



# シェアリングエコノミービジネスの 成功要因とは？

近年社会に大きなインパクトを与えているシェアリングエコノミービジネスの成功要因についてご説明いたします。

シェアリングエコノミーの定義、出現した背景、メリット・デメリット、世界各国の普及率など、現在の業界の基礎的な知識だけではなく、シェアリングエコノミービジネスでポイントとなる成功要因、今後の動向など、新たにシェアリングエコノミービジネスの参画をご検討いただける内容となっております。

是非ご一読ください。

# 目次

1. シェアリングエコノミーが出現した背景
  2. シェアリングエコノミーの定義・分類
  3. シェアリングエコノミーの現状
  4. シェアリングエコノミーのメリット・デメリット
  5. シェアリングエコノミーのビジネスモデル
  6. シェアリングエコノミーの成功要因
  7. シェアリングエコノミーの今後
- 

- 
- 1. シェアリングエコノミーが出現した背景**
  2. シェアリングエコノミーの定義・分類
  3. シェアリングエコノミーの現状
  4. シェアリングエコノミーのメリット・デメリット
  5. シェアリングエコノミーのビジネスモデル
  6. シェアリングエコノミーの成功要因
  7. シェアリングエコノミーの今後

# シェアリングエコノミーが出現した背景

シェアリングエコノミーが出現した背景には、消費者の価値観や意識、コミュニケーションの在り方、資源・環境への配慮について、それぞれ変化があったことが挙げられます。

## 消費者の 価値観や意識

### 大量生産・大量消費の時代



- モノを持つことが豊かさの証
- 大量の低稼働資産で飽和状態

- 耐久消費財を購入することが「人並みの豊かさ」の証

- テレビCMやラジオから一方通行

- 生産が優先。環境への配慮は軽視

## コミュニケーションの在り方

### 脱消費・脱所有の時代



- 消費から利用のパラダイムシフト
- 必要以上のモノを持たない生活

- 親を見て、若者の意識が変化
- 製品価値から利用価値へ変化（モノ消費からコト消費）

- スマホの普及、ネットインフラ整備により、双方向

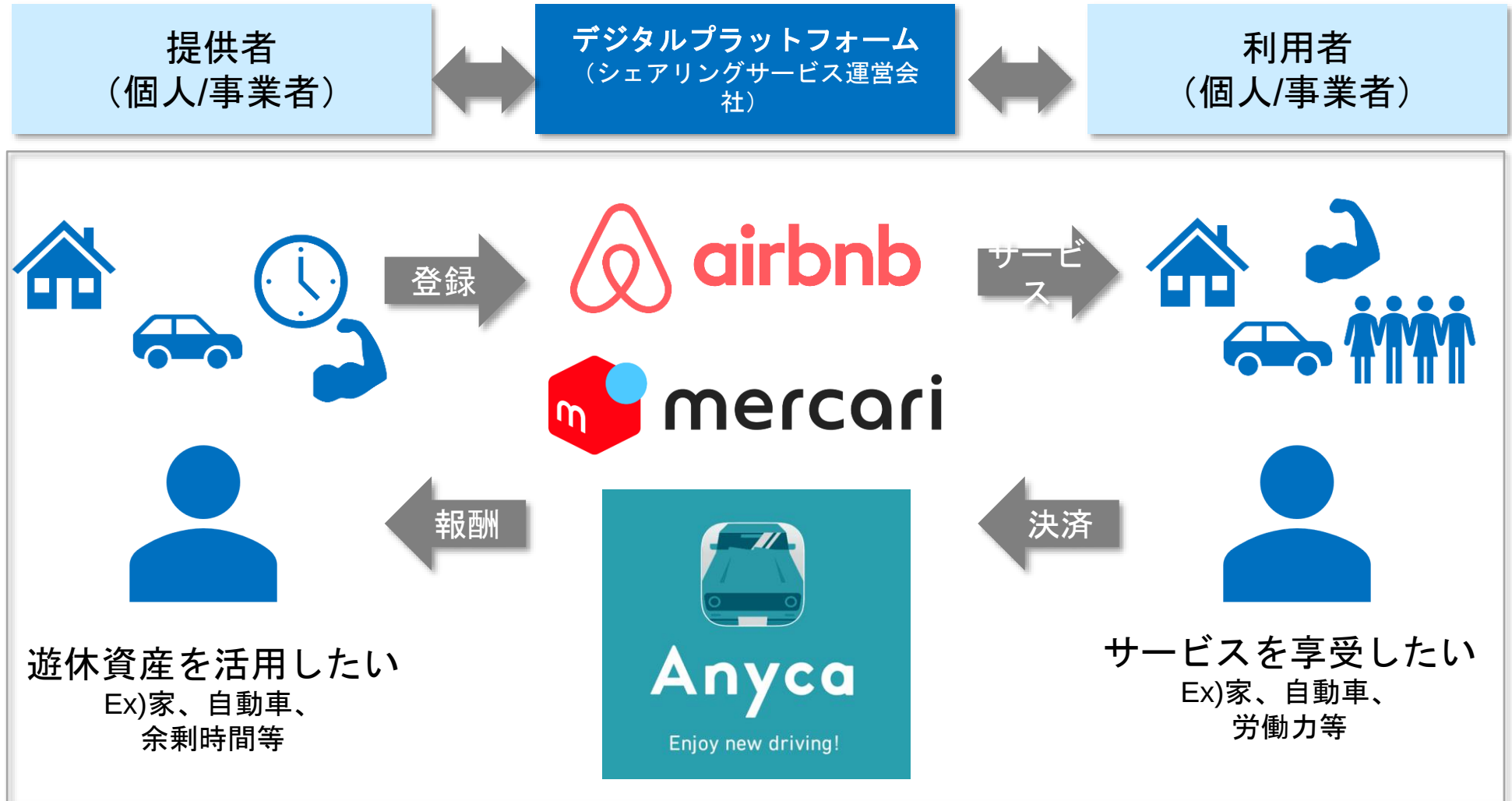
- 環境への負荷軽減を重視

## 資源・環境への 配慮

- 
1. シェアリングエコノミーが出現した背景
  - 2. シェアリングエコノミーの定義・分類**
  3. シェアリングエコノミーの現状
  4. シェアリングエコノミーのメリット・デメリット
  5. シェアリングエコノミーのビジネスモデル
  6. シェアリングエコノミーの成功要因
  7. シェアリングエコノミーの今後

# シェアリングエコノミーの定義・分類~シェアリングエコノミーの定義~(1/3)

シェアリングエコノミーとは、モノ・空間・スキル・などの遊休資産をデジタルプラットフォームを介してシェアする形態の幅広いビジネスを指します。



広義には運営会社がモノを所有し共有するようなレンタルサービスなども含まれます。

## シェアリングエコノミーの定義・分類~シェアリングエコノミーの定義~(2/3)

シェアリングエコノミーにはシェアする対象により5つに分類されます。  
“モノ”だけでなくそれ以外にも様々なものがシェアリングの対象となり、各分類の概要と現在提供されている主なサービスを挙げておきます。

| 分類  | 概要                                  | サービス                                  |
|-----|-------------------------------------|---------------------------------------|
| 空間  | 空き家や別荘、駐車場等の空間をシェアする。               | Airbnb、SPACEMARKET、akippa             |
| 移動  | 自家用車の相乗りや貸自転車サービス等、移動手段をシェアする。      | UBER、notteco、Anyca、Lyft               |
| モノ  | 不用品や今は使っていないものをシェアする。               | Mercari、ジモティー、air Closet              |
| スキル | 空いている時間やタスクをシェアし、解決できるスキルを持つ人が解決する。 | Crowd Works、アズママ、TIME TICKET          |
| お金  | サービス参加者が他の人々や組織、あるプロジェクトに金銭を貸し出す。   | Makuake、READY FOR、STEERS、Crowd Realty |

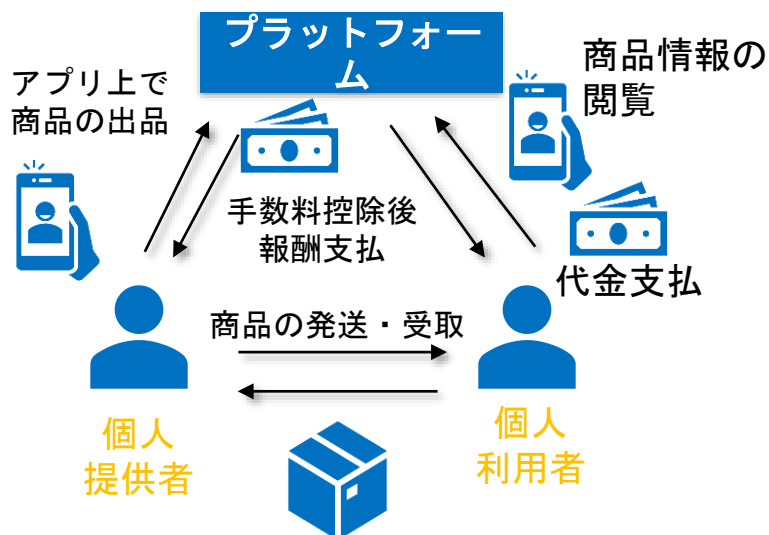
出典元：務省情報通信白書「ICTによるイノベーションと新たなエコノミー形成に関する調査研究」（平成30年）  
URL）<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r01/pdf/index.html>

# シェアリングエコノミーの定義・分類~シェアリングエコノミーの定義~(3/3)

シェアリングエコノミーの主要なサービスモデルには3つのパターンがあります。提供者・利用者がそれぞれ法人、個人にの場合がありますが、プラットフォーム運営者は提供者、利用者双方からの手数料収益にて、運営するビジネスモデルとなっています。

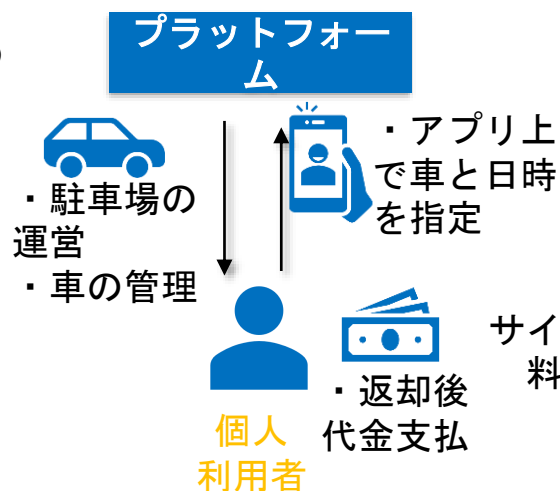
## 1 CtoBtoC

提供者、利用者ともに個人  
例：モノをシェアする場合



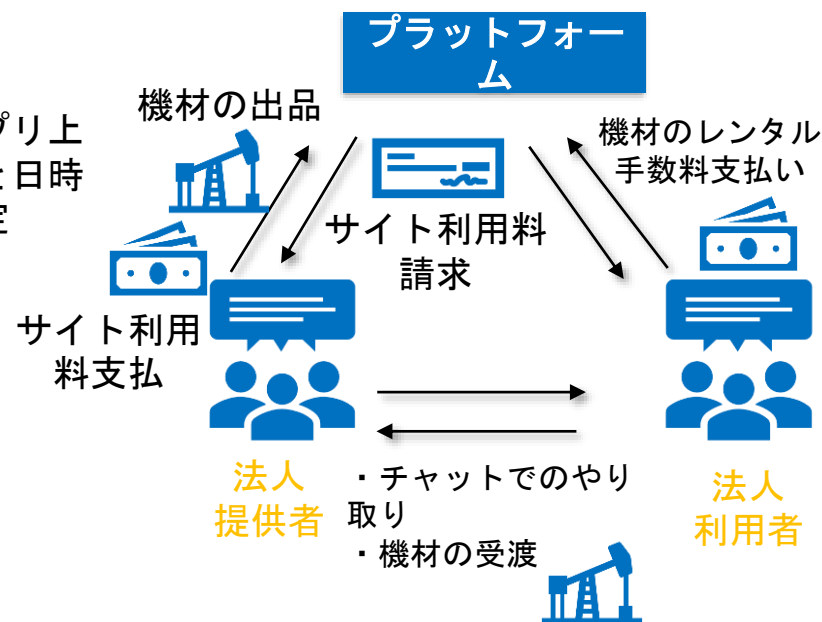
## 2 BtoC

提供者とプラットフォームが  
同一で法人利用者が個人  
例：カーシェア



## 3 BtoBtoB

提供者と利用者がともに法人  
例：重機シェア

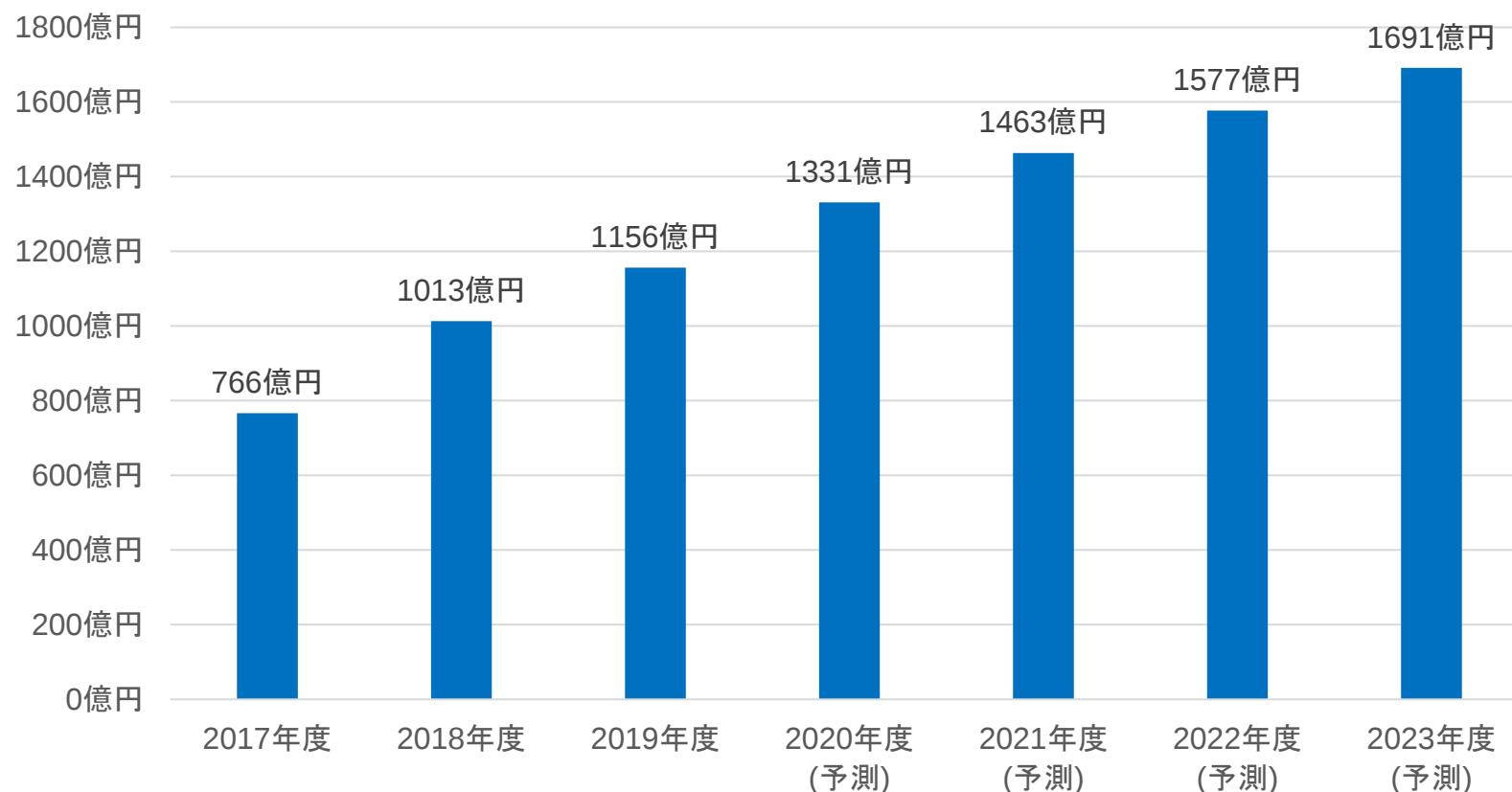


- 
1. シェアリングエコノミーが出現した背景
  2. シェアリングエコノミーの定義・分類
  - 3. シェアリングエコノミーの現状**
  4. シェアリングエコノミーのメリット・デメリット
  5. シェアリングエコノミーのビジネスモデル
  6. シェアリングエコノミーの成功要因
  7. シェアリングエコノミーの今後

# シェアリングエコノミーの現状～シェアリングエコノミーの市場規模～

日本のシェアリングエコノミーの市場規模は右肩上がり成長し続けており、2019年度の市場規模は前年比114%の成長率で拡大しています。今後も年間、約14%は成長すると見込まれています。

市場規模



出典元：矢野経済研究所 2019年度 シェアリングエコノミーサービスに関する調査  
URL) [https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/2348](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2348)

## シェアリングエコノミーの現状～大手企業参入事例（1/2）～

現在では「所有/消費」から「利用」のパラダイムシフトに対応するため、大手企業もシェアリングビジネスに参入するようになりました。

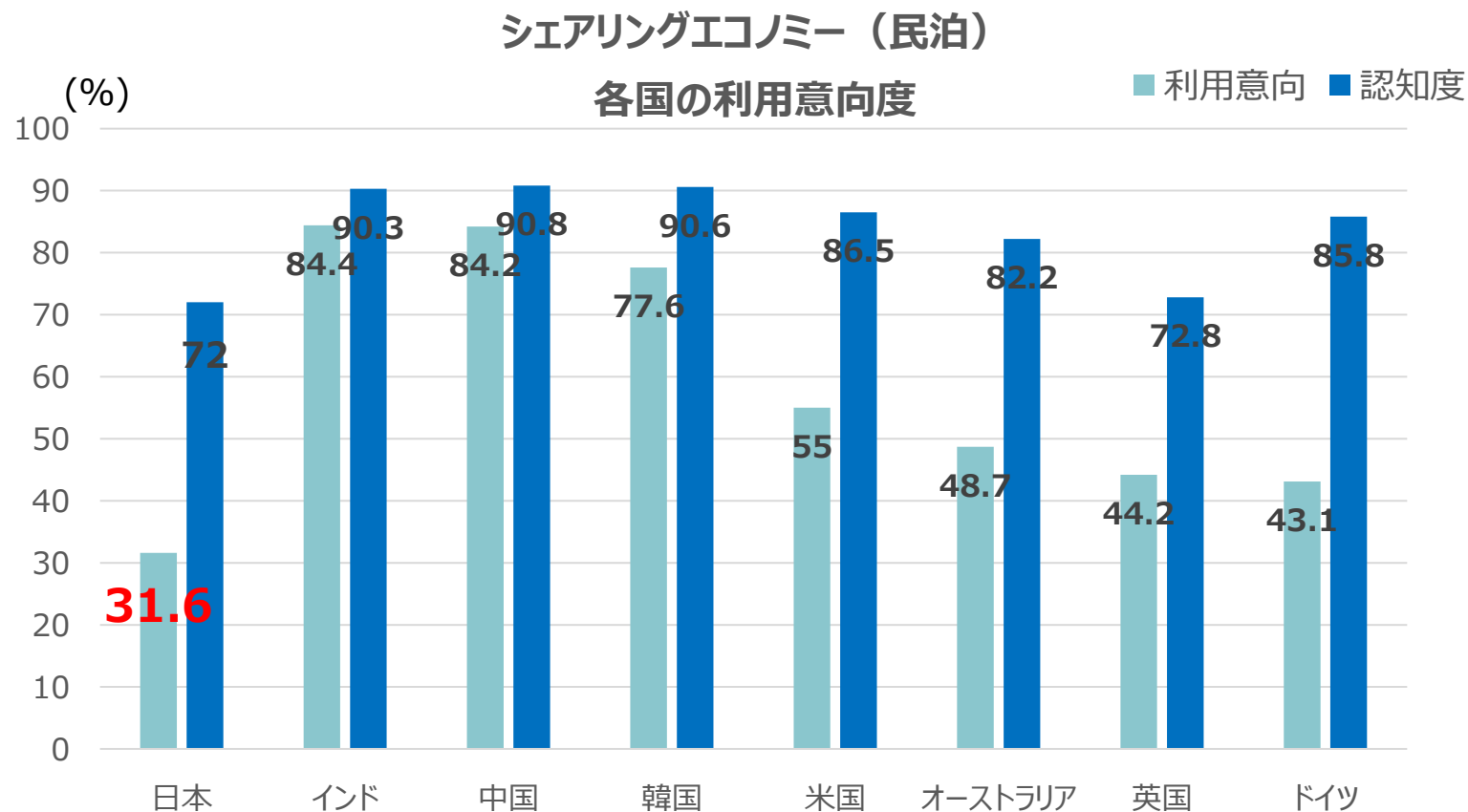
|      | サービス名         | 分類 | 概要                                                                                          | サービスモデル                                                  |
|------|---------------|----|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 楽天   | 楽天LIFULL STAY | 空間 | 国内で圧倒的な会員数を誇る楽天、日本最大級の物件掲載数を有するLIFULLによる合法民泊予約サイト。                                          | C to B to C<br>B to C                                    |
|      | ラクマ           | モノ | フリーマーケットのように自由に販売、通販ショッピング感覚でモノを購入できるサービス。                                                  | C to B to C                                              |
| 豊田通商 | Jukies        | モノ | 遊休状態にある建設機械や建設資材・工具類などの所有者（貸し手）がサイトに貸し出したい機械を登録。<br>一時的に建設機械を使用したいユーザー（借り手）に有料で貸し出し出来るサービス。 | C to B to C<br>C to B to B<br>B to B to C<br>B to B to B |
| JINS | Think Lab     | 空間 | 「世界で一番集中できる場所」というコンセプトで開発されたワークスペース。法人利用も可能なサービス。                                           | B to C<br>B to B                                         |

## シェアリングエコノミーの現状～大手企業参入事例 (2/2)～

|            | サービス名         | 分類 | 概要                                                                               | サービスモデル                                                  |
|------------|---------------|----|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 三井不動産リアルティ | CARECO        | 移動 | 首都圏と関西の三井のリパークを中心に、24時間いつでも30分からクルマが利用可能。ガソリン代・保険料込みで、マイカー・レンタカーよりも安くて便利なサービス。   | B to C                                                   |
| NTTドコモ     | dカーシェア        | 移動 | カーシェア・マイカーシェア・レンタカーの集約サービス。ドコモのケータイ以外も利用でき、最短5分で利用を開始可能。<br>提供者としてクルマを共有することも可能。 | C to B to C<br>C to B to B<br>B to B to C<br>B to B to B |
| ホンダ        | Honda Everygo | 移動 | 都市部を中心に誰でも気軽にHondaの四輪車を利用できるHondaが提供するカーシェアサービス。                                 | B to C<br>B to B                                         |
| ソフトバンク     | HELLO CYCLING | 移動 | 東京都を中心に全国でシェアできる電動自転車のレンタサイクリングサービス。自転車を共有できる。                                   | C to B to C<br>B to B to C<br>C to B to B                |

## シェアリングエコノミーの現状～日本での利用状況(1/2)～

民泊サービスを例にとって世界各国のシェアリングエコノミーサービスの利用意向を比較すると、日本では31.6%と低水準です。他のシェアリングサービスも同様な傾向があります。



出典：総務省 平成28年度情報通信白書

URL <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h28/pdf/>

## シェアリングエコノミーの現状～日本での利用状況(2/2)～

海外に比べて、日本でのシェアリングサービスの利用水準が低く、普及しない要因は大きく2つのことが挙げられます。

### 1 利用者のシェアリングサービスに対する不安が強い

- 2019年度PwCによる意識調査において、利用の際の懸念事項ではトラブル時の対応に不安を感じるという回答が最多

### 2 既存産業の成熟と業法の規制による制約が多い

- 成熟した既存産業を維持させるため、業界を保護する傾向が強い業法の規制による制約により、新規事業の参入が難しい  
(例：住宅宿泊事業法、道路運送法)

**規制緩和の動きもあり、今後の動向に注目していく必要があります**

- 
1. シェアリングエコノミーが出現した背景
  2. シェアリングエコノミーの定義・分類
  3. シェアリングエコノミーの現状
  - 4. シェアリングエコノミーのメリット・デメリット**
  5. シェアリングエコノミーのビジネスモデル
  6. シェアリングエコノミーの成功要因
  7. シェアリングエコノミーの今後

# シェアリングエコノミーのメリット・デメリット

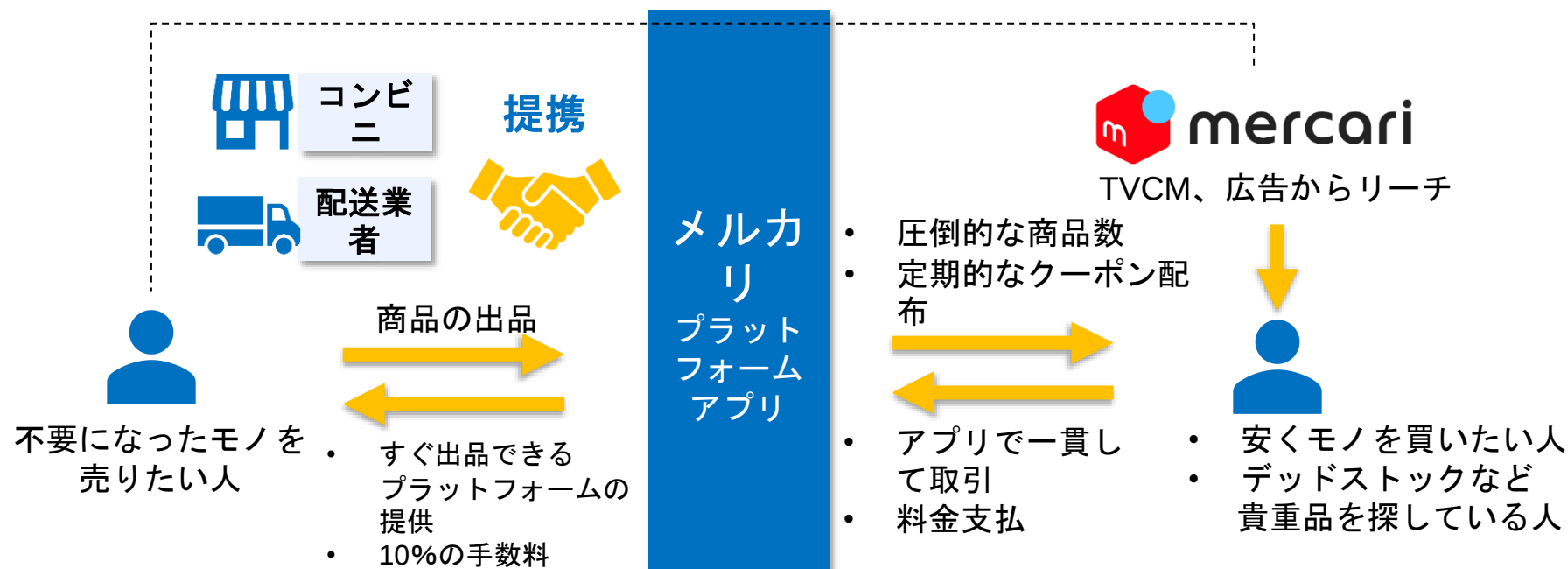
シェアリングエコノミーは、メリットもあるものの、リスクやトラブルに関する課題がデメリットとして挙げられます。これらの課題をクリアするシェアリングビジネスを設計する必要があります。

|       | 利用者側                                                                                     | 提供者側                                                                                     |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| メリット  | <ul style="list-style-type: none"><li>1 所有や消費より低コスト</li><li>2 地球環境保護へ貢献</li></ul>        | <ul style="list-style-type: none"><li>1 遊休資産（モノ）を収益化</li><li>2 スキル活用で働き方改革</li></ul>     |
| デメリット | <ul style="list-style-type: none"><li>1 リスクは提供者のモラルに依存</li><li>2 トラブル発生時の対応に不安</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>1 リスクは利用者のモラルに依存</li><li>2 トラブル発生時の対応に不安</li></ul> |

- 
1. シェアリングエコノミーが出現した背景
  2. シェアリングエコノミーの定義・分類
  3. シェアリングエコノミーの現状
  4. シェアリングエコノミーのメリット・デメリット
  - 5. シェアリングエコノミーのビジネスモデル**
  6. シェアリングエコノミーの成功要因
  7. シェアリングエコノミーの今後

# シェアリングエコノミーのビジネスモデル C to B to C

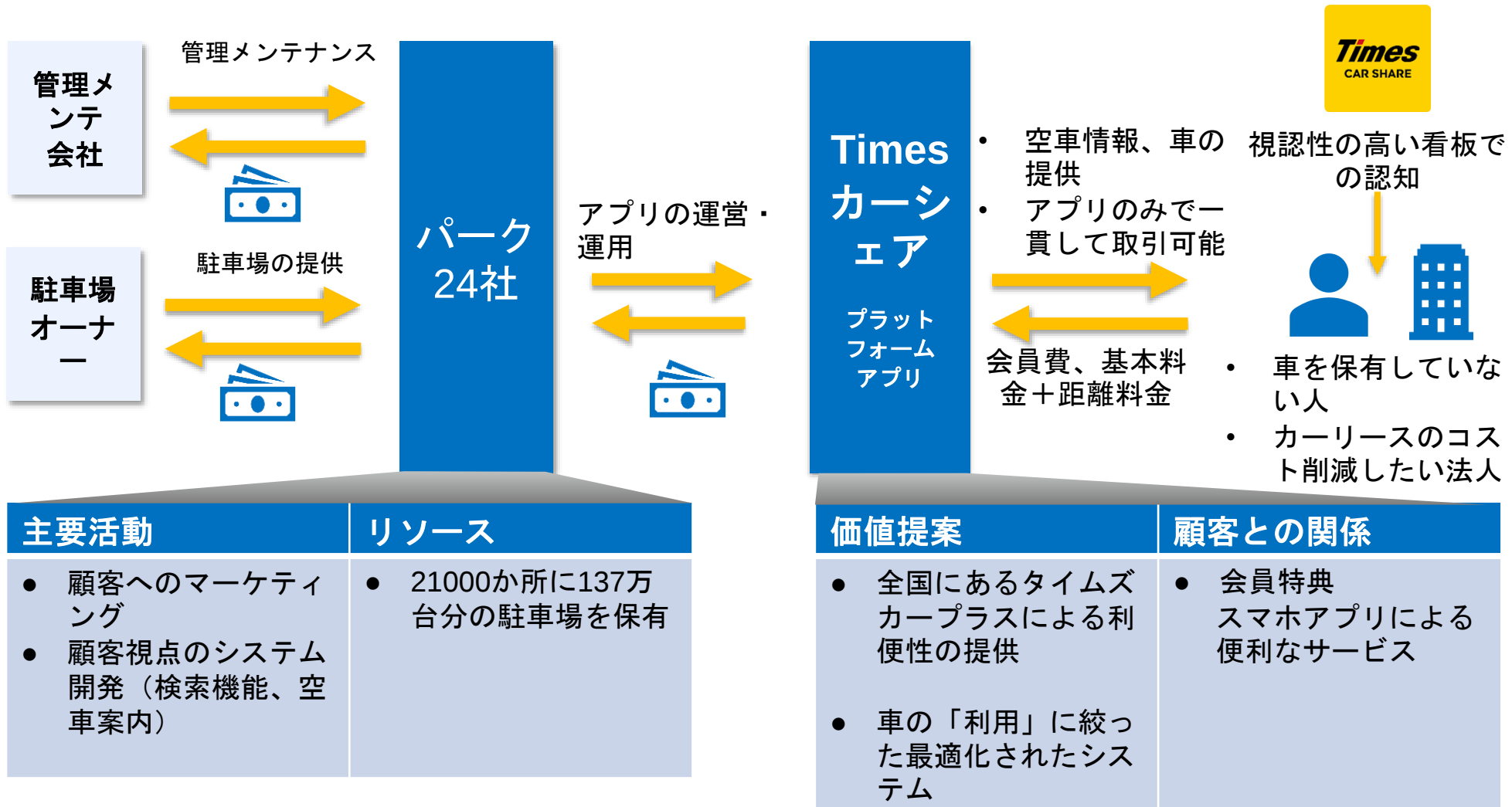
メルカリ社は、コンビニや配送業者などと流通面で提携している点と、圧倒的な商品数に特徴があります。



| 主要活動                                                                      | リソース                                                                             | 価値提案                                                                                                                     | 顧客との関係                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>プラットフォーム運営</li><li>システム開発</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>優秀なエンジニア</li><li>優秀なプロジェクトマネージャー</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>すぐれたユーザーインターフェースで、手軽さ利便性を提供</li><li>会費なしで取引開始可能</li><li>評価制度、匿名配送で、不安を低減</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>定期的にクーポン配布</li><li>圧倒的な商品数</li></ul> |

# シェアリングエコノミーのビジネスモデル B to C

パーク24社については、駐車場をリソースとして活用し、「利用」に絞った価値提供を行っている点が特徴となります。



- 
1. シェアリングエコノミーが出現した背景
  2. シェアリングエコノミーの定義・分類
  3. シェアリングエコノミーの現状
  4. シェアリングエコノミーのメリット・デメリット
  5. シェアリングエコノミーのビジネスモデル
  - 6. シェアリングエコノミーの成功要因**
  7. シェアリングエコノミーの今後

# シェアリングエコノミーの成功要因

シェアリングエコノミービジネスでは提供者が事業者でなく個人であることから、プラットフォームによる取引者同士の**信頼確保**がプラットフォームの成功要因となります。

## サービス名

## サービス概要

## 対応

## 背景



スマホから誰でも簡単に売り買いが楽しめる日本最大のフリマアプリ

偽ブランド品対策として人海戦術で対象の商品を削除

偽ブランド品の出品による  
マーケットの信用性を失うリスクあり



世界中の空き部屋やスペースなどを、提供するホストと旅行客をつなげるWebサービス

信頼性を担保するために  
Facebookと連携する機能が実装されている。

顔を見ない個人間の取引でなりすましやトラブルが発生するリスクあり。  
提供者と利用者交友関係やライフスタイルの情報を参照することで、信頼関係を構築



近所でサービスを受けたい人と得意分野で  
仕事したい人を繋げるサービス

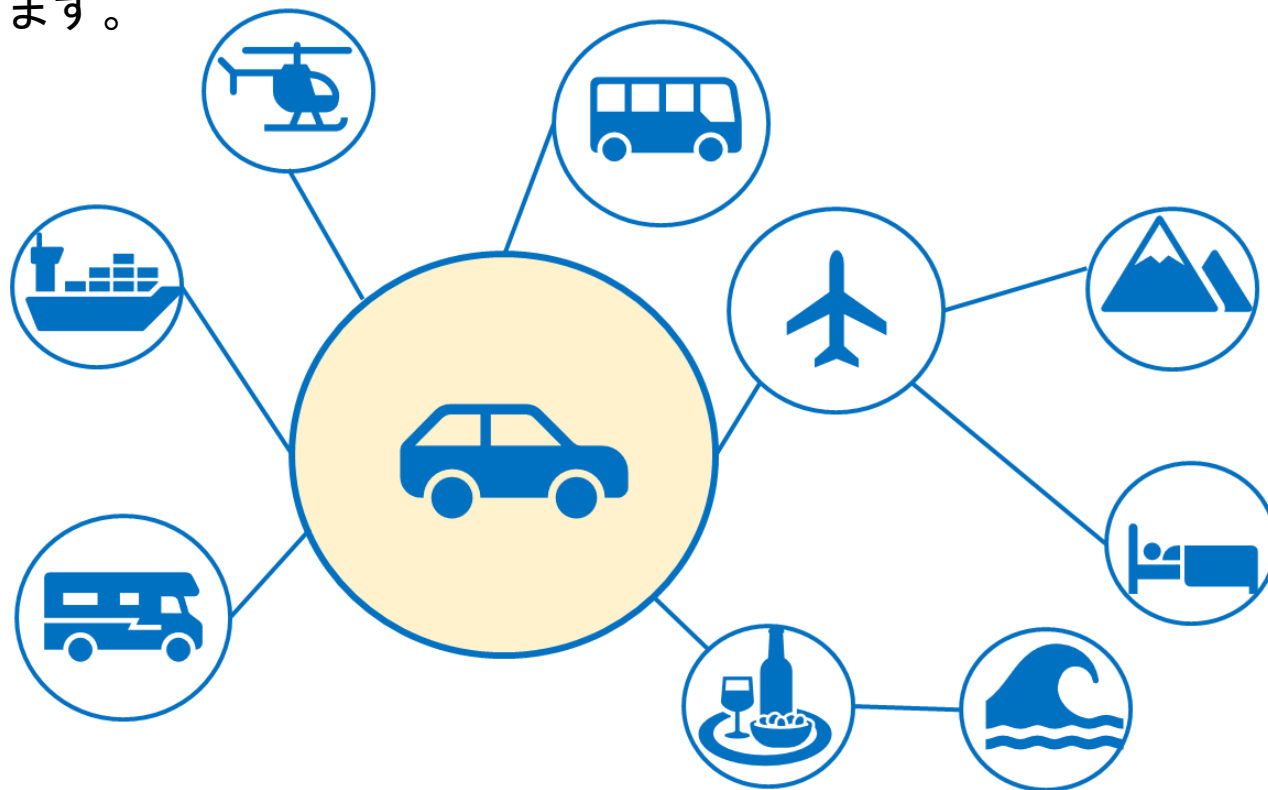
利用者の安心のため  
提供者の顔の見える仕組みを構築している

提供者/利用者の友達などの情報を  
参照することで信頼性を担保できるため

- 
1. シェアリングエコノミーが出現した背景
  2. シェアリングエコノミーの定義・分類
  3. シェアリングエコノミーの現状
  4. シェアリングエコノミーのメリット・デメリット
  5. シェアリングエコノミーのビジネスモデル
  6. シェアリングエコノミーの成功要因
  - 7. シェアリングエコノミーの今後**

# シェアリングエコノミーの今後（その１）

今後のシェアリングエコノミービジネスでは、借り手が求めるコトの幅の広がり及び質の向上に対応するため、多種類の財やサービスを組み合わせる提供することが求められてきます。



移動というコトが、自動車のみならず、他の移動手段との組み合わせによるマルチモーダルな移動(コト)に拡大する可能性があります。

また、移動にまつわる飲食やレジャースポット等のレコメンド機能やキャッシュレス決済などのサービスを付加した質の高い包括的な移動（コト）になる可能性もあります。

## シェアリングエコノミーの今後（その2）

カーシェアリングの最新事情として、超小型モビリティによるカーシェアリング実証実験をおこなっています。乗り捨て可能で「快適なクルマ社会の実現」を目指した取り組みとなっています。

### COMS

利用料金 206円／15分

全長×全幅×全高 2,395×1,095×1,500mm

最高速度 60km/h

最小回転半径 約3.2m

1充電走行距離 50km程度

乗車定員 1名

※COMSは講習不要でご利用いただけます。



### i-ROAD

利用料金 412円／15分

全長×全幅×全高 2,350×870×1,445mm

最高速度 60km/h

最小回転半径 約3.0m

1充電走行距離 30km程度

乗車定員 1名



(出典)Timesカーシェア HPより抜粋  
<https://share.timescar.jp/tcph/>

- トヨタ社が開発した、パーソナルな乗り物と公共交通を最適に組み合わせでつなぐ、シームレスかつ快適な移動を実現させる交通システムであるHa:moをカーシェアリングへ導入。
- 現在では鉄道やバスと連携して利用でき、大手町・新橋など設置している。

# INTLOOPについて

---

さまざまな経営課題の解決を支援するコンサルティング事業を主軸に、テクノロジーを駆使しビジネスモデルの変革を目指すデジタルトランスフォーメーション事業、システムの開発・導入を支援するテクノロジーソリューション事業、専門性の高い人材をご紹介します人材ソリューション事業の4事業を柱に事業を展開。

常にお客様の視点に立つことを第一義に考え、お客様の課題に対して最適なソリューションを提供し続けています。

## お問合せ

下記フォームよりお問合せください。

<https://www.intloop.com/contact/general/>

## 記載の企業ロゴデザインについて

記載している企業のロゴ、商標は企業が提示しているガイドラインを確認したうえで記載しています。  
デザイン、商標についての著作権は、それぞれの企業に帰属しています。

## 免責事項

この文書に記載されている情報は一般的なものであり、特定の個人や組織に対するアドバイスを提供するものではありません。掲載情報の正確さについてできる限りの努力をしていますが、その正確性や適切性を保証するものではありません。  
何らかの行動をとられる場合は、本資料の情報のみを根拠とせず、専門家による適切な分析・アドバイスをもとにご判断ください。当資料を用いて行う一切の行為、被った損害・損失に対しては当社は一切の責任を負いかねます。予めご了承ください。  
当資料の著作権は当社にあります。当資料の転載、流用、転売など、ダウンロードされたご本人様以外のご利用は固くお断りさせていただきます。