参考情報

2026 年 11 月 24 日
株式会社ロイヤリティマーケティング

日本版ライドシェアと自動運転タクシーに関する調査
ラジオ番組「馬渕・渡辺の#ビジトピ」と共同調査
日本版ライドシェアの認知率は 45.0%、自動運転タクシーは 55.9%
交通の便が悪い地域の移動手段や、タクシー不足の解消に約 4 割が期待

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を運営する株式会社ロイヤリティマーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：勝 文彦、以下「LM」）は、20 代以上の 1,000 名を対象に調査した「日本版ライドシェアと自動運転タクシーに関する調査」（実施期間：2026 年 10 月 28 日～10 月 30 日）の結果をご報告いたします。本調査は、TOKYO FM「馬渕・渡辺の#ビジトピ」（毎週日曜 6:00～7:00 放送）との共同調査「馬渕・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」として実施しました。

※本調査では、「日本版ライドシェア」を、タクシー会社が運行を管理し、一般のドライバーが自家用車を使って、タクシーが不足する地域や時間帯に有償で乗客を運ぶ仕組みであるとして、また「自動運転タクシー」を運転手に代わってシステムが運転操作を行うタクシーであるとして、対象者に聴取しました

【調査結果】

・TOPICS①
日本版ライドシェアの認知率は 45.0%、自動運転タクシー導入は 55.9%。
利用意向は日本版ライドシェアの約 2 割に対し、自動運転タクシーが約 3 割で上回る

・TOPICS②
日本版ライドシェア・自動運転タクシーともに、利用時の重視点は「安全性」が 6 割超で最多。
自動運転タクシーでは「情報の安全性」「ドライバーに代わるサポート体制」が 3 割超

・TOPICS③
期待することは、日本版ライドシェア・自動運転タクシーともに
「公共交通の便が悪い地域の移動手段」「タクシー不足の解消」が上位

・TOPICS④
自動運転タクシーの普及について、「10 年後くらいまで」と予想する人が約 4 割

【調査結果詳細】

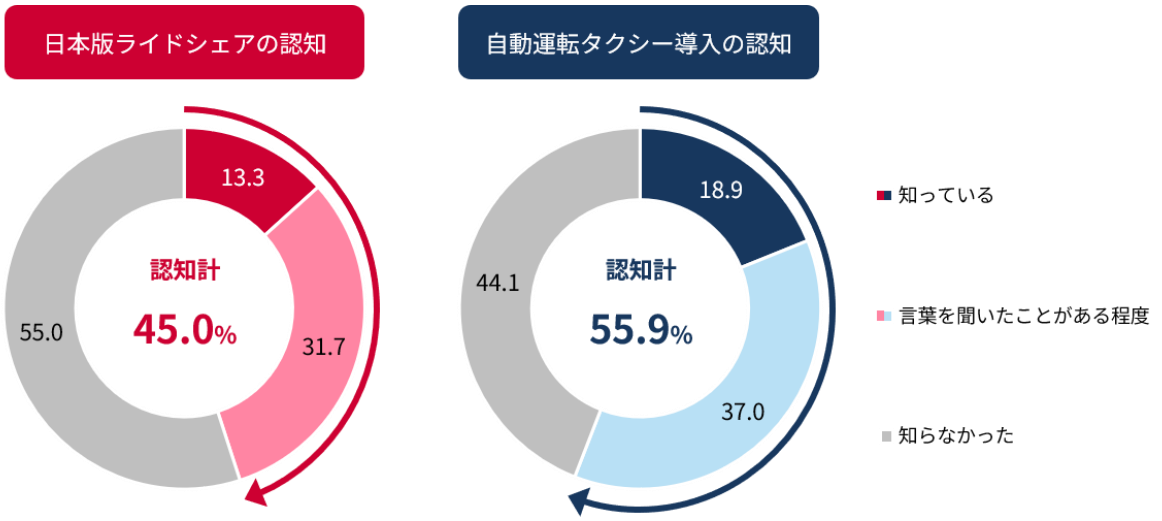
■TOPICS①

日本版ライドシェアの認知率は 45.0%、自動運転タクシー導入は 55.9%。
利用意向は日本版ライドシェアの約 2 割に対し、自動運転タクシーが約 3 割で上回る

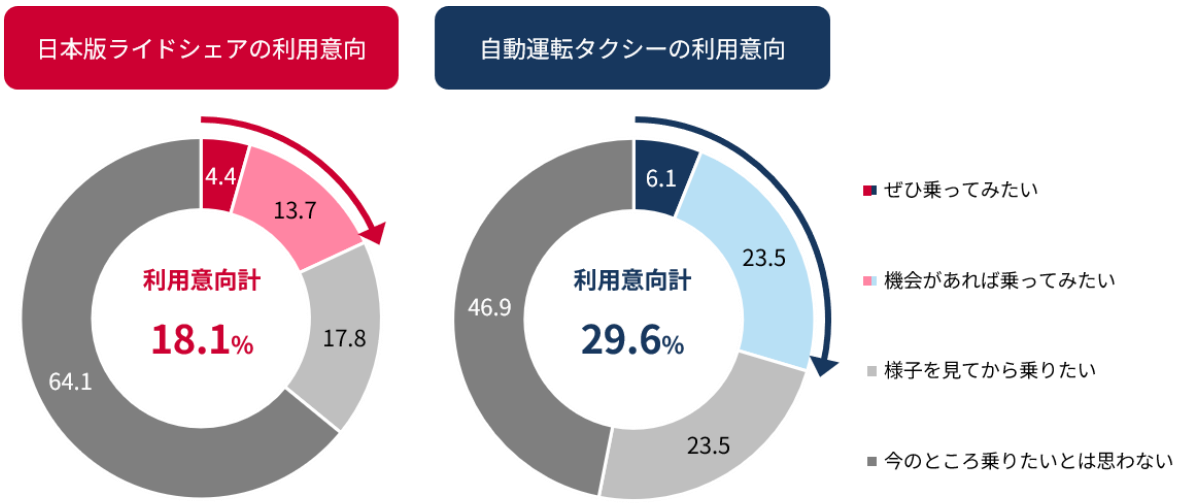
日本版ライドシェアの認知について聞いたところ、「知っている」は 13.3%、「言葉を聞いたことがある程度」は 31.7%で、合わせると認知率は 45.0%となった。自動運転タクシーの導入については、「知っている」が 18.9%、「言葉を聞いたことがある程度」が 37.0%で、認知率は 55.9%だった。自動運転タクシー導入の認知率は、日本版ライドシェアを 10.9 ポイント上回り、「知っている」の割合を比べても高い結果となった。

今後の利用意向を聞いたところ、日本版ライドシェアは「ぜひ乗ってみたい」が 4.4%、「機会があれば乗ってみたい」が 13.7%で、合わせると利用意向は 18.1%となった。自動運転タクシーは「ぜひ乗ってみたい」が 6.1%、「機会があれば乗ってみたい」が 23.5%で、利用意向は 29.6%となり、日本版ライドシェアを 11.5 ポイント上回った。一方、「今のところ乗りたいとは思わない」について、日本版ライドシェアは 64.1%と、自動運転タクシー（46.9%）を上回り、より慎重な姿勢がうかがえた。

▼日本版ライドシェアの認知／自動運転タクシー導入の認知（n=1,000)(%)



▼日本版ライドシェアの利用意向／自動運転タクシーの利用意向（n=1,000)(%)



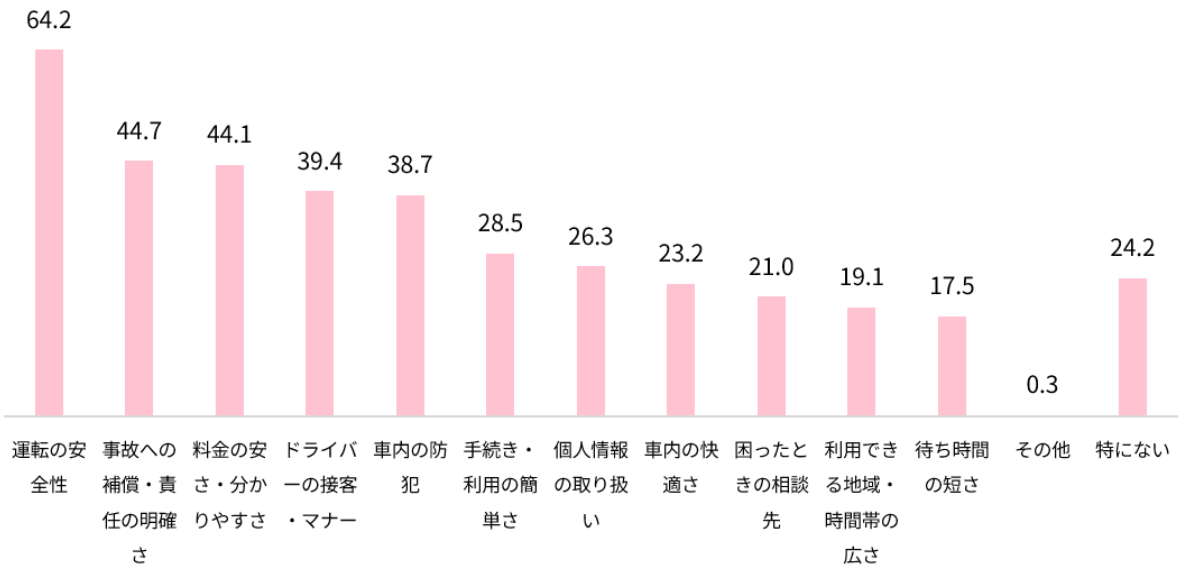
■TOPICS②

日本版ライドシェア・自動運転タクシーともに、利用時の重視点は「安全性」が 6 割超で最多。自動運転タクシーでは「情報の安全性」「ドライバーに代わるサポート体制」が 3 割超

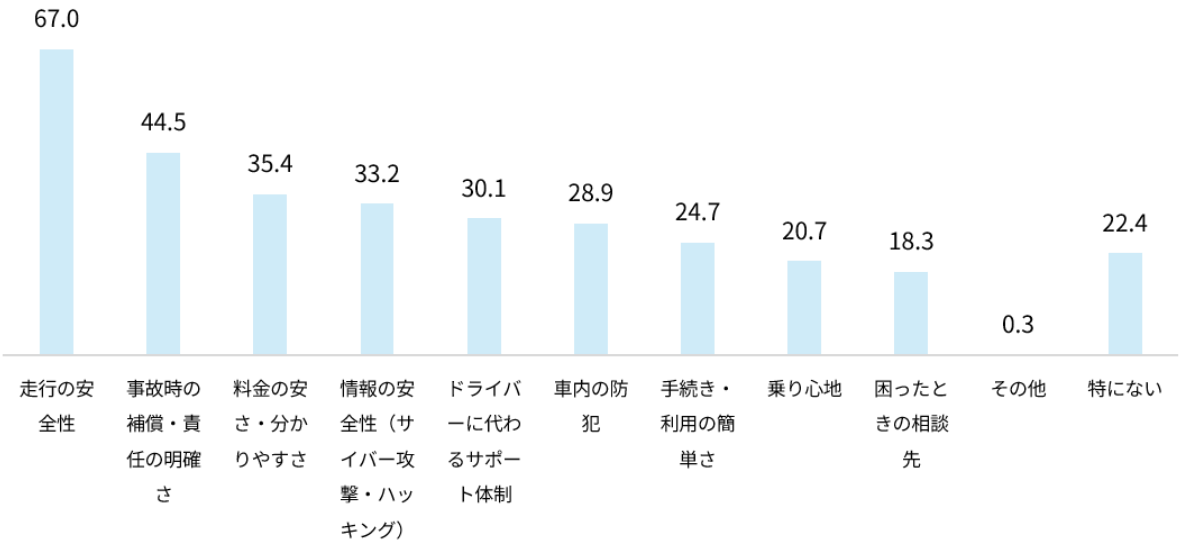
日本で日本版ライドシェアを利用する場合に重視する点を聞いたところ、「運転の安全性」が 64.2%で最も高い。次いで「事故への補償・責任の明確さ」「料金の安さ・分かりやすさ」「ドライバーの接客・マナー」「車内の防犯」となった。運転の安全性に加え、補償や料金、ドライバーの接客・マナー、車内の防犯を約 4 割が重視していた。

自動運転タクシーを利用する場合に重視する点では、「走行の安全性」が 67.0%で最も高かった。次いで「事故時の補償・責任の明確さ」が 44.5%、「料金の安さ・分かりやすさ」が 35.4%となり、上位 3 項目は日本版ライドシェアと共通していた。また、「情報の安全性（サイバー攻撃・ハッキング）」は 33.2%、「ドライバーに代わるサポート体制」は 30.1%といずれも 30%を超え、自動運転ならではの観点が重視されていることがうかがえた。

▼日本版ライドシェアを利用する場合に重視する点 ※複数回答可（n=1,000)(%)



▼自動運転タクシーを利用する場合に重視する点 ※複数回答可（n=1,000)(%)



■TOPICS③

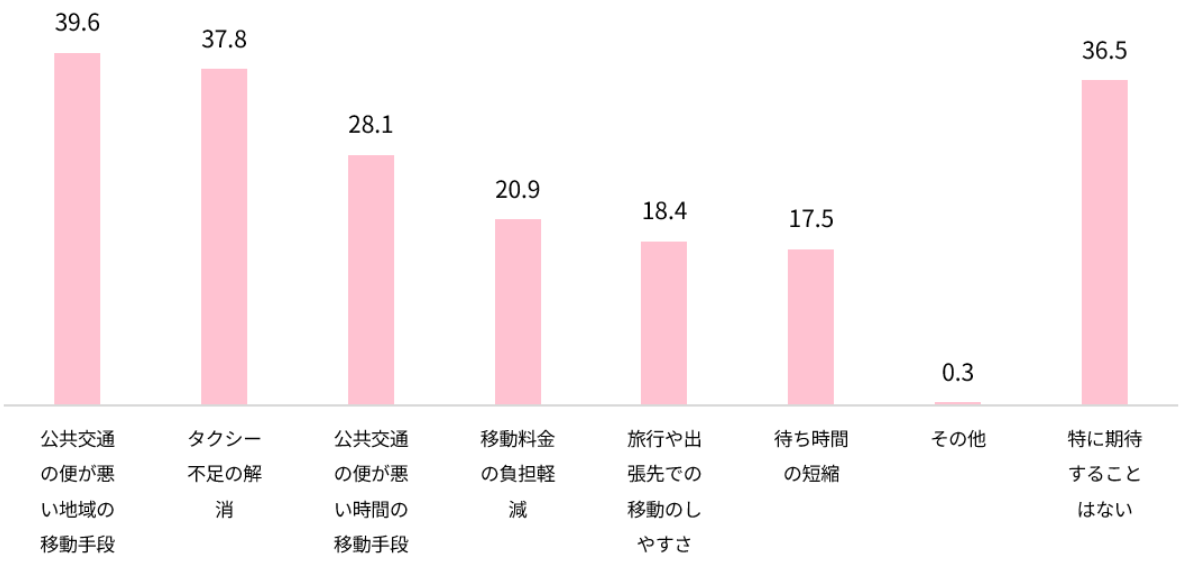
期待することは、日本版ライドシェア・自動運転タクシーともに
「公共交通の便が悪い地域の移動手段」「タクシー不足の解消」が上位

日本で日本版ライドシェアの導入が進むことで期待することを聞いたところ、「公共交通の便が悪い地域の移動手段」が 39.6%で最も高い。次いで「タクシー不足の解消」が 37.8%、「公共交通の便が悪い時間の移動手段」が 28.1%となった。

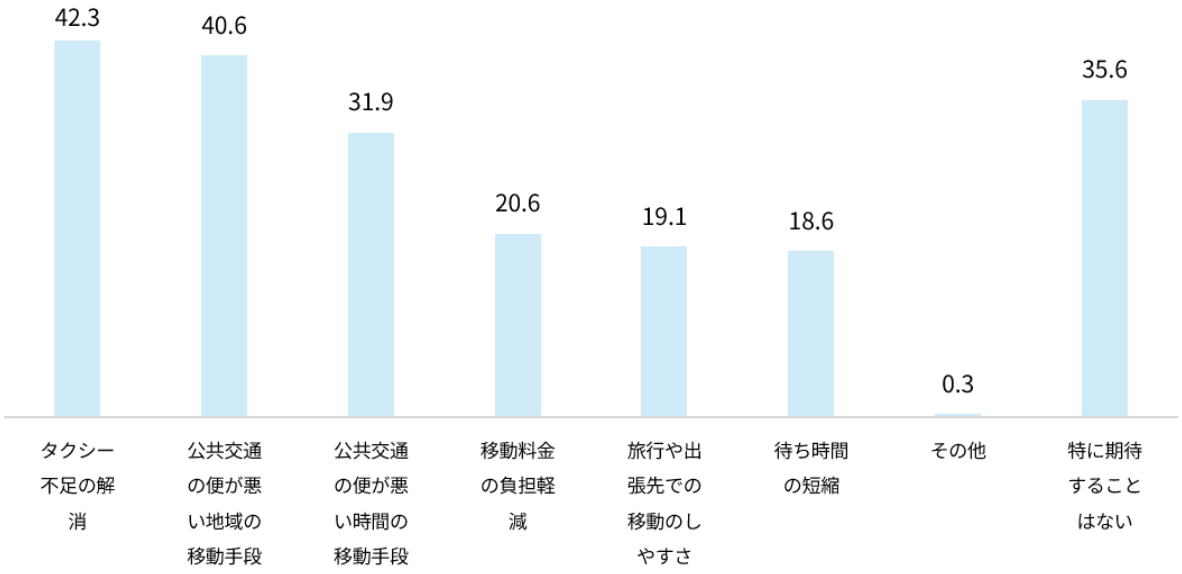
自動運転タクシーの導入が進むことで期待することでは、「タクシー不足の解消」が 42.3%で最も高く、「公共交通の便が悪い地域の移動手段」が 40.6%、「公共交通の便が悪い時間の移動手段」が 31.9%と続いた。上位 3 項目は日本版ライドシェアと共通しており、いずれも地域や時間帯による移動手段の不足を補う役割に期待していることがうかがえた。

一方、「移動料金の負担軽減」「旅行や出張先での移動のしやすさ」「待ち時間の短縮」は、日本版ライドシェアと自動運転タクシーともに、約 2 割にとどまった。料金面や利便性よりも、移動手段そのものの確保が期待されていることがうかがえる。また、「特に期待することはない」は、日本版ライドシェアが 36.5%、自動運転タクシーが 35.6%だった。

▼日本版ライドシェアの導入が進むことで期待すること（n=1,000)(%)



▼自動運転タクシーの導入が進むことで期待すること（n=1,000)(%)



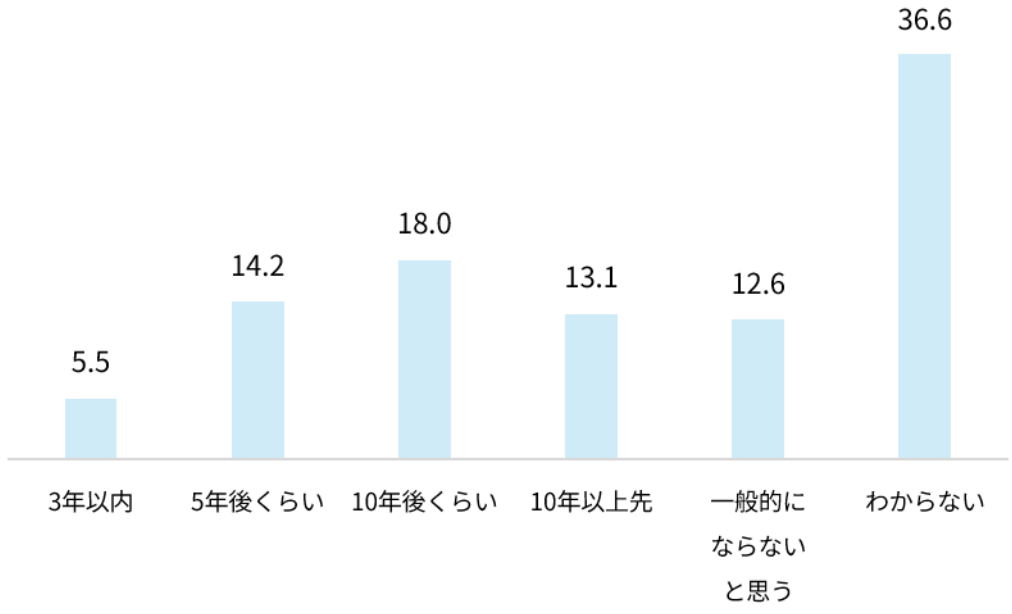
■TOPICS④

自動運転タクシーの普及について、「10 年後くらいまで」と予想する人が約 4 割

自動運転タクシーが一般的に普及するのはいつ頃になると思うかを聞いたところ、「分からない」が 36.6%で最も高かった。次いで「10 年後くらい」が 18.0%、「5 年後くらい」が 14.2%、「10 年以上先」が 13.1%、「一般的にならないと思う」が 12.6%、「3 年以内」が 5.5%となった。

「3 年以内」「5 年後くらい」「10 年後くらい」を合わせると、10 年後くらいまでの普及を予想する人は 37.7%だった。

▼自動運転タクシーが一般的に普及する時期（n=1,000)(%)



【ラジオ番組「馬渕・渡辺の#ビジトピ」パーソナリティのコメント】
＜馬渕磨理子氏（経済アナリスト）＞
自動運転タクシーに乗りたい人は 29.6%と、一般ドライバーが運転するライドシェアの 18.1%を上回った。技術の進歩もあり、人々は「見知らぬ人」より「無人運転」を一部、信頼しているのではないだろうか。ライドシェアでは運転の安全性に加え、運転手のマナーや車内の防犯も約 4 割が気にしている。人手不足の解決策としては、人を増やすことだけでなく、人に頼らない仕組みも受け入れられやすいことを示す結果である。

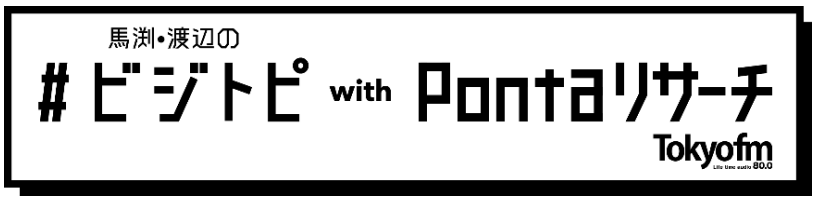
＜渡辺広明氏（消費経済アナリスト）＞
米ロサンゼルスで自動運転タクシーに乗車しましたが、急ブレーキやヒヤリハットを感じる場面がなく、人間が運転するタクシー以上の安心感がありました。
今回の調査では、自動運転タクシーに期待することとして「タクシー不足の解消」が 42.3%、「公共交通の便が悪い地域の移動手段」が 40.6%と上位を占めています。日本では都市部での導入が注目されていますが、私はむしろ過疎地域こそ優先すべきだと考えます。高齢化や人口減少で公共交通が衰退し、買い物難民の増加や通院困難など、日常生活に深刻な影響が出ています。安全性の確保を大前提に、自動運転を単なる先端技術ではなく、地域住民の暮らしを守る生活インフラとして普及させることが重要です。

以上

【調査概要】
調査方法　　：インターネット調査
調査期間　　：2026 年 10 月 28 日～10 月 30 日
パネル　　：「Ponta リサーチ」会員
（Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をしていただいている方）
調査対象　　：20 代以上の男女
有効回答数　：1,000 名　※性年代別に各 100 サンプル回収
※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】
調査結果引用・転載の際は、“「Ponta リサーチ」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

■共同調査「馬渕・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」について



2023 年 5 月より TOKYO FM「馬渕・渡辺の#ビジトピ」の提供スポンサーとして LM が参画しています。「馬渕・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」は、世の中の最新ニュースからパーソナリティの経済アナリスト 馬渕磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が生活者に調査したいトピックについて、LM が「Ponta リサーチ」で聴取する調査です。調査結果を番組内で紹介する他、LM のマーケティング紹介サイトのコラムで紹介しています。

■TOKYO FM「馬渕・渡辺の#ビジトピ」について

パーソナリティをつとめる経済アナリスト 馬渕磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が世の中の最新ニュースをそれぞれの視点で分かりやすく解説しています。ビジトピとは、“ビジネストピックス”の略！ 60 分ながら聴きするだけで、資産運用の話から、マーケティング用語、最新ヒット商品まですぐあなたの役に立つビジトピが身につきます。

放送日時 ：日曜 6:00～7:00
出演者 ：消費経済アナリスト・渡辺広明（毎週）、経済アナリスト・馬渕磨理子（第 1.2.4 週）、
キャスター・石川奈津紀（第 3.5 週）
番組 HP ：https://www.tfm.co.jp/biztopi/
Podcast ：https://www.tfm.co.jp/podcast/biztopi/
番組 X ：https://twitter.com/biztopi_tfm

■関連 URL

株式会社ロイヤリティマーケティング マーケティング詳細紹介サイト：
https://biz.loyalty.co.jp/
公開レポート（自主調査結果を掲載）：https://biz.loyalty.co.jp/report/
公開データ：https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/
コラム：https://biz.loyalty.co.jp/column/

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報部にご連絡をお願い申し上げます。