

2025 年 12 月 18 日

イーベイ・ジャパン株式会社

米国消費者の約 8 割がホリデーギフトで Pre-loved を選ぶ時代へ

eBay、世界 9 か国を対象として「リコマースレポート 2025」をクリスマス前に公開
「来年も Pre-loved への支出を維持・増加」と回答が多数！リコマースが世界で加速

—— 本レポートのポイント ——

- ・リコマース文化が先行する米国では、プレゼントは新品でなければならないという固定観念は過去のものに。日本でも、贈り物としてユニークな一点物や価値あるヴィンテージ品を贈る価値観が広がる可能性あり。
- ・リコマースは現代のショッピングで当たり前の選択肢に。特に Z 世代が牽引。
- ・Pre-loved（プリラブド、中古品の新しい呼び方、前の所有者に大切にされていた品）購入の動機は節約が大きいものの、宝探しのワクワク感・趣味性・サステナブル意識を追求する手段としてリコマースが選ばれている。

世界最大規模のオンライン・マーケットプレイス「eBay（イーベイ）」は今年設立 30 周年を迎えました。16 年以上 eBay における日本セラーの越境 EC（海外販売）を支援するイーベイ・ジャパン株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：岡田 雅之、以下イーベイ・ジャパン）は、日本を含む世界 9 か国の消費者および eBay での販売者を対象に調査を実施した「リコマースレポート 2025」を発表しました。

■米国では Pre-loved（プリラブド＝中古品）がホリデーギフトの選択肢に

米国では Pre-loved（プリラブド）がホリデーギフトの選択肢に

Pre-loved をギフトとして贈ることについて、どのくらい前向きですか？

 **79%**
US
が前向きと回答

 **28%**
Japan
が前向きと回答

昨年と比べて今年は、贈るホリデーギフトとして、
Pre-loved を購入する可能性は高いですか？

 **72%**
Japan
が高まったと回答

ホリデーシーズンにおけるギフト選びに変化が現れています。特にリコマース文化が先行する米国では、eBay の調査で 79% が「Pre-loved（プリラブド、中古品の新しい呼び方、前の所有者に大切にされていた品）を贈り物として贈る可能性がある」と回答しており、**贈り物は新品でなければならないという固定観念は過去のものとなりつつあります**。日本においては 28% にとどまっていますが、72% が「昨年と比

較して、Pre-loved を贈り物として選ぶ可能性が高まった」と回答しており、ユニークな一点物や価値あるヴィンテージ品を贈る価値観が、今後新たな選択肢として日本に広がる余地を示しています。

■リコマースはショッピングの「主流」へ

リコマースはショッピングの「主流」へ

2025年はPre-lovedの支出を維持または増やす予定

Global **90%** Japan **85%**

2025年はPre-lovedの支出を増やす予定

世界9か国のGenZ (Z世代) **59%**

Pre-loved が贈り物として選ばれている背景としては、リコマースが現代のショッピングで当たり前の選択肢となってきたためです。eBay の調査では、世界 9 か国の消費者の 90%が、「2024 年と比較して 2025 年は Pre-loved への支出を維持または増やす予定」と回答しています。日本においても 85%が同様に回答しており、リコマースはニッチなトレンドではなく、世代を超えて、文化・経済・ライフスタイルの“**当たり前の選択肢**”になりつつあります。

特に、Z 世代の動きが顕著で、世界の Z 世代の消費者の 59%が「今年は Pre-loved への支出を増やす予定」と回答しています。TikTok では「**#japaneseebay**」が急上昇し、Z 世代が日本の中古バッグを購入・紹介する動画が拡散。真贋鑑定による安心感や日本らしい品質の高さが支持され、eBay が若者の間で注目を集めています。

■節約に加えて、宝探しのワクワク感・趣味性・サステナブル意識がリコマースの価値を作っている

節約に加えて、宝探しのワクワク感・趣味性・サステナブル意識が
リコマースの価値を作っている

「節約」のため購入

Global **81%** Japan **63%**

一点物やレアなアイテムを探し当てる、
宝探しのワクワク感を楽しんでいる

Global **65%**

Pre-lovedを買うことで、自身の個性を
表現できる

Global **56%**

Pre-lovedを買うことで、モノにもう一度
活躍の場をあげられることに満足を感じる

Global **68%**

リコマースの最大の動機は節約です。eBay の調査では、世界の消費者の 81%が「節約のため」と回答しました。日本では、今年 10 月時点で、消費者物価指数（総合指数）※が 2020 年を 100 として 112.8 と 12pt も上昇しており、前年同月比で約 3pt 上昇しています。物価高が続いている中、日本でも 63%が同様にリコマースの動機を「節約のため」と回答しており、長期的な物価高に対する生活防衛策として、新品ではなく質の良い Pre-loved を選択する賢い消費が今後広がると期待されています。

※ 参照：総務省統計局「消費者物価指数（CPI）結果」 <https://www.stat.go.jp/data/cpi/1.html>

Pre-loved の選択は、節約だけが理由ではありません。他の情緒的な価値によって、リコマースは楽しまれています。eBay の調査では、世界の消費者の 65%が、**一点物やレアなアイテムを探し当てる、宝探しの様なワクワク感**を楽しんでいます。また、56%が「Pre-loved を買うことで、自身の個性を表現できる」と回答しており、リコマースそのものを趣味とする文化があります。さらに、68%が、「Pre-loved を買うことで、モノにもう一度活躍の場をあげられることに満足感を感じる」と回答しており、廃棄を減らしてモノを大切に使い継ぐというサステナブルな行動が生まれています。**単なる安価な代替品探しではなく、自身のスタイルや趣味、サステナブル意識などを追求する手段**としてもリコマースが選ばれています。

■ 年末商戦・ホリデーならではの売れ筋商品紹介



《コレクティブルズカテゴリー：トレーディングカード》

年末商戦期に発売されたポケモンカードが eBay 全体で好調に推移。US サイト（[eBay.com](https://www.ebay.com)）に限らず、UK や AU サイトなど幅広いマーケットで取引が増加。ONEPIECE カードも年末にかけて取引数が大きく伸長。特に年末商戦時に限定で販売された「ONEPIECE カードゲーム BASE SHOP リミテッドカードコレクション vol.1」が大きく伸長。

《ファッションカテゴリー：ジュエリー・時計》

ギフトシーズンらしく Rolex や Cartier などの高単価の時計やジュエリーのニーズが高まっています。それ以外にも、9 万ドルを超える Patek Philippe や Hermès のバーキンが通常よりも増加傾向にあります。

■ 《番外編》 ホリデーシーズンの検索キーワードトレンド



ラインストーン付きのセイコーの腕時計は検索数が+983%、Nike のメタリック「P-6000」スニーカーも+222%と大きく注目を集めています。また、**Y2K (Year 2000) リバイバル**（1990 年代後半～2000 年代後半に流行したファッションやカルチャーが、現代の Z 世代を中心に再燃するトレンド）の影響もあり、メタリックパンツも再びトレンドに（+16%）なっています。

<調査概要>

・外部調査対象：約 16,020 名の一般消費者、（米国、イギリス、カナダ、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、オーストラリア、日本）※Pre-loved の購買・販売経験者も含む

・調査期間：2025 年 8 月～10 月

※ 調査の詳細は「2025 Recommerce Report」よりご覧いただけます

<https://www.ebayinc.com/recommerce-report/>

【eBay Inc.およびイーベイ・ジャパンについて】



eBay Inc.（米国 NASDAQ 上場、ティッカーシンボル：EBAY）は、世界の人々をつなぎ、コミュニティを創出して、すべての人の生活を豊かにする e コマースのリーダーです。当社の革新的な技術は、世界 190 以上の市場で数百万人のセラー（売り手）とバイヤー（買い手）を支援し、誰もが成長し成功するチャンスを提供しています。1995 年に米国カリフォルニア州サンノゼで創業された eBay は、素晴らしい価値のあるユニークな品揃えを誇る世界最大級かつ最も活気のあるマーケットプレイスの一つです。

2024 年には約 750 億ドルの総取引高を実現しました。会社情報の詳細と運営サイトの情報は[こちら](https://www.ebayinc.com/)からご覧いただけます。

【イーベイ・ジャパン株式会社】

本社所在地：東京都渋谷区

事業内容：eBay Inc.の日本法人として、オンライン・マーケットプレイス「eBay」を通じた日本セラーの「越境 EC」支援を行っています。 <https://www.ebay.co.jp/>