

2026年6月30日

## 節約意識・中古品購入に関する調査について

株式会社 鹿児島銀行  
株式会社 九州経済研究所

[ 調査の概要 ]	
調査目的	県民の節約志向や中古品購入に関する調査により、消費動向の背景を把握するとともに、今後の消費がどのように変化していくか見通しを示し、卸・小売事業者などの事業活動に利用してもらうことを目的とする。
調査時期	2026年5月中旬
調査方法	南日本新聞社の「みなみパス会員」による「みなみアンケート」(インターネット調査)にて実施
回答数	有効回答数 300人
回答者属性	<b>【性別】</b> 男性 47.7% 女性 50.3% 不明など 2.0% <b>【年齢別】</b> 10代 3.3% 20代 5.0% 30代 13.3% 40代 18.0% 50代 20.7% 60代 24.0% 70代以上 15.7% <b>【地域別】</b> 鹿児島地区 46.3% 南薩地区 8.7% 北薩地区 13.7% 始良・伊佐地区 20.0% 大隅地区 9.3% 熊毛・大島地区 2.0%

## 【調査結果のポイント】

- 日常生活における節約への意識については「やや意識している」が 60.3%と最も多く、次に「非常に意識している」が 31.0%となり、9割超が日常生活において節約を意識している。
- 節約を意識している人にその理由を尋ねたところ、「物価上昇により生活費の負担が増えているため」が 75.9%と最も多かった。また、節約している支出項目は「日々の食料品」が 62.8%と最も多く、「外食費」(47.8%)、「電気・ガス・水道費」(28.8%)が続いた。
- 節約を呼びかける必要性については、「積極的に呼びかけるべきだと思う」が 46.7%、「ある程度呼びかける必要がある」が 42.3%となり、合わせて約 9割が節約を呼びかける必要があると感じている
- 中古品の購入経験については、約 8割が中古品を購入した経験を有している。購入したことがある品目は、「本・雑誌」が 67.4%と最も多く、「CD・DVD・ゲームソフト」(41.4%)、「衣服」(40.2%)が続いた。また、中古品の購入理由としては、「新品より価格が安い」が 72.4%と圧倒的に多かった。
- 品目別に中古品購入への抵抗感を尋ねたところ、「CD・DVD・ゲームソフト」「本・雑誌」は抵抗感が比較的低かった。一方で、「スマートフォン・パソコン・タブレット」「家電製品」「衣服」は抵抗感が強く、品目によって受容度に違いがみられた。

### (1) 日常生活における節約意識について

**日常生活における節約への意識**については「やや意識している」が 60.3%と最も多く、次に「非常に意識している」が 31.0%となり、9割超が日常生活において節約を意識していることが分かった(図表 1)。年代別にみると 10代と 50代以上の 9割以上が節約を意識している。

**節約を意識している人**(「非常に意識している」「やや意識している」と回答した人の合計、以下同じ)に**その理由**を尋ねたところ、「物価上昇により生活費の負担が増えているため」が 75.9%と最も多く、「無駄な支出を減らしたいと考えているため」(52.9%)、「将来の備えとして貯蓄を増やしたいため」(39.1%)が続いた(図表 2-1)。物価上昇が節約意識を高める大きな要因となっていることがうかがえる。男女別、年代別でも、「物価上昇により生活費の負担が増えているため」が最も多かった(図表 2-2)。男女別では、女性は「物価上昇により生活費の負担が増えているため」「将来の備えとして貯蓄を増やしたいため」との回答が男性より多く、男性は「家計を見直す必要があるため」の回答が女性より多かった(図表 2-1)。

また、節約を意識している人に**節約している支出項目**を尋ねたところ、「日々の

食料品」が 62.8%と最も多く、「外食費」(47.8%)、「電気・ガス・水道費」(28.8%)が続いた(図表 3-1)。日常的な支出を中心に節約が行われている様子がうかがえる。年代別にみると、20代では「衣服・ファッション」、30代では「飲料・嗜好品」も上位に挙げた(図表 3-2)。

資源の有効利用の観点などから**節約を呼びかける必要性**については、「積極的に呼びかけるべきだと思う」が 46.7%、「ある程度呼びかける必要がある」が 42.3%となり、合わせて約 9 割が節約を呼びかける必要があると感じている(図表 4)。

## (2) 中古品の購入について

**中古品の購入経験**については、「過去に購入したことがある」が 36.7%と最も多く、「ときどき購入している」(30.7%)、「購入したことはない」(17.7%)、「よく購入している」(12.3%)となり、約 8 割が中古品を購入した経験を有している(図表 5)。

中古品の購入経験がある人(「よく購入している」「ときどき購入している」「過去に購入したことがある」と回答した人の合計、以下同じ)に**購入したことがある品目**を尋ねたところ、「本・雑誌」が 67.4%と最も多く、「CD・DVD・ゲームソフト」(41.4%)、「衣服」(40.2%)が続いた(図表 6)。

また、中古品の購入経験がある人に**中古品の購入場所**を尋ねたところ、「総合リユースショップ」が 46.4%と最も多く、「フリマアプリ」(35.1%)、「専門リユースショップ」(28.0%)が続いた(図表 7)。**中古品の購入理由**としては、「新品より価格が安い」が 72.4%と圧倒的に多く、「商品によっては中古でも十分に使えるため」(49.0%)、「掘り出し物や希少品が見つかるため」(37.7%)が続いた(図表 8)。経済的なメリットに加え、実用性や商品との出会いも中古品購入を後押ししていることが分かる。

さらに、品目別に**中古品購入への抵抗感**を尋ねたところ、「CD・DVD・ゲームソフト」「本・雑誌」はいずれも 6 割強が抵抗はない(「抵抗はない」と「あまり抵抗はない」の合計)と回答し、抵抗感が比較的低かった。一方で、「スマートフォン・パソコン・タブレット」「家電製品」「衣服」はいずれも 5 割強が抵抗がある(「抵抗がある」と「やや抵抗がある」の合計)と回答し、品目によって受容度に違いがみられた(図表 9-1、9-2)。

今回の調査では、物価上昇を背景に、多くの人が日常生活の中で節約を意識している実態が明らかとなった。節約の対象は食料品や電気・ガス・水道費など基礎的支出が中心であるが、外食費や衣服・ファッション、飲料・嗜好品といった選択的支出も多く、家計防衛意識の高まりがうかがえる。また、資源の有効利用や環境への配慮といった観点から、節約を社会全体で呼びかけることへの理解も広がっている。

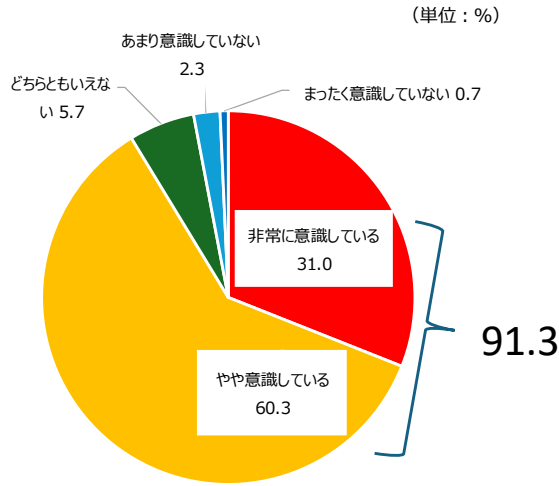
中古品については約 8 割が購入経験を有し、価格面のメリットに加え、十分な品質や希少性が評価されていることが分かった。一方で、品目によって受容度には差がみられ、衛生面や品質への不安が購入のハードルとなるケースもある。今後は物価上昇や節約志向の定着を背景に、中古品市場のさらなる拡大が期待される一方、安心して利用できる環境づくりが重要になると考えられる。

以上

【本件に関するお問い合わせ】 ㈱九州経済研究所（TEL 099-225-7491）

資料（図表によっては四捨五入の関係上、合計が100にならない場合がある）

図表 1 日常生活における節約への意識（全体、男女別、年代別）



(単位：%)

	非常に意識している	やや意識している	節約を意識 (左2項目計)	どちらともいえない	あまり意識していない	まったく意識していない
全体	31.0	60.3	91.3	5.7	2.3	0.7
男性	35.7	55.9	91.6	5.6	1.4	1.4
女性	26.5	64.2	90.7	6.0	3.3	0.0
10代	50.0	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0
20代	40.0	33.3	73.3	6.7	13.3	6.7
30代	35.0	50.0	85.0	7.5	7.5	0.0
40代	29.6	57.4	87.0	9.3	3.7	0.0
50代	30.6	67.7	98.3	1.6	0.0	0.0
60代	25.0	68.1	93.1	6.9	0.0	0.0
70代以上	31.9	61.7	93.6	4.3	0.0	2.1

図表 2-1 節約を意識している理由（全体、男女別）

(単位：%、梨)

	全体	男性	女性	女性-男性
物価上昇により生活費の負担が増えているため	75.9	71.0	81.8	10.8
無駄な支出を減らしたいと考えているため	52.9	54.2	51.8	▲ 2.4
将来への備えとして貯蓄を増やしたいため	39.1	34.4	41.6	7.2
収入が減少、または伸び悩んでいるため	28.1	27.5	28.5	1.0
家計を見直す必要があるため	16.4	18.3	13.9	▲ 4.4
子育て・教育費などの支出が増えているため	16.1	14.5	17.5	3.0
環境や資源を大切にしたいという意識があるため	15.3	16.0	15.3	▲ 0.7
節約することが習慣になっているため	12.0	13.0	11.7	▲ 1.3
家族から節約を求められているため	1.1	1.5	0.7	▲ 0.8
特に理由はない	0.7	0.8	0.7	▲ 0.1
その他	0.0	0.0	0.0	0.0

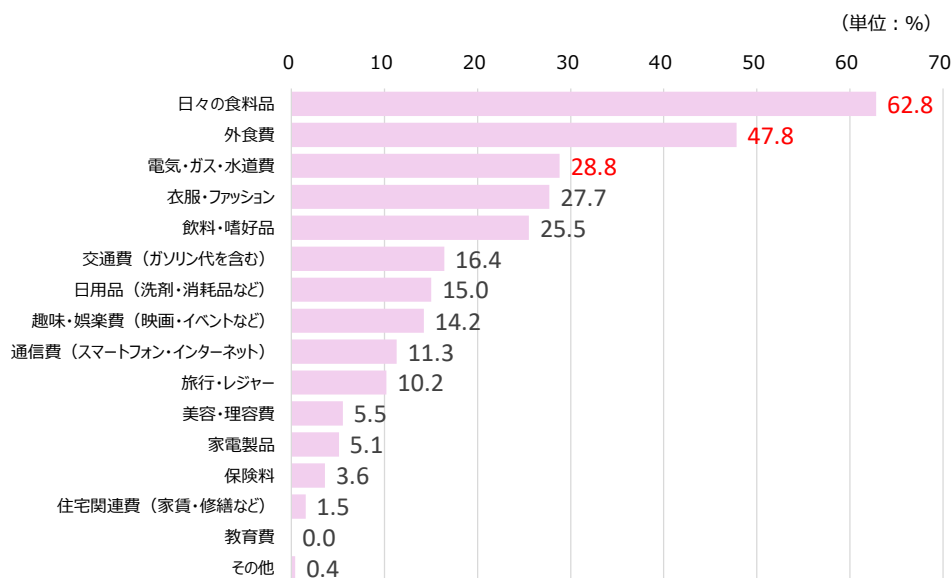
注) ・図表1で「非常に意識している」「やや意識している」と回答した方のみ、図表2-2、3-1、3-2も同じ  
・複数（最大3項目まで）回答、同上

図表 2-2 節約をしている理由（全体、年代別）

(単位：%)

	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
物価上昇により生活費の負担が増えているため	75.9	60.0	72.7	82.4	80.9	70.5	73.1	81.8
無駄な支出を減らしたいと考えているため	52.9	60.0	27.3	41.2	34.0	49.2	59.7	81.8
将来への備えとして貯蓄を増やしたいため	39.1	40.0	54.5	67.6	36.2	55.7	25.4	13.6
収入が減少、または伸び悩んでいるため	28.1	0.0	27.3	8.8	23.4	19.7	59.7	18.2
家計を見直す必要があるため	16.4	0.0	18.2	14.7	21.3	19.7	9.0	22.7
子育て・教育費などの支出が増えているため	16.1	20.0	0.0	35.3	40.4	18.0	0.0	0.0
環境や資源を大切にしたいという意識があるため	15.3	60.0	0.0	5.9	12.8	14.8	14.9	20.5
節約することが習慣になっているため	12.0	20.0	18.2	8.8	0.0	8.2	14.9	25.0
家族から節約を求められているため	1.1	10.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	2.3
特に理由はない	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	1.5	0.0
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

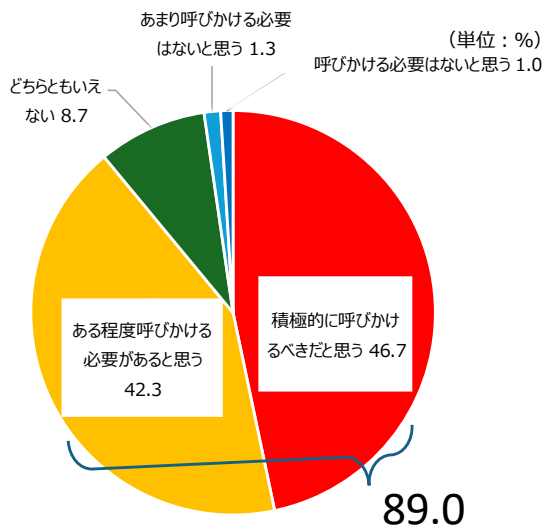
図表 3-1 節約を意識している支出項目



図表 3-2 節約を意識している支出項目（全体、男女別、年代別）

	全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
1位	日々の食料品	日々の食料品	日々の食料品	外食費	外食費	日々の食料品	日々の食料品	日々の食料品	日々の食料品	日々の食料品
2位	外食費	外食費	外食費	日々の食料品	日々の食料品 衣服・ファッション	外食費 飲料・嗜好品	外食費	外食費	外食費	外食費 電気・ガス・水道費
3位	電気・ガス・水道費	電気・ガス・水道費 飲料・嗜好品	衣服・ファッション	電気・ガス・水道費	-	-	衣服・ファッション	電気・ガス・水道費	衣服・ファッション	-

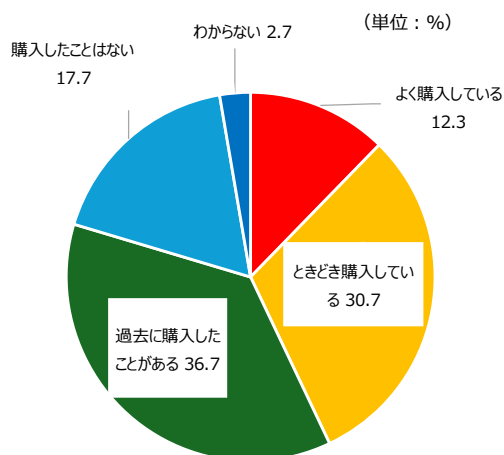
図表 4 節約を呼びかける必要性について（全体、男女別、年代別）



(単位：%)

	積極的に呼びかけるべきだと思う	ある程度呼びかける必要があると思う	どちらともいえない	あまり呼びかける必要はないと思う	呼びかける必要はないと思う
<b>全体</b>	<b>46.7</b>	<b>42.3</b>	<b>8.7</b>	<b>1.3</b>	<b>1.0</b>
男性	51.0	38.5	7.7	1.4	1.4
女性	41.7	47.7	9.3	1.3	0.0
10代	90.0	10.0	0.0	0.0	0.0
20代	33.3	26.7	20.0	6.7	13.3
30代	35.0	42.5	20.0	2.5	0.0
40代	37.0	44.4	14.8	1.9	1.9
50代	41.9	53.2	4.8	0.0	0.0
60代	51.4	43.1	5.6	0.0	0.0
70代以上	61.7	36.2	0.0	2.1	0.0

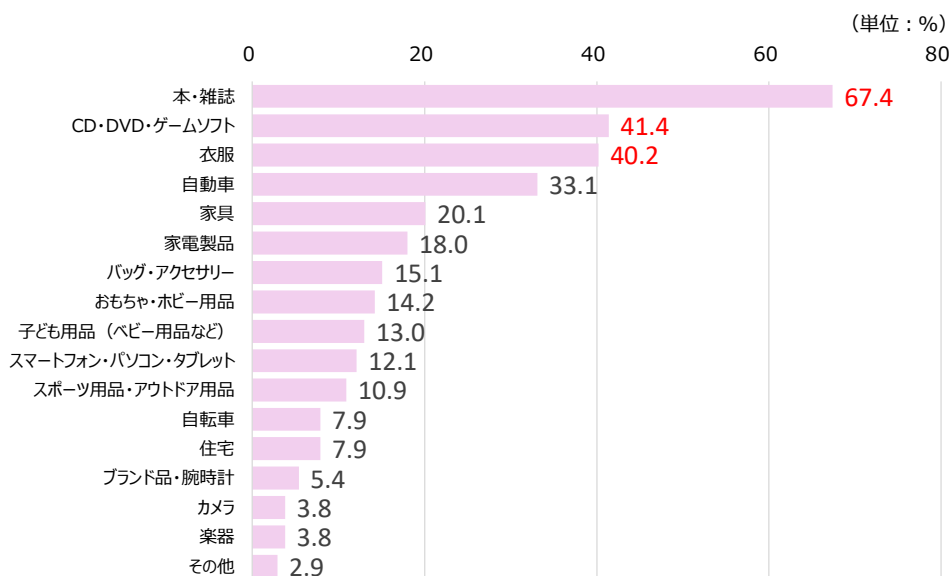
図表 5 中古品の購入経験について（全体、男女別、年代別）



(単位：%)

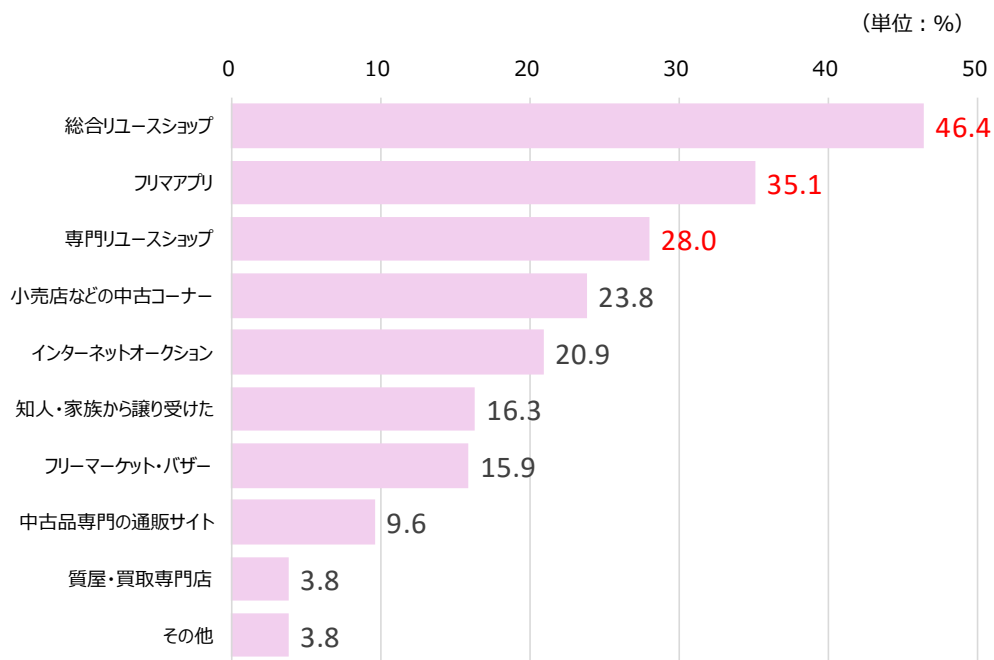
	よく購入している	ときどき購入している	過去に購入したことがある	購入したことはない	わからない
<b>全体</b>	<b>12.3</b>	<b>30.7</b>	<b>36.7</b>	<b>17.7</b>	<b>2.7</b>
男性	17.5	31.5	35.0	14.0	2.1
女性	7.3	29.8	38.4	21.9	2.6
10代	20.0	40.0	20.0	10.0	10.0
20代	6.7	20.0	26.7	33.3	13.3
30代	17.5	25.0	40.0	15.0	2.5
40代	18.5	33.3	37.0	7.4	3.7
50代	9.7	40.3	24.2	25.8	0.0
60代	9.7	29.2	44.4	15.3	1.4
70代以上	8.5	23.4	44.7	21.3	2.1

図表 6 購入したことがある中古品（複数回答）



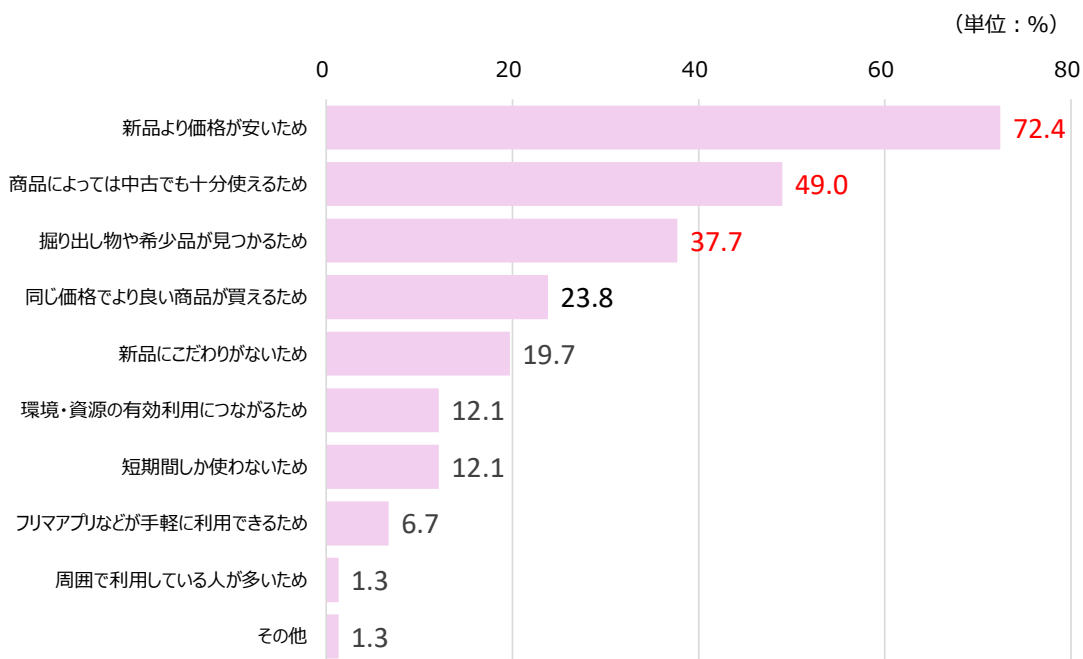
注）図表5で「よく購入している」「ときどき購入している」「過去に購入したことがある」と回答した方のみ、図表7、8も同じ

図表 7 中古品を購入した場所

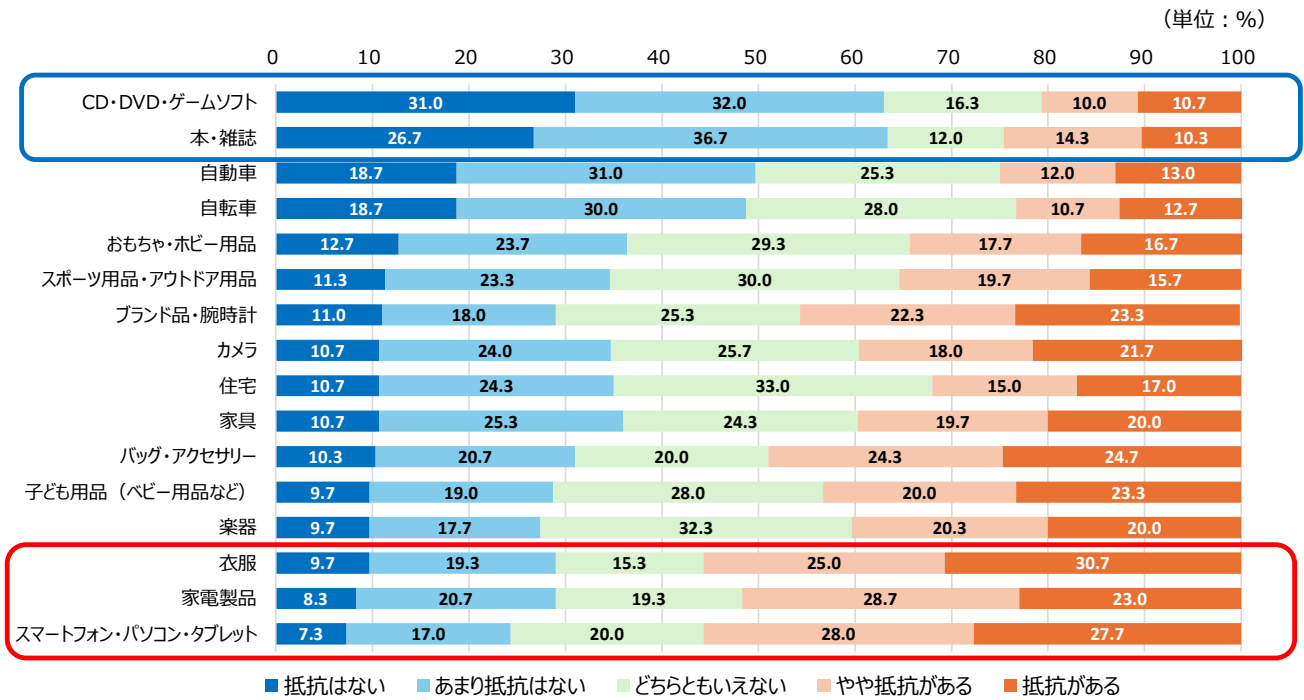


注) 複数 (最大3項目まで) 回答、図表8も同じ

図表 8 中古品を購入した理由

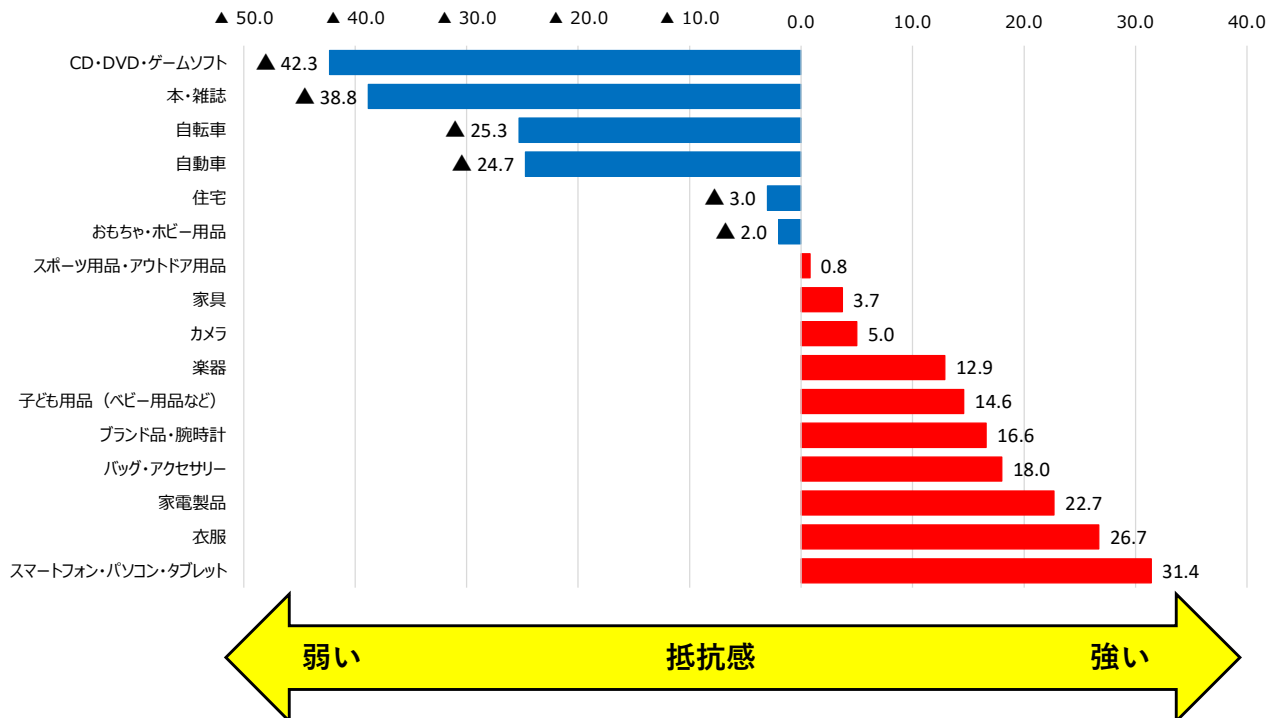


図表 9-1 中古品購入への抵抗感（品目別、「抵抗はない」の回答が多い順）

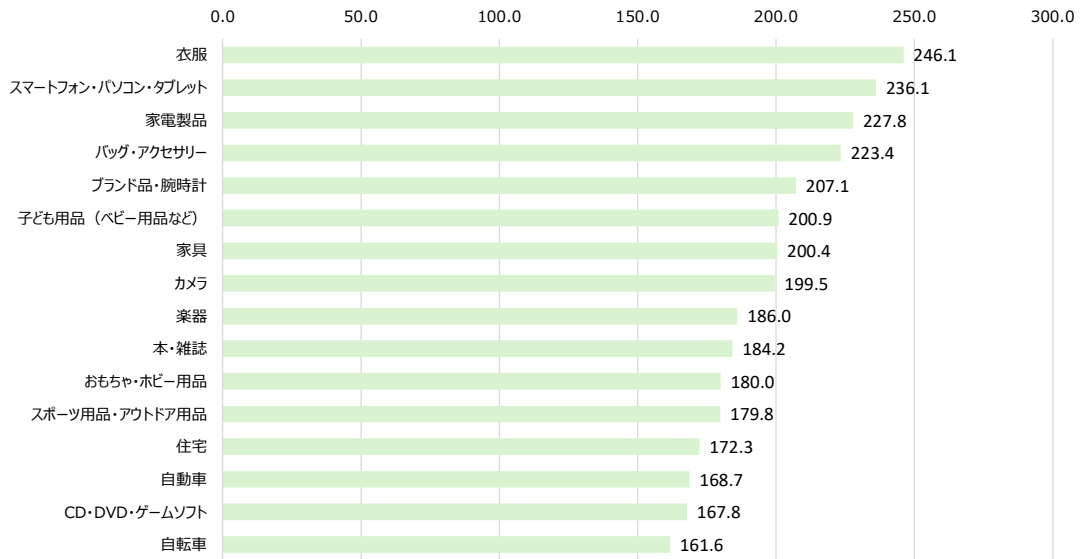


図表 9-2 中古品購入への抵抗感（抵抗感 DI）

※『抵抗がある』（「抵抗がある」「やや抵抗がある」の合計）と『抵抗がない』（「抵抗がない」「あまり抵抗がない」の合計）の差



【参考】中古品購入への抵抗感（抵抗感指数注）



注）回答割合に、「抵抗がない」は1、「あまり抵抗がない」は2、「やや抵抗がある」は3、「抵抗がある」は4をそれぞれかけた数値の合計。数値が高いほど抵抗感が強い。

【参考】中古品市場の分類

