

## 【DRニュース・037】：シェアリングエコノミー市場・上海事情とシェアリングのうねり

2017年12月28日発信

今年最後は、経済が変わるシェアリングエコノミーとそれにまつわる変革・文化について考えて見よう。

ここ2年～3年で、シェアリングエコノミーに対する期待や切望が、劇的に変化し、成長して来ました。

米国をはじめ、今回、上海に出張したときの上海事情などを含めて中国の爆発的な成長を追ってみます。

### 1. シェアリングエコノミーとは

#### (1) 誰かが所有するモノやサービスを共有する . . . . . 「所有から共有へ」

「シェアリングエコノミー」とは、英語で分け合うを意味する“share”と、経済を意味する“economy”から来ています . . . . . シェアは「共有する」「分け合う」という意味です。

簡単に言うと、各々が自分でモノを持つのではなく、個人や企業が持っているモノを貸し借りしたり、交換したりすることで利用して行く、新しい経済活動の動きのことです。

. . . . . 特に従来とは違って個人対個人の取引が大きくなっていることが特長です。

#### (2) インターネットとスマホの普及 . . . . . 「新しい経済の仕組みが誕生」

シェアリングエコノミーが増えてきた背景として、インターネット、特にスマートフォンの普及が挙げられます。

今まで管理が難しかった位置情報（GPS）の把握が簡単にできるようになったことで、モノやサービスと、それを必要としている人を簡単に結びつけることが出来るようになりました。

また、やり取りが煩雑な対価のやりとりもインターネットの決済が普及することによって、簡単になりました。

さらにソーシャルメディア（SNS）を通じて、サービスの評価や紹介が行われ、多くの人の目に触れる仕組みとなりました。

**インターネットがプラットフォームとなり、交換や共有によって成り立つシェアリングエコノミーという新しい経済の仕組みが生まれて来たのです。**

### (3) シェアリングエコノミーが流行する先駆け . . . 「米国から流行」

シェアリングエコノミーが流行する先駆けとなったのは、これらの企業の多くは . . . IT ベンチャーが集積する米国のカリフォルニア州サンフランシスコで誕生しています。

米国ではシェアリングエコノミーはもはや特別なものではなく、抵抗なしに利用されるようになってきました。出張で空港へ向かうならタクシーではなく、一般の人が運転する車に乗って行き、出張先の宿泊はホテルではなく民宿を選択する人も増えています。

. . . その理由は、既存のタクシーやホテルよりも高品質で、かつ安価であるためです。

#### ① Airbnb (エアビーアンドビー)

空き部屋などを貸したい人と、そうした部屋を借りたい人をマッチングするサービスが 2008 年に開始された . . . HP から「世界中の仲間のお家と体験を予約、暮らすように旅しよう」

借り手のいない部屋を持っている大家や、長期出張などで家を空ける人など貸し手側と、旅行や出張での宿泊先として部屋を借りたい借り手と、法人個人を問わずにマッチングしたのです。

Airbnb は、過去のユーザーの評価が見られる「レビュー制度」、Facebook などの外部の認証を利用できる「SNS コネクト」などが利用できることも評価され、爆発的にヒットしました。

そして世界中の国で宿が提供されるようになり、2017 年現在では 191 カ国 6, 500 以上の都市で人と人をつなぎ、100 万以上の民泊を提供～ホテルを何倍も上回る規模で宿が貸し出される。

#### ② Uber (ウーバー)

同じく米国から始まった Uber も、シェアリングエコノミーが広がるきっかけとなった代表的なサービスです . . . HP から「次のステージへ1日のスケジュールは、あなた次第」個人のドライバーや地域のタクシー会社などと提携して、自動車を配車、運送します。

簡単に言えばタクシーの配車サービスなのですが、タクシーだけでなく個人が運転する自動車に乗せてもらうこともできる「シェアライドサービス」であることがUberの特長です。

Uber を初めとしたシェアライドサービスは、利用者がスマートフォンを利用することで、配車が非常に手軽にできること、またあらかじめ登録しておいたクレジットカードを使ってキャッシュレスで利用できることも大きな特徴でしょう。

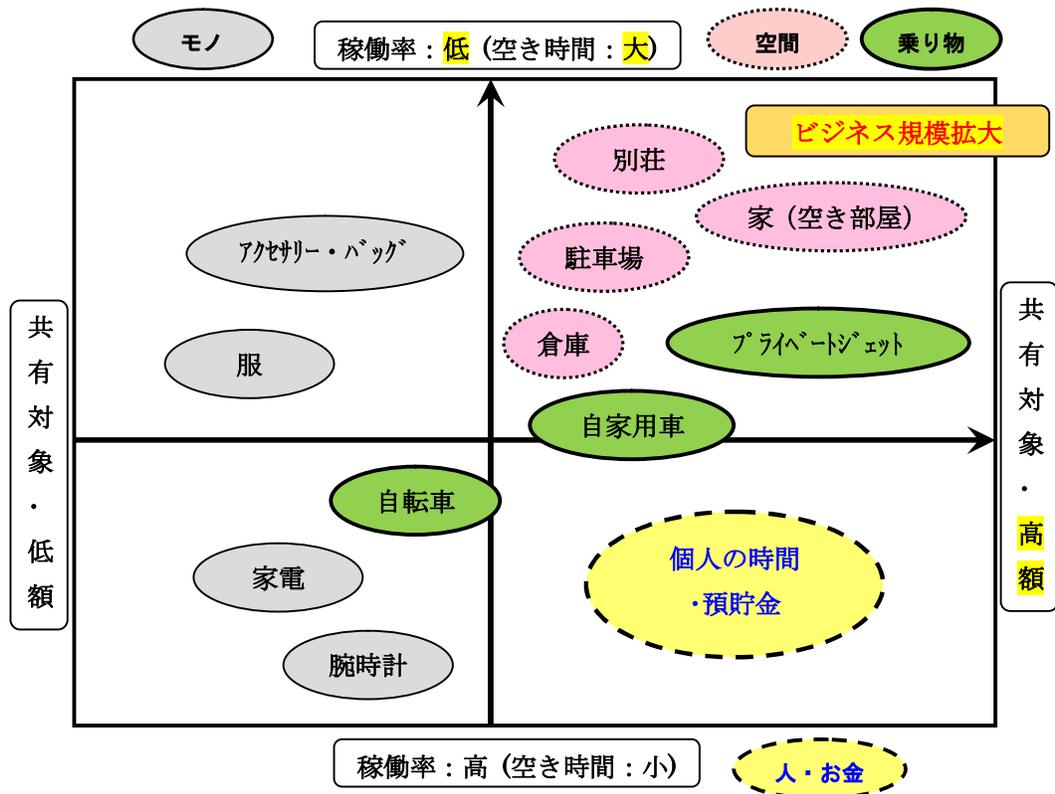
2016 年初にサンフランシスコ最大のタクシー会社イエローキャブを破産させるまでに成長。

#### (4) 米国：先駆者の成功でビジネスの規模拡大と補償の適用

##### ① ビジネスの規模拡大

シェアリングするものとして、自家用車、家の空き部屋、別荘、プライベートジェット、自転車、服、アクセサリ・・・ 今後、人の空き時間、預貯金さえも対象となって来る。

先駆者の成功により何でも共有しようと対象物が広がっているが、規模感のあるビジネスに発展するものは、**共有対象が高額**で、**稼働率の低い** カテゴリーになると考えられます。



##### ② 相互評価で品質維持と補償の適用

米国でも運転サービスや民泊の利用に抵抗感を持つ人は多いが、提供者と利用者を互いに評価し合う仕組みが導入されており、例えば Uber の場合、評価点数がある基準値を下回ると利用できなくなります。

よって、サービスの質は一般的なタクシーよりも総じて高く、シェアリングエコノミーでは相互評価が品質維持の源泉となっている。

また、Uber では乗車ごとに課金し対人・対物の補償保険、Airbnb の場合は仲介料に含めて徴収し、不測の事態発生時に適用可能なホスト補償保険やホスト保証の仕組みが整って来ている。

## 2. シェアリングエコノミー市場・中国と上海の事情

先月、NPO 緑色生命成立 15 周年記念活動への参加と合わせて、上海と蘇州へ出張してきました。

(中国の内蒙古の植樹活動) . . . <https://www.drtech.jp/archives/1917/>)

そこで、爆発的に成長している中国・上海のシェアリングエコノミー市場の事情を体感してきました。

. . . 「**自転車のシェアリング事業**」と「**自動車（タクシー）のライドシェアリング事業**」  
について、現地・上海と蘇州で感じたこととシェアリング事業の実情を追ってみます。

### 2.1 自転車のシェアリング事業 . . . (シェアサイクル)

#### (1) 中国のシェアサイクル . . . . (急成長の経緯)

北京や上海では、爆発的に普及している。代表は「Mobike」（モバイク）と「ofo」（オフオ）。

- ・ ofo は、ネット通販大手・アリババ傘下の企業である。
- ・ Mobike は、中国最大の SNS「微信（ウィーチャット）」のテンセント傘下の企業である。

Mobike は、30 分以内なら 1 元（約 17 円、2017 年 11 月現在）で自転車に乗れるサービスで、好きな場所に返却（乗り捨て）できる . . . 最近 ofo は、自転車を広告スペースとして使い始めた。

**驚くのは、Mobike や ofo が普及したその圧倒的なスピードだ。**

上海でサービスを開始したのが **2016 年 4 月**。それから約 **1 年後の 2017 年 7 月**には、中国国内の自転車台数が 1600 万台に達し、1 億人以上が使用している。

**Mobike の急成長は、ある女性の一言から始まった。**

創業のきっかけは、ある 30 代の中国人女性記者が、かねてより思い描いていた自転車シェアリングのアイデアを、エンジニアの友人に話したことだった。



彼女のアイデアはすぐに多くの人の興味を引き、まもなく配車サービス

「Uber」の上海事業の責任者だった人間を経営陣に迎えたことで、事業として急成長した。

**ofo の急成長は、大学のサイクリングチームから生まれた。**

もう一つの大手自転車シェアリング・オフオは、北京大学のサイクリングチームから生まれたサービスだ。こちらにもベンチャーキャピタルから投資を受け、2017 年にアリババの出資を受けた。

- . . . **この急成長の経緯をつぶさに追って行くと、**  
**「アイデアをすぐに形にしなければ」という“切迫感”があることに気づかされる。**

(2) **上海の中心街の情景と蘇州の街並み風景**(ア) **近代都市・上海の中心街の情景**

- ① **上海の中心街は自転車だらけ** …… どこへ行ってもカラフルな自転車であふれている。  
 ・利用する人よりも、数が圧倒的に多い。 ・歩道が広いが、自転車が幅をきかせている。



- ② **使い勝手がいい** …… 簡単に誰でも気軽に使える。  
 ・利用方法も簡単で、スマートフォンでモバイクのアプリを起動すると、自転車のある場所がGPSで地図上に表示される。  
 ・乗りたい自転車がある場所に行き、自転車に付いているQRコードを読み取るとスマートロックが解除される仕組み  
 ・あらかじめスマホ決済と連携しているため、支払いは自動的に行われる。



- ③ **好きな場所に** …… 乗り捨てが出来る。  
 ・最近では、利用者も少なくなったが、通勤や通学、観光、買い物、キャンパスで使える。  
 ・どこにでも、自由に乗り捨てる事が可能。  
 ・だが、あらかじめスマホ登録や決済登録が必要なため、外国の旅行者には使いづらい。

④ **近代都市・上海のイメージダウン**

- ・昔は魔都上海なんて呼ばれていたが、現在は驚異的な発展をとげた大都市です。  
 ・でも、街中の風景は、壊れた自転車が無造作に置かれ、風に倒れた自転車がそのまま放置など……近代の整然としたイメージが無い。



(イ) **蘇州の街並みと世界遺産の寺院**

上海から高速鉄道で 30 分！ 世界遺産の庭園や史跡が点在する穏やかな古都を散策しました。



こちらは、近代的な駅前広場と古き良き町並みがうまく融合していました。



どこへいっても、カラフルな色の自転車は、目にしません。自然な色彩にあふれています。



昔ながらの水路もあり、のんびりとゆったりとした感じの街中を散策が出来ます。



**街並みも穏やかで、古き良き時代の建物も大切に保存され、**

**・・・上海と比較すると、町並みの景観や歴史的文化に対する接し方が、雲泥の差でした。**

(3) **自転車シェアリング事業をめぐる熾烈なシェア争い**(ア) **中国自転車シェア企業6社倒産、日本進出のofoが経営危機か** ・ ・ [2017年11月29日記事](#)

中国国内の自転車シェアリング企業がこの半年の間、相次いで6社倒産の記事（フィスコ）

- ① **近年爆発的に拡大してきた同業界に参入する企業が急増**  
**企業間の競争激化と市場の飽和状態が** ・ ・ ・ **企業が次々と倒産した主因だとみられる。**

今年6月13日、四川省重慶市で自転車シェアサービスを手掛けた「**悟空單車**」が倒産した。  
 ・ ・ ・ そして、業界内で初となった。貸し出した自転車の**9割**が持ち去られたという。  
 その後、同様のサービスを展開する「**町町單車**」「**3Vバイク**」が経営難で倒産した。  
 11月に入ってから、「**酷騎單車**」と「**小藍單車**」と「**小鳴單車**」も相次いで経営破綻となる。  
 ・ ・ ・ 今年8月に、日本への進出を果たした同業大手のofoも経営危機を報じられた。

・ ・ ・ **孔子の論語：先進第11-16** **「過ぎたるは、猶お及ばざるがごとし」となり。**

- ② 中国メディア「騰訊科技」（11月24日付）によると、中国国内自転車シェアリング市場では、業界最大手の**Mobike**と2位の**Ofo**の市場シェアは**95%を占める**。  
 ・ ・ ・ これに対して、倒産した「**悟空單車**」などの市場シェアはわずか、**5%**という。

- ③ **サイクルシェアのビジネスモデル** ・ ・ ・ **（コストに着目）**

コストに着目すると、自転車購入コストは1台あたり1,800元（約2.9万円）と高コスト。  
 故障時の修理代は事業者が負担、一方、利用料は30分でわずか**1元（17円）**と格安。  
 ・ ・ ・ **これではビジネスが成り立たない。**  
 利用料以外の収益源としてあげられるのが、保証金の運用である。  
 事前登録時に保証金を支払う。これは無利息で登録中は返還されることは無い。  
 ・ ・ ・ **サービス提供会社は、預かった保証金を運用することで収益を獲得する。**

**ここで社会問題が発生** ・ ・ ・ **倒産した会社は、保証金を返せない。**

（mobaike社を例にすると、保証金は1人あたり**299元（約4,822円）**2017年1月時点で  
 1000万人登録・トータル**30億元弱（約483億円）**の保証金を集めていることになる）

(イ) **上海で、ついにシェアサイクルの規制が始まる** ・ ・ ・ [中国経済：2017年8月23日](#)

2010年の上海万博前夜、中国は国際社会の提唱する「**低炭素社会の実現**」に背中をおされ、  
 「**公共自転車の普及**」に取り組み始めたのだが、  
 ・ ・ ・ **市場の飽和により、新規参入会社の規制や放置自転車の撤去・罰則規定が始まった。**

## 2.2 自動車のシェアリング事業 (タクシー配車・ライドシェア・カーシェア)

ライドシェアリングは、2010年代に入り、アメリカを震源地として中国などの新興国を含めた世界各地で一気に拡大している「新しい交通手段」となっています。

### (1) 上海での出張初日のタクシー事情

上海に出張した時の初日の夕方は、雨が降っていました。飛行場からホテルの最寄りの駅まで、地下鉄で移動し、地下鉄の駅からホテルまでは、1.5km程なので、徒歩で20分程度です。

… ホテルに着いたのは、それから1時間30分程もかかる～便利さと不便さを体感した。

(ア) タクシーは、配車アプリで呼び出さないと止まってくれない・路上では簡単に拾えない。

(イ) なかなかタクシーが捕まらない。一台目のタクシーが捕まり、二往復を依頼したが次の配車予約が入っており・・・二往復は拒否されてしまった。

(ウ) しかたが無いので、豪華型(高級車タイプ)を呼び出して、やっと乗車が出来た。だが、駅前を指定したが、近くへ車は来ているが、駅前の規制があるらしくなかなかすぐには合流出来ない・・・雨の中で傘をさして、10分程待つことになる。

(エ) 乗車するまでは、初めての駅なので、中国語で運転手への合流場所の説明に苦慮していた。

(オ) 乗車してからは、スムーズにホテルの前まで行き、会計もスマホで簡単に完了して便利。

…初めての外国人観光客には、タクシー配車も乗車も出来ないと感じた～慣れるまで難しい。  
(配車アプリを事前に準備して、簡単な中国語による会話で、配車までは出来そうだが?)

### 中国人以外の外国人や観光客に向けた利便性の改善は？

- ① まずは、アプリの問題が発生する。中国ではGoogleが使えないので百度(バイドゥ)、LINEが使えないので微信(WeChat)、配車アプリは滴滴快车(未だ、中国語によるアプリのみ対応)等々
- ② 滴滴快车は使いこなせば非常に便利ですが、ほぼ100%運転手との電話にやりとりが必要となるため、ある程度(基本的な会話レベル)の中国語が必要となります。
- ③ 自動決済のための銀行の口座開設が要る。ただ、中国人以外の外国人の口座開設は面倒で難しい。
- ④ WeChat ペイメントや滴滴快车などの機能を使うには、銀行口座とのリンクが必要となる。
- ⑤ スマホが使いこなせることと中国環境がインストールされていることが重要なポイントとなる。

(2) **中国版 Uber (ウーバー) の滴滴出行** (タクシー配車とライドシェア)

タクシー配車とライドシェア(相乗り)サービスの**中国最大手・滴滴出行(ディディチューシン)**。

ライドシェアリング業界ではこの2年ほどの間、世界各地で事業展開する大手の資本提携や業務提携が進んできた。

中でもアップルが2016年5月、中国最大手の**滴滴出行(ディディチューシン)**に10億ドル(約1137億円)投資したことは大きな話題となった。



**ソフトバンク**もこれまでに**インドのオラ**、**シンガポールのグラブ**、そして**中国の滴滴出行**、ならびに**米国のUber**に巨額の投資を行っている・・・**ライバルの成長性をも共有する**。

アメリカの大手配車サービスサイト「**Uber**」の**中国版だ**。

2015年の年間配車件数は、14億3000万件に達しました。

その急成長の理由には、大手企業からの資金調達と競合相手との吸収合併にあります。

2015年にライバルであった「**快的打車**」と**合併して**、2016年5月に**Uber 中国を買収**。

さらに同月にAppleから10億ドルの投資を受け、

..... **事実上、中国のライドシェアサービス87%を誇るトップ企業となった**。

(3) **中国・滴滴出行が日本に進出**

日本のタクシー国内最大手の**第一交通産業**と組み、2018年春にも**東京都内で配車アプリを使ったサービス**を始める・・・**始めは、中国の観光客向けのサービスから行われるか?⇒懸念が残る**。

- ① 中国人観光客が自国内にいるうちに、自国内のアプリで日本に住む中国人(運転手)の中国人の中国の銀行口座に支払いを済ませている。つまりキャッシュフローは全て中国国内です。
- ② そのため、日本政府は一切資金の流れにタッチできないし、追えない。
- ③ 白タクなのか、単に友だちを訪問しているのか、こちらから見て判別ができない。

**※脅かされているのは**..... **日本にあるランドオペレーション企業 (Lo とは、バス手配とか、タクシー手配とか、ツアーガイドの手配をする会社)**

(4) **ヨーロッパEUのUberは**

..... **タクシーであると司法裁判所が認定** (2017年12月20日)

まさに、この資料をまとめている時に、**EUでは司法裁判所の判定が下る**

⇒ **日本も追隨して行こう。**

① 米国のUberは、スマートフォンのアプリなどを通じ、

..... **ドライバーと客をつなぐ「情報サービス会社」だと主張していたが、**

② 欧州連合(EU)の最高裁判所に当たるEU司法裁判所は20日、米配車サービス大手ウーバー・テクノロジーズについて ..... **タクシーと同じ「運輸サービス会社」と認定した。**

..... **EU加盟国は、タクシー会社と同様に運転手の管理などの規制を適用できるようになる。**

..... **Uberは、低料金を売り物にEU域内でも急成長を遂げてきたが、**

**新たな許可の取得や安全対策が必要になるとみられ、戦略変更を迫られる可能性がある。**

2.3 **中国のシェアリングエコノミー市場、その背景と日本との違い**

場所、乗り物、スキルなどの遊休資産を活用することで、利益を生むことができるシェアリングエコノミー市場、その背景と日本との違いを調査する。

2016年度日本におけるシェアリングエコノミー取引額は、昨年比26.3%増の**360億円**(見込み)となっています。それに対し、中国における取引総額は**約56兆9000億円**..... **圧倒的に違う。**

中国の成功を例に、日本のシェアリングエコノミーの可能性について、迫って見ます。

(1) **中国のシェアリングエコノミー市場規模と成長率**

中国の国家信息中心、インターネット協会の報告書によると、2016年の中国におけるシェアリングエコノミー市場の取引額は、**前年比103%増の3兆4520億元(約56兆9000億円)**に達し、  
..... **今後数年間、40%以上の成長率が期待されると言われています。**

その内訳をみると、**生活サービス**(約11兆9000億円)が**1位**となり、

次いで、**生産能力**(約5兆6000億円)、**交通**(約3兆4000億円)と続いています。

中でも、昨年よりも目立って急成長したのが、**知識・技能部門**で、こちらは**前年比205%増**。

また、**民泊などの住宅・宿泊**で**131%増**とこちらも今後拡大が予想される部門となっています。

滴滴出行やモバイル／オフオを除いた、中国の代表的な企業と事業の概要を下記に示す。

代表的な企業名 (内訳)	シェアリングエコノミー事業の概要
住百家 (場所のシェア)	<p><b>【シェアリングエコノミー企業として中国初の上場企業となった・・・「住百家」】</b></p> <p>・・・Airbnbの中国版ですが、<b>Airbnbとの大きな違いは、貸す方も借りる方も基本的に中国人に限定しているという点</b>・・・未だ未だ、観光客の外国人には馴染めない環境です。</p> <p>さらに、オンラインとオフラインでの厳しい審査を設けることで一定の水準を保証しています。</p> <p>・・・Airbnbにはない住百家にしかない限定物件も多く、2015年の売上高は<b>昨年比68倍増</b>の4569.4万元(約7.8億円)に上りました。</p>
途家 (場所のシェア)	<p><b>【別荘や一戸建てなどのリゾート物件をメインで扱う・・・「途家網」】</b></p> <p>住百家と同じ宿泊で場所のシェアですが、</p> <p>・・・個人ではなく不動産会社と提携し、<b>質のよいワンランク上の“民泊”</b>を狙っています。</p>
河狸家 (スキルシェア)	<p><b>【今女性に人気急上昇中の美容系のシェアリングエコノミーサービス・・・「河狸家」】</b></p> <p>ネイリストのスキルレベル、お気に入り登録している顧客数、値段、自慢のアートの画像が表示され、手軽にお好みのネイリストに予約できます。</p> <p>創立1年にして、すでに1日の取引数は6000回を突破。今勢いのある美容アプリです。</p>

上記のように、交通以外の生活サービス部門が、いろいろな思考を経て、急速に伸びている。

## (2) **日本と中国、シェアリングエコノミーを取り巻く環境の違い**

### ① **日本の法整備の遅れ**

これほどまでに中国のシェアリングサービスが急成長した理由の一つに、法体制を整え、国家規模で支援していることも挙げられる。

例えば、ライドシェアは日本では道路運送法に抵触するとあり、問題となりました。ライドシェアの運転手はタクシードライバーがもつ第二種免許を持たず、人員運送が許可されていない白いナンバーの自家用車で送迎することが「白タク行為」となると指摘されている。

これに対し、中国ではライドシェア導入後、**「インターネット予約タクシー経営サービス管理暫定弁法」**が2016年に施行され、一定要件のもとライドシェアが公認されるようになる。

日本では、他国と比べライドシェアの法整備が遅れており、**2020年のオリンピックに向けて、関西・関東圏に限られた場所でライドシェアの法整備の取り組みが始まっている。**

## ② 国民の意識の違い

また、日本のシェアリングエコノミーをさらに発展させる上で、中国人と日本人のシェアリングサービスに対する意識の格差にも注目しなければなりません。

ニールセン：シェアコミュニティに関するグローバル調査 2013年によると、他人が提供する製品・サービスの利用に意欲的な国の1位に**中国**が挙げられており、**全体の94%**が他人の物を共有するのに抵抗はないという結果が出ました。

これに対し**日本**は、PGF生命主催の「シェアリングエコノミーと所有に関する意識調査 2016」において、「レンタル品や中古品の利用に抵抗はない」と思う人は**全体の67.1%**となっている。

別々の調査なので単純比較はできないが、日本の方が、中国に比べるとシェアに対する意識が低く、抵抗感が高いといえる。

**日本のシェアリングエコノミーを発展させる上で、国民のシェアサービスに対する意識改革、そして早急の法制度の整備が課題となっている。**

## ③ インターネット環境の違い

中国インターネット情報センターによれば、2016年の**中国**におけるスマートフォンユーザーは6.95億人と、**国民の95%**にも上ります。**日本**の総務省の統計では、ネット利用者のうちスマートフォンの**利用が54.3%**であることを考えると、**驚異的な普及率です。**

もともと中国政府は「インターネット+」という国策を掲げてインターネットの活用を促進してきたのに加え、日本円にして1~2万円の安価な中国産の製品が普及しているため、**子供から老人までがスマートフォンを所持しています。生活の中で手軽に使えるスマートフォンとシェアリングエコノミーの相性は抜群に良く、さまざまなシェアサービスが普及するのに時間はかかりませんでした。**

さらに流通の整備の遅れからくる実店舗の不便さが追い風となり、消費者は一気にモバイルの使用を加速させました。・・・ **このように一足跳びで最先端の環境に進歩する現象は、「リープフロッグ現象」といわれ、中国のシェアリングエコノミーが浸透した背景を語る上で欠かせない現象ともいえるでしょう。**

中国のシェアリングエコノミーの急成長には、自国の文化に合わせてシェアリングサービスを改良した企業の工夫、そして法整備を含めた国のサポート体制、シェアリングサービスを受け入れやすい土壌に関係することがわかります・・・ **日本は法的環境整備・意識改革などが重要課題!!**

### 3. シェアリング化への波（うねり）

現在、シェアリングのうねりが、否応なしに我々に押し寄せてきています。

・・・ そこで求められているのは、「個人が主役となる世界」と「良質な文化の重要性」です。

また、同じ領域でも、Uber と Lyft の文化に大きく差があるように・・・

この文化はプラットフォーマーが意識して創っていかないと真に受け入れられるものにはなりません。

今までの歴史や社会の変革を追うことで、今後のシェアリングエコノミーの方向性を考えて見ましょう。

#### (1) シェアリングエコノミーの過渡期への突入

日本のシェアリングエコノミーを代表するサービスとなったメルカリ（スマートフォンで、フリーマーケットの利用ができるアプリ。2013年7月にサービスが開始）のテレビCMがはじまったのが、2014年5月であったことを考えると、

・・・ この頃から日本においても本格的にシェアリングエコノミーが世の中に浸透し始めたように思われます。

これからの日本に、これ以上生産年齢人口が増えるような見込みは今のところありません。

・・・ 人口が増やせない中で、一人あたりの生産性を上げることは今後継続的に社会が発展していくために必要な課題であり、日本だけでなくこうした課題を抱えている国々は多く存在します。

・・・ そうした国々にとって、有限である資源をより“効率的”に分配するシェアリングエコノミーの思想の浸透の重要性は、ますます増していくばかりです。

#### (2) 欧米におけるシェアリングエコノミーに対する失望

シェアリングエコノミーの文化やサービスの浸透度で数年分は先を行く欧米では、先日シェアリングエコノミーの代表格ともされる Uber の創業者であり長年の CEO の解任が発表され、また同社のアカウントの削除を促す「#delete uber」がトレンドとなるなど、

・・・ 大きな失望と共に、シェアリングエコノミーをリードする企業に対して社会が期待する役割に変革の波がやってきているタイミングであるとも感じます。

これらの事象が直接的にシェアリングエコノミー市場の停滞を表すものではないとは思われますが、日々こうしたグローバル規模でのシェアリングエコノミーに対する捉え方の一つ一つの変化を眺めて・・・ シェアリングエコノミーがこの過渡期を乗り越えて継続的に成長していく上で、

「理解しなければいけない状況」と「乗り越えなければいけない課題」が存在し、それらを避け続けたままさらなる成長を遂げることはできないのではないかと考えます。

### (3) 爆発的な成長を期待され、それを成し遂げてきたプラットフォーム

経済的成長を遂げる最も効果的な手段が、利便性の追求である以上“効率化”の手段として、

- ・・・ ITを用いた遊休資産の最適な再分配に、目を向けることは必然でもありました。

そして事実、Uber や Airbnb を筆頭に、数々のサービスがこの「遊休資産の再分配」という極めて資本主義的な課題に対して、一定の成功を収めています。

- ・・・ それにより、シェアリングエコノミーに関しては経済的側面ばかり取り上げられて来た。

徹底した“効率化”はマーケットプレイスを成長させていき、ネットワーク上での優位性を築いていく上では非常に優れた戦略であり、

- ・・・ Amazon は、これを追求することで、世界を代表する企業の一社となりました。

Uber が Amazon と決定的に違ったのは、Amazon は経済合理性を元に意思決定を行うビジネスプレイヤーをユーザーとして抱える一方で、

- ・・・ Uber が抱えているのは、経済の合理性だけでなく、感情や思想のようなものも織り交ぜて、意思決定を行う個人であることに他なりません。

- ・・・ プラットフォームの価値はネットワークであり、それらはプラットフォーム上にいるユーザーに支えられています。

### (4) ユーザーは自分たちが主役になりたかった

ユーザーが望んでいたものを理解するためには、

- ・・・ 経済的な視点から一度離れて、個人の視点からシェアリングエコノミーの成り立ちを考え直す必要があります。

シェアリングエコノミーが浸透した背景には、

- ・・・ スマートフォンやクラウドコンピューティングの普及といったテクノロジーによる利便性の変化があります。
- ・・・ このことが、従来は企業しか行えなかった経済活動を、個人単位で行えることを可能にしました。

個人がものを売ったり、個人が人を家に泊めたりと、

- ・・・ こうしたことは、今まで法人にしかできなかつたり、個人では簡単に始めにくかつたりするようなハードルが高い商業活動でした。
- ・・・ 今まで、官僚主義・大企業主義の中央集権ではなく「個人」が主役となれる時代が到来するのだという“夢”を見させるのに十分すぎるインパクトを及ぼしました。

(5) **これからのプラットフォームに求められるもの**

そもそも、経済的な制約を取り払うなら、シェアをしたい人は少数派となるでしょう。

理想を言うなら、クルマは借りるのではなく自らで購入して所有したいし、中古ではなく新品のクルマが欲しいはず。ただ、経済的余裕がないから、仕方なしにシェアをするしかない。ただ、カーシェアをすることで、いろいろなクルマに乗れることも個人の満足度が増加します。  
 ……所有という概念には、ただ利用する権利を持つということの価値を上回る価値があります。

つまり、シェアリングエコノミーは、スマートフォンやクラウドコンピューティングの普及といったテクノロジー・シフトで誕生した技術革新であること共に、

……それに関係するすべてのプレイヤー（プラットフォーム、ユーザー、そして関係する官庁や自治体など）を巻き込んだ思想の変化・価値観の変化から生じている社会的変革であります。

米国では、このような価値観を持ち、経済的な成長以外にも精神的な豊かさが人生を豊かにすると考え、共感する人々を「ミレニアル世代（2000年代以降に成人を迎える世代）」と呼称します。

(Uberの創業者が1976年生まれなのに対して、Lyftの創業者が1984年生まれ(34歳)、Airbnbの創業者も1981生まれ(37歳)であることは、ミレニアル世代の人々と共創)

(6) **ユーザーが主役となって、文化（プラットフォーム・カルチャー）を創るということ**

個人が主役になることをユーザーから期待されているという背景を捉えると、

……求めているのは、ただ効率化を追求し続けた先にある経済合理性だけではないでしょう。

C2Cのフリマアプリであるメルカリに目を向けてみると、ユーザー同士でのやりとりが非常に活発です。実際に使ってみると、購買活動をするのにそれほどまでに執拗に連絡を取る必要があるのかというぐらい丁寧な方もいます。また、運営が予想もしていなかったような独自の文化をユーザー同士で創り上げ、それらを楽しんでいるようにも思えます。

経済合理性だけではなく、精神的充足感が期待されているということです

……人々が、そのプラットフォームでの活動や交流、所属していることに対して、どれだけ生きがいだと感じてくれるかどうか、愛してくれるかどうか。

……そういった文化を、プラットフォームの中で構築できるかどうかではないだろうか。

**ここでどのプラットフォームにも共通する大切なコンセプトは、「ユーザー自身が主役となって、文化（プラットフォーム・カルチャー）創りに参加・貢献している」という点だと考えます**

…… **個人が主役となっていくという社会的変化自体は、今後も続いて行くでしょう** ……

**デジタル化の波は不可逆・「ヒトと自然の摂理」に反しないサービスが生き残ると考えられます**