

シェアリング・エコノミー

中原 蒼太, 松本 大樹

Sota NAKAHARA, Taiki MATSUMOTO

1 はじめに

近年、世界中でエコ志向が強まっており、ものを大切に
する意識が高まっている。一方で、Facebook や Twitter
などのソーシャルメディア利用率は増加の一途を辿って
いる。これにより、顔も知らない他人とコミュニケーション
を取ることが容易になった。これらの背景により、家
族や親しい友人との間でしか行われていなかった、もの
の貸し借りや共有が全く知らない他人も行われるよう
になっている。

2 シェアリング・エコノミー

2.1 概要

シェアリング・エコノミーとは、ものやサービスの個
人間の交換・共有によるネットビジネスである。シェア
リング・エコノミーのイメージ図を Fig.1 に示す。

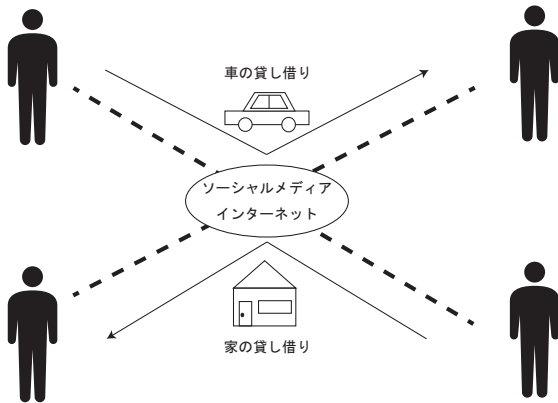


Fig.1 シェアリング・エコノミー

2.2 メリット

シェアリング・エコノミーを行うことで以下の 3 つの
利点がある。

- 経済的負担の軽減
- 環境負荷の軽減
- 新しい人や文化との出会い

あまり必要のないものや日常的に使用しないものが必
要になった時、自ら購入するより他人とシェアリングす
るほうがコストがかからず便利である。

また、一時的にものを利用したい時、購入しても使用後
は無駄になってしまう。そこで、ものを新たに購せず、
他人とシェアすることによって、無駄なものの増加を抑
制し、環境の負荷を低減することができる。カーシェア

リング加入後、約 3 割の会員が保有車を手放し、車が必要
になった時はカーシェアリングを利用し、その他は公
共交通機関を利用するというデータがある。¹⁾ また、車
でなく公共交通機関を利用することなどにより、1 世帯
当たりの年間 CO₂ 排出量は約 45% 削減されている。¹⁾

さらに、ものを他人とシェアをすることで、新しい人
や文化と出会うことができる。全くの他人とやり取りを
し、ものの貸し借りをするため、他人と知り合う機会が
増え、交友関係がひろがる。

2.3 課題点

ものをやり取りするのが見知らぬ人であるため、どの
ような相手かまたは信用できる相手かどうか確かめる必
要がある。そのため、SNS のようにニックネームではな
く実名で登録することが必要であると考えられる。しか
し、名前や紹介文だけでは個人を正確に評価するのは難
しい。そこで、うまく個人を評価する仕組みが必要になる。

3 シェアリング・エコノミーの活用事例

3.1 Airbnb

Airbnb とは、世界中で家を貸し借りできるサービスで
ある。旅行者が料金を抑えれば部屋のホテルよりも
安く宿泊することができる。また、宿泊施設ではなく民
家であるため、実際にその土地に住んでいるような感
覚を味わうこともできる。さらに、現地の人との交流を
図ることができるので、現地の人ならではの店や観光ス
ポットの情報を得やすく、旅行者にとっての利点は大き
い。Airbnb で家を借りるまでの流れを表した図を Fig.3
に示す。部屋をシェアする前にホストとゲストはお互い

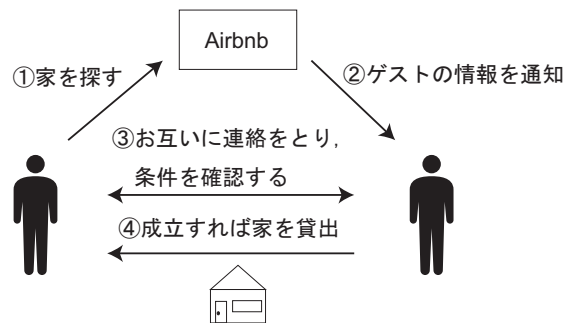


Fig.2 Airbnb で家を借りるまでの流れ

の Airbnb のプロフィールを見て相手がどんな人間かを
確かめる。その時点では、個人情報を守るためフル
ネームや連絡先は表示されない。予約が無事完了すると、
宿泊先の詳細の住所とホストの連絡先が通知される。宿
泊後はホストゲストはお互いのレビューを書くことがで

き、評価することができる。

利用者は Airbnb アカウントを Facebook アカウントと連動することができ、より正確に深くホストの友人関係や近況を確認することが可能である。これにより、ただ Airbnb のアカウントだけを見てホスト・ゲストを評価することに比べて信頼性が向上する。他人に家を貸す以上、破損や事故は避けられない。そのため、Airbnb には「ホスト保証」という制度が存在し、ゲストによる物品の破損は最大 1 億円まで補償される。しかしながら、現金や有価証券は保証の対象外であるため注意が必要である。見知らぬ他人を評価しどこまで信頼できるかが重要である。

3.2 Zipcar

アメリカ・カナダ・イギリスで利用されているカーシェアリングサービスである。車両は Zipcar が管理している。サービスを利用するためには会員登録が必要で、会員登録が済むと会員カードが与えられる。ネット上で車両の予約を行い、車が置いてある駐車場に向かいフロントガラスのカードリーダーにカードをタップすると鍵が開き、車を自由に使うことができる。返却も同じ場所に返却し、カードをかざすだけで完了する。直接人に会って手続きする必要がなく、1 時間という短い時間から気軽に借りることができるのが特徴である。また、営業時間を気にすること無く、いつでも借りてすぐ返却することができる。そのため、自分で車を所有しているかのように利用することができる。燃料補給や車内清掃も気付いたユーザは行うことになっており、レンタカーより車を共有する感覚が強い。

しかしながら、前のユーザが借りた後次のユーザが借りるまで業者が車のチェックをしない、そのため、車内が汚れていて不快な思いをする可能性がある。また、前の利用者が事故を起こし、それを申告していなかった場合、次の利用者は乗車前にしっかり車両を確認しないと次の利用者の責任になる可能性がある。このため、個人と個人の信頼関係や責任能力が重要である。

3.3 Lyft

車の所有者が相乗りしたい人を募るサービスである。スマホに Lyft のアプリをインストールし、Facebook を通じて登録を行うことにより、近くにいるドライバーと連絡を取ることが可能で、承諾されると迎えに来てくれる。

Lyft に登録されているドライバーはタクシーの運転手のようなプロのドライバーではなく、一般のドライバーである。そのため、タクシーに比べると運転技術の信頼性に欠ける。しかしながら、誰でもドライバーになれるわけではなく、犯罪歴や違反歴がないかなどの審査を義務付けられている。これにより、乗客の安全性や信頼性を確保している。また、運転手と乗車者がお互いに評価し合えるような仕組みになっており、評価を見てお互いに相手を選ぶことができる。

4 個人の評価システム

しかしながら、この評価でさえも 100% 信頼できるというわけではない。そのため、信用情報機関が持つ個人の信用情報評価のようなアルゴリズムを考案することが今後シェアリング・エコノミーにとって重要である。

5 今後の展望

信用情報とは、信用情報機関がもつクレジットやローンなどの信用取引に関する契約内容や返済・支払状況・利用残高などの客観的取引事実を表す情報である。これにより各クレジットカード会社は個人の信用情報を信用情報機関を通じて他社と共有し、個人の信用を評価している。この信用情報のシステムのように、第三者機関が各事業者から個人の評価を受け取り、一元管理し、その評価値を各事業者に提供するようにすれば良いのではないかと考える。イメージ図を Fig.2 に示す。

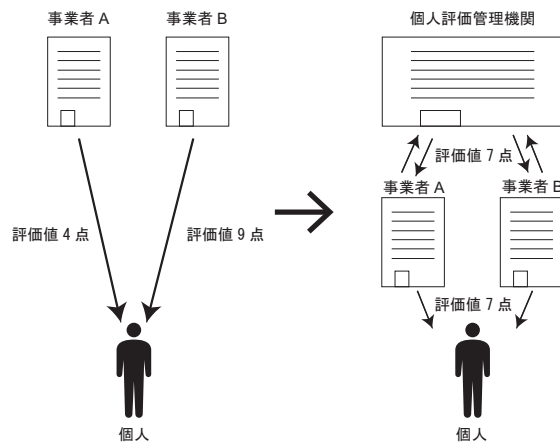


Fig.3 個人評価管理機関のイメージ図

これにより、各事業者での評価値を共有することができる。それにより、1 つの悪評価がその事業者でのサービス内だけでなく、すべての事業者との間で共有されるので、利用者側のマナー向上につながるのではないかと。しかし、その個人を評価する作業を、信用情報の場合は法人が行っていたが、この場合は個人それぞれがお互いを評価するので、評価の基準にバラつきが生じてしまうのが問題である。全事業者で評価基準を統一し、各個人の評価が適当であるかどうか第三者機関がチェックする必要があるだろう。

環境に対する人々の考え方は、バブル経済であった 25 年前とは明らかに変化してきている。環境破壊が問題視され、環境に優しいかどうかがある程度ステータスとなる社会となってきている。この社会の変化の流れに乗り、世の中の無駄な「もの」を減らし、有効活用することができるシェアリング・エコノミーは少しずつではあるが普及していくと考えられる。個人の評価システムの問題を克服し、シェアリング・エコノミーに対する人々の理解が深まれば、一気に普及するだろう。

参考文献

- 1) カーシェアリングによる環境負荷低減効果及び普及方針検討検証報告書.
http://www.ecomo.or.jp/environment/carshare/data/news_cs_kankyo_kaizenkoka_06.06.22.pdf.