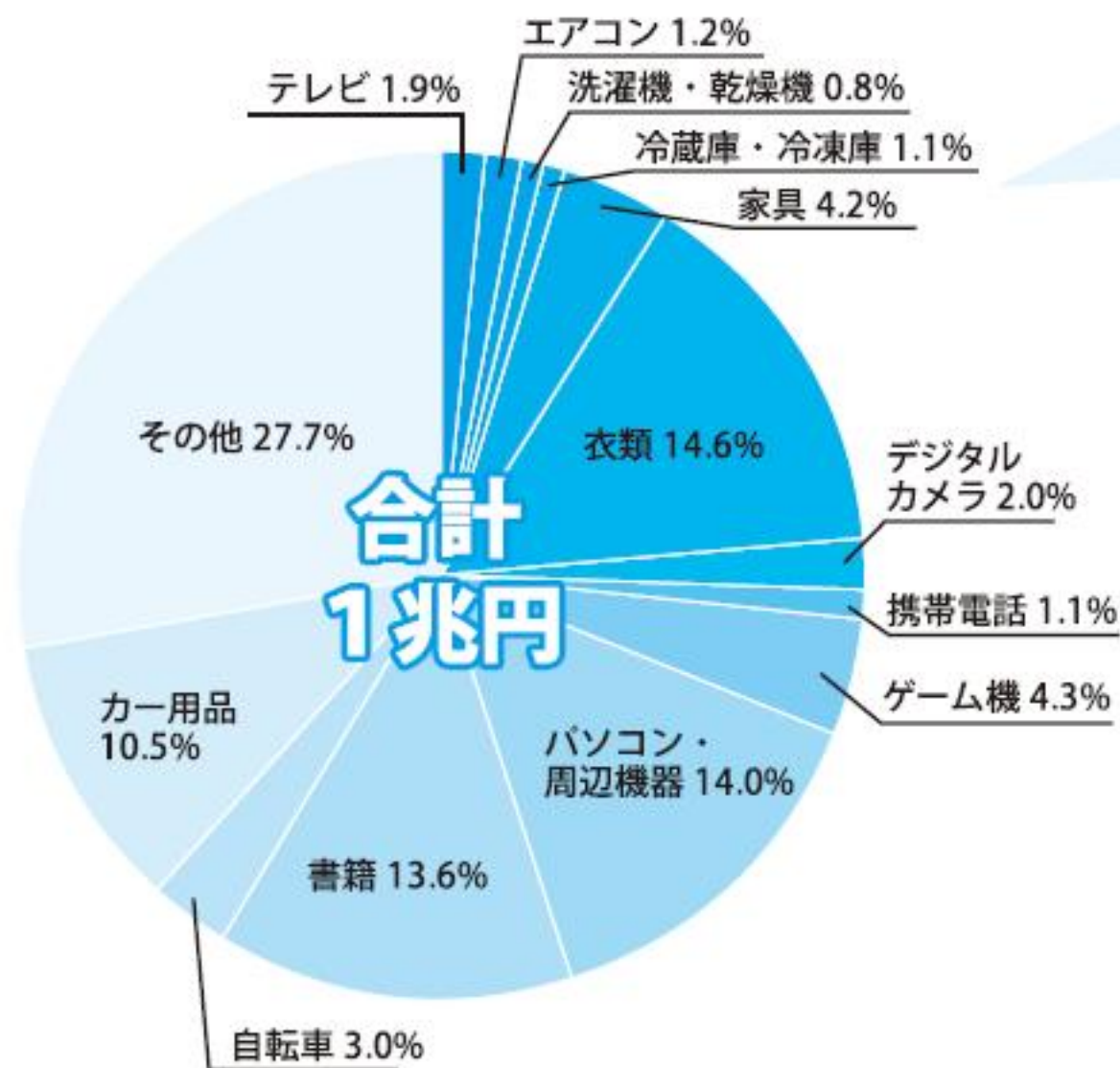


中古品の市場規模推計と流通経路

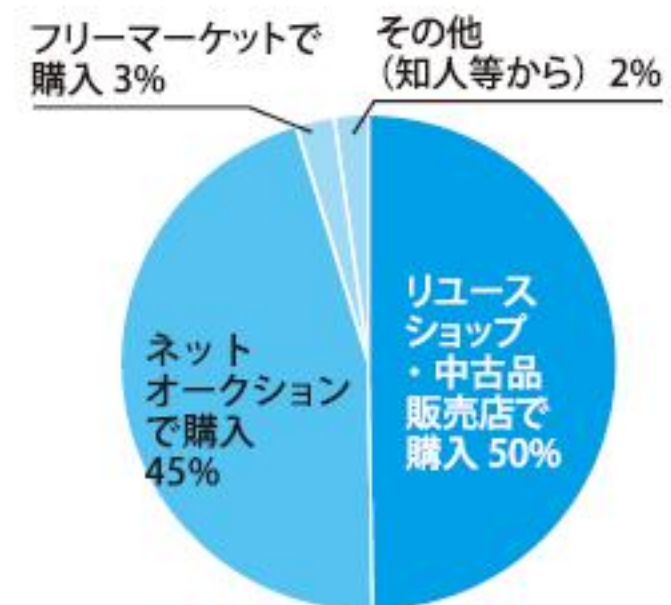


品目	中古市場規模	構成比
テレビ	193	1.9%
エアコン	116	1.2%
洗濯機・乾燥機	81	0.8%
冷蔵庫・冷凍庫	108	1.1%
家具	416	4.2%
衣類	1465	14.6%
デジタルカメラ	204	2.0%
携帯電話	106	1.1%
ゲーム機	430	4.3%
パソコン・周辺機器	1399	14.0%
書籍	1362	13.6%
自転車	299	3.0%
カー用品	1051	10.5%
その他	2773	27.7%

(億円)

出典：環境省

消費段階としてエンドユーザーが中古品を購入した総額を市場規模とした。自動車は対象外。



流通経路別のリユース市場規模

リユース市場規模は約1兆円

環境省の調査によると、リユース市場規模は推計値で約1兆円という結果となった。エンドユーザーが中古品を購入した総額を市場規模としている。アンケートより品目別の中古品購入量・金額をもとに拡大推計した。なお、自動車、住宅、骨董品は対象から除いている。流通経路別では、「リユースショップ・中古品販売店で購入」が50%の4996億円、「ネットオークションで購入」が45%で4541億円とほぼ同等規模のマーケットを構成している。

品目別では、最も高い割合を占めるのが「衣料」で14.6%、金額にして1465億円。ほぼ同数で「パ

ソコン・周辺機器」が14%を占めている。また、「書籍」は13.6%とこれら3品目がそれぞれ約1400億円前後の市場を形成。テレビ、エアコン、洗濯機、冷蔵庫の家電4品目をあわせた割合は、5%となっている。

なお、経済産業省の商業統計によれば、書籍、骨董品を除いた中古品小売業の販売金額は、2007年で3452億円。ただ、この統計には、ネットオーク

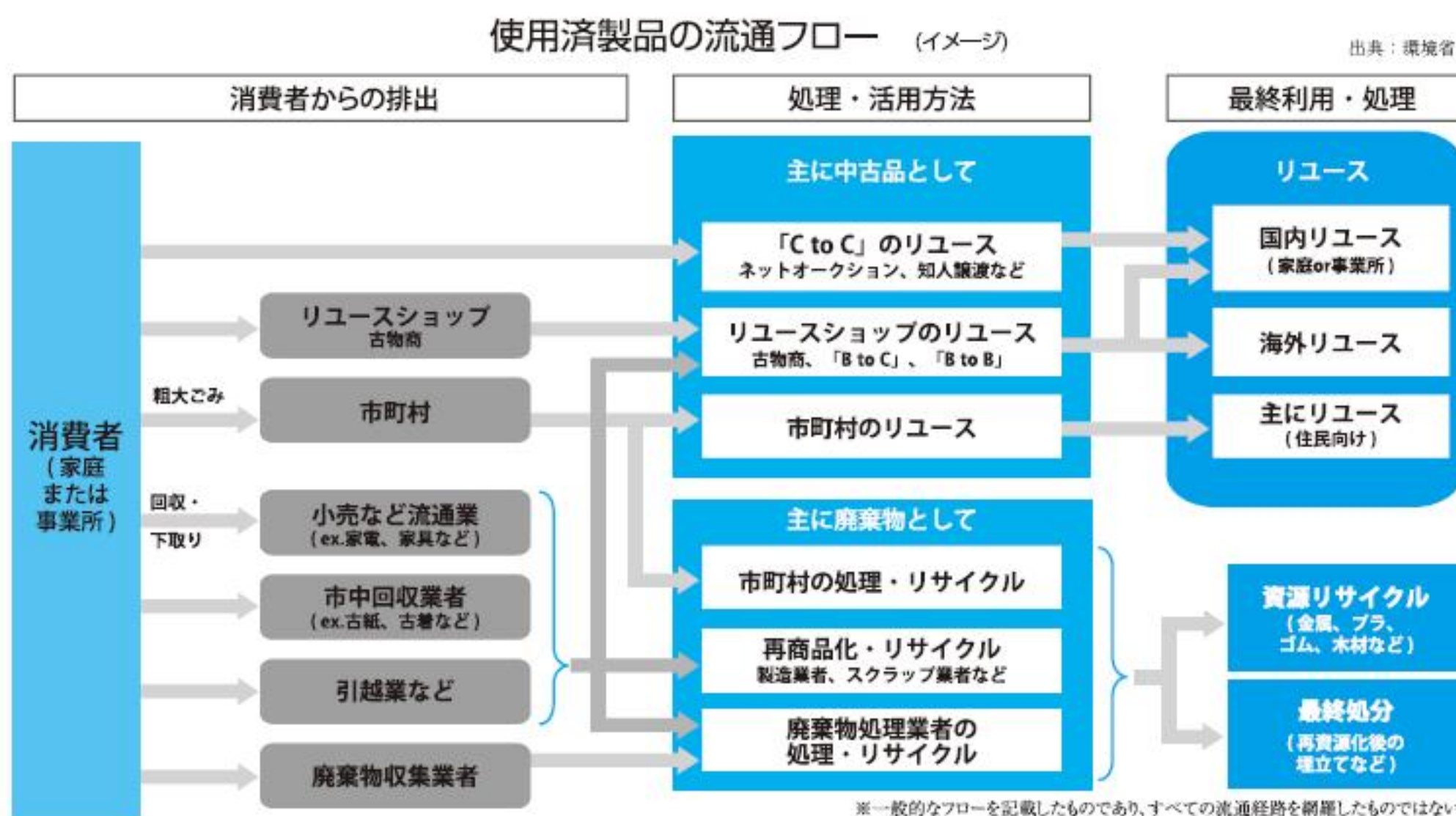
SAMPLE

Point

- ・リユース市場規模は約1兆円
- ・ネットオークション市場は4500億円
- ・最も大きい品目は「衣料」で1500億円

リユース市場活性化の課題とは？

買取り市況が厳しくなる中、リユースショップにとって、買取りを増やすためには何が必要か。不用品の流通フローや事業者アンケートをもとに市場活性化に必要なことを探った。



市場活性化には「イメージアップ」が必要

消費者の不用品がよりリユースショップに流れるようにするためには何が必要か。上記の表は、環境省がまとめた使用済製品の流通フローイメージだ。

不用品は、大きく「中古品」として二次流通市場に流れるものと「廃棄物」として資源リサイクル、最終処分される2つの流れに分かれる。商品によって二次流通に多く回っているものとそうでないものに大きく分かれる (P11参照)。書籍のように60%を超えるものがリユースショップに流れているものもあれば、家電品は大半が小売店など流通業に流れている。また、自宅等に多数眠ったままの状態の商品もある。リユースショップにとって買取り需要を掘り起こす余地は十分にある。

では、中古市場の活性化に必要なこととは何か。帝国データバンクがリユース店を対象に行った調査によると、まず「新品市場の活性化」を挙げる声が30.3%と最も多かった。新品が売れないことには、中古市場に商品が出回らない。また、新品単価の下落が中古品にも影響を与えてしまうためだ。また、

市場活性化に向けて必要なこと 出典：帝国データバンク



2番目に多かったのが「イメージアップ」(15.9%)。不用品の売却や購入に抵抗感を示すユーザーがいる中、中古品やそれを販売する企業の認知度やイメージの向上が必要と考えているようだ。不良在庫処分や商材の仕入れ先などを求め「同業他社との連携」も14%が回答した。地域や国など立地や販売先顧客の違いによって、不用品は買取れる場合とそうでな

SAMPLE

2009年度 中古ビジネス 売上ランキング

リサイクル通信では、全国の中古ビジネス事業者の売上高を調査。「中古ビジネス売上ランキング」をまとめた。個別企業では、ゲオグループが650億円（本紙推計）でトップ、チェーン全体では、ブックオフコーポレーションが900億円でトップとなった。（P27参照）

ゲオグループが650億円で第1位

ランキング上位50社の中古売上高を合算したところ、3548億円となった。マーケットサイズが見えにくい中古業界を捉えるひとつの目安になりそうだ。調査対象は、自動車、住宅を除く中古品の売上高。トップ10社のうち上場会社は、7社あった（ソフマップは非上場扱い）。

ゲオは、子会社のセカンドストリートの売上を合算したグループの中古売上高が650億円（本紙推計）でランキング第1位となった。中古ゲーム、中古アパレルの分野でもトップを走る。それに迫るのが、中古市場のパイオニア、ブックオフコーポレーションで568億円。ただ、FC店を含めたブックオフチェーンで比較した場合は、ゲオを上回る売上高となる。ソフマップは、会社売上高は1022億円だが、中古比率は2割強（本紙推計）のため4位に留まった。

5位には、中古ブランドのコメ兵が184億円でランクイン。店舗数はわずか10店舗でこれだけ売上げている。

7位のワンダーコーポレーションは138.8億円。

メディアのワンダーグー業態の他に、大型総合リサイクル店ワンダーレックスの展開も行っており、新たに売上を積み増しそうだ。その他、中古FCに加盟する有力フランチャイザーも上位に位置している。ありがとうサービスは、ブックオフとハードオフなどのFCに加盟、ゼロエミッションもハードオフの有力FC店だ。東都クリエートは、独自のリサイクル店「オーディン」を展開する一方で、ブックオフのFC店でもある。

また、新品販売を主体とする企業の名前も上位に挙がってきている。カメラのキタムラは、30年以上前から中古カメラの買取り販売を行っている。また、スポーツ用品大手のアルペンがゴルフ5で始めた中古事業は既に40億円規模に成長。中古ゴルフ業界は、新品販売の大手が中古企業を買収しており、新品・中古流通の一体化が進んでいる。このような新品販売大手の参入により、リサイクル店の競争は今後も激しさを増していきそうだ。

ランキングについて

調査はFAX及び郵送によるアンケート方式で実施。一部ヒアリング及び訪問調査、帝国データバンクの企業データを加えてまとめた。ランキング対象とした企業は、中古品売上高の回答を得られた企業（自動車は対象外）。*印の売上については本紙による推計値を記載、数字は実際のものとは異なる場合がある。中古品売上高は不明だが有力な中古品販売企業については、順位づけを行わず会社売上高順に並べた。調査期間は2010年6月1日～6月30日まで。決算月により08年度の数字が記載されている企業もある。店舗数は調査時点または決算時点のものを記載。調査後に社名・屋号の変更を行った企業もあるが、調査時点の表記を行っている。

1	ゲオグループ ゲオ、セカンドストリート 愛知県春日井市 ※ リユース年間売上高	650.0億円 2426.0	業態 メディア 代表者 森原 哲也 決算月 3 チェーン全体年間売上高(億円) — 店舗数(直営) 1022 店舗数(チェーン全体) 1246 メディア及び総合リサイクルショップの全国チェーン
2	ブックオフコーポレーション ブックオフ 神奈川県相模原市 リユース年間売上高	568.0億円 710.9	業態 総合リサイクル 代表者 佐藤 弘志 決算月 3 チェーン全体年間売上高(億円) 900 店舗数(直営) 468 店舗数(チェーン全体) 1107 大型複合店「BOOKOFF SUPER BAZAAR」の売場に注力
3	アイケイコーポレーション バイク王 東京都渋谷区 リユース年間売上高	235.0億円 235.0	業態 カー・バイク用品 代表者 加藤 義博 決算月 — チェーン全体年間売上高(億円) — 店舗数(直営) 100 店舗数(チェーン全体) — バイクの買取り専門店
4	ソフマップ ソフマップ 東京都豊島区 ※ リユース年間売上高	225.0億円 1022.1	業態 PC 代表者 平岡 正行 決算月 2 チェーン全体年間売上高(億円) — 店舗数(直営) 38 店舗数(チェーン全体) — 中古パソコンの買取り・販売など、中古の割合は2割強
5	コメ兵 コメ兵 愛知県名古屋市 リユース年間売上高	184.0億円 238.7	業態 総合リサイクル 代表者 石原 司郎 決算月 3 チェーン全体年間売上高(億円) — 店舗数(直営) 10 店舗数(チェーン全体) — 店舗数は買取り専門除く。郊外型リユース衣料店を出品
6	テイツー 古本市場 東京都港区 リユース年間売上高	145.3億円 397.8	業態 メディア 代表者 大橋 康宏 決算月 2 チェーン全体年間売上高(億円) 380.21 店舗数(直営) 99 店舗数(チェーン全体) 119 全国展開をしているメディア系リサイクルショップ
7	ワンダーコーポレーション WonderGOO 茨城県つくば市 リユース年間売上高	138.8億円 674.2	業態 メディア 代表者 宇津木雅美 決算月 2 チェーン全体年間売上高(億円) — 店舗数(直営) 96 店舗数(チェーン全体) 122 競争力・集客力ともに優れた地域 No.1 の複合大型店化を推進
8	ブランドオフ ブランドオフ 石川県金沢市 リユース年間売上高	96.0億円 120.0	業態 ブランド・宝飾品 代表者 安山 勉 決算月 8 チェーン全体年間売上高(億円) 125 店舗数(直営) 42 店舗数(チェーン全体) 46 海外出店、海外上場も目指す
9	大黒屋 大黒屋 千葉県船橋市 リユース年間売上高	94.3億円 121.8	業態 ブランド・宝飾品 代表者 斎藤 武 決算月 9 チェーン全体年間売上高(億円) — 店舗数(直営) 17 店舗数(チェーン全体) — 回転率の向上に注力

SAMPLE ランキングは次ページ以降に続く

中古売上ランキング企業を徹底分析！

中古品事業者が取り扱う商材の幅が広がってきている。古本最大手のブックオフコーポレーションは、「総合リユース化」を図るために、中古本・メディア以外の商材も強化。古着やホビー、スポーツ、ブランドなど様々な商材の買取りに力を入れている。また、ブランド最大手のコメ兵でも従来から古着を扱っていたが、2010年から古着専門店「リンクスマイル」の展開に乗り出した。

大手に限らず、地域リサイクル店においても、従来業態では扱わなかった商材に着手する企業が増えている。新品販売不振により単価が下落した影響が中古品相場にも及んでいるためだ。また、メディア商材においては、ネット配信の普及により、リアル品の売れ行きが大幅に落ち込んでいることも影響している。

下の表は、業態別に売上ランキングをまとめた

ものだ。先に述べたような背景から複数業態でトップ10以内にランクインする企業が顕著に見られる。総合業態は、中古業界では一般的に家具、家電を扱う事業者を指していたが、その他の商材を複数扱う総合業態が続々と生まれている。

総合リサイクル、中古本・メディア業態でトップとなっているのがブックオフコーポレーション。古本業界最大手で、中古ゲームでも業界2位というポジション。近年は、「BOOKOFF SUPER BAZZAR」という大型複合店の展開に力を入れている。また、中古アパレルのトップはセカンドストリート。同社は、レンタル大手ゲオの子会社。ゲオは中古ゲーム業界最大手で、ゲオショップにも古着コーナーを設

SAMPLE

業態別の中古品売上ランキングトップ10

総合リサイクル			中古アパレル			中古本・メディア		
企業名	中古売上(億円)		企業名	中古売上(億円)		企業名	中古売上(億円)	
1	ブックオフコーポレーション	568.0	1	セカンドストリート	196.0	1	ブックオフコーポレーション	568.0
2	セカンドストリート	196.0	2	買取王国	37.1	2	ゲオ	※450.0
3	コメ兵	184.0	3	東京山喜	14.0	3	テイツー	145.3
4	ハードオフコーポレーション	81.4	4	ウィゴー	※12.3	4	ワンダーコーポレーション	138.8
5	トレジャー・ファクトリー	52.0	5	ワンダージュリア	10.0	5	まんだらけ	※77.1
6	ありがとうサービス	※46.0	6	原宿シカゴ	9.5	6	いまじん	※45.0
7	ゼロエミッション	44.0	7	イー・エフ・オー	8.8	7	ゴトー	34.2
8	東都クリエート	40.0	8	ニッポン放送プロジェクト	7.1	8	ネットオフ	27.5
9	買取王国	37.1	9	キングファミリー	6.8	9	ランシステム	※15.0
10	ウッドストック	34.0	10	光商事	※6.0	10	ビッグアルファ	14.7

中古ブランド			中古PC		
企業名	中古売上(億円)		企業名	中古売上(億円)	
1	コメ兵	184.0	1	ソフマップ	※225.0
2	ブランドオフ	96.0	2	パシフィックネット	28.8
3	大黒屋(質)	94.3	3	アプライド	※25.0
4	エコリング	36.7	4	日本システムケア	20.0
5	小牧	29.6	5	ビーシーデポコーポレーション	※19.3
6	銀蔵	25.9	6	メディエーター	19.2
7	ドリームファクトリー	13.8	7	フジヤエービック	11.0
8	ゼロジャパン	13.4	8	アンカーネットワークサービス	10.4
9	ベストライフ	11.4	9	イオシス	7.7
10	山徳	2.0	10	エスエヌシー	7.3

※印はリサイクル通信推計値

■中古売上ランキングのデータをもとに業態別に分類し中古売上高順に並べた

中古メディアマーケット展望

ブックオフコーポレーション 佐藤弘志社長

中古は値ごろ感で自ら需要創出

KEY WORD

- ① バブルは終わる ② 固定的な需要はない
③ 中古は最後の砦

—これからの中古メディア市場を表す、3つのキーワードを挙げてください。

佐藤 「バブルは終わる」「固定的な需要はない」「中古は最後の砦」です。

一律同基準の買取りはバブルの時代で終わった

—「バブルは終わる」とはどういう意味ですか？

佐藤 CDやDVDの市場は10年前の半分になったと言われます。本の販売金額（取次ルート）も、ピークだった96年の2兆6563億円と比べ、2010年は1兆8748億円にまで下がっているそうです。昔はある意味、じゃぶじゃぶしていたんです。その中で商売をしていた。新品業界が絞り込みに入ってきた今、それに応じて中古も細かく粗利を積み上げていかなければなりません。

—細かく粗利を積み上げていくとは。

佐藤 例えばブックオフだと、本は一律キレイさで査定して買取っていた。それを一部高価買取をするようになりました。この商品からはこれくらいの粗利がとれる。この商品は安く買取るといのように、粗利を単品で稼いでいくんです。

—マーケット全体もそういう動きですか。

佐藤 うちが遅かったくらいです。一律ガサッとじゃぶっとというのはバブルだからできた手法です。ある店で売上げ構成比を見てみると、少年コミックの売上げの10%が「ワンピース」ということがありました。お客さんの興味の幅が狭まっている。それに応じたやり方が必要です。

需要が無いならつくるしかない

—「固定的な需要はない」について聞かせてください。

佐藤 本を買う需要があって、そこからどう粗利をとるかという前提がかつてはありました。今は興味の幅が狭まって、音楽を聴かなくても平気。本を読まなくても平気というふうになってきて、つまり固定需要はあるように見えていただけなんです。ないのであれば、需要はつくるしかない。コレおもしろいですよ、コレ聴いてみませんか？と。そうしないと先細っていくだけです。

—そこまで中古事業の仕事になりますか。

佐藤 だから、次のキーワード「中古は最後の砦」なんです。

中古の値ごろ感は最強
興味を繋ぎ止め新品にフィードバック

佐藤弘志社長

中古アパレル業界地図

	 ゲオグループ		
RAGTAG ティンパンアレイ 中古売上高推定 50 億円 デザイナーズに強み 本社・東京都中央区	キングファミリー キングファミリー 中古売上高 50 億円 (チェーンを含む) 「キロ買い」で成長 本社・兵庫県高砂市	ジャンブルストア セカンドストリート 中古売上高 196 億円 (衣料4割強) 古着最大手 本社・香川県高松市		
ピーススタイル ブックオフコーポレーション 中古売上高 568 億円 古着商材を強化 本社・神奈川県相模原市	OFF HOUSE ハードオフコーポレーション 中古売上高 81.4 億円 (オフハウス4割弱) 本社・新潟県新発田市	万代書店系列 不明	ドンドンダウンオンウェンズデー ドンドンアップ 中古売上高 不明 逆オークション方式で成長 本社・岩手県盛岡市	
たんす屋 東京山喜 中古売上高 14 億円 中古着物最大手 本社・東京都墨田区	トレジャーファクトリースタイル トレジャー・ファクトリー 中古売上高 52 億円 古着専門店舗も9店舗 本社・東京都足立区	買取王国 買取王国 中古売上高 37.1 億円 中部地盤に成長 本社・愛知県名古屋市中	きつず★えんじえる きつずえんじえる 中古売上高 不明 子供服チェーン 本社・埼玉県さいたま市	
SPACE&Co. ファーストザウエーブ 中古売上高 不明 本社・東京都渋谷区	WEGO ウィゴ 中古売上高 12.3 億円 本社・大阪府大阪市	CHICAGO 原宿シカゴ 中古売上高 9.5 億円 本社・茨城県稲敷市	ジュリア ワンダージュリア 中古売上高 10 億円 本社・愛知県名古屋市中	
Catona デジャヴ 中古売上高 6 億円 本社・神奈川県平塚市	ベクトル ベクトル 中古売上高 5.1 億円 本社・岡山県岡山市	Kind カインド 中古売上高 不明 本社・滋賀県大津市	with you ニッポン放送 プロジェクト 中古売上高 7.1 億円 本社・東京都千代田区	め利得 イーエフ・オー 中古売上高 8.8 億円 本社・東京都台東区

新品アパレル大手やメディア系から続々参入！

中古アパレル市場への新規参入が顕著だ。粗利率の高さに魅力を感じ、様々な企業が取り組んでいる。2010年には、紳士服大手の青山商事やコナカが古着事業に参入。また、ブランド最大手のコメ兵は、古着専門店「リンクスマイル」の店舗展開を開始した。利益率の低下、販売不振に苦しむメディア業界からの参入も顕著になっている。その象徴ともいえるべき動きがゲオだ。古着専門店「ジャンブルストア」を展開するセカンドストリートを完全子会社化し、ゲオとの連携を強化。ゲオショップにも古着コーナーを続々と設けている。伸びしろのある古着市場で

圧倒的なNo1を築こうという戦略だ。

FC系の大手は、キングファミリー。約100店舗弱を展開し、全国規模を生かしユナイテッドアローズとのコラボなど買取り強化に取り組んでいる。店舗数を増やしているのが、「ドンドンダウンオンウェンズデー」を展開するドンドンアップ(旧：ヘイブ)。コナカの加盟で出店を大幅に増やしている。また、総合リサイクル大手のハードオフコーポレーション

SAMPLE

Point

- ・新品アパレル大手が参入
- ・メディア系企業による古着取扱いが増加
- ・利益率の高さが魅力

中古ケータイ

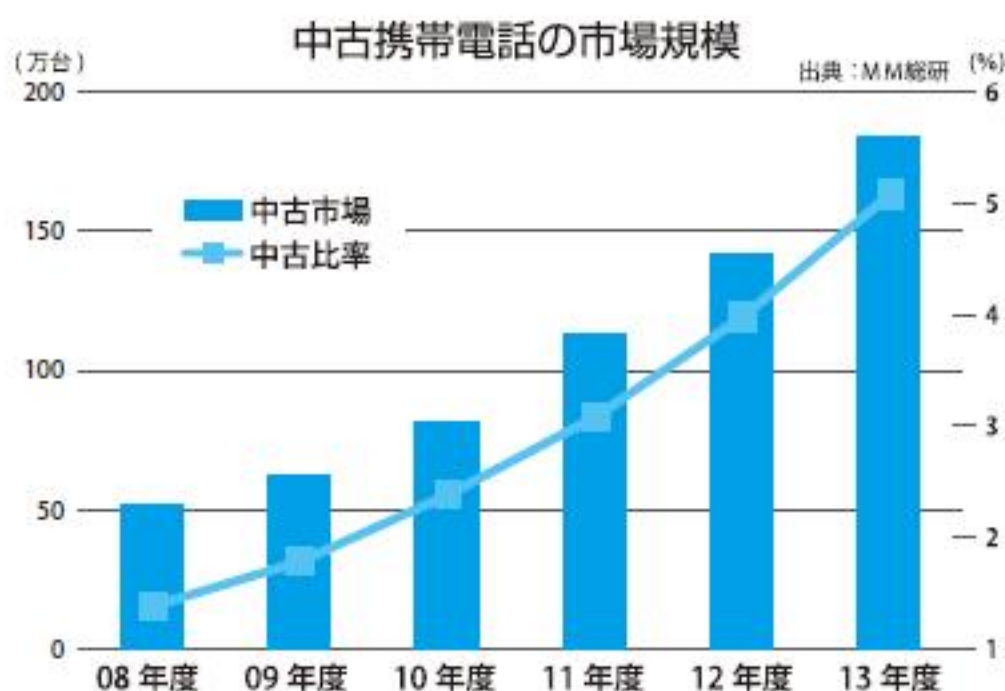
中古ケータイ市場が拡大していきそうだ。スマートフォンの普及も追い風となり、買取りの機会も増えそうだ。これまでネットオークション主体の市場だったが、リアル店も増え始めている。

中古市場は、2013年度に184万台へ

■ 中古ケータイ市場規模

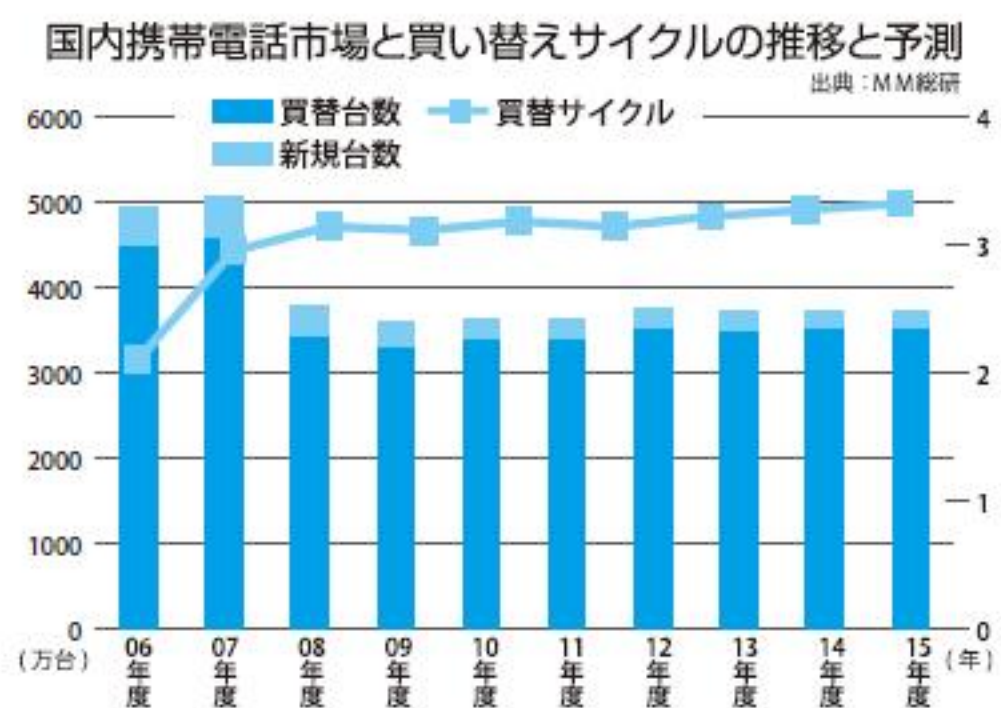
MM総研によると、中古携帯電話の市場規模は、2010年度で81万台と予測されている。新品・中古を合算した総市場に占める割合はまだ2.4%に過ぎない。今後右肩上がりで見通しで、13年度には184万台と10年度と比べても2倍以上の規模になるようだ。(予測台数には新品・未使用品は含まれていない)

また、スマートフォンやタブレット型情報端末の普及も市場の拡大を後押しする。現状では、買取、下取りの認知度が低いため、今後リアル店の増加も普及・拡大のカギを握っている。



■ 国内携帯電話市場と買い替えサイクル

2007年度まで2年程度だった買い替えサイクルは、09年度以降3年程度で推移している。買い替えサイクルは緩やかに長期化していく見通しをMM総研では立てているが、スマートフォンの本格普及により、サイクルは一時的に短くなる可能性もある。買取ボリュームが増えるチャンスと捉えることもできる。



■ スマートフォン市場が急拡大

中古ケータイ市場のカギを握っているのが、スマートフォンの存在だ。MM総研によれば、スマートフォン市場は今後急速に拡大。2010年度の販売台数は386万台だが、13年度には1530万台、15年度には2030万台へと爆発的に伸びる見



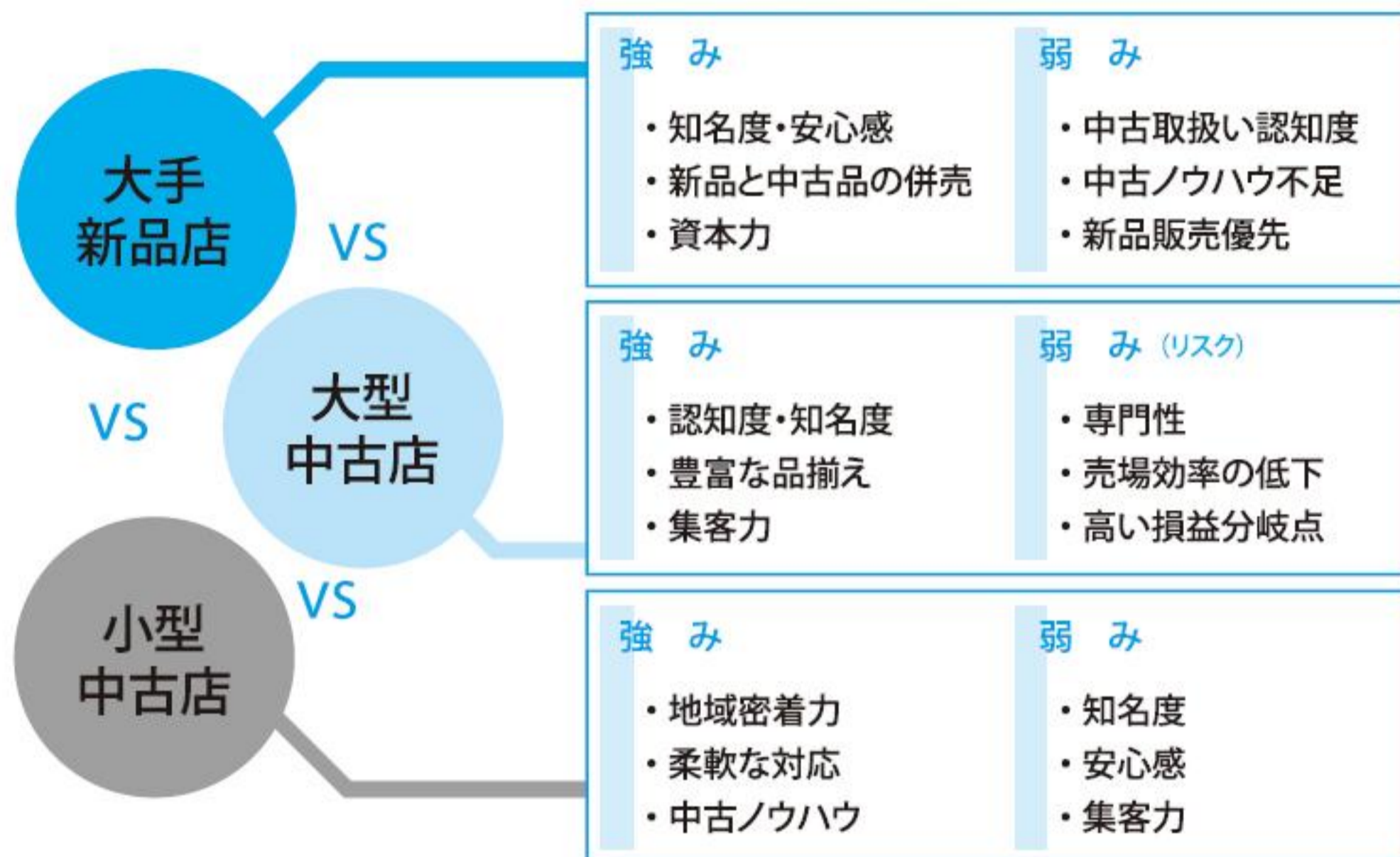
SAMPLE

将来展望

新品市場の低迷により、中古品の買取りが難しくなっている。加えて中古マーケットに新品市場からの参入が増加し、競争が激化している。今後のリユース市場の動きで押さえておきたいポイントをまとめた。

新品小売参入で生まれた中古市場の新たな対立構図

リユース市場における対立構図と強みと弱み



中古ビジネス事業者間の競争が激しくなる中で、リサイクル店の大型化が進んでいる。地域1番店になるために圧倒的な品揃えを図るのが主な狙い。単品では出店できないような商材でも他商材と組み合わせることで売上をつくることもできる。また、地域での認知度、集客力が高まり買取りの面でもプラスに働く。これまでリユース店を利用したことがなかった層を掘り起こす可能性を秘めている。

ただ、大型店は売り場を構成する品揃えに苦戦する恐れもある。そのため、坪あたりの売上高が落ち売場効率の悪化を招くリスクも高くなる。また、多額の初期投資、損益分岐点の上昇などハイリスクハイリターンモデルといえる。どれだけリスクを減らした対応が図れるかがカギだ。

一方、小型中古店はこうした大型店の登場により

劣勢に立たされる危険性が大きい。ただ、小型中古店の場合、地域密着の営業活動や個別の顧客に対して柔軟な対応が図れるなどフレキシブルな面が強みでもある。リピーターを確実に増やしていく戦略が必要だ。

大型店対小型店——。この間に割って入ろうとしているのが、大手新品店の存在だ。新品商材の販売不振を背景に、中古商材に取り組む企業が増えている。大手新品店の場合、知名度や安心感を持つほかに、新品と中古の併売が行えるのが強み。顧客に幅広い選択肢を提供し、相乗効果を働かせられる面もある。これら企業の今後の課題は、中古取扱の認知度を高

SAMPLE

リユースビジネスに参入した主な有名企業一覧

※車・住宅販売は対象から外した

業種	社名	主な取扱中古商材	リユース事業への動き
衣料	青山商事	古着	紳士服最大手。子会社カジュアルランドアオヤマがセカンドストリートに加盟。
衣料	やまと	着物	着物専門店「やまと」を全国約130店舗展開。きものリサイクルショップ「たんす屋」FCに加盟。
メディア	CCC	書籍、メディア	レンタルショップTSUTAYAを運営。古本「ECO BOOKS」の展開に2010年から取り組む。
新刊書店	文教堂	書籍	中古本エコブックを販売。
新刊書店	有隣堂	書籍、楽器	「リブックス」の名称でバーゲンブック、古書を販売。買取りも行う。
新刊書店	フタバ図書	書籍、メディア	本、CD、DVD、ゲーム、トレカの買取り販売。08年から全書店で買取り開始。
新刊書店	未来屋書店	書籍	イオン100%出資会社の新刊書店。
新刊書店	三省堂書店	書籍	「スーパー源氏」の紫式部と提携し古書販売。全国32店舗の古書店が出品する「古書館」を開設。
新刊書店	三洋堂書店	書籍、メディア	中古本の導入店舗は7店舗に、買取り専門コーナーは22店舗に拡大。
新刊書店	勝木書店	書籍	北陸中心に24店舗を展開する新刊書店。古書取り扱い。
新刊書店	平安堂	書籍	長野地盤の書店。06年から古書事業を開始。
新刊書店	金高堂	書籍	高知県内に7店舗を展開する新刊書店。古書センターを開設。
家電	ヤマダ電機	家電、PC、ゲーム等	家電量販店最大手。グループ会社のシー・アイ・シーでリサイクルショップ「再栄館」を展開。
家電	エディオン	ゲーム	グループ店舗で中古ゲーム・ソフトの取り扱いを行うところも。
家電	ビックカメラ	PC、携帯等	子会社ソフマップで中古PC等の買取り販売。
家電	上新電機	PC、携帯等	中古携帯電話の買取り販売事業を展開。
家電	デンコードー	全般	100%出資子会社「エコプラス」でリサイクルショップを運営。
家電	ワットマン	全般	家電量販店からリユース事業者へ業態転換を図った。
家電	サードウェーブ	PC、携帯等	PCショップ「ドスパラ」を展開。中古PC、中古携帯の買取り販売を行う。
家電	キタムラ	カメラ、携帯	「カメラのキタムラ」を展開。中古カメラ・レンズ等の買取り販売を行う。時計の買取り販売も開始した。
通販	ジャパネットたかた	家電	インターネット通販サイト限定で「中古セール」コーナーを設ける。カメラなど家電製品が中心。
通販	カタログハウス	生活家電等	「通販生活」。ネット専門の中古ショップ「温故知品」を展開。
物流	アスクル	オフィス家具	子会社「プラスロジスティクス」で古物市場「マテリアルリバースセンター」を運営。
物流	クロネコヤマト	家具、家電	子会社ヤマトホームコンビニエントで「クロネコリサイクルセンター」を展開。
理美容品	タカラベルモント	美容器具	美容器具のアウトレット、中古品を販売。
楽器	ヤマハ	ピアノ	子会社ヤマハピアノサービスで中古ピアノの買取り販売を行う。
楽器	河合楽器	ピアノ	中古ピアノの買取り販売を行う。
スポーツ用品	アルペン	ゴルフ用品	直営ゴルフショップ「ゴルフ」で中古ゴルフ用品を取り扱う。
スポーツ用品	ゼビオ	ゴルフ用品	中古ゴルフの「ゴルフパートナー」を傘下に。子会社のヴィクトリアでは「フェスティバルゴルフ」を買収。
スポーツ用品	GDO	ゴルフ用品	中古ゴルフ「ゴルフパラダイス」を買収後、吸収合併。
スポーツ用品	二木ゴルフ	ゴルフ用品	直営店で中古品の取り扱いを行う。
ディスカウント	ドンキ・ホーテ	ブランド品	ブランド品の買取りを実施。
貴金属	田中貴金属	貴金属等	金・プラチナの買取り開始。
貴金属	カワシマ・ゴールド	貴金属、宝飾品等	宝石、アクセサリ、ブランド品の買取り販売。「2D STYLE」では、古着も扱う。
デベロッパー	長谷工アネシス	全般	リサイクルショップ「カシコシュ」を東京・大阪で3店舗展開。
リース	オリックス	-	市場「オリックス・レンタック・オークション」を開催。
マスコミ	ニッポン放送	アパレル	関連会社ニッポン放送プロジェクトでファッションリサイクルブティック「with you」を百貨店に展開。
家具	オフィス企画	家具	中古及び新品を取り扱う店舗「家具見る?」で販売。オンラインショップで中古品の在庫が確認できる。
家具	フランスベッド	家具等	ベッド、インテリア、福祉用具の中古品販売を行う。
IT	サイバーエージェント	アパレル	子会社クラウンジュエルでブランド古着の宅配買取りを行い、自社ネットオークションで販売。
IT	ネットプライスドットコム	ブランド品	マザーズ上場。グループ会社デファクトスタンダードで「ブランドア」を展開。
情報	プロトコーポレーション	見積りサイト	中古車誌「Goo」を発行。DeNAから買取り依頼仲介サイト「おいくら」事業を譲渡。
飲食	モンテローザ	家具	居酒屋「白木屋」、「魚民」などを展開。ブックオフのFCに加盟。
飲食	際コーポレーション	家具・古着	海外アンティーク家具店の他、輸入古着店を10店舗展開。
飲食	スマイルズ	アパレル	「スーパーストックキー」を展開。丸の内にはリサイクルショップ「PASS THE BATON」を09年オープン。
カー用品	オートバックス	カー用品	中古カー用品を扱う「走り屋天国セコハン市場」を全国27店舗展開。
商社	大塚商会	書籍・メディア	子会社「買う市」でライブアプライサイクルを展開。
スーパー	カスミ	全般	グループ会社ワンダーコーポレーションで中古リユース専門店「ワンダーレックス」を展開。

新品・中古事業者の垣根はなくなる!?

新品市場から中古マーケットに参入する企業が相次いでいる。2010年に話題となったのが、アパレル大手の参入。紳士服大手の青山商事、コナカがリユースFCに加盟し、古着事業を開始した。また、レンタル大手のTSUTAYAでは、中古本「エコブックス」事業を開始、独自で買取り販売を行うだけでなく、宅配買取りのネットオフ、古本市場のテイターに出資するなど、商材の仕入れ先として中古企業へ

の資本戦略も一気に進めている。今年に入り、カメラのキタムラでは、時計の買取り販売を開始。従来から本業のカメラの買取り販売を行っていたが、取扱う商材の幅を広げてきている。ゴルフ業界では、新品大手が中古事業者を傘下に収める動きが進んで

SAMPLE

新品小売店の“下取り”で不用品を大量に回収

不況で財布の紐が固くなる中、新品小売店はこぞって「下取り」を企画している。消費者の不用品を換金するという取り組みは、中古流通事業者にとっても注目しておきたい動き。これまでに行われた下取りキャンペーンをまとめた。

ユニーは家庭から430万点を回収

下取りの火付け役はイトーヨーカ堂。2008年に衣料品の下取りを行い大きな話題を呼んだ。同社に限らず、他のGMSでも徐々に品目を広げ、回数を重ねて実績を積み上げている。例えばユニーの場合、5回目と6回目の開催を合わせると、合計で430万点を下取りしている。

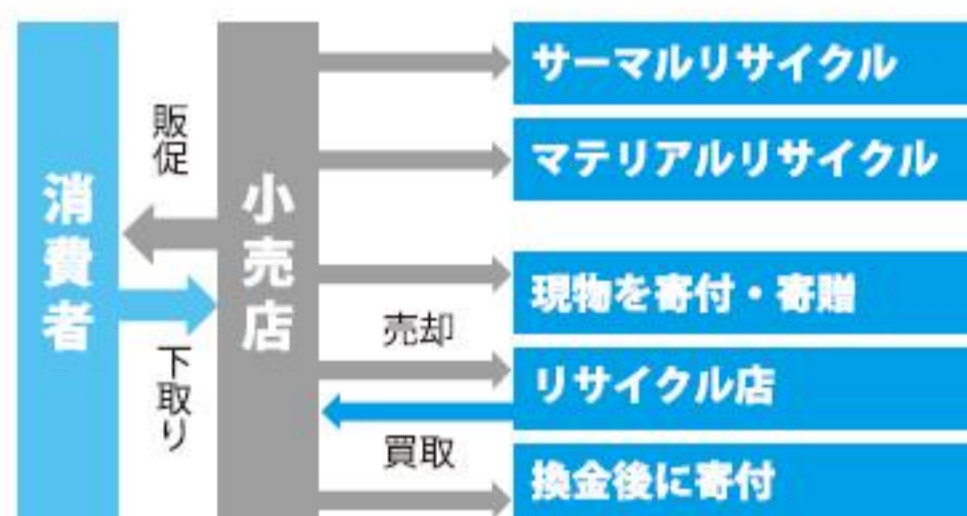
「不便の解消」が消費者に響く場合もある。約3万本のメガネを回収したメガネスーパーによると、「フレームとレンズで出来ているので、分別が面倒で処分に困る人が多い」（広報）のだという。そのため、ユーザーは使わなくなっても複数本のメガネを所有している。この処分を買って出ることによって、来店ブックとした。

小売店が下取りを行う狙いは主に次の3つ。①買い替え（来店）促進策②CSR③リユース市場参入のテストマーケティングだ。下取りした不用品の行方で一番多いのが、サーマルリサイクル。廃棄物として熱エネルギーに換えられている。また、下取りで集めた商品を発展途上国に寄付しCSR活動に役立っている企業もある。注目すべきは、リサイクルショップと提携し、回収した下取り品を売却する企業もあるということだ。小田急百貨店は、ブックオフコーポレーションに下取り品を売って、その査定額を寄付にまわした。ユナイテッドアローズは、古着ショップのキングファミリーと提携し、同社に買取ってもらった資金を自然体験プログラムの活動資金に

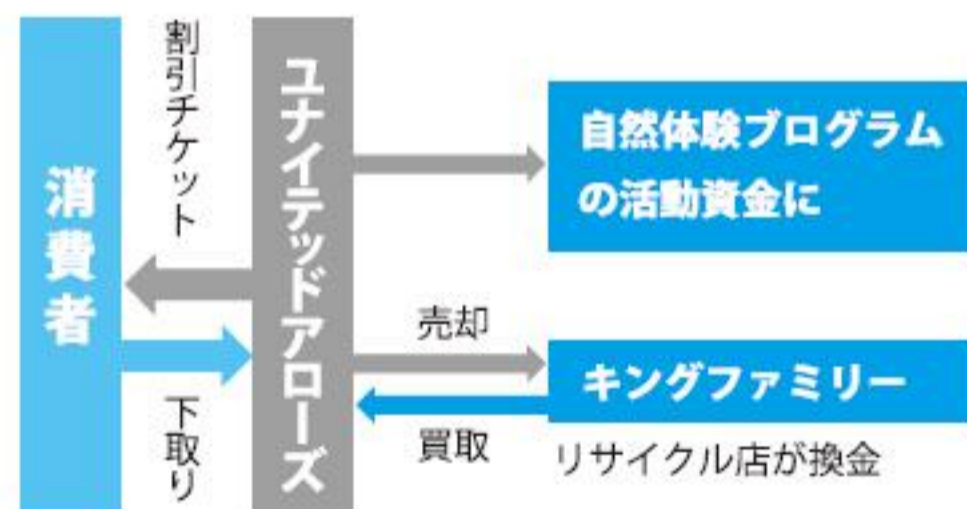
新品小売店下取りの狙い

- 1 新品への買い替え（来店）促進策
- 2 CSR（下取り品を売却して寄付金に）
- 3 リユース市場参入のテストマーケティング

下取り後の主な流れ



小売店とリユース企業の提携例



SAMPLE

Point

- ・下取りは買い替え促進策として有効
- ・リサイクル店と新品小売が提携して行うケースも
- ・下取りは新品小売のCSR活動に