

## Instagram 利用者の「モノのシェア」利用率 16.2%

株式会社NTTドコモ モバイル社会研究所

## ◆ポイント◆

- ・SNS 未利用者より SNS 利用者の方がシェアリングサービスの認知率が高い
- ・Instagram 利用者の“モノ”のシェアリングサービス利用率は 16.2%
- ・“移動” “空間” “スキル”のシェアでは、認知率が高いが、利用率は低い

## 1. 調査結果：

## 1-1. SNS 利用/未利用別の各種シェアリングサービスの認知率

モバイル社会研究所では、2019年9月26日に「シェアリングサービスレポート No.1」として、“モノ” “移動” “空間” “スキル”の各シェアリングサービスの一般向けモバイル動向調査における全体的な認知率、利用率及び性年代別の認知率、利用率に関して報告を行い、性年代別での認知率の大きな差異は見られなかったことを明らかにした。

そこで今回は、当研究所の「ケータイ社会白書 2019年版」において3割程度の人が日常生活の情報収集に活用しているという結果が見られている LINE、Twitter、Facebook、Instagram の利用の有無と、“モノ” “移動” “空間” “スキル”の各シェアリングサービスの認知率、利用率の関係を調べてみた。

その結果が、下表である。

		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
LINE	利用 (n=4628)	70.8%	9.4%	67.5%	2.3%	63.4%	2.1%	59.1%	2.4%
	未利用 (n=2298)	54.3%	1.8%	56.7%	1.0%	51.2%	0.8%	46.0%	1.1%
Twitter	利用 (n=2304)	77.2%	13.0%	72.6%	3.5%	68.6%	3.1%	65.5%	3.7%
	未利用 (n=4622)	59.4%	3.8%	59.6%	1.1%	54.8%	1.0%	49.4%	1.1%
Facebook	利用 (n=1830)	76.5%	11.0%	74.0%	3.6%	70.3%	3.2%	65.5%	3.2%
	未利用 (n=5096)	61.3%	5.4%	60.3%	1.3%	55.5%	1.1%	50.9%	1.6%
Instagram	利用 (n=1695)	77.3%	16.2%	70.6%	3.8%	67.7%	3.4%	62.2%	3.8%
	未利用 (n=5231)	61.4%	3.8%	61.8%	1.3%	56.7%	1.1%	52.3%	1.4%

以降、まずは認知率について述べていきたい。

メルカリに代表される“モノ”のシェアリングサービスでは、今回調査対象とした SNS のいずれにおいても、SNS 利用者の認知率が 70%を超えている。

また、Uber に代表される“移動”のシェアリングサービスの認知率においても、“モノ”のシェアリングサービスと同様の傾向を示し、LINE 以外の SNS 利用者では、70%を超える認知率を示している。

これら“モノ” “移動”の 2 つのシェアリングサービスは顕著な事例であるが、その他、民泊の Airbnb やオフィスシェアの SPACEMARKET が代表される“空間”のシェアリングや、クラウドワークスに代表される“スキル”のシェアリングサービスにおいても、SNS 利用者の方が、SNS 未利用者よりも高い認知率を示している。

## 1-2. SNS 利用/未利用別の各種シェアリングサービスの利用率

次に、利用率について述べていきたい。

特徴的に見えるのが、“モノ”のシェアリングサービスである。

“モノ”のシェアリングサービスでは、前項の表で見られる通り、LINE を除けば 10%を超える利用率を示しており、Instagram 利用者に至っては 16.2%の利用率になっている。（前項表中○で囲んだ部分）

一方、“移動” “空間” “スキル”と言った、“モノ”以外のシェアリングサービスでも、SNS 未利用者よりも SNS 利用者の方が高い利用率を示している。しかし、いずれも SNS 利用者と SNS 未利用者の差が 5% 未満であり、今回の調査においては明確に利用率に差があるとは言い難い。

以上、今回は、SNS の利用 or 未利用と、各種シェアリングサービスの認知率、利用率の関係について報告した。

## 2. 調査概要「一般向けモバイル動向調査」

調査方法	Web
調査エリア	全国
調査対象者	15～79 歳男女
サンプリング	性別：2 区分（男女）、年齢：13 区分（15 歳～79 歳まで 5 歳刻み）、都道府県：47 区分の合計 1,222 セグメントから標本を集めた。 各セグメントから抽出する標本数は、国勢調査（平成 27 年国勢調査）の調査結果に基づいて決定した
調査時期	2019 年 1 月
有効回答数	6,926（2019 年 1 月）
主な調査項目	スマホ・ケータイの全般的な利用実態等

### ■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](mailto:msri-inq-ml@nttdocomo.com)