シェア経済 中国で開花

自転車から家庭の味まで

消費の意識変化

中国でシェアリング（共有）サービスが活況だ。海外でも定番となった自動車の相乗りや「民泊」に加え、乗り捨てできる自転車が急速に普及。家庭の味など個人の料理のお裾分けサービスも人気を集める。かつてのような経済の急成長が望めないなか、出費を抑えて快適に暮らしたいという消費者意識の高まりを国内発のベンチャー企業がとらえている。

お昼時の上海。20歳代の女性会社員が自転車にスマートフォン（スマホ）をかざしていた。「昼休みに少し離れた人気のお店にランチに行こうと思って」。自転車のQRコードをスマホで読み取ると数秒でカギが外れ、食事に向かっていった。

■スマホで自動決済

これは「摩拝単車（モバイク）」と呼ばれる自転車のシェアサービスだ。スマホの地図上で最寄りの自転車を見つけ、QRコードで解錠。乗り終わってカギをかけると、30分1元（約16円）の料金がスマホで自動決済される。初回に個人登録して299元の保証金を支払えば、通常は最少2回のスマホ操作で乗れる。

銀色のフレームにオレンジ色のホイールという都会的な雰囲気と、どこでも乗り捨てられる利便性が受けて利用が急拡大している。

「モバイク」は最少2回のスマホ操作で自転車を使える（上海市内）

モバイク社を2015年に創業した王暁峰・最高経営責任者（CEO）は、ライドシェア（相乗り）の米ウーバーテクノロジーズの上海代表も務めた人物だ。「中国では渋滞と大気汚染が年々深刻になる。自転車は双方の解決につながり、健康にもいい」と力説する。

カギの部分には通信用のSIMカードを内蔵して自動解錠を可能にしたほか、全地球測位システム（GPS）で全自転車の所在地を把握する。タイヤは耐久性に優れ、空気補充が不要なチューブレス。すでに北京や広州などにサービス地域を広げ、計10万台以上を運用している。

■食あたりには補償

「安心でおいしい食事をみんなで共有しよう」。食事のシェアサービスを提供するのが「回家吃飯（フイジャーチーファン）」だ。スマホのアプリ上で、料理の腕自慢たちが料理の写真や価格、食材などを公開。ユーザーが配達場所と希望時間を入力すると、宅配業者が料理を届けてくれる。

レストランの料理を宅配する出前アプリはすでに普及しているが、「回家」では個人が料理を提供する。いわば個人の「台所」と料理の腕前のシェアサービスだ。口コミなども参考に、家庭の味を手ごろな価格で楽しめるのが人気の秘密だ。

同社は料理提供者を事前に審査。料理代金とは別に5元の保険料支払いを義務付け、食あたりなどトラブルの際には最大30万元を補償する。

中国でシェアサービスが拡大する背景には、若者を中心とする消費マインドの変化がある。経済成長の減速を受けてメンツ重視型の消費が後退。シェアサービスで出費を抑え、余ったお金で映画や食事を楽しむなど、消費の成熟化が顕著だ。1元単位の少額決済が簡単にできるスマホ用アプリの普及も大きい。アリババ集団や騰訊控股（テンセント）の電子決済サービスが人気だ。中国では大学生の多くが4～6人の相部屋で寮生活を送り、「日用品や食事を共有することに抵抗はない」（上海市内の男子学生）という習慣も背景にありそうだ。

■昨年は32兆円規模

中国政府機関の調査によると、15年のシェアサービスの市場規模は1兆9500億元（約32兆5000億円）と米国に次ぐもよう。今後5年は毎年4割程度の伸びが見込まれるという。テンセントの馬化騰CEOは著書の中で「中国のシェア経済は黄金期に入った」と指摘する。

米ウーバーのような相乗りサービスでは最大手の滴滴出行が人気だ。米エアビーアンドビーの「民泊」に相当するサービスは途家が提供している。外資でも独ダイムラーが16年から乗り捨て型のカーシェア事業を重慶市で始め、2カ月で8万人近い利用者登録を集めたという。

シェア経済のうねりは「所有すること」に貪欲だった中国の消費者のこだわりの薄れを反映する。中国の消費市場を攻略する上でも重要なカギとなりそうだ。

中国で人気の主なシェアリングサービス

自転車	モバイク
	30分1元で特製の自転車を共有。乗り捨て自由
料　理	回家吃飯
	郷土料理など得意料理を共有。第三者の宅配業者が数十分で宅配
自動車	滴滴出行
	タクシー配車とライドシェア（相乗り）。米ウーバーの中国事業の買収を発表
空き部屋	途　家
	一般住宅の空き部屋に観光客などを有料で泊める「民泊」を仲介

参入容易、価格競争が過熱

都市部で爆発的に広がる自転車のシェアリングサービスだが、早くも価格競争が勃発している。上海では30分1元（約16円）の「モバイク」に対し、10月には別の企業が30分0・1元と10分の1の価格で参入。モバイクも軽量化した自転車を同0・5元で提供するなど対抗している。

シェアサービスは参入障壁が低く、料金競争に陥りやすい。自転車ショップで商品が売れなくなるなど、多くの雇用を抱える実店舗の経営にも影響を与える。出費の抑制を助長する側面も否定できない。

当局の規制も事業を左右する。「回家吃飯」のような個人の料理のシェアサービスに対して上海市当局は3月、「免許を持たない個人から料理を買わないように」と異例の忠告を発した。

回家は「事故発生率は飲食店の15分の1」と反論する。中国では規制の網の目をかいくぐるたくましさが斬新なビジネスを生む原動力だが、シェアサービス普及には安全性の確保なども課題だ。

日本経済新聞　平成28年12月15日