

中小企業のトレンド(第30回)

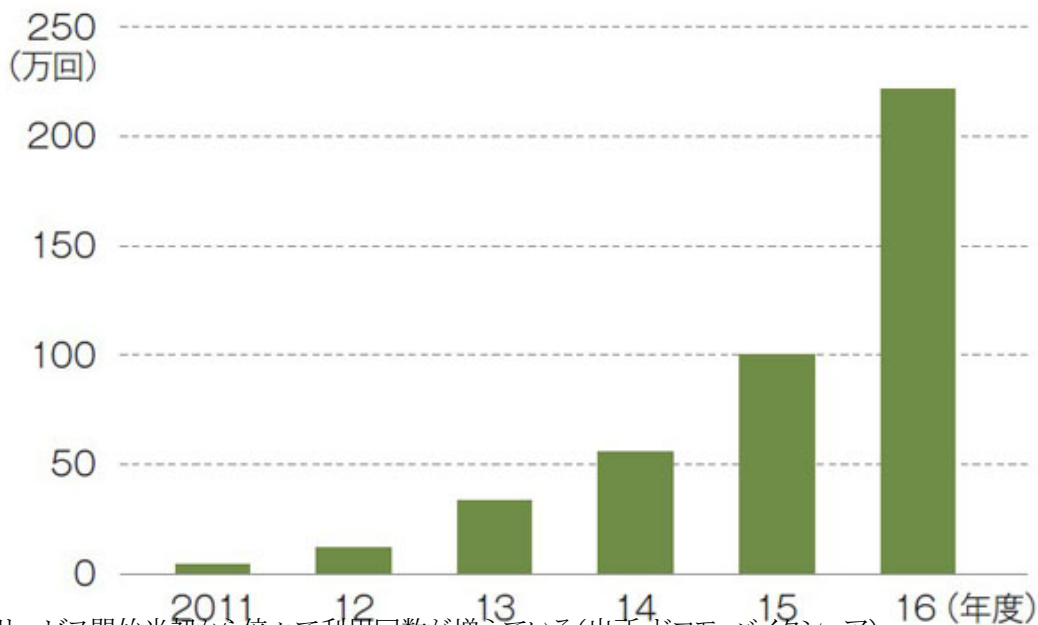
異業種が続々と参入しシェアサイクル競争が激化

2018.01.18

民泊、貸し会議室、カーシェアリングなどの利用者が倍々で伸びており、シェアリングエコノミーの市場が急拡大している。事業者は、低コスト化と付加価値化でしのぎを削る。身近なところでは、自転車を共有して使うサービス「シェアサイクル」の市場が急拡大している。

国内トップを走るのは、NTTドコモ傘下のドコモ・バイクシェア(東京都港区)だ。2011年からサービスを開始し、利用回数が毎年倍々で増えている。2016年度の利用回数は220万回で、会員数は20万人を超えた。東京7区、横浜、仙台、広島などの20地域でサービスを展開している。

●ドコモ・バイクシェアのサービス利用回数の推移



レンタサイクルと異なり、借りた場所と異なるステーションで返せるのが特徴だ。料金は、最初の30分が150円で、その後は30分ごとに100円かかる。

外回りの営業担当者や、オフィス機器の修理担当者を抱える企業など、ビジネスシーンでの利用が増えているという。短距離の移動が多い場合、クルマより小回りが利くので便利だ。社用車の削減はコスト削減にもつながる。食品などの宅配サービスによる利用も増えている。

同社は今後、都内を中心にサービス地域を拡大していく考えだ。地方の観光地への導入も進めていく。

世界大手が国内上陸

ドコモの独壇場だった国内市場に、今年8月、世界大手が乗り込んできた。中国のモバイクが、札幌市でシェアサイクルを開始した。市内のコンビニエンスストアなどに駐輪場を設け、市民と観光客の利用を見込んでいる。料金は、30分50円とドコモの半額にした。年内に政令指定都市など国内10カ所程度に広げたい考えだ。

モバイクは、中国で1億人以上の利用者を抱えるシェアサイクルの世界大手である。2016年に上海で事業を開始し、わずか1年で英国、シンガポール、イタリアの160都市でサービスを展開。日本は5カ国目の進出となる。同社サービス利用者の年間走行距離の合計は25億kmで、約61万tのCO2削減効果があったとしている。

中国でモバイクと争うオッフオも日本進出の準備を進めている。ソフトバンク
コマース&サービスと手を組み、今秋にも東京と大阪でサービスを開始する予定である。



都内を中心にシェアサイクルの拠点を拡大している

2017年9月7日には、フリーマーケットアプリ大手のメルカリ(東京都港区)が、シェアサイクルビジネスへの参入を表明。2018年初めに「メルチャリ」の開始を計画している。同社のアプリ利用者は、モノのシェアに興味を持っている。アプリを通じてシェアサイクルの利用を促し、本業との相乗効果を狙う。

9月8日には、自転車メーカーのカイホウジャパン子会社のオーシャンブルースマート(東京都板橋区)が、シェアサイクル事業に参入すると発表した。2017年度中にサービスを開始する計画だ(2018年1月から東京都板橋区でPiPPAをスタート)。3年で10万台の配車を想定している。

低コストで攻める新興勢… 続きを読む