

報道関係各位

2021年12月1日
株式会社クロス・マーケティング

シェアリングサービスの利用はまだ入り口 「必要な時だけ」「買うよりも安い」が2大メリット

－シェアリングサービスに関する調査（2021年）－

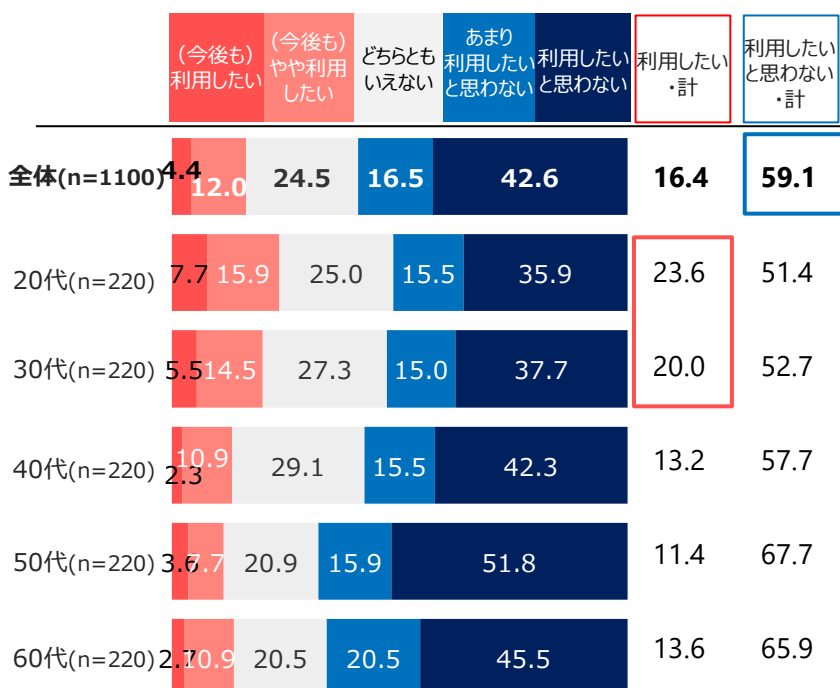
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「シェアリングサービスに関する調査（2021年）」を実施しました。カーシェアリングや高級バッグシェアなど様々なサービスが提供されているシェアリングエコノミー。今回はシェアリングエコノミーの中でも、「シェアリングサービスに対する考え方」「今までに利用したことがあるシェアリングサービス」「今後利用してみたいシェアリングサービス」などを聴取しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20211201sharingeconomy/>

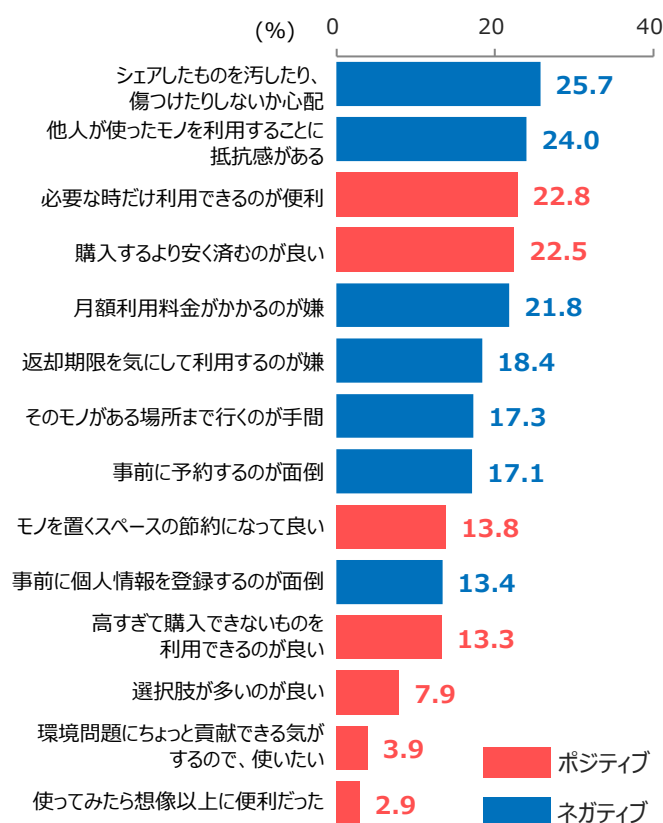
■ 調査結果

- ✓ シェアリングサービスの利用意向は、全体では「利用したい・計」が16.4%と低く、まだ利用したいと思わないの方が59.1%と多数。〈図1〉
年代別にみると、20代と30代では「利用したい・計」が20%を超え、他の年代より高くなっている。
- ✓ シェアリングサービスに対しては「シェアしたものを汚したり、傷つけたりしないか心配」「他人が使ったモノを利用することに抵抗感がある」といったネガティブな意見や、「必要な時だけ利用できるのが便利」「購入より安く済むのが良い」といったポジティブな意見が上位にあがっている。〈図2〉
- ✓ 今までに利用したことがあるシェアリングサービスとしては、「礼服・ドレス・着物など」や「洋服・スーツ」といった衣服や「カーシェア」や「シェアサイクル」といった移動手段の利用経験率が高い。〈図3〉
男女別にみると、男性は「カーシェア」や「駐車場シェアリングサービス」、女性は「礼服・ドレス・着物など」「ペビー用品」が高い。
- ✓ 今後利用したいシェアリングサービスとしては、「礼服・ドレス・着物など」「カーシェア」「シェアサイクル」「傘」「駐車場シェアリングサービス」といったサービスの利用意向が高い。〈図4〉

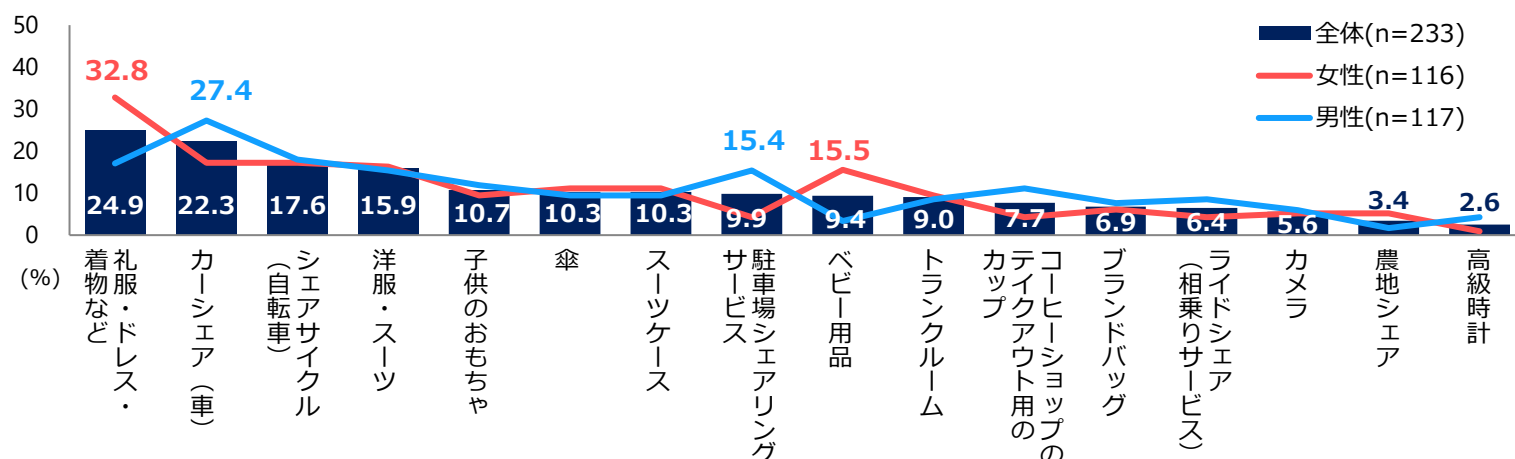
〈図1〉 シェアリングサービス利用意向（単一回答：n=1,100）（%）



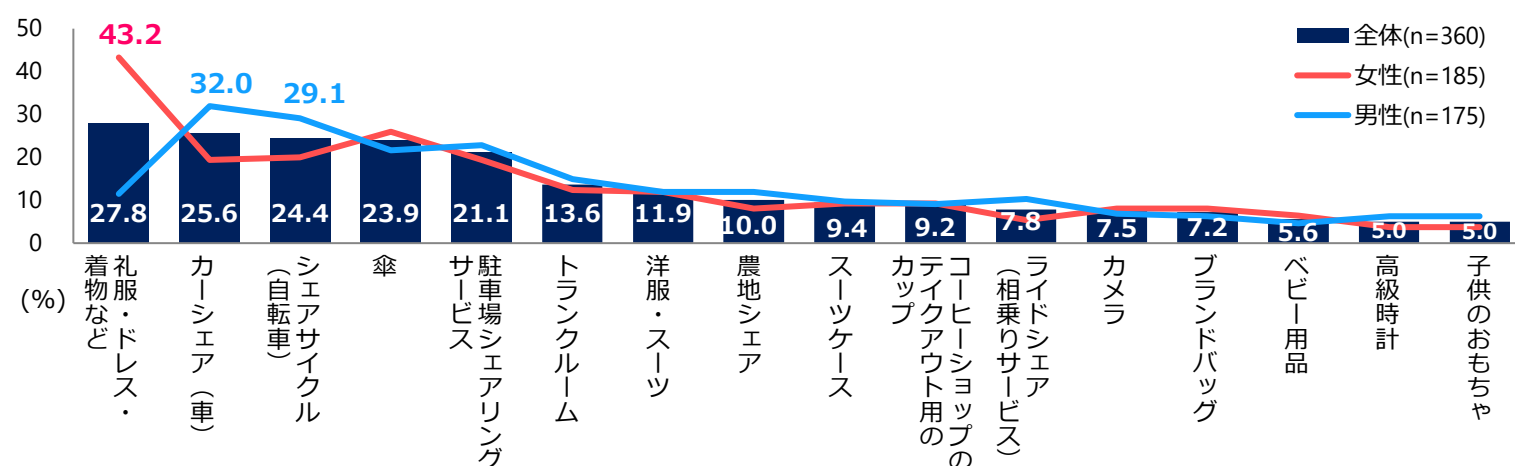
〈図2〉 シェアリングサービスに対する考え（複数回答：n=1,100）（%）



＜図3＞ 今までに利用したことがあるシェアリングサービス（利用経験がある人ベース 複数回答）



＜図4＞ 今後利用してみたいシェアリングサービス（利用したいサービスがある人ベース 複数回答）



■ 調査項目

- 属性設問
- 今後の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思う外出を伴う行動
- 今までに利用したことがあるシェアリングサービス
- 今後利用してみたいシェアリングサービス
- シェアリングサービスに対する考え方
- シェアリングサービス利用意向

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20211201sharingeconomy/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20～69歳の男女
 調査期間 : 2021年11月26日(金)～11月29日(月)
 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

「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> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」