

# 地域における シェアリングエコノミーの活用

(株)大和総研 経済調査部 主任研究員

市川 拓也

●Text: Takuya Ichikawa

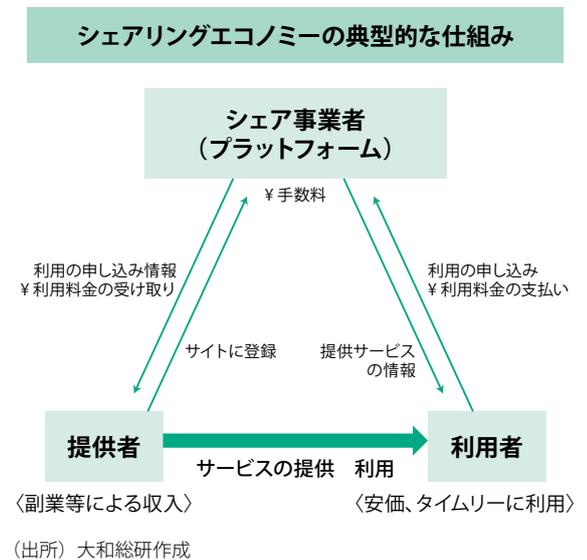
## 1. 注目されるシェアリングエコノミー

### (1) シェアリングエコノミーとは

「シェアリングエコノミー (sharing economy)」とは、使用していない資産やスキルを提供できる側と必要としている側のインターネット上のマッチングを通じて、資産・スキルの有効活用を図るものである。「シェア経済」、「共有経済」とも言われ、欧州委員会では“collaborative economy”として捉えている。

シェアリングエコノミーの典型的な仕組みは図表1のとおりである。モノやスキルの提供者が、インターネット上でマッチングされた利用者に対してサービスを提供するとともに、利用者は提供者に対価を支払う。また、マッチングの場を提供したシェア事業者は取引の対価として手数料を受け取る。

図表1 概念図



例えば、「駐車場シェア」の通常のケースでは、駐車したい人が、空き駐車スペースを提供する人とインターネット上でマッチングが行われる。利用

図表2 シェアリングエコノミーのサービス事例（上から、モノ、空間、スキル、移動、お金）

サービス事例	日本	海外	概要
メルカリ	○		出品者と購入者がネット上でのやり取りを通じ、商品の出品や購入ができるフリマアプリ。2013年7月にサービスを開始して以来、2016年末までに、日本において4,000万件のダウンロードが行われている。新品・中古を含め、衣料、雑貨小物、家具、家電等、多くの商品が取引されている。
Poshmark		○	米国で展開されるフリマアプリ。価格交渉ができる「OFFER」機能を搭載する。当社によると、2017年6月までに2,500万の商品がスマートフォンを通して掲載されたとしている。
Carousell		○	シンガポール、香港、台湾、マレーシア、インドネシア等の19都市で利用されているフリマアプリ。当社によると、2012年のサービス開始以来、2017年6月までに5,700万の商品が掲載されたとしている。

サービス事例	日本	海外	概要
STAY JAPAN	○		マンションや一軒家の空き部屋の所有者と宿泊希望者とのマッチングを行うサービスである。国家戦略特区として民泊を可能にする条例を制定した東京都大田区や大阪府の物件が多く掲載される。物件所有者が民泊物件の提供の際に必要な民泊営業許可（特定認定）の取得を当社がサポートする。
スペースマーケット	○		古民家、映画館、球場、お寺、自治体の公共施設等の場所を貸し借りできるプラットフォームサービスである。「映画館で社員総会」、「お寺でキックオフミーティング」等、ユニークな企画が生まれている。当社によると、2017年6月現在、提供するスペースは7,600箇所以上である。
スペイシー	○		貸し会議室やレンタルスペースをビジネスの場での打ち合わせや会議のために貸し借りできるサービス。1時間500円から利用できる会議スペースも提供しており、従来の貸し会議室と比べて格安で利用できる点が特徴的である。サービス提供エリアは東京都内が中心。
スマートパーキング	○		(株) シードが提供する駐車場シェアリングサービス。空きスペースに当社から提供されたビーコンを設置するだけで簡単に駐車スペースとして貸し出せるようになる。利用者はスマートフォンから駐車場の予約や駐車料金の精算を行うことができる。
akippa	○		個人や法人の所有する未利用の駐車スペースと、一時的に駐車場を探しているドライバーとをマッチングするサービスである。サービス開始当初は個人向けのサービスであったが、2015年7月より法人向けの貸出サービスを開始し、セブンイレブン・ジャパンや丸亀製麺などにも、駐車場提供を行っている。
軒先パーキング	○		駐車スペースとドライバーをマッチングするサービスである。株式会社ナビタイムジャパンと連携しており、同社の運営するカーナビアプリ上で空きスペースの検索、予約が可能である。
Airbnb		○	世界191ヶ国65,000以上の都市でユニークな部屋をネットや携帯やタブレットで掲載・発見・予約できるコミュニティ・マーケットプレイス。2016年に開催されたリオデジャネイロオリンピックの際には公式サブライヤーに選ばれ、オリンピック開催期間中に各国からの旅行者に対して宿泊施設を提供した。
カウチサーフィン		○	宿泊を提供する「ホスト」と宿泊を希望する「サーファー」（旅行者）をマッチングするサービス。宿泊が無料という点が特徴的。利用者の安全性担保のために、相互評価のしくみ、コミュニティによるサポート、運営者による利用者連絡先の確認などがある。当社によると、2017年6月現在利用者は約1,400万人。
自在客（ジザイケ）	○		中国人旅行者向けに民泊の仲介を行うサービスである。主に日本や台湾の物件を提供する。当社によると、2011年にサービスを開始して以来、2017年6月までに52万人以上の利用があったとしている。
途家（トゥージア）	○		主に中国でサービスを展開する民泊仲介サービス。2017年6月現在、中国国内335都市、中国国外1,018都市の物件を計45万件提供する。2016年4月より日本支社を設立。

サービス事例	日本	海外	概要
AsMama	○		実生活での友達・知人を検索したり、FacebookやTwitterから友達・知人を誘って、同じ幼稚園、保育園、学校等に通う保護者や友人と子どもの送迎や託児を行うSNSサービス。子どもを預ける場合は1時間500円から利用でき、対価の支払いは同サービス上で行うことが可能である。
エニタイムズ	○		(株) エニタイムズが提供する家事代行、子供のお迎え、ペットの世話等の家庭の「困りごと」を、個人に依頼できるウェブサービス。助け合いを通して、女性や高齢者の労働参画や、地域コミュニティの活性化を目指している。
ココナラ	○		個人の持つ知識・スキルを売り買いできるオンラインマーケットである。似顔絵・イラスト作成、文章キャッチコピー作成、占い等23分野のサービスが提供されている。当社によると、2017年6月現在、利用者数は30万人であるとしている。
TIME TICKET	○		「私の30分、売り始めます。」がキャッチコピーの個人の持つスキルをシェアするサービスである。利用料金からサービス利用料を除いた額の10%以上をNPO法人等に寄付する。当社によると、2017年6月までに296万円の寄付を行ったとしている。

サービス事例	日本	海外	概要
ミナポート	○		京都市で行われているシェアバイクサービスである。市内の複数拠点からの貸出・返却に加え、スマートフォンアプリからあらかじめ指定した日時・場所に自転車を配送、回収してくれるサービスもあり、好きな場所で貸出・返却を行うことができる。
notteco	○		自動車で中長距離を移動するドライバーと同区間の移動を希望する人をつなげる相乗りマッチング・サービス。利用料金はガソリン代や高速代といった移動にかかる費用を割り勘する水準で設定される。
Uber		○	一般のドライバーと、移動を希望する人をマッチングするサービスである。当社によると、2017年6月現在、タクシー等と乗客のマッチングを含め、世界606都市で利用されている。日本では、タクシー等の配車サービスを提供する。
Lyft		○	一般のドライバーと、移動を希望する人をマッチングするサービスであり、当社によると、2017年6月現在、米国内200以上の都市で利用されているとしている。2016年1月よりGMと提携し、自動運転ライドシェアリングの実現を目指している。
GO-JEK		○	インドネシアにおいて、バイクタクシー（ojek）の配車サービスを提供する他、荷物の配達、買い物代行、マッサージ師の出張依頼等の様々な付加価値サービスを提供する。利用料金は同社の提供する電子マネーGO-PAYよりスマートフォンから支払うことができる。

サービス事例	日本	海外	概要
Readyfor	○		クラウドファンディングサービス。災害からの復興支援や、途上国の支援など、社会課題解決を目指したテーマが多い。当社によると、当社によると、2017年3月までに、6,100件以上のプロジェクトの資金調達を行い、約25万人から約37.8億円以上の支援金を集めた。
Kickstarter		○	アーティスト、映画製作者、デザイナー、エンジニア等のクリエイターのアイデア実現を支援するクラウドファンディングサービス。2009年の創業以来、2017年6月までに1,300万人の支援者により、126,070件のプロジェクトに資金が提供された。2017年内に日本進出予定。

(筆者注) ミナポートはサービスを終了（2018年5月）。

(出所) 総務省「平成29年版情報通信白書」（出典元：内閣官房第1回シェアリングエコノミー検討会議（2016年7月8日）一般社団法人シェアリングエコノミー協会提出資料の分類を基に各社資料等から作成）

(編集部注) 表はいずれも原文のまま掲載。

者はシェア事業者へ利用料金を支払い、シェア事業者は利用料金から自らの取り分を引いた額を提供者に支払う。インターネットを介することで、個人でも、空いた時間だけでも貸駐車場事業ができる点に特徴がある。

## (2) シェアリングエコノミーのメリット

シェアリングエコノミーによるマクロ経済面でのメリットとしては、遊休資産やスキルの有効活用により、限りある資源の効率化が図れる点が挙げられる。過剰な生産を抑えられれば、環境にもよいであろう。

提供者、利用者のメリットとしては、それぞれ遊休資産やスキルを活用して副収入を得られる点、便利なサービスを受けられる点にある。また、シェア事業者としても自らの資産・スキルを持たずとも、提供者から利用者へのサービスを仲介することにより収益をあげることができる点はメリットとなる。しかも、インターネット上のマッチングであるから、シェア事業者は場所を問わずに広範囲に提供者・利用者を募ることができる。

さらに、周辺ビジネスへの広がりも期待される。典型的な例としては、保険や本人確認に関する事業があるが、こうした多種多様なメリットがシェアリングエコノミーの世界的な拡大を促しているのである。

## (3) サービス事例

既に「駐車場シェア」について言及したが、シェアリングエコノミーの中で最も有名なサービスは「民泊」であろう。インターネットを通じて空いた部屋を旅館のように貸し出すことができるため、世界中で急激に広まりを見せている。部屋という「空間」を貸したい人と借りたい人の間で、好きなタイミングでシェアされることで成り立つ。

図表2はシェアリングエコノミーのサービス事例である。「空間」に加え、「モノ」「スキル」「移動手段」「お金」の分野が挙げられている。同じ分野であっても、例えばコストシェアのnottecoとライ

ドシェアのUberで異なるように、サービスは様々である。

遊休資産やスキルをC to C（個人間）で行うのが典型的と言えるが、企業の空き会議室を他社に貸すようなB to B（企業間）のタイプや、シェア事業のために企業が自動車を所有し、個人に貸すB to C（企業から個人）のタイプも、シェアリングエコノミーから排除されるものではない。

## 2. シェアリングエコノミーが広がる背景

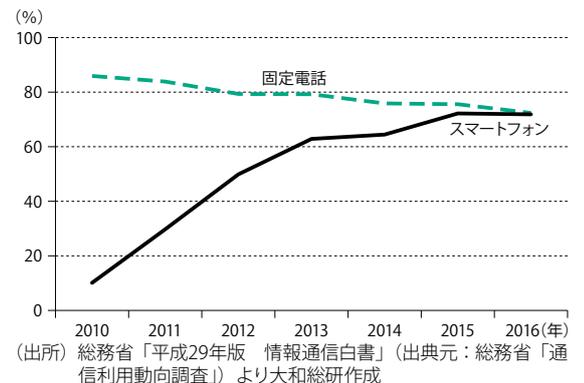
### (1) 技術的な進歩

シェアリングエコノミーが世界的に拡大する背景として、まず指摘できるのは科学技術の進歩がある。インターネットやスマートフォンの普及が、遊休資産やスキルのタイムリーな提供・利用を可能にしたのである。

図表3は日本の固定電話とスマートフォンの世帯保有率を示したものである。2010年の固定電話の保有率は約86%であり、スマートフォンは一桁の水準にすぎなかった。しかし、2016年には保有率が低下傾向にある固定電話にスマートフォンが並び、ともに約72%とほぼ同水準となった。スマートフォンはわずか6年の間に急速に普及したことがわかる。

インターネット上のマッチングは、パソコンでも可能であるが、場所を選ばずに利用できるスマートフォンの利便性の高さこそが、シェアリングエコノ

図表3 スマートフォン等の世帯保有率

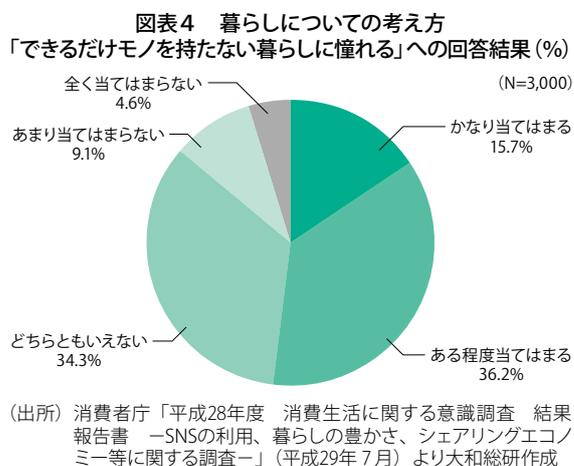


ミーの拡大に大きく寄与してきたものとみられる。

## (2) モノの所有に対する価値観の変化

シェアリングエコノミーが広がる背景としてもうひとつ大きなものとしては、モノに対する価値観の変化も挙げられる。図表4は消費者庁の調査で「暮らしについての考え方」において、「できるだけモノを持たない暮らしに憧れる」への回答結果である。「かなり当てはまる」、「ある程度当てはまる」の合計が5割を超えるのに対して、「あまり当てはまらない」、「全く当てはまらない」の合計は1割強にすぎない。モノを持つ必要がないどころか、過半がモノを持たない暮らしに憧れを抱いているのである。

こうしたモノを持ちたくないという価値観は、過去の大量生産、大量消費がもたらしてきた自然環境への負荷の増大に対する危機感の表れかもしれない。モノを持たなくとも好きな時に好きなだけ借りられる状況が、こうした価値観にしている可能性もある。いずれにせよ、現代的な価値観がモノについてのシェアを求めていることに違いはない。



## (3) 多様な働き方が求められる時代

シェアリングエコノミーの重要な分野として、スキルのシェアもある。最近では、フリーランス(編集部注:会社や団体などに所属せず、仕事に応じて自由に契約する人)

の人口が増えているようであるが、インターネットを通じたクラウドソーシング(編集部注:不特定多数のクラウド(群衆)が集まって何かを作り上げること)では、場所に縛られず自身の持っているスキルを活かすことが可能となる。また、インターネット上のマッチングは、週末等のわずかな時間に他人に特技を提供することも可能とする。例えば、職業としてのカメラマンではないがスキルはあるという場合に、カメラマンほどの高レベルのサービスを望まない人から、空いた時間に写真撮影の仕事を取ることができれば、趣味と実益を兼ねた副業になる。労働者不足で多様な働き方が求められる中、シェアリングエコノミーの仕組みは時代に合致していると言える。

## 3. 地域における活用分野の例

### (1) 観光

観光分野において、シェアリングエコノミーが期待できる分野といえば、まずは前述の「民泊」が挙げられる。趣のある古民家などを改修し、宿泊場所として観光客に提供できれば、地域の誘客施設としても役に立つ。空き部屋を用いて、観光客をホームステイのようにもてなすことができれば、交流のきっかけにもなる。

また、観光客との交流という点では、「観光ガイド」もシェアリングエコノミーにおける期待の持てる分野である。地元で生活している人がホストとして観光客の案内をする。住民ならではの視点で地元の魅力を伝えることができる。

観光においても一つの重要な要素は移動手段の確保である。シェアリングエコノミーにおける移動分野としては「ライドシェア」が有名であるが、まだ日本では一部を除き有償で行うことはできない。仮に「ライドシェア」が加われば、目的地へ移動し、宿泊し、観光ガイドを受けるところまでシェアリングエコノミーで補える。観光スタイルが、かつての団体ツアーから個人旅行の時代に移るにつれ、個々のオリジナリティが求められる。シェ

アリングエコノミーを通じて得られる体験は、こうした観光客にとって魅力的に映るに違いない。

## (2) 女性活躍

女性が活躍する職場が増え、仕事に時間が取られるにつれて課題となるのが「子育て」である。子どもの「一時預かり」という意味では、従来からベビーシッターが存在していたが、現代ではインターネットのマッチングにより急な用事で短時間の預かりにも対応できるようになっている。また、AsMamaの「子育てシェア」のように、特定の母親同士のコミュニティによる助け合いの形態もある。

忙しく働く女性には「家事」のシェアの活用も有効であろう。料理や清掃など、得意とするスキルを持った人に家事を代行してもらえれば、たまの息抜きもでき、余裕を持って働くことができよう。このほか「習い事」を始める、「洋服」を借りるなど、シェアリングエコノミーには女性活躍を支えるサービスも少なくない。

## (3) 災害時への対応

シェアリングエコノミーは単に対価を得ることにおいてのみ価値があるものではない。使用していない資産等を有効活用する仕組みは、地域の災害支援にも役に立つ。

日本でこのことを知らしめたのは熊本地震発生時のシェア事業者の対応である。図表5はシェアリングエコノミー協会の会員が実際に行った災害支援である。中長距離の相乗りサービスを行うnottecoは災害地域へのボランティアに向かう人々を送るサービスやキャンピングカーの無償貸し出しを行っており、駐車場シェアの軒先パーキングは被災者やボランティア等に一部駐車スペースを無料で提供、クラウドファンディングのMakuake等は災害支援の募金や寄付を行った。この図表にはないが、民泊のAirbnbはいち早く無料で緊急の宿泊場所の提供を行っている。

シェアリングエコノミーの基本はインターネット

図表5 「熊本地震災害支援」を行ったシェアリングエコノミー協会会員の取り組み

- **ライドシェア（乗り合い）サービス**
  - ・ notteco（のってこ！）
- **キャンピングカー無償貸出サービス**
  - ・ notteco（のってこ！）
- **一部駐車スペース無料サービス**
  - ・ 軒先パーキング
- **災害支援募金を募集するサービス**
  - ・ Makuake（マクアケ）
  - ・ STEERS（ステアーズ）
  - ・ クラウドワークス
  - ・ ココナラ

（出所）シェアリングエコノミー協会ウェブサイト  
（編集部注）Makuake（マクアケ）は事業アイデアなどをネット上でプレゼンテーションし、資金を集めるクラウドファンディングのサイトを運営。STEERS（ステアーズ）はオリジナルTシャツ販売サービス（現在はサービス終了）。クラウドワークスは仕事を依頼したい「クライアント」と、多様なスキルや実績のある働き手の「クラウドワーカー」をマッチングするサイトを運営。

を介した個人間の遊休資産等の有効活用であり、急な要請にも応じやすい。緊急時の支援の仕組みをあらかじめ備えている点からすれば、シェアリングエコノミーは地域の防災インフラとしての機能を有するとみることができる。

## (4) シェアリングシティ

シェアリングエコノミーの推進に自治体として取り組むところも増えてきている。図表6は、シェアリングエコノミー協会が認定した「シェアリングシティ」と導入サービスを示したものである。「スペース」や「スキル」への偏りが見られるが、現在のところ、これらの自治体はこうした分野でシェアリングエコノミーの活用を有効とみているのであろう。

自治体にとってシェアのよいところは「共助」を基本としている点である。住民サービスの向上を税金等の「公助」で行おうとすれば、財政への負担が増す。住民同士がインターネットのマッチングを通じて助け合い、課題を解決していくことができるのであれば、自治体としては財政的な負担

図表6 シェアリングエコノミー協会認定シェアリングシティと導入サービス

奄美市 (鹿児島県)	ランサーズ、PIXTA、ミンネ
大津市 (滋賀県)	AsMama、タスカジ
加賀市 (石川県)	スペースマーケット、TABICA
釜石市 (岩手県)	Airbnb、TABICA、cogicogi、シェアのり
川上村 (長野県)	エニタイムズ、クラウドワークス
鯖江市 (福井県)	FAAVO、Makuake、スペースマーケット、TABICA
島原市 (長崎県)	スペースマーケット、TABICA、軒先パーキング
多久市 (佐賀県)	クラウドワークス、TABICA
千葉市 (千葉県)	スペースマーケット、TABICA
天塩町 (北海道)	notteco、ランサーズ
南砺市 (富山県)	ランサーズ、Airbnb
日南市 (宮崎県)	FAAVO、クラウドワークス、エニタイムズ
浜松市 (静岡県)	スペースマーケット、TABICA
湯沢市 (秋田県)	スペースマーケット、AsMama、タスカジ
横瀬町 (埼玉県)	スペースマーケット、TABICA

(出所) シェアリングエコノミー協会ウェブサイト

を伴わずに住民ニーズに対応できる。前述の災害支援にせよ、シェアリングエコノミーは、行政を補完する役回りとして非常に適しているのである。

政府はシェアリングエコノミーを活用している自治体や民間事業者等の事例を2020年までに100件にまで増やす予定であり、最新の事例集では37件が記載されている\*。今後、シェアに注力する自治体が増えていこう。

#### 4. 今後の課題

シェアリングエコノミーの特徴として、サービス品質については、通常、相互評価によって高まる仕組みを有している。しかし、C to Cで行われる場合、提供者によるサービス水準が、監督官庁の下で事業許可を得て提供されてきたプロとしてのサービス水準に達しているかどうかは保証できないであろう。

有償事業であれば、提供者側としては少しでも品質の高いサービスを提供することが求められるのは当然である。このことを前提としつつ、シェ

アリングエコノミーの取引においては、利用者側の心構えとして、価格や利便性を考慮しつつ、提供者に「お客様」としてのプロ級のサービスを要求しないことが必要であろう。

世界的な大きなうねりとなっているシェアリングエコノミーを、日本における地域活性化を促す手段としていくためには、新しい価値観を持つ若者を中心とした理解者等が、効果的な活用方法について改めて考えていくことが必要である。さらにその上で、シェアリングエコノミーに接する機会が限られる人に対しては、理解を促すべくその有用性について繰り返し啓発していくことも必要となろう。

※ 内閣官房シェアリングエコノミー促進室「シェア・ニッポン100～未来へつなぐ地域の活力～『シェアリングエコノミー活用事例集(平成29年度版)』(平成30年3月20日)

#### PROFILE

#### 市川 拓也 (いちかわ たくや)

1992年大和総研入社。1995年海外駐在(バンコク)、1998年から地域経済・地方財政・地方債、2007年から公益分野を担当。2008年東北公益文科大学非常勤講師兼任。2012～14年外務省出向。2015年に地域経済等を担当し、2018年現在、シェアリングエコノミー等の経済を担当。主な著書に『特例民法法人のための移行認定・認可申請の実務』(財経詳報社、2009年10月)、『公益法人制度改革と新たな非営利法人制度』(財経詳報社、2005年11月)がある。