

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Filozofická fakulta

Katedra asijských studií

BAKALÁŘSKÁ DIPLOMOVÁ PRÁCE

Sharing economy a její role v japonské ekonomice

Sharing economy and its role in the Japanese economy

OLOMOUC 2020 Michaela Blahušová

Vedoucí diplomové práce: Martin Šturdík, M.A.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a uvedla veškeré použité prameny a literaturu.

V Olomouci dne:

Podpis:

## **Anotace**

Tato bakalářská práce je zaměřena na sdílenou ekonomiku v Japonsku. V prvních šesti kapitolách se zabývám sdílenou ekonomikou obecně. Uvádím základní informace o sdílené ekonomice, historii, její výhody a nevýhody. V následujících kapitolách se zabývám situací v Japonsku. Představuji nejznámější společnosti, které nabízí služby na principu sdílené ekonomiky a regulace, které se jich týkají. Dále seznamuji s asociací, která vyzdvihuje výhody a snaží se o co největší rozšíření sdílené ekonomiky v Japonsku. Nakonec se zaměřuji na způsoby působení sdílené ekonomiky na HDP a jakým způsobem může být pro Japonsko přínosná. Cílem práce je poukázat na četné regulace a její dopady a na celkový potenciál sdílené ekonomiky v Japonsku.

Klíčová slova: sdílená ekonomika, sdílení, Airbnb, Uber, japonská ekonomika, HDP

Počet stran: 31 (34 NS)

Počet znaků včetně mezer: 62 384

Počet použitých zdrojů: 60

Chtěla bych poděkovat vedoucímu bakalářské práce Martinu Šturdíkovi, M.A. za trpělivost, rychlou komunikaci a vstřícné vedení.

## Obsah

Úvod.....	7
1. Základní informace o sdílené ekonomice.....	9
1.1. Vymezení pojmu sdílená ekonomika a její jiná označení.....	9
1.2. Vymezení rozdílů mezi P2P, B2B a dalšími.....	10
2. Historie.....	11
3. Přejchod k podnikání na úrovni sdílené ekonomiky.....	12
4. Segmenty.....	14
5. Výhody a nevýhody sdílené ekonomiky.....	15
5.1. Výhody sdílené ekonomiky.....	15
5.2. Nevýhody sdílené ekonomiky.....	16
6. Změny způsobené rozmachem sdílené ekonomiky.....	17
7. Vymezení a současná situace sdílené ekonomiky v Japonsku.....	18
7.1. Definování sdílené ekonomiky v Japonsku.....	18
7.2. Současná situace v Japonsku.....	18
8. Nejznámější společnosti sdílené ekonomiky v Japonsku.....	20
8.1. Ubytování.....	20
8.1.1. „Zákon o provozování ubytování v soukromí“.....	20
8.2.2. Airbnb v Tokiu.....	21
8.2. Doprava.....	23
8.2.1. Sdílení automobilů.....	23
8.2.2. Uber.....	24
8.2.3. Sdílení jízdních kol.....	24
9. Sharing Economy Association Japan (SEAJ).....	26
9.1. Trust Mark.....	26
9.2. Sharing City.....	26

9.3. Společnosti s mezinárodní certifikací Trust Mark .....	27
9.3.1. Lancers .....	27
9.3.2. ANYTIMES .....	28
9.3.3. PIXTA .....	28
9.3.4. Minne.....	29
9.3.5. AsMama .....	29
9.3.6. NOKISAKI PARKING .....	30
9.3.7. COGICOGI.....	31
9.3.8. Notteco .....	31
9.3.9. TASKAJI.....	31
9.3.10. Spacemarket .....	32
9.3.11. TABICA .....	32
9.3.12. Mercari .....	33
10. Nejnovější vývoj sdílené ekonomiky v Japonsku.....	34
10.1. Velikost sdílené ekonomiky v Japonsku .....	34
10.2. HDP v Japonsku.....	35
10.2. Změny v HDP v souvislosti se sdílenou ekonomikou .....	36
10.3. Sdílená ekonomika jako pomoc v otázce sociálních a geografických problémů.....	36
Závěr .....	38
Seznam literatury .....	40
Seznam elektronických zdrojů.....	41

## **Ediční poznámka**

Pro přepis japonských pojmů je použita česká transkripce. Respektována je pouze původní transkripce u bibliografických údajů. Použité zdroje jsou citovány dle normy ČSN ISO 690.

## Úvod

Sdílená ekonomika je v současné době trendem moderní společnosti. Začala se rozvíjet až na počátku 21. století v závislosti na vývoji moderních technologií, avšak princip sdílení je nejspíš starý jako lidstvo samo. Sdílená ekonomika funguje hlavně na principu platformem v podobě aplikace, nebo webové stránky a můžeme se s ní setkat prakticky ve všech segmentech od sdílení prostor a věcí, až po sdílení dovedností. Ve většině zemí nebyl prostor pro rozvinutí sdílené ekonomiky nijak omezen, nebo se teprve začalo uvažovat, jak sdílenou ekonomiku regulovat. Bez regulací se ale pohybuje v pololegálním režimu, což omezuje správný výběr daní, důvěru uživatelů a tím i její skutečný potenciál. Sdílenou ekonomiku je často velmi těžké odlišit od klasického podnikání, to je také jeden z důvodů, proč jsou regulace uplatňovány.

V Japonsku je sdílená ekonomika regulována poměrně striktně a není tak možné naplno využít jejího potenciálu, především v oblasti soukromých ubytování, či dopravy. Sektor ubytování značně omezuje Zákon o provozování ubytování v soukromí z roku 2018, kterým se zavedla povinná registrace ubytování poskytovaná soukromníkem. Systém registrace je ale pro většinu obyvatel příliš složitý, a proto s poskytováním ubytování skončili. Mezi Japonci jsou však oblíbené platformy, kde jsou sdíleny produkty z druhé ruky, nebo vlastní výroby, jako je oblečení, nábytek, dekorace, šperky, apod.

V Japonsku existuje asociace s názvem Sharing Economy Association Japan, která vyzdvihuje klady sdílené ekonomiky a vzdělává v tomto směru zastupitelstva měst, podniky i veřejnost. Členové asociace se domnívají, že sdílená ekonomika napomůže opětovnému růstu japonské ekonomiky a snížení obrovského veřejného dluhu, který činí 240% HDP. Obyvatelé však stále nejsou na platformy sdílené ekonomiky zvyklí a většina s ní nemá žádné zkušenosti. Není tak možné zcela odhadnout budoucí vývoj sdílené ekonomiky v Japonsku. Nicméně se přesto očekává v nejbližších letech větší zájem ze strany veřejnosti a tudíž i rychlý rozvoj sdílené ekonomiky.

Cílem bakalářské práce je poukázat na situaci sdílené ekonomiky v Japonsku, na její četné regulace a budoucí potenciál.



## **1. Základní informace o sdílené ekonomice**

Pojem sdílená ekonomika (pochází z anglického názvu „sharing economy“) nemá dosud jednotnou, všeobecně uznávanou definici. Obecně lze říci, že sdílenou ekonomiku definuje skupina uživatelů, která mezi svými členy sdílí nejrůznější statky a finančními platbami se podílí na jejich financování (Veber 2016, 8-9).

### **1.1. Vymezení pojmu sdílená ekonomika a její jiná označení**

Sdílená ekonomika je založena převážně na sdílení lidských a přírodních zdrojů a zahrnuje vytváření hodnot, produkci, distribuci, obchod a spotřebu zboží a služeb nejen lidmi, ale i organizacemi. Velkou roli ve fungování sdílené ekonomiky hrají technologické platformy, díky kterým se dodavatelé, kteří chtějí pronajmout svůj majetek, spojují se spotřebiteli, kteří chtějí dočasně tento majetek používat. Hlavními nástroji pro přístup k takovým technologickým platformám jsou aplikace pro mobilní telefony. Aby sdílení fungovalo, musí existovat statek (popř. služba), uživatel a nabízející. Uživatel se na ekonomiku sdílení ve formě nějaké aplikace, nebo webové stránky obrátí většinou z důvodu, že je pro něj výhodnější si nějakou věc půjčit, nebo pronajmout než si ji kupovat za plnou cenu. Nabízející poskytuje něco, co má v přebytku, nebo co má větší kapacitu, kterou není schopen využít. Může se jednat o produkty, prostory, či dovednosti. Ke správné funkci sdílené ekonomiky je zapotřebí také výhodnost transakcí (Veber 2016, 8-9).

Můžeme se však také setkat s jinými pojmy v obdobném, nebo identickém významu. Je to způsobeno tím, že se někteří autoři neztotožnili s pojmem „sdílená ekonomika“, a proto zavedli označení jiné. Mezi tyto pojmy patří například „spoluspotřebitelství“, „P2P“, „přístupová ekonomika“, „cirkulační ekonomika“, „sdílené město“ a další (Veber 2016, 9-10). Nejběžněji se používá pojem „sdílená ekonomika“, a proto bude v textu nejčastěji obsažen.

Pro sdílení jsou zapotřebí statky s tzv. nerivalitní spotřebou.<sup>1</sup> Takové statky se dále dělí na paralelní (statek je možné užívat najednou více spotřebiteli) a sériové (statek je možné užívat více spotřebiteli, nicméně ne ve stejnou dobu). Paralelním nerivalitním statkem je například silnice mezi Prahou a Brnem, při čemž hlavní charakteristikou je velký rozsah daného statku (silnice je dlouhá a vejde se na ni více uživatelů). Sériová nerivalitní spotřeba je charakterizována trvanlivostí statku, což

---

<sup>1</sup> Spotřeba není omezena v závislosti na počtu spotřebitelů v čase. (Veber 2018, 99)

znamená, že se užíváním nespotebovává. O sdílené ekonomice se v poslední době mluví zejména v souvislosti s pronájmem soukromých prostor za účelem ubytování v turistické lokalitě (Veber 2018, 99). O tomto tématu budu konkrétněji psát níže již v souvislosti se sdílenou ekonomikou v Japonsku.

## **1.2. Vymezení rozdílů mezi P2P, B2B a dalšími**

Ve spojitosti se sdílenou ekonomikou se můžeme setkat s mnoha termíny jako třeba P2P, či B2B apod. Pro správnou orientaci je potřeba si tyto pojmy vysvětlit.

P2P (z angl. peer-to-peer), můžeme přeložit jako „rovný s rovným“, jsou sítě, prostřednictvím kterých se nabízí především finanční služby. Od běžné nabídky služeb se liší tím, že si jednotlivci vyměňují informace přímo mezi sebou (Peer-to-peer sítě: Jak fungují a kde je problém). Jednotlivci tedy mohou získat například půjčku pouze za menší poplatek a úrok a nabízející mohou plně využít své volné prostředky (P2P, P2C, O2O, B2C, B2B e-commerce terms explained). Typickou P2P platformou v Česku je Zonky. Jedná se o půjčování peněžních prostředků mezi lidmi. V procesu tedy nijak nefiguruje tradiční banka (Zonky).

B2C (z angl. business-to-customer), česky „obchodník zákazníkovi“, zahrnuje přímý prodej koncovému zákazníkovi. Typickým příkladem jsou internetové obchody, kde se dá platit za zboží online (Adaptic, 2018).

B2B (z angl. business-to-business), česky „obchodník obchodníkovi“, využívá obchodních vztahů a komunikace mezi dvěma společnostmi. Jedná se především o elektronickou výměnu dat (základní informace jako jsou faktury, objednávky apod.), (Adaptic, 2018).

C2C (z angl. customer-to-customer), česky „zákazník zákazníkovi“, znamená obchodování přes internet mezi jednotlivci. Oblíbený je například ebay (Webhostpark, 2015).

## 2. Historie

Jak je uvedeno výše, rozvoj sdílené ekonomiky je úzce spjat s moderními technologiemi. Přesto se však nejedná o novátorský koncept. Jde o historický nástroj využívaný k redukci dopadů nízké produktivity v tehdejších ekonomikách.<sup>2</sup> V předindustriální době žili lidé v poměrně malých komunitách, kde panovala, i díky vyšší míře sociální kontroly, důvěra a tím pádem i ochota sdílet. Průmyslová revoluce měla za následek, že se velká část obyvatel přestěhovala do měst, kde je transakce a interakce krátkodobější a spíše jednorázová. Sdílení se obtížněji realizovalo i z důvodu anonymizačního efektu, který vznikl kvůli vysokému počtu obyvatel (Marek 2017, 4).

Na konci osmdesátých let minulého století se společnosti snažily vyrábět tak, aby maximalizovaly životnost produktů. To znamená, že volily materiály, které byly dobře recyklovatelné, nebo v případě potřeby dobře vyměnitelné (Veber 2016, 17-18). V době ekonomického růstu a dostatku spotřebního zboží však význam sdílené ekonomiky stále klesal. (Marek 2017, 4)

Až právě rozvoj současných chytrých telefonů a dostupnost připojení na internet téměř kdekoliv, významně přispěl k opětovnému rozmachu. Nezpochybnitelně rozvoji přispěla také recese z let 2008 a 2009. Od hospodářské krize 30. let způsobila nejvýznamnější pokles ekonomické aktivity, blahobytu a nárůst nezaměstnanosti. Toto období bylo pro sdílenou ekonomiku příznivé, protože se mohlo mezi lidmi významně rozšířit povědomí o tomto druhu podnikání a o jeho výhodách. Zejména i proto, že se kladl důraz na inovace a strukturální změny (Marek 2017, 4).

A jak je v současné době vyřešen problém s důvěrou, kvůli které nebylo možné realizovat sdílení ve velkých městech v minulosti? Platformy sdílené ekonomiky na jedno řešení přišly. Zavedli recenzní systém. Potenciální zákazníci vidí recenze na poskytovatele od ostatních uživatelů a zároveň i platformy prověřují ty, kteří mají zájem sdílet svá aktiva (Marek 2017, 4).

---

<sup>2</sup> Princip sdílení zřejmě pochází z velmi dávné doby, možná je i starý jak lidstvo samo. Nicméně pojem sdílená ekonomika se objevuje až od prvního desetiletí 21. století (Veber 2018, 100).

### 3. Přechod k podnikání na úrovni sdílené ekonomiky

Pojem „sdílení“ se používá v řadě nových souvislostí. Můžeme se také domnívat, že je i zneužíván. Za sdílení je možné vydávat různé služby (zápůjčky, apod.). Díky současným digitálním technologiím je spojení poskytovatelů se spotřebiteli na velmi vysoké úrovni:

- prostřednictvím platform se propojuje velký počet spotřebitelů a poskytovatelů (v řádu tisíců, či více),
- ke komunikaci na platformách je třeba pouze internetové připojení,
- komunikace probíhá okamžitě v řádu sekund či minut,
- platby většinou probíhají bezhotovostně. (Veber 2018, 105)

Sdílená ekonomika se postupem času vzdaluje tradičním základům sdílení a přibližuje se spíše ke sféře podnikání (Veber 2018, 106). Veber v jedné ze svých publikací vymezuje přehledně rozdíl mezi tradičním modelem transakce a užívání a modelem sdílení výrobků a služeb. Definice zní: „Pod tradiční model transakce a užívání patří transparentní subjekt, fyzická či právnická osoba, vlastníci živnostenské či jiné oprávnění, popř. i licenci, vedoucí účetnictví, platící daně, dodržující předepsané bezpečnostní, hygienické a další předpisy poskytuje prodej (leasing), pronájem výrobku a služby tradičními distribučními cestami a postupy – hotelové, taxi, bankovní, servisní služby. Naopak pod model sdílení výrobků a služeb spadá sdílení (využití) statků obvykle v osobním vlastnictví, kdy občan nabízí svůj statek nebo poskytnutí služby (např. mezi příbuznými, sousedské výpomoci apod.), stále častěji však za úplatu jinému občanu, zejména formou online spojení nabídky a poptávky mezi občany“ (Veber 2018, 100). I služby veřejného sektoru můžeme považovat za služby, které jsou na principu sdílené ekonomiky. Například veřejná doprava, knihovny, zdravotnictví, vzdělání, apod. (Veber 2018, 105).

V tabulce na následující straně znázorňuji jednotlivé stupně sdílení.

Stupně	Název	Charakteristika
1. stupeň	pravé sdílení	bezplatné, bez on-line platformy, partneři se znají
2. stupeň	příležitostné sdílení	úplatné, s i bez on-line platformy, partneři se neznají, přivýdělek
3. stupeň	komerční sdílení (na bázi platformy)	on-line platformy, podíl pro platformy
4. stupeň	komerční sdílení (tradiční propagace, komunikace, apod.)	propojení se zájemci si zajišťuje nabízející sám

Zdroj: s využitím textu z publikace profesora Vebera Digitalizace ekonomiky a společnosti

Pravé sdílení se vyznačuje zejména tím, že ke sdílení dochází mezi příbuznými, či známými přímo (bez potřeby online platform) a není očekáván výtěžek. Za příležitostné se považuje takové, které je poskytováno za úplatu, nabízející se se zájemcem většinou neznají a nabízející není motivován pravidelným ziskem. Jde spíše o příležitostný přivýdělek. K příležitostnému sdílení dochází například v situaci, kdy nabízející jede na dovolenou a zapůjčí na tento čas svůj byt někomu jinému. Komerční sdílení na bázi on-line platformy je charakterizováno komunikací nabízejícího se zájemci přes on-line platformy a určitý podíl z výtěžku si platforma strhává ve svůj prospěch. Posledním stupněm sdílení je také komerční, ale na bázi tradiční propagace, komunikace, plateb, apod. Nabízející má komunikaci, propagaci a další ve své vlastní režii (reklama, vlastní webové stránky, apod.), (Veber 2018, 106-107).

#### 4. Segmenty

Níže uvádím tabulku hlavních segmentů, do kterých sdílená ekonomika zasahuje.

<b>Odvětví</b>	<b>Firmy</b>	<b>Odvětví</b>	<b>Firmy</b>
<b>Ubytování</b>	Airbnb	<b>Doprava</b>	UBER
	Couchsurfing		Lyft
	HouseSit Match		DriveNow
<b>Komerční prostory</b>	PivotDesk	<b>Služby a nájem práce</b>	Freelancer
<b>Finance</b>	Kickstarter	<b>Vzdělání</b>	Khan Academy
	Indiegogo		Coursera
<b>Media</b>	Spotify	<b>Cloudové služby</b>	Amazon Web Services
	Apple Music		IBM
	Netflix		Google
	Youtube		iCloud

Zdroj: Marek David, et al. Sdílená ekonomika. 2017

Přestože činnosti na bázi sdílené ekonomiky jsou relativně novou hospodářskou aktivitou, nelze si nevšimnout, že jsou již rozšířeny do mnoha segmentů (Veber 2018, 108). V tabulce výše jsou uvedeny ta nejběžnější odvětví s jejich nejznámějšími zástupci na mezinárodní úrovni. Tabulka neobsahuje zdaleka všechna odvětví, do kterých sdílená ekonomika zasahuje, proto pokládám za potřebné uvést i nějaké zajímavé aktivity z ne tak frekventovaného odvětví sdílené ekonomiky.

Sdílená ekonomika zasahuje také do zemědělství, které zahrnuje aktivitu tzv. „sdílení zahrádky“ (garden sharing). Jde o aktivitu, kdy majitel vlastní půdu, ale nemůže, nebo ji nechce obdělávat. Proto je možné tuto půdu někomu půjčit a z potenciálního zisku dostane majitel určitý podíl. Dále se můžeme se sdílenou ekonomikou setkat i v souvislosti s věcmi potřebnými do domácnosti. V takovém odvětví existuje služba s názvem „Freecycling“. Pokud má někdo nábytek, elektropřístroje, oblečení a jiné, může využít této služby a místo likvidace takového majetku ho může rozdat zájemcům. (Veber 2018, 108).

## **5. Výhody a nevýhody sdílené ekonomiky**

Mezi uživateli každé hospodářské aktivity se najdou jak zastánci a propagátoři, tak i odpůrci (Veber 2016, 17). Níže uvádím hlavní výhody a nevýhody, které sdílená ekonomika zahrnuje a na základě kterých se utváří odlišné názory.

### **5.1. Výhody sdílené ekonomiky**

Pozitivní vlivy lze pozorovat na mikro, tak především na makro úrovni. Předností na mikro úrovni je získávání nových zkušeností zapojením se do činností sdílené ekonomiky (Veber 2016, 17-18). Z makroekonomického pohledu je sdílená ekonomika výhodná, protože zlepšuje fungování tržního procesu prostřednictvím lepšího propojení nabídky a poptávky. Obzvláště v oblastech, kde je poptávka a nabídka hodně nestejnorodá (například trh s ubytováním), (Marek 2017, 5). Pro zákazníky je praktické, že mohou nabídku pozorovat on-line na počítači nebo mobilu, kde je vše průběžně aktualizováno. I případná transakce probíhá z pohodlí domova. Zároveň tak mají nabízející možnost oslovit mnohem širší spektrum zákazníků (Veber 2016, 17-18). Další výhodou je, že se ve sdílené ekonomice používají věci, které již existují, a tak není třeba vynaložit další fixní náklady na jejich výrobu (Marek 2017, 5). Díky tomu se úsporněji nakládá s neobnovitelnými zdroji. (Veber 2016, 17-18).

Úspory je možné zaznamenat i na straně transakčních nákladů. Díky digitálním platformám se nabízí informace o produktech a službách přehledně. Tím se omezují ztráty kvůli nedostatku informací o produktech. Sdílená ekonomika také šetří náklady na komunikaci a dojednávání kontraktu a v neposlední řadě klesají realizační náklady prodeje či služby (platby, pojištění, záruky apod.) (Veber 2016, 17-18). S tím souvisí i možnost nabízejících rychle měnit ceny v závislosti na poptávce a i náklady na přecenění jednotlivých služeb jsou nízké (Marek 2017, 5). Pomocí sdílené ekonomiky se také otvírají nová pracovní místa. Jde především o operátory, nebo zprostředkovatele, kteří mají na starost provoz a inovace platform pro sdílení. Mnoho lidí si prostřednictvím sdílené ekonomiky pouze přivydělávají. Příkladem může být výsledek studie z Velké Británie, kde až 11% Britů získává určitou část svých příjmů přes aplikace sdílené ekonomiky. (Veber 2016, 17-18).

## 5.2. Nevýhody sdílené ekonomiky

Stejně jako pozitiva sdílené ekonomiky můžeme i negativa posuzovat na makro i mikro úrovni. Z makroekonomického pohledu nevytváří ekonomika sdílení nový trh, proto se stává a je vlastně i cílem sdílené ekonomiky převzít určitou část trhu a zákazníky tradičním poskytovatelům služeb, nebo distribučním kanálům. Hlavním negativem je však to, že vytváří nerovné podmínky pro podnikání a zároveň i nerovné konkurenční prostředí. Prostřednictvím sdílené ekonomiky lze obcházet platné regulace podnikání (kvalifikace, pojištění, hygiena apod.) a také poskytovatelé neplní správně své daňové povinnosti (Veber 2016, 19).

Z pohledu mikroekonomiky může být nižší jistota a bezpečnost transakcí, protože spojuje dva neznámé partnery. Ze strany spotřebitele se také mohou objevovat vyjádření nespokojenosti, např. pozdní dodání, nekvalitní zboží, neprofesionální provedení služeb z důvodu poskytování služby nevyučeným, nebo jinak nekvalifikovaným člověkem apod. Poskytovatelé platforem se ale snaží pozorovat nespokojenost klientů prostřednictvím aplikace, ve které je prostor, kde mohou uživatelé zapisovat své připomínky, negativní zkušenosti apod. (Veber 2016, 19).

Některé oblasti sdílené ekonomiky mohou mít jak pozitivní dopad, tak negativní zároveň. Poskytované služby, nebo zboží je zpravidla za nižší ceny, oproti tradičním způsobům. Pro spotřebitele je transakce výhodná, ale může mít deflační dopad. Poskytovatelé se také domáhají nižší míry regulování určitých sektorů (hlavně služby), to může ale vyvolat negativní dopady na ochranu spotřebitele. (Veber 2016, 19).



## 6. Změny způsobené rozmachem sdílené ekonomiky

Rozmach sdílené ekonomiky je, zdá se, nezastavitelný, proto je třeba se na to připravit a vědět, co všechno ovlivní. Principy sdílené ekonomiky se mohou prosadit i v oblastech, kde bychom to nečekali. Je tedy možné, že díky sdílené ekonomice bude vznikat více a více start-upů (Marek 2017, 23). Právě na takových start-upech, založené ve formě P2P platformy, se mladí podnikatelé učí podnikat. Nenesí velké podnikatelské riziko a úspěch jim umožní rozšířit podnikatelské portfolio a investovat do rozšíření do jiných forem podnikání, třeba i do těch tradičnějších (Analýza sdílené ekonomiky a digitálních platform 2017, 39). Diverzifikace nabídky zajišťuje jak nové zdroje příjmů, tak je to zároveň způsob, jak firmy stabilizují své příjmy. Jako příklad může posloužit Uber. Spadá pod něj UberEats, který zprostředkovává rozvoz jídla, nebo UberPool (Marek 2017, 23).

Na rozmach sdílené ekonomiky by se měly připravit hlavně firmy, které podnikají v tradičních odvětvích. Nejlépe tak, že do svého podnikání nějakým způsobem sdílenou ekonomiku zahrnou. Například ve městech západní Evropy funguje služba DriveNow pod záštitou BMW, která nabízí sdílení vozů. Mezi odvětví, kam by se mohla v blízké době sdílená ekonomika rozšířit, je například zdravotnictví a maloobchod (Marek 2017, 23).

Na druhou stranu firmy, které podnikají ve sdílené ekonomice, mohou očekávat tlak od politiků, regulátorů a dohledových orgánů. Snaha o regulaci, nebo dokonce zakazování bude pro mnohé platformy ohrožující. Nicméně je možné, že přijdou se samoregulacemi, které by důvěru ve sdílenou ekonomiku ještě podpořily. Není však jisté, zda to bude stačit (Marek 2017, 23).

Na stát spadá především vytvořit vhodné legislativní prostředí pro všechny druhy podnikání a zajistit tak férovou konkurenci. Pokud by stát toto odvětví dále neřešil, sdílená ekonomika by se stále nacházela v pololegálním režimu a to by zatěžovalo dohled, výběr daní a také potenciál sdílené ekonomiky. Naopak pokud by stát úplně zakázal toto odvětví, tak kromě toho, že by nebyl využit jeho potenciál, tak by omezil jeho ekonomické výhody. Proto je třeba, aby stát vytvořil takový zákonný rámec, který by sdílenou ekonomiku podpořil a zároveň garantoval všem stranám, že budou chráněna jejich práva. Dále by měl důsledně dohlížet na odvod daní, které plynou ze sdílení aktiv přes digitální platformy (Marek 2017, 23).

## **7. Vymezení a současná situace sdílené ekonomiky v Japonsku**

V Japonsku panuje z pohledu sdílené ekonomiky velmi přísný režim, proto některá odvětví této hospodářské aktivity, jako například sdílení ubytování, nebo spolujízda, byly potlačeny, nebo úplně zanikly (Marukawa, 2017, 1).

### **7.1. Definování sdílené ekonomiky v Japonsku**

Jak je zmíněno výše, sdílená ekonomika nemá jednotnou definici. Japonští autoři ve svých definicích kladou důraz na prostředek, díky kterému sdílená ekonomika funguje. Nazývají je „internetové platformy“. Zároveň si uvědomují, že ve vývoji těchto platform je třeba dohnat USA a Čínu (Marukawa, 2017, 5). Japonské Ministerstvo vnitra a komunikací vydalo zprávu, ve které taktéž definovalo sdílenou ekonomiku. Definice zněla následovně: „Sdílená ekonomika zahrnuje aktivity, které rozhýbávají ekonomiku tím, že aktiva vlastněná jednotlivcem zpřístupňuje pomocí porovnávacích internetových platform ostatním“ (Naikakufu, 2018).

Jiná definice říká, že sdílená ekonomika jsou ekonomické aktivity, které musí zahrnovat 3 podmínky. Mezi ně patří opětovné použití nevyužívaných aktiv, činnost podniků poskytující platformy a sítě P2P. Důležitým prvkem pro ekonomiku sdílení představují právě místa (internetové platformy), kde se shromažďuje nabídka a poptávka po použitém zboží, nebo po aktivech, které je majitel ochoten pronajmout (Marukawa, 2017, 5). Nejúspěšnější společností, která provozuje takové místo pro obchodování formou P2P je společnost Mercari s tržní hodnotou 4 miliardy dolarů (Marukawa, 2017, 5).

### **7.2. Současná situace v Japonsku**

Na rozdíl od jiných zemí, kde se sdílená ekonomika poměrně rychle uchytila, v Japonsku byl a stále je rozvoj tohoto druhu hospodářské aktivity poněkud složitější. Většina lidí v Japonsku nemá zkušenosti s jakoukoli formou sdílené ekonomiky. Někteří japonští autoři se snažili lidi informovat o vývoji sdílené ekonomiky ve Spojených státech. Je také pravda, že přestože má sdílená ekonomika v Japonsku velký potenciál, nemohla se rozšířit tak rychle jako ve Spojených státech, kvůli přísným vládním předpisům (Marukawa, 2017, 1-2).

Mnoho podniků v Japonsku čelí riziku, že bude jejich existence ohrožena, pokud nenastanou změny na japonském trhu. Objevují se nová obchodní prostředí, která jsou

založena na modelech platforem a sdílené ekonomiky. Tyto prostředí nabízí odlišné zapojení zákazníků, umožňuje úpravy ve způsobu výroby, v cenách a prodeje produktů. Japonsko čelí tlaku ze strany regionálních a globálních ekonomik, které pravděpodobně způsobí, že domácí trh se v nejhorším případě dostane do fáze trvalého úpadku. Japonské podniky tak musí zásadně přehodnotit své strategické plány. Na základě výzkumné zprávy Institutu pro obchodní hodnoty IBM je patrné, že pokud by japonské podniky zapojily do svého podniku i sdílenou ekonomiku, mohly by tak odvrátit důsledky nepříznivé demografie a dosáhnout hospodářského úspěchu. (IBM, 2018, 2-3).

## **8. Neznámější společnosti sdílené ekonomiky v Japonsku**

V této kapitole se podívám podrobněji na situaci neznámějších společností, které podnikají na principu sdílené ekonomiky, v Japonsku. Zároveň je rozdělím pro přehlednost do dvou segmentů ubytování a doprava. Mezi zmíněné neznámější společnosti patří samozřejmě Airbnb (ubytování) a Uber (doprava).

### **8.1. Ubytování**

Nežli přejdu k samotnému Airbnb je nutné si představit neznámější a nejdůležitější zákon, kterým je soukromé sídlení regulováno.

#### **8.1.1. „Zákon o provozování ubytování v soukromí“**

Nejdůležitějším zákonem, který segment provází je „zákon o provozování ubytování v soukromí“ (dále uváděn jako „zákon o ubytování“). Byl představen v červnu 2017 a vstoupil v platnost o rok později v červnu 2018 (OECD Tourism Trends and Policies 2018, 55). Cílem zákona o ubytování bylo zajistit bezpečnost a hygienu, reagovat na problém likvidace odpadu a snaha reagovat na potřeby zahraničních turistů (Japan Tourism Agency, 2017). Hlavním bodem zákona je zákaz nabízení soukromého sídlení, které není registrované pod místními úřady. Nabízení neregistrovaných prostor je v Japonsku považováno za nelegální. Počet rezervovatelných ubytování ale rapidně poklesl, což se nečekalo. Zavedením zákona o ubytování totiž nebylo v úmyslu uložit na poskytovatele sankce, ale nastavit rovná pravidla. Před schválením tohoto zákona byl legální status soukromých ubytovacích zařízení neurčitý a nebyl nijak regulovaný, což vedlo k řadě obvinění z nelegálního podnikání. Tento zákon měl hlavní cíl oficiálně zlegalizovat registrované služby (Marukawa 2017, 9-10).

V zákoně je stanoven maximální počet dní (180 dnů za rok), kdy může nabízející ubytovávat hosty ve svých zařízeních. Nový zákon o soukromém ubytování obsahuje ale dodatek, který umožňuje místním úřadům si tento limit upravit a nastavit tak přísnější pravidla, pokud bylo dokázáno, že je sdílení ubytování na určitém místě nevhodné (Marukawa 2017, 9-10).

Asociace, které zastřešují hotely a ryokany, jako například Japan Ryokan and Hotel Association a All Japan Ryokan Hotel Association, se snažily u místních úřadů prosadit, aby tohoto dodatku využily a striktnější pravidla pro sdílené ubytování

nastavily. Domnívaly se, že představují nekalou konkurenci pro klasické hotely a ostatní ubytovací služby. Rjokany poslední dobou trpěly malou návštěvností. Bylo využíváno kolem 37 % jejich kapacity. Pod tlakem těchto asociací skutečně celá řada úřadů pravidla pro sdílené ubytování nastavila. Například v Kjótu mají soukromníci povoleno přijímat návštěvníky pouze od 15. ledna do 15. března, což je období nejnižšího turismu v roce. Dále je nařízeno, aby správci ubytování bydleli maximálně 10 minut chůze od místa, kde mají své prostory k pronájmu. Kvůli těmto nevýhodným pravidlům klesl počet registrovaných pronajímatelných míst. Během října 2018 už bylo v Kjótu celkem pouze 157 registrovaných ubytování (Marukawa 2017, 9-10).

V některých částech Sendai je povoleno někoho ubytovat pouze v sobotu. A ve městě Karuizawa, které je známá japonská turistická destinace, je soukromé sídlení úplně zakázáno. Pod tlakem obyvatel, několik měst (včetně Ósaky a Kanazawy) vytvořilo speciální inspekční týmy, které měly za úkol odhalit ilegální ubytovací zařízení (Marukawa 2017, 9-10).

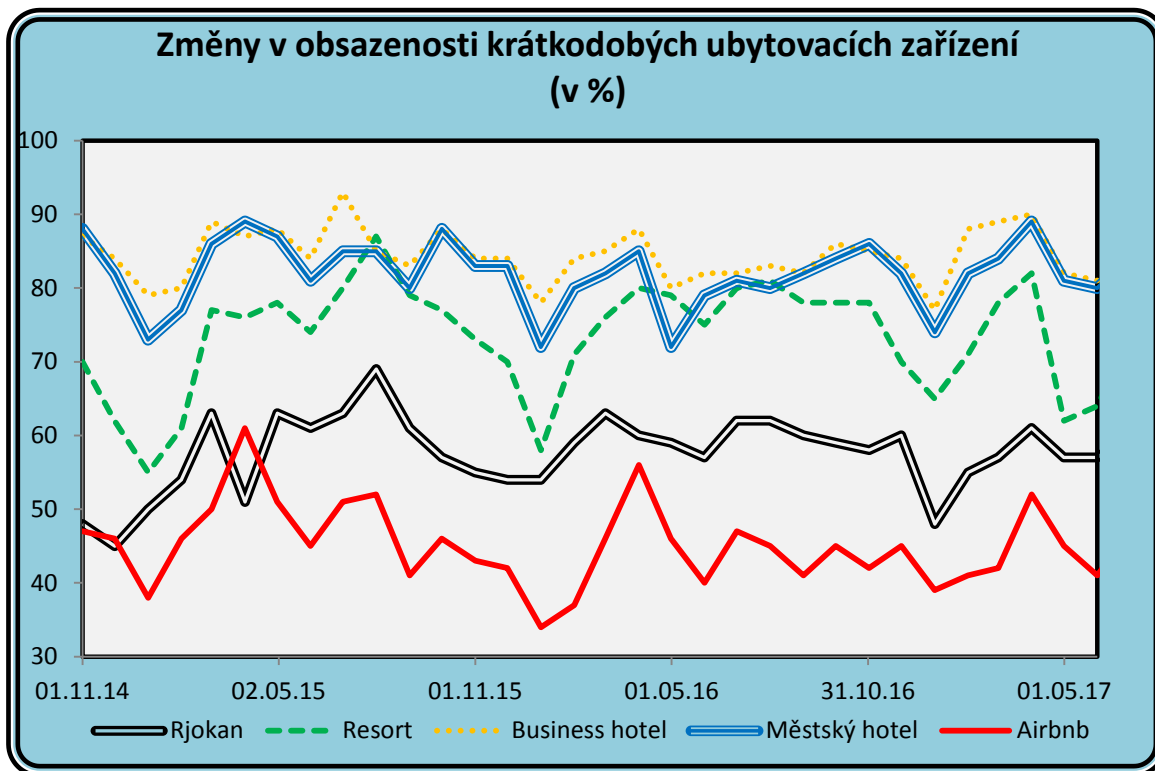
Celkově lze říci, že přestože záměrem zákona o ubytování bylo legalizovat soukromé ubytování a podpořit turismus, tak byl nakonec použit jako prostředek k potlačení takového typu ubytování (Marukawa 2017, 9-10).

### **8.2.2. Airbnb v Tokiu**

Airbnb je spolu se společnostmi Uber a Lyft mezi předními společnostmi sdílené ekonomiky. Airbnb umožňuje cestovatelům poznat místo ani ne tak z pohledu turisty, ale jako obyvatele. Prostřednictvím této platformy totiž nabízejí na platformě své volné prostory ke krátkodobému ubytování samotní obyvatelé určitého města. Tomu přispívá i fakt, že většina těchto nemovitostí se nenachází mimo oblasti s hotely. Podle průzkumu Airbnb zůstávají cestovatelé v oblasti déle a utrácejí více, než když jsou ubytováni v klasickém hotelu. Samotné hostitelství může zároveň pomoci rodinám v placení běžných účtů domácností a vycházet s penězi. Z toho můžeme usoudit, že Airbnb přináší užitek nejen ekonomikám, ale i obyvatelům, nebo podnikům po celém světě a zároveň přispívá ke kulturní výměně. (Airbnb) Od založení v 2008 v San Franciscu v Kalifornii bylo poskytnuto ubytování přes Airbnb přes 200 milionů turistů a má v databázi více než 3 miliony nemovitostí ve 191 zemích. Nicméně není vyloučeno, že Airbnb může z pohledu konkurence ohrozit tradiční hotely a hostince (Yamana 2018).

Airbnb a další podobné platformy, které nabízejí ubytování, patří mezi nejběžnější segment sdílené ekonomiky v mnoha zemích po celém světě. Pobočka Airbnb

v Japonsku byla založena až v květnu 2014. Od té doby vznikla na toto téma řada výzkumů. Například podle průzkumu z roku 2016 navštívilo Japonsko asi 24 milionů turistů a téměř 20% z nich využilo služeb Airbnb. V červenci 2017 bylo ve 23 tokijských prefekturách zaregistrováno 23 741 rezervovatelných nemovitostí na Airbnb (Yamana 2018).



Zdroj: Yamana 2018

Graf uvedený výše vyobrazuje situaci Airbnb v Tokiu oproti ostatním ubytovacím zařízením. Nicméně je nejdřív zapotřebí vysvětlit si rozdíly mezi jednotlivými druhy ubytování. Rjokany jsou hostince v tradičním japonském stylu (často v blízkosti horkých pramenů). Další se liší zejména podle místa a účelu využití. Resorty bývají na místech, které jsou nějak turisticky zajímavé, na rozdíl od městských hotelů, které jsou situovány v jiných částech města. Business hotely jsou určeny především pro osoby přijíždějící do Japonska z pracovních nebo obchodních důvodů. Je poměrně těžké od sebe rozeznat business a městský hotel, ale většinou mívají business hotely jednolůžkové pokoje, zatímco v městských jsou k dispozici převážně dvoulůžkové (Live Japan, 2019). Z grafu je tedy patrné, že se v Tokiu v letech 2014-2017 nejvíce využívaly business a městské hotely. Naopak na nejnižší pozici se nacházelo (a stále nachází) právě Airbnb a celkově má spíše klesající tendenci (Yamana 2018).

Od vydání Zákona o provozování ubytování v soukromí v červnu roku 2017 se počet rezervovatelných pokojů přes Airbnb v celém Japonsku prudce snížil. A to z 62 000 na pouhých 13 800 prostorů k pronajmutí. O čtyři měsíce později byl celkový počet už jen přibližně 10 000 registrovaných ubytování. To znamená, že počet rezervovatelných prostorů na Airbnb klesl asi o 84 % od uvedení zákona. (Marukawa, 2017, 9-10)

## **8.2. Doprava**

Na rozdíl od jiných zemí je sdílení jízd v Japonsku velmi omezené. Nejznámější zástupce sdílené ekonomiky v segmentu dopravy je jednoznačně Uber. Tato firma to ale nemá v prosazení na japonském trhu snadné. V následující podkapitole konkrétněji shrnu situaci společnosti Uber a uvedu také další alternativy sdílení jízd v Japonsku.

### **8.2.1. Sdílení automobilů**

Sdílení automobilů (známé i pod angl. názvem car sharing) je poddruh sdílené ekonomiky, kde dochází ke sdílení veřejně dostupných automobilů.auta jsou dostupná na car sharingových stanicích v podobě například parkoviště, kde je možné za úplaty si auto vypůjčit především prostřednictvím aplikace (na stejném principu jako známá aplikace od české společnosti Rekola), nebo přímo v určitých prodejnách automobilů. Hlavním principem, který stojí za vytvoření car sharingu je trend současné doby v ochraně životního prostředí. Jde o snahu motivovat obyvatelstvo k využívání dopravních prostředků, které jsou tzv. eco-friendly a k omezení závislosti na fosilních palivech. Car sharing je také výhodný a užitečný pro obyvatele, kteří si nemohou dovézt vlastní auto (Carsharing Association, 2020).

Car sharing v Japonsku byl vyvinut na principu městské hromadné dopravy a integrovaného platebního systému a jejich následné syntézy. V roce 2014 bylo obrát car sharingových společností v Japonsku 15,4 bilionů jenů. Šlo tedy o zvýšení o 45,3 % než v předešlém roce. Podle The Yano Research Institute byl měl být obrát na konci roku 2020 29,5 bilionů jenů. Následkem toho by se měl zvýšit počet car sharingových stanic v metropolitních oblastech. V Japonsku momentálně dominuje pět car sharingových společností, které operují na B2C trhu (Donghae, Yoon C., 2018). Mezi ně patří například Careco Carshare, Times24 a ORIX (Best Living Japan, 2020).

Podle dotazníkového šetření mnoho zákazníků Times24 nepoužilo auto pro přemístění, ale využili ho například k odpočinku, jako místo, kde si vyřizovali své

pracovní záležitosti, nebo jako odkládací prostor. V roce 2011, kdy Japonsko zasáhlo zemětřesení a tsunami, nebylo možné využít veřejných nabíjecích zásuvek, a proto lidé používali automobily také jako nabíjecí základny pro své mobilní telefony. (Ramsey 2019).

### **8.2.2. Uber**

Uber je americká společnost poskytující pomocí aplikace přepravu osob. Uber využívají jak osoby, které se potřebují přemístit z bodu A do bodu B, tak i lidi, kteří jsou v aplikaci zaregistrováni jako řidiči a s využitím vlastního auta jsou ochotni za úplatu ostatní převézt z místa na místo. Funguje to následovně. Cestující se zaregistruje v aplikaci a zadá svůj cíl. Aplikace má za úkol najít vhodného řidiče a upozornit cestující na příjezd. Řidič cestujícího odveze na určené místo a vzájemně se přes aplikaci ohodnotí a řidiči cestující vyplatí příslušnou odměnu (Uber 2020). Uber je aktivní ve více než 900 městech. Z japonských měst to jsou Awadži, Fukuoka, Fukušima, Fukujama, Hirošima, Kanazawa, Kóbe, Kurume, Kjotango, Kjóto, Matsuyama, Nagoya, Nakatonbetsu, Okayama, Ósaka, Sendai, Takamatsu, Tokio, Tojama a Jokohama (Uber 2020).

Přestože je Uber oficiálně aktivní ve 20 městech v Japonsku, jeho funkce je však velmi omezená. Aktivně se s ním můžeme od srpna 2018 setkat pouze v malém městečku Tango. Skoro polovina obyvatel města (tedy přibližně 2500 obyvatel) je starších 65 let, nejsou schopni sami řídit a taxi v tak malém městečku není dostupné. Proto je pro toto město udělena výjimka a řidiči bez taxi licence mohou přepravovat osoby s pomocí platformy Uber. Kromě města Tango vláda zatím neplánuje zlegalizovat služby řidičů, kteří nespádají pod taxi a nevlastní taxi licenci, a vykonávají tuto službu za účelem zisku. Poptávka po sdílení spolujízd není v Japonsku tak velká jako v jiných zemích, protože japonské taxíky jsou dostupné téměř všude a za nižší ceny. Vedoucí pracovník jedné velké taxi společnosti je toho názoru, že kdyby se Uber zlegalizoval, počet klasických taxíků by mohl klesnout na polovinu. V Japonsku v těchto uvedených městech je aktivní spíše produkt společnosti Uber s názvem UberEats, který poskytuje rozvoz jídel (Marukawa 2019, 13-14).

### **8.2.3. Sdílení jízdních kol**

Tato služba opět v Japonsku existuje ale v daleko menší míře než v jiných zemích. Největší společností, která takovou službu poskytuje je Docomo Bike Share. Jedná se o



dceřinou společností mobilního telekomunikačního operátora NTT Docomo. Aktivně funguje v Tokiu a v dalších větších městech. Společnost má v současnosti k dispozici pro veřejnost více než 6 500 jízdních kol. Dále 310 000 registrovaných uživatelů a během roku 2017 byla kola použita přibližně 3,5 milionkrát. Podle rozpočtu města Tokio se utratilo v roce 2017 za sdílení kol provozované právě touto společností 78 milionů jenů. (Marukawa 2019, 15)

Docomo Bike Share však funguje spíše jen jako dodavatel kol, je sponzorována místními úřady a zisk není hlavním účelem podnikání. Je to dáno tím, že náklady na jedno takové kolo jsou obrovské (téměř 400 000 jenů) a díky tomu je takové podnikání bez dotací neudržitelné. Kola jsou vybavena radiofrekvenčními kartami s názvem FeliCa (vyrobena společnostmi Docomo a Sony), což je velký rozdíl oproti společnostem v jiných zemích. Ty obvykle používají kamery a QR kód, prostřednictvím kterého dochází k výměně informací mezi kolem a chytrým telefonem. Na trh se snaží dostat se sdílením kol také známé internetové společnosti Mercari, LINE a Softbank. Například LINE (poskytovatel sociálních služeb) uzavřel smlouvu s čínskou společností Mobike na poskytování služby sdílení kol v Japonsku. V takovém případě může sdílení kol jako podnikání v Japonsku zažít velký rozmach (Marukawa 2019, 15).

## **9. Sharing Economy Association Japan (SEAJ)**

SEAJ je asociace pro rozvoj sdílené ekonomiky v Japonsku. Má za cíl zformovat sdílenou ekonomiku do samostatného odvětví průmyslu. Tento cíl se snaží regulovat různými kroky, které mají pomoci v rozvoji sdílené ekonomiky, zamezit možným komplikacím a vytvořit společnost s nekonečnými možnostmi. Mezi vize této asociace patří: „podporovat lidi k ekonomickému chování ve společnosti, spustit nové ekonomické chování a tím posílit ekonomický rozvoj, posílit platformy podnikatelského prostředí pro podnikatele a zlepšit systém ochrany uživatelů platform“ (Sharing Economy Association Japan, 2016).

### **9.1. Trust Mark**

SEAJ poskytuje oficiální ochrannou známku (Trust Mark), která ověřuje služby sdílené ekonomiky. Hlavními výhodami ochranné známky jsou oddělení od ostatních služeb sdílené ekonomiky, které by nemusely být spolehlivé, možnost využití slevy na dani, snadnější jednání s místními úřady a jejím poskytnutím platforma dosahuje prvního kroku pro získání mezinárodní certifikace. Pro získání ochranné známky asociace požaduje předložení dat, podmínek o používání dané služby a zaplacení všech poplatků ve výši 280 000 japonských jenů (Sharing Economy Association Japan, 2016).

### **9.2. Sharing City**

SEAJ se snaží zredukovat negativní dopady urbanizace, jako je stárnutí a pokles populace tím, že spojuje služby sdílení s místními úřady pro tvorbu „města budoucnosti“. Tuto novodobou ideu přezdívá jako „Sharing City“, které zahrnuje sdílení prostorů, jako jsou kanceláře a byty a zasahuje až k sdílení produktů, nebo dovedností mezi lidmi. Pokud se určité město chce řídit touto ideou, musí splňovat dané požadavky. Uvést nejméně dvě služby na konceptu sdílení od společností, které jsou členy SEAJ a místní úřady musí služby na principu sdílené ekonomiky propagovat na svých internetových stránkách, v novinách a uspořádat studijní zasedání s provozovateli služeb. Po dosažení na hodnocení „Sharing City“ bude moci zastupitelstvo čerpat následujících výhod:

- pravidelné zasilání zpráv o novinkách ze světa sdílené ekonomiky,
- možnost účasti na konferencích
- pomoc při sestavování strategického plánu v oblasti sdílené ekonomiky
- možnost užívání loga SEAJ

V Japonsku je několik měst, které dosáhly certifikace „Sharing City“. Patří mezi ně města Amami, Ótsu, Kaga, Kamaiši, Kawakami-Čó, Sabae, Šimabara, Taku, Čiba, Tešio-Čó, Nanto, Ničinan, Hamamatsu, Yuzawa a Yokaze (Sharing Economy Association Japan, 2016).

### **9.3. Společnosti s mezinárodní certifikací Trust Mark**

V následující kapitole představím několik společností, které prošly certifikací SEAJ. Některé jsou na bázi crowdsourcingu, který je třeba si vysvětlit.

Crowdsourcing je webová služba, která umožňuje využití určité skupiny lidí (namísto využití zaměstnanců), která je ochotná splnit zadaný úkol. Takové skupiny či jednotlivci se shlukují především na online platformách (IT-Slovník.cz team, 2018). Systém crowdsourcingu spočívá v tom, že zadavatel předloží požadovaný úkol a vybere si na platformě skupinu lidí, kteří na zadání budou pracovat. Výhodou je, že na úkolu pracují jednotlivci, kteří mají prokazatelné zkušenosti a dovednosti (Lancers, 2009). Internet tedy slouží jako prostředek ke sdílení a získávání informací, řešení problému, kreativní práci, výzkumu, shánění peněz atd. (Jak na internet, 2012). Služeb crowdsourcingu se využívá především při vývoji nových technologií, k realizaci designérských prací, při vývoji nových algoritmů apod. (IT-Slovník.cz team, 2018).

#### **9.3.1. Lancers**

Lancers je první a největší společnost s kapitálem téměř tři a půl miliard japonských jenů (včetně kapitálové rezervy), která poskytuje služby crowdsourcingu v Japonsku. Má v databázi mnoho designérů, inženýrů, spisovatelů a mnoho dalších odborníků. Zákazníci většinou požadují dovednosti, jako jsou projekční práce, design plakátů, letáků, či design webových stránek, ilustrace, překlady z anglického jazyka, video produkce atd. (Lancers, 2009). Společnost ročně dosahuje zisků okolo dvou miliard jenů (Hirano 2018).

Lancers bylo založeno v roce 2008 a dává si za cíl „změnit styl práce“. Podle společnosti Lancers je v současné době asi 11 milionů tzv. freelancerů (lidí „na volné noze“), což představuje 17 % celé pracující populace (Hirano, 2018). Zaměstnanci společnosti nemusí vůbec žít ve městě, kde společnost sídlí, a mohou pracovat podle vlastního časového rozvrhu. Snaží se vytvořit společnost, ve které svým zaměstnancům umožní žít, kde chtějí, pracovat kdykoli a získávat příjem za pomoci internetových platform. Trh crowdsourcingu v Japonsku momentálně rychle roste. Stále více Japonců

hledá právě jiný styl práce, než jaký je tam tradičně uplatňován. Společnost Lancers zastává názor, že zefektivnění práce a pracovní svoboda přispěje k trávení více času s rodinou a volného času, což zaměstnanci zajistí bohatý a šťastný společenský život (Lancers, 2009).

### **9.3.2. ANYTIMES**

ANYTIMES je platforma na sdílení dovedností. Společnost byla založena v roce 2013 a stala se zároveň průkopníkem systémů sdílení dovedností v Japonsku. Zakladatelkou je Čika Cunoda. Použití je jednoduché, stačí podat žádost do aplikace o nějakou pomoc a postupně odpovídají jiní uživatelé, kteří mají potřebné dovednosti ke splnění žádosti. V této chvíli si stačí vybrat pro nás nejkvalifikovanějšího člověka a přijmout jeho nabídku pomoci platformy (High Life, 2019). Cenu si poskytovatel určuje sám a je vždy u nabídky uvedena, nebo je určena na základě domluvy mezi žadatelem a poskytovatelem. (Anytimes, 2015) Tato platforma je také nápomocná pro pracující ženy. Žadostí mohou totiž také být výpomoci v domácnosti (vaření, uklízení, péče o děti apod.) Tímto způsobem je umožněno ženám věnovat se domácnosti a zároveň se dokáží udržet na trhu práce (Hive Life, 2019).

V časopise New York Times bylo uvedeno, že rozdíl ve výši mezd mužů a žen v Japonsku je třetí největší z vyspělých zemí. Čika Cunoda se snaží ovlivnit tento pracovní systém prostřednictvím platformy ANYTIMES a prosadit jej jakožto alternativu k tradičnímu japonskému pracovnímu systému. ANYTIMES se díky své všestrannosti rozšiřuje i za hranice Japonska (Hive Life, 2019).

### **9.3.3. PIXTA**

PIXTA je japonská společnost s kapitálem asi 320 milionů japonských jenů, která provozuje online trh s fotografiemi, ilustracemi a videy. Byla založena v roce 2005 s myšlenkou ukázat světu talentované amatérské fotografie a vytvořit místo, kde by se každý o svůj talent mohl podělit. Společnost si je zároveň vědoma, že je mnoho neobjevených talentů i v jiných oborech, než je fotografování, proto zřizují další online platformy pro další obory (PIXTA, 2020).

Společnost začínala s pár stovkami obrázků a asi padesáti přispěvateli. Od té doby se rozrostla v jednu z nejvýznamnějších poskytovatelů fotografií a dalších obrazových zásob v Japonsku (PIXTA, 2020). Knihovna společnosti nyní obsahuje více než 48 milionů obrázků od více než 300 000 přispěvatelů (Stock Photo Advisor, 2020). Mezi

takovými přispěvateli jsou fotografické agentury, profesionální fotografové a ilustrátoři, videografové a vysoce kvalifikovaní amatéři. Někteří jsou poháněni uznáním od jiných lidí, jiní maximalizací svých výnosů. PIXTA obrázky se používají pro profesionální projekty (reklamy, webdesign, publikace, TV programy). Zákazníci PIXTY jsou designéři, vydavatelé, či jiní kreativní profesionálové, kteří pomocí těchto obrázků mohou dosáhnout kvalifikovaných a efektivních vizuálů a ušetřit čas a peníze (PIXTA, 2020).

#### **9.3.4. Minne**

Minne je platforma, která byla zprovozněna společností GMO Pepabo v roce 2012. Platforma minne vytváří prostředí, kde je možné prodávat ručně vyráběné výrobky. Minne má v současné době v databázi přibližně 370 000 registrovaných výrobců, kteří prodávají vše od oblečení po nábytek, módní doplňky a mnoho dalšího, vše však ruční výroby. Výrobci jsou většinou studenti, nebo ženy v domácnosti, které takové výrobky vyrábějí ve volném čase a za účelem výdělků. Několik málo jedinců získalo takovou popularitu, že nyní prostřednictvím platformy minne vydělávají přes milion jenů měsíčně (IGNITION INT., 2015).

Zakladatelem platformy minne je zaměstnanec společnosti GMO Pepabo Masajuki Abe. Společnost se již od svého založení snažila podporovat kreativní lidi a v roce 2011 rozeslala interní sdělení zaměstnancům, že přijímají nápady na nové projekty. V té době Masajuki Abe vymyslel právě koncept minne na základě jeho oblíbenosti bleších trhů. Do té doby byly hlavní distribuční kanály takových ručně vyráběných výrobků v tzv. řemeslných městech a dostaly se tak jen k lidem, kteří v tom místě žili. Vytvořením minne chtěl Masajuki Abe dosáhnout toho, aby se povědomí o takovém druhu zboží a také o samotných výrobcích tohoto zboží rozšířilo mezi mnohem více lidí, kteří by více nakupovali a tím je i podpořili (IGNITION INT., 2015).

#### **9.3.5. AsMama**

AsMama je společnost založena v Jokohamě v roce 2009, která zajišťuje pracujícím matkám péči o jejich děti (Crunchbase, 2020). Společnost založila Keiko Koda poté, co viděla své kamarádky a příbuzné, jak jsou nuceny opustit slibně rozjetou kariéru kvůli těhotenství. Proto chtěla takovým ženám pomoci udržet si stávající pozici a zároveň tímto způsobem posílit postavení žen na trhu práce. Služba například poskytuje pomoc s vyzvedáváním, či odvedením dětí ze nebo do školy. Při žádosti o

služby společnosti musí rodiče ale splňovat jednu podmínku. Musí patřit do komunity, či novou komunitu vytvořit se svými přáteli, sousedy nebo jinými rodiči, jejichž děti chodí do stejné školy, nebo školky a v této komunitě si vzájemně s dětmi pomáhají. Pokud například jeden člen komunity nebude stíhat kvůli práci vyzvednout své dítě ze školy/školky, může požádat prostřednictvím platformy ostatní členy, zda by mu dítě někdo byl ochoten vyzvednout. V případě, že nikdo ve skupině není k dispozici, společnost AsMama vyšle jednoho ze svých tzv. „mama supporters“ (certifikovaní pomocníci), (Yamaguchi, 2014) Za každý úkol je účtován poplatek 500 jenů za hodinu (Mainichi Japan 2020). Za šest měsíců od založení služby AsMama se přihlásilo 4 200 členů (Yamaguchi, 2014).

Společnost v březnu a dubnu 2020 (z důvodu koronavirové krize) zaznamenala desetinásobný nárůst počtu registrovaných uživatelů denně a celkový počet se již vyšplhal na 73 000 uživatelů (Mainichi Japan, 2020)

### **9.3.6. NOKISAKI PARKING**

NOKISAKI PARKING je služba, kdy majitel soukromého parkovacího místa (nebo parkovacího místa, které si platí měsíčně) smí nabídnout své místo někomu dalšímu, v době, kdy ho nevyužívá sám. Zároveň se tak snaží uvolnit v Japonsku využívaná veřejná parkoviště, která jsou neustále přeplněná, a omezit vypouštění oxidu uhličitého do ovzduší z aut, která nemohou najít volné parkovací místo a jezdí zbytečně pořád dokola. Nájemníkům parkovacích míst je rezervace velkou úsporou času. Cílem služby je využití veškerého prostoru, který je vybudován pro parkování vozů a ušetřit tak náklady, které by města musela vynaložit na budování dalších parkovišť (Nokisaki PARKING, 2020). V současné době je na platformě zaregistrováno 4 000 parkovacích míst a více než 130 000 uživatelů. Akiko Nishiura (zakladatelka Nokisaki Parking), je toho názoru, že služba sdílení parkovacích míst částečně nahradí klasické parkovací místa (ze kterých je roční zisk 3 miliardy amerických dolarů) možná i z 20 nebo 30 %. (Romero, 2017)

Služba funguje přes internetovou platformu, kde si dotyčný zarezervuje místo, které chce využít. Pokud mu od majitele přijde potvrzení, že je možné v určitou dobu parkovací místo využít, obdrží parkovací lístek a po příjezdu na místo se řídí dalšími přiloženými instrukcemi. V případě, že by nájemník parkovacího místa poškodil okolní majetek (zbořil zídku, oplocení, atd.), musí škodu uhradit z pojištění, nebo ze svých finančních prostředků (Nokisaki PARKING, 2020).

### **9.3.7. COGICOGI**

COGICOGI je služba sdílení jízdních kol, která funguje v Tokiu, Kjótu, Osace, Kamakuře a v dalších velkých městech. V Tokiu byla COGICOGI první společností (s kapitálem 100 milionů jenů), která fungovala na principu sdílení jízdních kol a v dnešní době má stanice rozmístěné po celém městě. Stanici se rozumí místo, kde jsou jízdní kola zaparkovány (stojany). Společnost se snaží poukazovat a propagovat zdravotní, environmentální, sociální a ekonomické výhody, které cyklistika přináší. (Cycling Embassy of Japan, 2020) Cena pronájmu jízdního kola se pohybuje v rozmezí od 2 100 do 3 600 japonských jenů v závislosti na době používání. Nejdéle může být jedno kolo vypůjčeno po dobu 48 hodin (COGICOGI, 2020). K použití si stačí stáhnout aplikaci do svého chytrého telefonu a zaregistrovat se (COGICOGI, 2020).

### **9.3.8. Notteco**

Notteco je platforma pro sdílení jízd založená v roce 2007 bývalým bankéřem Kóheiem Miwou. Když Kohei Miwa uvízl v dopravě při cestě z Tokia, všiml si, že ve většině aut bylo minimum pasažérů. V té chvíli ho napadlo založit platformu Notteco a pokusit se tak docílit omezení dopravních zácp. Platforma umožňuje nalézt řidiče, který nabízí spolujízdu mezi městy. Název vznikl z japonské fráze „notte ikó“, neboli česky „pojeďme“ (Chu, Ito, 2015). Na platformě je v současné době zaregistrováno kolem 40 000 uživatelů. Cestující a řidič se rovnoměrně složí na náklady na cestování mezi městy. Tímto způsobem uživatelé ušetří až 1 milion jenů ročně. Služba je hojně využívána i pro dopravení se na hudební vystoupení, festivaly, sportovní utkání apod. Pro uživatele je to příležitost získat nové známosti a sdílet své koníčky (Notteco, 2020). Cestující nejvíce může znepokojovat otázka bezpečnosti, nicméně notteco všechny profily monitoruje a hlídá a veškerý nevhodný obsah odstraňuje a při porušení nastavených pravidel profily ruší (Notteco, 2020).

### **9.3.9. TASKAJI**

TASKAJI je platforma sdílené ekonomiky, která nabízí služby v oblasti péče o domov. Pracují zde tzv. TASKAJI-SAN (dále budu uvádět „hospodyně“), které mají zkušenosti a prošly ověřením. Služba funguje v několika městech: Tokio, Kanagawa, Saitama, Čiba a okolí Osaky. Mezi registrovanými hospodyněmi jsou také například učitelé angličtiny z Filipín, což je praktické pro cizince, kteří neumí japonsky, ale nutně

potřebují vypomocet v domácnosti (Foreigners Tokyo, 2019). Poptávka po hospodyních se zvýšila poté, co se zvýšilo procento populace, které pracuje na plný úvazek (především pracuje více žen, které byly dosud v domácnosti).

Mihoko Suzuki je absolventkou Globis University a zároveň zakladatelkou TASKAJI (v listopadu 2013). Jako platforma na principu sdílené ekonomiky se spustila v červnu 2014. Cena služby se pohybuje od 1 500 jenů na hodinu. Za tuto cenu mohou registrovaní uživatelé požádat o jakoukoliv pomoc v domácnosti od úklidu, vaření, až po péči o děti. Uživatelskou základnu tvoří tedy hlavně rodiny s dětmi. Cílem Mihoko Suzuki bylo co nejvíce pomoci pracujícím matkám, které se musí k tomu starat i o domácnost a o děti a nemají skoro žádný čas na sebe. Na platformě je zaregistrováno 38 000 uživatelů a pouze 1 100 hospodyň. Poptávka je tedy oproti nabídce velmi vysoká (Suzuki, 2018).

### **9.3.10. Spacemarket**

Spacemarket je platforma, která umožňuje uživateli si dočasně pronajmout určitý prostor. Prostorem se rozumí konferenční prostory, fotografická studia, restaurace, domy, nebo dokonce i celý zábavní park<sup>3</sup> (Startup DB, 2014). Daisuke Šigematsu je současným generálním ředitelem a jeden ze zakladatelů společnosti Spacemarket s kapitálem 241 milionů jenů. Na vytvoření společnosti pracoval společně se Šiničiróem Suzukim, bývalým vedoucím technikem ze společnosti Yahoo Japan (Quigley, 2015) Činnost zahájili v lednu 2014 a v současné době společnost vydělává přibližně 300 milionů jenů ročně (Ikeda, 2019). Veškeré prostory k pronájmu (kromě baseballového stadionu Coca Cola Field v Allentownu, Pensylvánie) se nacházejí v Japonsku, nicméně se společnost snaží o rozšíření do jihovýchodní Asie, zejména do Singapuru a Indonésie (Quigley, 2015).

### **9.3.11. TABICA**

TABICA je platforma ke sdílení zážitků. Celé jméno společnosti je TABICA Experience+ a pomáhá turistům poznat Japonsko i z prostředí venkova (Petit Futé, 2020). Cílem společnosti je zapojit do cestovního ruchu i lidi žijící na odlehlých místech a turistům poskytnout neobvyklý zážitek. Cestovatele si mohou například

---

<sup>3</sup> Je možné si pronajmout například Japan Monkey Park, který je poblíž Nagoji. Na dvě hodiny se pronajímá za 3 miliony jenů (Startup DB, 2014)



vyzkoušet nějaké tradiční řemeslo, vyzkoušet si uvařit něco z japonské kuchyně, apod. Věří také, že taková zkušenost pomůže vzájemnému porozumění mezi jednotlivými kulturami (Lieshout, 2016).

### **9.3.12. Mercari**

Mercari je platforma, která poskytuje uživatelům bezproblémový způsob nakupování a prodávání nového, nebo již použitého zboží. Jedná se především o nákup a prodej oblečení, elektroniky, šperků a mnoho dalšího prostřednictvím mobilního zařízení, či počítače (Mercari, 2017). Od spuštění v roce 2013 aplikace přilákala za měsíc provozu přibližně 15,5 milionu uživatelů. Výkonným ředitelem společnosti s hlavním sídlem v Tokiu je Šintaró Jamada, bývalý ředitel společnosti, která vytvářela hry do mobilních telefonů. Společnost (s kapitálem 40,1 miliard jenů) založil v únoru 2013 a v současné době má kanceláře a poskytuje služby v Japonsku a v USA. Cestování po rozvojových zemích ho přivedlo k myšlence, že je třeba vytvořit více „cirkulující ekonomiku“. Tím přesněji myslel, že není nutné předměty, které nepoužíváme vyhazovat, ale poskytnout je za úplatu někomu dalšímu, kterým mohou sloužit ještě několik let. Je toho názoru, že naše zdroje jsou omezené a je třeba je užívat s rozmyslem a opatrností. (Mercan, 2019)

Podle nejnovějších informací z února 2020 se společnost pokusí o růst prostřednictvím výstavby fyzického obchodu pod názvem Mercari Station. Podle průzkumu společnosti Mercari si jsou jistí, že stále existuje více než 36 milionu potenciálních uživatelů, kteří se ale stále zdráhají služby používat. Fyzický obchod má umožňovat lidem nafotit své zboží ve speciální kabině, kde je rovnou zboží posláno na platformu do nabídky, dále je možné ve fyzickém obchodě zboží správně zabalit a poslat zákazníkům přes poštovní schránku „Mercari Post“. První obchod by se měl otevřít již tento rok na jaře v obchodním domě Marui v Šindžuku. Společnost má dále v plánu zřídit asi 5 000 poštovních schránek Mercari Post po celém Japonsku do roku 2023 (Koizumi, 2020).

## 10. Nejnovější vývoj sdílené ekonomiky v Japonsku

Od roku 2018 se diskutuje o začlenění nových trendů spotřeby do údajů o HDP v nadcházejících letech. Jde převážně o začlenění sdílené ekonomiky a o měnící se kvalitu vzdělávání a zdravotnických služeb. K tomuto kroku se Úřad vlády Japonska rozhodl na základě kritiky, že ekonomická data nevystihují skutečnou ekonomickou aktivitu a zaostávají za rychle měnícími trendy spotřeby. Zároveň je ale problematické změřit sdílenou ekonomiku a především digitální ekonomiku, kvůli rychle měnící se ekonomické struktuře (Reuters, 2018).

### 10.1. Velikost sdílené ekonomiky v Japonsku

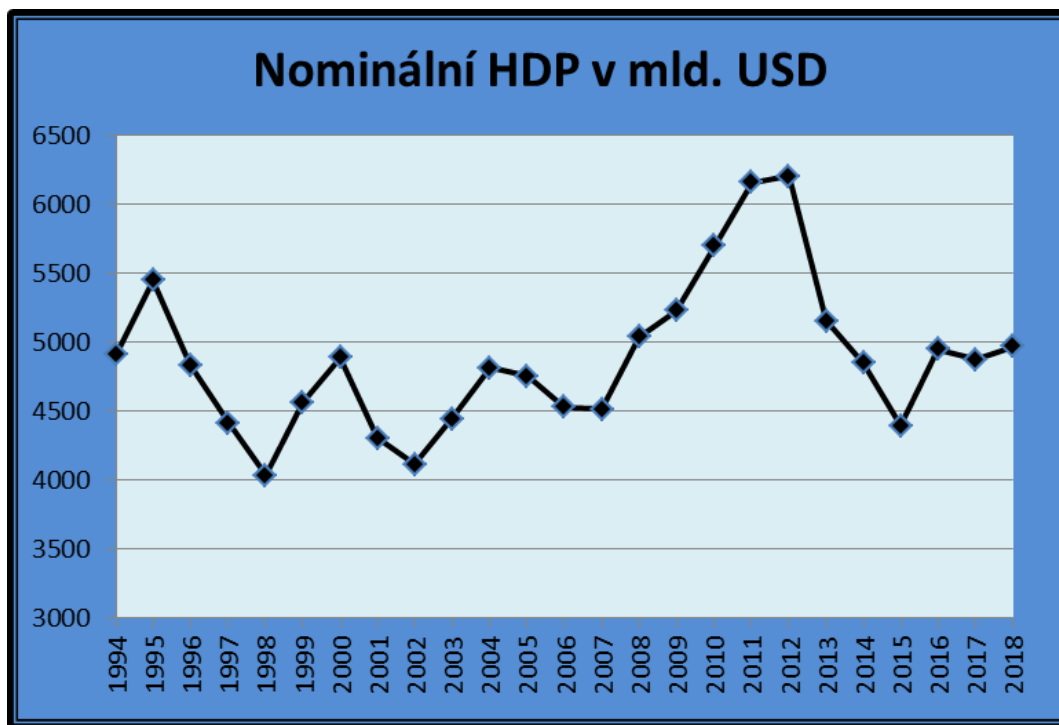
SEAJ uvádí, že sdílená ekonomika v Japonsku v roce 2018 dosáhla ekonomické hodnoty<sup>4</sup> rekordních 1 887,4 miliard jenů. Zároveň předpověděla, že se hodnota do roku 2030 zvýší na 11 128,5 miliardy jenů. Pokud částku rozdělíme na konkrétní oblasti sdílené ekonomiky, tak 503,9 miliard zahrnuje sdílení prostorů včetně ubytování a parkování (Spacemarket, atd.), 520,1 miliard jenů zahrnuje zboží (výrobky vlastní výroby, apod.), 193,5 miliard zahrnuje dopravu, 211,1 miliard dovednosti a 458,7 miliard ostatní segmenty. Částky by byly ještě vyšší, kdyby více než polovina poskytovatelů ubytování neukončila své služby z důvodu představení Zákona o provozování ubytování v soukromí v roce 2018. Podle dotazníkového šetření lidé činnost ukončili, kvůli obtížným postupům registrace (touto odpověď použilo 60,5% respondentů), kvůli tomu, že by bez registrace provozovali nelegální činnost (27% respondentů) a z důvodu nižšího příjmu, než bylo očekáváno (Travel Voice Japan, 2019).

---

<sup>4</sup> Ekonomická hodnota představuje velikost zisku z prodeje zboží, či poskytování služeb. (Banton, 2019)

## 10.2. HDP v Japonsku

Japonsko se řadí za Spojenými státy a Čínou jako třetí největší ekonomika světa.



Zdroj: Worldometers 2017

Graf znázorňuje pohyb japonského HDP (částky jsou udávány v miliardách amerických dolarů). Na rozdíl od minulého století, kdy Japonsko slavilo prudký hospodářský růst, se v posledních letech zaznamenal jen mírný růst HDP. V Japonsku od roku 2012 funguje tzv. „Abenomika“. Jedná se o ekonomický program podle předsedy japonské vlády Šinzóa Abeho, který má za úkol co nejvíce podpořit japonskou ekonomiku a snížit jejich obrovský veřejný dluh, který činí 240% HDP. Kvůli předzásobením domácností, způsobené situací okolo pandemie nového koronaviru, urychlení výrobních investic ze strany výrobního sektoru a kvůli několika tajfunům, které na konci minulého roku zasáhlo Japonsko, nečekaně činil meziroční pokles HDP za poslední čtvrtletí 2019 6,3%. Celkový růst reálného HDP v roce 2019 činil pouhých 0,7 %. Současná situace okolo koronaviru COVID-19 problém japonské ekonomiky ještě prohloubila. Japonská vláda chce použít přibližně 108 bilionů japonských jenů jako kompenzaci nepříznivých dopadů koronaviru na japonskou ekonomiku. Tato částka odpovídá asi 20% HDP. Z veřejných peněz se použije okolo 40 bilionů jenů, které budou kryty dalšími vládními dluhopisy, a tím se opět více prohloubí veřejný dluh. Japonští ekonomové předpokládají, že v následujících dvou čtvrtletí dojde opět

k poklesu HDP v prvním čtvrtletí o 3,7% a v druhém o 6% (Zastupitelský úřad ČR v Tokiu, 2019).

## **10.2. Změny v HDP v souvislosti se sdílenou ekonomikou**

Vláda v loňském roce (2019) rozhodla o začlenění některých odvětví sdílené ekonomiky do HDP. Započítávat se budou především rekreační pronájmy přes Airbnb od letošního roku (2020). Podle Úřadu vlády může přes Airbnb unikat 80 až 100 miliard jenů. Celkové HDP Japonska se pohybuje kolem 550 bilionů jenů. V tomto případě se nezdá 100 miliard jenů oproti celkovému HDP velká částka, ale v následujících letech se očekává, že bude sdílená ekonomika znatelně růst. Do HDP se podle mezinárodních standardů nezapočítává prodej použitého zboží, protože není vytvořena žádná nová hodnota. Do HDP se započítává především kolik a v jaké hodnotě se vyrobilo nového zboží, v takovém případě může ale HDP zkreslovat skutečné bohatství země, které vzniklo na základě technologického pokroku. Podle Výzkumného ústavu Nomura představují bezplatné digitální služby v Japonsku hodnotu přibližně 42 bilionů jenů, což je asi 8% HDP. Ke změření ekonomické hodnoty, kterou HDP nezachytí, vydal v loňském roce úřad vlády sbírku indexů, prostřednictvím kterých se bude zkoumat blahobyt lidí (Hirano, 2019).

## **10.3. Sdílená ekonomika jako pomoc v otázce sociálních a geografických problémů**

Japonsko v současné době čelí stárnoucí populaci, poklesu porodnosti, rostoucí nerovnosti a omezeným pracovním příležitostem pro mladé lidi. Tento stav trvá od 90. let minulého století. Pokud se porodnost a úroveň imigrace nezvýší, tak podle prognóz Japonského národního institutu pro výzkum populace a sociálního zabezpečení by se počet obyvatel do roku 2050 snížil ze 127 milionů na 100 milionů. Podle Šintaróa Eguchiho je málo podniků, které by byly ochotny se přestěhovat do venkovských oblastí. Mladí lidé tak opouští tyto oblasti a snaží se uplatnit ve velkých městech. Tím je populace ve venkovských oblastech čím dál starší. Země také trpí nízkou nezaměstnaností a tím pádem i nedostatkem pracovních sil. Nicméně mzda mladých lidí se nijak nezlepšila a proto japonští mladí lidé patří mezi jedny z nejchudších ze zemí, které jsou členy OECD (skupina 35 vysoce industrializované ekonomiky). Sdílením by

se tak dala vyřešit sociální izolace starších lidí v malých městech (například sdílením volných pokojů ve svém domě pro turisty apod.), které mladí lidé opouští (Coca, 2018).

Výše jsou zmíněna i sdílená města. Mnoho z těchto měst se nachází mimo hlavní metropolitní oblasti. Na venkově je nyní potřeba překonat zhoršující ekonomickou situaci, nedostatek nápadů, inovací a populace, a proto jsou právě menší města ochotná sdílení vyzkoušet (Coca, 2018).

Větší zájem starších lidí byl zaznamenán v loňském roce (2019), kdy se dotazníkového šetření ukázalo, že senioři vnímají sdílenou ekonomiku pozitivněji, přičemž více než 40% lidí ve věku mezi šedesáti a sedmdesáti lety již mají zkušenosti s použitím sdílené ekonomiky. V předchozím roce použilo jakoukoliv platformu na principu sdílené ekonomiky pouze 7 % šedesátníků a sedmdesátníků. Takový pokrok je pro sdílenou ekonomiku velmi překvapivý a pro platformy v Japonsku je obrovským úspěchem (Nippon, 2019).

Mnoho zákonů bylo vydáno s ohledem na velké společnosti (např. výše popsaný Zákon o provozování ubytování v soukromí), nicméně je potřeba, aby se zákonodárci v Japonsku v tvorbě zákonů zaměřili také na menší města, kde může mít sdílená ekonomika velký potenciál se rozvinout (Coca, 2018).

Japonsko každoročně čelí přírodním katastrofám a je třeba lidem a územím poskytnout pomoc. Takuya Hirai, předseda komise a člen SEAJ, považuje platformy sdílené ekonomiky za nápomocné v otázce zvládnání přírodních katastrof. Například sdílení kol může být použito jako alternativa k nefungující (v době řešení katastrofy na místě) veřejné dopravě. V Japonsku již existuje řada aplikací, které pomáhají po zasažení přírodní katastrofou. Například aplikace s názvem Leber, prostřednictvím které je možné se spojit s odborným lékařem. Obyvatele, které postihla ztráta domova z důvodu zemětřesení, nebo tsunami, mohou využít jednu ze služeb poskytovaná platformou Airbnb, díky které je možné získat dočasný domov zcela zdarma. Přestože tyto aplikace již existují, není mnoho Japonců, kteří je skutečně používají. Většina obyvatel není zvyklá platformy používat. Podle studií PwC až 84,6% Japonců ve věku od 16 do 70 let nikdy platformu na principu sdílené ekonomiky nepoužilo. To názorně ukazuje, jak velký potenciál sdílená ekonomika v Japonsku má (Kuzina, 2019).

## Závěr

Sdílená ekonomika v Japonsku je oproti jiným státům stále značně nevyvinutá. Společnosti světového rámce, které fungují na principu sdílené ekonomiky jako je Airbnb, jsou v Japonsku přísně regulovány, v případě společnosti Uber téměř zakázány. Mezi Japonci jsou však poměrně oblíbené platformy, které poskytují prodej zboží z druhé ruky, nebo výrobky vlastní výroby. Jedná se především o oblečení, nábytek, dekorace a mnoho dalšího. Takové transakce (hlavně u prodeje již použitých věcí) se ale neodrážejí ve výpočtu HDP, protože není vytvořena žádná nová hodnota. Nemají tedy na pozitivní vývoj HDP vliv a ekonomické situaci výrazně nepomohou.

HDP v Japonsku má stále rostoucí tendenci, přestože velmi pomalou. Japonská ekonomika v současné době, kdy je trh přesycený, už nemá moc možností pro růst. Větší výkyvy na vývoji křivky HDP jsou zaznamenány pouze v případě úpadku. Stalo se tak hlavně v roce 1995 a 2011, kdy došlo ke dvěma přírodním katastrofám, které zapříčinily ztrátu obrovského množství majetku. HDP však nepočítá s případy, kdy je potřeba celý majetek vytvořit znovu a po prudkém pádu je opět zaznamenán prudký růst. Pomocí sdílené ekonomiky je možné prudké výkyvy křivky HDP po přírodních katastrofách zmírnit.

V Japonsku již existuje celá řada společností, které provozují platformu na základě sdílené ekonomiky. Mezi ně patří například platformy, na prodej použitého, nebo vlastnoručně vyráběného zboží, Mercari a Minne, dále crowdsourcingové společnosti Lancers a Anytimes, a mnoho dalších. Většina platforem je vytvořena za účelem zlepšení životní úrovně Japonců. Obyvatelé Japonska jsou pracovním velmi vytížení a užívání platforem dokáže značně ušetřit čas. Z toho důvodu se také předpokládá, že Japonci začnou platformy více využívat.

Pokud dojde k předpokládanému rozvoji sdílené ekonomiky v Japonsku, může se dosáhnout lepší životní úrovně Japonců a zároveň může dojít i k opětovnému růstu japonské ekonomiky.

## **Resumé**

This bachelor thesis is focused on the sharing economy of Japan. In the first six chapters, I deal with the sharing economy in general. I present basic information about the sharing economy, history and its advantages and disadvantages. In the following chapters, I deal with the situation in Japan. I present the best-known companies that offer services based on the principle of shared economy and regulation that applies to them. I also introduce the association, which highlights the benefits and seeks to expand the sharing economy in Japan as much as possible. Finally, I focus on how the sharing economy affects GDP and how it can benefit Japan. The thesis aims is to point out the numerous regulation, its effect, and the overall potential of the Japanese sharing economy.

## Seznam literatury

DONGHAE, Ko, YOON C., Cho. Investigating the Impact of Utilities on Customer Attitude, Satisfaction, Comparative Analysis of B2C Car Sharing: Korea vs. Japan. *Journal of Marketing Thought*. 2018, vol. 5, no. 2, s. 1-11. ISSN 2289-0750.

MARUKAWA, Tomoo. Sharing economy in China and Japan, *The Japanese Political Economy*. 2017, vol. 43, s. 61-78. ISSN: 2329-194X.

OECD. *Tourism Trends and Policies 2018*. OECD Publishing, 2018. ISBN 978-92-6428-740-2.

VEBER, Jaromír et al. *Digitalizace ekonomiky a společnosti*. Výhody, rizika, příležitosti. 1 vyd. Praha: Management press, 2018. 200 s. ISBN 978-80-7261-554-4.

VEBER, Jaromír et al. *Sdílená ekonomika „Vymezení metodologických postupů pro zajištění datové základny a ekonomických východisek pro regulatorní ošetření tzv. sdílené ekonomiky“*. Souhrnná výzkumná zpráva verze 1.4. Úřad vlády České republiky. Praha: Vysoká škola podnikání a práva, a.s., ACCENDO – Centrum pro vědu a výzkum, z.ú., 2016, 52 s.

YAMANA, Kazufumi, et. al. *Tókjóto ni okeru minpaku no gendai*. Výzkumná zpráva. Kanagawa University, PolicyResearch Institute, Nagasaki University, National Institute od Informatics, 2018, 18 s.



## Seznam elektronických zdrojů

Adaptic. B2B. In: *Adaptic* [online]. 2018 [cit. 20.3.2020]. Dostupné z:

<https://www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/b2b/>

Adaptic. B2C. In: *Adaptic* [online]. 2018 [cit. 20.3.2020]. Dostupné z:

<https://www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/b2c/>

Airbnb. Ekonomické dopady sdílená domovů ve městech p celém světě. In: *Airbnb* [online]. 2018 [cit. 20.3.2020]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/economic-impact/>

*Analyza sdílené ekonomiky a digitálních platforem*. Analytický materiál 06/2017. Úřad vlády České republiky [online]. Praha: Vysoká škola podnikání a práva, a. s.,

Ministerstvo průmyslu a obchodu. 2017, 86 s. [cit. 20.3.2020]. Dostupné z:

[https://www.vlada.cz/assets/urad-vlady/poskytovani-informaci/poskytnute-informace-na-zadost/Priloha\\_4\\_Material\\_Analyza.pdf](https://www.vlada.cz/assets/urad-vlady/poskytovani-informaci/poskytnute-informace-na-zadost/Priloha_4_Material_Analyza.pdf)

Anytimes. [online]. Japan: Anytimes, 2015 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z:

<https://www.any-times.com/en>

BANTON, Caroline. Economic Value. In: *Investopedia* [online]. 2017 [cit. 21.4.2020].

Dostupné z: <https://www.investopedia.com/terms/e/economic-value.asp>

Best Living Japan. Careco Carshare – Car Rental by the Hour. In: *bestlivingjapan.com*

[online]. 2020. [cit. 28.3.2020]. Dostupné z: <https://bestlivingjapan.com/careco/>

COCA, Nithin. How Japan is working towards creating a tru sharing economy. In:

*Shareable* [online]. 2018 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://www.shareable.net/gift-us-premiere-in-san-francisco-co-hosted-by-shareable/>

COGICOGI. *Get started*. [online]. Japan: COGICOGI, 2020 [cit. 21.4.2020]. Dostupné

z: <http://cogicogi.jp/smart/app-lang=en.html>

COGICOGI. *Price*. [online]. Japan: COGICOGI, 2020 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z:

<http://cogicogi.jp/smart/price-lang=en.html>

Crunchbase. AsMama. In: *Crunchbase Inc.* [online]. 2020 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://www.crunchbase.com/organization/asmama#section-related-hubs>

Cycling Embassy of Japan. *COGICOGI*. [online]. Japan: Cycling Embassy of Japan, 2020 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <http://cycling-embassy.jp/cogicogi/>

Foreigners TOKYO. Having more convenient life in Japan! Information about housekeeping service for overseas people. In: *Tokyo Apartment Inc.* [online]. 2019 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://tokyoapartmentinc.com/foreigners/topics/201909161566.html>

HIRANO, Mariko. Japan to count sharing economy in official GDP. In: *Nikkei Inc.* [online]. 2019 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://asia.nikkei.com/Spotlight/Sharing-Economy/Japan-to-count-sharing-economy-in-official-GDP>

HIRANO, Takeshi. Japan's Lancers raises \$9M from HR giant and bank, offers loans to freelance workers. In: *Bridge* [online]. 2018 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://thebridge.jp/en/2018/01/lancers-9m-funding>

Hive Life. Introducing Anytimes, Japan's Hottest Skill-Sharing App. In: *the Hive Life* [online]. 2019 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://hivelife.com/anytimes-skill-sharing-app/>

CHU, Kathleen, ITO, Komaki. Car-pooling shows growth potential over long distances. In: *The Japan Times* [online]. 2015 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: [https://www.japantimes.co.jp/news/2015/04/23/national/car-pooling-shows-growth-potential-long-distances/#.Xp\\_6M2YzbIV](https://www.japantimes.co.jp/news/2015/04/23/national/car-pooling-shows-growth-potential-long-distances/#.Xp_6M2YzbIV)

IBM. *Sharing Japan*. New paths to success in the sharing economy [online]. New York: IBM Corporation, 2018 [cit. 30.01.2020]. Dostupné z: <https://www.ibm.com/downloads/cas/6597JKDE>

IGNITION INT. The Story of „minne“: How a Latecomer Rocketed to the Top of the e-Retail Market for Handmade Goods. In: *Medium* [online]. 2015 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://medium.com/ignition-int/the-story-of-minne-how-a-latecomer-rocketed-to-the-top-of-the-e-retail-market-for-handmade-goods-9e789b0d0102>

IKEDA, Masaru. Japan's Space Market, on-demand venue rental Marketplace, files for IPO. In: *Bridge* [online]. 2015 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z:

<https://thebridge.jp/en/2019/11/space-market-files-for-ipo?fbclid=IwAR1vBQ2OM6s8xhl37xUR6ZBmpbSYMopeton1fJADqjzLLi6UliIZjrTsmOO>

IT-Slovník.cz team. Crowdsourcing. In: *it-slovník.cz* [online]. 2018 [cit. 21.4.2020].

Dostupné z: <https://it-slovník.cz/pojem/crowdsourcing>

Jak na internet. Crowdsourcing. In: *CZ.NIC* [online]. 2012 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z:

<https://www.jaknainternet.cz/page/1665/crowdsourcing/>

Japan Tourism Agency. About Private Lodging Business Act (New Private Lodging Business Act) In: *Japan Tourism Agency* [online]. 2017 [cit. 20.3.2020]. Dostupné z:

[https://www.mlit.go.jp/kankocho/minpaku/overview/minpaku/law1\\_en.html](https://www.mlit.go.jp/kankocho/minpaku/overview/minpaku/law1_en.html)

KOIZUMI, Masumi. Mercari plans Tokyo store to tempt more into its online Marketplace. In: *The Japan Times* [online]. 2020 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z:

<https://www.japantimes.co.jp/news/2020/02/20/business/corporate-business/mercari-first-physical-store/#.XqAJyWYzbiW>

KUZINA, Viktoriya. Perspectives of the Sharing Economy in Japan. In: *SME Japan* [online]. 2019 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: [https://www.smejapan.com/business-](https://www.smejapan.com/business-news/sharing-economy-japan/)

[news/sharing-economy-japan/](https://www.smejapan.com/business-news/sharing-economy-japan/)

Lancers. [online]. Japan: Lancers, inc. 2009 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z:

<https://www.lancers.jp/>

LIESHOUT, Ellen van. Experiencing Rural Chiba with Tabica. In: *Japan Travel* [online]. 2016 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z:

<https://en.japantravel.com/chiba/tabica/29543>

Mainichi Japan. More parents turn to apps for child care as virus shuts schools in Japan. In: *The Mainichi* [online]. 2020 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z:

<https://mainichi.jp/english/articles/20200318/p2g/00m/0na/089000c>

MAREK, David et al. *Sdílená ekonomika*. Bohatství bez vlastnictví [online]. Praha: Deloitte, 2017 [cit. 23.01.2020]. Dostupné z:

<https://edu.deloitte.cz/cs/Content/DownloadPublication/sdilena-ekonomika-2017>

Mercari. *About*. [online]. Japan: Mercari Inc. 2017 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z:

<https://about.mercari.com/en/about/>

Mercari. CEO Shintaro Yamada Tells of the Circular Economy Mercari Has Always Aimed to Achieve. In: *Mercari Inc.* [online]. 2019 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z:

<https://mercan.mercari.com/en/articles/13411/>

NAIKAKUFU. *Šearingu ekonomi nado šinbunja no keizai katsudo no keisoku ni kansuru čósa kenkjú hókokušo*. Výzkumná zpráva. Economic and Social Research Institute, 2018. Dostupné na: <http://www.esri.go.jp/jp/prj/hou/hou078/hou78.pdf>

Národní centrum bezpečnějšího internetu. Peer-to-peer síť: Jak fungují a kde je problém. In: *bezpečně online.cz* [online]. 2018 [cit. 20.3.2020]. Dostupné z:

<https://bezpecne-online.saferinternet.cz/surfuj-bezpecne/sosani-a-sdileni-dat/item/155-peer-to-peer-site-jak-funguji-a-kde-je-problem>

Nippon. Japanese Seniors Show Increased Interest in Sharing Economy. In: *Nippon Communications Foundation* [online]. 2019 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z:

<https://www.nippon.com/en/japan-data/h00553/japanese-seniors-show-increased-interest-in-sharing-economy.html>

Nokisaki PARKING. *About*. [online]. Japan: Nokisaki PARKING, 2020 [cit. 21.4.2020].

Dostupné z: <https://parking.nokisaki.com/pages/about>

Nokisaki PARKING. *How to*. [online]. Japan: Nokisaki PARKING, 2020 [cit.

21.4.2020]. Dostupné z: <https://parking.nokisaki.com/pages/howto01>

Notteco. *notteco to wa?*. [online]. Japan: Notteco Co., Ltd. 2020 [cit. 21.4.2020].

Dostupné z: <https://notteco.jp/help/intro>

Notteco. *Šinraisei-anzensei wa daidžóbu na no?*. [online]. Japan: Notteco Co., Ltd. 2020

[cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://cp.notteco.jp/help/intro/safety>

- Petit futé. Tabica. In: *Petit futé* [online]. 2020 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://www.petitfute.co.uk/v53628-tokyo/c1122-voyage-transport/c747-tours-operateurs/c1161-tour-operateur-specialise/1612043-tabica.html>
- PIXTA. *Mission*. [online]. Japan: PIXTA Inc., 2020 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://pixta.co.jp/en/mission>
- PIXTA. *Service*. [online]. Japan: PIXTA Inc., 2020 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://pixta.co.jp/en/business>
- QUIGLEY, J. T. Rent an entire theme park with this Airbnb for unique venues. In: *Tech in Asia* [online]. 2014 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://www.techinasia.com/spacemarket-japan-startup-airbnb-unique-venues>
- RAMSEY, Jonathon. Japanese car-sharing service members are renting cars – but not for driving. In: *autoblog.cz* [online]. 11.7.2019 [cit. 28.3.2020]. Dostupné z: [https://www.autoblog.com/2019/07/11/japanese-car-sharing-services-not-used-for-driving/?gucounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guc e\\_referrer\\_sig=AQAAAEJn3VxTu8oUX-686XsaqRgH8ixnxta4rRg9EZ6dBm39jakaGRF9IV5vRaLJLncUgl6Z2sjejSKuQG0u-GLO\\_ERF6AIgiJbWE9-exMd6q5kmPWrhEHSBJItJ0oDJ6FWZxCERYAPsbJE5QhvzMqUgqpIEs9bz3k570CtRWPEg0zti](https://www.autoblog.com/2019/07/11/japanese-car-sharing-services-not-used-for-driving/?gucounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guc e_referrer_sig=AQAAAEJn3VxTu8oUX-686XsaqRgH8ixnxta4rRg9EZ6dBm39jakaGRF9IV5vRaLJLncUgl6Z2sjejSKuQG0u-GLO_ERF6AIgiJbWE9-exMd6q5kmPWrhEHSBJItJ0oDJ6FWZxCERYAPsbJE5QhvzMqUgqpIEs9bz3k570CtRWPEg0zti)
- Reuters. Japan to revamp GDP data to reflect „sharing economy“. In: *Reuters* [online]. 2018 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://www.reuters.com/article/japan-economy-data/japan-to-revamp-gdp-data-to-reflect-sharing-economy-idUSL4N1P721V>
- ROMERO, Tim. This startup is solving Japan’s parking and retail space problém with the sharing economy. In: *Tech in Asia* [online]. 2017 [cit. 21.4.2020].
- Sharing Economy Association Japan. *About SEAJ*. [online]. Japan: Sharing Economy Association, 2016 [cit. 4.4.2020]. Dostupné z: <https://sharing-economy.jp/en/about/>
- Sharing Economy Association Japan. *Sharing City*. [online]. Japan: Sharing Economy Association, 2016 [cit. 4.4.2020]. Dostupné z: <https://sharing-economy.jp/en/city/>

Sharing Economy Association Japan. *Trust Mark*. [online]. Japan: Sharing Economy Association, 2016 [cit. 4.4.2020]. Dostupné z: <https://sharing-economy.jp/en/trust/>

Startup DB. Spacemarket. In: *Startups, Inc.* [online]. 2014 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://startup-db.com/en/companies/3566/spacemarket>

Stock Photo Adviser. Pixta Review: Japanese Leading Marketplace. In: *Stock Photo Adviser* [online]. 2020 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://stockphotoadviser.com/pixta-review/>

SUZUKI, Mihoko. Realizing the Potential of an Untapped Market: The Vase of TASKAJI. In: *Globis Insights* [online]. 2018 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://e.globis.jp/career-success/realizing-the-potential-of-an-untapped-market-the-case-of-taskaji/>

Travel Voice Japan. The market scale of sharing economy in Japan is estimated at 1,9 trillion JPY in 2018. In: *Travel Voice* [online]. 2017 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://www.travelvoice.jp/english/the-market-scale-of-sharing-economy-in-japan-is-estimated-at-1-9-trillion-jpy-in-2018/>

Uber. *About us*. [online]. Praha: Uber Technologies Inc., ©2020 [cit. 4.4.2020]. Dostupné z: <https://www.uber.com/cz/cs/about/>

Uber. *Nadi si Uber v městech po celém světě*. [online]. Praha: Uber Technologies Inc., ©2020 [cit. 4.4.2020]. Dostupné z: <https://www.uber.com/global/cs/cities/>

Webhostpark. P2P, P2C, O2O, B2C, B2B, ecommerce terms. In: *Webhostpark* [online]. 2015 [cit. 20.3.2020]. Dostupné z: <http://www.webhostpark.com/p2p-p2c-o2o-b2c-b2b-ecommerce-terms-explained/>

What is carsharing. In: *carsharing.org* [online]. Carsharing, 2020. [cit. 28.3.2020]. Dostupné z: <https://carsharing.org/what-is-car-sharing/>

Worldometer. Japan GDP. In: *Worldometer* [online]. 2017 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z: <https://www.worldometers.info/gdp/japan-gdp/>

YAMAGUCHI, Junji. Service helps new moms juggle kids and careers. In: *The Japan Times* [online]. 2014 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z:

<https://www.japantimes.co.jp/news/2014/01/12/national/service-helps-new-moms-juggle-kids-and-careers/#.Xp8s-f0zbIV>

Zastupitelský úřad ČR v Tokiu. Japonsko: Základní charakteristika teritoria, ekonomický přehled. In: *BusinessInfo.cz* [online]. 2019 [cit. 21.4.2020]. Dostupné z:

<https://www.businessinfo.cz/navody/japonsko-zakladni-charakteristika-teritoria-ekonomicky-prehled/#section-3>

*Zonky – lidé půjčují lidem* [online]. Praha: Benxy s.r.o. 2020 [cit. 20.3.2020]. Dostupné z: <https://zonky.cz/#jak-to-funguje>