© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

株式会社スペースマーケット × 早稲田IT戦略研究所

シェアリングサービス利用者の実態把握についての共同調査結果

2017年1月30日

資料作成：早稲田大学ビジネススクール根来研究室
（根来龍之、浮池孔洸（ふけくこう））

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

調査概要

【目的】本共同研究では、スペースマーケットのサービス利用者の実態把握調査より得たデータを基に信頼形成に寄与する要因の仮説検証を目指すものである。今後さらに拡大発展していくシェアリンサービスを安心して利用できる社会の実現に向けて共同研究を実施した。

【調査名】提供サービスに関する実態把握調査

【調査日】2016年11月30日（水）～2016年12月10日（土）

【調査方法】スペースマーケットよりサービス利用者に一斉にメールにて配信

【調査内容】ゲスト側42問、ホスト側40問にて構成
設問の設計に関しては、先行研究を基に、能力・品質に関する項目と、意図に関する項目を設定し作成。

【調査対象】サービス利用者ゲスト約2万名、ホスト約500名に一斉にスペースマーケットよりメールにて配信。
最終回答者数は、ゲスト側は187名（回答率0.93%）、ホスト側は35名（回答率７%）。
ゲスト側に関しては調査の対象外となる回答を除き186を有効回答とした。

【サンプリング条件】分析対象は、2014年4月のサービス開始から現在まででスペースマーケットのサービスを利用したことがある利用者（ゲスト及びホスト）であることを条件とした。

2

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

調査結果サマリー

- スペースマーケット利用者、ゲスト187名（回答率0.93%）、ホスト35名（回答率７%）にアンケートを実施。

・ゲストの**約61%がプライベートでの利用**、約38%は仕事での利用と回答。

・ゲストの利用回数は**「初めて」が69%**と最も高く、次いで「2回」(17%)「3回」(7%)「4回」(4%)の順。

・ゲストの年齢構成で最も多いのは「25歳～29歳」が24%と最も高く、次いで「30歳～34歳」(16%)。

・ゲストはその他のシェアリングサービスの利用は「1_まったく利用していない」が31%と回答。

・ホストがこれまでスペースの貸し出し回数は、**「1回～5回」が34%**と最も高く、**次いで「41回以上」(31%)。**

・ホストは**「個人事業主（従業員がいる場合には従業員数5名未満）としてホストをしている」が43%**と最も高く、次いで「企業（従業員5名以上）としてホストをしている」(26%)の順。

・ホストの年齢構成は、「30歳～34歳」が14%と最も高く、次いで「50歳～54歳」(14%)「55歳～59歳」(14%)。

・ホストがスペースマーケットを知ったきっかけは、**「検索」が43%**と最も高く、次いで「口コミ」(17%)の順。

・ホストが他のサイトへ会場を**「登録していない」が43%**と最も高く、次いで「１サイト」(17%)「2サイト」(14%)「4サイト」(11%)の順。

3

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

調査結果サマリー

- **ゲスト側、ホスト側とスペースマーケットに対する継続意向は高い。**
- 「今後も継続して会場を提供したいと思いますか？」に対しては、「7_とてもよくあてはまる」、「6_かなりあてはまる」、「5_どちらかといえばあてはまる」の合計割合が**ゲスト側　89.3%、ホスト側は　91.4%**。
- **会場を予約する際に最も重視するもの**を「写真」、「立地」、「価格」、「レビュー」、「アメニティ・付属品」の選択肢から選んでもらった結果、**ゲスト側の決め手の一位は、「価格」が44%、ホスト**の**一位は、「写真」が46%**。
- レビューの利用についての調査では、ゲストは**利用前に会場のレビューをどの程度読んでいるかの調査**では「7_とてもよくあてはまる」、「6_かなりあてはまる」、「5_どちらかといえばあてはまる」の**合計割合が66.1%**。
- 役に立ったと答えた割合（7,6,5の合計）は、63.4%であった。ホストはゲストのレビューを読んでいる程度は「7_とてもよくあてはまる」、「6_かなりあてはまる」、「5_どちらかといえばあてはまる」の**合計割合が74.3%**。
- **当日の様子と相手（ゲストならホスト、ホストならゲスト）のレビューから受けた印象が異なっていること**はありましたか？　「7_とてもよくあてはまる」、「6_かなりあてはまる」、「5_どちらかといえばあてはまる」
- **ゲスト側では23.7%、ホスト側では17.2%**と、ゲスト側の方がホストのレビューとのギャップを感じている。
- ホストは**目的外利用が約17%、利用時の人数が実際に使われた際と異なると約14%**が回答している。

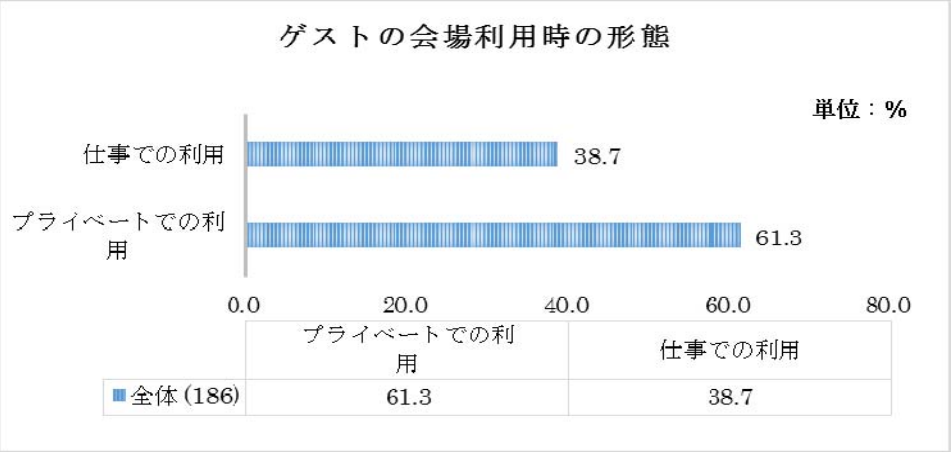
4

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

アンケート回答者のプロファイル情報

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

ゲストのプロファイル情報

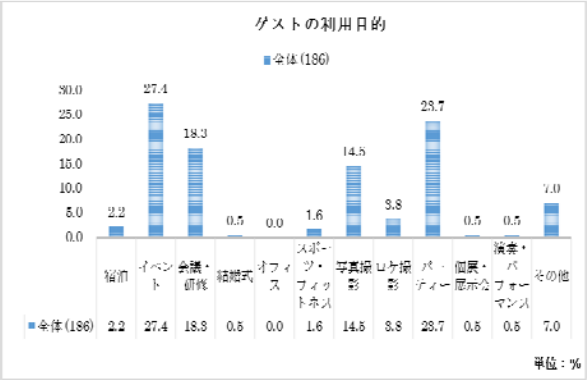


A-2
「プライベートでの利用」が61%と最も高い。

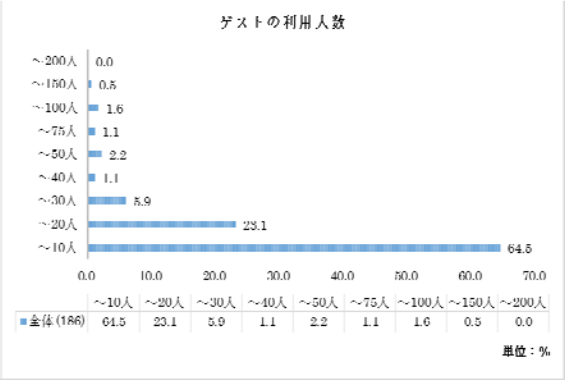
6

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

ゲストのプロファイル情報



A-3
「イベント」が27%と最も高く、次いで「パーティー」(24%)「会議・研修」(18%)「写真撮影」(15%)の順である。

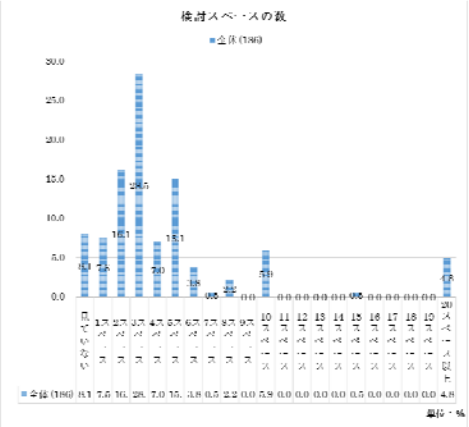


A-4
「～10人」が65%と最も高く、次いで「～20人」(23%)「～30人」(6%)「～50人」(2%)「～100人」(2%)の順である。

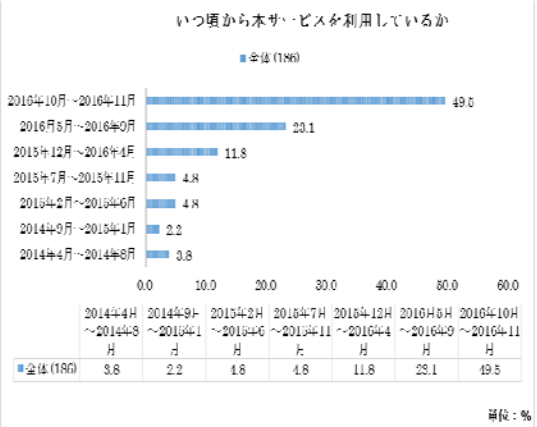
7

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

ゲストのプロファイル情報



A-5
「3スペース」が28%と最も高く、次いで「2スペース」(16%)「5スペース」(15%)「見ていない」(8%)「1スペース」(8%)の順である。

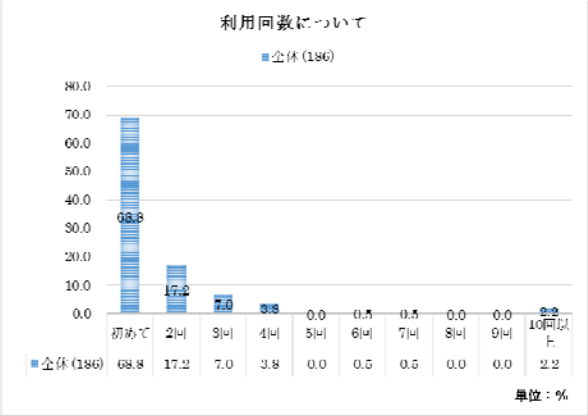


A-6
「2016年10月～2016年11月」が49%と最も高く、次いで「2016年5月～2016年9月」(23%)「2015年12月～2016年4月」(12%)の順である。

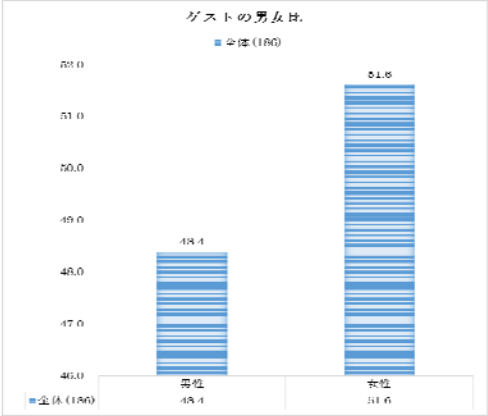
8

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

ゲストのプロファイル情報



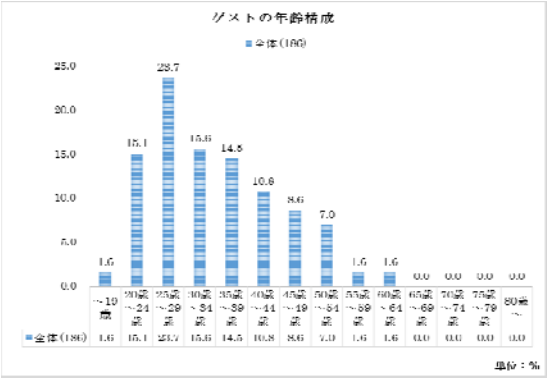
A-7
「初めて」が69%と最も高く、次いで「2回」(17%)「3回」(7%)「4回」(4%)の順である。



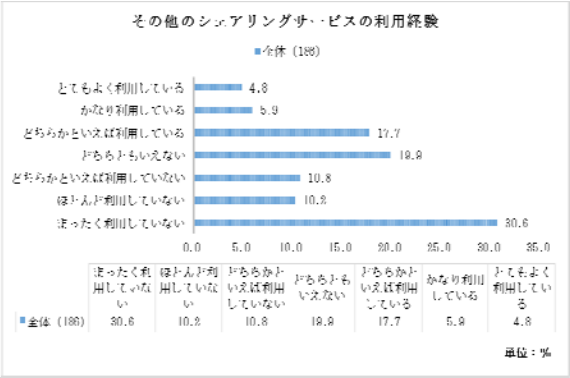
A-8
「女性」が52%と最も高い。

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

ゲストのプロファイル情報



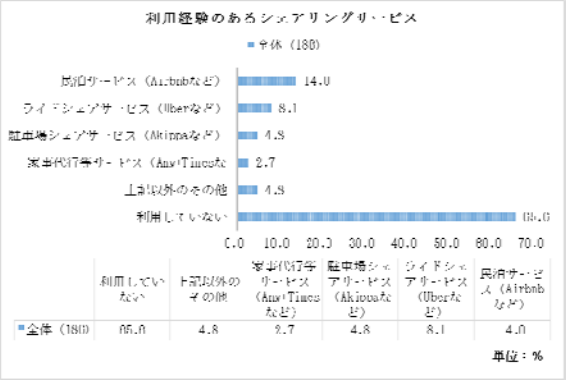
A-9
「25歳～29歳」が24%と最も高く、次いで「30歳～34歳」(16%)「20歳～24歳」(15%)「35歳～39歳」(15%)「40歳～44歳」(11%)の順である。

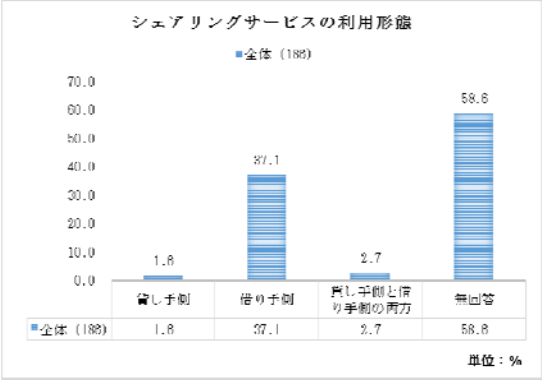


A-10
「1_まったく利用していない」が31%と最も高く、次いで「4_どちらともいえない」(20%)「5_どちらかといえば利用している」(18%)の順である。

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

ゲストのプロファイル情報



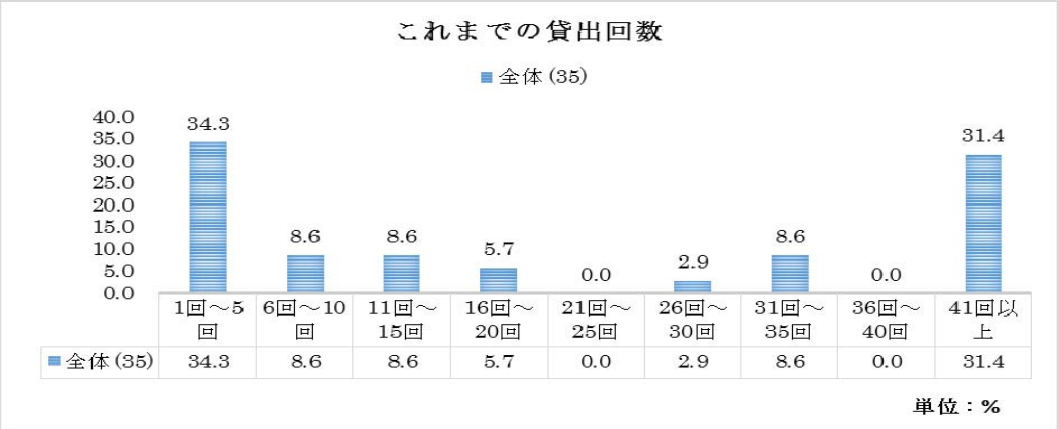


A-11
「利用していない」が66%と最も高く、次いで「民泊サービス（Airbnbなど）」(14%)の順である。

A-12
「借り手側」(37%)、「貸し手」(1.6%) である。

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

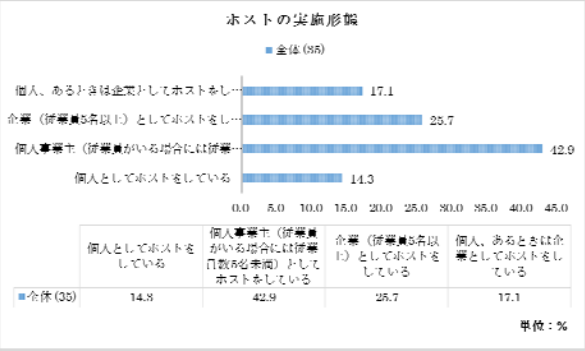
ホストのプロファイル情報



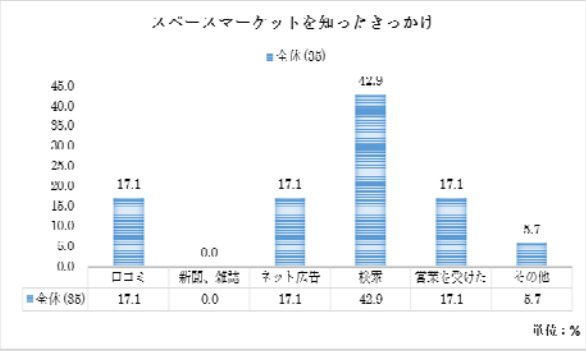
B-2
「1回～5回」が34%と最も高く、次いで「41回以上」(31%)「6回～10回」(9%)の順である

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

ホストのプロファイル情報



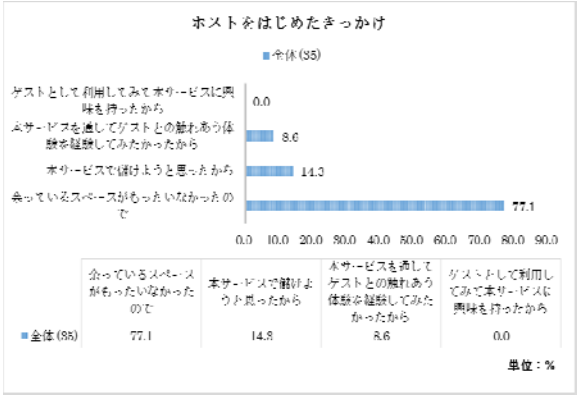
B-3
「個人事業主（従業員がいる場合には従業員数5名未満）としてホストをしている」が43%と最も高く、次いで「企業（従業員5名以上）としてホストをしている」(26%)の順である。



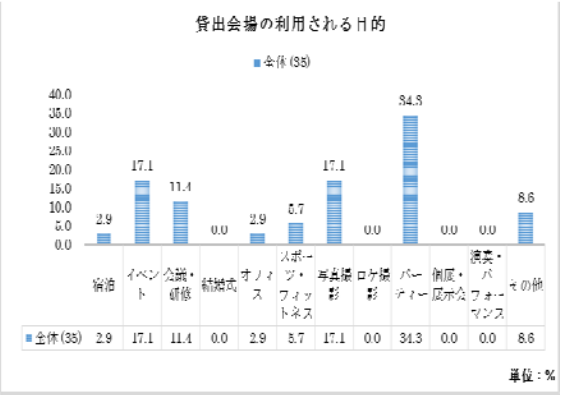
B-4
「検索」が43%と最も高く、次いで「ロコミ」(17%)の順である

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

ホストのプロファイル情報



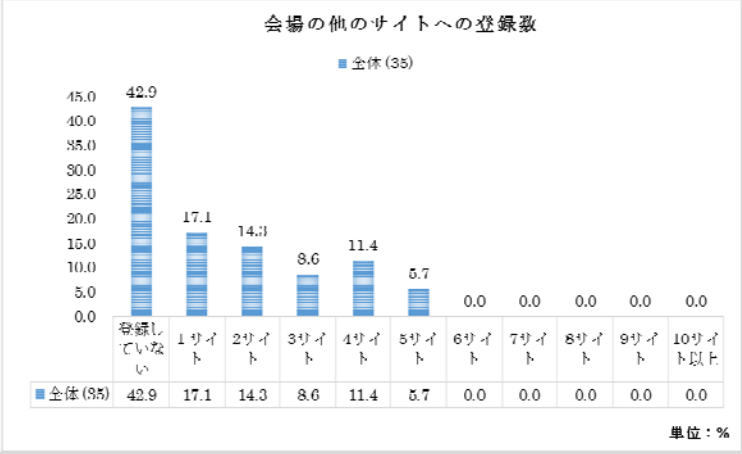
B-5
「余っているスペースがもったいなかったので」が77%と最も高く、次いで「本サービスで儲けようと思ったから」(14%)の順である。



B-6
「パーティー」が34%と最も高く、次いで「イベント」(17%)「写真撮影」(17%)「会議・研修」(11%)の順である。

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

ホストのプロファイル情報

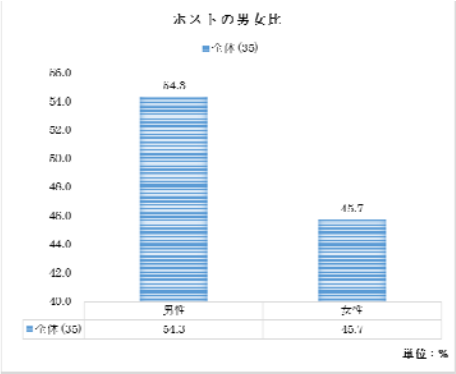


B-7
「登録していない」が43%と最も高く、次いで「１サイト」(17%)「2サイト」(14%)「4サイト」(11%)の順である。

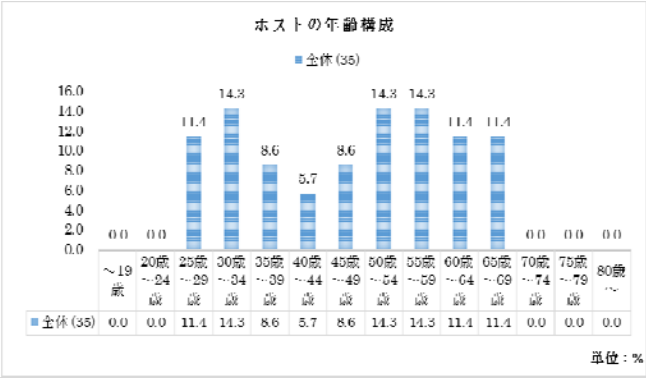
15

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

ホストのプロファイル情報



B-8
「男性」が54%と最も高い。



B-9
「30歳～34歳」が14%と最も高く、次いで「50歳～54歳」(14%)「55歳～59歳」(14%)「25歳～29歳」(11%)「60歳～64歳」(11%)の順である。

16

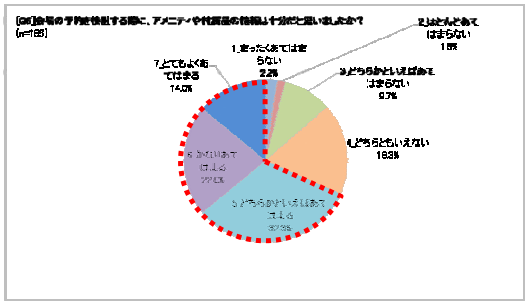
© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

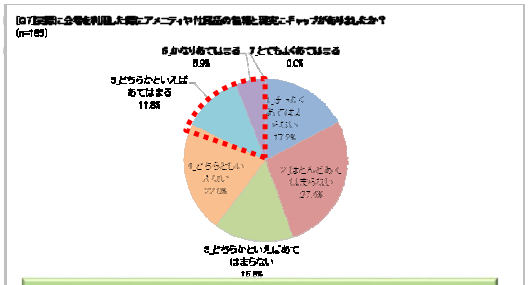
アンケート結果
ゲスト、ホスト比較

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

アメニティ・付属品

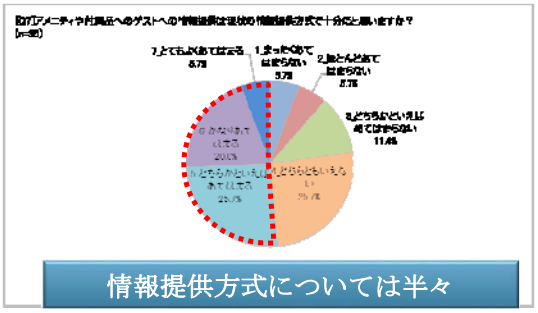
ゲスト側結果



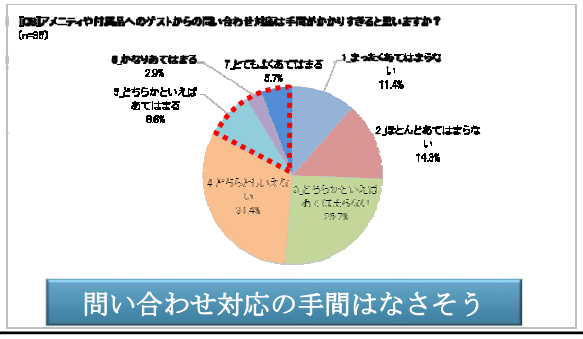


17.7%がギャップを感じている

ホスト側結果



情報提供方式については半々

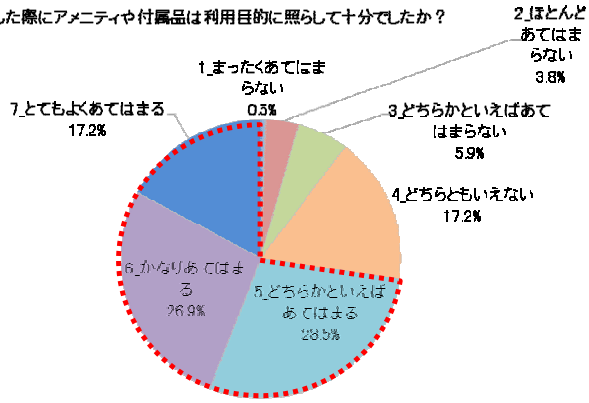


問い合わせ対応の手間はなさそう

アメニティ・付属品

ゲスト側結果

[Q8]実際に会場を利用した際にアメニティや付属品は利用目的に照らして十分でしたか？
(n=188)

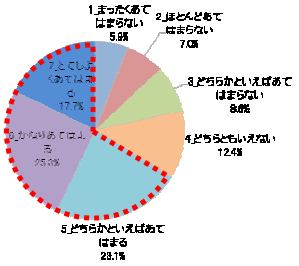


約72%が目的にあっていると回答

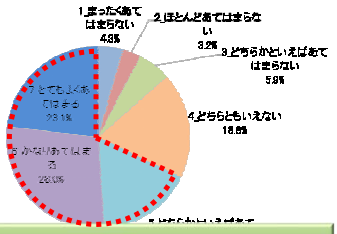
後片付け・ゴミ

ゲスト側結果

[Q9]会場を検討する際には、後片付けやゴミの片づけについての手間を考慮しましたか？
(n=188)



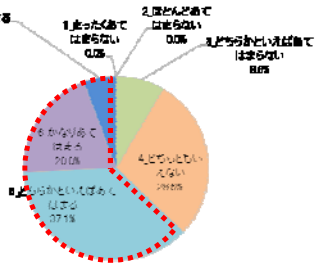
[Q10]実際に利用してみて、後片付けやゴミの片づけについての手間を次回利用時は考慮しようと思いますか？
(n=188)



利用前後でギャップ認識はない

ホスト側結果

[Q9]ゲストは後片付けやゴミの片づけについて指示通りやってくれていますか？
(n=98)



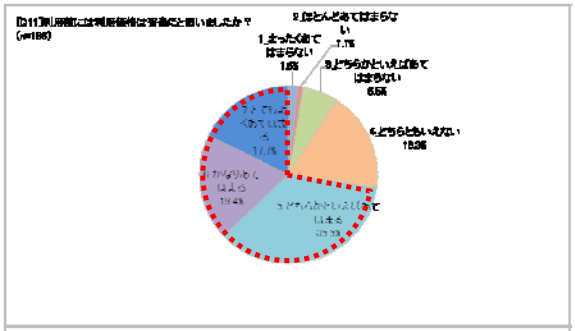
後片付け・ごみの片づけについては指示通りやっている

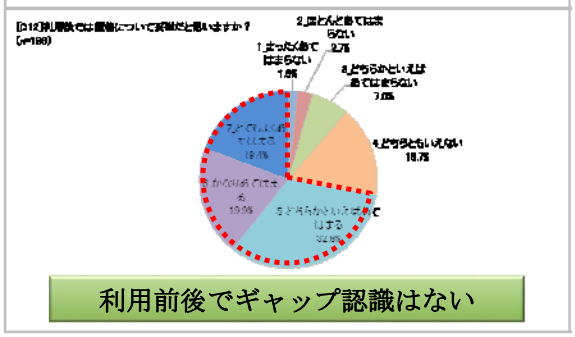
価格

ゲスト側結果

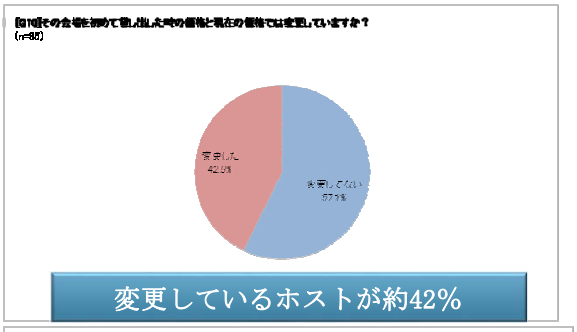
© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

ホスト側結果

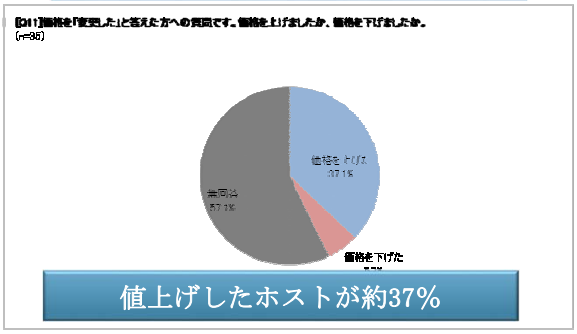




利用前後でギャップ認識はない



変更しているホストが約42%

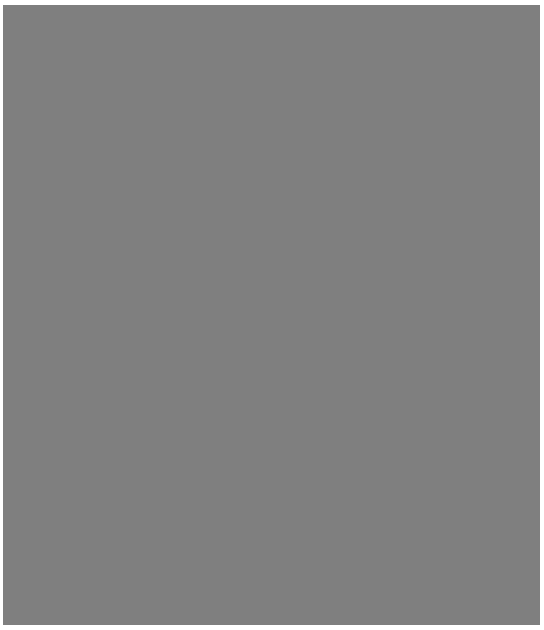


値上げしたホストが約37%

21

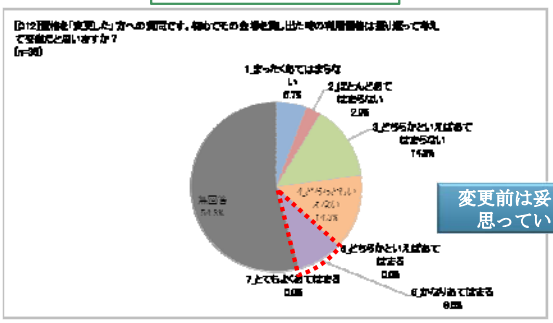
価格

ゲスト側結果

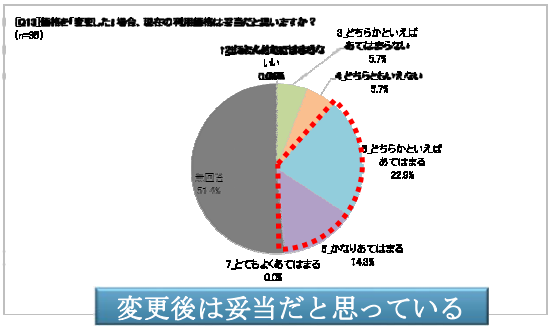


© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

ホスト側結果



変更前は妥当だと思っていない

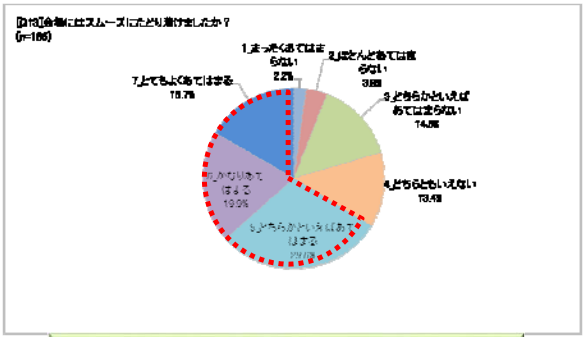


変更後は妥当だと思っている

22

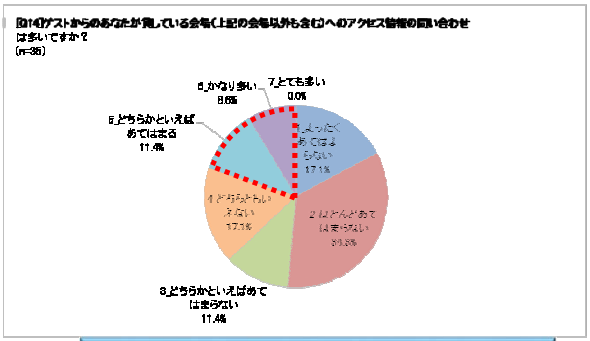
アクセス情報

ゲスト側結果



会場には約70%のゲストがスムーズにたどり着けている

ホスト側結果

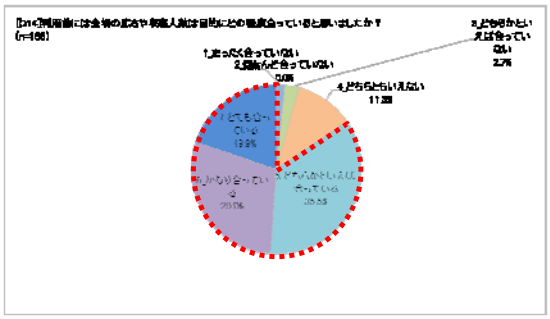


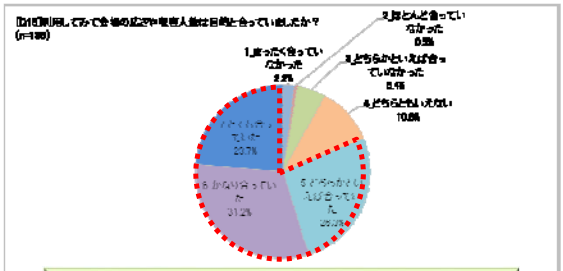
約20%で問い合わせが来ている

利用目的

ゲスト側結果

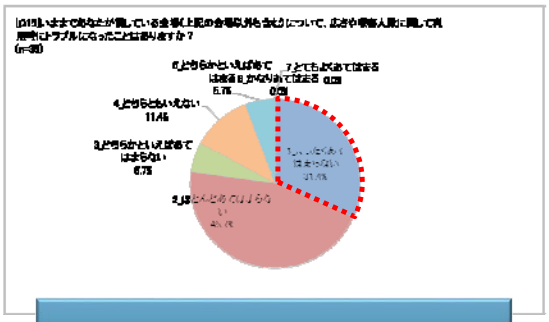
© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所





目的に合っていると思ってゲストが増加している

ホスト側結果

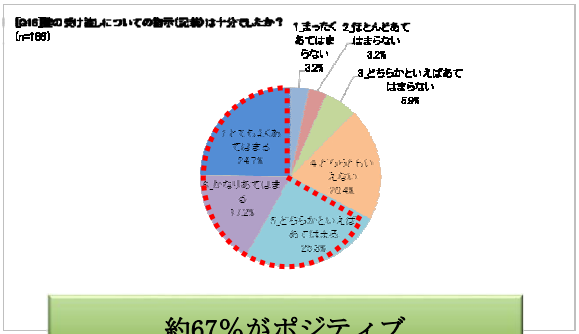


約34%でトラブルはまったくない

鍵の受け渡し

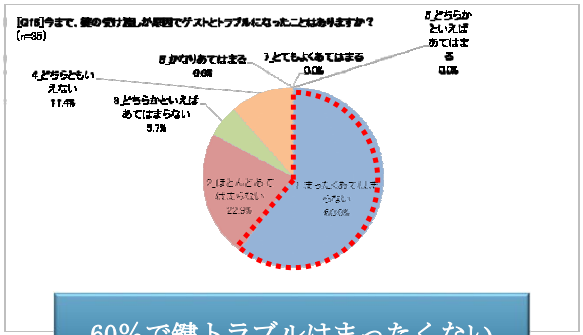
© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

ゲスト側結果



約67%がポジティブ

ホスト側結果



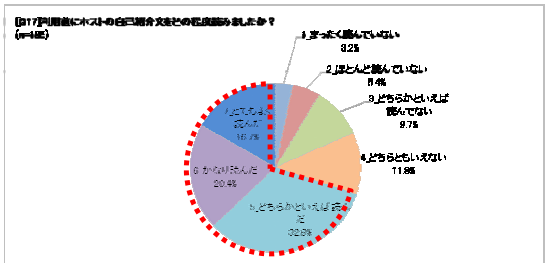
60%で鍵トラブルはまったくない

25

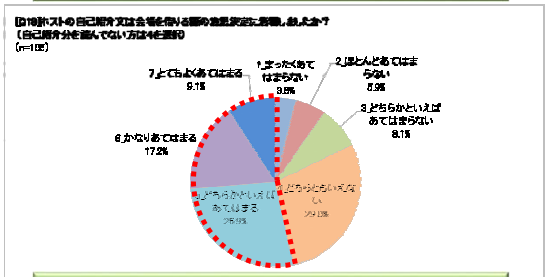
自己紹介

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所

ゲスト側結果

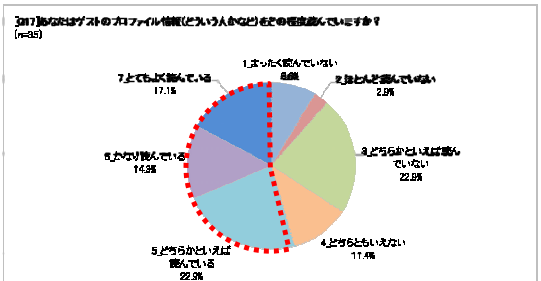


約67%が読んでる傾向

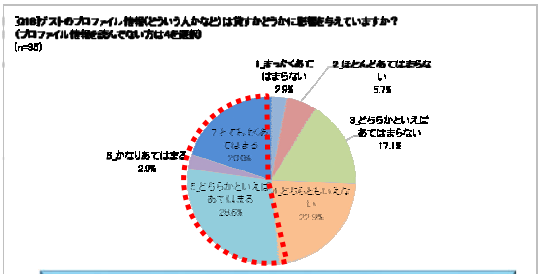


約52%が影響する傾向

ホスト側結果



約53%で読んでいる傾向



約50%が影響を受ける傾向

26

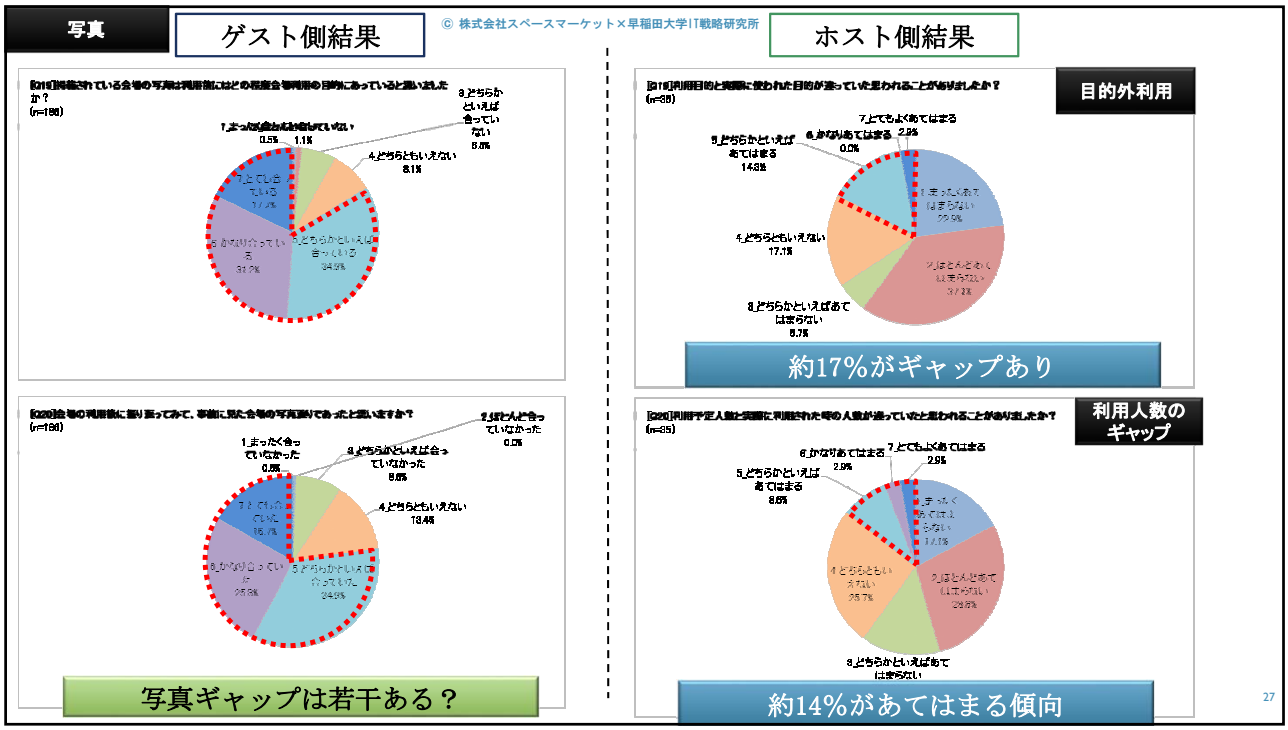
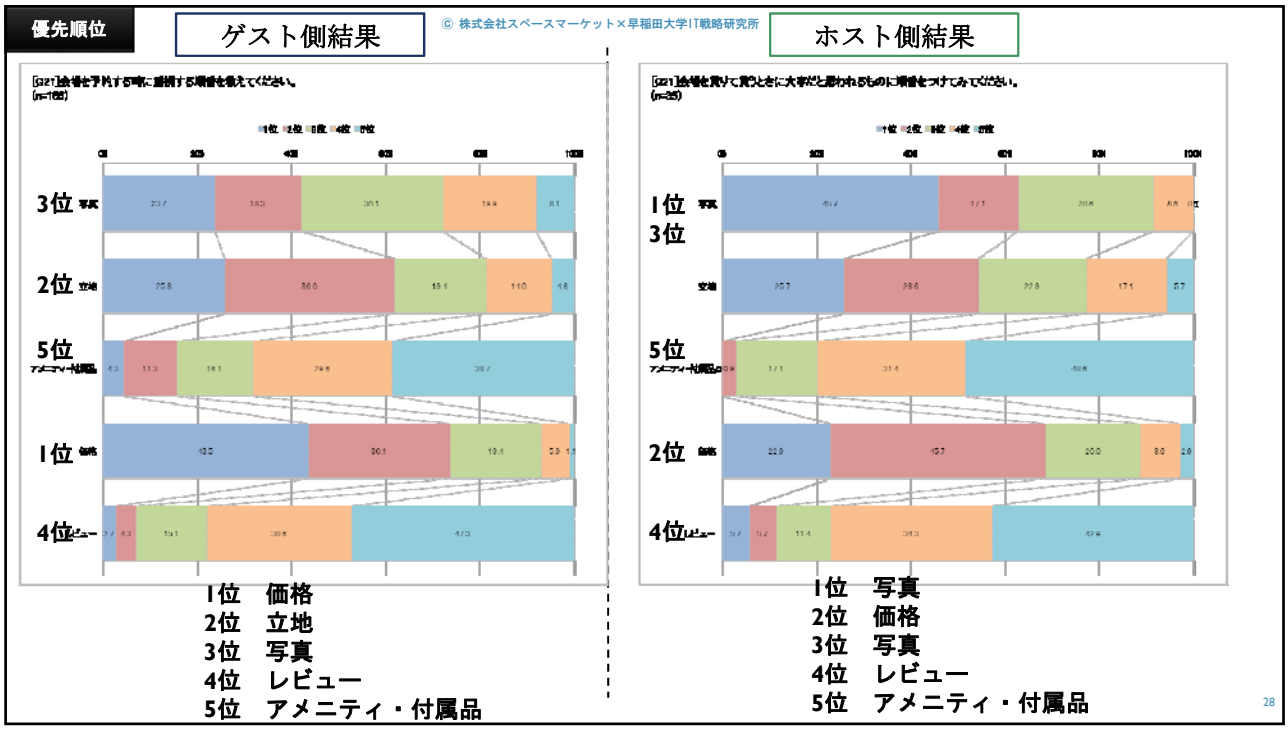
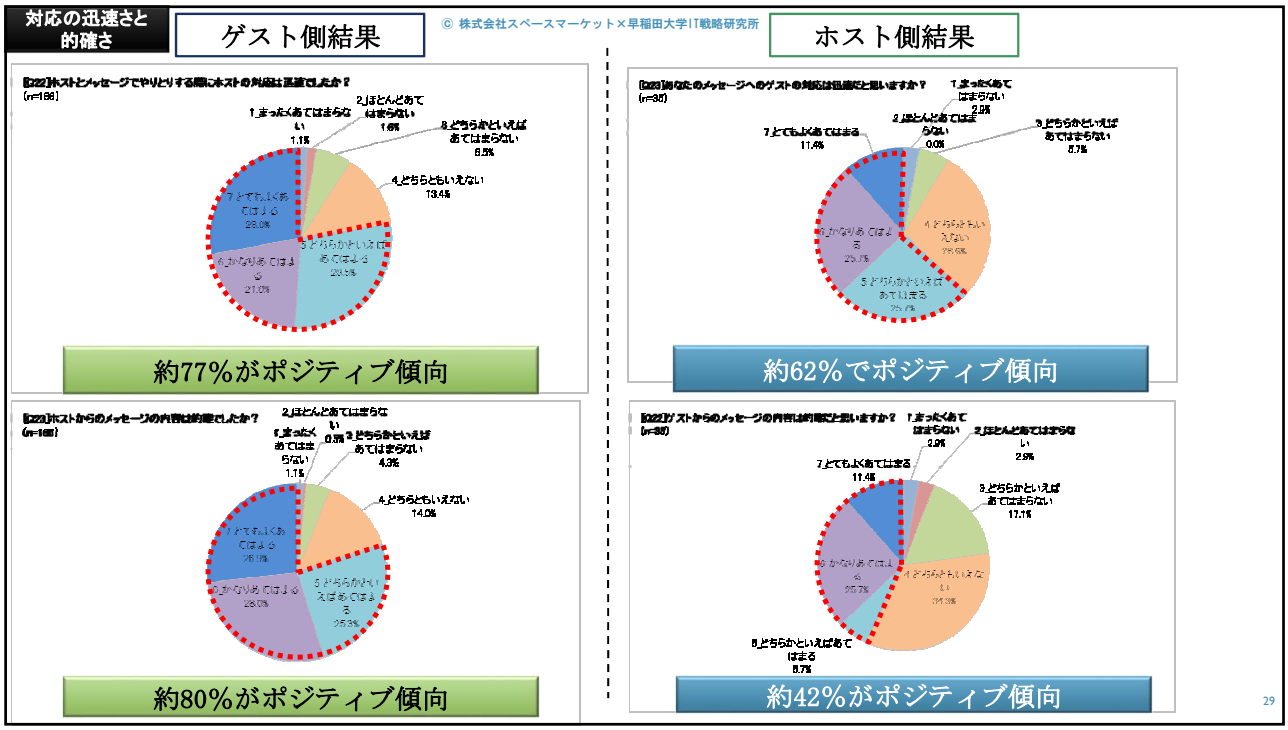
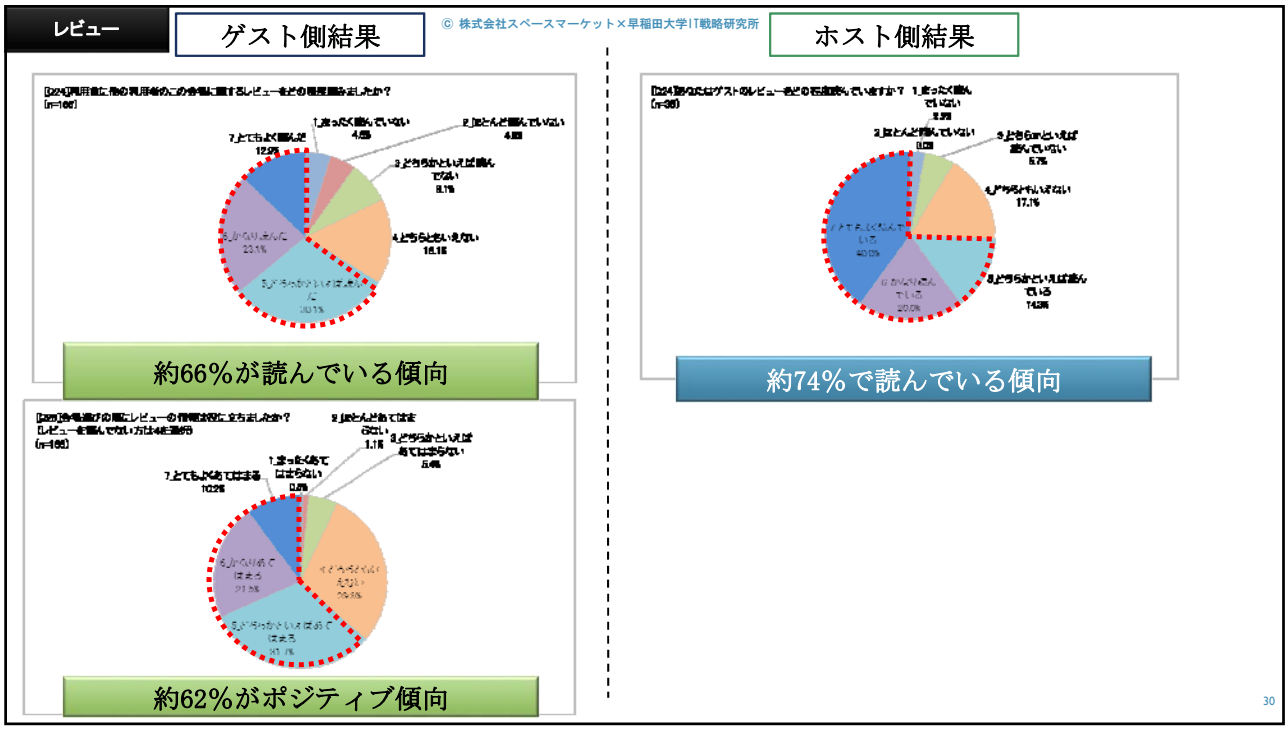


写真
ゲスト側結果
© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所
ホスト側結果
目的外利用
約17%がギャップあり
利用人数のギャップ
写真ギャップは若干ある？
約14%があてはまる傾向
27

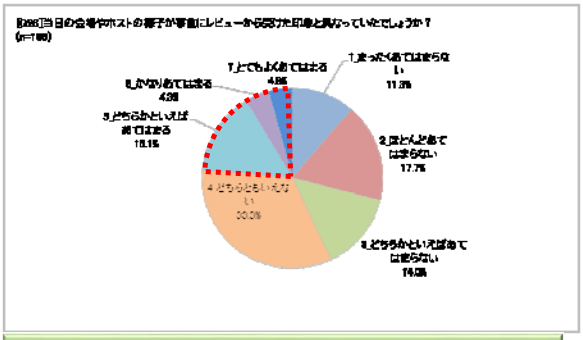

優先順位
ゲスト側結果
© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所
ホスト側結果
3位
2位
5位
1位
4位
1位　価格
2位　立地
3位　写真
4位　レビュー
5位　アメニティ・付属品
1位
3位
5位
2位
4位
1位　写真
2位　価格
3位　写真
4位　レビュー
5位　アメニティ・付属品
28


対応の迅速さと的確さ
ゲスト側結果
© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所
ホスト側結果
約77%がポジティブ傾向
約62%でポジティブ傾向
約80%がポジティブ傾向
約42%がポジティブ傾向
29


レビュー
ゲスト側結果
© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所
ホスト側結果
約66%が読んでいる傾向
約74%で読んでいる傾向
約62%がポジティブ傾向
30

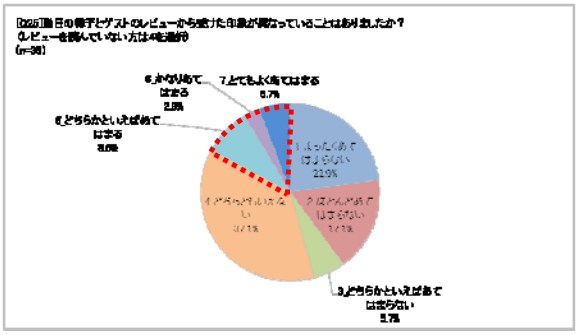
レビューとのギャップ

ゲスト側結果



7～5で約23.7%がギャップを感じている

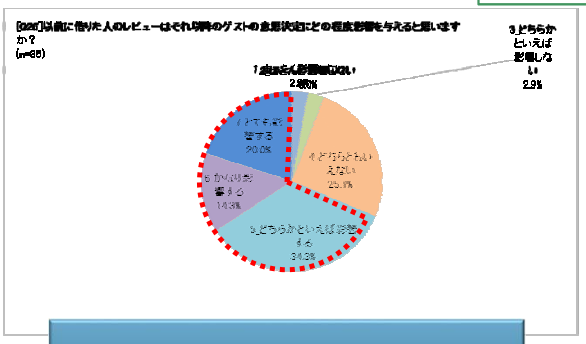
ホスト側結果



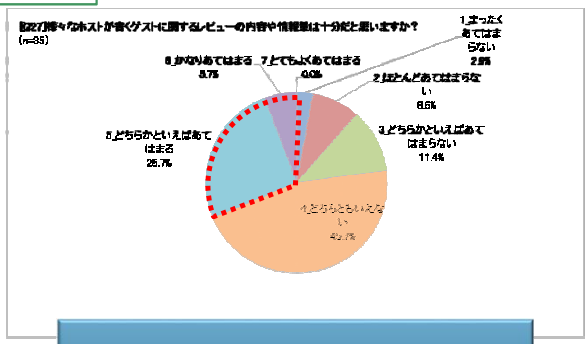
7～5で約17.2%でギャップを感じている

レビューの影響と情報量

ホスト側結果



約68%で影響を与えている

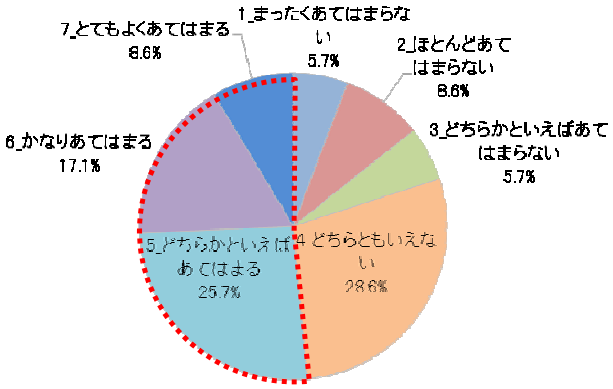


約31%が情報を十分だと思っている
他69%が不足と感じている？

レビューの影響と情報量

ホスト側結果

[Q26]様々なホストが書くゲストに関するレビューはあなたの会場を貸すかどうかの意思決定に影響を与えていますか？
(n=35)

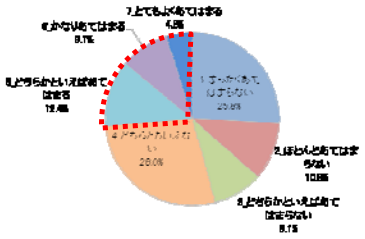


7～5で約51%で影響を与えている

空き状況

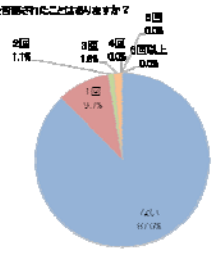
ゲスト側結果

[Q25]これまでの経験でホームページ上での会場の空き状況の表示が実際と違っていたことがありましたか？
(n=185)



7～5で約26%と実際と異なっていた

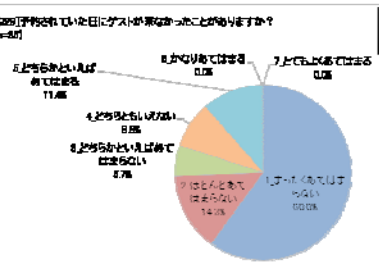
[Q31]これまでにホストから予約を否認されたことはありますか？
(n=160)



ホスト側結果

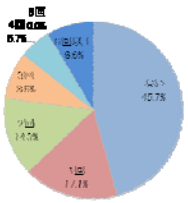
ゲストがこない

[Q29]予約されていた日にゲストが来なかったことがありますか？
(n=57)



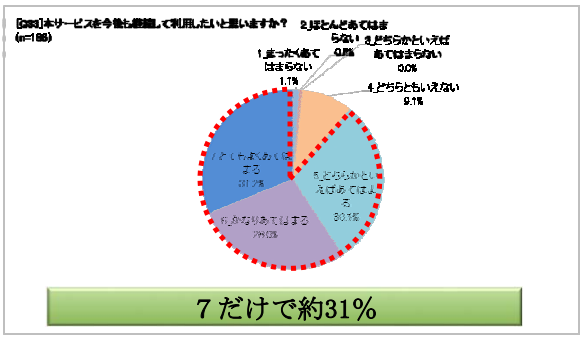
否認経験

[Q31]これまでにゲストの予約申し込みを否認したことはありますか？
(n=30)



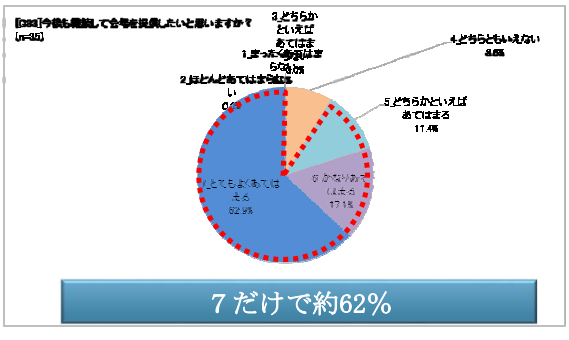
継続意向

ゲスト側結果



7だけで約31%

ホスト側結果

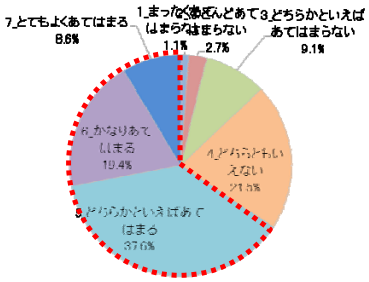


7だけで約62%

情報提供

ゲスト側結果

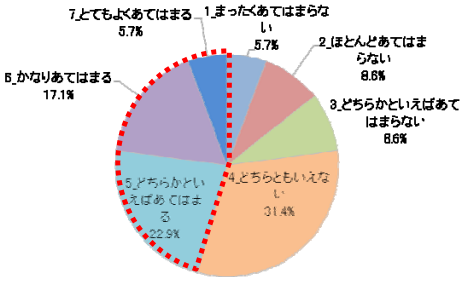
[Q35]多様な施設があることを前提にした場合、本サービスでは十分な情報提供がされていると思いますか？
(n=186)



約66%でポジティブ

ホスト側結果

[Q35]多様な施設があることを前提にした場合、本サービスでは十分な情報提供がゲストにされていると思いますか？
(n=35)

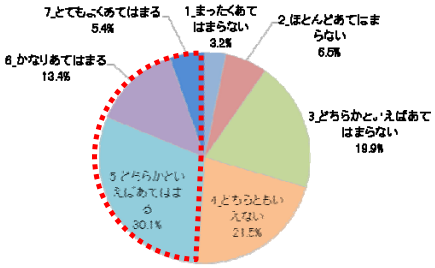


約45%でポジティブ

検索機能

ゲスト側結果

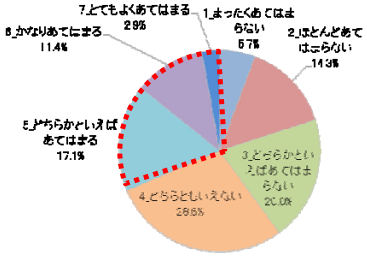
[Q38R]多様な施設があることを前提にした場合、本サービスでは十分な検索機能があると思いますか？
(n=198)



約48%でポジティブ

ホスト側結果

[Q36]多様な施設があることを前提にした場合、本サービスでは十分な検索機能がゲストに提供されていると思いますか？
(n=35)



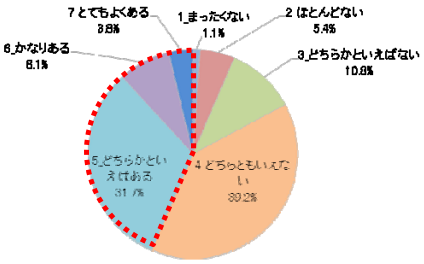
約31%でポジティブ

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所 37

ギャップ認識

ゲスト側結果

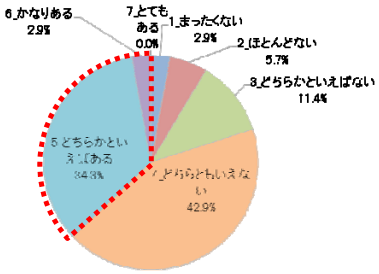
[Q37]多様な施設があることで、会場の条件・アメニティ・付属品に関して、予約時と利用後の認識のギャップが結果としてどの程度生まれていると思いますか？
(n=186)



約44%でギャップを感じている

ホスト側結果

[Q37]多様な施設があることで、会場の条件・アメニティ・付属品に関して、予約時と利用後の認識のギャップが結果としてどの程度生まれていると思いますか？
(n=35)



約37%でポジティブ

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所 38

連絡先等
＜本件に関するお問い合わせ先＞
株式会社スペースマーケット　広報担当：積田・小池
TEL＆FAX：03-6304-5618　MAIL：pr@spacemarket.co.jp

早稲田大学IT戦略研究所
MAIL：riim-info@list.waseda.jp

＜株式会社スペースマーケット＞
球場からお寺までユニークなスペースを簡単にネットで1時間単位から貸し借り出来るマーケットプレイス「スペースマーケット」(https://spacemarket.com/)を運営(本社：東京都新宿区、代表取締役CEO：重松大輔)

＜早稲田大学ＩＴ戦略研究所＞
早稲田大学ＩＴ戦略研究所Research Institute of Information Technology and Management, Waseda Univ.(略称:RIIM) (http://www.waseda.jp/prj-riim/) は、情報技術（ＩＴ）が経営戦略、経営組織などに与える影響について、研究・提言を行うことを目的とした研究所として、2003年3月に設立された早稲田大学プロジェクト研究所です。
＜所長プロフィール＞
根来龍之：京都大学文学部哲学科卒業。慶應義塾大学大学院経営管理研究科（MBA）修了。鉄鋼メーカー、英ハル大学客員研究員、文教大学などを経て、2001 年度より早稲田大学教授（現職）。
＜今後の計画＞
本データに基づくシェアリングサービスに関する信頼形成の研究を、さらに今後早稲田大学ＩＴ戦略研究所にて行う予定。

© 株式会社スペースマーケット×早稲田大学IT戦略研究所