

レポート

変化する価値観： シェアの時代

上席主任研究員

ルレ 美華子



はじめに

急速な都市化による環境負荷や、農村部との貧困格差、少子高齢化による労働力減少など、さまざまな課題が顕在化しつつある。一方、こうした課題を解決するための事業や取り組みも世界中で始まっている。例えば、低炭素社会実現や生活の質（Quality of Life）向上を目指すスマートシティ、貧困軽減への自立支援を行うソーシャルビジネス、地域コミュニティ活性化など、その手法、主体、解決する課題は多様でも、人々が、安全で幸せに暮らせるサステナブルな未来社会構築を志向する点では、どれも一致している。しかし、このような社会を良くするための事業であっても、現実には、低い採算性、ビジネスモデル構築の難しさ、市民関心度の低さなどが障壁となり、なかなかビジネスの本流には至っていない。

価値観の変化

ところが、この時流に少しずつ変化が見え始めている。

例えば、内閣府の国民生活世論調査によると、人々は物質面の豊かさよりも、心の豊かさや、ゆとりに重きを置いた生活をしたいとする回答が、1980年以降、年々増加している（<図1>参照）。

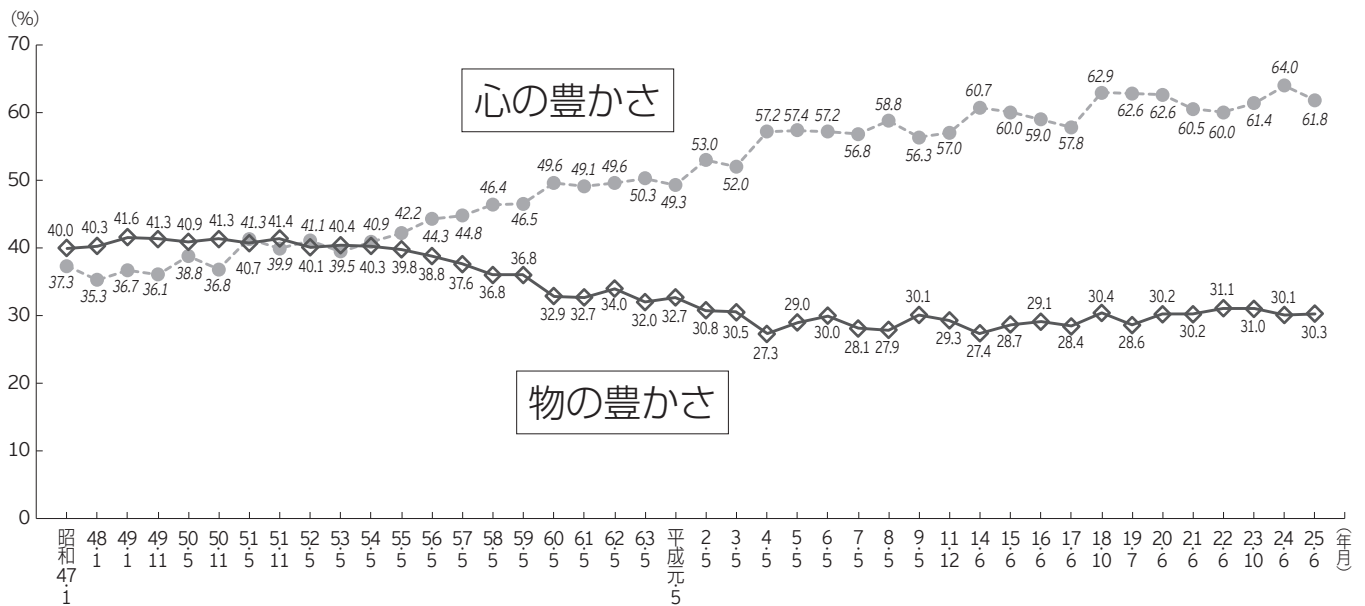
（株）電通総研は、東日本大震災発生直後から人々の意識変化を調査し、2013年に「震災後一年半を経て定着した10の意識、ライフスタイル」としてまとめた。それによると、震災後に強まった意識、ライフスタイルとして、次が挙げられている。

- ▶ 日常生活の中の「ささやかな幸せ」を大事にしたい（65.2%⇒77.2%）
- ▶ 無駄を見直し、節約我慢できること、買わずに済むことを考えたい（67.6%⇒70.1%）
- ▶ 非日常的な気持ちになれる時間・場所を作っておきたい（60.6%⇒67.5%）

※ かつこ内は「とてもそう思う」「そう思う」と回答した合計値の、11年4月から12年9月の変化

このような意識、価値観の変化は、日本だけではない。例えば、米国でのアメリカンドリームに関する調査（New American Dream Survey 2014）によると、従来のように、モノの豊かさや裕福な生活が成功の象徴だ、と考える米国人は23.1%だった。それに対し、70%以上の人々が「行動や選択の自由」「必要最低限の生活の保障」「地位や富裕とは無関係な可能性追求の機会」「人生を楽しむための仕

図1 今後の生活における力点（年推移）



出典：内閣府 国民生活に関する世論調査（平成25年6月調査）

事外での十分な自由時間」などを新しいアメリカンドリームの姿と考え、大量消費・廃棄、環境負荷の軽減のために、生活スタイルを大きく変えていく必要性を感じているとのデータもある。

このように、長期化する経済不況、大規模な自然災害などの経験を経て、人々は、ちょうど良い程度のモノの所有、そして心の豊かさへと、豊かさに対する価値観を変化させている。

シェアリングエコノミー（共有型経済）

こうした社会環境や価値観の変化に適したビジネスの在り方の一つに、シェアリングエコノミーがあり、現在、欧米を中心に急速に広まり始めている。

このビジネスは、個人が所有する「遊休資産」の貸し借りを、インターネットやフェイスブックなどのソーシャルメディアを利用して仲介するネットビジネスで、「Peer-to-Peer (P2P)」シェアリングエコノミーと呼ばれる。08年ごろから欧米を中心に急成長し、今後約11兆円規模（MIT Sloan Experts 11年12月）の巨大市場になると予想される、新しい消費スタイルである。取引される資産は幅広く、自動車、空き部屋、駐車場、キャンプ用品や衣類など、購入しなくても、利用したいときに安く手軽に借りられるのが魅力になっている。貸す側も、使っていない資産を人と共有することで副収入を得られるので、相互利益につながる。これ以外にも、旅行中の飼い主に代わって犬

の世話をするドッグシッターや、高齢者から部屋を貸してもらった代償として、若者が買い物や掃除、外出支援などをする相互扶助的なサービスも提供されている。

P2Pシェアリングエコノミーの最大の特徴は、サービス提供者と利用者がフェイスブックなどのソーシャルメディアを介してつくるP2Pシェアコミュニティの存在である。ネットビジネスやネットオークションでの「口コミ」による評判が、取引の判断に影響していることは、すでに多くの人が経験しているだろう。このP2Pシェアコミュニティの場合も同様で、「評判」や「不満や称賛などの口コミ」による仲間への貢献」がネット上のソーシャルメディアで共有される。P2Pシェアコミュニティにおける仲間同士の「信頼」が、シェアビジネス成功のカギである。お金があっても社会的地位が高くても、仲間の信頼が獲得できなければ、シェアビジネスへの参加は困難になる。

シェアリングエコノミーは、先進国だけでなく、アジアや中東、アフリカにも巨大な潜在市場があることを、ニールセンの調査結果が示している（ニールセン シェアリングエコノミーに関するグローバル調査 13年第3四半期）。シェアリングエコノミーへの参加意志を地域別で見ると、すでにシェアビジネスが実践されている北米や欧州では、2人に1人程度の参加意志だったのに対し、中国では94%、インドネシア87%、タイ84%と、新興国では4人のうちの3人以上が、参加に大変意欲的であった。

日本では、カーシェアリングやシェアハウスといった「Business-to-Consumer (B2C)」シェアリングエコノミー

が、やっと注目されてきた段階で、まだP2Pシェアリングエコノミーの普及には至っていない。しかし、インターネットによるシェア市場は、国内だけでなく世界中に広がっているため、今後、日本での発達も期待できる。

クラウドを利用したソーシャルビジネス

日常生活でのシェアリングエコノミーの実践や、ソーシャルメディアでの仲間との交流を通じて、社会や人のために働くことに喜びを感じる人は、今後ますます増えていくであろう。実際、インターネットやソーシャルメディアを活用して、不特定多数の人から小口融資や寄付を集める「クラウドファンディング」は、海外で急速に成長している。この仕組みを活用し、社会起業家は、ソーシャルビジネス

立ち上げの資金を世界中から集められるようになってきた。また、融資者側にとっても、負担やリスクが小さい資金援助を気軽にできるのが魅力である。

おわりに

短期的利益志向で、これまで本流となり得なかった数々の社会事業も、人々の価値観の変化や、インターネットなどの技術の進歩により、事業化が現実のものとなりつつある。そうした事業を育て、成功させるためには、それを支援する社会的な仕組みやルール、啓発が必要になるだろう。旧弊にとらわれ過ぎて芽を摘むのではなく「変えていく」ことに熱意と勇気を持ち、次世代の社会づくりを見守る姿勢が大切である。

▶ EY総合研究所 Webサイトのご案内

eyi.eyjapan.jp

EY総合研究所では、独自の調査・研究、広範囲に収集した最新情報や知見を、国内独自の視点を加味した上で、Webサイトにて公開しております。

また、所属する研究員・エコノミスト、会社概要、メディア掲載、セミナーに関する情報についても紹介しておりますので、ぜひ、ご覧ください。



EY JapanおよびEYと連携した幅広い情報・知見をお伝えいたします。

会社案内、各種レポート、パンフレットもダウンロードできます。

「EY総研インサイト」のバックナンバー（創刊号）も掲載しています。