

新聞折り込み広告を見ながら＝その2＝

吉原秀東

おたからや、大吉、大黒屋、リプセル、バイセル・・・。

これは、新聞に折り込まれて入って来る広告（チラシ）主の会社名だ。全て買取り業者だ。この他にも数多あり、ここ4～5年で特に増えた（ように思う）。

2017年、母親が亡くなり遺品整理の一環で買取り業者にお世話になったことがある。当時は今に比べ買取りを標榜する業者はそれ程多くはなかったのではないか。昔ながらの質屋は有ったが。

日本製ウイスキーで製造量の少ない希少なヴィンテージウイスキーを高額で買取ります、という広告が盛んに出回ったことがある。需要に対して供給が少ないことから希少なのだろう。果たして、飲むために買ったウイスキーが未開封のまま残っているものだろうか。美味しいお酒は早々に飲みたいものだ。左党の私には、当時、不思議でならなかった。

私の住む街の駅近くにも多くの買取りショップがある。目立つ看板で人目を惹く。店の広さは一坪あるかないか。ネクタイをした若い店員が対応している。新聞折り込み広告を頻繁に出し、ショップを構え、店員を置いてのビジネス。広告宣伝費・事務所賃借費・人件費等々で月々のランニングコストもかかっているだろうなあ、と他人事ながら余計なことを考えてしまう。

AIを使って調べてみた。

買取り品を売り捌く市場をリユース市場というらしい。曰く、中古品（古物）や未使用品を買取り、メンテナンスを施して再販売する「二次流通」の市場、だそう。確かに買取り業者は皆、古物商許可証番号を掲載している。

リユース経済新聞によれば、リユース市場は2024年に約3兆3千億円に達し、2030年には4兆円規模に拡大すると言われている。DX（デジタルトランスフォーメーション）を活用しているメルカリも巨大なリユース市場だ。今や超巨大な市場に成長している。

自分が使わなくなったモノを他人様に使って貰えるというのは、終活の一環になるかもしれない。ありがたや、ありがたや、だ。