

シェアリングエコノミーの可能性と展望

白石 隼人 ●PwCコンサルティング合同会社 シニアマネージャー

個人やグループが共有する資産を、利用者が必要なときに利用する「シェアリングエコノミー」が、技術の進歩と消費者の意識変化に後押しされ、海外で驚異的に成長している。企業経営者は早急な対応が必要だ。

■シェアリングエコノミーとは何か

個人やグループが活用度の低い有形、無形の資産をサービス業者が提供するプラットフォームを活用して共有することにより、収入を得られる経済活動を、「シェアリングエコノミー」として定義した。本稿ではシェアリングエコノミー体験を提供するサービスを「シェアリングサービス」と呼び、シェアリングエコノミーはそのサービスによる集合的な経済活動を指すこととする。

シェアリングエコノミーの代表的なモデルは、「提供者（ホスト）」、「仲介者（プラットフォーム）」、「利用者（ゲスト）」の3者で構成され、プラットフォームがホストとゲストのマッチングを行うP2P型サービスである（資料1-4-1）。

ビジネスのスキームとしては一般的に以下の流れで整理される。

- ①ホストは資産をプラットフォームに登録する。
- ②ゲストはプラットフォームに利用者情報を登録

する。

③ゲストはプラットフォーム上の資産情報を確認し、利用依頼を行う。

④ホストはゲストのプロフィール、利用履歴、評価等を確認し、利用を承認／否認する。

⑤ゲストに資産が提供される。

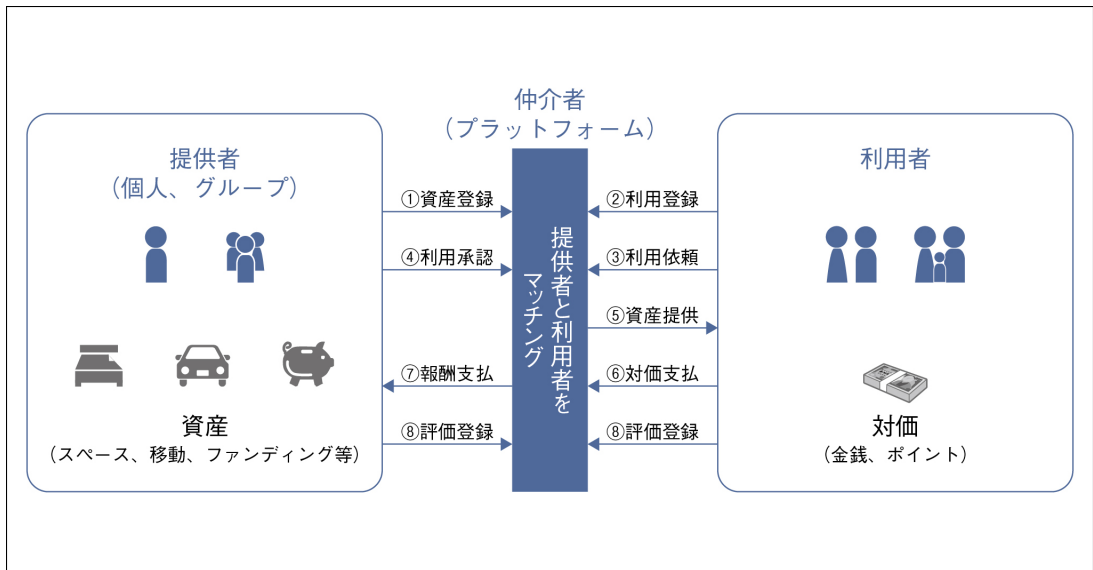
⑥ゲストは資産に対しての対価をプラットフォームに支払う。

⑦プラットフォームは対価から一定の手数料を控除し、ホストに報酬を支払う。

⑧サービス利用後にゲスト、ホストは相互評価を行う。

特徴としては、仲介者が提供者と利用者のマッチングを行うP2P型サービスであること、提供者と利用者の相互評価によりサービス品質を担保すること、最新ITの活用で既存サービスより利便性が高いことが挙げられる。

資料 1-4-1 シェアリングエコノミーの代表的なモデル



出典：資料をもとに筆者作成

■海外におけるシェアリングエコノミーの概況

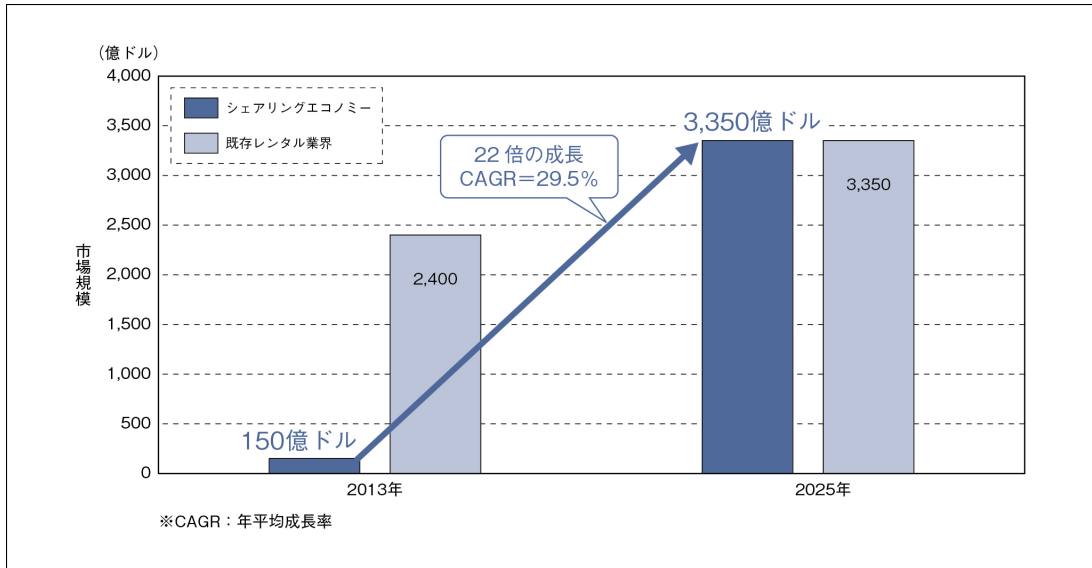
英国PricewaterhouseCoopersは、シェアリングエコノミーを構成する主要業界を、宿泊、カーシェアリング、P2P型貸出・クラウドファンディング、オンラインスタッフィング、音楽・映像ストーリーミングと定義している。

全世界的なシェアリングエコノミーの市場規模は、2013年の150億ドル（約1兆8000億円）から2025年には3350億ドル（約40兆円）になると予測している。一方で、既存の機械、旅行、本、車、DVDのレンタル業界を合計した市場規模は、2013年の2400億ドル（約29兆円）から25年には3350億ドル（約40兆円）の成長にとどまると

される。既存のレンタル業界を含む同種サービスの市場規模の成長率が1.4倍であるのに対して、シェアリングエコノミーは約22倍と、驚異的な成長が予想されている（資料1-4-2）。

特に大きく成長すると想定される業界は、P2P型貸出・クラウドファンディング、およびオンラインスタッフィングであり、それぞれ63%、37%の年平均成長率（2013年～2025年）となる。これらの業界が他業界と比較して特に大きく成長する一因は、その業界のシェアリングエコノミーにおけるライフステージの違いであり、未発達な業界であるP2P型貸出・クラウドファンディングとオンラインスタッフィングが最も急速に成長する可能性がある。

資料1-4-2 シェアリングエコノミーのグローバル市場規模



出典：英国 PricewaterhouseCoopers 「The sharing economy - sizing the revenue opportunity」

シェアリングエコノミーによる破壊的変化の規模を把握するため、Airbnbを例に挙げてみたい。Airbnbの宿泊客は一晩当たり平均42万5000人で、年間1億5500万人以上に達している。これは2014年のヒルトンホテルの世界全体の宿泊客数1億2700万人を約22%上回っている。

また、創業7年目になるUberは世界の250以上の都市で事業を展開しており、2015年2月時点の事業価値は412億ドルだった。これはデルタ航空、アメリカン航空、ユナイテッド航空などの企業の時価総額を上回る。

シェアリングエコノミーの発展は、消費者の消費行動、および消費や所有に対する意識と価値観に影響を及ぼしている。米国PricewaterhouseCoopersが2014年12月に実施した米国市場調査（サンプル数は1000人、年齢、性別、収入、地域の分布を考慮済み）によれば、消費者の44%がシェアリングエコノミーになじみがあり、19%がシェアリングサービスを利用したことがあり、7%がサービス提供者となった

ことがある。

シェアリングエコノミーになじみがあると回答した消費者の86%が、「生活がより楽になる」、76%が「環境にとって良い影響がある」、78%が「より強固なコミュニティ構築につながる」、63%が「従来型の企業が提供するサービスより楽しい」と感じている。

また、消費者のうち、43%が資産や商品を所有することを負担と感じており、57%がシェアリングを新しいかたちの所有として位置付けている。所有についての価値観が変わってきていることも、シェアリングサービスの成長に寄与していると考えられる。

他方で、消費者のうち72%が「シェアリングエコノミーのサービス品質は均一化されていない」、69%が「信頼する人からの推薦がないとシェアリングサービス会社を信用できない」、というネガティブな回答をしている。サービスの信頼性を担保するための規制に関しては、64%の回答者が「利用者同士での相互評価による自律的な規制

のほうが、政府による公的規制よりも重要」と感じている。

■日本におけるシェアリングエコノミーの概況

海外と比較すると、日本におけるシェアリングエコノミーは発生期の域を出ていないが、シェアリングエコノミー市場は高い成長性を示している。

矢野経済研究所の2016年7月時点の調査によると、日本のシェアリングエコノミー市場は2014年度は232億円であり、2020年度は600億と予測されている。業界としては自動車関連分野が最大の市場規模を有し、今後は宿泊やクラウドファンディング分野の成長が期待されるとしている。また、新経済連盟は2015年5月時点の予測として、日本のシェアリングエコノミー市場は2025年に10兆円規模になるとしている。

シェアリングエコノミーの成長性を踏まえ、規制緩和を目指す動きも活発化している。政府の日本再興戦略の中にもシェアリングエコノミーは盛り込まれており、2016年7月から内閣府主導で官民による「シェアリングエコノミー検討会議」を開催し、その成果として2016年11月に中間報告書「シェアリングエコノミー推進プログラム」としてガイドライン等を制定している。自治体レベルでもシェアリングエコノミー推進の動きは広まってきており、島原市（長崎県）、浜松市（静岡県）、湯沢市（秋田県）、多久市（佐賀県）、千葉市（千葉県）の5つの都市が、「シェアリングエコノミー推進都市」として宣言を行った。どの都市も、2017年初頭では計画段階であるが、助成金

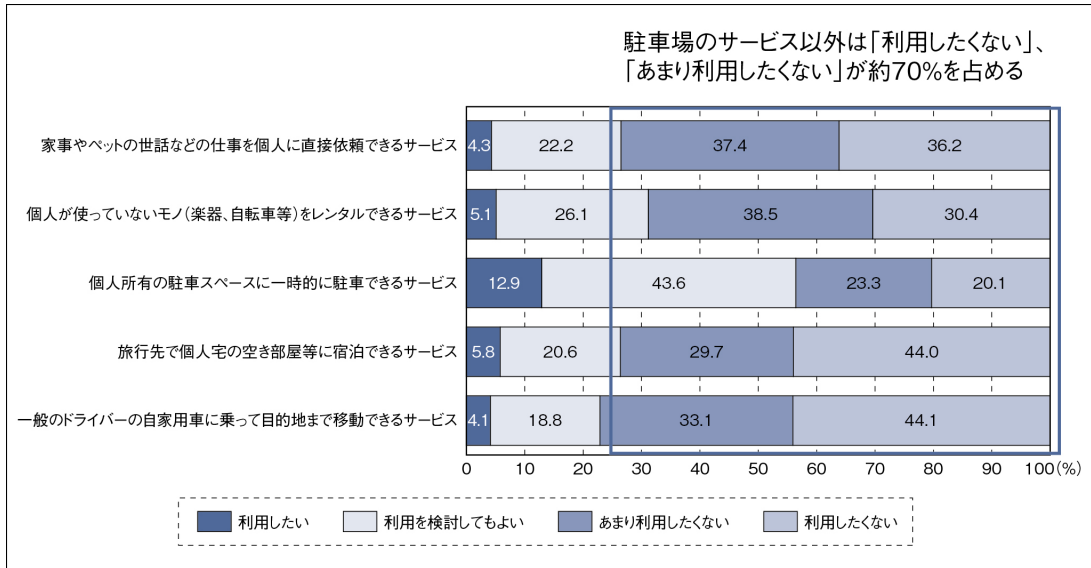
補助・企業支援・相談窓口設置等の取り組みを行う予定としている。

民間レベルにおいても、シェアリングサービスの普及、シェアサービスガイドライン作成などによる業界の健全な発展を目的として、2016年1月にシェアリングエコノミー協会が設立された。「シェアリングエコノミー検討会議」への参加を含むさまざまな活動を行い、同年10月31日時点で123社の事業者が参加している。11月25日にはシェアリングエコノミーをテーマにした国内初のカンファレンスを主催し、国内外のシェアリングサービス企業の創業者、海外都市からの代表、経済産業省、内閣官房、および複数の自治体が、発表と討議を行っている。

海外に比べると日本でシェアリングエコノミーが成長するためには、大きく2つの課題が存在すると考えられる。1つは日本人の安心・安全を重んじる意識、2つ目は既存業界や法律・行政機関との軋轢である。

まず、日本人の安心・安全を重んじる意識について考察してみよう。総務省が公開している2015年度版「情報通信白書」には、シェアリングエコノミーの利用意向調査結果が示されている。その中で、「一般のドライバーの自家用車に乗って目的地まで移動できるサービス」、「旅行先で個人宅の空き部屋などに宿泊できるサービス」についての利用意向を問う設問がある。それによると、前者のサービスを「利用したくない」もしくは「あまり利用したくない」と回答した人は77.2%存在し、同じく後者のサービスを「利用したくない」、「あまり利用したくない」人は73.7%存在する。

資料 1-4-3 日本のシェアリングサービス利用意向（20代～60代の回答者の平均）



出典：総務省「社会課題解決のための新たな ICT サービス・技術への人々の意識に関する調査研究」（平成 27 年）

その理由は、「事故やトラブル時の対応に不安があるから」が約6割と、最も多い。つまりサービスが未知であるため、それに対する漠然とした不安があることが示唆されており、信頼性の向上が喫緊の課題であることがわかる。他方、「利用者の口コミによるサービス評価には限界があるから」や「企業が責任をもって提供するサービスのほうが信頼できるから」を理由に挙げた人はそれぞれ1割、2割程度にとどまり、必ずしも多くないことから、サービス品質を口コミと相互評価で担保するという基本的な仕組み自体は、受け入れられる余地があることが推察できる。

日本ではむしろ、2つ目の課題である既存業界や法律・行政機関との軋轢のほうが深刻と考える。

たとえば、厚生労働省と観光局が事務局を務める「民泊サービスのあり方に関する検討会」で検討を進めている民泊新法においても、日数上限を年間180日以下とする、利用者名簿を作成・保存する、地域の実情に応じて条例等により民泊を実施できないことも可能とする、など一定の制限

が課せられる可能性が高い。それに対して、シェアリングエコノミーを推進する新経済連盟が日数制限への拒否などの要望を表明した。

カーシェアリングに対するタクシー業界など、シェアリングサービスへの既存業界からの反発も無視できない。全国ハイヤー・タクシー連合会の富田昌孝会長は2016年6月の通常総会で、シェアリングサービスとしての配車サービスの近年の普及で「業界の歴史始まって以来の未曾有の危機に直面」していると指摘し、各タクシー会社も豊富な車両数を武器に独自の配車アプリを開発するなど対抗姿勢を強めている。

■日本市場への考察

こうした課題はあるが、政府が規制緩和に積極的であり、自治体レベルでもシェアリングエコノミー推進の動きが広がっていること、さまざまなシェアリングサービス企業が新たなサービスを提供し、既存企業がシェアリングサービスに対抗したサービスを提供し始めている状況を考えると、

今後、日本でもシェアリングエコノミーが立ち上がっていくことは確実と考えられる。それは、生まれたときからデジタル技術になじみがあり、シェアリングエコノミーを他世代より多く活用するミレニアル世代が日本でも増えており、今後も増加が見込まれるためである。このミレニアル世代は、2013年時点で2400万人（人口の19%）、2016年10月時点では2795万人（人口の22%）となっている。

2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催による訪日外国人の大幅な増加と、それによる宿泊や移動への需要の拡大は、日本でシェアリングエコノミーが広がるための起爆剤として期待される。

2014年、2015年の訪日外国人数はそれぞれ過去最高の1341万人、1973万人となり、この勢いは当分続くとみられている。政府は2020年の訪日外国人数目標を3000万人と設定している。急激な訪日外国人の増加に伴い、宿泊施設や移動手段などの各種インフラの需要に既存業界の供給が追い付かないため、既存業界に対する懸念とともに、シェアリングサービス提供企業にとってのビジネス機会が存在している。

シェアリングサービス企業が、2020年に向けた日本におけるシェアリングエコノミーの本格展

開時代の競争に負けないためには、合法的な枠組みの中で既存企業とうまく連携し、消費者の漠然とした不安を払拭して信頼感の醸成に努める必要がある。

そしてシェアリングサービス企業の進出に影響される立場の既存企業は、シェアリングエコノミーの台頭を無視したり排除したりするのではなく、これまでリーチできていない顧客層にリーチできるチャンネルと捉えるべきである。なおかつ自社で活用しきれていない資産から新たな収益を生み出す可能性を備えたビジネスモデルとして、積極的に取り組むことが求められる。

さらに、シェアリングエコノミーに直接関係のない企業でも、既存のリソースや資産をシェアリングサービスを活用し置き換えることでコスト減に繋がったり、もしくは自社で活用しきれていない資産をシェアリングすることで新たな収益を生み出したり、といった可能性を検討することが重要である。

※記事中で紹介している海外の事例や統計データは、PwCコンサルティングの「シェアリングエコノミー」を参照している。<http://www.pwc.com/jp/ja/japan-knowledge/archives/assets/pdf/the-sharing-economy1602.pdf>



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～2017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の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