

年 1 回、オーストラリア中でガレージセールを！

～地域コミュニティのつながりとごみの減量化のために～

シドニー事務所

1 「10 月 25 日にオーストラリア中でガレージセールやります！」

現地の新聞を読んでいたらこんな記事を見つけた。
「120 以上の自治体が今年のカレージセール・トレイルに参加します。日にちは 10 月 25 日。昨年は、35,000 人以上の人が 150 万点のアイテムを売りに出しました。登録はウェブサイトから。」

オーストラリアは大きいように思われるが、自治体の数で言えば日本より遥かに少ない 561 しかない。

120 以上の自治体の参加というと、オーストラリア中の自治体の約 2 割になる計算だ。ガレージセールという言葉自体は、日本でも聞いたことがあるし、シドニーで生活していても休日には、まあまあ見られる光景。ただ、「ガレージセール」と「自治体」、そして「150 万点のアイテム」というのが、どうも私の頭の中で上手くリンクしなかった。



図 1 2014. 8. 19 付け Sydney Morning Herald

2 仕組みはいたってシンプル

ガレージセール・トレイルを少しずつ調べていくと、「なかなかおもしろいな。」と思うとともに、「別に、そんなに難しいものではないな。」という思いになってきた。そう、仕組みはいたってシンプルなものだ。



図 2 ガレージセール・トレイルのロゴ¹

- ・年に 1 回、決まった日にオーストラリア中でガレージセールを行う。
- ・そのガレージセール専用のウェブサイトが用意されている。
- ・自分の物を売りたい人は、事前にウェブサイトを通じて登録する。
- ・登録した人は、当日「何を」「どこで」「いくらで」売るつもりかを PR する。
- ・登録料は無料。特に「売り上げの何%を主催者に払う」というルールも無い。
- ・どこで売るか、何を売るかは、売り手の自由。(ガレージ以外でも、もちろん可)
- ・登録した人の住所は、ウェブサイトの地図上に表示される。
- ・当日、ガレージセールで買い物をしたい人は、「誰が」「どこで」「何を」「いくらで」売るつもりなのかが事前に分かる。

まあ、簡単に説明するとこんなところだろうか。専用のウェブサイトを見れば、確かにシンプルで、使いやすくわかりやすい。ここからは、少しホームページの内容を紹介しながら、詳しく説明してみたい。

¹ [写真] Garage Sale Trail website

3 ガレージセールで自分のものを売りたいならば…

ガレージセール・トレイルに参加したいのであれば、新聞に書いてあるとおり、まずは専用のウェブサイトを見なければならない。

ウェブサイト上の「登録ボタン」をクリックし、必要事項さえ記入すれば簡単に登録が完了する。登録の際にこうアドバイスが書いてある。「写真を載せたり、セールについての詳細を書いたりすれば、自分のセールのページを見てくれる人が85%増えますよ。」なるほど、そりゃ人目を惹く写真でも入れてみようかなと思う。

自分のページができてしまえば、その後はできるだけ「当日、自分が何をいくらで売る予定なのか」ということをページに追加していくことが大切だ。当日、気合を入れて販売するというよりは、事前にウェブサイトで情報を発信することが重要である。勝負はここから始まっているのだ。

また、当初、登録は個人に限られていたが、今では学校やコミュニティグループ、団体、会社など、様々な形で登録・参加することが可能だ。最近では、学校が参加することも多く、子どもたちにとって、「物を売るということ」や「リサイクルの大切さ」を伝えるための格好の機会となっているようだ。平均して、個人での参加で273豪ドル、コミュニティグループで723豪ドル、学校で1,997豪ドルの売り上げがある（1豪ドル＝約100円）。決して小さな数字ではないと感じるのは私だけではないだろう。



図3 登録後は自分のページが作成される。



図4 「何」を「いくら」で売るつもりなのか、情報をどんどん付け加えていこう。

4 ガレージセールに行ってみようなら…

ガレージセールに行こうと思い立ったときにも、まずは専用のホームページを見なければ始まらない(まあ、見なくても当日に偶然ガレージセールに遭遇するかもしれないが)。ホームページでは、自分の家の近くの「どこ」で「何」が売られているのかを検索することもできるし、「自分の欲しいもの」がどこで売られているのかを検索することも可能だ。

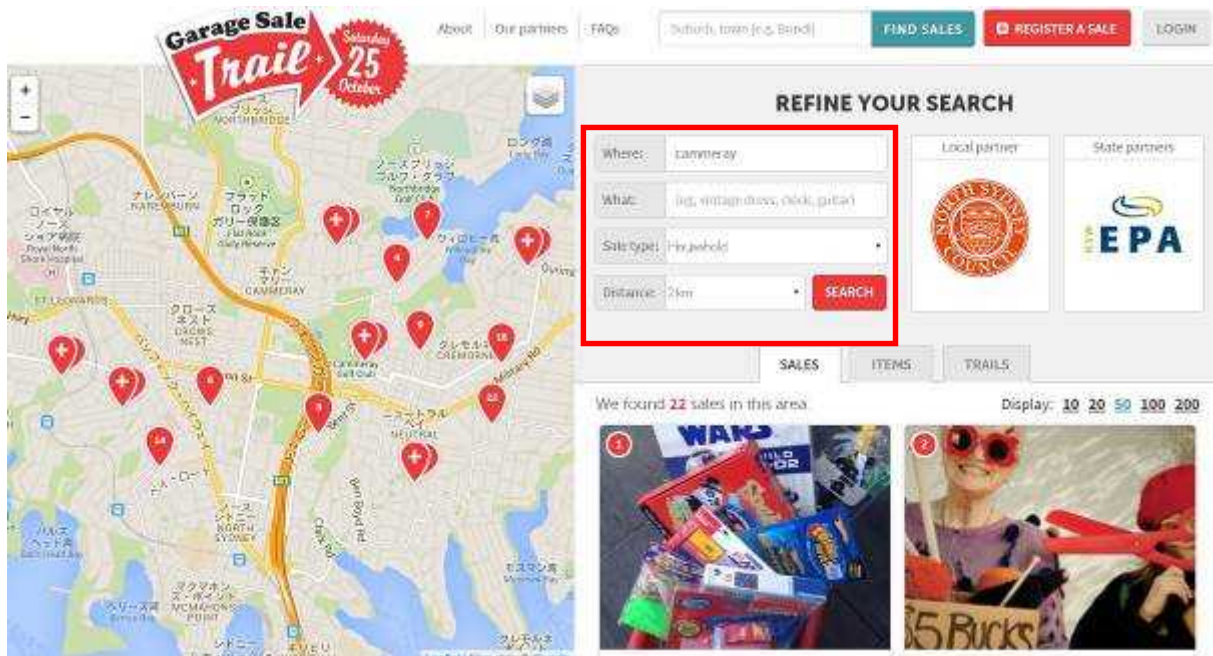


図5 赤枠のところに、「自分の住所」「何を探しているか」「売手のタイプ」「自宅からの距離」を入れて検索していこう。

検索した後は、図3や図4にあるページで自分のお気に入りを探していく。気になった商品は、図4にある「Add to treasure trail」をクリックすれば、自分の「買い物リスト」に追加することができ、「当日、自分がどこで何を買う予定なのか」をきちんと管理できる。そして、地図付きなので「どの順番でまわっていけば良いのか」もわかりやすい(図6)。

ここで勘違いしてはいけないのが、あくまでも自分の買い物リストに入れておけるというだけで、オンラインショッピングではないということ。「ガレージセール巡り」なので、当日

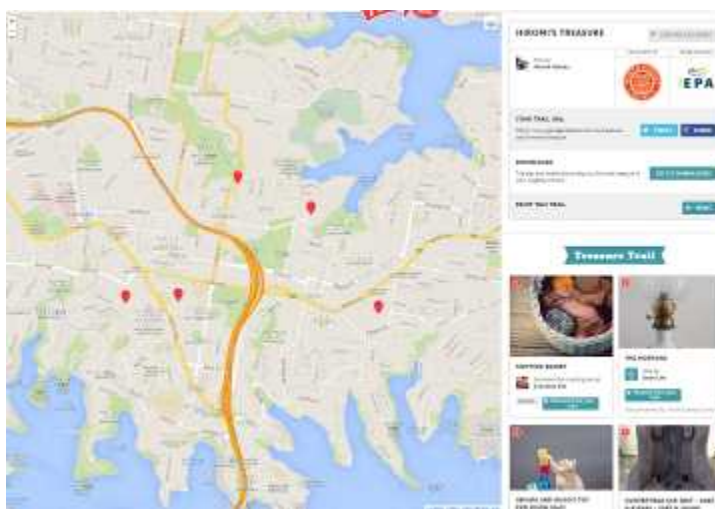


図6 「何」を「どこ」で買う予定だったのか一目瞭然だ。

は実際に足を運んで買いに行かなければならない。そう、「対面販売」が基本なのだ。また、「買い物リストに入れた=予約した」ではないということ。他の人に先を越されないよう、お目当ての商品はなるべく早い時間帯に買いに行くのが良いだろう。

買い手が「宝物箱」に追加したという情報は、買い手のページに登録されるだけでなく、売り手のページにも情報が送られる。売り手側

からすれば、自分で登録された商品が興味を持ってもらえているのか、また、当日どのくらい稼げそうなのかということが事前に分かってしまうのだ。当日の楽しみが半減してしまいそうな気もするが、来るか来ないか分からない客を待つよりは良いだろう。また、売れ残った商品はインターネットショッピングサイトの「eBay」に登録して販売することが出来るように、主催者は eBay と協力関係を結んでいる。

5 今年で4年目～はじまりは二人の青年から～



図7 共同設立者のアンドリュ-氏
(左)とダリル氏(右)

このイベントは、今年で4回目と非常に若い。2010年に共同設立者であるアンドリュ-氏とダリル氏(図7²)が、リサイクルを通じた持続可能な社会や地域コミュニティのつながりの強化を目指して、地元のカウンシル(オーストラリアの市役所のこと)のサポートを得て、ガレージセールを行ったのが始まりだ。

当初、126件の登録者(売り手)で始まったイベントは、1,613件(2011年)、3,023件(2012年)、7,017件

(2013年)と瞬く間に拡大していき、今年は10,000人に到達するのではないかとのことだ。2013年には、322,782人の買い手と、35,065人の売り手が参加し、1,574,803点、4,543,732豪ドル相当(約4億5千万円)の商品が売りに出される程の規模に成長した。

このプログラムは、ごみの減量化のためだけに始められたものではない。地域コミュニティ内のつながりを強化していくことがもう一つの目的だ。普段、なかなか話さないような近所の人とも、売り手として参加することやガレージセールに買い物に行くことで新たな出会いが起るかもしれない、普段は行かないようなところへガレージセールをきっかけに足を延ばすかもしれない、コミュニティグループとして参加することでより強い絆が生まれるかもしれない、そんなことが期待されているのだ。

調べによれば、当日、売り手の方は平均114名と話をし、そのうち13人は地域の人であった。そして、オーストラリア中で231,945の地域でのつながりが生まれたとされている。また、77%の人がセールで売り上げたお金は地元で使ったと回答しており、様々な面から地域に貢献していることが見て取れる。

広いオーストラリアのたったひとつの地域で始まったプログラムは、今では環境やコミュニティに関する世界的な賞を受賞し、イギリスで



図8 ガレージセールを通じて地域のつながりが沢山生まれている。

【写真】Garage Sale Trail website

² 【写真】Garage Sale Trail website

同様のプログラムが始まろうとしている。

6 行政の関わりは

実は、ごみの減量化やリサイクルというのはオーストラリアのカウンシルにとって大きな問題でもある。日本ほどごみの分別やごみ処理施設の技術が進んでいないオーストラリアでは、缶・ビン・ペットボトル、紙くらのリサイクルはするが、基本は何でも埋め立て処理。いつしか満杯になるであろう埋め立て施設は自治体にとって頭が痛い問題だ。そこに、ごみの減量化に加え、地域コミュニティにも貢献するプログラムが誕生。これをカウンシルが放っておく訳がない。当初、1つのカウンシルで始まったサポートも、14(2011年)→28(2012年)→112(2013年)と瞬く間に広がり、今年(2014年)は132のカウンシルがサポートしているほか、オーストラリア全7州政府と連邦政府もこのプログラムをサポートしている。



図9 カウンシルに配られる資料。数々の効果が多くの数字データで示されていることで、カウンシルもその数字を使って、対外的に説明し易い。

どのようなサポートかといえば、基本的には人口割に応じて設定されたスポンサー料を支払うことになる(500~25,000豪ドルまで幅広い)。州の場合は、直接スポンサー料を払うところもあれば、州内のカウンシルが支払うスポンサー料を半額補助するところもあるようだ。スポンサーになれば、図5で示したように、ガレージセールを検索した際に「この地域はカウンシルや州のサポートを受けている地域ですよ」ということが分かるようになっている。その他には、カウンシルのウェブサイト等でプログラムをPRしたり、市長や議員が個人のFacebookでPRしたりするというのが、カウンシルの応援方法だ。

スポンサーになったカウンシルは、ガレージセール・トレイルのウェブサイト上に自分のアカウントを持つことになる。そこでは、自分のカウンシルの区域内でどれだけの人が登録しているか、どれだけのもの物を売ろうとしているかということを随時確認することができる。当日のイベントが終了すれば、何名が売り手・買い手として参加したか、どれだけの新たな地域コミュニティの関係が生まれたか、どれだけのものがゴミに出されずにリサイクルされたのか、どれだけの金額を人々が稼ぐことが出来たのかということがアップデートされていく。カウンシルとしては、補助金を支払った効果として、「これだけの効果が数字ではっきり現れていますよ」と説明しやすいというわけだ。

調査によれば参加者の96%が「カウンシルはこのプログラムをサポートすべきだ」と回答しており、今後カウンシルのサポートは益々増えそうだ。



図 10 子どもや観光名所にも値段をつけてしまう。本当に売りに出すわけではないだろうが、オージーらしい発想のPRだ。[写真] Garage Sale Trail Website & Facebook

7 終わりに

最初に書いたように、新聞を見ていて「なんだろうな」と思い、調べ始めたプログラム。インターネットでの調査には限界があり、共同設立者のうちのひとりであるダリル氏を訪ねてみた。「日本でもできそうなプログラムだな」「日本の自治体の参考になれば」と思い、この記事を書くことは前提にして話は聞いていた。ただ、ダリル氏へのインタビューの最後になると、彼から「是非、日本にもこのプログラムを紹介してくれ!」「日本でできる可能性はあると思うか?」などと猛プッシュを受ける羽目となってしまった。もし、このプログラムに興味を持った方がいれば、是非、彼を紹介したいと思っている。

インターネット上で「ポチッ」と押せば、自ら足を運ばなくても何でも買えるようになったし、オークションサイトなどに登録すれば、自分の不要な物を日本中や世界中の人を相手に売ることだってできる時代である。見方によっては、「わざわざ当日買いに行かなければならないし、予約すらできない」というのは非常にわずらわしく、面倒くさいものにも思えるだろう。

しかし、インターネットという「時代の潮流」とガレージセールという「古き良きアナログ」をうまく融合したプログラムを通して、「何でも便利になれば良いというものではないな」と感じたのは私だけではないのではないだろうか。

[参考]

Garage Trail Sale website <https://www.garagesaletrail.com.au/>

YouTube <http://www.youtube.com/watch?v=7NhYw2NWERg>

(迫田所長補佐 北海道鹿追町派遣)