

買取事業に、 誠実さと優しさを。

大型の買取チェーンに加盟しなくても、買取事業は始められます。
今ある場所、今いる人、今あるお客様から。本部の査定と買取保証とともに。

CHAPTER 01

買取ビジネスの基本

- 01 市場規模
- 02 買取の、いちばんシンプルな流れ
- 03 利益のしくみ

CHAPTER 04

リユースプランナー+という答え

- 12 なぜ、他社にはできないのか
- 13 リユースプランナー+の考え方
- 14 なぜ、私たちにはできるのか
- 15 闇への答え
- 16 他社との比較

CHAPTER 02

既存の買取サービス

- 04 2つの型
- 05 店舗型の仕組み
- 06 店舗型の課題
- 07 無店舗型の仕組み
- 08 無店舗型の課題
- 09 買取事業の肝は、2つだけ

CHAPTER 05

査定額＝保証額と、誠実な買取

- 17 本部が提示する金額は、ひとつ
- 18 査定額＝保証額 | ブレずに買い取る
- 19 保証額の根拠
- 20 誠実な買取が、次の相談を生む

CHAPTER 03

買取業界の課題

- 10 安く買う圧力
- 11 買取業界の闇

CHAPTER 06

はじめる前に

- 21 既存事業への組み込み
- 22 理念を共にする方と（審査制）
- 23 古物商許可について

縮む市場が多いなか、リユースは15年連続で拡大。

物価高とインバウンドを追い風に、国内リユース市場は成長を続けています。2030年には4兆円規模に達すると予測されています。

国内リユース市場規模の推移（兆円）



2024年 市場規模

3.26 兆円

前年比 +4.5%

ブランド品（2024年）

4,230 億円

前年比 +15.7%

リユースファッション

1 兆円 突破

2024年、市場で初

※出典：リユース経済新聞「リユース市場規模推計」（2024年＝3兆2,628億円／2030年 4兆円予測）

「これ、売れますか？」から、買取は始まります。

いちばん難しい「いくらで買うか」の判断は、本部が写真から支えます。

01



お客様から相談

「これ、売れる？」

02



写真を本部へ

スマホで撮って、LINEで送るだけ

03



本部が保証額を回答

買取できるか、いくらで買って
いいか

04



買い取って、本部へ

発送・検品後に入金

本部が出す金額は、ひとつ。

保証額（＝査定額）

この金額で本部が買い取ります。買取対象外の品物には、金額を出しません。

本部の保証額があるから、いくらで買えばいいか迷いません。



本部の保証額 ¥60,000 の内訳

お客様への支払い ¥30,000

あなたの利益（経費控除前） ¥30,000

私たちの理念

「1万円で買えば、5万円の利益」——それをやると、評判が落ちて、あなたの価値下がります。

適正な価格で買い取れば、信頼が生まれ、次の相談とリピートにつながります。※金額は仕組みを理解するための例です。送料・月額などの経費控除前。

街の買取サービスは、大きく2つ。違いは「お金のかかり方」です。

店舗型 大手の買取チェーン



お客様が、店舗へ品物を持ち込む

主なコスト

固定費  物件・内装・人件費

集客費  広告・立地

初期費用の目安 **1,000万～3,000万円**

本部査定・保証額あり。ロイヤリティ（売上の数%）が発生。

無店舗型 出張買取



事業者が、お客様のもとへ出向く

主なコスト

集客費  広告・Web

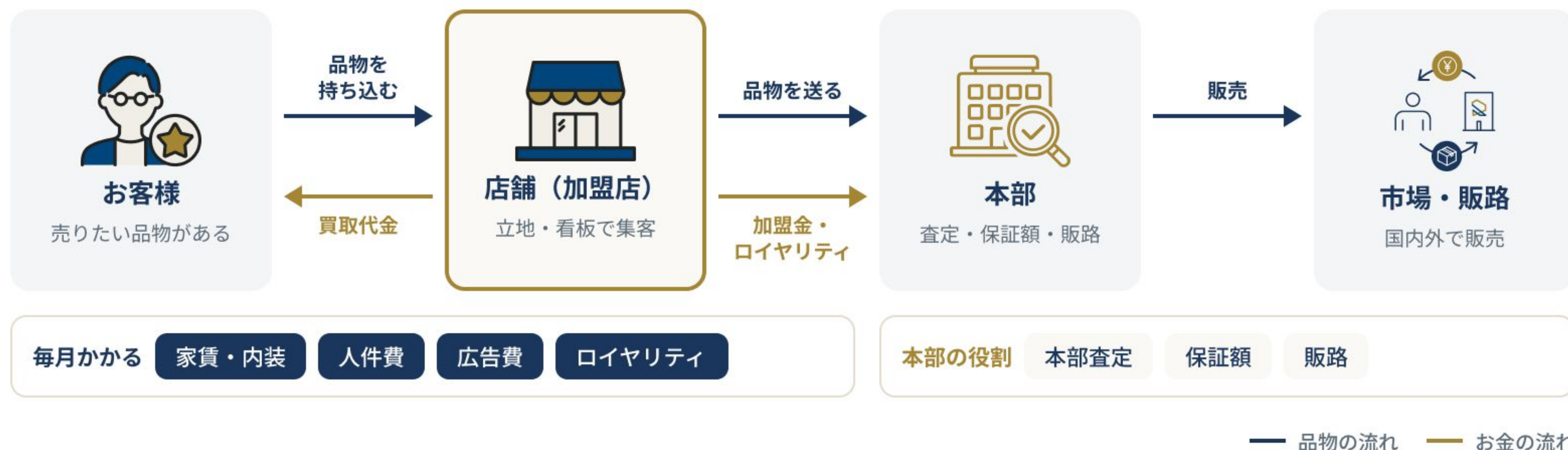
固定費  車両・保管場所

初期費用の目安 **200万～300万円**

本部査定がない場合も多く、相場や販路は自分で覚える。

どちらの型も、「持ち込まれた品物を、いくらで買うか」がビジネスの肝。

店舗を構え、お客様に品物を持ち込んでもらう。大手の買取チェーンの多くがこの型です。



売値の内訳（構造イメージ） ▶ 固定費が重いぶん、利益を残すには買取額を削るしかない



店舗型は「お客様が来てくれる」強みの裏で、重いコストを背負います。

01

**初期費用が重い**

開業に1,000万～3,000万円

02

**毎月の固定費**

家賃・人件費は売れなくても発生

03

**来店を待つ商売**

立地と広告しだいで売上が決まる

04

**ロイヤリティで利益が削られる**

売上の5～10%を本部へ

05

**しわ寄せはお客様へ**

利益を残すため、買取額を下げる

**結果**

お客様から安く買わないと、利益が出ない構造になる

店舗を持たず、広告で集めたお客様のもとへ出張して買い取る型です。



売値の内訳（構造イメージ） ▶ 広告費が止められないぶん、やはり買取額を削るしかない

お客様への買取額

集客費

車両・保管

月額・ロイヤリティ

利益

店舗がないぶん始めやすい一方で、「集客」と「判断」を一人で背負います。

01



広告を 止められない

止めた瞬間、問い合わせも
止まる

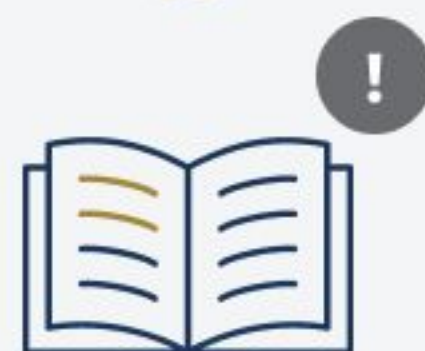
02



本部査定がない場合 が多い

「買っていいか」を自分で
判断

03



相場も販路も 自分で

本部は「教えるだけ」のこ
とも

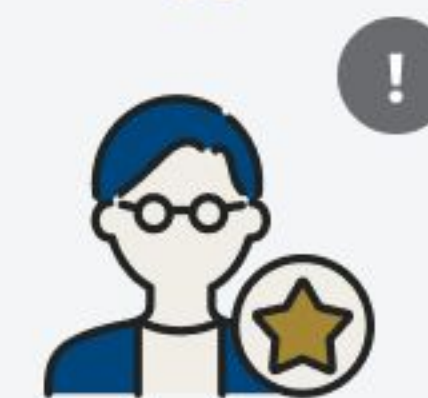
04



移動・車両の コスト

1件ごとに時間とガソリン

05



一度きりの 関係

広告で来た新規客が中心



結果

判断の不安と広告費の重さが、買取額を下げる

「本部査定」と「固定費の削減」。両方を叶えるのが、リユースプランナー+です。



POINT 01

本部査定

「いくらで買っていいか」を本部が判断。保証額があるから迷わない



POINT 02

固定費の削減

店舗・集客・ロイヤリティが重いと、安く買うしかなくなる

あり



店舗型

査定はあるが、固定費が重い

本部査定

なし

高い

固定費（店舗・人件費など）

低い



REUSE PLANNER PLUS

リユースプランナー+

どちらも叶う

本部査定あり × 低い固定費



無店舗型

店舗はないが、集客費が重く査定なしも多い

どちらか一方では足りない。両方がそろって初めて、誠実な買取が続けられる。

固定費・集客費が重いほど、安く買わないと利益が出ない。



事業者が悪いのではなく、構造がそうさせている。私たちは、この構造を変える仕組みをつくりました。

お客様も、買取を始めた人も、損をしている。

業界に根づいた、見えにくい6つの問題。

01 買い叩き

相場を知らないお客様から、本来の価値の何分の一で買う

02 後出しの減額

「10万円」と言われて持ち込むと、「やっぱり3万円」

03 加盟金頼みの本部

本部の収益は加盟金とロイヤリティ。加盟店が儲からなくても困らない

04 教えて終わり

査定も販路も「自分で覚えて」と任される

05 一度きりの関係

安く買えばリピートされず、広告費をかけ続ける

06 強引な訪問買取・無許可の業者

押し買いや、許可を持たない業者によるトラブル

この闇を終わらせるために、
リユースプランナー+は生まれました。

 REUSE PLANNER PLUS
リユースプランナー+

※業界で一般に指摘されている問題を整理したものです。特定の事業者を指すものではありません。

固定費が高いと、毎月の支払いに追われ、「目先の利益」を選ばざるを得ない。



悪いのは人ではなく、固定費の構造。重いコストが、誠実な買取を選ばせない。

今ある場所、今いる人、今あるお客様から。「店舗」も「新規集客」もいらない。



店舗

既存の拠点・自宅で運用



新規集客

広告に頼らなくていい



今あるお客様

身近な相談が入口



本部査定・保証額

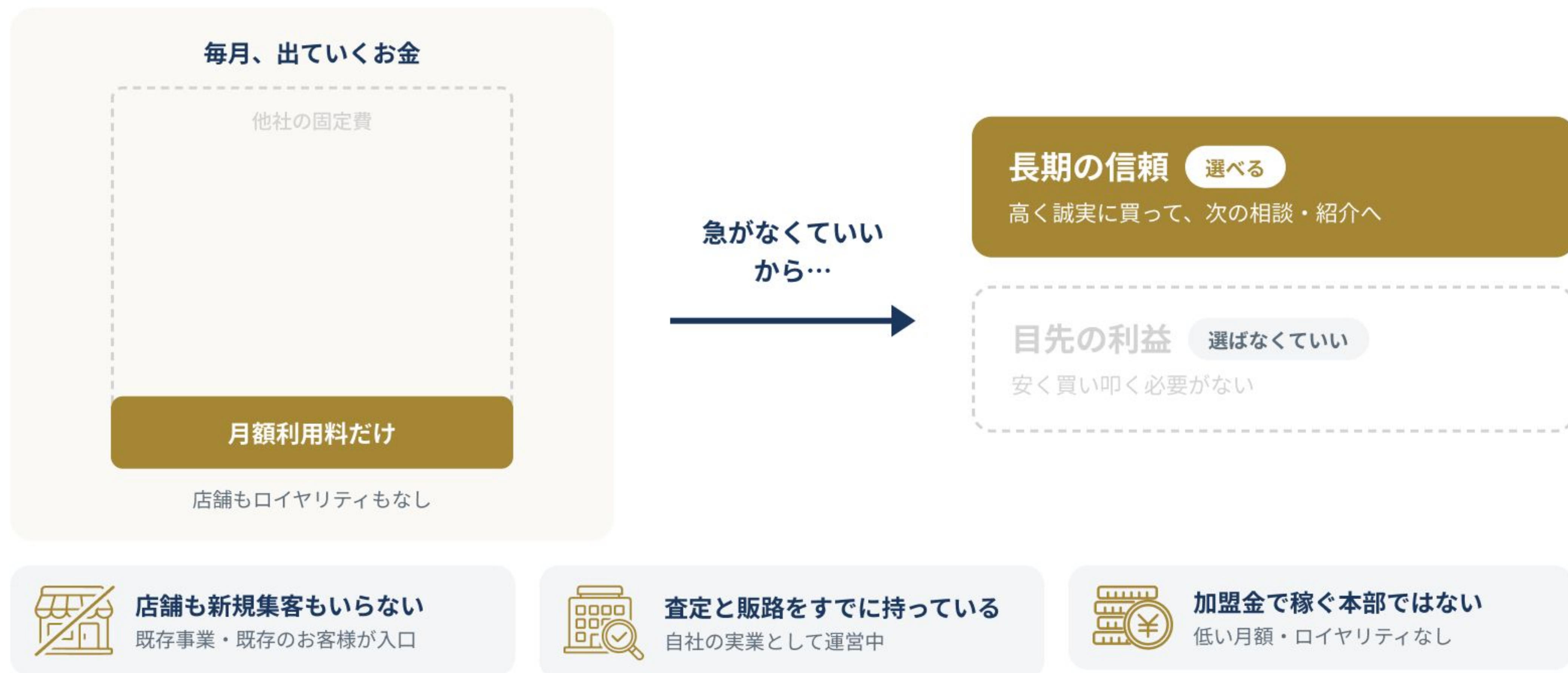
査定できる人を、雇わなくていい

だから 固定費が低い

登録費・月額を安くできる

無理な安値買取をしなくていい

固定費が低いから、急がなくていい。だから「長期の信頼」を選ぶ。



業界の闇

リユースプランナー+の答え

買い叩き

**誠実な買取を前提に設計**

安く買わなくていい、低コストの仕組み

後出しの減額

**査定額＝保証額。言った金額で、ブレずに買い取る**

写真と現物に相違がなければ、減額しない

加盟金頼みの本部

**登録費・月額を低く、ロイヤリティなし**

加盟者の利益が出ないと、本部も続かない設計

教えて終わり

**査定・保証額・販路まで本部が支援**

判断を一人で抱え込まない

一度きりの関係

**既存のお客様・身近な相談が入口**

誠実な価格が、次の相談と紹介を生む

強引な訪問買取・無許可の業者

**古物商許可の取得が前提。審査と法令研修あり**

「認定」された、信頼できる担い手に

業界の常識を、誠実な買取のあたりまえに。

大手の強み「本部査定と保証額」を、低い固定費で。

	店舗型（他社例）	無店舗型（他社例）	リユースプランナー+
店舗・拠点	✕ 物件・内装が必要	△ 車両・保管場所	◎ 不要。既存の拠点で運用
集客	△ 立地・広告に依存	△ 広告・Webに依存	◎ 既存のお客様が入口
本部査定・保証額	○ あり	✕ ない場合が多い	◎ 写真を送るだけ
査定できる人材	✕ 専門スタッフを雇う	✕ 自分で覚える	◎ 不要。写真を送るだけ
初期費用の目安	✕ 1,000万～3,000万円	△ 200万～300万円	◎ 登録費 20万円
月額・ロイヤリティ	✕ 数十万円～+売上の5～10%	△ 10万円～+売上の5～10%	◎ 4万円～（2名）／ロイヤリティなし

※他社例は一般的な買取サービスの公開情報をもとにした目安です。

写真を送るだけで、本部が「保証額」を回答。査定額＝保証額です。



LINEで写真を送る → 本部が回答

査定額＝保証額

¥60,000

この品物なら、本部がこの金額で買い取ります。

買取対象外の品物

金額は出しません。「買っちゃダメな品」も本部が判断します。

保証額は「最低ライン」

▲
もっと高く買う先があれば、
そちらに売ってOK（交渉の目安に）

保証額 ¥60,000

最低でもこの金額で
本部が買い取る

本部に売る義務はありません。

「言った金額」と「買う金額」が違う。それが、買取業界で起きてきたトラブルです。

よくある他社の例



「10万円で買い取ります」



持ち込むと…



「やっぱり、3万円です」

査定額 ≠ 買取額。後から減額され、お客様の不信につながる。

リユースプランナー+



「保証額は6万円です」



現物を確認



「6万円で買い取ります」

査定額 = 保証額。言った金額から、上にも下にもブレない。

だから安心

保証額より下で買えば、必ず利益になる。もっと高く買う先があれば、そこに売ってもいい。保証額は、他社との交渉の目安にも使えます。

※写真・申告内容と現物が一致する場合に、保証額で買い取ります。相違がある場合は再確認となります。

Q 保証額を、安く出されるのでは？

A 相場と、自社の販路。2つの根拠があるから、高い保証額を提示できます。

01



ブランド品・貴金属には、国内相場がある

日々変動する相場を、経験のあるスタッフが継続的に確認。写真と申告内容をもとに判断します。

02



長年のリユース事業で築いた、自社の販路

本部・提携先・国内外の販路で高く売れるから、加盟者にも高い保証額で還元できます。

大手も同じく販路を持っています。違いは、それを低い固定費のまま加盟者に還元していること。

費用を低く抑えているのは、無理な安値買取をさせないため。

**名前の由来**

安さを競う買取業者ではなく、事業の設計まで一緒に考える“プランナー”。だから「リユースプランナー+」。

今ある場所、今いる人、今あるお客様から。写真1枚で価値が分かる。



現場に物がある

残置物・家財・不用品



写真を本部へ

LINEで送るだけ



本部が判断

売れるか + 保証額



売れる物だけ収益に

本部・販路へ

仕入費ゼロ

所有権がある物なら仕入費はかからない。処分していた物が、そのまま収益に。



不動産

空き家の残置物を、解体前に査定



解体

仕分け中の貴金属などを収益に



清掃・便利屋

その場で買取、作業費と差し引き



店舗・事務所

事務所の一角を窓口。常連のお客様の持ち込み相談

業種は問いません。常連のお客様への案内や、期間限定の買取日から始めても。

私たちが費用を低く抑えている理由は、同じ理念で買取をする仲間を増やしたいから。



誠実な価格を、お客様に

保証額をもとに、無理な安値買取をしない



売る・売らないは、お客様の意思

急かさない。説明と納得を先に



法令を守り、正確に伝える

古物商許可・所有者の確認・正しい説明

だから、審査制

この考え方に共感し、責任を持って取り組んでいただける方を求めています。安く買い叩く前提の方は、お断りすることがあります。

買取事業に、誠実さと優しさを。

中古品の買取・販売には、「古物商許可」が必要です。



古物営業法にもとづく許可

すでにお持ちの方



研修のあと、すぐ買取を開始

面談 ▶

オンライン座学 ▶

開始準備 ▶

買取スタート

まだお持ちでない方



取得後にスタート。申請の進め方は本部がご案内

面談 ▶

申請（目安1ヶ月） ▶

座学・準備 ▶

許可取得 ▶

買取スタート

許可を取得する前に、買取を始めることはできません。