

アクセス・プラットフォーム型シェアリング・ エコノミーに期待された「約束」と課題

——デリーにおける Uber と Ola の市場占有率の調査から——

武石 智香子

“Promises” and Challenges of Access-platform Sharing Economy: A Survey of Uber and Ola Market Shares in Delhi

Chikako TAKEISHI

This paper explores the state of decentralization as one of the “promises” of sharing economy. The study focuses on a prevailing business model of access platforms and its promise of decentralization, meaning peer-to-peer networks and markets as opposed to centralization in certain economic and political institutions. A survey on aggregate taxis conducted in Delhi revealed a multihoming phenomenon of about a half of all the respondents using both Ola and Uber. As much as 99% of the mostly urban middle-class respondents of the survey have been using Uber and/or Ola. I argue from a societal perspective that we need to decentralize information asset to prevent potential damage this monopoly situation may bring about in the future society.

Key Words : プラットフォーム, シェアリング・エコノミー, 配車サービス, 占有率, マーケット・シェア, マルチホーミング, 分権, 企業の社会的責任, インド, デリー, Uber, Ola, platform, sharing economy, aggregated taxi, market share, multihoming, decentralization, CSR, India, Delhi

本論文は、現代社会のあり方に大きな変革を与えつつあるビジネスモデルのひとつ、アクセス・プラットフォームが、「シェアリング・エコノミー」の概念の下にどのような組織原理と社会イメージとともに語られたか、そして実際の拡がりの中で現状はどのようになっているのか、デリーで実施した配車プラットフォームに関する利用者調査の結果から、特に「シェアリング・エコノミー」の「約束」として期待された分権型社会について、社会的に把握することを目的とする。

アクセス・プラットフォームの拡大期におけるインドでは、「起業家」という言葉とともに分権と自由のビジョンが語られた。理論上は、スタートアップ企業の市場参入による分権といっても、プラットフォーム内のサービス提供者としての市場参入と、プラット

フォーム・ビジネスそのものへの市場参入の2種類がある。この2種類の意味合いのうち、インドにおける配車プラットフォームの拡大を後押ししたのは、主として前者の意味合いでの「起業家」概念であった。特に配車プラットフォームにおいて「起業家」の拡大は、運転手の労働市場への参入機会の拡大を意味していた。では、後者における分権についてはどうだろうか。それが本論文の焦点である。

そもそも特定の企業による寡占市場を防ぐための独占禁止法は自発的な活動であるCSR以前に存在する。独占の禁止を定める経済体制において、適正な市場シェア（市場占有率）の状態は、ハーフィンダール・ハーシュマン指数（HHI）といった指標によりチェックされてきた。しかし、このような法律や指標に埋め込まれてきた人類の知恵が、アクセス・プラットフォームの普及を前に、現在は有効に機能していない局面にある。

一般に、寡占市場による権力の集中を防ぐために計算されるHHIは、市場占有率の合計が100%になることが想定されている。しかし、インドの配車プラットフォームが自社の市場占有率とする割合を合計すると100%を超えるという現状がある。実際、2016年には、UberとOlaのどちらが嘘をついているのか？という記事さえ現れた（Mint, 2016）。2016年の時点で両社がともに事業を展開していたインドの27の都市において、Uberは50%、Olaは75%の市場占有率を主張していることから、市場占有率を特定するのは難しいとされた（Kashyap and Bhatia, 2018）。

KalaGatoの調査では、2017年のOlaの市場占有率は56.2%、Uberは39.6%としている（Quartz India, 2018）。何の数値から計算したシェアなのかは、公表されている範囲からは明らかではない。配車サービスの市場占有率を、売上高で計算している例は存在する。たとえば、UberとLyftとの比較である（Second Measure, 2020）。

プラットフォームの利用者は複数のプラットフォームを利用するという特徴があり、それを「マルチホームिंग」と呼ぶ（Cusumano, *et al.*, 2020）。マルチホームिंगと市場占有率の実態——実際に配車プラットフォームが都市再開発中のインドの都市において都会的生活様式を送る中間階層にどれほど拡がっており、インドの二大配車プラットフォームへの利用の集中はどの程度なのか——については、明らかな数字は公表されていない。実際にどの程度の利用者が重複していて、2社のいずれも利用しているマルチホームिंग利用者はどの程度存在しているのか。そして2社全体で、どの程度市場が占有されているのか。

本研究では、デリーの中間階層を対象に二大配車プラットフォームの利用度を調査した。その結果から、「シェアリング・エコノミー」の「約束」として期待された分権型社会とは逆向きの軌道を描く大プラットフォームへの集権の実態が明確となった。

本論文の構成は次の通りである。まず、Iにおいて、「シェアリング・エコノミー」概

念とそれに伴っていた希望的社会イメージを整理する。IIでは、インドにおける二大配車サービスについて概観した後、本研究と同様にデリーの配車サービスについて調査を実施し、「シェアリング・エコノミー」への期待と実態とのギャップについて論じた先行研究を紹介する。そしてIIIにおいて、筆者がデリーで実施した調査結果からデリーの配車サービスにおけるマルチホーミング現象について、その実態を明らかにする。最後に、アクセス・プラットフォームのビジネスモデルがグローバルに展開を続ける中で、分権の「約束」を巡る課題について論じていく。

I 「シェアリング・エコノミー」概念と企図された社会ビジョン

現在は、「プラットフォーム・ビジネス」が隆盛を極める時代であるが、この急速に変わりつつある時代にあって、CSR (Corporate Social Responsibility) として語られてきた問題意識、さらにとりわけ、問題解決に対するそのアプローチが前提としてきた社会体制の考え方に対して、この新しいビジネスモデルがどのような作用をもたらしつつあるのか、その実状について考察していく。

CSR という語が主流であった時代から、SDGs (Sustainable Development Goals), ESG (Environmental and Social Governance) 等、多数の名称とそれらと関連する流行の下に呼び名を変えながら企業の果たすべき責任とされてきた環境持続性と社会的配慮について、「シェアリング・エコノミー」概念には一定の期待が寄せられてきた。「シェアリング・エコノミー」に対する期待は地域によって異なり、期待と社会ビジョンが実際のプラットフォーム・ビジネスの拡大に促進剤の役割を果たしてきたインドのような国もある。本節では以下に、「シェアリング・エコノミー」の用語と、同概念に託された社会ビジョンについて整理する。

「シェアリング・エコノミー」は、概念にその実体の側面とビジョンの側面の二面を含み、非営利活動と営利活動をともに射程に含む、定義の難しい包括的用語である。そこで、「シェアリング・エコノミー」に一元的定義を与える代わりに、3つの中核的基礎の上にマッピングすることを提唱したのがアクイアーら (Acquier, *et al.*, 2017) である。本論文が基づくこのマッピングの定義を以下に紹介する。

「シェアリング」という言葉は、それが何を指すかについては曖昧でありながら、「シェア」という言葉自体が肯定的な価値を持っている。アクイアーらは、それが「シェアリング」概念が一元的に定義づけられない理由であるとした。規範的価値を帯びる用語、たとえば「民主主義」等は、その語がどのような実態を意味するのかについて議論的になり続けることは不可避である。同様に、「シェアリング・エコノミー」の意味が問われ続けるのは、そもそもその語がビジョン・規範を伴う語である所以であり、それが一元的な定

義づけを困難にしているとした。そこでアクイアーらは「シェアリング・エコノミー」を一義的に定義づける代わりに、現実的に「シェアリング・エコノミー」として語られている対象の3つの特徴を中核的基礎として、実際に存在する様々な使用法をマッピングすることとした。その3つの中核的基礎とは、アクセス・エコノミー、プラットフォーム・エコノミー、コミュニティ・ベースト・エコノミーである。そして、それぞれの特徴と、その特徴から生み出される「約束」、すなわち用語に伴う価値の側面を次のように整理した。

アクセス・エコノミーというのは、購入による所有権の移譲は発生せず、資源へのアクセスを購入する仕組みによって未活用の資産を活用するビジネスを指す。プラットフォーム・エコノミーは、デジタル・プラットフォームの提供を通じて、それを仲介する提供者と購入者のマッチングを可能とするビジネスを指す。コミュニティ・ベースト・エコノミーとは、コミュニティのためのプロジェクトや社会的関係の構築のために、利潤を目的とせず、契約も必須とせず、非階層的な相互作用の中で取引を調整するものである。それぞれの中核単体における活動やビジネスはかねてから存在していたが、アクイアーらは、上記3つの中核のうち、2つ以上の領域の特徴を兼ね備えた活動を「シェアリング・エコノミー」と定義した。

そもそも「シェアリング・エコノミー」に伴っていた社会ビジョンは、コミュニティ・ベーストな色合いが強く、それは **Botsman & Rogers** が2010年に出版した本のタイトル *What's Mine is Yours* [私のものはあなたのもの] に見てとれるような共同体主義・利他主義的行為に代表される概念であった (**Acquier, et al., 2017**)。その意味での「シェアリング・エコノミー」は、より包括的な社会協働、公正、民主化を促し、特定の企業の利害よりも民衆の利害が社会を動かすことによって、社会的にも環境的にもより持続可能な社会となっていくことが目指されていた。つまり、「シェアリング・エコノミー」は、少数(特定の企業や政治団体)の利害に、人民一般の利害が打ち勝つ方法としてイメージされていた。この意味での「シェアリング」は、資本主義における市場原理に基づく営利追求活動に対立する、非営利で利他的な活動を指していた。「シェアリング・エコノミー」の3つの中核的基礎の中でも、コミュニティ・ベースト・エコノミーは、価値を希求する側面がもっとも強い中核的基礎である。

しかし、ビジョン・規範の側面を伴って語られたのはコミュニティ・ベースト・エコノミーのみではない。アクセス・エコノミーや、プラットフォーム・エコノミーにも、それぞれにビジョンが託され、「約束」された価値が伴っているとされた。アクセス・エコノミーにおいては、未活用資産の活用が、環境的持続可能性に資することが期待された。プラットフォーム・エコノミーは、非階層関係にある提供者と購入者がプラットフォームを通じて水平的関係でつながり、起業家が市場に参加しやすい、権力の分散 (decentraliza-

tion) になるとされた。これらビジョンに対して、現実には起きるであろうパラドックスや緊張状態についても、各方面から指摘された (Acquier, *et al.*, 2017)。

以上のように、アクイアーらは「シェアリング・エコノミー」の特徴を3分類したが、それらの特徴により期待される「約束」も複雑に絡み合った異質なものの混合である。本論文ではその整理のために、「約束」の部分も本論文の見地に沿って分類する (表1)。

表1では「シェアリング・エコノミー」の「約束」と目されていた価値を大まかに、環境的効果、社会的効果、分権の3つに大分類している。環境的効果には、環境に関する持続可能性効果が含まれる。社会的効果とは、アクイアーらの使用法に基づき、利他的活動の促進や社会関係の構築等を指している。そして、分権は decentralization の訳で社会・経済における権力分散の効果を指し、「シェアリング・エコノミー」の3つすべてのタイプに関して言及される。従って、分権についてはさらに以下のような4つの小分類を設けている。

第1の「階層性のない交換」は、持つ者が持たざる者にお金を与えて何かをさせるといった「階層性」に基づかない、かつ、利潤を目的としない交換のビジョンで、「資本主義」や「市場原理」を批判的に用いる文脈で語られることの多い概念である。これはコミュニティ・ベース型の「シェアリング・エコノミー」の文脈で語られるビジョンである。

第2の「資産にアクセスできる利用者の拡大」は、利用者から見た資産へのアクセスの包括性（所有者でなくても使用が可能になるというアクセスの広がり）を指す場合で、この考え方はアクセス型シェアリング・エコノミーを巡る「約束」という文脈で登場する。

第3の「起業家から見た市場参入機会の拡大」は、起業家から見た市場参入機会の拡大を分権と捉える概念で、下記に見るようにインドの配車サービス推進の際に流布されたビジョンでもある。

表1 シェアリング・エコノミーに期待された「約束」の概念分類

大分類	シェアリングのタイプ	小分類
環境的効果	アクセス	環境の持続可能性
社会的効果	コミュニティ・ベースト	利他的活動の促進 社会関係の構築
分権	コミュニティ・ベースト	階層性のない交換
	アクセス	資産にアクセスできる利用者の拡大
	プラットフォーム	起業家から見た市場参入機会の拡大 特定の経済的・政治的機関からの分権

出所) 筆者作成

第4の「特定の経済的・政治的機関からの分権」は、第1の閉鎖的なコミュニティにおける「階層性のない交換」による分権イメージとは対照的に、オープンな市場原理によって提供者と利用者間の力関係が均衡し、特定の経済的・政治的機関への権力集中からの解放が期待されるという考え方で、さらにこれは官僚制の制約から解放された経済の活性化をもたらすとされている。

「シェアリング・エコノミー」概念と併存して発展したプラットフォームの技術用語において **decentralized** は「分散型」と中立的に訳されるのが通例であるが、制度には思考法が埋め込まれているという制度主義的考え方からすれば、分散型技術には「シェアリング・エコノミー」の権力分散型社会ビジョンが埋め込まれているといえる。そこで本論文内では、**decentralization** を一貫して「分権」と訳していく。

「シェアリング・エコノミー」という用語の多義性と、それに伴う「約束」の多角性を踏まえると、「シェアリング・エコノミー」に期待された「約束」を巡る実態といっても、どの型の「シェアリング・エコノミー」に期待されるどの「約束」を対象とするのか、さらにはいかなる時代的・地域的背景における状況かによって、その実態は異なるだろう。

本論文では、アクセス・プラットフォーム型シェアリング・エコノミーに希求された資産にアクセスできる利用者の拡大、起業家から見た市場参入機会の拡大、特定の経済的・政治的機関からの分権の3点の中でも、とりわけ分権の最後の側面——自由経済の中での特定の経済的・政治的機関からの分権——に重点をおいて、デリーにおける配車プラットフォームのケースにおける現状把握に努めることとする。

それでは次節で、インドにおける配車プラットフォームの普及の経緯について簡単に紹介しよう。

II アクセス・プラットフォームとインドにおける配車サービス

「シェアリング・エコノミー」とされる中でも、特にビジネスとして台頭して世界に拡大しているのは、アクセス・プラットフォーム型シェアリング・エコノミーである。アクセス・プラットフォームには、遊休資産として空き部屋等有形のを貸し出す **Airbnb** (2008-) のようなサービスもあれば、スキルや時間といった無形のを貸し出す **Task Rabbit** (2008-) のようなサービス等もある。現代社会のあり方に大きな変革を与えつつあるこのビジネスモデルは、その出現期には、「シェアリング・エコノミー」の概念の下に前節で紹介したような社会イメージとともに語られたが、その後、地域によっては前項に述べたビジョン・規範に訴える形で、他の地域においてはビジョン・規範等からは独り歩きする形で、拡がりを見せてきた。

プラットフォームの本部所在地は世界に拡がりつつある。アジアにおいてもプラットフォームは多数存在するが、ビジョン的側面は強調されたり、削ぎ落とされたりと、ビジネスモデルの拡がりや展開におけるビジョン要素の入り込み方には地域差がある。たとえば、日本の総務省の「シェアリング・エコノミー」定義は、個人が保有する遊休資産の貸出しを仲介するサービスというもので（総務省 2015）、これは極めて中立的なアクセス・エコノミーのコンセプトである。これに対してインドでは、労働省と Uber との提携に関し、この提携が「マイクロ起業家を助ける」と労働省書記官が強調するなど（Uber Newsroom, 2016）、「マイクロ起業家」は、シェアリング・エコノミーの重要なビジョン的要素であった。ビジョンが前面に掲げられてアクセス・プラットフォームの急成長を促したケースである。

本節では、本研究の対象であるインドの二大配車プラットフォーム、Uber と Ola を巡る状況を概観する。そしてデリーにおける同 2 社の利用者を調査した先行研究に基づきながら、インドでアクセス・プラットフォーム型配車サービスが世界でも有数の普及を遂げることになった歴史的背景についても概観する。

1. インドにおける二大配車サービス——Ola と Uber

本論文で取り上げるアクセス・プラットフォーム型シェアリング・ビジネスモデルは、配車サービスを貸し出すビジネスのモデルで、2010 年前後から世界各地で勃興してきた。たとえば、米国に本拠地を置く Uber (2009-)、インドの Ola (2010-)、中国の Didi Chuxing (2012-) (滴滴出行)、シンガポール発祥の Grab (2012-)、米国に本拠地を置く Lyft (2012-) 等がある。これらの多くは、特にスマートフォンの普及、地理情報システム (GIS) の利用、ビッグデータを用いるマッチングアルゴリズム等の ICT の急速な発展により可能となった。本研究において利用者調査を実施したインドでは、インド系企業である Ola と、外資系企業である Uber が配車サービス市場を巡って熾烈な競争を繰り広げてきた。本項では、この 2 つの配車プラットフォームを簡単に紹介する。

Uber は 2009 年に、トラヴィス・カラニック (Travis Kalanick) とギャレット・キャンプ (Garrett Camp) によって、米国サンフランシスコで設立された。創業の 4 年後にはインドに進出し、現在では多国籍企業として世界各地でビジネスを展開している。

Uber にとってインドは、本拠地にはない制約がある。本国である米国国内では、一般人が自家用車 (有形) と配車サービス (無形) の資産の貸出しを行うことのできるビジネスを展開しているのに対し、インドではしばらくの間、営業免許の保持者が営業用車両を用いて配車サービスを提供しなければならないという制約の下でプラットフォームを展開していた。インドにおいて、個人免許の保持者が Uber 運転手になることが許されるように

なったのは、進出から5年後の2018年のことであった。ただし車両については、本論文執筆時点においても、使用できるのは営業用車両に限られる状態が続いている。

インドにおけるUberを巡る問題としては、インド進出後に、Uber運転手による女性客のレイプ事件が複数発生したことがあり、Uberが本国で課している水準に比べて運転手の身元確認が不十分であること等、安全性が問題視された。たとえば2014年のレイプ事件をきっかけに、Uberはデリー市内での操業が一時停止となった。

これらの制約や問題があったにも拘らず、インドでは既存のタクシーが小単位の事業主による個別の活動で業界の組織化がなされていなかったことや、そもそも労働者の大半が契約書を伴わない掛け持ちの仕事をこなしていたこと、そしてインターネット接続とスマートフォンの普及、さらにそれらを使いこなす年齢層の人口の厚さ等という背景も相まって、Uberは集積タクシービジネス (aggregated taxi) として急速にインド国内で普及を遂げることとなった。2015年には地理的にカバーされる市場の大きさから、インドはUberにとって本国に次ぎ普及している国となったといわれた。Uberは運転手を「マイクロ起業家」と呼び、インド労働省と覚書を交わして、運転手採用を展開した (Uber Newsroom, 2016)。2020年3月に、新型コロナウイルス封じ込めゾーンに対するロックダウンにより操業を一時停止するまで (The Economic Times, 2020b), Uberはデリーの街中でもっとも目につきやすい外資系企業のひとつであった。

他方Olaは、ムンバイにあるインド工科大学ボンベイ (The Indian Institute of Technology Bombay) の卒業生であるバヴィッシュ・アガワル (Bhavish Aggarwal) とアンキット・バティ (Ankit Bhati) によって、2010年に設立された。「タイタン」 (YourStory, 2014) と呼ばれたインドの配車サービス業界三大大手のひとつであったTaxiForSureを、Olaの運営会社であるANIテクノロジーズが2015年に買収してから、Olaは、2013年にインド市場に参入したUberとともに、インドにおける配車サービスの二大巨頭となった。インドでは他に、Meru, Carzonrent, Savaari Car Rentalsといった配車サービスも操業している。

Olaの配車サービスは、利用者向けとサービス提供者向けにアピールを重ねながら、市場を拡大してきた。利用者向けには、Olaのコンセプトは顧客満足度とサービスであると銘打ち、そのために基準を設け、定期的および抜き打ちの調査を行った。また、サービス提供者向けには、Uberと同様、サービス提供者である運転手を「マイクロ起業家」と呼んで、入念な研修を実施した (Vijay, et al., 2020)。運転手が休みたいときにはGPSをオフにすることが可能であることも、「マイクロ起業家」に伴う自由なイメージを象徴する労働環境として当初の売りのひとつとなっていた。しかし、運転手の自由と乗客の安全が一種のトレードオフの関係にある中で、その後は、後者により重点が置かれていくようにな

る。

配車サービスの安全性が問われるようになっていた 2015 年には、Ola は顧客が身の危険を感じたときに押すことのできる SOS ボタンを導入した (Vijay, *et al.*, 2020)。さらに 2020 年には特定の都市において、そのアプリ上の SOS ボタンによって顧客の乗車情報と車の GPS 情報とともに警察に直接通報がなされる機能が加わった。通報を受けると最寄りの警官が駆け付けるシステムである (*The Times of India*, 2020)。Uber と同様、新型コロナウイルス感染拡大を受けて 2020 年 3 月に本国その他での操業を一時中止することとなったが、それまで Ola は順調に国内で市場を拡大し、さらに海外にも進出していた。2018 年には Ola はオーストラリア市場に進出し、彼の地でも Uber と激突している。ロンドンでは、安全ガイドラインの遵守を巡って Uber がロンドン市からタクシー事業認可取り消しを受けるという確執を繰り返していたが、その傍らで Ola は 2020 年 2 月からロンドンにおける操業を開始した。

以上のように、インドにおいては配車プラットフォームの普及が目覚ましい。次に、その普及の背景となったインドの交通事情の歴史的背景を概観しよう。

2. インドにおける配車プラットフォーム普及の歴史的背景

インドの首都デリーの交通事情を遡ると 1980 年代までは、上流階層はお抱え運転手の運転する自家用車で移動していたが、それ以外の人々が利用できる公共交通機関、もしくは、個人で所有する移動手段はごく限られた状況だった。

まず公共交通機関についていうと、デリーに地下鉄が開通した 2002 年までは、同市の主要な公共交通機関といえばデリー・トランスポート・コーポレーションのバスのみであった。そして、バスの混雑を避けたい人たちにとってバス同等に安価な移動手段は、三輪タクシーしかなかった。1990 年代のインドの経済自由化以前は、自家用車の所有は裕福層に限られていたので、中間階層にとってタクシーは、特別な場合にしか利用することのない高価な移動手段であった。庶民が所有していた移動手段はもっぱら二輪車であって、それは中間階層にとってはバイク、下流階層にとっては自転車であった (Kashyap and Bhatia, 2018)。

しかし 1990 年代の経済自由化以降、公共交通機関網の発達が不十分なデリーにおいて、自家用車の保有は一気に加速した。それに伴ってデリーの交通渋滞もより深刻化した。2002 年の地下鉄開通が渋滞を緩和したとはいうものの、デリーへの人口流入と自動車保有率の増大の規模からすると焼け石に水であった。2014 年の報道によるとデリーでは 1 日当たり 1400 台の車が増え続けたという (NDTV, 2014)。増え続ける車による大気汚染と渋滞の現実、環境の持続性と車の所有ニーズ減少が強調される背景となってい

く。

タクシー業界に絞ると、2段階の変化があった。以前から存在していた黒と黄色のタクシー市場に、小綺麗で空調のきいた電話予約型タクシーが参入したのが第1段階の変化である。2006年に設立されたMeruや、Easy Cabsといったタクシーの参入であった。さらにデリーの路上を一変させた第2段階目の変化が、配車アプリでプラットフォームを提供し、運転手と乗客を結びつけるUberやOlaであった。UberもOlaもデリーに進出したのは2014年であったが、雇用の創出と、労働市場への参入のしやすさの魅力と自由と平等化のビジョンの立て看板として登場したこの新しいビジネスモデルには期待が寄せられるとともに、その扱いについて論争も起きた。

特に期待の中心となったのが、運転サービス提供者労働市場への参入機会の拡大であった。報道においても（たとえば*The Financial Express*, 2015）、スタートアップ事業者側からも（たとえばNASSCOM [全国ソフトウェア・サービス企業協会], 2015）、運転サービス提供者から見た労働市場への参入機会の拡大に期待が寄せられた。経済自由化からの流れの中で強調されたのは、個人「起業家」およびスタートアップが労働市場に参入する機会が拡大した平等主義と自由を基調とした経済活性の新しいイメージであった。

他方、新しいビジネスモデルの捉え方については、論争も起きた。ひとつの論点は、UberやOlaのような集積タクシーはプラットフォームなのか、それともインド各州の交通局の規制の対象となる運輸業なのかである。もうひとつの論点は、運転手は個人事業主なのか、それとも雇用されている従業員なのかであった（Baron, 2018）。UberもOlaも、それぞれの論点において前者の立場を主張していた。

Uberは、運転手は各々が「マイクロ起業家」で、契約関係は個人事業主である運転手と乗客との間に発生するもので、Uberは彼らをマッチングするプラットフォームに過ぎず、交通局の規制を受けないという立場であった。しかしデリーへの進出の年の暮れに発生したUber運転手による女性乗客のレイプ事件によってこのビジネスモデルに対する法的解釈に疑問が付され、結果として自動車法改正（2016年）が成立して集積タクシービジネスの規制を可能にした（Kashyap and Bhatia, 2018）。インドにおける配車プラットフォームの普及はさらに加速していった。

以上のようなインドの歴史的背景の中で、UberもOlaも運転手を「マイクロ起業家」と呼び、シェアリング・エコノミーによる社会変革のビジョンを掲げながらプラットフォーム事業を展開していった。そのビジョンと呼称は、1990年代のインドの経済自由化の流れとも相まって、インドの一般の人々の意識に訴えるものであった。しかし同時に、ビジョン的側面が強調されて高まった一般的期待と、実際にそのビジネスモデルがもたらした現状との間に、ギャップも指摘されるようになってきた。まさにこのギャップを研究

テーマとして取り上げて調査した先行研究（Kashyap and Bhatia, 2018）の著者らはインドのアクセス・プラットフォームに希求されたビジョンの中でも、従来より重要テーマであった環境持続性や従業員の労働環境に焦点をおいて分析を行った。

次項では、インドにおける「シェアリング・エコノミーのビジョン」と、配車サービスの実態とのギャップについて検討した同先行研究を取り上げて、その概要を紹介する。

3. 先行研究

ここで紹介する先行研究（Kashyap and Bhatia, 2018）は、デリー大学の研究者が、インドの首都デリーにおける二大配車サービス Ola と Uber の運転手と乗客に調査を実施し、「シェアリング・エコノミー」概念が内包する平等主義的参加型経済への転換潜在力に照らし、それらの配車サービスが実際にインドの発展に果たしている役割や及ぼした影響について検討したものである。著者らは運転手と乗客への調査を通じて、「シェアリング・エコノミー」に期待された環境持続性、雇用創出、資産の所有ニーズの減少といった潜在力の実状について把握を試みた。

同論文で用いている「平等主義的参加型経済」という語は表1の「起業家から見た市場参入機会の拡大」に対応し、Uber や Ola の運転手を「マイクロ起業家」と称したインドにおける現実の期待感とも呼応している。著者らの問題意識は、配車プラットフォームによって創出された「マイクロ起業家」すなわち運転手の労働市場参加が、期待通りに平等主義的参加型経済の推進力となっているのか、というものであった。

同論文の著者らは、2016年に質問紙およびインタビューによる調査を行い、Ola と Uber の運転手 45 人、利用者 60 人から得た回答の質的分析に基づき、Uber と Ola が「シェアリング・エコノミー」事業であることから期待される環境持続性、平等主義的参加型経済（雇用創出）、資産所有ニーズの減少に対して、次のように考察している。

まず、集積タクシーサービスの利用者は、すでにデリーに存在していた「消費主義的」生活様式で暮らす比較的裕福な中間階層の若い世代を中心としていた。具体的には、都市再開発による住宅団地、ショッピングモール、レジャー産業やサービス産業の拡大によって特徴づけられる若い中間階層が、主な乗客層である。彼らの生活様式のニーズと集積タクシーによる提供サービスがぴったりと合致したとしている。

運転手調査の結果から、まず資産所有ニーズに関する問題として、集積タクシービジネスに関与しているインド独特のタクシダー（taxidar）と呼ばれる人々の存在が浮上した。タクシダーというのは、所有する車両を Uber や Ola に登録しながら自らは運転せず、運転手を雇用して運転させる人々のことで、公務員、会社員、警察、不動産業、専門職等安定した定職を持っている裕福な人々である。調査を通して、ザーミンダール（インドの土

地保有者)がタクシダーとなるために土地を手放し、そのお金で数台の営業用車両を購入する、そして運転手を雇う形で収入を得る、という構図が浮かび上がった。従って、配車プラットフォームを通じて運転サービスを提供している運転手は自身の車を所有していないことが多く、タクシダービジネスを志す裕福層においても、自身による車の購入を目指す運転手においても、配車プラットフォームの普及は、インドにおいては遊休資産の活用というより、車所有のより一層のニーズ増大につながっていた。よって同先行研究では、インドではタクシダーという独自の要因もあり、デリーの配車サービスは、「シェアリング・エコノミー」に期待された、所有される車の減少という潜在力を活かし切れていないとした。

雇用創出については一定の効果があり、多くの運転手が、現在の集積タクシーでの運転サービスの仕事は自身および家族の生活レベルのさらなる向上のためのひとつのステップとして見ていることがわかった。さらに運転手の尊厳に関わる効果として、OlaがEduKartとの提携により、Olaの運転手とその家族の高等教育へのアクセスを可能としていることに触れている。ただし著者らは、Olaのこのような取り組みも、CSRをアピールして集積タクシー運転手の労働条件の悪さや団体保険や年金制度の欠如に対する批判をかわす方策ともとれるとしている。

そしてプラットフォームにおける運転手の労働環境については、著者らは特に問題視している。集積タクシービジネスは自らを単なるテクノロジー・プラットフォームとして運転サービスの提供者と購入者を結ぶだけとし、運転手への保険や保障の適用はないため、OlaやUberの下で働く運転手の労働は自己責任となっている。運転手にとっては働くほど収入が見込める仕組みであるため、朝5時30分から平均労働時間が1日10時間から12時間となっている現状があった。自己責任の下での長時間労働による収入が、健康とのトレードオフ状態になっていると指摘された。また、事故等の際、集積タクシー側から保険や法的サポートが提供されないことに運転手が不安を感じていることも、運転手調査から明らかとなった。また、雇用創出といってもその一定部分は、UberやOlaによって雇用を失った従来型のタクシー運転手であるため、純粋な雇用増大とはいえないことも指摘している。

環境持続性に対する効果についても、著者らは、現状では期待外れな結果としている。「シェアリング・エコノミー」では、配車サービスによる渋滞の緩和と大気汚染レベルの低下が期待されていた。しかし調査によるとインドにおける集積タクシーは遊休資産の活用になっておらず、UberおよびOlaで運転されている多くの車両が、営業用に新規購入されていたケースが多いことから、集積タクシーの普及はむしろ渋滞と大気汚染を悪化させたとしている。集積タクシーの環境持続性に対する潜在力に関しては、ライド・シェア

（相乗り）の制度に期待をかける結論となった（Kashyap and Bhatia, 2018）。

その後、ライド・シェアは政府の推進もあって実現を果たしている。次項では、新型コロナ禍にある本論文執筆時点までの配車サービスを巡るその後の展開を簡単に補足する。

4. インド国内におけるその後の展開

先行研究では、デリーにおける運転手調査の結果を中心に、デリーの二大配車プラットフォームが雇用創出効果を有してきたことを評価しながらも、従来、CSRとして語られてきた環境持続性や労働環境といった問題については、インドの現状が集積タクシービジネスの発展とともに語られた期待を満たしていないことを指摘した。また、平等主義的参加型経済のビジョンの一部を構成している資産所有ニーズの減少の方向性に関しても、集積タクシーに寄せられてきた期待ははまだ満たされていないことが示唆された。インドにおける車所有のニーズと集積タクシービジネスに係る環境持続性への努力、運転手の労働環境等の動向について、その後の展開を補足する。

まず、車所有のニーズと環境持続性に関するその後の展開について、インド政府は、自動車保有率の引き下げと交通渋滞の解消に向けて、Uberと協力して、ライド・シェアできる乗合タクシーとして利用する可能性を検討した（ロイター、2017）。本論文執筆時には、新型コロナウイルスの影響でOla ShareやUber Pool等のライド・シェアは再開保留となっているものの（*The Economic Times*, 2020a）、デロイトが2019年に発表した「グローバル自動車消費者意識調査」では、インドのミレニアル世代の半分以上が、車の購入や所有に疑問を感じていることが明らかになっている（フォーブス、2019）。政府のイニシアティブもあってライド・シェア制度は普及の方向にあり、実際、インドの若い世代にとって自家用車所有の魅力が薄れていることは間違いない。

集積タクシーの効果が認められてきた雇用の分野においては、新型コロナウイルスによる業績悪化により、Uberは世界各地で大量解雇を行うに至った（フォーブス、2020）。その一環としてUberはインドで600人の解雇、同様にOlaも1400人の解雇に追い込まれた（テッククランチ、2020）。

このような流れにおいて、インド政府が強力なアクターであることは注目に値する。たとえばさらにインド政府は、燃料輸入の削減や環境問題の解決のために、OlaやUber等に対して2026年までに4割の車両を電気自動車（EV）にするよう求めている（日経ビジネス、2019）。緊急事態における業績悪化、環境の持続可能性を巡る政府からの要請という背景の中で、二大配車プラットフォームとインド政府は結びつきを深めている。2020年4月、Olaはインド州政府および連邦政府に協力するプラットフォームとしてOla Connectを立ち上げた。そして、新型コロナウイルス対策のために、Olaが有するナビゲー

ション、リアルタイム追跡システム、アラート機能等、同社がテクノロジー・プラットフォームとして持つノウハウを、「最高レベルのデータのプライバシーとセキュリティを保証しつつ」、政府に提供するとした (Ola, 2020)。

環境持続性の名の下にプラットフォームへの介入を強めるインド政府と、緊急事態の下に政府の情報収集に全面協力をする IT ジャイアントの構図が浮上している。そしてこのような連携は確かに、まさに CSR において各ステークホルダーや社会全体にとってのベネフィットとされた環境持続性、自家用車所有ニーズの減少、乗客の安全、そして新型コロナウイルス感染対策にとっての近道なのかもしれない。

しかし、各企業が自発的に CSR に注力するという制度を支えてきたのは、中央集権に依らない経済体制が暗黙に前提としてきた、社会における分権の考え方である。その視点で見ると、寡占状態の大企業と介入的政府との関係の深まりは、望ましい動向ではない。

次節では、筆者のゼミの協力によりデリーで収集した Ola と Uber の利用者データに基づき、デリーの都市的生活様式で暮らす比較的裕福な中間階層における二大配車サービスのマルチホーミング現象の現状を、具体的に把握する。

Ⅲ 本研究の調査

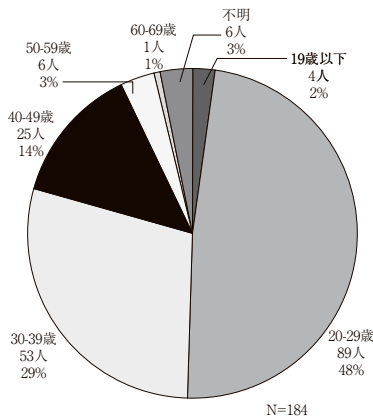
本節では、2018年にデリーにおいて筆者がゼミの学生の協力を得て収集した配車サービスの利用に関する調査から、Uber と Ola の市場占有率とマルチホーミングの現状に関する結果を提示する。

1. 調査の概要

本調査は、2018年9月14日に、デリー市内のコワーキング・スペースおよびショッピングセンター内¹⁾で調査票調査により実施したものである。回答数は、N=184 (男性119, 女性54, 無回答11)であった。デリーの都市再開発地域の新しいショッピングセンターとコワーキング・スペースで回答者を得たため、回答者はデリーの特定の社会層となっている。まず年齢層は、30歳代以下がおおよそ80%を占めていた (図1)。そして職業は、72%が会社員と回答した (図2)。

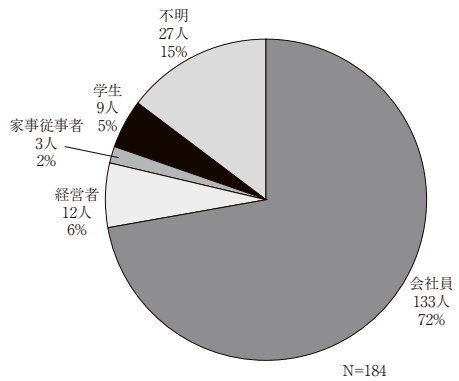
1) コワーキング・スペースは WeWork, ショッピングセンターは, Cyber Hub, South Point Mall, City Center Mall, Metropolis Mall で調査を実施した。

図1 回答者の年代



出所) 筆者作成

図2 回答者の職業



出所) 筆者作成

2. 結 果

マルチホーミングの実態を把握するために、回答者がこれまでに利用した予約タクシーサービスとして、Uber または Ola を利用したことがあるかを質問した。その回答は表2の通りである。両方を利用した経験のある回答者は47.3%、どちらかを利用したことがある回答者は本調査回答者の98.9%に達した。どちらも利用した経験のない回答者は、184人中2人しかいなかった。

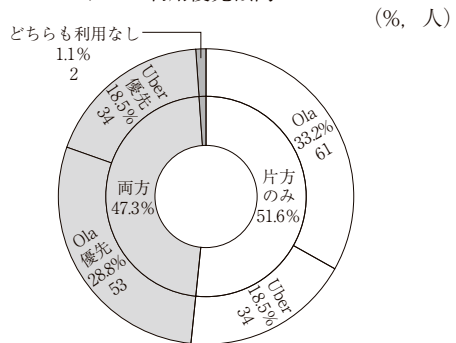
次に、Uber または Ola の利用優先傾向を明らかにするために、優先して利用している配車サービスについてすべての回答者に質問をした。表2の利用経験と、そこでUber およびOlaの両方の利用経験がある回答者の利用優先傾向を組み合わせたところ、両方を利用している回答者のうち60.9%がOlaを優先して利用していることがわかった(図3)。

表2 Ola およびUberの利用経験

サービス利用経験あり	(人)	(%)
Ola	61	33.2
Uber	34	18.5
Uber および Ola	87	47.3
どちらも利用なし	2	1.1
合計	184	100

出所) 筆者作成

図3 Ola およびUberの利用経験および利用優先傾向



出所) 筆者作成

以上をまとめると、デリーのショッピングセンターやコワーキング・スペースに集まる若い都会的生活様式の間階層の回答者においては、Olaの利用者はおよそ8割(80.5%)、Uberの利用者も6割以上(65.8%)と、両者を単純に合計すると100%を超えてしまう数値が確認できた。この場合、その理由は、回答者全体のおよそ半数(47.3%)が2社をともに利用しているマルチホームであることである。2社のいずれかを利用している者は全体の約99%にも上り、デリーのタクシー市場は配車プラットフォーム2社の寡占状態にあることがわかった。

IV 結 論

ビジョンとしての「シェアリング・エコノミー」概念には、経済活動の形が社会的価値の創出につながっているという前提がある。どのようなビジョンが語られ、その実態はどのようなのか。本論文では、社会と環境に関する「シェアリング・エコノミー」のビジョンとともに急速に発展したインドにおけるアクセス・プラットフォーム、UberとOlaの2つの配車プラットフォームのデリーのケースを取り上げた。インドでは雇用創出と環境持続性に対して、アクセス・プラットフォームのビジネスモデルに期待が寄せられ、期待に近づく努力が続けられていることは注目に値する。特に「マイクロ起業家」のコンセプトと、そのコンセプトに基づいて運転手とその家族に与えられる教育機会が運転手に与えた尊厳は、「シェアリング・エコノミー」の推進にビジョンが掲げられたことの効果であるとみなせるだろう。

他方、本研究の利用者調査を通じて明らかとなったのは、マルチホームの現状と配車プラットフォーム2社による寡占市場の実状であった。マルチホームの現状としては、デリーの間階層の約半数がUberとOlaの両方を利用するマルチホームであることがわかった。寡占市場の状況としては、デリーの間階層の約99%が配車プラットフォーム2社のいずれかを利用しているという独占状態が明らかとなった。この結果から浮上するのは、「シェアリング・エコノミー」に期待された「約束」とは逆行する集中の様相である。

冒頭で整理した通り、アクセス・プラットフォームに期待された分権効果のひとつは、起業家から見た市場参入機会の拡大であった。確かに運転手の雇用創出の側面については、インドの配車プラットフォームに一定の貢献があったといえる。それに対してプラットフォーム市場については、2つの配車サービスが独占している傾向が明らかとなった。

この市場支配力は、必ずしも業績に反映していない。むしろ配車プラットフォームはマイナスの純利益が目立っている (Business of Apps, 2020)。一言でプラットフォームといっても、仮想空間で業務が成り立つ高い利益率のプラットフォームとは異なり、配車プ

プラットフォームは経営が困難で、業績は良好ではない。俯瞰的に見た持続可能性という意味でも、集積タクシー業界は、既存のタクシーの業界破綻を引き起こし、さらにまもなく自動運転に取って代わられることも予想されている（Cusumano, *et al.*, 2019）。多分に困難のある配車プラットフォームであるが、ビッグデータが「21世紀の資源」といわれて久しいこの時代においては、情報資産という非貨幣性資産に重要性がある。

私たちは従って、権力集中の問題について、市場占有率、政府からの独立性、個人情報の保護、情報資産の集中と管理の各次元に注意を払っていく必要があるだろう。

市場占有率の次元でいえば、プラットフォーム・ビジネスにおいても HHI を計算して市場の寡占状態を従来のもものと比較することはできる。たとえば売上高や、1 トリップ 1 カウントのデータで計算すれば、合計を 100% にすることが可能である。それと同時に、プラットフォームに集まる個人情報の次元等を考えれば、本調査で用いたようなマルチホームイングを加味した個人単位でのデータ（たとえば Uber の MAPC²⁾）にも有効性がある。

政府からの独立性の次元を考えると、今日のインドにおいて、雇用創出と環境持続性という価値観がプラットフォーム事業者と政府という権力間の癒着に名目を与えてしまっているような現状は、望ましい状態ではない。少数の者がアメと鞭を都合よく使う道具としてアクセス・プラットフォームから提供される情報を利用するようになってしまっただけでは、紀元前 4 世紀からの私たち人類の知的遺産を継承せずに、プラトンが裕福な少数者による富への欲望に基づく支配とした、そしてアリストテレスが公益よりも私利が追求される少数者による支配とした、「寡頭政治」を放置してしまうことになる。権力による情報の濫用を防ぐために、プライバシーの保護、情報資産の集中の管理が必要となる。

プライバシーと個人情報の問題については、個人情報の流通を規制する機運が高まっている。日本の個人情報保護法の 2020 年度改正もそのひとつである。有名な EU 一般データ保護規則（GDPR）に続いて世界各地で法律が制定される方向にある。インドでも個人情報保護法（PDPB）が成立する見込みである。

情報の集中は、インド、配車サービス業界に限らず、世界的な問題である。目下プラットフォーム・ビジネスの巨頭である、GAFA（Google, Apple, Facebook, Amazon）や BAT（Baidu, Alibaba, Tencent）と呼ばれる世界の IT プラットフォームが、個人情報の勝手な流通を防ぐためにサービス提供者を規制すればするほど、これら少数の IT プラッ

2) MAPC とは Monthly Active Platform Consumers データのことである。ある顧客がその月に 1 回でも Uber プラットフォームを（Uber Eats なども含めて）利用すれば 1 カウントになるという数え方であり、海外進出のカギとなる数値として Uber は統計上重視している（Uber, 2019）。

トフォームに情報が集中している。さらにスタートアップが GAFBA、BAT の巨大デジタル・プラットフォームに統合されていく中で、民主性というより独占の様相が、包括性よりも閉鎖性の様相が、浮かび上がってきている。

だからといって、自らに関する情報をすべて個人が囲い込んでしまうことも社会の公益に反している。活用されない資産には意味がない。情報の分権的管理と、アクセスの包括性と開放性の方向で、政府から独立した情報資産管理機関もいままさに構築されつつある。「情報銀行」の認定制度もそのひとつである。そしてブロックチェーンに代表される考え方も、いずれ進化する処理能力とのいたちごっこを乗り越えて、「シェアリング」の分権概念が実現するような管理方法を可能にするだろう。

安全で包括的で開放的なデータ管理が可能になることが、スタートアップ企業が現在のプラットフォームによる寡占市場状態を突破する土台となろう。また、匿名データとして蓄積されたデータがオープンソースとして分析者に供与される包括的で開放的なデータ活用の枠組みが、今後の科学の進歩に大きく資することになるだろう。参加型経済のビジョンに IT 技術が追いつけば、元来「シェアリング」に込められていた人類の知恵が少しずつ実現に近づくだらう。

いずれにしても、本論文で調査したような、独占禁止法に違反する寡占市場状態は看過することができない。そこで、参入したスタートアップが真に競争できる環境にするための分権化の取り組みが上記のようにすでに各地で始動している。むしろ世界を見渡すと、おそらく問題は技術以上に、価値の多元性を前提とした組織原理が追及されるか否かであるように考えられる。価値の多元性を前提とする限り、CSR——すべてのステークホルダーに対して企業が果たすべき社会的責任——を自発的に果たすことが重要であることは、プラットフォームといえど従前の企業と何ら変わりはない。少なくとも消費者の個人情報流用等による瑕疵によって社会的信頼を失わないことが、各企業の存続上必須であることにも変わりはない。しかし、これらのことがこれまでと同じであるといえるのは、一元的価値観を効率的に追求する中央集権を目指さない限りにおいてである。組織原理に関する私たちの選択が未来を左右する。

謝辞 本研究で用いたデータは、筆者のゼミ生がデリーで収集したデータの一部である。本調査のきっかけとコワーキング・スペースでの調査機会をいただいたソフトバンク社、デリーにおいて学生が調査可能な環境を整えていただいたライトハウス社、そして何より、自らの脚と積極性でデータ収集に協力してくれた中央大学武石ゼミ 16 期生に、ここにあらためて感謝の意を表したい。

参考文献

- 総務省 (2015) 『通信情報白書 平成 27 年度』 <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h27/html/nc242110.html> (最終アクセス 2020 年 9 月)
- テックランチ (2020) 「Uber はインドで従業員の 25% となる 600 名を解雇、一部操業再開も焼け石に水」 (2020 年 5 月 26 日)。 <https://jp.techcrunch.com/2020/05/26/2020-05-25-uber-cuts-600-jobs-in-india/> (最終アクセス 2020 年 9 月)
- 日経ビジネス (2019) 「インド政府、ライドシェア・配車サービスに EV 導入義務付けへ」 (2019 年 6 月 7 日)。 <https://business.nikkei.com/atcl/global/19/bangkok/060700320/> (最終アクセス 2020 年 9 月)
- フォーブス (2019) 「『ライドシェア大国』に向かうインド、韓国の現代も大型投資」 *Forbes* (2019 年 9 月 12 日)。 <https://forbesjapan.com/articles/detail/29625> (最終アクセス 2020 年 9 月)
- フォーブス (2020) 「ウーバーは Zoom で大量解雇通達 コロナで露呈した各社の真の姿」 *Forbes* (2020 年 5 月 19 日)。 <https://forbesjapan.com/articles/detail/34540> (最終アクセス 2020 年 9 月)
- ロイター (2017) 「インド、自家用車のライドシェアを検討 渋滞解消へ」 *REUTERS* (2017 年 7 月 6 日)。 <https://jp.reuters.com/article/india-ridesharing-idJPKBN19R03F> (最終アクセス 2020 年 9 月)
- Acquier, A., Daudigeos, T., and Pinkse, J. (2017) "Promises and paradoxes of the sharing economy: an organizing framework". *Technological Forecasting and Social Change*. 125: 1-10.
- Baron, D. P. (2018) "Disruptive entrepreneurship and dual purpose strategies: the case of Uber". *Strategy Science*. Vol. 3, Issue 2: 439-462.
- Business of Apps (2020) "Uber revenue and usage statistics (2020)". <https://www.businessofapps.com/data/uber-statistics/#7> (最終アクセス 2020 年 10 月)
- Cusumano, M. A., Gawer, A. and Yoffie, D. B. (2019) *The Business of Platforms: Strategy in the Age of Digital Competition, Innovation, and Power*. NY: Harper Business.
- Cusumano, M. A., Yoffie, D. B., and Gawer, A. (2020) "The future of platforms". *MIT Sloan Management Review* (Spring 2020): 46-54.
- The Economic Times (2020a) "Coronavirus: Ola, Uber, suspend shared rides temporarily". *The Economic Times* (2020 年 3 月 21 日) <https://economictimes.indiatimes.com/small-biz/startups/newsbuzz/ola-temporary-suspends-share-rides/articleshow/74735891.cms> (最終アクセス 2020 年 9 月)
- The Economic Times (2020b) "Covid 19: Ola and Uber suspend operations temporarily in lockdown cities". *The Economic Times* (2020 年 3 月 25 日) <https://economictimes.indiatimes.com/small-biz/startups/newsbuzz/covid-19-ola-and-uber-suspend-operations-temporarily-in-lockdown-cities/articleshow/74767892.cms> (最終アクセス 2020 年 9 月)
- The Financial Express (2015) "Sharing economy: Is India ready for it?". *The Financial Express* (2015 年 3 月 22 日) <http://www.financialexpress.com/industry/banking-finance/hand-in-hand-sharing-economy/56123> (最終アクセス 2020 年 9 月)
- Kashyap, R. and Bhatia, A. (2018) "Taxi drivers and *taxidars*: a case study of Uber and Ola in Delhi". *Journal of Developing Societies*. Vol. 34, Issue 2: 169-194.
- Mint (2016) "Who's lying about market share: Ola or Uber?". *Mint* (2016 年 3 月 22 日) <https://www.livemint.com/Companies/LRaNYUrBjTD6qAdc3yDoIJ/Whos-lying-about-its-market-share-Ola-or-Uber.html> (最終アクセス 2020 年 10 月)
- NASSCOM (2015) "The rise of the sharing economy: the Indian landscape". <http://sharehub.kr/wp-content/uploads/2015/11/e1a7c1d73dfae19dcfa0.pdf> (最終アクセス 2020 年 9 月)
- NDTV (2014) "Delhi: 1400 cars are added to city's roads every day". *NDTV* (2014 年 2 月 13 日) <http://www.ndtv.com/delhi-news/delhi-1400-carsadded-to-citys-roads-every-day-550647> (最終ア

セス 2020 年 9 月)

- Ola (2020) "Ola Connects". <https://www.olacabs.com/connects> (最終アクセス 2020 年 9 月)
- Quartz India (2018) "As Uber sputters, Ola is really stepping on the gas in India". *Quartz* (2018 年 2 月 15 日) https://cms.qz.com/wp-content/uploads/2018/02/ap_260118095571-e1518166015961.jpg?quality=75&strip=all&w=1900&h=1068 (最終アクセス 2020 年 9 月)
- Rajesh, R. and Chincholka, S. (2018) "A study on consumer perception of Ola and Uber taxi services". *Indian Journal of Computer Science*. Vol. 3, Issue 5: 25-31.
- Second Measure (2020) "Uber vs. Lyft: Who's tops in the battle of U.S. rideshare companies". *Second Measure* (2020 年 9 月 16 日) <https://secondmeasure.com/datapoints/rideshare-industry-overview/> (最終アクセス 2020 年 10 月)
- Surie, A. and Koduganti, J. (2016) "The emerging nature of work in platform economy companies in Bengaluru, India: the case of Uber and Ola cab drivers". *E-Journal of International and Comparative Labour Studies*. Vol. 5, No. 3: 1-30.
- The Times of India (2020) "Ola syncs SoS button with police control room". *The Times of India* (2020 年 2 月 21 日) http://timesofindia.indiatimes.com/articleshow/74234508.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst (最終アクセス 2020 年 9 月)
- Uber (2019) *Annual Report 2019*. https://s23.q4cdn.com/407969754/files/doc_financials/2019/ar/Uber-Technologies-Inc-2019-Annual-Report.pdf (最終アクセス 2020 年 10 月)
- Uber Investor (2020) "Financials". <https://investor.uber.com/financials/default.aspx> (最終アクセス 2020 年 10 月)
- Uber Newsroom (2016) "Labour Ministry signs partnership with Uber to create micro-entrepreneurial opportunities". (2016 年 2 月 5 日) <https://www.uber.com/en-IN/newsroom/labour-ministry> (最終アクセス 2020 年 10 月)
- Vijay, T. S., Prashar, S., and Sahay, V. (2020) "Ola acquired TaxiForSure: post-takeover dilemma". *The Journal for Decision Makers*. Vol. 45, Issue 1: 42-50.
- YourStory (2014) "Clash of the Titans: Ola vs. TaxiForSure vs. Uber". <https://yourstory.com/2014/06/ola-taxiforsure-uber> (最終アクセス 2020 年 9 月)