

女性 10 代～30 代の「モノのシェア」利用率は約 20%

～何れの“シェア”も認知率は、過半数越え～

株式会社NTTドコモ モバイル社会研究所

- ポイント**：
- ① 女性 10 代～30 代の「モノのシェア」利用率が 20%近い
 - ② 何れも認知率は半数越え
 - ③ 男性 10 代・20 代は、何れのサービスの利用率が比較的高い

■ 調査結果

1. サービス別の認知率、利用率

モバイル社会研究所では、2019 年 1 月に一般向けモバイル動向調査で、シェアリングサービスの認知率、利用率について調査した。

その結果が、下図である。

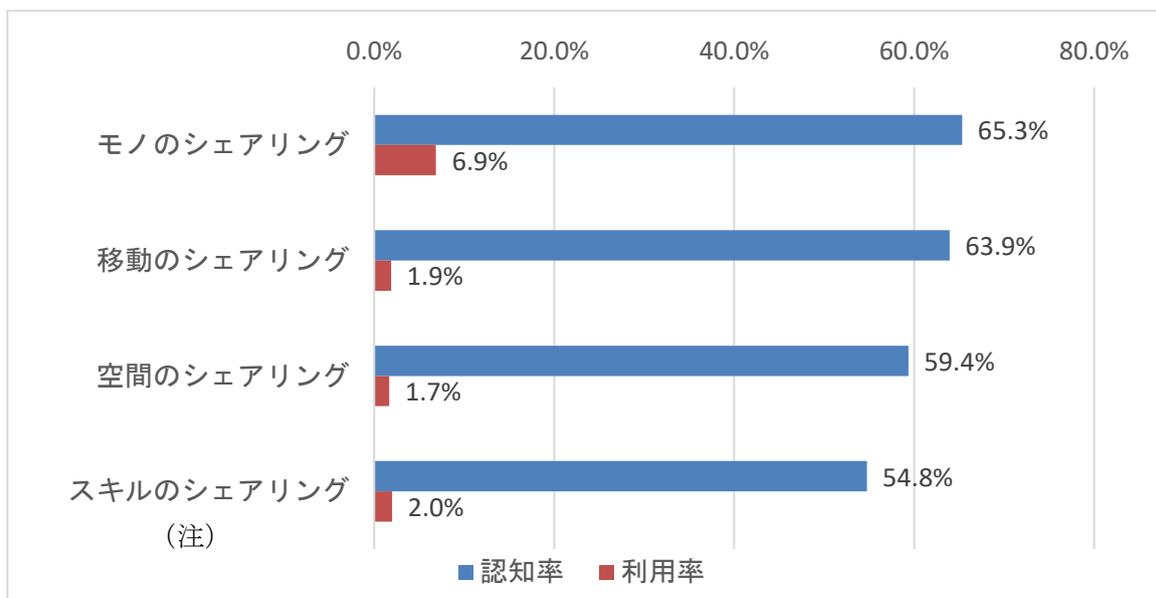


図 1 サービス別の認知率、利用率

注「モノのシェアリング」：不用品や今は使っていないものをシェアする、メルカリやラクマの様なサービス

「移動のシェアリング」：自家用車の相乗りや貸自転車サービスなどの移動手段をシェアする、Uber や Lyft の様なライドシェアサービスや Anyca の様な自家用車両シェアサービス

「空間のシェアリング」：空き家や別荘、駐車場等の空間をシェアする、Airbnb の様な民泊サービスや akippa や SPACEMARKET の様な駐車場や会議室のシェアサービス

「スキルのシェアリング」：空いている時間やタスクをシェアし、解決できるスキルを持つ人が解決するクラウドワークスの様なスキルのシェアサービス

※シェアリングサービスの類型は、「平成 30 年度版 情報通信白書（総務省）」の類型を参考にした。

認知率については、何れのシェアリングサービスも半数を超える認知があり、比較的知られている様である。

利用率については、“モノ”のシェアリングサービスの利用率が、一桁台ではあるが約7%と、他のサービスに比して高い。他方、“移動”“空間”“スキル”などその他のシェアリングサービスの利用率は2%以下である。

2. 性年代別の認知率、利用率

性年代別で、認知率、利用率を比較してみると下表のとおりとなる。

表1 性年代別の認知率、利用率

		モノのシェアリング		移動のシェアリング		空間のシェアリング		スキルのシェアリング	
		認知率	利用率	認知率	利用率	認知率	利用率	認知率	利用率
男性	10代 (n=195)	69.7%	21.5%	63.1%	7.2%	63.1%	6.7%	56.4%	8.7%
	20代 (n=440)	75.5%	10.5%	70.9%	6.6%	67.3%	5.0%	64.3%	5.7%
	30代 (n=534)	74.0%	7.7%	72.5%	3.4%	67.8%	3.9%	66.3%	3.4%
	40代 (n=630)	73.5%	5.7%	73.8%	1.6%	69.7%	1.7%	65.4%	1.6%
	50代 (n=537)	70.0%	2.2%	73.0%	0.9%	68.7%	0.7%	63.3%	0.9%
	60代以上 (n=1090)	55.4%	0.7%	61.5%	0.6%	54.2%	0.4%	47.7%	0.3%
	男性全体 (n=3426)	67.3%	5.4%	68.6%	2.4%	63.6%	2.2%	58.9%	2.3%
女性	10代 (n=206)	64.6%	19.4%	51.0%	2.4%	50.5%	3.4%	46.6%	2.4%
	20代 (n=431)	70.8%	18.8%	61.3%	2.8%	58.2%	2.3%	55.0%	2.6%
	30代 (n=525)	71.4%	17.5%	64.4%	2.9%	59.6%	1.7%	54.7%	5.1%
	40代 (n=618)	71.4%	6.6%	64.6%	0.6%	60.5%	0.8%	55.8%	0.5%
	50代 (n=551)	64.8%	4.4%	61.3%	0.9%	57.7%	0.4%	54.4%	1.1%
	60代以上 (n=1169)	52.0%	1.1%	54.3%	0.6%	48.9%	0.7%	43.5%	0.6%
	女性全体 (n=3500)	63.4%	8.3%	59.4%	1.4%	55.2%	1.2%	50.7%	1.7%

この表によれば、「モノのシェアリング」において、男性10代の利用率が20%を超え、女性では10代から30代にかけての利用率が10%台後半から20%近い利用率を示している。（上表の赤文字）

また、男性の10代・20代が、上記の「モノのシェアリング」の他、「移動のシェアリング」「空間のシェアリング」「スキルのシェアリング」の何れのサービスにおいても、比較的高い利用率を示しているのは興味深い。（上表の青文字）

■ 調査概要

調査名：一般向けモバイル動向調査、調査対象：全国・15～79歳男女、調査方法：Web
 標本抽出法：QUOTA SAMPLING、性別・年齢・居住地域区分で割付
 調査時期（サンプル数）：2019年1月（6926）

■ 問い合わせ先

詳細なデータ、質問項目など、ご不明な点がございましたら、下記までご連絡ください。
 株式会社 NTT ドコモ モバイル社会研究所 msri-inq-ml@nttdocomo.com