



社会共創による新価値創造「Town eMotion」 Vol. 1 まちなか R&D クリエイティブフィールドの可能性 Creation of New Value through Social Co-Creation: “Town eMotion” Vol. 1 Possibilities of Urban R&D Creative Fields

榊原 瑞穂

Abstract

Yamaha Motor Co., Ltd. (hereafter referred to as “the Company”) has established “Creating Kando*” as its corporate mission, aiming to realize people’s dreams through wisdom and passion while continuously striving to deliver “the next Kando.” *Kando is a Japanese word for the simultaneous feelings of deep satisfaction and intense excitement that we experience when we encounter something of exceptional value. Since 2020, the Creative Center, responsible for design and branding, has been promoting an open innovation-based research and development initiative called “Town eMotion,” which aims to enhance the well-being of individuals and society^[1].

In this initiative, the Company collaborates with various stakeholders from the private sector, government, academia, and civil society to research and develop mobility solutions and environments that provide the Kando experiences in line with the Company’s ethos. The Company is challenging itself to materialize new products, systems, and social values within urban settings.

In the motorcycle market, one of the Company’s main products, there is a growing demand for carbon neutrality, requiring driving technological developments in electrification and hydrogen utilization, as well as institutional reforms.

In a diverse and increasingly complex society, sales from single products are on a declining trend, making not only business scale expansion but also new business creation challenging. Therefore, it is deemed necessary to utilize assets such as products, services, and human resources that the Company can provide, to create an environment that fosters open innovation through co-creation with local communities across various businesses and functions, allowing for autonomous development.

Additionally, as urban environments change, many cities have been accelerating their transition to “walkable cities,” shifting from car-centric to people-centric street spaces in recent years. These initiatives hold the potential to bring benefits toward sustainable urban development, such as promoting health through walking and reducing traffic congestion. Similar advanced initiatives are also being developed within Japan. This report introduces the background and development of the “Town eMotion” initiative, its systematic approach, and specific examples of its implementation.

1 はじめに

ヤマハ発動機株式会社(以下、当社)は企業目的として“感動創造”を掲げ、人々の夢を知恵と情熱で実現し、常に“次の感動”を期待される存在となることを目指している。デザインとブランディングを担うクリエイティブ本部では、2020年から、人と社会の Well-being 向上を目指すオープンイノベーション型の研究開発活動「Town eMotion(タウンイモーション)」を進めている^[1]。

この活動では、産官学民のさまざまなステークホルダーと共創しながら、当社らしい感動体験をもたらす“モビリティやフィールド”を研究開発し、新たなモノ・仕組みの価値や当社の

社会価値をまちなかで具現化していくことに挑戦している。

当社主力商品の一つである二輪車市場においても、カーボンニュートラルへの対応が求められており、電動化や水素利用などの技術開発や制度改革が進められている。

多様で複雑化する社会において、単一商材での売上規模は減少傾向であり、事業規模拡大だけでなく事業創出そのものが困難となっている。このため、当社が提供できる商材やサービス、人材などのアセットを利活用しながら、事業や機能横断で地域社会との共創によるオープンイノベーションを誘発させる環境を構築し、自律発展が可能なかたちで機能させる必要があると考えられる。

また一方で、都市環境の変化として、近年多くの都市が街路

空間を車中心から人中心へと変革する“ウォークラブルシティ”への移行を加速させている^[2]。これらの取り組みは、歩行による健康促進や交通渋滞の軽減など、持続可能な都市開発に向けた利点をもたらす可能性があり、日本国内でも同様の先進的な取り組みが展開されている。本報告では、「Town eMotion」活動の経緯と展開、活動の体系化、および具体事例について紹介する。

2 「Town eMotion」の活動経緯

当社では従来、新規事業開発部門を中心に、地域の移動課題解決のための時速20km未満のEV“グリーンズローモビリティ(GSM)”の実証実験と市場導入を進めてきた^[3]。

また、都市開発において人・まち・モビリティの関係性など、統合的な価値提供の必要性が高まる中、クリエイティブ本部では「Town eMotion」プロジェクトを立ち上げ、社会課題の解決に向けた新たな価値創造を目指す活動をスタートさせた。

活動初期はコロナの状況下でフィールドワークには制限があったため、社内外の有志メンバーでワークショップを行い、未来のまちとモビリティに関するアイデアを、コンセプトブックにまとめることとした(図1)。「Town eMotion」が社会やまちへの貢献を目的とし、社内外の意見を取り入れる必要があること、当社に不足する環境側(まち・地域・道路空間等)の知見を得る必要があることから、東京都世田谷区で地域コミュニティ活動を行うインフラデザイナーの御代田和弘(みよたかずひろ)氏^[4]の協力を得ることとした。

このブックのコンセプトを“まちの感動と興奮をアシストする”とし、まちや道路とモビリティの関係性に着目し、スローで安全なまちづくりと地域コミュニティの活性化に貢献する内容を示した。

その後社内新規事業開発部門と連携し、ステークホルダーとの対話を通じて共感を得ることができ、移動・輸送の提供だけでない“まちの共創パートナー”という関係者間の認識を得ることができた。



図1 「Town eMotion」コンセプトブック (A3サイズ6面折)

3 まちなか R&D 活動の展開

ステークホルダーとの対話と並行し、コンセプトブックで言及したまち・道路・モビリティに着目した仮説検証(PoC)を開始した。

人やモノの移動だけでなくモビリティ価値の仮説から、地域コミュニティの場としてのモビリティの利活用をピックアップし、世田谷区三宿エリアで“三宿あおぞら図書館”PoCを実施した(図2)。



図2 三宿あおぞら図書館 2021/10 東京都世田谷区

以前よりこの地域では御代田氏を中心となり、自治体の協力も得ながら、交通安全向上のためのデザイン活動や高齢者支援のためのベンチ設置などを行っており、当社がまちなかで新しい価値を検証するためのフィールドとして相応であった。

三宿あおぞら図書館は、当社新規事業開発部門が製作したGSM 試作車両を使用し、地域のイベントに協力する形で実現した。このイベントは、商店会、近隣大学、図書館などの地域ステークホルダーとともに企画・実行され、コロナの状況下で子どもたちが安全に読書を楽しめる屋外図書館として参加者の好評を得た。参加ステークホルダーへの事後アンケートからは、GSM の存在がイベントの目印として機能し、多様な活動に利用される可能性が示され、また、地域の場づくりとしての効果も確認できたと言える。

三宿エリアにおいては地域ステークホルダーとの信頼関係を継続的に構築し、2022年には既存のまち・道路空間を利活用した地域活性のしくみを想定し、先述の試作車両を用い、「三宿モバイルパークレット」PoC を実行した(図3)。



図3 三宿モバイルパークレット 2022/3 東京都世田谷区

このPoCでは、店舗・歩道・車道を一体的なぎわい空間として利活用する基本的な概念の実証ができたとともに、地域ニーズに合わせた車両の仕様や運用のあり方について多くの示唆を得ることができた。また三宿以外の地域の産官学民ステークホルダーにPoCを現場で体験いただき、多くの共感を得たことで、その後の共創パートナーとの関係構築につながった。

三宿エリアでのPoCと並行し、地域の課題・価値探索を進める中で、活発な社会活動の先進地域として神奈川県鎌倉市に着目し、筆者が従来参加していた東京大学 IOG (INSTITUTE OF GERONTOLOGY)^[5] の産学ネットワークに所属する秋山弘子名誉教授^[6] が主宰する鎌倉リビングラボ^[7] の協力を得て、鎌倉地域における活動を2021年から開始、鎌倉市民に対するモビリティ体験を実施した。2022年には「Town eMotion」ホー

ムページにて共創ステークホルダーへの情報発信を開始した(図4)。



図4 「Town eMotion」ホームページ

こうした経緯を経て2022年末までに首都圏地域を中心に活動を展開し、多面的な価値探索・検証・発信を行うことができた。2023年には、世田谷区、鎌倉市に加え、千代田区、台東区、茨城県つくば市、当社の本社所在地である静岡県磐田市、浜松市といった地域で活動トライアルを広げていった。

4 活動の体系化

こうした実際のまちなか、地域社会のなかで R&D を進めていく活動を当社として定義し、ステークホルダーとともに自律的に継続発展する仕組みとして確立させていくべく、活動の体系化を行った。

以下、順を追って解説する。

図5に示す“共創エコシステム”とは、地域コミュニティにおける“ビジョン”と“クリエイティブフィールド”を共有するDAO(自律分散型組織)であり、このエコシステムにおいて、ステークホルダーは、共感するありたい未来像、すなわちビジョンを形成・共有する。ここで言う“ビジョン”は、地域の関係人口が望む理想的な未来の姿を示すものである。



図5 共創エコシステム

“クリエイティブフィールド”は、各ステークホルダーが持ち寄ったアイデアや資源を掛け合わせることで、新たな価値を創造する場と機会である。ここでは、異なるバックグラウンドや強みを持つ人々が協力し合い、地域コミュニティを豊かにするイノベーションを生み出していく。

このように“共創エコシステム”は地域コミュニティの自律的な継続発展と、ステークホルダー間の協働を促進するための必須の枠組みと捉えられる。

この定義の中で「Town eMotion」の活動は、共創エコシステムの一員として、場と機会の研究開発であるクリエイティブフィールド活動と、モノ・仕組みの研究開発であるプロトタイプ活動を実践し、社会関係価値創出に寄与していると言える(図6)。

こうした体系化に基づきこれまでの活動の拡がりをもとめた(図7)。

このように、クリエイティブ本部の拠点の一つである東京汐留のメンバーを中心とした関東圏から着手し、当社本社の所在する遠州地域へ活動を広げ、関係人口を増やしながらかつ続けている。

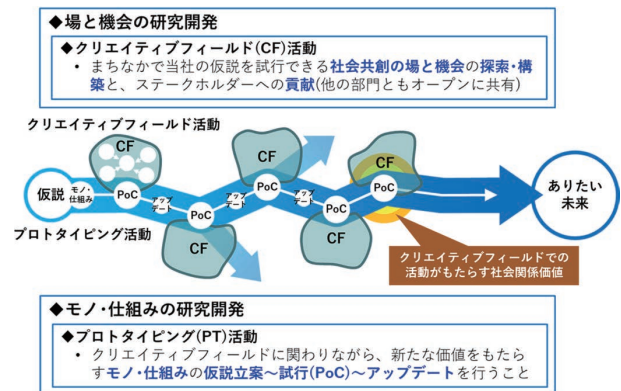


図6 「Town eMotion」活動

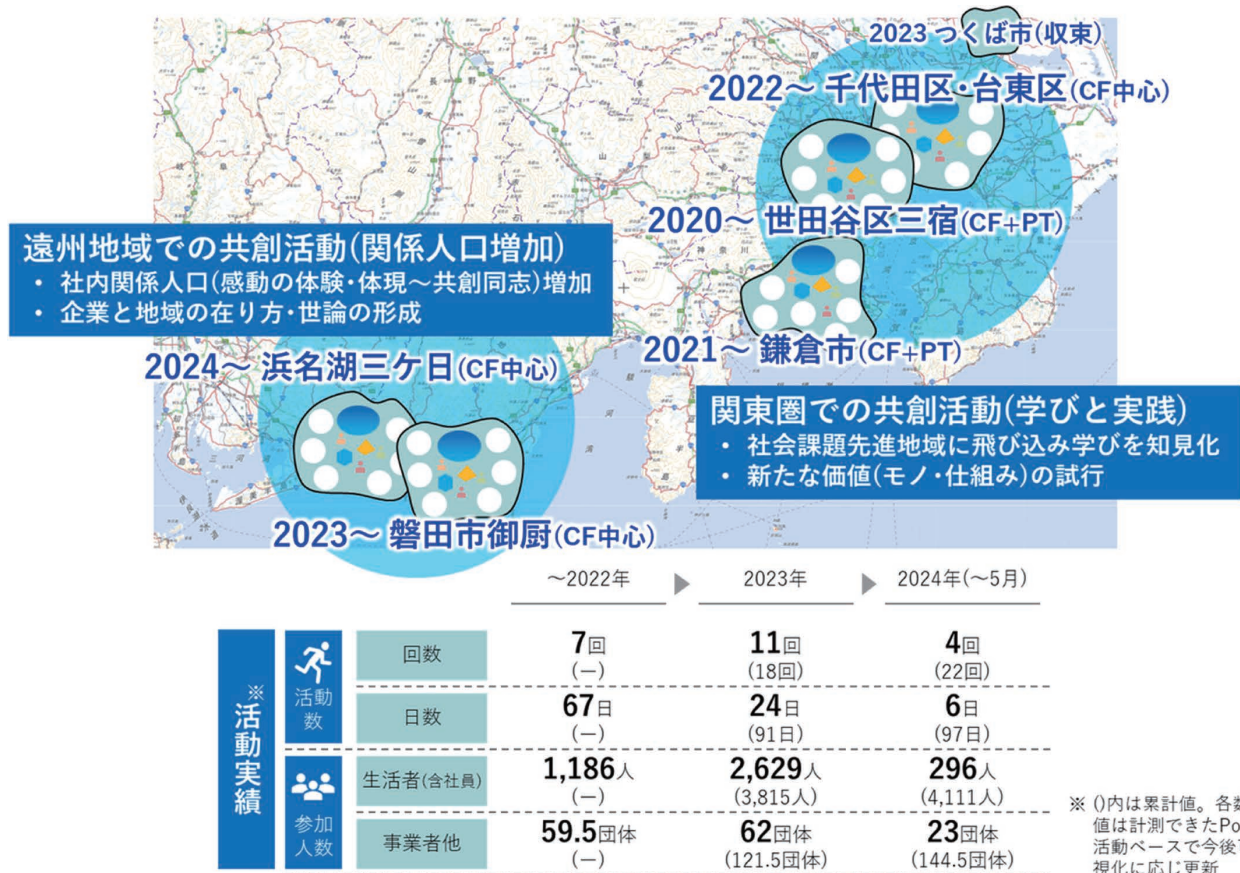


図7 共創エコシステム活動とクリエイティブフィールドの拡がり
 「地理院地図 GSI Map」(国土地理院) (<https://maps.gsi.go.jp/>) をもとにヤマハ発動機株式会社作成

5 活動例 “パレットモビリティ”

最後にクリエイティブフィールドにおけるプロトタイプ活動の一つを紹介する。

2023年から、地域の多様な場づくりとして機能する車両、および地域住民などの担い手による運用システムも想定し、試作車両を用いた“パレットモビリティ”の価値検証を進めている。

地域コミュニティ活動・店舗空間の拡張・自然環境など地域資源を生かした場づくり、といった複数のシーンに対応し、走行機能を有するベースユニットと、各ニーズに合わせ可変性を持つ上物ユニットという構成を想定し、まずは各シーンにおける場を体験可能な基本機能を検証する試作車両（以下、機能検証プロト）を開発した(図8)。



図8 パレットモビリティPoC 2023/9 静岡県磐田市

機能検証プロトはベース車両に当社 GSM を用い、インテリアのフラット化、ベンチ・カウンター等の什器、可変ルーフの設置を行った。機能検証に特化し、上下ユニット分離機構や外観意匠は検証の対象外としシンプルな仮装とした。

この機能検証プロトを用い、これまで世田谷区三宿(店舗空間を拡張するモバイルパークレット)、磐田市御厨(地域イベントの憩いの場づくり)、台東区上野公園(モビリティ発着ハブの場づくり)、鎌倉市七里ガ浜(海風を感じる対話の場づくり)、といった多様な場での PoC を進め、得られた知見を都度仕様に反映させるアジャイルな開発を進めている。

パレットモビリティPoC は今後、よりユーザビリティやオペレーションを考慮した、ユーザーエクスペリエンス(UX)を検証可能なモデル開発を進め、地域や都市開発での検証・活用提案を進めていく計画である。

6 おわりに

今回は「Town eMotion」の活動背景・経緯・展開、活動の体

系化に加え、パレットモビリティの開発を中心に活動紹介を行った。

「Town eMotion」では上記に加えて、“地域の資源循環×モビリティによる共創エコシステム”“歩行～低速領域における新たな移動スタイル”といったプロジェクトでの価値検証をオープンイノベーション型で進めており、またの機会に紹介したい。

またこの活動は当社における価値探索フェーズと位置付けており、財務面だけでなく非財務指標(主に社会関係資本)として適切に可視化していく計画である。

今後の活動についてはホームページでも順次公開していく予定である。

■参考文献

- [1] ヤマハ発動機株式会社. “Town eMotion未来のまちとモビリティ”. ヤマハ発動機株式会社HP. <https://www.yamaha-motor.co.jp/townemotion/>(参照2024-05-31)
- [2] 国土交通省. “WALKABLE PORTAL”. 国土交通省HP. <https://www.mlit.go.jp/toshi/walkable/>(参照2024-05-31)
- [3] ヤマハ発動機株式会社. “グリーンスローモビリティ(電動カート公道仕様)”. ヤマハ発動機株式会社HP. <https://www.yamaha-motor.co.jp/gsm/>(参照2024-05-31)
- [4] 御代田和弘氏. “4FRAMES”. 4FRAMES HP. <https://4frames.net/>(参照2024-05-31)
- [5] 東京大学. “東京大学 高齢社会総合研究機構”. 東京大学HP. <https://www.iog.u-tokyo.ac.jp/>(参照2024-05-31)
- [6] 東京大学. “東京大学 高齢社会総合研究機構 コアメンバー”. 東京大学HP. <https://www.iog.u-tokyo.ac.jp/member/akiyama-hiroko/>(参照2024-05-31)
- [7] 高齢社会共創センター. “鎌倉リビングラボ”. 高齢社会共創センターHP. <https://www.kamakurall.cc-aa.or.jp/>(参照2024-05-31)

■著者



神原 瑞穂
Mizuho Sakakibara
クリエイティブ本部
プランニングデザイン部