

# 消費者心理から見る中古品の有効性 ～ 製品間差異に着目して～

慶應義塾大学商学部小野晃典研究会第7期  
橋本賢治 千葉将太 市村哲 小野杏奈

12月5日(土)@早稲田大学  
関東10ゼミ討論会にて口頭発表予定

# 問題意識

中古品の持つどのような要因が、消費者の中古品購買行動に影響を及ぼすのであろうか。

僕は中古車を買おう！



私は新車じゃなきゃイヤ！



それらの要因が消費者の中古品購買意図に及ぼす影響は、  
製品によってどのように異なっているのであろうか。



中古自動車



中古家電



中古衣料品



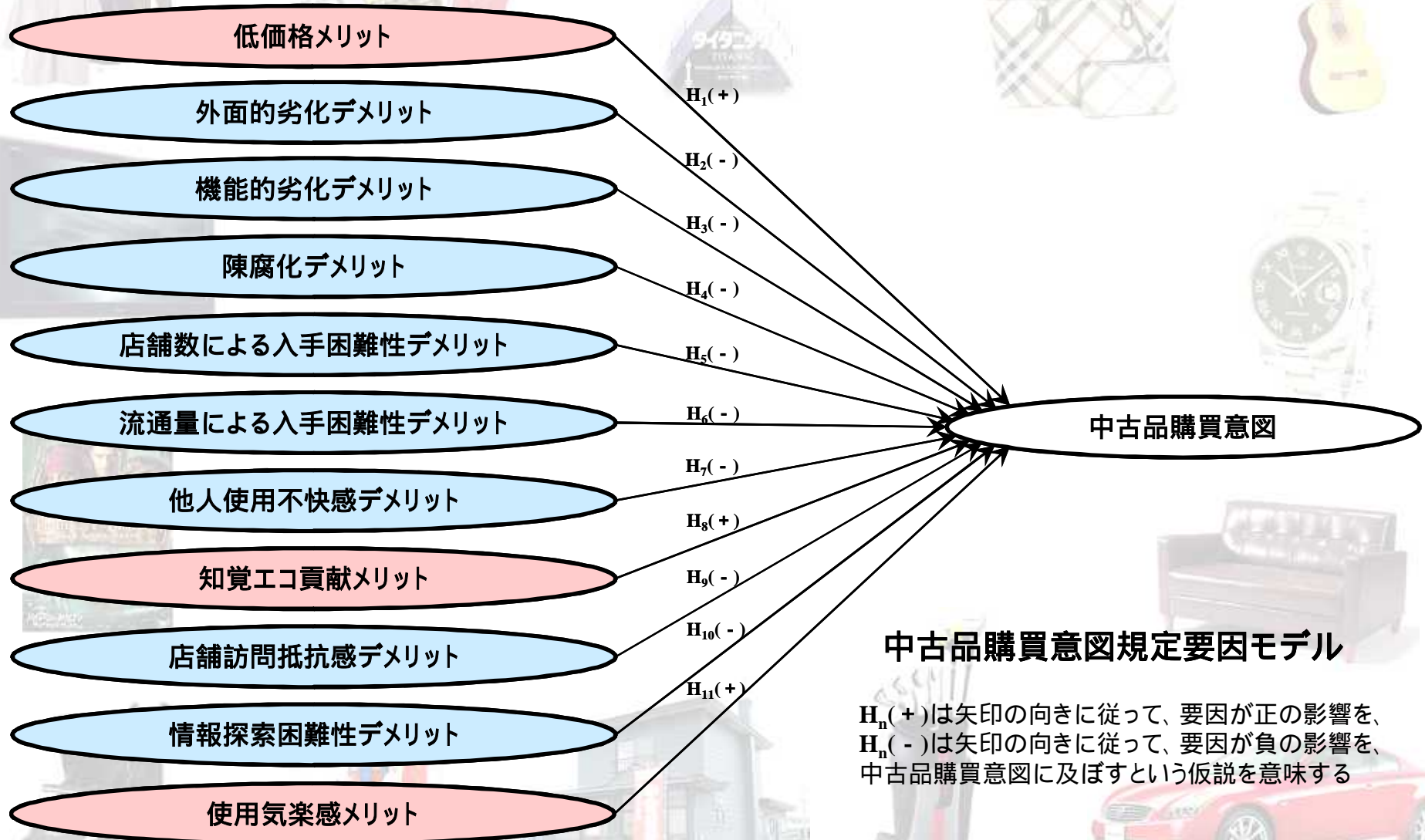
中古著作物



中古高級  
ブランド小物

本論では、年間販売額が大きく、消費者の購買経験が多い、上記の5つの製品カテゴリーを研究対象とする。

# 概念モデルの構築








## 中古品購買意図規定要因モデル

$H_n(+)$ は矢印の向きに従って、要因が正の影響を、  
 $H_n(-)$ は矢印の向きに従って、要因が負の影響を、  
中古品購買意図に及ぼすという仮説を意味する

# 仮説の提唱

構成概念	構成概念の定義	仮説
<p>低価格メリット</p> 	<p>新品と比較して、中古品は低価格であるため、消費者は購買の際の金銭的コストを低減できると知覚するというメリット</p>	<p>仮説1: 「低価格メリット」は、「中古品購買意図」に正の影響を及ぼす。</p>
<p>外面的劣化デメリット</p> 	<p>新品と比較して、中古品は多くの傷や汚れなどの目に見える劣化が存在するため、消費者は製品の価値が低いと知覚するというデメリット</p>	<p>仮説2: 「外面的劣化デメリット」は、「中古品購買意図」に負の影響を及ぼす。</p>
<p>機能的劣化デメリット</p> 	<p>新品と比較して、中古品は繰り返し使用されたことにより提供する機能が劣っているため、消費者は製品の価値が低いと知覚するというデメリット</p>	<p>仮説3: 「機能的劣化デメリット」は、「中古品購買意図」に負の影響を及ぼす。</p>
<p>陳腐化デメリット</p> 	<p>新品と比較して、中古品は新製品の普及や時間の経過によって相対的に陳腐化しているため、消費者は製品の価値が低いと知覚するというデメリット</p>	<p>仮説4: 「陳腐化デメリット」は、「中古品購買意図」に負の影響を及ぼす。</p>
<p>店舗数による入手困難性デメリット</p> 	<p>新品と比較して、中古品は扱う店舗数が少ないため、消費者は製品を探索する際により多くの時間と労力をかけなければならないと知覚するというデメリット</p>	<p>仮説5: 「店舗数による入手困難性デメリット」は、「中古品購買意図」に負の影響を及ぼす。</p>
<p>流通量による入手困難性デメリット</p> 	<p>新品と比較して、中古品は流通量が少ないため、消費者は製品を探索する際により多くの時間と労力をかけなければならないと知覚するというデメリット</p>	<p>仮説6: 「流通量による入手困難性デメリット」は、「中古品購買意図」に負の影響を及ぼす。</p>

# 仮説の提唱

構成概念	構成概念の定義	仮説
<p>他人使用 不快感デメリット</p> 	<p>新品と比較して、中古品は他人によって使用されたことがあるという性質があるため、消費者は製品を不快であると知覚するというデメリット</p>	<p>仮説7: 「他人使用感デメリット」は、「中古品購買意図」に負の影響を及ぼす。</p>
<p>知覚エコ 貢献メリット</p> 	<p>新品と比較して、中古品は資源を再利用することになるため、消費者はエコ活動に貢献しているというメリット</p>	<p>仮説8: 「知覚エコ貢献メリット」は、「中古品購買意図」に正の影響を及ぼす。</p>
<p>店舗訪問 抵抗感デメリット</p> 	<p>新品と比較して、中古品は「中古品を購入している人」と他人に知覚される恐れがあるため、消費者は中古品を取り扱う店舗の訪問に抵抗感を知覚するというデメリット</p>	<p>仮説9: 「店舗訪問抵抗感デメリット」は、「中古品購買意図」に負の影響を及ぼす。</p>
<p>情報探索 困難性デメリット</p> 	<p>新品と比較して、中古品は店舗を訪問しないと在庫が把握できないため、消費者は購買したい製品の在庫があるかどうか分からないと知覚するというデメリット</p>	<p>仮説10: 「情報探索困難性デメリット」は、「中古品購買意図」に負の影響を及ぼす。</p>
<p>使用気楽感メリット</p> 	<p>新品と比較して、中古品は品質が劣るため、消費者は新品よりも気軽に製品を扱うことができると知覚するというメリット</p>	<p>仮説11: 「使用気楽感メリット」は、「中古品購買意図」に正の影響を及ぼす。</p>

## 選好回帰分析の結果（製品別）

独立変数	中古自動車	中古家電	中古衣料品	中古著作物	中古高級ブランド小物
低価格メリット	0.31**	0.21*	n/s	0.38**	0.21**
外面的劣化デメリット	n/s	0.18*	n/s	n/s	n/s
機能的劣化デメリット	0.19*	0.20*	n/s	0.39**	0.36**
陳腐化デメリット	n/s	n/s	n/s	0.24**	0.20**
店舗数による入手困難性デメリット	0.25*	n/s	0.31**	0.29**	n/s
流通量による入手困難性デメリット	n/s	n/s	n/s	0.45**	0.32**
他人使用不快感デメリット	n/s	n/s	0.25*	n/s	n/s
知覚エコ貢献メリット	0.21**	n/s	0.22**	0.27**	n/s
店舗訪問抵抗感デメリット	0.15*	n/s	n/s	0.17*	0.15*
情報探索困難性デメリット	n/s	n/s	n/s	n/s	n/s
使用気楽感メリット	0.29**	n/s	n/s	n/s	n/s

ただし、\*\*は1%水準で有意、\*は5%水準で有意、n/sは非有意。

# 考察

## 低価格 メリット



中古自動車、中古家電、中古著作物、中古高級ブランド小物に関して、

「中古品購買意図」に負の影響を及ぼすことが示された。

これらの製品カテゴリーでは、低価格であるという中古品の特性が、消費者に主要なメリットとして知覚されているために、購買意図形成が促進されると考えられる。

## 機能的劣化 デメリット



中古自動車、中古家電、中古著作物、中古高級ブランド小物に関して、

「中古品購買意図」に負の影響を及ぼすことが示された。

これらの製品カテゴリーでは、中古品であっても、乗用車、パソコン、あるいは財布などが本来果たすべき機能が正常に作動しなければ、消費者はその製品は不要なものと捉えるため、購買意図形成が阻害されると考えられる。

## 陳腐化 デメリット



中古高級ブランド小物に関して、「中古品購買意図」に負の影響、

中古著作物に関して、「中古品購買意図」に正の影響を及ぼすことが示された。

高級ブランド小物では、消費者の購買は新しさや流行などに大きく左右されるため、購買意図の形成が阻害されると考えられる。また、著作物では、過去に好意を抱いていた製品を目にした際、興味や懐かしさなどの感情が喚起され、購買意図形成が促進されると考えられる。

## 流通量による 入手困難性 デメリット



中古著作物、中古高級ブランド小物に関して、

「中古品購買意図」に正の影響を及ぼすことが示された。

これらの製品カテゴリーでは、流通量が少ないことは、消費者に希少価値として知覚され、次回の来店の際、必ずしも在庫があるかはわからない、今買わないと中古品がなくなってしまうかもしれない、などと消費者が知覚し、衝動買いのような形で、購買意図形成が促進されると考えられる。

## 他人使用不快感 デメリット



中古衣料品に関して、「中古品購買意図」に負の影響を及ぼすことが示された。

衣料品では、直接肌に触れるような製品の場合、過去に誰が、いつ、どのように使用したのかが全くわからない衣料品を身につけることに、消費者は不快感を覚えるため、購買意図形成が阻害されると考えられる。

# 実務的含意

## 中古自動車



### 店舗数が少ないということを消費者に知覚させることが有効な戦略！

中古自動車市場においては、「店舗数による入手困難性デメリット」が購買意図形成を促進する要因になるため、顧客に対して検討中の自動車を取り扱っている店舗数が少ないことをセールストークの中で協調するなどの具体策が考えられる。

## 中古家電



### 製品のキズや汚れなどを消費者に知覚させにくくすることが有効な戦略！

中古家電市場においては、「外面的劣化デメリット」が購買意図形成を阻害する要因になるため、製品の機能面での動作確認やメンテナンスに注意を払うのと同様に、外面的なキズや汚れに留意し、万一それが目立つ場合には、買い取り時の価格を引き下げるなどの具体策が考えられる。

## 中古衣料品



### 製品が清潔であるということを消費者に知覚させることが有効な戦略！

中古衣料品市場においては、「他人使用不快感デメリット」が購買意図形成を阻害する要因になるため、製品が店頭で陳列される前にどのように洗浄されているのかを、店舗内のポスターなどを用いて伝える、あるいは、製品のタグに流通経路の情報を記載するなどの具体策が考えられる。

## 中古著作物



### 新品を取り扱う店舗ではあまり置いていない製品や、すでに生産されていない製品を提供する環境が整っているということを消費者に知覚させることが有効な戦略！

中古著作物市場においては、「陳腐化デメリット」が購買意図形成を促進する要因になるため、製造から長い年月の経過した製品やすでに生産が終了された製品の買い取りを強化して、在庫を確保し、店内の一角に特設コーナーを設けるなどの具体策が考えられる。

## 中古高級ブランド小物



### 訪問しやすい店舗であるということを消費者に知覚させることが有効な戦略！

中古高級ブランド小物市場においては、「店舗訪問不快感デメリット」が購買意図形成を阻害する要因になるため、店舗の外装や内装を工夫し、新品を販売する店舗に近づくことで、顧客が気軽に訪問できる環境を整えるなどの具体策が考えられる。