

シェア経済市場5千億円、内閣府初試算

◆内閣府が「シェアリングエコノミー」の市場規模を約5,000億円と試算

民泊やフリーマーケットアプリなど、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、個人間(CtoC)で、モノやサービスを取引する「シェアリングエコノミー」が拡大しつつある。

2018年7月25日、内閣府は国内のシェアリングエコノミーの市場規模の推計を初公表した。企業の売上などの経済統計からは把握が難しい「個人間のやり取り」を捕捉して、将来的にはその経済効果をGDPに反映させたい意図がある。このため、カーシェアリングなど「企業が提供するサービス」は入っていない。

表 シェアリングエコノミーの市場規模(2016年)

シェアの分野(例)	市場規模
スペース(民泊)	1,400~1,800億円程度
モノ(中古品売買)	3,000億円程度
スキル・時間(家事、イラスト作成)	150~250億円程度
カネ(クラウドファンディング)	150~200億円程度
合計	4,700~5,250億円程度

「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」報告書によると、16年の市場規模は4,700~5,250億円程度と推計される。この内、GDPに反映できていないのは、950~

1,350億円としている。

今回の推計では、シェアリング分野を「スペース」「モノ」「スキル・時間」「カネ」に分類整理している。その結果、メルカリに代表されるフリマアプリなどを通じた中古品売買等の「モノ」の取引が、3,000億円程度と最大となった。

◆買う前に売ることを考えるなど、シェアリングは人々の生活行動をも変える

中古品の購入や利用に抵抗がない若者は多い。一方、“メルカリでいくらで売れるか”をあらかじめ考えてから新品の服などを購入し、高値で売するために値札やタグなどを捨てないなど、消費者の行動そのものにも変化が起こっている。

スキル・時間の分野はまだ小規模で、一般の認知度も高くない。家事を一時的に頼むというケースが多い。しかし、イラストや文章作成、IT関係まで、提供される個人スキルは幅広い。依頼側は一度頼むとリピートすることが多いようだ。

使い勝手のよさが広まれば、シェアリング市場は拡大するだろう。【赤山英子】