

令和5年度適正なリユースの促進及び
違法な不用品回収業者対策に向けた調査・検討業務
報告書

令和6年3月

三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング株式会社

目次

I. 使用済製品等のリユースに関する自治体によるモデル実証事業及び 使用済衣類回収のシステム構築に関するモデル実証事業の支援及び検証	1
第1章 令和5年度モデル事業の支援等	1
1. 愛知県蒲郡市 「高齢者の力でリユース推進！粗大ごみのネット販売による サーキュラーエコノミーモデル化事業」	3
2. 神奈川県座間市 「あなたの街の思いやりリユースプロジェクト」	10
3. 東京都八王子市 「地域のデジタルプラットフォームを活用した不要品のリユース実証事業」	14
4. 愛知県豊田市 「衣類」の資源循環・サーキュラーエコノミー実証等 ～使用済ユニフォームや衣類の回収、再製品化を「ミライのフツー」に～	18
5. 学校法人山内学園 香蘭女子短期大学 「若年層（Z世代）における使用済衣類回収・循環のシステム構築に係る実証事業」	21
6. 京都府京都市 「地域内での使用済衣服の回収&循環のプラットフォーム 「RELEASE⇄CATCH（リリース・キャッチ）」創出のための実証事業」	24
7. 株式会社京葉十二社広告社 「こども服交換会・フォーマル服レンタルの会・こども服おゆずり会」	29
8. 株式会社 BIG EYE COMPANY 「使用済み衣服の広域回収&循環プロジェクト『KURU KURU Fashion Project』」	32
9. モデル事業の成果	36
第2章 過年度のモデル事業のフォローアップ調査	38

II. リユース市場規模調査等	41
第1章 リユース市場に関連する情報収集	41
1. 公的統計等の調査：リサイクル通信「リユース市場データブック」の整理	41
2. 新たなリユース市場に関する調査：令和4年度市区町村アンケートの追加分析	46
3. 新たなリユース市場に関する事例紹介	51
4. 古材リユースに関する調査	56
第2章 「市町村による使用済製品等のリユース促進のための手引き」の改訂等に向けた 調査・検討	58
1. 改訂等に向けた調査・検討	58
2. 手引きの改訂案の作成	61
第3章 使用済製品のリユース促進に向けた環境省のホームページの改訂	64
第4章 使用済製品のリユース促進による温室効果ガス削減効果の見える化の調査・検討	66
1. 長期間使用される製品のリユースによる温室効果ガス削減効果に関する事前調査	67
2. 繰り返し利用することが前提となっている製品のリユースによる 温室効果ガス削減効果に関する事前調査	79
III. 違法な不用品回収業者対策	81
1. セミナーの開催概要・開催結果	81
2. セミナー参加者アンケートの集計結果	83
3. アンケート調査票（参考）	100

I. 使用済製品等のリユースに関する自治体によるモデル実証事業及び使用済衣類回収のシステム構築に関するモデル実証事業の支援及び検証

第1章 令和5年度モデル事業の支援等

リユース関連事業者や、市民団体等と連携した先導的な使用済製品等のリユースに関する施策を実施する自治体を支援することを目的とし、環境省が公募する「令和5年度使用済製品等のリユースに関する自治体モデル実証事業」において、実施自治体に対する技術的支援等を行った。また、生活者が手軽に衣類を回収に出しやすい環境づくりに向けた取組を行う自治体や事業者、NPOを支援することを目的とし、環境省が公募する「令和5年度使用済衣類回収のシステム構築に関するモデル実証事業」において、事業実施者に対する技術的支援等を行った。

令和5年度においては、申請書類等に基づく審査（※有識者4名で実施。申請書に基づく書類審査の上、審査委員会を開催）を行った結果、計8件の事業を採択した。実施団体は、愛知県蒲郡市、神奈川県座間市、東京都八王子市、愛知県豊田市、学校法人山内学園 香蘭女子短期大学、京都府京都市、株式会社京葉十二社広告社、株式会社BIG EYE COMPANYである。

各団体のモデル実証事業成果報告書を以降に整理する。


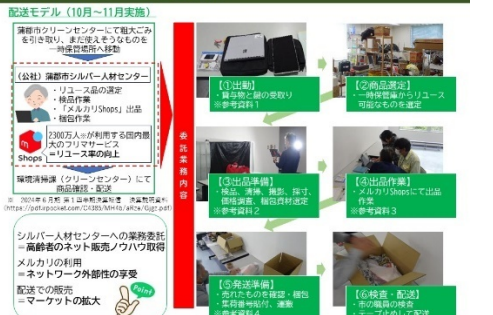
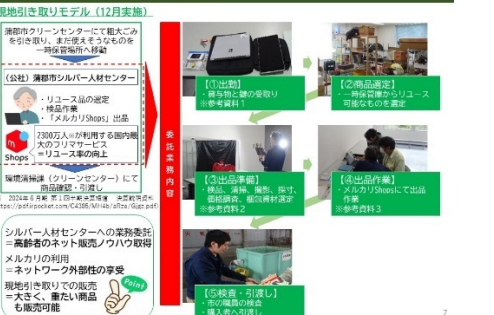
図表 1 令和5年度使用済製品等のリユースに関する自治体モデル実証事業 採択事業一覧

	事業の名称	事業の概要
愛知県蒲郡市	高齢者の力でリユース推進！粗大ごみのネット販売によるサーキュラーエコノミーモデル化事業	令和4年度から粗大ごみをネットショップで販売する取組を実施している。今年度は市職員が限られた時間で対応してきた出品や引渡等の作業を蒲郡市シルバー人材センターに委託することで、リユース割合の向上を目指す。 この取組によるごみやCO2の削減量、販売に係る収支のバランス、費用対効果を検証し、地域における持続可能なリユースの仕組みを全国の自治体で横展開できるモデルを構築する。
神奈川県座間市	あなたの街の思いやりリユースプロジェクト	「まだ使えるが自分には不要になったもの」「大切に使用してくれる人に譲りたいもの」を所有する市民と、それを必要とし、製品の状態や思いを理解し貰い受ける市民同士のマッチングを促し、地域内でのリユース品の循環を推進する取組。マッチング後の配送の手間を削減することを目的に粗大ごみの収集運搬事業者による運搬や、市内に受け渡しBOXを設ける等の施策を実施する。
東京都八王子市	地域のデジタルプラットフォームを活用した不要品のリユース実証事業	不要となった再利用可能な品物をごみとして出す前に市民から受け取り、オンラインを活用して、引取りを希望する方へ有償または無償にて引渡す取組。本年度は粗大ごみ収集でのリユース品のピックアップや、セルフレジ等の導入によるスタッフの省人化にも取り組むとともに、過去の取組結果も踏まえ、事業の費用対効果や効果的な運営方法の検討を実施する。

図表 2 令和5年度使用済衣類回収のシステム構築に関するモデル実証事業 採択事業一覧

	事業の名称	事業の概要
愛知県豊田市	「衣類」の資源循環・サーキュラーエコノミー実証等～使用済ユニフォームや衣類の回収、再製品化を「ミライのフツー」に～	若者と共に産学官民が連携した脱炭素社会推進プロモーション事業（NewVibeZ）の一環として実施する取組。連携企業の使用済ユニフォームをケミカルリサイクル・再製品化し、その前処理の一部を就労継続支援 B 型事業所にて実施することで地域内の支え合いを実現。また、市周辺で開催される集客力の高いイベント等において、衣類回収や企業向けオンラインセミナー等を実施する。
学校法人山内学園 香蘭女子短期大学	若年層（Z 世代）における使用済衣類回収・循環のシステム構築に係る実証事業	授業の一環として、古着の収集・リユース等を行い、地域のフリーマーケット及びフリマアプリで販売することで、地域の衣類廃棄を削減する取組。 また、若年層への影響力が高いインフルエンサーとも連携し、古着の利活用・販売等を Z 世代向けにデモンストレーション・周知する活動を実施する。取組の様子はオンラインで配信し、より幅広い地域・消費者への周知を目指す。
京都府京都市	地域内での使用済衣服の回収 & 循環のプラットフォーム「RELEASE⇔CATCH(リリース・キャッチ)」創出のための実証事業	京都市内に衣服を回収する回収 BOX を設置し、古着事業者による仕分けを行い、再利用可能な衣服について、小売り・卸事業者やイベント等で販売、循環させるプラットフォーム「RELEASE⇔CATCH」（令和4年度に構築）の回収 BOX 設置場所拡大、リユースの販路拡大を目指す。また、「RELEASE⇔CATCH」を活用し、アップサイクル製品の販売、リサイクルルートの多様化、教育現場への普及啓発を目指す。
株式会社京葉十二社 広告社	こども服交換会・フォーマル服レンタルの会・こども服おゆずり会	東京都江戸川区において、こども服の交換会・おゆずり会及びフォーマル服レンタル会を開催する。こども服の交換会・おゆずり会では、小さくなってこどもが着られなくなった洋服を持ち寄り、必要な方に無料で引き取っていただくリユースの機会を設ける。区内で各種取組を開催することで、区民への情報周知を通じて、衣類を大切に循環させる仕組みを活用してもらいたいことを目指す。
株式会社 BIG EYE COMPANY	使用済み衣服の広域回収 & 循環プロジェクト『KURU KURU Fashion Project』	本事業では徳島県内で特に廃棄衣類の課題を抱える自治体とともに使用済み衣類の回収を行い、広域での廃棄衣料の再利用化と再資源化に向けた連携体制の構築を目指す。今年度は初年度として、上勝町の町内施設及び徳島県庁での衣類回収、県庁職員を対象とした分別ワークショップ、リメイク・リペアの上での再利用、マテリアルリサイクルの実施等を行う。

1. 愛知県蒲郡市：高齢者の力でリユース推進！粗大ごみのネット販売によるサーキュラーエコノミーモデル化事業

<p>令和5年度使用済製品等のリユースに関する自治体モデル実証事業</p> <p>高齢者の力でリユース推進！ 粗大ごみのネット販売によるサーキュラーエコノミーモデル化事業</p> <p>事業報告書</p> <p>実施団体名 蒲郡市</p> <p>2024年2月</p>	<p><事業の全体概要></p> <p>事業の概要と目的</p> <ul style="list-style-type: none"> 市民から持ち込まれた粗大ごみを選別し、リユース可能な資源を商品として「メルカリShops」にて販売 シルバー人材センターへ委託することで出品量を増やし、粗大ごみのリユースを積極的に実施することで市民のリユース意識の向上につなげ、また、雇用を創出する 委託業務を「がまごおりモデル」としてワンパッケージ化することで、他の自治体へ横展開を図る <p>従来の処理方法</p>  <p>新たなリユース方法「がまごおりモデル」</p> <p>持ち込まれたごみから価値を見出し、ネット販売を行う「リサイクルバザー」を構築</p>																																														
<p><目次></p> <ol style="list-style-type: none"> 対象地域の概要 事業の目的と具体的な取組 事業の内容および実施期間 実施体制 事業の成果と課題 <ul style="list-style-type: none"> ネット販売 リユース講座 アンケート その他 事業終了後の継続方針 横展開のポイント <p>参考資料</p>	<p>1. 対象地域の概要</p> <p>蒲郡市の概要</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>人口</th> <th>78,199人 (令和5年10月1日現在)</th> <th>世帯数</th> <th>33,499世帯 (令和5年10月1日現在)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>年齢構成</td> <td colspan="3">総人口に対する年少人口比率が11.6%、生産年齢人口比率が58.4%、老年人口比率が30.0%で、少子高齢化が進行</td> </tr> <tr> <td>蒲郡市の特徴</td> <td colspan="3"> <ul style="list-style-type: none"> ■愛知県に属し、本州のほぼ中心に位置する海沿いの観光地 ■市内に4つの温泉地を有し、風光明媚な景観が特徴 ■年間32,000tの粗大ごみ排出され、市民一人当たりの粗大ごみの量は約1,144gで愛知県内の全54市町村のうちワースト4位 ■高령者増加の都市を目指し、令和3年11月に「サーキュラーシティ蒲郡」を表明 </td> </tr> <tr> <td>本事業の対象地区</td> <td colspan="3">市民の粗大ごみを受け付けているごみ処理施設「蒲郡市クリーンセンター」を中心地点とし、市民のリユース意識の向上を促す取組であるため市域全体の33,499世帯を対象とする</td> </tr> <tr> <td>リユース施策</td> <td colspan="3"> <ul style="list-style-type: none"> ■ごみ処理場に持ち込まれる粗大ごみや市役所内の品物を「メルカリShops」にて販売 ■「メルカリShops」で一定期間売れ残らなかったものや大型のごみは入札方式によるリサイクルバザーを開催 ■家庭内の不要品がまだ使える品物を一時的に保管する箱「メルカリボックス」を市民へ配布（令和4年5月から開始） ■「フリマアプリ「メルカリ」の出品の操作を覚えていただくメルカリ教室の開催 ■11月立学校において不要になった制服を「福祉や防災生など」に転売するバザーを開催 ■ごみの分別を含むごみ出しマナー教室を市の職員が講師となり小学校など幼児期から地域における高齢者まで幅広く開催 </td> </tr> </tbody> </table>	人口	78,199人 (令和5年10月1日現在)	世帯数	33,499世帯 (令和5年10月1日現在)	年齢構成	総人口に対する年少人口比率が11.6%、生産年齢人口比率が58.4%、老年人口比率が30.0%で、少子高齢化が進行			蒲郡市の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ■愛知県に属し、本州のほぼ中心に位置する海沿いの観光地 ■市内に4つの温泉地を有し、風光明媚な景観が特徴 ■年間32,000tの粗大ごみ排出され、市民一人当たりの粗大ごみの量は約1,144gで愛知県内の全54市町村のうちワースト4位 ■高령者増加の都市を目指し、令和3年11月に「サーキュラーシティ蒲郡」を表明 			本事業の対象地区	市民の粗大ごみを受け付けているごみ処理施設「蒲郡市クリーンセンター」を中心地点とし、市民のリユース意識の向上を促す取組であるため市域全体の33,499世帯を対象とする			リユース施策	<ul style="list-style-type: none"> ■ごみ処理場に持ち込まれる粗大ごみや市役所内の品物を「メルカリShops」にて販売 ■「メルカリShops」で一定期間売れ残らなかったものや大型のごみは入札方式によるリサイクルバザーを開催 ■家庭内の不要品がまだ使える品物を一時的に保管する箱「メルカリボックス」を市民へ配布（令和4年5月から開始） ■「フリマアプリ「メルカリ」の出品の操作を覚えていただくメルカリ教室の開催 ■11月立学校において不要になった制服を「福祉や防災生など」に転売するバザーを開催 ■ごみの分別を含むごみ出しマナー教室を市の職員が講師となり小学校など幼児期から地域における高齢者まで幅広く開催 																												
人口	78,199人 (令和5年10月1日現在)	世帯数	33,499世帯 (令和5年10月1日現在)																																												
年齢構成	総人口に対する年少人口比率が11.6%、生産年齢人口比率が58.4%、老年人口比率が30.0%で、少子高齢化が進行																																														
蒲郡市の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ■愛知県に属し、本州のほぼ中心に位置する海沿いの観光地 ■市内に4つの温泉地を有し、風光明媚な景観が特徴 ■年間32,000tの粗大ごみ排出され、市民一人当たりの粗大ごみの量は約1,144gで愛知県内の全54市町村のうちワースト4位 ■高령者増加の都市を目指し、令和3年11月に「サーキュラーシティ蒲郡」を表明 																																														
本事業の対象地区	市民の粗大ごみを受け付けているごみ処理施設「蒲郡市クリーンセンター」を中心地点とし、市民のリユース意識の向上を促す取組であるため市域全体の33,499世帯を対象とする																																														
リユース施策	<ul style="list-style-type: none"> ■ごみ処理場に持ち込まれる粗大ごみや市役所内の品物を「メルカリShops」にて販売 ■「メルカリShops」で一定期間売れ残らなかったものや大型のごみは入札方式によるリサイクルバザーを開催 ■家庭内の不要品がまだ使える品物を一時的に保管する箱「メルカリボックス」を市民へ配布（令和4年5月から開始） ■「フリマアプリ「メルカリ」の出品の操作を覚えていただくメルカリ教室の開催 ■11月立学校において不要になった制服を「福祉や防災生など」に転売するバザーを開催 ■ごみの分別を含むごみ出しマナー教室を市の職員が講師となり小学校など幼児期から地域における高齢者まで幅広く開催 																																														
<p>2. 事業の目的と具体的な取組</p> <p>事業目的と具体的な取組</p> <ul style="list-style-type: none"> 自治体自らが率先してリユース事業を実施することで、市民のリユース意識の向上を図るとともに、まだ使用できるリユース品の抽出ルートの多様化を図る 「エココースプラットフォーム（メルカリShops）」への出品、販売業務を（公社）蒲郡市シルバー人材センターへ業務委託することにより、出品数やリユース率の向上、ネット販売ノウハウの習得、雇用の創出を図る 本事業を「がまごおりモデル」としてワンパッケージ化することで、他の自治体等へ横展開し、新しい事業モデルを構築する <table border="1"> <thead> <tr> <th>目的</th> <th>取組</th> <th>効果検証方法</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>市民のリユース意識の向上</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> チラシの作成・配布 リユース講座の開催 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> チラシの配布枚数 リユース講座参加者アンケート 市民アンケートの実施・検証 </td> </tr> <tr> <td>出品数・リユース率の向上</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 出品・販売業務の業務委託 業務フローチャートの作成による業務フローの見直し </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 出品数、販売数、販売率(kg)の算出 業務フローの作成・改善 </td> </tr> <tr> <td>ネット販売ノウハウの習得</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> メルカリ等利用実績のない作業員の事業参画 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 作業員へのヒアリング リユース講座での体験発表 </td> </tr> <tr> <td>雇用の創出</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 出品・販売業務の業務委託 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 事業モデルの継続検討 </td> </tr> <tr> <td>他自治体への横展開</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 出品・販売業務のワンパッケージ化による「がまごおりモデル」の構築 事業を収益化するための分析 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 商品・出品チェックリストの作成 収支計算 </td> </tr> </tbody> </table>	目的	取組	効果検証方法	市民のリユース意識の向上	<ul style="list-style-type: none"> チラシの作成・配布 リユース講座の開催 	<ul style="list-style-type: none"> チラシの配布枚数 リユース講座参加者アンケート 市民アンケートの実施・検証 	出品数・リユース率の向上	<ul style="list-style-type: none"> 出品・販売業務の業務委託 業務フローチャートの作成による業務フローの見直し 	<ul style="list-style-type: none"> 出品数、販売数、販売率(kg)の算出 業務フローの作成・改善 	ネット販売ノウハウの習得	<ul style="list-style-type: none"> メルカリ等利用実績のない作業員の事業参画 	<ul style="list-style-type: none"> 作業員へのヒアリング リユース講座での体験発表 	雇用の創出	<ul style="list-style-type: none"> 出品・販売業務の業務委託 	<ul style="list-style-type: none"> 事業モデルの継続検討 	他自治体への横展開	<ul style="list-style-type: none"> 出品・販売業務のワンパッケージ化による「がまごおりモデル」の構築 事業を収益化するための分析 	<ul style="list-style-type: none"> 商品・出品チェックリストの作成 収支計算 	<p>3. 事業の内容および実施期間</p> <p>事業名</p> <p>高齢者の力でリユース推進！ 粗大ごみのネット販売によるサーキュラーエコノミーモデル化事業</p> <p>事業の内容および実施期間</p> <p>市内から蒲郡市クリーンセンターに持ち込まれた粗大ごみを選別し、まだ使えるものを商品として「メルカリShops」にて販売する事業を（公社）蒲郡市シルバー人材センターに業務委託し、ネット販売を行う実証事業を10月、11月を予定し、12月には現地引き取りモデルを開始する。</p> <p>実証事業を実施</p> <p>■委託事業に参画した作業員によるリユース講座を開催し、リユース意識の向上を図る</p> <p>■市民を対象としたアンケート調査を2月に実施し、市民のリユース意識等を調査した。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>実施事業</th> <th>実施内容</th> <th>10月</th> <th>11月</th> <th>12月</th> <th>1月</th> <th>2月</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ネット販売</td> <td>（公社）蒲郡市シルバー人材センターにより、蒲郡市クリーンセンターに持ち込まれた粗大ごみのネット販売実証事業の実施</td> <td>郵送モデル</td> <td>現地引き取りモデル</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>リユース講座</td> <td>参画した作業員によるリユース講座を開催し、リユース意識の向上を図る</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>アンケート</td> <td>アンケートを実施し、市民のリユース意識を定量的に把握する</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	実施事業	実施内容	10月	11月	12月	1月	2月	ネット販売	（公社）蒲郡市シルバー人材センターにより、蒲郡市クリーンセンターに持ち込まれた粗大ごみのネット販売実証事業の実施	郵送モデル	現地引き取りモデル				リユース講座	参画した作業員によるリユース講座を開催し、リユース意識の向上を図る						アンケート	アンケートを実施し、市民のリユース意識を定量的に把握する					
目的	取組	効果検証方法																																													
市民のリユース意識の向上	<ul style="list-style-type: none"> チラシの作成・配布 リユース講座の開催 	<ul style="list-style-type: none"> チラシの配布枚数 リユース講座参加者アンケート 市民アンケートの実施・検証 																																													
出品数・リユース率の向上	<ul style="list-style-type: none"> 出品・販売業務の業務委託 業務フローチャートの作成による業務フローの見直し 	<ul style="list-style-type: none"> 出品数、販売数、販売率(kg)の算出 業務フローの作成・改善 																																													
ネット販売ノウハウの習得	<ul style="list-style-type: none"> メルカリ等利用実績のない作業員の事業参画 	<ul style="list-style-type: none"> 作業員へのヒアリング リユース講座での体験発表 																																													
雇用の創出	<ul style="list-style-type: none"> 出品・販売業務の業務委託 	<ul style="list-style-type: none"> 事業モデルの継続検討 																																													
他自治体への横展開	<ul style="list-style-type: none"> 出品・販売業務のワンパッケージ化による「がまごおりモデル」の構築 事業を収益化するための分析 	<ul style="list-style-type: none"> 商品・出品チェックリストの作成 収支計算 																																													
実施事業	実施内容	10月	11月	12月	1月	2月																																									
ネット販売	（公社）蒲郡市シルバー人材センターにより、蒲郡市クリーンセンターに持ち込まれた粗大ごみのネット販売実証事業の実施	郵送モデル	現地引き取りモデル																																												
リユース講座	参画した作業員によるリユース講座を開催し、リユース意識の向上を図る																																														
アンケート	アンケートを実施し、市民のリユース意識を定量的に把握する																																														
<p>3. 事業の内容および実施期間</p> <p>配送モデル（10月～11月実施）</p>  <p>蒲郡市クリーンセンターにて粗大ごみを引き取り、まだ使えるものを多量に回収し、再資源化</p> <p>（公社）蒲郡市シルバー人材センター ・リユース品の選別 ・商品作業 ・メルカリShops出品 ・梱包作業</p> <p>2300万円が利用する臨時開放のフリマスペース ＝リユース率の向上</p> <p>蒲郡市クリーンセンターにて 選別・選別・選別</p> <p>（1）出品 持ち込まれた粗大ごみの選別 ※参考資料1</p> <p>（2）商品選定 「メルカリShops」でリユース可能なものを選定</p> <p>（3）出品準備 出品・梱包・発送 ※参考資料2</p> <p>（4）出品作業 メルカリShopsにて出品作業 ※参考資料3</p> <p>（5）発送準備 売れたものを梱包・梱包 ※参考資料4</p> <p>（6）検査・配達 市の職員が荷物をチェックし、配達 ※参考資料5</p> <p>蒲郡市クリーンセンターへの業務委託 ＝高齢者のネット販売ノウハウ取得</p> <p>メルカリの利用 ＝ネットワーク外部性の享受</p> <p>配送での販売 ＝マーケットの拡大</p>	<p>3. 事業の内容および実施期間</p> <p>現地引き取りモデル（12月実施）</p>  <p>蒲郡市クリーンセンターにて粗大ごみを引き取り、まだ使えるものを多量に回収し、再資源化</p> <p>（公社）蒲郡市シルバー人材センター ・リユース品の選別 ・商品作業 ・メルカリShops出品</p> <p>2300万円が利用する臨時開放のフリマスペース ＝リユース率の向上</p> <p>蒲郡市クリーンセンターにて 選別・選別・選別</p> <p>（1）出品 持ち込まれた粗大ごみの選別 ※参考資料1</p> <p>（2）商品選定 「メルカリShops」でリユース可能なものを選定</p> <p>（3）出品準備 出品・梱包・発送 ※参考資料2</p> <p>（4）出品作業 メルカリShopsにて出品作業 ※参考資料3</p> <p>（5）検査・引渡し 市の職員が荷物をチェックし、購入者へ引渡し ※参考資料4</p> <p>蒲郡市クリーンセンターへの業務委託 ＝高齢者のネット販売ノウハウ取得</p> <p>メルカリの利用 ＝ネットワーク外部性の享受</p> <p>現地引き取りでの販売 ＝大きく、売りたい商品も販売可能</p>																																														

4. 実施体制

事業参加者の役割

- 蒲郡市 企画調整課 サークル運営推進室：総合窓口、連携先との調整等全体調整
環境清掃課：リユース可能品の選定、検品、出品等実務支援
- 公益社団法人蒲郡市シルバー人材センター：リユース可能品の選定、検品、出品等の出品・販売業務の請負
- 株式会社メルカリ：「メルカリShops」運営に係る助言、他自治体へ展開するための協働、広報の支援
- 公益社団法人東三河地域研究センター：事業全体の助言、業務フローや収支、この取組量等各種分析業務
及び事業実施のとりまとめや報告書作成支援



5. 事業の成果と課題

■ 実施した3つの事業（ネット販売、リユース講座、アンケート）等について、それぞれ以下の観点から事業の成果と課題を整理した。

【ネット販売】

- 主要指標に関する分析
 - 主要指標による成果検証
 - 主要指標による単月の成果検証
 - 主要指標に対する成果と課題
- 収支計算に関する分析
 - 収支計算による検証
 - 損益分岐点
 - 収支計算による課題抽出と対応方法の検討
 - 収益化のシミュレーション
- 商品・商圏分析
 - 商品・商圏分析による課題抽出と対応方法の検討
 - 業務フロー分析
 - 業務フロー分析による課題抽出と対応方法の検討
- 作業者ヒアリング

【リユース講座】

- 参加者の声
- アンケート結果

【アンケート】

- アンケート調査結果
- その他
 - テララによる周知
 - メディア掲載による周知

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

主要指標による成果検証（令和5年10月1日～12月28日）

■ 本事業で販売・出品業務を外部委託したことにより、出品数は202品（前年同月比+18品）、販売数は79品（前年同月比+69品）、販売重量は172.6kg（前年同月比+94.5kg）、CO2削減量は133.8kgCO2（前年同月比+73.3kgCO2）、販売金額は188,170円（前年同月比+173,070円）となった。

- 出品数は出品業務の委託により大幅に増加した。一方、出品数に対する販売数の割合は今年度モデル事業が39.1%（＝本モデルにおけるリユース率）で、昨年の5.6%から16.5ポイント減少した。
- 本モデルにおけるリユース率は、出品可能なもの（＝出品したもの）のうちリユースされたもの（＝売れたもの）の割合と定義する。
品数ベース：39.1% 重量ベース：29.7%

本事業の実績（令和5年10月1日～12月28日）					
出品数	202品	販売数	79品	販売重量（実測値）	172.6kg
CO2削減量※	133.8kgCO2	販売金額	188,170円		

※ 環境省の排出係数を利用
排出係数はこの国の標準（COF）の生成を想定し係数0.775を利用

参考：本事業開始前の実績

前年同月の取組実績（令和4年10月1日～12月28日）					
出品数	18品	販売数	10品	販売重量（実測値）	78.1kg
CO2削減量	60.5kgCO2	販売金額	15,100円		

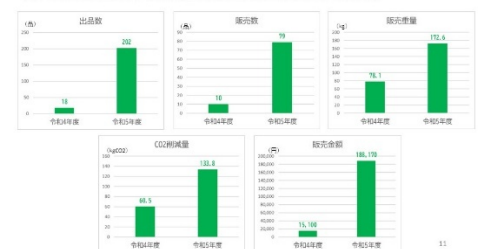
※ 前年販売数は令和5年1月、3月に達すつ、21品が販売された

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

主要指標による成果検証（令和5年10月1日～12月28日）

■ 令和5年度の主要5指標においては、蒲郡市の職員によって運営していた令和4年度と比較すると、大幅に増加した

- 販売重量及びCO2削減量の増加率が他の指標と比較して純粋な要因としては、令和4年度は現地引き取りのみで実施していたことで、比較的軽量のある商品を販売していたことが考えられる



5. 事業の成果と課題【ネット販売】

主要指標による単月の成果検証（10月～12月）

■ 10月は配送モデルで実施し、単月の主要指標の稼働率は以下のとおりであった。

本事業の実績（10月「配送モデル」）					
出品数	64品	販売数	11品	販売重量（実測値）	17.6kg
CO2削減量※	13.6kgCO2	販売金額	28,010円		

- 11月は配送モデルで実施し、一定期間販売できなかったものに対して値下げ対応を行った。
- 値下げ作業が発生したことにより出品数は前月比品数減少したものの、販売数は2.6品増加（10月出品分含む）、販売数の増加に伴い販売重量、CO2削減量、販売金額も増加した。

本事業の実績（11月「配送モデル+値下げ対応」）					
出品数	58品	販売数	37品	販売重量（実測値）	70.5kg
CO2削減量※	54.6kgCO2	販売金額	73,110円		

- 12月は現地引き取りモデルで実施した。
- 現地引き取りモデルによりマーケットが縮小し、販売数は前月比6品減少したものの、重量やサイズの大さな商品の販売が可能となったことで販売重量、CO2削減量増加した。
- 作業者の確保により出品数は大幅に増加した。

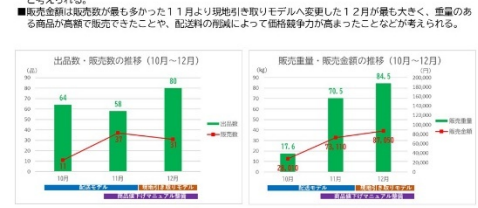
本事業の実績（12月「現地引き取りモデル」）					
出品数	80品	販売数	31品	販売重量（実測値）	84.5kg
CO2削減量※	65.5kgCO2	販売金額	87,050円		

※ 環境省の排出係数を利用
排出係数はこの国の標準（COF）の生成を想定し係数0.775を利用

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

主要指標による単月の成果検証（10月～12月）

- 出品数は11月に商品値下げマニュアルの整備による値下げ工程が発生したことや、12月以降の現地引き取りモデルへの変更に伴う準備のため減少したが、12月には作業者の確保により出品目標を達成。
- 販売数は、配送モデルで商品値下げを実施した11月の販売実績の最も多く、前月出品していない10月が最も少ない。
- 販売重量は現地引き取りモデルに変更した12月が最も多く、それに伴いCO2削減量の削減効果も上昇したと考えられる。
- 販売金額は販売数が最も多かった11月より現地引き取りモデルへ変更した12月が最も大きく、重量のある商品が高額で販売されたことや、配送料の削減によって価格競争力が高まったことが考えられる。



5. 事業の成果と課題【ネット販売】

主要指標に対する成果と課題

指標	成果・課題
出品数（202品）	◆委託開始当初は作業員も不慣れなことや、販売方法変更による出品取り下げがあったことなどから目標としていた出品数（月80品）に届かなかったが、3カ月目には目標出品数に達成できた。期間中に出品可能商品の数は多く、マニュアル化して作業員の経験・習得により出品数が増加することが考えられる。
販売数（79品）	◆配送による販売が思うように伸びなかった。理由として配送料が加算されることを懸念して出品された商品の特性上、商品の価値に見合う価格設定が比較的困難であった。
販売重量（172.6kg）	◆配送で行っていた月は、多くの方にリーチできた反面、大きさ、重量の制限があり、重量は伸びなかった。現地引き取りで行った月は販売重量も伸びている。商品選定によるものが大きい。
CO2削減量（133.8kgCO2）	◆重量に比例している数値であるが、一定の効果は得られた。配送・現地引き取りの選択によっても大きく左右される指標である。
販売金額（188,170円）	◆人員費を賄うまでの売上は確保できていないが、削減できたこみの確保（処理するための経費の削減）、CO2削減量、市民へのリユース意識の醸成を加味すると十分価値のある事業である。

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

収支計算による検証（10～12月実績）

- 収入188,170円に対し支出が463,129円で、274,959円の損失計上
- 現物引き取りと変動費を抑えた12月には損失が減少したため、収益性は現地引き取りモデルの方が収益化できる可能性がある
- 配送モデルでは配送料負担が大きい

収入の部				支出の部			
項目	金額	備考	項目	金額	備考		
売上	¥188,170	配送料を含む	メルカリ手数料	¥18,817	販売価格（送料込）×10%		
			振込手数料	¥600			
			ダンボール	¥2,520	1884円		
			エアークッション	¥1,391	27m利用		
			配送料	¥53,270			
			人件費	¥386,529	2人、交通費・消費税込		
			合計	¥463,129			
			収入金額合計	¥188,170			
			支出金額合計	¥463,129			
			差し引き金額	¥-274,959			

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

収支計算による検証（10～12月実績）

- 10月～12月は半月で損失計上
- 11月は値下げを実施し売上増加、売上は10月比2.6倍の73,110円まで増加したものの、販売利益は前月比-1.1、183円の-122,706円 ※値下げ基準は参考資料5参照
- 12月は梱包用ダンボールとエアークッションについては排出された資源を再利用し、消耗品費を抑制
- また、12月は配送料負担削減のため現地引き取りモデルにて実施し、売上増加、変動費も大幅に減少
- 12月は損失幅が抑えられたため、収益面では現地引き取りモデルが良いと考えられる
- ごみ処理にかかる費用は、1kgあたり3.5円（概算）であることから、各月費用削減効果も考えられる

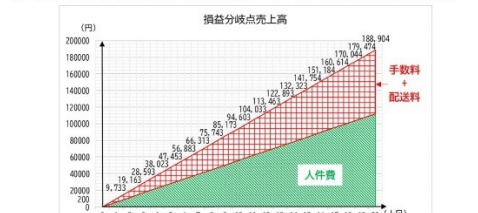
10月		11月		12月	
売上	収入計	売上	収入計	売上	収入計
¥28,010	¥28,010	¥73,110	¥73,110	¥87,050	¥87,050
メルカリ手数料	¥2,801	メルカリ手数料	¥7,311	メルカリ手数料	¥8,705
振込手数料	¥600	振込手数料	¥600	振込手数料	¥600
ダンボール	¥924	ダンボール	¥1,526	ダンボール	¥40
エアークッション	¥363	エアークッション	¥1,020	エアークッション	¥1,230
配送料	¥12,180	配送料	¥39,860	配送料	¥1,230
人件費	¥123,065	人件費	¥145,810	人件費	¥117,645
費用計	¥139,533	費用計	¥195,816	費用計	¥127,780
差し引き金額	¥-111,523	差し引き金額	¥-122,706	差し引き金額	¥-40,730

注：12月は現物現地引き取りのみだが、東京から配送依頼があり対応

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

損益分岐点（配送モデル）

- 1日当たり4時間、2名、週3回（月・水・金）、10日/月で作業
- 10月、11月の売上は10.1、120円、配送料は5.2、0.40円/販売品の5.15%を配送料ととめた
- 1人当たりの人件費は、6.02円（交通費）で、2.04円（8.0人/月）作業した場合は損益分岐売上高は188,904円
- 10月、11月の平均販売価格が2,107円（送料込）であったことから、約90品/月の販売が必要



5. 事業の成果と課題【ネット販売】

損益分岐点（現地引き取りモデル）

- 1日当たり4時間、2名、週3回（月・水・金）、10日/月で作業
- 1人当たり人件費は5,602円（交通費込）で、20人日（80人時）作業した場合の損益分岐点売上高は12,424,689円
- 現地引き取りモデル（12月）の1品当たりかかる人件費は117,645円÷80品=約1,470円
- 12月の平均販売価格が2,808円であったことから、20人日で約45品/月の販売が必要

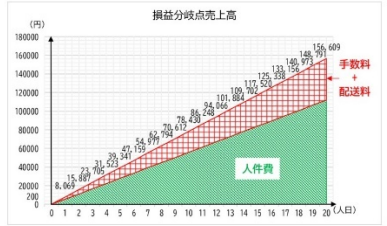


18

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

損益分岐点（ハイブリッドモデルの概算）

- 1日当たり4時間、2名、週3回（月・水・金）、10日/月で作業
- 1人当たり人件費は5,602円（交通費込）で、20人日（80人時）作業した場合の損益分岐点売上高は12,424,689円
- 10月～12月の平均販売価格は2,382円であったことから、20人日で約80品/月の販売が必要



19

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

収支計算による課題抽出と対応方法の検討

課題	対応方法の検討
消耗品費の削減	◆借取用取ボールは、市販から出された取ボールの利用は可能か ◆エアークラクションは指先が持ち込みに高価格で対応できないが※11月より持ち込まれるダンボールの再利用を開始 ※12月より高紙の利用によりエアークラクションの利用を停止
配送料の削減	◆現地引き取り販売の検討 ※12月より現地引き取りの実証を実施
人件費の削減	◆適正人員（作業回数、作業時間）の検討 ◆適正配置の検討
損益分岐点売上高の確保	◆販売金額＝販売単価×販売数量 ◆リユース促進のため販売数量確保の検討と出品増加策の検討

■ごみ処理量が大きく減少した場合、処理費用の減少が見込まれる
■令和3年の蒲郡市の一般廃棄物処理にかかる処理費用は1kg当たり35.5円であった。

ごみ処理経費 (千円)	総排出量 (t)	1kg当たり処理費用 (円/kg)
1,139,476	32,135	35.5

20

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

収益化のシミュレーション（12月の売上ベース）

- 一方で売上高を12月と同額とすると、人件費を78,145円に抑える必要があり、これは作業者を1人減らすか、作業者の業務時間を半減させる必要がある。
- 作業者を1人減らしたり、業務時間を半減させて売上を維持することは困難であるが、作業管理により業務時間の短縮は考えられる。収益面だけでなく、CO2の削減効果やリユース意識の向上、作業者のリユースノウハウの取得等を踏まえ、事業規模を決定することが有効だと考えられる。

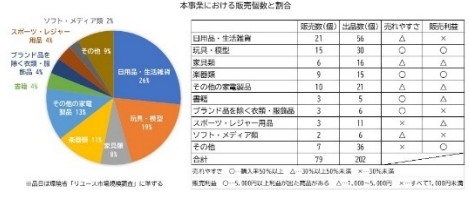
収入の部		支出の部	
項目	金額	項目	金額
売上	¥87,050	メルカリ手数料	¥8,705
		商品手数料	¥200
		送料	¥1,000
		エアークラクション	¥10
		配送料	¥10
		人件費	¥78,145
合計	¥87,050	合計	¥87,050

21

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（10月～12月）

- 販売品目は日用品・生活雑貨が最も多く（26%）、次いで玩具・模型（19%）、家電製品（13%）であった。
- 環境省のリユース市場規模調査結果の市場規模推計と結果が異なった要因は、市場規模の大きな商品は粗大ごみとして出されること少ないことと推察される。
- 一方、売れた79品については72品が環境省のリユース市場規模調査の項目に分類できずため、環境省のリユース市場規模調査で挙げられている項目の商品を積極的に出品することが有効だと考えられる。



商品名	販売数(個)	出品数(個)	売れやすさ	販売利率
日用品・生活雑貨	21	56	○	×
玩具・模型	15	39	○	○
生活雑貨	6	16	△	△
家電製品	9	15	○	○
その他の家電製品	10	21	△	△
その他	3	5	○	△
ブランド品を多く含む	3	6	○	×
スポーツ・レジャー用品	3	11	×	×
ソフトウェア・デジタル	7	6	△	×
その他	7	36	×	○
合計	79	202		

22

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（売れた商品の例：日用品・生活雑貨）



23

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（売れた商品の例：玩具・模型）



24

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（売れた商品の例：その他家電製品）



25

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（売れなかった商品の例）

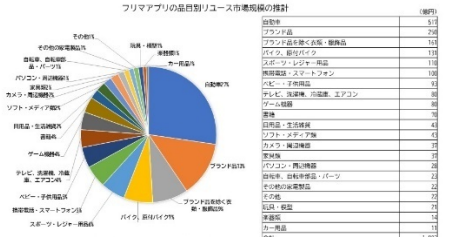


26

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（参考：リユース市場分析）

- 環境省のリユース市場規模調査によると、フリマアプリの市場規模は全体で1,893億円（推計）
- 品別では、自動車、ブランド品、ブランド品を除く衣類、書籍品の順で市場規模が大きく、需要のあるものを販売してリユースすることが粗大ごみの削減につながるかと考えられる

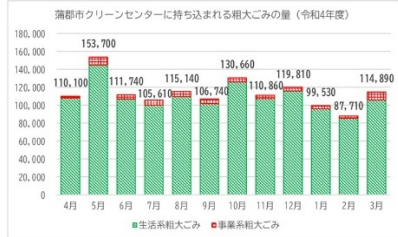


27

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（参考：商品在庫の推計）

- 10月～12月における実証事業の期間中、出品する商品の在庫は見られなかった。
- 令和4年度では10月、12月の粗大ごみの持ち込みが比較的多く、過去の在庫があったことから、通年事業では枯渇する可能性がある。

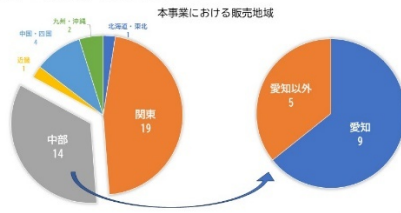


26

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（10月～11月 配送モデル）

- 本事業における販売地域は、関東地方が19件で最も多く、次いで中部地方が14件、中国・四国地方が4件であった。
- 中部地方の6.4、3%にあたる9件は愛知県内へ販売された。
- 現地引き取りモデルのみにした場合、一番大きなマーケットである関東地方からの購入が減少し、機会損失が発生することが懸念される。
- 配送モデルの場合は中部・関東地方へ広く発信することが有効。

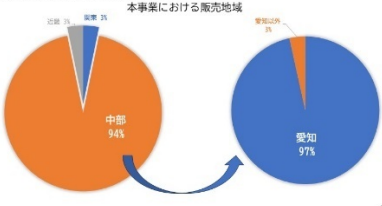


29

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（12月 現地引き取りモデル）

- 関東への販売は東京都で、配送に対応
- 近畿への販売は大阪府で、名古屋市からの人が引き取り
- 商品は大幅に狭くなったものの、引き取りにより販売時の制限（サイズ・数量等）がなくなったことで販売金額や量は増加した
- リユース品の在庫消化モデルとして期待ができる



30

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（12月 現地引き取りモデル）



31

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品・商品分析による課題抽出と対応方法の検討

- 現地引き取りモデルの方が、配送モデルと比較して送料がかからないことによる価格競争力は向上
- タッチポイント増加のためには出品頻度の増加や定期送料、チラシ等広報活動が有効
- 商品選定には実店舗での取寄・活用に加え、作業者のノウハウが重要
- 販売モデルごとに範囲を分析し、低費用で効果的な広報活動を検討

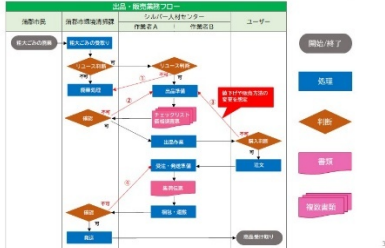
課題	要因	対応方法の検討
適正な販売額の算出	<ul style="list-style-type: none"> ブランドや書籍が分かる商品ではなく、適正価格の算出が困難 配送料に上乗せによる価格競争力の低下 	<ul style="list-style-type: none"> 価格決定マニュアルの検討 送料算出ツール 現地引き取り販売の検討 ※12月に現地引き取りモデルを実施
タッチポイントの増加	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーの購買意思決定が迅速である可能性が高いため、より多くのユーザーにより多くの回数購買してもらう機能が有効 フォローアップ増加のため、チラシやメディアなどの広報活動が有効 	<ul style="list-style-type: none"> 通知等通知機能の活用 チラシの作成・配布
商品選定	<ul style="list-style-type: none"> 出品数に対する販売数の比率が本モデル事業実施以前と比較して大幅に減少したことから、商品選定の精度向上が有効 	<ul style="list-style-type: none"> 商品データの蓄積・活用の検討 商品選定マニュアル作成の検討
マーケットの把握	<ul style="list-style-type: none"> 現地引き取りや配送で範囲が大きくなるため、販売先地域データの蓄積・活用が有効 	<ul style="list-style-type: none"> 商品・商圏分析の実施

32

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

業務フロー分析

- 販売印刷～発送工程にて部門を超えた手戻りが発生するため、部門内でのチェック体制の構築やマニュアル化などにより、判断不可能なため取り消しが有効
- ①、②、③工程は市の予工程前別の作業者でチェックする体制を構築するなど、市の確認で不可とならないように取り組み、④工程は、値下げの時期や価格を事前にマニュアル化することで作業時間を短縮



33

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

業務フロー分析による課題抽出と対応方法の検討

- 各工程での蒲郡市による確認は必須であったため、市の確認前別の作業者による確認や作業をできる限りマニュアル化することで効率化が図れる。

課題	要因	対応方法の検討
工程①	<ul style="list-style-type: none"> 蒲郡市のごみ処理施設稼働によってリユース可能が判断し、更に本モデル作業員によって判断するため手戻り工程が発生する可能性 	<ul style="list-style-type: none"> リユース判断機能の集約化 リユース判断機能の検討
工程②	<ul style="list-style-type: none"> 出品業務におけるチェック機能が蒲郡市役所のみであったため、手戻り工程が発生 	<ul style="list-style-type: none"> 作業員によるチェック体制構築
工程③	<ul style="list-style-type: none"> 販売方法を変更（現地引き取り対応等）する機会多し工程が発生 値下げ対応により値下げ事務が発生 	<ul style="list-style-type: none"> 事業モデルの構築 適正価格判断機能の強化
工程④	<ul style="list-style-type: none"> 梱包作業後に市役所職員による確認工程があるため、手戻り工程が発生 	<ul style="list-style-type: none"> 作業員によるチェック体制構築の検討 市役所職員の確認作業の場所等の検討

34

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

（公社）蒲郡市シルバー人材センター 作業者ヒアリング

ヒアリング項目	作業者A	作業者B
事業を通じた課題	<ul style="list-style-type: none"> 配送だと規定サイズのダンボールに入る商品で入れられないもの、どのくらいの大きさのダンボールに入るのか、感覚を掴むまで苦労した。 持ち込まれたダンボールを再利用するようになってからは箱を作り直す手間もあつた。 	<ul style="list-style-type: none"> もともと「メルカリ」は知っていたが利用したことはなく、難しいものだと感じていたが、やってみると簡単にできてよかったことばなかつた。 現地引き取りが配送より一層楽だと思つたが、現地引き取りは荷物を運ぶのが大変だったので、やりがいにはつながると思つた。
事業の感想	<ul style="list-style-type: none"> 最初売れた時は本当にうれしかった。 売る人も買う人も世間も楽しい事業だと感じた。 	<ul style="list-style-type: none"> 非常にもっと仕事をさせてほしい。 不要なものが必要なところを利用されることはとても良い。 商品が売れたいというお返しの言葉を頂いた時はうれしかった。
今後のリユースについて	<ul style="list-style-type: none"> 今後事業が続くのであれば是非参加させてほしい。 自分でも「メルカリ」を利用して出品したい。 	<ul style="list-style-type: none"> 今後も是非参加したい。 自分でも「メルカリ」をすぐに利用したい。

35

5. 事業の成果と課題【リユース講座】

参加者の声

開催日時：2024年1月16日（火） 14:00～
開催場所：蒲郡市生涯学習センター（愛知県蒲郡市神明町22-2）
参加人数：15名
開催内容：市内のごみの現状、本モデル事業の報告、本モデル事業参加の感想、質疑応答 等

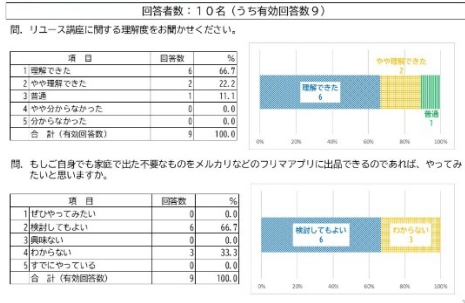


- 事業に参加した感想としては仕事内容は難しくなく、非常に面白い仕事であった。本事業では、個人や家庭で不要になったものを必要な方へリユースという形で橋渡しができ、ごみの削減を通じて環境にやさしい活動のお手伝いができた。
- 非常に良い活動であり、今後も事業が継続されることを期待する。また、今後も継続される際には、この事業に引き続き参加させていただきたい。

36

5. 事業の成果と課題【リユース講座】

リユース講座参加者アンケートの結果



37

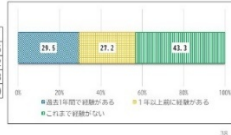
5. 事業の成果と課題【アンケート】

アンケート調査結果

目的：蒲郡市民のリユース意識やリユース事業の認知度を調査し、今後のリユース事業や意識啓発の参考にすることを目的として実施するもの
 調査対象：蒲郡市民のためのポインティングアプリ「がまポイント」をインストール済みの方
 調査方法：「がまポイント」を利用したアンケート調査
 標本数：3,357人（令和6年2月21日現在 アプリインストール済みの方）
 回収率：94.1人
 回収率：28.0%
 調査期間：令和6年2月1日～令和6年2月14日

問. リユースショップ・フリーマーケット、フリマアプリ等を通じて、自身が使わなくなった製品の売却・引渡し等の経験はありますか。

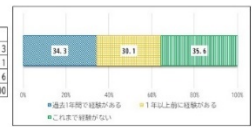
項目	回答数	%
1 過去1年間で経験がある	278	29.5
2 1年以上前に経験がある	256	27.2
3 これまで経験がない	407	43.3
合計（有効回答数）	941	100



5. 事業の成果と課題【アンケート】

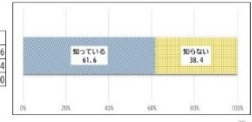
問. リユースショップ・フリーマーケット、フリマアプリ等を通じて、中古品（他人が使わなくなった製品の購入・受取等の経験はありますか。

項目	回答数	%
1 過去1年間で経験がある	323	34.3
2 1年以上前に経験がある	283	30.1
3 これまで経験がない	335	35.6
合計（有効回答数）	941	100



問. 蒲郡市のリユース事業「メルカリShops」について「メルカリShops」を知っていますか。

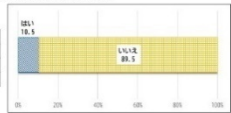
項目	回答数	%
1 知っている	580	61.6
2 知らない	361	38.4
合計（有効回答数）	941	100



5. 事業の成果と課題【アンケート】

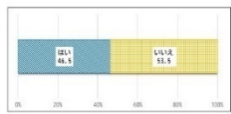
問. 蒲郡市のメルカリShopsを利用（Shops閲覧等含む）したことがありますか。

項目	回答数	%
1 はい	99	10.5
2 いいえ	842	89.5
合計（有効回答数）	941	100



問. 蒲郡市が行っている取り組みを知って誰かに譲ったり、バザーに出すなどご自身がリユースするという意識は変わりましたか。

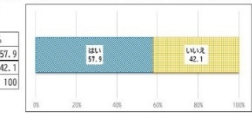
項目	回答数	%
1 はい	438	46.5
2 いいえ	503	53.5
合計（有効回答数）	941	100



5. 事業の成果と課題【アンケート】

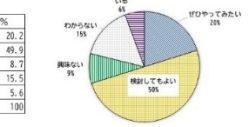
問. 蒲郡市のメルカリShopsの商品は、そのほとんどは一度、ごみとしてクリーンセンターに持ち運ばれたものです。このことについて知っていましたか。

項目	回答数	%
1 はい	445	57.9
2 いいえ	396	42.1
合計（有効回答数）	941	100



問. 蒲郡市のメルカリShopsは令和4年度の売上が2,800万円、売上総数は44品でした。もしご自身でも出品して出た不要なものをメルカリなどのフリマアプリに商品を出品して売ることができれば、やってみたいと思いませんか。

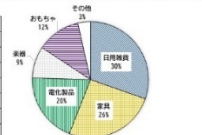
項目	回答数	%
1 ぜひやってみたい	190	20.2
2 検討してもよい	470	49.9
3 興味ない	82	8.7
4 わからない	146	15.5
5 すでにやっている	53	5.6
合計（有効回答数）	941	100



5. 事業の成果と課題【アンケート】

問. 今後蒲郡市のメルカリShopsでどのような商品があったら良いと思いますか。下の項目から選んでください。

項目	回答数	%
1 日用雑貨	563	59.8
2 家具	473	50.3
3 電化製品	361	38.4
4 楽器	164	17.4
5 おもちゃ	26	2.8
6 その他	65	6.9
合計（有効回答数）	941	100

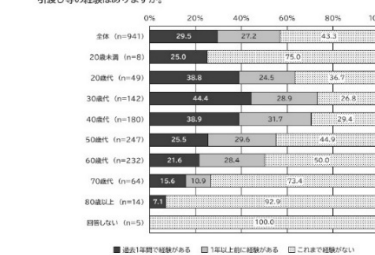


- 中古品の購入実績がある人は、販売実績のある人より多く、マーケットはあると考えられる。
- 「メルカリShops」を知っている人が61.6%いるのに対し、蒲郡市の「メルカリShops」を利用（閲覧含む）した人は10.5%と低く、利用促進の取組が必要。
- リユース意識の変化があった方が46.5%いるため、今後アンケート調査等によりリユースの活動状況を測ることで本事業の潜在的な効果がみられる。
- 日用雑貨や家具、電化製品などニーズの高かった商品については、本事業で得たノウハウと併せて出品することで、リユースの向上につながると考えられる。

5. 事業の成果と課題【アンケート】

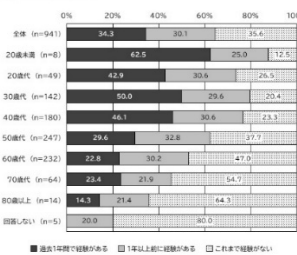
アンケート結果（年代別集計）

問. リユースショップ・フリーマーケット、フリマアプリ等を通じて、自身が使わなくなった製品の売却・引渡し等の経験はありますか。



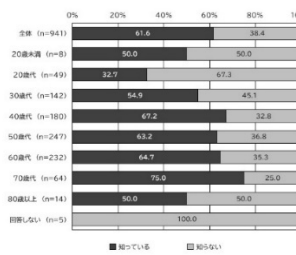
5. 事業の成果と課題【アンケート】

問. リユースショップ・フリーマーケット、フリマアプリ等を通じて、中古品（他人が使わなくなった製品の購入・受取等の経験はありますか。



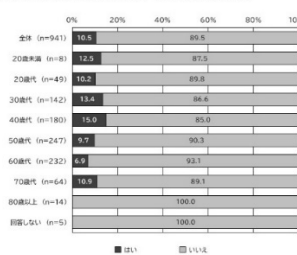
5. 事業の成果と課題【アンケート】

問. 蒲郡市のリユース事業「メルカリShops」について「メルカリShops」を知っていますか。



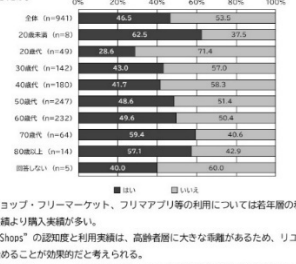
5. 事業の成果と課題【アンケート】

問. 蒲郡市のメルカリShopsを利用（Shops閲覧等含む）したことがありますか。



5. 事業の成果と課題【アンケート】

問. 蒲郡市が行っている取り組みを知って誰かに譲ったり、バザーに出すなどご自身がリユースするという意識は変わりましたか。



- リユースショップ・フリーマーケット、フリマアプリ等の利用については若年層の利用率が高く、どの世代も販売実績より購入実績が多い。
- 「メルカリShops」の認知度と利用実績は、高齢者層に大きな乖離があるため、リユース品をまず購入することから始めることが効果的だと考えられる。
- リユース意識の変化については標本数の少ない20歳未満を除けば、年代が上がる程度認知が変化した傾向にある。

参考資料

参考資料7 らくらくメルカリ便の送料・梱包サイズ

中～大型サイズ

- 宅急便をご利用ください
- 送料は、**梱包材を含めた荷物の縦、横、高さの合計と重さ**によって異なります
 - ※縦・横・高さの合計が160cm以内である必要があります
 - ※180サイズ以上はメルカリ便では取り扱えません。
 - ※すべて全国一律の税込料金です
 - ※重量で商品が配送できない場合、取引ごとに集積料300円が発生します

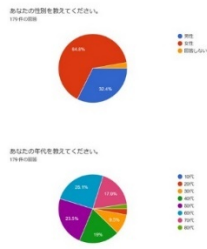
サイズ (高さ)	料金
60サイズ (2kgまで)	750円
80サイズ (3kgまで)	850円
100サイズ (10kgまで)	1,050円
120サイズ (15kgまで)	1,200円
140サイズ (20kgまで)	1,450円
160サイズ (25kgまで)	1,700円

- 梱包の梱包材はありません。規定サイズになる梱包材をご用意ください
 - ※他通販サイトの規格、ロゴ等が表示された箱は利用できません。
 - 参考：「他通販サイトや他社の規格、ロゴ等の利用」
 - ※メルカリShopsガイドP.2より（2024年1月時点）

2. 神奈川県座間市：あなたの街の思いやりリユースプロジェクト

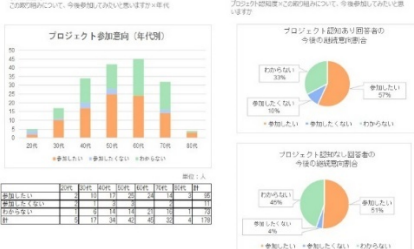
<p>令和5年度使用済製品等のリユースに関する自治体モデル実証事業</p> <h3>あなたの街の思いやりリユースPJ 事業報告書</h3> <p>実施団体名 座間市 2024年2月</p>	<h4><事業の全体概要></h4> <p>「まだ使えるが自分には不用となったもの」「大切に使用してくれる人に譲りたいもの」を所有する市民と、それを必要とし、製品の状態や想いを理解し買い受ける市民同士のマッチングを促し、地域内でのリユース品の循環を推進する。</p> <p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●地域内循環達成度：令和5年10月～令和6年2月の5か月間で300件の地域内循環の達成 ●リユース前提の暮らし方への意識変化：マッチング成立に至るまでのコミュニケーションを深めて、物への思い入れもきめて次の使い手へ引き継ぐ意識の醸成 <p>① 手渡し ② 置き渡し ③ 配達 ④ 回収</p>																									
<h3>1. 対象地域の概要 (人口)</h3> <p>神奈川県座間市全域 (対象人口：132,013人) ※令和5年11月1日現在</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>行政区</th> <th>人口</th> <th>面積</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>座間市全域</td><td>132,013</td><td>1,000.00</td></tr> <tr><td>座間市</td><td>132,013</td><td>1,000.00</td></tr> </tbody> </table>	行政区	人口	面積	座間市全域	132,013	1,000.00	座間市	132,013	1,000.00	<h3>1. 対象地域の概要 (これまでのリユース施策)</h3> <ol style="list-style-type: none"> 不要品のボックス回収 (NPO法人5&HeartStation (株玉直) を通じ市内の子どもたちにも無償提供) 市内でイベントを開催する事業者、自治会等の団体へのリユース品の貸出 わがやエコステーション (公民館における子供服の物々交換イベント) 廃棄物の再生素材 (粗大ゴミで回収した家具等を市内公民館等で市民等に広く販売) 廃棄物として排出されたペットボトルのフタを利用したペットボトルアート作品の制作 市が事業で必要な物品について、購入という選択をする前に、当該物品を廃棄物として処分している事業者を抽出し、呼びかけ、リユースするとともに、希望する市民にも当該物品を無償提供 (サントリーコーヒースタリー (株) から使用済みの紙袋の提供を受け、市内美化デーで市民が紙袋を入れたビニール袋の代替品として活用) 市役所で不要になり、従業員が使用していた食品や消耗品を市民に無償提供 (令和4年度末の組織改編に伴い廃棄物が大量に出た際には、イス、OAデスクを中心に18件、94個の物品を市民等に無償提供) 事務所で不要になった物品の無償譲渡を受け、市が換品庫として活用 市内公立中学校における制服のリユース (令和5年度から市内公立中学校の制服を共通化することで、従来の学校が異なるリユースができなかったものが、市内全校の間で広くリユースできるようになり、マッチング率を向上させる取組を開始した。) (株) マーケットエッセンスの「おくり」と連携し、市民が不要になった物品を市に粗大ゴミとして申し込む前に、リユース品として売却するよう案内 令和5年度の組織改編の際に「リユース推進課」を新設し、これを広く周知することで市民や市役所職員のリユース意識が徐々に高まるようにした。(地方自治体名、部署の名称に「リユース」を使用したのは、本市調べでは、本市が全国初) <p>※6～8「環境省 令和4年度 使用済製品等のリユースに関する自治体モデル実証事業」 特別事業関係</p>																
行政区	人口	面積																								
座間市全域	132,013	1,000.00																								
座間市	132,013	1,000.00																								
<h3>2. 事業の目的</h3> <ol style="list-style-type: none"> 市民同士で使える物をリユースすることによる廃棄物の減少と廃棄物処理 施設 (焼却施設) の逼迫改善 使える物は必要としている方に活用してもらい、リユース品を使用することでの環境配慮への啓発 物への愛着や思い入れも含めて次の使い手へ引き継ぐコミュニケーションの促進と、不要品回収では醸成が難しい市民の意識変容の推進 アプリ「common」を通じた、住民間で助け合い地域経済・コミュニティの強化 <p>「何でも引き取ります」のような大量消費を要する回収方法はサーキュラーエコミーの推進に貢献してしまふ。このため、譲り手・買い手のマッチングが成立し、需要が生じない状態をあらかじめ創出する必要があると考えた。</p> <p>また、市内にリユースを推進する「マーケット」ことも検討したが、場所の確保が難しく、回収品の検品や品質保証も市の職員の担当となりノウハウも不足している。このため、品質や物の状態に加え、譲る側の思い入れ等も含めて理解ある買い手が引き受ける状況を作り出すことで、検品・品質保証の業務を不要とする。</p> <p>さらに、大きな物など配達に手間やコストがかかるものは粗大ゴミとなりがちであり、市民の主体的なリユースの取組にも繋がりにくい。現在、フリマアプリのようなリユースに繋がるアプリサービスも複数存在するが、その手間やコストから「廃棄」を選択せざるを得ない市民が多いことが想定される。また、リユースショップの出張回収の活用も考えられるが、知らない事業者が家に来ることへの抵抗がある人もいられる。</p> <p>そこで、日ごろから粗大ゴミの選別を担う自治体がこれらを行うことで、大きな物でもフリマアプリ等で高価に売らないうちに回収品を市民への安心感を持って譲渡することで、リユース促進が可能となると考えた。</p>	<h3>3. 事業の内容</h3> <p>①地域特化型アプリの活用した共助関係の構築</p> <p>地域共助プラットフォームアプリ「common」を介してリユース品のマッチングを推進し、手渡し、commonスポットへの置き渡し、②に記載の配達を通じリユース品の譲渡を推進。</p> <p>実施期間 R5年10月23日～R6年2月29日</p> <p>実施場所</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アプリ開設エリアは座間市全域を対象 ・相武台マルシェ、ざまま前、東原コミュニティセンター、プラっとざまへcommonスポットを設置 <p>【効果検証の方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●地域内循環達成度：アプリのダウンロード数、出品数、マッチング成立数により効果検証。 ●リユース前提の暮らし方への意識変化：市民やアプリ利用者へのアンケートを実施し、意識変化効果の検証を行う。 																									
<h3>3. 事業の内容</h3> <p>②既存の粗大ゴミ収集の仕組みとテクノロジーを活用したリユース品の運搬</p> <p>Common内で成立したマッチングのうち、配達による受渡方法を選択した場合、粗大ゴミ収集の申込み電話へ対象物、譲渡者住所情報、受取側の住所情報などの情報を伝え、配達手続きを行う。</p> <p>リサイクル協同組合は、配達情報に基づき、配達を実施する。その際、WOOMSシステムを活用した配達情報のデジタル化を執行する。</p> <p>実施期間 R5年10月23日～R6年2月29日</p> <p>実施場所 座間市全域</p> <p>【効果検証の方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●運搬の運用コスト：既存の運用体制での実現可能性に関する定量・定性評価 	<h3>4. 実施体制</h3> <ol style="list-style-type: none"> 本市内部の実施体制 <ul style="list-style-type: none"> 座間市くらし安全部リユース推進課リユース推進係 (3人) 本企画の総合調整、関係団体との連絡調整及びリユース品の受付業務を担う。 外部団体関係 <ol style="list-style-type: none"> 小社会電機株式会社 <ul style="list-style-type: none"> 役割：他連携先とのコーディネーション、PR支援 (制作、配布、媒体掲載等)、commonスポット設置場所提供、目標指標に対する評価・報告書取りまとめ、リユース品を運搬する座間市リサイクル協同組合のWOOMS活用に関する実行支援 東急株式会社 <ul style="list-style-type: none"> 役割：地域特化型アプリでの本市エリアの創設、アプリ運用管理 (市民の本人確認、コミュニケーション内容の検閲、一次問合せ対応等)、commonスポット設置支援 (商品提供、不具合対応等) 座間市リサイクル協同組合 <ul style="list-style-type: none"> 役割：粗大ゴミ (リユース品) の収集運搬 																									
<h3>5. 事業の成果</h3> <p>地域特化型アプリの活用した共助関係の構築</p> <p>●実施期間 (10/23～2/29)</p> <ul style="list-style-type: none"> 累計登録数：1,311 ※実証事業開始時の登録者も含む 本人確認数：145 運送出品数：317 ※郵送された出品含む マッチング数：175 (マッチング率 55%) ホーム117件座間市市民の取引量：123 譲渡者アンケート対象者数 (出品者の本人確認時の住所が座間市)：72 <table border="1"> <caption>受け渡し方法 (出品時の設定)</caption> <thead> <tr> <th>受け渡し方法</th> <th>手渡し</th> <th>置き渡し</th> <th>配達</th> <th>回収</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>出品数</td> <td>18</td> <td>19</td> <td>109</td> <td>28</td> </tr> <tr> <td>マッチング数</td> <td>10</td> <td>12</td> <td>68</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>マッチング率</td> <td>55%</td> <td>63%</td> <td>63%</td> <td>64%</td> </tr> <tr> <td>譲渡者数</td> <td>8</td> <td>6</td> <td>53</td> <td>11</td> </tr> </tbody> </table>	受け渡し方法	手渡し	置き渡し	配達	回収	出品数	18	19	109	28	マッチング数	10	12	68	18	マッチング率	55%	63%	63%	64%	譲渡者数	8	6	53	11	<h3>5. 事業の成果</h3> <p>■出品物 (10/23～2/29) 品目別傾向</p> <p>●地域内循環達成度：アプリのダウンロード数、出品数、マッチング成立数により効果検証。</p> <p>●リユース前提の暮らし方への意識変化：市民やアプリ利用者へのアンケートを実施し、意識変化効果の検証を行う。</p> <p>commonスポット (206件) 手渡し (93件) 配達 (18件)</p>
受け渡し方法	手渡し	置き渡し	配達	回収																						
出品数	18	19	109	28																						
マッチング数	10	12	68	18																						
マッチング率	55%	63%	63%	64%																						
譲渡者数	8	6	53	11																						

6. アンケート結果 (プロジェクト不参加) 5



31

6. アンケート結果 (プロジェクト不参加) 6



32

6. アンケート設問表(プロジェクト不参加)

設問	回答例	回答形式
あなたは1か月から半年程度前まで行っていた市内でのリユース品の回収も推進する取り組み「新しいリユースプロジェクト」を知っていましたか。	知っていました。	SA
【このプロジェクトを知ったきっかけをお聞かせください】 このプロジェクトを知ったきっかけをお聞かせください。	近所の子育て支援センターのイベントで知り、興味を持ちました。	MA
【このプロジェクトを知ったきっかけをお聞かせください】 あなたはこのプロジェクトを利用したことがありますか。	利用したことがありません。	MA
あなたはどのような理由で参加しなかったのかをお聞かせください。	回収の仕組みがわかりません。回収の仕組みがわかりません。回収の仕組みがわかりません。	MA
あなたは、今後、まだ必要な取り組みの一環としての「新しいリユースプロジェクト」に参加したいと思いますか。	参加したいと思います。	SA
【新しいリユースプロジェクト】に参加したい理由をお聞かせください。	環境に良いから。	自由回答
あなたは参加しなくてもいい理由をお聞かせください。	時間がないから。	SA
あなたは参加しなくてもいい理由をお聞かせください。	興味がないから。	SA

33

7. 関係者からのヒアリング

- 利用者**
 - commonアプリの「投稿」機能は、地域情報のやり取りにとりも役立つ。市による運用を利用する場合、commonアプリに個人情報を登録しないという前提、市の関係者とのやり取りは必要になる。更に、事業者が事業者の個人情報を共有する必要がある。
- 市による運搬受付担当者**
 - 回収の仕組みがわかりません。回収の仕組みがわかりません。回収の仕組みがわかりません。
- 運搬員 (座間市リサイクル協同組合の粗大ごみ回収員)**
 - 回収の仕組みがわかりません。回収の仕組みがわかりません。回収の仕組みがわかりません。

34

8. 今後の検討課題

- 更なるマッチングの成立促進**
 - リユース品の回収を促進する。
 - 回収の仕組みがわかりません。回収の仕組みがわかりません。回収の仕組みがわかりません。
- 粗大ごみ回収仕組みを活用した配送の利用促進**
 - 回収の仕組みがわかりません。回収の仕組みがわかりません。回収の仕組みがわかりません。
- 利用者の利便性の向上**
 - 回収の仕組みがわかりません。回収の仕組みがわかりません。回収の仕組みがわかりません。

35

9. 事業終了後の継続方針

- 実証期間終了後、当面の間「あなたの街の新しいリユースプロジェクト」を、実証期間中の内容で継続する。
- 事業主体は座間市とし、引き続き連携団体として、小田急電鉄株式会社、東急株式会社、座間市リサイクル協同組合が参加する。
- なお、本事業は次の3段階から構成されるが、今後1年間を目標に、各段階の利用者のニーズを踏まえ、状況に応じてその後の継続方針(拡大、縮小、中止)を検討する。
- commonアプリにおける「座間エリア」の設定
 - commonスポットの設置(現状4か所)
 - 市による運搬の実施

36

10. 横展開のポイント

- 廃棄物処理法の解釈の整理**
 - 本市では、「市民が、物品を無償で、又は輸送費(粗大ごみ処理費)を払って所有権を手放す場合、総合判断に基づけば、当該物品に所有権はなく、廃棄物となるため、当該物品を廃棄物として収集・処理・処分できる。その際に、市民が廃棄した廃棄物を廃棄物処理法でなく、他の市民等に譲渡することによって廃棄物の適正処理を行っているもの。」と解釈した。
- 使用するコミュニティアプリの検証結果は、提供期間に当たらない可能性がある。**
 - 受け渡しBOXを持つコミュニティアプリが使用できれば一層の効果が期待できる
- 利用者が多い民間施設(駅ビル等)に受け渡しBOXを設置できるか**
 - 利用者の利便性の高い民間施設に受け渡しBOXを設置することで利用率が高まるため、民間施設や駅ビルの管理側から協力を得られるかが今後のポイント。
- 配達を担う委託者(本市では粗大ごみの収集運搬業者)が引き受けてくれるか**
 - 廃棄物収集運搬業者は、一般的に、廃棄物(リユース品)を回収している。粗大ごみ回収員としての役割がリユース品が、通常の廃棄物と異なり、回収方法が異なる。回収の仕組みがあることを委託者だけでなく委託者に働きかけた。その代わりに、運搬の粗大ごみとは異なり、無償配達とした。

37

3. 東京都八王子市：地域のデジタルプラットフォームを活用した不要品のリユース実証事業

<p>令和5年度使用済製品等のリユースに関する自治体モデル実証事業</p> <h2 style="text-align: center;">地域のデジタルプラットフォームを活用した不要品のリユース実証事業 最終報告書</h2> <p style="text-align: center;">実施団体名 八王子市</p> <p style="text-align: center;">2024年2月</p>	<p><事業の全体概要></p> <p>● 事業概要</p> <p>株式会社ジモティーと連携し、市施設にて市民から不要となった再利用可能な品物をごみとして出す前に受け取り、オンラインプラットフォーム「ジモティー」を活用して、引き取りを希望する方へ販売(一部無償にて譲渡)する実証事業を行う。</p>
<p>1. 対象地域の概要</p> <p>八王子市(令和2年国勢調査)</p> <p>人口：約58万人 面積：約186km² 年齢構成比： 15歳未満…11.2% 15～64歳…61.4% 65歳以上…27.3%</p> <p><small>※年齢構成比は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計が100にならない。</small></p>	<p>1. 対象地域の概要</p> <p>【これまで行ってきたリユース施策】</p> <p>○令和3年度 公募により選定した株式会社ジモティーと協定を締結。市が収集した粗大ごみ等をジモティーに掲載し、無償で譲渡する実証事業を実施。 実施期間:令和4年1月～2月(約1ヶ月間) 総出品数:145品 リユース数:139品 リユース率約96% リユース量:約76.6kg</p> <p>○令和4年度 再度公募で選定した株式会社ジモティーと協定を締結。市民から不要品を引き取り、ジモティーを活用して販売・譲渡する実証事業を実施。 実施期間:令和4年9月～令和5年3月(約7か月間) 総出品数:8,123品 リユース数:8,036品 リユース率:約98.9% リユース量:約39t</p>
<p>2. 事業の目的</p> <ul style="list-style-type: none"> 株式会社ジモティーと連携し、市民から再利用可能な不要品をリユースする仕組みを構築・運営することで、ごみの減量化及び資源の有効活用を図る。 過去2年間の実証事業により得た知見を踏まえ、セルフレジ・セルフ持ち込みや粗大ごみ収集過程でのリユース品の選別・積み下ろしといった新たな取組の導入により、事業の採算性向上や事業の効率化を図り、本格実施に向けた検証を行う。 	<p>3. 実施体制</p>
<p>4. 事業の内容</p> <ul style="list-style-type: none"> 実施内容 <ol style="list-style-type: none"> 市民が不要品を市施設へ持ち込み(オンラインによる事前予約制)、ジモティーが再利用可能と判断した場合は無料で引き取る(一部市が粗大ごみ等として引き取ったものを提供)。 引き取った品物(リユース品)をジモティーに掲載する。 引き取り希望の方へ、市施設内にて販売(一部無償で譲渡)する。 実施期間 令和5年(2023年)10月6日～令和6年(2024年)3月31日 営業日時 金・土・日曜日(週3日)の10時～16時半 	<p>4. 事業の内容</p> <ul style="list-style-type: none"> 実施場所 北野環境学習センター「あったかホール」1階(北野町596-3) 【施設概要】 <ul style="list-style-type: none"> 1F:体育館(多目的ホール)、キッズスペース、エコひろば(八王子市環境学習室) 2F:喫茶、会議室、クールセンター八王子 3F:生きもの展示室 4F:温水プール ※駐車場あり(約30台駐車可) 日頃から人が集まる施設

4. 事業の内容

【売り場面積】
約100㎡



売り場

【倉庫面積】
約40㎡



倉庫

4. 事業の内容



【取り扱う主な品目】
1. 家具・家電
2. スポーツ用品
3. レジャー用品
4. 子ども用品
5. 楽器
等
※次の人が使える状態のモノ

4. 事業の内容


【新規取組】

1. セルフレジ・市民の不要品持込みのセルフサービス化導入
 <省人化により、「事業経費削減」と「事業の効率性」の向上を目指す>


2. 粗大ごみ収集過程でのリユース品の選別・積み下ろし
 <「粗大ごみ収集の効率化」と「ごみ減量効果の向上」を目指す>

4. 事業の内容

1. セルフレジ・市民の不要品持込みのセルフサービス化導入
 【方法】
 (ア)セルフレジ
 I. 商品についている値段の書かれたQRコードをレジに持っていく
 II. レジにあるスマートフォン端末で読み込む
 III. お金をレジにあるBOXに入れる(両替はスタッフが行う)




セルフレジの様子



値段の書かれたQRコード

4. 事業の内容

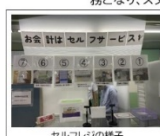
1. セルフレジ・市民の不要品持込みのセルフサービス化導入
 【方法】
 (イ)セルフ持込み
 I. 商品を持ち込む
 II. 机にあるセルフチェックシートを記入(持ち込み可能なサイズ・品目等)
 III. チェックシートを回収BOXに入れる
 IV. 持込み品をブルーシートの上に置く




セルフ持込みの様子

4. 事業の内容

1. セルフレジ・市民の不要品持込みのセルフサービス化導入
 【効果】
 ・常駐スタッフの1.5名削減
 ・出品の作業効率向上
 【工夫】
 ・写真付きの説明用紙を掲示
 ・常駐スタッフの出品作業場所を、利用者の目が届く位置に配置
 ・施設の入り口に搬入・搬出用の貸し出し可能な台車を設置
 【課題】
 ・利用方法に悩む利用者も一定数いるため、常駐者にて適宜対応は必要
 ・12月以降委託となり、収益が市に納入されることからレシート発行が義務となり、スタッフによる対応が必要となった。



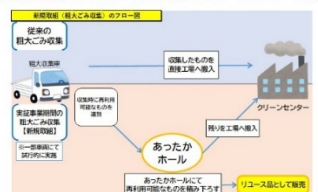
セルフレジの様子



セルフ持込みの様子

4. 事業の内容

2. 粗大ごみ収集過程でのリユース品の選別・積み下ろし
 【方法】
 I. あったかホール周辺の粗大ごみ収集時に再利用可能な品物を選別
 II. 収集途中に、粗大ごみ収集車両があったかホールに立ち寄る
 III. 再利用可能な品物をジモスポへ降ろし、残りはクリーンセンターに搬入



4. 事業の内容

2. 粗大ごみ収集過程でのリユース品の選別・積み下ろし
 【効果】
 ・1月19日より毎週金曜日に実施し、35品・約235kgの粗大ごみを搬入(計5日間)
 【課題】
 ・粗大ごみ収集業者の協力が必要不可欠
 ・粗大ごみ収集業者とジモティーとのリユース品の基準のすり合わせが必要
 ・粗大収集業者が収集時に商品を傷つけないように積むため、1回の積載量は減少
 →粗大ごみ収集が繁忙期の実施は困難



4. 事業の内容

・効果検証の方法

1. リユース品の引き渡し数及び重量より、「ごみの減量効果」を検証
 (新規取組「粗大ごみ収集過程でのリユース品の選別・積み下ろし」による効果も併せて検証)

2. リユース率(引き渡し数/出品数)より、「事業の効率性」を検証
 (新規取組「省人化」による効果も併せて検証)

3. 事業経費、収益及び処理費用削減額により、「事業の継続性」を検証

その他、利用者(持込者、引取者)に対するアンケート調査を実施。
 【実施時期】 令和6年1月～2月
 (調査例:年齢層、地域傾向、利用理由等)

5. 事業の成果

1. リユース品の引き渡し数及び重量よりごみの減量効果を検証
 目標値:1営業日あたり100品引渡し、月6トン、年間30トンのごみの削減

	引き渡し品数	重量(kg)	1営業日あたりの引き渡し数
10月	850	4,659	71
11月	1,185	6,504	99
12月	1,369	7,470	114
1月	1,540	7,691	128
2月	1,919	9,886	160
合計	6,863	36,210	114
平均	1,373	7,242	114
R4事業 平均値	1,181	5,826	98

開始当初より順調に引き渡し数及び重量が増加傾向にあり、11月以降は月6トンの目標値を上回っている。平均値については、目標値を全て上回っており、昨年度と比べてもより効果的に行われていることが分かる。

5. 事業の成果

2. リユース率(引き渡し数/出品数)により、事業の効率性を検証
目標値:リユース率を毎月90%以上

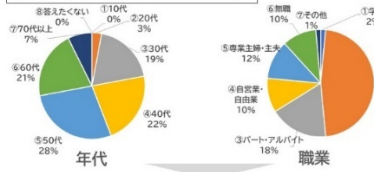
月	引き渡し数 (件)	出品数 (件)	粗大ごみ出品数 (円換算)	在庫数	リユース率 (%)
10月	850	1,301	(9)	451	65.3%
11月	1,185	1,476	(89)	742	80.3%
12月	1,369	1,425	(73)	798	96.1%
1月	1,540	1,735	(96)	993	88.7%
2月	1,919	2,028	(150)	1,102	94.6%
合計	6,863	7,965	(417)	1,102	86.2%
仮事業 実績値	7,088	7,769	(655)	681	91.2%

	引き渡し数(a) (件)	出品数(b) (件)	リユース率(a/b) (%)
累計リユース率	5,608	5,937	94.5%
仮事業リユース率	6,037	6,246	96.70%

※「仮事業の累計リユース率」は10月～1月までの間に出品し、2月末までに引き渡したもから算出
出品数・引き渡し数共に増加しており、累計リユース率は目標値の90%以上を達成している。

5. 事業の成果 (アンケート結果)

持込者のアンケート結果(計68名)



- 30～60代を中心に、幅広い年代の方に利用されている。
- 週末営業で会社員の休日に利用できるため、割合が多い。
- 年代や職業の分布の傾向は、昨年度と特段変わらなかった。

5. 事業の成果 (アンケート結果)

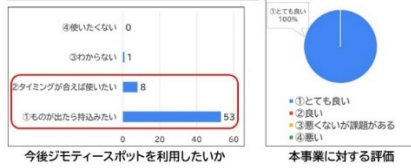
持込者のアンケート結果(計68名)



使用可能な不要品を約7割の方がこれまで「ごみとして廃棄」していたが、本事業によりリユースすることができた。

5. 事業の成果 (アンケート結果)

持込者のアンケート結果(計68名)



利用者全員が本事業に満足しており、今後も持ち込みたい方がほとんど。

5. 事業の成果 (アンケート結果)

持込者のアンケート結果(計68名)

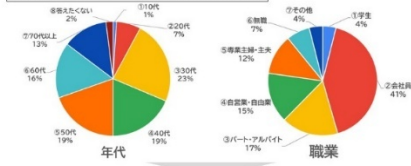
【感想】※一部抜粋

- 子どもの成長で色々買い替えがあり購入もできるので助かっている。
- 粗大ごみで出すのがもったいないと思っていたので助かった。
- 気軽に不要品が持ち込めて便利。続けてほしい。
- スタッフの方の対応がすごくよかった。

不評はなく、継続実施を求める声も上がっていた。

5. 事業の成果 (アンケート結果)

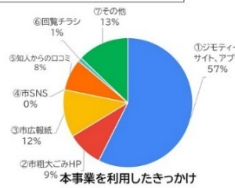
購入者のアンケート結果(計101名)



- 30～50代を中心に、幅広い年代の方に利用されている。
- 年代、職業共に割合が持込者と同じ傾向にあった。
- 年代や職業の分布の傾向は、昨年度と特段変わらなかった。

5. 事業の成果 (アンケート結果)

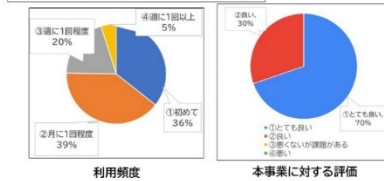
購入者のアンケート結果(計101名)



- 約6割の方がジモティーのサイトやアプリを見て利用
⇨市の広報やホームページがきっかけの方は約2割のみ
- その他の回答は、主に施設利用者(プール・体育館等)

5. 事業の成果 (アンケート結果)

購入者のアンケート結果(計101名)



リピーターが多く、購入者からも高い評価をいただいている。

5. 事業の成果 (アンケート結果)

購入者のアンケート結果(計101名)

【感想】※一部抜粋

- 子ども用品は使用時期も限られるのでこのような事業はありがたい。
- 品物の入れ替わりが早く、目的のものが無くてもちまち寄ってみたい。
- 安くて助かっています。
- フラッと来てて手ごろな値段で購入できてよかった。

多くの購入者が満足。要望として営業日や売り場スペースの拡大を求める声があった。

5. 事業の成果 (まとめ)

- 新規取組「セルフレジ・セルフ持込み」によって、昨年度と比較して出品数・引渡し数が増加しており、「事業の効率性」が向上した。
- 新規取組「粗大ピックアップ」により、粗大収集過程からも再利用可能な粗大ごみをリユースへ回すことができた。
- 事業を継続していくなかで、利用者の定着が図られ、「ごみの減量効果」が向上した。
- 多くの方にまた利用したいと満足していただけたサービスの提供ができた。

<p>5. 事業の成果（ジモティーより）</p> <p>開業後から2月にかけて、リユース数・売上改善を進めたポイント</p> <p>①仕入数を増やす</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 持込予約枠増設： そもそもの持込数が増え、直結するため、持込枠を、2月に追加実施。 ・ 市の持込数： 2月に関しては市の持込品も追加で20点ほど協力いただく。 <p>②現在庫の現金化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 滞在在庫の値下げ： 30日以上滞留している在庫に関して、1月、2月から価格見直しを実施し、販売数を増やした。 <p>→ 今後の課題</p> <p>持込品の物量を増やせるために、在庫を置くスペースが重要になる。場所の広さを拡大することで、持込数と売上増加が実現でき、一方で人員の効率性を担保すればコスト面を抑えることが実現しやすい。</p> <p style="text-align: right;">29</p>	<p>6. 今後の検討課題</p> <p>1. 初期段階の効率性</p> <p>→設備やシステム等初期投資が必要、開始当初は品薄 →継続することが重要</p> <p>2. 事業の採算性</p> <p>→業務効率の改善による経費削減とともに、販売収益を上げることが必要 →事業を継続していくなかで各種改善を図る</p> <p style="text-align: right;">30</p>
<p>7. 事業終了後の継続方針</p> <p>(1) 令和6年度も同様事業の実施に向けて調整中</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ アンケート結果でも継続希望が9割以上 ・ 事業を継続することでさらなる改善を見込む <p>(2) 令和6年度事業に向けた主な検討内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 出品数を増やすための工夫 <ul style="list-style-type: none"> ①広報・周知(ページビュー数が多いごみ関連のホームページに掲載等) ②持込予約方法の見直し ③営業日数や売り場面積を増やせないか検討 <p style="text-align: right;">31</p>	<p>8. 横展開のポイント</p> <p>【事業実施に向けた必要事項】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 場所の確保(駐車場スペースや導線等も確保) ・ 取扱い対象品目の設定 ・ 売れ残った商品の廃棄の取扱についての整理 (所有権はどちらに帰属するのか、減免とするのか) <p style="text-align: center;">▼</p> <p>本事業を自治体で実施するにあたっては、 場所の確保は特に重要</p> <p>その立地や駐車場等の設備も利用者数に大きく影響</p> <p style="text-align: right;">32</p>
<p>8. 横展開のポイント</p> <p>【参考】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 他市からの視察受入での説明（福島市・東村山市） <p>○主な質疑</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 事業を行ううえでの課題 2. 事業の運営体制について 3. 引き取った商品の修理の有無 4. 市民からの反響 等 <p style="text-align: right;">33</p>	

4. 愛知県豊田市：「衣類」の資源循環・サーキュラーエコノミー実証等～使用済ユニフォームや衣類の回収、再製品化を「ミライのフツー」に～

令和5年度使用済衣類回収のシステム構築に関するモデル実証事業

**「衣類」の資源循環・サーキュラーエコノミー実証等
～使用済ユニフォームや衣類の回収、再製品化を「ミライのフツー」に～**

事業報告書（最終報告）

実施団体名 **豊田市**

2024年 2月

目次

- 1 対象地域の概要
- 2 事業の概要・目的
- 3 事業の内容（実績）
 - (1) 使用済ユニフォームの再生化、地域内福祉事業所の活用実証ユニフォームリサイクル
 - (2) 衣類回収イベント・セミナー（資源循環 体験）
- 4 事業の成果
 - (アンケート) (実証参加事業者へのヒアリング) (コスト検証)
- 5 今後の検討課題
- 6 事業終了後の継続方針（実装化を目指して）
- 7 広域展開（未定）
- 8 総括

1. 対象地域の概要

豊田市の概要：人口416,651人、年齢階級別数、産業振興策、市民運動「とよた・ゼロカーボンアクション」RS.1～の紹介。

2. 事業の概要・目的

- ① 使用済ユニフォームの再生化、地域内福祉事業所の活用実証
 - ・事業用ユニフォームの回収・リサイクル工場への発送（仕組構築）検証
 - ・障がい者の就労支援を通じた地域内の支え合いに繋げる
- ② 「一般（家庭用）衣類回収」の実体験とオンラインセミナー等の実施
 - ・リサイクルに対する理解促進、意識醸成・行動変容

目指すは・・・ **SDGsゴール12「つくる責任 つかう責任」**
地域内の支え合いによる
地域内の資源循環/サーキュラーエコノミーの創出

【事業の全体像】実証を通じた再製品化

将来的には・・・Uniform To Uniform (ユニフォームの水平リサイクル)

①ユニフォーム回収（事業者用）
②イベント等での衣類回収（家庭用）

当実証：成果物①
・ユニフォーム回収実証に参加した事業者が社内外で着用
・衣類回収アンケートや衣類回収の協力表にへのノベルティとして配布

当実証：成果物②
・イベント参加、衣類回収への協力者に「衣類がリサイクルされた製品」サンプルとして配布

3. 事業の内容（実績含む）

3-（1）使用済ユニフォームの再生化、地域内福祉事業所の活用実証
【実証事業の流れ】

【役割】	8月～9月 実施・検討事項	10月	11月	12月	1月	2月
【全体調整】 豊田市	実証参加者調整 実装化に向けた 課題等把握	実証参加 準備完了	11/29 実証開始	12/1 実証期間 終了	12/15 アンケート等 集計	評価・ 検証
【ユニフォーム搬出】 排出事業者 4社	現状把握 ・リサイクル社内検討 ・ユニフォーム搬出 ・実装化検討	実証準備 に対する 地域調整	【搬出】	【搬出】	【搬出】	【搬出】
【回収・分別・発送】 就労継続支援B型 事業所	・契約、手続き関係 ・回収・分別、発送 事業所	各種調整	【回収・分別・発送】	【回収・分別・発送】	【回収・分別・発送】	【回収・分別・発送】
【リサイクル・ 再製品化（JEPLAN）】 リサイクル業者 製品製造業者	リサイクル仕組説明、 契約等 ・再生化製品 製作	契約・ 手続関係	リサイクル 再製品化	リサイクル	リサイクル製品 発注(12/2)	

衣類の回収実績

	(1) ユニフォーム	(2) 一般衣類
枚数 種類	684枚 ブルゾン ポロシャツ 作業服 (作業用ズボン) カーゴパンツ	1,751枚 Tシャツ ブルウス ズボン スカート等
重さ kg	363kg	348kg
箱数	36箱	38箱
リサイクル仕組 【協力企業】	BRING UNIFORM™ JEPLAN	WAMRGURI 豊島町

●Point!
事業系用の衣類は、
一般衣類に比べて、重く、かさばるものが多い
＝処分費用に影響

事業系ユニフォーム回収の内訳			
排出事業者	業種	実証で回収したユニフォーム (回収できなかったもの)	数量、箱数など 合計684枚
A社	車両生産設備の設計・製造	作業服・ズボン、静電服、 (つなぎ、ジャンパー)	341枚
B社	環境・リサイクル	ブルゾン・ポロシャツ (カーゴパンツ)	22枚 (ポロシャツ12、ブルゾン10)
C社	情報システム	ブルゾン・カーゴパンツ	121枚
D社	土木・建築	作業服、長袖シャツ・ズボン、 防風ブルゾン	200枚
(E社)	自動車 金属製品 製造等	社内経費 等に合わせ実証に参加できず (参加希望はあったが)	
(F社)	自動車・部品・機械 機材等の製造販売		

●Point!
種類ごとに製造元やサプライヤーが異なり
「産業廃棄物広域認定制度」の認定の有無で同じ仕組でリサイクルが
実施できないケースがある。

3-(2) 衣類回収/イベント・セミナー (資源循環 体験)

イベント等での衣類回収 [AND ART LAND]

日時	場所	内容	実績等
【常設】	とよたエコプラタウン	施設で開催するイベント時に限らず、 回収ボックスを常設し、衣類回収	集書 2,184人 ※3/5日 1,365人 衣服 約600枚 アンケート 221件 写真撮影 182張
11/4,5※	豊田市駅前まちなか広場 ※デロリアン展示は5日のみ	AND ART LAND (画材アート)と衣服を材料とする パイオエタールで走行したことがある 「デロリアン」の展示	

イベント等での衣類回収

¥0マーケット

リユース → リサイクル (WAMEGURI)

日時	場所	内容	実績
12/2	県高保良自治会 ※ポルトガル語	Y0マーケット 外国人コミュニティのリサイクルイベント	衣服 約300枚

イベント等での衣類回収

とよたSDGs フェスタ in T-FACE

日時	場所	イベント名 (内容)
1/27・28	T-FACE (豊田市駅前商業 施設内)	企業等の取組紹介・物販・ワークショップ等 ユニフォーム回収実証 パネル展示・PR (一般) 衣類回収WAMEGURI活用

【実績】 来場者数 計 7,652人 27日(土)3,783人/28日(日)3,869人
回収衣服 約900枚

【展示パネル】 とよたSDGs フェスタ in T-FACE

衣類の「3R」実践を呼びかけ

あなたの会社のユニフォームは、リサイクル可能な資源です

家庭でも実践! ファッションの産業を変える「3R」

3Rとは

1. 持ち続ける(長く使う)
2. 修理・再利用(リデュース)
3. リサイクル(リユース)

Action!

1. 持ち続ける(長く使う)
2. 修理・再利用(リデュース)
3. リサイクル(リユース)
4. 持ち続ける(長く使う)
5. 修理・再利用(リデュース)

来場者 プレゼント

4. 事業の成果 (アンケート結果)

3/2で「職場や学校で回収されている」と回答いただいた方にお礼申し上げます。
職場や学校で回収された後のユニフォームがどのように処理されているかご存知ですか?
375件の回答

回収されている 32 (8.5%)
リユースまたはリサイクルしている 209 (56.7%)
回収しない 136 (36.8%)

回収後、その先を知らない 約40%の人は、回収後のその先を知らない

回答者の性別

- 男性 60.7%
- 女性 39.3%

回答者の年齢

- 20代 44.2%
- 30代 20.8%
- 40代 12.4%
- 50代 10.1%
- 60代 12.3%

20代～50代の「現役世代」の意識が変わり、行動が待たば、社会や仕組は変わる!
無関心からの脱却!

「使用済み衣類に関する」アンケート結果 (最終報告時点)

イベント会場、とよたエコプラタウンでの集計 (11月～1月末) 回答 375件

1 使用済みの衣類 (私服) をどのように処理していますか? ※複数回答可
375件の回答

約50% 回収 (虫除) を【ゴミ】として捨てている

回収先として捨てている 179 (47.7%)
回収先として捨てている 205 (54.7%)
人集めている 149 (39.7%)
家族やフリマなどで売っている 53 (14.1%)
リサイクルボックスへ投入している 2 (0.5%)
ゴミとして捨てている 1 (0.3%)
リサイクルボックスへ投入している 1 (0.3%)
まだ処分してある 1 (0.3%)

2 使用済みユニフォーム (制服) をどのように処理していますか? ※複数回答可
375件の回答

回収先として捨てている 149 (39.7%)
回収先として捨てている 136 (36.8%)
人集めている 130 (34.7%)
リサイクルボックスへ投入している 54 (14.4%)
まだ処分してある 1 (0.3%)

ユニフォームを【ゴミ】扱い約40%の企業で回収できていないことも? 見たなし、事業主以外の人が回収できず持ち帰り

「12/5 オンラインセミナー」アンケート結果

参加者 20代～60代 19件/29人

2. 貴人の所属が知りたいです。1 貴社ユニフォームについてリサイクルを検討したいと思いませんか? (単一選択)

12/12開催 開催しました

思う 約90%の方が「ユニフォームリサイクルしたい」15/17 (86%)

思わない 2/17 (12%)

理由

- 「環境に優しい」「地球にやさしい」として、当社の社会貢献活動の一環として、幅広く実施する意義を認識していただけたこと、
- 「SDGsの目標12(持続可能な消費)」の観点から、SDGsの推進に貢献できること、
- SDGsの推進に貢献できること、
- SDGsの推進に貢献できること、
- SDGsの推進に貢献できること、

理由

- SDGsの推進に貢献できること、
- SDGsの推進に貢献できること、
- SDGsの推進に貢献できること、
- SDGsの推進に貢献できること、
- SDGsの推進に貢献できること、

セミナー受講者からは、**「実証への参加の検討したい」+ 2社**

【オンラインセミナー】 事業用ユニフォームリサイクル

セミナーの概要

【オンラインセミナー】

目的

- 事業用ユニフォームを利用する企業を中心に、ユニフォームのその後について様々な選択肢があることを伝え、今後の持続可能な資源利用について考えるきっかけとしてもらう
- 内容:
 - 衣類循環に関する社会的なトレンド
 - BRINGの紹介 (豊田市との取組)
 - 購入できること、企業としてできること、両面から
- 対象
 - 衣類の循環やリサイクルに関心のある方
 - 企業のCSR、SDGsの担当者の方

【実績】 聴講者数 29
主に とよたSDGsパートナー (事業者等)

「12/5 オンラインセミナー」アンケート結果

参加者 20代～60代 19件/29人

2. 貴人の所属が知りたいです。1 貴社ユニフォームについてリサイクルを検討したいと思いませんか? (単一選択)

12/12開催 開催しました

思う 約90%の方が「ユニフォームリサイクルしたい」15/17 (86%)

思わない 2/17 (12%)

理由

- 「環境に優しい」「地球にやさしい」として、当社の社会貢献活動の一環として、幅広く実施する意義を認識していただけたこと、
- 「SDGsの目標12(持続可能な消費)」の観点から、SDGsの推進に貢献できること、
- SDGsの推進に貢献できること、
- SDGsの推進に貢献できること、
- SDGsの推進に貢献できること、

理由

- SDGsの推進に貢献できること、
- SDGsの推進に貢献できること、
- SDGsの推進に貢献できること、
- SDGsの推進に貢献できること、
- SDGsの推進に貢献できること、

セミナー受講者からは、**「実証への参加の検討したい」+ 2社**

4. 事業の成果（実証参加事業者へのヒアリング）

ユニフォーム排出事業者：4社		排出事業者	業種
		A社	車両生産設備の設計・製造
		B社	環境・リサイクル
		C社	情報システム
		D社	土木・建築
1 貴社で稼働しているユニフォームについて	A~D社	B社	
2 貴社のユニフォームの購入から廃棄までの一連の流れについて	産業廃棄物処理		
3 今回の実証に参加していただいた動機	D社		
4 実証に参加した感想（自由記述）	D社		
5 排出事業者として、ユニフォームをリサイクルするうえでの苦衷（ハードル）がありますか？	A社 B社 C社 D社		
6 次年度以降、自社ユニフォームのリサイクルの実態を継続しますか？	A社 B社 C社 D社		

回収・分別・発送事業者：就労継続支援B型事業所（株）アルディ（作業所：ジョイナスたかおか）

質問	回答
1 回収依頼の感想	回収依頼がスムーズで良かった。【作業所側】回収が迅速で、作業所に都合の良い時間帯に回収に来てくれた。
2 分別依頼の感想	【作業所側】分別依頼がスムーズで、作業所に都合の良い時間帯に回収に来てくれた。【事業者側】分別依頼がスムーズで、作業所に都合の良い時間帯に回収に来てくれた。
3 発送依頼の感想	【事業者側】分別依頼がスムーズで、作業所に都合の良い時間帯に回収に来てくれた。【作業所側】分別依頼がスムーズで、作業所に都合の良い時間帯に回収に来てくれた。
4 その他、回収や排出事業者との関係	回収依頼がスムーズで、作業所に都合の良い時間帯に回収に来てくれた。
5 実証を通じて解決すべき課題があれば記載してください	実証を通じて解決すべき課題があれば記載してください。
6 次年度以降、ユニフォーム回収等に関する事業の継続を希望しますか？	継続したい

リサイクル事業者（ユニフォーム）（株）JEPLAN

質問	回答
1 貴社が回収した感想	回収依頼がスムーズで、作業所に都合の良い時間帯に回収に来てくれた。
2 排出事業者として、ユニフォームのリサイクルを希望する理由（ハードル）はありますか？	ユニフォームのリサイクルを希望する理由（ハードル）はありますか？
3 リサイクル事業者として、2024年に実施を希望しますか？	実施を希望します
4 貴社が回収した感想（自由記述）	回収依頼がスムーズで、作業所に都合の良い時間帯に回収に来てくれた。
5 次年度以降、ユニフォーム回収等に関する事業の継続を希望しますか？	継続したい
6 貴社が回収した感想（自由記述）	回収依頼がスムーズで、作業所に都合の良い時間帯に回収に来てくれた。

4. 事業の成果（コストの検証）

【ユニフォーム回収実証 事業費】
企業別計算【A社】 41,725円
 枚数: 341枚 重さ: 166.5kg

項目	実施事業者	単価	実施枚数	計
回収運搬費	アルディ	2,500	2.0	5,000
職員管理費	ジョイナス（稼働）	1,100	7.5	8,250
工賃	ジョイナス（利用者）	250	14.0	3,500
合計				16,750

【参考】B社：7,300円 C社：7,438円 D社：5,463円

枚数	重量	計
100	150	¥24,975
		¥41,725

【企業からの意見】 【参考】B社：1,245円 C社：12,165円 D社：5,463円
 ◆人員費（A~D社共通） 【参考】B社：1,245円 C社：12,165円 D社：5,463円
 ・作業工賃の安さ、通所事業所の実態がよくわかり、さらに地域事業者として協力できることは大きい。
 ・施設利用費（稼働者）の「社会とつながり」きっかけになれば、金額の負担は感じない。
 ◆リサイクル手数料
 ・「ゴミ」として廃棄していたものを「資源として活用（リサイクル）」でき、会社のサステナビリティの向上と応答として考えれば安い（A・C・D社）
 ・資源回収行動と企業のサステナビリティ向上は、理解できるが、費用面を度外では「継続」できない（B社）
 ・100kg未満（100kg未満/枚）<リサイクル（150kg/枚）<（B社）

5. 今後の検討課題（ユニフォーム回収実証の実装に向けて）

- ◆ 事業者が「衣類の循環」の仕組みを理解する機会の不足
 リサイクルまでの流れや「広域事業認定制度」等の仕組みの複雑さ
 → 広域的にしっかりと周知すべき ※「リサイクルしたい」事業者に情報が届いていない
 - ◆ 実態把握
 広域レベル（県内）で他自治体や企業等の費用対効果などの意識や実態把握が必要 → P27「広域展開」
 - ◆ 費用対効果等の慎重な検討
 使用済みユニフォームの処理をどう捉えるか（ゴミor資源）で企業におけるコスト意識は大きく異なる
 ※自治体単体では、「ユニフォーム＝リサイクル」を安易に認められない
 例）廃棄物処理を発生する事業者への影響（B社）
- 課題の解決策**
 ・「ユニフォームは「ゴミ」or「資源」？」を明確化
 ・「ユニフォーム＝産業廃棄物」をどう扱うべきかの指針策定
 ・指針に準じた処分費等の設定
 ※自治体単体ではなく「国内統一の取扱い」を定めることが必要

6. 事業終了後の継続方針（実装化を目指して）

- ◆ 今回の実証スキームを継続し、実施
 →【実装化（A社 C社 D社）】
 ※A社：「つなぎ」を含め、自社で使用するユニフォーム全体のリサイクルの実施も目指す
 →【再生化】
 企業により再製品の用途や希望が異なるため、社内で方針決定
 例）PRグッズ（販促品）/（将来的に）ユニフォーム再生
- ◆ 豊田市
 ・幅広い業種の事業者への波及を目指し、「広域（愛知県内）」の実態把握や仕組みづくりが不可欠
 →資源循環・サーキュラーエコノミーの推進を目指し、「水平リサイクル」を意識し、検証を継続
 ※豊田市中では、とよたSDGsパートナー・豊田中つなぎ社会推進実証協議会など登録事業者に対し、ユニフォーム回収へ協力などの実地実証が可能な
 豊田市中も排出事業者であるという観点から：
 ・市役所で使用する制服や作業着等の調達・使用から廃棄までの実態把握
 ・「資源循環」を意識した取扱いについて庁内関係課と検証を継続

7. 広域展開（未定）

- 広域連携**
- ①愛知県が実施するサーキュラーエコノミー推進プロジェクト（2023.1~）
繊維・衣類循環利用プロジェクトチーム」と連携（関係先）
 事務局：愛知県環境局資源循環推進課 循環グループ
- ◆ 企業系の使用済みワーキングウェアを中心に素材別回収、原料化、再製品化の取り組みの検討
 - ◆ 繊維循環スキーム構築 「仮」ワーキングウェア循環プラットフォーム」事業展開：2026~
- ②愛知県との情報共有、意見交換を継続
- 【豊田市中に期待される役割】
 ウェア回収協力
 = 参加事業者への声掛け
 = 衣類循環に対する事業者の意識醸成
 他自治体巻き込み・提案など
- 【目指す姿】
 ・「ワーキングウェア循環プラットフォーム」回収フェーズ深化
 ・愛知県内に（仮）リサイクル工場を誘致
 ・PF参加事業者等の協会等の立上げや広域事業認定が取得できるとよい
- 広域事業認定のないメーカー等から購入した事業者ユニフォームも県内でリサイクル可能な仕組みづくり

8 総括 豊田市：未来都市推進課

【実証全般（家庭用衣類・ユニフォーム）】
 ・衣類回収、セミナーやイベントを通じて、参加者に対し、「使用済の衣類は廃棄物（ゴミ）ではなく、資源である」とことを広く周知・意識浸透ができた。

【ユニフォーム回収実証】
 ・事業者は、ユニフォームを処分せず、リサイクルすることで、企業PR、SDGs貢献、コミュニティづくりにつながることを実感・体感できた。
 ※「ユニフォーム回収」は規模を起点に現在、社会的な注目度が高いリサイクル資源は、企業PRや社会的なインパクトの対価として実証可

◆ユニフォーム回収の課題
 ・衣類は、サブライフェーションが複雑
 ・ユニフォームで廃棄業者までリサイクルの仕組みがわからない（経路→製造→生産管理→流通→販売→消費）
 ※特に流通：農産、専門店、ネット等
 ・事業者廃棄物処理とリサイクルの仕組の複雑さ
 ※「広域事業認定制度」を知らない・知らない

地域の実態、事業者の要望も含め、**国内統一に「ユニフォーム取扱指針（方向性）」を定めることが急務**

5. 学校法人山内学園 香蘭女子短期大学：若年層（Z世代）における使用済衣類回収・循環のシステム構築に係る実証事業

<p>令和5年度使用済衣類回収のシステム構築に関するモデル実証事業</p> <h2 style="text-align: center;">事業名</h2> <h3 style="text-align: center;">「若年層（Z世代）における使用済衣類回収・循環のシステム構築に係る実証事業」 最終報告書</h3> <p style="text-align: center;">実施団体名 香蘭女子短期大学</p> <p style="text-align: center;">2024年2月</p>	<h3 style="text-align: center;">＜事業の全体概要＞①</h3>																																
<h3 style="text-align: center;">＜事業の全体概要＞②</h3>	<h3 style="text-align: center;">1. 事業の目的</h3> <p>概要・目的</p> <ul style="list-style-type: none"> ファッション総合学科も有する私立香蘭女子短大が、福岡県郡珂川市・ヒューマンフォーラム（古着店Spinn'sの運営）・メルカリ等との連携により、古着の収集・アップサイクル等を行った上で、地域のフリマ及びフリマアプリで販売することで、地域の衣類廃棄の減少を図るもの。 加えて、フリマ等での販売に先立ち、インフルエンサーと連携して、古着の利活用・販売等をZ世代向けにデモンストレーション・周知する活動を実施（特に、コロナ禍で外出・古着を楽しむ機会が少なかった10代向けに、古着の良さや循環方法をアピール）。 このようなPR活動も実施しZ世代の意識・行動変容を促すことで、特にZ世代の間での一層効果的かつ効果的な衣類の循環・廃棄の減少を促進するような使用済衣類の回収・循環システムの構築を行う。 																																
<h3 style="text-align: center;">2. 事業の内容</h3> <table border="1"> <thead> <tr> <th>実施日時/期間</th> <th>実施内容</th> <th>効果検証の方法</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10月7日 ①広報イベントの実施（天神PARCO）</td> <td>■ファッションショー ■動画配信 ■古着回収・販売</td> <td>■アンケート ■視聴者数等 ■回収、販売数</td> </tr> <tr> <td>11月4、5日 ②UNIの実施（香蘭、大学祭） ■古着の販売・回収</td> <td>■古着回収・販売</td> <td>■アンケート ■回収、販売数</td> </tr> <tr> <td>12月2、3日 ③UNIの実施（福岡女子、フェス） ■古着の販売・回収</td> <td>■古着回収・販売</td> <td>■アンケート ■回収、販売数</td> </tr> <tr> <td>9月22日～12月23日 ④古着の回収（香蘭、郡珂川市）</td> <td>■古着の回収</td> <td>■回収した古着の数</td> </tr> <tr> <td>10月7日～1月26日 ⑤メルカリShopsでの販売</td> <td>■古着の販売</td> <td>■古着の販売数、金額</td> </tr> </tbody> </table> <p>注）②UNIとは、参加学生と話し合ってきた事業全体の活動の名称のことで、メルカリshopsの名称や香蘭祭・女子商マルシェでの出店名として使用しました。</p>	実施日時/期間	実施内容	効果検証の方法	10月7日 ①広報イベントの実施（天神PARCO）	■ファッションショー ■動画配信 ■古着回収・販売	■アンケート ■視聴者数等 ■回収、販売数	11月4、5日 ②UNIの実施（香蘭、大学祭） ■古着の販売・回収	■古着回収・販売	■アンケート ■回収、販売数	12月2、3日 ③UNIの実施（福岡女子、フェス） ■古着の販売・回収	■古着回収・販売	■アンケート ■回収、販売数	9月22日～12月23日 ④古着の回収（香蘭、郡珂川市）	■古着の回収	■回収した古着の数	10月7日～1月26日 ⑤メルカリShopsでの販売	■古着の販売	■古着の販売数、金額	<h3 style="text-align: center;">3. 実施体制 一連携主体</h3> <p>●本モデル事業の実施に際し、下記の事業体と連携した。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>学校法人山内学園 香蘭女子短期大学</th> <th>本件事業主体 古着の回収・選別・アップサイクル、ファッションショーの企画・演出等を総合的に担当</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>郡珂川市（福岡県）</td> <td>駅前地区での古着回収boxの設置、市民への情報提供、フリマ場所提供等</td> </tr> <tr> <td>株式会社 ヒューマンフォーラム</td> <td>古着の扱い方・フリマでの販売方法等の教授、PARCO天神店でのイベント実施調整</td> </tr> <tr> <td>株式会社メルカリ</td> <td>フリマアプリでの販売方法の指導等</td> </tr> <tr> <td>福岡県PARCO</td> <td>イベント実施場所の提供、その他協賛品提供</td> </tr> <tr> <td>一般社団法人福岡県古着協会</td> <td>福岡県内で流通してない古着等の処理</td> </tr> <tr> <td>（株）ヒューマンフォーラムの役員様</td> <td>着用できるものの販売できなかった古着の引取り</td> </tr> </tbody> </table>	学校法人山内学園 香蘭女子短期大学	本件事業主体 古着の回収・選別・アップサイクル、ファッションショーの企画・演出等を総合的に担当	郡珂川市（福岡県）	駅前地区での古着回収boxの設置、市民への情報提供、フリマ場所提供等	株式会社 ヒューマンフォーラム	古着の扱い方・フリマでの販売方法等の教授、PARCO天神店でのイベント実施調整	株式会社メルカリ	フリマアプリでの販売方法の指導等	福岡県PARCO	イベント実施場所の提供、その他協賛品提供	一般社団法人福岡県古着協会	福岡県内で流通してない古着等の処理	（株）ヒューマンフォーラムの役員様	着用できるものの販売できなかった古着の引取り
実施日時/期間	実施内容	効果検証の方法																															
10月7日 ①広報イベントの実施（天神PARCO）	■ファッションショー ■動画配信 ■古着回収・販売	■アンケート ■視聴者数等 ■回収、販売数																															
11月4、5日 ②UNIの実施（香蘭、大学祭） ■古着の販売・回収	■古着回収・販売	■アンケート ■回収、販売数																															
12月2、3日 ③UNIの実施（福岡女子、フェス） ■古着の販売・回収	■古着回収・販売	■アンケート ■回収、販売数																															
9月22日～12月23日 ④古着の回収（香蘭、郡珂川市）	■古着の回収	■回収した古着の数																															
10月7日～1月26日 ⑤メルカリShopsでの販売	■古着の販売	■古着の販売数、金額																															
学校法人山内学園 香蘭女子短期大学	本件事業主体 古着の回収・選別・アップサイクル、ファッションショーの企画・演出等を総合的に担当																																
郡珂川市（福岡県）	駅前地区での古着回収boxの設置、市民への情報提供、フリマ場所提供等																																
株式会社 ヒューマンフォーラム	古着の扱い方・フリマでの販売方法等の教授、PARCO天神店でのイベント実施調整																																
株式会社メルカリ	フリマアプリでの販売方法の指導等																																
福岡県PARCO	イベント実施場所の提供、その他協賛品提供																																
一般社団法人福岡県古着協会	福岡県内で流通してない古着等の処理																																
（株）ヒューマンフォーラムの役員様	着用できるものの販売できなかった古着の引取り																																
<h3 style="text-align: center;">4. 事業①の成果</h3> <p>①広報イベントの実施（天神PARCO内におけるイベントについて） 実施日：令和5年10月7日（土） 実施内容：①古着の回収・販売 ②インフルエンサーを招いて古着ファッションショー&トークショー ③アンケートの実施回収 実施結果：①来場者（古着の回収）52名 一般客 その他 50名程度 ②視聴回数：383回 ③最大同時接続数：68名 ④アンケート結果は次ページ以降</p>	<h3 style="text-align: center;">4. 事業①の成果</h3> <p>【当日の様子】</p> <p>【事前アンケート】 回答者：①男性4名、女性51名 年齢構成：①18歳未満 33名 ②18～23歳 10名 ③30代 3名 ④40代 7名 ⑤50代以上 2名</p> <p>【事後アンケート】 回答者：①男性6名、女性50名 年齢構成：①18歳未満 31名 ②18～23歳 10名 ③30代 5名 ④40代 6名 ⑤50代以上 2名</p> <p>（行微）アンケート結果を見る限り、当初の目論見通り、Z世代の女性たちに参加していただけました。</p>																																

5. 今後の検討課題

- 1) Z世代においては店舗・EC双方で古着売買の経験が少なく、古着の魅力及び多様な売買手段について理解が浸透していない。動画や多様なSNSの活用を通じて、Z世代に向けた一層の広報活動が必要なのことが分かった。
- 2) 10/7のイベント動画の二次利用ができなかったため、Shops店舗の訪問者も10月の636名から、11月：272名、12月：211名、1月73名と激減。動画・SNSの活用についてはフローだけでなく、ストック的な活用も行っていくべき。
- 3) 今回の取り組みをどのように活かして、令和6年度以降に繋げていくかが課題。特に、今回は公的機関・教育・企業との連携関係・モデル構築にかなりリソースが割かれたが、今後はそれらの関係の一層の強化がなされれば、更にモデルのブラッシュアップが進むと見られる。
- 4) 参加する学生のモチベーションの維持が一番の課題である。ワンショット型のイベントに対応するだけならばモチベーションは比較的容易であるが、衣服の回収やEC店舗の運営のような継続的な対応が求められる取組について、フェーズや段階を既定しての課題設定・達成感の獲得等の工夫が必要になると見られる。

19

6. 横展開のポイント

- 1) 天神パルコでのイベントは、目録見通り、多数のZ世代に参加いただけた。しかし、同日配信した動画を二次利用できなかった部分は、今後Z世代を含め、若年層に古着の良さをアピールすることを考えると、再考の余地はあるだろうと思われる。特にSNSにおいては情報は瞬間的な発信（フロー）だけでなく、いつでも閲覧・再訪ができるように蓄積が重要となってくる。
- 2) メルカリShopsの店舗の運営について、集客はまだまだ向上の余地がある。これは、上記①に加え、継続的な販売にかかる学生のモチベーション維持の難しさ、SNSを使った継続的な情報発信ができていなかったことが挙げられる。
- 3) ただし、古着をご購入いただいたお客様からは、注文を受け付けてから、発注までの時間、梱包の状態、製品情報の配信について高く評価いただけた。
- 4) 広域且つ複数の事業者が絡む企画であったため、調整にかなり時間を割いた。廃展する場合にも、この調整時間がある程度長めに検討しておく方が良い。また、このようなことから、関係・モデル構築だけでなく、既存モデルを継続的にブラッシュアップし続けるための支援は構築支援より一層リソース対効果が高いと思われる。

20

6. 京都府京都市: 地域内での使用済衣服の回収&循環のプラットフォーム「RELEASE⇔CATCH (リリース・キャッチ)」創出のための実証事業



1. 対象地域の概要

「京都議定書」 「IPCC京都ガイドライン」 属生地

- 145万人が生息する内陸の大都市
- 38の大学・短期大学が集積し、15万人の学生が学ぶ大学のまち
- 自治の伝統に裏打ちされた市民力・地域力

【使用済衣服のリユースに関する取組】

- 資源物回収によるリユースの促進
 - 拠点回収 (区役所等での回収)
 - 移動式拠点回収 (学校や公園などの市民の身近な場所に出向いて回収)
 - コミュニティ回収 (地域における集団回収)
- 民間事業者の衣料品自主回収販売店の紹介 (<https://kyoto-kosomori.net/mybottle/#mybottle04>)

2. 事業の目的

事業の位置づけについて

- 2050年の京都における脱炭素社会と令和世代が夢を掲げる豊かな社会を同時に実現するため、市民、事業者及び学生等が構成する「京都発脱炭素ライフスタイル推進チーム〜2050京創ミーティング〜 (以下「京創ミーティング」という。))」を令和3年9月に発足。
- 共有すべき脱炭素ライフスタイルのビジョンを構築。
- 実現するためのアクションを市民が実践しやすい仕掛けとして企業等と連携したプロジェクトを創出。一市民運動的に広げたいことを目指す。

2. 事業の目的

背景

- ファッション産業は環境負荷が大きいことから「ファッションロス」として社会課題。
- 京創ミーティングで啓発する市民が実践するアクションとして「古着の利用」「長く大切に着る」「お直し・リメイクファッション」「フリーマーケット」「リユースショップの活用」等といった項目を掲げる。
- 市民の行動変容を促す仕掛けとしてプロジェクトを推進。
- 京都府はサステナブルなファッション業界への移行を推進することを目的に設立された企業連携プラットフォームであるJYAFN・サステナブル・ファッション・アライアンスの(パブリックパートナー)に自治体として初めて参加。
- 令和4年度に、使用済衣服の回収BOXを設置し市内で循環させるプラットフォーム「RELEASE⇔CATCH」を構築。令和5年度は、本取組を踏まえ、回収及び循環システムの強化を図る。

目的 京都市域内で【不用品の回収】と【再利用】の輪を広げ、リデュース、リユース、リサイクルの若者文化を醸成する

3. 事業の内容

(1) 使用済衣服の回収&循環プラットフォーム「RELEASE⇔CATCH」

【回収BOXの設置】

- 令和4年9月から回収開始
- 常設設置：京都市内で新規18か所 (計84か所) ※市外125か所、全209か所
- イベント等と連携して設置：8回 (6か所)

【回収品目】

衣服全般 (靴、カバン、アクセサリー等は回収対象外)

【回収した衣服の活用】

- 古着事業者による店舗での販売、イベント等での販売
- アップサイクル製品への活用
- リサイクル事業者によるリサイクル

【プロジェクトのホームページ】

RELEASE⇔CATCHのホームページ (<https://release-catch.com/>)

【効果検証の方法】

- 回収した使用済衣服/リユース、リサイクル重量等を計測

3. 事業の内容

回収BOXの設置 (京都市内の常設設置)

連携先	設置場所	既存	新規	計
1	京都信用金庫	49か所	0か所	49か所
2	興ニユーマンフォーラム	37か所	0か所	37か所
3	興ジエイ・エス・ピー	57か所	16か所	21か所
4	京都市教育委員会	97か所	0か所	97か所
5	ドコモショップ	-	27か所	27か所
		計	66か所	187か所

(参考) KIZUHAモービル内に設置 (大阪府枚方市)

3. 事業の内容

回収した衣服の活用 (京都市内の店舗での販売 (SPINNS事業への卸売販売))

連携先	販売場所	期間	備考
1	京都SPINNS	1か所	8月～ ※常設販売 全国14店舗で販売 (京都店含む)

3. 事業の内容

・イベント等との連携①(大規模イベント)

大規模イベントの中で回収BOXの設置や啓発活動を実施(会場数計:約4万8千人)

連携先	開催場所	開催	来場者数	内容
1 京サカフSC	京サカスタジアム(鴨居町)	RS.8/26 16時~19時	約9,800人	・回収BOXの設置
2 京都市芸術祭2023	梅ヶ丘公園	RS.10/9	約2,000人	・回収BOXの設置 ・W3マーケット ・回収した衣類の無料提供
3 京サカマシソン おこしやす広場	おこしやす広場	R6.2/16、17	約16,000人	・回収BOXの設置



9

3. 事業の内容

・イベント等との連携②

連携先	開催場所	開催	実施内容
1 河原町OPA (集客施設)	河原町OPA (イベントスペース)	RS.9/23、24	回収BOXの設置、回収衣類の販売
2 おとくにマシソン(地域イベント)	大津野アスレチックグラウンド	RS.11/3	回収BOXの設置、W3マーケット
3 京都工芸繊維大学 繊維フェスティバル	京都工芸繊維大学 学生広場	RS.11/5 11時~16時	回収BOXの設置 ※回収した衣類は同大学の学歴にて無料提供(繊維フェスティバル主催)
4 河原町OPA (集客施設)	河原町OPA (イベントスペース)	RS.12/23、24	回収BOXの設置、回収衣類の販売 ※大学生が当日の運営に協力
5 河原町OPA (集客施設)	河原町OPA (イベントスペース)	R6.1/28、29	回収BOXの設置、回収衣類の販売



10

3. 事業の内容

・回収した衣類の活用(アップサイクル製品)

○古着リメイクブランド

＜活用した素材＞
・麻スーツ: 45着
・ストライプシャツ: 3着
・デニム: 20着



↑USEDも拡張する機会と古着リメイク「ホームページより」
(https://www.used.jp/brand/used/)

○職人

ホームページに問い合わせあり、Tシャツを活用。



○大学生(循環フェス)

大学生がカバン、アームカバー、髪飾り等へリメイクし循環フェスで販売。



11

3. 事業の内容

(2)「循環フェス」の開催



【日時】
令和5年11月12日(日) 午前10時~午後4時
【会場】
梅小路公園 七条入口広場(京都市下京区観音寺5-6-3)
<https://junkan.fes.com/>

【内容】

- ・K1 Market (ゼロエミッション) : 使用済衣類の無料提供や回収。
- ・回収コーナー : 使用済衣類の回収や出展企業として羽布市、自転車、アクセサリを回収。
- ・循環マーケット : 衣類に限らず様々なリユース品、リメイク品が集まるフリーマーケット。
- ・循環マルシェ : 添加物などを力を使わない飲食ブース。
- ・循環ワークショップ : 「循環」をテーマにしたワークショップブース。
- ・循環展示 : 学生や企業等のSDG中核リユースアイテムとした取組の発表や展示。
- ・ステージイベント : RELEASE+CATCHの取組紹介や古着等に関連したトーク企画。

【主催・共催】

主催 : 循環フェス実行委員会(株式会社ヒューマンフォーラム、京都府商工労働振興局、株式会社ジェイ・エス・ピー、梅小路クリエイティブプラットフォーム)
共催 : 安田産業株式会社、京都市、公益財団法人京都市環境保全活動推進協会

【その他】

LINE公式アカウント「循環フェス」を開設し、イベント参加者に対して継続的に情報を発信。(R6.2月半時点登録数1,850人)

12

3. 事業の内容



13

3. 事業の内容

(3)人材育成 | 教育現場等でのサステナブルファッションに関する普及啓発

・講演、ワークショップの実施(5か所、延べ407名参加)

連携先	内容	人数	日程
1 京都府立 日吉ヶ丘高校	・高校1年生を対象に、半年(計10回)にわたりRELEASE+CATCHの取組等の紹介を行い「衣類のリサイクル」を学生と先生に普及啓発。 ・取組の成果の一つとして循環フェスでワークショップのブースを出展	35名	令和5年度
2 龍谷大学 経営学部	・11月にゼミ生を対象に「サステナブルファッション」をテーマに講義、RELEASE+CATCHや循環フェスのイベント等の取組を紹介 ・1月には「サステナブルファッション」に関するビジネスアイデアを学生が発表	41名 21名	RS.11/1(木) R6.1/17(木)
3 京都府立 宇治高校	・高校生を対象にRELEASE+CATCHの取組を紹介 ・その後、高校生が校内で衣類を回収、販売に取り組み予定	13名	RS.11/7(木)
4 京都府立 洛西高校	・高校1年生を対象に「ファッションロス」をテーマに講義 ・RELEASE+CATCHや循環フェスのイベント等の取組等を紹介	280名	RS.11/9(木)
5 京都府立 久我町高校	・地域で関連するフリーマーケットと同日開催。「サステナブルファッション」をテーマに講演、回収衣類の仕分け体験を実施。	17名	RS.12/3(日)

(参考) その他の講演実施
・地域の学区自治会主催のワークショップ(10/21、12/3)
・京生協北プロジェクトのワークショップ(12/4)

14

3. 事業の内容

①龍谷大学での取組

↑11/17開催の講義の様子



↑11/17開催の学生によるアイデア発表の様子(6グループ発表)



15

3. 事業の内容

④洛西高校での取組



上段: 講演やディスカッションの様子。下段: 希望者に対して取組後に実施した回収衣類の仕分け体験の様子。

16

3. 事業の内容

(3)人材育成 | 循環フェスを通じた若者の人材育成

①循環フェス実行委員会や当日ボランティアの参加

- ・実行委員会メンバー: 5名(ステージ等の企画)
- ・運営ボランティアスタッフ: 16名
- ・一増参加: 6名(大学生5名、高校生1名)
- ・ブース出展者による参加: 10名(高校生10名)

②学生による出展

- ・おおよそ高校SPINNS: 高校生が回収した古着の販売
- ・STUDY FOR TWO(大学生主体): 回収した古着の販売
- ・日吉ヶ丘高校1年生Fashion Future Project: 古着のアップサイクルワークショップ
- ・徳島県立伊賀高等学校: 服の循環の取組「服店」の紹介展示



17

3. 事業の内容

⑤ステージイベントの企画・開催

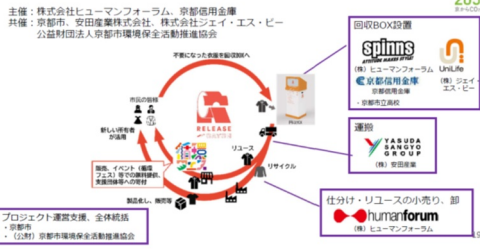
5つのステージイベントには、延べ13名の学生が関わり、企画・開催。

- ・聯合発表(総合司会を高校生2名が担当)
- ・「回収した古着のその後～古着循環の体験～」大学生1名が企画
- ・「サステナブルファッション」大学生1名が企画
- ・私たちはファッションが生み出した課題をどう解決したい!
- ・「べつべつより良い未来を想像してみよう」高校生6名が企画
- ・「おぼあちゃん×学生～もったいない文化とSDGs文化～」大学生2名が企画
- ・「これからの服との向き合い方を考えよう」大学生2名が企画



18

4. 事業の実施体制



5. 事業の成果

定量的効果

- ごみ削減量 (kg) と循環利用率 (%)
- 回収量 13,055kg
- 循環利用率：100% (リユース：2,644kg、アップサイクル52kg、リサイクル6,549kg) ※9月以降の数値
- 本数値におけるCO₂削減量 288.8t-CO₂
- 使用済衣類の廃棄に伴うCO₂削減量 19.0t-CO₂ ※削減率約63.9%削減係数2.287(kgCO₂/t) × 衣類の回収量(t)
- 新規衣類の製造に伴うCO₂削減量 269.8t-CO₂ ※新製品の製造に係るCO₂排出量25.5(kg/着) × リユースした衣類量(着)

	回収量 【着数】	リユース量 【着数】	使用済衣類の 廃棄に伴う CO ₂ 削減量 【t-CO ₂ 】	新規衣類の 製造に伴う CO ₂ 削減量 【t-CO ₂ 】	CO ₂ 削減量 【t-CO ₂ 】
RELEASE+CATCH	10,824kg 【43,298着】	2,203kg 【9,812着】	15.7	224.7	240.4
循環フェス (11/12開催)	2,231kg 【9,924着】	443kg 【1,776着】	3.3	45.1	48.4
計	13,055kg 【約52,000着】	2,644kg 【約10,500着】	19.0	269.8	288.8

※10/29截止日

5. 事業の成果

・回収量 (内訳)

※1着=25kgとして計算

	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	計 (RS.8~RS.2)
回収量計	308kg 【1,233着】	3,658kg 【14,633着】	2,043kg 【8,172着】	3,246kg 【12,985着】	695kg 【2,779着】	2,806kg 【11,222着】	299kg 【1,194着】	13,055kg 【52,219着】
RELEASE+CATCH	308kg 【1,233着】	3,658kg 【14,633着】	2,043kg 【8,172着】	1,015kg 【4,061着】	695kg 【2,779着】	2,806kg 【11,222着】	299kg 【1,194着】	10,924kg 【43,298着】
循環フェス	-	-	-	2,231kg 【8,924着】	-	-	-	2,231kg 【8,924着】

5. 事業の成果

・循環利用率 (内訳)

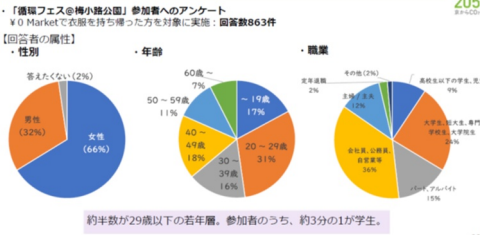
※1着=25kgとして計算

	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	計 (RS.8~RS.2)
回収量計	458kg 【1,831着】	1,654kg 【6,616着】	1,451kg 【5,804着】	1,906kg 【7,622着】	844kg 【3,356着】	1,025kg 【4,098着】	507kg 【2,028着】	7,844kg 【31,375着】
リユース	238kg 【951着】	192kg 【768着】	483kg 【1,932着】	850kg 【3,434着】	385kg 【1,540着】	302kg 【1,208着】	188kg 【752着】	2,644kg 【10,583着】
アップサイクル	-	-	47kg 【188着】	-	5kg ¹⁾ 【20着】	-	-	52kg 【208着】
リサイクル	220kg 【880着】	1,462kg 【5,848着】	968kg 【3,872着】	1,056kg 【4,224着】	454kg 【1,816着】	723kg 【2,892着】	319kg 【1,276着】	5,148kg 【20,586着】

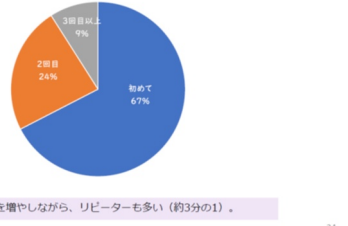
(参考) リユース販売量

	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	計
リユース (販売済)	7kg 【28着】	120kg 【480着】	315kg 【1,260着】	113kg 【452着】	385kg 【1,540着】	299kg 【1,196着】	188kg 【752着】	1,797kg 【7,188着】
リユース (未販売)	145kg 【580着】	72kg 【288着】	6kg ²⁾ 【24着】	6kg ²⁾ 【24着】	6kg ²⁾ 【24着】	6kg ²⁾ 【24着】	6kg ²⁾ 【24着】	217kg 【868着】

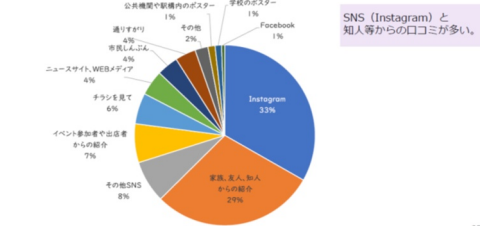
5. 事業の成果 (循環フェスアンケート)



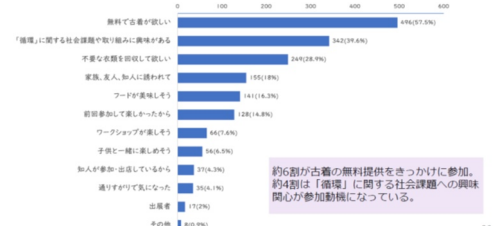
Q) 循環フェスへの参加は何回目ですか？



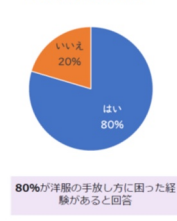
Q) どこで「循環フェス」を知りましたか？



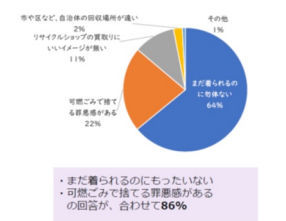
Q) なぜ「循環フェス」に行ってみようと思えましたか？(複数選択可)



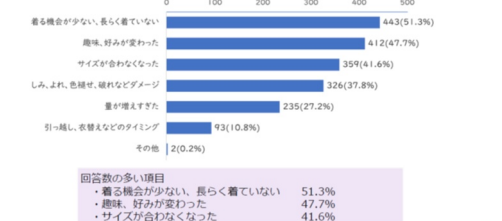
Q) 洋服の手放し方に困った経験はありますか？

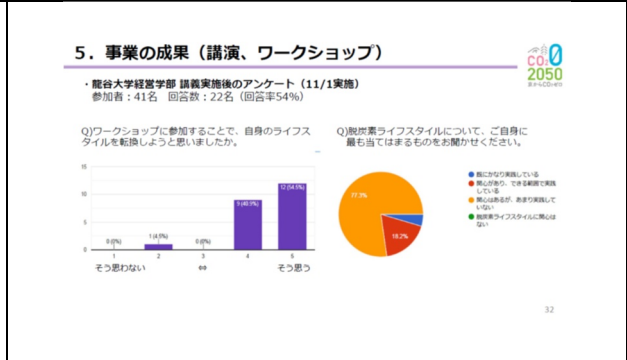
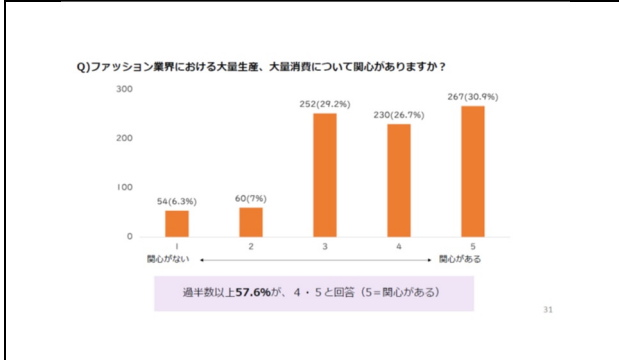
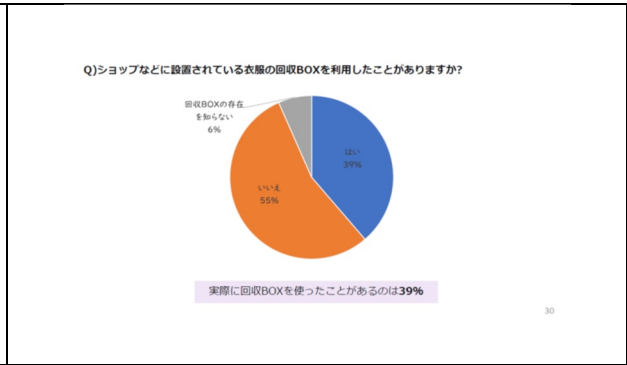
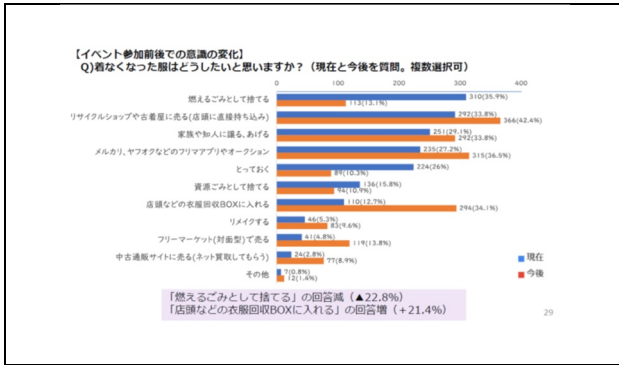


Q) 「はい」と答えた人の理由は？ (回答数：687)



Q) どのような理由で洋服を手放すことが多いですか？(複数選択可)





5. 事業の成果 (講演、ワークショップ)

<感想>

- これまで衣服の現状をあまり知らなかったが、衣服1着あたり25kgの二酸化炭素が排出されていることを知った。これをきっかけとして、ファッションロスを減らそうと思った。
- 「オシャレは人を惹き込むパワーがある」という言葉が印象的だった。私も服飾サークルに所属しており、フリーマーケットの経験やファッションショーの経験があるので、ぜひ循環フェスに関わりたいと思った。
- 衣服の回収BOXの仕組みや、意義について学ぶことができた。安からう恵かろうと言う言葉があるように、安く耐久性のない服ばかりを買い、リサイクルもできないまま捨ててしまうということが無くなったらしい。
- 今回のお話は衣服という観点から、回収したモノを仕分けして、たくさんの人と関わりながら仕事や居場所を作っていくというビジョンにもとても感銘を受けた。
- 手に入れだけでなく、手放し方を考え直すことは、自分の考えを改めさせられた。私は何でもかんでも買ってしまうタイプで、買ったものはずっと家に置きっぱなしにしてしまう。メルカリで売ることを試みることもあったが、面倒で後で後悔してしまうこともあった。大切にしてみようという手放す責任を持ちたい。

5. 事業の成果 (講演、ワークショップ)

・ 京都府立洛西高校 講義実施後のアンケート (11/9実施)
参加者: 280名 回答数: 280名 (回答率100%)

Q) 講演を聞いて、環境への意識が変わりましたか？ 3.4 : 変わった 4 3 2 1 変わらない

Q) 講演を聞いて、エゴ活動を実施したいと思えましたか？ 3.3 : 実践したい 4 3 2 1 したくない

【興味のあるエゴ活動】

ゼロワット	40名	エネルギー節約・削減 (再生エネルギー)	57名
節水	105名	2E4 (節水機器、節水・省エネ機器の買い替え)	44名
節電	41名	省エネ家電・省エネ家電・省エネ家電	41名
アップサイクル/リサイクルアート	51名	ファッション・サステナブルファッション	100名
循環文化の継承	49名	その他	4名

(SDGs、マスコの使用量、吉音、もったいない精神)

5. 事業の成果 (講演、ワークショップ)

<感想>

- 今日の話を聞いて、ファッションも世界の環境と関わって大変なことを知った。
- 古着を通してW0マーケットなど、自分たちの利益より環境を優先している姿がこよかった。
- 循環フェスに行きたいと思う。
- 自分の将来の職業に環境を良くできるようなことを目指すのもいいと思いました。
- 服を捨てるだけで二酸化炭素が出ることを初めて知りました。今日来てくださった方、全員、かわいひ、かつこいひと思った。
- 服を買いすぎず、長く着るようにしたいと思った。
- リサイクルは環境に良いというイメージがあったけれど、リサイクルしきれずに廃棄されて環境汚染になってしまっていることがあって、リサイクルしていい気分になるのではなく、きちんと現状を知ることが必要だと思った。
- 服をリサイクルしていくことで、自分も新しい服を簡単に手に入れることができるし、自分の衣に入っていた服がなくなることなく、使われることが嬉しいと思った。

(参考) <https://www.ecoenvi.org/rakusai-fashion-231109/>

6. 今後の検討課題

- 事業継続 (ビジネス化) に向けた更なる回収量と質の向上
 - リユース可能な衣服の質を高めながら、回収BOX設置等により回収量を増やす。
- より高次元資源循環システムの構築
 - リサイクル技術を持つ協力事業者の参画拡大
 - 出口の透明性確保
 - アップサイクル等推進
- 脱炭素に向けた人材育成の更なる推進
 - 教育現場等におけるサステナブルファッションに関する普及啓発

7. 事業終了後の継続方針

○連携事業者により継続実施

- 本事業及び京都市によるプロジェクト実証支援期間終了後も、ビジネスとして継続予定。
- 法人化も含めた体制づくりに向けて検討を進める。

○ファッションロスゼロに向けた普及啓発の拡充

- より教育効果の高い場所への回収BOXの設置や仕分け体験ワークショップ、講演等を通じて、若い世代へのファッションロスゼロに向けた普及啓発の取組を拡充する。
- 「循環フェス」や上記普及啓発の取組にかかる費用は、地域企業からの協賛等の資金を調達して継続実施。

84.9月共同記者会見の様子

「循環フェス」での学生によるトークイベント

8. 横展開のポイント

① ビジネスモデルの確立

- 古着事業に精通する事業者と連携することで、回収衣服の仕分け・値付けの精度が高まり、販路を確保できた。
- 多くの地域事業者と連携することで、回収BOX設置に係る協力を得られた。
- 衣服回収や販売を小さく始め、トライ＆エラーを重ねて規模を拡大。想定以上の販売実績があったことが、成功の一要因となった。

回収BOXによる回収	販売
回収BOX設置数: 約200カ所 (市内約80カ所、回収量は市外含む)	・ 有料プラン回収BOX設置数: 2カ所
回収量: 平均1,700kg/月 (約6,800点)	・ 販売点数: 平均1,300点/月 (回収量の約20%)
仕分け段階のリユース可能率: 回収量の約70%	・ 卸売価格: 約300円/着 (平均販売価格 930円)
	・ 仕分け段階のリユース不可の衣服、店舗や廃棄の無料提供での売れ残り品はリサイクル業者に販売
<ランニングコスト概算>	<売上概算>
・ 仕分け委託費 200千円/月	・ リユース販売 390千円/月
・ 運搬費 160千円/月	・ 有料プラン月会費 10千円/月
・ 集積場賃料 100千円/月	・ リサイクル販売 7千円/月
・ 送料費 2千円/月	
・ 諸経費 100千円/月	
計 562千円/月	計 407千円/月

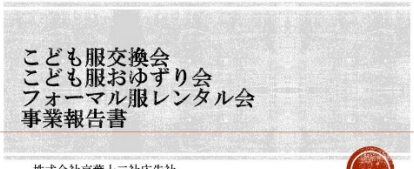

※全体企業調整に係る人件費、普及啓発に係る経費を除く。金額は直近4ヶ月の平均。

<p>8. 横展開のポイント</p> <p>②事業者と行政の連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・（注）ヒューマンフォーラムと地域企業をつなげるハブ的役割を担う京都信用金庫が中心となり体制を構築するとともに、市が情報発信や教育機関等とのコーディネート等の後方支援を行うことで、取組の規模拡大につながった。 ・ 参画事業者と行政で連携協定を締結し、それぞれの強みを活かした役割を明確にすることで取組が加速。 <p><参画した事業者の声></p> <p>○株式会社ヒューマンフォーラム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「循環」をテーマに、京都市の地域企業、団体、個人様との業務提携、協業する機会が増えました。 ・ 循環フェスに出店する、使用済衣服の回収BOXを設置する、古着を回収BOXに入れる、イベントにボランティアに参加するなど、社会課題や、地域課題に対し、誰もが参加しやすいプラットフォームになったと感じます。 ・ ¥0マーケットの開催や、古着の回収依頼など、イベント主催者や企業より連絡、要望、相談を頂き、事業原価が下がりました。 ・ 自治会、企業、中学、高校、大学などから、循環や使用済衣服についての、講演依頼を頂く機会が増えた。古着活用推進活動と共に、回収した衣服の仕分け体験を参加者と一緒に行った。アンケートなどで、意欲改善などの声をもらいました。 <p style="text-align: right;">39</p>	<p>8. 横展開のポイント</p> <p><参画した事業者の声（続き）></p> <p>○京都信用金庫</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 学生の街といわれる京都においてファッションを切り口とした地域課題解決の取組を行うことは、本来つくるべき若者世代が環境問題やSDGに目を向けきっかけになると考えました。当金庫では、2018年に大手アパレルメーカーと古着回収プロジェクトを実施した経験があり、より地域に密着した形で衣服の循環を実現させたいという思いのもとに地域企業との連携を模索し、本事業の実施に至りました。 ・ 地域の事業者様にもこのプロジェクトをご案内し、循環や社会に配慮した「ESG経営」のきっかけとなるよう繋げるとともに、地域のソーシャルマイルド（社会的な課題）の醸成を目指します。 <p>○株式会社ジェイ・エス・ピー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 本事業に参画して以降、当社運営の学生マンションへの古着回収BOX設置や地域住民の皆様向けに開催した古着回収イベント等を通して、多世代にわたる環境意識の醸成を実現しました。 ・ 企業単位での取組ではなく、未来を担う若者と一緒に環境配慮の取組を行うことで、現役世代の我々が未来にトクを享受責任を感じる社会にもなっており、本事業は非常に意義深い取組だと感じています。 ・ また、古着回収を通して、我々が果たしたい責任に対して、若者が応えていただくことで、会話をしているような感もあり、今後明るく楽しく多世代が連携をして、社会課題を解決していくことができると考えております。 <p>○安田産業株式会社</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ リリースキャッチに取り組み事は、地域コミュニティとの共創プログラムとして非常に分かりやすく、また誰もが取り組やすいこともあり、それが社会的責任や社会問題への意識づけ、実行動、それらの継続というものに非常に大きな効果が社内外においてあります。 <p style="text-align: right;">40</p>
---	--

<p>8. 横展開のポイント</p> <p>③若い世代への訴求と運営に参画してもらおう仕掛けづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業の目的「リデュース、リユース、リサイクルの若者文化を醸成する」を達成するために、事業の企画段階から若い世代への訴求や気軽に運営に携わることができる体制づくりを進めた。 （取組例） ・ 「循環フェス」で学生企画チームをつくり、高校・大学生がステージイベントの司会進行を務め、学生による出店ブースを設けた。 ・ 気軽にイベントに参画できる仕掛けとして、当日の運営を補助する学生ボランティアを募り、回収コーナーや¥0マーケットの品出し等を担ってもらった。 ・ 主に高校生、大学生を対象に総合学習等の時間やゼミ活動の中で「サステナブルファッション」をテーマにワークショップ等を実施し、環境教育を推進。 ・ 特に、実際に回収した衣服の仕分け体験ワークショップは「古着」に対する価値転換や興味として非常に好評であった。 ・ SNSでの発信等、若い世代へ訴求するためのデザインや発信方法を工夫。 <p style="text-align: right;">41</p>	<p>8. 横展開のポイント</p> <p><参画した学生等の声></p> <p>○「循環フェス実行委員会」学生メンバーに参加（大学2年生）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ もともと古着が好きで、大量生産・大量廃棄に疑問をもち、行動に移したいと思っていた。 ・ 「循環フェス」には、この活動の方やアパレル業者も多くいると感じた。ファッションロスに大きく関わっているのは若者なのではないかと感じていたので、もっと若者層を巻き込みたい。 ・ 働くことに対する固定概念があったが、循環フェスを通して業敵なお仕事・働き方をしている方が多いと感じた。実際にいろいろな方と関わることにやる気がたくさんあった。 <p>○「RELEASE≠CATCH」のメンバーとして活動（大学3年生から卒業後も参加）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ もともとファッションロスに対して関心がなく、アルバイト代を全て洋服代にかけると、洋服を買ってはゴミとして捨てる、という生活だった。 ・ 高校「循環フェス」の学生実行委員に誘われ「リリース」に参加したことで、少しずつファッションロスへの課題感が芽生えた。 ・ 行動を変えたことで意識が変わった。 <p style="text-align: right;">42</p>
---	--



7. 株式会社京葉十二社広告社：こども服交換会・フォーマル服レンタルの会・こども服おゆずり会

<p>掲載者「令和5年度使用済衣類回収のシステム構築に関するモデル実証事業」</p>  <p>株式会社京葉十二社広告社 2024年2月</p>	<h3>1. 対象地域の概要</h3> <p>■ 対象地域：東京都江戸川区</p> <ul style="list-style-type: none"> 面積：49.09平方キロメートル（東京23区中4番目に広い） 人口：約70万人 年齢分布：比較的ファミリー層が多い <ul style="list-style-type: none"> 年少人口（0～14歳）187,649人（23区平均的約18倍、区人口の12.4%） 合計特殊出生率は1.20（東京23区中2番目に高い） 区の特徴 <ol style="list-style-type: none"> 東京23区で一番公園面積が広い。水辺の特色ある公園が多く、吉川緑水公園は日本初の緑水公園であり、両国臨海公園は都内唯一のラムサール条約指定地である。 特産品産出が2022年に「0」を記録。子育て支援が充実している。 区の特徴 <p>令和元年度以降コロナ禍の2年を除く3年間にわたって、年に1度「ばとんたっち」（こども服交換会）を実施。当社令和3年度以降、（京葉十二社広告社）は区からの協力要請を受け、イベントの告知とボランティアの募集、開催のノウハウをお伝えする等の協力を実施（すべて無償対応）。</p> <p>（注）面積、人口、年少人口は令和4年1月1日時点のもの、区別は江戸川区（国5300000000）4区44町48村 pp.6-7, 10,16</p>																																																								
<h3>2. 事業の目的</h3> <ul style="list-style-type: none"> 2024年3月までの期間において、こども服交換会、おゆずり会を通じて、こども服をリユースする環境について広く周知し、また、衣類を大切に活用できる仕組みの活用を推進し、子育てで悩む親世代、子どもも、区内企業に自主開発を促進 子育て世代の意識を高め、協力企業を確保していくための施策となる支援の企画、取り回しの方法について講座・相談するなどの機会を提供する。 子育てで悩む世代の課題 <ul style="list-style-type: none"> 一全員の子育てで悩む世代の課題に対応が期待できる。 子ども服の価値を高める <ul style="list-style-type: none"> 一子育ての課題（参加費減少、利便性が低いなど）の解消に、交換会を通過 一会員層の課題を持つ企業の子育てへの広がりが期待できる。 <p>2024年2月までに開催予定の「フォーマル服レンタルの会」、「交換会」、「おゆずり会」も、子供会関係者に見学・手取りだけできるよう、声掛けする。</p> <p>実施ができることで、区内のほかの子育てへの広がりが期待できる。</p>	<h3>3. 事業の内容</h3> <p>■ こども服のリユース促進のためのイベント（交換会・おゆずり会・フォーマル服レンタルの会）を江戸川区区内で計6回開催した。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>イベント名</th> <th>概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>こども服交換会</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 区内施設で年に2～3回開催 すぐに着られなくなってしまうこども服を、ご近所の方や方に大切に使い回すイベントとして、平成元年から開催。 持ち込み枚数持ち帰りというルールで開催してきたが、在庫数が増えてきたので、平成5年度は持ち帰り枚数制限なしで開催。清掃費はおゆずり会で放出。 </td> </tr> <tr> <td>こども服おゆずり会</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 区内イベント会場で毎年3～4回開催 こども服交換会で増えたこども服（特に小さいサイズの服）を自由に持ち帰ることができるイベントとして開催。 当日は持ち帰りのみで、衣類の回収はしない。 会場には持ち帰り衣類の大部分を参加者の皆さんが持ち帰るので、リユース率の高いイベントとなっている。 </td> </tr> <tr> <td>フォーマル服レンタルの会</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 年1～2回開催 卒業や入学のためのフォーマル服を履きにくい家庭に配慮して貸し出し、卒業や入学の日を迎えてほしいという思いで開催。着る機会が少なく、捨てられず、その裏返金がない家庭も多く、区民からの寄付だけでなく全国から送料負担して返ってくる方も多い。 </td> </tr> </tbody> </table>	イベント名	概要	こども服交換会	<ul style="list-style-type: none"> 区内施設で年に2～3回開催 すぐに着られなくなってしまうこども服を、ご近所の方や方に大切に使い回すイベントとして、平成元年から開催。 持ち込み枚数持ち帰りというルールで開催してきたが、在庫数が増えてきたので、平成5年度は持ち帰り枚数制限なしで開催。清掃費はおゆずり会で放出。 	こども服おゆずり会	<ul style="list-style-type: none"> 区内イベント会場で毎年3～4回開催 こども服交換会で増えたこども服（特に小さいサイズの服）を自由に持ち帰ることができるイベントとして開催。 当日は持ち帰りのみで、衣類の回収はしない。 会場には持ち帰り衣類の大部分を参加者の皆さんが持ち帰るので、リユース率の高いイベントとなっている。 	フォーマル服レンタルの会	<ul style="list-style-type: none"> 年1～2回開催 卒業や入学のためのフォーマル服を履きにくい家庭に配慮して貸し出し、卒業や入学の日を迎えてほしいという思いで開催。着る機会が少なく、捨てられず、その裏返金がない家庭も多く、区民からの寄付だけでなく全国から送料負担して返ってくる方も多い。 																																																
イベント名	概要																																																								
こども服交換会	<ul style="list-style-type: none"> 区内施設で年に2～3回開催 すぐに着られなくなってしまうこども服を、ご近所の方や方に大切に使い回すイベントとして、平成元年から開催。 持ち込み枚数持ち帰りというルールで開催してきたが、在庫数が増えてきたので、平成5年度は持ち帰り枚数制限なしで開催。清掃費はおゆずり会で放出。 																																																								
こども服おゆずり会	<ul style="list-style-type: none"> 区内イベント会場で毎年3～4回開催 こども服交換会で増えたこども服（特に小さいサイズの服）を自由に持ち帰ることができるイベントとして開催。 当日は持ち帰りのみで、衣類の回収はしない。 会場には持ち帰り衣類の大部分を参加者の皆さんが持ち帰るので、リユース率の高いイベントとなっている。 																																																								
フォーマル服レンタルの会	<ul style="list-style-type: none"> 年1～2回開催 卒業や入学のためのフォーマル服を履きにくい家庭に配慮して貸し出し、卒業や入学の日を迎えてほしいという思いで開催。着る機会が少なく、捨てられず、その裏返金がない家庭も多く、区民からの寄付だけでなく全国から送料負担して返ってくる方も多い。 																																																								
<h3>3. 事業の内容</h3> <table border="1"> <thead> <tr> <th>イベント名・開催日</th> <th>効果検証の方法</th> <th>備考</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>①こども服交換会 (2023年11月26日(日))</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数、集まった衣類の枚数・持ち帰った衣類の枚数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 江戸川区長 眞崎博司、子ども会会長 中野 隆司 子会社会員の協賛の聞き取りを実施 </td> </tr> <tr> <td>②こども服おゆずり会 (2023年12月3日(土))</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数、持ち帰った衣類の枚数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 江戸川区小 池田 浩二、区民センター 池田 浩二、区民センター 池田 浩二、区民センター 池田 浩二 イベント会場内実施 </td> </tr> <tr> <td>③こども服おゆずり会 (2023年12月10日(土))</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数、持ち帰った衣類の枚数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> まぐろ公園「まぐろパーク」 イベント会場内実施 </td> </tr> <tr> <td>④こども服交換会 (2023年12月23日(土))</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数、集まった衣類の枚数・持ち帰った衣類の枚数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 子育てイベント「ハピネットフェス」と同時開催 子ども会から、ジュニアリーダーがお手伝いスタッフとして参加 区民「子育ての応援」協賛が実現 </td> </tr> <tr> <td>⑤フォーマル服レンタルの会 (2023年12月23日(土))</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 江戸川区環境部長が来賓 </td> </tr> <tr> <td>⑥フォーマル服レンタルの会 (2024年2月11～12日(日・祝))</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 </td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	イベント名・開催日	効果検証の方法	備考	①こども服交換会 (2023年11月26日(日))	<ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数、集まった衣類の枚数・持ち帰った衣類の枚数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 	<ul style="list-style-type: none"> 江戸川区長 眞崎博司、子ども会会長 中野 隆司 子会社会員の協賛の聞き取りを実施 	②こども服おゆずり会 (2023年12月3日(土))	<ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数、持ち帰った衣類の枚数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 	<ul style="list-style-type: none"> 江戸川区小 池田 浩二、区民センター 池田 浩二、区民センター 池田 浩二、区民センター 池田 浩二 イベント会場内実施 	③こども服おゆずり会 (2023年12月10日(土))	<ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数、持ち帰った衣類の枚数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 	<ul style="list-style-type: none"> まぐろ公園「まぐろパーク」 イベント会場内実施 	④こども服交換会 (2023年12月23日(土))	<ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数、集まった衣類の枚数・持ち帰った衣類の枚数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 	<ul style="list-style-type: none"> 子育てイベント「ハピネットフェス」と同時開催 子ども会から、ジュニアリーダーがお手伝いスタッフとして参加 区民「子育ての応援」協賛が実現 	⑤フォーマル服レンタルの会 (2023年12月23日(土))	<ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 	<ul style="list-style-type: none"> 江戸川区環境部長が来賓 	⑥フォーマル服レンタルの会 (2024年2月11～12日(日・祝))	<ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 		<h3>4. 実施体制</h3> <p>■ 本事業の実施にあたっては、当社（京葉十二社広告社）が企画・運営を行い、江戸川区こども会連合会およびとりじやないよ、プロジェクトから支援を得た。</p> <p>■ 次年度以降の取組の継続・拡大を見据え、こども会による運営支援、江戸川区（区の運営する「子育ての応援」含む）の職員による見守り等を実施。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>団体名</th> <th>役割</th> <th>備考</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>京葉十二社広告社</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 本事業の企画・運営 イベントの告知（自Webサイト、「子育ての応援」のLINE、SNS、チラシ配布・ポスター掲示等による実施） イベント当日の運営 ボランティア募集、リポート </td> <td>こども服交換会（令和5年）、こども服おゆずり会（令和5年）、フォーマル服レンタルの会（令和5年）も自主的に開催。</td> </tr> <tr> <td>江戸川区こども会連合会</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> イベント開催場所の提供 こども服の事前回収の支援 イベント当日の運営支援 </td> <td>江戸川区内における地域におけるこどもたちの社会参加、文化体験、スポーツレクリエーション活動、福祉活動などの機会を提供する事業団体、区民活動制（会費）を協賛する。</td> </tr> <tr> <td>ひとりじやないよ、プロジェクト (区議会議員まみやゆみ事務所)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> イベントの運営支援 衣類の保管場所提供 ボランティア募集、リポート </td> <td>令和2年度以降、京葉十二社広告社と連携してこども服交換会、フォーマル服レンタルの会の開催も支援</td> </tr> </tbody> </table>	団体名	役割	備考	京葉十二社広告社	<ul style="list-style-type: none"> 本事業の企画・運営 イベントの告知（自Webサイト、「子育ての応援」のLINE、SNS、チラシ配布・ポスター掲示等による実施） イベント当日の運営 ボランティア募集、リポート 	こども服交換会（令和5年）、こども服おゆずり会（令和5年）、フォーマル服レンタルの会（令和5年）も自主的に開催。	江戸川区こども会連合会	<ul style="list-style-type: none"> イベント開催場所の提供 こども服の事前回収の支援 イベント当日の運営支援 	江戸川区内における地域におけるこどもたちの社会参加、文化体験、スポーツレクリエーション活動、福祉活動などの機会を提供する事業団体、区民活動制（会費）を協賛する。	ひとりじやないよ、プロジェクト (区議会議員まみやゆみ事務所)	<ul style="list-style-type: none"> イベントの運営支援 衣類の保管場所提供 ボランティア募集、リポート 	令和2年度以降、京葉十二社広告社と連携してこども服交換会、フォーマル服レンタルの会の開催も支援																							
イベント名・開催日	効果検証の方法	備考																																																							
①こども服交換会 (2023年11月26日(日))	<ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数、集まった衣類の枚数・持ち帰った衣類の枚数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 	<ul style="list-style-type: none"> 江戸川区長 眞崎博司、子ども会会長 中野 隆司 子会社会員の協賛の聞き取りを実施 																																																							
②こども服おゆずり会 (2023年12月3日(土))	<ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数、持ち帰った衣類の枚数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 	<ul style="list-style-type: none"> 江戸川区小 池田 浩二、区民センター 池田 浩二、区民センター 池田 浩二、区民センター 池田 浩二 イベント会場内実施 																																																							
③こども服おゆずり会 (2023年12月10日(土))	<ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数、持ち帰った衣類の枚数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 	<ul style="list-style-type: none"> まぐろ公園「まぐろパーク」 イベント会場内実施 																																																							
④こども服交換会 (2023年12月23日(土))	<ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数、集まった衣類の枚数・持ち帰った衣類の枚数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 	<ul style="list-style-type: none"> 子育てイベント「ハピネットフェス」と同時開催 子ども会から、ジュニアリーダーがお手伝いスタッフとして参加 区民「子育ての応援」協賛が実現 																																																							
⑤フォーマル服レンタルの会 (2023年12月23日(土))	<ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 	<ul style="list-style-type: none"> 江戸川区環境部長が来賓 																																																							
⑥フォーマル服レンタルの会 (2024年2月11～12日(日・祝))	<ul style="list-style-type: none"> 参加世帯数の集計 感度の聞き取り アンケート実施 																																																								
団体名	役割	備考																																																							
京葉十二社広告社	<ul style="list-style-type: none"> 本事業の企画・運営 イベントの告知（自Webサイト、「子育ての応援」のLINE、SNS、チラシ配布・ポスター掲示等による実施） イベント当日の運営 ボランティア募集、リポート 	こども服交換会（令和5年）、こども服おゆずり会（令和5年）、フォーマル服レンタルの会（令和5年）も自主的に開催。																																																							
江戸川区こども会連合会	<ul style="list-style-type: none"> イベント開催場所の提供 こども服の事前回収の支援 イベント当日の運営支援 	江戸川区内における地域におけるこどもたちの社会参加、文化体験、スポーツレクリエーション活動、福祉活動などの機会を提供する事業団体、区民活動制（会費）を協賛する。																																																							
ひとりじやないよ、プロジェクト (区議会議員まみやゆみ事務所)	<ul style="list-style-type: none"> イベントの運営支援 衣類の保管場所提供 ボランティア募集、リポート 	令和2年度以降、京葉十二社広告社と連携してこども服交換会、フォーマル服レンタルの会の開催も支援																																																							
<h3>5. 事業の成果</h3> <p>■ こども服交換会・おゆずり会（計4回）の参加世帯数は約385世帯、集まった衣類の数は6,339枚、持ち帰った衣類の数は4,671枚だった（注）。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>実施時期</th> <th>開催日</th> <th>参加世帯数</th> <th>集まった衣類の枚数</th> <th>持ち帰った衣類の枚数</th> <th>リユース率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>①こども服交換会</td> <td>2023年11月26日</td> <td>68</td> <td>1,300</td> <td>340</td> <td>26.2%</td> </tr> <tr> <td>②こども服おゆずり会</td> <td>2023年12月2日</td> <td>80</td> <td>488</td> <td>459</td> <td>94.1%</td> </tr> <tr> <td>③こども服おゆずり会</td> <td>2023年12月10日</td> <td>50</td> <td>316</td> <td>214</td> <td>67.7%</td> </tr> <tr> <td>④こども服交換会</td> <td>2023年12月23日</td> <td>187</td> <td>4,235</td> <td>3,658</td> <td>86.4%</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td></td> <td>385</td> <td>6,339</td> <td>4,671</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>（注）参加世帯数：こども服交換会（①・④）については、受付のみで持ち帰った衣類を回収する仕組みのため、集まった衣類の枚数と持ち帰った衣類の枚数の差が生じている。おゆずり会（②・③）については、持ち帰った衣類を回収する仕組みのため、集まった衣類の枚数と持ち帰った衣類の枚数の差が生じていない。また、おゆずり会（②・③）については、持ち帰った衣類を回収する仕組みのため、集まった衣類の枚数と持ち帰った衣類の枚数の差が生じていない。</p> <p>■ フォーマル服レンタルの会（計2回）の参加世帯数は合計52世帯であった。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>実施時期</th> <th>開催日</th> <th>参加世帯数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>⑤フォーマル服レンタルの会</td> <td>2023年12月23日</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>⑥フォーマル服レンタルの会</td> <td>2024年2月11～12日</td> <td>38</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td></td> <td>52</td> </tr> </tbody> </table>	実施時期	開催日	参加世帯数	集まった衣類の枚数	持ち帰った衣類の枚数	リユース率	①こども服交換会	2023年11月26日	68	1,300	340	26.2%	②こども服おゆずり会	2023年12月2日	80	488	459	94.1%	③こども服おゆずり会	2023年12月10日	50	316	214	67.7%	④こども服交換会	2023年12月23日	187	4,235	3,658	86.4%	合計		385	6,339	4,671		実施時期	開催日	参加世帯数	⑤フォーマル服レンタルの会	2023年12月23日	14	⑥フォーマル服レンタルの会	2024年2月11～12日	38	合計		52	<h3>5. 事業の成果</h3> <p>①こども服交換会（2023年11月26日(日)、自明会・自明こども会館にて開催）</p> <p>【事業の成果】</p> <p>（注）今回は、こども服の回収・持ち帰りが多かったため、こども服交換会を開催した。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>A. 参加世帯数</th> <th>68世帯（うち寄付のみ23世帯、交換会参加45世帯）</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>B. 集まった衣類の枚数</td> <td>合計1,300枚（うち事前回収488枚、当日回収812枚）</td> </tr> <tr> <td>C. 持ち帰った衣類の枚数</td> <td>340枚</td> </tr> <tr> <td>D. リユース率（C÷B）</td> <td>26.2%（ただし、集まった衣類は全てイベントの位置として活用）</td> </tr> </tbody> </table> <p>【スタッフ数】合計11名（京葉十二社広告社員3名、ボランティア10名）</p> <p>【挨拶・課題】</p> <p>こども会主催としたことをきっかけに、こども会の課題（会員が増えない、情報発信ができていない）が明らかになった。交換会には参加者・運営スタッフ双方から好評であったが、人員や労力がかかることが課題として挙げられた。</p> <p>参加者 とても楽しかった。予想以上に良いものがあってありがたい。思っていたより衣類の数が多くて驚いた。とてもいい企画なのでこれからも続けてほしい。</p> <p>運営スタッフ 参加者の皆さんに喜ばれ、感謝され、とてもよかった。事前の衣類の分別作業が大変だった。衣類の回収は常設の場所があるといいと思った。</p> <p>町会長 こども服交換会、フォーマル服レンタルの会、どちらも良い会であり、今後もつなげていくべきである。いかに負担を少なく開催することが課題である。</p> 	A. 参加世帯数	68世帯（うち寄付のみ23世帯、交換会参加45世帯）	B. 集まった衣類の枚数	合計1,300枚（うち事前回収488枚、当日回収812枚）	C. 持ち帰った衣類の枚数	340枚	D. リユース率（C÷B）	26.2%（ただし、集まった衣類は全てイベントの位置として活用）
実施時期	開催日	参加世帯数	集まった衣類の枚数	持ち帰った衣類の枚数	リユース率																																																				
①こども服交換会	2023年11月26日	68	1,300	340	26.2%																																																				
②こども服おゆずり会	2023年12月2日	80	488	459	94.1%																																																				
③こども服おゆずり会	2023年12月10日	50	316	214	67.7%																																																				
④こども服交換会	2023年12月23日	187	4,235	3,658	86.4%																																																				
合計		385	6,339	4,671																																																					
実施時期	開催日	参加世帯数																																																							
⑤フォーマル服レンタルの会	2023年12月23日	14																																																							
⑥フォーマル服レンタルの会	2024年2月11～12日	38																																																							
合計		52																																																							
A. 参加世帯数	68世帯（うち寄付のみ23世帯、交換会参加45世帯）																																																								
B. 集まった衣類の枚数	合計1,300枚（うち事前回収488枚、当日回収812枚）																																																								
C. 持ち帰った衣類の枚数	340枚																																																								
D. リユース率（C÷B）	26.2%（ただし、集まった衣類は全てイベントの位置として活用）																																																								

6. 今後の検討課題

- ども服交換会・おゆずり会、フォーマル服レンタル会の継続・拡大にあたっては、以下の点が課題であると言える。
 - 事前回収に係る人員確保、常設の回収スポットの不足
 - イベント当日の運営に係る人員、開催場所の確保
 - 在庫を保管するスペースの確保、在庫の運搬コスト
 - 告知費用、人件費、会場費等の金銭的コスト
- 区の運営する「子育てひろば」（区内20箇所、0～2歳の子どもがいる家庭が主な対象）にども服の回収・交換を常設で行える機能を実装できれば、日常的にども服のリサイクル・リユースに関わることができ、また出産後の子育てのサポートに寄与することができると考えられるが、現状、実装の見込みは立っていない。

7. 事業終了後の継続方針

【ノウハウの展開に向けた情報発信】

- 次年度以降、区内でども服交換会を実施してみたいという団体、子ども会、企業等の申し出があった場合は、当社が積極的に協力する（ノウハウの提供、情報発信等）。
- 当面は、当社がノウハウの伝授可能である旨の情報発信を行うとともに、これまで同活動に参画いただいた区議会議員へ協力予定。

<情報発信のイメージ>

- 当社が2024年2月に発行する子育て情報誌「子育てちんねる」に、当社WEBサイト「まいふれ江戸川区」およびSNSにて、右図の内容を発信。
- 記事内にはども服交換会の開催経緯、どんな団体におすすめの活動か、当社がノウハウの伝授を行う旨を記載。

(注) 子育て情報誌「子育てちんねる」は、東京都、東京都江戸川区、江戸川区の発行です。
 (注) 子育て情報誌の編集の担当はP.23より担当



8. 横展開のポイント

【子ども会との連携 (1/2)】

- 江戸川区内の子ども会は、区内各地の町会の会館を使用することができる。町会と連携することで、以下のような取組が可能となる可能性があり、取組コストの削減や参加者にとっての利便性向上に繋がる。
 - 在庫となった衣類の保管スペースの確保
 - 常設の衣類回収スポットの設置
 - 常設のフォーマル服レンタルスポットの設置
 - 子ども服交換会等で行った在庫を、別の町会の会館で同様のイベントを開催する際に活用することで在庫保管場所の確保と事前回収の手間を解消できると考えられる。
- 子ども会ならびにそれに準ずる活動は、全国各地に存在しているため、江戸川区における取組モデルに、子ども会と連携したども服交換会等を全国で開催できる可能性がある。

8. 横展開のポイント


【子ども会との連携 (2/2)】

- 当社は子ども会の活動への参加を呼び掛ける特集記事を作成し、江戸川区向けのフリーペーパーに掲載予定（右図）。
- 2023年度の子ども会主催での交換会開催について、子ども会連合会での会合で伝え、今後の開催につなげていけるよう提案する。
- 特にフォーマル服のレンタルは、常設会場で対応できることが理想であるため、区内子供会で協力していただけないか今後も協議する（町会の会館で使えるスペースがないが、窓口対応が可能か等）。



(参考) ノウハウの展開に向けた情報発信のイメージ

- 子ども服交換会を開催したい団体に対して、当社がノウハウの伝授などを行う旨を発信する記事（他社発行「子育てちんねる」2024年2月号より抜粋）



31

製作した回収ボックス（発注先：株式会社もくさん）



再生材を活用した、分解できるデザインで制作を行う

各拠点での回収ボックス設置の様子



エコみらいとくしま（徳島市）

ゼロ・ウェストセンター（上勝町）

上勝町ゼロ・ウェストセンターでの組成分析の様子



3-2. 事業の内容

② リユースイベント「KURU KURU Fashion Market」の開催

- 内容：回収した衣類の二次流通（無料）、一般消費者向けに衣類のリユースを促進するワークショップや衣類の分別体験、トーク、イベントに合わせた1泊2日のスタディツアーの開催
- 期間：2023年12月24日(日)11時～16時
- 場所：上勝町ゼロ・ウェストセンター-WHY
- 協力：一般社団法人unisteps（ツアー・勉強会開催）、エコみらいとくしま（学生ボランティアの派遣・徳島県環境講座開催）、6事業者の参加者（商品販売・ワークショップの提供）
- 効果検証：回収量に対するリユース率の算出、参加者アンケートの実施

③ リメイク品の作成・販売

- 内容：服のリメイクデザイン作成、制作、ポップアップ販売
- 期間：2023年11月デザイン制作、12月制作、2024年2月26日オンライン販売開始
- 場所：インターネットショップ「Square」
- 協力：株式会社デプトカンパニー（デザイン制作）、一般社団法人ひだまり（縫製）
- 効果検証：リメイクアイテム制作に伴うリユース数の算出、販売実績

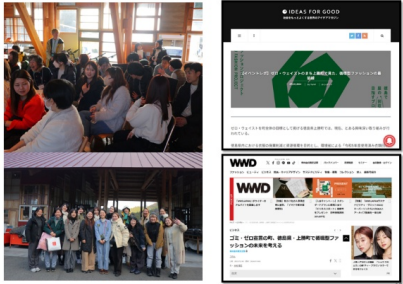
左：くるくるファッションマーケットのチラシ
右：イベント開催風景



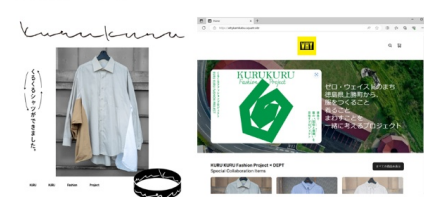
NPO法人環境首都とくしま創造センター（エコみらいとくしま）後援によりサステナブルファッションのトークや衣類の分別ワークショップを開催



左：一般社団法人unistepsがリユースイベントの開催に合わせて実施した1泊2日のスタディツアーの様子
右：イベントやツアーの様子は徳島新聞を含む3媒体に取り上げられた



左：リメイクシャツのPRデザイン
右：販売用ウェブサイト



株式会社デプトカンパニーによるリメイクシャツの仕様書（一部抜粋）



3-3. 事業の内容

④ 2種類のマテリアルリサイクルの実施

- 内容：コットン100%製品のアイテムは再訪績を、それ以外の対象アイテムは反毛化を行う
- 期間：2024年1月～2月
- 場所：【再訪績】大阪・新内外綿株式会社様、【反毛】福岡・株式会社エヌ・ターム・エス様
- 協力：株式会社浜田（再訪績）、株式会社チクマ（反毛）
- 効果検証：回収量に対するリサイクル率・処理コストの算出

⑤ 行政職員向けアンケート・勉強会の実施

- 内容：徳島県内各自治体への廃棄衣類に関する調査、勉強会の運営
- 期間：2023年12月11日～19日アンケート、2024年2月26日(月)オンライン勉強会開催
- 場所：徳島県
- 協力：一般社団法人unisteps（勉強会）
- 効果検証：各自治体へ事前アンケートの回答率、勉強会への参加率

9. モデル事業の成果

モデル事業の成果は、地域の実情に応じて他自治体に横展開されていくことが望ましい。モデル事業への参画者（自治体や事業者、住民等）の意見・反応等を踏まえると、リユースモデルの推進に向けた検討・分析を行うには、必要なリソース（人員、予算、連携事業者、保管場所等）、実施時の課題及び課題解決の方向性を整理し、事業実施のために必要な手順を明らかにしていくことが有用と考えられた。特に、モノの流れ、連携先などを整理するにおいては、下表のような整理イメージが考えられた。今後、過年度のモデル事業を含めて事例整理を行うことで、有用な検討に繋がることが期待できる。

これまでのモデル事業での市民意識は「リユース品として排出」「ごみとして排出」と大別され、各地域の実情に応じて、適切な方法でリユースを推進していくことが望ましいと考えられる。さらに、今後の方向性としては、空き家等の課題も含めて退蔵品をどのようにリユース市場に流通させるか、また、高齢化などの社会課題より「排出したくともできない」という層も一定存在すると思われる、それらの層にアプローチしていくことも想定される。

図表 3 使用済製品等のリユースに関する自治体モデル実証事業（令和4、5年度）の成果分析（案）

市民の意識	取組概要	モノの流れと実施事項
<p>リユース品として排出</p>	<p>【タイプ1】 「排出者→実施主体→欲しい人」</p> <ul style="list-style-type: none"> 実施主体が製品受取、リユース可能かの判断、管理、引き渡しを実施。製品の保管場所が必要 マッチング、売買・譲渡の手続きをプラットフォーム活用等が有効 <p>※手引きでの類型「リユース品回収方式」の発展型</p>	<p>■モノの所有権は、排出者→実施主体→欲しい人</p>
<p>リユース品として排出</p>	<p>【タイプ2】 「排出者→欲しい人」 (CtoCに近い)</p> <ul style="list-style-type: none"> 座間市では「アプリで事前にマッチング」の上、ロッカーを使って授受 亀岡市は売れ残ったものの処理がポイント（民間リユース事業者と連携） <p>※手引きの類型「イベント方式」の発展型</p>	<p>■モノの所有権は、排出者→欲しい人（マッチングと引き渡し場所の提供）</p>
<p>リユース品として排出</p>	<p>【タイプ3】 「排出者→リユース業→欲しい人」</p> <ul style="list-style-type: none"> オンラインでリユース業者を探せるプラットフォームを紹介。 プラットフォーム上のリユース業者の法令順守状況等が重要。 <p>※手引きの類型「リユース事業者リスト方式」の発展型</p>	<p>■モノの所有権は、排出者→リユース業→欲しい人（市はリユースすることを働きかけ）</p>
<p>ごみとして排出</p>	<p>排出者は粗大ごみとして排出 「排出者→実施主体→欲しい人」</p> <ul style="list-style-type: none"> 実施主体が収集、リユース可否判断、管理、引き渡しを実施。 欲しい人とのマッチング・決済手続きをプラットフォーム活用 <p>※手引きの類型「市町村回収後選別方式」の発展型</p>	<p>■モノの所有権は、排出者→実施主体→欲しい人</p>

※表中「手引きでの類型」との記載は、「市町村による使用済製品等のリユース取組促進のための手引き」との関連を整理。
 ※上記以外に、庁舎等で使用しなくなった物品を市民に譲渡する取組、事業者の不用品（コーヒー麻袋）を美化活動に活用（いずれも令和4年度、座間市）も実施されている。
 ※「使用済衣類回収のシステム構築に関するモデル実証事業」についても同様の考え方で整理していくことが可能。

第2章 過年度のモデル事業のフォローアップ調査

1. 調査概要

環境省が支援した「令和4年度使用済製品等のリユースに関する自治体モデル実証事業」（6団体）を対象にフォローアップ調査を実施し、モデル事業終了後の取組状況、他の地域・事業者等への展開・波及状況等を収集・整理し、取りまとめた。

具体的には、各モデル事業実施団体に e-mail にて調査票を配布し、記入いただいた上で、事務局まで返送いただいた（12月～1月に配布、1月末までに回答を得た）。回答結果を踏まえて、必要に応じて、内容の確認・精査のために電話等で詳細を把握した。

具体的な調査項目を下図表に示す。

図表4 「令和4年度使用済製品等のリユースに関する自治体モデル実証事業」における事業一覧

実施団体	事業名、事業概要
京都府亀岡市	民間企業及び地元自治会と連携したリユース品回収の実施と効果の可視化 リユースの推進のため、市民が「不要になったがまだ使用できる物品」を持ち込んだり、持ち帰ったりすることのできるイベントを2度開催。引き取り手が現れなかった物品は、連携先企業（㈱ecommit）が買い取り、保管と販売を実施。
京都府京都市	地域内での使用済衣服の回収&循環のプラットフォーム “Release⇔CATCH” 創出のための検討・実証事業 家庭で不要になった衣服の回収BOXを市内に設置し、再利用可能な衣服を販売するなどして、市内で循環させるプラットフォーム” Release⇔CATCH” の立ち上げを行った。
神奈川県座間市	埋もれている再利用価値発掘活用大作戦！ 飲料メーカーから排出されるコーヒー豆の麻袋を市が回収し、自治会の美化活動でごみ袋として再利用した後、堆肥の原料や燃料として活用した。また、麻袋の活用アイデアを市民から募集して希望者に配布した。加えて、市役所で不要となった物品を市民に無償で配布する取組を実施。
神奈川県川崎市	地域情報の掲示板サイト（デジタルプラットフォーム）を活用した、官民連携・譲り合いスポットによる先導的かつ総合的なごみ減量・リユース促進事業 ごみの減量化・リユースの促進を目的に、市民が不要となった使用済み製品を譲り合いスポットに持ち込み、新たな利用者に譲渡する仕組みを導入した。また、市が回収したリユース可能な使用済み製品（資源物、粗大ごみとして排出された品）も併せて譲渡を行った。
東京都八王子市	オンラインを活用した不要品のリユース実証事業 粗大ごみなどの減量及び資源の有効活用を目的に、市民が不要となった再利用可能な品物を市民から受け取り、新たな利用者に譲渡する仕組みを導入した。実施にあたっては、ノウハウを有す民間企業を公募によって選定し、市民の利便性向上や事業の効率化を図った。
埼玉県坂戸市	子育て世帯向けリユース品のマッチング事業 子育て世帯の支援とごみ減量を目的として、子育て世帯向けにリユース品のマッチング事業を実施した。また、不用品の買い取り価格の査定を受けられるプラットフォームを紹介し、リユースを推進した。

（出所）「令和4年度使用済製品等のリユースに関する自治体モデル実証事業」報告書概要版を元に作成

図表 5 過年度のモデル事業のフォローアップ調査項目

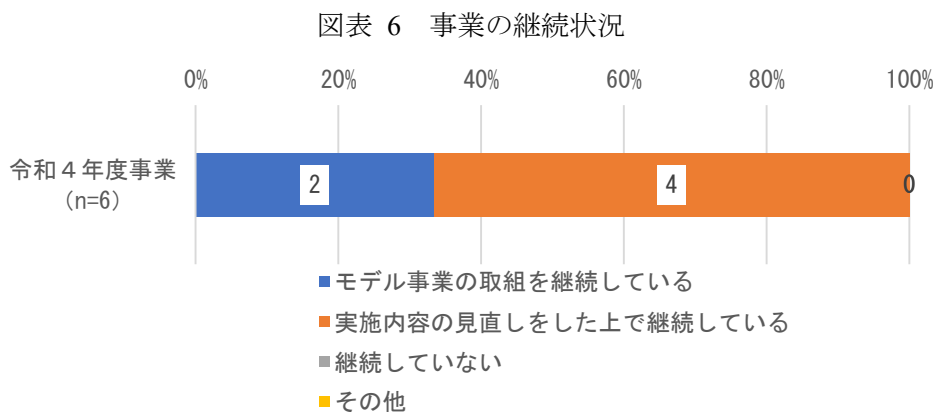
調査項目		設問内容
事業継続状況（選択肢）		○選択肢）「1. モデル事業の取組を継続している」、「2. 実施内容の見直しをした上で継続している」、「3. 継続していない」、「4. その他」
モデル事業終了後の事業実施状況（概要）		○モデル事業を踏まえた、貴団体での令和5年4月～現在までの活動状況についてご回答ください。（もし、何らかの事情により、活動が継続・展開されていない場合には、その理由・原因等について記載ください）
貴団体でのモデル事業の成果活用状況（詳細）	定性的な活動実績	○どのような取組を実施しているか、貴団体内の活動を中心にご記載ください。
	定量的な活動実績	○リユース実績（または回収量）など、その他活動を定量的に表現できる項目（回収ボックス設置数など）
他の団体への波及・展開に向けた活動について		○貴団体の取組内容について、他の団体への波及・展開に向けた活動についてご回答ください（例えば、〇〇団体に情報提供した、〇〇の機会を取組を紹介した、〇〇と連携して事業を展開することになった、など）
今後の予定（選択肢）		○選択肢）「1. 取組を引き続き継続する」「2. 実施内容の見直しをした上で継続していく」「3. 事業中止・取り止めを予定している」「4. 未定」
今後の予定（概要）		<p><前の設問で選択肢1または2を選択した場合></p> <p>○貴団体でのモデル事業の成果を活用した活動予定ならびに他の団体への波及・展開に向けた活動予定をご記載ください。</p> <p><前の設問で選択肢3または4を選択した場合></p> <p>○事業中止・取り止めを予定している理由・原因等、または未定である理由について詳細に記載ください。</p>

2. 調査結果概要¹

2.1 事業の継続状況

事業の継続状況について、「モデル事業の取組を継続している」との回答が2件、「実施内容の見直しをした上で継続している」が4件、「継続していない」との回答はなかった。

いずれも「モデル事業の取組を継続している」もしくは「実施内容の見直しをした上で継続している」との回答であった。



図表 7 「実施内容の見直しをした上で継続している」の具体的な内容

実施団体	「実施内容の見直しをした上で継続している」と回答した具体的な内容
京都府亀岡市	令和5年度は、市イベント、地元自治会で計4回リユース品回収・交換会を開催しました。回収品目、回収方法を変更しながら、ごみの減量、リユース率の向上に努めています。リユース基準、受付方法を見直し改善することで、リユース率の向上、処分量を減少させることができました。
神奈川県川崎市	令和4年度モデル事業では本市負担なくリユーススポットの運営を行っていたが、令和5年度はスポット運営に係る費用を市が一部負担することで民間事業者と引き続き連携、運営を継続している。
東京都八王子市 ※	令和5年度も10月より、株式会社ジモティーと連携し、昨年度と同様の事業を実施している。
埼玉県坂戸市	令和5年度より西清掃センター内にモデル事業で実施した9品目を中心に子育て世帯支援のリユース品を常時展示し、市内外を問わず希望者へ先着順で譲渡を継続している。

※東京都八王子市は「令和5年度使用済製品等のリユースに関する自治体モデル実証事業」において引き続き実証

¹ 詳細な回答結果は電子ファイル納品「令和5年度_過年度モデル事業フォローアップ調査_回答結果整理」を参照