はじめに

近年人々の価値観が所有から利用に変わる中でシェアリングエコノミーサービスは私達の生活に欠かせないものとなってきている。車・衣服・高級品・スペース・スキルなど様々な分野でそのサービスが担う役割が大きくなっている。

## このサービスを支えているのがレーティング(評価)制度である。多数の個人の経験や評判などの多様な情報を共有し、相互評価することによって、自分にとって未知の相手のつながりの可能性を広げている。その一方で現状のレーティング(評価)だけでは相手を信頼することができないと示唆する事例も出てきた。悲惨な事件に繫がる事例もあり、社会問題の１つになっている。この問題の解決策として信用スコアが活用できると考える。信用スコアを活用し、より取引相手の能力を可視化することで、取引間でより信頼しあえる状態が構築できると考えるからだ。

本論文はシェアリングエコノミーサービスの現状を第一章で述べ、第二章で信用スコアの特徴・事例を紹介する。第三章では信用スコアがシェアリングエコノミーにおいてどのような役割を担うことができるかを考察していく。

第1章「シェアリングエコノミーサービスの現状と課題」

拡大する市場規模

2019年度の国内シェアリングエコノミーサービス市場規模（事業者売上高ベース）は、前年度比128.2％の1,132億円であった。(図1参照)

さらにその市場規模では2024年には1800億円を超えると予測されている。このことからもシェアリングエコノミーサービスは私達の生活に浸透して行くだろうと予測できる。

図 1

(矢野経済研究所シェアリングエコノミーサービス調査より作成)

シェアリングエコノミーサービスの課題

シェアリングエコノミーサービスは登場初期からその利便性の高さに注目が集まってきた。人々の価値観が“所有”から“利用”へと変わりつつあり、それに伴って消費行動も変化し始めている。それに伴って「Airbnb」に代表される場所・空間、「Uber」に代表されるように移動手段、「クラウドワークス」に代表されるスキルや労働力といったあらゆる分野でシェアリングエコノミーサービスが発展している。このような状況を踏まえると市場規模の拡大が示す通り、シェアリングエコノミーサービスはまさに時代に応じたサービスであると言えるだろう。しかし課題も少なくはない。その最たるものとして「利用者が信頼性とトラブル時の対応に不安を抱えている」ことが挙げられる(図2参照)。シェアリングエコノミーサービスは全くの他人同士が取引しようとする場合、サービスの提供者とユーザーをマッチングさせる仕組みを利用することが多い。この仕組を提供する企業はあくまで「場」を提供しているだけであり、そこで提供されるサービスの品質の保証や、そこで生じた損害に対する責任は、提供者が負うべきであると主張する。このようなことが起こっているため結果に対する責任と損害に対して補償する主体が曖昧な点は社会的に大きな問題となりうる危険性を孕んでいる。

図 2

(PWC国内シェアリングエコノミーに対する意識調査より作成)

顕在化したサービス利用での「信用」問題

前述した危険性が事件となって表面化した事例を２つ紹介する。１つ目はカラマズー事件だ。2016年アメリカミシガン州のカラマズー郡でウーバーのドライバーによる銃乱射事件が起こった。

この悲惨な事件後ウーバーはドライバーの適性と安全性の見極めについて厳しく追求をうけることになった。しかしウーバーは「このドライバーのレーティングは5点中4.72点であり経歴照会にも合格していた」と証言し事件の予測は不可能であったとして責任はないと主張した。

２つ目はAirbnbで起きた銃乱射事件だ。2019年米Airbnb経由でレンタルされたカリフォルニア州コントラコスタ郡の閑静な高級住宅街オリンダの邸宅で5人が死亡する銃乱射事件が起きた。この事件によってAirbnbは大人数が集まるパーティハウスの禁止を発表した。これも従来のAirbnbのレーティング制度ではホストに問題がなかったため大きな問題となり、Airbnbはセキュリティ強化の対応に追われることとなった。

この２つの事件についての一連の流れはレーティング制度の限界を示している。レーティングだけでは相手を信頼するには不十分であり、シェアリングエコノミーサービスのようにプラットフォームを介する取引にはより強固な信用を保証する仕組みが必要であるとこの事件は世界に知らしめた。

第2章「信用スコアサービスの特徴と現在地」

信用スコアとはそれぞれ個人の持つ信用力(どのくらい契約を確実に履行するか、債務を返済するか、道徳的に正しいとされる行為を選択するかといった要素)を可視化し、一定の数値として示したものだ。各国の信用スコア動向を紹介する。

芝麻信用(ジーマクレジット)・中国

アリババグループであるアント・フィナンシャル社が提供するサービスでアリペイ付帯機能として2015年に開始した。「1.身分特質(年齢、学歴、職業など)」「2.履行能力(過去の支払い状況や資産など)」「3.信用歴史(クレジットの利用履歴など)」「4.人脈関係(資金のやり取りに基づく交友関係や相手の信用状況など)」「5.行為偏好(消費や購買の傾向など)」の基準により、350~950点のスコア付がされる。このスコアが高いほど低金利で融資を受けることができたり、サービス利用時のデポジット(保証金)が免除になったり、出国手続きが簡素化されたりという優遇を受けられる。

FICOスコア・アメリカ

フェア・アイザック社が提供する信用スコアでアメリカにおいて9割を占めている。過去の返済履歴や借入残高、クレジットの種類などを重視するため、日本国内でローンの申し込みやクレジットカード取得の際に照会される信用情報と類似している。スコアの算出には5つの要素を使っている。最もウエイトが大きいのは返済履歴（35%）と借入残高・利用率（30%）で、この他に、信用履歴の長さ（15%）、利用しているクレジットの種類・構成と新規クレジットがともに10%である。性別や年齢、住所、収入、勤務先などの個人情報は使ってはおらず、住宅ローンやクレジットカードなど金融機関などで融資を受ける時の審査基準として使われているのが芝麻信用との明確な違いである。

Jスコア・日本

みずほ銀行とソフトバンクの合弁会社であるJ.Socre社が運営するものでAIを使って個人の返済能力を診断し融資を決定するサービスだ。年齢や職業、年収といった信用情報に加え、自分の性格や趣味嗜好、人脈を質問に答える形で回答していく。それがAIスコアとして点数化され、貸付利率や貸付限度額といった融資の条件が提示される仕組みとなっている。そして融資を受けないとしても提携企業のサービス優待を受けることができる。

以上の事例から判断すると信用スコアを消費者が活用するメリットは２つある。１つ目は融資を受けることができる層が広がることだ。日本以外の国では銀行口座やクレジットカードを持っていないため信用度を測ることができない人が存在する。(全世界の40%が該当する。)　そのような人は信用情報がないため融資を利用することができないというのが現状だ。ここに信用スコアという新たな指標を活用することで借り入れを可能にすることができる。

２つ目はサービスの利便性が向上することだ。芝麻信用やJスコアの事例にあった通り、スコアが高いと関連サービスの優遇を受けることができる。Jスコアでは関連企業のサービスと限定的だが芝麻信用は公共交通機関の待ち時間が少なくなるといった優遇措置も存在する。これは中国において信用スコアが生活に密着していると言える。中国人は長い間信用を測る物差しがなかったので信用スコアで個人の信用を可視化することはむしろ好意的に捉えられている。一方個人情報の取り扱いに慎重だと言われる日本人はどのように信用スコアを活用すべきなのか、次章ではそれを述べていく。

第3章では日本における信用スコア活用の可能性について述べる。

参考文献

TRUAT レイチェル・ボッツマン著

キャッシュレス覇権戦争 岩田昭男著

国内シェアリングエコノミーに関する意識調査2020(PWC)

<https://www.pwc.com/jp/ja/knowledge/thoughtleadership/2020/assets/pdf/sharing-economy2007.pdf>

シェアリングエコノミーサービス市場に関する調査2020(矢野経済研究所)

<https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2545>