

20代は中古品の購入に抵抗が少なく、 売買頻度とフリマアプリ利用が他世代より多い結果に

- 中古品（リユース品）の売買に関する調査 -

URL: <http://research.rakuten.co.jp/report/20170824/>

楽天リサーチ株式会社（本社：東京都世田谷区、代表取締役社長：田村 篤司、以下「楽天リサーチ」）は、「中古品（リユース品）の売買に関する調査」をインターネットで実施しました。今回の調査は、2017年7月26日（水）から7月27日（木）の2日間、楽天リサーチに登録しているモニター（約230万人）の中から、全国の20代から60代の男女1,000人を対象に行いました。

■□ 調査結果概要 □■

■女性は男性に比べ、古着購入経験が約2倍。「フリマアプリ」利用者は20代がトップ

これまでに購入したことのある中古品について聞いたところ、「書籍・雑誌」（70.0%）が最も高く、「CD、DVD、レコードなど」（56.0%）、「ゲームソフト、ゲーム機器」（35.7%）、「ファッション小物（靴、かばん）」（26.5%）が続いた。中古品の衣類では、女性が「婦人服」を購入したことのある割合は50.4%、男性が「紳士服」を購入したことのある割合は27.5%となり、女性は男性に比べ、中古で服を購入したことのある割合が約2倍高いことがわかった。

中古品を購入する方法を聞いたところ、「【実店舗、リアル】 中古品取り扱い店舗（古着屋、古本屋など）」（67.9%）が最も高く、「【オンライン】 オークションサイト」（44.4%）、「【オンライン】 中古品通販サイト」（31.3%）が続いた。また、不要品を売る際の方法を聞いたところ、購入する方法と同じ順位となった。

年代別では、購入方法・販売方法のいずれも、40代、50代だと「【オンライン】オークションサイト」を利用する割合が他の年代と比べて高く、20代では「【オンライン】フリーマーケット（フリマ）アプリ」を利用する割合が他の年代と比べて高かった。

■中古品の購入について、全体では「抵抗がある」と感じる人が多数派に。一方で、若い世代は「抵抗がない」と感じる人が多い結果に

中古品を購入することに抵抗があるか聞いたところ、「抵抗がない（「あまりない」＋「全くない）」の合計が31.9%なのに対し、「抵抗がある（「とてもある」＋「少しある）」が46.3%と、「抵抗がある」が14.4ポイント上回った。

年代別では、「抵抗がない」と回答したのは20代が41.3%で最も高く、年代が上がるにつれ徐々に割合が低下し、60代が26.3%で最も低かった。若い世代のほうが、中古品の購入について「抵抗がない」と感じていることがわかった。

■不要品を売買する頻度について、20代は「3カ月に一回程度」。他の年代は「数年に一回程度」が最も高い結果に

不要品（中古品）を売買する頻度について聞いたところ、「数年に1回程度」（33.3%）が高く、「半年に1回程度」（17.5%）、「3カ月に1回程度」（14.5%）が続いた。30代から60代では「数年に1回程度」が最も高いのに対して、20代のみ、「3カ月に1回程度」が高く、他の年代と比較して売買する頻度が高いことが見受けられた。

■不要品（中古品）売買時の利用デバイスは、「PC」（68.0%）と「スマートフォン」（53.9%）がそれぞれ半数以上に。2015年5月に比べ「スマートフォン」利用は大幅に増加

不要品（中古品）を売買する際に「オンライン」を利用すると回答した方に、利用デバイスについて聞いたところ、「PC」（68.0%）と「スマートフォン」（53.9%）がそれぞれ半数を超えた。

2015年5月の同様の調査では、購入・販売いずれも「スマートフォン」を利用する人の割合は22%台であり、「スマートフォン」の利用者が大幅に増加したことがわかった。

■不要品を売る理由は年代によって差が出る結果に。50代～60代は「捨てるのがもったいないから」、20代は「お金を稼ぐことができるから」がそれぞれ第1位に

不要品を売る理由について聞いたところ、「捨てるのがもったいないから」（66.6%）が最も高く、「お金を稼ぐことができるから」（52.1%）、「家に置く場所がないから」（23.1%）が続いた。

年代が上がるにつれ「捨てるのがもったいないから」という回答が高くなる傾向が見られ、逆に年代が下がるにつれ「お金を稼ぐことができるから」という割合が高くなる傾向が見られた。不要品を売る理由について年代によって差がでる結果となった。

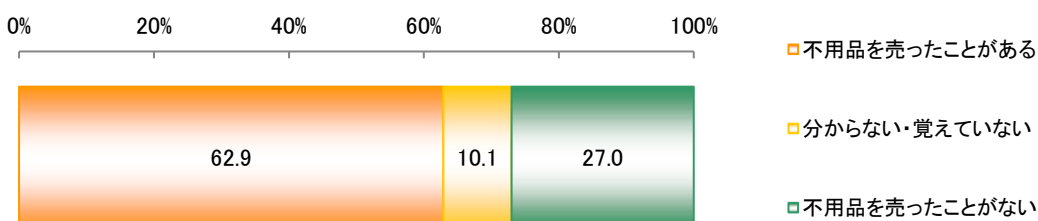
■ □ 調査結果 □ ■

■6割以上が不用品を売った経験あり。中でも30代の割合が高い結果に

これまで不用品を売ったことがあるかどうかを聞いたところ、半数を超える62.9%が「売ったことがある」と回答した。年代別では、不用品を売ったことがあるのは30代が72.1%で最も高く、60代が49.6%で最も低かった。男女間では大きな差は見られなかった。

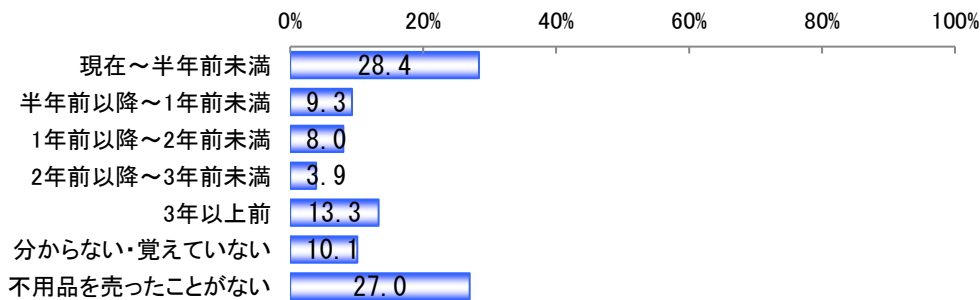
直近で不用品を売った時期については、「現在～半年前未満」（28.4%）が最も高い結果となった。

◇不用品を売ったことがある経験について（n=1,000） 単位：%



		n	不用品を売ったことがある	分からない・覚えていない	不用品を売ったことがない
全体		1000	62.9	10.1	27.0
性別	男性	500	61.0	12.0	27.0
	女性	500	64.8	8.2	27.0
年代	20代	155	69.0	8.4	22.6
	30代	190	72.1	11.1	16.8
	40代	236	62.7	12.3	25.0
	50代	191	64.9	8.9	26.2
	60代	228	49.6	9.2	41.2

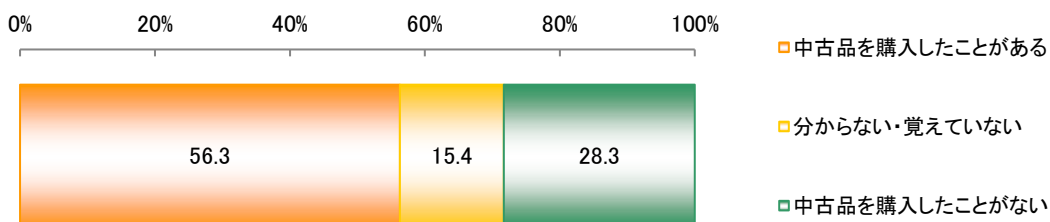
◇不用品を売った時期について (n=1,000) 単位：%



■半数以上が中古品の購入経験ありと回答。男性のほうが割合が高い結果に

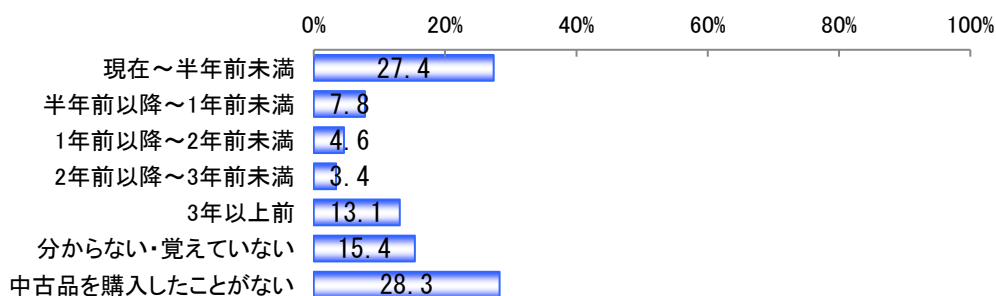
これまで中古品を購入したことがあるか聞いたところ、半数以上の 56.3%が「中古品を購入したことがある」と回答した。性別で見ると、男性のほうが女性と比べて 12.6 ポイント購入経験のある人の割合が高かった。また、年代別では、20代が 65.2%で最も高く、年代が上がるにつれて徐々に割合が低下し、60代が 44.3%で最も低かった。直近で中古品を購入した時期については、「現在～半年前未満」(27.4%)が最も高い結果となった。

◇中古品を購入したことがある経験について (n=1,000) 単位：%



		n	中古品を購入したことがある	分からない・覚えていない	中古品を購入したことがない
全体		1000	56.3	15.4	28.3
性別	男性	500	62.6	16.8	20.6
	女性	500	50.0	14.0	36.0
年代	20代	155	65.2	16.8	18.1
	30代	190	63.2	16.3	20.5
	40代	236	56.8	19.9	23.3
	50代	191	56.0	11.0	33.0
	60代	228	44.3	12.7	43.0

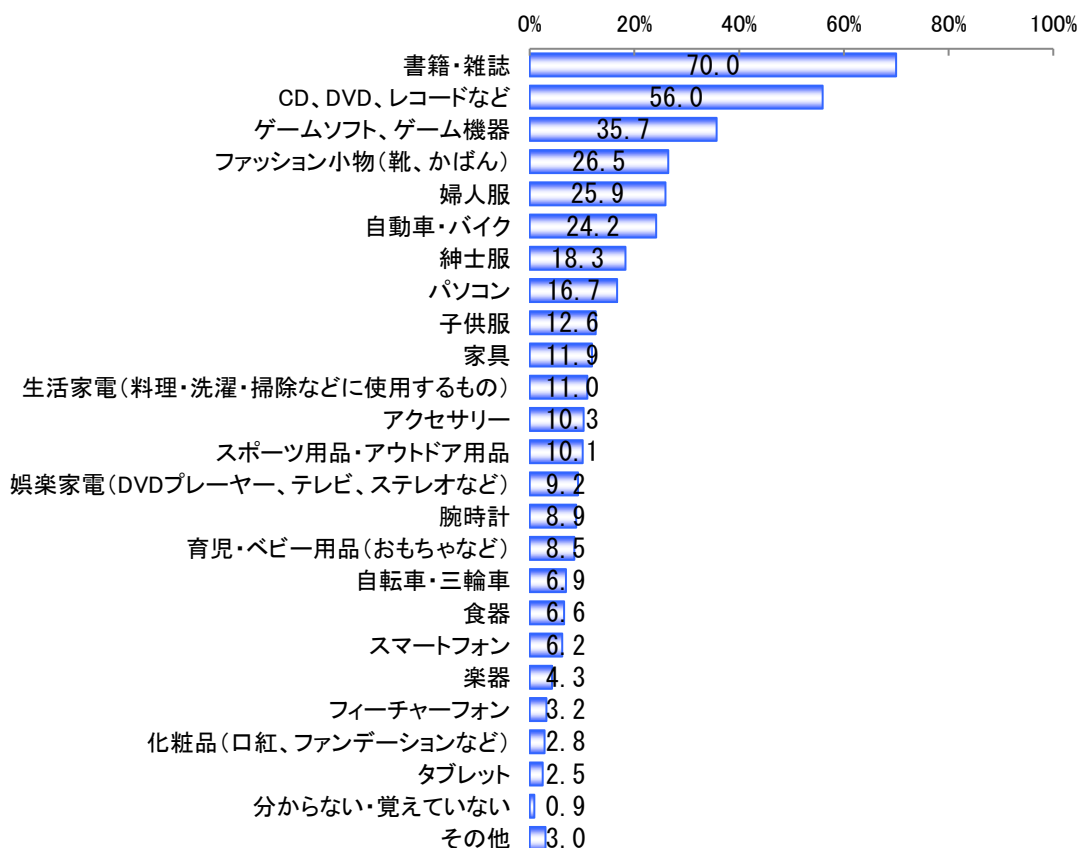
◇中古品を購入した時期について (n=1,000) 単位：%



■女性は男性に比べ、古着購入経験が約2倍。「フリマアプリ」利用者は20代がトップ

これまでに購入したことのある中古品について聞いたところ、「書籍・雑誌」(70.0%)が最も高く、「CD、DVD、レコードなど」(56.0%)、「ゲームソフト、ゲーム機器」(35.7%)、「ファッション小物(靴、かばん)」(26.5%)が続いた。中古品の衣類では、女性が「婦人服」を購入したことのある割合は50.4%、男性が「紳士服」を購入したことのある割合は27.5%となり、女性は男性に比べ、中古で服を購入したことのある割合が約2倍高いことがわかった。

◇これまでに購入したことのある中古品について (n = 563) 複数回答 単位：%



		n	婦人服	紳士服
全体		563	25.9	18.3
性別	男性	313	6.4	27.5
	女性	250	50.4	6.8

中古品を購入する方法を聞いたところ、「【実店舗、リアル】 中古品取り扱い店舗 (古着屋、古本屋など)」(67.9%) が最も高く、「【オンライン】 オークションサイト」(44.4%)、「【オンライン】 中古品通販サイト」(31.3%) が続いた。また、不要品を売る際の方法を聞いたところ、購入する方法と同じ順位となった。

年代別では、購入方法・販売方法のいずれも、40代、50代だと「【オンライン】 オークションサイト」を利用する割合が他の年代と比べて高く、20代では「【オンライン】フリーマーケット(フリマ)アプリ」を利用する割合が他の年代と比べて高かった。

◇中古品を購入する際の方法について (n=563) 複数選択 単位：%

		n	〔実店舗、リアル 中古品取り扱い店舗 (古着屋、 古本屋など)〕	〔オンライン オークションサイト〕	〔オンライン 中古品通販サイト〕	フリー マーケット (フリマ アプリ)	フリー マーケット	〔実店舗、リアル〕 知人 間で直接のやり取り	質屋 〔実店舗、リアル〕	競売 (オークション) 会場	〔その他〕 その他	〔不明〕 分からない、覚えていない
全体		563	67.9	44.4	31.3	16.3	15.8	10.5	4.6	2.7	2.5	2.3
性別	男性	313	64.5	51.1	35.8	11.2	11.5	11.8	4.5	3.5	2.2	2.6
	女性	250	72.0	36.0	25.6	22.8	21.2	8.8	4.8	1.6	2.8	2.0
年代	20代	101	68.3	26.7	36.6	30.7	13.9	13.9	3.0	6.9	1.0	5.9
	30代	120	69.2	43.3	20.8	20.0	15.8	10.0	4.2	0.8	1.7	3.3
	40代	134	68.7	51.5	36.6	14.2	13.4	14.9	4.5	3.0	2.2	0.0
	50代	107	63.6	51.4	37.4	12.1	12.1	5.6	7.5	2.8	2.8	1.9
	60代	101	69.3	46.5	24.8	5.0	24.8	6.9	4.0	0.0	5.0	1.0

◇不要品を売る際の方法について (n=629) 複数選択 単位：%

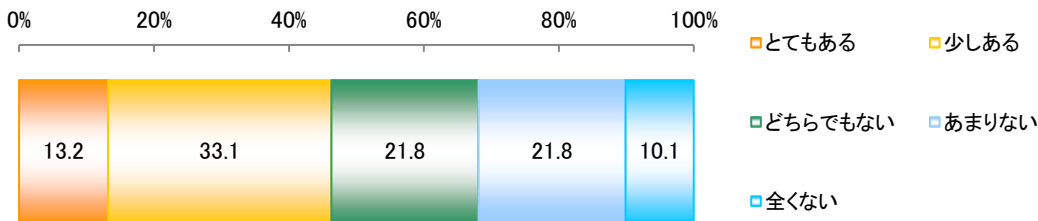
		n	〔実店舗、リアル 中古品取り扱い店舗 (古着屋、 古本屋など)〕	〔オンライン オークションサイト〕	〔オンライン 中古品通販サイト〕	フリー マーケット (フリマ アプリ)	フリー マーケット	〔実店舗、リアル〕 知人 間で直接のやり取り	質屋 〔実店舗、リアル〕	競売 (オークション) 会場	〔その他〕 その他	〔不明〕 分からない、覚えていない
全体		629	69.3	30.0	16.5	15.1	7.5	7.5	5.4	1.6	3.8	3.2
性別	男性	305	69.5	38.0	18.4	9.8	4.3	9.5	5.6	3.0	3.6	3.0
	女性	324	69.1	22.5	14.8	20.1	10.5	5.6	5.2	0.3	4.0	3.4
年代	20代	107	69.2	24.3	23.4	35.5	7.5	14.0	7.5	2.8	0.9	2.8
	30代	137	65.7	27.7	19.7	21.9	9.5	6.6	5.1	2.9	3.6	3.6
	40代	148	71.6	40.5	12.2	7.4	5.4	7.4	4.7	0.7	4.1	2.0
	50代	124	66.1	33.1	13.7	8.9	4.0	4.0	5.6	0.8	4.0	4.8
	60代	113	74.3	21.2	15.0	4.4	11.5	6.2	4.4	0.9	6.2	2.7

■中古品の購入について、全体では「抵抗がある」と感じる人が多数派に。一方で、若い世代は「抵抗がない」と感じる人が多い結果に

中古品を購入することに抵抗があるか聞いたところ、「抵抗がない(「あまりない」+「全くない)」の合計が31.9%なのに対し、「抵抗がある(「とてもある」+「少しある)」が46.3%と、「抵抗がある」が14.4ポイント上回った。

年代別では、「抵抗がない」と回答したのは20代が41.3%で最も高く、年代が上がるにつれ徐々に割合が低下し、60代が26.3%で最も低かった。若い世代のほうが、中古品の購入について「抵抗がない」と感じていることがわかった。

◇中古品を購入することへの抵抗について (n=1,000) 単位：%

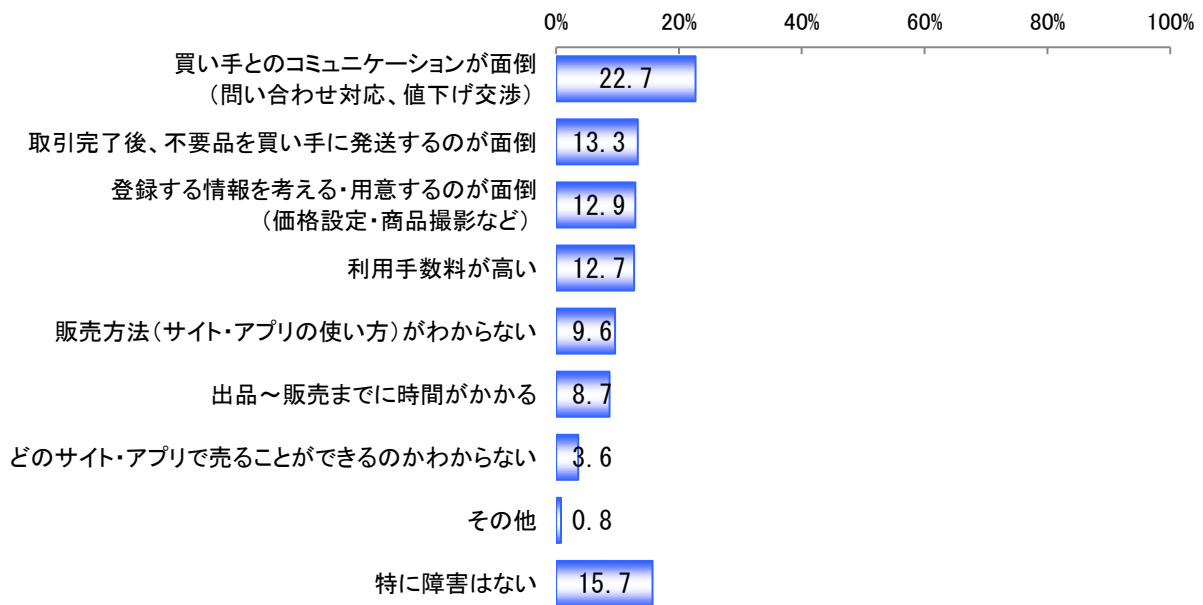


		n	とてもある	少しある	どちらでもない	あまりない	全くない	抵抗がある合計	抵抗がない合計
全体		1000	13.2	33.1	21.8	21.8	10.1	46.3	31.9
性別	男性	500	10.4	30.0	23.8	25.2	10.6	40.4	35.8
	女性	500	16.0	36.2	19.8	18.4	9.6	52.2	28.0
年代	20代	155	12.3	26.5	20.0	29.7	11.6	38.7	41.3
	30代	190	12.1	36.3	15.8	19.5	16.3	48.4	35.8
	40代	236	13.6	32.6	24.2	22.5	7.2	46.2	29.7
	50代	191	13.1	34.0	23.0	20.9	8.9	47.1	29.8
	60代	228	14.5	34.6	24.6	18.4	7.9	49.1	26.3

■オンラインでは「買い手とのコミュニケーションが面倒」、実店舗やフリーマーケットでは「実店舗やフリーマーケット開催場所に売りたい不要品を持っていくのが面倒」が不要品を売る際に最も障害となる理由に

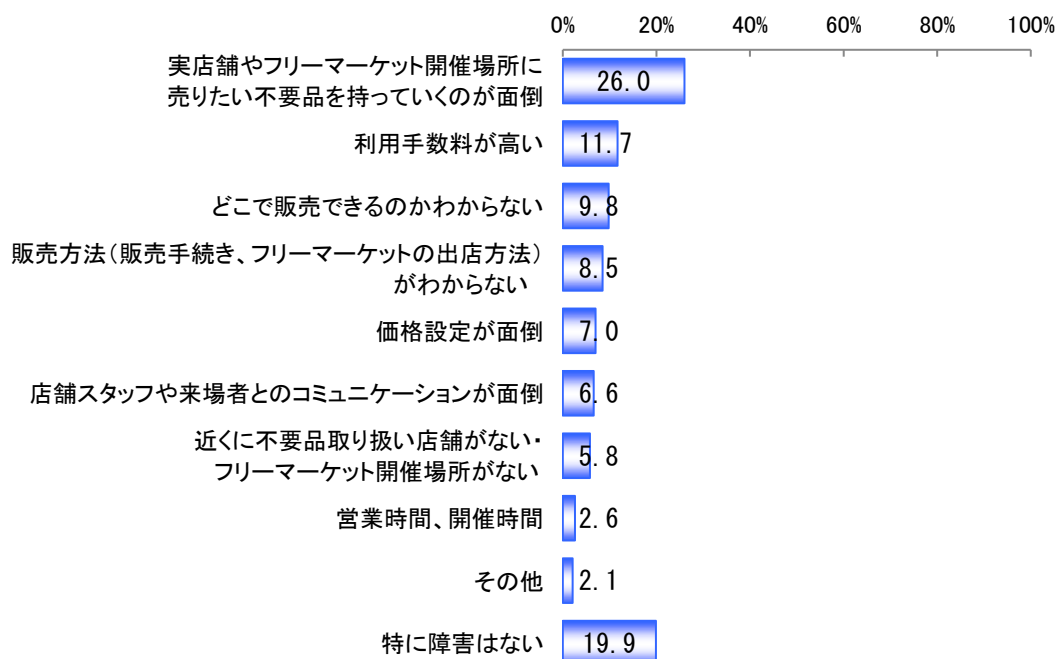
オンラインで不要品を売るにあたり、最も障害となる項目について聞いたところ、「買い手とのコミュニケーションが面倒（問い合わせ対応、値下げ交渉）」(22.7%)が最も高く、「取引完了後、不要品を買い手に発送するのが面倒」(13.3%)、「登録する情報を考える・用意するのが面倒（価格設定・商品撮影など）」(12.9%)が続いた。

◇オンラインで不要品を売るにあたり最も障害となるものについて (n=1,000) 単位：%



実店舗やフリーマーケットで不要品を売るにあたり最も障害となる項目について聞いたところ、「実店舗やフリーマーケット開催場所に売りたい不要品を持っていくのが面倒」(26.0%)が最も高く、「利用手数料が高い」(11.7%)、「どこで販売できるかわからない」(9.8%)が続いた。

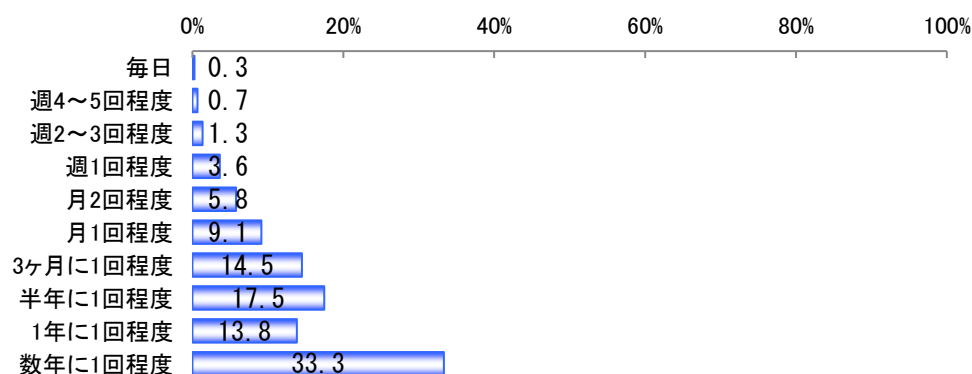
◇実店舗やフリーマーケット不要品を売るにあたり最も障害となるものについて (n=1,000) 単位：%



■不要品を売買する頻度について、20代は「3カ月に1回程度」。他の年代は「数年に1回程度」が最も高い結果に

不要品（中古品）を売買する頻度について聞いたところ、「数年に1回程度」（33.3%）が高く、「半年に1回程度」（17.5%）、「3カ月に1回程度」（14.5%）が続いた。30代から60代では「数年に1回程度」が最も高いのに対して、20代のみ、「3カ月に1回程度」が高く、他の年代と比較して売買する頻度が高いことが見受けられた。

◇不要品（中古品）を売買する頻度について（n=744） 単位：%



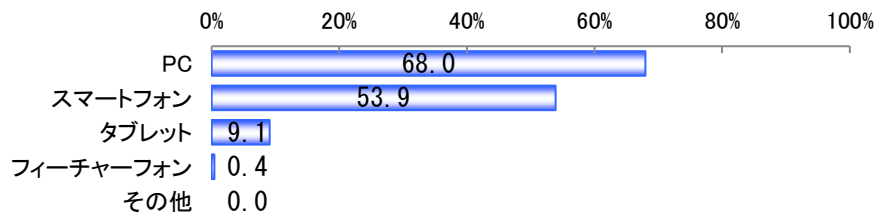
		n	毎日	週4 ~ 5 回 程度	週2 ~ 3 回 程度	週1 回 程度	月2 回 程度	月1 回 程度	3 ヶ 月 に 1 回 程 度	半 年 に 1 回 程 度	1 年 に 1 回 程 度	数 年 に 1 回 程 度
全体		744	0.3	0.7	1.3	3.6	5.8	9.1	14.5	17.5	13.8	33.3
性別	男性	377	0.5	0.8	1.6	2.1	5.6	9.3	15.4	18.0	14.6	32.1
	女性	367	0.0	0.5	1.1	5.2	6.0	9.0	13.6	16.9	13.1	34.6
年代	20代	122	1.6	2.5	0.8	5.7	5.7	12.3	23.0	14.8	14.8	18.9
	30代	152	0.0	0.0	0.7	3.3	7.9	11.8	15.8	13.8	17.1	29.6
	40代	177	0.0	0.6	1.7	3.4	7.3	8.5	15.3	15.8	14.7	32.8
	50代	147	0.0	0.7	2.0	3.4	4.1	8.2	10.9	21.8	10.9	38.1
	60代	146	0.0	0.0	1.4	2.7	3.4	5.5	8.9	21.2	11.6	45.2

■不要品（中古品）売買時の利用デバイスは、「PC」（68.0%）と「スマートフォン」（53.9%）がそれぞれ半数以上に。2015年5月に比べ「スマートフォン」利用は大幅に増加

不要品（中古品）を売買する際に「オンライン」を利用すると回答した方に、利用デバイスについて聞いたところ、「PC」（68.0%）と「スマートフォン」（53.9%）がそれぞれ半数を超えた。

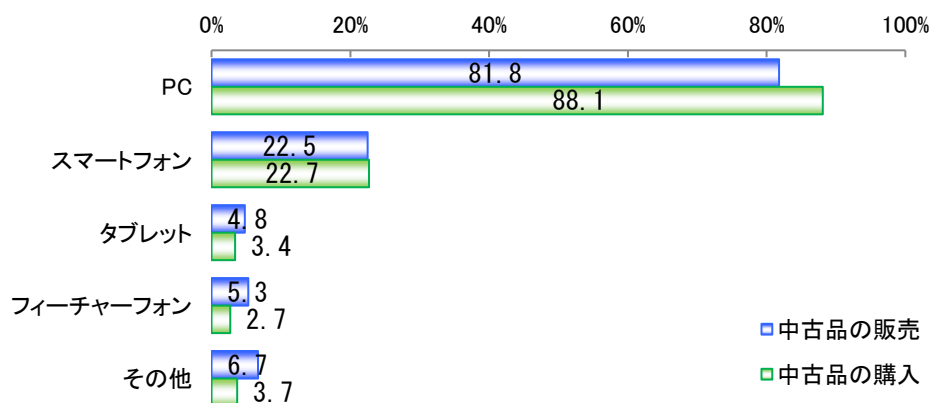
2015年5月の同様の調査では、購入・販売いずれも「スマートフォン」を利用する人の割合は22%台であり、「スマートフォン」の利用者が大幅に増加したことがわかった。

◇オンラインで不要品（中古品）を売買する際に利用するデバイスについて（n=462）複数選択 単位：%



		n	PC	スマートフォン	タブレット	フィーチャーフォン	その他
全体		462	68.0	53.9	9.1	0.4	0.0
性別	男性	253	79.8	44.7	10.7	0.4	0.0
	女性	209	53.6	65.1	7.2	0.5	0.0
年代	20代	82	41.5	89.0	7.3	0.0	0.0
	30代	101	57.4	65.3	5.0	2.0	0.0
	40代	121	74.4	50.4	14.9	0.0	0.0
	50代	90	81.1	38.9	11.1	0.0	0.0
	60代	68	86.8	20.6	4.4	0.0	0.0

◇2015年度実施時の結果

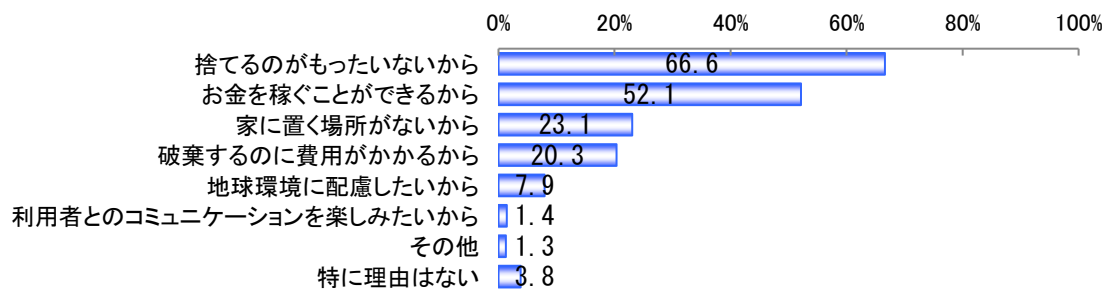


■不要品を売る理由は年代によって差が出る結果に。50代～60代は「捨てるのがもったいないから」、20代は「お金を稼ぐことができるから」がそれぞれ第1位に

不要品を売る理由について聞いたところ、「捨てるのがもったいないから」（66.6%）が最も高く、「お金を稼ぐことができるから」（52.1%）、「家に置く場所がないから」（23.1%）が続いた。

年代が上がるにつれ「捨てるのがもったいないから」という回答が高くなる傾向が見られ、逆に年代が下がるにつれ「お金を稼ぐことができるから」という割合が高くなる傾向が見られた。不要品を売る理由について年代によって差がでる結果となった。

◇不要品を売る理由について (n=629) 複数選択 単位：%



	n	捨てるのがもったいないから	お金を稼ぐことができるから	家に置く場所がないから	破棄するのに費用がかかるから	地球環境に配慮したいから	利用者とのコミュニケーションを楽しみたいから	その他	特に理由はない
全体	629	66.6	52.1	23.1	20.3	7.9	1.4	1.3	3.8
性別									
男性	305	60.3	54.1	19.3	19.7	8.2	1.3	1.0	4.6
女性	324	72.5	50.3	26.5	21.0	7.7	1.5	1.5	3.1
年代									
20代	107	50.5	70.1	24.3	25.2	9.3	3.7	0.0	1.9
30代	137	64.2	54.7	20.4	15.3	5.8	0.7	2.2	4.4
40代	148	70.9	55.4	23.0	23.0	6.8	0.7	0.7	2.0
50代	124	72.6	46.0	27.4	22.6	8.9	0.8	1.6	3.2
60代	113	72.6	34.5	20.4	15.9	9.7	1.8	1.8	8.0

【調査概要】

調査エリア : 全国
 調査対象者 : 20歳～69歳 男女
 回収サンプル数 : 1,000 サンプル
 調査期間 : 2017年7月26日から7月27日
 調査実施機関 : 楽天リサーチ株式会社

以上