

リユース業の現状と課題

日本リユース業協会 専務理事 宮崎 隆

1. 日本リユース業協会¹について

(1) 理念：

リユース業界の透明性の高い健全な発展を通じて持続可能な循環型社会の形成に貢献する。

(2) 設立： 2009年4月15日

(3) 会員企業²

企業名	本社所在地
正会員：	
(株)アップガレージ (http://www.upgarage.com/)	神奈川県横浜市
(株)Kurokawa (http://www.kurokawa1953.com/)	兵庫県高砂市
(株)小 牧 (http://kyoto-komaki.jp/)	京都市伏見区
(株)コメ兵 (http://www.komehyo.co.jp/)	愛知県名古屋市中区
(株)ゴルフ・ドウ (http://www.golfdo.jp/)	埼玉県さいたま市中央区
(株)ゴルフパートナー (http://www.golfpartner.co.jp/)	東京都千代田区
(株)セカンドストリート (http://www.2ndstreet.co.jp/)	愛知県春日井市
(株)タックルベリー (http://www.tackleberry.co.jp/)	神奈川県藤沢市
東京山喜(株) (http://tansuya.jp/)	東京都墨田区
(株)トレジャー・ファクトリー (http://www.treasurefactory.co.jp/)	東京都足立区
ネットオフ(株) (http://www.netoff.co.jp/)	愛知県大府市
(株)ハードオフコーポレーション (http://www.hardoff.co.jp/)	新潟県新発田市
(株)パシフィックネット (http://www.prins.co.jp/)	東京都港区芝
ブックオフコーポレーション(株) (http://www.bookoff.co.jp/)	神奈川県相模原市
(株)ブランドオフ (http://www.brandoff.co.jp/)	石川県金沢市
準会員：	
(株)アタックス (http://www.atax-net.com/)	愛知県名古屋市中川区
ヤマトホームコンビニエンス(株) (http://yhcn.008008.jp/)	東京都中央区銀座
(株)ホットマン(http://www.yg-hotman.com/)	宮城県仙台市太白区

¹ 102-0094 東京都千代田区紀尾井町4番1号 新紀尾井町ビル6F (TEL & FAX: 03-3265-9900 ; URL <http://www.re-use.jp>)

² 上記企業の他に、賛助会員企業 10社。

(4) 各社の概要

企業名	基準期	売上高(千円)	前年度比	店舗数	従業員
(株)アップガレージ	2012,3	13,244,350 ³		N.A.	N.A.
(株)Kurokawa	2011,8	4,275,510	98.4%	96	104
(株)小 牧	2012,6	3,061,833 ⁴		N.A.	N.A.
(株)コメ兵	2012,3	23,436,973	118.3%	16	647
(株)ゴルフ・ドゥ	2012,3	5,541,633	94.6%	72	170
(株)ゴルフパートナー	2012,3	13,691,053	103.7%	260	630
(株)セカンドストリート	2012,3	27,262,535	110.2%	323	4105
(株)タックルベリー	2012,1	6,063,536	109.9%	184	286
東京山喜(株)	2012,5	2,330,000	103.7%	113	322
(株)トレジャー・ファクトリー	2012,2	7,476,025	113.2%	61	955
ネットオフ(株)	2011,9	1,950,208	126.0%		366
(株)ハードオフコーポレーション	2012,3	44,261,200	110.1%	644	1528
(株)パシフィックネット	2012,5	2,301,694	97.1%	8	227
ブックオフコーポレーション(株)	2912,3	49,825,838	103.4%	981	9919
(株)ブランドオフ	2011,8	10,441,766	105.3%	38	
計		215,164,154	106.26% ⁵		

(5) 各社の業容

企業名	主な事業内容
アップガレージ	カー用品・バイク用品の買い取り・販売
Kurokawa	衣料品の買い取り・販売
小 牧	宝石・貴金属・時計・バッグ・家電・カメラ・楽器等の買い取り・販売、古物市場の運営
コメ兵	宝石・貴金属・時計・バッグ・衣料・きもの・カメラ・楽器・家電等の買い取り販売
ゴルフ・ドゥ	ゴルフクラブの買い取り・販売
ゴルフパートナー	ゴルフクラブの買い取り・販売、ゴルフ練習場運営
セカンドストリート	衣料・バッグ・靴・アクセサリ・子供用品・家電・雑貨・家具・ブランド品・楽器・スポーツ用品等の買い取り・販売
タックルベリー	釣具の買い取り・販売
東京山喜	きもの、帯、和装小物の買い取り・販売
トレジャー・ファクトリー	家電・家具・衣料・ブランド品・ギフト・小物雑貨・貴金属・楽器・スポーツ用品等の買い取り・販売
ネットオフ	本・CD・DVD・ゲームソフト・ブランド品・貴金属・楽器・スポーツ用品等のインターネットを通じた買い取り・販売

³ 2010年度の参考値⁴ 2010年度の参考値⁵ (株)アップガレージと(株)小牧を100%とした場合の参考値。

ハードオフコーポレーション	家電・楽器・衣料・ブランド品・貴金属・家具・カー用品・ホビー・本・DVD・ゲームソフト等の買い取り・販売
パシフィックネット	本、CD、DVD、ゲーム、ホビー、衣料、雑貨、ブランド品、時計、貴金属、スポーツ用品、子供用品等の買い取り・販売
ブックオフコーポレーション	本、CD、DVD、ゲーム、ホビー、衣料、雑貨、ブランド品、時計、貴金属、スポーツ用品、子供用品等の買い取り・販売
ブランドオフ	宝石・貴金属・時計・バッグ・衣料等の買い取り・販売

(6) リユース検定

主旨

リユースショップ営業に必要な知識を備えた人材を認定する制度が「リユース検定」です。合格者に対しては、「リユース営業士」の資格が与えられ、「リユース営業士認定証」を授与します。この人材育成を通じて、消費者が安心して利用できるリユース市場を形成します。

ハンドブック

『リユースハンドブック — 信頼されるリユースショップへの道 — リユース検定公式テキスト』日本リユース業協会発行 2012年1月(A5版、76p.) 頒布価格1,000円

・主な内容(構成)

- .リユース業の意義
- .リユースショップを営むための基本事項
- .リユースショップ営業の実務
- .取引の信頼性を高める営業、コンプライアンス(法令遵守)営業
- .特定の商品を取り扱う場合の注意
- .資料

・対象

リユース業に従事する者(経営者・事業主、店舗の営業に直接携わる店長や店員、間接的に店舗の営業に関わる従業員)、リユース事業に参入を予定する者。

第一回⁶検定結果

検定実施企業	8社	総受験者数	756名
合格者	409名	合格率	54.1%
最高点	100点	最低点	50点

⁶第2回目は10月実施予定。なお、コンピュータを使った受験システム(CBT)も準備中。

平均点	87.7 点	最高合格率(会社)	96.9% (98 点)
-----	--------	-----------	--------------

2 . 循環型社会構築の要点

(1) 3 R と行政

リユースの定義と統計の整合性
 いわゆる「エコ効果」の確認

(2) 製品寿命(Product Life)と消費の飽和(Saturation of the Consumption)

潜在市場としてのリユース
 高品質財とリユース

(3) 消費者市場の成立 (C to B and/or C to C)

ネット・オークション
 個人取引

(4) 再販効果(転売効果)

持続する製品価値
 最終消費者までの転売による経済効果

(5) スローフード運動とのアナロジー

大量生産・大量消費、短期間消費からの脱却
 高品質消費を指向する国民性

(6) 循環型消費市場とは

情報生産基点としてのリユース業
 消費選好の変化 価格や品質以外の変数 (eg. 所有の満足、ノスタルジー効果)、
 価値評価者のスキル向上 etc.

(7) 2(3)R 市場拡大の意味するもの

マテリアル(Raw materials)から消費、廃棄ないしは再資源可までのシステム構築。
 時間と消費経歴にとられない新しい消費経済 「豊かな消費」

3 . 市場カテゴリーの再評価 (試論) と今後の研究課題

(1) リユースの分類

現在、リユース市場は資源の再利用という意味でのいわゆる広義のリサイクル市場のなかに包含された「狭義のリサイクル」ととらえられています。しかし、厳密にとらえれば、すべてのリユース商品は何らかのサービス(用益)が加えられ、それが付加価値にもなってい

ます。たとえば、現行のリユース市場は以下のように分類されます。

リユースの新分類

リユース名称	商品例
機能保存リユース(Functional Reuse)	書籍、メディア、自動車、二輪、衣類、道具
価値保存リユース(Remaining Value Reuse)	金券類、書籍、宝石、骨董、機器、メディア
費用低減リユース(Diminishing Cost Reuse)	自動車、二輪、機器、パソコン、メディア
技芸保存リユース(Arts and Crafts Reuse)	美術品、絵画、工芸品、骨董、宝石、メディア等
循環・還元リユース(Circulation and Resolution Reuse)	パソコン、機器、車両

上表から明らかなように、機能を中心としてリユースされるのは、機能保存タイプと費用低減タイプが中心ですが、主として芸術的価値や原材料(raw material)として価値を認められるものは技芸タイプと循環・還元タイプです。このように再定義すると、資源として再利用するリサイクルとリユースの垣根がなくなり、基本的に全ての財貨はリユースされるという解釈が成立し、一般消費者が追跡できない領域で価値変換されているものがリサイクルとなります。

以上から、リユースとリサイクルは対峙する概念でなく、たとえば現金と銀行預金のような関係に翻訳できると考えられます。今後の市場規模の把握と動向調査に役立てたいと思います。

(2) 環境保全以外の研究

これまで、リユースやリサイクルは環境保全に貢献するという社会的役割を強調してきましたが、それだけではありません。美術品や骨董品、宝飾品が人々の心を潤し、かつては手に入らなかった書籍や CD,DVD、機器などが安価で獲得でき、生活を豊かにしています。経済統計では GDP や一人当たり GDP などの経済指標が知られていますが、近年話題となっている福祉あるいは幸福の指標、「国民総福祉(Gross National Welfare)」や「国民総幸福量(Gross National Happiness)」にはまだ盛り込まれていません。これからは、消費経済の中に確固たるポジションを占めているリユース産業の役割と貢献を明確にして、環境の経済学の他にも消費経済や流通経済、マーケティング、広告論、産業組織論、情報の経済学、商品学等の分野で研究を進めていく必要があると思われます。

以上