

Title	ライドシェアリングによる自動車産業の変容の方向
Author(s)	中村, 吉明
Citation	年次学術大会講演要旨集, 32: 46-50
Issue Date	2017-10-28
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/15028
Rights	本著作物は研究・イノベーション学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Research Policy and Innovation Management.
Description	一般講演要旨

1 B 0 3

ライドシェアリングによる自動車産業の変容の方向

○中村 吉明（専修大学）

1. はじめに

ライドシェアリングとは、自家用車の空き座席を利用して報酬を得たい個人（ドライバー）と、当該サービスを利用して移動したい個人（ユーザー）とを、プラットフォームによるマッチングを通じて結び付け、交通サービスを提供するサービスのことを言う。主な企業としては、ウーバーテクノロジーズやリフトなどがある。

ユーザーは、スマートフォン等を活用して、容易にかつ即時に配車（オンデマンド配車）を受けられるメリットがある。また、レーティングシステムにより、安全・安心の担保とサービス品質の透明化が確保されるというメリットもある。さらに、一般的に、需要と供給に応じた弾力的な料金設定がなされており、料金が低くなれば供給者が減り、料が高くなれば供給が増えるなど、市場メカニズムを活用したシステムとなっている。

ライドシェアリングは、公共交通空白地域に有効な社会政策にもなりえるが、都市部では、バス・タクシー業界などの既存業界との競合が見込まれる。自動車組立メーカーにとっても、自動車の生産台数の減少につながる可能性が高いため、ライドシェアリングが既存市場の秩序を乱す蓋然性が高い。しかし、この大きなうねりは防ぎようがないと判断した自動車組立メーカーも多い。例えば、トヨタはウーバーテクノロジーズに、フォルクスワーゲンがイスラエルのゲットに、ゼネラルモーターズはリフトに出資し、サイドカーを買収している。

（ライドシェアリングに出資する自動車大手企業）

企業名	ライドシェアリング企業との関係
トヨタ自動車	米ウーバーテクノロジーズ、米ゲットアラウンドに出資。
ホンダ	Grab(シンガポール)に出資。
米ゼネラル・モーターズ	米リフトに出資。米サイドカーを買収。
米フォード・モーター	米チャリオットを買収。
独フォルクスワーゲン	ゲット(イスラエル)に出資。

一方、ウーバーテクノロジーズは、ライドシェアリングビジネスだけでは飽き足らず、自動運転に本腰を入れ始めている。つまり、ライドシェアリングの仲介企業から、自動運転に参入を試みているのである。

以上、ライドシェアリングは、供給者にとっては稼働率を平準化させることを可能とし、需要者にとっては安価でかつタイムリーに移動手段を確保できるという効用がある。マクロ経済学的に見れば、クルマが売れなくなる可能性が高いが、資源の適正配分につながり、今まで過小であった新たなサービス産業などに回り、結果として、経済厚生を高める蓋然性が高い。

2. シェアリングエコノミーの制度上の問題点

（1） 法律的な観点

ライドシェアリングは、主に道路運送法で規制されている。道路運送法では、他人の需要に応じ、有償で、自動車を使用して旅客を運送する事業を「旅客自動車運送事業」と言い、国土交通大臣の許可を受けなくてはならない。したがって、自家用自動車を用いて旅客運送を行うライドシェアリングは、いわゆる「白タク」と呼ばれる違法行為になってしまう。

（２） 税の観点

ライドシェアリングでは税の公平性が問題となる。まず、消費税を考えると、ドライバーは消費税の免税事業者でよいのか、ウーバーテクノロジーズなどライドシェアリングをあっせんする企業は消費税の納税義務を負うべきなのか、などの論点がある。もちろん、競争相手のタクシー業者は消費税を支払っていることもあり、それらとの公平性を考えなければならない。

また、法人税に関しては、ライドシェアリングをあっせんする企業は、インターネット上でプラットフォームを提供する企業なので、国内に法人を作る必要はなく、課税のきっかけとなる子会社や支店を置かずに商売ができ、仮に日本で大きな利益を上げても、法人税を支払わずに済ませることができる。

さらに、所得税に関しては、ドライバーはサイドビジネスで行うことが多いため、所得税は支払わないであろう。また、ライドシェアリングをあっせんする企業に源泉徴収義務を課すべきとの指摘もあるが、現在の制度だと、ドライバーは、被雇用者（サラリーマン）でなくて、個人事業主であるため、それが難しい。

（３） 独占禁止法上の観点

ウーバーテクノロジーズのドライバーは、ドライバーの判断で乗車料金は決定できず、ウーバーテクノロジーズが提示する価格に基づいて顧客に請求するようなアルゴリズムを使っている。具体的には、より効率的に顧客を獲得するために、あえて安い料金で顧客に提示できないようなアルゴリズムとなっている。これは価格カルテルの一種とも解釈でき、超過利潤を生み、反競争的ではないかとの指摘を受けている。現在、米連邦地裁に提訴され、控訴裁判所で審議されている。

これは、ウーバーテクノロジーズのアルゴリズム固有の問題であり、一般化すべき問題ではないが、ドライバーが個人事業主とみなされるので、ウーバーテクノロジーズのアルゴリズムは個人事業主間の反競争的な協調を促す可能性があると言うこともできる。

（４） 労働問題の観点

ライドシェアリングのドライバーは、個人事業者となるため、ウーバーテクノロジーなどのライドシェアリングのあっせん企業は、ドライバーと労使関係がないため、最低賃金などの労働法制に基づく権利を順守する必要がない。その結果、不当に低価格でドライバーを活用しているのではないかと批判もある。現に、アメリカでは、いくつかの訴訟も起きている。

ここで改めて、ライドシェアリングのあっせん企業のメリットを考えてみると、働き手を個人事業主としているため、需要に合わせて供給が可能となり、雇用調整などの手間が不要で、最低限のコストで会社を運営できるというメリットがある。他方、ドライバーは、副業として、わずかな時間でも働けるし、働いた分、確実に収入も増える。

3. 日本のタクシー業界の覚醒

ライドシェアリングの活躍で、風当たりが強くなっている日本のタクシー業界の中でも、そのビジネスモデルを参考にしつつ、攻勢を強めている日本交通などの企業もある。

まず、スマートフォンで簡単にクルマを呼べるライドシェアリングのような利便性は、今までの日本のタクシーにはなかったが、日本交通の子会社のジャパンタクシーは、これを解消するため、いくつかのプラットフォームを作り、タクシーの利便性を向上させている。その一つが配車プラットフォームである。つまり、スマートフォン向けアプリ「全国タクシー」を作り、日本交通のタクシーだけではなく、他のタクシー会社も利用可能な配車サービスを行うプラットフォームを作ると言うものである。このプラットフォームを使ったタクシー会社は、配車手数料を支払っており、それが原資となって、ジャパンタクシーの運営費に充てているのである。

また、決済プラットフォームも立ち上げている。ライドシェアリングは基本的にカード決済であるが、タクシーの場合はほとんどが現金支払いであるため、現金の受け渡しに時間と手間がかかってしまう。決済プラットフォームは、アプリに登録したクレジットカードを活用してアプリ上で決済を可能にするため、「全国タクシー」と連携させることができれば、ユーザーの利便性が相当増すことになる。

さらに、今後、日本交通が考えているのは、相乗りと料金の事前設定である。

タクシーでの相乗りは、空港など一部の条件下で許可されているが、バスとの棲み分けの観点から、現在、原則、禁止されている。それを実施するためには、料金設定をある程度自由にしなければならないが、仮に、それができるようになれば、収益構造も変わり、タクシー利用の選択肢も増える。例えば、過疎地に1名だけのユーザーの使用だと、タクシー会社の採算があわないケースでも、2名、3名が相乗りすれば、料金の設定次第では、タクシー会社の収支も改善し、ユーザー、会社ともウィン・ウィンの関係が成り立つかもしれない。

また、料金の事前設定に関しては、実証実験が終了し、今後、結果を検証して実用化のための制度設計につなげる予定である。これが仮に実施されると、渋滞につかまりタクシー料金が上がってしまったとか、回り道されたとか、というユーザーの不満もなくなり、ユーザーも安心して、タクシーを使うことができると思われる。

4. さらに進化するあり得るか（既存業界との戦いとイノベーションのジレンマ）

一般的に、一つのサービスを使い始めると、その使い慣れたサービスを別のサービスに乗り換えるのは敷居が高い。経済学の世界では、それをスイッチング・コストが高いと言う。例えば、特定のプラットフォームが高付加価値サービスを提供している場合、その他のプラットフォームを見向きもしないロックイン（囲い込み）が起きる。その結果、プラットフォームが高い利潤を得るようになってしまう。

しかし、現在のシェアリングエコノミーの世界では、Airbnb やウーバーテクノロジーズだけではなく、多くのプラットフォームが林立し、低価格や使い勝手を競っており、現段階では、スイッチング・コストはそれほど高くなく、ロックイン（囲い込み）の兆候はみられない。

（1）ライドシェアリングの今後

東南アジアでは、地下鉄などの公共交通機関が未整備だったり、タクシーにメーターがなく、料金が不透明なケースもあり、安価で透明性の高いライドシェアリングが勢力を伸ばしている。例えば、インドネシアでは、地場の配車アプリベンチャーの「ゴシック」が、庶民の足として親しまれているバイクタクシーの分野に参入している。そのような中、「ゴシック」などのライドシェアリング企業の参入によって売り上げが激減した既存のタクシー業界が、ライドシェアリングに強く反発し、政府に圧力をかけ、最低運賃制や車両登録制などの規制を設けさせようという動きが出てきている。

日本でもライドシェアリングで利益を上げるべく、参入を試みている企業もあるが、このような新たなビジネスモデルが提案されても、導入や競争促進を拒む規制や国民の安全・安心の確保を大義名分として既存業界の既得権益を死守しようという動きがあるのも事実である。

例えば、ライドシェアリングをあっせんする企業とタクシー業界の対立構図を考えてみよう。日本ではタクシーの台数が多すぎると判断した地域では強制的に減車したり、新規参入を制限する規制がある。この規制は、確かにタクシー業界に対する規制であるが、同時に既存業界の共存共栄を図る保護政策とも言うこともできる。このような中で、ウーバーテクノロジーズのようなライドシェアリングをあっせんする企業の出現は既存の競争環境を激変しかねないインパクトを持っているため、タクシー業界は大きく反発している。今後、ライドシェアリングを含めこの分野の競争環境を整備し、経済厚生を高めるような制度設計が必要である。それは、単に、ニューカマーのライドシェアリング業界に対する規制緩和のみを考えるだけではなく、タクシー業界の規制緩和も同時に進行し、この分野全体の新たな制度設計が必要と考える。

（2）ライドシェアリングの今後の方向性と政府の役割、企業の役割

まず注意しなければならないことは、政府は、法令が想定していないグレーの事象に対して、クロと断定しないことであろう。ケース・バイ・ケースで判断しなければならない事象をすべてクロと断定したのならば、リスクを取って挑戦する起業家が生まれなければならぬか、新たなイノベーションの目を摘むことになるからである。ウーバーテクノロジーズは、各国の法律のグレーゾーンを突き、違法の可能性が高くても、かまわず既成事実を積み上げ事実を拡大してきており、その文脈から、破壊的な企業文化

と形容されることが少なくなかった。その結果、現在の地位が確立できたわけだが、これもやりすぎると問題であろう。

いずれにしても、今後、規制は政府が作り、企業はそれを順守するという従来の図式に頼ると、新たな環境変化に対応することができなくなると考える。政府と企業が同じテーブルにつき、さらに、企業の中には既存業界だけでなく新規参入企業も入り、中立的な学者等も加え、政府と企業の合作でガイドラインのような緩やかな制度構築を進めるべきと考える。その際、全国一律で同時期に行うことが困難ならば、区画的な対応で、適切な地域や適切な分野でテスト的に実施するのも一案である。さらに、ガイドラインに沿って適正に運用されているかどうかを第三者機関により認証させ、利用者にその認証の有無を業者選定の一つの判断基準としてもらうことも考えられる。

なお、ライドシェアリングに関する税制への対応については、一部企業が税を逃れ大儲けをしているという観点だけではなく、既存事業者とイコールフットイングの競争条件を整える必要がある。さらに、この税制への対応は、今後の課税制度の在り方にも大きく影響を与えるので、政府として、明確な方針を打ち立て、早急に環境整備をする必要がある。

また、ライドシェアリングを評価する上では、経済厚生観点だけではなく、セキュリティや安全の観点からも評価しなければならない。つまり、効率的な遊休資産、遊休人的リソースを有効に活用し、新たな価値や仕組みを生み出すと言うような経済厚生観点からだけではなく、セキュリティや安全に十分配慮した事業になっているかを確認しなければならない。

すなわち、ユーザー第一に考え、結果的にユーザーが損害を受けるケースを最大限排除するシステムを考える必要がある。このような「外部不経済」を是正するために、今回のライドシェアリングで頻繁に活用しているレーティングは、ある程度、セキュリティや安全を担保する適切なシステムである。今後は、保険などを活用した損害賠償システムを義務化が必要と考える。

ちなみに、ウーバーテクノロジーズなど、ドライバーと利用者をマッチングするアプリを提供する事業者は、当該事業者の負担で事業用の保険が設定され、事故等に対応するようになっているが、ドライバーに対する運行管理や車両の整備、あるいは万が一の事故の際の責任は負わないこととなっている。

翻ってみれば、個人として、ライドシェアリングを活用して、自らが何らかの事故に巻き込まれてしまう可能性は否定できない。万に一つかもしれないが、国民は、そのことを再認識し、もし、そのリスクをゼロにしたいのならば、自分自身の選択として、ライドシェアリングを使うべきでないと考える。これはまさに国民各人の選択の問題である。ライドシェアリングに関しては、政府は安易に、導入する、導入しないと言うゼロサムで考えずに、その正確な情報とリスクを明示した上で、シェアリングビジネスの使用の可否は国民に選択を委ねるべきである。要するに、政府の役割は、国民に明確な「選択肢」を提示することが重要と考える。そのためには、ライドシェアリングの制度の構築と既存制度とのメリット・デメリットとそれぞれのリスクを明確にすることが肝要である。

5. 自動車産業の変容

第4次産業革命の進展とともに、ライドシェアリングなどのシェアリングエコノミーだけではなく、自動運転、コネクテッド・カー、電気自動車が同時に普及していくと、自動車産業の構造も大幅に変わっていく。自動車産業を自動車製造業と自動車関連サービス業の2つに分けると、自動車製造業では、今まで、トヨタ、ホンダなどの自動車組立メーカーを頂点とする「系列」が中心となってクルマを製造し、それが、自動車産業の大部分であったが、自動車産業全体に占める自動車製造業の割合が低くなり、自動車関連サービス業の割合が高くなる。また、自動車製造業の中でも、今までのメカニカル・エンジニアリングが中心の世界から、ITの位置づけが高くなる。さらに、ITは、自動車製造業のみならず、自動車関連サービス業でも重要な役割を果たすようになる。つまり、中長期的には、自動車産業の中心となる企業の顔ぶれが大幅に変わる可能性が高い。それに伴い、自動車産業の雇用構造が大幅に変わり、今まで多くの人員が必要だった自動車製造業のメカニカル・エンジニアから、広義のIT人材、サービス人材が多くを占める産業に移行していくものと思われる。

具体的には、初めの第一歩として、ガソリンエンジン車から電気自動車への移行で自動車産業の構造が大きく変化すると考えられるが、その電気自動車へのシフトを巡り、すでに独ダ임ラーでは労使が対立し始めている。従業員代表は、電気自動車用の部品の生産や開発をこの工場に割り振らなければ、残業を一切受け入れないと主張したのである。この工場は、メルセデス・ベンツのエンジンや変速機などを生産するシュツットガルトにある主力工場であるため、電池とモーターが主力になれば、従来のガ

ソリンエンジンや変速機が不要になると考え、従業員は危機感をいだいたと考えられる。このように、自動車産業の一大変革に、伝統的な自動車組立メーカーがどう対応していくか、技術のみならず、雇用に大きな影響を与える難しい問題となるのである。企業も変わらなければならないが、同時に従業員も変わらなければ、この難問に対応できないと考える。

さらに、ライドシェアリングなどのシェアリングエコノミーと自動運転などが進むと、その相乗効果で、新たな自動車関連サービス業が生まれ始める。例えば、今後、最も有力なシェアリングビジネスとなる可能性が高いのが、物流版シェアリングビジネスである。その一つにウーバーイーツがある。それは、一般人を使った出前サービスで、ウーバーテクノロジーズが仲介して、飲食店の料理を配達員に登録した一般人が自転車や原付バイクを使って届ける仕組みである。

また、宅配便など、BtoB、BtoCの物流が人手不足から、ボトルネックとなっているが、それを解消する一手段として、荷主と運送会社を仲介するシェアリングビジネスが注目を浴び始めている。荷主は荷物を短時間で、かつ、リーズナブルな価格で目的地まで運んでもらえるし、運送会社はトラックやドライバーの空き時間を有効に活用できるなど、お互いウィン・ウィンの関係になる。法令的にもライドシェアリングなどと比べて障害が少なく、今後、宅急便に変わる物流システムになりうると考える。

ちなみに、貨物自動車運送事業法では、自転車、原付バイクのよる荷物の運送は許認可の対象になっていないので、ウーバーイーツは特に許認可の必要はない。ただし、荷主と運送会社を仲介するシェアリングビジネスについては、ドライバーが自動車を使用する場合、当然、運送会社が許認可を受ける必要があり、現段階では、運送会社の代わりに、許認可を受けてない個人が配送することはできない。他方、アメリカでは、アマゾン・ドット・コムがアマゾンフレックス事業として集配施設から顧客宅までのラストワンマイルを個人が配送しており、日本もこの方向に向かっていくと考える。

また、2017年8月、米アマゾン・ドット・コムは、高級スーパー・ホールフーズ・マーケットを買収したが、これは小売市場でネットとリアル融合が始まったことを意味する。アマゾン・ドット・コムにネットから来た注文を、ホールフーズ・マーケットという「倉庫」から搬出可能となり、その配送はBtoCの物流版シェアリングサービスを用いれば、新たな小売りシステムとなりうる可能性を秘めている。

(日本の自動車産業（現在と第4次産業革命後）

(現在)

(第4次産業革命後)

