

フリマアプリ利用者の所有・利用意識に関する質的調査

A Qualitative Study on Ownership and Usage Consciousness among Flea Market App Users

○吉田綾^{*,**}

Aya Yoshida

1. はじめに

近年、フリマアプリやサブスクリプションサービスの普及により、従来の「所有」中心から「共有」・「一時利用」への消費行動の変化が見られる。断捨離ブームやミニマリスト志向の高まり、中古品への抵抗感の減少により、「売ることを前提とした買い物」という新たな消費スタイルも登場している。一方で、フリマアプリの利用により新品購入単価が上昇したとする消費者も存在し、「ワンショット消費」による消費拡大の懸念も指摘される。

本研究では、フリマアプリ利用者へのインタビュー調査を通じて、シェアリングエコノミーが個人の所有・利用意識に与える影響を明らかにし、持続可能な社会への転換における課題を見出すことを目的とする。

2. 調査方法

2024年12月から2025年3月にかけて、個人利用でフリマアプリを日常的に利用している人（フリマアプリでの取引経験数が3桁以上）を調査会社のモニターを対象に募集し、成人8名を対象に半構造化インタビューをオンライン会議システムを用いて実施した。表1に対象者の概要を示す。

調査項目は、フリマアプリ利用の経緯・利用状況、購買行動の変化、中古品に対する意識、フリマアプリの価値等である。

3. 結果・考察

3.1 フリマアプリ利用の動機と価値観

調査の結果、フリマアプリ利用の主要な動機は経済的理由と断捨離（不用品処分）であり、これらは「もったいない」という価値観と強く結びついていることが明らかになった。利用者は、まだ使えるものを他の人に譲ることで、ごみ削減に貢献したいという環境意識を持つ一方で、自分が捨てる罪悪感を回避したいという心理的側面も併せ持っていた。

3.2 中古品に対する意識の変化

* 東京大学大学院新領域創成科学研究科環境システム学専攻 Department of Environmental Systems, Graduate School of Frontier Sciences, University of Tokyo
〒277-8563 E-mail: yoshid9723@edu.k.u-tokyo.ac.jp, ayoshida@nies.go.jp

** 国立環境研究所 資源循環領域

表 1 対象者の概要

対象者	年代	性別	婚姻等	地域	職業	備考
A	40 代	女性	既婚 子あり	大阪	会社員	洋服のサブスクサービス利用経験あり
B	30 代	男性	独身	東京	パート等	
C	20 代	女性	独身	神奈川	会社員	
D	60 代	男性	既婚 子独立	東京	経営者・役員	
E	30 代	女性	独身	京都	公務員	洋服のサブスク利用経験あり
F	30 代	女性	既婚 子あり	愛知	専業主婦	
G	40 代	男性	既婚 子あり	山口	会社員	
H	40 代	女性	既婚 子あり	北海道	専業主婦	ブランドバッグのサブスクサービス利用経験あり

中古品に対する忌避感とは、衣類・アクセサリ、食器など直接肌や口に触れるもの以外では低いことが確認された。しかし、ブランド品や電気機器については真贋判定や信頼性に対する不安が残っており、出品者による商品状態判断のばらつきが消費者の不満要因となる可能性が示唆された。

3.3 購買行動への影響

「売ることを前提とした買い物」を意図的に行っている利用者は本・雑誌以外では確認されなかった。基本的に自分が使用する前提で購入し、使用感の悪さ、イメージとの相違、飽きなどの理由で出品・再販を行っていた。フリマアプリの存在は、「合わなかったら売れば良い」という安心感から購入のハードルを下げると同時に、慎重な購買行動を促進する二面性を持っていた。また、特に電子機器の処分方法として、フリマアプリが新たな流通経路として機能し始めていることが興味深い発見であった。ただし、ほとんどの対象者が小型家電リサイクル法を正確に理解していない点は課題である。フリマアプリは、モノを動産として捉え、使わないものを現金化する意識を高める効果をもたらしていた。

参考文献

株式会社メルカリ「2019 年度フリマアプリ利用者と非利用者の消費行動に関する意識調査」