

鹿児島県の経済が分かる情報誌

KER

2026 9月号
VOL.438



調査レポート

拡大・定着する 県内の中古品市場

県民の約8割が購入経験

— 消費者の不安解消が今後の成長のカギ —

プラスワン

日銀の政策金利引き上げについて

KER
The Kyushu Economic Research Institute
株式会社 九州経済研究所

01 コラム

うなぎの寝床 Vol.69 P.N. 右筆

02 南の風

鹿児島県工業技術センター所長 安藤 浩毅 氏

04 調査レポート

拡大・定着する
県内の中古品市場

～消費者の不安解消が今後の成長のカギ

今月の
1本



県内でも中古品市場が拡大 (P.7～9)

10 プラスワン

日銀の政策金利引き上げについて

—物価抑制や円安是正より、借入金利上昇への懸念が大きい—

12 寄稿

食料安全保障の実現に向けて

農林水産省九州農政局地方参事官 窪山 富士男 氏

18 Economic Insight – 部長の眼 – Vol.5

消えない請求書 —食料品消費税「1%」を読み解く—

19 BOOKs 今月の1冊・8月のBEST10



夜間によく林道で見かけるようになったアマミヤマシギ (P.36)

経営のヒント

20 ビジネスQ&A【人事・労務】

22 台北だより

24 経済概況

30 経済日誌

32 アートに触れる Vol.75 やまもと まさとし 氏

34 湯ネスコ

36 奄美、世界自然遺産の現場から vol.7
NPO法人 奄美野鳥の会 副会長 鳥飼 久裕 氏

ご案内

38 デジタルの日 2026 in 鹿児島

39 若手社員パワーアップセミナー

41 次世代リーダー鍛錬塾

40 次号予告・編集者のつぶやき

KER刊行誌が電子BOOKでも読めます。

電子BOOKは
こちらから



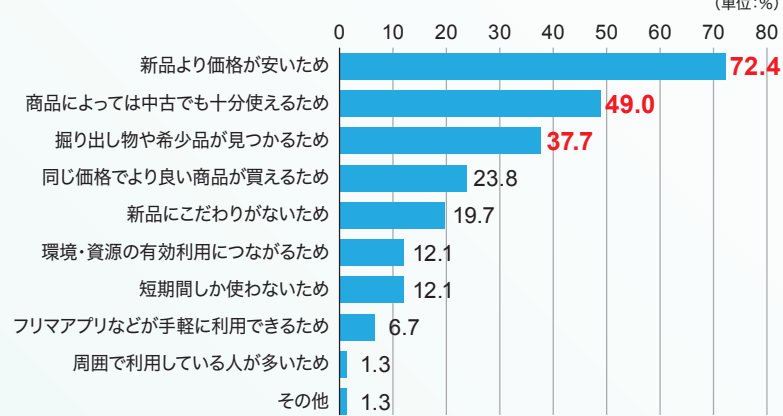
当研究所
ホームページ
はこちらから



URL : <https://www.ker.co.jp>

- 本誌の内容、テキスト、画像等の無断転載・無断使用を固く禁じます。落丁本・乱丁本はお取り替えます。
- マンスリーデータ「鹿児島県の経済指標・金融指標」を当研究所ホームページに掲載しておりますので、ご利用ください。

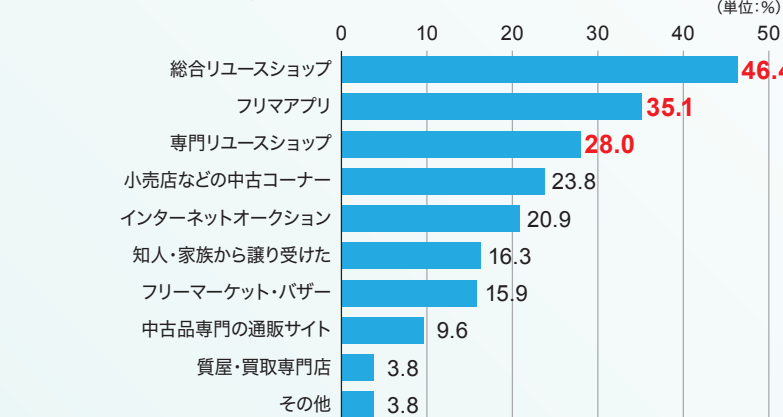
図表4 中古品の購入理由



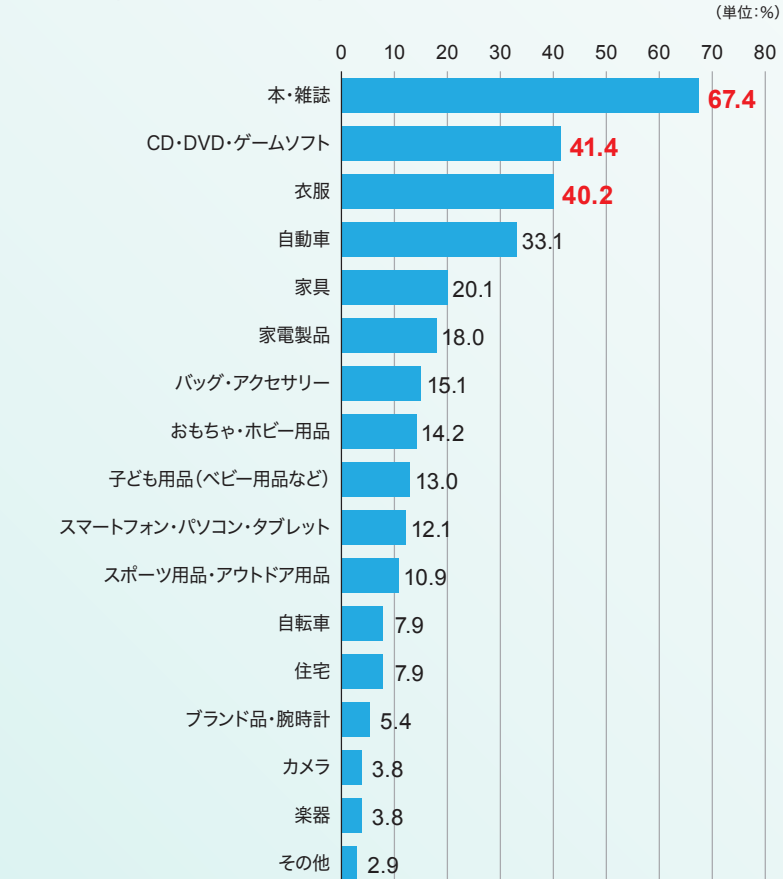
注)・複数(最大3項目まで)回答、図表5も同じ

・図表1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5、6、7、8も同じ

図表5 中古品の購入先



図表6 購入したことがある中古品



注)複数回答

図表3 中古品市場拡大の要因

買い手側	売り手側
・物価高による節約志向や生活防衛式の高まり ・今は販売されていない希少商品の発掘 ・インバウンド、海外からの日本製中古品ニーズの高まり	・断捨離、終活、遺品整理などで生まれた中古品の資産化 ・「捨てるのはもったいない」という環境意識の高まり
・フリマアプリやECなどの普及による売上のハードルが低下 ・購入時からリセールバリューを意識した消費行動	

資料) コメ兵などからのヒアリングなどをもとに当研究所作成

(46・4%) が最も多く、次に「フリマアプリ」(35・1%)、「専門リユースショップ」(28・0%) が続くなど、店舗とデジタルの双方が利用されている(図表5)。このようにチャネルが多様化したことで、売り手、買い手双方にとつて中古品を取引するハードルは低下しているものと思われる。さらに、廃棄するものを減らしたいという環境意識・サステナビリティへの関心の高まりなど価値観の変化に伴う消費者側の行動の変化もうかがえる。プラ

九州経済研究所「節約意識・中古品購入に関する調査」
<https://www.kef.co.jp/wp-content/uploads/2026/06/other-20260630-seisyakushiki.pdf>



ンド品などでは、若い人を中心に、購入時からリセールバリューを意識する消費行動もみられる。常田氏は、「新品も中古も横並びで比較する。また、購入時には売る時を考えて価値の下がりにくいものを選ぶといった価値観も広がっているのではないか」と話す。

中古品受容度に差

中古品と一口に言っても、幅広い品目が流通している。弊社調査で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)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」が41・4%、「衣服」が

拡大する中古品市場

弊社が実施した県民向けのアンケート調査¹(以下、弊社調査)によると、県民の約8割が中古品購入の経験があると回答しており、リユース市場は身近な消費インフラとして定着しつつある(図表1)。全国のリユース市場は

はじめて

調査レポート

拡大・定着する県内の中古品市場

消費者の不安解消が今後の成長のカギ



拡大しており、環境省の調査によると2024年は約3兆5000億円と12年比で12・7%増加している(図表2)。このような市場拡大の背景としては以下のような要因が考えられる(図表3)。

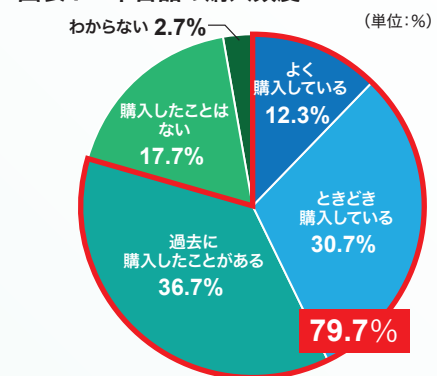
まず、買い手(需要)側からみても、弊社調査によると中古品を購入する理由として、「新品より価格が安いため」(72・4%)が圧倒的に多く、次に「商品によっては中古でも十分に使えるため」(49・0%)、「掘り出し物や希少品が見つかるため」(37・7%)が続いている(図表4)。物価高による節約志向や生活防衛意識の高まりを受け、価格を抑えつつ必要な商品を手手できる中古品への関心は高まっている。また、価格メリットだけでなく、今は販売されていないアイテム、ヴィンテージ品を探したいという需要もあるようだ。また、リユース品の買い取り・販売などを手がけるコメ兵(愛知県名古屋市の)広報担当、常田詩恩氏によると、「海外でも中古品市場は拡

大傾向にあり、特にアジアや北米では、日本の中古品の品質や真贋への信頼感を背景に、「Used in Japan」への評価が高まっている」という。

一方で、売り手側(供給)では、終活、断捨離、遺品整理、自身の持つ資産の整理に伴い発生した自宅にある品物を持ち込む動きも増えてきた。さらに「金相場の高騰を背景に、宝石や貴金属の売却ニーズも高まっている」(コメ兵・常田氏)。大手フリマアプリを運営するメルカリの試算では、国内の家庭で1年以上使われていない不用品(「隠れ資産」)は90兆5352億円あるとされ、「不要だ」「価値がない」と思っていたものが「換金できる資産」として見直される動きもある。こうした売り手側の変化も、市場の成長余地を広げているとみられる。

また、コロナ禍以降、フリマアプリやECの普及により、リユース品の売買が日常的な行動として浸透したことも大きい。弊社調査でも、中古品の購入場所は、「総合リユースショップ」

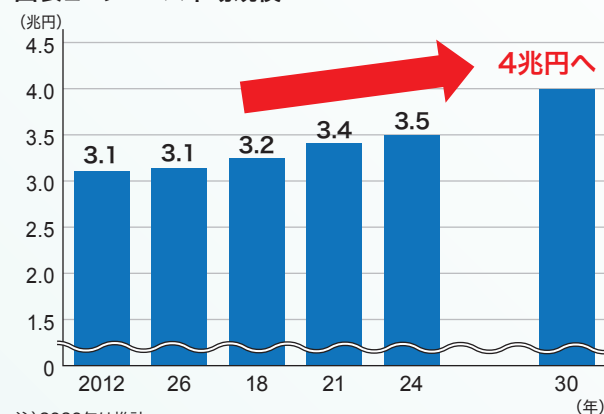
図表1 中古品の購入頻度



注)四捨五入の関係で合計が100%にならない箇所がある。図表7も同じ

資料)当研究所「節約意識・中古品購入に関する調査」以下図表4、5、6、7、8も同じ

図表2 リユース市場規模



注)2030年は推計

資料)環境省「リユース市場規模調査」、リユース経済新聞

中古市場の拡大が見込まれる中、県内の中古品を取り扱う事業者にはア

県内事業者へのヒアリング

ただ、衣服については、抵抗感が比較的に強い一方で、購入経験率も高いという特徴がみられた。これは、衛生面などに不安を感じつつも、それを上回る価格メリットや商品価値があることで購入されている可能性を示唆している。

一方で、購入する際の抵抗感・受容度には品目により差がみられた。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」では、いずれも6割強が「抵抗はない」「あまり抵抗はない」と回答し、抵抗感は比較的低かった（図表7）。これらは購入経験率が高く、抵抗感も低い「定着型」の分野といえる（図表8）。これに対し、「スマートフォン・パソコン・タブレット」「家電製品」「衣服」では、いずれも5割強が「抵抗がある」「やや抵抗がある」と回答している。価格メリットがある反面、故障リスクや品質への不安が購入のハードルとなるなど、心理的な障壁も大きい。



▲「STARS」城西店の外観(上)と店内(中・下)の様子。幅広い中古品が所狭しと並ぶ

商品は同店を紹介してもらうなど、相互送客も図っている。フリマアプリなどの利用が広がる一方で、店長は「店舗で実物を見て選べる安心感や地元密着感に加えて、家電に保証が付いていることが当店の強み」と話す。

商品鑑定力と多様な流通チャネルが強い買い取り専門店「KOMEHYO」

足元で、買い取り専門店が増加している中、コメ兵は県内で買い取り専門店を3店舗運営している。幅広い層の客が来店するが、利用層としては「使わなくなったものを整理したい」と考える40〜60代が最も多い傾向があるという。「売れるか分からないので、まずは対面で相談したい」というニーズが強い。同社は特に買取の場面では対面接点の重要性が高いと考えている。また、同社では長年蓄積した取引データと鑑定ノウハウを活用し、ブランドバッグの真贋AIを2020年から実際の店舗で活用している。対応ブランドは10ブランドまで拡大しており、99%の高い精度を維持している。AIの活用は鑑定士の負担軽減や査定スピードの向上につながり、結果として顧客との対話に時間をあてやすくなるなど、サービス品質の向上にも寄与している。

40・2%で続いた（前頁図表6）。

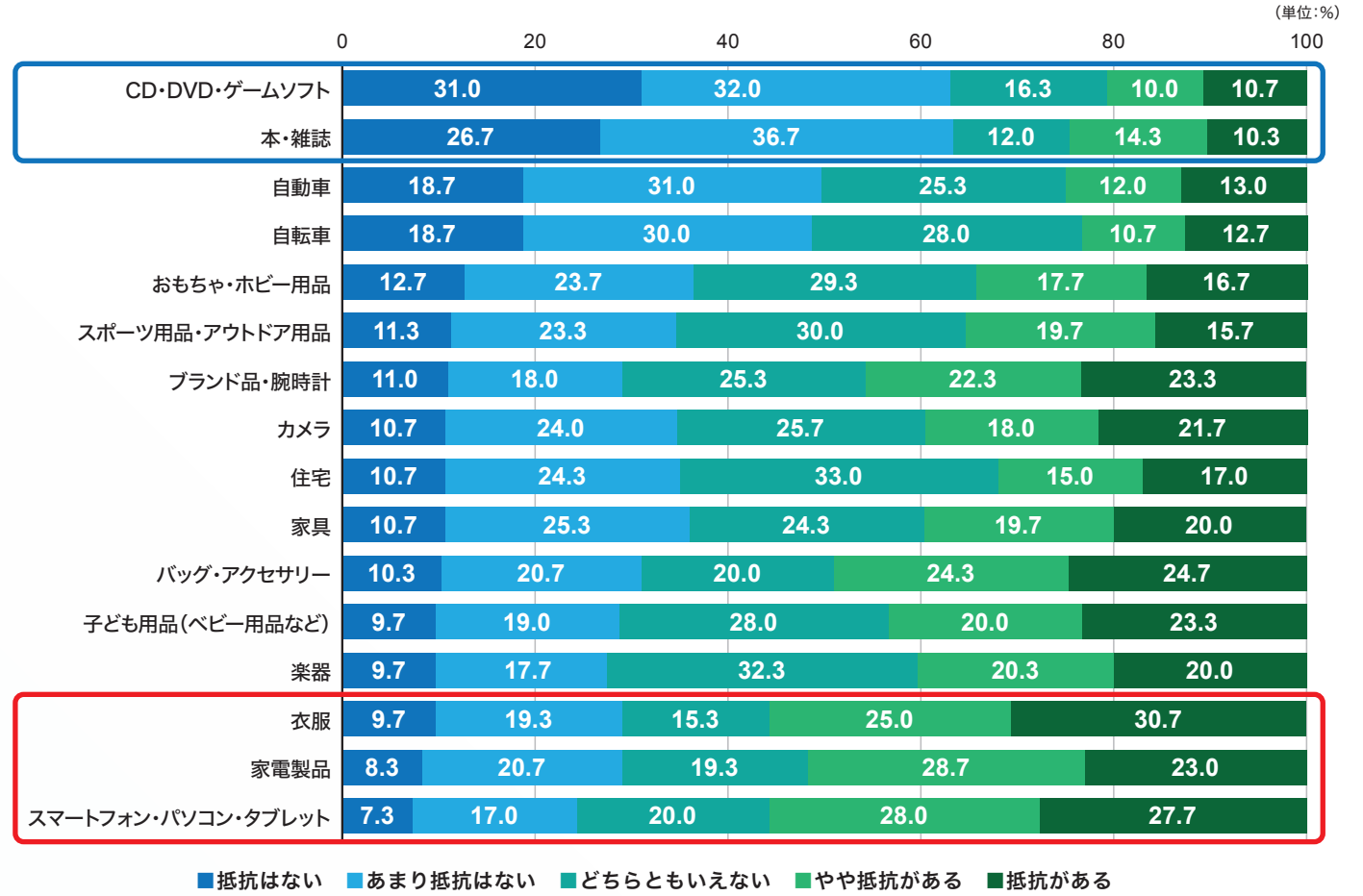
ングを行った。

実物をみて選べる安心感、総合リユースショップ「STARS」

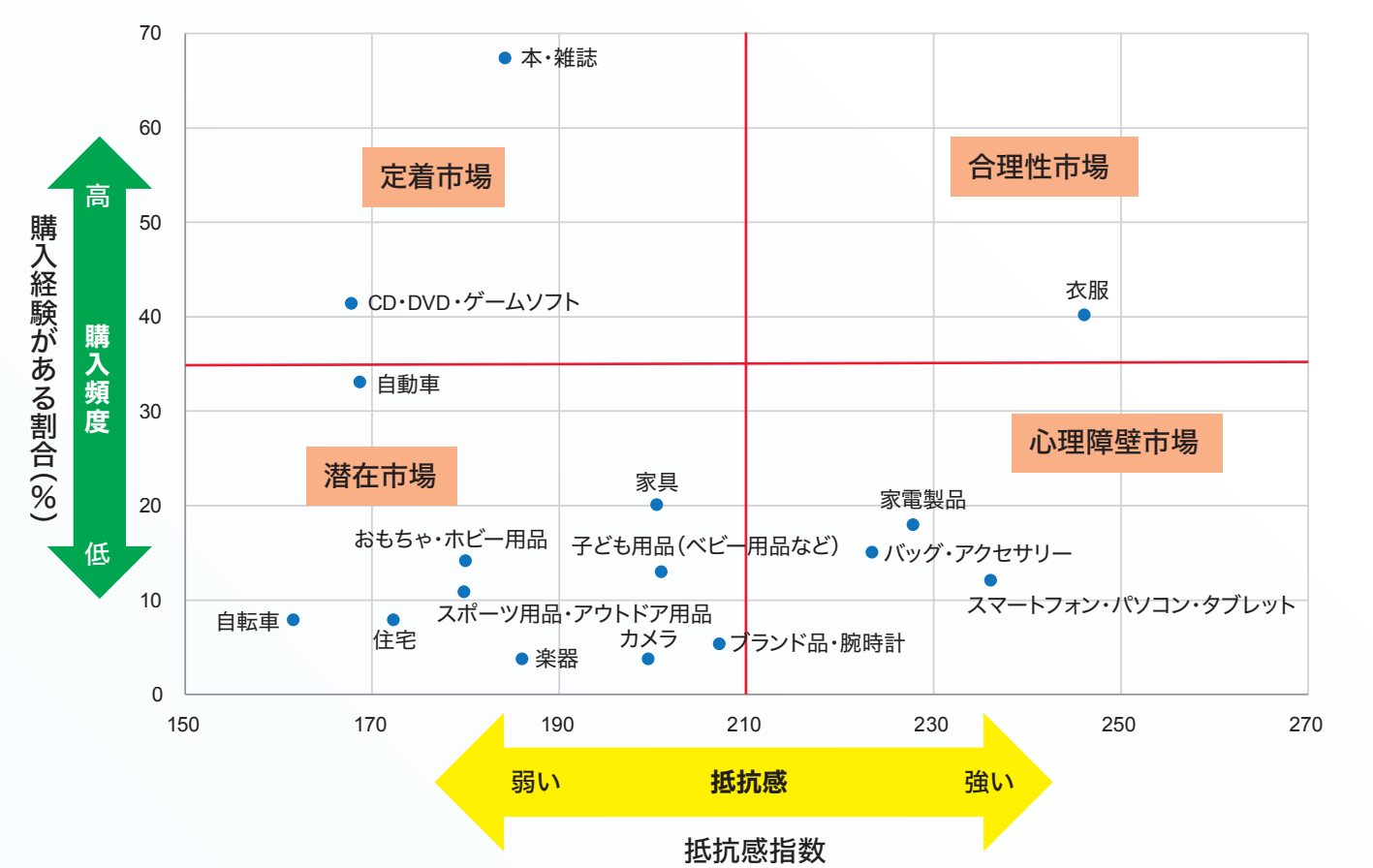
（鹿児島市）では家電、家具、衣料品、雑貨、本、自転車、ベビーカーなど幅広い品目を取り扱っている。中古品売買（出張買取も含む）の他にも引っ越し、粗大ごみ回収、遺品整理などを手がける。店頭に持ち込まれた商品に加え、引っ越しの依頼先で不要とされた商品のほか、自宅整理を進める高齢者、事業者からの買取依頼も多く、年間での買取件数は1万点を超える。同店ではこうした商品の中から、再販可能なものを選別し、メンテナンスを施し店頭などで販売している。

来店者は、短期間だけの生活用品を必要とする学生や通勤族に加え、フ

図表7 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8 購入頻度と抵抗感指数の関係



注) 抵抗感指数: 回答割合に、「抵抗はない」は1、「あまり抵抗はない」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



▲アミュプラザ鹿児島館内にある衣料回収ボックス

ク、リユース、リサイクルに活用される。

利用者の反応は良好で、サービス開始から半年ほどで集まった衣料は約4400^{キログラム}となり、想定を上回っている。単純に処分したときと比較して約81・7%のCO₂排出量削減を実現しているという。利用者はハウスカードホルダーの年齢層と重なることが多いが、ポイ活に積極的な40代・50代女性の利用も多い。同社の森聖弥氏は「環境保全に寄与し、またポイントを活用した買い物が増えることでテナント支援にもつながり、さらにはお客様も得をする「三方よし」のメリットを感じている」と話す。



▲「KOMEHYO買取センターアミュプラザ鹿児島」の外観(左)と宝石の検品の様子(右上・右下、画像提供:コメ兵)

同店では買い取った商品はすべて、愛知県の「商品センター」に集約し、その後、全国の店舗で販売する商品と、法人向けオークション等で流通させる商品に振り分ける。小売と法人販売の両チャネルを持つことで、商品特性や相場環境に応じた柔軟な流通を可能としている。小売りする品物は商品センターでメンテナンスや修理を行い、一定のクオリティを満たした品物を店舗へ出荷している。同社はリユースそのものが循環型社会に資する事業であり、リユース市場は中長期的に拡大基調が続くと見込んでいる。国内同様市場が拡大傾向にある海外での展開も強化していく。

専門性と保証で消費者の不安を払拭、専門リユースショップ「パソコン市場」

メディアエイター（福岡市）が運営する「パソコン市場 鹿児島店」（鹿児島市）では、中古・新品PC（パソコン）の販売を行っており、より安い価格でPCを購入したいという価格志向の強い客が多く訪れる。AI需要増加に伴い、足元のPC価格は大きく上昇している中、低価格指向はより強まっているという。家電量販店を見たらうえて価格を比較する目的で訪れる個人に加え、経費を抑制したい法人との取引もあり、価格に対する関心の高さがうか



▲パソコン市場 鹿児島店

自治体でも動きがある。曾於市では、24年3月にリユースプラットフォーム「おいくら」を運営するマーケットエントラープライズと連携協定を締結し、リユース（再利用）推進の取り組みを始めた。背景には、同市のごみ処理施設への廃棄物持ち込み増加を受け、廃棄物削減に向けたリユース推進施策を推進する必要性があったことがある。同市によると、24、25年の2年間で22件、67品目の利用があった。こうした行政と民間事業者の連携は、まだ使えるものを廃棄せず循環させようという市民の環境意識の醸成に寄与することが見込まれる。

中古品市場の様々な効果

中古品市場には、家計、産業、環境の各面で様々な効果がある。

第一に、家計負担の軽減である。中古品を利用することで支出を抑えられ、その分の可処分所得が外食、旅行、趣味など別の消費に回る可能性がある。中古品市場の拡大は、家計全体の消費を下支えする側面を持つ。第二に、新たな産業や雇用の創出である。かつて中古品取引は個人売買の色彩が強かったが、現在ではリユースショップ、

がえる。

弊社調査において、PCの中古品購入の抵抗感が強かった要因について、同店の長濱和輝店長は「中古に対する先入観として、すぐ故障するのではない」という不安に加え、品質面、データ処理などのセキュリティ面への不安が根強いのではないかと分析する。そのため同店では、中古PCにも新品同様の保証を付与し、安心して購入できる環境づくりに注力している。

また同店ではPC修理も手掛けており、故障したPCが持ち込まれ、修理の可否を相談されるケースも多い。同店では豊富なノウハウをもつ技術スタッフが在籍しており、その場で状態を見極めたうえで、修理対応している。さらに、中古・新品PCへの買い替え提案まで含めた幅広い案内を行っている。顧客の安心感につながっている。同社では「PCのゆりかごから墓場まで」という方針を掲げ、導入の検討・購入、運用、保守、廃棄、買い替えまで、PCのライフサイクル全体に寄り添い、顧客にとっての可能性と問題解決の最大化を目指す。顧客の低価格志向は一段と強まっており、中古PCや修理サービスへのニーズは今後さらに高まる可能性がある。新品購入が難しい顧客にとって、価格を抑えつつ一定の品

EC、フリマアプリに加え、真贋判定、修理、クリーニング、物流、買い取りといった周辺サービスも含めた大きな産業へと発展している。中古品販売額そのものはGDPの個人消費には計算上は考慮されないものの、それらを流通させるサービスはGDPを生み出す。第三に、循環型経済への貢献である。不要品の破棄や新品の生産量が減れば、原材料やエネルギーの使用量、CO₂排出量の抑制につながる。GXやサーキュラーエコノミーの観点からも、リユースの意義は大きい。

中古品市場の拡大は新品市場と競合する面があり、業種によっては新品の販売減少や価格競争の激化につながる可能性がある。消費者が商品や自社ブランドを手軽に安く試す重要な接点として捉えればすそ野を広げるチャンスとなり得る。

まとめ

前述の通り、中古品市場の拡大の背景には、「所有」そのものを重視する価値観から、価格、使い勝手、再販可能性、環境への配慮などを重視する合理的な消費志向への変化があると考えられる。こうした流れを受けて、リユース

質と保証を備えた中古PCは、有力な選択肢となっている。

環境意識の高まりが後押し

これまでの中古品市場拡大の要因は、環境意識の高まりよりも、「安く、合理的に、使えるものを選ぶ」という消費行動の表れの側面が強いことがうかがえる。弊社調査でも中古品を購入する理由として「環境・資源の有効利用につながるため」を挙げた人は12・1%にとどまり、購入動機の内核は必ずしも環境意識によるものではなかった（前頁図表4）。

ただ県内では環境意識の面からリユースを後押しする動きが徐々に現れている。アミュプラザ鹿児島を運営するJR鹿児島シティ（鹿児島市）は25年12月に衣料回収サービス「GREEN AMU」を始めた。館内に設置されたリサイクルボックスに不要な衣料品を持ち込むと、重量に応じてポイントが付与（衣料の重さ100^{グラム}につき5P、200PでJRキューポアアプリでの200円分クーポンなどと交換）される仕組みだ。回収された衣料品などはECOMMIT（薩摩川内市）などのパートナー企業と連携してリメイ

スは一時的な節約手段にとどまらず、生活に組み込まれた消費行動として定着しつつある。一方、事業者側では、店舗販売だけでなく、EC、越境販売、法人オークションなど複数の流通チャネルを組み合わせる動きが進んでおり、市場全体の流動性は一段と高まっている。

課題もある。パソコン市場の長濱店長は「ECサイトなどで極端に安価なPCを購入したものの、正常に使用できず、結果として店舗へ相談に求められるケースも多い」という。今後の市場成長の鍵は、品質保証、真贋判定、アフターサービスの充実など、消費者が抱える不安をいかに解消するかがカギをにぎる。

環境省は今年3月、「リユース等の促進に関するロードマップ」を策定し、リユース市場の規模を2030年に4兆6000億円まで引き上げる目標を掲げた。廃棄物の排出抑制と製造や廃棄の際に出る二酸化炭素排出量削減が目的で、今後、市場拡大を国も後押しする。中古品市場の拡大により、家計負担の軽減、新たなサービス需要や雇用の創出、循環型経済への移行促進を通じて地域経済にもプラス効果をもたらすことが期待される。

（新川 真吾）



日銀の政策金利 引き上げについて

―物価抑制や円安是正より、借入金利上昇への懸念が大きい―

調査の概要

調査時期

2026年6月下旬

調査方法

インターネット及び郵送

対象企業

県内主要企業500社

回答企業数

304社（回答率 60.8%）

【調査結果のポイント】

- 自社経営における政策金利引き上げの影響については、「マイナスの影響の方が大きい」が45.5%と最も多かった。
- 自社の借入金利の変化が昨年6月水準と比較してどのように変化するかについては、「既に上昇している」が44.7%と最も多く、2026年度内に上昇（「26年9月までに上昇」と「26年10月～12月末の間に上昇」と「27年1月～3月末までの間に上昇」の合計）と考えている企業は14.3%となった。一方、「わからない」と回答した企業は27.0%、「変化しない」は12.3%だった。

「マイナスの影響の方が大きい」とする企業は5割弱

自社経営における政策金利引き上げの影響については、「マイナスの影響の方が大きい」が45・5%と最も多く、「どちらとも言えない」が29・8%、「わからない」が15・1%、「影響はない」が8・7%、「プラスの影響の方が大きい」が1・0%と続いた（図表1）。業種別にみると、その他産業で「マイナスの影響の方が大きい」が59・8%と最も多い一方、卸売業では29・0%となり、

業種ごとに差異がみられた。「プラスの影響の方が大きい」は卸売業が3・2%、建設業が2・2%、製造業が1・1%だった。

自社経営における政策金利引き上げの具体的影響については、「借入金利の上昇に伴う損益悪化」が53・1%と最も多く、次いで「借入金利の上昇に伴う資金繰り悪化」（35・3%）、「借入金利の上昇に伴う設備投資の削減、中止」（16・5%）が続いた（図表2）。

4割強の企業で、借入金利は「既上昇」

自社の借入金利の変化が昨年6月水準と比較してどのように変化するかについては、「既に上昇している」が44・7%と最も多かった（図表3-1）。また、2026年度内に上昇（「26年9月までに上昇」と「26年10月～12月末の間に上昇」と「27年1月～3月末の間に上昇」の合計）と考えている企業は14・3%となった（図表3-2）。一方、「わからない」と回答した企業は27・0%、

「変化しない」は12・3%だった。業種別にみても、「既に上昇している」が最も多く、その他産業では50・5%だった。

「今年中は現状維持を望む」が最多

自社経営に望ましい今後の政策金利推移については、「今年中は現状の1%を維持」が41・5%と最も多く、「わからない」が38・8%、「今年中に0・75%への引き下げ」が9・9%、「今年中に0・50%への引き下げ」が5・8%となった（図表4）。一方、「今年中に1・25%への引き上げ」は3・4%、「今年中に1・50%への引き上げ」は0・7%だった。

おわりに

日銀の政策金利の引き上げは、物価上昇の抑制に加え、海外との金利差による円安の是正も狙った施策だが、一方で預金金利や貸出金利の上昇をもたらす。しかし、企業としては、物価抑制や円安是正などの効果より借入金利の上昇を懸念しているのが実情であり、4割強の企業が既に借入金利が上昇していると回答しており、今後の政策金利については「今年中は現状の1%を維持」を望む企業が最多であるなど、これ以上の金利上昇は厳しいと考えている。

農林水産省
九州農政局地方参事官

窪山 富士男



[寄稿]

1968(昭和43)年3月 始良市(旧始良町)生まれ 58歳
86(昭和61)年3月 鹿児島県立加治木高等学校卒業
86(昭和61)年4月 農林水産省鹿児島食糧事務所入所
98(平成10)年4月 農林水産省本省へ異動し、米政策、農業の担い手施策、
農林漁業の6次産業化施策、農業経営収入保険制度、デジタル政策などを担当
2024(令和6)年4月から 農林水産省九州農政局地方参事官(鹿児島県担当)として着任し、
現場と農政を結ぶ業務を担当

食料安全保障の 実現に向けて

はじめに

最近、農業関係で社会的な問題になったのは、日本国民の主食である「コメ」。2024年の夏ごろからスーパーの店頭での品薄感が高まり、「令和のコメ騒動」というくらいに社会的な問題に発展し、毎日のように、テレビ、新聞などでコメ不足、価格高騰といった報道が行われた。

コメ不足になった主な要因は2つ。1つは地球温暖化の影響である。夏場の気温の急激な上昇がコメの生育にも影響し、玄米の収穫量は平年並みであったとしても質が落ちて、それを精米にするときに削る部分が多くなった。米が砕けてしまったりする。このため、店頭に並べる製品(精米)を安定的に確保することが難しくなった。もう1つは、インバウンドの増加によるコメの需要の増加である。20年から続いた新型コロナウイルス感染症

の経済的な影響が落ち着き、海外から日本に来る観光客も、22年の383万人から25年は4268万人と急激に増加したことにより、コメの消費量も増加した。

日本は、1993年にもコメ不足を経験している。それは、「平成のコメ騒動」である。その当時(93年産)のコメは、東北地方の冷害等が大きく影響し、作況指数74(平年作の作況指数は100)と大不作。コメの生産量は783万トで前年の971万トに比べて188万ト減少することになった。これに対応して、農林水産省は、アメリカ、中国、タイなどから259万トのコメの緊急輸入を行った。しかし、海外から急ぎよ輸入したコメは、日本人がふだん食べているコメとは違い、長粒種のパサパサした触感のコメが主だったため、消費者のニーズに十分に対応できなかった。そのような経験等を踏まえ、95年に政府備蓄米制度が創

設され、不足の事態に備えて、国内産米をストックしておくことになった。令和のコメ騒動では、この政府備蓄米を一定程度市場に放出することで、国民の主食であるコメの安定供給を果たすことはできたと考えている。

日本人の生活、企業の活動の中では、農作物すなわち「食」は欠かせないのである。「食」の源は農業である。農業の持続性を確保してこそ、国民の食生活や企業の活動も安心して行えると考えられる。農業施策の元々の考え方を整理した「食料・農業・農村基本法」が99年に制定されており、本法の施行から約20年が経過した2024年には、諸情勢の変化等を踏まえた改正が行われたところである。今回は、その背景等についてご紹介させていただくとともに、鹿児島県の農業や課題等についても、私の考え方を説明させていただく。

