

シェア空間を利用したいのは誰なのか

中編 シェア空間利用意向者のパーソナリティ

モノやコト、場所や時間を共有する空間・施設(以下、シェア空間と称する)18種類について、「つぎのような場所(施設)が近所(自転車10分以内)にあった場合、あなたが月1回以上利用したいものをいくつかあげてください」という設問で、各項目を選択した利用意向者のプロフィールを考察する。前編のデモグラフィックな特性(http://www.yhmf.jp/pdf/activity/adstudies/vol_75_02.pdf)に続き、今回は利用意向者のパーソナリティにスポットを当てた。調査は三浦展氏による「下流社会15年後研究会」の『現代日本人の意識と価値観調査』2020年(空間の呼称は前編で紹介した略称を用いている)に参加して行ったものである。

各シェア空間利用意向者の社会意識

各利用意向者の社会意識について、「今の日本・これからの日本について、あなたの考えに近いものを以下からいくつでも選んで下さい(MA)」という質問に対して、全174項目の中からそれぞれ何を選んでいるのか見てみたい。

全体の順位は、1位「年金・医療費など社会保障が不安だ」(36.0%)、2位「ネット上の誹謗中傷がひどい」(34.6%)、3位「真面目に働く人がむくわれるべきだ」(33.2%)、4位「政治家の質・能力が低い」(31.5%)、5位「何かにつけて文句を言う人(クレマー)が増えていて困る」(29.5%)、などとなっている。

これらの上位項目についての順位自体は、利用したいシェア空間ごとに大きく違うわけではない。しかし、項目ごとの数字を詳細に見ていくと、どのシェア空間を利用したいかによって、その人の社会意識はかなり異なっていることが知れる。

大きな特徴があるのは「シェアオフィス」「シェアキッチン」である。全体で上位

にある項目の数字がほかのシェア空間に比べてかなり低く、社会問題としてマスコミなどで取り上げられるような事柄に対する関心は強くないと思われる。一方、中位下位の項目を見ると、「シェアオフィス」は「有給休暇やリモートワークなどによって時間と空間を自由に使う暮らしがしたい」「ビジネスのチャンスをもっと広げべきである」、「シェアキッチン」は「一夫一婦制にこだわらない生き方があってよい」「AI、ロボットなどにどんどん仕事を任せたい」といった項目がほかのシェア空間より高くなっており(全体の数字+10ポイント以上。以下「全体より高い」という場合同様)、既存の社会通念に感わされず、自分で見つけたビジネスチャンスを自由に効率的に追い求めたいという志向性がうかがわれる。

「フードバンク」「コミュニティ食堂」「無料居場所」については、「年金・医療費など社会保障が不安だ」が50%を超えているほか、「金持ちの税金を増やすべきだ」が35%以上に達し、経済的な不安・不公平感が大きいように思われる。また、「毎日を生きるだけで一杯である」「個人が夢や希望を持たなくなった」「今の時代には空虚感(むなしさ)がある」といった項目が全体より高いという共通点があり、経済的な不安感だけでなく、精神的な閉塞感を抱えていることが見て取れる。

「学習スペース」と「アートスタジオ」にも共通点が見られる。「ブラック企業が多い」「コロナなど新型の疫病への対策が遅れている」「介護対策が遅れている」といった社会問題への関心や、「LGBT(同性愛など)の差別をなくすべきだ」「原発依存を脱すべきだ」といったリベラルな価値観も全体より高いのと同時に、「日本の伝統的な職人文化を再評価すべきだ」「古い街並みを活かしたまちづくりをすべきだ」「日本らしい季節感を生活の中

にもっと取り戻すべきだ」といった和の伝統重視の考え方も目立つ。

「マルシェ」「保健室」については、「ネット上の誹謗中傷がひどい」「SNSにより人々の発言が攻撃的になっている」「個人情報盗まれそうである」といったネット社会への不安、「自分たちが高齢者になったときに社会がうまくいか不安だ」「地球温暖化・異常気象・省エネなどへの対策が遅れている」といった未来への不安が強く、「結婚しなくても幸せに生きられる社会にするべきだ」「正規雇用と非正規雇用の所得・処遇・休暇などの格差を減らすべきだ」などインクルーシブな社会を求める意識が高い傾向がある。また「地方の自然やゆったりした生活を維持するべきだ」など反都市型の生活志向が見られる。

「放課後居場所」「親子サロン」については、「教育にお金がかかりすぎる」「子どもの教育・保育・貧困問題などへの支援が足りない」「元気なうちは何歳になっても働きたい」という項目は共通してほかより高く、子育て問題への意識と仕事継続の意識は共通しているが、「男性の家事や育児の時間が短い」「夫婦別姓でもよいようにすべきだ」「女性が政治や経営のトップに少ない」といった男女平等やジェンダーバランスについての意識は「親子サロン」が高い。

それ以外の「読書スペース」「運動スペース」「シェア農園」「物々交換」「ファブラボ」「サロン」「共食スペース」に関しては、全体の傾向からの大きな乖離はあまり見られない(前5者は数字高め、後2者はほぼ全体と同じ)。「利用意向なし」はどの項目でも数字が低く、社会的関心が低い。

それぞれのシェア空間利用意向者のパーソナリティ

各シェア空間利用意向者の社会意識

今の日本・これからの日本について、
あなたの考えに近いものを以下からいくつか選んで下さい(MA)

全体順位		全体	賞味期限直前等の食材を安く入手できる場所（フードバンク等）	何もしなくても何かをして、まわりを気にせず一人で無料でいられる場所	いつでも本を借りたり読んだりできる図書館・図書室	低価格で気軽に運動できるジム・運動場	使わない持ち物等を交換したり、売ったりできる物々交換の場所	無料や低価格で食事ができる食堂（コミュニティ食堂・こども食堂等）	農地を共有して野菜などを育てるシェア農園（貸農園）
	N	2,523	803	714	709	686	516	432	348
1	年金・医療費など社会保障が不安だ	36.0%	56.3%	51.5%	50.5%	51.6%	50.4%	56.3%	48.0%
2	ネット上の誹謗中傷がひどい	34.6%	50.8%	51.7%	48.9%	49.7%	48.6%	46.3%	44.3%
3	真面目に働く人がむくわれるべきだ	33.2%	49.4%	48.3%	48.4%	47.5%	48.6%	47.2%	42.8%
4	政治家の質・能力が低い	31.5%	47.7%	44.4%	45.1%	45.9%	46.1%	44.0%	45.7%
5	何かにつけて文句を言う人（クレマー）が増えていて困る	29.5%	48.1%	46.1%	45.1%	46.1%	46.5%	45.6%	40.8%
6	貧富の差が拡大している	28.3%	43.6%	42.9%	41.7%	41.4%	41.5%	42.8%	39.1%
7	自分たちが高齢者になったときに社会がうまくいか不安だ	28.2%	45.3%	45.1%	44.0%	46.1%	47.3%	46.1%	39.9%
8	ブラック企業が多い	27.9%	38.9%	40.3%	38.5%	37.8%	37.4%	40.3%	35.9%
9	東京一極集中しすぎている	26.2%	35.4%	35.0%	37.4%	36.3%	35.5%	35.6%	32.5%
10	教育にお金がかかりすぎる	24.4%	34.9%	33.6%	36.1%	35.7%	37.6%	33.8%	34.2%
11	金持ちの税金を増やすべきだ	24.3%	36.6%	35.9%	35.0%	34.5%	34.3%	38.0%	31.0%
12	SNSにより人々の発言が攻撃的になっている	24.1%	38.1%	38.4%	36.1%	36.2%	35.9%	35.4%	31.9%
13	一般人の税金を減らすべきである	23.9%	34.9%	34.7%	29.3%	35.1%	32.2%	34.0%	29.0%
14	少子化対策は失敗した	23.3%	33.6%	31.5%	32.9%	31.5%	34.1%	34.3%	32.5%
15	高齢者がわがままになった	23.0%	35.5%	35.2%	32.4%	32.9%	33.1%	33.8%	32.5%
16	お金や経済について教育で十分教えていない	22.6%	34.0%	34.7%	36.5%	33.4%	39.1%	36.3%	30.7%
17	安心して老後が暮らせる福祉社会を実現すべきだ	22.4%	39.0%	36.0%	35.3%	36.3%	39.5%	37.7%	32.2%
18	個人情報盗まれそうである	21.1%	32.9%	32.1%	32.7%	33.4%	33.7%	33.3%	32.2%
19	コロナなど新型の疫病への対策が遅れている	20.6%	30.6%	30.8%	28.8%	31.9%	30.6%	29.2%	27.6%
20	延命のためだけの医療を見直すべきだ	20.3%	33.6%	30.0%	31.6%	31.6%	33.5%	27.5%	34.5%

と前回のデモグラフィックな特徴、その他の質問項目も併せて分析した上で、それぞれのシェア空間利用意向者の典型的パーソナリティを描いてみた(具体的な数字については紙幅の関係で割愛させていただくが、調査データに基づき、全体との差および数字の高低から推察したものである)。

1. 生きることに精いっぱい:「フードバンク」「コミュニティ食堂」「無料居場所」……40歳前後かそれ以下で年収は低め。子どものいる母親と単身者。経済的余裕がなく、今を生きるのに精いっぱい。将来的な展望はあまりなく、日本の将来にやや悲観的。経済的格差に対する不満は大きく、新自由主義型の政

権を評価していない。雑誌や本にはあまり触れておらず、SNSはLINE中心。自分の好きなことを優先して毎日を楽しく、家族と仲良く生きていきたい。

2. 知的リベラル志向:「学習スペース」「アートスタジオ」「読書スペース」……40代以上を中心とする女性。社会問題に対する関心が高く、リベラルな価値観を持ち、世界平和を重んじる。一方で日本の伝統文化を大切にしたいという思いもある。文芸、人文系中心に本をよく読む。北欧をはじめヨーロッパに憧れている。「アートスタジオ」はその中でも多様性を重んじ、ジェンダー平等意識が強く、反都会志向。Twitter民でもある。「物々交換」「運動スペース」もここに近いが特徴は弱い)

3. ワンオペに不満:「親子サロン」「放課後居場所」……子どものいる母親。「親子サロン」は「読書スペース」や「フードバンク」等とも併用を希望。教育や子育てについての関心が高い。人生で大事なことは家族友人と仲良く過ごすことだが、「親子サロン」は夫の家事分担や男女格差に対する不満も強い。LINEを中心にInstagramやFacebookも活用。料理(家事)への関心が高く、雑誌等で情報をチェック。カーシェアに関心。

4. 心と身体のウェルネス志向:「マルシェ」「保健室」「シェア農園」……30代女性。健康、食に対する関心が高く、環境問題や情報社会の今後の行く末への不安がある。健康・料理・手作り等趣味

Sachiko Takenouchi

(株) シナリオワークにて女性消費者を中心とする消費者研究、マーケティング戦略立案を多数手がける。
2015年4月、自宅を改装し、シェアハウス&シェアキッチン『okatteにしおぎ』をオープン。
(株) コンヴィヴィアリテ代表取締役。

- ・全体より10ポイント以上高いもの：青塗りつぶし
- ・数字の高い順に3位まで：赤字
- ・全体より10ポイント以上低いもの：青字

気軽に立ち寄りおしゃべりができるサロン・コミュニティカフェ	子どもが放課後気軽に立ち寄り遊んだりできる場所	気軽にからだやこころの健康について相談できる場所(まちかど保健室等)	食品や手作り雑貨を作りながら話しながら直接買えるマルシェ・市(いち)	工具などを共用してモノづくりができる工房・ファブラボ	けいこ事や学習ができる教室・市民大学のような場所	リモートワークができるシェアオフィス	誰かと食事をいっしょに作って食べる場所	小さい子供がいる親同士でおしゃべり等ができる親子サロン	アートの制作や演劇のけいこ、音楽等ができるアートスタジオ	調理設備や道具を使いあうシェアキッチン	以上にあてはまるものはなし
345	301	286	283	282	246	241	218	158	154	107	501
40.0%	50.5%	58.4%	55.1%	45.4%	56.5%	26.6%	38.5%	44.9%	43.5%	20.6%	25.3%
35.4%	46.5%	54.5%	52.3%	42.2%	51.6%	30.3%	34.9%	51.3%	46.1%	24.3%	25.0%
35.4%	49.5%	52.1%	47.7%	40.1%	50.8%	25.3%	35.3%	44.3%	44.8%	21.5%	23.6%
33.0%	43.2%	49.3%	47.3%	44.0%	46.7%	27.4%	32.1%	42.4%	44.8%	24.3%	24.2%
33.9%	44.2%	47.2%	44.9%	41.5%	44.7%	22.4%	30.7%	46.2%	41.6%	24.3%	18.6%
27.8%	39.2%	47.6%	42.8%	37.9%	44.3%	27.4%	34.4%	33.5%	37.0%	21.5%	19.6%
37.1%	45.2%	51.7%	47.7%	39.7%	48.4%	23.7%	32.1%	41.1%	45.5%	21.5%	18.0%
32.5%	38.5%	46.2%	37.8%	31.9%	41.1%	27.4%	28.0%	34.8%	41.6%	17.8%	21.6%
22.6%	33.2%	37.4%	39.9%	35.5%	40.2%	22.8%	27.1%	31.0%	37.7%	12.1%	21.0%
26.4%	42.5%	40.2%	38.2%	28.7%	42.7%	20.3%	23.9%	41.1%	35.7%	18.7%	16.8%
25.8%	32.9%	36.7%	31.8%	33.3%	32.9%	18.7%	24.3%	29.7%	27.9%	14.0%	19.0%
24.9%	36.2%	40.6%	40.6%	33.3%	39.0%	24.1%	27.5%	34.2%	35.7%	20.6%	15.8%
25.8%	31.9%	37.4%	33.9%	26.6%	34.1%	22.8%	22.0%	32.3%	28.6%	16.8%	18.2%
26.4%	37.5%	37.4%	37.8%	30.5%	40.2%	23.7%	31.2%	41.1%	35.1%	23.4%	16.0%
23.5%	32.6%	33.6%	35.7%	31.6%	35.0%	22.4%	24.8%	31.0%	31.2%	22.4%	16.0%
27.2%	37.5%	40.6%	40.3%	34.0%	45.9%	25.3%	26.6%	41.1%	44.8%	21.5%	13.4%
28.7%	34.2%	46.2%	41.3%	33.0%	43.1%	21.2%	26.6%	31.6%	31.8%	16.8%	12.8%
24.3%	28.6%	39.5%	36.7%	26.2%	39.4%	17.0%	24.8%	29.7%	28.6%	12.1%	14.0%
20.6%	29.6%	38.1%	31.8%	27.7%	33.7%	20.7%	23.9%	27.2%	33.8%	15.9%	15.0%
22.9%	30.2%	32.2%	32.9%	34.0%	35.0%	16.6%	26.1%	32.3%	29.9%	17.8%	12.2%

関係についての雑誌や本をよく読む。

人生の大切な価値は家族や友人と仲良く過ごすこと。どちらかといえば現政権支持。SNSはLINEとInstagram中心。

- 5. 楽しい時間共有で満足:「サロン」「共食スペース」……30代女性。男女格差や高齢者優遇への不満がややある以外、社会への問題意識はそれほど高くない。日本の将来に楽観的で、現政権に対しても好意的。家族や友人と仲良く過ごすほか、収入や貯蓄を増やすことも大切。ファッションや美容、料理に関心が高く、Instagram好き。
- 6. 創造的ビジネスチャンス獲得志向:「シェアオフィス」「シェアキッチン」……若い単身男性。正規雇用で学歴高め

ビジネスマン。自分で自由にビジネスチャンスをつかみたいという意識が強く、社会問題への関心は薄い。経済効率性を重視する傾向がある。今の社会でうまくやっていくために、ITの知識や教養、情報感性が重要と考えており、雑誌や書籍でビジネスや時事についてもチェック。新自由主義型政権を評価し、アメリカに憧れ、今後の日本の繁栄を信じている。Uber Eatsや民泊等のシェアリングサービスを積極的に利用する。

- 7. 偏愛趣味耽溺:「ファブラボ」……若い男性と40代女性。ITやメカ、手作りへの関心が高い。地域や近隣社会を大切にしたいと思っているが、社会意識はそこまで高くない。

- 8. 今がよければそれでよし:「なし」……30代以上の男性。年収300万円前後、自営業、高卒が多い。社会への関心は低く、自分が好きなことを優先して毎日楽しく暮らしたい。政治的には無党派。雑誌やSNSへの接触も低く、本も読まない。

次回(後編)では、調査結果を踏まえたシェア空間と人との関係について考察する。

調査概要：
 ■調査対象 全国男女25～54歳 2,523人、人口は国勢調査などに即して配分
 ■調査方法 三菱総研の3万人調査のサンプルへの追加調査としてインターネット調査で実施
 ■調査時期 2020年11月16日～19日