

米国で一般化する共同消費型サービス

共同消費（Collaborative Consumption）型サービスとは、空いているリソースを複数の人が共同で利用することを特徴とするサービスである。米国ではこのようなサービスは極めて一般的で、生活の中で普通に目にするものである。本稿では、ニューヨークのバイクシェアリングサービス「citibike」と、米国から世界に拡大した配車サービス「Uber」を紹介する。

米国で次々に登場する新サービス

ここニューヨークに来て強く感じるの、さまざまな人々が世界中から集まり混沌（こんとん）とした雰囲気醸し出していることである。まさに世界の縮図がここにある。言葉も違えば肌の色も違う。居住者もいれば出張者や旅行者もいる。言語や生い立ち、思想の異なる人々が、時に主張し合い、時に協力し合いながらアクティブに生活している様子は刺激にあふれている。

その生活を支えるサービスも、便利なものが次々に登場し、人々に受け入れられていく。ニューヨークに限らず、米国では数年前からさまざまな共同消費型サービスが当たり前のように普及している。共同消費型サービスについてはさまざまな定義があるが、ここでは、何らかのリソースを複数の人が共同で利用するサービスとする。その代表例として、ニューヨークで誰もが目にする「Citi Bike（シティバイク）」と「Uber（ウーバー）」を紹介しよう。

事業者への信頼が支える「Citi Bike」

2013年5月にサービスが開始された「Citi

Bike」は、Citigroup社から4,100万ドル、MasterCard社から650万ドルの出資を受けてニューヨーク市が運営しているバイクシェアリングサービス（貸し自転車サービス）である。マンハッタンを中心に332カ所あるステーションで1日パス（9.95ドル）か1週間パス（25ドル）を購入し（支払いはクレジットカードのみ）、30分以内にいずれかのステーションに返却すれば追加料金なしで利用できる（保証金の101ドルは返却時に返金される）。追加料金は、30分から60分までが4ドル、61分から90分まではさらに13ドルというように増えていく。「Citi Bike」のWebサイトで購入できる年間パスもあり、こちらは45分まで追加料金が発生しない。

「Citi Bike」の特徴の1つは、名の通った企業と市が連携した信頼度の高いサービスだという点である。街中で何度もクレジットカードを機械に通すことはあまり気乗りしないものだが、サービス提供者の信頼度の高さが、この共同消費型サービスを抵抗なく利用できるものとしている。

利用者の評価で品質を確保する「Uber」

登録された車をスマートフォンからタク



シーのように呼べるUberCab社（現Uber Technologies社）のサービス「Uber」は、「Citi Bike」より早く2010年5月にサンフランシスコで開始され、2014年8月現在、ニューヨークを含め42カ国161の都市に進出している。タクシー業界やドライバーとの摩擦がしばしば報じられているが、2014年3月にはサービスエリアが31カ国81都市であったことを考えると、かなりの勢いで成長していることが分かる。

スマートフォンの専用アプリで、GPS（全地球測位システム）を利用して周辺にUberの車があるかを地図上で確認し、いちばん近い車が何分で到着できるか、そのドライバーの評価はどうか、目的地までの費用はどのくらいかなどを知ることができる。支払いは事前にアプリに登録したクレジットカードで行われ、領収書はメールで送付される。料金は、需給のバランスによって変動するSurge Pricingと呼ばれる方式（災害時を除く）であるため、夕方など需要が多い時には値段が高くなる。利用者はドライバーを5段階で評価できるようになっており、一定評価以下のドライバーは登録を取り消される。サービス品質を向上させる仕組みが埋め込まれているといえる。

「Uber」は「UberBlack」（黒塗り高級ハイヤー）からサービスが開始されたが、ややグレードが下の車やスポーツ用多目的車もラインナップに加え、またタクシーを呼べる

「UverTaxi」や自転車などによる配送サービス「UverLux」などメニューを拡充している。日本でも2014年3月から東京の六本木を中心に試験的にサービスが開始され、現在は東京全域に拡大している。米国ではLyft社による同様の配車サービス「Lyft」が2012年に始まり急成長している。やや高級路線の「Uber」に対して、「Lyft」はドライバーと友達感覚で乗れることを売りにしている。

重要な信頼性確保の仕組み

米国では共同消費型サービスがさまざまな分野で一般化しており、新聞でも毎日のように取り上げられている。本稿で紹介したほかにも、車を共同で利用するものとしては、空いている個人の車を探して借りられるカーシェアリングサービス（「Getaround」）が以前から提供されている。旅行中にペットを預かってくれる人を探せるサービス（「DogVacay」）や家事手伝いサービス（「Taskrabbit」）なども共同消費型サービスと考えられている。

共同消費型サービスは利便性の向上とリソースの効率的利用という観点から今後ますます拡大すると考えられる。これらは個人対個人の関係の上に成り立つものが多く、またインターネットを使ってサービスを申し込むものが多いため、信頼性をいかに確保するか、そのための仕組みをサービスにどう埋め込むが重要である。 ■