

＜全国20～40代女性400名に聞いた、ブランド品の買取に関する調査結果＞

ブランド品を売るきっかけはお金が必要になったからではなく

“もったいないから”というモノの有効活用が多数

## **サステイナブルな取り組みに貢献できるなら ブランド品を売りたいと思う女性は約6割**

日本最大級のリユースデパートを展開する株式会社コメ兵(以下「KOMEHYO」)は、ブランド品の買取に関する意識と実態を探ることを目的に、2020年3月27日、全国の20代から40代の女性400名を対象に調査を行いました。

今回の調査によって、20～40代女性の2人に1人は、お金が必要になったからブランド品を売っているのではなく、“捨てる・そのままにしているのはもったいない”という、サステイナブルな社会づくりに貢献するためにブランド品を売っていることなどが明らかになりました。

### ＜調査結果サマリー＞

- ✓ ブランド品を売ったきっかけは、「捨てるのはもったいなかった」「不要なものをそのままにしているのはもったいなかった」が上位を占め、「お金が必要になった」を3倍も上回る結果に。
- ✓ ブランド品を売ることでサステイナブルな取り組みに貢献できるとすれば、ブランド品を売りたいと思う女性は**約6割**。  
特に、サステイナブルな取り組みに関心がある女性の**8割超**が売りたいと回答。
- ✓ ブランド品を売ったことがある女性の方が、売ったことがない女性と比較して**寄付経験があり、サステイナブルな取り組みへの関心度が高い**ことが明らかに。
- ✓ **2人に1人の20～40代女性がサステイナブルな取り組みに関心**があり、子供を持つ女性のほうがその傾向が高い結果に。



#### 【監修者】

ニッセイ基礎研究所 生活研究部 主任研究員

**久我 尚子 (くが なおこ)**

研究・専門分野は、消費者行動、心理統計、保険・金融マーケティング。

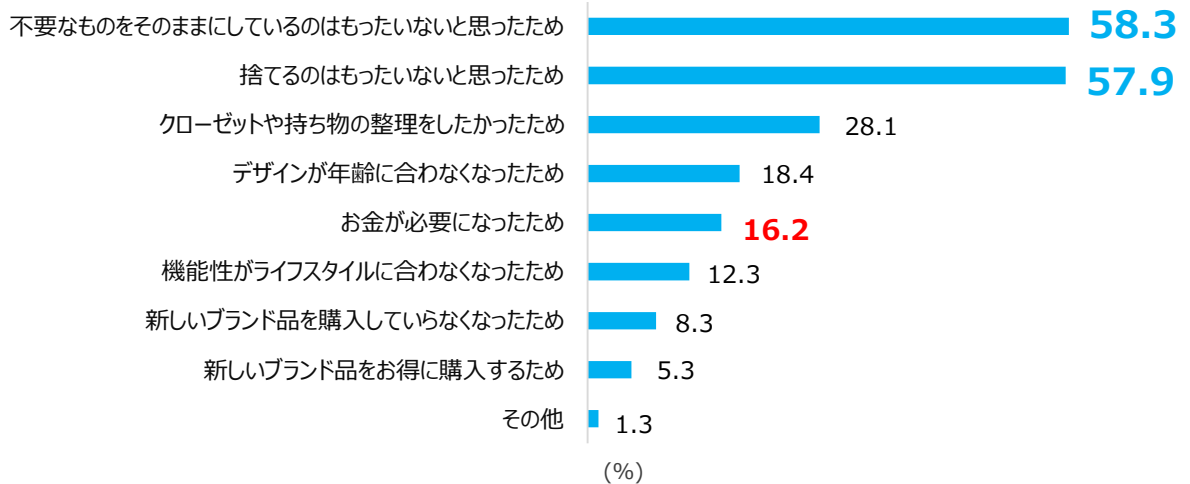
#### 【本調査結果に関するコメント】

調査結果を見て、ブランド品を持つ女性は経済的に余裕があるために、サステイナブルなことへ取り組む余裕もあるのではないかと思う方もいるでしょう。確かに企業でも個人でも、経済的に余裕がある方が、環境問題など直接的には利益につながりにくいことにも積極的な傾向があるかもしれませんが。一方で今、サステイナブルな取り組みに興味のある方は増えているのではないのでしょうか。日本では猛暑日や台風などの異常気象が増え、地球温暖化などの環境変化を肌で感じやすくなっています。今年7月からはレジ袋有料化が始まる予定で、脱プラスチックへ向けた動きも身近になりました。サステイナブルな取り組みをしてみたいけれど、何をすれば良いかわからない、そんな方が多いのではないのでしょうか。調査では、約6割の女性が「サステイナブルな取り組みに貢献できるならブランド品を売りたい」と回答していました。また、子供のいる女性でサステイナブルな取り組みへの関心が高い傾向もありました。ブランドバッグを売ることは、廃棄されるバッグを減らし、モノを活用し続けることにつながるため、次世代のためのサステイナブルな社会づくりにつながるのではないのでしょうか。自宅を過ごす時間が長い今、クローゼットの中を見直してみてもいいかもしれません。

● **ブランド品を売ったきっかけは、「捨てるのはもったいないと思った」「不要なものをそのままにしているのはもったいないと思った」が上位を占め、「お金が必要になった」を3倍も上回る結果に。**

20~40代の女性がブランド品を売る理由はクローゼットを整理するためでしょうか、もしくは生活資金や臨時収入を得るためでしょうか。今回ブランド品を売る理由について、過去にブランド品を売ったことがある女性へそのきっかけをヒアリングしました。結果、「不要なものをそのままにしているのはもったいないと思ったため」が58.3%、「捨てるのはもったいないと思ったため」が57.9%で半数を占め、「お金が必要になったため」（16.2%）を3倍も上回る結果となりました。“もったいない”という気持ちが動機となり、有効に活用してくれる方へ売りたいという女性が多く、サステナブルを意識した動機が半数以上であることが明らかになりました。

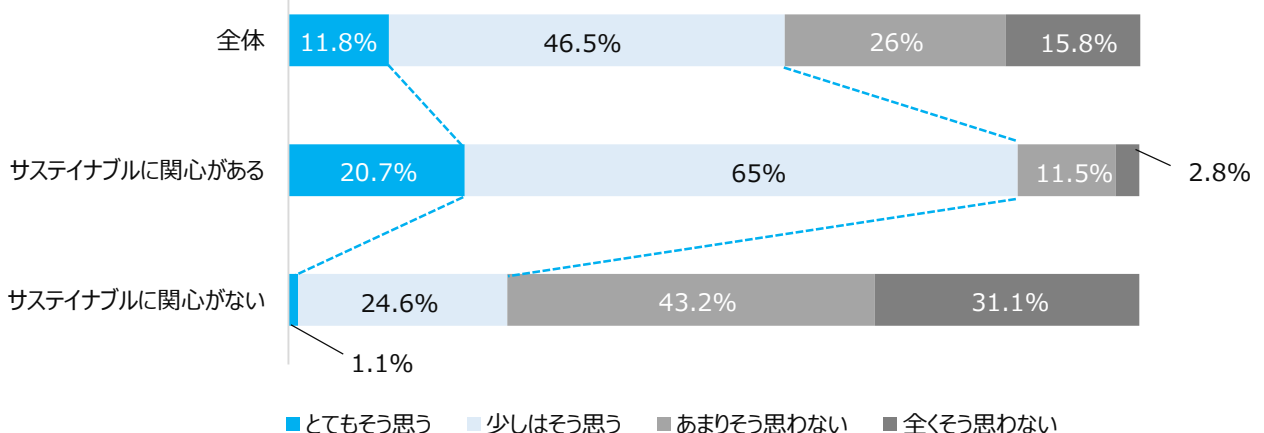
Q. **ブランド品を売ったことがある/売ろうとしたことがあると答えた方にお聞きます。あなたがブランド品を売った/売ろうとしたきっかけはなんですか。当てはまるものを全てお選びください。【n=228】（複数回答）**



● **ブランド品を売ることでサステナブルな取り組みに貢献できるとすれば、ブランド品を売りたいと思う女性は約6割。特に、サステナブルな取り組みに関心がある女性の8割超が売りたいと回答。**

次に、全員へ、ブランド品を売ることでサステナブルな取り組みに貢献できるとすればブランド品を売りたいと思うかヒアリングをしたところ、「とてもそう思う」が11.8%、「そう思う」が46.5%で、合計58.3%の女性が売りたいと回答しました。特に、サステナブルに関心がある女性はそうでない女性と比較し60pt多い結果となり、サステナブルな取り組みの一つとしてブランド品を売ることへの意欲が高いことが明らかとなりました。

Q. **あなたはお持ちのブランド品を売ることでサステナブルな取り組みに貢献できるとすれば、ブランド品を売りたいと思いますか？【n=400】（単一回答）**

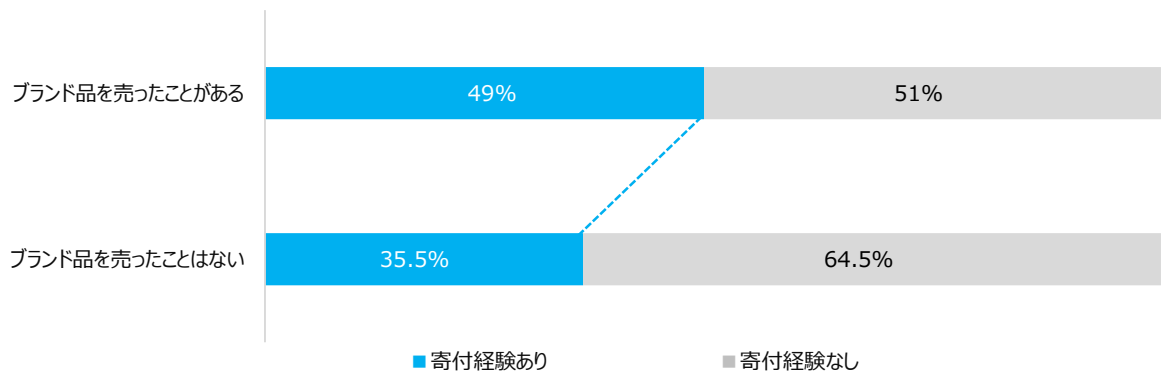


2020年5月12日  
株式会社コメ兵

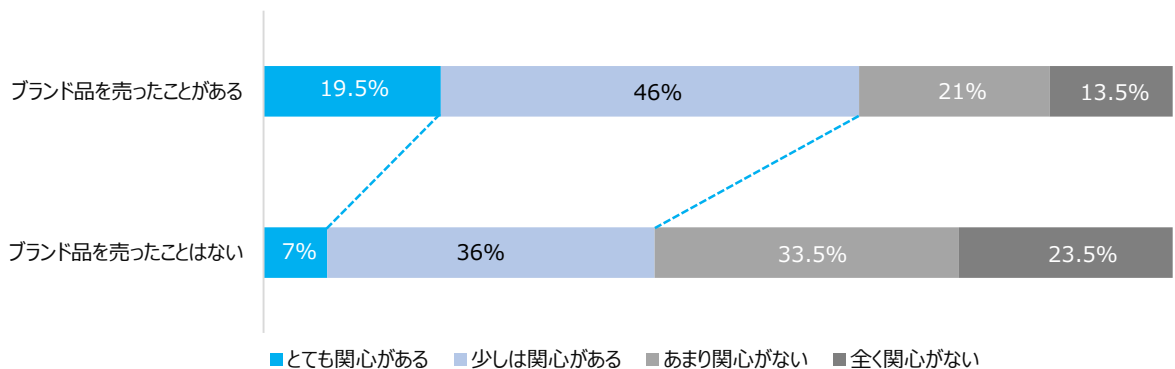
● **ブランド品を売ったことがある女性の方が、売ったことがない女性と比較して寄付経験があり、サステイナブルな取り組みへの関心度が高いことが明らかに。**

また、ブランド品を売ったことがある女性とない女性を比較した際、売ったことがある女性のほうが過去に寄付をした経験が13.5pt高く、サステイナブルな取り組みへの関心が22.5pt高いことが判明しました。この結果によって、ブランド品を売ったことがある女性のほうが、寄付などのサステイナブルな取り組みに関心があることがわかりました。

Q. あなたは寄付をした経験がありますか。【n=400】（単一回答）



Q. あなたはサステイナブルな取り組みに関心がありますか。【n=400】（単一回答）

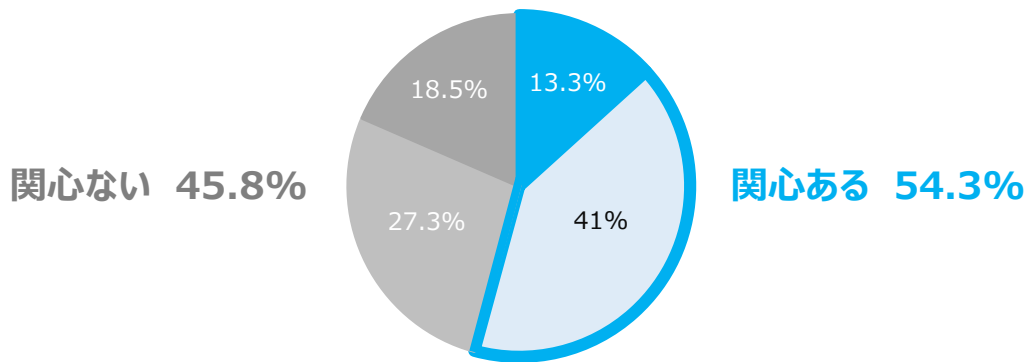


2020年5月12日  
株式会社コメ兵

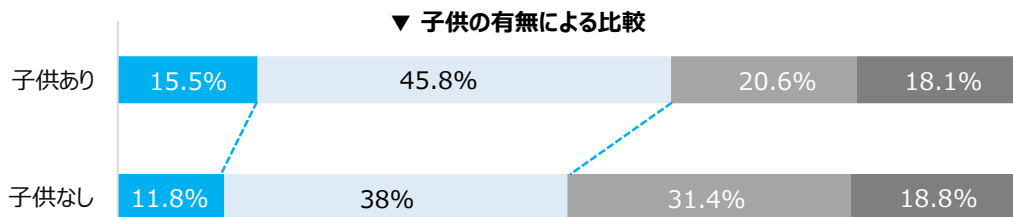
● **2人に1人の20~40代女性がサステイナブルな取り組みに関心があり、子供を持つ女性のほうがその傾向が高い結果に。**

近年、サステイナブルは益々注目を集めていますが、実際はどのくらいの女性に関心を持っているのでしょうか。20~40代女性にヒアリングを行ったところ、2人に1人の女性に関心があり（とても関心がある 13.3% + 少しは関心がある 41% = 関心ある 54.3%）、その傾向は子供を持つ女性のほうが子供のいない女性と比べて11.5pt高いことがわかりました。

Q. あなたはサステイナブルな取り組みに関心がありますか。【n=400】（単一回答）



■ とても関心がある ■ 少しは関心がある ■ あまり関心がない ■ 全く関心がない



■ とても関心がある ■ 少しは関心がある ■ あまり関心がない ■ 全く関心がない

【調査概要】

調査名 : ブランド商品の買取に関する調査

実施時期 : 2020年3月27日

調査手法 : インターネット調査

調査対象 : 全国に住む20~40代ブランド品を売ったことがある/ない各200名計女性400名（年代均等割付）

※本調査では小数点第1位で四捨五入しているため、足し上げても合計数値が100%とならない場合がございます。

■ 監修者 : 久我 尚子 (くが なおこ) / ニッセイ基礎研究所 生活研究部 主任研究員

2001年早稲田大学大学院理工学研究科修了。

NTTドコモを経て、2010年よりニッセイ基礎研究所。

専門は消費者行動。内閣府や総務省の統計関連の委員をつとめる。

著書に「若者は本当にお金がないのか? 統計データが語る意外な真実」(2014、光文社新書)など。

統計を使って暮らしを読み解くことが得意。

## 家にいながらブランド品の査定&買取が可能！KOMEHYOの買取サービス

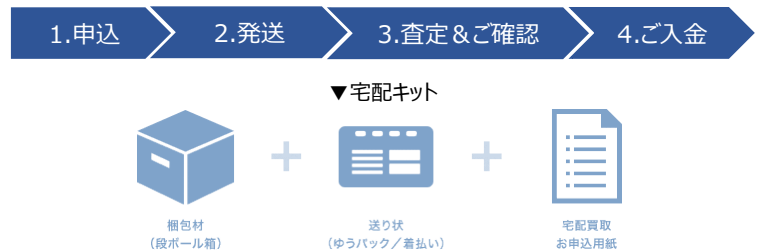
### ■【LINEで査定】撮って送るだけで査定完了

不要になったブランド品の写真をスマホでとり、簡単な情報を記入して送るだけで、鑑定士が査定し買取価格の目安を提示します。



### ■【宅配買取】おうちにいながら買取！自宅で詰めて発送するだけ

自宅にあるブランド品を詰めて発送するだけの、来店不要なサービスです。送料無料、梱包材も無料です。※一部買取ができない商品がございますので事前にLINEで査定をおすすめ致します。



### ■【KANTE (カンテ)】ブランド品に特化したフリマアプリ



ブランド品に特化した鑑定サービス付帯のフリマアプリ。  
スマホ1つで簡単にお取引が可能です。  
KANTEだけのオリジナルな「KOMEHYOカンテイ」システムの導入をはじめ、安心の売買決済システムや万全なカスタマーサポート体制により、購入者様、出品者様どちらにも安心・安全にお取引頂くことが可能です。

### ■株式会社コメ兵 会社概要

会社名 : 株式会社コメ兵  
代表者 : 代表取締役社長 石原 卓児  
本社所在地 : 愛知県名古屋市中区大須3丁目25番31号  
設立年月 : 1979年(昭和54年)5月  
資本金 : 1,803百万円  
U R L : <https://www.komehyo.co.jp/>

事業内容 : コメ兵は「リユーステック(テクノロジーの活用によって、便利に安心して利用できる健全なリユース市場を創造し、モノのシェアによる持続可能な社会を実現するためのソリューション)」によって、生活者にとってのリユースをより身近に、便利で、安心できるものに進化させることで、リユース市場の価値向上を実現する取り組みを進めております。

コメ兵で取り扱うリユース品は、主に自社で運営する「買取センター」にて一般のお客様からお持ち込みいただいた品物を、専門の鑑定士が査定し仕入れた品物です。また遠方のお客様には宅配を利用した買取仕入も行っております。

これらを商品として展示・販売するまでに品質チェック及びメンテナンス等を十分に行い「確かな商品をお値打ちに販売する」体制を整えています。また品揃えの充実・割安感の演出を目的とした新品商品も販売しております。

さらにオムニチャネルを活用した「お取り寄せサービス」など、リアル店舗とWebを融合したより便利で安心なお買い物体験を提供しております。