

中古品の買い物を楽しむ人が増えている。衣料や家電の中古専門店が増えているほか、インターネット通販大手も宝飾品など高単価の商品を積極的に扱うようになり、中古品を買うことに抵抗感が薄れてきたようだ。これまでの節約意識だけでなく、日常生活で中古品と新品を上手に組み合わせる生活スタイルが広がっている。

衣料、流行品すぐ売買

ネットで高い宝飾品

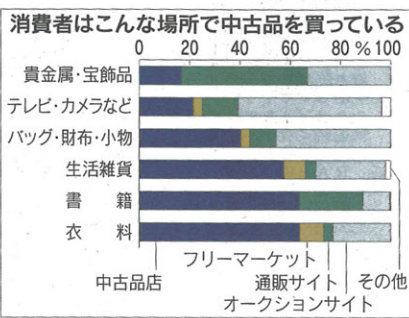
昨年末に開業した中古衣料店チェーン「ドンドンタウン オン ウェンズデイ」の原宿店（東京・渋谷）。運営するのは盛岡市が地盤のドンドンアップだ。月に10回以上は古着店に行くという女性（20）は「個性的な服がたくさんあり、自分に合う服を探すのが楽しい」とい

中古品生活 楽しむ

抵抗感薄れ多様に



店頭には流行品の古着も多く並ぶ（東京都渋谷区のドンドンタウン原宿店）



「H&M」や「フォーエバー21」など流行の衣料を安価にそろえる欧米系の衣料店がある。若者たちは、こうした店の新品と古着を「上手に組み合わせることを楽しんでいる」（ドンドンアップ）。H&Mなどの中古品が多く持ち込まれることで店も品ぞろえを充実できる好循環がある。

「1」といい数時間店にいることもあるという。道を挟んだ反対側には「H&M」や「フォーエバー21」など流行の衣料を安価にそろえる欧米系の衣料店がある。若者たちは、こうした店の新品と古着を「上手に組み合わせることを楽しんでいる」（ドンドンアップ）。

年比2割増えた。40〜50代女性も古着の買い物を楽しんでいる。流行の服を新品で買うには勇気が要るが、「中古品なら『失敗してもいいや』というお試し感覚で買っていく」（同社）。同社ではスカートやシャツなど平均して1000円前後で買えるからだ。日経産業地域研究所がマクロミルに依頼して2月にネット経由で全国の男女1千人を対象に中古品について調査した。

この1年間に中古品を購入した人は46%。うち購入を「増やした」人は31%で、「減らした」人は16%の2倍近い。買った品目の上位は書籍が最多で衣料が続いた。楽天は仮想商店街「楽天市場」で約2300の加盟店が中古品を販売している。大手ネット企業が手掛けるようになったことで「ネットで中古品を購入しても心配はない」という意識が年々高まっている」（楽天）。今年1〜3月の取扱額は前年同期比約4割増えた。生活費を切り詰めるための中古品購入というよりも、手軽におしゃれや趣味を楽しむという意識が強いようだ。楽天では指輪やイヤリングなど、数万円台の中古の宝飾品と、腕時計の同期の取扱額はともに5割増と、全体の伸びを上回る。ほかにも「ギターなど趣味のための商品の動きが際立つ」（楽天）という。ヤフーは3月から「ヤフーショッピング」で中古品の取り扱いを始めた。パソコン販売大手のソフマップ（東京・千代田）などが出品する。消費者同士が売買するネットオークションと併せて「日常的に購入する人が増えている」（楽天）。

中古販売業者でつくる日本リユース業協会（東京・千代田）によると自動車を除く中古品の市場規模は2011年度で約1兆900億円で、12年度も増えるとみている。