

ソーシャル・カーシェアリングの普及可能性について

平成23年9月10日
愛知県サンフランシスコ産業情報センター
駐在員 佐藤 賢児

近年、米国においても、大都市圏を中心に事業を拡大している「Zipcar」や、カリフォルニア州サンディエゴ市でサービスを開始したEV（電気自動車）のみのシェアサービス「CAR2GO」など、カーシェアリング・サービスが注目を集めています。今回、「ソーシャル・メディア」と「カーシェアリング」を組み合わせ「ソーシャル・カーシェアリング」というサービスを始めた Getaround を訪問し、同社のサービス概要について聞き取りをしてきましたのでご紹介します。

<Getaround の概要>

Getaround は、2009年9月にサンフランシスコ市内で設立されました。会社設立後、ビジネスモデルやウェブサイトの構築、自動車保険会社との提携などの準備期間を経て、本年2月から同社の従業員やその家族を中心にカーシェアリング・サービスを始め、本年5月にニューヨークで開催された「Tech Crunch Disrupt（スタートアップ企業や新しいIT関連技術などのコンテスト）」で最優秀賞を受賞し、一躍脚光を浴びるようになりました。

同社のビジネスモデルは、自分の車を貸したいオーナーが、同社のウェブサイト上で希望するレンタル料金を時間単位や日単位、あるいは週単位で登録しておき、車を借りたいユーザーは、パソコンやスマートフォンから車の利用申込みができるというサービスです。今回、副社長の John Atcheson 氏へ、同社のサービス概要についてインタビューを行いました。

【問】現在の会員数はどれぐらいか？

→ 会員は、Owner（車を貸す側：以下「オーナー」）と User（車両を借りる側：以下「ユーザー」）がいる。オーナーは約 5,000 名で、ユーザーは 10,000 名以上である。

【問】現在、どの地域でこのサービスを利用できるのか？

→ まだサービスを開始して間もないため、現在は、サンフランシスコ及びベイエリア（マウンテンビュー、パロアルト、バークレー）とサンディエゴで利用できる。

【問】どのようにすればサービスを利用できるのか？

→ まず、当社が、オーナー・ユーザーそれぞれの過去の事故歴や違反歴、その他個人情報などについて、各個人が加入している自動車保険会社・DMV（陸運局）・Facebook アカウン



副社長の John Atcheson 氏

トへ照会し審査する。オーナーの車は、年式が 1995 年よりも新しいか、あるいは走行距離が 15 万マイル (≒24 万キロメートル) 以下であれば登録でき、ユーザーは、19 歳以上で免許保有年数が 2 年以上あり、過去 3 年以内に重大な過失が無いなどの要件を満たせば利用できる。また、オーナー・ユーザー共に、入会費や年会費は無料である。

【問】 サービスの利用中に、事故や故障などのトラブルに遭った場合の対応は？

→ オーナー・ユーザー共に最も関心が高い質問だが、当社は Berkshire Hathaway 社と提携し、全てのオーナーの車及びユーザーに保険を付与しており、また、24 時間対応のロードサービスも提供している。それらの費用も全て当社が負担している。

【問】 車を利用した後の燃料の補給や、汚れた状態のまま返却された場合はどうなるのか？

→ ユーザーが、利用した分の燃料を補給し、出来る限りきれいな状態で車を返却するルールである。基本的に、車の管理全般はオーナーの責任だが、もし、かなり汚れた状態のまま車が返却されるなどのマナー違反があった場合、オーナーは、それらの出来事やユーザーの情報をフェイスブックに記録する。

【問】 現在登録されている会員に何か傾向は見られるか？

→ オーナーには特段目立った傾向は見られないが、ユーザーは 20~30 歳代が目立っている。

【問】 実際にサービスを開始してからの感想は？

→ このサービスを開始する前は、オーナーが、安くてあまり程度の良くない車しか登録しないのではないかと思っていた。しかし、実際には、テスラ・ロードスターやフェラーリ、プリウスなど、電気自動車や高級車、人気車を登録するオーナーもいる。これらのオーナーは、単に車を貸して収入を得るだけではなく、自分の自慢の車を他の人にも使用してもらうことで、満足を得ているのではないかと思う。

【問】 今後、このビジネスへの見通しは？

→ 現在は、各オーナー・ユーザーにきちんとサービスを利用してもらい「正しくサービスを利用する会員の育成」に注力している。それから、国内の大都市を中心にサービス地域を拡大していき、徐々に中小規模の都市や海外などへサービスが広まればいい。

例えば、米国には約 2 億 5 千万台の個人の車があり、1 日のうち約 8% (=約 2 時間) しか使用されていないと言われている。この数字が示す通り、このビジネスの潜在的なマーケットは非常に大きいと考えている。

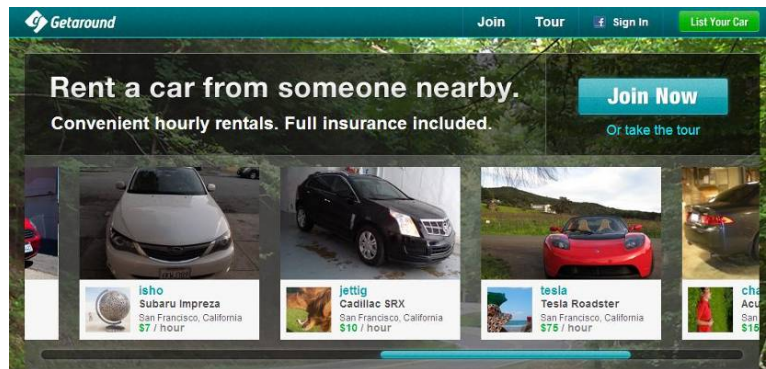
<巧みなビジネスモデル>

Getaround のウェブサイトから、例えば、サンフランシスコ市内で検索すると、1 時間 75 ドルのテスラ・ロードスター(2010 年)や、6 ドルの四輪駆動車(2004 年)など、オーナーの好みにより様々なレンタル料金が設定されています。同社のウェブサイトによると、1 時間当たりの平均的なレンタル料金は 8 ドル前後で、Getaround は、そこから 40%を手数料として徴取するため、オーナーは、1 時間当たり平均 4.8 ドルの収入を得られる事になります。

一方、ユーザーにとっても、従来の店舗型のレンタカー会社やその他のカーシェアリング会社の料金と比較しても、大部分が安くレンタル料金が設定されている事は、大きな魅力を感じるでしょう。

Getaround にとっての大きなメリットは、在庫（自動車）や営業所、それらに伴う維持管理費・人件費が一切不要な点が挙げられます。大都市圏を中心に郊外にも利用可能な車が増加すれば、ますます利便性が高まり、このサービスが広く普及する可能性があると思われます。同社のビジネスモデルは、米国内で急速に普及している「ソーシャル・メディア」や「スマートフォン」、「シェア（共有）」という、時代のトレンドに合ったキーワードをうまく組み合わせで構築した好例と言えるのではないのでしょうか。

今後も、ソーシャル・メディアやスマートフォンを利用した、新しいビジネスモデルの構築や既存産業との融合、業務への有効活用などの潮流は、国内外を問わずますます進展していくと思われますので、当センターとしましても、引き続きこれらの最新の動向についても注目していきたいと思えます。



Getaround のウェブサイト