

シェアリングエコノミーを活用した 遊休不動産の活性化について

インタビュー

株式会社スペースマーケット 代表取締役社長 重松 大輔



シェアリングエコノミーの中でも「スペースシェア」は会議や打合せ、イベント等で需要が伸びている領域である。

そこで今回は、あらゆるスペースを時間単位で貸し借りできるプラットフォーム「スペースマーケット」を運営する株式会社スペースマーケットの代表取締役社長の重松大輔氏に、シェアリングエコノミーを活用した遊休不動産の活性化についてお話を伺った。

えています。



図表1 ビジネスモデル

——まず始めに、御社が展開している事業について教えてください。

当社はスペースマーケットというスペースシェアのプラットフォームを運営し、スペース（遊休不動産）を時間単位で貸し借りできるサービスを展開しています。スペースを貸したいホスト（貸し手）とスペースを借りたいゲスト（借り手）をオンライン上でマッチングして、利用金額に応じた手数料を成果報酬としていただくビジネスモデルです。

登録されているスペースは一般住宅から会議室、パティースペース、イベントスペースなど多岐にわたります。最近だと撮影用のスタジオやプライベートジムなども登録されています。ありとあらゆるスペースが登録されている、C to C（個人間取引）のマーケットプレイスです。

——スペースマーケットに掲載されている物件数は現在どれくらいなのでしょう。

2021年1月現在で、14,000件ほどです。創業当初は100件程度でしたが、営業を重ねて現在の掲載スペースまで伸ばしました。現在でも毎日のように増



図表2 スペースの掲載数とカテゴリー

——最初の100件はどのように開拓したのでしょうか。

始めは自分の人脈を駆使して、地道に登録数を増やしました。最初に多かったのは結婚式場です。前職でウエディング関係のビジネスを立ち上げていたので、運営会社に声をかけて登録してもらいました。

他には私の先輩がたまたま古民家を所有していたので、お願いして登録してもらいました。そのような感じで人づてに登録してもらった感じです。

——このサービスを始めたきっかけは何だったのでしょうか。

まず自分の中に「起業しよう」という思いがありました。起業ありきでどのジャンルを選ぼうかという時に、これから伸びるマーケット、大きなポテンシャルを秘めたマーケットはないかと思い、アメリカのマーケットを研究しました。2013年当時は、ちょうどAirbnbやUberなどいわゆるC to Cのマーケットプレイスが伸び始めている頃でした。Airbnbのようなビジネスモデルだと、日本では旅館業法など色々と法律のハードルがあり、ちょっと難しかったと思います。

一方で、貸会議室、レンタルスペースのようなものには特に法令などないですし、当時から貸会議室のサービスは伸びていたので、貸スペース、言ってみればAirbnbの会議室版なら需要があるのではないかと思いますこのジャンルで起業することにしました。

——Uber Eatsなどは最近広がりを見せていますが、2013年頃からそういったサービスに注目されていたのですね。そのように先を見越して起業したのもシェアを伸ばすことができた一因なのでしょうか。

そうですね。当時はまだシェアリングエコノミーという言葉は一般的ではありませんでした。

ただ、スマートフォンが普及してきていて、個人間の取引が今後莫大に増えるだろうと予測していました。メルカリも同時期にサービスを始めていたかと思います。B to BやB to Cの取引の総量は割と限られてしまうと思うのですが、C to Cなら無限の可能性があると。そこにワクワクしたという感じです。

——スペースの利用の用途は会議などが多いのでしょうか。

やはり会議での利用は多いです。最近では自治体の方にも多くご利用いただいています。他にはテレ

ワークやテレビ会議のために利用されるケースが増えています。就活中の学生がオンライン面接を受けるために使うケースも出てきています。それからテレビ出演者がリモートで出演する際の場所として使われることも増えました。テレビを見ていると「あの部屋、うちで掲載している部屋だ！」なんていうこともありますね。



図表3 身近なレンタルスペースの利用例

——ホストはどのような人が多いのでしょうか。また、自治体がホストになっているケースはあるのでしょうか。

ホストには本当に様々な方がいらっしゃいます。法人の場合もありますが、割と個人も多いです。個人で物件を保有している方がスペースマーケットに物件を掲載してみたら結構うまくいって、二つ目、三つ目という感じでどんどん掲載数を増やしていった結果、最終的に数十件、数百件のレンタルスペースを登録している、という方も中にはいます。我々のプラットフォームを活用し専門化して生計を立てている方が実は結構いらっしゃいます。

自治体がホストになっているケースはまだ多くありませんが、ユニークな事例は増えています。

例えば、埼玉県横瀬町では廃校や議場などをご登録いただいています。こちらの廃校はテレビや映画、YouTubeの撮影などでよく借りられています。特にユーチューバー需要は顕著です。

他にも秋田県湯沢市では、公共スペースをご登録いただいている、地元の展示会や音楽イベントなど

で活用されています。



図表4 自治体施設の活用事例：秋田県湯沢市

それから自治体直営ではなくNPO団体による運営ですけれども、奈良県の山奥にある木造の廃校などをご登録いただいています。こちらは撮影にとっても人気です。毎週末、関西一円からコスプレイヤーの皆さんが集まる撮影会が年間200件程度開催されているようです。



図表5 地方の遊休不動産の活用事例：奈良県

——自治体にもいろいろメリットがありそうですね。

遊休資産を簡単に貸し出し、収益化できるというのは自治体にとってかなりメリットだと思います。

予約システムのようなものを事業者に作ってもらうとかかなり予算がかかるかと思いますが、このプラットフォームを活用していただければ、初期費用はかかりませんし、すぐ始めることができます。

しかも、当該自治体の住民の方だけでなく、周辺エリアから人を呼び込むことができるのは、非常に大きなメリットじゃないでしょうか。

——そうすると今後ホストとなる自治体を増やしていくお考えなのでしょうか。

政権が替わり、デジタル庁を創設しよう、行政のDX化を進めようという流れがより一層強まっていますので、こういった流れの中で、遊休資産をうまく活用し稼働率を上げて、収益を上げるというのは自治体にとってすごく大切だと思います。我々としても、このプラットフォームをうまく活用していただきたいと思っています。

——借り手にとっては、個人の資産を借りることに對して不安はあると思うのですが、何か対策は取られているのでしょうか。

スペースマーケットに掲載されているスペースには、そのスペースに対する評価やレビューを掲載しています。利用者の方はこれらを参考にしながらご利用いただく形です。



図表6 スペースに対する評価とレビュー

——そのような機能があると利用者側も雰囲気分かかって安心できますね。

そうですね。わざわざ現地へ行かなくても、一定程度インターネットで下見ができますし、レビューや写真、動画を見て、雰囲気をつかむことができるのは便利な点だと思います。

この他、想定されるあらゆる事故や損害からホストとゲストを守るために、損保ジャパンと連携し、補償サービスを提供しております。何かあった場合には、最大1億円の補償となります。

スペースマーケット保険による補償

スペースマーケットは、ホスト・ゲストに対し、想定されるあらゆる事故や損害から守るための補償サービスを提供しています。(詳細はこちらもご確認ください)



図表7 保険による補償

あとは、どのような対策を取ればトラブルが起きにくいスペースになるかといった情報をホスト向けに提供しています。コロナ以前はホスト向けにセミナーを開催していましたし、現在ではウェビナー（オンライン上で実施されるセミナー）を定期的に開催しています。また、定期的にメルマガを配信し、運用ノウハウや先輩ホストからのアドバイスなどを情報発信しています。

これらの取組を通して、ユーザーの皆様の安心感の醸成に努めています。

——現在のスペース登録件数は約14,000件と伺いましたが、中長期での目標件数はどのくらいですか。

やはりコンビニと同じ位の件数を目指しています。コンビニやクリーニング店と同じように、利用したいと思ったら徒歩圏内にレンタルスペースがある、そういった状況を作り出したいと思っています。

そういう世界観になると10万件とかそれくらいの件数にしたいと思っています。

——我々の職場はターミナル駅である大宮駅から1駅離れた土呂駅が最寄りなのですが、検索してみたところ土呂駅近くにも1件レンタルスペースがあり驚きました。

やっぱり普段使いと言いますか、サードプレイスの感覚で気軽に使ってもらえる環境を作りたいなと思っています。家でもなく職場でもなく、学校でも飲食店でもない、サードプレイスですね。

——人口減少が著しい地域では空き家なども増えていと思いますが、そうした地域に対しては、どのようなアプローチを考えていますか。

スペースマーケットをご覧いただき少し検索していただくとわかると思いますが、「こんなところに！」というスペースが結構登録されています。

現在、地方のワーケーションなども増えてきており可能性を感じています。オンラインセミナーを通じた情報提供や、自分たちでは運用はできない、という方にはスペースの運用を代行する企業のご紹介をおこない、運用のサポートもおこなっています。



図表8 地方の人気ワーケーションスペース

今後はこのようなローカルなスペースをどんどん増やしていきたいです。せっかく可能性を秘めた物件があるのに、空き家にしておくのはもったいないです。うまく貸し出すことができれば資産運用の一環にもなるし、借り手としても選択肢がたくさんが用意されていれば、あえて地方に行くという行動にもつながると思います。

——地方の潜在的なスペースを所有している人に対して、御社のプラットフォームに登録してもらうよう働きかけているのでしょうか。

オンラインでのセミナーや自治体との連携などをおこない、成功事例やノウハウの提供をおこなっています。また、すでにご登録されているホストの方からのご紹介も多くいただいております。

ホスト側も、「地方でも稼げるよ」という話が広

まれば、都会よりも物件コストは断然安く参入障壁は低いので気軽に始められ、収益化も早いので更に広がっていく、という循環が生まれます。都会より地方の方が競合も少ないと思いますので、一定人口の地域であれば、すぐに始められると思っています。

また、私が代表理事を務める「シェアリングエコノミー協会」と連携し、自治体に向け、地域課題を解決するサービスとして、スペースマーケットをはじめ、その他のシェアサービスを紹介していく取組も行っています。

——事業を進める中で「社会的インフラに」といった視点はあるのでしょうか。

私自身、元々新卒でNTT東日本というインフラ会社に入社したこともあって、誰もが安心安全に、そして簡単に使えるプラットフォームを作りたいという思いがあります。サステナブルで、社会のインフラになれるようなサービスを提供していきたい。それもあって会社のミッションに「スペースシェアをあたりまえに」を掲げています。

まだまだスペースシェアは新しい文化です。「お隣さんの部屋を借りる」というような世界観なので、なじみがない部分も大きいかと思います。これを当たり前のものにしつつ、サービスの信頼感をしっかりと作っていきたいと思っています。



図表9 ビジョン・ミッション

——自治体の中にも遊休資産はたくさんあると思います。シェアリングエコノミーを活用することで、

収入を得たり、知名度向上にもつながる可能性がありますね。

菅新総理が「自助・共助・公助」とスローガンに掲げていましたけれども、共助の部分が正にシェアリングエコノミーだと思っています。公助の部分は、これから人口減少が進み税収が減っていく中で、満足に投資していくことができなくなる可能性があります。そういった状況の中では、やはり共に助け合っていかなければならないだろうと思います。

シェアリングエコノミーは、個人で所有している人はそれを融通し所有していない人に貸し出して、所有していない人は所有していなくても気軽に、手軽にそれを利用することができる、という考え方で、正に共助の部分をシェアリングエコノミーが埋めていければと思っています。そういった点において、既に一部の自治体の首長には期待の声を寄せていただいている状況です。

シェアリングエコノミー自体は安倍政権の頃から注力領域でしたが、行政のDX化の流れの中で、更にムーブメントを広げていければと思っています。



図表10 地方創生・自治体との連携

——国や自治体のデジタル化をどう見ていますか。

政府の委員会などに出席させていただく機会もありますが、とにかく紙が多いです。本当に必要か？と思うような会議も多いです。あと驚いたのは日程調整の際に「エクセルに予定を入れて欲しい」と言われたこと。今はさすがにスケジュール調整ツールを使うようになってきましたが、とにかく、非効率

とを感じる作業が多いと感じます。デジタル化を活用することでもっと本質的な業務に取り組む時間が増えるのではないかと感じています。

——行政職員としては耳が痛いです。では行政のDX化を力強く進めていく、というのはいい流れなのでしょうか。

そうだと思います。ただ他の国はもうどの国でもやっていることなのでちょっと遅すぎる気もします。自分たちの省庁でデジタル人材を採用して、自分たちで作っていく位でないと。そのあたりは言いたいことはいっぱいありますが、流れとしては正しい方向に向かっているのではないかと思います。

こうやってオンラインで打合せができるというのも進歩ですね。今まではわざわざ来ていただいていたから。それはそれで悪くないですが、私は割と昔からこういうテレビ会議が好きで。やっぱりラクしても本質的な仕事をするというのが好きなので、ようやくそういう時代になってきたなと思っています。

——コロナ禍において、事業を展開する上で変わってしまったことはありますか。

コロナの影響ということでは、やはり大人数のパーティー需要がかなり減りました。

一方で、新しい使われ方がすごく増えてきました。先ほどお話ししたとおり、テレワークやリモート会議などで利用する方が増えました。あとは撮影関係です。これは本当にコロナ禍ですごく伸びたジャンルです。テレビロケはもちろん、ユーチューバーや一般の方が撮影する機会は増えているように感じます。あとはカップルユース。なかなかデートで外出できない、映画館とかも入りづらい状況の中、じゃあレンタルスペース借りてそこでDVDを観よう、というような利用も非常に伸びました。



——そういった意味では、マイナス面ばかりでなくプラスの面もあると捉えているのでしょうか。

レンタルスペース自体も清掃を徹底し、消毒液を設置するなど対策を取っています。利用者も利用時にはこまめに換気する、ちょっと大きめのスペースを借りてゆったり使うなど、新しい生活様式に則した使い方が定着してきました。

ただ、やはり4、5月は非常に厳しかったです。外出自粛ということになると、レンタルスペースを借りるどころではないですから。それでも、新しい働き方に則したテレワークやオフィス活用などが一気に広がったことはとてもプラスでした。

——御社の今後の展望を教えてください。

まずは、登録スペースの数を増やしていきたいです。多様なスペースがあることで、借り手も増えてくるかと思うので、貸す側のサポートには注力していきます。

あとはテレワークやテレビ会議など新しい使い方が増えてきましたので、ここにも力を入れていきます。オフィスや自宅だけではなく、色々な場所で働ける、ちょっと30分間だけすぐ近所でテレビ会議に参加してくる、そういう世界観を実現したいと思っています。2020年8月には「働く場所」に特化した、「スペースマーケットWORK」というサービスを立ち上げました。この新しいサービスを通して、レンタルスペースを活用した多様なバリエーションの働く場所を提案していきたいと考えています。



——最後に、非常に大きな組織からスタートアップ企業まで様々な経験をされてきた重松社長から、自治体職員に向けてメッセージをお願いします。

実は私、行政マンになりたいと思ったことがあって、千葉市のシティプロモーションの課長の公募に応募したことがあるのです。確か創業の前年の2012年あたりに。なので行政職員ならではのポテンシャルは当時から感じていました。残念ながら採

用はされませんでしたけれども。面白いもので後から自分が何番手だったかを教えてくれるのですね。企画書を頑張って作成して、プレゼンもすごく自信があったので、なぜ落ちたんだろうと思い結果を聞いたところ2番手でした。もし採用されていたら起業していなかったですね。ですので私も一時、志したことがあるくらい可能性は感じています。

これからはデジタルを活用して少人数、省力化しながら行政サービスを提供していくことが求められます。うまくデジタルサービス、プラットフォームを活用して、効率的に住民の皆さんにより良いサービスを提供していけるよう頑張っていたきたいです。スペースマーケットもお役に立てればと思っていますので是非お声がけください。

——今後の展開とご活躍、楽しみにしております。
本日はありがとうございました。

PROFILE

重松 大輔（しげまつ だいすけ）

株式会社スペースマーケット代表取締役社長
一般社団法人シェアリングエコノミー協会代表理事

経 歴：1976年千葉県生まれ。千葉東高校、早稲田大学法学部卒。2000年、東日本電信電話（株）入社。主に法人営業企画、プロモーション等を担当。2006年、（株）フォトクリエイトに参画。一貫して新規事業、広報、採用に従事。国内外企業とのアライアンス実績多数。2013年7月、同社にて東証マザーズ上場を経験。2014年1月、（株）スペースマーケットを創業。2016年1月、シェアリングエコノミーの普及と業界の健全な発展を目指すシェアリングエコノミー協会を設立し代表理事に就任。