

報道関係各位

2024年9月11日
株式会社クロス・マーケティング

リユース品購入のメリットは「手に入りやすい価格」 不安要素は「商品の状態」と「実物の確認」

－リユース品・中古品に関する調査（2024年）－

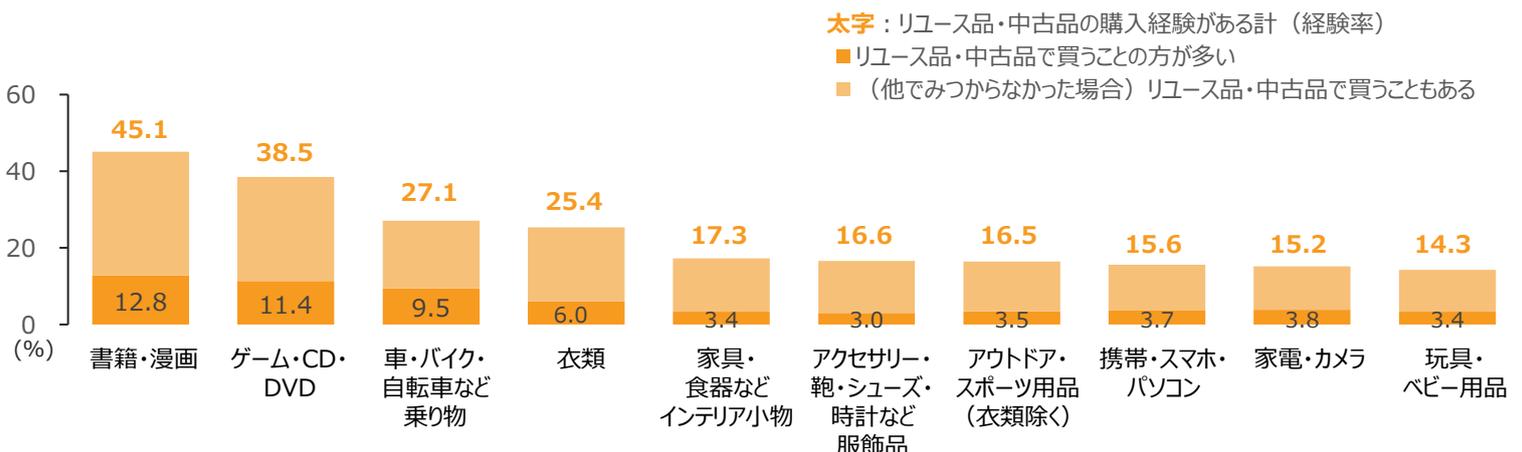
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「リユース品・中古品に関する調査（2024年）」を実施しました。リユースビジネスが注目される中、リユース品や中古品はどのようなものが購入されているのでしょうか。今回は、リユース品・中古品の購入経験、購入シーン・メリット、気になること、企業による自社商品のリユース品・中古品の販売に対する意見などについて聴取しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240911reuse/>

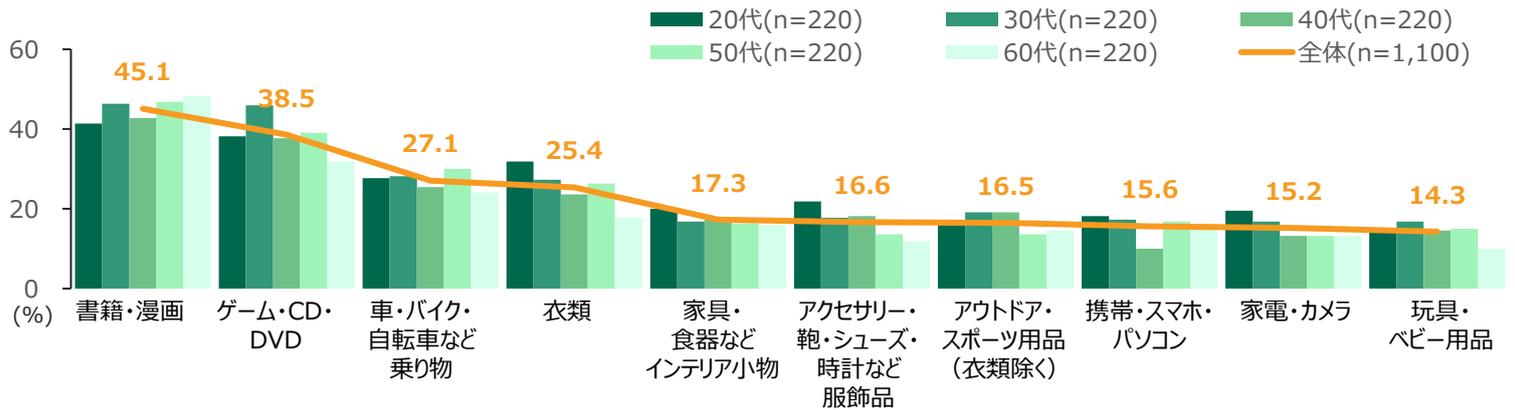
■ 調査結果

- ✓ **リユース品・中古品の購入経験率は、「書籍・漫画」が45.1%でトップ。次いで「ゲーム・CD・DVD」。**
「リユース品・中古品で買うことの方が多い」でも上位は同じ項目があがる。年代別でみると、20代で「衣類」「アクセサリー・鞆・シューズ・時計など服飾品」、30代で「ゲーム・CD・DVD」の購入経験率が高い。＜図1・図2＞
- ✓ **購入シーン・メリットは「手に入りやすい価格の商品が多い」が約半数で最多。「実際に見て商品の状態が良かったら買う」「探していた商品がリユース品にしかない時に買う」が3割台で続く。**
女性30代では、「手に入りやすい価格の商品が多い」「探していた商品がリユース品にしかない時に買う」が他の年代と比べ高く、リユース品・中古品のメリットを感じている様子。＜図3＞
- ✓ **リユース品・中古品で気になることは「ネットでみると状態がよくわからない」が3割。**
「もともとは誰が使っていたのかが気になる」「本物かどうか心配」「商品がクリーニングされているかどうか気になる」が続き、商品の状態を気にする項目が上位。＜図4＞
- ✓ **企業による自社商品のリユース品・中古品の販売に対しては「いまの時流にあった、よい活動だと思う」「新品で買うよりもお得なので、利用してみたい」「自分の好きなブランドや商品であれば、利用するかもしれない」がTOP3。**
＜図5＞
- ✓ **購入して良かった点として、憧れのブランドや生産終了品が手頃な価格で入手できることや、ベビー用品など使用期間が短いアイテムを安く購入し再販できることなどがあげられた。**＜図6＞

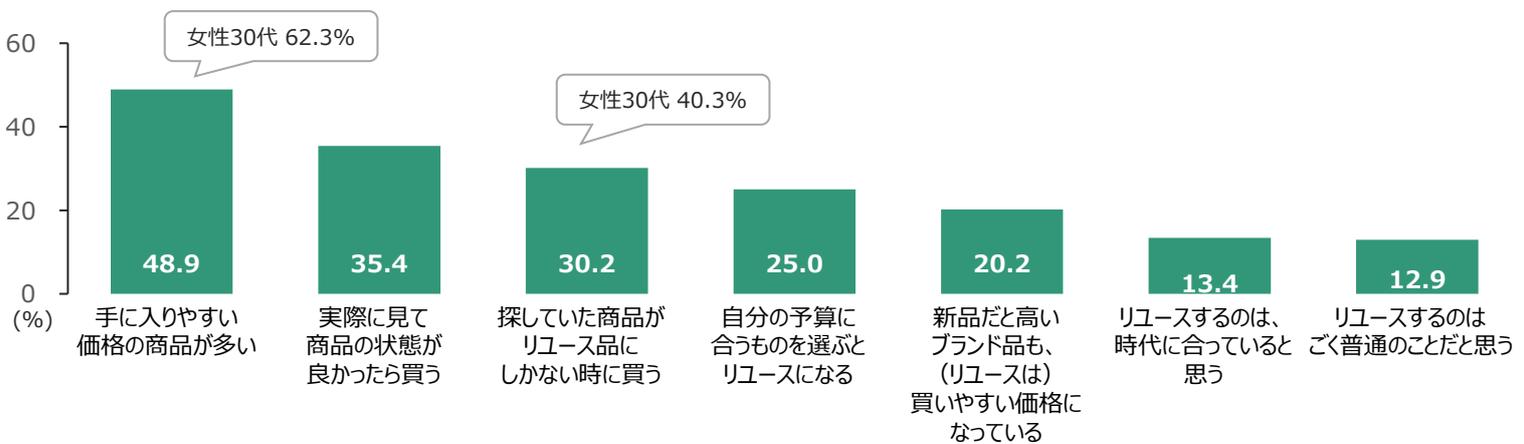
＜図1＞ リユース品・中古品の購入状況（各項目単一回答：n=1,100）



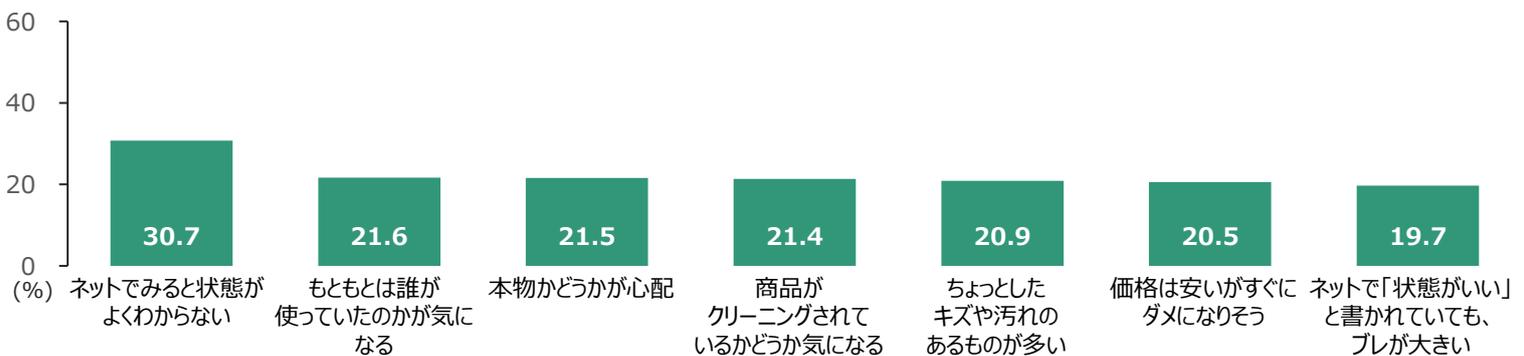
<図2> リユース品・中古品の購入経験率／年代別 (単一回答)



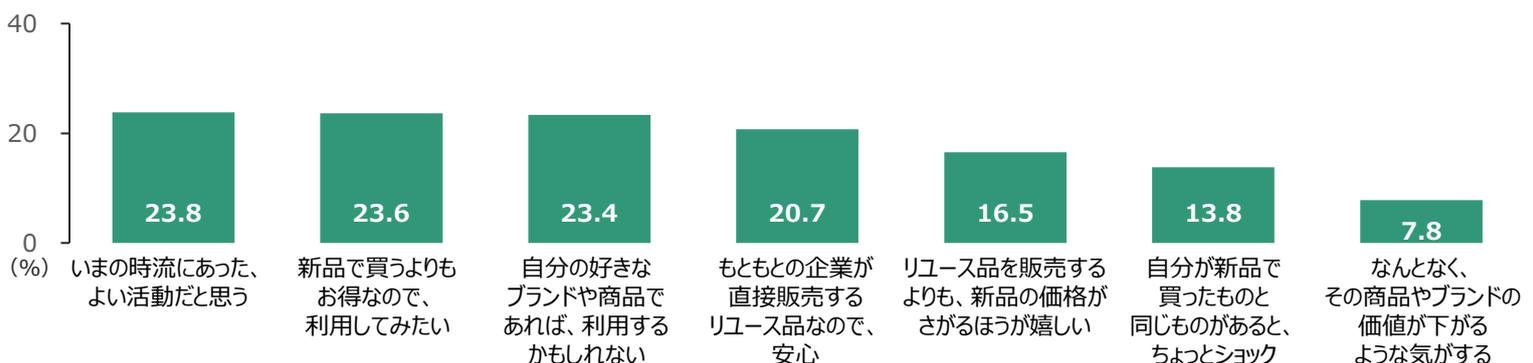
<図3> リユース品・中古品の購入シーン・メリット TOP7 (複数回答：リユース品・中古品購入経験者ベース n=703)



<図4> リユース品・中古品で気になること TOP7 (複数回答：n=1,100)



<図5> 企業が自社商品のリユース品・中古品を販売することについて (複数回答：n=1,100)



<図6> リユース品・中古品で購入して良かったと思うこと（自由回答抜粋：リユース品・中古品購入経験者ベース n=703）

- ・絶対に買えないと思っていた憧れブランドが手頃を買えて嬉しかった。（女性40代）
- ・懐かしい物が手に入りやすい。（男性40代）
- ・もう販売されていない物が手に入ったので良かった。（女性30代）
- ・ベビー用品など使う時期が短いものは、リユースで安く購入し、また売りに出しても売れるのが良いと思った。（女性30代）
- ・もう生産終了されているものをリユース品で見つけた。（女性40代）
- ・古着屋さんによく行く。新品より味があるものや、レトロなものやビンテージものを探せるワクワクがあるのが良い。（女性20代）
- ・レア物、限定物は中古でしか手に入らない場合が多いので、未使用品が手に入ると嬉しい。（男性60代）

■調査項目

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 属性設問 | <input type="checkbox"/> リユース品・中古品で気になること |
| <input type="checkbox"/> リユース品・中古品の購入状況 | <input type="checkbox"/> 企業が自社商品のリユース品・中古品を販売することに対する意見 |
| <input type="checkbox"/> リユース品・中古品の購入シーン・メリット | <input type="checkbox"/> リユース品・中古品で購入して良かったと思うこと |

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240911reuse/>

■調査概要

- 調査手法：インターネットリサーチ（クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用）
- 調査地域：全国47都道府県
- 調査対象：20～69歳の男女
- 調査期間：2024年9月6日（金）～9月8日（日）
- 有効回答数：本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

- 会社名：株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
- 所在地：東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
- 設立：2003年4月1日
- 代表者：代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
- 事業内容：マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当：マーケティング部 TEL：03-6859-1192 FAX：03-6859-2275
E-mail：pr-cm@cross-m.co.jp

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
〈例〉「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」