

「ブランド品の購入・処分について」 消費者アンケート結果

オークネット総合研究所

オークネット総合研究所では10月4日から同22日にかけて、インターネット上にて「ブランド品の購入・処分について」と題したアンケートを実施しました。以下にその回答結果を報告致します。

1. 実施概要

- 【調査方法】 インターネット上から回答
 【調査期間】 2012年10月4日～2012年10月22日
 【モニター数】 1692人

性別・年代別回答者属性内訳

	10代	20代	30代	40代	50代	60代～	合計	構成比
男性	19人	149人	198人	179人	109人	55人	709人	41.9%
女性	39人	341人	355人	155人	75人	18人	983人	58.1%
構成比	3.4%	29.0%	32.7%	19.7%	10.9%	4.4%	1692人	100%

2. アンケート結果概要

- ◆ 回答者全体の**81.7%**はブランド品を所持した(購入もしくはもらった)ことがあると回答し、女性については**90.0%**が所持したことがあると回答した。
- ◆ ブランド品を購入する際に最も重要視する点は男女共に「デザインや外見」が最上位となり、全体の**34.8%**に上り、自身の好みを反映する回答が上位を占めた。
- ◆ 所持しているブランド品の種類については性別によって大きく差が見られた。
- ◆ 不要となったブランド品について、**65.4%**が「自宅に置いたまま」と回答。「売却・換金する」とした回答者は**26.0%**にとどまった。
- ◆ 売却方法とその理由から、簡単に売るなら買取専門店、高く売るならネットオークションを選択する傾向が見られた。

ブランド品の所持について、回答者全体の**81.7%**が購入もしくはもらったことがある、と回答した。特に女性について、その割合は**90.0%**に上り、男性の**70.2%**を大きく上回ることから女性の方がよりブランド品に対する興味や所持意欲が強いことが推察される。

購入する際に最も重要視する点は「デザインなどの外見」(**34.8%**)が最も高く、次いで「好きなブランド」(**20.9%**)・「本物かどうか」(**18.3%**)となり、高額になりがちなブランド品であるにも関わらず「価格」(**13.5%**)を気にするよりも自分の好みに沿って選ばれる、という興味深い結果となった。

持っているブランドの種類について、「バッグ・ポーチ」(男性**35.5%** / 女性**80.8%**)・「貴金属・アクセサリー」(同**13.9%** / **38.2%**)・「香水・化粧品類」(同**14.9%** / **37.9%**)は女性が男性を大きく上回る一方、「時計」(同**60.2%** / **40.6%**)については男性が上回り、性別差が表れる結果となった。

不要となったブランド品の主な処分方法について、「自宅に置いたまま」とする回答者が**65.4%**を占め、「売却・換金する」とした回答者は**26.0%**にとどまった。これらから、買取の潜在市場がまだ大きいことが推察される。一方で、自宅に置いたままにする理由として「また使うかもしれない」と考える回答者が**49.7%**に上ることから、代替品の提案や下取りサービスなどを充実させることによって、より売却しやすい環境を生み出すことができるかもしれない。

売却・換金方法では「買取専門店へ持ち込む」(73.1%)が大半を占め、「ネットオークションへ出品する」(21.7%)が続いた。

買取専門店を選択する理由は「簡単だから」(50.2%)が半数、「トラブルなどの心配がない」(22.1%)、「身近にあるから」(20.5%)と続いた。買取専門店にて売却した回答者のうち48.3%は「他で高く売れることが分かった時」に後悔した、と回答したことから買取専門店においては更に適正な買取価格の算出を行うことで顧客の満足度を向上させ、リピーターの確保につながるのではないだろうか。

一方、ネットオークションへ出品する理由では「高く売れるから」(59.2%)が最多となり、次いで「簡単だから」(39.7%)が選ばれた。

これらから「簡単に売るなら買取専門店」、「高く売るならネットオークション」という消費者の心理が窺える。

(注)

回答結果のグラフ数値について、小数点以下第2位を四捨五入している為、必ずしも合計値が100%にならないものがあります。予めご了承ください。

3. アンケート結果

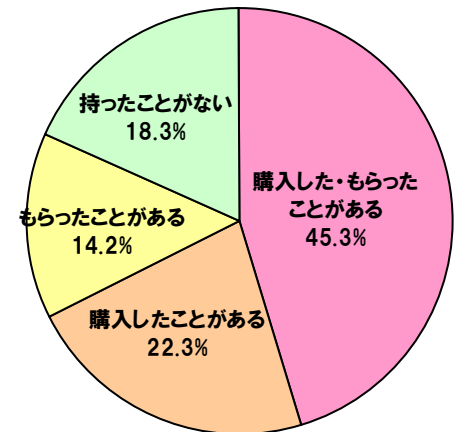
【共通設問】

(新品・中古問わず)ブランド品を購入、もしくは人からもらったことがありますか？ [択一式]

回答者1692人中、1383人[81.8%]が所持している(購入もしくはもらった)こと分かった。特に女性については885人[90.0%]に上り、男性の498人[70.2%]を大きく上回る結果となった。

ブランド品の購入・所持について (男性：709人/女性：983人)

回答群	男性	女性	合計
購入した・もらったことがある	217人	549人	766人
購入したことがある	202人	175人	377人
もらったことがある	79人	161人	240人
所持したことはない	211人	98人	309人



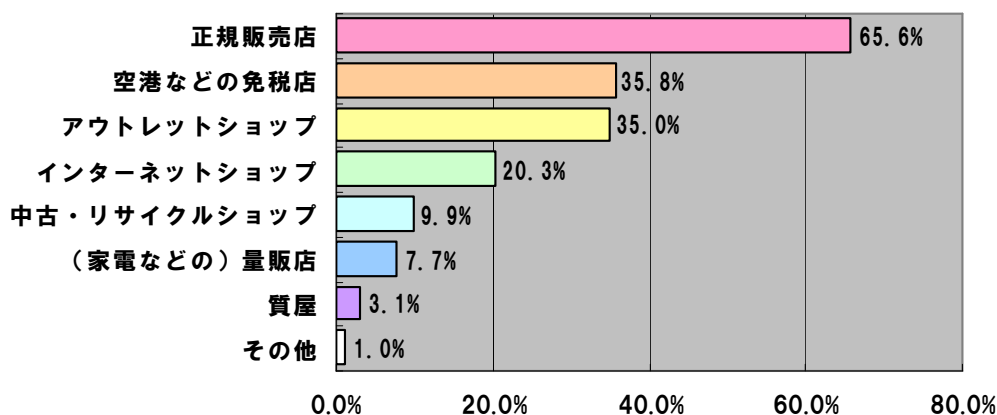
【条件設問】ブランド品を「購入したことがある」とした回答者のみ(全体n=1143人)

ブランド品を購入した場所について、当てはまるものをお答えください。 [複数選択]

ブランド品を購入した場所として、「正規販売店」(750人[65.6%])が最も多く、次いで「空港などの免税店」(409人[35.8%])となる一方、「アウトレットショップ」も400人[35.0%]に上った。

購入場所について (男性：419人/女性：724人)

回答群	男性	女性	合計
正規販売店	246人	504人	750人
空港などの免税店	122人	287人	409人
アウトレットショップ	135人	265人	400人
インターネットショップ	85人	147人	232人
中古・リサイクルショップ	39人	74人	113人
(家電などの)量販店	46人	42人	88人
質屋	10人	25人	35人
その他	3人	8人	11人



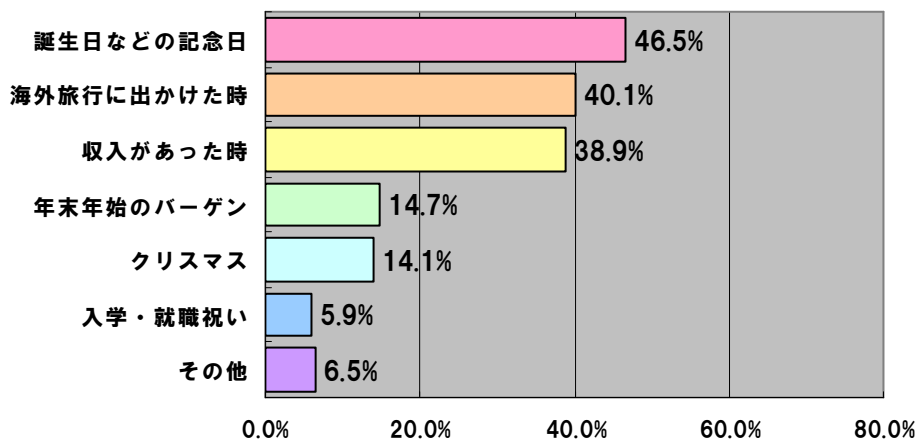
【条件設問】ブランド品を「購入したことがある」とした回答者のみ(全体n=1143人)

ブランド品を購入した時期について、当てはまるものをお答えください。[複数選択]

ブランド品を購入するタイミングについて、「誕生日などの記念日」を挙げる回答者が532人[46.5%]となった。また女性については「海外旅行に出かけた時」に購入するとした回答者が323人[44.6%]に上った。

購入した時期について（男性：419人/女性：724人）

回答群	男性	女性	合計
誕生日などの記念日	176人	356人	532人
海外旅行に出かけた時	135人	323人	458人
ボーナスなどの収入があった時	160人	285人	445人
年末年始のバーゲン	57人	111人	168人
クリスマス	54人	107人	161人
入学・就職祝い	29人	38人	67人
その他	22人	52人	74人



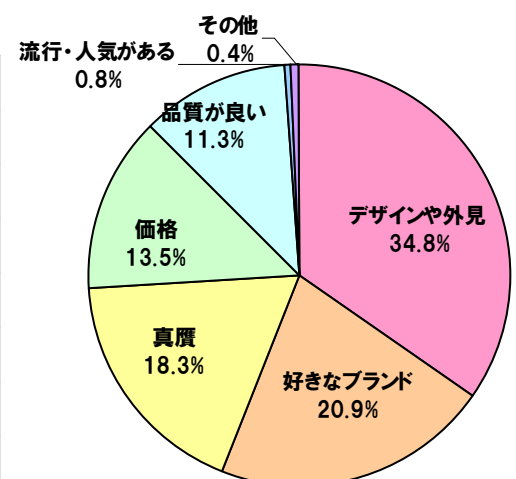
【条件設問】ブランド品を「購入したことがある」とした回答者のみ(全体n=1143人)

ブランド品を購入する際に、最も重要視するポイントをお答えください。[択一式]

購入する際に重要視するポイントは「デザインなどの外見」(398人[34.8%])、「好きなブランドであるか」(239人[20.9%])の順となり、「本物かどうか」(209人[18.3%])や「価格」(154人[13.5%])よりも自身の好み重要視される傾向にあることが分かった。

購入時の最重要ポイント（男性：419人/女性：724人）

回答群	男性	女性	合計
デザイン（色合い）などの外見	115人	283人	398人
好きなブランドであるか	85人	154人	239人
本物かどうか	75人	134人	209人
価格	79人	75人	154人
品質が良いものか	59人	70人	129人
流行・人気のあるものか	4人	5人	9人
その他	2人	3人	5人



【条件設問】ブランド品を所持している(購入した・もらったことがある)回答者のみ(全体n=1383人)

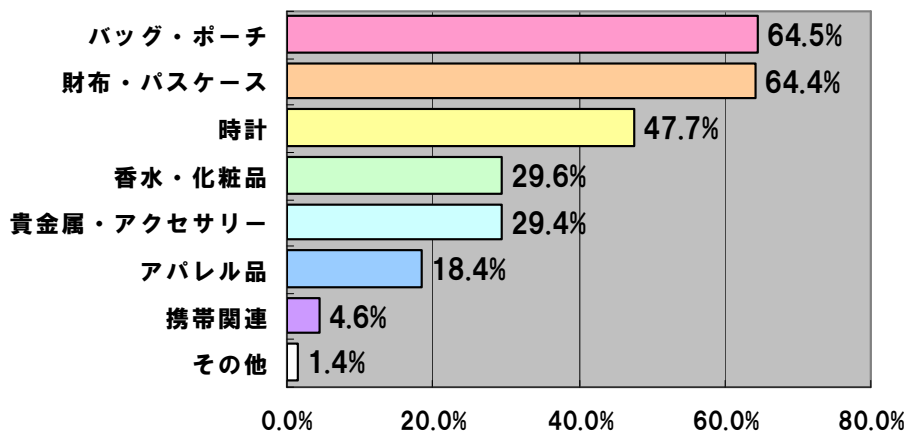
所持しているブランド品の種類について、当てはまるものをお答えください。[複数選択]

ブランド品の所持種類について、「バッグ・ポーチ」を所持していると回答した女性は715人[80.8%]に上り、同男性の177人[35.5%]を大きく上回った。一方で、「時計」と回答した男性は300人[60.2%]となり、女性の359人[40.6%]を上回り、性別によって所持品目に差がでることが分かる結果となった。

所持しているブランド品 (男性：498人/女性：885人)

回答群	男性	女性	合計
バッグ・ポーチ	177人	715人	892人
財布・パスケース	278人	612人	890人
時計	300人	359人	659人
香水などの化粧品	74人	335人	409人
貴金属・アクセサリー類	69人	338人	407人
靴や洋服などのアパレル品	88人	167人	255人
携帯電話アクセサリーなど	18人	45人	63人
その他	10人	10人	20人

【所持している種類について】



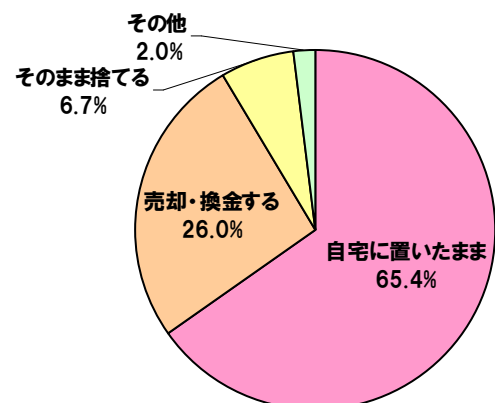
【条件設問】ブランド品を所持している(購入した・もらったことがある)回答者のみ(全体n=1383人)

不要となったブランド品の処分方法について、当てはまるものをお答えください。[択一式]

不要となったブランド品について、904人[65.4%]が「自宅に置いたまま」にしていることが分かり、「売却・換金する」とした回答者は360人[26.0%]にとどまった。

処分方法について (男性：498人/女性：885人)

回答群	男性	女性	合計
自宅に置いたまま	331人	573人	904人
売却(換金)する	126人	234人	360人
捨てる	35人	57人	92人
その他	6人	21人	27人



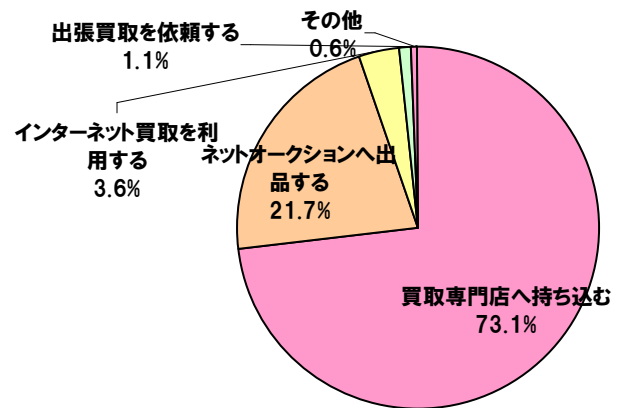
【条件設問】不要となったブランド品を「売却・換金する」とした回答者のみ(全体n=360人)

売却・換金方法として、最もよく利用する方法をお答えください。[択一式]

売却・換金方法として最も利用されているのは「買取専門店へ持ち込む」(263人[73.1%])ということがわかった。

売却方法について(男性:126人/女性:234人)

回答群	男性	女性	合計
買取専門店へ持ち込む	91人	172人	263人
ネットオークションへ出品する	29人	49人	78人
インターネット買取を利用する	4人	9人	13人
出張買取を依頼する	2人	2人	4人
その他	0人	2人	2人



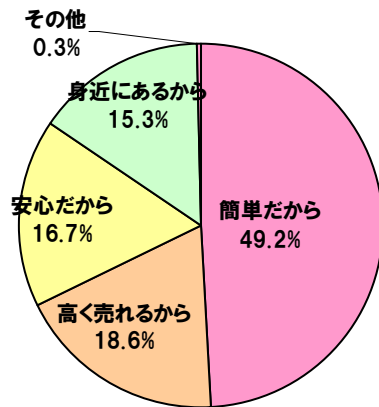
【条件設問】不要となったブランド品を「売却・換金する」とした回答者のみ(全体n=360人)

前問にて回答した売却方法を選択する理由についてお答えください。[択一式]

前問から、買取専門店に持ち込む理由として、「簡単だから」(132人[50.2%])が最も多く、次いで「トラブルなどの心配がない」(58人[22.1%])、「身近にある」(54人[20.5%])となった。一方で売却・換金にネットオークションを利用する回答者については、その理由を「高く売れるから」(46人[59.0%])とする回答者が最も多く、簡単に売るなら買い取り専門店、高く売れるならネットオークション、を選択していることがわかった。

売却方法の選択理由について(男性:126人/女性:234人)

回答群	買取専門店	オークション	買取サービス	出張買取	その他	合計
簡単だから	132人	31人	10人	3人	1人	177人
高く売れるから	18人	46人	3人	0人	0人	67人
トラブルなどの心配がないから	58人	1人	0人	1人	0人	60人
身近にあるから	54人	0人	0人	0人	1人	55人
その他	1人	0人	0人	0人	0人	1人
合計	263人	78人	13人	4人	2人	



【条件設問】不要となったブランド品を「売却・換金する」とした回答者のみ(全体n=360人)

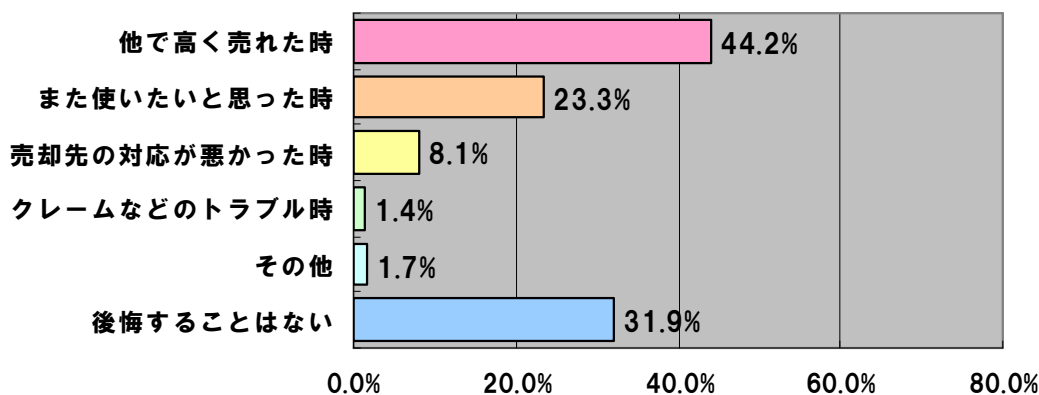
売却・換金後に後悔を感じる時はありますか？[複数選択]

売却後の後悔について、買取専門店での売却者は「他で高く売れると分かった時」(127人[48.3%])に後悔していることが多く見られる。買取専門店では簡単に売却できる反面、価格への不満が多いことが分かる。

売却後に後悔を感じる時(男性：126人/女性：234人)

回答群	買取専門店	オークション	買取サービス	出張買取	その他	合計
他で高く売れると分かった時	127人	27人	4人	0人	1人	159人
また使いたいと思った時	61人	21人	1人	1人	0人	84人
対応が悪かった時	25人	2人	1人	1人	0人	29人
クレームなどのトラブル時	0人	5人	0人	0人	0人	5人
その他	3人	1人	1人	1人	0人	6人
後悔することはない	76人	31人	6人	1人	1人	115人
合計	263人	78人	13人	4人	2人	

【売却後に後悔する時(全体)】



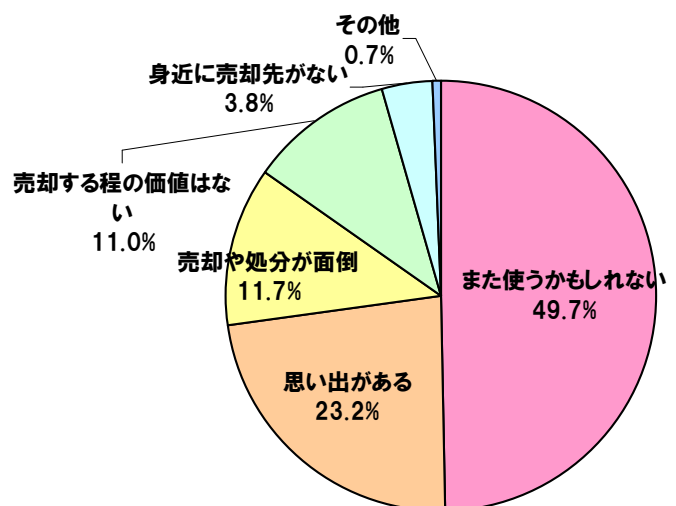
【条件設問】不要となったブランド品を「自宅に置いたまま」とした回答者のみ(全体n=904人)

自宅に置いたままにする理由について、最も当てはまるものをお答えください。[択一式]

不要なブランド品を自宅に置いたままにする理由は「また使うかもしれない」(449人[49.7%])と考える回答者が多いことが分かる。また売却に対しては「面倒」(106人[11.7%])や、「価値がない」(99人[11.0%])と考える回答者も少なくない。

自宅に置いたままにする理由について (男性：331人/女性：573人)

回答群	男性	女性	合計
また使うかもしれないから	158人	291人	449人
思い出があるから	93人	117人	210人
売却や処分が面倒だから	46人	60人	106人
売却するほどの価値がないと思うから	26人	73人	99人
身近に売却できるところがないから	7人	27人	34人
その他	1人	5人	6人



【条件設問】不要となったブランド品を「そのまま捨てる」とした回答者のみ(全体n=92人)

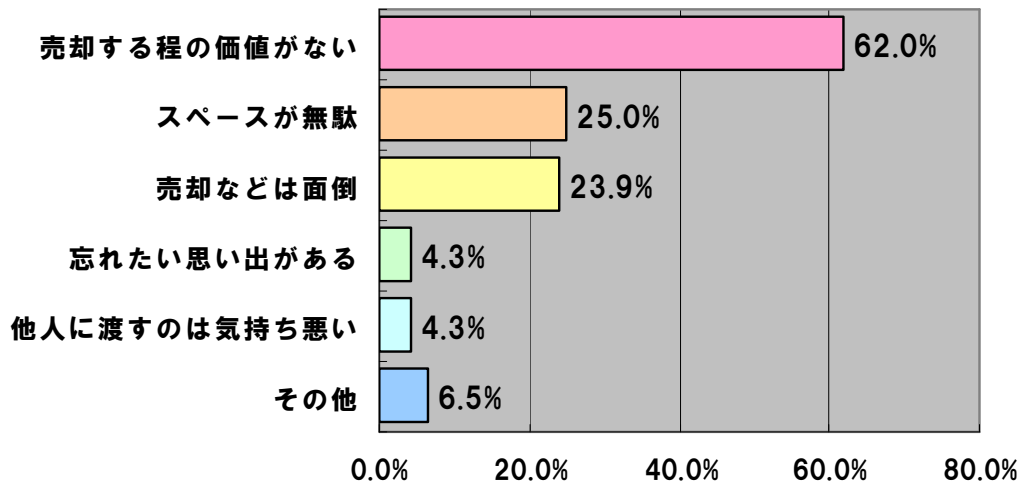
そのまま捨てる理由について、当てはまるものをお答えください。[複数選択]

そのまま捨てる理由については「価値がないと思うから」(57人[62.0%])が最も多く、「売却が面倒」という回答者も22人[23.9%]存在する結果となった。

そのまま捨てる理由について (男性：35人/女性：57人)

回答群	男性	女性	合計
売却するほどの価値がないと思うから	19人	38人	57人
置いておくスペースが無駄だから	8人	15人	23人
売却などは面倒だから	8人	14人	22人
忘れたい思い出があるから	2人	2人	4人
他人に渡すのは気持ち悪いから	3人	1人	4人
その他	3人	3人	6人

【捨てる理由】



本資料に記載されている内容についての問合せは以下までご連絡ください。
 また、本資料を利用される際は提供元を「オークネット総合研究所」と明記の上、ご利用下さい。
 E-Mail: request@ns.aucnet.co.jp
 TEL: 03-3512-6140
 オークネット総合研究所 吉岡・金井