

シェアリング市場の拡大と ビジネス・チャンス

酒井 理

1 シェアリングビジネスの現状

「シェアリング」とは、「共有する」という幅広い概念である。共有する対象を土地や道具、機械など「モノ」だけに限っているわけではない。近年においては、個人がSNSを使って、日常の出来事や得られた情報を発信して、他者と共有することを「シェア」という概念で表すこともある。企業のマーケティングにおいても、このような情報や体験をシェアする行動は無視できない状況になっている。

このようにシェアが重要な概念となりつつある近年、シェアリングをビジネスの根幹に据えたサービスが多様な分野で著しい成長をみせている¹⁾。

2015年には、大阪府や東京都大田区などで立て続けに民泊条例の制定がおこなわれたことが記憶に新しい。空き部屋を貸したい人と旅行者をつなぐAirbnb（エアビーアンドビー：米国）は、その社会的な大きな動きのなかで思わぬ注目を集めることになった。また、配車サービスを提供するUber（ウーバー：米国）も注目を浴びているシェアリングビジネスの代表格である。まだ一部の地域に限定された営業範囲ではあるが、タクシー業界を大いに刺激している。

これらのシェアリングビジネスが注目される要因は、成長力の高さだけではない。それが十分な社会的インパクトをもっているところにある。Airbnbなどの宿泊分野のシェアリングビジネスは、日本国内においては、法整備などの面で課題は残るものの、2020年の東京オリンピック・パラリンピックでの外国人観光客を受け入れる宿泊施設の不足が指摘されるなかで、その問題を解決する有効な手段の1つとして期待されている。

またUberに関しては、他国と比較して割高だと指摘されるわが国のタクシー業界に一石を投じている。タクシー産業の雇用を奪いかねない一方で、新しい雇用、仕事を創造しているのは間違いない。

シェアリングの仕組みの革新性は、ネットワークで個人と個人、個人と企業がつながることで、埋もれたままであったさまざまな資本が一転して活用できるようになる点にある。例えば、個人の駐車場を個人に貸すことを可能にしたJustParkという英国のマーケットプレイスでは、持ち主が自家用車で通勤しているため日中空いている駐車場を一時的に利用したい個人に貸し出すことができ、遊休地を有効活用できるようになっている²⁾。

シェアリングビジネスには、未利用の社会資本が活用される可能性をみることができる。成長市場として魅力があるだけではなく、シェアリングビジネスが広く普及することは社会に良好なインパクトを与える。

2 シェアリング概念の整理

シェアリングのタイプ

シェアリングは幅の広い概念である。議論を拡散させないためにも既存の考え方を紹介しながら、それが指すものを明確にしておく。Botsman and Rogers

表1 シェアリングのタイプ

	所有権移転なし	所有権移転あり
購 入	プロダクト＝サービス・システム	再配分市場モデル
交 換	コラボのライフスタイル	

資料）Botsman and Rogers（2010）より筆者作成

1) 米国、欧州では、さまざまなベンチャー企業が多様なシェアリングサービスを提供し始めており、一般的な認知度も高まっている。本文で紹介しているAirbnbやUberのほかにも、例えば、自転車のシェアリングを行うSpinlister、個人の自動車をシェアリングするtamya、ワークスペースのシェアリングビジネスのLiquidSpaceやShareDesk、個人の部屋を宿泊用に提供するサービスではCouchsurfingなど多様な選択肢がある。人材分野では、クリエイティブ人材を集めたcrowdSPRINGが知られ、仕事を頼みたい人と仕事を受けたい人とのマッチングサイトUpworkもある。国際送金サービスのTransferwiseは通貨を他人と共有するという発想に基づいており、異国間で送金したい人同士をつなげるものである。

2) 日本では、パーク24（株）（東京都千代田区）が展開する時間貸し駐車場のタイムズが全国に存在している。これも未活用の土地を活用できる資本に転換させたイノベティブな取り組みである。