

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

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益な学習主題である。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, 再具体化, 既有知識の活用

1. はじめに

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、ITの普及で出現したビジネスモデルである。事業主は互いのニーズが合うホスト(貸す人, 売る人)とゲスト(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⁽¹⁾。既存産業には無い新しい性質を持つビジネスモデルであり、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、内容の抽象度が高く、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。本研究では、既有地域の活用、概念の抽象化と再具体化などに着目した学習設計を行う。

2. 学習主題

シェアリングエコノミーの基本的な性質や概念を抽象的な形で以下の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。

(II) ニーズのロングテール化

シェアリングエコノミーの特徴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が、シェアリングエコノミーでは大量のホストによってゲストのあらゆるニーズに対応できる⁽²⁾。

(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に悪影響を及ぼす可能性がある⁽²⁾。

3. 学習設計

本研究では以下の4つの観点で学習設計を行う。

(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。資産のカテゴリーの中でも比較的認知度の高い「モノ」「空間」「移動」に限定する。また、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メルカリ、「空間」では大手民泊サービスのAirbnb、「移動」はUberの事例をあげる⁽³⁾。

(b) 抽象化と再具体化

まず事例1, 2として「モノ」「空間」のシェアについて説明を行う。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3として「移動」の事例へ再具体化させ、抽象的な概念や性質を理解させる。

(c) レポートの共有

レポート内容は学習者の着眼点や既有知識の違いによって多様化することが考えられる。自他の考えを比較する事で抽象化をより促す。

(d) 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ら考察させる。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。

4. 実験の概要

被験者は千葉工業大学情報科学部の4年生6名、会議システムを利用しオンラインで開催した。前節で述べた学習設計に基づき実験の手順を3つの段階に分け設計した。図3を用いて説明する。

段階1ではシェアリングエコノミーの基本的な知

識や仕組みと、メルカリに関する具体的な説明を行う。次に段階2では同様に Airbnb 説明したのち、抽象的な概念をレポートにまとめてもらう。なお、3つの学習主題を際立たせるような説明をせず、あくまでサービス自体を理解してもらうための客観的な説明を行う。レポートを集約したら配布し、段階3で他の学習者のレポートを読んでもらう。最後の段階4では学習者同士のディスカッションにより段階2までに抽象化した「資産に依存しない性質・概念」を Uber のサービスに当てはめていき、考察する。

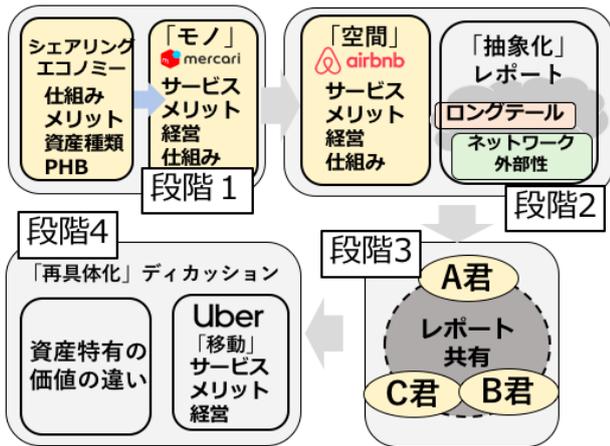


図 1 実験の概要

5. 結果と考察

レポートは問1～問3で、学習主題の(I)～(III)にそれぞれ対応している。例として問2を示す。

表 1 レポート問2の問題内容

メルカリを利用する際「出品物のカテゴリーが多いため、服、インテリア、家電、娯楽品、など様々な商品を必要な時に買うことができる」や「昔買い損ねたモノや、絶版のレアモノを買うことができる」といったメリットがある Airbnb も同様のメリットが存在するこれを可能としている理由はなぜかまた、既存産業では一般的に実現が難しいとされているのはなぜか

本研究では学習者がレポートを解く際の理解過程をあらかじめ想定しており、「獲得すべき要点」としてまとめている。回答の中で、要点を獲得できていた場合、抽象化が確認できたとしている。また、レポート執筆後のディスカッションでは被験者 1,2,3 がグループ A、被験者 4,5,6 がグループ B となっている。

まず、レポートの結果について、基本的に○の条件は要点すべての獲得あり、一個でも欠けた場合、説明は曖昧として△となっている。問1では概ね良好な結果を示したが、問2で○と×の差が開いている。

表 2 レポートとディスカッションの結果

被験者	グループ A			グループ B		
	1	2	3	4	5	6
問1 NW 外部性	△	○	○	○	△	○
問2 ロングテール	○	△	○	×	○	×
問3 安全と信頼	○	×	△	△	△	△
再具体化の結果	再具体化ができた			再具体化ができなかった		

問2の獲得すべき要点と、被験者別の獲得結果を表3に示す。獲得すべき要点を獲得できた場合、レ点を表記している。

表 3 問2の獲得すべき要点・獲得者

問2 獲得すべき要点	被験者					
	1	2	3	4	5	6
サービスを実際に行うのは「個人」	レ		レ		レ	
サービスが多様化	レ	レ	レ	レ	レ	
様々なニーズ対応可	レ	レ	レ		レ	
既存産業では難しい	レ	レ	レ		レ	レ

結果から「サービスを実際に行うのは個人」の項目で、獲得できた被験者は半数であり、差がある事が分かった。また、この要点を獲得している被験者 1,3,5 が続く要点もすべて獲得し、問2で○(抽象化が確認できる状態)である事、逆に獲得できなかった被験者 2,3,6 は問2と続く問3でも○を得ていない事から、抽象化の出来を左右する重要な項目である事がわかった。今後は重点的にこの項目の獲得を促進させる学習設計を行なっていきたい。

また、ディスカッションの結果について、グループ間の差が現れた。抽象化が比較的できている被験者 1,3 がいるグループ A で、再具体化が促進されていた。「メルカリの商品選択画面で料金やコンディションの記載がある事」を「Uber でも同様にできないか」など、抽象化した内容をうまく活用し、Uber のサービスに当てはめていった。再具体化には「抽象化の知識が必要」であり、レポートの出来が影響していることがわかった。

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) 長嶋啓太, 仲林清: “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”, 教育システム情報学会研究報告 vol.35,no.1,pp35-42 (2018)