

携帯スマホ

A TO Z 第2回

市場動向について

今回は「中古携帯・中古スマートフォン市場規模」をテーマに、3年で1000億円市場になるだろうという予測をお伝えしました。

第二回目となる今回は「中古携帯・中古スマートフォン市場動向」をテーマに詳しくお伝えしたいと思います。

まず中古携帯のニーズと客層について触れたいと思います。

ニーズは主に以下の3つです。

- ①少しでも安く携帯電話が欲しい
- ②新規契約や機種変更契約には2年契約が主流になっているが、2年契約ではなく自分の好きなタイミングで携帯を変えたい
- ③キャリアショップや量販店で販売していない、今使っている携帯と同じ携帯機種が欲しい

中古PC、古本、DVDの次は中古携帯！

ソフマップやブックオフなど業界大手が次々参入

客層はニーズ要因によって変わってきますが、一般的には20代~30代前半、40代後半~50代の2つの世代でピークが見られます。男女比率は店舗の客層、立地、商圏によって多少変化はあるものの、ほぼ同じ結果になっています。

次に中古スマートフォンのニーズについてです。

中古スマートフォンに関しては、流行に乗って購入される方が多いのが現実です。よって客層は、ITリテラシーが高い20代~30代前半のニーズが高くなっています。

その客層以外はITを活用する新しい機能の使用に慣れず、中古携帯に戻ってしまう傾向が高くなっています。その証拠として、先日東京都消費者センターからスマートフォン利用についてのアナウンスが流れ、機能の特徴をよく理解したうえで購入するように注意を促しました。

このように現在では、まだ一般の消費者にとっては非常に難しく感じているようです。

続きまして、参入業者について述べたいと思います。

最近では業界大手の参入が相次いでいます。従来、参入業態のトレンドは金やプラチナなどの買取店舗やチケットショップ、総合リサイクルショップでした。

しかし一年ほど前から中古PC大手のソフマップやじゃんぱら、ドスパラなどがこぞって参入してきています。また最近では、古本、DVD、ゲーム業界からの参入が相次ぎ、ブックオフやゲオ、TSUTAYAなどのビックネームが参入を果たしています。

このように業界大手の参入が相次ぎ、中古携帯を古本、DVDの次に来る商材の位置付けで事業展開されています。

一方、携帯電話の代理店からも日本テレホンなどを筆頭に参入がはじまっていますが、通信サービス提供会社との販売に関する契約の関係から中古携帯事業への参入を見送っている現実もあります。



アワーズ 粟津 浜一 代表取締役

profile

1979年12月岐阜県生まれ。2004年筑波大学大学院修士課程修了。プラザー工業株式会社を経て、2009年株式会社アワーズを設立、社長に就任。中古携帯市場動向セミナーを数回開催。これまでに350以上店舗に中古携帯事業を展開、コンサルを行っている。

10月4日、アップルが 아이폰4S の発表を行った。大方の期待は5の登場だっただけに拍子抜けの感はある。しかし、国内ではKDDIでの発売も報道されるなど、中古



▲5の発表を期待する

アップは、4Sの仕様に注目している。「海外では、SIMありとなしのパターンがあり、仕様によって中古を売るのが難しくなるかもしれない」と話す。というのも個人情報の消去が難しく、国内での再販がほぼ難しいと見られているからだ。また、auでの利用が可能になるこ

ハードオフ 楽オクと買取促進策

商品持ち込みで楽天ポイント付与



山本善政 会長兼社長

ハードオフコーポレーション (新潟県新発

田市) が10月1日から、楽天オークションと共同で買取促進のサービスを始めた。楽天会員がハードオフの店舗に不用品を持ち込み、ハードオフコーポレーション上の企画ページでエントリーし、

受付番号を取得。それを印刷するなどしてハードオフの買取カウンターに不用品と一緒に持ち込むと100ポイントを受け取ることができる。1か月に1回利用することが可能だ。

ハードオフコーポレーションは、インターネットを活用するユーザーを、自社のリアル店舗に送客することを狙って始めた。また楽天オークション側も、リアルマーケットにアプローチし、認知度拡大を目指すという思惑がある。

ドのスマホも販売して、これらがアイ

明。中古市場への影響も少なくなさそうだ。

の取扱いに注力。現在では、ゴルフクラブの

がり、徐々に買取りや販売のニーズも増え

ボリュームゾーンは5~6万円。