

## 米国 EC 市場における 2 次販売の衣料品

—米国では 11 月 24 日から年末商戦が始まり、初日から 5 日間の実店舗とオンラインの買い物客数が 1 億 9,670 万人と前年比で 1,700 万人増加、調査開始以来の最高水準となった。また、民間企業の調査によると、11 月 28 日のサイバーマンデーのオンライン売上高は、前年比で 5.8%増と事前予測を上回る結果となった。—

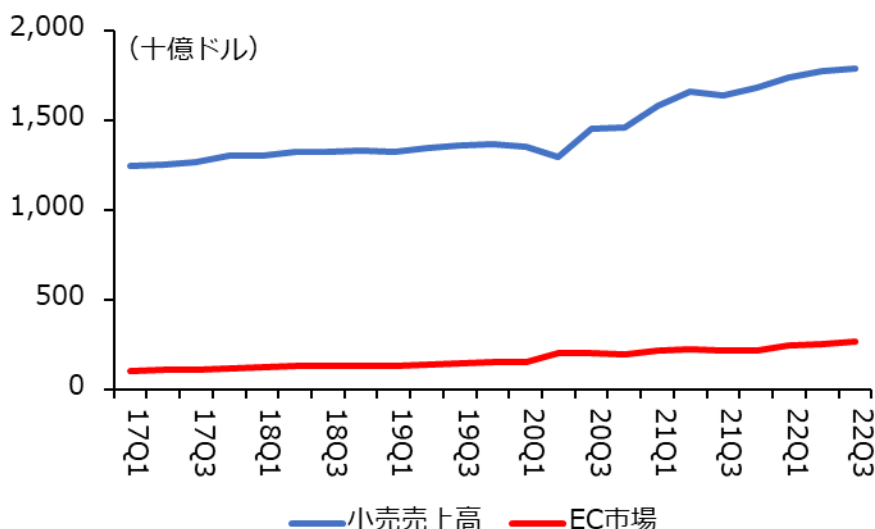
今回のオンライン販売の好調は、インフレ進行下での一部商品の大幅な値引きなど様々な要因によるものだが、新型コロナウイルス（以下、コロナ）の感染拡大以降、その利便性の良さから注目された電子商取引（以降、EC）市場は、今もなお拡大しているのだろうか。そして、米国の EC 市場では今後どのような分野の成長が期待されているのか。

### ●米国 EC 市場の成長率はやや鈍化するも、今後も拡大が予測される

まず、米国の小売全体と EC 市場の推移について見てみよう。2020 年 Q2 にコロナ感染拡大を受けて、小売全体は一時低下するも EC 市場の売上は拡大した。

その後も EC 市場は緩やかに拡大していったが、EC 市場の成長率よりも小売全体の成長率の方が高くなった。これは新型コロナワクチンの接種が本格化する中で、EC ではなく実際に店舗へ行って取引する人が増えたことを表している。また今後、コロナ収束に伴い EC 市場の成長率が鈍化すると予測されているが、小売全体の拡大につられる格好で EC 市場は拡大していく見込みだ。

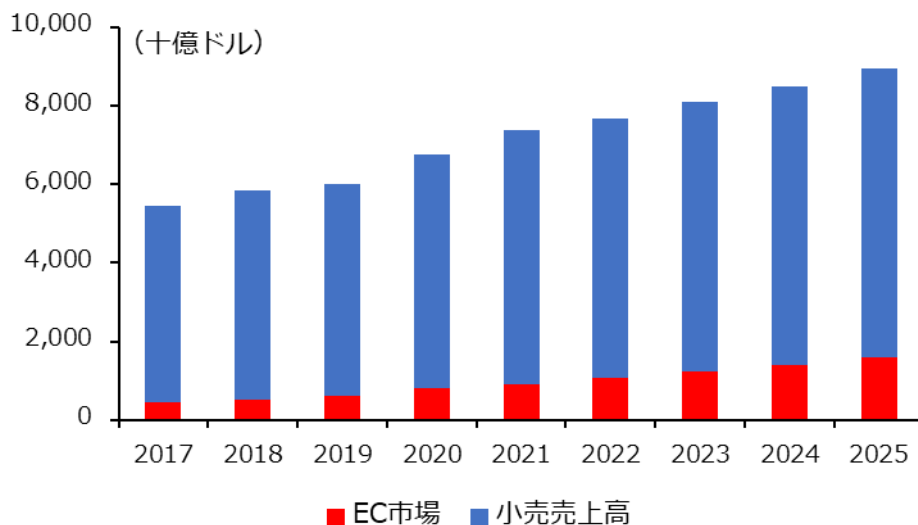
【図表 1】米国の小売売上高と EC 市場



出所：U.S. Census Bureau から丸紅経済研究所作成

※ 季節調整値

【図表 2】米国の EC 市場の推移



出所：U.S. Census Bureau、eMarketer から丸紅経済研究所作成

※ 季節調整値、2022 年以降は予測値

### ●リセール・プラットフォームを活用した衣料品 EC 市場の需要拡大に期待

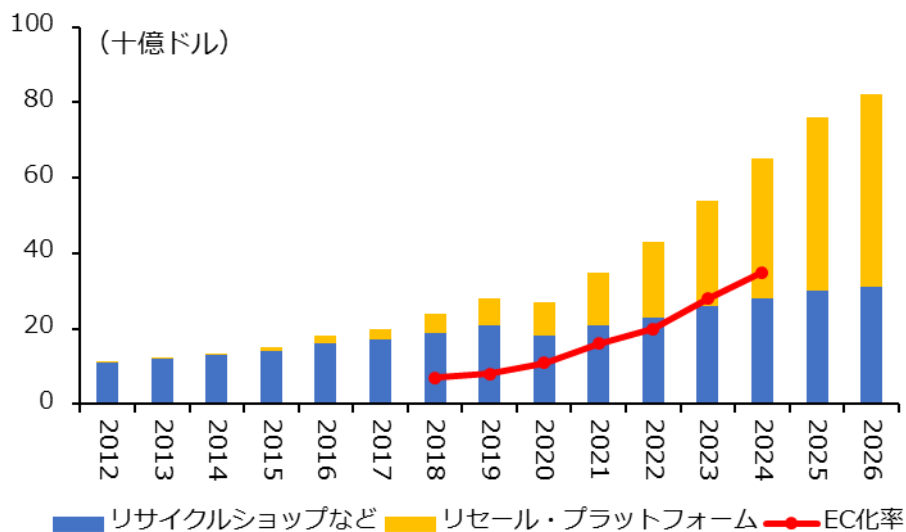
では、堅調な拡大が予測される米国 EC 市場において、今後どの分野の成長が期待されるのだろうか？その 1 つとして衣料品が挙げられる。

2000 年代半ばより、最新の流行を取り入れた低価格の衣料品（ファストファッション）が注目されると、人々の衣料品の購入量並びに廃棄量も増加した。その後、2015 年国連サミットで SDGs（持続可能な開発目標）が採択されると環境問題などへの関心が高まった。そしてコロナ感染拡大で自らの衣料品を整理する時間が増えたことを機会に、比較的安価に購入ができる 2 次販売された衣料品に注目が集まっている。

ここでの 2 次販売とは、リサイクルショップでの販売の他、消費者や小売店が衣料品を出品し、そこから消費者が自由に購入できる場である、リセール・プラットフォームを通じた販売も含める。

今までは 1 度使用された衣料品に対して、消費者の「質が悪い」という印象が根強かった。しかし、多くの人がリセール・プラットフォームへ出品することで、一定の量と質を確保出来るようになったため、リセールされた衣料品の需要は拡大しており、米国の 2 次販売の衣料品市場において成長要因となっている。eMarketer のレポートからの推計では、衣料品市場に占める 2 次販売の割合は 2021 年で 8%、2022 年は 9%、2023 年には 11%と拡大する見込みだ。

【図表 3】 米国の 2 次販売の衣料品市場



出所：eMarketer、THREDUP、RESALE REPORT（2022）などから丸紅経済研究所作成

※ EC 化率（衣料品の 2 次販売に占める EC の割合）は推計値が出ている年のみ記載、2022 年以降は予測値

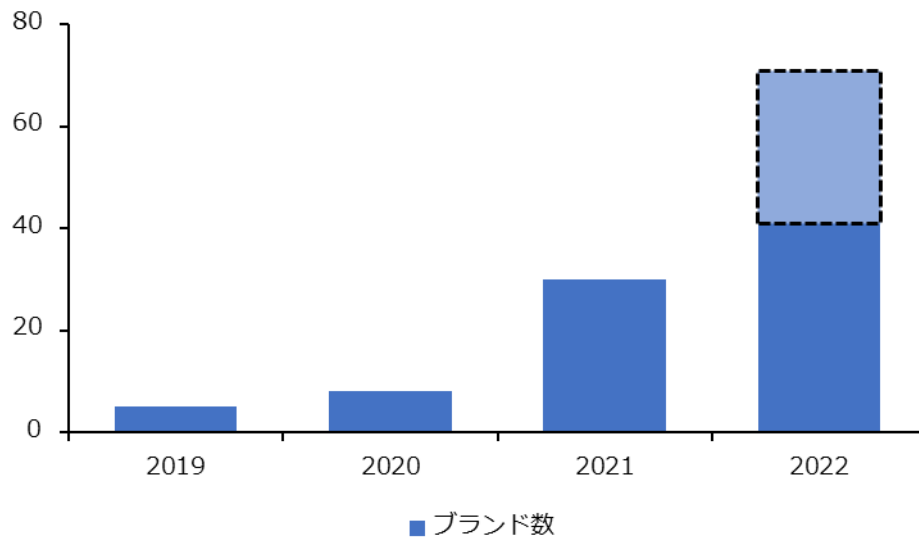
他の側面でも、2 次販売の衣料品市場の成長を裏付けることが出来る。THREDUP の RESALE REPORT2022 によると、米国では 41%の消費者が衣料品を購入する際に、2 次販売されている同様の衣料品を調べ比較する。

また、Z 世代やミレニウム世代の 46%が衣料品を購入する際、将来売却した際の市場価値を検討しているというデータもある。また、EC 化率も徐々に高まっており 2024 年には 2 次販売の衣料品市場の 50% を EC が占める見込みだ。

このような消費者の行動変化に合わせ、新たにオンラインでリセールビジネスを開業する企業の割合も 2022 年には 2021 年の倍以上となることが予測されている。具体的なビジネスの例として、アディダスは 2021 年 10 月にリセールサービスを開始。消費者が不要になった衣料品（アディダス製品以外も対応可能）をアディダスへ送付し、その後、衣料品の状態によってはリセールされる。

今後も 2 次販売された衣料品の EC 市場、そして新たにリセールビジネスを開業する企業の動向に注視していきたい。

【図表 4】リセールビジネスを開設した衣料品ブランド数



出所：THREDUP , RESALE REPORT (2022) などから丸紅経済研究所作成

※ 2022 年点線部分は予測値

|            |   |                                     |
|------------|---|-------------------------------------|
| <b>担当</b>  | 丸紅経済研究所<br>産業調査チーム アナリスト 富永健悟   | E-mail: TOMINAGA-K@jpn.marubeni.com |
| <b>住所</b>  | 〒100-8088 東京都千代田区大手町一丁目 4 番 2 号   |                                     |
| <b>WEB</b> | <a href="https://www.marubeni.com/jp/research/">https://www.marubeni.com/jp/research/</a> |                                     |

(注記)

- 本資料は丸紅グループ内での利用を目的としたものであり、対外的な利用に関しては担当までご連絡願います。
- 本資料は公開情報に基づいて作成されていますが、当社はその正当性、相当性、完全性を保証するものではありません。
- 本資料に従って決断した行為に起因する利害得失はその行為者自身に帰するもので、当社は何らの責任を負うものではありません。
- 本資料に掲載している内容は予告なしに変更することがあります。
- 本資料に掲載している個々の文章、写真、イラストなど(以下「情報」といいます)は、当社の著作物であり、日本の著作権法及びベルヌ条約などの国際条約により、著作権の保護を受けています。個人の私的使用及び引用など、著作権法により認められている場合を除き、本資料に掲載している情報を、著作権者に無断で複製、頒布、改変、翻訳、翻案、公衆送信、送信可能化などすることは著作権法違反となります。