

こやし屋 LIFE SUPPORT

～遺品整理 × 買取 × 人生整理～

TORIAINA VENTURE CHALLENGE 2026

1. 事業コンセプト

「人生を整理し、次の世代へ繋ぐ。」

こやし屋の

- ・買取力
- ・査定力
- ・リユース力
- ・接客力

を活かし、

「遺品整理 × 買取 × 人生整理」

をワンストップで提供する。

単なる片付けではなく、

“人生整理インフラ”

を目指す新規事業。

2. 背景・市場課題

高齢化による整理需要の増加

現在日本では、

- ・独居高齢者増加
- ・空き家問題
- ・相続問題
- ・地方実家問題

が急増。

今後10年以上、遺品整理・生前整理市場は成長が見込まれる。

3. 業界の課題

現在の遺品整理業界には、

- ・不透明な料金
- ・強引営業
- ・雑な作業
- ・感情配慮不足

などの問題がある。

さらに、

- ・ブランド品
- ・時計
- ・宝石
- ・骨董
- ・楽器

など、本来価値ある商品が適切に査定されず廃棄されるケースも多い。

4. 解決策

こやし屋 LIFE SUPPORT

遺品整理 × 買取 × 人生整理

提供サービス

- ・遺品整理
- ・生前整理
- ・買取査定
- ・不用品回収
- ・空き家整理
- ・思い出整理

をワンストップ化。

5. 提供価値

お客様への価値

- ・買取による費用軽減

- ・安心できる対応
 - ・感情面のサポート
 - ・ワンストップ対応
-

会社への価値

- ・新規顧客獲得
 - ・買取流入増加
 - ・再販利益拡大
 - ・地域密着強化
 - ・ブランド価値向上
-

6. サービス内容

① 遺品整理

- ・家財整理
 - ・搬出
 - ・清掃
 - ・不用品回収
-

② 買取サービス

整理中に発見された

- ・ブランド品
- ・時計
- ・宝石
- ・骨董
- ・楽器

をその場で査定・買取。

処分費用を軽減。

③ 生前整理

高齢者向けに

- ・不用品整理
- ・財産整理
- ・思い出整理

を実施。

④ 人生整理サービス

- ・写真整理
- ・アルバム保存
- ・手紙整理
- ・思い出品保管

など、感情価値にも対応。

7. ターゲット

メインターゲット

① 40～60代

親の遺品整理に悩む世代

② 高齢者層

生前整理ニーズ

③ 不動産・相続関連企業

提携先として開拓

8. 競合優位性

一般遺品整理会社	こやし屋 LIFE SUPPORT
処分中心	買取一体型
作業重視	接客・感情ケア重視
単発収益	再販利益あり
ブランド力弱い	こやし屋ブランド活用
価格競争	付加価値競争

9. 収益モデル

① 遺品整理料金

平均単価：15万～40万円

② 買取利益

査定・再販利益

③ リユース販売利益

EC・店舗販売

④ 生前整理サービス

継続サービス化

⑤ 提携紹介収益

- ・不動産
- ・相続
- ・解体
- ・リフォーム

10. 必要資金

必要資金総額

8,000万円

11. 資金使途

項目	金額
車両・設備投資	1,200万円
人材採用・教育	2,000万円
倉庫・拠点整備	1,200万円
広告・SNS運用	1,000万円
WEB・システム開発	800万円
運転資金	1,300万円
予備資金	500万円

12. 投資回収の考え方

1年目

認知・地域展開

↓

2年目

案件数拡大・黒字化

↓

3年目

ブランド化・高利益化

遺品整理単体ではなく、

- ・買取
- ・再販
- ・提携収益

を組み合わせ利益率を高める。

13. 3カ年計画

【1年目】

立ち上げフェーズ

目標

- ・東京エリア展開
- ・月20件受注
- ・Google口コミ100件
- ・提携企業10社

売上

項目	金額
遺品整理売上	4,000万円
買取/再販利益	2,500万円

項目	金額
提携収益	500万円
合計売上	7,000万円

営業利益

1,500万円

【2年目】

拡大フェーズ

目標

- ・月60件対応
- ・生前整理開始
- ・提携企業30社
- ・対応エリア拡大

売上

項目	金額
遺品整理売上	9,000万円
買取/再販利益	6,000万円
提携収益	1,000万円
合計売上	1.6億円

営業利益

5,000万円

【3年目】

ブランド化フェーズ

目標

- ・年間1,000件対応
- ・関東主要エリア展開
- ・FCモデル準備

- ・業界認知獲得

売上

項目	金額
遺品整理売上	1.8億円
買取/再販利益	1.2億円
提携収益	2,000万円
合計売上	3.2億円

営業利益

1.2億円

14. KPI

主要KPI

- ・月間問い合わせ数
 - ・成約率
 - ・買取率
 - ・月間案件数
 - ・Google口コミ数
 - ・リピート紹介率
 - ・SNS流入比率
-

15. マイルストーン

年	マイルストーン
1年目	東京エリア黒字化
2年目	生前整理サービス拡大
3年目	関東ブランド化・FC準備

16. 最終ビジョン

こやし屋を

「買取会社」から

「人生整理インフラ企業」へ。

17. プレゼン締めメッセージ

「モノを整理するだけでなく、

人生を次の世代へ繋ぐ事業を創ります。」