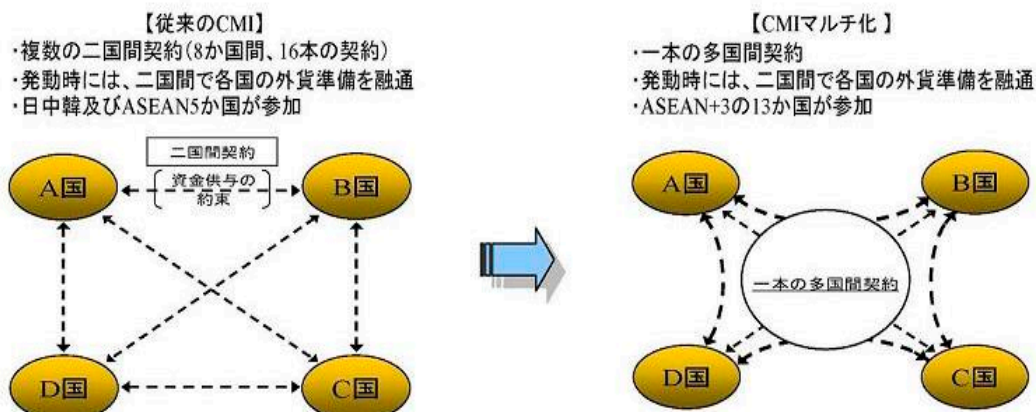


まずは、チェンマイ・イニシアチブ（CMI、Chiang Mai Initiative）の強化である。CMIは、従来は二国間通貨スワップ取極のネットワークであるASEANスワップ協定により構成されていたが、2010年3月にはCMIのマルチ化が発効した。これにより、ASEAN+3のメンバー国がCMIの枠組みに参加することになり、通貨スワップ発動に係る意思決定のルールが共通化された（第2-3-18図）。

第2-3-18図 チェンマイ・イニシアチブのマルチ化



(備考) 財務省HPより転載。

14年7月には、マルチ化の機能を一層強化する形で、マルチ化の改訂契約が発効された。主な改訂内容としては、(1)CMIのマルチ化の資金規模を1,200億米ドルから2,400億米ドルに倍増、(2)引出可能上限額に対してIMFプログラムなしで発動可能な割合を20%から30%に引き上げ、(3)危機に至る前に予防的に資金を供給できる機能（危機予防機能）の導入が挙げられる。

コラム2：Sharing Economy

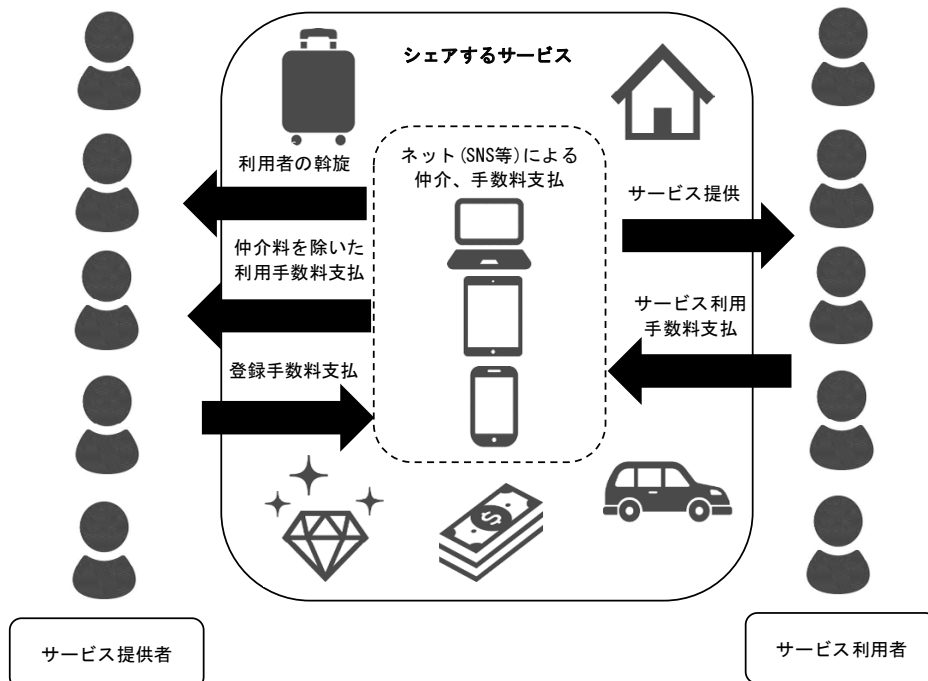
近年、アメリカを中心に Sharing Economy と呼ばれる経済取引が流行しつつある。決まった定義はないが、「供給者と消費者をオンラインプラットフォームで結びつけ、現在使用されていないものを貸し出すこと」や「個人やグループが十分に活用されていない資産から収入を得ることを可能とすること」とされる^(注1)。

Sharing Economy が注目される背景には、ミレニアル世代^(注2)を中心とした所有に対する意識の変化がある。アメリカで行われた調査によると、回答者の4割強（43%）が「所有を負担」としており、7割強（71%）が「今後2年のうちに Sharing Economy の消費者になる」としている。同調査は、14年の市場規模は150億ドル、2025年までに3,350億ドルまで成長する見込みと試

算している^(注3)。

Sharing Economy site はインターネットを利用した仲介・マッチング業であり、財・サービスの提供者及び受益者双方から手数料を徴取することでビジネスとして成立している（コラム図）。提供される財・サービスは、配車サービスや一般住宅への宿泊サービスが主であるが、旅行用品や宝石などもシェアの対象となっている。

コラム図 Sharing Economy のビジネスモデル（例）



(備考) 内閣府作成。

財・サービスの提供・利用はスマートフォンのアプリケーションから操作可能であり、予めプラットフォームにクレジットカード番号を登録することで現金が不要となるサービスもある。さらに、SNSを利用して利用者が財・サービスの提供者を評価しており、評価の低い財・サービスが駆逐されていく仕組みとなっている。

Sharing Economy の急速な発展の背景には、SNS 及びスマートフォンの普及があると考えられる。OECD によると、13 年時点で、スマートフォン経由で SNS にアクセスする人は 42% と、パソコンを使う人（46%）に肉薄している^(注4)。

また、財・サービスの購入に当たって、ネットに書き込まれた口コミを信用する人が増えているという背景もある。Sharing Economy site には利用者の口コミや評価の点数表示がなされており、利用に当たっての重要な参考情報となっている。

Sharing Economy の意義は、Peer-to-Peer ないし C to C マーケットが仲介者である Sharing Economy

site を通じて、市場化されることである。これまで友達同士、消費者同士で市場には現れていなかった取引が、Sharing Economy site を通じて、「見える化」されると言い換えてもよい。また、オンラインプラットフォームを活用することで取引費用（情報収集コスト：金銭的、時間的）を低減できる。

一方、Sharing Economy site をめぐっては、既存の業種との競争が公正に担保されておらず、不当に競争力が高いという批判もある。

第一に、Sharing Economy site が仲介するサービスの提供者は個人事業主か従業員かという議論がある。アメリカの配車サービス会社は、運転手を個人事業主であるとして社会保険等の雇用者負担を免れている。会社側の態度に対し、同社のサービスを利用し運転手として働いていた者は個人事業主ではなく従業員であるという訴えを起こした。カリフォルニア雇用開発省は 15 年 9 月にこれを認め、原告が失業給付を受ける権利があると判断した。

Sharing Economy の競合相手であるタクシーやホテル業界には、国や地域によっては、許可制や供給自体を制限する数量規制が課されているところもある。Sharing Economy site の財・サービスの提供者になるのは、サイトによるスクリーニングはあるものの、比較的容易と言われる。違法コストがない分、Sharing Economy site は安く競争できる。また、参入規制が低くなるため、既存の業界と競合する財・サービスでは需要と供給のバランスが崩れる可能性がある。この問題に対処するため、宿泊サービスではオーナーが年間に貸し出せる日数を制限するといった動きがある。

Sharing Economy をめぐっては、既存の規制業種との競合が起こる中でどのような規制をかけるべきか、そもそも規制をかけるべきかが議論されている。その際、政府が規制すべきか、業界の自主規制にとどめるべきか、様々な考え方があある。15 年 3～5 月に実施された調査によると、スイスでは 21%が規制に賛成、36%が反対しているのに対し、アメリカでは 25%が賛成、28%が反対としている^(注5)。

Sharing Economy は、マッチングサイトを通じて、十分に活用されていない財・サービスの稼働率を高めるという意義を持つビジネスモデルのイノベーションと位置づけられる。解決されるべき論点も数多くあるものの、消費者が所有から共有に意識を向けつつある中、このような変化をいち早くビジネスに取り入れられる環境にあるかが、今後の各国経済の成長に影響する可能性があると考えられる。

(注1) Deloitte (2015)、PricewaterhouseCoopers(2015)

(注2) ミレニアル世代の定まった定義はないが、例えばアメリカ商務省センサス局では 1982～2000 年までに生まれた者を「ミレニアル世代」としている (U.S. Department of Commerce, 2015)。

(注3) PricewaterhouseCoopers(2015)

(注4) OECD (2015b)

(注5) Deloitte (2015)