

# シェアリングエコノミーの把握と国民経済計算への反映に向けて シェアリングエコノミーの定義と生産物分類

内閣府経済社会総合研究所客員主任研究官  
跡見学園女子大学マネジメント学部教授  
山澤 成康

## はじめに

本稿は、今後国民経済計算にシェアリングエコノミーを反映することを念頭に置き、シェアリングエコノミーの定義や生産物分類について考察したものである。一つ目の論点はシェアリングエコノミーの定義である。シェアリングエコノミーを国民経済計算に反映するためには、関連企業を調査する必要があるが、定義が曖昧なままだと漏れや重複がでてくる。漏れなく重複なく（MECE：Mutually Exclusive and Collectively Exhaustive）定義することが必要だ。

シェアリングエコノミーは新たに興った産業で、その定義は確立されていない。しかし、各国の議論を総合すると、争点はそれほど多くはなく、定義の種類は3種類に大別できることがわかった。

二つ目の論点はシェアリングエコノミーを生産物分類でどう扱うかである。シェアリングエコノミーの規模を統計として捉えるには、産業分類や生産物分類を作成する必要がある。ここでは、総務省の生産物分類策定研究会での議論をもとに、シェアリングエコノミーの生産物分類について検討する。シェアリングエコノミーに関するプラットフォーム企業の生産物分類は妥当だといえるが、シェアリングエコノミーのサービスの主体である個人の生産物については何の言及もなく、今後の対応が望まれる。

三つ目の論点として、今後の統計整備に関して展望する。海外の動向紹介と、一次統計の整備のスケジュールについてである。

## 1. シェアリングエコノミーの定義について

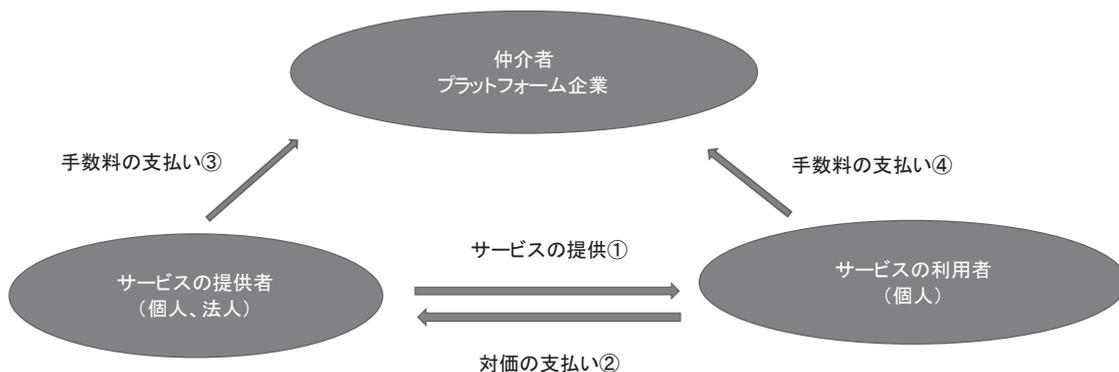
シェアリングエコノミーは新しい産業であり、定義にもさまざまなものがある。それらを整理して国民経済計算の推計や生産物分類の作成などに役立つことを狙いとする。

シェアリングエコノミーとは、個人が持つ遊休資産を他の個人と共有することで、資産を効率的に運用するものと考えられている。

シェアリングエコノミーには3つの取引主体がある。サービスの提供者、サービスの利用者と、プラットフォーム企業と呼ばれる仲介者である。仲介者は、サービスの利用者と提供者をマッチング（引き合わせること）、サービスの利用者、提供者双方から手数料を受け取る（図表1）。

シェアリングエコノミーの定義に決定版はないが、さまざまな組織がそれぞれの必要に応じてシェアリングエコノミーを定義している。まず、どのような定義があるかをサーベイする。

図表1 シェアリングエコノミーの取引



## ONS の分類

イギリスの国家統計局（ONS: Office for National Statistics）は、シェアリングエコノミーの決定木を作り、シェアリングエコノミーを5つの判断基準で定義している（Beck 2017）。ONSはシェアリングエコノミーの分析にいち早く取り組んでおり、まずその分析を参考にしたい。

判断基準の最初の2つは、以下である。

- 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

この2つの基準は一つにまとめられる。ビジネスの実行にインターネットを使っているかどうかのポイントである。一つの例として家政婦紹介サービスを考えてみよう。最近の家政婦紹介サービスは、ウェブサイト上で家政婦の求人をしたり、家政婦サービスの情報を提供したりしている。しかし、家政婦の求人と家政婦サービスの提供は別々に行われ、インターネット上で直接サービスの提供者と利用者のマッチングを行っているわけではない。店舗や電話連絡で行っていたことを一部インターネットで置き換えた形だ。ビジネスの実行にインターネットが必須というわけではないことから、シェアリングエコノミーの基準から外れる（図表2）。家庭教師サービスも同様である。一方、上記の既存サービスでも、インターネット上でサービスの提供者と利用者をマッチングするサービスが登場すればシェアリングエコノミーの定義に当てはまる。

3番目の基準は以下である。

- ③個人と個人のマッチングをしている

サービスの提供者と利用者が個人であることを基準にしており、いわゆる個人間（CtoC: Consumer to Consumer）のサービスであることが条件になっている。シェアリングエコノミーが新しい取引形態だと呼ばれる理由の一つがこの基準である。従来消費者は、生産者とは別物として扱われていたが、消費者が生産者になることを示している。SNA上、家計は消費する主体ではあっても、生産する主体としては捉えられていない。これまでも個人商店や個人事務所はあったが、シェアリングエコノミーが想定しているのは、本業が別にあり、時間に余裕がある時だけ生産者になるというケースである。「隣の家の庭掃除をしてお礼にお金をもらった」というような、これまでは無視できた経済活動（非公式経済）が大きく膨らんでいく可能性を想定している。

ただ、個人と企業の境は曖昧だ。最初は副業のつもりで始めたとしても、生産活動が増えれば個人から個人企業へ、個人企業から法人企業へと変わっていくことも考

えられる。どこまでが「個人」であるかを定義することも大事になる。

日本では、シェアリングエコノミー関連サービスに企業と個人のマッチング（BtoC: Business to Consumer）を含む場合がある。たとえば、エアークローゼットは、企業が保有する衣類（ドレス）を個人に貸し出すサービスで、サービスの提供者は個人ではない。タイムズカーシェアも企業が保有する車を個人に貸し出すサービスであり、個人と個人のマッチングを行っているわけではない。ONSの基準ではシェアリングエコノミーには入らないが、シェアリングエコノミー関連企業として扱われる場合もある。

次に、資産をシェアしているかどうかの基準である。4番目の基準と5番目の基準は、以下である。

- 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。

シェアリングエコノミーは、個人が持つ遊休資産を活用することが一つの特徴である。4番目の基準と5番目の基準はそれを表している。一時的な利用を可能にするためには通常所有権の移転がないため、両者をまとめた基準としてもよい。

日本のサービスで考えると、この基準ではシェアリングエコノミーとならない企業がある。メルカリは個人間の商品の取引をマッチングするサイトである。取引が成立すれば、出品者から購入者へ所有権が移転する。この取引はシェアリングエコノミーとは呼べないことになる。

また、クラウドファンディングの場合もこの基準には該当しない。クラウドファンディングは、インターネットを使って個人からお金を調達する仕組みである。イベントを行うためにお金を調達する場合や、新製品開発のためにお金を調達する場合などがある。お金の所有権はお金の提供者から利用者へと変わるので、この定義には当てはまらない。

## 一般社団法人シェアリングエコノミー協会の定義

ONSの定義はシェアリングエコノミーを統計的に把握するための定義だが、目的が変われば定義も変わる。日本の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に関連する企業の団体で、この業界を発展させることが目的だ。

シェアリングエコノミー協会がホームページの協会概要に載せている定義は、「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（貸借や売買や提供）をしていく新しい経済の動

図表 2 ONS のシェアリングエコノミーの定義

	条件	基準を満たさない事業
1	ウェブサイトかアプリがある。	・インターネットを使わずに、家政婦を紹介している場合。個人的に家庭教師をやっている場合。
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。	・企業の資産を使って個人にサービスを提供している場合。 エアークローゼット タイムズカーシェア など
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。	・個人の資産の所有権を移転する場合。 メルカリ クラウドファンディング など
5	所有権の移転がなくてもほぼ取引ができる。	

きです。シェアリングエコノミーは、おもに、場所・乗り物・モノ・人・スキル・お金の5つに分類されます。」(シェアリングエコノミー協会 2019)である。

シェアリングエコノミー協会の定義の特徴の一つは、「シェア」の概念が広いことだ。ONSの定義では、サービスの利用者に所有権が移転しないことが条件となっている。シェアリングエコノミー協会では、シェアの概念に売買や提供も含んでいる。メルカリやクラウドファンディングもシェアリングエコノミー企業に含むことになる。

シェアは「共有」という意味だが、メルカリの出品者であるA氏と購入者であるB氏が異時点間で同じ商品を「共有」していると考えられなくはない。クラウドファンディングの場合も同様で、取引上はお金の提供でも、ある企画についての思いを「共有」していると考えられることはできる。

協会の定義は、「個人間でシェア」と明記しているが、会員企業をみると法人が個人に対してサービスする場合もシェアリングエコノミー企業ととらえている。同協会は会員をシェア会員、準シェア会員の2種類に分けている。シェア会員は、「CtoCなどのシェア系プラットフォーム(n対n)事業に取り組んでいること」としており、個人間の取引を前提としている。準シェア会員は、「レンタル業やBtoCのシェア系プラットフォーム(1対n)事業に取り組んでいること」としており、企業が個人にサービスする、より広義のシェアリングエコノミー企業も含んでいる。

統計上の定義は、漏れなくだぶりなく(MECE: Mutually Exclusive and Collectively Exhaustive)定義する必要があるが、協会としては重複を考える必要がないため、大きめの定義となるのは自然だろう。

### 矢野経済研究所の定義

矢野経済研究所は、シェアリングエコノミーの経済規模を推計するなど先駆的な調査を続けている。矢野経済研究所の定義は、「不特定多数の人々がインターネットを介して乗り物・スペース・モノ・ヒト・カネなどを共有できる場を提供するサービス」(矢野経済研究所 2018)である。

ONSの定義は、①インターネットを利用している、②個人間取引、③資産の一時的シェアの3つにまとめられるが、矢野経済研究所では、②について個人間に限らず、「不特定多数」としている。この中には個人も企業も含まれていると考えられる。③については「共有できる場」を提供するサービスという定義で、「共有」の意味を広く捉えれば、シェアリングエコノミーの対象サービスも広がる。

実際に、同研究所が対象としている企業・サービスをみると対象企業が多く、法人が保有する資産を個人に貸し出す場合もシェアリングエコノミー産業に含んでいる(図表3)。

図表 3 市場に含まれる商品・サービス

カーシェアリング、ライドシェア、シェアサイクル、民泊サービス、駐車場シェア、ファッションシェアリング、クラウドソーシング、スキルシェア、クラウドファンディング、ソーシャルレンディング

(出所) 矢野経済研究所 (2018)

### 情報通信総合研究所の定義

シェアリングエコノミー協会と情報通信総合研究所は2019年4月、「シェアリングエコノミー市場調査2018年版」の結果を発表した。シェアリングエコノミーの市場規模をアンケート調査で推計したものだ。

この調査でのシェアリングエコノミーの定義は、①イ

インターネット上で資産やスキルの提供者と利用者をつなぐこと、②利用したい時にすぐ取引が成立するものとしている。ONSの定義のうち、インターネットを利用するという基準だけが条件になっている。

この定義には、取引主体の規定がない。企業が個人に対して行うサービスがすべて含まれることになる。たとえば、ホテルの予約サイトなどもこの条件に当てはまる。ホテルという資産について提供者と利用者をつなぐ取引がすぐに成立する。シェアや共有といった概念についての規定がないと定義として不完全なものになる。

### 経済産業省の定義

経済産業省は2018年度に「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」を開催し、各国の調査をするとともに、シェアリングエコノミーの規模を把握するための調査票案を作成した（経済産業省2019）。

調査対象事業の定義として、主要なものは以下の2つである。

1. インターネットにおけるマッチングプラットフォームの仲介サービスを利用して、利用者と提供者をつなぐ、個人等が保有する活用可能な資産等（モノ、空間、スキル等）を利用（賃貸・売買）する経済活動。
2. 提供されるモノ・サービスは、提供者が保有し、かつ十分に活用されていないものに限定。

資産の保有者について、個人には限っていない。企業の場合は、在庫処分のための資産売却は対象外だが、駐車場の空きスペースは対象とする。個人については、プラットフォーム企業がなければサービスが顕在化しなかったとして、対象とする。資産の利用については、賃貸だけでなく、売買も含まれており、ONSの「資産の一時的な利用」という定義よりは広いものになっている。

作成された調査票案では、「マッチングプラットフォーム事業を行っているか」を聞いたうえで、「モノ、空間、スキル」を行っている事業に限定して調査する予定としている。シェアリングエコノミー協会の定義から、乗り物とお金を除いた定義になっている。乗り物が国土交通省、お金が金融庁の管轄であるという、政策的な意味合いでは理解できるが、全体を包摂する定義とはなっていない。

### 内閣府の定義

内閣府（2018）は、シェアリングエコノミーに関しては、SNAの生産境界上にあるかどうか、統計上捕捉で

きているかどうかの2つの基準から経済活動を便宜的に分けて、売上規模を推計している。推計は、①SNAの生産境界外となるもの、②SNAの生産の境界内ではあるが、捕捉できていないと考えられるもの、③SNAの生産の境界内であって、現在捕捉されていると考えられるものに分けて行われている。①SNAの生産の境界外にあるものは、中古品やCtoCの金融取引としており、所有権の移転するサービスと一致する。②はCtoCの実物取引等で、個人間の取引の部分である。③はプラットフォーム企業の手数料にあたるところで、この部分は企業の経済活動なので捕捉できているとみなしている。

シェアの分野としてはスペース、モノ、スキル・時間、カネに分けて考えている。移動のシェアは極めて小規模とし、推計に加えていない。

### BEAの定義

米国の商務省経済分析局（BEA：Bureau of Economic Analysis）はシェアリングエコノミーを含む、より広い概念としてデジタルエコノミーを定義している（Barefoot 2018）。デジタルエコノミーは、コンピューターのハードウェア、ソフトウェア、情報通信設備など「デジタル化を可能にするインフラ」とEコマースとデジタルメディアとした（図表4）。Eコマースにはアマゾンなど企業の製品を企業や個人に販売する事業とともに、CtoCのサービスを取り上げ、この部分がシェアリングエコノミーに対応している。CtoCに限定していることから、ONSの定義に近いが、所有権が移転する場合もこの中に入ると考えられる。

デジタルメディアには、ウェブ上で販売されるデジタル化された本や新聞、音楽、映像などが含まれる。そのほか、無料メディア、ビッグデータなどである。

### 定義のまとめ

さまざまな機関の定義をまとめると以下の表になる（図表5）。インターネットを使うことと個人間のサービスであることは、どの機関でも定義されている。違いがあるのは次の3点である。最初の2つは取引主体の違いだ。1つは法人から個人へのサービスを含むかどうか、2つ目は個人から法人、法人から法人へのサービスを含むかどうかである。3つ目はサービスの提供などで所有権が移転するかどうかである。シェアリングエコノミーを定義する場合はこれらの違いに留意すればよいことがわかる。

図表4 デジタルエコノミー産業の分類

BEAの定義	具体例
デジタル化を可能にするインフラ	コンピューターハードウェア コンピューターソフトウェア 情報通信設備
Eコマース	B to BのEコマース B to CのEコマース C to CのEコマース（シェアリングエコノミー）
デジタルメディア	ウェブ上で販売されるメディア 無料メディア ビッグデータ

図表5 シェアリングエコノミー定義のまとめ

	法人から個人へのサービスも含むか	個人から法人、法人から法人へのサービスを含むか	所有権の移動のあるサービス
ONS	×	×	×
シェアリングエコノミー協会	準会員は○、 シェア会員は×	×	○
矢野経済研究所	○	○	○
情報通信研究所	○	○	○
経済産業省	○	×	○
内閣府	○	○	○
BEA	×	×	○

(注) インターネットを使うこと、個人と個人の取引であることはすべての機関の定義に含まれる。

## 市場規模の比較

内閣府（2018）は2016年の市場規模が約5000億円と推計している。矢野経済研究所（2018）は事業所のサービス提供ベースで2017年度716億6000万円（2016年度は539億5000万円）とした。2018年度の見込みは824億7000万円である。手数料を10%とすると、サービスの市場規模は10倍になるので、両者の試算は大まかな規模感は同じである。

情報通信総合研究所（2019）は、2018年度の市場規模は1兆8874億円とした。内閣府の試算は2016年度の規模だが、その後成長が見込まれるとしてもかなり大きな規模である。

## 2. シェアリングエコノミー分類上の論点

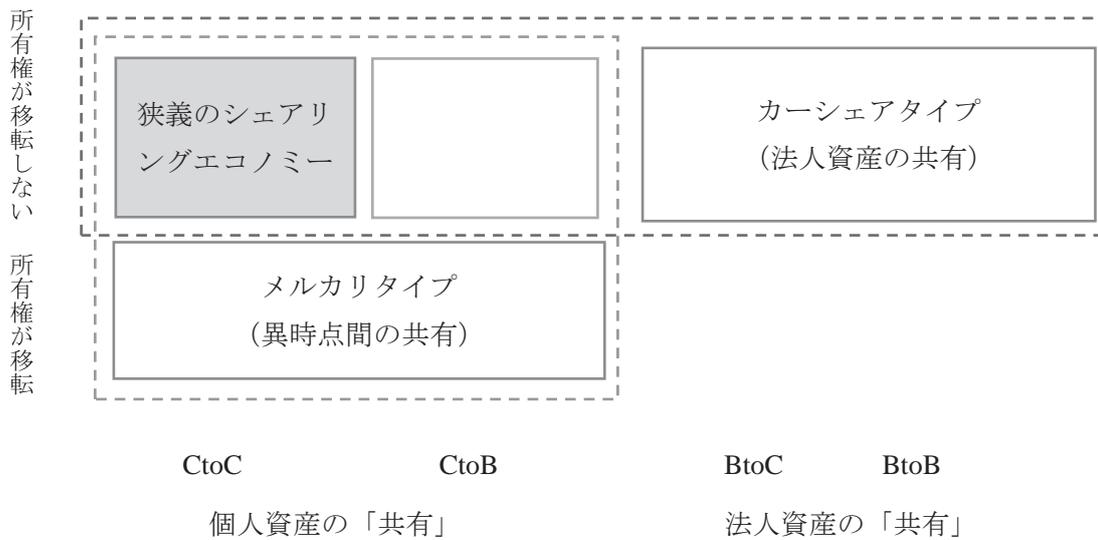
本節では、シェアリングエコノミーの分類上の論点をまとめる。最狭義のシェアリングエコノミーは、ONSの定義に当てはまるものである。つまり、プラットフォーム企業がインターネットやアプリを使って、個人と個人のマッチングを行っているもので、サービスの提供に所有権の移転が伴わないものである。

2つの方向でシェアリングエコノミーの定義の拡張を試みた（図表6）。一つは所有権が移転するかどうか、二つ目は個人資産の共有か法人資産の共有か、という基準である。どの範囲をシェアリングエコノミーとするかは、使用目的によって変えればよい。統計の作成のために使う場合と、シェアリングエコノミー全体の動きを知りたい場合とでは範囲が変わってくる。

個人資産の「共有」については、さらにCtoCとCtoBに分けた。狭義のシェアリングエコノミーはCtoCの部分である。しかし、個人のサービスを企業が利用する可能性もある。実際、クラウドワークスは企業が個人へ仕事を発注するサービスで、CtoBの取引である。民泊を出張先の宿として利用する場合もCtoB取引となる。

国民経済計算上はCtoC取引とCtoB取引を区別することが重要である。CtoC取引によるサービスの利用は消費になるが、CtoB取引は企業による支出なので固定資本形成か中間投入になるためだ。

図表 6 シェアリングエコノミーの定義の拡張



**所有権が移転するかどうか**

定義を広げる一つの方向は、所有権の移転がある場合である。メルカリは、中古品の売買が主要なサービスである。出品者から購入者へと所有権は移転する。個人資産の一時的な利用ではない。中古品の売買を「シェア」と呼んでいるのは、異時点間で同じ品物を使っているためである。「シェア」の概念を異時点間に拡張すればシェアリングエコノミーと呼ぶことができる。所有権の移転を認めれば、対象サービスは増えるだろう。

ただ、国民経済計算上は所有権が移転しても付加価値が増えるわけではないので、GDPには算入しない。このため、所有権が移転するサービスと移転しないサービスを峻別しておくことは大事である。

**個人資産の共有か法人資産の共有か**

狭義のシェアリングエコノミーは個人の資産の共有だが、日本では法人の資産を共有することもシェアリングエコノミーと呼ばれることがある。

たとえば、タイムズカーシェアなどの車のレンタルサービスは、法人が車を保有し、それを不特定多数の顧客が使うサービスだ。顧客は車を共有していると言えるが、車は個人の資産ではない。ほかにも、企業が衣類（ドレス）を保有し、それを複数の顧客で共有するエアークローゼットも、企業が保有する資産の共有にあたる。

国民経済計算上は、企業主体のサービスなので、現在の統計制度でも捕捉されていると考えられる。

法人企業の資産を所有権が移転する形で行うサービスは、通常取引と考えられるので、空欄にしてある。

**既存のサービスもシェアリングエコノミーとなる可能性**

家庭教師サービスは従来から存在する。ある個人が家庭教師のあっせん会社に登録して家庭教師サービスをするのが従来の方法で、この場合はシェアリングエコノミーとはいえない。また、インターネットを広報手段などに使うだけでもシェアリングエコノミーではない。しかし、家庭教師の提供者と需要者がそれぞれプラットフォーム企業に登録して、ウェブ上で需給のマッチングをする場合はシェアリングエコノミーとして捉えることができる。

**法人、個人両者のサービス提供がある場合**

イベントスペースやパーティ会場、撮影施設などを貸し出すスペースマーケットは、個人と法人の両方の資産の共有サービスがある。こうした場合は、両者のサービスを分けて考える必要がある。狭いシェアリングエコノミーの定義でのデータが必要な場合は、個人の資産の共有サービスだけのデータを使うことが考えられる。

**3. 日本企業の現状と具体的な分類**

**具体的な企業の分類**

具体的な企業を整理・分類すると図表 7 のようになる。スペースでは、所有権が移転しない場合として、宿泊関連では Airbnb（エアービーアンドビー、社名とサービス名が同じ場合はサービス名のみ記述）、百戦練磨株式会社の STAY JAPAN（ステイジャパン）、株式会社エポラブルアジアのエアトリ民泊などがある。駐車場をシェアするものとして akippa、軒先株式会社の軒先パーキン

グ、株式会社シードのスマートパーキングがある。軒先ビジネスは、休業日の店舗の軒先を貸し出すサービスだ。SPACEMARKET（スペースマーケット）は、個人の建物を会議室やパーティ会場などに使うもの、株式会社スペースマーケットが保有している資産を貸し出す場合がある。Spacee（スペースイー）は貸会議室やレンタルルームのマッチングサービスである。タイムズ24株式会社のタイムズパーキングや三井不動産リアルティの三井のリパークは、法人が保有する駐車場を貸し出すサービスである。

モノのシェアでは、株式会社 DeNA SOMPO Mobility（ディー・エヌ・エー ソンポ モビリティ）の Anyca（エニカ）は外車など高級車をシェアし、ラクサス・テクノロジー株式会社のラクサスXはブランド品をシェアし、67and パートナーズ合同会社のモノシェアは沖縄県を中心とした、カメラやプリンター、スポーツ用具などを貸し出すサービスだ。

所有権が移転するものとして、オークションサイトであるメルカリ、楽天のラクマ、ヤフージャパンのヤフオクなどがある。GMO ペパポの minne（ミンネ）はアクセサリーや生活雑貨の販売を行っている。ジモティは、地域を限定し、住民間での商品の融通を図ろうとするものだ。

所有権が移転しないサービスもある。airCloset（エアークローゼット）は、法人が所有するドレスなどを利用者に一時的に貸すサービスだ。法人が所有する車を貸し出すものとして、タイムズ24株式会社のタイムズカーシェア、オリックス自動車株式会社のオリックスカーシェアなどがある。ラクサス・テクノロジー株式会社のラクサスはブランドバックのレンタル、ドコモバイクシェアは自転車のシェアだ。

スキルのシェアでは、タスカジは家事の代行、AsMama（アズママ）は、子供の送迎や託児をシェアするものだ。ココナラは、デザイン、音楽、Web サイト

図表7 シェアリングエコノミー企業の分類

	個人資産の共有		法人資産の共有
	所有権が移転しない（狭義のシェアリングエコノミー）	所有権が移転	所有権が移転しない
スペース	Airbnb STAY JAPAN エアトリ民泊 akippa 軒先パーキング スマートパーキング 軒先 SPACEMARKET Spacee		タイムズ 三井のリパーク 東急電鉄 SPACEMARKET
モノ	Anyca ラクサスX モノシェア	メルカリ ラクマ ヤフオク minne ジモティ	airCloset タイムズカープラス オリックスカーシェア ラクサス ドコモバイクシェア
スキル	タスカジ AsMama ココナラ TABICA クラウドワークス ランサーズ TIME TICKET		
移動	UBER eats notteco CREW nori-na		UBER-X Japan Taxi
お金		別掲（図表8 参照）	

制作などさまざまなスキルをシェアするものだ。株式会社ガイアックスの TABICA（タビカ）は街歩き、ワークショップ、自然体験などを提供する。クラウドワークスは、中小企業が発注者となり個人が仕事を請け負うものだ。ランサーズはフリーランスや副業で働く人と企業をマッチングする。株式会社グローバルウェイの TIME TICKET（タイムチケット）は個人の時間を 30 分単位で売買するというコンセプトで、さまざまな仕事や趣味のノウハウを売買する。

### UBER と notteco の違い

移動に関して国際的には UBER（ウーバー）が著名だが、日本では「白タク」規制があり、個人の車に顧客を載せるサービスは禁止されている。

しかし、相乗りサービスという形で移動サービスは提供されている。長距離では notteco（ノッテコ）がある。遠距離の自動車旅行に行く場合に、助手席など空いたスペースを他の個人にシェアするという考え方だ。日時と行先を明記して同乗者を募集する。

また、短距離では株式会社 Azit の CREW（クルー）がある。アプリで個人の自動車を呼び出して乗車し、目的地まで行くというものだ。サービスとしては UBER に近い。しかし、利用者が払うのはサービスへの対価ではなく、謝礼という形であることで、国土交通省の通達に沿った運営になっている。

最近では既存タクシーの配車アプリも増えている。Japan Taxi（ジャパン・タクシー）、国際自動車株式会社のフルクルなどだ。タクシーのサービス自体は既存のサービスと変わらない。UBER Japan 株式会社は海外のサービスとは異なり UBER-X としてハイヤー（完全予約制の運転手付き乗用車貸し切りサービス）のサービスを行っている。これらは個人の自家用車を使うのではなく、タクシーやハイヤーの配車サービスなので、狭義のシェアリングエコノミーとは言えない。事前で料金が確定できるようになったり、料金が安くなったりすれば、海外の Uber のサービスに近づくことは考えられる。

### カネのシェア（クラウドファンディング）について

カネのシェアは、クラウドファンディングを表している。クラウドは群衆という意味で、不特定多数の個人から資金を集める仕組みである。クラウドファンディングはシェアリングエコノミーに分類されることが多いが、経済活動としては他のサービスと異なる特徴を持つ。個人が持つお金を他の人に渡すという意味ではお金のシェアと呼べるが、お金の所有権は移転する。

米良・稲蔭（2011）によると、クラウドファンディングは寄付型、購入型、融資型に分けられる。矢野経済研究所（2018）は、さらにファンド型と株式投資型を加えている。同研究所によると、2017 年度の市場規模は 1700 億円でその 9 割が融資型と試算している（図表 8）。

寄付型は出資者が見返りを受けないものだ。プロジェクトを行いたい実施者に、個人がお金を寄付するものである。経済活動としては既存の寄付と変わらない。国民経済計算の考え方によれば、お金が移動するが付加価値が増えるわけではない。ふるさと納税を対象にした株式会社トラストバンクのふるさとチョイス、さとふるがある。LIFULL（ライフフル）ソーシャルファンディングはさまざまな企画に対してお金を寄付するものだ。

購入型は出資の見返りがお金以外の者の場合だ。企業が開発した新製品に出資する Makuake（マクアケ）、新製品のほかコンサートなどさまざまなイベントに出資する CAMPFIRE（キャンプファイアー）、朝日新聞社が実施する A-port（エー・ポート）、Readyfor（レディーフォー）などがある。

融資型は、ネット上で資金を調達したい企業に個人が出資し、資金提供者が元本と利子を受け取る。クラウドクレジット、ロードスター株式会社の OwnersBook（オーナーズブック）、SBI ソーシャルレンディング、LENDEX（レンデックス）、Maneo（マネオ）などがある。

ファンド型は、運営業者が第二種金融商品取引業登録し、特定の事業に対して個人投資家から出資者を募る。ミュージックセキュリティー株式会社のセキュリテ、ソニー銀行のソニーバンクゲートなどがある。

図表 8 クラウドファンディングのタイプ

クラウドファンディングのタイプ	企業例
寄付型	ふるさとチョイス、LIFULL ソーシャルファンディング、さとふる
購入型	マクアケ、CAMPFIRE、A-port、Readyfor、
融資型	クラウドクレジット、OwnersBook、SBI ソーシャルレンディング、LENDEX、Maneo
ファンド型（投資型）	セキュリテ、ソニーバンクゲート
株式投資型	Unicorn、FUNDINNO

株式投資型は非上場株式へ投資するもので、2015年に金融商品取引法が改正され、2017年4月からサービス提供が始まった。Unicorn（ユニコーン）や株式会社日本クラウドキャピタルのFUNDINNO（ファンディーノ）などがある。

#### 4. 生産物分類とシェアリングエコノミー

シェアリングエコノミーを統計調査でつかむためには、定義をはっきりさせたいうえで、どのような経済活動に分類するかが重要である。今回の統計改革では、これまで手をつけていなかったサービス分野の生産物分類を策定することになっている。2018年度中に大方の議論は終わり、取りまとめられたものが、その後統計委員会への報告を経て、2019年4月25日に報告書として決定・公表された。そのなかで、シェアリングエコノミーについても議論されたので、その議論の推移と課題を述べる。

##### 総務省によるサービス分野の生産物分類策定

2018年度に開催された総務省の生産物分類策定研究会では、シェアリングエコノミーの生産物分類についても議論された。シェアリングエコノミーを統計として捉えるためには、経済センサスなどの一次統計でシェアリングエコノミーに関わるサービスをどのように捉えるかが重要になる。

最初に議論された第15回研究会での論点は以下の通り（総務省 2019）。まず、シェアリングエコノミーの特徴の一つとして供給者が個人であることを挙げ、「生産物分類として設定する場合は、需要先ではなく供給先で区分する必要がある。」という意見が出た。同じ宿泊サービスでも法人が営めば通常の宿泊業だが、個人が営めばシェアリングエコノミーのサービスとなる。シェアリングエコノミーのサービス提供者が提供するものは、モノ、人、カネなど多様で、それを一つにまとめた分類

とすることは困難だという結論となった。シェアリングエコノミーをサービス提供側から捉えることはあきらめたことになる。

シェアリングエコノミーに関するプラットフォーム企業の活動については、新たに生産物として捉えられることになった。情報通信業サービスの内訳の「マーケットプレイス提供サービス」である（図表9）。ただ、第19回研究会の議論を踏まえて、「マーケットプレイス提供サービス」の定義に当てはまる取引仲介サービスのうち、「インターネット附随サービス業」ではなく、確立した個別産業として他の分野に分類されるものがある。例えばクラウドファンディングは、生産物分類でいえば、「一般消費者サービス」あるいは、「事業者向け貸付サービス」に分類される。日本標準産業分類（JSIC）では、大分類J金融業、保険業の小分類641「貸金業」に該当する。また、民泊仲介サービス（簡易宿所、特区民泊、新法民泊）は、生産物分類でいえば、「国内宿泊手配サービス」に分類される。大分類N生活関連サービス、娯楽業の小分類791「旅行業」に該当する。

これらのサービスが、「マーケットプレイス提供サービス」と同様の収益構造を有していても、その用途が他の産業の生産物と類似し、個別の生産物として確立しているものは本分類には含めないと整理された。

また、シェアリングエコノミーにおけるプラットフォーム企業における仲介サービスの把握に資するため、日本標準産業分類（JSIC）の大分類G情報通信業の統合分類「マーケットプレイス提供サービス（広告以外の収入）」の詳細分類は、出品者側からの手数料収入については「個人出品者からの手数料収入」と「法人出品者からの手数料収入」に区分され、新たに「購入者からの手数料収入」を追加設定して、出品者からの手数料と区分して整理された。

前節のシェアリングエコノミーの定義に含まれないサービスも対象となっていることが重要である。分類名が

図表9 マーケットプレイス提供サービス

分類名	対象サービス	サービスの内訳		備考
マーケットプレイス提供サービス	インターネットショッピングサイト、インターネットオークションサイト、空間・移動・モノ・スキル・お金などのマッチングプラットフォームが提供するサービス	広告収入で運営		法人間、法人・個人間、個人間
		広告以外の収入で運営	個人出品者からの手数料収入	出品者が個人
			法人出品者からの手数料収入	出品者が法人
			購入者からの手数料収入	出品者が個人か法人かは問わない

(注) いずれのサービスも取引の手段としてインターネットが利用されているに過ぎず、個別の生産物として確立しているものは、別の生産物として取り扱う。

「マーケットプレイス提供サービス」となっていることでもわかるように、資産を共有するかどうかは分類の基準となっていない。このため、アマゾンや楽天などのインターネットショッピングサイトもサービスとして含まれる。これらのサービスは広告から収入を得ているものが多いと考えれば、シェアリングエコノミーに該当するのは広告以外の収入を得ているサービスとなる。

また、出品者が個人かどうかで分けてあるが、所有権の移転を伴うかどうかは問わない分類となっている。メルカリなどの中古品仲介サービスとそれ以外のものを区分して考えていないものになっている。

### 5. 今後の統計整備について

シェアリングエコノミーの定義が固まれば、実際の統計調査を行い、GDP 統計へ反映する道が開ける。本節では、今後シェアリングエコノミーを GDP へ反映していくうえでの課題を述べる。統計整備で参考になるのは、OECD（経済開発協力機構）が構想しているデジタルエコノミーのサテライト勘定である。米商務省の BEA（経済分析局）の取り組みもこの考え方を基本にしている。OECD が概念的な整理を行い、BEA が実測するという役割分担である。

#### デジタルエコノミーサテライト勘定

OECD は、SUT フレームワークに沿って、デジタルエコノミーのサテライト勘定について整理している (Ahmad and Ribarsky 2018)。図表 10 は、使用表の例である。各行は生産物を表し、その生産物が中間投入とし

てどの産業にどれだけ使われたか、また、最終需要となったかを示している。

デジタルエコノミー産業としては、IT 機器などのデジタルエコノミーを可能にする産業、デジタル仲介プラットフォーム、インターネットを使った小売業、仲介プラットフォーム業者を利用したサービス、その他に分けられている。

デジタルエコノミーを可能にする産業には、通信回線を整備する産業、コンピューターやスマートフォンなどハードウェアを生産する産業、ソフトウェアを開発する産業などが含まれる。デジタルエコノミーの基盤を整備する産業である。

デジタル仲介プラットフォームは、個人同士、企業同士、企業と個人をつなぐサービスで、フェイスブックなどの SNS のほか、シェアリングエコノミーも含まれる。

インターネット小売業はアマゾンなどのインターネットを使った商品販売を示す。特筆すべきは、「仲介プラットフォーム業者を利用したサービス」という項目を作っていることだ。ここには、Airbnb や UBER を利用した個人によるサービス供給が含まれる。シェアリングエコノミーをつかむには仲介サービスとともに個人によるサービス供給をつかむことが重要で、それが明示されている。

ただ、フレームワークができていて実際の計測は今後の課題となっている。各国とも把握が困難な項目となっている。

各行は生産物を表すが、デジタルエコノミーかどうかで財とサービスを分類したものほか、デジタル仲介サービスと無償サービスを特記した形となっている。シェ

図表 10 デジタルエコノミーの使用表の例

		産 業					中間投入	最終需要
		デジタルエコノミーを可能にする産業	デジタル仲介プラットフォーム	インターネット小売業	その他デジタルビジネス	仲介プラットフォーム業者を利用したサービス		
生産物	非 IT 商品							
	IT 商品							
	非デジタルサービス							
	デジタルサービス（デジタル仲介サービスを除く）							
	デジタル仲介サービス							
	無償サービス							
付加価値								

(出所) Ahmad and Ribarsky (2018) をもとに筆者作成。

アリングエコノミーに関するプラットフォーム企業が生産するものはデジタル仲介サービス、フェイスブックなどが生産するものは無償サービスとなる。

### 日本での統計整備と GDP への反映

GDP 統計が SUT 中心に整備されることになり、基礎統計の整備が計画的に進められている（図表 11）。GDP 統計にシェアリングエコノミーを反映するための統計は、主に経済センサスと経済構造実態調査となる。これらの調査をもとに、GDP 統計が作成される。

GDP 統計はこれまでは産業連関表、今後は SUT（供給使用表）をベースに作られる。基本となる統計公表後 1～2 年後に基準年を改定した GDP が発表される。次の公表される産業連関表は 2015 年産業連関表で、これをもとに基準年改定をして、通常なら 2020 年に 2015 年基準の GDP が公表される予定である。

ただ、この改定には基礎統計から積み上げた SUT の作成は間に合わない。経済構造実態調査、投入調査や経済センサスなどを反映した表が発表されるのは 2024 年である。この時の基準改定までにはデジタルエコノミーを反映した体系を整える必要がある。

新たに策定された生産物分類を使えば、プラットフォーム企業の動きは捉えられる可能性が高い。しかし、個人が提供するサービスについてはどのような調査をするべきか結論は出ておらず、今後の課題である。

GDP 統計とは別に、サテライト勘定としてデジタルエコノミーを捉えるという方向も現実的だ。これについ

ても、無償サービスの把握などの課題を解決しつつ、国際的な統計整備情勢も見据えて整備していく必要がある。

### 結論

本稿では、狭義のシェアリングエコノミーから広義のシェアリングエコノミーまで定義を検討した。

シェアリングエコノミーの定義は組織によってさまざまだが、分類の基準は多くはない。ONS の定義を最狭義として、所有権が移転するかどうか、法人が提供するものかどうかという判断を入れれば、多くのシェアリングエコノミーの企業は分類できることがわかった。

国民経済計算との関係でいえば、所有権が移転する取引の場合、GDP は増加しない。法人の資産の共有は、企業主体の活動であり現在でも統計上は捕捉できている。個人の資産の共有の部分は、現在の統計制度では把握できていない。CtoC サービスは消費の増加、

CtoB サービスは中間投入か固定資本の増加となるため、両者を区別して把握する必要がある。

総務省はサービスに関する生産物分類を策定したが、シェアリングエコノミーはマーケットプレイス提供サービスとして明記された。個人が行うサービスは宿泊業、家事代行業、駐車場提供などさまざまな生産物の集合体で、それを区別した生産物分類は作成されなかった。

OECD の提案するデジタルエコノミーの SUT フレームワークでの生産物には、シェアリングエコノミーを直接表すものはない。しかし、産業分類として「仲介プラ

図表 11 今後の統計整備のスケジュール

年度	経済センサス - 活動調査	投入調査	経済構造実態調査	基準年 SUT/IO	中間年 SUT/IO	GDP 統計
2019	試験調査		調査実施	2015 年表公表		
2020			調査実施		経済構造実態調査を踏まえた分析	2015 年基準 GDP 作成
2021	調査実施	調査実施				
2022			調査実施			
2023			調査実施		2020 年表の活用方法の分析	
2024	試験調査		調査実施	2020 年表公表		
2025			調査実施			2020 年基準 GDP 作成

（出所）総務省・内閣府（2019）をもとに、筆者作成。

ットフォーム業者を利用したサービス」があり、個人によるシェアリングエコノミーサービスの活動が把握できる。

今後、経済センサスや経済構造実態調査が実施されるが、シェアリングエコノミーについての把握が可能となるような調査設計が望まれる。

## (参考文献)

- 経済産業省 (2019) 「統計調査計画および調査票(案)について」第3回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 (2019年2月1日)
- シェアリングエコノミー協会 (2019) ホームページ <https://sharing-economy.jp/ja/> (2019年4月15日閲覧)
- 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」2019年4月
- 総務省 (2018a) 「第15回生産物分類策定研究会 議事概要」(2018年9月6日)
- 総務省 (2018b) 「第19回生産物分類策定研究会 議事概要」(2018年12月19日)
- 総務省 (2019a) 「第15回研究会 (G情報通信業 (第1回)) における主な御意見とその対処方針等 (案)」第20回生産物分類策定研究会 (2019年1月31日)
- 総務省 (2019b) 「研究会における議論等を踏まえた修正等について (G情報通信業)」第20回生産物分類策定研究会 (2019年1月31日)
- 総務省政策統括官室・内閣府経済社会総合研究所 (2019) 「基準年 SUT・産業連関表及び中間年 SUT に係る基本構成の大枠」第13回国民経済計算体系的整備部会 SUT タスクフォース会合 (2019年3月22日)
- 内閣府 (2018) 「シェアリングエコノミー等新分野の経済活動の計測に関する調査研究」報告書概要版、2018年7月
- 米良はるか・稲蔭正彦 (2011) 「クラウドファンディング: ウェブ上の新しいコミュニティの形」『人口知能学会誌』26巻4号
- 矢野経済研究所 (2018) 「2017年度の国内クラウドファンディング市場規模は新規プロジェクト支援ベースで前年度比127.5%増の1,700億円」プレスリリース No.2035
- Ahmad, Nadim, and Jennifer Ribarsky (2018) “Towards a Framework for Measuring the Digital Economy” Paper prepared for the 16th Conference of IAOS OECD Headquarters, Paris, France, 19-21 September 2018
- Beck, Pauline (2017) The feasibility of measuring the sharing economy : November 2017 progress update, Office for National Statistics.
- Barefoot, Kevin, Dave Curtis, William Jolliff, Jessica R. Nicholson, Robert Omohundro (2018) “Defining and Measuring the Digital Economy” Working Paper, Bureau of Economic Analysis