

シェアリングエコノミーと消費生活

特集

1

拡大するシェアリングエコノミー —現状と課題—



市川 拓也 Ichikawa Takuya 株式会社大和総研 政策調査部 主任研究員

専門は地域経済、地方創生、政策全般。著書『シェアリングエコノミーへの期待と課題～日本経済の健全な成長に向けて～』(大和総研調査季報、2016年秋季号 vol.24)など。



シェアリングエコノミーの概要

1. シェアリングエコノミーとは

昨今、注目される言葉として「シェアリングエコノミー」があります。シェアリングエコノミーとは、「個人等が保有する活用可能な資産等(スキルや時間等の無形のものを含む。)を、インターネット上のマッチングプラットフォームを介して他の個人等も利用可能とする経済活性化活動」*1です。つまり、インターネットを通じたモノやスキル等の有効活用と言えます。

従来であれば、モノやスキル等を**利用**する場

合は消費者として店舗を訪問し、販売者から対面で購入するのが普通でしたが、インターネットを通じていつでもどこでも、必要なだけ利用できる点がシェアリングエコノミーの大きな特徴の1つとなっています(図1)。

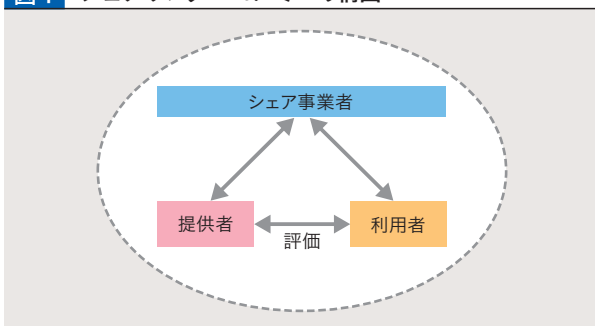
また、インターネットの瞬時のマッチングが可能となったことで、個人が手軽にモノやスキル等を**提供**できるようになった点も大きな特徴です。貸出については、技術的に短時間での提供も可能なことから、提供できる時に望む分だけ提供できるのです。

シェアリングエコノミーでは提供者と利用者の関係は固定的ではありません。ある時の提供者は別の時には利用者となることもあります。対象や時間によって、**提供者と利用者が相互に入れ替わる**ことができる点も従来にない特徴と言えるでしょう。

2. シェア等の分類

表はシェアリングエコノミーを分類したものです*2。「シェアの分類」をさらに「サービスの分類」に分けていますが、例えば、民泊は「サー

図1 シェアリングエコノミーの構図



出典：大和総研作成

*1 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「シェアリングエコノミー検討会議 中間報告書—シェアリングエコノミー推進プログラム—」(2016年11月)。
https://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/senmon_bunka/shiearingu/chuukanhoukokusho.pdf

*2 消費者庁「平成29年版消費者白書」
http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/2017/white_paper_122.html#m01

表 シェアリングエコノミーの種類

シェアの分類	サービスの分類	提供側の主なニーズ	利用側の主なニーズ
空間のシェア	ホームシェア(民泊を含む)	・自宅の空き部屋を有効的に使いたい ・ゲストを招いておもてなしがしたい	・ホテルより安価な場所に泊まりたい ・古民家を借りるなど、貴重な体験をしたい
	遊休施設	・休日のオフィスの会議室を有効的に使いたい ・閉店中の店舗を貸し出ししたい	・会議室を安価に利用したい ・日頃借りられないスペースを借りてみたい
モノのシェア	フリマアプリ	・不要になったモノを捨てるのはもったいない	・欲しいモノを安価に手に入れたい ・販売終了してしまったものを手に入れたい
	レンタルサービス		・必要なときに必要なだけ、モノを利用したい
移動のシェア	カーシェア	・車に乗らない時間帯も、有効的に使いたい	・維持費をかけずに車を運転したい
	ライドシェア	・自分の車を使って収入を得たい	・観光の際の交通手段が欲しい
スキルのシェア	家事代行	・家事が得意 ・自分の空き時間を有効に使いたい	・忙しくて家事ができない
	育児	・子どもと触れ合いたい ・自分の空き時間を有効に使いたい	・信頼できる人に子どもを預けたい
	知識	・自分の知識を幅広く活用したい	・知らない(できない)ことを手軽に教えて欲しい

出典：消費者庁「平成29年版消費者白書」

ビスの分類」の「ホームシェア」に入り、駐車場シェアは「遊休施設」に該当するでしょう。訪日外国人の旅行ガイドや料理の提供などのシェアは、「シェアの分類」では「スキルのシェア」ということになるでしょう。

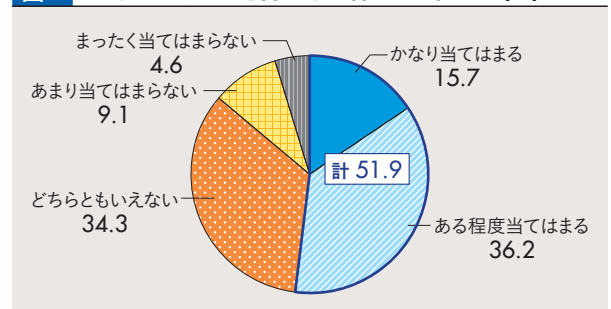
シェアリングエコノミーには、使っていない「おカネ」を使いたい人に提供するクラウドファンディングも該当するとの見方もあります。「利用したい」と「提供したい」とのマッチングが、シェアリングエコノミーの本質であり、技術的には多様な取引が対象となり得ます。これからもさまざまな「シェア」が出てくるでしょう。

拡大の背景

1. ITの進歩

こうしたシェアリングエコノミーが日本で拡大する背景として挙げられるのが、インターネットおよびスマートフォン等の普及です。インターネットの普及率は個人ベースでも既に80%台*3の高水準にあります。スマートフォン、タブレット型端末はここ数年で急拡大したもので、スマートフォンの普及率(世帯)は2015年末には70%超となりました。ニーズに合わせて他人同士が保有する資産等を利用するには、

図2 できるだけモノを持たない暮らしに憧れる(%)



出典：消費者庁「平成28年度消費生活に関する意識調査 結果報告書—SNSの利用、暮らしの豊かさ、シェアリングエコノミー等に関する調査—」(2017年7月)より大和総研作成

地理的制限を超えて互いの情報のやり取りがスムーズにできる必要がありますが、この点でスマートフォン等の普及は大きな意義があると言えます。必要な時に必要なだけインターネットに接続し利用できる利便性こそが、シェアリングエコノミーの急拡大の原動力となっているのです。

2. 消費者の意識の変化

シェアリングエコノミーが拡大する背景として、技術的な進歩が大きい点を挙げましたが、利用者側の意識の変化も重要なポイントです。図2は消費者庁「平成28年度消費生活に関する意識調査」の調査結果です*4。これによると、「できるだけモノを持たない暮らしに憧れる」と

*3 2016年の値で世帯が85.6%、個人が83.5%(総務省「情報通信統計データベース」(出典元：総務省「通信利用動向調査」))。

*4 http://www.caa.go.jp/information/pdf/information_isikicyousa_170726_0001.pdf

の回答が「かなり当てはまる」と「ある程度当てはまる」の合計で5割を超えています。

なるべくモノを持たないという現代の消費者の意識は、自らモノを所有せず他人のモノを利用するシェアリングエコノミーの理念的な部分と合致しています。さらに環境意識の高まりや自由な働き方を求める意向も合わせて考えれば、人々の意識はかつてより「シェア」に対して積極的になっていると言えるでしょう。

従来型規制との違い

1. 業法規制と相互評価

シェアリングエコノミーは技術的進歩によって売買等が容易にできるという実態先行で拡大してきました。したがって、必ずしも**従来型の業法規制の枠組みに収まり切れていないのが現状**です。法令の遵守^{じゆんしゆ}が求められることは当然ですが、著しく進む技術進歩に**法令や制度が十分対応できていない**のです。

従来型の消費者保護の観点からすれば、商品やサービスの品質を確保するために、販売等を行う企業には厳格な規制が必要との理屈は成り立ちます。しかし、特定の事業を行う企業を行政が許可や監督を行うのと異なり、必要な時にのみ売買等を行う無数の個人のすべての取引に行政が目光らせるのは困難でしょう。

シェアリングエコノミーは提供者が企業であることを排除しませんが、基本的には個人と考えられています。したがって、モノやスキル等の質をどう担保するのが問題となりますが、この点は**利用者が提供者を評価するしくみに**依拠しています。低い評価を受ければ、新たな利用者獲得は困難になるため、提供者には質の高いサービスを提供するインセンティブが働くのです。あわせて**利用者側も評価**を受けるため、利

用者の質も問われることとなります。

2. 相互評価の補完

しかし、相互評価だけで十分かという点もあります。例えば、盗品の取引を制限するには、インターネット上でマッチング機能を提供する事業者(以下、シェア事業者)の適正な関与も必要でしょう。この点では、一般社団法人シェアリングエコノミー協会による「シェアリングエコノミー認証制度」が参考になります。これは、同協会の**自主ルール**に適合したシェア事業者を認証する制度で、2017年11月までに15の取得サービスが発表されました。相互評価によるしくみを補完するものであり、シェアリングエコノミーに合った消費者保護の具体的な方法として注目されます。

暮らしへの影響

1. 収入源として期待

世界的に拡大するシェアリングエコノミーですが、今後、私たちの暮らしにどのような影響が及ぶのか気になるところです。個人が容易にモノやスキル等を売ることができるため、かつてより副収入を得やすくなるでしょう。楽しみながら趣味の延長として行うことも、本格的に事業として行うことも可能です。

現時点では兼業・副業を禁止している企業の割合は77.2%^{*5}とまだまだ大勢を占めますが、今後、いっそう顕在化するであろう人手不足の問題を考えれば、優秀な人材を確保すべくそれを容認していかざるを得ないと思われます。企業への労働供給という意味では、クラウドソーシングを通じフリーランスのような時間や場所に縛られない働き方も増えていくでしょう。

2. 生活の向上等

利用者は多種多様な提供者によるモノやスキ

*5 株式会社リクルートキャリア「兼業・副業に対する企業の意識調査」(2017年2月14日)。
<https://www.recruitcareer.co.jp/news/20170214.pdf>

ル等を利用できることで、**利便性や満足感が高まる**ことが予想されます。例えば、慢性的な駐車場不足に陥っているところで、個人の駐車場が提供されれば利用者の利便性は高まります。公共交通が途絶えた地域で、個人が有する移動手段が提供されれば交通弱者の救済にもなります。

2018年6月には住宅宿泊事業法が全面的に施行される見込みですが、今後、民泊が健全なカタチで拡大すれば、大都市の宿泊施設不足の緩和につながり、特に東京オリンピック・パラリンピックの際は訪日外国人観光客の受け皿として期待できます。

他人が家庭の家事労働を軽減してくれれば、その分、提供者として別のモノやスキル等の提供を行うこともできます。クラウドソーシングが普及し在宅勤務が広まれば、満員電車の混雑緩和も期待できるかもしれません。

課題と注意点

1. 多様な課題

このようにみれば、シェアリングエコノミーは暮らしにとって良い方向に働くようですが、一方で課題もあります。まず、フリーランスの状態では細切れの仕事を雇用関係も持たずに行うケースでは、**収入が安定しない**ばかりか、**社会保障**の面でも問題を抱えることになります。

課題はシェアリングエコノミーの当事者間だけではなく、国や自治体からみると、個人間の取引で生じた所得をどう把握し**課税**するかという問題があるでしょう。ライドシェアは解禁されていませんが、個人が資格もないまま自由に旅客運送を行うようになれば、**安全性の問題**や**既存タクシー事業者との摩擦**が生じるでしょう。民泊は住宅宿泊事業法により、国家戦略特別区域外や簡易宿所以外でも合法的に行えるようになりますが、ビジネスを目的とした家主不在型の民泊参入が急増するようであれば、**旅館等の経営**に影響がないはずがありません。以前か

ら問題視されている騒音等への対応も必要です。

2. 利用者の注意点

これらは、法制度を含めて国民の議論の下で解消していくべき課題ですが、一消費者としてシェアリングエコノミーに接する際の注意点としては、**当事者間のトラブル**の問題が挙げられます。シェアリングエコノミーについては基本的に個人間のやり取りであり、トラブルに巻き込まれやすくなります。

「平成29年版消費者白書*2」には、『フリマアプリで購入して届いたものが、既に壊れていた』『スキルのシェアの出品者から情報を購入したが、その後高額の情報商材の購入を強要された』との相談事例が挙げられています。このようなことはシェアリングエコノミーでなくとも起こり得ますが、素人半分の個人が提供しているケースでは、その頻度は高いものと考えられます。

従来のような業法規制の枠内であれば、許可の取り消しや消費者への信頼低下を回避すべく、許可等を経た事業者として極力トラブルに陥らない措置を取るインセンティブが働きました。しかし、シェアリングエコノミーの世界では、前述のとおり、提供者からのモノやスキル等の質は、基本的に利用者による評価によって担保されています。提供者のモノやスキル等の質だけでなく、手続き面も含め、利用者の期待と一致しなければトラブルに陥る可能性があります。同白書には「利用側の消費者は、相手が必ずしもプロではないことを十分理解したうえで、サービスを利用する必要があります」とあり、利用者側はこの点を十分に踏まえないなりません。従来の企業とお客様の関係ではなく、**基本的に相手方は対等の個人**であることを意識して利用することが肝要です。

国民としては過度に恐れることなく、経済面での期待も大きいシェアリングエコノミーと、上手に付き合っていくことが望まれます。