

カーシェアリング市場の拡大

〔交通エコロジ・モビリティ財団「わが国のカーシェアリング車両台数と会員数の推移」〕

日本総合研究所 調査部 マクロ経済研究センター

主任研究員

小方 尚子



保有資産を所有者以外の者に利用できるようにするシェアリングエコノミーは、わが国の消費市場において急拡大している。ここでいう保有資産には、モノや空きスペースのほか、個人のスキルなども含まれる。また、広義では、一時的な利用だけでなく、所有権自体が移転される中古品売買も該当する。近年、オンラインのマッチングサイトの登場により、ニッチな取引の売手と買手のマッチングが安価かつ容易となったことで急速に伸びている。

拡大の典型例が、カーシェアリング市場である。クルマの場合、これまでも実店舗で扱うレンタカ

ーや中古車販売市場が発達してきた。しかし、ネット予約システムや電子錠を利用することで、これまでより単価の低い短時間の貸出がビジネスとして成り立つようになった。交通エコロジ・モビリティ財団の集計によると、事業者によるカーシェアの車両台数、利用会員数は、ともに過去5年間で約3倍に伸びている（図表）。

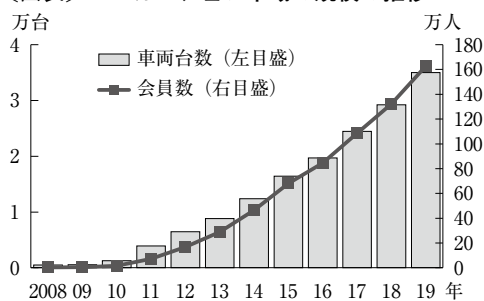
レンタカー市場と比べてみると、メリットとして、①オンライン上で予約できるため、店舗での手続きが不要、②短時間利用が割安、③24時間好きなときに利用可能——といった点が挙げられる。一方でデメリットは、①長時間利用

ではレンタカーのほうが割安、②借りた場所とは別の営業所へ返却できるワンウェイサービスは存在しない——といった点が指摘される。このためカーシェアは、近所への買い物、塾や病院への送迎といった短時間の利用に適している。実際、カーシェアの車両ステーションは、こうした近場需要が多い都市部で増えている。

カーシェアの普及による影響として自動車販売の減少を懸念する向きもある。しかし、現在の登録車両台数は、わが国の乗用車保有台数全体の0・1%未満にとどまっており、現時点では、自動車市場全体への影響は限定的と考えられる。むしろ、従来の最低6時間の利用を前提としたレンタカーでは割高感が強かった短時間利用を容易にすることで、新たなビジネスを掘り起こした面をプラスにとらえるべきだろう。

なお、前述の集計は、個人が貸手となる取引を含まない。個人間取引では、高級車の貸手と借手がクルマ談義で盛り上がるなど、「プライスレスな価値」がシェアリングエコノミーの拡大に寄与している面もある。だが、今のところ

〔図表〕 カーシェア市場の規模の推移



（注）2014年までは1月調べ。2015年からは3月調べ。
（出所）公益財団法人交通エコロジ・モビリティ財団

ろ、主なマッチングサイトへの登録台数は1万台に満たず、事業者によるカーシェアに係る登録台数を大幅に下回っているようだ。

そもそも個人の自動車の有償貸出は、法律上禁止されているため、代わりに出品自動車の情報に基づき、借手が当該自動車の使用に関する独占的交渉権を貸手から購入するケースや、貸手と借手の間で結んだ共同使用契約に基づき、借手が貸手に共同使用料を支払うケースがある。そのため、今後、個人間取引を本格化させるには、「一元的なルール整備が必要」との声も上がっている。