

News Release プレスリリース

お問い合わせ先

コミュニケーションズ

Eメール: JPNwebmaster@nielsen.com

電話: 03-5798-9353

ファックス: 03-5798-9441

「シェアリングエコノミー」を歓迎する東南アジア、消極的な日本

- タイ、フィリピン、インドネシアの消費者は個人資産を共有または貸し出すことに極めて意欲的
- インドネシアの消費者の 87 パーセントは、他人が提供する製品・サービスをお金を払って利用してもよいと考えている(図 2)
- 日本は「個人資産を共有/貸し出す意思がない」と答えた人の割合が世界で最も高い(図 1)

ニールセンシンガポール報道発表資料をもとに作成: 2014 年 6 月 3 日

ニールセンの最新調査によると、東南アジアでは大勢の消費者が、もはや巨大市場と呼べる規模にまで成長したシェアリングエコノミー(共有型経済、共同消費)に参加しようと躍起になっており、特にタイ、フィリピン、インドネシアの消費者は金銭を得るために個人資産を貸し出す意欲が旺盛であることが明らかになりました。

シェアリングエコノミーは共同消費と 1 対 1 の貸し借りで成り立っており、消費者が自ら所有する家具やスポーツ用品、自動車、住宅あるいはサービスを貸し出すまたは共有することで利益を生み出します。こうした活動を通じて消費者個人の資産から生まれる収益の総額は 2014 年には 35 億米ドルを上回り、その成長率は 25%を超えるであろうと予測されています。¹

今回の調査でシェアリングエコノミーの考え方を特に積極的に受け入れる姿勢を示したのは東南アジアの消費者でした。実際に、個人資産を共有または貸し出すことに意欲的な国上位 5 か国のうち 4 つに東南アジアの国々が含まれています。個人資産を共有/貸し出すことに消極的な消費者の割合はタイで 12%、フィリピンで 13%、インドネシアで 14%、ベトナムで 18%、マレーシアで 28%でした。東南アジア地域内で最も消極的だったのはシンガポールで、世界平均と同じ 32%、そして日本は世界で最も多い 75%の人が個人資産の共有、貸し出しをしたくないと回答しています。(図 1 参照)

ニールセン コンシューマー・インサイト 東南アジア・北アジア・太平洋地域担当マネージング・ディレクターのビシヤール・バリは次のように述べています。「東南アジアに限らず世界全体を見ても、共同経済活動としてのシェアリングエコノミーの認知はさほど高くありません。それでも消費者同士の共同消費は確実に増えており、特に東南アジアでは盛んに行われるようになっていきます。地域内の所得水準は全般に上昇傾向にあるものの、消費者の多くは常に他の手段で自身の収入を補いたいと考えています。個人資産を共有あるいは貸し出すことで金銭を得られる機会というのは、まさにそうしたニーズを満たすものでしょう。」

また、利用者側に視点を移しても、東南アジアの消費者はお金を払って他人の所有する製品・サービスを利用することに強い意欲を示しています。シェアコミュニティで他人が提供する製品やサービスを利用することに特に意欲的な国として、インドネシアが世界第 2 位、フィリピンが第 4 位にランクインしています。インドネシアでは製品・サービスを他人と共有することに肯定的な消費者が 87%に達し、次いでフィリピン(85%)、タイ(84%)、ベトナム(76%)、マレーシア(74%)、シンガポール(67%)と、いずれも世界平均の 66%を上回っています。いっぽう、日本は 40%でした。(図 2 参照)

シェアリングは公平に

東南アジアで最も多くの消費者が共有あるいは貸してもよいと答えたものは電子機器でした。ベトナムでは金銭を得るために自身の電子機器を貸し出してもよいと考える消費者が 4 割を超えています(42%)。同様に答えた人はインドネシアで 37%、フィリピンで 33%、タイで 31%、シンガポールで 26%、マレーシアで 24%でした。その他、共有貸し出し対象として人気を集めるのは個人レッスン／サービス、自動車、そしてオートバイです。(図 3 参照)

バリは次のように説明しています。「シェアコミュニティで貸し出されている製品の多くが、東南アジアの一般消費者にはまだ手の届かないものです。高すぎて購入はできないが今すぐに使いたい、というものを他の消費者から手頃な値段で借りることができれば、資金面での問題を解消しながら必要なものをすぐに手にすることができます。」

そして東南アジア地域におけるシェアコミュニティの広がりを支えるのが、インターネットの急速な普及です。ネットワークへの接続性が鍵を握る要素の一つであるからこそ、シェアリングエコノミーは今後しばらくの間拡大し続けるであろうと期待されています。」

図 1:「金銭のために個人資産を共有／貸し出す意思はない」と回答した人の割合

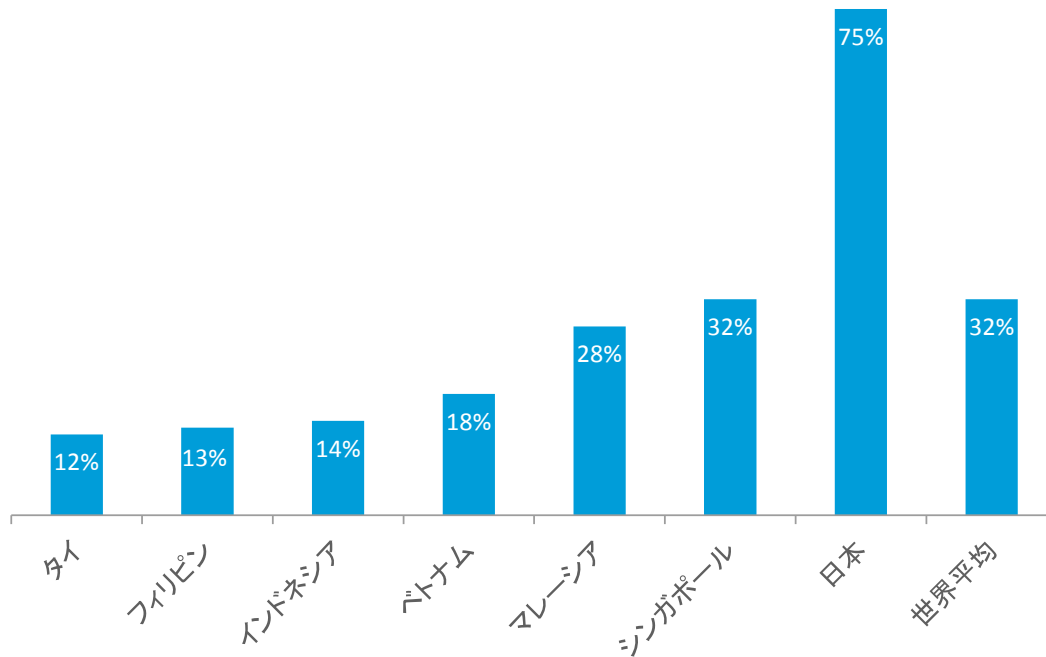


図 2:シェアコミュニティの製品/サービスを活用・レンタルしたいと思うか

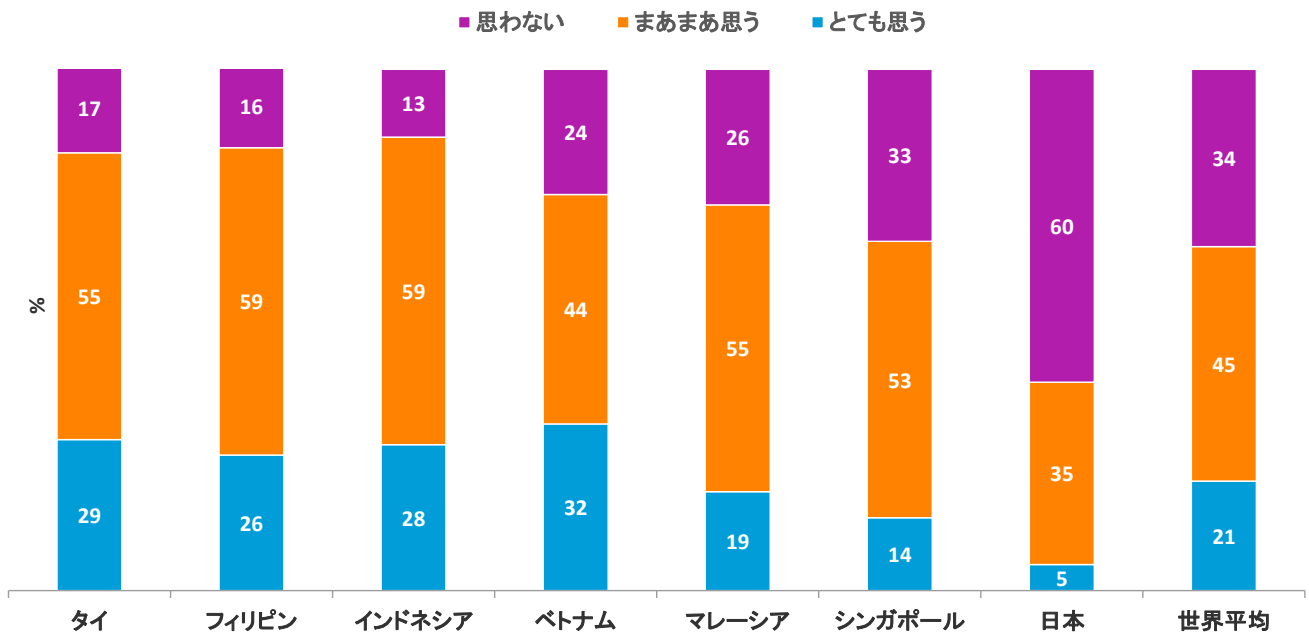


図 3:消費者が「金銭のために共有／貸し出してもよい」と思うもの上位 3 項目

インドネシア	マレーシア	フィリピン	シンガポール	タイ	ベトナム	日本
電子機器	個人レッスン・サービス	個人レッスン・サービス	電子機器	衣服	電子機器	スポーツ用品
オートバイ	自動車	電子機器	スポーツ用品	電子機器	オートバイ	衣服
自動車	電子機器	自動車	個人レッスン・サービス	個人レッスン・サービス	日用大工用品	生活雑貨



ニールセン グローバル調査について

『ニールセン シェアコミュニティに関するグローバル調査』は、アジア太平洋、欧州、中南米、中東・アフリカ、北米の 60 の国と地域で 3 万人以上の消費者を対象に、2013 年 8 月 14 日から 9 月 6 日にかけて実施されました。サンプル数はインターネットユーザーをベースに、各国の年齢や性別によって割り当てられ、インターネットを利用する消費者を代表するように割り付けられています。最大許容誤差は $\pm 0.6\%$ です。今回のニールセン調査はインターネットアクセスを持つ回答者のみを対象にしています。インターネット普及率は国によって異なります。ニールセンは調査に使用するデータ基準をインターネット普及率 60%以上、もしくはインターネットユーザー1,000 万人以上と定めています。

ニールセンについて

ニールセン N.V. (NYSE: NLSN) は世界的な情報・調査企業で、マーケティング及び消費者情報、テレビ等のメディア情報、オンライン情報、モバイル情報の分野でリーダー的地位を確立しています。アメリカ・ニューヨークとオランダ・ディーンに本社を持ち、世界 100 カ国以上でビジネスを展開しています。詳細はホームページをご覧ください: www.nielsen.com

###

ⁱ フォーブス予測