

# シェアリングエコノミーの現状と展望（第2回） ～ カーシェアリングはレンタカーを駆逐するか

執筆者 KDDI 総合研究所 特別研究員 高橋陽一

## ▼記事のポイント

### <サマリー>

シェアリングエコノミーの世界的な進展に伴い、所有からシェアへと移行するライフスタイルの変化がさまざまな分野で起こっている。車社会の米国にもシェアリングの波が押し寄せてきた。車のシェアリング形態として、ライドシェアリングは話題性が高く、庶民の足として欠かせない存在になっており、成長性も有望視されているのに対し、カーシェアリングは比較的地味で目立たず、市場規模も小さいと見込まれ、縮小や撤退の動きさえ見られる。

本レポートでは米国におけるシェアリングエコノミーの現状と展望をテーマに、さまざまな分野における所有からシェアへのライフスタイルの変化に焦点を当てることとし、まずはカーシェアリングを2回に渡って取り上げる。第1回では、シェアリングエコノミーとカーシェアリングの概念を整理した上で、先進事例としてサンフランシスコにおけるカーシェアリング事情を紹介した。第2回となる本稿では米国のシェアリングエコノミーにおけるカーシェアリングの有効性や問題点を、筆者の体験を交えてできる限り深掘りし、カーシェアリングの将来性を考察する一助とする。

### <目次>

- |                         |                              |
|-------------------------|------------------------------|
| 1 カーシェアリングと周辺分野         | 3-4 カーシェアリングを使ってみた           |
| 2 カーシェアリング進展の背景         | 4 カーシェアリングから見るシェアリングエコノミーの展望 |
| 2-1 ミレニアル世代がシェアリングを牽引   | 4-1 カーシェアリングとライドシェアリング       |
| 2-2 価値観の変化              | 4-2 ミレニアル世代の特徴が仇になる          |
| 2-3 既存サービスへの不満          | 4-3 カーシェアリングはレンタカーを駆逐するか     |
| 2-4 経済環境の変化             | 4-4 カーシェアリングは自動車販売を減らすか      |
| 3 カーシェアリングの実情           | 4-5 カーシェアリングは環境問題に貢献できるか     |
| 3-1 ライドシェアからカーシェアに乗り換えた | 5 おわりに                       |
| 3-2 カーシェアのために車を買うという選択  |                              |
| 3-3 利用者はいくら節約できるのか      |                              |

### <主な登場者>

Zipcar Turo Getaround FlightCar

### <キーワード>

シェアリングエコノミー カーシェアリング ライドシェアリング ミレニアル世代

### <地域>

米国

---

# Outline and Outlook for the Sharing Economy (Part 2)

## —Developments in Carsharing in San Francisco

TAKAHASHI, Yoichi

*Research Fellow, KDDI Research Inc.*

---

### Abstract

---

With the global developments in the Sharing Economy, the changes in people's lifestyle are ubiquitous, with an unmistakable shift from owning to sharing. This wave of sharing has made significant inroads into the car-dominated US. Among the modes of sharing cars, ridesharing features prominently, and has become a crucial means of transportation for vast numbers of people, and is expected to have a huge growth potential. Contrastingly, the carsharing market is relatively modest, perceived as sitting on the sidelines and lacking sizable market potential, to the point that some platform providers have even been forced to scale down or shut down their businesses.

This is a series of reports under the umbrella theme, Outline and Outlook for the Sharing Economy, focusing on this fundamental transition from owning to sharing that is taking place in numerous fields in the US. The following two-part report on carsharing serves as the starting point for this broader discussion. As the initial installment, this paper gives readers a general overview of the sharing economy and carsharing, followed by an introduction to the developments in carsharing in San Francisco, a front-line city for innovative technology and services. With a view to help readers gain insights into the future of carsharing, the second part will discuss, in as much depth as possible, the advantages and challenges of carsharing in the US, including reflections based upon the author's hands-on experiences.

### Key Players

---

Zipcar Turo Getaround Maven FlightCar City CarShare Spride

### Keywords

---

sharing economy carsharing ridesharing

### Regions

---

US

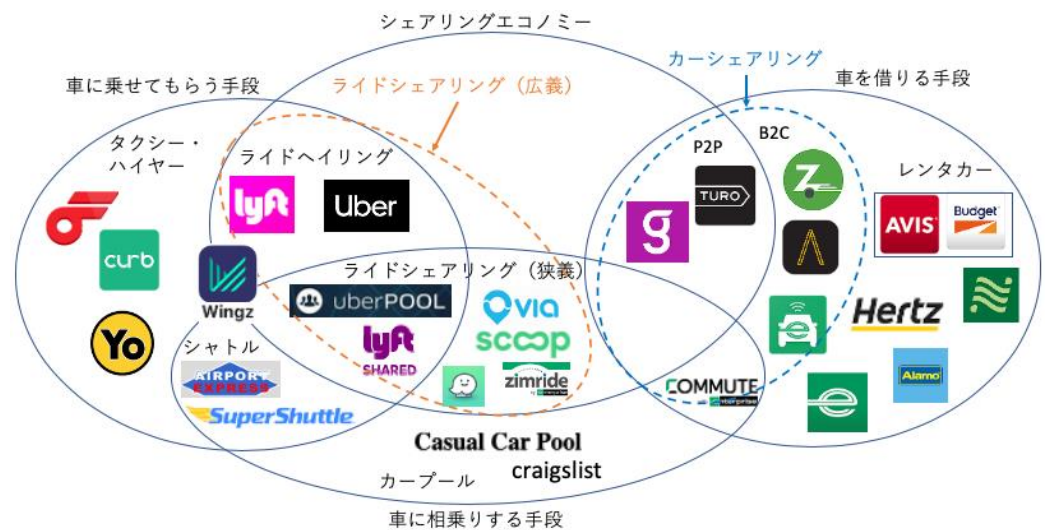
## 1 カーシェアリングと周辺分野

本レポートは米国におけるシェアリングエコノミーの現状と将来展望をテーマに、さまざまな分野における所有からシェアへのライフスタイルの変化に焦点を当てる。その第1弾としてカーシェアリングを2回にわたって取り上げている。

第1回ではシェアリングエコノミーとカーシェアリングの概念を整理した上で、先進事例としてサンフランシスコにおけるカーシェアリング事情を取り上げ、サービスの現状や問題点を含む動向を紹介した。

本レポートで想定しているカーシェアリングとその周辺分野の区分けは、概ね図表1のようになる。参考までにサンフランシスコとその周辺で利用可能な主要サービスも重ねて表示している。

【図表1】カーシェアリングと周辺分野の区分け



（KDDI総合研究所において作成）

第2回となる本稿では米国のシェアリングエコノミーにおけるカーシェアリングの背景、実情、有効性、問題点等を、筆者の体験を交えてできる限り深掘りし、カーシェアリングの将来性を考察する一助とする。

## 2 カーシェアリング進展の背景

カーシェアリングの将来性を考察するにあたっては、まずは近年なぜカーシェアリングが進展してきたのか、その理由や背景にある主要な社会的動向を押さえておくことが手助けになるだろう。

## 2-1 ミレニアル世代がシェアリングを牽引

シェアリングエコノミーはとりわけミレニアル世代に支持されていると言われていいる。ミレニアル世代とは、2000年代の幕開けとともに大人になった人たちを指し、Pew Research Centerでは1981年から1996年の間に生まれた世代と定義している。

この世代は生まれたときからインターネットが身近にある「デジタルネイティブ」であり、それ以前の世代とは明確に区別できる特徴を持っているとされる。それがシェアリングエコノミーの進展に大きく貢献していると考えられている。

たとえばこの世代はソーシャルメディアなどを通じて他人と積極的につながろうとする。モノを所有することに拘らず、他人とシェアすることを厭わない。まさにシェアリングエコノミーのスタイルがぴったりと当てはまる。

車に関しても所有しないで借りる、所有している車を他人とシェアするといった、カーシェアリングのスタイルを容易に受け入れるのみならず、積極的に推進する素地を持っていると言える。

この世代がビジネスや消費行動で大きな存在感を示すようになってきた2000年代の初め頃からシェアリングエコノミーやカーシェアリングが盛んになってきたという事実は、単なる偶然ではなく必然の出来事だったと言ってもよい。

## 2-2 価値観の変化

カーシェアリングが進展しつつある背景として、「車は92%が使われていない」という調査結果<sup>1</sup>がよく引用される。すなわち、車を所有していても実際に使っている時間は8%に過ぎず、残りの時間は車庫に眠っているだけだというもの。

「いや、私は毎日通勤に車を使っている」という人でも、勤務先に着くや否や車は駐車場に直行し、それから仕事が終わるまで、少なくとも8時間は使われない状態となる。通勤に往復2時間かかるとすると、まさに1日のうち8%しか使われていない。

上記の「92%」という数字はMcKinseyが発表した欧州における平均値であるが、英国では96.5%、米国では95%が車庫に眠っているとの調査結果もある<sup>2</sup>。国により若干の違いはあるにせよ、個人所有の車はほとんど使われていない状態にある。

車は使わなくても購入した直後からその価値はどんどん下がっていく。眠っている間に価値が下がるだけでなく、多くのパーキングスペースを占有する。車のパーキングのために、都市空間の中のどれだけのスペースが割かれていることか。

このような状況をどう思うかは個人の価値観によるが、近年カーシェアリングが

<sup>1</sup> <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/europes-circular-economy-opportunity>

<sup>2</sup> <https://www.reinventingparking.org/2013/02/cars-are-parked-95-of-time-lets-check.html>

注目され、進展している背景には、ミレニアル世代を中心として、このような状況を「もったいない」と感じる人が増えていることがある。

米国は「車社会」と言われ、一家に1台や2台は車を所有するのが当たり前。車にはパーキングスペースが必要だ。とすれば車のパーキングのために多大なスペースが占有されることは当たり前のことであり、必要なことだということになる。

ところがミレニアル世代を中心に、車を所有することが当たり前ではなくなってきた。車を所有することに拘らず、シェアするのも厭わないということだけでも大きな価値観の変化であるが、それに「もったいない」という意識が加わった。

多くの車が使われずに眠っていることや、そのために多大なスペースが占有されていることは「もったいない」ので、何とかしなければ。その思いが、カーシェアリングの誕生や推進の原動力になっていると考えられる。

ちなみに、この「もったいない」という言葉と精神は日本独特のものだったが、2004年に環境分野でノーベル平和賞を受けたケニア人のワンガリ・マータイさんが、環境を守る世界共通語として広めることを提唱した。

日本で生まれた「もったいない」が世界に広まり、環境保護、カーシェアリング、シェアリングエコノミーなどに関する活動の奥底に息づいているとすれば、何となく誇らしいではないか。

## 2-3 既存サービスへの不満

既存サービス市場に新しい技術を使ったサービスが破壊的に参入するときは、既存サービスに対する消費者の不満が動機や原動力になっていることが多い。車を借りる手段としてのカーシェアリングに対してはレンタカーが既存サービスとなる。

2014年8月にRelayRides（現Turo）がSFOに進出した際には、「レンタカーに対する消費者の不満をよく理解している」と好意的に迎え入れる声が上がった<sup>1</sup>。レンタカーの料金やサービスに関する消費者の不満が高まっていたからだ。

特にレンタカーの「隠し料金」は不評だ。webサイトなどで表示されている金額のほかに多くの追加料金があり、最終的な支払額は表示よりも随分高いものになってしまう。騙されたような気分になることも少なくない。

料金の他に、利用可能場所が限られ、カウンター前の長い行列に並ばなければならないことも不評だ。カウンターでは長々とした書類を確認し、保険やオプションを勧められ、迷い、選び、サインし、支払いをするという煩雑な手続きを伴う。

若い人たちにとってはレンタカーの年齢制限も不満の種になることもある。多くのレンタカーではドライバーは25歳以上でないと一人前として扱われない。それよ

<sup>1</sup> <https://qz.com/248928/this-startup-knows-people-are-tired-of-overpaying-for-airport-transportation/>

り若いと運転不可だったり追加料金が取られたりする。

RelayRidesのカーシェアリングは、アプリで簡単便利に予約や支払いができて、若年割増はあるものの18歳から利用でき、料金はレンタカーよりもずっと安い。まさにレンタカーの不評だった部分を解消するサービスだ。

RelayRidesのホームページでは「レンタカーよりずっといい」、「レンタカーのカウンターをスキップしよう」などと宣伝された。レンタカーに不満を募らせていた消費者にとっては、まるで救世主のようなサービスの登場だ。

## 2 - 4 経済環境の変化

2008年に発生した世界的規模の金融危機、いわゆる「リーマンショック」は、アメリカ人の経済環境を一変させた。これがカーシェアリングを含め、シェアリングエコノミーの進展を促した要因の1つと考えられている。

とりわけミレニアル世代はこの金融危機の影響をもろに受けた世代だ。社会人になったと思ったら景気後退の波に揉まれ、会社を解雇された、仕事がない、希望する職種に就けないなどの苦難を味わい、経済的困窮に陥った人も少なくない。

もっとも、経済的な困窮はミレニアル世代に限らない。中流階級の多くの人々が影響を受けた。しかもその影響は現在もなお尾を引いている。これが車に関わるライフスタイルにも影響を与えていると見ることができる。

経済環境の変化を物語る1つの傾向として、自動車ローンの返済期間が長期化している。The Wall Street Journalによれば、2019年上半期の新車販売にかかるローンでは、返済期間が7年以上のものが約3分の1を占めた<sup>1</sup>。10年前は10%以下だった。

過去10年の間に所得の伸びは停滞する一方、車の価格は急激に上がっている。新車のローン金額は平均で32,119ドル。ディーラーはローンの方が旨味があることから積極的に購入者にローンを勧め、払いやすくするために返済期間を延ばす。

今や返済期間の平均は69か月。85か月以上のものも1.5%ある。5年前には車のローンで8-9年ものなどというものは存在しなかった。返済期間が長期化した結果、車が買替えどきを過ぎてもまだローンが残っているという状況になる。

ローンが残ったままの車を買替えて、古い車のローンに上乗せして新たにローンを組むケースが、新車購入者の3分の1に達しているという。これではいつまで経っても完済できないどころか、ローン金額が膨らむ一方となる可能性もある。

たとえば、ミズーリ州セントジョセフのジョーンズさん（22歳）の場合、月々400ドル以下の支払いで車を買えるとのセールスマンからの販促メールに誘われて、2017年初めにホンダのディーラーに出向いた。

<sup>1</sup> <https://www.wsj.com/articles/the-seven-year-auto-loan-americas-middle-class-cant-afford-their-cars-11569941215>

選んだのはグレーのAccordセダン。割引をしてもらって車両価格は27,000ドルとなったが、10代のときに購入した2台の車のローンがまだ残っていたので、それも合わせて36,000ドルのローンを新たに組んだ。

72か月払いで毎月の支払額は500ドルを超えてしまった。ガールフレンドと折半で負担することにしたが、2018年にガールフレンドと別れたので、ローンが全額彼の肩にかかってきた。毎月のローンの支払額は給料手取額の4分の1を超える。

他にクレジットカードなどの支払いもあるので生活は非常に厳しい。ジョーンズさんのように経済的困窮のために車のローン返済ができなくなっているアメリカ人が増えている。むしろ、車のローンが楽に支払える人の方が少ないくらいだ。

前出のThe Wall Street Journalによれば、2016年の連邦政府の調査データでは新車のローンが払えるだけの十分な流動資産を持っている世帯は18%に過ぎない。この数字は最近になってもあまり変わっていないとのことだ。

米国で所得中央値の家庭が頭金20%の4年ローンで車を買う場合、毎月のローン返済額を総収入の10%に抑えようとすれば、購入可能な車の価格は18,390ドルとなる。しかも税金は別途だ。

一方、上記のように平均的な新車のローン金額は32,119ドルということだ。これが何を意味するかと言えば、米国の中流階級の人々が平均的な生活をするのができなくなっているということだ、と同紙は説明している。

カーシェアリングはそんな人たちに救いの手を差し伸べている。車を所有する余裕のない人には、所有しなくても借りて使える手段を提供し、車を所有している人には所有コストを下げ、楽に維持する手段を提供する。

### 3 カーシェアリングの実情

本レポートの第1回ではサンフランシスコにおけるカーシェアリング事情を取り上げたが、本章ではそれをもう少し深く掘り下げ、筆者の体験も含め実際にカーシェアリングを使っているホストや利用者の実情を紹介する。

#### 3-1 ライドシェアからカーシェアに乗り換えた

所有している車を活用して収入を得ようとする個人にとっては、UberやLyftなどのライドシェアリングで稼ぐか、TuroやGetaroundなどのカーシェアリングで稼ぐかという選択肢がある。

どちらがいいのかは人それぞれだが、カーシェアリングの特徴の1つは車を貸している間は手が離れること。ライドシェアリングでは車の運転に掛かり切りになる。そ

れを理由にライドシェアリングからカーシェアリングに乗り換えた人がいる<sup>1</sup>。

テキサス州ダラス在住のジョシュアさん（30歳）は大の車好きで、これまでに20-30台の保有歴がある。車種はイタリア製のスポーツカーからアメリカ製のディーゼルトラックまでさまざま。車に関することならほとんど何でも興味があった。

Lyftのドライバーとして月に約550ドルの副収入を得ていたが、結構自分の時間が取られるのが難点だった。FacebookでTuroのことを知り、「これはいい」と思った。カーシェアリングなら車を貸すだけなので、その間の時間は好きなことに使える。

2015年7月にTuroのホストとしてデビューした。当時所有していたのは2014 VW Jetta TDIと2013 BMW M3の2台。これを貸しに出した。M3は7万ドルもする車だが、Turoのおかげで無理なく維持することができた。

月に7日間貸すと月々のローンの返済額が賄えた。9日間貸すと保険料までカバーできた。月々の収入は安定しており、その年の12月には25日間貸し出された。貸出率は81%、金額にして2,100ドルを稼ぎ出した。1月の貸出率も77%と好調。

貸出率を上げて収入を増やすにはコツがあった。ジョシュアさんが貸し出す車には高評価のレビューが多く寄せられていた。カスタマーサービスとしてのスキルが優れていたからだ。

利用者からの「借りたい」とのリクエストに対してできるだけ早く返信すること、それも承諾の返事をできるだけ早く出すことが大事だ。できればホストの承諾なしで予約できる「即時予約」を許容して、3時間前でも予約できるようにした方がいい。

料金設定も重要だ。他の同じような車がいくらで貸し出されているかだけでなく、その料金でどれだけ頻繁に借り手がついているかにも注意を払う必要がある。「ダイナミック・プライシング」を使ってTuroに料金設定を任せるというのも一法だ。

「個人事業主」という肩書も有利に働く。カーシェアリングのコミュニティに積極的に関与しているという印象を与える。プロフィールにその肩書があって評価が良ければリピーターが付きやすく、貸出率も上がりやすい。

ジョシュアさんはリピーターを増やし、2か月間連続で借りてくれる利用者も現れた。「普通の体験」を提供するだけのレンタカーに対し、カーシェアリングはそれ以上の体験を提供することができる。それが成功の鍵だという。

利用者がリピーターになって、笑顔で戻ってきてくれるのが何よりも嬉しく、やりがいを感じる。そのためにTuroのホストを続けていると言っても過言ではない。その上追加収入もあるのだから、こんないいことはない、とジョシュアさんは語る。

---

<sup>1</sup> <https://turo.com/blog/community/from-lyft-to-turo-why-a-car-aficionado-rents-out-his-cars>



## 3-2 カーシェアのために車を買うという選択

車を持っていない人にとっては、カーシェアリングは車を借りるだけの手段かという、そんなことはない。カーシェアリングで貸すという目的で車を買うという選択肢もある。

シリコンバレーでエンジニアの仕事をしているチャンさんの場合<sup>1</sup>。2017年にTesla Model 3が市場に出たとき、同氏は2台購入し、それをTuroで貸し出した。その後すぐにTesla Model Xを購入し、これも貸し出した。

最初の1年間は8万ドルの収入を稼ぎ出した。チャンさんのように、カーシェアリングで貸し出すという目的で車を購入する人は数万人いると言われている。シェアリングエコノミーの旨味を見出し、その道を極めていく人たちだ。

前項の事例と併せて、これは一部のホストの例であり、誰でも同じように稼げるわけではないと考えた方がいいだろうが、やり方によってはこれだけ稼ぐことも可能だということだ。

実際にホストがいくら稼げるのかは、車種、年式、地域、時期など、さまざまな条件によって異なるが、Turoの広報担当者によれば、同社のホストは平均で月に629ドル稼いでいるとのことだ<sup>2</sup>。

Getaroundは平均値を公表していないが、たとえばサンフランシスコ在住のタインソンさん（34歳）は2017 Nissan Moranoで月に300-900ドル稼いでいるという。車は貸すことを優先して、自身の通勤には公共交通機関を利用しているようだ。

車を購入する費用と比べてどうか。すなわち、カーシェアリングで稼ぐことで車の購入費用のうちどの程度が賄えるのか。また、カーシェアリングで貸すだけの目的で車を購入したとしても、容易に元が取れるものだろうか。

Turoでは予めそのような見込額を計算することができる手段を提供している。同社のwebサイトでは、車種、年式、場所を入力すると収入見込額が計算できる「Carculator」というページがある<sup>3</sup>。

たとえば、トヨタの2018 Camry LEをサンフランシスコで貸し出すとすると、利用者向け料金は1日56ドル、ホストの取り分は42ドル、統計的にはひと月に平均14.1日貸し出されるので、ホストのひと月の収入は592ドルと算出された。

車の価格は24,000ドル程度。それだけなら41か月で元が取れる計算になる。ただし、車を維持するためには登録等の諸費用や保険料や点検・修理などの費用が別途かかってくるので、これを総合するとトントンか足が出る場合もあるだろう。

<sup>1</sup> <https://www.citylab.com/transportation/2019/05/car-sharing-apps-hourly-rentals-peer-to-peer-turo-getaround/589087/>

<sup>2</sup> <https://apnews.com/bd19601a3b664ad3be5008dae97bebee>

<sup>3</sup> <https://turo.com/en-us/carculator>

4年以上経過した車を使用するとか、料金が高くても利用者がつきやすい人気の車種を使うなど、工夫次第では車の購入・維持コストをカバーした上に利益も出せ、専門のビジネスにしても成り立つ可能性は十分に見込められると思われる。

### 3-3 利用者はいくら節約できるのか

一般的にカーシェアリングを利用することで車を所有するよりも節約になるというが、本当にそうなのか、いくら節約できるのか。もちろん、利用するサービス、車種、地域、利用頻度、走行距離などによって大きく変わってくるだろう。

したがって、カーシェアリングを利用することでいくら節約できるのかは人によって違う、という結論になってしまうのだが、それではあまりにも中身がなくなってしまうので、平均的な数字など、参考になりそうな情報をいくつか紹介する。

まず車を所有するコストとしては、AAA（アメリカ自動車協会）が毎年発表しているデータがある<sup>1</sup>。2019年版によれば、1年間に15,000マイル走行する場合で年平均9,282ドルかかるとされている。1か月あたり774ドルということになる。

Zipcarによれば、同社のメンバーは車を所有する場合に比べ、1か月で平均600ドル節約しているとの調査結果がある<sup>2</sup>。つまり、1か月あたりの平均コストは車を所有すると774ドル、Zipcarを利用すると174ドルということになる。

もう1つ参考になりそうな情報がある。都市によるコストや節約額の違いを検証しようとしたもので、大都市のロサンゼルスと中都市のミルウォーキーでの試算結果を比べてみたものだ<sup>3</sup>。

両都市とも、同じ車種の中古車を買った場合を想定し、燃費は1ガロンあたり30マイルとする。車のローンと保険料を合わせて月々190ドルを支払うと仮定している。上記のAAAの平均所有コストよりはかなり低くなっている。

諸費用も込みで1か月あたりの費用を計算すると、車を所有する場合、ロサンゼルスでは260ドル、ミルウォーキーでは234ドルとなった。一方、Zipcarを利用する場合は、ロサンゼルスでは144.30ドル、ミルウォーキーでは107.50ドルと試算された。

したがって、Zipcarを利用することによるひと月あたりの節約額は、ロサンゼルスで115.7ドル、ミルウォーキーでは126.50ドルという計算になる。

大雑把な結論としては、車を所有する場合には1か月あたり数百ドルのコストがかかるが、カーシェアリングを利用することにより百数十ドルに抑えることが可能、とすることができる。

<sup>1</sup> <https://exchange.aaa.com/automotive/driving-costs/?zip=85016&stateprov=az&city=phoenix&devicecd=PC#.Xjp1hi2ZNTZ>

<sup>2</sup> <https://www.zipcar.com/press/overview>

<sup>3</sup> <https://apnews.com/bd19601a3b664ad3be5008dae97bebee>

## 3-4 カーシェアリングを使ってみた

筆者はこれまでにカーシェアリングに類するサービスを2種類使ったことがある。1つはFlightCarで車を貸す側と借りる側の両方の立場で、もう1つはGetaroundで車を借りる側の立場で利用した。いずれも大変印象に残る貴重な体験となった。

### 3-4-1 FlightCarで車を貸す

空港で預けた車を他の利用者に貸し出す方式で、車を貸したい人と借りたい人をマッチングするFlightCarは、2013年2月から2016年7月までSFOを含む主要空港でサービスを提供していた。

筆者はその間、4回にわたり車を貸し出してみた。1回目から3回目まではいろいろとトラブルはあったものの、カスタマーサービスが対応してくれたことにより何とか問題は解決し、深刻な事態とはならなかった。

サービス開始後間もないのでミスや不具合も多いのだろうが、いずれ熟れて落ち着けばタクシーやレンタカーを脅かす存在になるかもしれないとの感触を得た。その経緯については拙稿「ライドシェアがタクシーを駆逐する日」を参照されたい<sup>1</sup>。

4回目に使ってみたのは2016年6-7月。リース車の買い替え時に新旧の車が約2か月間重なったので、その間古い方の車を貸し出すことにした。最初は好調だった。貸し出すとすぐに借り手がつき、返却されるとすぐにまた次の借り手がついた。

ところが3度目に返却された後、パタリと動きが止まった。4-5日してからカスタマーサービスからメールが来た。この車を借りた利用者から、後部ドアの三角窓が割られたとの申告があったとのことだ。

割られた窓の写真とともに、解決策として、FlightCarの指定工場で修理するかホストの指定工場での修理かのオプションが示されていた。とにかく元どおりに直してあげればいいので、FlightCarの指定工場での修理を依頼した。

念のため現地に様子を見に行ったら、窓ガラスが割られただけでなく、車内がひどく汚されていた。ガラスの破片が座席や床に散乱し、窓を割るのに使ったと思われる大きな石が後部座席に置かれたままだった。

全部の座席がところどころ泥水か何かを撒かれたかのようにシミで汚れ、運転席と助手席の間にある小物入れは正体不明のドロドロの物質にまみれ、あちこちに落花生の殻が散らばり、座席にはビンピールの栓も見つかった。

状況から察するに、車内でどんちゃん騒ぎを伴うパーティが開催されたようだ。ガラスを割った後にパーティはやらないだろうから、おそらくパーティが終わった後に、またはエンディングのセレモニーとしてガラスが割られたのかもしれない。

<sup>1</sup> <https://rp.kddi-research.jp/article/RA2015006>

【図表2】 窓ガラスを割られ汚された車の後部座席



（筆者撮影）

愛車がこんな悲惨な状態になっていたとは知らなかった。カスタマーサービスはそんな状況については一言も伝えてくれていなかった。ガックリと気落ちし、車内のクリーニングを含めて完全に元どおりに直してくれるよう依頼した。

それから10日くらい経って、カスタマーサービスからメールが来た。修理が完了したというので見に行くと、窓ガラスは直っていたが、車内がまだ汚れたままだった。座席にはシミやガラスの破片、小物入れには正体不明のドロドロの物質。

車内の汚れがまだ残っている旨カスタマーサービスに伝えて、再度クリーニングをして完全にきれいにするよう依頼した。その後、1週間くらい経っても何も連絡がなく、その代わりにFlightCarがサービスを終了することになったとの通知が届いた。

クリーニングはどうなっているのかとメールで問い合わせると、数日後に担当者から、クリーニングをするか、またはクリーニング用のプリペイドカードを送るかを検討しているとの連絡が来た。まだ何もしていなかったのかと驚いた。

別の担当者からは、7月半ばをもってサービスを終了するので、預かっている車を早急に引き取りに来るようとのメールが来た。クリーニングの件は何も把握していないようだった。経緯を簡単に伝え、早く処理して連絡をくれるよう伝えた。

その数日後、クリーニングが完了したとの連絡が来た。見に行ってみると、一応車内はきれいになっていた。ドロドロの物質は取り除かれ、座席のシミもなくなっていた。ところが、車体の前後のバンパーの下部に擦り傷があることがわかった。

ちょっと見にはわからないが、近づいてしゃがんでバンパーの下を覗き込むとわ

かる程度。ただ擦っただけでなく、やや凹んでいるように見える部分もあった。それを現地の担当者に伝えると、カスタマーサービスに相談するようと言われた。

リースが期限切れ間近だったので、すぐにでも車をディーラーに返さなければならなかった。これからカスタマーサービスに連絡して修理を依頼している余裕はない。傷に関して追加費用が発生したらカスタマーサービスに連絡することにした。

幸いディーラーでは車の傷や凹みに関しては何も言われず、リース車の返却は無事完了したが、精神的にはかなり傷つき、凹んでしまった。それ以来、カーシェアリングで車を貸そうという意欲が衰えてしまったのは言うまでもない。

### 3-4-2 FlightCarで車を借りる

レンタカーの代わりにFlightCarで車を借りるという体験は、2015年8月にシアトルに旅行したときに1度だけある。一番安いコンパクトカーを3日間借りてみた。事前にwebサイトで確認したら、料金は保険料込みで1日あたり約20ドルであった。

FlightCarで車を借りる手続きは、すべてアプリで完了というわけにはいかず、レンタカーと同様、空港近くのオフィスで書類を確認したりサインしたりする必要があった。シアトルの空港からFlightCarのオフィスまでは無料の送迎車が手配された。

オフィスのカウンターでは保険に関する簡単な説明があった。そこでわかったことは、料金に含まれている保険はいわゆる「対人」や「対物」だけで、借りた車を傷つけたりしたときの損害をカバーする「車両保険」は付いていないこと。

「車両保険」は自分の持っている自動車保険やクレジットカードの付帯保険でカバーされる場合が多いが、契約内容にもよるので確実にカバーされるとは限らない。念のために入っておいた方が安心と、これも追加で申し込むことにした。

結局、料金の総額は1日あたり62ドル。レンタカーとあまり変わらない。借りている間は特に問題もなく、保険を使うこともなかったので払い損になってしまったが仕方ない。トラブルがなくてよかったと前向きに考え、すべての精算を済ませた。

それから3か月くらい経って、FlightCarからメールが来た。「通行料違反」があったので29.15ドルをクレジットカードにチャージしたとのこと。特に違反をした覚えはないが。明細には、シアトルの橋の通行料が4.15ドル、手数料が25ドルであった。

シアトルで車を借りたときに橋を渡ったのはたしかに覚えている。渡るつもりはなかったが、たまたま走行していた車線が橋を渡る車両の専用レーンで、料金所のようなものもなく、そのまま流れに従って渡ってしまったものだ。

橋を渡ったのは間違いないので、通行料の4.15ドルを支払うことには異存はないが、その6倍もの手数料を取られるのは納得がいかない。借りたときにそんな説明は一切なかった。そのような趣旨でFlightCarに反論のメールを出した。

すぐにFlightCarから、「通行料を払わずに通行すると通行料と手数料がかかることは提供条件に書いてある」との返事。その「提供条件」はwebサイトに掲載されてい

る。書類にサインしたのでその提供条件に同意したことになるとも言ってきた。

事前にその旨明確にせず、何の説明もしないのはアンフェアではないかと反論してみたが、同様の返事。お詫びの言葉も譲歩する様子もない。それ以上交渉しても労力がかかるばかりで、手数料以上の損失になってしまう。泣く泣く反論を諦めた。

借りる側として初めて利用したカーシェアリングでこのような苦い体験をしたのはショックだった。「もうカーシェアリングは使いたくない」という気持ちになってしまったのは言うまでもない。

### 3-4-3 Getaroundで車を借りる

P2P型カーシェアリングのGetaroundで初めて車を借りたのは、2019年6月のこと。前月までは車をリース契約で使っていたが、あまり乗らないので「もったいない」と思い、リース期間の満了を機に車を返却し、車なしの生活を始めてみた。

車がなくても列車、地下鉄、路線バスといった公共交通サービスやライドシェアやバイク（自転車）シェアがある。「FlightCarショック」からは立ち直っていたのでカーシェアリングも使える。おそらく困ることはないだろうと思えた。

カーシェアリングを使う場面はすぐにやって来た。食料品や日用品の買い物だ。歩いて行ける場所には大きなスーパーはなく、公共交通では駅や停留所まで結構歩かなければならないので、重い買い物袋をいくつも下げて利用するのは厳しい。

早速Getaroundを使ってみようと、スマホにアプリをダウンロードした。アカウント作成画面で所定の個人情報を入力し、支払情報も入力して、「次へ」というボタンを押した。すると「要求が処理できませんでした」とのエラーメッセージが出た。

「ユーザの調査中」との説明があったが、詳細な内容や指示は何もなかったもので、どうすればいいのかわからない。一時的な不具合かもしれないと思い、少し時間を置いてから何度かやり直してみたが結果は同じ。これは使えないな、と諦めかけた。

その翌日、Getaroundのカスタマーサポートからメールが来た。セキュリティのため、追加情報が欲しいとのことだ。運転免許証を顔の横に並べて自撮りした写真を送るようにとの指示があった。

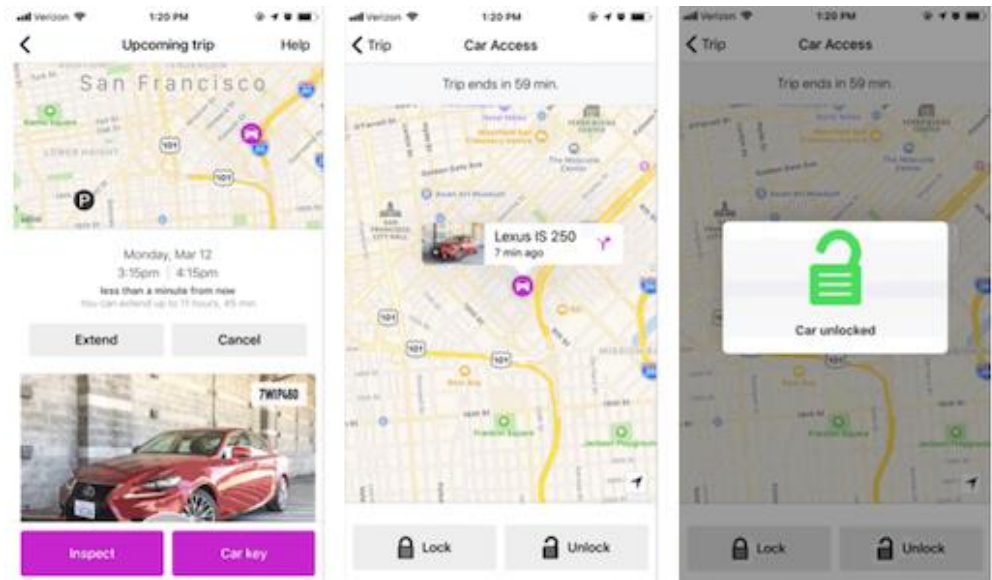
言われたとおりに写真を撮って送ったら、数時間後に手続きが完了したとのメールが来た。アプリを開くと予約ができそうな状態になっていた。とりあえず利用のための事前手続きが無事完了したようだ。

早速買い物に行こうとアプリで車を予約した。操作は驚くほど簡単でスムーズだった。借りる日時と返す日時を指定すると利用可能な車が現在地に近い順にリストアップされる。後は好きな車を選ぶだけだ。Camryを1時間だけ予約した。

予約が完了すると、車が停めてある場所の詳細情報や注意事項などを含む確認メールが送られてきた。アプリでも車の居場所が詳細な地図で表示されるので、予約した当日、現地で車を見つけるのは容易だった。

Getaroundの特徴はドアのロックの開閉がアプリでできることだ。そのため、現地でホストや係の人が立ち会う必要がない。アプリを開くと、「Inspect」と「Car key」というボタンが表示された。

【図表3】 Getaroundのアプリ



(出典) Getaroundのホームページ

「Car key」をタップし「Unlock」をタップするとドアロックが解除された。運転を開始する前に「Inspect」をタップして車の状態を確認する。傷や汚れがある場合は、その旨、アプリを通じてカスタマーサービスに通知できるようになっている。

ボディに多数の傷があった。借りる前からあったことを証明するために、選択肢から「傷がある」を選んで、該当箇所の写真を撮って、アプリ上で送信した。コメント欄もあったので、「多数の傷があるが、運転には支障はない」と補足した。

通常のエンジンキーが運転席のサンバイザのポケットに収納されていた。エンジンをかけて、ガソリンの量をチェックし、アプリ上のガソリンの量と一致していることを確認して、運転開始のボタンを押す。後は通常どおりに運転すればいい。

車を返すときは直前に給油し、もともと停めてあった場所に駐車し、アプリ上で運転終了のボタンを押す。燃料メータの写真を撮って送信する。最後にエンジンキーをサンバイザのポケットに戻し、アプリでドアをロックして終了となる。

文章にすると煩雑そうに見えるかもしれないが、実際にはアプリ上で次に何をどうすればいいかがわかるようになっていて、迷うことなく操作できた。特に説明書がなくても直感的に使えたのは良かった。

料金は車種によって違うが、このとき借りたCamryは1時間で5.85ドル。予約料が1ドルプラスされて、6.85ドルがクレジットカードにチャージされていた。1か月に4回使ったとしても27.4ドル。これは安い。

それ以来、Getaroundを何度か利用しているが、ときどきボディが汚れていたり、

車内にゴミが残っていたりしたことはあったものの、カスタマーサービスに助けを  
求めるほどの問題はなく、今のところ「これはいい」と感じている。

## 4 カーシェアリングから見るシェアリングエコノミーの展望

本章ではシェアリングエコノミーの展望を踏まえたカーシェアリングの特徴につ  
いて、他の代替手段との比較や社会貢献の観点からの有効性なども含めて概観する  
とともに、カーシェアリングの存在意義についても考察する。

### 4-1 カーシェアリングとライドシェアリング

シェアリングエコノミーの進展とともに車のシェア形態としてライドシェアとカ  
ーシェアが注目されているが、話題性が高く成長性も有望視されるライドシェアリ  
ングに比べ、カーシェアリングは存在感が薄く市場規模も小さいと見られている。

たとえばAlixPartnersは、ライドシェアリングのグローバルな市場規模が2016年の  
360億ドルから2030年には3,000億ドルに成長すると見込むのに対し、カーシェアリ  
ングは2016年の20億ドルに対し2030年は50億ドルにすぎないと予測している<sup>1</sup>。

このようにライドシェアリングに比べるとカーシェアリングの存在感は薄いもの  
の、それでも、移動手段に対する需要に応えるライドシェアリングに対し、車を使う  
という需要に応える手段として、カーシェアリングも一定の役割を果たしている。

車を所有することには、単なる移動手段としての目的だけでなく、趣味やレジャー  
としての目的もあり、それを含めて車の所有に取って代わることのできる代替手段  
という意味では、カーシェアリングにも存在意義があるものと考えられる。

加えてP2P型カーシェアリングがホストにもたらす収入機会は、手間と時間をかけ  
ずに収入を生み出すという点で、提供価値は高いと考えられる。問題はそのようなメ  
リットがミレニアル世代にいかにか受け入れられるかだ。

### 4-2 ミレニアル世代の特徴が仇になる

前述（2-1項）のようにミレニアル世代はシェアリングエコノミーを受け入れ、  
牽引しているという傾向があるものの、カーシェアリングに関してはミレニアル世  
代の特徴が仇になるという側面もある。

ミレニアル世代はそれ以前の世代に比べて車に関する興味が薄いという傾向があ  
る。車を所有したいという欲求や車を運転したいという気持ちがそれほど強くはな

<sup>1</sup> <https://www.wsj.com/articles/gms-car-sharing-business-to-end-service-in-eight-of-its-17-north-american-cities-11558382917>



い。最近では運転免許を取らない若者が増えているのもその傾向の現れだ。

たとえ運転免許を持っていたとしても、できることなら運転しないで済ませたいという気持ちが強い。なぜこの世代は車に興味がないのかを調査したForbesによれば、理由は多様だが、最も特徴的なのは「車の運転が面倒くさい」というものだ<sup>1</sup>。

それ以前の世代にとって車を所有することは生活の不可欠な部分であり、一種のステータスでもあった。車を運転することは娯楽の一環でもあった。運転免許を取るのは当たり前前で、大人になるための手続きの一部のようなものだった。

ミレニアル世代にとって車は単なる移動手段の1つにすぎない。車の運転は雑用の一種と考えられている。車を運転するくらいなら、その時間を別のことに使いたいと考える。これは大きな世代間ギャップだ。

そしてそれはカーシェアリングにとっては飛躍的発展の妨げになるばかりか存在を脅かしかねない。カーシェアリングは車を所有して貸し出すホストと、車を借りて運転する利用者が一定数存在することによって成り立つ仕組みだからだ。

今後もミレニアル世代を中心にシェアリングエコノミーは発展・拡大するだろうが、車のシェアリングに関してはカーシェアリングよりライドシェアリングの方が有望ということになる。さらに将来的には自動運転車が好まれることになりそうだ。

### 4-3 カーシェアリングはレンタカーを駆逐するか

カーシェアリングは車を借りる手段として、レンタカーと競合する関係にある。前述（2-3項）のように、既存のレンタカーのサービスに対する消費者の不満がカーシェアリングの誕生や進展を促したという側面があることは間違いない。

もしカーシェアリングがレンタカーの問題点を解決する素晴らしい代替サービスなのであれば、レンタカーの顧客がどんどんカーシェアリングに移行し、将来的にはレンタカーが駆逐されるのではないかという心配も出てくるが、果たしてどうか。

Grand View Researchによれば、レンタカーのグローバルな市場規模は、2018年で882億ドル、2025年まで年平均5.1%の成長が見込まれる<sup>2</sup>。上記のカーシェアリングの市場予測からすれば、レンタカーが駆逐される可能性は低いと見られる。

Turoのアンドレ・ハダッドCEOも、The Wall Street Journalのインタビューで、「レンタカー業界を敵に回すつもりはないし、そうする必要もない」と答えている<sup>3</sup>。少なくとも表面的にはレンタカーを駆逐しようという意図はないようだ。

しかし、レンタカー業界はその脅威を感じているはずだ。第1回で触れたように、

<sup>1</sup> <https://www.forbes.com/sites/lanceeliot/2019/08/04/the-reasons-why-millennials-arent-as-car-crazed-as-baby-boomers-and-how-self-driving-cars-fit-in/>

<sup>2</sup> <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/car-rental-market>

<sup>3</sup> [https://www.insidehook.com/daily\\_brief/vehicles/turo-airbnb-of-cars-rental-startup](https://www.insidehook.com/daily_brief/vehicles/turo-airbnb-of-cars-rental-startup)

Enterpriseのようなレンタカー会社がP2P型カーシェアリングの発展を阻止しようとロビー活動を展開していると言われていた。まさにその脅威を感じている証拠だ。

一方で、レンタカー業界はカーシェアリングを牽制するだけでなく、自らのサービスを変革する努力もしている。最新技術を導入してサービスを改善・高度化したり、コスト削減をして料金の低廉化に努めたりもしている。

たとえば、Hertzは2018年12月に、旅行関連サービス向けに生体認証セキュリティ技術を提供するCLEARと提携し、車を借りる際の手続きを簡単・迅速にするシステム「Fast Lane」を導入した。

また、Avisはコネクテッドカーを導入して車両運行管理を高度化するとともに、借りる際の手続きをアプリで完結できるシステムの導入を2017年から進めており、2019年12月にはそのコネクテッドカーが全世界で20万台を超えたと発表した。

他のレンタカー会社も同様に新技術の導入やコスト削減などによりサービスの改善や料金の低廉化に努めている。上記の市場規模予測はそのような努力の結果、顧客の流出が食い止められ、レンタカーの需要が増大する可能性を織り込んだものだ。

よって今のところカーシェアリングがレンタカーを駆逐するとは考え難いが、逆にレンタカーがカーシェアリングに近づく形で進化していくことは十分にありそうだ。カーシェアリングとレンタカーの境界線がますます不明瞭になるだろう。

#### 4-4 カーシェアリングは自動車販売を減らすか

2014年2月、AlixPartnersが「カーシェアリングによる自動車販売への悪影響が増大」とする調査結果を公表した<sup>1</sup>。米国で当時カーシェアリングが盛んだった主要10都市のドライバー1,000人を対象にアンケート調査を実施した結果を踏まえたもの。

調査の結果、カーシェアリングの車が1台増えるごとに、個人向けの車の販売は32台減少することがわかった。他社の複数の調査では全国平均がその半以下の数字（たとえばZipcarでは13台）だと考えられていたため、驚きの結果となった。

カーシェアリングは主要10都市のみならず全国的に盛んになると見込まれていたため、主要10都市と同様の割合で車の販売が減少すると、2020年までに全国で120万台の販売減少が予想されると結論づけた。

実際にはどうだったかと言うと、一見してわかる顕著な悪影響は見られなかった。それどころか車の販売はつい最近まで好調だったという印象さえある。

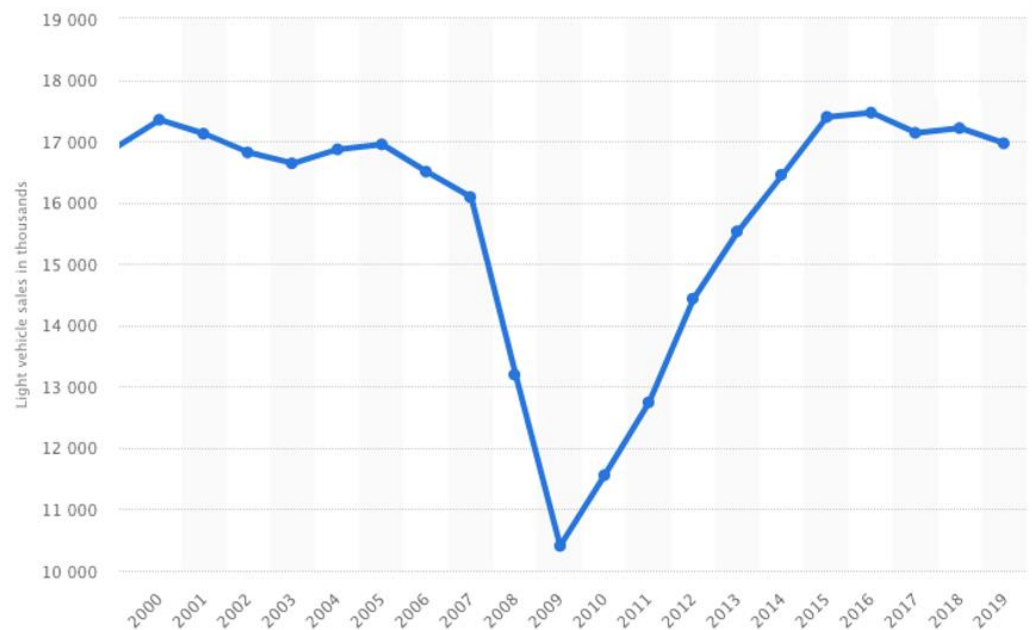
米国の車の販売数は、リーマンショックの影響で2009年に1,040万台に急落したが、その後毎年順調に回復して、2014年には1,645万台と急落前のレベルに戻り、2015年

1

<https://legacy.alixpartners.com/en/MediaCenter/PressReleases/tabid/821/articleType/ArticleView/articleId/950/AlixPartners-Study-Indicates-Greater-Negative-Effect-of-Car-Sharing-on-Vehicle-Purchases.aspx>

には1,740万台と過去最高を記録、2016年には1,746万台と過去最高を塗り替えた。

【図表4】 米国の乗用車・軽トラックの販売台数推移（単位：千台）



（出典） Statista 2020<sup>1</sup>

先の調査結果と予測を否定するかのよう、Forbesは2016年2月、「カーシェアリングは車の所有に脅威とならない」とする新たな調査結果を公表した<sup>2</sup>。カーシェアリングは人口の多い都市部以外ではそれほど活発化しないという理由からだ。

特に米国は他国よりカーシェアリングの勢いは弱く、全体の車の販売数に影響を与えることはなく、車の販売は引き続き堅調に推移するだろうと結論づけた。ただし、将来的に自動運転車が出てくれば、車の販売も影響を受けるだろうとも付言した。

すると、今度はAlixPartnersが2017年7月、その調査結果と予想を修正するかのよう、「ライドシェアリングの増加により車の販売は引き続き減少する」とする調査結果を発表した<sup>3</sup>。

先の自らの予測も修正し、UberやLyftなどのライドシェアリングがカーシェアリングよりも5倍の勢いで成長しているとして、これにより車の販売は2017年に1,690万台に、2019年までに1,520万台にまで減少すると予測した。

実際には2017年は1,714万台、2018年は1,721万台、2019年は1,697万台となったので、AlixPartnersの新たな予測はまたしても外れたこととなったが、車の販売数が最

<sup>1</sup> <https://www.statista.com/statistics/199983/us-vehicle-sales-since-1951/>

<sup>2</sup> <https://www.forbes.com/sites/dougnewcomb/2016/02/24/study-finds-car-sharing-isnt-a-threat-to-car-ownership-but-autonomous-vehicles-could-cut-into-sales/>

<sup>3</sup> <http://americajr.com/news/2017/07/13/alixpartners-ride-sharing-to-increase-car-sales-to-continue-to-decline/>

近少し減少の傾向を示していることの説明にはなっている。

結論として、カーシェアリング単独では車の販売に影響を与えるほどではないが、ライドシェアリングの影響は無視できず、両方を合わせたシェアリングエコノミーの進展により、車の販売が減少する可能性は否定できない。

## 4-5 カーシェアリングは環境問題に貢献できるか

環境問題を解決するという公共目的からすれば、そもそも車を使わない手段を推進すべきという議論も成り立つほどであり、車の使用を前提とするカーシェアリングが貢献できる余地はそれほど大きくはない。

とは言え、カーシェアリングにも多少なりとも環境問題に貢献できる要素はあるだろう。たとえば、電気自動車やハイブリッド車など環境に優しい車をカーシェアリングで提供して多数の人に使ってもらおうことだ。

そのような車はガソリン車に比べて車両価格が割高になるので、個人で購入するにはハードルが高い。カーシェアリングを通じて安価に利用できれば、節約しながら化石燃料への依存度低下や温室効果ガス排出抑制に貢献できるというわけだ。

車を所有する個人にとっても同様で、環境に優しい車を所有するとなるとコストが割高になるが、P2P型カーシェアリングで車を貸し出すことで所有コストを下げることができるので、比較的楽に維持することができるようになる。

将来的には、さらに便利で安全で高機能で環境に優しい車が登場することが予想され、それに伴い車両価格や維持コストが増加することも予想される。それによりカーシェアリングのニーズや有効性が高まる可能性はある。

このように、個人で購入するには高価で手が出ないというようなモノを利用者が共同で分担して購入し、共同で使用するという意味合いのカーシェアリングでは、シェアリングエコノミーにおける「シェア」という言葉が本来の意味に近づくことになる。

## 5 おわりに

本レポートの第1回において、「シェアリングエコノミー」は実際には「シェア」ではないとの主張があることを紹介した。そのときは、この言葉を使用するのは本来不正確だが既に定着してしまっているのでは仕方がない、という雰囲気だった。

本来の「シェア」とは顔見知りの人たち同士での貸し借りや共有、分担などの行為を指すものであるところ、シェアリングエコノミーの実態は見ず知らずの個人同士の商取引だから、という理由だ。

しかし、ここに至って、カーシェアリングには共同購入・共同使用の要素があるの

で、「シェア」という言葉は必ずしも不正確ではないかもしれないという雰囲気になってきた。

さらに、カーシェアリングを通じてコミュニティのメンバー間に責任感が醸成され、互いの信頼関係が強まる可能性もある。そうなると、コミュニティのメンバー同士は必ずしも「見ず知らずの個人同士」ではなくなることになる。

すなわち、カーシェアリングにより強固な信頼関係に基づくコミュニティが形成され、そのメンバー間で共同購入・共同使用という「シェア」が展開されるという、理想的なシェアリングエコノミーが実現できる可能性もあるということになる。

ミレニアル世代の次を担う「Z世代」も基本的にはミレニアル世代の特徴を引き継ぎ、その特徴がさらに強まるものと予想されていることから、シェアリングエコノミー自体の進展は少なくとも当面は続くものと予想される。

その中でカーシェアリングは、飛躍的発展とまではいかないにしても、シェアリングエコノミーの一翼を担う欠かせない存在となる可能性はあるだろう。

そのような存在になるか否かは、今後の社会的、経済的变化によるところもあるが、コミュニティを構成するメンバーの意識と行動によるところが大きい。

**【執筆者プロフィール】**

氏 名： 高橋 陽一（たかはし よういち）

所 属： 株式会社KDDI総合研究所 特別研究員

経 歴： KDD（現KDDI）にて海外通信事情の調査、サービス企画、海外の通信事業者との交渉、法人営業等を担当した後、1995年よりカリフォルニア支社（ロサンゼルス、サンフランシスコ）勤務。1999年より外資系通信事業者の日本オフィスに勤務。2006年より日本のIT企業にて米国現地法人の設立、運営等を担当。2010年4月よりKDDI総研（現KDDI総合研究所）にて特別研究員として、海外の通信市場・政策動向の調査分析に従事。2011年9月よりサンフランシスコ在住。