

【リユース利用実態調査】買い替え・現金確保目的で不用品を 売った人の3人に1人が売却代金を「趣味・レジャー・推し 活」に活用

～売却開始から代金受取まで「4日以上」が58.7%、売却代金を早く使
えれば約4人に1人が「より高い価格帯の商品も検討」と回答～

リユース 利用実態調査

買い替え・現金確保目的で不用品を売った人の
3人に1人が売却代金を「趣味・レジャー・推し活」に活用



エンベデッド・ファイナンスを展開するGeNiE株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役社長：齊藤雄一郎）は、全国の20歳～69歳の男女を対象に「リユース利用者の売却行動と資金需要に関する実態調査」を実施しました。

フリマアプリやリサイクルショップ、買取サービスなどを通じて、使わなくなったモノを売ることが身近になっています。直近1年間に不用品を売却した人のうち20.5%は、「他の商品に買い替えたかった」「現金が必要だった」のいずれかを売却理由に挙げました。

では、生活者はモノを売って得たお金を、何に使っているのでしょうか。

「買い替え」または「現金が必要」を理由に不用品を売却した300人に聞いたところ、売却代金の使い道は「趣味・レジャー・推し活など」が33.3%で最も多く、「日常の生活費」が29.7%、「別の商品への買い替え・購入」が21.7%となりました。また、55.0%が売却時に「できるだけ早く現金化したかった」「早い方がよかった」と回答しています。

今回の調査から、不用品の売却は単に不要品を処分するだけでなく、趣味や日々の生活、次の買い物などに使うお金をつくる行動にもなっていることが見えてきました。

《調査サマリー》

- 売却経験者の20.5%が「買い替え」または「現金が必要」を理由に不用品を売却
- 「買い替え」または「現金が必要」を理由に売却した人では、売却代金の使い道は「趣味・レジャー・推し活など」33.3%が最多。「日常の生活費」29.7%、「別の商品への買い替え・購入」21.7%
- 資金需要を背景に売却した人の55.0%が「できるだけ早く現金化したかった」「早い方がよかった」と回答
- 20～30代では「趣味・レジャー・推し活」への利用が半数超。売却代金を早く使えた場合、4割超が「より高い価格帯の商品も検討していた」と回答
- 売却完了前に資金を使えた場合、全体の26.3%が「購入時期を早めていた」、25.0%が「より高い価格帯の商品も検討していた」と回答
- 売却完了前に必要な金額を借り、売却代金を返済に充てられるローンについて、55.0%が「利用したい」「選択肢として検討したい」と回答

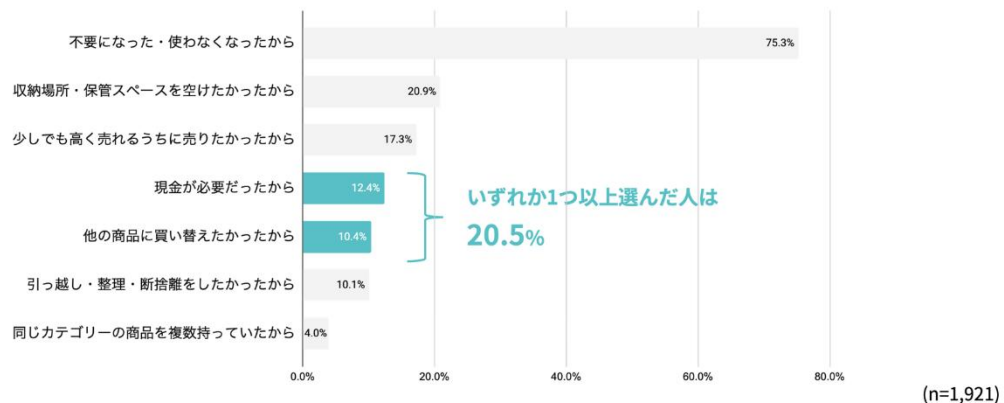
■不用品売却は「処分」だけではない。売却経験者の約5人に1人が、買い替えや現金確保を目的に売却

直近1年間に、フリマアプリやリサイクルショップ、買取サービスなどで不用品を売却した経験がある人に、その理由を聞きました。

「不要になった・使わなくなったから」といった理由が多い一方で、20.5%が「他の商品に買い替えたかったから」「現金が必要だったから」のいずれかを回答しました。

売却経験者の約5人に1人が、買い替えや現金確保を目的に売却

Q.不要品や手持ち品を売却した理由として、当てはまるものを下記の選択肢の中からすべて教えてください。



不用品の売却は、モノを手放すだけでなく、次の買い物や支出に使うお金をつくる手段にもなっていることがわかりました。

■売ったお金の使い道、最多は「趣味・レジャー・推し活」33.3%。約3割は「日常の生活費」に

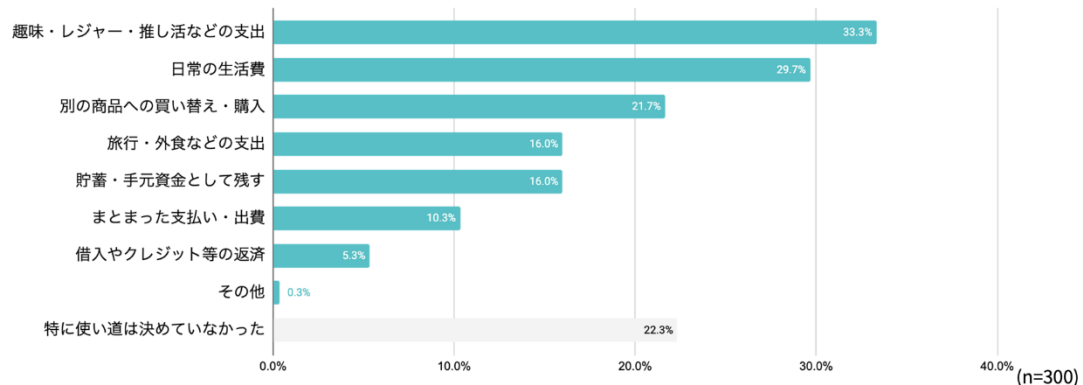
「買い替え」または「現金が必要」を理由に不用品を売却した300人に、売却代金を主に何に使った、または使う予定だったかを聞きました。

最も多かったのは「趣味・レジャー・推し活など」で33.3%、次いで「日常の生活費」が29.7%でした。「別の商品への買い替え・購入」は21.7%、「旅行・外食など」と「貯蓄・手元資金」はそれぞれ16.0%となっています。

一方、「特に使い道は決めていなかった」と回答した人も22.3%いました。

売ったお金の使い道、最多は「趣味・レジャー・推し活」

Q.その商品の売却代金は、主に何に使いましたか。または、何に使うつもりでしたか。当てはまるものをすべて教えてください。



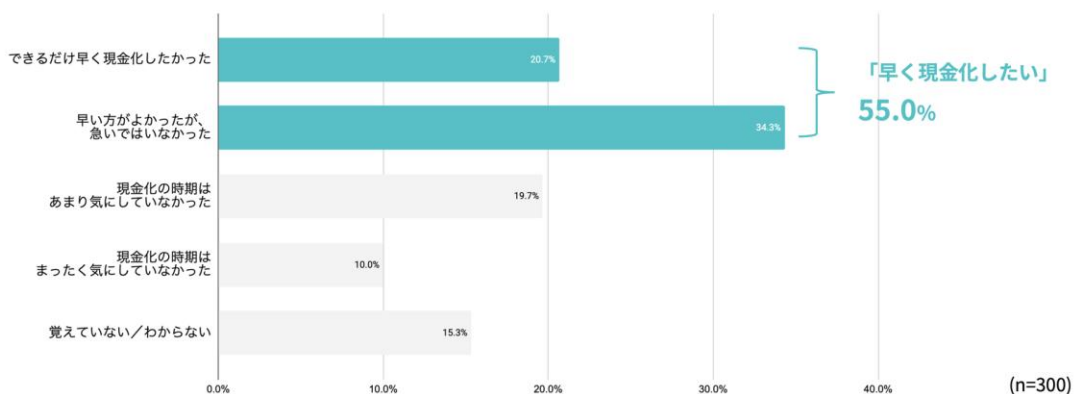
売却代金は、買い替えだけでなく、趣味やレジャー、生活費、旅行・外食、貯蓄など、さまざまな用途に使われていることがわかりました。

■55.0%が「早く現金化したい」と回答する一方、売却開始から代金受取まで「4日以上」が58.7%

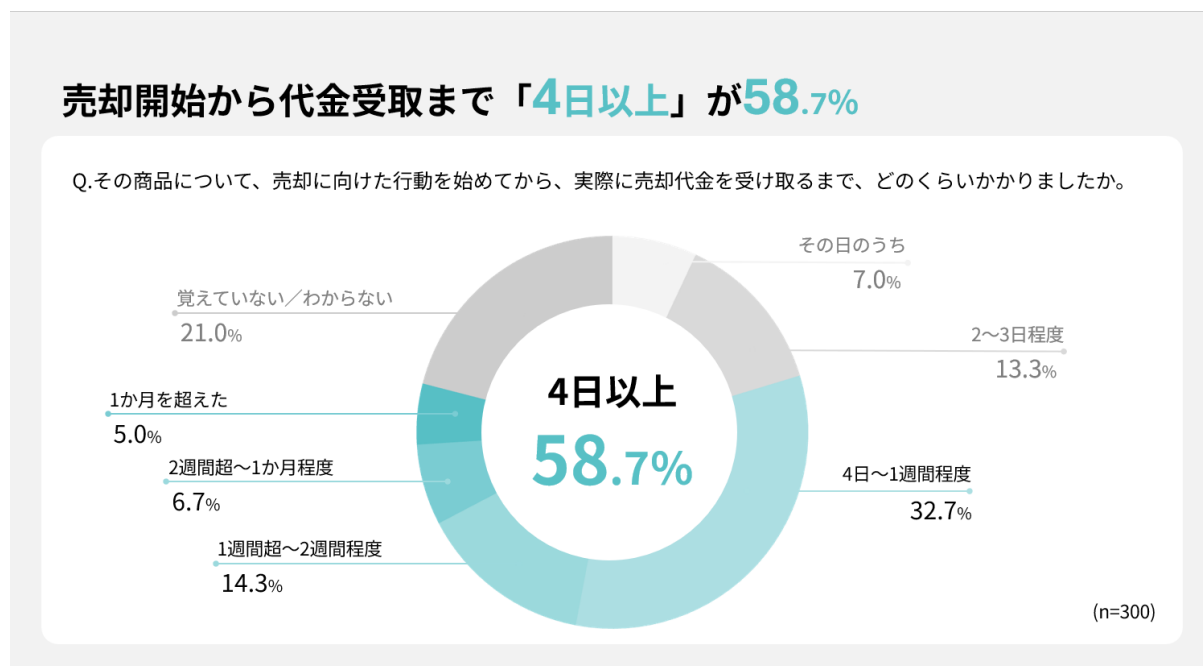
続いて、売却代金を受け取るまでの早さについて聞いたところ、全体の55.0%が「できるだけ早く現金化したかった」「早い方がよかった」と回答しました。

半数以上が、売却時に「早く現金化したい」と回答

Q.その商品を売却した際、売却に向けた行動を始めた時点で、どの程度早く現金化したいと考えていましたか。



一方、実際に売却を開始してから代金を受け取るまでにかかった日数は、「4日以上」が58.7%となりました。



こうした結果から、早期の現金化を望む人が一定数いる一方で、売却代金を受け取るまでには時間がかかっている実態がうかがえます。

■売却代金を早く使えたら、4人に1人が「購入時期を早めていた」「より高い価格帯も検討していた」

では、売却が完了する前に、その売却代金を見込んだ資金を利用できた場合、生活者の行動は変わるのでしょうか。

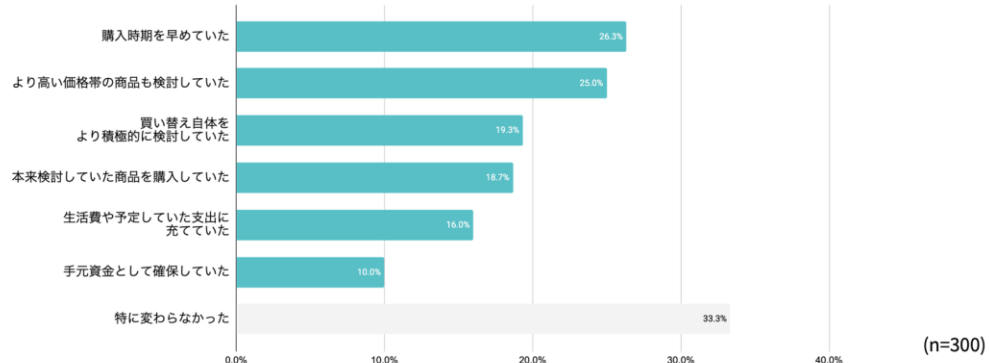
売却完了前に資金を使えた場合の行動について聞くと、26.3%が「購入時期を早めていた」、25.0%が「より高い価格帯の商品も検討していた」と回答しました。

このほか、「買い替え自体をより積極的に検討していた」が19.3%、「本来検討していた商品を購入していた」が18.7%、「生活費や予定していた支出に充てていた」が16.0%となりました。

売却代金を早く使えたら、**4人に1人**が

「購入時期を早めていた」「より高い価格帯も検討していた」

Q.もし、手持ち品の売却が完了する前でも必要な資金を使えたとしたら、あなたの行動はようになっていたと思いますか。下記の選択肢の中から、当てはまるものをすべて教えてください。



売却代金を早く使えることは、購入時期や検討する商品の価格帯など、その後の選択に影響する可能性があります。

■売却代金を早く使えた場合、20～40代では「購入時期の前倒し」「より高い価格帯の商品を検討」

こうした売却代金の使い方や、その後の行動を年代別にみると、違いもみられました。

売却代金の使い道では、「趣味・レジャー・推し活など」と回答した割合は、20代61.9%、30代56.8%、40代44.1%と、20～40代では4割を超えました。

一方、「特に使い道は決めていなかった」と回答した割合は、60代で41.3%でした。20～40代では趣味やレジャーなどへの利用が目立つ一方、60代では売却代金の使い道を決めていない人も4割を超えました。

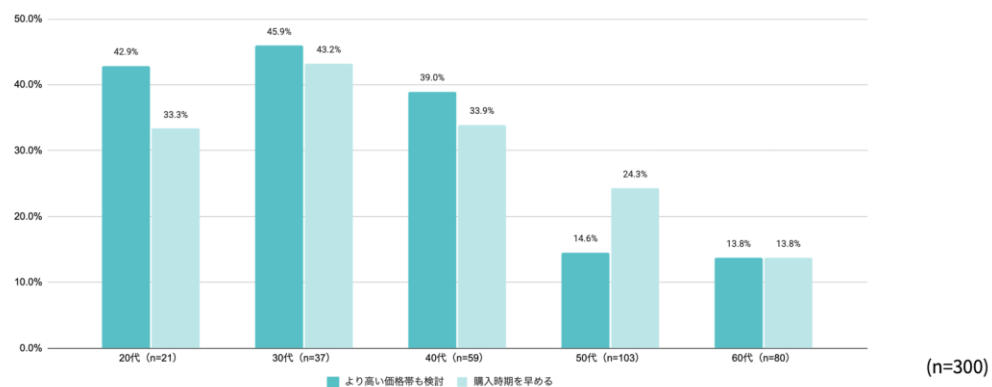
また、売却完了前に資金を使えた場合、20代では42.9%、30代では45.9%が「より高い価格帯の商品も検討していた」と回答。「購入時期を早めていた」も20代33.3%、30代43.2%となりました。

20～30代では、売却代金を趣味や買い物など次の消費に使う意識が比較的強いことがうかがえます。

※年代別の回答者数は20代21名、30代37名、40代59名、50代103名、60代80名のため、年代別の数値は参考値として掲載しています。

20～40代は、売却代金を早く使えた場合、約3～4割が 「購入時期を早める」「より高い価格帯も検討」と回答

Q.もし、手持ち品の売却が完了する前でも必要な資金を使えるとしたら、あなたの行動はどんなになっていたと思いますか。下記の選択肢の中から、当てはまるものをすべて教えてください。



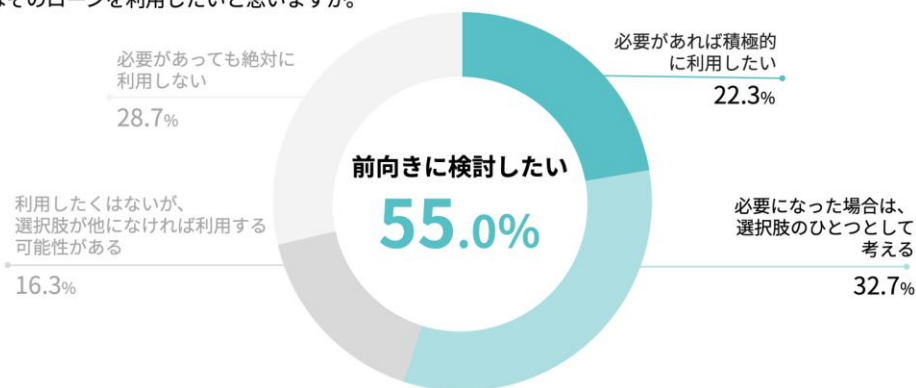
■売却完了前に必要な資金を借りられるローン、55.0%が「利用したい・検討したい」

最後に、出品や買取申込をした後、まだ売却が完了していない段階でも必要な金額を借りることができ、売却後は売却代金を返済に充て、残った金額をその後返済できるローンについて利用意向を聞きました。

全体では55.0%が「利用したい」「選択肢として検討したい」と回答しました。

半数以上が、売却完了前に必要な資金を借りられるローンの利用に前向き

Q.普段利用しているリユースサービスのWebサイトやアプリ上で、必要な金額を借り、手持ち品が売れた後にその売却代金を返済に充て、残った金額をその後返済できるローンが利用できるとしたら、あなたはそのローンを利用したいと思いますか。

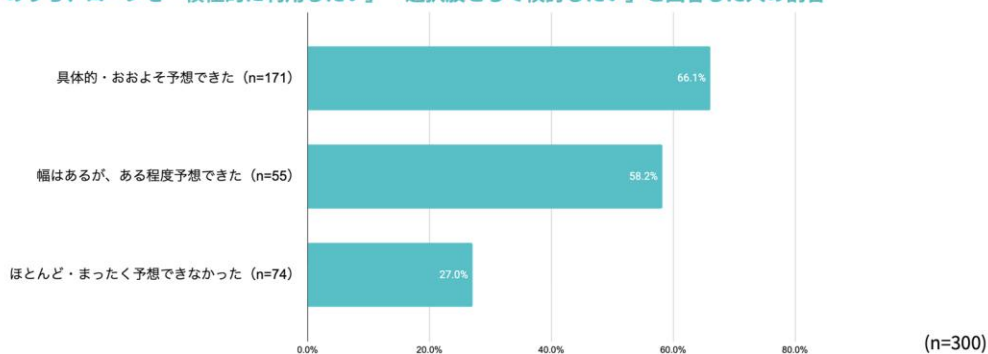


また、売却前からおよその売却金額を予想できていた人では66.1%が利用を検討した一方、売却価格を見込みにくかった人では27.0%でした。

売却金額を予想できていた人の66.1%が、ローンの利用に前向き

Q.その商品を売ろうと考え、出品や買取の申し込みなどを始めた時点で、「いくらくらいで売れそうか」をどの程度予想できていましたか。

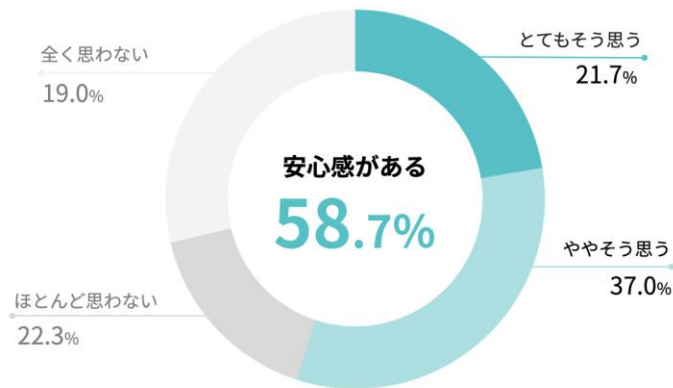
各グループのうち、ローンを「積極的に利用したい」「選択肢として検討したい」と回答した人の割合



さらに、「一般的な金融サービスを別途利用するよりも、普段使うリユースサービス内で利用できる方が安心感がある」と回答した人は58.7%でした。

58.7%が普段利用するリユースサービスが提供するローンに安心感

Q.普段利用しているリユースサービスのWebサイトやアプリ上で、前問のローンが利用できるとしたら、一般的な金融サービスと比較して安心感があると思いますか。



売却代金を受け取るまでの間に必要な資金を借りられるローンは、生活者の選択肢のひとつになり得ます。

【調査概要】

調査名：リユース利用者の売却行動と資金需要に関する実態調査

アンケート対象：全国、20歳～69歳の男女

調査方法：インターネット調査

調査期間：2026年9月～10月

調査人数：スクリーニング調査5,000名、本調査300名

本調査対象：直近1年間にリユースサービスを利用して不用品を売却した経験があり、その売却理由として「他の商品に買い替えたかったから」または「現金が必要だったから」と回答した人

■不用品の売却を、生活者の次の行動につなげる選択肢へ

今回の調査から、不用品の売却は、不要になったモノを処分するだけでなく、趣味やレジャー、日々の生活費、次の買い物などに使うお金をつくる行動にもなっていることがわかりました。

また、資金需要を背景に売却した人の半数以上が現金化までの早さを意識しており、売却代金を早く使えることで、購入時期や検討する商品の価格帯など、その後の行動が変わる可能性も示されています。

生活者がモノを売る理由や、売却代金を必要とするタイミングはさまざまです。リユースサービスにおいても、査定額や売却方法だけでなく、売却代金を「いつ、どのように使えるか」という観点から選択肢を広げる余地があると考えられます。

GeNiEが提供する組込型金融サービス「マネーのランプ」は、事業者のWebサイトやアプリ内で、ローンの申し込みから審査、契約までを完結できるサービスです。GeNiEは今後も、生活者の行動やニーズを起点に、事業者のサービス体験に自然に組み込まれる金融のあり方を検討してまいります。

■「マネーのランプ」について

顧客の願いを叶える“あなたらしい”金融サービス



「マネーのランプ」は、レンディング（貸付）機能に特化した組込型金融サービスです。レンディング事業は、貸金業ライセンスの取得や厳格な法対応、金融庁による監督指針などを遵守するための態勢整備が必要であり、参入障壁の高いビジネスです。しかし「マネーのランプ」であれば、最短2週間で事業会社によるレンディング機能の提供開始を実現します。これにより、エンドユーザーは普段から利用しているショッピングサイトやアプリ内で商品を購入する際、迅速にレンディングサービスへ申し込むことができ、必要な資金をその場で受け取ることができます。顧客の資金ニーズが高まっているタイミングでのシームレスな金融サービスの提供を可能にすることで、顧客体験の向上および企業の収益向上に貢献します。

「マネーのランプ」の特長：

- ①初期費用・貸金業ライセンス不要で早期に収益化可能
- ②最短2週間で事業会社によるレンディング機能の提供開始を実現
- ③アコム100%出資のフィンテック企業だから提供できる高精度の与信システム

サービスページ：<https://genie-ml.com/money-lamp/>

■ GeNiE株式会社について

会社名：GeNiE株式会社

本社所在地：東京都中央区八丁堀二丁目10番9号

代表者：代表取締役社長 齊藤 雄一郎

設立：2022年4月1日

URL：<https://genie-ml.com/>