

平成30年度
シェアリングエコノミー活用推進事業
報告書

平成31年3月22日

総務省地域力創造グループ地域政策課

(「平成30年度「シェアリングエコノミー活用推進事業」

の進捗管理及び成果分析等の請負」請負先

: (株) 情報通信総合研究所)

はじめに

人口減少社会においては、人、モノなどあらゆる資源を最大限有効に活用することが重要であり、そのためには、「多様性」「包摂」「持続可能性」の3つの視点を有することが大切である。特に、これまで地域を支えてきた、近所の助け合いやコミュニティの連携が弱まりつつある現代において、こうした考え方は、一人ひとりの生き方に合うような働き方を認め、個人の持てる力を発揮できるようにすることで、女性や高齢者を含む「多様」な人々を「包摂」し、互いに助け合い、補い合う「持続可能」な「共助の仕組み」を再構築することにつながる。

近年は、スマートフォンやソーシャルメディアの普及に伴う個人の情報発信能力の飛躍的な向上によって、人と人が結びつくことが、かつてないほど容易になった。そのような環境の中で、「シェアリングエコノミー」が登場し、人と人を結びつけ、新たな「共助の仕組み」を生み出す事例も創出され始めている。

地域において生じている様々な地域課題についても、新たな「共助の仕組み」を生み出し得る「シェアリングエコノミー」を活用することにより、解決できるのではないか、また、地域経済の活性化に繋げることができるのではないか、と期待が寄せられるようになった。

こうしたことから総務省は、平成30年度の予算案に、シェアリングエコノミーを活用して、地域の社会課題解決や新たな生活産業の実証・実装による地域経済の活性化を図る地方公共団体のモデル的な取組を支援する「シェアリングエコノミー活用推進事業」を新たに盛り込むこととした。

本報告書は「平成30年度シェアリングエコノミー活用推進事業」の成果を分析し、まとめたものである。

以下、第1章では「シェアリングエコノミー活用推進事業」に取り組んだ14自治体の取り組みと成果を示し、第2章では14自治体の取組の分析結果を示す。そして、第3章では分析結果を元に構築した事業モデルを示す。事業モデルとは自治体がシェアリングエコノミーの活用を推進するためにどのような取組をすれば良いのかという取組を時系列でまとめたものである。最後に、地域課題解決に向けたシェアリングエコノミーの活用に関する今後の課題を示す。

目次

第1章：平成30年度シェアリングエコノミー活用推進事業の取組と成果	1
1-1.弘前市：雪対策における官民連携スキーム創生事業	1
1-1-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況	1
1-1-2.取組のポイント	2
1-1-3.残された課題、継続取組事項	2
1-2.盛岡市：ひとり親のテレワーク人材育成事業	2
1-2-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況	3
1-2-2.取組のポイント	3
1-2-3.残された課題、継続取組事項	3
1-3.釜石市：岩手県釜石市シェアリングエコノミー活用推進事業	4
1-3-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況	4
1-3-2.取組のポイント	5
1-3-3.残された課題、継続取組事項	5
1-4.気仙沼市：公用車のシェアによる市内周遊観光促進事業	5
1-4-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況	6
1-4-2.取組のポイント	6
1-4-3.残された課題、継続取組事項	6
1-5.真鶴町：真鶴町コミュニティワークシェアリング事業	7
1-5-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況	7
1-5-2.取組のポイント	8
1-5-3.残された課題、継続取組事項	8
1-6.鯖江市：地域生活・産業を活かした「関係消費」促進	8
1-6-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況	9
1-6-2.取組のポイント	9
1-6-3.残された課題、継続取組事項	9
1-7.北相木村：中山間地におけるシェアリングエコノミーによる関係人口創出事業	10
1-7-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況	10
1-7-2.取組のポイント	11
1-7-3.残された課題、継続取組事項	11
1-8.飛騨市：高齢者等の活躍創造による過疎地域活性化事業	11
1-8-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況	12
1-8-2.取組のポイント	12
1-8-3.残された課題、継続取組事項	12
1-9.犬山市：「シェア」を全力で広めるプロジェクト	13
1-9-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況	13

1-9-2.取組のポイント.....	13
1-9-3.残された課題、継続取組事項.....	14
1-10.紀北町：相乗り運送実証事業.....	14
1-10-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況.....	14
1-10-2.取組のポイント.....	15
1-10-3.残された課題、継続取組事項.....	15
1-11.池田市：地域人材を活用した地域内交通の実証事業.....	15
1-11-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況.....	16
1-11-2.取組のポイント.....	16
1-11-3.残された課題、継続取組事項.....	16
1-12.吉野町：よしのびと7，399人 愛・支えあい事業.....	17
1-12-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況.....	17
1-12-2.取組のポイント.....	18
1-12-3.残された課題、継続取組事項.....	18
1-13.佐賀県：地域 de 子育てシェアエコ実証事業.....	18
1-13-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況.....	19
1-13-2.取組のポイント.....	19
1-13-3.残された課題、継続取組事項.....	19
1-14.島原市：エンジョイ 子育て シェアリング 事業.....	20
1-14-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況.....	20
1-14-2.取組のポイント.....	21
1-14-3.残された課題、継続取組事項.....	21
第2章：シェアリングエコノミー活用推進事業の成果分析.....	22
2-1.分析モデル.....	22
2-2.シェアリングエコノミー活用推進事業における地域課題の類型別分析結果.....	23
2-2-1.低未利用スペースの活用.....	23
2-2-2.地域の足の確保.....	24
2-2-3.子育て等女性活躍支援.....	24
2-2-4.地域人材の活用.....	25
2-2-5.当初想定していなかった成果.....	25
2-3.シェアリングエコノミー活用推進事業におけるフェーズ別分析結果.....	26
2-3-1.準備期.....	28
2-3-2.実施期.....	39
2-3-3.継続検討期.....	56
2-4.シェアリングエコノミー活用推進事業における自治体の関わり方の類型別分析結果.....	60

2-4-1.自治体がサービス提供者となる場合	61
2-4-2.自治体がサービス利用者となる場合	62
2-4-3.自治体がプラットフォーマーとなる場合	63
2-4-4.自治体の関わり方の類型別の比較	64
第3章：シェアリングエコノミー活用の事業モデル	65
3-1.実施前	66
3-1-1.予算配分の決定	66
3-1-2.ステークホルダーの洗い出し	67
3-1-3.工程表の作成	68
3-2.準備期	69
3-2-1.事前調査	70
3-2-2.推進体制の構築	72
3-2-3.推進体制の役割分担	74
3-3.実施期	76
3-3-1.マッチングの仕組みの構築	77
3-3-2.既存の類似サービス提供者の反発対策	78
3-3-3.認知度向上施策	79
3-3-4.サービス提供者向け施策	81
3-3-5.サービス利用者向け施策	86
3-3-6.安全面の施策	90
3-3-7.制度面の施策	91
3-3-8.他の支援制度との連携	91
3-4.継続検討期	92
3-4-1.シェアリングエコノミー以外の行政サービスとの比較	93
3-4-2.事業スキーム改善の検討	95
3-4-3.事後調査	97
地域課題解決に向けたシェアリングエコノミーの活用に関する今後の課題	98

第1章：平成30年度シェアリングエコノミー活用推進事業の取組と成果

本章は、シェアリングエコノミー活用推進事業に取り組んだ14自治体の取り組みと成果をまとめたものである。

以下では、まず、各自治体のシェアリングエコノミー導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況を示す。次に、取組のポイントを示し、最後に残された課題と継続取組事項を示す。

1-1. 弘前市：雪対策における官民連携スキーム創生事業

遊休資産と雪かたづけのニーズをマッチングし、地域共助の活性化により間口除雪の課題解決を図る取組を実施した。

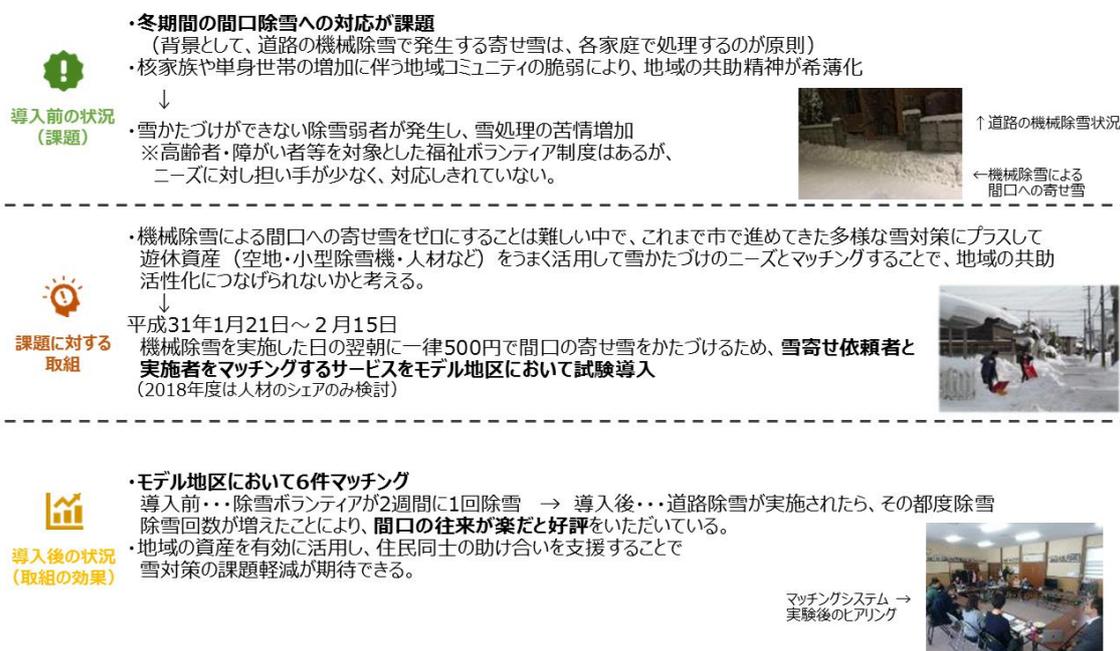
○連絡先

弘前市スマートシティ推進室

TEL：0172-40-7109

Email：smart-city@city.hirosaki.lg.jp

1-1-1. 導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況



1-1-2.取組のポイント

推進体制の構築	<ul style="list-style-type: none">事業研究会を開催し、シーズ・ニーズに関わる関係主体（ボランティアセンターがある大学の先生、類似サービスを提供する事業者）、市役所の関係部局（福祉担当課や除雪担当課）の関係者と検討の中で見えてきた課題についての意見交換を行った。全市展開へ向けたステップとしてモデル地区を設定した上で、実証実験を実施
各主体の役割分担	<ul style="list-style-type: none">事業スキームをゼロベースから検討するにあたり、再委託先（調査・分析などが得意な企業）に先進事例におけるプラットフォームの業種やシェアエコ保険などの様々な情報を整理してもらうことで、業務を円滑に遂行することができた。実証期間は、市が利用者・提供者を事前マッチングし、機械除雪が行われる降雪予測時に配信される市メールにより、サービス提供者が間口除雪を実施
マッチングの仕組の構築	<ul style="list-style-type: none">モデル地区において、ネットを介した仮のマッチングシステムによりマッチング体験会を実施することで、高齢者のスマホ利用やシステムの流れについての理解度などを確認
サービス認知度向上のための取組	<ul style="list-style-type: none">市内6,000世帯、モデル地区に雪対策におけるシェアリングエコノミーに関するアンケート調査を実施モデル地区において説明会を実施し、サービス内容や流れなどについて説明
安全面や制度面の施策	<ul style="list-style-type: none">サービス提供時は市で実施している保険制度を利用（事前申込不要、保険料不要、傷害・物損事故カバー）
その他	<ul style="list-style-type: none">反発を防ぐために既存事業のボランティア団体に対して事業内容を事前に説明サービス実施後にアンケートやシェアリング調査を実施することで、シーズとニーズが求めるサービス内容（作業品質、報酬の妥当性、スマホ操作の代行等）を詳しく聞き改善点を把握

1-1-3.残された課題、継続取組事項

- サービス提供者（シーズ）の掘り起し、プラットフォームの確保。
- モノ（除雪機等）・空間（空地等）におけるシェア対象の拡充。
- スマホを使えない人、持っていない人のための代理登録などの検討。

1-2.盛岡市：ひとり親のテレワーク人材育成事業

ひとり親世帯の「所得の向上」、「親子のふれあいの時間の確保」を目指し、テレワークに必要な知識や技術の習得を目的とした研修や業務受注の支援を実施した。

○連絡先

盛岡市子ども青少年課

TEL：019-613-8356

Email：kodomo@city.morioka.iwate.jp

1-2-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況



- ・ひとり親世帯の多くが経済的に苦しい生活状況にあり、土日・夜間勤務や複数の仕事のかげもちを余儀なくされている現状。
- ・本市が実施した『ひとり親世帯の子どもの生活実態に関する調査』では、夕方6時以降の夜間勤務を行っている割合が57.6%、子どもの学校が休みである土・日曜日でも76.8%の母親が仕事をしている現状が浮き彫りになった。
- ・母親が受けたい支援サービスとしては、自分の仕事・職業に関わる資格取得支援を必要としている割合が59.2%と高い結果が得られ、ひとり親の苦しい生活実態と支援のニーズが把握された。



- ・ひとり親世帯の親を対象に、児童扶養手当の受給資格確認の面談時にテレワークに関するニーズ調査を実施
- ・テレワークによる働き方のクラウドソーシングセミナーを開催。参加者の中から、面接により受講生を選定し、クラウドソーシングで実際に収入を得るためのスキルをオンラインで学ぶライティング講座、事務タスク講座を実施
- ・オンライン講座に加え、受講生のフォローアップや受講生同士の交流の場として集合研修を実施
- ・県内企業10社に、アウトソーシング可能な業務やテレワークの実施状況に関する調査を実施



- ・ひとり親世帯の親を対象としたテレワークに関するアンケート調査では、テレワークに興味があると回答した割合は、47.4%。また、興味があると回答した方のうち、テレワークをはじめ上で必要なもの(複数回答)は仕事を獲得するためのノウハウが64.9%と最も高く、次いでパソコンスキル58.1%、パソコンなどの機材55.8%という結果が得られた。
- ・クラウドソーシングセミナー参加者数20名(申込44名)
- ・クラウドソーシングセミナー参加者のうち、16名がライティング講座、事務タスク講座を受講。受講生10名が講座内で実際の受注(レシピ動画作成やデータ入力作業)・報酬獲得に至った。



2

1-2-2.取組のポイント

推進体制の構築	・テレワーク人材育成研修及び企業ニーズ調査による業務開拓等について合同会社PrideCocoonに再委託。テレワーク人材育成研修講師をテレワークのノウハウを持つ株式会社クラウドワークスから招き、連携しながら業務を推進
各主体の役割分担	・盛岡市 ひとり親世帯を対象としたテレワークに関するニーズ調査 ・合同会社PrideCocoon テレワーク人材育成研修の実施及びテレワークの受注支援、企業に対するテレワークニーズ調査
マッチングの仕組みの構築	・チャットシステムの活用により、業務連絡グループ(取組主体間)や受講生グループ間で日常的に意思疎通を図る体制を確立 ・テレワークに精通している合同会社PrideCocoonに再委託することで、テレワークの受注支援をスムーズに実施
サービス認知度向上のための取組	・児童扶養手当の受給資格確認の面談時に対面で案内することにより、テレワーク人材育成研修受講者の掘り起こしがスムーズにできた。
サービス提供者向けの取組	・個別のオンライン研修のほかに、受講生と一緒に参加する集合研修を開催。テレワークに関する情報共有が可能となり、モチベーションのアップにつながった。
サービス利用者向けの取組	・県内企業10社に対してテレワークに関するニーズ調査を実施。
安全面や制度面の施策	・仕事の受注にあたり、クライアントのトラブルなどについてプラットフォーム(合同会社PrideCocoon)が対応。受講生の仕事の受注をサポート。
支援制度の活用	・受講生が研修に専念できるように既存の育児支援の制度(ファミリーサポートセンター)を想定していたが、活用されなかった。
事業継続が可能な仕組みづくり	・今回養成したテレワーカーのスキルアップを図るための支援やテレワーカー同士の交流の場を提供するなどのフォローアップができる体制の構築
その他	・テレワークについてのクラウドソーシングセミナー開催にあたり、ひとり親世帯だけでなく、子育てをしている専業主婦や介護などで外で働くことができない方などの問い合わせが多数あり、テレワークへの関心の高さが窺えた。

1-2-3.残された課題、継続取組事項

- ・ひとり親世帯の「所得の向上」「親子のふれあいの時間の確保」のためには、養成したテレワーカーの業務単価を上げていくことが必要。
- スキルアップを図るための支援やテレワーカー同士の交流の場を提供し、モチベーションを維持するための環境づくりが求められる。
- テレワーカーの実績について追跡調査を実施し、長期的なスパンでの成果を踏まえ事業化することを検討。
- ・ひとり親世帯に限らず、テレワークによる働き方を希望する市民ニーズへの対応。

1-3. 釜石市：岩手県釜石市シェアリングエコノミー活用推進事業

大規模イベント時における需要増に対するシェアリングエコノミーの活用として、①宿泊需要増に対するイベント民泊の実証実験/②駐車場不足に対するスペースシェアの実証実験/③観光需要増に対する観光体験コンテンツの web 販売・マッチングの支援を実施した。

○連絡先

釜石市オープンシティ推進室

TEL：0193-27-8463

Email：fujii2142@city.kamaishi.iwate.jp

1-3-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況

導入前の状況
(課題)

- ① 2019年に開催されるラグビーワールドカップにおいて、数万人の来訪者が予測される中、当市の宿泊可能人数はおよそ1400人とされ、**大規模イベントによる地域経済への効果を最大化できないという課題が存在。**
- ② 当市におけるもっとも利便性のある移動手段が車であることから、特に近隣市町村や県内・東北圏域からの日本人観光客が車両を利用した来訪が予測される。その際の違法駐車等の対策が必要。
- ③ 市内における周遊観光コンテンツが存在するものの、消費者へのマッチング、特に外国人観光客への集客力が低い。
- ④ シェアリングエコノミー・シェアサービスの認知度が低い。



課題に対する
取組

- ① **イベント民泊**を実施し、Airbnbへの登録を支援
- ② **市内事業者や空き地所有者などへシェアリングサービス (Akippa・軒先) の登録を促進。**
- ③ 市内の観光体験コンテンツを提供する人材・団体へ、**体験コンテンツの販売を行うシェアリングサービス (Airbnb・TABICA) への登録を支援**し、市内周遊による経済効果を高め、市民との交流増によるファン化を促進。
- ④ ①～③やフォーラム、ワークショップを通じてシェアエコの周知・普及を図る。



導入後の状況
(取組の効果)

- ① イベント民泊を実施し、**15軒のご家庭から申請があり、そのうちの5軒が実際にイベント民泊ホストとして登録。そのうちの3軒が3名を受け入れた。**
- ② **10台分の駐車場をシェアサービス (軒先) に登録。**
- ③ **2つの体験コンテンツの登録に向け支援。**
来年度開催されるラグビーワールドカップにおける活用を促進。
- ④ ①～③やフォーラム・ワークショップを通じて、シェアエコに関連し説明会への参加いただき延べ104名の市民が参画した。また、8,560部のチラシ折込による来年度のホスト募集活動も含めれば、延べ8,664人にシェアエコに関する情報をリーチした。



1-3-2.取組のポイント

RWCの機会を活かしたシェアサービスの普及における課題と目的	<ul style="list-style-type: none"> ・ RWCという大規模イベントにおいて、一定期間に数万人の来訪者が予測され、一時的な需要の増加が予測される。 ・ RWCに貢献したい、関わりたいと考えている市民は一定数存在するが、具体的な関わり方を提示できていない。 ・ 遊休資産を活用する手段としてのシェアサービスが地域に浸透していない。 ・ RWCにおける課題に対し、市民自らが持つ遊休資産を活用したシェアによる貢献の仕方を提案することで、RWCにおける課題解決や関わりの創出、シェアによる遊休資産の活用方法の定着を目指す。
ホームシェアリングとしてのイベント民泊の導入	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当市の宿泊キャパシティはおよそ1,400人とされており、宿泊施設の不足が懸念される。 ・ 市内に宿泊していただくことで地域経済波及効果生み出す。 ・ 市民レベルでの交流による、交流人口の拡大、リピーターの獲得 ・ ラグビーワールドカップへの関与度の向上、ソフト面のレガシーの創出
スペースシェアとしての駐車場のシェアの導入	<ul style="list-style-type: none"> ・ 遊休資産の利活用の中でも比較的ハードルが低く、遊休資産をシェアサービスを使って活用するきっかけとしたい。 ・ まちなかエリア（釜石東部地区）周辺における駐車場不足やスタジアム周辺における無断駐車への対応
スキルシェアとしての観光体験プログラムの販売促進	<ul style="list-style-type: none"> ・ RWCにおける観光体験コンテンツを作成し、市民レベルでのより深い交流や、文化・歴史・自然・伝統といった釜石にか無いものを提供し、交流人口の拡大や、今後の観光振興につなげる。 ・ これまで取り組まれてきた観光体験コンテンツを、外国人観光客に伝える手段としてシェアサービスを活用することができる。
事業継続が可能な仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ それぞれのシェアサービスにおける課題として、ほとんどの市民が「知らない」「どうやったらいいかわからない」という状態のため、認知や理解、やってみたいと思える場の開催や情報発信が必要になる。 ・ 導入してみたいと思っても、具体的に登録の仕方や、リスクやメリットといったことを相談できるオフライン窓口が無いため、シェアリングシティとして、今回導入したシェアサービスについては登録資料を備え、4月より相談対応を行う準備をしている。 ・ イベント民泊ホストや観光体験ホストについては、ホスト同士のコミュニティ形成の場や、やってみたいという方を巻き込む際の講師として市民目線、市民モデルとして活用することで、持続的にホストが誕生し、自律的にホストの育成が行われていくホストコミュニティの形成を目指す。

1-3-3.残された課題、継続取組事項

- ・ RWC 終了後の、イベント民泊や民泊などホームシェアリングの推進の在り方。
- ・ RWC 終了後のまちづくりにおける、シェアリングエコノミーの活用の方策。

1-4. 気仙沼市：公用車のシェアによる市内周遊観光促進事業

市の公用車にカーシェアリングの仕組みを導入することで観光客等も車両の使用を可能とし、地域の二次交通の多様化を図る実証事業を実施した。

○連絡先

気仙沼市 けせんぬま創生戦略室

TEL : 0226-22-6600 (内線 316)

Email : kikaku@kesennuma.miyagi.jp

1-4-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況

導入前の状況 (課題)

【二次交通】

- ・市内の観光地は、JRの主要な駅がある中心部から離れた場所に点在
- ・JRや高速バスを利用して訪れる観光客等は、市内移動の足として巡回バスやタクシー、レンタカーなどを使用しているが、運行経路や運行時間、料金などの面でそれぞれメリット・デメリットがあり、**二次交通の多様化が必要**

【公用車】

- ・市役所が閉庁となる**休日や年末年始はほとんど稼働していない**。
- ・復旧・復興事業のために公用車を増車したが、復興創生期間終了後には台数が過剰になる可能性あり。
- ・車両の管理を各部署が行っており、稼働状況にバラツキがあるなど、効率的な運用ができていない。
- ・職員がタイヤ交換を行ったり、オイル交換などメンテナンスが十分でないなど、車両の安全性に不安がある。

課題に対する取組

- ・新たなシステム構築等が不要な既存の**レンタカー型カーシェアリングの仕組みを活用**（トヨタレンタリース宮城に委託して実施）
- ・市役所をステーションとして、カーシェアリング専用車両2台を導入
- ・市は**法人会員として主に平日に使用**。休日は**観光客や地域住民など一般の方も使用可能とした**。
- ・併せて、本格導入に向けたニーズや課題を調査。既存公用車とのコスト面などの比較も行い公用車の運用の最適化につなげる。
- ・実証期間は**2018年9月3日から2019年3月8日まで**（一般使用は2018年9月29日から開始）

導入後の状況 (取組の効果)

【一般使用】

- ・市民や観光客等を対象としたアンケートではニーズは**それほど高くなく**、観光や仕事の利用目的で、一部使ってみたい層がいることが分かった。

【公務使用】

- ・公務使用に関しては、車両の空き状況の確認や予約がスマートフォンで簡単に行え、**利便性が高く、効率的な車両の運用が可能**。
- ・車両の管理をプロの整備士が行うことで、**安全性の向上**や**職員の業務負担の低減**が図られる。

1-4-2.取組のポイント

推進体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> ・ レンタカー型カーシェアリングのサービス提供が可能な事業者をサービス提供者兼プラットフォームとした。 ・ 市は、市役所の駐車場をステーションとして提供した。公務で使用する車両を一般の方に開放するサービス提供者としての側面もあるが、基本的には、観光客や市民同じく、サービス利用者となる。
各主体の役割分担	<ul style="list-style-type: none"> ・ サービス提供者（プラットフォーム）： 専用サイト開設、車両配備、維持管理、事故対応、広報、ニーズ調査等 ・ 市： 駐車場提供、広報、市民向け説明会開催、ニーズ調査等補助
マッチングの仕組みの構築	<ul style="list-style-type: none"> ・ サービス提供者が既存のシステム活用して専用サイト開設 ・ 専用サイトを通じて、会員登録、車両の予約、クレジット決済等を行う仕組みとした。 ・ スマホアプリを使用しないシステムのため、フィーチャーフォンでも操作可能とした。
サービス認知度向上のための取組	<ul style="list-style-type: none"> ・ サービス提供者（プラットフォーム）： 自社サイトへのチラシ掲載、主要店舗へのチラシ配架 ・ 市： 市HP掲載、観光推進機構HP掲載、市広報誌掲載、地元新聞紙記事掲載、コミュニティFM出演、駅前観光案内所へのチラシ配架及び案内、観光ホテル・ビジネスホテルへのチラシ配架、市内外のイベントでのチラシ配布、市民向け説明会の開催
サービス提供者向けの取組	<ul style="list-style-type: none"> ・ 既存のレンタカー型カーシェアリングサービスを活用することで、他の支援制度を活用することなく容易に取り組むことが可能。 ・ 事業者選定にあたっては、事故対応等を迅速に行えるよう、市内に店舗がありカーシェアリングサービスの提供が可能な事業者を選定
サービス利用者向けの取組	<ul style="list-style-type: none"> ・ 公務使用： 庁内で説明会を開催して使用方法を周知。内部情報システムにはマニュアルやFAQを掲載した。また、運転者登録や登録予約に関するトラブルの対応は、個々にサービス提供者と行うのではなく市の担当者が一括して行った。 ・ 一般使用： 新聞、チラシ、ホームページ、コミュニティFM、テレビ及び市民向け説明会の開催などにより周知した。
安全面や制度面の施策	<ul style="list-style-type: none"> ・ レンタカー型カーシェアリングの仕組みを活用することで、車両に係る事故、故障、盗難などのトラブルに対しては、サービス提供者が加入する自動車保険によりレンタカーと同様の補償内容が適用 ・ 市内に店舗を有する事業所を選定することで、事故対応を迅速に行うことが可能

1-4-3.残された課題、継続取組事項

- ・ 一般使用者の利便性向上のため、休日にステーションを市役所から駅前に移動させることを検討したが、現行制度ではできないことが判明。
 - ※店舗以外でのカーシェアリングの営業は、車庫証明を取得した1か所のみ。
- ・ 一般使用者が低調であった要因に気仙沼ラクモの会員登録が、他地域での汎用性がなかったことも挙げられるため、事業者の選定に関しては、カーシェアリングサービスを全国展開し会員数が多いサービス事業者を選定することができれば、一般使用者の利便性

が向上し、既存ユーザーを取り込め利用率が上がる可能性もあるが、市内に該当する事業者がない。

→自動車メーカーなどの今後のサービス展開を注視していく。

・既存公用車との単純なコスト比較ではカーシェアリングの優位性は低い。

→利便性や安全性の向上などコスト以外の部分を含めて検証し、公用車の運用を最適化。

1-5. 真鶴町：真鶴町コミュニティワークシェアリング事業

神奈川県初の過疎地域における「人口減少（特に若年女性人口）」の解決に向けて、新しい働き方「クラウドソーシング」による仕事の場づくり開拓と自走チームの形成を目指した試行事業を実施した。

○連絡先

真鶴町政策課

TEL：0465-68-1131（内線 351）

Email：sei_senryakusuishin@town.manazuru.lg.jp

1-5-1. 導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況

 <p>導入前の状況 (課題)</p>	<ul style="list-style-type: none">・平成29年4月に神奈川県初の過疎地域に指定された（指定時点の人口7,519人）。・特に2010年～2040年における真鶴町の若年女性人口の（減少率-70.41%）が、国（-36.21%）や神奈川県（-32.02%）より高い。・仕事のある近隣市町へ転出する傾向が加速。・人口ビジョン策定におけるアンケートにおいて「少子化に対する支援策」「居住不満足要因」等においても雇用と収入の安定が上位で指摘される。 <p>↓</p> <p>若年女性人口の「働き場」から「働き方」を開拓することが重要課題に。</p>	
 <p>課題に対する 取組</p>	<ul style="list-style-type: none">・真鶴町総合戦略（地方創生）において、「スタートアップタウンの推進」「ICT関連事業者の振興」「地元雇用・創業支援の推進」等を位置づけ、サテライトオフィス誘致等の対策に着手。・1日に働ける時間が限られている子育て主婦等が働けるカタチとして「クラウドソーシング」の試行。・「お試しワーク」の実施にあたり、シェアリングエコノミー（クラウドソーシング等）について普及啓発するセミナーを計3回開催し、町民に『新しい働き方』があることを周知、その中からお試しワークの参加者を掘り起こした。・同時に「真鶴町の就業に関する意識・実態アンケート調査」を無作為抽出1,000人と町内の幼稚園・保育園の父母113人にも配布し、計250人回収。真鶴町で求められている「働き場」「働き方」について課題を検証した。	
 <p>導入後の状況 (取組の効果)</p>	<ul style="list-style-type: none">・お試しワークに計7名（男性1名、女性6名）が参加、幅広い世代・立場の参加者のもと事業（1/10～2/15）を遂行。・体験者の中で大きな割合を占めていた子育て世代の主婦をはじめ、参加者全員が働き甲斐や生活にはりが生まれたことを確認、試行事業の最大の目標であった「チームで仕事を受注する（※）」「自走組織の組成に向けた環境を整えることができた。（※すまみワーカー各々では受注が難しい規模の仕事を、チームを組成することで受注につなげる）・副次的発見として、子育て主婦だけでなく、ケガや病気が社会復帰を目指す人にとっても「自分の生活を中心に仕事をする」クラウドソーシングが効果的であること、同じく、自宅でのテレワークではなく、自宅外で日々の生活から抜け出す「働き場」をつくることで、気分転換やコミュニティとのつながりが生まれ、より良い生活ができたことを参加者から確認。 <p>↓</p> <p>事業目標であった自走組織の組成と社会とのつながりや気分転換となる「働き場（施設）」づくりの必要性を検証できたことから、本試行を受けて、クラウドソーシングの本格稼働の実現を目指していく。</p>	

1-5-2.取組のポイント

推進体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> 真鶴町と委託事業者（①調査業務と②クラウドソーシング試行業務）でチームを形成し、「クラウドソーシングを推進する自走組織の組成」という事業最大のゴールを設定した上で、各主体の役割分担を明確にし、迅速な意思決定と詳細な情報共有を重ねながら推進体制を構築した。また、補助金対象外で同時進行で取り組んでいたサテライトオフィス誘致において、官民連携の推進組織であるサテライトオフィス誘致運営協議会に本業務の取り組み状況を定期的に情報提供し、地域内の連携環境を確保した。
各主体の役割分担	<ul style="list-style-type: none"> 真鶴町が全体統括者として上記シェアリングエコノミー推進チームを組織し業務を総合管理する中で、委託事業者が①調査業務と②クラウドソーシング試行業務の実行担当を担った。上記サテライトオフィス誘致運営協議会は、取り組みの今後の継続・発展に向けて、町内の理解者・応援者になっていただけたよう状況共有者と位置づけ、ゆるやかに連携した。
マッチングの仕組の構築	<ul style="list-style-type: none"> 取り組みの最終ゴールとして、次年度以降の「自走組織の組成」を何よりも理解・共有できる事業者をクラウドソーシング試行業務の委託者として選定した。同事業者がプラットフォームとしてマッチングを担い、高いコミュニケーション技術を活用したセミナーの実施による町民ワーカー（ホスト）の掘り起こしと、次年度以降も仕事を提供する意思のある会社（ゲスト）を調達した。
サービスの認知度向上のための取組	<ul style="list-style-type: none"> 「シェアリングエコノミー」という言葉が町民には馴染みがない為、「真鶴町の新しい働き方」という形で広く周知・呼びかけを行い（町のホームページや広報・メディアへのリリース等）、セミナーを計3回開催。特にお試しワークの説明会を兼ねたセミナーは、希望する方の参加を広げるため、同様の内容で2回実施。また、子供が預けられない等、お試しワークに参加できない方々にも道を切り開くため、テレワーク型クラウドソーシングによる新しい働き方セミナーを1回実施した。
サービスの提供者（ホスト）・利用者（ゲスト）掘り起こしのための取組	<ul style="list-style-type: none"> 上記「新しい働き方」セミナーを通して、ワーカー（ホスト）を掘り起こし、また、仕事の提供元（ゲスト）はクラウドソーシングのプラットフォーム会社ではなく、「地方の働き場を開拓する」社是を掲げるICT会社を調達し、同じ志の元、本事業終了後も仕事を提供する意向のあるパートナーを発掘することができた。
サービスの安全・安心を確保するための取組	<ul style="list-style-type: none"> お試しワークの勤務場所について、建物の信頼性がある公共施設（コミュニティセンター）を活用し、また勤務オフィスについては電子ロックや監視カメラ等のセキュリティシステムを構築しサービスの安全・安心を確保した。
補完・連携した既存の公共サービスの内容	<ul style="list-style-type: none"> 子育て世代に少しでも多くシェアリングエコノミーによる新しい働き方を知っていただくため、計3回のセミナーにおいて、町の託児ボランティア制度を活用し、セミナー開催中の子供一時預かりを実施した。また、シェアリングエコノミー伝道師をセミナー講師として招聘した。
事業継続が可能な仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> 事業の取り組みを通じて働く施設を稼働させる事業者が現れたことから、組成した自走組織の育成と合わせ、クラウドソーシングによる「真鶴町の新しい働き方」を実現していく。

1-5-3.残された課題、継続取組事項

- 「自分たちでチームを形成し仕事を受注する」というワークシェアリング自走チームの元となるグループを形作れたので、このグループを母体にワークシェアリングの本格稼働を進めていく。
- お試しワークにおいて、ワークシェアリングの拠点となるオフィスの必要性、必要な設備・機能・立地について検証すると共に、参加者からレンタルオフィスを開設する事業者が現れたことから、自走組織と合わせ、本格稼働を実現していく。

1-6. 鯖江市：地域生活・産業を活かした「関係消費」促進

体験やスペース共有型のサービスを活用し食文化と工芸のツーリズムを実現し、利用者目線で「地域住民」と「よそ者」が共同で取り組むことで、満足度が高くより深い交流を促進する取組を実施した。

○連絡先

鯖江市めがねのまちさばえ戦略室

TEL：0778-53-2263

Email：SC-MeganeNoMachi@city.sabae.lg.jp

1-6-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況

取組主体：鯖江市

体験やスペース共有型のサービスを活用し食文化と工芸のツーリズムを実現。利用者目線で「地域住民」と「よそ者」が共同で取り組むことで、満足度が高くより深い交流を促進


導入前の状況
(課題)

- ・福井県越前の伝統工芸 5 産地（漆器、焼、和紙、刃物、箆笥）や眼鏡、繊維などの産業を生かした産地巡礼型の体験型観光開発を支援
 - ・生産地ということもあり、工房見学の日程手配の負荷が大きい
 - ・公共交通機関はコミュニティバスがあるが、住民向けのため運行時刻や周遊性で課題
 - ・工房見学や視察などの受入れが集中するケースがあり産地の職人や企業にとって負担になる事があった
- ↓
- ・サテライトオフィス事業やインバウンド促進などの交流人口増加を目指した施策推進において差別化や滞在時の利便性・満足度向上が必要


課題に対する
取組

- ・視察や体験の「定番」「季節性」のある受入れメニューを体験型シェアエコとして登録
- ・地域住民の持つ車やスペースなどを活用し、受入れの経済的なメリットを創出
- ・シェアメニューを案内する地域ガイドを置くことで、体験可能なサービスを複数紹介。「ついで予約」による利用の向上や予約分散を図る
- ・地域おこし協力隊や移住者などの「よそ者」視点を入れたサービス開発を行うとともに、ITスキルが必要なシェアエコサイトへの登録を支援




導入後の状況
(取組の効果)

- ・受け入れメニューの可視化や報酬の設定により、大学や企業の研修や取材が組み立てやすくなった。（視察者自ら組み立てることも可能に）
- ・毎年受け入れている留学生のプログラムが充実し、滞在時間の増加と満足度が向上
- ・カーシェアの活用により活動範囲が広がり、広域での地域文化体験が可能に
- ・実際の制作現場を体験することでリアリティを感じ、価値が伝わりにくい工芸や地域産品の消費を促進
- ・視察や観光受け入れに必要なコンテンツ（宿、車、体験など）を地域住民がシェアエコプラットフォームを通じて提供することで直接収入が生まれ、これがモチベーションとなり新たなコンテンツ登録を行う住民が増加
- ・地域の宿泊施設がシェアカー、体験サービスシェアを始めたことが、シェアエコプラットフォームを通じた新たな集客および単価向上に寄与



1-6-2.取組のポイント

推進体制の構築と役割分担	<ul style="list-style-type: none"> ・ 持続可能な取り組みとするべく、産官学+住民による体制を構築。 ・ 鯖江市 [市民主役のサービス開拓、NPOなど地域関係団体との連携、各種行政サービス支援。] ・ 慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 [シェアエコ先行実証実験を生かした事業計画策定、ニーズ調査、アカデミックアプローチによるサービス開発と検証。] ・ NPOかわた夢グリーン [中間組織として地域住民との連携、シェアエコサービス開発運営支援。] ・ オークツ株式会社 [イベント運営、都心部PR支援。]
マッチングの仕組みの構築	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地方ではサービス提供者、利用者ともに少なく、提供者となり得る人へのリーチおよび登録運営支援、利用者を増やすためにはシェアエコ利用経験者を増やし地域でのシェアエコ利用が一般的になるよう取り組む必要がある。そのため、地域住民や団体と連携、個別支援し提供者の育成を実施。この提供者のコンテンツを利用者が認知し利用ができるようPR、マッチングを実施した。
サービス認知向上のための取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全3回のシェアエコセミナー、ワークショップを実施。基本的な考え方を学ぶだけでなく、プラットフォーム（SPACEMARKET, Anyca, akippa, TABICA）より講師招聘し、実例を交えた地域特性に応じた実践的なサービス活用方法解説により理解を深め、ワークショップを通じてサービス登録啓発を行った。
サービス提供者向けの取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・ 産業観光イベント「RENEW2018」出店者がイベント時に行う工房見学や体験など、シェアエコ登録を推進するための説明会、個別登録運営支援を実施。
サービス利用者向けの取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・ 都心部（品川、浅草）にて、産業観光イベント「RENEW2018」や鯖江でのシェアエコサービスのPRを行うと共に、メガネ素材や漆を使った体験ワークショップを実施し、東京にいながら鯖江の産業観光を体感してもらい鯖江来訪を促した。 ・ シェアエコ活用だけでなく、広報紙掲載など地域に合った地道な集客を行うことで、シェアエコを利用したことが無い潜在的な利用者へのリーチに取り組んだ。
事業継続が可能な仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中間組織が地域のシェアエコまとめ役としてシェアエコ活用推進することで、ITが使えないがスキルシェアが可能な高齢の職人などと連携し、地域の魅力をシェアエコを通じて発信し販売するモデル作りができた。

1-6-3.残された課題、継続取組事項

- ・ 高齢の漆器職人など、シェアできるスキルや資産（車や家）などを持つ人が地域に多くいることが分かったがパソコンやスマホなど IT が使えないため、個人ではシェアエコが利用できないケースが多い。地域のシェアエコを取りまとめて運営支援する組織や仕組み作りが課題。

- ・観光客向けのサービス開発だけでなく、地域住民、視察客向けなど需要に応じたシェアエコサービス開発の推進が必要。
- ・地方では、まだまだシェアエコの仕組みが住民や企業等に浸透しておらず、サービス提供者利用者共に少ない状況である。シェアエコ経験者を増やし事例等を紹介するためにも、まずは地域の実情にあったシェアエコサービスを知るセミナーを継続的に実施予定。
- ・サービス提供の意思を持つ方には、地道に個別の登録支援・運営支援を実施し、利用者向けにはサービス体験会などを継続して実施予定。

1-7. 北相木村：中山間地におけるシェアリングエコノミーによる関係人口創出事業

空き施設をシェアオフィスとして運用し、シェアリングサービス基盤を構築することによって、提供者と利用者をマッチングさせる、村民の空いた時間に労働供給してもらい労働力の共有を図る取組を実施した。

○連絡先

北相木村経済建設課

TEL：0267-77-2111

Email：keizaikensetu@vill.kitaaiki.lg.jp

1-7-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況



- ・人口千人に満たない小さな村であり、面積の9割が森林で、基幹産業は農林業であるが、従事者の高齢化や後継者不足が顕在化しており、耕作放棄地も発生。また、村内就業者の約6割が、村外の事業所へ通勤。
- ・村の中心部に川が流れ、両側から山が迫っていることから工場誘致ができる土地に制約が存在。
- ・村の農産物や観光資源を活かした振興策を講じて、一時滞在者や関係人口を増やし、転入者を増加することが出来なければ、自治体の存続の危険性。



- ・東京電力旧現場事務所の一部をシェアオフィスとして整備し、コワーキングや会議、アイデアソン・ハッカソンなどのイベント等で使用できる会場として貸出。
- ・施設の運営管理に村民の空いた時間を労働提供できるかを検証。
- ・利用者がインターネットによる予約を前提にサービス基盤を構築。
- ・地域住民の要望や関東圏及び長野県内の企業及び大学等に利用意向調査を実施。



シェアオフィス外観



- ・2018年10月1日～12月20日までの実証期間においてIT企業や学生などで7件利用。
- ・地元住民2名に清掃業務や利用者の送迎業務を依頼。
- ・プラットフォームを構築することによって管理者（村）のデータ収集や利用者検索等を実施し利用傾向を把握。
- ・住民の要望調査で働く意欲のある方を抽出し人材確保に活用。
- ・アンケート結果を元に施設の利用方法を検討、事業実施時期や料金を設定。



IT企業によるアイデアソン

1-7-2.取組のポイント

推進体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> 事業主体を北相木村とし、支援団体として長野県、一般財団法人長野経済研究所、日本電気株式会社の体制で各事業者の強みを活かし事業を実施。
各主体の役割分担	<ul style="list-style-type: none"> 北相木村が全体的な運用を行い、長野県が全体的な支援を担当。(一財)長野経済研究所が各種調査、事業成果検証並びに分析を、日本電気(株)がシェアリングサービス基盤構築、維持等をそれぞれ担当。 住民は労働提供者の登録を行い、清掃や運転等の業務を担当。
マッチングの仕組みの構築	<ul style="list-style-type: none"> シェアオフィス等は利用者側からのインターネットによるリクエストを前提にプラットフォームを構築しマッチング。 今年度レイバーシェアは費用、件数の面から手作業でマッチング。
サービス認知度向上のための取組	<ul style="list-style-type: none"> WEBアンケート時に施設の紹介を実施。 参画事業者のプレスリリースや機関誌等への掲載。 県内事業者主催のイベント開催時にプレスリリースし、地元新聞等への掲載。
サービス利用者向けの取組	<ul style="list-style-type: none"> 住民ニーズ調査により労働提供可能者(レイバーシェア)を把握。 WEBアンケート、ヒアリングにより利用者のニーズと課題を把握。 利用者アンケートを実施し満足度、課題等を把握。
安全面や制度面の施策	<ul style="list-style-type: none"> 会員登録を必須にすることによって、不要な予約を防止。 予約申請から予約完了までに村の確認作業を挟むことで事前に利用用途等を確認。
支援制度の活用	<ul style="list-style-type: none"> 地域情報化アドバイザー制度を活用しアドバイスを受けた。 他の事例を踏まえた助言。ターゲットの明確化の必要性。夏期利用の有用性。
事業継続が可能な仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> 事業体制の維持。 今後、利用者の確保並びに固定費の削減に取り組む必要がある。
その他	<ul style="list-style-type: none"> シェアリングエコミーの取組を近隣自治体へ拡大するため、県主導により南佐久地域シェアリングエコミー推進会議を開催。

1-7-3.残された課題、継続取組事項

- 利用が見込める夏場の実証が出来なかった関係もあるが、利用数が低調。
- 規模の小さい自治体で事業実施しても維持管理費などが嵩むため、広域サービスとして提供できるように近隣自治体との連携によるサービス導入の検討が必要。

1-8. 飛騨市：高齢者等の活躍創造による過疎地域活性化事業

空きスペースを活用した【民泊】と住民が有するスキルのシェアによる、過疎高齢地域の交流人口の増加の取組を実施した。

○連絡先

飛騨市観光課

TEL：0577-73-7463

Email：yamashita-jyouta@city.hida.gifu.jp

1-8-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況

導入前の状況 (課題)

- ・人口1000人、高齢化率50%の飛騨最北端の地域
- ・人口減少と空き家の増加
- ・訪れる観光客に対しての慢性的な宿泊施設と担い手の不足（9軒 → 2軒）
- ・宿泊施設不足による交流人口の減少

↓

消えてしまいそうな故郷への不安の解消と、地域住民の新たな生きがいづくりを促進する。

課題に対する取組

- ・宿泊施設不足の解消と交流人口を増やすため、**高齢者等の住宅の空きスペースを活用した【民泊】を推進。**
- ・その他、夏に来るアユ釣り客約14,000人の新たな宿泊場所として【民泊】が活用できないかとの着想に至る。
- ・民泊ホスの掘り起こしを、市担当者や委託業者による1軒1軒へ顔を見せながら現場交渉を行い安心感を与える。
- ・ホスト側への民泊体験会を開催し、ゲストが自宅に入る抵抗感を緩和する。



説明会

導入後の状況 (取組の効果)

- ・6軒の民泊体験会の協力を得て、**4軒が住宅宿泊事業法にのっとり営業へと意欲を示す。**
- ・冬のイベント民泊開催時に**2軒の募集があり、7人ゲストが訪れて、一緒にイベントに参加し交流を深めていた。**
- ・ゲスト側からは「また来たい」という意見が100%、しかしながらホストは「疲れた」「もう満足した」との声もある。

↓

何度も繰り返し、人が訪れることに慣れてもらうことで【民泊】が徐々に受け入れられて、交流が進む。今後はスキルをシェアできる人を掘り起こし、体験も新たな観光商品として地域一体となって作り上げていく。ゲストとホストの間に支援組織を立ち上げ、予約受付業務や研修会開催などホストの負担を軽減する仕組みを構築する。



1-8-2.取組のポイント

サービスの認知度向上のための取組	<ul style="list-style-type: none"> ・周知については、高齢者のため小さな文字は読まない傾向にあるため、出来る限り大きなフォントでチラシを作成し、事業する範囲の住宅全戸に配布（40軒）。 ・民泊モニター体験会を開催し、民泊に対する抵抗感を軽減。 ・地域に根付いたイベントに対してイベント民泊を開催し、交流をお互いに楽しんでもらう。
サービス提供者向けの取組	<ul style="list-style-type: none"> ・チラシや電話で周知するだけでなく、直接自宅に訪問し、現場での交渉にこだわった。 ・説明会を1回実施、ワークショップにより該当地域で何が資源としてあるのか意見を収集し全員で共有。 ・研修会を1回実施、民泊体験会でのおもてなしについて、意見を収集し全員で共有。
推進体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> ・「民泊推進協議会」を設置し、煩わしい手続きやゲストとホストのマッチングを代行。
事業継続可能な仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・「民泊推進協議会」を設置し、煩わしい手続きやゲストとホストのマッチングを代行。
安全面や制度面の施策	<ul style="list-style-type: none"> ・飛騨保健所や飛騨警察署、飛騨市消防本部へ事前相談及びホスト情報の共有。
各主体の役割分担	<ul style="list-style-type: none"> ・再委託先(株式会社パソナ)が実務経験を生かした説明会や研修会の開催。 ・行政は、地域と株式会社パソナとの仲介役と交渉。 ・ただし、明確な役割分担をせず意思疎通を図って、共に取り組むこととした。

1-8-3.残された課題、継続取組事項

- ・ホスト4軒が住宅宿泊事業法にのっとり営業に意欲を示し、現在申請手続き中。
- ・中間支援組織「民泊推進協議会」を設置したものの、地域住民・団体を巻き込めていない。（市と委託業者が構成員）。
- ・スキルシェアについて、人材の掘り起こしが必要。ただし地域住民がガイドすることに慣れていない。

1-9. 犬山市：「シェア」を全力で広めるプロジェクト

犬山城下町周辺などの観光客の駐車場不足や交通渋滞の解消、低未利用地の活用を図るため、駐車場シェアリングサービスを導入した。

○連絡先

犬山市経営部企画広報課

TEL：0568-44-0312

Email：010100@city.inuyama.lg.jp

1-9-1. 導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況



- ・まちなみの整備や企業と連携した効果的な周知等により、観光客が年々増加。犬山城における平成30年の年間入場登壇者数は、60万人を突破した。
- ・特に観光客の来訪が集中する観光ハイシーズン時には、**城下町周辺を中心に交通渋滞や駐車場不足が発生し**、観光客だけでなく地域住民にとっても大きなストレスに。
- ・既存の公共駐車場（約650台）に加え、**新たな駐車場を整備することは困難。**



- ・**事業所や市民が所有する低未利用地（遊休スペース）を駐車場として活用していくための取組を推進。**
- ・観光客が現地で駐車場を探す必要が無い「事前予約が可能（利便性向上によるストレス解消）」な点と、土地提供者の「初期投資が不要（駐車スペースの整備にあつたハードルを下げる）」な点が、市の観光課題に合致。
- ・中間組織である犬山市観光協会を中心に、事業を展開。



- ・軒先パーキングの駐車場として**5件（16台）が登録**【平成31年2月15日時点】。
- ・一定の利用はあり（**74件：平成30年12月5日～平成31年2月28日**）、駐車場に対するニーズは高い。
- ・今後、登録が見込まれる土地もあり、着実に事業が浸透。

16

1-9-2. 取組のポイント

推進体制の構築	・犬山市観光協会を中間組織とし、事業の推進を専門に担当するシェアリングエコノミー推進員2名を雇用。市やシェアリングエコノミー伝道師と連携しつつ、効率的な事業の普及を図った。
各主体の役割分担	【市】事業全般の進捗管理、関係機関との連絡及び調整 【犬山市観光協会】対象地域の現地調査、土地所有者への戸別訪問、普及啓発の取組み実施 【プラットフォーム】「軒先パーキング」全般に関する対応、説明会への講師派遣、サービス利用者へアンケート調査実施 【シェアリングエコノミー伝道師】説明会での講演及び助言、プラットフォームの紹介、シェアエコ全般の情報提供
マッチングの仕組みの構築	・プラットフォームには「軒先株式会社」を選定。プラットフォームである「軒先パーキング」上で、空きスペースを登録する 土地所有者（サービス提供者）と犬山市を訪れる観光客等（サービス利用者）をマッチング する。
サービスの認知度向上のための取組	・市広報紙に掲載、市民や事業者等への説明会開催のほか、現地調査により抽出した土地所有者へ戸別訪問を実施し、サービスの内容などを戸別に説明。
サービスの提供者（ホスト）・利用者（ゲスト）掘り起しのための取組	・サービス提供者掘り起しのため、市の広報紙等で事業内容を周知。 ・市民や事業所向けに、複数回の説明会を開催。 ・市観光協会HP上に、軒先パーキング上の犬山市特設ページのリンクを設置し、サービス利用者に周知。
スマートフォンなどを使うことができないサービス提供者向けの取組	・シェアリングエコノミー推進員がサービス提供者のもとを直接訪問し、プラットフォーム登録までのサポートや登録後のフォローまで対応。
サービスの安全・安心を確保するための取組	・サービス利用に 個人情報の登録が必要なプラットフォームを選定 。マナーの悪い利用に対する抑止力として効果を期待。 ・サービス開始時に駐車場登録者に対して、利用者の誘導及び無断駐車対策用のカラーコーンを貸与し、トラブルを防止。
事業継続が可能な仕組みづくり	・中間組織とプラットフォームの間で代理店契約を結ぶことにより、登録駐車場が利用されるごとに利用料の10%が中間組織に入ることで、将来的な事業展開の可能性が広がるような仕組みとした。

1-9-3.残された課題、継続取組事項

- ・本事業は主に事業所等の大規模土地所有者を中心に展開したため、個人宅などの小規模土地所有者に向けた登録促進活動が課題。
- ・今後のサポート体制等を含めた、持続的な運営形態の検討。

1-10. 紀北町：相乗り運送実証事業

「住民による住民の移動手段の確保」という新たな方式の運送「あいのり運送」実証事業を実施し、その実現可能性や有効性及び諸課題について検証・抽出する取組を実施した。

○連絡先

紀北町企画課

TEL：0597-46-3113

Email：kikaku@town.mie-kihoku.lg.jp

1-10-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況



導入前の状況
(課題)

- ・平成17年の2町合併時から人口が約20%減少し、高齢化率は43.3%と非常に高率になっている。
- ・町内唯一のタクシー事業者が平成28年12月に廃業し、自由な移動手段がなくなった。
- ・路線バスは交通事業者による地域間幹線が2路線、町が廃止代替バス1路線とコミュニティバス2路線を運行しているが、いまだ公共交通空白地が16か所存在する。
- ・移動手段のない方が増えており、買い物や病院などに自由に外出できない状態であることから、交通手段の確保は喫緊の課題である。



課題に対する
取組

- ・住民の共助による交通手段確保の取り組みとして、**2018年9月18日より90日間の実証実験を開始（町内の一部地域を対象）。**
- ・地域で自家用車を所有する方がその車を使って、地域の移動手段のない方を、ドアツー・ドアで目的地まで移送する。
- ・自家用自動車による有償運送であり、道路運送法で定められた「公共交通空白地有償運送」の登録を受けて実施。

《参考》運営システム構成図



導入後の状況
(取組の効果)

- ・運転手は**8名の登録**があり、運転者講習、運行前後の点呼、車両点検、地震発生時の対応など、安全の確保に努めた。
- ・利用者は**127名の登録**があり、**90日間で244運行、延べ370名の利用**があった。
- ・「あいのり運送」への満足度は肯定的な評価が**70%以上**、事業の必要性の認識については**97%が肯定的**であった。
- ・改善点への意見も具体的に寄せられており、現実的な手段として受け入れられている。
- ・事前の期待以上に、実証事業後はその必要性・利便性を感じており、有効性が裏付けられた。
- ・友人や運転手との会話を楽しむ機会としてとらえている。
- ・バス停までの移動や、買い物の荷物を持って歩くことがつらい方が増えており、バスより細やかな運行の必要性がみとめられた。
- ・運転手の評価は、実際に貢献した経験から利用者より高く、将来の自分にとって必要であるという認識も合わせて高くなっている。

1-10-2.取組のポイント

推進体制の構築	・自家用車による有償運送を実証するため、町、三重大学、三重交通㈱の三者で任意団体「相乗り運送運営協議会」を組織し、道路運送法第78条に規定する「公共交通空白地有償運送」の登録を受け実施した
各主体の役割分担	・紀北町 事業実施主体、空白地区との調整、事業説明会等の開催、利用者の受付及び管理、各主体との連絡調整等 ・三重大学 運行システムの提案と構築、利用者及び運転手への聞き取りと検証、事業の分析と検証等 ・三重交通㈱ 利用受付及び配車、運行管理、安全運転管理、事故・苦情処理、運行記録等の整備及び報告等
マッチングの仕組の構築	・利用者の多くは高齢者であり、利用者の約3割が携帯電話等を所持していないことから、電話による申し込み、受け付けとした ・携帯電話を所持していない利用者には、GPSトラッカーを貸し出し、出先から配車センターを呼び出せる仕組みを確保した ・電話による申し込みにより、配車センターを介して利用者と運転手をマッチングした
サービス認知度向上のための取組	・移動手段がない方が対象であることから、事業実施前に対象地区すべてで事業説明会や会員受付を開催した ・事業開始後は、定期的にダイレクトメールを送るなど、利用の啓発に努めた
サービス提供者向けの取組	・利用者の安全を確保するため、運転手の年齢要件は70歳以下とし、2種免許保有者から優先的に依頼した ・普通免許のみの方は、国土交通大臣認定講習を受講し、安全の確保やサービスの提供に努めた
サービス利用者向けの取組	・運賃支払いには、ICカードによる決済を採用し、金銭の授受等の煩わしさと不透明感を排除した ・会員には、2,000円をチャージしたICカードを配布し、積極的な利用を促した ・ICカードへのチャージを、車内で行えるようにした ・利用金額に応じて、地域の商店等で使える熊野古道ポイントを付与し、利用の促進を図った
安全面や制度面の施策	・運行管理者を、三重交通㈱の旅客運行管理者に依頼し、運行前後の点呼により、アルコールや体調、車両点検等の確認を行った ・事故等により保証が発生した際には、運転手の任意保険を基本に対応し、補償額が不足する場合には、運送主体が別途加入する保険によりその差額を補填する措置をとった ・運送に利用する車両にはドライブレコーダーを装備し、万一の事故に備えた ・大規模地震発生時や緊急地震速報が発せられた際の対応について規定し、有事に備えた
事業継続が可能な仕組みづくり	・移動手段に困っている住民からは、実際に利用したうえで多くの真の声を具体的に聞くことができ、貴重なデータが入手できた ・運転手については、今後継続していくために解決すべき、具体的な課題を明確にすることができた ・シェアリングエコノミーを活用した運送方法は、住民の移動手段の解決に非常に有効であることをデータとして確認することができたため、今後は当町の課題や地域の実情に合った事業の方向性を整理し、実施していきたい

1-10-3.残された課題、継続取組事項

- ・事故が発生した際に運転手の責任となる心理的な負担や、拘束時間に見合った報酬が担保されていないなど、継続して運転手を確保する体制が整っていない。
- ・町内全域での運行や、早朝夜間の運行など、町民の移動ニーズに合った運行の検討。
- ・許認可の要件、他の交通事業者との整合性、安全な運行管理の確保、町の財政負担など、今後継続して実施していくための運営形態の検討。

1-11. 池田市：地域人材を活用した地域内交通の実証事業

「都市型過疎」の地域交通改善策にライドシェアを活用し、外出を促すことでまちの活性化を図る取組を実施した。

○連絡先

池田市都市建設部 まちづくり・交通課

TEL：072-754-6262

Email：machi@city.ikeda.osaka.jp

1-11-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況

導入前の状況 (課題)

- 池田市伏尾台地域は、昭和40年代に開発されたベッドタウンで開発初期からの住民が高齢化する中、2世代目、3世代目が就職や結婚でまちを離れ、ピーク時には7,200人余りいた人口も、現在は5,500人余り。20年後には4,000人を切ると推計。
- 市内で最も急速に高齢化と人口減少が進む「都市型過疎」ともいえる地域。

↓

・高齢化の進む伏尾台地域では**公共交通のみでの移動が困難**。

課題に対する取組

- アクティブシニアも多く、市内でもコミュニティ力が高い地域。
- 地域住民協働のプラットフォームである「伏尾台創生会議」のメンバーを中心に、高齢者や子育て世代などが地域の**主要施設やバスの停留所等がある伏尾台センターと自宅を繋ぐための足の確保**を実施。

↓

・普段から**地域内をパトロール車で巡回しているボランティアドライバーの自家用車や運転能力を活用したライドシェア**を行い、車や運転スキルを有する人々の地域資源を最大限活用。

導入後の状況 (取組の効果)

- 12名がボランティア・ドライバーとして登録。
- 約2ヶ月で18名の方が延べ51回利用。

↓

①都市型過疎地域で育てる新たな公共交通の可能性。

- ボランティアドライバー参画の共助の支え合いによる地域交流。
- 外出機会の増加。
- 予約の有無による高齢者の安否確認。

②地域内経済活動の活性化。

- 通院はもとより、町内の飲食店、ミニCO-OPへの利用にも活用。

1-11-2.取組のポイント

推進体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> 地域内パトロールを行うなど地域主体のまちづくりに取り組んでいるほか、平成27年度から地域住民協働のプラットフォームである「伏尾台創生会議」を発足させ、地域内交通に関して、検討・議論を行っていたため、スムーズな推進体制を構築。 市内全域における公共交通を検討することが予定されていたため、ニーズ調査等を行う委託事業者との連携を実現。
各主体の役割分担	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民が交通運営協議会を立ち上げ、事業を実施するサービス提供者であるとともに、サービス利用者としても参画。 委託事業者がニーズ調査や事業内容の作成支援等を実施。 市が仕組みづくりや交通事業者や地方運輸局との調整、説明会の開催、広報等を実施。
マッチングの仕組みの構築	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民がサービス提供者とサービス利用者をマッチングする中核的役割を担い、電話による受付や相談窓口を開設するとともに、利用マニュアルの作成などを行い、利用者向けのサポートを充実。
サービス認知度向上のための取組	<ul style="list-style-type: none"> シルバー人材センターに依頼し、伏尾台地域内でのアンケート兼ちらしの全戸配布。 街頭や地域住民が参加する各種イベントでの手渡しによる、ちらしの配布。 ミニCO-OPや地域の店舗と連携し、利用者へのクーポンの配布。
サービス提供者向けの取組	<ul style="list-style-type: none"> ドライバーは、「伏尾台創生会議」より、地域内でパトロールをする住民を中心に募集。
サービス利用者向けの取組	<ul style="list-style-type: none"> 利用者は、広報誌や住民回覧板への掲載を行ったほか、事務局を常時開設し募集。
安全面や制度面の施策	<ul style="list-style-type: none"> 交通事業者、地方運輸局からの指導を基に、運送実務マニュアルを作成し、運行、整備管理業務の安全な遂行。 法令上の問題、実施に向けた調整事項等について、国土交通省・地方運輸局に相談、協議を行ったうえで運営。
その他	<ul style="list-style-type: none"> 既存路線バスへの接続を前提としたサービスを設計（運行形態、運賃等）。

1-11-3.残された課題、継続取組事項

- 現状、伏尾台地域は過疎地域ではないため、交通事業者との協議の中で、限られた運行範囲・運賃設定等によるサービス設計となる。
- 今回の実証実験の結果からサービス設計の見直しが必要。
- ・ちらし配り等広報活動に即効性がなかったため、継続的な認知度向上に向けた取り組みが必要。
- 広報やツアーの実施など認知度向上に向けた取組を継続 ⇒ 試乗会、シェアエコ住民説明会等。

1-12. 吉野町：よしのびと7，399人 愛・支えあい事業

地域住民のスキルシェアによる新たな共助のしくみの構築と多様な社会参画手法の確立の取組を実施した。

○連絡先

吉野町総合政策課

TEL：0746-32-3081

Email：seisaku@town.yoshino.lg.jp

1-12-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況



導入前の状況
(課題)

・少子高齢化（H27国勢調査7,399人、年少人口6.4%、高齢化率45.8%）、人口減少（減少率H22→H27▲14%）が加速度的に進行し、地域の担い手や労働力不足が深刻化。また、民間事業者の撤退等を背景に住民の生活サービス（子育て、介護、買い物、移動など）不足を招いている。

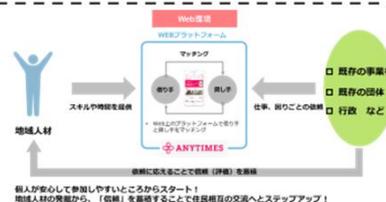
・高齢者3,390人のうち60～75歳未満の方が1,482人（全体の43.7%）であり、特に元気で、知識、経験、技術等を持っている。しかし、シルバー人材センターの登録者は120名程度である。
・女性労働力率は、39.3%と男性（62.2%）に比べて低く、地域の労働力不足が深刻化する中、女性のニーズにあった多様な活躍機会を創出していくことが重要。



課題に対する
取組

・人口減少化において不足する生活サービスを住民相互で補完し合う関係性を構築するため、住民一人一人が多様な働き方や社会参画を選択できる「スキルシェアサービス」を展開する。

・スキルシェアのプラットフォームである「エニタイムズ」、地域内の企業や団体等と連携し、プラットフォームを通じて簡易仕事の依頼を行うなど、地域人材の掘り起こしにつなげる取組の試行実施を行った。



導入後の状況
(取組の効果)

・「シェアリングエコノミー」に対する認知がない本町において、住民周知を目的としてイベントを開催。スキルシェアサービスを実際に体感してもらい、シェアリングエコノミーを普及させるため、シェアエコ体験会を実施した（お試しマッチング23件）。これらのイベントを通じて、プラットフォームの利用者数を拡大し、サービスの提供者・利用者双方の活動を活性化させる足がかりとなった。

・町がシェアリングエコノミーを推進する中で、町内の協力団体が主体となり、SNSを活用したクローズドなコミュニティ（H31年2月時点、メンバー43名）におけるシェア活動を開始。モノの譲渡や作業の協力などのやりとりが行われている。

1-12-2.取組のポイント

推進体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> 行政がプロデューサー役を担ったことで地域でゲストハウスを運営している団体、女性中心の地域コミュニティ団体と協力関係ができ、円滑に事業を進めることができた。
各主体の役割分担	<ul style="list-style-type: none"> 各地域団体のネットワークを生かしたクローズドの地域性の高いシェアリングエコミーを推進し、町は不特定多数の方が参加できるオープンなシェアリングエコミーを推進することで、相互補完できる関係性を構築する。
マッチングの仕組の構築	<ul style="list-style-type: none"> アンケート調査を実施し、町民が不足を感じているサービスや、余っている資産（スキル、時間、空間等）を確認し、幅広いカテゴリーにおけるシェアニーズが判明した。そのため、①幅広いサービスカテゴリーを網羅していること②シェアエコ協会の認証を受けていることを条件にプラットフォームを選定。プラットフォームのアプリケーションを通じて、スキルシェア等のマッチングができる環境を整えた。
サービス認知度向上のための取組	<ul style="list-style-type: none"> 都市部と異なり、シェアエコに対する認知度が全くない当町においては、まず町民に対する周知啓発が特に重要であったため、町の広報媒体を活用した周知とともに、周知イベントやシェアエコ体験イベントを開催した。
サービス提供者向けの取組	<ul style="list-style-type: none"> サービス提供者、利用者ともに0人からスタートした。更に町民のシェアリングエコミーに対する認知度は全くなく（シェアリングエコミーの内容を知っていると回答した方7.5%）、町民への周知とともに事業を推進する協力者、事業への参画者の確保が最初の課題であった。そのため、以下の取組を行った。
サービス利用者向けの取組	<ul style="list-style-type: none"> ①アンケート調査（町内無作為抽出、800名、20歳～65歳以下対象）とともに、周知チラシを配布、②周知イベントの開催（町内全世帯にイベントチラシを配布、町公式FBページ、町ケーブルテレビを活用した告知）、③地域内の様々な活動団体との意見交換、ヒアリング、④シェアエコ体験会の開催（参加者に実際にプラットフォームに登録してもらい、シェアエコを実際に体験してもらった。）→これらの派生効果として、民間団体「（一社）木の子文庫」は、会員間と会員のネットワークを活かし、Facebookグループを活用したクローズドなシェア活動を開始。町は、不特定多数の方が参加できるスキルシェアプラットフォーム「エニタイムズ」を活用。
安全面や制度面の施策	<ul style="list-style-type: none"> シェアリングエコミー協会の認証を受けているプラットフォームを選定した。
支援制度の活用	<ul style="list-style-type: none"> 地域情報化アドバイザー派遣制度を活用し、シェアリングエコミー伝道師の派遣を受け、地域団体への協力要請の際に同席してもらったことで、団体との協力関係を築くことができた。 具体的には、アドバイザーがシェアリングエコミーの全国事例など幅広い知識があったため、地域課題解決の手段としてシェアエコの有効性について団体の理解を得ることができた。 また、イベントの講師として登壇いただき、参加者は様々な活用例を学ぶことで、事業への参画者の確保に繋がった。
事業継続が可能な仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> スモールスタートを意識し、初年度は、次年度の以降の仕組みづくりに向けた支援、アドバイザー・講師の招聘のみの経費とした。 次年度以降は、町民の多様な活躍機会の創出に向けて、地方創生推進交付金事業（2019年度申請中）として位置付け、事業を継続予定。

1-12-3.残された課題、継続取組事項

- ・スキルシェアのマッチングを進めるためには、複数の人からの依頼とそれを受ける相当数の参加者が必要となる。プラットフォームへの利用登録者を確保していくため、周知啓発（特にメディアを活用）を強化していく。また、町民相互の助け合いに留まらず、町外の方との関係人口づくりへの施策展開を検討する。
- ・また、プラットフォームと既存団体、行政の役割・機能分担を明確にし、スキルシェアに係る推進体制を構築する。町民が不足を感じている生活サービスを補完できるよう、子育て、介護、買い物、移動等の目的に応じたシェアサービスの推進体制について検討を進めていく。

1-13. 佐賀県：地域 de 子育てシェアエコ実証事業

子育てに関する困ったことなどを誰かに依頼したい人と空き時間を活用して支援をしたい人をマッチングするシステムを活用し、新たな子育て共助の仕組みを構築した。

○連絡先

佐賀県子ども未来課

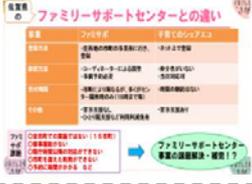
TEL：0952-25-7381

Email: kodomomirai@pref.saga.lg.jp

1-13-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況

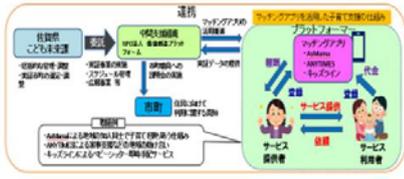
導入前の状況 (課題)

- ・佐賀県においても、核家族化が進むとともに、共働き家庭が増加してきており、**地域での子育ての受け皿が不足**。
- ・地域における子育ての「共助」の理念を具現化したものとして、ファミリーサポートセンター事業があるが、事業実施市町が県内20市町中16市町(うち国庫補助対象は12市町)に留まっており、その理由としては、国庫補助要件である50人以上の会員数の確保が困難なことや、サポーター向け研修の市町の負担感の大ききなどが主な要因となっている。
- ・ファミリーサポートセンター事業には、時間外への対応や広域利用ができていないなどの課題もあり、それを補完できるサービスがない状況。



課題に対する取組

- ・県と中間支援組織、子育て・家事シェアサービスプラットフォームが連携して、モデル市町(5市町)を中心に子育て関連シェアリングエコノミーサービスの広報や登録会を開催。
- ・子育て支援の地域共助の実証を行い、将来的には市町が主体となって取組を進められるような土台を構築。



導入後の状況 (取組の効果)

- ・各サービスへの登録者数は平成31年2月末現在、下記のとおりで、毎月徐々に伸びてきている。
- ・【ママ友同士の助け合い】(プラットフォーム：Asmama) 登録者数：266名
- ・【ベビーシッター】(プラットフォーム：キッズライズ) 利用者登録数：70名(登録手続中除く)、ベビーシッター：10名
- ・【家事支援等】(プラットフォーム：エニタイムズ) 登録者数：70名 ※住所不明を除く数値

⇒サービス利用者の満足度は高く、喜びの声が上がってきている。
また、特に20代前半の若い世代や移住者のニーズが高い。(利用者の声の例)

- ・いつも丁寧にお掃除してもらえて部屋がピカピカです。
- ・ベビーシッター後に詳細な報告をしてもらえてよかったです。

1-13-2.取組のポイント

推進体制の構築	・県と中間支援組織、各プラットフォームが連携して、モデル市町(5市町)を中心に子育て関連シェアリングエコノミーサービスの広報や登録会を開催し、子育て支援の地域共助の実証を行い、将来的には市町が主体となって取組を進められるような土台を作る。
各主体の役割分担	・県(委託元)：実証事業の総括的な管理、調整を行う。 ・中間支援組織(事業委託先)：実証事業の実務的な運営、管理、調整を行う。具体的には、県内市町及び住民向けにニーズ調査・分析の実施や周知・広報活動、利用者及び市町職員からの各種相談対応を行う。委託結果として中間報告・成果報告書の作成、実証結果の分析を行う。 ・市町：ママサロンや保護者の集まりを補って、地域住民へ実証実験及びサービスの利用に関する周知を行う。また、サービス登録者を増やすためのサポーター(託児研修(無償))を受講した、地域の送迎・託児を積極的に支援したい人)を発掘し、サポーターを通じて、サービス利用者の増加を図る。 ・プラットフォーム：マッチングアプリの提供及びマッチングサイトで収集した実証データの提供
サービスの認知度向上のための取組	・サポーター向け・住民向け説明会の実施、チラシ配布、県市町の広報誌への掲載、HPへの掲載、SNS(Facebook)の発信、取材への積極的な対応、テレビ・ラジオ番組での周知、県・市・町・民間団体開催の各種イベントでのブース設置による周知、各種子育て関連団体等への説明会・意見交換、移住支援窓口・市町や子育て支援各種窓口でのチラシ設置など
サービスの提供者向けの取組	・サービス提供者とサービスの周知を図るサポーターへの説明会 ・中間支援組織に相談窓口を設置 ・中間支援組織による登録補助(ベビーシッター登録希望者とプラットフォームとのWeb面接補助等も含む) ・佐賀県看護協会への周知や保育サポーター研修、子育て支援員研修、放課後児童市江認定資格研修などの説明
サービスの利用者向けの取組	・相談窓口の設置 ・住民説明会実施 ・市域・町域を活動エリアとする子育て支援団体への説明、保育所等への説明、チラシ配布 ・高齢者向けスマホ教室での説明・チラシ配布 ・ベビーシッターとの面談会の実施
安全面や制度面の施策	・プラットフォーム選定時に傷害保険加入業者が条件(家事支援を除く) ・事故発生時の対応の整理(保険の加入の有無・加入範囲等) ・知らない人に預ける不安を払しょくするため、ベビーシッターとの面談会を実施 ・県へのベビーシッターの開始届出の周知(児童福祉法59条の2)
事業継続が可能な仕組みづくり	・広域連携のためモデル市町以外にも全市町に情報提供(説明会、プレスリリース、広報番組、チラシ、検証結果など) ・ふるさと納税の活用による中間支援組織の継続
その他	・ファミリーサポートセンター事業の補完(その他、一時保育事業、延長保育事業、病児・病後児保育事業なども補完しうる)

1-13-3.残された課題、継続取組事項

- ・現段階では登録をしても利用までに至らないケースも多いため、実際にサービスを利用する一歩を踏み出すまでの支援が必要。
- ・今後、市町にも今回の事業の成果を共有し、子育てのシェアリングエコノミーを拡げていきたいと考えているが、市町がそれぞれの地域で各サービスの登録状況などを把握できるようになることで、行政サービスによる公助との適切な役割分担が期待されることから、プラットフォームからの継続的な登録者等の情報提供を期待。
- ・市町が実施するファミリーサポートセンター事業が既存のプラットフォームの仕組み

を活用することで、電話対応によるマッチング業務を劇的に減らすことなどが期待されるため、そのような展開も含め、市町にシェアリングエコノミーの可能性を周知していきたい。

1-14. 島原市：エンジョイ 子育て シェアリング 事業

スキル活用シェア「子育てシェア」マッチングサービスを活用して、子育て支援を導入し、地域住民同士でお互いの助け合いを実現する取組を実施した。

○連絡先

島原市市長公室 島原ふるさと創生本部

TEL：0957-62-8012

Email：seisaku@city.shimabara.lg.jp

1-14-1.導入前の状況、課題に対する取組、導入後の状況



- ・平成2年の雲仙普賢岳噴火災害を機に急激に人口が減少。人口減少問題の解決は本市の重要課題であり、『子育てにやさしいまちづくり』に力を入れている。
- ・平成27年国勢調査の女性就業率は50.3%と半数ではあるが、35歳から39歳を谷底とするM字型のカーブを描いており、30歳代の多くの女性が結婚、出産、育児等の事情で仕事を中断し、離職している傾向があった。



- ・家事、育児の負担の軽減を図ることなく働き続けられる環境の整備や自己実現、新しいことに挑戦する時間の創出。
- ・既存の行政による子育て支援策等では不足できない部分を『シェアリングエコノミーサービス』を活用することでそれぞれの世帯に応じた充実した子育て支援を図る。



- ・総務省の『シェアリングエコノミー活用推進事業』を活用して、平成30年7月から事業を開始。
- ・地域住民のスキルを活用するため、子育て支援シェアサービス事業者と連携協定を結び、市が主催でシンポジウムやサービス提供者・利用者の交流会（月1回）、サービス利用者向け説明会・研修会等を実施。
- ・スキルを活かした隙間時間で就業できるクラウドソーシングセミナーの開催。



- ・研修会等の実施により、サポーターを育成。スキルを活かしたママサポとして活動を開始。
- ・ママサポになることで仕事として収入を得ることが出来るようになる。（研修中も含め3名育成）
- ・交流会や説明会を通じて、これまでつながっていなかった人同士をつなげ、お互いが頼り合える 関係を構築。



1-14-2.取組のポイント

推進体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> ・ 島原市
各主体の役割分担	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自治体はプロデューサーを担う役割 ・ 連携体制・・・アンケートによるニーズ調査を行う専門業者 ・ ……子育て支援等に係る包括的支援業務を担う専門業者
マッチングの仕組みの構築	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「子育てシェア」によりマッチングを行う
サービス認知度向上のための取組	<ul style="list-style-type: none"> ・ 月に1回は交流会、説明会を実施 ・ 町内会・自治会の班回覧を活用 ・ 広報誌に掲載 ・ 保育園、認定こども園へチラシの配布依頼。 ・ 市内イベントとコラボ
サービス提供者向けの取組	<ul style="list-style-type: none"> ・ 研修会を開催
サービス利用者向けの取組	<ul style="list-style-type: none"> ・ 説明会を開催 ・ 交流会を開催
安全面や制度面の施策	<ul style="list-style-type: none"> ・ シェアエコ協会の認証を得たサービスを利用するとともに、知り合い同士でないとつながらないマッチングサービスを採用した。 ・ 知らない者でも顔が見えるように交流会を開催し顔見知り同士の関係を築いた。
支援制度の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域情報化アドバイザー派遣制度を活用してシェアリングエコノミー伝道師を招いてセミナーを実施
事業継続が可能な仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市内で研修を受講したA s M a m a 認定サポーターとしてママサポを育成。 ・ ママサポの活動支援により会員数の増を図る。

1-14-3.残された課題、継続取組事項

- ・ 登録会員が少数であり、認知度向上に向けた広報周知等の取組を継続。

第2章：シェアリングエコノミー活用推進事業の成果分析

本章では、第1章に示した各自治体のシェアリングエコノミー活用事業の成果分析の結果を示す。

まず、どのような分析モデルを用いたかを説明した後、各分析結果を示す。

2-1. 分析モデル

シェアリングエコノミー活用事業の分析モデルは以下の図表にまとめた通りである。



第1の分析は地域課題の類型別の分析である。事業において設定された地域課題の4類型別に、事業効果及び課題・留意点等を分析する。

第2の分析はフェーズ別の分析である。上記の事業効果等が生じる背景として、どのような取組を行ったのかを分析する。具体的には、自治体及び自治体以外の主体が実施した効果的な取組及び課題・留意点等を、準備期・実施期・継続検討期の各フェーズに分類して分析する。

第3の分析は自治体の関わり方の類型別分析である。上記のフェーズ別の取組について、シェアリングエコノミーに対する自治体の関わり方が4類型に整理できるので、それぞれについて取組、費用、成果等を分析する。

2-2. シェアリングエコノミー活用推進事業における地域課題の類型別分析結果

本節では、事業において設定された地域課題の4類型別に、事業効果及び課題・留意点等の分析結果を示す。課題・留意点は主に自治体がシェアリングエコノミーの仕組み作りを行ううえでの課題・留意点を示している。自治体はサービス提供者、利用者、プラットフォームとなることもあるが、その際の課題・留意点は2-4で後述している。なお、事業を通じて、当初想定していなかった成果が得られたことが明らかとなったため、4類型別の成果に加えて別途記載した。

2-2-1. 低未利用スペースの活用

低未利用スペースの活用という地域課題の解決へ向けたシェアリングエコノミー活用の取組は民泊、駐車場シェア、行政府保有施設の活用に大別できる。それぞれの事業効果及び自治体がシェアリングエコノミーの仕組み作りを行ううえでの課題・留意点は以下のとおりである。

	事業効果	自治体が支援していくうえでの課題・留意点
民泊	<ul style="list-style-type: none"> サービス利用者の満足度が高く、民家を活用した宿泊サービスの提供が再訪につながる可能性が高い 今後もサービス提供継続を望むサービス提供者を掘り起こすことができた（民泊登録） 次年度以降の継続に資するノウハウの獲得や改善点の把握ができた ノウハウ：自治体とサービス提供者の信頼関係構築の重要性の認識、スケジュール感等 改善点：地域内における民泊コーディネーターの確保等 	<ul style="list-style-type: none"> 既存のサービス事業者（民宿）から顧客を奪われることに対する懸念の声があった ⇒民泊の利用者は既存サービス利用者とは異なる層（サービス提供者との交流を望む人）であることの説明や、既存サービス事業者のメリットに繋がる連携（風呂等の設備を提供することによる収入増）を図ることが必要 サービス提供者が利用者をもてなし過ぎて疲れてしまう事例があった ⇒サービス提供者の力量・年齢・性格等を考慮し、継続してサービス提供していけることが必要
駐車場シェア	<ul style="list-style-type: none"> 公共駐車場と異なり、インターネットを通じて予約が可能となるため、利用者は駐車場を探したり待機する手間が省け、渋滞の解消につながる可能性が高い 空きスペースの有効活用と、土地所有者の収入増加につながる サービス提供者は新たな投資をせずにサービスを開始可能であり、民泊に比べてハードルが低い 	<ul style="list-style-type: none"> 土地を所有する高齢者の中には、インターネットを活用したプラットフォームの仕組みに抵抗感を示す人が少なくないため、メリットについては一定の理解を得られても、登録までは至らなかったケースが多かった ⇒インターネットや個人情報の登録等、プラットフォーム利用に関する抵抗感の払拭に向けた啓蒙活動等を実施することが必要
行政府保有施設の活用	<ul style="list-style-type: none"> 利用者の満足度が高く、施設の活用策として有効 サービス利用者は今後も利用したい意向を示しており、再訪につながる可能性が高い 	<ul style="list-style-type: none"> 設備等の改修が必要となり、改修費用が発生する可能性がある ⇒費用対効果や収入見込みから必要性を判断することが必要

2-2-2.地域の足の確保

地域の足の確保という地域課題の解決へ向けたシェアリングエコノミー活用の取組はカーシェアとライドシェアに大別できる。それぞれの事業効果及び自治体がシェアリングエコノミーの仕組み作りを行ううえでの課題・留意点は以下のとおりである。

	事業効果	自治体が支援していくうえでの課題・留意点
カーシェア	<ul style="list-style-type: none"> ・公用車としてカーシェアを活用するケースでは、高い利便性（車両の予約、メンテナンス等）が得られた ・空き状況がスマホ等で確認できるため、一元管理による公用車の効率的な運用が可能である（公用車をカーシェアで置き換えた場合には台数削減が可能） ・個人間のカーシェアでは、地域内の活動範囲の拡大につながった 	<ul style="list-style-type: none"> ・公用車としてカーシェアを活用するケースでは、休日の一般利用（住民、観光客の利用）が少なかった ⇒認知の拡大や利便性（駐車場が駅から遠いため観光客が歩いて利用しに行くのが不便）の向上に取り組むことが必要 ・個人間のカーシェアでは、サービス提供者が少なかった ⇒サービス利用が見込める駅の近くを中心に候補者探しを広範囲で行う、生活に不可欠な自動車を他人に貸すことへの心理的な抵抗感を軽減する等の対応が必要
ライドシェア	<ul style="list-style-type: none"> ・利用者の満足度は高く、高齢者等の移動手段として有用 ・特に、バス等の公共交通に比べて、自宅からドアツードアで移動できる点が高評価（高齢者は短距離でも荷物を持って徒歩移動する負担が大きい） ・サービス提供者が地域の課題解決への貢献を感じられる 	<ul style="list-style-type: none"> ・サービス提供者（ドライバー）の負担（サービス利用者の命を預かることの心理的負担、待機時間、保険の負担等） ⇒サポートを充実させることが必要 ・運行時間に対する改善要望（朝9時からの運航開始では病院の受付に間に合わない）があった ⇒利用者のニーズに合わせた柔軟なサービスを提供することが必要

2-2-3.子育て等女性活躍支援

子育て等女性活躍支援という地域課題の解決へ向けたシェアリングエコノミー活用の取組はクラウドソーシング・テレワークと子育てシェアに大別できる。それぞれの事業効果及び自治体がシェアリングエコノミーの仕組み作りを行ううえでの課題・留意点は以下のとおりである。

	事業効果	自治体が支援していくうえでの課題・留意点
クラウドソーシング ・テレワーク	<ul style="list-style-type: none"> ・子育て中の女性（含む一人親）が柔軟な働き方を通じて収入を得られる ・サービス提供者のコミュニティを作り、自走組織化する母体を形成することができた 	<ul style="list-style-type: none"> ・研修後すぐに受注に至らない場合がある ⇒受注支援のバックアップを充実させることが必要 ・事業への参加を希望したものの、育児や介護が必要のため参加できなかった人がいた ⇒公共施設や公共サービス等を活用して、幅広い人がシェアリングエコノミーに参加できるようにすることが必要
子育てシェア	<ul style="list-style-type: none"> ・利用者の満足度は高く、子育て中の女性の支援に有効 ・ファミリーサポートセンター事業の課題である、時間外対応、緊急時対応、広域利用、需給に応じた価格設定等に対応可能であり、一時保育や病児病後児保育事業の不足にも対応可能なため、既存のサービスの不足部分を補完できる 	<ul style="list-style-type: none"> ・利用が進まないサービスがあった ⇒認知度向上と啓発を進め、プラットフォーム登録数を増加し、マッチングを図ることが必要

2-2-4.地域人材の活用

地域人材の活用という地域課題の解決へ向けたシェアリングエコノミー活用の取組は前述したクラウドソーシング・テレワーク、子育てシェア、ライドシェア、体験サービス、その他（除雪、仕事の内容を限定しないもの）に大別できる。それぞれの事業効果及び自治体がシェアリングエコノミーの仕組み作りを行ううえでの課題・留意点は以下のとおりである。

	事業効果	自治体が支援していくうえでの課題・留意点
クラウドソーシング ・テレワーク 子育てシェア ライドシェア	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の人材（働く時間や場所が限られる人材を含む）を活用して、子育て中の女性の支援や地域の足の確保が可能であることが確認できた ※他は2-2-2、2-2-3の内容と同様 	※2-2-2、2-2-3の内容と同様
体験サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな集客につながることで、宿泊施設の単価向上に寄与することが確認できた ・プラットフォームを通じたサービス提供によって収入が生まれることで、新たに登録を行う人が増加 	<ul style="list-style-type: none"> ・既存の体験サービスをプラットフォーム上に載せる場合、同じ内容を複数プラットフォームに掲載できない、最小利用人数が少ない等が問題になる可能性がある ⇒プラットフォームの制約を精査し、問題が生じないように配慮する必要がある
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の人材を活用して、除雪等のリソースが不足している分野のサービス提供を実施できる ・行政施策の職業紹介では柔軟な働き方が難しい職種が多いのに対して、柔軟な働き方が可能 ・サービス提供者が地域の課題解決への貢献を感じられる 	<ul style="list-style-type: none"> ・既存のサービスと同様のサービスを提供する際に、無償・有償の違いが生じたり、提供価格の違いが生じる等によってサービス提供者・利用者双方から懸念の声があった ⇒既存のサービス提供者をプラットフォームに登録して一元管理することなどが必要

2-2-5.当初想定していなかった成果

シェアリングエコノミー活用の取組は地域課題の解決を目的として行われたものだが、事業を通じて、当初想定していなかった成果も得られた。内容は以下のとおりである。

	事業効果
地域課題解決への 住民の自発的意欲 の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・住民が地域課題を自分事としてとらえて解決しようという、自発的意欲が向上した。例は以下のとおり ・中間組織となった地域団体が地域課題解決に向けて自発的に取組を継続 ・地域の名産品を都市部へ売り込むプロジェクトチームが結成 ・住民がクローズドなマッチングの仕組みを立ち上げる
サービス提供者の 精神面の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・サービス提供者の精神面が充実した。例は以下のとおり ・高齢者がサービス提供者になり利用者に喜んでもらうことでやりがいを感じる ・子育て中の女性がワークシェアのコミュニティを形成することで、生活にはりを感じる ・コワーキングスペースで働くことで、怪我からの社会復帰のきっかけになる
収入源として活用可能 な資源の可視化	<ul style="list-style-type: none"> ・これまで資源として認識していなかったものが収入につながることで可視化され、認識されるようになった。例は以下のとおり ・家にいる又は近所のコワーキングスペースにいる間の数時間だけ働くことで収入が得られる ・職人としての仕事が体験サービスのコンテンツになる
サービス提供者の技術 や意識の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・研修やサービス提供を通じて、サービス提供者の技術向上や安全面の意識向上がみられた。例は以下のとおり ・自動車の運転者の運転技術と安全運転の意識が向上した
他のプラットフォーム の参入	<ul style="list-style-type: none"> ・事業で活用したプラットフォーム以外のプラットフォームがサービス展開を始めるきっかけとなった

2-3. シェアリングエコノミー活用推進事業におけるフェーズ別分析結果

本節では、シェアリングエコノミー活用推進事業において各自治体が行ったシェアリングエコノミーの仕組み作りと各種施策のフェーズ別の分析結果を示す。

フェーズ別の自治体の取組は以下のとおりである。

フェーズ	内容
準備期	事前調査
	推進体制の構築
	推進体制内の役割分担
	成果目標の設定
実施期	マッチングの仕組の構築
	認知度向上施策
	サービス提供者向け施策
	サービス利用者向け施策
	安全面の施策
	制度面の施策
	他の支援制度との連携
	上記以外の施策
継続 検討期	シェアリングエコノミー以外の行政サービスとの比較
	事業継続が可能なスキームの検討
	事後調査

以下では、フェーズ別に、シェアリングエコノミーの仕組み作りと各種施策についての効果的な点と課題・留意点を示す。

なお、フェーズ別の具体的な取組の例として、佐賀県の例を示す。以下の分析はこのよ
うな取組を14自治体横並びで分析した結果である。

準備期		
事前調査	・事前ニーズ調査（NTTドコモプレミアムパネルによるインターネットアンケート調査）	
推進体制の構築	・中間組織を設置：「NPO法人 価値創造プラットフォーム」 ・プロデューサー（事業全体を推進する役割）の決定：「NPO法人 価値創造プラットフォーム」 ・調査事業者：（株）よかネット	
役割分担	自治体	・事業統括、中間組織への委託・監督、スケジュール管理、説明会や広報活動による利用促進
	中間組織	・事業の全体的な運営・管理・各種調整等（説明会場所の確保、映像機器等設置準備、司会進行、説明の実施、会議資料の準備等） ・相談窓口の開設・運営
	調査事業者	・事前調査、事後調査、報告書作成
成果目標の設定	・プラットフォームとの連携を進める市町数：3市町以上 ・事業実施後の満足度調査において、「満足」「ほぼ満足」が全体の70%以上	
実施期		
マッチングの仕組の構築	・既存プラットフォームを活用（AsMama、キッズライン、ANYTIMES）	
認知度向上施策	・全県的な広報活動（チラシ配布、プレスリリース、県市町の広報誌への掲載、取材への積極的な対応） ・モデル市町での説明会の実施、各種子育て関連地域団体等への説明会・意見交換等	
サービス提供者向け施策	「事業サポーター説明会」（サービス提供者とサービスの周知を図るサポーターへの説明会）	
サービス利用者向け施策	・中間組織に相談窓口を設置、住民説明会実施、子育て支援地域団体への参画調整、県職員への説明会実施	
安全面の施策	・事故発生時の対応の整理（損害保険の加入の有無・加入範囲等）、子育て支援地域団体等との情報共有・協力体制の構築等	
制度面の施策	・ベビーシッターの県への事前登録、保険加入と保育会への事前説明	
他の支援制度との連携	・子育てタクシーとの連携等を検討（検討の結果実施せず）	
上記以外の施策	・子育て支援地域団体の参画に向けた調整（上記の認知度向上施策関連）	
継続検討期		
シェアリングエコノミー以外の行政サービスとの比較	・ファミリーサポートセンター事業と比較	
事業継続が可能なスキームの検討	・県の支出無しでシェアリングサービスが継続できるスキームを採用（サービス利用者が利用費用を負担し、マッチングの手数料でプラットフォームがサービスを運営）、サービスの導入段階において利用者の費用負担の軽減について各プラットフォームと調整	
事後調査	①アンケート調査、②市町へのヒアリング調査、③利用者のヒアリング調査（利用者の満足度、課題等を調査）	

2-3-1.準備期

2-3-1-1. 事前調査

効果的な取組の分析

事前調査について、各自治体が行った取組は、手法、対象、調査内容、その他の4軸で、以下のように整理できる。以下では各取組の効果的な点と課題・留意点の分析結果を述べる。

		効果的な点	課題・留意点
手法	アンケート調査	・多数の回答を集めることが可能 ・遠隔地の調査が比較的容易	・深い情報を収集するには不向き
	ヒアリング調査	・深い情報を収集することが可能	・多数の回答を集めるのが難しい ・遠隔地の調査に交通費等コストがかかる
	事例調査等	・新しいシェアリングエコノミーの仕組み作りの参考になる	・直接シェアリングエコノミーの仕組み作りに繋がらない (同時に認知度向上施策、サービス提供者・利用者向け施策を行うことが出来ない)
対象	対象を無作為抽出	・幅広い層から情報を集めることが出来る	・取り組む地域課題やサービス提供者・利用者候補と異なる層の情報が多く集まる可能性がある
	対象を限定	・取り組む地域課題やサービス提供者・利用者候補に関する情報を集中的に集めることが可能 ・認知度向上施策やサービス提供者・利用者の掘り起こし施策につなげる際に効率的	・対象の検討が不十分だと、有益な情報を集められない可能性がある
調査内容	シェアリングエコノミーの認知度の調査	・認知度向上施策がどの程度必要かを把握可能	・「シェアリングエコノミー」「民泊」「個別のサービス名」等語句によって認知度が異なるので、どのような認知度の調査及び認知度向上施策を実施するかを検討する必要がある
	サービス提供者・利用者候補の調査	・サービス提供者・利用者の掘り起こしがどの程度出来るかを把握し、施策を検討することが可能 ・連絡先を把握することで、直接サービス提供者・利用者の掘り起こし施策につなげることが可能	・サービス内容が固まっていない場合は適切な調査が出来ない
	サービス内容・価格等の調査	・シェアリングサービスの内容・価格を住民のニーズに合わせて調整することが可能	・内容・価格に適合するプラットフォームが見つからない、サービス提供者候補と利用者候補の求める内容・価格が一致しない等の問題が生じる可能性がある
	ICTインフラ・リテラシーの調査	・サービス提供者・利用者にICTインフラを提供する必要があるか、ICTリテラシーの低い人に対して電話を使う等のフォローが必要かを把握し、対応策を検討することが可能	・高齢者等ICTリテラシーが低い人は、スマホを利用してもパスワード入力等は家族が代行している場合があり、ICTシステム等が利用可能性を把握するためには設問の工夫等が必要
	回答者の属性情報の調査	・性・年代等属性別に集計することで、施策のターゲットを絞る(高齢者、子育て世代の女性等)等の検討が可能	・属性別に集計した場合に特定の属性の回答数が少なくなる可能性があるため、属性別に最低回収数を設定するか等の検討が必要
その他	調査と同時に認知度向上施策、サービス提供者・利用者候補の確認を実施	・後の施策も含めて効率化が可能	・サービス内容が固まっていない場合は適切な施策が出来ない
	回答者へのメリットの提供	・回答を得やすくし、回答数を増加させることが可能	・回答者にポイントを付与する場合等には費用がかかる

○アンケート調査

事前に作成しておいたアンケート設問に回答してもらう手法である。回答方法には、主に紙の用紙に記入してもらう方法、Web サイト上で回答を選択・記入してもらう方法がある。用紙の配布方法は手渡し、郵送等があり、アンケート用の Web サイトの URL を郵送で知らせるといった方法も可能である。

効果的な点には、多数の回答を集めることが出来る点がある。また、アンケート用紙を郵送する、アンケート用の Web サイトの URL を伝えて回答してもらうことで、遠隔地の調査が比較的容易である。

一方、回答には一定の手間がかかる上に事前に設問を作成しておく必要があるため、深

い情報を得るには不向きである。

○ヒアリング調査

回答者に対面で質問して回答してもらう手法である。

事前に作成しておいた質問以外に、調査時に質問を追加することが可能であり、回答に応じて深掘りする質問が可能である。このため、深い情報を収集することが可能である。

課題・留意点には、質問する調査員が必要なことと調査に一定の時間がかかることから、多数の回答を集めるのが難しい点が挙げられる。また、自治体や地域団体の担当者が調査を行う場合等には、遠隔地の調査に交通費等コストがかかるという問題もある。

○事例調査等

自治体がシェアリングエコノミーを活用した事例や、地域の課題解決に貢献しているシェアリングサービスの事例等について、文献調査等を行う取組が該当する。

新しいシェアリングエコノミーの仕組み作りを行う場合等では、既存事例が参考になるという利点がある。また、類似する事例の良い点を取り込むことが出来る。

ただし、直接シェアリングエコノミーの仕組み作りに繋がらない（同時に認知度向上施策、サービス提供者・利用者向け施策を行うことが出来ない）点には注意が必要である。

○対象を無作為抽出

調査対象を限定せず無作為抽出してアンケートやヒアリング調査を行う場合が該当する。

幅広い層から情報を集めることが出来るという利点がある。ただし、取り組む地域課題に関連する層やサービス提供者・利用者候補と異なる層の情報が多く集まる可能性がある点が課題である。

例えば、高齢者が多い地域で子育て世代の活躍を推進しようとする場合に、無作為抽出だと高齢者の回答が多く集まり、子育て世代の回答が少なくなってしまう可能性がある。

○対象を限定

調査対象を限定してアンケートやヒアリング調査を行う場合が該当する。

取り組む地域課題やサービス提供者・利用者候補に応じて調査対象を限定することで、情報を集中的に集めることが可能という利点がある。

例えば、子育て世代の活躍を推進しようとする場合には、子育て世代を対象を限定して、保育園でアンケート用紙を配布するというような施策が有効である。また、認知度向上施策やサービス提供者・利用者の掘り起し施策につなげる際に効率的に行えるという利点もある。

ただし、対象の検討が不十分だと、有益な情報を集められない可能性がある点には注意が必要である。例えば、サービス利用者として子育て世代を想定して、子育て世代を対象

を限定した場合に、後でサービス提供者として高齢者の掘り起しが有効だと判明しても、高齢者の情報が集まっていないというようなことが考えられる。

○シェアリングエコノミーの認知度の調査

シェアリングエコノミーについての住民の認知度がどの程度かを調査するものであり、「シェアリングエコノミーという言葉を知っているか」「シェアリングエコノミーの仕組みがどのようなものか知っているか」等の設問が該当する。

認知度向上施策がどの程度必要かを把握できるというのが利点である。

課題・留意点には、「シェアリングエコノミー」「民泊」「個別のサービス名」等語句によって認知度が異なるので、どのような認知度の調査及び認知度向上施策を実施するのかを検討する必要がある点が挙げられる。

○サービス提供者・利用者候補の調査

サービス提供者・利用者候補がどれくらい存在するかを調査するものであり、「民泊サービスを提供したいと思うか」「子育てシェアサービスを利用したいと思うか」等の設問が該当する。

サービス提供者・利用者の掘り起こしがどの程度出来るのかを把握し、施策を検討することが可能というのが利点である。例えば、調査の結果をみて、サービス利用者候補が少ない場合には、利用者の掘り起し施策を強化するといような対応が考えられる。

○サービス内容・価格等の調査

サービス提供者・利用者候補に対して、提供又は利用したいサービスの内容や価格を調査するものである。自動車の相乗りサービスであれば「利用したい時間帯はいつなのか」「価格はいくらであれば利用したいか」等の設問が該当する。

シェアリングサービスの内容・価格を住民のニーズに合わせて調整することが可能になるというのが利点である。

課題・留意点には、調査結果として把握したサービス内容・価格に適合するプラットフォームが見つからない、サービス提供者候補と利用者候補の求める内容・価格が一致しない等の問題が生じる可能性がある点が挙げられる。

○ICT インフラ・リテラシーの調査

サービス提供者・利用者候補に対して、シェアリングサービスを利用するためのスマホ、PC、通信サービス契約といった ICT インフラを有しているか及びプラットフォームを利用する ICT リテラシーがあるか等を調査するものである。

サービス提供者・利用者に ICT インフラを提供する必要があるか、ICT リテラシーの低い人に対して電話を使う等のフォローが必要かを把握し、対応策を検討できるようになる

のが利点である。

課題・留意点には、高齢者等 ICT リテラシーが低い人は、スマホを利用しているにもかかわらずパスワード入力等は家族が代行している場合があり、プラットフォームの利用可能性を把握するためには設問の工夫等が必要という点が挙げられる。単純に、「スマートフォンを利用できますか」といような設問では、シェアリングサービスを利用するためのリテラシーを把握できないことが考えられる。

○回答者の属性情報の調査

回答者の性、年代、居住地等の属性情報を調査するものである。

利点は、性・年代等属性別に集計することで、施策のターゲットを絞る（高齢者、子育て世代の女性等）等の検討が可能になることである。

一方、属性別に集計した場合に特定の属性の回答数が少なくなる可能性があるのが課題であり、属性別に最低回収数を設定する等の検討が必要である。

○調査と同時に認知度向上施策、サービス提供者・利用者候補の確認を実施

調査と同時に認知度向上を実施する施策には、アンケート調査票の配布時にシェアリングエコノミーの説明資料も合わせて配布する等が該当する。調査と同時にサービス提供者・利用者候補の確認を実施する施策には、ヒアリング調査時に興味を示した人の連絡先を把握しておき、サービス提供者・利用者の候補として後からアプローチできるようにする等がある。

後の施策も含めて効率化が可能という利点がある。ただし、サービス内容が固まっている場合は、どのような認知度向上施策を行うべきか、サービス提供者・利用者候補がどのような人かが分からず、適切な施策が出来ない点が課題となる。

○回答者へのメリットの提供

調査回答者に対して買い物等に使えるポイントを付与する等のメリットを提供する施策である。

回答を得やすくし、回答数を増加させることが可能というのが利点である。ただし、回答者にポイントを付与する等の場合には費用がかかる点に注意が必要である。

2-3-1-2. 推進体制の構築

効果的な取組の分析

推進体制の構築について、各自治体が行った取組は以下のように整理できる。以下では各取組の効果的な点と課題・留意点の分析結果を述べる。

	効果的な点	課題・留意点
事業全体を推進するプロデューサー役を担う中間組織の設置	<ul style="list-style-type: none"> ・実施団体の負担軽減（特に、プラットフォーマー（多くが都心に集中）では出来ない、地元での細かいフォロー） ・次年度以降で実施団体の関与がなくなった後も自走につながる可能性（ノウハウが蓄積されるメリットあり） ・個別のプラットフォーマーの支援が可能（実施団体が支援するのは中立性に問題あり） 	<ul style="list-style-type: none"> ・施策実施までの調整等に時間がかかる ・複数団体の協力関係構築は実施団体が仲立ちを務める等のフォローが必要
自治体が事業全体を推進するプロデューサー役を担う	<ul style="list-style-type: none"> ・迅速な意思決定が可能 ・実施団体の目的と施策にずれが生じない ・複数団体の協力関係構築の仲立ちが可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・実施団体の負担が大きい ・次年度以降の自走が困難になる可能性（担当者の異動、予算確保が出来ない等により実施団体の関与がなくなるとシェアリングエコノミーの仕組みが継続できなくなる） ・シェアリングエコノミー関連ノウハウ等の不足による有効でない施策の実施
地域課題関連団体の参加	<ul style="list-style-type: none"> ・団体の目的達成のために事業に協力してもらえる ・競合するサービス提供団体の反対を防げる ・地域内のサービス提供者・利用者候補の把握や掘り起しが可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・施策実施までの調整等に時間がかかる
シェアリングエコノミーノウハウ保持者の参加	<ul style="list-style-type: none"> ・有効な施策の立案・実施が可能 ・サービス提供者・利用者のプラットフォームへの登録のフォローや代行が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・施策実施までの調整等に時間がかかる
調査ノウハウ保持者の参加	<ul style="list-style-type: none"> ・有効な事前調査・事後調査が可能 ・新しい仕組み作りの参考となる分析が可能 ・調査、報告書作成に関する実施団体の負担軽減 	<ul style="list-style-type: none"> ・施策実施までの調整等に時間がかかる
都道府県の参加（実施主体が市区町村の場合）	<ul style="list-style-type: none"> ・将来の広域展開を円滑に図れる 	<ul style="list-style-type: none"> ・施策実施までの調整等に時間がかかる

なお、各取組に共通する課題として、推進体制に多くの団体が参加することで、施策実施までの調整等に時間がかかる点には注意が必要である。

○事業全体を推進するプロデューサー役を担う中間組織の設置

事業全体を推進するプロデューサー役を担う中間組織を設置することで、自治体の負担軽減が可能である。後述するように、既存のプラットフォーマーを活用する場合には、多くが首都圏に集中しているため地元での細かいフォローが出来ない部分を補完するのが有効であるが、負担が大きい。中間組織が細かいフォローを実施するのが有効である。

また、中間組織を設置しない場合には、次年度以降も自治体は何らかの費用や人手を出す必要が生じるが、中間組織を設置すれば自走につながる可能性がある。自治体では人事異動等でシェアリングエコノミーの知見のある担当者がいなくなってしまう可能性があるが、中間組織を設置すればノウハウが継続的に蓄積されるというメリットもある。

さらに、自治体が個別のプラットフォーマーを支援するのは中立性に問題があるが、中間組織を設置することで、中間組織からプラットフォーマーを支援することも可能となる。

課題には、複数団体の協力関係構築は自治体が仲立ちを務める等のフォローが必要な点がある。

○自治体が事業全体を推進するプロデューサー役を担う

事業全体を推進するプロデューサー役を自治体自身が担うことで、迅速な意思決定が可能、自治体の目的と施策にずれが生じない、複数団体の協力関係構築の仲立ちが可能という利点を得られる。

ただし、自治体の負担が大きい点が大きな課題である。

また、次年度以降の事業継続が困難になる可能性が考えられる。これは、自治体の担当者の異動や次年度以降で予算確保が出来ない等の理由によって、自治体の関与がなくなるとシェアリングエコノミーの仕組みが継続できなくなってしまう可能性があるためである。

なお、シェアリングエコノミーについてのノウハウ等の不足によって有効でない施策を実施してしまうリスクも存在する。

○地域課題関連団体の参加

地域課題関連団体とは、「子育て等女性の活躍支援」が課題の場合は子育て中の女性を支援している NPO、「地域の足の確保」が課題の場合は地元の運輸事業者等を指す。地域課題関連団体は、事業で実施するシェアリングサービスと類似した取組・サービスを行っていることもあり、競合する可能性がある。

地域課題関連団体が実施体制に参加することで、団体の目的達成のために事業に協力してもらうことが可能である。

また、当該団体が事業で実施するシェアリングサービスと競合するサービス提供団体の場合には、実施体制に参加してもらうことで後から反発されるのを防ぐことが可能である。

さらに、地域内の課題について知見を保有しているため、サービス提供者・利用者の候補の把握や掘り起しにつながるという利点がある。

○シェアリングエコノミーノウハウ保持者の参加

シェアリングエコノミーノウハウ保持者とは、シェアリングサービス事業者、シェアリングエコノミー伝道師、シェアリングエコノミーに関わってきた NPO 等シェアリングエコノミーのノウハウを持った団体等を指す。

推進体制にシェアリングエコノミーノウハウ保持者が参加することで、有効な施策の立案・実施が可能となる。逆に言えば、ノウハウ保持者が参加できない場合には事業委託等で対応しない限り有効な施策の立案・実施が出来ないといえる。

また、サービス提供者・利用者のプラットフォームへの登録のフォローや代行が可能となる利点がある。

○調査ノウハウ保持者の参加

調査ノウハウ保持者とは、アンケート調査、ヒアリング調査、事例調査等のノウハウを持っている団体等を指し、大学、シンクタンク、コンサルティング会社等が該当する。

調査ノウハウ保持者が実施体制に参加することで、有効な事前調査・事後調査が可能となる、新しい仕組み作りの参考となる事例調査や事例分析が可能となる、調査や報告書作成に関する自治体の負担が軽減できるという利点がある。

○都道府県の参加（自治体が市区町村の場合）

自治体が市区町村の場合、都道府県が推進体制に参加することで、中長期的に他の市区町村も含めた広域展開を図る際に円滑に進められるという利点がある。

課題

推進体制の構築に関する主要な課題と改善方法は以下のとおりである。

○プロデューサー（事業全体を推進する役割）となる中間組織がみつからない

次年度以降の事業継続を考慮すると、地元の団体がプロデューサー（事業全体を推進する役割）となる中間組織となることが好ましいが、適切な団体が見つかる保証はない。

その場合には、シェアリングエコノミーの知見をもつ事業者やNPOを再委託先として採用し、事業当初の中間組織として活用する方法が考えられる。ただし、その場合は、中長期的な自走に向けて、地元の中間組織の発掘と役割の移転が必要となる。

○自治体自身にも地域の団体にもシェアリングエコノミーに関する知見がない

自治体自身にも地域の団体にもシェアリングエコノミーに関する知見がない場合には、適切な施策の立案・実施が難しい。

その場合には、シェアリングエコノミー伝道師制度の活用やシェアリングエコノミーの知見のある事業者を再委託先に採用することが有効である。

2-3-1-3. 役割分担

効果的な取組の分析

事業において必要な主な役割と各自治体が行った役割分担は以下のように整理できる。以下では役割を担う組織の違いによる効果的な点と課題・留意点の分析結果を述べる。

役割	役割を担う組織	効果的な点	課題・留意点
旗振り役 事業全体の先頭に立って様々な主体に働きかけながら事業を推進する	自治体	・自治体の事業である点を周知することで、住民の協力を得やすくなると共に、シェアリングエコノミーに対する不安解消が図られる	・シェアリングエコノミーは自己責任が基本だが、自治体が責任を取ってくれると誤解を招く可能性に注意が必要
複数団体の調整 事業に関連する団体の役割分担等を調整する	自治体	・実施体制に参加する各団体と人的ネットワークや委託受託関係があるため、複数団体間で目標を共有し、役割分担等を調整することで事業を円滑に進めることが可能	・負担の増加
マッチングの補助 ICTリテラシーの低い高齢者等のプラットフォーム登録を代行する等の補助を実施	自治体	・住民が補助をしてもらう際の不安が小さい	・シェアリングサービスに関する知見等必要なノウハウがない場合は、研修等で身に付ける必要がある ・事業の自走化が困難 ・負担の増加
	中間組織	・シェアリングエコノミーのノウハウがある中間組織の場合、適切な補助が可能	・地域住民の信頼を得る必要がある ・シェアリングサービスに関する知見等必要なノウハウがない場合は、研修等で身に付ける必要がある ・負担の増加
広報役 事業の認知度向上を図るための広報を実施する	自治体	・自治体の機関誌やマスコミとの人的ネットワークを活用することが可能	・負担の増加
	中間組織	・地域団体の場合、既存の人的ネットワーク等を活用することが可能 ・観光協会が中間組織になる場合等は独自の広報手段が活用可能	・負担の増加
	その他委託先等	・イベント会社等は独自の広報手段が活用可能	・委託費が必要
サービス提供者・利用者の掘り出し マッチングに参加するサービス提供者・利用者の増加を図る	自治体	・住民からの信頼があり、既存の人的ネットワークを活用した掘り出しが可能	・人事異動等で担当者がいなくなるとノウハウが失われてしまう ・負担の増加
	中間組織	・次年度以降も自走可能な地域団体の場合は、ノウハウの蓄積が可能 ・プラットフォームと代理店契約を結んで手数料を得る等のビジネスモデルを構築できれば自走に繋がる	・地域住民の信頼を得ているのが望ましい ・負担の増加
地元における対面の細かい対応 相談窓口になる、トラブルが起こった時にかける等の細かい対応	自治体	・住民からの信頼があるため、適切に対応可能	・シェアリングサービスに関する知見等必要な知識がない場合は、研修等で身に付ける必要がある ・事業の自走化が困難 ・負担の増加
	中間組織	・シェアリングエコノミーのノウハウがある中間組織の場合、適切な対応が可能	・地域課題に関連する地域団体や、数年前から地元で活動している団体等、住民からの信頼がある団体でないとなりにくい ・地域団体でない場合、滞在費用がかかる ・シェアリングサービスに関する知見等必要な知識がない場合は、研修等で身に付ける必要がある ・負担の増加
その他 調査、安全面・制度面の施策等	自治体	・ヒアリング調査等を自治体が行うことで委託費の節約が可能	・調査等のノウハウが必要 ・負担の増加
	中間組織	・団体がつノウハウを活用可能 ・次年度以降も自走可能な地元の団体の場合は、ノウハウの蓄積が可能	・調査等のノウハウが必要 ・負担の増加
	その他委託先等	・調査専門のノウハウ等を活用可能	・委託費が必要

なお、役割分担に共通する課題として、多くの役割を担うことで負担が大きくなる点には注意が必要である。

○旗振り役

旗振り役の役割は事業全体の先頭に立って様々な主体に働きかけながら事業を推進することである。

自治体が担うことで、自治体の事業である点が認知され、住民の協力を得やすくなると共に、シェアリングエコノミーに対する不安解消が図られる。

○複数団体の調整

事業に関連する団体は地域団体やプラットフォーマー等複数存在するので、役割分担等を調整する必要がある。

自治体は各団体と人的ネットワークや委託関係があるため、複数団体間で目標を共有し、役割分担等を調整することで、事業を円滑に進めることが可能である。

○マッチングの補助

サービス提供者と利用者をマッチングする際には、プラットフォーマーとなる事業者のスマホアプリ等が用いられるが、ICT リテラシーの低い高齢者等は自分一人でスマホを操作するのが難しいため補助が必要になる。

具体的なマッチング補助には、高齢者等のプラットフォーム登録を代行する、プラットフォームを活用できない場合に電話を通じてマッチングを行う等がある。このような補助を行うには地域純民から信頼されている必要がある。

マッチングの補助を自治体が担う場合、住民が補助をしてもらう際の不安が小さいという利点がある。ただし、課題としてシェアリングサービスに関する知見等必要なノウハウがない場合は、研修等で身に着ける必要がある点が挙げられる。また、シェアリングエコノミーが広がって補助数が増えるに伴い自治体の負担が増大するのも問題である。

中間組織が担うケースでは、シェアリングエコノミーのノウハウがある中間組織の場合、適切な補助が可能という利点がある。シェアリングエコノミーのノウハウがない場合には、自治体が担う場合と同様に研修等で身に着ける必要がある。また、他の課題として、地域住民の信頼を得ている必要がある点が挙げられる。

○広報役

日本ではシェアリングエコノミーの認知度はまだ低く、サービス提供者・利用者を集めるためには広報活動が必要である。

広報役を自治体が担う場合には、自治体の機関誌、自治体域内の CATV チャンネル、マスコミとの人的ネットワークを活用することが可能という利点がある。

中間組織が担う場合、地域団体であれば既存の人的ネットワーク等を活用できる。また、観光協会が中間組織になる場合等は独自の広報手段が活用可能という利点がある。

その他の再委託先が担う場合には、イベント会社等の独自の広報手段が活用可能という

利点がある。ただし、委託費が必要な点が課題となる。

○サービス提供者・利用者の掘り起し

シェアリングエコノミーを拡大するには、マッチングに参加するサービス提供者・利用者を掘り起こして、増加を図る必要がある。ただし、掘り起こしを行う主体は、地域住民の信頼を得ているのが望ましい。

サービス提供者・利用者の掘り起しを自治体が担う場合、住民からの信頼があり、既存の人的ネットワークを活用した掘り起こしが可能という利点がある。ただし、人事異動等で担当者がいなくなるとノウハウが失われてしまうという課題がある。

中間組織が担う場合、次年度以降も自走可能な地域団体であればノウハウの蓄積が可能という利点がある。また、プラットフォーマーと代理店契約を結んで手数料を得る等のビジネスモデルを構築できれば自走に繋がる。地域外の団体が中間組織を担う場合には地域住民の信頼を得る点が課題となる。

○地元における対面の細かい対応

サービス提供者・利用者のマッチング等には不安が伴うため、相談窓口を設置して相談にのる、トラブルが起こった時につけける等の細かい対応が必要である。不安解消にはインターネットを通じたオンラインの対応だけでは不足であり、対面で対応する必要がある。

自治体が細かい対応を担う場合、住民からの信頼があるため、適切に対応可能という利点がある。ただし、シェアリングサービスに関する知見等必要な知識がない場合は、研修等で身に着ける必要がある点が課題である。また、中長期的に自治体に対応を続けることは難しく、事業の自走化が困難になるのも問題である。

中間組織が担う場合、シェアリングエコノミーのノウハウのある団体であれば適切な対応が可能である。ただし、地域課題に関連する地域団体や、数年前から地元で活動している団体等、住民からの信頼がある団体でないと難しいのが課題である。また、地域団体でない場合、滞在費用がかかる点も課題になる。なお、シェアリングサービスに関する知見等必要な知識がない場合は、研修等で身に着ける必要がある点は自治体と同様である。

○その他

事業を進めるためには、調査や安全面・制度面の施策等の上記以外の取組が必要である。

自治体がヒアリング調査等を自前で行うことが出来れば委託費の節約が可能という利点がある。ただし、調査等のノウハウが必要という課題がある。

中間組織が調査や安全面・制度面の施策を担う場合、団体もつノウハウを活用可能という利点がある。また、次年度以降も自走可能な地元の団体の場合は、ノウハウの蓄積が可能である。ただし、自治体と同様に、調査等のノウハウが必要という課題がある。

その他再委託先が担う場合には、調査専門のノウハウ等を活用可能という利点がある。ただし、委託費が必要な点が課題となる。

課題

役割分担に関する主要な課題と改善方法は以下のとおりである。

○自治体の負担が大きい

役割分担の中で特に負担が大きいのは、サービス提供者・利用者の掘り起しと地元における対面の細かい対応である。要因は、対面で丁寧に説明したり、補助を行ったりする必要があるためである。これらを中心に、自治体が担う役割が多いと負担が大き過ぎてしまうという課題が生じる。

課題の解決方法としては中間組織の活用が挙げられる。

○中間組織の負担が大きい

上述のように負担が大きいサービス提供者・利用者の掘り起しと地元における対面の細かい対応は中間組織が担うのが望ましいが、自治体の規模が大きい場合や、民泊のようにサービス提供者のハードルが高い場合には、負担が大きくなってしまう。

このような場合には、町会や民泊コーディネーター等の地域団体に協力してもらい役割を分担するのが有効である。

○自治体からの委託費がないと中間組織が次年度以降取組を継続できない

中間組織の活動には人件費等費用がかかるため、委託費が得られない場合には取組を続けられないという課題が生じる場合がある。この解決のためには、プラットフォーマーと代理店契約を結び手数料の一部を得る仕組みや、中間組織の本業の収入から費用を負担する仕組み等を構築する必要がある。

2-3-2.実施期

2-3-2-1. マッチングの仕組みの構築

効果的な取組の分析

マッチングの仕組みの構築について、各自治体が行った取組は以下の様に整理できる。以下では各取組の効果的な点と課題・留意点の分析結果を述べる。

	効果的な点	課題・留意点
既存のプラットフォームを活用	<ul style="list-style-type: none"> 自治体の費用負担なしでマッチングの仕組みを構築可能（次年度以降の自走化が容易） シェアリングエコノミー協会の認定を受けたプラットフォームを活用することで、安全性を高めることが可能 	<ul style="list-style-type: none"> スマホアプリを使うプラットフォームが多く、ICTリテラシーの低い人が利用できない 所在地が首都圏に集中しているため、首都圏から遠い自治体の場合、地元での説明会の対応等の調整が難しい サービス提供者・利用者が手数料を負担
ICTシステムの開発	<ul style="list-style-type: none"> 複数のカテゴリの資産・スキルを一元的にマッチングするシステムを構築可能 自治体の既存のシステム等と連携する上でカスタマイズが可能 	<ul style="list-style-type: none"> 開発費・維持費が高額（次年度以降の自走化が困難） シェアリングエコノミーの利用者が少ない場合のメリットがほとんどない
ICTリテラシーの低い人の補助	<ul style="list-style-type: none"> ICTリテラシーの低い高齢者等もICTを活用したマッチングに参加できる 	<ul style="list-style-type: none"> コスト（人件費）がかかる 呼び出し用のボタン等の仕組みは使い勝手が悪い場合がある
地元での対面でのフォロー（相談窓口の設置、トラブル時につけける等）	<ul style="list-style-type: none"> スマホアプリの操作やオンラインでの質疑応答に不安を感じる人でもサービス提供者・利用者になってもらえる 	<ul style="list-style-type: none"> コスト（人件費）がかかる

○既存のプラットフォームを活用

既存のプラットフォームの大半はサービス提供者・利用者のマッチングを行う際の手数料を元に運営を行っているため、活用することで自治体の費用負担なしでマッチングの仕組みを構築可能である。これは、次年度以降の自走化が容易になるという大きな利点がある。さらに、既存のプラットフォーム登録者をサービス提供者・利用者として取り込める場合もある。

また、既存のプラットフォームの中でもシェアリングエコノミー協会の認定を受けたプラットフォームを活用することで、安全性を高めることが可能である。

どのようなプラットフォームを活用すべきかについては、シェアリングエコノミー協会やシェアリングエコノミー伝道師のアドバイスを受けるのが有効である。事前調査でサービスのニーズを把握しておくプラットフォームの選択時の参考にてできる。

なお、同じようなサービスでもアプリの使い勝手等サービスの質に違いがある点に注意が必要である。シェアリングエコノミー協会が開催している自治体とプラットフォームのマッチングイベントへの参加も有効である。

一方、課題には、スマホアプリを使うプラットフォームが多く、ICTリテラシーの低い人が利用できないことがある。また、既存のプラットフォームの所在地が首都圏に集中しているため、首都圏から遠い自治体の場合、地元での説明会等の調整が難しいという課題もある。

さらに、サービス提供者・利用者が手数料を負担する点に反発を招く場合がある。

○ICT システムの開発

既存のプラットフォームのほとんどは単一のカテゴリの資産・スキルのマッチングを行っているため、複数のカテゴリの資産・スキルをマッチングするには複数のプラットフォームを活用する必要があるが、独自の ICT システムを開発することで複数のカテゴリの資産・スキルを一元的にマッチングするシステムを構築可能である。

また、自治体の既存のシステム等と連携する上でカスタマイズが可能という利点もある。

一方、開発費・維持費が高額な点が課題である。次年度以降の自走化のためには維持費を賄う仕組みの構築が必要となるため、自走化が困難になってしまうのはかなり大きな課題である。シェアリングエコノミーの利用者が少ない段階では、既存のプラットフォームを活用するのに比べたメリットはほとんどないと言える。

○ICT リテラシーの低い人の補助

電話を通じたマッチングやスマホアプリ登録の代行等の補助を行うことで、ICT リテラシーの低い高齢者等も ICT を活用したマッチングに参加できるという利点がある。

補助には、スマホアプリで状況を確認してサービス提供者に電話で連絡するといった代行や、ボタンを押すとサービス利用できるような仕組みの構築、事前にサービス提供者と利用者を書面等でマッチングしておき一定の条件で自動的にサービス提供するというような仕組みの構築も含まれる。

地方でシェアリングエコノミーを活用して解決すべき地域課題の多くは ICT リテラシーの低い高齢者等が関わっているため、上記の様な補助は有効である。

ただし、コスト（人件費）がかかる点が課題であり、中長期的な自走化のためにはコストをどうやって賄うかの仕組み作りが必要である。また、ボタンを押すとサービスを利用できるような仕組みの構築においては、実際に高齢者が使ってみると使い勝手が悪いという場合があり、利便性も課題となる。

○地元での対面でのフォロー（相談窓口の設置、トラブル時にかける等）

スマホアプリの操作やオンラインでの質疑応答に不安を感じる人が多く存在するので、そのような人にサービス提供者・利用者になってもらうためには、電話や対面で相談できる相談窓口を設置する、トラブル時にかける等のフォローが有効である。

ただし、コスト（人件費）がかかる点が課題であり、中長期的な自走化のためにはコストをどうやって賄うかの仕組み作りが必要である。

課題

マッチングの仕組みの構築に関する主要な課題と改善方法は以下のとおりである。

○ICT システム構築・維持費が高額で次年度の継続が難しい

自治体のオーダーメイドによる ICT システム開発は構築・維持費が高額であり、費用回収の検討が不足していると、次年度の継続が困難になってしまうという課題がある。

改善方法としては、既存のプラットフォーム活用がある。独自のシステム開発が必要な場合には、周辺自治体や都道府県との広域連携を模索する必要がある。

○プラットフォームの所在地が遠い場合、困ったときやトラブル時に対面で対応できない

既存のプラットフォームのほとんどの所在地が首都圏に集中しているため、既存のプラットフォームを活用する場合には困ったときやトラブル時に対面で対応できないという課題がある。

改善方法としては中間組織の活用がある。

○高齢者等 ICT リテラシーの低い人がプラットフォームのスマホアプリ等を使用できない

地方でシェアリングエコノミーを活用して解決すべき地域課題の多くは ICT リテラシーの低い高齢者化が関わっているため、ICT リテラシーの低い人がプラットフォームのスマホアプリ等を使用できないことは大きな課題である。

改善方法としては中間組織等がマッチングを代行（電話で連絡する等）する等の対応を行う方法が考えられる。

2-3-2-2. 認知度向上施策

効果的な取組の分析

認知度向上施策について、各自治体が行った取組は、手法、対象、その他の3軸で、以下の様に整理できる。以下では各取組の効果的な点と課題・留意点の分析結果を述べる。

		効果的な点	課題・留意点
手法	メディアの活用	<ul style="list-style-type: none"> ・多数の人に向けて情報発信が可能 ・自治体がシェアリングエコノミーを活用する事業に取り組んでいることを周知するのに有効 	<ul style="list-style-type: none"> ・どのような人に情報が伝わるのかをコントロールすることが出来ないで、サービス提供者・利用者集めに直接効果があるかは不明確
	説明会等の実施	<ul style="list-style-type: none"> ・深い情報を伝えることが可能 ・参加者からのフィードバックの情報を集めることが可能 ・サービス提供者・利用者向け施策と同時に実施可能 ・参加者の連絡先を把握しておくことで、サービス提供者・利用者向け施策につなげることが可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・対象が限定的 ・参加者の時間拘束が必要 ・参加者集めに工夫が必要
	チラシ配布	<ul style="list-style-type: none"> ・特定の対象に絞って情報を伝えることが可能 ・情報伝達に時間拘束が必要ない 	<ul style="list-style-type: none"> ・渡しただけでは読んでもらえない可能性があるため、字の大きさ等情報を伝える工夫が必要
対象	地域全体に対する施策	<ul style="list-style-type: none"> ・シェアリングエコノミーに対する協力的な雰囲気作りや参加者のすそ野を広げるのに貢献する 	<ul style="list-style-type: none"> ・サービス提供者・利用者集めに直接効果があるかは不明確
	対象を絞った施策	<ul style="list-style-type: none"> ・サービス提供者・利用者の掘り起こしにつなげることが出来る 	<ul style="list-style-type: none"> ・認知度が向上する対象が一部に限られる
その他	シェアリングエコノミーを前面に出した施策	<ul style="list-style-type: none"> ・シェアリングエコノミーを知っている人に向けた情報伝達に有効 	<ul style="list-style-type: none"> ・そもそもシェアリングエコノミーを知らない人が興味を示さないため、情報が伝わらない可能性がある
	シェアリングエコノミーを前面に出さない施策	<ul style="list-style-type: none"> ・シェアリングエコノミーを知らない人に向けた情報伝達に有効 	<ul style="list-style-type: none"> ・シェアリングエコノミーに興味がある人に情報が伝わらない可能性がある

○メディアの活用

メディアの活用とは自治体の機関誌やCATVチャンネルを活用した認知度向上施策を指す。マスメディアに働きかけて新聞記事やテレビのニュースで事業を紹介してもらう施策も含む。

メディア活用は多数の人に向けて情報発信が可能な点が最大の利点である。自治体がシェアリングエコノミーを活用する事業に取り組んでいることを周知するのに有効である。

一方、どのような人に情報が伝わるのかをコントロールすることが出来ないで、サービス提供者・利用者集めに直接効果があるかは不明確な点が課題である。

○説明会等の実施

事業に関する説明会を行う施策であり、セミナーやシンポジウム等の形態も含まれる。

深い情報を伝えることが可能であり、参加者からのフィードバックの情報を集めることも出来るという利点がある。発言を求めても出てこないことが想定されるので、フィードバックを引き出すためには記述形式にする方法が効果的である。カフェ形式でリラックスして話を聞けるようにする、オンラインで既存のサービス提供者から実体験を聞くといった工夫も有効である。

また、説明会等の場でプラットフォームの説明を行い、その場でプラットフォームに登録してもらう等のサービス提供者・利用者向け施策を同時に実施可能という利点がある。その場での登録対応が難しい場合には、参加者の連絡先を把握しておくことで、サービス提供者・利用者向け施策につなげることが可能である。

課題には対象が限定的な点が挙げられる。地域全体に広く認知度向上を図るためには別の施策との併用が必要である。

また、参加者の時間拘束が必要な点も課題であり、適切な対象者に参加してもらうには、説明会を実施する曜日や時間を検討する必要がある。

さらに、周知だけでは参加者が集まらない可能性があるため、テーマや名称を参加者が集まり易いものにする、あらかじめ参加者候補に個別に声をかけておく、といった工夫が必要になる点も課題である。

○チラシ配布

事業の内容や説明会等のチラシを作成して配布する施策である。配布する場所によって特定の対象に絞って情報を伝えることが可能という利点があり、サービス提供者・利用者の候補が多く集まる場所（イベント会場等）でチラシを配布するのが有効である。

また、チラシを渡すだけなので、説明会等と異なり情報伝達に時間拘束が必要ないという利点もある。チラシの配布員が事業について十分な知見を持っている場合、状況によっては、興味を示した人に数分説明するといった柔軟な対応も可能である。

一方、渡しただけでは読んでもらえない可能性があるため、字の大きさ等情報を伝える工夫が必要という課題がある。

○地域全体に対する施策

説明会の参加者を地域全体から募る、チラシを地域全体に配布するというような施策が該当する。メディアの活用は特殊なケースでなければこれに該当すると考えられる。

シェアリングエコノミーに対する協力的な雰囲気作りや参加者のすそ野を広げるのに貢献するという利点がある。

一方で、認知度向上の効果は広く浅くなり、説明会等を周知しても参加者が集まらない場合もあり、サービス提供者・利用者集めに直接効果があるかは不明確な点が課題である。

○対象を絞った施策

特定の地区に住んでいる住民、子育て中の女性、仕事を求めている人等対象を絞って説明会を実施したり、チラシ配布を実施したりする施策が該当する。

サービス提供者・利用者の候補となる人にターゲットを絞ることで効率的な情報伝達が可能であり、サービス提供者・利用者の掘り起しにつなげることが出来るという利点がある。

具体的には、地域課題に関連している人が多く参加するイベントでのチラシ配布や、サービス提供者候補が多く住んでいる地区での説明会の開催等の施策がある。自治体や中間組織の人脈等を元に、サービス提供者候補に直接連絡を取って説明にうかがう又は説明会への参加を要請するといった個別対応も有効である。

一方、認知度が向上する対象が一部に限られるのが課題である。

○シェアリングエコノミーを前面に出した施策

説明会等のテーマ名やチラシの見出し等に「シェアリングエコノミー」という言葉や「シェア」という単語を用いて前面に押し出す施策が該当する。

シェアリングエコノミーを知っている人に向けた情報伝達に有効であるが、地方では知っている人は極一部の人に限られる可能性が考えられる。

課題には、そもそもシェアリングエコノミーを知らない人が興味を示さないので、説明会に人が集まらない等が考えられ、情報が伝わらない可能性がある点がある。

○シェアリングエコノミーを前面に出さない施策

説明会等のテーマ名やチラシの見出し等に「シェアリングエコノミー」という言葉や「シェア」という単語を用いず、前面には出さない施策が該当する。

「シェアリングエコノミー」を前面に出さないことで、地域課題の解決や具体的なサービス内容を前面に出すことになる。

シェアリングエコノミーを知らない人に向けた情報伝達に有効なことが利点であり、地域課題等を具体的に分かり易いレベルまでブレイクダウンして訴求するのが効果的である。

一方、課題には、シェアリングエコノミーに関連した取り組みである点が分かり難いので、シェアリングエコノミーに興味がある人に情報が伝わらない可能性がある点が挙げられる。

課題

認知度向上施策に関する主要な課題と改善方法は以下のとおりである。

○自治体の機関誌やチラシで説明会等を周知しても参加者が少ない

日本ではシェアリングエコノミーという言葉をもっと知らない人が多く、興味を示さないため、「シェアリングエコノミー」という言葉を前面に出しても人が集まらないことがある。

改善方法としては、シェアリングエコノミーを前面に出さず、地域課題に即した文脈で具体的な課題を前面にしたタイトルで説明会等を実施する方法がある。また、個別に参加者候補に声をかけておいて、参加してもらおうというのも効果的である。

2-3-2-3. サービス提供者向けの施策

効果的な取組の分析

サービス提供者向けの施策について、各自治体が行った取組は以下の様に整理できる。なお、サービス利用者向けの施策と共通の施策の分析はここで扱う。以下では各取組の効果的な点と課題・留意点の分析結果を述べる。

	効果的な点	課題・留意点
説明会等におけるプラットフォームへの登録 ※サービス利用者向け施策と共通	・効率的なサービス提供者の掘り起しが可能（自分で登録してもらうように依頼するだけでは登録が進まない）	・サービス提供者・利用者候補が説明会等に参加してもらえるように事前に根回ししておく必要がある
プラットフォーム登録の補助・代行 ※サービス利用者向け施策と共通	・プラットフォーム登録者の拡大を図ることが可能	・補助する側の人に一定の知識やスキルが必要になる ・補助する側の人の負担が大きい
既存の類似サービス提供者の取込	・サービス提供者の確保が効率的に可能	・プラットフォーム利用の利点を説明し、納得してもらう必要がある
研修	・サービスの質の向上や安全性の向上を図ることができる ・サービス提供に必要なスキルがない人でもスキルを身につけてサービス提供者になってもらうことが可能	・サービス提供が継続可能な人を対象として選定しないと、研修が無駄になってしまう可能性がある
サービス提供が継続可能な人の選定	・中長期的に継続するシェアリングエコノミーの仕組みの構築につながる	・選定する側に知見が必要
自走組織化	・中長期的に継続するシェアリングエコノミーの仕組みの構築につながる	・自走組織化のノウハウが必要

○説明会等におけるプラットフォームへの登録 ※サービス利用者向け施策と共通

説明会やセミナーの参加者にその場でプラットフォームに登録してもらう、または連絡先を聞いておいて後日個別にアプローチしてプラットフォームに登録してもらう等の取組である。

説明会等でプラットフォームの説明を行い、自分で登録するように依頼しても、不安がある、面倒等の理由で登録が進まないことが多いため、このような施策が有効である。また、説明会等とサービス提供者・利用者の掘り起こしを同時に行うことで効率化することができる。

ただし、シェアリングサービスに興味の薄い人にプラットフォームに登録してもらっても実際のサービス提供・利用に繋がらないので、サービス提供者・利用者候補が説明会等に参加してもらえるように事前に根回ししておく必要がある点が課題である。

○プラットフォーム登録の補助・代行 ※サービス利用者向け施策と共通

サービス提供者・利用者がプラットフォーム登録を行う際に、隣でアプリの操作方法を教えたり、入力する内容を説明したりといった補助を行う又は登録自体を代行する施策である。

プラットフォーム登録は心理的ハードルが高く、入力に迷う項目が存在する等の課題があり、一人でやるのは難しいため、このような施策を実施することで、サービス提供者・利用者の拡大を図ることができる。

課題としては、補助する側の人に一定の知識やスキルが必要になる点と、補助する側の

人の負担が大きい点が挙げられる。

○既存の類似サービス提供者の取込

体験サービスの提供者やシルバー人材センターに登録している人等、シェアリングサービス提供者となりうる既存のサービス提供者をそのまま取込んで、プラットフォームに登録してもらう等の施策である。

サービス提供者の確保が効率的に可能という利点がある。ただし、既存の仕組みで満足している人も多いため、プラットフォーム利用の利点を説明し、納得してもらう必要がある点が課題である。

○研修

サービス提供者に対して、サービスを提供するためのノウハウを身に着ける、サービスの質を向上させる等の研修を行う施策である。

サービスの質の向上や安全性の向上が可能という利点がある。また、サービス提供に必要なスキルがない人でも、研修でスキルを身に着けることでサービス提供者になってもらうことができる。

一方、課題には、サービス提供が継続可能な人を対象として選定しないと、研修が無駄になってしまう可能性がある点が挙げられる。

○サービス提供が継続可能な人の選定

サービス提供者の掘り起こしを行う際に、サービス提供が継続可能かを分析して、可能な人を選定する施策である。

サービス提供が継続可能な人を選定することで、中長期的に継続するシェアリングエコノミーの仕組みの構築につながるという利点がある。

ただし、サービス提供が継続可能かはスキルの高さや家庭環境等が関係するため、選定する側に知見が必要になるという課題がある。

○自走組織化

サービス提供者を集めてコミュニティを形成し、次年度以降もサービス提供を継続的に
行う自走組織化を図る施策である。

中長期的に継続するシェアリングエコノミーの仕組みの構築につながるという利点がある。

ただし、自走組織化するためにはチャットなどで意思の疎通を図ったり、メンバーの相互理解を深めるための集合研修やワークショップを行ったりする等の施策が必要であり、こうしたノウハウが必要になるという課題がある。

課題

サービス提供者向けの施策に関する主要な課題と改善方法は以下のとおりである。

○プラットフォームへの登録者数が増えない

プラットフォームへの登録には心理的なハードルがあることに加えて、手間がかかるため自分一人で登録する人は少ないという問題があり、説明会やチラシの配布等でプラットフォーム登録を促しても登録者数が増えないことが課題となる。

改善方法には、説明会等の場でプラットフォームに登録してもらい、または連絡先を聞いておいて後日個別にアプローチして登録してもらおうという方法がある。

○既存の類似サービス提供者がプラットフォーム利用に難色を示す

既存の類似サービス提供者が既存の枠組み（LINE 等を通じたマッチング等）で満足している場合には、プラットフォーム利用に難色を示すという課題が生じる場合がある。また、プラットフォームを利用することで手数料支払いが発生することを拒否する場合もある。

この背景として、プラットフォーム利用の利点が分かっていないため、既存の仕組みのままが良いという考えになることがある。

改善方法には、プラットフォームを利用することによるメリット（レビューの蓄積、サービス利用者との継続的な関係構築、プラットフォームの保険の利用等）を説明して理解してもらおうことがある。

2-3-2-4. サービス利用者向けの施策

効果的な取組の分析

サービス利用者向けの施策について、各自治体が行った取組は以下の様に整理できる。なお、サービス提供者向けの施策と共通の施策の分析は前述のサービス提供者向けの施策で分析している。以下では各取組の効果的な点と課題・留意点の分析結果を述べる。

	効果的な点	課題・留意点
サービス開始初期段階での利用者の確保	・サービス利用者を増やすことでサービス利用の心理的なハードルを下げ、サービス提供者のノウハウとレビューの蓄積を促すことが可能	・確保のための人脈等が必要 ・利用者の選定に注意が必要
アリバード・クーポンの活用	・初めてサービスを利用する際の金銭的な負担を軽減することで、サービス利用のハードルを下げ、サービス利用を促すことが可能 ・期限切れ前の駆け込み需要も期待できる	・コスト負担、プラットフォームとの調整が必要
利用者候補が多く集まる場所にターゲットを絞った施策	・効率的なサービス利用者の掘り起しが可能	・関連する地域団体との調整等が必要な場合がある
次年度以降の利用者の確保	・次年度以降のシェアリングエコノミーの仕組みの継続が容易になる	・確保のための人脈等が必要 ・通常のマッチングによる利用者増加が阻害される可能性がある
安価で魅力的なサービス提供の支援	・プラットフォーム登録者を増加させることで、サービス利用者の増加につなげることが可能	・サービス提供者を確保する必要がある

○サービス開始初期段階での利用者の確保

サービス開始初期段階において、自治体と協力関係にある地域団体が利用者になる、自治体の人脈等を活用して利用者を探す等によって、利用者を確保する施策である。

サービス開始初期段階では、プラットフォーム登録者が少なく、サービス提供者のノウハウも蓄積されていないため、最初にサービスを利用する心理的なハードルが高く、プラットフォーム上での自然なマッチングによる利用増加が難しい。このため、サービス利用者の確保は、利用件数を増やすことで心理的なハードルを下げると共に、サービス提供者のノウハウとレビューの蓄積を促すことが可能になるという利点がある。

課題には利用者の確保のためには人脈等が必要になる点が挙げられる。また、初期段階でのサービス利用は、後に続くサービス利用者のモデルケースとして参考にされるので、利用者の選定に注意が必要という課題もある。例えば、安さだけを求める利用者を選定すると、後に続く利用者も安さばかり求めるようになるといった懸念がある。

○プリペイド・クーポンの活用

サービス利用者にサービス利用料金として使えるプリペイドカードやクーポンを配布する施策である。

初めてサービスを利用する際の金銭的な負担を軽減することで、サービス利用のハードルを下げ、サービス利用を促すことが可能という利点がある。また、プリペイドカードやクーポンの期限切れ前の駆け込み需要も期待できる。

ただし、プリペイドカードやクーポンのコスト負担が必要になる点が課題である。事業費から支出するか又はプラットフォームの財源から支出してもらう等の対応が必要である。また、プリペイドカードやクーポンを活用するためには、どのような方法で行うのか等についてプラットフォームとの調整が必要な点も課題である。

○利用者候補が多く集まる場所にターゲットを絞った施策

利用者候補が多く集まる場所にターゲットを絞って、プラットフォームへの登録とサービス利用を促す施策である。イベント等で一時的に利用者候補が集まる場所をターゲットとしてチラシを配布したり個別説明を行ったりする施策や、利用者候補が多く集まる施設を持つ地域団体に協力してもらい施設利用者に向けてプラットフォームへの登録とサービス利用についての説明会を行う等が該当する。

利用者候補が多く集まる場所の例として、子育てシェアサービスの場合は保育園や親子が参加するイベント等がある。

課題には、協力してもらった地域団体との調整等が必要な場合がある点が挙げられる。例えば、利用者候補が多く集まる施設でチラシの配布や説明会の実施を行う場合には、いつどのような方法で行うか等の調整が必要である。

○次年度以降の利用者の確保

事業実施の次年度以降も継続してサービスを利用してくれる利用者を確保する施策である。次年度以降も継続してサービス利用する意思のある企業にサービス利用者になってもらう等の施策が該当する。

サービス利用者がいなければシェアリングエコノミーは成り立たないので、次年度以降の利用者の確保はシェアリングエコノミーの仕組みの継続が容易になるという利点がある。

ただし、次年度以降の利用者の確保のためには人脈や企業誘致のノウハウ等が必要という課題がある。また、特定の利用者を確保することで、プラットフォーム上での競争を通じた利用者の確保が必要ない状況になると、競争によるサービスの質の向上がなされず、通常のマッチングによる利用者増加が阻害される可能性がある点には注意が必要である。

○安価で魅力的なサービス提供の支援

活用するプラットフォーム上で安価で魅力的なサービス（直接地域課題の解決に繋がらないサービスも含む）の提供が行われるように支援を行う取組である。

プラットフォーム登録者を増加させることで、サービス利用者の増加につなげることが可能という利点がある。例えば、体験サービスの利用者を増やしたい場合に、中間組織のメンバーが同じプラットフォーム上でスキルアップにつながるサービスを安価で提供するようなケースが考えられる。

地方ではそもそもプラットフォームの登録者数が少ない場合が多いため、安価で魅力的なサービスと呼び水として、登録者数・利用者数のすそ野を広げることが有効である。

課題には、サービス提供者を確保する必要がある点がある。

課題

サービス利用者向けの施策に関する主要な課題と改善方法は以下のとおりである。

○利用件数が増加しない

最初にサービス利用するのは心理的なハードルが高いため、なかなか利用件数が増加しない場合がある。

改善方法には、プリペイド・クーポンを活用して料金面のハードルを下げる、地域団体が利用者になる、自治体の人脈等を活用してサービス利用者を確保する等が考えられる。

2-3-2-5. 安全面の施策

効果的な取組の分析

安全面の施策について、各自治体が行った取組は以下の様に整理できる。以下では各取組の効果的な点と課題・留意点の分析結果を述べる。

	効果的な点	課題・留意点
安全性の高いプラットフォームの採用	・自治体の費用を使わずに安全性の高いマッチングの仕組みを構築できる	・地域課題の解決に適合する安全性の高いプラットフォームが存在しない場合がある
自治体が加入している保険の利用	・自治体の追加費用を使わずに保険を利用できる	・保険が適用できない又は適用できる範囲が不足する場合がある
シェアリングエコノミー用保険の利用	・シェアリングエコノミーの活用に適した保険を利用できる	・追加の費用が必要
安全面に関する説明・周知	・サービス提供者・利用者が安全面に関する情報を得られることで適切なサービス提供・利用が可能となる	・情報を伝えるための工夫（高齢者は小さい字を読まない傾向があるため、チラシの文字を大きくする等）が必要
相談窓口の設置	・サービス提供者・利用者に困った場合に相談できるという安心感を与えることが出来る	・相談窓口の人員が必要であり、自治体に設置する場合、対応しきれない可能性がある
関係機関との情報共有	・消防、警察、保健所等安全面に関わる関係機関と情報共有しておくことで、適切な助言を受けたり、連携したりすることが可能	・関係機関との調整等が必要になる場合がある

○安全性の高いプラットフォームの採用

保険が利用可能である、シェアリングエコノミー協会の認証を取得している等の条件を満たす安全性が高いプラットフォームを採用する施策である。

既存のプラットフォームを活用するため、自治体の費用（ICT システムの構築費用、保険の加入費用）を使わずに安全性の高いマッチングの仕組みを構築できるという利点がある。

ただし、地域課題の解決に適合する安全性の高いプラットフォームが存在しない場合があることが課題である。

○自治体が加入している保険の利用

自治体が既に加入している保険をシェアリングサービス提供者・利用者が利用する施策である。

自治体の追加費用を使わずに保険を利用できる利点がある。一方、課題として、保険が適用できない、又は適用できる範囲が不足する場合がある点が挙げられる。

○シェアリングエコノミー用保険の利用

保険会社がシェアリングエコノミー用に作成した保険を利用する施策である。例としては、東京海上日動火災保険株式会社の「自家用有償旅客運送事業者向け自動車保険」等が挙げられる。

シェアリングエコノミーの活用に適した保険を利用できる利点があるが、追加の費用が必要になる点が課題である。

○安全面に関する説明・周知

住民に向けた説明会で安全面について説明を行う、認知度向上用に配布するチラシに保険の説明を記載する等の施策が該当する。安全面に関する説明の例には、事故や物損が生じた場合にどこに連絡すれば良いか、サービス提供者・利用者の中でトラブルが起こった場合にどこに相談すれば良いか、保険の利用方法等の説明が挙げられる。

サービス提供者・利用者が安全面に関する情報を得られることで、適切なサービス提供・利用につながるのが利点である。

課題には、情報を使えるための工夫（高齢者は小さい字を読まない傾向があるため、チラシの文字を大きくする等）が必要な点が挙げられる。

○相談窓口の設置

サービス提供者・利用者等が安全面で不安が生じた場合等に相談できる窓口を設置する施策である。自治体に設置する場合、中間組織に設置する場合等どこに設置するかは複数のパターンが考えられる。

サービス提供者・利用者に対して、困った場合に相談できるという安心感を与えることが利点である。

課題は、相談窓口の人員が必要なことであり、自治体に設置する場合、対応しきれない可能性がある。

○関係機関との情報共有

消防、警察、保健所等安全面に関わる関係機関に事業の情報を共有する施策である。

情報を共有しておくことで、適切な助言を受ける、連携する等が可能という利点がある。例としては、住民向けの説明会に警察が参加して防犯についての説明を行うこと等が挙げられる。

課題には、関係機関との調整が挙げられる。例えば、関係機関が説明会等に参加する際には日程調整が必要になる。

課題

安全面の施策に関する主要な課題と改善方法は以下のとおりである。

○サービス利用に対する不安感が大きい

シェアリングサービスは既存の企業が提供するサービスではないため、特に個人が提供するサービスに対しては、サービス利用に対する不安感が大きい。

改善方法には、保険の活用とその周知、説明会における安全面の説明、サービス提供者と利用者の対面の場の確保等がある。

○自治体の相談窓口がサービス利用者拡大によって対応しきれなくなる

自治体に相談窓口を設置する場合、専属部署や担当者を配置することが難しいため、サービス利用者拡大によって対応しきれなくなる可能性がある。

改善方法には、中間組織等に相談窓口を設置すること等が考えられる。

2-3-2-6. 制度面の施策

効果的な取組の分析

制度面の施策について、各自治体が行った取組は以下の様に整理できる。以下では各取組の効果的な点と課題・留意点の分析結果を述べる。

	効果的な点	課題・留意点
行政手続きの実施	・公共交通空白地有償運送、市区町村有償運送、イベント民泊等の制度を活用することで、通常は提供できないサービスの提供が可能となる	・活用する制度によってサービス内容に制限が生じる場合がある ・制度活用の申請から許可まで時間がかかるため、サービス実施のスケジュールに合わせた申請が必要
行政手続きの支援	・個人では難しい行政手続きを支援することで、適切な手続きが可能となる	・行政手続きに関するノウハウが必要であり、自治体には中間組織や再委託先を活用する必要がある

○行政手続きの実施

シェアリングサービスには法制度が関連するものがあり、例としては、公共交通空白地有償運送、市区町村有償運送、イベント民泊等がある。

これら行政手続きを実施することで、制度の活用が可能であり、通常は提供できないサービスの提供が可能となる利点がある。

ただし、課題として、活用する制度によってサービス内容に制限が生じる場合がある点と、制度活用の申請から許可まで時間がかかるためサービス実施のスケジュールに合わせた申請が必要な点が挙げられる。

○行政手続きの支援

一部のシェアリングサービスは法制度上の規制があり、サービス提供者が行政手続きをする必要があるが、その支援を行う施策である。具体的には、手続に必要な書類や手続方法の説明等が考えられる。

個人では難しい行政手続きを支援することで、適切な手続きが可能となるのが利点である。

ただし、支援を行うには行政手続きに関するノウハウが必要であり、自治体には中間組織や再委託先を活用する必要がある点が課題である。

課題

制度面の施策に関する主要な課題と改善方法は以下のとおりである。

○サービス提供に必要な行政手続きが難しい

一部のシェアリングサービスでは、サービス提供者が行政手続きをする必要があるが、その手続きが複雑で難しいという課題がある。例には、民泊サービスを提供する際に住宅宿泊事業法で定められた行政手続きが必要になる等がある。

改善方法には、中間組織等による情報提供や手続きの支援を実施する方法がある。

2-3-2-7. 他の支援制度の活用

効果的な取組の分析

他の支援制度の活用について、各自治体が行った取組は以下のように整理できる。以下では各取組の効果的な点と課題・留意点の分析結果を述べる。

	効果的な点	課題・留意点
シェアリングエコノミー伝道師	・シェアリングエコノミーの専門知識に基づいたアドバイスが得られる ・特に以下を依頼するのが有効 ①セミナーの講師：一般的なシェアリングエコノミーの解説、当該自治体の状況に即した既存事例の紹介 ②地域団体への説明・協力依頼に同行：シェアリングエコノミーの説明、既存事例の紹介、アドバイス	・日程調整等が必要 ・交通費・旅費等が必要
地域情報化アドバイザー派遣制度	・上記のシェアリングエコノミー伝道師を自治体の予算を使わずに派遣してもらうことが可能	・予算には上限があるため、当該年度の予算が無くなる前に依頼する必要がある ・申請・審査に時間がかかるため、セミナー等のスケジュールに合わせた申請が必要
地域おこし協力隊	・目的がシェアリングエコノミー活用による課題解決と重なるので、相乗効果を生むことができる	・既存の地域おこし協力隊は他の業務で忙しく、シェアリングエコノミーに関連する取組に参加できない可能性がある

○シェアリングエコノミー伝道師

シェアリングエコノミー伝道師は、「地方においてシェアリングエコノミーを推進するため、豊富な知見や活用の実績等を備え、シェアリングエコノミーの活用を分かり易く説明する人材」であり、内閣官房シェアリングエコノミー促進室が任命する。

シェアリングエコノミー伝道師の制度の活用には、シェアリングエコノミーの専門知識に基づいたアドバイスが得られる利点がある。

特に有効な活用方法には、セミナー等の講師を依頼することがある。一般的なシェアリングエコノミーの解説や当該自治体の状況に即した既存事例の紹介等をしてもらうことが可能である。

また、地域団体等への説明・協力依頼に同行してもらうのも有効である。シェアリングエコノミーの説明、既存事例の紹介、アドバイス等をしてもらうことができる。

課題・留意点には日程調整等が必要な点と交通費・旅費等が必要な点が挙げられる。

○地域情報化アドバイザー派遣制度

総務省が実施している、ICT やデータ活用を通じた地域課題解決に精通した専門家に「地域情報化アドバイザー」を委嘱し、地方公共団体等からの求めに応じて派遣する制度である。

上述のシェアリングエコノミー伝道師の派遣を依頼することが可能であり、自治体の予算を使わずに派遣してもらうことが可能という利点がある。

課題には、予算に上限があるため当該年度の予算が無くなる前に依頼する必要がある点、申請・審査に時間がかかるためセミナー等のスケジュールに合わせた申請が必要な点がある。

○地域おこし協力隊

都市地域から過疎地域等の条件不利地域に住民票を移動して生活の拠点を移した人を、自治体が「地域おこし協力隊員」として委嘱し、隊員が一定期間地域に居住して、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこしの支援や、住民の生活支援などの「地域協力活動」等を行いながら、その地域への定住・定着を図る取組である。隊員の活動に要する経費について特別交付税措置が受けられる。

目的がシェアリングエコノミー活用による課題解決と重なるので、相乗効果を生むことができるのが利点である。地域に密着した取り組みが出来るので、隊員が中間組織に参加して、住民に対して対面での細かいフォロー（プラットフォームへの登録の支援等）を行うのが特に効果的である。

ただし、既存の地域おこし協力隊は、他の業務で忙しく、シェアリングエコノミーに関連する取組に参加できない可能性がある点に注意が必要である。

2-3-2-8. 上記以外の施策

効果的な取組の分析

上記（2-3-2-1～2-3-2-7）以外の施策について、各自治体が行った取組は以下の様に整理できる。以下では各取組の効果的な点と課題・留意点の分析結果を述べる。

	効果的な点	課題・留意点
既存の類似サービス提供者に利益をもたらす仕組みの構築	・既存の類似サービス提供者の反発を防ぐことが可能 ・サービス提供者の確保や、既存サービスとの連携による品質向上というメリットが得られる	・シェアリングエコノミーを理解してもらうのに時間と労力がかかる場合がある ・既存の類似サービスと連携するためにシェアリングサービスに制約が生じる可能性がある
既存の類似サービス提供者への説明・調整	・既存の類似サービス提供者の反発を防ぐことが可能	・シェアリングエコノミーを理解してもらうのに時間と労力がかかる場合がある ・既存の類似サービス提供者の理解を得るために、シェアリングサービスに制約が生じる可能性がある

○既存の類似サービス提供者に利益をもたらす仕組みの構築

シェアリングサービスの提供・利用を進めることで、既存の類似サービス提供者の利益が損なわれる可能性が考えられるが、むしろ類似サービス提供者に利益をもたらす仕組みを構築するという施策である。

例えば、民泊サービスであれば、既存の類似サービス提供者として旅館やホテルが存在する。民泊の利用者が近所の旅館・ホテルの風呂を利用する等仕組みを構築すれば、旅館・ホテルは風呂の使用料収入を得ることが可能になる。その他の既存サービス提供者の例には、相乗りサービスであればタクシー会社、スキルシェアサービスであればシルバー人材センター等がある。

スキルシェアサービスであれば、既存の類似サービス提供者をプラットフォームに登録し、サービス提供者になってもらうことで、類似サービス提供者にとっては販路が拡大するというメリットに繋がる。

効果的な点には、既存の類似サービス提供者の反発を防ぐことが可能になる点、サービス提供者の確保につながる点、既存サービスとの連携による品質向上に繋がる点が挙げられる。

一方、課題には、既存のサービス提供者にシェアリングエコノミーを理解してもらうのに時間と労力がかかる場合がある点、既存の類似サービスと連携するためにシェアリングサービスに制約が生じる可能性がある点がある。

○既存の類似サービス提供者への説明・調整

上述したシェアリングサービスに対する既存の類似サービス提供者（民泊サービスに対する旅館・ホテル、相乗りサービスに対するタクシー会社、スキルシェアサービスに対するシルバー人材センター等）に対して、既存サービスに不利益をもたらさないことを良く説明して納得してもらう、サービス内容を調整して既存サービスと競合しないようにする等の施策が該当する。

既存の類似サービス提供者の反発を防ぐことが可能というのが利点である。ただし、課題として、既存のサービス提供者にシェアリングエコノミーを理解してもらうのに時間と労力がかかる場合がある点、理解を得るためにシェアリングサービスに制約が生じる可能性がある点が挙げられる。

課題

上記（2-3-2-1～2-3-2-7）以外の施策に関する主要な課題と改善方法は以下のとおりである。

○既存の類似サービス提供者からの反発

シェアリングサービスに対する既存の類似サービス提供者（民泊サービスに対する旅館・ホテル、相乗りサービスに対するタクシー会社、スキルシェアサービスに対するシルバー人材センター等）は、シェアリングサービスの拡大によって利益が損なわれることや、これまでに作り上げた仕組みが壊されることに不安を感じるため、事業に対して反発する場合がある。

改善方法には、事業の初期段階から既存の類似サービス提供者と協議し、補完関係の構築や双方に利益をもたらす仕組みの構築を推進することがある。補完関係や双方に利益をもたらす仕組みの構築が出来ない場合でも、サービス内容を変更する、既存サービスに不利益をもたらさないことを良く説明して納得してもらう等によって、反発を抑えることが可能である。

2-3-3.継続検討期

2-3-3-1. シェアリングエコノミー以外の行政サービスとの比較

効果的な取組の分析

シェアリングエコノミー以外の行政サービスとの比較について、各自治体が行った取組は以下のように整理できる。以下では各取組の効果的な点と課題・留意点の分析結果を述べる。

	良い点	課題・留意点
相互補完の検討	・既存の行政サービスと相互補完の関係構築が出来れば、相互に足りない部分を補完して利用者の利便性向上に繋がると共に、説明会を同時に行う等効率化も可能となる	・料金の違いによる不公平感等が生じないように調整が必要 ・利用者が混乱しないように違いの整理・説明が必要
費用対効果の比較	・費用対効果がシェアリングサービスの方が高ければ、既存の行政サービスをシェアリングサービスで置き換えることによる費用削減や利便性向上が可能	・費用や直接的な効果だけでなく、地域住民の利用等も含めて、多面的な検討が必要

○相互補完の検討

シェアリングサービスと既存の行政サービスの内容等を比較した上で、相互補完を検討する取組である。

既存の行政サービスと相互補完の関係構築が出来れば、利用者の利便性向上に繋がると共に、説明会を同時に行う等効率化も可能となる点が効果的である。

具体例には、子育てシェアサービスとファミリーサポートセンター事業があり、ファミリーサポートセンター事業では対応できない夜間のサービス提供を子育てシェアサービスが補完することが可能である。

一方、課題には、料金の違いによる不公平感等が生じないように調整が必要な点が挙げられる。また、利用者が混乱しないように違いの整理・説明が必要な点も課題である。

○費用対効果の比較

シェアリングサービスと既存の行政サービスの費用対効果を比較する取組である。

費用対効果がシェアリングサービスの方が高ければ、既存の行政サービスをシェアリングサービスで置き換えることによる費用削減や利便性向上が可能になるという利点がある。

課題には、費用や直接的な効果だけでなく、地域住民の利用等も含めて、多面的な検討が必要な点がある。シェアリングサービスの方が費用が高い場合でも、利便性の向上や、多様な主体がサービスを利用できる利点等も含めて考えると、既存の行政サービスをシェアリングサービスで置き換える方が良いというケースも考えられる。

課題

シェアリングエコノミー以外の行政サービスとの比較に関連する主要な課題と改善方法は以下のとおりである。

○類似の行政サービスと混同される

地域課題に対応する行政サービスは複数存在するため、シェアリングサービスと混同される、違いが分からないという意見が出る等の問題が生じる場合がある。

改善方法には、類似の行政サービスとの違いを整理（比較表の作成・配布等）し、適切な説明を実施する等がある。

2-3-3-2. 事業継続が可能なスキームの検討

効果的な取組の分析

事業継続が可能なスキームの検討について、各自治体が行った取組は以下のように整理できる。以下では各取組の効果的な点と課題・留意点の分析結果を述べる。

	効果的な点	課題・留意点
自治体の財政負担が少ないスキームの検討	・少ないランニングコスト（ICTシステム利用料、設備のリース料金、再委託先への委託費等）でシェアリングエコノミーの仕組みが続くスキームを構築することが出来れば、シェアリングエコノミーの継続・発展が容易になる	・プラットフォームや中間組織がみつからない等の理由で自治体の財政負担が少ないスキームを構築できない場合がある
既存のプラットフォームを活用	・ICTシステム構築・維持費が不要（自治体の費用を用いずにサービス継続が可能）、既存の登録者がサービス提供者・利用者になりうるという利点がある	・地域の課題解決に適合するプラットフォームがみつからない場合がある
自走可能な中間組織の構築	・自治体の関与がなくなった後も、住民が自主的にシェアリングエコノミーの仕組みの継続・発展を図ることが期待できる	・母体となる中間組織がみつからない、中間組織のリーダーとなる人材がみつからない等によって、中間組織を構築できない場合がある

○自治体の財政負担が少ないスキームの検討

少ないランニングコスト（ICT システム利用料、設備のリース料金、再委託先への委託

費等)でシェアリングエコノミーの仕組みが続くスキームを検討する取組である。

少ないランニングコストで済むスキームを構築することが出来れば、シェアリングエコノミーの継続・発展が容易になるという利点がある。

具体的には、再委託先が実施していた取組を地域団体に移管して委託費を削減する等の取組が考えられる。

課題には、プラットフォームや中間組織が見つからない等の理由で自治体の財政負担が少ないスキームを構築できない場合がある点が挙げられる。

○既存のプラットフォームを活用

マッチングの仕組みの構築(2-3-2-1)で前述した内容の繰り返しになるが、既存のプラットフォーム活用には、ICTシステム構築・維持費が不要(自治体の費用を用いずにサービス継続が可能)、既存の登録者がサービス提供者・利用者になりうるという利点があるため、事業継続が可能なスキームを構築するのに有効である。

ただし、地域の課題解決に適合するプラットフォームが見つからない場合がある点には注意が必要である。

○自走可能な中間組織の構築

自治体の関与がなくなった後もシェアリングエコノミーの取組を進める自走可能な中間組織を構築する取組である。具体的には、地元のNPO等の地域団体を中間組織とする方法や、サービス提供者のグループを中間組織化する方法等が考えられる。

効果的な点は、自治体の関与がなくなった後も、住民が自主的にシェアリングエコノミーの仕組みの継続・発展を図ることが期待できることである。

一方、課題には、母体となる中間組織が見つからない、中間組織のリーダーとなる人材が見つからない等によって、中間組織を構築できない場合がある点が挙げられる。

課題

事業継続が可能なスキームの検討に関連する主要な課題と改善方法は以下のとおりである。

○次年度の予算が確保できない

次年度の予算の検討時期までに多くの成果を出して、有効性を示すのが難しいため、次年度の予算が確保できないことが考えられる。

改善方法としては、予算確保に注力するよりも、予算が確保できない場合でもシェアリングエコノミーの仕組みが継続する取組に注力するのが有効である。具体的には、事業開始の初期段階から、既存のプラットフォーム活用によってランニングコストが必要ない仕組みを作っておく等がある。

○自治体の負担が大きすぎる

シェアリングエコノミーの仕組みを構築するためには、サービス提供者・利用者の掘り起しや補助を対面で丁寧に行う必要があり、多大な労力が必要である。この労力を自治体を負う場合には負担が大きすぎて、事業継続が難しくなることが考えられる。

改善方法には、中間組織との役割分担の見直しが考えられる。中間組織が設置出来ない場合は、事業に参加したサービス提供者グループの組織化や地域おこし協力隊の活用等によって中間組織の構築を目指すのが有効である。

2-3-3-3. 事後調査

効果的な取組の分析

事後調査について、各自治体が行った取組は、手法、調査内容の 2 軸で以下のように整理できる。以下では各取組の効果的な点と課題・留意点の分析結果を述べる。

		効果的な点	課題・留意点
手法	アンケート調査	・多数の回答を集めることが可能	・深い情報を収集するには不向き ・高齢者がアンケート記入に嫌悪感を示す場合がある
	ヒアリング調査	・深い情報を収集することが可能 ・特に、当初から想定できる以外の成果（生きがいに繋がる、社会復帰のきっかけになる等）も把握できる点が有効	・多数の回答を集めるのが難しい
	プラットフォームからのデータ提供	・調査を行うことなく正確なデータを把握可能 ・サービス提供数・利用数等のデータを把握することで、事業の成果を客観的・定量的に検証することが可能	・プラットフォームへのデータ提出を依頼する場合、IDの確認等の調整が必要 ・プラットフォームが地域別データを把握できない場合がある
調査内容	課題・改善点の把握	・来年度以降のシェアリングエコノミーの継続に向けて改善を図ることが可能 ・利用の都度調査を行い、可能な改善は随時実施するのが好ましい	・改善のために費用（施設修繕費等）がかかる場合がある
	サービス提供・利用の継続意向	・サービス提供の継続意向を把握することで、自走可能な中間組織の構築の可能性の検討や、サービス提供者の掘り起しの必要性の検討等が可能 ・サービス利用の継続意向を把握することで、サービス利用者の掘り起しの必要性の検討等が可能	・継続意向がない人が多い場合、サービス内容の改善等で継続を図ることが出来るのか等を検討する必要がある

○アンケート調査

事前に作成しておいたアンケート設問に回答してもらう手法である。回答方法には、主に紙の用紙に記入してもらう方法、Web サイト上で回答を選択・記入してもらう方法がある。

事前調査と同様であるが、効果的な点には多数の回答を集めることが出来る点、課題には深い情報を収集するには不向きな点がある。

なお、事後調査の対象となるサービス提供者・利用者が高齢者の場合、アンケート記入に嫌悪感を示す場合があるので注意が必要である。

○ヒアリング調査

回答者に対面で質問して回答してもらう手法である。

事前調査と同様であるが、利点には深い情報を収集することが可能な点、課題には多数

の回答を集めるのが難しい点がある。

事後調査の場合は、当初から想定できる以外の成果（生きがいに繋がる、社会復帰のきっかけになる等）も把握できる点が特に有効である。

○プラットフォームからのデータ提供

プラットフォームからサービス提供数・利用数等のデータを提供してもらう取組である。既存のプラットフォームを活用する場合の取組であり、自治体がプラットフォームとなって独自に ICT システムを構築する場合には、代わりにサービス提供数・利用数等のデータを取り出せるようにしておく必要がある。

調査を行うことなく正確なデータを把握可能であり、サービス提供数・利用数等のデータを把握することで事業の成果を客観的・定量的に検証可能という利点がある。

課題には、プラットフォームへのデータ提出を依頼する際にサービス提供者の ID 確認等の調整が必要な点、プラットフォームが地域別のデータを把握できない場合がある点が挙げられる。

○課題・改善点の把握

サービス提供・利用における課題・改善点を調査する取組である。

次年度以降のシェアリングエコノミーの継続に向けて改善を図ることが可能という利点がある。可能であれば、サービス利用の都度調査を行い、可能な改善は随時実施するのが好ましい。

課題には、改善のために費用（施設の修繕費等）負担がある。調査で改善点を把握できても、改善が出来ない場合が考えられる。

○サービス提供・利用の継続意向

サービス提供者・利用者に対して継続意向の有無を調査する取組である。

効果的な点には、サービス提供の継続意向を把握することで、自走可能な中間組織の構築の検討や、サービス提供者の掘り起しの必要性の検討等が可能になる点が挙げられる。

また、サービス利用の継続意向を把握することで、今後のサービス利用者の掘り起しの必要性の検討等が可能になる利点もある。

一方、課題には、継続意向がない人が多かった場合に、サービス内容の改善等で継続を図る必要がある点が挙げられる。

2-4. シェアリングエコノミー活用推進事業における自治体の関わり方の類型別分析結果

シェアリングエコノミー活用の取組において、自治体の関わり方は主に仕組み作りを行う場合が多かったため、2-2、2-3 の分析は自治体が仕組み作りを行う場合が対象となっていた。

ただし、仕組み作りに加えて、自治体がサービス提供者となる、サービス利用者となる、プラットフォームとなるという関わり方の場合もあるため、自治体の関わり方の類型別分析を実施した。

以下では、自治体がサービス提供者となる、サービス利用者となる、プラットフォームとなる場合に、仕組み作りのための取組に加えて実施すべき取組にはどのようなものがあるのか、及びどのような成果が得られたのか、の分析結果を示す。

分析の結果、取組と成果に加えて費用の違いが大きいことが明らかとなったため、最後に自治体の関わり方の類型別に、取組、費用、成果の比較分析を実施した。

2-4-1.自治体がサービス提供者となる場合

自治体がサービス提供者となる場合に実施すべき取組と課題・留意点は以下のとおりである。

		実施すべき取組	課題・留意点
準備期	事前調査	・ニーズに合わせてサービスの設計・改善のための調査（利用用途、時期、求めるスペック等）	・提供するサービスの内容（シェアするスペースの活用方法）が定まっていないと、事前調査と同時にサービス利用者の掘り起しが出来ない
	役割分担	・サービス提供に関連する作業を自治体の職員が行うのか、中間組織等が行うのかの役割分担が必要	・サービス提供者としての負担（利用者からの相談への対応等）が大きすぎて、サービス維持が難しくなる懸念がある
実施期	マッチングの仕組の構築	・自治体が提供するサービスに適合するプラットフォームを選定する、又は独自のICTシステムの構築が必要	・独自のICTシステムを構築する場合、構築費用に加えて次年度以降のランニングコストが必要になる
	サービス提供者向け施策	・ニーズに合わせてサービスの設計・改善が必要	・サービスの改善のための費用（施設の改修費用）等がかかる場合がある
	安全面の施策	・サービス提供者としての施策（自治体が加入している保険の適用、苦情・相談への対応等）が必要	・自治体がサービス提供者として直接責任を問われる
	制度面の施策	・サービス提供が制度上問題にならないかの確認・整理が必要（※気仙沼市の駐車場は地方自治法第238条の4第2項第4号により行政財産の貸付）	・制度上サービスの利便性向上に制約が生じる場合がある（シェアする自動車の駐車場は1か所に限られる等）
継続検討期	シェアリングエコノミー以外の行政サービスとの比較	・既存の行政サービスに悪影響が出たり、利用者の不公平感が生じたりしないようなサービス設計を行うため、料金比較等を行う必要がある	・既存の行政サービスに比べて料金が高すぎると利用が進まず、逆に安すぎると既存の行政サービスの利用減少等の悪影響を及ぼす可能性が考えられる
	事業継続が可能なスキームの検討	・次年度以降のサービス提供に関するランニングコストをどう賄うか及び利用者確保のための施策を検討する必要がある	・継続的な利用者の確保
	事後調査	・ニーズに合わせてサービス改善を図るための調査が必要	・ニーズに対応するサービス改善のための費用（施設の改修費用）等がかかる場合がある
成果		<ul style="list-style-type: none"> 自治体所有施設をシェアするケースでは、サービス提供による収入が得られた 自治体所有の駐車場をカーシェアに活用するケースでは、サービス利用者（自治体職員、一般利用者）への便益を提供することができた ※ ここではサービス提供者としての成果のみを記載 	
	当初想定していなかった成果	<ul style="list-style-type: none"> 自治体所有施設をシェアするケースでは、自治体に活用できる資産があること及びその活用方法を地域住民が認知した また、ニーズ調査において、地元で足りないもの・施設活用方法のアイデアを確認することができた 	

サービス提供のための取組には調査やサービス設計・改善があり、仕組み作りだけを行う場合に比べてプラットフォームの選択肢に制約が生じるといった違いがある。

また、設備の改修費用や人件費等のランニングコストがかかる点、自治体がサービス提供者として直接責任を問われる点等が課題となる。

成果には、自治体がサービス提供による収入が得られたことと、利用者への便益提供がある。また、当初想定していなかった成果として、自治体に活用できる資産があること及びその活用方法を地域住民が認知したこと、新しいアイデア等を確認できたことがある。

2-4-2.自治体がサービス利用者となる場合

自治体がサービス提供者となる場合に実施すべき取組と課題・留意点は以下のとおりである。

		実施すべき取組	課題・留意点
準備期	役割分担	<ul style="list-style-type: none"> サービス利用者として必要な取組（プラットフォームへの登録等）を自治体内でどのように分担するのか等、関係部署との調整が必要 	<ul style="list-style-type: none"> 既存の仕組みを変更してシェアリングサービスを利用する場合、自治体内で反発が生じる可能性がある
実施期	マッチングの仕組みの構築 サービス提供者向け施策	<ul style="list-style-type: none"> 利用するサービスの利便性・価格等が自治体のニーズに合うプラットフォームを採用する必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> プラットフォームを公募する場合、ニーズに合うプラットフォームの選択肢が少ない場合がある（見つからない可能性も考えられる）
	サービス利用者向け施策	<ul style="list-style-type: none"> 自治体以外の利用者（住民、観光客）と併用する場合には、棲み分けを検討する必要がある（平日は自治体、休日は住民、観光客等） 	<ul style="list-style-type: none"> 自治体の利便性を追求すると、住民や観光客の利便性が低下する可能性がある（シェアカーの駐車場を自治体庁舎にすると観光客が使えない等）
継続 検討期	シェアリングエコノミー以外の 行政サービスとの比較	<ul style="list-style-type: none"> 既存の行政サービスと比較する場合には、費用だけでなく利便性等を多面的に評価する必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> 単純に費用だけを比較するとシェアリングサービスの方が高価格になる場合があるが、利便性等を考えるとシェアリングサービスの方が優れている可能性が考えられる
	事業継続が可能な スキームの検討	<ul style="list-style-type: none"> 既存の行政サービスの置き換えを検討する際には、費用だけでなく利便性等を多面的に評価した上で判断する必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> ランニングコストとしてサービス利用料金が必要になる
	事後調査	<ul style="list-style-type: none"> 今後の改善（プラットフォームの変更等）を検討するため、自治体のニーズを満たしていたか、費用対効果等を調査する必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> プラットフォームによって利用料金を無数に設定可能な場合があり、単純な経済比較ができないことから、プラットフォームの変更・入札等を行う場合は、自治体のサービス利用時間を分析して仕様を検討する等の対応が必要

成果	<ul style="list-style-type: none"> シェアリングサービスの利便性が非常に高いことが分かった ※ ここではサービス利用者としての成果のみを記載
----	---

サービス利用のための取組には自治体以外の利用者との棲み分けがある。また、既存の行政サービスと比較して置き換えを検討するのが有効である。仕組み作りだけを行う場合に比べてプラットフォームの選択肢に制約が生じるといった違いがあるのは、サービス提供者となる場合と同じである。課題には、サービス利用料金がかかる点等が挙げられる。

成果には、シェアリングサービスの利便性が非常に高いことが分かった点が挙げられる。

2-4-3.自治体がプラットフォームとなる場合

自治体がプラットフォームとなる場合に実施すべき取組と課題・留意点は以下のとおりである。

		実施すべき取組	課題・留意点
準備期	事前調査	<ul style="list-style-type: none"> どのようなマッチングの仕組みが適切か（ICTシステム、電話、事前にマッチングしておく等）を検討するため、住民のICTリテラシー等を調査する必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者等ICTリテラシーが低い人は、スマホを利用していてもパスワード入力等は家族が代行している場合があり、ICTシステムが利用可能性を把握するためには設問の工夫等が必要
	役割分担	<ul style="list-style-type: none"> マッチングに関連する作業を自治体の職員が行うのか、中間組織等が行うのかの役割分担が必要 	<ul style="list-style-type: none"> プラットフォームとしての負担（電話による利用者・提供者のマッチング等）が大きすぎて、サービス維持が難しくなる懸念がある
実施期	マッチングの仕組みの構築	<ul style="list-style-type: none"> 住民のICTリテラシー等に合わせて、ICTシステム、電話、事前にマッチングしておく等適切な仕組みを構築する必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> ICTシステムを構築する場合、多額の費用が必要になる ICTシステムを用いない場合には、プラットフォーム参加者が増加するにしたがってマッチングの負担が拡大する
	安全面の施策	<ul style="list-style-type: none"> 自治体が加入している保険を適用する等の対応が必要 	<ul style="list-style-type: none"> 自治体が加入している保険が適用できる範囲等を確認し、必要に応じてシェアリングエコノミー用の保険を活用する等の対応が必要
継続検討期	事業継続が可能なスキームの検討	<ul style="list-style-type: none"> ICTシステムの維持費用又は電話等によるマッチングのための人件費等を賄う方法を検討する必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> プラットフォーム参加者少ない間は電話等によるマッチングが可能だが、参加者の増加に従ってICTシステムが必要になると考えられるため、将来的に多額の費用が必要になる
	事後調査	<ul style="list-style-type: none"> プラットフォーム機能の改善のための調査が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ICTシステムを構築する場合、利便性の確認と改善が必要



成果	<ul style="list-style-type: none"> 自治体の信頼性により、住民が安心できるマッチングを行うことができた ※ ここではプラットフォームとしての成果のみを記載
----	--

プラットフォームとなるための取組には ICT システムや電話を使ったマッチングの仕組みの構築と保険の適用等がある。また、費用等の負担が大きすぎてサービス維持が難しくなる等が大きな課題となる。

成果には、自治体の信頼性により、住民が安心できるマッチングを行うことができたことがある。

2-4-4.自治体の関わり方の類型別の比較

自治体の関わり方の類型別に、取組、費用、成果の比較した結果は以下のとおりである。

	自治体が仕組み作りを行う場合 (サービス提供者、利用者、 プラットフォームのいずれにも 該当しない)	自治体がサービス提供者 となる場合	自治体がサービス利用者 となる場合	自治体がプラットフォーム となる場合
取組	<ul style="list-style-type: none"> サービス提供者・利用者双方の掘り起しが必要 	<ul style="list-style-type: none"> 一定のサービス提供が確保される 自治体がサービス提供者となるための施策が必要 	<ul style="list-style-type: none"> 一定のサービス利用が確保される 自治体がサービス利用者となるための施策が必要 	<ul style="list-style-type: none"> プラットフォームが確保される 自治体がプラットフォームとなるための施策が必要
費用	イニシャルコスト	<ul style="list-style-type: none"> サービス品質確保のための初期費用（施設の改修費等）が必要な場合がある 	<ul style="list-style-type: none"> 基本的に不要 	<ul style="list-style-type: none"> ICTシステムの構築費用等が必要な場合がある
	ランニングコスト	<ul style="list-style-type: none"> 基本的に不要 	<ul style="list-style-type: none"> サービス提供のための費用（人件費、施設の維持費）が必要 	<ul style="list-style-type: none"> サービス利用料金が必要
成果	<ul style="list-style-type: none"> 地域の課題解決 サービス提供者（住民）の収入 	<ul style="list-style-type: none"> 地域の課題解決 自治体のサービス提供料金収入 サービス利用者の便益 	<ul style="list-style-type: none"> 地域の課題解決 自治体のサービス利用による便益（業務効率化、柔軟な業務執行、コスト削減の可能性等） 	<ul style="list-style-type: none"> 地域の課題解決 住民が信頼できるプラットフォームの構築 ※自治体がプラットフォーム利用料収入を得ることは可能だと考えられるが、実施した例は無かった
評価	<ul style="list-style-type: none"> ランニングコストの支出無しで住民が自走する仕組みを構築可能 	<ul style="list-style-type: none"> サービス提供者確保と自治体がサービス提供料金収入が得られるという利点があるが、サービス提供のためのランニングコストが必要 	<ul style="list-style-type: none"> サービス利用者確保と自治体がサービス利用による便益が得られるという利点があるが、サービス利用のためのランニングコストが必要 	<ul style="list-style-type: none"> 住民が信頼できるプラットフォーム確保という利点があるが、プラットフォーム維持のためのランニングコストが必要

自治体が仕組み作りを行う場合、ランニングコストの支出無しで住民が自走する仕組みを構築可能な点が最大のメリットである。

自治体がサービス提供者、利用者、プラットフォームになる場合にはそれぞれ成果が期待できるが、ランニングコストが必要になる点が大きな課題である。費用に見合う成果が得られるのか、そしてその費用が確保できるのかを良く検討する必要がある。

第3章：シェアリングエコノミー活用の事業モデル

本章では、第2章の分析を元に構築したシェアリングエコノミー活用の事業モデルを示す。事業モデルとは自治体がシェアリングエコノミーの活用を推進するためにどのような取組をすれば良いのかという取組を時系列でまとめたものである。

自治体はサービス提供者、利用者、プラットフォームのいずれかに該当する場合、及びいずれにも該当しない場合が考えられるが、事業モデルはどのケースにも共通して必要になる仕組み作りについての取組をまとめている。

事業モデルは、以下のように実施前、準備期、実施期、継続検討期に4フェーズに大別した。

フェーズ	取組内容
実施前	予算配分の決定
	ステークホルダーの洗い出し
	工程表の作成
準備期	事前調査
	推進体制の構築
	推進体制内の役割分担
実施期	マッチングの仕組みの構築
	既存の類似サービス提供者の反発対策
	認知度向上施策
	サービス提供者向け施策
	サービス利用者向け施策
	安全面の施策
	制度面の施策
他の支援制度との連携	
継続検討期	シェアリングエコノミー以外の行政サービスとの比較
	事業スキーム改善の検討
	事後調査

以下ではフェーズごとに自治体が主体となる取組、自治体以外が主体の取組、自治体と自治体以外の双方が主体となりうる取組に整理して示す。

3-1. 実施前

シェアリングエコノミー活用事業の実施前に実施すべき取組は、予算配分の決定、ステークホルダーの洗い出し、工程表の作成がある。これらはいずれも自治体が主体の取組である。

	自治体が主体の取組	自治体以外が主体の取組
予算配分の決定	<p>【自治体の財政負担が少ないスキームを検討】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・次年度以降において予算が確保できない場合でもシェアリングエコノミーの仕組みが継続できるように、少ないランニングコスト（ICTシステム利用料、設備のリース料金、再委託先への委託費等）でシェアリングエコノミーの仕組みが続くスキームを検討して予算を配分するのが有効 ・既存のプラットフォーム活用はICTシステム構築・維持費が不要（自治体の費用を用いずにサービス継続が可能）なため有効。既存の登録者がサービス提供者・利用者になり得るという利点もある <p>【シェアリングエコノミーの認知度向上とサービス提供者・利用者の掘り起こしに多くの予算を配分】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シェアリングエコノミーはサービス提供者と利用者を多数集めてマッチングさせる必要があり、そのための認知度向上とサービス提供者・利用者の掘り起こしが最も重要なため費用を多く配分することが重要 	
ステークホルダーの洗い出し	<p>【既存の類似サービス提供者の洗い出し】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業で実施するシェアリングサービスと類似するサービスの提供者（民泊サービスに対する旅館・ホテル、相乗りサービスに対するタクシー会社、スキルシェアサービスに対するシルバー人材センター等）は、事業に対して反発する可能性があるため、反発を抑える対応策（後述の利益をもたらす仕組みの構築、事前説明・調整）につなげるため、どのような団体、事業者、個人等が存在しているのかを洗い出しておくのが有効だと考えられる <p>【地域課題関連団体の洗い出し】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・解決を目指す地域課題に関連する地域団体は事業に協力者として推進体制に取り込む、サービス提供者・利用者として取り込む等が有効。よって、どのような団体、事業者、個人等が存在しているのかを洗い出しておくのが有効だと考えられる 	
工程表の作成	<p>【詳細な項目別の工程表の作成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施する取組を細かくブレークダウンし、検討と実施に分けた詳細な工程表を作成しておき、毎月の事業進捗を確認して、遅延した場合には対応策を都度実施するのが有効 <p>【サービス実施期間の確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・民泊や体験サービス等季節に関連するサービスについては、ニーズが見込める時期にサービス実施期間が確保できるよう、多少事業が遅延しても問題ないスケジュール作成が必要（サービス実施が出来ないと、次にニーズが見込める時期のサービス提供が一年後になってしまう） 	

3-1-1. 予算配分の決定

シェアリングエコノミー活用事業を実施するには、まず予算を確保し、その予算の配分を決定する必要がある。

その際に有効な取組は、自治体の財政負担が少ないスキームを検討することと、シェアリングエコノミーの認知度向上とサービス提供者・利用者の掘り起こしに多くの予算を配分することである。

3-1-1-1. 自治体の財政負担が少ないスキームを検討

予算配分を決定する際には、次年度以降において予算が確保できない場合でもシェアリングエコノミーの仕組みが継続できるように、少ないランニングコスト（ICTシステム利用料、設備のリース料金、再委託先への委託費等）でシェアリングエコノミーの仕組みが続くスキームを検討して予算を配分するのが有効である。

特に、既存のプラットフォーム活用は ICT システム構築・維持費が不要（自治体の費用を用いずにサービス継続が可能）なため有効である。また、既存の登録者がサービス提供者・利用者になり得るという利点もある。

自治体が所有するスペースのシェアを行う場合に設備をリースする、自治体がタブレット端末をリースしてサービス提供者に貸与する等の取組はサービスの質の向上という面で有効であるが、継続的に予算が確保できるかが課題となる。短期的に良い取組をしようとして、継続できないスキームを作ってしまうのは本末転倒なので注意が必要である。

3-1-1-2. シェアリングエコノミーの認知度向上とサービス提供者・利用者の掘り起こしに多くの予算を配分

シェアリングエコノミーはサービス提供者と利用者を多数集めてマッチングさせる必要があり、そのための認知度向上とサービス提供者・利用者の掘り起こしが最も重要なため費用を多く配分することが重要である。

プラットフォームに多くのサービス提供者・利用者が登録されれば、自治体の関与がなくなった後もシェアリングエコノミーの取組が継続していくことが期待できるので、予算を多く使う意義がある。一方、立派な ICT システムの構築や、シェアする設備を整えることに予算を使ったとしても、利用者が少なければ宝の持ち腐れになってしまうことには注意が必要である。

3-1-2. ステークホルダーの洗い出し

シェアリングエコノミー活用事業を円滑に進めるためには、ステークホルダーの反発を抑え、協力してもらうことが重要である。そのためには、まず、どのようなステークホルダーが地域内に存在しているのかを洗い出す必要がある。有効な取組としては、既存の類似サービス提供者の洗い出しと地域課題関連団体の洗い出しがある。

3-1-2-1. 既存の類似サービス提供者の洗い出し

事業で実施するシェアリングサービスと類似するサービスの提供者（民泊サービスに対する旅館・ホテル、相乗りサービスに対するタクシー会社、スキルシェアサービスに対するシルバー人材センター等）は、事業に対して反発する可能性があるため、反発を抑える対応策（後述する利益をもたらす仕組みの構築、事前説明・調整（3-3-2））につなげるため、どのような団体、事業者、個人等が存在しているのかを洗い出しておくのが有効だと考えられる。

洗い出しの方法には、自治体内の関連部署の知見や人的ネットワーク等の活用が考えられる。事前に洗い出しが出来ない場合には、後述の事前調査（3-2-1）や認知度向上施策（3-3-3）の段階で事業の内容を周知し、関連するステークホルダーから問い合わせってもらう方法も考えられる。

3-1-2-2. 地域課題関連団体の洗い出し

自治体がシェアリングエコノミー活用で解決を目指す地域課題に関連する地域団体は、事業の協力者として推進体制に取り込む、サービス提供者・利用者として取り込む等が有効なので、どのような団体、事業者、個人等が存在しているのかを洗い出しておくのが有効だと考えられる。

洗い出しの方法は、前述（3-1-2-1）の既存の類似サービス提供者の洗い出しと同様であり、自治体内の関連部署の知見や人的ネットワーク等の活用が考えられる。事前に洗い出しが出来ない場合には、後述の事前調査（3-2-1）や認知度向上施策（3-3-3）の段階で事業の内容を周知し、関連するステークホルダーから問い合わせてもらおう方法も考えられる。

3-1-3. 工程表の作成

シェアリングエコノミー活用事業を進めるためには、各種取組をどのようなスケジュールで進めるかを示す工程表を作成する必要がある。有効な取組には、詳細な項目別の工程表の作成、サービス実施期間の確保がある。

3-1-3-1. 詳細な項目別の工程表の作成

工程表の作成に関しては、実施する取組を細かくブレイクダウンし、検討と実施に分けた詳細な工程表を作成しておき、毎月の事業進捗を確認して、遅延した場合には対応策を都度実施するのが有効である。

3-1-3-1-1. サービス実施期間の確保

民泊や体験サービス等季節が関連するサービスについては、ニーズが見込める時期にサービス実施期間が確保できるよう、多少事業が遅延しても問題ないスケジュール作成が必要である。

事業進捗が遅延してサービス実施が出来ないと、次にニーズが見込める時期のサービス提供が一年後になってしまうので注意が必要である。

3-2. 準備期

シェアリングエコノミー活用事業の準備期に実施すべき取組には、事前調査と推進体制の構築、役割分担がある。事前調査と推進体制の構築は自治体が主体の取組である。役割分担では、自治体が主体になるものとして事業の旗振り役と広報役、複数団体の調整があり、自治体以外が主体になるものとしてマッチングの補助、地元における対面での細かい対応、不足している要素の補完がある。サービス提供者・利用者の掘り起しは自治体が主体となる場合と自治体以外が主体となる場合の双方がある。

		自治体が主体の取組	自治体以外が主体の取組
事前調査		<p>【調査と同時に認知度向上施策、サービス提供者・利用者候補の確認を実施】 ・調査票の配布時にシェアリングエコノミーの説明資料も合わせて配布して認知度向上を図る、興味を示した人をサービス提供者・利用者の候補として後からアプローチできるように連絡先を把握する等、後の施策に繋がる取組と合わせて実施すると効率的</p> <p>【シェアリングエコノミーの認知度、サービス提供・利用意向、ICTリテラシーの把握】 ・認知度向上施策がどの程度必要か、サービス提供者・利用者集めの難易度（個別アプローチの必要性）、求められるサービスの内容、ICTリテラシーの低い人向けの対応策の必要性等、適切な施策実施につながる項目を調査</p>	
	推進体制の構築	<p>【プロデューサー（事業全体を推進する役割）となる中間組織の設置】 ・自治体の負担軽減が可能（特に、プラットフォーム（多くが都心に集中）では出来ない地元での細かいフォロー）。地域団体を中間組織とすることが出来れば自治体の関与がなくなった後の自走につながる（ノウハウが蓄積されるメリットあり）。個別のプラットフォームの支援が可能（自治体が直接支援するのは中立性に問題あり）という利点もある</p> <p>【地域課題関連団体の参加】 ※地域課題関連団体とは「子育て等女性の活躍支援」の場合は子育て中の女性を支援しているNPO、「地域の足の確保」の場合は地元の運輸事業者等 ・団体の目的達成のために事業に協力してもらえる、競合するサービス提供団体に参加してもらうことで後から反発されるのを防げる、地域内のサービス提供者・利用者候補の把握や掘り起しが容易になるといいう利点がある</p> <p>【シェアリングエコノミーのノウハウ保持者の参加】 ・有効な施策の立案・実施とサービス提供者・利用者のプラットフォームへの登録のフォロー・代行が可能</p>	
実施体制の役割分担	自治体	<p>【事業の旗振り役と広報役】 ・自治体の事業である点を周知することで不安解消が図られ、自治体の機関誌やメディアとのつながりを活用することで効果的な広報が可能</p> <p>【複数団体の調整】 ・推進体制に参加する複数団体間で目的を共有し、調整を行うことで適切な連携が可能</p>	
	中間組織	<p>【サービス提供者・利用者の掘り起し】 ・説明会や個別対応等でサービス提供者・利用者を集める、プラットフォームへの登録方法を教える（代行する）等を実施。プラットフォームと代理店契約を結んで手数料を得るビジネスモデルを構築できれば自走に繋がる</p>	<p>【マッチングの補助】 ・ICTリテラシーの低い高齢者等のプラットフォーム登録を代行する等の補助を実施</p> <p>【地元における対面での細かい対応】 ・地元での信頼を獲得し、相談窓口になる、トラブルが起こった時にかけつける等の細かい対応を実施</p>
	その他		<p>【不足している要素の補完】 ・事前・事後調査（アンケート、ヒアリング）等、自治体と中間組織で出来ない部分を委託先等が実施して補完</p>

3-2-1.事前調査

シェアリングエコノミー活用事業の準備期には、より有効な取組を行うための事前調査を実施するのが有効である。特に有効な取組には、調査と同時に認知度向上施策やサービス提供者・利用者候補の確認を実施することがある。また、シェアリングエコノミーの認知度、サービス提供・利用意向、ICTリテラシーを把握することが有効である。

具体的な調査の手法や内容は2-3-1-1に記載した通りである。なお、調査設計等は自治体が主体的に行うが、実際の調査は中間組織や調査会社に委託することが考えられる。

3-2-1-1. 調査と同時に認知度向上施策、サービス提供者・利用者候補の確認を実施

事前調査は、調査票の配布時にシェアリングエコノミーの説明資料も合わせて配布して認知度向上を図るというように、認知度向上施策と同時に実施するのが効率的である。

また、興味を示した人をサービス提供者・利用者の候補として後からアプローチできるように連絡先を把握する等、後の施策に繋がる取組と合わせて実施するのも効率的である。具体的にはヒアリング調査時に連絡先を聞いておく、アンケート用紙に連絡先を記入する欄を設ける等である。

シェアリングエコノミーの仕組み作りにおいては、認知度向上とサービス提供者・利用者の掘り起しが最も重要なので、事前調査の時点から並行して行うか又は後の実施につながる取組をしておくのが有効である。

有効な取組の例には盛岡市の事例がある。

盛岡市における事前調査（認知度向上施策含）

ひとり親世帯の親に給付される児童扶養手当の受給資格確認のための面談時に、テレワークに関するアンケートを実施。他事業のアンケートも合わせて実施することから、アンケートに関する設問は、下記の2問。また、アンケートの実施に合わせてテレワーク人材育成研修についての周知を行った

	アンケート内容
1	テレワーク（パソコンを使って在宅で働くこと）に興味がありますか？
2	テレワークを行うためには何が必要ですか？該当するものに丸をつけてください。 （興味があると回答した対象者のみ） パソコンスキル／パソコンなどの機材／仕事を獲得するためのノウハウ／その他（自由記載）



（アンケート結果）

対象者約3,000人にアンケート用紙を配布し、1,625人の回答を得た（回答率54.1%）
テレワークに興味があると回答した割合は47.4%
テレワークを行うために必要なものは、仕事を獲得するためのノウハウ64.9%、パソコンスキル58.1%、パソコンなどの機材5.8%

（成果）

事業への参加者候補に接触できる機会（児童扶養手当の受給資格確認の手続き）を活用したことで、有効な事前調査、認知度向上、サービス提供者の確保が出来た

3-2-1-2. シェアリングエコノミーの認知度、サービス提供・利用意向、ICTリテラシーの把握

事前調査では、認知度向上施策がどの程度必要か、サービス提供者・利用者集めの難易度（個別アプローチの必要性）、求められるサービスの内容、ICTリテラシーの低い人向けの対応策の必要性等、適切な施策実施につながる項目を調査するのが有効である。

シェアリングエコノミーの認知度については「シェアリングエコノミー」という言葉やサービス、仕組み等を知っているかを調査する方法が考えられる。認知度が低い場合には

認知度向上施策が必要になる。

サービス提供・利用意向については、具体的に提供するサービスが決まっている（子育て、自動車の運転等）場合には提供/利用する意思があるかを調査することで、サービス提供者・利用者集めの難易度を判断できる。提供/利用意向のある人が多ければ説明会の実施やチラシの配布などで候補者を集めることが考えられるが、少ない場合には個別にアプローチするなどの方法が必要になることが想定される。

また、事前に提供するサービスが決まっていない場合には、どのようなサービスであれば提供/利用したいかを調査し、提供/利用意向の多いサービスを実施する方法が考えられる。

ICT リテラシーが低い人が多い場合には、電話によるマッチングやプラットフォーム利用を代行する等の対応策を考える必要があるので、事前調査で把握するのが有効である。注意すべき点としてはどのような質問をするかがある。例えば、「スマホを使っていますか」というような質問にすると、「はい」と答えた人でも「設定は家族が行っている」、「高齢者用のスマホを使っていて特定のアプリしか使えない」というようにプラットフォーム利用に必要なリテラシーがない場合がある。

3-2-2.推進体制の構築

シェアリングエコノミー活用事業の準備期には、事業の推進体制を構築することが必要である。特に有効な取組には、プロデューサー（事業全体を推進する役割）となる中間組織の設置、地域課題関連団体の参加、シェアリングエコノミーのノウハウ保持者の参加がある。

3-2-2-1. プロデューサー（事業全体を推進する役割）となる中間組織の設置

プロデューサー（事業全体を推進する役割）となる中間組織の設置は自治体の負担軽減が可能というメリットがある。特に、プラットフォーマー（多くが都心に集中）では出来ない地元での細かいフォローは自治体が行うと負担が大きいため、中間組織に任せるのが有効である。

また、地域団体を中間組織とすることが出来れば自治体の関与がなくなった後の自走につながるという大きな利点があり、さらに中間組織にノウハウが蓄積されるメリットも得られる。

個別のプラットフォーマーの支援が可能（自治体が直接支援するのは中立性に問題あり）という利点もある。

地域団体を中間組織とするのが理想的だが、引き受け手となる地域団体が見つからない場合には、シェアリングエコノミーのノウハウを持つNPOや事業者に委託費を支払って中間組織として活動してもらう方法がある。ただし、地元で信頼を得ていない人員が活動しても上手くいかないことが考えられるため、中間組織の担当者に一定期間現地に滞在するように依頼する、地元で専門の人員を雇用する等の工夫を検討する必要がある。

有効な取組の例には池田市の事例がある。

池田市における推進体制の構築（中間組織設置）

市町村運営有償運送の実施にあたり、実施主体は池田市となり、運行主体として伏尾台創生会議内のメンバーを中心に構成された「伏尾台地域内交通運営協議会」を設置し、運転業務を委託することとした

伏尾台創生会議は伏尾台の住民が中心となった組織であり、少子高齢化、過疎化、子育て環境の改善、地域コミュニティの縮小等の課題への対応のための仕組み作り等を行っている



<https://fushiodai.dekuras.com>

（成果）

地域住民中心の団体がリーダーシップを取るプロデューサー役を担ったことで、円滑に事業を進めることができた

（今後の展開）

「伏尾台地域内交通運営協議会」が主体となって、継続可能な仕組みを検討中（無償運送も含めて幅広く検討）であり、地域住民による自走化へ向けた取り組みが進んでいる

3-2-2-2. 地域課題関連団体の参加

地域課題関連団体とは、「子育て等女性の活躍支援」が課題の場合は子育て中の女性を支援している NPO、「地域の足の確保」が課題の場合は地元の運輸事業者等を指す。

地域団体の目的がシェアリングエコノミー活用による課題解決と合致する場合には、団体の目的達成のために事業に協力してもらえるとという利点がある。また、競合するサービス提供団体の場合には、推進体制に参加してもらうことで後から反発されるのを防げると

いう利点がある。また、団体に所属している人はサービス提供者・利用者候補となりうる場合が多いので、実施体制に参加してもらうことで、地域内のサービス提供者・利用者候補の把握や掘り起しが容易になるという利点がある。

シェアリングエコノミーの仕組み作りにおいては、既に地元にある仕組みや資源をいかに取り込んで活用するかが重要なので、地域課題関連団体の参加が有効である。

3-2-2-3. シェアリングエコノミーのノウハウ保持者の参加

シェアリングエコノミーノウハウ保持者とは、シェアリングサービス事業者、シェアリングエコノミー伝道師、シェアリングエコノミーに関わってきた NPO 等シェアリングエコノミーのノウハウを持った団体等を指す。

これらの団体等が推進体制に参加することで、有効な施策の立案・実施とサービス提供者・利用者のプラットフォームへの登録のフォロー・代行が可能となる。

シェアリングエコノミーの仕組み作りにおいては、ノウハウがないと有効な施策が実施できないので、施策の都度ノウハウを集めるのではなく、ノウハウの保持者を実施体制に組み込んでおくのが有効である。

3-2-3. 推進体制の役割分担

シェアリングエコノミー活用事業を準備期には、事業の推進体制を構築した後、役割分担を行う必要がある。以下では、役割分担を行う主体を自治体、中間組織、その他に整理し、それぞれどのような役割を担うのが有効かを示す。

3-2-3-1. 自治体の役割：事業の旗振り役と広報役

自治体が担うべき役割として、事業の旗振り役と広報役がある。自治体が旗振り役となり、自治体の事業である点を周知することで不安解消が図られるという利点がある。

シェアリングエコノミーはまだ日本に浸透しておらず、個人が提供するサービス利用に対する不安等が大きいため、不安解消は非常に重要である。

また、広報役を担う場合、自治体の機関誌やメディアとのつながりを活用することで効果的な広報が可能になるという利点が得られる。

3-2-3-2. 自治体の役割：複数団体の調整

自治体が担うべき役割として、複数団体の調整がある。これには、推進体制に参加する複数団体間で目的を共有し、調整を行うことで適切な連携が可能になるという利点がある。

シェアリングエコノミーの仕組み作りには実施体制に協力者を多く集めるのが有効であるが、参加者が多くなることで利害の相違等が生じる可能性が高まるため、自治体が調整を行うのが有効である。

3-2-3-3. 中間組織の役割：サービス提供者・利用者の掘り起し

中間組織が担うべき役割として、説明会や個別対応等でサービス提供者・利用者を集める、プラットフォームへの登録方法を教える（代行する）等を実施して、サービス提供者・利用者の掘り起しを行うことがある。中間組織が主体的に行うのが基本であるが、説明会の実施等自治体が主体的に行う取組もある。自治体が行うのは負担が大きいため中間組織が中心に行うのが有効である。

中間組織がプラットフォームと代理店契約を結んでサービス提供者・利用者の掘り起しを行う際の手数料を得るビジネスモデルを構築できれば自走に繋がる。これにより、自治体が関与しなくてもサービス提供者・利用者が拡大していくという大きなメリットが得られる。

3-2-3-4. 中間組織の役割：マッチングの補助

中間組織が担うべき役割として、ICT リテラシーの低い高齢者等のプラットフォーム登録を代行する等の補助を実施することがある。自治体が行うのは負担が大きいため中間組織が行うのが有効である。

3-2-3-4. 中間組織の役割：地元における対面での細かい対応

中間組織が担うべき役割として、地元での信頼を獲得し相談窓口になる、トラブルが起こった時にかげつける等の細かい対応を実施することがある。自治体が行うのは負担が大きいため中間組織が行うのが有効であるが、この際地元で信頼を獲得していないと有効な取り組みができない点に注意が必要である。

3-2-3-5. その他の役割：不足している要素の補完

事前・事後調査（アンケート、ヒアリング）等、自治体と中間組織で出来ない部分は、調査会社等の委託先等が実施して補完するのが有効である。

ただし、委託費用がかかる点には注意が必要である。

3-3. 実施期

シェアリングエコノミー活用事業の実施期に実施すべき取組には、マッチングの仕組みの構築、既存の類似サービス提供者の反発対策、認知度向上施策、サービス提供者向け施策、サービス利用者向け施策、安全面の施策、制度面の施策、他の支援制度との連携がある。

この中で自治体が主体的に行う取組は、既存の類似サービス提供者の反発対策と認知度向上施策がある。その他は自治体・自治体以外の双方が主体となる取り組みが大半であるが、負担の大きい細かい対応は自治体以外が主体となるのが有効である。

	自治体が主体の取組	自治体以外が主体の取組
マッチングの仕組みの構築	<p>【安全面で信頼できるマッチングの仕組みの構築】 ・シェアリングエコノミー協会の認証を受けた既存民間プラットフォームを活用（自治体の費用負担なし）</p>	<p>【地元での対面のフォロー】 ・上記プラットフォームの多くは所在地が首都圏であり地元滞留している対応が難しいので、中間組織等が対面（非オンライン）でのフォローを実施する（相談窓口の設置、トラブル時につけける等）</p> <p>【ICTリテラシーの低い人の補助】 ・スマホアプリを使用できない高齢者等のマッチング（電話で連絡する等）</p>
既存の類似サービス提供者の反発対策	<p>【既存の類似サービス提供者に利益をもたらす仕組みの構築】 ・事業で実施するシェアリングサービスと競合する可能性のあるサービス提供者に利益をもたらす仕組みを構築することで、反発を防ぐと共に、事業にも好影響が得られる。例は以下のとおり スキルシェアサービスとシルバー人材センター：シルバー人材センターをプラットフォームに登録することで、販路拡大につながる スペースシェア（民泊）サービスと旅館：サービス利用者が旅館の設備（風呂等）を利用することで、収入増加に繋がる</p> <p>【既存の類似サービス提供者への説明・調整】 ・上記のような利益をもたらす仕組みを構築できない場合は、事業の内容を説明して理解を得る。必要に応じてサービス内容を限定する等の調整を実施</p>	
認知度向上施策	<p>【事業に関連する住民にターゲットを絞った施策】 ・説明会等の参加者を広く募集しても集まり難いため、事業に関連する住民（「子育て等女性の活躍支援」が目的であれば児童手当の申請者等）にターゲットを絞った告知や、参加者候補に直接連絡して参加してもらう等の施策が有効</p> <p>【シェアリングエコノミーを前面に出さない施策】 ・「シェアリングエコノミー」という言葉になじみがないため前面に出さず、地域課題に即した文脈（「地域人材の活用」が目的であれば「新しい働き方」等）で具体的な課題を前面にした施策（説明会のタイトルの工夫等）を実施</p>	
サービス提供者向け施策	<p>【説明会等におけるプラットフォームへの登録】 ※サービス利用者向け施策と共通 ・説明会の参加者にその場でプラットフォームに登録してもらう、または連絡先を聞いて後日個別にアプローチする等が有効（自分で登録してもらうように依頼するだけでは登録が進まない）</p>	<p>【プラットフォーム登録の補助・代行】 ※サービス利用者向け施策と共通 ・プラットフォーム登録は心理的ハードルが高く、入力に迷う項目が存在する等の課題があり、一人で行うのは難しいため、隣で登録を補助する又は登録を代行するのが有効</p>
	<p>【既存のサービス提供者の取込】 ・シェアリングサービスと類似の既存サービス（スキルシェアサービスであればシルバー人材センターや観光体験サービス提供団体等）を提供している団体をプラットフォームに登録してもらうことでサービス提供者の確保が可能</p>	

	自治体が主体の取組	自治体以外が主体の取組
サービス利用者向け施策	【サービス開始初期段階での利用者の確保】 ・プラットフォーム登録者が少なく、サービス提供者のノウハウも蓄積されていないサービス初期段階では、プラットフォーム上でのマッチングによる利用増加が難しいため、協力関係にある地域団体が利用者になる、自治体の人脈などを活用して利用者を確保する等によって利用者を確保し、サービス提供者のノウハウとレビューの蓄積を促すのが有効	
	【プライベート・クーポンの活用】（プラットフォーム等） ・最初にサービスを利用するのは心理的なハードルが高い場合があるので、サービス利用を促進させるには、プライベートやクーポンを活用して初回利用を促進（期限切れ前の駆け込み需要も期待できる）	
	【安価で魅力的なサービス提供の支援】 ・地方ではそもそもプラットフォームの登録者数が少ない場合が多いため、安価で魅力的なサービス（直接地域課題の解決に繋がらないサービスも含む）を呼び水として、登録者数・利用者数のすそ野を広げることが有効	
安全面の施策	【保険の利用】 ・保険に加入しているプラットフォームの活用、自治体が加入している保険の利用、シェアリングエコノミー保険の利用	
	【安全面に関する説明・周知】 ・事業の説明会で安全面の説明を行う（保健所、警察、消防等関係機関には情報共有しておき、必要に応じて説明会への参加等を実施）、チラシで保険に関する説明を強調する等	
	【相談窓口の設置】 ・トラブルが生じた際に相談できる窓口を設置し、安全面に対する不安の相談等に対応	
制度面の施策	【行政手続きの実施・支援】 ・サービス提供に必要な行政手続き（民泊であれば民宿泊事業法や旅館業法等に関する行政手続き、相乗りであれば公共交通空白地有償運送制度等）の実施・支援	
他の支援制度との連携	【地域おこし協力隊の活用】 ・地域おこし協力隊の取組（「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る）とシェアリングエコノミーの取組は親和性が高いため、中間組織のメンバーとして活動してもらうことが有効	
	【地域情報化アドバイザー制度の活用】 ・自治体の費用を使わずにシェアリングエコノミー伝道師を派遣してもらうことが可能。以下のような活動が有効 セミナーの講師：一般的なシェアリングエコノミーの解説、当該自治体の状況に即した既存事例の紹介 地域団体への説明・協力依頼に同行：シェアリングエコノミーの説明、既存事例の紹介、アドバイス	

3-3-1. マッチングの仕組みの構築

シェアリングエコノミー活用事業の実施期には、まずサービス提供者と利用者のマッチングの仕組みを構築する必要がある。有効な取組としては、安全面で信頼できるマッチングの仕組みの構築、地元での対面のフォロー、ICTリテラシーの低い人の補助がある。

3-3-1-1. 安全面で信頼できるマッチングの仕組みの構築

マッチングの仕組みを構築する際には、安全面で信頼できる仕組みの構築が有効である。具体的には、シェアリングエコノミー協会の認証を受けた既存民間プラットフォームを活用するのが最も有効である。自治体の費用負担なしでマッチングの仕組みを構築できるのが大きな利点であり、さらに認証を受けたプラットフォームは安全面で信頼度が高い。

自治体自らがプラットフォームになる方法も考えられるが、ICTシステムの構築費用やランニングコスト等を考えると事業継続がかなり難しい点には注意が必要である。

シェアリングエコノミーには参加者が安全面に不安を感じるという課題があるため、安全面で信頼できるマッチングの仕組みの構築が重要である。

3-3-1-2. 地元での対面のフォロー

3-3-1-1 で述べたシェアリングエコノミー協会の認証を受けたプラットフォームの多くは所在地が首都圏であり地元滞滞しての対応が難しいので、中間組織等が対面（非オンライン）でのフォローを実施するのが効果的である。具体的には、相談窓口の設置、トラブル時につけつける等がある。

地方ではオンラインでの対応に不安を感じる人が多いので対面でのフォローが重要になる。

中間組織が実施する場合には、担当者が地元の信頼を得ている必要がある点、担当者が地元にいる必要がある点などが課題となる。負担が大きいため自治体が行うのは避けることが好ましい。

3-3-1-2. ICT リテラシーの低い人の補助

マッチングの仕組みを構築する際には、ICT リテラシーの低い人の補助が有効である。具体的にはスマホアプリを使用できない高齢者のマッチングを電話で行う方法や、スマホアプリの操作を別の人が代行する等の方法がある。

地方における課題解決のためにシェアリングエコノミーを利用すべき人には、高齢者等 ICT リテラシーの低い人が多いため、補助を行うのが有効である。

スマホアプリの操作等を別の人が代行する場合には、その人件費を賄う方法を検討する必要がある。プラットフォームから手数料を得るスキームや中間組織となる地域団体がサービス利用者から利益を得るスキーム等を構築する方法が考えられる。

ICT システムを使わず電話のみでマッチングする方法の場合は、参加者が多くなるにつれて作業量が増大し、サービス維持が困難になることが想定されるので、ICT システムへの移行を前提として考えておく必要がある。

3-3-2. 既存の類似サービス提供者の反発対策

シェアリングエコノミー活用事業の実施期においては、既存の類似サービス提供者から反発があり、サービス提供をやめるように要請される場合がある。これはシェアリングサービスが提供されることで、自分たちの顧客が奪われたり、既存の仕組みが壊れたりすることを懸念するためである。そこで、事前に反発対策を実施しておくのが有効である。

3-3-2-1. 既存の類似サービス提供者に利益をもたらす仕組みの構築

事業で実施するシェアリングサービスと競合する可能性のあるサービス提供者に利益をもたらす仕組みを構築することで、反発を防ぐと共に、事業にも好影響が得られる。例は以下のとおりである。

スキルシェアサービスを実施する場合、既存の類似サービス提供者の例としてシルバー人材センターが挙げられる。スキルシェアサービスでこれまでシルバー人材センターが実

施していたのと同じサービスが利用できるようになると、シルバー人材センターには既存顧客を奪われるという懸念が生じる。対策の一つとして、シルバー人材センターをプラットフォームに登録する方法がある。シルバー人材センターは販路拡大につながるというメリットが得られる。一方で、事業側にはサービス提供者の増加という好影響がある。

スペースシェアサービスとして民泊を実施する場合、地元の旅館が既存の類似サービス事業者の例である。民泊が実施されることで、旅館には顧客が民泊に奪われるという懸念が生じる。対策の例としては、民泊サービス利用者が旅館の設備（風呂等）を利用するような仕組みを作ることがある。これにより、民泊利用者が増加することで、民宿は収入増加に繋がるという利益が得られる。一方で、事業側には利用者の利便性向上という好影響がある。

3-3-2-2. 既存の類似サービス提供者への説明・調整

3-3-2-1 に示したような既存の類似サービス提供者へ利益をもたらす仕組みを構築できない場合は、事業の内容を説明して理解を得ることが有効である。理解を得るためには、必要に応じてサービス内容を限定する等の調整を実施する。

理解を得るための説明として有効なのは、シェアリングサービスの利用者が既存サービスとは異なる点である。例えば、民泊（家主滞在型）の利用者はサービス提供者である民泊ホストとのコミュニケーションを求めるので、既存の民宿やホテルの利用者とはニーズが異なる点である。

3-3-3. 認知度向上施策

シェアリングエコノミー活用事業の実施期においては、シェアリングエコノミーの認知度向上のための施策を実施すべきである。シェアリングエコノミー活用の取組を拡大していくためには、サービス提供者・利用者として参加する住民の数を増加させる必要がある。そのためには、シェアリングエコノミーがどのようなものであり、どのような利点があるのか等についての住民の認知度を高める必要がある。

有効な取組には、事業に関連する住民にターゲットを絞った施策、シェアリングエコノミーを前面に出さない施策がある。

なお、具体的な手法（説明会やチラシの配布）については 2-3-2-2 に記載している。

3-3-3-1. 事業に関連する住民にターゲットを絞った施策

認知度向上施策を実施する際には、説明会等の参加者を広く募集しても集まり難いため、事業に関連する住民にターゲットを絞った告知や、参加者候補に直接連絡して参加してもらう等の施策が有効である。

具体的には、「子育て等女性の活躍支援」が目的であれば、児童手当の申請者に対して申請時に説明を行う方法、保育園において子供を預けている親に対して説明会を実施するす

る方法、子供向けのイベントにおいてチラシを配布する方法等が該当する。

シェアリングエコノミーの仕組み作りにおいては、参加者を多く集めることが重要なため、参加してもらえ可能性が高い住民にターゲットを絞った認知度向上施策が有効である。

3-3-3-2. シェアリングエコノミーを前面に出さない施策

認知度向上施策を実施する際には、「シェアリングエコノミー」という言葉になじみがないため前面に出さず、地域課題に即した文脈で具体的な課題を前面にした施策が有効である。

例えば、「地域人材の活用」が目的であれば「新しい働き方」を前面に出した施策が該当する。具体的には、説明会のタイトルやチラシに「シェアリングエコノミー」ではなく「新しい働き方」という用語を使用する等がある。

「シェアリングエコノミーのセミナー」と周知すると、内容が分からないので参加しようという人が少ないが、「新しい働き方のセミナー」と周知すると働き方に興味がある人が参加してくれるということが考えられる。

シェアリングエコノミーの仕組み作りにおいては、参加者を多く集めることが重要なため、より興味を引きやすい認知度向上施策が有効である。

有効な取組の例には真鶴町の事例がある。

真鶴町における認知度向上施策 (シェアリングエコノミーを前面に出さない施策)

シェアリングエコノミーを前面に出さず、新しい働き方を前面に出したセミナーの実施。セミナー告知用のチラシも「シェアリングエコノミー」という用語はアピールせず、新しい働き方を訴求した

(参加者からの感想)

「働く意義を見直すことができた。シェアリングエコノミーで働くことで、幸せを増やすことができそうだと感じました」といったシェアリングエコノミーに対する認知度向上が確認できるコメントがあった

(成果)

20人の参加者が集まり、後のサービス提供者の確保に繋がった

3-3-4. サービス提供者向け施策

シェアリングエコノミー活用事業の実施期には、サービス提供者の掘り起こしを行う、サービス提供時の注意点を理解してもらう等の提供者向けの施策が必要である。

有効な施策としては、説明会等におけるプラットフォームへの登録、プラットフォーム登録の補助・代行がある。これらはサービス利用者向け施策と共通である。

また、既存のサービス提供者の取込も有効である。

3-3-4-1. 説明会等におけるプラットフォームへの登録 ※サービス利用者向け施策と共通

サービス提供者（又は利用者）の掘り起こしを行うには、説明会の参加者にその場でプラットフォームに登録してもらう、または連絡先を聞いておいて後日個別にアプローチする等が有効である。

サービスの説明を行った際に興味を持った人に対して、自分でプラットフォームに登録してもらうように依頼するだけでは登録が進まない場合が多いというのが、シェアリングエコノミーの仕組み作りの大きな課題である。

この要因には、心理的なハードルがある、登録には面倒な作業が必要である、等の理由により一人で登録を行う人が少ないことがある。そこで、説明会の時に登録してもらう、個別にアプローチして登録してもらう等、が有効となる。この際、後述のプラットフォーム登録の補助・代行を行うのが好ましい。

なお、トラブル回避や継続的なサービス提供・利用を図るために、サービス提供・利用時の注意事項等を説明してよく理解してもらったうえで登録してもらうのが重要である。

有効な取組の例には認知度向上施策と並行して行った吉野町、鯖江市の事例がある。

吉野町における認知度向上・サービス利提供者向け施策

イベントにおいてシェアリングサービスの疑似体験を実施
最初からWebアプリを使うのではなくカードを使って助け合いの仕組みを体験。意識調査からシェアリングエコノミーの認知度が低くイメージがつかない恐れがあったため、シェアリングエコノミーの疑似体験も地域の「助け合い」と表現し、カードのやり取りの中で、シェアリングエコノミーの仕組みを理解できるよう工夫。プラットフォームへの登録も合わせて実施

シェアエコ体験 ワークの流れ

60種類のカードから参加者が「してもらいたいこと」を3枚選ぶ。カードに該当する内容があれば白いカードに記載し作成する。

まずはテーブルで選んだ3枚のカードについて助けてほしい理由を説明しながら、その内容を引き受けてくれる人を探す。

該当する人が見つかったら、カードを渡し、手元のカードがなくなるまで繰り返す。

一定時間が経ったところで、呼びかけの範囲をテーブルから全参加者へ拡大し、さらにやり取りを継続する。



振り返り

1. 困りごとを共有した感想。
2. どんなカードが残ったか。
3. どうすれば、それを解決できそうか。



・人それぞれ得手不得手がある。今日は誰も受け取ってもらえなかったカードがあったとしても、多くの人とつながれば、どんな困りごとでも解決できると思う。
・アイロンがけをワイシャツ3枚程度の感覚で引き受けたが、実際はシート15枚の依頼内容だった。細かい依頼内容の情報を先にいただけると良い。

(参加者からの感想)

「近所の助け合いだけでは困りごとの引き受け手が限られるが、Webなどでより多くの人とつながれば、近所で解決できない困りごとが解決される可能性が高まる」といった趣旨の発言あり



質疑応答を踏まえアカウント登録

鯖江市における認知度向上・サービス利提供者向け施策

セミナー・パネルディスカッション・ワークショップを開催し、シェアリングエコノミーについての基本的な考え方および具体的なサービスの活用方法を解説し、地域住民への利用啓発を実施。プラットフォーム登録の意向がある参加者をその場でプラットフォームに登録したり、連絡先を把握しておいて後日個別に登録フォローを行うことで、サービス提供者を確保



(参加者からの感想)

「TABICAのサービスは日本の経済観が変わると思う」といったシェアリングサービスへの理解の声や「TABICAは登録にやや手間がかかった」というプラットフォーム登録の困難さについての発言あり

(成果)

シェアリングサービス活用への前向きなコメントが多く寄せられ、プラットフォーム登録者の増加に繋がった

3-3-4-2. プラットフォーム登録の補助・代行 ※サービス利用者向け施策と共通

サービス提供者（又は利用者）のプラットフォーム登録は心理的ハードルが高く、入力に迷う項目が存在する等の課題があり、一人で行うのは難しいため、隣で登録を補助する又は登録を代行するのが有効である。

かなり手間のかかる作業であるが、シェアリングエコノミーの仕組み作りの初期段階においては非常に重要な取組である。

登録の補助・代行を誰が行うかは、3-2-3-3に記載した通り、中間組織が担うのが有効である。ただし、サービス提供者（又は利用者）の心理的な抵抗を和らげるためには、地元

で信頼を得ている人が行う必要がある点には注意が必要である。

3-3-4-3. 既存のサービス提供者の取込

サービス提供者の掘り起こしを行うに際して、シェアリングサービスと類似の既存サービスを提供している団体をプラットフォームに登録してもらうことでサービス提供者の確保が可能である。

これは3-3-2-1に記載した既存の類似サービス提供者に利益をもたらす仕組みの構築に繋がる取組である。

例としては、シルバー人材センターのアカウントをプラットフォームに登録する、地域団体に所属する体験サービス提供者をプラットフォームに登録する等が挙げられる。

既にサービス提供を行っている人は、サービスのノウハウを持っており、初めてサービス提供者になる人に比べて心理的なハードルも低いので、シェアリングエコノミーの仕組みに取り込むのが有効である。

有効な取組の例には釜石市の事例がある。

釜石市におけるサービス提供者向け施策 (既存のサービス提供者の取込)

既存のサービス提供者である地域団体「かまいしDMC」(地域外からの観光客やつながり人口の増加と、地域商社として特産品を地域外で販売することがミッション)の体験プログラム提供者をプラットフォーム(Airbnb)に登録



(成果)

プラットフォーム(Airbnb)に観光体験コンテンツを登録し1件販売

かまいしDMC自社サイトでの販売と比較し、メリット・デメリットを把握することができた

(課題)

観光体験は、同じ内容を他社体験プラットフォームに掲載できない。またAPI連携等による在庫管理ができないため、複数サイトでの掲載には事前の検討が必要となる

3-3-5.サービス利用者向け施策

シェアリングエコノミー活用事業の実施期には、サービス利用者の掘り起こしを行う、サービス利用時の注意点を理解してもらう等の利用者向けの施策が必要である。

有効な施策としては、サービス開始初期段階での利用者の確保、プリペイド・クーポンの活用、安価で魅力的なサービス提供の支援がある。

3-3-5-1. サービス開始初期段階での利用者の確保

プラットフォーム登録者が少なく、サービス提供者のノウハウも蓄積されていないサービス初期段階では、プラットフォーム上でのマッチングによる利用増加が難しいため、協力関係にある地域団体が利用者になる、自治体の人脈などを活用して利用者を確保する等によって利用者を確保し、サービス提供者のノウハウとレビューの蓄積を促すのが有効である。

サービス利用者がある程度増加すると、未利用者が初めてサービス利用する際の心理的なハードルが下がるので、利用者を確保する施策が有効となる。

協力関係にある地域団体が利用者になる例としては、地元で女性を支援している NPO に依頼してサービス利用者になってもらう等がある。

自治体の人脈などを活用して利用者を確保する例としては、自治体職員の知人に依頼してサービス利用者になってもらう、自治体の他の事業で関係がある企業に依頼してサービス利用者になってもらう等がある。

有効な取組の例には吉野町の事例がある。

吉野町のサービス利用者向け施策 (サービス開始初期段階での利用者の確保)

体験会において、参加者にプラットフォーム（エニタイムズ）に実際にアカウント登録してもらったうえで、実際にサービスマッチングを体験してもらう取組を実施

依頼サービスは協力事業者（三奇楼、吉野中央木材株式会社、木の子文庫など）から提示し、それを参加者が受ける方法をとった。依頼サービスには地域おこし協力隊が必要としていたホットサンドの試食もあった



(成果)

シェアリングエコノミー参加の大きなハードルである入り口のアカウント登録を体験会を通して実施できた

マッチングがいくつか成立し、サービス提供者・利用者双方でレビューの評価が付けられた

(今後の展開)

限られた人の間ではあるものの、レビューの評価の付いたユーザーが町内で生まれたことは、今後のやり取りの引き金になる

3-3-5-2. プリペイド・クーポンの活用

最初にサービスを利用するのは心理的なハードルが高い場合があるので、サービス利用を促進させるには、プリペイドやクーポンを活用して初回利用を促進するのが有効である。期限切れ前の駆け込み需要も期待できるという利点もある。

前述の様に、サービス利用者がある程度増加すると、未利用者が初めてサービス利用する際の心理的なハードルが下がるので、サービス利用につながる金銭的なインセンティブ

を与えて利用者を増加させるのが有効である。

具体例としては、一定の金額をチャージしたプリペイドカードを住民に配布する、プラットフォームに依頼してプラットフォーム上で住民にクーポンを配布する等がある。

有効な取組の例には紀北町の事例がある。

紀北町におけるサービス利用者向け施策 (プリペイド・クーポンの活用)

サービス利用者に配布する決済用の「あいのりカード」に対して、2,000円分を事前チャージしてプレゼントすることで、運行開始時点での利用促進を図った

サービス利用者は自動車に相乗りする際に「あいのりカード」で決済をおこない、追加のチャージは現金で車内にて行う

車両に装備するハードウェア



利用者が持つ
ICカード
「あいのりカード」



(成果)

海山地区で90日間間に28運行、紀伊長島地区で89日間間に216運行の利用があった

(課題)

プリペイドカードを活用するためのハードウェアやICカードのための費用がかかる

3-3-5-3. 安価で魅力的なサービス提供の支援

地方ではそもそもプラットフォームの登録者数が少ない場合が多いため、安価で魅力的なサービス（直接地域課題の解決に繋がらないサービスも含む）を呼び水として、登録者数・利用者数のすそ野を広げることが有効である。

シェアリングエコノミーの仕組みを構築するには、プラットフォームに多くの登録者を集めてマッチングをしやすくする必要があるため、登録者数・利用者数のすそ野を広げる施策が有効となる。また、中長期的なシェアリングエコノミーの発展を考えるうえでも、プラットフォームの登録者数を増加させることは非常に重要である。

具体的には、中間組織のメンバーに対してニーズが見込めそうなサービスを安価に提供するように依頼する等が考えられる。

3-3-6.安全面の施策

シェアリングエコノミー活用事業の実施期には、安全面の施策を行う必要がある。この背景には、企業が責任を持ってサービス提供を行う従来型のサービスと異なり、シェアリングエコノミーでは個人を含む不特定多数の主体がサービス提供を行うので、安全面に対する不安が大きいことがある。

有効な施策には、保険の利用、安全面に関する説明・周知、相談窓口の設置がある。

3-3-6-1. 保険の利用

安全面の施策として、保険に加入しているプラットフォームの活用、自治体が加入している保険の利用、シェアリングエコノミー保険の利用等によって、サービス提供者・利用者が何らかの保険を利用できるようにするのが有効である。

シェアリングエコノミーに参加するに際して、事故等が生じた場合に全て自分の責任・保険で対応する必要があると負担が大きすぎるため、何らかの方法で保険を利用できるようにするのが好ましい。どのような保険が利用できるのかを示すのは、安全面の不安解消に有効である。

3-3-6-2. 安全面に関する説明・周知

安全面の施策として、事業の説明会で安全面の説明を行う、チラシで保険に関する説明を強調する等が有効である。説明会での安全面の説明の際には、保健所、警察、消防等関係機関に情報共有しておき、必要に応じて説明会で話をしてもらい等の対応が考えられる。

前述の様にシェアリングエコノミーの安全面に対する不安が大きいため、不安解消のための説明・周知を丁寧に行うことが重要である。

3-3-6-3. 相談窓口の設置

安全面の施策として、トラブルが生じた際に相談できる窓口を設置し、安全面に対する不安の相談等に対応するのが有効である。

既存のプラットフォームを活用する場合、オンラインでの相談しかできない、現地での対応が出来ない等が課題となることが多いので、プラットフォームとは別に相談窓口を設置するのが好ましい。特に対面や電話で相談できることが重要である。これは既存のプラットフォームを活用しない場合にも当てはまる。

3-3-7. 制度面の施策

シェアリングサービスには法制度が関連するものがあるため、活用するサービスによっては実施期において制度面の施策が必要となる。

有効な施策には行政手続きの実施・支援がある。

3-3-7-1. 行政手続きの実施・支援

制度面の施策で有効な施策には、サービス提供に必要な行政手続きの実施・支援がある。

シェアリングサービスには法制度が関連するものがあり、代表的なものでは、民泊であれば住宅宿泊事業法や旅館業法、相乗りサービスであれば公共交通空白地有償運送制度や市区町村有償運送制度がある。

これらを活用することで、通常では実施できないサービスの実施が可能となるので、自治体が適切な行政手続きを実施する、住民の行政手続きの支援を行う等が有効である。

3-3-8. 他の支援制度との連携

シェアリングエコノミー活用事業の実施期に行うべき有効な取組には、他の支援制度との連携がある。

具体的には、地域おこし協力隊の活用と地域情報化アドバイザー制度の活用が有効である。

3-3-8-1. 地域おこし協力隊の活用

他の支援制度との連携では、地域おこし協力隊の活用が有効である。地域おこし協力隊の取組（「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る）とシェアリングエコノミーの取組は親和性が高いため、特に中間組織のメンバーとして活動してもらうことが有益である。

シェアリングエコノミーの仕組み作りで特に重要なのは、3-3-1-2 で述べた地元での対面のフォロー、3-3-3-2 で述べたプラットフォーム登録の補助・代行等のように、地域に密着した地道で手間のかかる取組である。このような取組は、地域おこし協力隊の取組と合わせて行うのが非常に有効である。

3-3-8-2. 地域情報化アドバイザー制度の活用

他の支援制度との連携では、自治体の費用を使わずにシェアリングエコノミー伝道師を派遣してもらうことが可能な地域情報化アドバイザー制度の活用が有効である。

特に有効な活用方法としては、シェアリングエコノミー伝道師にセミナーの講師を依頼し、一般的なシェアリングエコノミーの解説、当該自治体の状況に即した既存事例の紹介をしてもらうことがある。

また、シェアリングエコノミー伝道師に地域団体への説明・協力依頼に同行してもらい、シェアリングエコノミーの説明、既存事例の紹介、アドバイスを実施してもらうのも有効である。

シェアリングエコノミーの仕組み作りでは認知度向上と地域団体を協力体制に組み込むことが重要なので、そこにシェアリングエコノミーの専門家である伝道師に協力してもらうことで高い成果が期待できる。

3-4. 継続検討期

シェアリングエコノミー活用事業の継続検討期に実施すべき取組には、シェアリングエコノミー以外の行政サービスとの比較、事業スキーム改善の検討、事後調査がある。

この中で自治体が主体的に行う取組は、シェアリングエコノミー以外の行政サービスとの比較と、事業スキーム改善の検討において自治体の財政負担が少ないスキームへの変更を検討することがある。

	自治体が主体の取組	自治体以外が主体の取組
シェアリングエコノミー以外の行政サービスとの比較	<p>【相互補完の検討】</p> <ul style="list-style-type: none"> 既存の行政サービスで出来ていない部分をシェアリングエコノミーで補う相互補完の関係構築を検討し、可能であれば既存の行政サービスと連携した取り組みを進める 例：ファミリーサポートセンターではできない時間外対応をシェアリングサービスで補う <p>【費用対効果の比較】</p> <ul style="list-style-type: none"> 費用と効果（利便性含む）を比較し、既存の行政サービスをシェアリングサービスで置き換えることによる費用削減や利便性向上を検討 	
事業スキーム改善の検討	<p>【より自治体の財政負担が少ないスキームへの変更の検討】</p> <ul style="list-style-type: none"> 次年度以降においてランニングコストを削減するスキームを検討。 事業実施の中で得られた協力団体に取組の一部を移管する等の方法が考えられる。 <p>【自走可能な中間組織の構築】</p> <ul style="list-style-type: none"> 自治体の関与がなくなった後も自走が可能な中間組織を構築（事業に参加したサービス提供者グループの組織化、事業で構築した中間組織のNPO化、事業において中間組織が担った役割を地域団体に移管する等）又は構築の準備を進める 	
事後調査	<p>【対面ヒアリングによる成果の把握】</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域課題の解決やサービス提供者の収入増加といった当初から想定できる以外の成果（生きがいに繋がる、社会復帰のきっかけになる等）も考えられるため、サービス提供者・利用者に直接対面でヒアリング調査を行うのが有効 <p>【課題・改善点の把握】</p> <ul style="list-style-type: none"> サービス提供者・利用者から課題・改善点を調査し、継続に向けて改善を図る。利用の都度調査を行い、可能な改善は随時実施するのが好ましい 	

3-4-1. シェアリングエコノミー以外の行政サービスとの比較

シェアリングエコノミー活用事業の継続検討期において有効な取組には、シェアリングエコノミー以外の行政サービスとの比較がある。

シェアリングエコノミーは既存の行政サービスとは性質が異なるので、メリット・デメリット等の比較を行い、相互補完や代替を検討するのが有益である。

特に有効な取組は、相互補完の検討、費用対効果の比較がある。

3-4-1-1. 相互補完の検討

シェアリングエコノミー以外の行政サービスとの比較においては、既存の行政サービスで出来ていない部分をシェアリングエコノミーで補う相互補完の関係構築を検討し、可能であれば既存の行政サービスと連携した取組を進めるのが有効である。

例えば、ファミリーサポートセンターではできない時間外対応をシェアリングサービスで補うことが考えられる。

シェアリングエコノミーと既存の行政サービスが持つ異なる性質を双方とも活用できるのが最も好ましいと言える。

有効な取組の例には佐賀県の事例がある。

佐賀県におけるシェアリングエコノミー以外の行政サービスとの比較 (相互補完の検討)

事前ニーズ調査から子育てサービスの利用ニーズを把握し、ニーズに対して既存の行政サービスであるファミリーサポートセンター事業とシェアリングサービスがどのように対応できるのか、及びスマホアプリ導入の必要性等の条件を比較

ファミリーサポートセンター事業

- ・会員数 50 人以上必要
- ・県内 16 市町で実施中
- ・家事支援は不可
- ・サービス利用にあたり、住所地の市町の事業所に行き、登録
- ・コーディネーターによる調整。事前予約必要
- ・受付時間は多くがセンター開所時のみ
- ・ひとり親支援など利用料減免あり

子育てシェアエコサービス

- ・利用者と提供者の双方が必要。
(県内ではまだどちらも少ない)
- ・市町を超えて利用が可能
- ・家事支援可能
- ・サービスの利用にあたり、各社のアプリをスマホ等に導入した上で、ネット上で登録
- ・仲介者がいなく、当日対応も可能
- ・受付に時間の制約はない
- ・利用料は利用者と提供者間で決定

子育てシェアエコサービスは、ファミリーサポートセンター事業の時間外対応、緊急時対応、広域利用、需給に応じた価格設定などの課題を補完可能

(成果)

シェアリングサービスは、ファミリーサポートセンター事業の課題（時間外対応、緊急時対応、広域利用、需給に応じた価格設定など）を補完可能であることが明らかとなった

(今後の展開)

既存の子育て支援サービスと、子育てシェアリングサービスは競合関係ではなく、補完関係にあるため、子育て支援を必要とする人のサービスの選択肢を増やすという意味でも連携を図る

3-4-1-2. 費用対効果の比較

シェアリングエコノミー以外の行政サービスとの比較においては、双方の費用と効果（利便性含む）を比較し、既存の行政サービスをシェアリングサービスで置き換えることによる費用削減や利便性向上を検討するのが有効である。

前述の様に、シェアリングエコノミーと既存の行政サービスが持つ異なる性質を双方とも活用できるのが最も好ましいが、出来ない場合には、どちらか費用対効果が高い方を活

用すべきである。

この際に重要なのは、シェアリングエコノミーの効果は地域課題の解決以外にも及ぶ可能性がある点である。費用対効果の比較においてはサービスの直接的な効果だけでなく間接効果等も含めて幅広く比較すべきである。

3-4-2.事業スキーム改善の検討

シェアリングエコノミー活用事業の継続検討期においては、事業スキーム改善の検討が有効である。

3-1-1-1 で述べたように、事業の当初から自治体の財政負担が少ないスキームを検討しておくことが重要であるが、実際に事業に取り組んでみて分かることも多く、また事業の実施結果で得られた成果を活用することでより良いスキームの構築が可能になる場合もある。そこで、サービス実施の結果を踏まえた上で、継続に向けて事業スキームの改善を図るのが有益である。

特に有効な取組には、より自治体の財政負担が少ないスキームへの変更の検討、自走可能な中間組織の構築がある。

有効な取組の例には佐賀県の事例がある。

真鶴町における事業継続が可能なスキームの検討 (自走可能な中間組織の構築)

事業当初から、次年度以降のシェアリングエコノミーが継続可能な形で事業を進めるため、再委託先の選定、サービス提供者・利用者の掘り起し、自走可能な中間組織の構築を検討
サービス提供者同士の信頼関係の構築や今後の働き方の再確認、継続するにはどうするべきかという「気づき」を共有するワークショップを実施



(ワークショップ参加者からの感想)

「皆さんのことを知る機会になりました」「いっしょにがんばれそうな期待が大きくなりました」「皆さん思っている事や感じている事は様々ですが、それが良い刺激になったり、共感できる部分も多いのではないかと感じました」という今後の自走組織化に前向きな発言あり

(今後の展開)

サービス提供者の業務・運営のスキルを向上させ、マネージャー業務を行えるリーダーを創出し、事業終了後も自走、継続して業務を請け負えるような体制構築を進めている

3-4-2-1. より自治体の財政負担が少ないスキームへの変更の検討

継続検討期においては、次年度以降においてランニングコストを削減するスキームを検討するのが有効である。

具体的には、事業実施の中で得られた協力団体に取組の一部を移管する等の方法が考えられる。例えば、実際に体験サービスを実施してみることで、農泊を行っている地域団体が利益を得られることが分かり、委託費を支払って行っていた取組を引き受けてもらえる

ようになる等がある。

このように、実際に事業に取り組んでみた結果として、より自治体の財政負担を少なくできる方法が発見できる場合があるので、発見できた場合にはスキームを変更するのが好ましい。

3-4-2-2. 自走可能な中間組織の構築

継続検討期においては、自治体の関与がなくなった後も自走が可能な中間組織を構築又は構築の準備を進めるのが有効である。

具体的には、事業に参加したサービス提供者グループの組織化、事業で構築した中間組織のNPO化、事業において中間組織が担った役割を地域団体に移管する等の方法がある。

事業の当初から自走可能な中間組織を設置することができるのが理想的であるが、中間組織を担う地域団体を見つけるのは難しいため、次善の策として、事業の中で構築していくのが有効である。

3-4-3. 事後調査

シェアリングエコノミー活用事業の継続検討期に実施すべき取組には、事後調査がある。事業を実施した結果として、どのような成果が得られたのか、課題は何か等を調査することで、事業を継続すべきかの判断や改善の検討が可能となる。

特に有効な取組には、対面ヒアリングによる成果の把握と課題・改善点の把握がある。

3-4-2-1. 対面ヒアリングによる成果の把握

事後調査では、地域課題の解決やサービス提供者の収入増加といった当初から想定できる以外の成果（生きがいに繋がる、社会復帰のきっかけになる等）も考えられるため、サービス提供者・利用者に直接対面でヒアリング調査を行うのが有効である。

アンケート調査では事前に設問を設定しておく必要があり、深掘りの質問も出来ないため、ヒアリング調査が好ましい。

ただし、ヒアリング調査は実施対象に限られるので、定量的な成果の把握にはアンケートを用いる等の対応が必要である。

3-4-2-2. 課題・改善点の把握

事後調査では、サービス提供者・利用者から事業の課題・改善点を調査し、継続に向けて改善を図るのが有効である。

利用の都度調査を行い、可能な改善は随時実施するのが好ましい。具体的には、サービス実施後にサービス提供者・利用者にアンケートに回答してもらい、結果をみて改善を図る方法がある。アンケートは紙を配布する方法やプラットフォームに依頼してWeb上で回答してもらう等の方法がある。

地域課題解決に向けたシェアリングエコノミーの活用に関する今後の課題

平成 30 年度シェアリングエコノミー活用推進事業において明らかとなった主な事項は以下のとおりである。

【今年度の実証で明らかになった主な事項】

- 地域においてシェアリングエコノミーを活用するためには、シェアリングエコノミーの認知度の向上、サービス提供者、利用者の掘り起こしなど、地域における細かいフォローが重要。
- 利用者の安心のため、プラットフォームの多くが首都圏に所在する中、相談窓口の設置など、地域で対面のフォローアップが出来る体制構築が重要。
- ICTリテラシーの低い高齢者等が主な利用者となるサービスが多く、プラットフォーム登録等の代行が必要。
- 地方公共団体の関与がなくなったあとでも自走できる組織を構築することが重要。

これらの事項を踏まえた上で考えられる今後の課題は以下の 2 点である。

- 地域に精通し、地域に根ざした地域団体をいかに地域課題の解決に向けたシェアリングエコノミーの実施主体又は中間組織としていくことができるか。
- 自走できる中間組織を構築するために地方公共団体はいかなる支援を行うべきか。