

Close-Up

モノを共有する
経済文化「シェア
リングエコノミー」

モノを所有せず、共有(シェア)する「シェアリングエコノミー(共有型経済)」。2008年頃に米国シリコンバレーで生まれたこの概念は、現代の若者を中心に支持され、今や世界中に広がっている。シェアの対象もモノ・ヒト・カネ・乗り物・場所と多岐にわたり、近年は大手企業の参入も著しい。

2016年は「シェアリングエコノミー元年」とも言われ、日本国内においてもその進展が予想される中、シェアリングエコノミーの登場背景や社会的影響、国内外の先進事例について考察する。



個人の遊休資産が収益を生む

シェアリングエコノミーは、モノやサービスを必要とする人が必要なタイミングで利用できる経済概念である。所有者には、自らが所有する「遊休資産」を提供することによる収入を、一方の利用者には、初期投資や維持費などの所有コストを削減できるメリットをもたらす。シェアリングサービスには仲介者や代理業者が存在せず、インターネット上で個人と個人が直接取引する「P2P(peer-to-peer)」が基本となるため、企業が介在する従来型の取引よりも割安に利用できる。

シェアリングサービスの草分け的存在である民泊サービス「Airbnb(エアビーアンドビー)」は2007年、親友であったジョー・ゲビア氏とブライアン・チェスキー氏が、サンフランシスコで開催される大規模なカンファレンスのウェブサイトに広告を出したことから始まった。周辺のホテルはどこも満室という状況下で、自分たちが使っていない部屋を貸し出し、手っ取り早く家賃の足しにしようと考えたのである。1週間で1,000ドル近い収入を得た上に多様な旅行者との出会いを経験できた二人は、翌2008年、ウェブ開発者のネイサン・ブレチャー・ジク氏を仲間に加え、部屋を貸したい地元住民と旅行者をマッチングさせるウェブサイトを開発。イベント開催時(満室になり、割高な宿泊料が見込める)に限定したこのサービスが全米規模で話題となり、ここからAirbnbのビジネスモデルが生まれた^{※1}。

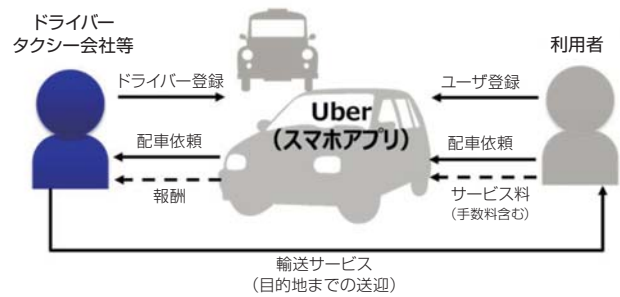
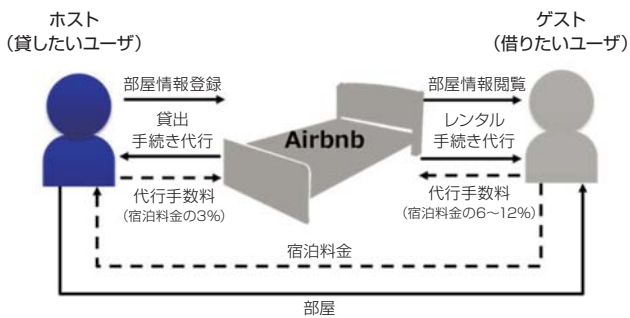
シェアリングサービスが普及している背景にはインターネットやスマートフォンの普及がある。これにより必要な時に必要なモノやサービスを必要な場所に届ける「オンデマンドエコノミー」も登場。現在はシェアリングエコノミーと同等に扱われることが多いが、シェアを伴わないサービスやB2C、さらにはフリマなどのC2Cの取引形態も巻き込み、今後大きな広がりを見せると予想される。



所有よりも利用を優先するライフスタイル

シェアリングエコノミーのもう1つの普及の要因は、その普及を牽引しているミレニアル世代の存在である。1980年代から2000年代初頭に生まれ、バブル崩壊後の不況の中で育ち、金融危機を経験している彼らは、「物より経験」に価値を見出す。そのため家や車などを自らが所有することにステイタスを感じない傾向がある。また、物心がつく頃からインターネットやスマートデバイスを日常的に利用してきたデジタルネイティブでもある。従来のメディアよりも

※1 参考:『シェア<共有>からビジネスを生み出す新戦略』レイチェル・ボットマン/ルー・ロジャース(著)、小林弘人(監修・解説)、関美和(訳)、(2010)NHK出版



■図1-① Airbnbのサービスイメージ

■図1-② Uberのサービスイメージ

出典：総務省「社会課題解決のための新たなICTサービス・技術への人々の意識に関する調査研究・報告書（平成27年3月）」

ソーシャルメディア(SNS)からの情報を重視し、会ったことのない人とインターネット上でつながることに慣れてきている。

しかしシェアリングエコノミーはミレニアル世代だけのものではない。米国においては、かつてのアメリカンドリームのようなモノの豊かさや裕福な生活に価値を見出さなくなっている。また環境負荷軽減の観点からも、シェアすることでモノの数を減らせることが支持されてきている。モノを所有することが豊かさの象徴だった大量生産・大量消費の時代は過ぎ、利用を優先するライフスタイルが、世代を超えて浸透し始めている。

そうした傾向は、プライスウォーターハウスクーパース(PwC)が2014年に行った調査結果からもわかる。米国の成人のうちシェアリングエコノミーに慣れ親しんでいる割合は44%に及び、彼らは「サービスの提供者と利用者の信頼に基づいている」(89%)、「生活により経済的な余裕が出る」(86%)、「生活がより便利で効率的になる」(83%)、「コミュニティの結びつきが強くなる」(78%)、「環境に良い」(76%)、「従来型の企業と関わるよりも楽しい」(63%)と回答している。

かつての「お裾分け」文化

ミレニアル世代にとっては新しい概念であっても、「シェア」はかつて日常的に行われていた。チェスキー氏は、Airbnbのコンセプトは現代的な発想ではなく、テクノロジーを使って昔の発想をアレンジしたものだと言っている。チェスキー氏がAirbnbのコンセプトを家族に話した際、かつて友人や友人の友人を頼って旅行していた祖父は、ホテル世代の両親とは違って普通に受け止めたという。

日本においても「シェア」は古来当たり前のことだった。ご近所同士でモノを貸し借りしたり作業を頼んだりすることが、コミュニケーションの一部にすらなっていた。日本でパーティーや会議用のユニークな場所を個人や企業が貸し借りできる「スペースマーケット」の代表取締役の重松大輔氏は、「Infinity Ventures Summit 2015 Spring」のインタビューで次のような話を披露している。千葉県富津にある同氏の実家をスペースマーケットに登録しており、母親はスペースの利用者にお茶を出したり焼きそばを振る舞ったり、時にはお酒を出したりし、利用者に喜んでもらうことを楽しんでいるという。シェアリングエコノミーによって生まれる新しい出会いは、高齢者にとっても楽しい体験になっている。

AirbnbとUberに見る シェアリングサービスの構成要素

①Airbnb

民泊サービス「Airbnb」に登録されている物件は世界191カ国、34,000以上の都市にわたる。個室からお城、島まで、200万軒以上のユニークな物件が登録されており、日本国内だけでも33,000以上に達する(2016年7月1日時点)。Airbnbサービス(図1-①)では、ホスト(貸したいユーザ)が物件をウェブサイトに登録し、ゲスト(借りたいユーザー)が物件を閲覧、気に入った物件が見つければホストに予約をリクエストし、ホストが承認することで取引が成立する。Airbnbの収益は、ホストとゲストの双方から得る手数料である。

Airbnbによると、自宅を物件登録しているホストは全体の81%。またホスト収入の半分近くは家賃や食費などの一般的な生活費に充てられており、彼らの暮らしを支え

※2 参考：日本にシェアの文化は根付くのか?経営者らが予想する20年後の未来(ログミー) <http://logmi.jp/82483>

る手段にもなっているという。加えて地域経済への効果もある。物件のうち74%は主要ホテル街を離れたエリアにあり、滞在日数・旅行消費額は通常旅行客の2倍以上。それまで観光客が訪れなかったエリアで新たな消費を生んでいる。加えて、2016年リオデジャネイロ五輪では公式サプライヤーとして2万軒の宿泊物件の準備を計画しており、大会が抱える一時的な宿泊施設不足の解決にも貢献している。

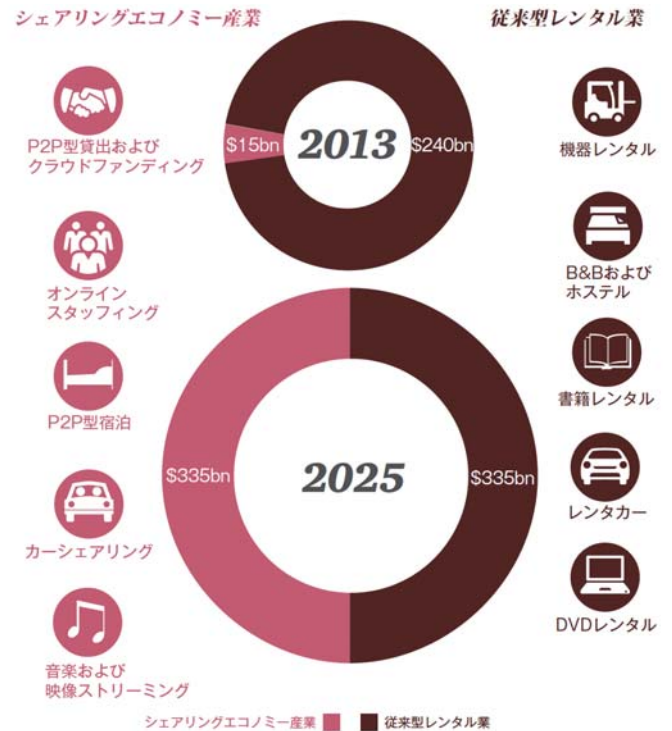
②Uber

配車サービス「Uber(ウーバー)」は2009年3月に設立。創業者の一人であるトラビス・カラニック氏は、街なかでタクシーがなかなかつかまらず、スマートフォンで簡単に呼び出せたらと考えた。そこで、まるで抱え運転手がいるようなハイヤー体験のできるサービスとして、100名を対象にサンフランシスコでスタートしたのがUberの始まりである。現在のサービス提供は世界68カ国、400都市(2016年2月時点)。配車だけでなく、地域によっては食事の注文や物の配達にも対応している。日本へは2014年に上陸し、タクシー会社らとのパートナー契約による事業を展開している。

Uberサービス(図1-②)では、利用者(ライダー)はあらかじめライダー登録しておくことでアプリからのボタンタップだけで配車が完了する。Uberは利用者の支払いから手数料を差し引いた金額をドライバーに支払う。日本では提供していないが、自家用車でサービスを提供している個人の運転手(ドライバー)は、ライフスタイルや目標金額に応じて稼ぎたい時だけ配車リクエストを受け取ることができる。乗車料金はすべてクレジットカード決済のため、両者間の現金授受が発生しない点も特徴の1つ。

③シェアリングサービスの構成要素

AirbnbとUberのサービスに見られるように、シェアリングサービスは「提供者」と「利用者」、そして双方を直接マッチングするための「プラットフォーム」、この3つで構成される。そしてこれらの関係を支えているのは、手軽な「決済システム」はもちろんのこと、提供者と利用者の安心・安全、ひいてはサービスそのものの信頼性を確保するための「相互評価システム」である。シェアリングサービスでは、利用者だけでなく提供者も取引後に相手进行评估することでサービス品質の維持を目指しているほか、本人確認手段としてFacebookを活用するなど既存のソーシャルメディアを取り入れることも多くのサービスで行われている。



■図2 シェアリングエコノミー産業と従来型レンタル業の想定売上増加額

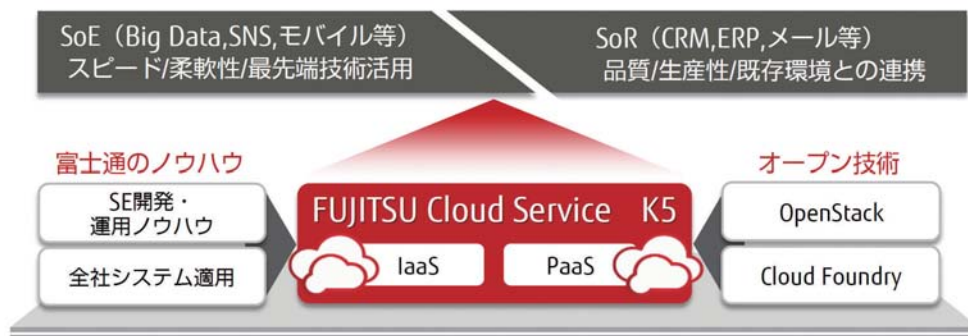
出典: プライスウォーターハウスクーパース株式会社 コンシューマーインテリジェンスシリーズ「シェアリングエコノミー」

シェアリングエコノミーのインパクト

シェアリングエコノミーと従来型レンタル業(機器レンタル、民宿やホステル、レンタカー、書籍やDVDのレンタルなど)に関して、PwCが実施した調査によると、2013年の売上額はそれぞれで150億ドルと2,400億ドル。2025年にはそれぞれ成長し、特にシェアリングエコノミーは従来型レンタル業に肩を並べる3,350億ドルまで急拡大する(図2)。

シェアリングエコノミーの拡大により、それまで就労機会のなかった人が収入を得られたり、フリーランスの人が自らのスキルを武器に働いたりできるようになる。「地域創生」「人材活用」の観点からも、また日本では特に2020年の「東京五輪」に向けても、シェアリングエコノミーに多くの期待が集まっている。しかし働き方の選択肢が増える一方、労働搾取の議論も起こっている。

ヒラリー・クリントン氏は2015年7月、民主党の大統領候補として登壇した際、「単発の仕事」という意味の「gig(ギグ)」を用いてシェアリングエコノミーを「ギグエコノミー(非正規の労働経済)」と表現。労働力の不当な



■図3 富士通のノウハウとオープン技術を融合した新しいクラウドサービス FUJITSU Cloud Service K5

扱いを厳しく取り締まると発言した。実際、米国ではシェアリングビジネスで生計を立てる人が増え、サービスに対して労働者権利を求める裁判も起きている。こうした中、Amazonのエンジニアが創業した買い物代行サービス「Instacart（インスタカート）」は、代行者にパート従業員の選択肢を用意。しかし、これは労働環境の改善よりも、雇用関係によって従業員教育の権利を得て、対利用者のサービスを向上させることが狙いであった。シェアリングエコノミーによって働き方が多様化する中、今後は従来の法律や労働そのものの定義の見直しも求められるだろう。

国内のシェアリングエコノミー動向

前述の「スペースマーケット」をはじめ、国内でも様々なシェアリングサービスが登場している。カーシェアリング市場は以前からあるが、P2PとしてはDeNAが「Anyca（エニカ）」をスタート。またライドシェア（相乗り）の分野では、長距離ライドシェア「notteco（ノッテコ）」がスキー客や帰省する学生などを中心に利用されている。^{※3}自動車関連では他にも、月極めや個人の駐車場を貸し借りできる「akippa（アキッパ）」が登録数を伸ばし、2016年3月にはセブン-イレブン・ジャパンとの提携も発表した。スキルのシェアリングサービスとしては、ビジネスの悩みを解決するスポットコンサル「ビザスク」や、ワンコインで知識やスキルを取引する「coconala（ココナラ）」、同じくワンコインでは子育てシェアの「AsMama（アズママ）」などがある。

最近はB2C型も登場し、例えばスタイリストが自分のためにコーディネートしてくれた洋服を月額6,800円（税抜）で何度も借りられる「airCloset（エアークローゼット）」が利用者数を伸ばしている。

国内のシェアリングエコノミーの普及に向け、2015年12月には一般社団法人シェアリングエコノミー協会が設立された。ガイドラインの策定を視野に入れるとともに、事業者間の交流や勉強会にも取り組む。政府もまた、2016年6月に閣議決定した新成長戦略「日本再興戦略2016」において協議会の立ち上げに言及し、さらには民泊サービスのルール化、移動手段の改革などを掲げ、幅広い分野におけるシェアリングエコノミーの推進を図っていく。

富士通の取り組み

富士通は、お客様のデジタル革新を実現するため、クラウドをベースに最先端技術を実装したデジタルビジネス・プラットフォーム「FUJITSU Digital Business Platform MetaArc（メタアーク）」を提供している（図3）。

その中核を担うクラウドサービス「FUJITSU Cloud Service K5」では現在、シェアリングエコノミーに向けたPaaSを提供するべくプラットフォームを開発中。富士通のノウハウとオープン技術を融合した本プラットフォームにより、お客様が容易にシェアリングビジネスにチャレンジしていただけるよう、富士通はこれからもお客様のビジネスを支えていく。

● 富士通関連サイト
FUJITSU Digital Business Platform MetaArc（メタアーク）
<http://www.fujitsu.com/jp/metaarc/>

- <参考資料>
- 「デジタルビジネストレンド」日経コンピュータ/編（2015）日経BP社
 - 「未来を創るスゴいベンチャー101」日経トップリーダー/著（2015）日経BP社
 - 「シェアリング・エコノミー—Uber、Airbnbが変えた世界」宮崎康二/著（2015）日本経済新聞出版社
 - 総務省「平成27年版情報通信白書」
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/>

※3 ガソリン代や高速代等のコストのみシェアするため有償輸送行為にあたらぬ。また免許証を確認するなど運転者の身元を保証している

〈監修〉編集委員 藤原 悟 清原(株)