

付加価値源泉の構造的変化の可能性と シェアリングエコノミーの拡大

株式会社大和総研

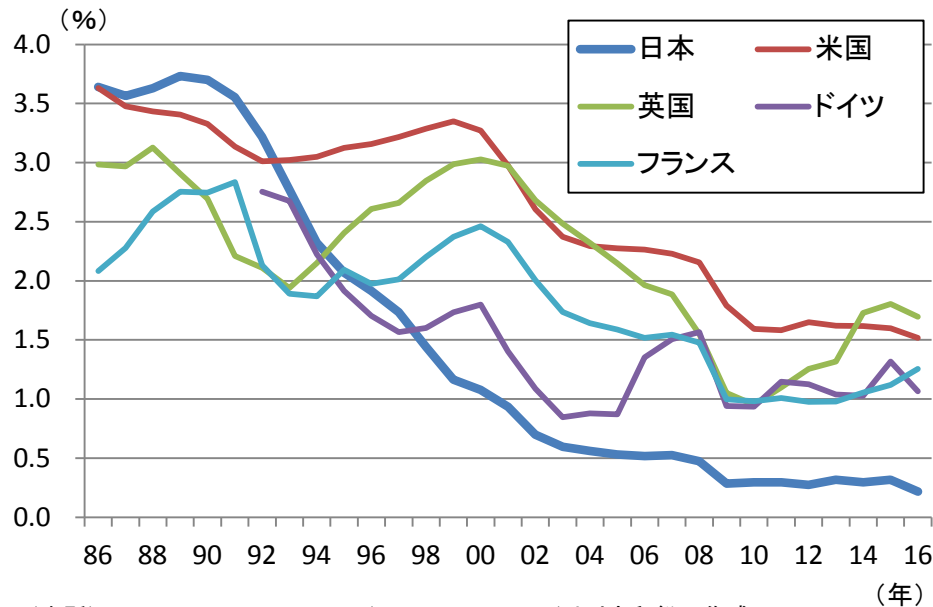
政策調査部長

鈴木 準

2017年10月23日

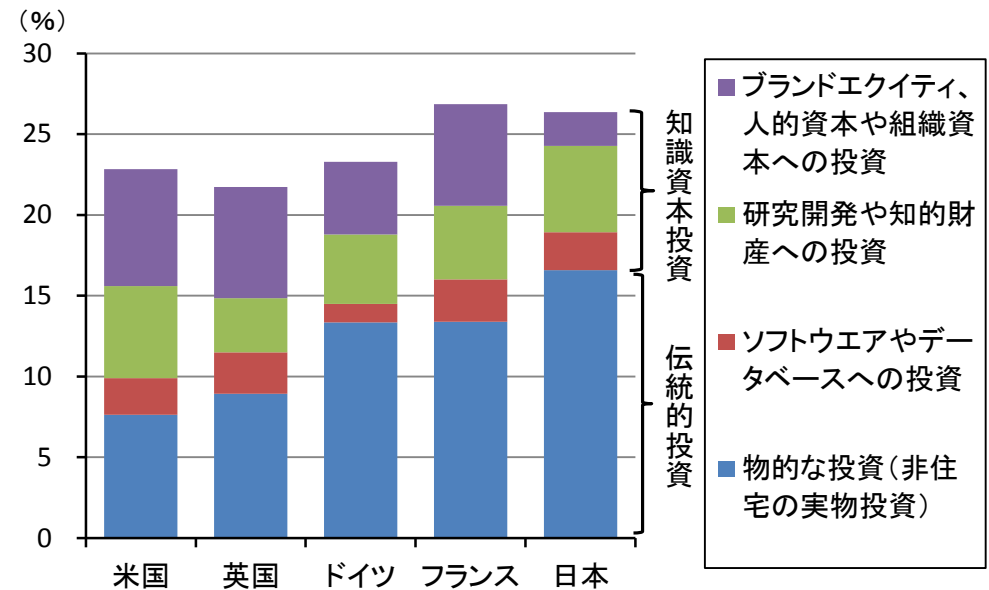
低下著しい日本経済の実力

潜在成長率の推移



(出所) OECD "Economic Outlook" (No.100 Nov. 2016)より大和総研作成

伝統的投資と知識資本投資



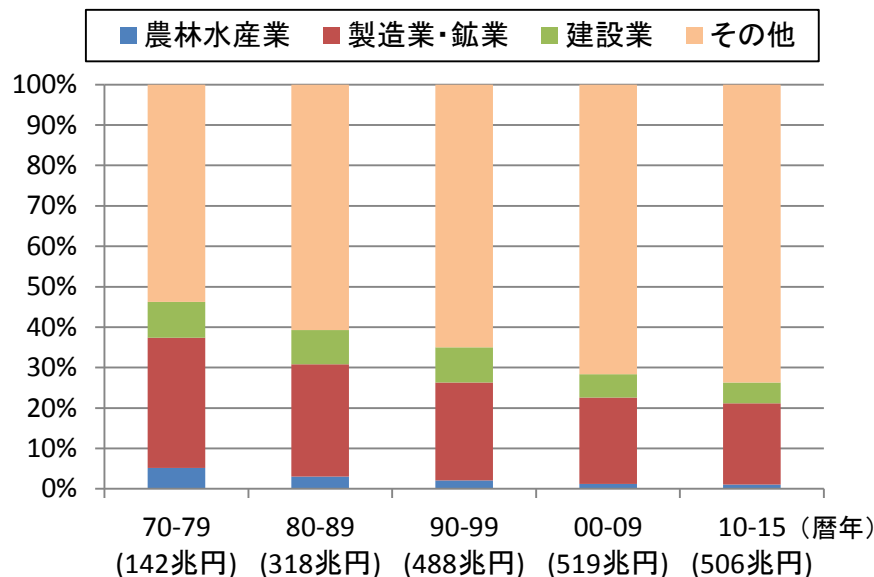
(注) 2010年の値(日本のみ2008年)。産業部門の付加価値生産額(GDP)に対する割合。

(出所) "OECD Science, Technology and Industry Scoreboard"より大和総研作成

- 現時点ではチャージングさに欠ける日本経済。しかし、発射台が低いこと自体が、イノベーションの原動力となる可能性も大きい。
- 伝統的な設備投資や事業再編への取組み強化といった投資だけではなく、情報化投資、人的資本投資、経営ノウハウの体系化・ブランド形成やマーケティングのための投資などの知識資本投資の拡大ポテンシャルが大きい。そうした投資が何をもたらすかは未知の部分も大きい。

「名目GDP600兆円」経済を目指して

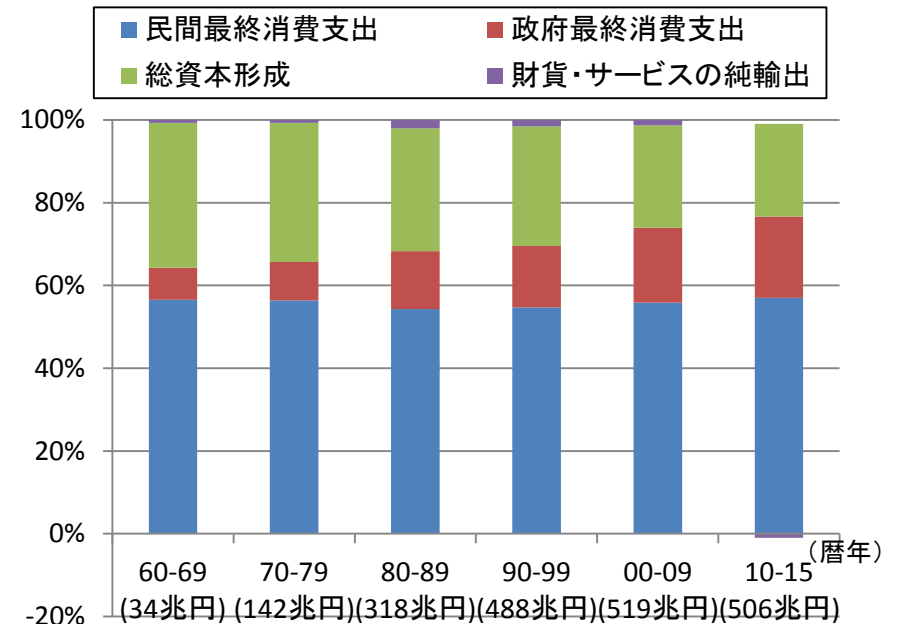
名目付加価値生産の産業別構成比



(注)横軸の金額は名目GDPの年間平均。00-15年は08SNA、80-99年は93SNA、70-79年は68SNAのベース。

(出所)内閣府「国民経済計算」より大和総研作成

名目国内総支出の構成比



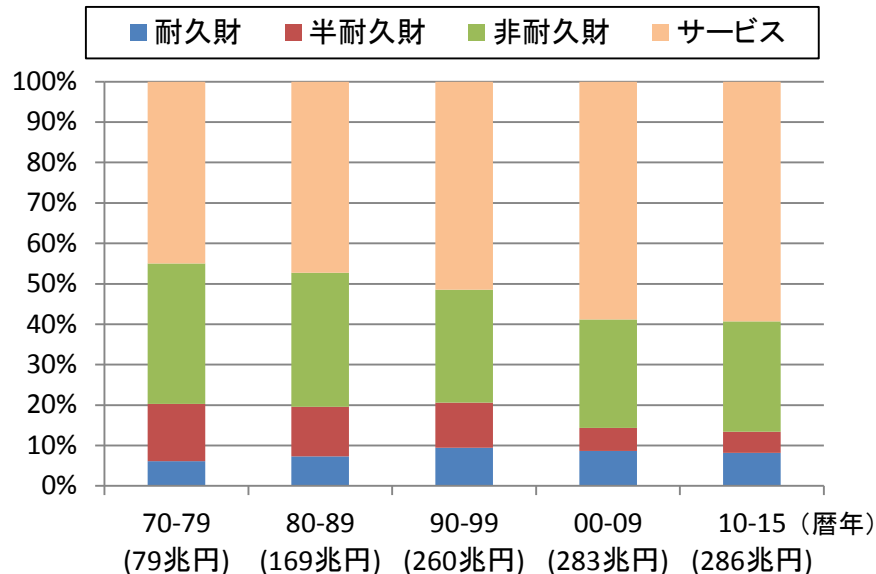
(注)横軸の金額は名目GDPの年間平均。00-15年は08SNA、80-99年は93SNA、70-79年は68SNAのベース。医療給付等を民間消費と政府消費のいずれに計上するかについて、70年代以前と80年代以降は連続していない。

(出所)内閣府「国民経済計算」より大和総研作成

- 「名目GDP600兆円」を目指す意味は、人々の生活水準や満足度を引き上げ、活力ある超スマートな社会を実現することと理解。
- 付加価値創出の源泉は産業の高度化や社会の多様化に伴って、長期的に大きく変化してきた。
- 経済の成熟化や人口の高齢化に伴って付加価値生産を支出側からみれば、投資から消費へのシフトが進んでいる。

家計消費の構造変化

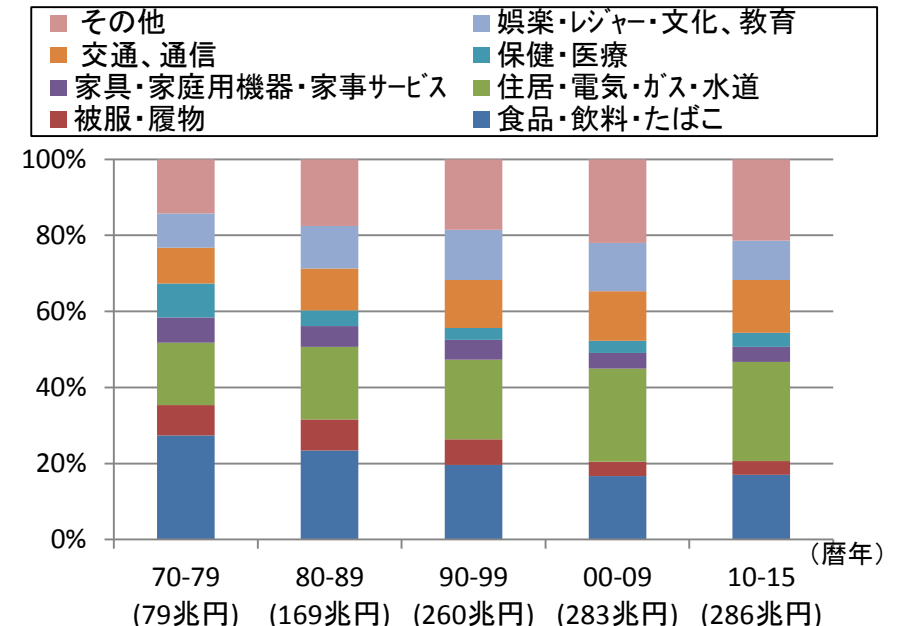
家計最終消費(名目)の形態別構成比



(注)横軸の金額は国内家計最終消費の年間平均。00-15年は08SNA、80-99年は93SNA、70-79年は68SNAのベース。

(出所)内閣府「国民経済計算」より大和総研作成

家計最終消費(名目)の目的別構成比



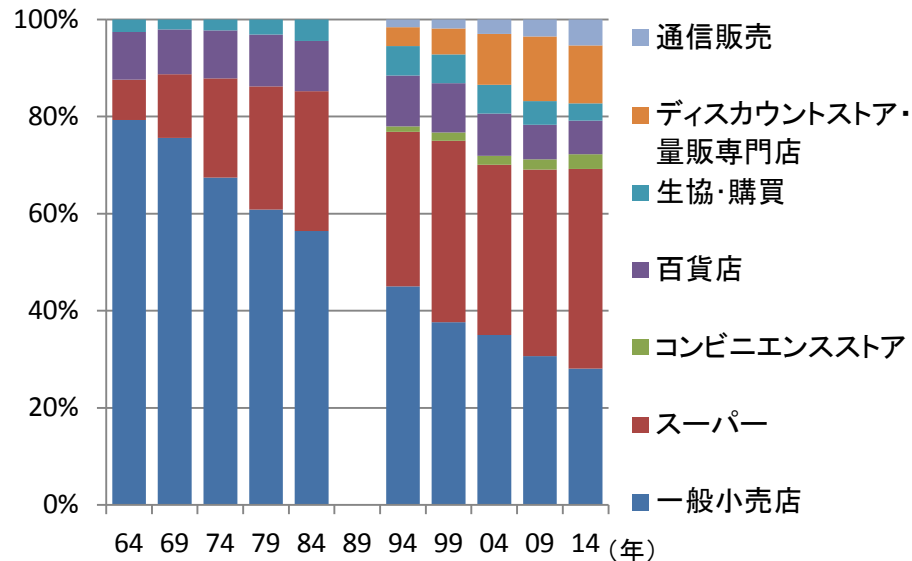
(注)横軸の金額は国内家計最終消費の年間平均。00-15年は08SNA、80-99年は93SNA、70-79年は68SNAのベース。分類項目は一部読み替えている。

(出所)内閣府「国民経済計算」より大和総研作成

- 生活水準の向上に伴って、家計消費はサービス化が長期的に進む。
- ライフスタイルの多様化を反映して、家計消費の内容も多様化している。

家計はどこでどのようにモノやサービスを購入しているか

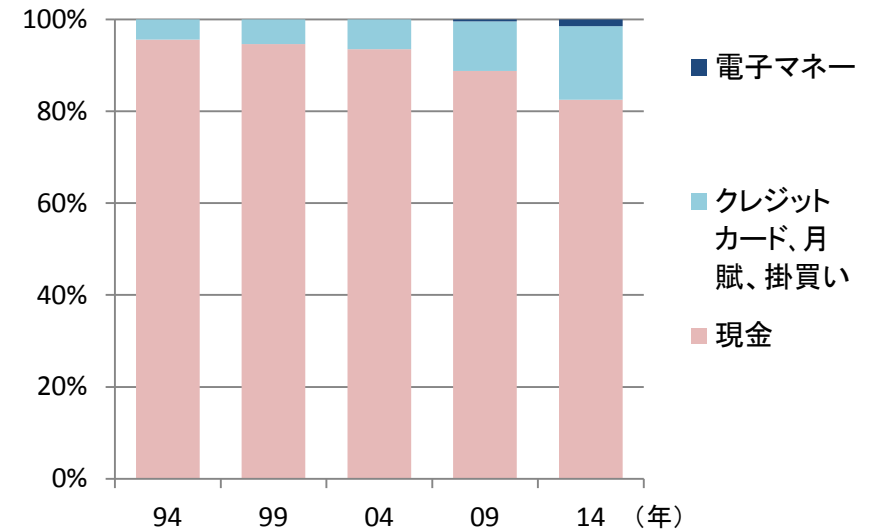
購入先別に見た消費の構造変化



(注) 2人以上世帯のベース。購入先が「その他」は除く。89年は購入先の調査が行われていない。84年以前はコンビニエンスストア、ディスカウントストア・量販専門店、通信販売は調査されていない。

(出所) 総務省「全国消費実態調査」より大和総研作成

購入形態別に見た消費の構造変化



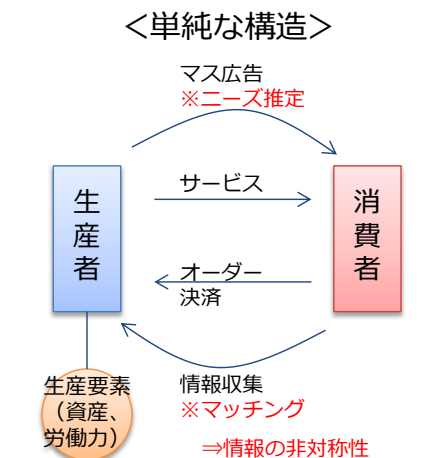
(注) 2人以上世帯のベース。04年以前の調査には電子マネーの項目はない。

(出所) 総務省「全国消費実態調査」より大和総研作成

- 家計消費における購入先の多様化も確実に進んでいる。上左図の通信販売の割合は5.4%。うちインターネットによるものは2.6%ポイントである。
- 現金による支出が依然として大きいですが、その割合は着実に低下している。現金による支出割合が特に低い費目は、「被服及び履物」「家具・家事用品」「交通・通信」「教養娯楽」である。

産業全般における付加価値創出の源泉に構造的な変化が生じている

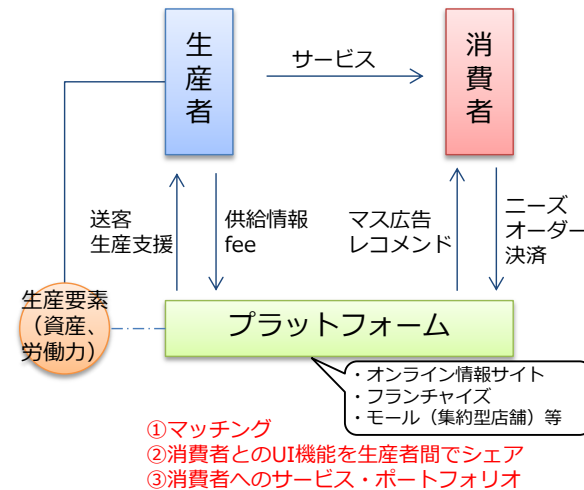
生産と消費の関係に構造的な変化



[主な特徴]

- マッチングは消費者が行う
- 生産要素は各生産者が個別に保持
- 域内市場
- 情報の非対称性が全体の効率化を阻害

＜効率化された構造の例＞



[主な特徴]

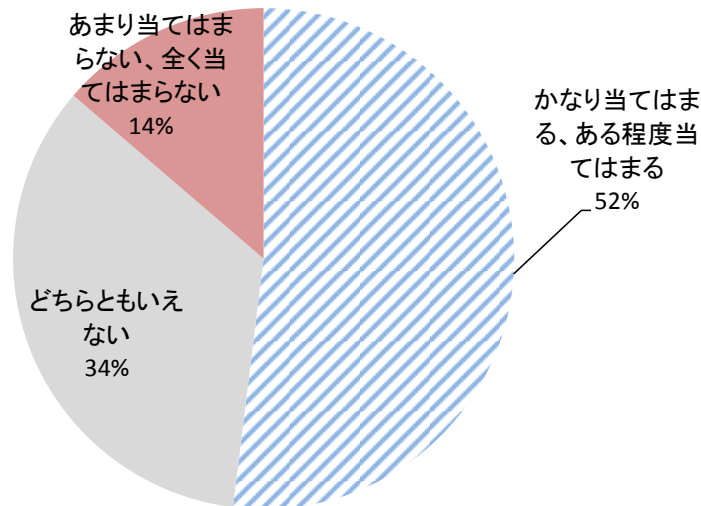
- プラットフォームは多様な収入源の確保が可能
- UI機能だけでなく生産要素もシェアできる可能性
- 生産者の競争激化、陳腐化が価値急落に直結する可能性
- C2Cによるサービス・トランザクションの究極の効率化
⇒配車サービス、民泊、クラウドソーシング、クラウドファンディング等

(出所) 町井克至「変わり始めたサービス産業の付加価値」大和総研レポート(2016年2月24日)

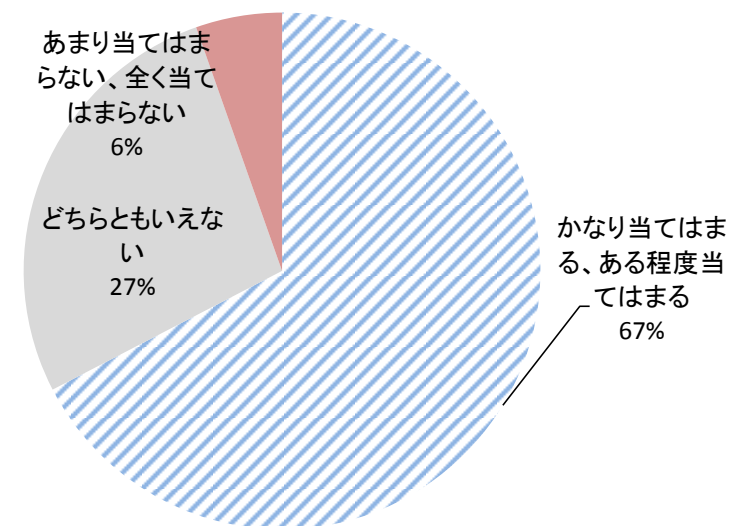
- ITを最大限に活用したプラットフォームの出現が、オンデマンドエコノミーやシェアリングエコノミーを拡大させている。
- 必要なときに、必要なモノやサービスを、必要な場所で入手できるという、需要に応じたサービスが新たな付加価値の源泉になってきている。
- それは実物経済だけでなく、金融にもイノベーションをもたらしつつある(Fintech)。

人々の暮らしについての最近の考え方

できるだけモノを持たない暮らしに憧れる



値段が安くても品質の良いものは買えると思う



(注) 調査対象: 全国の満15歳以上の男女3,000人、調査時期: 2017年3月、調査方法: インターネット調査
(出所) 消費者庁「平成28年度消費生活に関する意識調査結果報告書—SNSの利用、暮らしの豊かさ、シェアリングエコノミー等に関する調査—」(平成29年7月)

- 最近モノを所有することよりもモノがないことに価値を見出す割合が高く、また必ずしも値段の高さが自分の望む価値の大きさを示しているわけではないと考えているのではないかと。
- なるべくモノを持たず、お金をかけないという意識は、必ずしもプロとは限らない提供者のモノやスキル等を比較的低価格で利用できるシェアリングエコノミーと親和性がある。
- 環境意識の高まりや自由な働き方の追求も合わせて考えれば、消費者は意識面からシェアリングエコノミーを受け入れやすくなっているのではないかと。

拡大するシェアリングエコノミー

未来投資戦略2017—Society 5.0の実現に向けた改革—(2017年6月9日閣議決定)

シェアリングエコノミーは、十分に使われていないモノ、空間、知識・知恵、技能等の遊休資産をICTの活用によって共有する幅広いビジネスであって、新たなビジネス領域の創出による我が国経済の活性化や国民生活の利便性向上、新しい生活産業の実装による地域経済活性化に寄与することが期待されている。

政府シェアリングエコノミー促進室(政府CIOポータル)におけるシェアリングエコノミーの定義

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をいう。

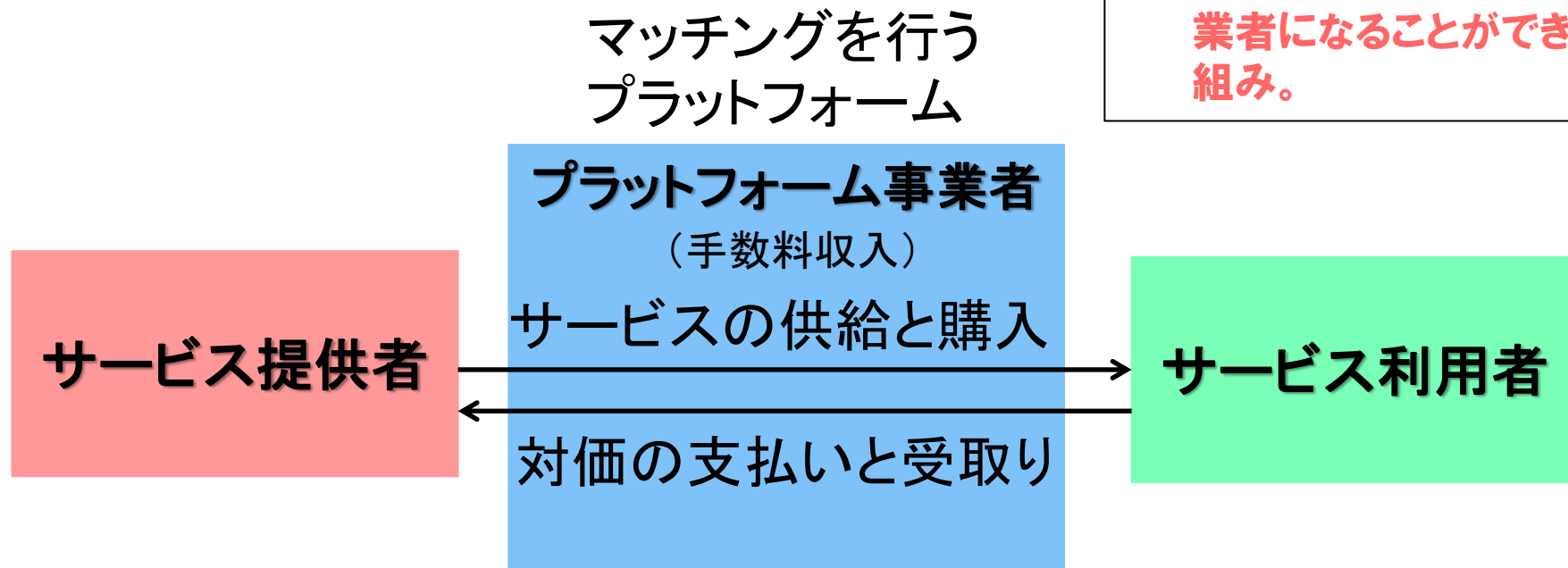


- 有形にしる無形にしる、使っていない資産を稼働させることは生産性の向上そのものであり、同時に、潜在的需要の顕在化である。
- 所有・保有する不稼働資産が価値を生み出すのであれば、そこからのサービス提供者にとって所得の上乗せになる。
- 不稼働資産を使用(消費)することは、経済社会の持続性や倫理の観点から受け入れられやすい。背景には、オーバースペックである必要はなく、環境を志向するといった人々の価値観の変化があるだろう。その上、価格が安ければ消費者余剰も発生する。

シェアリングエコノミーの基本的な仕組みと拡大の背景

- 特定のテーマについて「できる」人と「やってほしい」人をインターネット上でマッチングし、両者の間でサービスの提供と対価の受け渡しが行われる経済活動。
- ITの進歩がそれを可能にした。ソーシャルメディアやスマートフォン・タブレット端末の普及が物理的・時間的制約等を大幅に緩和。
- 基本的にはCtoC、中にはBtoBやBtoCも。

- ◆ 個人は、あるときは提供者、あるときは利用者として、相互に入れ替わることが可能。
- ◆ 消費者が容易に生産者・事業者になることができる仕組み。



多彩なシェアリングエコノミー

宿泊・空き部屋利用

- ・ 民泊(家主居住、家主不在)

移動手段

- ・ (人)ライドシェア、相乗り
- ・ (モノ)貨物

スペース

- ・ 駐車場
- ・ 会議室
- ・ 農地

モノ

- ・ フリーマーケット
- ・ 自家用車
- ・ バッグ、衣服

スキル・知識

- ・ 料理、日曜大工
- ・ 旅行ガイド
- ・ 家事サービス
- ・ 保育サービス、ベビーシッター
- ・ 翻訳・デザイン
- ・ ペット関連サービス
- ・ クラウドソーシング

カネ

- ・ クラウドファンディング

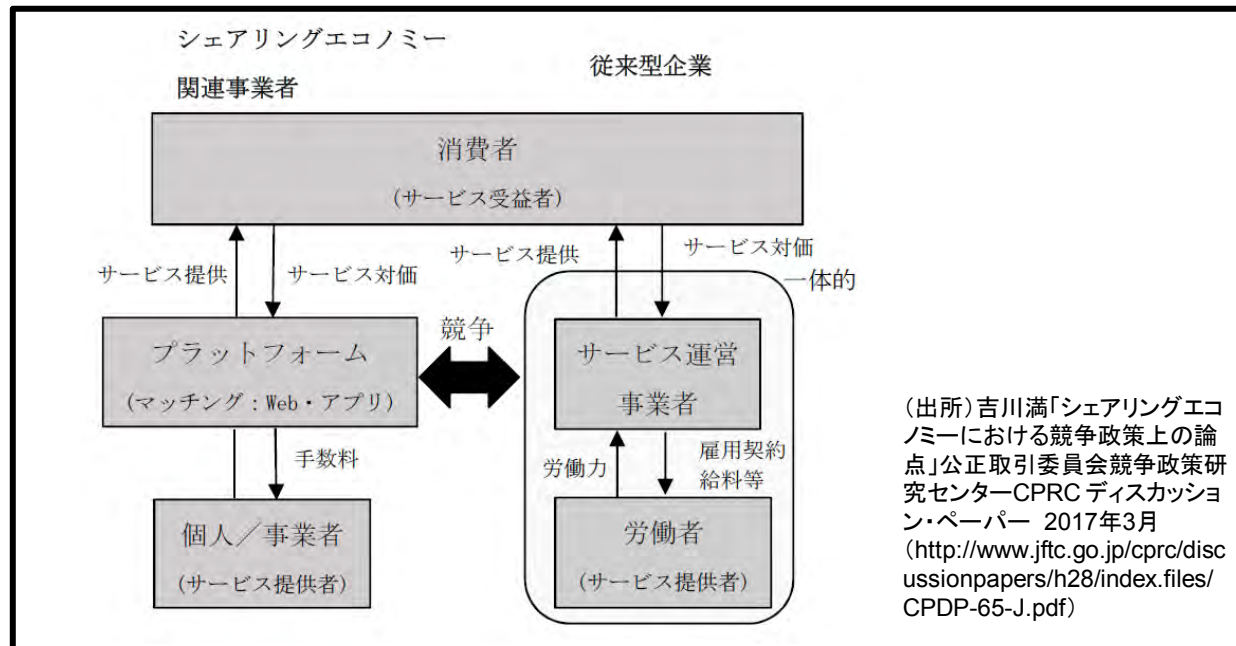
従来の経済活動との違い

《シェアリングエコノミー》

- ①必要な分や欲しい分を、必要なときに
- ②相互評価のしくみを通じて質が担保されたサービスを
- ③提供者としての個人から利用者(消費者)が購入する

《従来型の生産・消費》

- ①供給者と需要者が折り合った特定の機会に
- ②業法規制などの下で質が担保されたサービスを
- ③許可事業者から利用者(消費者)が購入する



代表的なシェアリングエコノミー分野① 民泊

【日本の現状】

- ・ 旅館業営業には旅館業法上の許可が必要だが、無許可民泊が拡大(実態先行)
- ・ 代表的なプラットフォーム事業者はAirbnb

【主な利点】

- ・ 安価な宿泊施設の提供、増加する訪日客の受け皿
- ・ 空き部屋等の有効活用
- ・ 国際交流等

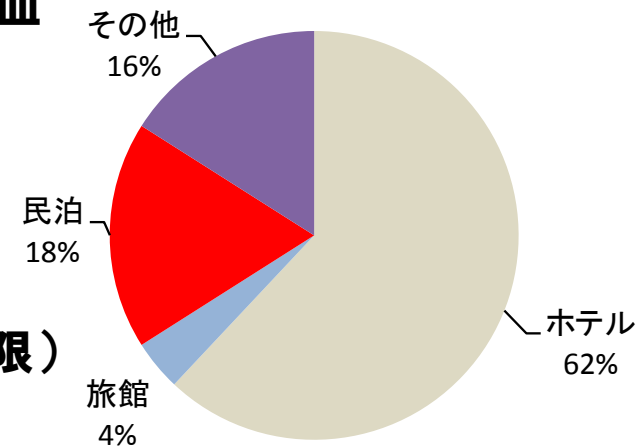
【主な問題点】

- ・ 旅館業営業者との不平等(許可の取得、立地制限)
- ・ 外部不経済(騒音、ゴミ、治安等)の問題
- ・ 海外では家賃の高騰

【政府の対応】

- ・ 「民泊サービス」のあり方に関する検討会(第1回:2015年11月27日～第13回:2016年6月20日)
- ・ 第193回国会にて、住宅宿泊事業法成立(2017年6月16日公布)により、条件付きで合法化

訪日外国人の大阪での宿泊施設
(2017年5月23日～6月3日(12日間)の調査)



(出所)大阪観光局「平成29年度第1期 関西国際空港
外国人動向調査結果」より大和総研作成

代表的なシェアリングエコノミー分野② ライドシェア

【日本の現状】

- ・ 旅客輸送には道路運送法上の許可が必要であり、一般国民の日常の中で、自家用自動車を用いた無資格営業(いわゆる「白タク」)が横行するような状態にはなっていない(ただし、訪日外国人と在住外国人の間で白タク行為が広く行われているとの報道がある)
- ・ ライドシェアは解禁されていない(海外では、Uber、Lyft、滴滴出行など広がりを見せている)
- ・ 経済産業省「グレーゾーン解消制度」に照会のあった中長距離相乗りマッチングサービスは、許可等不要の回答

【主な利点】

- ・ バスやタクシーに頼らず、移動手段として活用(交通弱者対策にも)
- ・ 保有者(ドライバー)が使用していない時間帯に提供可能(通常、自家用自動車がフルタイムで使われていることはない)

【主な問題点】

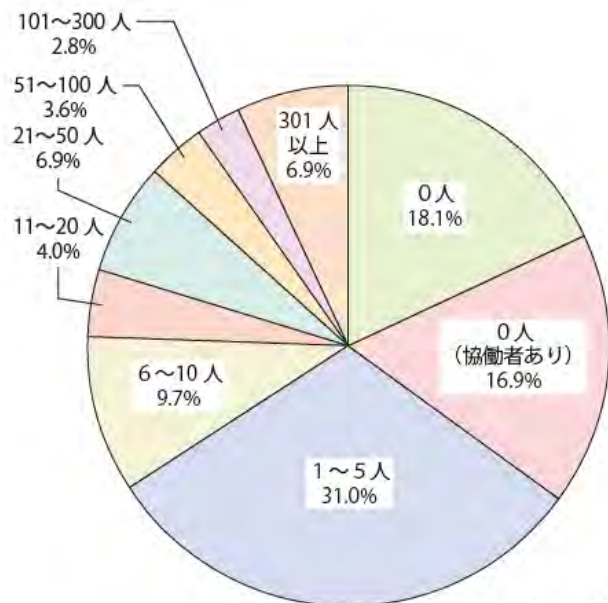
- ・ 自動車運送事業者との不平等(許可の取得):海外ではタクシー運転手による暴動も
- ・ 外部不経済(十分な保険に加入していないドライバーが重大事故を起こした場合など)

【政府の対応】

- ・ 海外で行われている、いわゆるライドシェアは議論が進んでいない

代表的なシェアリングエコノミー分野③ クラウドソーシング

クラウドソーシングを利用する企業の常用従業員数



(n=248)

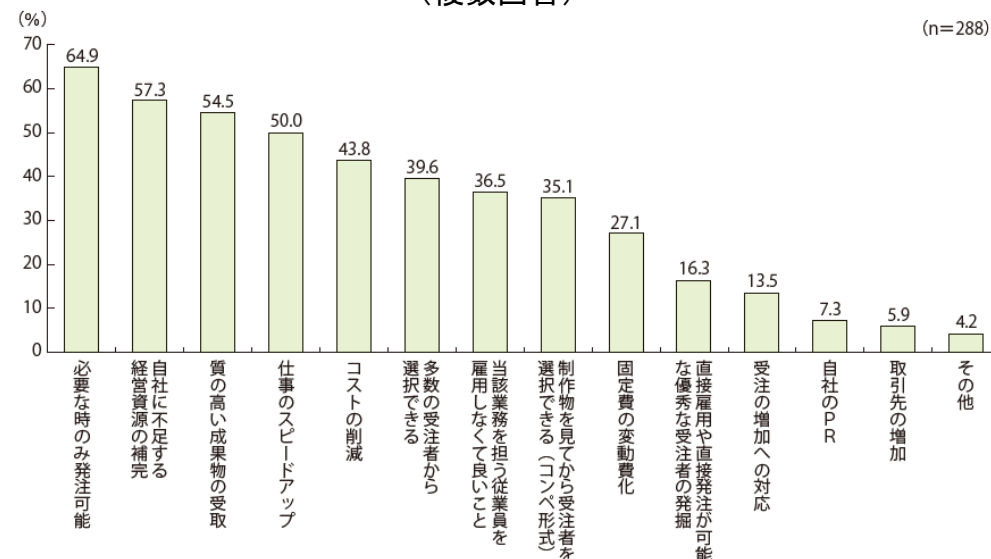
資料：中小企業庁委託「日本のクラウドソーシングの利用実態に関する調査」(2013年12月、(株)ワイズスタッフ)

(注) 1. クラウドソーシングサイトで、「仕事を発注したことがある」、「仕事を受注も発注もしたことがある」と回答した法人および個人事業者を集計している。
(出所) 中小企業庁「中小企業白書2014年版」

2. 常用従業員とは、正社員、パート、アルバイトをいう。

発注者がクラウドソーシングを利用するメリット

(複数回答)



(n=288)

資料：中小企業庁委託「日本のクラウドソーシングの利用実態に関する調査」(2013年12月、(株)ワイズスタッフ)

(注) クラウドソーシングサイトで、「仕事を発注したことがある」、「仕事を受注も発注もしたことがある」と回答した利用者を集計している。

(出所) 中小企業庁「中小企業白書2014年版」

- クラウドソーシングとは、インターネット上で不特定多数の人々に仕事を発注することにより、自社で不足する経営資源を補うことができる人材調達の仕組み(「中小企業白書」2014年版)。
- 中小企業・小規模企業が人材不足を補うためにクラウドソーシングを利用する一方、大企業も業務の効率化のためにクラウドソーシングを利用している。
- 発注者は業務の合理化・効率化を図ることができる点をメリットと感じている。

シェアリングエコノミーの市場規模や経済効果(各種推計)

【市場規模:グローバル】

2013年に約150億ドルの市場規模が2025年には約3,350億ドル規模に成長する見込み
(総務省「情報通信白書」平成27年版、原出所はPwC「The sharing economy - sizing the revenue opportunity」)

【市場規模:日本国内】

➤ プラットフォーム事業者のマッチング手数料等収入

2015年度に約285億円であった市場規模は2020年までに600億円まで拡大すると予測される
(総務省「情報通信白書」平成29年版、原出所は矢野経済研究所「シェアリングエコノミー(共有経済)市場に関する調査」
2016年7月19日)

➤ 提供側が得ている収入

- ・ シェアリングサービスの市場規模は、年間約1兆1,800億円(スペースのシェア:約6,800億円、モノのシェア:約2,200億円、移動のシェア:約1,200億円、スキルのシェア:約800億円、お金のシェア:約900億円)
- ・ 将来的には2兆6,300億円まで拡大する可能性がある
(株式会社情報通信総合研究所、2017年6月28日プレスリリース)

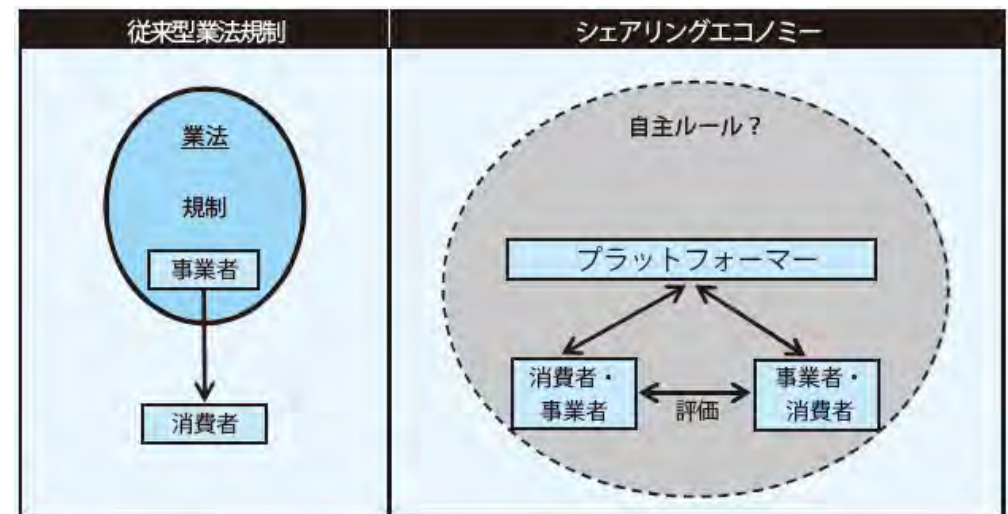
【経済効果】

- ・ ホームシェア 合計10兆円台
(ゲストによる消費等約3.8兆円、ホストによる投資等約1.0兆円、インバウンド消費 約7.5兆円)
- ・ ライドシェア 約3.8兆円
(新経済連盟「シェアリングエコノミー活性化に必要な法的措置に係る具体的提案」2015年10月30日)

シェアリングエコノミーのプラス面

- 余っている資産等を安価に活用できるというイノベーションであり、経済成長や競争力向上のための新しい機会となる。
- 収益性がなかった分野や行為がビジネスになる。
- 個々の人々にとっては、多様な働き方や柔軟な雇用形態をもたらす機会となる。
- 地方自治体などが活用することで、地域が抱える課題解決手段となる。
- 伝統的な法規制や商慣行に従う必要がないとすれば、社会の変化や人々のニーズに素早く対応できる。

規制形態の概念図



(出所)市川拓也「シェアリングエコノミーへの期待と課題」『大和総研調査季報』2016年秋季号

シェアリングエコノミーの健全な発展に向けた課題(1/3)

(1) インターネット特有の匿名性により生じる課題

- 「フリマアプリで購入して届いたものが、既に壊れていた」「スキルのシェアの出品者から情報を購入したが、その後高額の情報商材の購入を強要された」等のトラブルが発生(平成29年版消費者白書)。
- 従来のビジネスでは、商品・サービスの提供者は、店舗を構えた事業者であり、事業者名や住所が容易に特定可能であったため、商品やサービスに問題があれば、当該事業者との間で直接問題を解決することができた。
- 他方、プラットフォーム事業者が介在し、提供者が匿名で商品・サービスの提供を行うケースでは、何か問題が生じた際に利用者の求めに十分対処しえないのではないかという懸念が残る。

シェアリングエコノミーの健全な発展に向けた課題(2/3)

(2)商品・サービスの提供者が事業者ではなく個人であることにより生じる課題

- 既存の法令の中には、事業者による商品・サービスの提供を前提としているものがあり、その場合、事業者ではない個人には適用されない。既存事業者と、法規制が適用されない商品・サービス提供者との間で、公正な競争条件を整え、消費者の安全を確保するための、イコールフットイングが必要。
- 新たな商品・サービスの提供が、既存の業法規制(例:旅館業法、道路運送法)との関係で適法であることを明確化する観点では、既に「グレーゾーン解消制度」が活用されている。
- 他方、例えば、特定商取引法は事業者のみが対象で、シェアリングエコノミーの商品・サービス提供者(個人)には適用されないため、不適切な広告等を法令上適正化する手段がない場合もある。

シェアリングエコノミーの健全な発展に向けた課題(3/3)

(3)税制上考えられる課題

①商品・サービスの提供者の所得把握

- インターネット取引特有の匿名性の高さや、個人対個人の取引である等の理由から、商品・サービスの提供者の所得把握が困難。
- 諸外国でも同様の課題があり、例えばフランスでは、利用者保護の観点から、プラットフォーム事業者に、適切な情報提供義務を課すとともに、商品・サービスの提供者と利用者の氏名や取引金額等を、法定調書として税務当局に提出する制度を導入し、2020年から施行予定。
- また、例えばイタリアでは、シェアリングエコノミーのプラットフォーム事業者に、源泉徴収を義務付ける法案が国会で審議中。

②商品購入者・サービス利用者に対する課税の在り方

- 既存事業者が提供するサービスの利用者が負担する税は、シェアリングエコノミーの利用者も負担すべきか(例:民泊における宿泊税)。

③プラットフォーム事業者への課税の在り方

- 海外に拠点を置き、日本国内にプラットフォームを提供する事業者は、それぞれの国から税制上どのように取り扱われるべきか。

健全な発展に向けた視点

- プラットフォーム上でのユーザ同士の相互評価システムや、各プラットフォーム事業者の自主的ルールによる規制だけで、消費者の安全・安心や、既存事業者とのイコールフットイングといった課題に対応できるか。
 - ⇒ 取引相手の信頼性や商品・サービスの安全性確保の観点から、プラットフォーム事業者の認証を行うなどの仕組みを推進していくことが必要ではないか。
 - ⇒ 利用者の身体や生命の安全に関わる分野では、法レベルの規制も検討する余地はあるのではないか。
- 個人がシェアリングエコノミーを通じて稼ぐ所得を、いかにして適切に把握し、公平かつ適正な納税を実現するか。
 - ⇒ 商品・サービス提供者の所得把握や、徴税に関して、プラットフォーム事業者に何らかの協力を求めることは可能か。同時に、公平かつ適正な納税を実現する上では、提供者側の立場にたった税務上の取扱いの明確化や手続の周知広報も必要ではないか。



以上を通じて、付加価値の創出に生じている構造的な変化を健全に推進することが強く期待される。

本資料は投資勧誘を意図して提供するものではありません。

本資料記載の情報は信頼できると考えられる情報源から作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。また、記載された意見や予測等は作成時点のものであり今後予告なく変更されることがあります。

(株)大和総研の親会社である(株)大和総研ホールディングスと大和証券(株)は、(株)大和証券グループ本社を親会社とする大和証券グループの会社です。

内容に関する一切の権利は(株)大和総研にあります。無断での複製・転載・転送等をご遠慮ください。