を考えると、収益性はばかりでなく、もっとさまざまなコンセプトを尖らせた、楽しめるまちづくりが進んでほしいと思っています」



1



2



3

# マイクロモビリティによって、街・都市はどう変わるか

コロナ禍やモビリティの普及など、さまざまな社会の変化によって、人々の移動の在り方は、今後どう変わっていくのでしょうか。次世代モビリティやスマートシティに関するプロジェクトに携わり、人々の移動の動機に注目した研究をされている日建設計総合研究所 主任研究員の吉本憲生さんにお話を聞きました。

## 街全体が駅のようになる、「まちえき」という発想

株式会社日建設計総合研究所 主任研究員 吉本憲生さん

—これまで取り組まれてきた研究は、どのようなものですか。

吉本:大学の博士課程での研究では、都市開発によって都市空間や場所のイメージがどのように変化していくかという研究をしていました。中でも、人の行動の動機には、施設の集積などの機能面以上に、「行けば楽しそう」というイメージや質的なものが影響しているのではないかとということに関心を持っていました。その後、大学の研究員として交通に関するプロジェクトに取り組むようになり、現在は日建設計総合研究所で、新しいモビリティやMaaSを見据えた都市ビジョン策定などに取り組んでいます。その中でも、やはり人が移動する動機というものに注目して研究しています。

—具体的にはどんな研究ですか。

吉本:交通工学・交通計画には、「派生需要」と「本源需要」という概念があります。通勤・通学や買い物のような目的に付随し、その手段として鉄道やバスなどを使うのが派生需要。それに対し、移動そのものが目的となるのが本源需要です。コロナ禍においては、散歩やサイクリングをする人が増えましたが、それはまさに移動することを楽しむ本源需要でした。生活の楽しさや幸福感を高めようとするなら、小さな生活圏の中での移動を活気づけることが重要になってくると私は考えています。そのためには、本源需要としての

移動の価値を上げ、いかにモチベーションを高めていくかがポイントです。移動の目的を、機能的なことではなく、場所に価値を感じ移動を楽しむことにできないかと考えています。

—本源需要としての移動のモチベーションを高める方法の一つが、提唱されている「まちえき」という発想ですか。

吉本:はい。これまでは施設や機能の集積を求めて、人が移動していました。もちろんこれからもそれがなくなるわけではありませんが、「景色が良い」「気持ち良い」など、場所そのものの質を求めて移動することが増えていくのではないかと思います。

私は「移動を喚起する魅力と駅のような交通結節機能が複合化された地域拠点」を「まちえき」と呼んでいます。つまり、ある独特の質を持った街一帯の空間を、一つの「えき」と捉えます。そして、その質を体現するような魅力的なスポット、例えば「隠れ家的名店」「緑あふれる広場・公園」「独特な雰囲気のある商店街」などに移動しやすい

小さい乗り換え拠点をつくっていくのです。そうすることで、行動の連鎖をつくっていきま。どこか一つに集約しているのではなく、エリア一帯が魅力を持ち、移動しやすい環境になっている。つまり、街全体が駅のようになる。魅力的なスポットと移動手段が複合された街全体の在り方とも言えます。

—場所の質というのは、どのようなものだと捉えたらいいでしょうか。

吉本:具体的な何かというより、そこで感じられる要素です。単純に言えば、「自然を感じられる」とか「風が流れていて気持ち良い」というようなことです。それは空間側の要素というより活動側の要素になる。例えば、おしゃれなカフェに行くととても快適だと感じる時、人は、場所の在り方そのものよりも、店に集まる人々の雰囲気やキャラクターなども含めたそこで得られる感覚を重視しているのだと思います。

私は最近、「楽しい」「賑やか」などある言葉に関連するものをSNSから抽出して、場所の感覚的なイメージを評価する

といった研究も行っているのですが、そういった場所の質的なイメージは、案外可視化することができるのです。

—なるほど、街の中にそのような感覚的なものを感じられる場所をつくって、それらをつないでいくということですね。これからの都市は、「まちえき」になっていくべきだというお考えですか。

吉本:成長社会から成熟社会になり、人々の価値観は、量よりも質を求めるよう変化してきました。生活の質を求めて時間価値が重要視されるようになれば、必然的に都市空間もそのような方向に向かう必要があるのではないのでしょうか。都市戦略の過程では、そういう定量化しづらい質的な要素こそが、人を集める上でとても重要になります。その要素をどれだけ街が抱え込んでいるかが、ポイントになってくると思います。

### 魅力的なスポットとスポットの結節点となるモビリティハブ

—「まちえき」を実現させるためには、何が必要でしょうか。

吉本:先ほども言いましたが、移動を喚起するような魅力的なスポットを発掘して顕在化させることと、それらのスポットをつなぐ小さな移動拠点の構築が必要だと考えています。魅力的なスポットがあっても、そこまでのアクセシビリティが担保できないと人を惹きつける力も下がってしまいます。そのための具体的な空間装置が「モビリティハブ」で、これが「まちえき」の重要な要素となります。

ヨーロッパなどで取り組みが始まっているモビリティハブは、カーシェアやシェアサイクルなどシェアリング型の移動サービスを集約した拠点という位置付けなのですが、私が言う「まちえきの装置としてのモビリティハブ」は、スポットとスポットの結節に重きを置いています。そこは、交通結節機能はもちろん、滞在機能や街との結節機能、情報発信機能、さらに街の質を上げるシンボル機能などを備えている。モビリティハブそのものにも人を呼ぶ力があり、そこに行くことで新たな目的地を発見することができる。移動を生むための装置のような

ものです。人の移動のモチベーションを高め、行動範囲を広げたり、移動の量を増やしたりといったことに寄与します。

—モビリティハブについては、実証実験も行われていますね。

吉本:2021年11月に渋谷の東急百貨店本店前と渋谷ソラスタ前の2カ所にモビリティハブをつくり、「SMILE(Shibuya Mobility and Information LoungE)」という実証実験を行いました。2つの拠点には、ハンモック型のベンチがついた木製のファニチャーを設置し、周辺の店の情報を掲載したポストカードを置くなど地域の情報も提供しました。そこに、Luup社のご協力の下、電動キックボードと電動アシスト自転車のポートを併設しました。

東急百貨店本店の北側には、「奥渋」と呼ばれるおしゃれな飲食店が集まるエリアがあります。駅から歩くところとちょっと遠いのですが、モビリティハブを置くことによって情報と移動手段を提供し、奥渋への行動を誘発するとともに、渋谷駅からの回遊範囲を拡張することを狙いました。

実験では、立ち止まって見てくれる人はかなり多く、通行者へのアピール力はあったと思います。ポストカードを取っていく行動も、結構見られました。また、渋谷という場所柄、若い層にLuup社の電動キックボードシェアやシェアサイクルが浸透しており、ポートが増えたことを歓迎する声も多く聞か

れました。渋谷ソラスタ前では、バス停で降りた人がそのまま目の前のシェアサイクルに乗り換える行動も見られ、乗り換え拠点としての機能も発揮しました。この実験は今年も行う予定で、モビリティハブの取り組みは今後充実させていくべきだと考えています。

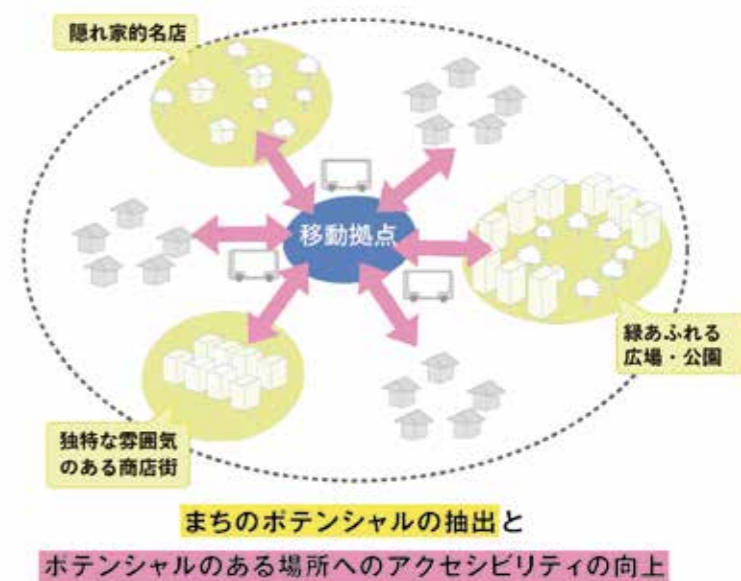
—モビリティハブを置いて「まちえき」を実現していく上で、適した場所やヒントになりそうな具体例などはありますか。

吉本:やはり、渋谷には奥渋のような所もあり、回遊する意義のある場所だと思います。また、横浜市中区の黄金町も、古い街並みやギャラリー、川沿いのプロムナードなどがあり、可能性のある街だと思います。黄金町でもモビリティハブの実証実験を行ったことがあります。

街にさまざまな要素があるということが、「まちえき」を実現する上で大きなポイントになります。臨海部のお台場なども、徒歩で移動するのは大変だけどスポットとして面白い場所が多い。移動しづらいけれど、魅力的な場所がちりばめられている。そういう所は、「まちえき」としてのポテンシャルが高いと思います。

### 移動時間の質も高める新しいマイクロモビリティ

—「まちえき」において、マイクロモビリティはどんな役割を担うのでしょうか。



「まちえき」の概念図(吉本憲生氏作成)

吉本：場所の魅力が重要になってくると、そこまでのアクセシビリティが確保されていなければ、人はその魅力を享受できません。マイクロモビリティはアクセシビリティを高めるものなので、場所と場所を結びつけることが大きな役割です。しかし、これからは移動している時間の質についても、考えなければいけないと思います。先ほど本源需要と派生需要のお話をしましたが、それは移動の行動原理だけではなく、移動時間そのものにも価値を感じるようになっていくと考えられるからです。

例えば、iinoは、乗っていて楽しく、移動時間そのものを楽しむことをコンセプトにしています。羽田空港で運用されている自動運転のWHILLも、移動中にスマホを見るなど他のことができますから、移動時間の感覚自体が変わります。目的地に行くための“手段”として使っている感覚がなくなっていくのだと思います。

また、LUUPの電動キックボードは、友だち同士やカップルなどで1台ずつ利用しているケースもよく見かけます。装置そのものとして楽しいようで、そこは純粋な移動手段として使われている既存のシェアサイクルとは少し違うところだと思います。非常に面白い現象です。そういった新しいマイクロモビリティの登場によって、移動に対する感覚が変わり、移動時間の価値も変わってくるのではないかと思います。

—今までのモビリティと、何が違うのでしょうか。

吉本：例えばLUUPは、場所にもよりますが、

駅を出たら目の前にポートがあり、ピッと押せばすぐに動く。そのような、移動の体験的なシームレスさがあります。また、こぐ必要もなく操作が少ない。空港のWHILLやiinoは自動運転なので、移動中にほぼ何もなくていい。そういうところが、大きく違うと思います。それが体験の面白さにつながり、移動の質を高めています。

### 景色などそこにしかない 価値が重視されていく

—マイクロモビリティが浸透していくことによって、暮らしや社会はどのように変わるとお考えですか。

吉本：街の回遊範囲が広がり、今まで行きたくても行けなかった場所や店にも人を誘導できるようになります。都市構造の観点から見ると、中心地の集積密度が下がり周辺の価値が上がっていく。そういう構造変化は起こり得ます。

生活レベルで見ると、生活圏の中で多様な動きが生まれていくでしょう。今までは住宅地と駅の間を移動する“幹線系”の移動が軸になっていましたが、マイクロモビリティが充実していくと微細な動きがやりやすくなりますから、端末側の移動が多様化します。生活圏に魅力的な場所が増えてくれば、さらに多様な移動の機運は高まります。

そうすると、人が居住地を選ぶ際の動機も変わってきますから、不動産的な価値も変わります。駅に近い所よりも、素敵な公園がある所など、場所の質が重視さ

れるようになります。行動選択の原理が変わっていくと思います。

—消費行動も変わるのでしょうか。

吉本：例えば、「川の景色を眺めながらお茶が飲める」というようなことの価値が高まっていくとか、その場所にしかない価値を求めて、中心地ではなく周辺で消費行動がなされるようになるでしょう。集積性よりも、その場所の時間価値のようなものが重要になってくるという仮説を考えています。つまり、人を誘引する要素が、変わっていくのではないのでしょうか。

—マイクロモビリティが機能していくためには、歩いてアクセスできるところにモビリティハブのような拠点がたくさん必要だと思えますが、どのように整備していくべきでしょうか。

吉本：マイクロモビリティを利用する上でポートの密度は重要ですが、モビリティハブの配置はまた別の話になります。モビリティハブには、人を惹きつける目印になるような大きめのハブと、もう少し簡易的な、ポートだけが置かれているような小さなハブなど、幾つかの階層があると思っています。しっかり整備された大きめのハブを高密度に置いていくのは不可能ですから、階層の違うハブを街の中にどう埋め込んでいくかは計画的に考えていくべきでしょう。都市の公開空地や、郊外や地方都市の低利用・未利用地の活用など、空きスペースの活用も重要な観点だと思います。



2019年10月26日～11月7日、横浜・黄金町で、日産自動車による実証実験として、鉄道高架下空間に「日産モビリティハブ」を仮設的に設置。写真は日産モビリティハブの風景(左)と、期間内にマルシェイベントが行われたときの様子(右)写真提供/吉本憲生氏

### マイクロモビリティと駅の 連携で沿線の価値を高める

—鉄道会社とマイクロモビリティの連携の可能性についてはどうお考えですか。

吉本：海外では、駅前にカーシェアやマイクロモビリティのポートを集積させて、交通結節点をつくっていく取り組みが進められています。LUUPが渋谷などで一部行っていますが、日本ではまだまだ不足している状態。駅前にポートがあると、移動体験が変わり、行動範囲はぐっと広がります。純粋に交通結節機能を高めるという意味で、連携は非常に重要だと思います。

—マイクロモビリティと連携することによって、沿線にも変化が生まれますか。

吉本：今までアクセスしにくかった場所の価値を生かせるようになりますから、そういうポテンシャルを見つけて沿線開発につなげていくことはできると思います。まさに「まちえき」の発想そのものですが、面白い体験ができる幾つかの場所をコンテンツとして結び、地域全体のブランディングを行うことができます。

例えば、先ほど触れた横浜市の黄金町は、「アートによるまちづくり」をしている所です。そのような独特の質を持った場所では、アートの拠点にもなるモビリティハブをつくって、アートや感性をテーマにブランド化していくことができます。エリアの持つ特性を表すコンセプトを基に、関連する場所をつないでエリア一帯のブランドイメージをつくっていくということです。

—その場合、鉄道会社はどのような役割を担っていただけるのでしょうか。

吉本：これまでも沿線開発に取り組んでこられたと思いますが、その領域をもう少し拡張していくということになると思います。鉄道会社単体で開発するというより、地域のエリアマネジメント活動と連携したり、行政、市民団体、地域の小規模事業者と連携したり、対象範囲も分野も拡張していくのではないのでしょうか。点在する面白いお店や取り組みと、駅とモビリティをつないでいけば、沿線で楽しめるものは増えていくと思います。

### 「まちえき」化で、 新たな役割を担う鉄道

—街全体が駅のような「まちえき」が実現されていったとき、鉄道の駅はどんな機能を備え、どんな存在になっていくべきだとお考えですか。

吉本：例えば、近年リニューアルされたJR尾道駅などが参考になると思います。特産品を売るスペースや展望デッキ、尾道の商店街の各店舗の情報がQRコードから入手できるスペースなどもあります。街の移動の起点として情報提供があり、そこで滞在して街を眺めていても気持ち良い。「まちえき」のモビリティハブに近い発想だと思うのですが、滞在空間でもあり、移動の起点でもある、そういう存在になっていくのではないのでしょうか。

—「まちえき」と沿線の関係性についても

伺いたいのですが、「まちえき」のような小さな移動と、鉄道の沿線という大きな移動の関係性はどのような位置付けで捉えるべきでしょうか。

吉本：今は在宅勤務やテレワークをする人が増えたこともあり、居住地と都心の間の移動頻度は相対的に下がっています。それに代わる地域間移動をどう生んでいくかを考えると、「まちえき」のようなものをつくっていけば、面白い場所があるからと別のエリアから鉄道を使って移動してくる人が増えるのではないのでしょうか。都心から郊外へ、あるいは郊外から郊外へ、そういう移動をどのようにつくっていくかを考えてみるのではないかと思います。

—戦略的に流動をつくっていくということですね。

吉本：例えば、郊外から都心へ向かう人が多い朝の時間帯は、逆方向に向かう人にインセンティブを与えるというような、ダイナミックプライシング(変動料金制)が適用されたとすれば、混雑が緩和されるだけでなく、人々が住む場所・働く場所を選択する基準も変わってきます。これまでのように郊外に住んで都心で働くのではなく、都心に住んで郊外で働く人が出てくるという現象が起こり、都心が担っていた機能の一部を、郊外の生活圏が担う可能性が出てきます。

そのように、逆流動を促すような情報発信やダイナミックプライシングのような方法を戦略的に考えていくことで、鉄道の新たな役割も生まれると思います。



2021年11月10日～13日、日建グループが、渋谷未来デザイン・東急・東急不動産との共催により実施した実証実験「SMILE」。写真は、東急百貨店本店前の風景(左)と渋谷ソラスタ前の風景(右)写真提供/吉本憲生氏

座談会 》

## マイクロモビリティ普及に対応した、駅・鉄道にとっての視点

駅消費研究センターでは、マイクロモビリティを鉄道の代替ではなく連携を進めるべきものであると捉え、特に電動キックボード・電動アシスト自転車など近距離移動に適した低速のマイクロモビリティに注目しています。

鉄道事業者は、こうしたマイクロモビリティの普及を、駅や鉄道周辺のみならず街場に進出できる好機だと捉え、新しい仕組みを考えるべきではないでしょうか。

EKISUMER編集部で座談会を行い、5つの視点でまとめました。

### モビリティハブをある種の“駅”として考える

**A：**さらなる普及のための課題はたくさんあると思いますが、徒歩に代わる低速マイクロモビリティは、今後、当たり前のツールとして、暮らしに組み込まれていくと思います。しかし、ポートの整備はまだまだこれからという状況です。

今回取材をしたどのモビリティ事業者からも、鉄道会社に対する期待の声が聞かれました。魅力的なスポットをつなぐ移動拠点としてのモビリティハブを、鉄道会社が手掛けていくことは大きな意味があると思います。

**B：**その際、モビリティハブを駅に付帯するというのではなく、街なかで展開してもよいですね。

**A：**日建設計総合研究所の吉本さんの提唱する「まちえき」のモビリティハブには、交通の拠点というだけでなく、滞在機能や移動体験を魅力的にするための機能も求められるとおっしゃっていました。それを踏まえ、エリアの特性に応じた機能が付加されているといいのではないのでしょうか。

**C：**幾つかの業態がセットになった、新し

い形の駅や駅ナカのようなものをつくるつもりで始めるのがいいかもしれませんね。鉄道会社やそのグループ会社が進出していない新たな業種・業態も含めて、実験的に始めてみて、最適な形を見つけていくといいのではないかと思います。

例えば、街の中にカフェをつくってポートを置き、さらにコンビニとセットにするなどしてある種の“駅”にしてしまうのです。あるいは地元のクリエイターによるポップアップショップを併設すると、地域らしさが出ていいかもしれません。そのような新しい拠点を街なかにもたくさんつくって、そこで収益を上げていくような考えです。

**D：**鉄道会社というより、“駅会社”になっていく発想と言えるかもしれません。そういう新しい駅を通じて、街の中の移動にも関与することで、エリア活性にも寄与していけますね。

**A：**鉄道の駅を核として、街につくるモビリティハブとのネットワークをうまく構築していけるといいですね。

**B：**これまでの鉄道会社の不動産ビジネスは、鉄道の駅という好立地を前提とした

ものでしたが、モビリティハブをつくることによって、駅から離れた場所も不動産価値を上げていくような、新たな不動産ビジネスに成り得ますね。

**C：**鉄道会社だけではなく、不動産会社と連携して取り組むのもいいかもしれません。駅前にはもはや利活用できる土地が不足していますから、不動産会社も、駅前に代わる新しい土地を求めているはずですよ。

**D：**おそらく、モビリティ事業者側では、ポートの設置や充電ステーションの設置に加え、たまった機体の回収をどのようにするかといった課題を抱えているでしょう。その解決のためには、さまざまなプレイヤーが共用できるポートや充電ステーション、回収の仕組みが必要になります。各社が個々に対応するのではなく統合的なオペレーターが現れれば、効率化が進み、さらなる普及にもつながるでしょう。

**A：**モビリティハブが増えることは、マイクロモビリティの普及にとっても良いことであり、鉄道会社の新規ビジネスにもなるということですね。

**C：**今後さまざまな業種が、マイクロモビ

リティに進出してくるはずですよ。既にマイクロモビリティのポートを設置するコンビニもありますし、LUUPは新築分譲マンションにポートを設置しています。社会の「まちえき化」への対応に、出遅れるわけにはいかないと思います。

**B：**郊外や地方のように車が中心の地域では、駅から離れたショッピングセンターへ車で出かける人が集まってしまい、駅前の活気は失われてきました。同じように、今後、マイクロモビリティによる「まちえき化」が進めば、消費がそちらへ流れてしま

う可能性もあります。コロナ禍以後、通勤・通学が減り、完全には元に戻らないことが予想される今、鉄道会社が街の中の小さな移動の領域にも進出していくことは、不可欠と言えるのではないのでしょうか。

### 移動の起点として、個別ニーズに対応した駅での情報提供が重要

**A：**線路を走る電車や決まったルートを走るバスとは違って、パーソナル型のマイクロモビリティにはどこでも自由に走れる良さがあります。ルートを自分で決められますし、今まで通ったことのないルートを走ることによって新しい発見をすることもできます。そう考えると、街の情報はとても重要になってくると思います。

**D：**鉄道会社はますます、利用者が駅を降りた後のことまで考えなければいけなくなっていきますね。鉄道駅で、マイクロモビリティでの移動を前提とした街の情報発信をするといよいのではないのでしょうか。

**B：**駅の周辺だけでなく、駅から離れたスポットの紹介や、目的地までの最適なマイクロモビリティの提案などができるといいと思います。例えば「駅からLUUPで〇分の隠れた名店」のような。

**A：**単にスポットの紹介にとどまらず、ルートやモビリティの種類も提案できるといいですね。個人の気分やニーズ、状況に合わせて、駅からの最適ルートと最適なモビリティを提案するのです。運動のために歩きたいときは徒歩でのルートをお勧めし、疲れているときや道路がすいているときには電動アシスト自転車を勧めるといったように。

■ 街への移動の起点として、生活者の個別ニーズに対応した駅での情報発信(例)



**C：**iinoやWHILLのような、歩く速度に近いものと、ややスピード感のあるLUUPなど、マイクロモビリティの特性によって楽しめるルートにも違いが出てきそうですね。

**A：**例えば、気分転換をしたい人には、「風を感じながらスピード感を持って移動できる電動キックボードを使い、海沿いのルートを通して目的地に行くのがお勧め」というような提案もできます。

**C：**ゲキダンイノが行っているような、移動

体験のプロデュースという領域に、鉄道会社も取り組んでいくといいのかもしれない。**D：**マイクロモビリティを使ったスポットへの送客を、アフィリエイト化することもできると思います。利用者に対して周辺の店や施設への誘引情報を提供し、来訪した場合には、鉄道会社やモビリティ事業者にも何らかの報酬が入るという形です。

**B：**例えば電車で鎌倉のような観光地に行くとき、駅からマイクロモビリティを使って今



まで行けなかったような所も観光できるようになります。つまり、今後マイクロモビリティが普及していったとしても、鉄道の駅が移動の起点であることに変わりはありません。駅で街の情報を発信することは、ますます重要になっていくのではないのでしょうか。

**A：**吉本さんは、情報提供も含め、移動の起点としてモビリティハブに近い発想で、

駅を再構築するといとおっしゃっています。マイクロモビリティを利用すると移動の“解像度”が上がりますから、より細かくて、かつリアルタイムでの情報提供を行っていく必要があると思います。

**C：**レジャーや観光に来た人はもちろん、居住者も自分の住む街で行ったことがない場所はたくさんあると思います。街のポ

テンシャルを生かしきれていないのではないのでしょうか。誰もが街の詳細な情報やルート情報を入手することができ、シェアリングのマイクロモビリティによって誰もが街の中の移動を楽しめる状態をつくっていくこと。それが、これからの駅や鉄道会社に求められるようになっていきそうですね。

ことになりますね。

**C：**鉄道沿線で戦略的にそうした「まちえき」を設計・配置していくと、行ってみたい

場所が増えて、沿線の駅間移動を増やすことにもつながります。

**D：**エリアマネジメントや地域活性の必

要性はずっと課題としてありましたが、マイクロモビリティは地域活性のための重要な手段になっていきますね。

## 鉄道とマイクロモビリティをセットにしたプライシングの工夫

**A：**マイクロモビリティとの連携が進み、駅前のポートが充実するようになれば、移動はどんどんシームレスになります。そうなった場合、運賃・料金の工夫も必要になってくるのではないのでしょうか。

**C：**定期券にマイクロモビリティ利用をセットするなど、鉄道とマイクロモビリティのサブスクリプション化は考えられますね。

**D：**鉄道移動とマイクロモビリティでの移動だけでなく、さらに目的地でのサービスもセットにしたプライシングにし、予約から決済までスマートフォン1つで行えるMaaS(アプリ)にするようなやり方もある

でしょう。

**B：**マイクロモビリティによる移動データが収集できるようになれば、吉本さんがおっしゃっていたように、ダイナミックプライシングの導入も可能性があるのではないのでしょうか。

駅だけでなく、マイクロモビリティの稼働状況も踏まえて混雑度を把握して、運賃に反映させていくことも考えられます。例えば、A駅周辺のマイクロモビリティに空きがあれば、スマホアプリなどで情報を提供し、ダイナミックプライシングでA駅へ送客するというような形です。その際に、A駅

周辺のお店のクーポンなどを一緒に出すのもいいですね。

**C：**LUUPは、新築マンションに居住者専用のポートを設置し、入居者は割引料金で利用できるというサービスを始めています。鉄道会社がモビリティハブをつくって駅から離れた場所の不動産価値を高められるならば、不動産でより多くの収益を上げて、その分、運賃を抑えるようなプライシングも考えられるかもしれません。

**D：**運賃については制度上難しい面もあり、まだまだ議論は必要ですが、大胆な変革が必要なタイミングに来ていると思います。

## ウェルビーイングを考え、移動のハードルを低くする

**C：**マイクロモビリティによって誰もが、どこへでも移動できるということは、ウェルビーイング(well-being:身体的・精神的・社会的に良好な状態)の観点からも、改めて重要だと思います。鉄道会社として、そのような移動を増やすことは重要な視点ですね。

**A：**“街じゅうを「駅前化」するインフラをつくる”というLUUPは、まさにそこを目指していると思います。ポートさえあれば、どこでも気軽に移動することができ、それが暮らしを豊かにすることにもつながっています。

**B：**アプリ上の手続きだけで、とても簡単

に乗ることができる点も重要です。手続きの煩雑さも、実はハードルになっていたんだということを感じました。

**A：**移動にかかる料金も、ハードルになると思います。そういう意味で、LUUPやiinoが運賃を限りなく低く抑える、あるいはなくすことを目指している点は興味深かったです。

**D：**WHILLは、電動車いすの概念を覆すモビリティで、あらゆる人の移動を保障しようとしています。

**B：**段差をなくすなど、ハード面で、マイクロモビリティに対応したまちづくりや建物づくりをしていくことも、当然重要ですね。

**C：**段差があるとか、乗り換えのための駅内の移動距離が遠いなど、物理的な面はもちろん、運賃の高さ、情報の複雑さ、手続きの煩雑さなどを改善し、身体的にも経済的にも社会的にも、あらゆる意味でのインクルーシブを目指して、移動のハードルを上げていくことが大切だと思います。

**D：**さまざまな人の移動のハードルを低くしようとするとき、マイクロモビリティはとても重要な役割を果たします。鉄道会社は今後、ハード面、情報面、運賃やシステムなど、多くの点からマイクロモビリティとのスムーズな接続、連携を考えていくとよいのではないのでしょうか。

## 座談会を終えて

マイクロモビリティが普及し、「まちえき」的な拠点が普及した社会では、これまで鉄道が提供してきた大きな移動とは違い、街の中を毛細血管のように巡る、微細で多様な移動が行われるようになると考えられます。今後は、鉄道会社もそのような移動に関わり、対応していくことが不可欠となるでしょう。万一、対応が遅れば、多くの機会を失うことにもなりかねません。

駅から駅へ人を運ぶ運輸業から生活創

造産業へとますますシフトしていく中で、モビリティハブをはじめとしたマイクロモビリティへの対応は、鉄道会社の将来に大きく影響

する可能性があります。競合の多い生活創造産業で活路を見出すためにも、今から動き始めることが重要でしょう。



hocco

バス折返場を地域のハブとなるコミュニティに住む人がお店や事務所を営む、なりわい暮らし住宅



JR中央線の武蔵境駅からバスで桜堤方面へ向かうこと約10分。バスの折返場として使われている場所に、新たな複合施設「hocco(ホッコ)」ができました。事業主体は小田急バス、企画・設計・管理を手掛けるのは建築設計会社のブルースタジオです。

hoccoのテーマは、なりわいと暮らしの共存。2021年秋に竣工した2階建ての賃貸住宅は、計13戸で構成されています。1階にある6畳ほどの土間を店舗として活用するのは、パンと焼き菓子のお店やお総菜のお店、植物と鉢のお店、書店です。なりわいは店舗に限らず、事務所やアトリエを置く住宅も。敷地内にはシェアカーやシェアサイクルが設置され、日替わりでキッチンカーもやってきます。隣接の公園とひと続きになるよう開発され、お散歩がてらにふらりと立ち寄りやすい佇まいです。

団地のリノベーションや、地方・郊外で地域再生などを多く手掛けてきたブルースタジオは、小田急バスが持つ遊休地の活用を共同で進める中で、バス折返場および駐車場として使われていたこの土地

に注目しました。「駅から離れた住宅地ですが、高齢者から子育て世帯までさまざまな人たちが住んでいる。暮らしのハブや拠点となるインクルーシブな場所があったら地域がもっと良くなり、バス沿線のエリア活性にもつながると考えました」と話すのは、ブルースタジオの専務取締役・大島芳彦さん。このエリアに多く住む30~40代は、仕事や子育てで多忙ながらも自分の夢をかなえたいと考える人が増えている世代です。手づくり品をオンライン販売したり、趣味の教室を開いたり、クリエイティブな活動をしていることも珍しくありません。そこで、お店を誘致するのではなく、暮らす人のなりわいに人が集まる場所にしようと決めたそうです。

ブルースタジオのこだわりは、コミュニケーションが生まれる建築デザインです。各住宅が向かい合わせになり、1階はガラス張り。住宅の内と外をつなぐポーチも、暮らす人の「顔」が見えやすい空間になっています。入り口や店先にあるベンチも、自然と会話が弾むように考えられた仕掛けです。大島さんはこれらのデザインを

「境界をぼかす」と表現し、人と人をつなぐコミュニティづくりのポイントだと話します。さらに、能動的に地域と関われるよう、hoccoの世帯が集まる自治会組織の立ち上げも準備中です。2022年4月のイベントには1,000人以上の来場者が集まったそうですが、大島さんは、「イベントで多くの人が訪れるよりも、毎日いろんな人が訪れる日常的な場所になり、地域福祉の一端を担う存在になれば」と将来像を描きます。暮らす人たちが主役のコミュニティには、自然と互助・共助が生まれ、困り事を自ら解決しようという意識が高まると考えているそうです。hoccoは、住宅地に秘められた可能性を引き出そうとしています。

- 敷地を囲むように配置された13戸のなりわい賃貸住宅を核に、バス降車場やシェアカー、シェアサイクルの拠点も設置。地域コミュニティとモビリティの拠点として、バス沿線地域の活性化を目指す
3. 賃貸住宅棟は、アトリエや事務所兼住宅としてなりわい暮らしを営む8戸と、玄関の土間スペースやポーチを店舗として利用する5戸から成る

DATA  
東京都武蔵野市桜堤2-6-19  
<https://www.odakyubus.co.jp/hocco/>

REAL EKISUMER FILE

Z世代篇

FILE #08. カフェ巡りにはお金も時間も惜しまないメリハリ女子

若年層のエキシューマーの実態を探る「Z世代篇」。駅ビル・駅ナカの利用の仕方やこだわりの消費スタイルについてのインタビュー内容を紹介します。

IT企業でSEとして働くHさんは、在宅勤務が中心で出社は月1、2回程度です。京都の実家を離れ、一人暮らしを始めて2年、ようやく今の生活に慣れてきました。趣味はカフェ巡りで、休日には友人と2人で、1日に2、3軒のカフェをはしごすることが多いといいます。

お店は、おいしいパンケーキやコーヒーを自慢で選ぶこともありますが、メインの目的はカフェの空間を楽しむこと。お城のようなインテリアがかわいいカフェや、同世代に人気の韓国風カフェなど、SNS(Instagram)の情報を参考にお店を決めます。「情報を仕入れるというより、眺めているだけで好みの情報が手に入る感覚」とHさん。カフェでは写真を撮りますが、SNSにアップするよりも、自分の思い出用に保存することが多いそう。

さらに、訪れたカフェの位置情報はスマホの地図アプリに記録して、ちょっとしたコレクション気分を味わっています。マップ上に記録した場所が増えていくと達成感があり、「スタンプラリーで、スタンプ欄を埋める楽しさに似ている」のだとか。ちなみに行列でも、カフェなら1時間半は待てるそうです。

そんなHさんは、友人とカフェ巡りの約束がある日に雨が降ってしまうと、外で行列に長時間並ぶのはつらいため、代わりに駅ビルでのショッピングを2人で楽しむことにしています。ウインドーショッピングも好きなHさんにとって、はやりのファッションをチェックしたり、店頭で自分用のコーディネートを考えるのも、ワクワクする時間です。

外出のついでに雑貨や日用品を買うことも多いそう。東京の街にまだ詳しくなく、どこで買い物をしたらよいか分からなくても「駅ビルに行く」と、欲しいものがそろそろ安心感がある」とのこと。また、駅ビルは混雑度が予測できるので計画を立てやすく、いろいろなところをスムーズに回れると達成感もあると言います。

ところでHさんの普段のお金の使い道で、節約している

のは日々の食費だそう。カフェ巡りなど、外出するときは少しぜいたくなものを食べたいので、その分節約していると言います。食材はスーパーや青果店で安いときにまとめ買いすることが多く、野菜は買ってすぐに切って冷凍保存したり、1週間分のおかずを一気に調理して作り置きすることもあります。その方が、買い物の頻度や調理時間を省くことができ、面倒が少なくなるそうです。

カフェに1時間以上並ぶのも、食費のやりくりも苦ではないというHさん。楽しみに時間とお金を費やす、はっきりした意志を感じるライフスタイルでした。

街なかのカフェ巡りの代わりに  
雨の日は駅ビルでショッピング

訪れたカフェの場所は  
ゲーム感覚でスマホに記録

普段の食事は  
まとめ買い&調理で節約



写真は思い出用に。  
カフェでは空間を楽しみたい

Profile  
25歳女性 会社員 未婚(一人暮らし)  
自宅最寄り:鶴見市場駅 勤務先:青物横丁駅  
通勤頻度:月1~2回(定期券保有なし)