

**平成30年度産業統計研究委託事業  
（新たなサービス業態「シェアリングエコノ  
ミー等」の把握に関する調査）**

**報告書概要版**

**平成31年2月**

## 目 次

はじめに .....	1
委員会体制 .....	2
第1章 国内のシェアリングエコノミーに関する動向.....	3
1-1 シェアリングエコノミーに関する定義.....	3
1-2 シェアリングエコノミーの現行統計上の扱い.....	4
1-3 シェアリングエコノミーの市場規模.....	5
第2章 海外調査 .....	6
第3章 統計調査の設計.....	9
3-1 調査の目的 .....	9
3-2 基本的な方針 .....	9
3-3 調査対象事業（シェアリングサービス仲介事業の定義） .....	9
3-4 調査対象 .....	11
3-5 調査票設計の基本方針.....	11
3-6 調査項目 .....	12
今後の課題 .....	16

## はじめに

我が国の経済におけるサービス産業は、GDP の 7 割を占める大きなウェイトを有する産業に成長している。一方、サービス産業に関する公的統計の整備については、経済センサス-活動調査が実施（これまで、平成 24 年及び 28 年に 2 回）され、農林業等一部の業種を除いた全産業を対象に 5 年周期で構造把握がされているものの、経済センサス-活動調査実施年以外の中間年や動向把握についてはサービス産業のうち限られた業種のみ把握に留まっているなど、これまでの「公的統計の整備に関する基本的な計画」においてもサービス産業の生産性の観点からの把握必要性の指摘等がされてきた。

平成 28 年以降の統計改革の下、総務省と経済産業省は、GDP 統計の精度向上に資することも目的として経済センサス - 活動調査の実施年以外の中間年に実施する新たな基幹統計調査「経済構造実態調査」を平成 31 年度から創設することとし、本調査の実現により、商業も含めたサービス業等の第三次産業全般と製造業も含め GDP の大宗（約 9 割）をカバーする範囲となり、中間年における産業横断的な経済構造の把握が期待されているなど、構造統計の整備について大きな前進が見込まれている。

しかしながら、現状では GDP 統計における生産額が財・サービスの供給者を対象とする供給側の売上等から把握されている一方で、サービス業には実態把握の必要性が認識されながらも財・サービスの供給者の捕捉が難しい業種（家事サービス業等の個人向けサービスの一部や安価もしくは無償で取引される相互的サービス、シェアリングエコノミーやデジタルエコノミー（インターネット上の無償サービスを含む）などが該当）も多い。特に、シェアリングエコノミーについては、ICT の進歩等により世界的に急速に成長しており、民間調査機関の推計によれば市場規模は年間 1 兆円超、将来的には更なる拡大が予想されている。また、既存の卸売業・小売業等の産業構造への影響、仲介事業者の事業活動や地域社会・経済への貢献などへの関心も高まっており、新たなサービス業分野の経済実態の把握が各方面から求められている状況にある。

他方、公的統計としてシェアリングエコノミーの構造把握の現状を考えると、先行する欧米各国においても、その捕捉方法については未だに議論が行われているところであり、我が国においても、これらの経済活動を適切に把握する方策の検討が必要となっている。このため、本事業では、特に成長が見込まれるシェアリングエコノミーについての経済実態の把握、統計整備上の課題等について整理を行う。具体的には、拡大する Consumer-to-Consumer（以下、「CtoC」）取引の全体像を整理するとともに、統計調査での把握に際しての課題等を抽出した上で、統計調査の実現に向けた具体的な検討を行うとともに、Business-to-Consumer（以下、「BtoC」）については既存の政府統計において把握が行われていることを踏まえ、その精度等の検証を行うこととする。

なお、調査を遂行するにあたり、学識者・有識者からなる研究会を立ち上げ、検討を行った。研究会にご参加いただいた関係者の皆様及び企業ヒアリングに御協力いただいた企業各位に心からの謝意を表明します。

## 委員会体制

シェアリングエコノミーにおける経済活動の統計調査による把握に関する研究会

### 委員名簿

#### 委員長

廣松 毅 情報セキュリティ大学院大学 客員教授

#### 委員 <五十音順>

石山 アンジュ 一般社団法人シェアリングエコノミー協会 渉外部長

佐別当 隆志 一般社団法人シェアリングエコノミー協会 事務局長

松浦 寿幸 慶應義塾大学産業研究所 准教授

#### オブザーバー

内閣府経済社会総合研究所国民経済計算部

内閣府経済社会総合研究所研究官室

総務省政策統括官付統計審査官室

# 第1章 国内のシェアリングエコノミーに関する動向

## 1-1 シェアリングエコノミーに関する定義

シェアリングエコノミーとは、「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<sup>1</sup>」や「場所・乗り物・モノ・人・お金などの遊休資産を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貸借や売買、交換することでシェアしていく新しい経済の動き<sup>2</sup>」と定義される。我が国ではモノ、空間、スキル、移動、お金の5つの類型に整理されるのが一般的であり、各分野に多数のサービス事業者が存在する。

近年、中古品売買等の「モノ」のシェアが急拡大するとともに、訪日観光客の急増を受けて民泊などの「空間」のシェアも急拡大している。また、今後は企業の副業の解禁などで「スキル」のシェアも普及が進み、人口減少に悩む過疎地などでは「移動」のシェアへのニーズが高まると見込まれる。

図表 1-1 シェアリングエコノミー類型と代表的な日本のシェア事業者



(出所) 一般社団法人シェアリングエコノミー協会ホームページ

<sup>1</sup> 政府 CIO ポータル (<https://cio.go.jp/share-eco-center>)  
<sup>2</sup> 一般社団法人シェアリングエコノミー協会 (<https://sharing-economy.jp/ja/about/>)

## 1-2 シェアリングエコノミーの現行統計上の扱い

現行の統計調査においては「シェアリングエコノミーに関連する調査対象の特定」、「シェアリングエコノミーのみを対象とした調査事項の設定」等を行われておらず、シェアリングエコノミーの構造把握は難しい状況にある。一方で、現行の統計調査においても、シェアリングエコノミーを仲介業者については以下のとおり整理できる。

図表 1-2 シェアリングエコノミーを対象としている可能性のある統計

統計調査	現状の捕捉状況
経済センサス-基礎調査・活動調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>•全国の事業所を対象とする調査であるが、シェアリングエコノミーのプラットフォーム企業はもっぱら設立間もない企業であり、調査実施時点において設立されていなかったものも多いと考えられる。</li> <li>•また、シェアリングエコノミープラットフォーム企業は日本標準産業分類「インターネット附随サービス業」に格付けされている場合が多いと思われるが、当該企業のみを抽出することは困難。</li> <li>•なお、シェアリングエコノミープラットフォーム企業が日本国内に支社を有しない海外法人の場合は調査対象外となる。</li> </ul>
情報通信業基本調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>•日本標準産業分類大分類G「情報通信業」に属する企業について、経営の実態を調査しており、特にインターネット附随サービス業については売上高や利用登録者数などの調査項目が含まれている。調査対象として一部のプラットフォーム企業を捕捉できている場合は、こうした経営状況について計測可能性がある。</li> <li>•一方で、それらのプラットフォーム企業をシェアリングエコノミー関連事業者として識別することはできていないと考えられる。</li> <li>•また、シェアリングエコノミー関連企業であっても、資本金 3,000 万円未満の小規模企業の場合は調査対象に含まれない。</li> </ul>
特定サービス産業実態調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>•対象業種としてインターネット附随サービス業が含まれており、調査対象に一部のプラットフォーム企業が含まれる可能性がある。</li> <li>•一方で、それらのプラットフォーム企業をシェアリングエコノミー関連事業者として識別することは困難。</li> </ul>
特定サービス産業動態統計調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>•また、規模以上悉皆調査となっている特定サービス産業動態統計調査では、シェアリングエコノミー関連企業であっても、小規模事業者の場合は調査対象に含まれない。</li> </ul>
サービス産業動向調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>•調査対象業種としてシェアリングエコノミー関連企業が捕捉されている可能性はある。</li> <li>•一方で、それらの企業をシェアリングエコノミー関連事業者として識別することはできていないと考えられる。</li> </ul>

### 1-3 シェアリングエコノミーの市場規模

以下では、民間調査機関等のデータによる市場規模の把握及び概要をとりまとめた。参考文献を含めた各調査のシェアリング類型の内訳や市場規模の推計方法（参照数値）は以下のとおり。シェアリング類型では、例えば「カーシェア」が調査によって「モノ」又は「移動」に類型されている。

図表 1-3 シェアリング類型の内訳と市場規模の推計

		シェアリング類型					
		スペース	モノ	移動	スキル	お金	
内閣府		民泊、その他不動産の賃貸	服飾品や雑貨、自動車（法人保有）等のほか、中古品販売、ハンドメイド品販売	ライドシェア、タクシー等のマッチング、個人間の乗り物シェア、レンタカー	オンラインマッチングサービス、クラウドソーシング	クラウドファンディング（寄付型、購入型、投資型）	
	市場規模（億円）	1,400～1,800	3,000	—	150～250	150～200	
	推計対象	各社公表資料や売上データによる試算、手数料率による推計等（2016年）					
株式会社 情報通信総合研究所		ホームシェア、農地、駐車場、会議室	クルマ、レンタカーサービス	カーシェア、ライドシェア	クラウドソーシング、家事代行、介護、育児	クラウドファンディング	
	市場規模（億円）	提供側	6,783	2,197	1,181	751	900
		利用側	1,170	760	1,490	661	800
	推計対象	“モノ”や“サービス”を提供する側と利用する側でやり取りされる金額の合計（2016年）					
株式会社 矢野経済研究所							
市場規模（億円）	716.6（2017年度）						
推計対象	シェアリングエコノミーサービス提供事業者の売上高（マッチング手数料や販売手数料など）の合計						

（出所）株式会社矢野経済研究所「シェアリングエコノミー（共有経済）サービス市場に関する調査（2018年）」2018年9月12日発表<sup>3</sup>

株式会社情報通信総合研究所プレスリリース、2017年6月28日

内閣府経済社会総合研究所研究会報告書等 No.78、平成30年7月

※PwCの文献も参照しているが、海外文献であることや類型方法が異なることから、本比較には含まれていない。

なお、各調査では、図表 1-6 の方法にて市場規模が推計されているが、それぞれ推計対象（規模として捉えているもの）が異なることに加え、取引する商品等の金額が含まれているか否かで、市場規模に差が生じている。今後、統計による市場の正確な把握に向けては、シェアリング類型と市場規模の推計方法の精査が不可欠となる。

<sup>3</sup>（注）「不特定多数の人々がインターネットを介して乗り物・スペース・モノ・ヒト・カネなどを共有できる場を提供するサービス」のことを指す。ただし、音楽・映像のような著作物は共有物の対象にしない

## 第2章 海外調査

シェアリングエコノミーという概念は、メディアに提示されてから久しい。インターネットのアプリケーションやスマートフォンの拡大などを受けて近年注目が高まっているところではあるが、合意されている概念は未だ存在しない<sup>4</sup>。こうしたなか、国際機関においてはシェアリングエコノミーの急速な拡大が経済・産業・開発等に与える影響を踏まえ、検討が開始されているところである。

次表に、文献調査、現地調査等によって把握した各国および海外機関におけるシェアリングエコノミーに関する定義、サービスの分類等の概要を示す。

---

<sup>4</sup> 研究者により理論的枠組みの構築が試みられているところである。たとえば、Meisam Ranjbari, Gustavo Morales-Alonso and Ruth Carrasco-Gallego, Conceptualizing the Sharing Economy through Presenting a Comprehensive Framework, Sustainability, 5 July 2018, [https://www.researchgate.net/publication/326214474\\_Conceptualizing\\_the\\_Sharing\\_Economy\\_through\\_Presenting\\_a\\_Comprehensive\\_Framework/fulltext/5b3ebac3aca272078519b8a6/326214474\\_Conceptualizing\\_the\\_Sharing\\_Economy\\_through\\_Presenting\\_a\\_Comprehensive\\_Framework.pdf?origin=publication\\_detail](https://www.researchgate.net/publication/326214474_Conceptualizing_the_Sharing_Economy_through_Presenting_a_Comprehensive_Framework/fulltext/5b3ebac3aca272078519b8a6/326214474_Conceptualizing_the_Sharing_Economy_through_Presenting_a_Comprehensive_Framework.pdf?origin=publication_detail)



各国・機関によるシェアリングエコノミーの定義・分類

	内閣官房	一般社団法人シェアリングエコノミー協会	英国国家統計(ONS)	欧州委員会・欧州議会	OECD	フランス国立統計経済研究所 (INSEE)	米国	カナダ	豪州
<b>定義</b>	「個人等が保有する活〇可能な資産等（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〇等も利用可能とする経済活性化活動」	「場所・乗り物・モノ・人・お金などの遊休資産を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貸借や売買、交換することでシェアしていく新しい経済の動き」	「十分に使われていない資産を、デジタル仲介者を通じ、P to P 取引で共有し、当初使用の範囲の外での使用によって関係者に便益をもたらすこと」	「プラットフォームを介し一時的にモノやサービスにアクセスするビジネスモデルであり、しばしば私的な個人が提供。資産、リソース、時間及び／又はスキルの提供であり、機会があれば提供する peer 又は職業的に提供する professional、利用者、仲介者の3アクターが関わる。通常、所有権の移転を伴わない。営利・非営利を含む」			「インターネットとスマートフォン対応のアプリを用いてサービスプロバイダーと消費者をマッチングし、P to P の評価サービス等による信頼と品質保証をすることで、柔軟性のあるサービスを提供すること（注）」	カナダ統計局としての明確な定義はなし  オンタリオ州では以下のように定義 「シェアリングエコノミーとは人々がウェブ上のプラットフォームを利用して十分に活用されていない資産、財、サービスを売るまたは貸出し、お互いの信頼性をウェブ上の評判システムで評価する」	「経済活動における買い手（ユーザー）と売り手（プロバイダー）をつなぐ新しい方法。オンデマンド経済・協働消費・オンデマンドサービスと称されることもある」
<b>定義に関連する捕捉</b>			要素 ① 遊休資産の活用、 ② CtoC 取引が可能 ③ オンラインプラットフォームの仲介、及び ④ 所有権の移転なくモノ又はサービスに一時的にアクセス の4要素 (以上 2016 年報告) なお、上記3類型に加えて決定木を用いて特定のサービスがシェアリングエコノミーに該当するか否か確認する手法を提示（2017 年報告）	・統計上の厳密な定義や分類は未確立。 ・各国が共通に受け入れられる定義は未確立  なお、Eurostat が 2018 年 5 月に主催したワークショップ（非公開）では、シェアリングエコノミーを行うオンラインプラットフォームの定義として、「多面的デジタル市場にサービスを提供し、ユーザー主導の信用制度を含む」「関連するモノの所有権移転を伴わない（中古品販売プラットフォームは含まない）」とした。	捉え方 ・シェアリングエコノミーはプラットフォーム経済に内包される ・「遊休資産」と「シェア」を要素として含めることが多い。  機関の立場 各国統計当局等と連携しつつ、シェアリングエコノミーの定義等に係る協議を促進	特徴 ① 所有から利用の経済へ、 ② 消費から共同生産の経済へ、 ③ 需要と供給の経済からオンデマンドの経済へ、 ④ 企業を介した経済からフラットで企業を介さない経済へ (社会事業全般監査局 IGAS 報告書)	(注) 上記の定義は、米国商務省経済統計局チーフエコノミスト・オフィスの、シェアリングエコノミーの主要な構成要素であるデジタルマッチング企業 (Digital Matching Firms; DMF) を定義したもの。その他、FTC もシェアリングエコノミーの特徴等を整理。	特徴 ① テクノロジーを利用した市場取引 ② 商品を所有するのではなく借りることが可能となる ③ 市場取引の基本は P2P	特徴 ・シェアリングエコノミーは、独立した第三者（ファシリテーター）が Web サイトまたはモバイルアプリケーションで提供するプラットフォームにて成立。 ・オーストラリア公正取引委員会がデロイト社に委託した調査では、最大の特徴は「プラットフォームの存在」と「取引コストの縮減」とする。
<b>分類・類型</b>  <b>以下5つに大別（国・機関により異なる分類となる個別項目等がある）</b>	例示として、以下のマッチングなど多様な分野で登場	おもに5つに分類	3 類型	(再掲) 統計上の厳密な定義や分類は未確立。欧州共同体経済活動統計分類 (NCEA) にシェアリングエコノミーは含まれず。 2018 年調査は以下 4 類型が対象	(作業部会で検討中) 2018 年 9 月のワークショップの結果、暫定的にシェアリングエコノミープラットフォームとして以下 4 類型を提示	(OECD の作業部会に参加)	商務省、FTC をはじめ政府機関は分類・類型について公表していない (PwC、JPMorganChase 等民間によるサーベイ結果を例示。下記、その他を参照)	類型はしていない	5 類型

	内閣官房	一般社団法人シェアリングエコノミー協会	英国国家統計(ONS)	欧州委員会・欧州議会	OECD	フランス国立統計経済研究所 (INSEE)	米国	カナダ	豪州
場所	空き部屋、会議室、駐車スペース	場所	資産の賃貸又はアクセス (例: 宿舎、駐車場、倉庫、乗物及び道具)	宿泊 (住宅レンタル、ホームシェア、ホームスワップ)	資産ベースのサービス (Airbnb、Uber、Booking.com、Expedia)				民泊、駐車場の貸出
乗り物		乗り物		輸送 (ライドシェア、P to P の車両レンタル、ライドオンデマンド、駐車スペース、デリバリー輸送サービス、オンラインフードデリバリー)					車を利用した一般人の有料輸送
モノ	衣服のシェア	モノ							モノ (日用品)
人・スキル	家事代行、育児代行、イラスト作成	人・スキル	P to P サービス (例: 移動、配達、家事サービス、専門サービス)	オンラインスキル (オンデマンド家事サービス、オンデマンドプロフェッショナルサービス)	労働プラットフォーム (個人事業主又はフリーランス。Amazon Mechanical Turk、Task rabbit、Adecco、Manpower、Randstad)				雑用や用事、配達、その他一時的なサービスの提供
お金		お金	共同金融 (collaborative finance) (例: クラウドファンディング、P to P 貸付、投資、送金及び換金)	金融 (報酬ベース、株式、借入)	一時的な資産の Swap を仲介するプラットフォーム (仲介料と広告により収入を得る) 金融シェアリングエコノミープラットフォーム (クラウドファンディング、慈善的贈与等)				ソーシャルレンディング
モノの売買の扱い		モノの売買を含める	モノの売買は含めない		中古品の販売は「シェア」とは言えない	モノの共有は排除されるわけではなく、中古品の販売も包含するもの			
把握の目的		新しい経済行為の活性化、産業発展	統計利用者の要望への対応	欧州の政策推進等	世界経済の進展に対応した政策対話	統計的把握の必要性への対応			事業者の産業分類の把握
その他				スキルのシェアにはローカル限定 (庭の手入れ等) のものとグローバルに提供するもの (デザイン等) の2種。			参考: PwC によるシェアリングエコノミー産業の主要5分野 ① P to P 型貸出及びクラウドファンディング ② オンラインスタッフィング ③ P to P 型宿泊 ④ カーシェアリング ⑤ 音楽及び映像ストーリーミング		

## 第3章 統計調査の設計

### 3-1 調査の目的

シェアリングエコノミー実態調査（仮称）として、現在の統計調査では把握されていないシェアリングエコノミーの市場規模、提供者特性、利用者特性等の実態を把握し、シェアリングエコノミーが与える経済社会への影響等に関する定量的な検討に資するとともに、シェアリングエコノミーの経済活動を GDP 統計に反映する際に必要となる基礎情報を取得することを目的として実施する。

### 3-2 基本的な方針

シェアリングエコノミーの規模及び特性等の実態をシェアリングサービスの種類別に把握することを目的として、シェアリングサービス企業を対象とした企業調査を計画する。

現時点では、シェアリングサービス企業の母集団情報が明確でない。そのため、継続的に有効な結果を得ることが可能かについての検証を行う必要があることから、試験調査と位置付け、調査周期については「1回限り」の調査とする。

シェアリングエコノミーの実態把握の他、継続的な統計調査実施に関する判断、及び今後の調査に向けた調査対象名簿の作成も本統計調査の検討課題となる。

シェアリングサービスの種類は、「モノ（所有権が移転する取引を含む）」、「空間」、「スキル」の3種類を対象とする。

なお、カーシェア及びサイクルシェアについては「モノ」に含めて調査対象とする。また、クラウドファンディングなどのサービスについては、資金の取引は SNA 上の生産ではなく、金融取引に該当するため、今回の調査の対象からは除外する。さらに、民泊についても利用者のほとんどが海外のマッチングプラットフォームを利用していると思われるため、把握が困難な事から今回の調査の対象から除外する。なお、別途、行政記録情報等を用いた把握方法を検討する。

### 3-3 調査対象事業（シェアリングサービス仲介事業の定義）

インターネットにおけるマッチングプラットフォームの仲介サービスを利用して、利用者と提供者を結びつけ、個人等が保有する活用可能な資産等（モノ、空間、スキル等）を利用（賃貸・売買）する経済活動と定義する。

提供されるモノ・サービスは、提供者が保有し、かつ十分に活用されていないものに限定するものとし、企業が自社の事業として行っている販売・賃貸用に取得・保有されているモノ・サービスの提供は「提供者が保有し、かつ活用されていないもの」の提供に該当しないと考え、シェアリングサービス仲介事業の対象外とする。

ただし、個人が提供を目的として取得・保有しているモノ・サービスの提供は、「マッチングプラットフォームサービスが存在しなければ顕在化しなかった」と考え、対象とする。

調査対象とするシェアリングサービス企業は、対象となるシェアリングサービス仲介事業を一部でも行っている企業とする。したがって、マッチングプラットフォームへの提供者がすべて「自社の事業として行っている販売・賃貸用に取得・保有されているモノ・サービスの提供を行う企業」である場合は対象外とする。

例： 無店舗小売事業者が自社在庫商品を出品	→対象外
貸駐車場業企業が保有する駐車場を提供	→対象外
自社車両の保管用駐車場の空きスペースを提供	→対 象
個人が作成したハンドメイド品を出品	→対 象
個人が再販目的で購入した商品を出品	→対 象

取引件数、取引額、手数料収入額等の記入に際しては、「自社の事業として行っている販売・賃貸用に取得・保有されているモノ・サービスの提供を行う企業」による取引を除いた数値の記入を原則として依頼する。

ただし、上記の数値をすべて除外した記入が困難な場合も想定されることから、調査票において、該当する数値の除外状況を確認するチェック設問を設け、記入数値の概要把握を行う。

分野		概要
モノ	売買	<ul style="list-style-type: none"> <li>インターネットにおけるマッチングプラットフォームの仲介サービスを利用し、個人等が保有する物品を売買する経済活動。</li> <li>ただし、「自社の事業として行っている販売用に取得・保有されているモノの提供を行う経営組織（法人、個人経営等）」のみが提供者であるものを除く。</li> </ul>
	賃貸	<ul style="list-style-type: none"> <li>インターネットにおけるマッチングプラットフォームの仲介サービスを利用し、個人等が保有する物品を賃貸する経済活動。</li> <li>ただし、「自社の事業として行っている賃貸用に取得・保有されているモノの提供を行う経営組織（法人、個人経営等）」のみが提供者であるものを除く。</li> </ul>
空間		<ul style="list-style-type: none"> <li>インターネットにおけるマッチングプラットフォームの仲介サービスを利用し、個人等が建物又は土地を時間（分）単位からの利用を可能にして提供する経済活動。</li> <li>ただし、「自社の事業用に所有・管理している施設・空間を提供する経営組織（法人、個人経営等）」のみが提供者であるもの、及び単に利用可能な建物又は土地の情報のみを提供するサービス、住宅建物取引業法に基づく媒介業務（契約の成立を目的とした条件交渉に関与する行為等）に該当するサービスを除く。</li> <li>また、住宅宿泊事業法、国家戦略特区指定地域において提供される住宅施設（「民泊」）及び旅館業法に基づき提供される宿泊サービスを除く。</li> </ul>
スキル		<ul style="list-style-type: none"> <li>インターネットにおけるマッチングプラットフォームの仲介サービスを利用し、個人等がスキル（労働）を提供する経済活動。</li> <li>「自社の事業としてスキル（労働）の提供を行っており、この提供のために自社に登録されているサービス提供者によるサービスのみを提供する経営組織（法人、個人経営等）」のみが提供者であるものを除く。</li> </ul>

### 3-4 調査対象

調査対象地域は全国、調査単位は企業とし、主業、副業を問わずシェアリングサービス仲介事業を行っている企業を対象とする。

調査対象名簿の整備を念頭に、現在シェアリングサービス仲介事業を行っていることが確認できている対象に加え、シェアリングサービス仲介事業を実施している可能性がある企業も含めた幅広い対象を設定する。具体的には以下の方法で抽出した企業を対象とする。

#### ①シェアリングサービス仲介事業を行っている企業

- ・ 日本シェアリングエコノミー協会 会員名簿（全数）
- ・ 「シェアリングエコノミー認証」 取得企業名簿（全数）
- ・ その他、机上調査（記事検索、文献検索）等により調査対象と判断されたもの

#### ②シェアリングサービス仲介事業を行っている可能性のある企業

- ・ 経済センサス活動調査からの抽出
  - インターネット附随サービス業に格付けられたもののうち、「17.サービス関連産業 B の事業収入内訳」において、「3914 インターネット・ショッピングサイト等運営」または「3915 その他のサイト運営」による収入があるもの
- ・ 特定サービス産業実態調査からの抽出
  - 「4-Ⅲ「主たる業務」の年間売上高の業務種別割合」において、「サイト運營業務」の割合があるもの
  - 「4-Ⅳ「インターネット附随サービス業務」の年間売上高の収入種別割合において、「個人からの収入・手数料収入」の割合があるもの
  - インターネット附随サービス業に格付けられたもののうち、「5-I「主たる業務」の年間売上高の契約産業別割合」において「個人」の割合があるもの

### 3-5 調査票設計の基本方針

今回調査では、シェアリングサービス仲介事業を行っていない企業が調査対象となる可能性もあることから、「名称及び電話番号、所在地」の記載直後に、シェアリングサービス仲介事業の実施有無を把握する設問（事業の概要）を設け、実施していない企業は以降の設問への回答を回避できる構造とする。

モノ・空間・スキルのいずれかのシェアリングサービス仲介事業以外のマッチングプラットフォーム事業を行っている企業については、マッチングプラットフォーム事業の概要のみを記入いただき、以降の設問への回答を回避できる構造とする。

モノ・空間・スキルのいずれかのシェアリングサービス仲介事業を行っている企業については、企業全体の売上高・費用・従業者数等に回答いただいた後に、実施している事業の種類に応じた調査票のみを回答する構造とする。

### 3-6 調査項目

#### 3-6-1 基本事項（フェイス項目）

すべての企業を対象として以下の項目を把握する。

- ・ 回答者情報（氏名・連絡先・所属部署）
- ・ 企業名称・法人番号・電話番号・所在地
- ・ 事業の概要

「事業の概要」については、以下の質問を行い、回答内容から調査対象外企業の判別、及び回答調査票の特定を行う。

項目	概要
マッチングプラットフォーム事業の有無	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ウェブサイトまたはアプリケーションを用いて 「提供者（□分に活用されていない資産・スキルの提供を希望する個人及び法人）」と 「利用者（提供される資産・スキルの利用・取得を希望する個人及び法人）」のマッチングを行い、手数料収入を得る事業の有無を把握</li> <li>・ 行っていない場合、シェアリングサービス仲介事業を行っていない企業と判断し、調査を終了</li> </ul>
マッチングプラットフォーム事業の内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ マッチングプラットフォーム事業を行っている企業を対象に、「モノ」、「空間」、「スキル」のそれぞれを対象としたシェアリングサービス仲介事業の実施の有無を把握</li> <li>・ いずれも行っていない場合及び民泊仲介事業、クラウドファンディング事業を行っている場合は、本調査の対象外と判断し、マッチングプラットフォーム事業の概要記入後に調査を終了</li> </ul>

#### 3-6-2 共通票

「モノ」、「空間」、「スキル」のいずれか（又は複数）を対象としたシェアリングサービス仲介事業を実施している企業を対象として以下の項目を把握する。

なお、年間売上高、年間営業費用等の年間値については、原則として1～12月合計値の記入を依頼するが、難しい場合は会計年度値の記入とする。（調査票全体について同様）

費用及び設備投資額は、事業別に把握することが難しいと考え、売上高全体に占めるシェアリングサービス仲介事業売上高の構成比による按分等の方法で、事業別数値の設定を想定している。

項目	概要
経営組織	・ 個人経営、株式会社、有限会社等の組織形態を把握
従業者数	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「従業上の地位区分別」および「部門別」に把握</li> <li>・ 部門別については、本調査におけるヒアリング結果を踏まえた区分を設定</li> <li>・ また、各部門の人数は、総数及び受入者（出向、派遣別）の記載を依頼</li> </ul>
年間売上高	・ 企業全体の売上高を把握
年間営業費用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 企業全体の年間営業費用を把握</li> <li>・ 費用区分は、「特定サービス産業実態調査（インターネット附随サービス業）」の設問を基本としつつ、ヒアリング結果を踏まえた区分を設定</li> </ul>
固定資産額	・ 企業全体の固定資産額を把握
年間設備投資額	・ 企業全体の年間設備投資額を把握

### 3-6-3 A票（モノのシェアリングサービス仲介事業に関する調査票）

「モノのシェアリングサービス仲介事業」を実施している企業を対象として以下の項目を把握する。

項目	概要
事業開始年月	・ 当該事業を開始した年月を把握
登録提供者数	・ 調査実施前年の12月末日時点において登録されている提供者（出品者）の人数を、個人男性・個人女性・法人別に把握
登録利用者数	・ 調査実施前年の12月末日時点において登録されている利用者（購入者等）の人数を、個人男性・個人女性・法人別に把握
年間取引件数	・ 提供者から利用者への提供が成立した件数（年間合計）を把握
年間取引額	・ 利用者から提供者に支払われた金額の合計を把握
年間手数料収入額	・ 当該事業によって得られた手数料収入額を把握 ・ 「年間取引額」－「年間手数料収入額」により、「提供者が受け取った額」が把握可能と想定
送料の取り扱い	・ 年間取引額に送料が含まれているか否かを把握 ・ 含まれている場合には、送料の額を別途把握 ・ 事業規模を把握するためには、送料が含まれていない取引額で把握する必要があると判断し本設問を設定
取引特性別の事業規模把握	・ 取引件数、取引額、手数料収入を、以下の取引特性別に把握 <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 提供者・利用者特性（BtoC、CtoC、BtoB、CtoB別）</li> <li>➢ 賃貸取引・売買取引別</li> <li>➢ 利用者特性（国内居住・国外居住別）</li> <li>➢ 提供者特性（性・年齢階級別）</li> <li>➢ 商品特性（新品・中古品・ハンドメイド品別）</li> <li>➢ 商品カテゴリ別</li> <li>➢ 提供者の居住都道府県別</li> </ul>

#### 【商品カテゴリの詳細】

分類項目	品目例示
衣類・履物・身の回り品	被服及び履物、かばん類、傘、装身具(宝石、貴金属類などを含むアクセサリ一類)、腕時計など
家具・家庭用品・装飾品	家具（たんす、応接セットなど）、室内装備・装飾品（敷物、カーテン、室内装飾品など）、寝具類（布団、毛布など）、家事雑貨（食器類、台所用品など）
家電製品	炊事用電気器具、電気掃除機、電気洗濯機、テレビ、オーディオ機器、パーソナルコンピュータ、デジタルカメラなど
自動車・自転車	自動車、二輪自動車（原動機付自転車を含む）、自転車
その他	楽器、スポーツ用品、玩具（ゲームソフトなど）、書籍など

### 3-6-4 B票（空間のシェアリングサービス仲介事業に関する調査票）

「空間のシェアリングサービス仲介事業」を実施している企業を対象として以下の項目を把握する。

項目	概要
事業開始年月	・ 当該事業を開始した年月を把握
登録提供者数	・ 調査実施前年の12月末日時点において登録されている提供者（出品者）の人数を、個人男性・個人女性・法人別に把握
登録利用者数	・ 調査実施前年の12月末日時点において登録されている利用者（宿泊者、賃貸者等）の人数を、個人男性・個人女性・法人別に把握
年間取引件数	・ 提供者から利用者への提供が成立した件数（年間合計）を把握
年間延べ利用時間数	・ 利用者による利用時間の合計を把握
年間取引額	・ 利用者から提供者に支払われた金額の合計を把握
年間手数料収入額	・ 当該事業によって得られた手数料収入額を把握 ・ 「年間取引額」－「年間手数料収入額」により、「提供者が受け取った額」が把握可能と想定
取引特性別の事業規模把握	・ 取引件数、利用時間、取引額、手数料収入を、以下の取引特性別に把握 <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 提供者・利用者特性（BtoC、CtoC、BtoB、CtoB別）</li> <li>➢ 利用者特性（国内居住・国外居住別）</li> <li>➢ 提供者特性（性・年齢階級別）</li> <li>➢ 空間の種類別</li> <li>➢ 提供者の居住都道府県別</li> </ul>

#### 【空間の種類の詳細】

分類項目	品目例示
イベントスペース・会議室	活用されていない時間帯に、会議・イベント等の用途で一時的に提供される個人・企業等が所有するスペース
駐車場	活用されていない時間帯に、一時的に提供される個人・企業等が所有する駐車場
その他	その他、活用されていない時間帯に一時的に提供されるスペース



### 3-6-5 C票（スキルのシェアリングサービス仲介事業に関する調査票）

「スキルのシェアリングサービス仲介事業」を実施している企業を対象として以下の項目を把握する。

項目	概要
事業開始年月	・ 当該事業を開始した年月を把握
登録提供者数	・ 調査実施前年の12月末日時点において登録されている提供者（スキル・労働時間を提供する者）の人数を、個人男性・個人女性・法人別に把握
登録利用者数	・ 調査実施前年の12月末日時点において登録されている利用者（スキル・労働時間の提供を依頼する者）の人数を、個人男性・個人女性・法人別に把握
年間取引件数	・ 提供者から利用者への提供が成立した件数（年間合計）を把握
年間取引額	・ 利用者から提供者に支払われた金額の合計を把握
年間延べ利用時間数	・ 利用者による利用時間の合計を把握
年間手数料収入額	・ 当該事業によって得られた手数料収入額を把握 ・ 「年間取引額」－「年間手数料収入額」により、「提供者が受け取った額」が把握可能と想定
交通費の取り扱い	・ 年間取引額に交通費（提供者がサービス提供のために必要となる移動に関する費用）が含まれているか否かを把握 ・ 含まれている場合には、交通費の額を別途把握 ・ 事業規模を把握するためには、交通費が含まれていない取引額で把握する必要があると判断し本設問を設定
取引特性別の事業規模把握	・ 取引件数、利用時間、取引額、手数料収入を、以下の取引特性別に把握 <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 提供者・利用者特性（BtoC、CtoC、BtoB、CtoB別）</li> <li>➢ 利用者特性（国内居住・国外居住別）</li> <li>➢ 提供者特性（性・年齢階級別）</li> <li>➢ スキルの種類別</li> <li>➢ 提供者の居住都道府県別</li> </ul>

#### 【スキルの種類の詳細】

分類項目 <sup>5</sup>	品目例示
家事サービス	料理、洗濯、清掃、整理、ペット、留守番
その他の生活関連サービス	生活相談（保育・福祉、教育を除く）、ガイド・案内、その他専門アドバイス
運送	相乗り、配達
保健・福祉	保健、育児、保育、介護（いずれも相談含む）
教育・学習支援	家庭教師、語学教授、料理教授、音楽教授、スポーツ教授、その他
専門サービス	情報サービス技能 ：ソフトウェア開発、HP作成・デザイン その他専門サービス技能 ：イラスト作成・デザイン、文章、コピーライティング、記事作成、音楽、ナレーション、語学（翻訳、通訳）、修理

<sup>5</sup> 「その他の生活関連サービス」、「保健・福祉」、「教育・学習支援」、「専門サービス」については、提供者が利用者と対面せずにサービス提供が可能なものから、「対面」「非対面」に区分して数値の記入を依頼する。

## 今後の課題

本調査では、国内外におけるシェアリングエコノミーの統計的把握に関する議論の整理、国内プラットフォーム企業へのヒアリング調査を行い、統計調査計画及び調査票の素案検討を行った。

本調査の結語として、次年度以降の試験調査実施に向けて必要と考えられる検討事項、及び試験調査結果を踏まえて行うべき検討事項を以下に示す。

## 調査対象の選定方法

試験調査の調査対象選定方法の一つとして、経済センサス活動調査及び特定サービス産業実態調査の回答企業から該当条件を満たす企業を抽出し、その全数を調査対象とすることを想定したが、該当企業が多数となる場合は、実施可能な規模となるようにさらに抽出を行う必要がある。条件を満たす企業からの抽出を行う場合には、誤差を考慮するため、標本設計に関する追加検討を行う必要がある。

また、試験調査結果を用いた調査対象名簿の整備が行われることとなるが、シェアリングエコノミー事業への新規参入企業の捕捉方法等、継続的な調査対象名簿の更新方法について、別途検討を行う必要がある。

## 調査事項の精査

本調査では、国内プラットフォーム企業へのヒアリング結果を踏まえ、回答可能と考えられる調査事項からなる調査票案を作成した。

しかし、試験調査において著しく回答率が低い調査項目、回答内容に関する解釈が企業によって著しく異なる調査項目等が生じた場合は、質問事項の内容、設問方法等についての再検討が必要となる。

## 表章形式の精査

調査結果の表章形式については、総数、商品・サービスのカテゴリ別、取引特性別、利用者特性別、提供者特性別等、調査票で尋ねる各種特性別のクロス集計が基本となるが、回答企業数によっては秘匿が多くなるケースも想定される。試験調査への回答状況を踏まえ、公表可能な表章形式についての検討が必要となる。

## 統計調査以外の手法を活用した有効な補間手法の検討

海外における試行では、ウェブスクレイピングや行政記録情報の活用等に関する検討が行われている。本調査では統計調査による実態把握についての検討を行ったが、さらに広範囲なシェアリングエコノミーの実態把握に向けて、例えば民泊分野における行政記録情報とウェブスクレイピングを用いた市場規模推計等、統計調査以外の手法を用いた補間に関する検討を行う意義は大きいと考えられる。

