



株式会社 3peace

代表取締役 加藤 雄大 様

古着はパワーワード、
古着倉庫もパワーワード

TORIUS to BIZ Interview vol.5



Profile

(株)3peaceは代表取締役の加藤氏の“古着屋になりたい”という夢を実現すべく、2017年4月に株式会社3peaceとして開業、2019年4月に法人設立。3peaceとは「日本での販売先のお取引先」「海外での仕入れ先」「弊社」の3社が「peace」であるよう三方が幸せにという意味。海外からの古着輸入、古着の販売、ネット販売、卸販売と事業を展開している。

トリアスには2023年9月1日、九州初出店として古着倉庫を開業。サッカーグラウンド1.5面分の九州最大の売場面積。SNSでもすでに認知されており、福岡支店のInstagramフォロワー数はオープン前に1.2万人超え(8月中旬当時)。

販売事業者もさることながら、SNSの活用によりZ世代の一般顧客の購買心理をつかむ手法が注目される。

一本日はお時間をいただきありがとうございます。
まずは、なぜ起業し古着の取扱いを始めたのか、そのあたりのお話をしていただければと思います。

開業した理由は、単純に古着屋になるのが夢でした。少年の夢を実現した感じで、ずっと古着業界にいて、千葉の方でサラリーマンだったのですが、30歳の時に神奈川で独立。初めは3LDKの家賃3万9000円のボロボロアパートの一室で商品を買ってきてはフリマサイトに出品。それが始まりです。

その4ヶ月後、買取り専門店をスタート。買取りしながら即フリマサイトに出品し、海外にも繋がりがあったので、大量に海外で買い付け。その時点で、フリマサイトに何千点もの出品があったので、“何点買うから、何%オフにしてくれ”というお客様の要望がありました。その方が転売目的だったこともあり、卸売りに商機を感じたのが始まりです。

卸売りで大量購入し回転させていると、商品も大量に増加。60坪の倉庫を借り、今の形態に。いつも業者だけの来客で、一般には販売していないかったのですが、その後、商品を買い足し平塚に移転する際、大量にある商品の運搬が大変なので、一度だけ一般に販売することにしたら、行列ができたので、土日だけ一般に販売しては?と始まったのが今のビジネススタイルです。土日は一般開放、平日は業者だけ、というのが関東倉庫の始まりです。

—商業施設への出店はどこが違いますか。 また施設側からお声がかかったのですか？

卸主体だったのですが、ポツンと倉庫があるのは怪しいじゃないですか(笑)。そこで、名前を売る、ブランディングするために商業施設に出店することになりました。

実は、パートナーの会社があり、古着を出店したいと希望していたところ、デベロッパーからの引き合いがあり、コロナが始まった時に古着での出店が新鮮だったらしく、また世間が、SDGsを掲げ始めている、それに、古着の客層はZ世代だということが重なりました。商業施設の客層は30代以上が多いですよね、有難いことに「3peace」が面白いと、多方面から出店要請がありました。

— Z世代に刺さる理由は何だと思いますか

価格もそうですし、昔はキムタクとか雑誌“Men's nonno”とか“CHOKi CHOKi”とかカリスマがいました。今は、流通の発信が“Instagram”と“tiktok”です。

私見ですが、「古着」流行の理由は、昔は、デザイナーズブランドとか結構難しい、ちょっと高いラインのブランドが流行っていて、服に詳しい人たちが発信していた。ですが、今は誰でもファッションが発信できる時代。但し、知識がないから簡単な服しか発信できない。そこで、カジュアルブランド・スポーツ系ブランドなど価格的にも買いやすい「古着」が流行ってきた。ただの中古の服が、「古着」という言葉自体も、オシャレ感があるワード自体でパワー ワードにもなる。

私が少年時代に感じていた「古着」の印象と今の印象は少し違い、90年代頃、ヴィンテージブームがあつて、エアマックスとか、ヴィンテージジーンズが流行した今の40代以上の方は、本当に服へのこだわりが強い。Z世代は、ファッションが好きというより、皆が着ているから、映えるからと、ブランドにも拘りがなくファッションを捉えている傾向です。お金も、昔ならバイト代全て服につぎ込む感じでしたが、今は、その服を着て、どこか映えるスポットへ行く。友人に聞いた話で、若い子たちが市民プールへ来て写真だけ撮って10分くらいで帰って行つたと。Z世代の来る目的は映える写真を撮ること。

昔なら、いい服を着て生き方に格好つけていた。今は、皆に見てもらうことがファッションの一つ。それが目的になっているので、3peaceでは写真映えするところをブランディングしています。若者は古着がずらっと並んでいるところでパシャリ写真を撮る。



UFOキャッチャーや、コインランドリーでさえ映えスポットです。写真を撮ってInstagram、tiktokへ、昔で言うと自分が「芸能人になりたい」が、「フォロワーを増やしたい」という思考になっているので、その“ファッション”と“映えスポット”を提供している「3peace」だということ

で刺さっているのではないかと思います。

実際、福岡倉庫は1.2万人のフォロワー(※取材時)が来ているので。オープン前でこれだけの数は過去最高です。

—Instagramのフォロワー数に驚きました。開業前に1万人超えしたその理由は?

昔の宣伝はお店のホームページでしたが、今はホームページを見ないのでInstagramがホームページです。Googleマップは検索するので、MEO(マップ検索エンジン最適化)が強まり、SEO(検索エンジン最適化)はそこまで強めではないので、Instagram、tiktokの

誘導で注目を集めるという戦略ですね。

従業員がインスタLIVEをやると常に100人ぐらい視聴しています。オープンの初月はどのくらい跳ねるか楽しみです。私は商品供給で仕入れまくります(笑)。



—そもそも九州に出店したいと思われた理由は何ですか?大阪ではなくなぜ福岡だったのでしょう?最近は大名地区など古着屋さんの出店ラッシュですが。

大阪か福岡だったのですが、たまたま空いているのが福岡でした。また、私の条件が結構厳しくて、まず、300坪以上、駐車場が30台以上、その条件は譲れませんでした。去年12月にトリアスに初めて来させていた



だいて、日本一号店のコストコさんが核テナントで入っているし、これだけ集客できそうなところを見てしまうと、最適解かなと思いました。あとは北九州と福岡の両方からの集客が見込めるということ、施設年商370億以上(※370億は2021年実績。2022年は391億円。)というのもあまり聞いたことがなかった。そこで頑張るしかありませんが、福岡というのが、古着があるにはあるが、少ないということもあります。街なかには出来ているそうですが、もっと古着が流行ってくれたら、こっちに流れて来ます。価格が圧倒的に違うので。

卸売りの切り口の店も福岡にも結構できていますが、パイオニアはうちなので名前でも価格でも自信はあります。

—店内にランドリーがありますよね。他の古着屋さんにはないと思うのですが、いつから始められたのですか。

他店にはないですね。開業当初からです。初めは私が、車の後ろに積んでコインランドリーへ行っていました。3軒はしごして、自分でルート決めて。それが、100円玉がなくなるし、出金伝票書かないといけないし大変でした。人件費も無駄、その場ですぐ仕上げたい、うちの場合商品の回転数も早いです。1回の洗濯がこれで済むならリースで始めたらやめられなくなりました。絶対にどこの古着屋も外注や、小さな古着屋はコインランドリーに行かれて洗っていると思います。しかし、これだけ大量に仕入れているし、入れてもいいかなと。神奈川の倉庫はお客様に見える位置にあります。そこで皆、写真を撮っている。洗っているところを福岡も見せたかったですね。

—これだけ種類があるとサイズ感はどうなっていますか？

S.M.Lのサイズがありますよね。しかし、今は皆、LとかSです。Y2K(Year 2000の短縮形)という2000年代のファッションが、再流行しつつあり、ぴちっと着るタイプか、ダボダボ。ジャストサイズ、少し大きめは、あまり着ません。すごく大きいのを着る。ここは全部メンズですが、弊社は全国に22店舗あり、統計で、どの店舗も男女比が50%です。全てメンズ、ユニセックスです。ジーパンが大きくてもベルトで絞る。お尻がキュッと/or逆に痩せて見えます。tiktokで、うちも多少やっている「大きいジーパンの履き方」

みたいなものを配信しています。サイズが32インチの人も、36でも履けばいい。ジーパン屋さんでは32なら32が当たり前でしたが、今は昔ほど試着をしないです。ベルトで絞れば大きくてもいいや。という感じでしょう。



—若い方の古着の服を選ぶ着眼点はどこなのでしょう。デザイン性、ディテールに拘るところとか。ミリタリー好きでこのブランドのこれが付いているとか。

デザイン性とディテールに拘るところはありますよ。細かいカテゴリーやブランドへの拘りなど、それは本当にオシャレな人です。レベルが高い。その人口より、雰囲気で誰々が着ていたものに近いという感じですね。

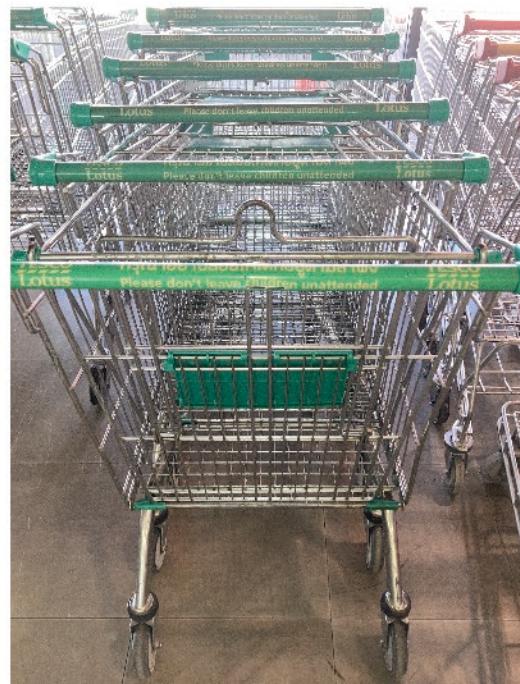
—従業員の働き方など何か取り組んでいらっしゃることがあるのでしょうか。

従業員の働き方は、現在、200名を超え、私も独立して6年半で一気に急成長してきたので、働き方というか組織作りにとても苦労しています。

今年から会社のルールを整え、評価制度をつくることにより、どこまで行ったら給料が上がるかなどを伝えながら、組織作りを進めています。ようやく会社らしくなったなと思います。ホワイト企業として努めてきましたが、それでも離職率があまり良くない。その時に、自分が何を目指しているのかが解らなくて。そこで、その点を明確にしたので、いいチームになり始めたかなと思います。
トリアスのお店も若い方の応募がたくさんありました。

—福岡1店舗目ということで今後の九州の展開についてお伺いできればと思います。
何年後に何店舗というイメージがおありでしょうか。
また事業展開についてもお願いします

九州の展開は自社では考えていません。
FC展開ですね。いまFCの募集を始めていて、静岡と宇都宮の方でどんどん出店が始まります。ブランディングが成功したのであとは、「3 peace」の名前でFCをやってくれる業者さんを、これから募



集をかけて行ければと思っています。FCすでに6店舗決まっているので、3年ぐらいで20店舗までに、現状と併せて4、50店舗ぐらいになるのではないでしょうか。

—それだけの商品供給は?商材があるのでしょうか。

はい、それは大丈夫です。あります。どこに眠っているのか、不思議なことに、こんなに買ったのに、また出てくる。お金が持たないですね(笑)。

毎週10t超えています。船で2週間くらいかけて入ってきます。倉庫なので、お店で全部受けています。

古着倉庫というのもパワーワードなんですね。売上の立つ倉庫。

—古着の種類が多様ですね

ベール(圧縮梱包された古着のかたまり)というものでの仕入れ方があるので、カンボジア人の3人の目利きを現地で雇用して、私が直接教育いたしました。こういうのが日本人には受けると。その3人が、毎週一人5000着を集めてピックアップしたベールなので、そこがうちの仕入れの強みですね。

—ちなみに、店々で特徴というか考えたりしますか

それは考えてないです。あるものは使わないと、というのが原点ですね。名取(仙台)のお店は日本一大きいのですが、あれは



やりすぎてしまつて。駐車場効率とか家賃も高い。管理は大変だし、広げたところで売上は変わらない。それで、いま、半分は潰して、半分はアメリカ雑貨を置こうかなと考えています。他には、インショップでハンバーガー屋さんを作ることなど。

—トリアスでもアメリカ雑貨など展開を考えていただければ。

そうですね。福岡も広いので、半分改装してインショップで飲食置くとかですね。面白そうですね。ドリンクバーとか特に売上になりそうですね。いずれ坪効率が悪くなることが来ると思うので、仙台が成功したら考えたいと思います。



— Company —

社名	株式会社3peace
従業員数	正社員43人 非正社員148人(2023年4月現在)
創業	2017年4月8日

<本インタビューに関するお問い合わせ>

トリアスマネジメント

E-mail: info@torius.com