
「2018年度シェアリング・エコノミー等新分野の経済活動
の計測に関する調査研究」
報告書（抜粋）

2019年8月
内閣府経済社会総合研究所

目次

第1章 調査研究概要	2
第2章 国内におけるシェアリング・エコミーの実態把握	6
第3章 シェアリング・エコミーの経済規模計測に関する調査研究	13
第5章 本調査研究の成果と課題	28

※ 本報告書は、株式会社インテージリサーチへの平成30年度委託調査を踏まえ、内閣府で改めて結果を整理したものである。

第 1 章 調査研究概要

- 1 - 1 本調査研究の背景と目的
- 1 - 2 調査研究の概要
- 1 - 3 研究会開催概要

1 - 1 本調査研究の背景と目的

(1) 背景

- 正確な景気動向判断や我が国経済構造の正確な把握を通じて、国民の合理的意思決定の基盤となるGDP統計（国民経済計算）については、「統計改革の基本方針」（平成28年12月21日経済財政諮問会議決定）において基礎統計の改善と加工・推計手法等の改善の2つの構造的な改善方針が提起されている。これらGDP統計の改善の取組の中で、GDPの7割を占めるサービス業に関しては、サービス関連統計の発展的な統合及び調査項目の拡充や、シェアリング・エコミー等の多様化する新分野のサービス業のGDP統計への取り込み等が示されている。
- 内閣府経済社会総合研究所においては、GDP統計の改善に関する取組の一つとして「シェアリング・エコミー等の新分野の計測（デジタル・エコミーの計測の一環としての研究）」に取り組んでおり、平成29年度には、国内のシェアリング・エコミーに関するヒアリング調査やシェアリング・エコミーの2016年の名目生産額の試算を行い、今後の研究の方向や手法を整理した中間的結論が得られた。

(2) 目的

- 本調査研究では、平成29年度調査の結果を踏まえつつ、さらに、シェアリング・エコミーの経済活動をSNA体系に取り込むための基礎調査を実施し、今後の研究の方向性や手法について一定の結論を得ることを目的とする。
- 具体的には、シェアリング・エコミーの2017年の名目生産額の規模、及び、中間投入額を差し引いた名目付加価値額を試算する。

1 - 2 調査研究の概要

- 本調査研究では、シェアリング・エコミーの5つの分野（スペース、移動、モノ、スキル・時間、カネ）別に、仲介事業者とサービス提供者のそれぞれが行う経済活動について、公開されている財務情報やヒアリング調査等により売上や経費を把握し、それらを用いた付加価値額推計方法の検討、推計を行う。ヒアリング調査の設計や推計方法の検討、推計結果の妥当性については、有識者で構成する研究会で議論を行う。また、シェアリング・エコミーの統計的捕捉に関する先進的な海外事例に係る文献調査を行い、シェアリング・エコミー等新分野の経済活動の計測に関する今後の課題の洗い出しを行う。

<調査研究手法一覧>

手法	概要
1. 事業者ヒアリング調査	シェアリング・エコミーの仲介事業者を対象に、生産・費用の構造を把握するため、事業内容や売上、経費等に関してヒアリング調査を実施する。対象事業者は、シェアリング・エコミーの分野別に選定する。
2. 提供者 WEBアンケート調査	シェアリング・エコミーの提供者（ホスト）を対象に、提供者の受取額（CtoCの純取引額）や費用構造、付加価値額の推計に資するWEBアンケート調査を実施する。
3. 費用構造および 付加価値額の推計	シェアリング・エコミーの分野別に、2017年の市場規模を推計した上で、ヒアリング結果等を基にして費用構造および付加価値額の推計を行う。
4. 文献調査	文献調査を通じて、統計調査における新しいサービス業の取り込み、シェアリング・エコミーを把握するための新たな手法など、シェアリング・エコミーの経済活動を把握するための動向を整理する。
5. 研究会	本調査研究の手法、調査結果、ならびに、分析・とりまとめについて、有識者の参画のもと、研究会を開催し検討を行う。

1 - 3 研究会開催概要

■ 本調査研究では、有識者による「シェアリング・エコミー等新分野の経済活動の計測に関する調査研究会」を設置し、計4回の検討を行った。

<有識者名簿> (五十音順・敬称略)

	氏名	所属
(座長)	櫻本 健	立教大学経済学部准教授
	中島 隆信	慶應義塾大学商学部教授
	西村 清彦	政策研究大学院大学特別教授
	南 章行	株式会社ココナラ代表取締役、シェアリングエコミー協会理事
	山澤 成康	跡見学園女子大学マネジメント学部教授

<研究会開催実績>

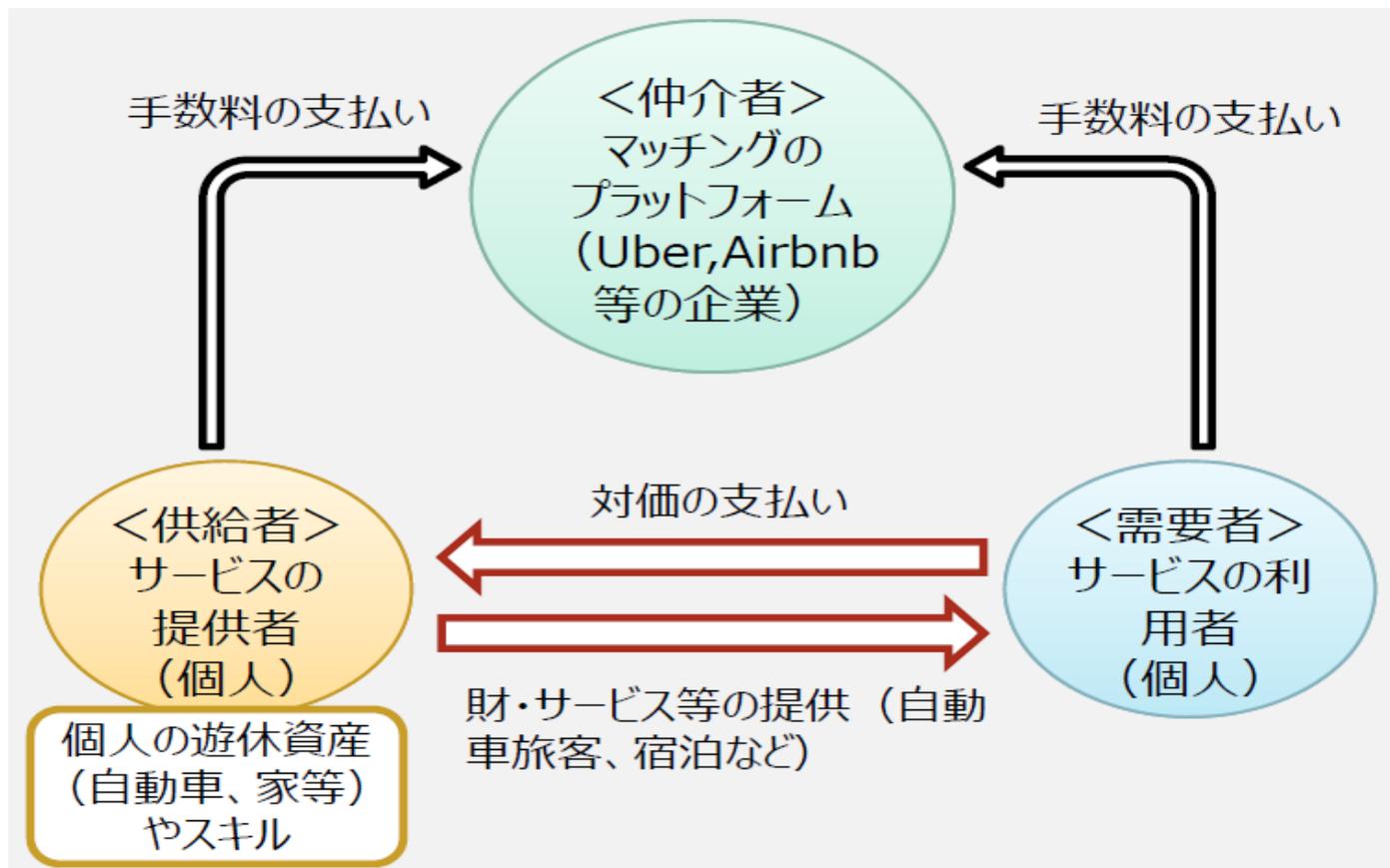
	日時	議事
第1回	2018年10月9日(火) 14:00~16:00	1) 研究会設置概要の説明 2) 平成29年度調査研究の報告 3) 企業ヒアリング調査の検討 4) 今後のスケジュール
第2回	2018年12月18日(火) 15:00~17:00	1) 企業ヒアリング調査・実施状況報告 2) 生産額及び付加価値額の推計方法について 3) 個人事業主対象WEBアンケート調査実施について 4) 今後の進め方について
第3回	2019年1月31日(木) 10:00~12:00	1) 企業ヒアリング調査・実施状況追加報告 2) 個人事業主対象WEBアンケート調査結果報告 3) 生産額及び付加価値額の推計方法について 4) 文献調査等進捗報告 5) 報告書・骨子案について
第4回	2019年2月28日(木) 16:00~18:00	1) 調査研究報告書案について

第2章 国内におけるシェアリング・エコノミーの実態把握

- 2-1 シェアリング・エコノミーの概要
- 2-2 シェアリング・エコノミーの分野別類型
- 2-3 仲介事業者へのヒアリング調査結果
- 2-4 提供者へのインターネット調査結果

2-1 シェアリング・エコミーの概要

- シェアリング・エコミーについては、総務省「平成29年版情報通信白書」（平成29年）では、「個人等が保有する活用可能な資産等を、インターネット上のマッチングプラットフォームを介して他の個人等でも利用可能とする経済活性化活動」と定義されている。



■ シェアリング・エコミーのイメージ図

(出典) 三菱総合研究所 (2017) 「サービス統計再構築に関する調査研究 報告書」,
総務省統計委員会担当室委託研究

2-2 シェアリング・エコノミーの分野別類型

- シェアリング・エコノミーは大きく区分すると5分野（スペース、モノ、スキル・時間、移動、カネ）に区分され、また各分野内では複数の事業類型がある。
- 本調査研究ではシェアリング・エコノミーにおける5分野のCtoC取引を対象とし調査を実施。

分野	事業類型	概要	備考
スペース	民泊	個人の自宅や空き家等住宅をシェア（宿泊者向けに貸し出し）	CtoCが主
	民泊以外	空き地やテナント、駐車場、事業用スペース等のシェア（貸し出し）	BtoCが主
モノ	フリマアプリ（中古品）	中古品を個人間で売買	CtoCが主
	フリマアプリ（個人製造品（ハンドメイド品））	個人製造品（ハンドメイド品）を売買	CtoCが主
	モノの賃貸	服飾品、雑貨等の個人資産を貸し借り ※乗り物のシェアも含む	CtoCが主だが、事業者が自らの資産をレンタルする場合もある
スキル・時間	スキル・時間シェア	家事サービスのマッチング イラスト製作等のスキルのフリーマーケット	CtoCが主
	クラウドソーシング	インターネットを介した、不特定多数の人への業務依頼	BtoCが主、CtoCはわずか
移動	ライドシェア	個人が行う旅客輸送サービスや相乗りのマッチング	規制により国内でのサービス展開は限定的
カネ	寄付型クラウドファンディング	個人・法人等が寄付を募る（資金提供の対価はなし）	BtoC、CtoCいずれも想定される
	購入型クラウドファンディング	個人・法人等が寄付を募り、寄付金を元手に製品開発等を行う（資金提供の対価として完成後の製品等を受け取る）	BtoC、CtoCいずれも想定される
	投資型クラウドファンディング	事業者が発行する株式の購入や、事業者への融資等を行う	BtoC、CtoCいずれも想定される

株式会社インターリサーチ作成

2-3 仲介事業者へのヒアリング調査結果

(1) 調査概要

- 国内におけるシェアリング・エコノミーの経済活動の実態の把握、及び、市場規模・付加価値額の統計的捕捉が可能な手法の検討を行うことを目的に、シェアリング・エコノミーの仲介事業者へのヒアリング調査を実施した。

<ヒアリング調査概要>

項目	概要
調査対象 (選定方針)	<ul style="list-style-type: none">・ シェアリング・エコノミー仲介事業を営む「事業者」（CtoC取引を仲介するプラットフォームサービスを運営する企業）とした。・ 一般社団法人シェアリングエコノミー協会会員企業の一覧や、各種報道等を参考に、上記に該当する企業をリストアップし、調査依頼を行う。事業規模が大きい等、業界の主要プレイヤーと想定される事業者優先的に依頼。・ シェアリング・エコノミーの5分野において、各分野1社以上にヒアリングを行うよう選定・依頼。計10社から回答を得た。
調査方法	<ul style="list-style-type: none">・ 対面によるヒアリング調査。・ 調査項目を整理した「ヒアリングシート」を事前送付し、回答を得たうえで訪問し、回答内容を深堀する形式で行う。事前に回答が得られない場合は、訪問時に質問し聴取。
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none">・ 事業の概況（事業開始時期、形態、仕組み・取引方法等）・ 利用状況（提供者数、利用者数、取引件数、取引金額、アプリケーション・ダウンロード数）・ 収益状況（売上、手数料等収入、手数料以外収入）・ 支出状況（総費用額、費用内訳）・ 公的統計への協力状況（公的統計の回答経験、体制、今後の協力意向、等）
調査期間	<ul style="list-style-type: none">・ 2018年11月～2019年1月

2-3 仲介事業者へのヒアリング調査結果

(2) ヒアリング調査結果 ①シェアリング事業 (CtoC取引) の概況等、売上の構成、費用構造

分野	売上			費用
	CtoC比率	国内/海外比率	売上構成	費用構成
スペース	<ul style="list-style-type: none"> ・(民泊以外)取引のうち7~8割程度がCtoC 	<ul style="list-style-type: none"> ・(民泊以外)ほぼ全てが国内取引 	<ul style="list-style-type: none"> ・(民泊以外)手数料が売上の大半を占める ・手数料率は取引額の20~40%程度 	<ul style="list-style-type: none"> ・(民泊以外)主要な費用項目は、 ①「給与総額」 ②「広告宣伝費」 ③「業務委託費」(委託先の人件費)
移動	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ・現在は無償サービスとして展開しており、収入・売上なし 	-
モノ	<ul style="list-style-type: none"> ・(フリマアプリ)ほぼ全ての取引がCtoC ・(モノの賃貸)取引の1/3~ほぼ大半がCtoC 	<ul style="list-style-type: none"> ・ほぼ全てが国内取引 	<ul style="list-style-type: none"> ・(フリマアプリ)手数料が売上の大半。各社とも、手数料率は取引額の10%程度 ・(モノの賃貸)月会費制の定額方式(会員は、会費を払えば何度でも取引ができる)サービスもある 	<ul style="list-style-type: none"> ・(フリマアプリ)「広告宣伝費」割合が最も高く、費用総額の約30~50%、次いで「給与総額」、「支払手数料」、「支払利息等」等が主要な費用項目 ・(モノの賃貸)「給与総額」が多くを占める。「広告宣伝費」は、多くを占める企業と殆ど含まれない企業に二分される。この他、個人資産の管理・メンテナンス等に関する費用の割合が高い場合がある
スキル・時間	<ul style="list-style-type: none"> ・(クラウドソーシング)取引の大半がBtoC 	<ul style="list-style-type: none"> ・ほぼ全てが国内取引 	<ul style="list-style-type: none"> ・(クラウドソーシング)手数料収入が売上の多くを占める。各社の手数料率は取引額の5~20%程度 ・(クラウドソーシング)企業からの業務受託料等の収入もある 	<ul style="list-style-type: none"> ・「給与総額」が最も高く、各社で30~40%程度を占める。次いで「広告宣伝費」で、高い企業では15~20%程度を占める
カネ	<ul style="list-style-type: none"> ・BtoCとCtoCの割合は件数ベースで半々程度 	<ul style="list-style-type: none"> ・ほぼ全てが国内取引 	<ul style="list-style-type: none"> ・手数料が売上の大半を占める。手数料率は取引額の10~20%程度 	<ul style="list-style-type: none"> ・「給与総額」が最も高く、5割を超える

2-4 提供者へのインターネット調査結果

(1) 調査概要

- シェアリング・エコミーの提供者の経済規模（生産額、中間投入額、付加価値額）の推計には、個人世帯におけるシェアリング・エコミーに関する収入・支出に関する情報が必要となる。しかし、現時点で、公的調査等において捕捉できていない。そこで、本調査研究では、民間事業者のインターネットアンケート・モニターを活用したアンケートを用い、シェアリング・エコミーの提供者の経済規模（生産額、中間投入額、付加価値額）の推計に必要な情報を収集した。
- 調査は、シェアリング・エコミーにおける提供者を抽出するためのスクリーニング調査と、提供者のシェアリング・エコミーによる収入・支出等の詳細を把握する本調査の2段階で実施した。

<インターネット調査概要>

項目	概要
調査手法	インターネット・アンケート
利用モニター	民間企業が保有・管理するインターネット・アンケートモニター（インテージ・マイティモニター）
対象者 属性・条件	(スクリーニング調査) 男女・20～69歳 京浜（東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県）、中京（愛知県）、京阪神（京都府・大阪府・兵庫県）在住 (本調査) 2017年の1年間にシェアリング・エコミーによる収入がある者
サンプル数	(スクリーニング調査) 回収数：102,222サンプル (本調査) 依頼数：1,757サンプル、回収数：801サンプル
調査期間	(スクリーニング調査) 2019年1月11日～1月15日 (本調査) 2019年1月18日～1月21日

2-4 提供者へのインターネット調査結果

(2) 調査項目

■ 本調査では、分野別に設問の内容、表現を変えながら、分野に応じて該当する設問・選択肢による調査を行った。

<調査項目>

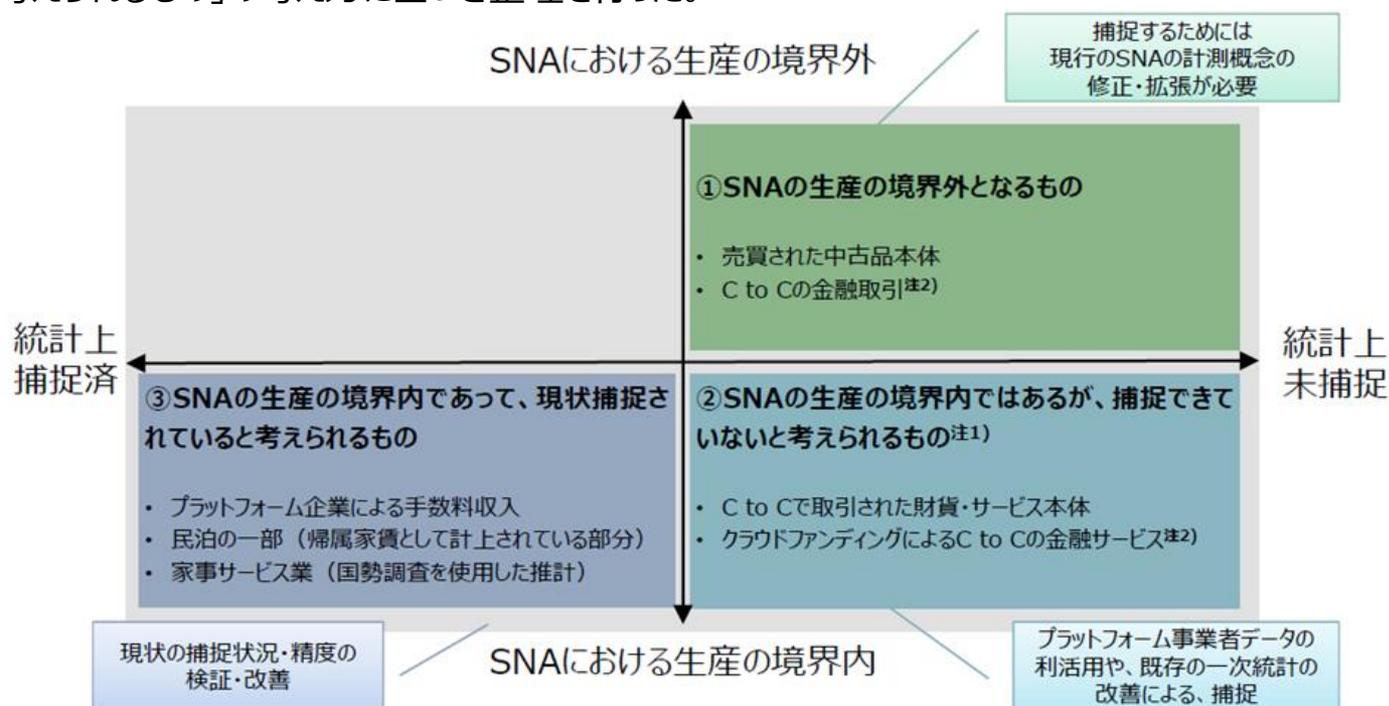
スクリーニング調査	本調査
Q1：性別	Q1：性別
Q2：年齢	Q2：年齢
Q3：シェアリング・エコノミーの利用有無（利用/提供）	Q3：提供経験のある分野の確認
（以下Q3→「提供経験あり」のみ対象）	<以下は、スクリーニング調査で回答のあった「シェアリング経験のある分野・サービス」から1分野を指定して回答>
Q4：シェアリング提供経験のある分野・サービス	Q4：提供開始年月
Q5：シェアリング提供による1年間の収入規模	Q5：1年間の収入総額、支出総額
	Q6：【民泊】物件の居住有無
	Q7：【民泊】物件の所有状況
	Q8：【民泊】購入金額/賃貸金額
	Q9：【民泊】提供スペース割合
	Q10：【民泊】提供日数、使用予定年数
	Q11：【民泊】項目別費用（代行・外注利用確認）
	Q12：【民泊】代行依頼事項
	Q13：【モノ】提供物品
	Q14：【モノ】物品の購入金額、提供日数、使用予定年数
	Q15：【モノ】項目別費用
	Q16：【スキル】項目別費用
	Q17：【移動】自動車の購入金額、提供日数、使用予定年数
	Q18：【スペース】駐車場の所有状況
	Q19：【移動】及び【スペース】項目別費用

第3章 シェアリング・エコミーの経済規模計測に関する調査研究

- 3-1 シェアリング・エコミーの経済活動のSNAにおける生産境界
- 3-2 シェアリング・エコミーの生産額の試算
- 3-3 シェアリング・エコミーの付加価値額の試算

3-1 シェアリング・エコノミーの経済活動のSNAにおける生産境界

- シェアリング・エコノミーの経済活動について、平成29年度調査に引き続き生産額の試算を試みる。算出方法については、平成29年度調査の推計手法を踏襲しつつ、本調査研究で得られた情報を活用するとともに分野によっては手法の見直しを行った。
- 推計にあたっては、平成29年度調査で整理された、「①SNAの生産の境界外となるもの」、「②SNAの生産の境界内ではあるが、捕捉できていないと考えられるもの」、「③SNAの生産の境界内であって、現状捕捉されていると考えられるもの」の考え方にに基づき整理を行った。



注1) なお、インターネット上の無償サービスについては、生産の境界内であり、「広告収入」という形でその売り上げが把握可能であるが、「無償サービス」それ自体としての把握は困難である。
 注2) なお、資金の融資等については、手数料を除き、金融取引として扱われ、SNAの生産の境界外となる。仲介サービスの手数料等の金融サービスは、生産の境界内となる。

■ シェアリング・エコノミー等の経済活動捕捉の概念整理イメージ

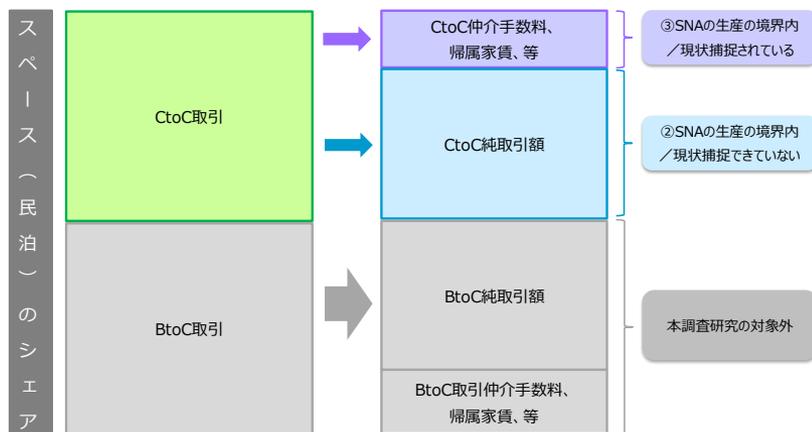
(出典) 内閣府経済社会総合研究所委託業務・三菱総合研究所「シェアリング・エコノミー等新分野の経済活動の計測に関する調査研究」報告書概要版 (2018)

3-2 シェアリング・エコノミーの生産額の試算（スペース（民泊））

（1）スペース（民泊）

① 生産額の考え方

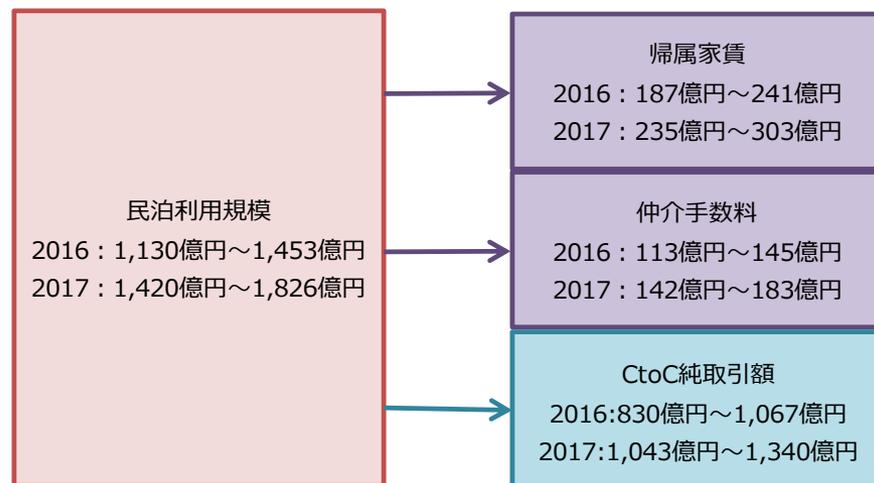
- スペース（民泊）のシェアは、個人の提供者による「CtoC取引」について、本調査研究の対象とする。
- 個人の提供者による「CtoC取引」のうち、純取引額は「② SNAの生産の境界内／現状捕捉できていない」に、仲介事業者への取引仲介手数料や物件の帰属家賃等は「③ SNAの生産の境界内／現状捕捉されている」、に分類される。
- 「CtoC取引」にはビジネス利用分が含まれると考えられるが、現時点では情報が得られないことから「ビジネス利用はない」と仮定し推計する。



② 生産額の推計結果

- 民泊利用規模は2016年が1,130億円～1,453億円、2017年が1,420億円～1,826億円と推計された。
- 帰属家賃は2016年が187億円～241億円、2017年が235億円～303億円、仲介手数料は2016年が113億円～145億円、2017年が142億円～183億円となり、CtoC純取引額は2016年が830億円～1,067億円、2017年が1,043億円～1,340億円と推計された。

※ なお、本推計結果は各種調査結果から得られた比率などを用いた按分計算などに基づく概算額である。

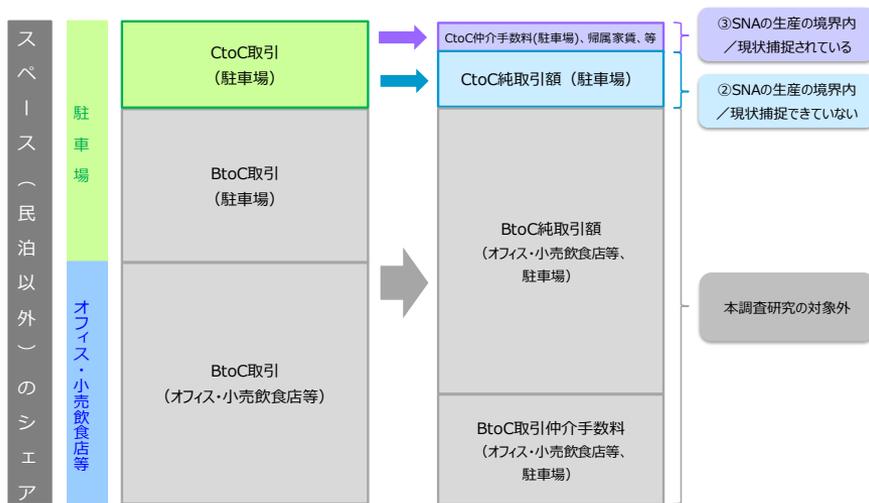


3-2 シェアリング・エコノミーの生産額の試算（スペース（民泊以外））

(2) スペース（民泊以外）

① 生産額の考え方

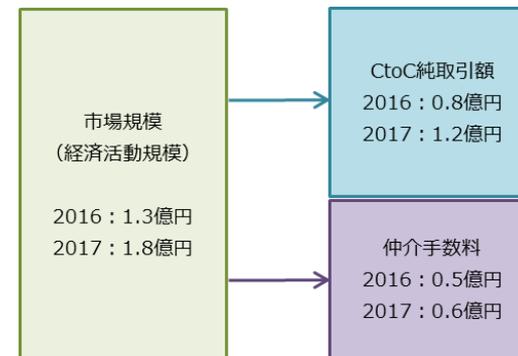
- スペース（民泊以外）のシェアについては、大きく、「オフィス・小売飲食店」、「駐車場」に分類されるが、仲介事業者へのヒアリング調査の結果、「オフィス・小売飲食店」については、ほぼ「BtoC取引」であり本調査研究の対象外とした。
- 駐車場のシェアにおける「CtoC取引」のうち、CtoC純取引額は「②SNSの生産の境界内／現状捕捉ができていない」に、仲介事業者への取引仲介手数料は「③SNAの生産の境界内／現状捕捉されている」、に分類される。



② 生産額の推計結果

- 駐車場シェア（CtoC取引額）の市場規模（経済活動規模）は、2016年が1.3億円、2017年が1.8億円と推計された。
- 仲介手数料は2016年が0.5億円、2017年が0.6億円となり、CtoC純取引額は2016年が0.8億円、2017年が1.2億円と推計された。

※ なお、本推計結果は各種調査結果から得られた比率などを用いた按分計算などに基づく概算額である。

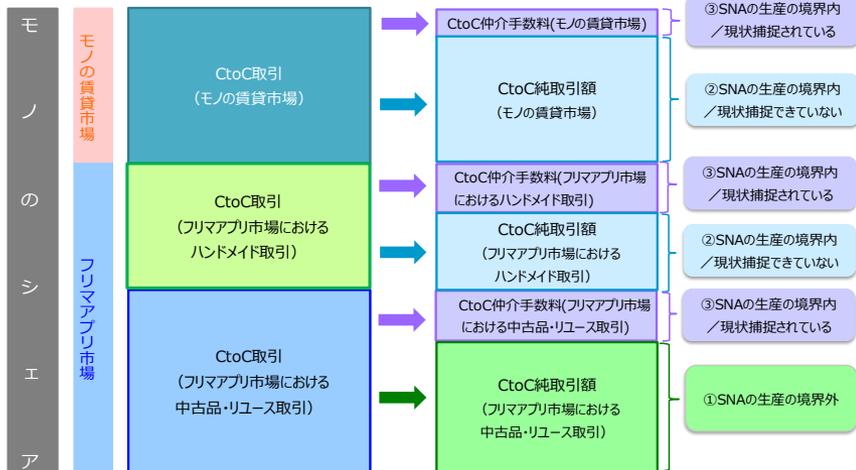


3-2 シェアリング・エコノミーの生産額の試算 (モノ)

(3) モノ

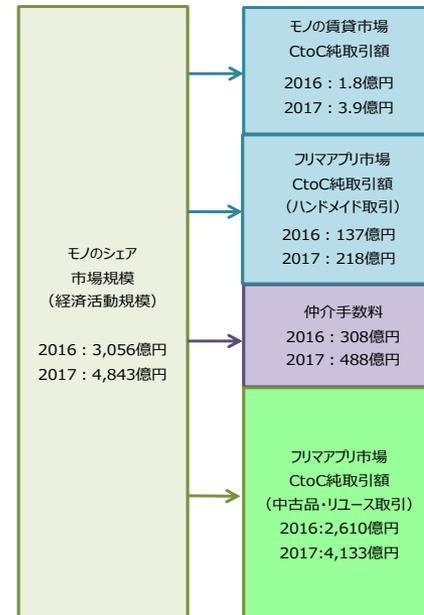
① 生産額の考え方

- モノのシェアについては、「モノの賃貸市場」、「フリマアプリ市場」に分類され、基本的にはCtoC取引となる。
- 「モノの賃貸市場」のうち、CtoC純取引額が「②SNAの生産の境界内／現状捕捉できていない」に、仲介手数料が「③SNAの生産の境界内／現状捕捉されている」に分類される。「フリマアプリ市場」のうち、「中古品・リユース取引」の純取引額は「①SNAの生産の境界外」、「ハンドメイド取引」の純取引額は「②SNAの生産の境界内／現状捕捉できていない」に、仲介手数料は「③SNAの生産の境界内／現状捕捉されている」に分類される。



② 生産額の推計結果

- モノのシェアの市場規模（経済活動規模）は、2016年が3,056億円、2017年が4,843億円と推計された。仲介手数料は2016年が308億円、2017年が488億円となり、CtoC純取引額はモノの賃貸市場については2016年が1.8億円、2017年が3.9億円、フリマアプリ市場（ハンドメイド取引）については2016年が137億円、2017年が218億円、フリマアプリ市場（中古品・リユース取引）については2016年が2,610億円、2017年が4,133億円と推計された。



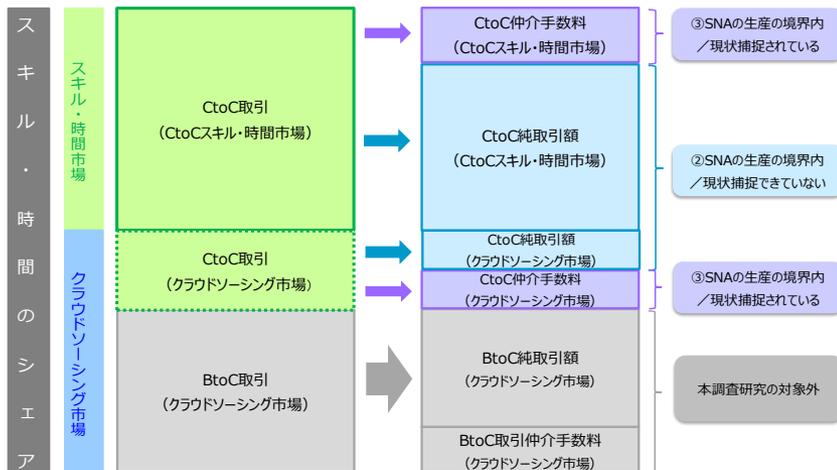
※ なお、本推計結果は各種調査結果から得られた比率などを用いた按分計算などに基づく概算額である。

3-2 シェアリング・エコノミーの生産額の試算（スキル・時間）

(4) スキル

① 生産額の考え方

- スキル・時間のシェアについては、大きく、「スキル・時間市場」、「クラウドソーシング市場」に分類される。
- 「スキル・時間市場」のうち、純取引額は「②SNAの生産の境界内／現状捕捉ができていない」に、取引仲介手数料は「③SNAの生産の境界内／現状捕捉されている」に分類される。
- 「クラウドソーシング市場」はほとんどが今回の調査対象外となるBtoC取引であり、一部のCtoC取引のみ本調査研究の対象とする。



② 生産額の推計結果

- スキル・時間市場の市場規模（経済活動規模）は、2017年が36億円と推計された。仲介手数料は2017年が6.9億円となり、CtoC純取引額は2017年が29.1億円と推計された



- クラウドソーシング市場におけるCtoC市場規模（経済活動規模）は、2016年が3.2億円、2017年が5.6億円と推計された。仲介手数料は2016年が0.6億円、2017年が1.1億円となり、CtoC純取引額は2016年が2.6億円、2017年が4.5億円と推計された。



3-2 シェアリング・エコノミーの生産額の試算（カネ）

（5）カネ

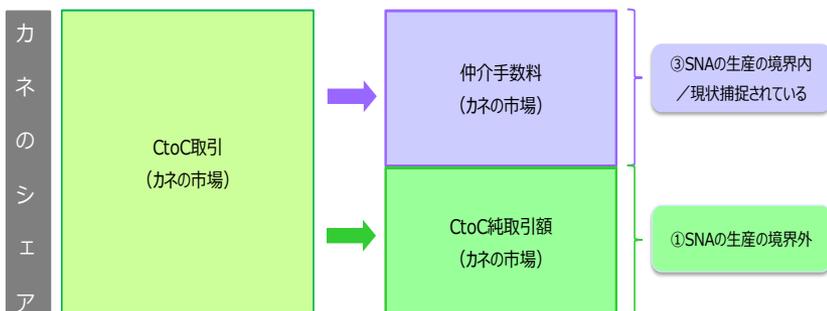
①生産額の考え方

- カネのシェアのうち、資金を提供する側から資金を集めるプロジェクト起案者へのカネのやり取りは、SNA上は金融取引であり、「①SNAの生産の境界外」となる。取引仲介手数料は「③SNAの生産の境界内／現状捕捉されている」に分類される。

②生産額の推計結果

- カネのシェア市場におけるCtoC市場規模（経済活動規模）は、2016年が63億円～72億円、2017年が94.5億円～144億円と推計された。
- 仲介手数料は2016年が12.6億円～14.4億円、2017年が18.9億円～28.8億円となり、CtoC純取引額は2016年が50.4億円～57.6億円、2017年が75.6億円～115.2億円と推計された。

※ なお、本推計結果は各種調査結果から得られた比率などを用いた按分計算などに基づく概算額である。



3-2 シェアリング・エコノミーの生産額の試算（2016年・2017年）

(6) まとめ

- 各分野の経済活動規模を合計すると、概算で2016年は4,200億円～4,500億円程度、2017年は6,300億円～6,700億円程度となり、前年比で50%程度の伸びとなった。SNAの生産の境界内だが現在、捕捉できていないと考えられる経済活動規模は、2016年は1,000億円～1,200億円程度、2017年は1,300億円～1,600億円程度となり、前年比で30%強の伸びとなった。

分野		年次	①SNAの生産の境界外となるもの	②SNAの生産の境界内／現在、捕捉できていないと考えられるもの	③SNAの生産の境界内／現在、捕捉できていると考えられるもの	総額
スペース	民泊	2016年	－	800億円～1,100億円程度	300億円～400億円程度	1,100億円～1,500億円程度
		2017年	－	1,000億円～1,300億円程度	400億円～500億円程度	1,400億円～1,800億円程度
	駐車場	2016年	－	5億円未満	5億円未満	5億円未満
		2017年	－	5億円未満	5億円未満	5億円未満
	オフィス・小売飲食店等	2016年	－	－	－	－
		2017年	－	－	－	－
モノ	フリマアプリ	2016年	2,600億円程度	100億円程度	300億円程度	3,100億円程度
		2017年	4,100億円程度	200億円程度	500億円程度	4,800億円程度
	モノの賃貸	2016年	－	5億円未満	5億円未満	5億円未満
		2017年	－	5億円未満	5億円未満	5～10億円程度
スキル・時間	クラウドソーシング	2016年	－	5億円未満	5億円未満	5億円未満
		2017年	－	5億円未満	5億円未満	5～10億円程度
	スキル・時間シェア	2016年	－	－	－	－
		2017年	－	30億円程度	10億円程度	40億円程度
カネ	2016年	(50億円程度)	－	10億円程度	10億円程度	
	2017年	(100億円程度)	－	20億円～30億円程度	20億円～30億円程度	
総額	2016年	2,600億円程度	1,000億円～1,200億円程度	600億円～700億円程度	4,200億円～4,500億円程度	
	2017年	4,100億円程度	1,300億円～1,600億円程度	900億円～1,000億円程度	6,300億円～6,700億円程度	

※数値は概算額であり、端数処理の関係上内訳の合計は総額と一致しない場合がある。数値は10億円以上100億円未満の場合10億円単位に揃えて四捨五入、それ以上の場合100億円単位に揃えて四捨五入を行った。なお、生産額の規模が10億円未満の場合、「5億円未満」もしくは「5～10億円程度」と表記している。

※試算時点で利用可能な情報を用い一定の前提に基づいて試算した結果であり、幅を持って見る必要がある。

※移動のシェア（ライドシェア）については、道路運送法上の規制を踏まえ、我が国における経済活動は試算時点では極めて小規模と考えられるため、今回の推計からは除外した。

※カネのシェアのうち、C to Cの資金の取引（括弧書き部分）は、SNA上の生産に当たらず金融取引となるため、参考値とし、合計からも除外している。

注：2017年度調査研究からの推計方法の変更点：（民泊）データの更新可能性や民泊に関する情報の入手可能性を踏まえ、観光庁「宿泊旅行統計調査」による供給側推計から、日本銀行「国際収支統計」及び「観光庁「訪日外国人消費動向調査」を用いた需要側推計に変更した。（民泊以外）駐車場シェア（C to C取引）を調査対象に含めた。（モノ）「フリマアプリ市場」のみの推計から「モノの賃貸市場」を調査対象に含めた。（スキル・時間）及び（カネ）調査対象をC to C取引に限定した。

3-2 (参考) シェアリング・エコノミーの生産額の推計手順概要

シェアリングの各分野において、生産額の推計手順は下記のとおり。

民泊	<p>▶ 日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」の訪日外客数に観光庁「訪日外国人消費動向調査」の平均泊数を乗じ、外国人延べ宿泊者数（有償宿泊）を推計。観光庁「訪日外国人消費動向調査」の「有償での住宅宿泊」の宿泊者を「民泊宿泊者」とみなし、そのうえで、民泊宿泊・外国人延べ宿泊者数、宿泊費に占める民泊宿泊割合を推計。日本銀行「国際収支統計」の旅行収支（業務外）受取額に、外国人旅行客の滞在中の支出に占める宿泊費の割合及び宿泊費に占める民泊の割合を乗じ、民泊利用の外国人割合で割って生産額を推計した。</p>
スペース (民泊以外)	<p>▶ 駐車場シェアリングの売上※1に、CtoC比率※1を乗じ、業界シェアで除し、さらに仲介手数料率で割り戻して生産額を推計した。</p>
モノ (フリマアプリ・賃貸)	<p>▶ フリマアプリ市場の市場規模は経済産業省「平成29年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備」での「フリマアプリ市場」の取引総額とし、ハンドメイド品はその一定比率を占めると仮定して推計した。モノの賃貸市場の生産額はシェアリングを行った仲介事業者のCtoC分取引額合計とした。仲介手数料は、取引額に手数料率※1を乗じて推計し、市場規模から仲介手数料を差し引いた金額をCtoC純取引額とした。</p>
スキル・ 時間	<p>▶ クラウドソーシング市場では、取引総額※1にCtoC比率※1を乗じて生産額を推計した。スキル・時間市場では全ての取引がCtoCであるとみなし、シェアリング結果の取引総額を生産額とした。仲介手数料は、手数料※1を用いて推計し、生産額から仲介手数料を差し引いた金額をCtoC純取引額とした。</p>
カネ	<p>▶ 2016年の国内クラウドファンディング支援金額に一定の取引額成長率※1を乗じて、2017年の同金額を推計した。さらに、特定の業者の支援実績から算出したCtoC比率を乗じてCtoC支援金額 = カネのシェア市場規模を推計した。仲介手数料は、経済活動規模に手数料率※1を乗じて推計し、市場規模から仲介手数料を差し引いた金額をCtoC純取引額とした。</p>

※1：仲介事業者シェアリング結果を用いた。

3-3 シェアリング・エコミーの付加価値額の試算

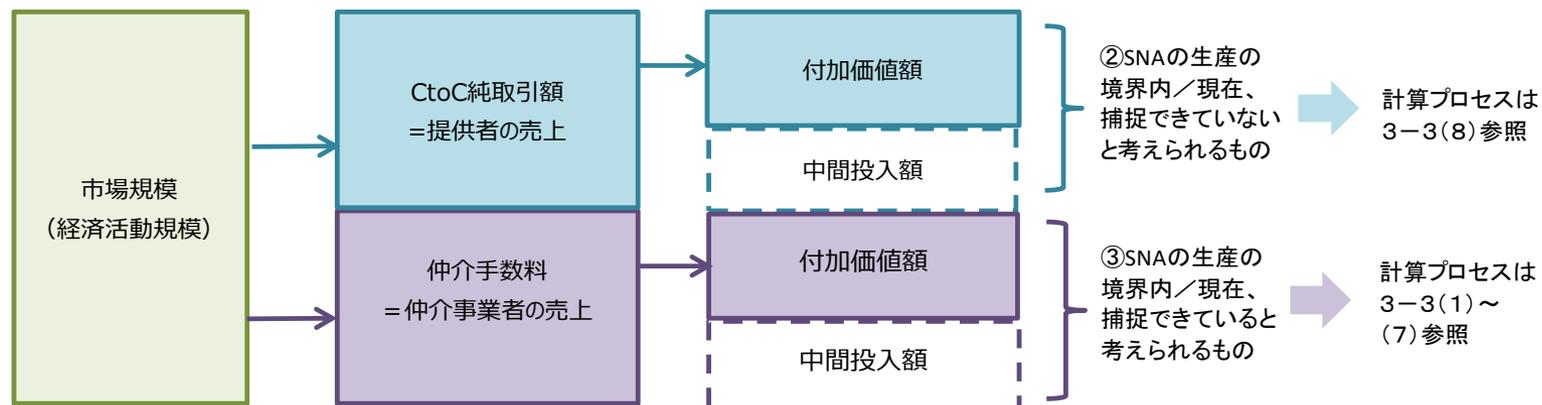
- 本調査研究では、GDPの概念に準じて注)、2017年における名目ベースによる生産額(市場規模)の推計を踏まえ、中間投入額を差し引いた付加価値額の推計を試みた。
- 付加価値額は、費用総額から給与総額、租税公課、減価償却費を除いた額を売上高から差し引き算出する(以下の式のとおり)。

$$\text{付加価値額} = \text{売上高} - (\text{費用総額} - \text{給与総額} - \text{租税公課} - \text{減価償却費})$$

※ 費用総額は、売上原価+販売費及び一般管理費

注) GDPは国内産出額から中間投入額を控除した付加価値額にあたる。

- シェアリング・エコミーの分野別に付加価値額を推計することに際して、仲介事業者と提供者の付加価値額をそれぞれ推計する。推計では改めて仲介事業者については仲介手数料を売上高とみなし、提供者についてはCtoC純取引額を売上高とみなす。
- 内訳別の費用額については、経済産業省「企業活動基本調査」インターネット附随サービス業の資本金規模別結果、もしくは事業者ヒアリング調査結果、提供者を対象としたインターネット調査結果を基に算出した。



3-3 シェアリング・エコノミーの付加価値額の試算（スペース）

(1) 仲介事業者：スペース（民泊）

- スペース（民泊）は仲介事業者ヒアリング調査が行えず、「企業活動基本調査」における売上高に対する費用総額、給与総額、租税公課、減価償却費の比率を用い付加価値額の推計を試みた。
- スペース（民泊）のシェア市場の市場規模（経済活動規模）の推計で算出した、「仲介手数料」の142億円～183億円を売上とみなし、売上に対する費用総額、給与総額、租税公課、減価償却費の比率を乗じて、それぞれの額を算出した。その結果、仲介手数料についての付加価値額は53億円～68億円となった。
- これに市場規模（経済活動規模）を用いて推計した帰属家賃に付加価値率（平成23年産業連関表）を乗じた額を加算したところ、スペース（民泊）の付加価値額は256億円～329億円となった。

スペース（民泊）・市場規模（A）	142	～	183 億円	
スペース（民泊）・費用総額（B）	110	～	141 億円	
（費用内訳）	給与総額（C）	16	～	20 億円
	租税公課（D）	1	～	1 億円
	減価償却費（E）	4	～	5 億円

スペース（民泊）・仲介手数料付加価値額（F） （F）= A - （B - C - D - E）	53	～	68 億円
--	----	---	-------



スペース（民泊）・帰属家賃（G）	203	～	261 億円
------------------	-----	---	--------



スペース（民泊）・付加価値額（F + G）	256	～	329 億円
-----------------------	-----	---	--------

(2) 仲介事業者：スペース（民泊以外）

- スペース（民泊以外）は、仲介事業者ヒアリング調査の結果により、売上高に対する費用総額、給与総額、租税公課、減価償却費の比率を算出した。
- スペース（民泊以外）の市場規模（経済活動規模）の推計で算出した、「仲介手数料」の0.6億円を売上とみなし、事業者ヒアリングの結果得た費用総額、給与総額、租税公課、減価償却費の売上に対する比率を乗じて、それぞれの額を算出した。
- その結果、付加価値額を試算したところ、-0.2億円とマイナスの値になったが、本調査研究では付加価値額は「0」として扱うこととする。

スペース（民泊以外）・市場規模（A）	0.6 億円	
スペース（民泊以外）・費用総額（B）	1.4 億円	
（費用内訳）	給与総額（C）	0.6 億円
	租税公課（D）	0.0 億円
	減価償却費（E）	0.0 億円

スペース（民泊以外）・付加価値額（F） （F）= A - （B - C - D - E）	-0.2 億円
---	---------



付加価値額がマイナスのため、「0」とみなす

3-3 シェアリング・エコノミーの付加価値額の試算（モノ）

（3）仲介事業者：モノ（フリマアプリ市場）

- フリマアプリ市場の仲介事業者ヒアリング調査の結果、売上、費用総額、給与総額のみ聴取ができ、そのため、租税公課、減価償却費については「企業活動基本調査」における費用総額に対する比率を用い付加価値額の推計を試みた。
- フリマアプリ市場規模（経済活動規模）の推計で算出した、「仲介手数料」の484億円を売上とみなし、売上に対する費用総額、給与総額、租税公課、減価償却費の比率を乗じて、それぞれの額を算出した。その結果、付加価値額を試算したところ169億円となった。

モノ-フリマアプリ・市場規模（A）	484 億円	
モノ-フリマアプリ・費用総額（B）	360.1 億円	
（費用内訳）	給与総額（C）	29.2 億円
	租税公課（D）	2.9 億円
	減価償却費（E）	13.1 億円

モノ-フリマアプリ・付加価値額（F） （F）= A - （B - C - D - E）	169 億円
--	--------

（4）仲介事業者：モノ（モノの賃貸市場）

- モノの賃貸市場の仲介事業者ヒアリング調査の結果、売上、費用総額、給与総額のみ聴取ができ、そのため、租税公課、減価償却費については「企業活動基本調査」における費用総額に対する比率を用い付加価値額の推計を試みた。
- モノの賃貸市場規模（経済活動規模）の推計で算出した、「仲介手数料」の3.7億円を売上とみなし、売上に対する費用総額、給与総額、租税公課、減価償却費の比率を乗じて、それぞれの額を算出した。その結果、付加価値額を試算したところ0.9億円となった。

モノ-賃貸・市場規模（A）	3.7 億円	
モノ-賃貸・費用総額（B）	3.8 億円	
（費用内訳）	給与総額（C）	0.9 億円
	租税公課（D）	0.0 億円
	減価償却費（E）	0.1 億円

モノ-賃貸・付加価値額（F） （F）= A - （B - C - D - E）	0.9 億円
--	--------

3-3 シェアリング・エコノミーの付加価値額の試算（スキル・時間）

(5) 仲介事業者：スキル（クラウドソーシング市場）

- クラウドソーシング市場の仲介事業者ヒアリング調査の結果、売上、費用総額、給与総額のみ聴取ができ、そのため、租税公課、減価償却費については「企業活動基本調査」における費用総額に対する比率を用い付加価値額の推計を試みた。
- クラウドソーシングの市場規模（経済活動規模）の推計で算出した、「仲介手数料」の1.1億円を売上とみなし、売上に対する費用総額、給与総額、租税公課、減価償却費の比率を乗じて、それぞれの額を算出した。その結果、付加価値額を試算したところ0.6億円となった。

スキル-クラウドソーシング・市場規模 (A)	1.1 億円
スキル-クラウドソーシング・費用総額 (B)	1.1 億円
(費用内訳)	
給与総額 (C)	0.6 億円
租税公課 (D)	0.0 億円
減価償却費 (E)	0.0 億円

スキル-クラウドソーシング・付加価値額 (F)	0.6 億円
(F) = A - (B - C - D - E)	

(6) 仲介事業者：スキル（スキル・時間市場）

- スキル・時間市場の仲介事業者ヒアリング調査の結果、売上、費用総額、給与総額のみ聴取ができ、そのため、租税公課、減価償却費については「企業活動基本調査」における費用総額に対する比率を用い付加価値額の推計を試みた。
- スキル・時間市場の市場規模（経済活動規模）の推計で算出した、「仲介手数料」の7億円を売上とみなし、売上に対する費用総額、給与総額、租税公課、減価償却費の比率を乗じて、それぞれの額を算出した。その結果、付加価値額を試算したところ3.5億円となった。

スキル-スキル・時間・市場規模 (A)	7 億円
スキル-スキル・時間・費用総額 (B)	5.1 億円
(費用内訳)	
給与総額 (C)	1.5 億円
租税公課 (D)	0.0 億円
減価償却費 (E)	0.1 億円

スキル-スキル・時間・付加価値額 (F)	3.5 億円
(F) = A - (B - C - D - E)	

3-3 シェアリング・エコノミーの付加価値額の試算（カネ）

(7) 仲介事業者：カネ

- カネのシェア市場の仲介事業者ヒアリング調査の結果、売上のみ聴取ができ、そのため、費用総額、給与総額、租税公課、減価償却費については「企業活動基本調査」における売上高に対する比率を用い付加価値額の推計を試みた。
- カネのシェア市場の市場規模（経済活動規模）の推計で算出した、「仲介手数料」の19億円～29億円を売上とみなし、売上に対する費用総額、給与総額、租税公課、減価償却費の比率を乗じて、それぞれの額を算出した。その結果、付加価値額を試算したところ11.4億円～17.5億円となった。

カネのシェア・市場規模 (A)		19	～	29	億円
カネのシェア・費用総額 (B)		15.8	～	24.2	億円
(費用内訳)	給与総額 (C)	7.9	～	12.1	億円
	租税公課 (D)	0.0	～	0.1	億円
	減価償却費 (E)	0.4	～	0.7	億円

カネのシェア・付加価値額 (F) (F) = A - (B - C - D - E)	11.4	～	17.5	億円
---	------	---	------	----

(8) 提供者

- 分野別の市場規模（経済活動規模）の推計で算出したCtoC純取引額に、提供者を対象としたインターネット・アンケート調査で得た収入に対する総費用、スタッフの person 費、税金の比率を用い、付加価値額を算出した。
- 2017年におけるシェアリング・エコノミーの提供者の付加価値額は、スペース（民泊）が617億円～792億円、スペース（駐車場）が1.1億円、スマホアプリ市場が188億円、モノの賃貸市場が3.5億円、クラウドソーシング市場が4.1億円、スキル・時間市場が25億円となった。

		(億円)	(億円)			(億円)
		CtoC純取引額 (生産額)	総費用	スタッフの person 費	税金	付加価値額
スペース	民泊	1,043～1,340	471～605	32～41	13～16	617～792
	駐車場	1.2	0.15	0.00	0.03	1.1
	オフィス・小売飲食店等	-	-	-	-	-
モノ	スマホアプリ市場	218	30	0	0	188
	モノの賃貸市場 (バッグ)	0.3	0.13	0.00	0.00	0.2
	モノの賃貸市場 (クルマ)	3.6	0.29	0.00	0.00	3.3
スキル・時間	クラウドソーシング市場	4.5	0.43	0.00	0.02	4.1
	スキル・時間市場	29	4.21	0.00	0.12	25

3-3 シェアリング・エコノミーの付加価値額の試算（2017年）

(9) まとめ

- 各分野の付加価値額を合計すると、2017年は1,300億円～1,500億円程度と推計された。「②SNAの生産の境界内／現在、捕捉できていないと考えられるもの」の付加価値額は800億円～1,000億円程度、「③SNAの生産の境界内／現在、捕捉されていると考えられるもの」の付加価値額は400億円～500億円程度となった。

分野		②SNAの生産の境界内 ／現在、捕捉できていないと考えられるもの ＜付加価値額＞	③SNAの生産の境界内 ／現在、捕捉できていると考えられるもの ＜付加価値額＞	総額（②と③の合計） ＜付加価値額＞
スペース	民泊	600億円～800億円程度	300億円程度	900億円～1,100億円程度
	駐車場	5億円未満	0億円	5億円未満
	オフィス・小売飲食店等	—	—	—
モノ	フリマアプリ市場	200億円程度	200億円程度	400億円程度
	モノの賃貸市場	5億円未満	5億円未満	5億円未満
スキル・時間	クラウドソーシング	5億円未満	5億円未満	5億円未満
	スキル・時間シェア	30億円程度	5億円未満	30億円程度
カネ		—	10億円～20億円程度	10億円～20億円程度
総額		800億円～1,000億円程度	400億円～500億円程度	1,300億円～1,500億円程度

※数値は概算額であり、端数処理の関係上内訳の合計は総額と一致しない場合がある。数値は10億円以上100億円未満の場合10億円単位に揃えて四捨五入、それ以上の場合100億円単位に揃えて四捨五入を行った。なお、付加価値額の規模が5億円未満の場合、「5億円未満」と表記している。

※試算時点で利用可能な情報を用い一定の前提に基づいて試算した結果であり、幅を持つ必要がある。

※移動のシェア（ライドシェア）については、道路運送法上の規制を踏まえ、我が国における経済活動は試算時点では極めて小規模と考えられるため、今回の推計からは除外した。

※本表の付加価値額は、シェアリング・エコノミーに該当する経済活動に係る金額であり、波及効果を含めた経済全体への影響を計測したものではない。

第5章 本調査研究の成果と課題

- 5 - 1 本調査研究の成果と課題
- 5 - 2 経済規模計測に向けた今後の方向性

5 - 1 本調査研究の成果と課題

(1) 仲介事業者の詳細な費用構造等経済活動の把握

- 本調査研究では、シェアリング・エコノミーに該当するサービスを手掛ける仲介事業者を対象に対面によるヒアリング調査を実施し、各仲介事業者の売上や費用構造等を把握し、シェアリング・エコノミーの分野ごとに名目市場規模、付加価値額の推計を行った。
- しかし調査では、当初予定していたヒアリング項目を全て聴取することが難しかったほか、一部の分野（特に「民泊」の仲介事業者・代行業者）については協力を得ることができなかった。アドホックなヒアリング調査では、市場規模、付加価値額の推計につなげることは難しいといえる。

(2) 提供者の経済活動規模や費用構造の把握

- 本調査研究では、シェアリング・エコノミーにおける提供者を対象とした調査を実施し、シェアリング・エコノミーの経済活動を通じた、提供者の収入と費用構造を明らかにし、付加価値額を試算した。
- しかし、シェアリング・エコノミーの提供者として経済活動を行う世帯の出現率が低く、インターネットアンケート調査で得られる観測数には限りがあることから、調査結果に基づき年間の収入、費用を推計するには精度の限界があった。

(3) 課題

- 今後、シェアリング・エコノミーの経済活動規模の拡大が見込まれるため、仲介事業者・提供者の経済活動規模を正確に把握するための手法について、引き続き検討が必要となると考えられる。

5 - 2 経済規模計測に向けた今後の方向性

(1) シェアリング・エコミーの捕捉に向けた調査設計の検討

- 総務省が取りまとめた「サービス分野の生産物分類（2019年）」では、「インターネット附随サービス業」における生産物として「マーケットプレイス提供サービス」が設定された。これにより、シェアリング・エコミーの仲介事業者が提供する仲介サービスの把握に資することが期待される。
- 仲介事業者の活動を把握するには企業統計における捕捉が鍵となる。総務省及び経済産業省共管の「経済構造実態調査」等の調査において、仲介事業者等が提供するサービスがシェアリング・エコミーに該当するか否かを識別する設問を加えたうえで、収入・費用構造の捕捉を目指すことが現実的であると考えられる。
- 提供者についても、既存の統計調査の活用可能性の検討に加え（具体的には、「全国消費実態調査」や「個人企業経済調査」などが考えられる。）、各種サービス業の所管省庁や仲介事業者などを通じ、その収入・費用構造の捕捉を目指すことが望まれる。
- サービス産業の経済構造の把握などに関し、「公的統計の整備に関する基本計画」（平成30年3月）では、「経済センサスー活動調査」の中間年における経済構造統計の作成・提供を開始するとともに、統計調査による把握が困難な業種については、行政記録情報等の活用を積極的に検討する方向性が示されている。シェアリング・エコミーに係る行政記録情報の例としては、シェアリング・エコミー事業を開始する際の事業者の登録情報が挙げられるが、欧米諸国での取組を踏まえると、申告所得税等の行政記録情報も、提供者を把握する上で重要な情報となる。

5 - 2 経済規模計測に向けた今後の方向性

(2) 国際的な議論を踏まえた検討

- 国際的には、デジタル・エコミーを捕捉するための取組が着実に進んでいる。国際的な議論を踏まえ、国内においてもシェアリング・エコミーに限らず、デジタル・エコミー全般の計測方法、及び産業分類・生産物分類について、引き続き情報収集に努め検討していくことが必要であると考えられる。
- デジタル・エコミーが経済社会に及ぼす影響が大きくなっており、昨今の経済状況に鑑みると、その経済規模をSNA体系と統合的に国際比較可能な形で把握し公表することは、我が国を始め各国にとって重要な課題であると考えられる。
- 加えて、インターネットを介した無償サービスの提供にみられるように、GDP指標ではデジタル・エコミーの社会的なインパクトを拾い切れないとの指摘があることから、デジタル・エコミーに関連した人々の経済厚生を計測できるような代替的な経済指標についても検討が求められる。
- その際、現在は計測の対象となっていない新たな（無償の）財サービスの価値を捕捉する方法のみならず、時間や予算の制約の下、人々の消費が無償のデジタルサービスにシフトすることに伴う既存の財サービス消費への影響も勘案するなど、経済全体への影響を測ることも重要と考えられる。