

## 巻頭

## エッセイ

シェアリングが  
マッチングか

渡邊真理子

2016年の秋、北京の呼家楼のあたりをシェアリング先からホテルに戻るため歩いていたら、銀地にオレンジのツートンカラーの自転車に乗ったおしゃれな女性や男性が、三里屯のほうに向かって行く。今度はボロボロの様子にくわえタバコのおじさんもおなじ自転車に乗って南北に走っていく。ふと周りをみると、地下鉄駅の周りにこの銀色とオレンジの自転車がきれいに並んでいた。中国のシェアサイクル、Mobikeの存在に初めて気づいた瞬間だった。その後またたく間に、中国の大都市、中級都市を席卷し、道を自転車であふれさせ各方面からの輦轡を買って、条例ができ、駐輪所整備のバイトが生まれるなどして、このサービスは中国社会に根付きつつある。二輪車利用度の高いインドネシアやベトナムではGo-JekやUberなどが参入し、二輪車の配車、マッチングアプリとして、すっかり社会に根付いている。

インターネット上のアカウントに登録し発注すると、リアルの世界でのサービスが利用できる。こうした業態は、Online to Offline、OtoOと呼ばれ、レストランの出前サービスから、住宅の内装工事、チケットの予約、レストランメニューのグループ購入などなど、雨後のたけのこのように生まれている。

翻って日本をみると、アジアを席卷するシェアサービスの熱気どころか息吹も感じられない。よく眺めていると、タイムズのカーシェアリング、東京23区のレンタサイクル・シェアサイクルも静

かに少しずつ広がっている。ただ、Airbnbのような民泊もスタートしたものの、マンションの管理組合などによって貸出を禁止するような動きも進んでいる。

こうした新しいサービスについて、2010年代初めから経済学の分析が進み、プラットフォームの経済学と呼べる分野が生まれている。電子商取引、クレジットカード、ショッピングモールなどのビジネスモデルに共通する取引の構造をプラットフォーム、二面市場、複数面市場の取引と捉える。Uberもこうした知見をもとに創業されたとも言われている。こうした理論モデルは、異なるタイプの人々をいかに結びつけるか、というマッチングの確率をあげることで、社会厚生をいかに引き上げるかを考えていく。

UberもAirbnbも、Go-JekもMobikeも、成功の鍵はマッチングに成功したことにある。Mobikeの創業者の胡ウェイウェイは、「ドラえもののポケットから出てくるように、必要なときに自転車にのれたらいいな、と思った」と話している。

あるサービスが必要な人とそれを提供する方法をいかにマッチングするか。日本の政策論は、いかにシェアさせるか、遊休施設をいかに有効利用するか、自動車メーカーやホテルなどを怒らせないように、新しいサービスをいかに規制するかに議論が集中しているように見える。日本にも誰と何を結びつけるのか、いかにマッチングするか、を突き詰めたビジネスが出てきてほしいな。

## プロフィール

わたなべ まりこ / 学習院大学経済学部教授

1991年アジア経済研究所入所。1996年から98年に在港海外派遣員、2006年から2009年に在北京海外調査員。2013年から現職。中国経済、新興国経済の産業の発展、企業の行動の実証研究。最近では構造推定の方法を用いて企業の行動を描くことに取り組んでいる。