

1. 研究の背景と目的

循環型社会に向けて 3R の促進が重要性を増すなかで、リデュース・リユースの 2R は優先順位が高いとされており、さらなる促進が求められる。家具については、他の多くの消費財と比べ環境への影響についてあまり注目されてこなかった。しかし京都市や米沢市のデータによると、家具類は粗大ごみ中で約 50%の件数を占める[1][2]。また環境省の調査によると粗大ごみ中にはリユース可能な家具が個数として 10%程度含まれている[3]。粗大ごみとして排出される家具のなかには、再使用できるが廃棄されているものがある程度存在すると考えられる。

北欧での調査では、中古家具購入に対する意向や中古家具を選択する動機、障壁、家具が廃棄される理由について検討されている[4][5]。

しかしこのような実態について、日本における研究例は見当たらない。また海外においても、これらの実態を踏まえて、家具のリユースに関する具体的な促進方法を検討している研究は見当たらない。そこで本研究では、日本の一般家庭における家具の入手、所有、処分、リユース等の実態を明らかにし、今後の家庭用家具のリユース促進方法を提案することを目的とする。

2. 研究方法

本研究では、まず質問紙調査により家庭用家具の入手、所有期間、排出の実態を調査し把握する。そしてその実態を踏まえて、家庭用家具のリユース促進に関する仮説を立て、その仮説を質問紙調査により検証する。各調査の概要を表 1、表 2 に示す。なお質問紙調査にはインターネット調査（Justsystem 社の Fastask）を使用した。

表 1 実態調査概要

	実施期間 (2024年)	配信数	回収数 (回収率)
スクリーニング調査	5/15~5/22	14,835	2,156(14.5%)
入手調査	6/28~7/5	716	543(75.8%)
排出調査	6/28~7/5	719	548(76.2%)
入手再調査	9/10~9/17	108	101(93.5%)
排出再調査	9/10~9/17	95	92(96.8%)
残存率調査	7/22~7/29	3,068	411(13.4%)
残存率再調査	10/7~10/14	3,068	421(13.7%)

表 2 仮説検証調査概要

	実施期間 (2024年)	配信数	回収数 (回収率)
スクリーニング調査1	12/2~12/9	16,242	2,093(12.9%)
仮説検証調査1	12/25~12/27	567	442(78.0%)
スクリーニング調査2	12/20~12/26	79,601	4,379(5.5%)
仮説検証調査2	12/27~12/28	600	444(74.0%)

実態調査における対象家具の品目はダイニングテーブル、ローテーブル、デスク、ダイニングチェア、デスクチェア、ソファ、ベッド、テレビ台、カーテン、ラグ、カーペット、木製衣類収納用家具、プラスチック製衣類収納用家具の 13 種である。そのうち再調査ではデスク、残存率調査ではソファのみを対象品目とした。また調査対象は、スクリーニング調査 2 および仮説検証調査 2 においては 18~39 歳の男女、それ以外の調査では 18~79 歳の男女とした。なおここでは紙面の都合上、残存率調査、仮説検証調査 2 についての内容は割愛する。

3. 家庭用家具の中古比率

入手・排出調査において、過去 5 年間にそれぞれ入手・排出した家具全体の個数と、中古入手・中古排出した家具の個数を尋ねた。これらの回答より、過去 5 年間ににおける家具の中古入手比率と中古排出比率を算出した。その結果、中古入手比率は、対象家具 13 種において 8.4~51.0%、中古排出比率は 20.8~65.6% となった。特にデスク、ローテーブル、ダイニングテーブルなどのテーブル類は高く 40%以上となったが、これらの中古比率は想定を大きく上回っていた。

そこで結果の妥当性について検討し、再調査を実施した。上記の調査において、中古入手・中古排出にあたる家具の入手・排出方法を回答者が誤認した可能性があるため設問を変更し、デスクについてのみ再調査を行った。デスクを選定した理由は、中古比率が高く表れた対象家具の中でも家具としての定義が明確であり、回答者の負担を軽減できると判断したためである。また入手・排出調査と各再調査を照合し、デスクの入手・排出個数が異なる回答は除いて集計を行った。その結果、デスクの中古入手比率は 39.4% から 4.5% へ、中古排出比率は 59.1% から 21.9% へ、大きく減少した。再調査結果が妥当であると考え、家庭用家具の入手・排出においてリユース促進の余地があるといえる。

4. 家庭用家具の入手・所有・排出実態

入手調査において、過去 5 年間で入手した家具の新品・中古検討状況と入手状況を尋ねた。対象家具 13 種を平均すると中古も検討した割合は 21.7% となり、中古家具を検討する機会自体が少ないことが示唆された。また同時に中古家具を検討しなかった回答者に対して、その最も大きな理由を 1 つ尋ねた。結果を図 1 に示す。「他人が使用した家具に対する嫌悪感」が最も高く 34.4%、「品質の劣り」が 22.3%、「中古発想なし」が 20.7% 存在することが示された。

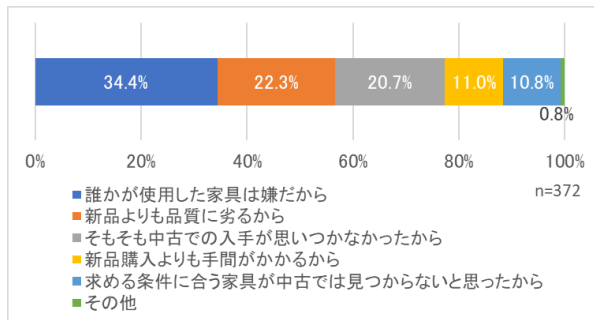


図1 中古家具を検討しなかった主な理由

入手調査において家具入手時に重視する特性を尋ねたところ、より重視された順に、品質で 92.1%、サイズで 91.9%、価格で 91.5% となった。

入手・排出調査における、過去 5 年間の家具の中古入手・排出経験と年代の関係について独立性の χ^2 検定に基づき分析したところ、入手・排出のいずれも危険率 0.1% 未満で有意な関係が認められた（入手： $\chi^2=121.612$, $df=11$, $p<0.001$, クラメール $V=0.476$ 、排出： $\chi^2=100.753$, $df=11$, $p<0.001$, $V=0.431$ ）。年代が低いほど中古入手、中古排出経験がある傾向にあった。

5. 家具のリユース促進方法

5.1 家具のリユース促進に関する仮説の構築

実態調査を踏まえ、「新品・中古家具が並列して表示される通販サイトの普及により家具のリユースが促進できる」という仮説を立てた。家具入手時に中古を検討した人は約 20% であること、中古を検討しなかった理由としてそもそも中古家具が思いつかなかった人が約 20% いたことなどから、こうした人に対し中古家具という選択肢を増やすことができる。また家具入手時重視される項目より、品質が良くサイズが適していれば価格の低い中古家具を入手する可能性もあるといえる。以上より、この方法でリユースが促進できると考えた。

5.2 新古併売サイトの利用意向

調査内では、新品・中古家具が並列して表示される新古併売サイトのイメージ画像と概要を提示し、購入・情報収集にそれぞれ利用したいかどうか尋ねた。結果を図 2 に示す。なお調査は 5 年以内に新品家具を購入した人とそれ以外の人に分けて実施したが、最近家具を購入した人の結果がより信頼性が高いと考えたため、ここでは 5 年以内に新品家具を購入した人の結果を示す。

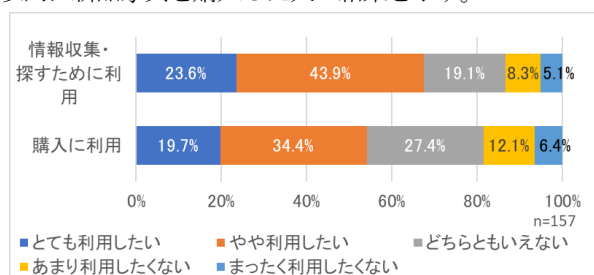


図2 サイト利用意向

情報収集、購入ともに利用したい人が 5 割を超える結果となった。

また新古併売サイトの情報提供前後に、家具を購入する際の中古家具選択可能性を尋ねた。サイト提示前後での中古選択可能性の違いを分析するため対応のある平均順位の違いの検定を行ったところ、危険率 5% 未満で有意な結果となった ($T=393.5$, $Z=2.521$, $p<0.05$)。提案した新古併売サイトを利用することで中古家具を選択する可能性が高まるといえる。

また提案したサイトにおいて同一の中古家具、新品家具が販売されているとした際、中古家具の状態ごとに同新品家具と比較して最低何割以上安ければ購入しようと思うかどうかを尋ねた。中古家具の状態は、S (新品同様)、A (使用感なし)、B (目立つ傷・汚れはなし)、C (一部傷・汚れあり) の 4 段階で設定した。割引率にともなう購入意向を図 3 に示す。

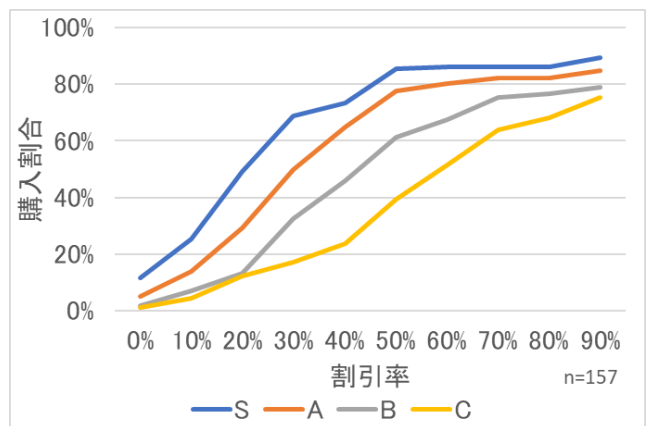


図3 中古家具の状態別割引率と購入意向の関係

例えば新品価格より 2 割安い場合、中古家具が状態 S であれば購入する人が 49.0%、状態 A であれば 29.3% となった。

6. 結論

本研究で得られた主な結論を以下に列挙する。

(1) デスクの中古入手比率は 4.5%、中古排出比率は 21.9% 程度である。家庭用家具の入手、排出においてリユース促進の余地があるといえる。

(2) 家具のリユース促進手法として新古併売サイトを提示した結果、購入・情報収集ともに利用意向は 5 割を超え、中古家具の選択可能性は高まることが示された。

7. 参考文献

[1]京都市.「資料集」. https://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/cmsfiles/contents/0000254/254808/10_05_sankoshiryoy1.pdf / [2]米沢市.「米沢市資料」. https://www.city.yonezawa.yamagata.jp/secure/5010/r1_haikibutu_gaiyou.pdf / [3]環境省.「平成 22 年度 使用済製品等のリユース促進事業研究会報告書」. <https://www.env.go.jp/recycle/report/h23-01/02.pdf> / [4] Emma Gullstrand Edbring, Matthias Lehner, Oksana Mont. Exploring consumer attitudes to alternative models of consumption: motivations and barriers, Journal of Cleaner Production, Volume 123, 1 June 2016, Pages 5-15 / [5] Vivika Viikari. Consumer preferences for secondhand furniture, Aalto University School of Business Information and Service Management Master's Thesis, 2021