

シェアリングエコノミーが家庭経済に及ぼす影響



埼玉大学教育学部教授 重川 純子

～要旨～

本稿では、シェアリングエコノミー（SE）が家庭経済に与える影響について検討した。SEは市場取引のみが対象ではないが、政策的には、共同、共有や協働により人がつながることよりお金を伴う経済活動に重点を置いて推進されている。

貨幣取引を伴うSEの進展は、中古品購入や物品の借用を容易にし支出削減につながり、消費者の期待も高い。一方、支出先は変わるが支出額は同程度を維持、多様なサービス提供によりむしろ支出増加の可能性も考えられる。この他、行政が関わる互助促進のプラットフォーム利用も支出に影響を及ぼしうる。SEは消費者間の取引を促進するが、この取引は消費者保護の仕組みの想定外であり、相手、仲介者への信頼確認のための取引コストがかかる場合もある。収入について、多様な遊休資産を活用し収入増加につながりうるが、働き方の変化を促し、収入減少の可能性もある。新しい取引形態や働き方を視野に入れた制度検討が急務となっている。家庭経済にとって、SEの進展は追加収入を得たり、支出削減の機会を提供する他、保有することを問い直したり、能力を確認・活用しながら他者や地域と関わることも促進すると考えられる。

1 はじめに

シェアリングエコノミーの語の認知度は少しずつ高まりつつあるものの、2019年に実施された調査¹⁾においても認知度は26.9%と高くはない。言葉自体の認知に関わらず、具体的内容をあげると約半数が何らかのサービスを認知している。少しずつ利用割合、利用意向が高まっており、生活の中に取り入れられつつある。

過去の生活を振り返ると、様々に共有（シェア）が行われていた。近年用いられている「シェアリングエコノミー」では、経済の活性化、市

場規模の拡大という文脈の中で用いられ、展開を妨げる規制の変更や検討が行われている。漢字では共有経済、協働経済等と表記される場合もあるが、これらは「共に」や「力をあわせて」を想起させ、市場を活性化するイメージは弱い。『シェアリングエコノミー』を著したSundararajanは、シェアリングエコノミーについて、「市場経済と贈与経済のあいだに広くまたがって」おり、「統一された定義がない」（2016, 51-52）、と述べている。近年注目されているのは、市場、資本、ネットワーク、パーソナルとプロ

フェッショナルの曖昧な線引き、仕事と余暇を含め労働形態の曖昧な線引きを特徴とする「クラウドベース資本主義」と指摘している(同上)。

本稿では、まず、暮らしの中の「シェア」の変化について振り返るとともに、シェアリングエコノミーの示す内容を確認する。その上で、シェアリングエコノミーの進展は家庭経済にどのような影響を及ぼしうるかを検討する。

2 暮らしの中の「シェア」とシェアリングエコノミー

(1) 暮らしの中の「シェア」の変化

共同や共有は、生活や生業において様々に行われていた。高度経済成長期初期の頃の昭和30年代においても、専業、兼業問わず、稲作の苗取り、田植え、稲刈りなど農繁期には地域で協力し、共同的に作業が行われていた。利根川沿いの水郷地域の農業や生活の様子を撮影した写真のアーカイブ(千葉の県立博物館デジタルミュージアム 大利根分館ウェブサイト)には、昭和30年頃の田植えを共同的に行っている様子の他、農繁期に大人が総出で農作業に出る間、臨時的に公民館に保育所を開設し、小さな子ども達を共同的にあずかっている様子も残されており、労働、家事・育児、時間、場所の共有が行われている。生業、家事・育児での協力だけでなく、モノ(本稿では、物(goods)をモノと表記する)の共有もみられた。写真アーカイブには、洗濯機の使い方の講習会の様子の他、当時は普及し始めて高額であった電気洗濯機を近隣で共同購入し、順番に利用するため洗濯機を背負って隣家に届ける様子も含まれている。農業の機械化や機器の世帯ごとの所有、生活水準の上昇、雇用者化などが進む中で、ここに示したような従来の共有の必要性が低下していった。

1970年代には、都市化した社会の中で、地域

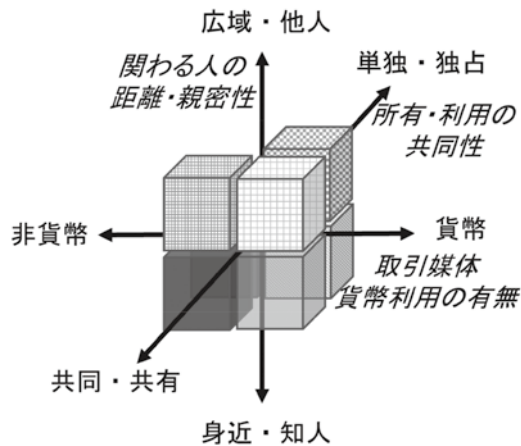
の中で助け合う仕組みとして互助型在宅福祉サービスの活動が始まっている。互いに知り合いではない手助けの必要な人と手助けが可能な人をつなぎ、手助けした時間を蓄えておくことができる仕組みである。時間預託ではなく費用弁償の場合もあり有償ボランティアと呼ばれることもある。地域の中だけで通用する仕組み以外に全国につながる仕組みをつくり地域を越えて預託した時間を利用できる仕組みも登場した。同様の仕組みとして、1990年代には、地域経済の活性化や地域の人をつなぐことを目的に各地で地域通貨が広がった。これらの仕組みは、サービス提供者とサービス利用者を事務局が仲介するものであり、シェア事業者がマッチングプラットフォームを用いて仲介するクラウドベースのシェアリングエコノミーの仕組みと共通している。

不要品の譲りあいも、親戚や近隣など身近な関係から、フリーマーケットなどで対面の不特定多数を対象にしていたものが、ネットを介し広域の不特定多数の人とのやりとりが可能になってきている。

インターネットの普及により、広域な範囲で知人ではなかった人とも直接的に相対することが可能になってきた。特に、種々の仲介サイトの存在が、他人とつながりやすくしている。市場を介することにより、お金を必要とすることになるが、紹介等なしでも取引の場に入ることができる。

暮らしの中の経済生活について、所有や利用の共同性について共同・共有か単独・独占か、取引媒体として貨幣利用の有無について貨幣か非貨幣か、という2つの軸で暮らしの様相をとらえると(図1)、共同・共有の側で非貨幣には地域での互いの助け合いなどの「互助」、共同・共有で貨幣を介するものには「共同購入・所有

図1 暮らしの中のシェア



(出所) 重川 (2020) p.114 を一部改変

（協同組合など）」が含まれる。単独・独占の側で、非貨幣には「自給自足的」、貨幣を介するものには「分業」し「稼得・購入」することが含まれる。共同や共有は、比較的身近な関係の中で行われていたが、情報通信技術の進歩により、関わる相手が広い範囲に拡大する。関わる人の距離・親密性についての軸、身近・知人か広域・他人か、が加わった。経済生活は、身近・知人間での貨幣を介する、または貨幣を介さない取引から、主に身近なところで貨幣を介する取引に、さらに、遠隔地との貨幣を介した取引になってきた。

(2) シェアリングエコノミーとは

Botsmanら(2010)は、「ハイパー消費」に代わって、「所有より利用」の考えの下でシェアをしたり、中古品や不要品を再配分したり、同様の目的を持つ人が集まり時間、空間、技術、お金などを共有する、個人の自由やライフスタイルを手放すことなく資源をシェアできる「コラボ消費 (collaborative consumption)」が広がりつつあることを示し、一層の推進を掲げている。この中の「シェア」には、ネット経由と直接的、無料と市場取引、どちらも含まれている。

日本国内では、2016年6月の政府による『日本再興戦略2016 - 第4次産業革命に向けて-』の中で、CtoC (Consumer to Consumer) のビジネス領域としてシェアリングエコノミーが取り上げられ、内閣官房情報通信技術 (IT) 総合戦略室にシェアリングエコノミー検討会議、2017年1月にはシェアリングエコノミー促進室を設置し、政策として積極的に推進を図っている。

シェアリングエコノミーの説明として、関係する事業者などが加盟する（一社）シェアリングエコノミー協会では「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シェア（貸借や売買や提供）をしていく新しい経済の動き」²⁾、総務省『情報通信白書』の平成28年版では「個人が保有する遊休資産をインターネットを介して他者も利用できるサービス」、平成29年版では「個人等が保有する活用可能な資産等を、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他の個人等も利用可能とする経済活性化活動」としており、クラウドベースに特化し、資産の有効活用を図るものとして用いられることが多くなっている。共同、協同、互助や共助により人と人のつながりを促進する政策の一環というより、CtoCに加えBtoCやBtoBの推進によりお金の動きを伴う市場を活性化する方向性が示されている。

3 シェアリングエコノミーの領域

(1) 提供されるサービス

collaborative economyで企業をサポートする会社の創設者であるOwyangは、サービス提供事業者名を示しながらシェアリングエコノミーで扱っている領域をCollaborative Economy Honeycombというハニカム図で表している³⁾。2014年の図(version1.0)では6つの六角形(お金、モノ、サービス、食料、交通、空間)の6つの大

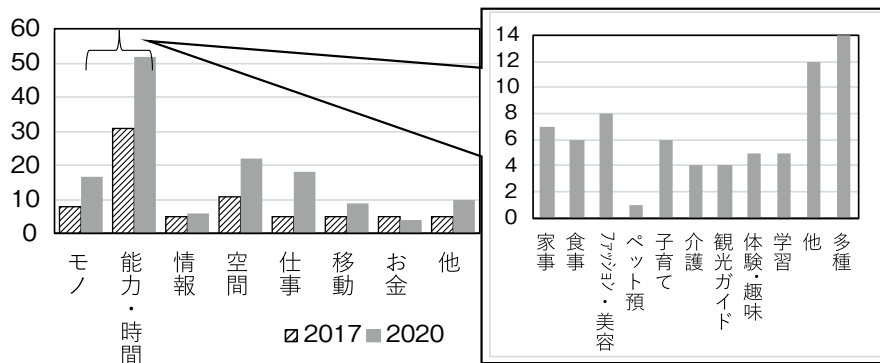
分類)であったが、12の六角形の図(2.0)を経て、2016年に提示された図(3.0)では16の大分類(学習、自治体、お金、もの、健康、ウェルネス・美容、空間、食料、設備、移動、乗物サービス、サービス、運搬、企業・組織、分析・評価、プロバイダー支援)へと、短期間で広がっており、交通に関わる内容のように、提供事業者が増加し大分類が細分化されるほか、シェアサービス提供事業者の後方支援的な内容も加わっている。生活の様々な場面への関わりがみられる。

日本の状況について、2016年に発足した(一社)シェアリングエコノミー協会に加盟する一般会員(CtoCなどのシェア系プラットフォーム事業に取り組んでいる)団体を対象に提供内容を取り上げる。2017年8月には同協会のウェブサイトに掲載される一般会員は83であったが、2020年6月には163¹⁾へ3年弱で約2倍に増加している。従前のものと同様のものもあるが、空間として上空でのドローン飛行を許容する私有地のような新しいサービスもみられる。同協会では、シェアリングエコノミーとして提供される内容を、空間、移動、モノ、スキル、お金の5つに分類している。この5つに、情報、仕事、その他の3つを加え、各団体のウェブサイト掲

載情報をもとに、8つに分類した。図2には消費者向けプラットフォームを持つ団体が主に扱っている分野(図2では「スキル」を「能力・時間」と表示)を示している。全体の件数は増加しているが、内訳構成は概ね変わっていない。ここでの「仕事」はフリーランスへの業務紹介や短期的職務や副業の紹介を仲介しているサービスであり、増加率が大きい⁵⁾。「能力・時間」の中には、多様な得意なことを登録できるものの他、家事など必ずしも資格等を必要としないもの、医師や美容師のように一定の資格を必要とするもの、が含まれている。消費者同士を仲介するCtoCのものだけでなく、訪問美容師の仲介のように、フリーランスを含む事業者側と消費者を仲介するBtoC(Business to Consumer)のものも少なくない。

民泊の仲介サービスを提供するAirbnbの創設者の1人であるGebbiaは、2016年のTEDの講演において、CtoCの民泊を想定し、人のつながりを促すものであり、人間的なつながりのある商行為としていた。民泊(住宅を活用した宿泊サービス提供)について規定した住宅宿泊事業法(2017年制定)では、家庭の空きスペースに泊めてもらう家主居住型だけでなく、家主不在

図2 「シェアリングエコノミー協会」一般会員¹⁾の取り扱い分野



1) CtoCなどのシェア系プラットフォーム事業に取り組んでいる、団体の理念に賛同している各団体のウェブサイト掲載情報(2017年8月、2020年6月時点)より判断し作成ウェブサイトが利用できない、明らかにBtoBの事業内容の場合は対象から除外。調査対象数は2017年:75件、2020年:138件

型も認められた。簡易なホテル経営としての事業参入も可能であり、このタイプの民泊支援サービスとして鍵の管理サービスも登場している。民泊の括りの中に全くタイプの異なるものが存在している。利用者は利用意向に応じた提供者を選ぶ必要がある。

図2の右図には、モノあるいは能力・時間を扱っている場合に、その内容が示されている69団体の具体的分野を示している。様々なモノや能力について提供者と利用者を仲介するものが多い。

自治体の中にも、それぞれの地域課題解消の手段としてクラウドベースのシェアリングサービスを導入し、住民が利用できるようにしているところもみられる。

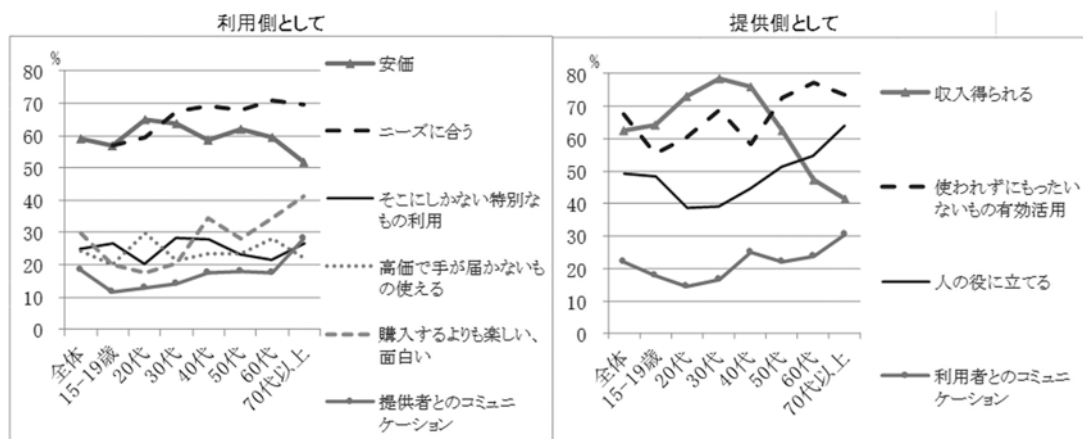
(2) シェアリングエコノミー進展への消費者のとらえ方

シェアリングエコノミーに対して消費者が抱く期待を、消費者庁が2017年3月に実施した調査によりみると、図3に示すように、利用者、提供側いずれも、経済面に関することの期待が大きい。その他、利用者側では「ニーズに合う」こと、提供側では自分には不要になったモノが

「有効活用」されることへの期待が大きい。提供側の場合、高齢層では収入に対する期待が他の年齢層に比べ低くなり、「役立つ」や「コミュニケーション」に対する期待が、他の年齢層に比べ高い。利用者側の場合にも、高齢層では他の年齢層に比べると、「楽しい、面白い」や「コミュニケーション」に期待している割合が高い。経済面の期待が大きい、高齢層では他者と関わる機会として期待している層が他の年齢に比べ高い⁶⁾。PwCコンサルティング合同会社による調査(2019)において、シェアリングエコノミーの言葉を知っている人と知らない人を1:1で調査対象として自分自身に与える影響を尋ねた質問では、影響があると考えている人は53.8%、影響はないと考えている人が23.9%、わからない人が22.3%である。影響がある事項として、節約の他、選択肢の増加、無駄な消費の削減、生活がより便利に、が各3割程度であり、示されている7つの項目の中で比較的选择率が高い。ユニークな体験・経験、時間の有効利用は各2割弱である。知人の増加は約4%であり、この調査では人とのつながりへの期待は低い。

経済・社会への影響として、環境負荷の低減という環境を直接的にあげた項目の選択は必ず

図3 シェアリングエコノミーへの期待



資料：消費者庁『平成28年度 消費生活に対する意識調査』より作成 (出所) 重川 (2018) p.12

しも高くないが、無駄な生産・消費の削減の選択率は4割弱であり、環境面も評価されている。

4 家計への影響

(1) 「経済の構造」とシェアリングエコノミー

Henderson (1990) による「経済の構造」では、経済を「貨幣経済の層」、「社会的協同対抗経済の層」、「自然の層」の3層でとらえている。市場での取引は、国や自治体によるサービス提供、家庭や地域の中での無償労働、すべての生産的活動の土台となる自然環境の影響を受けることになる。

シェアリングエコノミーが家計へ及ぼす影響について、伊藤 (2016) は、収入については、自分のモノや労働サービスを提供することで追加収入を得る可能性があること、支出については、借りたり、自分で生産したりすることで削減できると指摘している。今後のシェアリングエコノミーの展開の方向性として、市場経済部分が大きくなるのか、公的サービスや無償労働の部分が大きくなるのかによって異なる。例えば、NPO 法人や公的機関が関与し、営利企業のプラットフォームを導入するような場合、地域住民のサービス利用に係る手数料分は公費負担、実費のみ負担になることも考えられる。

(2) 支出への影響

家計への影響として、まず支出面を取り上げる (表1)。モノを購入しようとした場合、シェアリングエコノミーが進展することにより、中

古品や借用可能な品を探し出すことができる可能性が高まる。新品を購入する代わりに、借りて使用や中古品購入ができれば支出削減につながりうる。しかし、購入するつもりはなかったが、借りられるのなら使用してみようと考えたと、支出は増加することになる。サービスの購入について、これまでは事業者が提供する外食や中食を利用していたが、個人が提供する食事作り (家事)、食卓の共有やおかずの提供を利用するなど提供者の選択肢が拡大するが、利用機会が同程度であれば、支出先が変化するだけで支出額の変化はあまりないかもしれない。今まではあまり利用しなかったようなサービス (例えば、パーソナルトレーナー) が簡単に利用できるなら利用してみよう、など新たな利用が惹起されれば支出は増加する。支出の変化は、利用の仕方により増加、削減、変化なしとなる。

中古品や個人が趣味で製作したモノ、プロフェッショナルではない個人の得意なことを利用する場合には、企業等の事業者の提供するモノやサービスだけを利用する以上に、質、価格が多様になり、一層の選択眼が必要となる。プラットフォームを運営する事業者はピアレビュー (利用者による評価) など何かしらの信頼を提示しようとしている。また、サービスを提供する事業者に対する信頼を担保するため、政府の検討会議 (シェアリングエコノミー検討会議・内閣官房情報通信技術 (IT) 総合戦略室、2016) により遵守すべき事項のガイドライン・モデルが示されており (2019 年には改訂版提示)、

表1 シェアリングエコノミー進展による支出変化の可能性

	現状	シェアの利用	支出変化
もの	新品購入	借りて利用	支出減少
		中古品購入	支出減少
	購入意思なし	借りられるのなら利用	支出増加
サービス	利用	利用先選択肢多様に	あまり変化しない
	利用していない	利用	支出増加

(出所) 重川 (2018) p.13

2017年からは事業者団体による認証が行われている(2020年6月時点で23事業者が認証済み)。

シェアリングエコノミーでは、プラットフォーム運営は事業者の場合でも、提供側、利用側いずれも消費者同士(CtoC)であることも少なくない。消費者保護の仕組みは、事業者と消費者の間で想定されており、CtoCでトラブルが発生した場合には対応が困難である。仲介事業者が一定のルールを定めたり、商品の受け取りと代金の支払いが確実にされる仕組みを作ったりしている場合もあるが、個人間での話し合いに委ねられていることも多い。『平成29年版消費者白書』において、シェアリングエコノミー進展のため、消費者に求められる行動として、提供者は仲介する事業者ではなく、主に個人であり、その個人が提供内容に責任を負うこと、トラブルや損害が生じた場合には当事者間での解決が基本であることを理解し、「注意深く賢く選択すれば、利便性を享受することができ」る、と示され(消費者庁、2017,85)、2019年には、相談事例などを示しながら利用上の注意点を示したパンフレットが消費者庁により作成されている⁷⁾(消費者庁、2019)。

プラットフォームの中には、ファミリーサポートセンターや地域通貨と同様に身近な地域内で時間や能力を提供し合う互助をネットで仲介する仕組みのものもある。ファミリーサポートセンターが設置されている市区町村は2017年時点で全市町区村の50%である。クラウドベースのプラットフォーム利用により、マッチングに関する運営負担を軽減でき、仕組みの持続可能性を高められれば、地域内で互助が促進され、家計支出の減少につながりうる。

(3) 収入への影響

収入への影響についても、収入を増加させる

可能性と減少させる可能性両方が考えられる。各個人がモノや能力・時間といった自身の資本を様々な提供する場ができれば、収入を得る機会は広がる。フリーランスで仕事をしている人にとっても、同業、同類の内容を集めたプラットフォームができれば探索される可能性が高まり、収入増加につながりうる。

利用しやすさや新規性のあるサービスやモノが提供され、利用量が増加すれば、誰かの収入減少を伴わずに収入を増加させることができる。一方、社会の中で、利用されるサービスやモノの量が変わらなければ、誰かの収入の増加分は誰かの収入減少となる。

前述の『シェアリングエコノミー』の原著の副題には“the end of employment”(雇用の終焉)のフレーズが含まれている。一人ひとりがインターネット上のプラットフォームを用い世界中に向けた商店街で店を構える「事業者」になりうる。副業として関われば、追加収入を得る機会ともなる。しかし、社会のパイが変わらないとすると、既存企業の雇用者の給与は減少する可能性もある。例えば、宿泊者が増えない中で民泊が増加すれば、既存のホテルや旅館の中には客が減少するところが出てくることになり、そこで働く人たちにとっては給与減少、さらには職を失うことにもつながる。

雇用者か事業者かの区切りや就業者の大多数が雇用者である社会の枠組みで作られた制度があわなくなってくることも指摘されている(Sundararajan、2016,274-349)。タクシーに代わり、自分の車を使って移送サービスを提供するUberなどが広く展開されている国では、空いた時間を有効活用して関わる人だけでなく、主な仕事として関わる人も少なくない。Uberに雇われるのではなく、それぞれは独立した事業者として関わる形態ととらえると、雇用関係はな

い。しかし、事実上は雇用者のような状況にあるとして、雇用者としての権利を求める動きもみられる。イギリスでは、ドライバーがUberを訴えたロンドンの雇用審判所が2016年10月に最低賃金適用や有給休暇などの権利を保障すべきとする判決を示し⁸⁾、2017年の11月の控訴審においてもUber側が敗訴している⁹⁾。カリフォルニア州でもギグワーカーを雇用者としてとらえ、一定の保障を義務化する法律が制定されている。働き方のとらえ方、雇用者を中心とした社会保障のあり方など見直しの必要性が指摘され、ベシックインカム導入案も提示されている。課税の問題から所得捕捉についても、各国で対応が検討されたり、実施されている。

5 おわりに：シェアリングエコノミー進展下での「生活資源簿」の提案

生活経営学では、生活上の目標の実現や問題解決、日々の欲求充足などで活用可能なものを生活資源といい、生活をとらえるキー概念の1つである。

シェアリングエコノミーは、「個人等が保有する活用可能な資産」、「遊休資産」を他者も活用する活動であり、Sundararajanは、シェアリングエコノミーを「クラウドベース資本主義」、その資本について「資産やスキル、時間、金銭などあらゆるもの」としている。「資産」、「資本」と用いられている言葉は異なるが、同義で用いられており、生活経営学における生活資源のとらえ方と重なる。自分や家族のよりよい生活のために用いるだけでなく、他者が活用可能な資源としてとらえ直すことになる。

生活資源の1つである貨幣を管理する手段に家計簿がある。家計のあり様は、その他の生活資源のあり方の影響を受ける。食生活を例にすると、調理の知識と技能があり、時間を使うこ

とができれば、食材を購入し、自分で料理することが可能である。さらに、作物を自分で育てるための知識、技能、空間があり、育てる時間があれば、種苗を購入するだけになる。お金だけでなく、その他の生活資源の保有、活用のされ方が生活のあり方に影響を及ぼすことになることから、貨幣以外をも含めた生活資源について、保有状況を記録する「生活経済簿」を提案し（重川、2002）、お金以外について具体的な書式案を示した（重川、2018）。モノ、空間、能力、つながりについて、毎年の確認状況を示すものである。モノ、空間は、他者に貸出しうるもの、各年の利用状況を確認することにより、貸出し可能期間を決定できる。能力について、客観的なレベルを示す資格などの他にも、特技や趣味、職業上培った能力を捉える。すぐに他者が活用できる状況ではないかもしれないが、毎年の状況を記録することで積み重ねを確認することができる。シェアリングエコノミーの能力や時間の提供・募集サイトや互助のサイトで、求められている内容を確認することで、自分では「能力」と考えていなかったことが「能力」として浮かびあがる場合もある。長期的に同様の募集があるか定かではないが、何かを始めようとする時に参考にすることもできる。モノについても、不用品の提供・募集サイトを確認することで、保有しているモノの活用可能性に気付くことになる。実際に提供すれば収入を得ることもできる。また、モノの活用度を確認することは、保有し続けるかの検討の機会となる。保有から利用に変更することにより、実費として出ていく費用ではないが、保管にかかるコスト（手間や時間、空間）を削減することもできる。

近年強く推進されるシェアリングエコノミーは市場経済の活性化に重点を置いており、新しい取引形態や働き方が広がりつつある。従来の

制度見直しや新しい制度の検討が急務であるが、家庭経済にとって、シェアリングエコノミーの進展が与える影響は正負両面の可能性があるものの、多面的に追加収入を得たり、支出削減の機会を提供したりする機会になっている。このことは、保有することの問い直しや自分の能力の確認の機会になり、他者や地域と関わることも促進すると考えられる。

本稿は、『生活経営学研究』通巻53号に掲載の拙稿（重川（2018））をもとに加筆修正を行ったものである。

【注】

- 1) 2019年7月に実施されたPwCコンサルティング合同会社による16歳から70歳代を対象とした調査「国内シェアリングエコノミーに関する意識調査2019」。2017年、2018年にも調査が実施されている。
- 2) (一社)シェアリングエコノミー協会ウェブサイト「協会概要」(<http://sharing-economy.jp/ja/about/>) 2020年6月20日閲覧
- 3) Jeremiah Owyang氏のウェブサイト（2020年6月20日閲覧）
<http://www.web-strategist.com/blog/wp-content/uploads/2014/05/Honeycomb.jpg>
<http://www.web-strategist.com/blog/2014/12/07/collaborative-economy-honeycomb-2-watch-it-grow/>
<http://www.web-strategist.com/blog/2016/03/10/honeycomb-3-0-the-collaborative-economy-market-expansion-sxsw/>
- 4) 協会によると2020年6月時点の一般会員数は156件とされているが、会員一覧には163件が表示。なお、2017年時点の一般会員団体83のうち、2020年にも会員であることが確認できたのは43。

それ以外は、事業中止になった他、事業は継続しているが会員をやめたり、名称変更しURLも変更したため継続確認ができない場合もあると思われるが、事業継続は必ずしも容易ではないことがうかがえる。

- 5) ネット経由で企業や個人から単発の仕事を請け負う人をギグワーカーというが、COVID-19感染拡大の影響もあり、仲介サイトの副業登録が増加しており、2020年5月末時点で大手4社の登録者数は約700万人、新規登録者数は2020年上半年で延べ100万人になる見通しが報じられた（『日本経済新聞』2020年6月24日朝刊）。
- 6) この調査はインターネット調査で実施されている。総務省『平成29年版 情報通信白書』によると、2016年インターネットの人口普及率は83.5%である。年齢階層別では、13～19歳から50歳代までは90%を超えるが、60歳代前半では83%、60歳代後半69%、70歳代53%、80歳以上23%であり、高年齢層はインターネットにアクセスしている層の回答である点に注意が必要である。
- 7) シェアリングサービスによる新しいサービス展開のため規制緩和を進める一方、国際的な連携や本人確認など、従来の枠組み外で未対応の事項に対する検討が行われている（消費者委員会オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会、2017）。
- 8) 独立行政法人労働政策研究・研修機構 国別トピック：イギリス（2016年11月）。
http://www.jil.go.jp/foreign/jihou/2016/11/uk_02.html（2020年6月20日閲覧）
- 9) the guardian 2017年11月10日
<https://www.theguardian.com/technology/2017/nov/10/uber-loses-appeal-employment-rights-workers>（2020年6月20日閲覧）

【参考文献】

伊藤宏一 (2016) 「シェアリング・エコノミーと家計管理」『生活経済学研究』生活経済学会、第 44 巻、pp.69-78

千葉の県立博物館デジタルミュージアム 大利根分館ウェブサイト中「水郷の原風景」(<https://www.chiba-muse.or.jp/OTONE/genhukei/genhukei-mokuji.htm>)

PwC コンサルティング合同会社 (2019) 『国内シェアリングエコノミーに関する意識調査 2019』(<https://www.pwc.com/jp/ja/knowledge/thoughtleadership/2019/assets/pdf/sharing-economy1907.pdf>)

重川純子 (2001) 「福祉社会と生活保障」御船美智子・上村協子共編『現在社会の生活経営』光生館、pp.127-142

重川純子 (2002) 「家計簿から生活経済簿へー生活経済簿体系化の試みー」日本家政学会家庭経済学部会編『多様化するライフスタイルと家計』建帛社、pp.110-115

重川純子 (2018) 「家庭経済からみるシェアリングエコノミー」『生活経営学研究』通巻第 53 号、pp.11-16

重川純子 (2020) 「生活手段 (モノ・サービス) でとらえる」(一社) 日本家政学会生活経営学部会編『持続可能な社会をつくる生活経営学』朝倉書店

シェアリングエコノミー検討会議・内閣官房情報通信技術 (IT) 総合戦略室 (2016) 『シェアリングエコノミー検討会議 中間報告書』(https://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/senmon_bunka/shiearingu/chuukanhoukokusho.pdf)

シェアリングエコノミー検討会議・内閣官房情報通信技術 (IT) 総合戦略室 (2019) 『シェアリングエコノミー検討会議第 2 次報告書』(https://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/senmon_bunka/

[shiearingu/dai2ji-houkokusho.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/senmon_bunka/shiearingu/dai2ji-houkokusho.pdf))

消費者委員会オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会 (2017) 『オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書』(https://www.cao.go.jp/consumer/iinkai/2019/294/doc/20190418_shiryu2_1.pdf)

消費者庁 (2017) 『平成 29 年版 消費者白書』

消費者庁消費者政策課 (2019) 『共創社会の歩き方 2019 ~ 20 シェアリングエコノミー』(https://www.caa.go.jp/notice/assets/5bdcc83477e2afcadfe26c2e490f42f2_1.pdf)

総務省 (2016) 『平成 28 年版 情報通信白書』

総務省 (2017) 『平成 29 年版 情報通信白書』

Botsman, R, and Rogers, R (2010) 『シェア』(小林弘人監修、関美和訳) NHK 出版

Henderson, H. et al. (1987) 「実質的意味のない諸指標」『生命系の経済学』(石見尚・中村尚司・丸山茂樹・森田邦彦訳) 御茶ノ水書房、pp.39-48

Sundararajan, A. (2016) 『シェアリングエコノミー』(門脇弘典訳) 日経 BP 社

しげかわ じゅんこ

お茶の水女子大学卒業。同大学院修了。県立高等学校、私立短期大学教員、(財) 家計経済研究所研究員を経て、1998 年埼玉大学助教授。2007 年より現職。
【専門分野】
生活経済学・生活経営学
【主な著書】
『生活経済学』放送大学教育振興会
『持続可能な社会をつくる生活経営学』(共著) 朝倉書店
『生活者の金融リテラシー』(共編著) 朝倉書店
『家計研究へのアプローチ』(共著) ミネルヴァ書房
『家計簿からみた近代日本生活史』(共著) 東京大学出版会