

第3節 リビングラボはどう受容されてきたか

粉川一郎（武蔵大学社会学部 教授）

1. 問題意識 ―リビングラボは人々にどう伝わってきたか―

ここまで本報告書ではリビングラボをキーワードに研究を続けてきた。リビングラボは、一般にはあまり耳にしない言葉であるものの、日本各地で様々な取り組みがすでに行われており、地域社会の活性化、市民同士のコミュニケーションの向上、そして産学との連携による新しい市民社会像の創造等、新しい力を秘めた取り組みであることが明らかになってきた。

しかしながら、素朴な疑問として、このリビングラボという言葉はいつごろから使われているのであろうか。そしてリビングラボという言葉の人々はどのように捉え、受容し、理解してきたのであろうか。

本節ではこの素朴な疑問に答えるべく、リビングラボという言葉の日本社会での受容のされ方について、Google トレンド、新聞記事、研究論文の発表状況から確認していく。

2. Google トレンドから見る、リビングラボの検索状況

新たに出てきた言葉やインターネット上で急に使われるようになった流行語（いわゆるインターネットミーム）などがどのように生まれ広がってきたかを知らうえで、Google トレンドを用いて当該の言葉の検索状況を確認することは最も簡便かつ有用な手法である。

今回、Google 社の提供する Google トレンドサービスを用いて、2008 年 1 月 1 日から 2022 年 12 月 31 日までの 15 年間に、リビングラボという言葉がどれくらい検索されているか、その推移を見てみた。結果は以下のグラフの通りである。なお、縦軸は最も検索回数が多かった月を 100 とした相対値となっている。

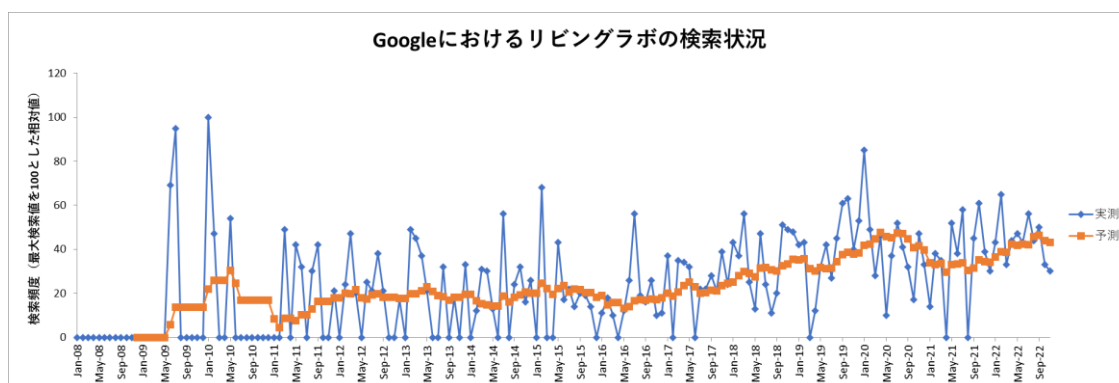


図1. Google トレンドを用いた、リビングラボ検索状況（Google トレンドデータを用いて筆者作成）

このように 2008 年以降、リビングラボという言葉はほとんど検索が行われていない状況だったが、2009 年 8 月、2010 年 2 月、2010 年 6 月に散発的に高い頻度で検索が行われている。そして、2011 年 4 月以降は継続的に検索が行われる状況へと変化している。このグラフから判断するに、ゼロ年代においては何らかのリビングラボを検索するきっかけやニュース等が存在したが、それは一時的なものにとどまったものの、2011 年 4 月以降には一定の継続性が生まれるような社会的認知が形成されたといえる。また、グラフの予測値（12 か月の移動平均）を見てもわかるように 2016 年以降はその検索状況は上昇トレンドにあることがわかる。2020 年から 2021 年にかけての落ち込みはコロナ禍の影響があったと考えるのが妥当であろう。

このように、リビングラボという言葉は 2011 年 4 月以降、つまりはここ 10 年で認知が広がってきた言葉であり、2016 年以降その注目度が高まっている言葉であるとみなすことができる。こうした結果は、巷間語られるリビングラボの日本での広がりに関する言説から大きくずれるものではない。

では、どのような文脈でリビングラボは日本で広がってきたのであろうか、具体的な内容を確認するために、新聞記事でのリビングラボという言葉の取り扱い方について見てみよう。

3. 新聞データベースを用いたリビングラボの露出状況

今回、新聞記事でのリビングラボという言葉の取り扱い方について確認するため、以下の 2 つの新聞データベースを利用した。

- ・日経テレコン 21
- ・朝日新聞クロスサーチ

いずれも、1987 年以降の記事を対象として検索語「リビングラボ」を用い、得られた結果を媒体ごとに整理した。

日経テレコン 21

日経テレコン 21 での検索では 44 件の記事がヒットした。内訳は日経朝刊 2 件、日経夕刊 2 件、日経産業 20 件、日経 MJ 3 件、日経地方経済面 18 件である。日経産業でのヒット数が高い点は注目に値する。

ではこれらの記事では具体的にどのような内容が記載されているのであろうか。実は 1987 年から 2006 年までの記事 14 件については、現在この報告書で言及しているようなリビングラボについて書かれた記事は一つもなく、企業名、ショップ名、ショールーム名にリビングラボという言葉が使われているものば

かりであった（表1）。

表1．1987年から2006年まで日経各紙のリビングラボ記事の状況（日経テレコン21を用いて筆者作成）

1987年	1件	企業名
1989年	1件	企業名
1990年	3件	ショップ名
1991年	4件	企業名
1992年	2件	企業名
1996年	1件	企業名
2006年	2件	体験型ショールーム

このように日経各紙ではゼロ年代まで現在われわれが想定するようなリビングラボについて言及されている記事はなかったと言ってよい。

この状況に変化が生じるのは2013年の記事からである。2013/09/24 日経産業新聞の記事では、「ユーザー参加の研究開発——イノベーションの新技术」というタイトルで欧州におけるリビングラボという民間企業がユーザーや顧客と協力する取り組みについて紹介している。以後、私たちのイメージするリビングラボに近い記事が増加していく。

表2．2013年から2022年まで日経各紙のリビングラボ記事の状況（日経テレコン21を用いて筆者作成）

2013年	1件	ユーザー参加の研究開発
2015年	3件	米国のスマートシティ関連 長野県のヘルスケア産業（松本ヘルスラボへの言及） 長野県のヘルスケア産業（松本ヘルスラボへの言及）
2016年	3件	長野県のリビングラボ 長野県小布施町の小布施リビングラボ フランスのリビングラボと起業家育成で連携
2017年	4件	産業技術総合研究所の研究施設 けいはんな学研都市での住民参加の研究開発 リビングラボの紹介記事（鎌倉リビングラボへの言及） 日本総研の日本版リビングラボ確立への動き

2018 年	4 件	障害者雇用とリビングラボ 福岡市でのヘルスケア関連の社会実験 NTT と東北大学の統計データ利用 上記とほぼ同内容の別媒体への掲載
2019 年	5 件	イトーキの取り組み（鎌倉リビングラボへの言及） 上記とほぼ同内容の別媒体への掲載 東大先端研（牧原教授がコメント） 静岡県立大学のデータヘルスリビングラボの取り組み スマートシティに関するパネル討論の紹介
2020 年	2 件	NTT データ経営研究所シニアコンサルタントの見解、スマートシティ関連 上記とほぼ同内容の別媒体への掲載
2021 年	1 件	大阪公立大の取り組み
2022 年	6 件	東北大学の青葉山リビングラボ 上記とほぼ同内容の別媒体への掲載 2 件 超高齢化の記事（鎌倉リビングラボへの言及） 政府の介護ロボ導入への取り組み紹介 B リーグのチームの協定、秋田リビングラボ

しかしながら、2013 年以降の記事すべてが地域住民を中心とした取り組みに企業や研究機関、大学が連携するという内容で書かれているという訳ではない。スマートシティの文脈から語られたり、ヘルスケアの文脈で語られたり、企業や大学の新しい取り組みとして紹介されることが多い。あくまでも、企業や大学が新しい研究開発を行うために、住民参加の機会を設けている、あるいはモニタ的に地域住民を活用するというような視点で書かれているものも多い。地域の活性化や、住民自身のコミュニケーション、問題解決能力の向上という視点から書かれている記事はどちらかと言えば少数派である。

もちろん、これは日経という媒体の特性もあると考えられる。先にも述べたように、今回の調査では日経産業に掲載された記事が最も多かったわけだが、日経産業という媒体であれば市民ではなく企業主体の記事構成になるのは当然である。とはいうものの日経各紙に掲載された記事の多くが、市民を中心とした共創という視点は抜けおちているという点については留意する必要がある。あたかもリビングラボが、企業や大学における研究開発を進めるうえでの付加価値として捉えられるような形で書かれているのであれば、これはリビングラボに対する理解にバイアスをかけることになってしまう。これは日本の地方自治体において 1990 年代以降、協働ブームが起こった際、初期において協働の価値が行

政サービスの付加価値という側面で語られがちだった状況に類似している。

朝日新聞

朝日新聞クロスサーチでの検索では 1993 年から 11 件の記事がヒットした。内容について見てみよう。

表 3. 1993 年から 2022 年まで朝日新聞のリビングラボ記事の状況（朝日新聞クロスサーチを用いて筆者作成）

1993 年	1 件	企業名
2014 年	1 件	日本化学未来館のリビングラボ東京
2018 年	2 件	鎌倉市のリビングラボ 横浜市の平沼リビングラボ
2019 年	3 件	鎌倉リビングラボに注目した記事 SDGs 全国フォーラムでの鎌倉リビングラボの紹介 SDGs 横浜金澤リビングラボ
2020 年	1 件	NPO の研究員の紹介の中でリビングラボ研究への言及
2021 年	2 件	スマートシティでのコモングラウンド・リビングラボ 上記コモングラウンド・リビングラボの続報
2022 年	1 件	とつかりリビングラボ

まず、90 年代に書かれた記事がリビングラボという名称を持つ企業に関するものであった点は日経と同様である。また、2010 年代に入ってからリビングラボに関する記事が増加していることも同様の傾向である。記事の増加が本格化するのには 2010 年代後半であり、主に神奈川エリアでのリビングラボについて紹介されている。おそらくはこの地域の担当記者に、リビングラボへの関心の高まりがあったのであろう。一方でスマートシティにおけるリビングラボへの言及もやはり見られる。

このように日経新聞に比べると、朝日新聞の場合は地域が主体となり市民が中心であるリビングラボへの言及が多い。これは経済専門紙と一般紙という媒体特性の違いに起因するものであろう。一方で朝日新聞のリビングラボに関する記事数そのものは日経に比べても少なく、またリビングラボが取り上げられる地域も神奈川に大きく偏っている。もし神奈川地域でリビングラボに関連する記事が書かれていなければ、朝日新聞においてリビングラボという言葉の露出は極端に少ない結果となっていたであろう。まだまだリビングラボは「知られていない言葉」という現状がこの結果から見て取れる。

以上 2 紙の分析からわかることは以下のとおりである。

- (1) 90 年代からゼロ年代までは我々が想定する意味合いでのリビングラボに関する記事は存在しない。
- (2) 2010 年代以降、リビングラボに関する記事は増加するが、本格的な増加は 2010 年代後半以降である。
- (3) 媒体によって差はあるものの、必ずしも住民や地域を中心にリビングラボを捉える記事ばかりではない。
- (4) リビングラボといってもスマートシティのような取り組みも注目されている。

上記 4 点のうち上の (1) と (2) については、Google トレンドによる検索から得られた傾向と同様であり、リビングラボという言葉が日本で普及する過程が改めて確認できた。問題は、(3) と (4) についてである。リビングラボは本来地域や住民が中心に置かれるものであるが、紹介される記事には企業や大学が研究開発において付加価値を得るために一部の住民の参加を募っているだけではないかと思われるものも見受けられ、リビングラボに関する理解に偏りを生じさせる可能性がある。また、スマートシティにおけるリビングラボという取り組みは今後の社会の在り方を考える上では重要なものであるが、一方で今の日本の地域社会の問題をリビングラボという取り組みで解決しようという視点で見たときには、同じ「リビングラボ」という言葉でそれぞれの取り組みが語られることが混乱をきたす原因となりうる。それぞれのリビングラボは本質は同じであっても取り組みのスケール感は大きく異なっているのである。

このように現状新聞媒体に掲載されているリビングラボの記事は混とんとしている。リビングラボという言葉はマスメディアにおいて、まだ非常に多義的に使われており、イメージが確立している段階にあるとはいい難く、また記事の絶対数も必ずしも多くはない。新聞のようなマスメディアがこの言葉の普及と理解の促進に寄与できている段階にはまだない、と言ってよいであろう。

4. 研究論文に見るリビングラボの語られ方

では、次により専門的な見地からリビングラボについて語られているであろう論文でのリビングラボに関する言及状況を見てみよう。

今回、国立情報学研究所が提供する CiNii Research の論文検索を用いて、リビングラボという単語を論文タイトル、あるいは抄録やキーワードに含むものを検索した。ここには LivingLab という表記のものも含まれている。その結果、82 件の論文（研究大会等での報告論文等も含む）が検索された。

では、これらの論文は、どのような媒体（雑誌）に掲載されているのであろうか。掲載されている論文誌のランキングは以下のとおりである。なお、特集号のようなものについても論文本誌と同じ扱いとしてカウントしている。

表 4. リビングラボを含む論文の掲載誌ランキング（CiNii Research を用いて筆者作成）

論文誌タイトル	頻度
ヒューマンインタフェース学会研究報告集	9
日本デザイン学会研究発表大会概要集	7
サービソロジー	5
人間生活工学	4
デザイン学研究	3
ヒューマンインタフェース学会論文誌	3
感性工学	2
環境システム研究論文発表会講演集	2
建築雑誌	2
作業療法ジャーナル	2
地域ケアリング	2
日本建築学会大会学術講演梗概集	2

注 1：頻度 2 以上のみを抽出

注 2：日本建築学会については、上記の梗概集 2 件以外に 3 件研究会等の報告があったことを付記する。

このようにトップはヒューマンインターフェース学会の報告概要集、2 位は日本デザイン学会の報告概要集、3 位はサービス学会の論文誌である。4 位以下を見ても、人間生活工学、デザイン学、ヒューマンインターフェース学と、理系や情報系、デザイン系といった研究分野のものに偏っている。また、建築関係も頻度が高いといえよう。一方で行政学や地方自治論、地域研究や市民社会研究といった分野は見当たらず、作業療法や地域ケアリングといった福祉系ととらえられるものが若干数見られるだけである。

実はこうした傾向は、新聞、特に日経各紙の記事の在り方と符合するものがある。リビングラボは、地域や市民が主体とされるものと一般には語られるものの、必ずしも報道や研究の現場では、地域や市民が主体という視点からはリビングラボは論じられていない。

特に、行政学や地方自治論、地域研究や市民社会研究といった、地域や市民そのものを研究対象とする分野において、リビングラボへの言及が少ないのは大

きな問題と言える。リビングラボという仕組みの特性、機能、意味を明らかにし、実際に地域社会や市民社会の発展にどのように寄与するか、という視点からリビングラボが論じられなければ、多くの市民や地域、自治体からすれば、リビングラボが価値あるものと認識することができない。リビングラボという概念を市民や地域側の視点から再構築するような研究も今後活発化すべきではなかろうか。

5. 市民のための、地域のためのリビングラボに向けて

これまで述べてきたように、日本においてリビングラボはまだまだ明確なイメージと共通理解が形成されている概念とは言えない状況がある。マスメディアにおけるリビングラボの捉え方はまだ多義的であり、リビングラボを研究する学問分野にも大きく偏りがある。

一方、そもそも日本におけるリビングラボという言葉の普及はまだ始まったばかりである。ゼロ年代においては特定の企業や商品を表す形でしかリビングラボという言葉はメディアに登場せず、人々はリビングラボという言葉に関心を持たない（検索をしない）状況があった。しかしながら、2010年代に入り多くの関心がもたれ、2010年代後半以降は持続的に関心がもたれその注目度は高まっている。

つまりはリビングラボという言葉はやっとここ 5,6 年で受容され始めた言葉に過ぎないということができる。であれば、多義的に理解されることはやむを得ない話であり、研究対象とする研究者の偏りが生じるのも当然であろう。

そうした意味で考えると、本報告書の役割は非常に大きいといえる。まだまだ行政学や地域研究、市民社会研究の文脈ではリビングラボが論じられる機会は少ない。しかしながら、リビングラボを単なる企業や大学の研究の付加価値と捉えるのではなく、地域や市民が中心となり、地域の課題、市民の課題を企業や大学とともに共創によって解決していく新たな地域の手法として捉えていくためには、行政学、地方自治論、地域研究や市民社会研究という視点から、リビングラボを見つめなおし、構造を明らかにし、その手法を洗練させ効果の可視化を行っていく必要がある。

本報告書は上記の課題を解決する上での端緒となる論考といえよう。本報告書が、多くの研究者や自治体関係者、そしてなによりも地域の市民が、リビングラボを正しく受容するきっかけとなることを祈りたい。

参考資料：

朝日新聞社「朝日新聞クロスサーチ」（2023年1月15日確認）

Google 社「Google トレンド」（2023年1月18日確認）

国立情報学研究所「CiNii Research」(2023 年 1 月 15 日確認)

日本経済新聞社「日経テレコン 21」(2023 年 1 月 15 日確認)