NEWS RELEASE

2026年8月4日

各位

株式会社ゲオホールディングス

【ゲオ、7回目の「中古品売買に関する意識調査」を実施】
＜購入編＞中古品への抵抗感、「全く受け付けない」が調査開始時から半減（10.2%→4.0%）
＜買取編＞買取サービスで重要視することは「買取金額」が82.3%、2年連続で過去最高を更新

株式会社ゲオホールディングス（本社：愛知県名古屋市中区、代表取締役社長執行役員：遠藤結蔵）は、2026年6月24日（水）から7月1日（水）の期間、ゲオアプリの会員を対象に「中古品購入意識調査」（サンプル数：1,679人）、「中古品買取意識調査」（サンプル数：1,759人）を実施し、その結果概要をまとめました。本調査は2019年より行っており、今回で7回目です。

中古品への抵抗感に関する質問では、「全く受け付けない」が調査開始時（2019年）と比べて半減（10.2%→4.0%）。世の中でリユースがより一般的になり、中古品への抵抗感が薄れてきていることを感じさせる結果となりました。また、買取サービスで重要視することは「買取金額」が82.3%で、2年連続で過去最高を更新。物価高の影響か、よりお得に不要品を手放したいというニーズがますます高まっているようです。

■「中古品購入意識調査」調査結果ダイジェスト

・中古品を購入したことがあるサービス・場所は「店舗」が75.4%で過去最高
・最近、中古品を購入した時期は「1カ月未満」が33.9%で過去最高
・これまでに購入したことがある中古品は、「ゲームソフト・ハード機器」（64.1%）が最多
・中古品を買うにあたって重要視することは、全ての商材において「価格が安い」がトップ
（ゲームソフト・ハード機器：83.7%、携帯電話：66.1%、衣料・服飾品：63.4%、
キッズ衣料・キッズ服飾：51.3%、家具・家電：67.1%）
・中古品を買うことに対し、「全く受け付けない」と答えた人はわずか4.0%で過去最低

■「中古品買取意識調査」調査結果ダイジェスト

・利用したことがある買取サービス・場所は「店舗」が69.2%でトップ
・買取に出したことがあるものは、「ゲームソフト・ハード機器」（63.5%）が最多
・買取サービスを利用するうえで重要視することは、「買取金額」が82.3%で2年連続の過去最高
・買取サービスを利用する理由は「現金化できる」が80.4%でトップ、2年連続で8割超え
・モノを売ったお金の主な使い道は、今回も「ショッピング」（51.7%）が最多
・今後、買取サービスを利用したい人は約8割
（「利用したい」：44.3%、「どちらかといえば利用したい」：32.8%）

「中古品購入意識調査」

■「中古品購入意識調査」概要

調査対象：「ゲオアプリ」会員

サンプル数：1,679人

集計期間：2026年6月24日（水）～ 7月1日（水）

※ 本調査の構成比（%）は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計値が100%にならない場合があります。

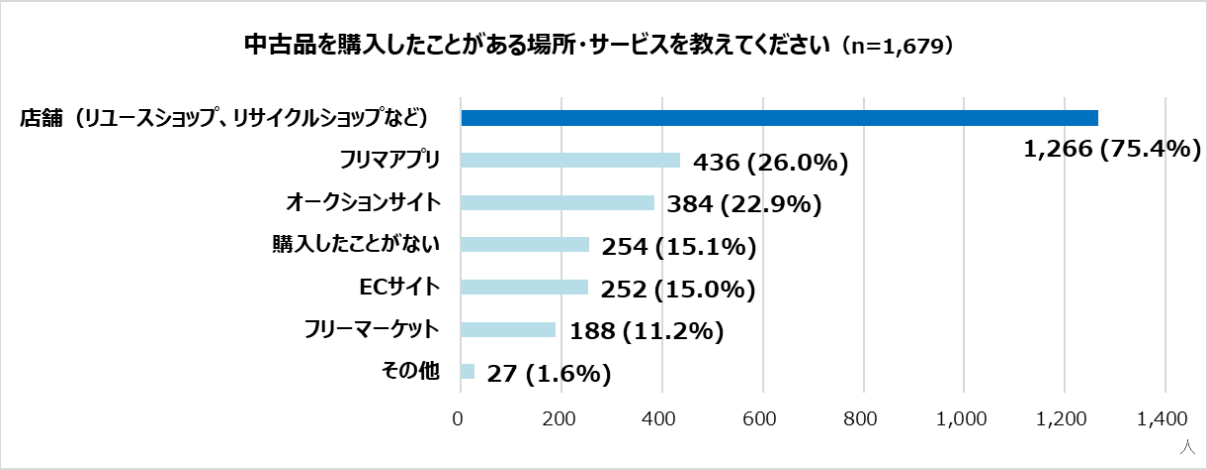
※ 複数回答の設問においては、回答者数を分母として割合を算出しているため、合計値が100%を超える場合があります。

※ 設問②～⑥は、設問①で「購入したことがない」以外を回答した人のみ（回答者：1,425 人）

※ 設問⑦は、設問①で「購入したことがない」を回答した人のみ（回答者：254 人）

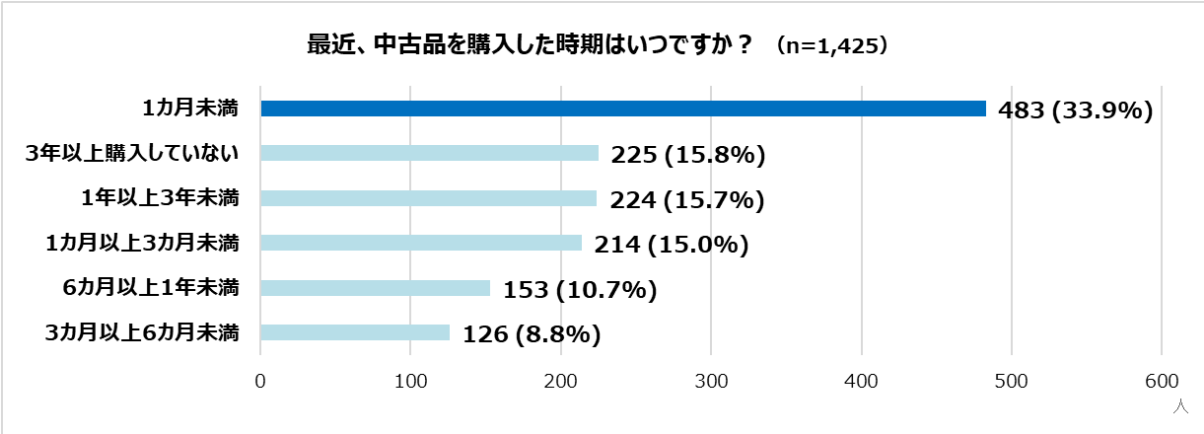
■結果概要（割合：回答数／サンプル数）

①中古品を購入したことがある場所・サービスを教えてください。(複数回答)



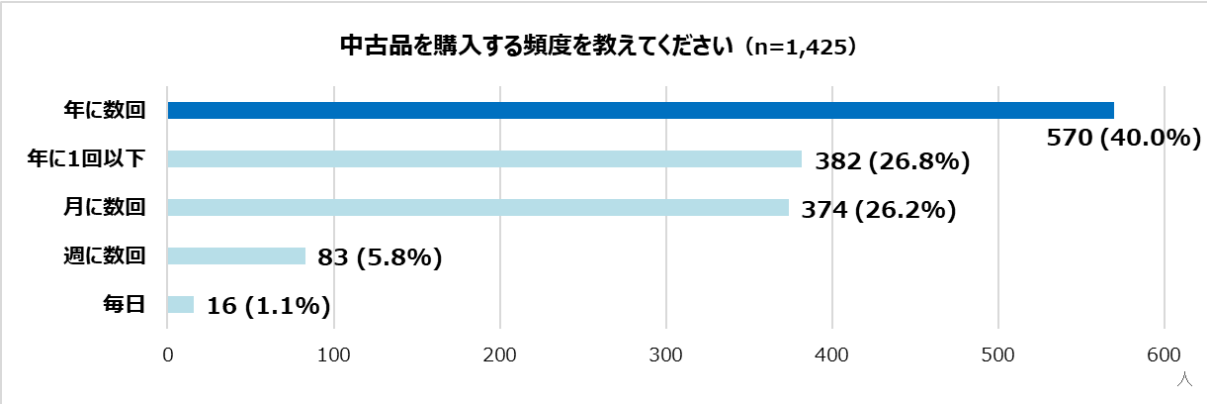
前回調査（2025 年）に続き「店舗（リユースショップ、リサイクルショップなど）」がトップで、過去最高の割合（75.4%）となりました。一方で、「購入したことがない」の割合は 15.1%で過去最低に。実店舗を利用する人が増え、中古品の未購入者層が減ってきていることがうかがえます。

②最近、中古品を購入した時期はいつですか？ (単一回答)



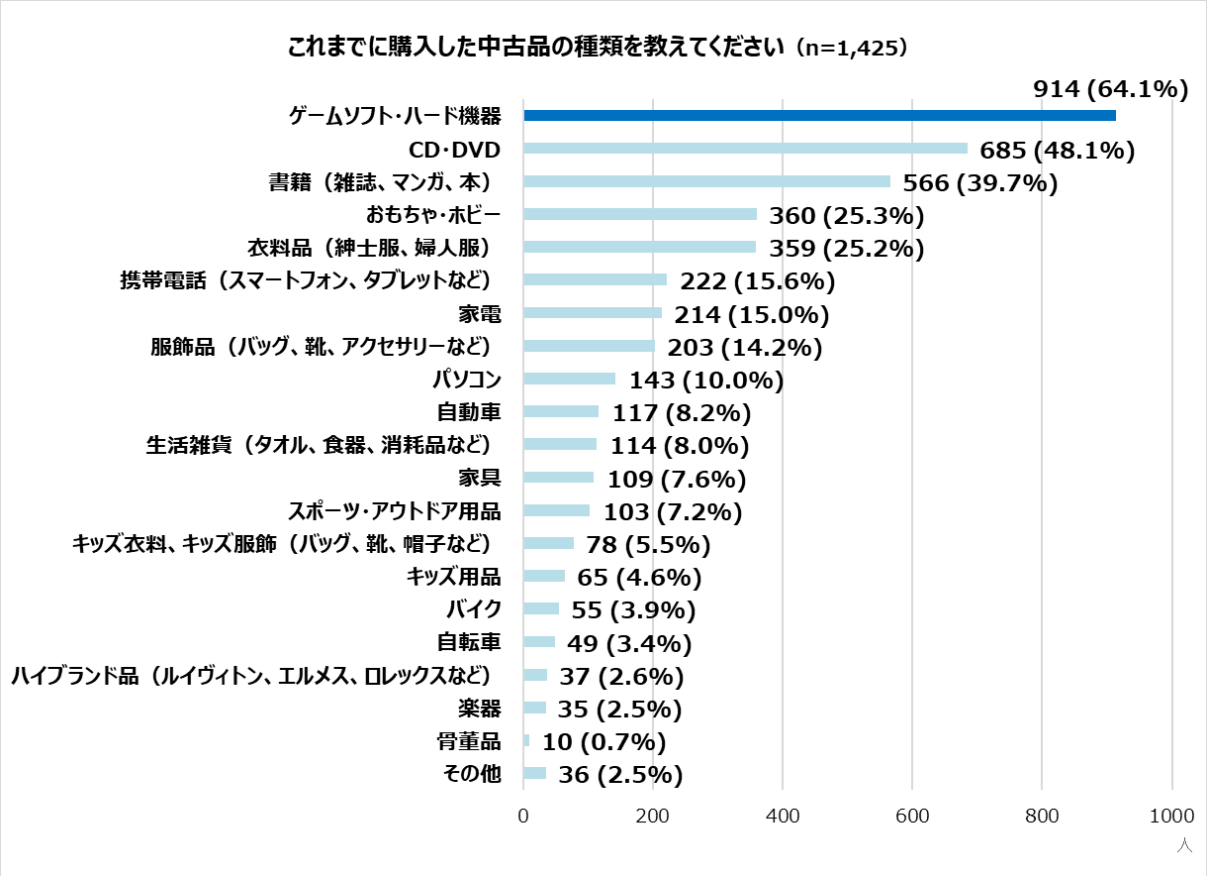
こちらも前回調査に続き「1 カ月未満」がトップで、過去最高の割合となりました。中古品を購入するという行動が、日常的になってきていることがうかがえます。中古品を 1 年以上購入していない人は 31.5%（3 年以上購入していない：15.8%、1 年以上 3 年未満：15.7%）で、前回（31.7%）とほぼ横ばいでした。

③中古品を購入する頻度を教えてください。(単一回答)



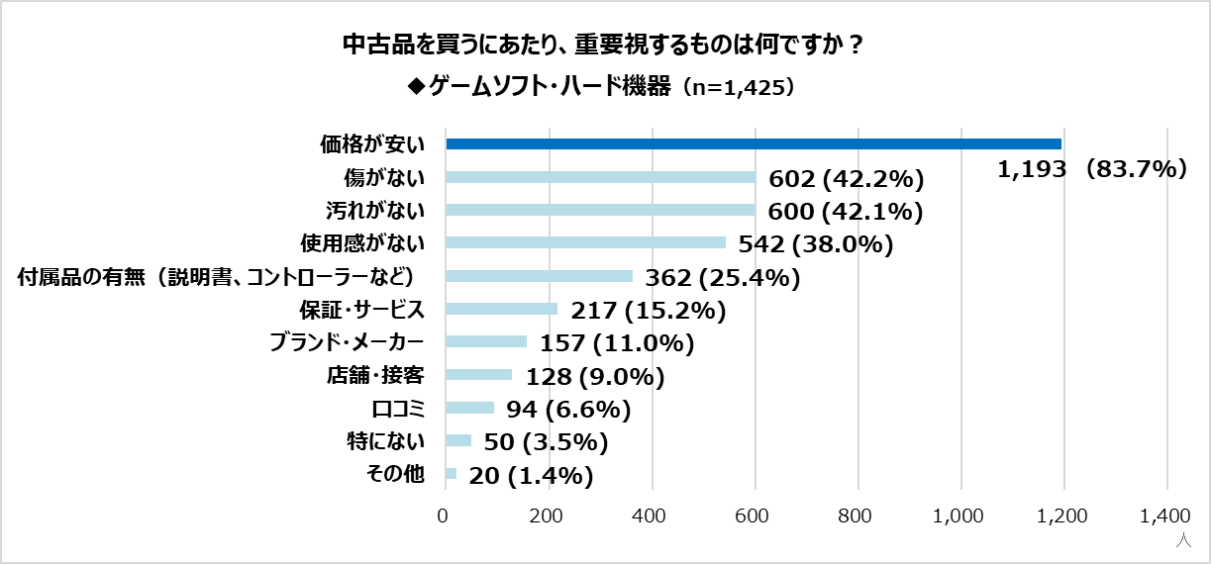
トップは前回調査と変わらず「年に数回」でした。1 カ月以内に購入しているという回答は 33.1%（月に数回：26.2%、週に数回：5.8%、毎日：1.1%）で、前回（31.1%）と比べて増加しました。

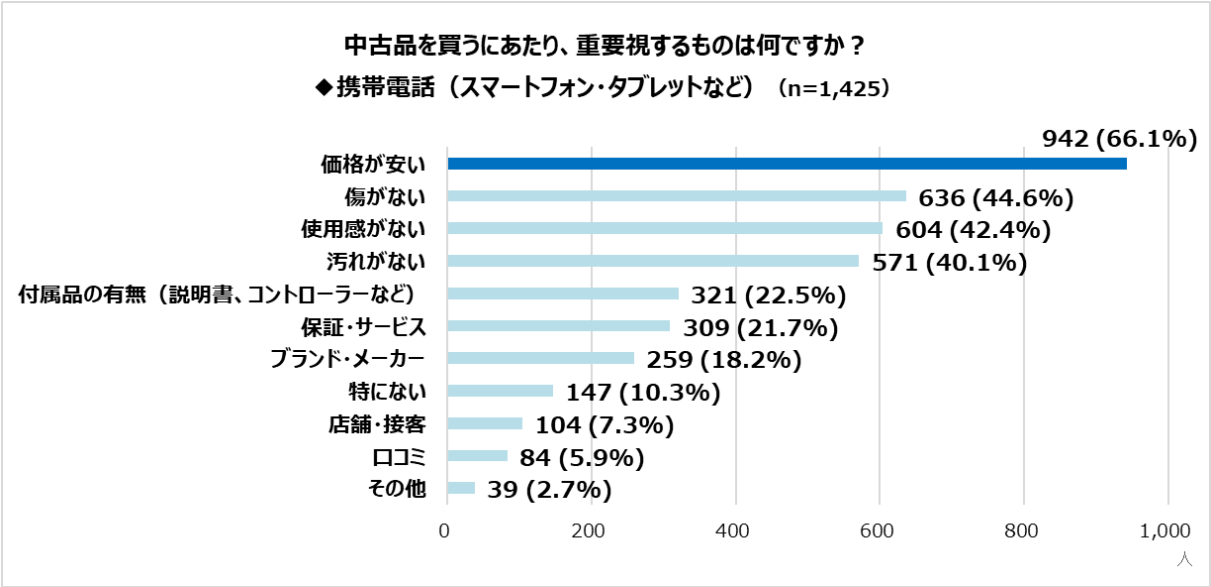
④これまでに購入した中古品の種類を教えてください。(複数回答)

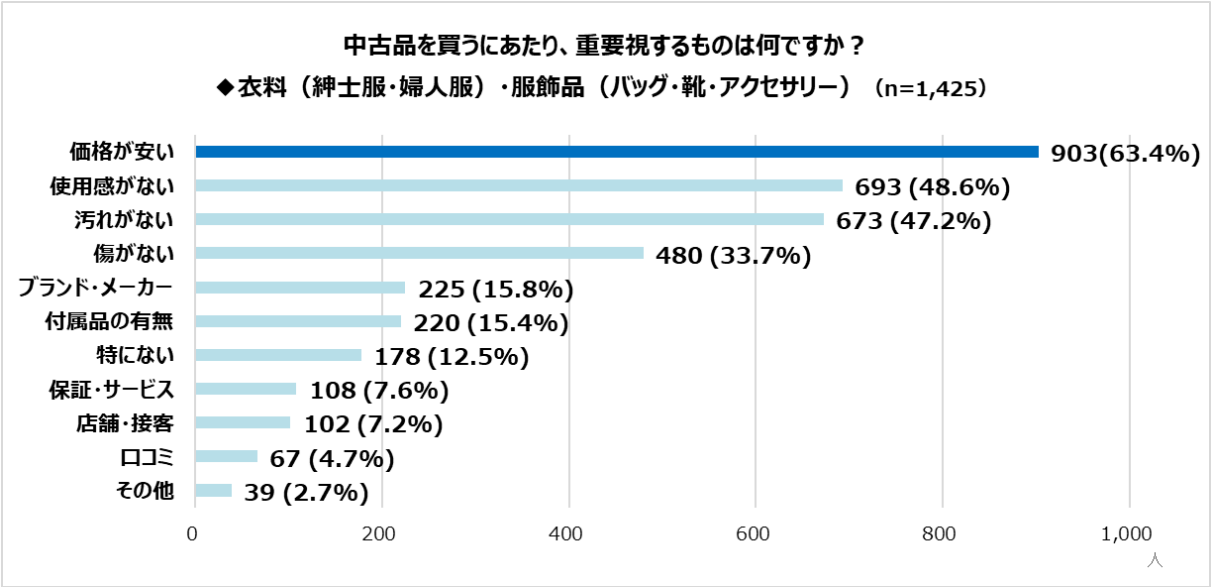


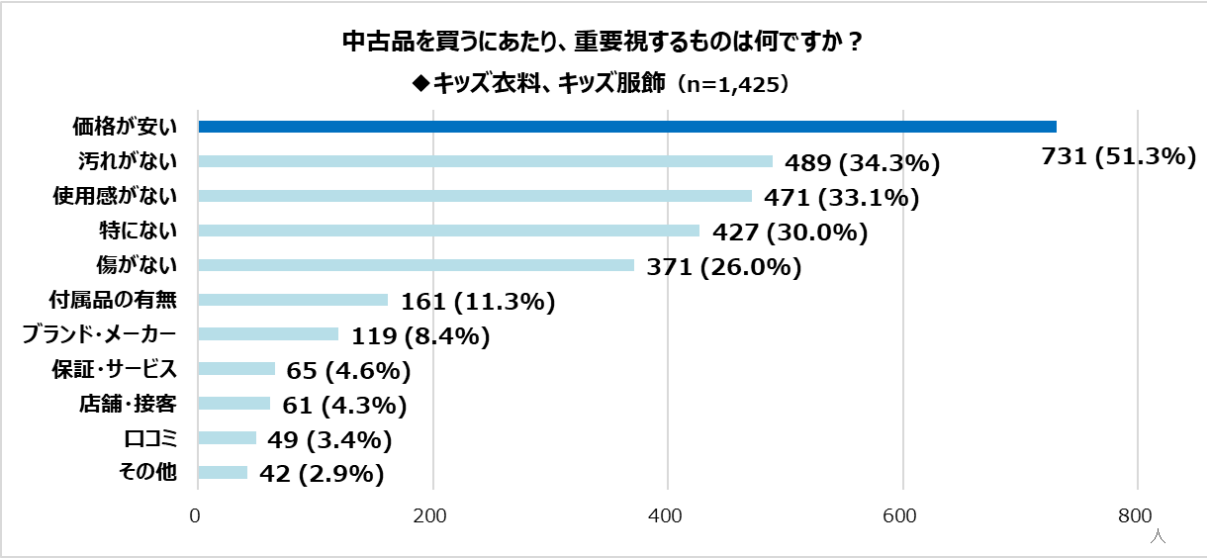
1位「ゲームソフト・ハード機器」、2位「CD・DVD」、3位「書籍」は、前回調査から変わらない結果に。4位「おもちゃ・ホビー」、6位「携帯電話」は過去最高順位となりました。「おもちゃ・ホビー」はレトロブームが、「携帯電話」は新品価格の高騰がきっかけとなり、中古品への需要が増加しているものと思われます。

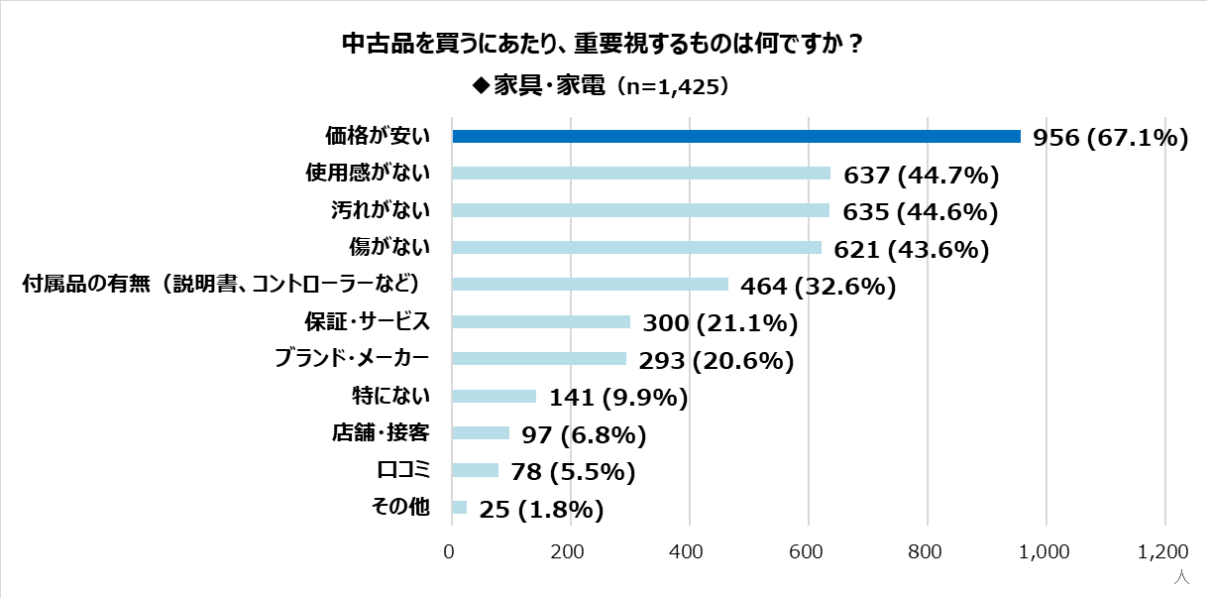
⑤中古品を買うにあたり、重要視するものは何ですか？ (複数回答)







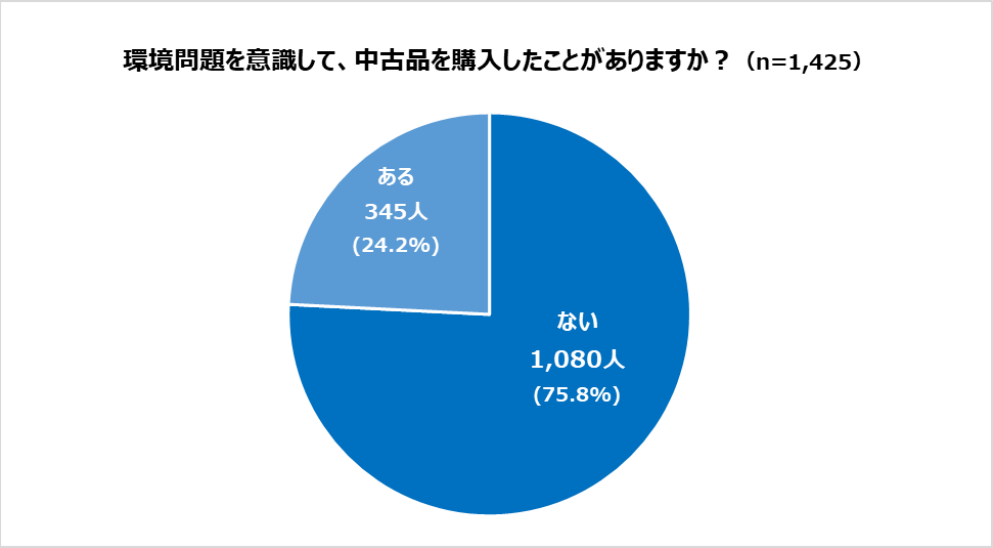




これまでの調査と同様、全ての商材で「価格が安い」がトップでした。2 位から 4 位は「傷がない」、「汚れがない」、「使用感がない」がほとんどを占め、中古品の購入にあたっては商材の状態がより意識されています。

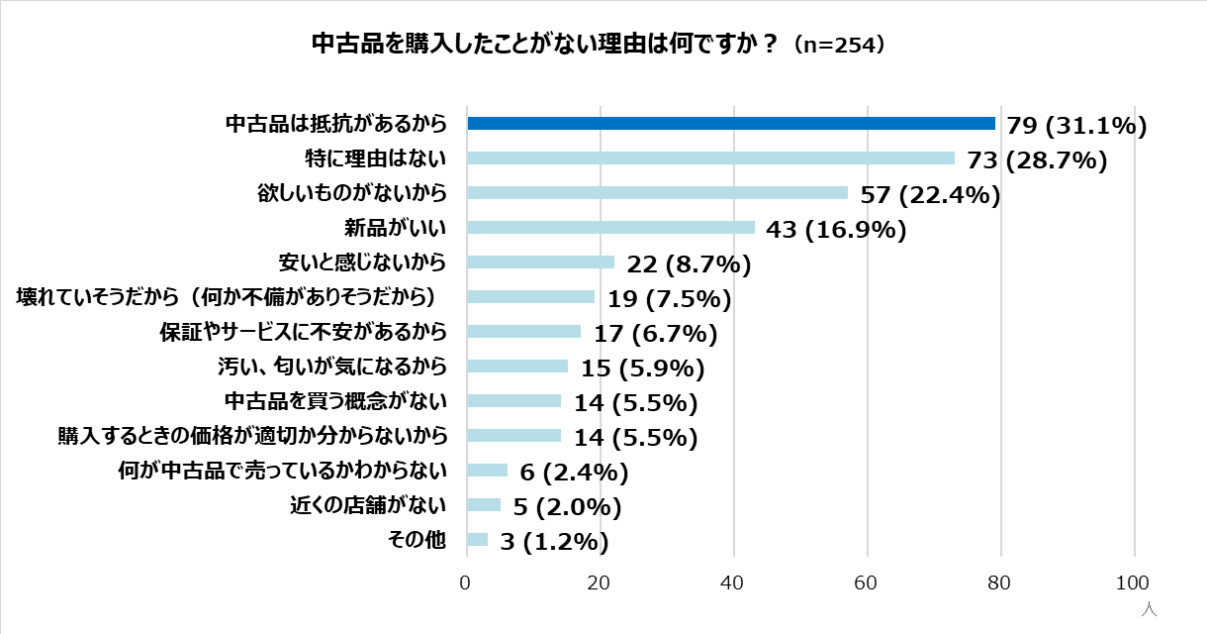
そのほか「ゲームソフト・ハード機器」、「携帯電話」、「家具・家電」などは「付属品の有無」が、「衣料・服飾品」は「ブランド・メーカー」の順位が高く、商材によって重視されるポイントが異なることが分かります。

⑥環境問題を意識して、中古品を購入したことがありますか？（単一回答）



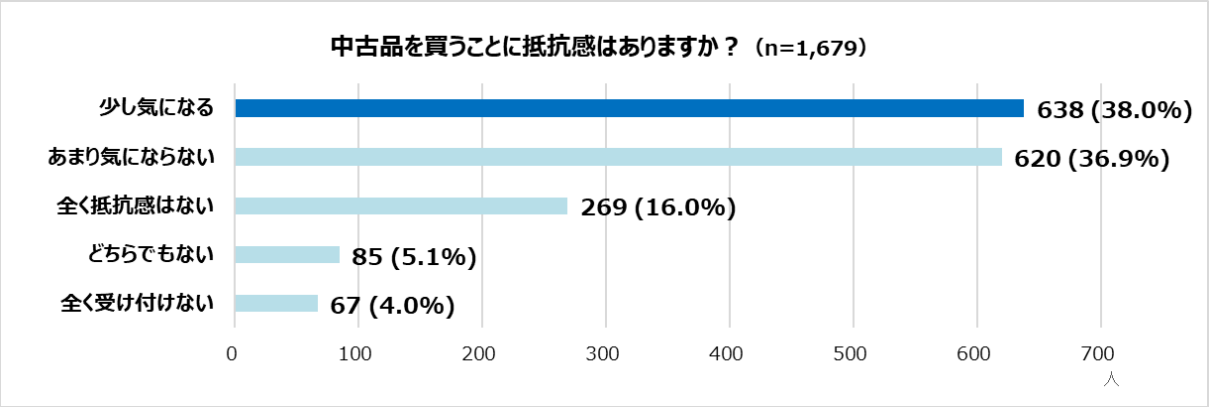
「ある」の回答が 24.2%で、前回（23.5%）から微増しました。この質問を開始した 2022 年（19.1%）から、緩やかに増加を続けています。

⑦中古品を購入したことがない理由は何ですか？（複数回答）



1 位「中古品は抵抗があるから」は微増したものの、「新品がいい」は調査開始以来、過去最低の割合（16.9%）となり 4 位へと順位を落としました。また、回答の中で前回から最も増加したのが、2 位「特に理由はない」でした（21.3%→28.7%）。リユース市場が成長を続ける中、物価高や環境意識の向上などをきっかけに、今後、「特に理由はない」と回答した方たちが中古品購入者になる可能性もありそうです。

⑧中古品を買うことに抵抗感はありますか？（単一回答）



「少し気になる」と「全く受け付けない」は減少、一方で「全く抵抗感はない」は増加しました。特に、「全く受け付けない」は、調査を開始した 2019 年と比較すると割合が半減（10.2%→4.0%）。中古品への抵抗感が薄れてきていることが分かります。

「中古品買取意識調査」

■「中古品買取意識調査」概要

調査対象：「ゲオアプリ」会員

サンプル数：1,759人

集計期間：2026年6月24日（水）～ 7月1日（水）

※ 本調査の構成比（%）は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計値が100%にならない場合があります。

※ 複数回答の設問においては、回答者数を分母として割合を算出しているため、合計値が100%を超える場合があります。

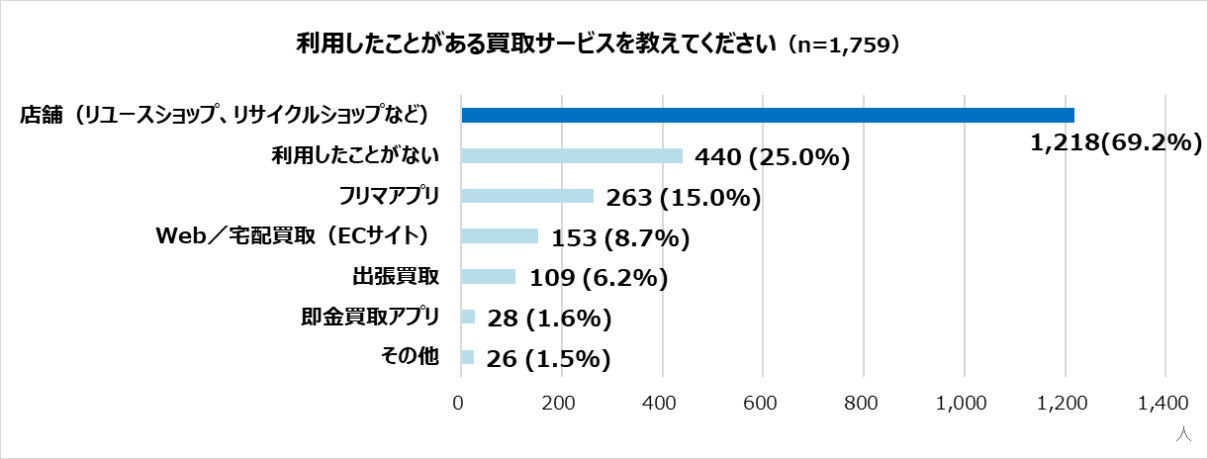
※ 設問②～⑦、⑨は、設問①で「利用したことがない」以外を回答した人のみ（回答者：1,319人）

※ 設問⑧は、設問①で「利用したことがない」を回答した人のみ（回答者：440人）

※ 設問⑪は、設問⑩で「利用しない」以外を回答した人のみ（回答者：1,600人）

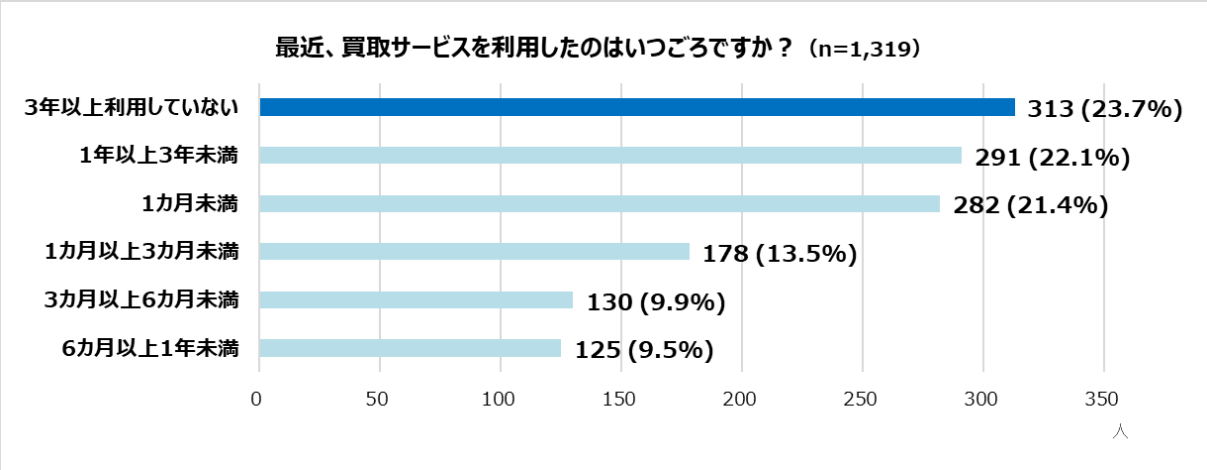
■結果概要（割合：回答数／サンプル数）

①利用したことがある買取サービスを教えてください。（複数回答）



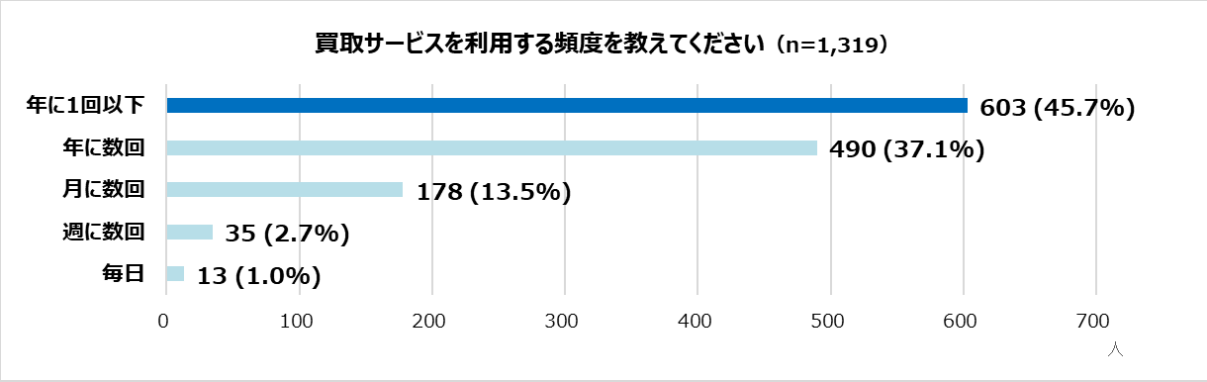
1 位から 6 位まで、前回調査から順位が変わらない結果になりました。調査開始以来、2 位に大差をつけて「店舗」がトップを維持し続けています。

②最近、買取サービスを利用したのはいつごろですか？（単一回答）



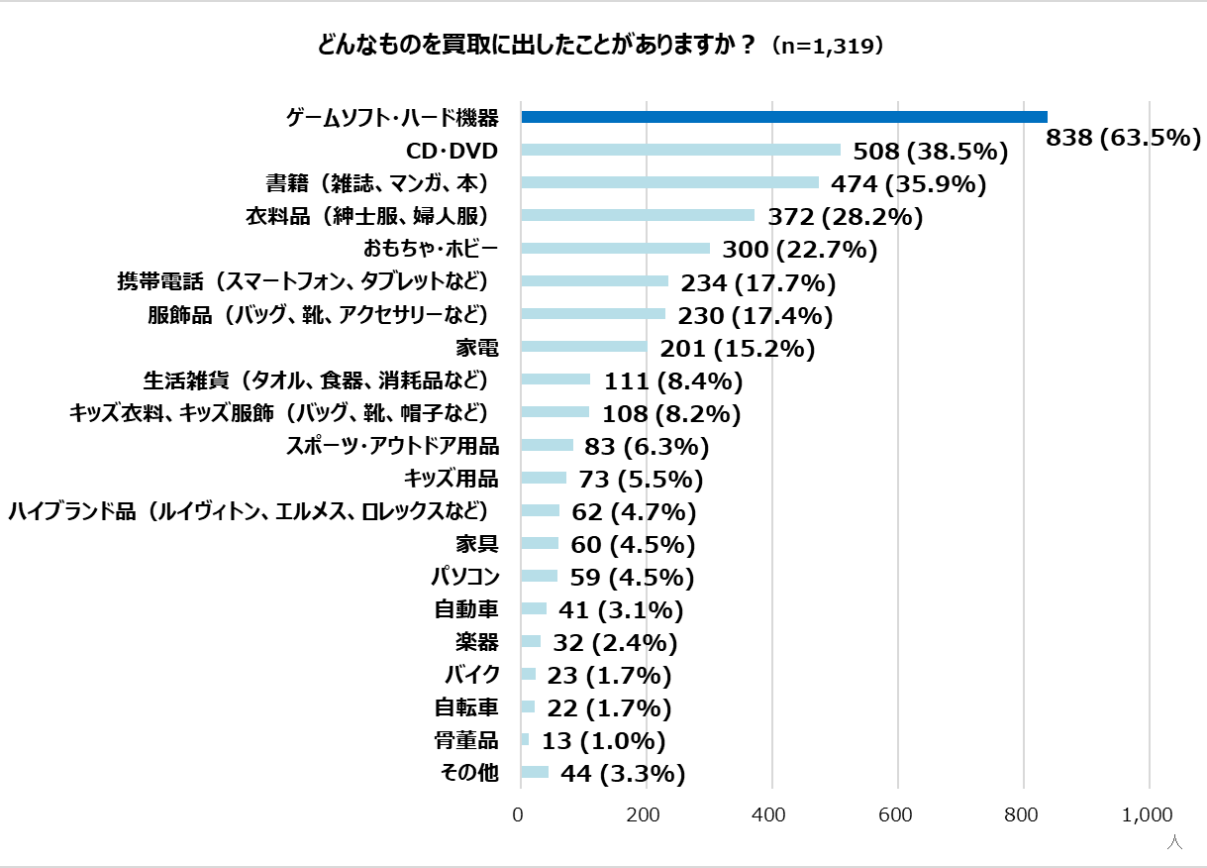
「3 年以上利用していない」、「1 年以上 3 年未満」など、買取サービスを 1 年以上利用していないという回答が上位を占めましたが、ともに割合としては減少。一方で、「1 カ月未満」は増加し、過去最高の割合（21.4%）になりました。

③買取サービスを利用する頻度を教えてください。(単一回答)



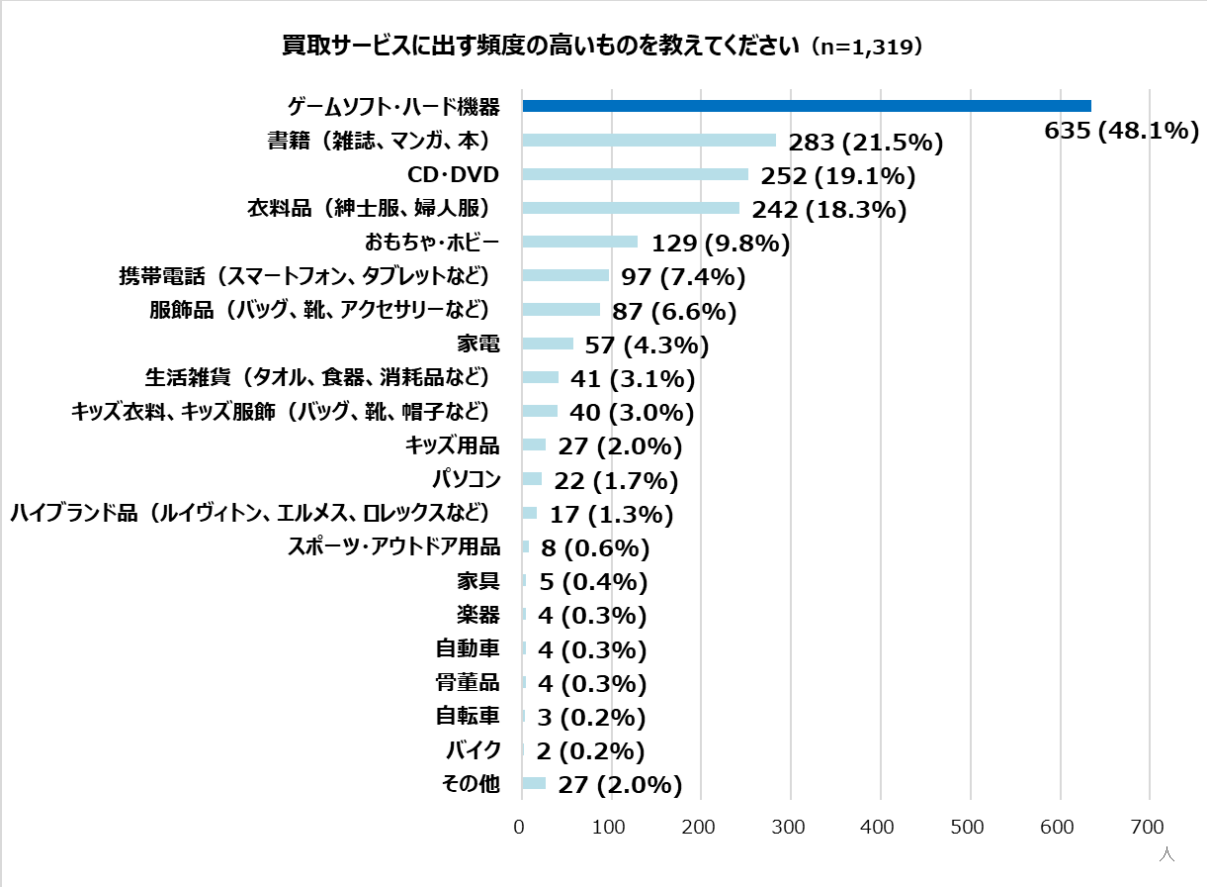
最も多かったのは「年に１回以下」でした。１カ月以内に買取サービスを複数回利用している人は 17.2%（月に数回：13.5%、週に数回：2.7%、毎日：1.0%）で、前回（16.4%）から微増しました。

④どんなものを買取に出したことがありますか？ (複数回答)



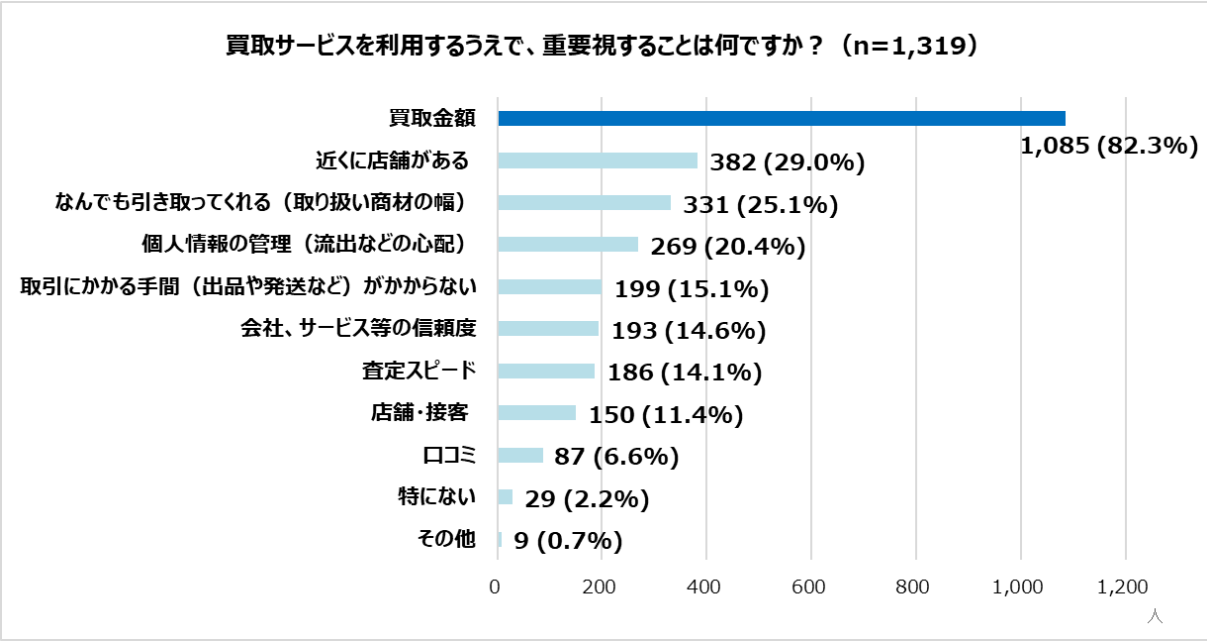
上位は、１位から５位まで前回調査から順位が変わらないという結果でした。「携帯電話」は前回の７位から６位にランクアップし、過去最高順位となりました。スマートフォンの新品価格が高騰する中、買取金額を端末の買い替え資金に充てる人も多く、「携帯電話」を買取に出す人は今後も増えそうです。

⑤買取サービスに出す頻度の高いものを教えてください。(複数回答)



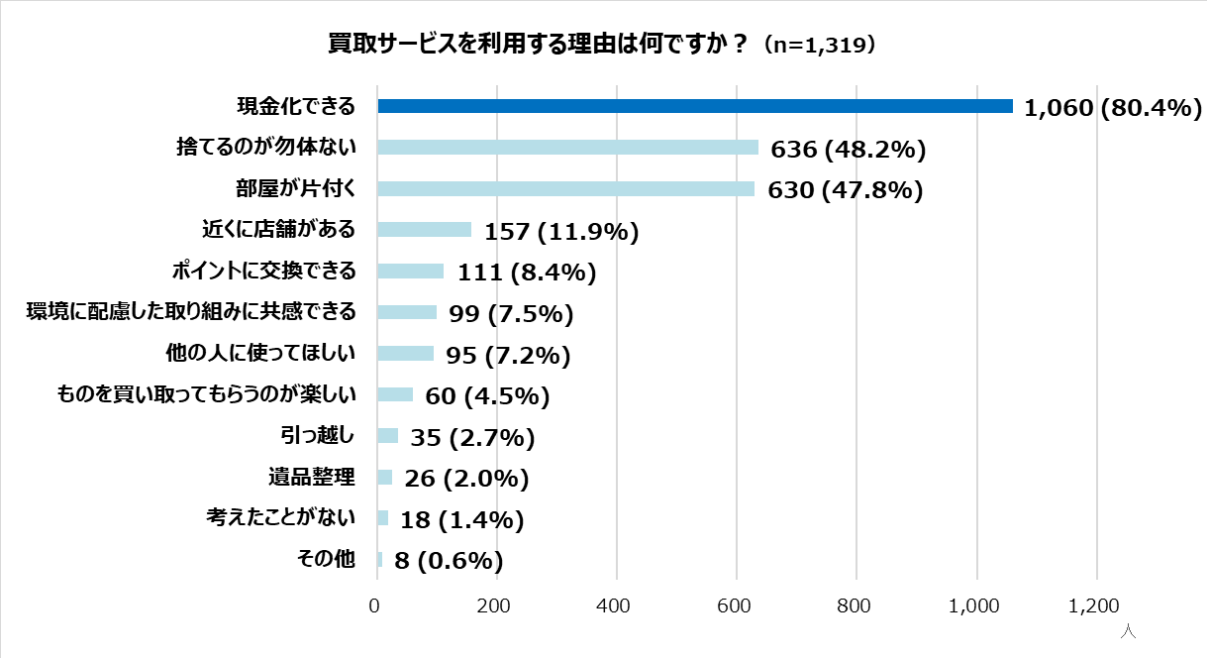
今回も「ゲームソフト・ハード機器」がトップで、過去最高の割合となりました。

⑥買取サービスを利用するうえで、重要視することは何ですか？ (複数回答)



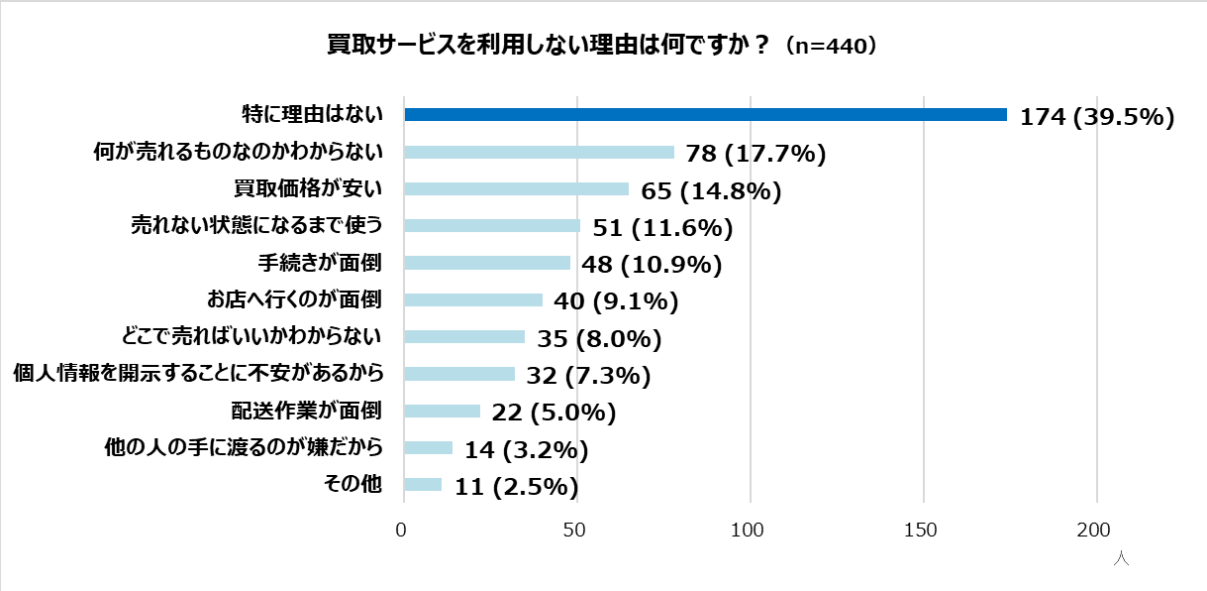
「買取金額」が 2 位に圧倒的な差をつけてトップ。割合は 82.3%となり、2 年連続で過去最高を更新しました。物価高の影響か、少しでも高い金額で買い取ってほしいと考える人が増えているようです。

⑦買取サービスを利用する理由は何ですか？（複数回答）



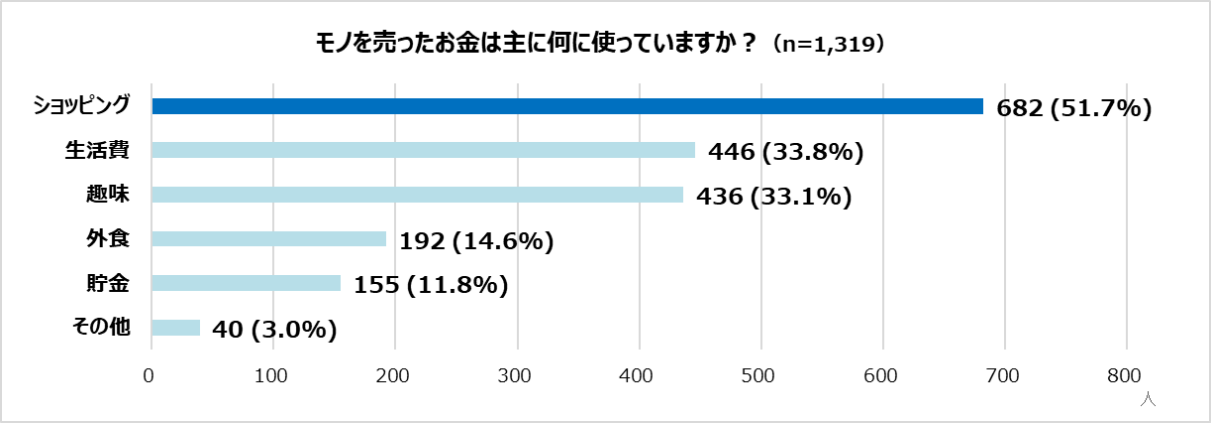
調査開始以来、「現金化できる」がトップを維持。割合も 2 年連続で 8 割を超えています。また、5 位「ポイントに交換できる」も過去最高の順位と割合（8.4%）になったことから、お得にモノを手放すことへの強いニーズが感じられます。4 位「近くに店舗がある」は、11.9%で過去最高の割合に。店舗に品物を持ち込むことで、手間なく不要品を手放せることに、メリットを感じているのかもしれません。

⑧買取サービスを利用しない理由は何ですか？（複数回答）



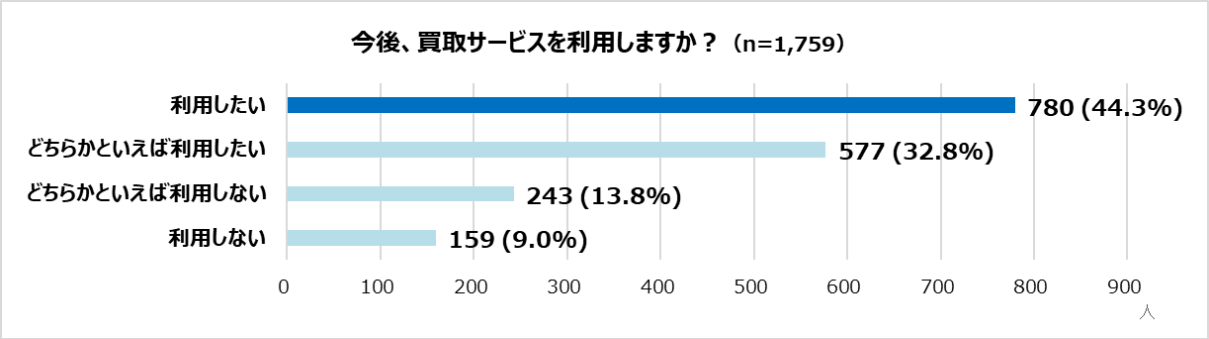
今回も、「特に理由はない」がトップ。前回調査では 6 位だった「売れない状態になるまで使う」が 4 位にランクアップし、過去最高順位となりました。割合も 11.6%で過去最高であり、2019 年の調査開始時（5.1%）と比較して倍増しています。モノを長く大切に使う人が、徐々に増えてきていることが読み取れます。

⑨モノを売ったお金は主に何に使っていますか？（複数回答）



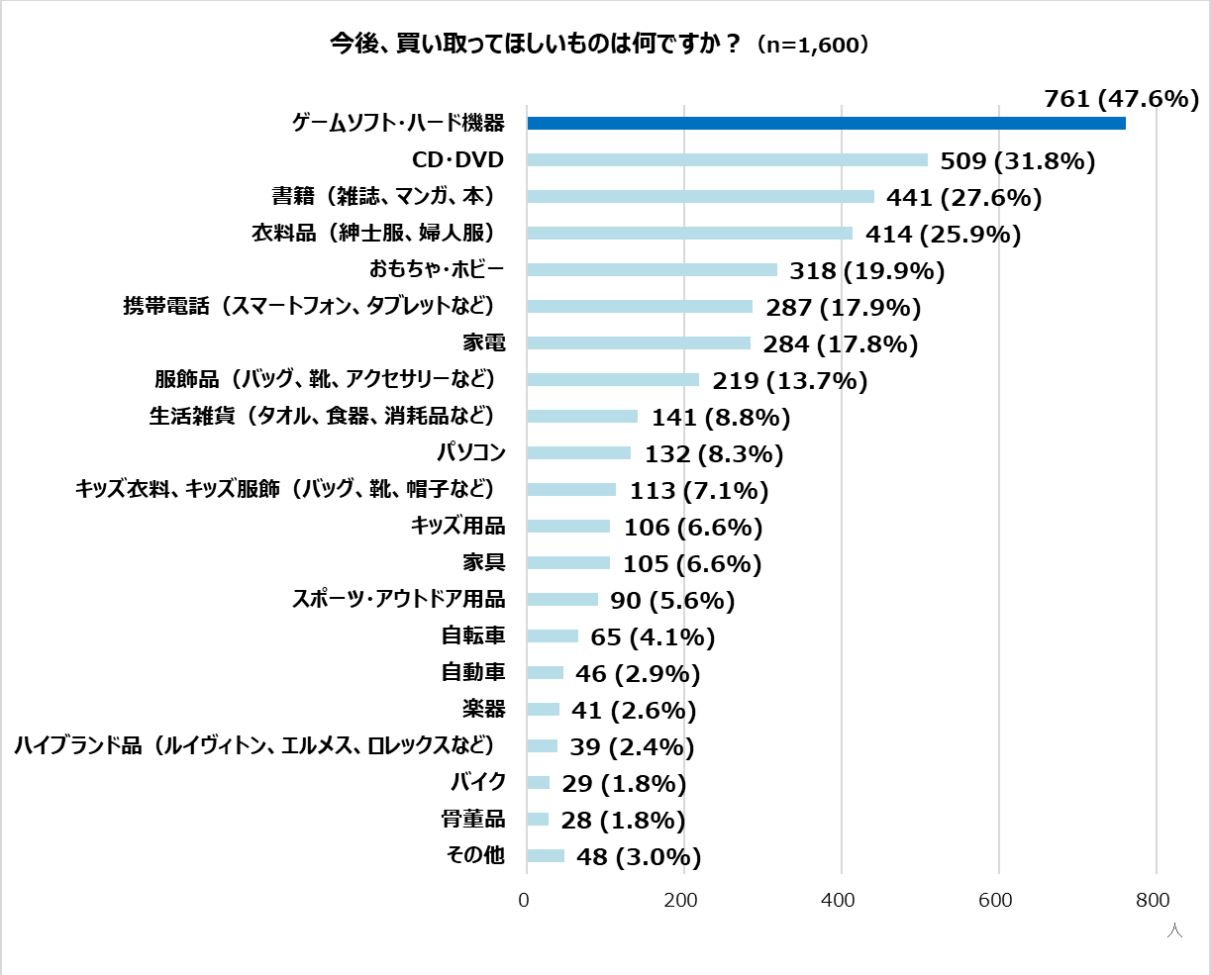
1位から5位まで、前回調査と同じ順位になりました。1位「ショッピング」が51.7%で、前回（50.7%）から割合が増加しました。

⑩今後、買取サービスを利用しますか？（複数回答）



買取サービスを利用したいという回答が約8割（利用したい：44.3%、どちらかといえば利用したい：32.8%）という結果になりました。

⑪今後、買い取ってほしいものは何ですか？（複数回答）



１位は「ゲームソフト・ハード機器」。３位「書籍」は前回調査から順位を上げました。「携帯電話」は６位で、過去最高順位となりました。

ゲオグループが目指しているのは、「あらゆるモノの循環インフラになること」です。レンタルやゲームの買取・販売を中心とするゲオ、豊富な中古スマホを取り扱うゲオモバイル、さまざまなアイテムの買取・販売を行う総合リユースショップ・セカンドストリート、高級腕時計やラグジュアリーブランドなどの買取・販売を行う OKURA などを展開し、多様な業態でリユースのビジネスを推進しています。

当社は今後も、より一層いつでもどこでも安心して中古品の売買ができるサービスを提供していきます。

以上

報道関連・ご取材等に関するお問い合わせは下記までお願いします
株式会社ゲオホールディングス
コーポレートコミュニケーション室　広報課　担当：石﨑
TEL：03-5911-5784　　E-mail：geo-pr@geonet.co.jp