

1次統計におけるシェアリングエコノミーの把握

跡見学園女子大学マネジメント学部教授
山澤 成康

(概要)

SNA にシェアリングエコノミーを採り入れる際、政府統計で具体的にどのように把握していくのかを整理した。

イギリスのシェアリングエコノミーの定義はサービスの供給側、需要側双方が個人であると定義しているが、日本では法人がサービスを提供する場合も多い。個人企業や法人の活動が全て把握できていたとしたら、GDPへ影響するのは、個人が提供する財・サービスの部分で、その捕捉が重要になる。しかし、個人企業、法人企業の活動に不備がある場合は企業統計の改善も必要だ。

個別の統計をみていくと、サービスの需要側統計としては家計調査、家計消費状況調査、全国消費実態調査などがある。支出面からは、シェアリングエコノミーは把握されているはずである。問題は、別掲されていないこと。家計消費状況調査は、IT関連消費など機動的に調べることができるので、項目を適切に立てれば調査できる。

サービス提供側の統計としては、個人企業経済調査、法人企業統計で企業のサービス提供は把握できる。捕捉が十分でない可能性があるため、事業所母集団DBの整備が必要だ。個人のサービス提供者を特定するのは困難なため、業界統計などの活用が必要となる。

サービスの仲介者（プラットフォーム企業）は、インターネット付随サービス業に分類される。事業所母集団に登録され把握されているはずだが、実際には捕捉されていない可能性があり、事業所母集団DBの整備が必要。

JEL Classification Number:C12,C82,L86

キーワード：GDP 統計、シェアリングエコノミー、未観測経済

1. はじめに

シェアリングエコノミーの現在の規模は小さいが、今後急速に拡大する可能性がある。政府統計で把握できている部分と把握できていない部分があり、それを峻別して必要な対応について考察する。

2. シェアリングエコノミーと統計

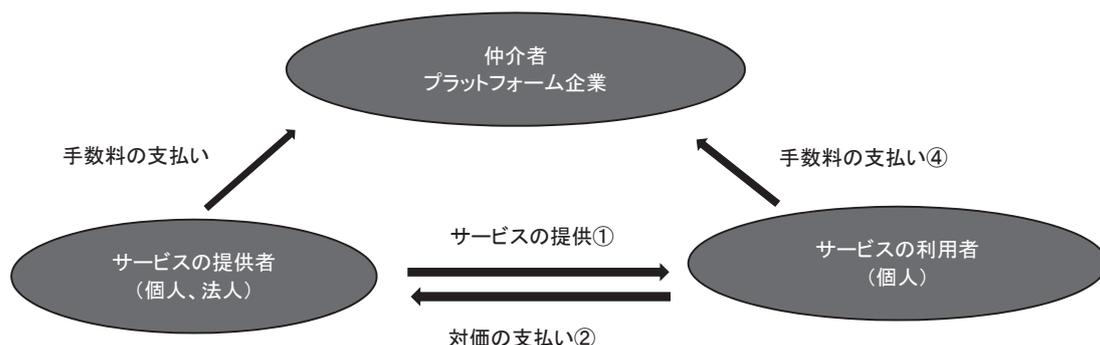
2.1 シェアリングエコノミーとは

シェアリングエコノミーは、個人の持つ遊休資産を有効に利用することを目的として発達してきた取引形態である。インターネットを使って供給者と需要者を仲介する企業が存在することも特徴だ。

シェアリングエコノミーには3つの取引主体が存在する。サービスの提供者、サービスの利用者、プラットフォーム企業と呼ばれる仲介者である。サービスの利用者は、仲介者を通じてサービスの提供者のサービスを受ける。仲介者は、サービスの需要者、供給者双方から手数料を受け取る。

これらの経済活動を統計として捕捉するためには、まずサービス提供者の売上高や経費をつかむことが重要だ（図表1の①）。同じ取引を利用者側から捉えることもで

図表1 シェアリングエコノミーの取引



き、サービス利用者の支払金額を調べる方法もある（図表1の②）。また、サービスの提供者、利用者とも利用に際しては、プラットフォーム企業に手数料を支払っており、手数料の把握から経済活動を類推する方法もある（図表1の③と④）。

シェアリングエコノミーの特徴は、サービスの提供者が個人になり得るところである。

2.2 シェアリングエコノミー協会による5類型

シェアリングエコノミー協会は、「シェアリングエコノミーとは、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シェア（賃借や売買や提供）をしていく新しい経済の動き。シェアリングエコノミーは、おもに、場所・モノ・移動・スキル・お金の5つに分類される（シェアリングエコノミー協会2018）」と定義している（図表2）。かなり広い定義で、資産の賃貸だけでなく売買や交換も「シェア」に含んでいる。

場所については、Airbnbのほか、会議室のシェアなどがある。モノのシェアは、メルカリの存在が大きい。事業の中心は中古品売買の仲介で、シェアというよりは、所有権の移転といったほうがよい。一方、服をレンタルするLexus（ラクサス）、air Closet（エアークローゼット）などのサービスは、所有権の移転を伴わない取引である。スキルでは、家事労働サービスのココナラが代表的だ。お金のシェアでは、クラウドファンディングが挙げられている。これもシェアというよりは、移転である。

シェアリングエコノミー協会は、シェアリングエコノミーの分類法としてサービスの供給者と需要者の性格の違いによって、「n:n」と「1:n」という分類法も紹介している（上田2016）。「n:n」は多数の提供者と多数の利用者が存在する場合で、2種類ある。1つ目は個人間同士の取引の場合（C to C）の場合で、Airbnb、アズ

ママを例として挙げている。2つ目は企業間同士の取引（B to B）の場合でスペースマーケット、ハコベルを挙げている。「1:n」は企業が個人に対してサービスするので、Lexus、air Closetを挙げている。

3. SNAへの反映に関して

3.1 シェアリングエコノミーの定義とGDP

日本のシェアリングエコノミーの規模を測る際には、シェアリングエコノミー協会による定義を使うのが一案である。ただ、国内総生産（GDP）への反映という意味では、同協会の定義では適切でない。

企業活動が統計調査で把握できていれば、企業が提供するサービスは現状でも把握されており、GDPへの影響はない（図表3）。

場所のシェアに関しては、民泊など統計上把握されていない部分があり、それを把握すればGDPが増加する可能性がある。

不要品の転売は「不用品のシェア」と言えるが、実態は中古品の売買であり、SNA上生産の対象にならない。ただ、ハンドメイド品や農産物など価値を付加して売る場合はGDP統計の対象で、それを把握すればGDPが増加する可能性がある。

スキルのシェアのうち個人が提供する部分を把握すればGDPの増加に寄与する。

新製品の開発・販売のために多数の個人からお金を募って商品を販売することは、「お金のシェア」と言えるが、商品の予約販売とみることもでき、既にSNA上で把握されている。

カーシェアリングサービスには様々な形態があるが、企業が購入した自動車を複数の個人が使うサービスは、従来のレンタカーサービスと大きな違いはない。

図表2 シェアリングエコノミーの5類型と具体的な企業

	企業名	統計で把握している項目
場所	Airbnb、スペースマーケット	宿泊料など
モノ	メルカリ、Lexus、air Closet	貸衣装賃貸料など
移動	Uber	カーシェア料金など
スキル	ココナラ、アズママ	家事代行料など
お金	マクアケ	

図表3 サービス提供主体の類型別 GDP への影響

	サービス提供主体	取引する財・サービス	GDP は？
場所	個人	宿泊施設	増加
	企業	宿泊施設、テナント	不変
モノ	個人	中古品	不変
	個人	ハンドメイド、農産物	増加
	企業	服飾品、自動車	不変
スキル	個人	家事代行など	増加
	企業	家事代行など	不変
お金	個人	寄付型	不変
	企業	購入型	不変
	企業	投資型	不変

(備考) 企業活動をすべて把握している場合。

イギリス国家統計局の定義は、シェアリングエコノミー協会の定義とはかなり違う。ONS (2016) は、シェアリングエコノミーの定義を「未利用または低利用の資産を掘り起こすことで、個人や企業が資産・資源・時間・スキルをシェアすることを可能とするデジタルプラットフォームによって促進される活動」と比較的広く定義していたが、ONS (2017) では、かなり厳格にシェアリングエコノミーの定義を行っている。以下のすべての条件を満たしたものがシェアリングエコノミーと定義している(図表4)。

3番目の条件である「個人と個人のマッチング」はかなり強い条件で、企業のサービスの提供や利用を認めていないことになる。しかし、明確な定義は統計調査をする上では有用だ。

GDP 推計は、生産境界内のすべての経済活動を捉える必要があるが、捕捉できていないものを未観測経済と

呼ぶ(OECD 2002)。未観測経済は①地下経済②非合法経済③非公式部門経済④家計の自己使用⑤基礎統計収集上の不備(deficiencies)に分類される。非公式部門とは、登録の必要のないような事業所が行う活動であり、個人が行う取引が該当する。シェアリングエコノミーで第一に捉える必要があるのが、この非公式部門である。ただ、世帯統計からのアプローチでは、サービスの提供主体が個人か企業かの区別はないので、概念的には捕捉できていないはずである。生産面では捕捉されていないが、支出面からは捕捉できていることになる。

一方、個人事業主や企業向けインターネット企業などの活動は、本来捕捉すべきだが、捕捉漏れの可能性がある。未観測経済の分類では、⑤基礎統計収集上の不備にあたる。企業数がどの程度捉えられているかに関しては、次章で扱う。

図表4 ONS が想定するシェアリングエコノミーの条件

	条 件
1	ウェブサイトかアプリがある。
2	ビジネスの実行にそのウェブサイトかアプリを使う。
3	個人と個人のマッチングを可能にしている。
4	他の個人が提供する財かサービスの一時的な利用を可能にしている。
5	所有権の移転がなくてもほぼ取引ができる。

(出典) ONS (2017) より。

3.2 基準年推計、年次推計、速報推計との関係

GDP統計と基礎統計の関係を整理する。我が国の国民経済計算（System of National Accounts：SNA）では、国内総生産（GDP）は、四半期速報（QE）、年次推計、基準年推計で推計方法が変わる。また、日本の国民経済計算（JSNA）はSUT体系への移行を進めており、基礎統計の変更が予定されている。大まかな基礎統計とGDP統計の対応は以下のとおりだ。

- ・基準年：経済センサス→SUT推計
- ・年次：ビジネスサーベイ→年次推計
- ・四半期：動態統計→速報推計

今後大きく変わるのは年次統計だ。ビジネスサーベイという枠組みをすることにより、基準年、四半期との推計誤差を減らし、基準年推計、年次推計、四半期推計の

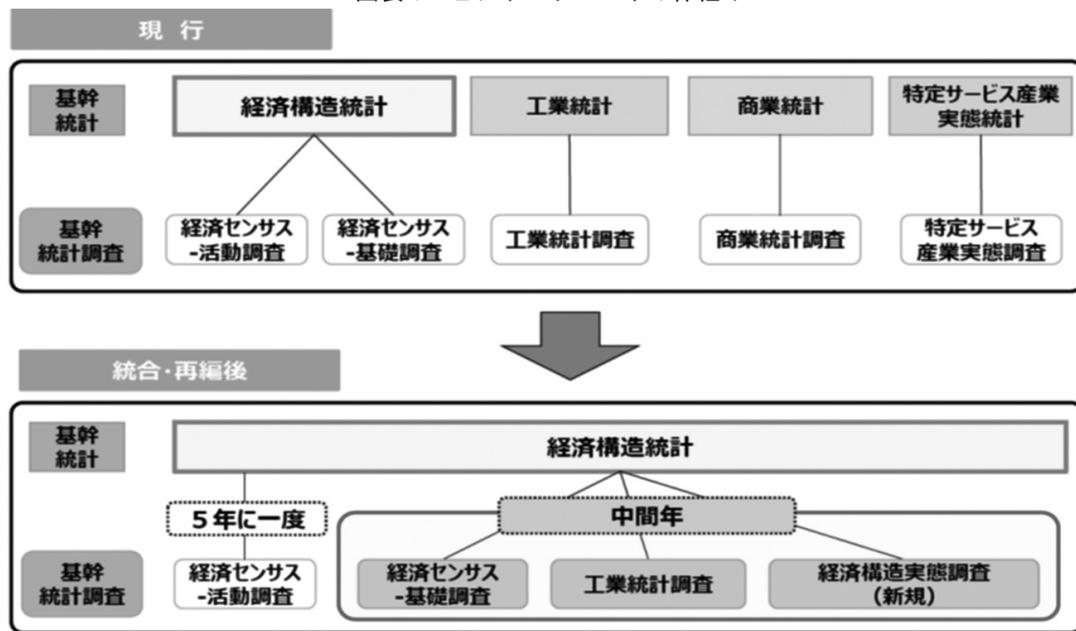
三者をシームレスに作る構想である。

統計委員会の答申によれば、5年に一度の経済構造統計を捉えるのは経済センサスー活動調査で変わらない（図表5）。経済センサスー基礎調査は、5年に一度母集団情報を調査する設計だったが、随時母集団情報を把握する方法に変更する。基準年以外の年を中間年と呼び、工業統計、商業統計など別々の枠組みで捉えていた統計を一つの「ビジネスサーベイ」という枠組みで捉える。

シェアリングエコノミーの関連では、サービスの提供側もプラットフォーム企業も現行では「特定サービス産業実態調査」での調査になるが、統合・再編後は「経済構造実態調査」での調査となる。

QEの関連では、需要統計活用の余地があるほか、「特定サービス産業動態調査」や業界統計、業務統計などの活用が考えられる。

図表5 ビジネスサーベイの枠組み



（出典）総務省政策統括官（統計基準担当）2018より。

4. 企業はどの程度捉えられているか

第3章では、政府統計が企業活動をすべて把握しているとして議論したが、実際にはすべての企業を把握できていない。非観測経済の類型でいえば、「⑤基礎統計上の不備」にあたる場所である。

シェアリングエコノミーの特徴は、個人がサービスの提供者となることである。個人と企業の境界線は曖昧だ。従来も、家計と企業の中間形態として個人企業があった。広い意味でのシェアリングエコノミーの提供者は個人だ

けでなく、個人事業主、法人である場合も少なくない。

まず、個人、個人企業、法人がどのように違うのかを明らかにしておこう（図表6）。個人が副業として、サービスの提供者になっている場合、収入は副収入となり、税法上20万円以上の所得（収入から経費を引いたもの）があれば確定申告する必要がある。ここで計上された所得については統計に反映されていない。

個人が事業としてサービスを提供している場合は、税法上個人事業主となる。事業所得を申告する必要があるが、複式簿記の記帳に基づいた青色申告をすると、65

万円の所得控除が受けられ、家族への給与も費用として認められる。このため、個人で継続的に所得が得られる場合は、個人事業主として登録する可能性が高い。統計上では「個人企業経済調査」の対象範囲となる。

さらに規模が大きくなると、法人を設立してサービス

を提供することになる。この場合は社会的な信用力が増す一方で法人税などがかかる。

統計上、法人企業は財務省の法人企業統計で把握され、個人企業は総務省の個人企業経済調査で把握される。

図表6 個人、個人事業主、法人の違い

	個人	個人事業主 (青色申告の場合)	法人
開業・設立手続き	不要	開業届提出	定款、設立趣意書など
事業の廃止	不要	届出	解散登記、公告等
税金	所得(=収入-費用)が20万円まで非課税。経費に認められる範囲が狭い	所得から65万円控除。家族への給与も費用として認められる。	経費に認められる範囲が広い(経営者への給与や保険料など)。赤字でも法人税の均等割7万円が必要。
赤字の繰越	なし	3年	9年
会計・経理	個人の確定申告	個人の確定申告(複式簿記で提出)	法人決算書・申告
生命保険	所得控除	所得控除	全額経費
社会保険(従業員分含む)	負担なし	会社負担分なし(5人未満の場合)	会社負担分あり

(備考) 国税庁ホームページなどより作成

4.1 経済センサスによる現状の把握

経済センサス基礎調査では、事業所ベース、企業ベースの双方で法人や個人企業の数を把握している。個人経営の事業所は212万か所、209万社、法人の事業所は339万か所、175万社である(図表7)。

シェアリングエコノミーを検討する際には、事業所の定義が重要だ。日本標準産業分類の一般原則を示した総務省政策統括官(統計基準)(2013)によれば、事業所とは経済活動の場所的単位で、「単一の経営主体の下において一定の場所すなわち一区画を占め」、「財又はサービスの生産と供給が、人及び設備を有して、継続的に行われていること」が条件となる。例示として、工場、製

作所、事務所、営業所、商店、飲食店、旅館、娯楽場、学校、病院、役所、駅、鉱業所、農家等が挙げられている。

注釈では行商、著述家、画家、家庭内における内職を事業としてみなしていることから、シェアリングエコノミーのサービス提供者は個人であれ個人事業主であれ、事業所として把握されるべきものとなろう。

一方、企業は本社や支社、工場などの事業所が集まってできた経営体のことである。個人経営の事業所は企業と事業所が一致する。大きな企業は支社や工場など多くの事業所を持っている。企業のうち会社企業は、経営組織が株式会社、有限会社、相互会社、合名会社、合資会社及び合同会社のものを指す。「会社以外の法人」は法

図表7 企業数と事業所数(2014年)

事業所(万事業所)		企業数(万社)
総数	569	410
民営	554	個人経営 209
個人経営	212	会社企業 175
法人	339	株式・有限・相互会社 172
会社企業	297	合名・合資会社 2
会社以外の法人	42	合同会社 1
法人でない団体	3	会社以外の法人 26
国、地方公共団体	15	

(出典) 総務省統計局、経済産業省「経済センサス基礎調査」

人のうち会社でないもの¹で、「法人でない団体」は法人格をもたない団体²である。

4.2 統計調査による母集団名簿の違い

事業所母集団データベースは統計の基礎的な情報を集めたもので、統計法第27条で「事業所母集団データベース」の整備が明記されている。国の行政機関、都道府県等に母集団情報（年次フレーム）を提供するようになったのは2013年からである。

経済センサス基礎調査で確認できた会社企業の母集団数は175万社であるが、会社標本調査では255万社捉えられているのに比べると少ない（総務省統計委員会担当室2017）（図表8）。

古隅ら（2011）によると、経済センサス基礎調査の前身の事業所・企業統計調査で漏れている企業の特徴は、①東京圏のオフィスビルに入居する企業②資本金規模が小さい企業③情報通信業、不動産業、サービス業に属する企業④従業者数が少ない企業である。これらの特徴は、シェアリングエコノミーのプラットフォーム企業の特徴と近く、会社企業ですら従来の調査では把握が十分でない可能性が高い。

この状況を改善するため、事業所母集団データベースの運用改善が計画されている。まず、事業所の定義の変更である。日本標準産業分類では従事者がいることが事

業所の定義の一つで、無人でパソコンだけが稼働している場合は事業所に入らない。

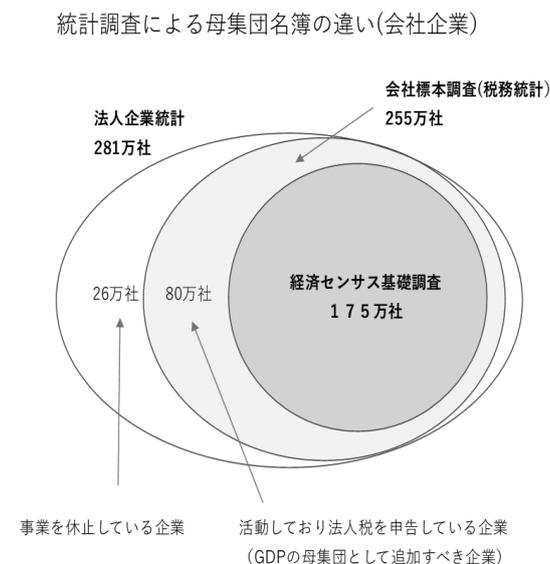
しかし、実際には専従の従事者がいなかったり、1人の従事者が多くの事業所を掛けもちしたりする場合がある。これらも事業所として捉えるために事業所の定義を変更する必要がある、今後の課題となっている。

経済センサス基礎調査では、調査員が目視で事業所の調査を行っていたが、インターネットで事業展開している企業は外見から企業とわからない場合がある。個人でシェアリングエコノミーのサービスを提供している場合も事業所として捉えるのは難しい。

インターネット上にある公表企業名簿、国税庁法人番号公表サイト、法人登記情報などからトリガー（きっかけとなる）情報を収集する予定だ。その上で、年ごとに地域を決めてしらみつぶしに調査をするローリング調査を実施し、マンションの一室を事業所としているような事業所も特定する。一方で、企業グループのトップに位置する企業に直接照会して具体的情報を入手することも計画されている。

しかし、これらの母集団を実際に把握できるかどうかはわからない。厚生労働省がインターネットサイトから収集した民泊情報1万5127件について調査したが、物件特定不可・調査中の割合が52.9%という結果になっており（厚生労働省2017）、個人に近いサービス提供者を

図表8 統計調査による母集団の違い（会社企業）



(注) 総務省統計局委員会担当室資料より作成。2014年時点

¹ (会社以外の法人) 独立行政法人、一般社団法人、一般財団法人、公益社団法人、公益財団法人、社会福祉法人、学校法人、医療法人、宗教法人、農(漁)業協同組合、事業協同組合、労働組合(法人格を持つもの)、共済組合、国民健康保険組合、信用金庫、弁護士法人など

² (法人でない団体) 後援会、同窓会、防犯協会、学会、労働組合(法人格を持たないもの) など

全て把握するのは難しい。

民泊については住宅宿泊事業法の届出情報、旅館業法の簡易宿所の許可情報などが利用可能で、「宿泊旅行統計調査」（観光庁）の母集団に活用されているので、民泊のサービス提供者は合法である限り、母集団名簿に取り込むことができる。

5. サービスの需要者を捉える統計による捕捉

第4章まではシェアリングエコノミーと統計との主に概念的な部分について検討したが、第5章以降では現行の統計を検討し、今後どのような改善が必要かを考察する。

シェアリングエコノミーサービスを受けたサービス利用者は、通常対価を支払う。シェアリングエコノミーの利用者が正確に支出額を報告していれば、支出額は把握できる。例えば、民泊への支出が宿泊費として計上されていれば、シェアリングエコノミーの活動が捕捉されていることになる。問題は、宿泊費のどの程度が民泊によるものかがわからないという点である。

家計を対象にした世帯調査には、「家計調査」、「家計

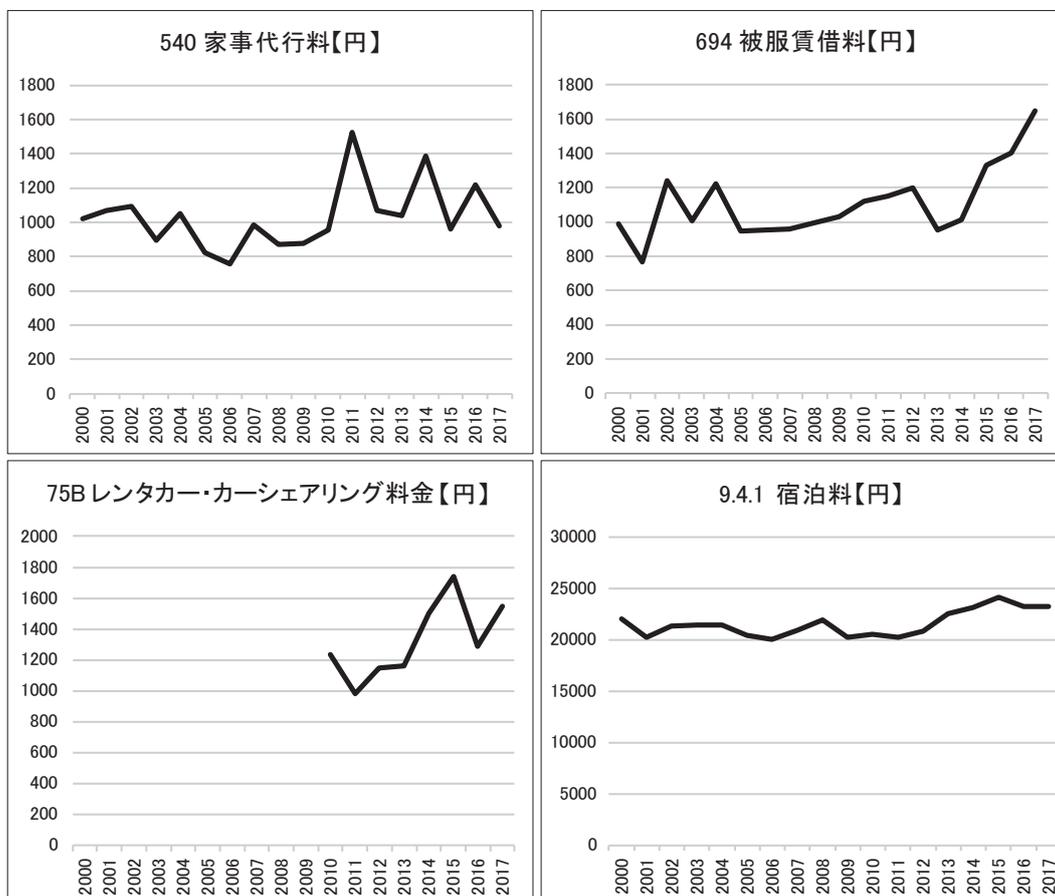
消費状況調査」、「全国消費実態調査」があり、それぞれの役割が違う。まず、それぞれの統計を概観してみよう。

5.1 家計調査

家計調査は家計が支出するほぼ全ての品目を把握しているため、シェアリングエコノミーに関連する支出も捉えられている。

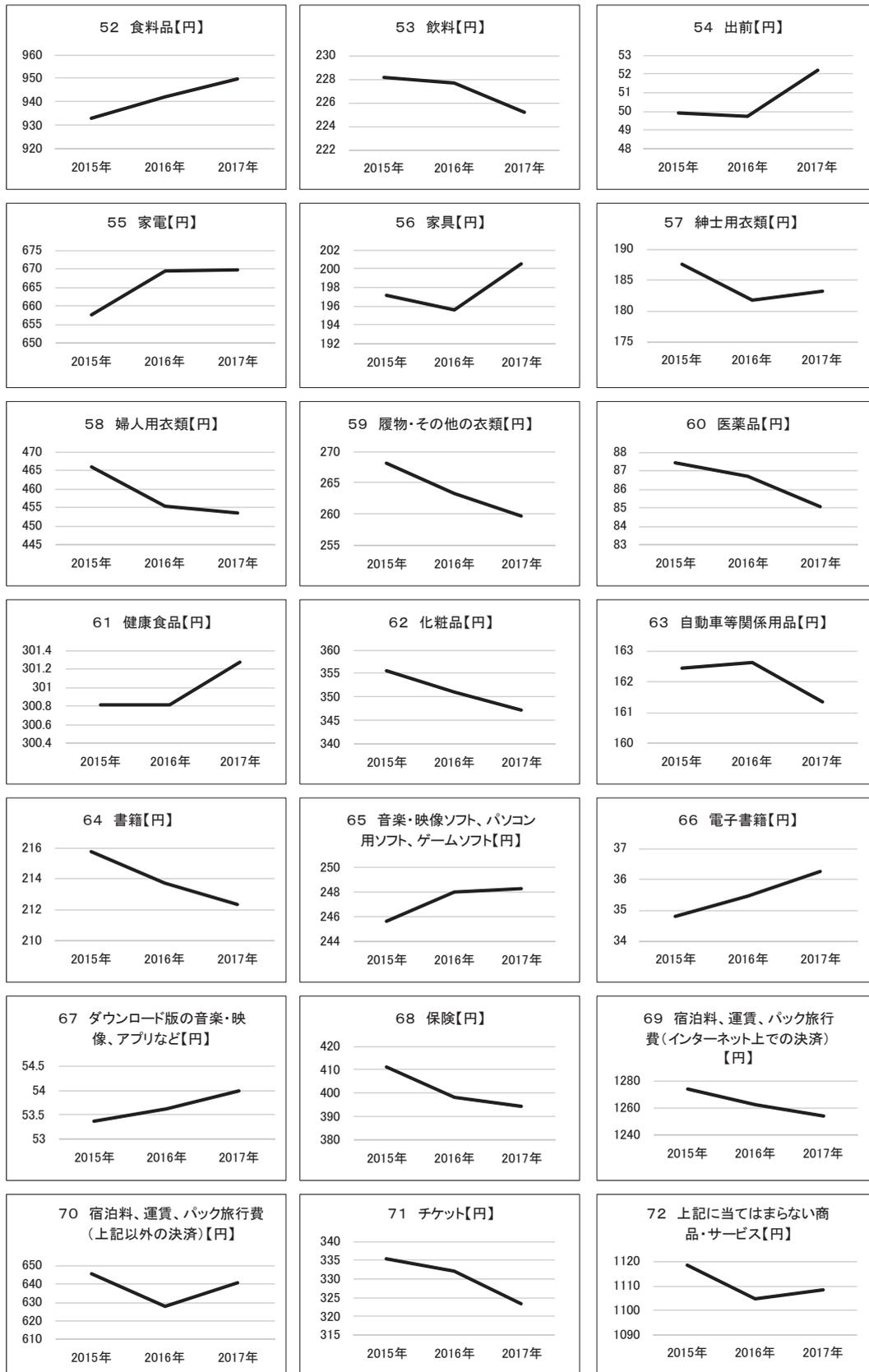
シェアリングエコノミーに関連する支出についてみてみよう（図表9）。家事代行料をみると、毎年の変動が大きく長期的な傾向はつかみにくい。被服賃借料は、最近増加傾向が続いている。従来、被服賃借料は貸衣装業が主だったが、定額制ファッションレンタルというサービスが作り出された。経済産業省（2017）によれば、株式会社エークローゼット、株式会社ストライプインターナショナル、株式会社EDISTが中心である。レンタカー・カーシェアリング料金は2015年度までは増加傾向にあるが、その後方向感はない。宿泊料についても横ばい圏内で推移している。これらの支出にはシェアリングエコノミーへの支出が含まれているが、どの程度かがわからない。

図表9 家計調査の動き



（出典）総務省「家計調査」

図表 10 家計消費状況調査の動き（2人以上世帯）



(出典) 総務省「家計消費状況調査」

5.2 家計消費状況調査

総務省の「家計消費状況調査」では、購入頻度が少ないため家計調査では数値が大きく振れる品目について、より大きなサンプルで調査している。家計調査は継続性も重視しているが、家計消費状況調査ではより機動的な対応が可能で、ネットショッピングについても詳細に調査している。インターネットを通して購入した21品目に関して調査しており、それをグラフにしたものが図表10である。対象期間で増加を続けているのは、食料品、家電、健康食品、音楽・映像ソフト、パソコン用ソフト、ゲームソフト、電子書籍、ダウンロード版の音楽・映像、アプリなどである。

調査項目にシェアリングエコノミーに対応したものを加えれば捕捉は可能だ。ただ、メルカリなどを通じた中古品の購入がこの中に含まれている可能性もある。新製品の購入と中古品の購入は分ける必要がある。

5.3 全国消費実態調査

全国消費実態調査は5年の一度の調査である。消費者の消費支出をくまなく捉えているとすれば、シェアリングエコノミーに支出した金額も把握できる。

前回は2014年調査で、今回は2019年調査となる。2014年にはシェアリングエコノミーは普及していなか

ったため、次回調査ではシェアリングエコノミー関連支出を捉える必要がある。しかし、調査票は家計簿形式で、支出品目を調査対象者が自由に書き込むため、シェアリングエコノミー関連商品を特定することは難しい。

2014年でシェアリングエコノミーに関係する数値は図表11のとおり。家事代行料は1000億円程度のマーケットだが、スキルのシェアという形のシェアリングエコノミーサービスが増えている。しかし、従来産業かシェアリング産業かの違いは次回調査でもわからない可能性が高い。これまで貸衣装は、冠婚葬祭用に主に高齢者が利用していたが、定額貸出サービスなどのシェアリングエコノミーサービスが普及しており、次回調査では大きく増加する可能性がある。

経済センサスでは、2012年の自動車賃貸業の売上高は4041億4500万円で、矢野経済研究所によれば、2014年のレンタカーの市場規模は6350億円（うち個人向けが2350億円）だ。全国消費実態調査のレンタカー・カーシェアリング料金への年間支払い額は560億円で、矢野経済研究所調査の4分の1程度になっている。訪日外国人向けレンタカーサービスが増えていることも理由にありそうだが全国消費実態調査と業界売上高には隔たりがある。

図表11 シェアリングエコノミーに関連する支出（2014年）

番号	540	694	75B	860
品目	家事代行料	被服賃借料	レンタカー・ カーシェアリ ング料金	宿泊料
1世帯当たり1ヵ月間の消費額（円）	185	70	90	1,728
全世帯年間消費額（億円）	1,151	435	560	10,750

（出典）総務省「全国消費実態調査」。全世帯年間消費額は、2010年の国勢調査の総世帯数（5184万2307人）に12をかけて算出。

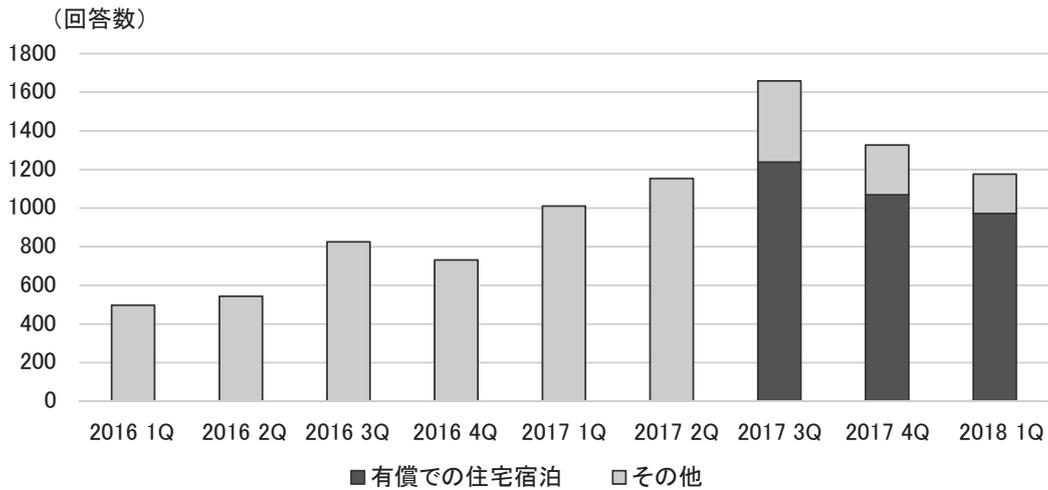
5.4 外国人消費動向調査

民泊の主な利用者が外国人旅行者なので、外国人の宿泊動向を調べる必要がある。観光庁の「外国人消費動向調査」は、空港で外国人にヒアリングして作られる調査で毎四半期7830サンプルを目標に作成している。宿泊費については、ホテル、旅館などのカテゴリーで調査されていたが、2017年7-9月期から民泊（有償での住宅宿泊）を明記して統計をとっている。民泊が調査され

ていなかった時は「その他」の部分が増えていたが、その大半が民泊への支出であることがわかった。全回答数1万件のうち約1割が民泊を使っていることがわかる（図表12）。

2018年1-3月期の調査では、民泊に相当する有償での住宅宿泊の回答数は、972件、1回当たりの消費金額は15万6000円、平均泊数は11.6泊で、計算上は1泊当たり6265円となった。

図表12 有償での住宅宿泊（民泊）の回答数



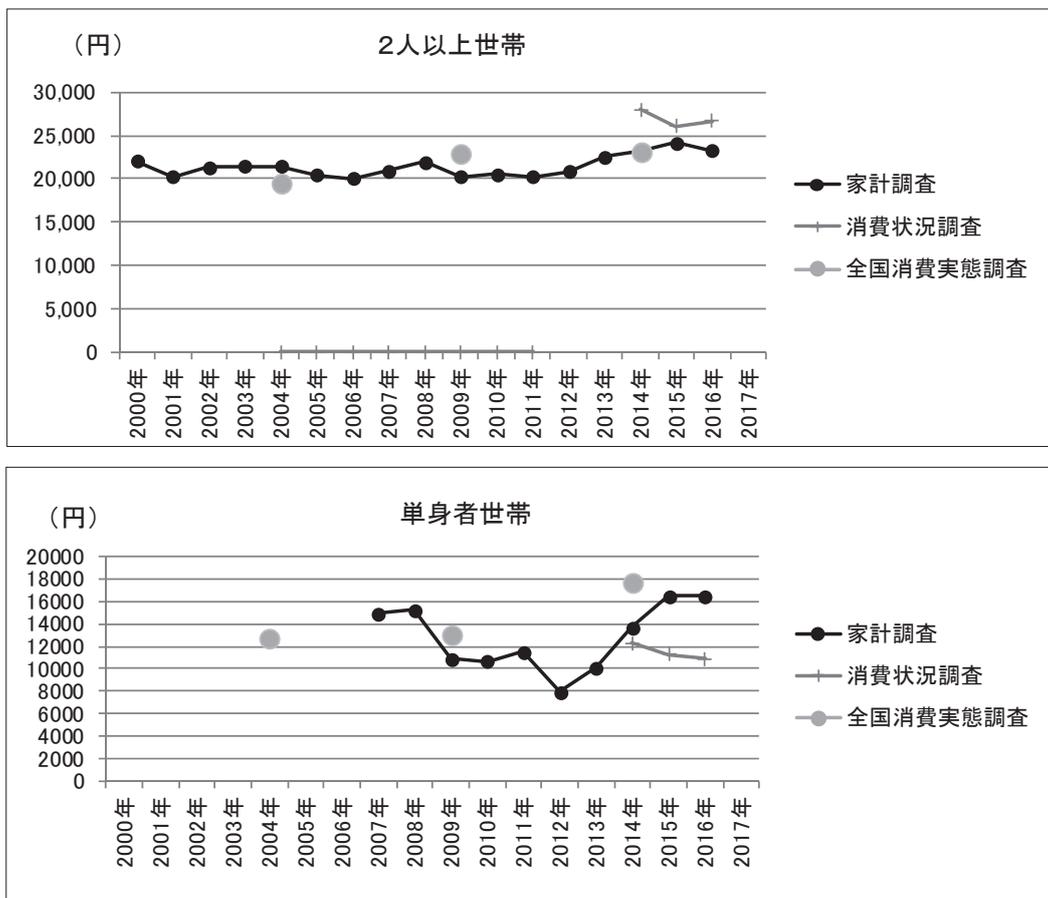
(出典) 観光庁「外国人消費動向調査」

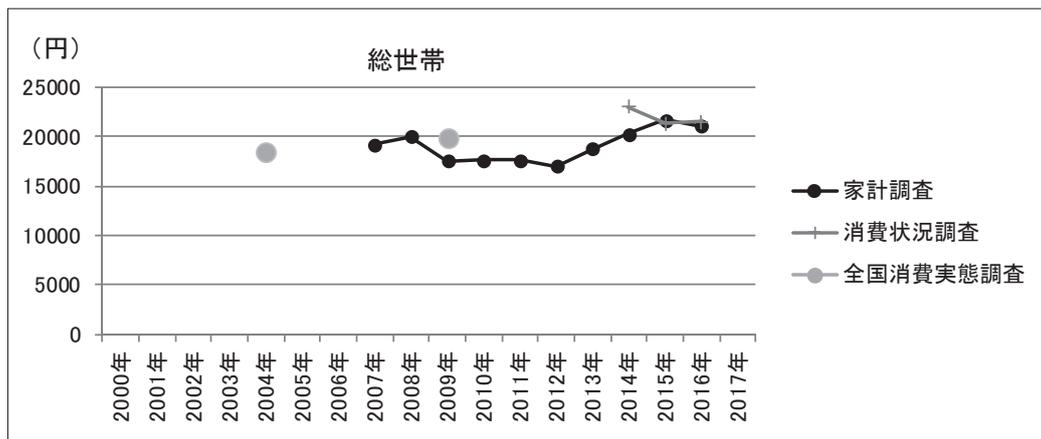
5.5 家計統計についてのまとめ

家計統計は3種類あり、それぞれ精度が違う。例えば、宿泊費に関しては数値を比較してみると図表13となる。

これをみると単身世帯に関しては、かなりずれがあることがわかる。

図表13 宿泊費の統計による違い





(出典) 総務省「家計調査」、総務省「消費状況調査」、総務省「全国消費実態調査」

6. サービスの提供者を捉える統計

シェアリングエコノミーサービスの提供者には、法人の場合と個人の場合があり、捕捉されている統計が違う可能性がある。個人の提供分は捕捉できていない。個人企業については、捕捉されるがサンプルが十分でない可能性がある。法人分はある程度捕捉できている。

6.1 個人企業経済調査

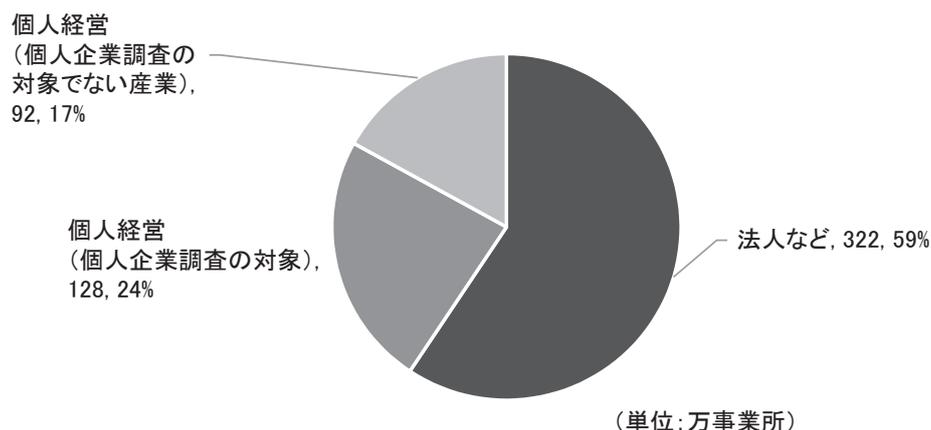
総務省「個人企業経済調査」は、個人企業の経済活動を把握するものだ。現行では四半期集計で、「製造業」、「卸

売業、小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」に限定して調査している。宿泊業は調査対象だが、スキルのシェア（家事代行業など）やモノのシェア（服のシェア）など対個人サービス業は調査対象になっていない（図表 14）。

ただ、2019年度から調査の方法を大幅に変更する予定だ（図表 15）。調査対象が全産業になり、サンプル数を10倍に増やす代わりに四半期統計から年次統計となる。

新しい調査でシェアリングエコノミーに関する業種が特記されれば、シェアリングエコノミーの活動が把握できるようになる。そのためには、どのような業態がシェアリングエコノミーかという定義を明確にする必要がある。

図表 14 個人企業経済調査が対象とする事業者数
民営事業所数(合計542万事業所)



(出典) 総務省「個人企業経済調査（構造編）」平成28年結果、結果の要約より。総務省統計局「平成24年経済センサスー活動調査結果」

図表 15 個人企業経済調査の変更内容について

	従来調査	新調査
周 期	四半期	暦年
業 種	「製造業」、「卸売業、小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「サービス業」の一部（情報サービス業は含まれない）	全業種
調査項目	売上高、仕入れ高、経費等	変わらず
サンプル数	3700	3万7000

(出典) 統計委員会 (2017)

厚生労働省 (2017) では、2015年の民泊の数を許可物件 2505 件、無許可物件 4624 件の計 7129 件としている。個人事業主は経済センサスで捉えられているだけで約 220 万件であり、サンプル数が 3 万 7000 件に増えた後、民泊事業者のサンプル数は単純計算で $120 (= 3 万 7000 \times 7129 / 220 万)$ 件となる。ただ、実際には事業所母集団データベースから作成した母集団名簿に基づき、都道府県別・売上高階級別・産業別に層を設け、各層から標本を抽出する予定で、シェアリングエコノミーのサービス提供企業、プラットフォーム企業がどの程度捉えられるのかは現段階ではわからない。

6.2 法人企業統計調査

サービスの提供者が法人の場合は、法人企業統計調査で捉えられる。業種でシェアリングエコノミー企業を特掲できれば、動向が把握できる。

6.3 業界データの活用

シェアリングエコノミーのプラットフォーム企業の業界データの活用が考えられる。シェアリングエコノミー

のサービスでは、サービスを提供する企業がプラットフォーム企業に支払う手数料は 10% など定率の場合が多い。定率であれば、プラットフォーム企業が把握する手数料の売上高が把握できれば、サービス提供企業の売上高も把握できる。業界全体の売上高を公表すれば、個々の企業にとっても業界全体にとっても利用価値が高い。

6.4 税務データの活用

現状では、個人の副収入を捉える統計はない。利用できるとすれば、個人の所得税のうち副収入にあたる部分を把握することである。イギリスでは、歳入関税庁 (Her Majesty's Revenue and Customs) の自己申告納税データの活用を検討中だ (ONS 2017)。

一方、フランスでは、2020 年にプラットフォーム企業に対し、サービス提供事業者の名簿を提出させる予定だ (政府税制調査会 2017)。プラットフォーム企業側からサービスを提供する個人を特定しようという構想だ。

政府のリソースの活用という意味では日本でも税務データの活用が課題となる。

7. プラットフォーム企業を捉える統計

シェアリングエコノミーでは、インターネットの活用が前提であり、プラットフォーム企業の多くはインターネット付随産業に属すると考えられる。

プラットフォーム企業の場合は、理論的には、事業所母集団データベースで把握されていると考えられる。しかし、現実にはインターネット企業がデータベースに登録されていない可能性が指摘されている。

7.1 産業分類と生産物分類

現在の日本標準産業分類（2013年改定）には、プラ

ットフォーム企業を別掲して取り出しているわけではなく、多くはポータルサイト・サーバー運営業に含まれると考えられる（図表16）。現状では、ブログサービスやSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）も想定されていない。シェアリングエコノミーサービスの別掲が望まれる。

現在日本には、サービス業の生産物分類（商品分類）がない。SUT（供給使用表）を作るためには生産物分類の作成が必要で、2018年度末までに作成される見通しだ。プラットフォーム企業のサービスが一つの項目になれば、プラットフォーム企業の活動は把握しやすくなる。

図表16 インターネット付随サービス業の内訳

日本標準産業分類						総務省・経済産業省 「情報通信業基本調査」	経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」			
大分類 コード	中分類 コード	小分類 コード	細分類 コード	項目	具体例					
情報通信業										
情報サービス業										
インターネット付随サービス業										
インターネット付随サービス業（本社機能など以外）										
G	40	401	4011	ポータルサイト・サーバ運営業	ウェブ情報検索サービス業	ウェブ情報検索サービス業	サイト運営業務			
					電子掲示板・ブログサービス・SNS運営業	電子掲示板・ブログサービス・SNS運営業				
					インターネット・ショッピング・サイト運営業	インターネット・ショッピング・サイト運営業及びインターネット・オークション・サイト運営業				
					インターネット・オークション・サイト運営業	インターネット・オークション・サイト運営業				
					4012	アプリケーション・サービス・コンテンツ・プロバイダ		ASP（アプリケーション・サービス・プロバイダ）	ウェブコンテンツ配信業	ASP業務（ソフトウェア開発を除く）
								ウェブ・コンテンツ提供業（電気通信役務利用放送に該当しないもの）		
			4013	インターネット利用サポート業	電子認証業	電子認証業	セキュリティサービス業務			
					情報ネットワーク・セキュリティ・サービス業	情報ネットワーク・セキュリティ・サービス業	課金・決済代行業務			
						クラウドコンピューティングサービス	サーバーハウジング・ホスティング業務			
						サーバ管理受託業				

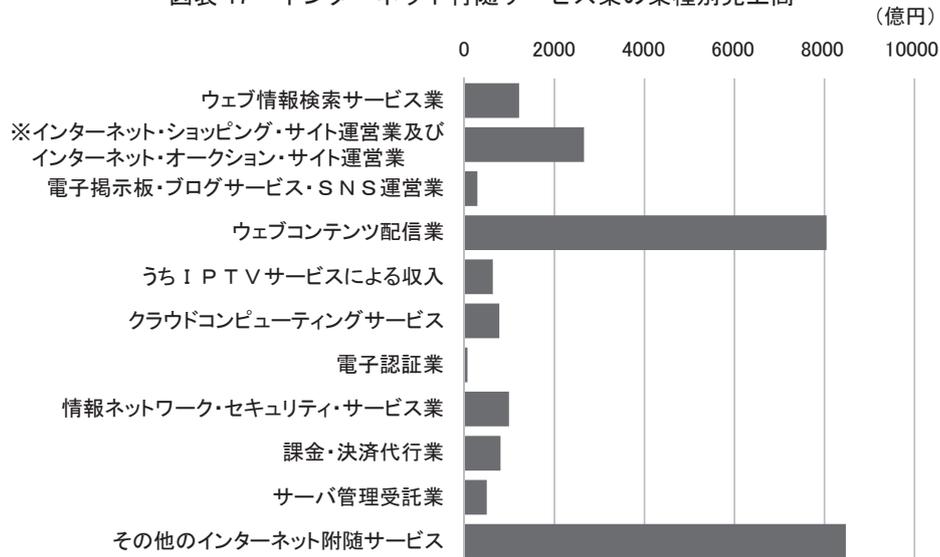
（出典）総務省政策統括官（統計基準担当）「日本標準産業分類」など

7.2 情報通信業基本調査

「情報通信業基本調査」では、インターネット付随サービス業を更に細かく分類し、企業数、売上高、広告費などを調査している（図表17）。シェアリングエコノミー企業の多くは、インターネット・ショッピング・サイ

ト運営業及びインターネット・オークション・サイト運営業に含まれると考えられる。これらの分類を更に細かくして「シェアリングエコノミー企業」を作ること

図表17 インターネット付随サービス業の業種別売上高



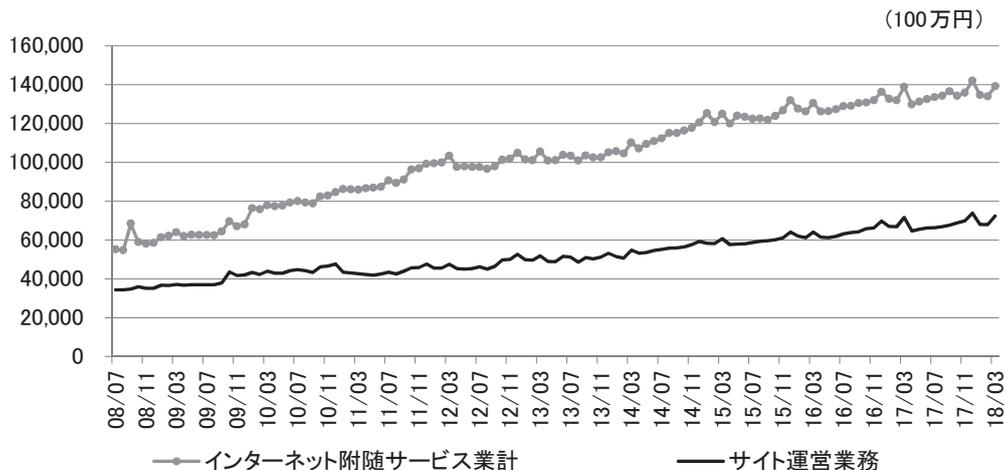
(出典) 総務省「情報通信業基本調査」、インターネット・ショッピング・サイト運営業及びインターネット・オークション・サイト運営業。

7.3 特定サービス産業動態統計調査

特定サービス産業動態統計調査では、インターネット付随産業を以下の業務に分けて把握している。上記「情報通信業基本調査」とは異なる区分で捉えている（図表

16）。サイト運営業務の売上高は増加傾向にある（図表18）。総務省及び経済産業省両省で同一の категорияで調査をした方が、調査企業も利用者も利便性が高まるため統一が望まれる。

図表18 サイト運営業務売上高



(出典) 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」

7.4 サービス産業動向調査

総務省「サービス産業動向調査」は月次でサービス産業を捉える調査である。日本標準分類による業種分類で売上高を発表しているが、もっとも細かい業種でもインターネット附随サービス業でその内訳はない。現状では同統計でシェアリングエコノミーを把握するのは困難だ。この調査では、日本標準産業分類に基づいた調査を行っているので、この原則に従うなら日本標準産業分類の変更が前提となる。

8. おわりに

シェアリングエコノミーをSNAに採り入れるために、一次統計をどのように整備するかを考察した。シェアリングエコノミーは、今後拡大が見込まれる分野であり、GDPに比して看過できない規模になる可能性が高い。

需要側の統計では、既に捉えられている部分が多いが、シェアリングエコノミー支出の特記や中古品売買か否かの明示などが望まれる。

個人のサービス提供部分は捕捉が難しいが、税務統計などを活用して把握の可能性を探る必要がある。

企業統計や個人企業統計では、仕組み上はシェアリングエコノミーを把握できるはずである。しかし、捕捉漏れの企業を把握していくほか、適切な業種分類を行ってシェアリングエコノミーの規模を正しく測る努力が必要だ。本稿では海外との取引については考察していないが、

経済への影響という意味では重要な部分である。海外企業の影響については今後の課題としたい。

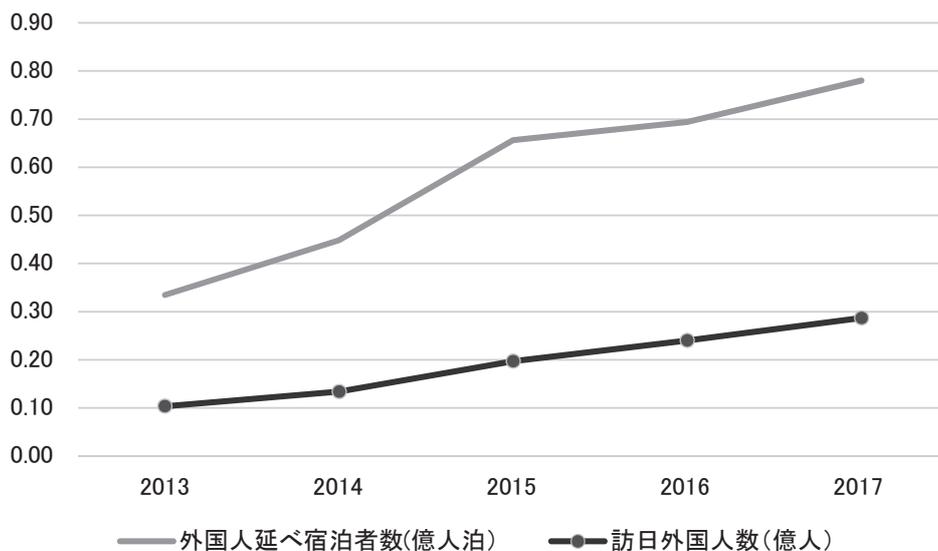
BOX 民泊の市場規模

観光庁「宿泊旅行統計調査」では、毎月の延べ宿泊者数がわかり、内訳として外国人の延べ宿泊者数もわかる。調査対象は、ホテル、旅館、簡易宿所、会社・団体の宿泊所などだ。簡易宿所とは、「宿泊する場所が主として多数人で共用する構造及び設備であって宿泊等を一般公衆に提供する営利的な事業所をいう。」と定義され、ベッドハウス、小屋、カプセルホテル、民宿（簡易宿所に該当するもの）などが挙げられている。しかし、住宅を宿泊施設として使う民泊は調査対象に入っていなかった可能性が高い。

外国人延べ宿泊者数が2016年以降頭打ちになっている一方で、日本政府観光局（JINTO）の「訪日外国人旅行者統計」によると、訪日外国人数は順調に増えている（図表19）。訪日外国人数が増えても、一人当たり平均宿泊日数が減れば延べ宿泊日数の低下は説明できるが、観光庁「外国人消費動向調査」によると、2013年度から2017年度までの平均宿泊日数（観光・レジャー、単位：日）は、5.9、6.1、5.9、6.0、5.8で低下傾向は見られない。

かい離の原因が、民泊とクルーズ船への宿泊が増えたことで、それが統計に捕捉されていないかとしたと説明がつく。

図表 19 宿泊数と訪日外国人数とがかい離



(出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査」、日本政府観光局「訪日外国人旅行者統計」

そこで、訪日外国人数と外国人延べ宿泊者数には一定の関係があったが、民泊の出現で両統計にかい離が生じたと仮定した。

以下の式についてステップワイズチャウテストを行い、帰無仮説に対するF値が最も高くなる点を探した。

$$(\text{訪日外国人延べ宿泊者数 対数}) = \alpha + \beta (\text{訪日外国人数 対数}) + (\text{誤差})$$

その結果、2015年3月が構造変化のあった月として最も可能性が高いことがわかった。

次に、被説明変数を外国人延べ宿泊日数（対数）、説明変数を訪日外国人数（対数）、東日本震災ダミー変数で推計した。東日本大震災直後に訪日外国人数が急減したため、2011年3月と2011年4月を1とするダミー変数を説明変数とした。推計期間は、2011年1月から2015年3月までとした。

図表 20 外国人延べ宿泊日数の推計結果

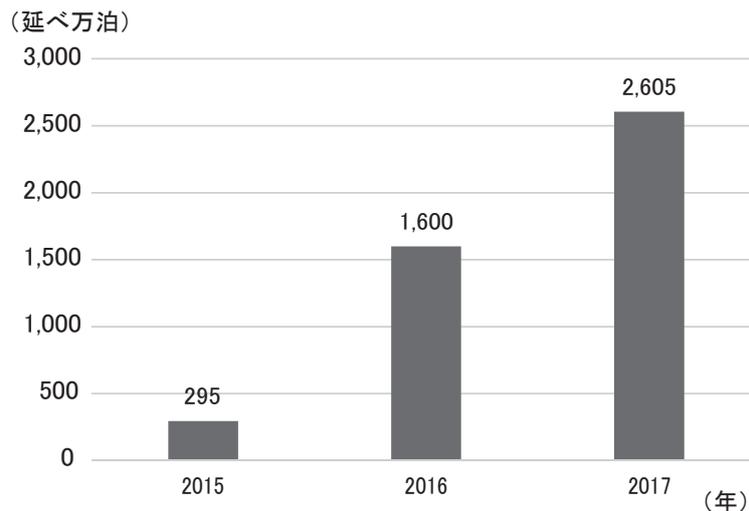
被説明変数：外国人延べ宿泊日数（対数）
最小二乗法
2011年1月から2015年3月まで

変数	係数	標準誤差	t 値	p 値
定数項	-0.42	0.335	-1.3	0.217
訪日外国人数（対数）	1.12	0.025	45.3	0.000
東日本大震災ダミー（2011年3月）	-0.47	0.060	-7.9	0.000
東日本大震災ダミー（2011年4月）	-0.22	0.058	-3.8	0.000
決定係数	0.986			
自由度修正済み決定係数	0.985			
ダービン・ワトソン比	2.314			

推計の結果、どの説明変数も有意となり、自由度修正済み決定係数も0.985と高い（図表20）。2015年3月以降の訪日外国人と外国人延べ宿泊者数のかい離分をクル

ーズ船舶と民泊分と考えると、上記推計式とのかい離分が計算できる。

図表 21 民泊、クルーズ船の延べ宿泊者数の推計



その結果2015年度延べ295万泊、2016年度延べ1600万泊、2017年度延べ2605万泊となった（図表21）。推計結果は幅を持ってみる必要があるが、急激な勢いで新

たな宿泊形態が浸透していることがうかがえる。平均宿泊単価を1万円とすると、2015年度295億円、2016年度1600億円、2017年度2605億円となる。

(参考文献)

- 上田祐司(2016)『シェアリングエコノミービジネスについて』
経済産業省産業構造審議会商務流通情報分科会情報経済
小委員会分散戦略ワーキンググループ(第4回)配布資
料
- 経済産業省(2017)「ファッションの世界にもシェアリング
エコノミー」『経済解析室ひと言解説集』No.90、2017
年1月18日
- 厚生労働省(2017)『全国民泊実態調査の結果について』
- シェアリングエコノミー協会(2018)『シェアリングエコノ
ミー協会概要』<https://sharing-economy.jp/ja/about/>(2018
年5月17日参照)
- 総務省政策統括官(統計基準担当)(2013)「日本標準分類の
一般原則」
- 総務省政策統括官(統計基準担当)(2018)「諮問第113号(そ
の2)の概要(中間年における経済構造統計の整備)」
第121回統計委員会資料、2018年4月20日
- 総務省統計委員会担当室(2017)『各種母集団名簿のかい離
について』統計委員会基本計画部会第1回経済統計ワー
キンググループ・第2回共通基盤ワーキンググループ(合
同会合)資料、2017年6月15日
- 総務省統計局(2016)「従来の統計調査員の調査では捕捉し
にくい企業の捕捉方法に関する取組(案)」第12回事業
所母集団データベース研究会、資料4、2016年9月28
日
- 総務省統計局・経済産業省『平成28年経済センサス基礎
調査(速報)』2017年5月
- 政府税制調査会(2017)「政府税制調査会海外調査報告(イ
ギリス、フランス)(報告書)」2017年度第10回政府税
制調査会資料、2017年6月19日
- 統計委員会(2017)「個人企業経済調査の変更及び個人企業
経済統計の指定の変更について」諮問第105号の答申、
2017年9月21日
- 内閣府(2016)『国民経済計算推計手法解説書(四半期別
GDP速報(QE)編)平成23年基準版』
- 古隅弘樹、竹村伊津子、山本貴司、周防節雄「法人企業統計
調査および事業所・企業統計調査における母集団情報の
比較」Estrela 日本の統計と統計調査—現状と将来展望
—(2011.8)掲載
- OECD(2002)“Measuring the Non-Observed Economy A
Handbook”
- Office for National Statistics(ONS)(2016)“The feasibility of
measuring the sharing economy”, May 2016
- Office for National Statistics(ONS)(2017)“The feasibility of
measuring the sharing economy”, November 2017 progress
update