

事業アイデア検証レポート

# レンタル倉庫付きフリーマーケット（サンプル）

総合判定 条件付きGo 71/100

クライアント

サンプル株式会社 御中

案件コード

SAMPLE-0000

提出日

0000-00-00

作成

プロダクトベース合同会社 アイデア検証チーム

# エグゼクティブサマリー

高額資産の保有者において需要を実証した（利用意向58%）。定性も課題を裏づけ、競争上のホワイトスペースも明確である。未実証は収益性と重い実運用の2点である。

総合判定 / RECOMMENDATION

## 条件付きGo

条件付きで前進

総合スコア

71 / 100



見送り

ピボット

▲ 条件付きGo

フルGo

判断の根拠

定量（n=448）で保管・取引の不安と利用意向（58%）を確認し、定性3名も保管スペース難・取り出し摩擦・“値上がり目的の保有”を裏づけた。競争上のホワイトスペースも明確。一方、収益性の前提（保管アタッチ率・churn・補償原価）と、倉庫・真贋・保険・法対応の重い実運用は未実証。総合確度では中で、評価は『条件付きGo』。

高額資産の保有率

23%

定量・SC n=5,998

利用意向(Q9 top2)

58%

定量・本調査 n=448

想定TAM(年商機会)

402億円

マクロ・三角測量

想定SOM(3年)

54億円

SAM181億×シェア

## エグゼクティブサマリー (続き)

4つの問いの結論：需要・差別化はクリア、未実証は“収益性”と“実現性（実運用）”。

## 検証した4つの仮説と結論

## 需要は実在する

確度 高

仮説

高額資産の保有者には保管・取引の不安が実在し、預けたまま売買できるサービスへの需要がある。

結論

検証。保管不安は盗難**35%**・劣化**32%**、取引不安は相場**34%**・偽物**29%**。Q9利用意向**58%**。定性3名も保管スペース難・取り出し摩擦を具体的に裏づけ。

## 収益性は未実証

確度 中

仮説

販売手数料10%+保管料で、高単価・高粗利のユニットエコノミクスが成立する。

結論

手数料10%超を**52%**が許容、保管料も6割が月3,000円以上可。ただし**churn・CAC・補償原価は未実測**で、ARPA・継続率は次フェーズの実測が要る。

## 差別化の空白は明確

確度 中～高

仮説

「保管 × 真贋 × 流動性」を一体化する結節点に、未充足のホワイトスペースが存在する。

結論

空白を確認。メルカリ=流動性、寺田倉庫=保管、SNKRDUNK=真贋に強いが、三つを束ねる国内サービスはまだ見えにくい。ただし**参入障壁は高い**。

## 実運用が最大の壁

確度 中

仮説

倉庫・真贋鑑定・保険・古物/倉庫法対応を、重大事故なく一体運用できる。

結論

構造は正しいが運用負荷が最大の壁。倉庫+保険+鑑定+本人確認+古物・倉庫業の同時運用で**固定費が重く**、事故時の**ブランド毀損リスク**も大きい。

# 目次

|    |             |                         |    |                  |
|----|-------------|-------------------------|----|------------------|
| —  | エグゼクティブサマリー | EXECUTIVE SUMMARY       |    |                  |
| 01 | 調査の背景と目的    | BACKGROUND & OBJECTIVES | 08 | ソリューション適合        |
| 02 | 市場機会        | MACRO ANALYSIS          | 09 | 価格受容性            |
| 03 | 外部環境となぜ今    | MACRO ANALYSIS          | 10 | 採用障壁             |
| 04 | 競合と差別化      | MACRO ANALYSIS          | 11 | 定性調査結果（インタビュー）   |
| 05 | 調査設計と回答者    | QUANTITATIVE SURVEY     | 12 | ターゲット像（ペルソナ）     |
| 06 | 顧客課題        | QUANTITATIVE SURVEY     | 13 | 総合評価（D / F / V）  |
| 07 | 需要の強さ       | QUANTITATIVE SURVEY     | 14 | 免責事項・ご利用上の注意     |
|    |             |                         | 15 | 付録：調査の全データ・前提・出典 |

# 本レポートの表記と読み方

本レポートで用いる配色・記号・出典の表記は、以下のとおりです。

## 強調の配色（意味色）

**緑**はポジティブな事実（機会・好結果・強い意向）、**赤**はネガティブな事実（リスク・障壁・未実証）、**紺**は重要語を表す。

## 出典の表記

外部の公開情報は**[発行元, S#]**と記し、付録Hの一覧に対応する。市場規模などの推計値には「**自社推計**」と付し、前提と算定式は付録E・Cに収録している。

## 図表番号

**図N**はグラフ・画像、**表N**は表を表す。各図表にはタイトルと出典を併記している。

## 確度の表記

主要な結論には**確度（高／中／低）**を併記し、未実証の論点も併せて示している。

## 事実と分析

「**事実**」はデータと図の読み取り、「**分析**」は解釈・示唆を表し、両者を区別して記載している。

## 総合判定と匿名化

総合判定は**フルGo／条件付きGo／ピボット／見送りの4段階**。インタビュー対象者は匿名（対象A／B／C）とし、属性のみを記載している。

# 調査の背景と目的

新規事業候補「レンタル倉庫付きフリーマーケット」の事業性を、本格投資の前に客観的に検証する。

|        |                                                                                                       |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 依頼の背景  | 高額資産（時計・ブランド・宝飾・トレカ等）の所有者が抱える <b>保管・取引の不安</b> に着目した新規事業案。本格投資に踏み切る前に、その需要と事業としての成立性を客観的に確かめる必要がある。    |
| 調査の目的  | 投資判断に必要な4つの論点—— <b>需要・差別化・収益性・実現性</b> ——を多角的に検証し、 <b>Go／条件付きGo／見送り</b> の意思決定に資する根拠を提示する。              |
| 検証スコープ | 対象は国内の高額資産所有者（個人）。サービスは未提供のため、本調査では <b>需要・価格受容・競争上の空白の事前検証</b> までを範囲とし、 <b>実購買・実運用の実証</b> は次フェーズに委ねる。 |

## 調査の背景と目的 (続き)

### 検証する事業アイデアの全体像

高額資産を預けたまま売買できるサービス。24時間管理保管 × 第三者鑑定・全額補償 × 預けたまま即時売買を1つのアプリに統合し、保有から換金までの摩擦をなくすことを狙う。

#### 提供価値 (3層+一元管理)

預ける (管理保管) → 証明する (鑑定・全額補償) → 動かす (預けたまま売買) の3層に、総額・損益を一覧するポートフォリオ機能を束ねる。保有から換金までを“同じ場所・同じ画面”で完結させる。

#### 対象顧客

時計・ブランド・宝飾・トレカ等を持つ個人。とくに  
**値上がり目的で“使わず持つ”中位コレクター**。保管スペース難や真贋・補償の不安で、専門外の保管・売買に踏み切れていない層。

#### 課金モデル

月額 of 保管料 (残高×年率) + 売買成立時の手数料 (約10%)。件数より  
**1顧客あたり価値**を最大化し、高単価・高粗利・高継続でLTVを積む二層構造。

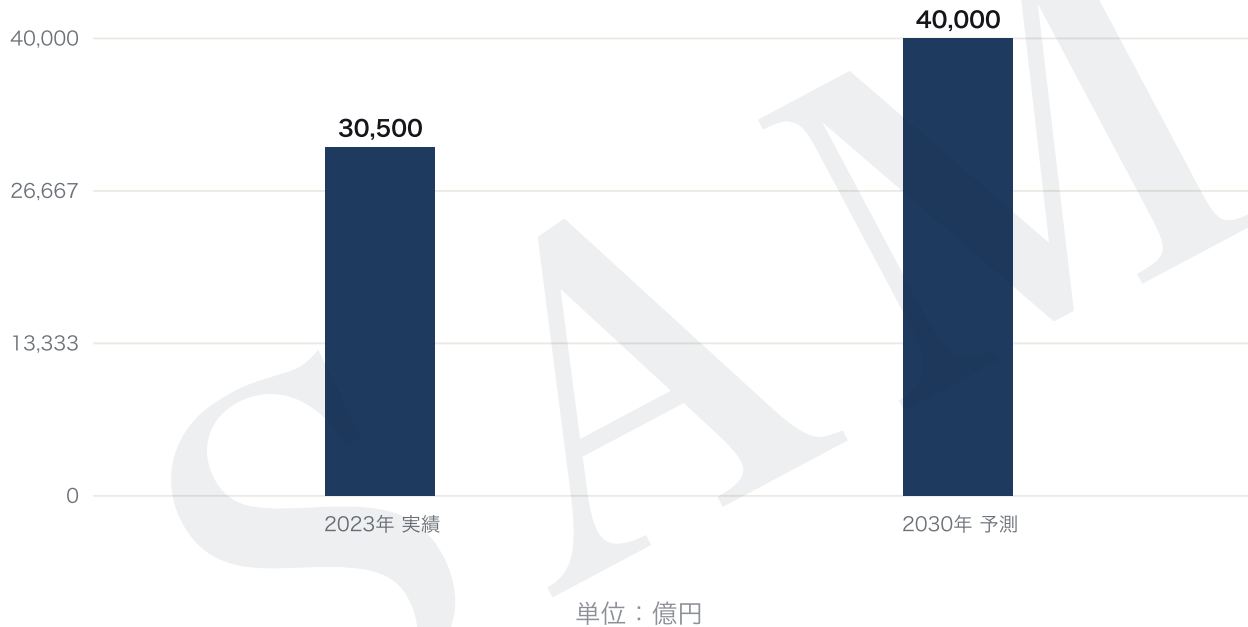
#### 提供の流れ

集荷・入庫 → 鑑定・真贋・撮影 → アプリで保管／出品 → 売れたら名義移転。現物は倉庫据え置きのまま、**預けたまま**即時受け渡しでき、紛失・すり替えのリスクを排する。

# 市場機会

母市場リユースは3.05兆円→2030年4兆円と拡大。家庭内には約94兆円の休眠資産。狙う年商機会TAMは約402億円。

図1 リユース市場の規模見通し（億円）

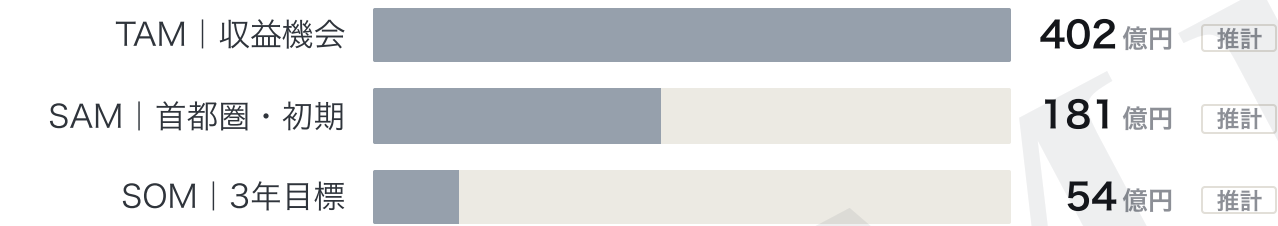


事実 推移の読み取り

- ✓ リユース業界は2023年3.05兆円→2030年4兆円で年平均約**3.95%**、CtoC-ECも前年比+5.0%と母市場は拡大基調 [メルカリ, **S1**]（CAGRは自社算出）。
- ✓ 供給源も厚く、家庭内の休眠再販資産は約**94兆円**（5,800億ドル換算・約1/3がファッション関連） [Financial Times, **S8**]（円換算は自社）。
- ✓ 論点は市場の有無ではなく、保管・真贋・流動性が交差する領域をどれだけ獲得できるかにある。

年商機会TAMは約402億円。巨大市場ではないが、高単価・高粗利が成立するニッチとしては十分である。

図2 市場規模の三角測量 (年商機会・億円)



事実 グラフの読み取り

- ✓ TAMはトップダウン402億・ボトムアップ238億を突合し**基本402億円** (レンジ198~853・自社推計／算定は付録E)。
- ✓ 売上は保管料 (残高×年2.4%) + 売買手数料 (10%) の合成。件数より1顧客あたり価値の最大化が前提 (算定は付録C)。

注意

“巨大市場”ではなくニッチ——薄利多売は成立しない  
高級ブランド・時計を倉庫に据え置いて売買する形態の独立統計はなく、三角測量による自社推計のため  
**総合確度は中**とする (算定は付録E)。高単価・高粗利・高継続でLTVを積む設計が前提となり、母数・アタッチ率・取引頻度は次フェーズで精緻化する。

# 外部環境となぜ今

追い風は需要面に広く及ぶが、運営（古物・本人確認・保険・倉庫）が重い。参入の窓は“今すぐ”ではなく“開きつつある”。

表1 市場のドライバーと抑制要因（PESTLE・主要分／全8要因は付録F-1）

| 要因   | 方向     | 事実・示唆（出典）                                                      |
|------|--------|----------------------------------------------------------------|
| 経済   | 追い風    | リユース市場は2030年まで拡大、休眠資産の売却動機も増加 [メルカリ, S1 / Financial Times, S8] |
| 技術   | 追い風（大） | SNKRDUNKは全取扱品を鑑定・検品し全額補償まで整備 [SNKRDUNK, S4 / SNKRDUNK, S5]     |
| 政策・法 | 向かい風   | 高額中古流通は古物関連表示・本人確認・取引管理が前提でコスト高 [メルカリ, S2 / SNKRDUNK, S6]      |
| 経済   | 向かい風   | 国内ラグジュアリーは2024年に国内需要鈍化の示唆 [WWD, S9]                            |

分析

## なぜ今か——信頼インフラの“説明コスト”が下がる局面

(1)母市場リユースの伸長、(2)休眠資産の厚み、(3)大手の高価格帯カテゴリ強化、(4)SNKRDUNK等による高額trust UXの消費者教育——この4点が重なり、参入の窓は“開きつつある (opening)”。ただし待てば大手が「鑑定＋倉庫＋高額カテゴリ」を内包し、差別化余地が縮む [メルカリ, S1 / SNKRDUNK, S3 / SNKRDUNK, S7 / Financial Times, S8]。

# 競合と差別化

04

“流動性”はメルカリ、“保管”は寺田倉庫、“真贋”はSNKRDUNK。三つを束ねる国内サービスは見当たらない。

図3 ポジショニングマップ



## 事実 マップの読み取り

- ✓ 右上（高流動性×保管・信頼の一体）が空白であり、自社案はこの領域に位置する。
- ✓ メルカリは流動性、寺田倉庫は保管に強い一方、空白が生じているのは信頼構築コストの高さによる。最大の脅威は大手による機能の内包である  
[メルカリ, S1 / SNKRDUNK, S5]。

競合と差別化 (続き)

評価軸（縦）×競合（横）で並べると、3つの結節点すべてで○以上に届くのは自社案のみである。

競合比較（縦＝評価軸・横＝競合）

|           | 自社案 | メルカリ | SNKRDUNK | 寺田倉庫 | 買取・質店 | PSA Vault |
|-----------|-----|------|----------|------|-------|-----------|
| 流動性・価格発見  | ○   | ◎    | ○        | △    | △     | ○         |
| 保管・セキュリティ | ◎   | —    | △        | ◎    | —     | ◎         |
| 真贋・本人確認   | ◎   | △    | ◎        | —    | ◎     | ◎         |
| カテゴリ網羅    | ○   | ◎    | △        | ○    | ○     | △         |
| 日本適合      | ◎   | ◎    | ◎        | ○    | ◎     | △         |

◎ 非常に強い   ○ 強い   △ 一部・限定的   — 弱い・なし

網掛けは自社案（構想上の狙い）。寺田倉庫/Minikuraはヤフオーク!連携で売買は可能だが高額品の鑑定・価格発見は対象外、PSA Vaultは鑑定済みカードに限定し米国拠点である [Minikura（寺田倉庫）, S12 / PSA Vault, S13]。競合詳細は付録F-2。

**事実** 競合比較の読み取り

- ✓ メルカリ＝流動性、寺田倉庫＝保管、SNKRDUNK＝真贋。各社は**1～2軸に強い**が、残りは△以下に留まる。
- ✓ 買取・質店は真贋に強いが流動性が弱く、PSA Vaultは日本適合が低い。

**分析**

空白の要因は、**3軸を束ねる重い実運用が参入障壁となっている点にある**

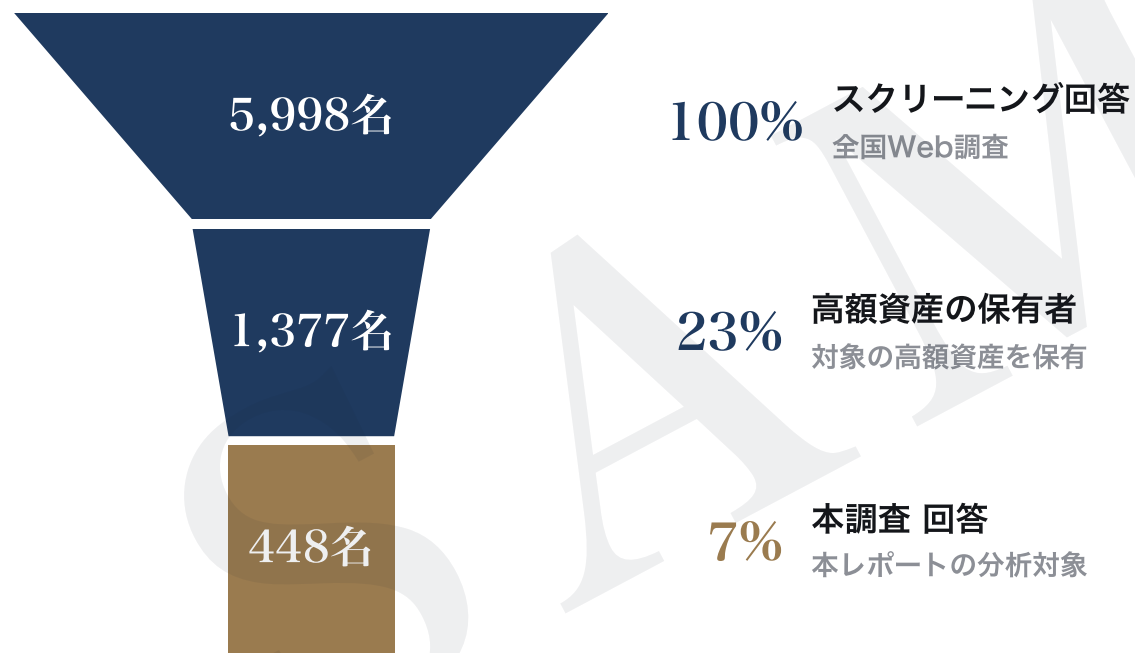
流動性・保管・真贋の3軸すべてで○以上に届くのは**現状、自社案のみ**である。ただし、これらを同時に満たすには倉庫・保険・鑑定・古物対応といった**重い実運用**が必要であり、ソフトウェアのみでは実現できない。この実運用の重さが、空白が残存している要因である

[メルカリ, **S1** / SNKRDUNK, **S3** / SNKRDUNK, **S5** / SNKRDUNK, **S7**]。

# 調査設計と回答者

全国5,998名をスクリーニング。高額資産の保有者は23%。その448名に保管・取引・価格の需要を聴取した。

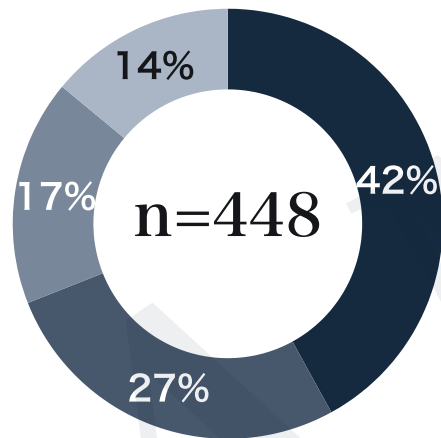
## ■ 回答者の絞り込み（需要アンケート）



全国5,998名に保有資産を確認し、対象の高額資産（時計・ブランド・宝飾・トレカ等）の保有者を**23%**抽出。さらに需要を詳しく聴取できた**448名**を分析対象とし、以降の設問の%は原則この448名を基数とする。

回答者のコレクション総額は100万～3,000万円が中心（86%）。狙うべきは“中位コレクター層”。

図4 回答者のコレクション総額の構成（本調査 n=448）



- 100万～300万円
- 300万～1,000万円
- 1,000万～3,000万円
- 3,000万円以上

#### 事実 読み取り

- ✓ 資産**100万～3,000万円が86%**を占め、3,000万円以上の超高額層は14%にとどまる。
- ✓ 中位層（300万～3,000万円）が初期ターゲットの母集団となる。

#### 分析

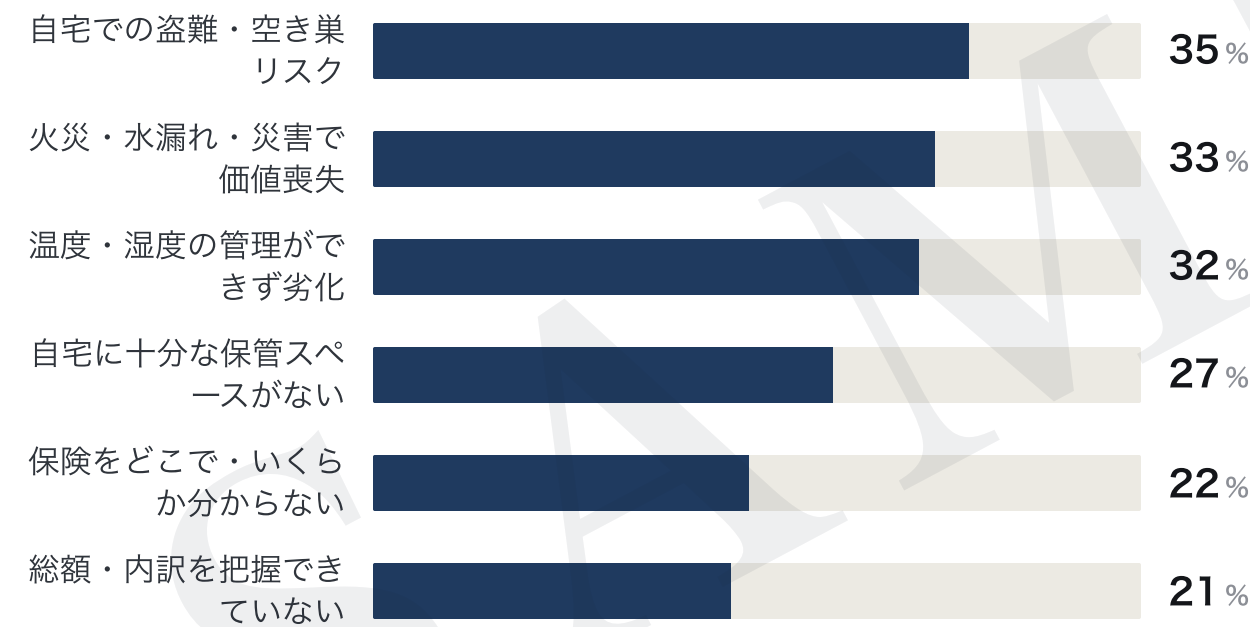
対象は不特定多数ではなく保有者に限られ、薄く広い展開は成立しにくい

高額資産の保有率は23%であり、母集団は構造的に小さい。薄く広く展開せず、保有者の需要を深く満たして高単価で補う方針が適する。中心は、保管・売却の双方に課題を抱える**中位コレクター（資産300万～3,000万円）**である（付録B）。

# 顧客課題

保有者は“家に置くリスク”と“売る時の摩擦”を同時に抱える。どちらも3割前後が課題と回答した。

図5 保管で感じる不安（本調査 n=448・%）

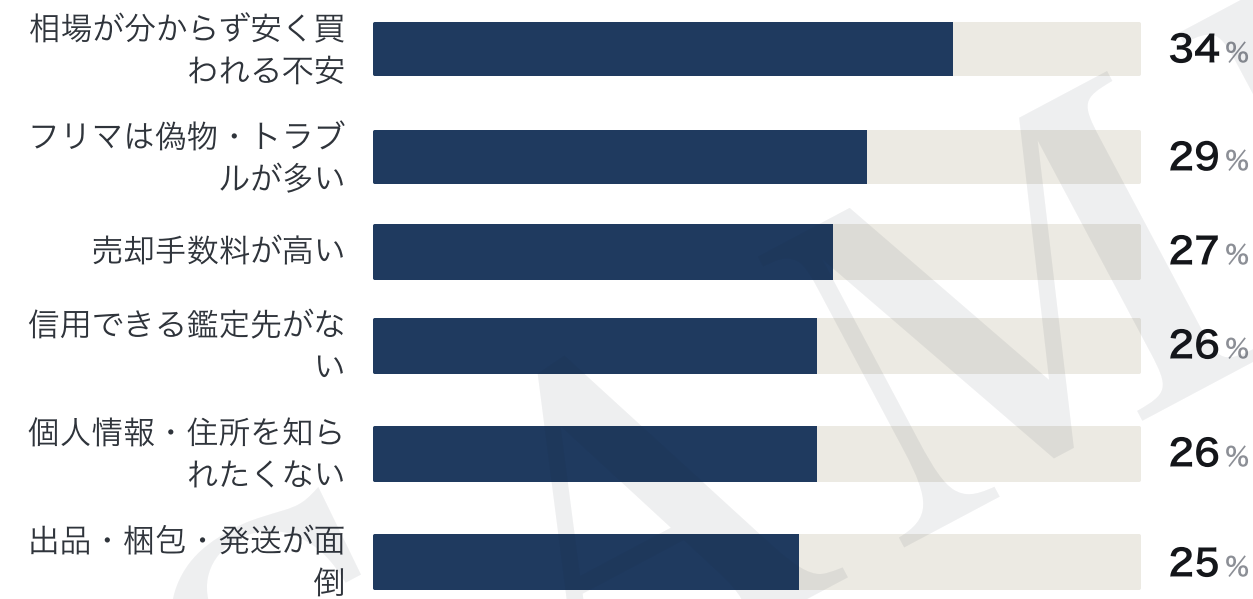


事実 読み取り

- ✓ 保管面の三大不安は盗難35%・災害33%・劣化32%である。
- ✓ 「資産の見える化（総額把握21%）」への関心も一定数あり、ポートフォリオ機能の余地がある。

売買側の摩擦も大きい。相場の不透明さ・偽物・手数料・鑑定不信が並ぶ。

図6 売買で感じる不安 (本調査 n=448・%)



リスク

保管と売買の課題は分断されておらず、同一の保有者が連続して抱えている

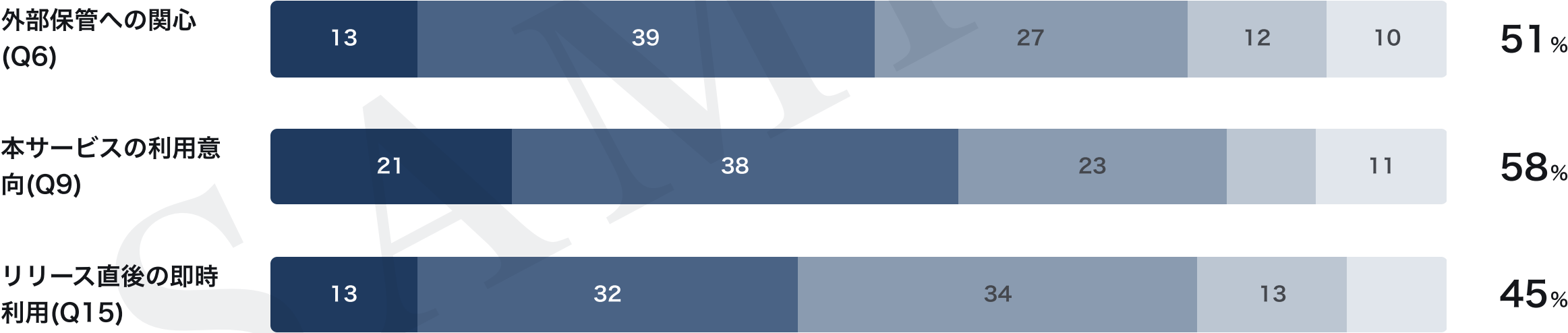
盗難・災害・劣化という保管面の不安と、相場・偽物・手数料・鑑定という取引面の不安は、別々の層ではなく同一の保有者が同時に抱えている。そのため、両者を一体で引き受けるほど乗り換え価値は大きくなる。保管面のリスクと売却時の摩擦を同時に解消することが、差別化の起点となる。

# 需要の強さ

“預けたまま売買”への利用意向は58%。一般の保管関心（51%）を上回り、サービスが意向を押し上げている。

■ コミットメント別の前向き度（本調査 N=448）

■ とても前向き ■ やや前向き ■ どちらでもない ■ やや消極的 ■ とても消極的



右端は“とても/やや前向き（トップ2）”の合計。各帯の数字は%。

資産規模×需要をクロス集計した。反応が最も強いのは300万～3,000万円の中位層である。

資産規模別の需要 (トップ2・% / 本調査 N=448)

|               | 利用意向 Q9 | 即時利用 Q15 | 保管関心 Q6 |
|---------------|---------|----------|---------|
| 100～300万円     | 59%     | 34%      | 48%     |
| 300～1,000万円   | 64%     | 51%      | 61%     |
| 1,000～3,000万円 | 62%     | 58%      | 51%     |
| 3,000万円以上     | 43%     | 49%      | 43%     |

色が濃いほど前向き (数値はトップ2=「とても/やや」の合計・%)。

**事実** クロス集計の読み取り

- ✓ 中核は**資産300万～3,000万円**であり、利用意向62～64%・即時利用51～58%と全セグメントで最も高い。
- ✓ 時計所有者の利用意向は65%であり、初期は**時計所有者と中位層**を主要ターゲットとする。

**分析****狙うべきは超富裕層ではなく、“持つが置き場と売り場に困る”中位コレクター**

需要は資産額に比例して伸びるのではなく、中位層で頂点に達し、3,000万円以上の超高額層ではむしろ低下する。超高額層はすでに金庫・貸金庫を保有しており、外部委託の動機が薄いためである。即時利用の意向が資産額とともに上昇する（34%→58%）ことも踏まえ、初期は時計・ブランド品の中位コレクターに資源を集中する。

# ソリューション適合

08

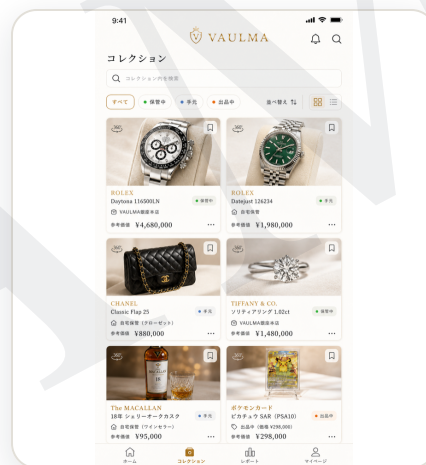
プロトタイプを提示して検証。期待はまず“安全な保管”と“真贋・補償”に集まった。

定量（Q9以降）・定性インタビューでは、本サービスのプロトタイプ（概念検証用のアプリ画面）を提示し反応を聴取した。プロトタイプは「預ける（24時間管理保管）→ 証明する（第三者鑑定・全額補償）→ 動かす（預けたまま売買）」の3層に、保有資産を一元管理するポートフォリオ機能（総額・評価額の推移・損益）を束ね、保管・真贋・売買・資産管理を1つの体験として統合したものである。

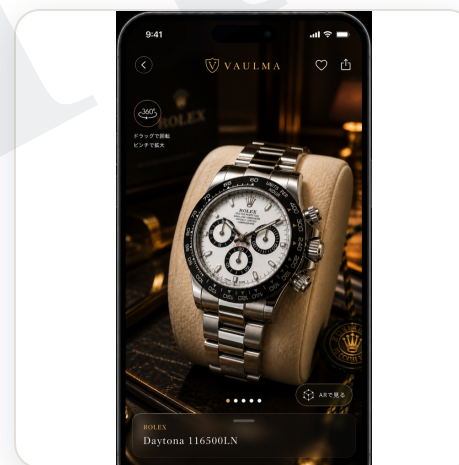
図7 調査で提示したプロトタイプ（本サービスのアプリ画面イメージ）



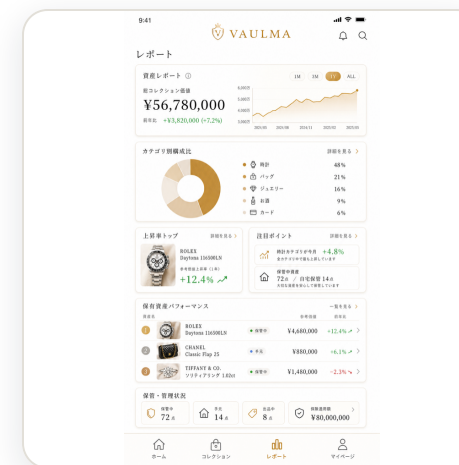
ホーム：資産ポートフォリオの総額と注目アイテム



コレクション：保有資産の一覧管理



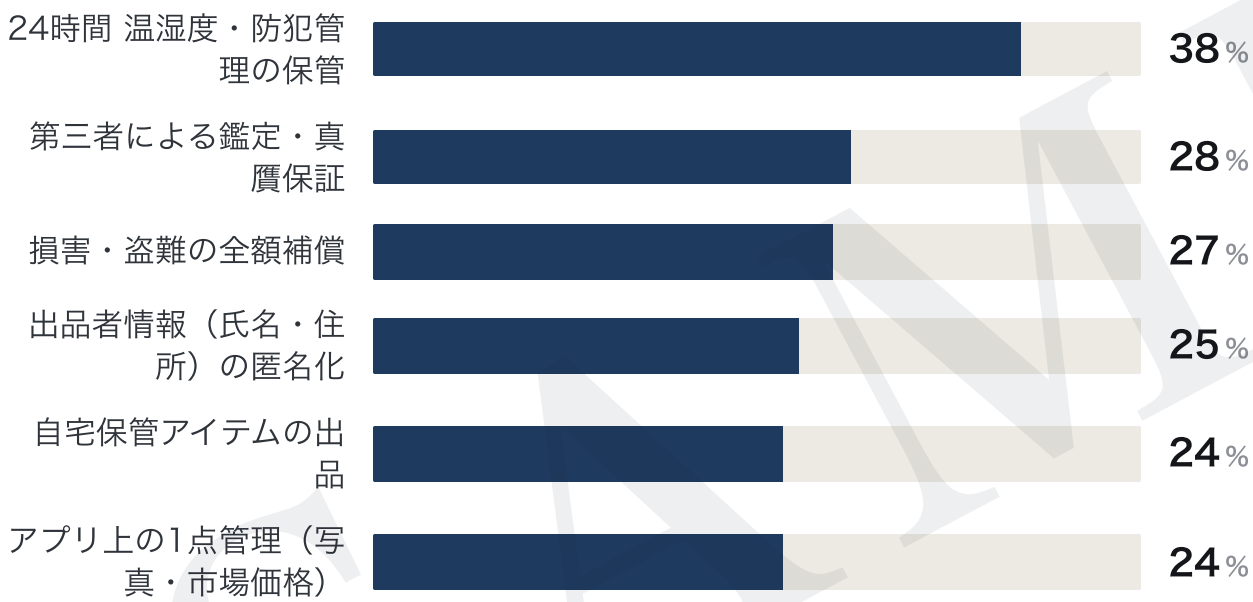
アイテム詳細：360°/ARと真贋・市場価格



資産レポート：評価額の推移・構成・損益

提示したプロトタイプに対し、期待された機能を聴取した (Q10)。

図8 期待された機能 上位 (本調査 n=448・複数回答・%)



事実 読み取り

- ✓ 上位は保管・鑑定・補償・匿名化の“信頼インフラ”。C2C(17%)・板取引(16%)は下位。
- ✓ 初期プロダクトは取引機能よりも、安全に預け、本物であることを証明する土台を優先すべきである。

本サービスは“預ける→証明→動かす”の3層。預けたまま売れることが、保管と売買の分断を埋める。

表2 本サービスの3つのコアと需要の裏づけ

| コア         | 提供価値                | 解消する不安             | 対応する期待機能           |
|------------|---------------------|--------------------|--------------------|
| ① 預ける（保管）  | 盗難・災害・劣化・家族の目を解消    | 保管不安 32～35%        | 24h管理保管 38%        |
| ② 証明する（真贋） | 偽物・すり替え・鑑定不信を解消     | 偽物29%・鑑定先なし26%     | 第三者鑑定 28%・全額補償 27% |
| ③ 動かす（流動性） | 相場・手数料・出品発送・対面交渉を解消 | 相場34%・手数料27%・面倒25% | 匿名化25%・自宅品出品24%    |

希望カテゴリは時計40%・ブランド/宝飾39%・アート29%（付録B）。

分析

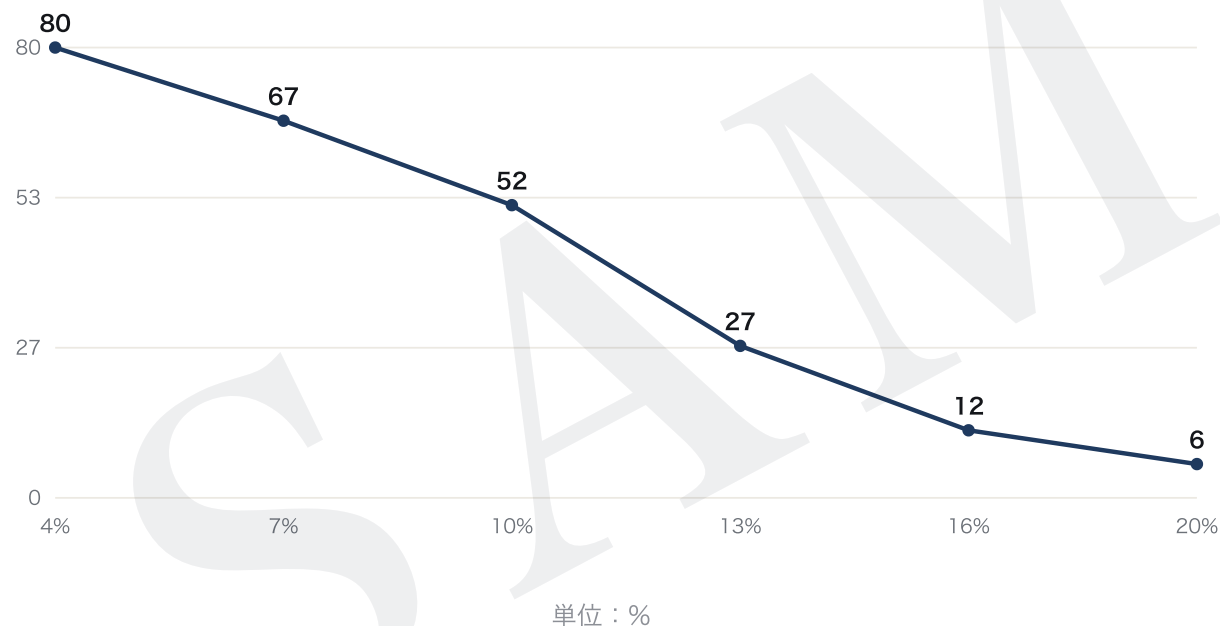
狙いは一点＝『預けたまま、本物と分かる形で、すぐ売れる』

3層を束ね、全額補償と資産ポートフォリオ管理を重ねることで、“高額リユースを資産クラスとして扱う”体験に寄せる。

# 価格受容性

手数料は10%が分岐点であり、10%であれば過半（52%）が受容する。保管料も、月3,000円以上を6割が許容する。

図9 販売手数料の受容曲線（本調査 n=448）



## 事実 グラフの読み取り

- ✓ 手数料**10%**で受容率**52%**に達し、業界水準（メルカリ 10%）と整合する [メルカリ, S1]。
- ✓ 13%を超えると受容率は27%へ急落し、分岐点は10%前後にある。

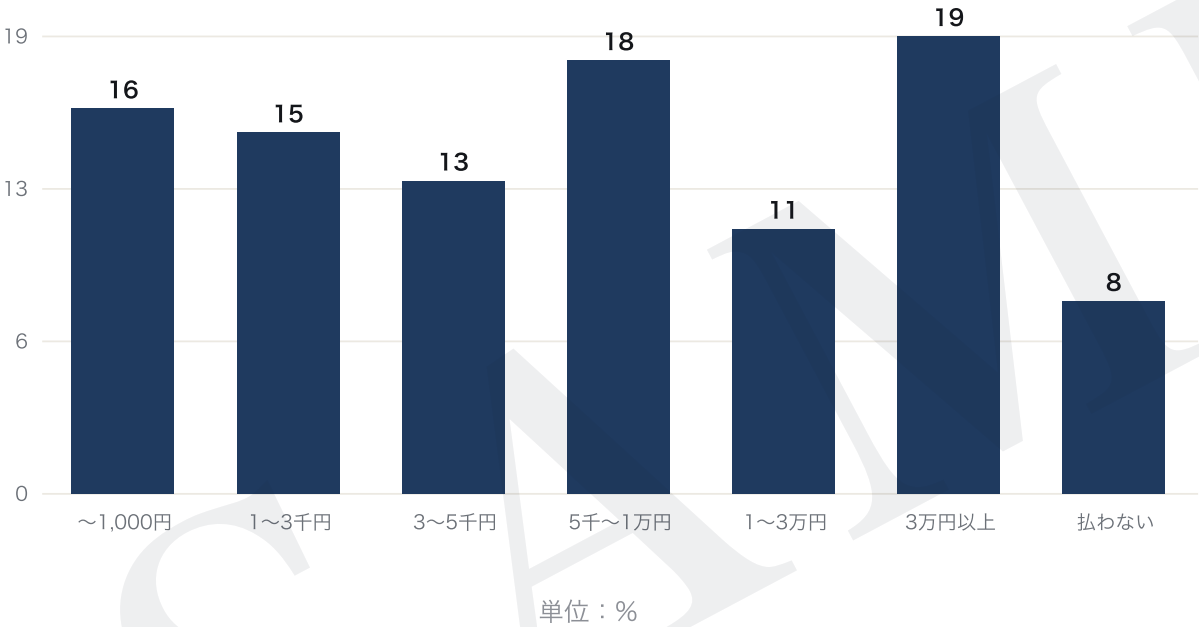
## 注意

料率は10%を基準に固定し、粗利は付帯（鑑定・保険・保管）で積む

高単価のため、10%でも1取引の収益は大きい。一方、最大の障壁は手数料の高さ（40%）であり、料率の引き上げは**転換率を直接損なう**。利益は鑑定・保険・保管の付帯価値で積む設計が現実的である。

保管料は月5,000円～1万円が中心であり、支払意思が確認でき、保管課金は成立する。

図10 許容できる保管料 (1点・月額/本調査 n=448・%)



事実 読み取り

- ✓ 月3,000円以上が約62%を占め、  
「無料以外は使わない」層は8%にとどまる。
- ✓ 高単価帯（3万円以上19%）は高額・多点の保有層であり、保管単価の上振れ余地がある。

# 採用障壁

利用の壁は“手数料・倒産持ち逃げ・鑑定精度・情報漏えい”。いずれも信頼・補償・コストに関わる。

図11 利用の最大の不安・障害（本調査 n=448・%）



事実 読み取り

- ✓ 障壁の中心は**信頼・補償・コスト**にある。倒産・持ち逃げ37%は、保管に特有の不安である。
- ✓ 分別管理・全額補償・第三者鑑定・本人確認の可視化が、転換率を左右する。

注意

**最重要の未実証は“意向（58%）→実際の預入・取引”の転換**

障壁は信頼・補償・コストに帰着し、全額補償・分別管理・eKYC・10%料率によって対応し得る。残る最重要の論点は意向と実行動の差、すなわち**保管アタッチ率（意向から実行動への転換）**であり、次フェーズで実測する。

# 定性調査結果（インタビュー）

高額資産の保有者3名へのデプスインタビュー。論点は「家に置けない×値上がり保有」「取り出しと価格帯」「鑑定・補償への期待」。

表3 インタビュー対象者（匿名・2026年5月／各30分・オンライン）

| 対象  | 属性             | 保有資産               | 主な不満・状況                                    |
|-----|----------------|--------------------|--------------------------------------------|
| 対象A | 45歳・女性・京都・自営業  | 時計（平均80万）・バッグ・トレカ  | 値上がり品の置き場に困る。トレカは倉庫（月1.3万円）に預けるが費用と出し入れに悩む |
| 対象B | 40歳・女性・東京・会社経営 | 高級腕時計・美術品（5万～200万） | 美術品の置き場・劣化が不安。専門外の保管は不安だが寺田倉庫ほどの価格帯でもない    |
| 対象C | 34歳・男性・東京・会社経営 | ウイスキー/ワイン・トレカ・衣服   | 値上がり目的で購入。自室の収納が限界。外部保管は取り出しが面倒で踏み切れない     |

発言は文字起こしの主旨を保ったまま要約。属性は匿名化（氏名は不使用）。

## | 論点① “家に置けない”と“値上がり目的の保有”——課題は3名に共通

## 事実 読み取り

- ✓ 3名とも **自宅の保管スペースが限界**。「収納がもうキツキツ」（対象C）。
- ✓ 保有の主目的は**値上がり・資産形成**。短期売買より中長期の価値上昇を期待し、“使わず持つ”在庫が積み上がる。
- ✓ 既に外部保管を使う層もいるが、**費用と出し入れの手間**が継続のネック（対象A：トレカを月1.3万円で倉庫保管）。

“ 今後値上がりしそうな物を保管していて、置き場所に困っています。トレカはレンタル倉庫に預けていますが、片道30分かけて持っていくのが面倒だし、月額もそこそこかかるので悩んでいます。

— 対象A（45歳・女性・京都・自営業／時計・バッグ・トレカ）

## 論点② 取り出しの容易さと価格帯が、訴求の強さを左右する

### 事実 読み取り

- ✓ レンタル倉庫の**取り出しの面倒・月額負担**が共通の障壁（対象A／対象C）。
- ✓ 「使う」目的の中価格帯品（30～100万の時計等）は**預けっぱなしに抵抗**。対象Bは“資産性に寄り切ったサービス”に距離感。

“ただ閉まっておくだけにはしたくない。物は使われるから価値があると思っているので、資産性に寄り切ったサービスは私のスタンスとは少し違うと感じました。寺田倉庫に預けるほどの価格帯でもないですし。

— 対象B（40歳・女性・東京・会社経営／美術・時計）

## 論点③ コンセプトへの反応——鑑定・補償と“保管したまま売買”

### 事実 読み取り

- ✓ 「めちゃくちゃ使いたい。必要なときだけ取り出す仕組みは合っている」（対象C）。高額品は事前に予定が決まるため保管モデルと相性が良い。
- ✓ 関心は**鑑定・補償の確かさ**に集中している。「濡れただけで価値が落ちないか」「いくらまで預けられるのか、上限は」といった声が挙がった。
- ✓ 鑑定済み化へのハードルも見られた。対象Aは「鑑定はいつか挑戦したいが、今は手が出ない」と述べており、**鑑定の代行・標準化に価値がある**。

“リアルタイムで“3時間後に使う”ことはまずなくて、1～2週間前から予定を決めるものなので、必要なときだけ取り出す仕組みはすごくマッチしそうです。すごく使いたいと思いました。

— 対象C（34歳・男性・東京・会社経営／酒・トレカ）

## まとめ：定性が定量を裏づけ、ターゲットと成否の要因を具体化する

### 事実 3論点の要約

- ✓ ① 課題は3名に共通する。自宅の保管スペースの限界と、値上がり目的で「使わず持つ」在庫の積み上がりである。
- ✓ ② 訴求の強さは取り出しの容易さと価格帯に左右される（「使う」目的の品は預けたくないという反証もある）。
- ✓ ③ 期待は鑑定・補償の確かさと「保管したまま売買」に集まり、「めっちゃうちゃ使いたい」との強い反応も得られた。

### 分析

**結論：初期ターゲットは値上がり保有の中位コレクター、成否は取り出し・鑑定／補償・月額で分かれる**

初期のターゲットは**値上がり保有の中位コレクター**である。成否を分けるのは**取り出しの容易さ・鑑定／補償の確かさ・適正な月額**である。一方「使う」目的の品は預けたくないという**反証**もあり、ターゲットを絞ることが要件となる（付録D）。

# ターゲット像（ペルソナ）

定量・定性が一致した初期ターゲットは「値上がり保有の中位コレクター」。

|                                                                                                               |                   |                                                                                                             |                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| PRIMARY PERSONA ・ 初期ターゲット                                                                                     |                   |                                                                                                             |                      |
| 値上がり保有の中位コレクター                                                                                                |                   |                                                                                                             |                      |
| 「今後値上がりしそうな物」を“使わず持つ”。預けたまま安全に売買したい。                                                                          |                   |                                                                                                             |                      |
| 年代<br>30～50代・男女                                                                                               | 職業<br>都市部の自営・会社経営 | 資産規模<br>300万～3,000万円                                                                                        | 保有カテゴリ<br>時計・トレカ・酒 等 |
| ■ 動機・目的 <ul style="list-style-type: none"><li>・ 値上がり期待で“使わず持つ”</li><li>・ 必要時だけ取り出して使う／売る</li></ul>            |                   | ■ 抱える課題・不安 <ul style="list-style-type: none"><li>・ 自宅の保管が限界（盗難35%・劣化32%）</li><li>・ 外部倉庫は高く出し入れも面倒</li></ul> |                      |
| ■ 求める価値・期待 <ul style="list-style-type: none"><li>・ 預けたまま売買できる一体型（利用意向58%）</li><li>・ 鑑定・補償＋必要時の即取り出し</li></ul> |                   | ■ 支払意思 <ul style="list-style-type: none"><li>・ 販売手数料10%を受容（52%）</li><li>・ 保管料 月3千円超も可（62%）</li></ul>        |                      |
| 今後値上がりしそうな物の置き場所に困っています。倉庫は片道30分の出し入れが面倒で、月額もそこそこかかり悩んでいます。                                                   |                   |                                                                                                             |                      |
| 対象A（45歳・女性・京都・自営業／時計・バッグ・トレカ）                                                                                 |                   |                                                                                                             |                      |

# 総合評価 (D / F / V)

13

総合71点。需要 (D 78) が牽引し、実現性 (F 62) が最大の弱点である。需要は定量・定性で確認でき、未実証は収益性と重い実運用にある。

## Desirability (望ましさ)

78/100

保管・取引の不安が実在し、利用意向58%・即時利用45%。保管関心層72%・時計保有者65%とターゲットが明確であり、定性3名も保管スペースの限界・取り出しの摩擦・値上がり目的の保有を裏づけた。

減点：高額品の保有は人口の23%とニッチである。  
「使う」目的の中価格帯品には預けたままにすることへの抵抗もあり、ターゲットを絞る必要がある。

## Viability (成立性)

70/100

手数料10%は過半が許容し、保管料の支払意思も確認できた。保管料（残高×年2.4%）＋手数料による高単価・高粗利の素地がある。

減点：churn・CAC・補償原価が未実測であり、固定費・補償の重さが利益を圧迫し得る。

## Feasibility (実現性)

62/100

### 最弱点

アプリ・取引基盤は実装可能。

減点：倉庫・真贋・保険・古物/倉庫法の一体運用が重く、重大事故時のブランド毀損リスクが大きい。

評価基準：各軸の測定の観点と、本件の評価根拠を示す。

表4 DFV採点ルブリック（各軸の到達度の目安）

| 評価軸（本件スコア）  | 高 80-100              | 中 60-79           | 低 ~59       |
|-------------|-----------------------|-------------------|-------------|
| D 望ましさ   78 | 強い実需と明確な、意向→行動まで裏づけ   | 実需はあるが行動転換が未実証    | 課題が弱い／的が不明確 |
| V 成立性   70  | 価格受容に加え単位経済（継続・原価）も実証 | 価格受容はあるが継続・原価が未実測 | 採算が成立しない    |
| F 実現性   62  | 標準的な実装・運用で成立          | 重い実運用だが設計・体制で対応可  | 規制・技術で実現困難  |

各軸0～100点。採点観点は付録G、本件スコアの根拠はスコアカード参照。

総合71点の導出：各軸の素点×加重（寄与点）を積み上げ、総合71点となる。

図12 DFV加重後の寄与点（素点×加重・合計71点）



事実 加重計算

- ✓  $D\ 78 \times 40\% = 31.2 / V\ 70 \times 30\% = 21.0 / F\ 62 \times 30\% = 18.6 \rightarrow \text{合計 } 70.8 \approx 71。$
- ✓ 需要（D）を最も重視するのは、初期の成否を最も左右するのが需要の有無であり、本件の最大の不確実性が意向から実行動への転換にあるためである。

補足

判定を分けるのは、意向から実行動への転換と、重い実運用の成立の2点である

需要とホワイトスペースは確認済みである。残る論点は、(1)意向（58%）が実際の保管アタッチ・取引に転じるか、(2)重い実運用を事故なく運営できるか、の2点である。結論は**条件付きGo**とする。

# 免責事項・ご利用上の注意

本資料の前提・限界・取り扱いに関する重要事項。投資等の判断は本資料のみに依拠しないでください。

## 本資料はサンプルです

本資料は当社レポート作成サービスの体裁・構成を示す**サンプル**です。会社名・数値・固有名はすべてサンプルであり、**実在の企業・調査・取引を示すものではありません**（営業・マーケティング目的での外部共有が可能です）。本サンプルは事業性検証を目的とした情報提供であり、投資・法務・税務等の助言を構成するものではありません。

## 調査手法と標本誤差

定量結果は当社実施のWebアンケート（スクリーニング n=5,998／本調査 n=448）に基づく**標本調査**です。標本には標本誤差があり、割付・回答者属性・回答時点の状況等による偏りが結果に影響し得ます。母集団全体の値を保証するものではありません。

## 定性調査の代表性

デブスインタビュー（3名）は仮説の具体化と定量結果の解釈補助を目的としたもので、**統計的な代表性はありません**。発言は文字起こしの主旨を保ったまま要約し、個人を特定しない範囲で記載しています。

## 市場規模・推計の限界

市場規模・収益機会は直接統計が乏しいサブ市場のため、上位市場・関連データからの**三角測量による推計**を含み、保守～強気で相応のレンジがあります。前提（対象世帯数・保管アタッチ率・取引頻度等）が変われば数値は変動します。

## 将来予測の不確実性

市場成長・将来予測は一定の前提条件に基づく試算であり、**将来の実績を保証するものではありません**。景気・為替・競争・規制・技術等の外部環境の変化により、結果は本資料の想定と大きく異なる可能性があります。

## 二次情報の取り扱い

マクロの事実・数値は公開情報（出典 S1-S13）に基づき、各**発行元の正確性・最新性に依存**します。市場規模・CAGR・通貨換算などの推計値は、これらをもとにした**自社の試算**であり、前提・式を付録E・Cに記載しています。

## 競合情報について

競合の評価は公開情報を基にしたもので、**非公開の取り組み・契約・最新の仕様変更は反映されない場合**があります。各社のサービス内容・手数料・対応範囲は予告なく変更され得ます。

## 数値の表記・端数処理

割合は四捨五入のため、内訳の合計が必ずしも100%になりません。特記のない%の**基数は本調査 n=448**です。金額・件数・市場規模は概数・推計を含み、単位・桁の丸めにご留意ください。

## 個人情報・機密保持

定性協力者の情報は匿名化（対象A～C）し、氏名等の**個人を特定する情報は使用していません**。本資料は貴社の社内検討を目的とした**機密資料**であり、第三者への開示・複製・二次利用・公開はお控えください。

## データの提供と再利用

個票（ローデータ）は本資料には掲載せず、別途CSVで共有します。再集計・再分析を行う際は、**基数・設問定義・算定式（付録）**をご確認のうえ、本資料の前提の範囲でご利用ください。

# 付録：調査の全データ・前提・出典

本編の結論を支える根拠の全データ——主要用語の定義から、調査設計・全設問の結果・面談記録・市場規模の算定・評価基準・競合・出典までを収録。

## A. 用語集

表5 A | 用語集

| 用語                | 意味                                            |
|-------------------|-----------------------------------------------|
| TAM / SAM / SOM   | 獲得可能な最大市場／実際に狙える市場／3年で取りに行く市場。市場規模を3段階で見る枠組み。 |
| 保管アタッチ率           | 利用者のうち実際に外部倉庫へ預け入れる人の割合。本事業の最重要KPI。           |
| ARPA              | 1顧客あたりの年間売上。本件では保管料（残高×年2.4%）＋売買手数料（10%）の合成。  |
| churn / LTV / CAC | 解約率／顧客生涯価値／顧客獲得コスト。採算性の基本指標。                  |
| eKYC / 古物営業法・倉庫業法 | オンライン本人確認／中古品売買・物品保管事業を規律する法律。高額取引で対応必須。      |

B. 調査の全体設計（3本立て）

表6 B | 定量・定性・マクロの方法と対象

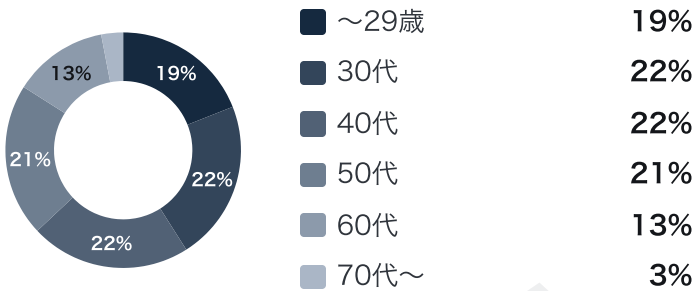
| 調査            | 方法                                      | 規模・対象・取得項目                                    |
|---------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 定量（需要アンケート）   | 全国Web・割付スクリーニング→本調査（2026年5月）            | SC n=5,998／本調査 n=448（高額資産保有者）。属性・SC1-3・Q4-Q15 |
| 定性（デプスインタビュー） | オンライン1対1・各30分。保有/保管/売買の実態→コンセプト提示→反応を聴取 | 3名（時計・美術・酒・トレカ等の保有者）                          |
| マクロ（二次情報）     | 公開統計・企業開示・報道を三角測量（市場規模・成長・競合・規制）        | 出典 S1-S13（外部公開情報）＋自社推計（付録E・C）                 |

本調査(n=448)の基数＝「本サービスの利用意向(Q9)」に回答した高額資産保有者。個票ローデータは本資料とは別途CSVで共有する。

C. 定量調査：全設問の結果（基数 n=448）

回答者の属性（n=448・％）

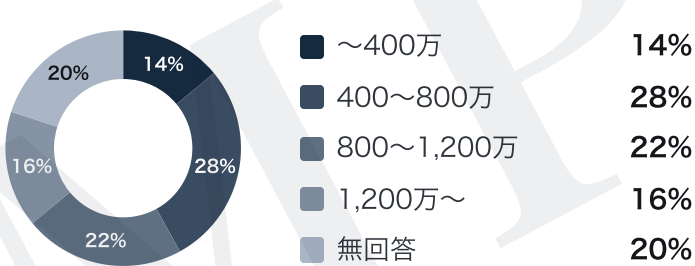
年代



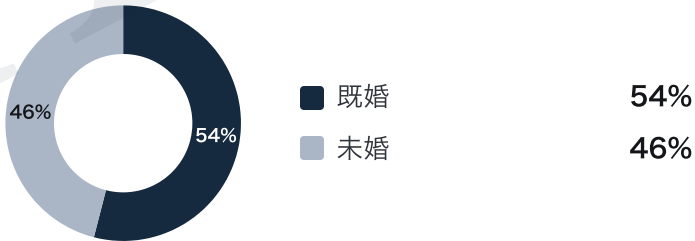
性別



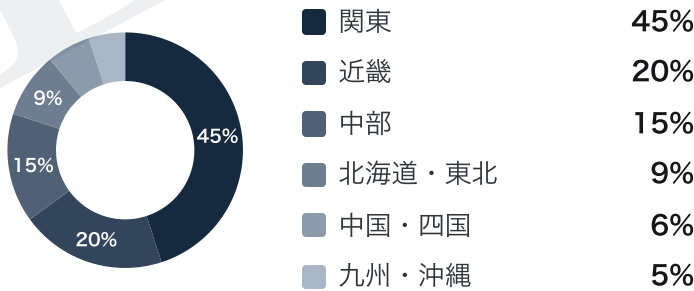
世帯年収



婚姻



居住地（地域）



付録：調査の全データ・前提・出典 (続き)

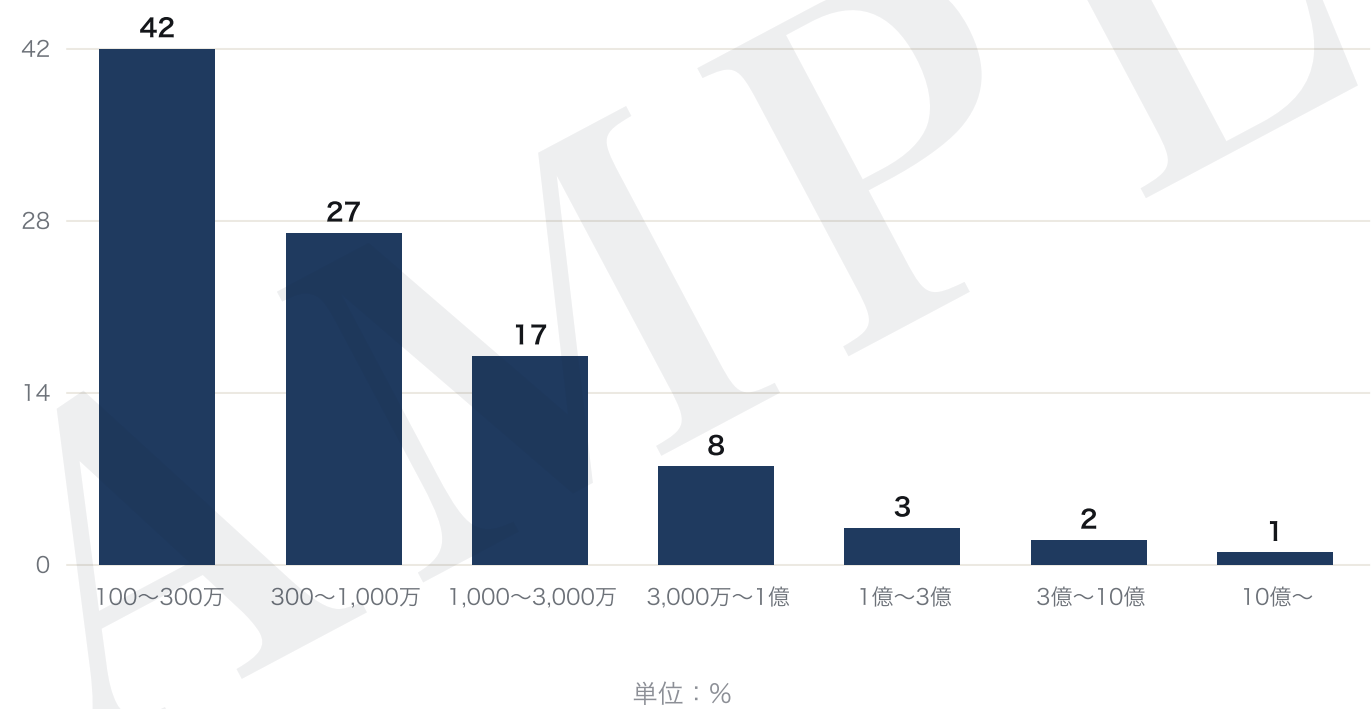
設問：現在所有・収集している資産・コレクターアイテム（1点20万円以上が目安）をすべてお選びください。

図13 SC1 | 保有資産カテゴリ（複数回答・%）



設問：ご自身のコレクション・資産的アイテムの推定総額をお選びください。

図14 SC2 | コレクション総額（単一回答・%）



付録：調査の全データ・前提・出典 (続き)

設問：過去12か月以内に、上記の資産を「売却」「購入」「保管」した経験をすべてお選びください。

図15 SC3 | 過去12か月の取引・保管経験（複数回答・%）



付録：調査の全データ・前提・出典 (続き)

設問：コレクションや高額資産アイテム（時計・トレカ・ブランド品など）を「保管」する際に感じている不安・不便・課題をすべてお選びください。

図16 Q4 | 保管で感じる不安（複数回答・%）



付録：調査の全データ・前提・出典 (続き)

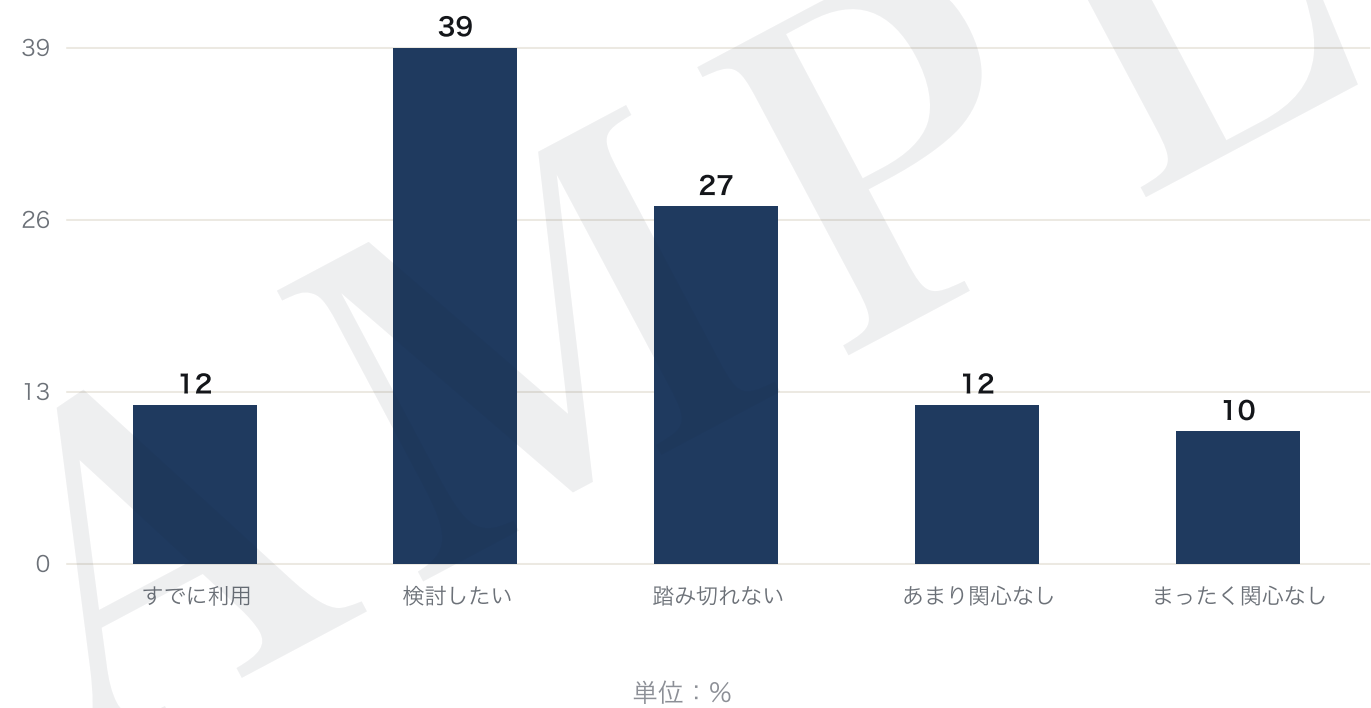
設問：コレクションや高額資産アイテムを「売買」する際に感じている不安・不便・課題をすべてお選びください。

図17 Q5 | 売買で感じる不安（複数回答・%）



設問：コレクションや高額資産アイテムを自宅外の「レンタル倉庫・トランクルーム・専用ストレージ」で保管することに関心がありますか。

図18 Q6 | 外部保管への関心（単一回答・%）



付録：調査の全データ・前提・出典 (続き)

設問：自宅外（レンタル倉庫・トランクルーム・専用ストレージ）での保管に関心を持つ理由をすべてお選びください。

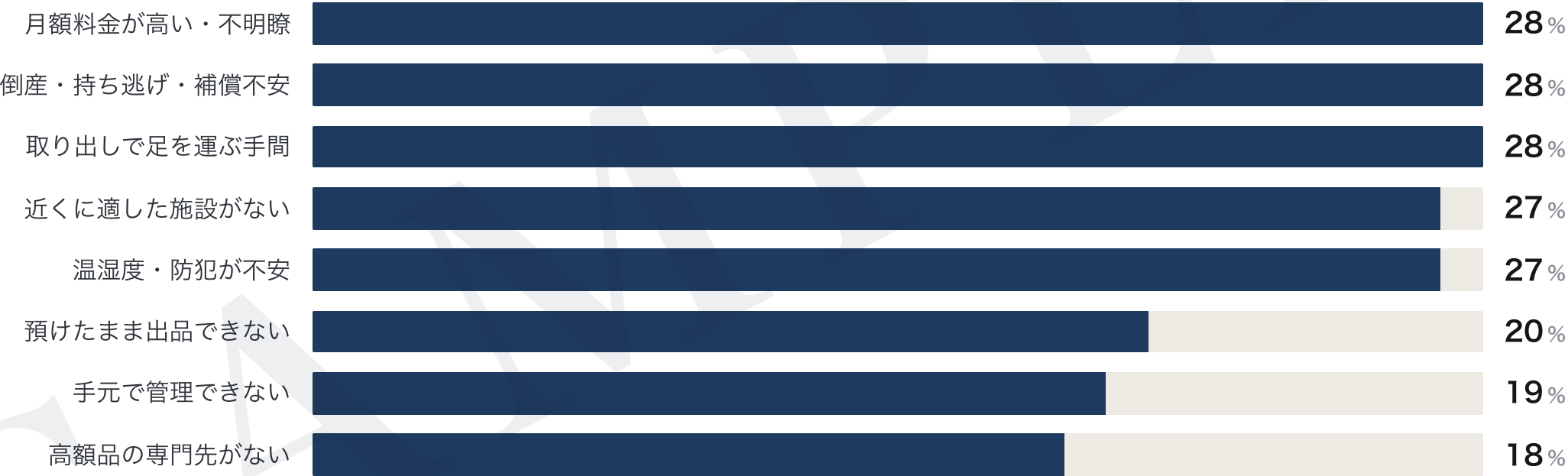
図19 Q7 | 外部保管に関心を持つ理由（複数回答・%）



付録：調査の全データ・前提・出典 (続き)

設問：自宅外（レンタル倉庫など）での保管に関して感じている不安・課題をすべてお選びください。

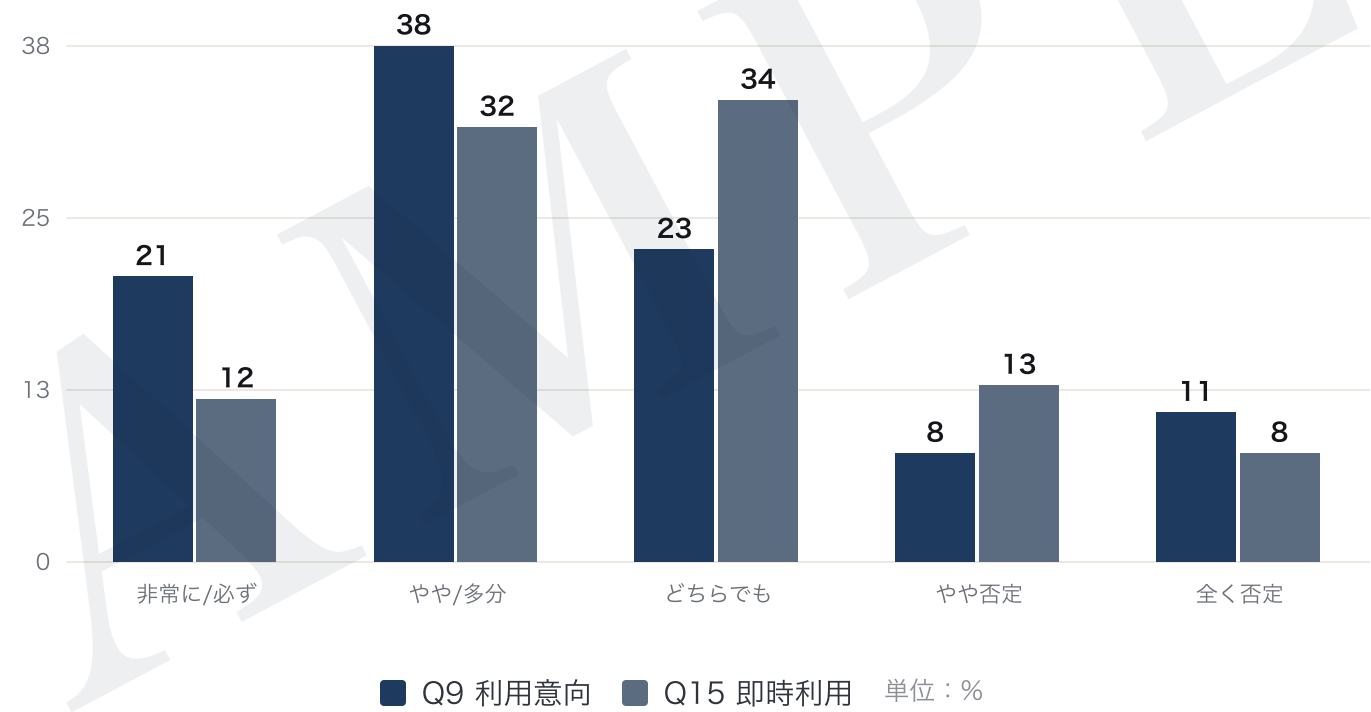
図20 Q8 | 外部保管に感じる不安（複数回答・%）



付録：調査の全データ・前提・出典 (続き)

設問：Q9「レンタル倉庫に保管したまま、アプリで管理・売買できる倉庫付きフリマサービス」があれば利用したいか／Q15 リリース直後  
にすぐ利用してみたいか。

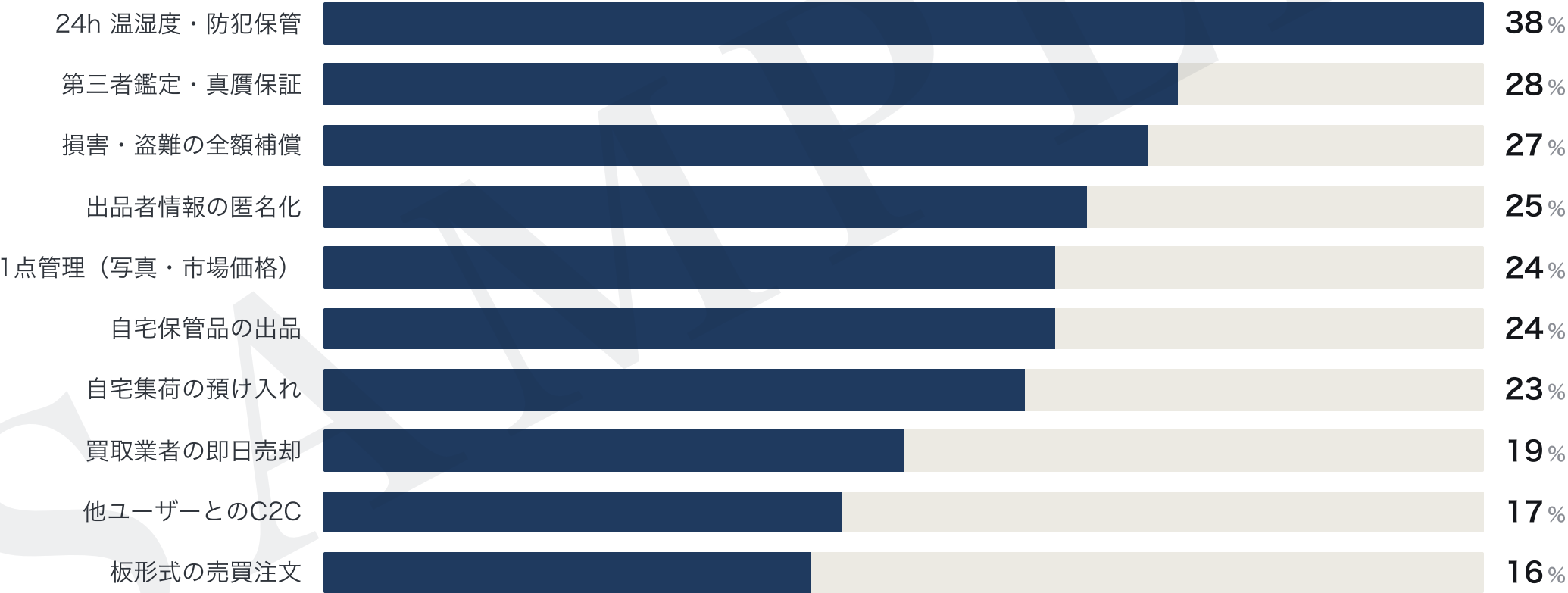
図21 Q9・Q15 | 利用意向／即時利用（単一回答・％）



付録：調査の全データ・前提・出典 (続き)

設問：このサービス（提示したアプリ画面イメージ）にあなたが期待する機能をすべてお選びください。

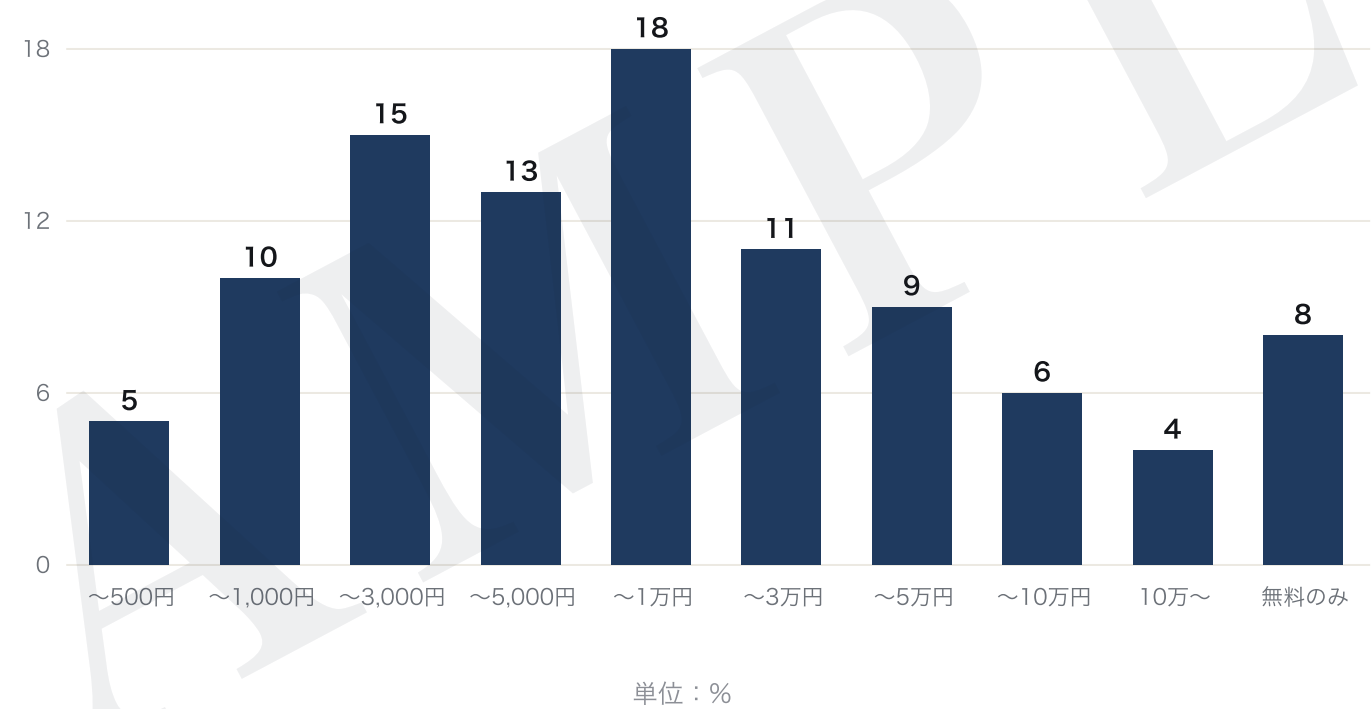
図22 Q10 | 期待する機能（複数回答・%）



付録：調査の全データ・前提・出典 （続き）

設問：このサービスを利用する場合、「保管料（1点・月額）」として許容できる上限額はいくらですか。

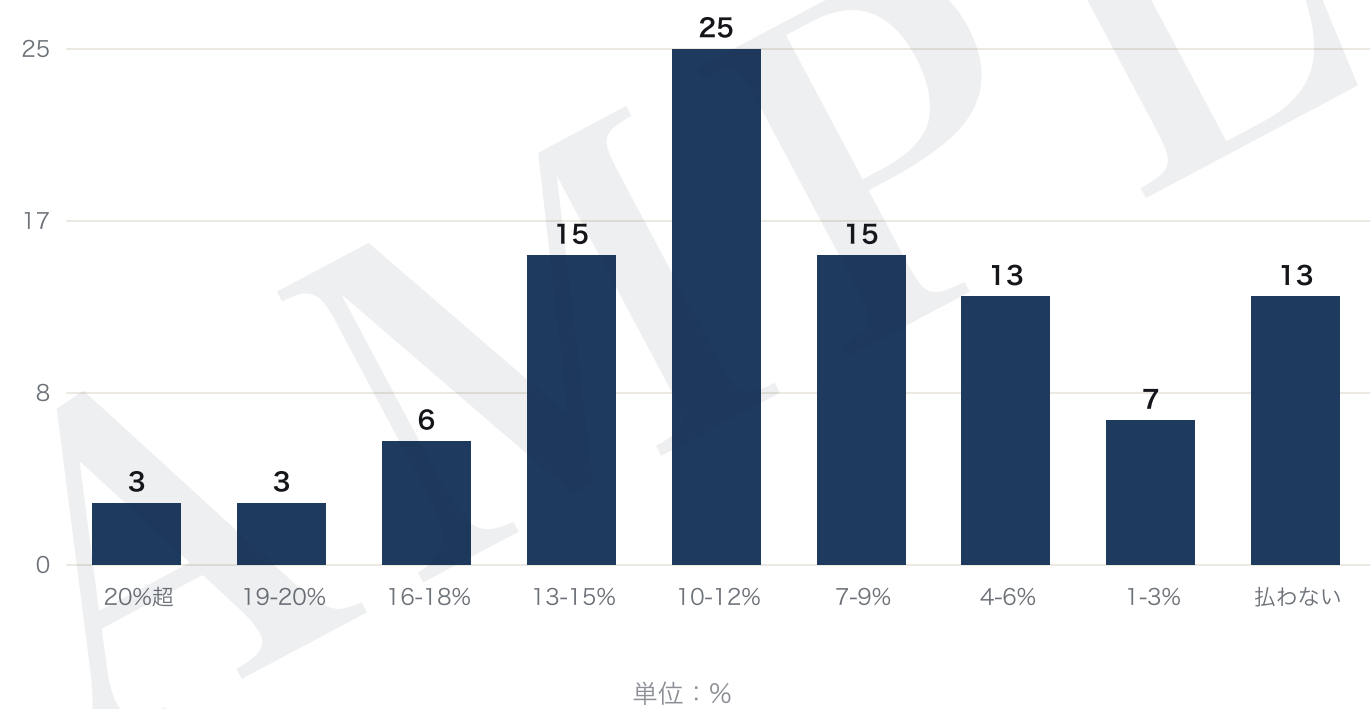
図23 Q11 | 許容できる保管料（1点・月額／単一回答・％）



付録：調査の全データ・前提・出典 (続き)

設問：このサービスを通じて売却する場合、許容できる「販売手数料（売却額に対する%）」をお選びください。

図24 Q12 | 許容できる販売手数料（単一回答・%）



付録：調査の全データ・前提・出典 (続き)

設問：仮にこのサービスがあった場合、預けたい・取引したい商品カテゴリをすべてお選びください。

図25 Q13 | 預けたい・取引したいカテゴリ（複数回答・%）



付録：調査の全データ・前提・出典 (続き)

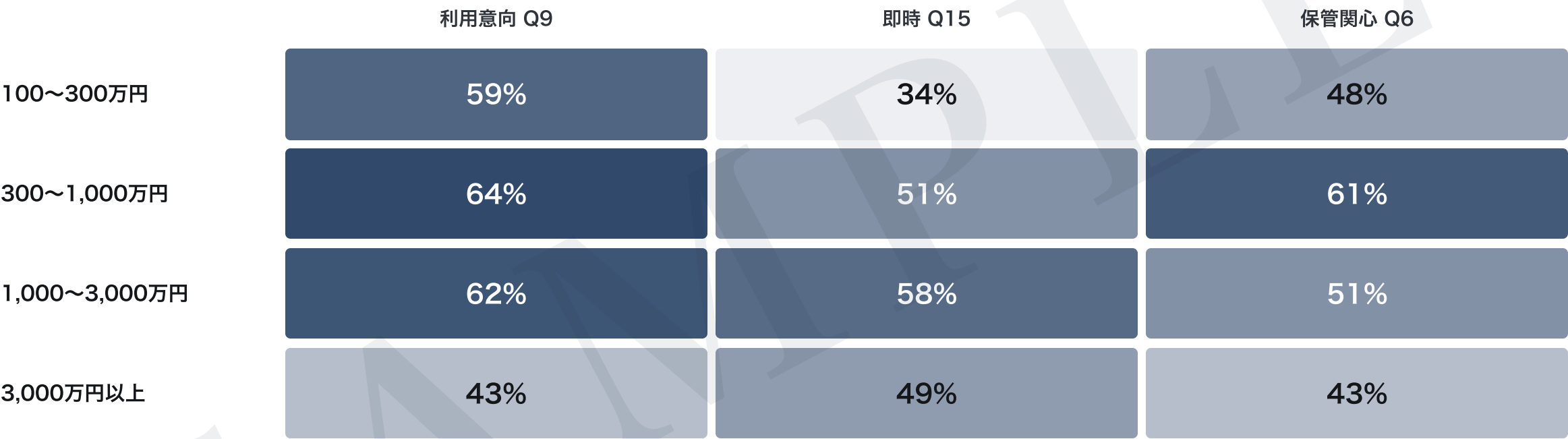
設問：このサービスを使う上で、最も不安・障害になることは何ですか（あてはまるものをすべて）。

図26 Q14 | 利用の最大の不安・障害（複数回答・%）



付録：調査の全データ・前提・出典 (続き)

■ 資産規模 × 意向のクロス集計 (トップ2・%)



中位層（300万~3,000万円）で最も濃く、即時利用は資産額とともに上昇。全体トップ2=Q9 58%/Q15 45%/Q6 51%。

D. 定性調査：インタビュー詳細（匿名・各面談の記録）

表7 D-1 | 対象A（45歳・女性・京都・自営業）

| 項目       | 内容                                                                |
|----------|-------------------------------------------------------------------|
| 保有資産     | 高級腕時計（平均80万円）・ハイブランドバッグ・ヴィンテージスニーカー・トレーディングカード                    |
| 購入目的     | 時計・バッグは使用目的（古くなった物は保管）。トレカは値上がり待ち                                 |
| 保管・売買の不満 | 値上がりしそうな物が増え保管場所に困る。トレカは自宅で保管しづらくレンタル倉庫（月1.3万円）へ。費用と片道30分の出し入れが負担 |
| 面談の主な論点  | 鑑定済み化はハードルが高く未着手だが関心あり。コンセプトには「すぐ使ってみたい」と前向き。料金と取り出しやすさを重視        |

表8 D-2 | 対象B（40歳・女性・東京・会社経営）

| 項目       | 内容                                                                        |
|----------|---------------------------------------------------------------------------|
| 保有資産     | 高級腕時計（カルティエ約30万・ロレックス約80万）・美術品/絵画（5万～200万円）                               |
| 購入目的     | モノとして気に入る＋中長期での価値上昇を期待。鑑定依頼の経験あり                                          |
| 保管・売買の不満 | 美術品は鑑賞しない時も場所を取り、火災等の劣化が不安。専門外の保管は管理が不安。一方、寺田倉庫に預けるほどの価格帯でもない             |
| 面談の主な論点  | 「物は使われるから価値がある」と“預けっぱなし”に抵抗。資産性に寄り切ったサービスには距離感。取り出しの容易さが前提。ミドル価格帯のギャップを示唆 |

付録：調査の全データ・前提・出典 （続き）

表9 D-3 | 対象C（34歳・男性・東京・会社経営）

| 項目       | 内容                                                                                 |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 保有資産     | ウイスキー/ワイン・トレーディングカード・衣服（5千～10万、一部20万円程度）                                           |
| 購入目的     | 値上がり目的で購入を継続                                                                       |
| 保管・売買の不満 | 購入物が増え自室の収納が限界。外部保管を検討したが、必要なときに取り出しに行くのが面倒で踏み切れない                                 |
| 面談の主な論点  | 「めちゃくちゃ使いたい」と強く前向き。高額品は1～2週間前に予定が決まるため“必要時だけ取り出す”保管モデルと相性良。鑑定の正確性（濡れ等での減価）と預入上限を懸念 |

E. マクロ調査：市場規模の算定（全式・保守/基本/強気）

表10 E-1 | トップダウン①：取引手数料TAM（億円）

| 項目            | 保守     | 基本     | 強気     | 式・出典               |
|---------------|--------|--------|--------|--------------------|
| リユース業界 売買フロー  | 40,000 | 40,000 | 40,000 | 2030年予測 [メルカリ, S1] |
| 高額ブランド・時計等の比率 | 8%     | 12%    | 18%    | 仮定                 |
| 倉庫据え置き型に適する比率 | 15%    | 25%    | 35%    | 仮定                 |
| 売買手数料 TAM     | 48     | 120    | 252    | フロー×比率×比率×10%      |

付録：調査の全データ・前提・出典 (続き)

表11 E-2 | トップダウン②：保管料TAMと合算（億円／兆円）

| 項目           | 保守    | 基本    | 強気    | 式・出典                                          |
|--------------|-------|-------|-------|-----------------------------------------------|
| 休眠再販可能資産     | 94兆   | 94兆   | 94兆   | 5,800億USD×162円 ([Financial Times, S8] + 自社換算) |
| うちファッション関連   | 31.3兆 | 31.3兆 | 31.3兆 | ×1/3 [Financial Times, S8]                    |
| うち高額ブランド・時計等 | 3.1兆  | 4.7兆  | 6.3兆  | ×10/15/20%                                    |
| 倉庫据え置き適合ストック | 0.63兆 | 1.17兆 | 2.50兆 | ×20/25/40%                                    |
| 保管料 TAM      | 150   | 282   | 601   | ストック×年2.4%                                    |
| TD 合計 TAM    | 198   | 402   | 853   | 取引+保管                                         |

付録：調査の全データ・前提・出典 （続き）

表12 E-3 | ボトムアップ：顧客数×ARPA（億円）

| 項目           | 保守     | 基本     | 強気     | 式・出典                 |
|--------------|--------|--------|--------|----------------------|
| オンライン到達母集団   | 1,800万 | 1,800万 | 1,800万 | メルカリ本人確認済 [メルカリ, S1] |
| 高額保有・適合率     | 0.7%   | 1.2%   | 2.2%   | 仮定                   |
| 潜在顧客数        | 12.6万  | 21.6万  | 39.6万  | 母集団×適合率              |
| 平均保管残高/人/年   | 150万   | 250万   | 400万   | 仮定                   |
| 年間売買回転率      | 15%    | 20%    | 30%    | 仮定                   |
| ARPA（保管＋手数料） | 5.85万  | 11.0万  | 21.6万  | 残高×2.4%＋残高×回転×10%    |
| BU TAM       | 74     | 238    | 855    | 顧客数×ARPA             |

表13 E-4 | 採用値（TAM/SAM/SOM・億円）

| 指標      | 採用値 | レンジ     | 算定                           | 確度  |
|---------|-----|---------|------------------------------|-----|
| TAM     | 402 | 198～853 | TD402とBU238を三角測量（実務帯238～402） | 中   |
| SAM     | 181 | 65～427  | TAM×初期カテゴリ・首都圏・運用到達35～50%    | 低～中 |
| SOM（3年） | 54  | 10～192  | SAM×獲得シェア1.5～4.5%            | 低   |

表14 E-5 | 算定の前提ログと感応度

| ID | 前提                            | 感応度      |
|----|-------------------------------|----------|
| A1 | 高額対象がリユース市場の8～18%             | 高（TAM中核） |
| A2 | 休眠高額対象がファッション関連の10～20%        | 高        |
| A3 | 倉庫据え置き適合：フロー15～35%/ストック20～40% | 非常に高     |
| A4 | 母集団＝メルカリ本人確認済1,800万人          | 中        |
| A5 | 潜在顧客化率0.7～2.2%                | 高        |
| A6 | ARPA＝2.4%/年保管＋10%手数料で算出       | 高        |
| A7 | 3年SOM＝SAMの1.5～4.5%            | 高        |

付録：調査の全データ・前提・出典 (続き)

表15 E-6 | データギャップ（一次調査で解く論点）

| ギャップ             | 重要性           | 解き方              |
|------------------|---------------|------------------|
| 高額品の国内二次流通シェア    | TAM中核前提       | 定量＋専門家ヒアリング      |
| 倉庫に預けたまま売りたい比率   | 受容性を左右        | 定量               |
| 月額0.2%保管料の価格受容性  | ARPA・継続率に直結   | 価格感度調査           |
| 自宅保管不安が実売行動に変わるか | 需要ドライバーの实在    | インタビュー           |
| 平均保管残高・回転率       | LTV・売上構造の核心   | パイロット運用ログ        |
| B2B供給源の有無        | 初期流動性を左右      | 買取/倉庫/委託事業者ヒアリング |
| 事故時補償への安心条件      | trust UX設計に必須 | 定性調査             |

F. マクロ調査：外部環境・競合・リスク

表16 F-1 | PESTLE（市場のドライバーと抑制要因）

| 要因    | 方向      | 事実・示唆（出典）                                                      |
|-------|---------|----------------------------------------------------------------|
| 政策・規制 | 向かい風（中） | 高額中古流通は古物関連表示・本人確認・取引管理が前提 [メルカリ, S2 / SNKRDUNK, S6]           |
| 経済    | 追い風（中）  | リユース市場は2030年まで拡大、休眠資産の売却動機も増加 [メルカリ, S1 / Financial Times, S8] |
| 経済    | 向かい風（中） | 国内ラグジュアリーは2024年Q3に国内需要が鈍化（円高で訪日需要も反落） [WWD, S9]                |
| 社会    | 追い風（大）  | メルカリ約2,300万人基盤・本人確認済1,800万人 [メルカリ, S1]                         |
| 社会    | 追い風（大）  | 家庭内に巨大な休眠再販資産、1/3がファッション関連 [Financial Times, S8]               |
| 社会    | 追い風（中）  | 高額品自宅保管の不安を想起させる犯罪トレンド（tokuryū） [The Japan Times, S10]         |
| 技術    | 追い風（大）  | SNKRDUNKは全取扱品を鑑定・検品、全額補償まで整備 [SNKRDUNK, S4 / SNKRDUNK, S5]     |
| 環境/法  | 追い風（中）  | 循環型社会の正当性／ルール整備済み事業者ほど信頼を参入障壁に変換 [メルカリ, S2]                    |

付録：調査の全データ・前提・出典（続き）

表17 F-2 | 競合プロファイル（公開情報）

| プレイヤー         | 強み                                      | 空白・弱み                                    | 公開料金            | 出典    |
|---------------|-----------------------------------------|------------------------------------------|-----------------|-------|
| メルカリ          | 約2,300万人基盤・本人確認1,800万人・高価格帯強化           | 常時保管・所有権だけ移す体験は弱い                        | 販売10%           | S1/S2 |
| SNKRDUNK      | 全取扱品を鑑定・全額補償・事業者倉庫経由配送                  | 長期保管したまま売買の公開仕様は限定的                      | 送料990円・キャンセル10% | S3-S7 |
| 寺田倉庫/Minikura | 保管・セキュリティに加え、ヤフオク!／メルカリ連携で預けたまま出品・配送が可能 | 連携先は一般マーケットで、高額品の鑑定・補償・価格発見は対象外          | 保管200円～・出品手数料0円 | S12   |
| 買取・質店         | 即時査定・現金化                                | 価格透明性・競争入札・保有継続の選択肢が弱い                   | 査定型             | —     |
| PSA Vault（米国） | 鑑定済みカードを預けたまま売買（eBay Vault連携）           | 対象は鑑定済みトレカに限定（時計・バッグ等は非対応）・米国拠点で日本MP連携なし | 米国拠点・USD建て      | S13   |

表18 F-3 | 業界ベンチマーク（公開値と本事業シナリオ）

| 指標                     | 水準               | セグメント／注記                             |
|------------------------|------------------|--------------------------------------|
| 汎用マーケットの手数料（take rate） | 10%              | メルカリ CtoC/BtoC [メルカリ, S1 / メルカリ, S2] |
| 鑑定付き高額フリマの買い手送料        | 990円             | SNKRDUNK 一般商品 [SNKRDUNK, S7]         |
| 振込手数料／キャンセルペナルティ       | 200～300円／商品額の10% | SNKRDUNK [SNKRDUNK, S7]              |
| ARPA（本事業シナリオ）          | 5.85万～21.6万円/年   | 保管2.4%+手数料10% [メルカリ, S1]             |
| churn / LTV/CAC / 粗利率  | データ未確認           | 国内高額保管型の開示不足。一次取得が必須                 |

付録：調査の全データ・前提・出典 （続き）

表19 F-4 | マクロリスク（可能性×影響×先行指標）

| リスク            | 可能性/影響 | 先行指標（出典）                                         |
|----------------|--------|--------------------------------------------------|
| 既存大手の機能内包      | 高／高    | 高価格帯投資・鑑定/保管機能の追加 [メルカリ, S1]                     |
| 犯罪・情報漏えい       | 中／高    | 高額品狙い犯罪・tokuryū報道・問い合わせ [The Japan Times, S10]   |
| 国内ラグジュアリー需要の鈍化 | 中／中    | 国内高級品売上・百貨店免税/国内需要の乖離 [WWD, S9]                  |
| 円高転換による売却動機低下  | 中／中    | USD/JPY・訪日客購買単価 [The Japan Times, S11 / WWD, S9] |
| 真贋・補償原価の想定超過   | 中／高    | 返品率・再鑑定率・補償件数 [SNKRDUNK, S5 / SNKRDUNK, S7]      |
| 法務要件の見落とし      | 中／高    | 古物・本人確認・保険・倉庫契約のレビュー [メルカリ, S2 / SNKRDUNK, S6]   |

表20 F-5 | 隣接・類似市場（アナログ）

| 事例                 | 学べること                     | 相違点（出典）                                                                |
|--------------------|---------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| メルカリ               | 巨大流動性があれば10%手数料モデルは成立しうる  | 倉庫常置・所有権移転に最適化されていない [メルカリ, S1 / メルカリ, S2]                             |
| SNKRDUNK           | 鑑定・補償・倉庫経由で高額カテゴリの不安を減らせる | 長期保管残高をストック収益化する設計ではない<br>[SNKRDUNK, S4 / SNKRDUNK, S5 / SNKRDUNK, S7] |
| NLI×メルカリ<br>休眠資産研究 | 家庭内に巨大な再流通在庫が眠る           | 何が高級ブランド/時計かまでは切れない [Financial Times, S8]                              |

G. 評価基準：DFVの定義・採点観点・加重の根拠

表21 G | DFV各軸の定義と採点観点（各軸0～100点）

| 軸                   | 問い（定義）       | 採点観点（サブ基準）                                                  | 加重  |
|---------------------|--------------|-------------------------------------------------------------|-----|
| D 望ましさ Desirability | 顧客は本当に欲しがるか  | ① 課題の实在（不安の出現率） ② 利用意向の強さ ③ 的の明確さ ④ 定性での裏づけ ⑤ 行動転換の見込み      | 40% |
| V 成立性 Viability     | 事業として儲かるか    | ① 価格受容（手数料・保管料） ② 単価・粗利の素地 ③ 継続性（churn） ④ 獲得コスト（CAC） ⑤ 補償原価 | 30% |
| F 実現性 Feasibility   | 実際に作って運用できるか | ① アプリ・取引基盤の実装 ② 倉庫・保険・鑑定の運用 ③ 古物/倉庫法・本人確認 ④ 事故・情報漏えい耐性      | 30% |

IDEOのDFV枠組みに準拠。総合 =  $\Sigma$  (素点×加重)。Dを最も重視するのは、初期の成否を最も左右するのが需要の有無であり、本件の最大の不確実性が意向から実行動への転換にあるためである。本件の到達度と各軸スコアの根拠は本編「総合評価」を参照。

H. 参考文献（一次情報へのリンク）

表22 H-1 | 参考文献（出典 S1–S7）

| ID | 出典（発行元・タイトル）              | URL                                                                                                                       |
|----|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| S1 | メルカリ「よくある質問（IR FAQ）」      | <a href="https://about.mercari.com/ir/faq/">https://about.mercari.com/ir/faq/</a>                                         |
| S2 | メルカリ「特定商取引法・古物営業法に基づく表示」  | <a href="https://static.jp.mercari.com/tokutei">https://static.jp.mercari.com/tokutei</a>                                 |
| S3 | SNKRDUNK「ご利用の流れ（初心者ガイド）」  | <a href="https://snkrdunk.com/guide/order/">https://snkrdunk.com/guide/order/</a>                                         |
| S4 | SNKRDUNK「よくある質問」          | <a href="https://help.snkrdunk-guide.com/ja">https://help.snkrdunk-guide.com/ja</a>                                       |
| S5 | SNKRDUNK「全額補償について」        | <a href="https://help.snkrdunk-guide.com/ja/articles/-50acaf92">https://help.snkrdunk-guide.com/ja/articles/-50acaf92</a> |
| S6 | SNKRDUNK「特商法・古物営業法に基づく表記」 | <a href="https://help.snkrdunk-guide.com/ja/articles/-bb605014">https://help.snkrdunk-guide.com/ja/articles/-bb605014</a> |
| S7 | SNKRDUNK「利用料・配送料について」     | <a href="https://help.snkrdunk-guide.com/ja/articles/-18ad55fd">https://help.snkrdunk-guide.com/ja/articles/-18ad55fd</a> |

付録：調査の全データ・前提・出典 (続き)

表23 H-2 | 参考文献（出典 S8-S13）

| ID  | 出典（発行元・タイトル）                                    | URL                                                                                                                                                                                         |
|-----|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| S8  | Financial Times 「Japan's \$580bn hidden asset?」 | <a href="https://www.ft.com/content/40a7158a-dfb9-4ebc-b0b3-816b5a173bbe">https://www.ft.com/content/40a7158a-dfb9-4ebc-b0b3-816b5a173bbe</a>                                               |
| S9  | WWD 「LVMH Q3 2024決算：日本の伸び鈍化」                    | <a href="https://wwd.com/business-news/financial/lvmh-q3-2024-revenues-drop-1236684473/">https://wwd.com/business-news/financial/lvmh-q3-2024-revenues-drop-1236684473/</a>                 |
| S10 | The Japan Times 「Tokuryū：日本の新興犯罪集団 解説」          | <a href="https://www.japantimes.co.jp/news/2024/05/06/japan/crime-legal/tokuryu-explainer/">https://www.japantimes.co.jp/news/2024/05/06/japan/crime-legal/tokuryu-explainer/</a>           |
| S11 | The Japan Times 「円の下支え：当局の介入姿勢」                 | <a href="https://www.japantimes.co.jp/business/2026/05/02/markets/japan-yen-intervention-focus/">https://www.japantimes.co.jp/business/2026/05/02/markets/japan-yen-intervention-focus/</a> |
| S12 | Minikura（寺田倉庫）「Yahoo!オークション出品について」              | <a href="https://help.minikura.com/hc/ja/articles/221045207">https://help.minikura.com/hc/ja/articles/221045207</a>                                                                         |
| S13 | PSA Vault 「PSA Vault（対象・対応範囲）」                  | <a href="https://www.psacard.com/info/psa-vault">https://www.psacard.com/info/psa-vault</a>                                                                                                 |