

インドネシアにおけるライドシェアリングが社会・経済へ 与えた影響—ゴジェックの事例から—

ナディア ディアー プラウイタ¹富山 栄子²

要 旨

本研究では、ライドシェアリングサービスを提供するスタートアップ企業「ゴジェック」を事例として取り上げ、それがインドネシアの社会と経済にどのような影響を与えているのかを明らかにした。そのために、インドネシアでの交通機関、インターネット及びライドシェアリングの現状について検討し、ライドシェアリングのビジネスモデルと仕組みを分析し、インドネシアにおけるライドシェアリングが社会・経済へ与えた影響と将来の課題について検討した。その結果、ゴジェックはインドネシアの社会と経済に大きな影響を与えていることが分かった。第1に、社会への影響では利用者が毎日ライドアプリを利用するという行動が見られた。第2に、経済への影響ではドライバー・パートナーの所得が増加し、ゴジェックと連携する店舗の売上に増加が見られた。第3に、ゴジェック利用による消費の増加とドライバーの所得や店舗の売上の増加がインドネシアの経済への貢献につながることが分かった。一方で、ライドシェアリングの存在により発生した問題や将来の課題もあり、そうした問題の解決、改善、課題の予想・対策が必要になることを論じた。

キーワード

ライドシェアリング、バイクタクシー、ゴジェック、インドネシア、シェアリングエコノミー

1 はじめに

1.1 本稿の背景と研究目的

「シェアリングエコノミー¹」や「スタートアップ企業」のような言葉が人口に膾炙している。ニューヨーク大学スターン・スクール教授で、シェアリングエコノミー研究の第一人者であるアルン・スンドララジャン教授 [2016] は、シェアリングエコノミー（スンドララジャン教授は「クラウド（大衆）ベース資本主義」と呼んでいる）が社会、ビジネス、雇用のすべてを変えると述べ、新サービスを提供する市場の創造、フルタイムの仕事

¹ 事業創造大学院大学 事業創造研究科

² 事業創造大学院大学 教授

の請負の仕事への代替、資産、スキル、時間等あらゆるものの最大限の活用、民間ネットワークが力を持つようになる等の例を挙げている。

ライドシェアリングもシェアリングエコノミーの一つである。ライドシェアリングは、「自家用車の空き座席を利用して報酬を得たい個人（ドライバー）と、当該サービスを利用して移動したい個人（ユーザー）とを、プラットフォームによるマッチングを通じて結び付け、交通サービスを提供するサービス」（中村 [2017]）である。有名なのは、ウーバーやリフトである。米国のウーバーのサービスは、顧客が求めている「利用体験」を提供し（東 [2017]）、こうした人の移動ニーズへのサービスが自動車交通分野におけるイノベーションで、利用者の支持を得ている（中田2015）が、法律上の問題点や既成運送秩序との摩擦等の問題が指摘されている（渡辺 [2017]、中田 [2015]）。

一人あたりGDPが3,893US \$²の新興国インドネシアにおいて、「スタートアップ企業」がホットな話題になっており、若者にとり魅力がある。インドネシアの政府もスタートアップ企業は経済成長に影響があると認め、応援するプログラムを行った。インドネシアのスタートアップ企業の中で、一番有名で成功している会社が「ゴジェック」である。「ゴジェック」はライドシェアリングのサービスを提供する会社である。近年、日常的に使われるアプリになってきた。ライドシェアリングの存在はドライバーやパートナーに新しい雇用機会を提供している。また、消費者にとり便利で、使用量も増えると予測される。他にも、小売店にとっては売り上げの向上にもつながると考えられ、インドネシアの経済に貢献が認められる。一方、中村 [2017] によると、「ゴジェック³」などのライドシェアリング企業の参入によって売り上げが激減した既存のタクシー業界が、ライドシェアリングに強く反発し、政府に圧力をかけ、最低運賃制や車両登録制などの規制を設けさせようという動きが出てきている。」という。

シェアリングエコノミーの研究で、「ゴジェック」はインドネシア発のスタートアップ企業で重要なケースであるが、「ゴジェック」がインドネシアの社会や経済にどのような影響を与えているのかをインドネシア語文献により詳細に明らかにした研究は少ない。そこで、本稿ではライドシェアリングサービスを提供するスタートアップ企業「ゴジェック」を事例として取り上げ、それがインドネシアの社会と経済にどのような影響を与えているのかを明らかにしていく。そのために、まず、インドネシアでの交通機関、インターネット及びライドシェアリングの現状について検討し、次にライドシェアリングのビジネスモデルと仕組みを分析する。最後に、インドネシアにおけるライドシェアリングが社会・経済へ与えた影響と将来の課題について検討する。

2 「ライドシェアリング」と「ゴジェック」

最初に「ライドシェアリング」と「ゴジェック」の定義を明確にする。「ライドシェアリング」とは配車サービスを提供するアプリ上で、ドライバーと利用者をマッチングする

サービスである⁴。「ライドシェアリング」という言葉から、自動車をシェアリングするというイメージがあるが、「ライドシェアリング」はタクシーのようなサービスを提供している。世界中で一番有名な「ライドシェアリング」のサービスはUber（ウーバー）だと考えられる。

東南アジアではバイクの利用者が多く、ライドシェアリングシステムに「バイクタクシー」のサービスも提供されている。「バイクタクシー」はオートバイを利用するタクシーのような配車サービスである。乗客は後ろに乗る形になっている。インドネシアのような東南アジアでは「バイクタクシー」が一般的に利用されている。

「ゴジェック（GoJek）」はインドネシア人が設立したライドシェアリングサービスを提供している会社名である。世界的に有名な会社はウーバー・テクノロジーズであるが、東南アジアではウーバーは成功できなかった。インドネシアの場合はローカル会社としての誇りもあり、「ゴジェック」のサービスが急速に広がった。インドネシア国内では同じサービスを提供する会社もあるが、市場占有率が高いのは、「ゴジェック」と「Grab」の2社だけである。

3 インドネシアにおける交通機関の現状

3.1 一般的な交通機関について

インドネシアの交通機関は他の国とほぼ同じである。例えば、バスや電車、船と飛行機はインドネシアで一般的に利用されている。ただし、インフラの発展スピードはゆるやかで、ジャワ島に集中しているので、交通機関にアクセスすることに困難を感じている人がいる。そのため、個人用の自動車の必要性が高くなるが、4輪車の価格が高いため、2輪車の利用が広がっている。

3.2 インフォーマルな交通機関「バイク・タクシー」について

上記に触れたように、インドネシアでは2輪車の利用が広がり、その2輪車が交通機関として使われている。それが「バイクタクシー」である。インドネシアでバイクタクシーが現れたのは1970年代である。バイクタクシーは中部ジャワでは道路が悪いため、人を運ぶサービスが必要になった。そうしたサービスが中部ジャワから近くの地域に広がり、ジャワ島の西側にあるジャカルタまで広がってきた。便利で早いというメリットがあり、バイクタクシーは魅力的な手段として考えられている⁵。

ただし、1970年代のジャカルタの州知事はバイクタクシーを交通機関として認めていなかった（Palevsky [2019]）。2009年交通法第22条によると、2019年に至るまでバイクタクシーはインフォーマルセクターとして現在まで存在している⁶。

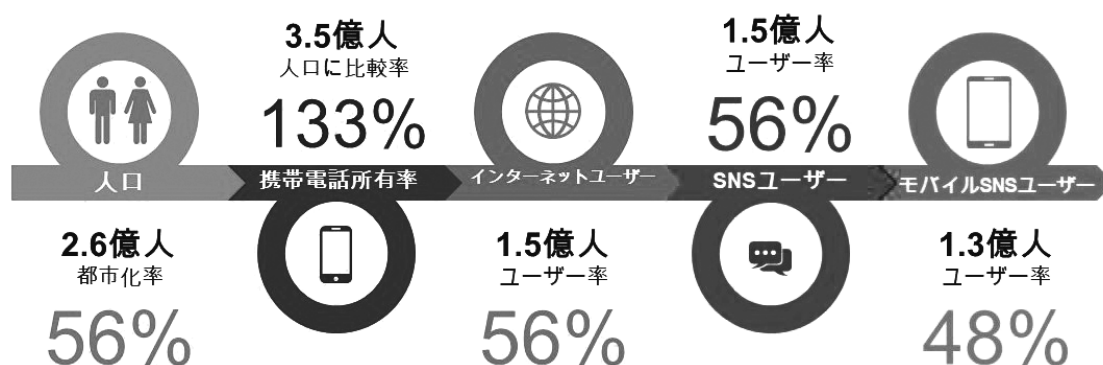
4 インドネシアにおけるインターネットの状況

4.1 インターネットの普及について

ライドシェアリングの普及はモバイルアプリが実施された後、急成長したことから、インドネシアでのインターネットの普及に関係があると考えられる。インターネットが初めてインドネシアに導入されたのは1990年頃である。また、1990年の中旬頃からインターネットの料金が安くなり、インターネットカフェも普及してきた (Lim [2003])。

世界と同様にインドネシアでもインターネットが改善された。インターネットを支えるインフラも構築され、ほぼインドネシア全土で利用できるようになった。世界銀行のデータによると、2018年時点インドネシアの人口は約2.67億人である⁷。その内、インドネシア・インターネット提供者協会 (APJII) の調査結果によると、2018年時点のインドネシアのインターネットユーザーは約1.7億人である。その人数はインドネシアの人口の約6割であり、2017年に比べると約10%増加している (p.6)。今後もインドネシアでのインターネットユーザーは増加する見込みである。また、インドネシアの携帯電話所有率は人口の133%であり、モバイルSNSユーザーは1.3億人で人口の48%である。インドネシアのインターネットユーザーは1.5億人で人口の56%なので、ほとんどのインターネットユーザーは携帯電話でアクセスすることが明らかになっている (図1)。

図1 インドネシアのインターネットユーザープロフィール



出所：Kemp, Simon (2019) , *Digital 2019: Indonesia*, Hootsuite Inc & We Are Social Inc, p.15
を基に筆者作成。

4.2 インターネットの利用について

Kemp [2019] のインドネシアデジタルレポート『Digital 2019: Indonesia』の調査報告によると、インドネシアのインターネットユーザーの60%はスマートフォンを利用し、一日平均のインターネットの利用時間は約8時間である。インドネシアで一番利用されるSNSはYouTube (ユーチューブ) とWhatsAppである (p.33)。表1は2018年の1ヶ月当たりの平均モバイルアプリのアクティブユーザー数のランキングである。2018年のス

スマートフォン向けのアプリのダウンロード数は約50億回で、一番利用されるアプリのトップ10のリストにライドシェアリングアプリ（ゴジェックとグラブ）が入っている（Kemp [2019] p.31, 51）。

表1 2018年1ヶ月当たりの平均モバイルアプリアクティブユーザー数ランキング

	アプリ名	アプリ開発会社
1	WhatsApp	フェイスブック
2	フェイスブック	フェイスブック
3	インスタグラム	フェイスブック
4	ShareIt	ShareIt
5	LINE (ライン)	LINE 株式会社
6	フェイスブック・メッセンジャー	フェイスブック
7	UCブラウザ	Alibaba グループ
8	ゴジェック	PT Aplikasi Karya Anak Bangsa 株式会社
9	Tokopedia (Eコマース)	PT Tokopedia株式会社
10	グラブ	グラブ・ホールディングス

出所：Kemp, Simon [2019], *Digital 2019: Indonesia*, Hootsuite Inc & We Are Social Inc p.51
を基に筆者作成。

5 インドネシアにおけるライドシェアリングの現状

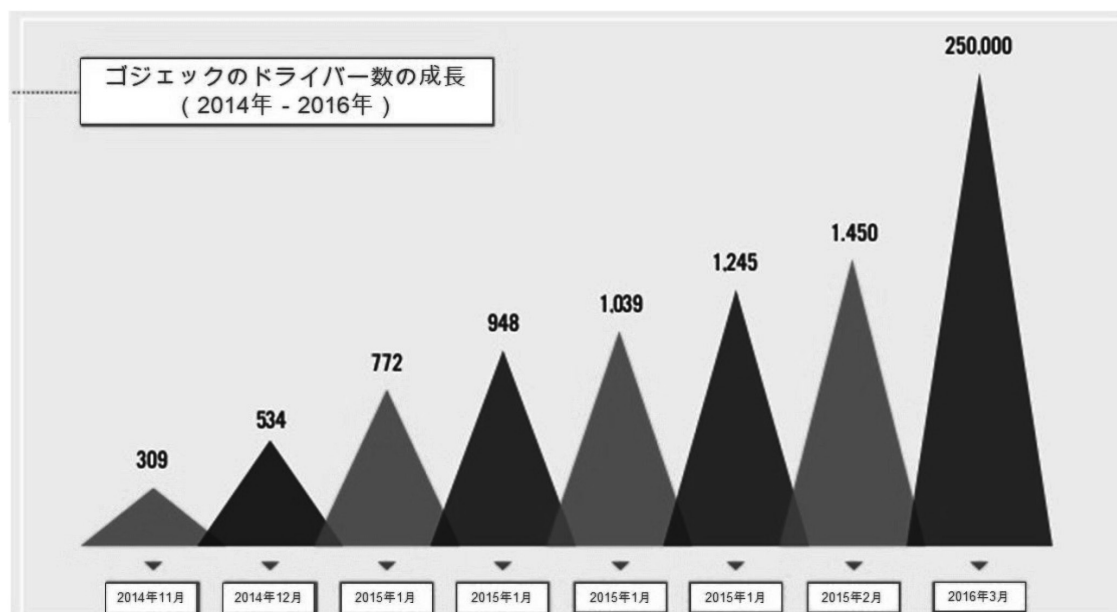
5.1 ライドシェアリングの誕生について

インドネシアではバイクタクシーの料金がタクシーより安く、渋滞の時には、4輪車より早く目的地に着くので一般的に使われるようになってきた。バイクタクシーは住宅地周辺などによく見られた。ただし、個人運営のため、必ずしもそのバイクタクシーは同じ場所にあるとは限らないため、必要な時にバイクタクシーが見つからないこともある。また、料金の基準もなく、地域について知らないお客に対して料金を高く設定することもある⁸。

そのような問題を感じていたゴジェックのファウンダーNadiem Makarim氏が乗客とバイクタクシーをつなぎたいと考え、2010年、ゴジェックをバイクタクシーの予約コールセンターとして設立した。また、タクシーのように、料金も距離によって設定され、バイクに料金の計算メーターを付けた⁹。

2015年にゴジェックが投資を受けた結果、モバイルアプリを導入した。アプリにより、ドライバーの位置も分かるのでより安心してバイクタクシーのサービスを利用できる。また、ドライバーを待つ時間も短くなる。アプリの導入とともに、利用者数とドライバー数が増加した¹⁰。図2に示す通り、ゴジェックのドライバー数は2014年11月には309人であったが、2016年3月には25万人に増加している。

図2 ゴジェックのドライバー数の推移



出所：Alamanda Shantika Santoso, [2016] p.9 より引用¹¹。

5.1.1 ライドシェアリングの普及

2014年にマレーシアのライドシェアリング会社「Grab」が「Grabタクシー」をインドネシアに展開した。2015年にゴジェックのモバイルアプリが実施されたと同時にGrabは「Grabバイク」のサービスを提供した。その2つの会社の成功が見られた後、競合他社も現れてきたが、現在、インドネシアで一番利用されているライドシェアリングはゴジェックとGrabである¹²。

2018年9月現在ゴジェックはインドネシア全国の167都市で利用できる¹³。ゴジェックのプレスリリースによると、2019年8月現在、ゴジェックのドライバー数は約200万人で、アプリのダウンロード数は約1.5億回である。1日の平均取引数は約300万回で、1カ月の平均アクティブ・ユーザーは約2,900万人である¹⁴。

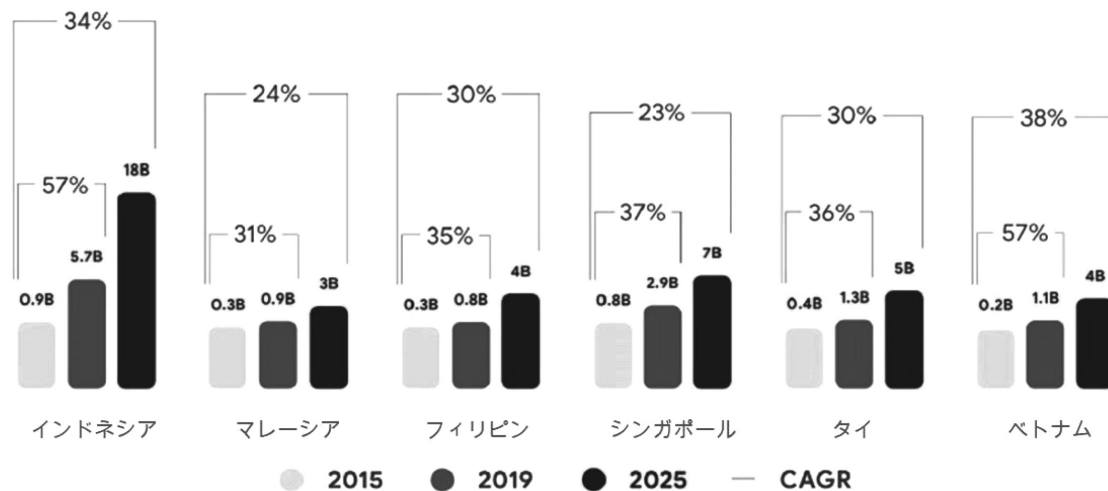
サービスエリアが広がることにより、ライドシェアリングのユーザーも増加し、日常生活にも一般的に利用されるアプリになってきた。Google, Temasek, Bain & Companyの2019年調査レポート『e-Conomy SEA 2019 Report』によると、ASEAN諸国のライドシェアリングサービスの利用価値が増加し (p. 14)、将来的にも増加する見込みである (図3参照)。その一つの理由はフードデリバリーサービスの成長に関係がある (p.15)。

5.2 「ゴジェック」の会社について

5.2.1 ビジネスモデル

ゴジェックには利用者向けとドライバー向けの2つのモバイルアプリがある。基本的に利用者が利用者向けのアプリで注文し、ドライバーがドライバー向けのアプリで注文を

図3 ASEAN諸国におけるライドシェアリング消費額（億米ドル）



出所：Google, Temasek, Bain & Company [2019] e-Conomy SEA 2019 Report, p.64 より引用。

受ける。配車・配達の場合、ドライバーは利用者が位置する場所に出向き、目的地まで送る¹⁵。フードデリバリー・買い物のサービスの場合、ドライバーは目的の店に出向き、買い物した後、利用者に届ける¹⁶。

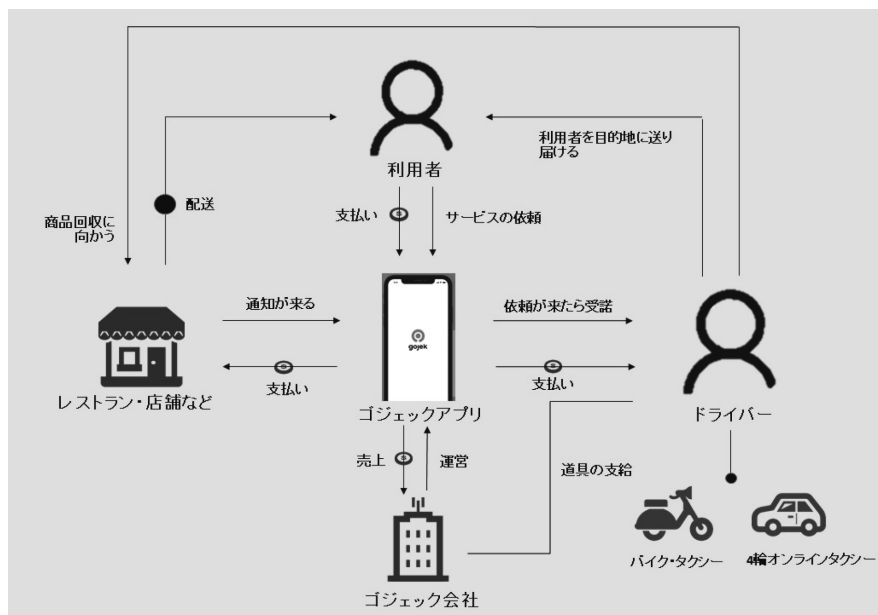
ゴジェックの支払い方法はいくつかあり、現金の場合は利用者から直接ドライバーに現金を渡し、ゴジェックはドライバーのアカウントから手数料を引く。アプリ内のオンライン決済を利用する場合は全部アプリを通して決算される。ゴジェックは会社としてアプリの運営をし、プロモーションや経営などを行っている。また、ゴジェックはバイクドライバーにジャケットとヘルメットも提供している（図4）¹⁷。

こうしたライドシェアリングにより、インドネシアとドライバー、パートナー、店舗に対して経済的な貢献が多く見られる。インドネシア大学経済・経営学部、人口統計学研究所（Lembaga Demografi, Faculty of Economics and Business, Universitas Indonesia, 2019）の研究によると、ゴジェックのインドネシア経済に対する経済効果は約440.6億円で、ゴジェックのパートナーは地域の最低賃金より高い所得を得ることで、生活の質も高くなることが明らかになっている（Takwin et al [2019]）。

5.2.2 サービスの拡大・進化

2015年に初めてモバイルアプリを導入した時、ゴジェックは3つのサービスを提供した。それはGo-Ride（配車サービス）、Go-Send（配達サービス）及びGo-Food（フードデリバリー）である¹⁹。会社の成長とともにゴジェックはサービスの拡大もしてきた。2019年のゴジェックのサービスは23サービスだったが、2020年にGo-Lifeのサービスの内、成長しなかった5つのサービスを中止した。2019年12月現在、ゴジェックは表1の17サービスを提供している（表2）²⁰。

図4 ゴジェックのビジネスモデル



出所：近藤 哲朗 [2018] note 「ビジネスモデル2.0図鑑 #全文公開チャレンジ」¹⁸図82に加筆修正して作成。

表2 ゴジェックのサービス

<p>運送・運搬 Go-Ride (2輪配車) Go-Car (4輪配車) Go-Box (大型荷物宅配) Go-Send (小型荷物宅配)</p>	<p>専門家サービス Go-Massage (マッサージ) Go-Clean (掃除・家事)</p>
<p>フード・医療 Go-Food (フードデリバリー) Go-Food Festival Go-Med (医療品宅配) Go-Mart (買い物手配)</p>	<p>エンターテインメント Go-Play (エンターテインメント) Go-Tix (チケット手配)</p>
<p>支払い Go-Pay (電子決済) Go-Bills (光熱費決済) Go-Points (ポイント) Pay Later (クレジット) Go-Pulsa (電話代チャージ)</p>	

出所：ゴジェックのホームページを基に筆者作成。

ゴジェックでは配車・配達サービス以外、金融・エンターテインメント・日常的なニーズのサービスも提供している。特に、最近はゴジェックのオンライン決済サービス、Go-Payが大きく成長してきた。現在Go-Payはアプリ内の決済だけでなく、契約のある店舗で利用できるようになってきた。また、アプリ内のクレジットサービス、Pay Laterというサービスもクレジットカードの所有率が低いインドネシアにとって便利であると考えられ

る。ゴジェックの共同CEO、Kevin Aluwi氏によると、ゴジェックは人・モノ・金をつなげるアプリで「スーパーアプリ」を目指していると発表した²¹。

サービス拡大後、ゴジェックは他のASEAN諸国にも展開している。2019年にゴジェックはGETという名前でタイに展開し、GO-Vietという名前でベトナムに展開した。また、マレーシアとシンガポールではトライアルとして実施された²²。

5.3 ライドシェアリングで発生した問題

ライドシェアリングの普及により良い貢献がある一方、問題も発生してきた。2015年にモバイルアプリが導入され、ユーザー及びドライバー数が急激に増加した結果、タクシードライバーや他の交通機関のドライバーの対立が発生した。ライドシェアリングの存在は他の交通機関のドライバーの収入を奪うことになった²³。

また、ライドシェアリングのドライバーから会社への抗議もあった。多くの理由は会社が設定した料金が低いからである²⁴。他にも、ドライバーが利用者から悪い評価をされると自動的にアプリを利用できなくなることもドライバーにとって不公平だと思われる²⁵。

こうした問題を解決するため、会社と政府が努力している。料金の設定について政府は新しい規制を発行した。新しい規制では最低・最高料金が設定された²⁶。料金が設定されたことで、ライドシェアリングと他の交通機関との競争がより公平的になると考えられる。また、ゴジェックではドライバーの代表と月に2回話し合いが行われ、そこでドライバーの意見や現場で感じた問題について話し合われている²⁷。

5.4 ライドシェアリングに対する規制について

上記に触れたように、ライドシェアリングの普及によりインフォーマルセクターであったバイクタクシーを政府が認めるようになった²⁸。また、料金に関わる問題を防ぐため、政府が新しい規制を発行した。2018年に運輸省が発行した規制No.118 (PM118 Tahun 2018) では4輪のオンライン配車について詳細に記載されている。また、2019年に運輸省が発行した規制No.12 (PM12 Tahun 2019) では2輪車 (バイクタクシー) のオンライン配車について記載されている。運輸省の規制にはオンライン配車に満たなければならない条件、安全性、料金・手数料などについて記載されている。

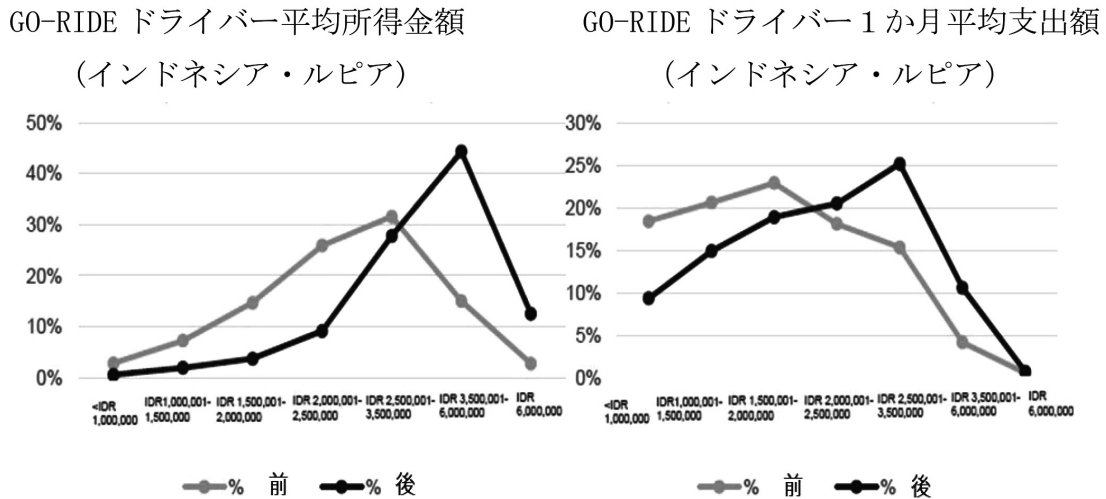
6 社会と経済に与えた影響について

6.1 所得に対する影響

ライドシェアリングは社会に影響を与えた。ドライバーやパートナーにとっては特に所得の影響が一番大きいと考えられる。インドネシア大学経済・経営学部、人口統計学研究所 (Lembaga Demografi, Faculty of Economics and Business, Universitas Indonesia, 2019) が2018年11月から2019年1月まで、インドネシアの10大都市で実施したアンケー

ト調査で、ゴジェックのバイクドライバー3,886人、自動車ドライバー1,010人、GO-LIFEパートナー836人、店舗1,000店から回答を得た。同研究によると、ドライバーとパートナーの平均所得は地域の最低賃金より高いことが分かる（図5）²⁹。

図5 ゴジェック会社のバイクタクシーパートナーの平均所得



出所：Walandouw, Paksi et al [2019], *The Impact of GOJEK on Indonesian Economy in 2018*, Lembaga Demografi, Faculty of Economics and Business, Universitas Indonesia, p.10より引用。

また、87%の回答者はゴジェックのドライバー・パートナーになることで家族の福祉を向上できると回答した (p.13)。仕事の面では自分の働く時間を自由に設定できるということはメリットであると82%のドライバー・パートナーが回答した (p.21)。

さらに、ゴジェック社が行うトレーニングを受けたことで、94%のパートナーが新しいスキルを得たと回答し、100%の回答者がすでに持っているスキルがより高くなると回答している。ゴジェック社もパートナーを評価するので、良い評価を受けるパートナーにとっては仕事が認められ、パートナーの自信が高くなることにつながる³⁰。ドライバーやパートナーが、ゴジェックのパートナーになることで、経済的な影響だけでなく仕事の価値や人生の意義にもつながっている³¹。

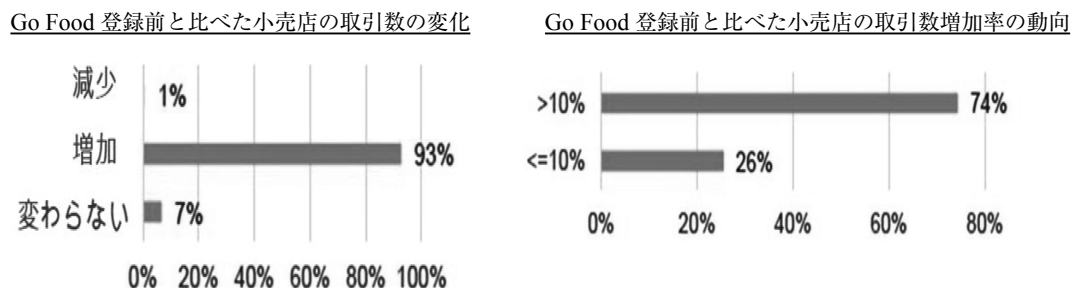
6.1.1 小売店に対する影響

ドライバーだけでなく、Go Food (フードデリバリー) のパートナーの店舗にも影響を与えている。同アンケート調査の結果では店舗の取引数が増え、55%のパートナーの店舗が売上が増加したと回答している。Go Foodに登録することで新しい顧客が増えた。また、ゴジェックのアプリを利用することで、店舗は売上が増加するだけでなくオンライン決済をより運営しやすくなる。オンライン決済の利用はデジタルで記録され、決済しやすいのでパートナーの店も満足している³²。

Go Foodへの登録前と比べ、取引数が増加した店舗は93%である。また、取引数の増加

率で10%以上増加した店舗は74%で、10%以下の増加した店舗が26%である（図6参照）。

図6 Go Food登録前と比べた小売店の取引数の変化及び取引数増加率の動向



出所：Walandouw, Paksi et al [2019] , *The Impact of GOJEK on Indonesian Economy in 2018*, Lembaga Demografi, Faculty of Economics and Business, Universitas Indonesia pp.29-30より引用。

6.1.2 消費者に対する影響

Google, Temasek, Bain & Companyの2019年調査レポート『e-Conomy SEA 2019 Report』によると、2018年からフードデリバリーサービスは消費者の行動を変えた。当初フードデリバリーサービスはサービスエリアが限られ、大都市にだけ利用されていた。現在では大都市で毎日利用されるサービスになってきた。また、ASEAN諸国でのライドシェアリングのフードデリバリーサービスの総販売額は2015年から2019年まで約90%増加した³³。このようにライドシェアリングの普及が利用者の消費者行動に影響を与え、フードデリバリーのサービスの取引数が増えた。

6.2 将来の課題

しかしながら、ドライバーはこうしたデジタルアプリの会社のパートナーとして、将来的に問題があると考えられている（堺原 [2019]）。なぜならば、ドライバーは社員ではなく、残業代や年金などの一般的なメリットはもらえないため、長期的には難しい仕事だと考えられる。更に、ドライバーの働く時間には柔軟性があるが、過労にもつながる可能性がある。

それだけでなく、一般の人から見ると、ドライバーは歩道に集まることもよく見られ、歩行者に迷惑をかけると考えられる。利用者やドライバーからのオーダーの詐偽もよくあるので、その対策も必要である。すなわち、「供給と需要の双方から悪意のある人をできるだけ排除し」信用を担保する必要がある（根来 [2017] p.99）。

7 むすび

本研究では、「ゴジェック」を事例として取り上げ、それがインドネシアの社会と経済にどのような影響を与えているのかを明らかにした。

インドネシアの人口は東南アジアの中で一番多く、インターネットユーザーは過半数であり、今後も増える見込みがある。そのため、デジタル経済の市場として大きいと言われており、ライドシェアリングの会社もそれを利用すると考えられる。また、ゴジェックはライドシェアリングのサービスから他のサービスを展開し、支払い方法を広く提供しており、利用者にとって利便性が高く、日常的に利用されるアプリになっている。

そのためゴジェックは社会と経済に大きな影響を与えていた。社会への影響では利用者が毎日ライドアプリを利用するという行動が見られた。経済への影響ではドライバー・パートナーの所得が増え、ゴジェックと連携する店舗の売上が増加した。これらはインドネシア経済に貢献することにつながる。ただ、将来的には課題も発生することが考えられ、改善しながらそれらの問題を予測し対策することが必要となる。

【注】

- ¹ アルン・スンドララジャン [2016] 『シェアリングエコノミー』日経BP社等。
- ² The World Bankの2018年のインドネシアの一人当たりGDPのデータによる<https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?end=2018&locations=ID&start=2018&view=bar>, 2020年2月8日閲覧。
- ³ 中村 [2017] の原文には「ゴジック」と書かれていたが、筆者らが「ゴジェック」に修正した(中村 [2017] p.48)。
- ⁴ 太田充亮 [2019] 『ライドシェアの現状と日本における導入方法の検討』, IEE Japan, 2019年3月掲載。
- ⁵ Hendaru Tri Hanggoro (n.d), “Mengorek Sejarah Ojek: Inovasi penting alat transportasi di perdesaan. Menyebar ke kota dengan cepat” *Historia*, pp.5-6, (ヘンダル・トゥリ・ハンゴロ [n.d.], 「バイクタクシーの歴史」, 現地メディア「Historia」, <https://historia.id/urban/articles/mengorek-sejarah-ojek-DB9B6>, 2020年2月8日閲覧。
- ⁶ Undang-Undang Republik Indonesia (インドネシア法律 [2009], UU No. 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan ([2009年交通法第22条]), Jakarta : Republik Indonesia. P.73 http://jdih.dephub.go.id/assets/uudocs/uu/uu_no.22_tahun_2009.pdf, 2020年2月22日閲覧。
- ⁷ <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?end=2018&locations=ID&start=1960>, 2020年3月9日閲覧。
- ⁸ Margith Juwita Damanik [2018], “Kisah Nadiem Makarim Mendirikan Go-jek, Berawal dari Frustrasi” *IDN Times* (マルギツ・ジュウイタ・ダマニ [2018], 「ゴジェックファウンダーのストーリー」, 現地メディア「IDN Times」, <https://www.idntimes.com/news/indonesia/margith-juita-damanik/kisah-nadiem-makarim-mendirikan-go-jek-berawal-dari-frustrasi-1/full>, 2020年2月8日閲覧。
- ⁹ Oik Yusuf [2019], “Cerita Awal Mula Mendikbud Nadiem Makarim Mendirikan GoJek” *Kompas* (オイク・ユスフ [2019], 「ゴジェックの設立のストーリー」, 現地メディア「Kompas」) <https://tekno.kompas.com/read/2019/10/23/12010087/cerita-awal-mula-mendikbud-nadiem-makarim-mendirikan-gojek?page=all>, 2020年2月8日閲覧。
- ¹⁰ Oik Yusuf [2019], “Cerita Awal Mula Mendikbud Nadiem Makarim Mendirikan GoJek” *Kompas* (オイク・ユスフ [2019], 「ゴジェックの設立のストーリー」, 現地メディア「Kompas」), <https://tekno.kompas.com/read/2019/10/23/12010087/cerita-awal-mula-mendikbud-nadiem-makarim-mendirikan-gojek?page=all>, 2020年2月8日閲覧。

- ¹¹ Alamanda Shantika Santoso [2016] <https://www.slideshare.net/AlamandaShantikaSant/gojek-happiness-story-62926678>, 2020年2月10日閲覧 (p.9)。
- ¹² Chandler, Clay [2019], Grab vs. Go-Jek: Inside Asia's Battle of the 'Super Apps', Fortune, <https://fortune.com/longform/grab-gojek-super-apps/>, 2020年2月22日閲覧。
- ¹³ Gojek [2018], "Kini Gojek Hadir di 167 Kota dan Kabupaten di Indonesia" (ゴジェック [2018], 「現在ゴジェックはインドネシアの167町・市に利用できる」, ゴジェックのホームページ) <https://www.gojek.com/blog/gojek/go-jek-dimana-mana/>, 2020年2月8日閲覧。
- ¹⁴ Dewi Andriani [2019], "Jumlah Pengguna Aktif Gojek di Indonesia Setara dengan Aplikasi Ride-Sharing Terbesar di Dunia" Bisnis (デウィ・アンドリアニ [2019], 「インドネシアにおけるゴジェックのユーザー数は世界第1のライドシェアリングと同じ」, 現地メディア「Bisnis」) <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190829/98/1141953/jumlah-pengguna-aktif-gojek-di-indonesia-setara-dengan-aplikasi-ride-sharing-terbesar-dunia>, 2020年2月16日閲覧。
- ¹⁵ ゴジェックのホームページ <https://www.gojek.com/goride/> & <https://www.gojek.com/gosend/>, 2020年2月16日閲覧。
- ¹⁶ ゴジェックのホームページ <https://www.gojek.com/gofood/> & <https://www.gojek.com/gomart/>, 2020年2月16日閲覧。
- ¹⁷ Gojek [2020], "Dapatkan Atribut Baru Gojek, Khusus Buat Kamu" (ゴジェック [2020] 「ゴジェックの新しい制服をゲットしよう」, ゴジェックのホームページ) <https://driver.go-jek.com/s/article/Dapatkan-Atribut-Baru-Gojek-Khusus-Buat-Kamu>, 2020年2月16日閲覧。
- ¹⁸ 近藤哲朗 [2018] note 「ビジネスモデル2.0図鑑 #全文公開チャレンジ」 <https://note.com/tck/n/n95812964bcb>, 2020年2月8日閲覧。
- ¹⁹ ゴジェックのホームページ <https://www.gojek.com/about/>, 2020年2月8日閲覧。
- ²⁰ Go Life [2019], "Kabar dari GoLife" (ゴライフ [2019], 「ゴライフからのお知らせ」, ゴジェックのホームページ) <https://www.gojek.com/blog/golife/kabar-dari-golife/>, 2020年2月8日閲覧。
- ²¹ Faidah Umu Sofuroh [2019], "Pergantian Logo, Gojek Tandai Inovasi Jadi Super App" Detik (ファイダ・ウム・ソフロ [2019], 「ゴジェックの新ロゴ、スーパーアプリ向けのイノベーションのはじめ」, 現地メディア「Detik」) <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4634825/pergantian-logo-gojek-tandai-inovasi-jadi-super-app>, 2020年2月16日閲覧。
- ²² Gojek [2018], "Gojek Umumkan Peluncuran Perusahaan di Vietnam (GO-VIET) dan Thailand (GET) Sebagai Bagian dari Ekspansi Internasional Tahap Pertama" (ゴジェック [2018], 「ゴジェックの海外展開の発表、第一歩はベトナムとタイへ」, ゴジェックのホームページ) <https://www.gojek.com/blog/gojek/ekspansi-internasional-go-jek-di-vietnam-dan-thailand-tahap-pertama/>, 2020年2月16日閲覧。
- ²³ Yantina Debora [2017], "Bentrok Transportasi Konvensional dan Online" Tirto (ヤンティナ・デボラ [2017], 「タクシードライバーとオンライン配車の抗議」, 現地メディア「Tirto」) <https://tirto.id/bentrok-transportasi-konvensional-dan-online-clvq>, 2020年2月22日閲覧。
- ²⁴ Rudy Bastam [2017], "Persaingan Angkot vs Taksi Online Berujung Demo, Ini Kata Millenials" IDNTimes (ルディ・バスタム [2017], 「現地交通機関ドライバーがオンライン配車に対立」, 現地メディア「IDNTimes」) <https://www.idntimes.com/news/indonesia/rudy-bastam/persaingan-angkot-vs-taksi-online-di-surabaya-ini-kata-millennials>, 2020年2月22日閲覧。
- ²⁵ David Oliver Purba [2018], "Ancaman Demo Para Pengemudi GoJek yang Kena Suspend" Kompas (ダヴィッド・オリバー・プルバ [2018], 「ゴジェックドライバーの抗議」, 現地メディア「Kompas」) <https://megapolitan.kompas.com/read/2018/10/23/11281671/ancaman-demo-para-pengemudi-go-jek-yang-kena-suspend?page=all>, 2020年2月22日閲覧。
- ²⁶ Menteri Perhubungan Republik Indonesia (インドネシア共和国運輸省) [2018], PM 118 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Sewa Khusus ([2018年大臣規則第118条、特別運送管理]), Jakarta : Kementerian Perhubungan Republik Indonesia, pp. 8 -9.
- ²⁷ Desy Setyowati [2020], "Gojek & Grab Respons Unjuk Rasa Ratusan Pengemudi Ojek Online

- Hari Ini” Katadata (デシ・セティヨワティ [2020], 「ドライバーの抗議に対するゴジェックとグラブの対応」, 現地メディア「Katadata」, <https://katadata.co.id/berita/2020/01/15/gojek-grab-respons-unjuk-rasa-ratusan-pengemudi-ojek-online-hari-ini>, 2020年2月22日閲覧。
- ²⁸ CNN Indonesia [2019], “Ojek Online Sah Jadi Angkutan Umum Awal Februari” (CNN Indonesia [2019], 「オンラインライドシェアリングが交通機関として認められる」, 現地メディア「CNN Indonesia」), <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190112152121-384-360358/ojek-online-sah-jadi-angkutan-umum-awal-februari>, 2020年2月22日閲覧。
- ²⁹ Walandouw, Paksi et al [2019], *Gojek's Impact on the Indonesian Economy in 2018*, Jakarta: Lembaga Demografi Faculty of Economics and Business, Universitas Indonesia, p. 3,p.11.
- ³⁰ Takwin, Bagus et al [2019], *Meaning, Satisfaction and Well Being of Partner of Gojek Indonesia*, Jakarta : Lembaga Demografi Faculty of Economics and Business Universitas Indonesia (pp. 19-21)。
- ³¹ Gojek [2019], “Kisah Para Pahlawan Hidup Praktis nan Inspiratif” (ゴジェック [2019]「日常生活のヒーロー・ストーリー」, ゴジェックのホームページ)。 <https://www.gojek.com/blog/gojek/dampak-positif-gojek>, 2020年2月22日閲覧。
- ³² Walandouw, Paksi et al [2019], *Gojek's Impact on the Indonesian Economy in 2018*, Jakarta : Lembaga Demografi Faculty of Economics and Business Universitas Indonesia (pp. 29-30), 本アンケートの回答者は脚注26と同じである。
- ³³ Google, Temasek, Bain & Company [2020], *e-Conomy SEA 2019 Report*. Digital Release 2019: Google Inc, pp. 35-36。

【参考文献】

(日本語文献)

- 1 東 秀忠 [2017] 「自動車産業におけるエコシステムの変容：自動車利用のあり方に着目して」『山梨学院大学現代ビジネス研究』(10), pp. 17-25。
- 2 アルン・スンドララジャン [2016] (Arun Sundararajan) 『シェアリングエコノミー』日経BP社 (Arun Sundararajan [2016], *THE SHARING ECONOMY: THE END OF EMPLOYMENT AND THE RISE OF CROWD-BASED CAPITALISM*, The MIT Press, 翻訳 門脇弘典)。
- 3 太田充亮 [2019] 「ライドシェアの現状と日本における導入方法の検討」IEE Japan, 2019年3月掲載、一般財団法人日本エネルギー経済研究所、<https://eneken.ieej.or.jp/data/8339.pdf>, 2020年2月20日閲覧。
- 4 堺原いずみ [2019] 「社会を変えるアプリ (GO-JEK)」『KDDI総合研究所R&A』2019年9月号、KDDI総合研究所。 <https://rp.kddi-research.jp/download/report/RA2019016>, 2020年1月28日閲覧。
- 5 中田 徹 [2015] 「米国等における人の移動ニーズに対応したサービスの新潮流： - 自動車交通分野のマッチングビジネス -」『運輸政策研究』17 (4), pp. 9-20。
- 6 中村吉明 [2017] 「ライドシェアリングによる自動車産業の変容の方向」『年次学術大会講演要旨集』(32), pp. 46-50、イノベーション学会。
- 7 根来龍之 [2017] 『プラットフォームの教科書：超速成長ネットワーク効果の基本と応用』日経BP社。
- 8 渡辺昭成 [2017] 「ライドシェアの道路運送法上の問題点」『國士館法學』(50), pp. 139-158。

(外国語文献)

- 1 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (インドネシア・インターネット提供者協会) [2019], *Survei Perilaku Pengguna Internet 2018* ([2018年インターネットユーザーの行動についての調査報告書]), Digital release : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, <https://apjii.or.id/survei2018>, 2020年2月20日閲覧。
- 2 Das, Kaushik et al [2016], *Unlocking Indonesia's Digital Opportunity*, Digital Release October 2016 Edition : McKinsey & Company, <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/>

- Locations/Asia/Indonesia/Our%20Insights/Unlocking%20Indonesias%20digital%20opportunity/Unlocking_Indonesias_digital_opportunity.aspx, 2020年2月8日閲覧。
- 3 Google, Temasek, Bain & Company [2020], *e-Conomy SEA 2019 Report*, Digital Release 2019 : Google Inc, https://www.blog.google/documents/47/SEA_Internet_Economy_Report_2019.pdf, 2020年2月8日閲覧。
 - 4 Kemp, Simon [2019], *Digital 2019: Indonesia*, Digital Release 2019 : Hootsuite Inc & We Are Social Inc, <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>, 2020年2月16日閲覧。
 - 5 Lim, Merlyna [2003], *The Internet, Social Network and Reform in Indonesia*, in N. Couldry and J. Curran (eds.), *Contesting Media Power: Alternative Media in A Networked World*, Lanham MA: Rowan & Littlefield.
 - 6 Menteri Perhubungan Republik Indonesia (インドネシア共和国運輸省) [2019], *PM 12 Tahun 2019 Tentang Perlindungan Keselamatan Pengguna Sepeda Motor yang Digunakan Untuk Kepentingan Masyarakat* ([2019年大臣規則第12条、社会利用2輪車の安全保護について]), Jakarta : Kementerian Perhubungan Republik Indonesia, http://jdih.dephub.go.id/assets/uudocs/permen/2019/PM_12_TAHUN_2019.pdf, 2020年2月22日閲覧。
 - 7 Menteri Perhubungan Republik Indonesia (インドネシア共和国運輸省) [2018], *PM 118 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Sewa Khusus* ([2018年大臣規則第118条、特別運送管理]), Jakarta : Kementerian Perhubungan Republik Indonesia, http://jdih.dephub.go.id/assets/uudocs/permen/2018/PM_118_TAHUN_2018.pdf, 2020年2月22日閲覧。
 - 8 Palevsky, Benjamin [2019], *Motorcycle Taxis in Jakarta, Indonesia-The Case of Recognition and Integration of Motorcycle Taxi's in Jabodetabek's Transportation System*, Penn IUR Series on Informality November 2019 edition, Philadelphia : Penn Institute for Urban Research, https://pennur.upenn.edu/uploads/media/11_Palevsky.pdf, 2020年2月22日閲覧。
 - 9 Takwin, Bagus et al [2019], *Meaning, Satisfaction and Well Being of Partner of Gojek Indonesia*, Jakarta : Lembaga Demografi Faculty of Economics and Business Universitas Indonesia (インドネシア大学経済・経営学部、人口統計学研究所), <https://drive.google.com/file/d/1AnJ9kV9S6KSCe cd0TYfli2duEIVqFd3e/view>, 2020年1月28日閲覧。
 - 10 Undang-Undang Republik Indonesia (インドネシア法律 [2009]), *UU No. 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan* ([2009年交通法第22条]), Jakarta: Republik Indonesia, http://jdih.dephub.go.id/assets/uudocs/uu/uu_no.22_tahun_2009.pdf, 2020年2月22日閲覧。
 - 11 Walandouw, Paksi et al [2019], *Gojek's Impact on the Indonesian Economy in 2018*, Jakarta : Lembaga Demografi Faculty of Economics and Business Universitas Indonesia (インドネシア大学経済・経営学部、人口統計学研究所), <https://ldfebui.org/wp-content/uploads/2019/11/Lembaga-Demografi-University-of-Indonesia-GOJEK%E2%80%99s-Impact-on-the-Indonesian-Economy-ENG-Nov-2019.pdf>, 2020年1月28日閲覧。