
シェアリングエコノミー関連調査 2020年度調査結果

株式会社 情報通信総合研究所

2020年12月10日

※本資料は一般社団法人シェアリングエコノミー協会
との共同調査結果をまとめたものです

調査の背景とポイント

調査の背景

- 新型コロナウイルス感染症によって社会・経済が大きく変化
- 社会・経済の変化がシェアリングエコノミーの成長に影響

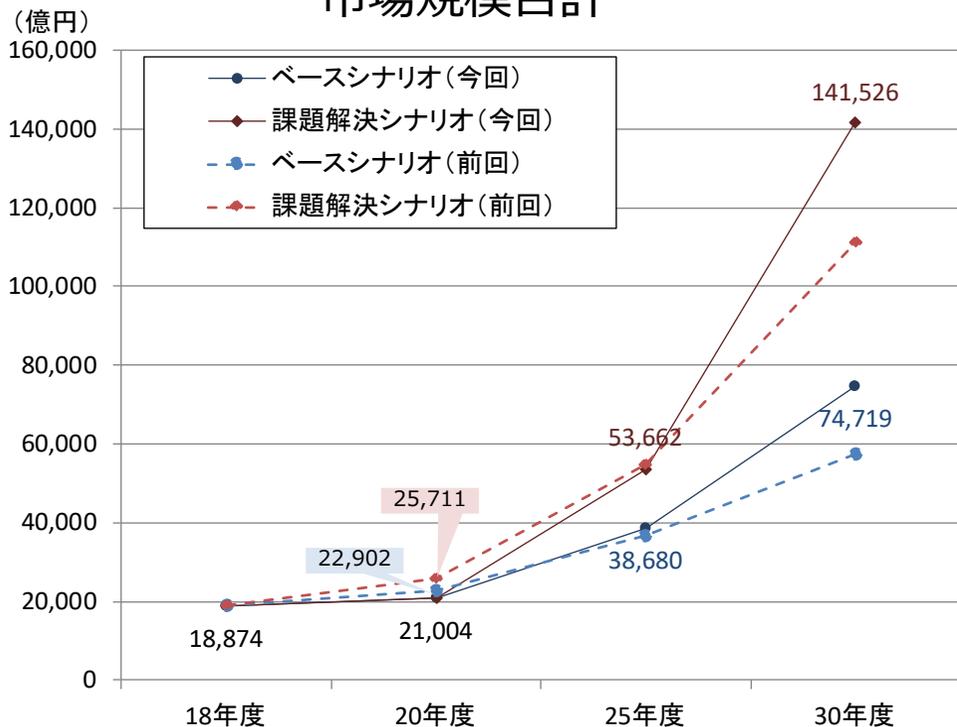
調査のポイント

- 新型コロナウイルス感染症の影響を考慮して市場規模と経済波及効果の予測を実施
- SDGsへの貢献効果の将来予測も実施

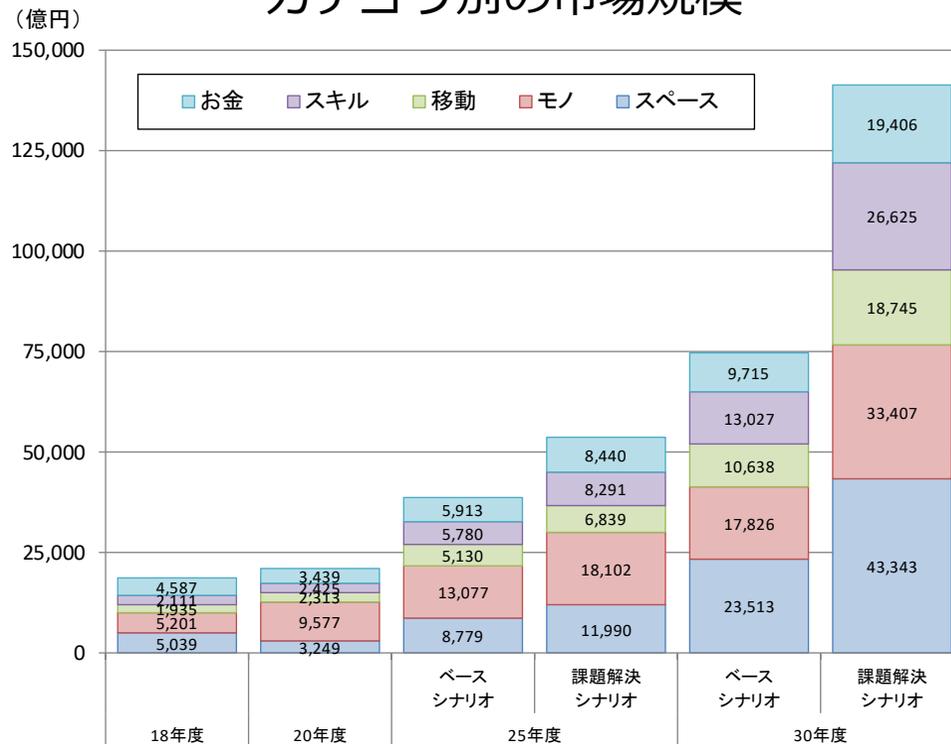
市場規模の推計結果

- 20年度市場規模は**2兆1,004億円**。新型コロナの影響で予測を下回る見通し
- 一方、新型コロナを契機としたシェアサービス利用・利用意向拡大の動きもあり、**30年度予測値は前回調査を上回った**
- 現状ペースで成長すると**7兆4,719億円**（広告業と同程度※）
- 新型コロナによる不安、認知度が低い点等の課題が解決した場合
⇒**30年度は14兆1,526億円に拡大**（不動産業と同程度※）

市場規模合計



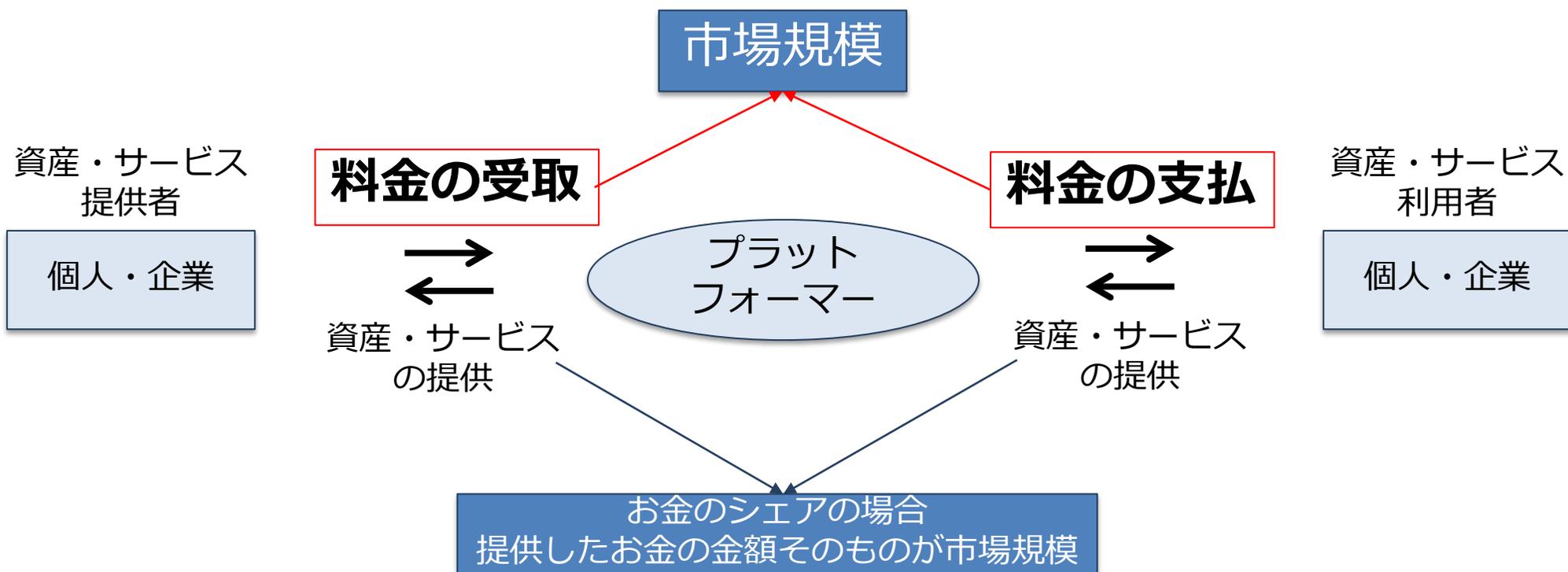
カテゴリ別の市場規模



※ 比較した市場規模は業界動向サーチ (<https://gyokai-search.com/>) の2018-2019年の値（主要企業の有価証券報告書を元に作成）
 広告業7兆4,865億円、不動産業14兆7,659億円

市場規模の定義

- 市場規模は資産・サービス提供者と利用者との取引金額と定義
※プラットフォームの売上ではない
- 対象とするサービスは①インターネット上で資産やスキルの提供者と利用者を結びつける②利用したいときにすぐ取引が成立するもの
- お金のシェアは提供したお金の金額そのもの
※利子やキャピタルゲインは含まない。資産・サービス提供の対価ではない



市場規模の範囲

Cが個人、Bが企業
資産・サービスの「提供者」to「利用者」

カテゴリ		サービス例	含まれる市場類型			
			CtoC	CtoB	BtoC	BtoB
スペース	民泊 (部屋)	Airbnb、STAY JAPAN	○	○	○	
	その他 (駐車場、会議室、イベントスペース等)	akippa、軒先、 スペースマーケット、Spacee	○	○	○	○
モノ	売買 (フリマアプリ等)	メルカリ、ミンネ、ラクマ	○	○	○	
	レンタル (高級バッグ、洋服等)	ラクサス、モノシェア、airCloset	○	○	○	
移動	カーシェア	Anyca、Dカーシェア	○	○	○	
	サイクルシェア	ドコモバイクシェア			○	
	その他 (料理の運搬、買い物代行等)	Uber eats、Twidy	○	○		
スキル	対面型 (家事、育児等)	AsMama、TABICA、タスカジ	○	○		
	非対面型 (記事執筆、データ入力等)	ランサーズ、ココナラ、 クラウドワークス	○	○		
お金	購入型 (必要金額が集まった場合に商品 開発・イベント等を実施)	Makuake、CAMPFIRE、 READYFOR	○	○		
	その他 (寄付、貸付、株式購入等)	JAPANGIVING、Maneo、 セキュリテ、FUNDINNO	○	○		

課題解決シナリオの考え方

- 以下の様に成長の課題が解決する状況を想定した場合の市場規模を算出

成長の課題が解決する状況	
資産・サービス 提供側	新型コロナウイルス感染の不安がなくなる
	ほとんどの人がシェアリングサービスのことを良く知っているようになる
	企業（または個人プロ）ではない個人が提供する資産やサービスを利用するのが当たり前になる
	シェアリングサービスを使ってみて、自分でも資産・サービスの提供をしたいと感じる
	提供できる資産を持つようになる（現在は提供できる資産を持っていない）
	自分が提供したい資産・サービスを提供できるようになる（新しいシェアリングサービスが普及する）
	複数事業者のサービス・情報を集めた「場（プラットフォーム）」が登場し、自分にあったシェアリングサービスがすぐに見つかる
	シェアリングサービスのイメージが良くなる
	副収入が必要になる
	トラブルが起こった場合の保証についての法制度が整備される
	国や自治体が安全性を保証してくれる
	国や自治体がシェアリングサービスを提供する
	誰でも知っているような大企業がサービスを提供する
	サービス利用手続きが簡単になる
	得られる対価が高額になる
	身近な人が資産・サービスを提供するようになる
勤めている会社が副業を許可するようになる	
資産・サービス 利用側	新型コロナウイルス感染の不安がなくなる
	ほとんどの人がシェアリングサービスのことを良く知っているようになる
	企業（または個人プロ）ではない個人が提供する資産やサービスを利用するのが当たり前になる
	資産は自分で購入せずシェアして使う人の方が多くなる
	自分が利用したい資産・サービスを利用できるようになる（新しいシェアリングサービスが普及する）
	複数事業者のサービス・情報を集めた「場（プラットフォーム）」が登場し、自分にあったシェアリングサービスがすぐに見つかる
	シェアリングサービスのイメージが良くなる
	（所得の低下等で）安価な資産・サービスの必要に迫られる
	トラブルが起こった場合の保証についての法制度が整備される
	国や自治体が安全性を保証してくれる
	国や自治体がシェアリングサービスを提供する
	誰でも知っているような大企業がサービスを提供する
	サービス利用手続きが簡単になる
	料金が低額になる
	身近な人が資産・サービスを利用するようになる

新型コロナの影響①

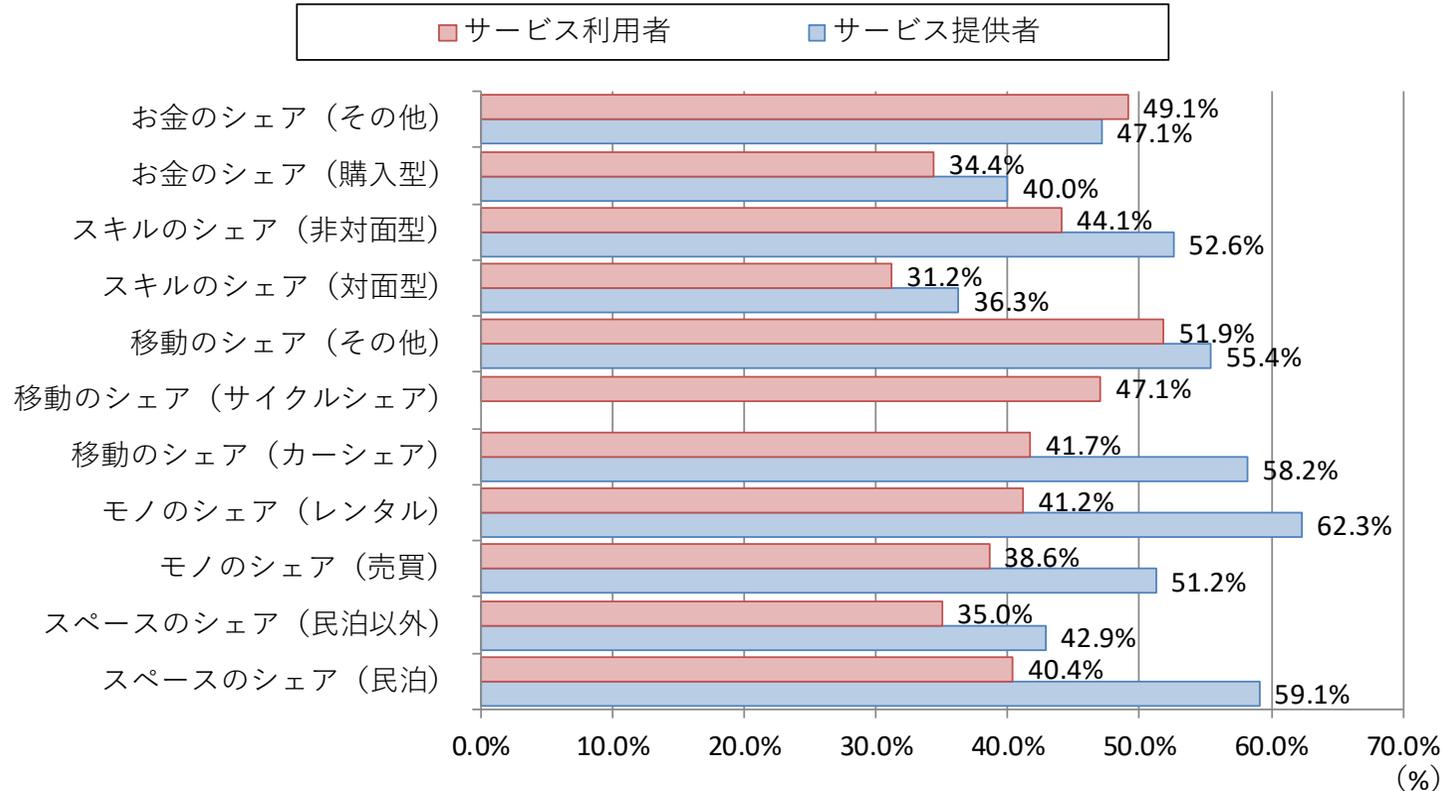
- 新型コロナが市場規模に与える影響はマイナス面とプラス面の双方がある
- インバウンド旅行者利用が多いスペースのシェア（民泊）、人と人が接触するスキルのシェア（対面型）に対してはマイナスの影響が大きい。景気悪化・先行き不透明化によるお金のシェアの提供面へのマイナスの影響も大きい⇒20年度はマイナスの影響が大きいため、市場規模が前回予測を下回る見通し
- オンラインで完結するサービス（モノのシェア、スキルのシェア（対面型）、お金のシェア）や外出回避につながる移動のシェア（食事宅配等）はプラスの影響が大きい⇒30年度は足元のマイナスの影響が緩和されプラスの影響の方が大きくなるため前回予測を上回った

カテゴリ	新型コロナの影響	
	マイナス	プラス
全カテゴリ	• 景気悪化・外出抑制・先行き不透明化等による利用減少	• 収入獲得を目指すサービス提供者増加
スペース	• 旅行者利用の減少（※特に民泊） • 大規模イベントの減少（※特にイベントスペース）	• 特定少数による利用、テレワーク向け利用増加
モノ	• 外出に伴って利用するモノの利用減少	• 買い物に伴う外出を避けるための利用増加
移動	• 旅行者利用の減少	• 近隣地への旅行向け増加 • 公共交通機関から自動車、自転車へのシフト • 買い物に伴う外出、外食等を避けるための利用増加（※食事の宅配等のみ）
スキル	• 人との接触を避けるため減少（※対面型のみ）	• 外出・人との接触を避けるための利用増加（※非対面型のみ）
お金	• イベント中止等による減少	• 趣味嗜好に合った消費ニーズ拡大のため増加（※購入型のみ） • 新型コロナで困窮する医療機関・企業、自治体等への支援（※購入型、寄付型のみ）

新型コロナの影響②

- 新型コロナの影響で、サービス提供者・利用者が拡大したことが確認された
- 20年度にサービス提供・利用を開始した人の中で、新型コロナの影響で開始した人の割合をみると、多くのサービスで提供者の方が大きく、収入獲得のために開始した人が多い（特に部屋、モノ、自動車等既存資産の活用）ことがうかがえる
- サービス利用者では、食事の宅配を含む移動のシェア（その他）や、新型コロナ対応のための寄付を含むお金のシェア（その他）の回答割合が大きい

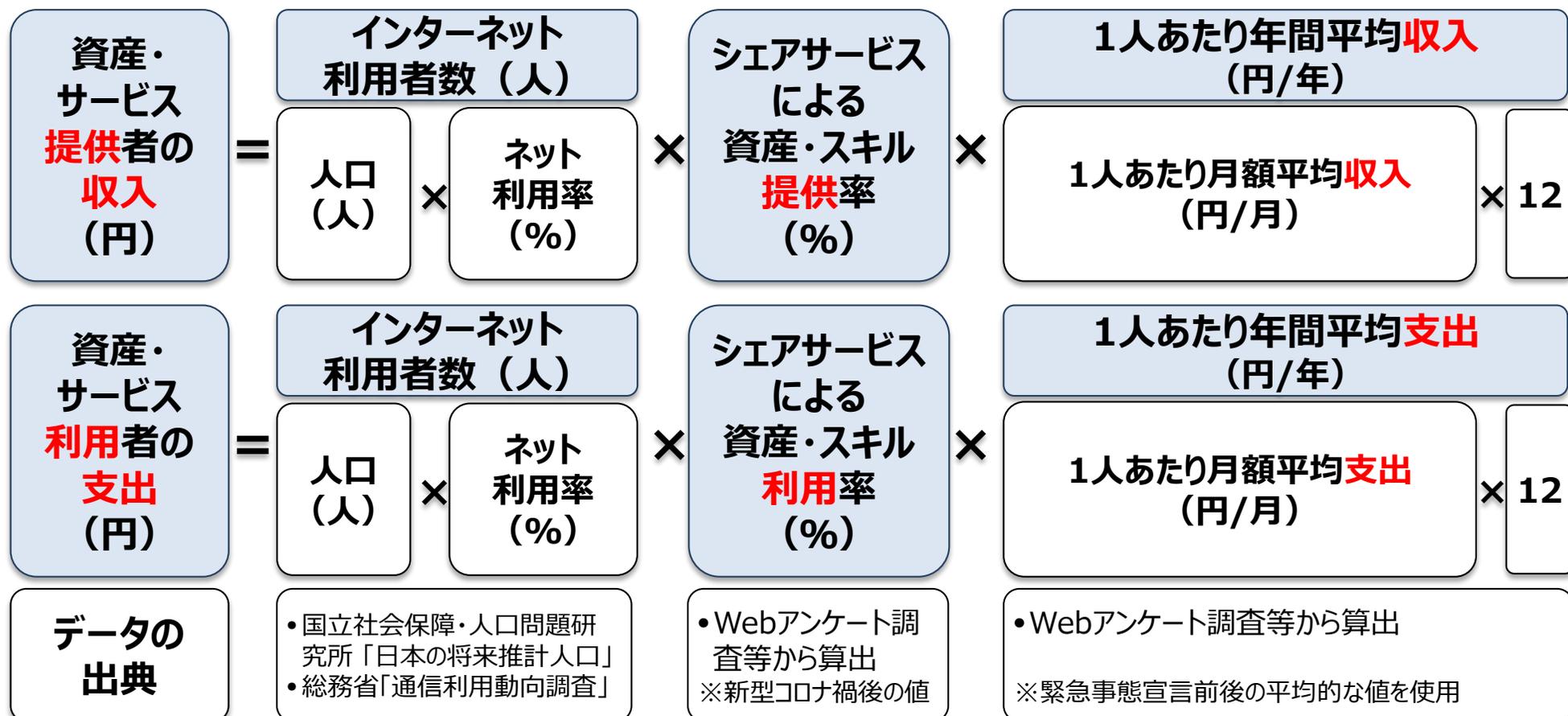
20年度にサービス提供・利用を開始した人の中で新型コロナの影響で開始したという回答割合



市場規模の算出方法①

- まず、Webアンケート調査を活用し、2020年度の個人の資産・サービス提供による収入とサービス利用による支出をサービス別に算出

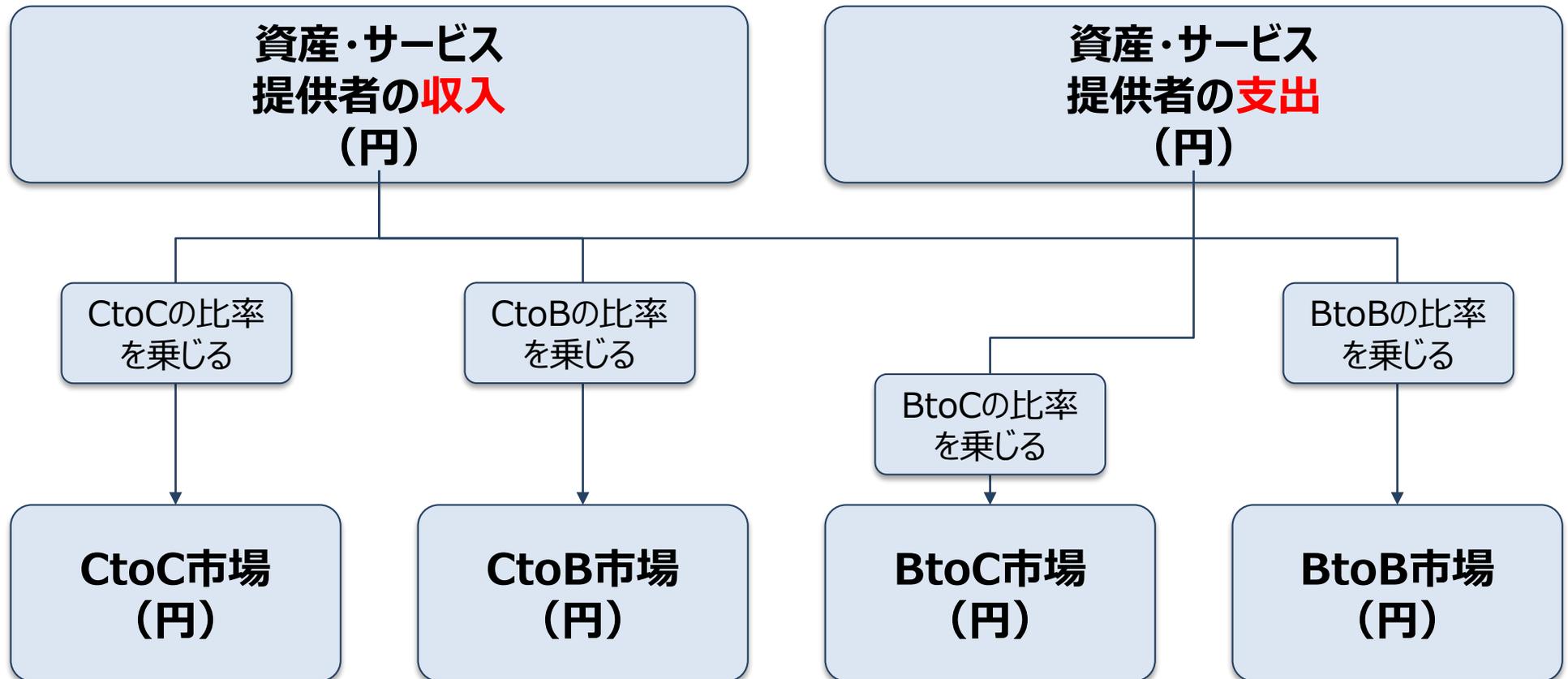
※20代、30代、40代、50代、60代の人を対象。年代別に算出



※ お金のシェアの場合は収入ではなく提供したお金の額、支出ではなく提供されたお金の額を使用して計算。

市場規模の算出方法②

- 次に、個人の資産・サービス提供による収入とサービス利用による支出を元に4市場類型※別の市場規模を算出
- 算出に用いる比率はWebアンケート、事業者ヒアリング等を元に計算

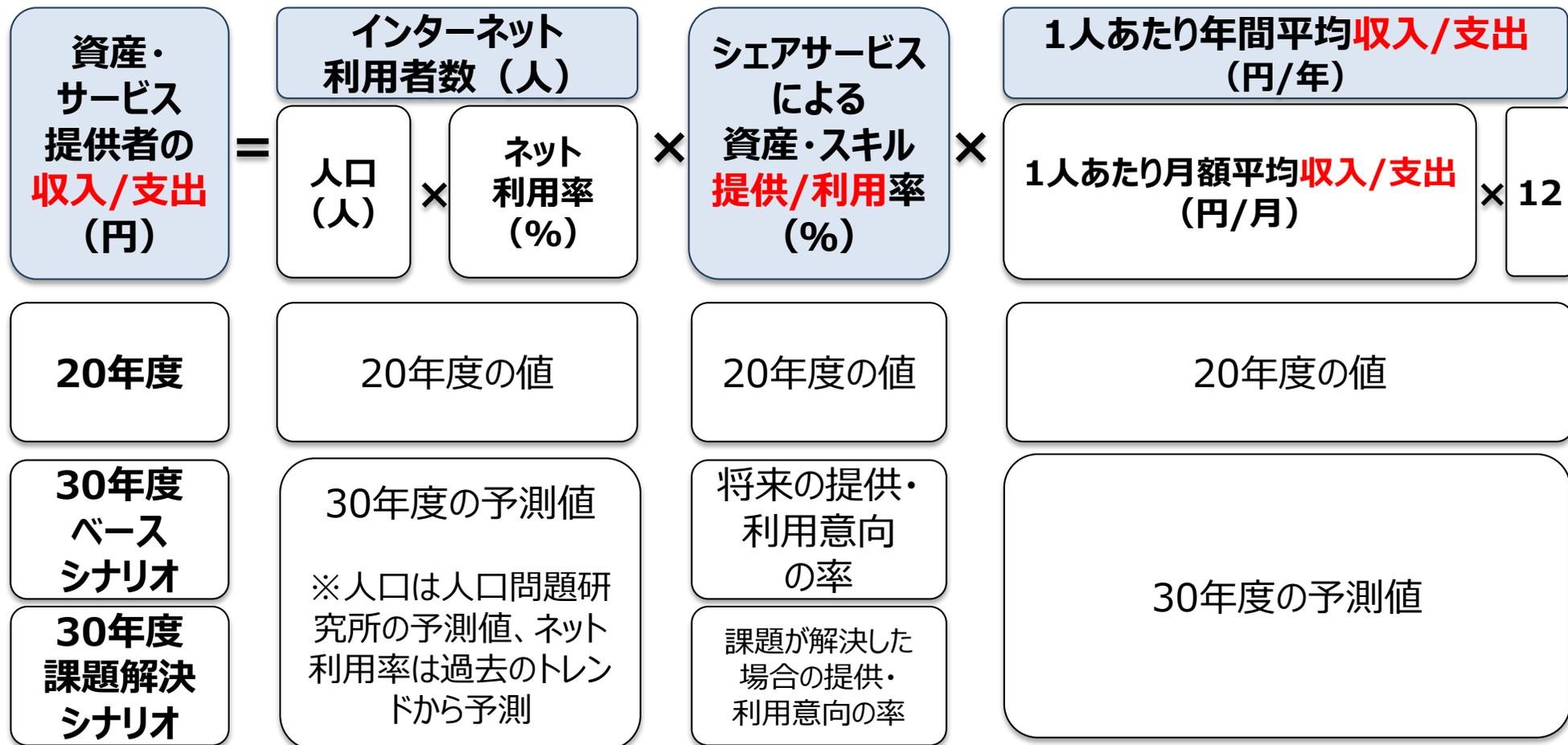


※Cが個人、Bが企業を示し、資産・サービスの「提供者」to「利用者」で表記

市場規模の算出方法③

- 2030年度の算出方法は2020年度と同様だが、個人の資産・サービス提供による収入とサービス利用による支出の算出に用いる各項の値が異なる

※各数値はヒアリング情報、公表情報等も活用して計算

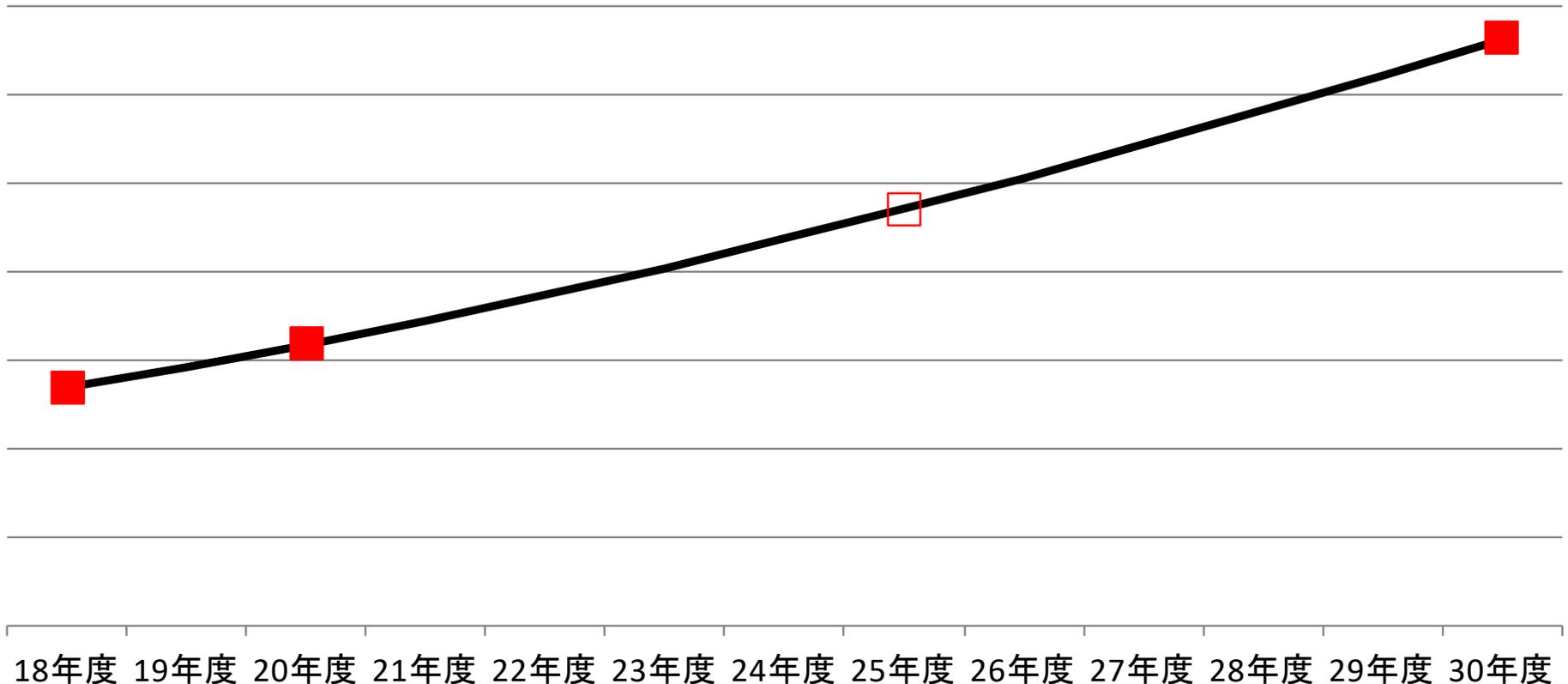


市場規模の算出方法④

- 2025年度の市場規模は、2018年度、2020年度、2030年度の市場規模を元にロジスティック曲線をあてはめて推計

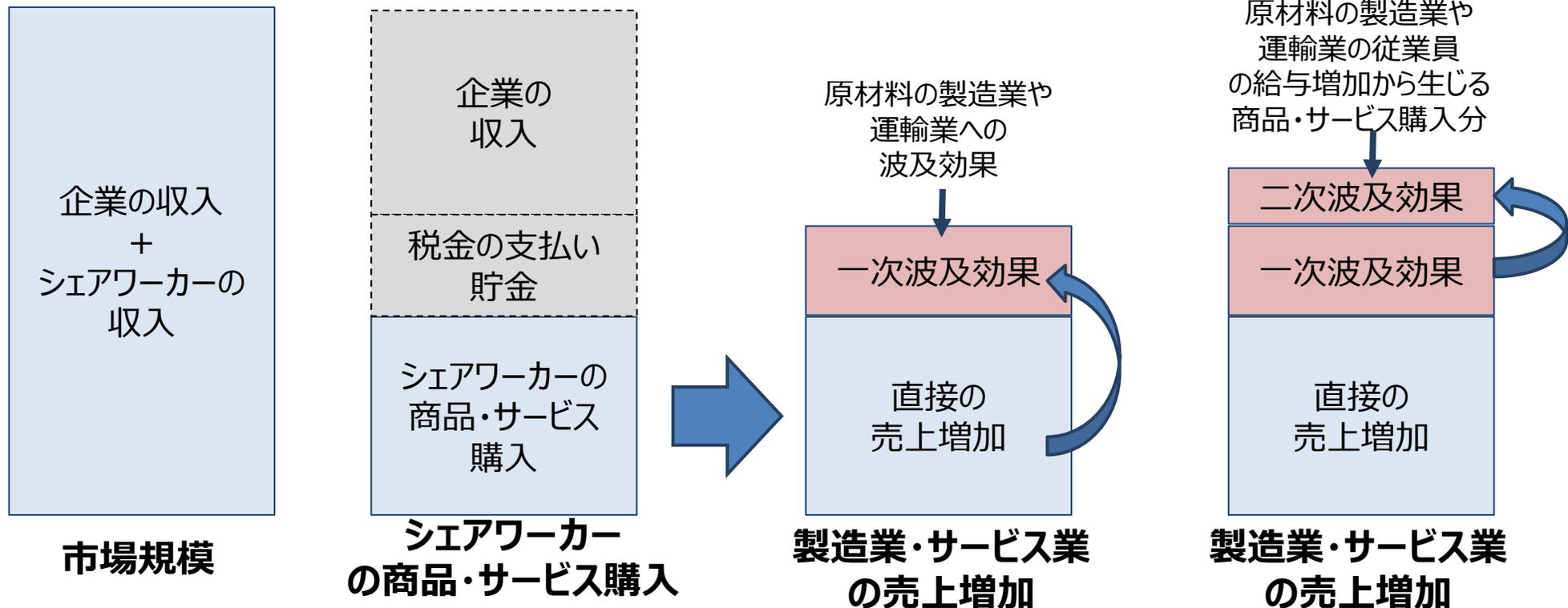
- ロジスティック曲線：市場規模 = $\frac{\alpha}{(1+e^{-\beta \cdot (T-\gamma)})}$

※サービス普及の予測によく用いられる



既存産業への経済波及効果の推計

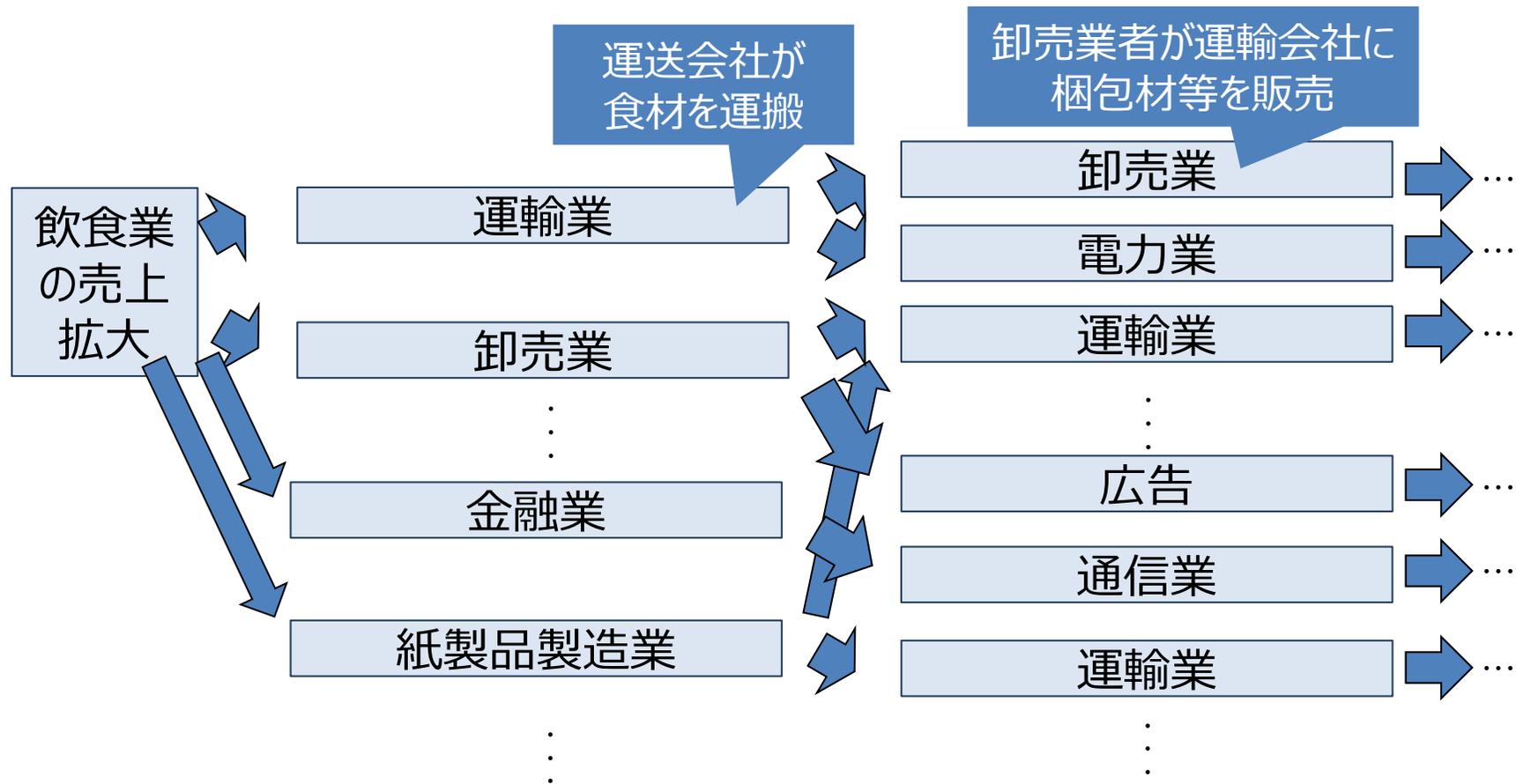
- シェアワーカー※の収入が拡大することで、商品やサービスの購入が増加して、既存の製造業やサービス業の売上が拡大する
- そこで、購入される商品の原材料の製造業や商品を輸送する運輸業への影響まで含めた経済波及効果を計測
- 今回は原材料の製造業や運送業の売上増加から生じる二次波及効果も合わせて計測



※プラットフォームを通じて収入を得る個人のこと

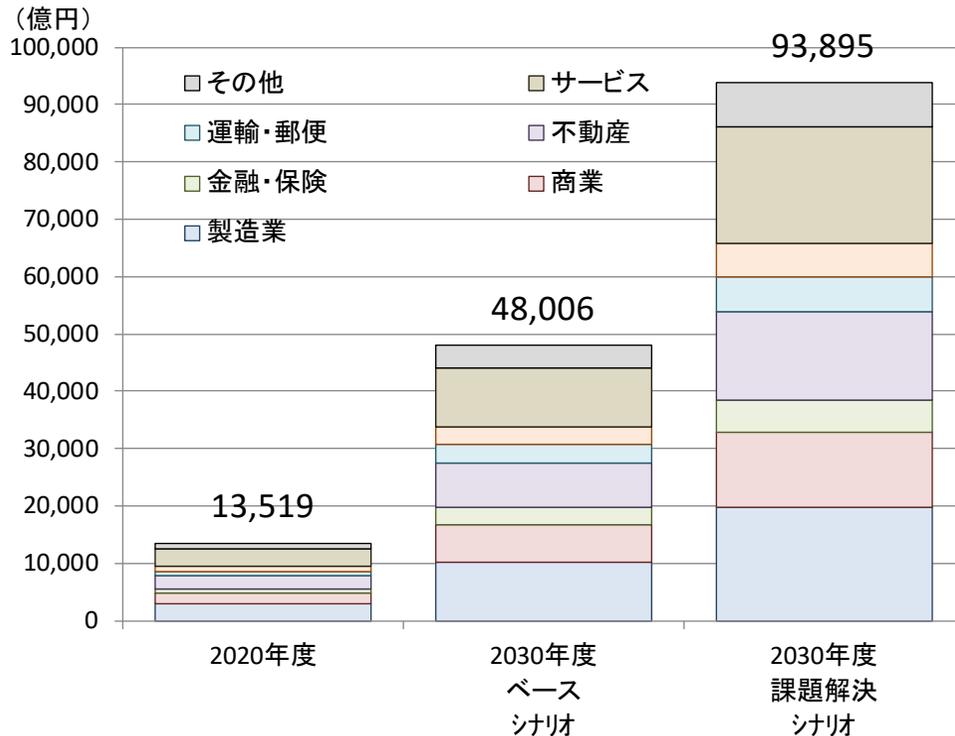
既存産業への経済波及効果の例

- シェアワーカーが得た収入で飲食店で食事をすると、飲食店だけでなく 運輸業や卸売業等様々な企業の売上拡大につながる
- これらを全て合計した金額が経済波及効果



既存産業への経済波及効果推計結果

- 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20年度で**1兆3,519億円**
- 30年度はベースシナリオで**4兆8,006億円**、課題解決シナリオで**9兆3,893億円**
- シェアリングエコノミーの成長は既存産業へもかなり好影響を与えることが分かる



単位：億円

	2020年度	2030年度 ベース シナリオ	2030年度 課題解決 シナリオ
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

※ 産業連関分析の手法を用いて算出

SDGsへの貢献効果

- シェアリングエコノミーはSDGsの多くの項目に貢献
- この一部を抽出して計測した効果（2020年11月調査※参照）の将来予測を実施

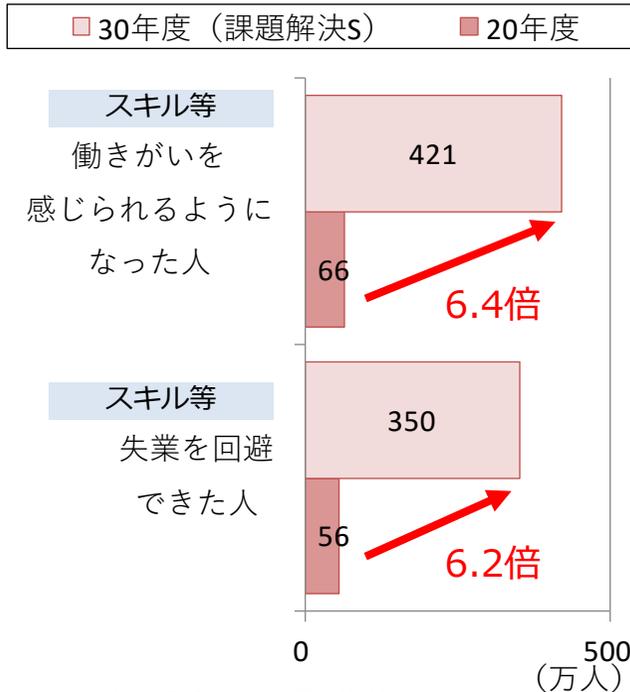
※ <https://sharing-economy.jp/ja/wp-content/uploads/2020/11/84458750915acdffc1480c8f68f23474a.pdf>

SDGsへ貢献するシェアリングエコノミーの効果の例	対応するSDGs
•医療・介護サービスが受けられる人の増加（医療・介護スキル）	3 すべての人に健康と福祉を
•ニーズに合う教育を受けられる人の増加（教育スキル）	4 質の高い教育をみんなに
•労働参加できる女性の増加（育児・家事スキル、クラウドソーシング）	5 ジェンダー平等を実現しよう
• <u>失業を回避できる人（全カテゴリ）</u> • <u>働きがいを感じる人の増加（民泊、スキル全般）</u>	8 働きがいも経済成長も
•観光振興（民泊、体験スキル）、企業支援・関係人口増加（専門スキル）	9 産業と技術革新の基盤をつくろう
• <u>移動手段の確保・移動費用の減少（移動全般）</u> • <u>買い物のための移動の負担減少（買い物代行）</u> •都市周辺部と農村部の交流拡大（全カテゴリ）	11 住み続けられる街づくりを
• <u>新品を購入する人の減少・ゴミの減少</u> ・ゴミ処理に伴うCO2排出の減少（スペース、モノ、移動） •エネルギー消費の減少（サイクルシェア、相乗り）	12 つくる責任つかう責任
	13 気候変動に具体的な対策を

SDGsへの貢献効果：20～30年度の成長予測

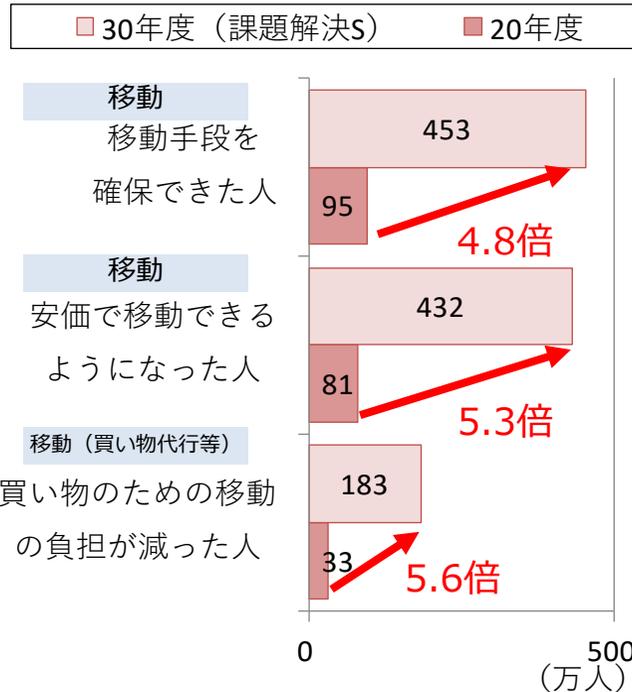
8 働きがいも経済成長も

- シェアエコによって初めて働きがいを感じられるようになった人が6.4倍（355万人増）、シェアエコによって失業を回避できた人が6.2倍（294万人増）に拡大し、経済成長への貢献



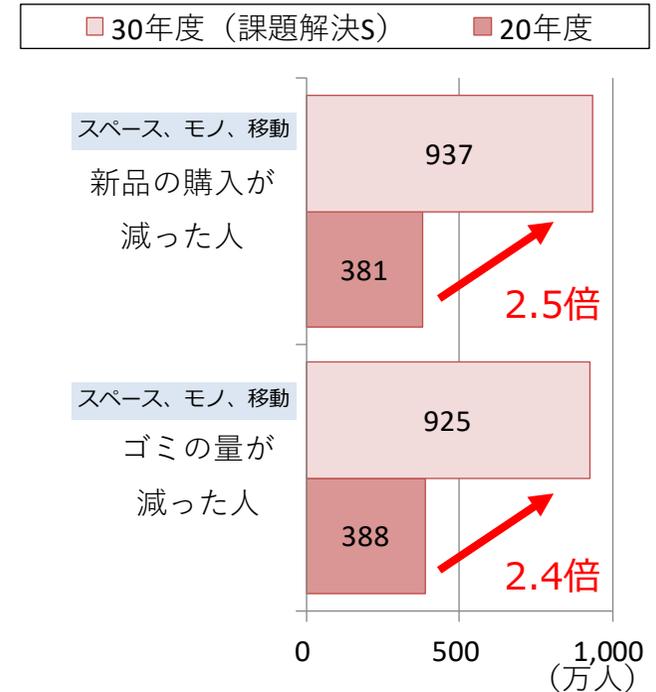
11 住み続けられる街づくりを

- シェアエコによって初めて移動手段を確保できた人が4.8倍（357万人増）、移動の費用・負担を軽減できた人が5.3倍（351万人増）、移動の負担が減った人が5.6倍（151万人増）に拡大し、住み続けられるまちづくりに貢献



12 つくる責任つかう責任

- 新品購入が減少した人が2.5倍（557万人増）、ゴミの量が減少した人が2.4倍（537万人増）に拡大し、持続可能な生産消費形態の確保に貢献



※ 民泊、相乗り、料理輸送等も含む

参考：アンケート調査概要

調査名称：シェアリングサービスに関するアンケート調査

調査手法：Webアンケート調査（プレ調査、本調査の2段階）

調査対象：調査会社のWebモニター、20代～60代の男女

調査時期：2020年10月14日～26日

<プレ調査回答数> ※シェアサービスの提供率・利用率等の算出に使用

20代	30代	40代	50代	60代	合計
3,980	5,016	6,026	6,985	7,942	29,949

<本調査回答数> ※上記以外のシェアサービスの一か月あたりの収入・支出等の算出に使用

20代	30代	40代	50代	60代	合計
515	508	529	539	522	2,613

※ 移動のシェアサービスに含まれる相乗りサービスも調査対象としたが、違法なサービスが含まれる影響が大きい可能性を排除できないため、最終的な市場規模・経済波及効果の推計からは除外した

調査報告書の販売について

- アンケート調査結果を詳細に分析した報告書及びデータ集を販売しています。詳しくは販売ページをご覧ください。

■ 2021年シェアリングエコノミー調査報告書・データ集の販売ページ

URL: <https://www.icr.co.jp/publicity/3703.html>

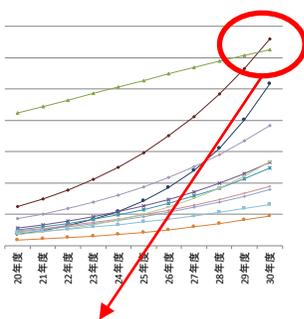
問合せ先：山本悠介(E-mail：yamamoto@icr.co.jp)、会社代表(Tel：03-3663-7500)

報告書の主な内容・得られる示唆

市場規模（含む新型コロナの影響）

スペース	民泊
	その他
モノ	売買
	レンタル
移動	カーシェア
	サイクルシェア
	その他
スキル	対面型
	非対面型
お金	購入型
	その他

- 11サービス別
- 20～30各年度

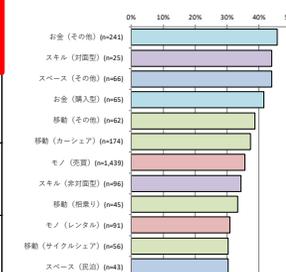


- 企業の事業連携や金融機関・投資家の出資の対象として有望なサービスが分かります。
- 新型コロナ後にユーザが増えたサービスも分かります。

社会とのつながり、SDGs等

社会とのつながり
助けを求める相手がいる
孤立感を感じない
社会での有用性を感じる
地域活動へ積極的参加
自然とのつながり

- サービス別
- 提供・利用別
- 年代別



- ユーザ間のつながりの強さを利用して、口コミで利用を広げるのに適した商品・サービスのクロスセル等を行う際に、有効なターゲットとなるサービスと年代等が分かります。

本資料に関するお問い合わせ先

株式会社情報通信総合研究所
〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町2-14-10
アーバンネット日本橋ビル
<http://www.icr.co.jp/>

ICTリサーチ・コンサルティング部
山本悠介
E-mail : yamamoto@icr.co.jp
Tel : 03-3663-7152
FAX : 03-3663-7660

