

シェアリングエコノミーによる経済効果と地方創生

俣部 杏奈

はじめに

SNS や AI の急速な普及や消費者意識の影響があり、企業がモノをつくり消費者がそれを購入するという形から、モノを共有するという新たな形が生まれ、「シェアリングエコノミー（共有経済）」という言葉が浸透してきている。それに加えて 2020 年 3 月から急速に拡大した新型コロナウイルス感染症 COVID-19 の影響を受け、各国では自粛生活を余儀なくされ、感染拡大防止に努めている。他人と接触することなく生活することがシェアリングエコノミー認知に拍車をかけた。

日本は海外に比べてシェアリングエコノミーサービスは未成熟であり解決すべき課題が山積みであるが、この課題を解決するとともに新たな産業であるシェアリングエコノミーで地方創生は可能であるか考察する。そしてシェアリングエコノミーによる経済効果拡大は見込めるか検証する。

シェアリングエコノミーの安全性・信頼性の向上や認知度の拡大に取り組み国民からの支持を受けることで市場は拡大しシェアリングエコノミーによる地方創生は実現するのではないだろうか。

第 1 節 シェアリングエコノミーの概要

1.1 シェアリングエコノミーの定義

シェアリングエコノミー協会によるとシェアリングエコノミー（共有経済）とは、「場所・乗り物・モノ・人・お金などの遊休資産をインターネット上のプラットフォームを介して個人間で貸借や売買、交換することでシェアしていく新しい経済の動き¹⁾」とされる。PwC 米国のレポートでは、「個人および集団が、活用度の低い資産から収入を得られる仕組み²⁾」とされる。PwC 英国は「シェアリングエコノミー企業は、オンラインのプラットフォームを通じて、それぞれの個人や企業を結びつけ、資産・リソース・時間・スキルをこれプラットフォーム規模で共有できるようにしている。主要 5 セクターは、P2P 型宿泊、P2P 型交通、オンデマンドのプロフェッショナルサービス、P2P 型ファイナンス³⁾」としている。

上記のように各機関で広義、狭義の観点から多岐にわたる定義がなされており、シェアリング

¹⁾ 野口 (2017) p. 41.

²⁾ 野口 (2017) p. 41.

³⁾ 野口 (2017) p. 41.

エコノミーについての明確な定義は存在していない。本稿では、シェアリングエコノミーの定義を、「遊休資産を活用プラットフォームプラットフォーム企業が利用者と提供者の仲介を行い、両者が対等な P2P 型プラットフォームいること」とする。

P2P

データ通信を 2 つに大別すると、クライアント・サーバー方式と P2P (peer to peer) 方式に分けられる。一般のインターネットであるクライアント・サーバー方式は、個人が使用するクライアントと、特定の役割を担うサーバーの 2 つで構成されている。

例えばメールを送る場合、自分のパソコンや携帯 (クライアント) から、一旦サーバーを経由して友人のパソコンや携帯にメールが送られる。

一方 P2P 方式は、クライアント端末同士がつながるネットワーク方式であるため、クライアント・サーバー方式のようにサーバーを経由することなく、クライアント同士での直接的なやりとりが可能である。

P2P システムを使用することで、サーバーが大量の処理に追われることがなくなるため、速い速度での通信が可能となる。それに加えてサーバーが存在しないため、サーバーを用意するコストを抑えることができ、サーバーが停止するリスクもなく、致命的なリスクを回避することができる。

しかし、P2P システムはクライアント同士で繋がっておりサーバーを経由していないため、ウイルスや嘘の情報が拡散されてしまうと削除することが難しい。そしてネットワークの管理者が存在しないことで匿名性が高くなるため、悪用されるリスクも高くなる。

1.2 シェアリングエコノミー発祥の背景

シェアリングエコノミーは従来の経済構造とは異なる新しい概念であり、考え方でもある。ニュービジネス (顧客にこれまでなかった新しい市場を創出していくビジネス) や新業態 (どのような売り方をするのかの違いを基準にした分類) とも親和性は高く、インターネット、AI (人工知能)、IoT (モノのインターネット)、スマートフォン (スマホ)、SNS などテクノロジーの進化と共に発展している⁴。

シェアリングエコノミーを利用し支えている世代を「ミレニウム世代」(1980 年代から 2000 年代初頭に生まれた世代) と呼び、スマホを抵抗なく使いこなし、スマホ活用サービスを利用できる世代⁵である。シェアリングエコノミーを支える世代が若年層であることから、シェアリングエコノミーという概念は近年誕生したことがわかる。シェアリングエコノミーの発端は、2008 年に活動が開始された「Airbnb」と言われており、欧米をはじめ中国などを中心に約 10 年前か

⁴ 上妻 (2018) p. 9.

⁵ 上妻 (2018) p. 9.

ら急速に発展してきた。日本では2016年が「シェアリングエコノミー元年⁶」といわれ、2021年は5年目に突入している。シェアリングの動きは活発であるが、日本は各国に比べて遅れをとっているのが現状である。

シェアリングエコノミーが生まれた背景として、野口（2017）では以下のように3つの視点から考えられている。

資本主義の成熟化

リーマンショックに始まった2008年の世界金融危機による世界的な景気低迷が、シェアリングエコノミーが生まれた1つのきっかけになったと言われている。人々はリーマンショックを経験してから、常に何か起きるのではないかという警戒心から節約をし、貯蓄を行うことで、消費というものに慎重になり全体的な購入機会が減少した⁷。そのため以前よりもモノを所有するという行為に必要性を感じなくなったと考えられる。PwC 米国が2015年にシェアリングエコノミーに関する調査結果をまとめたレポートには以下のデータがある⁸。

- ・ シンプルなライフスタイルを好む 66%
- ・ 共有は環境に良いと認識 76%
- ・ 共有は従来型サービスよりも楽しい 63%
- ・ 共有は生活がより便利で効率的になる 83%
- ・ 共有は生活により経済的余裕が出る 86%

意識変化に関してのデータは以下のようなものがある⁹。

- ・ 所有より共有が割安である 81%
- ・ 所有することは負担に感じる 43%
- ・ 共同して利用可能なことは新しい所有の形である 57%

このようなデータからモノの所有から共有へと消費者の意識が変化していることがわかる。過剰な消費はせず、自分たちのライフスタイルに合わせて必要なモノを必要なときに手に入れる、資源の有効活用を前提とした共有型が良いと考えられる。

環境意識の向上

地球温暖化や公害、廃棄物の増加、森林破壊などは日本のみならず、世界中で何十年も問題とされている。便利で快適な生活を実現しているのは大量に生産されたモノであり、そのモノを購入する消費だが、消費されたモノが不要になればゴミとして大量破棄につながる。モノがあふれ

⁶ 上妻（2018）p. 9.

⁷ 野口（2017）p. 72.

⁸ 野口（2017）p. 77.

⁹ 野口（2017）p. 78.

るという問題は消費者意識と環境意識を変化させるきっかけとなったといえる¹⁰。

テクノロジーの発展

誰もが当たり前 SNS やメールを利用しており、企業でも様々なテクノロジーなしで業務を行うことは不可能に近い¹¹。1990年代のインターネットの普及により、不特定多数の人々を相手にすることが容易になったと共にビジネスをネットの世界で行えるようになった。さらに GPS 搭載のスマートフォン、Wi-Fi や 4G などの高速通信サービス、地図情報と連携したユーザーインターフェースに優れたアプリケーション、評価システムのベースになるソーシャルメディア、進化した決済システムがいつでも使用可能な環境が整備されたことが、シェアリングエコノミーサービスの実現と広がりにつながったと考えられる。

1.3 日本の現状

第1節でシェアリングエコノミーの定義や発祥の背景について取り上げた。ここではシェアリングエコノミーについて日本国民がどのくらい認知しているのか、シェアリングエコノミーへの意識について考察する。

2020年5月、PwC が全国の一般消費者 16 歳～70 代の男女を対象に実施した「国内シェアリングエコノミーに関する意識調査¹²」によれば、日本における「シェアリングエコノミーのサービス」認知度は全体の 50.7%である。図1の年代別内訳では、20代が最も多く 20.4%となったが 20代～70代の間では認知度にあまり差は出ていない。年度別にみると、20代の認知度の割合が減少し、60代、70代の認知度が年々増加傾向にある。認知されているサービスのカテゴリーは、自動車（移動手段の提供を含むものも対象）、自転車などの「移動手段」が最も高く 77.8%、次いで洋服、家電、子供用品などの「モノ」が 76.1%、宿泊場所、駐車場、会議室、荷物預かりなどの「場所・空間」が 64.0%という結果になった。2017年、2018、2019年調査と比較して傾向の変化は見られず、依然として「場所・空間」「移動手段」「モノ」が高いスコアを示している。

国内でシェアリングエコノミーのサービスのいずれかを「(サービス・製品の) 利用者」または、「(サービス・製品の) 提供者」として利用したことがある経験者は 20.5%である。提供側のシェアリングサービスの利用率は年々増加しており、20代の利用率が1番高い。スペースやモノを貸している人が多く、20代では 7.1%である。一方 60代では 1%台と利用率が低いことがわかる。将来的な利用意向を見ると各年代いずれも「スペース」が 30～40%台であり、スペースを活用したいと考えている人が多いことがわかる。利用側のシェアリングサービスの利用率は、提供側同様年代が若くなるのに比例し増加している。スペースやモノを借りている人が多いが将来的な利用意向を踏まえると 40代と 60代では移動のシェアを利用したい人の割合が最も多い。

¹⁰ 野口（2017）p. 82-83.

¹¹ 野口（2017）p. 89.

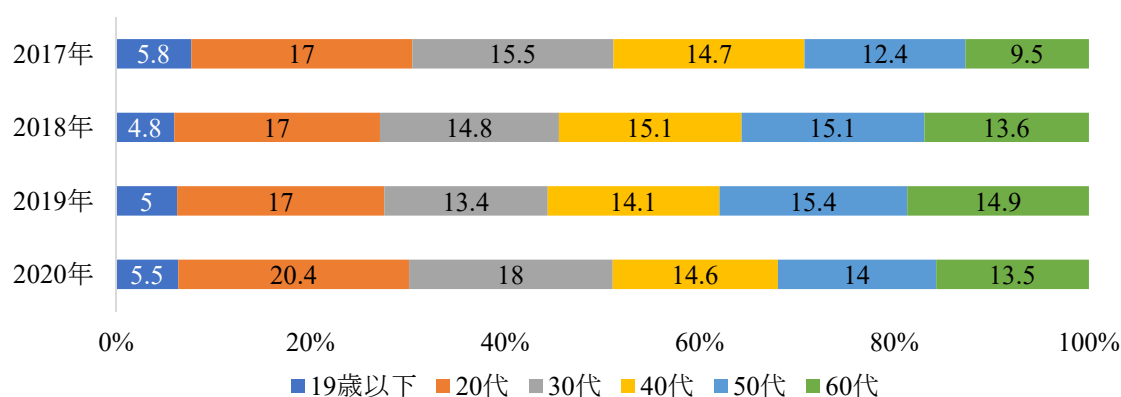
¹² PwC（2020）.

シェアリングエコノミーのサービスの利用経験を経験者の子供の有無・世帯年収別にみると、乳幼児・未就学児の子供がいる家庭での利用経験者が多く、また、年収 1000 万円以上の世帯年収の利用経験者が多い。前年度との変化はあまりなく毎年同様の傾向だといえる。

シェアリングエコノミーの「サービス利用者」としての経験者の利用回数の調査では、「場所・空間」「モノ」で複数回経験者が 3 年連続で増加しているのに対し、「スキル」系の複数回利用者が 3 年連続で低下していることがわかる。

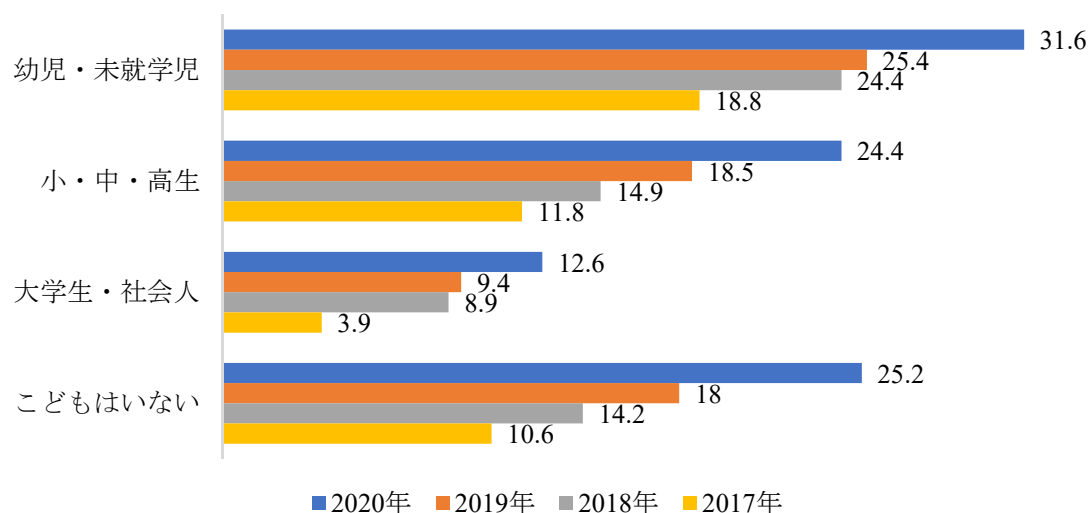
「シェアリングエコノミーのサービス」を利用してよかった点についての調査では、全体のサービスを通して「気軽に利用できた」「サービス・製品が満足のいく価格だった」「利用方法が簡単だった」ことを評価する意見が多く、簡単手軽で低価格に利用できるサービスにすればリピーターが増加すると考えられる。他方では「提供者との有意義なコミュニケーションの機会があった」「ユニークな経験ができた」「金額以上の価値を得られた」ことに関する評価は低く、サービス利用向上に向けての課題があるといえる。

図 1 シェアリングエコノミーのサービス認知者の年代別内訳



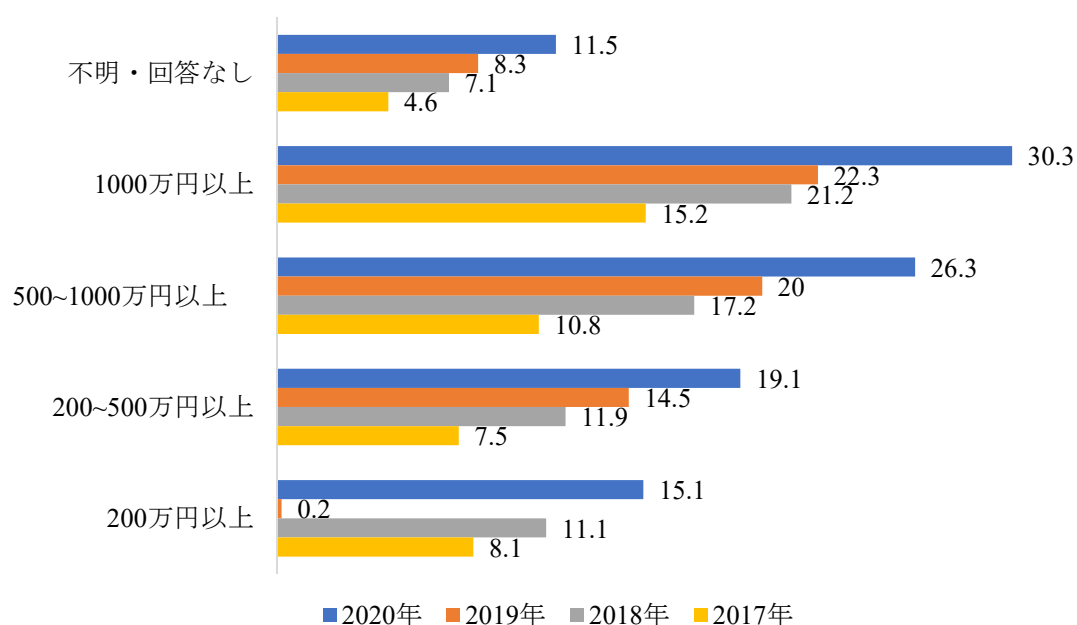
(出所) PwC (2020) p. 91 より作成。

図2 「シェアリングエコノミー」のサービスの経験あり・なし子どもの有無・子どもの世代別
(複数回答可)



(出所) PwC (2020) p. 15 より作成。

図3 「シェアリングエコノミーのサービス」経験あり・なし世帯年収別



(出所) PwC (2020) p. 15 より作成。

1.4 海外の現状

PwC 米国が 2016 年に実施した調査では、米国の成人の 44%はシェアリングエコノミーに慣れ親しんでいるという結果が出ている¹³。シェアリングエコノミーを試した消費者のうち、57%はシェアリングエコノミーの企業に関心を持っているが、一定の懸念もあると回答し、72%は今後 2 年以内に自分はシェアリングエコノミーを利用するかもしれないと回答している。シェアリングエコノミーを利用した人の中で、最も満足したのは、18～24 歳の年収 5 万～7 万 5000 ドルの世帯であり 18 歳未満の子どもがいる家庭であった。

消費者の 64%がシェアリングエコノミーでは政府の規制より、利用者同士の規制が重要と回答しており、69%が自分が信頼している人に推薦されない限り、シェアリングエコノミー企業を信頼しないと回答している¹⁴。

米国ではモノを所有することに負担を感じていたり環境への配慮を気にしていたりする人が多いため、モノを所有せず共有することができ、廃棄物を減らすことが可能なシェアリングエコノミーはこれからさらに利用拡大が見込める。そのためには利用者に充実した規制を設けることで、シェアリングエコノミーを利用することへの安心感を与えることが課題だと考えられる。

第 2 節 シェアリングエコノミーの紹介

2.1 生活を豊かにするシェアリングエコノミー

私たちの身の回りには様々なシェアリングエコノミーが普及している。これからもシェアリングエコノミーの市場とフィールドは拡大し続けて私たちの生活をより豊かにするだろう。一方で世間から認知されていない技術もたくさんあり、まずはこれらを知ることが新たなシェアリングエコノミーのアイデアを生み出すうえで欠かせない。そこで、シェアリングエコノミーを大きく 5 つの分野に分けて、それぞれで代表的な導入事例、そこから考えられる課題について考察したい。

2.2 シェアリングエコノミーの 5 種類

遊休資産の有効活用「空間のシェア」

空間のシェアは、自宅や施設の空き空間の有効活用であり、不動産ビジネスにつながるサービスである。既に動いているビジネスで空間シェアといえば駐車場の空きスペースや飲食店の空きスペース、時間単位で空間を活用する空間シェアビジネスが挙げられる。

代表的なもので、特に大きな動きがみられているのが、自宅の空き家を観光客に貸し出す「民

¹³ PwC (2016) p. 8.

¹⁴ PwC (2016) p. 19.

泊」である。中国を中心に各国で急成長している「Airbnb」をはじめ、国内でも会議室や飲食店、古民家など、用途に合わせて貸し切りでスペースシェアが可能な「SPACEMARKET」、契約されていない月極駐車場や個人宅の車庫・空地・商業施設などの空きスペースのシェアを行う「akippa」などがある¹⁵。2018年6月15日に住宅宿泊事業法、いわゆる住宅宿泊事業法（民泊新法）が施行された¹⁶。これでさらに新規事業者の参入組が増加することが予想されるが、住宅宿泊事業法の施行以降、国内で民泊を行う場合には、

- 1、旅館法（1948年法律第138号）の許可を得る
- 2、国家戦略特区法（2013年法律第107号）（特区民泊）の認定を得る
- 3、住宅宿泊事業法の届出を行う

等の方法から選択する必要がある。上記の手続きをせず行政の監督を受けずに無断で民泊事業を実施することは違法である¹⁷。

2020年12月7日現在の住宅宿泊事業法に基づく届出及び登録の状況は、住宅宿泊事業の届出件数は2万7909件、住宅宿泊管理業の登録件数は2244件、住宅宿泊仲介業の登録件数は88件である¹⁸。住宅宿泊事業の届出件数は、法施行後も引き続き増加しているが、国内では、民泊運営の申請手続きが難しく、申請を行わず営業をする違法民泊が存在しているのも事実であり、違法民泊を利用した女性が行方不明になる事件が起こっている。

市場拡大が著しい「移動のシェア」

移動のシェアは個人の自家用車の空き時間に車を貸し出し多少の収入を得るサイドビジネスに適したシェアビジネスである。「カーシェア」、「ライドシェア」、「シェアサイクル」など、これから爆発的に伸びる領域で注目を浴びている¹⁹。その中でもシェアサイクルはこれから最も成長するシェアビジネスの領域といわれており、特に、都市型ビジネスである。自転車を借りて、返却ができるステーションが増えて使い勝手の良い交通手段になる可能性が高くなる。シェアサイクルの形態もいろいろあり、民家を活用したものからコンビニエンスストア、独自のステーションを設置しているところもある。公共のレンタルサイクルからスマホ決済で利用できるシェアサイクルまで、大手企業の参入も活発である。車を持つ人が減少している中で、所有する負担を軽減する手法を導入すれば、1段上のランクの車を購入する機会も増える²⁰。

代表的な例を挙げると、個人が自らの車を使い、利用者とマッチングを行うライドシェアサービスの「Uber」、長距離移動の際にドライバーと同じ方向に移動したい利用者をマッチングし、相乗りによる費用などの負担軽減を目的としたサービスを提供する「notteco」などがある。ただ、この移動のシェアには課題も存在しており「営業許可」、「保険適用範囲の曖昧さ」が挙げられる。

¹⁵ 上妻（2018）p. 14.

¹⁶ 民泊制度ポータルサイト「住宅宿泊事業法（民泊新法）とは?」.

¹⁷ 民泊制度ポータルサイト「住宅宿泊事業法（民泊新法）とは?」.

¹⁸ 民泊制度ポータルサイト「住宅宿泊事業法（民泊新法）とは?」.

¹⁹ 上妻（2018）p. 15.

²⁰ 上妻（2018）p. 15-16.

営業許可についてみていくと、タクシー事業では、タクシー会社が車両を保有、運転者を雇用し、運行全体に責任を負うのに対し、ライドシェアは配車サービス事業が、ドライバーと利用者のマッチングを行うのみで、ドライバーと雇用関係にはなく、運行全体に責任を負っていない。そのため事故が起きた際、タクシー事業では会社が対応するのに対し、ライドシェアではドライバー個人で対応することになる²¹。

次に保険についてである。タクシー事業では、事業用の保険に加入義務が付されているのに対して、ライドシェアではドライバーが自家用車保険で対応する。

最後に運転免許についてでは、タクシー事業は2種免許（講習、試験あり）が必要とされ、運転前に車両の点検、整備、清潔保持など規制があるのに対して、ライドシェアは1種免許（普通免許）で特に点検・整備を行う義務は無い²²。

このようにライドシェアは、労務の観点からすると、問題が起きた際の責任の所在が不明確であり、不安定なビジネスという欠点を抱えている。したがって、日本での導入にあたっては、タクシー事業と競合するよりも、タクシー事業を前提としつつライドシェアの利便性によって補完する方法が望ましいと考えられる。

それに加えて日本では、道路運送法により自家用車を有償で運送用に活用することは、例外的に国土交通大臣の許可を得る場合を除いて、「白タク」として禁止されている。規制緩和が進まない中で2015年より少しずつ実証事業が開始されているが、2015年2月にUberが福岡市で開始したライドシェアの実証事業に対し、国土交通省が道路運送法に違反するおそれがあるとして中止の指示を出した事例がある。

自家用車を有償で活用するビジネスは困難であることから、Uberなどは、タクシー会社と協同して有償の配車サービスを提供する方向にシフトしており、ライドシェアの世界的な普及に応じて、各国では関連法規の整備が進められている。先進国であるアメリカとカナダは、普通免許による自家用車の参入を認めているが、日本ではライドシェアは例外なく違法とされており、法環境整備に向けた議論が全くなされていないのが現状である。

働き方の幅が広がる「スキルのシェア」

スキルのシェアとは、空いている時間やタスクをシェアし、解決できるスキルを持つ人が解決するシェアリングサービスで、これから最も成長する領域（得意なことや特技からIT系スキル、翻訳まで）といわれている。このスキルの分野は、家事、ベビーシッター料理の提供などからモノ作りからIT関連の技術提供まで、幅広いスキルが存在しておりスキルのシェアを運営しているプラットフォーム運営事業者は専門的な企業から総合マッチングサービスを提供する会社まで様々である。働き方改革の波に乗って、個人が持つスキルを貸し出せば、副業が実現できるであろう。代表的な事業は、「Crowd Works」、「AsMama」、「ココナラ」、「TIME TICKET」などが挙げられる。

²¹ 宮崎（2015）p.131.

²² 宮崎（2015）p. 128-130.

スキルのシェアにおけるマッチング方法、価格の決定についてみていく。主なマッチング方法として、「検索」と「公募」がある。検索は登録されたスキル提供者をスキルのカテゴリーや評価ランキング等をもとに検索する。スキル提供者の紹介ページから、スキル内容や価格、実績等を確認した後スキルシェア事業者が提供するコミュニケーションツールを利用し、事前に提供者に問い合わせできることもある。公募は、提供を望むスキルについて条件（提供内容、価格、スキル提供期日等）を示した上で、対応可能な提供者を募る。対応可能なスキル提供者が提案（提供内容、見積、納期等）と提示する。提出された提案から、提供者を選択する。主な価格決定方法としては、「提供者による定価決定」と「見積対応」がある。提供者による価格決定は、スキル提供者が提供するスキルの内容、提供条件等を定めた上で価格を決定する。見積対応は、提供者が望むスキル内容、条件等について相談の上、スキル提供者が見積を提示する。支持された見積に納得した場合に発注を行う。

弁護士などの業務独占資格では、有資格者以外が該当業務に従事することが禁じられており、提供するスキルがこのような業務に該当する場合には、有資格者であることを示す必要がある。業務独占資格の例としては、弁護士、税理士、医師、看護師、不動産鑑定士などが挙げられる。

スキルのシェアを利用する際の不安に思う比率は提供時よりも依頼時のほうが高い²³が、依頼時、提供時ともに不安事項として比率が高かった項目は「安全性」「価格」「品質」であった²⁴。スキルのシェアをこれまでよりさらに利用率を向上させるためには、利用者に対して、安全性のアピールや信頼を得るための取り組みが必須であることがわかる。

自由な選択が可能な「モノのシェア」

モノのシェアは、購入したが一度も使用していない未使用品や、使用しなくなったものなどを必要としている人に販売、シェアするサービスである。個人の持っているモノを貸し出すためにプラットフォームに出品し、貸すか、売るか、自由にできるという新しい形態である。特にファッション関係のサービスは人気で、高級バック、洋服など利用者は多くいる。ネットオークションに慣れた人も多く、入札ではなく自分で価格を決めて販売するような、BtoCではなく CtoC の個人間売買がシェアビジネスの特徴である。具体例としては、個人間で衣類、本やメディアの売買をするフリマアプリの「メルカリ」、地域に根付いたあらゆる情報を無料で掲載できる情報サイト「ジモティー」などが挙げられる。ジモティーは郵送に料金が発生する大型の家具や家電、自転車などを中心に、必要なモノを必要な人へ届ける場を提供している。

モノのシェアを行う場合、資金決算上の「資金移動業」にあたるかどうかを確認しなければならない。資金移動業にあたる場合、資金移動業の登録が必要になるとともに、資産保全義務として、出品者から預かっているお金の100%以上の金額を供託することが必要になる。加えて、ユーザーがアカウントを作成する際には、運転免許証などにより本人確認することが本人確認義務によって義務付けられている。

²³ 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング（2018）p. 29.

²⁴ 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング（2018）p. 29.

それに加えてモノのシェアリングサービスを行う上でポイント決済などポイントを利用するシステムは、資産決済上の「前払式支払手段」にあたるため、

- 1、前払支払手段の発行者としての届出
- 2、表示義務
- 3、供託義務
- 4、行政への継続的報告義務
- 5、払い戻し義務

などが課せられることになる。

貸す人と借りる人をつなぐ「お金のシェア」

お金のシェアとは、お金に余裕のあるサービス参加者がお金を貸し出し、事業資金が欲しい組織、プロジェクトが借りるという、お金のシェアリングビジネスである。

これがクラウドファンディングの仕組みであり、個人のアイデアにお金を集めるプロジェクト型ビジネスでもある。少額でも多数から集めると、まとまったお金が調達できることからベンチャー企業の中には、資金集めにシェアリングビジネスを活用しているところもある²⁵。お金のシェアを行う具体的な企業としては、「マクアケ」、「READY FOR」、「STEERS」、「Crowd Realty」などが挙げられる。

お金のシェアを行う場合、貸金業法が課題となる。事業としてお金を貸し付ける場合には、「貸金業者」として都道府県知事などの登録を受ける必要がある。貸金業者としての登録を受けずに、貸金業を行なった場合、最大 10 年の懲役、最大 3000 万円の罰金のどちらか、もしくは両方が科される可能性がある。

2.3 シェアリングエコノミーの課題

このように新ビジネスを取り入れる際には数多くの問題が発生する。法整備が不十分であることが明らかなため、シェアリングエコノミーの規模拡大を図るためには早急に対応するべきであるといえる。しかし、事故や事件を未然に防ぐために法整備を行ない、ある程度の規制を設ける必要はあるが、規制を強くすればそれに伴いシェアリングエコノミーの規模が拡大されるかといえそうではないと考えられる。

加えて、日本においてシェアリングエコノミーを導入する上で大きな妨げになっている原因として、トラブルが起きた場合の対応に対する不安が挙げられる。総務省による国別でのシェアリングエコノミー(民泊サービス・一般ドライバーの自家用車にて目的地まで移動するサービス)のデメリットやそれを導入したくない理由として、「事故やトラブル時の対応に不安があるから」と答えるユーザーが日本と韓国だけ民泊・ライドシェアリング双方で 5 割を超えていた。このことから成功事例が少なくあまりシェアリングエコノミーに対するメリットがうかがえないこと、

²⁵ 上妻 (2018) p. 16.

企業の経営するホテルやタクシーのほうが国内において浸透していることが考えられる。そこでサービスを実装していく上で、安全性・信頼性の確保や認知度を向上させなければならないという課題が発見された。日本は米国や英国、ドイツなどの諸外国と比較してシェアリングエコノミーの認知度や利用率が総じて低いという現状である。

第3節 シェアリングエコノミーの課題解決策と経済波及効果

3.1 課題解決策

認証マーク

前述した課題の解決策のひとつとして「認証マークの付与」が挙げられる。外部有識者を含む委員会によるサービスの認証を通じて、安全性及び信頼性の確保に真摯に取り組んでいるプラットフォーム事業者を明らかにすると同時に、その取り組みをベストプラクティスとして規制化し各サービスの質を向上させる²⁶。そのため認証マークは、シェアリングエコノミー未経験者の不安を取り除き、シェアサービスをより多く利用してもらうことが可能になる。認証取得サービスとして、「Uber Eats」、「notteco」、「アズママ」、「SPACEMARKET」などが挙げられる。認証マークを取得するメリットとして、①他のシェアリングサービスとの差別化を図ることが可能になる②最大 60%の保険料割引が適用される③自治体連携の円滑化が図れる④海外展開へ寄与することが挙げられる²⁷。

主な審査フローについて紹介する。まず、問い合わせ・審査費用概算の見積もりを行う。次に申請、申請受理の事前確認、基本契約書の締結を行なったのち、実施審査をする。この実施審査で適合した場合、約2ヶ月後に認証委員会による認可否判定が行われ、認証取得することが可能になる。実施審査で不適合となった場合は、約2ヶ月後に是正処理完了確認を済ませれば認可否判定を受けることが可能となり、認証取得をすることができる²⁸。

シェアリングエコノミーの発信・認知

2つ目の解決策として「シェアリングエコノミーの発信・認知」が挙げられる。シェアリングエコノミーという言葉が生まれて約10年が経過したが日本でこの言葉を日常の会話で聞く機会はなかなかない。そもそも国民はこの言葉自体認知しているのだろうか。

PwCの調査によると20~70代の男女2000人のうち「シェアリングエコノミー」という言葉を知っている人の割合は年々増加しているものの依然26.7%と3割に満たない状態である。それでもオンラインでは「メルカリ」、「ジモティー」、「FRIL」などのフリーマーケットサイトがいくつも存在し、コロナウイルスが流行し、外出が制限されていた時にはUber Eatsなどの出前サ

²⁶ シェアリングエコノミー協会（2019）p. 5.

²⁷ シェアリングエコノミー協会（2019）p. 13.

²⁸ PwC（2020）p. 5.

ービスが活発化するなど私たちはシェアリングエコノミーと共に生きているといっても過言ではない。同研究では被験者にシェアリングエコノミーの定義を伝えたのち、改めてその認知を尋ねると認知度は 50.7%と過半数まで上昇した²⁹。つまりこの言葉を知らないだけで私たちの間にシェアリングエコノミーは浸透していることも分かる。

そして被験者のうち 61.7%が「シェアリングエコノミーの発展は日本経済・社会に影響がある³⁰」と答え、今後の可能性や重要性を認識している一方で、「2 年後に自分自身がシェアリングエコノミーのサービスを『利用者』または『提供者』として利用していると思う」と回答した人は 22.1%³¹にとどまるなどまだまだ発展には長い時間がかかることも考えられる。

被験者が回答した「シェアリングエコノミーについて感じること（複数回答可）」のうち他人が使用したものや場所に対する抵抗感や、行政による規制の整備や強化が必要であると答えた人が 5 割近く³²にのぼりその存在感が目立つことからまずはこの課題をクリアすることが必要であると考えられる。

シェアリングエコノミーの強みの 1 つに今までのサービスにない「手軽さ」が挙げられるが、この長所を最大限生かすためにも参入する事業や個人の数を増やすことにより誰がどこにいても安心のサービスが利用できるようにすること、あるいは中国のライドシェアサービスのようスマートフォンをかざせばワンタッチでサービスが利用できるように日本においてもインフラ設備や、他人の使用したものを扱うことに抵抗がある日本人でも使いやすいように設置する場所や定期的なメンテナンスをする必要がある。そうすることで日本国内でのシェアリングエコノミー事業の普及と人々への認知は加速するのではないだろうか。

3.2 既存企業への経済波及効果

経済波及効果とは、プラットフォームを通じて収入を得る個人であるシェアワーカーの収入が拡大すると商品やサービスの購入が増加し、その影響で製造業・サービス業の売上が増加するというように、ある現象が連鎖して経済に及ぼす好影響のことである。

シェアワーカーの収入から既存産業への経済波及効果は 2020 年度で 1 兆 3519 億円であり、2030 年度は現状ペースで成長した場合（ベースシナリオ）は 4 兆 8006 億円、第 2 節で挙げた安全性・信頼性の確保や認知度を向上などのシェアリングエコノミーの課題を解決できた場合（課題解決シナリオ）は 9 兆 3893 億円³³と予測している。シェアサービスが既存企業の類似するサービスを代替して顧客を奪うという意見があるが、シェアリングエコノミー協会と情報通信総合研究所は共同で行なった、「シェアサービスによる類似の企業サービス利用減少」の調査では

²⁹ PwC（2020）p. 7.

³⁰ PwC（2020）p. 26.

³¹ PwC（2020）p. 30.

³² PwC（2020）p. 30.

³³ シェアリングエコノミー協会（2020）「シェアリングエコノミー経済規模は過去最高の 2 兆越え。新型コロナウイルスで新たな活用の広がり、SDGs へも貢献。」

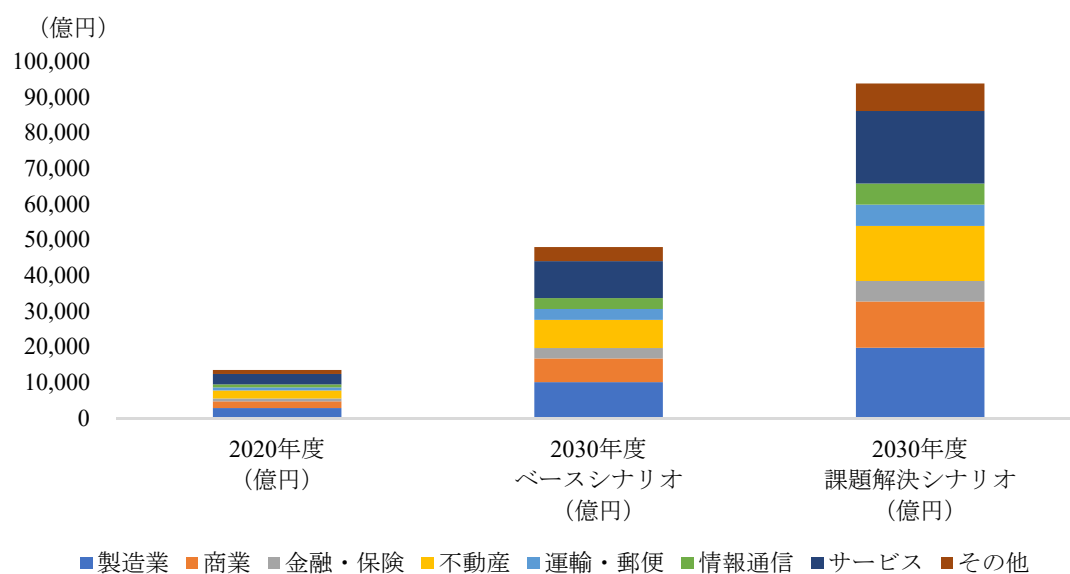
「類似する企業サービスが減った」との回答は最大でも2割強である³⁴。このことから、シェアリングエコノミーの成長は既存企業に与えるマイナスの影響はさほど大きくなく、かなり好影響を与えることがわかる。

表1 既存企業への経済波及効果推計

	2020年度 (億円)	2030年度 ベースシナリオ (億円)	2030年度 課題解決シナリオ (億円)
製造業	2,842	10,092	19,739
商業	1,871	6,644	12,995
金融・保険	829	2,945	5,759
不動産	2,224	7,898	15,449
運輸・郵便	860	3,053	5,971
情報通信	855	3,035	5,935
サービス	2,924	10,381	20,304
その他	1,115	3,959	7,743
合計	13,519	48,006	93,895

(出所) 情報通信総合研究所 (2020) p. 14 より作成。

図4 既存企業への経済波及効果推計



(出所) 情報通信総合研究所 (2020) p. 14 より作成。

³⁴ 情報通信総合研究所 (2019) p. 21.

3.3 Airbnb から検討する経済波及効果

「空間」 Airbnb : 2008 年アメリカ・サンフランシスコ

Airbnb は P2P 宿泊サービスのプラットフォームを運営している企業である。物件を貸したい人は、プラットフォームに物件情報などを投稿して借り手を募り、プラットフォーム運営企業は、取引ごとに手数料を取ることで収益を上げている。Airbnb の特徴は、①個人間 (P2P) の賃貸である。②評価制度が導入されている。③トラブル仲介制度を持つ。の 3 つが挙げられる。

個人間の賃貸

Airbnb では、通常のホテルと違い、個人が自分で住んでいるアパートや家が貸し出されている。部屋が 1 つしかなくても、ソファに人を泊めることもできる。全ての部屋が画一化されたホテルチェーンと違い、部屋ごとにユニークな存在であることが特徴である。旅行先で暮らしている人たちの生活を体験できるということも、Airbnb の売りのひとつとなっている。同社の日本語サイトでは「190 カ国超の地元の家で、暮らすように旅をしよう」と謳われている³⁵。

評価制度の導入

知らない人に部屋を貸したときに汚されたり、備品を壊されたりすることもあり得る。こうした問題が頻繁に起これば Airbnb を通じて部屋を貸そうとする人はいなくなるだろう。Airbnb ではこうした問題を減らすために、貸し手と借り手が互いに評価し合う仕組みを導入している。これにより、借り手は常識的な範囲で部屋を利用するようになる。もし部屋を汚したり、モノを壊したり、騒音を出すなどの迷惑行為に及んだりしたら、低い評価やコメントが付き、次回以降、ほかの貸し手からも宿泊を断られる可能性があるからである³⁶。

トラブル仲介制度

Airbnb では、貸し手と借り手のあいだにトラブルが生じた際の仲介制度も設けている。トラブルが起きたときには、24 時間 365 日、カスタマーサポートに相談することができる。貸し手は 100~5000 ドルの範囲で補償金を設定し、モノが壊されたりしたときには請求することができる。補償金の請求にあたっては Airbnb が仲介を行う。貸し手と借り手の話し合いだけで解決できないときには、一条件のもと、物損などに 100 万ドルまでの保険が適用される³⁷。

³⁵ 宮崎 (2015) p. 87-88.

³⁶ 宮崎 (2015) p. 88.

³⁷ 宮崎 (2015) p. 88.

経済波及効果

P2P 宿泊サービスによって、ホテルがない地域でも宿泊できるようになれば、そうした場所にも出かけられるようになる。Airbnb は、ホテルチェーンとは異なる現地の人たちの住居に宿泊する魅力を謳っている。HR&A アドバイザーズが、サンフランシスコで行なった調査によれば、Airbnb の宿泊客は、これまでホテルがなかった地域に、より長く宿泊し、そこでより多くのお金を支出する。具体的には、90%の人がサンフランシスコの中心地から離れた場所に宿泊しており、その周辺地域で旅行全体の支出の 60%を使用している。ホテル宿泊客が平均 3.5 泊し、840 ドルを食事や買い物などに使うのに対し、Airbnb の宿泊客は平均 5.5 泊し、1045 ドルを支出している。同社はニューヨークでも同様の調査を行なっている。2012 年には、82%の人が観光地や中心地以外の場所に宿泊しており、その周辺地域で 740 ドルを使っている。ホテル宿泊客が平均 3.9 泊し、690 ドルを支出したのに対し、Airbnb の宿泊客は平均 6.4 泊し、880 ドルを支出している³⁸。

Airbnb が 2014 年 7 月から 2015 年 6 月までの 1 年間に日本を訪れた海外旅行者および国内旅行者全員を対象に行なった調査では、Airbnb のホストとゲストの消費が生む経済効果は総額 2219 億 9000 万円で 2 万 1800 人の雇用に繋がっていることがわかっている³⁹。訪日ゲストもサンフランシスコやニューヨークで行なった調査と同様に、ホテル宿泊者より平均的に長期間宿泊しており、訪日ゲストに占めるリピーター客の割合は 69%で、Airbnb を利用したことで日本を再来する可能性が高まったと回答した訪日ゲストの割合は 79%と約 8 割に及んでいる。Airbnb を利用するゲストはローカル体験を目的としていることが多い。1 回の滞在の消費額は 1 人平均約 17 万円であり、ゲストが地方に宿泊することで地方の観光産業に大きく貢献していることがわかる。それに加えて、Airbnb 創設から 13 年経ちこれまで Airbnb を通じてホストが得た収入は 1000 億ドル以上である⁴⁰。日本の典型的な Airbnb ホストは年間約 95 万円の副収入を得ており、住民や家庭へも波及効果があることがわかる。

3.4 シェアリングエコノミーの市場規模推移・予測

シェアリングエコノミー協会と情報通信総合研究所が共同で行なった調査によると、2020 年度日本におけるシェアリングエコノミーの市場規模が 2 兆 1004 億円となり、2030 年度には 14 兆 1526 億円に拡大することがわかった⁴¹。2020 年度の市場規模は新型コロナウイルス感染症 COVID-19 の影響を受け 2019 年 4 月に実施した前回調査の予測を下回る見通しである。2030 年度の市場規模は、現状ペースで成長した場合は 7 兆 4719 億円であり、シェアリングエコノミーの課題を解決できた場合は、14 兆 1526 億円に跳ね上がる予測だ。シェアリングエコノミーの課題を解決できた場合とそうではない場合では約 2 倍もの差が生まれることから、シェアリング

³⁸ 宮崎（2015）p. 95-98.

³⁹ Airbnb（2015）.

⁴⁰ Airbnb（2020）.

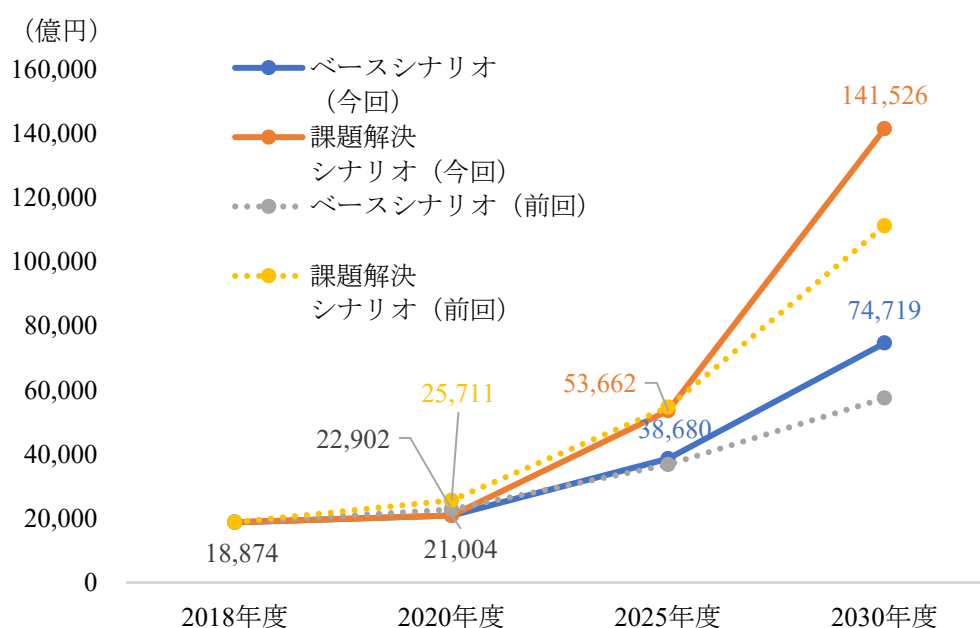
⁴¹ シェアリングエコノミー協会（2020）「シェアリングエコノミー経済規模は過去最高の 2 兆越え。新型コロナウイルスで新たな活用の広がり、SDGs へも貢献。」

エコノミーの市場をより拡大させるためには課題解決は必須である。

矢野経済研究所の調査によると、シェアリングエコノミーの 5 種類の市場規模について以下のように予測されている。

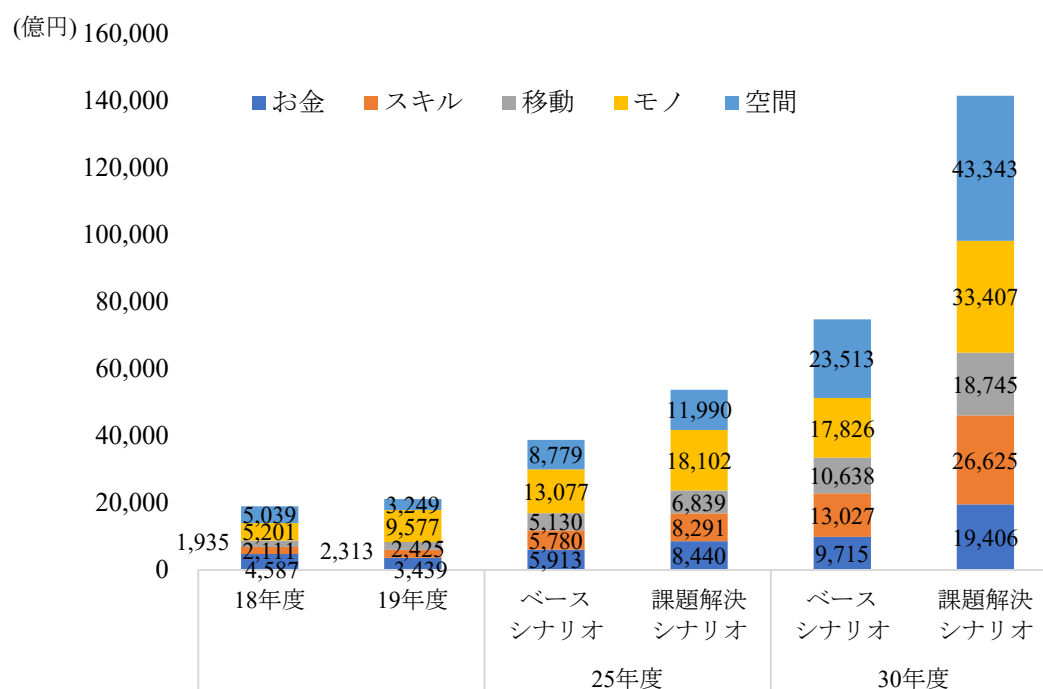
- ①乗り物のシェアリングエコノミーサービスでは、カーシェアリング事業者が駐車場運営事業者と提携するなど、ステーション数を拡大させている他、自転車活用推進法に基づき自転車活用推進計画が閣議決定されたため、各地方自治体においてシェアサイクルの導入が進むと推測する。
- ②スペースのシェアリングエコノミーサービスでは、民泊サービス市場は一時的に縮小するが、民泊サービスの利用が多い訪日外国人客が増加しているため、民泊サービス市場は再び拡大していくと予測する。またその他のスペースのシェアリングエコノミーサービスもラグビーワールドカップ、東京オリンピック・パラリンピックなどの大規模なイベントの開催を機会に利用者が増加していくと予測する。
- ③モノのシェアリングエコノミーサービス市場は、既存のファッションシェアリングサービスが順調に会員数を増やしている他、大手のブランド企業がファッションシェアリングサービスに進出しているため、市場は拡大していくと予測する。
- ④ヒトのシェアリングエコノミーサービスである「クラウドソーシング」では、各業界で人材不足が進み、それをクラウドソーシングで補おうとする動きが出てくると予測できる。また「スキルシェア」でも、新たなサービスの登場によって提供内容が多様化していくと予測できるため、市場は堅調に成長していく見通しである。
- ⑤お金のシェアリングエコノミーサービスである「クラウドファンディング」及び「ソーシャルレンディング」においては、参入事業者が増加し、サービスの種類が多様化しているため、投資や貸付の裾野が広がり、市場は堅調に伸びていくと予測する。

図5 市場規模合計



(出所) 情報通信総合研究所 (2020) p. 2 より作成。

図6 種類別の市場規模



(出所) 情報通信総合研究所 (2020) p. 2 より作成。

第4節 シェアリングエコノミーで地方創生

第3節で述べたように、シェアリングエコノミーの経済波及効果や市場規模は年々増加していくことが予測されており、シェアリングエコノミーはこれから成長することが期待されている分野である。そのようなシェアリングエコノミーを活用して日本が抱えている少子高齢化に伴う地方の過疎化を改善することは可能であるのだろうか。事例をもとに考察していく。

4.1 地方が抱える課題

2020年12月21日現在の確定値では、日本の総人口は1億2571万人であり、前年より43万人減少している⁴²。2020年7月1日現在の確定値では、前年に比べ生産年齢人口は53万4000人減少しているが、65歳以上人口は31万4000人増加している⁴³。このことから、人口減少に加えて高齢化が進行しており、消滅可能都市が増加していることがわかる。消滅可能都市とは、少子化の進行に伴う人口減少によって、存続が困難になると予想されている自治体である。日本創成会議人口減少問題検討分科会が2040年までに全国約1800市町村のうち、約半数である896市町村が消滅する恐れがあると発表した。2010年の国勢調査を基にした試算で、2040年時点で20～39歳の女性人口が半減する自治体を消滅可能都市とみなしている⁴⁴。

シェアリングエコノミーは企業だけではなく自治体にも深いつながりがあり、地方の活気を取り戻すために、自治体もシェアリングエコノミーを導入するケースが増えてきている。自治体がシェアリングシティ宣言（複数のシェアリングサービスを導入した）に名乗りを上げ、その数も増え続けている⁴⁵。シェアリングエコノミーを街のインフラとして積極的に活用する都市を「シェアリングシティ」と呼び、市民がお互いに助け合うことで「公助」から「共助」への流れが生み出され、街が活性化するというものである⁴⁶。シェアリングシティの認定条件は、協会会員企業のシェアリングサービスを2つ以上導入していることと導入したシェアリングサービスの普及促進に向けた自主主導による広報PRを実行していることである。日本国内でも、2016年11月に湯沢市（秋田県）、千葉市、浜松市（静岡県）、佐久市（佐賀県）、島原市（長崎県）の5つの都市が認定都市として名乗りを上げており、2018年4月には、15の都市が認定都市に決定した⁴⁷。

⁴² 総務省統計局（2020）「人口推計（令和2年（2020年）7月確定値、令和2年（2020年）12月概算値）」。

⁴³ 総務省統計局（2020）「人口推計（令和2年（2020年）7月確定値、令和2年（2020年）12月概算値）」。

⁴⁴ コトバンク「消滅可能都市」。

⁴⁵ 上妻（2018）p. 10.

⁴⁶ 上妻（2018）p. 10.

⁴⁷ 上妻（2018）p. 10.

4.2 シェアリングエコノミーを活用した地方創生の事例

自治体や民間事業者等が、地域における社会課題の解決や経済の活性化を行うためにシェアリングエコノミーを活用している事例を見える化し、後続する取組や新たな事業アイデアの誘発を図るためのものである⁴⁸、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～未来につなぐ地域の活力～」⁴⁹などから、地方創生をするための取組として、実際に国内で行われているシェアリングサービスをいくつか抜粋していく。

京都府京丹後市における取組

丹後町は、鉄道駅がなく、公共交通機関としては市バスやデマンドバスがあるが、路線や乗降する範囲が限られているため、好きな時間に乗車できないという状況であった。それに加えて、町唯一のタクシー事業者が撤退するなど、地域交通の問題が顕著化している。その中で、「気張る！ふるさと丹後町」が、道路運送法の「公共交通空白地有償運送」という制度を活用し、ウーバーテクノロジーズのアプリで利用者と有償住民のマッチングを行い、「支え合い交通」という有償住民ボランティアの自家用車で送迎を行なっている。支払いは当初クレジットカードのみであったが、ウーバーが使用している現金決済システムを転用して、現金決済も可能となった。

ささえ合い交通が他のライドシェアと異なるところは、「代理配車制度」である。丹後町は高齢化が進行しており、住民の3分の1が高齢者であるためスマホを使いこなすことができない人が多く存在する。そこで、スマホ利用が困難な住民に代わって代理人が配車を依頼する制度を設けた。ささえ合い交通では、最初の1.5kmまでは480円、以後は120円/kmとなっており、おおむねタクシー料金の半額という価格設定である⁵⁰。丹後町の住民等は、必要な時にタクシーの半分程度の料金でささえ合い交通を利用することが可能になったため、以前より利便性が向上したといえる。利便性向上によりこれまで交通手段に困っていた高齢者が気軽に買い物など出かけられるようになると、お金が循環する。そうすることで少しずつ経済が潤う。ささえ合い交通を使用すれば、観光客を誘致することも可能で、観光客がお金を落とすことで地域活性化する。

岡山県西栗倉村による取組

岡山県西栗倉村は、人口1500人規模の山村であるが、市町村合併を選択せずに小規模自治体として生き残る独自路線を選択している。豊かな森林資源を生かして将来世代に価値のある森林を引き継ぐために「百年の森林（もり）事業」に取り組んでいる。「西栗倉村共有のもりファンド」プロジェクトは、事業主体であるトビムシが産業経営の基盤設備として高性能な林業機械を購入する費用を「ふるさと投資」で調達し、事業に参画する森林組合に林業機械を貸し出し、

⁴⁸ 内閣官房シェアリングエコノミー促進室（2020）p. 2.

⁴⁹ 内閣官房シェアリングエコノミー促進室（2019）に掲載されている事例は取組の効果が発現していると認められたもの、現時点で取組の効果が発現していない場合であっても、解決しようとする地域課題が具体的であり且つ取組内容に独創性や新規性が見られるものである。

⁵⁰ 中村（2018）p. 380.

そのレンタル収入や、村からの販売支援報酬の一部を出資者に分配するものである。小口出資に限定することで10年間、村と付き合ってくれる「西栗倉村ファン」を増やしていくことを目的としている⁵¹。同プロジェクトの成功要因は、トビムシが森林保全のために木を伐採する間伐のネガティブなイメージの払拭に努め、環境問題、地域産業の発展、世代間の資産継承などあらゆる観点からプロジェクトの意義についてメッセージを発信して、Web、イベント、メディアを通じて多面的なプロモーションを行ったことが挙げられる。プロジェクトの効果として、西栗倉村のファンである地域外の投資家と交流が促進されたことで、Iターン者による就労者の増加や企業も実現している⁵²。

4.3 地方創生は可能である

前述したように地方創生にシェアリングエコノミーを取り入れることで、京都府丹後市は観光客の誘致、岡山県西栗倉村は企業の誘致、Iターンによる就労者の増加につながっている。本稿で取り上げた例以外にも地方創生にシェアリングエコノミーを取り入れている地域は数多くある。

2020年3月に公開された「シェア・ニッポン100 ～未来へつなぐ地域の活力～」令和元年度版では、合計101の事例が掲載されている。2019年3月の改定時点では、76の事例が掲載されており、約1年間で25の事例が増加したことがわかる。事例の増加に伴い、活性化される地域は増加する。今後も事例は増加していくことが予想されることからシェアリングエコノミーによる地方創生は可能であると考えられる。

4.4 これからのシェアリングエコノミー

2020年現在、新型コロナウイルス感染症 COVID-19 の拡大により、シェアリングサービスを行う企業は良くも悪くも影響を受けている。売上の激減、減少など最も被害を受けているのは空間のシェアである民泊だ。シェアリングエコノミー協会は2020年5月に新型コロナウイルス感染症 COVID-19 拡大による影響に関するアンケート調査を行なっている。この調査によると、地域体験シェアでは、3月は50%に減少し、4月～5月は20%に減少している。旅先での通訳サービスは全てのサービスが停止状態である。子育てシェアは、イベント等の自粛により売上が減少しており、鉄道事業では、利用者の減少に伴い売上が減少しているという結果が出ている。しかし上記のサービスとは逆に、利用率、売上が増加しているサービスや、影響を受けていないサービスも存在する。オンラインでのスキルシェアでは、売り手は倍増しており、買い手はニーズの種類によるアップダウンはあるが総じて影響はない。企業のオンラインシフトを受け、ホームページ作成やオンライン広告の作成、アドバイスが好調である。在宅時間が増加してことにより、

⁵¹ 大橋（2019）p. 61-62.

⁵² 大橋（2019）p. 61-62.

自宅の掃除や整理をする人が増加したことにより、宅配型トランクルームのサービス利用率は増加している。オンラインで体験することが可能な地域体験の需要は増加している⁵³。

シェアサービスを利用した仕事への影響として、仕事の減少・キャンセル等に直面している人が80%であり、収入面でも約60%の人が、80%以上収入が減少していると回答している⁵⁴。一方で影響を受けていない人も一定数存在していることがわかった。労働政策・研究機構の統計によると2020年7月現在新型コロナウイルス感染症COVID-19拡大により失業した人は197万人であり、いつ仕事が再開できるのか不安を抱いている人は多い。

対面でのサービスを実施していた事業の需要は減少しているが、オンラインでサービスが提供できる事業の需要は影響を受けておらず、増加傾向にあることがわかる。コロナと共に生きていく時代において、対面からオンラインサービスに移行することが売上を保つ上で重要になると考えられる。

おわりに

日本では、少子高齢化の進行や東京一極集中に伴い地方は過疎化が進行している。そのため迅速な地方創生が必要であり、地方を支援する新たなビジネスとしてシェアリングエコノミーが期待されている。

本稿ではシェアリングエコノミーの歴史、発展の背景を論じ、海外や国内での具体的な事業を紹介し、解決すべき課題について提起した。シェアサービスが類似企業のサービスを代替して顧客を奪うという意見もあるが、シェアリングエコノミーの成長は既存企業へマイナスの影響は少なく、かなりの好影響を与えと考えられる。

2010年頃から10年間で急速な発展を遂げ、市場規模拡大を成功させているシェアリングエコノミーだが、国内では法整備・規制緩和が不十分であることや申請・手続きの難しさ、安全性の確保といった、シェアリングエコノミーの普及を阻む壁は存在する。シェアリングエコノミーを活用し地方創生をするためには、日本よりも発展している海外のシェアリングエコノミー事業の成功と失敗を参考に課題を解決するとともに、国民からの信頼を得ることでシェアリングエコノミーはより成長していくのではないだろうか。

参考文献

- ・アルン・スンドララジャン（2016）『シェアリングエコノミー Airbnb、Uber に続くユーザー主導の新ビジネスの全貌』日経BP社。

⁵³ シェアリングエコノミー協会（2020）p. 5.

⁵⁴ シェアリングエコノミー協会（2020）p. 13-14.

- ・石山アンジュ（2019）『シェアライフ』株式会社クロスメディア・パブリッシング.
- ・上妻英夫（2018）『最新 シェアリングエコノミーがよくわかる本』秀和システム.
- ・長田英知（2019）『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・トゥエンティワン.
- ・野口功一（2017）『シェアリングエコノミーまるわかり』日経文庫.
- ・ブラッド・ストーン（2018）『UPSTARTS Uber と Airbnb はケタ違いの成功をこう手に入れた』日経 BP 社.
- ・宮崎康二（2015）『シェアリングエコノミー』日本経済新聞社.
- ・レイチェル・ボッツマン・ルー・ロジャーズ（2016）『シェア〈共有〉からビジネスを生み出す新戦略』NHK 出版.
- ・市川拓也（2016）「シェアリングエコノミーへの期待と課題」,『大和総研調査季報』Vol. 24.
- ・シェアリングエコノミー協会「シェアリングエコノミーを地域活性化の起爆剤に!」,総務省,
https://www.soumu.go.jp/main_content/000444185.pdf
- ・シェアリングエコノミー協会（2020）「新型コロナウイルス感染拡大による影響に関するアンケート調査」, 総務省,
<https://sharing-economy.jp/ja/wp-content/uploads/2020/05/47ec8c69475878671250becd814369e0.pdf>
- ・シェアリングエコノミー協会（2020）「シェアリングエコノミー経済規模は過去最高の 2 兆越え。新型コロナウイルスで新たな活用の広がり、SDGs へも貢献。」, 総務省,
<https://sharing-economy.jp/ja/20201210>
- ・シェアリングエコノミー協会（2019）「シェアリングエコノミー認証制度について」, 総務省,
https://sharing-economy.jp/ja/wp-content/uploads/sites/2/2019/07/what_is_SE_trustmark_201907.pdf
- ・大橋知佳（2016）「古くて新しい!? シェアリングエコノミー」,
https://www.jeri.or.jp/center/pdf/center_2016_10_01.pdf
- ・大橋知佳（2019）「地方創生とクラウドファンディングの新たな可能性」,
https://www.jeri.or.jp/center/pdf/center_2019_02_01.pdf
- ・情報通信総合研究所（2019）「シェアリングエコノミー関連調査結果」,
<https://sharing-economy.jp/ja/wp-content/uploads/2019/04/b01316dffcf56e1f0a6d61a998b3fa4.pdf>
- ・情報通信総合研究所（2017）「シェアリングエコノミーの市場規模は年間 1 兆 1,800 億円!」,
<https://www.icr.co.jp/press/press20170628.pdf>
- ・経済産業省調査統計グループ（2018）「シェアリングエコノミーにおける経済活動の統計調査による把握に関する研究会」,
https://www.meti.go.jp/shingikai/economy/stat_share_eco/pdf/001_01_00.pdf
- ・総務省統計局（2020）「人口推計（令和 2 年（2020 年）7 月確定値,令和 2 年（2020 年）12 月概算値）」,
<https://www.stat.go.jp/data/jinsui/new.html>

- ・ 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング（2018）「スキルシェアリングサービスの動向整理」，
[adjustments_index_1_180402_0001.pdf](https://caa.go.jp/adjustments_index_1_180402_0001.pdf) (caa.go.jp)
- ・ 労働政策研究・研修機構（2020）「国内統計：完全失業者数」，
<https://www.jil.go.jp/kokunai/statistics/covid-19/c03.html>
- ・ 内閣官房シェアリングエコノミー促進室（2020）「シェアリングエコノミー活用事例集（令和元年度版）シェア・ニッポン 100 ～未来へつなぐ地域の活力～」，
https://cio.go.jp/sites/default/files/uploads/documents/share_nippon_100_R1.pdf
- ・ 経済産業省（2020）「シェアリングエコノミーに関する実態調査等の結果概要」，
https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/share_eco/result/gaiyo.pdf
- ・ 中村吉明（2018）「ウーバーを活用した丹後町の事例からみるライドシェアリングの有効性と限界」，『年次学術大会講演要旨集』33 380-384，
https://dspace.jaist.ac.jp/dspace/bitstream/10119/15624/1/kouen33_75.pdf
- ・ 山名一史・楡井誠（2017）「シェアリングエコノミーの定量分析 ～ライドシェアと民泊の事例を用いて～」，『「企業の投資戦略に関する研究会－イノベーションに向けて－」報告書』，財務省財務総合政策研究所，
https://www.mof.go.jp/pri/research/conference/fy2016/inv_04_03.pdf
- ・ 民泊制度ポータルサイト「住宅宿泊事業法（民泊新法）とは？」，国土交通省，
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/minpaku/overview/minpaku/law1.html>
- ・ Airbnb（2020）「Airbnb ホストがもたらす 1,000 億ドルの経済効果」，
<https://news.airbnb.com/ja>
- ・ Airbnb（2015）「AIRBNB 日本での経済波及効果」，
<https://blog.atairbnb.com/airbnb-economic-impact-in-japan-ja>
- ・ PwC（2020）「国内シェアリングエコノミーに関する意識調査」，
<https://www.pwc.com/jp/ja/knowledge/thoughtleadership/2020/assets/pdf/sharing-economy2007.pdf>
- ・ PwC（2019）「国内シェアリングエコノミーに関する意識調査」，
<https://www.pwc.com/jp/ja/knowledge/thoughtleadership/2019/assets/pdf/sharingeconomy1907.pdf>
- ・ PwC（2016）「シェアリングエコノミー」，
<https://www.pwc.com/jp/ja/japan-knowledge/archive/assets/pdf/the-sharing-economy1602.pdf>
- ・ JTB 総合研究所（2015）「シェアリングエコノミーに関する調査～マッチングサービスの利用意向について～」，
<https://www.tourism.jp/tourism-database/survey/2015/01/sharing-economy/>
- ・ JTB 総合研究所（2020）「新型コロナウイルス拡大による、暮らしや心の変化および旅行再開に向けての調査」，
<https://www.tourism.jp/tourism-database/survey/2020/05/covid19-tourism/>