

岐路に立つ中国のシェアバイク

株式会社クララオンライン
コンサルティングチーム

<要約と結論>

シェアバイクは中国で 2015 年に誕生した。1 年も経たないうちに爆発的にサービスの数が増えたが、過当競争や資金難、放置自転車問題、保証金トラブル、法令による規制などを理由に、3 年がたった今では急激に勢いを落としている。

政府はシェアバイクの発展を奨励する一方で、法令による厳しい管理も行っている。特に北京や上海などの大都市では自転車の新規投入が禁止され、都市ごとに車両の総数が管理されている。さらに各都市がシェアバイクの管理規定を定めており、駐輪禁止エリアを設けたり、管理体制を細かく規定したりしている。運営コストは跳ね上がる一方だが、シェアバイクのビジネスモデルは確立しておらず、資金不足が車両のメンテナンス不足に表れているとの声も聞かれる。

ブームが落ち着いたシェアバイクだが、それでも市場は 2020 年にかけて成長が続く見通しだ。2018 年は前年比でおよそ 50%の成長が見込めると期待される。2018 年春にかけては各社とも巨額の資金調達に成功しており、2018 年 4 月には美团点評が 27 億ドルで mobike を買収した。

新生 mobike は 2018 年 7 月から完全デポジット免除を宣言したほか、電動アシスト車タイプの新型車両を発表し、あわせて古くなった車両の入れ替えも進めている。一方の ofo は、自転車メーカーや物流会社から未払いに関する訴訟を起こされており、買収のうわさも絶えない。10 月には創業者が運営会社の代表を退いており、日本でも和歌山市や大津市での突然のサービス終了がニュースになったばかりだ。

後発ながらも 9 月に業界ナンバーワン宣言をした hellobike は、ライバルの少ない地方都市を狙ったサービス展開で差を付けている。mobike や ofo に比べて運用する車両の数は圧倒的に少ないものの地道にファンを増やしている様子だ。シェアバイクだけで採算が取れない現状を踏まえ、移動手段全般へとビジネスを拡大する方針で社名も変更した。カーシェアリングや配車予約サービスとも統合を進めており、依然として成功モデルが見つからないシェアバイク業界で頭一つ抜きんでることができるのか、投資市場が注目している。

1. シェアバイクが走り過ぎた3年

日本でも都市部を中心にようやく普及し始めたシェアバイク。中国では2015年の誕生から爆発的にサービスが増えたが、過当競争に資金難、放置自転車、保証金トラブル、法令による規制と次々に嵐に見舞われ、3年経った今では急激に勢いを落としている。

現地メディアの報道によると、ある程度の規模で展開したサービスは最盛期の2016年だけで30を越えていたという。主なところでは、摩拜單車(mobike)、永安行(YOUON)、小鳴單車、小藍單車(bluegogo)、智享單車、北京公共自行車、騎点、奇奇出行、CCbike、7号電單車、黒鳥單車、哈啰出行(hellobike)、酷騎單車、1步單車、由你單車、踏踏、Funbike單車、悠悠單車、騎呗、熊猫單車、雲單車、ofo小黄車、優拜單車、電電Go單車、小鹿單車、小白單車、快兔出行、緑遊共享單車(GreenBike)、悟空單車、3Vbike單車、丁丁單車、閃電單車、DDbikeなどが知られるが、派手に問題を起こして倒産したり、いつの間にか姿を消したりで、現在も“生き残っている”のはわずかだ。

政府はシェアバイクサービスの発展を奨励する姿勢を示す一方で、市場の規範化には厳しい態度で挑んでいる。北京や上海を含む21都市では車両の新規投入が禁止され、都市ごとに自転車の総数をコントロールする方針がとられている。また、それぞれの都市でシェアバイクサービスの管理規定が出されており、駐輪禁止エリアの設定に加えて、な



回収された自転車の墓場が各地に出現

<https://finance.qq.com/a/20180726/021510.htm>

かには車両を管理するスタッフの人数から迷惑駐輪への対応方法、メンテナンスの間隔、デポジットの取り扱い、駐輪エリアの管理に至るまで詳細なルールが設けられているケースもあり、運営コストに大きく影響している。

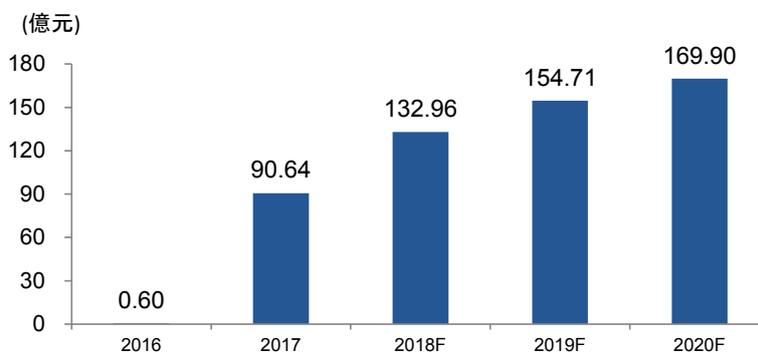
このような環境で更にサービスを拡大するには、規制がなくライバルもいない地方の小規模都市に進出するか、海外進出を模索するしかない。だがシェアバイクサービスは利益モデルが確立しておらず、VC等からの投資に頼らざるを得ない。特に最近では、資金不足が自転車のメンテナンスに影響しているようで、大量に並ぶ自転車の中から故障していない自転車を探す方がたいへんといった声も聞かれるようになった。

2. それでも拡大が期待される市場

いつときに比べてブームが落ち着いたのは確かだが、それでも市場は2020年にかけて成長が続く見通しだ。

中国の大手IT調査会社、易観(Analysys)のまとめによれば、2017年の市場規模は90.24億元だったのに対し、2018年は132.96億元と前年比46.7%の伸びが期待される。2020年にはさらに市場が拡大し、169.9億元に達すると予想する。

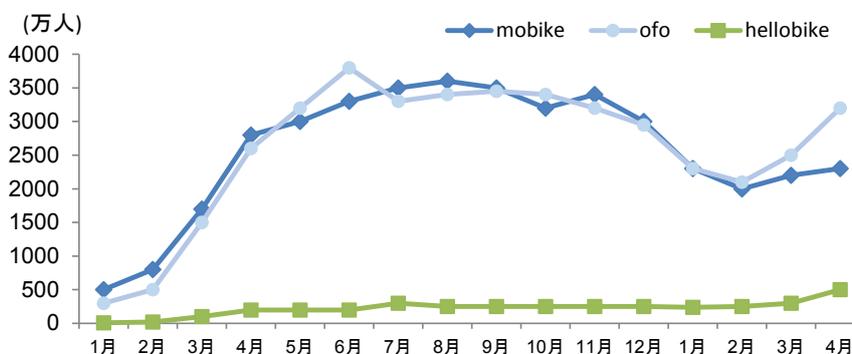
2016-2020年シェアバイク市場取引規模予測



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.analysys.cn

一方でシェアバイクアプリのアクティブユーザー数は、各社がユーザー獲得キャンペーンを展開した2017年夏にピークを迎え、一時は2社で延べ7,000万人が利用していたが、7月ごろから大都市を中心に自転車の新規投入が制限されるようになると横ばいに落ち着いた。また季節とも関係しており、冬の訪れとともに利用が減り、また春になると利用が回復する傾向がみとれる。

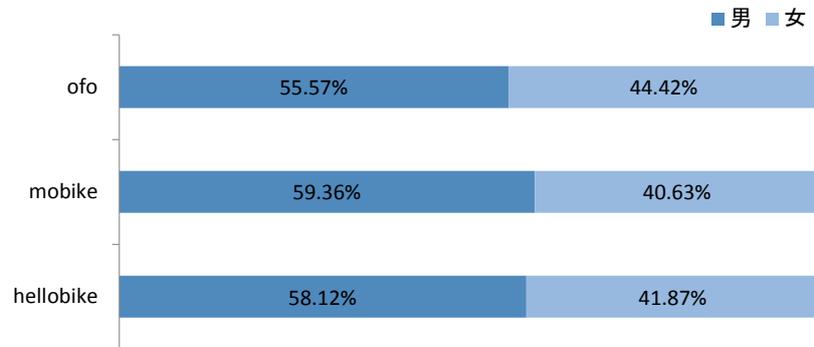
2017年1月-2018年4月 シェアバイクアプリの月間アクティブユーザー数



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.analysys.cn

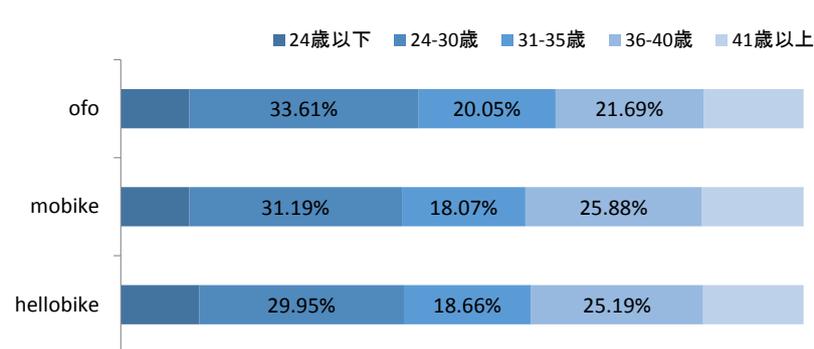
2018年4月時点の調査では、主要3社のユーザーの男女比は概ね同程度で、やや男性が多い。またユーザーの中心は各社とも24歳から40歳となっている。

シェアバイクユーザーの男女比 (2018年4月)



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.analysys.cn

シェアバイクユーザーの年齢比 (2018年4月)

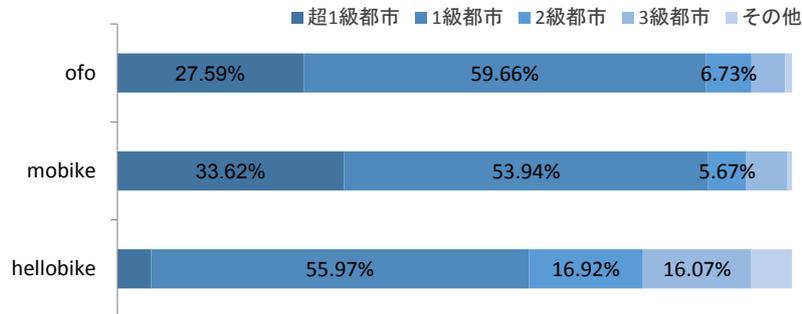


Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.analysys.cn

ユーザーの居住地別では、サービス開始直後から自転車を大量投入し、利益度外視のキャンペーンを繰り広げた ofo と mobike が北京や上海といった超1級都市でそれぞれ3割近いシェアを持ち、1級都市とあわせて90%近いシェアを握る。逆に後発の hellobike は ofo と mobike が参入していない地方都市を中心にサービスを展開したことから、1級都市と2級都市をあわせて7割を超えるシェアを獲得している。

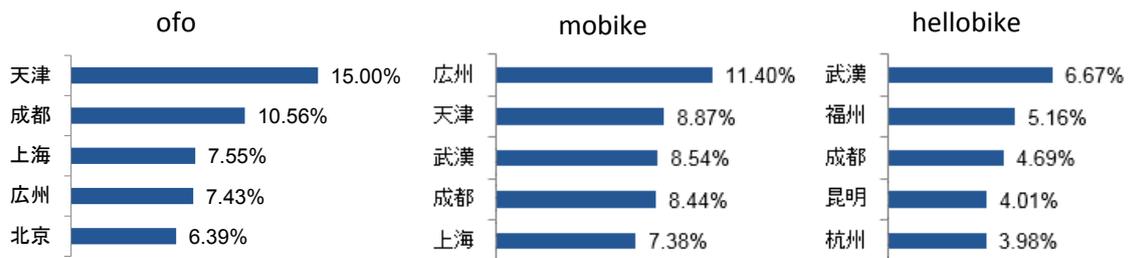
サービス別にユーザーの多い都市をみると、ofo は上位5都市で全体の47%を占めており、天津だけで15.00%のユーザーを抱えている。mobike も上位5都市で全体の45%を占める。しかし hellobike は上位5都市で25%のユーザーしかなく、最も多い武漢でも6.67%となっている。

シェアバイクユーザーの居住都市 (2018年4月)



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.analysys.cn

シェアバイク3社のユーザー数上位5都市 (2018年4月)



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.analysys.cn

ちなみに ofo と mobike を両方使っているユーザーは 17.86% いるが、ofo と hellobike、mobike と hellobike を両方使っているユーザーはそれぞれ 3.59% と 4.21% しかいない。3社とも使っているユーザーは 1.18% だ。

3. 投資意欲減るも買収のうわさは絶えず

シェアバイクサービスが抱える問題は少なくないが、2017年から2018年春にかけては各社とも巨額の資金調達に成功している。2018年に入ってから ofo が阿里巴巴(アリババ)等から 8.66 億ドル、hellobike が阿里巴巴グループの金融会社、螞蟻金服(Ant Financial)等から 7 億ドルをそれぞれ調達している。

2017-2018.5 シェアバイク運営会社への主な投資

	時期	金額	投資ラウンド	主な投資者
ofo	2017.3	5.5億ドル以上	D	DST、滴滴出行、螞蟻金服等
	2017.7	7億ドル以上	E	阿里巴巴等
	2018.3	8.66億ドル	E2-1	阿里巴巴等
mobike	2017.1	2億ドル	D	騰訊等
	2017.1	数億ドル	戦略的投資	富士康
	2017.6	6億ドル以上	E	騰訊
	2018.4			美团点评为27億ドルで買収
hellobike	2017.1	非公開	A+	紀源資本等
	2017.4	2億元以上	B	成為資本、威馬汽車
	2017.1	非公開	C	螞蟻金服、深創投等
	2017.12	3.5億ドル	D1	螞蟻金服等
	2017.12	10億元	D2	復星等
	2018.3	7億ドル	E	螞蟻金服

Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.analysys.cn

そして2018年4月には、フードデリバリー等の生活関連サービスを展開する美团点评为mobikeを27億ドルで買収した。美团点评为によると4月末時点のmobikeのアクティブユーザー数は4,810万人で、利用可能な自転車は710万台、サービス開始からの利用回数は累計10億回を越えたという。ただし買収時点で毎日1,570万元の赤字が発生している状態だったといい、その後も状況が好転してはいないようだ。

ofoについては、7月末に配車アプリ等を運営する滴滴出行が15億ドルでの買収を提案したと報じているが、合意に至ったという話はいまだに聞かれなかった。その後、9月にはE2-2ラウンドとして螞蟻金服から新たに数百万ドルの調達に成功している。しかし10月19日にはhellobikeがofoを買収する計画が水面下で進んでいるとの報道が流れた。これについてofoは、協業の可能性を示唆しつつも買収については否定するコメントを発表している。

4. 岐路に立つシェアバイク各社

mobikeは2018年7月に全国で完全デポジット免除を宣言した。これまでもデポジットの免除は行われていたが、対象都市や個人信用スコア等の条件があり、対象となるのは一部のユーザーに限られていた。現時点でデポジットを預けているユーザーは、アプリで返金手続きをすれば2-7営業日で返金されるという。また7月5日からは、買収



中国では珍しい電動アシストタイプ

<http://news.mydrivers.com/1/583/583388.htm>

元の美団のアプリトップページからも mobike の利用手続きができるようになっている。

車両に関しては、同じく 7 月に同社初の電動アシスト車「mobike E-bike」がお披露目された。最高時速は 20km で、車体は 25.5kg と軽量だ。当面は四川省広漢地区で試験運用を行うとしている。廃棄車両の扱いについては、

搭載したチップを頼りに車両は 100%回収し、スマートロックや太陽光パネル等の一部の部品については検査して再利用しているといい、実際 2 年前のサービス初期に投入した自転車は交換時期を迎えており、順次車両の入れ替えが進められている。例えば深センでは 10.3 万台を新品に入れ替える計画で、今年 4 月から半年をかけてすでに 6 万台の交換を済ませたところだ。

海外展開の面では、9 月に英マンチェスターからの撤退を決めている。マンチェスターは同社にとって初の欧州市場進出の地だったが、2017 年 7 月にサービスを開始して 1 カ月足らずで全体の 10%にあたる 200 台余りが盗難に遭ったり、故意に破壊されたりしたといい、その後も被害が減らなかったためサービス終了に至ったと説明している。

一方、買収のうわさが絶えない ofo は、協力会社への未払いに関わる訴訟を複数抱えている状況だ。今年 8 月末には、鳳凰自行車が ofo を運営する東峡大通(北京)管理諮詢公司を 6851.11 万元の未払いで訴え、翌 9 月には百世物流科技が運送サービス費およそ 1,400 万元の未払いで訴えている。9 月に E2-2 ラウンドで調達した資金はもっぱら給与支払いに使われるといい、戦略的投資どころか、未払い金の支払いにも充てられないと聞く。10 月には ofo の創業者である戴威 CEO(最高経営責任者)が東峡大通の代表を退いているが、これは多忙な戴威 CEO が裁判に時間を割けないためだとの見方が強い。



ofo の E-bike のサンプル車両

<http://digi.163.com/18/0213/07/DAGP34NV001680NS.html>

車両に関しては、「ofo が 10 台あれば 9 台が壊れていて、残り 1 台は乗れるがスピー

ドが出ない」と揶揄され、メンテナンスが追いついていない状況が伺える。それでも深センでは毎日約 1,600 台を回収し、必要に応じて修理をしているという。もちろん ofo も電動自転車の投入を計画しているようで、10 月 19 日付けで特許も取得済みだ。車両もお披露目されているが、ほとんどの都市で電動シェアバイクを禁止していることから、どうサービス化するのが注目される。

海外展開では ofo も撤退が続いている。7 月にはドイツのベルリンに約 3,000 台を投入したが、3 カ月の試験期間を経てサービス終了を決定。イスラエルからも撤退し、オーストラリアでも 9 月までにサービスを終了すると伝えられている。つい先週には、滋賀県大津市、和歌山県和歌山市、福岡県北九州市からの撤退が報道されたばかりだ。



hellobike は白と青の車体

hellobike は全国 16 都市に 70 万台余りを投入しているが、9 月には創業者の楊磊 CEO(最高経営責任者)が直近の利用回数データを元に「業界ナンバーワン」を宣言した。

mobike や ofo が苦戦しているようにシェアバイクだけで採算を取るのが難しいためか、今後は移動手段全般にビジネスを拡大していく方針で、会社名も“哈啰单车(hellobike)”から“哈啰出行”へと変更した。新エネルギー車メーカー・威馬汽車(WM Motor)と“シェアバイク+カーシェアリング”のビジネスモデルを模索しているほか、10 月からは上海、成都、南京で配車予約サービスもスタートしている。生活サービスや金融サービスも展開する計画があるといい、依然として成功モデルが見つからないシェアバイク業界で頭一つ抜きん出ることができるのか、同社のビジネス展開に投資市場も注目している。

- 本レポートに含まれる情報は一般的なご案内であり、包括的な内容であることを目的としておりません。また法律・条令の適用と影響は、具体的な状況によって大きく変化いたします。具体的な事業展開にあたってはクララオンライン コンサルティングサービスチームより御社の状況に特化したアドバイスをお求めになることをおすすめいたします。本書の内容は 2018 年 10 月 30 日時点で編集されたものであり、その時点の法律及び情報、為替レートに基づいています。

本書はクララオンライン コンサルティングサービスチームにより作成されたものです。クララオンラインの中国、台湾、韓国、シンガポールなどアジア各国のインターネットコンサルティングサービスに関するお問い合わせは以下の連絡先までお気軽にご連絡ください。

asia@clara.ad.jp または +81(3)6704-0776