

2017年(平成29年)
4月10日
No.413
毎月2回10日/25日発行

リサイクル通信
The Reuse Business Journal

発行所: (株)リフォーム産業新聞社
亀岡大郎取材班グループ
本社: 〒104-0061
東京都中央区銀座8-11-1
TEL:03(6252)3451 FAX:03(6252)3461
発行人: 加藤光次郎
暮らしをよくする、専門メディア

今号の注目記事

2 なんぼや海外進出

ブランド買取店「なんぼや」等を運営するSOUがオークション事業の海外展開に乗り出した。3月に香港で第一回大会を開催した結果、想定を大きく上回ったことから本格的に事業展開していく考えだ。

3 環境省「リユースに大局的視点を」

環境省が3月17日、リユース促進に関する研究会で、レンタルやリサイクル、シェアリングサービスなども考慮することが必要であると提言した。リユースとリサイクルの垣根を低くすることの必要性も述べている。

インタビュー

エンパワー
増井俊介社長

トピックス

28 オリックスロボットレンタル本格化

オリックス・レンテックがロボットレンタル事業「RoboRen」に注力している。今年2月には、実際に触れて試せるショールームもオープン。1日3件の予約制だが、連日盛況をよんでいる。

チケットの大黒屋が時計マケプレ
全品鑑定で安心感訴える



大黒屋が中古時計のマーケットプレイスを開設

大黒屋は時計のマーケットプレイス「トケマー」を昨年9月にプレオープンし、今年3月にグランドオープンした。高級時計を所持する30〜50代の男性が主な対象で、価格は平均20〜30万円程度を想定している。来年3月までに、月間ユニークユーザー数100万をを目指す。同社にとって時計は主力商材のひとつ。C2C取引に関心

チケットやブランドの売買を行う大黒屋(東京都千代田区)が3月に、腕時計のマーケットプレイス「トケマー」をグランドオープンした。C2C取引が行える他、法人の出品も募り、大黒屋の在庫も出品する。購入された商品は一度大黒屋が預かり、本物かどうか鑑定を行う。



新規事業開発課
吉田太郎 課長

「全国に200店以上の店舗があるが、利用するのは一部。C2Cに関するのユーザーに安心感があるもの、時計は高額のため「本物かどうか」不安がつきまといがち。トケマーは、購入者に商品を送る前に全品鑑定を実施し、安心感を訴える。手数料でマネタイズを行う方針だが、現在は出品商品を増やすフェーズのため手数料も送料も無料。ゆくゆくは、マッチングしなかった時計を、大黒屋の買取につなげる構想もある。商品数がマーケットプレイスの魅力に直結することから、個人の出品だけでなく自社の在庫も出品している。



ドスパラ秋葉原本店の外観

新品・中古のPCを中心としたパソコンショップ「ドスパラ」を22店展開するドスパラ(東京都千代田区)が、東京・秋葉原の飲食店20店とのコラボ企画を実施している。期間は3月24日〜4月16日まで。

ドスパラ アキバ飲食20店とコラボ
クーポンで指定1品無料に

日まで有効。各飲食店指定のラーメンやカレー、デザート等を1品無料で楽しめる。配布数は2000枚で、ハズレ無し。200名がフード・ドリンク等、1799名はドリンク・

同業者からの出品も集める方針で、現在声掛けを行っている段階だ。ユーザーを集めるための装置もある。昨年3月に「時計怪獣ウォッチモンスター」というオウンドメディアをオープン。時計に関する情報を配信し、時計好きを集めてきた。月間ユニークユーザー数が50万〜60万になっている。

古物市場情報
[new]...1件追加されました
オーティスジャパン
オークション
詳細はP.18~P.23をチェック

大黒屋の年商は461億円で、その多くをチケットが稼ぎ出している。チケット市場の縮小を見越して同社は新たな事業を多数手掛けており、時計を含むブランド品を販売する「ブランド館」も多数店運営している。



同企画でお客様に配布するクーポン

食店は人気店のため、秋葉原の魅力を伝える上でも良いと感じました(広報 勝亦健太氏)

なんぼや 日本旅行と買取でコラボ
ブランド買取店「なんぼや」を運営する、SOU(東京都港区)が旅行会社の日本旅行とコラボレーション企画「モノを売って思い出に売るトラキャンペーン」を4月1日スタートした。買取金額を「日本旅行」の旅行券で支払う仕組みだ。「なんぼや」グループ利用者アンケートによると、回答者の25%が買取利用後のお金を「旅行・食事に使用した」と回答しており、新たなものを買うより体験や思い出づくりといったことで使用する傾向にあるという。

UTOが扱うカシヤセーター
好きな地域の自治体を選んで寄付ができる。送料も納税。寄付者への返礼品のバリエーションも豊富。たばこや肉などの地域の特産品などが主流だが、今年3月から岩手県北上市の返礼品の一つに加わったのが、カシヤのお直しサービス券だ。提供するの、カシヤ製品の製造・企画・販売をするUTO



ふるさと納税
カシヤお直しが返礼品



宇土寿和代表(左)、後藤広之開発部長
(東京都港区)だ。寄付額によってサービス券の枚数を3パターン用意し、プロの職人によるリフレッシュやほつれや穴あき修理のほか、修理ができないほどの状態の物は半値で新品に作り直す。対象はUTOの製品で、「これまで返礼品で当社の製品を選んでいただいていた方に愛用していただいていた方に使って頂ければ(宇土寿和代表)
同社は福島県北上市に工場を構える。約3年前から同市の返礼品として、自社製品の「カシヤセーター」を販売していた。希少なカシヤの毛をひとつひとつ手作業で作る高さが話題を呼び、昨年は2億円の寄付に繋がったという。「北上市の工場では地域の20〜30代の女性職人が、こつこつと作っています」
お直しサービスも同工場で行う。「アフターケアサービス」ということで一方通行ではなく、地域と寄付者のコミュニケーションを深める新しい返礼品の形だと思えます。