

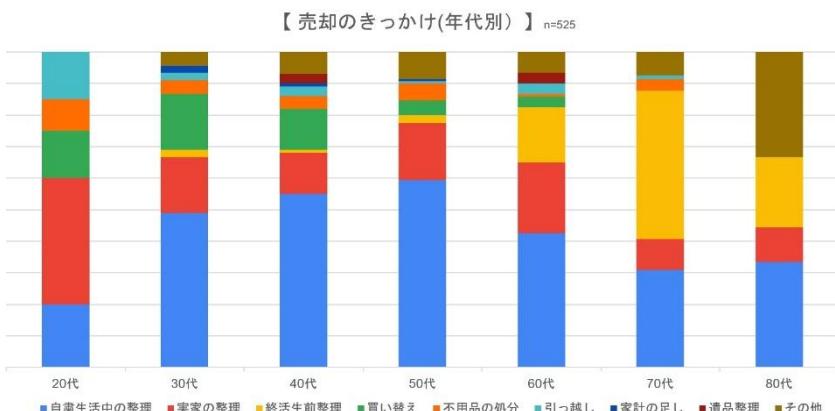
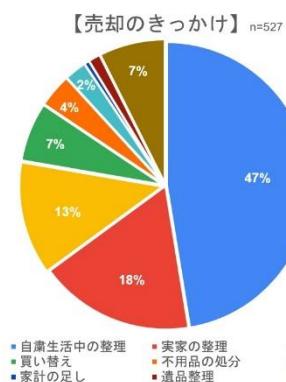
二度目の緊急事態宣言中に緊急アンケート実施 「終活・生前整理」言葉は一般化、手法は模索段階か 子どもや家族に迷惑をかけたくないから

ブランド品等のリサイクル・リユース事業を株式会社ベストライフ（本社：大阪府大阪市、代表取締役：岩本元熙）は、二度目の緊急事態宣言中に来店した20～80代男女に対し、終活・生前整理に関するアンケート調査を実施しました（期間：2021年1月9日～2月9日、有効回答数525）。

■ 2度目の緊急事態宣言中に不用品売却 きっかけは“自粛生活中の整理”が約半数

当調査結果では、不用品売却のきっかけは「自粛生活中の整理」と答えた方が全体の47%、次いで「実家の整理」が18%、「終活・生前整理」が13%と続きました。2度目となる緊急事態宣言中にも、自宅や実家の整理をおこなった方が多かったことが伺えます。

年代別で見ると、20代は「実家の整理」が最も多く、30代から60代は「自粛生活中の整理」が最も多いことがわかりました。また70代は「終活・生前整理」が最も多くなることから、70代に入ると、終活・生前整理を開始する傾向が伺えました。

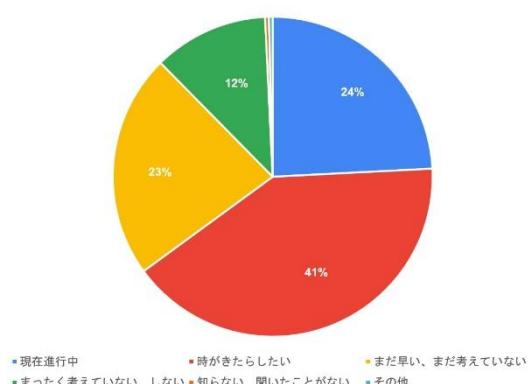


■ 「終活・生前整理」言葉は一般化 若年層でも知らない人はほとんどいない

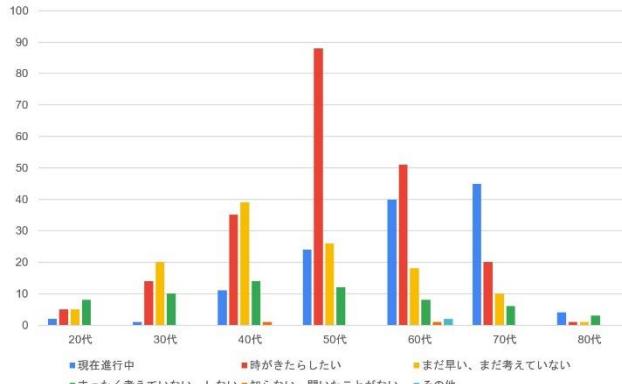
さらに、終活・生前整理について、実施したいと考えているかとの問には「現在進行中」「時が来たらしたい」と考えている人が6割を超える、まったく考えていない人はわずか1割強でした。

また、「終活・生前整理」という言葉を知らない、聞いたことがないという人は若年層においてもほとんどなく、年代を問わず「終活・生前整理」という言葉は一般化し、定着したことが伺えました。

【終活生前整理を実施したいか】 n=525



【終活生前整理を実施したいか(年代別)】 n=525



さらに自由回答で、終活・生前整理を行う理由について尋ねたところ、回答者の約6割が「子どもや家族・親族に迷惑をかけたくないから」と答え、「（自分のために）身軽になりたい・部屋をすっきりさせたい」「資金作りのため」などを大きく引き離しています。

■持ち物の整理の他には何もしていない人がほとんど 手法はまだ摸索段階か

言葉は一般化したとみられる「終活・生前整理」ですが、具体的な実施内容については、「持ち物の整理の他には何もしていない、何をしていいのかわからない」という人が7割近くに及ぶこともわかりました。実施している方は少数派ですが、「家の行事等の資料作り」や「銀行・保険等の資産の整理」「相続・遺言の準備」などの他、「人間関係の整理」という意見も見られました（自由回答）。

当社は今後も、「終活・生前整理」の一助となる事業を展開することで、大事な財産・思い出の品を必要とする方につなぐ“絆”を結ぶ役割を担っていきたいと考えています。

【調査実施概要】

調査期間：2021年1月9日～2月9日

調査対象者：当社店舗の来店者（20代～80代の男女）

調査方法：自記入式WEBアンケート調査

有効回答数：525人

実施機関：株式会社ベストライフ

■空前絶後のリユースブーム 自身に合った販売方法の選択を

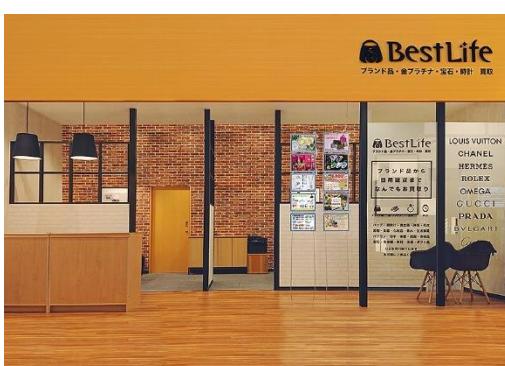
ブランド品等のリユース業界は、以前から「ブランドショップ」と「ネットオークション」があり、19年ほど前に当社をはじめとした「買取専門店」という新形態が出始めました。

「ブランドショップ」は、店頭にて買取と販売の両方をおこないます。店頭で人気の商品の在庫が少ないタイミングでは高額で売れる可能性がありますが、自店で販売の取り扱いが少ない商品の場合には、安い提示金額になるなど、熟練した査定員が在籍して査定する店舗は極めて少ないとあります。

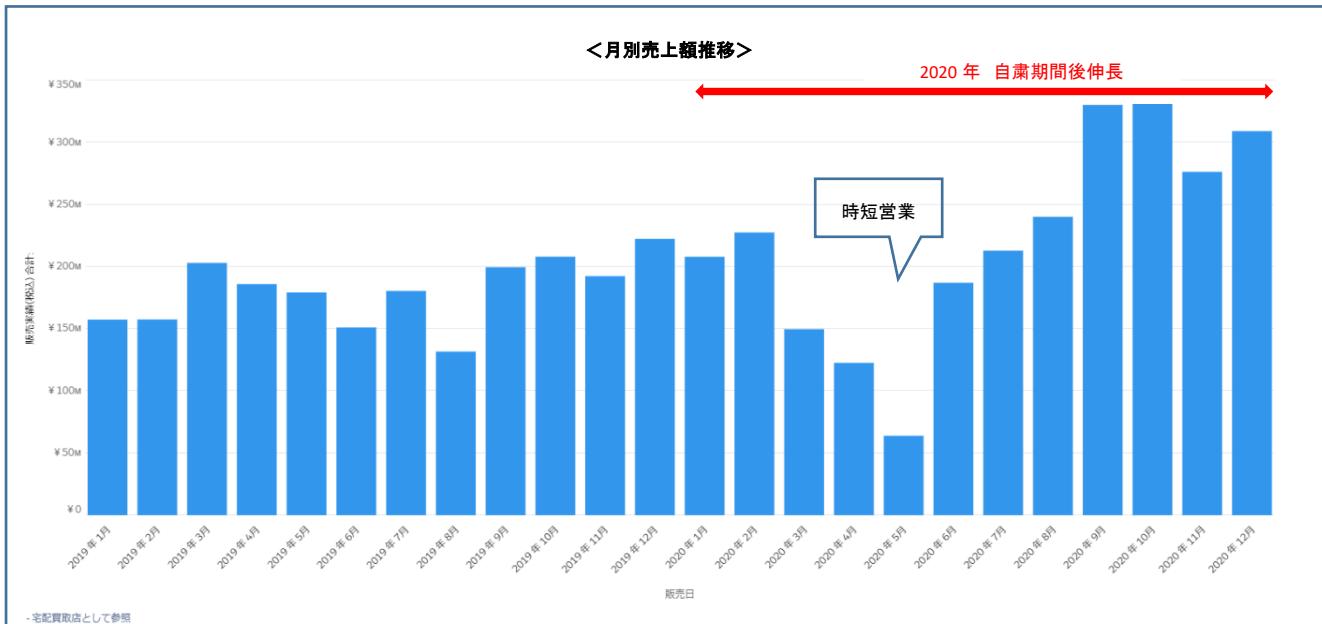
「ネットオークション」は、店舗を持たず、商品をオンライン上で売買する形態です。エンドユーザーへ直接売却できるため、一部のマニアや必要としている人には高額に売れる場合もありますが、取引相場・出品テクニック・ネットの知識などを知らないと逆に損をする可能性があります。

当社のような「買取専門店」は、主に店頭で商品を買い取り、ネットオークションや業者専用の古物市場、取引のあるブランドショップなどに販売し、店頭での販売はおこないません。また、宅配・訪問買取など買取方法はニーズに合わせて多岐にわたります。店頭では買取に専念できるため落ち着いて査定でき、熟練した鑑定師が在籍しているので買取額が安定しており、査定額の理由も都度聞けるので安心・納得して売却することが可能です。

今後ますます拡大傾向にあるリデュース・リユース・リサイクル活動促進のためにも、「ブランドショップ」「ネットオークション」「買取専門店」、それぞれの特性を理解し、自身に合った正しい販売方法を選択していただきたいと思います。



また、当社の2020年の売上額は、コロナ禍で時短営業の期間があったにも関わらず、自粛生活中の整理によりその後の買取品持ち込みが増加したことで売上も伸長し、今期は設立以来の最高益になる見込みです。



当社はこれからも、「活かそう資源、活かそう人財」を経営理念に、お客様が不要になった商品を次に必要とされるお客様につなげる事業と、社員の能力を適材適所で活かす組織作りで、SDGsへの貢献、地域の皆様に愛されるお店作り、社員や顧客の“喜びをつなぐ”企業を目指してまいります。

【会社概要】

社名	: 株式会社ベストライフ
代表	: 代表取締役 岩本 元熙 (いわもと もとひろ)
本社所在地	: 大阪府大阪市都島区馬馬町 2-10-1 浅川産業毛馬ビル 4F
TEL	: 06-6929-7757
URL	: https://www.e-kaitori.jp/
設立	: 2004年9月 (創業: 2002年9月)
資本金	: 30百万円
売上高	: 25億円
従業員数	: 94名 (社員とアルバイトを含める) (2020年現在)
事業内容	: リユース事業: ブランド品リサイクル、小売業、卸販売、業者販売 インターネット販売 Yahoo!オークション ebay 輸出版売 ブランド品を主としたリサイクル業。一般のお客様・業者などから、各種ブランド品を買い取り、主に業者やインターネット(Yahoo!オークション・ebay)にて販売し、不要品を捨てることなく資源として活かす事業を展開 フィットネス事業: 24時間フィットネスジム運営 アパレル事業: セレクトショップ運営

本件に関するお問い合わせ先

ベストライフ広報事務局 担当: 福士 (ふくど)

MOBILE : 080-6538-6292

電話 : 03-5411-0066 FAX : 03-3401-7788

E-mail : pr@netamoto.co.jp