

シェアリングエコノミーのビジネスモデルを主題とした学習手法の提案

Learning Method on Business Model of Sharing Economy

長嶋 啓太^{*1}, 仲林 清^{*2}

Keita Nagashima^{*1}, Kiyoshi Nakabayashi^{*2}

^{*1}千葉工業大学大学院 ^{*2}千葉工業大学

^{*1}Graduate School of Chiba Institute of Technology, ^{*2}Chiba Institute of Technology

Email: s1532116un@s.chibakoudai.jp

あらまし: 本稿ではシェアリングエコノミーのビジネスモデルを主題とした学習手法を提案する。シェアリングエコノミーは従来の産業とは違い、IT の普及により出現した新規のビジネスモデルといえる。経営と IT の両面からビジネスモデルを理解するために有効な学習主題である。しかし、学習者にとって抽象的なビジネスモデルの概念は理解が困難である。本研究は実在するシェアリングエコノミーの企業を題材にして既有知識の活用を図り、それらの抽象的な概念を学習者自らに再具体化させるなどの手法を適用し、学習主題の理解の深化を目指す。

キーワード: ビジネスモデル、シェアリングエコノミー、抽象的学習、再具体化、既有知識の活用

1. はじめに

企業経営のあり方は IT の進歩やカスタマーニーズの多様化など、あらゆる要因の影響を受け、日々変化している。それに伴い、新たな価値を創造する新規のビジネスモデルが出現している。同じ産業でも仕組みや考え方は従来のビジネスモデルと大きく異なり、時代に合わせた利便性を追求し、顧客を獲得している。

将来、企業に就職する学生にとって、新規のビジネスモデルを主題とした学習は、現代におけるビジネスの新たな価値を早期に理解する事ができ、有用性がある。ただし、書籍やインターネット上のサイトに解説されているような特徴やメリットを理解しただけではビジネスモデルの本質的な学習とは言えない。

本研究では、ビジネスモデルの本質的な学習を「抽象化された性質や概念の部分」と「具体的な業界に落とし込んだ時の固有の部分」両面を理解する事と定義する。実在する企業のビジネスモデルを題材として学習主題を設定し、学習手法の設計を行う。

2. シェアリングエコノミー

本研究ではシェアリングエコノミーのビジネスモデルを題材として学習主題の設定を行う。

シェアリングエコノミーは、個人が保有する資産の貸出や売買をインターネット上のプラットフォームで仲介するサービスである。資産には「モノ」、「空間」、「移動」、「スキル」、「金」の5つのカテゴリーが存在する⁽¹⁾。

仕組みについて図1を用いて説明する。事業主は互いのニーズが合うゲスト（貸す人、売る人）とホスト（借りる人、買う人）をマッチングさせる、ホストはゲストに対し資産を提供し、ゲストはホストに対しその分の料金を支払う。事業主はホストとゲスト（ないしどちらか片方）から取引が行われる度に手数料をとる⁽²⁾。

利用者のメリットとして、ゲストは、新品購入や業者への委託などよりも、低コストで各サービスを利用することができる。ホストは所有する非移動資産を効率的に運用して収入を得ることができる。

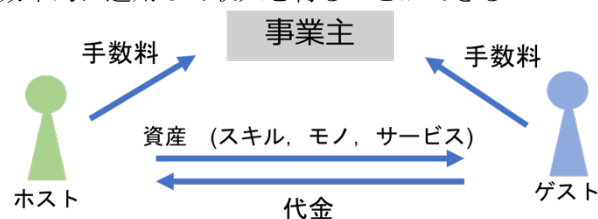


図1 シェアリングエコノミーの仕組み

3. 学習主題

ビジネスモデルの本質は他産業への応用が効くことである。ある産業で成功を収めたモデルを他の産業に応用する、といった事例は良く見られる。そのためにはビジネスモデルの基本的な性質や概念を、それぞれの産業に固有の属性に依存せず、できるだけ抽象的な形で把握することが重要である。

本研究ではビジネスモデルの学習主題を、以下の3つに整理した。

(I) ネットワーク外部性

シェアリングエコノミーはプラットフォームビジネスの一種であり、ネットワーク外部性という性質が存在する。ネットワーク外部性とは、そのサービスの利用者が多いほど、サービスを利用する価値が向上する性質である。

利用者は価値の高いプラットフォームに一気に移動するため、このような性質を考慮したプラットフォームを築く事業主は似通ったサービスを提供する事業主を淘汰して市場を独占できる。

(II) ニーズのロングテール化

シェアリングエコノミーが普及した背景として、ゲストのニッチなニーズに対応できる点が挙げられる。従来のBtoCビジネスでは、企業側の業務効率化や利益向上のため、顧客のメジャーなニーズに対応

するのが一般的である。しかし、シェアリングエコノミーのプラットフォームでは大量のホストが存在し、ゲストのあらゆるニーズに対応できる。

(Ⅲ) 個人間取引と安全性

シェアリングエコノミーの事業主はサービスの信頼性や安全性に配慮しなければならない。事業主は「資産」を直接的に所有しないため、ホストが提供するサービスが良くないと、事業主の展開するプラットフォーム全体の評判が悪くなる。取引の安全性を担保する取り組みが必要である。

4. 学習手法

上に述べたようなビジネスモデルの概念は抽象度が高く、単なる知識付与型の学習手法では十分な学習効果は期待できない。よって、本研究では以下の3つの方針を適用する。

(a) 既有知識の活用

学習者にとって、より身近な事例をあげる事で経験や既有知識に結びつけ理解させる。しかしシェアリングエコノミーは新規のビジネスモデルであり、実際のサービスを認知していない学習者が存在する可能性がある。

PwC コンサルティングによる調査では、20代の過半数の51.3%がシェアリングエコノミーを認知していると報告されている⁽³⁾。サービスカテゴリー別では、「モノ」「空間」「移動」が70%程度で、「スキル」「お金」の30%程度を大きく上回っている。そこで、本研究では事例の対象を「モノ」「空間」「移動」の3カテゴリーに限定する。

とりあげるサービスとして、「モノ」では国内利用者数最大のmercari、「空間」では大手民泊サービスのAirbnb、「移動」ではUberの事例をあげる。

(b) 抽象化と再具体化

前述した通り、ビジネスモデルは他の産業でも応用できる。本研究のシェアリングエコノミーも同様に「資産」を変えることでその特性や概念を生かし他の業界に適用可能である。

本方針について図2を用いて説明する。まず事例1として「モノ」「空間」のシェアについて、実際のサービスを用いて解説、説明を行う。それから抽象的な部分である特性や概念を自ら抽出させ、その後、事例2として「移動」のサービスUberの事例へ学習者に再具体化させ抽象的な概念や性質を理解させる。

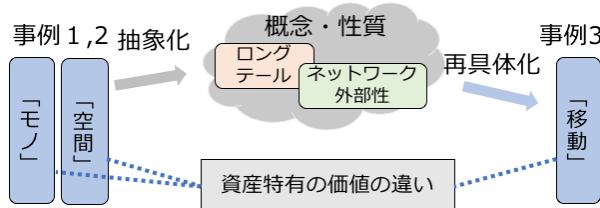


図2 抽象化と再具体化

(c) ディスカッション

抽象化された概念や性質を「移動」の事例に再具体化させる際にUberのサービス内容を学習者自で考察させる。学習者個人では難易度が高いことが想定されるため、学習者同士で意見を持ち寄りながら、再具体化させていく。

また、共有する資産により、利用者のやり取りの「価値」が変化する。例えば、「モノ」のシェアでは装飾品など、希少性が重視されるが、「空間」、「移動」のシェアでは希少性は関係なく、リアルタイム性や利用そのものに価値がある。各資産に固有の、利用者にとっての「価値の違い」を同時にディスカッションする事で、資産に依存しない部分とする部分の両面を理解させる。

5. 学習課題の分析

課題階層分析を用いて学習でカバーすべき課題を詳細化した。図3に示す。最上位を「シェアリングエコノミーの本質的な理解」とし、その下を「資産固有の価値」、「資産に依存しない性質・概念」とした。さらに数段階の階層に分け、細分化した。

下位層の黄色の部分には最初に実験者が詳細に説明を行う部分で、使用する教材の内容の大半である。

それ以外の上位層の説明は、用語などの必要最低限の説明のみを行い、前節で挙げた手法により、上位層の理解を目指す。

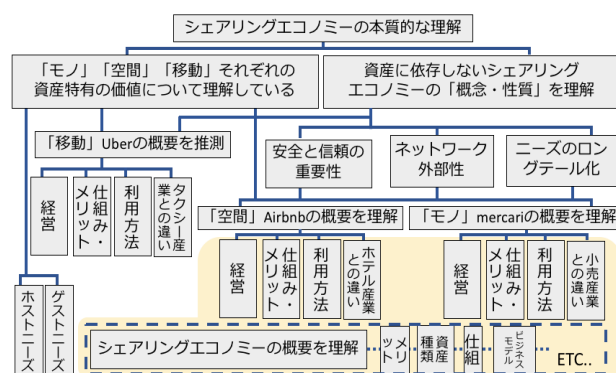


図3 予測される理解過程

6. 終わりに

今後、実際に実験を行い、学習主題の理解度を、階層から評価し、学習手法の有用性を検討していく。

参考文献

- (1) アルン・スンドララジャン: “シェアリングエコノミー”, 日経BP, 東京 (2016)
- (2) 宮崎康二: “シェアリングエコノミー Uber, Airbnb が変えた世界”, 日本経済新聞出版社, 東京 (2015)
- (3) PwC コンサルティング合同会社 グローバルイノベーションファクトリー: “国内シェアリングエコノミーに関する意識調査 2018”, (2018)