

## 需要サイドと供給サイドをつなげる CtoC のサービスに着眼し、空きスペースを利用した事業の立ち上げに成功した事例

東京都新宿区の株式会社スペースマーケット（従業員 12 名、資本金 63,826,900 円）では、一時的にレンタルスペースを使いたいという利用者（需要サイド）のニーズと、空きスペースを有効活用したいというオーナー（供給サイド）のニーズをマッチングするサービスを提供している。同社のウェブサイトでは、レンタルスペースの内装・設備や可能なアクティビティ等の利用者が求める情報が網羅されていることに加え、オーナーと利用者がメッセージをやり取りできる機能や決済機能も整備されており、ウェブサイト上ですべてが完結する利便性が強みである。

同社が提供しているような CtoC 型のサービスを通じた、利用者同士による所有物の共有化は「シェアリングエコノミー（共有型経済）」と呼ばれている。同社の重松大輔社長は海外の成功事例に着目し、国内でもいずれ本格的にシェアリングエコノミーの波が到来するとの確信を持っていた。前々職での大手電気通信事業者での PR 業務、前職での結婚式場等への営業訪問を通じて、世の中の様々なスペースが時間帯によって有効活用できていないことや、PR イベントや打ち合わせのスペース確保に担当者が苦慮する状況を目にしており、事業の立ち上げを決意した。

現在、スペースマーケットのウェブサイトでは、飲食店、一軒家、寺院等、通常の会議室用以外のスペースも多く取り扱っている。これらのスペースの利用者がソーシャルメディアに写真を添付して投稿することで、視覚的なインパクトが強い情報が拡散するため、サービスの拡大に大きく寄与している。また、情報がインターネット上に蓄積されてサービスの可視化が進むことにより、その情報を見た利用者のサービスへの要求水準が高まる。その結果、オーナーがサービスを向上させるインセンティブが生まれ、サービス改善の好循環を生み出している。

非日常的なスペースを提供していることについて、重松社長は「イベントを開催する際、場所や食事をいつもと違ったものにするだけで、参加者は本気になるし、メディアの反応も良くなり、盛り上がる。ユニークなレンタルスペースを提供することによって、今までにない新しい出会いを生み出していきたい。」と話している。

こうしたシェアリングエコノミーによる市場の創造は、IT が普及する中で生まれたものであり、今後もこうした新しい市場が、形成されていくことが予想される。

「CtoC」とは、「Consumer to Consumer」の略であり、一般消費者間の取引のことをいう。



鎌倉の古民家で行われたアプリケーション開発の合宿の様子