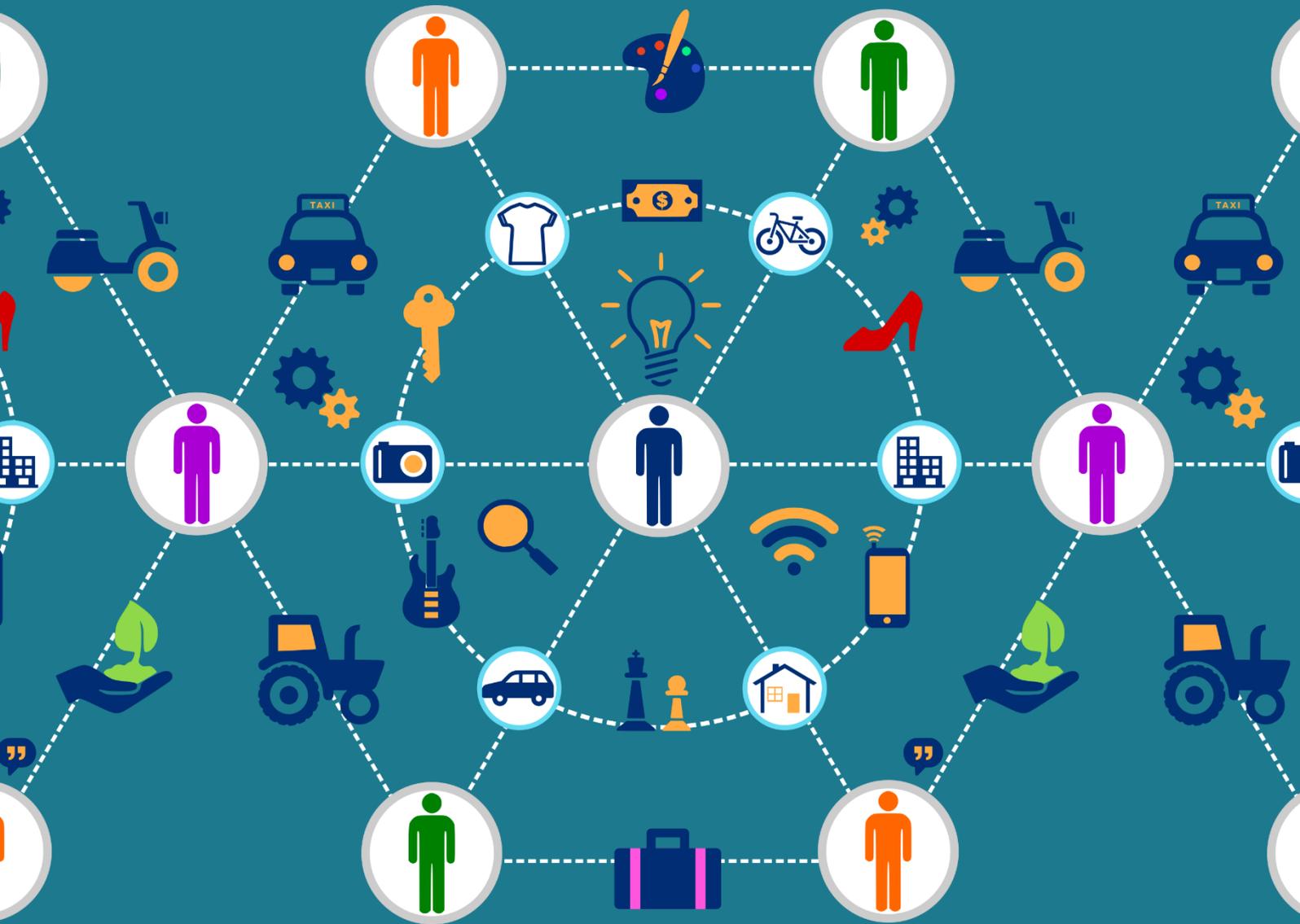


# 世界の市場を掴み取れ!

## もう止められないShare!革命



コード	企業名	購入金額(円)	構成比(%)
9437	NTTドコモ	328,000	6.560
8591	オリックス	331,359	6.627
9984	ソフトバンクグループ	328,888	6.578
2780	コメ兵	330,797	6.616
9416	ビジョン	329,440	6.589
7203	トヨタ自動車	332,450	6.649
3179	シュッピン	330,484	6.610
4755	楽天	330,504	6.610
8801	三井不動産	328,241	6.565
7201	日産自動車	329,628	6.593
4689	ヤフー	329,056	6.581
4666	パーク24	328,250	6.565
3092	スタートトゥデイ	328,559	6.571
2432	ディー・エヌ・エー	327,590	6.552
3328	BEENOS	325,008	6.500
手数料・消費税		53,319	1.066
現金		8,427	0.169
合計		5,000,000	100.000

応募区分	大学
チームID	SL601202
チーム名	Quintet
学校	同志社大学・3年
リーダー名	吉岡達彦
メンバー名	丸川賢太郎
	川村純志
	垣内利奈
	豊嶋理紗子
指導教員	新関三希代教授

## 要旨

「概して、持つことより使うことに、はるかに大きな豊かさがある」

哲学者:アリストテレス

近年、資本主義の象徴であった所有の価値の低下や新興国の発展によるフロンティアの減少に伴い、資本主義は時代とともに着実に終焉へと向かっている。そのような中、世界に新たなパラダイムシフトをもたらすシェアリングエコノミーが注目を浴びている。シェアリングエコノミーとは社会全体で共同利用・共同所有するといった概念のもとに成り立ち、モノの所有よりも利用に価値を見出す経済活動である。これにより、有限な資源が最大限に利活用されることで、日本の、そして世界の社会課題を解決し得る可能性を大いに秘めている。このようなシェアリングエコノミーの発展の背景にはミレニアル世代の勢力拡大と情報技術の発展があると我々は考える。

ミレニアル世代とは1980年代から2000年代初頭に生まれ、幼い頃からインターネットに慣れ親しんでいる若者世代のことである。また、特徴としてモノを所有するのではなく共有・借用する志向が他世代に比べて強いという研究結果がある。その理由はバブル崩壊や金融危機、格差社会の拡大、気候問題の深刻化といった厳しい環境を生きてきたことにある。そのような特徴を有するミレニアル世代の勢力は2025年に世界の労働人口の75%に達すると言われており、これからの消費を担う彼らの消費行動に適合したシェアリングエコノミーは今後急激に成長するであろう。実際に海外で注目を浴びているのがUberやAirbnbといった新しいシェアサービスである。両サービスに代表されるようなCtoC型ビジネスモデルは世界を席卷し、爆発的な成長を遂げ、「ユニコーン企業」と称されている。そのような世界の潮流に乗り遅れてはならないという国際競争の観点から2016年に入り、日本政府が規制緩和に向けた取り組みやシェアリングエコノミー検討会議の開催といった積極的な動きを見せている。

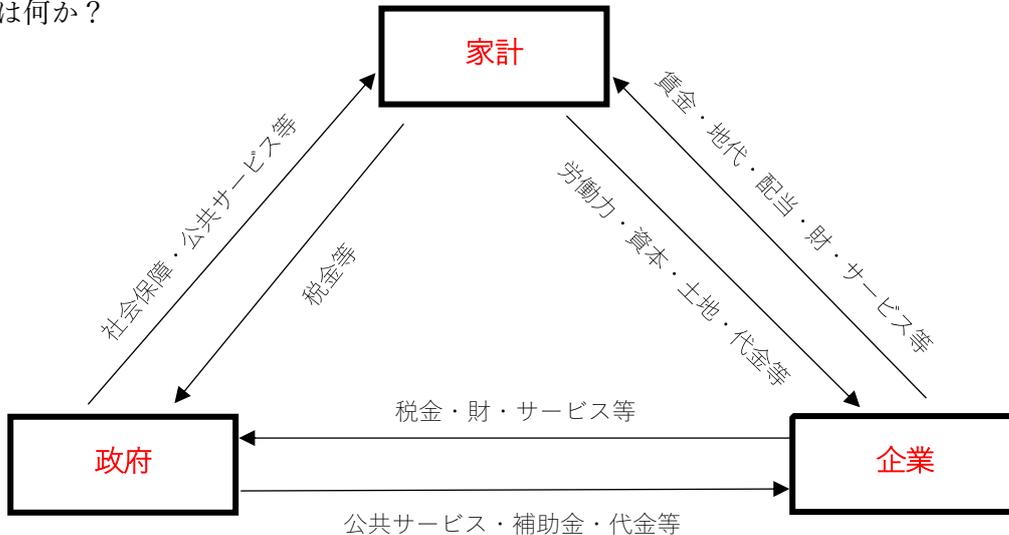
以上より、我々は「来たる共有経済で勝ち抜くShare!企業は長期的に成長する」という仮説を立てた。我々の仮説に基づいたスクリーニングで選定した企業15社を「Share!企業ポートフォリオ」とし、500万円の仮想資金で株式投資を行った。また、シェアサービスが企業価値に与える影響を2015年度のクロスセクションデータを用いて実証分析により検証した。さらには、フィールドワークとしてシェアリングエコノミー検討会議への傍聴参加、内閣官房IT総合戦略室への訪問、シェア経済サミット(一般社団法人シェアリングエコノミー協会主催)への参加、計7社へヒアリング調査、ミレニアル世代約1000人を対象としたアンケート調査を行う等、積極的に足を運んで情報を手に入れた。まさにこの「Share!企業」ポートフォリオは、我々ミレニアル世代にしか創ることのできないポートフォリオである。

## 【基礎学習(必須)】

\*別添の学習ガイドブックをチーム全員がしっかり読んだ上で、必ず、すべての設問に解答してください

1 私たちが日常生活の中で消費している商品は、(私的財)と(公共財)の2種類に大別される。

2 下の図は、一国の経済を構成する経済主体間の主な関係を示している。空欄の3つの各主体は何か？



3 財やサービスの取引(交換)の手段として使われている貨幣(通貨)に関する次の各文のうち、誤っているものは？ (b)

- 貨幣には、商品と交換する際に誰もが受取を拒否しないという共通の価値がある。
- 各国の通貨の価値は、現在でも一定量の金(きん)を尺度にして決められている。
- 通貨には、紙幣や硬貨からなる現金通貨と、当座預金や普通預金などの預金通貨の2種類がある。
- 現金通貨は、強制的な通用力が法的に認められていることから法定通貨(法貨)と呼ばれる。

4 現在の日本の年間出生数は約100万人で、第二次世界大戦直後と比べると約(4)割、30年前との比較でも約(7)割まで低下している。

5 今後、少子高齢化が進むことによる日本の社会や経済への影響に関する次の各文のうち、誤っているものは？ (c)

- 日本の人口は2008年をピークに減少傾向が続いている。
- 少子化や人口流出によって、将来、消滅する自治体が出てくる可能性もある。
- 少子高齢化による商品市場へのマイナスの影響は全ての分野に共通して現れる。
- 生産年齢人口の減少により、公的年金や医療保険の財政はますます厳しくなる。

- 6 グローバル化の進展に関する次の各文のうち、誤っているものは？ (b)
- a. あらゆる分野で多くの企業が世界規模で事業展開を行っている。
  - b. 先進国企業による発展途上国への海外投資では、途上国側のメリットは雇用の創出のみで限定的である。
  - c. 国内にある生産拠点の海外移転により地域経済が衰退する「空洞化」の問題が懸念されている。
  - d. グローバル化の進展は経済だけにとどまらず、文化の面でも大きなインパクトをもたらす。
- 7 近年は、利害が一致しやすい2つ以上の国や地域間で協定を締結する事例が増えている。具体的には、自由貿易を促進する (自由貿易協定(FTA))と、「環太平洋経済連携協定 (TPP) のようにより幅広い分野での協力を規定する (経済連携協定(EPA)) がある。
- 8 グローバルな対応が求められているグローバルな課題 (グローバル・イシュー) として適切でないものは？ (f)
- a. 地球環境問題
  - b. 人口問題
  - c. 感染症対策
  - d. 国際経済格差と貧困
  - e. 核廃絶
  - f. ワーク・ライフ・バランス
  - g. すべて適切
- 9 GDP (国内総生産) に関する次の各文のうち、誤っているものは？ (a)
- a. GDPとは、一定期間に国民全体として生産したモノやサービスの付加価値の合計額をさす。
  - b. GDPとは、一定期間に国内で生産されたモノやサービスの付加価値の合計額をさす。
  - c. GDPには名目GDPと実質GDPとがあり、その違いは物価の変動分を考慮するかどうかにある。
  - d. 近年は実質GDPが名目GDPを上回っており、これは日本がデフレ状態にあることを示している。
- 10 需要・供給の法則のポイントは、(価格) が消費者・生産者の行動に対し (インセンティブ) として機能することである。
- 11 直接金融の例として適切でないものは？ (d)
- a. 社債
  - b. 公債
  - c. 株式
  - d. 銀行預金
  - e. 投資信託
  - f. すべて適切
- 12 株式を所有することで得られる金銭的な利益には、インカムゲインと呼ばれる (配当収益) とキャピタルゲインと呼ばれる (値上がり益) とがある。
- 13 株式投資などの際に考慮すべきリスクとして適切でないものは？ (f)
- a. 価格変動
  - b. 金利変動
  - c. 為替変動
  - d. インフレ
  - e. 自然災害
  - f. すべて適切

# 目次

<b>第1章 暮らしや社会の変化と経済との関係</b> .....	6
第1節 私たちが考える社会の潮流と経済・企業活動への影響 .....	6
第2節 直面する社会的課題と経済・企業活動への影響 .....	6
<b>第2章 投資テーマの決定</b> .....	6
第1節 成長見込み分野や投資候補企業に関する記事・データ .....	6
第2節 シェアリングエコノミー検討会議の傍聴 .....	8
第3節 内閣官房 IT 総合戦略室への訪問 .....	8
第4節 ミレニアル世代へのアンケート調査実施 .....	9
第5節 投資テーマ及び選定理由 .....	9
<b>第3章 ポートフォリオ作成</b> .....	11
第1節 企業選定（スクリーニング） .....	11
第2節 ポートフォリオ紹介 .....	14
第3節 構成銘柄の値動き .....	15
<b>第4章 投資家へのアピール</b> .....	17
第1節 各企業の定性分析 .....	17
第2節 回帰分析 .....	22
第3節 ポートフォリオの優位性 .....	23
第4節 シェア経済サミットへの参加 .....	24
第5節 企業訪問 .....	25
コラム ～シェアガールに会ってきた！～ .....	28
<b>第5章 日経ストックリーグを通して学んだこと</b> .....	28
第1節 まとめ・考察及び課題 .....	28
第2節 おわりに .....	29
感想.....	29
参考文献・URL.....	30

## 第1章 暮らしや社会の変化と経済との関係

### 第1節 私たちが考える社会の潮流と経済・企業活動への影響

目まぐるしく変わる世の中で注目される近年の動きの中から、(1)ミレニアル世代の台頭、(2)情報技術の発達の2点が特に重要と考えた。以下にそれぞれ選んだ理由と経済や企業活動への影響をまとめる。

#### (1) ミレニアル世代の台頭

ミレニアル世代とは、1980年代から2000年代初頭までに生まれた若者の総称である。この世代はバブル崩壊や金融危機、大震災、テロなどといった厳しい環境で育ったこともあり、消費行動や社会的価値観などが他の世代とは大きく異なっている。日本経済新聞に記載されていた研究結果によると、この世代はモノを所有すること自体に大きな価値は置かず、共有・借用できるモノは買わずに済ませる傾向が他の世代よりも多く見られる。

また、そのようなミレニアル世代が2025年には世界の労働人口の75%を占めると予想されている。そのため、新たな消費スタイルを生み出したミレニアル世代の今後の消費動向は、日本経済に大きな影響を与えられられる。

#### (2) 情報技術の発達

2010年代頃から、情報技術の発達によってスマートフォンが普及し、個人がいつでもどこでもインターネットにアクセスできる環境が整った。また、瞬時に多くの人と交信することや、多量のデータを検索することが可能となった。それが生活する上で欠かせない存在であることは、我々の日常生活からも読み取ることができる。そのような世の中を作り上げた現代の賜物とも言える情報技術の急激な発達は、以下の2つのことを可能にした。

1つ目は、モノや信用を情報として表すこと、特にデジタルでの表現である。現在、多くの商品がデジタル情報として設計され、オンライン上に存在している。また、実名のSNSやレイティングシステムが普及したことでオンライン情報の信用も担保されるようになった。

2つ目は、デジタル機器の小型化である。小型化は、個人がいつでもどこでもネットワークにアクセスできる環境をもたらしたのである。

### 第2節 直面する社会的課題と経済・企業活動への影響

我々が直面する社会的課題の中から、持続可能な社会の実現が特に重要であると考えた。以下にそれぞれ選んだ理由と経済や企業活動への影響をまとめる。

2015年9月、持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals：SDGs）が国連サミットにて全会一致で採択され、先進国を含む国際社会全体の開発目標として2030年を期限とする包括的な17の目標が設定された。その中でも目標12では“つくる責任つかう責任”が掲げられており、持続可能な消費と生産のパターンを確保することが求められている。そのような背景もあり、現在、日本を含めた先進国の大量生産・大量消費といったスタイルは変革を求められている。我々は大きな未来の危機に対応すべく、企業が有限な資源を最大限に利活用し、環境負荷の低減、そして社会経済全体の生産性の向上を目指した企業活動を行っていく必要があると考える。

## 第2章 投資テーマの決定

### 第1節 成長見込み分野や投資候補企業に関する記事・データ

第1章で列挙したものを基にしながら、「今後成長が見込まれる分野」と「投資に値すると考えた企業」について考え、それに関する記事や情報を3点示す。

## **(1) 広がるシェアビジネス**

日付：2016年9月29日

出所：日本経済新聞

### **内容（概要）**

日本のフリーマーケットアプリを提供するメルカリが、アプリのダウンロードランキングで一時全米3位に食い込み、世界を驚かせた。メルカリはリユース品を消費者同士が売り買いするアプリを運営する日本のシェアサービス企業の代表格である。シェアサービスは、モノを他者と共有することで製品寿命を延ばし、不必要なモノを買わなくて済むという側面がある。そのようなシェアサービスが広がった背景には、急激な景気後退により、モノやサービスのコストパフォーマンスに対する消費者の目が厳しくなり、「もったいない」という意識を持つ人が増えたことが挙げられる。とりわけ、ミレニアル世代はこうした意識が強い。

### **選定理由**

第1章第1節で述べたように、ミレニアル世代が台頭しており、その世代の消費動向に適合したシェアサービスは今後急激に発展していくと考える。インターネットによって、潜在需要と自分の持ち合わせている余剰資産や遊休資産等のマッチングを簡単に行うことができる世の中になった。また、デジタルネイティブという特徴を有したミレニアル世代に焦点を置いたシェアサービスは、大量生産・大量消費といった社会動向に歯止めをかけ、持続可能な社会の実現に大きく寄与すると考えた。

## **(2) シェアサイクルIT支援 ソフトバンク**

日付：2016年11月11日

出所：日本経済新聞

### **内容（概要）**

ソフトバンクは、好きな場所で借りたり返したりできるシェアサイクルの事業を支援する情報通信サービス「ハローサイクリング」を発表した。あらゆるモノがネットにつながるIoTの技術と携帯通信網を活用して遠隔操作できる鍵やスマートフォンの予約アプリなどを提供する。

### **選定理由**

情報通信への先見性を持ち、IoTをはじめとする様々な先端技術への投資を惜しまないソフトバンクのシェアサービスへの参入は、シェアサービスの今後の普及を予見するものであると考えたから。また、このような情報通信を活用した「移動手段」のシェアサービスは持続可能な社会の実現のために必要である資源の最大利活用に大きく貢献するモデルケースであると考えた。

## **(3) シェアビジネスに共通基準 官民協議会設立**

日付：2016年6月4日

出所：日本経済新聞

### **内容（概要）**

経産省と業界団体のシェアリングエコノミー協会、有識者らは6月中にも官民協議会を立ち上げ、サービスの透明性と安全性の確保のために事業者が最低限守るべき業界全体の共通基準をつくり始める。

### **選定理由**

シェアサービスがミレニアル世代に適合していることは上記に述べた通りだが、海外と比べると日本におけるサービスの浸透は大幅に遅れている。その原因として、日本は海外に比べてサービスの規制が不整備であること、またそもそも認知度が低いことなどが挙げられる。そのような現状を踏まえて政府は「シェアリングエコノミー検討会議」を設け、課題を解決しようと官民一体となって取り組

んでいる。我々はこれらの積極的な政府の行動はシェアサービス発展の大きな後押しとなると考えた。

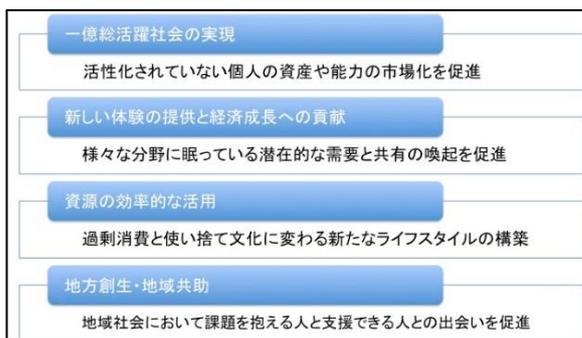
## 第2節 シェアリングエコノミー検討会議の傍聴

我々はシェアリングエコノミーの実情や政府の考えを知りたいと考え、官民協働による「第7回 シェアリングエコノミー検討会議」(上述記事 第1節(3))に参加した。検討会議ではシェアサービスの普及が与える日本への影響や(第1図参照)、普及に向けた様々な政策に関する協議が行われており、会議後にはシェアサービス拡大のための施策を発表する記者会見を開いた。官民が一体となって今後の方針を語り合う会議の様子は、まさに日本の共有経済にとって歴史的な瞬間であった。

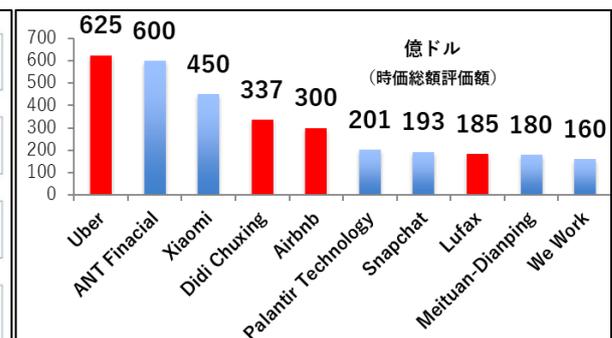


(写真: 11月4日開催の検討会議にて)

第1図 期待できる効果



第2図 世界のユニコーン企業ランキング

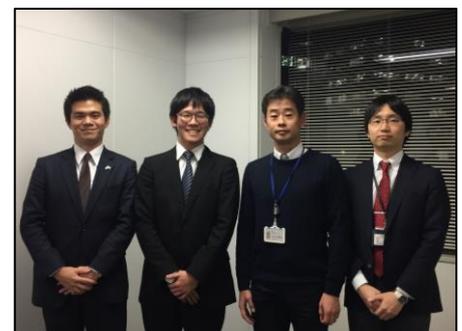


(両図 内閣官房シェアリングエコノミー検討会議 中間報告書より独自作成)

我々は会議を通し、国際競争力の重要性を強く感じた。なぜなら、海外企業に比べて日本企業は遅れを取っていることが大きな課題として挙げられていたからだ。第2図は世界の未上場企業で時価総額評価額が10億ドルを超える企業のランキングを示したものである。上位10社のうち4社がシェアサービスを提供している企業であることから、世界で今シェアサービスを提供している企業が急成長を遂げていることがわかる。会議中では、このような世界の「共有経済への潮流」に乗り遅れてはならないという強い覚悟がひしひしと伝わってきた。官民一丸となって動く共有経済興隆への推進力は非常に力強いものであることを確信した。

## 第3節 内閣官房 IT 総合戦略室への訪問

また今回、検討会議にご出席されていた内閣官房 IT 総合戦略室企画官の松田昇剛氏に御意見を伺う機会を特別にいただいた。そこで改めて内閣官房 IT 総合戦略室が考えるシェアサービス普及の背景と現状の課題点及び解消方法をご説明していただいた。課題点と解消方法は以下、第1表にまとめる。



(写真:内閣官房 IT 総合戦略室訪問にて)

第1表 シェアサービス普及に伴う現在の課題点と解消方法

課題点	解消方法
①社会認知度の向上・促進	促進センター設置・ベストプラクティス集・伝道師派遣
②安全性や企業の責任が不明確	モデルガイドライン策定・自主的ルール整備の促進
③グレーゾーンの存在	グレーゾーン解消制度

これらからもわかるように日本政府がシェア普及に向けた体制を迅速に整えていることは明白であり、日本企業がシェアサービスを展開するに当たって障壁となっている課題点を解消するための土壌は整いつつある。我々は、**政府の新たな経済体制への大きな期待と投資**がきっかけとなり、シェアサービスを展開する企業が力強く羽ばたく未来を予見した。

#### 第4節 ミレニアル世代へのアンケート調査実施

我々は大学内とオンライン上の2つの方法でアンケートを行い、ミレニアル世代の消費動向を実際に調査した。アンケートでは、第1節であげたコストパフォーマンスに厳しいミレニアル世代の「もったいない志向」が実際にどのような消費行動に結びついているか調べた。我々はミレニアル世代の消費行動がモノの「**共同利用・共同所有志向**」と「**リユース志向**」に傾いているのではないかと仮説を立て、アンケート調査を行った。以下がアンケート結果である。

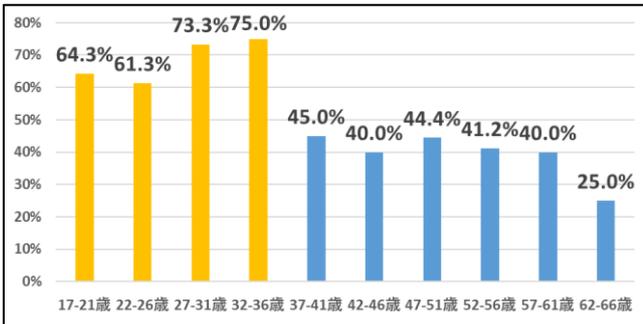
同志社大学内アンケート概要: 2016年10月24日～11月4日 n=484(男性:235人,女性:249人)

Googleフォームアンケート概要: 2016年10月24日～10月27日 n=535(男性:262人,女性:272人)

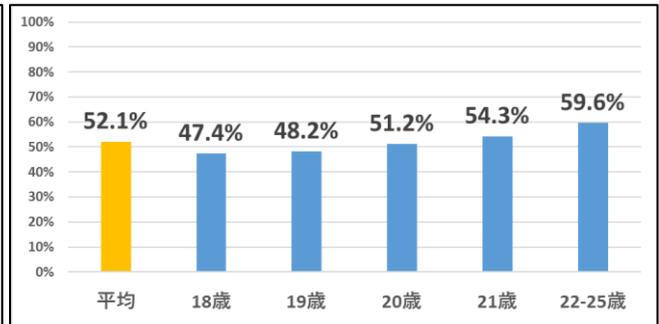
質問:①共有できるものは購入せず、他人と共有で済ませたいと思いませんか？

②リユースショップ・オークション・フリマにてリユース品を購入することに抵抗がありますか？

第3図 各世代別共有意識



第4図 大学生のリユース品への抵抗感



(両図 独自アンケートより作成)

以上の第3図、第4図から分かるようにミレニアル世代には実際に「**共同利用・共同所有志向**」と「**リユース志向**」が強いことが見て取れる。なお、リユース消費に関しては野村総合研究所「生活者1万人アンケート調査」でも「30代以下の若年層では、中古品やリサイクル品に抵抗がない人が多い傾向」といった結果が出ており、そのような消費動向の背景には先述のような社会的背景が大きいと考える。これらの結果を踏まえて、我々は「**共同利用・共同所有志向**」と「**リユース志向**」を総称してミレニアル世代の「**シェア志向**」と捉え、成長が著しい投資分野であると判断した。

#### 第5節 投資テーマ及び選定理由

【投資テーマ】

#### 来たる共有経済で勝ち抜く「Share!企業」

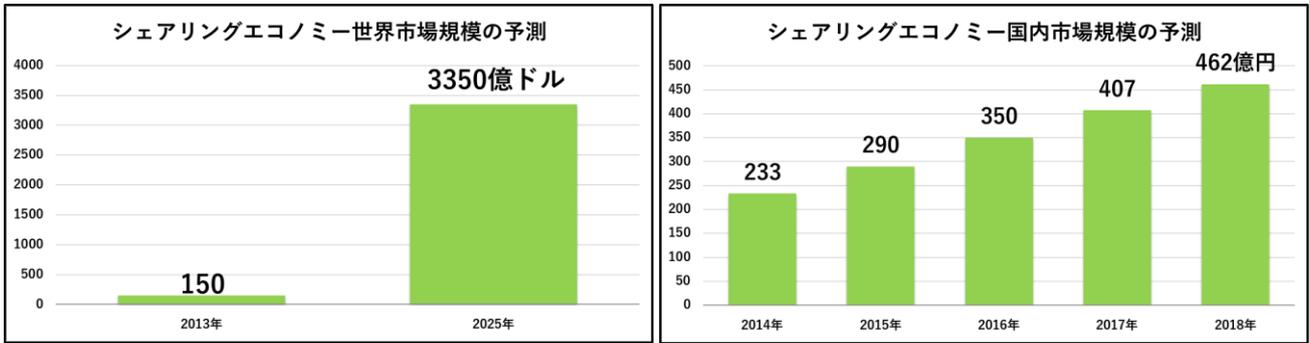
【テーマ選定理由】

「革命が始まった。乗り遅れてはならない。」

世界は今、共有経済という新しい経済体制の入り口に立っているのだ。」

我々は第1章、第2章でのリサーチ及びフィールドワーク、アンケート結果から共有経済の到来を確信し、「**来たる共有経済で勝ち抜く Share!企業は長期的に成長する**」という仮説を立てる。モノや信用を情報として表すこと、デジタル機器の小型化、という2つの情報技術の進化は今までの資本主義とは大きく異なる「消費者、生産者を含めた全ての経済主体が価値を得られる」新たな経済体制を大きく後押しする。第5図はシェアサービスの今後の市場推移を示すものである。

第5図 シェアリングエコノミー市場規模拡大予想



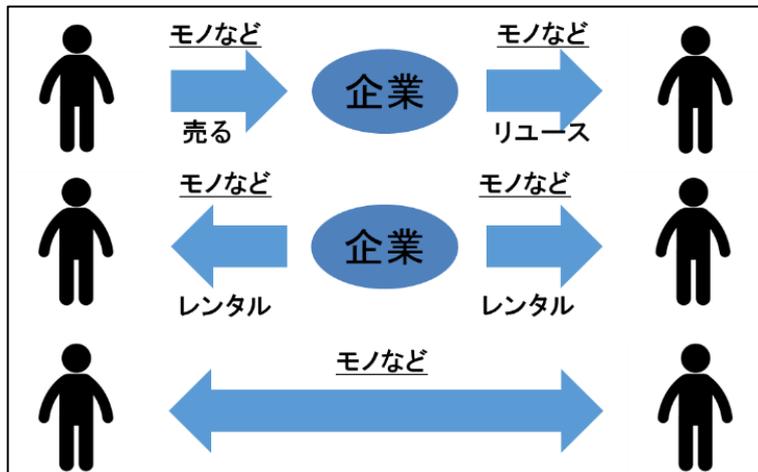
(シェアリングエコノミー検討会議 中間報告書より独自作成)

このような急激な成長を根拠づけるために我々は独自の視点で2点の根拠を改めて提示する。1つはミレニアル世代だ。様々な社会的危機を乗り越え駆け抜けてきたこの世代が共有経済に適合することは、実際にデータとしても現れたように明らかだ。今後の経済を担う我々ミレニアル世代は共有経済の到来を待ちわびている。

次に、政府の後押しである。来たる共有経済を迎えるにあたり、すでに海外の多くのスタートアップ企業が成功している現状を踏まえ、政府は危機感を持って日本企業がシェアサービスを展開するための環境を整えている。新しい経済体制への後押しを政府が行っていることは企業と我々ファンドにとって大変心強い。

また、シェアサービスは、我々が直面するであろう「環境危機」を回避する可能性を大いに秘めている。情報技術の発達によって資産を最大限に利活用することに成功すれば、余剰資産や遊休資産等の最適化と再分配に成功する。共同利用や共同所有に関しても同じように環境危機を食い止めるための有効手段であり、そのようなシェアサービスの浸透によって大量生産・大量消費に一石を投じることが可能となる。全世界 250 以上の都市で利用されるカーシェアリングサービスを提供する最大手企業 Zipcar を設立した女性起業家のロビン・チェイスは「シェアサービスこそが、手遅れにならないよう気候変動に対処するのに必要なスピード、規模、地域的取り組みを可能にし、人間が引き金を引いた破壊的な変化を防ぐ唯一の方法だ。」と説いている。

第6図 我々が考えるシェアサービスの形態



以上を踏まえて我々は、共有経済の到来を確信し、シェアサービスがもたらす社会的影響度の大きさに無限の可能性と希望を抱き、「来たる共有経済で勝ち抜く Share!企業は長期的に成長する」との仮説を立てた。

では、我々が考える Share!企業とはどのような企業か、ミレニアル世代の消費行動に基づき独自に3つに分類し、定義する。まず1つ目のサービス業態は誰かが使った資産を、企業を介して購入し Share する「リユース市場」。2つ目のサービス業態は企業が保有する資産を共同で使用・利用し Share する

「レンタル市場」。3つ目のサービス業態は個人同士で資産の売買や共同使用・利用を行い、Shareする「個人間取引市場」。本論文ではこれら3つのサービスを提供している企業をミレニアル世代に適合する「Share!企業」と呼ぶ。（第6図参照）このような定義に至った背景は、現段階でシェアサービスを一義的に定義することが難しいという点にある。それに対し、日本政府も様々な分野で新たなサービスが開発され登場する途上段階であるとしており、詳細な定義は行われていない。

## 第3章 ポートフォリオの作成

### 第1節 企業選定（スクリーニング）

第2表 スクリーニングの流れ

第1次スクリーニング	シェアサービスに関連した事業を行っている企業	198社
↓		
第2次スクリーニング	オンライン上でサービスが完結しているか	49社
↓		
第3次スクリーニング	問題解決力、ミレニアル世代、積極性、国際競争力	15社

#### 【第1次スクリーニング】

第1次スクリーニングではシェアサービスに関連した事業を行っている企業を選定するために以下の条件に当てはまる企業を選定する。

第3表 第1次スクリーニングの条件

①	2015年11月10日から2016年11月10日までの日経テレコン21の記事検索で「リユース、フリマ、シェア、レンタル」と検索しヒットした企業
②	2016年11月10日までの四季報・ヤフーファイナンス・日経会社情報の検索で「リユース、フリマ、シェア、レンタル」と検索しヒットした企業
③	シェアリングエコノミー協会・日本リユース業協会に所属している企業

以上の条件でスクリーニングを行った結果、未上場企業含め198社が選定された。

#### 【第2次スクリーニング】

第2次スクリーニングでは、我々が定めるシェアサービスを行っている企業を選定する。第2章で説明したように、シェアサービスの普及を特に後押しするミレニアル世代はデジタルネイティブという特徴を有している。そこで第1次スクリーニングで選出した198社を、それぞれのシェアサービスで「検索→検討→購入→決済」までの一連の手続きが全てオンライン上で行われているかどうかを1社ずつ調べ、企業を選定する。その後に本論文にて投資対象となる東証上場企業及びJASDAQ上場企業に絞る。以上の条件でスクリーニングを行った結果、49社が選定された。

#### 【第3次スクリーニング】

第3次スクリーニングでは、我々が考える共有経済で勝ち抜いていくための4つの軸を基準にスクリーニングを行う。なお、評価は各企業のHP、決算説明会資料、全社対象で行った企業アンケートで得られた回答を基に行った。

##### (1) 問題解決力

はじめに我々が重要であると考えたのは企業の問題解決力である。何故ならば、班員でシェアサービスに関して話し合った結果、シェアサービスを身近に利用している人々はまだまだ少ないと感じ、国内におけるシェアサービスの利用率は低いと考えたからだ。そこで、利用率が低い原因を特定する

ためにオンライン上で535人を対象にアンケート調査を実施した。その結果、第7図より消費者がシェアサービスを利用するにあたって感じている問題点は、「**保険等の安全面やセキュリティ面での不安**」、また「**提供されているサービスの使い方や実態が曖昧**」であることがわかった。このような消費者が感じている問題点を解消する取り組みを企業が行うことで、今後シェアサービスをさらに拡大させていくことが可能であると考えた。

## (2) ミレニアル世代

問題を解決した次に重要となるのが、シェアサービスの発展に大きく寄与するだろうミレニアル世代への対応力だ。先述した通り、2025年にはミレニアル世代が世界の労働人口の約75%を占めると予想されている。よって、このミレニアル世代を重視した企業が、シェアサービスをより発展させると考えた。

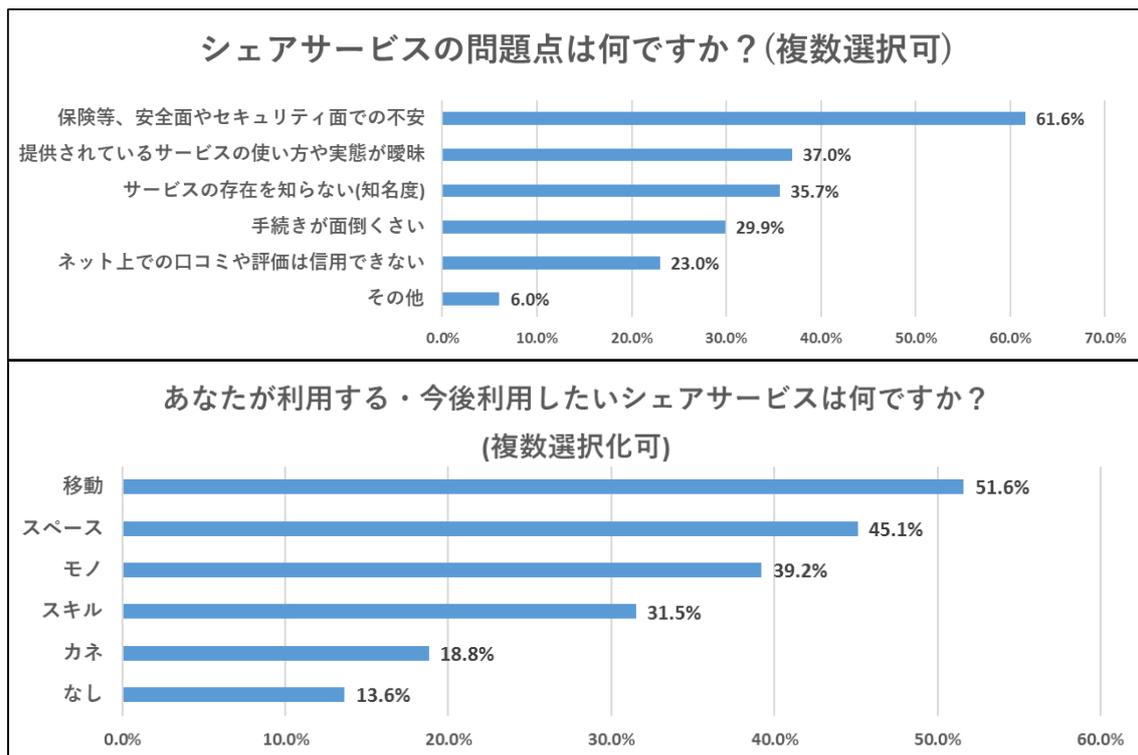
## (3) 積極性

そのようなミレニアル世代に対応したシェアサービスを発展させるために必要となるのは企業の積極性である。共有経済が萌芽期を迎える中、積極的な投資活動を試みている企業は共有経済の中核を担う企業であると考えた。

## (4) 国際競争力

最後に、企業が共有経済で勝ち抜くために免れないのが国際競争である。日本の少子高齢化に伴う人口減少は国内市場を縮小させる。そのため企業は更なる需要確保を目指し、海外にサービスを展開し、成長していく必要がある。そこで最後の指標の軸では、国内で展開しているシェアサービスを海外に向けて展開することができるかどうかを判断するために「国際競争力」という指標を用いて企業価値を判断し、これらの指標で上位に選出された企業こそが共有経済で勝ち抜くShare!企業であると考えた。

第7図 独自アンケートの結果



(両図8ページ記載のGoogleフォームアンケートより作成)

我々が設定した軸、項目、配点、配点詳細を以下の表にまとめる。

第4表 第3次スクリーニング配点詳細

軸	項目	配点	配点詳細
問題解決力	不祥事	1点	1点…2000年から2016年までに不祥事なし
	相談窓口	2点	2点…電話対応 1点…フォーム・メール対応
	安心・安全確保への取り組み	1点	1点…安心・安全への取り組みあり
	ISO/EC27001	1点	1点…ISO/EC27001認証あり
	プライバシーマーク	1点	1点…プライバシーマーク認証あり
	CSIRT協議会会員	1点	1点…協会会員企業
	サービス利用の流れ	2点	2点…図や動画あり 1点…文章のみ
ミレニアル世代	ニーズ対応	3点	3点…移動 2点…空間 1点…モノ・その他
	ミレニアル世代戦略	0.5点	0.5点…意識していると回答
	SNSアカウント	1点	1点…Twitter,Facebook,Instagram等のSNSアカウントあり
	アプリケーション	2点	2点…iOS,Android両方あり 1点…iOS,Android片方あり
	スマートフォン対応HP	1点	1点…スマートフォン対応HPあり
積極性	事業拡大意図	0.5点	0.5点…拡大意図ありと回答
	シェアリングエコノミー協会 日本リユース業協会	1点	1点…協会会員企業
	独立事業部門	1点	1点…独立事業である
	シェアサービス事業数	1点	1点…複数のシェアサービスを実施
	国内外イベント参加	0.5点	0.5点…イベントへの登壇及び参加経験あり
国際競争力	海外売上高比率の記載	1点	1点…日経NEEDSにてデータ記載あり
	現地法人	1点	1点…現地法人あり
	海外志向	1点	1点…中長期経営計画書・決算資料にて海外志向の記載あり
	多言語対応	1点	1点…各シェアサービスHPに海外言語対応あり
	海外展開意図	0.5点	0.5点…海外展開意図ありと回答
合計		25点	

各指標項目の詳細について各軸に基づき、以下の表にまとめる。

第5表 問題解決力指標詳細

項目名	項目詳細
不祥事	個人情報に関する不祥事存在は企業の信頼を損なう要因であるため、日経テレコンで“(企業名) 不祥事”と検索し判断。
相談窓口	消費者がシェアサービスに関する相談ができる体制を整えることで、消費者の不安を軽減しているかを判断。
安心安全	モノは返品交換制度、移動は保険加入制度、その他は財やサービスの性質に合わせて消費者が安心できる体制を整えているかを判断。
ISO/EC27001	企業が保有する情報を適切に管理し、信頼性向上と価値向上をもたらすISMSの国際規格を有しているかを判断。
プライバシーマーク	個人情報保護について適切な体制を整備していることを認定し、企業の信頼性を向上させる制度を有しているかを判断。
CSIRT協議会	健全な企業経営に努めるため、情報保護の技術やどのような組織体制を整えるべきであるかを協議する当会員であるかを判断。
サービスの流れ	シェアサービスの利用の流れを明確に記載し、消費者から選ばれやすい環境を整えているかを判断。

第6表 ミレニアル世代指標詳細

項目名	項目詳細
ニーズ対応	ミレニアル世代へのサービス利用意向アンケート（第7図）から明らかになった当世代のニーズにあったサービスを展開しているかを判断。
ミレニアル世代戦略	ミレニアル世代に注目した戦略を練っているかどうかをシェアサービスを行っている企業にアンケートで尋ね、判断。
SNSアカウント	SNSで様々な人やモノと繋がるミレニアル世代に企業情報を有効に発信できるSNSアカウントを所持しているかを判断。
アプリケーション	プッシュ通知等による直接的なコミュニケーションで企業の情報をいち早く消費者に届けようとする姿勢があるかを判断。
スマートフォン対応HP	パソコンよりもスマートフォンの利用頻度が高いミレニアル世代の利便性を考慮したスマートフォン対応HPを有するかを判断。

第7表 積極性指標詳細

項目名	項目詳細
事業拡大意図	シェアリングエコノミーで生き抜くために、企業が今後シェアサービスを拡大する意図があるかを尋ね、判断。
シェアリングエコノミー協会 日本リユース業協会	会議や勉強会に参加する権限を得られるシェアリングエコノミー協会の会員か、また循環型社会を目指す日本リユース業協会の会員かを判断。
独立事業部門	シェアサービスに対して積極的な投資を行うために、独立した事業部門としてシェアサービスを展開しているかどうかを判断。
シェアサービス事業数	共有経済が到来した際に企業の中核を担うであろうシェアサービスの事業を複数展開しているかどうかを判断。
国内外イベント参加	自社のサービスを広げるために国内外のシェアサービスに関するイベントに参加した経験があるかを尋ね、判断。

第8表 国際競争力指標詳細

項目名	項目詳細
海外売上高比率の記載	海外戦略に成功もしくは海外志向を強調する企業は今後の海外展開に期待できるため日経ニーズに当指標があるかを判断。
現地法人	海外展開に成功している企業は、国内外の情報を素早く入手できる現地法人を設けているため、現地法人の有無を判断。
海外志向	海外展開に積極的であることを示す企業の海外戦略方針が決算報告会資料、中長期経営計画書に明記されているかを判断。
多言語対応	シェアサービスを海外展開していくために必要不可欠な多言語対応が企業HPにてなされているかを判断。
海外展開意図	今後シェアサービスを海外へ拡大する意図が現時点であるかないかを尋ね、判断。

## 第2節 ポートフォリオ紹介

以上の選定を行なった結果、得点上位 15 社を「来たる共有経済で勝ち抜く Share!企業」に選出した。

「Share!企業ポートフォリオ」

コード	市場	企業名	購入金額(円)	構成比(%)
9437	東証1部	NTTドコモ	328,000	6.560
8591	東証1部	オリックス	331,359	6.627
9984	東証1部	ソフトバンクグループ	328,888	6.578
2780	東証2部	コメ兵	330,797	6.616
9416	東証1部	ビジョン	329,440	6.589
7203	東証1部	トヨタ自動車	332,450	6.649
3179	東証1部	シュッピン	330,484	6.610
4755	東証1部	楽天	330,504	6.610
8801	東証1部	三井不動産	328,241	6.565
7201	東証1部	日産自動車	329,628	6.593
4689	東証1部	ヤフー	329,056	6.581
4666	東証1部	パーク24	328,250	6.565
3092	東証1部	スタートトゥデイ	328,559	6.571
2432	東証1部	ディー・エヌ・エー	327,590	6.552
3328	東証1部	BEENOS	325,008	6.500
手数料・消費税			53,319	1.066
現金			8,427	0.169
合計			5,000,000	100.000

## 【投資比率の決定】

選定した 15 社の最適な投資比率を決めるため、最小のリスクで最大のリターンを生み出す効率的フロンティアによってポートフォリオの投資比率を決定する。以下は効率的フロンティアを導くための式である。

$$\sigma_p = \sqrt{\sum_{i=1}^{15} (w_i \sigma_i)^2 + 2(w_1 w_2 \text{cov}_{1,2} + w_1 w_3 \text{cov}_{1,3} + \dots + w_{14} w_{15} \text{cov}_{14,15})}$$

$$\mu_p = \sum_{i=1}^{15} w_i \mu_i$$

$\sigma_p$ : ポートフォリオのリスク

$\mu_p$ : ポートフォリオのリターン

$\sigma_i$ : 個別企業のリスク

$\mu_i$ : 個別企業のリターン

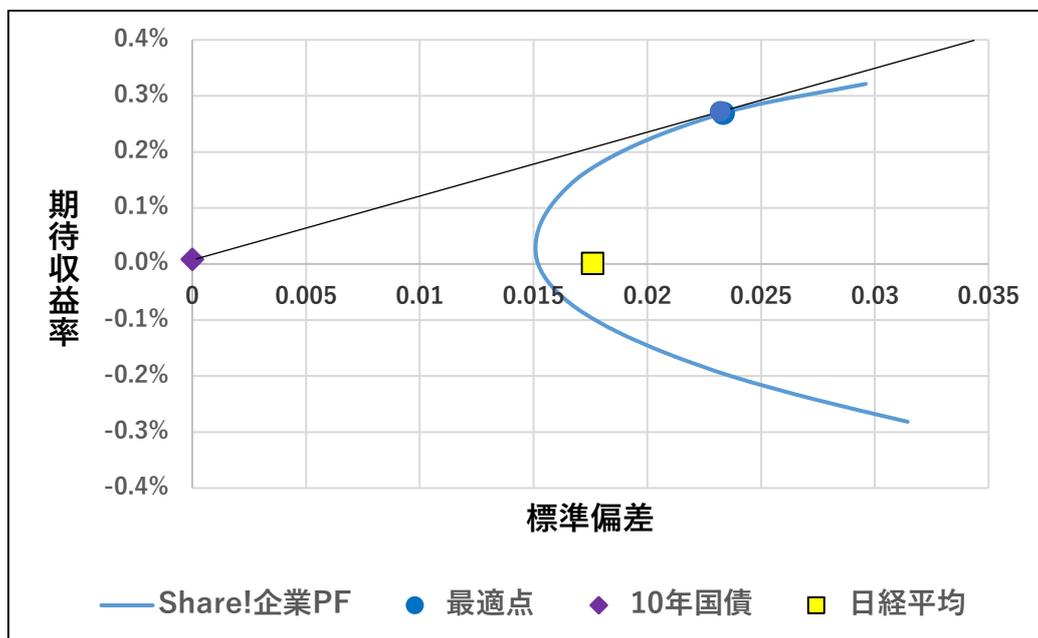
$w_i$ : 個別企業の投資比率

$\text{cov}_{i,j}$ : i社とj社の共分散

リスクは株価の変化率の標準偏差、リターンは株価の変化率の平均とする。また、各社のリスクとリターンは 2015 年 12 月 21 日から 2016 年 11 月 30 日までの株価の日次データを用いて算出した。その結果、Share!企業のリスクとリターンの関係は以下の第 8 図のような効率的フロンティアで示される。

ここで、シャープレシオ最大の点である最適ポートフォリオも導き出す。2016 年 11 月 30 日時点の国債 10 年利回り 0.021%を営業日 250 日で割り、日次換算した 0.000084%をリスクフリーレートとした。

第 8 図 効率的フロンティア



(Yahoo!ファイナンスのデータを基に独自作成)

また、併せてシャープレシオ最大の点である最適ポートフォリオも導き最適ポートフォリオを選出すると、「ディー・エヌ・エー」、「スタートトゥデイ」、「ビジョン」の 3 銘柄のポートフォリオになり、15 社でリスク分散をすることができなかった。そこで、今後到来する共有経済において急成長する将来の Share!企業への期待を込め、各社均等な投資比率でポートフォリオを組む。

### 第3節 構成銘柄の値動き

「Share!企業ポートフォリオ」の値動きを観察するにあたり、比較対象として、第3次スクリーニングの点数が低かった15社と資本金の近い15社でポートフォリオを作成した。以下、このポートフォリオを「定性下位ポートフォリオ」、「同規模同業種ポートフォリオ」と表記する。それぞれのポートフォリオは以下の第9表に示した。

第9表 比較企業ポートフォリオ

定性下位ポートフォリオ		同規模同業種ポートフォリオ	
コード	企業名	コード	企業名
9508	九州電力	7261	マツダ
7610	テイソー	8830	住友不動産
3181	買取王国	6460	セガサミーホールディングス
7618	ピーシーデポコーポレーション	4812	ISID
2120	ネクスト	3352	パッファロー
3319	ゴルフダイジェスト・オンライン	9424	日本通信
3135	マーケットエンタープライズ	8889	アパマンショップホールディングス
2652	まんだらけ	7211	三菱自動車
9832	オートバックスセブン	4733	オービックビジネスコンサルタント
3093	トレジャー・ファクトリー	9613	NTTデータ
9409	テレビ朝日ホールディングス	3396	フェリシモ
9418	U-NEXT	3347	トラスト
6993	大黒屋ホールディングス	8585	オリエントコーポレーション
9425	日本テレホン	9401	TBSホールディングス
3633	GMOペパボ	9823	マミーマート

これらのポートフォリオと比較しながら、「Share!企業ポートフォリオ」の値動きの特徴を分析する。

GARCH(1,1)モデルで条件付き分散(リスク)を推定し、株価変動の不確実性(ボラティリティ)の観点から分析を行った。データの期間は効率的フロンティアと同様、2015年12月21日から2016年11月30日であり、日次データを用いた。推定式は以下の通りである。また、変数のRは各ポートフォリオおよび日経平均株価の変化率、uは誤差項、Vはボラティリティの推定値の平方根に100を掛けたものである。

$$R_t = \alpha_0 + \alpha_1 R_{t-1} + u_t$$

$$u_t \sim N(0, V_t)$$

$$V_t = \beta_0 + \beta_1 u_{t-1}^2 + \beta_2 V_{t-1}$$

Share!企業の推定結果は以下のようになった。下括弧内はz値の絶対値を示す。

$$R_t = 0.0001 - 0.0084R_{t-1}$$

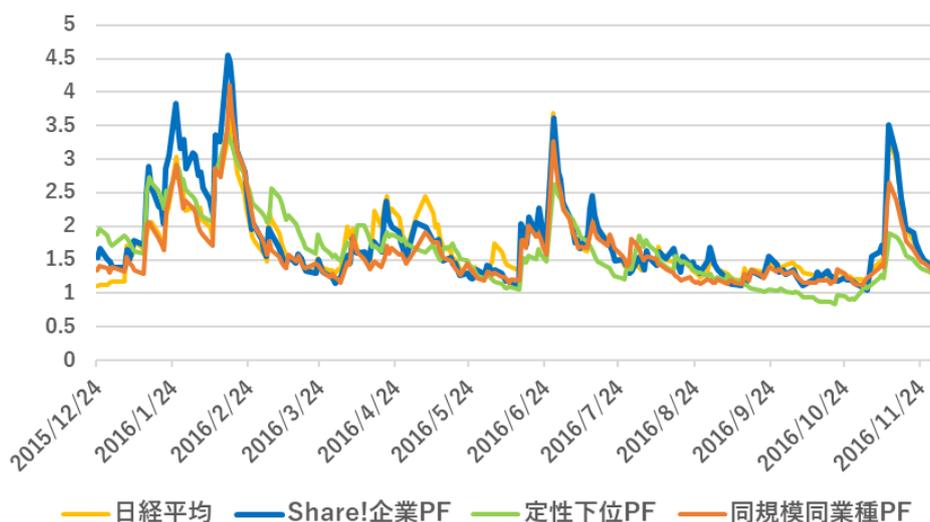
(0.1039)                      (0.1014)

$$V_t = 2.599E - 05 + 0.2009u_{t-1}^2 + 0.7317V_{t-1}$$

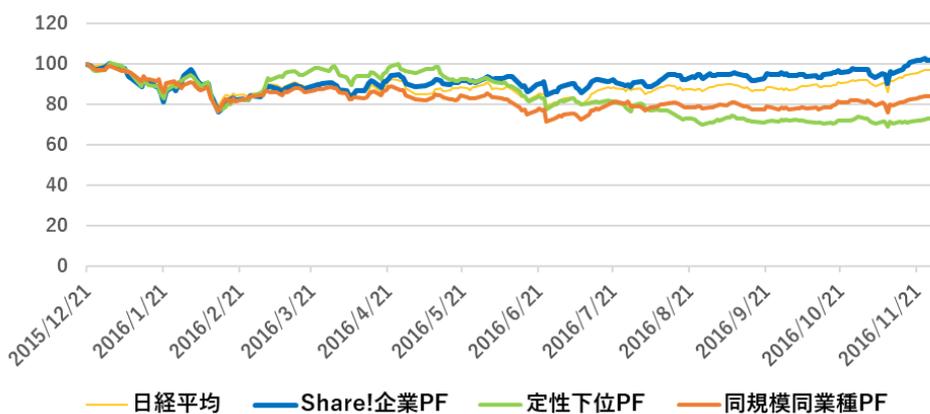
(2.7130)                      (3.1027)                      (10.9987)

また、各ポートフォリオの条件付き分散推移(第9図)、株価指数推移(第10図)、記述統計量(第10表)、 $\beta$  値(第11表)を以下にまとめる。

第9図 条件付き分散推移



第10図 株価指数推移



第10表 記述統計量

	Share!企業	定性下位	同規模同業種	日経平均
平均値	7.732	6.934	7.457	9.724
中央値	7.735	6.939	7.448	9.725
最大値	7.826	7.043	7.645	9.854
最小値	7.552	6.774	7.315	9.613
標準偏差	0.046	0.055	0.066	0.042

第11表  $\beta$  値

	Share!企業	定性下位	同規模同業種
$\beta$ 値	0.956	0.742	0.85

推定結果より、「Share!企業ポートフォリオ」の株価変動の不確実性は日経平均とほぼ連動していることがわかる。また、日経平均よりもボラティリティが低いという結果となった。以上の結果から「Share!企業ポートフォリオ」は株価変動の不確実性を日経平均と同程度まで抑えられた、分散投資の効果が効いたポートフォリオであるということが分かった。

## 第4章 投資家へのアピール

### 第1節 各企業の定性分析

はじめに、選定された企業15社それぞれの事業内容や具体的な取り組み、私たちの思い等を以下にまとめる。

企業名		業種	通信	得点
<b>NTTドコモ</b>		コード	9437	<b>22</b>
		市場	東証1部	
キャッチコピー	『バイクシェアで“スマートイノベーションへ挑戦”』			
サービス名	<b>ドコモバイクシェア</b>			
企業・サービス概要	自転車のシェアサービスのみならず、他のサイクルシェアリング運営事業者に対しシステム提供／コンサルティング業務を推進。持続可能性や省エネに気をつかい、循環型社会を意識した事業を展開していることがHP上から分かる。			
軸	問題解決力	ミレニアル世代	積極性	国際競争力
詳細	・万が一の事故に備えて保険を完備 ・利用者の命を預かっているという責任	・お財布ケータイやICカードによるワンタッチでの簡単貸出を実現し、ミレニアル世代へスマートなサービス利用を促進	・ジャパントラベルとの業務提携により、サービス拡大を狙う ・BIKE TOKYO2016への参加	・世界各地に存在する通信事業の子会社や拠点をういて今後のサービス拡大を狙う
私たちの思い	地域で自転車の乗り方レッスンや交通マナー教室等を開催し、自転車文化の発展と自転車をきっかけとしたまちづくりに貢献。ドコモ代表も『21世紀は持続可能な社会の実現が求められている』とし、シェアサービスに本腰を入れていることが分かる。			
企業名		業種	通信	得点
<b>ソフトバンクグループ</b>		コード	9984	<b>20</b>
		市場	東証1部	
キャッチコピー	『IoTの力で“いつでも、どこでも”自転車を』			
サービス名	<b>HELLO CYCLING</b> ・ミナポート			
企業・サービス概要	東京や京都を中心に自転車のシェアサービスを拡大中。観光客だけでなく日常生活にも使える、スマホを活用した自由で楽しい利用方法も魅力。			
軸	問題解決力	ミレニアル世代	積極性	国際競争力
詳細	・消費者がいつでも相談可能なチャット機能をHPに掲載 ・コールセンターにて事故対応の受付	・アプリからの入力で今いる場所からレンタル可能 ・1アカウントで複数台の予約可	・社員による新規事業提案制度にてシェア事業を子会社へ ・5企業と提携し、サイクル事業を拡大	・2016年はARM社の買収、サウジアラビアとのファンド設立など世界市場を意識した投資を展開
私たちの思い	ソフトバンクが動いた。類まれなる先見性と国際展開力を持ち、積極的な投資を行う企業がシェアサービスにも足を踏み入れた。強みである情報通信技術を用いて、市場を狙っていくだろう。			
企業名		業種	金融	得点
<b>オリックス</b>		コード	8591	<b>20</b>
		市場	東証1部	
キャッチコピー	『あなたの移動をデラックス。オリックスカーシェア。』			
サービス名	<b>オリックスカーシェア</b>			
企業・サービス概要	安い！便利！近い！が魅力のオリックスカーシェア。2002年からサービスを開始した業界古参である。また様々な利用機会を消費者に提示し、カーシェアへの抵抗感を少なくする工夫もHP上に存在する。			
軸	問題解決力	ミレニアル世代	積極性	国際競争力
詳細	・24時間受付可能な緊急コールセンターを設置 ・直接話を聞きたい人のための説明会を開催	・学生プランとして5年間月額基本料を無料にするプランを提供しミレニアル世代を囲い込み	・お友達紹介キャンペーンへの積極投資を通して利用者獲得を狙う	・世界36カ国に有するネットワークは強力 ・2016年は海外セグメントの資産増加
私たちの思い	2002年に日本初のカーシェアリング会社を立ち上げた。共有経済の到来をどの企業よりも早く、予測し、行動したことが高得点に結びついたのではないだろうか。			

企業名		業種	小売	得点
<b>コメ兵</b>		コード	2780	<b>20</b>
		市場	東証2部	
キャッチコピー	『売るヒトの、買うヒトの、ココロを満たす』			
サービス名	コメ兵オンライン・LINK SMILE(古着)・e-Craft(タイヤ)			
企業・サービス概要	日本最大級のリユースデパートであるコメ兵。昭和47年に創業し、以来優れた“目利き”で、厳しく公正に価値や価格を判断し、顧客の満足を獲得してきた。			
軸	問題解決力	ミレニアル世代	積極性	国際競争力
詳細	・日本流通自主管理協会会員にて偽物防止に尽力	・LINEを利用し査定できるサービス『ライン査定』を開始	・服やブランド品事業のみならず、オークション事業・中古タイヤ販売事業も展開	・KOMEHYO HONG KONG LIMITEDを2013年設立
私たちの思い	スクリーニングを経るまで、班員の誰もが知らなかった企業にもかかわらず、今回のスクリーニングでは高得点を獲得した。11月07日には業績予想の上方修正を発表し、さらなる成長への兆しを見せる。			
企業名		業種	通信	得点
<b>ビジョン</b>		コード	9416	<b>19</b>
		市場	東証1部	
キャッチコピー	『快適な旅行には、完璧なWi-Fiサポート』			
サービス名	グローバルWi-Fi・NINJYA Wi-Fi			
企業・サービス概要	世界200以上の国と地域で使えるポケット定額制海外用Wi-Fiルーターレンタルサービスを実施。快適な旅行やビジネスのため、多くの人々はビジョンのWi-Fiルーターを利用している。			
軸	問題解決力	ミレニアル世代	積極性	国際競争力
詳細	・暗号化された通信で接続するためセキュリティは万全 ・申し込みから返却まで簡単4ステップ	・グローバルWi-Fiの専用アプリあり ・SNSでの問い合わせが可能	・シェアリングエコノミー協会準会員 ・飲食店運営を手掛ける株式会社あどばると業務提携を発表	・「国境を越え、制約を超え、新たな革新と成長を目指す人へ」という企業理念
私たちの思い	シェアサービスの利用には欠かせないWi-Fiは今後も更に注目を集めるだろう。また、オリンピックの開催に伴う訪日外国人増加もビジョンにとっては好条件。			
企業名		業種	小売	得点
<b>シュッピン</b>		コード	3179	<b>18</b>
		市場	東証1部	
キャッチコピー	『リユースじゃない、“リバリュー”だ』			
サービス名	Map Camera・GMT・CROWN GEARS			
企業・サービス概要	インターネットを利用した、中古品取引サービスを実施。扱う分野は幅広く、趣味・嗜好品から高級品まで取り揃えている。			
軸	問題解決力	ミレニアル世代	積極性	国際競争力
詳細	・企業理念に「安心・安全な取引を支えている。」と記載	・Facebookでコミュニケーションをとれる場を設置 ・「自機自賛」ページ設置	・カメラ、筆記用具、自転車、ロードバイクなど幅広い分野でリユース事業を展開	・「将来、国内市場だけではなく海外との取引を見据えた事業展開を検討」と明記
私たちの思い	鈴木慶会長は言わずと知れた日本の実業家。ソフマップの創業は有名な話だが、その他様々な事業に携わってきた経験がある。そのような鈴木会長は中古品取り扱いで一番大事なことは安心安全であることだと言い、消費者の信頼を得ようと努力する姿勢が見られる。			

企業名		業種	自動車	得点
<b>トヨタ自動車</b>		コード	7203	<b>18</b>
		市場	東証1部	
キャッチコピー	『Harmonious(調和した)な暮らしを、あなたと』			
サービス名	Ha:mo RIDE(カーシェア)			
企業・サービス概要	誰もが、いつでも、自由に移動できる社会を目指して、環境負荷の低いモビリティをみんなでシェアできるサービス。愛知、東京、沖縄、フランスで実証実験を行う。			
軸	問題解決力	ミレニアル世代	積極性	国際競争力
詳細	・Ha:mo車両は保険に加え、対人対物無制限で費用負担	・アプリケーションで、車のロックが解除可能	・パーク24等の多数の企業と協賛しながらHa:mo RIDEを促進	・フランスのグルノーブルで実証実験 ・米Uberに出資&戦略提携検討合意
私たちの思い	1人乗り用のチャームな車両を見ると、つつい使ってみたくなる。長年、自動車製造企業として君臨していたトヨタ自動車が、このような移動に関するシェアサービスを提供し始めていることも共有経済の到来を象徴している。			
企業名		業種	サービス	得点
<b>楽天</b>		コード	4755	<b>17</b>
		市場	東証1部	
キャッチコピー	『国内最大級！簡単・安心・安全なフリマを運営』			
サービス名	ラクマ(フリマ)・FRIL(フリマ)・ラクパ(駐車場)			
企業・サービス概要	個人間でモノの売買ができるプラットフォーム「ラクマ」を筆頭に、本格的にシェアサービスに乗り出した。競合他社が多い中、「楽天経済圏」を駆使した戦略に出る。			
軸	問題解決力	ミレニアル世代	積極性	国際競争力
詳細	・取引後でも、一定の条件のもと返品・返金が可能 ・出品禁止品を明記し、規制を設ける	・「楽天学割」というミレニアル世代に対するプロモーション戦略を展開	・ラクパという駐車場シェアサービスを2016年12月に開始予定	・2014年には海外企業を2社買収 ・2015年にはライドシェア大手Lyft, Inc.に出資
私たちの思い	世界各国に向けた他言語対応がなされていることは他企業・他サービスを探しても少ない。この点は、今後の国際競争において有利な状況を作り出すであろう。			
企業名		業種	分譲	得点
<b>三井不動産</b>		コード	8801	<b>17</b>
		市場	東証1部	
キャッチコピー	『1台から！1日から！この場所「トッピ！」』			
サービス名	toppi!(駐車場)・careco(カーシェアリング)			
企業・サービス概要	今年の11月より空き駐車場などを有効活用する駐車場シェアサービス「toppi!(トッピ!)」をスタート。現在利用されていない駐車場と利用したい消費者を結びつける。			
軸	問題解決力	ミレニアル世代	積極性	国際競争力
詳細	・「toppi!」では、スタッフが現地へ行き、駐車に適した場所か否かを確認	・現在、アプリケーションはないものの、リリースは近い	・駐車場シェアの他に、carecoという国内主要カーシェアサービスを展開	・U.S., Europe, Asiaの地域を中心に海外戦略を行う
私たちの思い	人口が減少していく日本では、自ずと遊休スペースは増えてくる。三井のリパークという大きな知名度を武器に利用者は今後増えていくだろう。			

企業名		業種	自動車	得点
日産自動車		コード	7201	17
		市場	東証1部	
キャッチコピー	『カーシェアも、やっちゃえ、日産』			
サービス名	日産レンタカー・チョイモビ(カーシェア)			
企業・サービス概要	レンタカー事業と共に、ゼロエミッションの実現のため、日産は「日産ニューモビリティコンセプト」というプロジェクトに取り組む。その一環である「チョイモビ」は小型EV車を横浜市で利用できるというサービスを開始した。			
軸	問題解決力	ミレニアル世代	積極性	国際競争力
詳細	・「日産安心サポートプラン(NAS)」を設置	・若者人気の移動のシェアサービス ・サービス利用の流れが明確	・「観光・レジャー」利用に注目したシェアサービス、チョイモビを展開	・英語・中国語・韓国語に対応したホームページを提供
私たちの思い	11月の国内販売新車台数が30年ぶりに首位となり、今最も勢いのある会社の一つだ。チョイモビの展開は、カルロス・ゴーンが言うように「計画が5%、実行が95%」という言葉を体現している。			
企業名		業種	賃貸	得点
パーク24		コード	4666	16
		市場	東証1部	
キャッチコピー	『土地と時間。タイムズならではのカーシェア』			
サービス名	タイムズカープラス・タイムズカーレンタル			
企業・サービス概要	全国に駐車場を展開しているパーク24はその土地を活かしカーシェア・レンタルビジネスを開始。利用機会に合わせてシェアかレンタルかを選択できる。			
軸	問題解決力	ミレニアル世代	積極性	国際競争力
詳細	・予約1分前までのキャンセルも可能。 ・対人、対物、車両、人身傷害補償を完備	・PC、スマホからの利用が可能	・レンタカーとカーシェア2つのシェアサービスを展開	・台湾に現地法人を有し、今後の国際展開に期待
私たちの思い	カーシェアでは国内最大手であり、売り上げ、会員数、車両数、拠点数を順調に伸ばし、業界一位を獲得している。カーシェアの利用が広がる中、カーシェアといえばタイムズカープラスと呼ばれる日も近いだろう。			
企業名		業種	サービス	得点
ヤフー		コード	4689	15
		市場	東証1部	
キャッチコピー	『次の20年へ「UPDATE JAPAN」』			
サービス名	ヤフオク・一休.comバケーションレンタル(民泊)			
サービス概要	買いたいと売りたいをつなげる、日本最大級のオークションサービスを1999年より実施。Yahoo!を利用しているユーザーが多いことから、ヤフオクを利用するユーザーも多い。			
軸	問題解決力	ミレニアル世代	積極性	国際競争力
詳細	・「未着・未入金お見舞い制度」を設置 ・ユーザー評価制度	・『高校生からのヤフオク!』という特設ページを提供	・BOOKOFFと提携展開 ・民泊事業を手掛ける一休.comを昨年買収	・世界に広がるYahoo!ネットワークを用いた国際展開が可能
私たちの思い	ネットオークションといえば「ヤフオク」という、不動の地位を手に入れている。しかし、昨今フリマアプリやその他のシェアサービスが台頭している。我々は古参であるヤフーの蓄積されたノウハウに期待したい。			

企業名		業種	サービス	得点
<b>ディー・エヌ・エー</b>		コード	2432	<b>15</b>
		市場	東証1部	
キャッチコピー	『消費者の乗ってみたいを実現、新しいカーシェア』			
サービス名	<b>Anyca(CtoC型カーシェア)</b>			
企業・サービス概要	アプリ内で車を検索、交渉、予約、貸し借り、決済できる新しいCtoC型カーシェアサービスを実現。DeNA Automotiveという部門を設立し、情報技術の進化がもたらす自動車革命に備える。			
軸	問題解決力	ミレニアル世代	積極性	国際競争力
詳細	・東京海上日動と連携した保険保障システムを用意	・アプリ利用に限定することによってミレニアル世代特化型の戦略を採用	・駐車場シェアサービス akippaを運営するギャラクシーエージェンシー社に追加投資	・世界6か国に現地法人を設立
私たちの思い	CtoC型のカーシェアリングサービスを提供している会社としては国内最大手である。現在は決算資料においてもAnycaについてほとんど記載されていないが、これからはディー・エヌ・エーの中核を担うようなサービスに成長していくことだろう。			
企業名		業種	サービス	得点
<b>スタートトゥデイ</b>		コード	3092	<b>15</b>
		市場	東証1部	
キャッチコピー	『アパレルの力で世界を笑顔に』			
サービス名	<b>ZOZOフリマ・ZOZUSED(古着)</b>			
サービス概要	日本最大級のファッションフリマアプリ。アプリを入手後、簡単に出品・購入が可能。既存サービスであるZOZOTOWNやWEARと連携していることから、商品検索や出品が気軽できる点の特徴。			
軸	問題解決力	ミレニアル世代	積極性	国際競争力
詳細	・2013年、2015年にヘルプリスク協会の"三ツ星"を獲得 ・新決済サービス「ツケ払い」開始	・WEARに代表されるような、若者向けのサービスを展開	・ZOZUSEDという、古着を扱うサービスを展開	・アメリカ、タイ、ニュージーランド、マレーシアのファッションECサイトに出資
私たちの思い	強いメディアWEARと新品を扱うZOZOTOWN、そして二次流通品を扱うZOZOフリマやZOZUSEDによってスタートトゥデイ経済圏とも言える、ビジネスモデルを確立していることは今後の成長に大きく期待できる。			
企業名		業種	小売	得点
<b>BEENOS</b>		コード	3328	<b>15</b>
		市場	東証1部	
キャッチコピー	『BEE（ミツバチの）NOS（巣）のように持続的繁栄を』			
サービス名	<b>ブランディアオークション・セカイモン(リユース)</b>			
企業・サービス概要	CMでの話題のブランド品宅配買取サービスをはじめ、様々なプラットフォームを子会社に持つ企業。ブランディアにおいては、利用者150万人と東証一部上場の勢いそのままに事業展開している。			
軸	問題解決力	ミレニアル世代	積極性	国際競争力
詳細	・コンディションレベルを設け、消費者に商品状態を提示	・若者を意識した多様なCM戦略で囲い込みを狙う	・セカイモンというeBay公認の中古ECサービスを提供	・インド、インドネシア、トルコ等の新興国市場に積極投資
私たちの思い	いらなくなったもの、使わなくなったものがまた新しく誰かの価値となり利用し続けられるという共有経済の基本となるサービスだ。成長著しく、海外への展開も視野に入れた事業であり、日本と世界をつなぐ越境ECとしての地位を築いてくれる。			

## 第2節 回帰分析

次に、我々の「**来たる共有経済で勝ち抜く Share!企業は長期的に成長する**」という仮説を検証するため、独自のスクリーニングに沿った実証分析を行った。データは日経 NEEDS より、2015 年度のものを使用し、サンプル対象は第 2 次スクリーニングで選定された 49 社のうちデータ制約上推定可能であった 42 社とする。被説明変数に企業価値として売上高をおき、説明変数には売上高を決定する規模の指標として、従業員数と資本金、さらに第 3 次スクリーニング指標を使用する。第 3 次スクリーニングで用いた指標のうち、どの軸が売上高に影響しているかを検証するため、【問題解決力】を KAIKETSU、【ミレニアル世代】を MILLENNIA、【積極性】を SEKKYOKU、【国際競争力】を KOKUSAI としておいた。以下に最小二乗法による推定を行った結果を示す。なお、各変数の記述統計量は表にまとめられている。

第 12 表 クロスセクションデータによる実証分析

<b>【推定式】</b>	
$\text{Log}(\text{SALES})_i = \alpha + \beta_1 \text{Log}(K)_i + \beta_2 \text{Log}(L)_i + \beta_3 \text{KAIKETSU}_i + \beta_4 \text{MILLENNIA}_i + \beta_5 \text{SEKKYOKU}_i + \beta_6 \text{KOKUSAI}_i + u_i$	
<b>【変数の名称】</b>	
Log(SALES):売上高(対数値)	MILLENNIA:ミレニアル世代指標
Log(K):資本金(対数値)	SEKKYOKU:積極性指標
Log(L):従業員数(対数値)	KOKUSAI:国際競争力指標
KAIKETSU:問題解決力指標	
<b>【推定結果】</b>	
(注)括弧内はt値の絶対値を示している。***は水準1%、**は水準5%、*は水準10%で有意である。	
$\text{Log}(\text{SALE}) = 4.419 + 0.213 \text{Log}(K)_i + 0.281 \text{Log}(L)_i + 0.162 \text{KAIKETSU}_i + 0.078 \text{MILLENNIA}_i + 0.142 \text{SEKKYOKU}_i + 0.178 \text{KOKUSAI}_i$ (4.733) (4.119)*** (3.968)*** (2.142)** (1.019) (1.112) (2.224)**	
サンプル数n=42 修正済み決定係数=0.748	

第 13 表 記述統計量

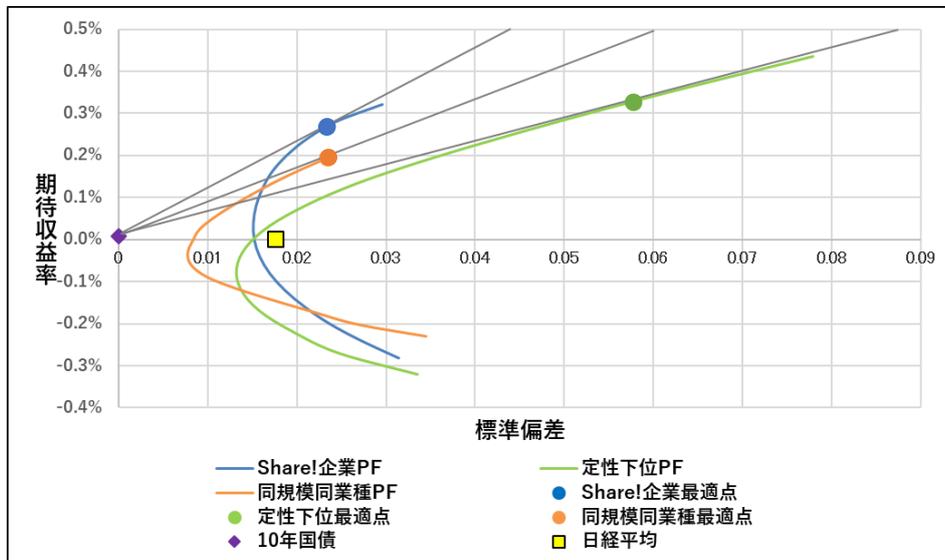
	Log(SALES)	Log(K)	Log(L)	KAIKETSU	MILLENNIA	SEKKYOKU	KOKUSAI
平均	11.540	8.623	7.298	5.214	5.298	1.774	2.095
中央値	10.880	7.933	6.666	5.000	5.250	1.000	2.000
最大値	17.162	13.764	12.762	9.000	7.500	4.000	4.500
最小値	8.269	5.069	4.331	3.000	3.000	0.000	0.000
標準偏差	2.591	2.492	2.446	2.353	1.510	1.308	1.597

t 検定を行ったところ、従業員数、資本金の点数は水準 1%、第 3 次スクリーニングの問題解決力、国際競争力の点数は水準 5% で有意となった。ここで、従業員数、資本金、問題解決力、国際競争力は売上高にプラスの影響を与えていることが分かった。加えて、我々が作成したミレニアル世代と積極性の点数に関しては有意に出ず、売上高に影響を与えていないことがわかった。以上のような結果に対し、問題解決力の高い企業は消費者に信頼や安心感をもたらし、利用しやすいシェアサービスを目指すことで売上高にプラスの影響を与えることが分かった。また、積極的に海外市場獲得の土壌を築き、将来的にシェアサービスを海外に展開しようとする姿勢も売上高にプラスの影響を与えることが分かった。しかしながら、他指標においては、「日本の共有経済が萌芽期であること」、「ミレニアル世代最大勢力化のための投資期間であること」という 2 点の理由により、売上高に影響を与えていないという結果になったと我々は考える。

### 第3節 ポートフォリオの優位性

続いて、「Share!企業ポートフォリオ」の優位性を実証するために、効率的フロンティアによって「定性下位ポートフォリオ」、「同規模同業種ポートフォリオ」との比較を行う。それぞれ2015年12月21日から2016年11月30日の株価を基に効率的フロンティアを作成した結果、以下の第11図になった。また、第14表は各ポートフォリオの最適点におけるリターン、リスク、シャープレシオを示したものである。

第11図 効率的フロンティア比較



第14表 最適点の比較

	最適点収益率	最適点標準偏差	シャープレシオ
Share!企業	0.00274	0.02379	0.11614
定性下位	0.00301	0.05171	0.05859
同規模同業種	0.00196	0.02349	0.08427

フロンティアの最適点で比較したとき、「Share!企業ポートフォリオ」は、「定性下位ポートフォリオ」に比べてローリスクローリターンに、「同規模同業種ポートフォリオ」と比べるとリスクは同程度だがリターンが高いといった結果になった。さらに日経平均よりもハイリスクハイリターンであることがわかった。また、シャープレシオを比較すると「Share!企業ポートフォリオ」の値が最大であり、比較ポートフォリオよりも同一リスク当たりのリターンが最も高いことがわかる。よって、最も合理的で投資に適したポートフォリオであると言える。

### 第4節 シェア経済サミットへの参加

我々は2016年11月25日、日本初の共有経済に関するカンファレンスである「シェア経済サミット」に全員で参加し、様々なセッションやトークを傍聴することで共有経済に関する知識を深めた。このサミットに参加した目的は①共有経済普及の背景②我々のスクリーニング及びポートフォリオの優位性の2つを確認し、我々の仮説を検証するためだ。サミットでは、「単なるムーブメントか？それとも生き方の新常識



(写真:シェア経済サミット会場にて)

か？」という共有経済の到来を予見するフレーズを掲げ、鶴保庸介内閣府特命担当大臣やUber日本法人の高橋正巳執行役員社長、Airbnb日本法人の田邊泰之代表取締役を初め、まさに日本の共有経済を牽引する名だたる方々が登壇された。

本論文ではそのサミットでのセッションの中から「シェアリングエコノミーの未来」で話されていたことを抜粋し、我々の仮説と照らし合わせる。「シェアリングエコノミーの未来」では、共有経済の権威者として世界中の注目を集めているアルン・スンドララジャン氏（ニューヨーク大学スターン・スクール教授・以下敬称略）が登壇された。アルンの講演概要は以下の通りである。

### (1) 背景について

インターネットやスマートフォンが近年急速に普及したことで、日常のコミュニケーションから買い物といった全てのことがオンラインで完結するような時代になってきた。一方で、人とのつながりといった社会的価値を求めるようになった。この種の欲求は人間の本質的、かつ基本的な欲求であるとアルンは主張する。このような背景から、誰とでもすぐにオンラインで繋がれる環境を生かして、モノを共有し、人と直接的な関わりを持てる消費の潮流が生まれた。つまり、人との直接的なつながりを感じるシェアサービスが今、広がっている。

### (2) シェアサービス企業の責任

シェアサービスを運営していくにあたり、企業は信頼性を担保することが急務である。シェアサービスは、オンライン上で行われる新しい消費形態であるため、信頼があってこそ成り立つ。そのため、その信頼を担保するための取り組みはシェアサービス事業者としての責任であると主張する。

### (3) サービス展開の課題点

ひとえに共有経済と言ってもサービスの浸透度は各国によって大きく異なる。特に日本では、馴染みのないシェアサービスにまだまだ不安が残る人は多く存在する。他人と共有することに抵抗感のある日本人に普及させるためには、消費者にシェアサービスを認知してもらうための取り組みや、課題解消に向けた取り組みを企業は行う必要がある。

上記のような講演を含めたサミットへの参加を通して我々は2点の成果を得た。

まず1点目は、本論文の背景をより深められたことである。我々が仮説を立てるに至った背景は上記の通りミレニアル世代の台頭と情報技術の発達である。アルンはこれら2つの背景以外に人との繋がりが生む「社会的価値」を挙げていた。情報技術が発達したが故に人々が孤独感を感じ、シェアサービスを求めるという観点は新しく、我々の考える共有経済の到来を後押しする大きな発見であった。

2点目に確認できたことは我々のスクリーニングの有意性である。アルンが述べていたシェアサービスで重要となる信頼性とシェアサービス浸透への課題を解消するための企業の取り組みは我々のスクリーニング軸「問題解決力」の各項目で判断できる。各項目は500人以上の消費者の声を基に独自作成した項目であり、実際に我々が行った回帰分析においても「問題解決力」は企業価値に正の影響を与えている。アルンが述べているようなシェアサービス普及のための重要な点を把握し、問題点を解決している企業こそ、我々が選び抜いた15社である。

## 第5節 企業訪問

我々は実際にポートフォリオに選出した企業の中で訪問許可をいただいた 社への企業訪問を行なった。企業訪問の目的は①我々の仮説・スクリーニングの優位性②企業のシェアサービスに対する考え方③サミットで学んだ重要点や課題点への取り組みを確認し、企業の生の声を論文に反映するためである。以下に各企業訪問の内容を「Quintet Times」として記載する。

# Quintet Times

## スマートロックが成功の鍵

企業名	OpenStreet (ソフトバンクグループ)	訪問日時	12月14日(水) 11時~13時
訪問場所	東京汐留ビルディング	担当者	横井氏(代表取締役)

### 1. シェアサービスの誕生の背景

密化する大都市圏で、自身が経験した移動の不便さを自らで解消したいという想いと、手軽な自転車で行動範囲が一段と広がる事でQOL(quality of life)が向上するという実感値から「HELLO CYCLING」を考案。社内ベンチャー制度を用いながら2年の歳月を経て誕生した。

### 2. シェアサービスの課題点及び対策

課題はユーザーの満足度を高めること。サービス拡大に伴う需給のバランスを巧みにコントロールしていくことが必要となる。特に、供給(インフラ)については、パートナー戦略により、各エリア毎にローカライズされた地域経済合理性の高い規模の拡大を目指す。

### 3. シェアサービスへの想い

現在はインフラとして機能させるためにはまだまだ規模が不十分であるためサービス拡大によって圧倒的なインフラ整備を行い、将来的には「HELLO CYCLINGがピクトグラム(標識)となる」ような文化的価値の創造を目指す。

### 4. 国際戦略

土地や地域ごとの文化・特徴に合わせたローカライズな戦略が求められる。また、今後ソフトバンク傘下の海外企業と協力することで事業を拡大させていきたい。

### 5. 論文執筆活動へのお言葉

「皆さんのキラキラした視線に、こちらもとても刺激をいただきました。」



## 世界の変化に追い付け追い越せ

企業名	ビジョン	訪問日時	12月14日(水) 14時~15時
訪問場所	KDX東新宿ビル5階	担当者	VM事業部 四条氏(統轄)・井上氏(係長)

### 1. シェアサービスの背景

形を変えながら進化してきた情報通信サービスを世の中に広めたいという想いと、世界の変化や市場に追いつかねばならない「マーケットイン」という考えからシェアサービスを注視するようになった。

### 2. シェアサービスの課題点及び対策

課題は拡大していく市場の中で戦うため価格を下げていくこと。アウトバウンド1670万人に対するマーケティングやユーザーの確保、他事業との提携等により新たな付加価値をつけることを目指す。

### 3. シェアサービスへの想い

安価で高品質な情報通信サービスを世界中のユーザーに届けたい。

### 4. 国際戦略

アウトバウンド事業参入から始まり、現在はインバウンド事業の展開も行う。今後Other to Otherへの戦略が求められる。

### 5. 論文執筆活動へのお言葉

「当社もこのような活動に協力させて頂くのは初めて。分析等よくできていると思う。」



## 命を預かる責任と覚悟

企業名	ドコモ・バイクシェア (NTTドコモ)	訪問日時	12月15日(木) 10時30分~12時
訪問場所	山王パークタワー27階	担当者	坪谷氏(代表取締役)・井上氏(企画経理部長)

### 1. シェアサービスの背景

もともと社会貢献、環境ビジネスに関心をもっていた。移動体通信以外の新しいインフラを生み出したという想いのもと、8年前に誕生した。

### 2. シェアサービスの課題点及び対策

課題点は利用者がいつでもどこでも、乗りたい時にサービスを提供すること。順次、提供地域を首都圏中心に拡大していく。

### 3. シェアサービスへの想い

サービス提供者として人の命を乗せているサービスであるということを忘れてはならない。

### 4. 国際戦略

目的意識を明白に持ち、様々な土地や地域に対するマーケティングを行うことが大切である。技術、文化、タイミング、政府規制、パートナーシップが鍵。

### 5. 本論本へのお言葉

「シェアサービスによって既存産業への消費が落ち込むとは一概には考えにくく、両者が刺激合いながら成長するだろう。」



# Quintet Times

## 「捨てないで、見る人見れば、宝モノ」

企業名	ヤフー	訪問日時	12月15日(木) 15時～16時
訪問場所	紀尾井タワー	担当者	ヤフオク！カンパニー 北川氏(部長)

### 1. シェアサービスの背景

シェアリングエコノミーという言葉が生まれる前からモノを大切にしたいという意識のもと生まれた個人間取り引きのサービス。タイムマシン経営としてアメリカのビジネスモデルを参考にしたという側面もある。

### 2. シェアサービスの課題点及び対策

課題はさらなる利用者数の増加。特に売り手や貸し手を集められるかが重要。その上で既存のサービスと同等に安心安全を目指す。

### 3. シェアサービスへの想い

シェアリングという言葉にとらわれず、「もったいない」をなくしたいというビジョンのもと、個人間取引において安心安全を担保しながら100%リユースを実現したい。

### 4. 国際戦略

世界共通のUIと各国に柔軟に対応する開発・改善スピードの向上が重要。また、生活課題を解決するサービスを目指す。

### 5. 本論文へのお言葉

「シェアという曖昧で難しい言葉の定義をよく頑張りました。ポートフォリオに関しては、今後伸びるであろう企業がしっかり選定されている一方で、各社に占めるシェア事業の割合を考慮すべき。また、もう少し聞き手に分かりやすいアンケートを取る必要がある。」



## 業界ナンバーワンを勝ち toppi !

企業名	三井不動産リアルティ (三井不動産)	訪問日時	12月16日(金) 10時～11時
訪問場所	霞が関ビルディング	担当者	リパーク事業本部 細川氏(主任)

### 1. シェアサービスの背景

将来的なシェアサービスの成長を予見し、シェアサービス事業を行うことを決意。

### 2. シェアサービスの課題点及び対策

課題はサービス展開に伴う地域ごとの運営体制を整えること。三井のリパークなどの既存事業を活用できる首都圏中心にサービスを拡大していく。

### 3. シェアサービスへの想い

サービスを広く全国各地に展開していきたい。BtoC CtoCの2軸で駐車場以外のシェアサービスを展開することも検討。

### 4. 国際戦略

基本的には不動産を扱う会社であるため海外展開は考えてない。

### 5. 本論文へのお言葉

「分析もしっかりなされており素晴らしい。住む地域によってシェアサービスに対する意識が異なることが考えられるため、アンケートの取り方をもう少し工夫できたらいい。」



## 専門性を活かした新品と中古品！

企業名	シュッピン	訪問日時	12月16日(金) 13時～14時
訪問場所	東京都新宿区日廣ビル	担当者	辻本氏(取締役・コーポレート戦略本部長)

### 1. シェアサービスの背景

前会社で中古品を扱っていた鈴木会長の強い想いから、専門性のある高額中古品のECサービスの展開が始まる。インターネットを利用して「価値ある新品と中古品」を安心、安全に取引できるマーケットを創造し社会貢献することを理念としている。

### 2. シェアサービスの課題点及び対策

課題は、ECでの高級商材の購入をさらに促進させること。実店舗が1店舗のみのため販管費比率を抑えられるシュッピンの強みを活かし、ECで適正価格での買取・販売を目指す。

### 3. シェアサービスへの想い

まずは、国内で取るべきマーケットシェアの拡大を目指す。

### 4. 国際戦略

日本で通用するサービスと海外で通用するサービスの見極めを行うことが重要。またジャパンクオリティを担保し、越境ECを海外に提供していく。

### 5. 本論文へのお言葉

「企業に占めるシェアサービス事業の割合が小さい企業もあることを考慮したポートフォリオを作成できると良い。」



## コラム ～シェアガールに会ってきた！～

日本最大級のクラウドソーシング「クラウドワークス」を中心とした3つのサービスを運営しているクラウドワークス社。2012年のサービス配信時から既に100万人のユーザーに価値を届けている。そこで広報、シェアリングエコノミー協会事務局担当、シェアガールとして活躍されている石山氏より、来る共有経済の見解を頂いたので以下にコラムとしてまとめた。



(写真:クラウドワークス社オフィスにて)

**訪問日時:** 11月24日(木) 11時～12時

**企業名:** クラウドワークス

**担当者:** 石山安珠氏(通称 シェアガール)シェアリングエコノミー協会事務局担当  
クラウドワークス社長室・広報担当

**Q1. シェアサービスは今後どのように広がりを見せていくと想定されますか？**

A1. シェアサービスの多くはネット上で個人間が繋がりサービスを楽しむ仕組みとなっているので、市場が拡大するスピードは速いと期待する。一方で個人からサービスを楽しむという心理的ハードルは一定あり、初回利用のハードルを乗り越えることができれば裾野は広がりを見せるだろう。

**Q2. シェアサービスに関する規制と既存産業に与える影響をどのようにお考えですか？**

A2. 民泊に関しては規制を緩和すべきである。なぜなら、ホテルや旅館等の既存産業に大きな悪影響が及ぶとは考えにくいからだ。一方で、ライドシェアに関しては地方と都市部で扱うべき問題に差があるため、一概に規制が必要であると言うことはできないが、既存産業への影響は考慮すべきだ。

**Q3. 今後シェアサービスが伸びるために必要なことは？**

A3. 海外でシェアサービスが伸びた背景に、国家規模での顕在的な課題が存在していたことの影響は大きい。(例:国土が広い中国において、交通便が悪い一方でインフラが充実していないなど)日本においては特に地方が直面している課題にシェアサービスが解決できる可能性は高いし、その認知が広がれば政府の支援も期待できるだろう。また、サービス提供者はユーザーが安心してサービスを利用できるような仕組み作りを努力していかなければならない。

### 【総括】

シェアガール石山氏は自らの経験を活かし、シェアサービスの提供に取り組みながら、国や地方が抱える問題に正面から取り組んでおられた。石山氏との議論を通して、我々も共有経済の可能性をさらに強く感じる事が出来た。

## 第5章 日経ストックリーグを通して学んだこと

### 第1節 まとめ・考察及び課題

我々が最初に述べた言葉を最後にもう1度記載する。「革命が始まった。乗り遅れてはならない。我々は今、共有経済という新しい経済体制の入り口に立っているのだ。」企業のシェアサービスへの積極投資や政府の取り組みなどを踏まえると、シェア経済サミットで示された「共有経済の到来」を見据え、まさに今Share!企業に投資すべきではないだろうか。いま、政府・地方・企業・消費者とあらゆるステークホルダーが共に足並みを揃えて共有経済の入り口に立っている。投資家による未来を見据えた投資への決断は日本企業が共有経済で勝ち抜くための最後の鍵である。

本研究における今後の課題は大きく分けて4点ある。1点目はシェアサービスが既存産業へ与える影響の検証である。現状、民泊に関する規制は緩和されてきた一方でライドシェアに関しては規制

緩和への道のりは遠い。日本での共有経済の実現のためには既存産業への影響を検証しながら、官民一丸となって規制緩和へと動く必要があるだろう。2点目は未上場企業の分析である。現状、シェアサービスを消費者に提供している多くの企業がスタートアップ企業である。そのため、企業データが公開されていないものも多く、未上場企業の分析は困難を極めた。今後、未上場企業も含めて日本企業が共有経済で勝ち抜くために必要な取り組みを研究していきたい。3点目はシェアサービスを現状、GDPに計上できない点だ。現在のGDPの定義に照らし合わせると、シェアサービスの性質上新しい付加価値を生むようなサービスではないためGDPに計上することはできない。そのことに関しては検討会議やサミットでも課題点として挙げられていたが、政府は2016年12月8日に国際基準の新しいGDP算出方法を発表した。その中にシェアサービスは含まれていないが今後も実体経済活動と数値が乖離することのないよう政府は有識者と共に検討を進めるべきだ。4点目は企業に占めるシェア事業の割合を考慮しなければならない点だ。シェアサービスを本業としている企業と、その他の企業においては今後の成長に差が生じるだろう。現時点ではシェアサービス単体の売上高構成比や利益構成比を公開している企業は非常に稀有であるが、今後はそれらのデータを基に企業分析を試みたい。

## 第2節 おわりに

本論文を執筆するにあたり、熱心にご指導してくださった新関先生、貴重なお時間を割いてご意見をいただいた内閣官房の松田氏、そしてこのような学習機会を設けてくださった日本経済新聞社様・野村ホールディングス株式会社様に深く感謝し本論文の終わりとさせていただきます。

---

## 感想

ストックリーグを通して、チームは1つになり、一人一人の個性は輝きながら、時にぶつかり合い、大きく成長しました。半年間、毎日朝から晩まで考え続け1つの作品を5人全員で創り上げるという機会は後にも先にもこの機会しかないと思います。どのチームにもシェアリングエコノミーとストックリーグへの情熱は負けません。素敵な時間を過ごせたことに感謝致します。

吉岡達彦

まずはストックリーグという素晴らしい機会に参加できたこと、そしてチームのメンバーと共に半年間思う存分楽しみながら論文を執筆させて頂いたことに感謝しています。半年間を振り返れば、企業分析や企業訪問、シェアサミットへの参加等、ストックリーグに参加しなければ味わうことができない経験ばかりでした。その中でチームのみんなと幾度となく壁にぶつかりながら、何一つ妥協の無い論文に仕上げようと努力してきたので悔いはありません！

丸川賢太郎

ストックリーグを通して、未来を思考するという貴重な経験ができました。未来を思考するとは、私たちが生きている時代を、社会を、世界を深く見つめることに尽きると思います。今回はそうした貴重な経験を仲間と共に行うことができました。誰にも分からない、まさに”答えのない問い”を考えることは、今後の社会を生きる上でも非常に大切なことだと思います。ありがとうございました。

川村純志

私たちは共有経済という新しいテーマを掲げ、研究を行ってきました。班員たちと議論しつつ、フィールドワークや株価分析など色んな角度でテーマについて検証するのは大変でしたが、知識面・精神面の両方でとても大きく成長できました。大切な仲間もでき、かけがえのない経験になりました。このような機会を与えてくださった皆様に感謝致します。

垣内利奈

約半年間かけてシェアサービスをチーム全員で隈なく研究し、この30枚もの論文をようやく完成させることができました。インターネット上だけでは分からないことを直接企業へ訪問し尋ねたり、サミットに参加したりと自分の目で見て聞いて勉強する楽しさをこのストックリーグを通して知りました。毎

日朝から晩まで一緒にいてくれたメンバーは今や第二の家族のような存在です。人生の宝物となる経験を共にした仲間に関心から感謝します。

豊嶋理紗子

## 参考文献

『シェアリングエコノミー Uber、Airbnb が変えた世界』日本経済新聞

著: 宮崎康二(2015)

『シェア<共有>からビジネスを生み出す新戦略』日本放送出版協会

著: レイチェル・ボッツマン/ルーロジャース 訳: 小林弘人 (2010)

『シェアリングエコノミー』日経 BP 社

著: アルン・スンドララジャン 訳: 門脇 弘典(2016)

『FREE フリー <無料>からお金を生み出す新戦略』日本放送出版協会

著: クリス・アンダーソン 訳: 高橋則明(2009)

『限界費用ゼロ社会 モノのインターネットと共有型経済』日本放送出版協会

著: ジェレミー・リフキン 訳: 柴田 裕之(2015)

『シェアリングエコノミー コンシューマーインテリジェンスシリーズ』

作成: PWC(2016)

『生活者 1 万人アンケートにみる日本人の価値観・消費行動の変化 -第 7 回目の時系列調査結果のポイント-』

作成: 野村総合研究所(2015)

<https://www.nri.com/jp/event/mediaforum/2015/pdf/forum229.pdf>

『シェアリングエコノミー検討会議 中間報告書 シェアリングエコノミー推進プログラム』

作成: 内閣官房情報通信技術総合戦略室(2016)

シェアリングエコノミー検討会議

[http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/senmon\\_bunka/kaikaku.html](http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/senmon_bunka/kaikaku.html) (2016 年 12 月 4 日閲覧)

シェアリングエコノミー協会

<https://sharing-economy.jp> (2016 年 12 月 4 日閲覧)

## ポートフォリオ企業 HP(2016 年 12 月 4 日閲覧)

株式会社 NTT ドコモ <https://www.nttdocomo.co.jp/corporate/>

オリックス株式会社 <http://www.orix.co.jp/grp/>

ソフトバンクグループ株式会社 <http://www.softbank.jp/corp>

株式会社 コメ兵 <http://www.komehyo.co.jp/corporate.html>

楽天株式会社 <http://corp.rakuten.co.jp>

三井不動産株式会社 <http://www.mitsuifudosan.co.jp>

株式会社 ビジョン <http://www.vision-net.co.jp>

トヨタ自動車株式会社 <http://www.toyota.co.jp>

シュッピン株式会社 <http://www.syuppin.co.jp>

ヤフー株式会社 <http://docs.yahoo.co.jp>

株式会社 スタートトゥデイ <http://www.starttoday.jp>

株式会社 デイー・エヌ・エー <http://dena.com/jp/>

日産自動車株式会社 <http://www.nissan-global.com/JP/>

パーク 2 4 株式会社 <http://www.park24.co.jp/>

BEENOS 株式会社 <http://beenos.com>