

中国におけるシェアバイクの 爆発的普及 ——その背景と日本への示唆——

ERINA

平成29年度第5回賛助会セミナー

2018年3月2日(金)

於 ホテル日航新潟4F「朱鷺」

慶應義塾大学経済学部教授 駒形哲哉



1

1. 時代は「所有」から「利用」へ ——シェアリングエコノミーの時代？

2. シェア自転車とインターネット——インターネットが経済を変える
3. なぜ今シェア自転車が流行るのか？——安い、便利、おしゃれ？
4. シェア自転車と経済の「構造改革」——目指す方向を体現
5. 「不透明な」ビジネスモデル——本当に成り立っているのか？
6. シェア自転車の中国的展開——「走りながら考える」
7. 日本のシェア自転車普及の課題と当面の方向

2

(1)シェアサービスの世界的広がり

個人等が所有する活用可能な資源の貸出を仲介するサービス

例： U-ber(ライドシェア)、 AirBnB(民泊サイト)・・・

(2)そして中国でも

2012年～ タクシー配車サービス開始

2016年～ シェア自転車の急拡大

「シェアリングエコノミー」が重要！ (@2017年の国会、共産党大会)

活用可能な資源を共有、交換して利用する社会的仕組み

「放置自転車」の黙認！



(3)よく見るのは 黄色 (ofo) と銀色 (Mobike)



1. 時代は「所有」から「利用」へ

——シェアリングエコノミーの時代？

2. シェア自転車とインターネット

——インターネットが経済を変える

3. なぜ今シェア自転車が流行るのか？——安い、便利、おしゃれ？

4. シェア自転車と経済の「構造改革」——目指す方向を体現

5. 「不透明な」ビジネスモデル——本当に成り立っているのか？

6. シェア自転車の中国的展開——「走りながら考える」

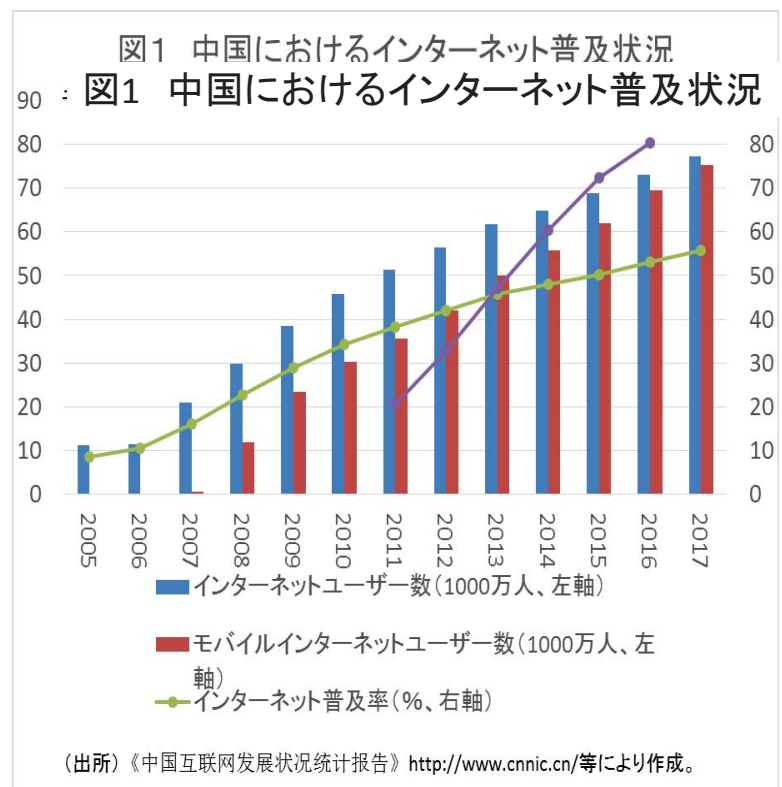
7. 日本のシェア自転車普及の課題と当面の方向

5

(1) インターネット、スマホの普及が生活を変えた

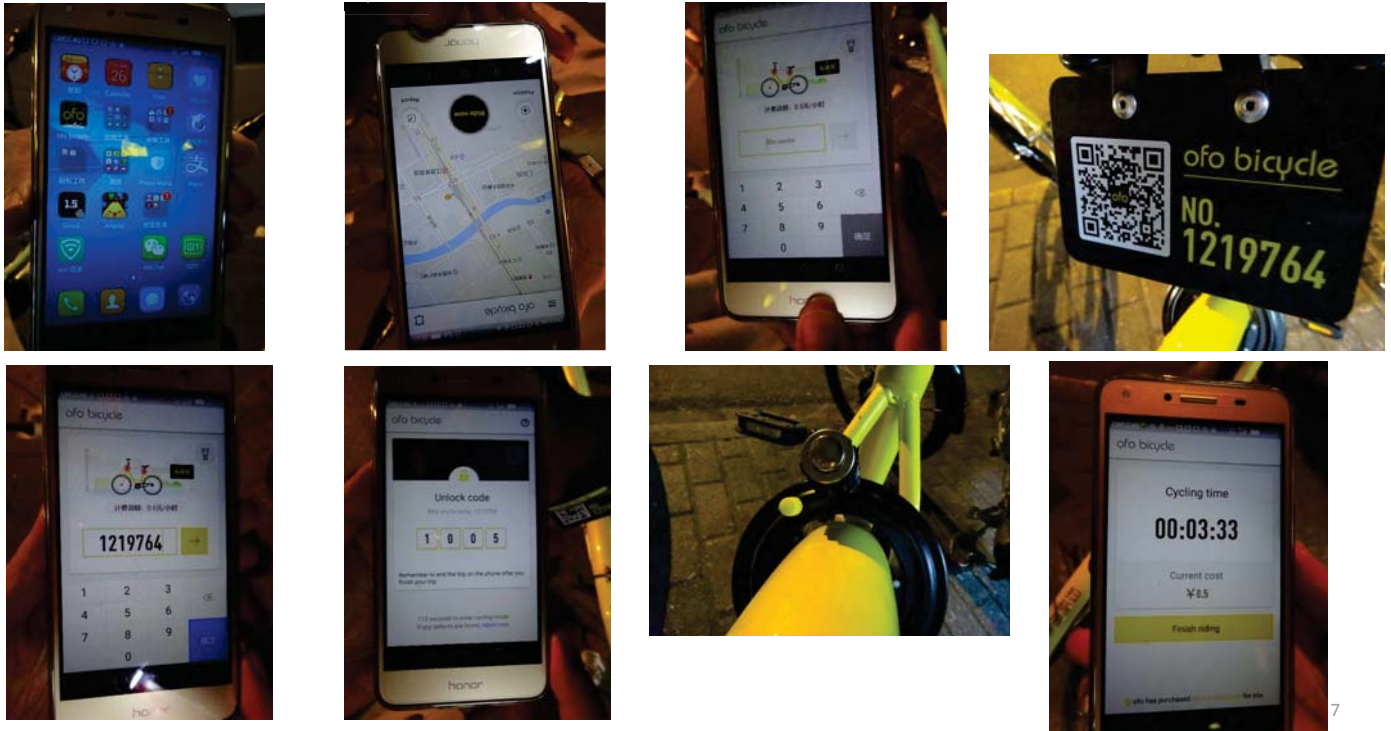
- **ネット決済急拡大**は2010年代から
→シェア自転車の条件が整う
- 2015年「インターネットプラス計画」
- 経済計画(2016年～): 環境対策で自転車利用奨励

シェア自転車 = インターネットの普及と共にある新興ビジネス



6

(2) スマホで完結 (ofo初期型)



(3) GPS、QRコード・・・情報通信技術の活用

- 利用料金30分1元(約17円)の先行業者に対し、後発組が値下げで対抗、先行者がこれにまた対抗⇒お得意の**価格競争**
- 大手プラットフォーム(=事業運営)企業の一部ははじめから、その他の多くも前後して**GPSシステム**を使うSIMカード内蔵の鍵を装備した自転車導入
- 利用者は最寄りの待機自転車の検索、予約、自転車に貼ってある**QRコード**の読み取り・解錠、使用後の決済・施錠(一部は手動で施錠)まで全てスマホで行い、そのまま乗り捨て
- (一部は)GPSを使い使用状況、流れを把握、自転車回収・再配置

(4)プラットフォーム(事業運営)企業

2016年：約30社



2017年：約70社



現在 約40社？

・大手2社の投入台数

① ofo: 500万台(2016年)

+ 1780万台(2017年)

② Mobike: 400万(2016年)

+ 1560万台(2017年)

表1 主要プラットフォームの初期事業モデル

	Mobike(摩拜單車)	ofo	小鳴單車	bluegogo(小藍單車)	永安行
設立	2015年	2014年	2016年	2016年(→2017年10月破綻)	2010年
投入台数	17年2月現在380~400万台(推定)、17年1560万台(見直し)	17年2月現在485~510万台(推定)、17年1780万台(見直し)	16年40万台、17年400万台(計画)	16年20万台	公共80万台/16年シェア5万台
デポジット	299元	99元	199元	99元	公共200元/シェア無料
料金体系	都市:0.5~1元/30分 合作キヤンパス:0.1元/10分	都市:1元/1時間 教員・学生:0.5元/1時間	0.1元/30分	0.99元/30分	0.5元/30分
主要完成車供給メーカー	自社工場(無錫)、愛瑪、捷馬、ミンサイクル、XDS、千里達、KOMDA、富士康等	飛鶴、科林、富士達グループ、上海鳳凰等	凱路仕	?	?
重量/台	クラシック:22kg、Lite:15kg、第3世代(内装2段変速):15.5kg	16kg	16kg	15kg	-
駆動方式	シャフトドライブ/チェーンドライブ	チェーンドライブ/ベルトドライブ	チェーンドライブ	チェーンドライブ	公共:チェーンドライブ/シェア:ベルトドライブ
鍵	GPSスマートロック	手動ダイヤルナンバーセット(初期)/プッシュ式GPSスマートロック	GPSスマートロック	GPSスマートロック	シェア:手動ダイヤルナンバーセット/GPSスマートロック
タイヤ	ノーパンクタイヤ	チューブタイヤ	ノーパンクタイヤ	チューブタイヤ	公共:チューブタイヤ/シェア:ノーパンク
ブレーキ	クラシック:ローラーサーボ(前)、電磁クランチ(後)/Lite:キャリパー、内括式(前)、バンド(後)	リム(前)+バンド(後)/バンド(前・後)	バンド(前・後)	バンド(前・後)	ドラム(前)+バンド(後)/バンド(前・後)
使用方式	規定エリア内駐輪自由	規定エリア内駐輪自由	バーチャル駐輪場	規定エリア内駐輪自由	公共:固定駐輪ステーション/シェア:自由駐輪
決済方式	自動精算	アプリを起動し手動精算(最新タイプは施錠により自動精算)	アプリを起動し手動精算	アプリを起動し手動精算	アプリを起動し手動精算
デポジット管理	協力銀行の専用口座	?	?	?	?
投入都市	世界12カ国(中国、シンガポール、イギリス、イタリア、マレーシア、タイ、韓国、日本、オーストラリア、アメリカ、ドイツ)、200都市(うち国内約180都市)	世界17カ国(中国、オーストラリア、オーストリア、チェコ、イスラエル、イタリア、日本、カザフスタン、マレーシア、オランダ、ポルトガル、ロシア、シンガポール、スペイン、タイ、イギリス、アメリカ)、180都市	上海、広州、深圳、無錫、杭州、汕頭	広州、深圳、佛山、南京、成都、北京	聊城、広州、六安、安陽、吉安、衡陽、淮南等210の公共自転車プロジェクト(含ロシア・ブラゴウシチュンスク、マレーシア・ペナン)

(注) 一部を除き2017年3月現在の状況。出所情報のうち誤りと判断されるものについては修正してある。Mobikeの投入都市は2017年11月22日現在、ofoは同年10月末現在。(出所) 艾瑞諮詢(2017)『中国共享单车行業研究報告2017年』、関係者からの聴き取り、『人民日報(日本語版)』2017年3月22日、その他報道により作成。

1. 時代は「所有」から「利用」へ

——シェアリングエコノミーの時代？

2. シェア自転車とインターネット

——インターネットが経済を変える

3. なぜ今シェア自転車が流行るのか？

——安い、便利、おしゃれ？

4. シェア自転車と経済の「構造改革」——目指す方向を体現

5. 「不透明な」ビジネスモデル——本当に成り立っているのか？

6. シェア自転車の中国的展開——「走りながら考える」

7. 日本のシェア自転車普及の課題と当面の方向

(1)シェア自転車を受容する社会環境

1-1.自転車が走れる環境

シェア自転車急拡大の最大のポイント⇒「ドックレス」

(当初多くは)固定駐輪場なし (事実上) **乗り捨て自由!**

- 「自転車大国」だった中国の都市部には昔から当局公認の駐輪スペースが街中の至るところに
- 自転車が主な近距離移動手段だった時代の名残で、モータリゼーションの中でも道路には自転車専用レーンが広範囲に存在

11

1-2.「フレキシブル」な情報管理

- 個人情報の使用が「フレキシブル」
- 実名登録、銀行の実名口座と結びついたインターネット企業(ネット販売企業)の**決済口座により利用者が特定され、移動の経路や時間が記録され共通の信用情報として蓄積**
- (プラットフォームによっては)個人ごとの利用状況を管理、利用状況により異なる価格、ルール違反が重なれば利用停止
- 利用管理情報は地方自治体の個人情報管理システムと連結予定

12

1-3.潜在需要:安価なようで実は高い所有コスト

- 自転車の盗難数は日本の約10倍(年間400万台)、盗られたらまず戻ってこない(日本は5割近くが後日見つかる) 特に大学では盗難は大きな問題

1-4.都市部における地下鉄網の整備、下車後の移動手段の需要創出

- 公共交通手段の整備の遅れ⇒2000年代に、「電動自転車」(無免許で乗れる電動スクーター)が自転車をすでに代替

- 大都市では**地下鉄の駅を出てから目的地までの1~3km程度**(“ラストワンマイル“)の移動に不便(地下鉄の乗り換えも不便)

13

1-5.シェアリングエコノミーの「中国的展開」

本来のシェアリングエコノミー

- 所有すると使用していない間にも生じる占有コストを省き、必要な時に必要なだけ使えるという世界
- シェアにより資源を節約、環境負荷を下げる(はず…)

シェア自転車の中国的展開

- プラットフォーム(事業運営会社)間競争によって大量のシェア自転車がばら撒かれ、必要な時に使える世界実現
- **大量生産、大量消費(浪費)モデル**

14

(2) 新世代が変える——「八〇后」「九〇后」による牽引

- *「八〇后」(バーリンホウ) = 80年代生まれ
- *「九〇后」(ジウリンホウ) = 90年代生まれ

① 若いユーザー、新しい考え方

- 26～35歳(いわゆる「八〇后」「九〇后」世代) が65%
- 男が65.7%
- 学歴: 大卒以上が83.7%、所得水準は高め(月収14～34万円:56.2%)
- ユーザーの主力⇒新しい**IT世代**
- 新しい世代への訴求: **健康、おしゃれ**

15

② 経営側も若い

1) Ofo:



(出所) ofo社ウェブサイト

- 自転車好きの北京大学生だった3人を中心に2014年に創業。「九〇后」世代企業
- 何か自転車に関連した事業をしたい／キャンパス内の自転車は使用時間が短く、廃棄も多いことに気づく
- 創業者の1人の戴威氏自身、学部生時代4度も自転車を盗まれた
- Uber、Airbnb等のビジネスモデルを参考に、シェア自転車の事業化を思いつき、北京大卒の投資家の資金を得てチャレンジ

16

2) Mobike



(出所) Mobike社ウェブサイト

- 王晓峰CEO(70年代生まれ): 廈門大学卒業後、P&G、Google、香水ブランドのコティ勤務を経て、Uberの上海代表
- 胡瑋煒総裁: 82年生まれ(八〇后世代)、浙江大学卒業後、新聞記者となり自動車業界を担当する中で、自動車業界の変化を察知、新聞社を辞め自動車関連情報サイト立ち上げ
- 胡女史は取材でシェアライドの可能性について示唆を得たが、公共自転車の使い勝手が悪かったという自身の経験を思い出し、インターネットの時代だからもっと簡単に使えるようにできるはずとの思いを抱く
- 胡女史、戴氏に大学在学中の90年代半ばに起業しリスク投資に長けた李斌氏が加わることでMobike誕生

17

1. 時代は「所有」から「利用」へ
——シェアリングエコノミーの時代?
2. シェア自転車とインターネット
——インターネットが経済を変える
3. なぜ今シェア自転車が流行るのか?
——安い、便利、おしゃれ?

4. シェア自転車と経済の「構造改革」 ——目指す方向を体現

5. 「不透明な」ビジネスモデル——本当に成り立っているのか?
6. シェア自転車の中国的展開——「走りながら考える」
7. 日本のシェア自転車普及の課題と当面の方向

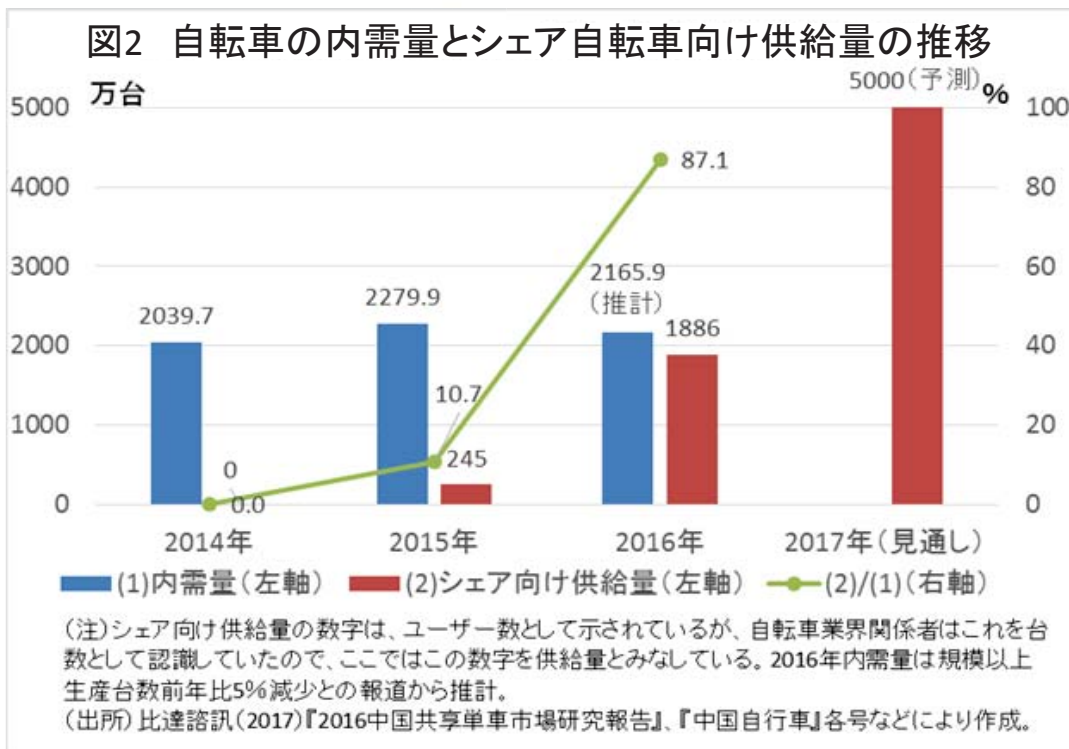
18

(1) 苦境に陥っていた「世界の自転車工場」

- 中国：台湾系・日系メーカーの進出、地場民営企業の成長により「世界の自転車工場」へ、**目下世界生産の7割程度を一国で占める**
- 輸出向け普及品レベルの完成車の組立てにとどまらず、部品生産まで中国集中、多少の為替上昇や人件費の高騰では自転車生産は容易に中国から移転しない
- 内需でも世界最大の市場
- 内外経済低迷、フル電動走行ながら軽車両扱いの電動自転車普及
→ 実用用途の一般自転車市場は頭打ち、**生産能力過剰に直面**
- 近年は年間輸出5000～6000万台、内需2000万台の計8000万台余りをどうにか維持するも、業界ではひたすら「厳しい」という声

19

(2) 内需拡大の救世主



- 内需向けは自社ブランドで生産してきた主要自転車メーカーが、シェア自転車プラットフォーム向けOEM(相手先ブランドによる生産)供給に急旋回
- 稼働台数は1600万台

20

- シェア自転車のプラットフォーム企業の多くは自転車業界に関しては素人⇒まず著名完成車メーカーにアクセス⇒大手がシェア向け供給にシフト⇒拡大テンポが急速⇒既存大手メーカーだけでは供給が追いつかない状況⇒その他の中小完成車メーカーからも調達開始

↓

**生産能力の遊休状態一挙解消、
需給関係の反転**

- 「伝統的自動車メーカーとの協力を通じて、新しい原動力によって古い生産能力を活性化し、供給側**構造改革**を加速させる」(ofo関連部門の責任者)

21

(3) 自転車業界の構造一変

- 自転車を買うのは誰？

家計・個人 → プラットフォーム企業



既存の流通ルートが不要に
自転車小売店には打撃

- 日本の有名なグローバル企業「シマノ」の株価にも影響？
- 完成車メーカー各社： 独自モデルの開発をやめ、シェア自転車向け単一車種量産へ

22

(4) 自転車の質的向上の契機に

① 自転車としてもレベルアップ(中国経済の課題「構造改革」の目指すところ)

メンテナンスが困難⇒要耐久性

<例1: Mobikeクラシック>

- **デザイン・設計に工夫**、酷使に耐える耐久性 (高いコスト)
- 調達単価2300元 GPSチップ付カギ、酷使に耐える強度を持たせるのにコスト?
- ユーザーに訴求力のある設計、アルミ鍛造フレーム、片支持フォーク採用、前輪にシマノのローラーブレーキ、後輪に電磁クラッチブレーキ(後に前輪はサーボブレーキに変更)
- ノーパンクタイヤ採用

<例2: ofo>

- 耐久性を高め、メンテナンスが少なくて済む部品使用
- 前輪にも後輪用ブレーキ、ブレーキのコスト一般自転車よりもコスト+15%程度

23

② 量的拡大の可能性

- 専用車の耐用期間はMobike3~4年(実際には1年)、of0半年?
- **速い更新サイクル**⇒個人が買わなくなる分を埋め合わせ、それ以上に台数が増える可能性も
- 大ロット、単一モデル、単純な塗装で完成車メーカーにとっては高効率、おいしい仕事

24

(5)キープレーヤーに日系部品メーカー

・シェア自転車の発展→**自転車産業の質的向上の契機?**

- ・モノづくり面でのカギは部品メーカー

<例:日系中小企業K社(本社:埼玉県)>

- ・同社は日本の自転車産業の中国シフトに先駆けて中国進出、中国国内市場向け及び日本向け自転車組み付け用として生産を拡大
- ・2000年代に入り、電動自転車産業が発展する過程で、完成車メーカーが品質面の評価により同社のサーボブレーキを採用
- ・年産3000万台規模に拡大した同産業においてブレーキ供給のシェア4割(シェアは一時6割にまで拡大)

25

- ・シェア自転車の劇的拡大で2度目のチャンス
- ・シェア自転車プラットフォームがまずアクセスした大手完成車メーカーは軒並みK社と取引関係あり
- ・部品の耐久性の重要性を理解したプラットフォームは、大手メーカーだけでは自転車調達に間に合わなくなると、K社のブレーキを直接調達、中小完成車メーカーへ支給
- ・当初は主要2社をはじめ多くのプラットフォームがまずはK社のブレーキを採用

- ・プラットフォーム企業間過当競争……

①価格競争

②新モデル導入競争(→K社の生存領域)

26



27

1. 時代は「所有」から「利用」へ
——シェアリングエコノミーの時代？
2. シェア自転車とインターネット
——インターネットが経済を変える
3. なぜ今シェア自転車が流行るのか？
——安い、便利、おしゃれ？
4. シェア自転車と経済の「構造改革」
——目指す方向を体現

5. 「不透明な」ビジネスモデル ——本当に成り立っているのか？

6. シェア自転車の中国的展開——「走りながら考える」
7. 日本のシェア自転車普及の課題と当面の方向

28

(1) 旺盛な資金流入

- シェア自転車業界急拡大を支えた旺盛な資金流入
- 旧来の国有銀行から融資ではなく、エンジェル、プライベートエクイティ、ベンチャーといった中国金融界では**新興勢力の投資**

表2 資金調達状況(2015年3月~17年3月)

プラットフォーム	2015年3月	2015年10月	2015年12月	2016年2月	2016年8月	2016年9月	2016年10月	2016年11月	2016年12月	2017年1月	2017年3月
ofo	数百万元(唯獵資本)		9000万元(唯獵資本、東方弘道)	1500万元(金沙江創投、東方弘道)	1000万元(真格基金、王剛)	数千ドル(金沙江創投、経緯中国、唯獵資本)、数千ドル(滴滴出行)	1.3億ドル(滴滴出行、小米科技、順為基金、中恒産業基金、経緯中国、金沙江創投等)				4.5億ドル(DST領投、滴滴、中恒産業基金、経緯中国等)
Mobike (摩拜單車)		数百万ドル(JOY Capital 愉快資本)			数千万ドル(熊貓資本、JOY Capital 愉快資本、創新工場)、数千万ドル(翔輪資本、創新工場)	1億ドル(紅杉資本中国、高瓴資本)	金額不明(高瓴資本、華平投資、騰訊、紅杉資本中国、啓明創投、Bertelsmann Asia Investment)			2.15億ドル(華平投資、携程、華住酒店集團、德太集團、紅杉資本中国、啓明創投、熊貓資本、創新工場等)	
小鳴單車						数千万元	1億元、金額不明				
騎鳴單車								金額不明		1億元	
U-Bicycle (優拜單車)						数千万元		1.5億元	1億元		
Hellobike (哈羅單車)								金額不明		金額不明	

(注)金額の後の括弧内は出資ファンド名。資金調達ラウンドは省略している。小鳴の2016年10月の欄は、資金調達を2度行い、うち1回は金額不明であることを示している。
(出所)比連誌(2017)『2016中国共有單車市場研究報告』により作成。

29

(2) 資金流入の背景: ファンド投資の捌け口に

- ベンチャーファンドの募集・調達額急増
うち8割は人民元建て⇒中国経済の発展の結果、**カネ(人民元)余り**
- 2016年からプラットフォーム間の陣取り合戦が展開されるシェア自転車
⇒**ファンドの投資の出口に**
- 2017年4月までの資金調達額: Mobikeとofoの2社だけで計10億ドル超
- 両社とも「ユニコーン企業」(企業価値評価額10億ドル超)の仲間入り

(3) 危うさもあるシェア自転車ビジネス、始まった淘汰

- 外部資本への依存
 - ➡ビジネスとして成立するモデルを早く確立しなければならないはず
- 目下30分0.5~1元という料金収入だけでは、人件費等の経常費を賄うだけ
- 自転車調達コスト1台300元のofoは1人1回30分(0.5元)、1台1日5回利用されれば、4ヵ月で回収可能?
- ユーザーによる損壊等によるロスを考慮すると利益は薄い? 調達コストが廉価版でも1台1000元以上のMobikeは1年でもコストは回収できない?

31

- にもかかわらずこの1年余りで膨大な資金がシェア自転車に投入
- 投資家の期待は? 一つは上場益?(2017.8永安行上場)
- 持続可能なビジネスモデルが形成できなければ資金流入は止まる
 - ➡「シェアバブル」特需に沸く自転車産業への打撃大
- シェア自転車業界への資金流入を支えているのは何か?
 - デポジット・プリペイド資金? **ビッグデータ?**
- 始まった淘汰: 競争激化、一部主要運営企業を含む破綻始まる(10月末、「小藍単車」破綻)
 - プラットフォーム数: 70社→40社(2017年)
 - ofo、Mobikeの2強へ集約(さらなる再編も?)

32

1. 時代は「所有」から「利用」へ
——シェアリングエコノミーの時代？
2. シェア自転車とインターネット
——インターネットが経済を変える
3. なぜ今シェア自転車が流行るのか？
——安い、便利、おしゃれ？
4. シェア自転車と経済の「構造改革」
——目指す方向を体現
5. 「不透明な」ビジネスモデル——本当に成り立っているのか？
- 6. シェア自転車の中国的展開——「走りながら考える」**
7. 日本のシェア自転車普及の課題と当面の方向

33

(1) シェア自転車ビジネス拡大の可能性

- 問題は多いが、地方自治体は概ね肯定的
- シェア自転車はプラットフォーム企業が自転車の調達、運営のコストを負担するため地方自治体の懐は痛まず
- 地方自治体：**放置を「黙認」するだけで都市交通の整備進展**→プラットフォーム間競争を歓迎、市場競争に委ねてきた

(2) 拡大の可能性

- 事業展開の条件＝地下鉄など公共交通手段が整い、人の流れがよく、人のレベルが高いところ
- ➔ **地下鉄や軽軌鉄道の整備**が進むのにしたが、広がる可能性あり

34

(3) 課題も山積

- 無秩序な駐輪・放置や乱暴な使用に加え、損壊、遺棄、自分の鍵をかけて占有を続ける私物化など、ユーザーのモラルに関わる問題が頻発
- 大量供給が交通問題惹起
- デポジット・プリペイドの返金遅延、資金不足(→業界対応へ)

35

(4) 業界組織がルール形成を先導し健全発展を死守

- 「中国らしい」発展 = **法・ルールが決まっていないのに産業が拡大**
 ⇒ カギを握るのは、**利益を受けている業界**

- 2017年3月、自転車産業の業界組織が主導、主要シェア自転車プラットフォーム、主要メーカー等を組織する形で、業界基準・ルールを制定(業界基準のパブリックコメント版公表)

(5) ルール化へ政府も動く

- 2017年8月、中央政府関連部門がシェア自転車の管理についての通達公布
- 地方自治体が管理主体であること、シェア自転車の投入量をコントロールすること、自転車の通行環境を整備すること、駐輪スペースを設置すること、インターネット技術による利用管理を強化すること等が書き込まれている。

36

(6) 中国的发展を見せたシェア自転車

- 中国では、資本、労働、技術——生産要素がすでに十分に蓄積、技術・資本の内外調達可能に
- 需要が顕在化した時の市場規模がそもそも大きい→潜在的な社会的需要発掘、既存資源を組み合わせれば、巨大なビジネスに
- 激しい競争、膨大な無駄と混沌を伴う発展
 - ・中国における昨今の産業発展に共通

(7) 中国の変化も体现

- ①社会の主体となりつつある80～90年代生まれのIT世代が、シェア自転車のプラットフォーム提供側とユーザー側を構成(IT社会)
- ②所有ではなく利用に価値、自転車がcool
- ③スマートシティ建設の一部を構成

(8) プラットフォームは集約の方向

- 2017年に70社から40社へ、事業は2社に集約の方向
 - ・さらに大手2社統合の動きも

(9) プラットフォームの海外展開、日本上陸

- 中国国内の競争激化
- Mobike: 2017年6月、福岡に日本法人設立
8月、札幌でサービス開始(30分50円)
- ofo: 2017年10月、大阪でサービス開始
- 乗り捨て自由ではない、駐輪場利用

- Mobike:
世界12カ国200都市展開
(17/11/22現在)
- ofo: 17カ国180都市展開
(17/10/31現在)

1. 時代は「所有」から「利用」へ
——シェアリングエコノミーの時代？
2. シェア自転車とインターネット
——インターネットが経済を変える
3. なぜ今シェア自転車が流行るのか？
——安い、便利、おしゃれ？
4. シェア自転車と経済の「構造改革」
——目指す方向を体現
5. 「不透明な」ビジネスモデル——本当に成り立っているのか？
6. シェア自転車の中国的展開——「走りながら考える」
- 7. 日本のシェア自転車普及の課題と
当面の方向**

39

(1)日本におけるシェア自転車の可能性—中国の経験から

①示唆

- 需要あり、供給が需要を顕在化させる
 - ▶ 容易な参入と競争が市場を顕在化
 - ▶ 自転車需要純増の可能性も
 - ▶ しかし早期での過当競争は「健全な」発展に有害？
 - 1) 事業者の採算
 - 2) 交通管理
- 行政の「寛容な」スタンス
- スマートシティ化の一環としての発展可能性

40

②現状

- docomo系
 - ▶電動アシスト自転車、5500台運用
 - ▶主に自治体との協力 例：東京都7区広域展開(333ポート)
- Softbank系
 - ▶コンビニ、コインパーク等との協力
 - ▶ofoとアライアンス
- line(Mobike日本法人への出資)、メルカリ参入
- その他小規模事業者、シェア自転車付マンション
- 観光地 etc・・・

41

(2)日本におけるシェア自転車—当面の方向

- 2018年は日本の「シェア自転車元年」という人も
プラットフォームは参入増
 - ▶「必要な時に必要なだけ使える状態」に近づける
まずは供給を増やす段階
利用環境(利用方法の簡便化、**駐輪スペースの確保**)

<カギを握る主体>

- ①自治体
 - ▶利用環境整備 (含駐輪スペース確保)
 - ▶事業主体 (預託者)
- ②通信事業者 (docomo、ソフトバンク…)
- ③コンビニ、ドラッグストア等の商業事業者、コインパークetc.

42