

シェアリング・エコノミーの時代、 「所有」から「利用」へ

IPA顧問 松田 晃一

車は持たずにカーシェア

近所のコインパーキングに最近「カーシェア」ののぼりが立つようになった。

マイカーを持つのではなく、必要なときに必要な時間だけ借りて使えるシステムだ。

1960年代半ばの高度経済成長期には、自動車（Car）と共に、カラーテレビ（Color television）、クーラー（Cooler）の3つの耐久消費財、この頭文字をとって「3C」とか、「新・三種の神器」とも言われたが、これらを持つ家庭生活が夢であり、豊かさや憧れの象徴となっていたことを思い出す。それからほぼ半世紀、今や「多く持つ」より「賢く使う」ことのほうが「豊かだ」と考える消費者が増え、無駄な買い物をしない消費動向へ変化してきていることが背景にあるようだ。

確かに、高価な自動車を買っても平日はほとんど車庫。週末に近所への買い物やたまのドライブに使っても後は車庫。高額な資産でありながら、その稼働率は極端に低い。一説によれば、マイカーの不稼働時間は96%に上るとのことである。その上、車検や車庫、保険など持つことの手間やコストも必要である。それらを考えれば、「所有」するよりも、「利用」するほうがよほど合理的だ。もちろんレンタルサービスは以前からあったが、大きな違いは使い勝手の良さ、手続きの簡便さである。スマホなどから必要なときにいつでも直ぐに簡単に車を使えるITシステムの完備が最近の普及の原動力であることは間違いない。

サーバーは持たずにクラウドで

一方ITの分野では、既に2006年頃から「所有」から「利用」へ、「持たないIT」の流れが急速に動き出している。クラウドコンピューティングである。ハードを売り、受託ソフトを販売していたベンダーにとっては、モノが売れなくなるとは大きな打撃を受けるわけで、どのITベンダーも早々に自らクラウドサービスを開始し、「製品販売」だけではなく、「サービス提供」業者としてのマーケットの確保に手を打っている。しかし、旧来のITベンダーとは全く異なる業種から参入した企業が業種の壁を壊し、新しいプレーヤーとして市場の大きな地位を占めるようになってきている。

ビジネスモデルはC to Cへ

カーシェアにしるクラウドにしる、対象となる自

動車やコンピュータはサービス提供業者が所有するものであり、企業の所有する資産を消費者が利用するB to Cのビジネスモデルだ。これに対して最近では、個人が保有する遊休資産を別の個人に貸し出すという形の仲介サービスが続々と生まれている。C to Cのモデルへの拡張だ。

例えば、今話題の民泊は自宅の空き部屋を他人に貸し出すサービス、自動車の空いている座席を同じ目的地へ行きたい人に貸し出す相乗りサービス（ライドシェア）、空いている駐車場を一時的に貸す駐車場シェアサービス、日本では規制によってサービスは始まっていないが、空いているマイカーを運転付きで借りる配車サービスなどなど。いわゆる「シェアリング・エコノミー」である。

貸主は遊休資産の活用による収入、借主は所有のコストを負担せずに利用できるメリットを得られる。しかし、このためには貸主と借主の信頼関係をいかに築き安心して貸借ができるようにするか、という問題があり、仲介サービスの最も重要なポイントとなる。

シェアリング・エコノミーのインパクト

シェアリング・エコノミーの成功は、利便性や経済性のメリットだけではなく、モノを通してその所有者と利用者の間に人としてのつながりを生み、それが新しい仲間作りへ発展する期待もある。民泊を切掛けにして借主と貸主が交流を始める、などの例も現れているようだ。古き良き時代は、米や味噌を切らすと隣近所からちょっと拝借するという付き合いができるコミュニティが当たり前にあったと聞く。現代社会では失われてしまったこのような人間関係を、シェアリング・エコノミーによって再び取り戻し、モノの貸し借りを超えた人間同士の交流が始まるきっかけになるのかも知れない。

「所有」から「利用」へ、「B to C」から「C to C」へのパラダイムシフトは、単なる経済効果だけではなく大きなインパクトを生活スタイルに与えそうだ。

スマホのボタンを押せば、近くで空いている誰かの自動運転車が、自宅の玄関に迎えに来て行き先まで送ってくれる。用を済ませて乗り捨てれば、後は自動運転車が持ち主の車庫まで無人で帰る、などという“Car as a Service”もそんなに先ではなさそうだ。