

シェアリングエコノミーの動向とさらなる成長への展望

白石 隼人 ●EY アドバイザリー・アンド・コンサルティング株式会社 ディレクター

世界中で目覚ましい成長を見せ、日本でもプラットフォームの充実が進むシェアリングエコノミー。信用度の向上など課題も多いが、人と人、地域と地域を結びつけるその魅力を守り育てていくことが望まれる。

■シェアリングエコノミーとは何か

Airbnbに代表される民泊や、フリマアプリのメルカリによって認知度を上げた個人間売買などにより、シェアリングエコノミーはこの数年で大きく普及した。大きな配達ボックスを背負ったUber Eatsのドライバーたちが行き交い、外国人旅行者たちがシェア自転車を走らせて観光スポットめぐりに出かける街の風景は、日本経済が新しい時代を迎えたことを象徴している。もはや私たちの日常の光景に自然に溶け込んでいるシェアリングエコノミーだが、まずはその定義についても一度整理してみたい。

一般社団法人シェアリングエコノミー協会は、シェアリングエコノミーを「遊休資産（スキル、モノ、スペース）を他人と共有することによって価値を生む新しい経済のあり方」と定義している。シェアリングエコノミーを構成するモデルとして、提供者（ホスト）や利用者（ゲスト）は一般消費者＝個人であるという見方をされることが多いが、最近ではCtoC型に限定されない多様な産業形態が存在することから、ここではシェアリングエコノミーを個人間取引に限定せず、BtoC、CtoBを含む多様なビジネスモデルに視野を広げて考察していきたい。

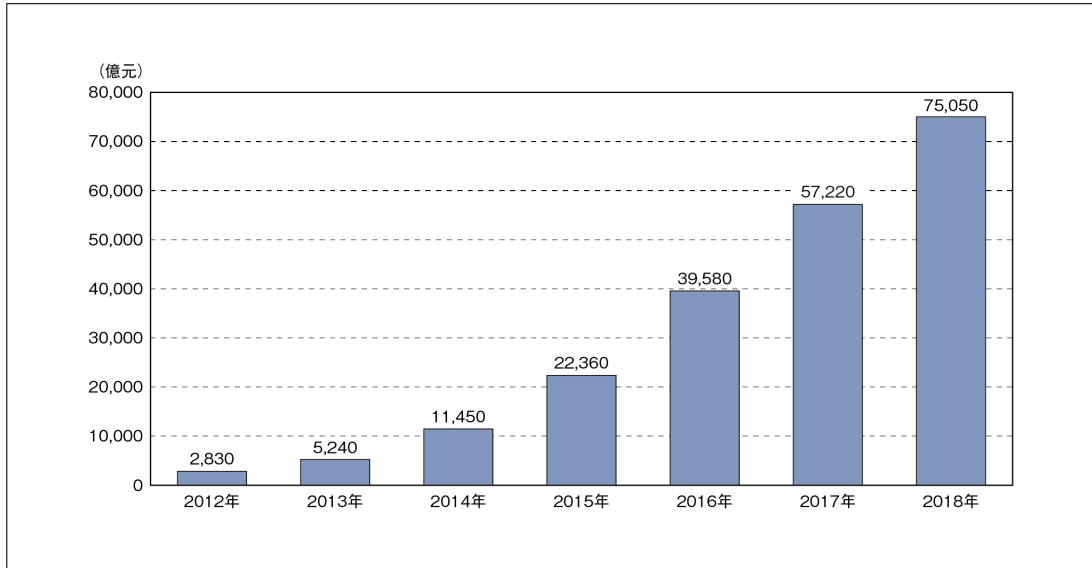
■世界のシェアリングエコノミー：中国

シェアリングエコノミーは世界中で加速度的に普及が進んでいるが、なかでも市場が成熟段階に入り、シェアサービスにおける新しいトレンドが生まれつつある中国にスポットを当てていきたい。中国におけるシェアリングエコノミーの歩みは、今後日本が進むべき道を考える上での重要な示唆に富んでいると思われる。

中国の研究会社の発表によれば、中国における2018年のシェアリングエコノミーの市場規模は7兆5000億元に及ぶという。これは日本の市場規模のおよそ60倍の数字だ。

中国では、Mobike（モバイク）やofo（オフォ）に代表されるシェアサイクルが、シェアリングエコノミー市場を牽引してきた。ofoは2014年のスタートアップ以降、瞬く間に事業を拡大し、2018年には日本にも上陸したが、競合企業が増え広告費などのコストが増大した結果、資金難に陥り経営縮小を余儀なくされた。ライバルのMobikeも2017年に日本法人を設立していたが、現在は日本から撤退している。また、利用者による自転車の放置や大量の不法投棄が深刻化したことは、シェアサイクルをはじめとするシェア事業全体に規制強化が行われる流れを呼び寄せてしまった。

資料1-4-1 2012～2020年の中国シェアリングエコノミーの市場規模と予測



出典：iiMediaをもとに筆者作成

中国シェアリングサービスの先駆けとして市場を席卷していたシェアサイクルが影を潜め、代わってトレンドに躍り出たのはシェアリングバッテリーである。スマートフォンやPCをいつでも充電できるモバイル充電器のシェアサービスだ。

中国では2019年11月に5G通信がスタートしている。通信量の大きい5G通信は従来よりも電池消費が速くなると言われていることや、中国は世界的に見てもモバイル端末の普及率が高いことから、需要の加速は必至と考えられる。シェアリングバッテリー市場は今後も大きく伸びていくことだろう。

■日本のシェアリングエコノミー事情

シェアリングエコノミー協会が2019年4月に発表した調査結果によると、2018年度のシェアリングエコノミー国内市場規模は過去最高の1兆8874億円にのぼった。現状と同程度の成長が続くとすれば、2030年度には5兆7589億円にまで

拡大するという。

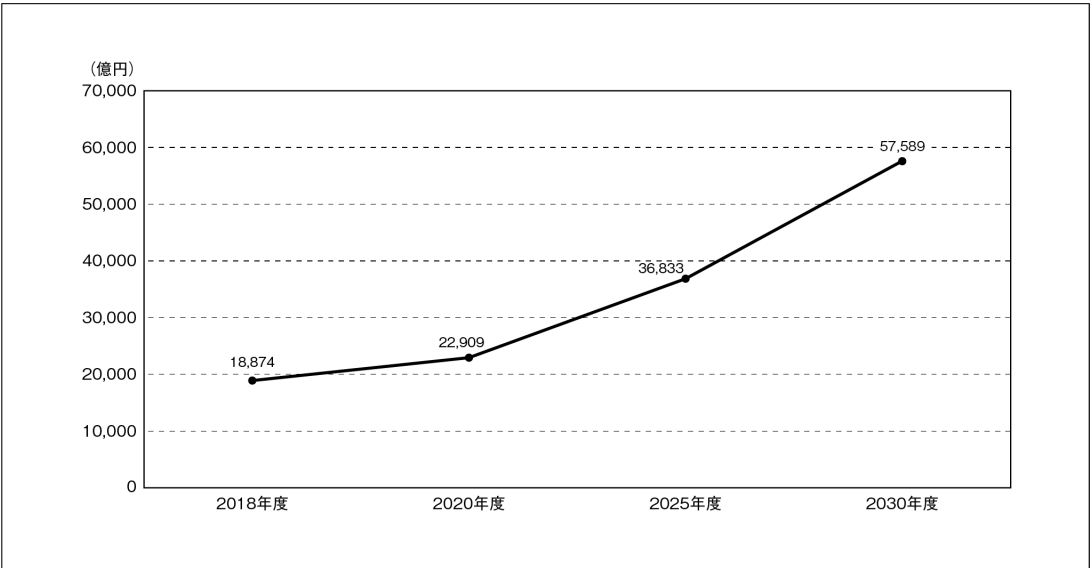
2018年度のカテゴリ別市場を見ると、住空間や駐車場などの「スペースシェア」が5,039億円、フリマアプリや洋服のレンタルなどの「モノのシェア」が5201億円、次いでクラウドファンディングで事業資金を募る「お金のシェア」が4587億円と規模を拡大している。

資料1-4-4は、シェアリングエコノミー協会が作成した業界マップだが、こうして見てみると、日本でもさまざまな領域でプラットフォームが割拠し、バラエティ豊かなシェアリングサービスが展開されるようになってきたことが実感できる。

国内でも数多くのサービスプラットフォームが生まれ、シェアリングエコノミーの浸透が進んでいくなかで、今後の日本全体の活性化という観点から筆者が最も期待したいのが、シェアリングエコノミーと地方自治体の連携によって、地方が再び息を吹き返すことだ。

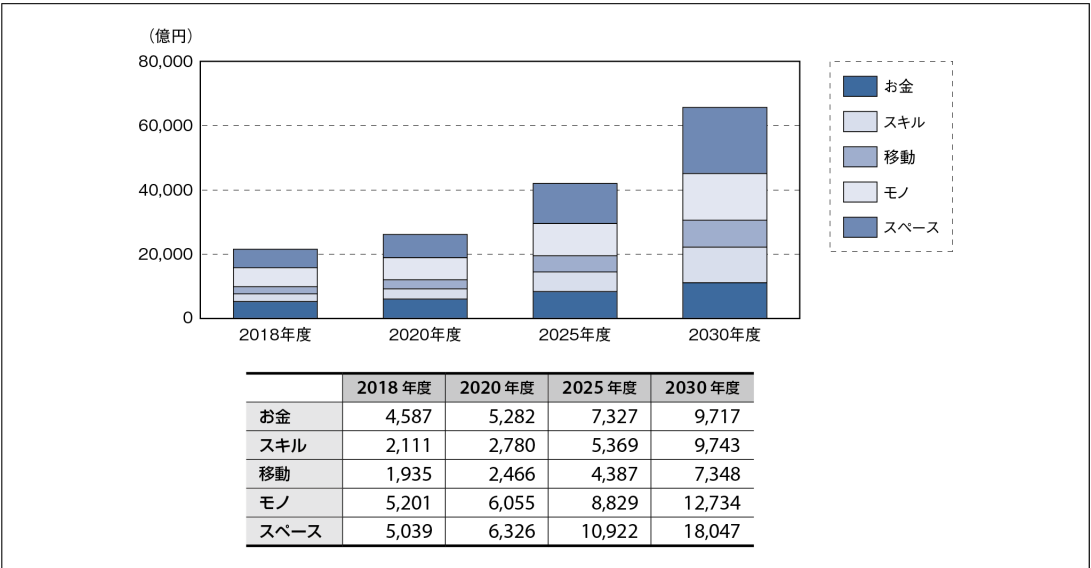
2016年、政府はシェアリングエコノミーの発

資料 1-4-2 日本のシェアリングエコノミー市場規模と推計



出典：シェアリングエコノミー協会「シェアリングエコノミー関連調査結果」をもとに筆者作成

資料 1-4-3 カテゴリー別の市場規模と推計



出典：シェアリングエコノミー協会「シェアリングエコノミー関連調査結果」をもとに筆者作成

展を国内資産の有効活用、地方創生、多様なイノベーションの創出に繋げることを目的とした「シェアリングエコノミー推進プログラム」を公表、2017年には内閣官房にシェアリングエコノ

ミー推進室を設置し、2018年には豊富な知見とスキルを持った「シェアリングエコノミー伝道師」を26地域に派遣して、普及活動を展開している。



出典：シェアリングエコノミー協会「シェアリングエコノミー領域 map」

こうした政府主導の動きに伴って、地域でも次第にシェアリングエコノミーの受容が進み、積極的な活用に向けた土壌が整い始めている。宮城県仙台市では、レンタサイクル運営会社であるドコモ・バイクシェアとのコラボレーション事業として、シェアサイクルサービス DATE BIKE（ダテバイク）が展開されている。市内 80 ポートで自転車 700 台が利用時間や方法に応じた定額料金でレンタルでき、地元の人々だけでなく、ビジネス層、インバウンド客からも好評を博しているようだ。DATE BIKE は 2013 年にサービスを開始してから続々と会員とポートの数を増やしており、さらに、東京都内の一部の区や横浜市、札幌市、広島市などでも同じアカウントでサイクルシェアサービスを受けられるようになった。こうした地域同士の連携によるシェアサービスが今後さらに拡充することで、地方創生・共生が促進されることを願いたい。

■日本のシェアリングエコノミーが健全に成長するための課題とは

市場の成長に伴って法整備や地域での活用が進むシェアリングエコノミーだが、今後の成長のカギを握る課題も明確になってきたと言えるだろう。その一つが、雇用契約が締結されないために労働法の適用を受けられないシェアワーカーの待遇問題だ。2019 年 10 月、配達員の労働環境改善を目指す労働者ユニオンが結成された Uber Eats の話題は記憶に新しい。現状、シェアワーカーの多くは法律上では個人事業主として扱われることから、最低賃金や労災といった労働各法の保護を受けることができない。サービスの担い手たる彼らが安心して働けるような仕組み作りは、最重要課題の 1 つであると言える。

また、プラットフォームにおいては、個人ワーカーがサービスを安く買い叩かれることなく、適正な価格で受注することができる体制の拡充が望まれる。国内最大級のクラウドソーシングプラッ

トフォームであるLancersでは、獲得報酬ランキング、メッセージ返信率、プロジェクト完了率などの指標をもとに、高品質なサービスを提供しているワーカーを「認定ランサー」として認証する仕組みを導入し、シェアワーカーの身元やサービスの品質を保証している。新しい経済システムの中で、人々が自分らしい働き方を選択し、安心して働くことができるように、今後多くのプラットフォーム事業者がこうした取り組みに力を入れていくことが望まれる。

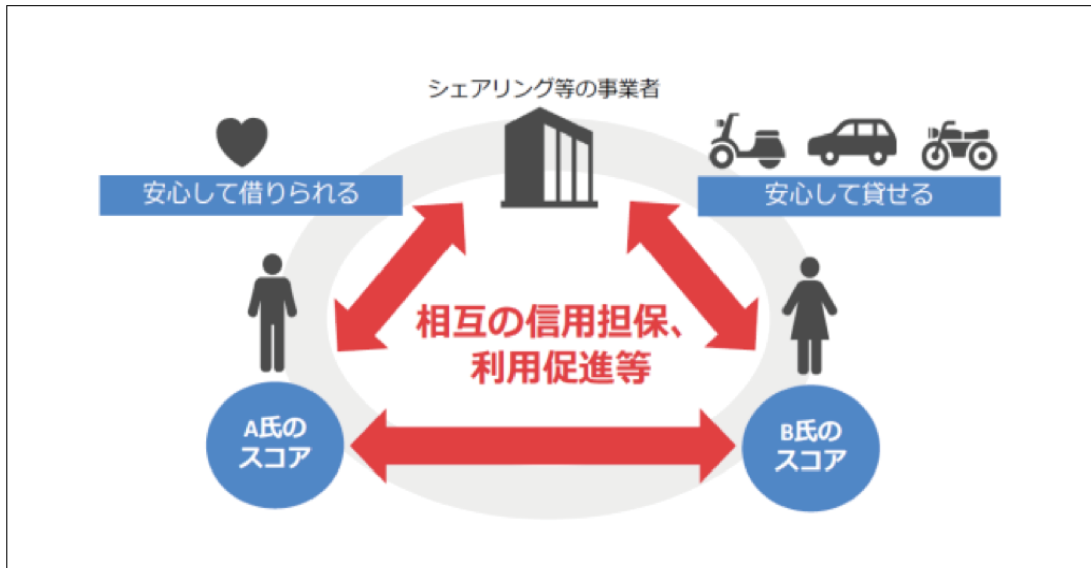
また、シェアリングエコノミーの認知度は上昇しているものの、消費者は依然としてシェアリングサービスに不安を感じ、実際にサービスを利用することに躊躇しているという現状がある。総務省が発行した平成30年度情報通信白書「シェアリングエコノミーに対する消費者の意識」のアンケート調査によれば、国内でも民泊や駐車場シェアなどを中心にシェアリングエコノミーに対する認知度が高まり、一般に知られるようになってきたことがわかっている。しかし同調査で、シェアリングエコノミーを知ってはいるが利用体験はないと答えた人の割合は8割以上にのぼり、欧米諸国に比べ、依然として日本人はシェアリングサービスの活用に消極的であることがうかがえる。

こうした現状を打開するため、各省庁もシェアリングエコノミーの周知・広報に本腰を入れ始めている。消費者庁は2019年11月、シェアリングエコノミーを初めて利用する消費者向けに、自分に合ったプラットフォームの選び方や、サービスを受ける際に留意したいポイントなどを解説したパンフレット「共創社会の歩き方」を発行した。官民の啓蒙活動が展開される中で、シェアリングエコノミーを知らない人はいない、という時代はすぐにでもやってくるだろう。だが、「信頼され、活用される」ことは、「単に認知される」ことの何倍もハードルが高い。人々がシェアリングエコノ

ミーにおけるサービスを信頼し、積極的に活用するようになるためには、政府やプラットフォーム事業者の努力だけでは越えられない壁があると考えられる。それは、サービサーの多くが「個人」であるということだ。消費者はスマホ端末を使ってオンラインでサービスを選び、発注、決済を行うが、サービスそのものは「民泊」、「飲食の宅配」といったオフライン形態であることが多い。つまり、オフラインで消費者と唯一接する「窓口」である民泊オーナーや配達ドライバーといった、1人ひとりのサービサーの信用度こそが重要なのだ。

中国ですでに活用が進み、日本でもLINE、Yahoo!などが参入している信用スコアは、サービサー個人の振る舞いがサービスの質を左右するシェアリングエコノミーと親和性が高いと考える。中国で2015年に開始された「芝麻信用（ジーマ信用）」は、学歴、職業、居住地や金融資産、クレジット支払履歴、さらにはSNS上の交友関係などをもとにスコアリングして個人の信用度を測定し、賃貸サイトで敷金や保証金が免除される、シェアサービスの利用時にデポジットが不要になるなど、点数に応じたさまざまな特典を付与することで消費者に受け入れられている。

個人の信用を視覚化できるという点において、シェアリングビジネスへの活用が期待される信用スコアだが、日本で普及するかどうかについてはまだ予測が難しい。もともとクレジットカードの普及率が低く、客観的に信用度を測定する手段に乏しかった中国では、消費者自身が積極的にスコアリングを受けたいような動機があったため、信用スコアは広く浸透した。これに対して日本ではクレジットカードが普及していることや、個人情報の取り扱いに慎重な国民性という高いハードルが存在する。消費者にとって魅力的なメリットを付与することである程度の浸透は見込めるが、なおも課題は残る。



出典：内閣官房情報通信技術（IT）総合戦略室 シェアリングエコノミー検討会議

中国ではすでに一部の就職サイトや結婚マッチングサービスなどで、高スコア者を優遇するサービスが出現している。信用スコアが人間の「社会的信用」そのものと急速に結びつく動きの中で、中国当局がスコアを国民の監視統制に利用しようとしているのではないかと危惧する声も多い。

今後、日本で信用スコアをシェアリングサービスに取り入れるためには、たとえば「過去の購買・支払履歴をスコア化することで、ショッピングに割引が適用される」といったように、その利用目的を明確に限定し、消費者から信頼される運用方式を確立する必要があると考えられる。

また、国内でもみずほ銀行とソフトバンクの提携によるJ.Score、携帯電話の利用データをスコア化するドコモスコアリングなど、すでに複数の企業が信用スコア事業に参入しているが、現状の電子決済のように数多くのサービスが乱立してしまうと、消費者にとってわかりにくく、適正な淘汰が行われないおそれがある。業界の過剰な肥

大化を防ぎ、スコア情報が健全に活用されるためには、行政が作成する一定のガイドラインのもとに、たとえばシェアリングエコノミー協会のような団体が信用スコアをローンチし、協会加入事業者のサービス利用が優遇されるような仕組みを作ることでスコア事業を集約していくのも1つの道ではないだろうか。

■シェアリングエコノミーがもたらした希望を守り育ててゆくために

シェアリングエコノミーがさらなる成長を遂げるためには課題も山積しているが、ここでもう一度、シェアリングエコノミーの持つ魅力、その期待値の大きさについて考えたい。

すでに飽和状態といえるほどにモノやサービスがあふれる日本で、シェアリングエコノミーがここまで普及した理由は何だろうか。サービスの良いホテルはどこにでもあるのに、人々が民泊を選ぶのはなぜだろうか。いつどこにいてもスマホか

ら新しい商品が買える時代において、人々があえてシェアサービスを使うのは、一体なぜなのだろうか。そこには私たち現代人が長らく失っていた原初的な動機があると筆者は考える。

フリマアプリ大手のメルカリは、2019年12月に利用者に対して意識調査を行った。メルカリは、自宅に持て余している洋服や雑貨などを売りたい出品者と、それを欲しがる購入者を結びつけるマッチングプラットフォームを運営している。商品が売れると、出品者は売上から10%の手数料と送料とを差し引いた利益が得られるシステムだが、メルカリに出品している利用者のおよそ4人に1人が、100円以下の少額の利益しか出なくても出品するのだという。さらに、調査結果の分析によれば、出品者の7割が「商品が売れると嬉しい・楽しい」と感じ、特に少額の利益で取引する利用者には、商品が売れることで「他者からの承認が得られている」と感じる傾向が強いことがわかった。

少しの利益しか得られないにもかかわらず、コツコツとメルカリに出品を続ける利用者たち。彼らを虜にしているのは、自分の出品した商品が、スマホ画面の向こうにいる誰かを喜ばせることができたという充足感なのではないだろうか。人間が自分自身の存在価値を見出すことを促し、ささやかな自己実現を叶えるという特質は、メルカリのみならず他の多くのシェアサービスにも共通する。近代以降、世の中は加速度的に機械化し、波状に押し寄せるテクノロジーの進歩の中で、人々は分断され、孤立の一途を辿ってきた。そんな潮流の中に生まれたシェアリングエコノミーの最大の魅力とは、人と人を、地域と地域を、再び結びつけ、その交流による人間らしい喜びを再生させることなのではないだろうか。

自分の所有しているささやかな資産やスキルが他の誰かの役に立つことで、人は自分が生きてい

ることの実感を得る。地方の小さな町や村が、自分たちのユニークな特性や産業を分け合うことで息を吹き返す。シェアリングエコノミーの持つそうした可能性を守り育てていくために、政府や経済界は議論を重ね、必要なルールを構築していくことを期待したい。そして、シェアサービスの担い手でありユーザーでもある個人レベルにおいてこそ、1人ひとりが意識をアップデートすることが重要になってくるだろう。そして私たちは、良質なシェアサービスを選択し、自分に合ったライフスタイルを自ら作り上げていくすべを身につけ、新しい経済社会がより豊かなものとなるよう努めていきたい。

●参考文献

(中国市場規模)

・「中国シェアリングエコノミーの栄枯盛衰 自転車からバッテリーへ」、日経クロストrend、2019年10月25日

(日本の市場規模)

・「シェアリングエコノミー関連調査結果」、一般社団法人シェアリングエコノミー協会、2019年4月9日

(政府の活動について)

・「シェアリングエコノミー検討会議第2次報告書」、内閣官房情報通信技術(IT)総合戦略室シェアリングエコノミー検討会議、2019年5月

(自治体におけるシェアエコの取り組み)

・「仙台市コミュニティサイクル事業 DATE BIKE」、仙台市公式ホームページ
・株式会社ドコモ・バイクシェア公式ホームページ

(信用スコア)

・「情報銀行と信用スコアリングビジネスの展望」、野村総合研究所、2019年3月

・「中国で普及が進む芝麻信用の実情と課題とは?」、日経クロストレンド、2019年10月4日

(シェアリングエコノミーの長所と可能性)

・「100円以下の利益で出品するフリマアプリ利用者の意識・実態調査」、株式会社メルカリ、2019年12月

・『いまこそ知りたいシェアリングエコノミー』、ディスカヴァートウエンティワン、長田英知、2019年9月



1996, 1997, 1998, 1999, 2000...

[インターネット白書ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2020年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<https://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp

©1996-2021 Impress R&D