

2023年1月30日

株式会社デファクトスタンダード

**物価高騰でリユースの利用が増加、
50%が「リユース品の購入」が増加、36%が「不用品の売却」が増加
家計の不足は平均 5.6 万円/月**

～ブランドシア、物価高とリユースの利用意向に関する調査を発表～

BEENOS 株式会社(東証プライム 3328)の連結子会社で、国内最大級の買取・販売サービス「ブランドシア(<https://brandear.jp/>)」を運営する株式会社デファクトスタンダード(以下「デファクトスタンダード」)は、20代～70代のユーザー262名を対象に物価高騰とリユースの活用に関するアンケート調査を2023年1月に実施いたしました。以下、その結果をお伝えいたします。

調査サマリー

- ・物価高騰による家計への影響が顕著に。「家計への影響を感じている」と90.1%が回答
- ・生活の中でインフレを感じる項目として必要経費食費、水道光熱費と回答した人が約80%以上に。多くが必要経費に物価高騰の波を感じていた
- ・「物価高騰に対応するために必要な追加収入額」は平均56,336円/月
- ・物価高騰の影響を抑えるための工夫として「リユース品の購入」が水道光熱費の節約、食費の節約について3位に
- ・物価高騰により、リユースの利用が増えたのは「購入」で50%、「売却」で36%
- ・物価高騰により、リユースの利用意向が増加したのは「購入」で57.6%、「売却」で77.7%

「ブランドシア、物価高とリユースの利用意向に関するアンケート」概要

調査方法：インターネットによるアンケート調査

調査期間：2023年1月16日～1月19日

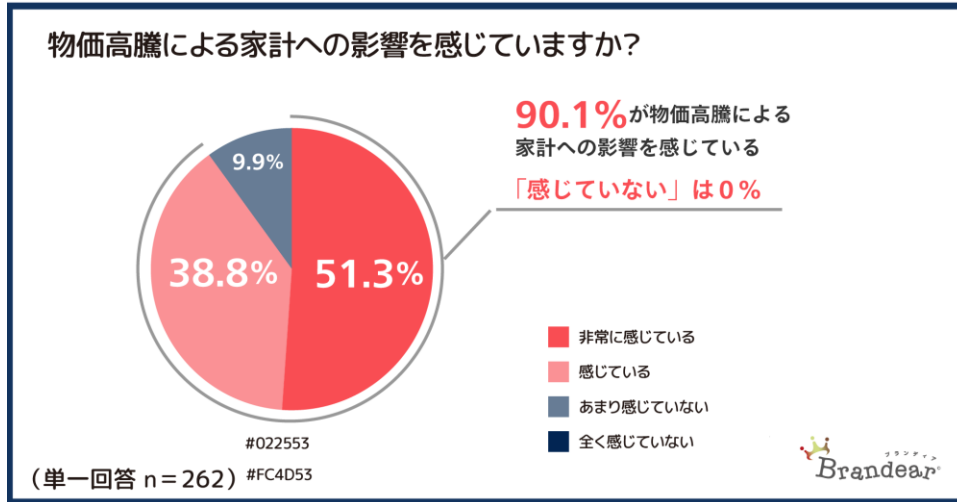
調査対象：国内最大級の買取・販売サービス「ブランドシア」会員のうちアンケートにお答えいただいた265名【内訳】20代/4名、30代/24名、40代/72名、50代/87名、60代/54名 70代以上/17名

※本リリースの調査データをご利用の場合、【ブランドシア】とご明記ください。

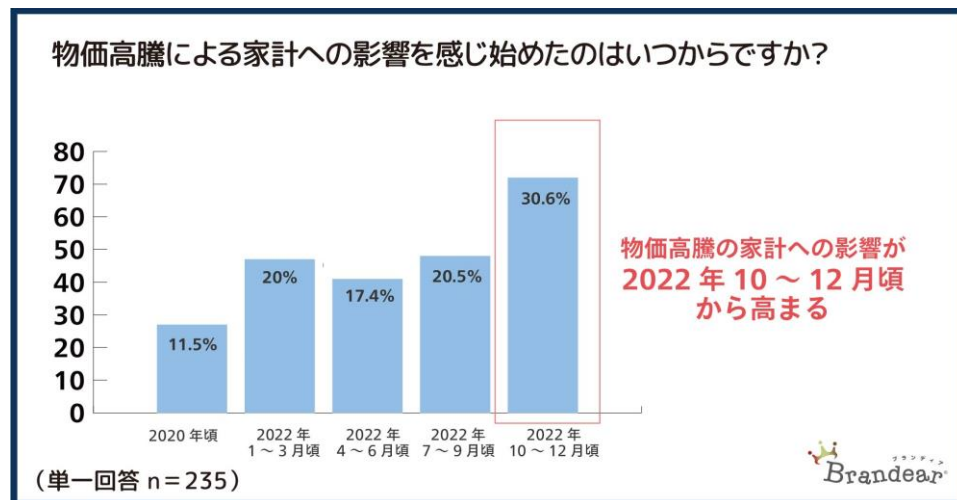
※本リリースに掲載していないデータもございます。お気軽にお問い合わせください。
※ブランドシアでは円安による海外需要とブランド品の価格高騰により買取価格が昨対で2倍にアップしている商品もございます。最新の買取実績はこちらからご確認いただけます。

<https://brandear.jp/>

◆9割が「物価高騰の家計への影響」を感じ、昨年10～12月頃から影響を感じだした方が3割以上
「物価高騰による家計への影響を感じていますか？」という質問では、「非常に感じている」が51.3%、「感じている」が38.8%で合計90.1%の方が家計への影響を感じていると回答しました。また、「全く感じていない」と答えた方は0%という結果となりました。

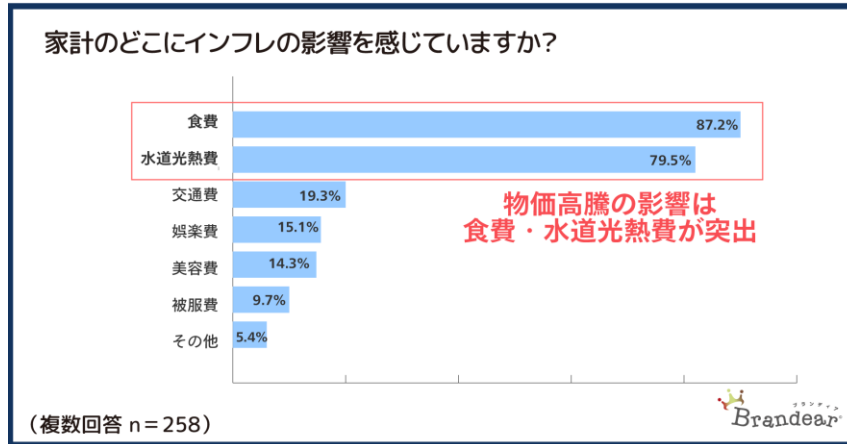


物価高騰の家計への影響は、食品等の値上がり相次いだ昨年10月～12月頃と回答した方が最も多く、30.6%となりました。



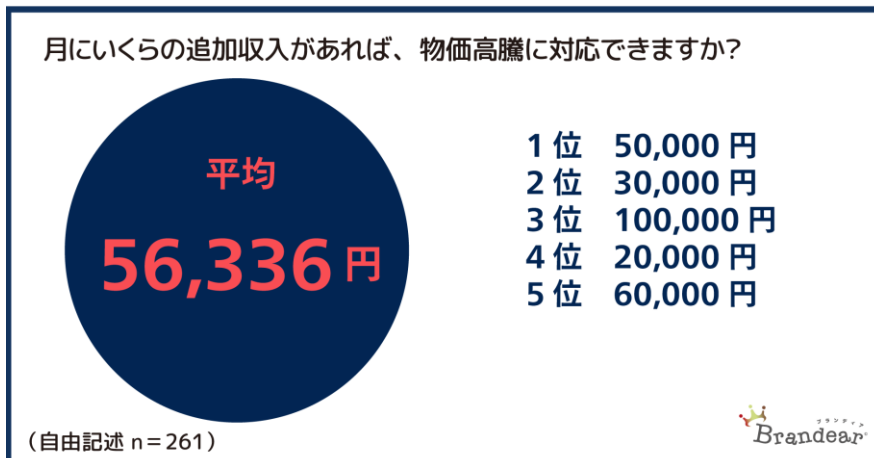
◆物価高騰の影響は、食費・水道光熱費で顕著に。

家計のどこにインフレの影響を感じているかについては、食費が87.2%、水道光熱費が79.5%と、その他の費目が20%以下なのに対し、圧倒的に回答を集めました。



◆家計の不足は平均 56,336 円/月。

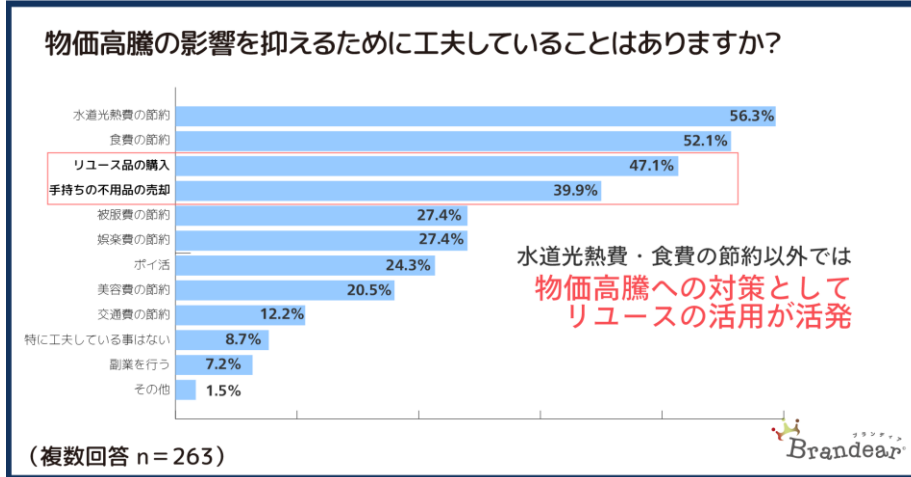
「月にいくら追加収入があれば、物価高騰に対応できますか？」という質問に対しては、最低で20,000円、最高で200,000円まで様々な回答が集まり、平均は56,336円でした。年間で計算すると、約67万円以上が不足しているという実態がわかりました。



◆物価高騰対策ではリユースの利用が上位に

「物価高騰への影響を抑えるため、工夫していることはありますか？」という質問に対しては、家計への影響の大きい食費・水道光熱費の節約以外では、「リユースの購入」が47.1%、「不用品の売却」が39.9%と、購入、売却ともに、リユースの利用が上位の結果となりました。

リユースの具体的な利用方法としてはフリマアプリや買取店での不用品の売却、高額な商品や電化製品等は中古品・新古品を購入するといったことが挙げられていました。

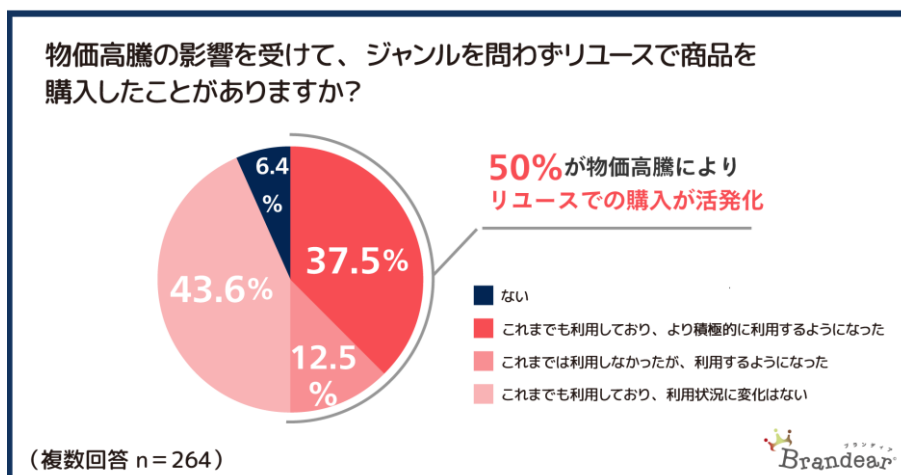


◆物価高騰の影響により、購入で50%、売却で36%がリユースの活用が活発化

物価高の影響によるリユースの利用経験について、「購入」については50%が、「より活発にリユースを利用するようになった」と回答しました。このうち、これまでにリユースを利用したことがなく、物価高の影響で利用をするようになった方は12.5%でした。

「購入」でのリユース利用でお得感を感じたアイテムとしては、新品や未使用品の服、ブランド品、家電等があげられました。

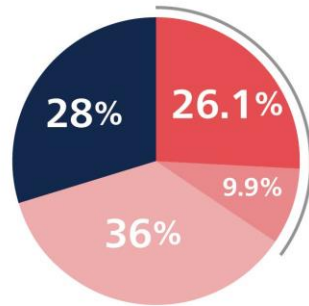
ブランディアのオークションサイト、「ブランディアオークション」でも、2022年12月には特にアウトドア系のアウターの平均落札が例年の2倍になっており、高品質かつ高単価なアイテムをお得に購入しようとする傾向が表れています。



「売却」経験では、36%が「よりリユースを利用するようになった」と回答し、このうち、これまでにリユースを利用したことがなく、物価高の影響で利用するようになった方は9.9%でした。

意外な高値が付いたアイテムとしては、10年以上前に購入したブランド品や美術品・絶版本・タレントグッズ等のコレクション性の高いアイテムがあげられました。

物価高騰対策のため、手持ちのアイテムを買取・オークション・フリマサイト等で売却したことがありますか？



36%が物価高騰により
リユースで不用品アイテムの
売却が活発化

- ない
- これまででも利用しており、より積極的に利用するようになった
- これまでは利用しなかったが、利用するようになった
- これまででも利用しており、利用状況に変化はない

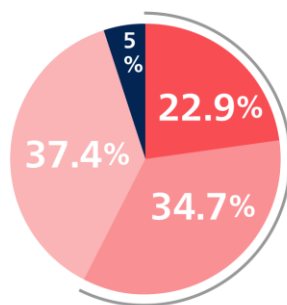
(複数回答 n=261)



◆今後のリユースの利用意向は、売却が77.7%、購入で57.6%が積極的

物価高騰の影響を受けて、購入では57.6%、売却では77.7%が今後積極的にリユースを利用したいと回答しました。売却意向では、特に物価高騰の影響により「これまでは利用しなかったが、リユースを利用するようになった」層の利用意向が95%と最も高い結果となりました。

物価高騰の影響を受けて、今後、積極的にリユースで商品を購入したいと思いますか？



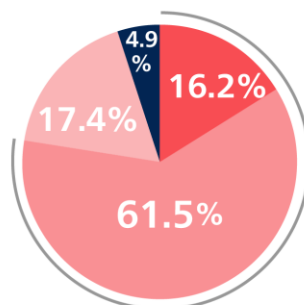
57.6%が物価高騰の影響で
リユースでの購入に積極的。

- 思わない
- 強く思う
- 思う
- やや思う

(複数回答 n=261)



物価高騰の影響を受けて、今後、積極的にリユースで商品を売却したいと思いますか？



77.7%が物価高騰の影響で
リユースでの売却に積極的。

- 思わない
- 強く思う
- 思う
- やや思う

(複数回答 n=261)



◆ブランド品買取・販売「ブランディア」について



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いています。

【宅配買取の利用方法】



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。

さらに海外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「バリューサイクル」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（東証プライム：3328）の連結子会社です。