

企業経営情報

REPORT

Available Information Report for Corporate Management

2017

11

経営

「共有」が生み出す新たなビジネスの方向性 シェアリングエコノミーの動向

- ① いま注目されているシェアリングエコノミー
- ② シェアリングエコノミーの動向
- ③ 日本市場における課題と取組み
- ④ 国内のシェアリングエコノミー企業事例

1 | いま注目されているシェアリングエコノミー

近年、スマートフォンの普及等 IT の利活用環境の変化に伴い、「シェアリングエコノミー」が登場し、我が国の経済の仕組みを変えつつあります。モノやサービスを個人間で取引する新しい経済活動として注目され、政府が2017年6月に発表した「未来投資戦略2017」において、シェアリングエコノミー推進に向けた具体的施策が記載されました。シェアリングエコノミーは海外を中心に利用が進み市場が拡大傾向にありますが、我が国でも様々な分野で新たなサービスが次々と開発されており、今後の市場拡大が予想されています。

しかしながら、我が国におけるシェアリングエコノミーは今まさに黎明期にあり、中小企業におけるシェアリングエコノミーのサービスに対する認知度については、まだまだ高いとは言えません。本レポートでは、国内でのシェアリングエコノミーの動向と市場拡大に向けた展望について、国内企業のサービス事例の紹介とともに解説します。

1. シェアリングエコノミーのビジネスモデル

シェアリングエコノミーについては本格的な普及が始まって10年にも満たず、現時点でも一義的な定義はないと言われていますが、基本的にはインターネットを介して個人間でモノや場所、技術などを賃貸・売買取引するサービス形態を指します。

■ 図1-1. シェアリングエコノミーのビジネスモデル



従来のビジネスは事業者が消費者にサービスを提供する、いわゆる「B to C」が一般的です。一方、シェアリングエコノミーでは多くの場合、個人が使用していないモノや場所などを貸し出す「提供者」となり、借り手である「利用者」も多くの場合個人となります。

そして、提供者と利用者を結ぶ「シェア事業者」が、マッチングの場としてのプラットフォームを提供します。

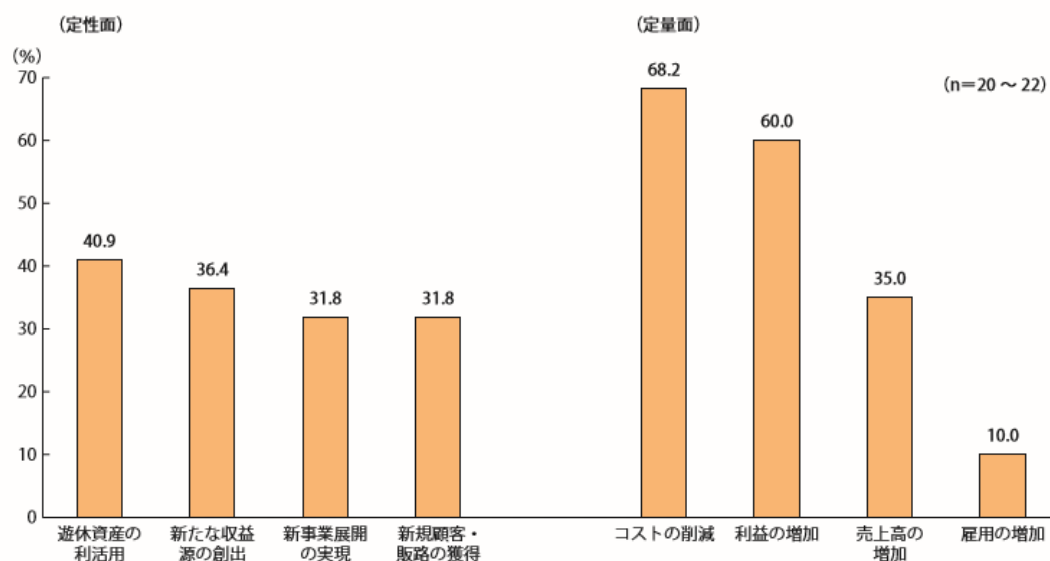
2. シェアリングエコノミーの活用により期待される効果

シェアリングエコノミーを活用することによって、提供者は自身の遊休資産の活用による収入増が、一方で利用者は所有することなく資産を利用することで、保有コスト等の抑制が期待されています。その中で、シェア事業者が双方のマッチングの成功報酬として手数料を得る、という形が、シェアリングエコノミーにおける基本的なビジネスモデルとなります。

シェアリングエコノミーの活用により期待される主なメリット	
提供者	保有する独自の資産、遊休資産を有効活用できる。
利用者	自分の持っていない資産を手軽に活用できる。
シェア事業者	実際のサービスは提供者が実施するため、自身で資産の保有が不要。

将来的には、「所有から利用へ」という発想転換が進み、新しいビジネスが多数参画し、産業の新陳代謝が促進されることが期待されています。

■図1-2. シェアリングエコノミーの活用により定性面・定量面で期待される効果



資料：中小企業庁委託「中小企業の成長に向けた事業戦略等に関する調査」（2016年11月、(株)野村総合研究所）
 (注) 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

3. シェアリングエコノミーの5つの分類

遊休資産を活用するシェアリングエコノミーは巨額の設備投資が不要であり、アイデア次第でサービスを始められるため、その業態は多種多様化の一步をたどっています。その中で、現在主流の事業として右記の5つの分野に分類することができます。

- (1) 「空間」のシェア
- (2) 「モノ」のシェア
- (3) 「移動」のシェア
- (4) 「スキル」のシェア
- (5) 「カネ」のシェア

(1)「空間」のシェア

使用していない住宅や土地、空間の情報をインターネットで公開し、利用者を仲介するサービスです。代表例として、住宅を観光客などの一時利用に貸し出す「民泊」が挙げられます。そのほか、空き会議室や駐車場、イベントスペースを仲介する事業等もあります。

(2)「モノ」のシェア

現在主流となっているのが、不用品をインターネット上で売買する「フリーマーケット」型のサービスや、高級ブランドバッグなどのレンタルサービスです。月額固定料金で返却すれば何度でも新しい衣類を借りられるサービスなどもあります。

(3)「移動」のシェア

自動車の相乗りのほか、個人のマイカーを貸し出したり、借りた自転車を特定の駐輪場で自由に乗り降りできるサービスなどがあります。自治体で自転車を設置するケースもあります。

(4)「スキル」のシェア

人の持つ「スキル」をシェアする、という考え方に基づいたサービスです。家事代行やベビーシッター、翻訳、観光ガイドなど様々な分野に及び、高齢者の活用や子育て支援など、自治体の課題解決にも期待されている分野です。また、提供者にとっては、自身のスキルを活かした副業や、インターネットを活用した時間・場所を選ばない働き方の実現が可能となります。

(5)「カネ」のシェア

多数の個人から少しずつ資金を集め、特定のプロジェクトや商品開発に充てる「クラウドファンディング」が代表的な例です。金融とITを融合した「フィンテック」の登場で参入企業も増えてきています。

2 | シェアリングエコノミーの動向

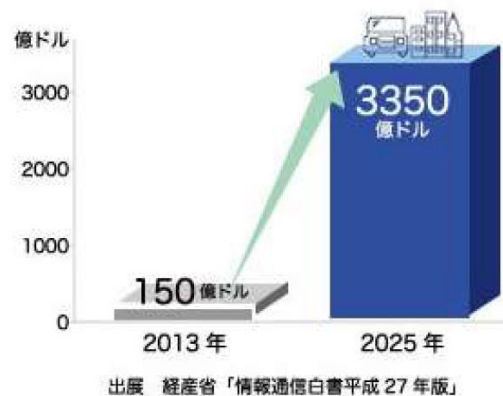
1. 急拡大が見込まれるシェアリングエコノミー市場

新たなビジネス分野として注目されるシェアリングエコノミーの市場は急成長するとみられています。米PwCの推計によると、世界の市場合計額は2013年時点で150億ドル程度であったものが、2025年には20倍超の3,350億ドルにまで拡大すると予測されています。

国内市場規模については、法整備等の問題で海外に比べ普及は遅れているものの、2014年度に約233億円、2018年度までには462億円にまで拡大すると予測されています。近年これほど急速に広がるに至った最大の要因は、ITの飛躍的な普及にあります。スマートフォン、SNSなどにより、個人の持つ情報が不特定多数の個人に瞬時に可視化され、ソーシャルメディア上で他者とのコミュニケーションが一般化されつつあること、また、位置情報（GPS）や決済システムの向上などテクノロジーの進化が市場拡大を後押ししてきたと言えるでしょう。

■ 図 2-1. シェアリングエコノミーの市場規模

図表：総務省 平成27年版情報通信白書
特集テーマ「ICTの過去・現在・未来」本編より

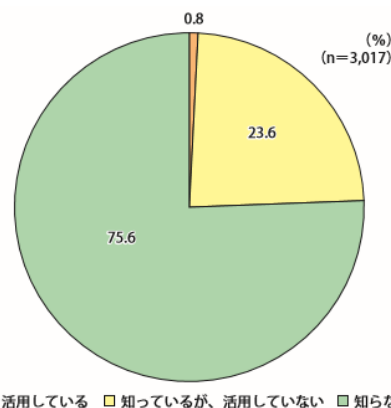


(出典) PwC「The sharing economy - sizing the revenue opportunity」

2. 中小企業でも高まりを見せるシェアリングエコノミーへの関心度

市場拡大が期待されるシェアリングエコノミーですが、図2-2の通り、我が国の中小企業のシェアリングエコノミーに対する認知度は、「活用している」もしくは「知っているが活用していない」を含めても約25%という結果となり、中小企業においては、これから広く知られていく余地が多く残されていることがわかります。

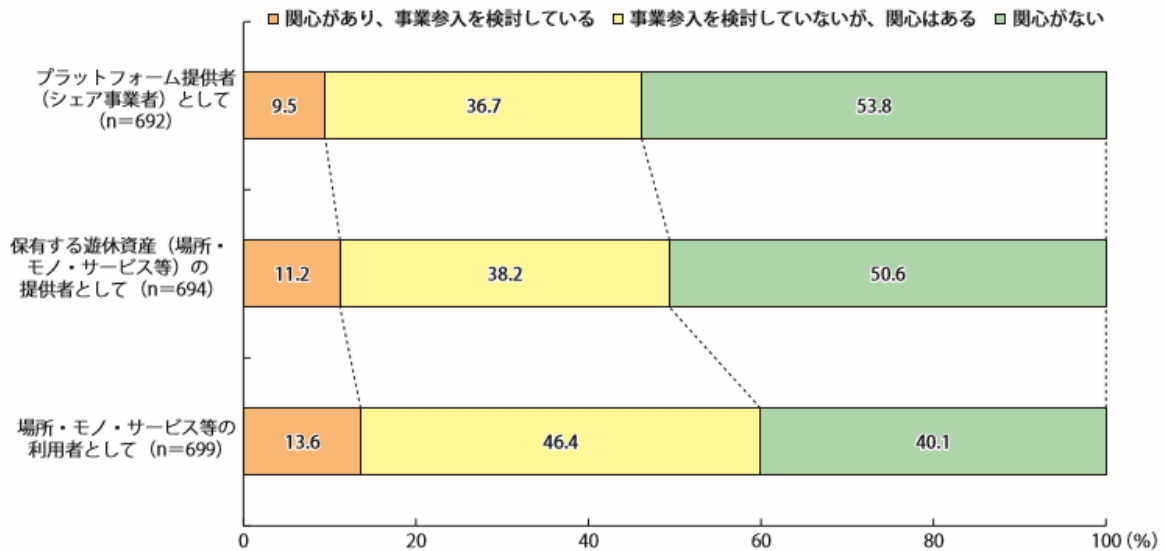
■ 図 2-2. シェアリングエコノミーの認知度



資料：中小企業庁委託「中小企業の成長に向けた事業戦略等に関する調査」(2016年11月、(株)野村総合研究所)

しかしながらシェアリングエコノミーを認知している企業については、図 2-3 の通り「関心があり、参入を検討している」と「事業参入を検討していないが、関心はある」を合わせると、どの立場においても約半数近くの企業が事業参入への関心があると答えており、今後認知度が高まるにつれて中小企業での活用事例も増えていくことが期待されます。

■ 図 2-3. シェアリングエコノミーへの関心度

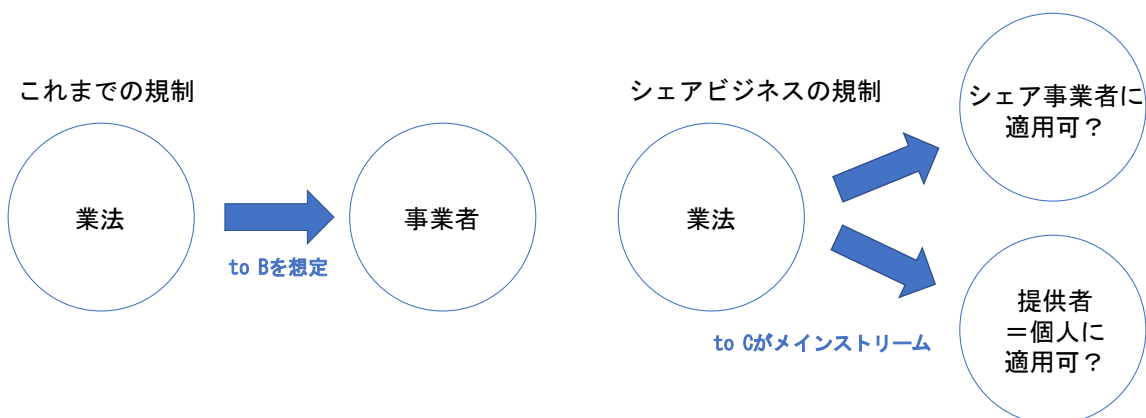


資料：中小企業庁委託「中小企業の成長に向けた事業戦略等に関する調査」(2016年11月、(株)野村総合研究所)
 (注) シェアリングエコノミーの認知度に関する設問で「知っているが活用はしていない」と回答した企業に尋ねたもの。

3. 法改正の動き

日本の法体系においては、あるサービスに対してその安全性の確保や消費者保護を目的とした業法により、それらのサービスを「業として」行う事業者に対して許認可等の規制を行ってきました。一方でシェアリングエコノミーにおいては、プラットフォームを提供するだけのシェア事業者や、提供者になりうる一個人に対して業法を同様に等しく適用させることは困難であるため、様々な取引業態において新たな法整備の是非が検討されています。

■ 図 2-4. 業法とシェアリングエコノミーの関係



(1)住宅民泊事業法(民泊新法)による民泊の合法化

2017年6月に住宅を活用した宿泊サービスの提供をホテル、旅館等の施設よりも軽微な規制の下で実施できるようにする新法「住宅民泊事業法」が成立しました。さらに、同月に発表された規制改革実施計画では、今後、旅館業法の構造設備基準にかかる規制全般の見直しを行うことが明記されました。営業日数(180日)の制限や、住宅地での地域住民とのトラブルなど未だ課題は多いものの、このように行政においても少しずつ、シェアリングエコノミーとしての民泊サービスを穏やかな規制の下で実施可能とするための制度整備、旅館業法との交通整理が進められてきています。

■図2-5. 住宅民泊事業法と現行関連業法との比較

	旅館業法による 簡易宿所営業	住宅宿泊事業法		特区民泊
		住宅宿泊事業	住宅宿泊管理業※1	
営業するには	知事の許可	知事に届け出	国交大臣に登録	特区行政機関の認定
営業日数上限	なし	180日		なし
宿泊日数制限	なし	なし		2泊3日以上
フロント設置	なし	なし		なし
居室面積	3.3㎡以上※2	なし		25㎡以上
住居地域での営業	×	○		条例次第
契約形態	宿泊	宿泊		賃貸借契約

※1 家主不在型の住宅宿泊事業の住宅管理を受託する事業

※2 収容10人未満の場合の1人当たり

(2)ライドシェア(相乗りサービス)の過疎地・特区での運用

ライドシェアについては、これまでに公共交通機関が不足する地域における自家用車による運送サービスを一定の範囲で認める制度(公共交通空白地有償運送)が整備され、京丹後市などにおいてその運用が始まっています。そのほか、2016年の国家戦略特別区域法の改正により、過疎地域等での観光客向けの自家用車による運送サービスに関する特例が設けられました。

(3)法整備と自主ルールの両輪で進むシェアリングエコノミー

シェアリングエコノミーに関するルールについては、これら行政による動きのほか、一般社団法人シェアリングエコノミー協会による自主ルールである「シェアリングエコノミー認証制度」が2017年6月に導入されています。

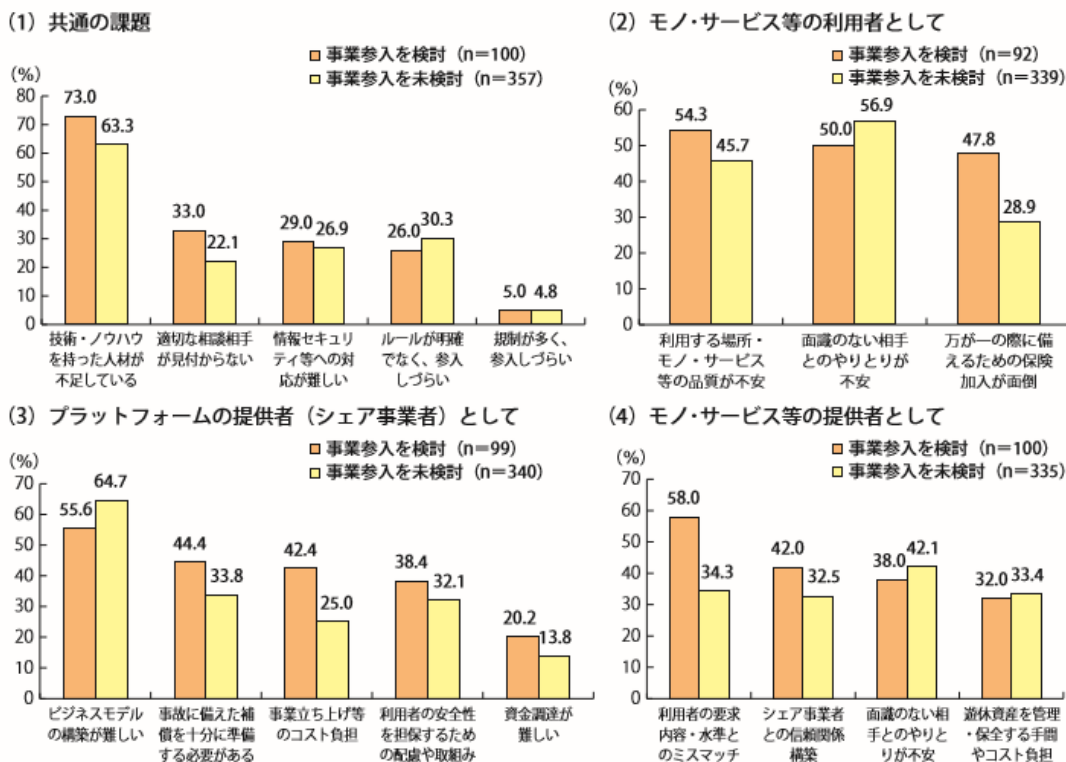
現行の業法規制では柔軟に対応できない分野において、法律と異なる穏やかなルールを作って業界の振興、安全性・信頼性を担保する動きも並行して進んでいます。民間主導のボトムアップの動きに政府が後ろ盾となる、いわば官民共同のルール作りとも言えるこの動きには、今後の法規制の可否に関する議論に影響を与えるものであるため、引き続き注視していくことが必要です。

3 日本市場における課題と取り組み

1. シェアリングエコノミーの活用に向けた課題

多くのビジネスチャンスが潜んでいる反面、シェア事業者、提供者、利用者それぞれの立場で、シェアリングエコノミーを活用していくための課題も見えてきています。参入を検討する際は、様々な課題に対し、今どのような対策が打ち出され、どのように活用すればよいかを知っておく必要があります。図 3-1 にシェア事業者、提供者および利用者における、共通の課題と個別の課題を集計したデータを示します。

■ 図 3-1. シェアリングエコノミーを活用していない企業における課題



資料：中小企業庁委託「中小企業の成長に向けた事業戦略等に関する調査」（2016年11月、(株)野村総合研究所）

(注)1. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

2. シェアリングエコノミーへの関心度について、「関心がない」と回答した企業を除いて集計している。

(1) シェア事業者、提供者、利用者共通の課題

シェア事業者、提供者および利用者の立場からみた共通の課題として、「技術・ノウハウを持った人材が不足している」「適切な相談相手が見つからない」といった情報源の不足を課題とした企業が多いことがわかります。また、情報セキュリティへの対応の難しさや、ルールが明確でないことによる参入のしづらさが挙げられています。

(2)シェア事業者の課題

シェア事業者が抱く課題としては、総じて「ビジネスモデルの構築が難しい」という回答が多い結果となっています。これまでにないビジネスのため既存の法律との関係が不明確であることが一因です。また、事故に備えた補償の準備や、事業立ち上げ等のコスト負担といったように、事業立ち上げ時の課題が挙げられています。

(3)提供者の課題

事業参入を検討している企業においては「利用者の要求内容・水準とのミスマッチ」を課題と回答した企業が最も多く、利用者とのトラブルを不安に感じていることが読み取れます。また、「シェア事業者との信頼関係構築」も高い割合となっており、提供者としてはステークホルダー間での関係構築を特に重視しているといえます。

(4)利用者の課題

事業参入を検討している企業においては「利用する場所・モノ・サービス等の品質が不安」といった点が挙げられている一方で、事業参入を未検討の企業では、「面識のない相手とのやりとりが不安」という課題が最も多い結果となっており、事業参入への検討状況の違いにより、不安視する点が異なっていることがわかります。

2. 課題を解決し円滑に推進していくための取り組み

(1)信頼・信用を担保する認証制度

前述のとおり、一般社団法人シェアリングエコノミー協会は、国が取りまとめたシェアリングエコノミー・モデルガイドラインに沿った自主ルールを策定し、これに適合していることを証明する認証制度を2017年6月から導入しました。外部有識者から組織される認証委員会が申請企業のサービスについて認証基準に達していると認めた場合に、そのサービスを運営するシェア事業者に対して「認証マーク」の使用権が付与される制度です。この認証制度を活用することにより、シェア事業者にとって以下のようなメリットが生まれます。

シェアリングエコノミー
認証マーク



- ①一定の安全・安心の仕組みが担保されたサービスとして差別化が図られる
- ②保険料の割引を受けられる
- ③自治体連携がスムーズになる
- ④シェアリングビジネスの海外展開に寄与する

また、提供者・利用者にとっても、安全・安心が担保されたプラットフォーム上での取引によって、面識がない相手とのやりとりに対する不安の解消にもつながります。

(2)信頼構築と本人確認

シェアビジネスにおいては、提供者が個人の場合、そのサービスレベルや信頼度を事前に把握することは困難です。また悪意のある利用者により、提供者である個人に危害が及ぶことも想定しうるため、利用者を信頼できることが重要になります。そのためシェア事業者は、提供者と利用者双方の信頼を後押しする仕組みを作る努力が求められます。取り組みの事例としては、プラットフォーム上にユーザー同士が評価するレビューシステムを作り、信頼性の目安を可視化したり、ユーザーの本人確認を行うシステムやサービスを導入することで、提供者・利用者双方の不安を解消することができます。代表例として「TRUSTDOCK™」と呼ばれる本人確認代行サービスがあります。



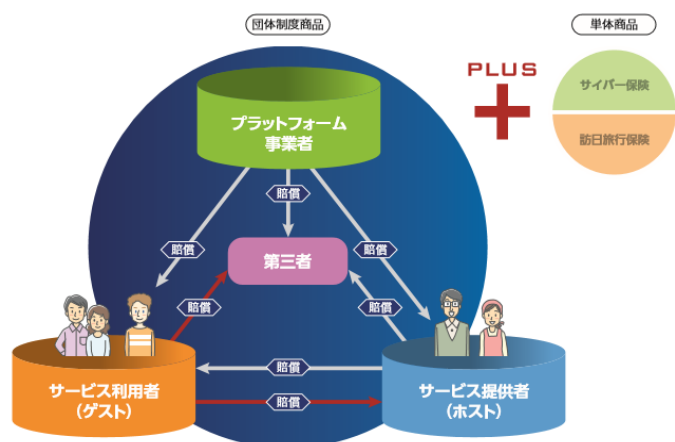
(3)日本版レギュラトリー・サンドボックスの創設

政府官邸は、政府主導でイノベーションを促進するために、現行法の規制を一時的に廃止して規制を適用しない状態を創出する規制緩和策を検討しており、事業参入の促進を図ろうとしています。その中には法令相談や手続き代行等を行うセンターの設置も計画されており、事業者のノウハウ不足を補う仕組みが作られるものと期待されます。

(4)トラブルに備えて活用できるシェアビジネス向けの保険

シェアビジネスでは、サービスの提供者と利用者双方が加害者にも被害者にもなってしまう可能性があり、さらにはシェア事業者にも紹介責任が発生することも考えられます。そのようなシェアビジネスにかかわる賠償リスクを総合的に補償する専用の損害賠償保険も開発されています。

「スキル」シェアのみ、など補償対象が一部限定されるものもありますが、いざという時に備えて加入しておくことも、事業者の信頼向上につながります。



損害保険ジャパン日本興亜（株）パンフレットより抜粋

4 | 国内のシェアリングエコノミー企業事例

1. コインロッカーの不便さを解消する「空間」シェアサービス

駅前のコインロッカーの代わりに、喫茶店や小売店の店舗で荷物を預かるシェアサービスが登場しています。

「ecbo (エクボ)」はネットやスマートフォンで行先を入力すると、荷物を預かってもらえる飲食店や物販店などが表示されるサービスを、2017年1月から東京都の渋谷駅周辺をメインに開始しました。日本語、

英語、中国語、韓国語の4言語に対応し、ベビーカーやゴルフバッグなどの大きな荷物も対応可能としています。店舗側は荷物をスマートフォンで撮影し、顧客のスマートフォンに転送することでその画像が引換券となり、利用者を特定することができます。店舗にとっても集客につながり、相乗効果を生み出しているビジネスモデルといえます。



■ 「ecbo cloak」 web サイト

2. 長距離「ライドシェア」サービスで天塩町と稚内市を結ぶ「notteco」

高齢化・人口減少が進む北海道天塩町では1987年に鉄道が廃止され、町民の足は自家用車とバスとなりました。しかしバスは本数も少なく、自家用車を持たない高齢者にとっては不便な環境にありました。その不便さを解消するために天塩町は2017年3月より日本最大級の相乗りマッチングサービス「notteco (ノッテコ)」と提携し、天塩～稚内間での相乗り交通事業を展開しています。



■ notteco web サイト

天塩町の住民が生活圏での中核都市となる稚内市へ向かう理由の多くは通院で、つまりは高齢者の利用が中心となるため、webでのサービスに限らず、役場窓口や電話で受付ができる様にサービスのカスタマイズを行っている点も特徴です。

料金は片道1,000円程度で、バスと電車を乗り継いだコストの50%程度と、費用面でも利用者にメリットが生まれています。

3. 酒屋が酒場を初出店した際に活用した「カネ」のシェアビジネス

もともと酒屋であった企業が、新しいコンセプトの酒場を出店するためにクラウドファンディングを活用して資金調達を行った事例を紹介します。

リカー・イノベーション株式会社は日本酒専門の酒場「KURANDO（クランド）」を初め、果実酒や焼酎の専門店など全国に13店舗を展開しており、そのほぼ全店舗が、クラウドファンディングの「Makuake（マクアケ）」を活用したプロジェクトとなっています。当初資金力、PR力に不安があったことが活用のきっかけとなりました。初めて利用したのが2015年1月で、当時は617人の支援者から316万円が集まり、無事1店舗目をオープンさせることができました。現在までのプロジェクトの支援金総額は2,000万円以上に上っています。



■ 「makuake」 web サイト

さらにクラウドファンディングを活用する大きなメリットは、広告費をかけなくても開業前から不特定多数（クラウド）に認知してもらえることで、プロモーションにもつながるという点です。新商品のアイデアはあるもののPR力に不安がある場合は、クラウドファンディングを活用する価値があります。

クラウドファンディングを最大限活用するためには、①支援のモチベーションが高まるようなリターン（商品）設計に力を入れること、②気軽に支援できる価格設定とすること、③SNS等インターネットを日ごろからフル活用して情報発信すること、などが重要となってきます。

4. 「フリマアプリ」で知名度が高まった「モノ」のシェアサービス

「モノ」に関するシェア事業者については、個人売買を仲介する「フリマアプリ」と衣類やバッグなどのレンタルサービスが主流となっています。「フリマアプリ」とは、スマートフォンのアプリを利用して誰でも簡単にモノの売り買いができる（フリーマーケット型）サービスのことです。

代表的な事業者として「merkari（メルカリ）」が挙げられます。今までのネット



■ 「merkari」 web サイト

オークションと異なる特徴として、利用者間の取引が完了するまで購入代金は merkari が管理し、品物が届いてから出品者に入金されるシステムとなっており、購入者にとって安心できる取引が可能となります。

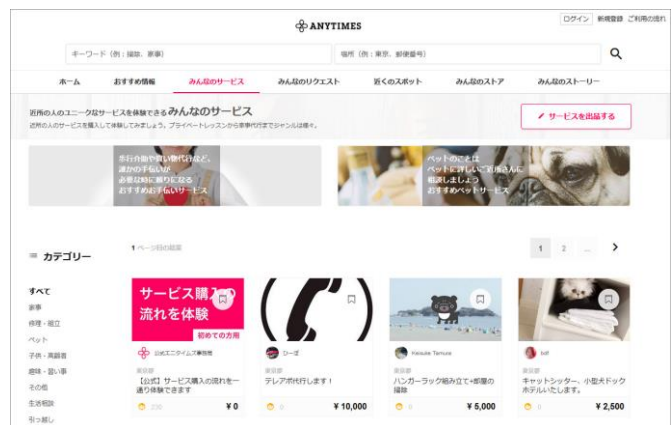
レンタルサービスの事業者も注目度が高まってきています。月 9,800 円から衣服が借り放題の「エークローゼット」は、プロのスタイリストが 300 超のブランドから選んだ 3 着が届くサービスで、返却すればまた新しい服を借りることができます。届いた服の感想をフィードバックすることで、次回はより利用者の好みにあった服を貸し出すなど、スタイリングによる付加価値を提供しています。

5. 特技を持つ人と必要とする人をつなぐ「スキル系」サービス

個人の持つスキルを個人や企業の事業に活用していくものが「スキル」のシェアサービスと呼ばれるサービスです。エンジニアリングやデザイン、マーケティング等の業務を多く扱うシェア事業者もあり、企業としても比較的活用しやすいシェアリングエコノミーの分類と言えます。スキルを提供する側の個人にとっては、特技を生かしたり、空き時間を有効活用したりといった副業の手段になります。利用する側は、プロの業者よりも安価で気軽に利用できるメリットがあります。最近ではビジネススキルの分野だけでなく、マッチングさせるスキルも多様化しています。

「エニタイムズ」は家事、家具の組み立て、エアコンの掃除、ペットの世話、英会話など、個人のあらゆるスキルをマッチングしています。2013 年にサービスを開始し、現在 3 万人が登録しているサービスです。

こうした膨大なスキルの「在庫」に地方自治体も期待を寄せています。2016 年 8 月に宮崎県日南市と提携し、高齢者活用のシルバー人材センターや子育て支援のファミリーサポートセンターの人材やスキルを、エニタイムズのプラットフォーム上で紹介しています。



■ 「エニタイムズ」 web サイト

ほかにも、「空間」、「モノ」、「移動」、「スキル」、「カネ」の主要 5 分野で様々なアイデアを競うシェアリングエコノミー企業が登場しています。本レポートではシェア事業者の事例を主に取り上げましたが、提供者、利用者として企業が参入する機会も今後ますます増えてくるでしょう。新たなビジネスの潮流として、ご参考いただければ幸いです。

■参考文献

シェアリングエコノミー(アルン・スンドララジャン [著] 日経 BP 社)

はじめようシェアリングビジネス

(一般社団法人シェアリングエコノミー協会 [監修] 日本経済新聞出版社)

2017 年版 中小企業白書(経済産業省)

週刊 エコノミスト 2017 年 8 月 8 日号(毎日新聞出版)

企業経営情報レポート

「共有」が生み出す新たなビジネスの方向性 シェアリングエコノミーの動向

【著 者】日本ビズアップ株式会社

【発 行】税理士法人 森田会計事務所

〒630-8247 奈良市油阪町456番地 第二森田ビル 4F

TEL 0742-22-3578 FAX 0742-27-1681

本書に掲載されている内容の一部あるいは全部を無断で複製することは、法律で認められた場合を除き、著者および発行者の権利の侵害となります。