
シェアリングエコノミー関連調査 2022年度調査結果 (市場規模)

株式会社 情報通信総合研究所

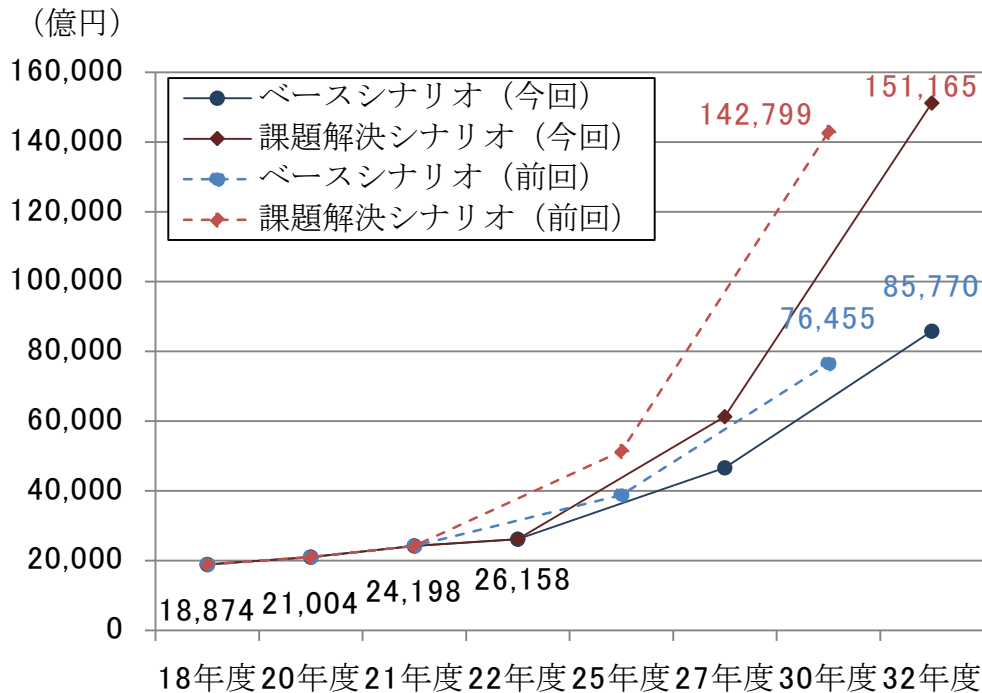
2023年1月

※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

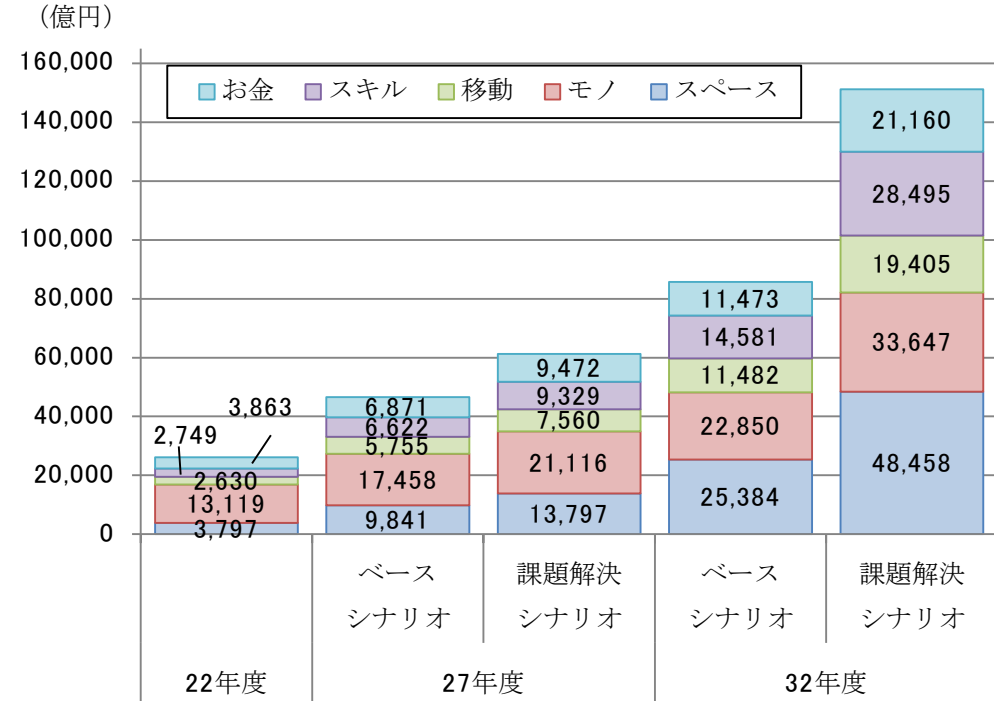
市場規模の推計結果

- 22年度市場規模は**2兆6,158億円**。前年度比8.1%増加
- コロナ禍後に急激に利用が拡大した一部のサービスは反動で成長が鈍化
- 32年度予測値は前回調査の30年度予測より更に拡大
- 現状ペースで成長すると32年度は**8兆5,770億円**（ドラッグストアと同程度※）
- 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
⇒**32年度は15兆1,165億円に拡大**（コンビニ売上の1.3倍弱※）

市場規模合計



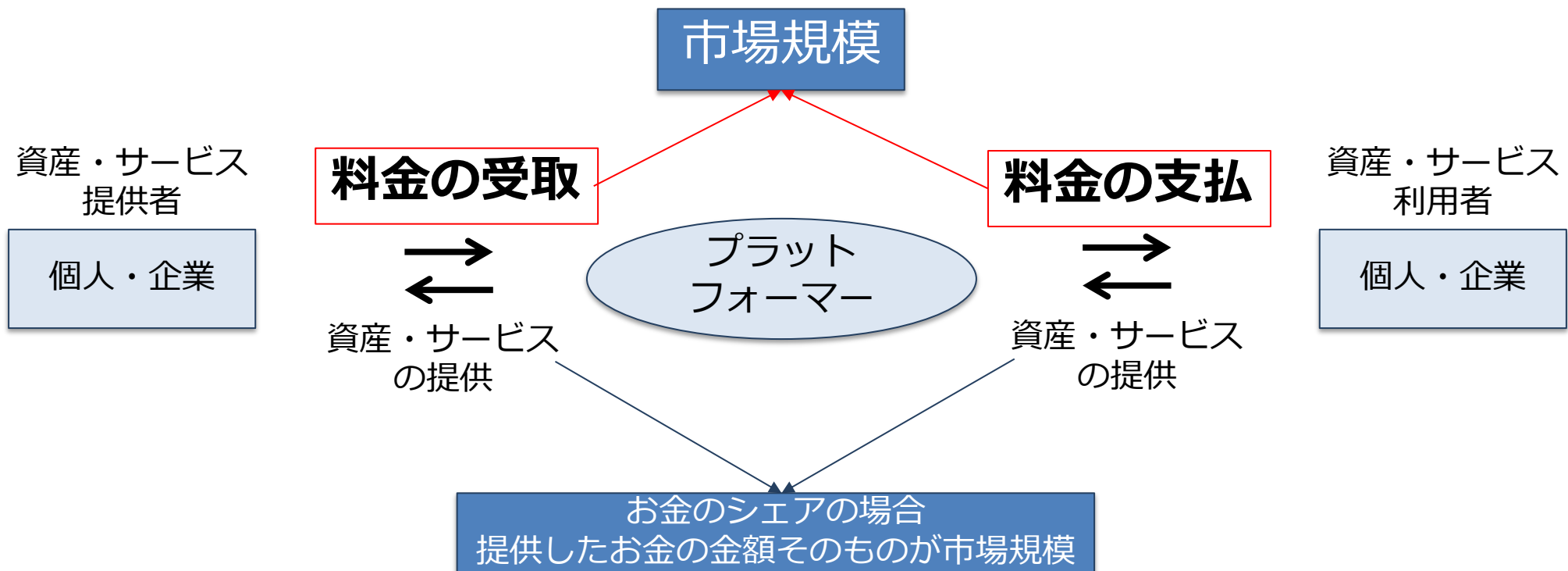
カテゴリ別の市場規模



※ 比較した市場規模は、日本チェーンドラッグストア協会「第22回(2021年度)日本のドラッグストア実態調査(結果速報)」におけるドラッグストア業界の2021年度売上高8兆5408億円、経済産業省の「商業動態統計」の2021年のコンビニエンスストアの販売額11兆7,601億円。

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)	ADDress、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、minne、ラクマ、 AsMama「ロキャピ」	○	○	○	
	レンタル (高級バッグ、洋服等)	ラクサス、モノシェア、CLAS、 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 バイクシェアサービス			○	
	その他 (料理の運搬、買い物代行等)	Uber Eats、ツイディ	○	○		
スキル	対面型 (家事、育児等)	AsMama「子育てシェア」、aini、 タスカジ、タイミー、おてつたび	○	○		
	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、ストアカ	○	○		
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	○	○		
	その他 (寄付、貸付、株式購入等)	READYFOR、 maneo、FUNDINNO	○	○		

課題解決シナリオの考え方

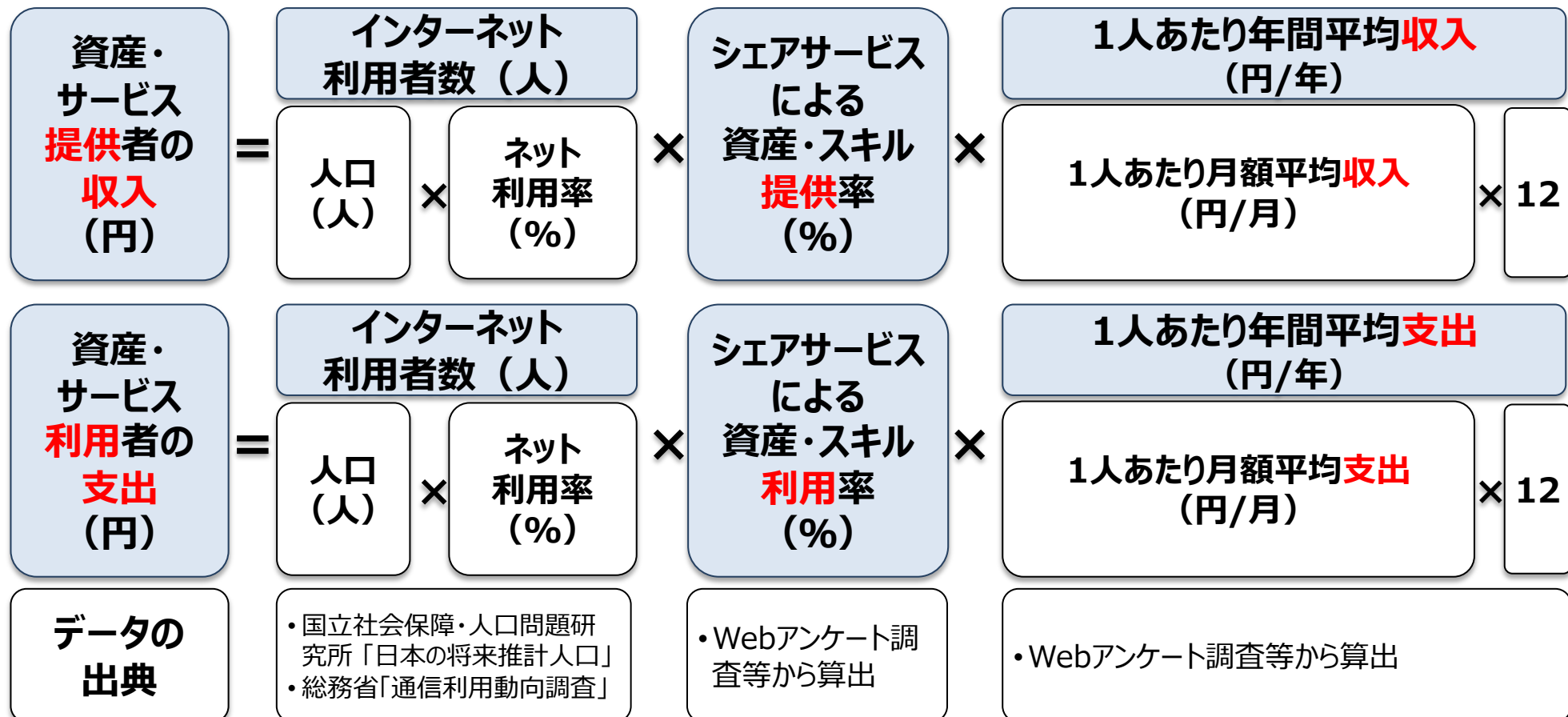
- 以下の様に成長の課題が解決する状況を想定した場合の市場規模を算出

	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

市場規模の算出方法①

- まず、Webアンケート調査を活用し、2022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

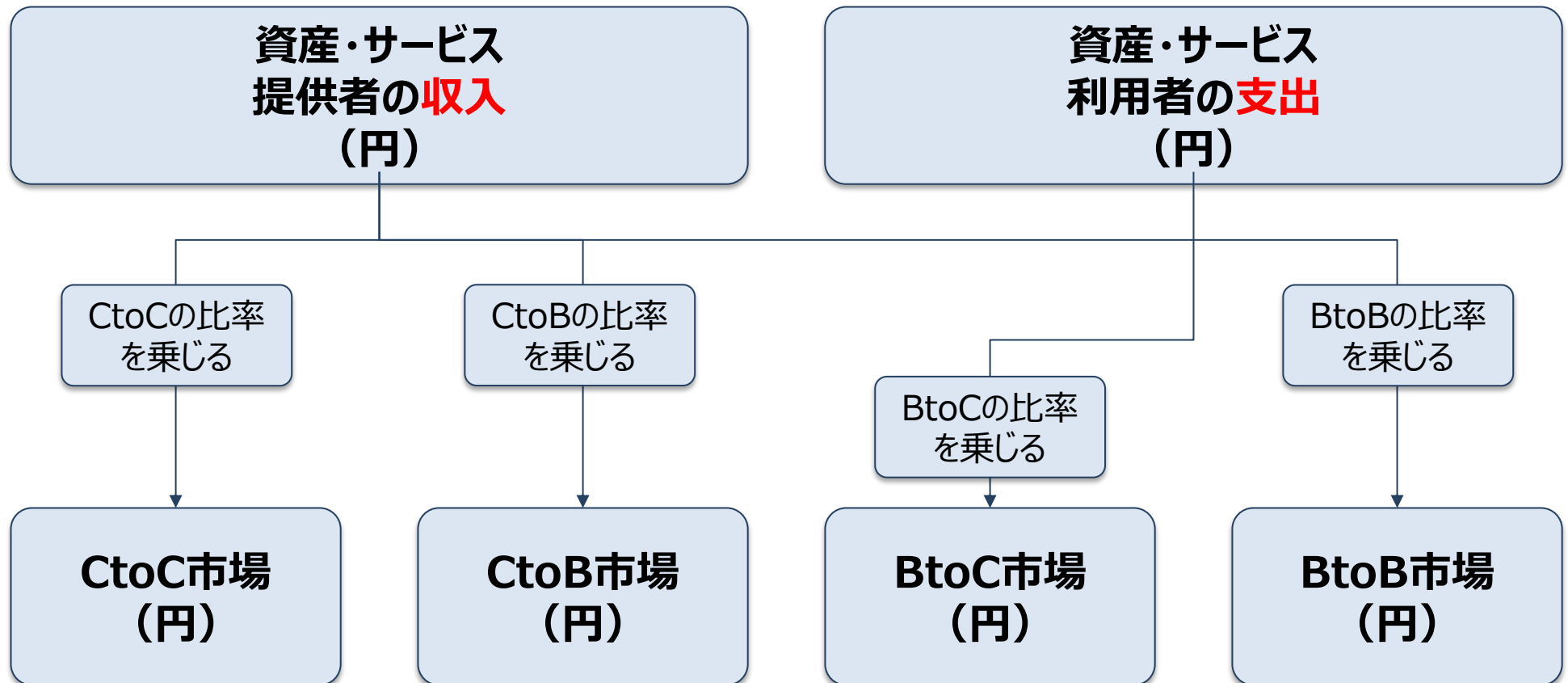
※20代、30代、40代、50代、60代の人を対象。年代別に算出



※ 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

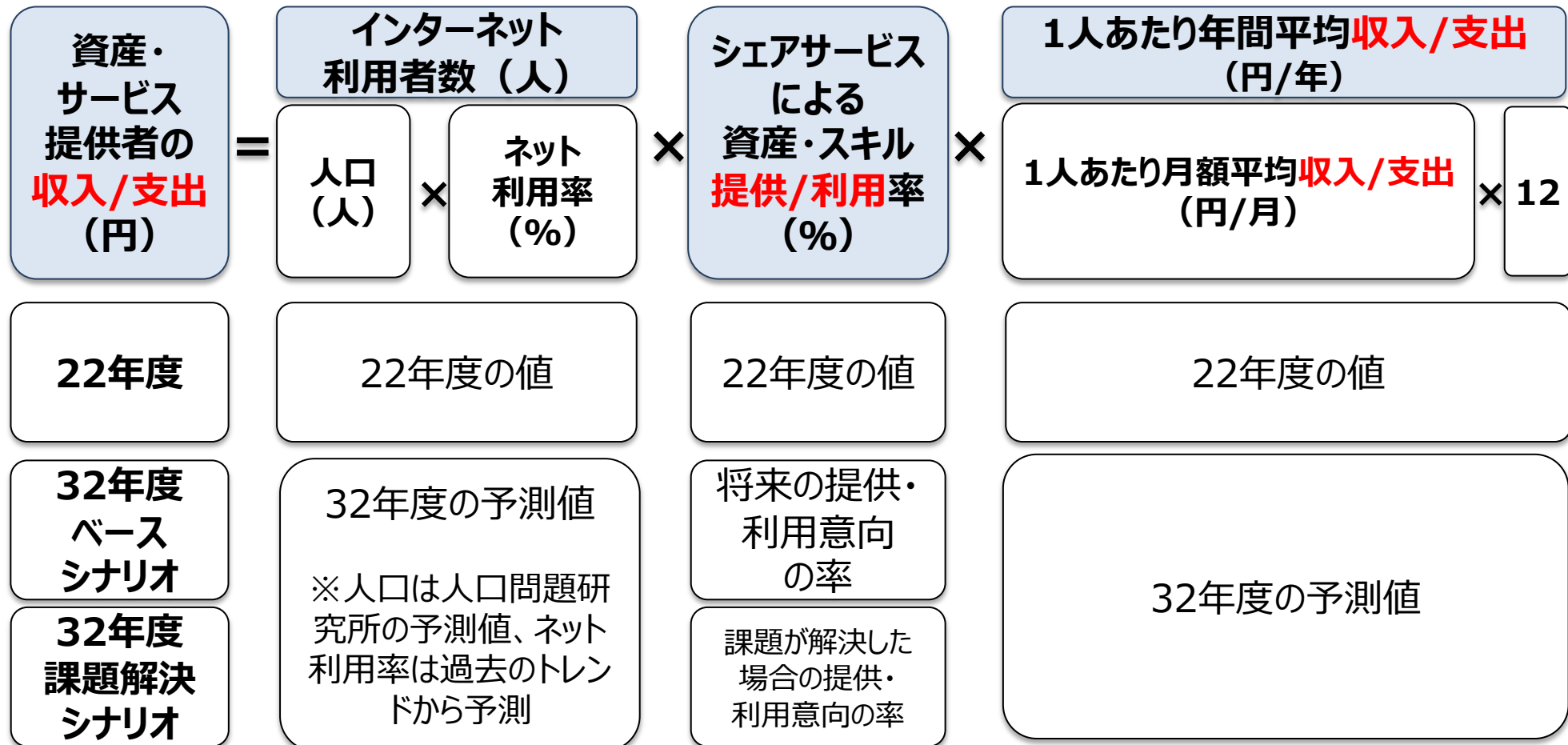


※Cが個人、Bが企業を示し、資産・サービスの「提供者」to「利用者」で表記

市場規模の算出方法③

- 2032年度の算出方法は2022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

※各数値は過去のアンケート、ヒアリング情報、公表情報等も活用して計算

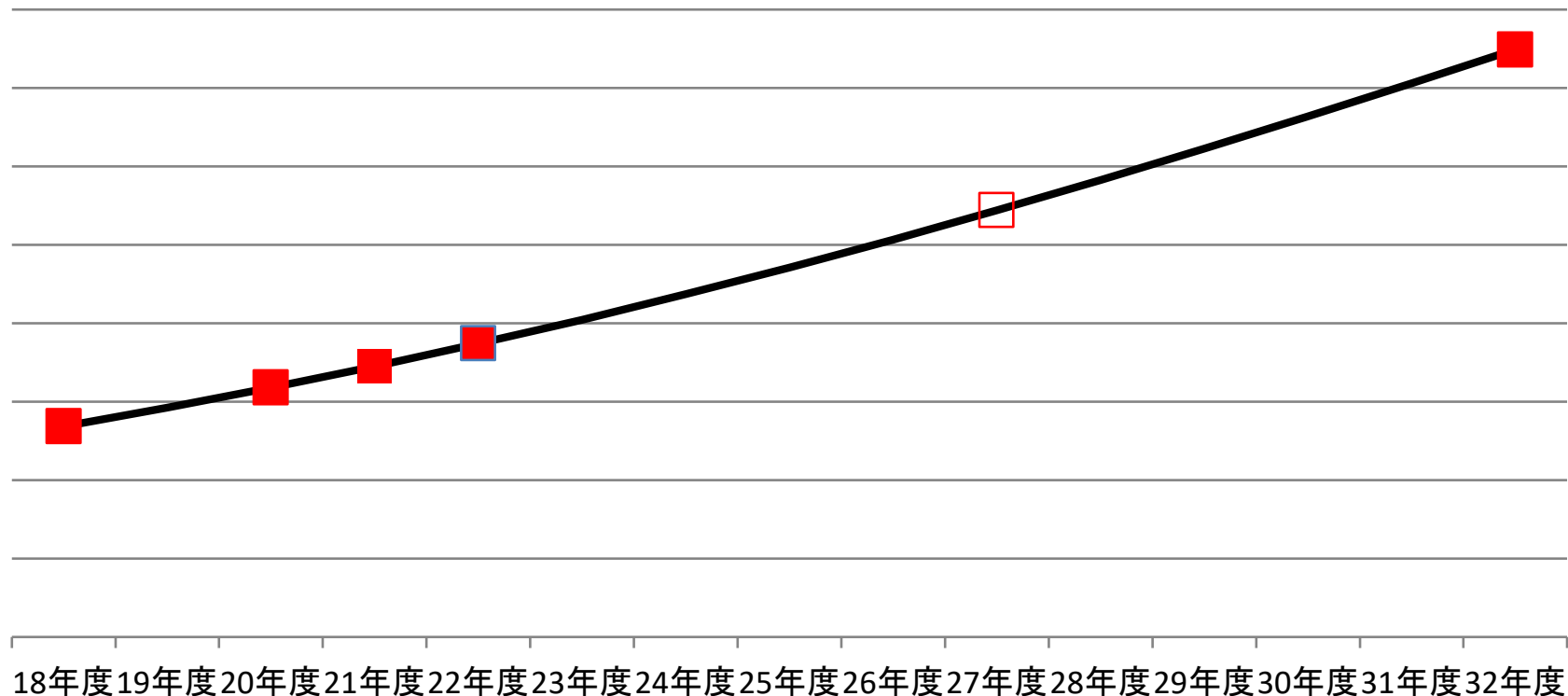


市場規模の算出方法④

- 2027年度の市場規模は、2018年度、2020年度、2021年度、2022年度、2032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 = $\frac{\alpha}{(1+e^{-\beta \cdot (T-\gamma)})}$

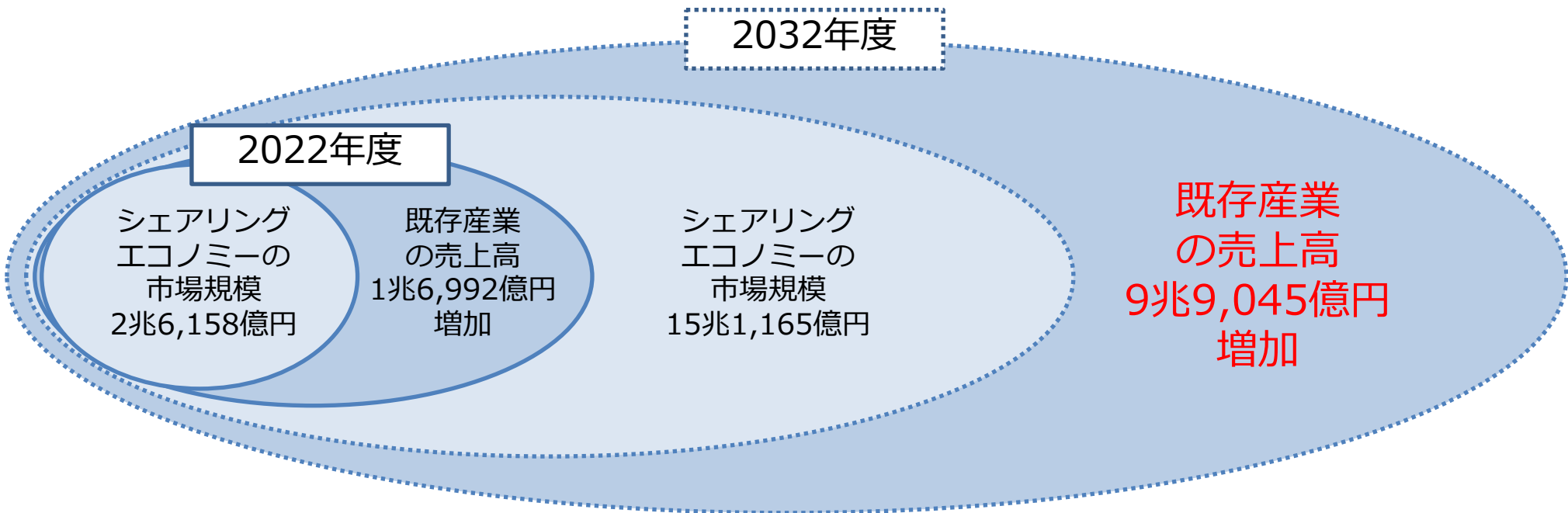
※サービス普及の予測に良く用いられる



既存産業への経済波及効果推計結果

- シェアリングエコノミー市場の成長によってシェアワーカー※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産業の売上が増加するという経済波及効果が生まれる

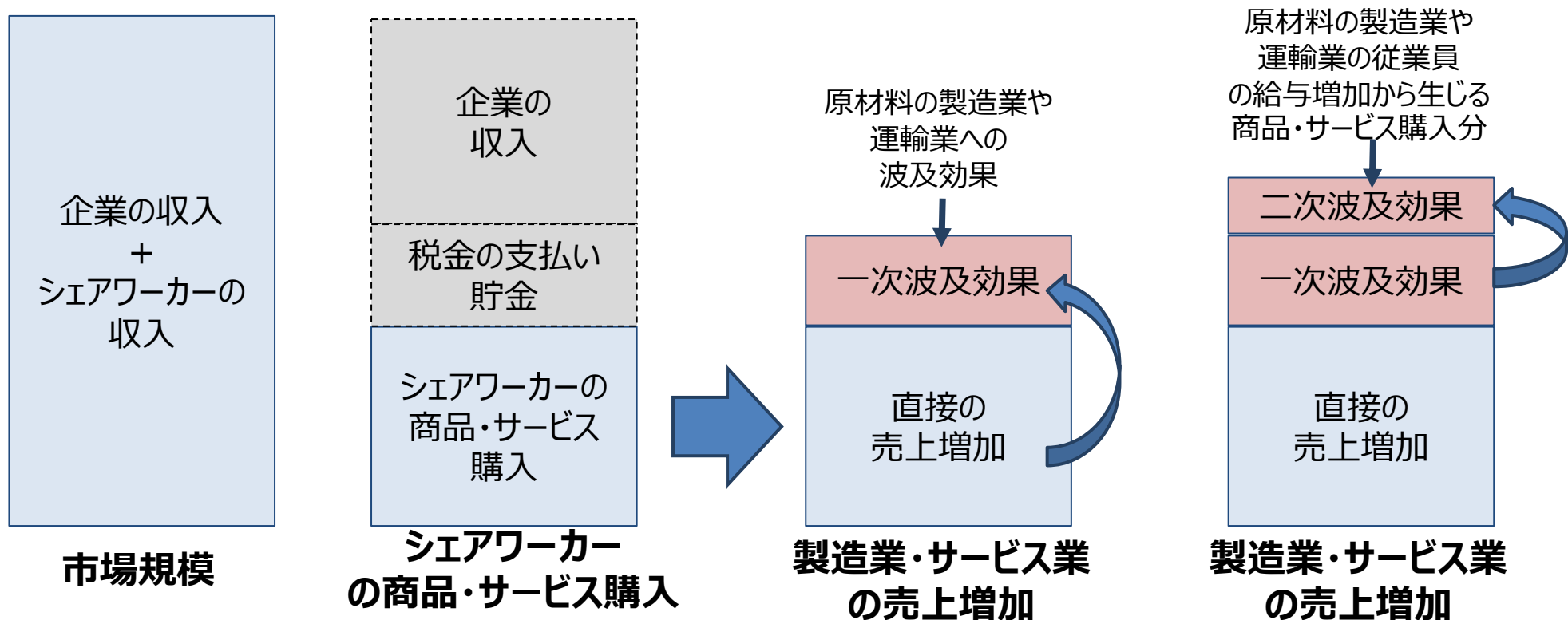
⇒経済波及効果は2032年度で10兆円弱まで拡大する見通し



※プラットフォームを通じて収入を得る個人のこと

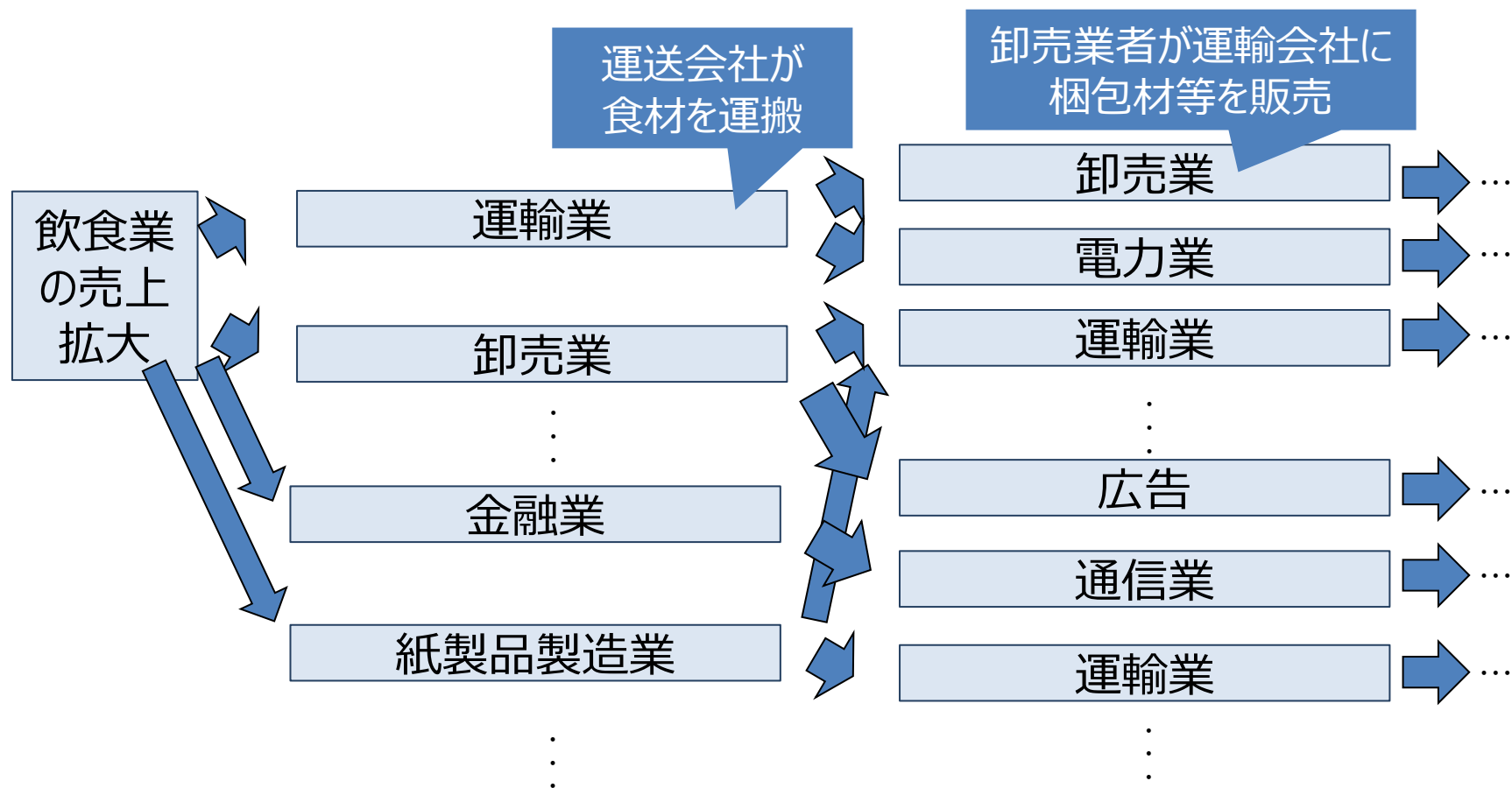
既存産業への経済波及効果の推計

- 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



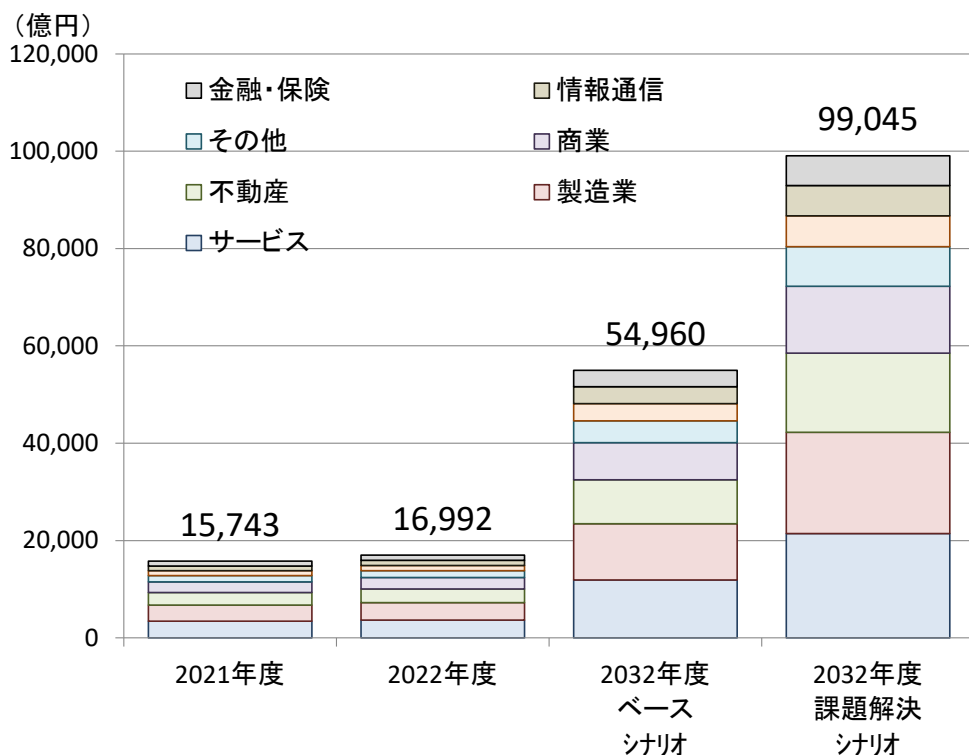
既存産業への経済波及効果の例

- シェアワーカーが得た収入で飲食店で食事をする、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の産業別推計結果

- 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22年度で**1兆6,992億円**
- 32年度はベースシナリオで**5兆4,960億円**、課題解決シナリオで**9兆9,045億円**
- 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

	2021年度	2022年度	2032年度 ベース シナリオ	2032年度 課題解決 シナリオ
サービス	3,404	3,674	11,885	21,418
製造業	3,310	3,572	11,554	20,822
不動産	2,590	2,796	9,043	16,296
商業	2,179	2,352	7,606	13,708
その他	1,298	1,401	4,532	8,168
運輸・郵便	1,001	1,080	3,495	6,298
情報通信	995	1,074	3,474	6,261
金融・保険	966	1,042	3,371	6,075
合計	15,743	16,992	54,960	99,045

※ 産業連関分析の手法を用いて算出

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：2022年9月29日～10月6日、10月4日～8日

※プレ調査は追加回収を含む

＜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
5,380	6,793	7,963	9,730	10,186	40,052

＜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
566	542	535	535	541	2719

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

