シェアリングエコノミーの課題と発展

2021-11-11

AT0850　つる

[年]

・概要

　シェアリングエコノミーは、インターネットを利用したビジネスとして発展している。

　シェアリングエコノミーとは、インターネットを介して使っていないモノを貸し借りするサービスのことである。

　シェアリングエコノミーは新しく生まれたビジネスなので、課題も多く存在している。この先シェアリングエコノミーが発展していくために，現在問題視されている課題を明確にする。

目次

**[1．シェアリングエコノミーの現状](#_Toc87578243)** [3](#_Toc87578243)

[1.1シェアリングエコノミーの実態 3](#_Toc87578244)

[1.2シェアリングエコノミーのメリット 5](#_Toc87578245)

[2. シェアリングエコノミーの課題 8](#_Toc87578246)

[2.1情報の非対称性問題 8](#_Toc87578247)

[2.2法的整備が不十分 8](#_Toc87578248)

[2.3取引をする相手への信頼 9](#_Toc87578249)

[3. 事例 11](#_Toc87578250)

[参考文献 11](#_Toc87578251)

# **1．シェアリングエコノミーの現状**

## 1.1シェアリングエコノミーの実態

　シェアリングエコノミーは、インターネットが普及し、他人とつながることが容易になったことで近年成長している。

日本でのシェアリングエコノミーの実態は、次のとおりである。2021年に行われた意識調査 での認知度は、49.9％ であった（図1）。2017年から2021年の5年間で、約20％ 増加した。2021年は2020年と比べてわずかに減少しているが、回答している人の半数がシェアリングエコノミーを認知している。その中で利用経験者は、21.6％と少ないのが現状である（図2）。利用経験者は、年々増加している。利用経験者は、10代－70代の中で20代、30代の若年層が約6割を占めているというのが現状である。しかし、2017年は10代から30代で約8割を占めていたので、2021年現在ではそれより上の世代の利用が増えている。

　さらに、環境省が行った平成28年度循環型社会アンケート調査 では、物の所有を控えようとしている人が半数を占めており、所有を控えている理由として若い世代では「所有しなくてもレンタルやシェアで代替できる」や、「物を買うよりもレンタルやシェアの方が安いから」という意見が挙げられている。

〈図1〉シェアリングサービスの認知度 [2]

〈図2〉サービスの利用経験

出典： 国内シェアリングエコノミーに関する意識調査2021, PwC [2]

## 1.2シェアリングエコノミーのメリット

　シェアリングエコノミーのメリットは、主に遊休資産の活用、地域社会の活性化、環境に優しいこと、経済圏の創出の4つが挙げられる。

(1）遊休資産の活用

　遊休資産とは個人で所有している資産の中で、その人にとって価値がなかった資産のことである 。遊休資産を他に必要としている人に販売することによって、今あるものに新しい価値を見いだし、商品として売り出すことが可能になる。

　遊休資産の活用方法の具体例として有名なものとして、フリーマーケットアプリが挙げられる 。フリーマーケットを提供している企業であるメルカリのアプリでは、個人で必要のなくなったものを写真に撮り、アプリで投稿するだけで、必要としている他の人が検索してその商品を購入することができる。

　このメリットを活用していくことで、高齢化と人口減少が続く日本では、効率的な経済活動を行うための手段となり得る。

(2）地域社会の活性化

現在、人口減少が続いている地方では、交通、子育てなどに課題を抱えている。その解決策としてシェアリングエコノミーが使われている 。シェアリングエコノミーは遊休資産を活用するので、コストがかかりにくい。したがって、自治体の限られた予算の中で課題解決をしていくためには、非常に有用である。市や区などの自治体が課題への取組みとして、シェアリングエコノミーを利用している。具体的には、就業機会の創出や、地域の足の確保、さらに子育て支援など女性活躍のための支援も挙げられる。

就業機会の創出とは、スキルのシェアのことである [13]。人材やスキル不足に悩む地方の企業が、シェアリングエコノミーのプラットフォームを利用して、地域外から人材やスキルを獲得することである。また、子育て支援も同様にスキルのシェアである。家事や育児を代行することで、多様なライフスタイルがある現代に沿った生活をすることが可能となる。

　実際に地方では、公共機関やタクシー業界が撤退してしまった地域に住む高齢者に向けた移動手段としてライドシェアが導入検討されている 。この先人口減少が原因でこのような地域が多くなる中、非常に有用な方法として活用することが見込まれる。

(3）環境に優しい

　シェアリングエコノミーでは、人々の間でモノを循環させることができる 。必要がなくなって捨てる予定であったモノでも、他の人にとっては価値のあるものである可能性がある。それを仲介するのがシェアリングエコノミーである。したがって、モノの利用効率を高めることが可能であり、廃棄物を減らすことにつながる。

　また、移動手段のシェアなどによってCO₂ の排出量を削減することができるという点で環境にも良い。

　具体的な例は、ドコモの自転車シェアリングがある 。自転車シェアリングとは、乗りたい場所で自転車を借り、行きたい場所で返却することができるサービスである。これは人々の新しい交通手段となると共に、CO₂ を排出しないので環境に配慮した移動を行うことができる。

(4）経済圏の創出

　シェアリングビジネスを行うことによって個人だけではなく、企業にとってもメリットが生まれる。シェアリングビジネスには様々な形があり、企業の経済活動と組み合わせることが可能である。

　具体例としては、モバイルバッテリーシェアリングが挙げられる [?]。このブースは無人であって、店舗の一角に置くことができるコンパクトなサイズである。このようなスタンドを置くことによって、充電器を借りに店舗へ足を運ぶという集客効果を期待することができる。このように、経済圏の創出につながるのである。

# 2. シェアリングエコノミーの課題

　シェアリングエコノミーは、インターネットが普及してから発展している新しいサービスの形なので、様々な課題がある。

## 2.1情報の非対称性問題

　シェアリングエコノミーの課題として最も重要なのは、情報の非対称性問題である。この問題は、サービスの提供者と消費者がもつ情報が異なってしまうことである。

　サービスの提供者は企業のような信頼の置ける機関とは異なり、一般の消費者であり、売り出す商品に対しての情報発信が不十分であることが多い。その情報不足によって、利用者が少ない情報で相手やモノを判断しなければならないので、不利益を被ってしまう可能性がある。また、情報の非対称性によって、優良な取引相手であるのにもかかわらず取引がゆがめられてしまうことがある。これは、シェアリングビジネスの利用者がサービスを利用する際の信頼と動機付けに関わることであり、シェアリングエコノミーがこの先発展していく上で解決しなくてはならない課題である。

　最近は技術革新によって解決されている部分もある [?]。

　このような情報の非対称性問題を解決する手段として、サービスの提供者と消費者が相互に評価できる制度や、公的機関による是正が求められる。[5][6]

## 2.2法的整備が不十分

　シェアリングビジネスを行うサービス提供者に対しての法的整備ができていない [?]。サービスの提供者は企業と結びついているので、実態は労働者である。しかし、法的には個人事業主として扱われてしまうので、各種法的保護が受けられない可能性が高い状況である。サービスの提供者は、各種プラットフォームの企業が定める規定を守りながら働いているにもかかわらず、個人事業主として扱われてしまう。

　法的不備によって、労働者であれば受けられる労働法による保護や、社会保険が受けられず、事故が起きたときや、解雇されたときの保険が適用されないということを招く [?]。

　この問題の原因は、日本での労働者性に時間的、場所的、拘束性が求められているので、シェアリングビジネスでのサービス提供者は当てはまっていないことにある 。

## 2.3取引をする相手への信頼

　シェアリングのサービスを利用する上では、取引相手が期待を裏切る可能性があるというリスクがあることを把握して使用しなければならない。この心理的な面から来る課題は、2.1の情報の非対称性問題から引き起こされる。

　インターネット上で取引を行うので、取引相手がどのような人物であるか明確にすることが現状では困難である 。

　加えて、総務省が行った消費者視点でのシェアリングのサービスを利用する際に確保されているべき条件についてでは、トラブルが発生した場合に備えたサービス事業者による保証や介入の仕組みがあることが最も多い回答であった 。そのほかにも、貸し手との連絡手段が確保されていること、貸し手の名前やプロフィールが確認できることなど、取引をする相手への信頼が、シェアリングエコノミーを利用する際の動機付けに強く関わってくる。

　この課題に対して、シェアリングエコノミー協会では、認証制度を設けて、相談窓口の設置などの欧目を達成した業者に認証マーク付けるなどして、解決に向けて動いている [12?]。

# 3. 問題の事例

　シェアリングビジネスでの実際にあった問題は、スキルのシェアやモノ、空間のシェアなど多岐にわたっている [3?]。

3.1 スキル利用者の事例

スキルのシェアでは、相手が威圧的で自身の要望が通らない、期日が守られるとは限らないなど感情の行き違いがある [3?]。

3.2 モノ・空間の利用者の事例

モノ・空間のシェアでは、届いたモノが偽物であったり、借りた場所がサイトの写真と異なっていたり、中には民泊を予約したのに受け渡し場所に鍵がなかったなど重い問題もある [3?]。

3.3 モノ・空間の提供者の事例

さらに、利用者だけでなく、貸した側でもモノが壊されるなどのトラブルもある [3?]。

3.4. 今後の課題

3.1～3.3のような事例は、ネット上の情報だけで双方が相手を判断しなければならないというシェアリングエコノミーのもつリスクが引き起こしている問題である 。

　シェアリングエコノミーの有用性をしっかりと活かして今後の日本で成長するために、多く残る課題を解決していくことで、より人とつながり、便利な生活を実現することができると考える。

# 参考文献

[1] 一般社団法人シェアリングエコノミー協会, 協会概要,（閲覧日2021年11月11日）

<https://sharing-economy.jp/ja/about/>

[2] PwC Japanグループ, 国内シェアリングエコノミーに関する意識調査2021, PwC, 2021-09-30, （閲覧日2021年11月11日）

<https://www.pwc.com/jp/ja/knowledge/thoughtleadership/sharing-economy2109.html>

[3] シェアリングトラブル多発、納期遅れもやもや、サイト写真と相違、言葉が威圧的 : 相手も個人、信頼関係どう築く（生活）, 日本経済新聞, 2020-01-24, 夕刊, p. 5.

[4] 川上資人, シェアリングエコノミーに関する法的課題(諸外国におけるシェアリングエコノミー）, Business labor trend, 2017.

[5] 中川正悦郎, シェアリングエコノミーに対する消費者の知覚リスク・知覚ベネフィットが態度と利用意図に及ぼす影 ： 民泊サービスを対象として, 亜細亜大学経営論集53(2), 2018.

[6] 柴田怜, シェアリングサービスの普及に伴う経済圏の創出と諸課題, 聖学院大学論叢, 2020-03, pp. 57-71.

[7] 野田哲夫, 田中哲也, 王皓, 泉洋一, 角南英郎, 野澤功平, 地方におけるシェアリングエコノミー政策の展開と課題, 経済科学論集45, 2019－03, pp. 1-29.

[8] 酒井理, 日本におけるシェアリングビジネスの課題, 法政大学キャリアデザイン学部紀要, 2015-03, pp. 117-132.

[9] 環境白書, 平成30年版, 第3章　地域循環強制権を支えるライフスタイルへの転換, 環境省, <http://www.env.go.jp/policy/hakusyo/>h30/html/hj18010301.html　（閲覧日2021年11月11日）

[10] 塩谷さやか, シェアリング・エコノミー : 信頼関係による新しいフラットフォームの促進, 日本国際観光学会論文集, 2017, 24巻, pp. 145-154.

[11] 株式会社メルカリ, 安心・安全な取引のために, <https://about.mercari.com/safety/> （閲覧日2021年11月11日）

[12] 情報通信白書, 平成30年版, 第1部　第5節　シェアリングエコノミーの持つ可能性, 総務省, <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd125100.html> (閲覧日2021年11月11日)

[13] 地域課題の解決に向けたシェアリングエコノミーの活用について, 総務省地域力創造グループ地域復興室, 2021-03-25, <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/senmon_bunka/shiearingu/dai17/siryou5.pdf> (閲覧日2021年11月11日)

[14] トップページ｜株式会社ドコモ・バイクシェア, チャリバンク＆楽天市場, <https://item.rakuten.co.jp/yuseishop/c/0000000195/?yclid=YSS.EAIaIQobChMIzpvkxtiQ9AIVEVRgCh091gylEAAYASACEgIss_D_BwE> (閲覧日2021年11月11日)