

日本における国際的なサードプレイスの事例

九 門 大 士

法務省出入国在留管理庁によると、2022年末の在留外国人数は307万5,213人（前年末比11.4%増加）で、過去最高を更新した。今後も日本における在留外国人数が増えることが考えられ、定着に向けて様々な施策が検討されている。中でも、多文化共生に向けて外国人が交流できる居場所となるコミュニティの存在が重要である。

都市社会学者のレイ・オルデンバーグは、『サードプレイス』（みすず書房）の中で、インフォーマルな公共生活の中核的環境をサードプレイス（第三の場所）と呼んでいる。第一の場所は家庭で、第二の場所は職場である。

本稿では、日本におけるサードプレイスの事例として、英語をベースとした多様な人材が集まるコミュニティについてスタートアップ・コークリエイション（SCC）に実施したインタビュー（2023年10月29日・11月15日）を基に紹介する。

スラックをベースとした国際的なコミュニティ

スタートアップ・コークリエイション（以下、SCC）は、2022年に設立されたスラック（Slack）をベースとしたコミュニティで、現在、2人のアメリカ人、ニュージーランドからの帰国子女の日本人、日系アメリカ人の4人からなる組織委員会によって運営されている。コミュニティの会員は通常20代から40代で、テック系スタートアップの創業者、従業員、投資家として働いている。このコミュニティは国籍も年齢も非常に多様で、パキスタン、シンガポール、マダガスカル、オーストラリア、セルビア、アメリカ、フランスなど様々な国の参加者がおり、中には日本人もいる。年齢層は若手もいるが、スタートアップ企業の中堅層もおり、50歳前後かそれ以下の人が多い。ある程度起業やスタート

アップで成功した人と若手で起業の機会を探している人たちという構成である。

SCCが設立された当初は、対面イベントの形で参加者を集めることを目的としており、参加者は30～50名程度であった。その後、コミュニティは徐々にスラックをベースとした「オンライン・サードプレイス」に移行していった。現在は400人程度のメンバーがいる。ただし、スラックは90日経過すると投稿が非表示になるなど、無料のコミュニティへの制約がある。加えて、会員間のより有機的なつながりや交流を深めるには、今後は「物理的なサードプレイス」を作ることが重要だと彼らは考えている。その場所を中心にウェブサイトや情報のライブラリーを作って、コミュニティの会員がつながれるような場所があるのが望ましいとする。

SCC公式のSNSによると、「スタートアップ・コークリエイションは、日本の起業家・起業家志望者のためのコミュニティです。私たちは、イノベーター同士の実際の社会的つながりをもたらしキュレーションイベントを開催しています。詳細は下記のスラックリンクにご参加ください」と記載されている。「キュレーション」とは、インターネット上の情報を、特定の視点を持って収集、選別、編集することで新しい価値を持たせ、それを共有することである。スラックでは、スタートアップ、クロスボーダー、テック、投資家などのキーワードで様々な情報が英語で紹介され、会員のコメントが紹介されている。

日本にスタートアップのエコシステムを作る

SCCの目的は、国際的なスタートアップの人材のプロフェッショナルな育成や、日本のスタートアップ・エコシステムの活性化に貢献することである。日本に必要なエコシステムは、政府や企業主導のものだけではなく、よりオー

ブンで、英語で交流でき、世界のスタートアップのベストプラクティスなどの情報が即時に入手でき、議論できるような場である。シリコンバレーにはこうしたコミュニティが多く、日本はこうした草の根的な活動が少ないという印象があるとのことだ。

日本にはまだ国際的に知られるスタートアップは少ない。その背景に、日本にはスタートアップやテックに関する海外との情報ギャップがあると考え、企業のベストプラクティスなど海外の情報を提供している。

こうしたコミュニティ設立の背景には、単に起業や仕事に有益であるだけでなく、日本にいる外国人には参加できるコミュニティが少ないという事情もあった。人は何らかのコミュニティが必要で、加えて様々なスタートアップ関連の情報が入手したり意見を共有でき、所属している意識が持てるようなサードプレイスが必要だと考えたという。仕事や転職などに関する実用的な情報が得られるというのは二次的な副産物なのである。

SCCの運営者は、日本の自治体などの海外からのスタートアップ誘致の取り組みは高度外国人材の誘致や定着に必ずしも成功しているとは言えないとも話す。現在行政を中心に開催されているスタートアップ関連のイベントやセミナーでは、講演会などが中心で議論の着地点も決まっていることが多いが、そうではないやり取りがSCCの Slack 上で行われている。こうした Slack には国内外からの参加者がいるため、コミュニティがポータルとなって海外の優秀な外国人材を日本のスタートアップ企業などに紹介も可能になる。

今後、日本に来て働く外国人が増えるとともに、こうしたコミュニティの必要性は増す。実際他にも「Creative Tokyo」(デザイナーや起業家などが世界中から集まり、英語を中心に運営されている。会員数は約3300人)などの国際的なコミュニティが生まれている。

外国人材のリテンションにもつながる

こうして日本の国内外にいる起業家や起業志望者がコミュニティを通じてつながり始めているが、一旦日本に来て働いたりビジネスを始め

ても途中で仕事が軌道に乗らず帰国するケースもある。外国人材のアトラクション&リテンション(誘致と引き留め)という点から考えると、リテンションも今後重要性を増してくる。リテンションについては、日本に永住しなくとも、数年滞在してまた日本に戻ってくるようなより長期的な人材の循環も含めて考える必要がある。そのためにも、海外にいても日本の仲間とつながれるようなコミュニティが必要である。日本在住の外国人にとって、サードプレイスとしてのコミュニティのメリットは2点ある。

第1に、外国人材のコミュニティが存在しなかったり、日本人や日本在住の他の外国人のコミュニティとの分断が起こると、帰国する可能性が高くなる。日本社会の文化や企業文化についても一定の理解をしてもらう必要がある。例えば、外国人材でキャリア志向が強い人であればあるほど、日本の多くの企業の人事システムやキャリアパスは海外と異なっており、日本でのキャリア経験が自分のキャリアにあまりプラスにならないという認識を持っている人もいるので、それを変えていく必要がある。

第2に、地方を含めてサードプレイスがより増えていくと、外国人材も定住しやすくなり、企業のリテンションにも役立つ。例えば、地方に広げるには、都市部に住む外国人がボランティアとして、地方都市に週末行って、コミュニティ立ち上げのサポートをしたりつながっていくことなども考えられる。

今後日本に来て一定期間定住する外国人が増えることを想定すると、本稿で述べたようなサードプレイスがあり、そこを通じて英語やその他の外国語でも情報が共有されるようなネットワークがあることは重要である。日本社会や日本人とのつながりを考えると、日本語の問題や日本人のコミュニティへの関わり方など課題はあるが、サードプレイスの可能性は広がっていく。

※本研究はJSPS科研費JP23K01737の助成を受けたものです。

(くもん たかし・アジア研究所教授)