

シェアリングエコノミーが切り拓く新たな不動産市場のかたち

1. はじめに

2015 年頃から「シェアリングエコノミー」という言葉が国内の新聞各紙に登場し始め、相前後して民泊仲介サイト運営の Airbnb¹ や自動車配車サイト・スマートフォン用アプリ運営の Uber² が日本での活動を開始した。エコノミー（経済の生態系）とは性格を異にするが、2012 年 10 月から 2 年間放送されたシェアハウスを舞台とする TVリアリティ・ショー「テラスハウス」の人気の、皿の料理を複数人で取り分ける行為をシェアというようになったこと、Facebook などの SNS で情報を他者に拡散・推奨するシェアボタンが設けられたことなど、コミュニティ（知り合い）の中では、以前からシェア（分け合う）という言葉や行為が一般的になっていった。

政府の定義によれば、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」とされ、日本語では一般に「共有経済」と訳されている。

本稿では以下に列記する素朴な問題意識から発して、シェアリングエコノミーとされる経済活動の本質を、インターネットと情報通信技術の効果（マーケティングコストの低下、検索性の向上、課金・決済、公開レビューなど）を背景に、かつては市場性を持ちえなかったマイクロまたはマイナーな商品やサービスがマーケティング・パワーを獲得したことだと再構成する。その上で、このマーケティング形態は、供給者や購入者が個人か法人か、小規模な新規参入者か既存大企業かを問わず、新たなビジネスの場を創造するであろうことを示す。また、要するに賃貸借ビジネスの新形態であり、不動産ビジネスとの親和性が高いことを指摘する。

- ・ 共有とは、共有名義や共有持分権など共同所有を意味する概念であるが、シェアリングエコノミーにおいて、例えば民泊の宿所を利用者が共有（共同所有）するはずはなく、実態は共同利用すなわち「共用経済」である³。すなわち、貸主からみて賃貸借（レンタルまたはリース）ビジネスである。
- ・ 個人による自発的（ボランティア）な経済活動だけで成立するものではなく、ビジネスサイド、すなわちインターネットやスマートフォン・アプリを用いたプラットフォームのビジネス、すなわち仲介ビジネスの存在意義が大きい。
- ・ 個人や同等の零細企業による経済活動が定義上想定されているが、いったん市場の認識や基盤が出来上がれば、シェアという言葉の持つ等位性や善意性のニュアンスとは関係なく、市場機能の利用を目的にして企業参入が増えるだろう。

なお、本稿における考察や意見は筆者の私論・私見であり、必ずしも都市未来総合研究所やその株主を含む関係者の見解でないことをはじめにお断りしておく。

執筆者：常務執行役員 主席研究員 平山 重雄（シェアオフィスの項を除く。）

1 2014 年 5 月に日本法人の Airbnb Japan を設立し、営業開始

2 2015 年 9 月に日本法人の UberJapan は、国内の募集型企画旅行等を行う第 2 種旅行業として東京都知事登録。翌年 8 月からサービス開始

3 複数の日本の著名な辞書ではシェアは共有や分け合いなどと説明されており、共有については、共同で所有することと説明されていた。どうやら日本語自体に共有と共用の混同があるようだ。

2. シェアリングエコノミーの関連分野への参入事例と活用事例

シェアリングエコノミーについて考察する前段階として、関連する事業分野やシェアリングエコノミーの活用事例について紹介する。報道等で目にする機会の多い分野には民泊やカーシェア、シェアハウスなどがあるが、本稿では、シェアオフィスと自治体等による活用事例、(一社) シェアリングエコノミー協会の「シェア会員」の事例を採りあげる。

(1) シェアオフィスへの事業参入事例

近年、シェアオフィスなどといわれる新業態の賃貸オフィスの事例がみられる。一般にシェアオフィスやコワーキングスペースと称されるものは、複数の企業が利用するオープンスペースを中心に構成した賃貸オフィスの業態を、レンタルオフィスとは、業務に必要な什器等を備えた専用の個室を中心に構成した賃貸オフィス業態を指すことが多い。

企業における働き方改革の検討などが進むなか、対応するオフィススペースへの需要を見込んで、これらのシェアオフィス等を対象とする事業に参入する企業が相次いでいる〔図表 1-1-1〕。参入の経緯や目的をみると、もともと賃貸ビル事業を手掛けるデベロッパーや鉄道会社が新業態として事業参入した事例や、コア事業とのシナジー効果などを期待してシェアオフィス等の運営会社を買収または業務提携した事例、世界各国で事業展開する海外企業の国内進出などがある。

こうした新規参入に加え、既参入事業者による拠点数の拡大などに伴って、開発用地や既存のオフィスビルを取得した取引も複数みられる〔図表 1-1-2〕。売買の公表事例では、業態はレンタルオフィスが中心である。

〔図表 1-1-1〕 シェアオフィス等を対象とする主な事業参入事例

企業 (業種等)	概 要
① 自社の新規事業として参入	
A社 (不動産業)	2017年から法人向け多拠点型シェアオフィス事業を開始。契約対象は法人に限定し、10分単位で利用可能な従量課金制 - 首都圏のほか、地方主要都市にも拠点を整備し、2018年2月現在25拠点 2018年4月から新サービスとして法人向けフレキシブルサービスオフィス(個室)を開始。1日単位、1席単位での利用が可能で、新規事業の戦略拠点としての利用や、社員数の増加が大きい成長企業による利用などを想定している。
B社 (鉄道業)	2016年から会員制サテライトシェアオフィス事業を開始 - B社の鉄道沿線を中心とした郊外の駅の周辺においてテレワークを導入する企業を対象に執務環境を提供することとし、フリーアドレス型のデスク席を用意し、会議室やテレフンブース、複合機を設置 - 自社沿線のほか、既存のシェアオフィス事業者との提携などによって沿線外にも展開し、地方主要都市においても、現地のシェアオフィス事業者やグループのホテルなどと提携することによって出張先での執務環境の確保に努める。
C社 (不動産業)	2017年から会員制シェアオフィス事業を開始。2018年2月現在、都内に2拠点を展開 - サービスオフィス(1名用～最大16名用の家具付オフィス)とコワーキングスペース(フリーアドレス制のオープンラウンジ)を設置 - サービスオフィスは「起業直後の少人数オフィス」や「短期間のプロジェクトルーム」などとして、コワーキングスペースは「テレワーク導入企業の社員の立ち寄り利用」や「個室を構える前のスタートアップ企業のオフィス」などとしての利用を想定
D社 (不動産業)	2018年からシェアオフィス事業を開始。4月に東京都千代田区に2拠点をオープン - 企業主導型保育園を併設 - 施設ごと立地する地域の特性を打ち出し、将来的には地方都市での展開も視野に入れていくと報じられた。
② M&Aによる事業取得、他社との提携	
E社 (不動産業)	2017年5月、コワーキングスペース・レンタルオフィス事業を行う企業を100%子会社化 - E社の主要事業(貸会議室運営)と連携させ、E社の会員企業に対してシェアオフィス等を提供する。
F社 (不動産業)	2017年12月、レンタルオフィスやコワーキングスペースの運営等を行う企業(H社)と業務・資本提携契約を締結したことを公表 - 業務提携によって、F社は、中古オフィスビルの運営・販売における収益拡大を図るため、取得する中古オフィスビルの空きフロアをレンタルオフィスとしてH社に運営委託することなどを行う。
③ 海外企業の進出	
G社 (米国本拠)	2017年7月、日本の情報・通信企業とともに合弁会社を設立し、日本国内でシェアオフィス等を展開することを公表 2018年2月、東京の六本木に日本第1号拠点をオープン。今後、順次、東京都内に拠点をオープンする予定 - オフィスに加え、利用者同士の交流を促すアプリケーション等を提供している点の特徴

出所：事業者のリリース資料や新聞報道等の公開情報に基づき都市未来総合研究所作成

〔図表 1-1-2〕 レンタルオフィスに関連する主な不動産売買取引事例

物件所在地	取引物件 (規模)	売主業種	買主業種	概 要
<開発用地の売買>				
千代田区 神田淡路町	土地 (約253㎡)	不動産業	不動産業	・買主はレンタルオフィスを建設する計画で、完成後、マスターリースした上で収益不動産として一棟で売却する方針
豊島区 池袋	土地 (約361㎡)	不動産業 および個人	不動産業	・買主はレンタルオフィスを建設する計画で、完成後、マスターリースした上で収益不動産として一棟で売却する方針
<オフィスビルの売買>				
千代田区 麴町	土地・建物 (延床約1,121㎡)	不動産業	製造業	・用途は売買取引前からレンタルオフィスで、売却後、売主は運営を継続
中央区 日本橋小網町	土地・建物 (延床約917㎡)	特別目的会社 (SPC)	不動産業	・買主は当面ビルを賃貸運用する方針 ・レンタルオフィス等を運営する企業に一棟貸しされ、売買取引後の2017年1月にレンタルオフィスをオープン

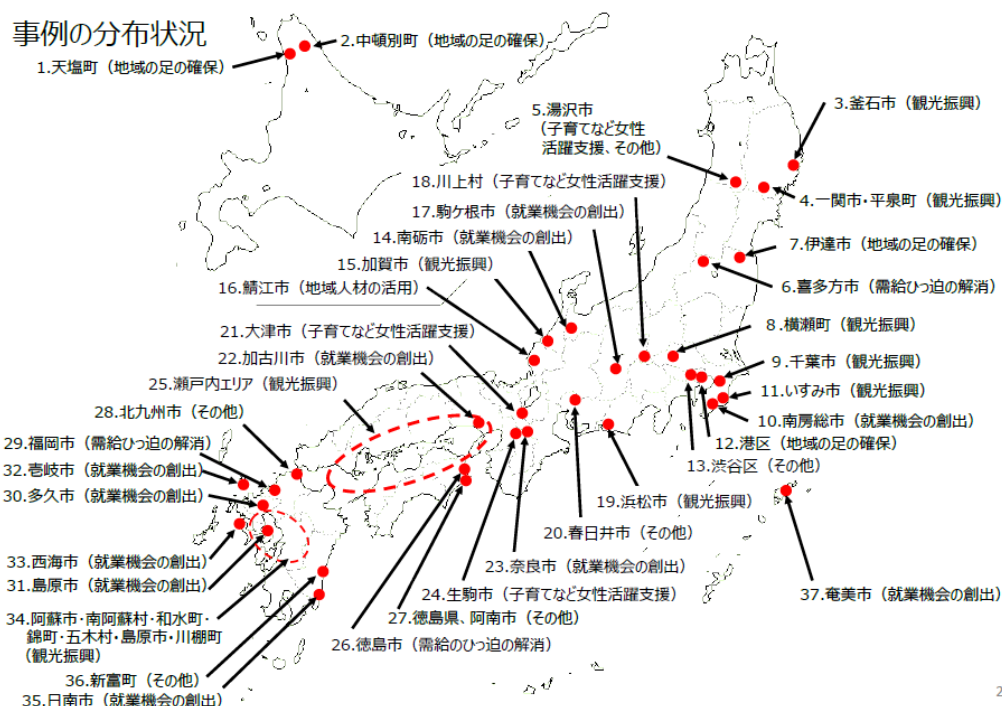
出所：事業者のリリース資料や新聞報道等の公開情報に基づき都市未来総合研究所作成

(2) 地方自治体等におけるシェアリングエコノミーの活用事例

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、自治体や民間事業者等がシェアリングエコノミーを活用している事例があり、政府のシェアリングエコノミー促進室が事例集をまとめている。主な内容は、ライドシェア（自動車相乗り）による過疎地住民への移動手段の提供や、遊休施設や一部の空きスペースを活用した観光振興、テレワークの誘致による就業人口の確保などで、行政課題への対応策や公共サービスの代替策として、シェアリングエコノミーを活用する傾向がうかがえる。シェアリングエコノミーは、公助を一部代替する互助・共助の手段としても注目されているといえよう。

このようにシェアリングエコノミーが行政サービスの代替選択肢となりうる一方で、民泊やカーシェア・ライドシェアへの規制に典型的なように、利用者の安全性確保や現行制度との整合性、既存事業とのイコールフットリングの問題など課題は残されている。

〔図表 1-1-3〕 地方自治体等におけるシェアリングエコノミーの活用事例の位置分布



出所：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 ～未来へつなぐ地域の活力～
シェアリングエコノミー活用事例集（平成 29 年度版）」2018 年 3 月 20 日

〔図表 1-1-4〕 地方自治体等によるシェアリングエコノミーの活用事例の概要 -1

No.	地域	類型	概要
1.	北海道天塩町	地域の足の確保	コストシェア型の「相乗り」マッチングサービスを導入し、住民相互の助け合いにより、地域住民の足を確保
2.	北海道中頓別町	地域の足の確保	人口低密度地域における住民共助による地域の足の確保及びソーシャル・キャピタル醸成に向けて「なかとんべつライドシェア（相乗り）実証実験」を実施
3.	岩手県釜石市	観光振興	民泊プラットフォームと体験型観光マッチングサイトとの連携による、ラグビーワールドカップ2019™の開催を見据えた観光地域づくり
4.	岩手県一関市・平泉町	観光振興	地域に住む人の「能力のシェア」を目的として、人を出会う場所「一BA（いちば）」を開設。「地域のフロント」として観光資源をフックとした地域経営力・収益力強化を民間主体で実施
5.	秋田県湯沢市	子育てなど女性活躍支援 その他	子育て＆家事のシェアサービスと提携することにより、特に女性の家事負担の軽減を図り、育児を応援し、働く女性の活躍推進することで、子育て世代の暮らしやすい街を目指す スペースシェアサービスを通じた遊休公共施設の有効活用、およびマイナンバーカードの公的個人認証の活用による施設管理コストの削減等に関する取組
6.	福島県喜多方市	需給ひっ迫の解消	駐車場シェアリングサービスと連携し、「日中線のしだれ桜」花見シーズンの渋滞緩和・駐車場不足解消に取り組む他、遊休地の収益化にも成功。地域資源の新たな活用方法を見出す
7.	福島県伊達市	地域の足の確保	「共助社会構築推進事業」の一環として、送迎マッチングサービスの導入により、住民同士の相互助け合いによる送迎を効率化し、地域住民の移動手段の確保に向けた取組
8.	埼玉県横瀬町	観光振興	廃校などの遊休施設の活用や、町民による体験ツアー実施。都心から約70kmというアクセスの良さを活かし、交流人口の拡大、稼ぐ機会の創出、町の認知度向上につなげる
9.	千葉県千葉市	観光振興	M I C E 誘致勝ち残りするため、遊休施設をユニークベニューとして活用するとともに、2020年東京オリパラ大会の開催を見据え、体験型観光の発掘による都市の魅力向上を図る
10.	千葉県南房総市	就業機会の創出	地域内フリーランスを育成することにより、数年の事業を通じて、安定的かつ継続的に報酬を得られる市民を創出するとともに、二拠点居住者を地域に誘引
11.	千葉県いすみ市	観光振興	ロケ地マッチングサイトと連携し、地域の空きスペースをロケ地として活用。官民一体となったフィルムコミッションを組織し、新たな観光資源として、誘客を推進
12.	東京都港区	地域の足の確保	放置自転車や環境負荷の対策を進めるとともに、地区内の回遊性を高めるため、自転車シェアリングを導入。また、利用者利便や収益性の向上を図るため、区域を超えた相互利用を開始
No.	地域	類型	概要
13.	東京都渋谷区	その他	ご近所SNS運用事業者と地域コミュニティ活性化を目的とした協定を締結。住民特性に応じてきめ細かい情報発信を行いながら、チラシ貼りなどの町会活動の負担を軽減
14.	富山県南砺市	就業機会の創出	フリーランスと人材（人手）不足の地元中小企業・農家等とマッチングするサービスを導入し、担い手不足の解消や交流人口の拡大を図る
15.	石川県加賀市	観光振興	2023年に予定される北陸新幹線の延伸を見据え、木造の特色ある市有施設のスペースシェアや地域体験の情報発信することにより、観光資源を磨き上げ
16.	福井県鯖江市	観光振興	体験やスペース共有型のサービスを活用し食文化と工芸のツーリズムを実現。利用者目線で「地域住民」と「よそ者」が共同で取り組むことで、満足度が高く深い交流を促進
17.	長野県駒ヶ根市	就業機会の創出	ICTで都市部と同じように仕事ができる環境を整えたテレワークオフィスを開設し、クラウドソーシングにより都市部の仕事を地方でも受注できる仕組みを構築
18.	長野県川上村	子育てなど女性活躍支援	地域内相互扶助CtoCプラットフォーム「MAKETIME！」を構築し、女性の自己実現を図る時間を創出
19.	静岡県浜松市	観光振興	スペースシェアや体験型観光のマッチングサイトと提携することにより、中山間地域の活性化及び合併により増加した公共施設等の有効活用を図る
20.	愛知県春日井市	その他	在宅医療・介護サービスを円滑に提供するため、訪問医療・介護事業者が、その時間帯に利用されていない駐車場を無償で利用できるようマッチングする「ハートフルパーキング」を実施
21.	滋賀県大津市	子育てなど女性活躍支援	シェアリングエコノミーによる地域の助け合い「共助」により、行政・公共サービスを補完することで、地域課題が解決できるまち『シェアリングシティOTSU』を目指す
22.	兵庫県加古川市	就業機会の創出	自宅でする新しい働き方としてのクラウドワーキングについて周知した上、体験型講座によって実際に仕事を始める導入段階を支援するプロジェクト
23.	奈良県奈良市	就業機会の創出	女性の就業率が低く、M字カーブの落ち込みが深刻であったため、クラウドソーシングの普及啓発を通じて、柔軟な働き方ができ、個性や能力を十分に発揮できる環境を整えることを目指す
24.	奈良県生駒市	子育てなど女性活躍支援	「子育てシェア」サービスを活用した、市民の交流の場づくりと、子どもの送迎・託児の共助環境の構築
25.	瀬戸内エリア	観光振興	地域の遊休資産である空き家古民家をインバウンド向け宿泊施設として開発し、海外系の仲介サイトを通じて利用者を集めることで、インバウンド旅行消費を地域に呼び込む

出所：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 ～未来へつなぐ地域の活力～」

シェアリングエコノミー活用事例集（平成 29 年度版）」2018 年 3 月 20 日

[図表 1-1-5] 地方自治体等によるシェアリングエコノミーの活用事例の概要 -2

No.	地域	類型	概要
26.	徳島県徳島市	需給ひっ迫の解消	阿波おどり実施期間における慢性的な宿泊施設不足解消、経済効果の創出、地域住民と旅行者の交流推進を目的にイベント民泊を実施し、延べ宿泊人数273人の受入を実現
27.	徳島県、徳島県阿南市	その他	「平時は民泊、発災時には避難所」となる「シームレス民泊」を徳島県として制度化
28.	福岡県北九州市	その他	「まなび」をキーワードに個人間のスキルのシェアを促進するWeb上のプラットフォームを活用し、人々が思い描く働き方の実現と起業環境の更なる充実を図る
29.	福岡県福岡市	需給ひっ迫の解消	駐車場シェアリングサービスと提携し、アピス福岡のゲーム開催時にスタジアムの市営臨時駐車場へ予約制導入。入庫時の混雑軽減や来場者の利便性向上に貢献
30.	佐賀県多久市	就業機会の創出	クラウドソーシングサービスと提携し、育児や介護で自宅から離れられない方や空き時間を活用したい方にITスキル向上の機会と在宅でもできる仕事を提供し、新たな就業機会を創出
31.	長崎県島原市	観光振興	スペースシェアや体験型観光のマッチングサイトと提携することにより、地域の観光資源の新たな価値の発見などを通じて、収益力やPR力を強化
32.	長崎県壱岐市	就業機会の創出	クラウドソーシングサービス及びCAD開発企業と提携し、女性や高齢者、障がいを持つ方々を中心に、ITスキル向上の機会と在宅でもできる仕事を提供し、新たな就業機会を創出
33.	長崎県西海市	就業機会の創出	市の主要産業は製造業や一次産業であり、住民が子育てに合わせ柔軟に働ける選択肢が少ないため、ライフステージにあわせ柔軟に働けるクラウドソーシングの普及啓発を実施
34.	熊本県阿蘇市・南阿蘇村・和水町・錦町・五木村、長崎県島原市・川棚町	観光振興	阿蘇の「道の駅」や島原城など7地域の不稼働時間帯の駐車場等に給電機器と連携したシェアサービスを導入し、車中泊を有償化するルール整備と地域滞在消費を促進する取組
35.	宮城県日南市	就業機会の創出	クラウドファンディングやスキルシェアなど複数のシェアリングサービスの積極的な活用や、民間人材の登用などを通じ、企業にとって日本一提携しやすい街を目指す
36.	宮城県新富町	その他	J R九州・日豊線「日向新富駅」駅舎をコワーキングスペースやイベント会場、学習室に活用。掘り所化で住民同士の交流を促し、町のPRを実施
37.	鹿児島県奄美市	就業機会の創出	平成27年度に「フリーランスが最も働きやすい島化計画」を策定し、シェアリングエコノミーの利用を通じ、フリーランスが地域に暮らしながら豊かな生活ができる環境を整備

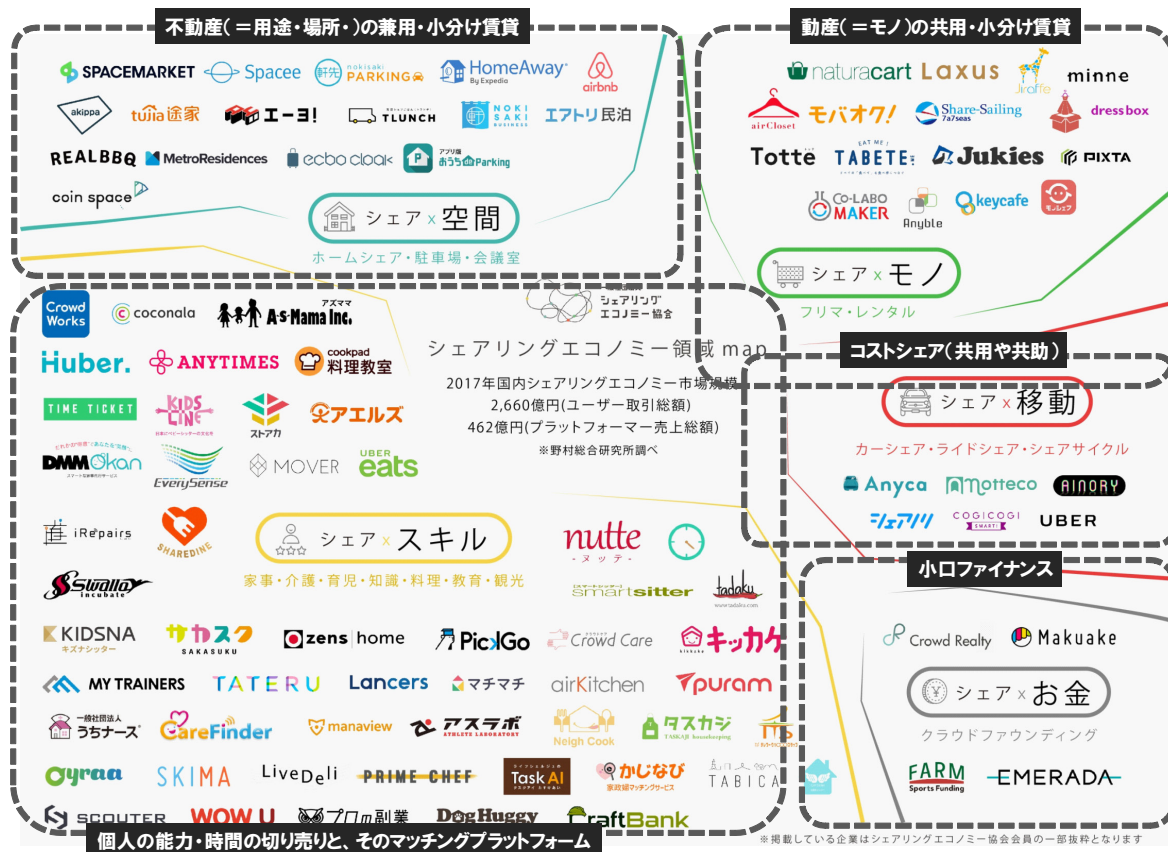
出所：内閣官房シェアリングエコノミー促進室「シェア・ニッポン 100 ～未来へつなぐ地域の活力～
シェアリングエコノミー活用事例集（平成 29 年度版）」2018 年 3 月 20 日

(3) (一社) シェアリングエコノミー協会「シェア会員」のサービス一覧

シェアリングエコノミーに関する業界団体の加盟企業のサービスを、下表に一覧整理した。サービスの内容を大きく、不動産の兼用・小分け賃貸、動産の共用・小分け賃貸、個人の能力・時間の切り売りとそのマッチングプラットフォーム、コストシェア（共用・共助）などに分類し、それぞれ個社別にサービスの概要を示したものである。

個人事業者への受発注サイトなど個人のサービス提供に関する紹介・仲介サービス（マッチングプラットフォーム）に係る事業者が、把握できた総数 114 社のうち 62 社で最多であった〔図表 1-1-9〕。不動産関連では、民泊や貸会議室、貸駐車場など、スペース賃貸借のマッチングプラットフォームが比較的多くを占める一方、賃貸用不動産の用途としては一般的でない、居抜き店舗や工場、実験室、A4 サイズのチラシ配布スペースなど、対象は多様な不動産用途に及んでいることがわかる〔図表 1-1-7〕。

〔図表 1-1-6〕 シェアリングエコノミーの関連分野への事業参入企業の例



出所：(一社) シェアリングエコノミー協会「シェアリングエコノミー 領域 map」(2018年6月4日付)をベースに
都市未来総合研究所が独自カテゴライズを加筆

[図表 1-1-7] 不動産（＝用途・場所）の兼用・小分け賃貸に類する事例

分類	No.	社名	サービス名/サイト名	概要
不動産 （＝用途・場所） の兼用・小分け賃貸	1	株式会社よじげん	よじげんスペース	居抜きの店舗物件を1ヶ月単位の利用から紹介する物件情報サイト。契約は承諾転貸が業務委託
	2	株式会社SharingFACTORY	SharingFACTORY	工場や設備・計測器の賃貸借、工場労働者と雇用者のマッチング等
	3	株式会社ラントリップ	Runtrip	ランニングコースの紹介サイト
	4	株式会社mellow	TLUNCH(トランチ)	フードトラック(料理の移動販売)の出店マッチング
	5	キーカフェ・ジャパン合同会社	キーカフェ・ジャパン	民泊や賃貸住宅(内覧用)、自宅、事務所などの鍵を店舗に預けて遠隔管理するサービス。Airbnbと提携
	6	akippa株式会社	akippa	空き駐車場(月極・時間貸)の紹介
	7	合同会社ユキサキ	エーヨ!	A4サイズのチラシ配布スペースの紹介
	8	MetroResidences Japan株式会社	MetroResidences	サービスアパートメントの紹介
	9	株式会社Co-LABO MAKER	Co-LABO MAKER	実験室や研究機器を1時間から賃貸借
	10	ecbo株式会社	ecbo cloak	カフェや店舗の空きスペースでの手荷物預かり。JRや日本郵便などと提携
	11	コインスペース株式会社	coin space	ビルの一部のフロアや区画を使用したサテライト・シェアオフィスの提供
	12	株式会社エポラブルアジア	エアトリ民泊	民泊紹介サイト
	13	zens株式会社	ZENS	民泊とマンスリー賃貸の運用代行
	14	HomeAway	HomeAway	民泊紹介サイト
	15	株式会社アズーム	おうちde/パーキング	自宅の空き駐車場や空きスペースを、月極駐車場として賃貸借するサイト
	16	株式会社インペスターズクラウド	TATERU Apartment	アパートの提案・建築・賃貸管理のワンストップサービス
	17	軒先株式会社	軒先ビジネス 軒先パーキング	1日から店舗営業できるスペースの検索・予約サイト運営 自宅空き駐車場を含む貸駐車場の検索・予約サイト運営
	18	株式会社スペースシー	Spaces	貸し会議室・レンタルスペースの予約サイト
	19	Airbnb Japan株式会社	Airbnb	民泊紹介サイト
	20	株式会社スペースマーケット	SPACEMARKET	各種空きスペースのレンタル仲介サイト

分類と概要は各社のWEBサイトの情報から都市未来総合研究所が判断して記載したもの。当事者間の契約形態が判明しないものもあり、運営会社の関わり方の記載内容(サイト運営、提供、紹介、仲介、代行、マッチング、プラットフォーム等)は、必ずしも厳密または正確なものではない。

出所：(一社)シェアリングエコノミー協会「シェア会員」(<https://sharing-economy.jp/ja/about/member/>)
および各社のWEBサイト(2018年10月25日閲覧)。閲覧時点でサイトに繋がらなかった企業は省いた。

[図表 1-1-8] 動産（＝モノ）の共用・小分け賃貸に類する事例

分類	No.	社名	サービス名/サイト名	概要
・動産 （＝モノ） の共用・小分け賃貸	1	浦谷商事株式会社	Kashitaru	工具の賃貸借をマッチング
	2	株式会社嶋ノ屋	QUOTTA(クオッタ)	物品のレンタル紹介
	3	株式会社RENCA	RENCA	着物のレンタルサイト
	4	Anyble株式会社	Anyble	計測器・測定器の法人間売買/レンタルの仲介
	5	豊田通商株式会社	Jukies(ジューキーズ)	建設用重機の賃貸借仲介
	6	エブリセンスジャパン株式会社	エブリセンス	IoTデータの流通プラットフォーム
	7	株式会社ネクストレイジ	saij	腕時計の賃貸借サイト
	8	株式会社ディー・エヌ・エー	Anyca(エニカ)	カーシェア
	9	株式会社シェアのり	シェアのり	カーシェア
	10	ラクサス・テクノロジー株式会社	Lexus	高級ブランドバックの月額定額制レンタル
	11	67and/パートナーズ合同会社	モノシェア	個人所有物品の賃貸借サイト

分類と概要は各社のWEBサイトの情報から都市未来総合研究所が判断して記載したもの。当事者間の契約形態が判明しないものもあり、運営会社の関わり方の記載内容(サイト運営、提供、紹介、仲介、代行、マッチング、プラットフォーム等)は、必ずしも厳密または正確なものではない。

出所：(一社)シェアリングエコノミー協会「シェア会員」(<https://sharing-economy.jp/ja/about/member/>)
および各社のWEBサイト(2018年10月25日閲覧)。閲覧時点でサイトに繋がらなかった企業は省いた。

〔図表 1-1-9〕個人の能力・時間の切り売りに類する事例

分類	No.	社名	サービス名/サイト名	概要
個人の能力・時間の切り売り、そのマッチングプラットフォーム	1	株式会社ウーマンスタイル	おたすけマン	家事を依頼したい人と家事代行者(マン)をマッチング
	2	株式会社SAGOJO	SAGOJO(サゴジョー)	旅行者が旅先のコンテンツ制作を企業から受注
	3	株式会社サイバーエージェント	REQU(リキュー)	特技や知識を持つ個人に提供依頼
	4	株式会社趣味なび	趣味なび	趣味や学習に関する教室紹介
	5	CBcloud株式会社	PickGo	軽貨物 配送マッチング・サービス
	6	ブラザー工業株式会社	Fourtrive	旅行先で写真家に撮影依頼
	7	株式会社すぐトレ	すぐトレ	パーソナルトレーナーの紹介
	8	株式会社コメッド	Home Care(ホームケア)	地域の看護師等が自宅等での集いに訪問、育児相談を実施
	9	株式会社スマッチ	Smatch Beauty	札幌市での出張美容サービス
	10	株式会社FLASH EDGE	FLASH EDGE	WEBデザイン、システム開発、アプリ開発の請負
	11	株式会社セルート	DIAq	近くにいる配送ドライバー、ライダー、メッセンジャーを探して配達を依頼
	12	株式会社AGREE	LEBER	医師への医療相談アプリ
	13	株式会社キッチンハイク	KitchHike	不特定多数向けの食事会企画
	14	グリアティア株式会社	Green Dining	企業やホームパーティー等への料理人派遣
	15	株式会社メディカルアジュール	FIRST NURSE	在宅高齢者に対する看護師等の訪問紹介
	16	株式会社わたしのお教室	わたしのお教室	趣味や学習に関する教室紹介
	17	Our Photo株式会社	Our Photo	出張撮影者の紹介
	18	株式会社イミル	CodeSupporter	プログラミング等のオンライン技術顧問サービス
	19	株式会社ジャストキーマン	エイコミュ	英会話カフェ等のコミュニティサービス
	20	ユニオンテック株式会社	CraftBank(クラフトバンク)	建設職人のマッチング(建設業者、個人依頼主とも)
	21	株式会社コークッキング	コークッキング	食の交流会、フードイベントの紹介。廃棄前食品の流通も
	22	株式会社キッカケ	キッカケ	児童向け習い事の先生紹介
	23	株式会社ホールハート	ホールハート	本業を活かした副業紹介サービス
	24	株式会社グローバルウェイ	グローバルウェイ	人材紹介サービス
	25	株式会社 OPT INCUBATE	PRIME CHEF	ホームパーティー向け料理人派遣
	26	株式会社manaview	manaview	特技や知識を持つ個人に提供依頼
	27	株式会社テレワーク1000スタッフ	石巻がんばっちゃシステム	石巻市在住の在宅ワーカーと全国の企業との業務受発注マッチング
	28	株式会社シェアダイナ	シェアダイナ	料理人を派遣し料理を作り置き
	29	株式会社アスラボ	アスラボ	アスリートによる講座開設
	30	ZAZA株式会社	airKitchen	訪日旅行者が日本の家庭で料理体験を行い、日本食の作り方を学ぶサービス
	31	株式会社Oyrra	Oyrra	通訳・翻訳者の紹介
	32	テテマチ株式会社	サカスク	サッカー教室の紹介
	33	株式会社ネクストビート	キズナシッター	ベビーシッター・サービス
	34	セントワークス株式会社	かじなび	家政婦サービス
	35	スマートシッター株式会社	Smart Sitter	ベビーシッター・サービス
	36	ケアファインダー株式会社	Care Finder	バイリンガル・ベビーシッター・サービス
	37	合同会社DMM.com	DMM Okan	家事代行サービス(2018年9月30日でサービス終了)
	38	クックパッド株式会社	クックパッド	料理教室の紹介
	39	EXest株式会社	WoW U	外国人向けガイドの紹介
	40	株式会社ムジカル(旧ライブデリジャパン)	LiveDeli	クラシックやジャズの出張演奏
	41	株式会社アエルズ	アエルズ	外出支援、在宅支援サービス
	42	株式会社SCOUTER	SCOUTER	転職者の情報を個人が提供する、個人の転職エージェント化サイト
	43	株式会社Selan	OmSister(お迎えシスター)	バイリンガルによる児童送迎と語学レッスンサービスの紹介
	44	株式会社RASCAL's	PURAM	プライベート・トレーナーの紹介
	45	株式会社MY TRAINERS	MY TRAINERS	パーソナルトレーナーの紹介
	46	株式会社クラウドケア	クラウドケア	訪問介護サービス
	47	一般社団法人うちナース	うちナース	子育て中の看護師が登録しパートタイムで相談サービスや児童預かり等実施
	48	株式会社キッズライン	キッズライン	ベビーシッター・サービス
	49	Avnir7s株式会社	LIVE PRO	女性対象の恋愛・美容・育児・ダイエット等相談アプリ
	50	ヘルスケアマーケット・ジャパン株式会社	ユアマネージャー	介護・家事代行の就職紹介サービス。時間指定や、地域指定(自宅周辺など)可能な求人検索
	51	株式会社あいりべ	あいりべ	スマートフォンの出張修理
	52	ランサース株式会社	TechAgent	IT系フリーランスのマッチングサービス
	53	株式会社ステイト・オブ・マインド	nutte	衣料品の縫製職人紹介サイト
	54	株式会社DogHuggy	ドッグホスト	犬の短期預かり主紹介サイト
	55	株式会社タスカジ	タスカジ	家事代行の紹介サイト(契約は個人間)
	56	ストリートアカデミー株式会社	ストアカ	趣味や学習に関する教室紹介
	57	株式会社Tadaku	Tadaku	外国人の家庭料理教室紹介
	58	株式会社Huber	Huber	外国人向けガイドのマッチング
	59	株式会社エニタイムズ	エニタイムズ	プライベートレッスンから家事代行まで、生活関連サービスのマッチングサービス
	60	株式会社ココナラ	ココナラ	知識・スキル・経験を売り買いするフリーマーケット
	61	株式会社クラウドワークス	クラウドワークス	ホームページ制作などクラウドワーカーと発注者のマッチングサイト
	62	Uber Japan株式会社	Uber	自動車配車サイト

分類と概要は各社のWEBサイトの情報から都市未来総合研究所が判断して記載したもの。当事者間の契約形態が判明しないものもあり、運営会社の関わり方の記載内容(サイト運営、提供、紹介、仲介、代行、マッチング、プラットフォーム等)は、必ずしも厳密または正確なものではない。

出所：(一社)シェアリングエコノミー協会「シェア会員」(<https://sharing-economy.jp/ja/about/member/>)
および各社のWEBサイト(2018年10月25日閲覧)。閲覧時点でサイトに繋がらなかった企業は省いた。

〔図表 1-1-10〕コストシェア(共用や共助)に類する事例

分類	No.	社名	サービス名/サイト名	概要
共用や共助	1	株式会社NearMe	NearMe	タクシーの相乗りマッチング
	2	株式会社ZERO TO ONE	nori-na	個人ドライバーとの相乗りマッチング
	3	株式会社ジクウ	AINORY	タクシーの相乗りマッチング
	4	株式会社notteco	notteco	長距離の相乗りマッチング
	5	株式会社AsMama	AsMama	子育ての共助プラットフォーム

分類と概要は各社のWEBサイトの情報から都市未来総合研究所が判断して記載したもの。当事者間の契約形態が判明しないものもあり、運営会社の関わり方の記載内容(サイト運営、提供、紹介、仲介、代行、マッチング、プラットフォーム等)は、必ずしも厳密または正確なものではない。

出所：(一社)シェアリングエコノミー協会「シェア会員」(<https://sharing-economy.jp/ja/about/member/>)
および各社のWEBサイト(2018年10月25日閲覧)。閲覧時点でサイトに繋がらなかった企業は省いた。

〔図表 1-1-11〕 小口のファイナンス手法に類する事例

分類	No.	社名	サービス名/サイト名	概要
小口ファイナンス	1	株式会社Ukka	OWNERS	購入者が食材の生産者に対して事前にオーナー登録
	2	株式会社BrainCat	Gojo(ゴジョ)	地域型クラウドファンディング等のプラットフォーム
	3	エメダ株式会社	エメダ・エクイティ	ベンチャー企業への相乗り投資
	4	株式会社マクノリア・スポーツマネジメント	マクノリア・スポーツマネジメント	アスリートの活動支援を目的とするクラウドファンディング
	5	株式会社クラウドリアルティ	Crowd Realty	国内外不動産投資のクラウドファンディング
	6	株式会社マクアケ	Makuake	クラウドファンディングプラットフォームの運営

分類と概要は各社のWEBサイトの情報から都市未来総合研究所が判断して記載したもの。当事者間の契約形態が判明しないものもあり、運営会社の関わり方の記載内容(サイト運営、提供、紹介、仲介、代行、マッチング、プラットフォーム等)は、必ずしも厳密または正確なものではない。

出所：(一社)シェアリングエコノミー協会「シェア会員」(<https://sharing-economy.jp/ja/about/member/>)
および各社のWEBサイト(2018年10月25日閲覧)。閲覧時点でサイトに繋がらなかった企業は省いた。

〔図表 1-1-12〕 その他の事例

分類	No.	社名	サービス名/サイト名	概要
販売サイト等	1	株式会社ガイアックス	GAIAx	ソーシャルメディアとシェアリングエコノミーの推進
	2	チケットストリート株式会社	チケットストリート	コンサート等のチケットのフリーマーケット
	3	株式会社スプレッドワン	giftel(ギフテル)	フリーマーケットアプリ
	4	株式会社モバオク	モバオク	スマートフォンでのオークションアプリ
	5	株式会社ジラフ	amama	中古スマートフォン等の販売
	6	株式会社cart	naturacart	世界のナチュラル&オーガニック商品の販売サイト
	7	ピクスタ株式会社	PIXTA	写真素材・イラスト素材・動画素材・音楽素材の販売
	8	GMOペパボ株式会社	minne	手作り作品の売買サイト
	9	株式会社ビジュアルワークス	SKIMA	個人制作のイラストやキャラクター等の販売サイト
	10	株式会社マチマチ	マチマチ	地域のロコ情報サイト

分類と概要は各社のWEBサイトの情報から都市未来総合研究所が判断して記載したもの。当事者間の契約形態が判明しないものもあり、運営会社の関わり方の記載内容(サイト運営、提供、紹介、仲介、代行、マッチング、プラットフォーム等)は、必ずしも厳密または正確なものではない。

出所：(一社)シェアリングエコノミー協会「シェア会員」(<https://sharing-economy.jp/ja/about/member/>)
および各社のWEBサイト(2018年10月25日閲覧)。閲覧時点でサイトに繋がらなかった企業は省いた。

3. シェアリングエコノミーとは何か

(1) シェアリングエコノミーを巡る日本国内の動き

全国紙五紙を記事検索すると、「シェアリングエコノミー」という言葉は2015年頃から登場し始める〔図表 1-1-13〕。後述する政府の検討会の開催(2015年10月から)や、(一社)シェアリングエコノミー協会の設立(2016年1月)などの時期にあたる。相前後して、民泊仲介サイト運営のAirbnb⁴や自動車配車サイト・スマートフォン用アプリ運営のUber⁵が日本での活動を開始している。

政府では、高度情報通信ネットワーク社会形成基本法に基づき内閣に設置された高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部(IT総合戦略本部)が、規制制度改革分科会に情報通信技術(IT)の利活用に関する制度整備検討会(以下、検討会)を設け、2015年10月から検討を開始した。検討会での中心的議題は二つあり、「安全・安心にITを活用して情報を共有・利用する制度(代理機関(仮称)の創設)の検討」と、もう一つが「ITを活用した新たなサービス(シェアリングエコノミー)に対応した制度整備の検討」であった⁶。公開された議事要旨⁷によれば、後者の「シェアリングエコノミーに対応した制度整備の検討」で、まずはじめに議論の対象となったのは民泊である。検討会の二度にわたる中間整理を経て、2016年7月から内閣官房情報通信技術(IT)

4 2014年5月に日本法人のAirbnb Japanを設立し、営業開始

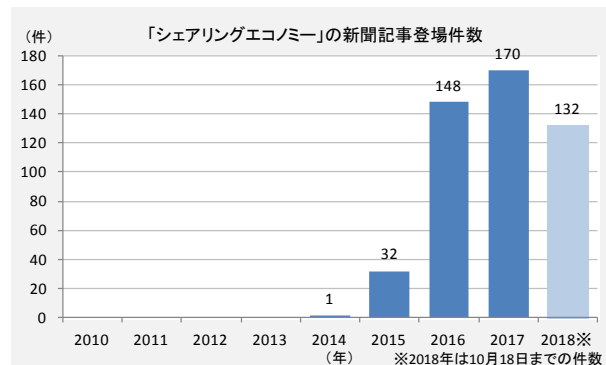
5 2015年9月に日本法人のUberJapanは、国内の募集型企画旅行等を行う第2種旅行業として東京都知事登録。翌年8月からサービス開始

6 情報通信技術(IT)の利活用に関する制度整備の検討の方向性について(http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/senmon_bunka/it_katuyou01/siryou3.pdf)

7 http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/senmon_bunka/kaikaku.html

総合戦略室が「シェアリングエコノミー検討会議」（以下、検討会議）を開催⁸し、同11月に中間報告書として「シェアリングエコノミー推進プログラム」（以下、中間報告書）を公表、翌年1月には政府の情報提供・相談窓口という位置づけでシェアリングエコノミー促進室が開設された。

〔図表 1-1-13〕 シェアリングエコノミーは 2015 年頃から新聞記事に登場



日本経済新聞（朝夕刊）と一般全国紙（朝日、毎日、読売、産経）の記事に「シェアリングエコノミー」の語が登場した件数を集計したもの。

データ出所：日本経済新聞社「日経テレコン」

（2）シェアリングエコノミーの定義

① 政府による定義とその解釈

シェアリングエコノミーとは、政府の定義⁹によれば、「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」とされる。活用不可能な資産を他者が利用できるはずはないので、修飾語や説明句を除くと、「個人等が保有する資産等を、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利用させる経済活動」となる。インターネット上のマッチングプラットフォームを介すること等によって、これまでは経済性の点で賃貸等の取引対象とならなかった資産等が市場性を持つことになった点が、シェアリングエコノミーにおいて特徴的な性質といえよう。個人「等」や資産「等」としていることから、個人や資産は典型的なものの例示に過ぎず、法人企業¹⁰が保有する資産や、資産以外の価値も対象に含まれるであろう。

シェアリングエコノミーで貸借の対象となる資産等は、民泊の宿所などの不動産と、カーシェア（自動車）などの動産、個人の能力や時間などであり、これらの賃貸借について従来は、企業など賃貸用資産を保有する貸主と賃借する借主との間に、資産規模や事業規模などの点で格差があった。インターネットが普及したことや関連する技術革新が進んだことから、WEB サイトやスマートフォン・アプリを利用することによって、個人等が所有する小規模な資産単位でも賃貸借市場で取引することが可能になったといえる。

平成 27（2015）年版情報通信白書では、『「シェアリング・エコノミー」とは、典型

8 http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/senmon_bunka/shiearingu1/kaisai.html

9 シェアリングエコノミー検討会議・内閣官房情報通信（IT）総合戦略室「シェアリングエコノミー検討会議 中間報告書」2016 年 11 月、内閣官房情報通信（IT）総合戦略室「シェアリングエコノミー促進室の設置について」2016 年 12 月 12 日ほか

10 中間報告書 p2 ほかでは、「当該サービス提供について本業として資本を投下していない（当該サービス提供についてプロではない）法人」は対象であるとして、付随的な事業分野や偶発的に保有した資産等が対象であれば、法人であっても個人と同等に取り扱われている。

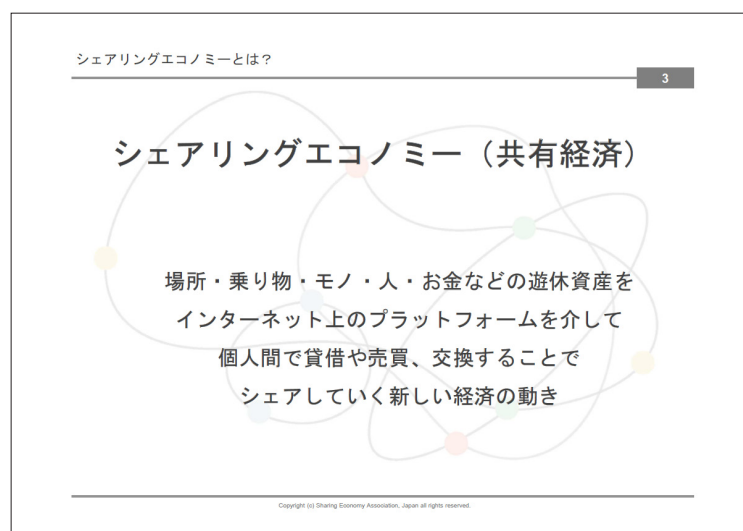
的には個人が保有する遊休資産（スキルのような無形のものも含む）の貸出しを仲介するサービス¹¹としており、すなわち C to C（個人間の取引）に関する仲介のプラットフォームをシェアリングエコノミーとしている。この定義に続けて「貸主は遊休資産の活用による収入、借主は所有することなく利用できるというメリット」があることを指摘し、利用と対価の支払いというビジネスであることが示されている。すなわち、修飾語を除けば、シェアリングエコノミーとは仲介プラットフォームを通じた貸貸借ビジネスであり、その考え方は 2015 年頃からあったと考えられる。

② 業界団体による定義

（一社）シェアリングエコノミー協会では、シェアリングエコノミーを「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」と定義している¹²。

シェアリングエコノミーにおける仲介プラットフォームの役割・関与と関連する事柄として、多対多（n:n）の関係で貸貸等を行うものがシェアリングエコノミーで、例えばパーク 24 が行うカーシェアや TSUTAYA の CD レンタルなど、法人 1 社が所有し多数に貸貸するビジネス（1:n）はレンタルであるとして、シェアリングエコノミーとは区別している。同じ自動車の貸貸借であっても、個人間カーシェア仲介アプリの Anyca（アニカ）は多対多（n:n）の関係であるのでシェアリングエコノミー、という考え方である¹³。企業向けを含む遊休スペースの貸貸予約サイト運営（スペースマーケット）や貸し会議室・レンタルスペースの貸貸予約サイト運営（Spacee）は B to B（企業間の取引）であるが、n:n であるのでシェアリングエコノミーであるとする。

[図表 1-1-14] 業界団体によるシェアリングエコノミーの定義



出所：（一社）シェアリングエコノミー協会「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 提出資料

11 <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h27/pdf/n4200000.pdf>

12 （一社）シェアリングエコノミー協会「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 提出資料

13 上記 12 のワーキンググループの議事要旨による。

(3) シェアリングエコノミーに関する批判的意見と共通の見解

① 批判的意見

シェアリングエコノミーの定義、またはシェアリングエコノミーに独自性があるかについて、批判的な意見がある。

ロンドン大学ロイヤル・ホロウェイ校の Giana M. Eckhardt 教授とロンドン大学シティ校 キャスビジネススクールの Fleura Bardhi 教授は、2015 年、Harvard Business Review 誌に共著で「シェアリングエコノミーは全然シェアしていない (The Sharing Economy Isn't About Sharing at All)」と題する論文¹⁴を発表した。要点を紹介すると、次のとおりである。

『シェアリングエコノミーは実際には「シェア」経済ではない。それはアクセス経済である。共有は、互いに知り合った人々の間で、利益を得ずに行われる社会交換の一形態であるが、(シェアリングエコノミーにおいて) 消費者は特定の期間、他人の商品やサービスにアクセスするために代金を支払っている。これは経済交流であり、消費者は社会的価値よりも実用的価値を追求する実利主義者である。すなわち、消費者は、会社や他の消費者との社会的関係を育むよりも、より低いコストと利便性にさらに多くの興味を持っていることを意味している。そして、これを理解している企業に、競争優位性がある。』

シェアリングエコノミーといわれる取引に、本来のシェアの性格はなく、取引のアクセス性を高めたものとする。定義について議論することの実利的な意義はさておき、利用者や消費者のシェアリングエコノミーへの関心は(情報通信技術 (ICT) の活用による) 低コストと利便性の高さにあるという指摘は的を射たものと思う。さらに、競争優位を獲得するには、(シェアかどうかに関わりなく) 低コストと利便性にフォーカスすることという指摘も、たいへん興味深い。

このほかにも、類義語的な概念との対比として、すなわちレンタルエコノミーやオンデマンドエコノミー等々の概念に照らして、シェアリングエコノミーの定義やシェアリングエコノミーの独自性に対する批判的意見や代替論がみられる¹⁵。

② 共通の見解

前項の批判的意見を含めて、シェアリングエコノミーを巡る議論は、一定の定義に該当するかといった教条主義や分類論では意見の相違がみられるものの、シェアリングエコノミーのビジネス展開に係る文脈では、意見が一致するところが多く見受けられる点もまた、興味深い。その中でも、『インターネットを含む ICT の技術革新によって可能となった、従来は市場化されなかった「資産の不稼働時間帯」などのマイクロまたはマイナーな資源(商品・サービス等)の市場流通化』という捉え方は、シェアリングエコノミーをビジネスサイドからみる上で重要な視点であると考ええる。

日本でシェアリングエコノミーという概念が広まるきっかけの一つとなった書籍「シェアく共有くからビジネスを生みだす新戦略」¹⁶の著者の一人であるビジネスコンサルタ

14 Eckhardt, GM & Bardhi, F 「The Sharing Economy Isn't About Sharing At All」 Harvard Business Review. January 28, 2015. HBR のオンラインサイト (<https://hbr.org/2015/01/the-sharingeconomy-isnt-about-sharing-at-all>) で閲覧

15 CBC News 「Sharing economy: It's really an old-style rental economy」 2015 年 2 月 22 日 (<https://www.cbc.ca/news/sharing-economy-it-s-really-an-old-style-rental-economy-1.2965000>)、中田敦「Uber」はシェア? オンデマンド?」2015 年 12 月 11 日付日経ビジネスオンライン (<https://business.nikkeibp.co.jp/atcl/report/15/061700004/120700055/>) など多数

16 Rachel Botsman & Roo Rogers 「シェアく共有くからビジネスを生みだす新戦略」NHK 出版 2010/12/16 発行。原題は「What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption」

ント Rachel Botsman 氏は、「シェアリングエコノミーについて、共有された定義が欠如 (The Sharing Economy Lacks A Shared Definition)」と題して、シェアリングエコノミーの同義語として「協調経済 (Collaborative Economy)」「協調的消費 (Collaborative Consumption)」などに触れ、消費者の供給者化という特徴を示した上で、次のように結んでいる¹⁷。

『ソーシャルとモバイル、位置情報の技術によって、未利用のキャパシティ（商品、サービス、スキル）を持つ人々を、必要な人と、効率的に、そしてますます安全に繋げることができる。これは、膨大な未利用資源という「富」であり、活用によってもたらされる便益、すなわち無駄の少なさ、低コスト、隣人価値、起業家精神および財務上の利益は莫大である。そして、もちろん、これは大きな商業チャンスである。機会をものにするには、チャンスでない振りをしよう。』

Rachel Botsman 氏の主張からはシェアという概念を強調し意義付けるトーンはうかがえず、ICT によって、これまでは市場化されなかった資源を商業化することのビジネスチャンスを表示することが主旨に思える。

また、ボストン・コンサルティング・グループ (BCG) の見解はさらに明快で、要は「取引コストの減少」だという。

BCG の内部シンクタンクである BCG ヘンダーソン研究所の Judith Wallenstein 氏と Urvesh Shelat 氏は、2017 年 10 月 4 日付の「シェアリングエコノミーの次に来るものは何か? (What's Next for the Sharing Economy?)」¹⁸の中で、「シェアリングエコノミーは、(ICT 活用による) 取引コストの減少に支えられている。」とし、その効果は、情報のマッチングと物流効率化、契約執行へと拡がるとしている。「取引コストの減少に伴い、現在消費者や企業が所有する多くの商品は、大部分がレンタル商品になる可能性がある。」ともいう。

17 <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>

18 <https://www.bcg.com/ja-jp/publications/2017/strategy-technology-digital-whats-next-for-sharing-economy.aspx>

4 シェアリングエコノミーの本質をどう捉えるか

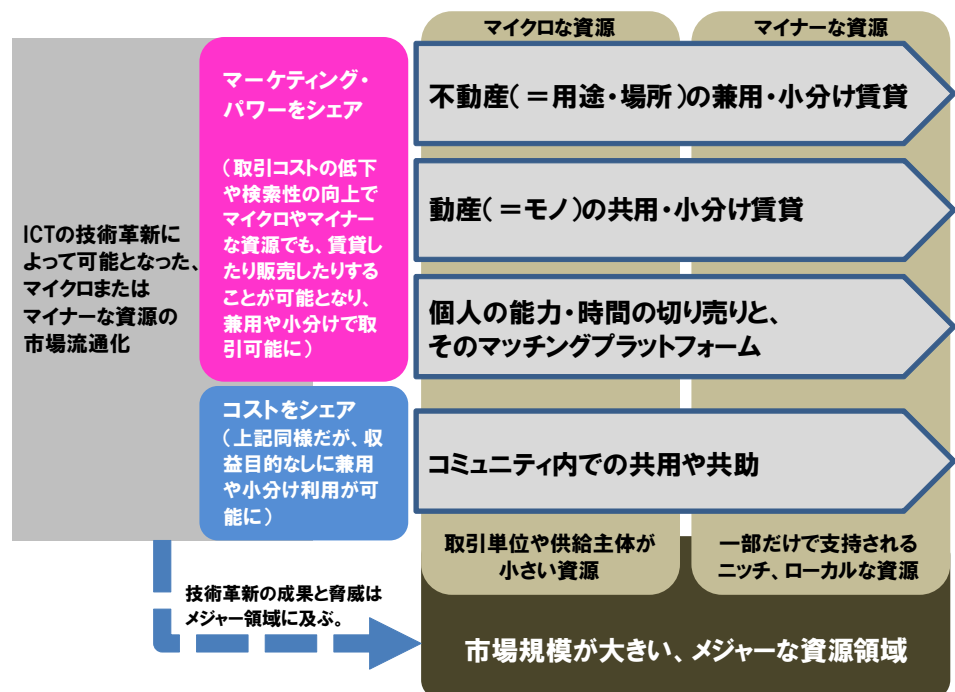
(1) 概括

シェアリングエコノミーという言葉の中には、冒頭に述べた共有と共用の誤用のほか、インターネットのユートピア論に近い¹⁹ 善意の個人の集合がシェアし合うというアンチ・ビジネスな思想、その一方で政府・学者・業界の関心の対象はシェアリング・ビジネスであること、効用は同じでもプラットフォームが関与するビジネスだけをシェアリングエコノミーと定義することなど、いくつか不整合な点があると筆者は感じていて、前項ではこれらを整理するためにさまざまな意見を引用した。

その上で、『インターネットを含む ICT の技術革新によって可能となった、従来は市場化されなかった「資産の不稼働時間帯」などのマイクロまたはマイナーな資源（商品・サービス等）の市場流通化』という見方は、修飾語を取り払った後の「シェアリングエコノミー」であり、これが本質であろうと筆者は考える。

ICT による取引コストの低下や検索性の向上などで、小さな取引単位（マイクロ）や小規模な供給主体（マイクロ）の持つ資源でも、賃貸したり販売したりすることが経済的に可能となった。また、一部の需要層（マイナー）だけに強く支持される商品・サービスや、知名度の低い（マイナー）ローカルな商品・サービスをマーケティングすることも可能となり、これらをポータルサイト（＝マッチングプラットフォーム）に品揃えすることで特定の需要層に訴求しやすくなった〔図表 1-1-15〕。Amazon などの電子商取引サイトでの品揃えの拡がりと同様のことが、不動産や動産の賃貸、あるいは個人の能力・時間の商用化の場面で起きているといえよう。

〔図表 1-1-15〕 シェアリングエコノミーの捉え方



出所：都市未来総合研究所が作成

19 政府のシェアリングエコノミー検討会議の中間報告書は『「自律・分散・協調」を基本精神とするインターネットの発展は、自由な「協働」の下で発展を遂げてきたものであり、シェアリングエコノミーの発展も、基本的にその延長線にある。』とする。

(2) シェアリングエコノミーにおける三つの事業形態

マイクロまたはマイナーな資源を用いたビジネスがマーケティング・パワーを得たという技術革新の成果は、同様に、市場規模が大きいメジャーな資源領域のビジネスにも及ぶであろう。これをふまえて、係る事業形態は大きく次の三つが考えられる。

① 供給者自身がマイクロまたはマイナーな事業

一つは商品・サービスの供給者がマイクロまたはマイナーなケースである。シェアリングエコノミーとして括られるビジネスの多くがここに分類されるであろう。

典型的には、[図表 1-1-7]の「不動産（＝用途・場所）の兼用・小分け賃貸」で示した、個人が自宅の一部の居室を用いて行う民泊事業や一般の事業会社が休日の社用駐車場で行う貸駐車場業、[図表 1-1-8]の「動産（＝モノ）の共用・小分け賃貸」で、個人が所有する自動車や腕時計などを第三者に賃貸するサービス、そこにおいて貸主と借主を繋ぐマッチングプラットフォーム、[図表 1-1-9]の「個人の能力・時間の切り売り」と、そのマッチングプラットフォーム」で、子育て等のために退職した看護師が自宅近くで時間限定的に行う看護関連サービス、そこにおいて看護師と依頼者を繋ぐマッチングプラットフォームといったものが該当するであろう。

② メジャーな供給者が、資源を兼用・共用・小分けして賃貸事業

もう一つ、政府や業界団体の定義では必ずしもシェアリングエコノミーには区分されないかもしれないが、前述したシェアリングエコノミーの本質に該当する事業形態がある。それは、大企業等のメジャーな供給者が、保有する資源を、他の用途と兼用して賃貸する、顧客の専用ではなく他の利用者との共用として賃貸する、スペースや時間を小分けして賃貸する、等のマイクロ化した方法で行う賃貸事業である。

事例として、例えば WeWork 社が行うシェアードワークスペースの賃貸事業では、テナントはオフィス床の広い区画の専用ではなくデスク単位から、需要に応じて1日単位（会議室等では1時間単位）から利用可能で、起業家などにとっては、情報交換の場として共用スペースが有効に機能する。供給者側の経済性においても、このような賃貸する単位の細分化と付加価値付けによって、シェアードワークスペースの賃貸坪単価は通常のフロア賃貸よりも高いと考えられる。共用という点ではレンタル業の事業形態と共通するが、上場企業等が行うカーシェアや隙間地等での時間貸駐車場なども共用・小分けのビジネスモデルであり、ICTによって事業の効率性が確保されている点が特徴的である。

同様の事業形態は、商用データセンターのビジネスモデルなどにもみられる。すなわち、不動産会社がビルを一棟または区分された床単位で賃貸する事業を起点と考えると、データセンター事業者のビジネスモデルは、データセンター内の場所貸、すなわち顧客の所有するサーバーを設置して運用するスペースを貸すサービス（ハウジング。コロケーションともいう。）や、サーバーの小分けレンタル（ホスティング）であり、共用と小分けがビジネスモデルの背景にある。更に最近では、場所貸にとどまらず、データをハンドリングするビジネスモデルへと展開している。

③ 賃借等の需要が存在するか不明な、マイクロまたはマイナーな事業

最後の一つは、市場に需要が存在するかどうかすらわからない、マーケットがマイクロまたはマイナーな資源を、商品・サービスとして賃貸または役務提供する事業である。

典型的には、漠然とした需要の高さや公共的観点からの必要性は認められても、需要者と時間、場所を特定した具体的な需要把握と、これに適時対応した供給が難しい事業で、該当する事例として、自用の自動車に相乗りするライドシェア（中でも、過疎地や高齢者向けのライドシェアは特徴的）や、廃屋・廃校舎などの利活用、過疎地のシャッター商店街の空き店舗活用などが挙げられる。需要と供給を繋げるマッチングプラットフォームの役割が特に大きいのがこの分野であろう。

(3) マーケティング・パワーのシェアとコストシェア

前項の①と③は、マーケティング力の弱い個人や小規模企業等に需給のマッチングの場を提供するプラットフォームの存在意義が大きい。この構図は能力や時間の活用を図りたい個人等の側からすると、プラットフォームのマーケティング・パワーを共同利用（シェア）する形である。賃貸や役務提供される商品・サービスがニッチやマイナーなものであればあるほど、同種のものが特定のプラットフォームに集積する効果は大きい。

いったんこのようなマッチングプラットフォームが出来上がると、これを利用するのはマーケティング弱者に限らず、前項②の大企業等にも広がるであろう。例えば、自社用駐車場を会社の休日の間だけ時間貸駐車場として活用するプラットフォームについて、ICTの利用によって駐車場管理や課金・収納を低コストで行うことができれば、このマーケティング・パワーは工場付属の駐車場等を所有する大企業にもシェアされることになるだろう。

また、前項③は、需要獲得という目的ではマーケティング・パワーのシェアといえるが、高齢者が自動車に相乗りして買い物に行くなど、必ずしも賃貸や役務提供による収益獲得を主目的としない場合、コストをシェアする面がある。往復のガソリン代などのコストを、サービスの提供者と利用者で分け合う（シェアする）のがその内容である。

(4) 余り物か、専用商品か：アウトレットモールでのビジネスとの類似性

平成 27（2015）年版情報通信白書や（一社）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の定義²⁰にみられるように、シェアリングエコノミーの対象となる資源とは、典型的には、商用として活用されていない遊休資産（個人の能力や時間などの無形のものを含む）であり、遊休資産が活用されることに経済的意義があるというのがエコノミータる所以でもあろう。「(2) シェアリングエコノミーにおける三つの事業形態」で述べた中では、多くの場合①と③が遊休資産を対象とするものであろう。

一方で、②で紹介したメジャーな供給者による事例では、例えば WeWork が賃貸するオフィスフロアはもともと遊休フロアだったとは限らない。①の個人でも、賃貸目的もあって趣味の腕時計を購入する例があると聞く。このようにビジネスの成立基盤ができれば、遊休資産に限らず、シェアするために新規で資産取得するケースも増えるであろう。かつては期越えの在庫処分が目的だったアウトレットモールで、商店がアウトレット専用の商品を新規投入するようになったのと同様に。

20 本稿の(2)① 政府による定義とその解釈、② 業界団体による定義 に記載

5. 不動産市場とシェアリングエコノミーの未来

前述した三つの事業形態を中心にしてシェアリングエコノミーが社会経済に浸透することによって、不動産市場が大きく変化することになるだろう。自用で利用中の不動産と、賃貸中の不動産、未利用状態にある不動産の境目が、空間と時間の両方で曖昧になる。すなわち、自用不動産の一部を不特定多数に賃貸したり、極小規模の未利用スペースを短い時間単位で賃貸するなど、広い意味での不動産賃貸市場の拡大と、企業においては資産の利用効率の向上が生じると考えられる。また、その反面、賃借需要が乏しい不動産では価値低下が一段と進展し、不動産の価値の分布において傾斜が強まるだろう。

市場変化の背景となるのは、ICT の進化によって生じるマイクロまたはマイナーな不動産に対する経済合理性の向上（検索性の向上や、マーケティングおよび取引、料金徴収コストの低下など）で、IoT²¹ がその要素技術として重要な役割を果たすとみられる。

(1) IoT の普及による不動産賃貸借のオンデマンド化

現在でも一部の企業でフリーアドレス制が導入されるなどオフィススペースの変動化が現れており、IoT の低コスト化と普及が進めば、スペースの利用状況が計測可能となってオフィススペースの変動費化が進むだろう。

オフィステナントがフロアや区画単位で長期賃借するだけでなく、シェアオフィスのような形態で時々に必要なスペースだけを賃借することが可能になる。この結果、テナントにおいてはオフィススペースの拡張や縮小の自由度が高まり、貸主においては需給状況を賃料に即時反映させる、ホテル並みのオンデマンド・プライシングが可能となるだろう。その状況において賃貸オフィスという資産は、受動的安定的な資産の性格を脱し、運営状況によって賃貸収益が変動するオペレーショナル・アセットの性格を強めることになる。

(2) 需要の大きい属性の不動産で稼働率（＝活用度）が向上

都心部等の需要の大きい立地に不動産を所有する企業などでは、小分け床の賃貸マーケティングや IoT 管理などの方策を用いて、自社使用不動産の不稼働部分を賃貸化するなど、不動産の活用度を向上させる方法が増加する。ミクロな例として、花火大会の時間帯だけ眺望の良い自社ビルの屋上をイベントに賃貸することができる。この結果、自社ビルの空きスペースなどで市場化されなかった不動産が、オフィススペースを含め、賃貸用として市場に供給されるケースが増えるだろう。

一方で不動産需要の総量が増えなければ、上記の活用で好立地において供給される賃貸不動産が増える分、限界的には、立地など劣後する属性の賃貸不動産は稼働率が低下し賃料水準も低下するだろう。その結果、狭域・広域を問わず、不動産価値の傾斜化が進むと考えられる。

21 Internet of Things の略語。従来インターネットに接続されていなかった建物や設備、自動車などのモノに係るデータが、センサーやアクチュエーター（物理的運動と電気信号の変換器）等を経由しインターネットを通じてコンピューター / サーバーに接続されることによって、これまで捉えられなかった各種の情報を処理、変換、分析、連携し、また、モノのモニタリングやコントロールを精緻に行うことができるようになる。

(3) 一般企業による不動産賃貸への新業態参入

企業等が所有する不動産においてシェアリングエコノミー化、すなわち兼用・共用・小分け賃貸化が進むことは、不動産業でない一般企業において不動産賃貸業に参入する動きが生じることを意味する。

ただし、この場合の不動産賃貸業は自社で保有・賃貸・管理を行う従前の不動産賃貸業態ではなく、マーケティングのプラットフォームを活用し、IoT ベンダーの協力を得て賃貸事業を行う新業態となろう。

(4) 不動産サービスの購入経路の多様化

不動産に関する各種のサービス（例えば設計や内装工事などの技術職、仲介営業職など）を、マッチングプラットフォームを通じて、企業が個人等から購入するケースが増えるだろう。

(5) 不動産の個性が固有の価値を生じさせる

汎用的な需要の多寡を判断基準としたときの不動産価値は、地域や立地等によって傾斜の度合いが強まると考えられるが、一部の需要層だけに強く支持される不動産や、知名度の低いローカルな不動産をマーケティングすることの取引コストが低下するもの、またシェアリングエコノミーの効用の一つである。

不動産に何らかのストーリー性を帯びさせる²²など個性を訴求することによって、マイナーな不動産の価値を高める可能性もまた、増加していくといえよう。

(6) あらゆる不動産が収益不動産化し市場化する

シェアリングエコノミーによって、あらゆる不動産は収益不動産としての活用可能性が広がる。この結果、今以上に、不動産を経済的価値として捉える意識が浸透していく可能性がある。

22 アニメなど映画の舞台として登場し「聖地巡礼」で観光客が増加した地域や、その旅程形状から「昇竜ルート」と名付けて外国人観光客の誘客に成功した地域など。