

2019年12月4日

SOU (東証マザーズ・9270)

インタビュー

代表取締役 寄本晋輔 氏

～ 好調なラグジュアリーのリユース市場で世界を取りに行く ～

ブランド品・貴金属・骨董品等の買い取り及び販売大手の株式会社SOU（マザーズ：9270）は、独自のビジネスモデルで事業を拡大してきた。同社を率いるのは元Jリーガーの代表取締役・寄本晋輔氏。ビジネスの現状と今後の展開について話を聞いた。 [聞き手：藤根靖晃]

寄本晋輔（さきもと しんすけ）氏 プロフィール
 1982年、大阪府出身。関西大学第一高等学校卒業後、Jリーグ「ガンバ大阪」への入団と同時に関西大学に進学。引退後、父が経営していたリユースショップで経営のノウハウを学び、2007年にブランド買取専門店「なんぼや」を関西でオープン。2011年、株式会社SOUを設立し、代表取締役就任。 [「戦力外Jリーガー経営で勝ちに行く」（寄本晋輔著・KADOKAWA）より抜粋]

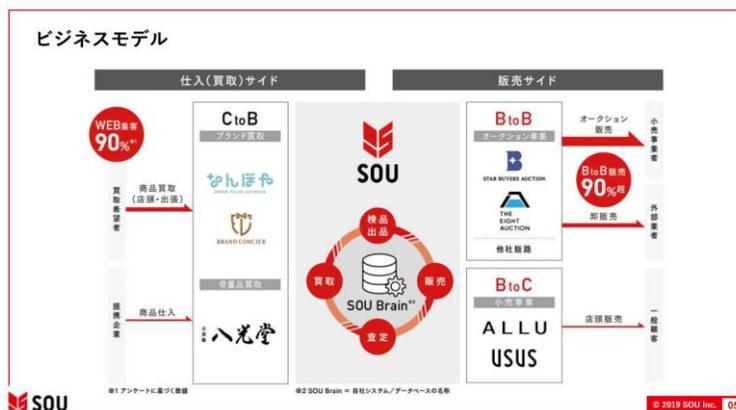


【ビジネスの特徴】

- 個人が保有する高級時計、ジュエリー、バッグなどのアイテムを買い入れ、リユース商品を販売する業者に、当社が運営するオークションで販売するCtoBtoBのビジネスモデルです。

【BtoBビジネスとしたきっかけ】

- かつてはCtoBtoCという形で、個人から仕入れて、ヤフオク！のようなプラットフォームにアイテムを出品し、個人に販売していました。しかし、競合が多く差別化が困難な上、価格競争になるため利益率も下がってしまいます。加えて、私たちが取り扱うラグジュアリー商品は、或る意味で生ものであり、売り時を逃すと値下がり率は大きくなるという問題もあります。
- 大量に仕入れる入口と、短期間で売る出口の両方が重要なので、大量に仕入れてオークションによって短期間で業者に売り、そこで得た資金を次の仕入れに投入していこうと考え、思い切ってBtoBに転換したのです。



出所：会社資料

本レポートに掲載された情報・意見は信頼にたると判断した情報源に基づき作成したものでありますが、完全性、正確性を保証するものではありません。本レポートに掲載された内容は必ずしも適切且つ妥当なものとは限りません。投資に係る最終決定は投資家ご自身の判断と責任で行って下さい。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

【競争上の優位点について】

■ BtoCをメインで行っているブランドリユース企業の多くは、個人から仕入れるのではなく、他の業者から仕入れて個人に売るBtoBtoC型がほとんどです。私たちのような事業規模で、個人から仕入れて他の業者にオークションで販売するビジネスを展開しているというところは今のところありません。個人からの仕入れが難しいのがその理由ですが、私たちは創業期からアップデートしてきたSEO対策など徹底的なデジタルマーケティングで、多くの個人の集客を可能にできました。そして全国の74ヶ所（2019年10月現在）に、ネットで集客した個人（顧客）が直接訪れることができる利便性の高い立地にリアルな店舗を展開し、大量の仕入れを実現しています。いずれも新規に参入して、すぐに真似できるものではありません。

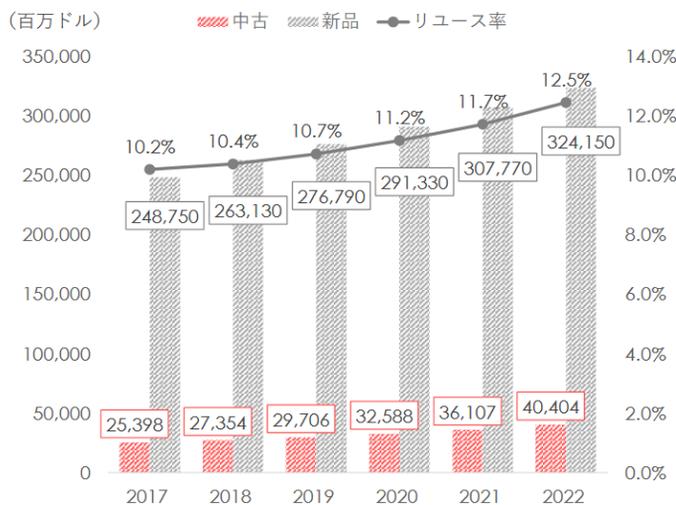
【ネットだけでなく、接客力が重要な理由】

■ リアルな店舗に来店した顧客からアイテムを確実に買い切るために、私たちがフォーカスしたのは接客力です。価格だけで他の買い取り業者と勝負するのではなく、顧客から信頼を得るための接客を極めることで、他社との差別化を図っています。顧客は店舗での接客や買取価格に対する納得感のある説明を実は重要視しているのです。創業時から、買い取りの成約率は常に85%を超えています。また、総売上高のおよそ3分の1が2回以上来店していただいたリピーターの顧客から買い取ったアイテムの売上げです。いずれも業界の中では高い比率となっていて、私たちの接客が顧客満足を得られていることの裏付けになっていると考えています。

【リユース市場の現況】

■ 世界のラグジュアリー品の市場規模は、新品、中古市場、リユース率ともに着実に増えています。リユース率の増加の背景には、環境への配慮などから、世界的にリユースへの関心が高まっていることと、メルカリなどのアプリの普及で、賢い生き方の手段として、リユースが位置づけられるようになってきていることなどがあると考えています。そうした流れは世界的にも今後も加速していくと予測しています。

□ ラグジュアリー品新品・中古市場・リユース率の推定



出所：会社資料

本レポートに掲載された情報・意見は信頼にたると判断した情報源に基づき作成したものでありますが、完全性、正確性を保証するものではありません。本レポートに掲載された内容は必ずしも適切且つ妥当なものとは限りません。投資に係る最終決定は投資家ご自身の判断と責任で行って下さい。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

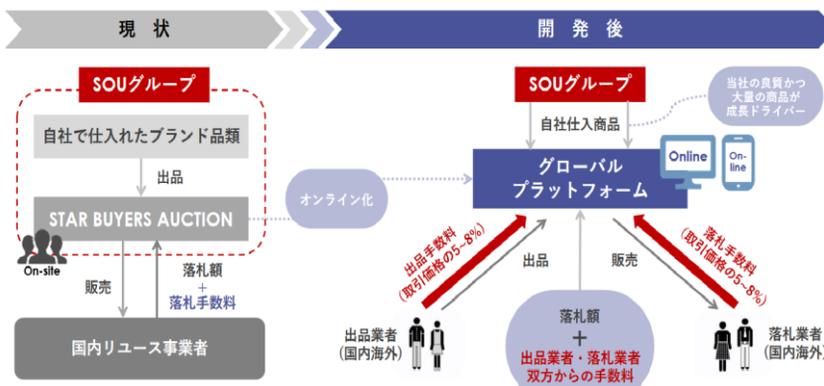
【競合等について】

- BtoCに関しては、国内では、コメ兵や大黒屋、海外では、先日、米国のナスダックに上場した高級ブランド品委託販売のThe RealReal（リアルリアル）などがありますが、いずれもビジネスモデルが異なります。しかし、リユースのマーケットが大きくなればなるほど個人に向けてアイテムを売りたいと考える企業が増えてくるので、アイテムを供給する私たちにとって、追い風だと思っています。

【グローバルプラットフォームの開発を推進する理由】

- リアル店舗を増やし商品の仕入れがどんどん増えてきたため、当社のメイン販路である国内のリアルオークションで販売できる量はもたなくマックス値になろうとしています。このまま推移していくと、不良在庫になる可能性があり、落札価格も下がってしまいます。この問題を解決するためには日本国内だけでなく世界のリユース事業者リアルなオークションに参加してもらわなければならないのですが、海外からご参加いただくことは物理的に容易ではありません。そこで、全世界がオンラインでつながるグローバルプラットフォームを開発することにしました。移行期間を経て、来年の9月から本格的に全世界共通のプラットフォームでオークションを行う準備をしています。

<グローバル・プラットフォーム>



出所：会社資料

【資産管理アプリ「Miney」】

- 2017年にリリースした資産管理アプリの「Miney」は、2019年8月時点でユーザー数が5万4500人を超えました。資産を「見える化」というコンセプトのアプリで、時計、ジュエリー、バッグはもちろんのこと、現在価値が把握しにくい骨董・美術品、絵画、さらに実物資産の代表格である不動産にまで領域を広げています。
- 一般的に個人は現在価値がわからないまま、時には廃棄し、あるいはアイテムを買い取り店に持ち込んでプロにまたはCtoCのアプリで個人に売ってきました。情報の非対称性がある中で、顧客にとって機会損失が起こっていたのです。そこで顧客の資産を「見える化」して、安心して買い取り店に足を運んでもらうきっかけ作りや、フリマアプリで物を売る顧客体験をしてもらおうと考えたのです。このアプリではアイテムの写真をとって登録するだけで、最短数分で参考価格が届き、その現在価値の変動を株価のように把握することができ、プッシュ通知で売り時をお知らせしています。今後、さらにアップデートをしていきますが、あらゆる資産の価値をアプリで一括管理することで、顧客にとってなくてはならないものにしていきたいと考えています。

本レポートに掲載された情報・意見は信頼にたると判断した情報源に基づき作成したものでありますが、完全性、正確性を保証するものではありません。本レポートに掲載された内容は必ずしも適切且つ妥当なものとは限りません。投資に係る最終決定は投資家ご自身の判断と責任で行って下さい。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

【M&Aに対する考え方】

- これまで行ってきたM&Aのうち、香港法人のSTAR BUYRESと古美術八光堂の2社はいずれも取引があった会社です。
- 中長期的な成長を考える時に、仕入れと販売の強化が私たちの会社にとっての重要なポイントです。仕入れの強化ではまだ出店していない地域に店舗を持つ会社はM&Aの検討対象になるかもしれません。また、利益率を高めるために、BtoCのチャンネルも持っていますが、例えば時計の販売を強化してきたという会社があればそういったところを買収して利益追求していくということも選択肢としてはあるかなと思っています。私たちのビジネスとのシナジーが見込めるような企業があれば、積極的に検討したいと思っています。

【「Jリーガー」としての戦力外通告体験からビジネスで生きているもの】

- プロサッカー選手として所属していたガンバ大阪から、入団3年目、21歳のときに戦力外通告を受けました。人間は心に余裕がないと、自責ではなく、人のせいや環境のせいにする他責思考になりがちです。しかし成功されている方々を見ていると、どなたも自責思考でアクションを起こして、失敗をして、改善を重ねていくというスパイラルで生きているなど感じました。戦力外通告を受けて、心機一転、違う環境に身を置くことになった時、自責の精神で生きていこうと考えました。人よりも多く、早く失敗することで、改善点を見つけて、問題解決を繰り返す事で、人は成長していくものだと思ったのです。
- 私自身はこのリユース業界の中で問題解決を一番行ってきたという自負があります。チャレンジをして、失敗したからこそ問題点を見つけることができました。リユースとは何なのか、顧客は何を考えているのかということを考え抜いたからこそ、今のビジネスモデルに行き着いた、そしてそのことが私自身の原動力になっていると考えています。
- しかし、事業環境の変化が厳しく、スピードが求められる時代の中で、これまでのビジネスモデルが今後も永続的に成功するはずはありません。人々の趣味趣向も変化しますし、求められるクオリティも高くなっていきます。2013年からやってきたリアルなオークションをすべてオンラインに切り替えるということにはかなりパワーが必要です。しかし、私たちは世界を取りに行きたいと思っているのです。今の形のままではその目標は達成できないし、むしろビジネスは衰退していくのではないかという危機感もあります。外部環境によって変化させられるのではなくて、未来を見据えて、むしろ意図的に変化を作り出していきたいと考えています。そうすることで、売上規模を拡大し業界でのポジションを握ることができれば、私たちが作ったルールがスタンダードになっていきます。そうしたビジネス展開をすることほうが将来的には有利になると考えているのです。

【今後の事業の方向性について】

- リユース市場は好調で、チャンスも数多くあると感じています。世界に向けていかに新しいリユースの考え方を広げていくかということ、強く意識してビジネスに取り組んでいます。今、思い描いているものが形になれば、業績にも会社の評価にも大きなインパクトを与えることができると思っているので、チャレンジを続けていきたいと考えています。

[11月18日インタビュー/文責：藤根靖昊]

本レポートについて

1) 本レポートは、「TIW」が、投資家への情報提供を目的としてのみ作成されたものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。有価証券その他の取引等に関する最終決定は投資家様ご自身の判断と責任でなされるようお願いいたします。

2) 本レポートは、「TIW」が信頼できると判断した情報源から入手した情報に基づいて作成しておりますが、これらの情報の正確性と、完全性、適時性を保証するものではありません。情報が不完全または要約されている場合があります。本レポートに記載する価格、数値等は、過去の実績値、概算値あるいは将来の予測値であり、実際とは異なる場合があります。また、本レポートに記載された見解や予測は、本レポート発行時における「TIW」の判断であり、予告なしに変更されることがあります。

3) 本レポートは将来の結果をお約束するものではありませんし、レポートにある情報をいかなる目的で使用される場合におきましても、お客様の判断と責任において使用されるものであります。本レポートにおいて提供されるいかなる情報もしくは分析に、投資家様が依拠した結果として被る可能性のある直接的、間接的、その他の損害に関して、「TIW」が責任を負うものではありません。

4) 本レポートに掲載されている内容の著作権は、原則として「TIW」に帰属致します。本レポートにおいて提供される情報に関して、「TIW」の承諾を得ずに当該情報の複製、販売、表示、配布、公表、修正、翻訳、頒布または営利目的での利用を行う権利を有しません。