



存在感を増すオンデマンド・エコノミー

執筆者

KDDI総研 特別研究員 Jon Metzler (President, Blue Field Strategies)

🕒 記事のポイント

サマリー

米国でオンデマンド・エコノミーが話題になって久しい。「1099エコノミー」や「ギグ・エコノミー」という呼び方もあり、いずれもカーシェアリングのUber、修理などのちょっとした仕事をお願いできるTaskRabbitといったサービスの成長にみられる、空き時間などを活用するパートタイム型またはシフト型労働サービスを指す。1099とは、元来、パートタイム労働者が米国国税庁に収めないといけな書類のことを言うが、昨今、フリーランス労働者を指すために使われることが多い。

これは、短期的なトレンドではなく、1099の納税件数は、2000年をベースにすると（つまりUberなどがスタートする前）、成長率で21%増加しており、一方W-2（社員）による納税件数は4%低下した。こうしたフリーランス労働者とサービス利用者を結びつけるオンデマンド・サービスのプラットフォームが目立ってきている。

JPモルガン・チェース銀行の推定では、アメリカの成人人口の1%ほどがオンデマンド・プラットフォームによって収入を得るといふ。なかでもUberのシェア（0.27%）が多く、実際に0.27%の成人がUberによって収入を得るとすれば、約65万5000人がUberの恩恵を受けているということになる。社員ではないが、リーチでいえばMcDonaldsより多い関係者人口だ。

オンデマンド・サービスの登場によって、フリーランサーが増加しているのか、それともフリーランサーの増加を、オンデマンド・サービス事業者が吸収しているのか。1099の増加は先にあって、オンデマンド・サービス事業者はその結果として拡大できていると、George Mason Universityの研究者は見ている。本レポートでは、増加するオンデマンド・エコノミーの存在感を報告する。

主な登場者

TaskRabbit Uber Lyft AirBnB

キーワード

1099 オンデマンド・エコノミー 雇用形態 労働力のスキルアップ
テンプ（労働） 正社員 vs 非正社員 タスクとタスカー

地域

米国

Title	The growing presence of the on-demand economy
Author	Jon Metzler, President, Blue Field Strategies
Abstract	<p>The on-demand economy has been a subject of attention for several years. Also known as the gig economy, or the 1099 economy, the on-demand economy refers to services that enable people to convert hours to dollars, and its growing presence can be seen in the growth of services like Uber and TaskRabbit. 1099 refers to the form that independent contractors submit to the US Internal Revenue Service with their tax filings, but is often used these days to refer to the on-demand workforce.</p> <p>This is no short-term trend – since 2009, 1099 filings have grown 21%, while those from W-2 (full-time) employees have shrunk 4%. Meaning, 1099 growth predates services like Uber.</p> <p>JPMorgan Chase estates that 1% of American adults derive some form of income from on-demand platforms, which it divides into labor (Uber, TaskRabbit) and capital (AirBnB, eBay) platforms. Uber’s estimated share is 0.27%; if correct, this means more people in the US derive income from Uber than McDonalds.</p>
Keywords	1099 On-demand economy Hiring Upskilling workers Full-time vs part-time employees Tasks and taskers
Region	United States of America

1 「オンデマンド・エコノミー」は本物か？

報道記事では、「ギグ・エコノミー」¹や「1099エコノミー」、「ソロプレナー²（ソロ・アントレプレナーの略語）」などの言葉で取り上げられることも多い。1章では、雇用データのトレンドをみて、近年メディアで語られる「オンデマンド・エコノミー」がかつての雇用サイクルとどのように異なるかを確認する。

1-1 1099労働者の増加

1099フォーム（書類、雛形）とは、所定の1年で600ドル以上の対価を得た被雇用者すべてに配布される米国国税庁の申告フォーム³のことだ。（筆者は、毎年その業務活動を通じて発注元から1099フォームを受取り、また当方から仕事を依頼するフリーランサーに対して提出している。）このフォームが発行されるのは、有限責任会社や企業に対してではなく、各個人に対してである。この1099に対し、従来のW-2⁴がある。こちらは、年間600ドル以上の支払いを受けた被雇用者に対して雇用者から提供される。（「W-2」の用語は、通常、会話では使われない。あくまで1099に対置するものとしてここで紹介する。）なお、筆者は、これまで正社員、契約社員、コンサルタントとして、また個人事業主として働いてきたが、そのキャリアの大部分は、日本での契約社員、米国での1099労働者、有限会社事業主としてであり、米国のW-2被雇用者として働いた勤務経験年数が少ない。自分で申し上げるのも恐縮だが、このレポートの内容にフィットする、近年のキャリアパスのある種のサンプルと言うこともできる。

従来、1099とW-2の労働者数は逆相関的に働いてきた。一方が増加すれば他方が減少し、逆もまた同様である。たとえば不況時は、企業は雇用者数を削減してフリーランサーの活用を進め、好景気のときはこれが逆になる。ハイテク分野での広報職はこの一例だ。テクノロジー企業は、景気が悪化すると社内の広報担当者を削減し、景気が回復すると再雇用するということがよくある。必然的に1099は、人件費を固定費用でなく流動費用にすることで、固定費削減の手段となっていた。

1994年以降からの1099の増加の様子を図表1に示す。



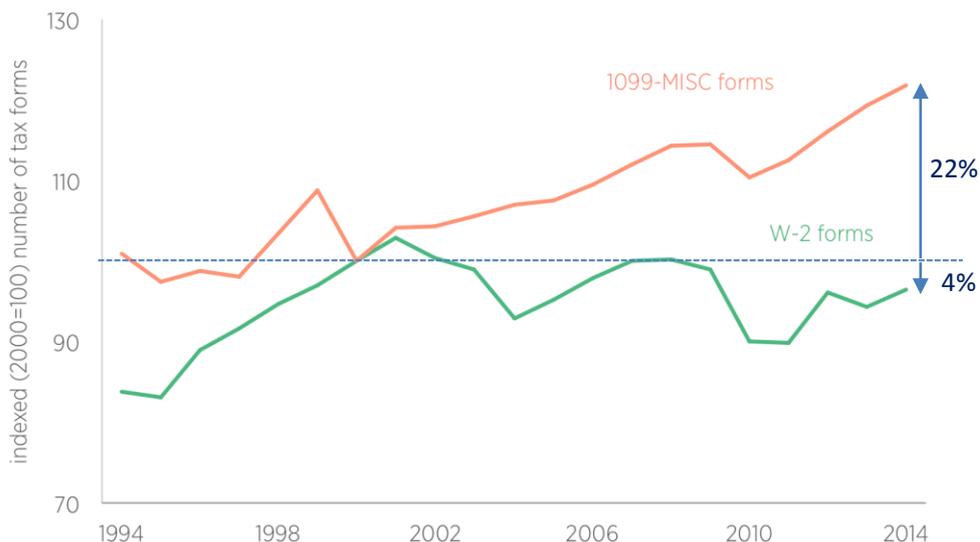
¹ 英語ではgig economy。Gig = プロジェクト的な仕事のことを言う。

² 英語ではsolopreneur.

³ <https://www.irs.gov/pub/irs-pdf/i1099msc.pdf>

⁴ <https://www.irs.gov/uac/About-Form-W2>

【図表1】 1099 (プロジェクト労働者)とW-2 (企業の従業員)の納税件数の推移 (2000年を100とする)



出所：George Mason大学レポート¹のグラフに補助線を追記

2000年を基準にしてW-2は4%低下し、1099は22%増加した。ちなみにその間、アメリカの総人口は2.82億人から3.2億人へ13%ほど増加した。² つまり、1099労働者の納税件数は、人口成長率以上に増加している。もっとも、1人のフリーランサーが複数の1099を提出する傾向があるため、必ずしもフリーランサーの増加が22%ではないことをご留意いただきたい。

【図表2】 W-2と1099の納税件数の変化率

	W-2	1099
2000年に対して	-4%	22%

出所：George Mason大学レポートのデータをもとに、筆者作成



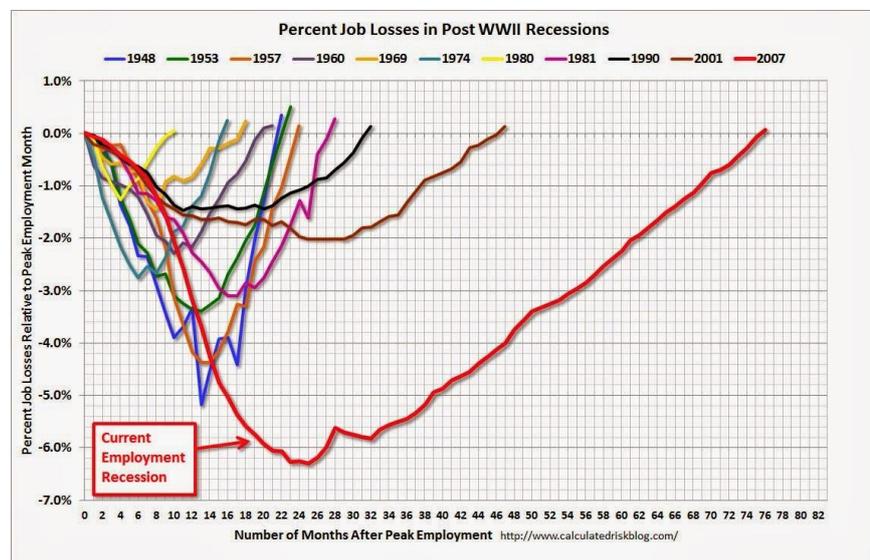
¹ <http://mercatus.org/sites/default/files/Evaluating-Growth-1099-Dourado-MOP.pdf>

² <http://www.census.gov/popest/data/index.html>

この1099のデータには複数の捉え方が存在するが、全体としてパートタイム労働者やプロジェクト労働者が増加していると言える。米連邦政府監査院は最近の推計で、「臨時雇用者」を広い意味で定義すれば、2010年の労働者数のうちこの「臨時雇用者」が占める割合は40%となり、日本と同レベルにあるとした¹。この値は、2005年の35%から増大している。この数字には仲介業を通して提供される従来の派遣労働者や、1099コンサルタント、および日雇い労働者も含まれている。またこの連邦政府監査院のデータは、UberやLyft、AirBnBといったオンデマンド型で収入を生むサービスが確立する以前のものであることも留意すべきだろう。

従来、1099労働者と経済状況が一般に逆相関にあったとすれば、今回は何が異なっているのだろうか。米国の雇用状況について、ブルームバーグのデータによれば、2007年の下降の影響は、雇用の回復に要した期間（月ベースで）の長さからみて、それまでのどの下降期と比較しても深刻であった²。図表3では、米国の雇用レベルが2007年のピーク時まで回復するのに76か月（6年あまり）を要している。（興味深いことに、近年の3つの主な下降—1990年、2001年および2007年—は、いずれも前の下降期よりも長く、その時点で過去最長の回復期間を要している。）

【図表3】 米国不況回復サイクルの推移



出所：Bloombergデータをもとに、Calculated Risk作成



¹ <http://www.gao.gov/assets/670/669766.pdf>

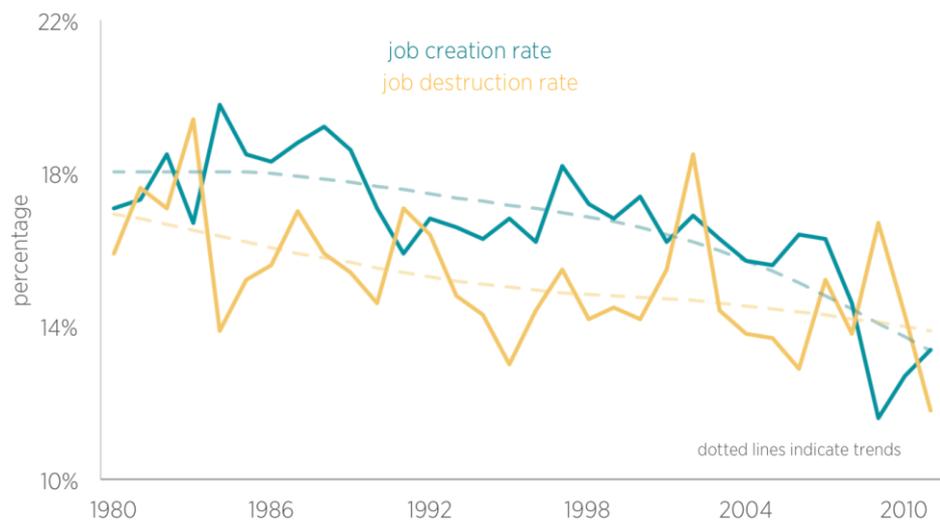
² <http://www.bloombergview.com/articles/2015-08-07/not-the-scariest-jobs-chart-ever>

したがって、1099労働者の増加の背景には、経済回復サイクルの長期化が一因としてあると考えられる。(ちなみに上記のグラフをより前向きに表現すると、米国全体で5年強、雇用が増加している。カリフォルニアでは、5年弱、雇用が増加している。¹⁾

2000年から1099労働者が増加しているとすれば、オンデマンド・エコノミーが発達する前からの傾向になる。George Mason大学のレポートでは、オンデマンド・エコノミーは1099エコノミー発展の結果であって、要因ではないと指摘する。逆に従来の雇用機会(W-2)創造の成長率の低下を1099の成長の要因として解説する(雇用機会創出率と消失率を示す図表4参照)。つまり、従来の雇用に就けていない労働者が増加し、オンデマンド・サービス事業者が彼らを吸収しているという見方だ。

【図表4】 米国雇用機会創出率と消失率の推移

FIGURE 5. US ANNUAL JOB CREATION AND DESTRUCTION RATES, 1980-2011



出所：George Mason大学レポート

1990年以来、日本でも非正規社員（派遣社員など）の雇用が増加し、2014年の時点で労働者の37%ほどを占めるようになった²⁾。米国の1099層と同じ水準で、日米の労働構造が似てきたと言えるかもしれない。Unemployment（失業）でなくunderemployment（不完全雇用）が指摘される日本でも、オンデマンド・サービス事業者が活用できる労働層が増加していると言えるのだろうか。



¹ <http://blogs.berkeley.edu/2016/05/17/the-jobs-recovery-eight-years-post-great-recession/>

² 2015年度版厚生労働白書

1-2 オンデマンド・エコノミーは何人の人をサポートできるか

米大手銀行のJPモルガン・チェースは、クレジットカードの取引データを元に、米国の成人の約1%が「オンデマンド・エコノミー」サービスでの労働から収入を得ていると推計している。その中で、「キャピタル・プラットフォーム（労働力でなく資産を共有するプラットフォーム；例：AirBnBなど）」からの貢献は「労働力プラットフォーム；例：TaskRabbit」からのものより大きいとみる¹。eBay、Etsyなどeコマース・プレーヤーはキャピタル・プラットフォームのカテゴリに含まれる。

【図表5】 オンデマンド・エコノミーの成長

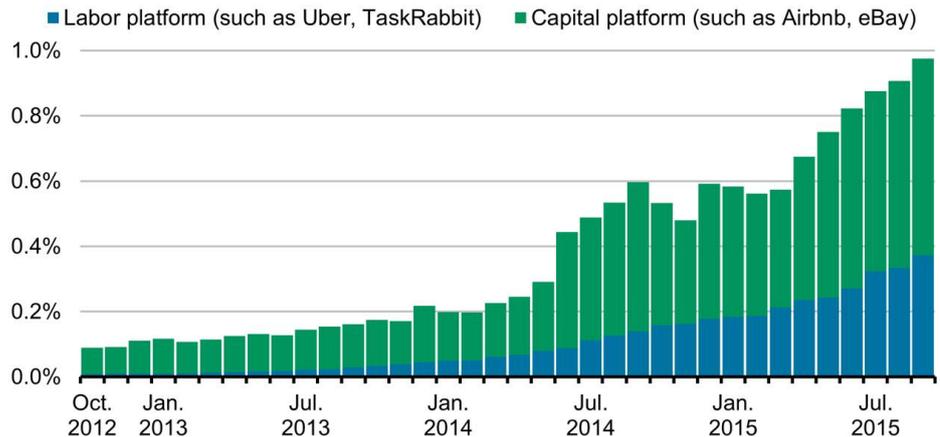
米国の成人におけるオンラインプラットフォームからの月ごと収入に占めるシェア。オンラインプラットフォームは、ギグ・エコノミーもしくはシェアリング・エコノミーとも呼ばれる。

(blue – 棒グラフの下の部分) 労働力プラットフォーム (Uber、TaskRabbitなど)

(green – 棒グラフの上の部分) キャピタル・プラットフォーム (AirBnB、eBayなど)

Gig Growth

Share of U.S. adults earning income in a given month via online platforms, often referred to as the gig or sharing economy.



Source: JPMorgan Chase Institute | WSJ.com

出所：Wall Street Journal²

この調査では、Uberが労働力プラットフォームのシェア（0.4%）のうち3分の2、全体の約0.27%を占めると試算されている。米国の成人が2億4500万人とすると、約65万5000人の米国の成人が何らかの収入をUberから得ていることになる。これが事実なら、Uberは、220万人を雇用するウォルマートに次いで全米第2位の雇用を擁する企業となる。（米国労働人口を15-64歳の人口として定義すれば、「Uber収入取得者」は55万3500人として試算できる。これは米国で14,000ほど店舗をもつMcDonaldsの被雇用者より多い。）



¹ <http://blogs.wsj.com/economics/2016/03/28/the-entire-online-gig-economy-might-be-mostly-uber/>

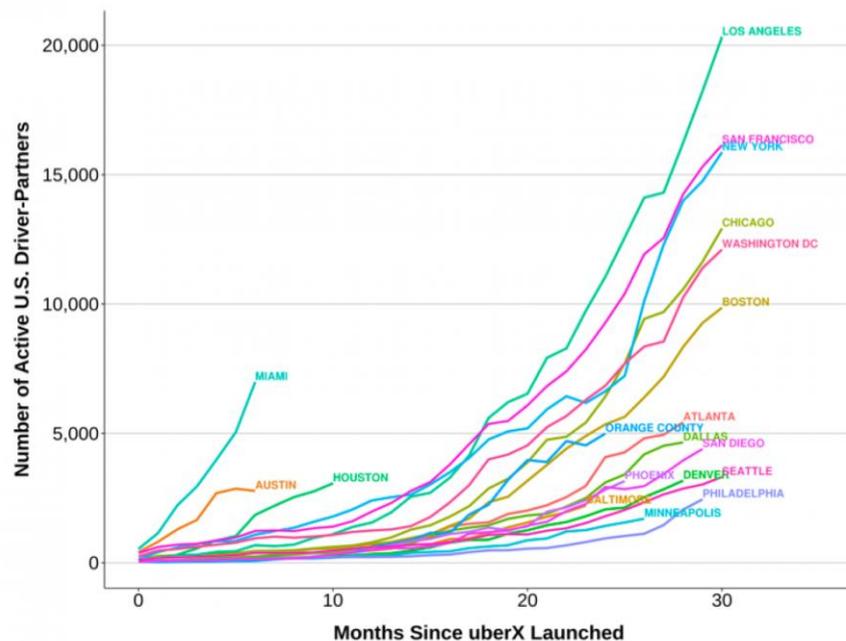
² <http://blogs.wsj.com/economics/2016/03/28/the-entire-online-gig-economy-might-be-mostly-uber/>

実際、2014年12月時点のUberのデータから、同社のuberX（個人タクシーに相当）および UberBLACKサービス（ブラック・カー・サービス）には162,037人の「アクティブ・ドライバー（月に4回以上の乗車サービスを行うものと定義される）」がいることが明らかになった¹。この時期のロスアンゼルスおよびサンフランシスコのアクティブ・ドライバー数は、それぞれ2万人および1万5000人だった。以前のレポート²で申し上げたように、これは従来のタクシー・ドライバーより断然多い。また、2014年12月時点のアクティブ・ドライバー数は、その水準に留まったとしても、Hilton、AmazonなどFortune 500企業の雇用者数などより多いのである。³（Fortune 500のランキングでは、パートタイム労働者は0.5社員として計算される。）

【図表6】 米国都市別アクティブ・ドライバーとなっているパートナー数の推移

UberBLACKおよびuberXで、所定の1か月中に一度以上の乗車サービスを行いアクティブ・ドライバーとなっている米国のパートナー数（縦軸）の推移を都市別に図示している。横軸はサービス開始月もしくは2012年6月以降の月数を表す。

Figure 5: Active U.S. Driver-Partners Over Time, by City



Note: Figure reports the number of U.S. UberBLACK and uberX driver-partners making at least one trip in the specified month, indexed to the number of months since Uber began in the city or June 2012, whichever came later.

出所：Washington Post紙



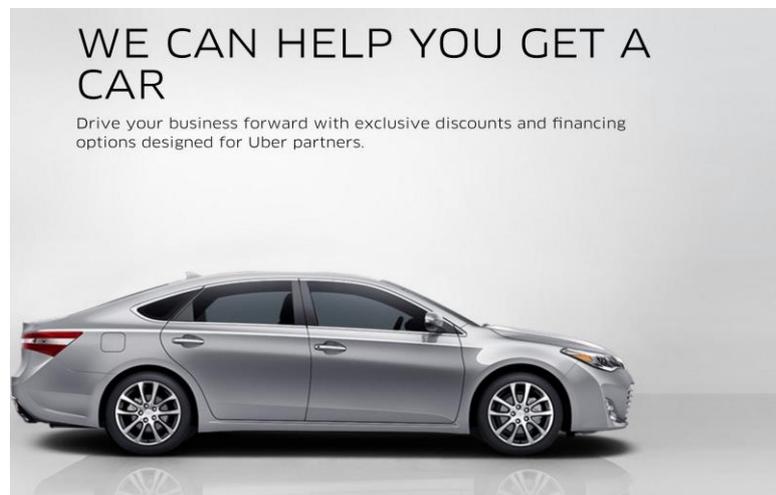
¹ <https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2015/01/22/nw-we-know-many-drivers-uber-has-and-how-much-money-theyre-making%E2%80%8B/>

² KDDI総研R&A2015年12月号『Does software Always Eat Hardware? – 製品の付加価値（とマージン）は、必ずハードからソフトへ移行するのか?』4ページ

³ <http://fortune.com/fortune500/2015/>

【コラム：Uberのリースモデル】

Uberの成り立ちは、稼働していない自家用車を使って短時間の労働で収入を得る形、すなわち、余剰のクルマと人を活用するモデルである。「Vehicle Financing Program」は、自分の車を持たないドライバー向けに車のリースプログラムを提供している。一般に、UberやLyft、その他類似のサービスでは車を登録するため、レンタカーを充てることはできない。HyreCar、JustRideなどの集約サービスでは、車をUberやLyftに登録し、その車を個人のドライバーに貸し出している。Uberは貸付も行っている。ドライバーの賃金からはリース代金が控除される¹



2016年5月25日に発表²されたトヨタとUberの協業はトヨタが子会社のトヨタファイナンシャルサービスを通じてドライバーに車両をリースし、ドライバーの収入の一部がリース料として回収される。

当初のモデルであれば、時間とクルマの両方を持ち合わせた人でないとサービス提供者となれなかった。リースモデルの採用でサービス提供者のすそ野が広がる一方、タクシー業界との軋轢が深まる可能性もある。

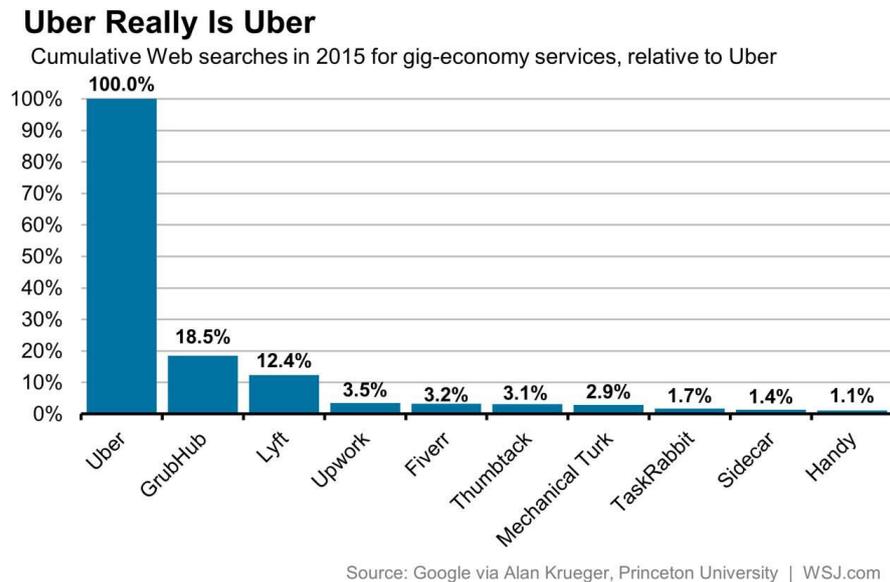
Uber以外、1099エコノミー成長のエンジンに値する事業者があるだろうか。Princeton大学の先生が集計したGoogleの検索データ（"gig economy"関連検索）を以下にて示す。Uberは最も多いが、デリバリーのGrubHub、Uberの競合のLyft、フリーランサーを採用できるUpworkなどもある。



¹ <https://get.uber.com/cl/financing/>

² <http://newsroom.toyota.co.jp/en/detail/12153258>

【図表7】 Googleの検索結果にみる「オンデマンド・エコノミー」事業者の相対シェア



出所：Princeton大作成、WSJにて掲載¹

図表7のサービスプロバイダー（横軸の会社名）を以下のように整理できる。

1. ドライバーをオンデマンドで依頼できるサービス：Uber、Lyft、Sidecar (Sidecarは、GMにより買収された)
2. ハンディマンの自宅訪問を依頼できるサービス：TaskRabbit、Handy、Thumbtack
3. 何かプロジェクトをフリーランサーへ発注できるマーケットプレイス：Upwork、Fiverr、Mechanical Turk (Mechanical Turkは、Amazon傘下)

Googleでの検索頻度がオンデマンド・サービスの被雇用者数に比例すると仮定して、2014年12月の時点のUberのアクティブ・ドライバー（162,037人）を、LyftのUberに対する検索相対シェアを用いて試算すると、Lyftもその時点で20,093人のアクティブ・ドライバーがあったことになる。これだけでもニューヨーク、ロサンゼルス、サンフランシスコとボストンの合わせたタクシー・ドライバーの数より多い²。（報道では、2015年10月の時点、Lyftは150,000ほどのアクティブ・ドライバーがあったという。³）



¹ <http://blogs.wsj.com/economics/2016/03/28/the-entire-online-gig-economy-might-be-mostly-uber/>

² https://en.wikipedia.org/wiki/Taxicabs_of_the_United_States#Count_of_taxicabs_by_city

³ <http://money.cnn.com/2015/10/08/technology/lyft-gas-perks-uber/>

3)のカテゴリは、たとえばテキスト入力やデザインなど、リモート（在宅など）で作業できる依頼内容が多く、そのためとくに米国国内のフリーランサーに限定する必要はなく、グローバルなネットワークへ依頼できるマーケットプレイスとして機能する。

たとえば、フリーランサーを採用できるUpwork（2013年にoDeskとElanceが合併し、2015年にUpworkブランドになった）やFreelancer.comといったサービスがある。2014年12月時点で、全米で230万人のフリーランサーと170万社の企業がUpworkに登録しており、この米国の「オンライン・ワーカー」たちは、2014年に6億400万ドルを稼ぎ出した。

興味深いことに、最も需要の高いサービスは、モバイル開発（iOS、Android）やAPI統合といった技術的な専門知識を要するものだ¹。これらは「手早く身につく」技術ではなく、むしろ「知識労働者」のスキルであるといえる。こういった労働市場は国際的であることが多く、米国企業が他国に居住する開発者を採用する場合がある。これは、より大きな労働市場により安価な賃金で手を伸ばせるということである。「iOS開発者」をUpworkで検索したところ、時給の幅は40ドル（ウクライナ在住開発者）から70ドル程度であり、一般に賃金の高いサンフランシスコでもせいぜい100ドル程度であった。Upworkは、同社ウェブサイト内でのフリーランサーとのリアルタイム・メッセージにも対応している。

つぎに、オンデマンド・サービスのプロバイダー層をみてみよう。

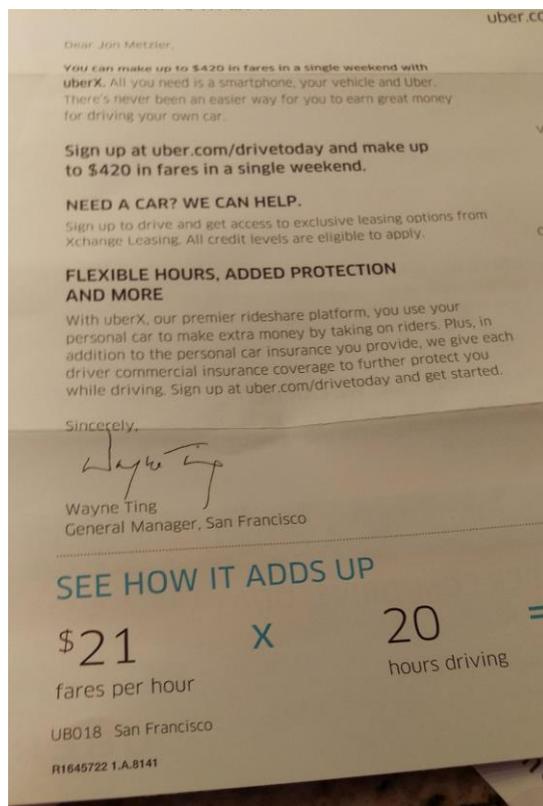
1-3 サービス提供者のプロフィール

LyftやUberなどのサービスではドライバーたちはサービス価格をコントロールできない。清潔でいい車かもしれないし、ドライバーの対応も丁寧かもしれないが、サービス・レベルが高くても価格を向上することはできない。したがってドライバーの報酬を時給ベースで推定できる。Uber、Lyftもドライバーの最低時給を35ドルに設定している（下記募集資料参照）。年間の労働時間を2000時間（250営業日 x 8時間）と仮定すると、\$70,000ほどの年収が可能という計算になる。



¹ <http://elance-odesk.com/online-work-report-us>

【図表8】 "Uberで、週末\$420稼げる!"



出所：筆者提供（郵便で送られたもの）

実際、Uber社の広報によると、多くのドライバーはパートタイムで運転し、既存の収入を補うという。では、どのタイプの人が、何のためにドライブするのか？

筆者はLyftやUberのドライバーの「カジュアル・ヒヤリング」をよく行っている。地理的限定的な（つまりサンフランシスコのみ）調査結果データではあるが、5年ほど継続して聞いた話を整理すると、いくつかの像が浮かび上がる。

- 若者、おそらくは学生で、ドライバー業で収入を補う
- 若者で、定職に就かずほぼフルタイムでドライバー業をする
- 若者で、旅行費用を貯える
- 親が、子どもの養育費を補う
- 定職者であり、転職で次の職に就くまでの間の収入を補う
- 定職者であり、客との情報交換を目的にドライバーをする
- 定職者であり、ドライバー業で収入を補う
- 定年後、ドライバーとして収入を補う

一部のドライバーは周辺の街からサンフランシスコ市内へ通っている。つまり、顧客が密集した都市が、周辺および近郊の街のサービス提供者を雇っている。ある

ドライバーは、朝の通勤時間はドライバーをやり、午後は通学し、そして夕方にはまた運転するのだと語った。別のドライバーは、子供持ちの母親で、早朝の通勤時間（東時間帯に合わせて通う者、または空港へ行く者を狙って）のみ働いて、収入を補うと語った。また、あるドライバーは、教職を退いた後、uberXのドライバーをしながらAirBnBで空き部屋の提供もして退職後の生活費を補っていると語った。彼の妻も、オンデマンド・サービスのサービス提供者として犬の散歩代行をしているという。

ドライバーとしてのスキル、また乗せてもらう車種はまさにさまざまだが、こうしてドライバーの話に耳を傾けると、このようなサービスの社会的インパクトを実感させられる。Hours to dollars、つまり供給側が余った時間を収入へ換算できているわけだ。

いわゆる便利屋のマッチングサービスであるTaskRabbitの推計では、典型的な「タスカー」は時給にして35ドルが期待できるという。（米国の最低賃金の5倍ほどだ。）TaskRabbitでは、タスカーは熟練の大工や配管工などのスペシャリストとして自分たちを売り込むことができる。35ドルが平均値だが、時間ごとの料金もタスカー自身が設定できる。TaskRabbitで一番多い提供サービスは、クリーニング、雑用サービス、配送、引っ越しやリフト&シフトである¹。（リフト&シフトは、重量のある家具や家電製品などを住居内で移動させることを指す。同社によると、タスカーは多い場合年収15万ドルを稼ぐものもいるという。2000時間の労働時間で割ると、平均時給\$75になる。）

1-4 オンデマンド・サービスにおけるハイブリッド雇用モデル

一般に、TaskRabbitのようなオンデマンド型サービスは、個人の事業主やフリーランサーを活用する。これらのサービス提供者は、特定の需要者から継続的に発注があるわけではないので、次のオーダーを受注するには、継続してプラットフォームに参加していなくてはならない。ただ、UrbanSitterのようなケア・サービスでは、「プラットフォーム外」に移行することは珍しくない。これは、継続ベースで信頼できるシッターを抑えたいという親のニーズからだろう。

食品配送サービスInstacartや バレット・サービス（valet service、つまりスタッフが代行で自動車を駐車してくれるサービス）Luxeなどいくつかのオンデマンド型サービスでは、ある程度の数のサービス提供者を正規に雇用し、一部社内化へと移行している²。instacartでは競合商品の調査担当の一部は直接雇用しているという。



¹ TaskRabbit interview.

² <http://techcrunch.com/2015/11/22/the-real-reason-on-demand-startups-are-reclassifying-workers/>

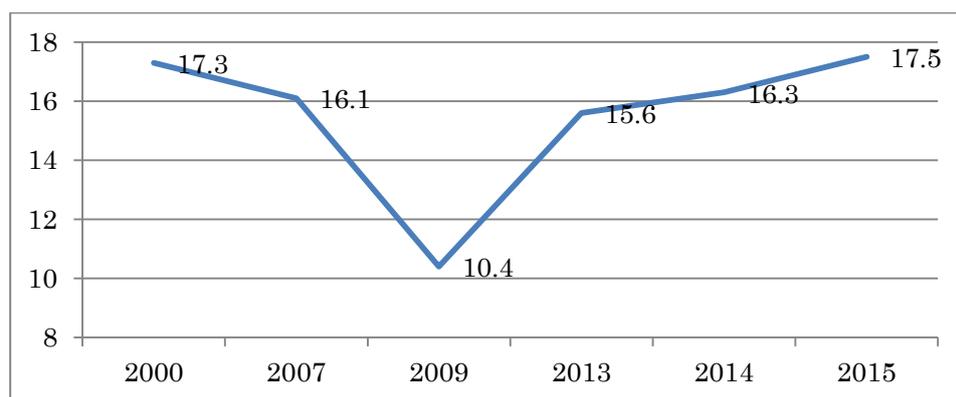
このことは、サービスデリバリーのうち一貫性や経験値が問題となるような要素は代替不可能であるという認識を示している。そこでは信頼性や一貫性、スピードが重要であり、着実に同じ業務をこなす同じリソースを有することが、サービスの効率性に繋がるのだ。逆に、これらの企業もデリバリー側の人員は雇用していない。デリバリーは競争が激しく代替が効くため、同じデリバリー人員を繰り返し活用する理由がないのだ。

1-5 都市スケールでのオンデマンド・サービスのインパクト

1-2節で、従来のタクシー・ドライバーの3倍のUberドライバーがサンフランシスコにはいると述べた。それ以降もこの比率は増大しており、2014年12月時点でのUberドライバー数は従来のタクシー・ドライバーの10倍に上る。このことは政治的にも、また従来のタクシー・ドライバー免許証の価値にも、影響を及ぼしている。

さらに広く言えば、車の所有に対しても影響を及ぼし得るといえる。自家用車の場合、総時間の90%は走行していないというのはよく言われることだ。また保険やガソリン代、通行料など、車を所有し使用するには年間9000ドルのコストがかかる¹²。UberやLyft、さらにはZipcarまである今日となつては、2台目の、いや1台だけでも、車を持つ意味はあるのだろうか？ 全米の車の販売数はまだこの仮説を支持するに至っておらず、2015年の販売台数は2000年のピーク水準を超えている³。2015年の小型乗用車の全米販売数は1750万台だった。これは、リーマンショック以降最小だった2009年の1040万台からは70%の増加となっている。それでも、若年世代では自動車所有率は低下しているとよく指摘される。

【図表9】米国自動車販売台数の推移（単位：100万台）



出所：関連報道をもとに筆者作成。



¹ <http://miter.mit.edu/articlebalancing-act-future-car-sharing-and-driving-service/>

² <http://newsroom.aaa.com/2015/04/annual-cost-operate-vehicle-falls-8698-finds-aaa-archive/>

³ <http://www.autonews.com/article/20160105/RETAIL01/160109995/u.s.-auto-sales-break-record-in-2015>

仮に、(少し楽観的に) 2台目の車を購入した人がその代わりにオンデマンド・サービスを使ったと考えてみよう。すると、都市規模でみて数々の好ましい影響が生まれたであろうことがわかる。駐車スペースを取る車の所有が減少すれば、もっと広いスペースを住居に使えるのではないか? 駐車場から住居への転換は可能だろうか? サンフランシスコは、人口流入がある一方で区画規制が厳しく土地が限られるため、住宅価格や賃料が高騰している。駐車場から住居への転換は、住居費負担に苦しむ市民¹にとって実に大きな恩恵となるだろう。クルマだけでなく住居さえも必ずしも所有したり、従来のように長期借用したりするものと考えする必要はないかもしれない。むしろ、AirBnBのようなサービスがその住宅需要の一部を吸収することも考えられるだろう。こういった柔軟性があれば、貸主側は賃貸法から来るさまざまな問題を回避できる(サンフランシスコの賃貸法は借手側に有利なのだ)、借手側もサンフランシスコのような都市に引っ越す際の金銭的負担に柔軟な対応ができる。

都市規模で見るオンデマンド・サービスのもうひとつの意義は、税収だ。AirBnBは、サンフランシスコ市に対し毎月100万ドルに及ぶとみられるホテル税を収めている。サンフランシスコ全体のホテル税による税収は、2009年の1億8700万ドルから増加し、年間約3億ドルに上る。AirBnBを通じて徴収される税額は、従来のホテルからの税への上乗せとなっているだろうか? またAirBnBのようなサービスは、ツーリズムの拡大に対応し、ホテル税だけでなくさまざまな形で「ホスト都市」に貢献できる。2014年にパリを訪れた旅行者のうち10人に1人はAirBnBに滞在したと推計されている。サンフランシスコの場合、2013年に1690万人の旅行者があり、93億8000万ドルを現地で使っている。²この地域にとっては来訪者一人あたり555ドル相当となる。サンフランシスコ市当局は2013年に来訪者関連の税から6億700万ドル、一人あたり約36ドルの税収を得ている。つまり、AirBnBはより大きな全体像の一部であり、ホスト側の都市には複数のやり方で来訪者を「収益化する」機会があるということだ。なお、AirBnBのホストも所得税を支払うことにも注意して欲しい。

また、オンデマンド・サービスで収入を得るサービス提供者(タスカーなど)は、どのような消費をするだろうか。TaskRabbitによれば、タスカーの収入は2014年から2015年で3倍になっているという。(あいにく、TaskRabbitに問い合わせたところ、3倍に増えたタスカーたちの収入が何に使われたかは把握していないとのことだった。)



¹ <https://medium.com/@mccannatron/1979-to-2015-average-rent-in-san-francisco-33aaea22de0e#.wvosg3y90>

² <http://www.sanfrancisco.travel/san-francisco-visitor-industry-statistics>

2 長期的視点からみた、オンデマンド・エコノミー増大の影響

1099労働者の増加を受けて、米国連邦政府監査院は実態調査を行い、オンデマンドタイプの労働に共通する主な性質として、次の点を挙げている。

- 長期に渡る雇用の保全がないこと。
- 変動的ないしは予測困難なスケジュールで働く傾向があること。
- 必要に応じて呼び出されての労働であること。
- 職の不安定さを経験する傾向が高いこと。

これらの性質は、UberやLyftのドライバー、AirBnBのホスト、TaskRabbitの便利屋(“handyman”)、犬の散歩代行者、ベビーシッターなど、「オンデマンド型」経済で「サービス提供者」となる労働者すべてに当てはまる。

さて、不安定な職にある者はキャリアアップにどれだけ投資すべきか？ 彼らは、たとえば通学のために、職を離れることができるか？ 労働時間外には対価が支払われないなら、どう時間管理をすればよいのか？

こうした不安定な雇用形態の社会や経済へのインパクトを考えると、さらに重要なのは、家族を持ち、住居を購入し、子どもを持つといった、長期的な投資を行う能力に影響を及ぼすということである。言い換えれば、オンデマンド・エコノミーに参加することで、結婚・マイホーム・出産といったライフサイクルは成り立つのだろうか。そこで、1-3節で前述した「サービス提供者のプロフィール」が、ある程度参考になるかもしれない。ほぼフルタイムでドライバーまたはタスカーとして働くものもいるが、多くはパートタイムで収入を補っているようだ。自分のキャリアパスのネクストステップのために、オンデマンド・エコノミーで得る収入を投資しているのか。投資しているとすれば、どのようなスキルを身につけるために投資しているのか。

筆者はかつて、ベンチャーキャピタルの資金を受けた、位置特定技術を開発したベンチャー企業で働いていた。その会社では、ASICやアンテナのデザイナー、さらにはアルゴリズム開発など、非常に重要なポジションでも1099労働者が就いていた。いずれも、高いスキルを有するこれらのエンジニアたちは時給ベースで働いていたのだ。つまり、1099=タスカーやドライバーだけでなく、知識ワーカーのスキルをもち、1099として勤務するものもいるわけだ。

また、前述したUpworkのレポートにあるように、最近では、モバイルOS向けアプリ開発者という、高収入が得られる専門職がでてきた。たとえばTaskRabbitの便利屋として稼ぎつつ、iOS開発を学ぶものがあるだろう。こうした1099労働者のスキルアップについて、次回、報告することとしたい。

📖 執筆者コメント

1990年の雇用の下降は「ジェネレーションX」の登場と関連がある。ジェネレーションXは当初、史上初めて前世代の富に届かないであろう世代、行き場を失くした世代としてよく話題になった。しかし、ジェネレーションXは創業者とアントレプレナーの世代となり、1990年代のITブームを巻き起こした世代となった。「従来型経済」で行き場を失くした者の論理的な帰結は、かつてApple社がわれわれを駆り立てたとおり、『Think Different.』¹である。たとえば、Amazonのジェフ・ベゾスがジェネレーションX世代であり、ネットスケープ、Opware、さらに今はベンチャーキャピタルAndreessen Horowitzのマーク・アンドリーセンはジェネレーションXである。Googleのラリー・ページもジェネレーションXだ。（ちなみに、日本のバブル崩壊直後に初めて来日し、米国ITバブル直後にMBAを取得した筆者もずばりジェネレーションXだ！）昨今の1099世代（あるいはsolopreneur世代）から、次代のAmazonやGoogleが出てくるのだろうか。

【執筆者プロフィール】

氏 名： Jon Metzler

経 歴： Blue Field Strategies 創業社・社長。米シカゴ生まれ、現在サンフランシスコ在住。90年代初頭、5年間の滞日時、朝日新聞出版局、TBS、CBSなどを経て、98年本国へ帰国。帰国後、UC-Berkeleyにて日本とシリコンバレーを比較研究し、ビジネスと東洋学の修士号を取得。Blue Fieldでは、とくに通信、メディア、ハイテックの領域にて日米、US-アジアのクロスボーダー市場分析・市場参入・戦略投資などにおいて多岐にわたる顧客企業を支援する。Blue Fieldの傍、UC-BerkeleyのHaas School of Businessの MBAプログラムにて講師を務め、またJapan Society of Northern Californiaのボードメンバーを務める。



¹ 1990年代、Appleの広告の謳い文句であった。