

2018年2月6日

MMRI
株式会社 MM総研

フリマアプリ・オークションサイトの利用動向調査

詳細レポート発売のご案内

拝啓 時下ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。平素は格別のご愛顧を賜り誠に有難うございます。

2月6日(火)に結果をリリース発表した「フリマアプリ・オークションサイトの利用動向調査」について、調査の詳細レポートの発売を、ここにお知らせさせていただきます。

本レポートでは、リリースで触れた「利用率」、「購入品目」、「利用サービス」について深掘りして分析しているほか、リリースで触れなかった「フリマアプリの利用目的」やサービス非利用者に聞いた「フリマアプリ・オークションサイトを利用しない理由」、「フリマアプリに対して望むこと」なども記載。

フリマアプリやオークションサイトのような個人間取引は、今後も利用者が増えていくと認識しており、本調査を企画致しました。今後も、定期的な調査を重ねていくことで業界発展の一助となれば幸いです。

本調査レポートの購入およびお問い合わせをお待ち申し上げますと同時に、各社様の今後のご発展を心よりお祈り致します。

敬具

調 査 目 的 : ■フリマアプリ・オークションサイトの利用率と傾向を分析する。
調 査 対 象 : 全国の男女20代以上の就業者
回 答 件 数 : 1,177人
回 答 者 属 性 : 男性:50%
女性:50%
20代(28%)/30代(29%)/40代(29%)/50代以上(15%)
調 査 方 法 : Webアンケート
調 査 期 間 : 2017年11月29日(水)~12月5日(火)
提 供 内 容 : ※添付の調査レポート目次をご参照下さい

価 格 : 3万円

発 売 日 : 2018年2月28日(水)予定

レポート購入のお問い合わせ先

株式会社 MM総研

担当:永堀

T E L 03(5777)0161 FAX 03(5777)0163

ホームページ <http://www.m2ri.jp>

* 当社が毎月発行する月刊IT総合情報誌「M&D Report」の購読も承ります

枚数: 2枚(本紙を含みます)

目次

I. 調査概要

II. 調査対象者属性

III. 調査結果

1. フリマアプリ・オークションサイトの利用率

- 1-1. フリマアプリ・オークションサイトの利用率（全体分析）
- 1-2. フリマアプリ・オークションサイトの利用率（性別・年代別分析）
- 1-3. フリマアプリ・オークションサイトの利用率（既婚・独身別分析）
- 1-4. フリマアプリ・オークションサイトの利用率（子供有無別分析）

2. フリマアプリ・オークションサイトでの購入品目

- 2-1. フリマアプリ・オークションサイトでの購入品目（全体分析）
- 2-2. フリマアプリ・オークションサイトでの購入品目（性別・年代別分析）
- 2-3. フリマアプリ・オークションサイトでの購入品目（子供有無別分析）

3. 利用しているフリマアプリおよびオークションサイト

- 3-1. 利用しているフリマアプリおよびオークションサイト（全体分析）
- 3-2. 利用しているフリマアプリおよびオークションサイト（性別・年代別分析）

4. フリマアプリ各社サービス比較（※公開情報）

- 4-1. メルカリ
- 4-2. ヤフオク！（フリマ出品）
- 4-3. フリル
- 4-4. ラクマ
- 4-5. オタマート

5. フリマアプリの利用目的

※「安く購入するため」「不要品を処分するため」「希少価値のあるものを買うため」など

- 5-1. フリマアプリの利用目的（全体分析）
- 5-2. フリマアプリの利用目的（性別・年代別分析）
- 5-3. フリマアプリの利用目的（子供有無別分析）

6. フリマアプリ・オークションサイトを利用しない理由

- 6-1. フリマアプリ・オークションサイトを利用しない理由（全体分析）
- 6-2. フリマアプリ・オークションサイトを利用しない理由（性別・年代別分析）
- 6-3. フリマアプリ・オークションサイトを利用しない理由（子供有無別分析）

7. フリマアプリに望むこと

- 7-1. フリマアプリに望むこと（フリーアンサーのまとめ）