

2022 月 11 月 9 日

株式会社デファクトスタンダード

ブランディア、グローバルリコマー্স世界ヒットランキング 2022 を発表 ラグジュアリーブランドの二次流通は世界的に一般化し、拡大傾向

BEENOS 株式会社(東証プライム 3328)の連結子会社で、株式会社デファクトスタンダード(本社:東京都大田区、代表取締役社長:仙頭健一、以下「デファクトスタンダード」)が運営しプレラブド(Preloved=大切に使用された)なアイテムをサステナブルな循環につなげる国内最大級の買取・販売サービス「ブランディア(<https://brandear.jp/>)」は、「BEENOS グローバルリコマー্স世界ヒットランキング 2022」を発表いたしました。



◆日本の先進的なリユース文化を世界に発信！ブランディアのグローバル展開

ブランディアでは、日本のリユース文化を世界に発信し、グローバルな価値循環を生み出すべく、2020年から海外展開を本格化し、現在までに海外販売比率45.8%を達成しています。

このたび、ブランディアでは「グローバルリコマー্স世界ヒットランキング 2022」と題し、海外のお客様へ直接販売することによって得たブランディア独自のグローバルデータから、エリア別の人気ブランド品や2022年の変化について発表いたしました。

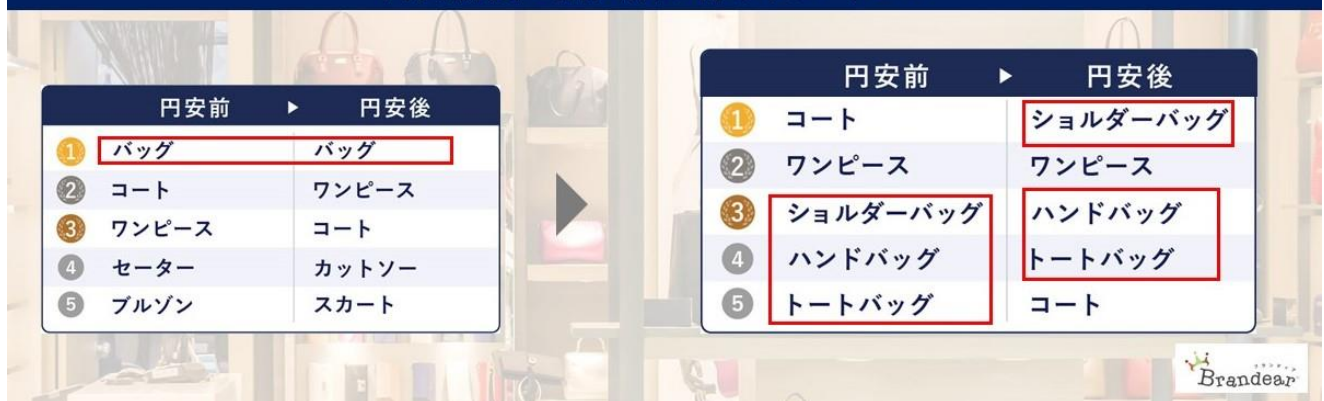
今回のランキングからは、ラグジュアリーブランドの二次流通市場が世界的に拡大している傾向や円安の影響などが見えてきました。ブランディアでは、独自のグローバルデータ活用により、より高需要の地域で日本のお客様にお売りいただいたお品物を販売することにより、さらに日本のお客様の高価買取へと還元させ、「物の寿命を全うさせる」体制を構築し、サステナブルな消費社会への貢献を目指しています。

【円安直後では「バッグ」の購入数が伸長】

2022年の大きなトピックスとして、歴史的な円安が挙げられます。円安前後（2022年3月11日を起点とする前後一ヵ月）で購入が多かったジャンルを比較すると、円安前はアパレルジャンルが上位なのに対し、円安後はバッグ類が伸長しているという結果となりました。

購入単価は1.16倍と微増しており、円安のコストメリットによって、高価格帯への消費意欲が強まりだした傾向が分かります。

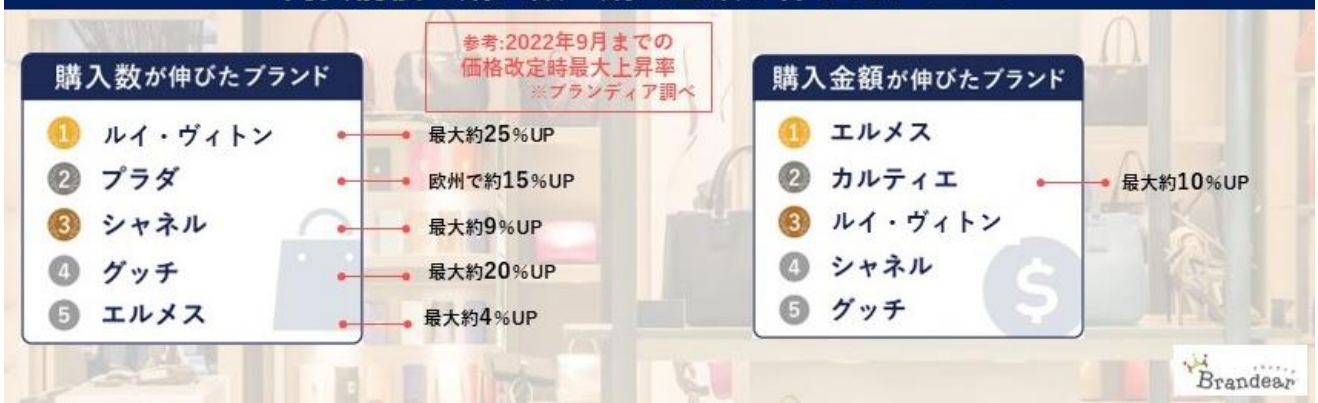
円安前後で購入数が伸びたジャンル



【円安・物価高の影響か、価格改定の続いたブランドの購入数・金額が伸長】

北米、ヨーロッパ、東南アジア、東アジアの4エリアの購入金額は昨対比で4.65倍に伸長しています。その中で購入金額が多かったブランド、また購入数が多かったブランドランキングでは、定番かつ価格改定が続いたルイ・ヴィトン、シャネルやエルメスといったブランドが上位をしめました。

円安前後で購入数・購入金額が伸びたブランド



【北米・欧州では定番ブランドが不動の人気、東アジア・東南アジア圏では人気ブランドに変化】

世界で売れた人気ブランドランキングでは、ヨーロッパ、北米の上位5ブランドは昨年と同様のラインアップとなりました。北米やヨーロッパではブランドアイテムやヴィンテージとしてのリユースが定着しているため、定番ブランドに根強い人気があると予想されます。

一方、東南アジア、東アジア圏では、昨年は定番ブランドの中でもコーチが人気だったのに対し、今年はよりトレンド感のあるブランドが上位に入ってきており、ラグジュアリーブランドの需要に変化が表れていることが予想されます。

グローバルリコマースランキング2022：人気ブランドTOP5



【投機対象としての時計需要の増加、貴金属高騰の影響がブランド二次流通にも】

エリア別の人気ジャンルランキングでは、昨年と比べ、時計・アクセサリーの人気が目立ちました。近年、ロレックス等の時計ブランドは投機対象としても注目が高まっていますが、その影響が表れたものだと考えられます。

また、指輪、ネックレス、ブレスレットといったアクセサリー類も全体的に順位が上昇しています。こうしたアクセサリー類がランキング内に増えた背景には、金・プラチナなどの貴金属類の高騰の影響が考えられます。

グローバルリコマースランキング2022：人気ジャンルTOP5

ヨーロッパ			北米		
	昨年	今年		昨年	今年
1	バッグ	バッグ	1	バッグ	バッグ
2	財布	腕時計	2	財布	腕時計
3	ネックレス	ネックレス	3	靴	ネックレス
4	時計	長財布	4	時計	長財布
5	マフラー	リング	5	マフラー	ポーチ

東南アジア			東アジア		
	昨年	今年		昨年	今年
1	バッグ	バッグ	1	バッグ	バッグ
2	時計	腕時計	2	トップス	腕時計
3	財布	ネックレス	3	靴	ジャケット
4	指輪	長財布	4	財布	リング
5	コート	ブレスレット	5	コート	長財布



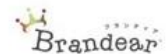
【新品・中古を関係なく買う人が76%以上、「一次流通」と「二次流通」は垣根のない選択肢に】

北米、台湾、マレーシアの Buyee ユーザーを対象に行った、中古ブランド品の購入に関するアンケートでは、ブランド品を購入する際に「新品も中古も購入する」と回答した方が76%となりました。一方、日本のブランディアユーザーでは、「新品も中古も購入する(53.8%)」と「新品のみ購入する(42.3%)」の回答にあまり差がありませんでした。また、「中古ブランド品を購入する理由」では「新品・中古に関係なくその商品に魅力を感じたとき」が34%と最も多く、日本の消費者に比べ、グローバルではブランド品の購入において新品と中古の垣根がない選択肢であるといえます。

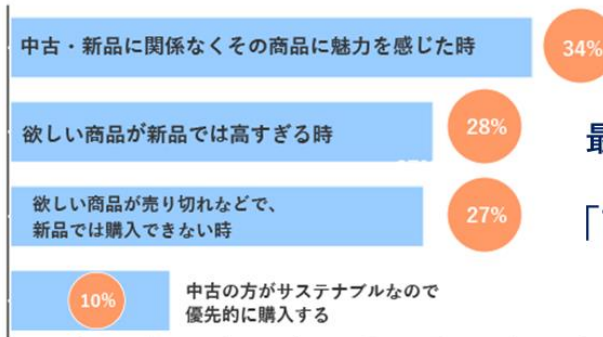
「ブランド品」を購入する際の
選択肢について教えてください (n=1312)



「ブランド品」を購入する際の
選択肢について教えてください (n=52)



「中古ブランド品」を購入する
理由について教えてください (n=2101)



最も多い購入理由は
コスト意識よりも
「商品自体の魅力」



[BEENOS グローバルリコマースヒットランキング 2022]

対象期間：2022年1月1日～9月30日までのブランディアの海外販売データより算出

ユーザーアンケート：Buyee ユーザー、ブランディアユーザーを対象に2022年10月26日～2022年11月1日の期間で実施

◆株式会社デファクトスタンダードの特徴

ブランド品宅配買取サービス「Brandear (ブランディア <https://brandear.jp/>)」は、プレラブド(Preloved=大切に使用された)なブランド品を「ダンボールに詰めて送るだけ」で査定・買取を行うサービスです。これまでに述べ390万人以上の方にご利用いただき、リコマースにおけるオンラインマーケットを拡大してきました。また、店頭で買取を行う専門店「ブランディア (<https://brandear.jp/shop>)」、オンライン買取「ブランディア Bell (<https://brandear.jp/bell>)」など買取の間口を広げ、オンライン、オフライン双方の利点を活かし、常にお客様の安心と利便性の向上を目指しています。さらに国内だけでなくグローバルリコマースにおけるマーケットを積極的に開拓し、国内外で求められるアイテムをお客様に直接、適正な価格で海外でも販売することにより、買取価格の向上に努めています。ブランディアは、価値ある品物を次に繋いでいく「バ

リユースサイクル」な社会の実現を目指します。

■株式会社デファクトスタンダードの概要

- (1) 社名 : 株式会社デファクトスタンダード
- (2) 代表者 : 代表取締役社長 仙頭健一
- (3) 本店所在地 : 東京都大田区平和島 3-3-8 山九平和島ロジスティクスセンター 5F
- (4) 設立年月 : 2004 年 4 月 27 日
- (5) 資本金 : 100 百万円※BEENOS 株式会社 (東証一部 : 3328) の連結子会社です。