

シェアリングエコノミーと新しい経済社会



武蔵大学社会学部教授 庄司 昌彦

～要旨～

シェアリングエコノミーの様々なサービスは、有休資産の活用、ITによる情報行動の高度化、シェアする対象の多様性を共通の特徴としている。利用者は経済的困窮やモノに対する欲求の低下によってそれらのサービスを利用しているのではなく、様々な選択肢を楽しむ新しい消費のあり方のひとつとして捉えている。シェアは企業活動でもみられる経済合理的な行動であり、またもともと経済社会活動に組み込まれた思想でもあった。大量生産された個別のモノに物語を与え、多様なニーズとのマッチングを行うインターネットによる、経済社会の再構築と捉えることもできる。シェアリングエコノミーには既存の法規制との軋轢や労働者の保護、ガバナンスの構築などの問題もある。短期的な観点だけではなく、この新しい概念を生かしてどのような社会を作っていくかという観点を持つことが、議論をより本質的なものにするだろう。

1 はじめに

「シェア」という価値観に基づいたサービス等が次々に登場しており、そうしたサービスが創り出す経済社会のあり方は「シェアリングエコノミー」と呼ばれている。本稿では、「共有」や「分配」を意味する「シェア」という価値観が普及することの背景や意義を論じ、この価値観に基づくサービスの実例を手がかりに、そこから見えてくる新しい経済社会のあり方を展望してみたい。

まずはシェアリングエコノミーという言葉の意味を確認する。総務省の「情報通信白書」がシェアリングエコノミーを初めて大きく扱った平成27年版では「典型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であり、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。貸し借りが成立するためには信頼関係の担保が必要であるが、そのためにソーシャルメディアの特性である情報交換に基づく緩やかなコミュニティの機能を活用することができる」と説明している。

もう少し、シェアリングエコノミーの本質について考察を深めたい。表1は、シェアリングエコノミーにおける国内外の主要なサービス事例を複数のシェアリングエコノミー紹介サイトから抽出したものである。

表1 主要な分野の国内外サービス事例

対象	国内外主要サービス
空間	Airbnb、スペースマーケット、Akippa
自転車	Mobike、ドコモ・バイクシェア
移動	Uber、DiDi
スキル	タスカジ、coconala、ASMAMA

(出所) 筆者作成

これらのサービスの構造を情報行動の観点から考察すると、共通点があることがわかる。すなわちシェアリングエコノミーのサービスとは、有効活用することができるモノやスキルなどの資源を特定・識別 (Identify) し、「どこに、何が、どれだけ、どんな状態であり、どうすれば活用できるのか」といったその資源の状況や条件を観察・把握 (Observe) し、その情報を広く公開し (Open)、消費者の多様なニーズとマッチング (Match) させ、さらに互いの評価情報によってサービスの品質も確保する (Evaluate)。そうすることで、これまで個人が所有し使用していた資源が、複数の人々によって必要に応じて活用できるようになるのである (表2)。

シェアリングエコノミーのサービスの多くは、こうした情報行動の積み重ねによってできており、このそれぞれの行為に、センサーやデータベース、ソーシャルメディアなどの情報通信技術が関わっている。表現を変えるならば、シェアリングエコノミーのサービスとは、さまざま

表2 シェアリングサービスに共通する特徴

情報行動	説明
Identify	モノやスキルを特定・識別する
Observe	資源の状況を観察し把握する
Open	情報を広く公開する
Match	消費者の多様なニーズと提供者をマッチングする
Evaluate	双方向に評価する

(出所) 筆者作成

なデータの活用によって成り立っているといえよう。

またシェアリングエコノミーを理解するうえで参考となるのが、レイチェル・ボッツマンとルー・ロジャースの著作『シェア <共有> からビジネスを生み出す新戦略』である。ここではさまざまなシェアのあり方を「コラボ消費」と呼び、さらにそれらの「再配分市場」「コラボ的ライフスタイル」「プロダクト=サービス・システム」という3つの側面を紹介している。再配分市場とは、ソーシャルメディアなどを通じ、モノなどを必要とされていない場所から必要とされる場所や人に再配分することである。プロダクト=サービス・システムとは、所有より利用が優先されるようなもので、カーシェアリングやコインランドリーなどが典型である。コラボ的ライフスタイルとは、時間や空間、技術やお金など、目に見えにくいものを共有する。コワーキングスペースやルームシェア、地域通貨、スキルのシェア、ソーシャルレンディングと呼ばれる貸金サービスなどが代表的である。

ここまでの議論を踏まえ、シェアリングエコノミーとは「『どこに、何が、どれだけ、どんな状態であるのか』といったモノ（無形のものを含む）に関する情報が、主にインターネットなどを介して共有され、人のニーズとのマッチングが高度化することで、個人に所有されていたモノが、複数の人によってより有効に活用されるようになること」と筆者は定義したい。つまり次々と生まれているシェアリングエコノミーのサービスに共通しているのは、個人の有休資産を共有したり貸し借りしたりして有効活用することであり、IT サービスがその高度化を支えているということである。また、シェアをする対象はモノや空間、お金、スキルなど多岐にわたっている。

2 サービスの仕組みと利用者

こうしたサービスが生まれてきた背景には、経済成長の鈍化や、環境への配慮等の価値観の変化、ソーシャルメディアやスマートフォン、センサー機器の普及などがある。米国では2008年のリーマンショック以降、企業を退職して起業する人が増えたという。その中からさまざまなIT企業も登場したが、そこに「シェア」を価値観とするサービスがいくつも含まれていた。代表格として挙げられることが多いのが「Airbnb（エアビーアンドビー）」と「Uber（ウーバー）」である。平成27年版「情報通信白書」は、シェアリングエコノミーの「嚆矢は2008年に開始された「Airbnb」である」と述べている。

Airbnbは、一般の人が「ホスト」となって自宅や部屋、ソファなどを宿泊施設として旅行者（「ゲスト」）に貸し出すことができるマッチングサービスである。中には通常は宿泊することができないような城やツリーハウス、島なども登録されており、人気を集めている。ホストは無料で施設を登録することができ、ゲストは施設を評価しあい参照することができる。このサービスも立地規制やホテルに対する規制には従っていないものが少なくなく、世界各地で規制や批判も受けている。

Uberはスマートフォンアプリによる予約システムや事前登録によるクレジットカード決済などによって高品質なサービスを提供する移動手段（タクシー）のマッチングサービスである。「uberX」というサービスは一般のドライバーがいわゆる白タク営業をするものであるが、普通のタクシーよりも台数が多いため利用者はタクシーを捕まえやすく、また利用者同士で運転者の評価を共有しているため、どのような運転手であるかを事前に知り安心して利用できるという。運転手も利用者に対する評価を行っており、

互いに不快感を与えないよう配慮する仕組みがある。ただしこのサービスの仕組みはタクシー運転手の登録制度などがある地域では、そのルールに反している。

AirbnbやUberに限らずシェアリングエコノミーのサービスは、提供者と利用者の責任分担や、既存サービスに関する規制との調整など、技術面以外での課題を抱えていることも少なくない。それでも、利用者のさまざまなニーズを満たす新たなサービスとして急速に広がっている。

米国の調査会社ピューリサーチセンターが行なった米国におけるシェアリングサービスの認知度や利用率に関する包括的なアンケート調査（2016年）の結果に注目してみたい。調査対象は4787人の成人男女で、11カテゴリーの「新しいデジタルエコノミーサービス」の利用に関して尋ねている。「新しいデジタルエコノミーサービス」には、ウェブサイトやスマートフォンアプリで提供される「シェアリングサービス」、「オンデマンドサービス」、「ギグサービス（需要に応じて単発あるいは日雇いで請け負う仕事）」が含まれている。これらは互いに重なり合う概念であるので、総合すると広義のシェアリングエコノミーと捉えることができる。そして全体で72%の人がこれらのうち何らかのサービスを「使ったことがある」と答えた。その内訳は表3の通りである。

興味深いのはこの調査で明らかになった利用者の属性や特徴である。ライドシェア利用者の年齢の中央値は33歳で、大都市とその近辺（サービスが提供されている地域）に住んでいる大卒以上・高収入層が多い。ホームシェアについては年齢の中央値は42歳であった。

シェアというとお金に余裕がない若者や、交通機関が発達していない地方の人々が必要に迫られて利用しているような利用者像が想像され

表3 米国におけるシェアリングエコノミーを「使ったことがある」人の割合

使ったことがあるサービス	割合
オンライン中古品売買サービス	50%
チケット転売サイト	28%
クラウドファンディングサービス	22%
ライドシェアリングサービス	15%
ホームシェアリングサービス	11%
シェアオフィスで仕事をする	4%
衣服や道具を一時的に借りる	2%

(出所) ピュー・リサーチ・センター

るかもしれないが、どうやらそれは先入観のようである。実際には、都市型で年齢も学生よりは高く、大卒以上の高収入層の人々が多く利用していることをこの調査は示している。必要に迫られて利用しているのではなく、むしろ新しい消費の形式のひとつとして様々な選択肢を楽しんでいると捉えたほうが正確なのかもしれない。

3 シェアをすることの合理性

歴史的には、世界のどの社会にも「シェア」の考え方は存在する。特に日本では近所同士の米や醤油の貸し借りをするような近所づきあいだけでなく、農業用水や雑木林、漁場などを地域住民で共同管理する「入会地」の伝統があった。2009年にノーベル経済学賞を受賞したエリノア・オストロムは、共有資源（コモンズ）に利害関係を持つ人々が自主的にルールを取り決め、保全すると持続的にうまく管理することができるということを示したが、そこで実例として挙げられているのが、日本における入会地の管理だ。

しかし近代化が進むにつれて共同体社会的なシェアの習慣は失われ、社会制度が所有を前提としたものになるとともに、自ら所有することが豊かさであるという大量所有・大量消費の時

代が長く続いてきた。また情報や知識についても、古来より共有をせず独占することが社会的な権力の源泉となったり、ビジネス上の優位性を生む源泉となったりしてきた。

このような所有を前提とした経済や社会のあり方を揺るがしているのが、インターネットの普及であり、一人一台が端末を持ち常時インターネットに接続する状態を実現したスマートフォンの普及である。

そもそもインターネット自体が誰かのものではなく、多くの人々が互いに協力して支えあう「シェア」的な社会インフラである。さらにウィキペディアや多くの口コミサイトに代表されるように、インターネット上には情報を提供しあい共有することで価値を高めるようなサービスが数多く存在している。オープンソースソフトウェアや、オープンデータといったインターネット関連の文化も、誰かが情報を独占せず、誰もが入手したり自由に編集加工したりできるようにするものである。様々なビジネスの基盤となっているインターネットは、個人所有を前提とした取引の文化と、入会地（コモンズ）を活用する文化が同時に根づいているのだ。

それではシェアが進むことは、経済社会活動にどのような影響を与えるだろうか。店で売っている新品を購入せずに個人間でシェアをするというシェアリングエコノミーのあり方が、所有を前提とした消費社会や経済成長を否定しているように受け取られることがしばしばあるが、実際にはそうではない。

実は、経済合理的な活動をする企業経営の世界では、「脱・所有化」が進んでおり、シェアの恩恵を受けている。たとえば経理や事務などの間接部門の業務をアウトソース化したり、工場やビルといった不動産を手放したり、クラウドやSaaS（Software as a Service）のサービスを

利用したりすることは、「所有からシェアへ」の移行であるが、これらは経済合理的な経済活動である。なるべく「自前のものを持たない」という経営姿勢は、変化に対して迅速・柔軟に対応し、様々なコストやリスクを低減させることができる。つまり企業が行なってきた「脱・所有化＝シェア化」が個人の生活や趣味の領域も含むより広い範囲に浸透してきていると捉えれば、シェアリングエコノミーは従来の経済社会のあり方と連続性のあり不連続なものではないと評価することができるだろう。

ただし、シェア型のサービスを利用する側ではなく提供する側の企業に目を向けると、様子は違って見える。一般にシェアリングサービスは「第三者間の相互作用を活性化させる物理基盤や制度、財・サービス」（國領, 2006）という定義に該当する典型的なプラットフォームビジネスである。そうしたサービスは多くの人々に利用されるほどメリットが増す「ネットワーク効果」に支えられており、また規模が大きくなるほど投資に規模の経済性が働いて低コスト化が可能になる。その結果、シェア型のサービスの基盤はグローバル企業による一社独占になりがちである、というのもこれまでのインターネットビジネスの歴史から指摘することができる。

実際、AirbnbやUberといった米国系のサービスと双璧をなす中国のシェアリングエコノミーのサービスは、ソーシャルメディアや電子マネーサービスなどとともにアリババ・テンセント等の巨大プラットフォームのエコシステムの一部となっており、中国以外でもこの傾向は進む可能性がある。

利用者にとっては、国産サービスであれグローバル企業のサービスであれ、多様な取引ができればメリットは変わらないが、企業としては、プラットフォームを握れなければ、膨大な取引

を支えるビジネス機会と、そこから得られるビッグデータを失うことになる。グローバルなプラットフォームが席卷するのか、ローカルなサービスが生き残る余地を誰かが見出すのか、せめぎあいが起きている。

シェアをする動機と欲望

一方、消費者のマインドはどのようなものだろうか。所有をしない若者たちは欲望を失っているのではないかとしばしば指摘される。しかしこれも、必ずしもそうではない。

たとえば住まいについては、かつては住宅を購入して所有することが人々の欲求であり喜びであった。しかし現在、シェアハウスを選択する人々は、趣味が同じであるとか、生活スタイルが似ているといった、気の合う仲間と過ごす時間・空間を共有することに喜びを見いだしている。

また、自動車の所有コストを考えると、特に都市部などでは乗りたいときにだけ利用し、目的に応じて車種を変えるなど柔軟に利用できるカーシェアリングのほうが合理的であり楽しみが広がる。高価なブランド服を無理に購入して着続けるのではなく、安価なファストファッションの服を取っ替え引っ替え楽しむのもこうした心理に似ている。暮らしや移動やファッションを楽しみたいという欲望はあるが、実現の仕方がこれまでと変わってきているのだ。

このようにモノの稼働状況や空き時間などを細かく管理することができ、人と人のマッチングを瞬時にすることができる社会インフラが情報技術やグローバル化によって整備されてきたことが、所有/非所有という二者択一ではない幅広い選択肢を実現している。したがって人々にモノに対する欲がなくなったからとか、貧しくなってモノを買えないからシェアをしている

とは限らない。多種多様なモノがあり、それらを好みや必要に応じて入手したり手放したりすることを支える情報インフラができたからこそシェアリングエコノミーが広がっているのだ。多様な欲望を実現することができる豊かな社会の一側面ともいえるだろう。

さらに情報社会論的な考察を加えると、シェアリングビジネスのポイントは、モノやサービスを介した物語の生成と共有であることが見えてくる。大量消費時代のように安く高性能なものや万人に通用する物語を作りマス向けの宣伝にお金をかければ誰もが入手したがり大きくヒットするということはもはや起きないだろう。それぞれのモノやサービスが持っている情報や意味、たとえば「〇〇さんが使っていた」「自分が参加している」「自分と関係がある」といった情報が、ソーシャルメディアでシェアされ、新たなニーズを生み出している。つまりシェアリングエコノミーでは細分化するニーズや個人それぞれの文脈に応じてサービスを提供することを可能にしているともいえる。

以上のように、シェアリングエコノミーは消費の仕方の変化であって、経済を縮小させるとは限らない。ある金額で購入された商品（たとえば自動車）が一人の人に使われるだけでなく、少額の費用と引き換えにさまざまな人に何度も活用されるのであれば、社会的に見るとトータルではより大きな金額が動く可能性もある。さらに、シェアによって人やモノが動き易くなることで、観光やショッピングなど別の経済活動を誘発する可能性が生まれる。そして、所有を前提とした社会からシェアを前提とした社会への移行には、新たな社会資本整備が必要になることもあるだろう。シェアをより価値のあるものにするための周辺ビジネスの設計、シェアされることを前提としたモノづくりや流通システ

ムの確立、シェアを豊かな生活のあり方としていく文化的な変化が求められるだろう。

法規制、労働問題、コントロールという論点

シェアリングエコノミーは様々な問題や軋轢を起こしてもいる。そうした議論の論点は大きく3つに分けられる。既存の業界が守ってきた法規制が守られていないこと、シェアリングエコノミーを担う労働者のための環境が整備されていないこと、そしてこれらを克服するために誰がどのようにシェアリングエコノミーを統制するかという問題だ。

既存のタクシーやホテル事業者は、厳しい認可基準や法規制を守りながら仕事をしている。そこに何の規制も守らない一般人がより低コストで参入すると、ルールを守ってきた既存の事業者のビジネスは成り立たなくなっていく。UberやAirbnbに対する反対運動や規制が各国で求められる理由のひとつが、この問題である。利用者はより安く便利に移動や宿泊ができ、多様なニーズが受け容れられるのであればそれに越したことはない。しかし、法規制には安全や公衆衛生などのための理由があるのであり、それらを知らないドライバーやホストが増えることは、社会全体の利益を害する可能性がある。実際に、米国やインドなどではUberドライバーによる強姦・誘拐事件なども起こっており、その原因がUberにあるという議論も存在する。また、米国ではカーシェアで借りた他人の車でUberのドライバーをする人もいて、万一の際の責任問題が不透明になっているという例もある。Airbnbなどのホームシェアリングでは、消火設備が不十分であったり宿帳がなく防犯上の問題があったりもする。利便性とのバランスを図りながら、どこまで法規制を行っていくのかという問いにはまだ十分な答えは出ていない。

民泊やライドシェア、その他の単発あるいは日雇いで請け負う仕事のことを、特にギグエコノミーとも呼ぶ。これらは不安定なビジネスではあるが世界中で多くの人を惹きつけている。世界的に経済格差が広がる中で、なんとか収入を得るために、副業というよりは本業としてこのような単発の仕事を繰り返す人々が出てくるのは当然の成り行きともいえる。ギグエコノミーは安定的な就労が難しい人も独立した請負業者と扱うためセーフティネットとして機能することもある。だが、これらの仕事には社会保険も労災保険も退職金もなく、働けなければただちに無収入となる。労働組合もなく、待遇改善に関する交渉力も弱いため労働者の立場は弱い。一方、彼らに仕事を提供するプラットフォームは、一見、経済格差を解消する可能性を持った自由な労働提供コミュニティのようにも見えるが、実際には安くて流動的な仕事の供給を巨大企業が独占支配していると捉えることもできるのである。

このようなシェアリング/ギグエコノミーの課題の打開策として、「プラットフォームコーポラティビズム (platform cooperativism)」という考え方が提唱されている。瀧口範子はこの考え方を『「普通の人々が他の普通の人々にサービスを提供する会社」は、それに寄与するすべての関係者によって共同経営されるべきもの、という考え方』であると説明している。こうした消費者が消費者にサービスをする CtoC 型のシェアリングエコノミーのサービスは、企業が用意したプラットフォームがあってこそ成り立つが、一方で、ドライバーやホストなどのサービス提供者となる消費者/労働者もいなければ成り立たない。必要不可欠なのであれば彼らにも経営に対する発言権や適正な利益を分配すべきではないのか、というのがこの主張のポイントであ

る。提唱しているヨハイ・ベンクラー、サスキア・サッセンなど著名な大学教授やフリーソフトウェア運動の創始者リチャード・ストールマンなどは、代替案としてシェアリングエコノミーのプラットフォームを協同組合的に運営することを提案している。シェアリングエコノミーのプラットフォームは世界をカバーする巨大サービスとなっていく可能性を持っているため、誰がその利益を得て誰がどのようにコントロールをするべきかというという点は、シェアリングエコノミーの将来を左右する大きな論点である。

その先に見える経済社会

以上のように、シェアリングエコノミーを考察すると、今後の社会のあり方に対する示唆をいくつか得ることができる。まずは各自が所有している資源の稼働状況を把握し、マッチングによって稼働率を高めることが人やお金を動かし、人々のニーズを満たしたり楽しさを生み出したりするということだ。そして、個人それぞれに異なるモノやサービスに付随する物語や関係性がシェアリング行為の契機となること、シェアリングサービスを動かしていくためには評価システムなどいくつかの仕掛けが必要であること、シェアリングエコノミーの浸透を想定した生活様式や社会システムの見直しが求められていくことなどだ。

シェアリングエコノミーの先に見える経済社会は、昔ながらの社会主義・共産主義社会などではもちろんなく、情報技術に支えられ、個人が自分の好みや個性に応じてさまざまなモノやサービスを利用することでより豊かになる社会だろう。シェアリングエコノミーは社会課題解決や新たなビジネスの機会として注目されることが多いが、この新しい概念を生かしてどのような社会を作っていくかという観点を持つこと

が、議論をより本質的なものにしていくだろう。

【参考文献】

総務省 (2015) 『平成 27 年版 情報通信白書』

レイチェル・ボッツマン、ルー・ロジャース (著)、
小林弘人 (監修)、関美和 (訳)、2010 年、『シェア
ア <共有> からビジネスを生み出す新戦略』
NHK 出版

Aaron Smith (Pew Research Center) (2016)
「Shared, Collaborative and On Demand: The
New Digital Economy」

Mike Freeman (2016) 「Americans Like the
Sharing Economy, Survey Says」 (Digital
Communities、2016 年 5 月 19 日)

エリノア・オストロム・ジェイムズ・ウォーカー
(2000) 「市場でも国家でもなく：集合的行動領
域での変換過程を結びつけること」 (デニス・C・
ミューラー編 『公共選択の展望』 第 1 巻 関谷登・
大岩雄次郎訳、多賀出版)

丸田一、國領二郎、公文俊平編著 (2006) 『地域情
報化 認識と設計』 (NTT 出版)

Arthur De Grave (2014) 「The Sharing Economy:
Capitalism's Last Stand?」 (Our World、2014 年
5 月 21 日)

瀧口範子 (2015) 「瀧口範子のシリコンバレー
通信：シェアリングエコノミーに異議を唱え
る [Platform Cooperativism]」 『日経 XTECH』、
2015 年 11 月 12 日

しょうじ まさひこ

2002 年、中央大学大学院総合政策研究科博士前期課程修了。修士 (総合政策)。

2002 年より国際大学グローバル・コミュニケーション・センター (GLOCOM) 研究員として情報社会・情報通信政策等に関する調査研究に従事。2018 年より同研究所主幹研究員。

2019 年より武蔵大学社会学部メディア社会学科教授。
社会的な活動としては内閣官房オープンデータ伝道師、
総務省地域情報化アドバイザー、総務省情報通信白書ア
ドバイザリーボード、仙台市情報アドバイザー、ヤフー
株式会社「プライバシーに関するアドバイザーボード」
委員、一般社団法人オープン・ナレッジ・ファウンデーション・
ジャパン代表理事等も務めている。

【主な著書 (共著)】

『地域 SNS 最前線—Web 2.0 時代のまちおこし実践ガイド』アスキー、2007 年 など
2011 年より『行政&情報システム』誌にて「行政情報化
新時代」を連載
