

## 専門論文

# コラボレーティブ（シェアリング）事業の近年の動向と説明 — ツーリズム業を中心に —

## Perspectives of Collaborative Economy in Tourism: Characterizing Sharing Businesses in Recent Years

大橋 昭一

Shoichi Ohashi

和歌山大学客員教授、名誉教授

キーワード：コラボレーティブ経済、シェアリング経済、フリー・ウォーキング・ツアー

Key Words : collaborative economy, sharing economy, free walking tour

## Abstract :

There have emerged various forms of collaborative economy including free walking tour, which is mostly called sharing economy, and which has begun in the early 1980s. This paper argues that it has added something new of the digitally-mediated transactions to the capitalist economy without any change of its essence.

## I. まえがき

### 1. 本稿の課題：“コラボレーティブ事業”と“シェアリング事業”

ここで“コラボレーティブ事業”（collaborative economy：合力型経済：ただし本稿ではコラボレーティブ事業ともいう）は、日本では意識的に（例えば European Commission, 2016 の訳書の場合のように）“シェアリング事業”（sharing economy：共有型経済：ただし以下本稿ではシェアリング事業ともいう）と訳されることがある。以下本稿では、“コラボレーティブ事業”または“コラボレーティブ経済”と“シェアリング事業”または“シェアリング経済”とは、基本的には全く同義的なものとして適宜使用する。

しかし、これらの用語の使われ方をみると、以下本稿後段でみられるように、関係論考の中には、“コラボレーティブ”と“シェアリング”という言葉が、意識的に区別されている場合がある。このように、この2つの用語が区別されるとする場合には、本稿筆者では、この問題では、本来、“コラボレーティブ”という用語が可とされるべきものと考え、例えば本稿表題ではこの趣旨に従っている。その理由は、以下の通りである。

第1に両者には、本稿筆者のみるところ、厳密には違いがある。その原点は、コラボレーティブ（またはシェアリング）事業が、例えばツーリズムでは、宿泊施設や交通手段等について、専門的な宿泊業や交通業として認可を得ている業者のものを使用せず、そうした認可を得ていない一般人の通常の施設や器具、例えば一般人所有の（所有者や家族等の使用のみを予定して

いる）宿泊施設や自家用車などの交通手段を、いわば一時的に借りて、使用するものであるところにある。

この場合“シェアリング”では、邦訳語で「共有」と訳されるように、どちらかといえば、他人の所有物を一時的に“自己の所有物”として使用する意味合い（所有のシェアリング）が強いのに対し、“コラボレーティブ”では邦訳語で「合力」と訳されるように、所有のいかんを問わず、（他人所有のものでも）とにかく使用できればいい（使用のコラボレーション）という意味合いがある。本稿筆者としては、後述のように、この事業方法の原点は、何よりも、「所有のいかんを問わず、使用できればいいという点に重点がある」と考えるが故に、厳密には“コラボレーティブ”の方を可とするものである。

第2に、これも本稿で後述のように、“フリー・ウォーキング・ツアー”の位置づけにかかわることである。“フリー・ウォーキング・ツアー”は、“コラボレーティブ事業”には位置づけられうるけれども、“シェアリング事業”ということとはできないと考える。

第3に、既述のように、欧州委員会の2016年の報告書（European Commission, 2016）にみられるように、少なくともヨーロッパなどでは多くの場合、“コラボレーティブ経済”が正式な名称とされていることである。

次に、“コラボレーティブ（またはシェアリング）事業”というレベルに戻って（以下では既述の趣旨に基づき、“コラボレーティブ事業（あるいは経済）”という用語を原則とし、“シェアリング事業（あるいは経済）”も適宜使用する）、さらに次の点を述べておきたい。それは、この

事業方法では、ほとんどの場合、当該施設・用具の所有者である提供者 (provider) と使用者 (consumer) との間で仲介する専門的仲介業者 (incumbent operator, ただし多くの場合 “プラットフォーム” (platform) といわれる) があって、これら専門業者の仲介のもとに行われることである。つまり実際には、コラボレーティブ事業はこの仲介業者の推進のもとに進展することが多く、こうした仲介業者の事業をコラボレーティブ事業という場合も多い。

ところで、こうした今日においてコラボレーティブ事業といわれるものが生じたのは、デンマーク、アールボルグ大学のギエイメスイ (Gyimóthy, Szilvia) およびドレッジ (Dredge, Dianne) によると、一般的には 1980 年代で、初期の例としては、カナダのブリティッシュ・コロンビアでリントン (Linton, Michael) が現物交換的なシステムとして立ち上げた “Local Exchange Trading System” (LETS) などがあるといわれる (Gyimóthy and Dredge, 2017, p.17)。

その後、インターネットなどウェブ 2.0 に代表される情報技術の進展・普及とともに、こうした新しい形の事業方法は全世界規模で発展した。これを、ガンスキイ (Gansky, L., 2010) のように、事物の取引に関する新しい形である “ピア・トゥ・ピア” (peer to peer: P2P) 的プラットフォームと特徴づけているものもある (cited in Gyimóthy and Dredge, 2017, p.17)。

一方、こうした仲介業者として、その後、宿泊施設としては、アメリカに本拠をおく “エアビーアンドビー” (Airbnb)、交通手段では “ウーバー” (Uber) などがよく知られるものになった。これらの事業方法は、本来的には、どのような性格のものかについて、一般的には、社会全体的にみると、メリットがあるとともに、デメリットがある 2 面的なものと考えられている。

すなわち、一方では、これにより一般人所有の居住 (宿泊) 施設や交通手段 (例えば自家用車) で不使用状態にあるものが、有効に利用されるという資源の活用という点で望ましいところがある。しかし他方では、そうした居住施設や交通手段は、もとも所有者以外のいわば不特定多数の者の使用を予定しているものではないが故に、例えば衛生面や機能面などで、そうしたものとして提供することを営業として前提とし、必要な審査のうえで公的認可も得ているところの、旅館やホテル、あるいはレンタカー業者やタクシー業者などの専門的事業者の提供物にくらべて重大な欠陥がある場合があるのではないか、という問題点があると指摘されてきた。

さらにこうした専門的事業者では、認可取得後も営業中は公的規制をうけることが多いばかりか、認可・営業に関し然るべき租税を納めているが、シェアリング事業ではこうした負担も免れるものとなり、それが提供物の安価性の一因となっている。しかしこれは、専門的事業者からみれば、公平競争のルール違反として糾弾されるべきものである。

事実、例えば 2014 年、オーストラリアのクィーンズランド・ツーリズム産業会議 (Queensland Tourism Industry Council: QTIC) のように、「規制を免れることに志向したシェアリング事業方式が全面的に展開されるようになれば、オーストラリア全体のこれまで

に確立されてきたツーリズム上の確固たる名声は、地に落ちたものになる危険がある」(QTIC, 2014, cited in Wearing et al., 2019, p.105; 大橋, 2021; 訳文は本稿筆者のもの、以下同様) と声明しているものもある。

本稿筆者では、コラボレーティブ事業方法について、理論的には、すでに別稿 (大橋, 2021) で、ヴィッサー (Visser, W.) の提起している「企業の『社会的』責任から『サステナブル』責任への移行」の主張にかかわって、オーストラリアのウェアリングらの所論 (Wearing et al., 2019) を考察しているが (大橋, 2021)、本稿は、コラボレーティブ事業についてのまとまった書である、上記で一言したドレッジ／ギエイメスイの 2017 年の共編の書『コラボレーティブ経済とツーリズム—考え方、政治、政策、展望』(Dredge and Gyimóthy (eds.), 2017) に所収の諸論考に依拠し、本稿冒頭で断った前提のもとに、欧米のツーリズム分野における動向を中心に、コラボレーティブ事業の意義や問題点に焦点をあて考察することを課題とする。

ただし本稿は、データの的には、2020 年初頭に始まるいわゆるコロナ禍以前の時期を対象にし、端的には (前述のドレッジ／ギエイメスイ編著刊行の) 2017 年時点のものであることをお断わりしておきたい。

## 2. コラボレーティブ事業の 2 つの考え方

この場合、コラボレーティブ事業の前記のメリットとデメリットとの 2 面性に関連してみると、上掲編著の二人の編者のうちでもドレッジは、例えばその単独論文「ツーリズム・コラボレーティブ経済における政策と規制」(Dredge, 2017b) などによると、理論的にはこうした 2 つの考え方に立脚したコラボレーティブ事業方法は、別々なものとして並立的に存在する、ないしは時期をずらして別個のものとして、存在するという見解が比較的強い。

すなわちドレッジによると、前者すなわちメリット面の追求的観点にたつものは “コミュニタリアニズム (communitarianism) もしくは協同主義 (cooperativism) に立脚した協同主義的プラットフォーム (platform cooperativism)” と位置づけられる。これに対し後者のデメリット面に立脚したものは、デメリット面をツーリストにおける出費削減という有利点に転換し、いわばそれを売り物にして、私的利潤追求的な資本主義的営利企業としてこうしたコラボレーティブ的業務を行っているものであって、“資本主義的プラットフォーム” (platform capitalism) として特徴づけられるものとされ、後述のように以上の両者が 2 つの方式として対比的に論じられている。

他方、今一人の編者、ギエイメスイでは、この 2 つの側面は、今日の資本主義的体制のもとですでに一体的に共存するもの、つまり、あくまでもこの体制における 2 つの側面として一体的に今日のコラボレーティブ事業の中に内蔵されているものという見解が比較的強い。後述のように、例えばギエイメスイの単独論考「コラボレーティブ経済のビジネスモデル」(Gyimóthy, 2017) などでは、そうした見解が提起されている。

本稿筆者は、結論を先にしていえば、ギアimesイのこの見解に賛同するものである。ただし本稿では、コラボレーティブ事業のこうした2面性は、理論的には、唯物史観における生産力発展の側面と生産関係の側面という矛盾の2つの契機としてとらえられるべきものという見解にたつ。故にこの2面性は、あくまでも今日の（資本主義的）コラボレーティブ事業において矛盾的に共存していると解すべきものとする。ただし資本主義社会では、実際には生産関係の側面が前面に出たものになり、生産力側面はそれに取り込まれたものとして現象することになると考える。

次に、本稿「まえがき」として、この事業方法についての近年（コロナ禍以前）の西ヨーロッパにおける実際の動向について簡単に触れておきたい。それは、実に対照的な2つの方向であり、矛盾の契機という前記の2つの側面に照応したといっていものである。

### 3. 近年の西ヨーロッパにおける特徴的動向

その1つは、2014年2月にアムステルダムで、「アムステルダム・シェアリング・シティ運動」(Amsterdam Sharing City Campaign)として始まったものである(Dredge and Gyimóthy, 2017b, p.1)。これは、1つの都市においてこうしたシェアリング運動を前面においたものとしては、少なくともヨーロッパでは最初のもので、ドレッジ／ギアimesイは「この時以来アムステルダムは、多様なシェアリング活動を推進し、シェアリング事業のデジタル的形態か非デジタル的形態かを問わず、促進するよう積極的に活動を行った。同市は、経済イノベーションとサステナビリティの両者について、目標達成の手段としてシェアリングの長所を活用しようとしたのである。アムステルダムを前例として、その後パリ、ロンドン、シンガポールなどでもシェアリング事業を推進するよう政策変更を行っている。しかしそれ以外の都市では、(2017年)現在のところ、そうした動きは特段的には見られない」(Dredge and Gyimóthy, 2017b, p.1)と述べている。

もっともこの場合「ベルリン、バルセロナ、サンフランシスコ、ニューヨークでは、異なった方向でこれを論議する試みがみられた。その多くは交通手段（端的には自家用車）のシェアリング(ride sharing)と宿泊施設のコラボレーション(collaborative accommodation)に関するものであったが、その際問題となったものの多くは、エアビーアンドビーやウーバーのような仲介・抽出的(extractive)な利潤追求的(profit-driven)なものによるインパクトをどのように考えるかというものであった。…そしてその論議で中心であったのは、これらのシェアリング的、すなわち事業抽出的様式では、シェアリング事業者が直接的に責任(responsibility)を負うものであるのかどうか、あるいは、これらの事業様式は、要するに、すでにこれまでにみられてきたところの、すなわち歴史的にはっきりしているところの、(当該事業の)問題点をさらに悪化させるだけのものではないか、というものであった」(Dredge and Gyimóthy, 2017b, p.2;カッコ内には本稿筆者のもの、

以下同様)。

アムステルダムでも、その後、グッテンタク(GuttenTag, D.)によると、エアビーアンドビーの活動の過度な高揚もあって、住宅シェアリングに対する一般市民の批判が高まり、いわゆる高級住宅集中区域では短期シェアリングが禁止されたり、一般住宅のシェアリングも年間60日に限るという条例が出されたりしている(GuttenTag, 2017, pp.108,110)。

そこで注目されるのが、西ヨーロッパにおけるシェアリング事業に関する今1つの動向である。それは、2016年5月ベルリンの一部地域を対象にエアビーアンドビーに業務停止命令が出されたことである。これは、ドレッジによると、要するに当該地域の住宅事情を考慮して、「住民の一般住宅が、商業用宿泊施設として不法に貸し出されたりすること、つまり一般住宅の社会化(social housing)を停止しようとするものであった」(Dredge, 2017a, p.42)といわれる。

もっともこの件についてドレッジは、「端的にいえば、この措置は、本来は、住宅事情の悪化を防ごうとただけのものであって、なんらかの特定の事業方法(platform)を排除しようとしたものではなかった。例えば通常の(例えば個々の住民が直接行う)コラボレーティブ的宿泊事業方法や、別宅所有者などが行うそれは、この措置によって逆の(量的に増加する)促進的影響があったかもしれないのである。つまり、エアビーアンドビーの排除という措置は拡大解釈的なもの(exaggeration)であったといわざるを得ない。…ともあれ、このケースではシェアリング事業企業は敗者であり、住宅に余裕のあるベルリン人は勝者であった」(Dredge, 2017a, p.42)と総括している。これは、本稿筆者としては前記の2つの契機のうち、生産関係の側面が顕著に現われた結果と位置づけられるものと思料する。

その後をみると、シェアリング事業は、全世界的に、さらなる広がりをみせている。2019年発表の前記のウェアリングらの論考によると(Wearing et al., 2019, pp.102,111)、例えばエアビーアンドビーは、当時、企業規模が300億USドルに達するものになっていた。また、カーシェアリングの分野では、レンタカー企業でシェアリング企業買収の試みがみられた。例えば2013年に「エイヴィス・バジェット・グループ」(Avis Budget Group)は、推定約5億USドルで、カーシェアリング企業「ジプカー」(Zipcar)を買収している。

ところで、シェアリング事業で何かと話題になる代表的なものは、エアビーアンドビーである。同社のあらましについて、ここでまえがきの、簡単に触れておきたい(主としてO'Reagan and Choe, 2017, p.156ff.による)。

### 4. エアビーアンドビーについて

エアビーアンドビーは2008年開業で、サンフランシスコに本部があるとともに、それ以外にロンドン、パリ、ベルリン、ダブリン、コペンハーゲン、バルセロナ、ミラノ、モスクワ、サンパウロ、シドニー、シンガポールにも事業所がある。同社は、通



常、レンタル住居の宿泊希望者から予約手数料（予約代金の6～12%）を得るだけでなく、同住居提供者からも（通常3%の）紹介料を徴収している。同社の活動内容について、既述で一言したグッテンタクは、2017年の論考（Guttentag, 2017）の冒頭で、大意、次のように述べている。

すなわち 2017年当時、同社の手配のもとにシェアリングの宿泊行為をした者は、すでに年間10万人以上のものになっていたが、「これらの宿泊施設は、ほとんどの場合、当該都市の宿泊施設短期利用に関する条例上の規定（jurisdictions）によれば、（認可を得ていない）違法（illegal）のものであった。このため同社は、これまで法的規制の問題を常に抱えたものであった。そこで同社は、同社契約宿泊施設がそうした規制に抵触しないものであるよう工夫すること、すなわちそうしたイノベーションを行うことを、何よりも基本としてきた」（Guttentag, 2017, p.97）。

つまり、同社の新しさは、何よりも、こうした法的規制のない形でツーリストの宿泊行為を可能にするよう、いわゆるイノベーションを実行したところにあった。それを同社は、現代の情報技術やモバイル技術を駆使して行い、障壁を突破したのである。同社が、2008年創業以来急成長を遂げた何よりの根源は、ここにあった。

ただしこの場合看過されてならないことは、同社がその際行っていたいわゆるイノベーションの措置が、多くの場合、わざわざ“disruptive”（直訳的には「破壊的」）とされていることである。これには、グッテンタクによると、一方では確かに条例的規制措置を突破するものという意味があったが、他方では、（少なくとも同社の場合）「その提供物が、イノベーションというにふさわしいと多くの人が期待するような、それまでのものよりも（質的に）高度なものになっているのではなく、逆に、それまでのものより質的に程度の低いものを提供する（underperform）ものであったという意味が含まれていたことである。換言すれば、“disruptive innovation”とは、（これまでの正規営業用の、原則としてすべてが条例合格的な、いわゆる高級的なものに代えて）使用に耐える劣等品”（inferior goods enough）を提供することであった」（Guttentag, 2017, p.101）。つまり、エアビーアンドビーの提供品は、税金等の費用がないだけではなく、劣等品であるが故に安価であり、それがイノベーションと称されただけであると、グッテンタクはいうのである。

条例的規制措置についていえば、エアビーアンドビーの提供品は、もともとこうした低品質のものであったが故に、規制措置に該当しないものであったともいえる。換言すれば、条例的規制措置はもともと、こうした“disruptive innovation”のような、使用には耐えるが、劣等品であるものが、営業上で使用されることを排除するものであったともいえる。グッテンタクは「こうした劣等品は、たとえ（低価格の故に）消費者にとって（品質的には）“それで充分”（good enough）なものであっても、条例的規制措置としては“それで充分”というわけにはゆかなかっ

たものである」（Guttentag, 2017, p.101）と書いている。

またエアビーアンドビー社は、数千万ドルを使って、いくつかの都市について経済的効果についての研究を支援していたが、このことについていえば、グッテンタクによれば、それは、要するに、本性上、偏った（biased）ものであり、最も問題であることは、「残念ながら、エアビーアンドビーのもたらしている経済的利益の創出方法に関する研究は、充分には進められていないものであった」（Guttentag, 2017, p.102）。

この上になつて結論的に、グッテンタクは、エアビーアンドビーを中心にした住宅シェアリング事業にかかわる現在の問題状況は、次の3点に要約されるとしている。

第1に、このシェアリング方法に対する一般の見解は、エアビーアンドビーに対する態度も含め、当然のことながら、それぞれの人の置かれた状況のいかんにより異なり、多様なものであった。例えば2014年ニューヨークで行われた調査によると、住宅シェアリングに賛成のものが56%、反対が36%であった（Guttentag, 2017, p.112）。ごく一般的に言えば、自宅の近くで行われるものには反対、直接影響のない所のものには賛成ということになると、グッテンタクはこの点をまとめている。

第2に、シェアリング提供者では、少なくともアメリカの場合、いわゆる大口の、これを専業としているもの（professionally-oriented multi-unit operator）が結構あることであった。例えばポパーの論考（Popper, B., 2015）に依拠してグッテンタクが紹介しているところによると、エアビーアンドビー・ニューヨークの場合、大口のシェアリング住宅提供者は、提供者数では2%のものが、売上高（契約額）では24%を占めていた。グッテンタクは、こうした大口の常時専業的なレンタル提供者と、小口のその時その時のレンタル提供者とは、区別することが肝要と論じている（Guttentag, 2017, p.113）。

第3に、ツーリストの多い有名デスティネーションと、そうではないツーリスト数の少ない所とでは、事情が異なり、シェアリング経済のあり方も異なることである。

これらの点を考えると、シェアリング事業では“すべて一括的”（one-size-fits-all）という考え方は全く妥当性がない、とグッテンタクは締めくくっている（Guttentag, 2017, p.115）。

以上の上になつて本稿では、次に、コラボレーティブ事業には、これまでにどのような原理的理論的解明がなされてきたかを中心に、本論として改めて統合的に考察を行う。

## II. コラボレーティブ経済の理論的解明

### 1. 理論史的概観

コラボレーティブ事業は、まず、これまでに多くの名称でよばれてきたものであることを特徴とする。それには、例えば、（既述の）シェアリング経済やピア・ツー・ピア経済以外に、ギフト（gift）経済、ギグ（gig）経済、（使用のための）アクセス（access）経済、需要対応的（on demand）経済、仲間同士（we）経済などがある（Gyimóthy and Dredge, 2017, p.15）。このように種々な名称があ

ることは、要するに、この事業方法には多様な特色があることを意味するが、この場合留意されるべきことは、コラボレーティブ（またはシェアリング）の事業にとって決定的槓桿になったものは、連絡・通信の手段の即時化、自動化であったことである。

というのは、こうした事業では、もともと関係者、とりわけシェアリング提供者は小規模で散在的なものが多いから、即時的な連絡・通信の程度いかに大きな決め手になるためである。それが、ここ10年ほどの間に、デジタル技術の進歩、普及によって一挙に解決された。デジタル化とともにシェアリング化、つまりコラボレーティブ化が起きたのは、必然的なものであった。この事業が何よりも“デジタル・コラボレーティブ事業”と特徴づけられるゆえんである（Dredge and Gyimóthy, 2017b, p. 1）。

しかしこの事業方法の進展は、ギアimesイ／ドレッジによると、必ずしも歓迎されるだけのものではなかった。というのは、この事業方法について、それにはこれまでにない新しい破壊的な面（disruptive）やイノベーション的な要素があることが強調されればされるほど、これらの事業方法が、社会共通的（common）もしくは社会共同体的（community）という面で、どのような意義があるものかという点が後景に退くものになってしまいうからである（Gyimóthy and Dredge, 2017, p. 15）。結論を先にしていえば、ここにギアimesイ／ドレッジの立脚する根本的立場がある。

すなわち、ギアimesイ／ドレッジがこの問題で言わんとするところは、「ギフト経済とかバーター経済（barter：物々交換）とかいうものは、堅く結ばれたコミュニティ（closely-knit communities）には常にあったものである。これがコラボレーションの本来の意味であり、それはもともと、コミュニティにおける資本構築（community capital building）や社会的つながり（social cohesion）、

インフォーマルな社会的助け合いのシステム（informal social welfare systems）の形成に役立ってきたものである」（Gyimóthy and Dredge, 2017, p. 16）というところにある。コミュニティアニズムもしくは協同主義が本来のものであった、というのである

ところがこれに対し、近年、エアビーアンドビーやウーバーなどのような、資本主義的事業の論理にたつて、デジタル技術、モバイル技術（mobile technologies）、インターネット技術などを全面的に駆使したものが、いわば現代の“コラボレーティブ事業”という名のもとに登場してきた。しかしこうしたものは、ギアimesイ／ドレッジによると、シェアリングすなわちコラボレーションのためのプラットフォームを提供しているだけの“プラットフォーム資本家”（platform capitalists）というべきものであった。

こうした動きをみると、コラボレーティブ経済という言葉は、“コラボレーティブ”と“経済”という2つの言葉に分けて考える必要があるし、他方では、“コラボレーティブ経済”というものを、こうした当時実に盛んになりつつあった、ビジネスライクなデジタル的なものに限定して論じるのは、全く不適当である。というのは、コラボレーティブ経済には、もともと、“極めて功利主義的なもの”（very utilitarian）と“コミュニティアニズム的なもの”との、2つの本質的性格の異なった側面があり、一方のみを強調するのは妥当ではないからである、というのである（Gyimóthy and Dredge, 2017, p. 16）。ただしこの場合両側面の位置づけは、両執筆者においてやや異なっているというのが、本稿筆者の見解である。

ギアimesイ／ドレッジのいわば共通の見解に戻ると、この上にたつて、両編者は、シェアリング経済という観点のもとで提示されている考え方（terms）には、モデル的には、2017年までのところ、表1のような18種のものがあつたとしている。

表1：シェアリング経済の主要理論類型

論 者	タイトル	備 考
ホーレー (Hawley, 1950)	人間エコロジー (human ecology)	エコシステム志向的 (ecosystem)
フェルソン／スピース (Felson & Speath, 1978)	コラボレーティブ消費 (collaborative consumption)	コミュニティ志向的 (community)
リフキン (Rifkin, 2000)	アクセス経済 (access economy)	取引・交換志向的（transaction; exchange）、 新古典主義的ミクロ経済学立場 (neoclassical microeconomics)
バウマン (Bauman, 2003)	モラル経済 (moral economy)	文化的に埋め込まれた人間主義的共存論 (culturally embedded human/ist coexistence) ポストモダンの社会学立脚的 (postmodern sociology)
ベンクラー (Benkler, 2004)	社会的シェアリング (social sharing)	取引的交換論志向的 (transactional exchange) 新古典主義的ミクロ経済学立場
ギブソン＝グラハム (Gibson=Graham, 2006)	オルタナティブ・ ポスト資本主義的経済 (alternative post-capitalist economies)	ポスト資本主義的社会運動論志向的 (post-capitalist social movement) マルクス主義立脚的 (marxist inspired alternative economies)

ボッツマン / ロジャース (Botsman/Rogers, 2011)	コラボレーティブ消費 (collaborative consumption)	流通システム論 (circular system) 新古典主義的ミクロ経済学立場
ボッツマン / ロジャース (Botsman/Rogers, 2011)	コラボレーティブ生活様式 (collaborative lifestyle)	生活様式論 (lifestyle) (注: Felson & Spaeth, 1978 と Rifkin, 2000 の展開版)
ガンスキイ (Gansky, 2010)	メッシュ (シェアリング社会) (the mesh (aka the sharing society))	メッシュ、すなわち高度連結的なコンピューター ネットワーク論 (mesh=highly interconnected network of computers (computing science))
ツェリツァー (Zelizer, 2010)	商業回路 (circuits of commercial)	取引上の回路論 新古典主義的ミクロ経済学立場
バーディ / エクハーディ (Bardhi & Eckhardi, 2012)	アクセス・ベース的消費 (access-based consumption)	市場仲介的取引論 (market-mediated transaction) 新古典主義的ミクロ経済学立場
バウウェン等 (Bauwen et al., 2012)	ピア・ツウ・ピア経済	交換システム 論 新古典主義的ミクロ経済学立場
モルツ (Molz, G., 2013)	モラル経済 (moral economy)	交換システム論 文化経済学的立場 (注: バウウェンのピア・ツウ・ピア論の展開版)
ベルク (Belk, 2007, 2010, 2014)	「真のシェアリング」 対 偽りのシェアリング」 論 (sharing vs. pseudo-sharing)	人類学的ギフト供与論とコラボレーティブ消 費論との統合型
スコール / フィッツモウリス (Schor & Fitzmaurice, 2015)	消費の結合 (connected consumption)	文化的経済論 (cultural economy)
シガラ (Sigala, 2015)	コラボレーティブ商業 (collaborative commerce)	コラボレーティブ価値創造論 (collaborative value co-creation) 新古典主義的ミクロ経済学立場 サービス・マーケティング論
レッシグ (Lessig, 2008)	シェアリング経済 (sharing economy)	社会経済的システム論 (socio-economic system)
リフキン (Rifkin, 2015)	ハイブリッド経済 (hybrid economy)	デジタル的に動く社会経済システム論 デジタル性重視的

注: 備考は、ギアイメスイ／ドレッジのメタファー (metaphor) についての記述に基づき本稿筆者でまとめたもの。

出所: Gyimóthy and Dredge, 2017, pp.20-23..

## 2. コラボレーティブ経済の基本原理と展開形態

これらの理論類型に対し、ギアイメスイ／ドレッジは、総括的にシェアリング経済とよんで、その多くについて、「より複雑なポスト学問的 (post disciplinary) かつポスト構造主義的な (post structured) 考え方を前面に出しているものであるが、これらの諸見解をみると、次の4点が改めて論究されるべき点として浮上する」と特徴づけている (Gyimóthy and Dredge, 2017, pp. 23-24)。

- ① (シェアリングで行われる) 結び付き (connections) や取引 (transaction) の特性 (nature)、例えば取引対象となる資産やサービスなどの特性はどのようなものか、など。
- ② (シェアリング取引に関与する) アクターたち (actors) が関与する場合、それにはどのような特徴があるのか。例えば倫理感 (ethics) や責任感 (responsibility) はどのようなものか、など。
- ③ (シェアリングという) 取引 (exchange) を惹起することになった背景、あるいは影響を与えた要因 (contextual factors) にはどのようなものがあるか。例えばどのような社会的要因や環境的要因などがあるのか。

- ④ 当該シェアリング経済は、他の時間的空間的に別の経済に対してどのような影響があるものか。

もっともこれには、原理的には、何よりもまず、コラボレーティブ (シェアリング) ということが、何故起きるかという問題があるが、これは、本稿筆者のみどころ、人間本能にはもともと、使用するものは所有しておきたい、すなわち「所有＝使用」という考えが専一的にあるものか、あるいは、自己の所有物でないものでも、使用できればそれでいいとする考え方、すなわち「使用≠所有」という考え方もあるものかという問題に収斂する。

これは、基本的には、今日の社会における“私有財産”の本質を問う問題であるが、この点から、まずこれまでの人類の歴史をみると、例えば土地、建物、金銭等について、所有者が当該所有物を自らでは使用しないで、その使用を他人に任せる場合が多くあった。土地では耕作を他人に任せるもの (小作農)、建物では居住を他人にさせるもの (借家)、金銭では他人に貸し付けたり、他人事業に出資をしたりするものである。ちなみに現代の大企業では、出資とその運営との分離 (い



わゆる資本と経営の分離)は常識的なこととなっている。

こうしたことが可能であるためには、一般的には2つのことが必要である。一方では、そうしたものの所有者において、なんらかの事由により自らでは有利に使用、すなわち運営ができないために、その運営・使用を他人に任せ、然るべき使用料(借用料)を徴取する事情があることである。他方ではそれとともに、それにいわば対応して、そうしたものを借用して使用し、然るべき使用料(借用料)を所有者に支払っても、ある程度の使用収益上で残額があり、それを入手したいとする者があることである。

このことは、これらの事物について所有と使用が分離することを前提とするから、事物が当該の生産者(最初の所有者)を含む(その後の)所有者から自立し、自らにおいて価値あるものとして独立的に存在することを必要とするが、この場合、こうした事物の(所有者からの)独立性が社会的に確立したものであることは、根源的には、一般に“商品・貨幣・資本の物神崇拜(fetishism)”として理論化されているものに由来する。すなわちこの命題によると、商品など事物は、自らにおいて当該所有者から分離し、独自の存在として機能するものとなって、事物自体において(所有とは無関係に)価値あるものとして崇拜される存在となる。

では、この場合、(単に)所有するだけの者の利得はどのようになるのか。所有は、当該事物の使用料を徴取できるいわば権利として機能し、金銭を例えば銀行等に預けた場合に利子が与えられるのと同様な存在となる。これは通常、(現実使用されているものである)現実資本に対して、擬制資本(fictitious capital)といわれるが、それは、実際の使用者のもとにある現実資本とは分離したところの資本類似なもの、すなわち擬制的資本として存在し、所有者に対してそれ相当な利得(利子のもの)を生むものとして機能する。

つまり、コラボレーティブ事業は、経済原理的には、使用すなわち現実資本と、所有すなわち擬制資本との分離であり、仲介業者すなわちプラットフォーム事業者は、金銭の場合における銀行と類似の機能を果たすものと位置づけられる。そして資本主義社会の進展にともない物の使用による収益願望が進展し普遍化するとともに、多くの事物では、所有から分離して使用される状況が生み出される。ここに、現在における「使用≠所有」という考え方の根源がある。

従って本稿筆者としては、今日におけるコラボレーティブ事業において基本となっている考え方は、“他人の所有物を一時的に使用する一時的所有物(所有のシェアリング)”という意味合いよりも、“所有のいかんを問わず、使用できればいい”という点に重点があると解すべきものと考ええる。

もっともこの点は、歴史的、かつ本質的に、資本主義のもとでは、究極的には、事物は所有という点に重点があることを否定するものでは毛頭ない。というよりは、本稿筆者においても、本質的には、もともと所有という考え方が資本主義体制を作り

上げてきたものであって、そのことは現代においても変わることはないと考える。コラボレーティブ事業は、前記のように、現代資本主義に限定されたものではないが、現在のものは、現代資本主義に照応した展開の形態、特徴的な現象の1つと位置づけられるものと考ええる。

ちなみにこの点は、ギアイメスイ/ドレッジにおいても基本的には同様であって、彼らは、少なくともこれまでの時代では、所有という考えが強く、どのようなものであれ、他人所有の物であっても使用できればいいというような考えは、強く前面にたつものではなかった。しかし20世紀の終り頃になって、SNSの高度の普及を頂点としたデジタル革命の一層の進展もあって、いわゆるデモンストレーション効果が強く現れ、消費の高度化過程が顕著になって、一般消費者においても、いわゆる高級品を(所有のいかんを問わず)とにかく消費してみたいとする風潮が高まったと提議している(Gyimóthy and Dredge, 2017, p. 17)。

さらにこの上にたってギアイメスイ/ドレッジは、このような(所有ベースではなく)使用ベースの事業モデルが、ツーリズム産業における魅力的なイノベーション機会(attractive innovation opportunities)になって(所有と使用の分離した)コラボレーティブ経済の隆盛を導いたのであるが、それはいかなる要因に基づいて生じたと考えるべきものであるかは、解明されるべき問題であるとして提起している(Gyimóthy and Dredge, 2017, p. 17)。

それは、彼らによれば、ツーリズムでは何よりも商業的な利潤獲得志向的(for profit)、仲介的・抽出的(extractive)なモデルという形で起きているものであるが、結論的にはその基盤となっているものは、「現代の後期資本主義(late modern capitalism)に特徴的な諸関連にある。しかし直接的には、中でも、これまでの伝統的なツーリズムシステムにおいて存在してきたところの問題点たるものに照応して生じたもの」と総括し、敷衍して次の5つの促進要因(enabling conditions)により進展したものと提起している(Gyimóthy and Dredge, 2017, pp. 24-26)。

第1に、基本的には、西ヨーロッパでいえば、一方において消費志向的文化(consumption-oriented culture)の高揚があり、他方では(それに対応するかのよう)不使用の設備や備品、そして労働力などの過剰能力の存在が注目を浴びたことで、この2つの要因を基盤にして新しい企業者精神(entrepreneurship)が起きたことである。

第2に、特殊的には、これまでのツーリズム事業では、ツーリズム費用が他の種々な生活的費用とくらべて比較的高額なものとなっていたこと、および、市場における情報流通の程度も低く、消費者つまりツーリストでは、旧来的なツーリズム事業のあり方に対し不信の念を持つ傾向が高まり、消費者満足つまりツーリスト満足では不満とする傾向が強かったことである。

第3に、ツーリズム業では顧客保護という名目で種々な規制があったが、それらは、実際には、新規参入を阻止する参入障壁、つまりカルテル的作用をもつものとなっていて、イノベーションや改革などを阻害する要因となってきたことである。そうした

ものが不当な独占的利潤を獲得する手段となってきたというのである。

第4に、消費者すなわちツーリストの側では、ポストモダン的な考え方の一層の高揚もあって、旧来的な交通や宿泊の仕方にとらわれたお仕着せなツーリズムは、これを忌避し、新しい仕方において自らで納得できるような仕方でツーリズムを行おうとする傾向が高まったことである。

ここでは、理論的にいえば、現代コラボレーティブ事業の資本主義的特性、すなわち本稿筆者のいう現代コラボレーティブ事業の展開形態、生産関係の側面が提示され、現在のコラボレーティブ事業は何よりもこうした側面においてとらえられるべきことが指摘されている。それは、一言でいえば、これまでのツーリズム事業では、圧倒的に多くの場合、旧来的経営に依存し、競争に起因するイノベーション的なものが回避されていた。それが、例えばシェアリング事業方法などによって突破されると受け止められている、というものである。

### 3. コラボレーティブ事業の現状

こうしたコラボレーティブ事業方法は、ギाइメスイ／ドレッジによると、改めて市場仲介的デジタル的コラボレーティブ経済 (the market-mediated digital collaborative economy) と規定されるものであるが、ここで注目されることは、彼らがこうしたコラボレーティブ事業方法には、大別すると、次の2種があるとしていることである。そのエッセンスは既述のところであるが、それは、一方における「仲介・抽出型 (extractive) のもの」と、他方における「社会共通性をベースにした (common-based) コミュニタリアニズム志向 (communitarian) のもの、すなわち (彼らによると) 価値創造的 (generative) といわれるもの」とである。そしてこの両者の現状について、次のように特徴づけられるものとされている。

「仲介・抽出型モデルでは、利潤獲得志向的プラットフォーム資本家たち (for profit-platform capitalists) により平均して 15% ほどの利益が獲得されている。…ところが、これに代わる真のコラボレーティブ経済モデルが現在のところほとんど存在しないこともあって、例えば「エアビーアンドビー」、「ウィムドゥ」(Wimdu)、「バーボ」(VRBO) などに代表される仲介・抽出型モデルが、現在では、全世界のツーリスト宿泊市場の約 40% を占めているものになっている。しかしこれらのものは、地域的 (local)、地方的 (regional)、さらには一国全体的 (national) な経済にどのような影響を与えているのか、および、それらのものはツーリズムシステムのリストラクチャリングを招来するかもしれないことについて、われわれはほとんど何もわかっていない」(Gyimóthy and Dredge, 2017, p.27) とし、さらに次のように述べ、この部分の締めくくりの言葉にしている。ここにはギाइメスイ／ドレッジが共に提起せんとするところが要約的に提議されている。

「コラボレーティブ経済が矛盾 (contradiction) に満ちたものであることは、疑いがない。結局、それは過去 (の遺産) と結び

付いたものであるが、とにかく (そうした過去からのものに対して) なんらかのイノベーション的変革をしようとするものであり、この点では、現在および将来に結び付いたものである」。ところでツーリズムでは、コラボレーティブ経済の研究は緒についたばかりである。こうした研究は、もとより市場仲介的なものに限定されることはない。「われわれが関心を持っているものは、(これまで大部分を占めてきた) 市場仲介的なものとは異なった理念にたつものである。それ故ここで課題であることは、真にグローバルな規模で発展するものであって、伝統的な事業方法を排除すること (uproot) に志向したところの、組織的事業モデルとその実践のあり方を究明すること」(Gyimóthy and Dredge, 2017, p.28) である。

では、こうした (あるべき) コラボレーティブ経済とはどのようなものか。今日において可能なものか。これらの点を中心に、次に、ドレッジ／ギाइメスイの見解 (Dredge and Gyimóthy, 2017b) をレビューする。

## Ⅲ. あるべきコラボレーティブ経済の提起に向けて

### 1. 問題の経緯

この問題を論じた個所の冒頭においてドレッジ／ギाइメスイは、「コラボレーティブ経済を定義することは、当初考えていた以上にはるかにつかみどころのない (slippery)、とらえることの難しい (elusive) 課題である」として、ボツスマン (Botsman, R., 2013) の定義や、ヨーロッパ委員会のそれ (European Commission, 2016) などを引用し、紹介しているが、それらは結局、「コラボレーティブ」と「経済」という2つの概念を分離してとらえようとするところの、実に狭い (narrow) もので、全く妥当性がないと断じ、あるべきコラボレーティブ経済の規定にあたっては、さしあたり次の諸点が充分に斟酌されるべきであるとしている (Dredge and Gyimóthy, 2017b, p.6ff.)。

第1に、コラボレーティブ経済については、ツーリズムの場合を考えると、次の諸点が肝要であることが充分考慮されるべきである。それは、一連の破壊的 (disruptive) イノベーションを含んだものであって、そうしたイノベーションには製品 (product) イノベーション、プロセス (process) イノベーション、マネジメント (management) イノベーション、マーケット (market) イノベーションが含まれることである。

第2に、コラボレーティブ経済は、マスコミはじめ世間の人の注目を浴びてきたことである。ただしこれには、利点もあれば、そうでないところもある。多くの人の間で活発に議論され、自称専門家といわれる人まで生まれていることは良いことであるが、しかしこのため、他方では、本来の専門家 (the scholarly) の声が聞こえなくなった側面のあることは、望ましくない点である。

第3に、それ故、この問題では神話 (myth) というべきものがあることを充分に承知しておくべきである。そうした神話には例えば、以下のような5点のものがある。もっともこの5点につ



いて彼らは、コラボレーティブ経済のメリットとしてよく聞かれるものではあるが、全くの神話に過ぎないとしている。しかし本稿筆者としては、これは、コラボレーティブ経済の2側面のうち、生産力的側面が、資本主義的生産関係のもとでは隠されたものになっていることを指摘したと解されるべきものと考ええる。

- ①コラボレーティブ経済は、隠れた富（hidden wealth）を明るみに出させる社会的手法である。
- ②コラボレーティブ経済は、富の再配分に資するものである。故にそれは、富などについてオープン性もたらし、多くの人を包み込むことができるもの（inclusivity）であって、公共性（the commons）があるものである。
- ③コラボレーティブ経済は、コミュニティ・ライフスタイル（community lifestyle）に焦点をおき、地域的動きを活発にしようとするものであって、資本主義の失敗によるデメリット部分を緩和しようとするもの（an antidote）である。端的には、消費者の意思決定において道徳的転回（a moral turn）が進むようにするものである。
- ④コラボレーティブ経済は、市場を、より自由で拘束性がなく、しかも効率的なものにするものである。この経済では、財やサービスの提供者も消費者も苛酷な法規制なしに取引行為をすることができる。

- ⑤つまりコラボレーティブ経済は、自己規制力（capacity to self-regulate）があり、市場の失敗（market failure）に対処するものである。

では、（ここで）コラボレーティブ経済（といわれているもの）は、そもそもどのようなビジネスモデルをいうものか。この点は、ある意味で当然のことながら、論者により見解が異なる。ここでは、既述で一言したドレッジの見解（Dredge, 2017b）とギアイメスイのそれ（Gyimóthy, 2017）とを別々に取り上げ考察する。

## 2. コラボレーティブ経済のビジネスモデル論

まずドレッジは、コラボレーティブ経済の既述の2つのプラットフォームを、表2のように対比的に示している。そしてそれを、改めて市場アプローチ（market approaches）と社会的コミュニタリアニズム・アプローチ（social communitarian approaches）と名づけている。ここにドレッジの独自の主張点が強くみられる。

他方、ギアイメスイは、コラボレーティブ経済について、それは、何よりも「ネットワーキング機能のハイブリッド性（hybrid）、すなわち商業的機能を果たすと同時に社会的機能を果たす」と規定している（Gyimóthy, 2017, p.33）。確かにギアイメスイのみるところでも、それには真正の形のもの（genuine）もあれば、事情の良く知らない人（a stranger）同士の間に入り込み利益をむさ

表2：コラボレーティブ経済の2大方式

市場的アプローチ	(タイトル)	社会的コミュニタリアニズム・アプローチ
資本主義的プラットフォーム (platform capitalism)	コラボレーティブ経済モデル (collaborative economic model)	協同主義的プラットフォーム (platform cooperativism)
私有化 (privatization)	価値の行き先 (what happens to the value produced)	社会的共同体への再投資 (reinvest back to the commons)
物財・サービスの再生産に下属 (subsumed into production of the goods or services (and most likely undervalued))	労働 (labour)	搾取反対のもとでの労働者連帯的なもの (supports worker solidarity by combating exploitation)
ステークホルダー、資産提供者、生産者との間の比例的配分 (returns proportional between shareholders, asset owners and producers)	ステークホルダー (stakeholders)	作業員、資産提供者、生産者への還元 (returns to workers, asset owners and producers)
小規模企業者のイノベーション潜在能力とエコロジーの展開 (unlocking innovation potential and ecologies of small entrepreneurship)	政策の焦点 (focus of policy)	協同主義的プラットフォーム支援的規制枠組みに焦点をおいた社会的政策 (social policy focused on regulatory frameworks that support cooperative platform)
規制はないか部分的 (No or limited regulations)	規制の焦点 (focus of regulation)	コラボレーティブ経済就業の作業員、作業条件、権利を支援する規制 (regulation supports collaborative economy workers, working conditions and rights)
グローバルのプラットフォーム拡大促進的政策の動員（プラットフォームの独占力強化に資するもの） (mobility of policy ideas and approaches that facilitate the extension of global platforms (and possibly enhance monopoly power of platforms))	グローバル性とローカル性	ローカルなコラボレーティブ事業のエコシステム性重視、シェア価値システムによるグローバル性促進 (ecosystems of local collaborative business: ecosystems that may link on a global scale through shared value systems)

注：本稿筆者において表記の一部を修正した部分がある。  
出所：Dredge, 2017b, p.89.

ぶる目的のものもあることが指摘されている。

しかし他方では、資本主義的な仲介業者がある場合でも、例えばクープマン／ミッチェル／スィーラー (Koopman, C., Mitchell, M. and Thierer, A., 2014) によると、次のような形で価値 (value) の創出・把握がなされているものとされているところを紹介し (cited in, Gyimóthy, 2017, p.34ff.)、この面を比較的強調する主張になっていることが注目される。

- ①遊休設備や非稼働的な人員などの有効利用、つまり埋没資本の稼働化、
- ②活動程度 (生産性) が低いものから、高いものへの転換、
- ③世間評判の良くないものを、良いものとするように転化すること、
- ④イノベーションにより新しい利用法を開拓し、新しい用途を見出すこと。すなわち、これまで需要がなかったものに、新しい需要があるようにすること。

この上でギエイメスイは、ビジネスモデルとしてみた場合、これまで一般通常の取引は、端的に言えば、例えば古典的経済学で前提の「売り手—買い手」、「提供者—利用者」、「ホスト—ゲスト」、「居住市民 (citizen) — 来訪者 (foreigner)」という二重性の枠組みや価値連鎖 (value chain) のもとにあったものであるが、コラボレーティブ経済では、こうした枠組みにとられない新しさがあることを強調している。

そしてこの場合、今日のコラボレーティブ経済では、確かに仲介者としてのプラットフォーム提供者があり、すべてがデジタル技術を駆使してなされるものという状況にある。しかし、取扱量を考えると、それは結局、当該コミュニティの質と量により決まるものである。というのは、コラボレーションすなわちシェアリングにいわゆる出品されるものは、究極的には、当該コミュニティに関連した人々の (富のあり方や行動のあり方を含め) 質と量により決まるからである、と提議している。

そこでギエイメスイは、もともとコラボレーティブ経済には、コラボレーションたるもの、すなわち社会資本 (social capital) たるものや価値創造 (generate value) たるもの、つまり (これまでとは) “異なった地平” (other constellations) を開拓するものであることが看過されてはならないとして、「コラボレーティブ経済は、これを広く規定すれば (the broader mapping)、その中には常に、資本主義的プラットフォーム (platform capitalism) と協同主義的プラットフォーム (platform cooperativism) の両者のあることが認識されていなくてはならない」 (Gyimóthy, 2017, p.34) と力説している。

ドレッジとギエイメスイの見解は以上とし、次に、ごく近年生起しているコラボレーティブ事業の新しい形態として注目される“フリー・ウォーキング・ツアー” (free walking tour) について、主としてスペイン、バルセロナの論者、ロンドノ (Londoño, Maria del Polar Leal) およびメディナ (Medina, F. Xavir) の論考 (Londoño and Medina, 2017) によりレビューする。

## IV. フリー・ウォーキング・ツアーについて

### 1. 概論—位置づけを中心に

フリー・ウォーキング・ツアーは、概ね 2000 年代にヨーロッパのいくつかの都市で始まったところの、専門的ガイドの案内のもと、多くの場合グループで、かつ徒歩で市内観光をするものである。ガイドへの謝礼は、公式的には無し (無料) で、終了時に自由意思によりチップを渡すだけのものである。(ちなみにわが国で、これに似たものを強いて挙げるとすると、例えば公開社会人講座などにおいて参加費無料で歴史的遺跡や工場施設などについて解説をうけながら見学するものがある。この場合参加費無料でもチップが渡されることなどはまずない)。

チップの額は、もとより参加者により異なるが、ロンドノ／メディナによると、一般的には 5 ～ 20 ユーロといわれる (Londoño and Medina, 2017, p.142)。ガイドはフリーランサーの身分にあるものであるが、ツアー企業に所属し、ツアー企業がツアー客の募集、受付、その他の仲介業務を行い、そのための費用としてガイドは、ツアー客一人あたり 2 ～ 5 ユーロを当該企業に支払う (Londoño and Medina, 2017, p.145)。それが企業の収入になる。

こうしたフリー・ウォーキング・ツアー参加者は、その後増加の傾向にあり、例えばスペイン、バルセロナの場合、2000 年に 4,253 人であったのが、2014 年には 14,278 人になっている (Londoño and Medina, 2017, p.133)。これの仲介業務を行うツアー企業も、ヨーロッパでは、2000 年ごろに生まれ、2010 年代中葉のころには 50 社以上のものになっていた (Londoño and Medina, 2017, p.142)。

もとよりこうした市内ウォーキング・ツアーには、チップ方式ではない、参加費がはっきり事前に決まっているもの (paid tour, payment tour) もあるが、ここで対象とするものは、あくまでも決まった参加費は無しで、チップとして謝意を示すだけのものである。この点は、周知のように、欧米ではもともとチップで謝意を示す慣例が強くあり、例えば有料の観光バスのような場合でも、ツアー終了時に乗客の中にはガイドなどにチップを渡す人が結構あるほどのものである。故にヨーロッパでは、収入という点についていえば、無料が建て前のフリー・ウォーキング・ツアーでガイドやツアー企業がチップのみを収入源とすることは、奇異なことではない。

もとよりこのフリー・ウォーキング・ツアーは、ロンドノ／メディナも力説しているように、専門職ガイドによる専門的ツアーであって、一定代金が事前に決まっているものと変わるところはない。かえってガイドの成果がチップとして現れるところが注目されるものであり、ここに新規性がみられる。さらにこうしたウォーキング・ツアーは、旧来極めて一般的であった観光バスによる市内観光ツアーとくらべて、何よりも一回あたりの参加者が少なく、ガイドを含めて人的接触・交流が深まり、ツアーとして単なる見物以上の仲間意識、情緒的な (emotional) 雰囲気生まれることは注目されるべきことであった (Zátori, 2016, p.119)。少なくとも、こうしたウォーキング・ツアーには、ボランティア性があった。

故にそれは、ツアー形態として、種々な意味で“オルタナティブ” (alternative) ツーリズムの1つとして位置づけられるものではあるが、しかし、今日におけるコラボレーティブ (シェアリング) 事業の一形態であるかどうかについては、疑問なしとはしない。この点は、この論考執筆者であるロンドノ／メディナも意識し、言及してはいるが、本稿執筆者として歯切れが良くないと感じずにはいられないものである。

すなわち、ロンドノ／メディナは、次のように書いている。まず、彼らのこの論考は、(収録書の編者である) ドレッジ／ギアイメスイから、これを新しいコラボレーティブなものとするについては、活動方式や事業論理の観点から疑問があるという指摘を受けたものであるが、この論考はその回答を示すものであるとし、これがコラボレーティブ事業に属するものであることについて、積極的に次のように答えるものであると提議している (Londoño and Medina, 2017, p.147)。

すなわち、こうしたフリー・ウォーキング・ツアーなどオルタナティブなものは、もともと“脱工業化社会” (post-industrialism) に照応したもので、生産物の提供におけるフレキシビリティ (flexibility) と顧客の個人的なニーズに対応することを旨としたものである。そこで、顧客つまりツーリストのニーズをみると、今日では、これまでにない新しい経験をしたいということが強いものになっている。「こうした文脈の中においてフリー・ウォーキング・ツアーをみると、これは脱工業化社会志向的ツーリズムを提供するものであり、かつ、定まった形の対価支払 (structured payment) なしにサービスを受けることをベースにしたものであって、経済の新しいあり方を創出したものである。それは、まさにコラボレーティブ経済の役割を担っているトレンドの1つである。…それは、ツーリズムの経済的価値の再配分に志向したものである。それは確かに、直接的には、伝統的な“B2C” (business to customer) の形をとってはいるが、しかしコラボレーティブ経済としては、単なる (旧来的) ツーリズムを変革するもの以上のものである。つまりそれは、ツーリズムの場においてビジネスと顧客との間における経済的関係の転換 (transforming) に志向したものである」 (Londoño and Medina, 2017, p.147) というのである。

その上でロンドノ／メディナは、「フリー・ウォーキング・ツアーの企業 (firms) は、確かに目下支配的な資本主義的生産様式 (embedded capitalist mode of production) を再生産するものである。しかしこれらの企業は、同時に、顧客がお金 (かね) を節約する助けになっているものであって、このことは、コラボレーティブ経済に適合することである。…つまり、フリー・ウォーキング・ツアー企業は、資本主義的経済様式とコラボレーティブ経済とのハイブリッドなものといえることができる」 (Londoño & Medina, 2017, p.148) と総括している。

この点について、本稿筆者では論評するところはない。次にロンドノ／メディナに依拠して (Londoño and Medina, 2017, p.138ff.)、ヨーロッパにおけるフリー・ウォーキング・ツアー事業の概況について簡単に補足をしておきたい。

## 2. フリー・ウォーキング・ツアー事業の概況

ヨーロッパ委員会が出している「2014年・ヨーロッパ都市ベンチマーキング報告書」 (European Cities Benchmarking Report, 2014) によると (cited in Londoño and Medina, 2017, p.138)、ヨーロッパでフリー・ウォーキング・ツアー事業が特に盛んであったのはベルリン、ローマ、バルセロナであるが、ロンドノ／メディナは、データ入手などの観点から、論述対象をベルリンとバルセロナに限定し、さらにケーススタディの対象としてベルリン、バルセロナでそれぞれ2事業所を選んでいく。

ロンドノ／メディナによると (Londoño and Medina, 2017, p.138ff.)、(その論考記述の時点では) 創業間もないものが多く、十分なデータがないが、フリー・ウォーキング・ツアー事業を営んでいる企業全般に見られる大きな特徴の1つは、それら企業の実に多くが小企業 (small enterprise) で、EU で小企業 (micro-enterprise) と位置づけられるところの、従業員数10名以下のものが9割に及ぶと想定されることであった。さらに、それら企業では、70%ほどが家族的経営、残り30%ほどは協同組合的な (co-operative) もので、そのうち10%ほどは利潤獲得志向性が全くないと想定されるものであった (Londoño and Medina, 2017, p.140)。

ただしロンドノ／メディナのケーススタディの対象になった4事業所のうち、ベルリンの1事業所とバルセロナの1事業所は同一企業といっているもので、かなりの大企業であった。このうちベルリン事業所は2004年にフリー・ウォーキング・ツアー事業を始めたもので、ヨーロッパでは最初のものであった (Londoño and Medina, 2017, p.142)。ロンドノ／メディナの調査の時点では、同企業は、ベルリンとバルセロナを含む15の都市で事業を展開していた。ロンドノ／メディナの想定では、この企業の場合、企業スタッフとして職員が102名、契約しているガイドが250名に及ぶものであった。ベルリン事業所だけでも契約ガイドは17名あり、うち英語用が11名、スペイン語用6名であった。

フリー・ウォーキング・ツアーの顧客状況は、もとよりシーズンのいかなどにより大きな違いがある。ロンドノ／メディナによると、少なくとも平均的には、1回のツアー参加者は8~25名で、ハイシーズン時には、1週間を5日として、1日にツアーは2回ほどあったといわれる。ただし催行に際し最低参加人数が決まっている場合があった (Londoño and Medina, 2017, p.143)。

## V. あとがき—若干の結論的考察

本稿が主として依拠しているドレッジ／ギアイメスイの共編書 (Dredge and Gyimóthy (eds.), 2017) は、コラボレーティブ事業の原理的問題から、例えばフリー・ウォーキング・ツアーのようないくつかの実際の諸問題まで論究したものであるが、その結論である最終章「ツーリズムにおけるコラボレーティブ経済研究の新しいフロンティア」 (Dredge and Gyimóthy, 2017c, p.307ff.) において、ドレッジ／ギアイメスイは、「コラボレーティブ経済は社会的、文化的、経済的な諸領域にわたる複数主義 (pluralism) に立



脚するものである」と提議するとともに、コラボレーティブ経済は次のような二重性を持つものと規定している。すなわちそれは、一方ではまさにデジタル経済を代表するもので、「旧来的ツーリズム概念の廃滅・再構築」(de/re/structuring)に志向したものであるが、しかし同時に、他方では“プラットフォーム資本主義”(platform capitalism)をいう性格のものである。

ところでこの場合、それがどのような事業形態のものであるかについては種々見解があるが、「総括的にいえば、われわれ(ドレッジ／ギアimesイ)としては、(コラボレーティブ経済についてのすべての見解をふまえた)コラボレーティブ経済の包括的な全面的な定義(an all-encompassing definition)をすることは、(この書では)不可能である。(というのは、ひとつには)コラボレーティブ経済は、すでになかなりの歴史があるものではあるが、しかし現在まさに急速に展開中のものであって」、ハイブリッド化(hybridizing)などの真只中にあるものであるからであると締めくくっている(Dredge and Gyimóthy, 2017c, 311)。

一方、既述で一言したウェアリングらは、その論考(Wearing et al., 2019)で結論的に次のように提議している。すなわち、シェアリング事業は、理論的には、もともとレーガノミクスに代表される新古典主義的な考えに立脚して勃興したものであり、経済自由を旗印にするものであった。しかし実際には、シェアリング事業がもたらしているインパクトは実に多様で、旧来のホテル業やビーアンドビー(B&B)(民宿)業、レストラン業、タクシー業界などは、シェアリング事業の台頭で大きな打撃を受け、シェアリング事業を規制するよう求めてきた。このような点を考えると、結局、シェアリング事業に象徴される自由市場主義の考え方と、これら業界でもそれ相当な規制が必要という考え方との間において調和(balance)を図ることが必要であるが、それは、今日の社会では、結局、“企業の社会的責任”(corporate social responsibility: CSR)の原則に基づいて可能になるのではないかと、締めくくっている(Wearing et al., 2019, pp. 109-112)。

本稿筆者としても、これ以外の結びの言葉はない。すなわち、今回のコロナ禍を踏まえ、ポストコロナ時代の状況などを考えると、その時にはツーリズムは全世界的に躍進するものと考えられるし、コロナ禍時代の経験を踏まえ、ツーリズムは様々な形で展開されることも期待される。コラボレーティブ経済すなわちシェアリング事業も、大いに進展するものと予想される。ただし、フリー・ウォーキング・ツアーなどどのような評価のものになるのであろうか。ドレッジ／ギアimesイの言に倣っていえば、こうしたことをふまえて、その時に改めて理論化が必要とされるのではないか。このことを述べて、本稿の終りの言葉とする。ただし、ドレッジ／ギアimesイが、同編書序言冒頭において、大意次のように述べているところを紹介しておきたい。

すなわち、コラボレーティブ経済が、将来のツーリズムを形成する最も重要な原動力(driving forces)の1つになることは、多分、間違いがない。ところが、ツーリズム研究者では、これまでのところ、その取り上げ方が分からないものや、協動的な

もの(sidelines)を見るだけのものが多かった。(ドレッジ／ギアimesイの)この編著がこれを是正する一助になることを希求するものである(Dredge and Gyimóthy, 2017a, p.v)。本稿もこの域を出るものではない。

## 参考文献

- Bardhi, F. and Eckhardt, G.M. (2012), Accessed-based consumption: The case of car sharing, *Journal of Consumer Research*, vol.39, pp.881-898.
- Bauman, Z. (2003), *Liquid love: On the frailty of human bonds*, Cambridge: Polity.
- Bauwens, M., Mendoza, N. and Iacomella, A. (2012), Synthetic overview of the collaborative economy, Report by Orange Labs and P2P Foundation, retrieved May 25, 2015, from, <http://p2p.coop.files/reports/collaborative-economy-2012.pdf>
- Belk, R. (2007), Why not share rather than own? *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol.611, pp.126-140.
- (2010), Sharing, *Journal of Consumer Research*, vol.36, pp.715-734.
- (2014), Sharing versus pseudo-sharing in web 2.0, *Anthropologist*, vol.18, pp.7-23.
- Benkler, Y. (2004), Sharing nicely: On sharable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production, *The Yale Law Journal*, vol.114, pp.237-358.
- Botsman, R. (2013), The Sharing economy lacks a shared definition, retrieved May 21, 2016, from, <https://www.fasicoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition#4>
- Botsman, R. and Rogers, L.J. (2011), The end of tourism? Climate change and societal changes, *Journal of the Academy of Social Science*, vol. 4, pp.31-51.
- Dredge, D. (2017a), Responsibility and care in the collaborative economy, in: Dredge, D. and Gyimóthy, S. (eds.), *Collaborative economy and tourism: perspectives, politics and prospects*, Cham, Springer, pp.41-58.
- (2017b), Policy and regulatory challenges in the tourism collaborative economy, in: Dredge, D. and Gyimóthy, S. (eds.), *Collaborative economy and tourism: perspectives, politics and prospects*, Cham, Springer, pp.75-93.
- Dredge, D. and Gyimóthy, S. (eds.) (2017), *Collaborative economy and tourism: perspectives, politics and prospects*, Cham, Springer.
- Dredge, D. and Gyimóthy, S. (2017a), Preface, in: Dredge, D. and Gyimóthy, S. (eds.), *Collaborative economy and tourism: perspectives, politics and prospects*, Cham, Springer, p.v.
- (2017b), Collaborative economy and tourism, in: Dredge, D. and Gyimóthy, S. (eds.), *Collaborative economy and tourism: perspectives, politics and prospects*, Cham, Springer, pp.1-12.
- (2017c), New frontiers in collaborative economy research in tourism: in: Dredge, D. and Gyimóthy, S. (eds.), *Collaborative economy and tourism: perspectives, politics and prospects*, Cham, Springer, pp.307-323.
- European Commission (2016), *A European agenda for the collaborative economy*, Brussels: European Commission. (シェアリングエコノミー協会訳『欧州委員会報告書“シェアリングエコノミーに関する欧州のアジェンダ”の日本語仮訳』一般社団法人シェアリングエコノミー協会)
- Felson, M. and Speath, J.L. (1978), Community structure and collaborative consumption: A routine activity approach, *American Behavioral Scientist*, vol.21, pp.614-624.
- Gansky, L. (2010), *The mesh: Why the future of business is sharing*, New

- York: Penguin Books.
- Gibson=Graham,J.K. (2006), *A postcapitalist politics*, University of Minnesota Press.
- Guttentag, D. (2017), Regulating innovation in the collaborative economy: An examination of Airbnb's early legal issues, in: Dredge,D. and Gyimóthy, S. (eds.), *Collaborative economy and tourism: perspectives, politics and prospects*, Cham, Springer, pp.97-128..
- Gyimóthy, S. (2017), Business models of the collaborative economy, in: Dredge,D. and Gyimóthy, S. (eds.), *Collaborative economy and tourism: perspectives, politics and prospects*, Cham, Springer, pp.31-39.
- Gyimóthy, S. and Dredge, D. (2017), Definitions and mapping the landscape in the collaborative economy, in: Dredge,D. and Gyimóthy, S. (eds.), *Collaborative economy and tourism: perspectives, politics and prospects*, Cham, Springer, pp.15-30..
- Hawley,A. (1950), *Human ecology: A theory of community structure*, New York: Ronald Press.
- Koopman,C, Mitchell,M. and Thierer, A. (2014,), *The sharing economy and consumer protection regulation: The case for policy change*, George Mason University.
- Lessig, L. (2008), *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy*, New York: Penguin.
- Londoño, M.d.P.L.and Medina,F.X. (2017), Free walking tour enterprises in Europe: An evolutionary economic approach, in: Dredge,D. and Gyimóthy, S. (eds.), *Collaborative economy and tourism: perspectives, politics and prospects*, Cham, Springer, pp.129-152.
- O'Regan,D.M. and Choe,J. (2017), Airbnb: Turning the collaborative economy into a collaborative society,in: Dredge,D. and Gyimóthy, S. (eds.), *Collaborative economy and tourism: perspectives, politics and prospects*, Cham, Springer, pp.153-168.
- Popper,B. (2015), Airbnb's worst problems are confirmed by its own data, *The Verge*, retrieved May 10, 2016, from, <https://www.theverge.com/2015/12/4/9849242/airbnb-data-new-york-affordable-housing-illegal-hotels>
- Queensland Tourism Industry Council (QTIC) (2014), *The sharing economy*, Queensland: QTIC.
- Rifkin, J. (2000), *The age of access: The new culture of hypercapitalism, where all of life is a paid-for experience*, New York: Putman.
- (2015), *The zero marginal cost society: The Internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism*, New York: Palgrave Macmillan.
- Schor,J.B. and Fitzmaurice, C.J. (2015), Collaborating and connecting: The emergence of the sharing economy, in: Reisch,L. and Thøgersen, J. (eds.), *Handbook on research on sustainable consumption*, Cheltenham: Edward Elgar, pp.410-425. .
- Sigala,M. (2015), Collaborative commerce in tourism: Implications for research and industry, *Current Issues in Tourism*, vol.20, pp.346-355.
- Wearing,S., Lyons,K. and Schweinsberg,S., (2019), Using corporate sustainability and responsibility as a transition to shared value for the sharing economy (SE),in: Lund=Durlacher, Dinica,V., Reiser,D. and Fifka,M.S. (eds.), *Corporate sustainability and responsibility in tourism: A transformative concept*, Cham, Springer, pp.97-116.
- Zátori, A. (2016), Experiential travel and guided tours: Following the latest consumption trends, in: Kozak,M. and Kozak,N. (eds.), *Tourist behaviour: An international perspective*, Wallingford:CABI, pp. 115-123.
- Zelizer,V.A. (2010), *Economic lives: How culture shapes the economy*, Princeton University Press.
- 大橋 昭一 (2021) 「企業の『社会的責任』から『サステナビリティ・責任』

へー企業の社会責任の進展を希求して」『和歌山大学・観光学』24号、9－20 頁

受理日 2022 年 6 月 21 日