



業界別マーケティングレポートシリーズ

リサイクル・古着業界の 市場動向と未来市場予測

Market Trends & Future Outlook

Human × AI

最新 AI と人手編集による業界別レポート

AI.marketing

業界の概要

業界の動向

市場分析

業界の課題と機会

業界の将来展望

業界の現状と未来を予測し
徹底対策を！！

完全無料 0円



本レポートは AI によって生成された内容を基に作成しております。内容には人手による確認・編集を行っておりますが、すべての情報の正確性・妥当性を保証するものではありません。

▶ 目次

Chapter1	エグゼクティブサマリー（要約）	1P
Chapter2	業界の市場概況（PEST分析）	2P
Chapter3	主要プレイヤーと業界構造	6P
Chapter4	経営環境と課題	7P
Chapter5	新たな潮流	9P
Chapter6	AIの活用について	11P
Chapter7	今後の展望と提言	13P

リサイクルショップ・古着屋業界は、一度役目を終えたモノに新たな価値を見出し、次の使い手へと繋ぐことで、資源の循環を促し、持続可能な社会を形成する「価値の再発見者」です。皆様が選び抜いた一品一品は、単なる中古品ではなく、前の持ち主の物語を宿し、新しい持ち主の個性を輝かせる、世界に一つだけの宝物です。

しかし、そのユニークな世界の裏側で、皆様の事業環境は今、「メルカリ等 C2C プラットフォームによる、徹底的な『中抜き』と価格の透明化」「『サステナブル』という大義名分のもと参入する、大手アパレル・異業種との競争」「『店主のセンス』という、属人的な審美眼への完全依存と、事業継承の困難さ」という、業界の存在意義そのものを揺るがす、静かだが巨大な地殻変動に直面しています。これは、従来の「安く仕入れて、高く売る」という、単純な差益モデルが、もはや通用しない時代の到来を意味しています。

この大きな転換点を乗り越え、未来の顧客から熱狂的に支持される存在となるためには、単なる「中古品販売店」から脱却し、独自の審美眼で世界を再編集し、熱狂的なファンコミュニティを育む「ライフスタイル・キュレーター」へと、自らの使命を再定義することが絶対条件です。本資料では、その再定義を遂げるための羅針盤として、以下の3つの戦略的視点を深く掘り下げていきます。

【脱・価格競争戦略】

卓越した「選球眼」と「物語」を武器に、「価格」ではなく「ここでしか出会えないという奇跡」で選ばれるための具体的なブランド構築の手法を提示します。

【デジタルとアナログの融合戦略】

リアル店舗を「宝探しの冒険の舞台」、EC・SNSを「世界観を伝えるメディア」と再定義し、両者を連携させ、顧客エンゲージメントを最大化する方法を解説します。

【ファン】を育てるコミュニティ戦略

「売って終わり」のフロービジネスから、顧客を「共犯者」として巻き込み、LTV（顧客生涯価値）を最大化するストックビジネスへと、事業構造を変革するための具体的な施策を提案します。

本資料は、最新の市場データと現代の消費者の価値観に基づき、中小リサイクルショップ・古着屋の経営者様が、自社のDNAである「モノへの深い愛」を武器に、大手資本やC2Cプラットフォームには決して真似のできない、未来の価値を創造していくための実践的なアクションプランを提示することをお約束します。

2-1 市場規模と推移

リユース（中古品）市場は、約3兆円規模へと成長を続けており、今後も拡大が見込まれる数少ない成長市場の一つです。その最大の牽引役は、フリマアプリの普及によるC2C（個人間取引）市場の爆発的な拡大です。消費者は「不要なモノは、捨てるのではなく、売る」という行動が当たり前になり、中古品への抵抗感は、特に若い世代で完全に払拭されました。サステナビリティへの意識の高まりも、リユース市場全体にとって強力な追い風となっています。

【リユース市場の動向と近年の背景】

年度	市場の状況・動向	主な市場背景
2023年	C2Cプラットフォームの完全なインフラ化	メルカリなどのフリマアプリが、単なるブームから、社会インフラとして定着。誰もが「売り手」になれる時代となり、リユース市場の主役が、事業者（B）から個人（C）へと移る。
2024年	「ヴィンテージ」価値の高騰	Y2Kファッション（2000年代）のリバイバルなど、特定の年代の古着やアイテムが「ヴィンテージ」として、新品以上の価格で取引される現象が加速。一点モノの価値が再評価される。
2025年	大手企業の本格参入と「一次流通との融合」	大手アパレル企業が、自社製品の買い取り・再販サービスを本格化。新品と中古品を、同じ店舗やECサイトでシームレスに販売する動きが広がる。
2026年 - 予測	「リペア」「アップサイクル」が、新たな付加価値に	単に中古品を売るだけでなく、壊れたものを修理（リペア）したり、古いものに新たなデザインを加えて再生（アップサイクル）したりするサービスが、サステナブルな時代の新しい価値として注目される。

今後の市場は、「ただの中古品」を売るビジネスは、C2Cプラットフォームとの価格競争に敗れ、淘汰されます。未来は、プロの審美眼による**「キュレーション（編集）」、商品の背景にある「ストーリー（物語）」、そして、新たな価値を創造する「クリエイション（創造）」**を、いかに提供できるかにかかっています。

2-2 市場の動向（PEST 分析）

リサイクルショップ・古着屋の経営を規定する、外部環境の変化を分析します。

【PEST 分析】 P：政治的要因 E：経済的要因

	詳細な影響分析	中小事業者が取るべき戦略的対応
P 政治 (Political)	<p>■古物営業法の遵守 買取・販売を行う上で、本人確認などの古物営業法を遵守することが、事業の基本です。オンラインでの買取においても、非対面の本人確認ルールが定められています。</p> <p>■循環型社会形成推進基本法 国策として、3R（リデュース、リユース、リサイクル）が推進されており、リユース事業は社会的に推奨される、追い風の強いビジネスです。</p>	<p>■コンプライアンスを「信頼の証」に 法令を遵守した、透明性の高い買取プロセスを構築し、それを Web サイトなどで明示する。顧客が安心して、大切な品物を売却できる環境を提供する。</p> <p>■地域の「資源循環拠点」としての役割 自治体のリサイクル活動や、フリーマーケットイベントなどと連携し、地域社会における資源循環のハブとしての役割を担う。</p>
E 経済 (Economic)	<p>■デフレマインドと節約志向 長引く経済の停滞と物価高は、消費者に節約志向を根付かせ、安価な中古品への需要を下支えします。</p> <p>■インフレによる「資産」としての価値 一方で、特定のヴィンテージ品や、ブランド品は、インフレヘッジとしての「資産」と見なされ、価格が高騰する傾向があります。</p>	<p>■「賢い消費」のパートナーとなる 「新品で買う必要のないものは、賢くリユースで」という、顧客の節約志向に寄り添う。</p> <p>■「眠っているお宝」の発掘者となる 顧客の自宅に眠る、本人も価値に気づいていないアイテムの、真の価値を見出し、適正な価格で買い取る。これにより、顧客に思わぬ喜びと、新たな購買資金を提供する。</p>

2-2 市場の動向（PEST 分析）

【PEST 分析】 S：社会的要因 T：技術的要因

	詳細な影響分析	中小事業者が取るべき戦略的対応
S 社会 (Social)	<p>■サステナビリティ・倫理的消費の常識化 大量生産・大量廃棄のアパレル産業（ファストファッション）への批判が高まり、環境負荷の少ないリユース品を選ぶことが、若者世代にとって「クール」で、倫理的な消費行動として定着しています。</p> <p>■「個性」と「自己表現」の追求 他の人と同じものを着たくない、自分だけのスタイルを表現したい、という欲求が、一点モノである古着やヴィンテージへの関心を高めています。</p>	<p>■「サステナブルな選択」を、最もオシャレな選択肢に 自店の品揃えや情報発信を通じて、リユースが、単なる節約ではなく、地球環境と自分の個性を同時に大切に、最も知的でオシャレな選択であることを、顧客に啓蒙する。</p> <p>■「スタイルの提案者」となる 単に商品を並べるのではなく、「70年代ロックファッション」「90年代ストリートスタイル」といった、明確なテーマで商品を編集し、顧客が新たな自分を発見するための「スタイル」を提案する。</p>
T 技術 (Technological)	<p>■C2C プラットフォームによる、市場の透明化 メルカリを見れば、誰でも、あらゆる中古品の「相場」を瞬時に知ることができるようになりました。これにより、店舗での不透明な価格設定は、もはや通用しません。</p> <p>■AI による真贋鑑定・価格査定 ブランド品の真贋を、AI が画像で判定したり、市場データに基づいて最適な販売価格を提案したりする技術が進化。属人的な査定スキルを補完します。
SNS とライブコマース：Instagra</p>	<p>■「プロの目利き」という、AI を超えた価値の提供 相場価格だけでなく、その商品の状態、希少性、そして今のトレンド感を加味した、AI にはできない、人間ならではの深い「価値査定」を、自社の強みとする。</p> <p>■「一期一会」を演出する、ライブコマースの活用 新入荷商品を、最速でライブ配信。「今、この瞬間を逃すと、二度と出会えないかもしれない」という、一点モノならではの希少性と、ライブ感を最大限に演出し、衝動買いを促す。</p>

2-3 専門性・業態別の動向や格差

リサイクルショップ・古着屋は、その店の「編集方針」によって、全く異なる宇宙を形成します。

■総合リサイクルショップ

【特徴】

家具、家電、衣類、雑貨など、あらゆるジャンルを扱う。地域のインフラとしての利便性が強みだが、専門性が浅く、価格競争に陥りやすい。

■専門特化型

【古着】

アメリカ古着、ヨーロッパ古着、デザイナーズアーカイブ、ヴィンテージデニムなど、特定のジャンルや年代に特化。

【その他】

中古レコード、古本、ヴィンテージ家具、カメラ、釣具など、特定の趣味の領域で、マニアを唸らせる深い品揃えと知識が武器。

■買取専門店

【特徴】

販売スペースを持たず、ブランド品や貴金属の「買取」に特化。

中小事業者の成功の鍵は、** 総合化ではなく「専門特化」** です。自らが最も深く愛し、語れる「ジャンル」を定め、その分野で、日本中、あるいは世界中から顧客が集まるような、磁力のある店を創ることです。

リユース市場は、巨大なプラットフォームと、全国チェーン、そして無数の個性的な個人店が、それぞれの土俵で戦う、複雑な構造です。

■トッププレイヤー（C2C プラットフォーマー・大手チェーン） <例：メルカリ、ヤフオク、セカンドストリート、ブックオフなど>

【ビジネスモデル】

個人間の取引の場を提供し、手数料で稼ぐ（プラットフォーム）。あるいは、全国規模の店舗網と、オンラインストアを連携させ、圧倒的な買取・販売チャンネルを持つ（大手チェーン）。

【強み】

巨大なユーザーベース、データ、価格競争力。

■ミドルプレイヤー（有力な専門チェーン・オンラインストア）

【ビジネスモデル】

特定のジャンル（ブランド古着、ホビーなど）に特化し、専門性の高い査定と、こだわりの品揃えで、ファンを掴む。

【強み】

専門性と、それによる信頼性。

■スモールプレイヤー（大多数の個人経営の古着屋・リサイクルショップ）

【ビジネスモデル】

経営者自身の「目利き」と「センス」が、店の全て。独自のルートで仕入れた、ユニークな一点モノで勝負する。

【強み】

唯一無二の世界観と、店主との人間的な繋がり。

【課題】

買取（仕入れ）が不安定。マーケティングや、経営管理能力が不足。

業界の動向

これまでリユースとは無縁だった、新品を扱うアパレルブランドや、百貨店が、サステナビリティへの貢献と、新たな顧客接点の創出を目的として、自社製品の買取・再販事業に続々と参入。業界の垣根は、完全に消滅しています。

中小リサイクルショップ・古着屋の経営者が抱える課題は、その「宝探し」のような楽しさの裏側にある、極めて不安定で、労働集約的なビジネスモデルにあります。

【課題の本質1】利益が出ないのは、「仕入れ」という名の、終わらない戦い

■安定供給の欠如

ビジネスの生命線である「商品（＝在庫）」は、顧客からの買取や、卸からの仕入れに完全に依存しており、その質と量は、常に不安定です。「良いモノが、入ってこない」という日々の不安が、経営者を蝕みます。

■C2C アプリとの「買取競争」

顧客は、店に売る前に、まずメルカリで相場を調べます。「メルカリで売る手間」を上回る、納得感のある買取価格を提示できなければ、良い商品は、永遠に店には流れてきません。

【課題の本質2】顧客が増えないのは、「偶然の出会い」に依存する集客モデル

■「待ち」の姿勢

店の前を通りかかった人が、ふらっと入ってくる。あるいは、熱心なファンが、新入荷を期待して、定期的に訪れる。この、極めて属人的で、偶然に頼った集客モデルから、抜け出せていません。

■「一見さん」への壁

マニアックで、専門的であればあるほど、初心者や、そのジャンルに興味がない人にとっては、店のドアを開けるのが、心理的に難しい。「自分なかが、入っていいのだろうか」という、見えない壁を作っています。

【課題の本質 3】店が大きくならないのは、「店主のセンス」という、複製不可能な OS

■ノウハウの完全なブラックボックス化

どの商品を、いくらで仕入れ、いくらで売るか。どのアイテムと、どのアイテムを組み合わせれば、魅力的に見えるか。その全てが、店主一人の「審美眼」と「相場観」に依存しています。

■労働集約の限界

買取査定、クリーニング、補修、採寸、写真撮影、EC サイトへの出品、SNS 投稿、梱包、発送…。その全てを、店主一人、あるいは少人数で行っている。創造的な仕事であるはずが、日々の膨大な「作業」に、時間がすべて奪われています。

【課題の本質 4】事業が続かないのは、「世界観」という、引き継げない魂

■「店=店主」という、究極の属人性

顧客は、商品だけでなく、「店主の〇〇さん」という人に会いに来ています。その人がいなくなれば、店の魂も、顧客との絆も、失われてしまいます。

■引き継ぐべき「資産」の曖昧さ

後継者が引き継ぐのは、常に価値が変動する「在庫」と、目に見えない「店の雰囲気」です。成功を再現できる、客観的な「仕組み」や「ブランド」に昇華できていないため、事業承継は極めて困難です。

この厳しい現実の中から、未来の顧客に熱狂的に支持され、持続可能なビジネスを築く、新しいリユース業の姿が生まれています。

■「リペア・アップサイクル」工房の併設

【具体例】

店内に、ミシンや、革製品のリペア工房を併設。購入した古着のサイズ直しや、デザインのリメイクを、その場で行う。あるいは、傷んでしまったヴィンテージ品を、全く新しいプロダクトへと再生（アップサイクル）して販売する。

【ポイント】

「売る」だけでなく、「直し、創り出す」機能を持つ。これにより、付加価値と利益率を、自らの手で高めることができます。

■「スタイリング提案」サービスの提供

【具体例】

顧客の好みや、手持ちの服をヒアリングし、店の在庫の中から、その人に最適なコーディネート、プロの視点で提案する。これを、有料の「パーソナルスタイリング」サービスとして提供する。

【ポイント】

モノを売るのではなく、「新しい自分に出会う」という体験を売る。顧客との深い信頼関係を築く、究極のコンサルティングサービスです。

■「委託販売」と「買取」のハイブリッドモデル**【具体例】**

通常の買取だけでなく、高価なヴィンテージ品などは、店舗や EC サイトで、顧客から商品を預かって販売する「委託販売」形式も取り入れる。

【ポイント】

在庫リスクを負わずに、魅力的な商品を揃えることができる。売り手にとっても、より高い手取り額が期待できるというメリットがあります。

■「ポップアップ・イベント」による、移動式店舗**【具体例】**

地域のマーケットや、商業施設、音楽フェスなどに、期間限定で出店する。店の世界観を凝縮した空間で、新規顧客との出会いを創出する。

【ポイント】

物理的な店舗の商圈に縛られず、自ら、顧客がいる場所へ「出かけていく」。ブランドの認知度を、飛躍的に高めることができます。

これまで自らの「審美眼」だけを頼りに戦ってきた店主にとって、AIは、その無形の「センス」を、未来の顧客の「心」に響く「物語」と「論理」へと変換する、最強の右腕となります。

1. AIによる「一点モノの物語」の創造と、EC・SNSでの価値最大化

【課題】

ECサイトに商品を載せたいけど、一点一点、気の利いた説明文を書く時間も、才能もない。

AI活用シナリオ

【STEP1】商品の「スペック」と「背景」をAIに伝える

プロンプト (AIへの命令文) 例

あなたはファッション史に詳しい、カリスマ古着バイヤーです。今回紹介するのは、「1980年代製、LL.Beanのバーズアイ柄ニット (ノルウェー製)」です。この商品の背景にある物語 (ノルウェーの伝統柄、80年代のファッションカルチャーなど) をリサーチし、このニットが、現代の若者 (20代) にとって、なぜ魅力的なのかを、情熱的なストーリーとして、Instagramの投稿文を作成してください。

AIの回答 (投稿文例)

「80年代の、雪山の空気を、纏う。」

これは、ただの古着じゃない。80年代のノルウェーのフィッシャーメンたちが、厳しい冬の海で着ていた、本物のセーターの末裔だ。

この、鳥の目のように見える「バーズアイ」柄は、遠い北欧の地に古くから伝わる、魔除けと幸運のシンボル。

ざっくりとした、少し不器用な編み地。でも、そこには、現代のファストファッションが失ってしまった、確かな「温もり」と「物語」が、ぎっしりと詰まっている。

誰かと同じじゃ、つまらない。

君だけの物語を、この一着から、始めよう。

#llbean #バーズアイ #80s #ヴィンテージ古着 #古着好きな人と繋がりたい

【効果】

AIが、単なる中古品を、歴史と物語を持つ「唯一無二のアーカイブ」へと昇華させてくれます。これにより、商品の付加価値が劇的に高まり、価格競争から脱却し、顧客の所有欲を強く刺激します。

2.AI による「買取査定」の効率化と、顧客への説得力向上

【課題】

買取査定に時間がかかり、価格の根拠を、お客様にうまく説明できない。

AI 活用シナリオ

【AI 画像認識による、相場価格リサーチ】

活用例

持ち込まれたスニーカーの写真を撮ると、AI がブランド、モデル、年代を特定し、複数の C2C プラットフォームや EC サイトでの、直近の取引価格データを瞬時に表示。そのデータを基に、買取価格を算出する。

【効果】

査定時間を大幅に短縮し、属人性を排除。そして何より、顧客に対して、「今、市場では、このくらいの価格で取引されています。ですので、この買取価格になります」と、客観的なデータに基づいた、透明性の高い説明が可能になります。これにより、顧客の納得感が飛躍的に高まります。

リサイクルショップ・古着屋は、もはや単なる「中古品店」ではありません。サステナブルな未来を体現し、個人の価値観を解放し、文化を繋ぐ、「時代のキュレーター」です。その誇りを胸に、未来を切り拓く中小企業が実践すべき、5つの具体的なアクションプランを提言します。

1. アイデンティティの変革：「モノを売る店」から「独自の審美眼で、世界を編集するメディア」へ

【アクションプラン】

自社の事業を「小売業」ではなく、「メディア業」であり「ギャラリー運営」であると再定義する。

店主の「好き」という哲学を、店のコンセプトとして明確に言語化する。「〇〇というライフスタイルを送る、あなたのための、秘密のクローゼット」といった、唯一無二の物語を、全ての顧客接点で一貫して発信する。

2. ビジネスモデルの変革：「仕入れ販売（フロー）」から「サービス&コミュニティ（ストック）」へ

【アクションプラン】

「パーソナルスタイリング」や、「リペア・リメイク」といった、在庫リスクのない「サービス」を、事業の第二の柱として本格的に収益化する。

会員制のオンラインコミュニティを運営し、会員限定の先行販売や、スタイリング相談会などを通じて、熱狂的なファンとの継続的な関係を築く。

3. 店舗空間の革新：「商品の倉庫」から「物語と出会う、冒険の舞台」へ

【アクションプラン】

商品の陳列を、「アイテム別」から、「スタイル別」「年代別」「物語別」といった、テーマ性のある「編集陳列」へと全面的に切り替える。

店内に、小さなギャラリースペースや、談話スペースを設け、顧客が、ただ買い物をするだけでなく、時間を過ごし、文化に触れられる「居場所」としての機能を強化する。

4. 商品（仕入れ）戦略の刷新：「何でも屋」から「唯一無二の目利き」へ

【アクションプラン】

自店のコンセプトに合わないものは、たとえ高く売れそうでも、勇気を持って仕入れない。この「選択」と「拒絶」が、ブランドの純度を高め、顧客の信頼を勝ち取る。

国内外の蚤の市や、個人のコレクター、あるいは廃業する店など、独自の仕入れルートを、足とネットワークで、粘り強く開拓する。

5. パートナーシップ戦略の構築：「一店舗完結」から「地域のカルチャー・アライアンス」へ

【アクションプラン】

地域のカフェ、美容室、レコード店、書店、そしてクリエイター（デザイナー、写真家など）と、積極的に連携する。互いの店舗でポップアップを開催したり、共同でイベントを企画したりする。

自らがハブとなり、地域のカルチャーシーンを盛り上げる。その活動そのものが、何より強力なマーケティングとなり、街に、そして自店に、新しい人を呼び込む。

一点モノの、奇跡のような出会い。そして、モノに宿る、時を超えた物語。それこそが、AIや巨大資本には決して生み出せない、地域のお店の、かけがえのない価値です。本資料が、貴社がその誇り高き使命を、揺るぎないビジネスとして未来へ繋いでいくための一助となることを、心から願っております。

【お取り扱いおよび著作権に関するご注意】

1. 著作権について

本 PDF コンテンツに関する著作権および一切の知的財産権は、ラフロックス株式会社に帰属します。個人的な学習の範囲を超える、以下の行為を固く禁じます。

本コンテンツの全部または一部を、複製、スキャン、デジタル化すること。

本コンテンツの全部または一部を、第三者に対して貸与、譲渡、共有、配布、販売、送信（インターネット上へのアップロードを含む）すること。

本コンテンツの内容を、許可なく改変、翻訳、翻案すること。

2. 免責事項

本書に掲載されている情報は、著者の経験や AI リサーチに基づいたものですが、その効果や成果を保証するものではありません。実践はお客様ご自身の判断と責任において行ってください。

本書の情報を利用したことによる、いかなるトラブルや損失・損害に対しても、著者および販売者は一切の責任を負いかねます。

本書に掲載されている情報は、2025年9月現在のものです。AI 関連ツールや各種プラットフォームの仕様変更により、将来的に情報が古くなる可能性があることをご了承ください。

3. その他

本コンテンツをダウンロードいただいた時点で、上記すべての事項に同意したものとみなします。

ご理解とご協力のほど、何卒よろしくお願い申し上げます。

AI.marketing

運営会社：ラフロックス株式会社
www.rough-marketing.com/

 **roughRocks**

