

「新しいビジネスチャンスを失う日本」

中川 智明

前回 2023 年 1 月号で紹介した GoTo（2022.4.11 インドネシア証券取引所に上場）のような新しいビジネスが誕生し成長するインドネシアと、新しいビジネスが誕生しにくいと言われている日本を比較してみたいと思います。日本から離れ、他国と比較することでその違いを強く感じます。

＜GoTo の強力なライバルである Grab＞

前回、GoTo が巨大企業になっている話をしましたが、彼らに競合がいなかったわけではなく、Grab というシンガポールから来た強力なライバルがいます。おそらく GoTo 独占状態であれば、Go To もここまで大きくならなかったのではないかと思います。競合する Grab と競い合うことで、サービス・規模ともに拡大してきたと言えます。GoTo は、海外から進出してきた同業他社と競争する中で、自国が誇る企業に成長したのです。

＜規制で競合企業の日本進出を阻止する既得権益者＞

GoTo や Grab が企業規模を拡大し競争する中で、タクシー会社は厳しい競争に巻き込まれ、収益や規模の縮小を強いられたと思います。実際に、インドネシアの優良タクシーの代名詞だった「ブルーバード」の数は減少し、インドネシアに慣れた日本人なら乗っていた「エクスプレス」はほとんど目にしなくなりました。これは競争する社会において、止むを得ない状況だと思います。

一方、日本では、Grab 等が日本市場に参入しようとした時に、法令や許認可等でその進出を阻み、インドネシアやタイ等で非常に頻繁に見るライドシェア事業の活動をさせませんでした。そして日本のタクシー会社は独自の配車アプリを作りました。

日本でも結果的には配車アプリが使えますので、一見これで問題ないようにも思えますが、大きな違いが生じてきます。

＜激しく競争する中で生まれるスーパーアプリ＞

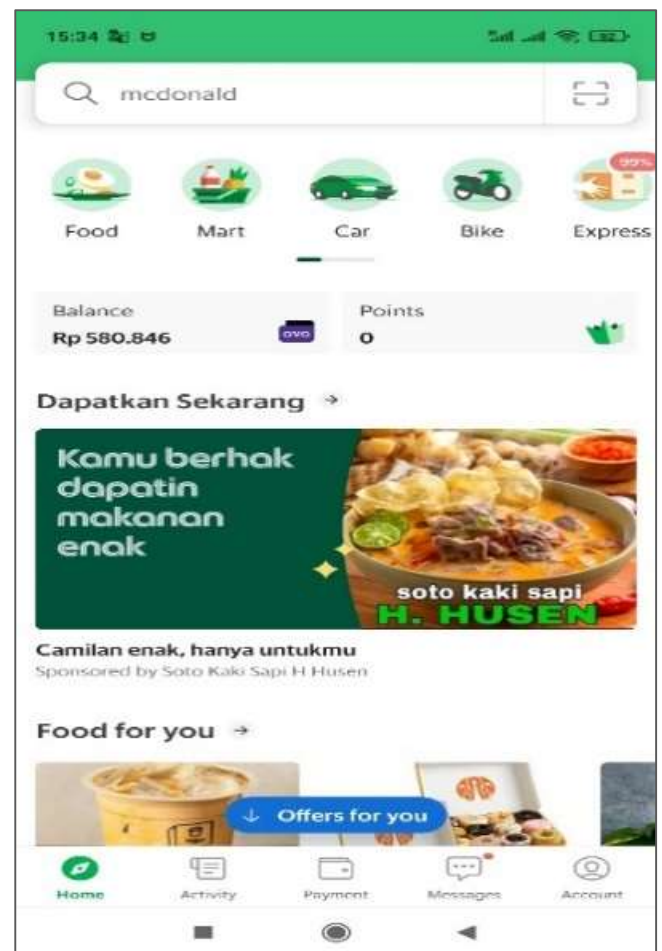
インドネシアで激しく競争する GoTo や Grab は、その競争の中で更にサービスを拡大し、配車サービスやフードデリバリーの枠を飛び出し、電子マネーや各種サービスの提供までも行いはじめました。激しい競

争の中で、日本のタクシー会社の作ったアプリのような単なる配車アプリから、配車はもちろん様々なサービスも取り扱うスーパーアプリと呼ばれるまでに進化しました。

＜新しいビジネスや競争を阻み、取り残される日本＞

インドネシアや東南アジアではこのように携帯電話のアプリ上に様々なサービスやビジネスが生まれていますが、このような競争や進化は日本には起こらず、東南アジアの変化やビジネス競争から完全に取り残されました。確かにタクシー業界はこれまでの収益環境を守れたかもしれませんが、その何倍にも拡大するビジネスのチャンスを失いました。

今や世界の経済を牽引すると言われる東南アジアのビジネスの流れから完全に取り残され、古い体質や環境を守り続ける日本の将来を危惧せずにはいられません。



【様々なサービス等を提供する Grab のアプリ】