



**SHARING
ECONOMY**
ASSOCIATION JAPAN

資料 3

シェアリングエコノミーにおける 排出削減の取り組み事例と課題

2025年10月7日

シェアリングエコノミー協会 代表理事
石山アンジュ

シェアリングエコノミー協会について



国

ロビー活動

自治体

シェアリングシティ

企業

法人会員

個人

シェアワーカー



法人会員

402社
(団体)

参加自治体

187自治体

特別会員

7社

シェア会員

271社

一般会員

39社

非営利会員

85社・団体



北海道

東北

東海

関西

九州

四国

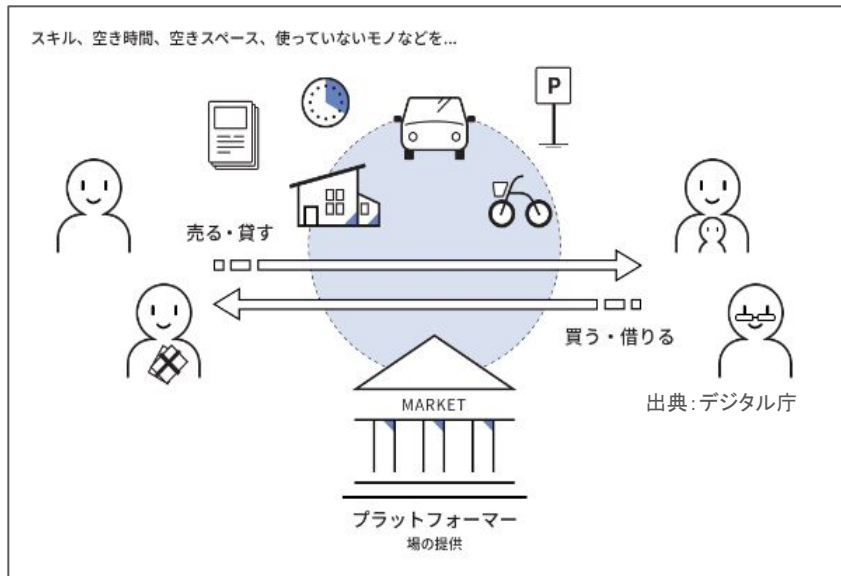
沖縄



シェアリングエコノミーとは

「新しいモノを捨てずに新たな付加価値を生み出す」サステナブルなビジネスモデル

デジタルプラットフォームを活用することで、循環するモノの本人確認や製品のログ・追跡、
多様な再商品化と再販売を従来のリユース市場よりも格段になめらかにつなぐことができる



シェアリングエコノミーとは

シェアリングエコノミーを生活に取り入れることでサステナブルなライフスタイルを実現

住宅のシェア

さあ、出かけよう。
300の家で、
これまでにない旅に

会員イチオシの家でとおきの時間を

駐車場のシェア

いこども、
どこでも、
パーキング。

家具のシェア

暮らしに必要な家具・家電

カサのシェア

もう、
カサを持ち歩かない
生活を。

今すぐダウンロード！

オフィスシェア

お気に入りのスペースを見つけよう

いま人気のエリア

機械のシェア

シェアリング
ファクトリーとは、

設備の稼働率が高い、もしくは設備が揃っている機材2つの方法で有効活用。

フードロス食材シェア

すべての「食」を、
食べ手につなぐ。

フードロス削減に貢献。食料のロスなく食べ手につなぐ。フードロス削減に貢献。食料のロスなく食べ手につなぐ。

不用品のシェア

必要なものを必要な人へ
あなたのいらないが誰かの役に立つ

シェアリングエコノミーとは

経済を回しながらCO2排出量を大幅に削減し脱炭素社会への貢献

スペース+モノ

宿泊業や小売業が一年に排出するCO2
排出量を上回る削減効果

2030年度のSDGsへの貢献効果予測①脱炭素社会への貢献

スペース関連のCO ₂ 排出量		モノ関連のCO ₂ 排出量		合計
シェア活用前	シェア活用後	シェア活用前	シェア活用後	
新築建設時のCO ₂ 排出量	建設廃棄物処理のCO ₂ 排出量	家庭で利用するモノの生産時のCO ₂ 排出量	家庭ゴミ処理のCO ₂ 排出量	CO ₂ 排出量合計
4,036万 t-CO ₂	233万 t-CO ₂	1,618万 t-CO ₂	240万 t-CO ₂	6,127万 t-CO ₂
スペースのシェアサービスで既存の建築物をシェアして活用		モノのシェアサービスで既存のモノをシェアして活用		スペース・モノのシェア活用
新築建設の減少	建設物解体の減少(廃棄物減少)	新品購入の減少	家庭ゴミの減少(廃棄物減少)	貢献効果合計
351万 t-CO ₂ 減少(8.7%減少)	20万 t-CO ₂ 減少(8.7%減少)	63万 t-CO ₂ 減少(3.9%減少)	11万 t-CO ₂ 減少(4.5%減少)	445万 t-CO ₂ 減少(7.3%減少)
宿泊業の排出量351万t-CO ₂ 、小売業の排出量330万t-CO ₂ よりも大きい				

※ 2030年度のシェアリングエコノミー市場規模が14兆2,799億円(課題解決シナリオ)まで拡大すると想定した場合の推計。
※ 基準となるCO₂排出量は2020年度データから計算。

モビリティ

移動のシェアによるCO2排出削減量は
国内小売業全体の排出量と同程度

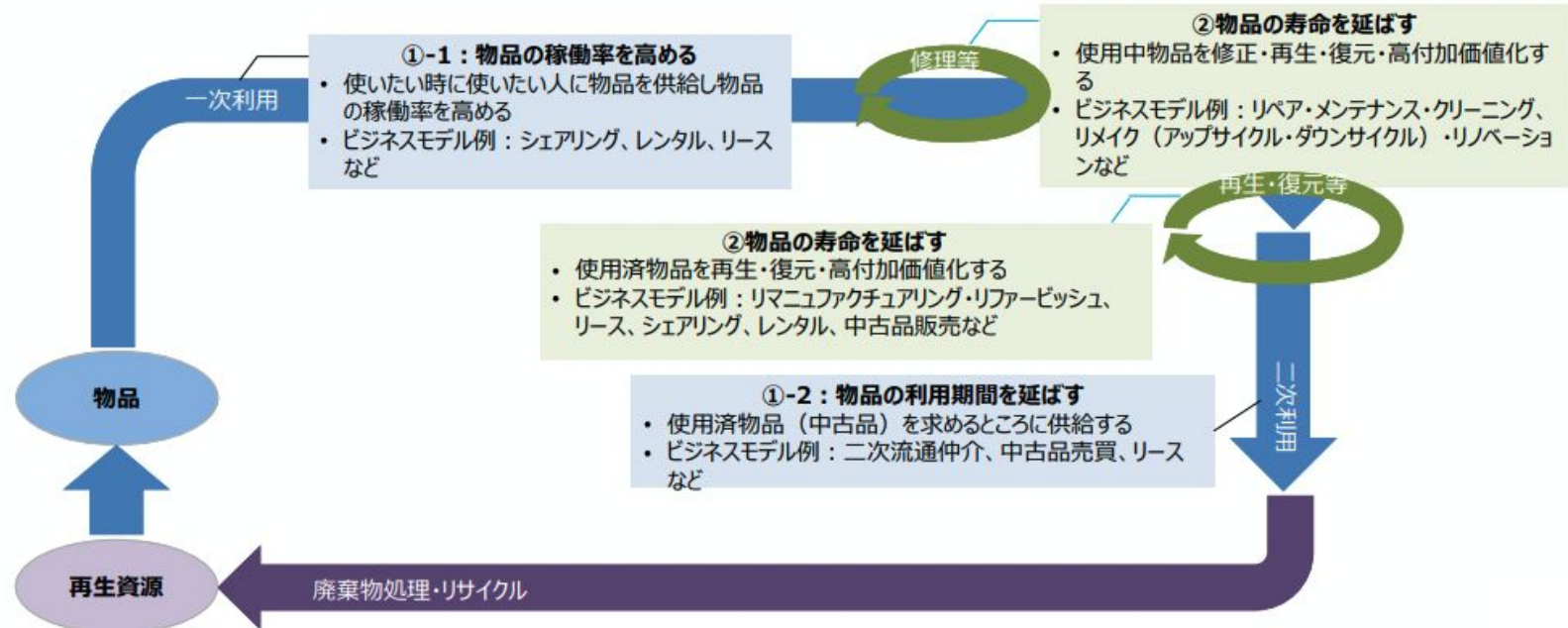
2032年度の移動のシェアによる脱炭素社会への貢献

移動のシェアによるCO ₂ 排出削減効果は国内小売業全体の排出量と同程度		
日本全体の自動車からのCO ₂ 排出量 ^{※1} 8,440万t-CO ₂ (2020年度)		
カーシェアサービスによるCO ₂ 削減効果	サイクルシェアサービスによるCO ₂ 削減効果	カー・サイクルシェア合計
効率的な自動車利用により移動距離・燃料消費が減少 (電気自動車のシェアカー利用増加効果も含む)	自動車移動を自転車に代替することで燃料消費が減少	貢献効果合計
280万 ^{※2} t-CO ₂ 減少(3.3%減少 ^{※3})	43万 ^{※2} t-CO ₂ 減少(0.5%減少 ^{※3})	323万 t-CO ₂ 減少(3.8%減少)
小売業の排出量330万t-CO ₂ と同程度		

※1 国土交通省「運輸部門における二酸化炭素排出量」 https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/environment/sosai_environment_tk_000007.html
※2 2032年度のシェアリングエコノミー市場規模が15兆1,165億円(課題解決シナリオ)まで拡大すると想定した場合の推計
※3 日本全体の自動車からのCO₂排出量8,440万t-CO₂に対する減少率

CEコマースとしてのビジネスモデルの価値

- シェアリングにおける一番大きなCEへの貢献は、物品の稼働率を最大限に高めること
- シェアリング事業者は物品を定期的に修理・保守しており、物品をより長く利用することができる
- 物品を購入せず、シェアリングすることにより、資源の消費や廃棄物の低減が見込まれる
- 企業等が自社のサプライチェーンにシェアリングサービスと連携することで循環モデルを構築することができる



出典: CEコマースワーキンググループ事務局資料

サプライチェーンにおける 排出削減の取り組み事例

CEコマース企業事例：洋服のシェア

■アイテム循環による廃棄削減

一着の衣服を複数の利用者がシェアすることで新品生産数を抑制し、原材料や製造段階で発生するCO₂排出を削減。廃棄物排出抑制が可能

■在庫のアップサイクル・再利用・再販売

利用頻度が下がった商品をリセールやエコセールなどでの販売や、アップサイクルで再活用した洋服の制作など廃棄を最小化

■物流・配送の効率化

配送拠点の集約や再配達削減施策、梱包資材の簡易化・リユース化を推進。特に、ガーメントバッグの活用により、輸送時の排出を抑制

airClosetのマテリアルフロー



CEコマース企業事例：モノのシェア

■アイカサ

全国2000スポット、会員数80万人。また傘にICチップを組み込み、管理システムとリペアによる長寿命化を実現

■ジモティー

プラットフォームを活用し地域内で誰でも無料・簡便にモノを出品・譲渡できる仕組みの他、自治体と連携したリアル店舗（ジモティースポット）を設置し、オンラインとオフラインを融合させたハイブリッド運営でリユースを加速



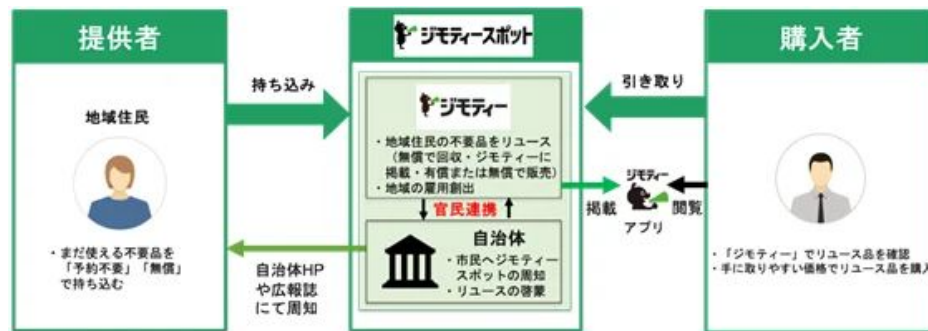
2、管理システムとリペアによる超長寿命化

ICチップを傘に入れ、個体管理



故障傘は修理し寿命を5年に

壊れにくい壊れても修理できる傘を使用



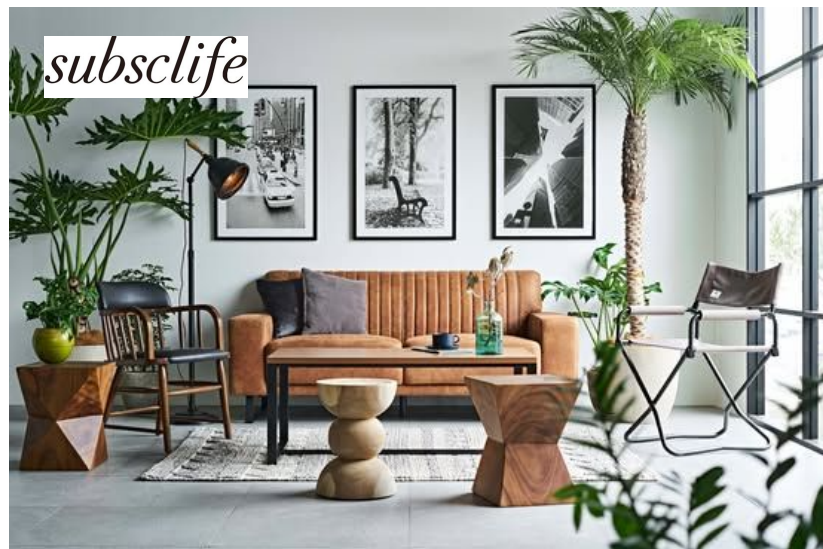
CEコマース企業事例：家具・家電のシェア

■サブスクライフ

新品・ヴィンテージ品・中古品・アウトレット品からお気に入りの商品を探せるサービス。企業に家具・家電が戻ってきた際にはオフプライスマーケットを通じて2次流通させ、廃棄を削減

■CLAS

メーカーと連携し、幅広い耐久消費財を、企業オフィス向け、個人向けにサブスク型で利用できるサービス



CLASの提供サービス

幅広い耐久消費財を全く新しい利用・取得方法でユーザーへ提供するサービス

①ビジネスモデル

商材

「暮らし」と「働く」を彩る、
豊富な耐久消費財



「自由に借りる」
「気軽に買える」
が両立する
全く新しい利用の形

EC
マーケットプレイス
CLAS

法人
ハイタッチサービス
CLAS Biz

ユーザー

- 個人
- ライフステージ変化が多くなる30~40代中心
 - ライフステージ変化への柔軟な対応



- 法人
- スタートアップ~大企業まで
 - リスクを抑えた空間価値の最大化



企業活用の新たな事例：Share as a Serviceモデル

企業は「サービス名」と「料金」を決め、自社会員に告知するだけでシェア事業を開始可能
物流・決済・メンテナンス等はラクサスが担い、メーカーや企業の資源循環型ビジネス参入を後押しする仕組み

当社が持つシェアリングサービス機能を外部にOEM提供する
ShaaS (Sharing as a Service) の拡大



サプライチェーンにおける 排出削減の取り組み課題

CEコマース企業における排出削減の課題・要望



課題

排出量の可視化、排出削減の考え方

- ・衣料の製造過程における詳細な排出量データの把握が難しく、効果的な削減策の立案に時間がかかる
- ・スタートアップにとっては、リソースの観点から後回しになりがち
- ・長く使われたこと、捨てられなかったことによる排出削減への貢献が表しづらい

製造・物流における課題

- ・製品設計においてリペアビリティが重視されていない
- ・ユーザーの自宅への配送時の排出量削減が重要な課題
- ・個別配送や短納期対応が一般化しており、温室効果ガス削減と顧客利便性の両立に課題

消費者の意識

- ・リユースへの意識の低さ、インセンティブ不足

要望

排出量算定ルールの標準化

- ・サプライチェーン全体で共通の算定基準を設けることで、事業者間の比較可能性を高め、削減努力を促す
- ・CEコマースによる排出削減への貢献の考え方の整理

製品設計段階の支援

- ・リペアビリティ指標開発など、設計段階のサポート

物流のEV導入支援、物流効率化支援

- ・補助対象車両や事業者の拡大、補助金額の増額
- ・共同配送やグリーン配送網の構築に向けた補助制度や規制緩和を推進

認証制度整備

- ・循環型サービスに特化した環境配慮認証を創設し、消費者が安心して利用できる仕組みづくりを促進

企業によるCEコマース活用における課題

単独での取り組みの課題

新規システム構築の難しさ

- ・既存の商流や資産勘定がリニア型に最適化されているため、自社独自で新しい循環型システムを作るのは難しい

二重管理の非現実性

- ・リニアとサーキュラーを並行して管理するのは現実的でなく、既存商流に組み込むのも困難

CEコマース企業との連携 メリット・課題

メリット

- ・大企業が自社で作れない循環型システムを提供できる
- ・サーキュラーに特化したスタートアップとの協業がコスト効率的
- ・パーツ単位の手がかりが循環と商品開発を促進する

課題

- ・大企業は「自社で取り組みたい」と考えるため、協業を公表しない
- ・結果として、スタートアップはPRできず、成果を表に出せないケースもある

GXリーグに向けた示唆

- ・デジタルパスポート（リファーマービッシュ・リマニュファクチャリングを前提とした製造管理）が必要
- ・サーキュラーに特化したシステムを持つスタートアップとの協業が不可欠
- ・現行の「売って終わり」のメーカー文化からの転換が必要

GX推進に向けた提言

シェアエコを当たり前の消費文化に。

「新しいもの」が価値とされる消費から、シェアすることで環境に寄与する消費への移行を促す補助を

企業によるシェアエコ活用の推進を。

大企業とスタートアップの連携を促し、外部を活用したサプライチェーン全体での脱炭素経営の推進を

「広げる」支援よりも、「仕組み」の後押しを。

メーカー、一次流通・二次流通事業者のデータ共有や流通を連携しやすい仕組みや環境の構築を

スタートアップ・小規模事業者参画へのインセンティブを。

CO2排出量の算出や認証基準への対応ツールや制度的な支援を

ご清聴ありがとうございました。