

メルカリとシェアリングエコノミー

流行っていると耳にしたことがある程度であった「メルカリ」を、この度利用してみた。メルカリは衣料品などを個人間で売買するフリーマーケットアプリである。売りたいと思った品物を写真に撮り簡単な説明と価格を入力するだけで出品することができ、その品物を買いたい場合はボタン一つなど簡単な操作で購入できる。毎日数十万品以上の品物が出品されているという。

専門紙の日経MJが2016年9月に行った「ネットライフ1万人調査」によると、個人間取引（C to C）のサイト・アプリ別の全体利用率は、ヤフオク！が19.8%でトップとなった。一方のメルカリは全体で6%にとどまるものの、10代後半で見るとメルカリ利用率が22.3%でヤフオク！を上回り、20代ではヤフオク！とメルカリがほぼ同数であった。私はアラフォー世代に属するが、利用してみると単純明快で非常に使いやすく、子育て中の主婦などの出品も多いことから、若者だけの利用にとどまらず、すそ野は広がっているようだ。

メルカリでは開封済みや一部使用済みの化粧品などが出品され、実際に購入されているという。自らがとなるとさすがに抵抗感はあるが、肌に触れるブラシなどを取り換えれば問題なく使えるという人がいるというのも、理解はできる。自分にとって不要な物が、他の誰かにとっても必要な物となる。捨てようと思っていた物がわずかでもお金になるのなら、と出品する人が多いのもうなずける。

2016年度のシェアリングエコノミーの市場規模は前年度比26.3%増の360億円が見込まれるなど（矢野経済研究所調べ）、メルカリが含まれるシェアリングエコノミーの市場は拡大が続き、カーシェアや民泊のほか、ライドシェアやクラウドファンディングなど新しいシェアリングビジネスが活発化している。自社の開発、製造した商品やサービスを次々と購入し、消費してもらうにはどうしたらよいかと日々頭を悩ませている企業にとっては、シェアされてはたまらないという思いがあるかもしれない。しかし、そうした消費行動の変化に合わせて柔軟に「変化」することが、熾烈な競争を勝ち抜くために必要な術となる。そう考えると、現時点では市場規模は決して大きくないが、今後の成長性に期待が持てるシェアリングエコノミーは、多くの企業にとってビジネスチャンスとなり得るのかもしれない。

(シマウマ)

当コラムの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。