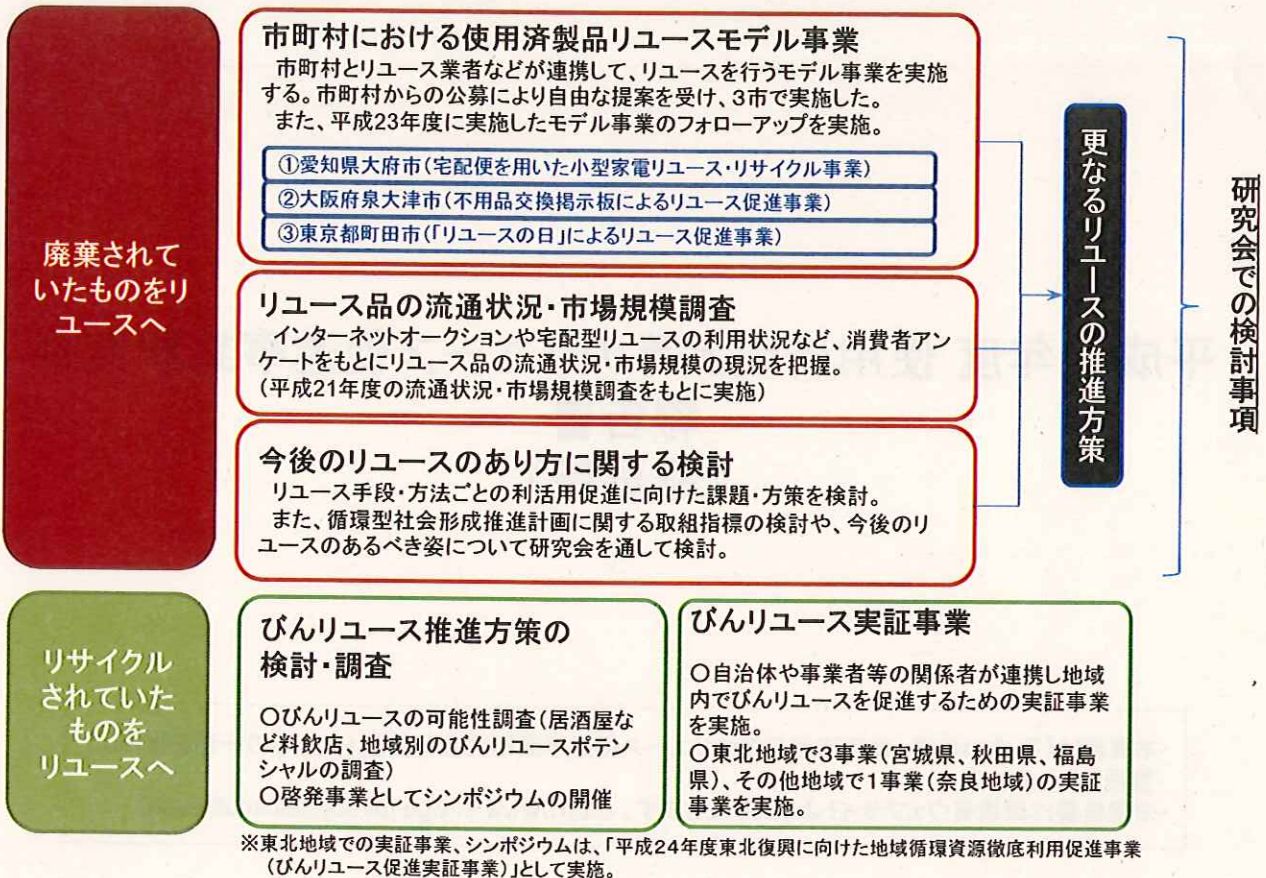


平成24年度 使用済製品等のリユース促進事業研究会 報告書 (概要版)

・本資料は「平成24年度 使用済製品等のリユース促進事業研究会報告書」の内容の一部を抜粋し、整理したものです。
・※報告書は環境省ウェブサイトより入手できます。(http://www.env.go.jp/recycle/circul/reuse)

- 本事業は、環境保全上の効果の点からも推進することが望ましいリユースに関する様々な取組みの活性化を図るため、市町村とリユース業者との連携によるリユースモデル事業の実施、リユース品の流通状況・市場規模調査、今後のリユースのあり方に関する検討等を通じて、今後のリユース推進に向けた課題や支援策を検討することを目的とする。
- 具体的には以下3つの調査・事業を実施
 - 1 市町村とリユース事業者との連携によるリユースのモデル事業
(公募より3地域を選定、市町村とリユース事業者等が連携するリユース事業を実施)
 - 2 リユース品の流通状況・市場規模調査
(インターネットオークションや宅配型リユースの利用状況など、消費者アンケートをもとにリユース品の流通状況・市場規模の現況を把握)
 - 3 今後のリユースのあり方に関する検討
(リユース手段・方法ごとの利活用促進に向けた課題や、循環型社会形成推進計画に関する取組指標の検討や、今後のリユースのあるべき姿について検討)
- 実施に当たっては、研究者、関係業界等の有識者の方を構成員とした研究会を開催、調査項目及び調査結果について、多角的な検討をいただいた。

平成24年度のリユース促進事業の概要



I 市町村におけるリユースのモデル事業

- 市町村とリユース事業者や市民団体・NPO等とが連携し、リユースを促進するためのモデル事業を実施した。平成24年度は、愛知県大府市、大阪府泉大津市、東京都町田市の3地域においてモデル事業を実施し、各地域のプランの概要は以下の通りである。

	愛知県大府市	大阪府泉大津市	東京都町田市
名称	使用済小型家電における宅配リユース及びリサイクルの可能性検討事業	リユースでエコ生活～第2弾～	持ち込みごみのリユース促進事業
概要	宅配リユース事業の回収ルートにて小型家電対象96品目を回収する。回収した小型家電はリユース可能なものはリユース品として宅配リユース事業者が買取し、リユース不可なものは再資源化業者がリサイクルする。市民にとっては、買取れない小型家電もリサイクル品として処分され利便性が高い。	市民団体と協力して、市のホームページ及び市庁舎内に設けられた掲示板に市民の「家庭で使えなくなったもの(不用品)」について情報を掲載する。掲載情報を見て不用品が必要な方は市へと連絡し、市は引き渡しのあっせんを行う。また、気軽にリユース品の売買が行える「Yahoo! バザール」の利用を市民に情報提供、リユースを促す事業を同時に実施。	月に1回「リユースの日」を設定し、粗大ごみを回収する場所にて市民からのリユース品の引き取りを実施する。リユース事業者と連携することでリユースできる品目の拡大を目指す。市民はリユース可能と判断された場合、無償で引き渡すことができる。(リユース不可の場合でも粗大ごみとして処理し、再度の持ち込みは不要)
対象品目	・小型家電対象96品目(ただし、宅配で送れるもの)	・粗大ごみとして収集できるもの(電化製品を除く)、衣類／など	・古着・家具・家電・レジャー用品など／など
実施期間	12月1日(土)～2月28日(木)	12月10日(月)～2月28日(木)	12～2月までの6日間(12月8日(土)、9日(日)、1月19日(土)、20日(日)、2月16日(土)、17日(日))

大府市のリユースモデル事業の成果・課題(1)

■ 申込状況・リユース成約について

- ネットオフへの問合せ・申込は、受電数1,637件、申込件数862件となっている。うち、リユース成約に至ったものは4件のみであった。
- 回収重量は17,061kg(※申込件数からの概算)、回収点数3,189点となっている。
- 回収サービスの成約に至らなかった理由としては、
 - ①回収対象外商品(代表例:冷蔵庫、テレビ、石油ストーブ)・・・約70%
 - ②ダンボール箱がない・・・・・・・・・・約15%
 - ③梱包等準備するのが面倒・・・・・・・・・・約15%
- リユースについては、回収申込の2割相当が対象と判断して、市民へ案内・詳細の聞き取りを実施したが、成約数が少なかった理由としては、
 - ①故障等問題があり買い取り不可の商品・・・・・・・・約75%
 - ②回収と比較して手間のかかる買い取りを嫌がられる・・・約25%
- 開始(12/1)のチラシ配布時、終了前の広報誌(2/15号)での告知時に市民からの反響が多く寄せられた。その他の期間についても、安定して日当たり5件ほどの申し込みがあり、限られた告知と事前の認知が無い中、数多くの問合せが寄せられた。

7

大府市のリユースモデル事業の成果・課題(2)

■ 退蔵品が多く排出され、リユース可能な製品が少なかったこと

- リユース(買取成約件数として4件)のみというのはきわめて低い水準であり、家の中にあった、退蔵されていた製品が多く「捨てたいけど、捨てられない物、捨てるチャンスがなかった物」が、今回の実証実験で出てきたと考えられる。
- ちらしでの訴求が「使用済製品」を回収する旨となっており、金銭価値の高い「使用中製品(≒使用可能な製品)」を回収する訴求にすることが難しかったこと、リユース市場の中で、小型家電の占めるポジションが小さいことが考えられる。
- なお、今回の実証実験では、リサイクル回収品は、有価物として中間処理業者に全量売却しており、リサイクル売上として報告通りの金額ですが、個人情報保護の観点からも、リサイクル回収品からリユースの掘り起こしをしていませんでした。
- 民間事業者、市民、行政のそれぞれの視点から、事業採算性を検討した。今回の実証実験によりリサイクルは促進されたものの、クリーンセンターへの持込と比較して、108,421円の社会全体の処理費用増加となったと試算される。
 - 但し、リユースの拡大や回収コストの削減(宅配費用削減、ネット申込化など)などから、従来以下の費用で資源循環をより推進できる可能性はあり、引き続きの検討事項となる。

	クリーンセンター持込処理費用	実証実験での回収費用
(民間の目線)	0円	1,175,676円
(市民の目線)	※ 170,700円	0円
(行政の目線)	896,555円	0円
(社会全体)	1,067,255円	1,175,676円

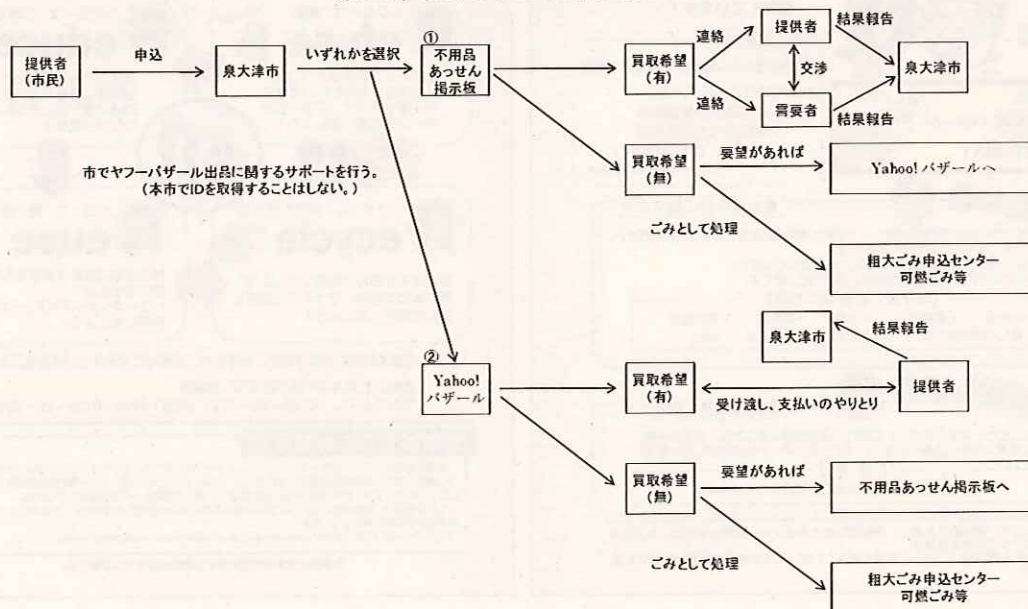
※クリーンセンター持込の際の交通費(ガソリン代等)は除く

8

(2) 大阪府泉大津市のリユースモデル事業

- 市民団体によって設置された不用品あっせん掲示板及び市のホームページを利用し、市民から提供を受けた不用品をゆずってほしい人にゆずることで、廃棄物の排出削減及び環境問題についての意識啓発を図るもの。
- また、「Yahoo! JAPAN」が実施している「Yahoo! バザール」の登録方法などを市役所窓口で指導し、インターネットが苦手な人にもインターネットオークションを知ってもらう事業をあわせて実施。

泉大津市のモデル事業の流れ



9

泉大津市のリユースモデル事業の様子



< 不用品あっせん掲示板(トップページ) >



< 出品内容(例) >



< 不用品あっせん掲示板(庁舎1階) >



< 各種ちらしなど >



< 登録支援のマニュアル >

10

泉大津市のリユースモデル事業のちらし

12月10日より、インターネットからも品物を出品できるようになりました

いらなくリユースしよう!!

出品者募集中!!
「こちら、ゆずります!!」に
出品していただいた人へ
**おびんグッズ
プレゼント!!**

※先着順のため、なくなり次第終了です。

**リユースなら
YAHOO! JAPAN
もご利用下さい!**

**くわしくは
裏面へ**

不用品あっせん掲示板
「こちら、ゆずります!!」を
ご利用ください!! (利用無料)

ご家庭で使わなくなった
「ゆずりたい」ものの情報を
募集しています!!

品物の情報は
①不用品あっせん掲示板(市役所1Fに設置)
②泉大津市ホームページ
[ホーム→暮らし・暮らし・暮らし
→不用品あっせん掲示板
「こちら、ゆずります!!」
からチェックできます。]

ゆずりたい!!
ゆずりたい品物の写真を持参し、市役所4階秘書広報課にお申し込みください。
(インターネットからの申し込みも可)
ひとり1回の申し込みにつき、原則2品目までとします。
ゆずりたいもののつけられる価格は、1,000円が上限です。

【取り扱えないもの】
・化粧品 ・骨董品 ・生花 ・医薬品 ・電化製品
・著しく高価なもの ・コピー製品 ・食料品 など

ゆずってほしい!!
「こちら、ゆずります!!」にほしい品物がありましたら、市役所4階
秘書広報課にお申し込みください。(インターネットからの申し込みも可)

【注意】
・ご希望の品物が交渉中の場合はご紹介できません。

※情報提供なので、実物のお預り、お引取りはできません。品物の受け渡しや交渉は
当人同士で行っていただきます。
※不用品あっせん掲示板「こちら、ゆずります!!」は、泉大津消費者問題研究会が設置
しています。

リユース企画第2弾!! (インターネットでリユース!!)

YAHOO! バザール (<http://bazar.yahoo.co.jp/>) **活用しませんか?**

★Yahoo!バザールとは、インターネット上で、誰でも簡単にモノを売り買いできるサービスです。お手持ちの中古品やいらなくなったものを売ってみませんか?
★インターネットが苦手な方には登録の仕方を市職員が指導します。市役所で登録していただいた方には、先着でおびんグッズをプレゼントします。この機会に、不用品をリユースしませんか?
※詳しくは、環境課(市役所2階21番窓口)まで

泉大津市は4Rを推進しています!

Refuse リフューズ: 断る
エコバッグを持ていこう!
レジ袋よりもかわいいですよ。
マイ箸やマイタンブラーなど
マイ〇〇を使いましょう!

Reduce リデュース: ごみを減らす
安売りでも必要な分だけに!
冷蔵庫で腐らせていませんか?
残さず食べることもECOに
つながります!

Recycle リサイクル: 再生利用する
捨てられもきちんと分別しましょう!
買いもの際は、リサイクル製品を
選んで購入しましょう!

Reuse リユース: 繰り返し使う
捨てる前にまだ使えるものは
ありませんか?
リユースショップやフリーマーケットを
活用しましょう!

「4R」活動は節約にもなります。地球にも、お財布にもやさしい活動を広めましょう!

【お問い合わせ】 泉大津市都市政策部 環境課
TEL: 0725-33-1131 (代表) FAX: 0725-22-6040

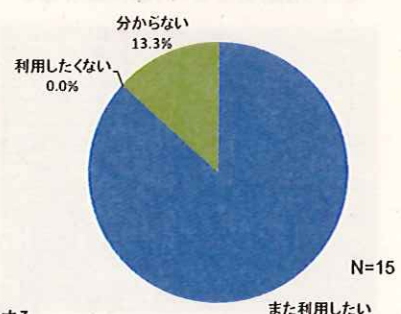
環境省からのお知らせ
資源循環の3R(リデュース、リユース、リサイクル)のうち、リサイクルについては、一定量の資源を
つぎの一方で、資源物の減量化(リデュース、リユース)については、より一層の推進が必要であり、特に、
リユースについては、昨今の経済状況の悪化により、新しい視点として注目されています。
これを踏まえ、環境部はリユースに関する様々な取り組みの活性化を図るため、今後のリユース推進に向け
お誘いや支援策を検討しています。
(ウェブページ) (<http://www.env.go.jp/recycle/circulreuse/index.html>)

本事業は泉大津市が実施する環境省のモデル事業です。

泉大津市のリユースモデル事業の成果・課題

- 出品の状況について
 - モデル事業によって、掲示板の出品件数・交渉成立件数のいずれも増加した。
 - モデル事業実施前(平成24年4月~11月)の出品数 18件(交渉成立が4件)
 - モデル事業実施後(平成24年12月~2月)の出品数 33件(交渉成立が20件)
 - モデル事業実施期間中、不用品あっせん掲示板のアクセス件数は2,204件であった。
※平成23年度(平成23年4月~平成24年3月)の出品数 44件(交渉成立が17件)
 - 出品された製品は、ベビー用品、キッズ用品が多い。ベビーカー、チャイルドシートなどは、出品後に
すぐ交渉中となるなど人気が高かった。
- 利用者アンケートの結果について
 - 利用者の満足度は総じて高い。今後の利用意向として「また利用したい」が87%となっている。

不用品あっせん掲示板利用時の満足度(左図)、今後の利用意向(右図)(利用者向けアンケート)



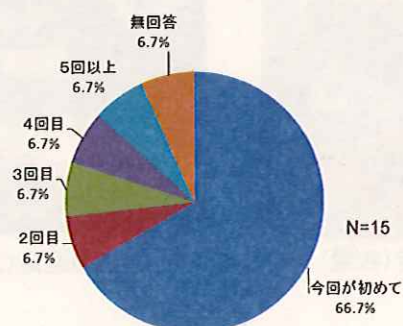
※満足度を2点、やや満足度を1点、普通を0点、やや不満を-1点、不満を-2点とし点数化、回答数で除することでスコア化する。

泉大津市のリユースモデル事業の成果・課題

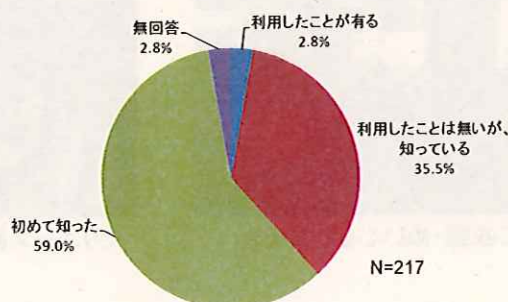
■ 今後の課題について

- 一度利用した人は、二度三度と続けて利用していたことから、今後も継続的な利用が期待される。また、その人からの口コミ効果により利用者の拡大も期待できる。
- 一方、住民向けアンケートでは、不用品あっせん掲示板の認知度は4割程度となっており、十分に認知されているとはいえない状況である。
- 更に利用者を増やすためには、出品物を一定数確保し続けることが重要である。そのためには、不用品あっせん掲示板『こちら、ゆずります！』の認知度を高めていく必要があるが、広報紙や出前講座、窓口対応などあらゆる場面において、提供者および需要者の募集を行っていく。

不用品あっせん掲示板の利用回数
(利用者向けアンケート)



不用品あっせん掲示板の利用状況
(住民向けアンケート)

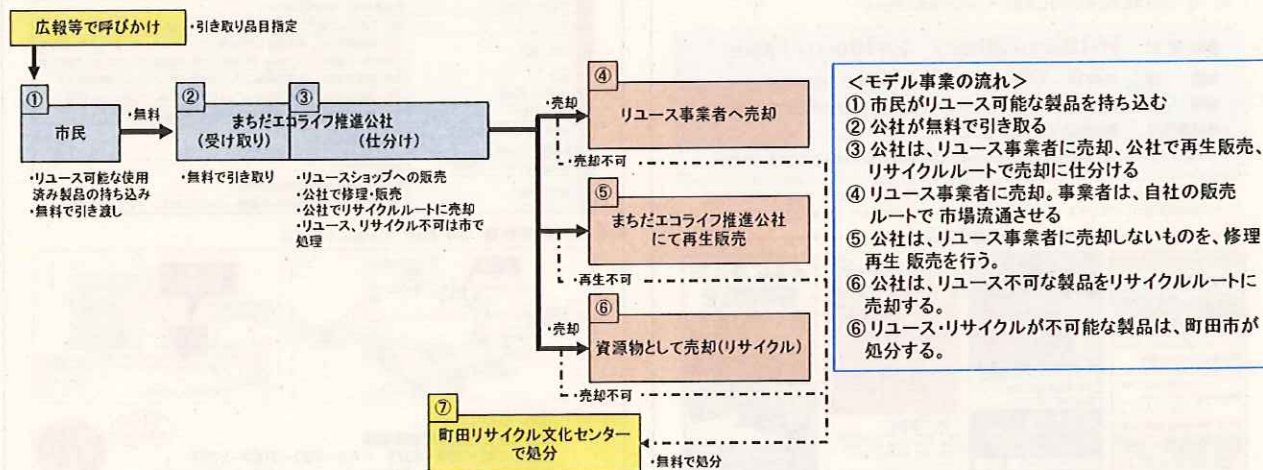


13

(3) 東京都町田市のリユースモデル事業

- 「リユースの日」を設定し、市民にリユース可能な使用済製品の持ち込みを呼びかけ、「まちだエコライフ推進公社」が無償で受け取り、それをリユース事業者への売却、公社自身での再生販売、リサイクル売却、処分のいずれかに仕分けするもの。
- 4社のリユース事業者(キングファミリーFC本部 株式会社Kurokawa、株式会社パシフィックネット、株式会社トレジャー・ファクトリー、ブックオフコーポレーション株式会社)と連携した。
- 家で眠っている使用済製品をリユース市場で流通させることでリユースを促進を図る。

町田市のモデル事業の流れ



14

町田市のリユースモデル事業の様子



＜市民のリユース品持ち込みの様子＞



＜アンケートの様子＞



＜スポーツ、レジャー用品など＞



＜衣類・ぬいぐるみなど＞



＜リユース品の選定(衣類)＞



＜リユース品の選定(スポーツ用品)＞

15

町田市のリユースモデル事業のちらし

引き取り 無料

**大切なものを
次の人にバトンタッチ**

リユースの日

開催します!

町田市エコプラクティス
ハスのん

使えるものは、捨てずに持っていこう!

“自分では使わなくなったけれど、まだまだ使える”ものを、「リユースの日」にお持ちください。まだエコライフ推進公社が無料で引き取り、参加事業者の協力で再生して販売するなどして、リユース（再使用）をすすめます。

12月の開催では、多くの方にお越しいただき、2300点以上のものをリユースすることができました。1月・2月は下記の日程で開催しますので、ぜひご参加ください。

●開催日 **1月19日(土)・20日(日) 2月16日(土)・17日(日)**

●時間 **午前9:00から 午後3:00まで** ※雨天決行

●場所 **町田リサイクル文化センター隣接施設** ※裏面の地図をごらんください

●対象品目 裏面の表でご確認ください

～当日「リユースの日」会場では、リユース品の選定・販売等をおこないますのでご了承ください～

・「リユースの日」は、環境省の「使用済製品等のリユースに関するモデル事業」に選ばれた取り組みです。市と事業者が協力してリユース（再使用）を促進するための実践実験として、2月まで開催します。

●協力事業者紹介●

衣料専門リサイクルショップ
キタガワファミリー
●町田店
【住所】町田市町田327-1
【電話番号】042-721-3034
【営業時間】11:00～19:00
【休店時間】11:00～17:00
【お問い合わせ先】042-721-3034
<http://www.kitagawa-family.jp>

**不要な衣類・雑貨
買い取ります!**

BOOK-OFF
全国No.1買取実績!
●町田店
【住所】町田市町田327-1
【電話番号】042-721-3034
【営業時間】11:00～19:00
【休店時間】11:00～17:00
【お問い合わせ先】042-721-3034
<http://www.book-off.jp>

**不要になった
携帯電話を
高く買います**
042-721-3034
042-721-3034
042-721-3034
042-721-3034

引き取り対象品目

・対象品目・条件を必ずご確認ください。受付場所にお持ちください。（収集はいたしません。）
・町田市内のご家庭から出たものが対象です。

引き取り品目	引き取りの条件
スキー板	10年以内のもので、ビンディングが取り付けられているもの。スキーウェアも可。
スノーボード	10年以内のもの。スノーボードウェアも可。
サーフボード	破損がないもの（キズ等は可）。ウエットスーツも可。
ゴルフクラブ	破損等がないもの。キャディバッグも可。【おバースモン・古いマッスルバックは不可】
キャンプ用品	欠品・破損がなく、使用可能なもの。【お焚火台は不可】
釣竿・釣りリール	破損等がなく、使用可能なもの。
スケートボード・デニスラケット	破損等がなく、使用可能なもの。
野球用グローブ・バット	破損等がなく、使用可能なもの。
ギター・ベース・アンプ・ドラム	破損等がなく、使用可能なもの。
トランペット・キーボード	破損等がなく、使用可能なもの。
チャイルドシート・ベビーカー	破損等がなく、使用可能なもの。
ベビーベッド・ハイローチェア	破損等がなく、使用可能なもの。
子ども用ジャングルジム	破損等がなく、使用可能なもの。
すべり台・三輪車	破損等がなく、使用可能なもの。
キャリーバッグ	破損等がなく、使用可能なもの。
本	破れ・しみ・カビ等がなく、市販されているもの。【お通読誌・情報誌は不可】
衣類・帽子	破れ・破損等がなく、着用可能なもの。ネクタイ・ベルト・マフラー・スカーフも可。【お制服・体操服・ユニフォーム類、社名・校名が入っているものは不可】
くつ	破れ・破損等がなく、着用可能なもの。【お両足分揃っていないものは不可】
かばん・さいふ	破れ・破損等がなく、使用可能なもの。【お学生かばん・ランドセルは不可】
ぬいぐるみ	破れ・破損等がないもの。【お電池を使用して動くものは不可】
携帯電話・デジタルカメラ	（状態は問いません）
家庭用ゲーム機	（状態は問いません）
DVDレコーダー・デッキ	使用可能なもの。
その他家電	製造から5年以内で、使用可能なもの。 【お冷蔵庫・洗濯機・乾燥機・テレビ・エアコン・パソコンは不可】

場所詳細 住所: 町田市下小山田町3267番地

会場

町田リサイクル文化センター

〒221-0801 町田市下小山田町3267番地

**リユースの日
受付場所**

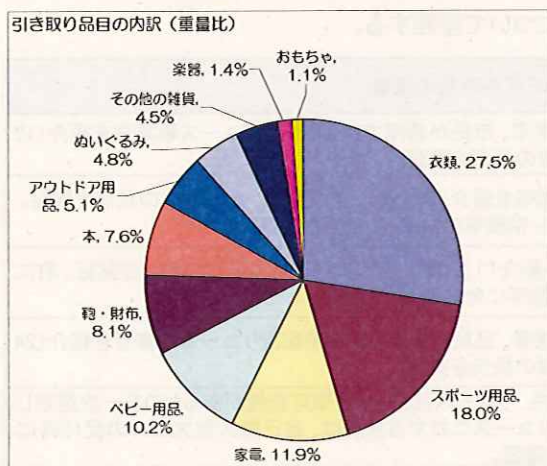
町田リサイクル文化センター

〒221-0801 町田市下小山田町3267番地

お問い合わせ先
町田市環境資源部環境政策課
電話: 042-724-4379 FAX: 050-3160-2768
町田市ホームページ <http://www.city.machida.tokyo.jp/>

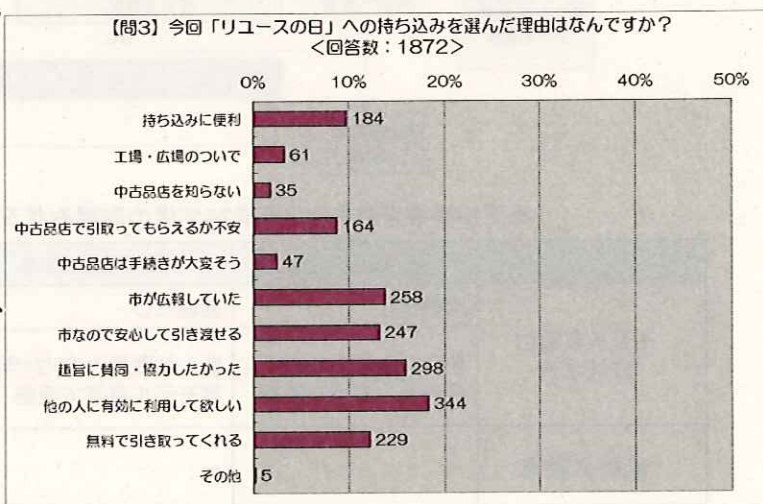
町田市のリユースモデル事業の成果・課題(1)

- 2012年12月からの3カ月、計6回「リユースの日」を開催、合計で受付総数756件、7,548kgの製品を市民から引き取り、そのうち約6割の4,616kgを事業者に引き渡した。
- 市民からの引き取り品目は、衣類が最も多く27.5%、次いでスポーツ用品(18.0%)、家電(11.9%)、ベビー用品(10.2%)と続く。このうち、リユース事業者に引き渡すことができた割合は、衣類、ぬいぐるみが9割を超えるのに対し、本、スポーツ用品は、3割に満たない結果となった。
- 6回合計の売り払い実績は、9,743点で317,110円だった。売り払った点数で約6割を占める衣類は、売払い金額に占める割合では6%と小さかった。スポーツ用品、ベビー用品、楽器は、点数は少なかったものの、高額のついたものがあった。



町田市のリユースモデル事業の成果・課題(2)

- 市民へのアンケート結果
 - 満足度は高く、今後の事業展開に期待する意見が多く寄せられた。
 - 参加した理由としては、「使用する人がいれば有効に利用して欲しいから」が最も多く(18%)、次いで「『リユースの日』の趣旨に賛同・協力したかった」(16%)となり、リユースへの期待がうかがえた。
- リユース事業者との連携について
 - リユース事業者と連携することで公社だけでは扱えない多くの品目を対象とすることができた。
 - リユース事業者アンケートでは、行政との連携に関心があり、今後も公社や市と連携したいという移行が確認された。買取り対象製品に対する満足度は、品目によって異なるが、全事業者から「今後も連携していきたい」という回答が得られた。
- 今後の課題について
 - 持ち込まれた製品のうち、品目によってはリユースできないものも多かった。対象品目や条件などを精査し、リユースできないものを減らす工夫が必要。
 - 市民から、「どのようにリユースされるかわからない」との意見もあり、事業の仕組み・リユースまでの流れを分かりやすく周知する必要がある。



Ⅱ 平成23年度モデル事業のフォローアップ調査

- 平成23年度モデル事業においては、「地域内事業者リスト方式」(4地域)、「市町村回収後選別方式」(2地域)を実証した。
 - 「地域内事業者リスト方式」は、市町村が地域内のリユース事業者を選定し、店舗の概要、買取基準、利用方法等を紹介するちらし等を作成、各世帯に配布する。使用しないまま保管されている製品などをごみとして出す前に、リユース事業者の活用を促すものである。
 - 「市町村回収後選別方式」は、市町村が粗大ごみ等として回収した物について、リユース事業者が市町村のストックヤード等で検品し、リユース品として買い取りできると判断したものを市町村から買い取るものである。
- 平成23年度モデル事業を踏まえた、各地域の取組み状況について整理する。

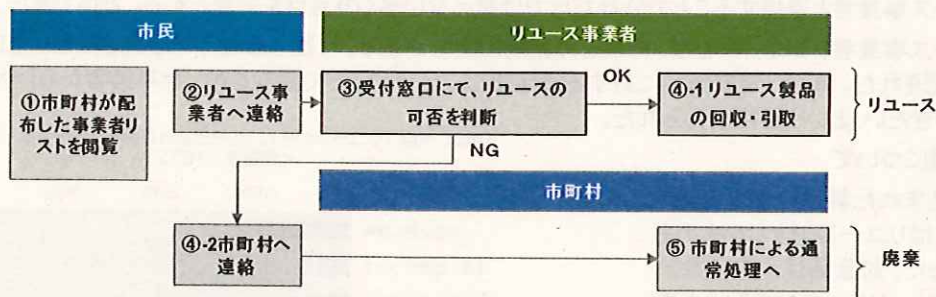
方式	地域	人口・世帯数	モデル事業の概要
地域内事業者リスト方式	愛知県 大府市	人口8.6万人 3.5万世帯	・市内・近隣地域に立地するリユース事業者、市民が利用できる宅配型リユース事業者を紹介(12店舗)。店頭買取、出張買取、宅配買取の状況を実証。
	大阪府 泉大津市	人口7.7万人 3.3万世帯	・市内・近隣地域に立地するリユース事業者を紹介(2店舗)。店頭買取、出張買取の状況を実証。市に相談窓口を設置、市民からの質問・相談等に対応し、利活用を促した。
	群馬県 明和町	人口1.2万人 0.4万世帯	・近隣地域に立地するリユース事業者を紹介(1店舗)。店頭買取、出張買取の状況を実証。町に相談窓口を設置、町民からの質問・相談等に対応し、利活用を促した。
	東京都 世田谷区	人口83.9万人 43.7万世帯	・区内・近隣地域に立地するリユース事業者、区民が利用できる宅配型リユース事業者を紹介(24店舗)。店頭買取、出張買取、宅配買取の状況を実証。
市町村回収後選別方式	神奈川県 秦野市	人口17.0万人 7.0万世帯	・市民から自己搬入された粗大ごみのうち、リユース品として買取可能性があるものを一次選別し、保管。リユース事業者が査定・買取。リユースに対する意向は、自己搬入粗大ごみの受付時に、リユース同意書へ署名してもらうことで確認。
	京都府 綾部市	人口3.6万人 1.4万世帯	・戸別収集する粗大ごみ等、市民から自己搬入された粗大ごみ等の中から、リユース品として買取可能性があるものを担当者が一次選別し、保管。リユース事業者が査定・買取。 ・戸別収集は排出する市民立ち会いのもと実施、リユースに対する意向は収集時に確認。

19

(1) 地域内事業者リスト方式

- 地域内事業者リスト方式は、2地域が継続実施(明和町、世田谷区(更新準備中))、2地域(大府市、泉大津市)が事業を継続せず、新たなリユース促進に向けた新たな取り組みの実施となっている。
 - 明和町では、モデル事業で作成・配布したちらしをそのまま活用し、広報紙において継続することを広報・PRしている。平成24年4月～12月までに、延べ625人、平均70人/月の利用状況。

「地域内事業者リスト方式」の流れ(イメージ)



モデル事業を踏まえた平成24年度の取組み状況(地域内事業者リスト方式)

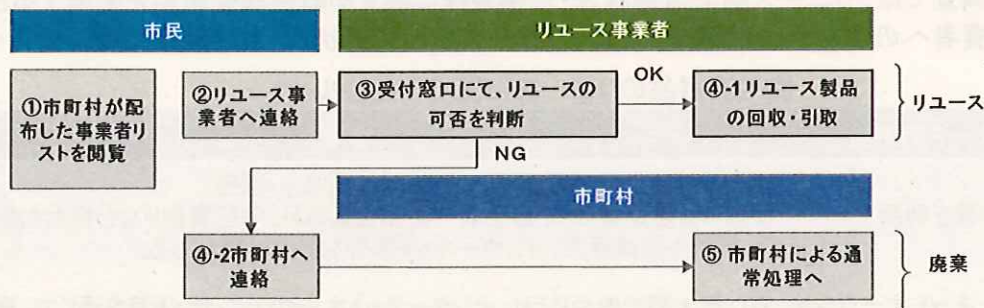
	愛知県大府市	大阪府泉大津市	群馬県明和町	東京都世田谷区
モデル事業の継続状況	継続なし	継続なし	継続して実施中	継続予定
	新たな取組みをH24年度モデル事業で実施	新たな取組みをH24年度モデル事業で実施	平成23年度モデル事業の成果を踏まえて継続	現在リスト更新作業を実施中
変更・改善点	—	—	ちらしはそのまま活用 広報紙により追加広報	業界団体の協力を得て、リストの更新・追加を予定

(2) 市町村回収後選別方式

■ 地域内事業者リスト方式は、いずれの地域(秦野市、綾部市)も継続して事業を行っている。

- 秦野市では、平成24年4月～平成25年1月までに、秦野市がストックした製品数432点、うちリユース事業者が買取りしたもの398点、47,020円となっている。専用のストックヤードを設置(50～80点ほど保管可能)、市民に署名してもらうリユース同意書の改良などを行っている。
- 綾部市では、平成24年4月～12月まで、リユース事業者の買取実績は171点、29,080円となっている。収集した粗大ごみからのピックアップも実施している。

「市町村回収後選別方式」の流れ(イメージ)



モデル事業を踏まえた平成24年度 of 取組み状況(市町村回収後選別方式)

	神奈川県秦野市	京都府綾部市
モデル事業の継続状況	継続して実施 平成23年度モデル事業で一定の効果が得られたため	継続して実施 平成23年度モデル事業で一定の効果が得られたため
変更・改善点	・リユース承諾書の書式変更 ・専用ストックヤードの設置	—

21

(2) 市町村回収後選別方式

◆ 秦野市の一次保管の様子



<リユース用のストックヤード>



<一次保管している製品>



<書棚(一次保管製品例)>

◆ 綾部市の一次保管の様子



リユース向け

リサイクル向け

22

Ⅲ リユース品の流通状況・市場規模調査

- リユース品の流通については、リユースショップでの店頭販売・買取り、フリーマーケット・バザーなどの利用に加え、インターネットショップでの販売、インターネットオークションでの売買、不用となった製品を宅配・郵送で買取り(宅配リユース)、市町村が実施するリユースプラザなど多様なルートが存在する。
- いずれの方法もリユースを促進する手段であり、各利用者の都合・利便性などを踏まえて、それぞれ促進していくことが望ましい。
- 本調査では、リユース品の流通状況・市場規模に関する既往調査事例を整理するとともに、消費者へのアンケート調査をもとに、リユース品の流通状況・市場規模の推計を行った。

使用済製品のリユースに関する主なルート

リユースの方法	概要
リユース業を利用	古物営業法に基づく、リユース業による買取り・販売。 買取りは店頭買取り、自宅等への出張買取り、宅配買取りなど様々な形態があり、販売も店頭販売、インターネット販売などの形態がある。
インターネットオークションなど個人間取引を利用	主に個人間でのやりとり。インターネットオークションサイト等を通じて、売買を行う。製品の授受は宅配などを利用することが多い。
フリーマーケット・バザーなどを利用	主に個人間でのやりとり。公園・広場等のスペースに出店される。地方自治体等が主催するものもある。
地方自治体等が運営するリユースプラザや不用品交換の仕組みを利用	住民から不用品を引き取りリユース品として販売。引取方法や販売・譲渡方法には様々な形態がある。また、掲示板等を利用して、住民間の不用品交換を促進する仕組みもある。

23

(1) 消費者のリユースに関する意識について

- インターネットモニターアンケート調査を実施(20歳以上の男女を対象。事前調査(N=85,417人)、本調査(N=5,385人)の2段階)、リユース品の購入・販売経験の有無、購入意向、品目別の購入数量・購入方法・金額などを把握した。対象品目は、家具、衣類、書籍、家電製品、自動車など20項目に分けて把握、骨とう品、中古住宅等は対象外、未使用品・新古品を対象とした。
- リユース市場規模を「国内における一般消費者がリユース品を購入した総額(過去1年間)」と定義し、品目別に、①全国における中古品購入者数(人)、②購入方法・購入先別の割合(%)、③1人あたりの購入金額単価(円/人)をもとめ、それぞれを乗じることでリユース市場規模を推計した。

消費者アンケートでの流通経路、品目の分類

【リユース品の流通経路(5分類)】

- | | |
|-------------------------------|-----------------------|
| ①リユースショップ・中古品販売店の店頭で購入 | ②インターネットショッピングサイトにて購入 |
| ③インターネットオークションで中古品を購入 | ④フリーマーケット、バザー等での購入 |
| ⑤その他(市町村等が運営するリユースショップでの購入など) | |

【調査対象とした品目(21分類)】

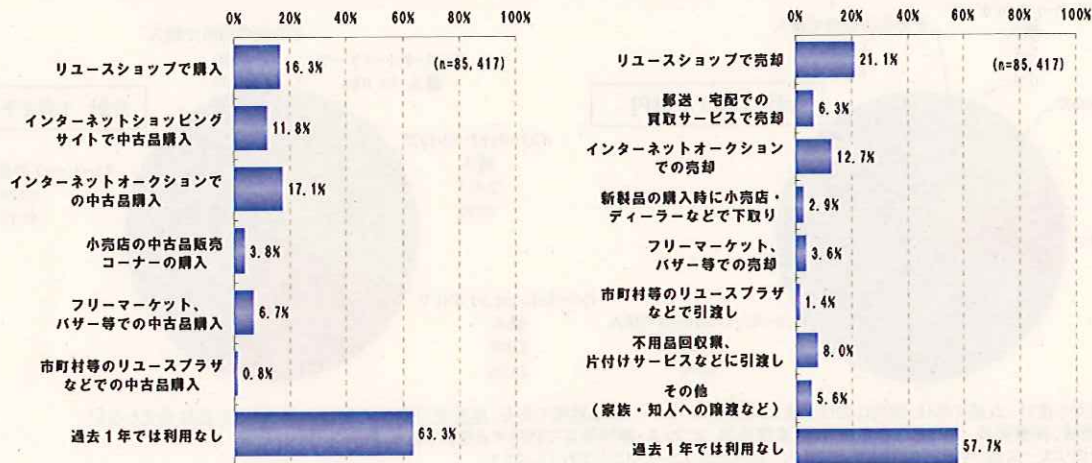
- | | |
|---------------------------|----------------------------------|
| 1. 家具類(机、椅子、ベッド、テーブル、棚など) | 2. ブランド品(服、時計、バッグ類、服飾品、靴など) |
| 3. ブランド品を除く衣類・服飾品 | 4. ベビー・子供用品(ベビーカー、ベッド、ベビー服など) |
| 5. 日用品・生活雑貨(食器類、キッチン用品など) | 6. スポーツ・レジャー用品(ゴルフ、スキー、釣り具など) |
| 7. 書籍 | 8. ソフト・メディア類(DVD、ブルーレイ、ゲームソフトなど) |
| 9. ゲーム機器(ハードウェア、ポータブル機器) | 11. 玩具・模型(幼児用を除く) |
| 11. カメラ・周辺機器(デジタルカメラも含む) | 12. 携帯電話・スマートフォン |
| 13. パソコン・周辺機器(タブレットを含む) | 14. エアコン |
| 15. テレビ、洗濯機・乾燥機、冷蔵庫 | 16. その他の家電製品(上記以外の家電製品など) |
| 17. 自転車、自転車部品・パーツ | 18. カー用品(カーオーディオ、カーナビ、タイヤなど) |
| 19. 自動車 | 20. バイク、原付バイク |
| 21. その他 | |

24

リユース品の購入経験・不用品の売却・引き渡し経験

- 過去1年間におけるリユース品の購入経験、中古品の販売経験について、「過去1年間にリユース品の購入経験がある人」は全体の4割弱で、購入方法はインターネットオークション(17.1%)、リユースショップ(16.3%)、インターネットショッピングサイト(11.8%)が上位となっている。一方、「過去1年では購入したことはない」との回答は6割強(63.3%)となっている。
- 同様に、「過去1年間に使わなくなった製品の売却・譲渡経験がある人」は全体の4割強、リユースショップ(21.1%)、インターネットオークション(12.7%)が上位となっている。「過去1年では売却・譲渡したことはない」との回答が6割弱(57.7%)となっている。
- 過去1年間に全体の4割程度の人なんらかリユースを利用していることが推測され、若い世代での利用が多いことが推測される。

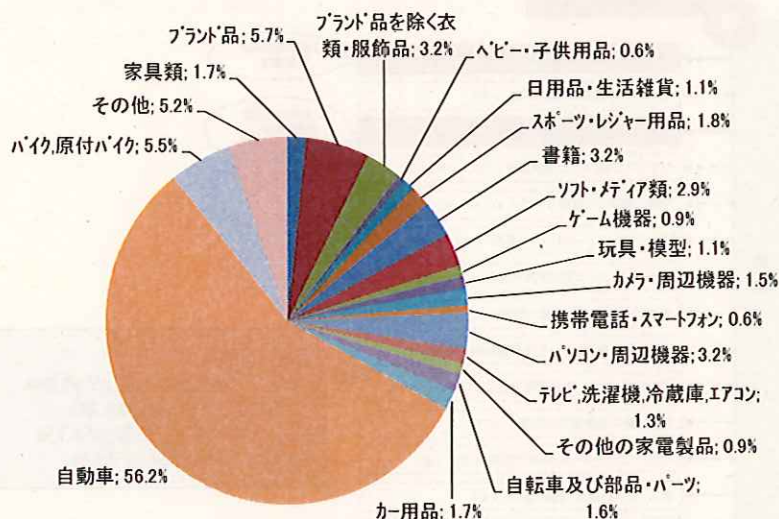
過去1年間における中古品の購入経験、売却・譲渡経験(いずれも複数回答、2012年)



25

リユース市場規模の推計結果(品目別)

- アンケート調査から拡大推計したリユース市場規模は、一般消費者の最終需要ベースで約3兆1,000億円と推計された。
- 品目別に見ると「自動車」が最も多く、全体の56.2%(1兆7,445億円)を占めており、次いで「ブランド品」(5.7%、1,774億円)、「バイク、原付バイク」(5.5%、1,706億円)、「その他」(5.2%、1,621億円)、「書籍」(3.2%、994億円)となった。
- なお、下取りの商慣習が根付き、リユース市場が確立している「自動車」「バイク」の2品目を除く18品目で集計すると、約1兆2,000億円のリユース市場規模と推計され、「ブランド品」「その他」「書籍」「ブランド品を除く衣類・服飾品」「パソコン周辺機器」「ソフトメディア類」といった品目が上位となっている。

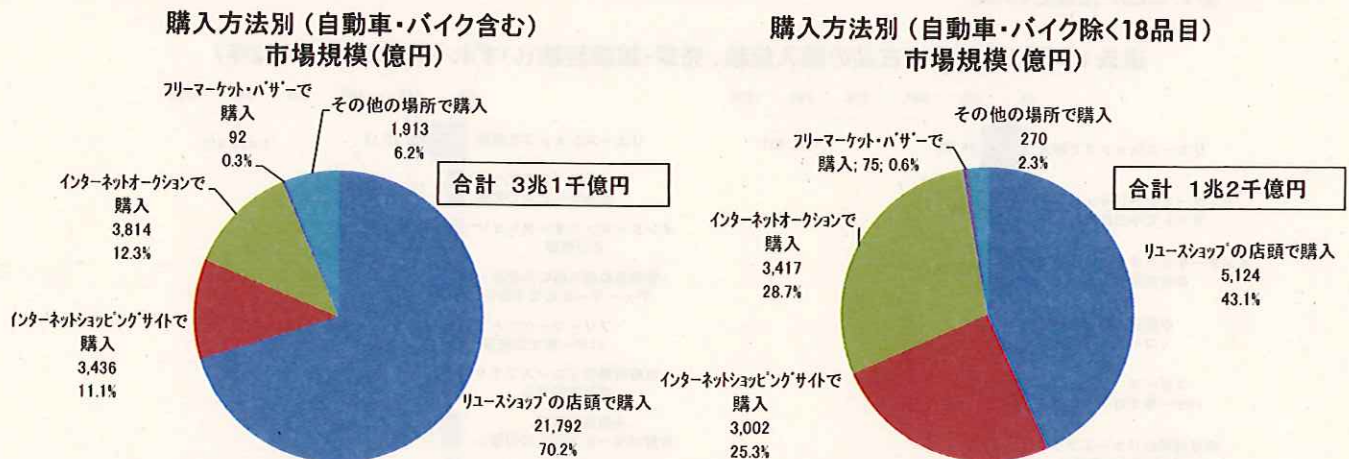


合計 3兆1千億円
※自動車、バイク除くと1兆2千億円

※消費者の購入量から推計した値であり、国内における個人消費者のリユース市場規模である。事業者が購入するリユース品・中古品は含まれない(例えば、建設機械、医療機器、特殊車両などの事業・産業用途、オフィス・事務所等で利用する家具、電化製品など)。
※国内の消費者でのリユース品・中古品の購入状況であり、海外でのリユースは含まれていない。
※上記推計には、未使用品・新品を含む。骨とう品は含まれていない。

リユース市場規模の推計結果(購入方法別)

- 品目別・購入方法別に市場規模をみると、「リユースショップの店頭で購入」が2兆1,792億円(70.2%)と最も多く、次いで「インターネットオークションで購入」が3,814億円(12.3%)、「インターネットショッピングサイトで購入」が3,436億円(11.1%)、この3つの購入方法で全体の9割以上を占める。
- 「自動車」「バイク」は全体の8~9割が「リユースショップの店頭」で購入されており、その他の18品目合計では、「リユースショップの店頭で購入」が5,124億円(43.1%)、「インターネットオークションで購入」が3,417億円(28.7%)、「インターネットショッピングサイトで購入」が3,002億円(25.3%)、この3つの購入方法で全体の95%以上を占めている。
- その他の18品目についてはリユースショップの店舗よりもインターネットを経由した方法の方が多く、また過去の類似調査と比較するといとインターネットの割合が増えつつあるという傾向にある。



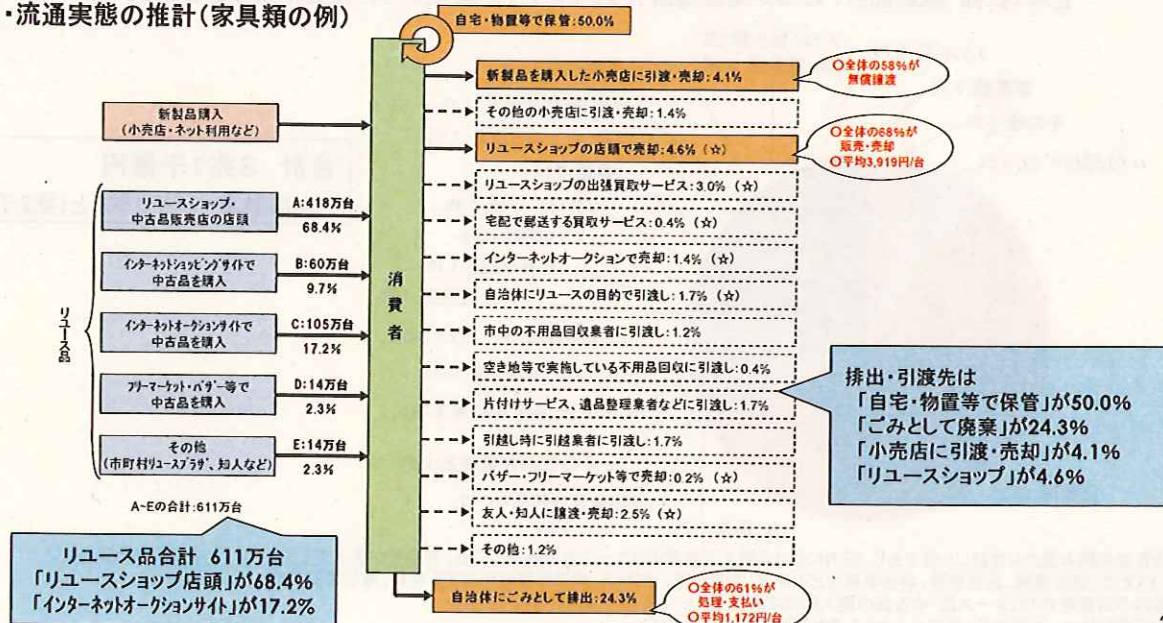
※消費者の購入量から推計した値であり、国内における個人消費者のリユース市場規模である。事業者が購入するリユース品・中古品は含まれない(例えば、建設機械、医療機器、特殊車両などの事業・産業用途、オフィス・事務所等で利用する家具、電化製品など)。
 ※国内の消費者でのリユース品・中古品の購入状況であり、海外でのリユースは含まれていない。
 ※上記推計には、未使用品・新品を含む。骨とう品は含まれていない。

27

消費者アンケート調査を踏まえた排出・流通実態の推計

- 消費者アンケート調査をもとに、中古品の購入経路、不要品の排出・引渡先の割合、及びその際の費用について、品目別に整理。
- 家具類を例にとると、過去1年間に中古品として購入・入手したのは611万台、うち「リユースショップの店頭」で購入が68.4%、418万台、「インターネットオークションサイト」が17.2%、105万台と推計。
- また、過去1年間で不用となった家具類の排出・引渡について、「自宅・物置等で保管」が最も多く50.0%、次いで「自治体にごみとして廃棄」が24.3%、「新製品を購入した小売店に引渡・売却」が4.1%、「リユースショップの店頭で売却」が4.6%と続く。

排出・流通実態の推計(家具類の例)



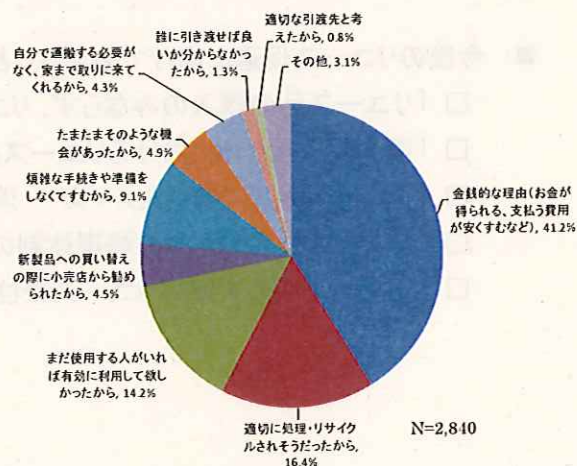
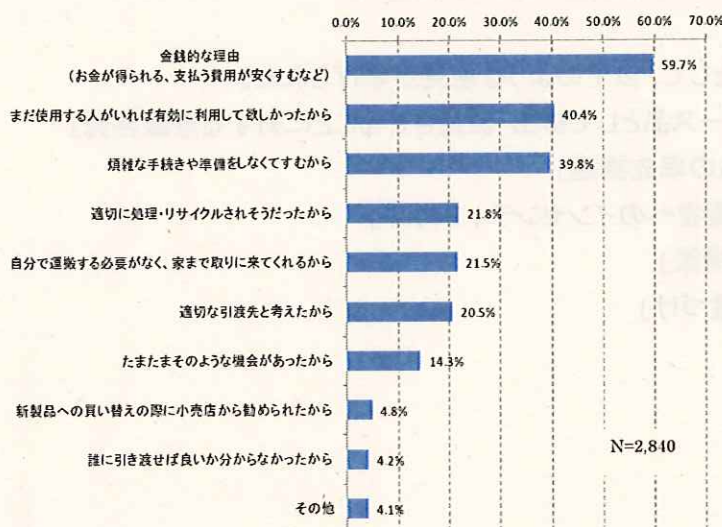
28

消費者アンケート調査を踏まえた排出・流通実態の推計

- 使用しなくなった・不用となった製品の排出・引き渡し先の選定理由としては、金銭的な理由(お金が得られる、支払う費用が安くすむなど)との回答が最も多く59.7%、次いで、「まだ使用する人がいれば有効に利用して欲しかったから」(40.4%)、「煩雑な手続きや準備をしなくてすむから」(39.8%)と続く
- 最も重視した理由について1つだけ選んだ回答結果では、「金銭的な理由」との回答が最も多く41.2%、次いで「適切に処理・リサイクルされそうだったから」(16.4%)、「まだ使用する人がいれば有効に利用して欲しかったから」(14.2%)と続く。

不用になった製品の排出・引き渡し先の選定理由(家具類の例)

左:選定理由(複数回答)、右:最も重視した理由



29

リユース市場規模推計・流通実態調査における今後の検討課題

- 使用済製品のリユースは、一般消費者の最終需要だけで3兆1億円の市場規模があると推計され、事業者(産業、オフィス・事務所)の需要やリユース品の海外輸出なども含めるとリユースの市場規模はさらに大きいことが推測される。
- 今後、リユース市場規模推計にあたっての課題としては以下の点が挙げられる。

(1) 事業者におけるリユース品・中古品利用の考慮

- 事業者が最終ユーザーとなるリユースは考慮できておらず、事業者が購入するリユース品・中古品の購入金額は含まれない。例えば、建設機械、医療機器、特殊車両などの事業・産業用途、オフィス・事務所等で利用する家具、電化製品などが想定される。

(2) インターネットオークションにおける事業者出品・一般消費者出品の区別について

- インターネットオークションでの購入について、リユース事業者等から購入か、一般消費者からの購入かの区別を行っていない。実際の利用状況を考えると、リユース事業者等からの出品も相当数行われていることから、今後新たに調査をする際には両者を区別することを検討する。

(3) 「中古品での購入意向」と「実際に中古品を購入した人の割合」の比較検討

- 「ある品目に対する中古品での購入意向」と「過去1年間にある品目を中古品として購入した人の割合」との比較検討を踏まえ、そのギャップが大きい品目に対して、なんらかの対策を講じることがリユース促進に必要となる。

(4) 地方自治体におけるリユースの実態について

- 市場規模(最終需要ベース)の推計において、地方自治体が実施しているリユース品・中古品の販売・譲渡は「その他」の項目に含まれている。一方、地方自治体を経由し、リユース事業者にて販売されるリユース品・中古品も存在することから、本調査では地方自治体でのリユースの評価が難しい。

(5) 衣類などの海外でのリユースの状況について

- 衣類、家具類などリユース目的で海外に輸出されている製品が少なからず存在している。本調査においては国内での一般消費者の最終需要から市場規模を推計しているため、海外でのリユースについては把握・捕捉ができていない。今後、新たに調査を実施する際には、リユース目的で輸出される製品の実態把握を試みる。

30

IV 今後のリユースのあり方に関する検討

- 第四次環境基本計画及び第三次循環型社会推進基本計画における2R、リユースに関する記載内容に対する意見、今後のリユース促進に向けて必要な対策・方針について意見交換・検討を行った。
 - 「2Rを重視したライフスタイルの変革」として、リサイクルより優先順位の高い2R(リデュース(発生抑制)・リユース(再使用))の取組がより進む社会システムの構築を目指す。リユース品が広く活用されるとともに、リユースに係るビジネスの市場につながるような環境を整備する。(※第四次環境基本計画 第2部 第1章 第6節より部分抜粋)
- 今後のリユース促進に向けて必要なこととして、以下のような意見が挙げられた。
 - 「リユース品の購入のみならず、リユース品として排出・流通させることに対する意識啓発」
 - 「国、地方自治体におけるリユース品の率先調達」
 - 「リユース促進に向けたメーカー・消費者へのインセンティブ付与」
 - 「リユース推進のための修理体制の構築」
 - 「国内のみならず海外リユースの位置づけ」

31

2Rを重視したライフスタイルに向けて必要なこと ～研究会での意見交換・検討において挙げられた主な意見～

- ＜リユース品として排出・流通させることに対する意識啓発＞
 - 消費者においてリユース品を排出するという意識はまだ不十分であることから、捨てるのではなくリユース品として流通させるということに対する意識啓発が必要ではないか。
- ＜国・地方自治体におけるリユース品の率先行動＞
 - リユース品のエンドユーザーとして国や地方公共団体が自らリユース品を購入する、グリーン購入法にリユースの観点を取り入れるなど、率先して行動することが必要ではないか。
- ＜地方自治体における2R推進に向けた取組の課題＞
 - 自治体の2Rの政策については具体的な取組例が少ない。リデュースはリサイクルよりも優先されるものであるが、市民に対して更に普及・啓発を行っていく必要がある。一方で、このような市民レベルでの普及・啓発の取組には限界があり、事業者の取り組みをより進める必要があるのではないか。
- ＜リユース促進に向けたメーカー・消費者へのインセンティブ付与について＞
 - 不必要な容器包装をなくすためには、本質的にはリユース容器を推奨することであると考え。例えば、現状のびんビールの価格は缶とほぼ同等、またはびんの方が高いこともあるくらいであり、購入は進まず、リユースにはつながらない。流通そのものを見直す必要がある。リユースの促進には、例えば「新品税」などの仕組みで、メーカー、消費者にインセンティブを働かせることが必要ではないか。
 - 低価格商品の流通が広がっているが、2Rを阻害する面もあり流通構造の全体から検討する必要がある。
- ＜修理の体制整備について＞
 - 「製品の長寿命化」は可能ではあるが、部品が法定保管年数を過ぎると、メーカーで修理対応の部品が保管・ストックされておらず修理が不可能になってしまうという問題がある。修理の体制も合わせて考えるべきである。
- ＜海外でのリユースの必要性＞
 - 国内でのリユース促進・長寿命化のみならず、国際的な資源循環を進めていくことも必要ではないか。

32

V リユース促進のために必要な指標について

- リユース促進のために、現状での利用・流通状況をできるだけ正確に把握しつつ、必要な施策を講じていくことが必要である。本研究会において、独自にデータの収集・把握を進め、関係者への適切な情報提供を進めるとともに、リユース促進に向けての必要な施策を検討していく。
- 研究会での意見交換・検討を踏まえた、使用済製品等のリユース促進のために把握すべき数値・データ(案)を示す。

<リユース促進のために把握に努める数値・データ項目(案)>

□ リユース市場規模(概要)

- 例えば、経済産業省 商業統計、経済センサス等より把握。

□ 中古品利用による使用期間の長期化

- 例えば、内閣府「消費動向調査」より家電製品の平均使用年数、「自動車検査登録情報協会」資料より車種別平均使用年数を把握

□ リユースに関する意識・行動の推移・変化

- 一般消費者を対象としたアンケート調査より、リユースに関する意識・行動について把握する。経年で調査を実施することで、その意識・行動の変化を把握

□ 品目別、流通経路別のリユース市場規模

- 品目別、流通経路別の詳細なリユース市場規模を把握する。本年度の調査結果も踏まえ、本研究会として定期的に調査・把握を行う。また、合わせて、業界団体統計、文献調査等からも把握を行う

□ 地方自治体におけるリユースの取組

- 地方自治体における、自らのリユース品を販売・提供、個人間での交換促進、バザー・フリーマーケットの開催支援、リユース品の調達状況、広報・PR等に関する実績・実施状況を把握

□ その他、リユース促進に関連するデータ・数値

- その他、文献調査、統計調査等より把握できるデータ・数値を継続して整理していく。