

**中古品・リサイクル品に関する
マーケティングデータ
～売買の実態 編～**

朝日大学マーケティング研究所

- 調査手法 : WEBリサーチ
- 調査期間 : 2015年11月9日(月)～11月16日(月)
- 調査対象 : 首都圏在住の20歳～59歳
- 有効回答 : 425名

【内訳】

男性	20代	50名	女性	20代	55名
	30代	51名		30代	51名
	40代	55名		40代	54名
	50代	56名		50代	53名
合計		212名	合計		213名

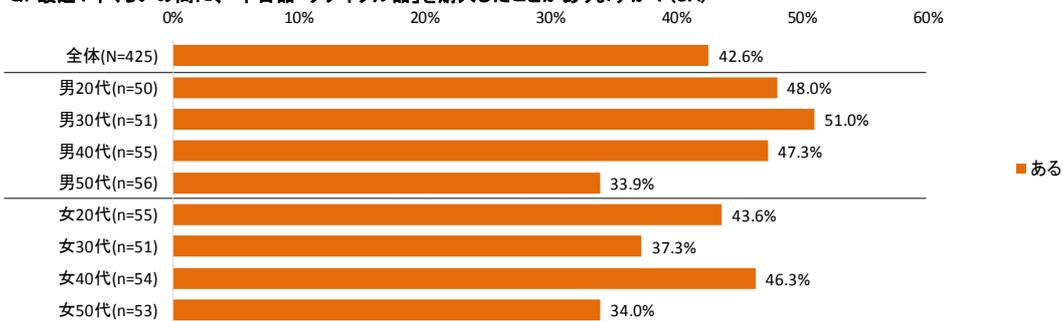
※アンケート冒頭で、中古品について以下の定義づけを行っている。

「中古品にはリサイクル品を含むが、新古品（新品未使用未開封で長期間保存されていたもの）は含まない」

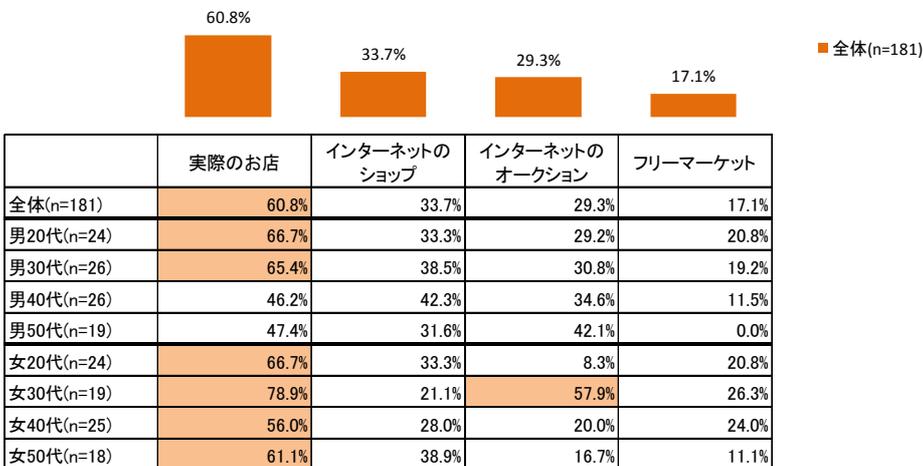
※質問文・選択肢では、「中古品」ではなく「中古品・リサイクル品」と表記している。

- 中古品・リサイクル品の購入経験の割合は42.6%であり、男性では20代～40代、女性では20代と40代の割合が、いずれも4割を超えている。
- 主な購入場所は「実際のお店」だが、属性別には、それぞれの特性がみられる。男性40代では「インターネットのショップ」、男性50代では「インターネットのオークション」、を通じた購入割合がそれぞれ高く、女性30代では「インターネットのオークション」の割合が57.9%と半数を超えている。「フリーマーケット」での購入は女性30代～40代で割合が高い。
- 主な購入品は、「書籍」「衣類」「CD」だが、「書籍」は男性、「衣類」は女性、の購入者数がそれぞれ多いのが特徴である。

Q. 最近1年くらいの間に、「中古品・リサイクル品」を購入したことがありますか？(SA)



Q. 「中古品・リサイクル品」をどこで購入しましたか？(MA) ※n=最近1年間の購入経験者



※ハッチングは50%以上のところ

Q. 「中古品・リサイクル品」で購入した商品ジャンルを教えてください。(FA) ※n=最近1年間の購入経験者

■男性(n=95)

書籍	44票
衣類	18票
CD	17票
ゲーム機、ゲームソフト	11票
DVD	10票
パソコン、パソコン周辺機器	8票
かばん、バッグ	4票
カメラ、カメラ周辺機器	4票
家具	4票

■女性(n=86)

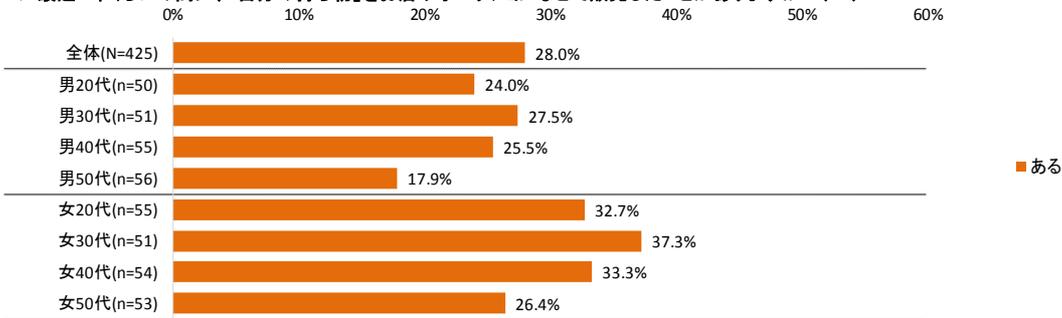
書籍	33票
衣類	31票
CD	11票
ゲーム機、ゲームソフト	9票
DVD	8票
かばん、バッグ	5票
靴	5票
子供服、子供用品	5票

※表は自由回答をコーディング集計した結果

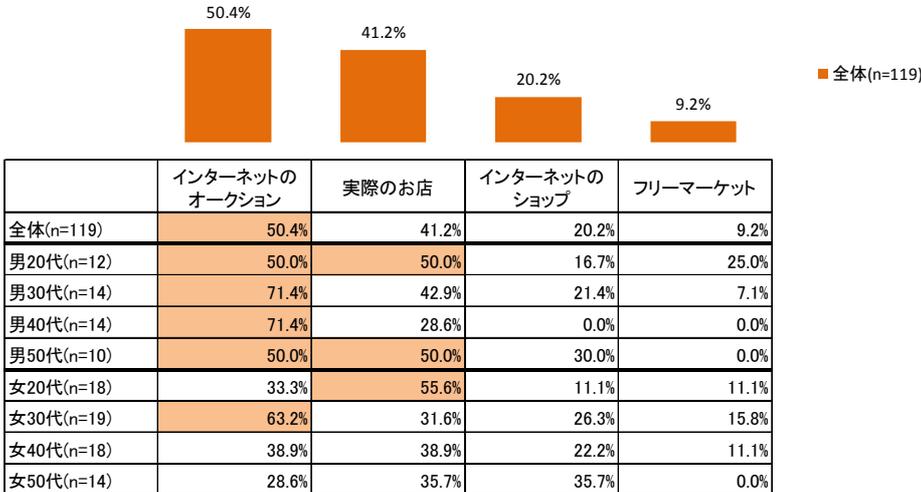
2. 中古品・リサイクル品の販売経験

- 中古品・リサイクル品の販売経験の割合は28.0%であり、購入経験(前頁ご参照)に比べて14.6%も低い。各年代で、女性の割合が男性を上回っており、現状では、販売は女性のほうが活発に行っている。
- 主な販売場所は、特に男性の割合が高い「インターネットのオークション」である。女性の販売場所は年代によって異なり、20代は「実際のお店」、30代は「インターネットのオークション」が中心であり、40代～50代は「実際のお店」「インターネットのショップ」「インターネットのオークション」に分散している。
- 最も多い販売品は性別で異なり、男性は「書籍」、女性は「衣類」となっている。このほか、「パソコン、パソコン周辺機器」「ゲーム機、ゲームソフト」は男性、「チケット、金券」「雑貨、小物、アクセサリー」は女性、の販売数がそれぞれ多い商品ジャンルである。

Q. 最近1年くらいの間に、「自分の持ち物」をお店やオークションなどで販売したことがありますか？(SA)



Q. 「自分の持ち物」はどこで販売しましたか？(MA) ※n=最近1年間の販売経験者



※ハッチングは50%以上のところ

Q. 販売した「自分の持ち物」の商品ジャンルを教えてください。(FA) ※n=最近1年間の販売経験者

■男性(n=50)

書籍	18票
衣類	9票
かばん、バッグ	8票
CD	8票
パソコン、パソコン周辺機器	6票
DVD	6票
ゲーム機、ゲームソフト	4票

■女性(n=69)

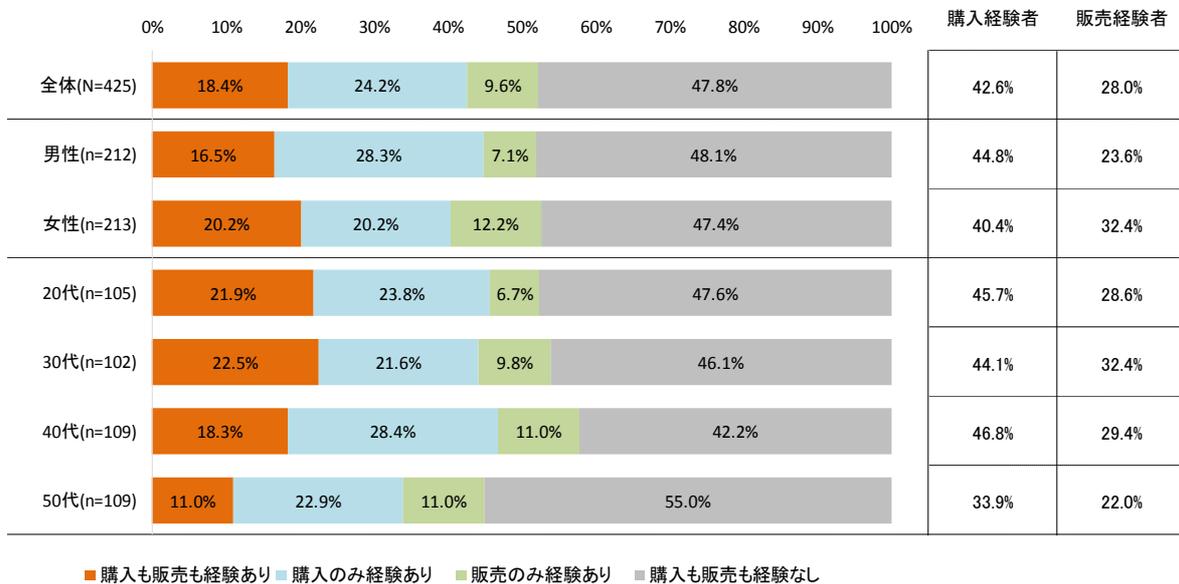
衣類	34票
書籍	12票
かばん、バッグ	11票
チケット、金券	6票
靴	6票
雑貨、小物、アクセサリー	6票
CD	4票
化粧品、美容機器	4票

※表は自由回答をコーディング集計した結果

3. 中古品・リサイクル品の購入経験と販売経験の内訳

- 中古品・リサイクル品の購入と販売の両方の経験を持つ人は18.4%と2割に満たないが、20代～30代の若い年代層で割合はやや高めとなっている。
- 「購入のみ経験あり」(24.2%)と「販売のみ経験あり」(9.6%)を比べると、圧倒的に購入のほうが割合が高い。売る習慣より買う習慣のほうが活発である。
- 男性は、購入経験者と販売経験者の差が21.2%と大きく、「男性もの」の中古品・リサイクル品は、女性に比べて品薄状態であり、購入がしにくい構造となっている。

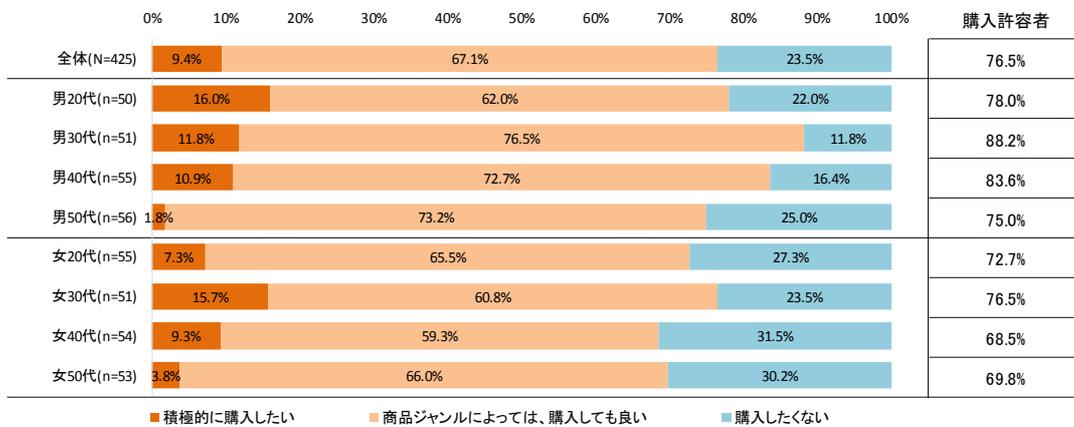
■「中古品・リサイクル品」の購入経験と販売経験の内訳



※購入経験者(購入も販売も経験あり+購入のみ経験あり) ※販売経験者(購入も販売も経験あり+販売のみ経験あり)
 ※四捨五入のため、グラフの数値の合計と、購入経験者、販売経験者の割合が僅かに合わない場合があります

- 中古品・リサイクル品について、今後の購入意向を持っているのは76.5%であり、各年代で女性より男性の割合が高くなっている。
- 「積極的に購入したい」のみでみると、男性20代～40代と女性30代で1割を超えている。
- 購入意向を持つ理由としては、「安く買える」が圧倒的に高く、経済性が最も強いモチベーションである。
- また、女性を中心に「新品のようにきれいな商品もある」とする品質面の理由も、上位に挙げられた。

Q. 今後、「中古品・リサイクル品」を購入しても良いと思いますか？(SA)

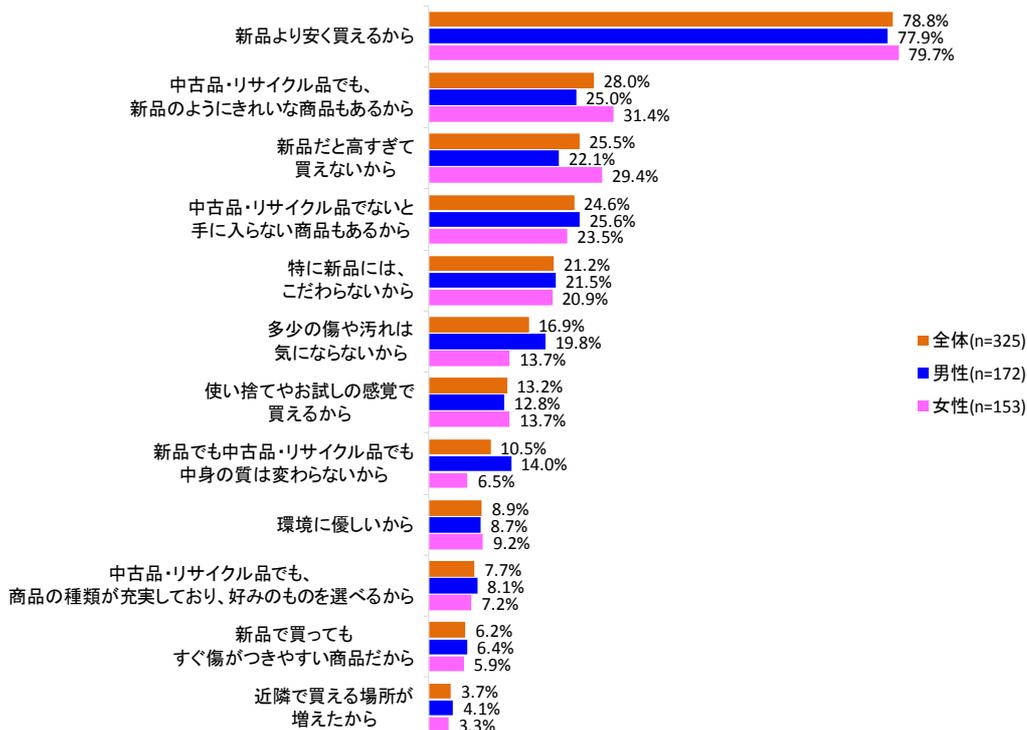


■ 積極的に購入したい ■ 商品ジャンルによっては、購入しても良い ■ 購入したくない

※購入許容者(積極的に購入したい+商品ジャンルによっては、購入しても良い)

※四捨五入のため、グラフの数値の合計と、購入許容者の割合が僅かに合わない場合があります

Q. 「中古品・リサイクル品」を購入してもよいと思う理由は何ですか？(MA) ※n=購入許容者



● 中古品・リサイクル品の購入経験率は42.6%、販売経験率は28.0%

中古品・リサイクル品の売買の現状は、販売より購入の経験者が14.6%も多く、世の中には、売る習慣より買う習慣のほうがよく浸透している。

中古品・リサイクル品の購入経験の割合は、男性で44.8%、女性で40.4%であり、性差は4.4%である。対して、販売経験の割合は、男性で23.6%、女性で32.4%であり、男性の経験者が8.8%も少ない。男性は、中古品・リサイクル品をよく購入する一方で、販売には消極的である。購入と販売の割合のギャップは、女性より男性のほうが大きい。

さまざまな種類の商品が揃うことは、中古品・リサイクル品の市場が魅力を伴って広がっていく上で欠かせない。それには男性を中心に消費者が積極的に持ち物を販売できる環境が必要だが、売買の現状をみれば、まだ不十分である。

販売経験者を増やすための施策や環境の整備が、キーポイントのひとつである。

● 中古品・リサイクル品で、男性は「書籍」、女性は「衣類」を売買

中古品・リサイクル品の購入経験者が購入した主な商品ジャンルは「書籍」「衣類」「CD」である。このうち「書籍」は男性、「衣類」は女性、の購入経験者数がそれぞれ相対的に多かった。

一方、販売経験者が販売した主な商品ジャンルは「書籍」「衣類」「かばん、バッグ」であり、「書籍」は男性、「衣類」は女性、の販売経験者数がそれぞれ多い傾向は、購入経験と同様である。特に女性では、販売経験者のほぼ半数(69名のうちの34名)が「衣類」の販売経験を持っていた。「衣類」の中古品・リサイクル品の市場は、男性より女性のほうが活発である。

中古品・リサイクル品の購入場所として「フリーマーケット」を挙げた割合が、男性(13.7%)より女性(20.9%)に多いことも、「衣類」の売買が活発に行われる要因と考えられる。商品を買やすい環境を整えば、結果として流通量も増える事例と言える。

● インターネットオークションは供給過剰

購入経験者(n=181名)と販売経験者(n=119名)が各場所で売買した割合は以下の通りである。

「実際のお店」	… 購入60.8% ⇔ 販売41.2%
「インターネットオークション」	… 購入29.3% ⇔ 販売50.4%
「インターネットショップ」	… 購入33.7% ⇔ 販売20.2%
「フリーマーケット」	… 購入17.1% ⇔ 販売9.2%

購入より販売のほうが割合が高いのは、インターネットオークションだけである。n数が異なるので一概には言えないが、インターネットオークションで、中古品・リサイクル品を売る人は多いが、買う人は少ない。

● 中古品・リサイクル品の今後の購入に前向きなのは76.5%

中古品・リサイクル品を今後、「積極的に購入したい」、または「商品ジャンルによっては、購入しても良い」としたのは、全体の76.5%であった。前向きな人が多数を占めた。

その理由としては、「新品より安く買えるから」が78.8%と突出しており、2番目に高い「中古品・リサイクル品でも新品のようにきれいな商品もあるから」は28.0%であった。

中古品・リサイクル品の市場環境が整い、市場も広がっているが、商品に対するクオリティ面での信頼感はまだ弱く、経済的な理由によって選ばれるケースが圧倒的に多い。

トピックスリサーチ

中古品・リサイクル品に関するマーケティングデータ
～売買の実態 編～

発行日 2015年11月18日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所

〒501-0296

岐阜県瑞穂市穂積1851

TEL : 058-326-1173

お問い合わせ marketing@alice.asahi-u.ac.jp