

平成 30 年 3 月 22 日  
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント

## シェアで生まれる「心のつながり」 合理性だけではないシェアサービスのメリット

－首都圏 3000 人へ「シェアサービス」利用に関する調査－

今年 6 月に「住宅宿泊事業法(民泊新法)」が施行され、全国的に解禁になる「民泊」や、若者を中心に利用者が広がっている「フリマアプリ」など、近年、モノやサービスなどを個人間で共有できる「シェアサービス」の関心が高まっています。株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント(所在地:東京都新宿区、代表取締役:松田 武久)は、首都圏在住の 18～79 歳男女 3,000 人を対象に「シェアサービス」の利用に関して調査を行ない、シェアサービスの魅力について分析を行いました。

### 調査結果

- 「民泊」「フリマアプリ」など呈示した 7 つのシェアサービスにおいて、いずれかのサービスを知っている人は 9 割以上いるものの、実際に利用したことがある人は 2 割程度に留まる。(図 1、2)
- 今後、いずれかのサービスを利用したい人は 6 割を超える。  
特に 18～29 歳女性で関心が高く 8 割以上を占める。(詳細はダウンロードレポート参照)
- シェアサービスの良い点として、「経済的メリット」が最も高く挙げられる。  
利用経験者別にみると、18～24 歳男性では「モノ・スキル・時間などの有効活用」「人とのつながり・出会い」、30～59 歳女性では「エコ」が他層に比べ高い。(図 3)
- フリマアプリの良い点は、利用経験の有無で違いがみられ、利用経験者は「経済的メリット」だけでなく、「有効活用」「人とのつながり」「敷居の低さ」に魅力を感じている。利用経験なし×利用意向あり層では、「経済的メリット」「合理的」「省スペース・省手間」が高く、実用面に魅力を感じている。(図 4)

### R&D 生活者インサイト

#### ◇コミュニケーションを楽しむ「フリマアプリ」

今回聴取した 7 サービスのうち、ほとんどの人はいずれかのサービスを知ってはいるものの、実際に利用したことがある人は 2 割程度にとどまり、利用経験者はまだまだ少ないことが分かりました。

最近ではニュースに取り上げられることも多いフリマアプリですが、何がウケているのでしょうか。利用していない人には安くモノを買える「経済性」のイメージが強いようですが、実際に利用してみると金銭的な面だけでなく、「モノの有効活用」「利用の敷居の低さ」そして「活用体験を共有する人とのつながり」を良い点としてあげる人の割合が高くなります。

フリマアプリは、スマホがあれば場所を選ばずに、サービスを利用しなければ知り合うことができなかつた人となつながつてモノの売買ができます。また、こんなモノを見つけた、買った、売れた、得した！…といったエピソードは周りの人との会話のネタにもなり、「コミュニケーション＝心のつながり」も生みだしているのではないかと考えます。

これは、旅の楽しみ方とよく似ているのではないのでしょうか。旅先での見ず知らずの人との出会い、現地の店で思わぬモノを見つけて買ったり、オマケしてもらったり。それを土産話としてまた楽しむ。現地に出向くか・実際に会うか、の違いはありますが、どちらも一期一会の出会いとコミュニケーションが魅力の核になっているようです。

◇経済的・合理的メリットだけではないシェアサービスの魅力を伝えることで、さらなる展開に期待大

利用経験者はまだ少ないものの、いずれかのサービスの利用意向者は 6 割を超え、18～24 歳の女性に関しては 8 割の利用意向を示しています。また、シェアサービスに対してはお金がかからず有効活用できるという経済的・合理的メリットに魅力を感じる人が多いことから、今の時流を背景に今後の市場拡大がさらに期待できるものとなるでしょう。

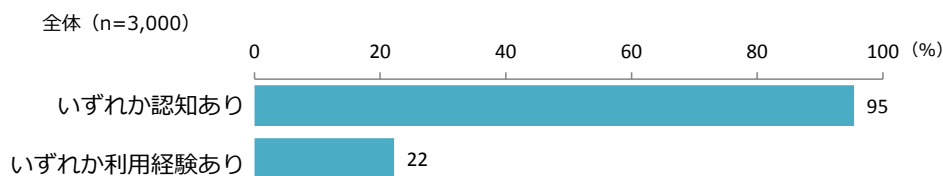
シェアサービスの良い点として、性年代別、利用経験の有無別に差がみられ、特に利用経験者では「人とのつながり」「敷居の低さ」が顕著にあらわれています。それぞれのターゲットの特徴を見極め、経済的・合理的メリットだけを強調するのではなく、モノやサービスの利用後の体験をベースとしたコミュニケーションを上手く取り入れることで、今後さらにシェアサービスが浸透していく可能性があるのではないのでしょうか。

調査結果（一部抜粋）

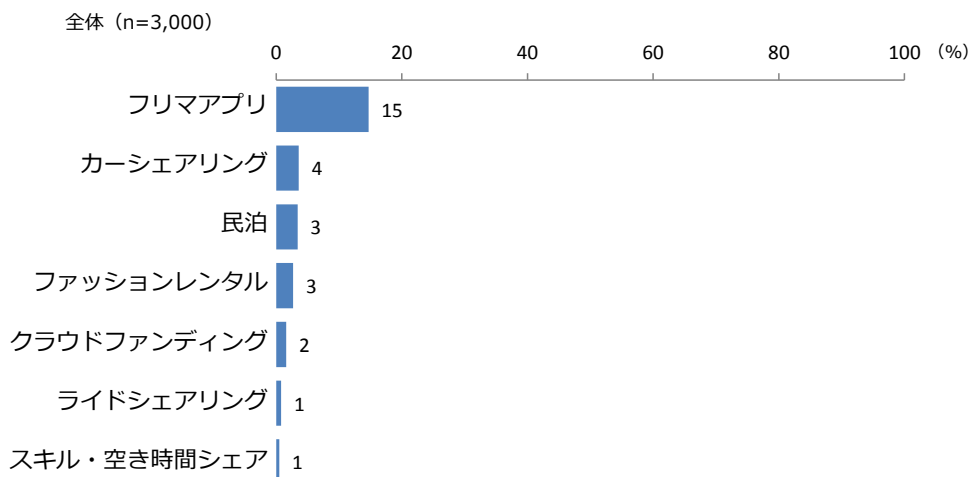
（図 1） 呈示したシェアサービス

- **カーシェアリング**（1 台の車を複数の人が利用する）
- **ライドシェアリング**（一般ドライバーの車に相乗りする）
- **民泊**（一般家庭の空き部屋などに宿泊）
- **ファッションレンタル**（洋服などをレンタルできるサービス）
- **フリマアプリ**（不用品を個人間で売買できる）
- **スキル・空き時間シェア**（個人間で仕事や用事を依頼できる）
- **クラウドファンディング**（不特定多数から資金調達を行う）

（図 2） シェアサービスの認知／利用・参加経験



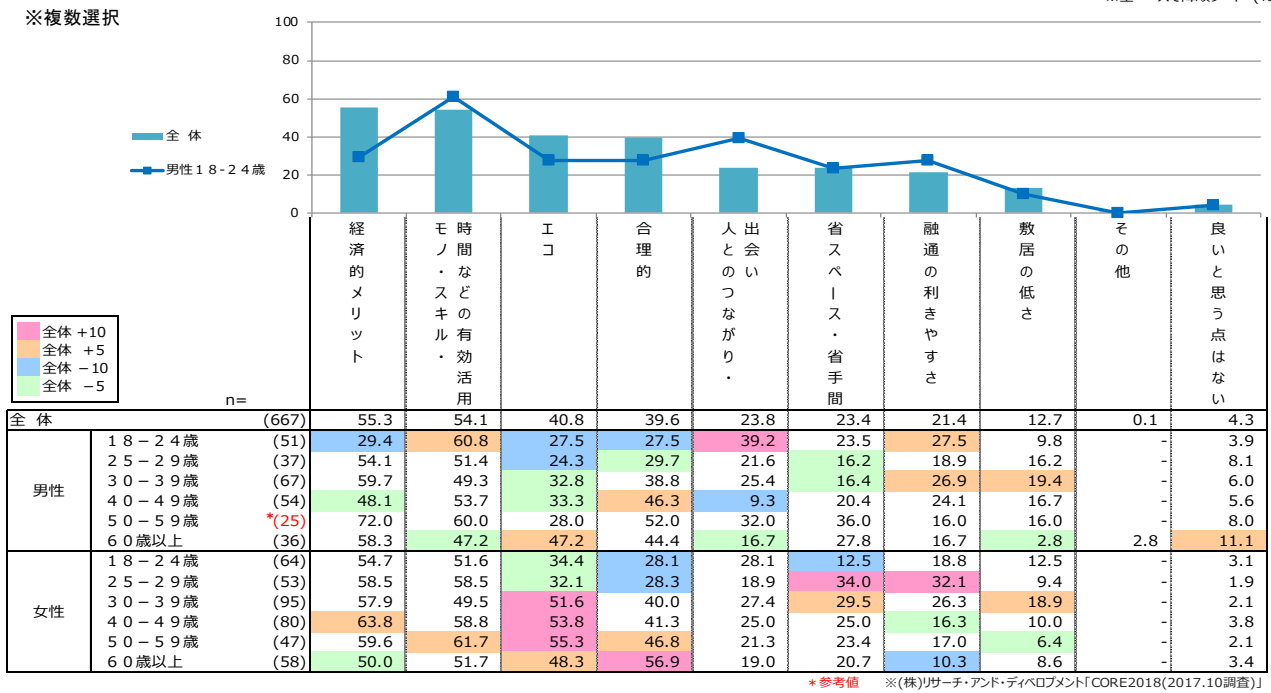
<利用・参加経験のあるシェアサービス>



※(株)リサーチ・アンド・ディベロップメント「CORE2018（2017.10調査）」

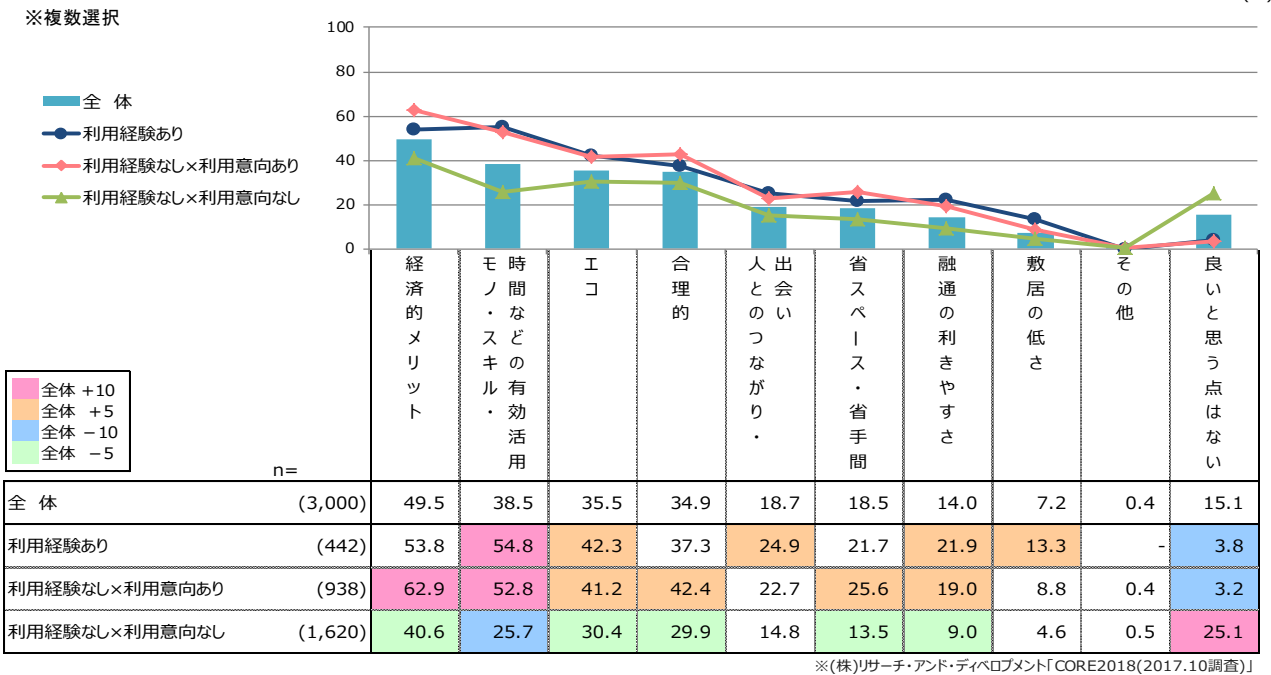
(図3) シェアサービス/良い点(利用経験者ベース)

※全ベースで降順ソート (%)



(図4) シェアサービス/良い点(フリマアプリ利用経験 有無別)

※全ベースで降順ソート (%)



調査結果の詳細は、

無料ダウンロードレポート『「合理性」だけではない、シェアサービスの魅力と今後の可能性』をご覧ください。  
本リリースで取り上げた結果以外に、以下の内容を掲載しております。ぜひこちらもご覧ください。

(弊社ホームページよりダウンロードいただけます)

- シェアサービスの認知／利用・参加経験(性年代別)
- 今後の利用・参加意向があるシェアサービス(性年代別)
- シェアサービスの良い点(性年代別、利用経験有無別)
- シェアサービスの良い点(フリマアプリ・カーシェアリング・民泊の利用経験者別)
- シェアサービスの良い点(カーシェアリングの利用経験有無別)
- シェアサービスの良い点(民泊の利用経験有無別)

今回、発表致しましたデータを含む R&D CORE(生活者総合ライフスタイル調査システム)2018 単年の集計表を 100,000 円(税別)にて販売しております。

(18~79 才まで性年代別等基本分析軸での集計表アウトプット)

R&D CORE(生活者総合ライフスタイル調査システム)を利用した調査・分析:課題の洗い出しから分析アウトプットまで、R&D スタッフがお手伝いします。

詳細は弊社ホームページ <http://www.rad.co.jp/> をご覧ください。

#### ■CORE 2018 調査概要■

調査名: CORE2018 マスター調査  
調査地域: 首都圏 40km圏(調査地点 200 地点)  
調査対象: 18~79 歳男女個人  
サンプル数: 有効回収 3000 サンプル(人口構成比に合わせて、性×年代別を割付)  
サンプリング手法: 住宅地図を用いたエリアサンプリングで抽出  
調査手法: 訪問・郵送併用の自記入式留置調査  
調査実施時期: 2017 年 10 月(毎年1回 10 月実施)

※『CORE』は、株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメントの登録商標です。  
※1982 年から約 30 年、生活者理解のために毎年実施している自主調査です。

#### ■会社概要■

会社名: 株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント  
所在地: 〒163-1424 東京都新宿区西新宿 3-20-2  
代表者: 代表取締役社長 松田 武久  
資本金: 30,000 千円  
設立: 1968 年 1 月 17 日  
URL: <https://www.rad.co.jp>  
事業内容: マーケティング・リサーチの企画設計、実施及びコンサルテーション  
経営・マーケティング活動の評価及びコンサルテーション

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例>「(株)リサーチ・アンド・ディベロプメントが実施した調査によると・・・」

#### ■お問い合わせ先■

- 本分析担当:  
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント カスタマーサービス本部(堀ノ内)
- 本資料に関するお問い合わせ:  
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント セールスプランニング部(小林)  
TEL: 03-6859-2281 e-mail: radnews@rad.co.jp